



**INSTITUTO PARA LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN
UNIDAD DE POSGRADO**

**PENSAMIENTO CRÍTICO Y CAPACIDADES
EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE NOVENO
CICLO DE LA CARRERA DE MARKETING DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES**

**PRESENTADO POR
JIMENA SOLEDAD TARAZONA TORRES**

**ASESOR
ALEJANDRA DULVINA ROMERO DÍAZ**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN
EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN DOCENCIA E INVESTIGACIÓN
UNIVERSITARIA**

**LIMA – PERÚ
2023**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



INSTITUTO PARA LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN

SECCIÓN DE POSGRADO

**PENSAMIENTO CRÍTICO Y CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN
ESTUDIANTES DE NOVENO CICLO DE LA CARRERA DE
MARKETING DE LA UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES**

TESIS PARA OPTAR

EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN EDUCACIÓN

CON MENCIÓN EN DOCENCIA E INVESTIGACIÓN UNIVERSITARIA

PRESENTADO POR:

JIMENA SOLEDAD TARAZONA TORRES

ASESORA:

DR. ALEJANDRA DULVINA ROMERO DÍAZ

LIMA, PERÚ

2023

**PENSAMIENTO CRÍTICO Y CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN
ESTUDIANTES DE NOVENO CICLO DE LA CARRERA DE MARKETING
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES**

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESORA:

Dra. Alejandra Dulvina Romero Díaz

PRESIDENTE DEL JURADO

Dra. Lindomira Castro Llaja

MIEMBROS DEL JURADO

Dr. Carlos Augusto Echaíz Rodas

Mg. Philip Ernesto Suárez Rodríguez

DEDICATORIA

A mis padres Luis Miguel Tarazona Jara y María Isabel Torres Castañeda por su apoyo incondicional en cada paso que doy, y motivarme a seguir avanzando; a mi hermana María Alejandra por ser un ejemplo a seguir, y a mi esposo Junior Antonio Miranda Obregón por su comprensión en este proceso.

AGRADECIMIENTOS

A mis profesores y asesores por su constante orientación dentro y fuera de cada sesión de clase.

A la Universidad de San Martín de Porres por brindarme la oportunidad de seguir desarrollándome profesionalmente.

ÍNDICE

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTOS.....	v
ÍNDICE	vi
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
DECLARACIÓN JURADA.....	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	11
1.1. Antecedentes de la Investigación.....	11
1.2. Bases Teóricas	16
1.2.1 Pensamiento Crítico	16
1.2.2 Capacidad Emprendedora	18
1.3. Definición de Términos Básicos	20
CAPÍTULO II: HIPOTESIS Y VARIABLES.....	26
2.1. Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas.....	26
2.2. Variables y Definición Operacional	27
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.1. Diseño Metodológico	30
3.2. Diseño Muestral.....	31
3.3. Técnicas de Recolección de Datos	32
3.4. Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de Información.....	35
3.5. Aspectos Éticos	36

CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	38
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	59
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES.....	63
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	65
ANEXOS.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la Variable.....	28
Tabla 2 Fiabilidad del Instrumento de Pensamiento Crítico.	34
Tabla 3 Fiabilidad del Instrumento de Capacidades Emprendedoras.	34
Tabla 4 Niveles de Correlación.....	39
Tabla 5 Shapiro-Wilk de Pensamiento Crítico y Capacidades Emprendedoras.	40
Tabla 6 Correlación entre Pensamiento Crítico y Capacidades Emprendedoras.	41
Tabla 7 Correlación entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Trabajo en Equipo.	42
Tabla 8 Correlación entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Liderazgo.	44
Tabla 9 Correlación entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Sentido de Riesgo.	45
Tabla 10 Correlación entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Necesidad de Logro.	47
Tabla 11 Prueba de Correlación de Pearson entre Pensamiento Crítico y Capacidades Emprendedoras en Estudiantes de Noveno Ciclo de la Carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres.	49
Tabla 12 Prueba de Correlación de Pearson entre Pensamiento Crítico y Capacidad de Trabajo en Equipo en Estudiantes de Noveno Ciclo de la Carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres.....	51
Tabla 13 Prueba de Correlación de Pearson entre Pensamiento Crítico y Capacidad de Liderazgo en Estudiantes de Noveno Ciclo de la Carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres.	53
Tabla 14 Prueba de Correlación de Pearson entre Pensamiento Crítico y Capacidad de Sentido de Riesgo en Estudiantes de Noveno Ciclo de la Carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres.....	55
Tabla 15 Prueba de Correlación de Pearson entre Pensamiento Crítico y Capacidad de Necesidad de Logro en Estudiantes de Noveno Ciclo de la Carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres.	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sistema global.....	6
Figura 2 Histograma de Pensamiento Crítico.	40
Figura 3 Histograma de Capacidades Emprendedoras.	41
Figura 4 Diagrama de Dispersión entre Pensamiento Crítico y Capacidades Emprendedoras.	42
Figura 5 Diagrama de Dispersión entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Trabajo en Equipo.....	43
Figura 6 Diagrama de Dispersión entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad Liderazgo.	44
Figura 7 Diagrama de Dispersión entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Sentido de Riesgo.....	46
Figura 8 Diagrama de Dispersión entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Necesidad de Logro.....	47

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el pensamiento crítico y las capacidades emprendedoras en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres del periodo 2019 II. La metodología que se aplicó fue de diseño no experimental, el nivel del estudio pertenece a un correlacional, de corte transversal, con un enfoque cuantitativo y de tipo básico. La muestra fue de 34 estudiantes matriculados en la Escuela Profesional de Marketing. La técnica que se aplicó fue la encuesta y los instrumentos aplicados fueron dos cuestionarios. El primer cuestionario sobre pensamiento crítico con 24 preguntas y el segundo cuestionario sobre las capacidades emprendedoras con 20 preguntas. Los resultados indican que existe una correlación positiva media debido a que $p = 0.000$ mostrándose menor a $P=0.05$. El análisis estadístico se realizó con la prueba de Pearson entre el pensamiento crítico y las capacidades emprendedoras. Los valores cuantitativos de la correlación de Pearson señalan que existe relación positiva media entre ambas variables $r = .579^{**}$, $p < .000$, $n = 34$. Conclusión existe una correlación significativa entre pensamiento crítico y capacidades emprendedoras en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

Palabras claves: Pensamiento crítico, capacidades emprendedoras, estudiantes universitarios.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between critical thinking and entrepreneurial capabilities in ninth cycle students of the Marketing degree at the University of San Martín de Porres for the period 2019 II. The methodology that was applied was of a non-experimental design, the level of the study belongs to a correlational, cross-sectional, with a quantitative and basic type approach. The sample was 34 students enrolled in the Professional School of Marketing. The technique that was applied was the survey and the instruments applied were two questionnaires. The first questionnaire on critical thinking with 24 questions and the second questionnaire on entrepreneurial capabilities with 20 questions. The results indicate that there is a medium positive correlation because $p = 0.000$, being less than $P = 0.05$. The statistical analysis was carried out with the Pearson test between critical thinking and entrepreneurship skills. The quantitative values of the Pearson correlation indicate that there is an average positive relationship between both variables $r = .579^{**}$, $p < .000$, $n = 34$. Conclusion there is a significant correlation between critical thinking and entrepreneurial abilities in ninth cycle students. the marketing degree from the University of San Martín de Porres.

Keywords: Critical thinking, entrepreneurial skills, university students.

NOMBRE DEL TRABAJO

PENSAMIENTO CRÍTICO Y CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE NOVENO CICLO DE LA CARRERA DE MARK

AUTOR

JIMENA SOLEDAD TARAZONA TORRES

RECUENTO DE PALABRAS

15346 Words

RECUENTO DE CARACTERES

86648 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

102 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.7MB

FECHA DE ENTREGA

Nov 29, 2023 4:47 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 29, 2023 4:49 PM GMT-5

● 18% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 18% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross

● Excluir del Reporte de Similitud

- Base de datos de trabajos entregados
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente

CERTIFICADO DE CORRECTOR DE ESTILOS

Yo, Lady Antuanette Leyva Ato, mediante la presente y en mi condición de corrector del trabajo de la alumna JIMENA SOLEDAD TARAZONA TORRES con N° DNI: 72857798, quien ha elaborado la Tesis titulada:

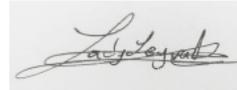
PENSAMIENTO CRÍTICO Y CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE NOVENO CICLO DE LA CARRERA DE MARKETING DE LA UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES

Para obtener el Grado académico de MAESTRO EN EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN DOCENCIA E INVESTIGACIÓN UNIVERSITARIA.

Sobre el particular, manifiesto que he revisado y corregido el trabajo de investigación o tesis en cuanto a la redacción, gramática, ortografía, exigido por la Universidad, respetando los derechos de propiedad intelectual encontrándola conforme y de acuerdo con sus estándares.

Lima, 29 de noviembre de 2023

Correo: ladyleyva2101@gmail.com



Firma

Nota: El revisor externo, debe adjuntar copia del diploma del título y registro emitido por la SUNEDU.

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Jimena Soledad Tarazona Torres, estudiante del instituto para la Calidad de la Educación USMP de la Universidad de San Martín de Porres DECLARO BAJO JURAMENTO que todos los datos e información que acompañan a la Tesis o Trabajo de Investigación titulado “PENSAMIENTO CRÍTICO Y CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE NOVENO CICLO DE LA CARRERA DE MARKETING DE LA UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES “:

1. Son de mi autoría
2. El presente Trabajo de Investigación / Tesis no ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
3. El Trabajo de Investigación / Tesis no ha sido publicado ni presentado anteriormente.
4. Los resultados de la investigación son verídicos. No han sido falsificados, duplicados, copiados, ni adulterados.

De identificarse alguna de las irregularidades señaladas en la presente declaración jurada; asumo las consecuencias y las sanciones a que dieran lugar, sometiéndome a las autoridades pertinentes.

Lima 29 de noviembre de 2023.



Firma del Estudiante

DNI: 72857798

INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada “Pensamiento crítico y capacidades emprendedoras en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres”, buscó cerrar una brecha de conocimiento en el campo de las capacidades que deben desarrollar los estudiantes universitarios al emprender.

El mundo actual se viene configurando cada vez más rápido, impulsado por cuatro fuerzas principales que lo definen:

- 1) La globalización con su carácter universal y uniforme en todo el mundo;
- 2) Los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos mediante la Resolución 66/288 de las NN UU que en su octavo objetivo plantea “Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”, pero en el Perú las continuas crisis, agravadas por la COVID 19, llevó a la

población a priorizar nuevas maneras de obtener ingresos económicos desde fuentes alternativas, la mayoría de las cuales eran de poco rendimiento salarial, por lo que el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2021) señala dentro de sus propósitos el “Objetivo prioritario 1 (OP1): Incrementar las competencias laborales de la población en edad de trabajar” (p.5)

Tanto a nivel nacional como a nivel mundial las incidencias de las diversas crisis indican que la economía en general se verá reducida, empujando cada vez a más personas al empleo informal para poder enfrentarlas.

Antes de la pandemia, la incidencia del empleo informal había disminuido lentamente, del 58,6 % en 2015 al 57,8 % en 2019. Sin embargo, los confinamientos y las medidas de contención de la COVID-19 provocaron pérdidas desproporcionadas de puestos de trabajo para los trabajadores informales, en particular para las mujeres. La recuperación posterior fue impulsada por el empleo informal, que experimentó un ligero repunte y alcanzó el 58,0 % en 2022. Las mujeres fueron las más afectadas durante la recuperación del empleo, ya que cuatro de cada cinco puestos de trabajo generados en 2022 para mujeres eran informales, frente a solo dos de cada tres para los hombres. (Naciones Unidas, 2023, p. 30)

Siendo tal que los Objetivos de Desarrollo Sostenible, buscan analizar los problemas a los que se enfrenta la humanidad y procura planteamientos aparentes para una solución a los mismos dentro de criterios de crecimiento y bienestar general;

- 3) El espíritu competitivo que orienta los esfuerzos hacia metas más altas, pero con el signo de la independencia; que en el caso de la USMP (2008) en el numeral 12.2 indica que “El espíritu competitivo es promovido en todos los estamentos de la Universidad, lo cual marca una actitud permanente hacia la creación de procesos más eficientes, servicios más extensivos y de mayor calidad, y alumnos con vocación investigadora” (p.13)

- 4) Afán de satisfacer las necesidades de la población y los agentes económicos que participan en ese proceso. Por lo cual cabe destacar que

Los compradores compiten con la industria cuando la obligan a reducir los precios, cuando negocian una mejor calidad o más servicios y cuando enfrentan los rivales entre sí. El poder de los grupos importantes de compradores depende del número de características de su situación de mercado y del valor relativo de su compra en relación con la industria global. (Porter, 2007, p. 40)

De todo lo cual puede colegirse que en un mundo tan cambiante como es el mundo empresarial, tanto en el Perú y en el mundo, los estudiantes universitarios deben salir de las aulas lo mejor preparados para enfrentar los retos empresariales con éxito, es por lo que la tendencia en educación superior se orienta al desarrollo de capacidades, siendo las más resaltantes las capacidades emprendedoras.

Por el lado psico-social también observamos que hay un cambio de pensamiento en los jóvenes, antes ellos buscaban colocarse en una empresa de prestigio y quedarse en ese centro laboral, pero con el paso del tiempo los jóvenes buscaron migrar a otras instituciones para obtener mayores conocimientos de diversos sectores, y cada vez con más fuerza en la actualidad

los jóvenes buscan ingresar a las empresas para aprender y luego gestionar su propia unidad productiva.

Las ganas de emprender son el primer impulso, y deben estar respaldadas por capacidades, conocimientos y habilidades para lograr el éxito en el emprendimiento; es de conocimiento público que más del 70% de empresas cierran en su primer año de gestión, ello refleja que hay un déficit en las capacidades emprendedoras.

De otro lado, actualmente los concursos emprendedoras son cada vez más comunes en los colegios e instituciones superiores, donde los participantes reciben capacitaciones para que procuren el mejor desempeño; así el joven profesional además del conocimiento de las capacidades emprendedoras, ellas deben de estar sólidamente cimentadas en criterios de razonamiento lógico conocido como pensamiento crítico, que además no solo es fundamental en cualquier actividad de una persona sea emprendedor o no, por eso es que el presente estudio busca conocer si existe una relación entre el pensamiento crítico y las capacidades emprendedoras, que les permita crear estrategias y planes de acción, con las prácticas que las instituciones educativas les ayuden en las tareas de cerrar las brechas existentes en la sociedad y así pueden alcanzar sus aspiraciones personales .

