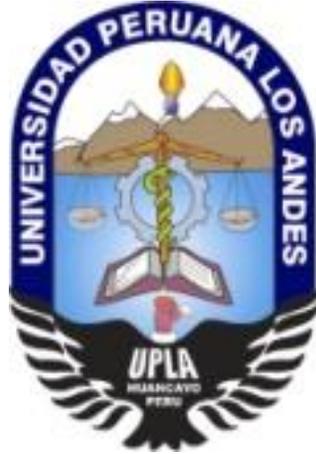


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias de la Salud

Escuela Profesional de Psicología



TESIS

Título : Valores interpersonales y autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

Para optar : Título Profesional de Psicólogo

Autor : Bach. ROJAS ARAUJO, Mariela
Bach. ROMERO MEJIA, Shirley Rosa

Asesor : Mg. Saúl Jesús Mallqui

Línea de Investigación: Salud mental en contextos pluri y multiculturales

Línea de investigación

Institucional : Salud y gestión de la salud

Fecha de inicio y

Culminación : Octubre del 2018 – Mayo del 2019

Huancayo – Perú 2019

DEDICATORIA

A Dios por darnos vida, salud y por permitirnos superar todo obstáculo dándonos la fortaleza de seguir adelante. A nuestros padres por su apoyo incondicional, por ser el motor y motivo para culminar con toda meta propuesta, por ser guías y ejemplos de vida en nuestra formación personal y profesional.

Las autoras

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por darnos la fortaleza espiritual y física, asimismo por la sabiduría y fuerza de permitirnos culminar con este trabajo de investigación.

A nuestros padres por el apoyo moral, ya que gracias a la motivación de ellos ha sido posible culminar con esta investigación, sin el apoyo de ellos no hubiera sido posible terminar con este reto.

De manera especial agradecemos a un gran profesional, nuestro asesor de tesis Mg. Saúl Jesús Mallqui, por la paciencia en la corrección de dicho trabajo, así mismo por el aporte ya que gracias a sus conocimientos y gran experiencia fue posible haber culminado con nuestro trabajo de investigación.

A la Institución que nos permitió realizar dicho estudio ya que nos brindaron todas las facilidades, también agradecemos a los estudiantes que fueron participe en la elaboración de dicha investigación, por su colaboración y disposición en el proceso de aplicación de instrumentos.

Mariela y Shirley

INTRODUCCIÓN

A nivel local, regional, nacional e internacional constatamos una aguda crisis de valores interpersonales, a tal punto que, las actividades delictivas y de violencia cometidos por jóvenes adolescentes hacia sus pares, adultos y ancianos, se han convertido en un tema de palpitante actualidad. Como bien señalan Guardia, Labiano y Fiorentino (2009), “en la cultura de hoy lo económico ha desplazado a los valores morales y la imagen (apariencia) se ha convertido en un bien supremo”. Es así que, los actos de corrupción, la miseria afectiva, la ausencia de motivaciones, el vértigo de la información trivial, así como la fragmentación de las aptitudes cognitivas, afectivas y espirituales de los jóvenes adolescentes, son situaciones que preocupan a nuestra sociedad actual. Por tal motivo, el objetivo de la investigación fue: Determinar la relación que existe entre los valores interpersonales y el autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

La metodología consto de un enfoque cuantitativo, cuyo método general fue el científico, el cual consiste en el cumplimiento de una serie de etapas conducentes a la solución de un problema, cuyas conclusiones se pone a consideración de la comunidad científica; como específico se utilizó el método descriptivo que nos ayudó a analizar e interpretar un conjunto de acciones y sus variables; el tipo de investigación básica, porque sus resultados simplemente buscan incrementar el acervo teórico, con la finalidad de formular nuevas teorías o modificar las existentes, pero sin preocuparse por su aplicación práctica; el nivel de investigación correlacional, ya que permitió saber cómo se puede comportar un concepto o una variable (valores interpersonales) conociendo el comportamiento de otra variable relacionada (autoconcepto); y como diseño se utilizó el no experimental correlacional, cuyo propósito fue medir el grado de relación que existe entre las dos variables de interés en una muestra de sujeto.

La estructura de la presentación del informe final fue diseñada por capítulos, como sigue a continuación:

En el capítulo I, planteamiento del problema, se consideró la descripción de la problemática, así mismo la formulación del problema se incluyó la justificación y finalmente los objetivos de la investigación.

En el capítulo II, estuvo dedicado al marco teórico, dentro del cual se plasmó los antecedentes locales, nacionales e internacionales, también se consideró la base teórica científica y el marco conceptual.

En el capítulo III, se describió la hipótesis general y específica, así mismo las variables de investigación, con su respectiva definición conceptual y operacional.

En el capítulo IV, metodología de la investigación, en este segmento se describe la metodología, el tipo, nivel y diseño utilizada en la investigación, así mismo la población y muestra, también se describió la técnica e instrumentos de recolección de datos, finalmente se detalló los aspectos éticos de la investigación.

En el capítulo V, titulado resultados se consideró la descripción de los resultados y la interpretación de la hipótesis.

Inmediatamente después se detalla el análisis, la discusión de resultados, las conclusiones y las recomendaciones; adicional a ello consideró la bibliografía, y los anexos de la investigación.

CONTENIDO

	Pág.
Caratula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Introducción	iv
Contenido	vi
Contenido de Tablas	ix
Contenido de Figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática	13
1.2 Delimitación del problema	15
1.3 Formulación del problema	16
Problema general	16
Problemas específicos	16
1.4 Justificación	17
1.4.1 Social	17
1.4.2 Teórica o científica	18
1.4.3 Metodológica	18
1.5 Objetivos	19
1.5.1 Objetivo general	19
1.5.2 Objetivos específicos	19

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes	21
Antecedentes internacionales	21
Antecedentes Nacionales	23
Antecedentes Locales	28
2.2 Bases teóricas o científicas	29
2.3_Marco conceptual	41

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis general	43
3.2 Hipótesis específicas	43
3.3 Identificación de variables	44

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Método de Investigación	46
4.2 Tipo de Investigación	46
4.3 Nivel de Investigación	47
4.4 Diseño de la Investigación	47
4.5 Población	48
4.6 Muestra y tipo de muestreo	48
Criterios de inclusión	48
Criterios de exclusión	48
4.7 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	50
4.8 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.	53
4.9 Aspectos éticos de la investigación	54

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1 Descripción de resultados	55
5.2 Contrastación de hipótesis	62
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	78
CONCLUSIONES	82
RECOMENDACIONES	84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	86
ANEXOS	94
Anexo 1: Matriz de consistencia	95
Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables	97
Anexo 3: Matriz de operacionalización de instrumento	97
Anexo 4: Instrumento de investigación y constancia de su aplicación	101
Anexo 5: Validez y confiabilidad del instrumento	109
Anexo 6: La data de procesamiento de datos	117
Anexo 7: Consentimiento informado	121
Anexo 8: Evidencia de haber realizado la investigación	122

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla	Pág.
01: Frecuencia de participantes según género	49
02: Frecuencia de participantes según edad	49
03: Distribución de variable valores interpersonales	55
04: Distribución de variable autoconcepto	56
05: Tabulación cruzada según valores interpersonales y dimensión social	57
06: Tabulación cruzada según valores interpersonales y dimensión académico/laboral	58
07: Tabulación cruzada según valores interpersonales y dimensión emocional	61
08: Tabulación cruzada según valores interpersonales y dimensión familiar	62
09: Tabulación cruzada según valores interpersonales y dimensión físico	63
10: Correlación Rho de Spearman para puntaje total de valores interpersonales y puntaje total de autoconcepto	65
11: Tabla de correlación Rho de Spearman para variable valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto	70
12: Tabla de correlación Rho de Spearman para variable valores interpersonales y la dimensión académica del autoconcepto	70
13: Tabla de correlación Rho de Spearman para variable valores interpersonales y la dimensión emocional del autoconcepto	72
14: Tabla de correlación Rho de Spearman para variable valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto	74
15: Tabla de correlación Rho de Spearman para variable valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto	76

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura	Pág.
01: Diagrama de dispersion simple de correlacion entre valores interpersonales y autoconcepto	63
02: Diagrama de dispersión simple de correlación entre valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto	69
03: Diagrama de dispersión simple de correlación entre valores interpersonales y la dimensión académica del autoconcepto	71
04: Diagrama de dispersión simple de correlación entre valores interpersonales y la dimensión Emocional del autoconcepto	73
05: Diagrama de dispersión simple de correlación entre valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto	75
06: Diagrama de dispersión simple de correlación entre valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto	77

RESUMEN

Pareciera que, los adolescentes de los tiempos actuales, han perdido los valores morales pareciendo ser reemplazado por lo económico, por otro lado, que la apariencia física se ha convertido en un bien supremo; así mismo, es común percibir entre ellos un afán por lograr la autonomía y el desarrollo de la conciencia de sí mismos. Por ello, el objetivo de la investigación fue: Determinar la relación entre los valores interpersonales y el autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. Como método general se utilizó el método científico, tipo de investigación básico, nivel correlacional y diseño descriptivo-correlacional. La muestra estuvo conformada por 155 universitarios del 2do., ciclo, entre varones y mujeres; el tipo de muestreo fue el no probabilístico intencional, como técnica de recopilación de datos se utilizó la encuesta y como instrumento: el cuestionario de valores interpersonales (SIV) de Leonard V. Gordon y la escala multidimensional de autoconcepto forma 5 (AF5) de García y Musitu. Para el análisis y discusión de resultados se utilizó las fórmulas de la estadística descriptiva e inferencial. La investigación ha demostrado que no existe relación entre valores interpersonales y el nivel de autoconcepto percibido por los estudiantes del segundo ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de una universidad privada de la ciudad de Huancayo; con ello, se rechaza la hipótesis alterna y se confirma la hipótesis nula, el cual indica que no existe una relación directa y significativa entre los valores interpersonales y el autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología una universidad de Huancayo, 2018.

Palabras clave: valores interpersonales, autoconcepto, autoconcepto académico, autoconcepto emocional, autoconcepto social, autoconcepto familiar.

ABSTRACT

It seems that, in the adolescents of the present times, the economic has replaced the moral values and, on the other hand, that the physical appearance has become a supreme good; Likewise, it is common to perceive among them an eagerness to achieve autonomy and the development of self-awareness. Therefore, we aim to: Determine the relationship between interpersonal values and self-concept in estudiantes universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. As a general method the scientific method, type of basic research, correlational level and descriptive correlational design. We worked with a sample of 155 students from the 2nd. cycle, between men and women; The type of sampling was the non-probabilistic intentional, the survey was used as a data collection technique and as an instrument: Leonard V. Gordon interpersonal values questionnaire (SIV) and García and Musitu multidimensional self-concept scale form 5 (AF5). For the analysis and discussion of results, the formulas of descriptive and inferential statistics were used. Research has shown that between the interpersonal values and the level of self-concept perceived by the students of the second cycle of the Escuela Profesional de Psicología de una universidad privada de la ciudad de Huancayo, there is no relationship; with this, the alternative hypothesis is rejected and the null hypothesis is confirmed, which indicates that there is no direct and significant relationship between interpersonal values and self-concept in university students del 2do ciclo de la Escuela Académico Profesional de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

Keywords: interpersonal values, self-concept, academic self-concept, emotional self-concept, social self-concept, family self-concept.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

De acuerdo con Guardia et al. (2009), la crisis de los valores interpersonales entre los seres humanos estaría en la dinámica familiar establecida durante los primeros años hasta la adolescencia; por ejemplo en el núcleo familiar durante la adolescencia (considerada como una etapa de muchos cambios psico-biológicos), es común percibir disconformidad, discordancia y cuestionamiento permanente de los valores transmitidos por sus padres y/o familias cercanas, en su afán por lograr la autonomía y el desarrollo de la conciencia de sí mismos; “sin embargo, esto no llega a afectar los valores básicos aprendidos tempranamente en el hogar” (Papalia, Wendkos y Duskin, 2009).

Así mismo, los diversos estudios sobre el tema indican que, el estudio de los valores durante la etapa de la adolescencia resulta atractivo en el área de las Ciencias Sociales, más aún si el interés es controlar la conducta disfuncional que con frecuencia se percibe en la vida de los jóvenes adolescentes (Pertegal, Oliva y Hernando, 2010).

Por otro lado, el autoconcepto interviene de manera decisiva en la formación y el desarrollo de la personalidad, ya que un autoconcepto positivo repercute en una buena estructuración de la personalidad y por consiguiente a un adecuado funcionamiento personal, familiar y profesional, lo cual conduce a su vez a una satisfacción personal. “De ahí que el logro de un equilibrio socio afectivo en el alumnado a partir de una imagen ajustada y positiva de sí mismo figure entre las finalidades tanto de la educación primaria como de la educación secundaria obligatoria” (Esnaola, Goñi y Madariaga, 2008).

Lo mismo que con los valores interpersonales, pasa con el autoconcepto, es decir, su estudio resulta de gran interés para la psicología actual, toda vez que se convierte en uno de los pilares para una adecuada relación interpersonal; sin embargo, de acuerdo con los especialistas, el tema del autoconcepto debe ser estudiado desde una concepción multidimensional (Esnaola et al., 2008).

A nivel mundial, los estudios psicológicos sobre el autoconcepto fue evolucionando conceptualmente, así, según las nuevas concepciones el autoconcepto global es definido como el resultado de un conjunto de percepciones parciales del propio yo (multidimensionalidad), los cuales están estructurados en una organización jerárquica. (Esnaola et al., 2008).

A nivel de nuestro país, el tema de los valores interpersonales fue abordado por investigadores como: Berninazon (1996), Fierro (1996), Quesquen (1997), Aguilar (2002), Reyes (2003), etc., quienes realizaron estudios de prevalencia y en otros casos, relacionándolo con otras variables de estudio; en tanto que la variable autoconcepto fue abordado por Sánchez y Matalinares (2014), Sandoval (2011), Vela, Anaya y Diaz (2015).

Motivadas por todo lo anterior, proponemos esta investigación donde se pretende estudiar los valores interpersonales y su relación con la variable autoconcepto, para de esta manera ver cómo enfrentan los jóvenes ciertas situaciones y conflictos frente a la vida cotidiana, en qué medida dicha relación afecta en el desarrollo de su vida y actividades cotidianas.

1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación se desarrolló con estudiantes universitarios del 2do.ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de una universidad Privada de la ciudad de Huancayo, el cual está ubicado en la Av. Mártires del periodismo cuadra 20 (Ex Calmell del Solar), Provincia de Huancayo, Región Junín.

DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación se dio inicio en octubre del 2018 con la elaboración y presentación del proyecto de investigación, y culminó en mayo del 2019, de acuerdo al cronograma establecido para la realización de dicha investigación.

DELIMITACIÓN TEMÁTICA

Para la fundamentación teórica de la variable 1 se tomó en cuenta la Teoría de valores interpersonales de Gordon, el cual incluye las siguientes dimensiones de estudio: el estímulo (S), la conformidad (C), el reconocimiento (R), la independencia (I), la benevolencia (B) y el liderazgo (L).

Para la variable 2 se tomó en cuenta la Teoría de García y Musitu (2014), quienes parten de la teoría propuesta por Shavelson, Hubner y Stanton, (1976), quienes basados en la teoría humanista de Carl Rogers proponen el abordaje de las siguientes dimensiones de estudio: el autoconcepto académico-laboral, el autoconcepto social, el autoconcepto emocional, el autoconcepto familiar, y el autoconcepto físico.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

PROBLEMA GENERAL

¿Qué relación existe entre los valores interpersonales y el autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018?

PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cuál es el valor interpersonal prevalente en los estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018?
- ¿Cuál es el autoconcepto prevalente en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018?
- ¿Qué relación existe entre los valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto en estudiantes universitarios del y 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018?
- ¿Qué relación existe entre los valores interpersonales y la dimensión académico/profesional del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018?
- ¿Qué relación existe entre la dimensión emocional del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018?

- ¿Qué relación existe entre la dimensión familiar del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018?
- ¿Qué relación existe entre la dimensión física del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018?

1.4 JUSTIFICACIÓN SOCIAL

Los resultados de la investigación benefician a los estudiantes universitarios del 2do., ciclo de la Universidad Peruana Los Andes, mediante la sensibilización y la información acerca de lo importante que es fortalecer los valores interpersonales, del mismo modo, promover el desarrollo de un buen autoconcepto; con este trabajo también se resaltó la importancia que tiene el desarrollo de éstos valores en la educación de profesionales, mediante un desarrollo integral basado en las capacidades intelectuales y la práctica de valores interpersonales.

Así mismo, beneficiará a la sociedad, de forma particular a los padres de familia, autoridades universitarias y docentes universitarios con la finalidad de diseñar y ejecutar programas de intervención psicoeducativa orientadas a promover y estimular los valores y el autoconcepto entre los universitarios. Del mismo modo, el estudio de estas variables será de gran utilidad en el campo de la psicología social, para la realización de futuras investigaciones.

TEÓRICA O CIENTÍFICA

El tema de los valores siempre fue atractivo e interesante para el estudio y la investigación científica, porque en la vida diaria se percibe una grave crisis de valores interpersonales en todos los estratos y niveles sociales, tanto en niños, adolescentes y adultos, se convierten en un aspecto fundamental del desarrollo y la constitución de la personalidad de las personas, en el caso específico de los universitarios, los valores además están vinculados al desarrollo de las competencias profesionales; por ello se les pide que fomenten y desarrollen valores personales e interpersonales en la consecución de una formación profesional competente.

Por otro lado, el presente estudio nos permitió, primero, generalizar los resultados obtenidos a muestras más grandes, para luego, identificar el diagnóstico situacional del autoconcepto entre los jóvenes universitarios. De este modo estamos contribuyendo al incremento de la información disponible sobre ambas variables en la región central del país.

METODOLÓGICA

Los instrumentos utilizados en la investigación fueron: El cuestionario de valores interpersonales (SIV) (L.V. Gordon) y la escala multidimensional de autoconcepto AF5, los cuales fueron validados, mediante la técnica de validez de contenido (juicio de expertos); así mismo, se sometió a un procedimiento de confiabilidad, mediante la técnica de consistencia interna, aplicando el estadístico Alfa de Cronbach, obteniendo en ambos casos altos índices de validez y confiabilidad; de esta manera se proponen estos instrumentos para ser utilizados en nuevas investigación con poblaciones mucho más grandes.

1.5 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación que existe entre los valores interpersonales y el autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do.ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir el valor interpersonal prevalente en los estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.
- Describir el autoconcepto prevalente en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.
- Identificar la relación que existe entre la dimensión social del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.
- Identificar la relación que existe entre la dimensión académico/profesional del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.
- Describir la relación que existe entre la dimensión emocional del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.
- Describir la relación que existe entre la dimensión familiar del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

- Identificar la relación que existe entre la dimensión física del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Ibarra y Jacobo (2016), publicaron un estudio titulado: *“La Evolución del autoconcepto académico en adolescentes”*. Los autores se plantearon como objetivo: explicar el proceso de evolución del autoconcepto para poder entender el cambio y naturaleza de la dimensión académica durante la adolescencia. En este trabajo se arribó a las siguientes conclusiones: Los resultados indican que la modificación experimentada por el autoconcepto académico en adolescentes es de naturaleza dinámica y flexible, o sea, el autoconcepto disminuye a partir de los 15 años, no existe diferencia estadística en el estudio.

Gásquez, Pérez, Carrión, Luque y Del Mar (2015), en la Universidad de Almería, publicaron un estudio titulado: *“Perfiles de valores interpersonales y análisis de conducta y actitudes sociales de adolescentes”*. Tuvo por objetivo: Describir y analizar los perfiles de valores interpersonales, para ver si ocurre alguna diferencia con relación a la actitud

social y conducta. En dicha investigación se identificó 3 perfiles de valores interpersonales diferentes niveles de conducta delictiva y antisocial. El grupo con ARL-BCB (alto reconocimiento y liderazgo), baja (conformidad y benevolencia) tuvo con mayor predominio ambas conductas, apatía- retraimiento, sensibilidad social escasa, agresividad-terquedad y conformidad. En conclusión, se recomienda una intervención preventiva a fin de evitar conductas delictivas y antisociales mediante la promoción de cualidades sociales.

Mantilla, Méndez y Torres (2014), publicaron su investigación titulada: *“Evaluación de los valores personales e interpersonales en una muestra de adolescentes del área metropolitana de Bucaramanga, Colombia”*; en el cual se planteó como objetivo: Describir los diferentes valores tanto personales, como interpersonales en un grupo de adolescentes de la ciudad de Bucaramanga, a través de la administración de dos instrumentos de recolección de datos, como son, el cuestionario de valores interpersonales SIV y el cuestionario de valores personales SPV. Las conclusiones a las cuales se arribó fueron: se encontró que el valor interpersonal en los colegios públicos predomina el valor independencia, mientras que en los colegios privados se notó una prevalencia del valor estímulo, mientras que en la variable valores personales, prevalecieron los valores de independencia, benevolencia, liderazgo y conformidad, también de generosidad, seguimiento de normas, tendencia a actuar con libertad y estar al mando; también

Restrepo, Martínez, Soto, Martínez y Baeda (2013) publicó una tesis titulada: *“Valores personales e interpersonales en adolescentes y adultos de la ciudad de Medellín y el área metropolitana”*; como objetivo los autores se plantearon lo siguiente: determinar las diferencias significativas entre las variables valores personales e interpersonales y los estratos socioeconómicos en una muestra de 970 personas en Medellín y el área

metropolitana. Los resultados arrojaron que no existen diferencias significativas entre variables establecidas.

