



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Nivel de empoderamiento de mujeres trabajadoras de los diversos  
negocios de un centro comercial, Trujillo - 2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración**

**AUTORA:**

Avalos Torres, Carolain Alexandra (orcid.org/0000-0002-1655-7239)

**ASESORES:**

Mg. Cedron Medina, Carlos Alberto (orcid.org/0000-0002-4025-764X)

Mg. Cervantes Mendoza, Hugo Manuel (orcid.org/0000-0002-7529-7262)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ

2023

## DEDICATORIA

A Dios por sobre todas las cosas, que me permite seguir creciendo en esta vida y las oportunidades que me brinda.

A mis abuelos Humberto e Hilda por su apoyo incondicional y su motivación que día a día me inspiran para mí desarrollo y el ejemplo que desean que refleje a lo largo de la vida.

A mi madre Daisy Torres Díaz, porque con altas y bajas nunca dejo de creer y confiar en mí y con su apoyo soy la mujer que soy ahora.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad César Vallejo, por impartir sobre mí la mejor y la más alta calidad de enseñanza y lograr en mi un alto nivel de competitividad.

A mis abuelos, a mi madre y a mis tías por su apoyo que día a día me brindan para poder alcanzar mis sueños y metas.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	viv
ÍNDICE DE TABLAS .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	16
3.2. Variables y operacionalización .....	16
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	
17	
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	18
3.5. Procedimientos .....	19
3.6. Método de análisis de datos.....	19
3.7. Aspectos éticos.....	20
IV. RESULTADOS .....	21
V. DISCUSIÓN .....	26
VI. CONCLUSIONES.....	30
VII. RECOMENDACIONES .....	31
REFERENCIAS .....	32
ANEXOS.....	36

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Disitribución según el Nivel de Promoción de Igualdad de Género que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un Centro Comercial, Trujillo – 2023.....	21
Tabla 2. Distribución según el Nivel de Igualdad de Oportunidades de integración que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial, Trujillo – 2023. ....	22
Tabla 3. Distribución según el Nivel Desarrollo Empresarial que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un Centro Comercial, Trujillo – 2023.....	23
Tabla 4 Distribución según el Nivel de Liderazgo que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un Centro Comercial, Trujillo – 2023. ...	24
Tabla 5. Distribución del Nivel de Empoderamiento en las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un Centro Comercial, Trujillo – 2023. ....	25
Tabla 6. Matriz de Operacionalización de variables .....	45
Tabla 7. Estadísticas de Fiabilidad del Instrumento .....	47

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad, determinar el nivel de empoderamiento de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial de la ciudad de Trujillo en el año 2023. El estudio fue de tipo descriptivo de corte transversal y se realizó en base a la información obtenida de 70 mujeres dentro del centro comercial.

Se hizo uso de un cuestionario que responde a la variable de estudio de las cuales fue adaptada por la autora y aplicada en una muestra piloto conformada por 20 mujeres, la confiabilidad del instrumento fue analizada y procesada en el programa SPSS, para los 23 ítems, los cuales arrojó a través del Alfa de Cronbach un índice de 0.755 siendo buena la confiabilidad del instrumento.

Se concluyó que el 96% de las mujeres encuestadas presentan un nivel alto de empoderamiento, un 4% de las mujeres presentan un nivel medio de empoderamiento y un 0% de ellas presentan un nivel bajo de empoderamiento femenino.

**Palabras clave:** Desarrollo empresarial, liderazgo, igualdad de género, empoderamiento femenino.

## ABSTRACT

The goal of this study was to ascertain the degree of worker empowerment experienced by women in 2023 in a retail center in the city of Trujillo. The study, which was descriptive cross-sectional in nature, was conducted using data collected from 70 women who were present in the shopping mall.

The author modified a questionnaire that addressed the study variable and applied it to a pilot sample of 20 women. The reliability of the instrument was examined and processed using the SPSS program, and for the 23 items, I obtained a Cronbach's Alpha index of 0.755, indicating that the instrument had good reliability.

