



Universidad Femenina del Sagrado Corazón
Facultad de Gestión Empresarial
Escuela Profesional de Administración de Negocios
Internacionales

**NIVEL DE EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES LÍDERES EN
LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN EL PERÚ - 2021:
CASO EXPLORATORIO**

Tesis presentada por:

DEYSSI BERNITA ORTEGA PÁRRAGA

Para obtener el Título Profesional de:

Licenciada en Administración de Negocios Internacionales

Asesora

María Mercedes Tang Tong

Cód Orcid: 0000-0002-1430-1248

Lima – Perú

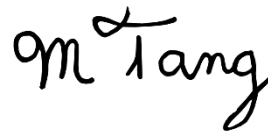
2021

Los miembros del jurado han aprobado el estilo y el contenido de la tesis sustentada por:

NOMBRES Y APELLIDOS

DEYSSI BERNITA ORTEGA PÁRRAGA

Mg. María Mercedes Tang Tong
Miembro del Jurado - Asesora



Dr. Juan Manuel Fernández Chavesta
Miembro del Jurado – Presidente



Mg. Santos David Vargas Guillén
Miembro del Jurado



—



Dr. Juan Manuel Fernández Chavesta
Decano de la Facultad de
Gestión Empresarial

DEDICATORIA

Dedico mi tesis, en primer lugar, a Dios. A mis padres, por haberme proporcionado la mejor educación, por siempre estar pendientes de mi investigación al igual que mis hermanos. Además, quiero agradecer a todos mis familiares, por siempre impulsarme a seguir creciendo. Finalmente, a mis amigos, por el apoyo aportado, tiempo e información brindada para el logro de mis objetivos.



AGRADECIMIENTO

Agradezco a los miembros de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón, por su colaboración en este trabajo. En especial, a mi asesora Mercedes Tang, a quien le debo gran parte de mi aprendizaje y gusto por la investigación.



RESUMEN

El objetivo principal del presente trabajo de investigación fue medir el nivel de empoderamiento de las mujeres líderes en los Negocios Internacionales en el Perú, a fin de servir como referencia para otras mujeres que desean desempeñarse en este sector. El estudio es de alcance exploratorio y descriptivo. La muestra seleccionada fue de 22 participantes que se obtuvo de la relación de empresas que registraron operaciones de exportación y/o importación en el año 2019 y que se desempeñaron en el cargo de Gerente General entre los meses de enero y marzo 2021. La metodología de investigación empleada fue cuantitativa a través de encuestas, siendo la recopilación de la información primaria a través del instrumento para medir el nivel de empoderamiento de la mujer desarrollado por Hernández y García (2008), el cual permite medir el nivel de empoderamiento a través de las dimensiones de liderazgo, temeridad, influencias externas, independencia, igualdad, satisfacción social y seguridad. Como resultado se evidenció que todas las mujeres que participaron en este estudio cuentan con un nivel alto de empoderamiento, siendo las dimensiones de liderazgo y temeridad las más relevantes, las cuales indican a una mujer con alta capacidad de liderazgo, considerada emprendedora con plena confianza en sí misma y segura para tomar decisiones.

Palabras clave: empoderamiento, mujer, empresas, gerencia.

ABSTRACT

The main objective of this research work was to measure the level of empowerment of women leaders in International Business in Peru, in order to serve as a reference for other women who wish to work in this sector. The study is exploratory and descriptive in scope. The selected sample was of 22 participants that was obtained from the list of companies that registered export and / or import operations in 2019 and that served as General Manager between the months of January and March 2021. The methodology of The research used was quantitative through surveys, being the collection of primary information through the instrument to measure the level of empowerment of women developed by Hernández and García (2008), which allows to measure the level of empowerment through the dimensions of participation, recklessness, external influences, independence, equality, social satisfaction and security. As a result, it was evidenced that all the women who participated in this study have a high level of empowerment, being the dimensions of participation and recklessness the most relevant, which indicate a woman with high leadership capacity, considered an entrepreneur with full confidence in herself and confident to make decisions.

Keywords: empowerment, women, company, management.

ÍNDICE

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	5
ÍNDICE	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1. Planteamiento del Problema	12
1.1.1 Formulación del problema	15
1.2. Justificación de la Investigación	16
1.3. Delimitación de la Investigación	16
1.4. Objetivos de la Investigación	17
1.4.1. Objetivo General	17
1.4.2. Objetivo Específico	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	18
2.1. Antecedentes de la Investigación	18
2.2. Bases Teóricas	22
2.3. Definición de Términos	31
2.4. Formulación de Hipótesis	33
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO	34
3.1. Nivel, Tipo y Diseño de la Investigación	34
3.2. Población y Muestra	34
3.3. Operacionalización de la Variable de Estudio	36
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos	38
3.5. Técnicas estadísticas para el procesamiento y análisis de datos	41
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	44
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	56
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	60

6.1. Conclusiones	60
6.2. Recomendaciones	61
REFERENCIAS	63
APÉNDICES	69



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Teorías del Empoderamiento	24
Tabla 2 Dimensiones del Empoderamiento, según autores	26
Tabla 3 Criterios de inclusión y exclusión	35
Tabla 4 Operacionalización de Variable.....	37
Tabla 5 Calificación por pesos factoriales	40
Tabla 6 Calificación del nivel de empoderamiento por dimensiones.....	41
Tabla 7 Estadística de fiabilidad.....	42
Tabla 8 Calificación final del factor Liderazgo	42
Tabla 9 Calificación final del Empoderamiento	43
Tabla 10 Datos demográficos de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según edad	44
Tabla 11 Datos demográficos de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según nivel de estudios	45
Tabla 12 Datos demográficos de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según estado civil	45
Tabla 13 Datos demográficos de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según número de hijos.....	46
Tabla 14 Análisis de empresas, según tamaño.....	47
Tabla 15 Análisis de empresas, según actividad	48
Tabla 16 Análisis de empresas, según sector.....	48
Tabla 17 Calificación y nivel de cada dimensión.....	49
Tabla 18 Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión de Liderazgo	50
Tabla 19 Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión Temeridad	51
Tabla 20 Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión de Influencias Externas.....	51
Tabla 21 Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión de Independencia.....	52
Tabla 22 Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión de Igualdad	53
Tabla 23 Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión de Satisfacción Social	53
Tabla 24 Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión Seguridad.....	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Número de artículos definitivos.....	18
Figura 2. Características más frecuentes de las mujeres líderes en los Negocios Internacionales.....	47
Figura 3. Características más frecuentes de las empresas lideradas por Mujeres en los Negocios Internacionales.....	49



INTRODUCCIÓN

En la actualidad el comercio internacional es uno de los sectores más importantes que aportan a la economía del país, representando el 41% del Producto Bruto Interno [PBI] del Perú en el 2019 (Expansión, 2019), reflejando un potencial crecimiento. Por otro lado, temas como el empoderamiento y la igualdad de género vienen tomando fuerza como respuesta a los objetivos sostenibles establecidos por las Naciones Unidas para el 2030. Por ello, siendo este un sector importante donde aún no se ha estudiado las características más frecuentes de la mujer que ocupan estos cargos directivos se desarrolla el presente estudio.

En el marco de la investigación, se iniciará desde la siguiente estructura: En el capítulo I: Se desarrolló el planteamiento del problema, donde se describe la situación de la mujer desde el nivel mundial hasta la situación a nivel nacional, se formula el problema, indicando la justificación, delimitación y planteando los objetivos del tema de investigación.

En el capítulo II: Se realizó la revisión de la literatura, presentando los antecedentes tanto nacionales como internacionales, se muestra las diversas bases teóricas, definiciones de términos de materia de estudio y se establecen las hipótesis.

En el capítulo III: Se analizó la metodología, estableciendo el nivel, tipo y diseño de investigación, se identificó la población y muestra, se definen las variables, se muestra el cuadro de operacionalización de la variable. Adicionalmente, se detalla las técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como las técnicas estadísticas para el análisis de estos.

En el capítulo IV: Se mostró los resultados obtenidos a través de las encuestas.

En el capítulo V: Se contrasto los resultados obtenidos con trabajos realizados anteriormente con la misma variable.

En el capítulo VI: Se presentó las conclusiones y recomendaciones, a fin de servir de base para futuras investigaciones.



CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

Los negocios internacionales hacen referencia a los intercambios comerciales de productos y servicios entre empresas o personas de diferentes países compuesto por dos actividades principales: el comercio exterior, encargado de las políticas comerciales realizadas entre un país o bloque de país y el comercio internacional, que se refiere a las operaciones de importaciones y exportaciones que se realizan mundialmente (Asociación Especializada para el Desarrollo Sostenible [AEDES], 2015).

En este contexto, haciendo referencia a las actividades de los negocios internacionales tales como la importación y exportación, estos representaron en el 2019 el 60.4% del PBI mundial y el 41% del PBI del Perú (Banco Mundial, 2020a) (Expansión, 2019). Respecto a estas cifras, el crecimiento anual ponderado en el período 2013 – 2019 a nivel mundial, mostró que las exportaciones crecieron en 4.11%, mientras que las importaciones se redujeron en 4.03%. Por otro lado, a nivel nacional el crecimiento anual ponderado de las exportaciones peruanas en el mismo periodo fue de 1.35% y las importaciones presentaron un decrecimiento de 0.37% anual ponderado (Banco Mundial, 2020b) (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas [SUNAT], 2020).

Estas actividades de exportación e importación en el Perú en el 2019 se registraron con 8,218 empresas exportadoras y 35,016 empresas importadoras, de los cuales, según la base de datos de Adex Data Trade solo 3,568 empresas se dedican a ambas actividades (Adex Data Trade, 2020). Esta relación de 3,568 empresas se cruzó con la base de datos de funcionarios registrados en Perú Top

10.000 del 2019, identificando únicamente a 202 empresas lideradas por mujeres, entre grandes, medianas y pequeñas empresas, principalmente en los sectores agroindustriales y ganadería, comercializadoras, caucho y plástico, textiles, industrias alimentarias y pesca (Perú Top 10.000, 2020). En este sentido, la escasa participación de la mujer en posiciones de liderazgo en este rubro refleja que el sector de comercio internacional está típicamente liderado por el género masculino.

Por otro lado, se tiene el Informe de Negocios Internacionales (IBR) de (Grant Thornton, 2020), basándose en 4,900 encuestas realizadas en 32 países de los cinco continentes en el periodo de octubre y noviembre 2019, el cual mostró un 29% de puestos en alta dirección dirigidos por mujeres a nivel global, mientras que Latinoamérica reflejó un 33% de mujeres que ocuparon puestos de alta dirección. Asimismo, el estudio corporativo del (Ránking PAR, 2019) auspiciado por la Cámara de Comercio de España, señaló que la presencia de mujeres en puestos ejecutivos gerenciales en el Perú en el año 2018 fue de 30% en relación con 194 empresas encuestadas.

Estas estadísticas se registran toda vez que se quiere cumplir con el objetivo del desarrollo sostenible establecido en el año 2015 para el año 2030 por las Naciones Unidas, para lograr reducir y empoderar a mujeres y niñas, por ello, se ha venido estudiando el nivel de empoderamiento femenino ya que en la actualidad la igualdad de género es un punto primordial sobre la cual aún se viene trabajando (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2016).

Se han estado realizando esfuerzos para lograr este objetivo sostenible, las estadísticas mostraron que la mujer está presente en cargos de alta dirección

en la tercera parte de las empresas y perciben una menor remuneración que sus pares hombres para el mismo cargo. Esta brecha se puede explicar a nivel población, en cuanto al acceso a un trabajo en el mercado laboral y participación de la mujer en los cargos de decisión. Es así que, como punto de referencia, se tiene el año 2018 donde se registró que la población mundial estuvo conformada por 50.5% de varones y 49.5% de mujeres (United Nations, 2019), mientras que la población económicamente activa se distribuyó en un 51.5% de varones y un 48.5% de mujeres en el mercado laboral (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2019). Sin embargo, los puestos de liderazgo ocupados por mujeres fueron de 32% del total a nivel mundial (OIT, 2017). En el caso de Perú, la población a nivel país estuvo representada por 50.5% de varones y 49.9% de mujeres, mientras que la población económicamente activa [PEA] definida como la población que se encuentra trabajando o están disponibles para la producción de bienes o servicios por un periodo determinado (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2019), mostró que, en el periodo 2018 del total de la PEA el 44.2% son mujeres y 55.8% son varones. Estas diferencias proporcionales se reflejan aún más en el análisis sobre el total de empresas en el 2018, el 71.8% fue liderado por hombres mientras que solo el 28.2% se encontró liderado por mujeres y en el contexto salarial señala que las mujeres ganan 28.5% menos del ingreso total de los hombres (INEI, 2019).

Con respecto a los estudios realizados sobre este tema, se encontró el estudio realizado por el INEI en el 2018 donde indica la escasa evidencia de estudios empíricos cualitativos y cuantitativos sobre el empoderamiento de las mujeres peruanas y propone el objetivo de generar conocimiento y diseñar un sistema de monitoreo y evaluación a falta de uno. En este contexto, se ha

identificado también otro instrumento utilizado para estimar el nivel de empoderamiento; tal como, la Escala para Medir Agencia Personal y Empoderamiento (ESAGE) (Padilla, 2013), aplicado en el sector de microempresas. Asimismo, a nivel internacional se encontraron estudios relacionados en cuanto al tema de empoderamiento de la mujer por los autores (Pallavi y Khushboo, 2014; Hernández, 2020).

