



Universidad Femenina del Sagrado Corazón

Facultad de Gestión Empresarial

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

EMPODERAMIENTO FEMENINO Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN LOS
AGENTES DE CARGA INTERNACIONAL EN EL CALLAO, PERÚ - 2024

Tesis presentada por:

ALICIA DELIA CAMPOS LUDEÑA

GISELA YANET DÍAZ DÁVILA

Para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de
Negocios Internacionales

Línea de Investigación

Empoderamiento de la mujer empresaria y los negocios internacionales

Asesor(a)

Carlos Alberto Méndez Vicuña

Código Orcid: 0000-0002-6600-1730

Lima – Perú

2024

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

ALICIA DELIA CAMPOS LUDEÑA

GISELA YANET DÍAZ DÁVILA

Mg. Carlos Alberto Méndez Vicuña, Asesor

Dra. Gloria Esther Valdivia Camacho, Presidenta del Jurado

Mg. Yuri Frank Malpartida Lozada, Jurado 1

Nombre(s) y Apellidos, Miembro



Dra. Gloria Esther Valdivia Camacho Decana
de la Facultad de
Gestión Empresarial

Declaratoria de originalidad del asesor

Facultad o Escuela de Posgrado:	Gestión Empresarial								
Escuela Profesional o Programa Académico:	Administración de Negocios Internacionales								
Dependencia a la que pertenece el docente asesor:	Departamento de Ciencias y Administración								
Docente asesor que verifica la originalidad:	Carlos Alberto Méndez Vicuña								
ORCID:	0000-0002-6600-1730								
Título del documento:	EMPODERAMIENTO FEMENINO Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN LOS AGENTES DE CARGA INTERNACIONAL EN EL CALLAO, PERÚ - 2024								
Autora(s) del documento:	ALICIA DELIA CAMPOS LUDEÑA, GISELA YANET DÍAZ DÁVILA,								
Mecanismo utilizado para detección de originalidad:	Software Turnitin								
Nº de trabajo en Turnitin: (10 dígitos)	2612244956								
Porcentaje de <u>similitud</u> detectado:	19%								
Fuentes originales de las similitudes detectadas:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 60%;">Fuentes de internet =</td> <td style="text-align: right;">18%</td> </tr> <tr> <td>Publicaciones =</td> <td style="text-align: right;">9%</td> </tr> <tr> <td>Trabajos del estudiante =</td> <td style="text-align: right;">13%</td> </tr> </table>	Fuentes de internet =	18%	Publicaciones =	9%	Trabajos del estudiante =	13%		
Fuentes de internet =	18%								
Publicaciones =	9%								
Trabajos del estudiante =	13%								
<p>EMPODERAMIENTO FEMENINO Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN LOS AGENTES DE CARGA INTERNACIONAL EN EL CALLAO, PERÚ - 2024</p> <hr/> <p style="color: red; font-size: small;">INFORME DE ORIGINALIDAD</p> <hr/> <table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="font-size: 2em; color: red;">19%</td> <td style="font-size: 2em; color: red;">18%</td> <td style="font-size: 2em; color: red;">9%</td> <td style="font-size: 2em; color: red;">13%</td> </tr> <tr> <td style="font-size: small;">INDICE DE SIMILITUD</td> <td style="font-size: small;">FUENTES DE INTERNET</td> <td style="font-size: small;">PUBLICACIONES</td> <td style="font-size: small;">TRABAJOS DEL ESTUDIANTE</td> </tr> </table>		19%	18%	9%	13%	INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
19%	18%	9%	13%						
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE						
Fecha de aplicación en Turnitin: (dd-mm-aaaa)	25/03/2025								

RESUMEN

Los agentes de carga internacional en el Perú operan en un sector dinámico, enfrentando desafíos significativos debido a los cambios normativos, tecnológicos y de mercado. A pesar de esto, la participación femenina en roles de liderazgo sigue siendo limitada, lo que genera brechas en la equidad de género. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar el empoderamiento femenino y su relación con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

La metodología de investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo correlacional de tipo aplicada y un diseño no experimental. La población se constituyó por 23 mujeres que ocupan el cargo de gerencia general en los agentes de carga internacional ubicados en el Callao, Perú – 2024. Para recolectar los datos se utilizó la técnica de la encuesta y se aplicó como instrumento el cuestionario.

Los resultados de la investigación permitieron validar la hipótesis general, y la conclusión a la que se llegó fue que a mayor grado de empoderamiento femenino también hay una mayor competitividad en las agencias de carga internacional.

Palabras clave: Empoderamiento femenino, género, competitividad, liderazgo, agentes de carga internacional.

ABSTRACT

International freight forwarders in Peru operate in a dynamic sector, facing significant challenges due to regulatory, technological and market changes. Despite this, female participation in leadership roles is still limited, which generates gaps in gender equity. The objective of this research was to analyze female empowerment and its relationship with competitiveness in international freight forwarders in Callao, Peru - 2024.

The research methodology had a quantitative approach, with a descriptive correlational level of applied type and a non-experimental design. The population consisted of 23 women who occupy the position of general manager in international cargo agents located in Callao, Peru - 2024. The survey technique was used to collect data and the questionnaire was applied as an instrument.

The results of the research allowed validation of the general hypothesis, and the conclusion reached was that the higher the degree of female empowerment, the greater the competitiveness of international freight forwarders.

Key words: Female empowerment, gender, competitiveness, leadership, international freight forwarders.

DEDICATORIA

A mi abuela, por siempre creer en mí y darme la fortaleza para perseverar desde un inicio.

A mis padres, por ser el pilar de apoyo y amor en mi vida.

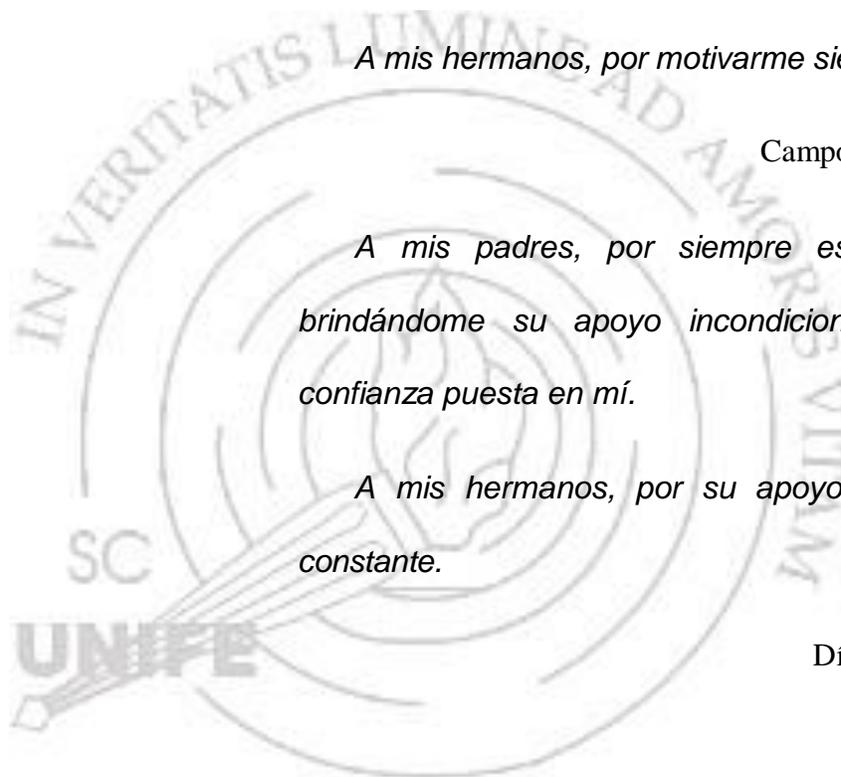
A mis hermanos, por motivarme siempre.

Campos Ludeña Alicia

A mis padres, por siempre estar presentes brindándome su apoyo incondicional y por su confianza puesta en mí.

A mis hermanos, por su apoyo y motivación constante.

Díaz Dávila Gisela



AGRADECIMIENTO

A Dios por ser nuestra luz en momentos de incertidumbre y brindarnos sabiduría para culminar esta tesis.

A nuestro asesor, Carlos Meléndez, por su paciencia y apoyo durante el desarrollo de nuestra tesis.

A nuestra alma mater, por acogernos durante cinco años y formarnos con valores.

A los docentes, por transmitirnos sus conocimientos y experiencia a lo largo de nuestra carrera universitaria.

Campos Ludeña Alicia Díaz

Dávila Gisela



ÍNDICE

DECLARATORIA	3
RESUMEN	4
ABSTRACT	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
ÍNDICE	8
INDICE DE TABLAS	10
INDICE DE FIGURAS	10
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1 Planteamiento del problema	16
1.1.1 Formulación del problema	19
1.2 Justificación de la investigación	20
1.3 Delimitación de la investigación	20
1.4 Objetivos de la investigación	21
1.4.1 Objetivo general	21
1.4.2 Objetivos específicos	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22

2.1 Antecedentes de la investigación.....	22
2.2 Bases teóricas	25
2.3 Definición de términos.....	37
2.4 Formulación de hipótesis	38
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO	40
3.1 Enfoque, Nivel, Tipo y Diseño de la investigación	40
3.2 Población.....	41
3.3 Operacionalización de las Variables del Estudio	43
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información.....	46
3.5 Técnicas estadísticas para el procesamiento y análisis de datos	46
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	48
4.1 Análisis descriptivo de resultados	48
4.2 Contrastación de hipótesis	71
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	77
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	80
REFERENCIAS	84
APÉNDICE.....	93
APÉNDICE I: Matriz de consistencia.....	93
APÉNDICE II: Instrumento para la recolección de información	95
APÉNDICE III: Prueba de confiabilidad	98

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Agentes de Carga Internacional liderado por mujeres (Callao, Perú 2024).	42
Tabla 2 Operacionalización de Variables de Estudio.....	43
Tabla 3 Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión económica	48
Tabla 4 Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión personal.....	51
Tabla 5 Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión familiar.....	54
Tabla 6 Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión sociocultural	57
Tabla 7 Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión productividad.....	60
Tabla 8 Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión crecimiento.....	64
Tabla 9 Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión rentabilidad.....	68
Tabla 10 Prueba de normalidad de la variable empoderamiento femenino y competitividad	71
Tabla 11 Correlación de hipótesis general	72
Tabla 12 Correlación de hipótesis específica 1	73
Tabla 13 Correlación hipótesis específica 2.....	74
Tabla 14 Correlación hipótesis específica 3.....	75
Tabla 15 Correlación hipótesis específica 4.....	76

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Considera usted que actualmente cuenta con autonomía financiera	49
Figura 2 Considera usted que gestiona eficiente la toma de decisiones económicas de la empresa	49
Figura 3 Considera usted que tiene la motivación necesaria para emprender y/o liderar una empresa	50
Figura 4 Considera usted que se encuentra capacitada sobre temas económicos y/o financieros	51
Figura 5 Considera usted que se siente en confianza para alcanzar sus objetivos personales	52
Figura 6 Considera usted que toma sus propias decisiones en el ámbito personal .	53
Figura 7 Considera usted que cuenta con tiempo libre para realizar otras actividades personales	53
Figura 8 Considera usted que el apoyo familiar favorece en su capacidad de toma de decisiones	55
Figura 9 Considera usted estar conforme respecto a su formación académica y/o educativa	55
Figura 10 Considera usted que participa de manera activa en las decisiones que se toman en su entorno familiar	56
Figura 11 Considera usted que la sociedad proporciona condiciones equitativas para que las mujeres puedan desarrollarse.....	58

Figura 12 Considera usted que ha enfrentado barreras relacionadas con su género en el desarrollo de su carrera hacia su puesto actual	58
Figura 13 Considera usted que sentirse valorada por su entorno social fortalece su confianza en sí misma.....	59
Figura 14 Considera usted que sus contribuciones a la sociedad son debidamente reconocidas y valoradas	60
Figura 15 Considera usted que la productividad es un factor clave para mejorar la competitividad empresarial.....	61
Figura 16 Considera usted que su nivel de productividad influye en la posibilidad de acceder a un mejor puesto de trabajo	62
Figura 17 Considera usted que la motivación repercute en su productividad laboral	63
Figura 18 Considera que recibir retroalimentación contribuye a mejorar su nivel de productividad.....	63
Figura 19 Considera que la empresa en la cual labora ha tenido un crecimiento económico en los últimos años	65
Figura 20 Considera que la empresa en la cual labora ha tenido un crecimiento en su responsabilidad e impacto social.....	65
Figura 21 Considera que la empresa en la cual labora brinda oportunidades de trabajo a la sociedad	66
Figura 22 Considera que la empresa en la cual labora fomenta el crecimiento y la competitividad a nivel personal como profesional.....	67

Figura 23 Considera que la empresa en la cual labora aplica estrategias para obtener una mejor rentabilidad..... 68

Figura 24 Considera que la empresa en la cual labora mantiene una constante liquidez y rentabilidad..... 69

Figura 25 Considera que la rentabilidad influye directamente en la competitividad de la empresa 70

Figura 26 Considera que usted fomenta la motivación en su equipo para alcanzar mejores niveles de rentabilidad 70



INTRODUCCIÓN

Actualmente vivimos en una sociedad interconectada donde la presencia de mujeres en el ámbito empresarial es fundamental y aporta al desarrollo económico del país. Sin embargo, aún existen múltiples obstáculos para su inserción en el mercado laboral, en especial debido a las desigualdades sociales que limitan su acceso a ejercer cargos directivos dentro de las organizaciones.

En el contexto contemporáneo de los negocios internacionales, la competitividad se ha convertido en un factor crucial para el éxito y la sostenibilidad de las empresas. En particular, el sector de logística y transporte marítimo internacional, representado por los agentes de carga, enfrentan desafíos y oportunidades que exigen no solo habilidades técnicas y estratégicas, sino también un entorno laboral inclusivo y equitativo.

Es por ello que el presente estudio busca analizar la relación entre el empoderamiento femenino y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024. A través de un análisis detallado, se pretende analizar cómo el aumento de una mayor participación femenina en puestos estratégicos puede influir en el rendimiento competitivo de las empresas en este sector.

La estructura de la investigación se divide en lo siguiente:

En el capítulo I, se presenta el planteamiento del problema de investigación, llegando a hacer un análisis de la problemática, con el fin de determinar el problema general y específico; los objetivos tanto general como específico, así como, la justificación y delimitación de la investigación.

En el capítulo II, se desarrolla el marco teórico, tomando como referencia a diversos autores tanto nacionales como internacionales que abordan el empoderamiento femenino y la competitividad. Así mismo, se fundamenta las bases teóricas, definición de términos y se presenta la hipótesis general y específica de investigación.

En el capítulo III, se precisa el enfoque, nivel, tipo y diseño de la investigación. Así mismo, se detalla el tamaño de la población, operacionalización de variables, técnicas e instrumentos con los que se ha podido recolectar los datos y técnicas estadísticas para el procesamiento y análisis de datos.

En el capítulo IV, se da a conocer los resultados que se han obtenido de la encuesta aplicada y el análisis descriptivo de los datos recopilados de la población, para luego llegar a la contrastación de la hipótesis.

En el capítulo V, se presenta la discusión de los resultados que se han obtenido durante el proceso de investigación.

En el capítulo VI, se finaliza presentando las conclusiones y recomendaciones de acuerdo al análisis de los resultados obtenidos de la investigación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Los intermediarios principales en el transporte internacional de carga son los mediadores en el desempeño de la carga internacional, pues facilitan el movimiento de mercancías desde los exportadores hasta los consignatarios (Dávila et al.,2020). Donde se observa que en los últimos tiempos la industria de agenciamiento de carga internacional enfrenta fluctuaciones significativas debido a cambios normativos, avances tecnológicos, demandas de los clientes y una competencia intensa (Dávila et al.,2020).

En ese sentido, pertenecer al mundo empresarial está determinado por diferentes factores. No es solo crear una empresa, sino, el verdadero reto está en que esta se mantenga en el tiempo, genere ganancias y sea propiciadora de puestos de empleo (Aguinaga y Pardo, 2023). Con el paso de los años, se ha evidenciado que, gracias a la globalización, las empresas han ido aumentando los niveles de productividad y competitividad, permitiendo que haya mejoría en la economía de la población. Sin embargo, aún existen brechas entre el hombre y la mujer para obtener oportunidades, quedando en evidencia las claras desventajas que poseen las mujeres para obtener puestos de liderazgo, sin tener en cuenta que poseen la misma capacidad de poder liderar una empresa y ser participe del crecimiento de esta (Bircher et al., 2020).