It was found that 96% of the women who responded to the poll had a high level of female empowerment, 4% have a medium level, and 0% have a poor level.

**Keywords:** Business development, leadership, gender equality, and women's empowerment.

## **I. INTRODUCCIÓN**

Desde que las mujeres han venido luchando contra la injusticia y la violencia a lo largo del tiempo, su mundo se ha vuelto complejo y diversificado, pero se han producido cambios significativos que apoyan su avance en el ámbito político, social, laboral y cultural. El índice de la desigualdad de Género se descubre en las diferencias que hay dentro de la salud, empoderamiento y mercado laboral. Así mismo, las mujeres han venido estando en una situación de desventaja en el área política en todos sus niveles, situación que se vio reflejada en la relación de representantes hombre-mujer dentro del parlamento en donde se detalló 83 hombres y 47 mujeres dentro del periodo 2021-2026 logrando un aumento del 36% de participación.

En el entorno internacional, de acuerdo a un estudio que realizó la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en Mujeres, en África, más del 60% de las mujeres, con empleo, trabajan en agricultura; sin embargo, usualmente, obtienen una cosecha pobre y mediana, esto no se debe principalmente a la calidad del suelo o al clima, sino a su género. Esto se debe, a que una gran cantidad de leyes, programas y políticas, la colocan en gran desventaja. Además, de acuerdo al estudio, en Kenia, Malawi, Zambia, etc. las mujeres, también carecen de acceso a los insumos, tales como fertilizantes, semillas, equipos y mucho menos, acceso a crédito para adquirir productos agrícolas (El País, 2019). La capacidad de actuar con plena autoridad, fluidez y la capacidad de transformar recursos sincronizados en bienes que satisfagan las necesidades de las personas ha dado lugar a mujeres empresarias en los últimos años. También ayudan al desarrollo de la nación y reciben el respeto que toda mujer merece por parte de la sociedad. El porcentaje de las mujeres han venido aumentando paulatinamente en la última década en liderazgo y participación de ellas para que puedan contribuir con el desarrollo del país, pero aún existe un porcentaje bajo en donde ellas puedan mostrar su capacidad de poder liderar y ser así exitosas.

Es necesario una nueva perspectiva sobre el trabajo para implementar el empoderamiento de las mujeres, así como un cambio en las estructuras y métodos organizacionales utilizados por las empresas. Como aún quedan muchos temas por resolver, no se trata de darle más importancia a un género que al otro, sino de



buscar la manera de complementarse en un ambiente donde todos tengan la misma voz y en donde el puesto que se ocupe sea asumido por el mejor talento; ya que falta mucho algunos aspectos con los que aún no cuenta la mujer peruana como son: empoderamiento participativo, comportamiento, influencias externas, libertad, igualdad, bienestar social y seguridad; de los cuales aún carece para lograrse empoderar y posicionarse dentro del mercado laboral en donde se pueda desarrollar libremente y contribuya con el desarrollo del país.

A nivel federal, el poder ejecutivo ha estado trabajando constantemente hacia su objetivo principal de dar a las mujeres más autoridad en los roles que involucren la toma de decisiones y en el ámbito político. Desde tiempo atrás, la cuota electoral de género a pesar de ser satisfecha, relegaba a las mujeres a obtener los últimos espacios, negándose en ocasiones a obtener cargos importantes; las principales iniciativas han venido tomando la promoción de la alternancia y la igualdad en cuanto a la elección de candidatos para el congreso. En consecuencia, la lista de cargos de elección popular quedó sujeta a la ley de paridad y alternancia (Diario El Peruano, 2019). Esta información se ve complementada también en las empresas peruanas, pues, de acuerdo con el ministerio de producción el asunto sobre la participación de las féminas al mando de las empresas y en el proceso de toma de decisiones, ha ido en aumento, señalando que unas 3933 mujeres emprendedoras, son las principales responsables en la toma de decisiones. Además, se indica que, de un total de 10949 empresas, en todo el país, el 36% incluye a una mujer un cargo gerencial o en representación legal de la misma (Diario Gestión, 2019).

