



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
**“Educación religiosa y su relación en las relaciones interpersonales de jóvenes
estudiantes en Lima Metropolitana, 2024”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
Bachiller en Comunicación Estratégica

PRESENTADO POR:
Alzamora Cieza, Jimena Alejandra - Comunicación Estratégica

ASESOR
Quijano Aranibar, Ivan Ernesto

LIMA, PERÚ
2026

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Quijano Aranibar, Ivan Ernesto

MIEMBROS DEL JURADO

Huertas Valladares, Eduardo José

Ortiz Clarke, Dafne Ivette

Saco Vertiz Osterloh, Sandra Elizabeth

INFORME TURNITIN



Página 1 de 108 - Portada

Identificador de la entrega trn:old::30163:614997911

Educación religiosa y su relación en las relaciones interpersonales de jóvenes estudiantes en Lima Metropolitana,...

 Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:old::30163:614997911

Fecha de entrega

17 ago 2026, 2:05 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

17 ago 2026, 2:26 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

Educación religiosa y su relación en las relaciones interpersonales de jóvenes estudiantes en LI....docx

Tamaño del archivo

4.4 MB

88 páginas

16.249 palabras

94.681 caracteres



Página 1 de 108 - Portada

Identificador de la entrega trn:old::30163:614997911

DEDICATORIA

A quienes fueron soporte, inspiración y motivo constante durante todo este camino académico, mi familia, toda su paciencia, confianza, cariño y amor fueron clave para guiarme; y a también a las personas que, directa o indirectamente, formaron parte de este proceso.

Este trabajo no solo representa un resultado académico, sino también el reflejo de las horas de aprendizaje, desafíos y convicción personal. Lo dedico a todos los que han confiado en mí sin dudar, porque esa confianza fue que me sostuvo para llegar hasta aquí.

Alzamora Cieza, Jimena Alejandra

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero agradecimiento a mis asesores, Roxana Albarracín e Iván Quijano, por su orientación académica, rigurosidad y valioso acompañamiento durante todo este proceso del desarrollo de mi investigación. De igual forma, agradezco inmensamente a mis padres por su apoyo constante, confianza y motivación, fueron fundamentales para llegar hasta el final y obtener este logro académico.

ÍNDICE TEMÁTICO

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	2
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE TEMÁTICO	6
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS.....	10
RESUMEN.....	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN.....	13
I. INFORMACIÓN GENERAL	15
1.1. Título del proyecto.....	15
1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario	15
1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada.....	16
1.4. Localización o alcance de la solución.....	16
II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN	18
2.1. Planteamiento del problema.....	18
2.1.1. Problemas de investigación	21
2.2. Justificación	21
2.3. Marco referencial	23
2.4. Resumen ejecutivo.....	32
2.5. Características técnicas o atributos del proyecto.....	32
2.6. Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas	33
2.7. Objetivo general y específicos: propósito del proyecto	33

2.8. Componente del proyecto	34
2.9. Resultados generales: componente del proyecto	35
2.10. Plan de actividades del proyecto	36
2.11. Metodología del proyecto: diseños experimentales, sistemas de registros, técnicas a utilizar, factores y variables a estudiar	37
III. ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO	47
3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación	47
IV. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN.....	48
4.1. Análisis de resultados descriptivos.....	48
4.2. Análisis de resultados inferenciales.....	57
V. SUSTENTO DEL MERCADO	62
5.1. Alcance esperado del mercado	62
5.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o servicio de forma de comercialización innovadora	62
5.3. Descripción de la propuesta de innovación o del modelo de negocio.....	64
5.3.1. Diagnóstico situacional.....	65
5.3.2. Propuesta de valor	66
5.3.3. Fuentes de ingresos.....	66
5.3.5. Estratega de penetración en el mercado	67
5.3.6. Actividades productivas propias y externas	68
5.3.7. Alianzas.....	68
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
6.1. Conclusiones	69
6.2. Recomendaciones	70
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72

