

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA UNIVERSITARIA



TESIS

La formación en valores y emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración
del Instituto Superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

AUTORES:

Concepción Lázaro, Robert Jesús

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Investigación y Docencia Universitaria

ASESOR:

Mg. Zárate Bocanegra, Jhony Alex

ORCID ID 0000-0001-6440-0108

LIMA – PERÚ

2025

Informe estándar ⓘ

Informe en inglés no disponible [Más información](#)

**17% Similitud
estándar**

 Filtros

Fuentes

Mostrar las fuentes solapadas ⓘ



Dedicatoria

Este estudio está dedicada al recuerdo de mi Padre y amigo. quién con la experiencia en vida me animó en este campo de estudio al cual supo direccionarme, durante varios años motivó sin pensar mi existencia en el camino de lo correcto, hospedarme en su casa mientras necesitaba alojamiento. Encontré un sentido más profundo del valor de la camaradería, los valores y la actitud al ver el coraje y la fe de mi madre. Ella ayudó a sus seres queridos y a otros que no conocía que lo necesitaban a medida que avanzaba en su vida, viviendo una vida de fe. A pesar de morir demasiado pronto, se enfrentó a la muerte sin miedo. Cuando sentí ganas de rendirme, tu ejemplo me mantuvo enfocado en el sueño

Agradecimiento

Dios, te agradezco eternamente que me hayas permitido completar mi tesis; sin tu gracia nada de esto hubiera sido posible.

Gracias por la oportunidad de asistir a la UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA y seguir una carrera en mi campo.

Gracias al Dr., mi asesor, por todo el tiempo, energía, conocimientos, experiencia e inspiración que me ha brindado durante mi carrera académica. Que seas bendecido por Dios. Estoy realmente agradecido.

Índice

DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE.....	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
RESUMEN	X
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 Descripción de la realidad problemática	3
1.2 Definición del problema	5
1.3 Objetivos de la investigación.....	6
1.4 Formulación de hipótesis	7
1.5. Variables y dimensiones	8
1.6. Justificación de la Investigación.....	10
CAPÍTULO II	12
2. MARCO TEÓRICO.....	12
2.1 Antecedentes de la investigación	12
2.2 Bases teóricas.....	17
2.3 Definición de términos básicos.....	30
CAPÍTULO III.....	33
3. DISEÑO METODOLÓGICO	33
3.1 Tipo de investigación.....	33

3.2. Diseño de la investigación.....	33
3.3 Población y muestra de la investigación	34
3.4. Técnicas para la recolección de datos.....	34
CAPÍTULO IV	38
4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	38
4.1. Presentación e interpretación de resultados en tablas y figuras	38
CAPÍTULO V	62
5. DISCUSIÓN	62
5.1 Discusión de resultados obtenidos	62
5.2 Conclusiones	64
5.3. Recomendaciones	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	75
ANEXO 2: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	77
ANEXO 3: BASE DE DATOS	80
ANEXO 4. EVIDENCIA DIGITAL DE SIMILITUD.....	81
ANEXO 5. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO.....	82
ANEXO 6. VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS	83

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Operacionalización de la formación en valores.</i>	9
Tabla 2. <i>Operacionalización del emprendimiento.</i>	9
Tabla 3. <i>Validez por juicio de expertos del instrumento.</i>	36
Tabla 4. <i>Estadística de fiabilidad.</i>	36
Tabla 5. <i>Características de los estudiantes</i>	38
Tabla 6. <i>Niveles de Formación en valores.</i>	39
Tabla 7. <i>Niveles de Honestidad.</i>	40
Tabla 8. <i>Niveles de Respeto</i>	41
Tabla 9. <i>Niveles de Compromiso</i>	42
Tabla 10. <i>Niveles de Tolerancia.</i>	43
Tabla 11. <i>Niveles de Perseverancia.</i>	43
Tabla 12. <i>Niveles de Emprendimiento.</i>	45
Tabla 13. <i>Niveles de Necesidad de logro.</i>	46
Tabla 14. <i>Niveles de Creación e Innovación.</i>	47
Tabla 15. <i>Niveles de Predisposición de riesgo.</i>	48
Tabla 16. <i>Niveles de Autoconfianza.</i>	49
Tabla 17. <i>Formación en valores & Emprendimiento.</i>	50
Tabla 18. <i>Honestidad & Emprendimiento.</i>	51
Tabla 19. <i>Respeto & Emprendimiento.</i>	52
Tabla 20. <i>Compromiso & Emprendimiento.</i>	53
Tabla 21. <i>Tolerancia & Emprendimiento.</i>	54
Tabla 22. <i>Perseverancia & Emprendimiento.</i>	55
Tabla 23. <i>Prueba de normalidad de datos.</i>	56
Tabla 24. <i>Correlación entre formación en valores y emprendimiento.</i>	56

Tabla 25. <i>Correlación entre honestidad y emprendimiento.</i>	57
Tabla 26. <i>Correlación entre el respeto y emprendimiento.</i>	58
Tabla 27. <i>Correlación entre el compromiso y emprendimiento.</i>	59
Tabla 28. <i>Correlación entre la tolerancia y emprendimiento.</i>	60
Tabla 29. <i>Correlación entre la perseverancia y emprendimiento.</i>	61

Índice de figuras

Figura 1. <i>Características de la competencia</i>	24
Figura 2. <i>El proceso emprendedor</i>	25
Figura 3. <i>Modelo del comportamiento planificado</i>	26
Figura 4. <i>Modelo sistémico</i>	27
Figura 5. <i>Modelo de los cuatro factores</i>	28
Figura 6. <i>Niveles de Formación en valores.</i>	39
Figura 7. <i>Niveles de Honestidad.</i>	40
Figura 8. <i>Niveles de Respeto.</i>	41
Figura 9. <i>Niveles de Compromiso.</i>	42
Figura 10. <i>Niveles de Tolerancia.</i>	43
Figura 11. <i>Niveles de Perseverancia.</i>	44
Figura 12. <i>Niveles de Emprendimiento.</i>	45
Figura 13. <i>Niveles de Necesidad de logro.</i>	46
Figura 14. <i>Niveles de Creación e Innovación.</i>	47
Figura 15. <i>Niveles de Predisposición de riesgo.</i>	48
Figura 16. <i>Niveles de Autoconfianza.</i>	49
Figura 17. <i>Formación en valores & Emprendimiento.</i>	50
Figura 18. <i>Honestidad & Emprendimiento.</i>	51
Figura 19. <i>Respeto & Emprendimiento.</i>	52
Figura 20. <i>Compromiso & Emprendimiento.</i>	53
Figura 21. <i>Tolerancia & Emprendimiento.</i>	54
Figura 22. <i>Perseverancia & Emprendimiento.</i>	55

Resumen

La formación en valores está intrínsecamente relacionada con el desarrollo integral de los estudiantes del ámbito de la enseñanza superior, ya que promueve la adquisición de principios éticos y habilidades sociales esenciales. Esta formación no solo influye en la conducta ética de los estudiantes, sino que también fortalece su resiliencia y compromiso profesional. En conjunto, estos valores contribuyen a la formación de una identidad profesional sólida y a un impacto efectivo en la humanidad. El propósito fue establecer la relación de la formación en valores con el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024. La metodología fue no experimental y transversal, con un diseño descriptivo-correlacional. Utilizando cuestionarios con preguntas tipo Likert para medir las variables de interés. Se aplicaron los instrumentos a 40 estudiantes del IV ciclo de administración. Además, se realizó un análisis estadístico mediante la prueba Rho Spearman para validar los resultados obtenidos. La conclusión fue confirma relación directa de la formación en valores con el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz. (p -valor $< 0,05$ y un coeficiente de correlación de 0,680). La formación en valores fomenta un ambiente colaborativo y de confianza, lo cual es fundamental para el desarrollo de habilidades emprendedoras. Esta relación sugiere que los docentes y la institución practiquen la formación en valores para garantizar el éxito académico de sus estudiantes en sus iniciativas emprendedoras.

Palabras clave: Formación en valores, emprendimiento, honestidad, tolerancia, perseverancia, necesidad de logro, creación e innovación, predisposición de riesgo.

Abstract

Values education is intrinsically linked to the comprehensive development of students in higher education, as it promotes the acquisition of essential ethical principles and social skills. This education not only influences students' ethical conduct but also strengthens their resilience and professional commitment. Together, these values contribute to the development of a strong professional identity and an effective impact on humanity. The objective was to determine the relationship between values education and entrepreneurship in students of the fourth cycle of business administration at the Santiago Antúnez de Mayolo Higher Institute in Huaraz, 2024. The methodology was non-experimental and cross-sectional, with a descriptive-correlational design. Likert-type questionnaires were used to measure the variables of interest. The instruments were administered to 40 students in the fourth cycle of business administration. A statistical analysis using the Spearman's Rho test was also performed to validate the results. The conclusion was that there is a direct relationship between values education and entrepreneurship among students in the fourth cycle of business administration at the Santiago Antúnez Higher Institute in Mayolo, Huaraz ($p\text{-value} < 0.05$ and a correlation coefficient of 0.680). Values education fosters a collaborative and trusting environment, which is essential for the development of entrepreneurial skills. This relationship suggests that teachers and the institution should implement values education so that their students can succeed in their entrepreneurial endeavors.

Keywords: Training in values, entrepreneurship, honesty, tolerance, perseverance, need for achievement, creation and innovation, risk predisposition.

Introducción

En la actualidad, la educación superior enfrenta el desafío de no solo impartir conocimientos técnicos y profesionales, sino también de formar individuos íntegros y comprometidos con la sociedad. La formación en valores se ha convertido en un componente esencial para el desarrollo integral de los estudiantes, ya que estos valores no solo guían su comportamiento personal, sino que también influyen en su desempeño profesional y en su capacidad para emprender. El estudio se centra en analizar la relación entre la formación en valores y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del Instituto Superior Santiago Antúnez de Mayolo, ubicado en Huaraz.

La educación empresarial, por sí sola, puede no ser suficiente para fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes. Sin embargo, cuando se complementa con una sólida formación en valores, la contribución significativa al desarrollo de competencias empresariales puede ser considerable, conocimientos administrativos prácticos y una apreciación profunda de los valores y actitudes que sustentan el espíritu emprendedor. La moral y la ética, entendidas como el conjunto de valores, convenciones e instituciones que unen a los miembros de una sociedad, se desempeñan de manera esencial en la formación de individuos con la capacidad de aportar de manera positiva al bienestar general de la sociedad.

El objetivo de esta investigación es determinar la relación de la formación en valores con el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del Instituto Superior Santiago Antúnez de Mayolo. Para ello, se plantean objetivos específicos que buscan explorar la relación entre valores específicos como la honestidad, el respeto, el compromiso, la tolerancia y la perseverancia, y la capacidad emprendedora de los estudiantes. La hipótesis central de este estudio sostiene que existe una relación directa entre la formación en valores y el emprendimiento, lo cual se espera confirmar a través de un análisis descriptivo-correlacional.

El marco teórico de esta investigación se fundamenta en la axiología, el estudio de los valores, y en diversas teorías sobre el emprendimiento. Se revisan antecedentes de estudios similares a nivel internacional y nacional, que han abordado la formación en valores y el emprendimiento desde diferentes perspectivas. Estos estudios proporcionan un contexto amplio y una base sólida para el análisis de los datos recogidos.

La metodología empleada incluye la aplicación de encuestas a una muestra de 40 estudiantes del IV ciclo de administración, con el fin de medir sus niveles de formación en valores y su capacidad emprendedora. Los datos recolectados se desentrañarán mediante métodos estadísticos descriptivos y correlacionales, permitiendo descubrir patrones y vínculos profundos entre las variables analizadas.

Finalmente, esta investigación busca contribuir al entendimiento de cómo la formación en valores puede influir en el espíritu emprendedor entre los alumnos. Los hallazgos podrían tener implicaciones importantes para el diseño de programas educativos que integren la enseñanza de valores y habilidades emprendedoras, promoviendo así una educación más holística y efectiva

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del problema

1.1 Descripción de la realidad problemática

Por sí sola, la formación empresarial hace poco para fomentar el espíritu empresarial entre los estudiantes, pero sí les ayuda a desarrollar mejores habilidades empresariales, conocimientos administrativos más prácticos y una apreciación de los valores y actitudes que sustentan el espíritu empresarial. Por ello, es necesario definir algunos términos clave antes de discutir nuestras experiencias con esto en un entorno universitario para que otros puedan comprender mejor nuestros métodos. El conocimiento que ayuda a desarrollar un carácter decente es a lo que nos referimos cuando hablamos de ética y moral (Franco-Moreno, 2023). Para dar forma a nuestros propios destinos y los destinos de las comunidades en las que participamos, la moral y el carácter trabajan de la mano para fortalecer los valores de cada individuo.

En términos generales, la moralidad se refiere al conjunto de valores, convenciones e instituciones generalmente reconocidos de una sociedad que unen a sus miembros de acuerdo con ideales, deberes y prohibiciones comunes; por otro lado, La ética es el ámbito filosófico que se dedica al arte de la conducta y de la reflexión racional sobre la moral con el propósito de explicarla, cuestionarla y orientarla hacia el florecimiento humano. Como ya afirma Cerna,

(2022) vivimos ahora en una sociedad civilizada debido a la moral y la ética; Nos respetamos mutuamente, trabajamos juntos por el bien común y hemos establecido normas de convivencia pacífica, todos los cuales son principios fundamentales para la civilización humana.

La educación superior técnica es el siguiente paso para muchos de nuestros jóvenes, un momento en el que pueden establecer relaciones con sus profesores y compañeros, lo que les ayuda a aprender y cambiar sus creencias y actitudes (Mugno-Noriega et al., 2024). Se espera que los miembros de la universidad se adhieran a un conjunto de valores fundamentales (Naranjo-Vaca et al., 2020), aunque el conjunto específico de valores puede variar dependiendo de la naturaleza de la institución y sus objetivos. En el mundo actual, se espera que las universidades produzcan trabajadores calificados que tendrán un aporte positivo al mundo empresarial. Como resultado, enseñar a los estudiantes las habilidades que necesitan no es suficiente; también es necesario inculcarles los valores que guiarán su trabajo. mirando hacia el futuro (González-Tejerina & Vieira, 2021).

La importancia del valor intelectual ha disminuido en los tiempos modernos si no se alinea con los valores arraigados en un individuo. La falta de ética corporativa, que a su vez lleva a que las personas a cargo carezcan de moral, es una de las principales causas de corrupción y gestión ineficaz en nuestra cultura moderna. Es vital discutir cómo las universidades pueden formar a los estudiantes en valores y emprendimiento. Algunas opiniones sobre la instrucción en principios en el ámbito académico superior son las siguientes: Existen oportunidades para una educación basada en valores en el campus. El objetivo de estos encuentros es aunar elementos como la ética, el emprendimiento social y la cooperación al desarrollo.

Los valores y el emprendimiento que los estudiantes asocian con el emprendimiento desempeñan un papel crucial en su intención de emprender. Comprender cómo estos valores influyen en la habilidad proactiva es fundamental para fomentar el espíritu emprendedor.

Además, la integración de valores en el contexto disciplinario: Una estrategia propuesta para la formación en valores integra estos aspectos en el contexto disciplinario. También, se enfoca en la aplicación práctica y aborda la ética digital y la responsabilidad tecnológica.

Educación e intención emprendedora: Cursos que diferencian el pensamiento creativo del gerencial y exploran ventajas y desventajas del emprendimiento contribuyen a la formación en valores y al fortalecimiento de destrezas emprendedoras.

En ese sentido los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo – Huaraz.

1.2 Definición del problema

1.2.1 Problema general.

¿Qué relación existe entre la formación en valores y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024?

1.2.2 Problemas específicos.

1. ¿Qué relación existe entre la honestidad y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024?
2. ¿Qué relación existe entre el respeto y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024?
3. ¿Qué relación existe entre el compromiso y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024?

4. ¿Qué relación existe entre la tolerancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024?
5. ¿Qué relación existe entre la perseverancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general.

Determinar la relación entre la formación en valores y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

1.3.2 Objetivos específicos.

1. Determinar la relación entre la honestidad y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.
2. Determinar la relación entre el respeto y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.
3. Determinar la relación entre el compromiso y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.
4. Determinar la relación entre la tolerancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

5. Determinar la relación entre la perseverancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024

1.4 Formulación de hipótesis

1.4.1 Hipótesis general.

Existe una relación directa entre la formación en valores y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

1.4.2 Hipótesis específicas.

1. Existe una relación directa entre la honestidad y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024
2. Existe una relación directa entre el respeto y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024
3. Existe una relación directa entre el compromiso y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024
4. Existe una relación directa entre la tolerancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.
5. Existe una relación directa entre la perseverancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024

1.5. Variables y dimensiones

Variable 01: Formación en valores

Dimensiones

Honestidad

Respeto

Compromiso

Tolerancia

Perseverancia

Variable 02: Emprendimiento

Dimensiones

Necesidad de logro

Creación e Innovación

Predisposición de riesgo

Autoconfianza

1.5.1 Operacionalización de variables.

Tabla 1.

Operacionalización de la formación en valores.

Operacionalización de la variable formación en valores				
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rango
Honestidad	Nivel de coherencia	1, 2	Nominal 1. Nunca 2. casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto Medio Bajo
	Sinceridad.	3		
Respeto	Grado de buen trato	4		
	Atención oportuna	5, 6		
Compromiso	lealtad a las metas	7		
	Compromiso con la función docente	8,9		
Tolerancia	Aceptación de ideas	10		
	Convicciones de los demás	11, 12		
Perseverancia	Persistencia	13		
	Conseguir las metas propuestas	14		

Tabla 2.

Operacionalización del emprendimiento.

Operacionalización de la variable emprendimiento				
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rango
Necesidad de logro	Liderazgo	1	Nominal 1. Nunca 2. casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto Medio Bajo
	Analizar logros futuros	2		
	Capacidad de trabajo en equipo	3		
Creación e innovación	Inquietud ante lo inédito	4		
	Ideas revolucionarias.	5		
	Generadora de transformaciones	6		
Predisposición de riesgo	Arriesgarse por independencia	7		
	Arriesgarse para progresar	8		
	Arriesgarse para aprender	9		
Autoconfianza	Autoestima.	10		
	Toma decisiones con facilidad	11		
	Actúa con seguridad	12		

1.6. Justificación de la Investigación

Este estudio abarca los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúñez De Mayolo - Huaraz – 2024, una institución que, como establecimiento, ya tiene una fuerte dedicación a la enseñanza de principios morales, y este deber sólo se intensifica por su condición de lugar de educación superior. Los llamados valores institucionales de la universidad son un conjunto de principios que se han desarrollado a partir de la visión y misión de la institución y están establecidos para el beneficio de la comunidad universitaria. No hemos

podido evaluar el grado en que esta comunidad educativa ha internalizado estos principios ya que la universidad no los ha teorizado ni desarrollado, a pesar de que están expresados en todos los documentos institucionales.

La investigación en Formación en Valores y Emprendimiento para estudiantes de un instituto superior es un campo relevante que aborda la integración de valores éticos y habilidades emprendedoras en la educación superior. La relevancia de la Formación en Valores, en otras palabras, la instrucción en valores es esencial para el florecimiento holístico de los alumnos. Investigar cómo se pueden fortalecer los valores morales, como la honestidad y la solidaridad, dentro del contexto universitario podría ser un enfoque interesante. Además, se explorar cómo los valores influyen en las decisiones emprendedoras y en la creación de empresas podría ser otro punto de partida. Por otro lado, investigar cómo el emprendimiento contribuye al desarrollo económico y social puede ser una justificación sólida. Esto podría incluir analizar el impacto de las startups y empresas creadas por estudiantes universitarios en la comunidad y la economía local. También, examinar cómo los valores éticos y morales afectan la sostenibilidad y el éxito de los emprendimientos podría ser un enfoque interesante.

