



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE HUMANIDADES**

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE  
PSICOLOGÍA**

**“EL AUTOCONCEPTO Y EL EMPRENDEDURISMO  
EN MUJERES DUEÑAS DE UNA PEQUEÑA Y  
MICRO EMPRESA DE UNA IGLESIA CRISTIANA  
EVANGÉLICA DE LOS OLIVOS”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

**AUTORA:**

**MARANATHA YOHANAN LOAYZA LEON**

**ASESOR:**

**Dr. JOSÉ VALLEJOS SALDARRIAGA**

**LINEA DE INVESTIGACION:**

**PSICOLOGIA CLINICA**

**Lima – Perú**

**2014**

## **PÁGINA DEL JURADO**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “El autoconcepto y el emprendedurismo en mujeres dueñas de una pequeña y micro empresa de una iglesia cristiana evangélica de Los Olivos”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Psicología

Maranatha Yohanan Loayza León

José Vallejos Saldarriaga  
Presidente

Rosario Martínez Gonzales  
Secretaria

César Manrique Tapia  
Vocal

A mi Padre Celestial por su infinito amor, a mis amados padres quienes me apoyaron a seguir mi destino y fueron de gran motivación e inspiración cuando más lo necesité y a mis hermanas a quienes amo.

## AGRADECIMIENTOS

Mi agradecimiento más sincero para todas las personas que me enseñaron y ayudaron a lo largo de mi vida aportando experiencia valiosa, que influyeron positivamente en mis decisiones personales y para dar palabras de aliento a quien lo necesitó.

Quiero agradecer a Dios, quien abrió puertas y me llevó a las personas indicadas que fortalecieron y enriquecieron mi experiencia profesional y personal. Y por ver cumplidas sus promesas en mi vida.

Agradecer a mis padres: José Luis Loayza Egúsquiza, por ser mi modelo a seguir en su liderazgo de inspiración, trayectoria profesional, su amor a Dios y sus consejos como padre y amigo; Martha León Plasencia, por sentir su amor y dedicación a lo largo de mi vida, su admirable sensibilidad y ayuda humanitaria, por darme la vida y ser mi valioso referente de ser mamá, y por su incondicional ayuda brindada a lo largo de este proceso. A Jocabed y Shalom por ser siempre una alegría en mi vida y ser mi razón para llegar a ser su admiración. Y en especial consideración a las mujeres emprendedoras que colaboraron con esta investigación.

Por último agradecer, a quien sin su ayuda no podría haber hecho esta investigación: Dr. José Vallejos Saldarriaga, por su admirable conocimiento y dedicación a su trabajo, quien me guió y encaminó académicamente en este último trecho, dándome la confianza de que estoy haciendo un excelente trabajo. Sinceramente muchas gracias.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Maranatha Yohanan Loayza León con DNI N° 71208477, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Humanidades, Escuela de Psicología, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, Julio del 2014

---

Maranatha Yohanan Loayza León

## PRESENTACIÓN

La presente investigación denominada: “Autoconcepto y Emprendedurismo en mujeres dueñas de una pequeña y micro empresa de una iglesia cristiana evangélica de Los Olivos” se realizó por el interés de dar a conocer la relación entre el autoconcepto frente al emprendedurismo presente en la mujer, y cómo estas logran influenciar en la toma de decisiones dentro de la empresa, lo que permitirá implementar de mejor de la imagen de las mujeres emprendedoras.

El contenido de la presente investigación está distribuido en capítulos. En la primera parte se encuentra la introducción, el problema de investigación, se menciona también, el planteamiento del problema, la formulación del problema, así como la justificación de la investigación, los antecedentes de estudio que nos brindan una performance acerca de las variables investigadas y los objetivos tanto general como específicos. Además se hace referencia al marco teórico y conceptual de las variables Autoconcepto y Emprendedurismo.

En la segunda parte, se encuentra el marco metodológico, que detalla la metodología empleada durante la investigación, aborda hipótesis, variables, el tipo de investigación, método de investigación, describe las características de la población y muestra, así mismo, señala los métodos y técnicas utilizadas en la presente investigación.

En la tercera parte, se evidencia los resultados obtenidos en tablas, realizados en el programa SPSS, posteriormente, en la cuarta parte, se realiza la discusión de los resultados. En las páginas posteriores se encuentran las conclusiones, sugerencias y referencias bibliográficas del trabajo de investigación.