Como ámbito de estudio se eligió la carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres, por ser la especialidad que en su programa de objetivos coincide en cubrir aspectos de las cuatro áreas vinculadas a las fuerzas cambiantes del mundo actual, que son cubiertas principalmente por las asignaturas que buscan:

1. Universidad de San Martín de Porres (2015) en el silabo de Planeamiento Estratégico “Valorar la importancia del proceso de formular, desarrollar y evaluar estrategias para la gestión éxitos de las organizaciones” (p.2);
2. Universidad de San Martín de Porres (2015) en el silabo de Negociación Empresarial Intercultural “Aplicar estrategias y herramientas de gestión para la negociación empresarial en el mundo globalizado” (p.2)
3. Universidad de San Martín de Porres (2015) en el silabo de Juego de Negocios I “Aplicar estrategias y herramientas de gestión para la toma de decisiones empresariales, mediante simulaciones de negocios” (p.2); y
4. Universidad de San Martín de Porres (2015) en el silabo de Seminario I: Desarrollo Nacional y Empresa “Valorar con sentido crítico el modelo de desarrollo del Perú y los escenarios de nivel regional y nacional generados para el ejercicio de la actividad empresarial” (p.2).

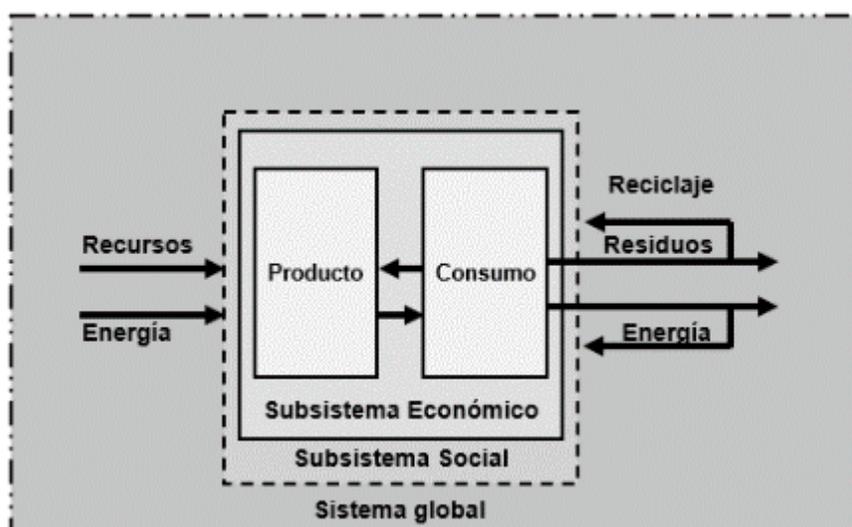
Cada una de las cuales exige a los discentes la presentación de informes y planteamientos que vinculen su formación profesional con la realidad nacional y regional, principalmente.

De manera general. la vida de cada ser humano obedece a los mismos principios básicos establecidos en la pirámide de Maslow, pero por esa característica de búsqueda de nuevos recurso y formas de alcanzar calidad de vida en cada momento la ha llevado a estar dispersa por todo el planeta, pero como la distribución de recursos no es uniforme la hace organizarse en grupos que conforman sistemas y subsistemas integrados; así si se toma todo el territorio de

cada grupo humano como un sistema global, dentro de él se forman subsistemas como el de defensa, el económico, el cultural, el social, el educativo, el religioso, etc., todos ellos vinculados entre si y constituyendo en sí mismo cada uno de ellos un sistema particular. Dentro de ellos el que guarda más relación con el presente estudio es el de educación que entre sus funciones tiene el de explicar las relaciones de los miembros del grupo, definir las posiciones y roles de cada miembro, las formas de aprovechar los recursos, su empleo, y además tabla de valores y las formas de conservar y mejorar las condiciones del grupo, así como las posiciones de relación con otros grupos; lo que puede presentarse en la siguiente figura:

Figura 1

Sistema global.



Por la importancia reconocida al sistema educativo es que se toma como punto central de esta investigación, la forma de enfocar las situaciones diversas que presenta la vida, particularmente en el momento actual en que todo se integra, los usos y costumbres cambian, y se privilegia la competitividad y la efectividad en el empleo de todos los recursos disponibles en

el planeta todo. Por eso, es que la motivación e impulso que se tuvo para efectuar esta investigación es la de encontrar la relación que pudiera haber entre la manera como desarrolla la forma de pensar y la posibilidad de desarrollo de capacidades apropiadas para enfrentar los cambios que cada vez son más acelerados a fin de alcanzar niveles y calidad de vida compatibles con las oportunidades que el desarrollo tecnológico ofrecen, viendo ello a través de la incidencia entre pensamiento crítico y la formación de la capacidad emprendedora de los alumnos de noveno ciclo de la especialidad de marketing de esta universidad. Para lo cual se formuló la pregunta general de investigación ¿Existe relación entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres?

Con esa idea central, el trabajo se halla dividido en seis partes. La primera es el “Marco Teórico”, donde se presentan los estudios en países hispanohablantes tomando un caso del nivel secundario hasta el desarrollo emprendedoras implementados en Ecuador y España. Además, se han tenido en cuenta importantes estudios que sobre pensamiento crítico y formas de enfrentar los desafíos de la práctica profesional se tiene en Perú, Colombia, México, destacando el encomio de la FACARRHH que en su proceso de Acreditación señaló que la finalidad de la Universidad de San Martín de Porres (2018) “no solamente se alcanza preparándolos para obtener un empleo sino desarrollando o fortaleciendo en ellos su capacidad emprendedora” (p. 48)

En el segundo capítulo “Hipótesis y Variables” se vinculan los conceptos anteriores de manera teórica y práctica, a fin de poder obtener conclusiones valideras para enfatizar los esfuerzos que permitan a los alumnos, agentes de la investigación, ser agentes de sostén y cambio social en medio de la transformación que la tecnología impone. Llevado al nivel operativo,

el pensamiento crítico es una sucesión de actividades realizadas por el cerebro con el objetivo de clasificar y administrar información, conocimiento y pensamientos, y que visto a través de

factores manejables puedan verse las capacidades de análisis, inferencia, explicar, interpretar, autorregulación y evaluación de situaciones y alternativas le permitan decidir por las opciones más convenientes a sus fines, que al final de cuentas es la capacidad emprendedora vista a través de calificaciones de trabajo en equipo, liderazgo, asumir riesgos y logro personal y social.

En el tercer capítulo sobre “Metodología de la Investigación” se tomó la decisión de que no sea por muestreo, por ser una población de solo 34 alumnos matriculados en el noveno ciclo de la Escuela de Marketing en el semestre 2019 II. Por esa misma consideración el estudio fue descriptivo y no experimental, porque lo importante era establecer algún vínculo entre los aspectos investigados y no aplicar factores modificatorios de los resultados obtenidos. En ese contexto se aplicaron dos cuestionarios de 24 y 20 preguntas para el pensamiento crítico y para la capacidad emprendedora respectivamente, el carácter fue anónimo, y se aplicó durante los días útiles de una semana completa para cubrir a los 34 alumnos matriculados. Por la motivación mencionada en el primer capítulo se buscó validar la consistencia interna de las variables y se empleó el coeficiente alfa de Cronbach que dio alta validez a los instrumentos, para medir el nivel de correlación entre las variables se empleó el coeficiente de Pearson que señaló una correlación alta y positiva; todo lo que daba un nivel de confiabilidad directa, todo esto encuadrándose en la seriedad y condiciones éticas señaladas en el Código de Ética para investigación de la USMP.

Sobre el capítulo cuatro “Resultados”, cabe decir que aquí se aplican los instrumentos señalados en el capítulo anterior, relacionando los factores de investigación mediante sus dimensiones e indicadores, los que arrojaron resultados que validan la hipótesis principal y las

hipótesis secundarias con altos niveles de correlación directa positivos, y por ser una tesis descriptiva no experimental, se colige que los esfuerzos que se desarrollan en la Escuela de Marketing se mantienen en niveles adecuados, y muestran que el potencial para empleabilidad de los futuros egresados, tanto para el ámbito público como privado, sean en relación de dependencia o de manera independiente, es significativo y está en concordancias con las expectativas sustentadas para el proceso de Acreditación de la Facultad.

El capítulo cinco “Discusión” de manera general se encuentra una alta relación directa positiva entre el pensamiento crítico y las capacidades emprendedoras, y es que si se incide en la tarea de enseñar a enfocar las capacidades de razonamiento de los alumnos, ellos mismos estarán en posición de ver nuevos horizontes, entender que el mundo nuevo trae nuevos retos y trabajos diferentes para los cuales no existan los puestos suficientes, así que ellos mismos deberán de generar sus oportunidades laborales dentro de criterios particulares, pero que les den el lugar que sus capacidades los hacen merecedores y la Universidad les desea.

En lo que respecta a las “Conclusiones”, resulta que existe una relación directa y positiva entre el énfasis del pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades emprendedoras en los estudiantes del noveno ciclo de la escuela de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres matriculados en semestre académico 2019 II. Dichas capacidades fueron medidas por medio de indicadores específicos que muestran un perfil de profesionales competentes para el cada vez más exigente mundo actual. Así se resalta el desarrollo de las capacidades emprendedoras, las capacidades de trabajo en equipo, el liderazgo que están en condiciones de asumir, con un razonable sentido de riesgo a enfrentar, y alcanzar la natural necesidad de logro personal y/o profesional.

Finalmente, sobre el aspecto de “Recomendaciones”, se puede mencionar que existe un amplio margen para el desarrollo e implementación de nuevas líneas de investigación para la enseñanza en beneficio de los alumnos y egresados de esta Universidad. También cabe mencionar la posibilidad de incluir dentro del currículo universitario temática y nuevos cursos para desarrollar capacidades emprendedoras a partir del pensamiento crítico de los estudiantes. Igualmente debe señalarse la importancia de establecer foros permanentes para que desde los primeros años los estudiantes universitarios puedan presentar ideas de negocio emprendedoras y ponerlas en marcha contando con la guía y asesoramiento apropiado, previa consideración de las autoridades de la Facultad.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la Investigación

Salazar (2020) en su tesis “Pensamiento crítico y Rendimiento académico en Estudiantes del curso de Realidad nacional e Internacional de la facultad de ciencias sociales de la Universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión-2018” cuyo objetivo fue: Determinar qué relación existe entre el pensamiento crítico y el rendimiento académico en estudiantes del curso de Realidad Nacional e Internacional en la Facultad de Ciencias Sociales Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – 2018. El diseño utilizado fue no experimental de corte transversal, en cuanto al instrumento se utilizaron el Test de Watson Y Glaser (1980) y Actas de notas del curso de Realidad Nacional e Internacional, concluyó en dicha investigación que los resultados obtenidos del contraste de hipótesis demuestran que sí existe una correlación lineal directa positiva alta entre el pensamiento crítico y el rendimiento académico en estudiantes del curso de Realidad Nacional e Internacional empleado en la investigación. Así mismo, se encontró que “los estudiantes de este grupo de investigación presentan mayoritariamente en alguna

medida, las destrezas del pensamiento crítico” (p.76) por lo que el desarrollo de habilidades blandas, racionales y lógicas son un buen punto de partida para alcanzar el desarrollo óptimo del pensamiento crítico en los estudiantes, especialmente en asignaturas de ciencias sociales.

Ríos (2019) en su tesis “Pensamiento Crítico y Comprensión de Lectura en estudiantes de cuarto año de secundaria de un colegio particular del distrito de San Isidro” cuyo objetivo fue: conocer la relación que existe entre el pensamiento crítico y la comprensión lectora en estudiantes de cuarto año de secundaria de una institución educativa particular del distrito de San Isidro. El diseño utilizado fue correlacional simple, en cuanto al instrumento se utilizó Prueba de Evaluación de los Rasgos del Pensamiento Crítico, los resultados obtenidos entre el rasgo interpretar del pensamiento crítico y la comprensión lectora sí se obtuvo una relación estadística. No se encontró una relación estadísticamente significativa entre el pensamiento crítico y la comprensión lectora, lo que nos generó una motivación adicional para realizar nuestra investigación, ya que nuestro público objetivo se encuentra en educación superior y el público objetivo de Ríos fueron estudiantes de educación básica regular y encontró que no existe una relación estadísticamente significativa.

Estas tesis son relevantes porque abordan el pensamiento crítico desde diferentes perspectivas. La primera tesis analiza la relación entre el pensamiento crítico y el rendimiento académico, y la segunda tesis explora la relación entre el pensamiento crítico y la comprensión de lectura.

Díaz et al. (2020) en su tesis “Estrategias Didácticas para Potenciar el Pensamiento Crítico desde la Comprensión Lectora” cuyo objetivo fue implementar estrategias didácticas que potencien el pensamiento crítico desde el fortalecimiento de la comprensión lectora, en estudiantes de grado décimo del Colegio San Viator – Tunja, utilizo un método de investigación

cuantitativo con un diseño exploratorio – descriptivo; encontrando los siguientes resultados “que para formar un pensamiento crítico en los estudiantes se debe llevar un proceso y seguimiento continuo, donde se ejerciten las habilidades de indagación y razonamiento, sin dejar de lado los niveles de comprensión lectora, los cuales conducen a formar un sentido crítico” (p.137) resaltando sobre todo el proceso de continuidad para fortalecer los hábitos mentales desde temprana edad para lograr los mejores resultados posibles a lo largo de su vida profesional.

Espinoza & Cedillo (2022) en su trabajo de investigación “Análisis de las habilidades emprendedoras y el crecimiento de la MIPYMES en la ciudad de Machala” cuyo objetivo fue: analizar las habilidades emprendedoras y el crecimiento de las MIPYMES en la ciudad de Machala Ecuador, el diseño de la investigación fue no experimental, la investigación tuvo un enfoque cualitativo; en cuanto a la técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta dirigida a los empresarios del sector MIPYMES del cantón Machala; se determinó que “Un 47% de los encuestados afirmaron que antes de iniciar su negocio contaba con experiencia laboral “otra” área, siendo la principal motivación que impulsó la realización de su negocio fue tener independencia económica (37,96%)” (p.40), por lo que podemos inferir que el emprendimiento genera diversos impactos en el ámbito económico, social, personal y profesional de las personas que emprenden y de los nuevos empleados que se unen a la empresa por consecuencia de la generación de empleo.

Vallmitjana (2018) en su tesis “La actividad emprendedora de los graduados IQS” cuyo objetivo fue la evaluación del emprendimiento de los graduados IQS. Se trata de un análisis sobre la contribución de IQS a la creación de empresas por parte de sus graduados, la metodología utilizada se basó en el análisis de los datos obtenidos a partir de un cuestionario a contestar por una muestra de los emprendedores IQS identificados. encontrando un resultado notable de “crear una empresa no es la opción más común del graduado IQS para la incorporación al mercado

laboral al finalizar sus estudios. Los emprendedores IQS esperan de mediana 9 años a constituir formalmente su primera iniciativa empresarial, una vez cuentan con experiencia profesional. Su principal motivación para la creación de la empresa es el aprovechamiento de una oportunidad de negocio” (p.321) lo que muestra una clara tendencia en emprender proyectos dentro de una corporación para aprender de ella y desarrollar sus habilidades profesionales, para que luego de 9 años en promedio, constituyan su propia empresa.