Gargallo, Suárez, García y Sahuquillo (2012), en la Universidad de Valencia, España, publicó un trabajo titulado: *“Autoconcepto en estudiantes universitarios excelentes y en estudiantes medios de la Universidad de Valencia”*; en esta investigación se utilizó el diseño cuasi-experimental, con un grupo de control y el otro experimental. El objetivo principal fue determinar las diferencias existentes en el autoconcepto entre los estudiantes considerados “excelentes” y los considerados “medios”. Las principales conclusiones arribadas en este trabajo muestran que, “los estudiantes excelentes desarrollan mejor autoconcepto ante el aprendizaje que los estudiantes medios en las dimensiones de autoconcepto académico-laboral, autoconcepto emocional y familiar y en la puntuación global de autoconcepto. Por el contrario, los estudiantes medios tienen mejor autoconcepto físico y social”.

ANTECEDENTES NACIONALES

Gutierrez (2018) publicó un trabajo de investigación titulado: *“Autoestima escolar y valores interpersonales de las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “República de Chile” – Lince 2018”*. En este trabajo la autora se planteó como objetivo: Establecer la relación entre la autoestima escolar y valores interpersonales de los estudiantes de secundaria. Las principales conclusiones halladas fueron: que existe relación significativa entre las variables estudiadas; así mismo, los niveles de valores interpersonales, se determinó que el 10% muestran un bajo nivel, así mismo el 49.2%

demuestran un nivel medio, mientras que el 40.8% presenta un nivel alto con relación a los valores interpersonales.

Requejo (2017), publicó su tesis para optar el título profesional de Licenciada en Psicología, titulada: *“Valores interpersonales en estudiantes universitarios de la carrera de Trabajo Social de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, 2017”*; como objetivo se buscó establecer los niveles de valores interpersonales en estudiantes universitarios de primer y segundo ciclo de la carrera de Trabajo Social. En este trabajo la autora obtuvo los siguientes resultados: “Para la variable valores interpersonales, se cuenta con 6 dimensiones: Soporte, en el que se encontró que un 39% de la muestra se encuentra en un nivel bajo; conformidad con un 51% de la muestra en el nivel bajo; reconocimiento en la que se halla que un 60% de la muestra posee un nivel bajo; independencia, en el que se aprecia que un 49% se ubica en un nivel alto; benevolencia con un 65% de la muestra en un nivel alto y liderazgo, con un 55% de la muestra en el nivel bajo”.

Arboccó (2017), publicó un trabajo de maestría titulado: *“El sentido de vida y los valores interpersonales en universitarios estudiantes de la carrera de psicología”*. En dicha investigación el autor se planteó como objetivo: detallar si existe relación entre los niveles de sentido de vida y los diferentes valores interpersonales en estudiantes universitarios de la carrera de Psicología. Las principales conclusiones indican que: “si existe una relación significativa entre el sentido de vida y los valores interpersonales en el grupo de estudiantes evaluados de la carrera de Psicología. Así, el valor interpersonal benevolencia fue el de más alta correlación positiva. Además, tanto el sexo de los estudiantes, como el nivel de estudios influyen, en parte, en la correlación de sentido de vida y los valores interpersonales”. Como se puede ver, se encontró una correlación negativa en el valor de reconocimiento, entre

varones y mujeres; así como, “una correlación negativa en el valor de soporte (en varones y en mujeres) y una correlación positiva significativa en el valor interpersonal de la benevolencia. Ahora, según el nivel de estudios, existe una correlación positiva significativa en el nivel inicial y medio entre el sentido de vida y el valor interpersonal de la benevolencia; así mismo, una correlación negativa significativa entre el sentido de vida y el valor interpersonal de reconocimiento tanto en el nivel inicial y medio de estudios”.

Lume y Ordoñez (2016) publicaron su tesis de pregrado titulado: “*Autoconcepto y conducta disciplinaria en los estudiantes de secundaria de la Institución educativa Santa Rosa de Tarapoto, 2016*”; las autoras se plantearon como objetivo: Determinar si existe relación entre la variable autoconcepto y la variable conducta disciplinaria en los estudiantes de secundaria. Se encontró como resultado la existencia de una correlación significativa entre autoconcepto y conducta disciplinaria, lo que revela que, cuanto menor sea el nivel del autoconcepto menor será la conducta disciplinaria en los estudiantes; el 40,8% de los estudiantes evaluados presentan un nivel alto en lo que respecta en su autoconcepto total; con respecto a las dimensiones se reporta que: la dimensión académica en un 40,5% se encuentra en el nivel alto; mientras que las dimensión social (45,1%), familiar (35,7%), física (39,1%) y la dimensión emocional (37,4%), se ubican en el nivel promedio del autoconcepto.

Vela, Anaya, Díaz y Gonzales (2015) publicaron un trabajo de investigación titulado: “*Cohesión - adaptabilidad familiar y autoconcepto de los estudiantes, institución educativa técnico industrial, Bagua – 2012*”. En este trabajo se llegó a la conclusión: que ,“el 32.1% de estudiantes tiene una cohesión familiar de tipo separado, el 29.4% conectado, el 22.9% amalgamado y el 15.6% disgregado; el 47.7% tienen una adaptabilidad de tipo caótico, el

26.2% de tipo flexible; el 18.9% de tipo estructurado, el 7.2% de tipo rígido; así mismo, el 33.9% tienen un autoconcepto bajo, el 33.3% en promedio y el 28.8% alto”.

Sánchez y Matalinares (2014), publicaron un trabajo de investigación titulado: “*Valores interpersonales y autoconcepto en estudiantes universitarios de la carrera de Ingeniería Ambiental y Administración de Empresas de una universidad estatal*”; la investigación tuvo como objetivo: Determinar la relación entre los valores interpersonales y el autoconcepto en estudiantes universitarios del 1er., 3er. y 5to ciclo de estudios. Se encontró los siguientes resultados: “existe correlación entre los valores interpersonales de soporte y conformidad con el autoconcepto general. En un análisis específico se observa que ningún valor interpersonal se relaciona con el autoconcepto familiar. Además, se halló diferencias significativas en el autoconcepto físico y emocional, así como en el valor interpersonal de liderazgo. Por otro lado, no se observan diferencias estadísticas en los valores interpersonales y en el autoconcepto según la carrera profesional”.

Calva (2013), en la ciudad de Piura elaboró un trabajo de investigación que lleva por título: “*Relación entre el clima social familiar y los valores interpersonales en adolescentes de segundo, tercero y cuarto grado de educación secundaria de la I. E. Señor de los Milagros*”. En este trabajo la autora tuvo como objetivo principal de estudio, identificar la relación que existe entre el clima social familiar y los valores interpersonales en un grupo de estudiantes adolescentes de 2do., 3er., y 4to. Grado de educación secundaria. En esta investigación se concluyó: “existe correlación significativa entre el clima social familiar y los valores interpersonales de soporte y benevolencia , mientras que los adolescentes de segundo, tercero y cuarto grado de educación secundaria, se encuentran en un nivel de soporte medio de los valores interpersonales, así mismo se encuentran en un nivel medio

de benevolencia de los valores interpersonales, por otro lado tienden a estar en un nivel alto de conformidad de los valores interpersonales, también tienden a estar en un nivel bajo de reconocimiento e independencia y liderazgo en adolescentes de segundo, tercero y cuarto grado de educación secundaria de la I.E. Señor de los Milagros, Paita”.

Tueros (2012) publicó un trabajo de investigación para optar el grado académico de Doctor en Psicología, titulado: “*Los valores interpersonales y su relación con los estilos atributivos en estudiantes de quinto grado de secundaria*”. El objetivo principal fue, determinar la correlación que existe entre los estilos atributivos y los valores interpersonales en un grupo de estudiantes del quinto grado de secundaria. Se arribó a las siguientes conclusiones: “Los resultados indican que existe correlación significativa entre los distintos valores interpersonales de soporte, conformidad, reconocimiento e independencia con los estilos atributivos en el área de logros académicos y relaciones interpersonales. Por el contrario, no se obtuvieron correlaciones significativas entre los valores interpersonales, benevolencia y liderazgo con los estilos atributivos en las áreas de logros académicos y relaciones interpersonales”.

García (2010), en la ciudad de Lima publicó un trabajo de investigación titulado: “*Valores interpersonales en estudiantes del I y VIII ciclo académico de una Universidad Privada*”. En este trabajo la autora se formuló el siguiente objetivo: establecer la influencia del eje transversal de ética y los valores interpersonales en los universitarios del I y VIII ciclo de las diferentes profesiones y establecer las diferencias significativas. Las principales conclusiones son: que los resultados alcanzados tanto para -varones y mujeres del I y VIII ciclo de una universidad privada, en la dimensión de soporte se observa que, permanece un nivel medio, lo que indica que presenta una carencia de comprensión afectiva y protectora.

Matalinares, Sotelo, et al. (2009), publicaron un trabajo de investigación titulada: *“juicio moral y valores interpersonales en adolescentes de 4to y 5to de secundaria de Lima y Jauja”*; en este trabajo los autores se plantearon como objetivo: Determinar la relación entre los valores interpersonales y el juicio moral de la población mencionada. La conclusión a la que se llegó fue: “Se encontró que las variables juicio moral y valores interpersonales se encuentran asociadas. Por otro lado, se encontró que existen diferencias significativas entre los alumnos de Jauja y Lima en valores interpersonales, pero no ocurre lo mismo con el juicio moral, tanto en Jauja como en Lima los estudiantes responden en forma similar. En las dimensiones de conformidad, reconocimiento y benevolencia de los estudiantes se muestra diferente en función del sexo. Las mujeres obtienen mejores resultados que los varones, no sucede lo mismo en el caso del juicio moral. Por último, se encontraron diferencias significativas entre el juicio moral y los valores en función del grado de instrucción”.

ANTECEDENTES LOCALES

Dianderas (2014), realizó un trabajo de investigación que lleva por título: *“Valores interpersonales y juicio moral en estudiantes de quinto de secundaria del distrito Santo Domingo de Acobamba- Huancayo”*; el objetivo principal fue: Establecer si existe o no correlación entre los periodos del juicio moral y los valores interpersonales adolescentes de un colegio de Santo Domingo de Acobamba – Huancayo según sexo y edad. El estudio concluyó en que no se encontró una relación significativa entre los valores interpersonales y los periodos del juicio moral, solamente se halló una baja correlación entre el nivel del valor conformidad con el periodo del juicio moral.

2.2 BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS

DEFINICIÓN DE VALOR

Para Leonard Gordon, “los valores pueden establecer un medio para establecer lo que las personas hacen y cómo lo hacen; sobre la toma de decisiones inmediatas, así como en la realización de planes a largo plazo se ven influidas, consciente o inconscientemente, por el conjunto de valores que adopten cada individuo” (Gordon, 2003, citado por Restrepo et al., 2009); así mismo, indica que, “los valores desde la perspectiva social/educativa se consideran como referentes, y modelos que sitúan la conducta humana hacia la evolución social y la realización de la persona. Son consideradas guías que dan determinada orientación a la conducta y a la vida de cada individuo y de cada grupo social”.

Por otra parte, los valores son principios que nos orientan a formar aptitudes y acciones para lograr la realización personal, así mismo nos motivan a valorar y preferir la realización de ciertas acciones en vez de otras (Velásquez, 2016).

Según Girón (2003), (citado por Dianderas, 2014), los valores son un conjunto de cualidades o virtudes de mucha trascendencia y valor, la realidad ideal por cuya participación las cosas adquieren cualidades que hacen que se pueda apreciar en forma diferente. En relación a este concepto el ser humano tiene la capacidad, a través de sus conductas; de poner en manifiesto la aceptación de los valores en forma positiva o si por el contrario conducirse en forma negativa con anti valores.

Según Berger y Luckman (1967), los valores desarrollados determinan los estilos de personalidad y definen la idiosincrasia de las personas y de los grupos, los cuales son el resultado de la interacción social permanente (citado por Restrepo et al., 2009).

Así mismo, Rockeach (1973), citado por de Escobar (2001) indicó que: “Un valor es una creencia perdurable en que un modo de conducta específica, o un estado final de existencia, es personal o socialmente preferible a un modo de conducta o estado final de existencia opuesto o contrario”.

En conclusión, diversos autores coinciden en que los valores se manifiestan mediante nuestras pensamientos a cerca de la vida y del ser humano; no es un término totalmente abstracto, ni absoluto, sino que se encuentran estrechamente relacionados con la historia, las manifestaciones culturales, los grupos humanos, etc.; los valores se convierten en una especie de responsabilidad real y recóndito del ser humano ante el mismo y frente a sus relaciones con los demás (Matalinares et al. 2009).

CARACTERÍSTICAS DE LOS VALORES.

Según Ferrater (1979) los principales rasgos que caracterizan a los valores son:

- 1) **El valer:** generan una gran huella en la vida de cada persona, así mismo en la sociedad.
- 2) **La objetividad:** la objetividad muestra que los valores son independientes las preferencias personales, dicho de otra forma, los valores mantienen su enfoque muy aparte de la valoración y apreciación que de ella hagan los seres humanos.
- 3) **La polaridad:** los valores se puede experimentar en sentidos opuestos como por ejemplo: la verdad y la mentira, la bondad y la maldad, etc.
- 4) **La cualidad:** los valores no son cuantificables con precisión y exactitud, ya que lo sobresaliente de los valores es la cualidad, antes que la cantidad.
- 5) **La jerarquía:** los valores en encuentran clasificados y jerarquizados: valores lógicos, los éticos y los estéticos.

6) **La durabilidad:** las actitudes valorativas transcurren en el tiempo y su duración es relativa, es decir, que existen valores estables permanentes, mientras que otros están sujetos al cambio social.

VALORES INTERPERSONALES

El término “valores interpersonales” posee muchos significados, entre ellos destaca el propuesto por Kornblit (2003), quien conceptuó los valores interpersonales como: “creencias duraderas acerca de un modo específico de conducta o estado final de ser o existir, que es personal o socialmente preferible a un modelo opuesto”; de esta manera, la principal razón de estudiar a profundidad los valores interpersonales es llegar a identificar y reconocer el rol que cumplen en la toma de decisiones de todos los adolescentes.

Según Restrepo et al. (2009), los valores personales como interpersonales, están referidos al núcleo cognitivo conformado por los contenidos simbólicos, semánticos y emocionales, los cuales diferencian a las personas, unas de otras.

Según Rockeach, citado por Sarmiento (2016), desde una perspectiva cognitiva y psicológica, indica que: “los valores interpersonales son los determinantes básicos de comportamiento y por ende, elementos de influencia determinante en las decisiones que toda persona toma en la meta que elige”.

Para Sevillano (2003), citado por Estrada (2016) los valores interpersonales se definen como “aquellos que son imprescindibles y sobre los cuales se construye la vida y las relaciones morales, éticas y socioculturales, además de los que el individuo va apartándose a sí mismo según sus vivencias personales su encuentro con otras personas y cultura”.

DIMENSIONES DE LOS VALORES INTERPERSONALES.

Gordon (1960), citado por Rojas (2015), los valores interpersonales poseen las siguientes dimensiones:

- a) **Soporte:** Se refiere al desarrollo de la actitud de comprensión, amabilidad y consideración; es dar y recibir apoyo, alentar a otras personas de manera constante. El soporte se manifiesta en dos niveles: alto y bajo; los niveles altos se caracterizan por presentar una fuerte necesidad de protección y comprensión afectiva. Por el contrario el nivel bajo se caracteriza por principalmente presentar poca necesidad comprensión y de apoyo.
- b) **Conformidad:** Dimensión que nos permite hacer algo socialmente correcto y aceptado por los demás, acatando normas de convivencia. Los niveles altos se caracteriza por mostrar actitudes de aceptación de la organización social, así como una actitud más desarrollada hacia lo que es socialmente correcto. En bajos niveles se caracterizan por presentar una escasa aceptación a las reglas sociales; muy frecuentemente se manifiesta en personas que luchan por alcanzar seguridad y estabilidad en la vida.
- c) **Reconocimiento:** Permite reconocerse a si mismo como persona importante, ser respetado y admirado, lograr ser reconocido por los otros. En altos niveles, se presenta una gran demanda de ser importante, generalmente se refleja en individuos que deben afrontar ciertas experiencias donde se exige eficiencia y aptitud. En bajo nivel, se manifiesta una escasa necesidad de ser elogiado, así como experimentar una crítica mental en la que no se debe parecer vanidoso.
- d) **Independencia:** Es la dimensión que nos permite tener la libertad para tomar decisiones por sí mismo, teniendo en cuenta el razonamiento. En el nivel alto, se manifiesta en las

actitudes de egocentrismo, individualismo. En el nivel bajo, se expresa en una poca tendencia a entablar relaciones interpersonales, teniendo en cuenta las necesidades y beneficios de sí mismo.

e) **Benevolencia:** Es la dimensión que nos permite realizar actividades empáticas, ayudando a los más necesitados, es decir mostrar una actitud sincera de generosidad. En los niveles altos, se expresa en una actitud de amor por el prójimo y/o deseo de ayudar al que más lo necesita. En los niveles bajos, se percibe actitudes de rechazo y discriminación por los demás.

f) **Liderazgo:** Dimensión que nos permite estar al frente de los demás, para guiarlos mediante actitudes de autoridad y poder. En los niveles altos, se considera acciones y actitudes de mando que expresa el sujeto frente a exigencias profesional. En el nivel bajo, no presenta actitudes de mando sobre los demás.

Los valores en la formación profesional

En un artículo científico publicado en la ciudad de Bogotá, Arana (2006), indica que la formación y educación en valores es un tema de palpitante actualidad a nivel internacional, lo cual se refiere a la naturaleza de los valores en el proceso de enseñanza y aprendizaje, mediante estrategias pedagógicas correctamente desarrolladas; la educación en valores, hoy por hoy, está asociada a los avances en temas de educación, axiología, epistemología, los cuales admiten la comprensión del ser humano incluyendo sus conocimientos, de manera integral. Sin embargo, el tema de los valores puede ser estudiado desde una perspectiva más universal como es el centro educativo, ya que ahonda en integrar las habilidades, las actitudes y los conocimientos, en la formación educativa (Arana, 2006).

La misma autora afirma que, conocer y comprender la naturaleza de los valores desde la perspectiva universitaria significa aceptar la íntima relación entre lo cognitivo y afectivo en el ser humano, vale decir, valor del conocimiento y valor como significado del conocimiento. La adquisición de conocimientos en las diversas áreas del conocimiento humano debe ser tratado en sus dimensiones de manera holística: desde lo filosófico, lo sociológico, lo histórico, lo político, etc. subrayando la intencionalidad hacia la sociedad. Arana (2006).

Así mismo, este autor indica que, “el futuro profesional requiere de conocimientos actualizados e integrados, de valores de redimensionamiento humano para su pertinente ejercicio profesional, que deben ser desarrollados desde el proceso de formación de manera intencionada y consciente por la institución universitaria” Arana (2006).

Una educación basada en valores exige una formación integral con sentido humanista, acercándola a la realidad para comprenderla, valorarla y transformarla; por otro lado, se considera importante la formación de los intereses, motivaciones y disposiciones internas de los alumnos, lo cual les permitan establecer las necesarias relaciones interpersonales. Según Arana (2006).

Por último, se puede indicar que “la educación en valores es un proceso sistémico, pluridimensional, intencional e integrado que garantiza la formación y el desarrollo de la personalidad consciente; se concreta a través de lo curricular, extracurricular y en toda la vida universitaria” (Arana, Batista y Ramos, 2003); por ello, esta educación basada en los valores tiene como principal finalidad la formación integral de la personalidad, que coadyuve a constituir los factores internos y externos de un individuo. (Arana et al., 2003).

AUTOCONCEPTO

García y Musitu (2014), definen el autoconcepto como “un constructo que representa la concepción que el individuo tiene de sí mismo como ser físico, social y espiritual”; indica así mismo, que “es la totalidad de los pensamientos o sentimientos de un individuo que hacen referencia a sí mismos como un objeto” (p.10).

En tanto que, para Shavelson, et al., (1976) el autoconcepto es: “la percepción que el individuo tiene de sí mismo, la cual se basa directamente en sus experiencias en relación con los demás y en las atribuciones que él mismo hace de su propia conducta” (citado en García y Musitu, 2014, p. 6).

Burns (1990), Chavez y Ochochoque (2018), indican que el autoconcepto es una percepción valorativa mediante el cual se exterioriza las conductas y comportamientos manifestados por un individuo con relación a él mismo.

Torres (2003), explica, “el autoconcepto es quizá uno de los aspectos más importantes en la vida, se considera una característica propia del individuo, ya que involucra juicios que le permiten reconocerse, conocerse y definirse”.

Por otro lado, Linch (2009), manifiesta que autoconcepto es, “como un conjunto de reglas para procesar información que rige la conducta, sugiere la existencia de aspectos evolutivos en su desarrollo y dirige la atención a las consecuencias afectivas negativas para el niño cuando las reglas acerca de sí mismo no son válidas. La frustración, ansiedad, agresión y apatía pueden ligarse al autoconcepto”.

Por lo expuesto, se concluye definiendo el autoconcepto como la percepción que tiene el sujeto de sí mismo y que fue desarrollándose mediante las observaciones, averiguaciones

que los sujetos tienen sobre él y de lo que la persona razona con respecto a lo que pueda lograr, lo que realmente logre y de lo que le agradaría ser. (Chávez y Ochochoque, 2018).