En el caso de las metodologías innovadoras, el COVID-19 ha impulsado la adopción de tecnología digital en el nivel superior. Investigar cómo las bases de datos bibliográficas y las videoconferencias pueden utilizarse como herramientas metodológicas para la investigación en emprendimiento podría ser relevante. Por ello, considerar enfoques interdisciplinarios y métodos científicos híbridos para investigar áreas estratégicas del emprendimiento podría ser una justificación válida. En resumen, la investigación en Formación en Valores y Emprendimiento ofrece oportunidades para comprender mejor cómo los estudiantes universitarios pueden desarrollar habilidades emprendedoras y valores éticos, y cómo esto impacta tanto en su crecimiento personal como en la sociedad en general.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes nacionales.

Cerna, (2022) en su publicación “Formación académica y capacidad de emprendimiento empresarial de estudiantes en una facultad de ciencias administrativas” - Del tercer al décimo ciclo, este estudio examinó la preparación académica de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y cómo afectó su potencial para ser emprendedores. La investigación incluyó datos de 1632 alumnos en total, siendo 315 la muestra. Se creó un cuestionario de recolección de datos bien calificado y previamente verificado y aprobado. Esta investigación prueba y responde la hipótesis de la investigación. Las variables de la investigación se muestran significativamente relacionadas entre sí tras identificar la formación académica como variable 1 y la capacidad emprendedora empresarial como variable 2. Partiendo de una premisa que queremos comparar, este estudio emplea métodos cuantitativos y realiza una investigación descriptiva-causal-correlacional. Por último, se ofrecen recomendaciones para que las tengan en cuenta tanto los instructores como los estudiantes.

Solís et al., (2023) en su investigación “Emprendimiento juvenil universitario: abordaje desde la actitud, educación y el control conductual” Ser emprendedor es una variable que puede explicarse por diversas circunstancias. El propósito fue establecer que el control conductual, la educación y la actitud son los factores que determinan el deseo de una población joven de emprender una actividad empresarial. El enfoque cuantitativo con diseño causal y la técnica deductiva hipotética fueron las dos metodologías que se utilizaron en la metodología aplicada. Se entregaron encuestas a 391 estudiantes de Ayacucho. Se realizó una validación estadística mediante el Chi-cuadrado ($p < 0.05$), lo que explica que el nivel de influencia de esa actitud, comportamiento El control y la educación sobre el espíritu empresarial oscilan entre el 30 y el 38 por ciento. Estos factores deben ser tomados en consideración como parte de la formación de habilidades en los focos de emprendimiento universitario, Asimismo, como un ingrediente educativo en eventos juveniles.

Boscán-Carroz et al., (2023) en su artículo “Emprendimiento peruano en el marco del desarrollo sostenible” - El emprendimiento se ha consolidado como un elemento decisivo en la configuración del Perú, con el objetivo de promover la prosperidad social y económica de la nación. Además, está haciendo una contribución significativa al logro de los ODS. Establecer la conexión del emprendimiento con el desarrollo sostenible fue el propósito principal de la investigación que se realizó. La metodología que se utilizó fue cuantitativa, no experimental, correlacional y transversal. La muestra de la investigación se determinó utilizando la información incluida en el informe técnico sobre demografía de las empresas en el Perú. Según esta investigación, había 2.054 empresas registradas y fundadas en el año 2021. En el momento del estudio, se calculó que el periodo de vida de las organizaciones era de dos años. Se eligieron intencionalmente un total de 746 empresas para incluirlas en la muestra. Fue evaluado por 5 expertos y su confiabilidad fue confirmada por α de Cronbach, de 0,93. El cuestionario utilizado estuvo compuesto por cuarenta ítems con posibilidades de respuesta tipo Likert. Para

los resultantes finales se usó la aplicación SPSS versión 25. Según los hallazgos divulgados, se encontró una asociación moderadamente buena entre el desarrollo sostenible y la actividad empresarial en Perú. En resumen, el desarrollo sostenible está asociado con el concepto de emprendimiento en el Perú, particularmente en lo que respecta a la contribución que hace a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la promoción de la innovación y la adaptación. Por otro lado, para mejorar la asociación del emprendimiento con la comunidad en general, es necesario prestar más atención a la participación de la comunidad

2.1.2 Antecedentes internacionales.

Cantillo et al., (2021) en su publicación “Formación del emprendimiento social: compromiso de la universidad de la guajira en Colombia” En un esfuerzo por disminuir el impacto del desempleo y la informalidad locales, este estudio se propuso fomentar una mentalidad y una cultura emprendedoras entre los estudiantes de la Universidad de La Guajira. La esperanza es que esto conduzca al desarrollo de empresas dirigidas por estudiantes más exitosas. Utilizando un paradigma cuantitativo, el estudio fue descriptivo, no experimental y transversal, este estudio buscó analizar cómo surgió la dedicación de la Universidad de La Guajira al emprendimiento. Se consideró como población a 55 estudiantes con interés en el emprendimiento. El estudio utilizó un cuestionario de 10 ítems con escala tipo Likert. Fue verificado por 6 expertos en la materia y la confiabilidad, medida por α Cronbach, fue de 0,90. Utilizamos estadística descriptiva para nuestro análisis. Según los datos, está claro que la organización apoya el servicio comunitario, las nuevas ideas y el beneficio mutuo. Desde sus inicios, la Universidad de La Guajira ha hecho un esfuerzo concertado para promover el espíritu emprendedor entre sus estudiantes. La oferta académica de la escuela está diseñada para ayudar a los estudiantes a ver el espíritu empresarial como una carrera profesional y un camino personal viable.

Villa et al., (2021) en su artículo “Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social” - Se proporciona una evaluación y presentación de una metodología para formar emprendedores sociales basada en habilidades esenciales. Al hacerlo, espera comprender mejor qué habilidades son esenciales para fomentar el crecimiento de los emprendedores sociales. Se encuestó a un total de 103 empresarios de la región española de Galicia utilizando un modelo empírico. De ellos, el 57% eran hombres y el 43% mujeres. Se examinan veinte habilidades individuales, clasificadas en instrumentales, interpersonales y sistémicas. Empleamos un cuestionario de autopercepción para recopilar datos. Cinco análisis factoriales exploratorios muestran índices de confiabilidad extremadamente buenos y se utilizan para analizar los datos. Según la investigación, el contexto personal, interpersonal, técnico, organizacional e institucional son las cinco categorías principales en las que se encuentran las habilidades más importantes para el emprendimiento social. Los hallazgos enfatizan la necesidad de que los emprendedores sociales reciban una capacitación exhaustiva, ya que necesitarán no sólo una estrategia comercial sino también la información y las habilidades para mantener sus proyectos a flote y funcionando sin problemas. El modelo de espiral empresarial propuesto por los autores ilustra estas habilidades y cómo pasan de comprenderse a uno mismo a comprender el entorno institucional.

Valenzuela-Keller et al., (2022) en su investigación “Intención emprendedora en estudiantes universitarios en Chile: el rol de la formación y la educación en emprendimiento” - La influencia de la educación empresarial en las aspiraciones de los estudiantes universitarios de lanzar sus propias empresas es un tema que recientemente se ha convertido en el centro de atención. Examinar cómo se relaciona la formación emprendedora con el deseo de poner en marcha una empresa es el objetivo principal de esta investigación. Esto se logró administrando un dispositivo de medición a un grupo de 286 estudiantes universitarios de Chile. El procesamiento estadístico incluyó la validación psicométrica del concepto basado en TCP y

estadísticas inferenciales para el análisis de las divergencias entre la aspiración emprendedora y las formas en que se imparten cursos de formación. Los hallazgos demuestran que la educación empresarial tiene un efecto beneficioso. Por lo tanto, existen disparidades sustanciales en las intenciones de los estudiantes de iniciar una empresa, sus actitudes hacia los negocios y la confianza en sus propias habilidades entre aquellos que han asistido a cursos relacionados con el emprendimiento. También se demostró que la participación en experiencias prácticas empresariales presenta variaciones sustanciales en todas las dimensiones del TPB, lo que sugiere que tienen éxito en cambiar el comportamiento empresarial del alumando. La discusión se centró en lo que estos números revelan para el porvenir de nuestra existencia de la educación empresarial, específicamente cómo pueden informar la inclusión de más experiencias prácticas en el plan de estudios requerido y el valor de la formación práctica. Por último, resulta relevante investigar los aspectos de mentalidad emprendedora y autoeficacia como líneas de estudio futuras. Esto se debe a que la formación en emprendimiento puede tener un efecto sobre estas variables.

Franco-Moreno, (2023) en su artículo “Valores y espíritu emprendedor y la relación con pedagogía” – Un motivo de preocupación para los educadores es la promoción y desarrollo del emprendimiento en clases. Esto es motivo de inquietud no sólo porque no existen lineamientos específicos para los adolescentes, sino también porque falta una pedagogía que tenga transversalidad en los valores morales, lo que puede tener impactos negativos en el futuro emprendedor. El objetivo del estudio fue promover y desarrollar el emprendimiento en clases. Desde la perspectiva pedagógica, el propósito es analizar el vínculo entre el emprendimiento y el florecimiento de principios éticos y morales a lo largo de los años y establecer los patrones clave que han surgido durante ese período. Como resultado de los resultados, pudimos identificar cuestiones como la ambigüedad de la noción de emprendimiento, las repercusiones

negativas el emprendimiento y su conflicto con la educación en valores éticos. Como resultado, se sugiere prestar mayor atención a las dinámicas de aprendizaje de los educadores.

Moscoso & Fernández, (2023) en su investigación “Modelo pedagógico para desarrollar competencias colaborativas de emprendimiento en estudiantes de administración de empresas en una universidad del Ecuador” - Específicamente, este estudio se propuso determinar cómo los estudiantes de administración de empresas de una universidad en Ecuador podrían beneficiarse del aprendizaje de habilidades de emprendimiento colaborativo en 2022 y proponer un modelo pedagógico para enseñar estas habilidades junto con el emprendimiento en el aula. Actualmente no existe ningún paradigma para orientar la formación profesional que considere la necesidad de los estudiantes de tener habilidades emprendedoras en su trabajo. El objetivo general del estudio es proporcionar un marco para la creación de planes de estudio que enfatice las competencias colaborativas en el espíritu emprendedor. En términos de metas concretas: Crear y proponer un plan de estudios para una universidad en Ecuador que se enfoque en enseñar a los estudiantes de administración de empresas cómo trabajar juntos como emprendedores en 2022, con énfasis en liderazgo, comunicación en equipo y mediación. El propósito fue comparar los hallazgos de una encuesta que se administró a estudiantes de una institución pública del Ecuador. La encuesta fue diseñada para medir el impacto en la habilidad de los alumnos para colaborar con destreza y eficiencia. Por lo tanto, este estudio proporcionará una contribución metodológica al campo al proporcionar un modelo pedagógico y técnicas de instrucción que los investigadores y educadores pueden utilizar para fomentar el emprendimiento colaborativo.

2.2 Bases teóricas

Formación en Valores

La axiología es el estudio del valor. Como ámbito filosófico que se adentra en el misterio de la esencia misma de la existencia y los orígenes del valor, la axiología fomenta la

introspección de las cuestiones que rodean los procesos de valoración que conducen a la identificación y aplicación de valores en el mundo real. Además, la manera en que ciertos valores dictan el comportamiento humano es importante para la axiología. Debido a que el valor es generalizable a todos los aspectos de la experiencia, su aplicación práctica afecta a campos tan diversos como la economía, la política, la ciencia y la ética (Conopoima-Moreno, 2021).

En ciertos ámbitos del mundo académico, se trata de una comparación y búsqueda conceptual de los antecesores más importantes de los términos comunicación "popular", "comunitaria" y "alternativa". La estética valora la belleza, mientras que la epistemología valora la verdad como valor del conocimiento. Valores como el bien son esenciales para los campos reguladores de la ética y la política, cuyo objetivo es garantizar que los humanos puedan vivir en armonía unos con otros. El valor parece estar en todas partes, lo que dificulta encontrar una definición universalmente aceptable del mismo. Aunque sólo se ha utilizado en contextos morales o económicos, la frase puede entenderse en términos generales como un capital axiológico (Mafaldo-Gómez & Reyes-Meza, 2022). Por lo tanto, es importante recordar que el principal problema de la axiología no es sólo la noción general de valor, sino la infinidad de valores particulares que surgen en todas las facetas del esfuerzo humano.

Según Botero-Chica, (2023), el valor es una cualidad que se experimenta en un objeto y se denomina depositario de valor. Sin embargo, el valor no es una cualidad fundamental o distintiva del objeto; más bien, es una cualidad que surge conceptualmente y que ocurre cuando el artículo se ofrece a un sujeto que lo observa. En los casos en que hay una manifestación de algún valor, la presencia de estos dos elementos, el objeto y el sujeto, ha resultado en el surgimiento de dos perspectivas fundamentalmente diferentes sobre las respuestas al problema de definir el valor. Estas perspectivas incluyen las teorías axiológicas subjetivistas y objetivistas que son ejemplos de estas dos perspectivas.

Teorías subjetivistas

Se la conoce como teoría subjetivista y es un punto de vista que mantiene el valor relacionado con los valores del hombre. Esta postura sobre el origen del valor tiene una serie de características distintas, pero la idea es que mantiene el valor decidido por los efectos creados en el sujeto o por él (Florentino-Morillo, 2022). Es algo que es consistente en todos ellos. En consecuencia, el valor de un objeto, independientemente de su naturaleza, está determinado por el grado en que llama la atención de una persona humana, independientemente de su especie (Cuadra & Castro-Carrasco, 2021). Se puede concluir que el problema del surgimiento del valor se limita al problema del interés subjetivo en las cosas o circunstancias particulares en las que tiene lugar la valoración. Lo que resalta no es la dificultad de transferir valores en diversas materias, dadas las disparidades intrínsecas que existen entre ellas como seres humanos, sino las complejidades que brillan en las corrientes subjetivistas.

Teorías objetivistas

Las teorías objetivistas contemporáneas surgieron como respuesta al pronunciado relativismo que implicaba la interpretación subjetivista, así como a la necesidad de buscar un orden moral sólido. El objetivismo axiológico es el tema principal de la tesis, que demuestra que el valor que está presente en un depositario no depende del valor. Por tanto, respecto a los principios de la estética, soy consciente de que la belleza no es algo que se pueda separar de las cosas bellas; más bien, la belleza misma está delante de ellos. Según Frondizi et al., (2019), los valores son atributos independientes de las mercancías mismas, y esta independencia de lo empírico es completa. Además, el concepto de independencia no se limita a las cosas que existen en el mundo; más bien, abarca las respuestas subjetivas que pueden tener lugar en ausencia de elementos tangibles. Los valores son atributos autónomos que no cambian según las circunstancias. Otra cosa que se tiene en cuenta es que la independencia de los valores indica que son inmutables, es decir, que no han cambiado. En cambio, la esencia de los valores

es absoluta, es decir, que no están influenciados por ninguna realidad social, biológica o específica. Los valores no están condicionados por ningún hecho en particular. La comprensión individual y subjetiva del valor es lo único que constituye una conexión; El valor en sí ni siquiera existe.

Modelo educativo para la formación en valores: El proyecto educativo sirve como marco organizativo de este modelo de profesión, que requiere definición y multidimensionalidad para favorecer el desarrollo de dimensiones como la intelectual, técnica, ética, estética, política y otras (Prieto & Trujillo, 2022). En consecuencia, una educación basada en valores alienta a las personas a dejar de lado sus diferencias políticas, culturales y religiosas y trabajar juntas por el bien común, centrándose en proteger a las comunidades marginadas, preservar los recursos naturales y defender los derechos. Educar en valores es una responsabilidad compartida, que no se limita únicamente a las escuelas. Estos valores éticos se enseñan mejor en determinados entornos, como el hogar, la escuela, el lugar de trabajo o el deporte. Aun así, países como el Reino Unido y Australia han impuesto la educación en valores durante mucho tiempo.

Educación en valores en la formación profesional: El tiempo que un estudiante pasa en la universidad, desde las prácticas hasta la enseñanza, puede ser un período de desarrollo intencional y deliberado de toda una identidad profesional. Como complicación adicional, las creencias éticas y morales de los estudiantes y profesores tienen un efecto profundo en su desarrollo profesional y la calidad de su trabajo académico. Tener una formación adecuada como profesional implica algo más que absorber hechos y cifras en un libro de texto (Florentino-Morillo, 2022). Debido a que moldean su toma de decisiones, su conducta ética y su resiliencia frente a los obstáculos profesionales, los valores de los estudiantes son esenciales para su desarrollo integral. Desde un punto de vista holístico y esclarecedor, nuestro objetivo fue establecer la influencia de la moral y los valores éticos en la educación académica. El

propósito del método cuantitativo fue recolectar datos, evaluarlos y cuantificarlos mediante análisis estadístico. Se emplearon métodos de investigación tanto descriptivos como correlacionales para proporcionar una descripción detallada de los fenómenos investigados y determinar la fuerza de cualquier asociación entre las variables. De ello se deduce que la integridad y la dedicación de un profesional universitario a su trabajo se ven reforzadas por la adopción de principios morales y éticos (Trejo, 2024).

Métodos y estrategias para la formación en valores

El proyecto educativo debe construirse desde el currículo, tanto vertical como transversalmente dentro del currículo, y también debe considerar la interacción en función de las dimensiones que se han definido para la actividad educativa, tanto en el ámbito curricular como en el socioeconómico. Este es un requisito en el sector académico. -político y extensionista, para lo cual es necesario tomar en consideración los principios de los procesos de formación que pongan al frente del proceso el crecimiento de los valores de la profesión (Cedeño et al., 2021). El individuo, el grupo o colectivo y lo institucional son los tres ámbitos de contacto que pueden distinguirse en este sentido: a) la persona, b) el grupo o colectivo.

Para realizar una labor educativa en las tres dimensiones y áreas, estos escenarios deben estar acreditados. Se trata de garantizar el cumplimiento de los objetivos educativos en cada etapa del plan de estudios y el tiempo dedicado a la educación en el trabajo. También es crear un ambiente donde haya una mayor interacción basada en la realidad, los ejemplos, las experiencias y los valores asociados a la profesión. Para la formación en valores, son requisitos previos que se deben cumplir: a) Conocer al estudiante, incluyendo su personalidad, actitudes y logros. c) Definir e implementar un modelo educativo que enmarque el proyecto de formación en los valores pretendidos y compartidos; (b) Conocer el contexto en el que se crea desde el punto de vista ambiental; (c) Conocer las posibilidades de crear y alterar ese entorno; y (d) Conocer las posibilidades de crear y modificar ese entorno. Además, la trascendencia de su

finalidad social es que aborda la formación en valores de todas las figuras y procesos formativos, incluyendo la preparación, la formación y la formación en servicios, la formación y la superación. Una de las ventajas que ofrecen las instituciones de educación superior es la provisión de entornos educativos en los que la educación se lleva a cabo en el lugar de trabajo (Cañon-Salinas & Villarreal-Ángeles, 2022). Para elaborar un modelo profesional que incorpore el plan de estudios y los proyectos educativos de manera acorde con las exigencias del mercado, se hace necesario que las voluntades colaboren en este empeño.