Si bien hay esfuerzos puntuales para la medición del nivel de empoderamiento en ciertos países y en específicos rubros, no se tiene una referencia en cuanto a la mujer que se desempeña como gerente general de empresas dedicadas a los negocios internacionales a nivel mundial ni a nivel país, por lo que se plantea el presente trabajo, siendo el interés de la investigación contribuir con un primer estudio empírico sobre este tema en la literatura nacional enfocada en la medición de empoderamiento de mujeres líderes en empresas de actividades económicas relacionadas a los negocios internacionales, con el objetivo de medir el nivel de empoderamiento e identificar aquellas dimensiones más desarrolladas para el desempeño de sus puestos, utilizando un instrumento validado en varios estudios en México. Cabe resaltar que la presente investigación se ha desarrollado en época de pandemia relacionada con la covid-19 en el año 2020.

1.1.1 Formulación del problema

1.1.1.1. Problema Principal

¿Cuál es el nivel de empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales en el Perú - 2021?

1.1.1.2. Problema Específico

¿Cuáles son las dimensiones más relevantes de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales en el Perú – 2021, utilizando el instrumento validado por Hernández y García (2008)?

1.2. Justificación de la Investigación

Richardson(2018) identifica que una de las deficiencias de la medición del empoderamiento es la falta de rigurosidad sobre los pasos específicos para mejorar la medición en las investigaciones actuales.

Considerando que el empoderamiento es un factor con alto nivel de importancia debido a que la mujer cumple un papel relevante en diversas actividades económicas y políticas en estos últimos años (INEI, 2018).

Por ello, la finalidad de esta investigación fue contribuir con mayor conocimiento sobre el tema para que sirva como una primera lectura, para medir el empoderamiento de la mujer y poder contribuir con el desarrollo de futuros estudios relacionados, utilizando el instrumento de Hernández y García (2008), para poblaciones más representativas.

Este estudio será de beneficio para las mujeres que deseen desarrollarse en organizaciones relacionadas con el sector de exportación e importación y desempeñarse en puestos de liderazgo. Los resultados de la investigación permitirán tener un alcance más claro del nivel de empoderamiento femenino que permita enfocar políticas y capacitaciones para lograr reducir la brecha de género en las empresas de los sectores antes mencionados.

1.3. Delimitación de la Investigación

1.3.1. Delimitación Temporal

El desarrollo de la presente investigación tomó como referencia a las empresas peruanas que registraron operaciones de importación y/o exportación en el año 2019.

1.3.2. Delimitación Espacial

Para efectos de la población de estudio, se consideraron a todas las empresas que registraron operaciones de importación y/o exportación en la SUNAT en el período 2019 en el territorio nacional.

1.3.3. Delimitación Social

Participaron 22 mujeres que ocupan los cargos de Gerentes Generales, en empresas de negocios internacionales. Es un estudio con alcance exploratorio con un enfoque cuantitativo tipo encuesta utilizando el instrumento para medir el nivel de empoderamiento de la mujer (Hernández y García, 2008).

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

Medir el nivel de empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales en el Perú - 2021.

1.4.2. Objetivo Específico

Identificar las dimensiones más relevantes de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales en el Perú - 2021, utilizando el instrumento validado por Hernández y García (2008).

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Con la finalidad de identificar los trabajos nacionales e internacionales, se realizó una revisión sistemática de literatura, empezando por la búsqueda en distintas bases de datos nacional e internacional. A fin de determinar el estado de conocimiento o estado de arte sobre el tema a investigar, también se consideraron los trabajos realizados por organizaciones mundiales, revistas científicas y universidades, en el periodo del 2010 al 2020. Se identificaron un total de 310 artículos analizados desde el título, resumen, objetivos y resultados, de los cuales se eliminaron los trabajos duplicados, obteniendo 160 artículos. Finalmente, se seleccionaron todos los artículos disponibles incluyendo los trabajos que contaban con el concepto, propuesta y justificación del instrumento de medida, concepto de las dimensiones que proponen y resultados con relación a sus objetivos, identificando un total de 7 estudios, los mismos que se señalan en antecedentes nacionales e internacionales.

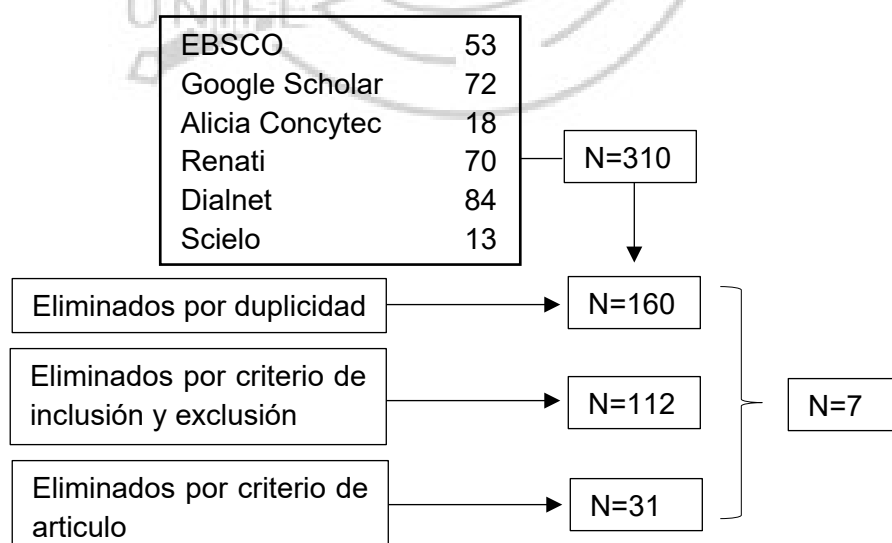


Figura 1. Número de artículos definitivos.

Nota: Adoptado de "BPMS para la gestión: una revisión sistemática de literatura", por Martín-Navarro, Lechuga y Medina-Garrido (2018).

2.1.1. Antecedentes Nacionales

Santi (2018), tesis para optar el grado de Maestría en Administración de Negocios Internacionales. Universidad San Martín de Porres, titulada *“La Influencia del Liderazgo femenino en la cultura organizacional de tres empresas Limeñas”*. Tuvo como objetivo determinar la influencia entre el liderazgo femenino y la cultura organizacional de tres empresas. El trabajo fue un estudio descriptivo correlacional, aplicado a diez gerentes directivas de tres empresas del sector farmacéutico, educativo y consultoría mediante un cuestionario estructurado bajo los conceptos de liderazgo y cultura organizacional, teniendo como resultado que el liderazgo femenino influye en la cultura organizacional de manera positiva reflejando que las ejecutivas muestran capacidad de negociación, liderazgo participativo y preocupación por los demás, virtudes que las llevan a tener un manejo apto para el crecimiento de la organización.

Cirilo y Toralva (2017), tesis para obtener el grado de Maestría en Administración. Universidad ESAN, titulada *“Internacionalización de las Empresas Peruanas Lideradas por Mujeres”*, indicó como objetivo conocer el perfil de la mujer empresaria que lidera empresas internacionales así como sus factores y retos en el proceso de internacionalización. Aplicada a 20 organizaciones peruanas de diferentes sectores, hicieron uso de dos técnicas para analizar los datos, la primera basada en entrevistas como investigación cualitativa y un cuestionario en la investigación cuantitativa. El trabajo concluyó indicando que las mujeres empresarias se caracterizan por tener capacidades y habilidades gerenciales, son mujeres de 35 años de edad en adelante, casadas, con hijos y un grado de instrucción alto. En cuanto al perfil de empresas el trabajo señaló, los retos que han enfrentado en el proceso de internacionalización, tales

como las tarifas, calidad y certificaciones solicitadas en los negocios internacionales, donde destaca el sector agroindustrial y el sector comercial.

Depaz, Celis, Cobián, y Solis (2014), tesis para optar el grado de Magíster en Administración. Pontificia Universidad Católica del Perú, denominada *“Actitudes y Estilos de Liderazgo en Ejecutivas en el Perú”*, tuvo como objetivo identificar y describir las actitudes adoptadas por las mujeres para alcanzar un cargo ejecutivo. Se utilizó el enfoque mixto de investigación, aplicaron un cuestionario general de reporte académico y desarrollo profesional posteriormente se hizo una entrevista, instrumentos aplicados a 15 mujeres ejecutivas. Finalmente, la investigación concluyó indicando que las causas esenciales para ocupar puestos ejecutivos son la experiencia y conocimiento obtenido al momento de laborar, así como las especializaciones y capacitaciones de manera permanente otros factores son los aspectos actitudinales tienen capacidad de gestión, grandes redes de contacto y un alto nivel de integridad con sus colaboradores.

2.1.2. Antecedentes Internacionales

A nivel internacional la exploración se realizó con distintas palabras claves, generando una búsqueda desde los siguientes títulos “nivel empoderamiento”, “análisis empoderamiento” y “mujer”, esta investigación se efectuó el 17 de mayo del 2020 en la base de datos EBSCO, Google académico, Scielo y Dialnet, obteniendo los siguientes estudios:

Hernández (2020), Colombia. Tesis para obtener el grado de Magíster en Gerencia Internacional en la Universidad de La Sabana, titulada *“Empoderamiento de la mujer colombiana por intermedio de la internacionalización de emprendimientos”*. Planteó como objetivo determinar el impacto del empoderamiento de la mujer colombiana al internacionalizar sus

emprendimientos, la investigación es descriptiva de metodología cualitativa analizando la relación entre el empoderamiento de la mujer y la internacionalización de emprendimientos, realizando entrevistas de profundidad a diez mujeres. El estudio indico que las mujeres afrontan diversas situaciones de desigualdad de género que las limitan en su iniciativa empresarial, sin embargo dichas situaciones fortalecen a las emprendedoras creando productos y servicios con visión para llegar al mercado internacional teniendo como objetivo la internacionalización, es así que las mujeres generan mayor independencia y se sienten valoradas a nivel familiar y social tomando la totalidad de decisiones al incursionar en mercados internacionales.

Peragón (2020), España. Tesis titulada *“Mujer y comercio exterior”* para obtener el grado de Licenciada en Administración en la Universidad de Jaén. Tuvo como objetivo identificar los obstáculos a los que se enfrentan las mujeres que quieren estar presentes en los mercados exteriores, la investigación es de tipo cualitativo haciendo uso de la entrevista a profundidad a cinco mujeres que ocupan cargos de alta dirección en empresas internacionales. El estudio concluyó que los agentes económicos deberían estar interesados en la participación de las empresarias en el comercio internacional.

Caneba, Chica y Barreneche (2015), Colombia. Tesis para optar el grado de Licenciado en Administración de Negocios Internacionales. Institución Universitaria de Envigado, trabajo titulado *“Estilos de Liderazgo de la Mujer en la Alta Dirección de las Comercializadoras Internacionales”*, tuvo como objetivo establecer los estilos de liderazgo de las mujeres en puestos de alta dirección de las comercializadora internacionales, la investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de grado exploratorio. El estudio concluyó indicando que la

presencia de mujeres en puestos de alta dirección está relacionados a su formación académica y profesional, así como las habilidades de poder tomar decisiones, se muestran atentas en los trabajos de sus equipos, son eficientes, confiables y organizadas.

Pallavi y Khushboo (2014), India. Artículo denominado: *“Leadership: Determinant of Women Empowerment”* tiene como objetivo evaluar el empoderamiento de mujeres desde una perspectiva de su presencia en roles de liderazgo. El estudio se realizó a una muestra de 50 mujeres profesionales, se hizo uso de seis factores de empoderamiento elaborado por John Show International Researchers (JSI). Este estudio indicó que las mujeres presentan un nivel alto de liderazgo, habilidades interpersonales que les permite recibir más información mejorando su capacidad persuasiva y el sentirse seguras de sí mismas.

2.2. Bases Teóricas

En el estudio se consideraron conceptos relevantes tales como; el empoderamiento, liderazgo femenino y negocios internacionales, que abarcan el marco del empoderamiento en empresas de actividades internacionales lideradas por mujeres. En la investigación se desarrolló aspectos que contribuyen la fase de posición en un puesto de alta dirección de la mujer.

Teniendo como base que América Latina y el Caribe han venido formando mayores áreas de liderazgo de la mujer en sectores públicos y privados promovidas por el Banco Interamericano de Desarrollo y el Foro Económico Mundial siendo el objetivo desarrollar la participación de las mujeres en el liderazgo de toma de decisiones, se identifica que en América Latina y el Caribe

solo 37% de los países tiene a una mujer en puestos de directorio y 73% no cuenta con mujeres en puestos de alta dirección (Andrew, 2018).