Por todo lo indicado se deduce que el autoconcepto es una habilidad del ser humano que se manifiesta en relación a lo que nosotros pensamos de lo que las demás personas expresan opiniones sobre nosotros, dicho de otro modo, nace de la confrontación que una persona efectúa con otras; de igual manera, se ve afectada por factores como la edad, el género, y el papel que la personas desempeña en la sociedad (Guillén y Sánchez, 2003).

Desde esta perspectiva, podemos afirmar que un autoconcepto positivo se basa en relación a un buen manejo en base a tres aspectos importantes como son: el aspecto personal, social y profesional, ya que todo ello conlleva a sentirse bien y satisfecho con nosotros mismos, en resumen, un adecuado autoconcepto se basa cuando un individuo logra alcanzar una vida plena satisfaciendo sus necesidades tanto personales y familiares. (Guillén y Sánchez, 2003).

TEORÍA DEL AUTOCONCEPTO

ENFOQUE MULTIDIMENSIONAL Y JERÁRQUICO DE SHAVELSON.

Shavelson, et al., (1976) definen el autoconcepto como el conocimiento que el sujeto posee sobre sí mismo, del mismo modo la percepción que tiene sobre su relación con los demás, lo cual se pone de manifiesto en su conducta cotidiana.

Este enfoque teórico refiere que el autoconcepto del adolescente se clasifica en dos: autoconcepto académico y autoconcepto no académico, dentro del segundo grupo se incluyen el aspecto emocional, el aspecto sociales y por último el aspecto físicos, en los que resalta la necesidad de mantener una aceptable apariencia física.

En el desarrollo de la teoría, según los investigadores, se desarrolló 7 características básicas, como son: Es organizado, es multifacético, es jerárquico, es relativamente estable, es experimental, posee carácter evaluativo, finalmente es diferenciable de otros constructos parecidos (Shavelson, Hubner y Stanton, 1976).

- **El autoconcepto es organizado:**

Según esta característica, el autoconcepto se construye de una manera que permite organizar las propias experiencias, de modo que el significado se le puede asignar a la conducta del sujeto.

“las categorías representan una forma de organizar las experiencias propias y de atribuirles un significado. Una característica del autoconcepto es, en consecuencia, que está estructurado” Shavelson, et al., (1976), citado por Garcia y Musito (2014).

- **El autoconcepto es multifacético:**

El procedimiento de clasificación contiene distintos campos del comportamiento del individuo actitudes y escenarios, tales como: el colegio, la sociedad, el atractivo físico, las habilidades físicas y sociales.

- **El autoconcepto es jerarquizado:**

Se establece una jerarquía según la organización de sus dimensiones en relación a los valores y la edad de cada individuo.

- **El autoconcepto global es relativamente estable:**

Esta característica nos explica que los rasgos del autoconcepto en un individuo tiende a cambiar con el tiempo, algunas de las cuales son más variables que otras, esto dependerá de su posición en la jerarquía, por lo que las posiciones más bajas son más variables.

- **El autoconcepto es un constructo experimental:**

Porque tiene la capacidad de experimentar vivencias en reiterados momentos, así mismo de formarse y distinguirse a lo largo de la vida en el cual nos desarrollamos.

- **El autoconcepto posee un carácter evaluativo:**

El aspecto evaluativo del autoconcepto cambia en cuanto a significado e importancia, ello dependerá de cada individuo y situación determinada; además, esta evaluación diferencial depende de acontecimientos pasados que experimenta la persona en una determinada cultura y sociedad específica.

- **El autoconcepto es diferenciable de otros constructos** con los que están teóricamente vinculados, como son: las cualidades académicas, las cualidades sociales, entre otros.

FUNCIONES DEL AUTOCONCEPTO

Galindo (2013) manifiesta que el autoconcepto cumple con funciones que continuación se detalla:

- a) Admite a la persona relacionarse con el medio: Está reconocido que; el autoconcepto regulariza la manera de reacción que tenemos frente a las personas, es decir, hace que las personas se comporten de cierta manera en circunstancias específicas.
- b) El autoconcepto condiciona el accionar de cada persona. De acuerdo a esta función se espera que los sujetos con un negativo autoconcepto, presenten un resultado negativo en el desarrollo de actividades que realiza en su vida diaria; por el contrario, los sujetos con autoconcepto adecuado, tendrán resultado positivos.

- c) El autoconcepto mejora la capacidad del ser humano en cuanto a sus relaciones sociales, utilizando sus propios conocimientos, los individuos con un positivo autoconcepto suelen ser resilientes, asertivos y proactivos, también presentan habilidades de liderazgo, lo cual le asegura relaciones satisfactorias con los demás.
- d) Tener conocimiento del autoconcepto es indispensable para modificar ciertos aspectos, ya que las personas que presentan un autoconcepto positivo desarrollan una autoestima favorable, se encuentran preparados para reconocerse tanto con virtudes y defectos; por el contrario, personas con un autoconcepto negativo presentan incapacidad en la búsqueda del propio desarrollo, generalmente viven y la mediocridad y el conformismo.
- e) Influye en las metas y los objetivos de la persona. Está demostrado que personas con un positivo autoconcepto buscan la superación constantemente, tienen aspiraciones para llegar muy lejos en su vida personal y/o laboral.

DIMENSIONES DEL AUTOCONCEPTO

Según la propuesta de García y Musitu (2014), quienes parten de la teoría propuesta por Shavelson, et al., (1976), en la vida de los seres humanos se pueden reconocer hasta cinco dimensiones del autoconcepto, los cuales se pasan a definir a continuación:

a) Autoconcepto académico/ laboral:

Está referido que cada persona tiene una percepción distinta sobre la capacidad del desempeño de su rol, la primera el rol como alumno y la segunda como empleado, la dimensión presenta dos ejes: el primero, se refiere al conocimiento que tiene el alumno y empleado sobre el desempeño de su rol a partir de las opiniones de sus maestros o

jefes (buen trabajador, buen estudiante); y el segundo eje, considera las cualidades personales valoradas en ese entorno (inteligente, estima, buen trabajador).

b) Autoconcepto social:

Esta dimensión se refiere a la percepción que tiene cada persona acerca de su desempeño en las relaciones interpersonales. Dos ejes definen esta dimensión: El primero, hace referencia a las relaciones interpersonales que tiene cada individuo, el segundo hace mención a algunas habilidades de gran importancia en cuanto a las relaciones interpersonales (amigable y alegre).

c) Autoconcepto emocional:

Es la percepción del estado emocional de las personas, de sus respuestas a para el control de situaciones específicas, con cierto grado de compromiso e implicación de su vida diaria. Presenta dos fuentes de significado: el primero hace referencia a su estado emocional (soy nervioso, me asusto con facilidad) y el segundo a situaciones más específicas (cuando me preguntan, me hablan, etc), en el que, la otra persona que participa es de un jerarquía mayor (maestro, director etc.). En sus niveles altos indica que el sujeto tiene habilidades control de las situaciones y emociones, así mismo que expresa adecuadamente sus emociones en diversas circunstancias de su vida, y pasa lo contrario, con un autoconcepto bajo.

d) Autoconcepto familiar

Se refiere a la percepción que posee el sujeto de su participación en su entorno familiar. Esta dimensión se estudia en relación a dos ejes. El primer eje describe concretamente a los padres de familia, en aspectos como (la confianza y el afecto). El segundo eje se refiere al hogar y a la familia en relación a cuatro variables, dos de ellas expresadas de

manera positiva (me siento feliz y mi familia me ayudaría), dando referencia al sentimiento de felicidad y de apoyo, y las otras dos manifestadas de manera negativa (mi familia está decepcionada, soy muy criticado), se refieren al sentimiento de no ser aceptado por los integrantes de la familia y de no estar implicado en el núcleo familiar.

e) Autoconcepto físico

Esta dimensión se encuentra referida a la percepción que la persona tiene de su aspecto físico, es decir, el sentirse estéticamente feo o atractivo. Se describe en torno a dos ejes: el primer eje, referido a la práctica deportiva en su vertiente social; el segundo, referido al aspecto físico propiamente dicho.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

- Valor

Para Milton Rokeach, el valor se define como una serie de creencias permanentes que se expresan específicamente a través de una conducta o comportamiento individual. (Citado en García, 2005).

- Valores interpersonales

Para Leonard Gordon, los valores interpersonales son todo lo que las personas hacen o dicen en su relación diaria con los demás; comprende también toda actitud influida (consciente o inconscientemente) por el método de valores que cada persona adopte. (Campos, 2009).

- Autoconcepto

Rosemberg define el autoconcepto como el conocimiento que el sujeto tiene de sí mismo como ser físico, social y espiritual; indica que “es el conjunto de pensamientos o

sentimientos individuales que los caracteriza y los diferencia de los demás”.
(Rosemberg, 1979, citado en García y Musitu, 2014).

- **Autoconcepto académico/laboral**

Esta dimensión del autoconcepto está referido a la percepción que se tiene sobre la calidad del desempeño de su rol, como alumno y/o como colaborador (Esnaola et al., 2008).

- **Autoconcepto social**

Esta dimensión está indicada a la percepción que se tiene sobre el desempeño en las relaciones interpersonales (Esnaola et al., 2008).

- **Autoconcepto emocional**

Esta dimensión pone énfasis en la percepción de la persona sobre su estado emocional, los cuales se reflejan en las actitudes que se tiene frente a situaciones específicas.
(Esnaola et al., 2008).

- **Autoconcepto familiar**

Esta dimensión del autoconcepto está orientado a la percepción que la persona tiene acerca de su intervención y participación en su núcleo familiar (Esnaola et al., 2008).

- **Autoconcepto físico**

Esta dimensión se refiere a la percepción que tiene el individuo de su aspecto físico y de su condición física (Esnaola et al., 2008).

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 HIPÓTESIS GENERAL

Existe relación entre los valores interpersonales y autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

3.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- El valor interpersonal prevalente en los estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018, es el valor de liderazgo.
- El autoconcepto prevalente en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018, es el autoconcepto físico.
- Existe relación entre la dimensión social del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

- Existe relación entre la dimensión académica del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.
- Existe relación entre la dimensión emocional y los valores interpersonales del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.
- Existe relación entre la dimensión familiar del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.
- Existe relación entre la dimensión física del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

3.3 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE 1:

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE VALORES INTERPERSONALES

Son patrones que sirven para guiar la vida de los seres humanos en situaciones concretas, mediatizan la percepción que nos formamos de los demás y de nosotros mismos, constituyen una estructura de apoyo y ayuda para evaluar, resolver conflictos y tomar decisiones; son metas ideales que trascienden a las situaciones y patrones normativos y determinantes de actitudes y conductas (Guardia et al., 2009).

DEFINICIÓN OPERACIONAL DE VALORES INTERPERSONALES

Los valores interpersonales de los estudiantes universitarios del 2do., ciclo, serán definidos a partir de la aplicación del cuestionario de valores interpersonales (SIV) de L.V. Gordon.

VARIABLE 2:

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE AUTOCONCEPTO

Gargallo et al. (2012) definieron el autoconcepto como una definición que la persona hace sobre sí mismo, el mismo que se desarrolla en permanente interacción con el medio ambiente, y que está constantemente condicionada por connotaciones afectivas y evaluativas importantes.

DEFINICIÓN OPERACIONAL DE AUTOCONCEPTO

El autoconcepto de los estudiantes Universitarios del 2do., ciclo, serán definidos a partir de la aplicación de la escala multidimensional de autoconcepto. AF5 de Fernando García y Gonzalo Musitu (2014).

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Como método general se utilizó el método científico, el cual reside en el cumplimiento de etapas conducentes a la solución de un problema, cuyas conclusiones se pone a consideración de la comunidad científica. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Como método específico se recurrió al método descriptivo, el cual es definido como “la descripción, análisis e interpretación sistemática de un conjunto de hechos o fenómenos y sus variables que les caracterizan de manera tal como se dan en el presente” (Sánchez y Reyes, 2009).

4.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo básica, porque sus resultados simplemente buscan incrementar el acervo teórico, con la finalidad de formular nuevas teorías o modificar las

existentes, pero sin preocuparse por su aplicación práctica de manera inmediata (Hernández et al. 2010).

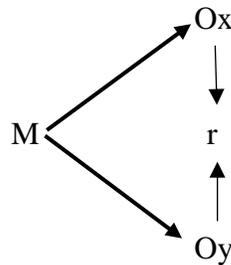
4.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Es de tipo correlacional, “ya que permitió saber cómo se puede comportar un concepto o una variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas”. Este nivel de investigación mide y evalúa el grado de relación que existe entre dos o más variables que se desea conocer, para luego terminar con el análisis de dicha correlación (Hernández et al. 2010).

4.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño fue no experimental descriptivo-correlacional, cuyo propósito fue medir el grado de relación que existe entre las dos variables de interés en una muestra de sujetos (Hernández et al., 2010).

A continuación se presenta un esquema correspondiente al diseño descriptivo correlacional:



Donde:

M : Estudiantes del 2do., ciclo de la Escuela Profesional de Psicología UPLA.

Ox : Variable 1: Valores interpersonales

Oy : Variable 2: Autoconcepto

r : Relación entre ambas variables

4.5 POBLACIÓN

La población estuvo conformada por 800 estudiantes de la Escuela Profesional de Psicología de la Universidad Peruana Los Andes, entre varones y mujeres que comprende las edades de 17 a 21 años.

4.6 MUESTRA Y TIPO DE MUESTREO

La muestra estuvo conformada por 155 estudiantes del 2do ciclo, entre varones y mujeres de la Escuela Profesional de Psicología de la Universidad Peruana Los Andes. La técnica de muestreo utilizado fue el muestreo no probabilístico intencional, el cual admite la selección de casos característicos de una población restringiendo la muestra sólo a estos casos, seleccionando a aquellos que más se ajuste al equipo que realiza el estudio, para conducir la investigación (Hernández et al., 2010).

Criterios de inclusión: Para la realización de la investigación se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

- Estudiantes universitarios matriculados en el ciclo académico 2018-II.
- Estudiantes que pertenecen a la Escuela Profesional de Psicología.
- Estudiantes regulares que cursen el 2do., ciclo de estudios.
- Estudiantes varones y mujeres de 17 a 21 años de edad.

Criterios de exclusión:

- Estudiantes que no estén matriculados de la Universidad Peruana Los Andes
- Estudiantes no matriculados en el ciclo académico 2018-II.
- Estudiantes que no pertenecen a la escuela profesional de Psicología
- Estudiantes irregulares con cursos a cargo.
- Estudiantes menores de 17 y mayores de 21 años de edad.

Tabla 01*Frecuencia de participantes según género.*

Genero	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Femenino	115	74,2 %	74,2	74,2
Masculino	40	25,8 %	25,8	100,0
Total	155	100,0 %	100,0	

Fuente: Evaluación psicológica a universitarios de la Escuela Profesional de Psicología.

En la tabla 1 se observan la frecuencia de estudiantes evaluados según género; se percibe que el 74,2% corresponden al género femenino, mientras que el 25,8% corresponden al género masculino.

Tabla 02*Frecuencia de participantes según edad.*

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
16-17	104	67,1 %	67,1	67,1
18-19	31	20,0 %	20,0	87,1
20-21	20	12,9%	12,9	100,0
Total	155	100,0 %	100,0	

Fuente: Evaluación de universitarios de la Escuela Profesional de Psicología.

En la tabla 2 se observan la frecuencia de estudiantes evaluados según edad; se percibe que el 67,1% corresponden al grupo de edad entre los 16 y 17 años de edad; el 20% corresponden al grupo de edad entre los 18 y 19 años de edad; el 12,9% corresponden al grupo de edad entre los 20 y 21 años de edad.

4.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TÉCNICAS

Se utilizó la técnica de encuesta, que los autores describen como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados.

INSTRUMENTOS

Variable I: Cuestionario de valores interpersonales (SIV) de Leonard V. Gordon.

Cuestionario de valores interpersonales (en inglés: SIV: Survey of Interpersonal Values) de Leonard V. Gordon; este cuestionario fue desarrollado en The Science Research Associates – Chicago, Illinois. Higuera (1972) realizó la traducción y adaptación de este instrumento a nuestro país (Perú) y fue Pérez (1987) quien actualizó los baremos.

El Cuestionario de valores interpersonales evalúa los valores que se manifiestan en las interacciones interpersonales. Dichos valores presentan importancia en el aspecto personal, familiar, social y profesional de los sujetos. Fue creado con técnicas del análisis factorial y como un cuestionario de elección forzada. Contiene 90 ítems o preguntas agrupados en tríadas y en cada tríada el sujeto tiene que elegir el ítem que represente lo que es más importante para él, así como la afirmación que representa lo menos importante, de ese modo siempre en cada tríada quedará un ítem en blanco.

El cuestionario evalúa 6 áreas: Soporte (ítems 2, 12, 14, 27, 29, 33, 36, 40, 47, 52, 58, 64, 69, 75 y 87); Conformidad (ítems 2, 12, 14, 27, 29, 33, 36, 40, 47, 52, 58, 64, 69, 75 y 87); Reconocimiento (ítems 6, 10, 19, 22, 30, 38, 45, 49, 70, 77, 79, 82 y 88);

Independencia (ítems 1, 4, 11, 16, 24, 34, 39, 43, 50, 55, 61, 68, 74, 78, 83 y 90);
Benevolencia (ítems 3, 8, 18, 23, 28, 42, 44, 51, 54, 60, 62, 71, 73, 81 y 86); Liderazgo
(ítems 7, 15, 17, 21, 26, 31, 37, 41, 46, 56, 59, 65, 67, 72, 76 y 84).

Ficha Técnica

- Nombre Original** : “Cuestionario de valores interpersonales” (SIV).
- Autor** : Leonard V. Gordon
- Procedencia** : Science Research Associates - Chicago, Illinois, EE.UU.
- Traducción y Adaptación Peruana:** Leonardo S. Higuera (1972) y Walter M Pérez
(1987).
- Aplicación** : Colectiva o individual.
- Edad** : Adolescentes de 14 o 15 años en adelante.
- Tiempo de Aplicación** : La administración del instrumento tomará entre los 15 y 20 minutos, aproximadamente.
- Corrección** : Para la corrección de la prueba se utilizará una plantilla mediante el cual se identificará las respuestas correctas e incorrectas.
- Puntuación** : Cada respuesta será asignada con 2, 1, ó 0 puntos, según el tipo de respuestas; la puntuación máxima será 32, 30 ó 26, las que estarán en función a las escalas de medición.
- Ámbito de Aplicación** : El instrumento está diseñado para ser utilizado en los diversos niveles culturales y profesionales, sólo se indica que no debe

ser utilizado con personas de escaso nivel formativo y/o cultural.

Baremos Peruanos : personas de 15 años a más, entre varones y mujeres con nivel de instrucción superior.

Significación : El Cuestionario de valores interpersonales” (SIV) permite comparar y apreciar la importancia de las actitudes o aspectos de sus relaciones interpersonales.

Validez : La validez fue determinada mediante la técnica del análisis factorial, además de otras medidas de valores y de rasgo de personalidad, concluyéndose que el instrumento posee validez factorial.

Confiabilidad : Para el criterio de confiabilidad se utilizó el método del test-retest cuyos resultados varían entre 0,71 y 0,89, lo cual nos indica que la prueba posee una muy buena confiabilidad.

Variable II: Autoconcepto

Ficha Técnica

Nombre : AF-5 cuestionario de autoconcepto Forma 5

Autores : F. Garcia y G. Musitu

Aplicación : El cuestionario puede aplicar de forma individual o colectiva.

Ámbito de aplicación : La prueba está orientado a evaluar niños, jóvenes y adultos a partir de los 10 años.

Finalidad : Esta prueba evalúa los diferentes aspectos del autoconcepto en niños, adolescentes y adultos, como son: el aspecto social, académico/profesional, emocional, familiar y físico.

Tiempo : 15- 20 minutos aproximadamente, incluyendo la aplicación

Material : Manual de aplicación y ejemplar auto corregible

Validez y confiabilidad:

Portilla (2011) ejecutó un análisis psicométrico para identificar la validez y confiabilidad del cuestionario de autoconcepto AF5 en el Perú. Instituir la validez de contenido a través del criterio de jueces, como resultado se obtuvo que los ítems que incluyen el cuestionario AF5 supero el valor mínimo 0.80, por ello se puede afirmar que el cuestionario tiene una adecuada validez de contenido. Por otro lado el análisis de confiabilidad se realizó a través de la técnica de consistencia interna, dando como resultado un coeficiente alfa de cronbach de 0.872, por lo que se reconoce que las puntuaciones que se logran con este cuestionario son confiables.

4.8 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó las técnicas de la estadística descriptiva, el cual permitió establecer las puntuaciones de los datos recogidos a través de tablas y gráficos de frecuencia, porcentajes y contingencia; también se utilizó las técnicas de la estadística inferencial, lo cuales sirvieron para determinar la confiabilidad del instrumento, determinar la correlación entre ambas variables, así como la comprobación de las hipótesis formuladas. Para determinar la confiabilidad del cuestionario se utilizó la técnica de consistencia interna, a través del estadístico alfa de cronbach, para la correlación y prueba de hipótesis se utilizó el estadístico de correlación rho de spearman,

ya que los datos de los dos instrumentos de medición fueron datos categóricos de tipo ordinal (Hernández et al., 2010). Todo este procedimiento tendrá como soporte al programa estadístico en ciencias sociales (SPSS), versión 23.