Al profundizar en los componentes centrales del sistema de contenido de cada disciplina y materia, podemos lograr los objetivos antes mencionados. En cuanto a las competencias fundamentales que los estudiantes deben adquirir, están recogidas en el programa disciplinar principal integrador de la carrera. Para cada materia, estas habilidades cubren invariantes funcionales que ayudan con la planificación de acciones, la ejecución, el control y la gestión de procedimientos específicos, la investigación de la integridad, la veracidad de la información y la educación sobre procedimientos regulados. (b) El sistema de valores fundamentales al que rinde homenaje la carrera: la materia correspondiente a cada disciplina debe contribuir a desarrollar los valores que el egresado debe tener y compartir, como la profesionalidad y la responsabilidad, la honestidad, la humildad, el desinterés, la iniciativa y la creatividad. El graduado también debe tener un fuerte compromiso político y social, demostrado a través de la lealtad, la devoción y el sacrificio revolucionarios (Frondizi et al., 2019). También deberían poder liderar a los demás y ser críticos consigo mismos, y deberían adquirir las habilidades necesarias para aplicar los conocimientos en cuestión. (c) Un marco de conocimientos fundamentales: se construye de acuerdo con las metas y resúmenes temáticos establecidos en el Plan Temático.

Dimensiones de la formación en Valores

Según Palomeque-López & Hernández-Romero, (2021) se propone las siguientes dimensiones:

Honestidad: Actúe y diga siempre la verdad; esto puede definirse como la reverencia sencilla por la verdad en relación con las cosas, las personas y el mundo en general.

Respeto: Respetar a cada persona tanto como lo requiera su valor inherente como ser humano. Atender sus necesidades con rapidez, cortesía y con el tipo de atención que las personas merecen.

Compromiso: Prestar mucha atención a las tareas y responsabilidades que he asumido y hacer lo mejor que puedo para alcanzar las metas que me he propuesto.

Tolerancia: Poseer la mentalidad y destreza para oír a los otros sin intentar imponer sus propios enfoques o emociones a los demás.

Perseverancia: una mentalidad que está decidida a lograr una meta que se me ofrece y que me traerá un bien mayor.

Emprendimiento

Según González-Tejerina & Vieira (2021) el emprendedor es el individuo que compra equipos a tarifas determinadas y los entrelaza con precisión para crear un servicio o producto fresco. Es un maestro de la anticipación, el liderazgo, la comunicación y la valoración de planes que optimiza los recursos para alcanzar el máximo rendimiento. También, de acuerdo con Jurado-Paz, (2022) señala que un emprendedor debe ser un individuo actualizado, flexible y estar alerta a los cambios que surjan en el entorno, de esta manera sostener su competitividad empresarial tanto interna como externa.

Capacidad Emprendedora

Según lo establecido por Hernández-Saltos & Rodríguez-Loor, (2022) son las destrezas, la mente y el fervor de un ser humano para erigir en el porvenir una empresa.

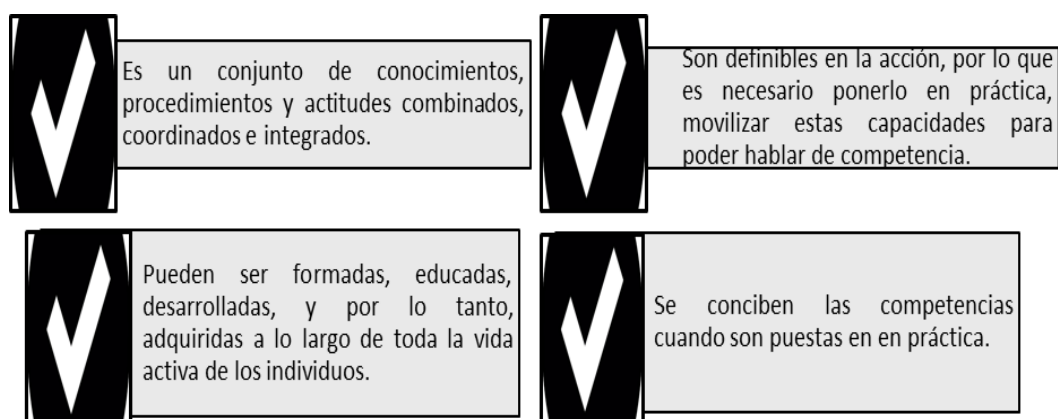
Requiere la habilidad de sortear obstáculos que se extienden por todo el sendero para mantener la compañía en la cúspide de la innovación. También, Do-*Nguyen & Nguyen*, (2023) Es el grupo de cualidades de un individuo para aprovechar las ventanas de los mercados, orquestar todas las etapas de formación de un organismo y edificarlo para la perpetua caza de ganancias. Además, *Diapepin et al.*, (2024) señalan que algunos rasgos característicos de una persona que posee la capacidad emprendedora es que constantemente desea lograr sus objetivos, son independientes, creativos, innovadores, independientes, afrontan riesgos y es determinador. Por otro lado, *González-Tejerina & Vieira* (2021) señalan que la habilidad emprendedora se materializa en un plan de vida lleno de innovaciones para que se materialice lo antes posible. De esta manera, la humanidad concibe planes ingeniosos, los ejecuta y esculpe en el lienzo ideal para su perpetuidad.

Características

Albornoz-Arias et al., (2021) identifican características fundamentales que subyacen al concepto de competencia, que en la siguiente figura se presenta:

Figura 1.

Características de la competencia



Fuente: (*Albornoz-Arias et al.*, 2021)

Para resumir las características de las habilidades, es posible observar que corresponden tanto a atributos individuales como a procesos o conocimientos que pueden definirse en la acción. Por su parte, Albornoz-Arias et al., (2021) demuestran las cualidades intrínsecas de la competencia en el gráfico siguiente. En esta figura destaca un componente esencial: es una forma de educación. El aspecto dinámico de las competencias se muestra en este rasgo, que está íntimamente relacionado con la experiencia. Además, esta característica indica que las competencias se pueden educar y desarrollar mediante un arrastre perpetuo a lo largo de la existencia.

El proceso emprendedor

Según Islas-Moreno, (2021), el proceso de convertirse en emprendedor comienza cuando una persona adquiere las habilidades necesarias para ser investigador e identificar que existen oportunidades que le resultan atractivas. Esto se ilustra en la Figura 2.

Figura 2.

El proceso emprendedor



Fuente: Islas-Moreno, (2021).

A través de una lectura precisa del entorno, podremos identificar no sólo los emprendimientos que se han intentado ejecutar (potenciales rivales y reemplazos), sino

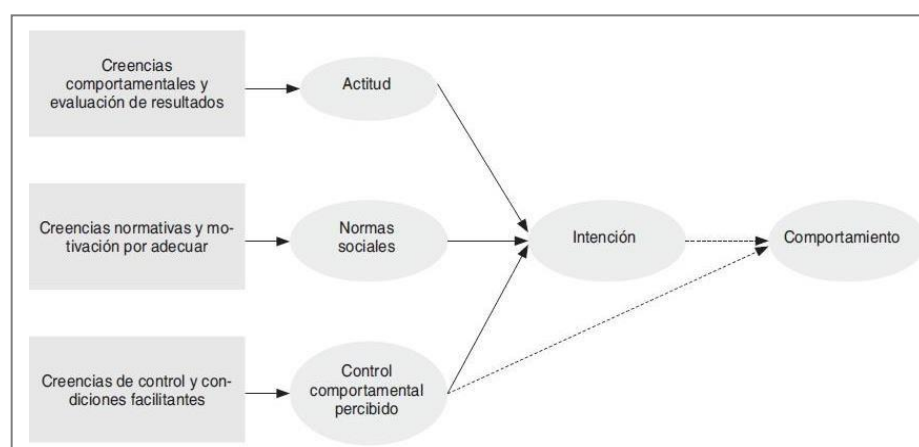
también los éxitos y fracasos ocurridos. Además, esta lectura nos permitirá identificar las necesidades y posibilidades que están presentes en el tejido empresarial local.

Modelos del emprendimiento

Modelo del comportamiento planificado: Valencia-Arias et al., (2023) sugieren que, para desentrañar las habilidades de emprendimiento de las personas, es crucial explorar los motivos que los impulsan y su origen de motivación. Así, un cimiento fundamental son las convicciones que dicta la sociedad, ya sean reglas, regulaciones o conductas, transformando la intención en una acción. En el ámbito empresarial, la meta se manifiesta como un fervoroso anhelo de erigir una compañía que se sustentará en las convicciones del ser y el entorno, involucrando tanto a la persona como al entorno. A continuación, observamos el esquema en la siguiente ilustración:

Figura 3.

Modelo del comportamiento planificado



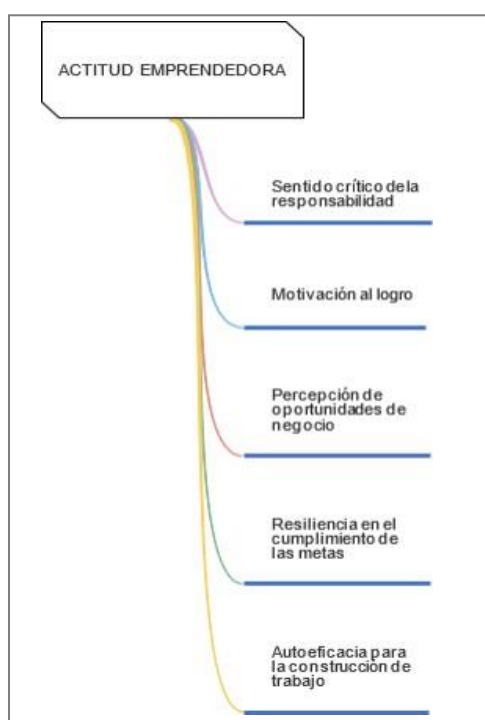
Fuente: Valencia-Arias et al., (2023)

Modelo sistémico: El modelo desarrollado por Ordoñez-Abril et al., (2021) Consideran que las acciones del emprendimiento se tejen con una sinfonía de características únicas de cada

persona, como su capacidad de discernir, su orientación hacia la consecución de objetivos, su conocimiento de las oportunidades del mercado que pueden convertirse en negocios lucrativos, su capacidad de resiliencia y su autosuficiencia. Ahora, se presenta lo siguiente:

Figura 4.

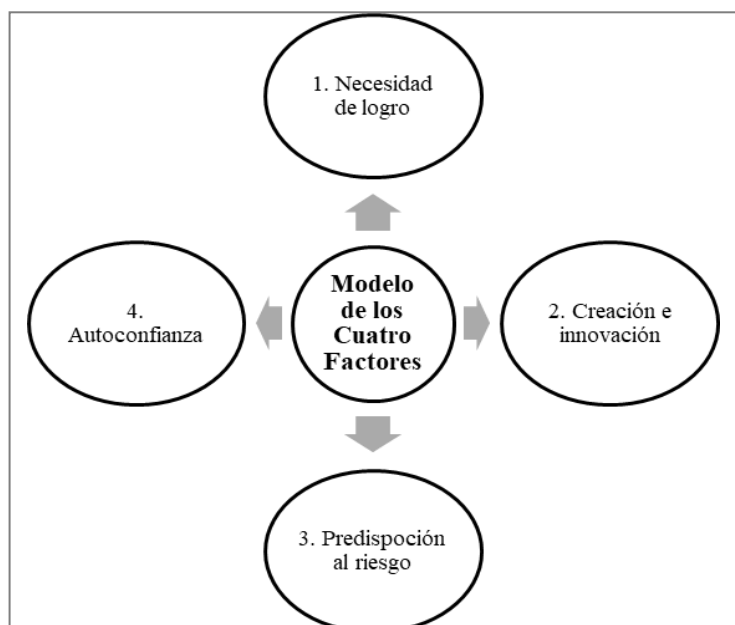
Modelo sistémico



Fuente: (Ordoñez-Abril et al., (2021)

Dimensiones del emprendimiento

El presente estudio se basó en el Modelo de Cuatro Factores "Orientación a la Actitud Emprendedora" que fue desarrollado por Valenzuela-Keller et al., (2022). Los parámetros de esta escala se muestran en la figura 5.

Figura 5.*Modelo de los cuatro factores*

Fuente: Laguía et al., (2017)

1. Necesidad de logro:

En relación a la incesante persecución de los objetivos personales en el ámbito empresarial, así como la capacidad de encarnar a un equipo, la autoconfianza y la autoestima. Por lo cual la persona indaga los posibles riesgos para poder afrontarlos y aprender día a día (Laguía et al., 2017).

a. Liderazgo: Es el dominio que un ser humano ejerce sobre otro con el fin de guiarlos hacia una meta compartida. Además, es una competencia clave de los emprendedores para que direccionen al talento humano que va laborar en su negocio para generar su compromiso para el cumplimiento de los fines de la empresa (Valenzuela-Keller et al., 2022).

b. Analizar logros futuros: referida a que el emprendedor genera e identifica las oportunidades del mercado que han pasado desapercibidas por otros (Durán y Arias, 2016).

c. Trabajo en equipo: Es el arte de forjar alianzas benéficas con un grupo de personas y fusionarse con expertos de diversas disciplinas para alcanzar metas empresariales a corto plazo, mediano plazo y largo plazo (Escobedo de la Cruz & Jimenez-Regil, 2022).

2. Creación e Innovación:

Mojica et al., (2021) sostienen que el reto del emprendedor radica en encontrar un rasgo distintivo en cada producto y/o servicio brindado. Asimismo, es una metamorfosis sincronizada con la evolución digital y tecnológica, permitiendo que el negocio perdure a lo largo de los años.

a. Curiosidad por lo novedoso: significa que el individuo se realiza cuestionamientos respecto a los últimos cambios que surgen en su entorno para la búsqueda de oportunidades de negocio (Laguía et al., 2017).

b. Ideas innovadoras: Proceso mediante el cual el ser humano ofrece y sugiere opciones que sean únicas, singulares, complicadas de replicar y de excelencia en comparación con otras.

c. Generadora de cambios: Es la actitud del ser humano de ser ágil y acomodarse con destreza a las transformaciones del entorno para el beneficio de su empresa.

3. Predisposición de riesgo:

Escobedo de la Cruz & Jimenez-Regil, (2022) destaca que es la habilidad de una persona o un colectivo para aceptar una pérdida cuando invierte en un emprendimiento. En el ámbito empresarial, se enfrenta a un torbellino de dudas al aventurarse en un nuevo ámbito, expandirse a nuevos mercados, incorporar novedosos productos, contratar a un nuevo equipo, entre otros, con el propósito de obtener algún beneficio.

a. Arriesgarse por independencia: referida a que el individuo se arriesga a asumir riesgos para no depender de otros (Mojica et al., (2021).

b. Arriesgarse para progresar: Es la habilidad del ser humano para descubrir nuevas rutas que conduzcan a un beneficio superior.

c. Arriesgarse para aprender: Es la habilidad del individuo para aceptar los fracasos en la travesía de destinar un dinero a un emprendimiento y, más adelante, empleará la cautela para evaluar los peligros de sus elecciones.

4. Autoconfianza:

Sánchez-García et al., (2023) sostienen que la capacidad de convencer a un emprendedor para alcanzar sus metas con optimismo es un escudo que le ofrece seguridad.

a. Autoestima, Asociada a un sentido de aceptación de las habilidades, virtudes y limitaciones individuales, lo que le brinda la capacidad de aventurarse con confianza en un emprendimiento.

b. Toma decisiones con facilidad: relacionada con la perspectiva individual para detectar, desentrañar y valorar posibles proyectos empresariales para su eventual puesta en marcha.

c. Seguridad: La habilidad de un individuo de decidir con fe para trazar objetivos que luego se materializan.

2.3 Definición de términos básicos

a) Actitud emprendedora

Es la mentalidad de un individuo de afrontar todo el proceso para crear un negocio y estar predisposto a afrontar con resiliencia todos los retos que implican y sostenerla a través del tiempo (Rensoli et al., 2020).

b) Autoconfianza

Es la competencia de convencimiento que posee un emprendedor de lograr sus propósitos empresariales con una actitud positiva, es un arma que le brinda seguridad (Calle, 2020).

c) Competencias de emprendimiento

Es el conjunto de actitudes y habilidades de un individuo para el aprovechamiento de las oportunidades del mercado, planificar todo el proceso de creación de un ente y fundarlo para la búsqueda constante de beneficios (Samsó, 2020).

d) Conocimientos

Es importante que el emprendedor posea los fundamentos básicos para plasmar su idea de negocio, pueden ser con nociones académicas impartidas en un centro de formación o con la experiencia a través de los años (De Vicuña, 2020)

e) Creación e Innovación

Es la competencia del emprendedor de buscar un valor agregado diferenciador del producto y/o servicio ofertado (Chávez, 2020)

f) Educación en valores

Desde el momento de la concepción hasta la vejez, la personalidad de una persona está moldeada por un proceso sistémico, multidimensional, deliberado e integrado que asegura su creación y crecimiento consciente en todos los niveles (personal, social, vertical y horizontal) (Rensoli et al., 2020).

g) Ética

Es un análisis de la moralidad desde una perspectiva filosófica, analítica y lógica. Asumir que existen algunos principios que se aplican a todas las acciones humanas (Chávez, 2020).

h) Intereses y motivaciones

Son las razones o fundamentos por el cual el individuo decide formalizar un negocio (Kirberg, 2022).

i) Moral

El código moral de una sociedad o comunidad humana es el conjunto de reglas mediante las cuales sus miembros determinan si las acciones de un individuo son buenas o malas. Como una especie de conciencia social, constituyen las normas que las personas deben respetar en la sociedad (Naranjo-Vaca et al., 2020).

j) Moral profesional

Esencialmente, son los deberes y responsabilidades que conlleva el trabajo de una persona en la sociedad (Rensoli et al., 2020).

k) Necesidad de logro

Es la búsqueda constante de concretar los propósitos de cada individuo en los negocios, de la misma manera lograr representar a un equipo de trabajo, la autorrealización y autoestima (De Vicuña, 2020).

l) Predisposición de riesgo

Es la capacidad que posee un individuo o un grupo de personas para asumir algún tipo de pérdida frente a la inversión en algún tipo de emprendimiento (Kirberg, 2022).

Principios: Estos son los estándares de comportamiento que un individuo ha internalizado y utiliza para dirigir su comportamiento (Samsó, 2020).

m) Valor

Lo que hace que una acción sea buena y digna de elogio es su naturaleza moral inherente, según la teoría moral. Lo que queremos decir cuando decimos que las cosas, acciones e ideas tienen un significado positivo dentro del contexto de las conexiones sociales es que reflejan la actividad humana y sus resultados de una manera que está en consonancia con los intereses y necesidades de los individuos, grupos o la sociedad. En general (Naranjo-Vaca et al., 2020).

CAPÍTULO III

3. Diseño metodológico

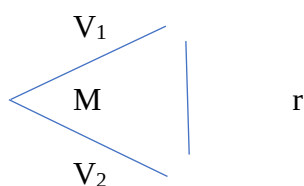
3.1 Tipo de investigación

El enfoque de la investigación fue fundamental, ya que se centra en profundizar en los conceptos y fenómenos esenciales sin buscar una aplicación inmediata. La investigación pura, ya sea fundamental o sustantiva, recibe el título de pura debido a que su chispa no es la aplicación, sino la insaciable curiosidad y el enorme deleite de descubrir saberes inéditos.

(Ñaupas et al., 2018).

3.2. Diseño de la investigación

La presente investigación es de tipo no experimental y transversal. Es decir, que la recolección de datos se llevará a cabo en un momento determinado y sin manipular ninguna de las variables del objeto de estudio (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). En este estudio, se explora la conexión entre la instrucción en valores y el emprendimiento, siguiendo el siguiente esquema:



Donde:

M: Muestra de investigación

V_1, V_2 : Observación de las variables

r : Relación entre variables

3.3 Población y muestra de la investigación

3.3.1 Población.

La población estuvo compuesta por estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez De Mayolo – Huaraz, hasta el mes de octubre 2024 obteniendo un total de 40 estudiantes matriculados y asistentes en el sistema, información brindada por el Área de Registro académico – ISAM Huaraz.