En las naciones en vías de desarrollo, las mujeres desempeñan un papel crucial en la vida rural y la economía, aunque enfrentan mayores restricciones que los hombres en cuanto al acceso a recursos como insumos, servicios, organizaciones rurales, infraestructura productiva y tecnología (Gradañlle et al., 2015). Por ejemplo, en México,

si bien el emprendimiento femenino está tomando mayor fuerza, solo el 46.5% de mujeres se encuentran laborando en actividades remuneradas, siendo una gran diferencia del 76.5% de hombres que se encuentran en la misma situación (Fátima et al.,2020).

Las cifras son alarmantes en cuanto a la participación de mujeres en las empresas de carga internacional. Pues como alude el Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2022) solo el 36.6% de las mujeres son dueñas u ocupan un cargo de gerencia en las micro, pequeñas y medianas empresas. A ello se le suma el hecho que solo una de cada cinco empresas exportadoras en LATAM pertenece y/o son lideradas por mujeres.

Aunque las mujeres tienen un poderoso impacto en la economía del Perú y principalmente en sus familias, lo que las diferencian de los hombres es la versatilidad que tienen para realizar más de una actividad a la vez y para entender algunos aspectos de las personas. Pese a ello, según Women CEO Perú, solo el 12% de las mujeres ocupan algún cargo directivo (Herrera y Kong, 2024). A su vez, Pando et al. (2022), sostiene que las mujeres cuentan con mayor capacidad de organización, por lo que las vuelve más productivas al momento de llevar el control de una empresa, a esta idea se le suma Fátima et al. (2020) quien relata que las mujeres aportan un valor agregado al campo empresarial por las capacidades de organización y administración de tiempo, el manejo de habilidades blandas como la empatía, además de estar enfocadas en los detalles en búsqueda de la perfección, entre otras cualidades.

Las mujeres en el rubro de comercio internacional enfrentan varios obstáculos, como la percepción arraigada de que es una industria dominada por hombres,

preocupaciones sobre la seguridad y el desafío de equilibrar responsabilidades familiares con horarios de trabajo irregulares comunes en este sector. Ante ello, una contribución la daría el enfoque económico al empoderamiento de las mujeres, debido a que se enfoca en participar en actividades que generen ingresos, lo cual implica la necesidad de que surjan empresarios capaces de adaptarse a diversas estrategias (Moreno, 2018).

Ante todo, la viceministra de Comercio Exterior añade que desde el MINCETUR se están trabajando en estrategias que permitan implementar iniciativas en el que se promuevan políticas que puedan facilitar una mayor participación de empresas que sean lideradas por mujeres en el rubro de la exportación e importación, generando mayor empoderamiento femenino a través del comercio (Osorio, 2020).

Entre las posibles causas de esta problemática serían la ausencia de respaldo por parte de las entidades reguladoras y las empresas que fomenten y cumplan políticas de igualdad en las oportunidades laborales. Otra posible causa sería la falta de un entorno social más inclusivo y equitativo que empodere a las mujeres y favorezca un crecimiento económico sostenible. Asimismo, la limitación en el acceso a redes de apoyo y financiamiento para mujeres emprendedoras.

Si esta situación persiste, se perpetuaría la desigualdad de género en el acceso de mujeres a cargos directivos y la participación femenina en comercio exterior, lo que tendría un impacto negativo en el desarrollo económico y social del país. Otro posible efecto es que no se generarían más empleos de calidad para las mujeres, lo que limitaría su empoderamiento económico y su capacidad de contribuir plenamente al crecimiento y la competitividad. De igual manera, se perderían oportunidades de diversificación e innovación en el mercado del comercio exterior.

Por lo tanto, la presente investigación analiza el empoderamiento femenino para evaluar su relación con la competitividad en los agentes de carga internacional. Se pretende identificar tanto los desafíos actuales como las dimensiones más desarrolladas que influyen en el desempeño eficaz de las mujeres en sus roles dentro de estas empresas, así como detectar las áreas con mayores oportunidades de mejora y crecimiento. Esto permitirá diseñar estrategias que fomenten un entorno más inclusivo y equitativo, facilitando que un mayor número de mujeres acceda a puestos gerenciales y de liderazgo, contribuyendo así la eficiencia y la sostenibilidad del sector en su conjunto.

1.1.1 Formulación del problema

1.1.1.1 Problema general

¿De qué manera el empoderamiento femenino se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú - 2024?

1.1.1.2 Problemas específicos

- ✓ ¿De qué manera la dimensión económica se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú - 2024?
- ✓ ¿De qué manera la dimensión personal se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú - 2024?
- ✓ ¿De qué manera la dimensión familiar se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú - 2024?
- ✓ ¿De qué manera la dimensión sociocultural se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú - 2024?

1.2 Justificación de la investigación

La justificación de la investigación es práctica debido a que se busca describir la relación que existe entre el empoderamiento femenino y la competitividad en los agentes de carga internacional; y en base a lo investigado, incrementar la participación de las mujeres en puestos estratégicos y de liderazgo, contribuyendo así al fortalecimiento de su presencia en estos roles.

Asimismo, este estudio beneficiará a mujeres que buscan crecer tanto a nivel personal como profesional, con el objetivo de ocupar cargos gerenciales en empresas de comercio exterior. Por lo tanto, los resultados de la investigación permitirán identificar aspectos fundamentales para fomentar la inclusión y el posicionamiento de las mujeres, lo que, a su vez generará una mayor competitividad en las empresas del sector.

1.3 Delimitación de la investigación

Delimitación temporal: Este estudio se desarrolló en el año 2024, tomando como referencia a los agentes de carga internacional que estuvieron activos y con estado de póliza vigente para dicho año.

Delimitación espacial: La investigación se centró en los agentes de carga internacional ubicados en el Callao, Perú.

Delimitación social: Se realizó la encuesta a 23 mujeres que ocupen únicamente cargos de gerencia general en los agentes de carga internacional ubicados en el Callao, Perú 2024.

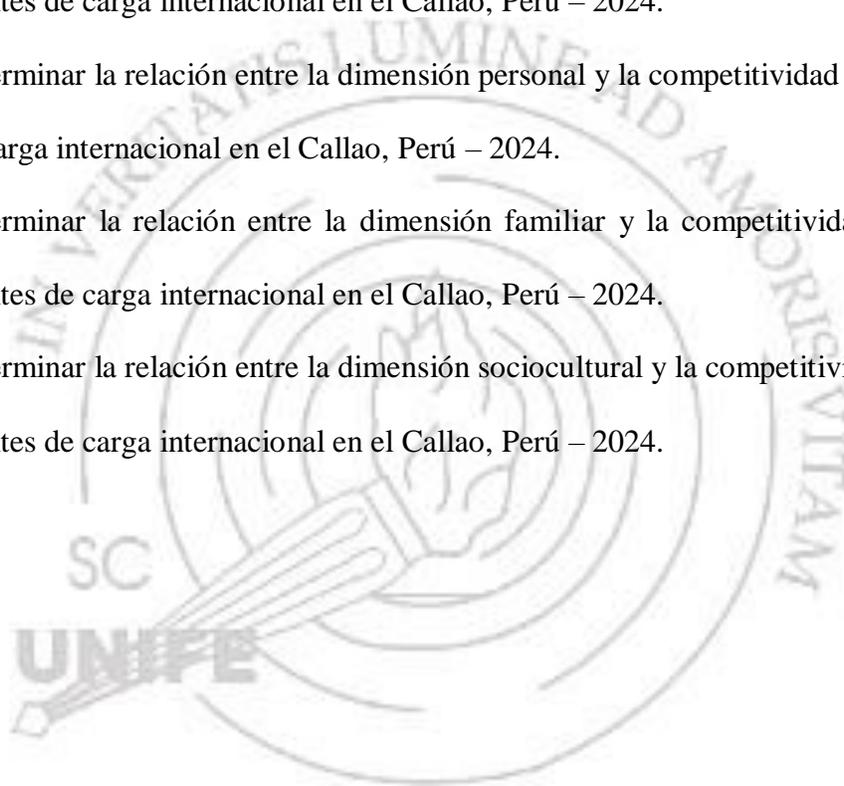
1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Analizar el empoderamiento femenino y su relación con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

1.4.2 Objetivos específicos

- ✓ Determinar la relación entre la dimensión económica y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.
- ✓ Determinar la relación entre la dimensión personal y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.
- ✓ Determinar la relación entre la dimensión familiar y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.
- ✓ Determinar la relación entre la dimensión sociocultural y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales

Alsaad et al. (2023) en su artículo para la *International Journal of Innovation Studies* titulado "Empowerment sustainability perspectives for Bahraini women as entrepreneurs," investigaron los factores que empoderan a las mujeres emprendedoras en Bahrein y su impacto en el desarrollo de sus negocios. Utilizaron una metodología cuantitativa basada en encuestas a 449 mujeres emprendedoras registradas en la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (UNIDO), los resultados mostraron que la educación de calidad ($p = 0.45$, $p < 0.01$), las políticas socioculturales ($p = 0.30$, $p < 0.05$), y las políticas de apoyo ($p = 0.37$, $p < 0.01$) tienen un impacto significativo en el empoderamiento femenino para iniciar negocios. Sin embargo, el factor de igualdad de género no mostró un efecto significativo ($p = 0.12$, $p > 0.05$). El estudio concluye que es crucial fortalecer políticas de apoyo para promover el emprendimiento femenino y su contribución al desarrollo económico de Bahrein.

Peñate y Vidal (2023), en su artículo para la revista *Gestión y Liderazgo*, titulado "Las empresarias y el empoderamiento en México" tuvieron como objetivo reconocer el desarrollo empresarial que han tenido las mujeres liderando empresas de servicios internacionales. La metodología empleada en el presente se basó en un trabajo descriptivo-explicativo. El estudio se realizó en las empresas dirigidas por mujeres a través de una ficha de análisis documental. Los resultados demostraron que se ha presentado un aumento en las empresas que son lideradas por mujeres, donde han

podido demostrar sus capacidades influyendo en la economía del país. Además, se concluye, que las empresas que son dirigidas por el sexo femenino, estas más enfocadas en el sector servicios por la desigualdad de género aún existente.

Por otra parte, Hidalgo (2022), en su tesis para optar el grado de magíster en Estrategia internacional y Política Comercial, Universidad de Chile, titulada “Empresas lideradas por mujeres y su participación en el comercio internacional de Chile hacia la región de ASEAN+3”. Tuvo como objetivo analizar las barreras que tienen a limitar la participación de las mujeres en los negocios internacionales. Se realizó una investigación con enfoque cuantitativo con diseño no experimental, empleando la técnica de la entrevista cuyo instrumento fue la entrevista. Los resultados demuestran que las mujeres no tienen la misma disponibilidad que los hombres, al momento de acceder a recursos o incluso en su mismo entorno social que permitan desarrollarse como lideresas de las empresas. Por lo que, se concluye que las mujeres tienen diferentes barreras asociadas al rol de género, para demostrar sus capacidades como líderes de empresas en el rubro internacional.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Es importante tomar como referencia a Pando et al. (2022) en su artículo para la Revista de Ciencias Sociales, titulado “Liderazgo y empoderamiento en las mujeres empresarias en el Perú”, en el cual tuvo como objetivo analizar el empoderamiento de las mujeres empresarias en Lima. Para ello se aplicó una investigación con enfoque cuantitativo, no experimental de corte transversal y correlacional. La población estuvo constituida por las mujeres empresarias de Lima Norte, cuya muestra, seleccionada por un muestreo no probabilístico estuvo conformada por 70 mujeres empresarias. La técnica

empleada fue la encuesta y su instrumento el cuestionario. Los resultados presentaron que el existe una influencia significativa del empoderamiento femenino en el liderazgo, reflejando las capacidades que tienen las mujeres para liderar las empresas. Por lo tanto, se concluye que el liderazgo ejercido por la mujer tiene una visión más amplia, permitiendo que la empresa se mantenga competitiva en el mercado.

Ortega (2021), en su tesis para obtener el título profesional en Administración de Negocios Internacionales, Universidad Femenina del Sagrado Corazón, titulada “Nivel de empoderamiento de las mujeres líderes en los negocios internacionales en el Perú- 2021” tuvo como objetivo determinar la medición del empoderamiento femenino empresarial. Para realizar dicha investigación, se empleó un estudio cuantitativo, exploratorio y descriptivo, no experimental. La población de estudio estuvo conformada por las mujeres empresarias en empresas internacionales, cuya muestra estuvo seleccionada por 22 participantes que ocuparon un cargo de gerencia entre el año 2019 y 2021 en empresas exportadoras e importadoras. Para la recolección de datos, se aplicó como técnica la encuesta cuyo instrumento consta de un cuestionario. Los resultados evidenciaron que las mujeres entrevistadas cuentan un alto nivel de empoderamiento y competitividad. Se concluye, que las mujeres si tienen la capacidad de liderar empresas internacionales.

Cerdán y Sarmiento (2020), en su tesis para obtener el título profesional de Economista, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, titulada “Emprendimiento femenino y la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque en el periodo 2018 -2019”. Plantearon como objetivo determinar como el empoderamiento femenino aporta a la competitividad de las empresas agroexportadoras. El trabajo mencionado

tuvo un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo, descriptivo, con diseño correlacional. La población consta de empresas agroexportadoras dirigidas por mujeres en Lambayeque, mientras que la muestra fue de cuatro de estas empresas. Los resultados determinaron que la gestión realizada por una mujer es muy competitiva en el ámbito laboral, lo que permite que tenga un impacto en la sociedad, sobre todo, en la región lambayecana. Por ello, se concluye que las mujeres emprendedoras tienen las habilidades y capacidades para que las empresas que dirigen sean competitivas, permitiendo que estas se mantengan en el mercado.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Empoderamiento Femenino

En las últimas décadas, el término de empoderamiento femenino ha sido muy utilizado, siendo importante en el discurso económico y del desarrollo. El desarrollo económico en las mujeres les permite beneficiarse de bienes, servicios e ingresos; mientras que, el desarrollo ayuda a mejorar su condición en la formación (Ramírez et al., 2020).

Es a partir de los años setenta donde el empoderamiento empezó a ganar fuerza en las organizaciones populares, siendo una de estas, los grupos feministas, profundizando la importancia de que las mujeres deben ser empoderadas para obtener una sociedad más igualitaria (Guzmán, 2020).

El término empoderamiento en el movimiento femenino tiene sus orígenes desde 1988, en el texto de Sen y Grown, en el que se pedía transformaciones en la subordinación de la mujer y cambios en la sociedad, creando el grupo *Mujeres por un Desarrollo Alternativo* (MUDAR) (García et al., 2022). Este movimiento planteaba la

posición crítica en base al paradigma de Mujer y Desarrollo, ya que para el grupo MUDAR estas no cuestionaban las estructuras que podrían truncar las posibilidades que las mujeres, en igual condiciones que los hombres, fueran parte de los beneficios mencionados, por ello, plantearon un enfoque de género en el que las estructuras y relaciones que generan un inconveniente para que la mujer busque su óptimo desarrollo, debían restablecerse, haciendo énfasis en el empoderamiento de la mujer como estrategia que permita lograr los cambios mencionados (Balcázar, 1998).

No obstante, es en 1995, en la IV Conferencia Mundial de las Mujeres en Pekín, donde el término *empoderamiento femenino* toma más fuerza, ya que fue el inicio de debates políticos en relación con las mujeres y se adoptó la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, programa en favor del empoderamiento femenino cuya clave se enfoca en la igualdad de género (Naciones Unidas, s.f.).

El empoderamiento femenino, según Keller y Mbewe (1971), citado en Balcázar (1998), es un proceso por el cual las mujeres llegan a desarrollar las capacidades para organizarse, con el objetivo de incrementar su confianza hacia sí mismas.

2.2.1.1. Dimensiones

Económica

Se refiere al proceso mediante el cual las mujeres adquieren la capacidad de controlar recursos económicos, acceder a oportunidades laborales y financieras, y participar activamente en las decisiones que afectan su bienestar económico. Este empoderamiento implica que las mujeres tengan el control sobre sus ingresos, puedan acceder a empleos bien remunerados, recursos financieros como créditos o ahorros, y

sean partícipes de la toma de decisiones económicas tanto en el ámbito personal como comunitario (Basilio et al., 2024).

Además, la dimensión económica del empoderamiento femenino también hace referencia a las barreras estructurales que limitan la participación de las mujeres en la economía, como la brecha salarial, el acceso desigual a la propiedad y las oportunidades laborales limitadas. Puesto que, al mejorar el control y acceso a recursos económicos, las mujeres pueden mejorar su bienestar personal y contribuir al desarrollo económico de sus comunidades, reduciendo las disparidades de género (Torres et al., 2024).

Personal

Es el proceso mediante el cual una mujer desarrolla la capacidad de tomar decisiones independientes y asumir el control de su vida. Este empoderamiento implica que la mujer se sienta capaz de definir sus propios objetivos y trabajar hacia ellos, con una confianza que proviene del reconocimiento de su propio valor y habilidades (Barrera y Mariño, 2019).