Lechuga (2019) en su tesis doctoral “Modelo de emprendimiento universitario e impacto socioeconómico. Análisis de emprendedores egresados de una institución de educación superior pública del estado de Durango” cuyo objetivo fue diseñar un modelo de Emprendimiento Universitario e Impacto Socioeconómico (ISE) para emprendedores egresados de una Institución de Educación Superior (IES) pública del Estado de Durango, la investigación fue correlacional, se utilizó un enfoque mixto el método fue cualitativo y los instrumentos fueron la entrevista y el cuestionario, se encontró los siguientes resultados “la sensibilización y concientización de emprendimiento del emprendedor universitario, la actitud proactiva como factor clave de sensibilización, concientización del emprendedor para fomentar la capacidad de los emprendedores universitarios para decidir crear su propia empresa, poner en marcha su proyecto empresarial, fortalecer su actitud y con ello su percepción de lo que es el emprendimiento, así como la mejora de la percepción de su autoeficacia para llevar a cabo este intenso proceso”. (p.224).

Macedo (2018), en su tesis “Pensamiento crítico y rendimiento académico en los ingresantes del curso de estadística I en la facultad de ingeniería económica, estadística y ciencias sociales. Universidad Nacional de Ingeniería – 2017”. cuyo objetivo fue Identificar la relación que existe entre el pensamiento crítico y el rendimiento académico, en los ingresantes del curso de estadística I en la Facultad de Ingeniería Económica, Estadística y Ciencias

Sociales, es de tipo descriptivo correlacional con diseño no experimental transversal. La metodología tiene un enfoque cuantitativo; se aplicó el instrumento de Watson-Glaser (1980, 2008) para evaluar el pensamiento crítico a un total de 91 estudiantes, concluye su investigación en que no existe relación significativa entre las variables estudiadas en los ingresantes del curso de estadística I, en cambio, sugiere realizar el análisis longitudinal, ya que algunos resultados en la evaluación de sus dimensiones sugieren una ligera tendencia a la existencia y significancia de la relación entre ambas variables.

Mogrovejo (2019) en su tesis “Revisión crítico-analítica sobre el pensamiento crítico en el contexto educativo”, que perseguía el objetivo de contrastar diversos modelos de pensamiento crítico y sus implicaciones en el contexto educativo, planteó el desarrollo de un estudio comparativo como marco interpretativo, en el que se revisaron y analizaron los modelos de PC de Paul y Elder, en contraste con las ideas establecidas por Nussbaum, Facione, Ennis y Lipman en sus modelos, con el fin de evaluar las características de cada uno, concluyo que “el escenario propicio para el desarrollo del PC es el educativo, toda vez que este último se constituye como un ámbito ligado a la formación, la preparación y el desarrollo de las habilidades cognitivas e intelectuales de las personas; por esta razón, el acercamiento -y el uso- que se lleve a cabo en torno al PC facilita el cambio y progreso social, así como la adaptación de los estudiantes al medio social o cultural en el que les toque desenvolverse”, (p.15) , así pues, una de las consecuencias que se obtiene de un adecuado desarrollo del pensamiento crítico es el mejoramiento continuo del estudiante, y futuro profesional, así como el progreso de la sociedad en general; en este sentido, al realizar la presente investigación en el noveno ciclo de la carrera, siendo este semestre en el cual se imparten los cursos aplicativos, como juego de negocios, permitirá a los estudiantes y las instituciones de educación superior realizar ajustes para reforzar

el desarrollo de capacidades en sus estudiantes, teniendo como consecuencia, no solo la mejora en la calificación del semestre en curso, sino también en los años posteriores y vida profesional.

1.2. Bases Teóricas

1.2.1 *Pensamiento Crítico*

Elder y Paúl (2003) indican que el pensamiento crítico es “propósito, preguntas, supuestos, puntos de vista, información, conceptos, inferencias e implicaciones” (p.22). La correcta utilización de todos los elementos origina un pensamiento de calidad.

De otro lado, Beas, Santa Cruz, Thomsen y Utreras (1995) “en este se reconocen, tres características que sea crítico, capaz de procesar y reelaborar la información que recibe, de modo de disponer de una base de sustentación de sus propias creencias; creativo, es decir generador de ideas alternativas de solución nuevas y originales; y metacognitivo, o sea, estar capacitado para reflexionar sobre sí mismo, para percibir sus propios procesos de pensamiento”. (p.17)

Según Santrock (2002) la preocupación por el pensamiento crítico entre maestros y psicólogos viene de mucho tiempo atrás, menciona a John Dewey, un reconocido filósofo y pedagogo norteamericano, quien en 1933 fundamentaba acerca del pensamiento reflexivo en los estudiantes y su relevancia; así como Max Wertheimer, quién en 1945 hablaba sobre el pensamiento productivo que por medio de la mezcla de diversos elementos lleguemos a una respuesta acertada, un pensamiento productivo vendría a ser lo opuesto al pensamiento reactivo, repetir una respuesta aprendida sin cuestionarnos si es correcta o no.

En el mundo actual, podemos encontrar muchas definiciones de esta capacidad, en el presente trabajo tomaremos de referencia las definiciones realizadas por los principales representantes del pensamiento crítico.

Para Dewey, citado por Campos (2007) el pensamiento crítico es “una consideración activa, persistente y cuidadosa de una creencia o forma supuesta del conocimiento a la luz de los fundamentos que lo sustentan y a las conclusiones a las que se dirige”. (p. 19)

Prietsley en Ministerio de Educación (2007) establece una forma eficiente de transformar datos en conocimiento, desde la recolección de datos, procesamiento, conversión en información y transformación en conocimiento, para luego utilizarla, transformarla y generar nuevo conocimiento. Por lo que, podemos deducir que el pensamiento crítico es la transformación de datos que realiza el individuo para obtener información y generar nuevo conocimiento.

Sin embargo, Lipman, citado por Boisvert (2004) sostiene que el pensamiento crítico es “un pensamiento que facilita el juicio, usa criterios es autocorrectivo y es sensible al contexto” (p.36). Siendo así, se entiende que Lipman considera imprescindible la utilización de criterios de evaluación para lograr juicios objetivos, en consecuencia, se podría realizar una retroalimentación para mejorar los puntos débiles o erróneos teniendo como premisa considerar el contexto en el que se sitúa el individuo.

En la misma línea, Ennis citado por Campos (2007) señala que “el pensamiento crítico es razonable, es un pensamiento reflexivo centrado en decidir lo que creer o hacer” (p.20). Asimismo, Boisvert (2004) sostiene que “un pensamiento que se basa en razones aceptables para llegar a conclusiones lógicas respecto de las creencias o las acciones” (p.33)

Delphi (Marciales, 2003) sostiene en su informe que pensar críticamente es un proceso intelectual que busca que el individuo logre un razonamiento propio y coherente, por medio del pensamiento analítico.

Gagñe en Campos (2007) señala “el pensamiento crítico es una habilidad de alto orden” (p.101), el cual depende de otras habilidades de menor nivel para lograr su ejecución, de manera que el pensamiento crítico adiciona al pensamiento reflexivo, productivo y la evaluación de las evidencias (Santrock, 2002)

Kurland en Eduteka (2009) refiere que pensar críticamente se opone a la emoción, por tanto, el pensamiento crítico se distingue por actuar tomando como guía la razón, reconociendo nuestras limitaciones intelectuales y aceptando puntos de vista contrarios a los nuestros.

1.2.2 *Capacidad Emprendedora*

Según Anzola (como se citó en Lobatón y Malpartida, 2018, p. 27) habla sobre la capacidad de emprendimiento indicando que “las personas deben tener un perfil y desarrollar ciertas características y actitudes como el positivismo, la innovación, la valentía y la capacidad que lo impulsen a lograr sus propósitos y metas” (p. 7).

Del mismo modo, Filion (como se citó en Alanya, S., 2012, p. 22) sostiene que “es la capacidad de fijarse metas, y objetivos, de percibir y detectar las oportunidades en potencial y de tomar decisiones oportunas” (p.11).

La capacidad de emprendimiento es definida por Jasse (como se citó en Alanya, S., 2012, p. 22), como “la apropiación y gestión de recursos humanos y materiales dentro de una visión de crear, de desenvolverse y de implantar resoluciones permanentes de atender las necesidades de los individuos” (p.11).

Por otro lado, Shapiro (como se citó en Ramos, 2019, p. 40) menciona que “como al comportamiento que se manifiesta en tomar decisiones, organizar o reorganizar mecanismos para transformar recursos y situaciones que den cuentas prácticas, así como aceptar el riesgo y el fracaso” (p.14).

Kets de Vries (citado por García, 2001), sostiene que: “La capacidad emprendedora es aquella que administra, renueva, organiza y compromete riesgos”. Así mismo, establece que los emprendedores tienen una meta fija, sostenida por una automotivación, buscan soluciones innovadoras, disruptivas, sin pensar en los paradigmas establecidos por la sociedad o enseñados en las instituciones educativas; los emprendedores cuentan con una combinación de actitudes como la innovación y la capacidad de asumir riesgos, lo que los lleva a obtener siempre resultados distintos, mejorándolos con el tiempo y su experiencia.

Según el Diccionario de Ciencias Sociales (1964, citado por García, 2001), define a una persona con emprendimiento como “la persona que ejercita total o parcialmente funciones de: iniciar, coordinar, controlar e instituir cambios grandes en el negocio de la empresa y asume riesgos que resulten de la naturaleza dinámica de la sociedad y del conocimiento imperfecto del futuro” (p. 9).

Así mismo, el Ministerio de Educación (2008), define a una persona con emprendimiento “como la persona que asume iniciativas individuales y colectivas para solucionar problemas, que tengan incidencia en su proyecto de vida” (p.34).

En síntesis, se considera a la capacidad de emprendimiento a aquella que poseen diversos tipos de personas sin importar su género, estrato social ni edad para concretar objetivos, solo se tiene en cuenta quien atrapa las oportunidades que se le presentan en la vida, utilizando

al máximo los recursos materiales y humanos que tenga a la mano para lograr metas planificadas.

Es una realidad indicar con ahínco que él que es constante, triunfa, derrotando todas las dificultades y proyectando un futuro mejor para él y sus colaboradores. Pienso que los jóvenes tienen la mayor oportunidad de ser emprendedores por ser personas con mayor frescura en la asimilación activa de conocimientos, en experiencias tempranas, en aspiraciones prósperas, en talento vivo y en superación.

1.3. Definición de Términos Básicos

Análisis.

APA (1990) afirmó que: “es identificar las relaciones de inferencia reales y supuestas entre enunciados, preguntas, conceptos, descripciones y otras formas de representación que tienen el propósito de expresar creencia, juicio, experiencias, información u opiniones” (p. 4).

Autoeficacia

Bandura (2001) define la autoeficacia como "las creencias en la propia capacidad para organizar y ejecutar las acciones requeridas para manejar las situaciones futuras". (p.37).

Autorregulación.

APA (1990) afirmó que: “monitoreo auto consciente de las actividades cognitivas propias. Es la habilidad cognitiva más importante, porque permite a las personas a mejorar permanentemente su propio razonamiento” (p. 6).

Capacidad de planificación

Es la base de todo plan de trabajo al realizar un proyecto o emprendimiento, el primer paso es realizar un plan de trabajo. La planificación es uno de los 4 pilares fundamentales de la administración, seguido de organizar, dirigir y controlar. Por ello es de suma importancia realizar el plan con cuidado, y la capacidad de planificación es una cualidad que debe poseer todo emprendedor, ya que, al fijar la meta, esta debe ser realista y medible, para que el plan pueda realizarse de forma realista y medible también, asignando recursos, tiempos, dinero y personas de la forma más eficaz posible; luego se debe organizar las actividades por orden de prioridad y comunicarla de forma clara a todos los involucrados.

Capacidad de realización

Es el conjunto de aptitudes y cualidades que posee una persona para alcanzar la meta propuesta, ya sea personal, laboral, de negocios, económica, etc. Inicia con el establecimiento de objetivos y metas, luego se traza un plan de trabajo realista y se trabaja continuamente para cumplir paso a paso el plan, logrando la realización de la meta propuesta; la meta o el plan de trabajo puede variar, según la coyuntura del momento, el avance de la tecnología, o situación fortuita en la que se encuentre viviendo la persona que fijo la meta.

Capacidad de relacionarse socialmente

Es una habilidad blanda que ha cobrado importancia en los últimos años, ya que, así como los conocimientos y las habilidades técnicas son fundamentales en el éxito de un emprendimiento, las habilidades blandas también lo son, ya que, al tener un buen proyecto y saber comunicarlo mediante la relación con otros, se perdería y su valor para la sociedad

también se perdería. Todo emprendedor debe buscar crear o participar de ambientes sociales profesionales donde pueda aprender y compartir conocimiento valioso, de utilidad para el emprendimiento que está desarrollando.

El desarrollo de la capacidad emprendedora

Es el proceso que vive una persona desde que tiene la concepción o idea de iniciar un proyecto, va desarrollando confianza en sí misma, busca nuevos conocimientos y los aplica en el entorno donde se desarrolla su emprendimiento, desarrolla su aprendizaje mediante el proceso de prueba y error, añadiendo experiencia propia y creatividad para enfrentarse a nuevos escenarios.

El proceso no tiene fin, ya que el emprendimiento se va transformando en cada etapa de este, por lo que, se transforma de una idea en un proyecto en concreto, que se puede ver, medir y mejorar, actualizándose con ayuda de los avances de la tecnología. Una misma persona puede iniciar varios proyectos de emprendimiento a lo largo de su vida, pudiendo ser proyectos que se complementen, o pertenezcan a diferentes áreas o sectores.

Emprendedor

Conor (2014) define “un emprendedor es alguien que tiene más ideas que recursos. Si tienes recursos suficientes, no necesitas a los demás. Si no tienes los recursos suficientes, necesitas mucho de los demás” (p. 42).

Emprendimiento

Desarrollo de un proyecto que persigue un determinado objetivo económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación.

De la misma forma, la actividad emprendedora es la gestión de una oportunidad que produce un cambio radical, o renovación estratégica, pudiendo ocurrir dentro o fuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio”.

Estilos de aprendizaje

Es una modificación al tradicional estilo cognitivo del proceso de aprendizaje. Es la forma o tendencia que posee el estudiante para recoger información, organizarla, analizarla, realizar tareas, estudiar o responder. También se conoce como el modo disruptivo o habitual de adquirir conocimientos, habilidades y actitudes a través del estudio o la experiencia.

Evaluación.

APA (1990) afirmó que: “Es la valoración de la credibilidad de los enunciados de otras representaciones que recuentan o describen la percepción, experiencia, situación, juicio, creencia u opinión de una persona, a partir de la valoración de la fortaleza lógica de las relaciones de inferencia” (p. 5).

Explicación

APA (1990) afirmó que “es la capacidad de presentar los resultados del razonamiento propio de una manera reflexiva, clara y coherente. Permite consolidar todos los esfuerzos de la investigación en una visión panorámica integral, presentando evidencias y argumentos sólidos que cierren el ciclo de la investigación y la hagan accesible a la comunidad científica”. (p. 6).

Inferencia.

APA (1990) afirmó que: “Identificar y asegurar los elementos necesarios para sacar conclusiones razonables, formular conjeturas e hipótesis, considerar la información pertinente y sacar las consecuencias que se desprenden de los datos” (p. 5).

Interpretación.