El criterio de inclusión: Los estudiantes interesados en sumergirse en el estudio, así como aquellos que participaron en la encuesta.

3.3.2 Muestra.

Se utilizó una muestra censal, porque se utilizó toda la población y estuvo conformada por estudiantes hasta el mes de octubre 2024 obteniendo un total de 40 estudiantes matriculados y asistentes en el sistema, información brindada por el Área de Registro académico – ISAM Huaraz.

3.4. Técnicas para la recolección de datos

Se empleó la técnica de la encuesta como método exploratorio y se empleó como herramienta de evaluación el cuestionario como herramienta de medición.

3.4.1. Descripción de los instrumentos.

Se utilizó en el estudio la técnica de la encuesta. El cuestionario, es un conjunto de preguntas relativas a una variable que deben medirse y que utiliza preguntas de tipo Likert, se utilizará para recoger los datos necesarios para crear el indicador. Los índices de las variables se emplearán para moldear las interrogantes que se plantearon.

Para la variable formación en valores, se trabajará en base al trabajo de Palomeque-López & Hernández-Romero, (2021) consta de cinco dimensiones y 14 ítems, y para medir el emprendimiento se utilizó el cuestionario propuesto por Laguía et al., (2017) consta de cuatro dimensiones y 12 ítems.

3.4.2. Validez y confiabilidad de los instrumentos.

Validez: Se refiere al grado en que un artefacto capta lo que verdaderamente desea capturar. La validez se distingue por su contenido, su estructura y su criterio. Cada tipo de validez proporciona diferentes evidencias sobre la exactitud con la que el artefacto captura la idea que se pretende evaluar. La fiabilidad, en cambio, se refiere a la exactitud de los hallazgos alcanzados con el instrumento. Un instrumento es fiable si logra resultados idénticos en diversas ocasiones y bajo diferentes condiciones, siempre y cuando las variables que se están midiendo no hayan cambiado. La confiabilidad se puede evaluar mediante diversos métodos, como la prueba-reprueba, la consistencia interna y la equivalencia de formas paralelas.

La validación del instrumento lo realizaron (3) expertos en la materia, la validez de un instrumento es la medida en que proporciona mediciones fiables de las variables de interés (Mendez-Alvarez, 2020). El estudio fue avalado por tres eruditos, con vasta experiencia y renombre en el ámbito profesional.

Tabla 3.*Validez por juicio de expertos del instrumento.*

Nº	Nombre del experto	Claridad	Congruencia
1	Dr. Edwin Hernan Ramirez Asis	Correcto	Correcto
2	Dra. Rosario Mercedes Huerta Soto	Correcto	Correcto
3	Mag. William Rene Dextre Martinez	Correcto	Correcto

Fuente: Elaboración propia**Confiabilidad:**

Para asegurar la fiabilidad del instrumento, se realizó una prueba piloto con 10 participantes, conforme a la muestra seleccionada, utilizando un cuestionario de 26 preguntas, a un nivel de confiabilidad de 95.0% ($z = 1.96$).

confiabilidad son dos características fundamentales en la evaluación de cualquier instrumento de medición.

Tabla 4.*Estadística de fiabilidad.*

Variables	α de Cronbach	Nº elementos
Formación en valores	0.804	14
Emprendimiento	0.837	12

Fuente: Elaboración propia

3.4.3 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos.

Se utilizó el análisis estadístico para dar sentido a los datos, con estadísticas descriptivas para cada variable y una distribución de frecuencias representada gráficamente. Los datos recogidos se analizarán utilizando el esquema de codificación predeterminado. Se utilizará SPSS v.29 para crear una base de datos específica para las mediciones, en la que se almacenarán los datos. En este software se mostró los porcentajes basados en las ocurrencias de las variables. Los porcentajes recogidos permitieron elaborar fácilmente gráficos para todas las variables establecidas para la contribución de este estudio. Del análisis de los datos se derivarán conclusiones y sugerencias.

CAPÍTULO IV

4. Presentación de resultados

4.1. Presentación e interpretación de resultados en tablas y figuras

4.1.1. Resultados descriptivos por variables y dimensiones.

Tabla 5.

Características de los estudiantes

Variable	Descripción	Frecuencia	%
Genero	Femenino	29	72.5
	Masculino	11	27.5
	Total	40	100.0
Procedencia	Callejón de Huaylas	1	2.5
	Callejón de Conchucos	6	15.0
	Huaraz	32	80.0
	Casma	1	2.5
	Total	40	100.0
Edad	<= 20	21	52.5
	21 – 22	8	20.0
	23+	11	27.5
	Total	40	100.0

La tabla 5, muestra que el 72.5% de los estudiantes son de sexo femenino, el 80,0% son de procedencia de la provincia de Huaraz y el 52,5% son menores de 20 años.

• FORMACION EN VALORES

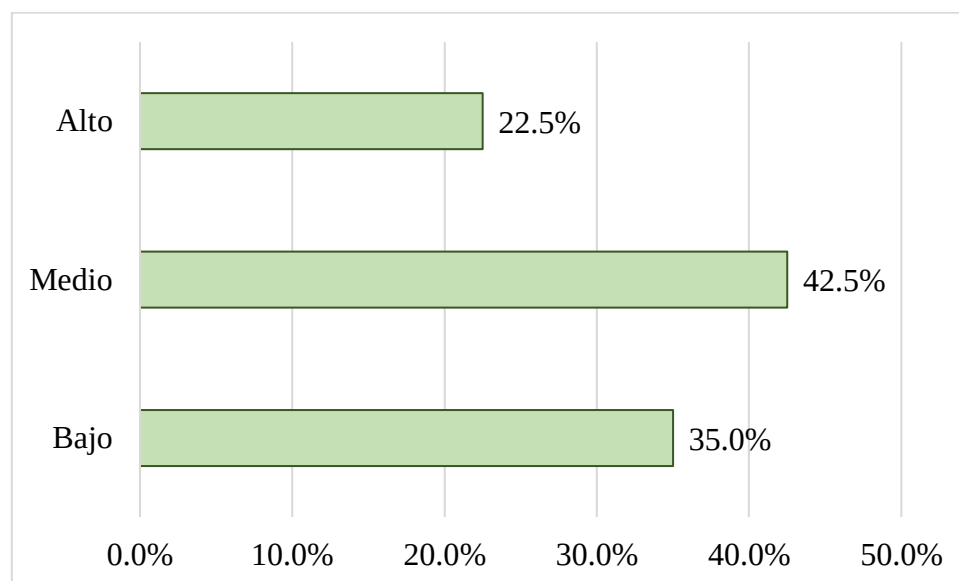
Tabla 6.

Niveles de Formación en valores

Niveles	Frecuencia	%	% acumulado
Alto	9	22.5	22.5
Medio	17	42.5	65.0
Bajo	14	35.0	100.0
Total	40	100.0	

Figura 6.

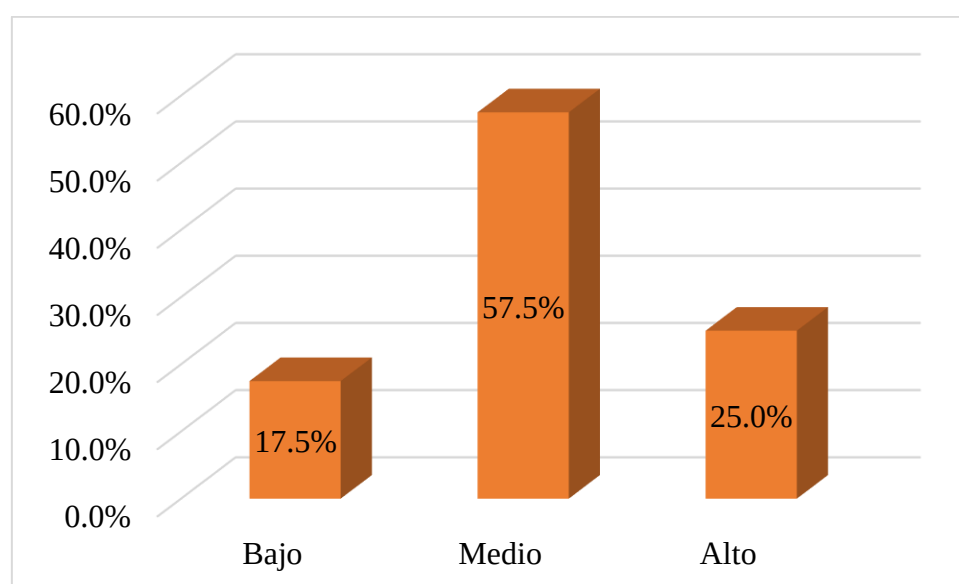
Niveles de Formación en valores.



La figura 6 revela que el 42.5% de los alumnos percibe una Formación en valores moderada, mientras que el 22.5% percibe una Formación en valores elevada.

Tabla 7.*Niveles de Honestidad*

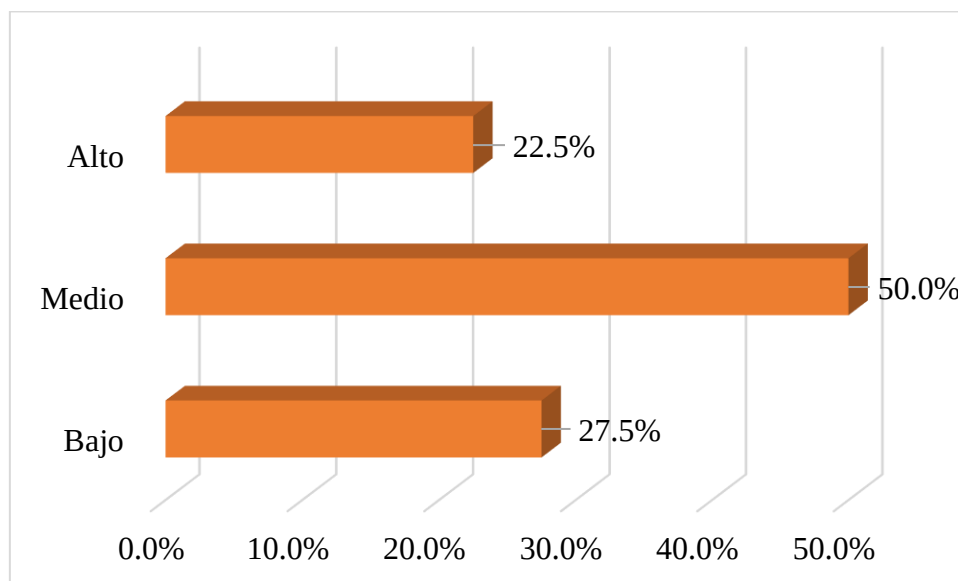
Niveles	Frecuencia	%	% acumulado
Alto	10	25.0	25.0
Medio	23	57.5	82.5
Bajo	7	17.5	100.0
Total	40	100.0	

Figura 7.*Niveles de Honestidad.*

El 57.5% de los alumnos percibe una honestidad moderada entre sus colegas, mientras que un 17.5% percibe una honestidad elevada.

Tabla 8.*Niveles de Respeto*

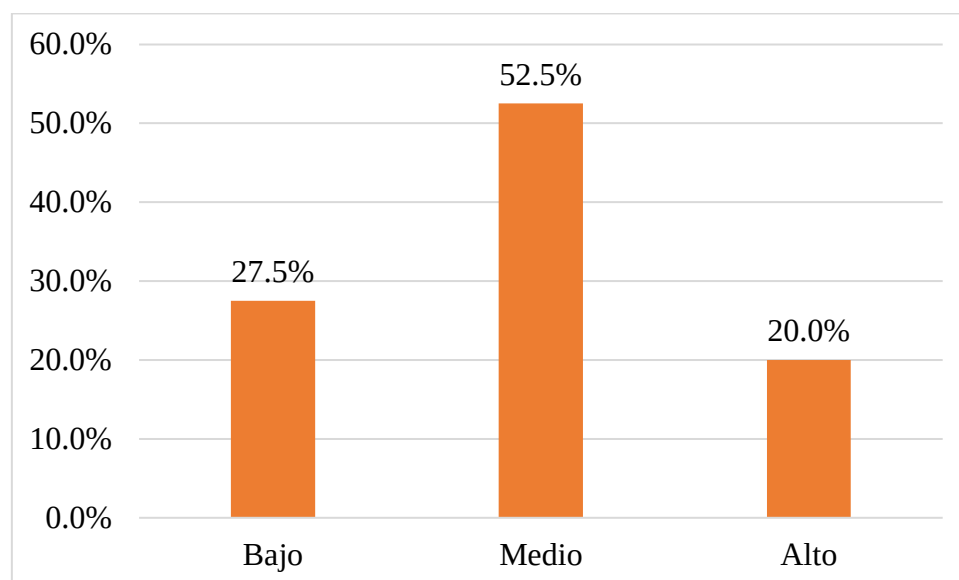
Niveles	Frecuencia	%	% acumulado
Alto	9	22.5	22.5
Medio	20	50.0	72.5
Bajo	11	27.5	100.0
Total	40	100.0	

Figura 8.*Niveles de Respeto.*

La figura 8 revela que un 50.0% de los alumnos percibe un Respeto moderado entre sus colegas, mientras que un 22.5% percibe un Respeto elevado.

Tabla 9.*Niveles de Compromiso*

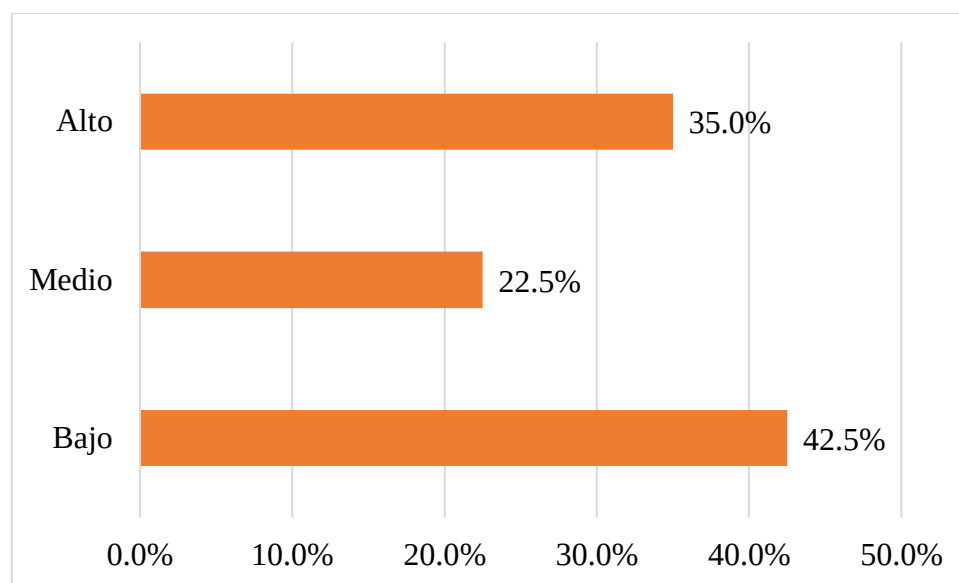
Niveles	Frecuencia	%	% acumulado
Alto	8	20.0	20.0
Medio	21	52.5	72.5
Bajo	11	27.5	100.0
Total	40	100.0	

Figura 9.*Niveles de Compromiso.*

La figura 9 revela que un 52.5% de los alumnos percibe un compromiso moderado entre sus colegas, mientras que un 20.0% percibe un compromiso elevado.

Tabla 10.*Niveles de Tolerancia.*

Niveles	Frecuencia	%	% acumulado
Alto	14	35.0	35.0
Medio	9	22.5	57.5
Bajo	17	42.5	100.0
Total	40	100.0	

Figura 10.*Niveles de Tolerancia.*

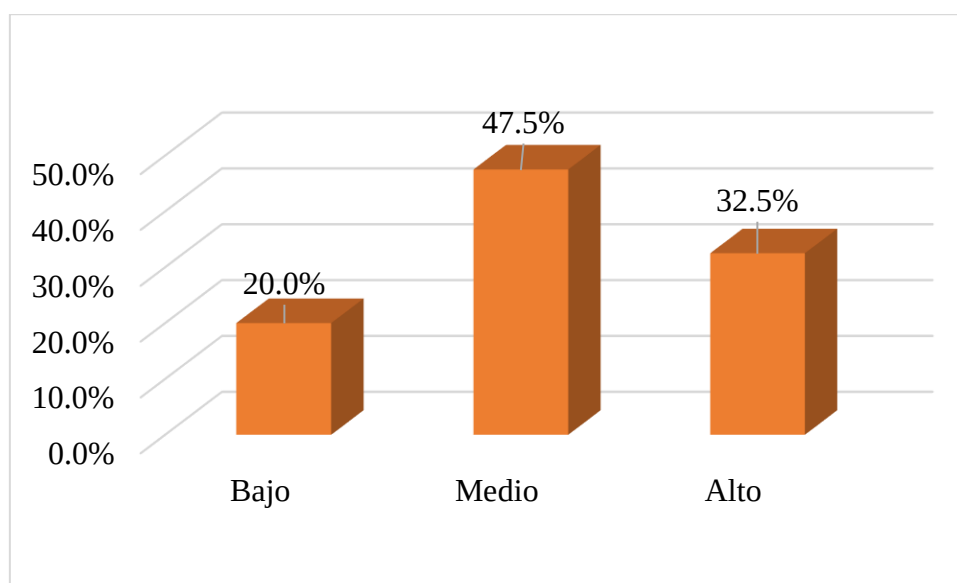
La figura 10 revela que un 42.5% de los alumnos percibe una tolerancia moderada entre sus colegas, mientras que un 22.5% percibe una tolerancia intermedia.

Tabla 11.*Niveles de Perseverancia.*

Niveles	Frecuencia	%	% acumulado
Alto	13	32.5	32.5
Medio	19	47.5	80.0
Bajo	8	20.0	100.0
Total	40	100.0	

Figura 11.

Niveles de Perseverancia.

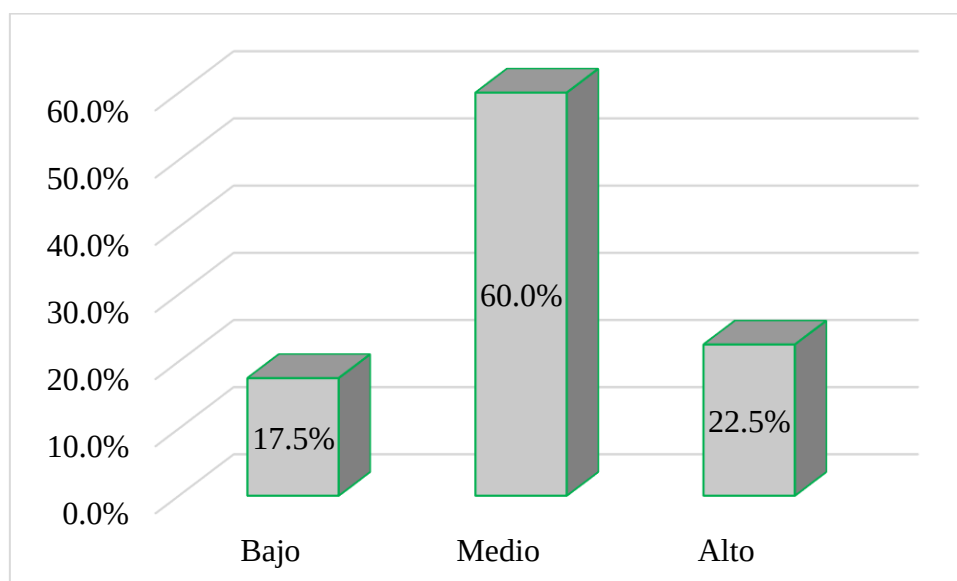


La figura 11 revela que un 47.5% de los alumnos percibe una Perseverancia moderada entre sus colegas, mientras que un 20.0% percibe una Perseverancia moderada.