El gobierno de nuestra nación está cada vez más convencido de la necesidad de apoyar sistemas que brinden a las mujeres la libertad de ejercer su autonomía física, económica y de decisión; Las empresas utilizan técnicas y tácticas que permiten el desarrollo de temas que empoderan a las mujeres. Por ejemplo, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2019), las mujeres constituían 7583 millones en el año 2019, de la Población Económicamente Activa, un 2,2% más que los 7421 millones del 2018.

Con respecto, al ámbito local, en un informe, Perú: Brechas de género, 2022: el 74% de las mujeres liberteñas tiene un empleo, sin embargo, todavía existe un menos de un tercio de mujeres que no tienen la posibilidad de acceder a uno, cifras

significativas a pesar de haber estado durante los últimos tres años en esta pandemia global.

En el caso del Centro Comercial, ubicado en la ciudad de Trujillo, lugar conocido por la venta de calzado de gran calidad, en especial, calzado manufacturado en el distrito El Porvenir, dentro del este centro comercial existen 220 comerciantes entre vendedores de calzado, mueblería y artesanía, en el cual 70 mujeres son propietarias de estos stand; para lo cual se han venido evidenciando diferentes problemas internos en los trabajadores ya que se evidencia el desconocimiento del empoderamiento que presenten las mujeres que se encuentran laborando dentro de una PYME. Entre algunos de los principales escenarios que se han ido evidenciando, tenemos la falta de estructura de los directivos para lograr ese avance en la igualdad de género en este centro comercial. Así mismo, se ha podido evidenciar falta de normas coherentes con lo que respecta al respeto y dignidad de las mujeres en el trabajo. Además, pocas veces existe un incentivo equitativo dentro del centro comercial, ni condiciones flexibles para poder aprovechar mejores oportunidades laborales. Estos, son algunos de los escenarios presentados, los cuales podrían determinar el nivel de empoderamiento de las mujeres dentro del centro comercial y de continuar con ellos, se podrían presentar altos niveles de desmotivación por parte de los trabajadores de las PYMES en dicho Centro Comercial, conllevando en muchas ocasiones a bajar sus ventas y aumentar los niveles de insatisfacción laboral.

Este análisis se debe a que hoy en día el calzado que elaboran los peruanos mayormente no sale, debido a que Brasil también genera su propio calzado y lo podemos ver a través de la venta de catálogos de calzado como es la marca Azaleia, Moleca, Vizzano. Es por ello que aún existe mujeres que aún no cuentan con un desarrollo empresarial para la venta de algunos artículos porque requieren a veces de capitales fuertes y no tienen o simplemente no se les facilita algún financiamiento como para que ellas logren tener su propia empresa o se desarrollen en la venta de estos productos de calzado o de otras cosas. Y algunas mujeres también tienen miedo a emprender por si solas siempre quieren o sienten que necesitan ayuda de un tercero para poder lograr con sus objetivos. Lo cual no debe de ser así ya que la mujer tiene el poder de empoderarse y poder lograr sus metas por si solas ya que somos capaces de hacerlo.

Dado a lo descrito ¿Cuál es el nivel de empoderamiento de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial, Trujillo – 2023? se planteó como tema de investigación.

Así mismo, la investigación se justificó mediante el esquema tomado de Hernández y Mendoza (2018), por el valor teórico, ya que constituye un aporte valioso en función al nivel de empoderamiento femenino que presentan las mujeres emprendedoras del sector calzado, permitiendo conocer de como logran desenvolverse dentro de su entorno empresarial como familiar, la toma de decisiones para su crecimiento empresarial, como perciben la igualdad de género dentro de su sector de emprendimiento y la igualdad de oportunidades; por su conveniencia, permitirá a las entidades gubernamentales correspondientes a tomar acciones estratégicas sobre participación femenina en el mundo empresarial y el empoderamiento en ella que vienen desarrollando dentro de su entorno y como ésta repercute en el crecimiento económico del país; por su relevancia social, porque al determinar el nivel de empoderamiento femenino, se tendrá un mejor panorama de la participación de la mujer en el sector en donde se desarrolla, provocando que asuman una postura de relevancia dentro de la sociedad y logrando que cada acción que realicen tengan repercusiones positivas en el desarrollo del entorno en donde se encuentra.