4.9 ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Durante el proceso de la investigación se mantuvo el anonimato de los participantes, protegiendo la confidencialidad de la información personal de los participantes; así mismo se les hizo firmar una carta de consentimiento informado en la que se dio a conocer el tema de investigación, los objetivos y la utilidad de los resultados obtenidos; de igual manera se les explicó que se guardara absoluta reserva de los resultados obtenidos, en todo momento se protegió el bienestar físico y psicológico de los participantes; así como también la integridad. Por otro lado se actuó con responsabilidad en relación a los alcances y las repercusiones de la investigación a nivel individual, social e institucional. En todo momento se respetó los principios éticos garantizando la veracidad de la investigación.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1 DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

Tabla 03

Distribución de variable valores interpersonales.

Dimensiones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Benevolencia	54	34,8%	34,8%	34,8%
Conformidad	6	3,9%	3,9%	38,7%
Estímulo	24	15,5%	15,5%	54,2%
Independencia	44	28,4%	28,4%	82,6%
Liderazgo	16	10,3%	10,3%	92,9%
Reconocimiento	11	7,1%	7,1%	100,0%
Total	155	100,0%	100,0%	

Fuente: Evaluación de valores interpersonales en estudiantes de Psicología, 2018.

Interpretación:

En la tabla 3 se observa la distribución porcentual de la variable valores interpersonales, de lo cual se percibe que el 34,8% de los estudiantes prevalece el valor interpersonal de benevolencia; en el 28,4% de los estudiantes prevalece el valor independencia; mientras que tan solo en el 3,9% se ubican en el valor interpersonal de conformidad.

Tabla 04*Distribución de la variable autoconcepto.*

Dimensiones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Académico/laboral	6	3,9%	3,9%	3,9%
Emocional	21	13,5%	13,5%	17,4%
Familiar	15	9,7%	9,7%	27,1%
Físico	95	61,3%	61,3%	88,4%
Social	18	11,6%	11,6%	100,0%
Total	155	100,0%	100,0%	

Fuente: Evaluación psicológica de autoconcepto a estudiantes de Psicología, 2018.

Interpretación:

En la tabla 4 se observan la distribución porcentual de la variable autoconcepto, de lo cual se percibe que en más de la mitad de los estudiantes evaluados (61,3%) prevalece el autoconcepto físico; en el 13% de ellos un autoconcepto emocional; mientras que tan solo en el 3,9% se denota un adecuado autoconcepto académico/laboral.

Tabla 05*Tabulación cruzada según valores interpersonales y dimensión social*

Distribución porcentual de variable Valores Interpersonales*Dimensión social tabulación cruzada

		Dimensión social					Total	
		Alto	Bajo	Muy	Prome	Tendencia		
				alto	dio	alto		Tendencia
				promedio				
Valores Interpersonales	Benevolencia	8 5,2%	24 15,5%	8 5,2%	5 3,2%	2 1,3%	7 4,5%	54 34,8%
	Conformidad	1 0,6%	2 1,3%	3 1,9%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	6 3,9%
	Estímulo	5 3,2%	11 7,1%	3 1,9%	1 0,6%	0 0,0%	4 2,6%	24 15,5%
	Independencia	6 3,9%	21 13,5%	5 3,2%	5 3,2%	4 2,6%	3 1,9%	44 28,4%
	Liderazgo	4 2,6%	7 4,5%	0 0,0%	2 1,3%	0 0,0%	3 1,9%	16 10,3%
	Reconocimiento	1 0,6%	4 2,6%	2 1,3%	0 0,0%	2 1,3%	2 1,3%	11 7,1%
	Total	25 16,1%	69 44,5%	21 13,5%	13 8,4%	8 5,2%	19 12,3%	155 100,0%

Fuente: Evaluación realizada a estudiantes de la Escuela Profesional de Psicología, 2018.

Interpretación:

En la tabla 05 se observa que, del 100% de estudiantes universitarios evaluados (155), en el 15,5% (24 estudiantes) prevalece el valor interpersonal de benevolencia y un nivel bajo en la dimensión social del autoconcepto; el 13,5% (21 estudiantes) presenta el valor interpersonal de independencia y un nivel bajo en la dimensión social del autoconcepto; mientras que tan solo el 1,3% (2 estudiantes) presenta el valor interpersonal de conformidad y un nivel bajo en la dimensión social del autoconcepto. Ningún estudiante universitario (0%) presenta un valor interpersonal de conformidad y niveles promedio, tendencia alto y tendencia promedio en la dimensión social del autoconcepto.

Tabla 06*Tabulación cruzada según valores interpersonales y dimensión académica***Distribución porcentual de variable Valores Interpersonales*Dimensión académica tabulación cruzada**

		Dimensión académico					Tendencia promedio	Total
		Alto	Bajo	Muy alto	Promedio	Tendencia alto		
Valores Interpersonales	Benevolencia	10 6,5%	32 20,6%	6 3,9%	4 2,6%	2 1,3%	0 0,0%	54 34,8%
	Conformidad	0 0,0%	3 1,9%	2 1,3%	0 0,0%	0 0,0%	1 0,6%	6 3,9%
	Estímulo	3 1,9%	16 10,3%	1 0,6%	0 0,0%	1 0,6%	3 1,9%	24 15,5%
	Independencia	2 1,3%	32 20,6%	4 2,6%	1 0,6%	2 1,3%	3 1,9%	44 28,4%
	Liderazgo	1 0,6%	12 7,7%	2 1,3%	0 0,0%	1 0,6%	0 0,0%	16 10,3%
	Reconocimiento	1 0,6%	3 1,9%	2 1,3%	0 0,0%	2 1,3%	3 1,9%	11 7,1%
	Total	17 11,0%	98 63,2%	17 11,0%	5 3,2%	8 5,2%	10 6,5%	155 100,0%

Fuente: Evaluación realizada a estudiantes de la Escuela Profesional de Psicología, 2018.

Interpretación:

En la tabla 06 se percibe que, del 100% de estudiantes universitarios evaluados (155), en el 20,6% (32 estudiantes) prevalecen los valores interpersonales de benevolencia e independencia, así como un nivel bajo en la dimensión académica del autoconcepto; en el 10,3% (16 estudiantes) se denota el valor interpersonal de estímulo y un nivel bajo en la dimensión académica del autoconcepto; mientras que tan solo en el 1,9% (3 estudiantes) presenta los valores interpersonales de conformidad y reconocimiento, así como un nivel bajo en la dimensión académica del autoconcepto. Ningún estudiante universitario (0%) presenta un valor interpersonal de conformidad y niveles altos, promedio y tendencia Alto en la dimensión académica del autoconcepto.

Tabla 07*Tabulación cruzada según valores interpersonales y dimensión emocional*

Distribución porcentual de variable Valores Interpersonales*Dimensión emocional tabulación cruzada

		Dimensión emocional					Total	
		Alto	Bajo	Muy	Prome	Tendencia		Tendencia
				alto	dio	alto		promedio
Valores Interpersonales	Benevolencia	5 3,2%	34 21,9%	4 2,6%	6 3,9%	2 1,3%	3 1,9%	54 34,8%
	Conformidad	2 1,3%	1 0,6%	0 0,0%	1 0,6%	0 0,0%	2 1,3%	6 3,9%
	Estímulo	2 1,3%	14 9,0%	2 1,3%	3 1,9%	0 0,0%	3 1,9%	24 15,5%
	Independencia	4 2,6%	23 14,8%	4 2,6%	6 3,9%	3 1,9%	4 2,6%	44 28,4%
	Liderazgo	2 1,3%	9 5,8%	0 0,0%	3 1,9%	0 0,0%	2 1,3%	16 10,3%
	Reconocimiento	2 1,3%	4 2,6%	1 0,6%	4 2,6%	0 0,0%	0 0,0%	11 7,1%
	Total	17 11,0%	85 54,8%	11 7,1%	23 14,8%	5 3,2%	14 9,0%	155 100,0%

Fuente: Evaluación realizada a estudiantes de la Escuela profesional de Psicología, 2018.

Interpretación:

En la tabla 07 del total de estudiantes evaluados, del 100% de estudiantes universitarios evaluados (155), en el 21,9% (34 estudiantes) prevalece el valor interpersonal de benevolencia y un nivel bajo en la dimensión emocional del autoconcepto; en el 14,8% (23 estudiantes) se denota el valor interpersonal de independencia y un nivel bajo en la dimensión emocional del autoconcepto; mientras que tan solo en el 0,6% (1 estudiante) presenta valores interpersonales de conformidad y un nivel bajo en la dimensión emocional del autoconcepto. Ningún estudiante universitario (0%) presenta un valor interpersonal de conformidad y niveles muy altos y tendencia alto en la dimensión emocional del autoconcepto.

Tabla 08*Tabulación cruzada según valores interpersonales y dimensión familiar***Distribución porcentual de variable Valores Interpersonales*Dimensión familiar tabulación cruzada**

		Dimensión familiar						Total
		Alto	Bajo	Muy	Prome	Tendencia	Tendencia	
				alto	dio	alto	promedio	
Valores Interpersonales	Benevolencia	8 5,2%	27 17,4%	2 1,3%	3 1,9%	8 5,2%	6 3,9%	54 34,8%
	Conformidad	2 1,3%	3 1,9%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 0,6%	6 3,9%
	Estímulo	5 3,2%	11 7,1%	0 0,0%	4 2,6%	0 0,0%	4 2,6%	24 15,5%
	Independencia	3 1,9%	26 16,8%	0 0,0%	5 3,2%	6 3,9%	4 2,6%	44 28,4%
	Liderazgo	1 0,6%	10 6,5%	0 0,0%	1 0,6%	4 2,6%	0 0,0%	16 10,3%
	Reconocimiento	3 1,9%	7 4,5%	0 0,0%	1 0,6%	0 0,0%	0 0,0%	11 7,1%
	Total	22 14,2%	84 54,2%	2 1,3%	14 9,0%	18 11,6%	15 9,7%	155 100,0%

Fuente: Evaluación realizada a estudiantes de la Escuela profesional de Psicología, 2018.

Interpretación:

Del 100% de estudiantes universitarios evaluados (155), en el 17,4% (27 estudiantes) prevalece el valor interpersonal de benevolencia y un nivel bajo en la dimensión familiar del autoconcepto; en el 16,8% (26 estudiantes) se denota el valor interpersonal de independencia y un nivel bajo en la dimensión familiar del autoconcepto; mientras que tan solo en el 1,9% (3 estudiantes) presentan valores interpersonales de conformidad y un nivel bajo en la dimensión familiar del autoconcepto. Ningún estudiante universitario (0%) presenta un valor interpersonal de conformidad y niveles muy alto, promedio y tendencia alto en la dimensión familiar del autoconcepto.

Tabla 09*Tabulación cruzada según valores interpersonales y dimensión físico*

Distribución porcentual de variable Valores Interpersonales*Dimensión físico tabulación cruzada

		Dimensión físico						Total
		Alto	Bajo	Muy alto	Promedio	Tendencia alto	Tendencia promedio	
Valores Interpersonales	Benevolencia	5 3,2%	8 5,2%	32 20,6%	5 3,2%	1 0,6%	3 1,9%	54 34,8%
	Conformidad	1 0,6%	0 0,0%	3 1,9%	0 0,0%	2 1,3%	0 0,0%	6 3,9%
	Estímulo	3 1,9%	5 3,2%	8 5,2%	3 1,9%	2 1,3%	3 1,9%	24 15,5%
	Independencia	4 2,6%	8 5,2%	15 9,7%	9 5,8%	5 3,2%	3 1,9%	44 28,4%
	Liderazgo	1 0,6%	3 1,9%	10 6,5%	0 0,0%	2 1,3%	0 0,0%	16 10,3%
	Reconocimiento	2 1,3%	1 0,6%	8 5,2%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	11 7,1%
	Total	16 10,3%	25 16,1%	76 49,0%	17 11,0%	12 7,7%	9 5,8%	155 100,0%

Fuente: Evaluación realizada a estudiantes de la Escuela Profesional de Psicología, 2018.

Interpretación:

Del 100% de estudiantes universitarios evaluados (155), en el 20,6% (32 estudiantes) prevalece el valor interpersonal de benevolencia y un nivel muy alto en la dimensión físico del autoconcepto; en el 9,7% (15 estudiantes) sobresale el valor interpersonal de independencia y un nivel muy alto en la dimensión físico del autoconcepto; mientras que tan solo en el 1,9% (3 estudiantes) presentan valores interpersonales de conformidad y un nivel bajo en la dimensión físico del autoconcepto. Ningún estudiante universitario (0%) presenta un valor interpersonal de conformidad y niveles bajo, promedio y tendencia promedio en la dimensión físico del autoconcepto.

5.2 Contrastación de hipótesis

Prueba de hipótesis general

1. Formulación de la hipótesis general.

H0: No existe relación directa y significativa entre los valores interpersonales y autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

H1: Existe relación directa y significativa entre los valores interpersonales y autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

2. Determinar el nivel de significancia.

Se utilizó un nivel de confianza del 95% ya que es una investigación de naturaleza social. Por lo tanto, el nivel de error estimado (margen de error) es al 5% o su equivalente el 0,05.

3. Elección de la prueba estadística.

Para comprobar la hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica Rho de Spearman, ya que es una prueba de asociación e independencia, que se emplea para muestras no probabilísticas, que trabaja con datos en escala nominal y ordinal; también, porque busca determinar si una variable categórica nominal está o no asociada a otra variable ordinal.

4. Estimación del p-valor.

Tabla 10

Correlación Rho de Spearman para puntaje total de valores interpersonales y puntaje total de autoconcepto.

			Puntaje total valores interpersonales	Puntaje total nivel de autoconcepto
Rho de Spearman	Puntaje total valores interpersonales	Coefficiente de correlación	1,000	-,101
		Sig. (bilateral)	.	,212
		N	155	155
	Puntaje total nivel de autoconcepto	Coefficiente de correlación	-,101	1,000
		Sig. (bilateral)	,212	.
		N	155	155

Fuente: Evaluación realizada a estudiantes de la Escuela Profesional de Psicología.

En la tabla 10 podemos observar que el valor de significancia asintótica bilateral es 0.212, siendo este valor mayor que 0,05, lo cual indica que no existe relación entre los valores interpersonales y el autoconcepto en un grupo de estudiantes universitarios de la ciudad de Huancayo; por lo que aceptamos la hipótesis general nula y rechazamos la hipótesis general alterna.

En la figura 01, se puede visualizar la ausencia de relación entre ambas variables, obsérvese que los puntos en el diagrama de dispersión están totalmente dispersos.

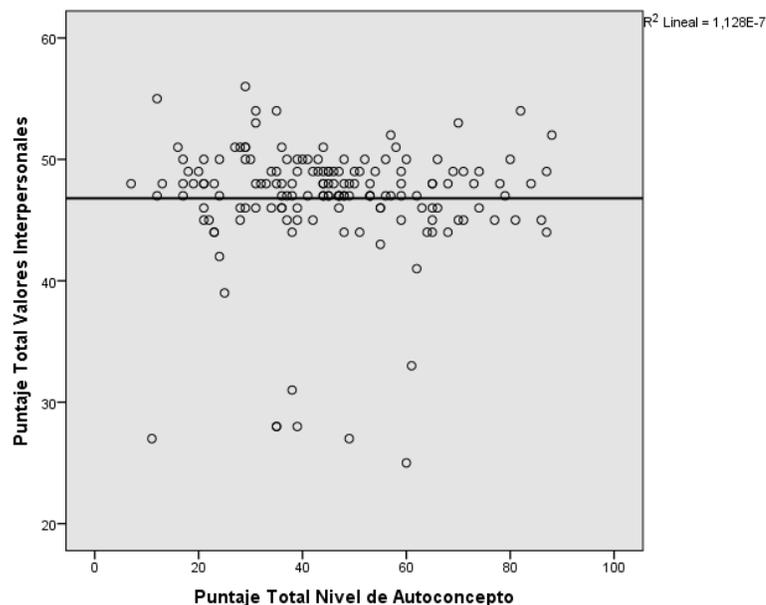


Figura 01

Diagrama de dispersión simple de correlación entre valores interpersonales y autoconcepto

5. Toma de decisión:

Por lo cual se concluye que:

No existe una relación directa y significativa entre los valores interpersonales y el autoconcepto en un grupo de estudiantes universitarios de la ciudad de Huancayo, 2018.

Prueba de hipótesis específica 1

1. Formulación de la Hipótesis.

H0: El valor interpersonal prevalente en los estudiantes universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018, no es el valor de liderazgo.

HI: El valor interpersonal prevalente en los estudiantes universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018, es el valor de liderazgo.

2. Elección de la prueba estadística:

Por tratarse de una hipótesis descriptiva, para la prueba de hipótesis se recurrió a la distribución de valores interpersonales.

Tabla 3*Distribución de variable valores interpersonales en estudiantes universitarios.*

	Dimensiones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Benevolencia	54	34,8%	34,8%	34,8%
	Conformidad	6	3,9%	3,9%	38,7%
	Estímulo	24	15,5%	15,5%	54,2%
	Independencia	44	28,4%	28,4%	82,6%
	Liderazgo	16	10,3%	10,3%	92,9%
	Reconocimiento	11	7,1%	7,1%	100,0%
	Total	155	100,0%	100,0%	

Fuente: Evaluación de valores interpersonales en estudiantes de Psicología, 2018.

3. Toma de decisión:

De acuerdo con la tabla 3, el valor interpersonal prevalente no es la dimensión liderazgo (10,3%), sino es la dimensión benevolencia (34,8%). Por lo que, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

4. Conclusión:

Por lo cual se concluye que:

El valor interpersonal prevalente en los estudiantes universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018, no es el valor interpersonal de Liderazgo.

Prueba de hipótesis específica 2

1. Formulación de la Hipótesis.

H0: El autoconcepto prevalente en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018, no es el autoconcepto físico.

HI: El autoconcepto prevalente en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018, es el autoconcepto físico.

2. Elección de la prueba estadística:

Por tratarse de una hipótesis descriptiva, para la prueba de hipótesis se recurrió a la tabla de distribución de la variable autoconcepto.

Tabla 4

Distribución de la variable autoconcepto.

Dimensiones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Académico/laboral	6	3,9%	3,9%	3,9%
Emocional	21	13,5%	13,5%	17,4%
Familiar	15	9,7%	9,7%	27,1%
Físico	95	61,3%	61,3%	88,4%
Social	18	11,6%	11,6%	100,0%
Total	155	100,0%	100,0%	

Fuente: Evaluación psicológica de autoconcepto a estudiantes de Psicología, 2018.

3. Toma de decisión:

De la tabla 4 podemos observar que el autoconcepto prevalente es el físico, con un 61,3% de los estudiantes evaluados, por lo que aceptamos la hipótesis específica alterna y rechazamos la hipótesis nula.

4. Conclusión:

Por lo cual se concluye que:

El autoconcepto prevalente en estudiantes universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018, es el autoconcepto físico.

Prueba de hipótesis específica 3

1. Formulación de la Hipótesis.

H0: No existe relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

HI: Existe relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

2. Determinar el nivel de significancia

Se utilizó un nivel de confianza del 95% ya que es una investigación de naturaleza social. Por lo tanto, el nivel de error estimado (margen de error) es al 5% o su equivalente el 0,05.

3. Elección de la prueba estadística

Para comprobar la hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica Rho de Spearman, ya que es una prueba de asociación e independencia, que se emplea para muestras no probabilísticas, que trabaja con datos en escala nominal y ordinal; también, porque busca determinar si una variable categórica nominal está o no asociada a otra variable ordinal.

4. Estimación del p-valor

Tabla 11

Tabla de correlación Rho de Spearman para variable valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto.

			Puntaje Total Valores Interpersonales	Puntaje Dimensión Social
Rho de Spearman	Puntaje Total Valores Interpersonales	Coefficiente de correlación	1,000	-,010
		Sig. (bilateral)	.	,899
		N	155	155
	Puntaje Dimensión Social	Coefficiente de correlación	-,010	1,000
		Sig. (bilateral)	,899	.
		N	155	155

Fuente: Evaluación realizada a estudiantes de la Escuela Profesional de Psicología, 2018.

En la tabla 11 se observa que el valor de significancia asintótica bilateral es 0.899, siendo este valor mayor que 0,05, lo que muestra que no existe relación entre la variable valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto en un grupo de jóvenes universitarios de la ciudad de Huancayo; indicando que se acepta la hipótesis específica nula y se rechaza la hipótesis específica alterna.

En la figura 02 se visualiza la ausencia de relación entre ambas variables, por lo que los puntos en el diagrama de dispersión están totalmente dispersos.

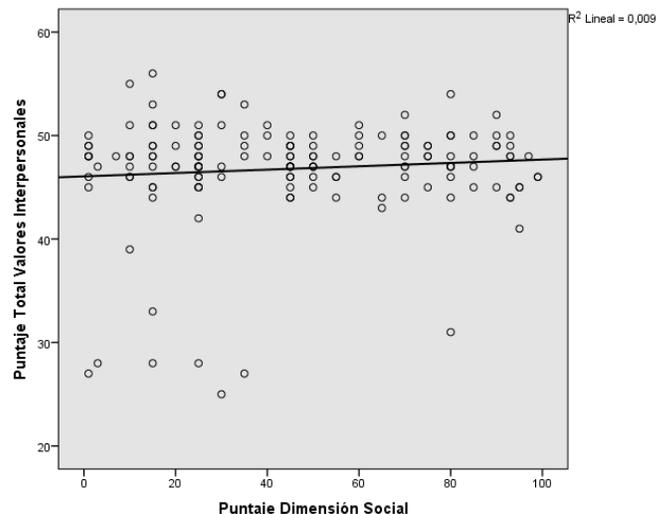


Figura 02

Diagrama de dispersión simple de correlación entre valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto

5. Toma de decisión:

Por lo cual se concluye que:

No se encontró relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

Prueba de hipótesis específica 4

1. Formulación de la Hipótesis.

H0: No existe una relación directa y significativa entre la dimensión académico del autoconcepto y los valores interpersonales en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

H1: Existe una relación directa y significativa entre la dimensión académico y los valores interpersonales del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

2. Determinar el nivel de significancia

Se utilizó un nivel de confianza del 95% por ser una investigación de naturaleza social. Por lo tanto, el nivel de error estimado (margen de error) es al 5% o su equivalente el 0,05.