- **EMPRENDIMEINTO**

Tabla 12.*Niveles de Emprendimiento.*

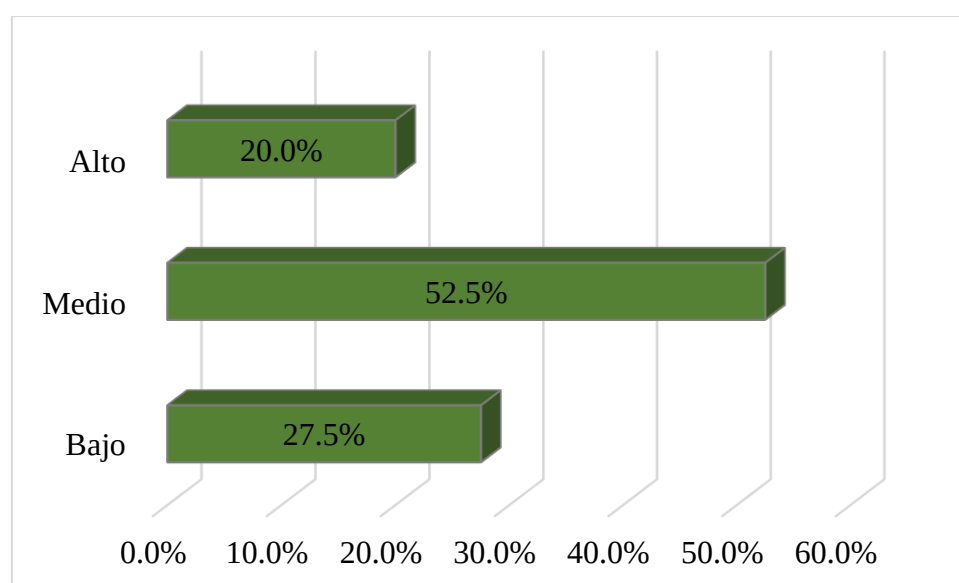
Niveles	Frecuencia	%	% acumulado
Alto	9	22.5	22.5
Medio	24	60.0	82.5
Bajo	7	17.5	100.0
Total	40	100.0	

Figura 12.*Niveles de Emprendimiento.*

De la figura 12, se observa que el 60.0% de los estudiantes consideran un nivel medio de Emprendimiento, mientras que el 17.5% de los mismos consideran como bajo el nivel de Emprendimiento.

Tabla 13.*Niveles de Necesidad de logro.*

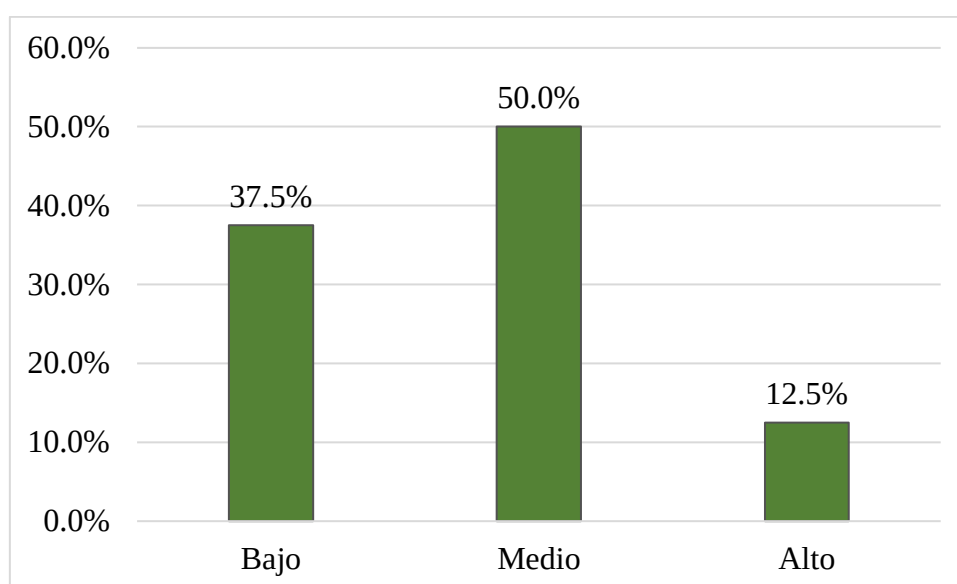
Niveles	Frecuencia	%	% acumulado
Alto	8	20.0	20.0
Medio	21	52.5	72.5
Bajo	11	27.5	100.0
Total	40	100.0	

Figura 13.*Niveles de Necesidad de logro.*

La figura 13 revela que un 52.5% de los alumnos percibe una Necesidad de logro moderada, mientras que un 20.0% percibe una Necesidad de logro elevada.

Tabla 14.*Niveles de Creación e Innovación.*

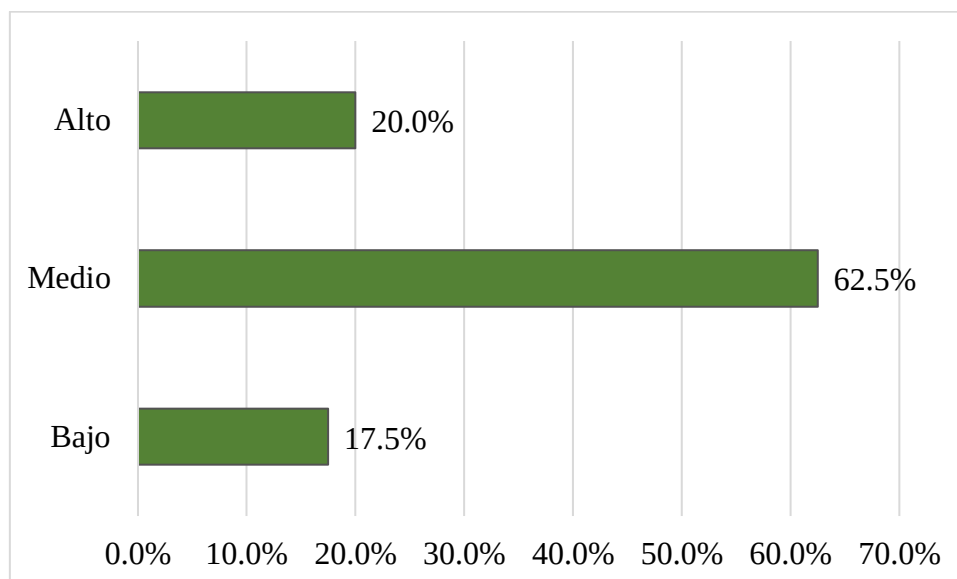
Niveles	Frecuencia	%	% acumulado
Alto	5	12.5	12.5
Medio	20	50.0	72.5
Bajo	15	37.5	100.0
Total	40	100.0	

Figura 14.*Niveles de Creación e Innovación.*

La figura 14 revela que un 50.0% de los alumnos percibe una Creación e Innovación moderada, mientras que un 12.5% percibe una Creación e Innovación elevada.

Tabla 15.*Niveles de Predisposición de riesgo.*

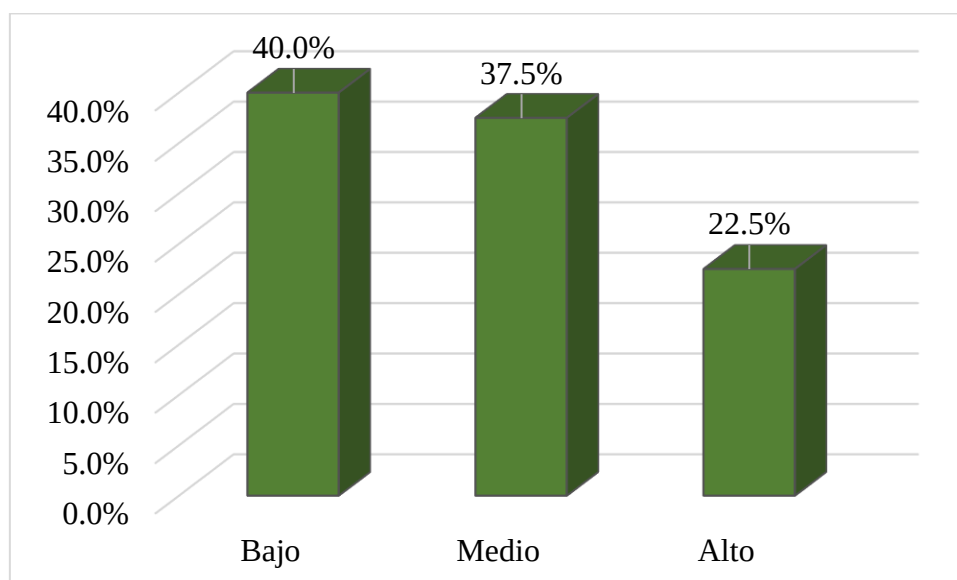
Niveles	Frecuencia	%	% acumulado
Alto	8	20.0	20.0
Medio	25	62.5	82.5
Bajo	7	17.5	100.0
Total	40	100.0	

Figura 15.*Niveles de Predisposición de riesgo.*

La figura 15 revela que un 62.5% de los alumnos percibe una predisposición moderada al riesgo, mientras que un 17.5% percibe una predisposición baja al riesgo.

Tabla 16.*Niveles de Autoconfianza.*

Niveles	Frecuencia	%	% acumulado
Alto	9	22.5	22.5
Medio	15	37.5	60.0
Bajo	16	40.0	100.0
Total	40	100.0	

Figura 16.*Niveles de Autoconfianza.*

La figura 16 revela que un 40.0% de los alumnos percibe una Autoconfianza moderada, mientras que un 22.5% percibe una Autoconfianza robusta.

4.1.2. Tablas cruzadas por variables y dimensiones.

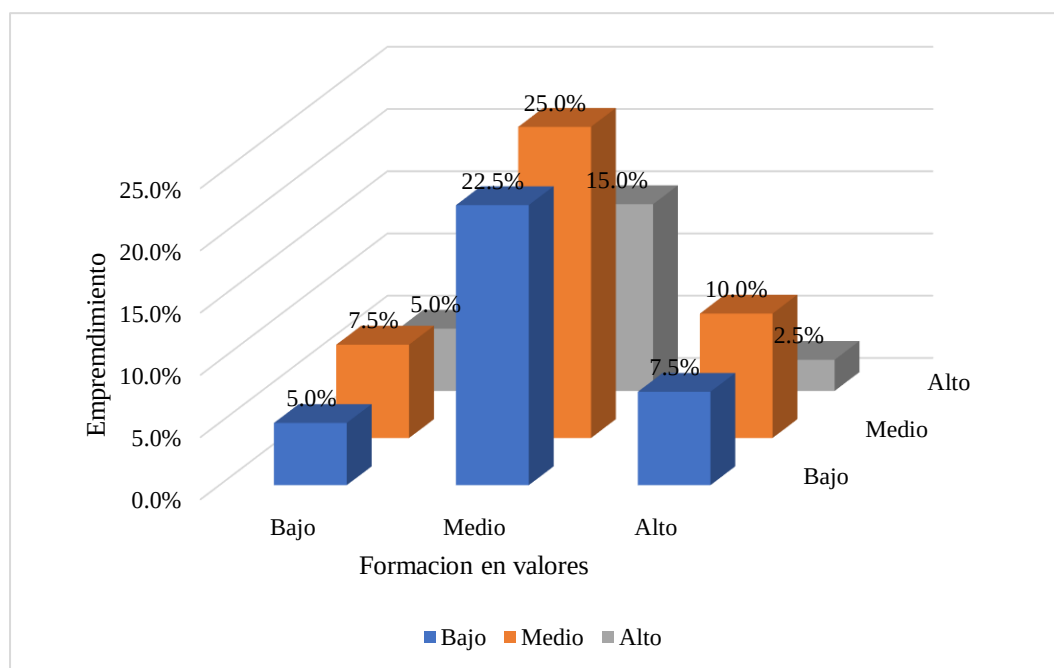
Tabla 17.

Formación en valores & Emprendimiento.

Formación en valores		Emprendimiento			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Bajo	Recuento	2	9	3	14
	%	5.0%	22.5%	7.5%	35.0%
Medio	Recuento	3	10	4	17
	%	7.5%	25.0%	10.0%	42.5%
Alto	Recuento	2	6	1	9
	%	5.0%	15.0%	2.5%	22.5%
Total	Recuento	7	25	8	40
	%	17.5%	62.5%	20.0%	100.0%

Figura 17.

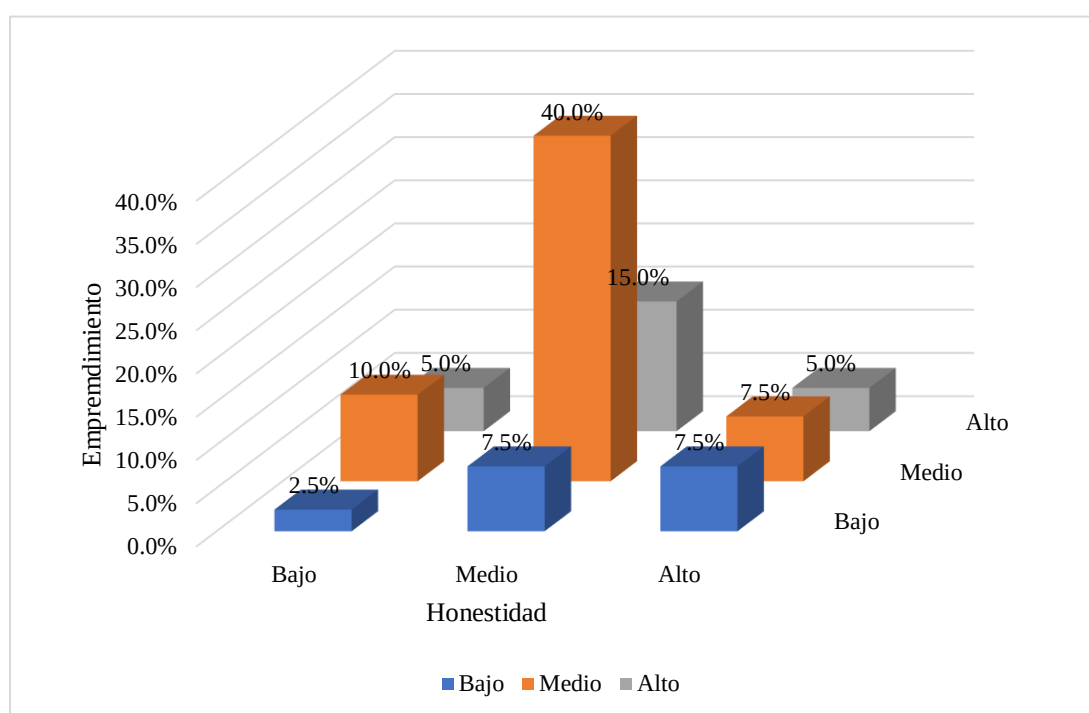
Formación en valores & Emprendimiento.



La tabla 17 muestra que la mayoría de los encuestados con formación en valores tienen un nivel medio de emprendimiento, representando el 42.5% del total. Sin embargo, solo el 7.5% de los encuestados con alta formación en valores se clasifican como emprendedores altos, lo que sugiere que, aunque la formación en valores es importante, no necesariamente se traduce en un alto nivel de emprendimiento.

Tabla 18.*Honestidad & Emprendimiento.*

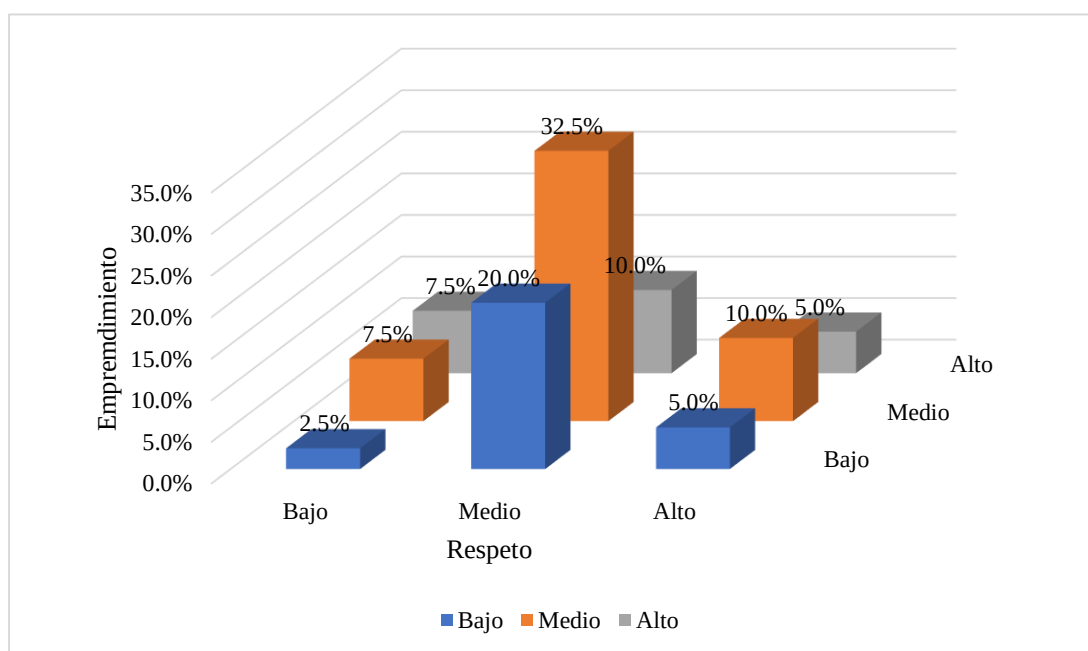
Honestidad		Emprendimiento			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Bajo	Recuento	1	3	3	7
	%	2.5%	7.5%	7.5%	17.5%
Medio	Recuento	4	16	3	23
	%	10.0%	40.0%	7.5%	57.5%
Alto	Recuento	2	6	2	10
	%	5.0%	15.0%	5.0%	25.0%
Total	Recuento	7	25	8	40
	%	17.5%	62.5%	20.0%	100.0%

Figura 18.*Honestidad & Emprendimiento.*

En tabla 18, se observa el 57.5% de los encuestados con un nivel medio de honestidad se consideran emprendedores, lo que indica una fuerte correlación entre la honestidad y el emprendimiento. Sin embargo, solo el 17.5% de los encuestados se clasifican como emprendedores bajos, lo que sugiere que la honestidad puede ser un factor clave para fomentar actitudes emprendedoras.