VIII. ANEXOS.....	75
8.1. Reporte de impacto y resultados.....	75
8.2. Matriz de consistencia.....	77
8.3. Matriz de operacionalización de variables.....	79
8.4. Instrumentos de recolección de datos	83
8.5. Validación de expertos	84
8.6. Otros que se consideren pertinentes.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Atributos de la aplicación	4
Tabla 2 Atributos de la aplicación	4
Tabla 3 Atributos de la aplicación	4
Tabla 4 Atributos de la aplicación	4
Tabla 5 Atributos de la aplicación	4
Tabla 6 Atributos de la aplicación	4
Tabla 7 Atributos de la aplicación	4
Tabla 8 Atributos de la aplicación	4
Tabla 9 Atributos de la aplicación	4
Tabla 10 Atributos de la aplicación	4
Tabla 11 Atributos de la aplicación	4
Tabla 12 Atributos de la aplicación	4
Tabla 13 Atributos de la aplicación	4
Tabla 14 Atributos de la aplicación	4
Tabla 15 Atributos de la aplicación	12

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Atributos de la aplicación	4
Figura 2 Atributos de la aplicación	4
Figura 3 Atributos de la aplicación	4
Figura 4 Atributos de la aplicación	4
Figura 5 Atributos de la aplicación	4
Figura 6 Atributos de la aplicación	4
Figura 7 Atributos de la aplicación	4
Figura 8 Atributos de la aplicación	4
Figura 9 Atributos de la aplicación	4
Figura 10 Atributos de la aplicación	4
Figura 11 Atributos de la aplicación	4
Figura 12 Atributos de la aplicación	4
Figura 13 Atributos de la aplicación	4
Figura 14 Atributos de la aplicación	4
Figura 15 Atributos de la aplicación	12

RESUMEN

La investigación que se llevó a cabo tenía como propósito explorar la conexión entre la educación religiosa y las relaciones interpersonales en estudiantes de cuarto y quinto año de secundaria de la IEP Ramírez Barinaga, ubicada en San Juan de Miraflores, durante el año 2024. Este estudio se realizó con un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado y con un diseño no experimental, utilizando herramientas de recolección de datos que han sido validadas para evaluar ambas variables. Los resultados mostraron que hay una relación significativa entre la formación en educación religiosa y el desarrollo de habilidades sociales, como la comunicación asertiva, el respeto, la empatía y la convivencia escolar. Además, se notó que los estudiantes que han interiorizado más los valores religiosos tienden a mostrar actitudes prosociales y una mayor disposición hacia la solidaridad y el trabajo en equipo. Con base en estos hallazgos, se sugiere la creación de una plataforma educativa digital que potencie la enseñanza de la educación religiosa a través de recursos interactivos y estrategias pedagógicas innovadoras, con el objetivo de contribuir al desarrollo socioemocional y mejorar la convivencia en el entorno escolar.

Palabras claves: educación religiosa, relaciones interpersonales, valores, convivencia escolar, estudiantes de secundaria, formación, valores.

ABSTRACT

The purpose of the research was to explore the connection between religious education and interpersonal relationships in fourth- and fifth-year secondary school students at the IEP Ramírez Barinaga, located in San Juan de Miraflores, during the year 2024. This study was conducted using a quantitative, applied approach and a non-experimental design, using data collection tools that have been validated to evaluate both variables. The results showed that there is a significant relationship between religious education and the development of social skills, such as assertive communication, respect, empathy, and school coexistence. In addition, it was noted that students who have internalized religious values more tend to show prosocial attitudes and a greater willingness toward solidarity and teamwork. Based on these findings, we suggest the creation of a digital educational platform that enhances the teaching of religious education through interactive resources and innovative pedagogical strategies, with the aim of contributing to socio-emotional development and improving coexistence in the school environment.