3. Elección de la prueba estadística

Para comprobar la hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica Rho de Spearman, ya que es una prueba de asociación e independencia, que se emplea para muestras no

probabilísticas, que trabaja con datos en escala nominal y ordinal; también, porque busca determinar si una variable categórica nominal está o no asociada a otra variable ordinal.

4. Estimación del p-valor

Tabla 12

Tabla de correlación Rho de Spearman para variable valores interpersonales y la dimensión académica del autoconcepto.

			Puntaje Total Valores Interpersonales	Puntaje Dimensión Académica
Rho de Spearman	Puntaje Total Valores Interpersonales	Coefficiente de correlación	1,000	-,097
		Sig. (bilateral)	.	,229
		N	155	155
	Puntaje Dimensión Académica	Coefficiente de correlación	-,097	1,000
		Sig. (bilateral)	,229	.
		N	155	155

Fuente: Evaluación realizada a estudiantes de la Escuela Profesional de Psicología, 2018.

En la tabla 12 se observa que el valor de significancia asintótica bilateral es 0.229, siendo este valor mayor que 0,05, lo que indica que no existe relación entre la variable valores interpersonales y la dimensión académica del autoconcepto en un grupo de jóvenes universitarios de la ciudad de Huancayo; por lo que se acepta la hipótesis específica nula y rechazamos la hipótesis específica alterna.

En la figura 03 se visualiza la ausencia de relación entre ambas variables, ya que los puntos en el diagrama de dispersión están totalmente dispersos.

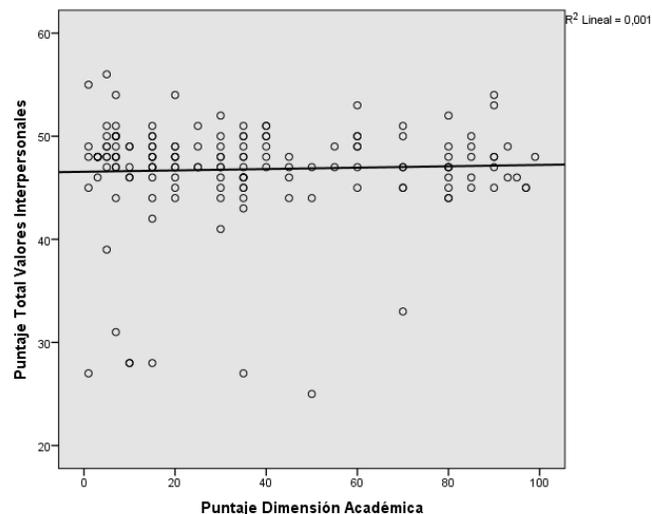


Figura 03

Diagrama de dispersión simple de correlación entre valores interpersonales y la dimensión académico del autoconcepto

5. Toma de decisión:

Por lo cual se concluye que:

No existe una relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión académica del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

Prueba de hipótesis específica 5

1. Formulación de la Hipótesis.

H0: No existe relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión emocional del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

HI: Existe relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión emocional del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

2. Determinar el nivel de significancia

Se utilizó un nivel de confianza del 95% por ser una investigación de naturaleza social. Por lo tanto, el nivel de error estimado (margen de error) es al 5% o su equivalente el 0,05.

3. Elección de la prueba estadística

Para comprobar la hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica Rho de Spearman, ya que es una prueba de asociación e independencia, que se emplea para muestras no

probabilísticas, que trabaja con datos en escala nominal y ordinal; también, porque busca determinar si una variable categórica nominal está o no asociada a otra variable ordinal.

4. Estimación del p-valor

Tabla 13

Tabla de correlación Rho de Spearman para variable valores interpersonales y la dimensión emocional del autoconcepto.

			Puntaje Total Valores Interpersonales	Puntaje Dimensión Emocional
Rho de Spearman	Puntaje Total Valores Interpersonales	Coefficiente de correlación	1,000	-,043
		Sig. (bilateral)	.	,599
		N	155	155
	Puntaje Dimensión Emocional	Coefficiente de correlación	-,043	1,000
		Sig. (bilateral)	,599	.
		N	155	155

Fuente: Evaluación realizada a estudiantes de la Escuela Profesional de Psicología, 2018.

En la tabla 13 se observa que el valor de significancia asintótica bilateral es 0.599 siendo este valor mayor que 0,05, lo que indica que no existe relación entre la variable valores interpersonales y la dimensión emocional del autoconcepto; por lo que aceptamos la hipótesis específica nula y rechazamos la hipótesis específica alterna.

En la figura 04 se puede ver la ausencia de relación entre ambas variables, fíjese que los puntos en el diagrama de dispersión están totalmente dispersos.

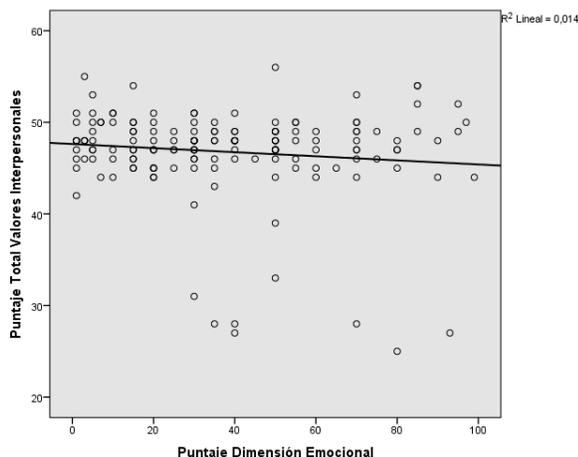


Figura 04

Diagrama de dispersión simple de correlación entre valores interpersonales y la dimensión emocional del autoconcepto

5. Toma de decisión:

Por lo cual se concluye que:

No se encontró relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión emocional del autoconcepto en estudiantes Universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

Prueba de hipótesis específica 6

1. Formulación de la Hipótesis.

H0: No existe relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto en estudiantes Universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

HI: Existe relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto en estudiantes Universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

2. Determinar el nivel de significancia

Se utilizó un nivel de confianza del 95% por ser una investigación de naturaleza social.

Por lo tanto, el nivel de error estimado (margen de error) es al 5% o su equivalente el 0,05.

3. Elección de la prueba estadística

Para comprobar la hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica Rho de Spearman, ya que es una prueba de asociación e independencia, que se emplea para muestras no probabilísticas, que trabaja con datos en escala nominal y ordinal; también, porque busca determinar si una variable categórica nominal está o no asociada a otra variable ordinal.

4. Estimación del p-valor

Tabla 14

Tabla de correlación Rho de Spearman para variable valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto.

			Puntaje total valores Interpersonales	Puntaje dimensión familiar
Rho de Spearman	Puntaje Total Valores Interpersonales	Coefficiente de correlación	1,000	-,082
		Sig. (bilateral)	.	,311
		N	155	155
	Puntaje Dimensión Familiar	Coefficiente de correlación	-,082	1,000
		Sig. (bilateral)	,311	.
		N	155	155

Fuente: Evaluación realizada a estudiantes de la Escuela Profesional de Psicología, 2018.

En la tabla 14 se observa que el valor de significancia asintótica bilateral es 0.311, siendo este valor mayor que 0,05, lo cual indica que no existe relación entre la variable valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto; por lo que aceptamos la hipótesis específica nula y rechazamos la hipótesis específica alterna.

En la figura 05 se puede observar que no existe relación entre ambas variables, fíjese que los puntos en el diagrama de dispersión están totalmente dispersos.

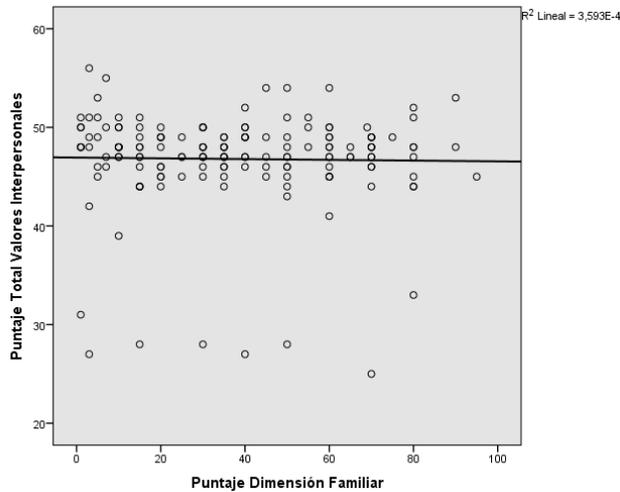


Figura 05

Diagrama de dispersión simple de correlación entre valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto

5. Toma de decisión:

Por lo cual se concluye que:

No existe relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

Prueba de hipótesis específica 7

1. Formulación de la Hipótesis.

H0: No existe relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

HI: Existe relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

2. Determinar el nivel de significancia

Se utilizó un nivel de confianza del 95% por ser una investigación de naturaleza social. Por lo tanto, el nivel de error estimado (margen de error) es al 5% o su equivalente el 0,05.

3. Elección de la prueba estadística

Para comprobar la hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica Rho de Spearman, ya que es una prueba de asociación e independencia, que se emplea para muestras no probabilísticas, que trabaja con datos en escala nominal y ordinal; también, porque busca determinar si una variable categórica nominal está o no asociada a otra variable ordinal.

4. Estimación del p-valor

Tabla 15

Tabla de correlación Rho de Spearman para variable valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto.

			Puntaje Total Valores Interpersonales	Puntaje Dimensión Física
Rho de Spearman	Puntaje Total	Coeficiente de correlación	1,000	-,062
	Valores Interpersonales	Sig. (bilateral)	.	,444
		N	155	155
	Puntaje Dimensión Físico	Coeficiente de correlación	-,062	1,000
		Sig. (bilateral)	,444	.
		N	155	155

Fuente: Evaluación realizada a estudiantes de la Escuela Profesional de Psicología, 2018.

En la tabla 15 se observa que el valor de significancia asintótica bilateral es 0.444, siendo este valor mayor que 0,05, lo cual muestra que no hay relación entre la variable

valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto en un grupo de jóvenes universitarios de la ciudad de Huancayo; por lo que aceptamos la hipótesis específica nula y rechazamos la hipótesis específica alterna.

En la figura 06 se observa que no hay relación entre ambas variables, fíjese que los puntos en el diagrama de dispersión están totalmente dispersos.

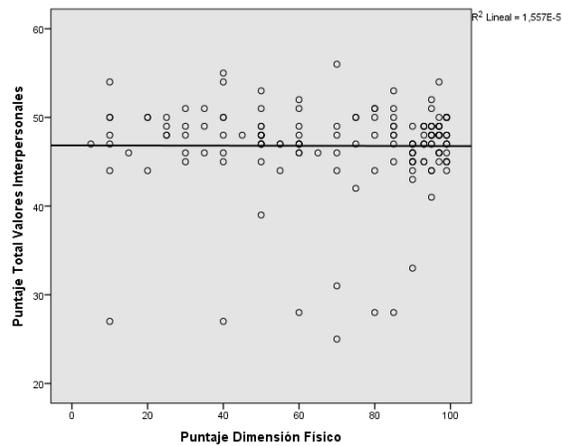


Figura 06

Diagrama de dispersión simple de correlación entre valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto

5. Toma de decisión:

Por lo cual se concluye que:

No se halló relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto en universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Sobre el análisis correlativo entre ambas variables se observa que no existe una relación directa y significativa entre los valores interpersonales y el autoconcepto percibido por los estudiantes del segundo ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de una universidad privada de la ciudad de Huancayo, puesto que el nivel de significancia asintótica bilateral es de 0,212, el cual es mayor que el nivel alfa 0,05; es decir, que el tipo de valor interpersonal prevalente no interfiere en el desarrollo o disminución de los niveles de autoconcepto en un grupo de estudiantes universitarios de la ciudad de Huancayo. Los resultados hallados son similares a lo reportado por Dianderas (2014), quien no halló una correlación significativa entre los valores interpersonales y los niveles del desarrollo de juicio moral, en un estudio realizado en la ciudad de Huancayo. Sin embargo, los resultados son contradictorios con lo hallado por Sánchez y Matalinares (2014) quienes reportaron que el autoconcepto se relaciona con dos dimensiones de la variable valores interpersonales, que son soporte y liderazgo; así mismo, Gutierrez (2018), en la ciudad de Lima encontró una relación significativa entre autoestima escolar y los valores interpersonales en estudiantes de nivel secundaria.

Sobre la prevalencia de la variable valores interpersonales en los estudiantes del segundo ciclo de la Escuela Profesional de Psicología, se percibe que en el 34,8% de los estudiantes evaluados prevalece el valor interpersonal de benevolencia, lo cual significa que los estudiantes evaluados mantienen una predisposición positiva para ayudar a los demás, caracterizándose por ser generosos, amables y cooperativos, especialmente con los grupos de interés muy cercanos,

tratando de actuar con libertad, bajo sus propios criterios y decisiones. Los resultados coinciden con la hallado por Mantilla, Mendez y Torres (2012), quienes reportaron que los adolescentes evaluados presentaron mayores puntuaciones en los valores de benevolencia, conformidad e independencia; asimismo, los resultados son semejantes con lo hallado por Requejo (2017), quien encontró que más de la mitad de la muestra (65% de estudiantes universitarios evaluados) poseen un nivel alto en el valor interpersonal de benevolencia. En la misma línea se encuentra los resultados de Arbocó (2017), quien indicó que los valores interpersonales característicos de los estudiantes de psicología son la benevolencia (62,4%), independencia (59%) y conformidad (51,5%). Sin embargo, los resultados no son concordantes con lo hallado por Sánchez y Matalinares (2014), quienes reportaron que casi la mitad de sujetos evaluados (43,8%) se encuentran en un nivel bajo en la dimensión de benevolencia, lo cual indica la tendencia a imponer la propia voluntad y autoridad en sus actividades cotidianas.

Analizando la prevalencia de la variable autoconcepto en los estudiantes del 2do., ciclo de la Escuela Profesional de Psicología, en más de la mitad de ellos (61,3%) prevalece el autoconcepto físico, lo cual significa que la mayor parte de los universitarios examinados poseen una buena percepción de su aspecto físico, es decir, denotan sentirse físicamente atractivos. Este resultado se explicaría en razón de que la muestra de estudiantes en su mayoría se encuentra en la etapa de la adolescencia, cuya característica más importante es la preocupación por la apariencia física (Papalia, D., Wendkos, S. y Duskin, R., 2004); además, significa que los alumnos universitarios evaluados le dan mucha interés a su apariencia física (García y Musitu, 2001). Éstos resultados son diferentes a lo hallado por Lume y Ordoñez (2016), quienes reportaron que: la dimensión académica en un 40,5% se encuentra en el nivel alto; mientras que las dimensiones social (45,1%), familiar (35,7%), física (39,1%) y la dimensión emocional

(37,4%), se ubican en el nivel promedio; del mismo modo, Sánchez y Matalinares (2014) reportaron que todas las dimensiones de la variable autoconcepto (académico, social, emocional, familiar y físico) se ubican en el nivel medio o promedio de autoconcepto.

Sobre la relación entre los valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto, se encontró que no existe relación directa ni significativa entre ambas; esto quiere decir que, los valores interpersonales no afectan en el desarrollo de la dimensión social del autoconcepto de los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Psicología. En efecto, el ser amigable, mantener y conservar la amistad, incrementar la red social, no condiciona las conductas de ajuste y bienestar psicosocial, conductas de respeto por las normas sociales, hacer lo correcto, no mostrar agresividad o abusar de los demás, etc. Estos resultados se contradicen con lo hallado por García y Musitu (2001), quienes indicaron que entre los valores interpersonales y la dimensión social si existe una relación significativa, principalmente con el valor interpersonal de conformidad. En esta misma línea, los resultados tampoco concuerdan con lo hallado por Sánchez y Matalinares quienes encontraron que tampoco existe relación entre los valores interpersonales y la dimensión social de autoconcepto; cabe indicar que estos autores trabajaron con estudiantes de ingeniería de una universidad nacional de la ciudad de Lima.

Respecto a la relación que existe entre la dimensión académica del autoconcepto y los valores interpersonales, se encontró que no existe relación directa ni significativa entre ambas; lo cual nos sugiere que, los valores interpersonales no afectan el desarrollo de la dimensión académica del autoconcepto de los estudiantes universitarios del 2do., ciclo de la Escuela Profesional de Psicología. Lo reportado en otros trabajos de investigación indican lo contrario, es decir, que entre los valores interpersonales y la dimensión académica existe una relación directa y significativa (Sánchez y Matalinares, 2014).

Sobre la relación entre los valores interpersonales y la dimensión emocional del autoconcepto, se encontró que no existe relación directa ni significativa entre ambas; lo cual nos sugiere que, los valores interpersonales no afectan el desarrollo de la dimensión emocional del autoconcepto de los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Psicología. Al respecto Sánchez y Matalinares (2014), reportaron que entre valores interpersonales y la dimensión emocional, si hay una relación significativa.

Sobre la relación entre los valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto, se encontró que no existe relación directa ni significativa entre ambas; esto quiere decir que, los valores interpersonales no afectan en el desarrollo de la dimensión familiar del autoconcepto de los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Psicología. A estos mismos resultados arribaron Sánchez y Matalinares (2014), indicando que entre la dimensión familiar del autoconcepto y los valores interpersonales no muestra correlaciones significativas.

Sobre la relación entre los valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto, se encontró que no existe relación directa ni significativa entre ambas; lo cual nos sugiere que, los valores interpersonales no afectan en el desarrollo de la dimensión física del autoconcepto de los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Psicología. Sobre este punto Sánchez y Matalinares (2014), no hallaron relación significativa entre ambas variables.

CONCLUSIONES

1. La investigación ha demostrado que no existe una relación directa y significativa entre los valores interpersonales y el nivel de autoconcepto percibido por los universitarios del segundo ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de una universidad privada de la ciudad de Huancayo.
2. El valor interpersonal prevalente en los estudiantes universitarios del segundo ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018, es el valor benevolencia, seguido del valor de independencia, las que se ubican en un nivel alto; mientras que los valores de conformidad, reconocimiento, liderazgo y soporte, se ubican entre los niveles bajo y promedio.
3. El autoconcepto prevalente en estudiantes universitarios del segundo ciclo de la Escuela Profesional de psicología de una universidad de Huancayo, 2018, es el autoconcepto físico, cuyos resultados arrojaron niveles muy altos.
4. No se encontró relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto en universitarios del segundo ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.
5. No se halló relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión académica del autoconcepto en universitarios del segundo ciclo de la Escuela Profesional Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

6. No se encontró relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión emocional del autoconcepto en universitarios del segundo ciclo de la Escuela Profesional de Psicología una universidad de Huancayo, 2018.
7. No se encontró relación directa y significativa entre los valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto en universitarios del segundo ciclo de la Escuela Profesional Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.
8. No se encontró relación entre los valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto en universitarios del segundo ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.

RECOMENDACIONES

- Planificar, diseñar y ejecutar un programa de desarrollo orientado al desarrollo de los valores interpersonales y otro para el desarrollo del nivel de autoconcepto entre los estudiantes universitarios con la finalidad de garantizar la formación integral de los jóvenes estudiantes.
- Planificar y desarrollar investigaciones similares con una cantidad de muestra mucho más extensas, utilizando incluso muestras de estudiantes de distintas facultades y/o universidades entre particulares y estatales, tanto a nivel local, regional como a nivel nacional para confirmar o rechazar los resultados obtenidos en esta investigación.
- Por tratarse de estudiantes universitarios de segundo ciclo, es alarmante observar estudiantes con bajos niveles de autoconcepto, así como bajos niveles de valores interpersonales, por ello, sugerimos a las autoridades universitarias mejorar el proceso de selección para captar estudiantes con el real perfil y la adecuada vocación para la carrera de psicología.
- Los estudiantes de una Escuela Profesional de Psicología deberían contar con horario y espacios para la realización de actividades de crecimiento y desarrollo personal, ya que la mayoría de ellos, de acuerdo a los resultados obtenidos, se encuentran en la etapa de la

adolescencia, y por ello aún no tienen una clara orientación del sentido de vida, ni propósitos claramente definidos.