Tabla 19.*Respeto & Emprendimiento.*

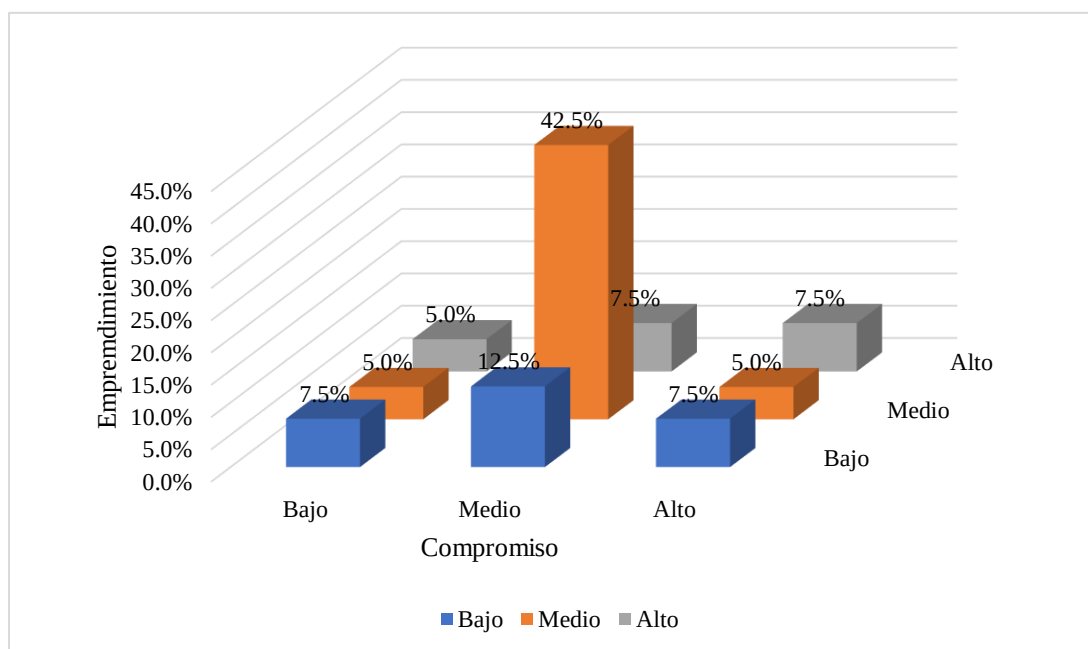
Respeto		Emprendimiento			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Bajo	Recuento	1	8	2	11
	%	2.5%	20.0%	5.0%	27.5%
Medio	Recuento	3	13	4	20
	%	7.5%	32.5%	10.0%	50.0%
Alto	Recuento	3	4	2	9
	%	7.5%	10.0%	5.0%	22.5%
Total	Recuento	7	25	8	40
	%	17.5%	62.5%	20.0%	100.0%

Figura 19.*Respeto & Emprendimiento.*

La tabla 19 muestra el 50% de los encuestados con un nivel medio de respeto se consideran emprendedores, lo que indica que el respeto es un valor significativo en la formación de actitudes emprendedoras. Además, el 27.5% de los encuestados con bajo respeto también se clasifican como emprendedores, lo que sugiere que el respeto puede influir positivamente en el emprendimiento.

Tabla 20.*Compromiso & Emprendimiento.*

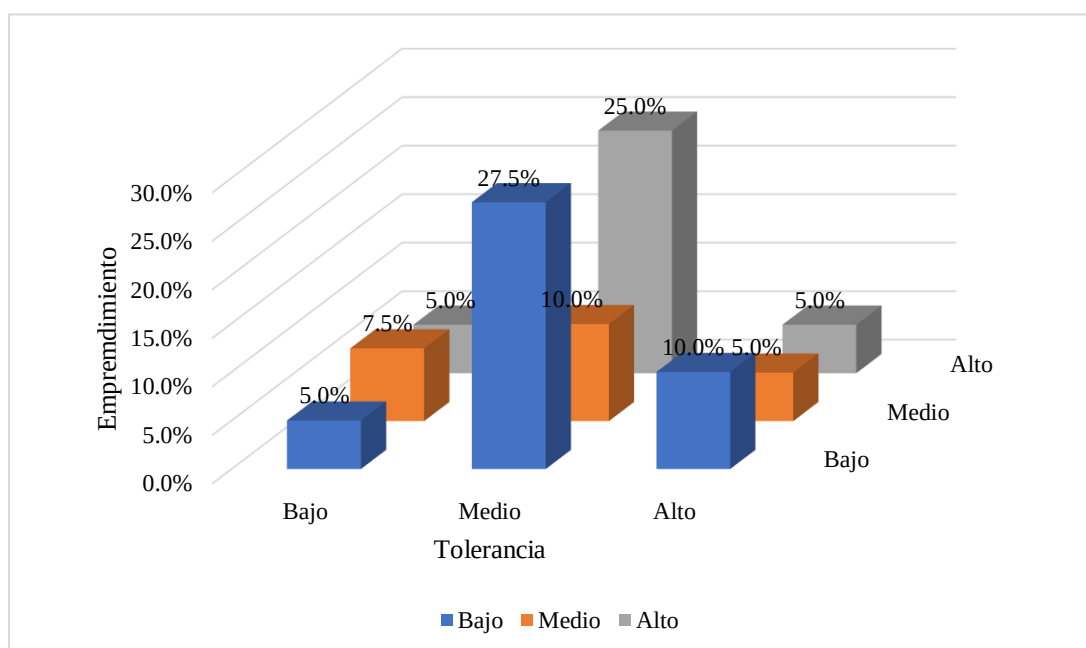
Compromiso		Emprendimiento			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Bajo	Recuento	3	5	3	11
	%	7.5%	12.5%	7.5%	27.5%
Medio	Recuento	2	17	2	21
	%	5.0%	42.5%	5.0%	52.5%
Alto	Recuento	2	3	3	8
	%	5.0%	7.5%	7.5%	20.0%
Total	Recuento	7	25	8	40
	%	17.5%	62.5%	20.0%	100.0%

Figura 20.*Compromiso & Emprendimiento.*

En esta tabla 20, se destaca que el 52.5% de los encuestados con un nivel medio de compromiso se consideran emprendedores, lo que sugiere que el compromiso es un valor fundamental para el emprendimiento. Sin embargo, el 20% de los encuestados con alto compromiso también se clasifican como emprendedores, lo que indica que el compromiso puede ser un factor determinante en el éxito emprendedor.

Tabla 21.*Tolerancia & Emprendimiento.*

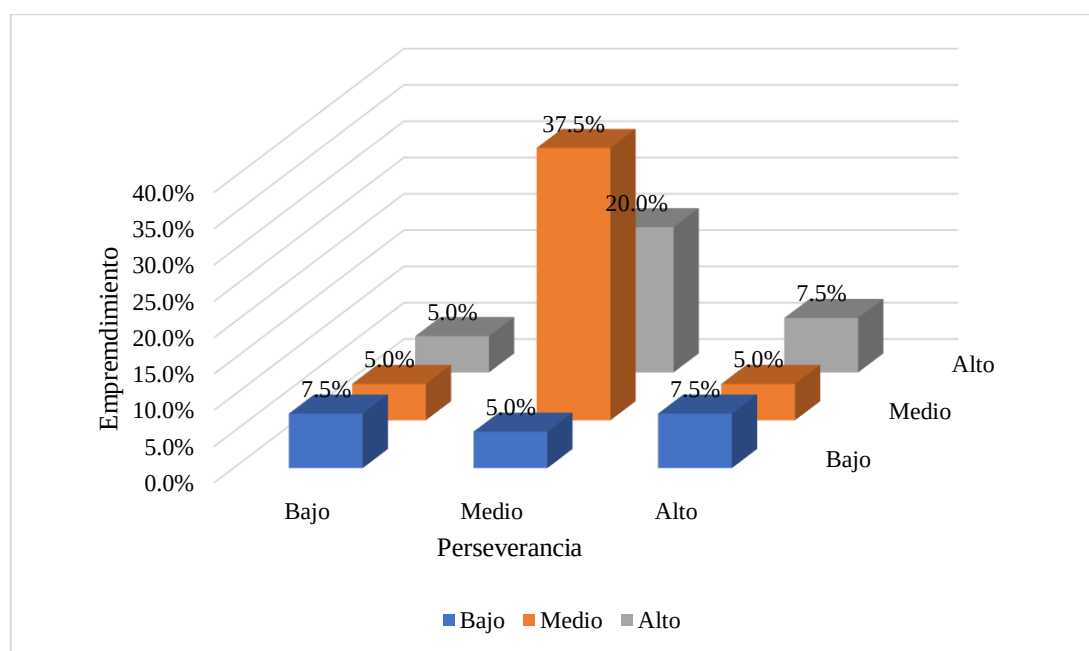
Tolerancia		Emprendimiento			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Bajo	Recuento	2	11	4	17
	%	5.0%	27.5%	10.0%	42.5%
Medio	Recuento	3	4	2	9
	%	7.5%	10.0%	5.0%	22.5%
Alto	Recuento	2	10	2	14
	%	5.0%	25.0%	5.0%	35.0%
Total	Recuento	7	25	8	40
	%	17.5%	62.5%	20.0%	100.0%

Figura 21.*Tolerancia & Emprendimiento.*

La tabla 21 muestra el 42.5% de los encuestados con bajo nivel de tolerancia se consideran emprendedores, lo que sugiere que la tolerancia puede no ser un requisito esencial para el emprendimiento. Sin embargo, el 35% de los encuestados con alto nivel de tolerancia también se clasifican como emprendedores, lo que indica que la tolerancia puede contribuir a un entorno emprendedor más inclusivo y colaborativo.

Tabla 22.*Perseverancia & Emprendimiento.*

Perseverancia		Emprendimiento			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Bajo	Recuento	3	2	3	8
	%	7.5%	5.0%	7.5%	20.0%
Medio	Recuento	2	15	2	19
	%	5.0%	37.5%	5.0%	47.5%
Alto	Recuento	2	8	3	13
	%	5.0%	20.0%	7.5%	32.5%
Total	Recuento	7	25	8	40
	%	17.5%	62.5%	20.0%	100.0%

Figura 22.*Perseverancia & Emprendimiento.*

En esta tabla 22, se observa el 47.5% de los encuestados con un nivel medio de perseverancia se consideran emprendedores, lo que sugiere que la perseverancia es un valor clave en el ámbito del emprendimiento. Además, el 32.5% de los encuestados con alto nivel de perseverancia también se clasifican como emprendedores, lo que refuerza la idea de que la perseverancia es fundamental para enfrentar los desafíos del emprendimiento.

4.1.3. Prueba de Normalidad.

Tabla 23.

Prueba de normalidad de datos.

Variables	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Formación en valores	0.830	40	0.000
Emprendimiento	0.838	40	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Dado que la muestra es inferior a 50, optamos por la técnica de Shapiro-Wilk. Los resultados revelan que los datos recolectados en la encuesta no siguen una distribución normal.

4.1.4. Contrastación de las hipótesis de investigación.

Prueba de hipótesis general

Hi: Existe una relación directa entre la formación en valores y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

H0: No existe una relación directa entre la formación en valores y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

Tabla 24.

Correlación entre formación en valores y emprendimiento.

		Formación en valores	Emprendimiento
Rho de Spearman	Formación en valores		
	Coefficiente de correlación	1.000	,680**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	40	40
	Emprendimiento		
	Coefficiente de correlación	,680**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	40	40

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Existe una relación directa entre la formación en valores y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024, Como lo revela un p de $0.000 < \alpha 0.05$, podemos desestimar la hipótesis nula H_0 y optar por la hipótesis H_1 , es decir, Con un Rho spearman de 0.680, podemos concluir que la educación en valores y el emprendimiento en los alumnos del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo están en buena medida entrelazados.

Hipótesis específica 1

H1i: Existe una relación directa entre la honestidad y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

H0: No existe una relación directa entre la honestidad y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

Tabla 25.

Correlación entre honestidad y emprendimiento.

		Honestidad	Emprendimiento
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1.000	,597**
	Honestidad		
	Sig. (bilateral)		0.002
	N	40	40
	Coeficiente de correlación	,597**	1.000
	Emprendimiento		
	Sig. (bilateral)	0.002	
	N	40	40

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Existe una relación directa entre la honestidad y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz, Con un valor p de $0.002 < \alpha 0.05$, podemos descartar la hipótesis nula H_0 en favor de la hipótesis H_1 , es decir, Con un Rho spearman de 0.597, podemos concluir que la honestidad y

el emprendimiento en los alumnos del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo están en buena medida entrelazados.

Hipótesis específica 2

H2i: Existe una relación directa entre el respeto y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

H0: No existe una relación directa entre el respeto y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

Tabla 26.

Correlación entre el respeto y emprendimiento.

		Respeto	Emprendimiento
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1.000	,624**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	40	40
	Coeficiente de correlación	,624**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	40	40

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Existe una relación directa entre el respeto y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz, Con un p de $0.000 < 0.05$, podemos descartar la hipótesis nula H_0 en favor de la hipótesis H_1 , es decir, Con un Rho spearman de 0.624, podemos concluir que el respeto y el emprendimiento en los alumnos del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo están íntimamente vinculados.

Hipótesis específica 3

H3i: Existe una relación directa entre el compromiso y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

H0: No existe una relación directa entre el compromiso y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

Tabla 27.

Correlación entre el compromiso y emprendimiento.

		Compromiso	Emprendimiento
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1.000	,617**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	40	40
	Coeficiente de correlación	,617**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	40	40

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Existe una relación directa entre el compromiso y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz, Como lo revela un p de $0.000 < \alpha 0.05$, podemos desestimar la hipótesis nula H_0 y optar por la hipótesis H_1 . es decir, Con un Rho spearman de 0.617, sabemos que el compromiso y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo están medianamente correlacionadas.

Hipótesis específica 4

H4i: Existe una relación directa entre la tolerancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

H0: No existe una relación directa entre la tolerancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

Tabla 28.

Correlación entre la tolerancia y emprendimiento.

		Tolerancia	Emprendimiento
Rho de Spearman	Tolerancia	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,487**
		N	40
	Emprendimiento	Coeficiente de correlación	,487**
		Sig. (bilateral)	0.002
		N	40

**, La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Existe una relación directa entre la tolerancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz, Conforme a lo evidenciado por un valor p de $0.000 < \alpha 0.05$, nos permite rechazar la hipótesis nula H_0 en favor de la hipótesis alternativa o hipótesis H_1 . es decir, Con un Rho spearman de 0.487, sabemos que la tolerancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo están levemente correlacionadas.

Hipótesis específica 5

H5i: Existe una relación directa entre la perseverancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024

H0: No existe una relación directa entre la perseverancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.

Tabla 29.

Correlación entre la perseverancia y emprendimiento.

			Perseverancia	Emprendimiento
Rho de Spearman	Perseverancia	Coeficiente de correlación	1.000	,564**
		Sig. (bilateral)		0.003
		N	40	40
	Emprendimiento	Coeficiente de correlación	,564**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.003	
		N	40	40

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Existe una relación directa entre la perseverancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz, Un valor p de 0.003 es < 0.05 , lo que nos permite rechazar la hipótesis nula H_0 y aceptar la hipótesis H_1 . es decir, Con un Rho Spearman de 0.564, sabemos que la perseverancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo están levemente correlacionadas.

CAPÍTULO V

5. Discusión

5.1 Discusión de resultados obtenidos

La relación entre la formación en valores y el emprendimiento Ha sido una tormenta de debates en el vasto océano de la literatura académica. Según Valenzuela-Keller et al. (2022), La instrucción en principios y principios éticos es esencial para el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes universitarios. Existen argumentos sobre la integración de valores como el respeto, la honestidad y la responsabilidad en el plan de estudios académico no solo mejora el comportamiento ético de los estudiantes, sino que también fomenta una mentalidad emprendedora. Este enfoque holístico de la educación permite a los estudiantes desarrollar habilidades críticas para el emprendimiento, como la capacidad de tomar decisiones éticas y la resiliencia frente a los desafíos (Palomeque-López & Hernández-Romero, 2021).

También, Moscoso y Fernández (2023) destacan la importancia de un modelo pedagógico que combine la formación en valores con el desarrollo de competencias colaborativas. En su estudio, los autores encontraron que los estudiantes que participaron en programas educativos que enfatizaban tanto los valores éticos como las habilidades

emprendedoras mostraron una mayor predisposición a iniciar proyectos empresariales. Este hallazgo sugiere que la educación en valores no solo es crucial para el desarrollo personal de los estudiantes, sino que también tiene un impacto significativo en su capacidad para emprender (Cantillo et al., 2021). La combinación de valores y competencias emprendedoras crea un entorno educativo que promueve la innovación y la creatividad, elementos esenciales para el éxito en el emprendimiento (Laguía et al., 2017).

Por otro lado, Los resultados de esta investigación revelan una relación significativa entre la formación en valores y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del Instituto Superior Santiago Antúnez de Mayolo. A continuación, se comparan estos hallazgos con estudios previos publicados en diferentes bases de datos y repositorios de universidades.

El estudio encontró una relación directa entre la formación en valores y el emprendimiento, lo cual es consistente con la literatura existente. Por ejemplo, Benítez Pincay et al. (2024) en su artículo "Emprendimiento: Un escenario con potencial para el desarrollo" destacan que la formación en valores es crucial para el desarrollo de competencias emprendedoras. Los autores argumentan que los valores como el respeto, la honestidad y la responsabilidad son fundamentales para la sostenibilidad y el éxito de los emprendimientos.

La investigación mostró una correlación significativa entre la honestidad y el emprendimiento. Este hallazgo es respaldado por Mugno-Noriega et al., (2024) en su estudio "Perspectivas emprendedoras: análisis de los factores asociados a las intenciones de emprendimiento en estudiantes universitarios", los autores encontraron que la honestidad es uno de los valores más apreciados por los emprendedores exitosos, ya que fomenta la confianza y la credibilidad en el mercado.

El respeto también mostró una relación positiva con el emprendimiento. Este resultado coincide con Villa et al., (2021) donde resalta el respeto y la ética profesional son fundamentales

para el fortalecimiento de una cultura emprendedora en las universidades. Los autores subrayan que el respeto hacia los demás y hacia las normas establecidas proporciona un mejor trabajo en equipo, elementos clave para el éxito empresarial.

El compromiso fue otro valor que mostró una correlación significativa con el emprendimiento. Este hallazgo es consistente con el estudio de Cerna (2022) que señala que el compromiso con los objetivos institucionales y personales es un predictor importante del éxito emprendedor. Boscán-Carroz et al., (2023) argumentan que los estudiantes comprometidos son más propensos a perseverar en sus proyectos y a superar los obstáculos que se presentan en el camino emprendedor.

Aunque la tolerancia mostró una correlación menos fuerte, sigue siendo relevante. Moscoso y Fernández (2023) en su artículo "Modelo pedagógico para desarrollar competencias colaborativas de emprendimiento en estudiantes de administración de empresas en una universidad del Ecuador" destacan que la tolerancia es vital para la innovación y la creatividad. Los autores argumentan que un ambiente tolerante permite la diversidad de ideas y enfoques, lo cual es esencial para el emprendimiento.

Finalmente, la perseverancia mostró una relación significativa con el emprendimiento. Este hallazgo es respaldado por el estudio de Solís et al. (2023) que encontró que la perseverancia es un factor determinante en la capacidad de los estudiantes para llevar a cabo sus proyectos empresariales. Además, Franco-Moreno, (2023) subraya que la perseverancia permite a los emprendedores enfrentar y superar los desafíos, lo cual es crucial para el éxito a largo plazo.

5.2 Conclusiones

- Existe una relación directa entre la formación en valores y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez De Mayolo - Huaraz – 2024. Como lo revela un p de 0.000 inferior a 0.05, podemos

desestimar la hipótesis nula H_0 y optar por la hipótesis de investigación H_1 , es decir, Con un valor de correlación Rho Spearman de 0.680.