Como objetivos específicos tenemos: determinar el nivel de promoción de igualdad de género en las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial de la ciudad de Trujillo en el 2023, determinar el nivel de igualdad de oportunidades de integración en las mujeres empresarias de un centro comercial de la ciudad de Trujillo en el 2023, identificar el nivel de desarrollo empresarial de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial de la ciudad de Trujillo en el 2023, describir el nivel de liderazgo comunitario de las mujeres trabajadoras de diversos negocios de un centro comercial de la ciudad de Trujillo en el 2023. El objetivo principal de la investigación que se planteó: determinar el nivel de empoderamiento de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial de la ciudad de Trujillo en el año 2023; Como hipótesis alternativa de la investigación se consideró: que el nivel de empoderamiento de mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial de la ciudad Trujillo en el año 2023, es alta y significativa y como hipótesis

nula: el nivel de empoderamiento de mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial de la ciudad Trujillo en el año 2023, es baja.

## II. MARCO TEÓRICO

Es fundamental para contrastar y comparar los resultados de esta investigación tener en cuenta los antecedentes internacionales, nacionales y locales respectivamente, los que se detallan a continuación:

García, et al (2022) en su investigación tuvo como objetivo determinar el vínculo entre los muchos elementos que contribuyen al empoderamiento femenino, ya sea que operen como motivadores o como restricciones. Utilizando una técnica, el estudio de redes basado en datos teóricos recogidos de 42 trabajos que discuten los estereotipos de género en el lugar de trabajo y el empoderamiento femenino, concluyendo que el entorno inmediato es crucial para el proceso de empoderamiento femenino, porque apoyan o reprimen las prácticas patriarcales y la subordinación dentro de la familia. Debido al patriarcado y la desigualdad de género, las construcciones sociales continúan limitando el acceso de las mujeres al poder y la participación en sus familias y comunidades. Las construcciones sociales continúan restringiendo la posibilidad de acceso de las féminas a los puestos que tengan que ver con el proceso de toma de decisiones y de participación en las familias y las comunidades debido al patriarcado y la desigualdad de género. Se ve como una oportunidad progresiva en el mercado laboral que frecuentemente abre el camino para superar los estereotipos de género y a la vez empoderar a las mujeres ya que tiene un impacto en la vida familiar y personal. También les proporciona una participación formal y activa en su entorno mediante la realización de diversas actividades económicas, familiares, sociales y culturales. Es claro que resulta de la necesidad de un cambio social y un desarrollo humano que estén enfocados a lograr la igualdad de género. Finalmente, se reconoció que los factores a nivel individual y del entorno inmediato tienen un mayor impacto en el proceso de empoderamiento. Si estos contextos son capaces de adaptarse o evolucionar, se logran mejoras significativas para las mujeres.

Tárraga (2020) en su investigación tuvo como objetivo principal examinar cómo el emprendimiento femenino impacta en el desarrollo local y en el empoderamiento femenino a nivel individual y comunitario en el sector turístico en áreas escasamente habitadas. Utilizando una metodología cualitativa mediante entrevista semiestructurada a mujeres de las comarcas rurales de Teruel, así mismo la revisión de documentaciones sobre la percepción de la mujer sobre el

empoderamiento femenino. Los hallazgos respaldan la idea de que las mujeres pueden tener éxito en el turismo sostenible en regiones rurales escasamente pobladas, a pesar de que durante décadas estos lugares han estado dominados por hombres, lo que hace que las mujeres sean invisibles e infravaloradas. Ahora se ha identificado una identidad rural femenina más segura de sí, más formada; así mismo, a través de sus esfuerzos comerciales, han podido ampliar su poder de forma independiente y reconocer que pueden actuar como modelos a seguir para el poder colectivo.