- A los docentes universitarios se les sugiere potenciar en los jóvenes universitarios el desarrollo de un buen autoconcepto, dando a todos los estudiantes la misma oportunidad para lograr el éxito, fomentando el uso y desarrollo de sus potencialidades, mediante mensajes motivadores y positivos.
- Dentro de los aspectos positivos de la Universidad Peruana Los Andes está la de contar con las actividades de tutoría, tanto a nivel individual como grupal, por ello se sugiere fortalecer esta estrategia de intervención, toda vez que esto ayudará al fortalecimiento de las habilidades y capacidades de crecimiento personal, por ende apoyar la construcción del autoconcepto así como los valores interpersonales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arboccó, M. (2017). *El sentido de vida y los valores interpersonales en universitarios estudiantes de la carrera de psicología*. (Tesis de Maestría en Psicología); Universidad Nacional Mayor de San Marcos; Lima. Disponible en: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6595/Arbocc%C3%B3_hm.pdf?sequence=1
- Arana, M. (2006). *Los valores en la formación profesional*. Rev. Tabula Rasa. N° 4, pp. 323-336; Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca Bogotá, Colombia. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/tara/n4/n4a16.pdf>
- Arana, M., Batista, N. y Ramos, A. (2003). *Los valores éticos en las competencias profesionales*. En *Monografías Virtuales Programa de Educación en Valores*. OEI. Línea Temática: Universidad, profesorado y ciudadanía. N° 3, Octubre – Noviembre. ISSN 1728-0001. Disponible en: <https://www.oei.es/historico/valores2/monografias/monografia03/vivencia03.htm>
- Burns, R. (1990), *El Autoconcepto. Teoría, Medición, Desarrollo y Comportamiento*. Bilbao. Disponible en: <http://www2.udec.cl/~ssrevi/numero1/autoconcepto.htm>
- Calva, W. (2013). *Relación entre el Clima Social Familiar y los Valores Interpersonales en adolescentes de segundo, tercero y cuarto grado de educación secundaria de la I. E. Señor de los Milagros, Paita – 2013*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Los

Ángeles de Chimbote; Piura. Disponible en:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/93/CALVA_ORDINOLA_%20WENDY_CAROLINA_CLIMA_SOCIAL_FAMILIAR_VALORES_INTERPERSONALES.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Campos, L. (2009). *Los estilos de vida y los valores interpersonales según la personalidad en jóvenes del Departamento de Huánuco*. Revista de investigación en Psicología, Vol. 12 (2), pp. 89-100. Universidad Nacional Hermilio Valdizan de Huánuco. Disponible en:
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/3757/3018>

Chávez, J.L. y Ochochoque, G. (2018). *Habilidades sociales y autoconcepto en operarios de limpieza de dos instituciones privadas*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de San Agustín. Arequipa. Disponible en:
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/6710/PSchmajl.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dianderas, J. (2014). *Valores interpersonales y juicio moral en estudiantes de quinto de secundaria del distrito santo domingo de Acobamba – Huancayo*. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional del Centro del Perú. Huancayo. Disponible en:
<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3235/Dianderas%20Basurto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Escobar, O. (2001) VALANTI, *Cuestionario de Valores y Antivalores*. 2da Edición. Colombia: PSEA, ltda.

Esnaola, I., Goñi, A. y Madariaga, J.M. (2008). *El Autoconcepto: perspectivas de investigación*. Revista de Psicodidáctica; Vol. 13, núm. 1, pp. 69-96. Universidad del País Vasco, Vitoria-Gazteis, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/175/17513105.pdf>

- Estrada, E. (2016). *Valores interpersonales y estrés en estudiantes de Medicina*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo. Disponible en: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2250/VALORES%20INTERPERSONALES%20Y%20ESTRES%20EN%20ESTUDIANTES%20DE%20MEDICINA.pdf;jsessionid=82CD3081B941FE96B23197AB70B2D67D?sequence=1>
- Ferrater, J. (1979). *Diccionario de Filosofía* (sexta), Madrid: Alianza
- Galindo, S. (2013). *Construcción del autoconcepto en alumnos/nas de 6° de primaria*. (Tesis de Maestría). Universidad Pública de Navarra. Disponible en: <http://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/8122/La%20construcci%C3%B3n%20del%20autoconcepto%20en%20alumnos%20de%20sexto%20de%20primaria.pdf?sequence=1>
- García, T. (2010). *Valores interpersonales en estudiantes del I y VIII ciclo académico de una Universidad Privada*. Revista especializada Temática Psicológica; Vol. 6, N° 1, 2010. Universidad Femenina del Sagrado Corazón.
- García, L. (2005). *Sistema Valorativo de estudiantes de pregrado y preuniversitarios de la Pontificia Universidad Católica del Perú*. (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Disponible en: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/611/GARC%C3%8DA_GARC%C3%8DA_NARANJO_LUC%C3%8DA%20CARIBEL_SISTEMA%20VALORATIVO%20DE%20ESTUDIANTES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, F., y Musitu, G. (2014). *Autoconcepto forma 5*. AF5. Manual. Madrid: TEA Ediciones S.A.
- García, J. y Román, J. M. (2003). *Educación familiar y autoconcepto en niños pequeños*. Madrid: Ediciones Pirámide.

- Gargallo, B., Suárez, J., García, E. y Sahuquillo, P. (2012). Autoconcepto en estudiantes *universitarios excelentes y en estudiantes medios*. Revista Iberoamericana de Educación; N° 60: pp. 1-15; España.
- Gásquez, J., Pérez, M., Carrión, J., Luque, A. y Del Mar, M. (2015). *Perfiles de valores interpersonales y análisis de conductas y actitudes sociales de adolescentes*. Universidad de Almería; Revista de Psicodidáctica; 20(2), pp. 321-337. España.
- Guardia, Y., Labiano, L. y Fiorentino, M. T. (2009). *Valores interpersonales en adolescentes*. I Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVI Jornadas de Investigación Quinto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Disponible en: <https://www.aacademica.org/000-020/228.pdf>
- Guillén y Sánchez (2003). *Autoconcepto en jóvenes sedentarios y practicantes deportivos*. EduPsykhé. Revista de Psicología y Psicopedagogía; Vol. 2, N° 2, pp. 259-272. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Disponible en: <https://repositorio.ucjc.edu/bitstream/handle/20.500.12020/97/C00027462.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gutierrez, E. (2018). *Autoestima escolar y valores interpersonales de las estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “República de Chile” – Lince 2018*. (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo, Lima. Disponible en: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/17830/Guti%C3%A9rez_PEM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, R., Fernández C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. 5ta Ed. México, D. F. McGraw-Hill

- Ibarra, E. y Jacobo, H.M. (2016). La evolución del autoconcepto académico en adolescentes. Universidad Autónoma de Sinaloa; Revista mexicana de investigación educativa; Vol. 21, Núm. 68, pp. 45-70. México. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmie/v21n68/1405-6666-rmie-21-68-00045.pdf>
- Kornblit, A. (2003). *Los estudios transculturales sobre valores*. En F. Morales, D. Páez, A. Kornblit y Asun, D. (Coordinadores). Psicología social, Buenos Aires: Prentice Hall.
- Linch, F. (2009), *El Autoconcepto*, Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/42/Lopez-Otho.pdf>
- Lume, R. y Ordoñez, L. (2016). *Autoconcepto y conducta disciplinaria en los estudiantes del nivel secundario de la institución educativa Santa Rosa de Tarapoto, 2016*. (Tesis de Maestría). Universidad Peruana Unión, Lima. Disponible en: http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/543/Liliana_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mantilla, A., Méndez, L. y Torres, M. (2014). *Evaluación de los valores personales e interpersonales en una muestra de adolescentes del área metropolitana de Bucaramanga, Colombia*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Pontificia Bolivariana; Bucaramanga, Colombia.
- Matalinares, M., Sotelo, L, Sotelo, N., Arenas, C., Dioses, A., Yaringaño, J., Muratta, R., Pareja, C. (2009). *Juicio Moral y valores interpersonales en estudiantes de secundaria de las ciudades de Lima y Jauja*. Revista de investigación psicológica, 12(2), pp. 115-132. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Disponible en: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/3759/3021>

- Papalia, D., Wendkos, S. y Duskin, R. (2009). *Psicología del desarrollo*. De la infancia a la adolescencia. México, Undécima edición, Ed. Mc GrawHill.
- Pertegal, M., Oliva, A. y Hernando, A. (2010). *Los programas escolares como promotores del desarrollo positivo adolescente*. Rev. Cultura y Educación, 22(1), pp. 1-14. Universidad de Sevilla. Disponible en: <https://personal.us.es/oliva/04.%20PERTEGAL.pdf>
- Portilla, L. (2011). *Calidad de vida y autoconcepto en pacientes con diabetes mellitus con y sin adherencia al tratamiento*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. Disponible en: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/3279/Portilla_gl.pdf;jsessionid=9BC1F32C220E29465B8D9F5BAFAA26BE?sequence=1
- Requejo, L. (2017). *Valores interpersonales en estudiantes universitarios de la carrera de Trabajo Social de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, 2017*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Lima. Disponible en: <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1668/TRAB.SUF.PROF.%20LILIANA%20MILAGROS%20REQUEJO%20CUEVA.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Restrepo, J., Martínez, G., Soto, J., Martínez, F. y Baena, B. (2013). *Valores personales e interpersonales en adolescentes y adultos de la ciudad de Medellín y el área metropolitana*. Rev. Diversitas: Perspectivas en Psicología. Vol. 5. N° 1, pp. 125 – 139. Universidad de Antioquia, Colombia. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/dpp/v5n1/v5n1a11.pdf>
- Rojas, V. (2015). *Valores interpersonales en estudiantes de Derecho y Ciencias Políticas según el nivel de formación profesional de una Universidad Privada de Trujillo*. (Tesis de

- Licenciatura). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo. Disponible en: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1771/1/RE_PSICOLOGIA_VALORES.INTERPERSONALES_CARRERA.DERECHO.CIENC.POLITICAS_EST.UNIVERSI_TESIS.pdf
- Sánchez, R. y Matalinares, M. (2014). *Valores interpersonales y autoconcepto en estudiantes universitarios de la carrera de Ingeniería Ambiental y Administración de Empresas de una universidad estatal*. Revista de Investigación en Psicología, Vol. 17, N° 1, pp. 55-80; Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Disponible en: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/8970/7798>
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2009). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Editorial Visión Universitaria; Cuarta edición. 2da. Reimpresión.
- Sarmiento, E. (2016). *Razonamiento moral y valores interpersonales en cadetes de una Escuela de Formación de las Fuerzas Armadas del Perú*. (Tesis de Maestría), Universidad Marcelino Champagnat, Lima. Disponible en: <http://repositorio.umch.edu.pe/bitstream/UMCH/69/1/20.%20Tesis%20%28Sarmiento%20Meza%29.pdf>
- Shavelson, R. J., Hubner, J. J., y Stanton, J. C. (1976). Self-concept: Validation of construct interpretations. *Review of Educational Research*, 46, 407-441.
- Torres C. (2003) *Autoconcepto y Autoestima: Estudio en una Población Guatemalteca*. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Tueros, R. (2012). *Los valores interpersonales y su relación con los estilos atributivos en estudiantes de quinto grado de secundaria*. Tesis de Doctorado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos; Lima. Disponible en:

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/568/Tueros_cr.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vela, R., Anaya, D., Díaz, F. y Gonzales, E. (2015). *Cohesión - adaptabilidad familiar y autoconcepto de los estudiantes, institución educativa técnico industrial, Bagua – 2012.*

Rev. ACC CIETNA. Vol. 3, N° 1, pp. 45-54 Disponible en:

http://repositorio.usat.edu.pe/bitstream/usat/132/1/Acc_Cietna%20Vol3.%20N%C2%B01%20Ponencia_5.pdf

Velásquez, S. (2016). *Niveles de valores interpersonales en estudiantes de quinto ciclo de psicología de la ULADECH Católica, Piura.* Rev. In Crescendo. Ciencias de la Salud.

Vol. 3, N° 2, pp. 41-48. Disponible en:

<https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-salud/article/view/1419/1101>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Valores interpersonales y autoconcepto en estudiantes Universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una Universidad de Huancayo, 2018.

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE DE ESTUDIO	METODOLOGÍA
Valores interpersonales y autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una Universidad de Huancayo, 2018.	<p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿Qué relación existe entre los valores interpersonales y el autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018?</p> <p>Problemas específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuál es el valor interpersonal prevalente en los estudiantes Universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018? - ¿Cuál es el autoconcepto prevalente en estudiantes Universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018? - ¿Qué relación existe entre los valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018? 	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar la relación entre los valores interpersonales y el autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir el valor interpersonal prevalente en los estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. - Describir el autoconcepto prevalente en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. - Identificar la relación entre los valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. 	<p>HIPÓTESIS GENERAL:</p> <p>Existe relación entre los valores interpersonales y autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018.</p> <p>hipótesis específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El valor interpersonal prevalente en los estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018, es el valor de Liderazgo. - El autoconcepto prevalente en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018, es el autoconcepto físico. - Existe relación entre los valores interpersonales y la dimensión social del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. 	<p>Variable 1: Valores Interpersonales</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Independencia - Soporte - Benevolencia - Conformidad - Reconocimiento - Liderazgo <p>Variable 2: Autoconcepto</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autoconcepto académico - Autoconcepto social 	<p>Tipo de investigación</p> <p>Básica</p> <p>Nivel de investigación</p> <p>Correlacional</p> <p>Diseño de investigación</p> <p>Descriptivo-correlacional</p> <p>POBLACIÓN</p> <p>La investigación se realizó con una población total de 800 estudiantes de la Escuela Profesional de Psicología de la Universidad Peruana Los Andes.</p> <p>MUESTRA</p> <p>La muestra estuvo conformada por 155 estudiantes entre varones y mujeres de la Escuela Profesional de Psicología</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué relación existe entre los valores interpersonales y la dimensión académica del autoconcepto en estudiantes Universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018? - ¿Qué relación existe entre los valores interpersonales y la dimensión emocional del autoconcepto en estudiantes Universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018? - ¿Qué relación existe entre los valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto en estudiantes Universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018? - ¿Qué relación existe entre los valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018? 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar la relación entre los valores interpersonales y la dimensión académica del autoconcepto en estudiantes del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. - Describir la relación entre los valores interpersonales y la dimensión emocional del autoconcepto en estudiantes Universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. - Describir la relación entre los valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. - Determinar la relación entre los valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe relación entre los valores interpersonales y la dimensión académica del autoconcepto en estudiantes Universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. - Existe relación entre los valores interpersonales y la dimensión emocional del autoconcepto en estudiantes Universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. - Existe relación entre los valores interpersonales y la dimensión familiar del autoconcepto en estudiantes Universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. - Existe relación entre los valores interpersonales y la dimensión física del autoconcepto en estudiantes Universitarios del 2do., ciclo de Psicología de una universidad de Huancayo, 2018. 	<ul style="list-style-type: none"> - Autoconcepto emocional - Autoconcepto familiar - Autoconcepto físico 	<p>de la Universidad Peruana Los Andes.</p> <p><u>Técnica de muestreo</u> La técnica de muestreo utilizado fue el muestreo no probabilístico intencional.</p> <p><u>Técnica de recolección de datos:</u> La encuesta.</p> <p><u>Instrumento de recolección de datos:</u> - Cuestionario de Valores Interpersonales (SIV) de L.V. Gordon.</p> <p>- Escala Multidimensional de Autoconcepto. AF5 de Garcia y Musitu.</p>
--	--	--	--	--	---

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Ítems	Naturaleza de la variable	Escala de medición
Valores interpersonales	Los valores interpersonales se definen como “aquellos que son imprescindibles y sobre los cuales se construye la vida y las relaciones morales, éticos y socioculturales, además de los que el individuo va apartándose a sí mismo según sus vivencias personales su encuentro con otras personas y cultura”, Sevillano (2003) citado por Estrada (2016).	Los valores interpersonales de los estudiantes Universitarios del 2do., ciclo, serán definidos a partir de la aplicación del Cuestionario de valores interpersonales (SIV) de L.V. Gordon.	Soporte (S).	2,12,14,27,29,33,36,40,47,52,58,64,69,75 y 87	Cualitativo	Nominal
			Conformidad (C).	5,9,13,20,25,32,35,48,53,57,63,66,80,85 y 89		
			Reconocimiento (R).	6,10,19,22,30,38,45,49,70,77,79,82 y 88		
			Independencia (I).	1,4,11,16,24,34,39,43,50,55,61,68,74,78,83 y 90		
			Benevolencia (B).	3,8,18,23,28,42,44,51,54,60,62,71,73,81 y 86		
			Liderazgo (L).	7,15,17,21,26,31,37,41,46,56,59,65,67,72,76 y 84		
Autoconcepto	El autoconcepto se define como “un constructo que representa la concepción que el individuo tiene de sí mismo como ser físico, social y espiritual; “es la totalidad de los pensamientos o sentimientos de un individuo que hacen referencia a sí mismos como un objeto”, Rosemberg (1979), citado por García y Musitu (2001).	El autoconcepto de los estudiantes Universitarios del 2do., ciclo, serán definidos a partir de la aplicación de la Escala Multidimensional de autoconcepto. AF5 de Fernando García y Gonzalo Musitu (2004).	Académico	1,6,11,16,21,26	Cualitativo	Ordinal
			Emocional	3,8,13,18,23,28		
			Social	2,7,12,17,22,27		
			Familiar	4,9,14,19,24,29		
			Físico	5,10,15,20,25,30		

ANEXO 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE INSTRUMENTO

Variable	Dimensiones	Reactivos	Escala valorativa	Criterios de Validez y Confiabilidad	Escala de medición	Instrumento
Valores interpersonales	Soporte (S).	2. Que los demás estén de acuerdo conmigo. 14. Que haya gente interesada en mi bienestar. 12. Saber que la gente está de mi parte 27. Tener junto a mí, personas que me alienten o que me den ánimo. 29. Que la gente me haga favores 3. Hacer amistad con los menos afortunados. 33. Que los demás me demuestren que yo les agrado 36. Que la gente me trate con comprensión. 40. Que la gente se porte considerablemente conmigo. 4. Ocupar un puesto en el que no tenga que obedecer órdenes. 47. Ser tratado con amabilidad. 52. Contar con el afecto de otras personas. 58. Que los demás aprueben lo que yo hago. 64. Recibir manifestaciones de cortesía, simpatía o afecto de los demás. 69. Recibir ánimo y aliento de los demás. 75. Tener amigos y compañeros comprensivos. 87. Que haya gente dispuesta a ofrecerme ayuda.	(+) Importante (-) Importante	Validez: contenido por Criterio de Jueces, se utilizó el coeficiente de Aiken Confiabilidad: mediante técnica de consistencia interna, se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach	Ordinal	CUESTIONARIO DE VALORES INTERPERSONALES – SIV
	Conformidad (C).	5. Cumplir con exactitud las leyes y reglamentos. 9. Hacer lo que esta admitido como correcto y adecuado 13. Acatar las reglas o normas sociales de comportamiento. 20. Atender estrictamente y cumplir los asuntos de mi cargo. 25. Seguir una norma estricta de conducta 32. Acatar estrictamente las leyes o normas establecidas. 35. Cumplir con mi deber 48. Mantener siempre el más alto nivel de conducta moral en cuanto haga. 53. Hacer las cosas de acuerdo a lo aprobado y permitido. 57. Hacer lo que socialmente es correcto. 63. Tener junto a mí, personas que me alienten o que me den ánimo. 66. Cumplir con aquello que es considerado usual o convencional. 80. Tener maneras o modales sociales, correctos y apropiados. 85. Hacer siempre lo que es moralmente correcto. 89. Hacer siempre aquello que está aprobado y permitido.				
	Reconocimiento (R).	6. Que la gente le dé importancia a lo que haga 10. Que la gente piense que soy importante 19. Relacionarme con personas que sean famosas o muy populares y conocidas. 22. Que mi nombre sea famoso o muy conocido por mucha gente. 30. Ser conocido por personas más importantes. 38. Que la gente admire lo que yo hago. 45. Que la gente haga comentarios favorables sobre mí.				