Esta dimensión no solo involucra la toma de decisiones en el ámbito personal, sino también el poder de ejercer autonomía en aspectos clave de su vida, como su bienestar emocional y físico. Es un proceso de crecimiento personal que le permite superar las limitaciones impuestas por factores externos, para así poder vivir de acuerdo con sus propios deseos y necesidades (Aramendia, 2019). En esencia, este empoderamiento personal fomenta la autogestión, donde la mujer no solo toma decisiones de manera consciente, sino que también actúa con seguridad para mejorar su calidad de vida y bienestar general.

Familiar

Alude a la interacción y el apoyo que la mujer recibe y brinda en su entorno familiar, esta dimensión abarca la importancia de sentirse respaldada por su familia en las decisiones y actividades que realiza, lo que refuerza su autoconfianza y capacidad para enfrentar retos personales y profesionales (Barrera y Mariño, 2019). Además, se considera al apoyo familiar es esencial para que la mujer se sienta motivada y valorada en sus logros y aspiraciones.

Además, implica una participación activa en los asuntos familiares, donde la mujer se mantiene al tanto de lo que ocurre en su entorno cercano y actúa como un agente de equilibrio y cuidado en la familia (Basilio et al., 2024). Pues, la satisfacción con su formación educativa también es un factor relevante, ya que sentirse conforme con su preparación influye en su capacidad para gestionar tanto los desafíos familiares como los externos.

Sociocultural

Esta dimensión hace alusión a la forma en que las mujeres interactúan con su entorno social y cultural, y cómo estas influyen en su desarrollo personal y colectivo. Esta dimensión contempla las oportunidades que la sociedad ofrece para el crecimiento y desarrollo de las mujeres, así como las barreras que puedan enfrentar, como la negación de oportunidades basadas en estereotipos o discriminación (Cordero, 2024).

El empoderamiento sociocultural también abarca el grado en que una mujer se siente valorada y reconocida por su entorno social. Donde, sentirse apreciada y respetada por sus aportes a la sociedad es fundamental para que las mujeres puedan participar activamente en su comunidad, lo que refuerza su autoestima y su capacidad

de influir en el cambio social (Palacios y Baquero,2020). Al mismo tiempo, esta dimensión implica que las mujeres se sientan capaces de contribuir de manera significativa y recibir reconocimiento por su trabajo, ideas y esfuerzos dentro de la sociedad, fomentando una participación más equitativa en los procesos socioculturales.

2.2.1.1.1. Indicadores

Dimensión Económica

- **Autonomía Financiera:** Destreza de una mujer para gestionar sus propios recursos económicos sin depender de otras personas para su sustento. En adición, implica que la mujer tenga control sobre sus ingresos, pueda cubrir sus necesidades y tomar decisiones económicas de manera independiente, sin la necesidad de apoyo financiero de terceros (Roldán et al.,2023).
- **Toma de Decisiones del Negocio:** Remite al potencial para asumir el control y la responsabilidad sobre las decisiones económicas en su negocio o actividades productivas. Este indicador evalúa si la mujer es capaz de gestionar aspectos clave del negocio, como inversiones, distribución de recursos, estrategias de crecimiento, y planificación financiera, sin depender de otras personas para dichas decisiones (Herrera y Lara, 2019).
- **Motivación para Emprender:** Habla de grado de disposición y entusiasmo de una mujer para iniciar, desarrollar y hacer crecer su negocio o proyecto económico. A su vez, este indicador evalúa el nivel de impulso y determinación que tiene la mujer para expandir sus actividades económicas, mejorar su rendimiento financiero y superar desafíos empresariales (Castiblanco y Pineda, 2021).

- **Capacitación:** Exhibe la formación y adquisición de conocimientos y habilidades en áreas económicas y financieras que le permitan mejorar su gestión de recursos y toma de decisiones en estos ámbitos (Alvarado et al., 2021). Por otro lado, este indicador evalúa la participación de la mujer en programas o actividades de formación que le proporcionen herramientas para manejar eficientemente su economía personal o empresarial.

Dimensión Personal

- **Confianza:** Estipula el grado de seguridad y convicción que una mujer tiene en su capacidad para alcanzar sus metas y objetivos. Además, hace referencia a si una mujer cree en sus habilidades, toma iniciativas y persiste en sus esfuerzos por lograr lo que se propone, a pesar de los desafíos o barreras (Torres et al., 2024).
- **Toma de Decisiones Personales:** Indica la capacidad de una mujer para actuar de manera autónoma y tomar decisiones que afecten su vida diaria sin la influencia o control de otros. Además, brinda la comprensión de como una mujer ejerce control sobre aspectos clave de su vida, como su bienestar, relaciones, educación y otros asuntos personales (Peña et al., 2019).
- **Tiempo Libre:** Explica la disponibilidad que tiene una mujer para gestionar su tiempo de manera que le permita realizar actividades fuera de sus responsabilidades laborales, domésticas o familiares. Este indicador evalúa la capacidad de una mujer para equilibrar sus responsabilidades cotidianas con el espacio necesario para actividades recreativas, formativas o de desarrollo personal (Velázquez y Román,2020).

Dimensión Familiar

- **Apoyo Familiar:** Se refiere al nivel de respaldo emocional, moral y práctico que una mujer percibe de su entorno familiar en sus decisiones y acciones. Además, implica la sensación de confianza y seguridad que una mujer experimenta al saber que cuenta con el apoyo de su familia para enfrentar desafíos, alcanzar sus metas y tomar decisiones importantes (Barrera y Mariño, 2019).
- **Educación:** Hace referencia a que tan satisfecha se encuentra una mujer respecto a su formación académica y educativa. También, implica como percibe su educación en términos de su utilidad y suficiencia para enfrentar los desafíos de su vida familiar, personal y profesional (Rueda, 2020).
- **Toma de Decisiones Familiares:** Alude la participación de la mujer en el proceso de toma de decisiones dentro del entorno familiar, considerando la opinión y el consenso de los miembros de la familia en cuestiones relevantes. Además, del grado de involucramiento a su familia en la deliberación de temas clave que afectan a la unidad familiar, como la planificación financiera, educación de los hijos o decisiones relacionadas con el hogar (Cordero, 2024).

Dimensión Sociocultural

- **Oportunidades:** Este indicador se refiere al acceso y disponibilidad de opciones para el crecimiento personal, profesional y social que una mujer tiene en su entorno. Evalúa si la sociedad proporciona condiciones equitativas para que las mujeres puedan desarrollarse y alcanzar sus metas, así como si han experimentado barreras o negación de oportunidades para su crecimiento y participación (Basilio et al., 2024).

- **Reconocimiento Social:** Involucra como una mujer percibe que su entorno social valora y aprecia su contribución y participación en la comunidad. Además, este indicador evalúa cómo la mujer se siente respetada y reconocida por los aportes que realiza en diferentes ámbitos, ya sea en su trabajo, familia o comunidad (Palacios y Baquero,2020).

2.2.2 Competitividad

La competitividad es la capacidad de la empresa para establecer e implementar estrategias competitivas y tener la cantidad de productos en el mercado que le permita a la empresa ser sostenible (Ferraz et al., 1996).

El interés por la competitividad surge de la economía clásica sobre el comercio internacional. De aquí nacen los enfoques sobre la ventaja absoluta y la ventaja comparativa, ya que ambas comparten elementos comunes como la división internacional del trabajo, la dotación de recursos naturales y la especialización (Ráez et al., 2021).

En la economía clásica, según Adam Smith, la competitividad y el comercio internacional se sitúan en la inclinación de las personas a intercambiar y generar alguna ganancia de ello (Suñol, 2006). Además, Smith señalaba que la competitividad significaba que las compañías se centren en disminuir sus costos, y en su libro *La Riqueza de las Naciones*, publicado en 1776, desarrolló la teoría de la ventaja comparativa, en que alude el valor de disponibilidad de recursos y la división de trabajo, lo que genera la productividad y competitividad (Orozco y Núñez, 2017).

2.2.2.1 Dimensiones

Productividad

Hace referencia a la eficacia con la que una empresa transforma sus recursos (como trabajo, capital, materiales y energía) en productos o servicios. Se considera una métrica fundamental de rendimiento que muestra cuán bien una empresa emplea sus recursos para crear valor y lograr sus metas. En esencia, es el resultado combinado de todos los esfuerzos tecnológicos, de gestión y personales, que en conjunto contribuyen al éxito operativo de la organización en su totalidad (Castañeda, 2021).

La importancia según Galarza y Díaz (2015) radica en comprender que las organizaciones deben comprender que aumentar la productividad implica trabajar de manera más inteligente, no necesariamente más intensa. Pues, la productividad no se logra simplemente trabajando más arduamente; este enfoque solo conduce a mejoras mínimas en la eficiencia y donde la relevancia de la productividad radica en la búsqueda constante de mejoras en los procesos, respaldada por una fuerza laboral competente y capacitada adecuadamente.

Crecimiento

Hace alusión a la habilidad de una empresa para avanzar en el mercado frente a sus competidores, donde este progreso se puede evaluar mediante diferentes indicadores, como el incremento en la cuota de mercado, la mejora en la eficiencia operativa, la innovación en la oferta de productos y servicios, la reducción de costos y la capacidad para atraer y fidelizar clientes.

Asimismo, es considerado un aspecto crucial en la trayectoria de las organizaciones, mostrando su habilidad para adaptarse y crecer en un ambiente

competitivo. De acuerdo con Blázquez et al. (2006) este fenómeno también se circunscribe en la capacidad de ajustarse a los cambios del entorno o impulsado por la iniciativa emprendedora de los líderes, y se evidencia de diversas maneras, siendo evaluado a través de múltiples indicadores.

Rentabilidad

Indicador crucial que revela el rendimiento de una inversión y la eficiencia con la que una empresa administra sus recursos financieros, pues se centra en los beneficios reales o potenciales derivados de una inversión, y puede ser evaluado tanto en términos absolutos como relativos. Al mismo tiempo, resulta un aspecto crucial para la competitividad de una empresa, debido a que garantiza a una compañía para producir beneficios o ganancias en comparación con la inversión realizada (Cano et al., 2013).

2.2.2.1.1. Indicadores

Dimensión Productividad

- **Nivel de productividad:** Eficiencia que una empresa posee al utilizar sus recursos para producir bienes y servicios, que evalúa cómo se relaciona la producción lograda con los recursos empleados, como el trabajo, el capital y la tecnología (Blázquez et al., 2006).
- **Nivel de motivación empresarial:** Supone el impulso y entusiasmo con los cuales los empleados se comprometen con sus responsabilidades y objetivos dentro de una empresa, esta métrica refleja cómo los trabajadores están dispuestos e interesados en contribuir activamente al éxito organizacional (Galarza y Díaz, 2015).

- **Nivel de retroalimentación:** Frecuencia y calidad con la que una empresa recibe y emplea información sobre su rendimiento, procedimientos y productos son vitales que se origina de clientes, empleados, proveedores u otras partes involucradas, y es crucial para identificar áreas de mejora, tomar decisiones fundamentadas y mantenerse competitivo en el mercado (Cano et al., 2013).

Dimensión Crecimiento

- **Crecimiento económico:** Definido como el aumento constante y amplio en la producción de bienes y servicios dentro de una economía durante un periodo determinado. Dicho proceso implica un incremento en el Producto Interno Bruto (PIB), que representa el valor total de todos los bienes y servicios producidos en un país (Castañeda,2021).
- **Crecimiento social:** Tiene que ver con las acciones que una empresa lleva a cabo para mejorar las condiciones sociales tanto internas como externas. Por eso, implica iniciativas dirigidas hacia sus empleados, las comunidades locales y otras partes interesadas, donde el objetivo principal es mejorar el bienestar general mediante la promoción de la igualdad de oportunidades, la calidad de vida, el desarrollo humano y la sostenibilidad ambiental (Galarza,2017).
- **Oportunidades de crecimiento:** Son las condiciones favorables que una empresa puede aprovechar para expandir sus operaciones, incrementar su participación en el mercado o fortalecer su posición en la industria (Labarca, 2007).

Dimensión Rentabilidad

- **Rentabilidad empresarial:** Tiene que ver con la habilidad de una empresa para producir ingresos que excedan sus costos y gastos durante un período específico, demostrando así su capacidad para obtener beneficios netos y proporcionar retornos a sus inversionistas (Ortuño et al.,2021).
- **Liquidez y rentabilidad:** Son aspectos que involucran la habilidad para transformar activos en efectivo de manera ágil y la eficiencia de una empresa para generar ganancias en relación con sus inversiones (Blázquez et al.,2006).
- **Rentabilidad y competitividad:** Se refiere a la conjunción de la capacidad de una empresa para generar ganancias en relación con su inversión, reflejando su eficiencia financiera y habilidad de la empresa para destacarse en el mercado, superando a sus rivales mediante la diferenciación de productos, eficiencia operativa y capacidad de adaptación (Blázquez et al., 2006).
- **Rentabilidad y motivación:** Involucra la generación de ganancias de manera eficiente y el impulso y compromiso de los empleados hacia metas y tareas (Galarza,2017).

2.2.3 Agentes de carga internacional

Los agentes de carga internacional son expertos esenciales en la logística global y el comercio internacional. Su función principal radica en facilitar el transporte de mercancías desde exportadores hasta importadores, coordinando el movimiento de carga mediante diversas opciones de transporte como marítimo, aéreo, terrestre o combinado (López et al., 2021). En ese sentido, desempeñan roles cruciales en la logística global debido a que se encargan de coordinar el transporte de mercancías de

manera eficiente y económica, ofreciendo consejos expertos sobre rutas óptimas, métodos de transporte adecuados y el embalaje más apropiado para cada tipo de carga (López et al.,2018).

Además, los agentes de carga se encargan de la negociación, obteniendo tarifas competitivas de diferentes proveedores de servicios logísticos. Otras de sus principales funciones es el seguimiento de la carga, ya que monitorean el movimiento de las mercancías y mantienen informados a sus clientes sobre el estado de sus envíos.

Asimismo, estos profesionales se encargan de resolver cualquier incidencia que pueda surgir durante el transporte y gracias a su experiencia en normativas y procedimientos internacionales, contribuyen a reducir riesgos asegurando la entrega segura y el cumplimiento de todas las regulaciones pertinentes para las mercancías (Mejía et al., 2017).

2.3 Definición de términos

Empoderamiento. - proceso en el cual los individuos fortalecen sus capacidades, confianza y protagonismo cuando son parte de un grupo, impulsando cambios positivos según la coyuntura en la que viven (Fátima et al.,2020).

Feminismo. - movimiento político, social, económico, académico y cultural, que busca la igualdad de derechos entre los hombres y mujeres (Herrera y Kong,2024).

Competitividad. - capacidad de una organización para mejorar las ventajas competitivas en relación con su competencia, obteniendo una destacada posición (Ortuño et al.,2021).

Comercio. - actividad socioeconómica que consta del intercambio de bienes y/o servicios para su uso, transformación o venta (López et al.,2021).

Exportación. - la venta de bienes o servicios con dirección a territorio extranjero o una zona franca, con el fin de mantenerse en ese territorio de modo definitivo (Castro, 2008, p. 109).

Importación. - compra de bienes o servicios a un país para ser usado en territorio nacional (Fátima et al.,2020).

Igualdad de género. - gozar de los mismos derechos entre hombres y mujeres (Unicef, 2019).

Empresa. - organización de personas que tienen disponibles recursos como capital, maquinaria, entre otros, con el fin de conseguir un beneficio económico (Ortuño et al.,2021).

Desarrollo empresarial. - proceso por el que atraviesa toda empresa, en el cual, los colaboradores fortalecen y crean habilidades que benefician la productividad, alcanzando un manejo eficiente y eficaz de los recursos de la empresa (López et al.,2021).

Liderazgo. - el liderazgo es el arte de influir en las personas para que trabajen con entusiasmo en la consecución de objetivos para el bien común (Hunter, 2004).

2.4 Formulación de hipótesis

2.4.1 Hipótesis General

El empoderamiento femenino se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

2.4.2 Hipótesis Específicas

- ✓ La dimensión económica se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

- ✓ La dimensión personal se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.
- ✓ La dimensión familiar se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.
- ✓ La dimensión sociocultural se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.



CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque, Nivel, Tipo y Diseño de la investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que se utilizó la estadística para medir las variables de estudio y el posterior análisis de datos. De acuerdo con Hernández et al. (2014) el enfoque cuantitativo es usado como medio de recolección de datos, con la finalidad de comprobar la hipótesis que es medible numéricamente y es reflejada en un análisis estadístico, con la finalidad de tener evidencia y probar la teoría.

La investigación tiene un nivel descriptivo correlacional, ya que se especifica y detalla las características de la población. Asimismo, de acuerdo a Hadi et al. (2023), hace referencia al conocimiento del grado de asociación que está presente entre dos o más variables colocadas en una muestra.