- Existe una relación directa entre la honestidad y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez De Mayolo - Huaraz – 2024. Con un valor p de 0.002 inferior a 0.05, podemos descartar la hipótesis nula H_0 en favor de la hipótesis de investigación H_{1i} , es decir, Con un valor de correlación Rho Spearman de 0.597.
- Existe una relación directa entre el respeto y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez De Mayolo - Huaraz – 2024. Con un p de 0.000 inferior a 0.05, podemos descartar la hipótesis nula H_0 en favor de la hipótesis de investigación H_{3i} , es decir, Con un valor de correlación Rho Spearman de 0.624.
- Existe una relación directa entre el compromiso y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez De Mayolo - Huaraz – 2024. Como lo revela un p de 0.000 inferior a 0.05, podemos desestimar la hipótesis nula H_0 y optar por la hipótesis de investigación H_{3i} . es decir, Con un valor de correlación Rho Spearman de 0.617.
- Existe una relación directa entre la tolerancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez De Mayolo - Huaraz – 2024. Conforme a lo evidenciado por un valor p de 0.000 inferior a 0.05, nos permite rechazar la hipótesis nula H_0 en favor de la hipótesis alternativa o hipótesis de investigación H_{4i} . es decir, Con un valor de correlación Rho Spearman de 0.487.
- Existe una relación directa entre la perseverancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez De Mayolo - Huaraz – 2024. Un valor p de 0.003 es menor a 0.05, lo que nos permite

rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa o de investigación H_{5i} . es decir, Con un valor de correlación Rho Spearman de 0.564

5.3. Recomendaciones

- Integración de valores en el currículo académico, desarrollar y aprobar un plan de estudios que contemple la enseñanza de valores en cada ciclo académico. Realizar talleres y seminarios periódicos que refuercen estos valores entre los estudiantes.
- Reforzar la práctica del valor de la honestidad mediante un seguimiento continuo a los estudiantes y docentes. organizando eventos para premiar la honestidad en la institución a menos dos veces al año.
- Fomento el respeto mediante la exposición de ideas de emprendimiento de toda la comunidad, Crear incubadoras de empresas y laboratorios de innovación donde los estudiantes puedan desarrollar sus ideas de negocios. Crear alianzas con compañías locales para brindar formación y colaborar en proyectos conjuntos.
- Promoción de una cultura institucional basada en valores relacionados con el compromiso. Organizar eventos y actividades que celebren y refuercen el valor del compromiso, como jornadas de voluntariado, campañas de concienciación y premios al comportamiento ejemplar.
- Evaluación y seguimiento de la formación en valores especialmente en la tolerancia. Realizar encuestas y entrevistas periódicas para obtener retroalimentación de los estudiantes y ajustar las estrategias educativas para mejorar la tolerancia en los estudiantes y docentes.

- Implementar la actividad denominado “Terminar lo que uno empieza” a nivel institucional que guíe el comportamiento sobre la perseverancia de todos los miembros de la comunidad educativa. Y presentar resultados una vez al año.

Referencias Bibliográficas

- Albornoz-Arias, N., Contreras-Velásquez, J. C., Espinosa-Castro, J. F., & Sotelo Barrios, M. E. (2021). Capacidades emprendedoras en población de la base de la pirámide en Cúcuta, Colombia. *Contaduría y administración*, 66(1).
<http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/2188>
- Benítez Pincay, L., Ortiz Ramírez, C., & Lema Cachinell, B. (2024). Emprendimiento: Un escenario con potencial para el desarrollo. *Prohominum*, 6(2).
<https://doi.org/10.47606/acven/ph0243>
- Boscán-Carroz, M. C., Meleán-Romero, R. A., Chávez-Vera, K. J., & Calanche-Urribarri, Á. (2023). Emprendimiento peruano en el marco del desarrollo sostenible. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 13(26), 223-236.
<https://doi.org/10.17163/ret.n26.2023.03>
- Botero-Chica, C. A. (2023). The transversal axes as a pedagogical instrument for training in values. <https://repositorio.elpoli.edu.co/handle/123456789/735>
- Calle, J. (2020). *La batalla del emprendimiento*. Grupo Planeta-Colombia.
- Cantillo, N., Pedraza, C. J., & Suarez, H. (2021). Formación del emprendimiento social: Compromiso de la Universidad de la Guajira en Colombia: Formation of social entrepreneurship: Commitment of the University of La Guajira in Colombia. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(1), 216-229. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i1.35308>
- Cañon-Salinas, F. G., & Villarreal-Ángeles, M. A. (2022). La educación física como fortalecimiento de valores ciudadanos para la convivencia. *Retos: Nuevas Perspectivas de Educación Física, Deporte y Recreación*, 44.
- Cedeño, M. Q., Casa, G. C., Atiaga, D. R. M., & Mejía, E. D. C. (2021). Diseño de Estrategias Didácticas para la Formación de Valores en los estudiantes de décimo año de Educación

- General Básica. Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional, 6(11), 1610-1625. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i11.3349>
- Cerna, J. L. A. (2022). Formación académica y capacidad de emprendimiento empresarial de estudiantes en una Facultad de Ciencias Administrativas. *Gestión en el Tercer Milenio*, 25(50), 45-54. <https://doi.org/10.15381/gtm.v25i50.24278>
- Chávez, C. F. (2020). La formación de valores: reto del siglo XXI. Editorial Universitaria (Cuba).
- Conopoima-Moreno, Y. D. C. (2021). El papel de la familia en la formación de valores ambientales. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4(3), 78-88. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=721778110010>
- Cuadra, D., & Castro-Carrasco, P. J. (2021). La dimensión emocional de las teorías subjetivas. *Revista de Sociología*, 36(1), 57-67. <https://doi.org/10.5354/0719-529X.2021.64426>
- De Vicuña, J. M. (2020). Emprendimiento en la práctica: Cómo las amenazas permiten reinventarse. ESIC Editorial.
- Diapepin, M., Febrina, D. I., Sunaryo, J., Astika, Y. W., Elsyra, N., & Wismar, T. (2024). Building Entrepreneurial Capacity: The Role of Publicly Funded Training Programs in Empowering MSMEs in Dharmasraya, Indonesia. *Indonesian Community Empowerment Journal*, 4(2), 211-226. <https://doi.org/10.37275/icejournal.v4i2.61>
- Do-Nguyen, Q., & Nguyen, H. T. (2023). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial capacity. *The International Journal of Management Education*, 21(1), 100730. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100730>
- Escobedo de la Cruz, B., & Jimenez-Regil, J. L. (2022). Diagnóstico de las actitudes emprendedoras en estudiantes de ingeniería en gestión empresarial. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 9(18), 109-135. <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/902>

- Florentino-Morillo, B. (2022). Aportes de la investigación a los avances de la educación moral. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 24(38), 223-243. <https://doi.org/10.19053/01227238.14694>
- Franco-Moreno, E. (2023). Valores y espíritu emprendedor y la relación con pedagogía. *Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0*, 27(1), 293-312. <https://revistas.investigacion-upelipb.com/index.php/educare/article/view/1781>
- Fronzizi, R., Fantauzzi, C., Colasanti, N., & Fiorani, G. (2019). The evaluation of universities' third mission and intellectual capital: Theoretical analysis and application to Italy. *Sustainability*, 11(12), 3455. <https://doi.org/10.3390/su11123455>
- González-Tejerina, S. y Vieira M.J. (2021). La formación en emprendimiento en Educación Primaria y Secundaria: una revisión sistemática. *Revista Complutense de Educación*, 32(1), 99-111. <https://doi.org/10.5209/rced.68073>
- Hernández-Saltos, M. E., & Rodríguez-Loor, M. G. (2022). La comunidad de aprendizaje en el desarrollo de capacidades emprendedoras. *Revista Científica Sinapsis*, 21(1). <https://doi.org/10.37117/s.v21i1.600>
- Hernández-Sampieri & Mendoza, (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill Interamericana.
- Islas-Moreno, A. (2021). El reconocimiento de la idea de negocio: una etapa clave del proceso emprendedor. *Logos Boletín Científico De La Escuela Preparatoria No. 2*, 8(16), 26-27. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa2/article/view/7313>
- Jurado-Paz, I. M. (2022). Emprendimiento rural como estrategia de desarrollo territorial: una revisión documental. *Económicas CUC*, 43(1), 257-280. <https://doi.org/10.17981/econcuc.43.1.2022.Org.7>
- Kirberg, A. S. (2022). Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión. Ecoe Ediciones.

- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1), 60-73. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-1.vcie>
- Mafaldo-Gómez, D. A., & Reyes-Meza, O. B. (2022). Training in values in environmental education in high school students: Case study: Education, environment, and society. *International journal of life sciences*, 6(2), 65-71. <https://doi.org/10.53730/ijls.v6n2.10561>
- Mendez-Alvarez, C. E. (2020). Metodología de la investigación: Diseño y desarrollo del proceso de investigación en ciencias empresariales. Alpha Editorial. <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/31406>
- Mojica, E. P., Rodríguez, I. M., & Maldonado, G. (2021). Desempeño de las empresas turísticas en México: Orientación al mercado y emprendedora. *Revista De Ciencias Sociales*, 27, 266-280. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36508>
- Moscoso, B. E., & Fernández, C. J. (2023). Modelo pedagógico para desarrollar competencias colaborativas de emprendimiento en estudiantes de administración de empresas en una universidad del Ecuador, 2022. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 479-499. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4405
- Mugno-Noriega, A. E., Pérez-Paredes, A., & Landazury-Villalba, L. F. (2024). Perspectivas emprendedoras: análisis de los factores asociados a las intenciones de emprendimiento en estudiantes universitarios. *Gestio et Productio*, 6(11). <https://doi.org/10.35381/gep.v6i11.1933>
- Naranjo-Vaca, G. E., Marcano-Molano, P. G., & Puya-Lino, A. (2020). Valores éticos y morales, directrices para el comportamiento de los escolares. *Revista Portal de la Ciencia*, 1(2), 93-104. DOI: <https://doi.org/10.51247/pdlc.v1i2.292>.

- Ñaupas, H., Valdivia, M.R., Palacios, J. J. & Romero, H. E. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. 5a. Edición. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ordoñez Abril, D. Y., Calderón Sotero, J. H., & Padilla Delgado, L. M. (2021). Revisión de literatura de la teoría del comportamiento planificado en la decisión de compra de productos orgánicos. *Revista Nacional de Administración*, 12(1). <http://dx.doi.org/10.22458/rna.v12i1.3178>
- Palomeque-López, M., & Hernández-Romero, G. (2021). Formación de valores en estudiantes universitarios. *Revista Cubana de Educación Superior*, 40(2).
- Prieto, Y. D., & Trujillo, N. E. M. (2022). Educación en valores para la convivencia escolar. Horizontes. *Revista de investigación en ciencias de la educación*, 6(26), 2279-2295. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v6i26.491>
- Rensoli, M. R., Felipe, W. G., & Rodríguez, C. F. (2020). Valores éticos y emociones desde el desarrollo de metodologías activas en la formación docente. *Revista Scientific*, 5(15), 229-246. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.15.11.229-246>
- Samsó, R. (2020). *Tu mentor de negocios: Despega en tu emprendimiento*. Ediciones Instituto Expertos.
- Sánchez-García, E., Marco-Lajara, B., & Martínez-Falcó, J. (2023). La orientación emprendedora como fuente de innovación para las empresas: un análisis aplicado. *Brazilian Journal of Development*, 9(3), 8975–9006. <https://doi.org/10.34117/bjdv9n3-010>
- Solís, O. B., Mendoza, I. M. C., Palomino, F. R. V., & Rodríguez, R. Y. M. (2023). Emprendimiento juvenil universitario: Abordaje desde la actitud, educación y el control conductual. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(9), 377-389. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.24>

- Trejo, R. E. (2024). Valores éticos y morales desde que influyen en la formación profesional universitaria. Una mirada comprensivo edificadora. *Redipe*; 13(3): 154-68.
<https://doi.org/10.36260/rbr.v13i3.2096>
- Uvalle-Berrones, R. (2014). La importancia de la ética en la formación de valor público. *Estudios políticos (México)*, (32), 59-81.
- Valencia-Arias, A., Gómez-Molina, S., Vélez-Holguín, R. M., & Cardona-Acevedo, S. (2023). Intención de uso de aprendizaje móvil (m-learning) en programas virtuales: un modelo híbrido de aceptación tecnológica (TAM) y la teoría del comportamiento planificado (TPB). *Formación universitaria*, 16(2), 25-34. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062023000200025>
- Valenzuela-Keller A., Gálvez-Gamboa F., García-Ramírez I. y González-Ibarra J. (2022). Intención emprendedora en estudiantes universitarios en Chile: el rol de la formación y la educación en emprendimiento. *Revista Complutense de Educación*, 33(1), 167-176.
<https://doi.org/10.5209/rced.73888>
- Villa, A., Arias, M. D. J., & Peña, M. B. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social. *Educar*. 2021, vol. 57(1); 97-116
<https://hdl.handle.net/11162/263320>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: La formación en valores y emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del Instituto Superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.								
Autor: Robet Jesus Concepcion Lazaro								
Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				Metodología	
Problema general: ¿Qué relación existe entre la formación en valores y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024?. Problemas específicos: P1: Qué relación existe entre la honestidad y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024. P2: Qué relación existe entre el respeto y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.	Objetivo general: Determinar la relación entre la formación en valores y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024. Objetivos específicos: O1: Determinar la relación entre la honestidad y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024. O2: Determinar la relación entre el respeto y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.	Hipótesis general: Existe una relación directa entre la formación en valores y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024. Hipótesis específicos: H1: Existe una relación directa entre la honestidad y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024. H2: Existe una relación directa entre el respeto y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024. H3: Existe una relación	Variable independiente: Formación en valores					Tipo: Básica Nivel: descriptivo y correlacional Diseño: No-experimental Población: 40 estudiantes Muestra: 40 estudiantes Instrumento: Cuestionario
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rango	
			Honestidad	Nivel de coherencia.	1, 2	Nominal 1. Nunca 2. casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto Medio Bajo	
				Sinceridad.	3			
			Respeto	Grado de buen trato	4			
				Atención oportuna	5, 6			
			Compromiso	lealtad a los objetivos institucionales	7			
				Compromiso con las funciones docentes	8, 9			
			Tolerancia	Aceptación de ideas	10			
				Convicciones de los demás	11, 12			
			Perseverancia	Persistencia	13			
				Conseguir las metas propuestas	14			
			Variable dependiente: Emprendimiento					
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rango	
			Necesidad de logro	Liderazgo	1	Nominal 1. Nunca	Alto Medio Bajo	
Analizar logros futuros	2							

Mayolo - Huaraz – 2024. P3: Qué relación existe entre el compromiso y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024. P4: Qué relación existe entre la tolerancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024. P5: Qué relación existe entre la perseverancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.	O3: Determinar la relación entre el compromiso y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024. O4: Determinar la relación entre la tolerancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024. O5: Determinar la relación entre la perseverancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.	directa entre el compromiso y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024 H4: Existe una relación directa entre la tolerancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024. H5: Existe una relación directa entre la perseverancia y el emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del instituto superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huaraz – 2024.		Capacidad de trabajo en equipo	3	2. casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre		
			Creación e innovación	Curiosidad por lo novedoso	4			
				Ideas ingeniosas e innovadoras	5			
				Generadora de cambios	6			
			Predisposición de riesgo	Arriesgarse por independencia	7			
				Arriesgarse para progresar	8			
				Arriesgarse para aprender	9			
			Autoconfianza	Autoestima.	10			
				Toma decisiones con facilidad	11			
				Actúa con seguridad.	12			

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos



Universidad Peruana de Ciencias e Informática – UPCI

“FORMACIÓN EN VALORES Y EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DEL IV CICLO DE ADMINISTRACIÓN DEL INSTITUTO SUPERIOR SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO - HUARAZ – 2024”

Cuestionario confidencial amparado en el Decreto Legislativo n° 604 – Secreto Estadístico

Presentación e Instrucciones: Estamos realizando un estudio respecto a la formación en valores y emprendimiento en los estudiantes de esta institución. Marque con un aspa (X) la alternativa que crea conveniente. No hay respuestas correctas ni incorrectas. Las respuestas serán estrictamente anónimas.

Datos de Identificación

1. **Sexo:** ☐ Femenino ☐ Masculino
2. **Edad:**
3. **Ciudad de procedencia:** Callejón de Huaylas ☐ Callejón de Conchucos ☐ Huaraz ☐ Casma ☐

Datos de Estudio:

Variable 1: Formación en Valores

1. Sus profesores-tutores han incurrido en algún error, lo han reconocido y lo han subsanado.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
2. Sus profesores-tutores, a través de la docencia, materiales, tutorías, le insisten en realizar sus trabajos y exámenes con la mayor honestidad.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
3. Su profesor-tutor le inculca que, en sus trabajos académicos, cite adecuadamente las fuentes consultada.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
4. Percibe, en la relación con sus profesores-tutores, que respetan sus opiniones a pesar de que sean distintas de las suyas.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
5. Sus profesores-tutores responden a sus consultas, realizadas por correo electrónico, en un tiempo máximo de 24 horas.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
6. Percibe en la relación con sus profesores-tutores un trato de comprensión y respeto.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
7. En la interacción con sus profesores tutores percibe el compromiso de los mismos con los objetivos y valores institucionales	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
8. Sus profesores-tutores le inculcan la pertenencia a la Universidad y la defensa del buen nombre de la misma	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
9. Sus profesores-tutores le motivan a asumir valores en sus responsabilidades como estudiante y futuro profesional	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre

10. Se adapta a los cambios que la Universidad adopta para mejorar la calidad académica y los servicios a los estudiantes	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
11. Sus profesores tutores respetan sus convicciones y criterios personales	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
12. Sus profesores-tutores adoptan nuevas metodologías que favorecen el aprendizaje de las materias que imparten	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
13. Sus profesores-tutores fomentan en usted el orden y la disciplina para aprovechar bien el tiempo y lograr que su estudio sea profundo y efectivo.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
14. Sus profesores tutores le animan a ser constante en sus tareas académicas para lograr las metas trazadas.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre

Variable 2: Emprendimiento

1. Considero que tengo la capacidad de dirigir con efectividad a un grupo de personas para el logro de las metas trazadas.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
2. Creo que tengo habilidades para generar ideas e identificar oportunidades que no han sido vistas por otros empresarios.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
3. Siento que tengo la capacidad de colaborar con los demás, formar parte del equipo y plantear estrategias para el cumplimiento de los objetivos.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
4. Me considero curioso por lo novedosa para buscar oportunidades de negocios.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
5. Siento que tengo la capacidad de proponer ideas ingeniosas y novedades.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
6. Considero que soy una persona flexible de aceptar y proponer cambios.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
7. Pienso que soy una persona dispuesta a asumir riesgos.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
8. Siento que soy una persona con tendencia al progreso y con la búsqueda constante del mayor beneficio.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
9. Estoy dispuesto a aprender y ser prudente para analizar los riesgos de mis decisiones.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre

10. Me siento conforme con mis cualidades, virtudes, competencias y habilidades que me enorgullecen.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
11. Considero que tengo un buen criterio para analizar, evaluar alternativas y tomar una decisión.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre
12. Constantemente me planteo metas y actúo con seguridad para concretarlas.	1 nunca	2 casi nunca	3 a veces	4 casi siempre	5 siempre

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!