Barbosa (2019), de Ambato, Ecuador en su tesis, el objetivo principal fue comprender mejor cómo se relacionan las circunstancias familiares de la académica con su actividad emancipadora en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la referida universidad del lugar mencionado. El estudio utilizó una muestra de 28 mujeres, el estudio fue experimental y de tipo descriptivo. A la muestra se le aplicó la prueba IMEM y la prueba estadística Rho de Spearman para evaluar el empoderamiento de las mujeres en varias categorías y determinar la relación. Con respecto al análisis de los datos se hizo uso del programa estadístico SPSS V.24, y los hallazgos revelaron que existe una relación entre las dos variables ya que se encontró un índice de significación bilateral de 0,002, que estuvo por debajo del margen de error de 0,05. Además, se descubrió un coeficiente de conexión de 0,641, que muestra una asociación razonablemente significativa entre los dos.

Alamilla y Trucios (2019) en su investigación de Yucatán, México; su objetivo fue investigar los niveles de empoderamiento de las mujeres urbanas en la localidad de Mérida y señalar los elementos cruciales que sustentan el proceso fundamental empleando una técnica cuantitativa ex post facto basada en el uso de una escala y dos premisas. Se tomó como muestra a 200 mujeres de las cuales se dividieron en tres generaciones de 53 a 73 años (generación baby boomers), de 32 A 52 años (generación X) y de 18 a 31 años (generación millennials). Sin embargo, se descubrieron vínculos en dos de los siete rasgos de empoderamiento, demostrando que no existen disparidades generacionales en los grados de empoderamiento femenino; De igual forma, la contemporaneidad tiene el mayor impacto en los niveles y tipos de empoderamiento. Por lo tanto, a pesar de que tiene las

herramientas que necesita empoderarse, también es consciente de la necesidad de una transición o cambio impulsado por su propio potencial.

Sánchez y Cerezuela (2018) en su investigación tuvo como objetivo, conocer la experiencia de desarrollo de un grupo de mujeres mayores de 65 años. Se utilizó una muestra de cinco mujeres, escogidas a través de una muestra destinada a las consultas médicas y de enfermería del Centro de Salud Vistabella. Se obtuvieron los resultados de una investigación cualitativa fenomenológica, involucrando una entrevista detallada con las principales características del proceso de desarrollo. Llegaron a la conclusión de que el bajo nivel de las mujeres se debía a la educación basada en el género que recibieron a lo largo de su vida, lo que destruyó la idea de igualdad de oportunidades en comparación con los hombres y mantuvo a las mujeres en la esfera del área privada. Tener baja autoestima, problemas para hacerse cargo de su vida, miedos y un compromiso social mínimo indicaron que carecían de mucho poder.

A nivel nacional existen varios estudios con lo referente al empoderamiento de la mujer, entre los cuales se mencionan los siguientes:

Silva, et. al. (2023) en su investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el emprendimiento y empoderamiento femenino; el enfoque fue cuantitativo, de diseño no experimental y nivel correlacional; su muestra fue de 132 jóvenes emprendedoras con negocios de los diferentes rubros en la ciudad de Lima. Los resultados de este estudio indicaron que el nivel de emprendimiento es medio con un 56%, mientras el nivel de empoderamiento femenino fue del 56% con un nivel medio también. Además, existe una relación significativa entre ambas variables, lo que fue demostrado con el Rho de Spearman= 0.732 y p-valor= 0.000<0.05.