La investigación es de tipo aplicada, ya que se pretende dar respuesta a los problemas planteados. Según Hadi et al. (2023) se considera aplicada cuando “la investigación se orienta a conseguir un nuevo conocimiento que permita soluciones a problemas prácticos” (p. 3).

Por otra parte, el diseño es no experimental, puesto que, una vez finalizado la encuesta de investigación, se procedió a la observación. Hernández et al. (2014) mencionan que el diseño no experimental está basado en la imposibilidad de manipular las variables o asignar condiciones a los sujetos, sino que se hace uso de la observación como procedimiento final.

3.2 Población

Según Arias et al. (2016) afirma que para la selección de la población de estudio existen características decisivas que deben considerarse. Una de ellas es la homogeneidad, que se refiere a que todos los miembros de la población tienen las mismas características según las variables que se habrán de estudiar, ya que si no se asegura que la población sea homogénea puede conducir a elaborar conclusiones equivocadas durante el análisis.

La investigación se desarrolló considerando a toda la población, siendo un total de 23 mujeres que ocupan el cargo de gerentes generales en los agentes de carga internacional ubicados en el Callao; empresas que para el año 2024 se hayan encontrado con autorización y estado de póliza vigente. Estas empresas fueron seleccionadas a partir del portal del Ministerio de Transporte y Comunicaciones (2024), registrando un total de 77 agentes de carga internacional ubicadas en el Callao, de los cuales se determinó que 23 están liderados por mujeres, como se muestra a continuación en la Tabla 1.

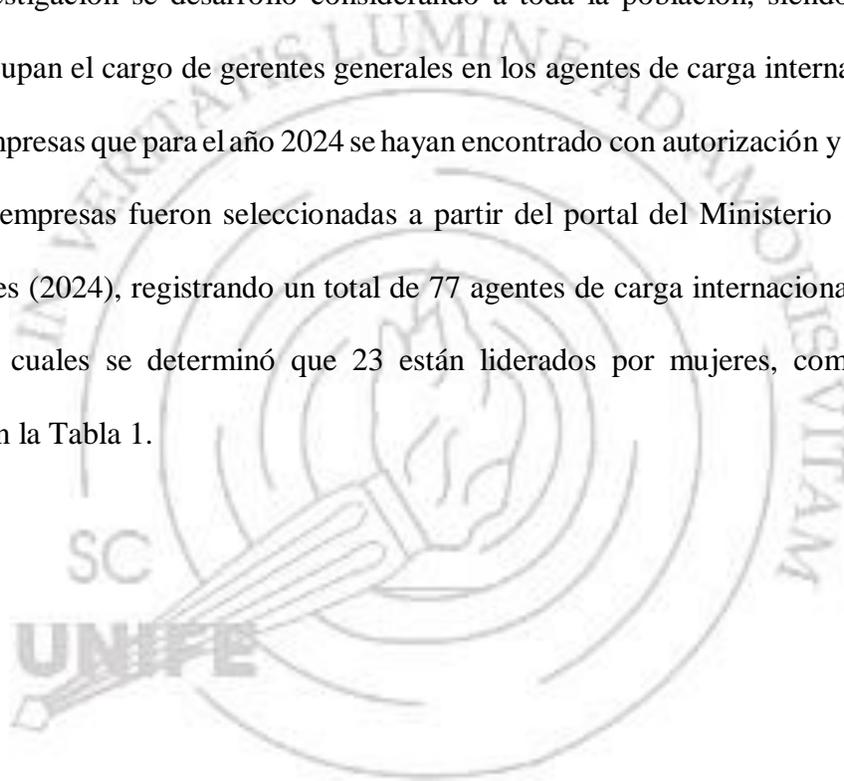


Tabla 1

Agentes de Carga Internacional liderado por mujeres (Callao, Perú 2024).

N°	AGENTES DE CARGA INTERNACIONAL
1	AG GROUP PERU S.A.C.
2	CORPORACION LOGISTICA & TRANSPORTE S.A.C.
3	GLOBAL AMERICAN CARGO E.I.R.L.
4	J&M GLOBAL LOGISTICS S.A.C.
5	AG LOGISTIC GROUP PERU S.A.C.
6	AGUILA CARGO S.A.C.
7	AYMAR CARGO LOGISTIC S.A.C.
8	CAPITAL LOGISTICS S.A.C.
9	DP PERU S.A.C.
10	EMA INTERNATIONAL LOGISTICS S.A.C.
11	G & C INTERNATIONAL CARGO S.A.C.
12	GRUPO CRISAL S.A.C.
13	INTERNATIONAL FREIGHT OPERATOR S.A.C.
14	IPH AGENCIA DE CARGA S.A.C.
15	ITAW CARGO S.A.C.
16	MARTILINE S.A.C.
17	MEGA FREIGHT INTERNATIONAL PERU S.A.C.
18	OCEAN FREIGHT CORPORATION S.A.C.
19	RAVMAR FREIGHT LOGISTICS SAC
20	SCHARFF LOGISTICA INTEGRADA S.A.
21	STAR CARGO DEL PERU S.A.C.
22	STYLER LOGISTICS CARGO S.A.C.
23	WORLD COMPANY FREIGHT S.A.C.

Nota. Adaptado del Ministerio de Transporte y Comunicaciones. (2024). Reportes de Agentes de Carga Internacional.

3.3 Operacionalización de las Variables del Estudio

Tabla 2

Operacionalización de Variables de Estudio

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	PREGUNTAS
Empoderamiento femenino	Económica	Autonomía financiera	1. ¿Considera usted que actualmente cuenta con autonomía financiera?
		Toma de decisiones del negocio	2. ¿Considera usted que gestiona eficientemente la toma de decisiones económicas de la empresa?
		Motivación para emprender	3. ¿Considera usted que tiene la motivación necesaria para emprender y/o liderar una empresa?
		Capacitación	4. ¿Considera usted que se encuentra capacitada sobre temas económicos y/o financieros?
	Personal	Confianza	5. ¿Considera usted que se siente en confianza para alcanzar sus objetivos personales?
		Toma de decisiones personales	6. ¿Considera usted que toma sus propias decisiones en el ámbito personal?
		Tiempo libre	7. ¿Considera usted que cuenta con tiempo libre para realizar otras actividades personales?
	Familiar	Apoyo familiar	8. ¿Considera usted que el apoyo familiar favorece en su capacidad de toma de decisiones?
		Educación	9. ¿Considera usted estar conforme respecto a su formación académica y/o educativa?
		Toma de decisiones familiares	10. ¿Considera usted que participa de manera activa en las decisiones que se toman en su entorno familiar?

	Sociocultural	Oportunidades	11. ¿Considera usted que la sociedad proporciona condiciones equitativas para que las mujeres puedan desarrollarse?
			12. ¿Considera usted que ha enfrentado barreras relacionadas con su género en el desarrollo de su carrera hacia su puesto actual?
		Reconocimiento social	13. ¿Considera usted que sentirse valorada por su entorno social fortalece su confianza en sí misma?
			14. ¿Considera usted que sus contribuciones a la sociedad son debidamente reconocidas y valoradas?
Competitividad	Productividad	Nivel de productividad	15. ¿Considera usted que la productividad es un factor clave para mejorar la competitividad empresarial?
			16. ¿Considera usted que su nivel de productividad influye en la posibilidad de acceder a un mejor puesto de trabajo?
		Nivel de motivación empresarial	17. ¿Considera usted que la motivación repercute en su productividad laboral?
		Nivel de retroalimentación	18. ¿Considera que recibir retroalimentación contribuye a mejorar su nivel de productividad?
	Crecimiento	Crecimiento económico	19. ¿Considera que la empresa en la cual labora ha tenido un crecimiento económico en los últimos años?
		Crecimiento social	20. ¿Considera que la empresa en la cual labora ha tenido un crecimiento en su responsabilidad e impacto social?
		Oportunidades de crecimiento	21. ¿Considera que la empresa en la cual labora brinda oportunidades de trabajo a la sociedad?
			22. ¿Considera que la empresa en la cual labora fomenta el crecimiento y la competitividad a nivel personal como profesional?

	Rentabilidad	Rentabilidad empresarial	23. ¿Considera que la empresa en la cual labora aplica estrategias para obtener una mejor rentabilidad?
		Liquidez y rentabilidad	24. ¿Considera que la empresa en la cual labora mantiene una constante liquidez y rentabilidad?
		Rentabilidad y competitividad	25. ¿Considera que la rentabilidad influye directamente en la competitividad de la empresa?
		Rentabilidad y motivación	26. ¿Considera que usted fomenta la motivación en su equipo para alcanzar mejores niveles de rentabilidad?

Nota. La tabla muestra la operacionalización de las variables con sus respectivas dimensiones, indicadores y preguntas a realizarse.



3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

La técnica aplicada para la presente investigación fue la encuesta, ya que se utilizaron preguntas como fuente primaria de recolección de datos. Conforme con Hernández et al. (2014) la encuesta recolecta datos de manera sistemática de numerosos individuos para entender características específicas de la población o universo al que representan.

Por otro lado, el instrumento que se utilizó para recolectar la información fue el cuestionario. En el presente estudio, se elaboró un cuestionario con 14 preguntas para la variable empoderamiento femenino y 12 preguntas para la variable competitividad, haciendo un total de 26 preguntas.

Del mismo modo, se hizo uso de la escala de Likert para aplicar la encuesta, la cual nos indica y permite saber la reacción de cada persona encuestada eligiendo 5 opciones, los cuales son:

1. Totalmente en desacuerdo.
2. En desacuerdo.
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo.
5. Totalmente de acuerdo.

3.5 Técnicas estadísticas para el procesamiento y análisis de datos

Luego de obtener los resultados de las encuestas realizadas a las 23 gerentes generales de las agencias de carga internacional, se procedió a ordenar los datos obtenidos y se trasladó dicha información a una plantilla de Excel por cada pregunta, variable y dimensión. Posteriormente, los datos se pasaron al software estadístico SPSS

versión 26, con el fin de realizar la correlación y análisis de las variables, y a su vez contrastar las hipótesis planteadas mediante el estadístico de Pearson.



CAPÍTULO IV. RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo de resultados

En este capítulo se analizó los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada. Para ello, se ha hecho uso de la estadística descriptiva, mediante la aplicación de tablas y gráficos.

4.1.1 Presentación y análisis de la variable Empoderamiento femenino

Tabla 3

Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión económica

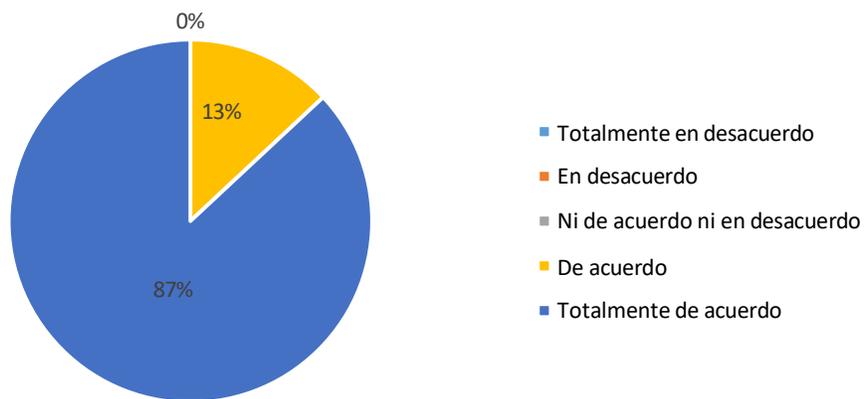
Preguntas	TED		ED		N		DA		TDA		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P.1	0	0%	0	0%	0	0%	3	13%	20	87%	23	100%
P.2	0	0%	1	4%	3	13%	11	48%	8	35%	23	100%
P.3	0	0%	0	0%	2	9%	8	35%	13	57%	23	100%
P.4	0	0%	0	0%	5	22%	11	48%	7	30%	23	100%
Promedio	0	0%	0	1%	3	11%	8	36%	12	52%	23	100%

En la tabla 3 se muestran los resultados obtenidos con relación a la dimensión económica; en donde la mayoría de los encuestados indican estar de acuerdo (36%) y totalmente de acuerdo (52%), con que dimensión económica es relevante en la competitividad de las agencias de carga internacional.

A continuación, se procede a analizar las respuestas para cada pregunta de la dimensión.

Figura 1

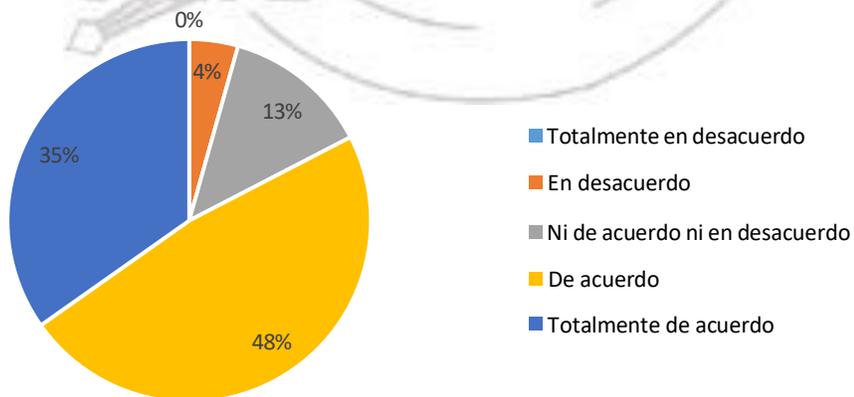
Considera usted que actualmente cuenta con autonomía financiera



De acuerdo con la figura 1, el 100% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo en contar con autonomía financiera.

Figura 2

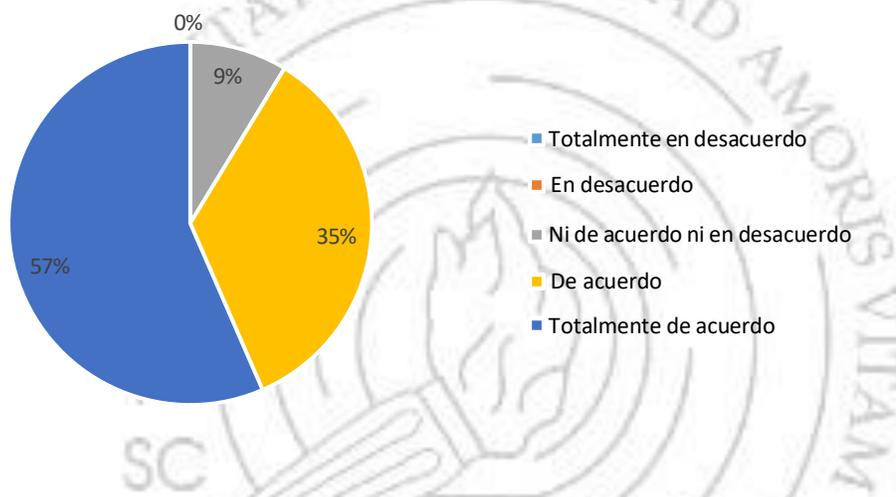
Considera usted que gestiona eficiente la toma de decisiones económicas de la empresa



De acuerdo con la figura 2, el 83% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que gestionan eficientemente la toma de decisiones económicas de la empresa. Mientras que, el 13% opina no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 3

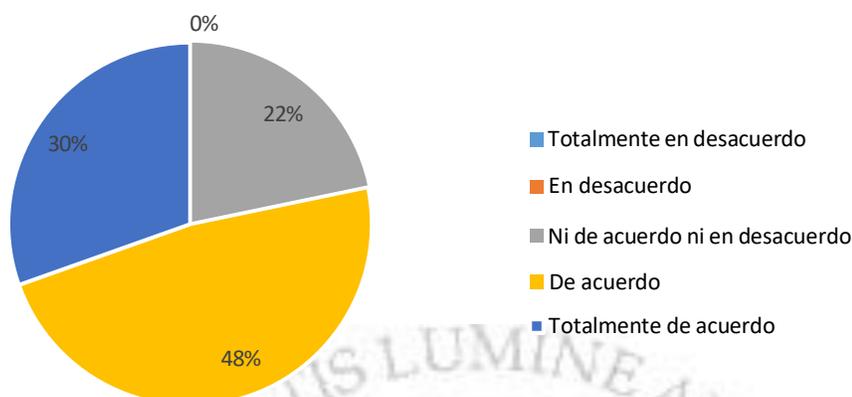
Considera usted que tiene la motivación necesaria para emprender y/o liderar una empresa



De acuerdo con la figura 3, el 92% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que tienen la motivación necesaria para emprender y/o liderar una empresa, mientras que el 9% restante opinan no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 4

Considera usted que se encuentra capacitada sobre temas económicos y/o financieros



De acuerdo con la figura 4, el 78% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que se encuentra capacitada sobre temas económicos y/o financieros, mientras que el 22% restante opinan no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 4

Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión personal

Preguntas	TED		ED		N		D A		TDA		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P.5	0	0%	0	0%	0	0%	6	26%	17	74%	23	100%
P.6	0	0%	0	0%	1	4%	3	13%	19	83%	23	100%
P.7	0	0%	2	9%	1	4%	13	57%	7	30%	23	100%
Promedio	0	0%	1	3%	1	3%	7	32%	14	62%	23	100%

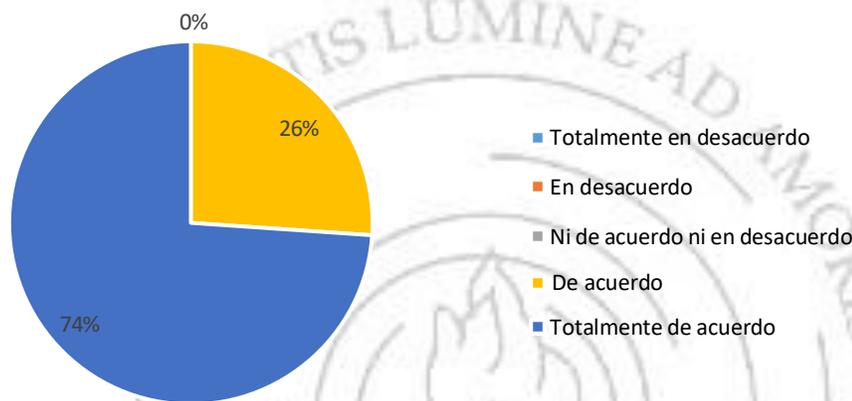
En la tabla 4 se muestran los resultados obtenidos con relación a la dimensión personal; en donde la mayoría de los encuestados indican estar de acuerdo (32%) y

totalmente de acuerdo (62%), con que la dimensión personal es relevante en la competitividad de las agencias de carga internacional.