APA (1990) afirmó que: “es comprender y expresar el significado o la relevancia de una amplia variedad de experiencias, situaciones, datos, eventos, juicios, convenciones, reglas, procedimientos o criterios” (p. 4).

Pensamiento crítico

APA (1990) afirmó que: “el pensamiento crítico es el juicio autorregulado y con propósito que da como resultado interpretación, análisis, evaluación e inferencia, como también la explicación de las consideraciones de evidencia, conceptuales, metodológicas, criteriológicas o contextuales en las cuales se basa ese juicio” (p. 2).

Posicionamiento

Leyva (2016) afirma que “Es la idea que tiene el cliente, lo que percibe, siente y piensa sobre una marca (producto, servicio, organización o persona) como resultado de la información que recibe de su entorno mediante la comunicación, el boca a boca, la publicidad en diversos medios, los impactos positivos y negativos generados por la marca, sumado esto a la experiencia que el cliente ha tenido con la misma marca” (p.57)

Teorías de aprendizaje

Son textos presentados por estudiosos que nos ayudan a entender, analizar, y comprender el comportamiento humano, además tratan de explicar cómo las personas acceden al conocimiento. Su objeto de estudio se encuentra basado en la adquisición de destrezas y habilidades, en el razonamiento y en la adquisición de conceptos.

CAPÍTULO II: HIPOTESIS Y VARIABLES

En el presente capítulo se presenta la formulación de hipótesis principal y las hipótesis derivadas, en la presente investigación son 4 hipótesis derivadas, así como las variables de estudio y su definición operacional.

2.1. Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas

Hipótesis general

Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y las capacidades emprendedoras en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

Hipótesis específicas

a) Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de trabajo en equipo de los alumnos de noveno ciclo de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

b) Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de liderazgo de los alumnos de noveno ciclo de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

c) Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de sentido de riesgo de los alumnos de noveno ciclo de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

d) Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de necesidad de logro de los alumnos de noveno ciclo de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

2.2. Variables y Definición Operacional

Pensamiento crítico

El pensamiento crítico es una sucesión de actividades realizadas por el cerebro con el objetivo de clasificar y administrar información, conocimiento y pensamientos.

Capacidad emprendedora

Las capacidades emprendedoras son las aptitudes que impulsan al estudiante a emprender.

Tabla 1*Operacionalización de la Variable.*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Pensamiento Crítico	“El pensamiento crítico es ese modo de pensar – sobre cualquier tema, contenido o problema – en el cual el pensante mejora la calidad de su pensamiento al apoderarse de las estructuras inherentes del acto de pensar y al someterlas a estándares intelectuales” (p.4) Elder, L. & Paul, R. (2003).	El pensamiento crítico es una sucesión de actividades realizadas por el cerebro con el objetivo de clasificar y administrar información, conocimiento y pensamientos.	Análisis	<ul style="list-style-type: none"> • Distingue • Separa • Compara • Cuestiona
			Inferencia	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica • Deduce • Concluye
			Explicación	<ul style="list-style-type: none"> • Argumenta • Utiliza evidencias • Maneja la lógica
			Interpretación	<ul style="list-style-type: none"> • Expresa • Organiza la información
			Autorregulación	<ul style="list-style-type: none"> • Confirma • Valida • Corrige
			Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Valora • Juzga

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Capacidades Emprendedoras	“Mentalidad y ánimo con que una persona afronta la creación de un negocio. Se trata de la predisposición (o anticipación de su comportamiento) a actuar que adopta un emprendedor para afrontar sus retos y la convierte en una tendencia antes y durante el proceso de creación” (p.18). Sánchez, J. (2013).	Aptitudes que impulsan al estudiante a emprender.	Trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none"> • Demuestra capacidad de compromiso • Posee habilidad para delegar • Posee capacidad de complementariedad
			Liderazgo	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra capacidad de dirección • Posee actitud de ayuda • Demuestra actitud hacia los valores
			Sentido de riesgo	<ul style="list-style-type: none"> • Manifiesto tolerancia • Posee capacidad para afrontar riesgos
			Necesidad de logro	<ul style="list-style-type: none"> • Posee capacidad para planear y ejecutar • Fija objetivos claros y mejora sus propias realizaciones • Manifiesta excelencia en sus actividades diarias

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se detalla la metodología utilizada en la investigación, describiendo el diseño, enfoque de investigación, tipo de investigación, población, muestra, instrumentos, confiabilidad y aspectos éticos.

3.1. Diseño Metodológico

La presente investigación se encuentra desarrollada bajo un diseño no experimental, que según Dzul (2013) “es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos” (p. 2); en el caso de la presente tesis, se realizó la toma de encuestas de los estudiantes durante una semana completa, sin interferir en sus respuestas.

El nivel de la investigación fue correlacional, debido a que se buscó comprobar si existe una relación entre las dos variables estudiadas: pensamiento crítico y capacidades emprendedoras. Por otra parte, la presente investigación fue de corte transversal, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “Los diseños de investigación transaccional o

transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.208) Ya que la aplicación de cuestionarios para la recolección de datos se realizó en un único momento, dicho de otra manera, es como tomar una fotografía del momento exacto, para su posterior análisis. El enfoque de la investigación es cuantitativo debido a que utilizó la recolección de datos para comprobar la hipótesis planteada y el tipo de investigación corresponde a un tipo básico ya que su objetivo es aplicar el conocimiento teórico sobre las variables de estudio.

3.2. Diseño Muestral

El presente estudio se ha realizado a los estudiantes que cursaban el noveno ciclo de la carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres en el período 2019 II, la facultad se encuentra ubicada en la ciudad universitaria: Santa Anita. Lima. Perú.

Población:

Para determinar a la población se tomó como base a todos los estudiantes matriculados en la de la carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres que cursaban el noveno ciclo en el periodo 2019 II; dicha población ascendió a 34 alumnos. Esta decisión de base se tomó teniendo en consideración las asignaturas del Plan de Estudios vigente a la fecha de estudio, las que considero se deberían de tener como las necesarias para consolidar estudiantes capaces de enfrentar las exigencias de la vida profesional.

Muestra:

La muestra fue censal, que es aquella igual al total de la población a estudiar, este tipo de método se utiliza cuando es necesario saber las opiniones de todos los involucrados o cuando se cuenta con una base de datos limitada y de fácil acceso, ya que muestreo

censal, según lo que explica Zarcovich (2005) en este tipo de estudio “la muestra censal supone la obtención de datos de todas las unidades del universo acerca de las cuestiones, bloques, que constituyen el objeto del censo. Los datos se recogen en una muestra que representa el total del universo, dado que la población es pequeña y finita”.

En ese contexto, se toma el 100% de la población por ser un universo muy reducido (34 alumnos matriculados) y con características que se asumen similares por la formación que vienen recibiendo ajustada a un plan de estudios y malla curricular vigente a la fecha de la investigación.

3.3. Técnicas de Recolección de Datos

Técnicas

Respecto a la técnica de recolección de datos se utilizó una encuesta mediante la aplicación de dos cuestionarios, uno por cada variable, conforme lo indicado en la Matriz de Operacionalización de las variables.

Instrumentos

Se realizó la aplicación de dos cuestionarios, un cuestionario por cada variable estudiada. El primer cuestionario contiene 24 preguntas donde se estudió la variable pensamiento crítico y el segundo cuestionario contiene 20 preguntas donde se estudió la variable capacidades emprendedoras.

Según Abascal y Grande (2015), “la encuesta es la técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población” (p. 14).

En el primer cuestionario (Pensamiento crítico), se estudiaron seis dimensiones: análisis, inferencia, explicación, interpretación, autorregulación y evaluación que son características del buen razonar para efectos de identificar una situación problema y plantear las alternativas que permitan las acciones correspondientes para superar la problemática; cada una de estas dimensiones a su vez se divide en cuatro preguntas con que se desagrega en la encuesta aplicada a los estudiantes. Por su parte, con el segundo cuestionario (Capacidades Emprendedoras), se estudiaron cuatro dimensiones: capacidad de trabajo en equipo, capacidad de liderazgo, capacidad de sentido de riesgo, capacidad de necesidad de logro, que son la dimensión práctica utilizadas para emprender negocios y/o proyectos; cada una de estas cuatro dimensiones está dividida en cinco preguntas que califican el enfoque que en la vida practica van a tener los profesionales en la solución y gestión de sus propios emprendimientos.

Validez y Confiabilidad de los Instrumentos

Para los instrumentos de medición coincidimos con Hernández (2002) “que es un recurso que utiliza el investigador para registrar la información o datos sobre las variables que tiene en mente” y así mismo “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales” (p.346). Así, en esta investigación se han tomado instrumentos de validez comprobada en otras investigaciones sociales de este tipo.

A efecto de validar la pertinencia de los instrumentos utilizados con los propósitos de esta investigación se aplicó el coeficiente Alpha de Cronbach que pondera la consistencia interna de todas las variables de los cuestionarios que han sido empleados en esta investigación. Lo que en términos prácticos se aceptan los valores de correlación interna que Frías-Navarro (2022) señala de la siguiente manera (p.11):

- Coeficiente alfa $> .90$ a $.95$ es excelente
- Coeficiente alfa $> .80$ es bueno
- Coeficiente alfa $> .70$ es aceptable
- Coeficiente alfa $> .60$ es cuestionable
- Coeficiente alfa $< .50$ es inaceptable

Tabla 2

Fiabilidad del Instrumento de Pensamiento Crítico.

Alpha de Cronbach (α)	
Desarrollo del pensamiento crítico	
$\alpha = .941$	
Dimensiones	
Análisis	Inferencia
$\alpha = .842$	$\alpha = .874$
Explicación	Interpretación
$\alpha = .812$	$\alpha = .820$
Autorregulación	Evaluación
$\alpha = .800$	$\alpha = .830$

El alfa nos indica que el instrumento de pensamiento crítico es confiable, con un coeficiente superior a 0.8 que indica que es bueno.

Tabla 3

Fiabilidad del Instrumento de Capacidades Emprendedoras.

Alpha de Cronbach (α)

Desarrollo del pensamiento crítico	
$\alpha = .909$	
Dimensiones	
Capacidad de trabajo en equipo	Capacidad de liderazgo
$\alpha = .692$	$\alpha = .781$
Capacidad de sentido de riesgo	Capacidad de necesidad de logro
$\alpha = .868$	$\alpha = .803$

El alfa nos indica que el instrumento de capacidades emprendedoras es confiable, con un coeficiente superior a 0.8 que indica que es bueno.

3.4. Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de Información

Luego de digitar los datos en el software estadístico IBM SPSS versión 25. Se procedió a realizar los análisis de bondad de ajuste e inferenciales para responder a los objetivos planteados de la investigación. Por lo tanto, las principales técnicas estadísticas utilizadas fueron la prueba de distribución normal Shapiro-Wilk (S-W) debido a que la muestra fue menor a 50 participantes. Asimismo, los análisis de S-W indican que los datos se ajustan a una distribución normal. Por lo tanto, para atender a los objetivos de correlación del presente estudio, se utilizó la prueba estadística de Pearson.

La importancia del empleo del coeficiente de Pearson radica en que es una prueba que mide la correlación estadística lineal entre dos variables, estimando su resultado entre +1 y -1, significando en el primer caso una relación directamente perfecta, en tanto que en el segundo caso es una relación perfectamente inversa; aceptándose que mientras más cercano a 1 sea el resultado, la relación entre las variables es más conveniente; pero en este caso, por la naturaleza del estudio el valor deseado será aquel cercano a +1, dada la incidencia positiva que se espera sea resultante del pensamiento crítico sobre las capacidades emprendedoras, asumiendo como riesgo razonable el poco tamaño de la

población en estudio, solo los 34 alumnos matriculados en el noveno ciclo de la especialidad.

3.5. Aspectos Éticos

La presente tesis fue realizada bajo el análisis detallado de las fuentes bibliográficas, las cuales se encuentran debidamente citadas y mencionadas en las referencias bibliográficas; se aplicó las normas APA 7ma edición.

Para la Real Académica Española, la ética es “Conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida.”, es decir, en el ámbito académico, ser autor de nuestra propia investigación y citar las fuentes para respetar los derechos de autor.

Siguiendo lo indicado en el Código de ética para la investigación de la Universidad de San Martín de Porres, se ha citado adecuadamente todas las fuentes que han sido utilizadas en la investigación. Respetando la propiedad intelectual de los autores, teniendo en cuenta todo lo considerado en el numeral 4.2 del referido Código, poniendo especial énfasis en lo anotado en el literal e) de este acápite en que la Universidad de San Martín de Porres (2015) menciona que “Se tratará con la debida reserva la información obtenida y no se utilizará para propósitos distintos a los de los objetivos de la investigación” (p.4) por lo que, al recoger la información mediante las encuestas, se ha mantenido la confidencialidad, acopiando los datos de manera anónima de los encuestados, siendo la única referencia tenida en cuenta la confirmación de su pertenencia a la escuela de marketing y si estaban cursando el noveno ciclo, y asegurándoles así mismo, que los datos proporcionados no serían compartidos en el futuro en otros estudios y su uso sería exclusivo para el presente trabajo.

La presente investigación recibió la autorización del Director de la Escuela de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres y los resultados que se encuentren serán entregados a las autoridades académicas para su análisis y toma de decisiones pertinentes.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

En el presente capítulo cuando se organiza la información la gráfica corresponde a una distribución normal, lo que es confirmado mediante la prueba de Shapiro-Wilk, la que además, al mantener la hipótesis nula establece que las pruebas estadísticas a realizar tienen el carácter de no paramétricas. Por eso es que, del análisis efectuado a las variables del estudio, se puede establecer una relación entre ambos constructos para responder al objetivo general.

Para el análisis de la vinculación entre las variables del estudio se empleó el coeficiente de correlación de Pearson, que de acuerdo con parámetros estadísticos nos indica el tipo nivel de relación existente entre las variables.

Finalmente, se presentan los análisis de relación entre el pensamiento crítico y las dimensiones de las capacidades emprendedoras. Como también los diagramas de puntaje de cada participante.

Estadísticos inferenciales

La contrastación de la hipótesis se realizó a través del coeficiente de correlación de Pearson, debido a que ambas variables de estudio en esta investigación y sus dimensiones cumplen el supuesto de normalidad en los datos. La validez de los mismos se considera en la medida que coincidan con los datos detallados en la tabla siguiente, desarrollada por *Hernández R. (2014) (p.338)*

Tabla 4

Niveles de Correlación.

Niveles de correlación	
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre las variables.
+0-10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

Nota. Esta tabla muestra los niveles de correlación y su interpretación según el resultado obtenido.

Prueba de normalidad

Tabla 5

Shapiro-Wilk de Pensamiento Crítico y Capacidades Emprendedoras.

Estadístico	Pensamiento Crítico	Capacidades Emprendedoras
N	34	34
S-W	.971	.979
P	.496	.731

Nota. Esta tabla muestra los resultados obtenidos aplicando la prueba estadística de Shapiro-Wilk (S-W).

En la tabla 5, se exponen los análisis de distribución normal de ambos constructos utilizando la prueba estadística de Shapiro-Wilk (S-W). Se evidencia que el p valor de significancia supera el .05 ($p > .05$) en ambas variables. En este sentido, el pensamiento crítico y las capacidades emprendedoras se ajustan a una distribución normal. Por lo tanto, para responder los análisis de correlación se utilizarán pruebas paramétricas.