Pando, et al. (2022) en su investigación, tuvo como objetivo analizar la influencia del empoderamiento en el liderazgo femenino, teniendo una muestra conformada por 70 mujeres empresarias de PYMES de Lima Norte. Esta investigación de tipo cualitativo empleó un cuestionario diseñado con 12 preguntas para medir el empoderamiento y un cuestionario de 15 preguntas para medir el liderazgo femenino; donde se determina que el empoderamiento tiene un impacto sustancial en el liderazgo femenino y que cada mujer tiene una habilidad especial que destaca la autonomía y la autosuficiencia, dos elementos que contribuyen al

empoderamiento para ganar influencia en la toma de decisiones. Además, fomenta el liderazgo femenino, lo que transforma el lugar de trabajo al otorgarles a las mujeres más poder para tomar decisiones.

Caceres y Carrillo (2022) investigación en Huaral, 2021. Tuvo como objetivo determinar el nivel de empoderamiento femenino. Fue cuantitativa, de tipo descriptivo no experimental de corte transversal; para obtener los resultados se usó un instrumento diseñado por Hernandez y Garcia, 2008; su población fue 32 socias comerciantes del Mercado de Abastos Huaral. Se llegó a la conclusión que el 75% de las comerciantes presenta un nivel bajo de empoderamiento, además en sus dimensiones como participación se obtuvo un 53% nivel medio, en temeridad 59% nivel medio, en influencias alcanzó 75% de nivel medio, en independencia 66% con un nivel medio, en igualdad de género un 47% de nivel en medio y bajo respectivamente y en la dimensión satisfacción social se obtuvo un 78% de nivel medio.

Barzola, A. (2021) en su investigación, tuvo como objetivo determinar la percepción de igualdad de oportunidades de género de los hombres y mujeres trabajadores. Se aplicó en ella, el método descriptivo, comparativo con diseño no experimental, trabajándose el muestreo bietápico por estratos con 275 colaboradores. Los resultados obtenidos fueron que el 73% de ellos percibe que existe igualdad de oportunidades de género, igualmente los resultados de acuerdo al sexo fueron algo similares, en hombres se obtuvo un 76% y en las mujeres un 70% de opiniones de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente.

Ortega (2021) en su investigación, su objetivo fue evaluar el grado de empoderamiento femenino para que otras mujeres que deseen ingresar al campo laboral puedan utilizarlo como recurso. Para esta investigación exploratoria descriptiva se escogieron 22 personas como muestra de una lista de empresas que reportaron actividades de exportación y/o importación en el 2019 y que tuvieron cargos de gerente general entre los meses de enero y marzo de 2021. Se encontró que todas las empresas del estudio los participantes tuvieron un alto nivel de empoderamiento, siendo el liderazgo e imprudencia las dimensiones más significativas. Esto denota a una mujer con fuertes habilidades de liderazgo que es vista como una empresaria totalmente segura de sí misma y confiada en lo concerniente a su capacidad de tomar decisiones.



Sánchez, et. al. (2019) en su investigación, tuvo como objetivo determinar la relación existente entre la igualdad de oportunidades y el desarrollo profesional; utilizó un enfoque de investigación cuantitativo de corte transversal, dando como resultado un nivel significativo y alto de igualdad de oportunidad laboral en su población de oficiales femeninas del ejército peruano, la cual también encuentra una relación con la dimensión de desarrollo profesional significativa.

Boza (2019), en su tesis en Huamanga, Ayacucho, el objetivo principal de este estudio fue evaluar el grado de emancipación femenina en los grupos de madres de primer nivel del distrito. El tipo de estudio que se realizó utilizó una investigación básica descriptiva y una técnica cuantitativa no experimental. La muestra estuvo conformada por 30 mujeres entre 35 y 60 años de edad, a quienes se les administró un cuestionario con preguntas y una escala tipo Likert como herra-

menta para evaluar la variable. 34 partes diferentes componían este instrumento. Se demostró que el 69% de las participantes de los clubes de madres de primer nivel tienen un nivel de empoderamiento medio o habitual. Además, el 23 % de las mujeres dice sentirse muy empoderada, mientras que el 9 % dice sentirse menos empoderada.