A continuación, se procede a analizar las respuestas para cada pregunta de la dimensión.

Figura 5

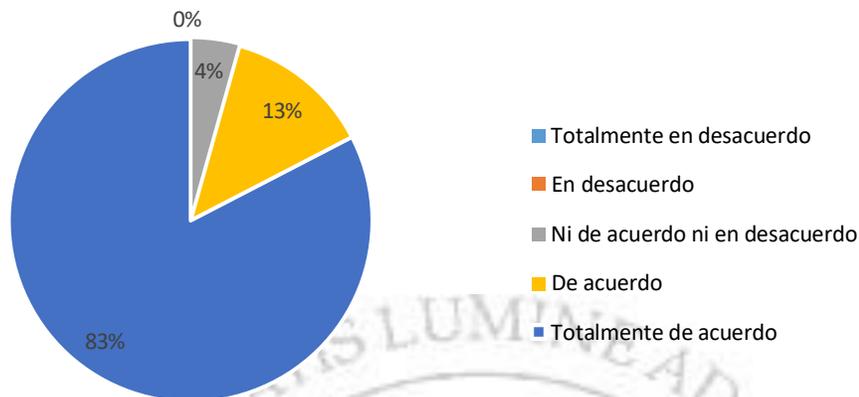
Considera usted que se siente en confianza para alcanzar sus objetivos personales



De acuerdo con la figura 5, el 100% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que, se sienten en confianza para alcanzar sus objetivos personales.

Figura 6

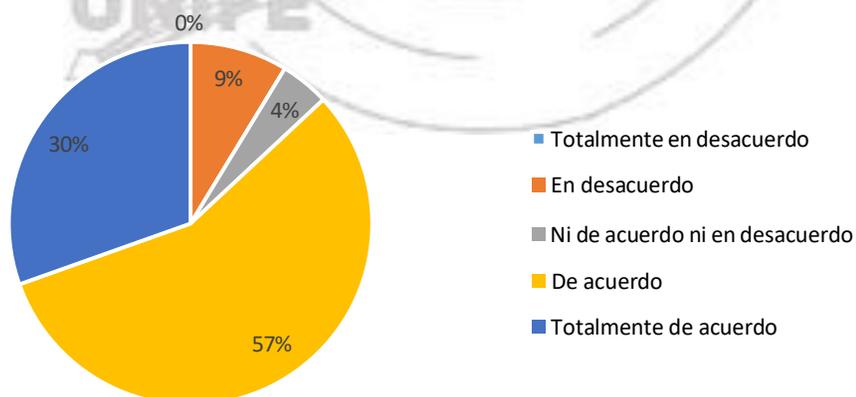
Considera usted que toma sus propias decisiones en el ámbito personal



De acuerdo con la figura 6, el 96% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que toman sus propias decisiones en el ámbito personal, mientras que el 4% restante opinan no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 7

Considera usted que cuenta con tiempo libre para realizar otras actividades personales



De acuerdo con la figura 7, el 87% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que cuenta con tiempo libre para realizar otras actividades personales, por otro lado, el 9% indica no estar de acuerdo con lo dicho anteriormente. **Tabla 5**

Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión familiar

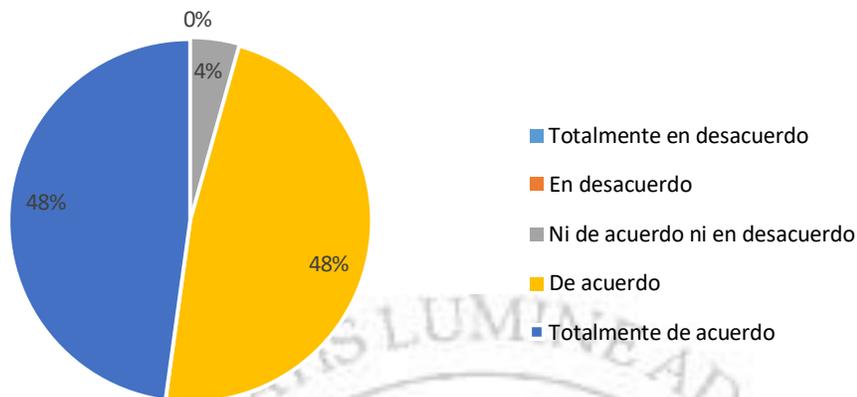
Preguntas	TED		ED		N		D A		TDA		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P.8	0	0%	0	0%	1	4%	11	48%	11	48%	23	100%
P.9	0	0%	0	0%	0	0%	10	43%	13	57%	23	100%
P.10	0	0%	1	4%	0	0%	10	43%	12	52%	23	100%
Promedio	0	0%	0.3	1%	0.3	1%	10	45%	12	52%	23	100%

En la tabla 5 se muestran los resultados obtenidos con relación a la dimensión familiar; en donde la mayoría de los encuestados indican estar de acuerdo (45%) y totalmente de acuerdo (52%), lo cual refleja la relevancia de la dimensión familiar respecto a la competitividad en las agencias de carga internacional.

A continuación, se procede a analizar las respuestas para cada pregunta de la dimensión.

Figura 8

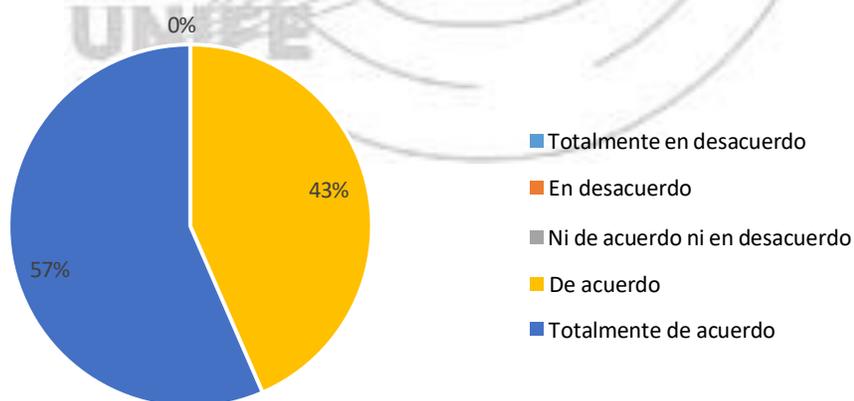
Considera usted que el apoyo familiar favorece en su capacidad de toma de decisiones



De acuerdo con la figura 8, el 96% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que, el apoyo familiar favorece en su capacidad de toma de decisiones, mientras que el 4% opinan no estar de acuerdo ni en desacuerdo con lo mencionado.

Figura 9

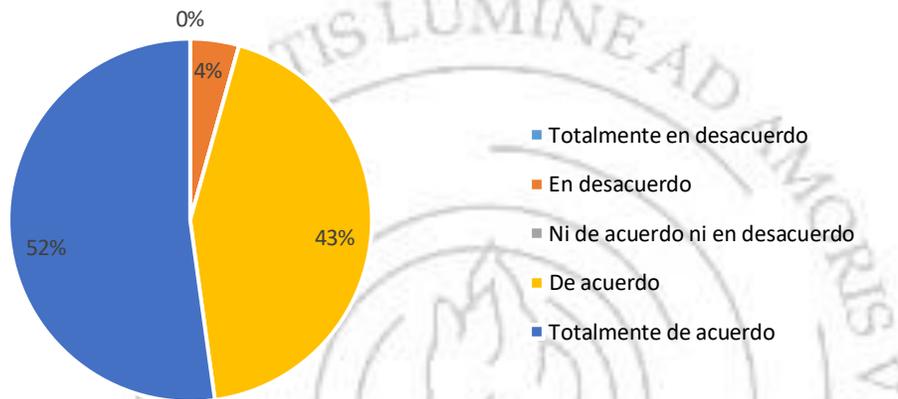
Considera usted estar conforme respecto a su formación académica y/o educativa



De acuerdo con la figura 9, el 100% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que están conformes respecto a su formación académica y/o educativa.

Figura 10

Considera usted que participa de manera activa en las decisiones que se toman en su entorno familiar



De acuerdo con la figura 10, el 95% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que participan de manera activa en las decisiones que se toman en su entorno familiar, mientras que el 4% restante no están de acuerdo con lo mencionado.

Tabla 6*Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión sociocultural*

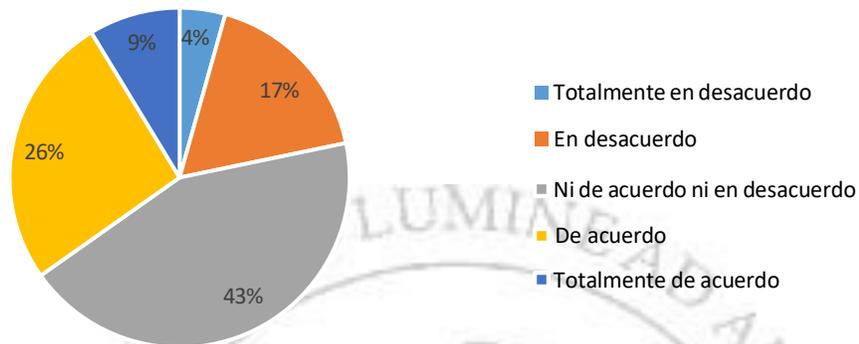
Preguntas	TED		ED		N		DA		TDA		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	Fi	fi	%	fi	%	fi
P.11	1	4%	4	17%	10	43%	6	26%	2	9%	23	100%
P.12	2	9%	3	13%	6	26%	9	39%	3	13%	23	100%
P.13	1	4%	0	0%	3	13%	12	52%	7	30%	23	100%
P.14	0	0%	0	0%	10	43%	11	48%	2	9%	23	100%
Promedio	1	17%	1.75	8%	7.25	32%	9.5	41%	3.5	15%	23	100%

En la tabla 6 se muestran los resultados obtenidos con relación a la dimensión sociocultural; en donde la mayoría de los encuestados indican estar de acuerdo (41%) y seguido por a veces (32%) lo cual refleja que la dimensión sociocultural es relevante en la competitividad de las agencias de carga internacional.

A continuación, se procede a analizar las respuestas para cada pregunta de la dimensión.

Figura 11

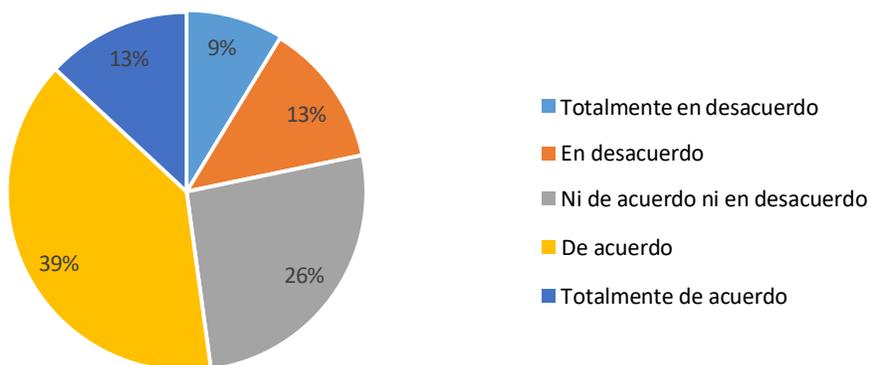
Considera usted que la sociedad proporciona condiciones equitativas para que las mujeres puedan desarrollarse



De acuerdo con la figura 11, el 35% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir la sociedad proporciona condiciones equitativas para que las mujeres puedan desarrollarse. Por otro lado, el 21% de los encuestados opinan estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Figura 12

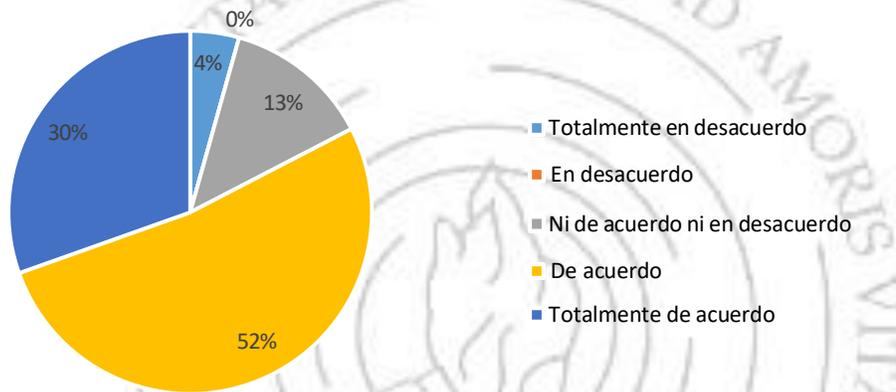
Considera usted que ha enfrentado barreras relacionadas con su género en el desarrollo de su carrera hacia su puesto actual



De acuerdo con la figura 12, el 52% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que ha enfrentado barreras relacionadas con su género en el desarrollo de su carrera hacia su puesto actual. Por otro lado, el 22% indica estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con lo mencionado.

Figura 13

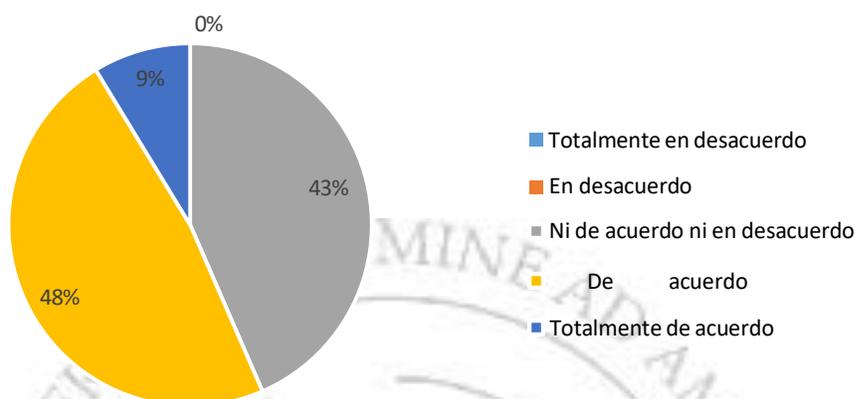
Considera usted que sentirse valorada por su entorno social fortalece su confianza en sí misma



De acuerdo con la figura 13, el 82% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que sentirse valorada por su entorno social fortalece su confianza en sí misma, mientras que el 13% restante opinan no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 14

Considera usted que sus contribuciones a la sociedad son debidamente reconocidas y valoradas



De acuerdo con la figura 14, el 57% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que sus contribuciones a la sociedad son debidamente reconocidas y valoradas. Sin embargo, el 43% restante opinan no estar de acuerdo ni en desacuerdo con lo mencionado.