2.2.1. Origen del Empoderamiento

De acuerdo a Peiró (2020), menciona que el origen del empoderamiento nace en el enfoque de la educación en la década de los 60 por Paulo Freire, pedagogo más destacado del siglo XX, concepto aplicado en un inicio a todos los grupos sociales, pero en primera instancia aplicada al colectivo femenino a través de la red DAWN, en el año 1985, donde un grupo de investigadoras planteó que el empoderamiento, es el proceso por el cual la mujer tuviera mayor acceso a puestos de responsabilidad, control de recursos y mejora de sus capacidades.

2.2.2. Teorías del Empoderamiento

En el análisis realizado para la presente investigación, se identificaron teorías de diversos enfoques y su evolución en el tiempo. Desde el concepto de empoderamiento con una primera definición en el año 1986 basados en el control de los recursos y el control sobre la ideología, así como en el 2009 donde se evidencia al empoderamiento como control y autoridad, hasta sus dimensiones según diferentes autores (ver Tabla 1).

Estos conceptos tienen en común, que el empoderamiento hace referencia al poder con el que cuenta una persona y la capacidad de tomar decisiones para su bienestar y el de los demás.

Tabla 1

Teorías del Empoderamiento

Definiciones	Autores
<p>Plantea tres dimensiones del poder donde las mujeres son las involucradas. La primera dimensión: el "poder para" producir los cambios. La segunda dimensión procesos que un grupo logra eliminar. Por último, el "poder sobre", se evidencia cuando los "intereses reales" de algunos grupos están siendo rechazados.</p>	(Lukes, 1986)
<p>El empoderamiento presenta dos aspectos primordiales: control sobre los recursos (físicos, humanos, intelectuales, financieros, y el de su propio ser), así como, el control sobre la ideología (creencias, valores y actitudes).</p>	(Batliwala, 1997)
<p>El empoderamiento es aquel desarrollo donde la mujer tiene la capacidad de ampliar su nivel de vida y entorno, mayor valoración de ellas mismas y su eficiencia en las relaciones con los demás.</p>	(Schuler, 1997)
<p>El empoderamiento debe ser entendido bajo los conceptos de poder, considerando las tres dimensiones del empoderamiento; la dimensión personal, el empoderamiento consiste en desarrollar el sentido del ser, de la confianza y la capacidad individual; dimensión de las relaciones cercanas, consiste en negociar e influenciar y la dimensión colectiva, el desarrollo en el trabajo.</p>	(Rowlands, 1997)
<p>El empoderamiento de la mujer radica en la habilidad de ellas para controlar su propio destino, mediante la potestad de elegir con libertad las mejores decisiones para su vida, pero ello no se consigue solo con tener capacidades y habilidades iguales sino también tener más oportunidades y los medios para alcanzarlas.</p>	(Zimmerman, 2000)
<p>El empoderamiento se define como poder, autoridad y responsabilidad otorgado a las personas para que sean más activas y proactivas dentro de la organización.</p>	Chiavenato(como se cito en Peña y Cosi, 2018a, p. 32)

Elaboración: Propia,2021.

2.2.3. Dimensiones del empoderamiento

Los estudios revisados permitieron identificar dimensiones del empoderamiento de la mujer propuesta por distintos autores (ver Tabla 2). Sin embargo de acuerdo a la literatura analizada dentro de las dimensiones más relevantes y utilizadas para el nivel de empoderamiento de la mujer se encuentran; el empoderamiento participativo denominado liderazgo para fines del presente trabajo (líder, participación en actividades, emprendimiento y auto eficiencia), temeridad (seguridad y valentía), influencias externas (autonomía), independencia (toma de decisiones), igualdad (perspectivas de género), satisfacción social (confianza, respeto del entorno), seguridad (satisfacción, respeto y confianza a sí misma).



Tabla 2

Dimensiones del Empoderamiento, según autores

Dimensiones	Autores
Económica Sociocultural Legal Política Psicológica	Malhotra, Schuler, y Boender (2002)
Liderazgo Temeridad Influencias Externas Independencia Igualdad Satisfacción Social Seguridad	Hernández y García (2008)
Sentido de sí mismo y visión de un Futuro Movilidad y Visibilidad Seguridad Económica Estado y poder de decisión dentro del hogar Capacidad para interactuar efectivamente en la esfera pública Participación en grupos no Familiares	Pallavi y Khushboo (2014)
Vida y Salud Física Control sobre el Entorno Material Relaciones Sociales Integridad física y Seguridad Empleo Remunerado Bienestar Psicológico	Ruiz-Bravo, Vargas, y Clausen (2018)

Elaboración: Propia, 2021.

En el marco del presente estudio, se tomó como referencia la propuesta de dimensiones de Hernández y García (2008), quien toma como base el concepto de empoderamiento de la autora Schuler (1997), la misma que hace énfasis al poder de decisión y autonomía, así como el entendimiento en que se basa el poder, el porqué de la toma de decisiones y su motivación.

2.2.4. Definición sobre la Teoría de empoderamiento utilizada

De acuerdo a las definiciones mencionadas anteriormente, la presente investigación utilizó la propuesta de Schuler (1997), quien indica al

empoderamiento como proceso por el cual las mujeres incrementan sus capacidades de mejorar sus propias vidas y la de su entorno, teniendo mayor concientización “sobre sí mismas, su estatus y eficiencia con las relaciones sociales” (Schuler, 1997a, p. 31), señalando seis manifestaciones para el desarrollo de empoderamiento; Sentido de seguridad y visión de futuro, capacidad de ganarse la vida y de actuar eficazmente en la esfera pública, mayor poder de tomar decisiones en el hogar, participación en grupos no familiares y uso de grupos de solidaridad como recurso de información y apoyo, por último la movilidad y visibilidad en la comunidad. En ese sentido, cabe indicar que la elección de la herramienta denominada “Instrumento para Medir el Empoderamiento de la Mujer (IMEM)”, posibilita la definición de las manifestaciones para evaluar las características del empoderamiento, ya que logra dar cuenta del grado de empoderamiento alcanzado por las mujeres.

2.2.5. Liderazgo Femenino

Eficacia para crear equipos de trabajo y capacidad de toma de decisiones en momentos de crisis, siendo prioridad para toda empresa capacitar y dar la oportunidad de ocupar un puesto de dirección a una mujer demostrando sus capacidades para dirigir equipos de trabajo, indicando de esta manera que el liderazgo femenino presenta mayor compromiso social y un estilo de liderazgo más participativo (EAE Business School, 2016).

2.2.5.1. Teoría del Liderazgo focalizado en los Negocios

En la investigación identificaron diferentes teorías, desde un concepto que indica características psicológicas, conductuales y las teorías situacionales que explican los resultados de un líder, así como los cambios de una situación a otra.

Para la presente investigación se presentará la teoría que se encuentra relacionada a los negocios.

Teoría de Liderazgo Transformacional

De acuerdo con Bass (1999), este tipo de liderazgo es una forma de influencia que motiva a los colaboradores alcanzar metas, transformando personas y organizaciones para alcanzar logros. Todo líder transformador enfrenta el cambio y tiene una mejor visión de futuro elevando su deseo de logro y autodesarrollo.

Característica del Liderazgo femenino en organizaciones

El liderazgo femenino en las organizaciones principalmente se caracteriza por reflejar a una mujer más colaborativa, carismática y empática, virtudes que predominan logrando captar las necesidades de sus colaboradores alineando estos mismos con los objetivos de la organización, dichas características conllevan hacia un alto nivel de inteligencia influyendo de manera óptima en las distintas tomas de decisiones, asimismo, dichas mujeres líderes tienen plena capacidad de lograr conciliación, ya que presentan mayor predisposición al cambio y capacidad de negociaciones más abiertas, son innovadoras con un firme sentido de la calidad, presentan mayor habilidad comunicativa y son capaces de persuadir a su entorno al momento de negociar manteniendo una visión global (Villarroel, 2020).

2.2.6. Negocios Internacionales

Según Briceño (2018), se entiende por negocios internacionales a las transacciones de las organizaciones por parte del gobierno o privadas, esto implica las ventas de bienes y servicios entre diferentes países. Es decir, para realizar dicho intercambio se debe atravesar fronteras las cuales se encuentran

controladas por una aduana encargada de la entrada y salida de mercancías, cabe resaltar que los negocios internacionales están compuestos por dos partes principales el comercio exterior y el comercio internacional.

2.2.6.1. La globalización en los Negocios Internacionales

De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (2002), señala que la globalización es el cambio hacia una economía con mayor integración e interdependencia dada por un conjunto de países en todo el mundo, desarrollada a raíz del aumento del volumen y variedad de transacciones transfronterizas de bienes, servicios, tecnología y capitales, con la finalidad de lograr una ventaja competitiva sostenible que permita el desarrollo mundial. Proceso por el cual existe mayor comunicación entre diferentes países unificando mercados, sociedades y culturas, siendo los negocios internacionales un mecanismo principal para lograr una mayor globalización.

2.2.6.2. Competitividad en los Negocios Internacionales

La competitividad internacional de las empresas hace referencia a la capacidad y habilidad que tiene toda empresa para tener un mayor y mejor rendimiento en relación con sus competidores en el mercado internacional haciendo uso de sus ventajas competitivas, para defender sus cuotas en el mercado obteniendo un resultado positivo con relación al rendimiento internacional (Peña-Vinces & Tigüero, 2011).

2.2.6.3. Principales actividades de los Negocios Internacionales

Empresas Exportadoras

Son aquellas que venden bienes y servicios a otros países fuera del territorio nacional. Su acceso a nuevos mercados permite tener mayores cifras de ventas, tienen acceso a economías de escala, en cuanto a los productos se

consigue alargar la vida útil, ya que si el producto no es vendido a nivel nacional, permite ser ofrecido a nuevos mercados ampliando el acceso a más clientes (Díaz, 2013).

Empresas Importadoras

Actividad en la cual las empresas compran tanto bienes como servicios de países extranjeros, esto les permite tener una base de proveedores más amplia aumentando la capacidad competitiva y reduciendo la dependencia de proveedores nacionales, también destaca en maximizar su capacidad de distribución generando aumentando su rentabilidad, así como mejora su capacidad competitiva al contar con experiencia de otros países (Esneca, 2018).

2.2.7. Relación entre el empoderamiento de las mujeres en puestos de liderazgo y los negocios internacionales

Según Meza y Villaizan (2018) señala que, una empresa liderada por mujeres puede llegar a ser una empresa importante con alto nivel de competencia, puesto que las mujeres proporcionan una mejor visión en las organizaciones y fomentan mayor cooperación que las lleva a impulsar las labores de sus trabajadores potenciando su competitividad empresarial con otras organizaciones dedicadas a las mismas actividades. Por otro lado, en el informe del embajador Ocampos (2016) en el Centro de Comercio Internacional titulado *“El empoderamiento de la mujer en el comercio internacional”*, señala que por cada cinco empresas exportadoras solo una de ellas está liderada por una mujer, análisis realizado en 20 países en desarrollo. Es decir, las empresas mantienen diversos obstáculos, prejuicios que limitan el acceso a mujeres a puestos de liderazgo influyendo a su vez en la productividad de la organización, ya que se experimentan barreras en procedimientos de información y pagos a diferencia

de las empresas lideradas por los varones. Sin embargo, se estima que 865 millones de mujeres a nivel mundial podrían contribuir con mejores fuerzas económicas potenciando así diversos sectores comerciales, principalmente el sector de comercio internacional al aumentar el PBI mundial si las mujeres participan en igualdad de condiciones con los varones.

En este contexto y de acuerdo a los conceptos mencionados anteriormente, se puede relacionar la importancia de empoderar a las mujeres para que ocupen puestos de liderazgo, ya que conlleva a tener mejores resultados, puesto que son persuasivas, mantienen compromiso con su equipo de trabajo llevándolas a tener mejor capacidad de negociación logrando así mayor permanencia en los mercados internacionales al ser un sector que se encuentra en constante cambio con el paso de la globalización y la competitividad a nivel mundial.

2.3. Definición de Términos

Para efectos de la presente investigación, se definieron las dimensiones y conceptos utilizados por distintos autores:

Empoderamiento: Desarrollo de todo el conjunto de capacidades y potencial humano para poseer la capacidad de actuar y asumir identificación y satisfacción de sí misma y a nivel social (Portocarrero, 2015).

Empoderamiento de la Mujer: Proceso por el cual las mujeres tienen la capacidad de incrementar su vida y entorno, mayor valoración de ellas mismas y su eficiencia en las relaciones con los demás (Schuler, 1997).

Empresas: Entidad conformada por capital social, contratación de personal, dedicada a diversas actividades que tienen propósito lucrativo y busca alcanzar objetivos (Sánchez, 2015).

Empresas Internacionales: Aquella que vende o produce sus productos de manera mundial además del país de origen, efectúa operaciones de importación y exportación donde se efectúan oportunidades de negocio (Quiroa, 2021).

Exportación: Régimen aduanero que permite la salida de territorio aduanero de las diversas mercancías o servicios nacionales para su uso o consumo definitivo en el exterior (SUNAT, 2020).

Igualdad: Sentido muy elevado de equidad entre ambos sexos, permitiendo competir por mejores posiciones (Hernández y García, 2008).

Independencia: Alto grado de independencia, tanto para toma de decisiones con su familia o con la sociedad (Hernández y García, 2008).