## INDICE

PORTADA	I
PAGINA DEL JURADO	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	V
PRESENTACIÓN	VI
INDICE	VII
INDICE DE TABLAS	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	
1.1. Problema	23
1.2. Hipótesis	25
1.3. Objetivos	26
<b>II. MARCO METODOLÓGICO</b>	
2.1. Variables	27
2.2. Operacionalización de variables	28
2.3. Metodología	37
2.4. Tipo de estudio	37
2.5. Diseño	37
2.6. Población, muestra y muestreo	37
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
2.8. Método de análisis de datos	44
2.9. Aspectos éticos	44
<b>III. RESULTADOS</b>	46
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	58
<b>V. CONCLUSIONES</b>	61
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	63
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b>	64
<b>ANEXOS</b>	69

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución por edad de la muestra _____	46
Tabla 2. Cuadros estadísticos descriptivos para emprendedurismo y sus áreas _____	46
Tabla 3. Cuadros estadísticos descriptivos para autoconcepto y sus dimensiones _____	47
Tabla 4. Resultados descriptivos del autoconcepto y sus dimensiones _____	48
Tabla 5. Resultados descriptivos del emprendedurismo y sus áreas _____	49
Tabla 6. Prueba de normalidad par las variables estudiadas mediante la prueba de Kolmogorov Smirnov _____	50
Tabla 7. Correlación entre el autoconcepto y el emprendedurismo _____	51
Tabla 8. Correlación entre las dimensiones internas del autoconcepto y las áreas del emprendedurismo _____	52
Tabla 9. Correlación entre las dimensiones externas del autoconcepto y las áreas del emprendedurismo _____	54
Tabla 10. Correlación entre el autoconcepto y el emprendedurismo por estado civil _____	56
Tabla 11. Correlación entre el autoconcepto y el emprendedurismo por grado de instrucción _____	57
Tabla 12. Correlación entre el autoconcepto y el emprendedurismo por edad _____	58



## RESUMEN

El presente estudio tuvo como finalidad determinar la relación entre el Autoconcepto y el Emprendedurismo, en una muestra de mujeres dueñas de una pequeña o micro empresa de una iglesia cristiana evangélica de Los Olivos. La muestra probabilística estuvo conformada de 200 mujeres, cuyas edades fluctúan entre 18 a 69 años. Los instrumentos aplicados para la presente investigación fueron la Escala de Autoconcepto de Tennessee y el Test de Capacidad Emprendedora. Los resultados revelaron que las mujeres no presentan relación significativa entre su autoconcepto y emprendedurismo (-0,125), así como una correlación significativa y negativa entre el autoconcepto con las áreas de honestidad, autoconfianza, liderazgo y coordinación, negociación y capacidad para asumir riesgos del emprendedurismo. También, se encuentra una correlación significativa y negativa entre el autocomportamiento con las áreas de comunicación, honestidad y liderazgo y coordinación. Así mismo, se encontró una correlación significativa y positiva entre la dimensión interna de autoestima con las áreas de comunicación, honestidad, tenacidad, negociación, liderazgo y coordinación. Se afirma que existe una correlación estadísticamente significativa y positiva entre la dimensión física del autoconcepto con las áreas de creatividad e innovación, comunicación, honestidad, autoconfianza, liderazgo y coordinación, responsabilidad y capacidad para asumir riesgos. Así mismo, existe relación significativa y positiva entre la dimensión moral-ético del autoconcepto con las áreas de negociación, responsabilidad y altruismo. Se encuentro una correlación significativa negativa entre la dimensión personal con el área de altruismo. Se encontró una relación significativa y negativa entre la dimensión social y las áreas de creatividad e innovación, comunicación, honestidad, autoconfianza, liderazgo y coordinación, negociación, responsabilidad y capacidad para asumir riesgos.

*Palabras clave:* Correlacional, Autoconcepto, Emprendedurismo.

## ABSTRACT

This study had as finality to determining relations between the self-concept and the entrepreneurship, in a sample of women owners of a small or micro business of an evangelical Christian church in Los Olivos. The probabilistic sample was conformed by 200 women whose ages range between 18 to 69 years old. The instruments applied for our present study were: the Tennessee's Autoconcept Scale and the Entrepreneurism Test. Results showed that women have no significant relationship between self-concept and entrepreneurship (-0,125), and a significant negative correlation between self-concept in the areas of honesty, self-confidence, leadership, coordination, negotiation and risk-bearing capacity of entrepreneurship. Also, there is a significant and negative correlation between the Self-behavior in the areas of communication, honesty and leadership and coordination. Also, a significant positive correlation between the internal dimension of self-esteem with the areas of communication, honesty, tenacity, negotiation, leadership and coordination was found. We can say that there is a statistically significant positive correlation between the physical dimension of self-concept to the areas of creativity and innovation, communication, honesty, self-confidence, leadership and coordination, responsibility and ability to take risks. In the same way, there are a significant and positive relationship between the moral-ethical dimension of self-concept with the areas of negotiation, responsibility and altruism. Significant negative correlation between the personal dimension and the altruism area was found. Finally, a significant and negative relationship between the social dimension and the areas of creativity and innovation, communication, honesty, self-confidence, leadership and coordination, negotiation, responsibility and ability to take risks was found.

*Key words:* Correlational, Self-concept, entrepreneurship.