Keywords: religious education, interpersonal relationships, values, school coexistence, secondary school students, training, values.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ainscow, M., Booth, T., & Dyson, A. (2006). *Improving schools, developing inclusion*. Routledge.
- Basualdo, M. (2022). *La enseñanza de la educación religiosa y el aprendizaje de valores en alumnos de sexto grado del distrito de Los Olivos*.
- Berger, P. L. (2014). *The many altars of modernity: Toward a paradigm for religion in a pluralist age*. De Gruyter.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence* (5th ed.). Routledge.
- Chero Valdiviezo, L. (2022). *Educación religiosa y valores morales en estudiantes de la institución educativa Mundo Mejor*.
- Cortina, A. (2013). *¿Para qué sirve realmente la ética?* Paidós.
- Davie, G. (2015). *Religion in Britain: A persistent paradox*. Wiley-Blackwell.
- Decety, J., & Cowell, J. M. (2014). The complex relation between morality and empathy. *Trends in Cognitive Sciences*, 18(7), 337–339. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2014.04.008>
- De Dreu, C. K. W., & Gelfand, M. J. (2008). Conflict in the workplace: Sources, functions, and dynamics. En C. K. W. De Dreu & M. J. Gelfand (Eds.), *The psychology of conflict and conflict management in organizations* (pp. 3–54). Lawrence Erlbaum Associates.
- Deutsch, M., Coleman, P. T., & Marcus, E. C. (2014). *The handbook of conflict resolution: Theory and practice* (3rd ed.). Jossey-Bass.
- Díaz Vigo, M., & Saldaña, R. (2023). *Educación religiosa y convivencia escolar en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada*.
- Esteban, F., & Buxarraís, M. R. (2016). Educación en valores y ciudadanía. *Teoría de la Educación*, 28(1), 13–33. <https://doi.org/10.14201/teoredu20162811333>
- Gert, B., & Gert, J. (2017). *Morality: Its nature and justification*. Oxford University Press.

- Giddens, A., & Sutton, P. W. (2017). *Sociology* (8th ed.). Polity Press.
- Goleman, D. (2017). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ* (Updated ed.). Bantam Books.
- Groome, T. H. (2011). *Will there be faith? A new vision for educating and growing disciples*. HarperOne.
- Holliman, G., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269–293.
- Johnson, S. M. (2019). *Attachment theory in practice: Emotionally focused therapy (EFT) with individuals, couples, and families*. Guilford Press.
- Koenig, H. G. (2012). Religion, spirituality, and health: The research and clinical implications. *ISRN Psychiatry*. <https://doi.org/10.5402/2012/278730>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15.^a ed.). Pearson.
- Leung, D., Law, R., van Hoof, H., & Buhalis, D. (2017). Social media in tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1–2), 3–22.
- Lewicki, R. J., McAllister, D. J., & Bies, R. J. (2006). Trust and distrust: New relationships and realities. *Academy of Management Review*, 23(3), 438–458.
- Lewicki, R. J., Tomlinson, E. C., & Gillespie, N. (2006). Models of interpersonal trust development. *Journal of Management*, 32(6), 991–1022. <https://doi.org/10.1177/0149206306294405>
- Mayer, J. D., Roberts, R. D., & Barsade, S. G. (2008). Human abilities: Emotional intelligence. *Annual Review of Psychology*, 59, 507–536.
- Pargament, K. I. (2013). *Spiritually integrated psychotherapy*. Guilford Press.
- Pulizzi, J. (2014). *Epic content marketing*. McGraw-Hill.
- Rempel, J. K., Holmes, J. G., & Zanna, M. P. (1985). Trust in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(1), 95–112.

- Rojas, M. (2022). Estrategias de marketing de contenidos y posicionamiento digital. *Revista Peruana de Marketing Digital*, 5(2), 45–59.
- Romero, C. (2018). *Religión y sociedad en el Perú contemporáneo*. PUCP.
- Sánchez, L., & Paredes, J. (2023). Gestión de contenidos digitales y posicionamiento de marca. *Revista Latinoamericana de Investigación en Marketing*, 8(1), 77–91.
- Schwartz, S. H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).
- Smart, N. (2017). *Dimensions of the sacred*. University of California Press.
- Torres, J., & Cárdenas, R. (2021). Marketing de contenidos y visibilidad digital. *Revista de Investigación en Ciencias Empresariales*, 4(2), 33–48.
- Turner, B. S. (2011). *Religion and modern society*. Cambridge University Press.
- UNESCO. (2015). *Rethinking education: Towards a global common good?* UNESCO Publishing.
- UNESCO. (2018). *Repensar las políticas culturales*. UNESCO.