Influencias Externas: Dependencia de uno mismo y no de factores ajenos a uno, específicamente como una forma de control interno (Hernández y García, 2008).

Importación: Régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio nacional, procedente de países extranjeros, para su consumo, luego del pago de los derechos arancelarios e impuestos aduaneros (SUNAT, 2020).

Liderazgo: Acto ejercido por un líder, con alto nivel de cooperación en actividades mediante un proceso en el cual influye en el comportamiento de diferentes grupos como empleados, familiares, amigos entre otros, para el logro de objetivos, considerada también emprendedora y autosuficiente (Hernández y García, 2008).

Satisfacción Social: Alto nivel de confianza con relación a las relaciones sociales, considerando que es respetada y valorada (Hernández y García, 2008).

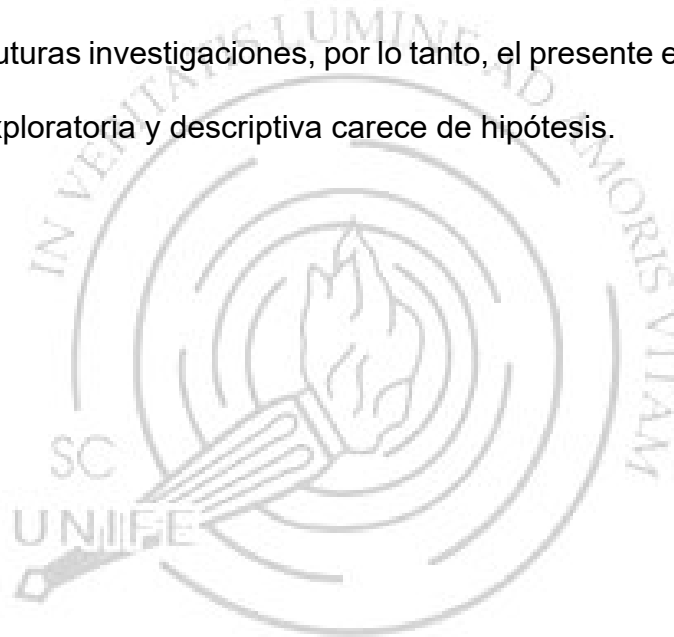
Seguridad: Seguridad de sí misma, con alto nivel de decisión que permite desarrollar acciones y encontrar mejores posiciones en todo ámbito (Hernández y García, 2008).

Temeridad: Seguridad en la toma de decisiones y en las acciones que ejecuta (Hernández y García, 2008).

2.4. Formulación de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis Principal

De acuerdo a (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), los estos estudios exploratorios se dan cuando el tema es poco estudiado y establecen una línea para futuras investigaciones, por lo tanto, el presente estudio al ser una investigación exploratoria y descriptiva carece de hipótesis.



CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Nivel, Tipo y Diseño de la Investigación

3.1.1. Nivel de Investigación

La investigación fue de nivel exploratorio, puesto que el tema es poco estudiado y se indaga sobre un área desde una nueva perspectiva y descriptivo, debido a que describe los datos sociodemográficos y características de las mujeres que ocupan puestos de gerentes generales en empresas que realizan importaciones y exportaciones (Hernández, et al. 2014).

3.1.2. Tipo de Investigación

La investigación fue tipo básica, ya que el propósito fue recolectar información real y mostrar resultados, basados en la revisión de antecedentes relacionados con el empoderamiento de la mujer en los negocios internacionales (Hernández, et al. 2014).

3.1.3. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es no experimental cuantitativa de descripción simple, puesto que no se modificará la variable. Se midió tal y como se desarrolla en su contexto natural para ser analizado posteriormente (Hernández, et al. 2014).

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

La presente investigación inicialmente consideró a las empresas que llevan a cabo dos actividades comerciales al mismo tiempo: exportación e importación, ubicadas en Perú, donde las mujeres ocupan el cargo de gerentes generales. De acuerdo con la selección realizada se identificaron 202 gerentes generales, posteriormente se amplió la población incluyendo a las empresas

dedicadas solo a la actividad de importación, con la finalidad de tener un mayor tamaño de población y el presente trabajo tenga un mejor análisis, tomando en cuenta los criterios de inclusión y exclusión.

Tabla 3
Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Empresas con actividad comercial.	Mujeres que no estén de acuerdo con la investigación.
Lideradas por mujeres.	Empresas con actividades menores a 1 año.
Empresas del sector internacional.	

Nota. Tomado de “BPMS para la gestión: una revisión sistemática de literatura”, por Martín-Navarro, Lechuga Sancho y Medina-Garrido (2018).
Elaboración: Propia, 2021.

3.2.2. Muestra

En el presente trabajo de investigación, se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, donde la selección fue en función a la accesibilidad, características de la investigación y consentimiento para participar de la misma. De esta manera la selección fue a través de las bases de datos (Adex Data Trade, 2020; Perú Top 10.000, 2020), ambas con relación al año 2019.

Se seleccionó a las empresas registradas en la base de datos Adex Data Trade, cuyo resultado fue 35,016 empresas importadoras y 8,218 empresas exportadoras, se tuvo un total de 3,568 empresas dedicadas a ambas actividades, priorizando aquellas que se encontraban en la base de datos Perú Top 10.000, teniendo 2,244 empresas. Finalmente se hizo la búsqueda de cuantas de ellas eran dirigidas por mujeres ocupando el cargo de gerentes generales, es así como se identificó inicialmente 202 empresas. A fin de

incrementar la muestra se contactaron a dos empresas dedicadas solo a la importación.

En este contexto, para efectos de la muestra se enviaron un total de 200 cartas de presentación, de las cuales 20 fueron respondidas por empresas importadoras y exportadoras y dos respondidas por empresas importadoras, subiendo la muestra a un total de 22 empresas peruanas, clasificadas en grandes, medianas y pequeñas empresas, lideradas por mujeres en el sector de negocios internacionales.

3.3. Operacionalización de la Variable de Estudio

3.3.1. Variable de Estudio

Esta investigación mide la variable del empoderamiento de la mujer, a través de las siguientes subvariables: liderazgo, temeridad, influencias externas, independencia, igualdad, satisfacción social y seguridad, que a su vez se encuentran relacionadas con un indicador. Es así como el nivel de empoderamiento se ve relacionado principalmente con la dimensión de liderazgo ya que dicha dimensión puede ser identificada en mujeres que ocupan puestos de alta dirección dentro de empresas del sector internacional.

3.3.2. Operacionalización de Variable

En la Tabla 4, se descompone la variable de estudio en siete subvariables, mostrando sus indicadores, así como los ítems del instrumento que responden a los indicadores correspondientes a las dimensiones.

Tabla 4

Operacionalización de Variable

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INDICE	INSTRUMENTO
EMPODERAMIENTO DE LA MUJER	Proceso por el cual las mujeres tienen la capacidad de incrementar su vida y entorno, mayor valoración de ellas mismas y su eficiencia en las relaciones con los demás. Schuler (1997)	Liderazgo	Autovaloración Logros obtenidos	10,8,33,20,9,34,32	1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=De acuerdo 4=Totalmente de acuerdo	CUESTIONARIO DE MEDICIÓN DEL EMPODERAMIENTO
		Temeridad	Autoestima Toma de decisiones	4,19,5,18,11		
		Influencias Externas	Estereotipos Nivel cultural	6,17,7,13,12,16		
		Independencia	Toma de decisiones Logro de metas	1,15,29,2		
		Igualdad	Ejercicios de derechos Oportunidades	14,3,28,30		
		Satisfacción Social	Respaldo familiar Elecciones voluntarias	31,26,23,27		
		Seguridad	Control de vida personal	24,22,25,21		

Nota. Tomado de "Instrumento para medir el empoderamiento de la mujer", por Hernández y García (2008).
Elaboración: Propia, 2021.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos

Para el presente estudio se empleó un cuestionario como instrumento denominado; Instrumento para Medir el Empoderamiento de la Mujer (IMEM), herramienta diseñada en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de México realizado por Hernández y García (2008), el mismo que ha sido autorizado para su aplicación en el presente trabajo. Consta de 34 preguntas, que miden en escala tipo Likert. El cuestionario es un listado de preguntas estandarizadas y estructuradas que se formulan y aplican de la misma manera a todas las encuestadas, donde se evaluará el empoderamiento considerando siete dimensiones (ver Apéndice B).

En este contexto, el IMEM es el instrumento con mayor referencia en diversos estudios, por sus dimensiones propuestas, enfocándose en mostrar el grado y características de empoderamiento logrado por las mujeres, permitiendo conocer las dimensiones más relevantes para lograr identificar el nivel de empoderamiento en mujeres que ocupan cargos de alta dirección.

3.4.1. Ficha Técnica

Denominación	: Instrumento para Medir el Empoderamiento de la Mujer.
Autores	: (Hernández y García, 2008)
Objetivo	: Identificar el nivel de empoderamiento de la mujer.
Alcance	: Mujeres Líderes de 30 a 65 años.
Aplicación	: Individual
Tiempo	: 15 minutos.
Material	: A través de Microsoft Forms, de manera virtual.
Duración	: Desde el 04 de enero hasta el 08 de marzo del 2021.

Descripción : El cuestionario consta de 34 preguntas tipo Likert, se enfocará en 7 dimensiones, para identificar el nivel de empoderamiento femenino.

Calificación : Las respuestas serán calificadas en escala de Likert, donde se considerará los valores del 1 al 4. Teniendo un puntaje máximo de 136 puntos, equivalente a una mujer empoderada. Se ubicará el nivel de empoderamiento de acuerdo con el siguiente rango de calificaciones.

- Empoderamiento Alto: Mayor a 105
- Empoderamiento Medio: De 90 a 104
- Empoderamiento Bajo: Menor a 89

Pesos factoriales : Los pesos factoriales de cada reactivo se muestran en la siguiente tabla (ver Tabla 5).

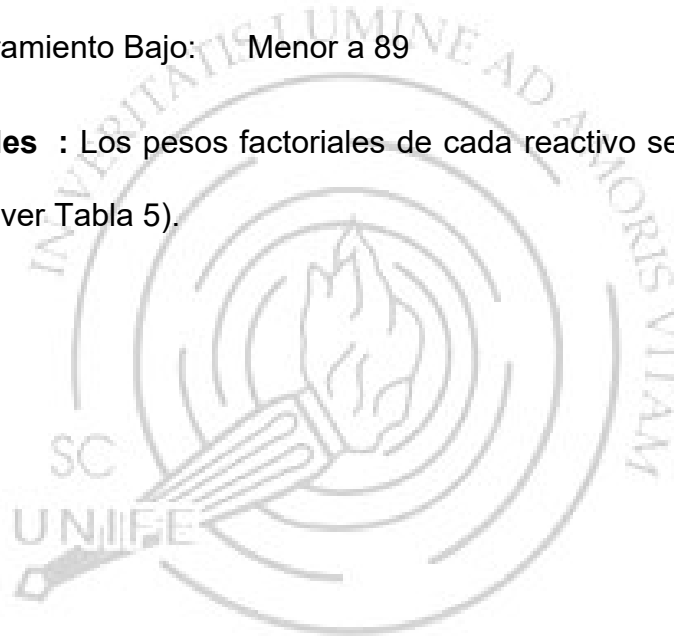


Tabla 5
Calificación por pesos factoriales

Dimensiones	Número de reactivo	Peso Factorial
Liderazgo	8	.775
	9	.708
	10	.808
	20	.405
	32	.528
	33	.736
	34	.530
Temeridad	4	.697
	5	.635
	11	.565
	18	.627
	19	.681
Influencias Externas	6	.475
	7	.629
	12	.520
	13	.584
	16	.401
	17	.674
Independencia	1	.687
	2	.517
	15	.667
	29	.602
Igualdad	3	.670
	14	.690
	28	.645
	30	.583
Satisfacción Social	23	.465
	26	.542
	27	.459
	31	.742
Seguridad	21	.477
	22	.580
	24	.761
	25	.519

Nota. Tomado de Hernández y García (2008).

Elaboración: Propia, 2021.

Calificación por dimensiones : Se designará el nivel de empoderamiento según dimensión como se observa en la Tabla 6.

Tabla 6

Calificación del nivel de empoderamiento por dimensiones

Dimensión	Revertir y Sumar	Sumar datos	Puntaje	Nivel de Empoderamiento
Liderazgo	Ninguno	8,9,10,20, 32,33 y 34	Menor a 20 21 - 24 Mayor a 25	Bajo Medio Alto
Temeridad	4,5,11,18 y 19	Ninguno	Menor a 8 9 - 12 Mayor a 13	Bajo Medio Alto
Influencias Externas	7,12,13,17	6 y 16	Menor a 15 16 – 19 Mayor a 20	Bajo Medio Alto
Independencia	1,2,15,29	Ninguno	Menor a 7 8 – 11 Mayor a 12	Bajo Medio Alto
Igualdad	Ninguno	3,14,28 y 30	Menor a 9 10 – 13 Mayor a 14	Bajo Medio Alto
Satisfacción Social	Ninguno	23,26,27 y 31	Menor a 10 11 – 14 Mayor a 15	Bajo Medio Alto
Seguridad	Ninguno	21,22,24 y 25	Menor a 10 11 – 14 Mayor a 15	Bajo Medio Alto

Nota. Tomado de Hernández y García (2008).