4.1.2 Presentación y análisis de la variable Competitividad Empresarial

Tabla 7

Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión productividad

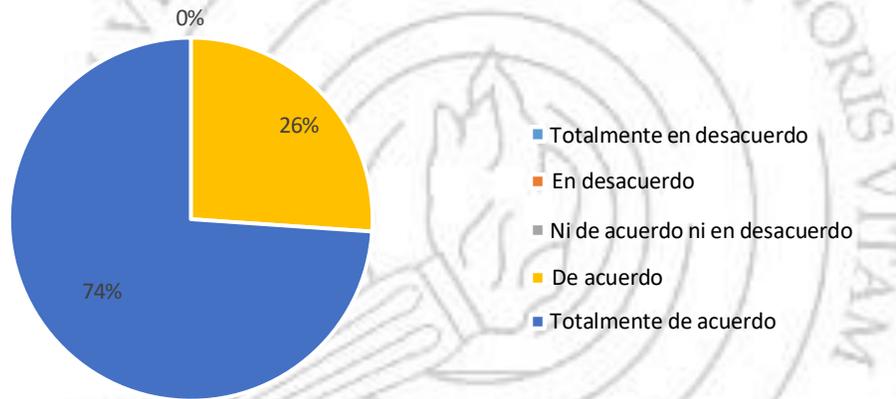
Preguntas	TED		ED		N		DA			TDA		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	Fi	fi	%	fi	%	fi	
P.15	0	0%	0	0%	0	0%	6	26%	17	74%	23	100%	
P.16	0	0%	1	4%	1	4%	12	52%	9	39%	23	100%	
P.17	0	0%	0	0%	2	9%	5	22%	16	70%	23	100%	
P.18	0	0%	0	0%	1	4%	10	43%	12	52%	23	100%	
Promedio	0	0%	0	1%	1	4%	8	36%	14	59%	23	100%	

En la tabla 7, se muestran los resultados obtenidos con relación a la dimensión productividad; en donde la mayoría de los encuestados indican estar de acuerdo (36%) y totalmente de acuerdo (59%), lo cual refleja que la dimensión productividad es relevante en la competitividad de las agencias de carga internacional.

A continuación, se procede a analizar las respuestas para cada pregunta de la dimensión.

Figura 15

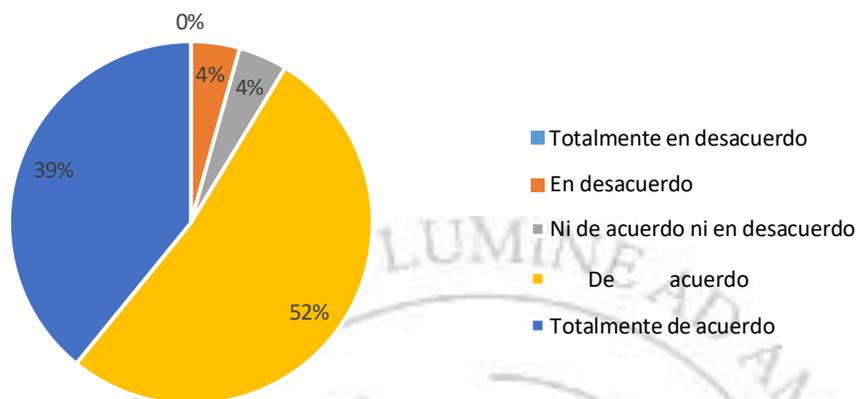
Considera usted que la productividad es un factor clave para mejorar la competitividad empresarial



De acuerdo con la figura 15, el 100% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que la productividad es un factor clave para mejorar la competitividad empresarial.

Figura 16

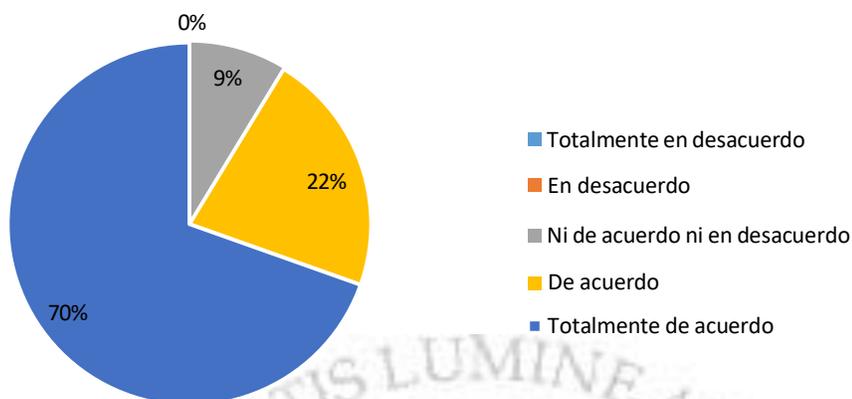
Considera usted que su nivel de productividad influye en la posibilidad de acceder a un mejor puesto de trabajo



De acuerdo con la figura 16, el 91% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que su nivel de productividad influye en la posibilidad de acceder a un mejor puesto de trabajo. Por otro lado, el 4% de ellos indica no estar de acuerdo con el enunciado, mientras que, el 4% restante opinan no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 17

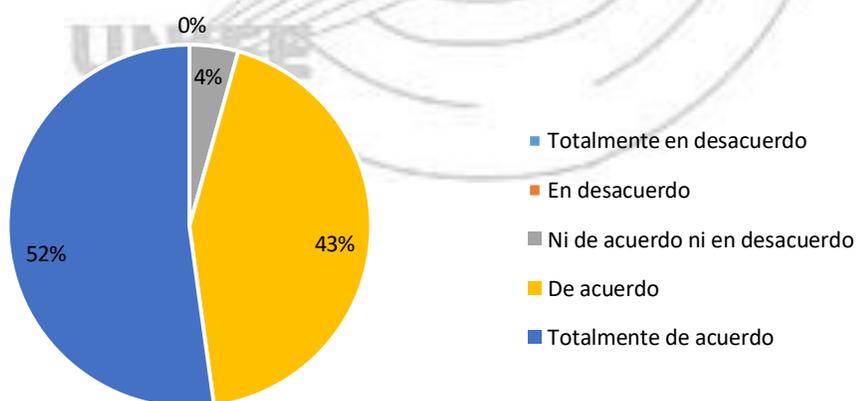
Considera usted que la motivación repercute en su productividad laboral



De acuerdo con la figura 17, el 92% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que la motivación repercute en su productividad laboral. Por otro lado, el 9% restante indica no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 18

Considera que recibir retroalimentación contribuye a mejorar su nivel de productividad



De acuerdo con la figura 18, el 95% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que reciben retroalimentación que ayuda a mejorar su productividad, mientras que el 4% restante indica no estar de acuerdo ni en desacuerdo. **Tabla 8**

Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión crecimiento

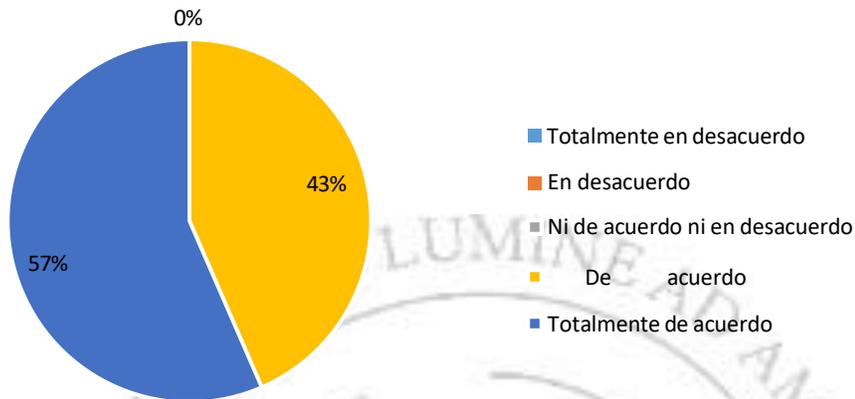
Preguntas	TED		ED		N		DA			TDA		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	Fi	fi	%	fi	%	fi	%
P.19	0	0%	0	0%	0	0%	10	43%	13	57%	23	100%	
P.20	0	0%	2	9%	4	17%	8	35%	9	39%	23	100%	
P.21	0	0%	0	0%	1	4%	13	57%	9	39%	23	100%	
P.22	0	0%	1	4%	0	0%	9	39%	13	57%	23	100%	
Promedio	0	0%	1	3%	1	5%	10	43%	11	48%	23	100%	

En la tabla 8 se muestran los resultados obtenidos con relación a la dimensión crecimiento, en donde la mayoría de encuestados indican estar de acuerdo (43%) y totalmente de acuerdo (48%), lo cual refleja que la dimensión crecimiento es relevante en la competitividad de las agencias de carga internacional.

A continuación, se procede a analizar las respuestas para cada pregunta de la dimensión.

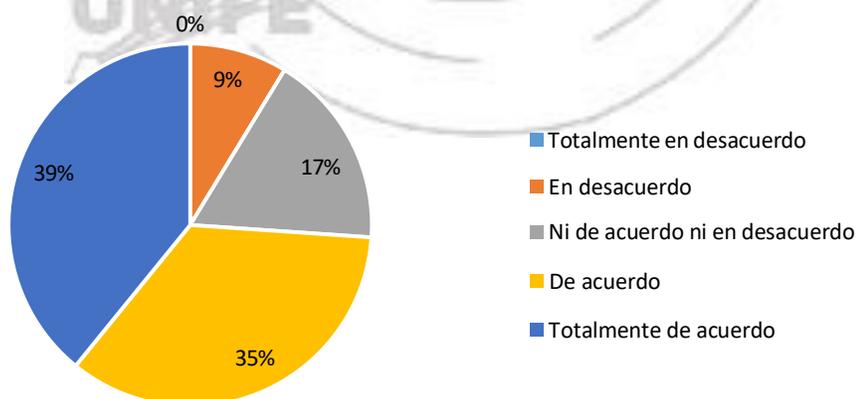
Figura 19

Considera que la empresa en la cual labora ha tenido un crecimiento económico en los últimos años



De acuerdo a la figura 19, el 100% está de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que la empresa en la que laboran ha crecido económicamente en los últimos años. **Figura 20**

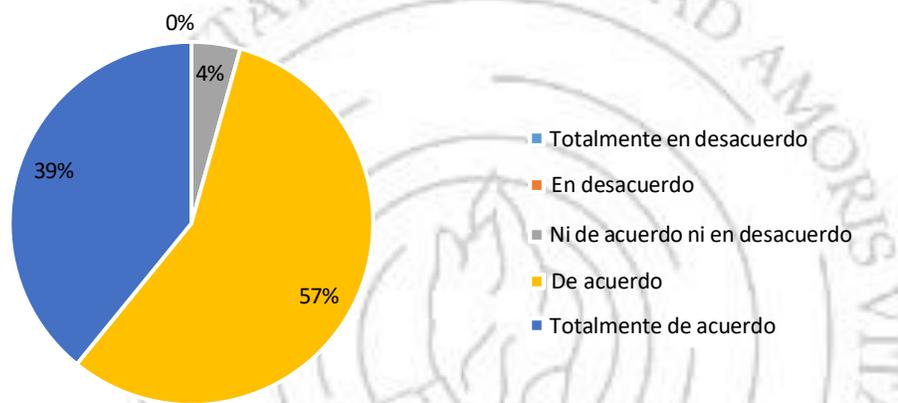
Considera que la empresa en la cual labora ha tenido un crecimiento en su responsabilidad e impacto social



De acuerdo con la figura 20, el 74% de los encuestados está de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que la empresa en la que laboran presenta mayor responsabilidad e impacto social. Mientras que el 17% restante indican no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 21

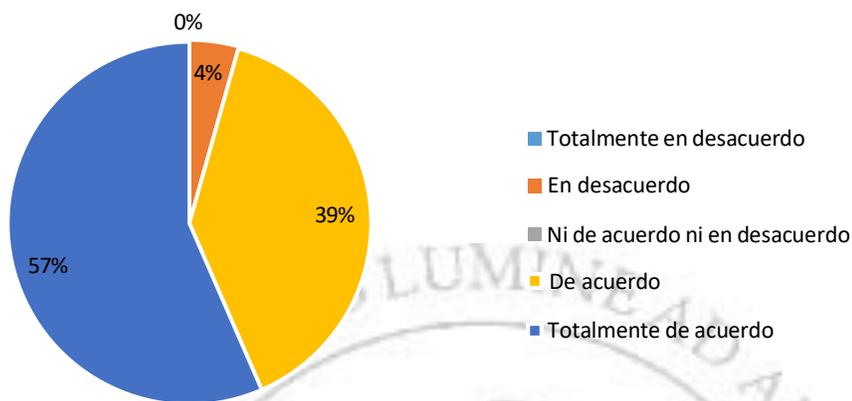
Considera que la empresa en la cual labora brinda oportunidades de trabajo a la sociedad



De acuerdo con la figura 21, el 96% de los encuestados, indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que la empresa en la que laboran brinda oportunidades laborales a la sociedad, mientras que el 4% restante, manifiesta no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 22

Considera que la empresa en la cual labora fomenta el crecimiento y la competitividad a nivel personal como profesional



De acuerdo a la figura 22, el 96% de los encuestados indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que la empresa en que laboran fomenta el crecimiento y la competitividad a nivel personal como profesional. Sin embargo, el otro 4% indican no estar de acuerdo con lo mencionado.

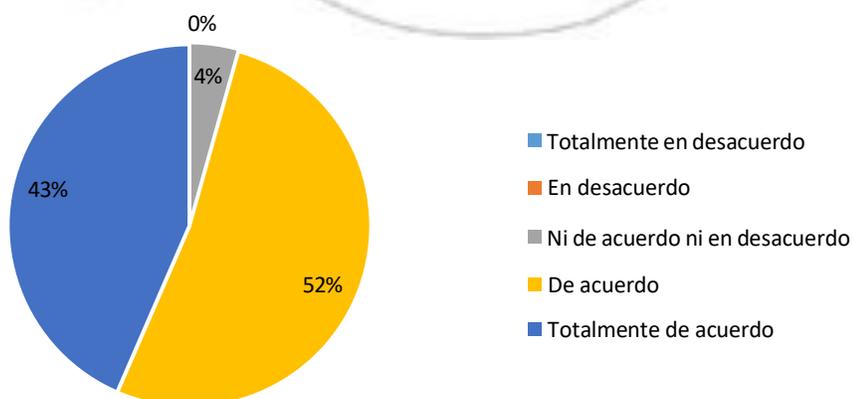
Tabla 9*Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión rentabilidad*

Preguntas	TED		ED		N		DA		TDA		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	Fi	fi	%	fi	%	fi
P.23	0	0%	0	0%	1	4%	12	52%	10	43%	23	100%
P.24	0	0%	0	0%	4	17%	8	35%	11	48%	23	100%
P.25	0	0%	0	0%	2	9%	9	39%	12	52%	23	100%
P.26	0	0%	0	0%	1	4%	10	43%	12	52%	23	100%
Promedio	0	0%	0	0%	2	9%	10	42%	11	49%	23	100%

En la tabla 9 se muestran los resultados obtenidos con relación a la dimensión rentabilidad, donde la mayoría de encuestados indican estar de acuerdo 11% y totalmente de acuerdo (49%), lo cual refleja que la dimensión rentabilidad es relevante en la competitividad de las agencias de carga internacional.

Figura 23

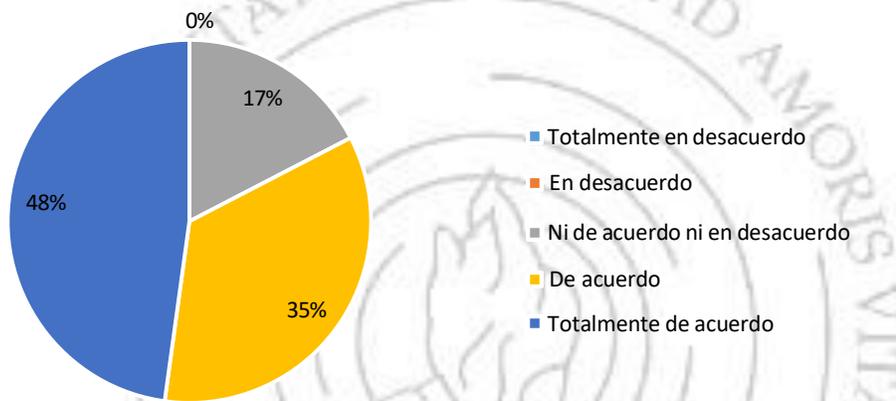
Considera que la empresa en la cual labora aplica estrategias para obtener una mejor rentabilidad



De acuerdo a la figura 23, el 96% de los encuestados afirman estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que la empresa en la que laboran aplican estrategias para mejorar la rentabilidad. Asimismo, el 4% restante opinan no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 24

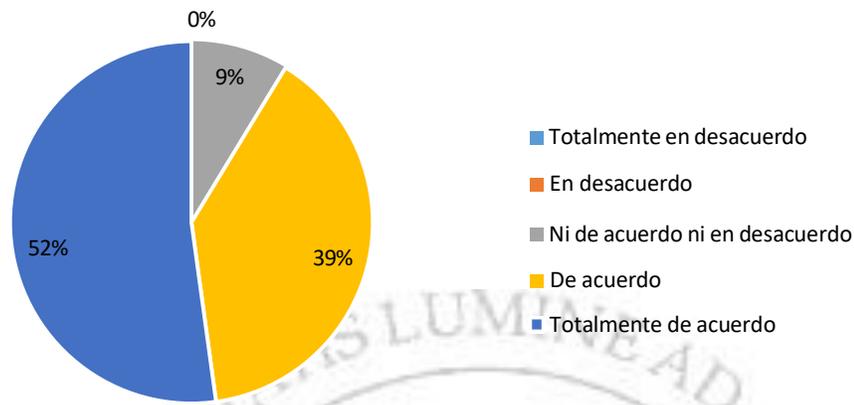
Considera que la empresa en la cual labora mantiene una constante liquidez y rentabilidad



De acuerdo a la figura 24, el 83% afirman estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que la empresa en la que laboran mantiene una constante liquidez y rentabilidad. Por otro lado, el 17% opinan no estar de acuerdo ni en desacuerdo con lo mencionado.