Figura 2

Histograma de Pensamiento Crítico.

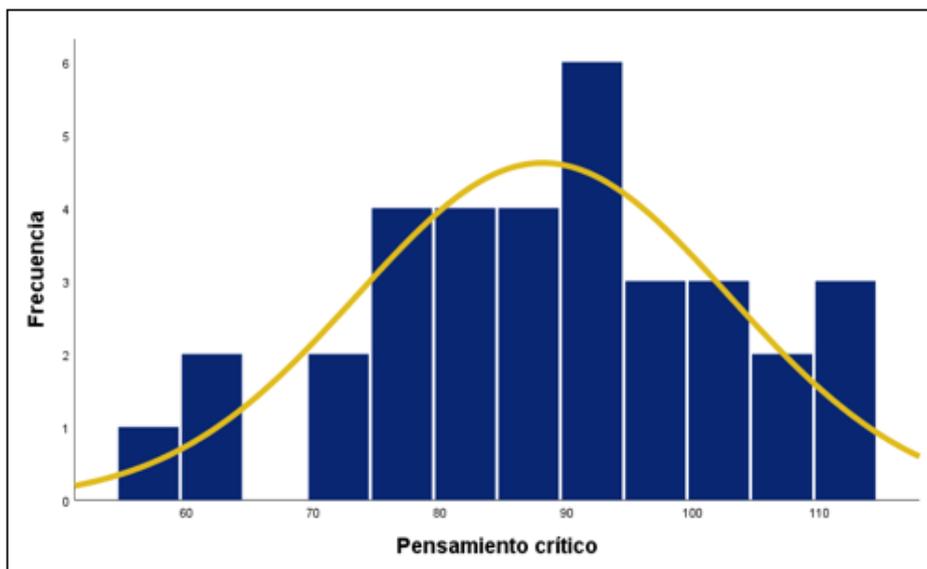
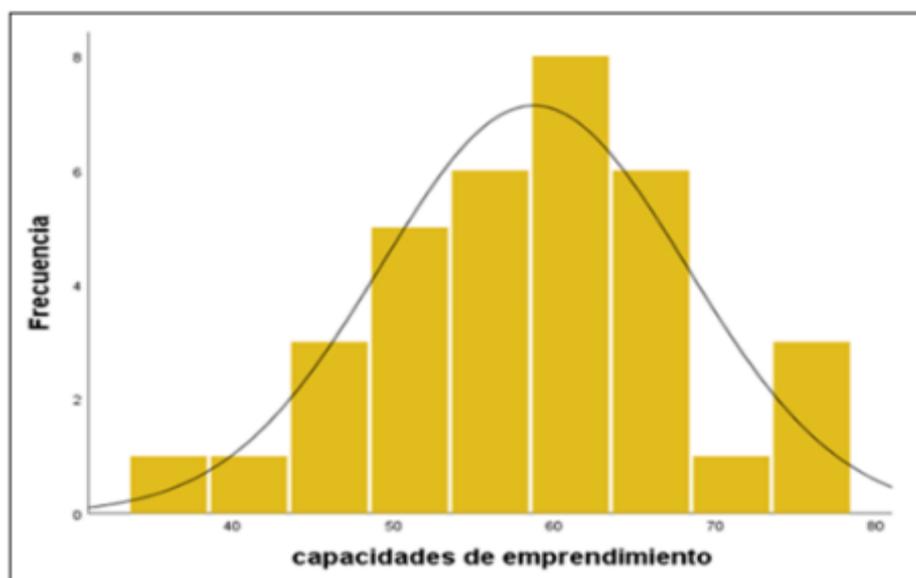


Figura 3

Histograma de Capacidades Emprendedoras.

**Estadísticos descriptivos****Tabla 6***Correlación entre Pensamiento Crítico y Capacidades Emprendedoras.*

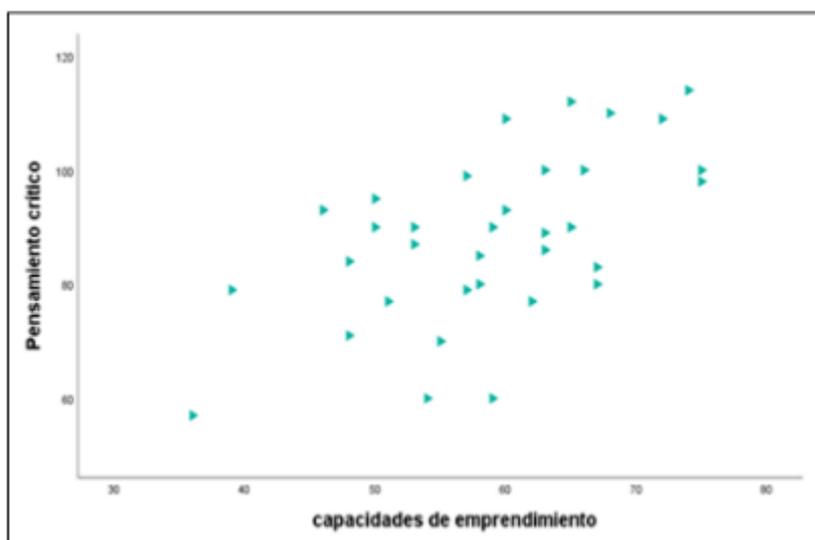
	Estadístico	Capacidades Emprendedoras
Pensamiento crítico	r	.579**
	P	.000
	N	34

Nota. Esta tabla muestra la correlación entre las variables de estudio.

En la tabla 6, se revela el análisis estadístico de Pearson entre el pensamiento crítico y las capacidades emprendedoras. Los valores cuantitativos de la correlación de Pearson señalan que existe una correlación positiva media entre ambas variables $r = .579^{**}$, $p < .000$, $n = 34$. En este sentido, cuanto mayor es el pensamiento crítico, mayor serán las capacidades emprendedoras en los estudiantes universitarios de marketing.

Figura 4

Diagrama de Dispersión entre Pensamiento Crítico y Capacidades Emprendedoras.



Nota. Este gráfico muestra la dispersión entre las variables de estudio.

Ya de manera general, se puede sustentar que las dimensiones de análisis, inferencia, explicación, interpretación, autorregulación y evaluación, que definen el pensamiento crítico, bien orientadas tienen incidencia favorable en la formación de grupos de trabajo, bajo la dirección de uno o varios de los componentes del grupo, con capacidad de asumir riesgos, y sin descuidar los objetivos asumidos, que caracterizan a las capacidades emprendedoras.

Tabla 7

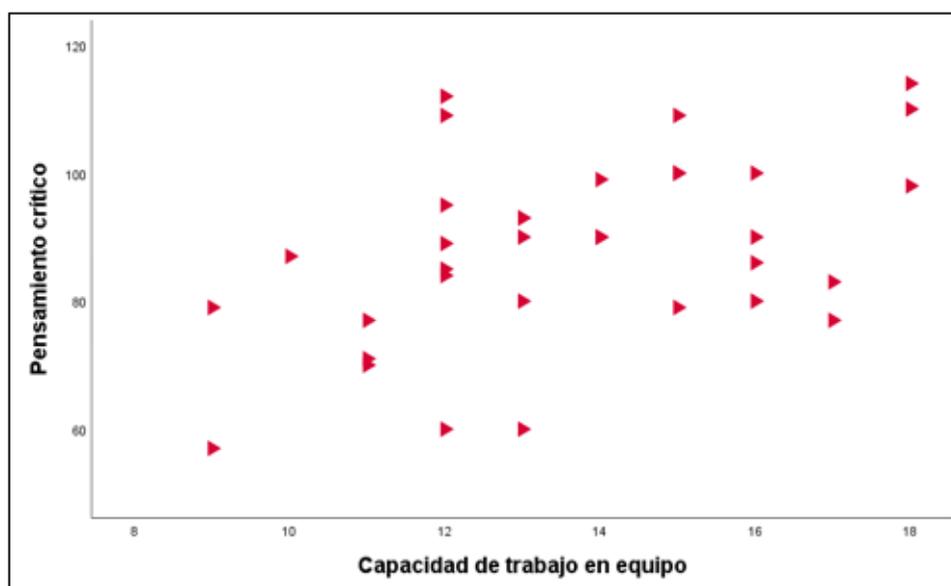
Correlación entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Trabajo en Equipo.

	Estadístico	Capacidades de Trabajo en Equipo
Pensamiento crítico	r	.460**
	P	.006
	N	34

En la tabla 7, se reporta el análisis de correlación de Pearson entre el pensamiento crítico y la dimensión capacidad de trabajo en equipo del desarrollo de capacidades emprendedoras. Los resultados indican que existe una correlación positiva media $r = .460^{**}$, $p < .006$, $n = 34$. Por lo tanto, se asume que, a mayor pensamiento crítico mayor será la capacidad de trabajo en equipo de los estudiantes universitarios de marketing.

Figura 5

Diagrama de Dispersión entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Trabajo en Equipo.



Nota. Este gráfico muestra la dispersión entre la variable Pensamiento crítico y la primera dimensión estudiada: Capacidad de Trabajo en Equipo.

En este análisis, se tiene que las dimensiones del pensamiento crítico guardan una relación directa positiva en la asignación de trabajos, de manera cooperativa, buscando la superación y participación de todos en la búsqueda del alcanzar los objetivos trazados y obtener el bien común.

Tabla 8

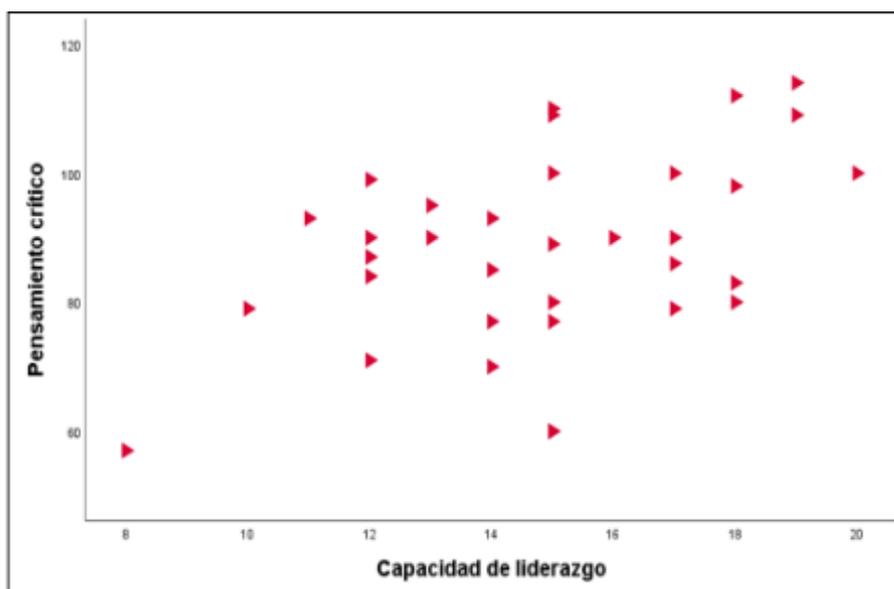
Correlación entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Liderazgo.

	Estadístico	Capacidades de Liderazgo
Pensamiento crítico	r	.443**
	P	.009
	N	34

En la tabla 8, se evidencia el análisis estadístico paramétrico entre el pensamiento crítico y la dimensión capacidad de liderazgo del desarrollo de capacidades de liderazgo. Los valores obtenidos de la correlación de Pearson señalan que existe una correlación positiva media $r = .443^{**}$, $p < .009$, $n = 34$. En este sentido, se puede concluir que, a mayor pensamiento crítico, mayor será la capacidad de liderazgo de los estudiantes universitarios de marketing.

Figura 6

Diagrama de Dispersión entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad Liderazgo.



Nota. Este gráfico muestra la dispersión entre la variable Pensamiento crítico y la segunda dimensión estudiada: Capacidad de Liderazgo.

En este rubro, se destaca también que las dimensiones del pensamiento crítico permiten una correlación positiva media en la relación entre los niveles jerárquicos de la organización; aceptando, evaluando y eventualmente replantear directivas con el ánimo de optimizar los esfuerzos en beneficio de la organización.

Tabla 9

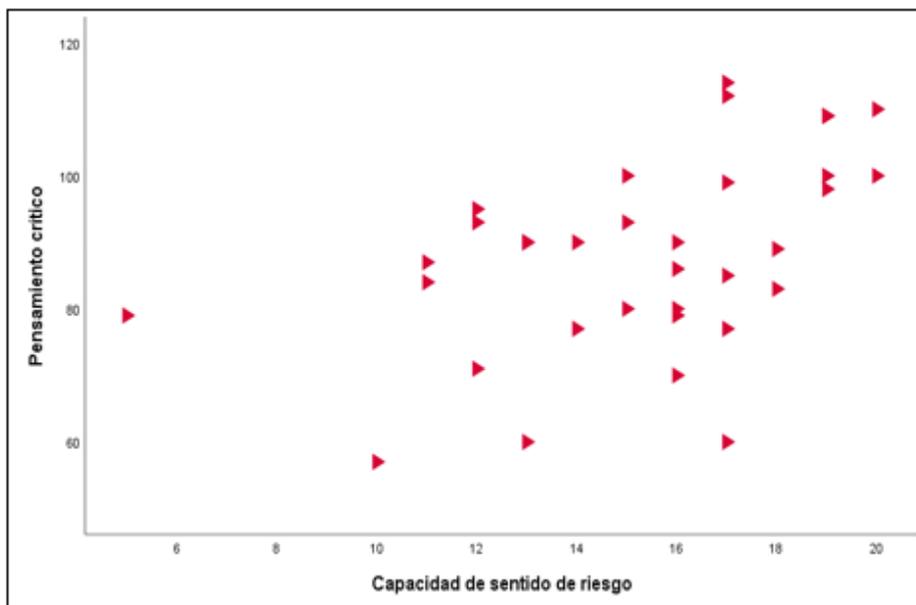
Correlación entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Sentido de Riesgo.

	Estadístico	Capacidades de Sentido de Riesgo
Pensamiento crítico	r	.473**
	P	.005
	N	34

En la tabla 9, se observa el análisis estadístico lineal entre el pensamiento crítico y la dimensión capacidad de sentido de riesgo del desarrollo de capacidades de sentido de riesgo. Los resultados demuestran que existe una correlación positiva media $r = .473^{**}$, $p < .005$, $n = 34$. Por lo tanto, se asume que, a mayor pensamiento crítico, mayor será la capacidad de sentido de riesgo de los estudiantes universitarios de marketing.

Figura 7

Diagrama de Dispersión entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Sentido de Riesgo.



Nota. Este gráfico muestra la dispersión entre la variable Pensamiento crítico y la tercera dimensión estudiada: Capacidad de Sentido de Riesgo.

En este acápite, se aprecia que las dimensiones del pensamiento crítico sientan principios que concientizan a los trabajadores de que toda iniciativa tiene riesgos que se deben de identificar, evaluar y eventualmente enfrentar de acuerdo con las etapas del ciclo de vida del producto. Asimismo, los capacita para que más allá de la incertidumbre natural de todo emprendimiento no pierdan la confianza y el afán de alcanzar sus metas de acuerdo con los recursos disponibles y con el esfuerzo individual y constante.