		<p>49. Ser alabado o elogiado por otras personas. 70. Ser mirado con respeto por los demás. 77. Ser tratado como una persona de cierta importancia. 79. Que haya personas interesadas en mí. 82. Ser popular entre la gente. 88. Que haya gente que me admire.</p>				
	Independencia (I).	<p>1. Tener libertad para hacer lo que quiera. 4. Ocupar un puesto en el que no tenga que obedecer órdenes. 11. Tener una total y completa libertad. 16. Poder hacer habitualmente lo que me agrada. 24. Trabajar por mi propia cuenta o responsabilidad, sin que nadie me dirija. 34. Poder vivir mi vida exactamente como lo deseo. 39. Ser independiente en mi trabajo. 43. Poder gobernar mi propia vida. 50. Estar relativamente liberado de formalidades o convencionalismos sociales 55. Que se permita hacer todo lo que se quiera. 61. Ser libre de ir y venir por donde y cuando me plazca. 68. Tomar todas mis decisiones por mí mismo. 74. Ser mi propio amo 78. Salirme con la mía en las cosas que me resulten agradables. 83. Estar eximio o liberado de tener que obedecer reglas o normas 90. Poder abandonar o dejar de lado lo que me rodea si así lo deseo</p>				
	Benevolencia (B).	<p>3. Hacer amistad con los menos afortunados. 8. Tratar a todo el mundo con suma amabilidad 18. Trabajar en beneficio de otras personas. 23. Hacer cosas para los demás. 28. Ser amigo de los que no tienen amigos. 42. Emplear mi tiempo haciendo cosas para los demás. 44. Contribuir bastante a las obras de beneficencia social. 51. Trabajar por el bien común. 54. Ir por la vida haciendo favores a los demás. 60. Compartir lo que tengo y me pertenece con otras personas. 62. Estar en una posición o cargo donde tenga autoridad 71. Aceptar fácilmente a otros como amigos. 73. Ser generoso con los demás. 81. Ser comprensivo con aquellos que tienen algún problema. 86. Dedicarme a ayudar a los demás</p>				
	Liderazgo (L).	<p>7. Ocupar un puesto o cargo importante. 15. Asumir la dirección e iniciativa en la toma de decisiones en mi grupo. 17. Estar a cargo de un asunto o proyecto importante. 21. Tener una gran influencia. 26. Estar en una posición o cargo donde tenga autoridad.</p>				

		<p>31. Ser el único que manda y dirige. 37. Ser el líder o jefe del grupo del que formo parte. 41. Tener a personas trabajando bajo mi dirección. 46. Ser una persona influyente. 56. Ser considerado como líder o jefe. 59. Ser el que toma las decisiones en mi grupo. 65. Ocupar una posición o cargo de mucha responsabilidad. 67. Ser el responsable de un grupo de personas. 72. Dirigir a otros en su trabajo. 76. Ser escogido para un puesto de mando o cargo directivo. 84. Estar en un puesto que me permita decir a otros lo que han de hacer.</p>				
Autoconcepto	Académico	<p>1. Hago bien los trabajos universitarios. 6. Los profesores me consideran buen estudiante 11. Trabajo mucho en clase 16. Mis profesores me estiman 21. Soy un buen estudiante 26. Mis profesores me consideran inteligente y trabajador/a</p>	<p>- Nunca - Casi nunca - A veces - Casi siempre - Siempre</p>	<p>Validez: contenido por Criterio de Jueces, se utilizó el coeficiente de Aiken</p> <p>Confiabilidad: mediante técnica de consistencia interna, se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach</p>	Ordinal	<p>ESCALA MULTIDIMENSIONAL DE AUTOCONCEPTO AF-5 (GARCÍA Y MUSITU, 2001)</p>
	Emocional	<p>3. Tengo miedo de algunas cosas 8. Muchas cosas me ponen nervioso/a 13. Me asusto con facilidad 18. Cuando mis mayores me dicen algo me pongo nervioso/a 23. Me pongo nervioso/a cuando me pregunta el profesor 28. Me siento nervioso/a</p>				
	Social	<p>2. Consigo fácilmente amigos/as 7. Soy amigable 12. Es difícil para mí hacer amigas/os 17. Soy un chico/a alegre 22. Me cuesta hablar con desconocidos/as 27. Tengo muchos amigos/as</p>				
	Familiar	<p>4. Soy muy criticado/a en casa 9. Me siento feliz en casa 14. Mi familia está decepcionada de mí 19. Mi familia me ayudaría en cualquier tipo de problema 24. Mis padres me dan confianza 29. Me siento querido/a por mis padres</p>				
	Físico	<p>5. Me cuido físicamente 10. Me buscan para realizar actividades deportivas 15. Me considero elegante 20. Me gusta como soy físicamente 25. Soy buena/o haciendo deportes 30. Soy una persona atractiva</p>				

**ANEXO 4: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN Y CONSTANCIA DE SU
APLICACIÓN**

Cuestionario de valores interpersonales - SIV

Nombre y Apellido: **Edad:**
Sexo: **Turno:**
Fecha de aplicación:.....

Instrucciones

Para responder a cada grupo escoja solamente dos frases, la más importante para UD. (señálela poniendo un aspa en la columna más (+) y la menos importante para UD. ponga un aspa en la columna (-). La frase restante déjela en blanco. Conteste todos los grupos.

Ítems	+	-
1. Tener libertad para hacer lo que quiera. 2. Que los demás estén de acuerdo conmigo. 3. Hacer amistad con los menos afortunados.		
4. Ocupar un puesto en el que no tenga que obedecer órdenes. 5. Cumplir con exactitud las leyes y reglamentos. 6. Que la gente le dé importancia a lo que haga.		
7. Ocupar un puesto o cargo importante. 8. Tratar a todo el mundo con suma amabilidad. 9. Hacer lo que esta admitido como correcto y adecuado.		
10. Que la gente piense que soy importante. 11. Tener una total y completa libertad. 12. Saber que la gente está de mi parte.		
13. Acatar las reglas o normas sociales de comportamiento. 14. Que haya gente interesada en mi bienestar. 15. Asumir la dirección e iniciativa en la toma de decisiones en mi grupo.		
16. Poder hacer habitualmente lo que me agrada. 17. Estar a cargo de un asunto o proyecto importante. 18. Trabajar en beneficio de otras personas.		
19. Relacionarme con personas que sean famosas o muy populares y conocidas. 20. Atender estrictamente y cumplir los asuntos de mi cargo. 21. Tener una gran influencia.		
22. Que mi nombre sea famoso o muy conocido por mucha gente. 23. Hacer cosas para los demás. 24. Trabajar por mi propia cuenta o responsabilidad, sin que nadie me dirija.		
25. Seguir una norma estricta de conducta. 26. Estar en una posición o cargo donde tenga autoridad. 27. Tener junto a mí, personas que me alienten o que me den ánimo.		
28. Ser amigo de los que no tienen amigos.		

29. Que la gente me haga favores.		
30. Ser conocido por personas más importantes.		
31. Ser el único que manda y dirige.		
32. Acatar estrictamente las leyes o normas establecidas.		
33. Que los demás me demuestren que yo les agrado.		
34. Poder vivir mi vida exactamente como lo deseo.		
35. Cumplir con mi deber.		
36. Que la gente me trate con comprensión.		
37. Ser el líder o jefe del grupo del que formo parte.		
38. Que la gente admire lo que yo hago.		
39. Ser independiente en mi trabajo.		
40. Que la gente se porte considerablemente conmigo.		
41. Tener a personas trabajando bajo mi dirección.		
42. Emplear mi tiempo haciendo cosas para los demás.		
43. Poder gobernar mi propia vida.		
44. Contribuir bastante a las obras de beneficencia social.		
45. Que la gente haga comentarios favorables sobre mí.		
46. Ser una persona influyente.		
47. Ser tratado con amabilidad.		
48. Mantener siempre el más alto nivel de conducta moral en cuanto haga.		
49. Ser alabado o elogiado por otras personas.		
50. Estar relativamente liberado de formalidades o convencionalismos sociales.		
51. Trabajar por el bien común.		
52. Contar con el afecto de otras personas.		
53. Hacer las cosas de acuerdo a lo aprobado y permitido.		
54. Ir por la vida haciendo favores a los demás.		
55. Que se permita hacer todo lo que se quiera.		
56. Ser considerado como líder o jefe.		
57. Hacer lo que socialmente es correcto.		
58. Que los demás aprueben lo que yo hago.		
59. Ser el que toma las decisiones en mi grupo.		
60. Compartir lo que tengo y me pertenece con otras personas.		
61. Ser libre de ir y venir por donde y cuando me plazca.		
62. Estar en una posición o cargo donde tenga autoridad.		
63. Tener junto a mí, personas que me alienten o que me den ánimo.		
64. Recibir manifestaciones de cortesía, simpatía o afecto de los demás.		
65. Ocupar una posición o cargo de mucha responsabilidad.		
66. Cumplir con aquello que es considerado usual o convencional.		
67. Ser el responsable de un grupo de personas.		
68. Tomar todas mis decisiones por mí mismo.		
69. Recibir ánimo y aliento de los demás.		
70. Ser mirado con respeto por los demás.		
71. Aceptar fácilmente a otros como amigos.		
72. Dirigir a otros en su trabajo.		

73. Ser generoso con los demás.		
74. Ser mi propio amo.		
75. Tener amigos y compañeros comprensivos.		
76. Ser escogido para un puesto de mando o cargo directivo.		
77. Ser tratado como una persona de cierta importancia.		
78. Salirme con la mía en las cosas que me resulten agradables.		
79. Que haya personas interesadas en mí.		
80. Tener maneras o modales sociales, correctos y apropiados.		
81. Ser comprensivo con aquellos que tienen algún problema.		
82. Ser popular entre la gente.		
83. Estar eximio o liberado de tener que obedecer reglas o normas.		
84. Estar en un puesto que me permita decir a otros lo que han de hacer.		
85. Hacer siempre lo que es moralmente correcto.		
86. Dedicarme a ayudar a los demás.		
87. Que haya gente dispuesta a ofrecerme ayuda.		
87. Que haya gente dispuesta a ofrecerme ayuda.		
88. Que haya gente que me admire.		
89. Hacer siempre aquello que está aprobado y permitido.		
90. Poder abandonar o dejar de lado lo que me rodea si así lo deseo.		

CUESTIONARIO DE VALORES INTERPERSONALES - SIV

HOJA DE RESPUESTA

Apellidos y Nombres:
 Lugar de Nac. Estado Civil..... Grado de Instrucc.....

	+	-		+	-		+	-		+	-
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	25	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	46	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	70	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	26	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	47	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	71	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	27	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	48	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	72	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	28	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	49	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	73	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	29	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	50	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	74	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	30	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	51	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	75	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	31	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	52	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	76	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	32	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	53	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	77	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	33	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	54	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	78	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	34	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	55	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	79	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	35	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	56	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	80	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	36	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	57	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	81	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	37	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	58	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	82	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	38	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	59	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	83	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	39	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	60	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	84	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	40	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	61	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	85	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	41	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	62	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	86	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	42	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	63	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	87	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	43	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	64	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	88	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	44	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	65	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	89	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	45	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	66	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	90	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I =			67	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	C =		
23	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	S =			68	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	R =		
24	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	B =			69	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	L =		

**CUESTIONARIO DE VALORES INTERPERSONALES
LEONARD V. GORDON**

Apellidos y Nombres:.....
 Lugar y Fecha de Nac.:..... Fecha.....Edad.....años
 Estado Civil:.....sexo: M F Grado de instrucción:.....

	S	C	R	I	B	L
PD						
PC						

VALORES	1	2	3	4	5	6	7	8	9
SOPORTE									
CONFORMIDAD									
RECONOCIMINETO									
INDEPENDENCIA									
BENEVOLENCIA									
LIDERAZGO									
	4 - 7	8 - 16	17- 31	32- 42	43- 50	51 - 63	64 - 79	80- 92	93 - 99
	BAJO			MEDIO			ALTO		

Observaciones:.....

Escala de autoconcepto de García y Musitu (2001)

Instrucciones

A continuación encontrará una serie de frases. Lea cada una de ellas cuidadosamente y conteste con un valor entre 1 y 99 según su grado de acuerdo con cada frase. Por ejemplo, si una frase dice “la música ayuda al bienestar humano” y Ud. Está muy de acuerdo, contestara con un valor alto, como por ejemplo 94, si por el contrario, Ud. está muy poco de acuerdo, elegirá un valor bajo, por ejemplo 09.

No olvide que dispone de muchas opciones de respuesta, en concreto puede elegir entre 99 valores. Escoja el que más se ajuste a su criterio.

N°	Frases	valor	Total
01	Hago bien los trabajos universitarios		
02	Consigo fácilmente amigos/as		
03	Tengo miedo de algunas cosas		
04	Soy muy criticado/a en casa	-100	
05	Me cuido físicamente		
06	Los profesores me consideran buen estudiante		
07	Soy amigable		
08	Muchas cosas me ponen nervioso/a		
09	Me siento feliz en casa		
10	Me buscan para realizar actividades deportivas		
11	Trabajo mucho en clase		
12	Es difícil para mí hacer amigas/os	-100	
13	Me asusto con facilidad		
14	Mi familia está decepcionada de mí	-100	
15	Me considero elegante		
16	Mis profesores me estiman		
17	Soy un chico/a alegre		
18	Cuando mis mayores me dicen algo me pongo nervioso/a		
19	Mi familia me ayudaría en cualquier tipo de problema		
20	Me gusta como soy físicamente		
21	Soy un buen estudiante		
22	Me cuesta hablar con desconocidos/as		
23	Me pongo nervioso/a cuando me pregunta el profesor	-100	
24	Mis padres me dan confianza		
25	Soy buena/o haciendo deportes		
26	Mis profesores me consideran inteligente y trabajador/a		
27	Tengo muchos amigos/as		
28	Me siento nervioso/a		
29	Me siento querido/a por mis padres		
30	Soy una persona atractiva		

Hoja de calificación

Dimensión	Sumatoria de ítems	Pd	Pc
ACAD.LABORAL			
1+6+11+16+21+26	___+___+___+___+___+___ = ___ : 60	___, ___	___
SOCIAL			
2+7+12+17+22+27	___+___+___+___+___+___ = ___ : 60	___, ___	___
EMOCIONAL			
3+8+13+18+23+28	___+___+___+___+___+___ = ___ -600 : 60	___, ___	___
FAMILIAR			
4+9+14+19+24+29	___+___+___+___+___+___ = ___ : 60	___, ___	___
FISICO			
5+10+15+20+25+30	___+___+___+___+___+___ = ___ : 60	___, ___	___

CONSTANCIA DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO



SOLICITO: Autorización para evaluación de estudiantes con fines de investigación

Ps. Maribel, RUIZ BALBIN
DIRECTORA DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGIA
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Yo, Mariela Rojas Araujo identificada con DNI N.º 46226512, con código de matrícula A620431 domicilio en el distrito de El Tambo, y Shirley Rosa Romero Mejía con código de matrícula C04819A con domicilio en el distrito de Chilca. Ante Ud. respetuosamente nos presentamos y exponemos: Qué habiendo culminado la carrera profesional de Psicología en la Universidad Peruana Los Andes, solicito a Ud. permiso para evaluación de estudiantes a través de instrumentos con fines de Investigación sobre **"VALORES INTERPERSONALES Y AUTOCONCEPTO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS"**, para optar el grado académico de Psicólogo.

POR LO EXPUESTO:

Ruego a usted acceder a mi solicitud.

Huancayo, 10 de diciembre del 2018


MARIELA ROJAS ARAUJO
DNI N° 46226512


SHIRLEY ROMERO MEJIA
DNI N° 72670355

ANEXO 5: VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

CUESTIONARIO DE VALORES INTERPERSONALES - SIV ESCALA DE AUTOCONCEPTO DE GARCÍA Y MUSITU (2001)

CRITERIO U OPINION	N° DE JUECES	ACUERDOS	V. AIKEN (V)	DESCRIPTIVO
Adecuado	5	5	1,00	Válido

Exp 1	Miriam Jacqueline Doza Damián	VÁLIDO
Exp 2	Joise B. Cangahuala Reyes	VÁLIDO
Exp 3	Mary Román Bravo	VÁLIDO
Exp 4	Washington Newman Abregu Jaucha	VÁLIDO
Exp 5	Yolanda Mercedes Sinche Ramos	VÁLIDO

Validez

Para Sanchez y Reyes (2015), afirmaron que un instrumento tiene validez de contenido cuando los items que lo integran constituyen una muestra representativa de los indicadores de la propiedad que mide.

Los instrumentos fueron revisados y validados por cinco jueces, quienes dieron su veredicto a los test como **ADECUADOS** ya que cumplen con los requisitos establecidos para llevar a cabo su aplicación, se halló la validez de cada ítem a través del coeficiente de Aiken en los siguientes criterios:

¿Esta pregunta permitirá alcanzar el objetivo planteado en el estudio?

¿La pregunta está formulada en forma clara y precisa?

¿La redacción es entendible o coherente con el propósito del estudio?

¿El contenido corresponde con el propósito del estudio?

¿El vocabulario de esta pregunta es el adecuado para la muestra?

La validez de cada ítem se obtuvo como el promedio de la validez en cada uno de los aspectos mencionados anteriormente, mientras que la validez total del instrumento, se halló a través del promedio de la validez de todos los ítems, el cual se calcula a través de la fórmula:

$$V = \frac{S}{n(c - 1)}$$

Donde:

S = Sumatoria de valoraciones positivas emitidas por los jueces.

N = Número de jueces.

C= Número de valores de la escala de valoración (dicotómico o politómico)

Todos los ítems son válidos según la apreciación de los jueces del Cuestionario de valores interpersonales, por lo tanto:

$$V = \frac{5}{5(2 - 1)} = \frac{5}{5(1)} = \frac{5}{5} = 1$$

De la misma manera, todos los ítems son válidos según la apreciación de la Escala de autoconcepto, por lo tanto:

$$V = \frac{5}{5(2 - 1)} = \frac{5}{5(1)} = \frac{5}{5} = 1$$

**CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO INVENTARIO DE VALORES
INTERPERSONALES (SIV) (L.V. GORDON)**

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,767	30

En el cuadro anterior, se observa que el valor del Alfa de Cronbach (0,767) por lo tanto, la confiabilidad del instrumento es aceptable.

Según la valoración de George y Mallery (2003) que sugieren un criterio general de recomendaciones para evaluar el coeficiente del Alfa de Cronbach. Se tiene la siguiente clasificación:

VALOR	COEFICIENTE	CRITERIO
>	0,9	Excelente
>	0,8	Bueno
>	0,7	Aceptable
>	0,6	Relativamente aceptable
>	0,5	Cuestionable
<	0,5	Deficiente

**CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO:
ESCALA DE AUTOCONCEPTO DE GARCÍA Y MUSITU**

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,890	30

En el cuadro anterior, se observa que el valor del Alfa de Cronbach es 0,890, por lo tanto, la confiabilidad del instrumento es buena.

Según la valoración de George y Mallery (2003) que sugieren un criterio general de recomendaciones para evaluar el coeficiente del alfa de Cronbach. Se tiene la siguiente clasificación:

VALOR	COEFICIENTE	CRITERIO
>	0,9	Excelente
>	0,8	Bueno
>	0,7	Aceptable
>	0,6	Relativamente aceptable
>	0,5	Cuestionable
<	0,5	Deficiente

CRITERIO DE JUECES

NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO : Miriam Jacqueline Doza Damian
TÍTULO PROFESIONAL : Licenciada en Psicología
ESPECIALIDAD : Psicología Comunitaria
AÑOS DE EXPERIENCIA : 15 años
INSTITUCIÓN EN LA QUE LABORA : UPLA - CEM
POST GRADO : Estudios culminados en Gerencia Social
AÑO : 2015
TRABAJOS PUBLICADOS :
OTROS MERITOS :

EN RESUMEN CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE EL INSTRUMENTO

ADECUADO 1 MEDIANAMENTE ADECUADO 2 INADECUADO 3

OBSERVACIONES:.....
.....
.....
.....
.....
.....


Psic. Miriam Doza Damian
FIRMA: P. 09381

CRITERIO DE JUECES

NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO : Ps. JOISE B. CANGAHUALLA REYES
TÍTULO PROFESIONAL : LICENCIADO EN PSICOLOGÍA
ESPECIALIDAD : PSICOLOGÍA EDUCATIVA
AÑOS DE EXPERIENCIA : 9 AÑOS
INSTITUCIÓN EN LA QUE LABORA : UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
POST GRADO : ESTUDIOS CONCLUIDOS
AÑO : 2017
TRABAJOS PUBLICADOS : -
OTROS MERITOS : -

EN RESUMEN CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE EL INSTRUMENTO

ADECUADO 1 MEDIANAMENTE ADECUADO 2 INADECUADO 3

OBSERVACIONES:.....
.....
.....
.....
.....
.....


.....


CRITERIO DE JUECES

NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO : Mary Román Bravo
TÍTULO PROFESIONAL : Psicólogo
ESPECIALIDAD : Clínica infantil
AÑOS DE EXPERIENCIA : 42 años
INSTITUCIÓN EN LA QUE LABORA : Universidad Peruana los Andes
POST GRADO : Estudios concluidos de maestría y doctorado
AÑO : 2003 - 2004
TRABAJOS PUBLICADOS : Resiliencia el arte de superar la adversidad
OTROS MERITOS : Pos Decana del C.D.P.II-C.I.S.P.
Ex Jefe del Dpto de Psicología del Hospital
H. Valdivia, Lima

EN RESUMEN CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE EL INSTRUMENTO

ADECUADO 1 MEDIANAMENTE ADECUADO 2 INADECUADO 3

OBSERVACIONES:.....
.....
.....
.....
.....
.....


PSICÓLOGA
C.P.S. 0903
FIRMA

CRITERIO DE JUECES

NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO : Yolanda Mercedes Sinche Ramos
TÍTULO PROFESIONAL : Lic. Psicología
ESPECIALIDAD : Clínica - Educativa
AÑOS DE EXPERIENCIA : 20 años
INSTITUCIÓN EN LA QUE LABORA : Upla
POST GRADO : Estudios completo Psic. Clínica y la Salud
AÑO : 2011
TRABAJOS PUBLICADOS : -
OTROS MERITOS : -
.....

EN RESUMEN CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE EL INSTRUMENTO

ADECUADO 1 MEDIANAMENTE ADECUADO 2 INADECUADO 3

OBSERVACIONES:.....
.....
.....
.....
.....
.....