Anexo 3: Base de datos

N	Genero	Edad	Proced	PREG1	PREG2	PREG3	Honesti	PREG4	PREG5	PREG6	Respet	PREG7	PREG8	PREG9	Comprom	PREG10	PREG11	PREG12	Toleranc	PREG13	PREG14	Perceber	Valores
1	1	19	3	5	5	5	15	4	4	5	13	5	4	5	14	4	5	4	13	5	5	10	65
2	1	25	3	2	5	5	12	2	1	5	8	5	5	5	15	1	5	3	9	4	3	7	51
3	1	20	3	3	5	3	11	3	1	4	8	3	4	3	10	3	5	2	10	5	3	8	47
4	1	18	3	3	5	5	13	5	4	5	14	5	3	5	13	4	4	5	13	5	5	10	63
5	1	22	2	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	9	68
6	1	18	1	3	4	4	11	5	3	3	11	4	3	5	12	3	4	4	11	4	4	8	53
7	1	20	3	2	5	3	10	3	4	4	11	2	3	4	9	4	5	3	12	4	5	9	51
8	2	21	3	2	4	4	10	3	3	5	11	5	4	5	14	3	4	4	11	4	5	9	55
9	2	20	3	2	5	4	11	4	4	5	13	4	3	5	12	2	4	4	10	5	4	9	55
10	2	21	3	5	4	3	12	5	5	4	14	3	3	5	11	2	4	3	9	3	2	5	51
11	1	19	2	3	5	5	13	3	4	5	12	5	4	5	14	3	4	4	11	5	5	10	60
12	1	23	3	3	5	5	13	4	1	5	10	5	5	4	14	3	4	5	12	5	4	9	58
13	1	17	3	3	5	4	12	5	1	5	11	4	5	5	14	3	3	4	10	4	5	9	56
14	1	25	4	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	8	58
15	1	19	3	3	5	3	11	5	2	5	12	3	3	4	10	5	5	5	15	5	4	9	57
16	1	23	3	3	5	5	13	5	3	5	13	4	4	5	13	3	4	4	11	4	4	8	58
17	1	20	3	3	3	4	10	4	3	4	11	3	3	4	10	3	4	3	10	3	4	7	48
18	1	20	3	3	2	2	7	3	2	1	4	2	3	4	9	3	1	2	6	3	3	6	32
19	1	18	3	4	5	5	14	5	5	5	15	5	3	4	12	3	5	5	13	5	5	10	64
20	1	22	2	4	5	4	13	5	2	5	12	4	4	5	13	3	4	4	11	4	5	9	58
21	1	19	2	2	4	5	11	4	5	4	13	4	3	4	11	3	4	4	11	4	4	8	54
22	2	19	2	2	5	4	11	5	4	5	14	5	4	5	14	3	4	5	12	5	5	10	61
23	2	18	3	1	1	3	5	3	3	5	11	5	3	5	13	3	4	2	9	3	4	7	45
24	1	20	3	3	4	2	9	5	1	5	11	3	1	3	7	2	3	1	6	4	1	5	38
25	2	17	3	3	1	3	7	3	3	5	11	4	3	5	12	4	4	4	12	4	3	7	49
26	2	18	3	3	5	3	11	4	3	4	11	4	1	2	7	5	2	3	10	4	3	7	46
27	1	21	3	5	5	4	14	5	3	5	13	5	4	5	14	4	5	4	13	5	5	10	64
28	2	24	3	2	5	4	11	3	2	5	10	2	2	5	9	4	2	4	10	5	4	9	49
29	2	19	3	3	5	4	12	3	2	4	9	5	3	4	12	3	4	4	11	3	2	5	49
30	1	20	3	3	5	4	12	3	3	5	11	4	5	5	14	4	4	4	12	5	4	9	58
31	2	21	3	5	5	4	14	4	1	5	10	4	3	3	10	3	4	3	10	3	3	6	50
32	1	23	3	4	5	5	14	4	1	5	10	4	4	5	13	2	4	3	9	5	4	9	55
33	1	26	3	1	4	3	8	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	5	13	5	4	9	56
34	1	20	3	3	5	2	10	3	2	5	10	5	5	5	15	5	3	4	12	4	3	7	54
35	1	21	3	3	5	3	11	5	4	5	14	4	3	5	12	5	5	4	14	3	5	8	59
36	2	27	2	4	4	3	11	4	5	4	13	4	5	5	14	5	5	4	14	4	5	9	61
37	1	23	3	4	5	5	14	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	9	66
38	1	24	3	3	5	4	12	4	5	3	12	4	4	5	13	5	5	3	13	4	5	9	59
39	1	22	3	4	3	4	11	5	3	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13	4	5	9	58
40	1	23	3	2	4	4	10	3	2	3	8	3	2	3	8	3	3	4	10	4	5	9	45

N	Genero	Edad	Proced	PREG01	PREG02	PREG03	Necesid	PREG04	PREG05	PREG06	Innova	PREG07	PREG08	PREG09	Riesg	PREG10	PREG11	PREG12	Autoconf	Emprend
1	1	19	3	5	4	4	13	5	3	4	12	5	3	5	13	3	4	5	12	50
2	1	25	3	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	12	3	4	5	10	44
3	1	20	3	3	3	4	10	4	5	5	14	3	4	5	12	4	5	5	14	50
4	1	18	3	4	3	4	11	3	3	3	9	2	4	5	11	4	3	4	11	42
5	1	22	2	4	3	4	11	3	4	3	10	3	4	5	12	2	4	1	7	40
6	1	18	1	4	3	5	12	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	5	15	55
7	1	20	3	5	2	3	10	3	3	4	10	4	4	5	13	3	3	3	9	42
8	2	21	3	3	3	4	10	3	5	3	11	3	3	4	10	4	3	4	11	42
9	2	20	3	4	3	5	12	4	5	3	12	5	4	4	13	5	4	5	14	51
10	2	21	3	3	3	4	10	3	3	3	9	3	4	4	11	4	4	3	11	41
11	1	19	2	4	3	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	5	13	47
12	1	23	3	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	43
13	1	17	3	4	3	5	12	5	4	3	12	5	5	4	14	5	4	4	13	51
14	1	25	4	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	2	3	5	10	54
15	1	19	3	3	3	3	9	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	54
16	1	23	3	3	3	4	10	3	3	3	9	2	3	4	9	3	3	2	8	36
17	1	20	3	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	4	12	56
18	1	20	3	4	3	4	11	3	4	4	11	5	3	4	12	5	4	5	14	48
19	1	18	3	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	56
20	1	22	2	4	3	5	12	5	5	4	14	5	4	5	14	3	5	5	13	53
21	1	19	2	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	58
22	2	19	2	3	4	5	12	5	3	4	14	4	4	5	13	5	5	4	14	53
23	2	18	3	5	3	2	10	3	3	4	10	3	3	4	10	4	3	3	10	40
24	1	20	3	3	5	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	3	4	5	12	55
25	2	17	3	3	3	4	10	4	5	5	14	5	4	5	14	3	4	5	12	50
26	2	18	3	3	4	3	10	3	4	3	10	5	5	4	14	4	3	5	12	46
27	1	21	3	4	3	3	10	4	3	3	10	4	3	4	11	3	4	4	11	42
28	2	24	3	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14	50
29	2	19	3	4	4	5	13	4	5	5	14	4	5	5	14	5	4	5	14	55
30	1	20	3	3	5	5	13	3	3	4	10	4	3	2	9	3	4	2	9	41
31	2	21	3	4	4	2	10	3	4	2	9	3	4	2	9	5	3	5	13	41
32	1	23	3	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	58
33	1	26	3	5	4	4	13	5	4	5	14	5	4	5	14	5	5	4	14	55
34	1	20	3	4	4	5	13	5	4	4	13	3	3	5	11	5	3	4	12	49
35	1	21	3	3	5	4	12	3	4	3	10	4	3	4	11	4	4	5	13	46
36	2	27	2	4	5	4	13	3	4	4	11	3	4	3	10	4	5	5	14	48
37	1	23	3	4	4	5	13	5	4	5	14	4	5	5	14	4	3	2	9	50
38	1	24	3	4	5	4	13	5	4	5	14	4	3	4	11	4	5	5	14	52
39	1	22	3	5	4	5	14	5	4	5	14	4	5	4	13	4	5	5	14	55
40	1	23	3	4	5	3	12	4	5	5	14	5	5	5	15	3	4	4	11	52

Anexo 4. Evidencia digital de similitud

1 de 1: Robert Jesús Concepción Lázaro

La formación en valores y emprendimiento en los estudiantes...

Similitud 17%

Marcas de alerta

Informe estándar

Informe en inglés no disponible

Más información

17% Similitud estándar

Todas las fuentes

Mostrar las fuentes solapadas

Filtros

1 Internet

repositorio.upci.edu.pe

2312 palabra que coinciden 110 urfs

16%

2 Internet

repositorio.ucv.edu.pe

1641 palabra que coinciden 140 urfs

11%

3 Internet

repositorio.unasam.edu.pe

1326 palabra que coinciden 12 urfs

9%

4 Internet

hdl.handle.net

1038 palabra que coinciden 36 urfs

7%

5 Internet

repositorio.unjfsc.edu.pe

776 palabra que coinciden 32 urfs

5%

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA UNIVERSITARIA

TESIS

La formación en valores y emprendimiento en los estudiantes del IV ciclo de administración del Instituto Superior Santiago Antúnez de Mayolo - Huancayo - 2024.

AUTORES:

Concepción Lázaro, Robert Jesús

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Investigación y Docencia Universitaria

ASESOR:

Mg. Zoraida Bocanegra, Jhonny Alex

ORCID ID 0000-0001-5440-0103

LIMA - PERÚ

2025

Página 1 de 99

16271 palabras

120%

Anexo 5. Autorización de publicación en el repositorio



FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UPCI

1.- DATOS DEL AUTOR

Apellidos y Nombres: Concepción Lázaro Robert Jesús
 DNI: 31673648 Correo electrónico: Conc7000@gmail.com
 Domicilio: Av. Confraternidad Internacional Oeste #502 - Huaraz
 Teléfono fijo: 043 701941 Teléfono celular: 990112245

2.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO O TESIS

Facultad/Escuela: Posgrado: Maestría en Inv. y Docencia Unive.
 Tipo: Trabajo de Investigación Bachiller () Tesis (X)

Título del Trabajo de Investigación / Tesis:

La formación en valores y emprendimiento
en los estudiantes del IV ciclo de Administración
del Instituto Superior Santiago Antunez de
Mayolo - Huaraz - 2024

3.- OBTENER:

Bachiller () Título () Mg. (X) Dr. () PhD. ()

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

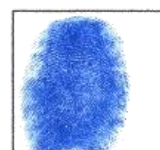
Por la presente declaro que el documento indicado en el ítem 2 es de mi autoría y exclusiva titularidad, ante tal razón autorizo a la Universidad Peruana Ciencias e Informática para publicar la versión electrónica en su Repositorio Institucional (<http://repositorio.upci.edu.pe>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art23 y Art.33.

Autorizo la publicación de mi tesis (marque con una X):

- () Sí, autorizo el depósito y publicación total.
 () No, autorizo el depósito ni su publicación.

Como constancia firmo el presente documento en la ciudad de Lima, a los

25 días del mes de Febrero de 20245



Anexo 6. Validación por juicio de expertos

MATRIZ PARA VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS VARIABLE: FORMACION EN VALORES

Dimensión	Indicadores	N° Ítem	CONTENIDO		Observaciones
			Claridad	Congruencia	
1. Honestidad	Nivel de coherencia	1 al 3	C	C	
	Sinceridad.		C	C	
2. Respeto	Grado de buen trato	4 al 6	C	C	
	Atención oportuna		C	C	
3. Compromiso	Lealtad a los objetivos institucionales	7 al 9	C	C	
	Compromiso con las funciones docentes		C	C	
4. Tolerancia.	Aceptación de ideas	10 al 12	C	C	
	Convicciones de los demás		C	C	
3. Perseverancia.	Persistencia	13 y 14	C	C	
	Conseguir las metas propuestas		C	C	

CRITERIO:

Validez de criterio, por medio de la CLARIDAD Y CONGRUENCIA de cada ítem y se realiza mediante juicio de expertos

INSTRUCCIONES:

En las columnas de CLARIDAD Y CONGRUENCIA indique con una "C" si se considera CORRECTA o con una "I" si se considera INCORRECTA, la relación de cada aspecto con el ítem, en función de la variable correspondiente.
Si lo cree conveniente, adicione sus observaciones

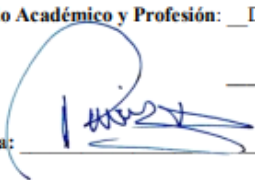
DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Apellidos y nombres: _Ramírez Asis Edwin Hernan_____

DNI: _31668274_____

Grado Académico y Profesión: _Doctor en Administracion_____

_____Licenciado en Administracion_____

Firma: 

MATRIZ PARA VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
VARIABLE: EMPRENDIMIENTO

Dimensión	Indicadores	N° Ítem	CONTENIDO		Observaciones
			Claridad	Congruencia	
1. Necesidad de logro	Liderazgo	1 al 3	C	C	
	Analizar logros futuros		C	C	
	Capacidad de trabajo en equipo		C	C	
2. Creación e innovación	Curiosidad por lo novedoso	4 al 6	C	C	
	Ideas ingeniosas e innovadoras		C	C	
	Generadora de cambios		C	C	
3. Predisposición de riesgo	Arriesgarse por independencia	7 al 9	C	C	
	Arriesgarse para progresar		C	C	
	Arriesgarse para aprender		C	C	
4. Autoconfianza	Autoestima.	10 al 12	C	C	
	Toma decisiones con facilidad		C	C	
	Actúa con seguridad		C	C	

CRITERIO:

Validez de criterio, por medio de la CLARIDAD Y CONGRUENCIA de cada ítem y se realiza mediante juicio de expertos

INSTRUCCIONES:

En las columnas de CLARIDAD Y CONGRUENCIA indique con una "C" si se considera CORRECTA o con una "I" si se considera INCORRECTA, la relación de cada aspecto con el ítem, en función de la variable correspondiente.
 Si lo cree conveniente, adicione sus observaciones

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

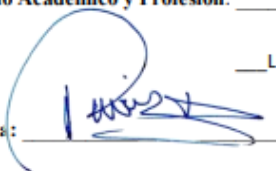
Apellidos y nombres: Ramirez Asis Edwin Hernan

DNI: 31668274

Grado Académico y Profesión: Doctor en Administracion

Licenciado en Administracion

Firma:



MATRIZ PARA VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
VARIABLE: FORMACION EN VALORES

Dimensión	Indicadores	Nº Ítem	CONTENIDO		Observaciones
			Claridad	Congruencia	
1. Honestidad	Nivel de coherencia	1 al 3	C	C	
	Sinceridad.		C	C	
2. Respeto	Grado de buen trato	4 al 6	C	C	
	Atención oportuna		C	C	
3. Compromiso	lealtad a los objetivos institucionales	7 al 9	C	C	
	Compromiso con las funciones docentes		C	C	
4. Tolerancia.	Aceptación de ideas	10 al 12	C	C	
	Convicciones de los demás		C	C	
3. Perseverancia.	Persistencia	13 y 14	C	C	
	Conseguir las metas propuestas		C	C	

CRITERIO:

Validez de criterio, por medio de la CLARIDAD Y CONGRUENCIA de cada ítem y se realiza mediante juicio de expertos

INSTRUCCIONES:

En las columnas de CLARIDAD Y CONGRUENCIA indique con una "C" si se considera CORRECTA o con una "I" si se considera INCORRECTA, la relación de cada aspecto con el ítem, en función de la variable correspondiente.
 Si lo cree conveniente, adicione sus observaciones

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

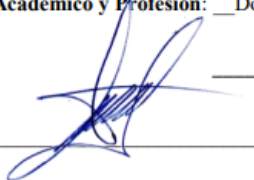
Apellidos y nombres: Huerta Soto Rosario Mercedes _____

DNI: 40257333 _____

Grado Académico y Profesión: Doctora en Administracion _____

_____ Economista _____

Firma: _____



MATRIZ PARA VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
VARIABLE: EMPRENDIMIENTO

Dimensión	Indicadores	Nº Ítem	CONTENIDO		Observaciones
			Claridad	Congruencia	
1. Necesidad de logro	Liderazgo	1 al 3	C	C	
	Analizar logros futuros		C	C	
	Capacidad de trabajo en equipo		C	C	
2. Creación e innovación	Curiosidad por lo novedoso	4 al 6	C	C	
	Ideas ingeniosas e innovadoras		C	C	
	Generadora de cambios		C	C	
3. Predisposición de riesgo	Arriesgarse por independencia	7 al 9	C	C	
	Arriesgarse para progresar		C	C	
	Arriesgarse para aprender		C	C	
4. Autoconfianza	Autoestima.	10 al 12	C	C	
	Toma decisiones con facilidad		C	C	
	Actúa con seguridad		C	C	

CRITERIO:

Validez de criterio, por medio de la CLARIDAD Y CONGRUENCIA de cada ítem y se realiza mediante juicio de expertos

INSTRUCCIONES:

En las columnas de CLARIDAD Y CONGRUENCIA indique con una "C" si se considera CORRECTA o con una "I" si se considera INCORRECTA, la relación de cada aspecto con el ítem, en función de la variable correspondiente.
 Si lo cree conveniente, adicione sus observaciones

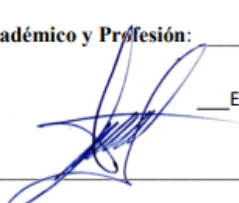
DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Apellidos y nombres: Huerta Soto Rosario Mercedes

DNI: 40257333

Grado Académico y Profesión: Doctora en Administracion

Economista

Firma: 

MATRIZ PARA VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
VARIABLE: FORMACION EN VALORES

Dimensión	Indicadores	N° Ítem	CONTENIDO		Observaciones
			Claridad	Congruencia	
1. Honestidad	Nivel de coherencia	1 al 3	C	C	
	Sinceridad.		C	C	
2. Respeto	Grado de buen trato	4 al 6	C	C	
	Atención oportuna		C	C	
3. Compromiso	lealtad a los objetivos institucionales	7 al 9	C	C	
	Compromiso con las funciones docentes		C	C	
4. Tolerancia.	Aceptación de ideas	10 al 12	C	C	
	Convicciones de los demás		C	C	
3. Perseverancia.	Persistencia	13 y 14	C	C	
	Conseguir las metas propuestas		C	C	

CRITERIO:

Validez de criterio, por medio de la CLARIDAD Y CONGRUENCIA de cada ítem y se realiza mediante juicio de expertos

INSTRUCCIONES:

En las columnas de CLARIDAD Y CONGRUENCIA indique con una "C" si se considera CORRECTA o con una "I" si se considera INCORRECTA, la relación de cada aspecto con el ítem, en función de la variable correspondiente.
 Si lo cree conveniente, adicione sus observaciones

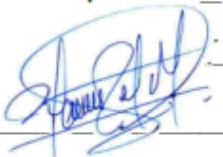
DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Apellidos y nombres: Dextre Martinez William Rene

DNI: 40138473

Grado Académico y Profesión: Maestro en Administracion de negocios, MBA

Licenciado en Administracion

Firma: 

MATRIZ PARA VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
VARIABLE: EMPRENDIMIENTO

Dimensión	Indicadores	N° Ítem	CONTENIDO		Observaciones
			Claridad	Congruencia	
1. Necesidad de logro	Liderazgo	1 al 3	C	C	
	Analizar logros futuros		C	C	
	Capacidad de trabajo en equipo		C	C	
2. Creación e innovación	Curiosidad por lo novedoso	4 al 6	C	C	
	Ideas ingeniosas e innovadoras		C	C	
	Generadora de cambios		C	C	
3. Predisposición de riesgo	Arriesgarse por independencia	7 al 9	C	C	
	Arriesgarse para progresar		C	C	
	Arriesgarse para aprender		C	C	
4. Autoconfianza	Autoestima.	10 al 12	C	C	
	Toma decisiones con facilidad		C	C	
	Actúa con seguridad		C	C	

CRITERIO:

Validez de criterio, por medio de la CLARIDAD Y CONGRUENCIA de cada ítem y se realiza mediante juicio de expertos

INSTRUCCIONES:

En las columnas de CLARIDAD Y CONGRUENCIA indique con una "C" si se considera CORRECTA o con una "I" si se considera INCORRECTA, la relación de cada aspecto con el ítem, en función de la variable correspondiente.

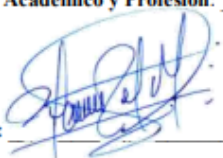
Si lo cree conveniente, adicione sus observaciones

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Apellidos y nombres: Dextre Martinez William Rene

DNI: 40138473

Grado Académico y Profesión: Maestro en Administracion de negocios, MBA

 Licenciado en Administracion

Firma: 