Tabla 10

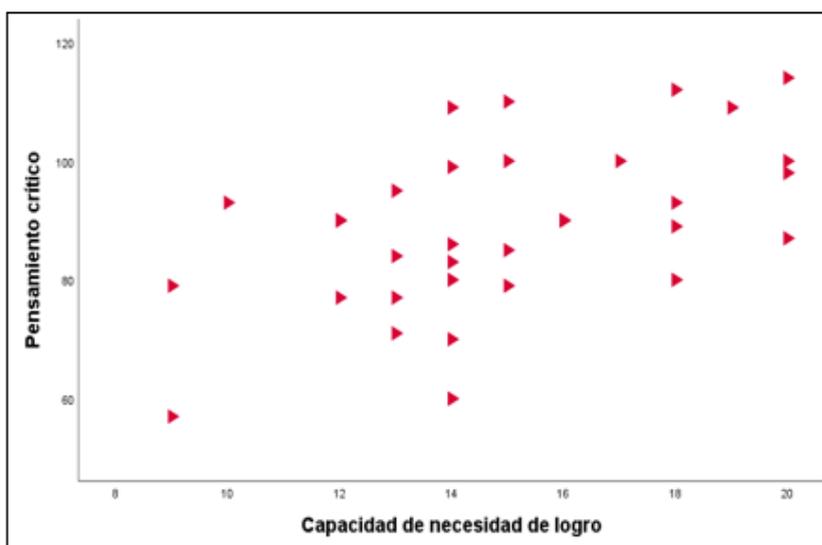
Correlación entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Necesidad de Logro.

	Estadístico	Capacidades de Necesidad de Logro
Pensamiento crítico	r	.513**
	P	.002
	N	34

En la tabla 10, se evidencia el análisis estadístico lineal entre el pensamiento crítico y la dimensión capacidad de necesidad de logro del desarrollo de capacidades emprendedoras. Los valores obtenidos mediante la correlación de Pearson señalan que existe una correlación positiva media $r = .513^{**}$, $p < .002$, $n = 34$. Por lo tanto, se puede concluir que, a mayor pensamiento crítico, mayor será la capacidad de logro de los estudiantes universitarios de marketing.

Figura 8

Diagrama de Dispersión entre Pensamiento Crítico y la Dimensión Capacidad de Necesidad de Logro.



Nota. Este gráfico muestra la dispersión entre la variable Pensamiento crítico y la cuarta dimensión estudiada: Capacidad de Necesidad de Logro.

Al analizar este punto, igualmente se encuentra que las dimensiones del pensamiento crítico contribuyen de manera directa y positiva en alcanzar las necesidades superiores respecto a su propia percepción en relación con los demás. Entendiendo que cada emprendimiento es una oportunidad que se tiene para realizarse como persona y además de contribuir a mejorar la calidad de vida de la sociedad, encontrando satisfacción en el convencimiento del deber cumplido.

Contrastación de Hipótesis

Hipótesis general

I. Hipótesis de investigación

La relación entre el pensamiento crítico y capacidades emprendedoras en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres, es significativa.

II. Hipótesis estadística

H0: No existe relación significativa entre el pensamiento crítico y capacidades emprendedoras en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

H1: Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y capacidades emprendedoras en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

III. Nivel de significación

El nivel de significación teórica es $\alpha = 0.05$, que corresponde a un nivel de confiabilidad del 95%.

IV. Función de prueba

Se realizó por medio del coeficiente de correlación de Pearson, ya que las variables presentan normalidad en los datos

V. Regla de decisión

Rechazar H_0 cuando es la significación observada "p" es menor que α .

No rechazar H_0 cuando es la significación observada "p" es mayor que α .

Tabla 11

Prueba de Correlación de Pearson entre Pensamiento Crítico y Capacidades Emprendedoras en Estudiantes de Noveno Ciclo de la Carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

		Pensamiento Crítico	Capacidad emprendedora
	Correlación de Pearson	1	,579**
Pensamiento Crítico	Sig. (Bilateral)		,000
	N	34	34
	Correlación de Pearson	,579**	1
Capacidad emprendedora	Sig. (Bilateral)	,000	
	N	34	34

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Como se observa de la tabla 11, existe una correlación significativa entre pensamiento crítico y capacidades emprendedoras en estudiantes de noveno ciclo de la

carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres, debido a que la significación es 0,000, mostrándose menor a 0,05.

VI. Conclusión

La correlación de Pearson 0.579 indica que hay una correlación positiva media, de manera que se rechaza la hipótesis nula. Concluyendo que existe una correlación significativa entre pensamiento crítico y capacidades emprendedoras en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres. Por lo tanto, se acepta la hipótesis general de investigación.

Primera Hipótesis específica

I. Hipótesis de investigación

La relación entre el pensamiento crítico y capacidad de trabajo en equipo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres, es significativa.

II. Hipótesis estadística

H0: No existe relación significativa entre el pensamiento crítico y capacidad de trabajo en equipo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

H1: Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y capacidad de trabajo en equipo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

III. Nivel de significación

El nivel de significación teórica es $\alpha = 0.05$, que corresponde a un nivel de confiabilidad del 95%.

IV. Función de prueba

Se realizó por medio del coeficiente de correlación de Pearson, ya que las variables presentan normalidad en los datos

V. Regla de decisión

Rechazar H_0 cuando es la significación observada "p" es menor que α .

No rechazar H_0 cuando es la significación observada "p" es mayor que α .

Tabla 12

Prueba de Correlación de Pearson entre Pensamiento Crítico y Capacidad de Trabajo en Equipo en Estudiantes de Noveno Ciclo de la Carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

		Pensamiento Crítico	Capacidad de trabajo en equipo
Pensamiento Crítico	Correlación de Pearson	1	,460**
	Sig. (Bilateral)		,006
	N	34	34
Capacidad de trabajo en equipo	Correlación de Pearson	,460**	1
	Sig. (Bilateral)	,006	
	N	34	34

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Como se observa de la tabla 12, existe una correlación significativa entre pensamiento crítico y capacidad de trabajo en equipo en estudiantes de noveno ciclo de la

carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres, debido a que la significación es 0,006, mostrándose menor a 0,05.

VI. Conclusión

La correlación de Pearson 0.460 indica que hay una correlación positiva media, de manera que se rechaza la hipótesis nula. Concluyendo que existe una correlación significativa entre pensamiento crítico y capacidad de trabajo en equipo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres. Por lo tanto, se acepta la primera hipótesis específica de investigación.

Segunda Hipótesis específica

I. Hipótesis de investigación

La relación entre el pensamiento crítico y capacidad de liderazgo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres, es significativa.

II. Hipótesis estadística

H0: No existe relación significativa entre el pensamiento crítico y capacidad de liderazgo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

H1: Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y capacidad de liderazgo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

III. Nivel de significación

El nivel de significación teórica es $\alpha = 0.05$, que corresponde a un nivel de confiabilidad del 95%.

IV. Función de prueba

Se realizó por medio del coeficiente de correlación de Pearson, ya que las variables presentan normalidad en los datos

V. Regla de decisión

Rechazar H_0 cuando es la significación observada "p" es menor que α .

No rechazar H_0 cuando es la significación observada "p" es mayor que α .

Tabla 13

Prueba de Correlación de Pearson entre Pensamiento Crítico y Capacidad de Liderazgo en Estudiantes de Noveno Ciclo de la Carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

		Pensamiento Crítico	Capacidad de liderazgo
	Correlación de Pearson	1	,443**
Pensamiento Crítico	Sig. (Bilateral)		,009
	N	34	34
	Correlación de Pearson	,443**	1
Capacidad de liderazgo	Sig. (Bilateral)	,009	
	N	34	34

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Como se observa de la tabla 13, existe una correlación significativa entre pensamiento crítico y capacidad de liderazgo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera

de marketing de la Universidad de San Martín de Porres, debido a que la significación es 0,009, mostrándose menor a 0,05.

VI. Conclusión

La correlación de Pearson 0.443 indica que hay una correlación positiva media por consiguiente se rechaza la hipótesis nula. Concluyendo que existe una correlación significativa entre pensamiento crítico y capacidad de liderazgo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres. Por lo tanto, se acepta la segunda hipótesis específica de investigación.

Tercera Hipótesis específica

I. Hipótesis de investigación

La relación entre el pensamiento crítico y capacidad de sentido de riesgo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres, es significativa.

II. Hipótesis estadística

H0: No existe relación significativa entre el pensamiento crítico y capacidad de sentido de riesgo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

H1: Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y capacidad de sentido de riesgo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

III. Nivel de significación

El nivel de significación teórica es $\alpha = 0.05$, que corresponde a un nivel de confiabilidad del 95%.

IV. Función de prueba

Se realizó por medio del coeficiente de correlación de Pearson, ya que las variables presentan normalidad en los datos

V. Regla de decisión

Rechazar H_0 cuando es la significación observada "p" es menor que α .

No rechazar H_0 cuando es la significación observada "p" es mayor que α .

Tabla 14

Prueba de Correlación de Pearson entre Pensamiento Crítico y Capacidad de Sentido de Riesgo en Estudiantes de Noveno Ciclo de la Carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

		Pensamiento Crítico	Capacidad de sentido de riesgo
Pensamiento Crítico	Correlación de Pearson	1	,473**
	Sig. (Bilateral)		,005
	N	34	34
Capacidad de sentido de riesgo	Correlación de Pearson	,473**	1
	Sig. (Bilateral)	,005	
	N	34	34

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Como se observa de la tabla 14, existe una correlación significativa entre pensamiento crítico y capacidad de sentido de riesgo en estudiantes de noveno ciclo de la

carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres, debido a que la significación es 0,005, mostrándose menor a 0,05.

VI. Conclusión

La correlación de Pearson 0.473 indica que hay una correlación positiva media, por tanto, se rechaza la hipótesis nula. Concluyendo que existe una correlación significativa entre pensamiento crítico y capacidad de sentido de riesgo en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres. Por lo tanto, se acepta la tercera hipótesis específica de investigación.

Cuarta Hipótesis específica

I. Hipótesis de investigación

La relación entre el pensamiento crítico y capacidad de necesidad de logro en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres, es significativa.

II. Hipótesis estadística

H0: No existe relación significativa entre el pensamiento crítico y capacidad de necesidad de logro en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

H1: Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y capacidad de necesidad de logro en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

III. Nivel de significación

El nivel de significación teórica es $\alpha = 0.05$, que corresponde a un nivel de confiabilidad del 95%.

IV. Función de prueba

Se realizó por medio del coeficiente de correlación de Pearson, ya que las variables presentan normalidad en los datos

V. Regla de decisión

Rechazar H_0 cuando es la significación observada "p" es menor que α .

No rechazar H_0 cuando es la significación observada "p" es mayor que α .

Tabla 15

Prueba de Correlación de Pearson entre Pensamiento Crítico y Capacidad de Necesidad de Logro en Estudiantes de Noveno Ciclo de la Carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

		Pensamiento Crítico	Capacidad de necesidad de logro
Pensamiento Crítico	Correlación de Pearson	1	,513**
	Sig. (Bilateral)		,002
	N	34	34
Capacidad de necesidad de logro	Correlación de Pearson	,513**	1
	Sig. (Bilateral)	,002	
	N	34	34

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Como se observa de la tabla 15, existe una correlación significativa entre pensamiento crítico y capacidad de necesidad de logro en estudiantes de noveno ciclo de

la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres, debido a que la significación es 0,002, mostrándose menor a 0,05.

VI. Conclusión

La correlación de Pearson 0.513 indica que hay una correlación positiva media por esto se rechaza la hipótesis nula. Concluyendo que existe una correlación significativa entre pensamiento crítico y capacidad de necesidad de logro en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres. Por lo tanto, se acepta la cuarta hipótesis específica de investigación.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

En este capítulo se presenta la discusión de los resultados generales y específicos de la investigación. Los resultados de la investigación reflejan que existe una correlación positiva media entre el pensamiento crítico y las capacidades emprendedoras en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres, conforme fuera presentado en el capítulo IV.

En este sentido, cuanto mayor sea la dedicación en desarrollar el pensamiento crítico en los alumnos, mayores serán las capacidades para enfrentar sus emprendimientos como condición previa para su desarrollo en el desarrollo profesional en los estudiantes universitarios de noveno de la carrera profesional de marketing, es decir, logran desarrollar las capacidades de trabajo en equipo, liderazgo, sentido de riesgo y necesidad de logro.

Los resultados de la presente investigación abren una línea diferente a los presentados en la tesis sustentada por Macedo, A. (2018), "Pensamiento crítico y rendimiento académico en los ingresantes del curso de estadística I en la facultad de ingeniería económica, estadística y ciencias sociales. Universidad nacional de ingeniería – 2017".

La conclusión, en la antedicha investigación, es que no existe relación significativa entre el Pensamiento Crítico y el Rendimiento Académico en los ingresantes del curso de estadística I, pero no analiza el aprestamiento previo, ni las condiciones de enseñanza y exigencia del nivel educativo de donde proceden estos estudiantes y el que corresponde al nivel universitario, entre otros factores.

Los resultados de ambas investigaciones difieren debido a que las variables de estudio son diferentes, rendimiento académico es la variable estudiada por Macedo y capacidades emprendedoras es la variable de estudio de la presente investigación.

Por otro lado, cabe destacar algunas coincidencias con la investigación realizada por Lechuga, M. (2019) respecto a las capacidades emprendedoras, aun cuando el universo censal esta referido a los egresados de una Institución de Educación Superior del Estado de Durango, México, con las diferencias económicas y culturales de una realidad socioeconómica diferente a la nuestra.

CONCLUSIONES

En el presente apartado se presentan las conclusiones de los resultados generales y específicos de la investigación. Los resultados de la investigación reflejan que existe una correlación positiva media entre el énfasis del pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades emprendedoras en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres, entendiendo que ellas son un área de especial atención en los discentes en la tarea de formar profesionales competentes en el cada vez más exigente mundo actual. Así podemos destacar:

Primera: Existe una correlación positiva media entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los alumnos de noveno ciclo de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

Segunda: Existe una correlación positiva media entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de trabajo en equipo de los alumnos de noveno ciclo de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

Tercera: Existe una correlación positiva media entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de liderazgo de los alumnos de noveno ciclo de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

Cuarta: Existe una correlación positiva media entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de sentido de riesgo de los alumnos de noveno ciclo de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

Quinta: Existe una correlación positiva media entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de necesidad de logro de los alumnos de noveno ciclo de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

Las potencialidades de nuevas líneas de investigación exceden las condiciones de investigación del presente trabajo, toda vez que los planteamientos surgidos de cada una de las dos variables de esta tesis establecen la necesidad de estas líneas de investigación y enseñanza en beneficio de los adultos, los egresados y el prestigio de esta superior de estudios que todos deseamos.