Figura 25

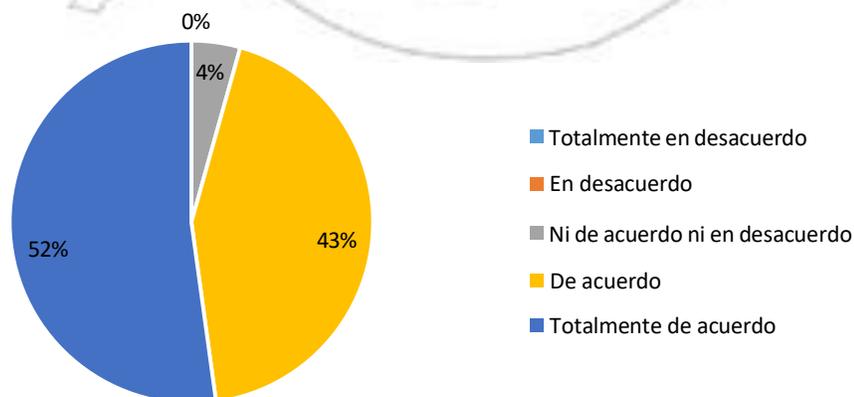
Considera que la rentabilidad influye directamente en la competitividad de la empresa



De acuerdo a la figura 25, el 91% de los encuestados afirman estar de acuerdo y totalmente de acuerdo al decir que la rentabilidad influye directamente en la competitividad, mientras que el 9% opinan no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 26

Considera que usted fomenta la motivación en su equipo para alcanzar mejores niveles de rentabilidad



De acuerdo a la figura 26, el 43% esta de acuerdo y el 52% están totalmente de acuerdo, al decir que fomentan la motivación en su equipo para alcanzar mejores niveles de rentabilidad, mientras que solo el 4% indican no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

4.2 Contratación de hipótesis

Para determinar que estadístico emplear para el cálculo de la correlación entre las variables empoderamiento y competitividad, primero se realizará la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, como se muestra en la Tabla 10, dado que la población es menor a 50 personas.

Tabla 10

Prueba de normalidad de la variable empoderamiento femenino y competitividad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Empoderamiento femenino	,978	23	,872
Competitividad	,928	23	,099

Los resultados indican normalidad, ya que ambos valores de significancia fueron superiores a 0.05. Por consiguiente, solo se realizará el análisis del coeficiente de correlación de Pearson, debido a que las variables son paramétricas, es decir, siguen una distribución normal.

Prueba de Hipótesis General

H0: El empoderamiento femenino no se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

H1: El empoderamiento femenino se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

Tabla 11*Correlación de hipótesis general*

Correlación de Pearson		Empoderamiento femenino	Competitividad
Empoderamiento femenino	Coefficiente de correlación	1.000	,774**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	23	23
Competitividad	Coefficiente de correlación	,774**	1.000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	23	23

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El coeficiente de correlación de Pearson obtenido fue de 0.774, lo cual significa una correlación positiva alta; es decir, que a medida que aumenta el empoderamiento femenino, se podrá generar mayor competitividad en los agentes de carga internacional. Por lo tanto, queda demostrado la hipótesis general de investigación.

Hipótesis específica 1

H0: La dimensión económica no se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

H1: La dimensión económica se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

Tabla 12*Correlación de hipótesis específica 1*

Correlación de Pearson		Dimensión Económica	Competitividad
Dimensión económica	Coefficiente de correlación	1.000	,573**
	Sig. (bilateral)	.	,004
	N	23	23
Competitividad	Coefficiente de correlación	,573**	1.000
	Sig. (bilateral)	,004	.
	N	23	23

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El coeficiente de correlación de Pearson obtenido fue de 0.573, lo cual significa una correlación positiva media-alta; es decir, que a medida que se fortalece la dimensión económica, se podrá generar mayor competitividad en los agentes de carga internacional. Por lo tanto, queda demostrado la hipótesis específica 1 de investigación. **Hipótesis específica 2**

H0: La dimensión personal no se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

H1: La dimensión personal se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

Tabla 13*Correlación de hipótesis específica 2*

Correlación de Pearson		Dimensión personal	Competitividad
Dimensión personal	Coefficiente de correlación	1.000	,518*
	Sig. (bilateral)	.	,011
	N	23	23
Competitividad	Coefficiente de correlación	,518*	1.000
	Sig. (bilateral)	,011	.
	N	23	23

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El coeficiente de correlación de Pearson obtenido fue de 0.518, lo cual significa una correlación positiva media-alta; es decir, que a medida que se fortalece la dimensión personal, se podrá generar mayor competitividad en los agentes de carga internacional. Por lo tanto, queda demostrado la hipótesis específica 2 de investigación.

Hipótesis específica 3

H0: La dimensión familiar no se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

H1: La dimensión familiar se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

Tabla 14*Correlación de hipótesis específica 3*

Correlación de Pearson		Dimensión familiar	Competitividad
Dimensión familiar	Coefficiente de correlación	1.000	,470*
	Sig. (bilateral)	.	,023
	N	23	23
Competitividad	Coefficiente de correlación	,470*	1.000
	Sig. (bilateral)	,023	.
	N	23	23

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El coeficiente de correlación de Pearson obtenido fue de 0.470, lo cual significa una correlación positiva moderada; es decir, que a medida que se fortalece la dimensión familiar, se podrá generar mayor competitividad en los agentes de carga internacional. Por lo tanto, queda demostrado la hipótesis específica 3 de investigación.

Hipótesis específica 4

H0: La dimensión sociocultural no se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

H1: La dimensión sociocultural se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.

Tabla 15*Correlación de hipótesis específica 4*

Correlación de Pearson		Dimensión sociocultural	Competitividad
Dimensión sociocultural	Coefficiente de correlación	1.000	,611**
	Sig. (bilateral)	.	,002
	N	23	23
Competitividad	Coefficiente de correlación	,611**	1.000
	Sig. (bilateral)	,002	.
	N	23	23

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El coeficiente de correlación de Pearson obtenido fue de 0.611, lo cual significa una correlación positiva alta; es decir, que a medida que se fortalece la dimensión sociocultural, se podrá generar mayor competitividad en los agentes de carga internacional. Por lo tanto, queda demostrado la hipótesis específica 4 de investigación.

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se examina cómo se relacionan las hipótesis planteadas con las conclusiones obtenidas en los estudios de investigación seleccionados como antecedentes.

El resultado de la hipótesis general manifiesta una correlación positiva alta entre el empoderamiento femenino y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú- 2024, que se asemeja a lo evidenciado por Pando et al. (2022) en su artículo titulado “Liderazgo y empoderamiento en las mujeres empresarias en el Perú”; puesto que, el autor señala que existe influencia significativa del empoderamiento femenino en el liderazgo, esto demuestra las habilidades de liderazgo que poseen las mujeres para dirigir empresas. Así, se concluye que el liderazgo femenino aporta una visión más amplia, lo cual contribuye a que la empresa se mantenga competitiva en el mercado.

Según la hipótesis específica I, demuestra una correlación positiva media-alta entre la dimensión económica y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú- 2024, que se asemeja a lo evidenciado por Cerdán y Sarmiento (2020) en su investigación titulada “Emprendimiento femenino y la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque en el periodo 2018 -2019”; puesto que, los autores señalan que la gestión liderada por mujeres demuestra ser altamente competitiva en el entorno laboral, generando un impacto positivo en la sociedad, especialmente en la región de Lambayeque. Así, se concluye que las mujeres emprendedoras cuentan con

las habilidades necesarias para dirigir empresas de manera exitosa, permitiendo que estas se mantengan y prosperen en el mercado.

Según la hipótesis específica II, demuestra una correlación positiva media-alta entre la dimensión personal y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú-2024, vinculándose en parte con los resultados hallados por Alsaad et al. (2023) en su artículo titulado “Perspectivas de empoderamiento y sostenibilidad para las mujeres bahreiníes como empresarias; puesto que, los autores concluyen que la educación de calidad, las políticas socioculturales y las políticas de apoyo tienen un impacto significativo en el empoderamiento femenino para iniciar negocios. Sin embargo, el factor de igualdad de género no mostró un efecto relevante. Concluyendo que, es crucial fortalecer las políticas de apoyo para fomentar el emprendimiento femenino y su contribución al desarrollo económico de Bahrein.

Según la hipótesis específica III, demuestra una correlación positiva moderada entre la dimensión familiar y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú-2024, que se asemeja de los resultados hallados por Hidalgo (2022), en su tesis titulada “Empresas lideradas por mujeres y su participación en el comercio internacional de Chile hacia la región de ASEAN+3”; puesto que, el autor concluye que las mujeres enfrentan menos oportunidades que los hombres para acceder a los recursos necesarios para crecer como líderes empresariales. En base a esto, afirma que las mujeres encuentran diversas barreras relacionadas con su rol de género desde pequeñas, que dificultan demostrar sus capacidades como líderes en el ámbito empresarial internacional.

Según la hipótesis específica IV, demuestra una correlación positiva alta entre la dimensión sociocultural y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú- 2024, que se asemeja parcialmente a lo evidenciado por Ortega (2021) quien en su tesis “Nivel de empoderamiento de las mujeres líderes en los negocios internacionales en el Perú-2021”, puso de manifiesto las mujeres encuestadas poseen un fuerte sentido de empoderamiento y una notable competitividad. Lo cual, lleva a aseverar que cuentan con las habilidades y el potencial necesarios para liderar con éxito empresas en el ámbito internacional, demostrando que pueden competir efectivamente y asumir roles de liderazgo en mercados globales.



CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

1. De acuerdo con el objetivo general, se concluye que el empoderamiento femenino se relaciona significativamente con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao – 2024, pues se obtuvo una correlación positiva alta de 0.774. Es decir que, al potenciar el empoderamiento femenino, las empresas en este sector podrán mejorar su productividad, sostenibilidad y eficiencia, fortaleciendo su posición competitiva en el mercado.
2. De acuerdo con el objetivo específico I, se logró comprobar que la dimensión económica se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao – 2024, pues se obtuvo una correlación positiva media-alta de 0.573. Es decir que, factores como la autonomía financiera, la capacidad de tomar decisiones económicas y la motivación para emprender permiten a las líderes empresariales implementar estrategias que optimizan los recursos y aumentan el rendimiento empresarial.
3. De acuerdo con el objetivo específico II, se logró comprobar que la dimensión personal se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao – 2024, pues se obtuvo una correlación positiva media-alta de 0.518. Es decir que, factores como la autoconfianza, la capacidad de tomar decisiones autónomas y el equilibrio personal contribuyen directamente a un liderazgo más efectivo, impactando positivamente en la gestión empresarial.

4. De acuerdo con el objetivo específico III, se logró comprobar que la dimensión familiar se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao – 2024, pues se obtuvo una correlación positiva moderada de 0.470. Es decir que, factores como el respaldo familiar y educativo permiten a las mujeres liderar de manera eficiente, contribuyendo al éxito empresarial.
5. De acuerdo con el objetivo específico IV, se logró comprobar que la dimensión sociocultural se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao – 2024, pues se obtuvo una correlación positiva alta de 0.611. Esto significa que, aunque persisten obstáculos, el reconocimiento social impulsa la confianza y el liderazgo femenino, generando un impacto positivo en la competitividad.



6.2 Recomendaciones

1. Se recomienda a las empresas establecer programas integrales de desarrollo profesional y liderazgo para mujeres, que incluyan capacitación técnica especializada en comercio exterior y logística, desarrollo de habilidades blandas como negociación y comunicación efectiva, y acceso a mentorías con líderes del sector; además, es crucial implementar políticas de igualdad salarial y de oportunidades, así como promover un entorno laboral flexible que les permita equilibrar sus responsabilidades profesionales y personales, creando así una cultura organizacional que valore y fomente la participación femenina en todos los niveles y contribuya a mejorar la competitividad en las empresas del sector.
2. Se recomienda al gobierno peruano, a través del MINCETUR y el MIMP, establecer incentivos fiscales y programas de financiamiento específicos para las empresas de comercio exterior, que demuestren un compromiso medible con la igualdad de género en sus prácticas de contratación y promoción, así como en el desarrollo de programas de liderazgo femenino, para impulsar tanto el empoderamiento de las mujeres en el sector como la competitividad de las empresas.
3. Se recomienda a las mujeres líderes en el rubro de comercio exterior a fortalecer continuamente sus habilidades de liderazgo y gestión empresarial, así como a buscar activamente redes de apoyo y mentoría que les permitan prosperar en un entorno desafiante. Asimismo, se les anima a ser agentes de cambio, promoviendo activamente la igualdad de oportunidades y el empoderamiento de otras mujeres en el sector, para así construir un futuro más equitativo y competitivo para todas.

4. Se recomienda a futuros investigadores profundizar en el análisis comparativo de los modelos de gestión implementados por mujeres líderes en empresas del sector, con el fin de identificar las mejores prácticas que puedan ser replicadas y adaptadas en otras organizaciones, así como los factores contextuales que influyen en el éxito de estos modelos, contribuyendo así a una mejor comprensión de cómo promover el liderazgo femenino y mejorar la competitividad empresarial.



REFERENCIAS (APA)

- Aguinaga, M. y Pardo, K. (2023). *Emporwent femenino en las empresas*. Horizonte empresarial, 10(1), 61-70
<https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/2472/2916>
- Alsaad, R., Hamdan, A., Binsaddig, R. & Kanan, M. (2023). *Empowerment sustainability perspectives for Bahraini women as entrepreneurs*. International Journal of Innovation Studies, 7(4), 245-262. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2023.04.003>
- Alvarado, E., Morales, D. & Ortiz, J. (2021). *Emprendimiento de nanoempresas en el empoderamiento de mujeres neolonesas*. Revista mexicana de sociología, 83(4), 863-895.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-25032021000400863&script=sci_arttext
- Aramendia, G. (2019). *Marketing estratégico*. Editorial Elearning, SL.
[https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=r3XIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=Aramendia,+G.+Z.+\(2019\).+Marketing+estrategico.+Editorial+Elearning,+SL.&ots=VYxXPzR7Er&sig=riP46VPDgymyabwpPESEJBDspFc](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=r3XIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=Aramendia,+G.+Z.+(2019).+Marketing+estrategico.+Editorial+Elearning,+SL.&ots=VYxXPzR7Er&sig=riP46VPDgymyabwpPESEJBDspFc)
- Arias, J., Villacís, M. y Miranda, M. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. Revista Alergia México, 63(2), 201-206.
<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Balcázar, C. (1998). *Poder y empoderamiento de las mujeres*. Revista de Estudios Sociales, 1, 131-132. <https://journals.openedition.org/revestudsoc/31593>
- Barrera, M. & Mariño, D. (2019). *Análisis del impacto de procesos de empoderamiento socioeconómico de mujeres rurales como alternativa al desarrollo que contribuye*

a la construcción de Paz a partir de la propuesta de intervención de la Corporación Buen Ambiente CORAMBIENTE. [Tesis de doctorado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. Repositorio UNIMINUTO.
<https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/10565>

Basilio, M., Calderon, L., Mendoza, A. & Vasquez, A. (2024). *Empoderamiento económico de las mujeres indígenas zenú con aportes de capital semilla otorgados por la fundación interamericana en los territorios de las huertas, San Antonio, San Jacinto y San Martín.* [Tesis de grado, Corporación unificada nacional de educación superior]. Repositorio CUN.
<https://repositorio.cun.edu.co/handle/cun/5985>

Bircher, M., Chahín, D., López, C., Mejía, I. y Villota, A. (2020). *Radiografía de la participación de las mujeres empresarias de la Alianza del Pacífico en el Comercio Exterior.* Banco interamericano de Desarrollo. <https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/Estudio-de-Diagnostico-Participacion-de-las-mujeres-empresarias-de-la-AP-en-el-comercio-exterior-NOV2020.pdf>