Elaboración: Propia,2021.

3.5. Técnicas estadísticas para el procesamiento y análisis de datos

Posterior a la recolección de la información, se construyó la base de datos en la hoja de cálculo de Microsoft Excel y se analizó a través del paquete estadístico en IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), donde las preguntas pasaron de medida nominal a ordinal para que pueda ser procesado en el SPSS, analizando el nivel de fiabilidad del instrumento, se alcanzó un *alfa*

de Cronbach de 0.633 para 34 reactivos, mostrando una baja consistencia para el instrumento. Tal como indica Hernández, et al., (2014) el valor mínimo aceptable es de 0.7 siendo 1 el valor máximo de fiabilidad. Por ello, al revisar la estadística total de elemento en SPSS (ver Apéndice C), mostró que, al eliminar un reactivo, daría como resultado *alfa de Cronbach* de 0.708 en 33 reactivos, lo cual indica que el instrumento es confiable. Posteriormente se realizó la elaboración de resultados de la encuesta, presentados en gráficos y tablas estadísticas, de acuerdo con los objetivos mencionados en la investigación.

Tabla 7
Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	Número de elementos
0.708	0.695	33

Nota. Adoptado de “Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach”, por Rodríguez-Rodríguez y Reguant-Álvarez (2020).

Fuente: SPSS (2021).

Elaboración: Propia,2021.

Como se mencionó anteriormente, se eliminó un reactivo, perteneciente a la dimensión de liderazgo, de los siete elementos se procedió a eliminar el reactivo número 20, teniendo las siguientes modificaciones en cuanto al rango de puntajes para identificar los niveles de empoderamiento en dicha dimensión y de manera general.

Tabla 8
Calificación final del factor Liderazgo

Factor	Revertir y Sumar	Sumar datos	Puntaje	Rango Empoderamiento
Liderazgo	Ninguno	8,9,10 32,33 y 34	Menor a 16 17 - 20 Mayor a 21	Bajo Medio Alto

Nota. Tomado de Hernández y García (2008).

Elaboración: Propia,2021.

Tabla 9

Calificación final del Empoderamiento

Rango	Categoría
Mayor a 101	Empoderamiento Alto
De 86 a 100	Empoderamiento Medio
Menor a 85	Empoderamiento Bajo

Nota. Adoptado de “Instrumento para medir el empoderamiento de la mujer”, por Hernández y García (2008).

Elaboración: Propia, 2021.



CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Se presentan los resultados obtenidos al aplicar el instrumento para Medir el Empoderamiento de la Mujer, a 22 mujeres líderes en los Negocios Internacionales, que ocupan el cargo de gerentes generales en empresas con ambas actividades de importación y exportación, como empresas dedicadas solo a la importación. Al calificar de acuerdo con las siete dimensiones, se registraron los siguientes resultados basándonos en los conceptos mencionados en la definición de términos.

4.1. Análisis de Datos Demográficos

En los resultados de datos demográficos se muestra la edad, nivel de estudios, estado civil y número de hijos.

Tabla 10

Datos demográficos de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según edad

Edad	Frecuencia
26 y 35	1
36 y 45	9
46 y 55	7
56 y 65	5
Total	22

Fuente: Respuesta de las preguntas demográficas.

Elaboración: Propia, 2021.

Con base en la Tabla 10 se puede observar que, de las 22 gerentes generales encuestadas, la mayoría se encuentra en el rango de los 36 y 45 años.

Tabla 11

Datos demográficos de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según nivel de estudios

Nivel de Estudios	Frecuencia
Secundaria o carrera técnica terminada	2
Bachillerato terminado	5
Licenciatura	8
Maestría	7
Total	22

Fuente: Respuesta de las preguntas demográficas.

Elaboración: Propia,2021.

De acuerdo con la Tabla 11, se observa que la mayor parte de las encuestadas, tienen un grado de instrucción superior, cuentan con grados de Licenciatura y Maestría.

Tabla 12

Datos demográficos de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según estado civil

Estado Civil	Frecuencia
Soltera	6
Casada	13
Viuda	1
Divorciada	2
Total	22

Fuente: Respuesta de las preguntas demográficas.

Elaboración: Propia,2021.

En la Tabla 12, se observa que, de las 22 encuestadas, más de la mitad son casadas o ha asumido un compromiso, mostrando que el ocupar un puesto de alta dirección no las ha llevado a descuidar o postergar su vida personal, asumiendo un compromiso familiar.

Tabla 13

Datos demográficos de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según número de hijos

Número de hijos	Frecuencia
Sin hijos	10
1	2
2	6
3	2
4 a más	2
Total	22

Fuente: Respuesta de las preguntas demográficas.

Elaboración: Propia, 2021.

Tal como se observa en la Tabla 13, más de la mitad de las encuestadas tienen hijos, es decir la carga o responsabilidad de ser gerente general no ha interferido en la decisión de tener hijos. Sin embargo 10 de ellas son gerentes generales sin hijos, pudiendo interpretarse también que el ocupar un cargo de toma de decisiones las ha llevado a postergar la idea de ser madres.

De acuerdo con los datos antes mencionados, en relación con al grupo de investigación centrado en 22 mujeres líderes en los negocios internacionales que ocupan el puesto de gerentes generales, se puede indicar que las características más frecuentes de dichas gerentes generales no solo recaen en ejercer el rol de esposa o madre, sino que también al hecho de tener un alto grado de responsabilidad exigido por el cargo, sin limitar su desarrollo a nivel profesional (ver Figura 2).

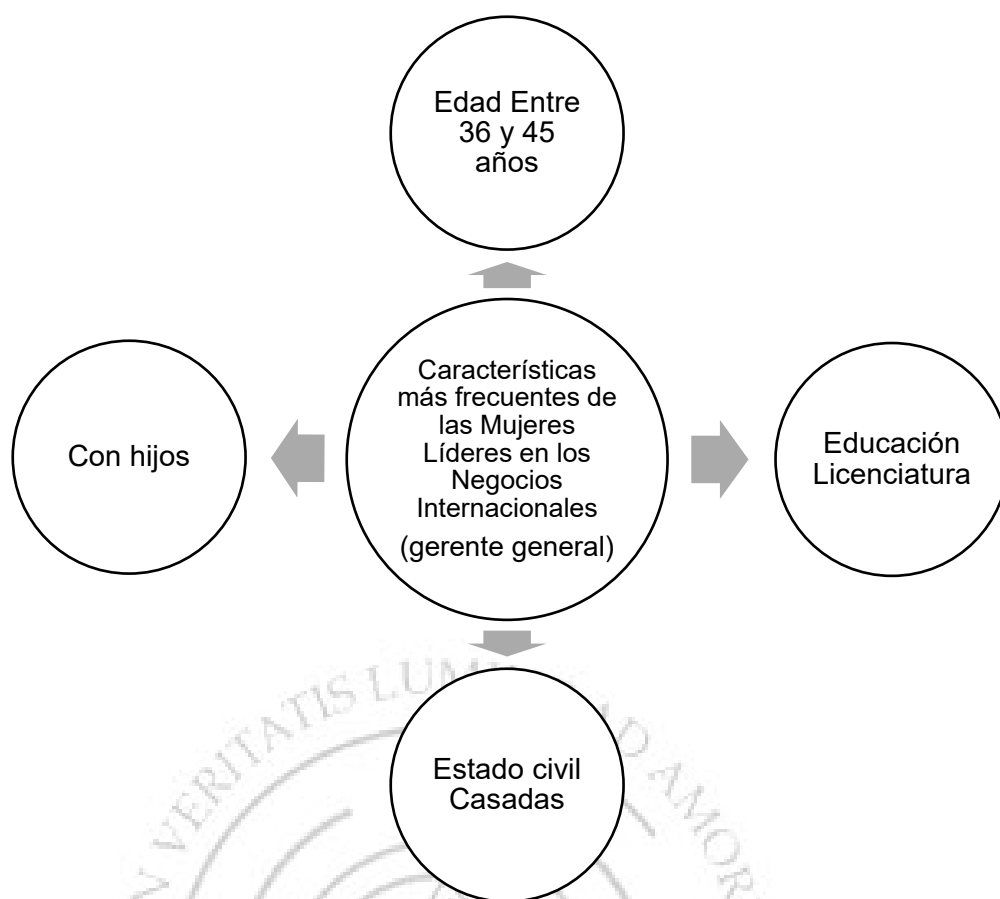


Figura 2. Características más frecuentes de las mujeres líderes en los Negocios Internacionales. Fuente: Respuesta de las preguntas demográficas.

4.2. Análisis de Empresas

En cuanto al análisis de empresas se muestra el tamaño, actividad de comercio exterior que realizan y sector al que pertenecen.

Tabla 14

Análisis de empresas, según tamaño

Tamaño	Frecuencia
Grande	14
Mediana	5
Pequeña	3
Total	22

Fuente: Perú Top 10.000 (2020).

Elaboración: Propia, 2021.

De acuerdo con la Tabla 14, se puede observar que, del total de encuestadas más de la mitad de las mujeres se encuentra liderando empresas

grandes en los negocios internacionales.

Tabla 15
Análisis de empresas, según actividad

Actividad	Frecuencia
Importador y Exportador	20
Importador	2
Total	22

Fuente: Perú Top 10.000 (2020).
Elaboración: Propia,2021.

Según la Tabla 15, se identifica a dos grupos de empresas dentro de las actividades de los negocios internacionales, donde se muestra que la mayoría de las mujeres encuestadas dirige empresas dedicadas a la importación y exportación.

Tabla 16
Análisis de empresas, según sector

Sector	Frecuencia
Agroindustrial y Ganadería	9
Caucho y Plástico	1
Comercializadoras	7
Constructoras	2
Pesca	2
Textiles	1
Total	22

Fuente: Perú Top 10.000 (2020).
Elaboración: Propia,2021.

Tal como observamos en la Tabla 16, con relación a la muestra investigada la mayoría ocupa el cargo de gerente general en empresas pertenecientes al sector agroindustrial y ganadería.

Con relación al análisis realizado a 22 mujeres líderes en los negocios internacionales podemos mencionar las características más frecuentes de las empresas en las que laboran (ver Figura 3).

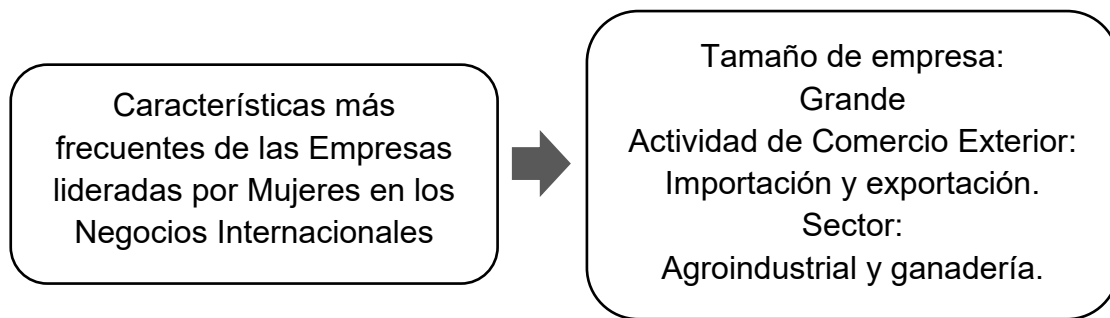


Figura 3. Características más frecuentes de las empresas lideradas por Mujeres en los Negocios Internacionales
Fuente: Perú Top 10.000 (2020).

4.3. Análisis por Dimensiones

Basándonos en la Tabla 17, al sumar las calificaciones de las siete dimensiones se obtiene un total de 105.36. Es así como, podemos identificar que el nivel de empoderamiento de las mujeres líderes que laboran en empresas relacionadas con el comercio internacional bajo el cargo de gerente general presenta un alto nivel de empoderamiento.

Tabla 17
Calificación y nivel de cada dimensión

Dimensiones del Empoderamiento	Media (calificación)	Desviación Estándar	Nivel
Total	105.36	5.71	Alto
Liderazgo	24.05	2.13	Alto
Temeridad	16.73	1.79	Alto
Influencias Externas	16.09	2.25	Medio
Independencia	10.59	1.97	Medio
Igualdad	9.86	1.89	Medio
Satisfacción Social	14.14	0.94	Medio
Seguridad	13.91	1.30	Medio

Nota. Adoptado de "Participación de las mujeres en empresas de hospedaje del municipio de Toluca, México. Análisis de su empoderamiento" por Mejía, et al. (2017).

Fuente: SPSS (2021).

Elaboración: Propia, 2021.

En este contexto se presenta los resultados de cada dimensión:

Dimensión de Liderazgo

En esta dimensión se aplicaron seis preguntas del IMEM, la calificación es la siguiente:

Bajo: si la calificación es menor o igual a 16

Medio: si la calificación está entre 17 y 20

Alto: si la calificación es mayor o igual a 21

Tabla 18

Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión de Liderazgo

Calificación	Nivel de Empoderamiento
24.05	Alto

Fuente: SPSS (2021).

Elaboración: Propia, 2021.