RECOMENDACIONES

En el presente apartado se presentan las recomendaciones de los resultados de la investigación. Los resultados de la investigación reflejan que existe una correlación positiva media entre el pensamiento crítico y las capacidades emprendedoras en estudiantes de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

Primera: Continuar con la presente investigación, de forma experimental, se puede aplicar distintas estrategias para desarrollar al máximo las capacidades emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera de Marketing de la Universidad de San Martín de Porres.

Segunda: Incluir dentro del currículo universitario temática y nuevos cursos donde puedan realizar más talleres para desarrollar capacidades emprendedoras, de este modo puedan reforzar las habilidades blandas que los estudiantes ya poseen, a partir del pensamiento crítico de los estudiantes.

Tercera: Crear espacios para que los estudiantes universitarios puedan presentar ideas de negocio emprendedoras y ponerlas en marcha, desde ciclos más tempranos, para que la universidad los guíe en el proceso y sean los mismos estudiantes quienes puedan formar pequeñas sociedades empresariales, y los estudiantes que participan deben recibir capacitaciones, talleres, para desarrollar sus capacidades emprendedoras y fortalecer el pensamiento crítico.

Cuarta: Realizar mediciones periódicas y permanentes a los estudiantes, para monitorear el crecimiento de sus capacidades emprendedoras, para conocer cuáles son las estrategias que mejor funcionan y poder replicarlas en los demás ciclos y posteriormente en las demás escuelas profesionales de la universidad.

Quinta: Presentar los resultados de la presente investigación a las autoridades de la Universidad de San Martín de Porres para tomar acción en las mejoras necesarias que permitan mantener los esfuerzos en pro de la calidad educativa de sus estudiantes.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Abascal, E. y Grande, I. (2015). Análisis de encuestas. Madrid: Esic. Editorial.

Alanya, 2012, *Habilidades Sociales y Actitud Emprendedora En Estudiantes Del Quinto De Secundaria De Una Institución Educativa Del Distrito Del Callao* [Tesis de Maestría, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional Digital <https://hdl.handle.net/20.500.14005/1080>

APA - Asociación Filosófica Americana. (1990). Pensamiento Crítico: Una declaración de consenso de expertos con fines de evaluación e Instrucción Educativa. "El Informe Delphi". Canadá: The California Academia Press, Millbrae

Bandura, A. (2001). Guía para la construcción de escalas de autoeficacia. Universidad Nacional de Córdoba. Argentina. P.114-131. Traducido por: Olaz, F., Silva, M. & Pérez, E

Beas, J., Santa Cruz, J., Thomsen, P. & Utreras, S. (1995), "Enseñar a pensar para aprender mejor". Santiago: Universidad Católica de Chile.

Boisvert, J. (2004), "La formación del pensamiento crítico". México DF: Fondo de cultura económica.

Campos, A. (2007), "Pensamiento crítico". Bogotá: Magisterio.

Conor, N. (2014). ¿Eres emprendedor o eres empresario? IEEM Revista de Negocios, 42-43. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=bd33529f-a1fa4525-b291-a75059ff6032%40sessionmgr103&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRI#AN=110462160&db=a9h>

Díaz B., Soler A. & Zabala H. (2020), Estrategias Didácticas para Potenciar el Pensamiento Crítico desde la Comprensión Lectora, [Tesis de Maestría, Universidad Santo Tomás Tunja]. Repositorio Institucional Digital <http://hdl.handle.net/11634/30458>

Dzul (13 de diciembre de 2013). Aplicación básica de los métodos científicos “DISEÑO NO-EXPERIMENTAL” Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

EduTEKA. (2009), “Lectura crítica versus pensamiento crítico”. Extraído el 1 de abril 2009 desde <http://www.eduteka.org/LecturaCriticaPensamiento2.php>

Elder, L. & Paul, R. (2003), “Pensamiento analítico”. California: Foundation for Critical Thinking.

Elder, L. & Paul, R. (2003). Mini guía para el pensamiento crítico, conceptos y herramientas. California: Foundation for Critical Thinking.

Espinoza J. & Cedillo S. (2022), Análisis de las habilidades emprendedoras y el crecimiento de la MIPYMES en la ciudad de Machala, [Tesis de Grado, Universidad Técnica de Machala]. Repositorio Institucional Digital <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/21051>

Frías-Navarro, D. (2022). Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida. Universidad de Valencia. España. Disponible en: <https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf>

García, F. (2001), "Manual del saber emprender. Brasil: Edición SEBRAE".

Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2002). Metodología de la investigación. (3era e.) McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. DE C.V.

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Metodología de la Investigación. (6ta. ed.). México: Mc Graw Hill.

Lechuga, M. (2019), Modelo de emprendimiento universitario e impacto socioeconómico. Análisis de emprendedores egresados de una institución de educación superior pública del estado de Durango, [Tesis de Doctorado, Universidad Juárez del Estado de Durango]. Repositorio Institucional Digital <http://repositorio.ujed.mx/jspui/handle/123456789/109>

Lobatón y Malpartida, 2018, *Habilidades Sociales y la Actitud Emprendedora en la población de 20 a 29 años de edad en el distrito de Tíclacayan, 2017* [Tesis de grado, Universidad Daniel Alcides Carrión] Repositorio Institucional Digital <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/345>

Macedo (2018), Pensamiento crítico y rendimiento académico en los ingresantes del curso de estadística I en la facultad de ingeniería económica, estadística y ciencias sociales. Universidad nacional de ingeniería – 2017, [Tesis de Maestría, Universidad Peruana Cayetano Heredia]. Repositorio Institucional Digital <https://hdl.handle.net/20.500.12866/1541>

Marciales, G. (2003), Pensamiento crítico: diferencias en estudiantes universitarios en el tipo de creencias, estrategias e inferencias en la lectura crítica de textos. [Tesis de Doctorado, Universidad Complutense]. Repositorio Institucional Digital <https://hdl.handle.net/20.500.14352/55394>

Mc Guigan (1996). PSICOLOGÍA EXPERIMENTAL Métodos de Investigación. PRENTICE HALL.

Ministerio de Educación & Ministerio de Trabajo (2008), “Propuesta para un consenso político en la promoción de una educación emprendedora. La Educación Emprendedora como Políticas para el Desarrollo del País. Perú”.

Ministerio de Educación (2007), “Guía para el desarrollo del pensamiento crítico. Lima: Minedu”.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2021). Política Nacional de Empleo Decente. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1948868/Pol%C3%ADtica%20Nacional%20de%20Empleo%20Decente%20-%20PED.pdf>

Mogrovejo, A. (2019). Revisión crítico-analítica sobre el pensamiento crítico en el contexto educativo. [Tesis de Maestría, Fundación Universidad Del Norte Instituto De Estudios En Educación (IESE)]. Repositorio Institucional Digital <http://hdl.handle.net/10584/10011>

Naciones Unidas (2023). Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2023: Edición especial. https://unstats.un.org/sdgs/report/2023/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2023_Spanish.pdf?_gl=1*x2m75w*_ga*MjA5OTYwNTY0My4xNjk3OTQ0Nzc5*_ga_TK9BQL5X7Z*MTY5Nzk0NDc3OS4xLjEuMTY5Nzk0NTE5MS4wLjAuMA

Porter, M. (2007). Estrategia competitiva: Técnica para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. (37ava e.) Grupo Editorial Patria S.A. DE C.V.

Ramos, 2019, Las Actitudes Ambientales y su relación con la Capacidad de Emprendimiento en los Estudiantes de la Carrera de Producción Agropecuaria del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público El Milagro de Iquitos – 2017. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle] Repositorio Institucional Digital <http://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/4272>

Ríos, Y. (2019), Pensamiento Crítico y Comprensión de Lectura en estudiantes de cuarto año de secundaria de un colegio particular del distrito de San Isidro, [Tesis de Maestría, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Institucional Digital <https://hdl.handle.net/20.500.14138/2358>

Salazar, R. (2020), Pensamiento crítico y Rendimiento académico en Estudiantes del curso de Realidad nacional e Internacional de la facultad De ciencias sociales de la Universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión-2018, [Tesis de Maestría, Universidad Peruana Cayetano Heredia]. Repositorio Institucional Digital <https://hdl.handle.net/20.500.12866/7816>

Sánchez, J. (2013). Actitud emprendedora y oportunidades de negocio. Málaga, España: IC editorial.

Santrock, J. (2002), "Psicología de la educación". México DF: Mc Graw Hill.

Universidad de San Martín de Porres (2015). Código de ética de la Universidad de San Martín de Porres.

Universidad de San Martín de Porres (2015). Código de ética para la investigación de la Universidad de San Martín de Porres. <https://www.usmpvirtual.edu.pe/wp->

[content/uploads/2022/06/RR-1375-2015-CU-USMP-CODIGO-DE-ETICA-PARA-LA-INVESTIGACION.pdf](https://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/2022/06/RR-1375-2015-CU-USMP-CODIGO-DE-ETICA-PARA-LA-INVESTIGACION.pdf)

Universidad de San Martín de Porres (2015). Silabo del curso Juego de Negocios I. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/2023/08/63-Juego-de-Negocios-I-2023-II-VF.pdf>

Universidad de San Martín de Porres (2015). Silabo del curso Negociación cultural intercultural. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/2023/08/59-Negociacion-Empresarial-Intercultural-2023-II-VF.docx.pdf>

Universidad de San Martín de Porres (2015). Silabo del curso Planeamiento Estratégico. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/2023/08/58-Planeamiento-Estrategico-2023-II-VF.pdf>

Universidad de San Martín de Porres (2015). Silabo del curso Seminario I: Desarrollo Nacional y Empresa. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/2023/08/61-Seminario-I-Desarrollo-Nacional-y-Empresa-2023-II-VF.pdf>

Vallmitjana (2018), La actividad emprendedora de los graduados IQS, [Tesis de Doctorado, Universitat Ramon Llull]. Repositorio Institucional Digital <http://hdl.handle.net/10803/145034>

Zarcovich, P. (2005). Metodología de la investigación. Mc Graw-Hill

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Población y muestra
<p>Problema General:</p> <p>¿Existe relación entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Identificar la relación que existe entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.</p>	<p>Pensamiento Crítico:</p> <p>“El pensamiento crítico es ese modo de pensar – sobre cualquier tema, contenido o problema – en el cual el pensante mejora la calidad de su pensamiento al apoderarse de las estructuras inherentes del acto de pensar y al someterlas a estándares intelectuales” (p.4) Elder, L. & Paul, R. (2003).</p>	<p>Metodología:</p> <p>La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo. El método utilizado fue el censal. Se desarrolló bajo un diseño no experimental, en un nivel correlacional de corte transversal.</p>	<p>Población:</p> <p>La población total fue de 34 estudiantes.</p>

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Población y muestra
Problemas Específicos:	Objetivos Específicos:	Hipótesis Específicas:	Capacidades Emprendedoras:	Instrumento:	Muestra:
a) ¿Cuál es la relación entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de trabajo en equipo de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres?	a) Identificar la relación que existe entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de trabajo en equipo de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.	a) Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de trabajo en equipo de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.	“Mentalidad y ánimo con que una persona afronta la creación de un negocio. Se trata de la predisposición (o anticipación de su comportamiento) a actuar que adopta un emprendedor para afrontar sus retos y la convierte en una tendencia antes y durante el proceso de creación” (p.18). Sánchez, J. (2013).	Se utilizó como técnica la encuesta Se utilizo como instrumento dos cuestionarios, uno para la variable pensamiento crítico de 24 preguntas de tipo cerradas, y otro para capacidad emprendedora de 20 preguntas de tipo cerradas.	La muestra fue de 34 estudiantes.
b) ¿Cuál es la relación entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de liderazgo de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres?	b) Identificar la relación que existe entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de liderazgo de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.	b) Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de liderazgo de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.			

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Población y muestra
<p>c) ¿Cuál es la relación entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de sentido de riesgo de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres?</p> <p>d) ¿Cuál es la relación entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de necesidad de logro de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres?</p>	<p>c) Identificar la relación que existe entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de sentido de riesgo de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.</p> <p>d) Identificar la relación que existe entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de necesidad de logro de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.</p>	<p>c) Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de sentido de riesgo de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.</p> <p>d) Existe relación significativa entre el pensamiento crítico y el desarrollo de las capacidades de necesidad de logro de los alumnos de noveno ciclo de la carrera de marketing de la Universidad de San Martín de Porres.</p>			

Anexo 2: Instrumentos

INVESTIGACIÓN SOBRE LAS CAPACIDADES EMPRENDEDORAS

Estimado estudiante, el presente cuestionario es parte de un trabajo de investigación que tiene por finalidad obtener información acerca de las capacidades emprendedoras. La información que proporcionas es absolutamente confidencial y anónima. Deberás marcar solo una alternativa por cada enunciado, hasta completar todo el cuestionario

Nº	ENUNCIADO	Nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO					
1	Te resulta fácil asignar tareas a los demás.				
2	Trabajas en forma cooperativa y eres capaz de negociar y hacer acuerdos.				
3	Piensas que tener el mejor resultado es tarea de todos.				
4	Cooperas, escuchas otras opiniones y sabes delegar.				
5	Te comprometes a aportar lo mejor de ti para sacar adelante un trabajo o proyecto.				
CAPACIDAD DE LIDERAZGO					
6	Disfrutas estando en una posición de influencia				
7	Te entusiasma dirigir a un grupo o equipo de trabajo.				
8	Eres capaz de discutir reglas o normas que consideras injustas.				
9	Me gusta escuchar a mis colaboradores y compañeros, y apoyarles en aquello que sea necesario.				
10	Habitualmente, las personas de mi entorno suelen aceptar y seguir mis ideas y opiniones				
CAPACIDAD DE SENTIDO DE RIESGO					
11	Me gusta asumir riesgos, siempre y cuando tenga la posibilidad de medirlos.				
12	En situaciones de incertidumbre, tengo confianza en mí mismo, en mi capacidad y en mis posibilidades.				
13	No me asusta la idea de lo desconocido.				
14	Creo que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.				
15	Me gustan las situaciones que demandan más esfuerzo de mi parte.				
CAPACIDAD DE NECESIDAD DE LOGRO					
16	Tengo expectativas elevadas para mí y para los demás.				
17	Transformo los planes en acciones.				
18	Cuando deseo algo, voy directo hacia mi objetivo, sin que nada ni nadie me detenga.				
19	Generalmente elijo tareas difíciles que ponen a prueba mi exigencia.				
20	Me gusta sobresalir y diferenciarme de los demás.				