Blázquez, F., Dorta, J. & Verona, M. (2006). *Factores del crecimiento empresarial: Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas.* Innovar, 16(28), 43-56.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012150512006000200003&script=sci_arttext

Cano, M., Olivera, D., Balderrabano, J. & Pérez, G. (2013). *Rentabilidad y competitividad en la PYME.* Ciencia administrativa, 2(1), 80-86.
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2014/01/11CA201302.pdf>

- Castañeda, M. (2021). *Gestión por competencias y productividad en la empresa Laboratorios Portugal, Magdalena del Mar-2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio AUTÓNOMA. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1709>
- Castiblanco, S. & Pineda, J. (2021). *Empoderamiento femenino y asociaciones productivas comunitarias: una revisión sistemática de literatura*. Acta Colombiana de Psicología, 25(1), 9-27. <https://doi.org/10.14718/acp.2022.25.1.2>
- Castro Figueroa, A. M. (2008). *Manual de exportaciones: la exportación en Colombia*. [versión PDF]. Colección Lecciones. https://books.google.com.pe/books?id=Frss6jph2nAC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Cerdán, R. y Sarmiento, S. (2020). *Emprendimiento femenino y la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque en el periodo 2018 -2019*. [Tesis de grado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio USMP https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8726/cerd%C3%A1n_mra-sarmiento_chsd.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cordero, S. (2024). *Desafíos y oportunidades para los trabajadores migrantes y los objetivos de desarrollo sostenible*. Revista Crítica de Relaciones de Trabajo, Laborum, Laborum, 11(1), 83-102. <https://revista.laborum.es/index.php/revreltra/article/view/990>
- Dávila, M., Morales, R. & Vargas, A. (2020). *Clasificación de aeropuertos por servicios e infraestructura* [Trabajo de grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/57319>

- Fátima, M., Durazo, M. & Romero, N. (2020). *Mujeres empresarias: El emprendimiento femenino entre la ausencia de estudios y el incremento de su participación económica en Hermosillo*. Sonora. *Revista RELAYN-Micro y Pequeña empresa en Latinoamérica*, 4(1), 39-50. <https://doi.org/10.46990/relayn.2020.4.1.87>
- Ferraz, J., Kupfer, D. y Haguenaer, L. (1996). *El desafío competitivo para la industria brasileña*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/c7dcca34-473d-46f9-9f33-d9a816f4fad5/content>
- Galarza Añazco, A. M. (2017). *Plan de intervención para mejorar la motivación laboral de los empleados de una empresa de procesamiento y comercialización de harinas y cereales de la ciudad de Ambato* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato]. Repositorio PUCE.
- Galarza, F. & Díaz, J. (2015). *Productividad total de factores en la agricultura peruana: estimación y determinantes*. *Economía*, 38(76), 77-116. <https://doi.org/10.18800/economia.201502.003>
- García, V., Cruz, E. & Mejía, C. (2022). *Factores que impulsan e inhiben el empoderamiento femenino: una revisión de literatura*. *Revista Reflexiones*, 101(1), 121-140. <http://doi.org/10.15517/rr.v101i1.43649>
- Gradañlle, R., Marí, R. & Caballo, M. (2015). *La igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres: desafíos del milenio en clave educativa y social*. *Educación social: Revista de intervención socioeducativa*, 61(1), 41-57. <https://www.raco.cat/index.php/EducacioSocial/article/download/303807/393501/>

Guzmán, J. (2020). *Kyra Kyralina y El señor Presidente: empoderar personajes femeninos para representar los desafíos de género*. Revista Fuentes Humanísticas, 32(60), 99-108.

<https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/fh/2020v32n60/Guzman>

Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rojas, R. & Arias, J. (2023). *Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis*. Instituto de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú.

<https://doi.org/10.35622/inudi.b.073>

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Fundamentos de la metodología de la investigación*. McGraw Hill Education.

https://www.uaeh.edu.mx/docencia/Presentaciones/zimapan/contaduria/metodos_tecnicas_inv/material_didactico_metodos.pptx

Herrera, L. & Lara, A. (2019). *Empoderamiento femenino, una perspectiva de tres generaciones en mujeres urbanas de Mérida, Yucatán, México*. Cultura Educación Sociedad, 10(1), 167-179. <https://doi.org/10.17981/cultedusoc.10.1.2019.11>

Herrera, Z. & Kong, L. (2024). *Barreras que enfrenta el liderazgo femenino en el desarrollo de startups peruanas, durante el 2024*. [Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio UPC.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/683172>

Hidalgo, V. (2022). *Empresas lideradas por mujeres y su participación en el comercio internacional de Chile hacia la región de ASEAN+ 3*. [Tesis de maestría, Universidad de Chile]. Repositorio UCHILE.

<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/187963>

Hunter, J. (2004). *La paradoja: Un relato sobre la verdadera esencia del liderazgo* (7ª ed.).

Editorial

Empresa

Activa.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=UZbQEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=La+paradoja:+Un+relato+sobre+la+verdadera+esencia+del+liderazgo+&ots=ZARZluSicW&sig=V43wCNGVYbqdoAkXwBaye7KHmdA>

INEGI. (03 de marzo del 2022). *Estadísticas a propósito del día internacional de la mujer* (8

de marzo). [Comunicado de prensa].

https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Mujer2_2.pdf

Labarca, N. (2007). *Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial.*

Omnia, 13(2),158-184.

158-184.

<https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>

López, C., Moreno, D. & Vidal, J. (2018). *Las agencias de carga y los servicios de transporte en el comercio internacional de Bogotá.* *Ensayos de economía*, 28(53), 141-164.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6984443>

López, C., Rubiano, J., Poveda, F., German, E. & Cabezas, J. (2021). *Covid-19 and its impact on the internationalization of cargo transport services in Colombia.* *ID EST- Revista*

Investigación, Desarrollo, Educación, Servicio y Trabajo, 1(2),1-25.

<https://doi.org/10.31876/idest.v1i2.14>

Mejía, F., Galofre, M. & Silva, A. (2017). *Caracterización del Proceso de Reserva de Exportación a través del método IDEF0: en el contexto del Agente de Carga*

Internacional. *Prospectiva*, 15(2), 40-50. <https://doi.org/10.15665/rp.v15i2.757>

- Ministerio de Transporte y Comunicaciones. (2024). *Reporte de agencias de carga internacional que se adecuaron al DS N° 025-2019-MTC*. <https://portaldta.mtc.gob.pe/PortalDTA/reportes/polizaAgenteCargaInternacional>
- Moreno, D. (2018). *Turismo y Género: un enfoque esencial en un contexto de desarrollo sostenible y responsable del turismo*. [Tesis de posgrado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio UCM. <https://docta.ucm.es/entities/publication/6469f4cd-6ea9-42fa-bfea-97d8d0d4e4eb>
- Naciones Unidas. (S.f.). *Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, 4 a 15 de septiembre de 1995, Beijing, China*. <https://www.un.org/es/conferences/women/beijing1995>
- Orozco, J. y Núñez, P. (2017). *La competitividad en el comercio internacional*. Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 14 (27), 931-950. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66627452008>
- Ortega, D. (2021). *Nivel de empoderamiento de las mujeres líderes en los negocios internacionales en el Perú – 2021: caso exploratorio*. [Tesis de grado, Universidad Femenina del Sagrado Corazón]. Repositorio UNIFE. <https://repositorio.unife.edu.pe/items/becdd291-125a-4b59-812d-d08a58de08fd>
- Ortuño, L., Sánchez, T., Heredia, A. & Ortíz, R. (2021). *Planeación y finanzas en micro y pequeñas empresas. Caso Chilac, Zapotitlán y Zinacatepec, Puebla, México*. Revista RELAYN-Micro y Pequeña empresa en Latinoamérica, 5(3), 78-100. <https://doi.org/10.46990/relayn.2021.5.3.151>
- Osorio, A. (2020). *Desarrollo de una campaña comunicacional en las redes sociales para combatir la informalidad e inseguridad en el marco de la estrategia de turismo*

seguro. [Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL.

<https://repositorio.usil.edu.pe/items/a979c0ce-6a49-4495-b4a9-2476030ce92c>

Palacios, S. & Baquero, L. (2020). *Elementos de análisis como aporte para el diseño de un programa educativo transversal para la atención y prevención de la violencia contra la mujer: una propuesta desde los significados que ellas han construido en torno a la experiencia de restablecimiento de sus derechos*. [Tesis de maestría, Universidad de la Sabana]. Repositorio UNISABANA.

<https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/43757>

Pando, T., Cangalaya, L., Herrera, Z. y Cabrejos, R. (2022). *Liderazgo y empoderamiento en las mujeres empresarias en el Perú*. *Ciencias Sociales*, 18(5), 234-245

<https://doi.org/10.31876/rsc.v28i.38159>

Peña, A., Peña, S., Jara, A. & Quico, J. (2019). *Notas sobre empoderamiento femenino en el Perú*. *Magister Science Journal*, 2(1), 87-96.

<https://magisterpub.com/ojs/index.php/msj/article/view/52>

Peñate, H. y Vidal, A. (2023). *Las empresarias y el empoderamiento en México*. *Gestión*, 1(1), 1-6. <https://revistap.ejeutap.edu.co/index.php/Gestion/article/view/69>

Ráez, P., Jiménez, W. y Buitrago, J. (2021). *Las teorías de la competitividad: una síntesis*.

Revista Republicana, 31, 119-144.

<https://doi.org/10.21017/rev.repub.2021.v31.a110>

Ramírez, L., Carrillo, T. & Verdugo, L. (2020). *Rompiendo cotidianidades y tejiendo redes comunitarias para desarrollar empoderamiento dialógico-colectivo*. *Comunitania: Revista internacional de trabajo social y ciencias sociales*, (19), 45-55.

<https://doi.org/10.5569/2340-5104.08.01.08>

- Roldán, D., Cañas, D. & Maturana, N. (2023). *Diseño de modelo de formación integral en emprendimiento para el fortalecimiento de la autonomía económica de las mujeres en el barrio Santa Cruz del Distrito de Medellín-Colombia*. [Tesis de posgrado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. Repositorio UNIMINUTO. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/18612>
- Rueda, M. (2020). *Empoderamiento de la mujer. Indumentaria como representación simbólica*. *Eídos*, 11(15), 71-79. <https://revistas.ute.edu.ec/index.php/eidos/article/view/705>
- Suñol, S. (2006). *Aspectos teóricos de la competitividad*. *Ciencia y Sociedad*, 31 (2), 179-198. <https://doi.org/10.22206/cys.2006.v31i2.pp179-198>
- Torres, P., Cheverría, S., Tristán, B. & Díaz, A. (2024). *Competencias emprendedoras en la mujer potosina: una perspectiva cualitativa*. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 24(2), 36-45. <https://doi.org/10.24054/face.v24i2.3116>
- UNICEF. (2019). *Igualdad de género*. <https://www.unicef.org/lac/igualdad-de-genero>
- Velázquez, J. & Román, E. (2020). *Influencia del estrés laboral en el ambiente familiar* 115-128. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8605506>

APÉNDICE

APÉNDICE I: Matriz de consistencia

EL EMPODERAMIENTO FEMENINO Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN LOS AGENTES DE CARGA INTERNACIONAL EN EL CALLAO, PERÚ - 2024				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
Problema general:	Objetivo general:	Hipótesis general:	<p style="text-align: center;">Variable I: Empoderamiento Femenino</p> <p style="text-align: center;">Variable II: Competitividad</p>	<p style="text-align: center;">Tipo: Aplicada</p> <p style="text-align: center;">Enfoque: Cuantitativo</p> <p style="text-align: center;">Nivel: Descriptivo correlacional</p> <p style="text-align: center;">Diseño: No experimental</p> <p style="text-align: center;">Población: 23 mujeres que ocupan el cargo de gerencia en los agentes de carga internacional, Callao, Perú – 2024.</p> <p style="text-align: center;">Técnica Encuesta</p>
¿De qué manera el empoderamiento femenino se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú - 2024?	Analizar el empoderamiento femenino y su relación con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.	El empoderamiento femenino se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.		
Problemas específicos:	Objetivos específicos:	Hipótesis específicas:		
¿De qué manera la dimensión económica se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú - 2024?	Determinar la relación entre la dimensión económica y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.	La dimensión económica se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.		
¿De qué manera la dimensión personal se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú - 2024?	Determinar la relación entre la dimensión personal y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.	La dimensión personal se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.		

<p>¿De qué manera la dimensión familiar se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú - 2024?</p>	<p>Determinar la relación entre la dimensión familiar y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.</p>	<p>La dimensión familiar se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024</p>		<p>Instrumento Cuestionario</p>
<p>¿De qué manera la dimensión sociocultural se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú - 2024?</p>	<p>Determinar la relación entre la dimensión sociocultural y la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024.</p>	<p>La dimensión sociocultural se relaciona con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024</p>		



APÉNDICE II: Instrumento para la recolección de información

Cuestionario sobre empoderamiento femenino

Somos egresadas de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón – UNIFÉ, de la facultad de Gestión Empresarial. Estamos desarrollando el trabajo de investigación titulado “El empoderamiento femenino y su relación con la competitividad en los agentes de carga internacional en el Callao, Perú – 2024”, para lo cual pedimos su colaboración en dar respuesta al siguiente cuestionario.

Importante: El presente cuestionario posee 26 preguntas de una sola respuesta, para ello estamos considerando la escala de Likert:

1. Nunca
2. Casi Nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

Confiable: Este trabajo es realizado con propósitos académicos y las respuestas adquiridas son anónimas y procesadas verídicamente.

¡Gracias por su participación!

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
VARIABLE: EMPODERAMIENTO FEMENINO						
DIMENSION: ECONÓMICA						
1	¿Considera usted que actualmente cuenta con autonomía financiera?					
2	¿Considera usted que gestiona eficientemente la toma de decisiones económicas de la empresa?					
3	¿Considera usted que tiene la motivación necesaria para emprender y/o liderar una empresa?					
4	¿Considera usted que se encuentra capacitada sobre temas económicos y/o financieros?					
DIMENSIÓN: PERSONAL						
5	¿Considera usted que se siente en confianza para alcanzar sus objetivos personales?					
6	¿Considera usted que toma sus propias decisiones en el ámbito personal?					
7	¿Considera usted que cuenta con tiempo libre para realizar otras actividades personales?					
DIMENSIÓN: FAMILIAR						
8	¿Considera usted que el apoyo familiar favorece en su capacidad de toma de decisiones?					
9	¿Considera usted estar conforme respecto a su formación académica y/o educativa?					
10	¿Considera usted que participa de manera activa en las decisiones que se toman en su entorno familiar?					
DIMENSIÓN: SOCIOCULTURAL						
11	¿Considera usted que la sociedad proporciona condiciones equitativas para que las mujeres puedan desarrollarse?					
12	¿Considera usted que ha enfrentado barreras relacionadas con su género en el desarrollo de su carrera hacia su puesto actual?					

13	¿Considera usted que sentirse valorada por su entorno social fortalece su confianza en sí misma?					
14	¿Considera usted que sus contribuciones a la sociedad son debidamente reconocidas y valoradas?					
VARIABLE: COMPETITIVIDAD						
DIMENSIÓN: PRODUCTIVIDAD						
15	¿Considera usted que la productividad es un factor clave para mejorar la competitividad empresarial?					
16	¿Considera usted que su nivel de productividad influye en la posibilidad de acceder a un mejor puesto de trabajo?					
17	¿Considera usted que la motivación repercute en su productividad laboral?					
18	¿Considera que recibir retroalimentación contribuye a mejorar su nivel de productividad?					
DIMENSIÓN: CRECIMIENTO						
19	¿Considera que la empresa en la cual labora ha tenido un crecimiento económico en los últimos años?					
20	¿Considera que la empresa en la cual labora ha tenido un crecimiento en su responsabilidad e impacto social?					
21	¿Considera que la empresa en la cual labora brinda oportunidades de trabajo a la sociedad?					
22	¿Considera que la empresa en la cual labora fomenta el crecimiento y la competitividad a nivel personal como profesional?					
DIMENSIÓN: RENTABILIDAD						
23	¿Considera que la empresa en la cual labora aplica estrategias para obtener una mejor rentabilidad?					
24	¿Considera que la empresa en la cual labora mantiene una constante liquidez y rentabilidad?					
25	¿Considera que la rentabilidad influye directamente en la competitividad de la empresa?					
26	¿Considera que usted fomenta la motivación en su equipo para alcanzar mejores niveles de rentabilidad?					

APENDICE III: Prueba de confiabilidad

Prueba de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.836	26

El resultado obtenido fue de 0.836, lo cual demuestra que el cuestionario utilizado es altamente confiable.