Becerra (2019), de la Universidad Cesar Vallejo, en su investigación, su objetivo principal fue encontrar una correlación entre los niveles de empoderamiento de las mujeres peruanas y las ventas por catálogo del estudio de Leonisa; el estudio utilizó con éxito una metodología cuantitativa, un diseño transversal, no experimental y también un nivel descriptivo correlacional. Se distribuyó un cuestionario revisado por expertos a 60 empresarios que conformaron la muestra. Con un coeficiente de conversión de 0,0805 y un nivel de significancia de 0,001, los hallazgos respaldaron la hipótesis de investigación de que existe una asociación significativa entre las variables: empoderamiento de la mujer y ventas por catálogo. Los hallazgos indicaron que el empoderamiento de la mujer continúa confirmándose positivamente con las ventas por catálogo

Ninatanta (2018) en su investigación se obtuvo un cuestionario de 41 ítems, la cual fue validado por expertos utilizando el V-Aiken y logró una gran validez y una fiabilidad muy aceptable. El objetivo principal fue comprender la relación entre el emprendimiento empresarial y el empoderamiento de la mujer en el sector

calzado de la ciudad de Trujillo, siendo su muestra 123 mujeres registradas en la Gerencia Regional de Producción de La Libertad; logrando concluir que, en la industria del calzado, el emprendimiento empresarial y el empoderamiento de la mujer tienen una asociación positiva considerable, con un coeficiente de efecto de 0,683. El grado de empoderamiento de las mujeres en su entorno social, familiar y profesional también es mayor entre aquellas que han tenido éxito en el lanzamiento de sus propias empresas.

Para comprender el estado actual de la investigación sobre el tema de interés, se considerará estudiar revistas indexadas con la base de datos como Scopus y SciELO, así como archivos de instituciones públicas y privadas a nivel mundial y nacional. Los hallazgos son los siguientes:

Las luchas históricas por la justicia social y los movimientos significativos de finales del siglo XX (teología de la liberación, educación popular, poder negro, etc.) han incorporado la idea de empoderamiento; según menciona Batliwala que objetivo de muchas investigadoras feministas que han estudiado la idea de empoderamiento es mantener un sistema político robusto (Torrente, J., et al, 2022, p. 62).

El empoderamiento se le conoce al concepto de construcción que realiza una persona como sujeto o individuo ya sea individual o colectivo, cuyo propósito está en guiar a la comunidad de acuerdo a sus propios intereses. El término empoderamiento, tiene que ver con el poder el cual representa una realidad característica de la persona en el ámbito de las relaciones humanas, usualmente llegan a ser sociales o políticas, según (Crespo & De Rham, 2007). Los autores, además, explican que el poder, de donde viene la palabra empoderamiento, se define como el control de cierto tipo de recursos, económicos, organismos, estatales, entre otros. El poder, también, es expresado a través de la fuerza y la solidez de las capacidades de las personas.

El empoderamiento, se le conoce al proceso por el cual, las personas, asumen un control sobre sus vidas adquiriendo habilidades y estableciendo sus propias tareas, incrementando sus niveles de autoestima, solucionando los problemas que se le presentan y desarrollando niveles de autogestión; según Organización de las Naciones Unidas – Mujeres (Begoña, 2016, p., 11).

Así mismo, Mohan (2017), indica que el empoderamiento de las mujeres, es la liberación o emancipación de las mujeres de toda discriminación económica, política, racial, etc. El empoderamiento de las mujeres, garantiza la libertad de la mujer para tomar decisiones en su vida y además luchar por la igualdad de los derechos, estabilidad económica, derechos políticos, etc.

Hay tres factores a tener en cuenta que están relacionados con el empoderamiento femenino: recursos, autonomía y logros. La autonomía es una idea fundamental en el empoderamiento porque describe los procedimientos mediante los cuales las mujeres pueden establecer sus propios estándares, tomar decisiones y comenzar a participar. Pues se correlaciona con tomar acción y tomar decisiones (Pineda, et al 2019).