De acuerdo con la Tabla 18, para esta dimensión las encuestadas representan un nivel alto de empoderamiento, es decir, la mayoría de encuestadas son mujeres que demuestran una alta capacidad de liderazgo activo sin dejar de lado la perseverancia para el logro de los objetivos a cumplir, son emprendedoras y autosuficientes, ya que consideran que toda mujer debe tener ingresos propios para mejorar su calidad de vida, especializándose de manera constante para llegar a ocupar mayores puestos de alta dirección en empresas internacionales, ya que cuentan con habilidades de negociación y visión global, así como una fácil adaptación a los cambios que se dan actualmente con la globalización en los negocios.

Dimensión Temeridad

En esta dimensión se aplicaron cinco preguntas del IMEM, la calificación es la siguiente:

Bajo: si la calificación es menor o igual a 8

Medio: si la calificación está entre 9 y 12

Alto: si la calificación es mayor o igual a 13

Tabla 19

Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión Temeridad

Calificación	Nivel de Empoderamiento
16.73	Alto

Fuente: SPSS (2021).

Elaboración: Propia, 2021.

Según la Tabla 19, se observa que la dimensión temeridad tiene una media que ubica a las gerentes generales en un nivel de empoderamiento alto, se puede señalar que la mayoría de las mujeres encuestadas cuentan con un alto grado de valentía para poder tomar decisiones con total seguridad en sus acciones, caracterizadas por un mayor consenso en equipo y participación con su equipo para el logro de metas.

Dimensión de Influencias Externas

En esta dimensión se aplicaron seis preguntas del IMEM, la calificación es la siguiente:

Bajo: si la calificación es menor o igual a 15

Medio: si la calificación está entre 16 y 19

Alto: si la calificación es mayor o igual a 20

Tabla 20

Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión de Influencias Externas

Calificación	Nivel de Empoderamiento
16.09	Medio

Fuente: SPSS (2021).

Elaboración: Propia, 2021.

Como observamos en la Tabla 20, se registra un nivel medio de empoderamiento, indicando que gran parte de las gerentes generales cuentan

con herramientas para desempeñar su propio liderazgo sin embargo aún presentan una ligera dependencia de externos.

Dimensión de Independencia

En esta dimensión se aplicaron cuatro preguntas del IMEM, la calificación es la siguiente:

Bajo: si la calificación es menor o igual a 7

Medio: si la calificación está entre 8 y 11

Alto: si la calificación es mayor o igual a 12

Tabla 21

Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión de Independencia

Calificación	Nivel de Empoderamiento
10.59	Medio

Fuente: SPSS (2021).

Elaboración: Propia, 2021.

De acuerdo con la Tabla 21, el nivel de empoderamiento registrado en las encuestadas es medio, con crecimiento para alcanzar un nivel alto, lo que significa que tienen facultad de tomar sus propias decisiones y disponer por sí mismas, reduciendo su dependencia dada por parte de su entorno tales como su familia u amistades.

Dimensión de Igualdad

En esta dimensión se aplicaron cuatro preguntas del IMEM, la calificación es la siguiente:

Bajo: si la calificación es menor o igual a 9

Medio: si la calificación está entre 10 y 13

Alto: si la calificación es mayor o igual a 14

Tabla 22

Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión de Igualdad

Calificación	Nivel de Empoderamiento
9.86	Medio

Fuente: SPSS (2021).

Elaboración: Propia, 2021.

Según la Tabla 22, el grupo encuestado registra empoderamiento medio, es decir, que no presentan los elementos suficientes para derribar limitaciones de desigualdad, pero cuentan con una perspectiva de equidad que les permitirá competir para alcanzar un puesto de alta dirección.

Dimensión de Satisfacción Social

En esta dimensión se aplicaron cuatro preguntas del IMEM, la calificación es la siguiente:

Bajo: si la calificación es menor o igual a 10

Medio: si la calificación está entre 11 y 14

Alto: si la calificación es mayor o igual a 15

Tabla 23

Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión de Satisfacción Social

Calificación	Nivel de Empoderamiento
14.14	Medio

Fuente: SPSS (2021).

Elaboración: Propia, 2021.

Como observamos en la Tabla 23, se percibe un nivel de empoderamiento de medio a alto, lo que representa que en su mayoría tienen un alto grado de confianza respecto al entorno social, son valoradas y respetadas, pero aún no se sienten totalmente satisfechas.

Dimensión de Seguridad

En esta dimensión se aplicaron cuatro preguntas del IMEM, la calificación es la siguiente:

Bajo: si la calificación es menor o igual a 10

Medio: si la calificación está entre 11 y 14

Alto: si la calificación es mayor o igual a 15

Tabla 24

Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales, según la dimensión Seguridad

Calificación	Nivel de Empoderamiento
13.91	Medio

Fuente: SPSS (2021).

Elaboración: Propia, 2021.

La Tabla 24, indica que las gerentes generales presentan un nivel medio de empoderamiento, lo que representa que son mujeres seguras de sí mismas, pero hasta el momento no tienen la total confianza para buscar mejores posiciones a nivel laboral limitándose alcanzar puestos de mayor jerarquía.

Finalmente, en este orden de ideas los resultados reflejan que, si bien las mujeres líderes en los negocios internacionales presentan un nivel alto de empoderamiento de manera general, se identificaron solo dos dimensiones de: liderazgo y temeridad; con una calificación mayor, dichas mujeres cuentan con alta capacidad de liderazgo, valentía y alto grado de confianza para tomar decisiones en sus acciones. Asimismo, se consideran autosuficientes con plena capacidad de no depender totalmente de otras personas. De igual modo se identificó dimensiones con un nivel medio: influencias externas, independencia, igualdad, satisfacción social y seguridad. Esto significa, que las mujeres tienen capacidad para tomar sus propias decisiones, confían en sí mismas y tienen perspectiva de equidad de género. Sin embargo, presentan una limitación al

momento de buscar puestos más altos en la alta dirección, ya que influye la ideología machista y desigualdad en gran parte del entorno social.



CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo con las investigaciones mencionadas en los antecedentes, donde se identifican las publicaciones más relevantes para la discusión de los resultados de la presente investigación. En general los resultados reflejan un nivel de empoderamiento alto para la suma de todas las dimensiones, principalmente debido a las dimensiones de liderazgo y temeridad, otras dimensiones estuvieron en el rango medio de empoderamiento.

Para este estudio se señaló como objetivo medir el nivel de empoderamiento de las mujeres líderes en el Perú - 2021. Es así, que los resultados muestran que el total de encuestadas presenta un nivel alto de empoderamiento con una calificación de 105.36. Estos resultados se relacionan con el aporte de Pallavi y Khushboo (2014), cuyo objetivo fue evaluar el empoderamiento de las mujeres desde un enfoque con relación a sus roles de liderazgo donde las mujeres presentan un alto nivel de liderazgo. Asimismo, en cuanto a datos demográficos, las características más frecuentes de las mujeres líderes, como su rango de edad son de 36 a 45 años, poseen estudios superiores con título de Licenciadas y de Maestría, en referencia a su estado civil en su mayoría son casadas y tienen hijos, estos resultados son similares a los obtenidos por Cirilo y Toralva (2017), quien señala que la mujer líder de empresas camino a la internacionalización presentan un perfil similar, ya que en su mayoría tienen una edad de 35 a 64 años, siendo los 46 años la edad promedio, son casadas y con hijos en cuanto a educación más de la mitad presenta estudios superiores como Licenciatura y con relación al perfil de las organizaciones mencionan mayor presencia en empresas del sector agroindustrial y de comercio, resultado similar al presente estudio donde se

identifica mayor presencia de mujeres en empresas del rubro agroindustrial y comercializadoras, otras de características principales son que las empresas grandes y dedicadas a las actividades de importación y exportación tienen a una mujer en el puesto de gerentes generales.

En relación con el objetivo específico, se identificó dos dimensiones más relevantes: La dimensión liderazgo, donde las mujeres líderes en los negocios internacionales poseen un nivel alto de empoderamiento, al igual que los resultados de los autores antes mencionados, este resultado hace referencia al alto nivel de liderazgo, como indica Depaz, et al. (2014); Caneba, et al. (2015) de acuerdo al estudio realizado en mujeres ejecutivas, el contar con presencia de mujeres en puestos de alta dirección está relacionado con mujeres con mayor formación académica y experiencia profesional capaces para distintas tomas de decisiones y atentas a los cambios constantes relacionados con el sector de comercio internacional. Asimismo, en el trabajo de (Santi, 2018) realizado a diez mujeres ejecutivas señala que el liderazgo femenino refleja capacidad de negociación y virtudes que conllevan al crecimiento de las empresas. Es así como las mujeres del presente estudio que ocupan puestos de liderazgo en empresas de actividades relacionadas a la exportación y/o importación llevarían a tener mejores resultados al emplear sus habilidades de liderazgo.

La segunda, la dimensión temeridad permite indicar que más de la mitad de las mujeres encuestadas líderes en el sector de negocios internacionales presentan mayor seguridad en la toma de decisiones. De la misma forma Hernández (2020), menciona que las mujeres cuentan con un alto grado de independencia y sus tomas de decisiones fortalecen sus funciones en los negocios internacionales. Asimismo, se relaciona con cinco dimensiones que se

encuentran en un rango de nivel medio de empoderamiento. La dimensión de independencia y satisfacción social, donde se refleja a una mujer que tiene capacidad para tomar sus propias decisiones con un alto nivel de confianza en sí mismas, pero no se sienten totalmente respetadas y valoradas, esto debido a factores de actitudes y pensamientos propios de su entorno social.

En la dimensión de influencias externas, los resultados de las mujeres en los negocios internacionales muestran que cuentan con herramientas para desarrollar su liderazgo, mostrando un proceso continuo al recibir experiencias nuevas que permiten mejorar su trabajo en equipo y así alcanzar un nivel alto de empoderamiento. En este mismo contexto según Pallavi y Khushboo (2014), menciona que las mujeres profesionales tiene un alto nivel de liderazgo que en conjunto con sus habilidades y el recepcionar información de diversos lados desarrolla su capacidad para ser más persuasivas con los demás miembros de trabajo y alinear el proceso de trabajo hacia el cumplimiento de objetivos.

En relación con la dimensión de igualdad, señala que las mujeres al ocupar el puesto de gerentes generales tienen una clara perspectiva de equidad de género que las podría llevar a ocupar mayores puestos de alta dirección, sin embargo, no cuentan con la totalidad de elementos para eliminar barreras de desigualdad. Lo que va de la mano con lo señalado por Hernández (2020) donde se menciona que las mujeres están expuestas a situaciones de desigualdad de género que las limitan en el sector empresarial.

Con respecto a la dimensión seguridad, estos resultados de nivel medio de empoderamiento indican que las gerentes generales de empresas relacionadas con los negocios internacionales si bien resaltan un alto nivel de seguridad en sí mismas, aún no rompen las barreras para buscar mejores cargos

de mayor jerarquía, tal como menciona Peragón (2020), “los agentes económicos deberían de estar interesados en la participación de más mujeres en los negocios internacionales”, fortaleciendo la seguridad de las mujeres para participar en diferentes convocatorias para acceder a mayores puestos laborales de responsabilidad.

Es importante destacar que, la agrupación de las siete dimensiones refleja el nivel de empoderamiento de las mujeres líderes en los negocios internacionales presentando un nivel alto de empoderamiento. De acuerdo, al puntaje obtenido podemos decir que las mujeres del presente estudio que ocupan el cargo de gerentes generales en empresas dedicadas a la exportación y/o importación, desempeñan un trabajo que las impulsa a crecer y mejorar su calidad de vida. Tal como menciona Schuler (1997), el empoderamiento es el desarrollo donde la mujer tienen plena capacidad de mejorar su nivel de vida y entorno, consiguiendo mayor valoración de ellas mismas y su eficiencia en lo que se refiere a influencias externas. Por ende, para la muestra investigada refleja el proceso que viene realizando la mujer en el desarrollo de sus capacidades, en la toma de decisiones y el fortalecimiento de autoconfianza para liderar cargos de mayor nivel jerárquico en el rubro de negocios internacionales, donde más del 90% de empresas es liderado por varones.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Finalizada la presente investigación se ha identificado las siguientes conclusiones y recomendaciones.

6.1. Conclusiones

- En cuanto a la metodología, el instrumento utilizado presentó confiabilidad al eliminar solo un reactivo, concluyendo que es un instrumento que se puede utilizar en futuros estudios sobre el empoderamiento de la mujer en distintos sectores, ya que en otras investigaciones donde ha sido utilizado dicho instrumento han eliminado más de un reactivo para demostrar confiabilidad.

- La confiabilidad del coeficiente alfa de Cronbach fue de 0.708, considerado como un valor aceptable de confiabilidad.

- De acuerdo con el objetivo general, se concluye que la muestra de gerentes generales que participaron en este estudio presenta un resultado esperado para la posición de liderazgo que desempeñan, reflejando un alto nivel de empoderamiento.

- Las mujeres de la muestra estudiada, presentan un alto nivel de empoderamiento en dos y en cinco de ellas presentan un nivel medio de empoderamiento.