FIRMA: Yolanda Mercedes Sinche Ramos
C.Ps.P. 5535

ANEXO 6: DATA DE PROCESAMIENTO DE DATOS

V1 VALORES INTERPERSONALES																				
Sujetos	Dimensión Independencia (I)			Dimensión Estímulo (S)			Dimensión Benevolencia (B)			Dimensión Conformidad (C)			Dimensión Reconocimiento (R)			Dimensión Liderazgo (L)			P. Global	Dx. Global
	Pd	Pc	Dx	Pd	Pc	Dx	Pd	Pc	Dx	Pd	PC	Dx	Pd	Pc	Dx	Pd	Pc	Dx		
1	10	22	Bajo	12	30	Bajo	20	83	Alto	22	62	Medio	9	22	Bajo	17	58	Medio	46	Medio
2	24	99	Alto	9	15	Bajo	14	40	Medio	22	62	Medio	11	40	Medio	10	10	Bajo	44	Medio
3	15	57	Medio	15	46	Medio	16	56	Medio	19	41	Medio	17	92	Alto	8	4	Bajo	49	Medio
4	19	82	Alto	14	41	Medio	17	65	Alto	13	10	Bajo	7	12	Bajo	20	80	Alto	48	Medio
5	21	90	Alto	19	83	Alto	17	65	Alto	7	1	Bajo	13	62	Medio	13	23	Bajo	54	Medio
6	24	99	Alto	10	20	Bajo	13	35	Medio	16	27	Bajo	12	51	Medio	15	41	Medio	46	Medio
7	23	97	Alto	9	15	Bajo	21	87	Alto	21	55	Medio	1	1	Bajo	16	50	Medio	51	Medio
8	20	87	Alto	11	25	Bajo	23	95	Alto	17	31	Bajo	2	1	Bajo	17	58	Medio	50	Medio
9	10	22	Bajo	19	83	Alto	13	35	Medio	23	68	Alto	14	74	Alto	11	14	Bajo	49	Medio
10	14	50	Medio	11	25	Bajo	15	48	Medio	24	74	Alto	6	7	Bajo	20	80	Alto	47	Medio
11	13	41	Medio	16	58	Medio	17	65	Alto	22	62	Medio	11	40	Medio	11	14	Bajo	47	Medio
12	15	57	Medio	7	8	Bajo	21	87	Alto	22	62	Medio	12	51	Medio	13	23	Bajo	48	Medio
13	9	13	Bajo	15	46	Medio	24	98	Alto	21	55	Medio	5	5	Bajo	16	50	Medio	45	Medio
14	11	29	Bajo	13	35	Medio	15	48	Medio	14	16	Bajo	9	22	Bajo	28	1	Bajo	25	Bajo
15	20	87	Alto	9	15	Bajo	15	48	Medio	18	36	Medio	6	7	Bajo	22	89	Alto	47	Medio
16	8	9	Bajo	8	13	Bajo	24	98	Alto	23	68	Alto	11	40	Medio	16	50	Medio	46	Medio
17	13	41	Medio	16	58	Medio	26	1	Bajo	14	16	Bajo	10	29	Bajo	11	14	Bajo	27	Bajo
18	16	63	Medio	10	20	Bajo	21	87	Alto	16	27	Bajo	7	12	Bajo	20	80	Alto	48	Medio
19	10	22	Bajo	13	35	Medio	22	92	Alto	15	22	Bajo	14	74	Alto	16	50	Medio	49	Medio
20	22	95	Alto	18	75	Alto	18	71	Alto	18	36	Medio	12	51	Medio	2	1	Bajo	55	Medio
21	9	13	Bajo	21	93	Alto	17	65	Alto	15	22	Bajo	10	29	Bajo	18	64	Alto	48	Medio
22	20	87	Alto	12	30	Bajo	12	28	Bajo	14	16	Bajo	12	51	Medio	20	80	Alto	49	Medio
23	14	50	Medio	15	46	Medio	19	78	Alto	20	48	Medio	4	4	Bajo	18	64	Alto	48	Medio
24	22	95	Alto	14	41	Medio	10	15	Bajo	10	2	Bajo	7	12	Bajo	27	1	Bajo	28	Bajo
25	28	1	Bajo	8	13	Bajo	22	92	Alto	19	41	Medio	1	1	Bajo	12	17	Bajo	28	Bajo
26	15	57	Medio	9	15	Bajo	16	56	Medio	21	55	Medio	11	40	Medio	18	64	Alto	48	Medio
27	15	57	Medio	16	58	Medio	12	28	Bajo	25	80	Alto	4	4	Bajo	18	64	Alto	49	Medio
28	18	77	Alto	8	13	Bajo	16	56	Medio	16	27	Bajo	12	51	Medio	20	80	Alto	51	Medio
29	16	63	Medio	6	5	Bajo	20	83	Alto	29	99	Alto	10	29	Bajo	9	6	Bajo	48	Medio
30	25	1	Bajo	23	97	Alto	11	22	Bajo	12	6	Bajo	10	29	Bajo	9	6	Bajo	27	Bajo

31	10	22	Bajo	17	68	Alto	11	22	Bajo	17	31	Bajo	14	74	Alto	21	85	Alto	50	Medio
32	9	13	Bajo	17	68	Alto	21	87	Alto	16	27	Bajo	14	31	Bajo	13	62	Medio	48	Medio
33	21	90	Alto	11	25	Bajo	19	78	Alto	14	16	Bajo	16	50	Medio	9	22	Bajo	47	Medio
34	19	82	Alto	14	41	Medio	20	83	Alto	10	2	Bajo	8	16	Bajo	19	70	Alto	49	Medio
35	17	72	Alto	19	83	Alto	16	56	Medio	15	22	Bajo	9	22	Bajo	14	31	Bajo	48	Medio
36	20	87	Alto	12	30	Bajo	13	35	Medio	18	36	Medio	12	51	Medio	15	41	Medio	47	Medio
37	23	97	Alto	14	41	Medio	20	83	Alto	14	16	Bajo	6	7	Bajo	13	23	Bajo	45	Medio
38	23	97	Alto	17	68	Alto	15	48	Medio	12	6	Bajo	8	16	Bajo	15	41	Medio	46	Medio
39	22	95	Alto	16	58	Medio	24	98	Alto	10	2	Bajo	7	12	Bajo	11	14	Bajo	47	Medio
40	15	57	Medio	10	20	Bajo	18	71	Alto	20	48	Medio	7	12	Bajo	20	80	Alto	48	Medio
41	25	99	Alto	16	58	Medio	12	28	Bajo	6	1	Bajo	11	40	Medio	20	80	Alto	51	Medio
42	17	72	Alto	9	15	Bajo	15	48	Medio	21	55	Medio	8	16	Bajo	20	80	Alto	48	Medio
43	10	22	Bajo	16	58	Medio	15	48	Medio	24	74	Alto	8	16	Bajo	17	58	Medio	46	Medio
44	19	82	Alto	18	75	Alto	28	99	Alto	11	4	Bajo	3	4	Bajo	11	14	Bajo	46	Medio
45	15	57	Medio	20	89	Alto	24	98	Alto	17	31	Bajo	10	29	Bajo	4	2	Bajo	51	Medio
46	9	13	Bajo	15	46	Medio	22	92	Alto	19	41	Medio	13	62	Medio	12	17	Bajo	45	Medio
47	28	99	Alto	19	83	Alto	12	28	Bajo	15	22	Bajo	11	40	Medio	5	2	Bajo	46	Medio
48	23	97	Alto	12	30	Bajo	13	35	Medio	20	48	Medio	6	7	Bajo	16	50	Medio	45	Medio
49	28	99	Alto	19	83	Alto	16	56	Medio	7	1	Bajo	10	29	Bajo	10	10	Bajo	46	Medio
50	14	50	Medio	17	68	Alto	17	65	Alto	18	36	Medio	11	40	Medio	13	23	Bajo	47	Medio
51	10	22	Bajo	21	93	Alto	16	56	Medio	15	22	Bajo	14	74	Alto	14	31	Bajo	50	Medio
52	16	63	Medio	13	35	Medio	11	22	Bajo	18	36	Medio	17	92	Alto	15	41	Medio	48	Medio
53	15	57	Medio	12	30	Bajo	20	83	Alto	14	16	Bajo	13	62	Medio	16	50	Medio	50	Medio
54	20	87	Alto	15	46	Medio	21	87	Alto	10	2	Bajo	9	22	Bajo	15	41	Medio	48	Medio
55	13	41	Medio	14	41	Medio	20	83	Alto	19	41	Medio	12	51	Medio	12	17	Bajo	46	Medio
56	11	29	Bajo	19	83	Alto	14	40	Medio	21	55	Medio	12	51	Medio	13	23	Bajo	47	Medio
57	15	57	Medio	14	41	Medio	20	83	Alto	18	36	Medio	14	74	Alto	9	6	Bajo	50	Medio
58	10	22	Bajo	13	35	Medio	17	65	Alto	22	62	Medio	12	51	Medio	16	50	Medio	48	Medio
59	10	22	Bajo	11	25	Bajo	22	92	Alto	21	55	Medio	12	51	Medio	14	31	Bajo	46	Medio
60	17	72	Alto	10	20	Bajo	17	65	Alto	24	74	Alto	8	16	Bajo	14	31	Bajo	46	Medio

V2 AUTOCONCEPTO AF-5

Sujetos	Sexo	Dimensión Acad./Lab.			Dimensión Social			Dimensión Emocional			Dimensión Familiar			Dimensión Físico			P. Global	Dx. Global
		Pd	Pc	Dx	Pd	Pc	Dx	Pd	Pc	Dx	Pd	Pc	Dx	Pd	Pc	Dx		
1	F	4.73	3	Bajo	7.62	50	Promedio	5.92	50	Promedio	8.73	50	Promedio	4.72	40	Tendencia Promedio	39	Tendencia Promedio
2	F	5.78	7	Bajo	8.20	65	Tendencia Alto	8.55	90	Muy Alto	6.95	15	Bajo	5.82	80	Alto	51	Promedio
3	F	8.98	60	Tendencia Alto	7.87	60	Tendencia Alto	6.48	55	Promedio	9.30	75	Alto	7.37	93	Muy Alto	69	Alto
4	F	6.93	20	Bajo	3.98	1	Bajo	6.20	50	Promedio	6.53	10	Bajo	3.82	25	Bajo	21	Bajo
5	M	4.08	7	Bajo	6.25	30	Bajo	7.52	85	Muy Alto	7.55	45	Tendencia Promedio	4.05	10	Bajo	35	Bajo
6	M	5.62	30	Bajo	5.03	10	Bajo	5.00	30	Bajo	7.70	50	Promedio	6.07	60	Tendencia Alto	36	Tendencia Promedio
7	F	5.17	5	Bajo	7.88	60	Tendencia Alto	4.43	20	Bajo	4.75	3	Bajo	5.15	50	Promedio	28	Bajo
8	F	5.58	7	Bajo	8.55	70	Alto	6.48	55	Promedio	6.52	10	Bajo	8.70	99	Muy Alto	48	Promedio
9	F	6.68	15	Bajo	6.72	35	Bajo	6.20	50	Promedio	8.45	40	Tendencia Promedio	6.90	93	Muy Alto	47	Promedio
10	F	5.67	7	Bajo	5.37	10	Bajo	6.22	50	Promedio	9.02	65	Tendencia Alto	5.40	60	Tendencia Alto	38	Tendencia Promedio
11	F	7.65	25	Bajo	6.37	25	Bajo	6.78	60	Tendencia Alto	8.82	60	Tendencia Alto	7.05	93	Muy Alto	53	Promedio
12	F	7.40	20	Bajo	7.90	60	Tendencia Alto	4.00	15	Bajo	6.88	15	Bajo	5.58	70	Alto	36	Tendencia Promedio
13	F	7.23	20	Bajo	6.37	25	Bajo	4.80	25	Bajo	7.40	20	Bajo	7.18	93	Muy Alto	37	Tendencia Promedio
14	F	8.68	50	Promedio	6.62	30	Bajo	7.85	80	Alto	9.10	70	Alto	5.78	70	Alto	60	Tendencia Alto
15	F	5.90	10	Bajo	8.73	80	Alto	6.07	50	Promedio	8.82	60	Tendencia Alto	7.38	93	Muy Alto	59	Tendencia Alto
16	F	6.10	10	Bajo	7.80	55	Promedio	5.82	40	Tendencia Promedio	6.78	15	Bajo	5.30	60	Tendencia Alto	36	Tendencia Promedio
17	F	2.82	1	Bajo	4.15	1	Bajo	5.47	40	Tendencia Promedio	5.10	3	Bajo	2.72	10	Bajo	11	Bajo
18	F	5.22	5	Bajo	6.38	25	Bajo	1.90	3	Bajo	3.90	1	Bajo	4.97	50	Promedio	17	Bajo
19	F	5.08	5	Bajo	8.38	70	Alto	4.88	30	Bajo	7.23	20	Bajo	8.08	97	Muy Alto	44	Tendencia Promedio
20	F	4.43	1	Bajo	5.33	10	Bajo	2.20	3	Bajo	6.15	7	Bajo	4.68	40	Tendencia Promedio	12	Bajo
21	F	4.78	3	Bajo	5.43	10	Bajo	6.03	50	Promedio	6.38	10	Bajo	4.22	30	Bajo	21	Bajo
22	F	6.17	10	Bajo	7.55	50	Promedio	7.32	70	Alto	8.13	35	Bajo	6.72	90	Muy Alto	51	Promedio
23	F	5.80	7	Bajo	7.22	45	Tendencia Promedio	4.82	25	Bajo	6.72	15	Bajo	6.47	85	Muy Alto	35	Bajo
24	M	4.80	15	Bajo	5.95	25	Bajo	5.32	35	Bajo	6.23	15	Bajo	7.52	85	Muy Alto	35	Bajo
25	M	4.45	10	Bajo	5.52	15	Bajo	5.62	40	Tendencia Promedio	7.85	50	Promedio	7.10	80	Alto	39	Tendencia Promedio
26	F	5.47	7	Bajo	7.35	50	Promedio	6.63	60	Tendencia Promedio	7.97	30	Bajo	6.88	93	Muy Alto	48	Promedio
27	F	6.17	10	Bajo	9.30	90	Muy Alto	6.92	60	Tendencia Promedio	8.35	40	Tendencia Promedio	5.70	70	Alto	54	Promedio
28	F	5.67	7	Bajo	6.13	20	Bajo	4.92	30	Bajo	2.80	1	Bajo	6.58	85	Muy Alto	29	Bajo
29	F	5.32	5	Bajo	5.67	15	Bajo	5.28	40	Tendencia Promedio	8.08	35	Bajo	5.50	60	Tendencia Alto	31	Bajo

30	M	5.78	35	Bajo	6.55	35	Bajo	8.55	93	Muy Alto	7.40	40	Tendencia Promedio	5.55	40	Tendencia Promedio	49	Promedio
31	M	4.85	15	Bajo	6.55	35	Bajo	4.23	15	Bajo	6.02	15	Bajo	4.65	25	Bajo	21	Bajo
32	F	5.81	30	Bajo	5.86	25	Bajo	2.01	3	Bajo	8.81	60	Tendencia Alto	4.75	45	Tendencia Promedio	33	Bajo
33	F	6.96	55	Promedio	7.13	50	Promedio	3.65	25	Bajo	7.76	35	Bajo	5.46	60	Tendencia Alto	45	Tendencia Promedio
34	F	6.85	55	Promedio	6.6	25	Bajo	7.01	85	Muy Alto	8.95	60	Tendencia Alto	3.85	25	Bajo	50	Promedio
35	F	6.25	40	Tendencia Promedio	8.23	75	Alto	4.25	35	Bajo	6.01	10	Bajo	6.81	85	Muy Alto	49	Promedio
36	F	4.63	7	Bajo	5.93	25	Bajo	3.45	20	Bajo	6.36	15	Bajo	5.26	55	Promedio	24	Bajo
37	M	5.95	35	Bajo	6.93	45	Tendencia Promedio	2.76	1	Bajo	7	30	Bajo	5.8	30	Bajo	28	Bajo
38	F	6.06	35	Bajo	6.18	30	Bajo	4.76	45	Tendencia Promedio	7.98	35	Bajo	7.05	90	Muy Alto	47	Promedio
39	F	5.66	25	Bajo	7.06	45	Tendencia Promedio	3.66	25	Bajo	8.15	40	Tendencia Promedio	6.91	90	Muy Alto	45	Tendencia Promedio
40	M	4.78	15	Bajo	6.73	40	Tendencia Promedio	2.66	1	Bajo	3.06	1	Bajo	4.7	10	Bajo	13	Bajo
41	Masculino	6.01	40	Tendencia Promedio	5.43	25	Bajo	4.01	10	Bajo	5.75	10	Bajo	6.25	60	Tendencia Alto	29	Bajo
42	F	9.15	99	Muy Alto	6.45	35	Bajo	6.06	70	Alto	8.91	60	Tendencia Alto	8.38	99	Muy Alto	73	Alto
43	F	8.3	85	Muy Alto	9.21	99	Muy Alto	3.5	15	Bajo	9.21	70	Alto	8.65	99	Muy Alto	74	Alto
44	F	6.4	35	Bajo	9.46	99	Muy Alto	4.21	35	Bajo	8.88	60	Tendencia Alto	8.38	97	Muy Alto	65	Tendencia Alto
45	F	5.13	15	Bajo	5.18	10	Bajo	2.58	10	Bajo	6.81	15	Bajo	4.08	30	Bajo	16	Bajo
46	M	7.25	70	Alto	6.06	25	Bajo	4.23	15	Bajo	9.53	95	Muy Alto	8.4	90	Muy Alto	59	Tendencia Alto
47	F	5.16	15	Bajo	5.97	25	Bajo	3.88	30	Bajo	4.85	5	Bajo	5.53	65	Tendencia Alto	28	Bajo
48	M	5.55	30	Bajo	5.35	15	Bajo	4.51	20	Bajo	5.21	5	Bajo	5.38	40	Tendencia Promedio	22	Bajo
49	F	6.3	35	Bajo	3.6	1	Bajo	5.96	70	Alto	7.3	20	Bajo	4.13	30	Bajo	31	Bajo
50	F	6.65	45	Tendencia Promedio	6.88	45	Tendencia Promedio	3.31	15	Bajo	7.58	30	Bajo	6.71	85	Muy Alto	44	Tendencia Promedio
51	F	6.25	40	Tendencia Promedio	8.83	90	Muy Alto	5.98	70	Alto	8.61	55	Promedio	6.2	75	Alto	66	Alto
52	F	6.58	45	Tendencia Promedio	7.56	60	Tendencia Alto	0.78	1	Bajo	9.56	80	Alto	6.23	80	Alto	53	Promedio
53	F	8.28	85	Muy Alto	7.68	65	Tendencia Alto	2.11	5	Bajo	7.68	30	Bajo	8.26	97	Muy Alto	56	Tendencia Alto
54	M	7.98	90	Muy Alto	8.31	80	Alto	7.03	80	Alto	8.56	70	Alto	9.45	99	Muy Alto	84	Muy Alto
55	M	7.48	80	Alto	8.45	80	Alto	4.8	10	Bajo	8.78	70	Alto	7.75	90	Muy Alto	66	Alto
56	M	7.7	70	Alto	7.5	45	Tendencia Promedio	4.48	20	Bajo	8.76	70	Alto	6.2	60	Tendencia Alto	53	Promedio

ANEXO 7: CONSENTIMIENTO INFORMADO

Consentimiento informado de aplicación de pruebas psicológicas

Yo, Evelin Huancachagua Carrillo estudiante del segundo ciclo de la Escuela Profesional de Psicología, por voluntad propia, doy mi consentimiento para la aplicación de instrumentos psicológicos para el estudio que están realizando las bachilleres; ROJAS ARAUJO, Mariela, ROMERO MEJIA Shirley, dicha investigación lleva por título : “Valores interpersonales y autoconcepto en estudiantes universitarios del 2do. ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de una Universidad de Huancayo – 2018”.

Manifiesto que recibí una explicación clara y completa del objetivo de la aplicación de la prueba, así como del propósito de su realización, también recibí información sobre la forma en que se utilizaran los resultados.

Doy mi autorización para que mis resultados sean netamente utilizados para dicho estudio, y sean conocidos únicamente por los investigadores, quienes serán responsables ya que contiene información de carácter confidencial, y no se usará para ningún otro propósito fuera del estricto objetivo de estudio.

Hago constar que he leído y entiendo en su totalidad este documento, por lo que en constancia firmo y acepto su contenido.

Huancayo, 14 de diciembre 2018



FIRMA DEL PARTICIPANTE

DECLARACIÓN JURADA DE CONFIDENCIALIDAD

Declaración jurada de confidencialidad

Yo, Mariela ROJAS ARAUJO identificado con DNI N° 46226512 con domicilio en el distrito de El Tambo; y Shirley ROMERO MEJIA, con domicilio en el distrito de Chilca, en calidad de Bachilleres.

Declaro bajo juramento:

Tener el total compromiso de asegurar el respeto a los participantes y a su entorno. Asegurando que la metodología de recolección de datos no representa riesgo alguno para los involucrados siendo acordes al principio de no maleficencia. Aseverando que el único fin es el de generar conocimiento científico útil basados en el principio de beneficencia. Y siguiendo métodos de estudio ya establecidos y no direccionados respetando el principio de justicia.

Así mismo, me comprometo a guardar reserva y confidencialidad respecto a toda la información a la que tendré acceso de la investigación y me comprometo; por ello, a no informar, publicar, registrar o comunicar, total o parcialmente, por cualquier medio, el contenido de los documentos recibidos, reservándome el derecho de utilizar los datos que se me otorgan con fines netamente científicos salvaguardando la integridad, privacidad y anonimato de los involucrados.

Además, me comprometo a adoptar las medidas de seguridad necesarias, para evitar que toda o parte de la información sean observadas, reproducidas o manipuladas por personas no autorizadas al desarrollo de la investigación aprobado y autorizado; caso contrario asumiré la responsabilidad de las consecuencias legales y administrativas por el incumplimiento de estas medidas, falta ética o mala conducta en investigación antes y durante de la ejecución del mismo.

Por lo tanto declaro que los datos contenidos en esta declaración jurada son verdaderos sometiéndome a las sanciones respectivas en caso de comprobarse falsedad o incumplimiento del compromiso.

Huancayo, 14 de Diciembre.....del 2018

Firma: 
Nombre y Apellidos: Mariela Rojas Araujo
DNI N°: 46226512

Firma: 
Nombre y Apellidos: Shirley Romero Mejia
DNI N°: 72670355

ANEXO 8: EVIDENCIA DE HABER REALIZADO LA INVESTIGACIÓN