Muchas Gracias

INVESTIGACIÓN SOBRE PENSAMIENTO CRÍTICO

Estimado estudiante, el presente cuestionario es parte de un trabajo de investigación que tiene por finalidad obtener información acerca del pensamiento crítico. La información que proporcionas es absolutamente confidencial y anónima. Deberás marcar solo una alternativa por cada enunciado, hasta completar todo el cuestionario

ASPECTOS	INDICADORES	INSTRUMENTO: DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CRITICO				
		VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
ANÁLISIS	1	Al desarrollar un tema identificas el concepto central del mismo				
	2	Analizas los temas tratados en clase				
	3	Sacas conclusiones en base a la información				
	4	Analizas lo que escribes y lo comprendes				
INFERENCIA	5	Enuncias, desarrollas y ejemplificas lo estudiado o tratado de diferentes maneras, llegando a conclusiones bien razonadas				
	6	Realizas preguntas relacionadas al tema dictado				
	7	Relacionas lo aprendido con tu experiencia				
	8	Haces inferencias a partir de lo leído				
EXPLICACION	9	Cuestionas los conceptos propios y/o de otros				
	10	Cuando escribes reflexionas sobre lo que vas escribiendo				
	11	Realizas preguntas que te permitan aclarar los temas tratados				
	12	Estas dispuesto a discernir cuando la evidencia lo requiera				
INTERPRETACION	13	Analizas lo que lees				
	14	Al leer diferencias lo que entiendes de lo que no comprendes				
	15	Resumes con tus propias palabras lo que lees				
	16	Llegas a tus propias conclusiones bien razonadas				
AUTORREGULACION	17	Aceptas sugerencias cuando estudias				
	18	Te preocupas por entender el tema tratado				
	19	Utilizas la lectura y escritura para aprender				
	20	No te das por vencido cuando te enfrentas con una tarea intelectualmente desafiante o compleja				
EVALUACION	21	Piensas críticamente acerca de tu propio punto de vista				
	22	Admites tus errores y modificas tus puntos de vista				
	23	Te autoevaluas para determinar tu nivel de comprensión o aprendizaje				
	24	Destinas una cantidad de tiempo razonable a entender temas complejos				

VALORACION:

5	SIEMPRE
4	CASI SIEMPRE
3	A VECES
2	CASI NUNCA
1	NUNCA

Muchas Gracias

Anexo 3: Fichas de validación con opinión de expertos

CAPACIDADES EMPRENDEDORAS

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CAPACIDADES EMPRENDEDORAS

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1 CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO								
1	Te resulta fácil asignar tareas a los demás.	X		X		X		
2	Trabajas en forma cooperativa y eres capaz de negociar y hacer acuerdos.	X		X		X		
3	Piensas que el mejor resultado es tarea de todos.	X		X		X		
4	Cooperas, escuchas otras opiniones y sabes delegar en tu equipo.	X		X		X		
5	Te comprometes a aportar lo mejor de ti para sacar adelante un trabajo o proyecto.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2 CAPACIDAD DE LIDERAZGO								
6	Disfrutas estando en una posición de influencia.	X		X		X		
7	Te entusiasma dirigir a un grupo o equipo de trabajo.	X		X		X		
8	Eres capaz de discutir reglas o normas que consideras injustas.	X		X		X		
9	Me gusta escuchar a mis compañeros y apoyarles en aquello que sea necesario.	X		X		X		
10	Habitualmente, las personas de mi entorno suelen aceptar y seguir mis ideas y opiniones.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3 CAPACIDAD DE SENTIDO DE RIESGO								
11	Me gusta asumir riesgos, siempre y cuando tenga la posibilidad de medirlos.	X		X		X		
12	En situaciones de incertidumbre, tengo confianza en mi mismo, en mi capacidad y en mis posibilidades.		X		X	X		
13	No me asusta la idea de lo desconocido.	X		X		X		
14	Creo que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.	X		X		X		
15	Me gustan las situaciones que demandan más esfuerzo de mi parte.	X		X		X		
DIMENSIÓN 4 CAPACIDAD DE NECESIDAD DE LOGRO								
16	Tengo expectativas elevadas para mí y para los demás.	X		X		X		
17	Transformo los planes en acciones.	X		X		X		
18	Cuando deseo algo, voy directo hacia mi objetivo, sin que nada ni nadie me detenga.	X		X		X		
19	Generalmente elijo tareas difíciles que ponen a prueba mi exigencia.	X		X		X		
20	Me gusta sobresalir y diferenciarme de los demás.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: FLORES CORNEJO WLS DNI: 43292995

Especialidad del validador: ADMINISTRADOR

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de JUNIO del 2016


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CAPACIDADES EMPRENDEDORAS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1 CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO								
1	Te resulta fácil asignar tareas a los demás.	/		/		/		
2	Trabajas en forma cooperativa y eres capaz de negociar y hacer acuerdos	/		/		/		
3	Piensas que el mejor resultado es tarea de todos.	/		/		/		
4	Cooperas, escuchas otras opiniones y sabes delegar en tu equipo.	/		/		/		
5	Te comprometes a aportar lo mejor de ti para sacar adelante un trabajo o proyecto	/		/		/		
DIMENSIÓN 2 CAPACIDAD DE LIDERAZGO								
6	Disfrutas estando en una posición de influencia.	/		/		/		
7	Te entusiasma dirigir a un grupo o equipo de trabajo.	/		/		/		
8	Eres capaz de discutir reglas o normas que consideras injustas.	/		/		/		
9	Me gusta escuchar a mis compañeros y apoyarles en aquello que sea necesario.	/		/		/		
10	Habitualmente, las personas de mi entorno suelen aceptar y seguir mis ideas y opiniones.	/		/		/		
DIMENSIÓN 3 CAPACIDAD DE SENTIDO DE RIESGO								
11	Me gusta asumir riesgos, siempre y cuando tenga la posibilidad de medirlos.	/		/		/		
12	En situaciones de incertidumbre, tengo confianza en mi mismo, en mi capacidad y en mis posibilidades.	/		/		/		
13	No me asusta la idea de lo desconocido.	/		/		/		
14	Creo que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.	/		/		/		
15	Me gustan las situaciones que demandan más esfuerzo de mi parte.	/		/		/		
DIMENSIÓN 4 CAPACIDAD DE NECESIDAD DE LOGRO								
16	Tengo expectativas elevadas para mi y para los demás.	/		/		/		
17	Transformo los planes en acciones.	/		/		/		
18	Cuando deseo algo, voy directo hacia mi objetivo, sin que nada ni nadie me detenga.		/		/		/	
19	Generalmente elijo tareas difíciles que ponen a prueba mi exigencia.	/		/		/		
20	Me gusta sobresalir y diferenciarme de los demás.	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY Suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

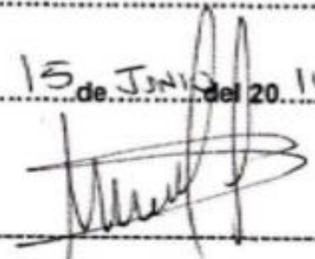
Apellidos y nombres del juez validador, Dr/Mg: ESTEVA ESTEVA ADRIAN DNI: 06141876

Especialidad del validador:.....

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto técnico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de JUNIO del 2016



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CAPACIDADES EMPRENDEDORAS

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO							
1	Te resulta fácil asignar tareas a los demás.	X		X		X		
2	Trabajas en forma cooperativa y eres capaz de negociar y hacer acuerdos	X		X		X		
3	Piensas que el mejor resultado es tarea de todos.	X		X		X		
4	Cooperas, escuchas otras opiniones y sabes delegar en tu equipo.	X		X		X		
5	Te comprometes a aportar lo mejor de ti para sacar adelante un trabajo o proyecto	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 2 CAPACIDAD DE LIDERAZGO							
6	Disfrutas estando en una posición de influencia.	X		X		X		
7.	Te entusiasma dirigir a un grupo o equipo de trabajo.	X		X		X		
8	Eres capaz de discutir reglas o normas que consideras injustas.	X		X		X		
9	Me gusta escuchar a mis compañeros y apoyarles en aquello que sea necesario.	X		X		X		
10	Habitualmente, las personas de mi entorno suelen aceptar y seguir mis ideas y opiniones.	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 3 CAPACIDAD DE SENTIDO DE RIESGO							
11	Me gusta asumir riesgos, siempre y cuando tenga la posibilidad de medirlos.	X		X		X		
12	En situaciones de incertidumbre, tengo confianza en mí mismo, en mi capacidad y en mis posibilidades.	X		X		X		
13	No me asusta la idea de lo desconocido.	X		X		X		
14	Creo que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.	X		X		X		
15	Me gustan las situaciones que demandan más esfuerzo de mi parte.	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 4 CAPACIDAD DE NECESIDAD DE LOGRO							
16	Tengo expectativas elevadas para mí y para los demás.	X		X		X		
17	Transformo los planes en acciones.	X		X		X		
18	Cuando deseo algo, voy directo hacia mi objetivo, sin que nada ni nadie me detenga.		X		X		X	
19	Generalmente elijo tareas difíciles que ponen a prueba mi exigencia.	X		X		X		
20	Me gusta sobresalir y diferenciarme de los demás.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable

Aplicable después de corregir

No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. D. Mg:

Julyssa Flave Zanarini

DNI: *41494172*

Especialidad del validador:

Mg. en Educación

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de junio del 2016



Firma del Experto Informante.

PENSAMIENTO CRÍTICO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Análisis								
1	Al desarrollar un tema identifica el concepto central del mismo	✓		✓		✓		
2	Analiza los temas tratados en clase	✓		✓		✓		
3	Saca conclusiones en base a la información	✓		✓		✓		
4	Analiza lo que escribe y lo comprende	✓		✓		✓		
Dimensión 2 : Inferencia		Si	No	Si	No	Si	No	
5	Enuncia, desarrolla y ejemplifica lo estudiado o tratado de diferentes maneras, llegando a conclusiones bien razonadas	✓		✓		✓		
6	Realiza preguntas relacionadas al tema dictado	✓		✓		✓		
7	Relaciona lo aprendido con su experiencia	✓		✓		✓		
8	Hace inferencias a partir de lo leído	✓		✓		✓		
Dimensión 3 : Explicación		Si	No	Si	No	Si	No	
9	Cuestiona los conceptos propios y/o de otros	✓		✓		✓		
10	Cuando escribe reflexiona sobre lo que va escribiendo	✓		✓		✓		
11	Realiza preguntas que le permitan aclarar los temas tratados	✓		✓		✓		
12	Esta dispuesto a discernir cuando la evidencia lo requiera	✓		✓		✓		
Dimensión 4: Interpretación		Si	No	Si	No	Si	No	
13	Analiza lo que lee	✓		✓		✓		
14	Al leer diferencia lo que entiende de lo que no comprende	✓		✓		✓		
15	Resume con sus propias palabras lo que lee	✓		✓		✓		
16	Llega a sus propias conclusiones bien razonadas	✓		✓		✓		
Dimensión 5: Autorregulación		Si	No	Si	No	Si	No	

17	Acepta sugerencias cuando estudia	✓		✓		✓	
18	Se preocupa por entender el tema tratado	✓		✓		✓	
19	Utiliza la lectura y escritura para aprender	✓		✓		✓	
20	No se da por vencido cuando se enfrenta con una tarea intelectualmente desafiante o compleja	✓		✓		✓	
Dimensión 5: Evaluación		Si	No	Si	No	Si	No
21	Piensa críticamente acerca de su propio punto de vista	✓		✓		✓	
22	Admite sus errores y modifica sus puntos de vista	✓		✓		✓	
23	Se autoevalúa para determinar su nivel de comprensión o aprendizaje	✓		✓		✓	
24	Destina una cantidad de tiempo razonable a entender temas complejos	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable []

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg:

Adela Luzmila Osuna Velásquez

DNI: 08505455

Especialidad del validador:

Psicólogo

Mayo del 2016

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

UAP UNIVERSIDAD
ALAS PERLANAS
UNIVERSITARIA
DR. Adela Luzmila Osuna Velásquez
Coordinadora Académica
E.P. Psicología Humana

Firma del Experto Informante.

Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Análisis							
1	Al desarrollar un tema identifica el concepto central del mismo	✓		✓		✓		
2	Analiza los temas tratados en clase	✓		✓		✓		
3	Saca conclusiones en base a la información	✓		✓		✓		
4	Analiza lo que escribe y lo comprende	✓		✓		✓		
	Dimensión 2 : Inferencia	Si	No	Si	No	Si	No	
5	Enuncia, desarrolla y ejemplifica lo estudiado o tratado de diferentes maneras, llegando a conclusiones bien razonadas	✓		✓		✓		
6	Realiza preguntas relacionadas al tema dictado	✓		✓		✓		
7	Relaciona lo aprendido con su experiencia	✓		✓		✓		
8	Hace inferencias a partir de lo leído	✓		✓		✓		
	Dimensión 3 : Explicación	Si	No	Si	No	Si	No	
9	Cuestiona los conceptos propios y/o de otros	✓		✓			✓	
10	Cuando escribe reflexiona sobre lo que va escribiendo	✓		✓		✓		
11	Realiza preguntas que le permitan aclarar los temas tratados	✓		✓		✓		
12	Esta dispuesto a discernir cuando la evidencia lo requiera	✓		✓		✓		
	Dimensión 4: Interpretación	Si	No	Si	No	Si	No	
13	Analiza lo que lee	✓		✓		✓		
14	Al leer diferencia lo que entiende de lo que no comprende	✓		✓			✓	
15	Resume con sus propias palabras lo que lee	✓		✓		✓		
16	Llega a sus propias conclusiones bien razonadas	✓		✓		✓		
	Dimensión 5: Autorregulación	Si	No	Si	No	Si	No	

17	Acepta sugerencias cuando estudia	✓		✓		✓	
18	Se preocupa por entender el tema tratado	✓		✓		✓	
19	Utiliza la lectura y escritura para aprender	✓		✓		✓	
20	No se da por vencido cuando se enfrenta con una tarea intelectualmente desafiante o compleja	✓		✓		✓	
Dimensión 5: Evaluación		Si	No	Si	No	Si	No
21	Piensa críticamente acerca de su propio punto de vista	✓		✓		✓	
22	Admite sus errores y modifica sus puntos de vista	✓		✓		✓	
23	Se autoevalúa para determinar su nivel de comprensión o aprendizaje	✓		✓		✓	
24	Destina una cantidad de tiempo razonable a entender temas complejos	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Hay Suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | | Aplicable después de corregir | | No aplicable | |

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Dr. Torres Saizquez Jose Rapela DNI: 29411593

Especialidad del validador: Dr en Educación

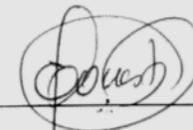
Mayo del 2016

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Dr en Educación
DINA 36924

Anexo 4: Bases de Datos

Base de datos de la variable Pensamiento Crítico

V1P1	V1P2	V1P3	V1P4	V1P5	V1P6	V1P7	V1P8	V1P9	V1P10	V1P11	V1P12	V1P13	V1P14	V1P15	V1P16	V1P17	V1P18	V1P19	V1P20	V1P21	V1P22	V1P23	V1P24
3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
3	4	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	4	2	4
3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	4
4	4	3	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	5	3	5	5	5	4	3	4	4
4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	5	3	4	4	3	2	3	4	3	3	5	5	4	3	4	3	4
2	3	4	5	3	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	4	3	3	4	5	3	4	5	4
3	4	3	4	2	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	3	4
2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1	3	2	2
3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
3	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4
5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	3
4	3	3	4	3	3	2	2	4	3	4	2	3	2	4	3	4	5	4	5	4	3	4	2
3	4	3	4	2	3	4	4	3	2	2	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4
3	3	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	4	3	2	3	5	5	4	2	3	4	3	3	3	4	5	3	3	5	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2
4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	1	4	4	2	2	1	2	3
5	5	5	5	4	3	5	4	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2
5	5	5	5	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	2	3	2	3	5	2	4	5
4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3
3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4