- En cuanto al objetivo específico el de identificar las dimensiones más relevantes que determinan el empoderamiento de la mujer líder en los negocios internacionales, las participantes de este estudio mostraron mayor nivel de empoderamiento en las siguientes dimensiones; liderazgo y temeridad.

- Se muestra de que la dimensión de liderazgo fue una de las más altas indicando así que las mujeres encuestadas que ocupan puestos de liderazgo en empresas exportadoras e importadoras reflejan preocupación por

las personas, nivel alto de negociación, mejor visión global y alto nivel de poder de comunicación que lleva al éxito de una gestión empresarial.

- Basándonos en los resultados obtenidos por las participantes de la investigación, que ocupan los cargos de toma de decisión son mujeres a partir de los 36 años, que cuentan con estudios de postgrado y especializaciones, asimismo, se ve reflejado que el tener cargos de alta demanda de responsabilidad no ha interferido con la decisión de consolidar una familia.

- Las empresas dedicadas a las actividades de negocios internacionales investigadas en el presente trabajo cuentan con mujeres ejecutivas con alto nivel de liderazgo, principalmente pertenecientes al sector agroindustrial y ganadería.

- Con relación a la muestra estudiada, los obstáculos para que las mujeres no ocupen cargos de alta dirección son desarrolladas por sí mismas, así como las ideas de desigualdad de género establecidas por su entorno.

- Las mujeres encuestadas tienen como objetivo según los resultados obtenidos alcanzar mayores cargos de poder, con la finalidad de romper la desigualdad de género e impulsar el crecimiento de un mayor número de mujeres en puestos de alta dirección.

6.2. Recomendaciones

- Aplicar el instrumento a una muestra más representativa con la finalidad de sumar su fortalecimiento y contribuir a la valoración de este, ya que existe una escasez de investigaciones sobre el tema.

- Considerando la importancia del tema de empoderamiento de la mujer actualmente se recomienda promover la investigación de dicha variable con la finalidad de crear programas para incrementar, mejorar y fortalecer el empoderamiento femenino en el sector de negocios internacionales.

- Utilizar el análisis factorial, para observar diversas manifestaciones de las variables en estudio.

- Incrementar la participación de las mujeres en las dimensiones que presentaron un nivel medio de empoderamiento tales como; influencias externas, independencia, igualdad, satisfacción social y seguridad.

- Promover una participación equitativa, ofreciendo acciones como mentoring, coaching, capacitaciones y cursos para mejorar sus habilidades y puedan desempeñar sus funciones.



REFERENCIAS

- Adex Data Trade. (18 de Noviembre de 2020). Ranking de empresas Importaciones - Exportaciones. *Base de datos*.
- Andrew, V. (2018). *La hora del liderazgo femenino en América Latina*. Obtenido de BID Mejorando vidas: <https://blogs.iadb.org/igualdad/es/la-hora-del-liderazgo-femenino-en-america-latina/>
- Asociación Especializada para el Desarrollo Sostenible [AEDES]. (2015). *Negocios Internacionales I*. Obtenido de Aedes: https://www.aedes.org.pe/doc_folletos/Negocios%20Internacionales%20.pdf
- Banco Mundial. (2020a). *Datos sobre las cuentas nacionales del Banco Mundial y archivos de datos sobre cuentas nacionales de la OCDE*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.TRD.GNFS.ZS>
- Banco Mundial. (2020b). *Datos sobre las cuentas nacionales del Banco Mundial y archivos de datos sobre cuentas nacionales de la OCDE*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.EXP.GNFS.KD?end=2019&start=2013>
- Bass, B. (1999). Two decades of research and development in transformational leadership. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8(1), 9-32. Obtenido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.467.8619&rep=rep1&type=pdf>
- Batliwala, S. (1997). El Significado del Empoderamiento de las Mujeres - Nuevos Conceptos desde la Acción. En M. León, *Poder y Empoderamiento de las Mujeres* (Primera ed., págs. 187-212). Santafé de Bogotá, Colombia: Tercer Mundo S.A. Obtenido de <https://bibliotecaiztapalapauin.files.wordpress.com/2018/07/podermujer2.pdf>
- Briceño, G. (22 de Marzo de 2018). *Negocios Internacionales*. Obtenido de Euston.96: <https://www.euston96.com/negocios-internacionales/>
- Caneba, F., Chica, C., & Barreneche, M. (2015). *Estilos de liderazgo de la mujer en la alta dirección de las comercializadoras internacionales* (Tesis de Licenciatura). Institución Universitaria de Envigado, Antioquia, Colombia. Obtenido de <http://bibliotecadigital.iue.edu.co/jspui/handle/20.500.12717/1623>
- Cirilo, O., & Toralva, B. (2017). *Internacionalización de las Empresas Peruanas Lideradas por Mujeres*. (Tesis de Maestría). Universidad ESAN, Lima. Obtenido de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1108/2017_MATC-16-2_09_T.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2016). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para*

- América Latina*. Obtenido de <http://www.sela.org/media/2262361/agenda-2030-y-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible.pdf>
- Depaz, M., Celis, V., Cobián, J., & Solis, C. (2014). *Actitudes y Estilos de Liderazgo en Ejecutivas en el Perú* (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/8830>
- Díaz, J. (8 de Marzo de 2013). *Las cinco grandes ventajas de las empresas exportadoras frente a las que no lo son*. Obtenido de Expansión.com: <https://www.expansion.com/2013/03/07/empresas/1362670873.html#>
- EAE Business School. (28 de Noviembre de 2016). Liderazgo Femenino. *El importante, y necesario, crecimiento del liderazgo femenino*. Madrid, España. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/el-importante-y-necesario-crecimiento-del-liderazgo-femenino/#:~:text=El%20liderazgo%20femenino%20se%20caracteriza,d e%20esta%20manera%20demostrar%20todas>
- Esneca. (18 de Diciembre de 2018). *Esneca Business School*. Obtenido de Beneficios de importar y exportar para las empresas: <https://www.esneca.com/blog/beneficios-importar-y-exportar/>
- Expansión. (2019). Perú - Importaciones de Mercancías. *Expansión - Datosmacro.com*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/comercio/importaciones/peru#:~:text=En%202019%20las%20importaciones%20en,de%20menor%20a%20ma yor%20porcentaje.>
- Fondo Monetario Internacional [FMI]. (Marzo de 2002). *Fondo Monetario Internacional*. Obtenido de Globalización: Marco para la participación del FMI: <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2002/esl/031502s.htm#:~:text=La %20globalizaci%C3%B3n%E2%80%94es%20decir%20la,FMI%20y %20el%20Banco%20Mundial.>
- Grant Thornton. (2020). *Women in Business 2020: Putting the Blueprint into action*. Obtenido de Grant Thornton International | Audit, Tax & advisory services: https://www.grantthornton.global/globalassets/1.-member-firms/global/insights/women-in-business/2020/women-in-business-2020_report.pdf
- Hernández, D. (2020). *Empoderamiento de la mujer colombiana por intermedio de la internacionalización de emprendimientos* (Tesis de Maestría). Universidad de La Sabana, Bogotá, Colombia. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10818/43763>
- Hernández, J., & García, R. (2008). Instrumento para medir el empoderamiento de la Mujer. Tabasco, México: Colección Eduardo Alday Hernández. En *Textos para la Enseñanza de Ciencias Sociales*. Tabasco, México.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F, México. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Instituto Nacional de Estadística e informática [INEI]. (2017). Perú: Principales Resultados de la Encuesta Nacional de Empresas, 2015. 9-20. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1430/index.html
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2019). *Perú: Participación de la Población en la Actividad Económica, 2017*. Lima. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1676/libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). Perú: Evolución de los Indicadores de Empleo e Ingreso por Departamento, 2007 - 2018. 21. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1678/libro.pdf
- Kabeer, N. (1997). Empoderamiento desde abajo: ¿Qué Podemos Aprender de las Organizaciones de Base? En M. León, *Poder y Empoderamiento de las Mujeres* (Primera ed., págs. 119-146). Santafé de Bogotá, Colombia: Tercer Mundo S.A. Obtenido de <https://bibliotecaiztapalapauin.files.wordpress.com/2018/07/podermujer2.pdf>
- López, J. (1 de Diciembre de 2018). *Economipedia - Educación financiera, economía y finanzas*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>
- Lukes. (1986). El Significado del Empoderamiento de las Mujeres - Nuevos Conceptos desde la Acción. En M. León, *Poder y Empoderamiento de las Mujeres* (pág. 158). Santafé de Bogotá, Colombia: Tercer Mundo S.A. Obtenido de <https://bibliotecaiztapalapauin.files.wordpress.com/2018/07/podermujer2.pdf>
- Malhotra, A., Schuler, S., & Boender, C. (2002). Measuring Women's Empowerment as a Variable in International Development. *World Bank*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39676481/MeasuringWomen.pdf?1446638393=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMeasuring_womens_empowerment_as_a_variab.pdf&Expires=1615837872&Signature=DfOadZVVIOPae8GRLJeOiFruff1tCjSvfVxiahGg~aWNW-rti7Rb
- Martín-Navarro, A., Lechuga, M., & Medina-Garrido, J. (2018). BPMS para la gestión: una revisión sistemática de la literatura. *Revista Española de Documentación Científica*, 41(3), 1-18. doi:<https://doi.org/10.39.89/redc.2018.3.1532>
- Mejía, R., Serrano-Barquín, R., López, E., & Serrano-Barquín, H. (2017). Participación de las mujeres en empresas de hospedaje del municipio de Toluca, México. Análisis de su empoderamiento. *Investigaciones*

- Turísticas*(14), 21-44. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6243022>
- Meza, G., & Villaizan, A. (2018). *El liderazgo emocional femenino y su influencia en la sostenibilidad de las empresas familiares MyPE con una antigüedad mayor a diez años del sector comercio de Lima-Perú*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/625383>
- Ocampos, A. (24 de Octubre de 2016). *El empoderamiento de la mujer en el comercio internacional*. Obtenido de International Trade Centre: <https://www.intracen.org/news/El-empoderamiento-de-la-mujer-en-el-comercio-internacional/#:~:text=El%20CCI%20reconoce%20que%20las,important e%20para%20lograr%20este%20empoderamiento.>
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2019). *Las Mujeres en la Gestión Empresarial - Argumentos para un cambio* (Primera ed.). Ginebra, Suiza. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_700977.pdf
- Organización Mundial del Trabajo - OIT. (2017). *La mujer en la gestión empresarial: cobrando impulso en América Latina y el Caribe* (Primera ed.). Obtenido de https://www.ilo.org/public/spanish/dialogue/actemp/downloads/events/2017/lima_conf/wibm_fullreport_2017_sp.pdf
- Padilla, K. (26 de 06 de 2013). *Agencia Personal y estereotipos de Roles de género en un grupo de Mujeres Microempresarias*. (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/4631>
- Pallavi, M., & Khushboo, S. (2014). Leadership: Determinat of Women Empowerment. *SCMS Journal of Indian Management*.
- Peiró, R. (4 de Mayo de 2020). *Empoderamiento*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/empoderamiento.html>
- Peña, C., & Cosi, E. (2018a). Empoderamiento y logros de aprendizaje en estudiantes mujeres de la Facultad de Ciencias Matemáticas. *PESQUIMAT*, 21(2), 32. doi:<http://dx.doi.org/10.15381/pes.v21i2.15720>
- Peña-Vinces, J., & Tiguero, R. (2011). *MCIE Modelo de Competitividad Internacional de la Empresa: En economías en Desarrollo y/o Emergentes de Latinoamérica*. Obtenido de Escuela de Organización Industrial: <https://www.eoi.es/es>
- Peragón, L. (2020). *Mujer y comercio exterior* (Tesis de Licenciatura). Universidad de Jaén, Jaén, España. Obtenido de <https://hdl.handle.net/10953.1/12645>
- Perú Top 10.000. (2020). Ranking de las empresas Perú Top 10.000. *Base de datos*.

- Portocarrero, C. (2015). Empoderamiento en Mujeres Participantes y No Participantes en Organizaciones de Apoyo Social. *Revista de Psicología*, 12(1), 237-256. Obtenido de http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/R_PSI/article/view/338
- Quiroa, M. (8 de febrero de 2021). *Empresa Internacional*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/empresa-internacional.html>
- Ránking PAR. (2019). *Informe de Resultados Ránking PAR 2019 5 años catalizando la equidad Perú*. Lima. Obtenido de <https://aequales.com/wp-content/uploads/2019/12/Informe-Ranking-PAR-Peru%CC%81.pdf>
- Richardson, R. (2018). Measuring Women's Empowerment: A Critical Review of Current Practices and Recommendations for Researchers. *Social Indicators Research*, 137(2), 539-557. doi:<https://doi.org/10.1007/s11205-017-1622-4>
- Rodríguez-Rodríguez, J., & Reguant-Álvarez, M. (2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach. *REIRE Revista d'Innovación i Recerca en Educació*, 2(13), 1-13. doi:<https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>
- Rowlands, J. (1997). Empoderamiento y Mujeres rurales en Honduras: Un Modelo para el Desarrollo. En M. León, *Poder y Empoderamiento de las Mujeres* (Primera ed., págs. 213-245). Santafé de Bogotá, Colombia: Tercer Mundo S.A. Obtenido de <https://bibliotecaiztapalapauin.files.wordpress.com/2018/07/podermujer2.pdf>
- Ruiz-Bravo, P., Vargas, S., & Clausen, J. (Abril de 2018). *Empoderar para incluir: Análisis de Múltiples Dimensiones y Factores Asociados al Empoderamiento de las Mujeres en el Perú a partir del Uso de una Aproximación de Metodologías Mixtas*. Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, Lima. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/investigaciones/empoderamiento-de-las-mujeres.pdf>
- Sánchez, J. (2 de Diciembre de 2015). *Empresa*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- Santi, I. (2018). *La Influencia del Liderazgo femenino en la Cultura Organizacional de tres empresas Limeñas* (Tesis de Maestría). Universidad San Martín de Porres, Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12727/3986>
- Schuler, M. (1997). Los Derechos de las Mujeres son Derechos Humanos la Agenda Internacional del Empoderamiento. En M. León, *Poder y Empoderamiento de las Mujeres* (Primera ed., págs. 29-54). Santafé de Bogotá, Colombia: Tercer Mundo S.A. Obtenido de <https://bibliotecaiztapalapauin.files.wordpress.com/2018/07/podermujer2.pdf>

- Schuler, M. (1997a). Los Derechos de las Mujeres son Derechos Humanos la Agenda Internacional del Empoderamiento. En M. León, *Poder Empoderamiento de las Mujeres* (pág. 31). Santafé de Bogotá, Colombia: Tercer Mundo S.A. Obtenido de <https://bibliotecaiztapalapauin.files.wordpress.com/2018/07/podermujer2.pdf>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas [SUNAT]. (2020). *Declaración Aduanera de Mercancía Registrada en el Sistema Integrado de Gestión Aduanera*. Obtenido de Estadísticas y Estudios: <https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/informatributa.html#icomer>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT. (22 de Octubre de 2020). *SUNAT*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/index.html#:~:text=Es%20el%20r%C3%A9gimen%20aduanero%20que,las%20formalidades%20y%20otras%20obligaciones>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT. (22 de Octubre de 2020). *Sunat*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2019). *World Population Prospects 2019:Highlights*. Obtenido de World Population Prospects: https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019_Highlights.pdf
- Villarroel, L. (16 de Septiembre de 2020). *Liderazgo Femenino en las Organizaciones*. Obtenido de Krebs Consultores: Home: <https://www.krebs.cl/category/novedades/>
- Zimmerman, M. (2000). Teoría del empoderamiento: niveles de análisis psicológico, organizacional y comunitario. (J. Rappaport, & E. Seidman, Edits.) *Manual de psicología comunitaria*, 43-63. doi:https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4193-6_2

APÉNDICES

APENDICE A

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Nivel de Empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales en el Perú - 2021: Caso Exploratorio					
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Empoderamiento de la Mujer	Liderazgo Autovaloración Logros Obtenidos	Diseño de investigación: No experimental
¿Cuál es el nivel de empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales en el Perú - 2021?	Medir el nivel de empoderamiento de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales en el Perú - 2021.	La presente Investigación no contara con hipótesis general.		Temeridad Autoestima Toma de decisiones	Tipo de investigación: Básica
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		Influencias Externas Estereotipos Nivel cultural	Nivel de investigación: Exploratorio y descriptiva
¿Cuál son las dimensiones más relevantes de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales en el Perú - 2021, utilizando el instrumento validado por Hernández y García?	Identificar las dimensiones más relevantes de las Mujeres Líderes en los Negocios Internacionales en el Perú - 2021, utilizando el instrumento validado por Hernández y García.	La presente Investigación no contara con hipótesis específicas.	Independencia Decisiones personales Logros de metas personales	Enfoque de Investigación: Cuantitativa	
			Igualdad Ejercicios de derechos Oportunidades	Muestra de investigación: 22 mujeres líderes	

				Satisfacción Social Respaldo familiar Elecciones voluntarias Seguridad Control de vida personal	Instrumento de investigación: Cuestionario de medición del empoderamiento
--	--	--	--	---	--



APÉNDICE B

INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Cuestionario Instrumento para la Medición del Empoderamiento en Mujeres (IMEM)

Este cuestionario está diseñado para analizar ciertas características de su personalidad, en él se presentan una serie de enunciados o afirmaciones acerca de lo que la gente piensa, hace o le gusta. No existen respuestas correctas o incorrectas, sólo trate de contestar con la mayor veracidad posible. Lea cada una de ellas y decida el grado de acuerdo que usted tiene con la afirmación:

I. Datos Generales

Escriba los datos que se le piden y marque con una "X" la opción que corresponda.

Nombre: _____

1. Años cumplidos: _____
2. Marque su nivel máximo de estudios:
 Primaria (incompleta o terminada)
 Cursando secundaria o carrera técnica
 Secundaria o carrera técnica terminada
 Cursando preparatoria, vocacional o bachillerato
 Preparatoria, vocacional o bachillerato terminado
 Licenciatura en: _____
 Maestría en: _____
 Doctorado en: _____

3. Ocupación:

4. Estado Civil:
 Soltera Casada Viuda Divorciada Unión libre

5. Si tiene hijos, anote sus edades, aunque ya no vivan con usted:

**Instrumento para la Medición del
Empoderamiento en Mujeres
(IMEM)**

Indicaciones Generales para Contestar el Cuestionario:

1. *Lea detenidamente cada pregunta antes de responderla.*
2. *Es importante que procure contestar todas las preguntas.*
3. *Conteste conforme el grado de acuerdo que usted tiene con la aseveración.*
4. *Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas.*

A continuación, le pedimos, indique qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones. Para ello se usará una escala de respuesta en la que:

1. Significa que está totalmente en desacuerdo (**TD**)
2. Significa que está en desacuerdo, pero no totalmente (**D**)
3. Significa que está de acuerdo, pero no totalmente (**A**)
4. Significa que está totalmente de acuerdo (**TA**)

Por ejemplo, si la afirmación a calificar fuera “Yo estoy en completo control de mi vida” y usted está *TOTALMENTE DE ACUERDO (TA)*, marcaría en la columna 4; por el contrario, si está en *TOTAL DESACUERDO (TD)*, marcaría en la columna 1. Puede también marcar cualquier columna intermedia, según sea su grado de acuerdo o desacuerdo con la afirmación.

Para cada afirmación, marque con una “X” en la columna que mejor indique su grado de acuerdo o desacuerdo.

1 = Total desacuerdo
3 = Acuerdo

2 = Desacuerdo
4 = Total acuerdo

Dimensión	N°	Afirmación	TD	D	A	TA
			1	2	3	4
Liderazgo	8	Las buenas líderes son perseverantes.				
	9	Lo único que se necesita para ser líder es ser emprendedora.				
	10	Una líder debe ser activa.				
	20	Me siento cómoda cuando soy objeto de elogios o premios.				
	32	Creo que es importante que las mujeres tengan ingresos económicos propios.				
	33	La responsabilidad nos lleva a ser líderes.				
	34	Disfruto cuando soy única y diferente.				
Temeridad	4	Para participar políticamente tengo que negociar con mi padre o pareja.				
	5	Cuando tomo decisiones fuera de mi casa me siento insegura.				
	11	Para poder ejercer un liderazgo político hay que nacer con las cualidades adecuadas.				
	18	Alguien siempre me ayuda a decidir qué es bueno para mí.				
	19	Es mejor que sea el hombre quien tome las decisiones importantes.				
Influencias externas	6	Las mujeres tenemos la capacidad para ocupar puestos de poder y liderazgo.				
	7	El nivel cultural influye en las mujeres para poder desenvolverse en puesto de poder o político.				
	12	Es necesario que las mujeres tengan conocimientos para que la mujer participe en procesos políticos.				
	13	La familia debe educar a las mujeres para que tengan puestos de poder y liderazgo.				
	16	Me gustaría que más mujeres accedieran a puestos de poder.				
	17	La escuela influye en las mujeres para poder desenvolverse en un puesto de poder o político.				
Independencia	1	Mi pareja o padres deben saber siempre donde ando.				
	2	Mi felicidad depende de la felicidad de aquellas personas que son cercanas a mí.				
	15	Trato de cumplir con las expectativas o anhelos que mis seres queridos tienen en mí.				
	29	Cuando hago algo que no es o era permitido en mi casa, me siento incómoda.				

Igualdad	3	Las mujeres gozan de los mismos derechos que los hombres para obtener puestos de poder y liderazgo.				
	14	Las mujeres tenemos las mismas oportunidades que los hombres para acceder a los puestos de decisión.				
	28	Las mujeres tienen bastantes oportunidades para participar en los puestos de poder.				
	30	Las mujeres y los hombres tenemos las mismas oportunidades para acceder a empleos de todo tipo.				
Satisfacción Social	23	Tengo las habilidades necesarias para participar socialmente.				
	26	Mi trabajo es valorado y reconocido.				
	27	Mi carrera o actividad actual la elegí sin presiones.				
	31	Mi familia ve bien que yo participe socialmente, aunque esté menos tiempo en casa.				
Seguridad	21	Yo tomo las decisiones importantes para mi vida.				
	22	Me siento satisfecha conmigo misma.				
	24	Mi vida actual la decido únicamente yo.				
	25	Las mujeres tienen la capacidad para dominar al mundo.				



APÉNDICE C
Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. Mi pareja o padres deben saber siempre donde ando.	102.45	33.307	-0.150		0.653
2. Mi felicidad depende de la felicidad de aquellas personas que son cercanas a mí.	102.95	33.188	-0.131		0.660
3. Las mujeres gozan de los mismos derechos que los hombres para obtener puestos de poder y liderazgo.	102.77	29.613	0.309		0.612
4. Para participar políticamente tengo que negociar con mi padre o pareja.	101.73	29.541	0.370		0.607
5. Cuando tomo decisiones fuera de mi casa me siento insegura.	102.00	30.667	0.314		0.616
6. Las mujeres tenemos la capacidad para ocupar puestos de poder y liderazgo.	101.55	30.926	0.170		0.626
7. El nivel cultural influye en las mujeres para poder desenvolverse en puesto de poder o político.	103.36	29.100	0.362		0.606
8. Las buenas líderes son perseverantes.	101.64	31.481	0.183		0.626

9. Lo único que se necesita para ser líder es ser emprendedora.	102.91	28.753	0.475		0.596
10. Una líder debe ser activa.	101.82	30.346	0.359		0.612
11. Para poder ejercer un liderazgo político hay que nacer con las cualidades adecuadas.	102.50	31.310	0.160		0.627
12. Es necesario que las mujeres tengan conocimientos para que la mujer participe en procesos políticos.	103.23	28.851	0.428		0.599
13. La familia debe educar a las mujeres para que tengan puestos de poder y liderazgo.	103.27	28.684	0.420		0.599
14. Las mujeres tenemos las mismas oportunidades que los hombres para acceder a los puestos de decisión.	102.77	29.041	0.310		0.610
15. Trato de cumplir con las expectativas o anhelos que mis seres queridos tienen en mí.	103.14	29.933	0.228		0.620
16. Me gustaría que más mujeres accedieran a puestos de poder.	101.50	31.405	0.278		0.622
17. La escuela influye en las mujeres para poder desenvolverse en un puesto de poder o político.	103.18	29.489	0.436		0.603
18. Alguien siempre me ayuda a decidir qué es bueno para mí.	102.23	29.517	0.459		0.603
19. Es mejor que sea el hombre quien tome las decisiones importantes.	101.64	29.481	0.347		0.608

20. Me siento cómoda cuando soy objeto de elogios o premios.	102.36	37.766	-0.550		0.708
21. Yo tomo las decisiones importantes para mi vida.	101.86	29.838	0.451		0.605
22. Me siento satisfecha conmigo misma.	101.45	31.688	0.256		0.625
23. Tengo las habilidades necesarias para participar socialmente.	101.50	31.500	0.254		0.623
24. Mi vida actual la decido únicamente yo	102.55	30.260	0.263		0.617
25. Las mujeres tienen la capacidad para dominar el mundo.	101.68	30.703	0.254		0.619
26. Mi trabajo es valorado y reconocido.	101.55	33.307	-0.184		0.646
27. Mi carrera o actividad actual la elegí sin presiones.	102.09	31.325	0.127		0.630
28. Las mujeres tienen bastantes oportunidades para participar en los puestos de poder.	103.14	33.361	-0.167		0.651
29. Cuando hago algo que no es o era permitido en mi casa, me siento incómoda.	102.32	31.275	0.158		0.627
30. Las mujeres y los hombres tenemos las mismas oportunidades para acceder a empleos de todo tipo.	102.91	33.420	-0.161		0.657
31. Mi familia ve bien que yo participe socialmente, aunque esté menos tiempo en casa.	102.18	31.394	0.174		0.626

32. Creo que es importante que las mujeres tengan ingresos económicos propios.	101.45	33.593	-0.310		0.648
33. La responsabilidad nos lleva a ser líderes	101.68	32.037	0.067		0.633
34. Disfruto cuando soy única y diferente.	101.64	30.433	0.394		0.612