El poder de la autonomía para actuar libremente y como le plazca tiene un valor inherente. En consecuencia, si un enfoque de empoderamiento no considera la capacidad de acción de las personas, es insuficiente. Dado que se incluye la palabra "autonomía", se da a entender que la habilitación no se puede conferir ni ejercer sobre otra persona, el empoderamiento es un proceso que simplemente toma forma a través del comportamiento humano (Banda, et al, 2019).

Entre los principales tipos de empoderamiento, señalan que se divide en tres tipos, el empoderamiento social, empoderamiento político y empoderamiento económico. Según Crespo y De Rham (2007):

El empoderamiento social, viene a ser un conjunto de diferentes dimensiones en donde entra el papel del auto reconocimiento personal acorde a portadores de derecho, el fortalecimiento del vínculo institucional y por último, la habilidad que tienen las organizaciones, para involucrarse en diferentes momentos de la vida, economía, cultura de las instituciones; cuenta con tres perspectivas; El fortalecimiento de las organizaciones, es decir, trabajar en alianzas, negociar, construir sinergia entre diferentes actores involucrados; El autoreconocimiento personal, englobando a la persona, en relación con su entorno directo, que puede ser familia, escuela, comunidad; Y por último la perspectiva la gerencia y gestión social participativa.

Empoderamiento económico, Este proceso va dirigido a desarrollar habilidades y aumentar oportunidades para que todos los involucrados, sean

instituciones, organizaciones, empresas, mujeres y personas para la mejora de su nivel de vida y así tener acceso a factores productivos con el propósito de mejorar su competitividad así como también insertarse en el mercado, como fuente principal de aumento de sus ingresos y generar actividades productivas.

Empoderamiento político, este empoderamiento, tiene como propósito, velar por la construcción democrática y equitativa de los grupos sociales, en cuanto a las decisiones que tomen, para mejorar su nivel de vida. Este tipo de empoderamiento, va generalmente ligado a los sectores excluidos, quienes son víctimas de discriminación, pobreza. Lo que se busca principalmente, es buscar el equilibrio entre el poder de las autoridades estatales y la ciudadanía a través de normas claras y legítimas que garanticen una mejor gobernabilidad más inclusiva.

Para la evaluación de la variable empoderamiento de las mujeres, se tomó en cuenta la teoría brindada por La ONU – Mujeres quien sostiene que las principales dimensiones del empoderamiento de las mujeres, son las siguientes:

Promoción de igualdad de género: En esta dimensión, se busca el compromiso por parte de la institución o empresa con el propósito de apoyar los derechos humanos. El fin principal, es encontrar una dirección que pueda promover la igualdad de género. Entre los principales indicadores, tenemos los siguientes: Fijación de objetivos para la igualdad de género, dentro de este indicador, se buscará compromiso de la institución para poder crear o seguir un plan estratégico, el cual comprometa a toda la empresa a cumplir con las normas y objetivos los cuales respeten los derechos humanos y la igualdad de género y oportunidades; desarrollo de planes de implementación empresarial, se deberán fijar objetivos, y resultados dentro del ámbito empresarial, incluyendo una evaluación de cómo se va desarrollando el rendimiento de los principales involucrados de la organización; evaluación de factores de rendimiento, es decir, Asegurarse de que la dimensión o las políticas de igualdad de género se incorporen en todas las leyes y reglamentos producidos. Asegurarse de que la cultura empresarial también apoye la integración y la igualdad.

Igualdad de oportunidades de integración: Una cultura socialmente justa es lo que se entiende por esta dimensión, que afirma que las personas somos creadas iguales y deben tener las mismas ventajas y posibilidades de desarrollo. Los siguientes son los signos clave que se destacan: Trabajo libre de discriminación, este indicador denota la seguridad de que las reglas y procedimientos del lugar de trabajo prohíben el uso de cualquier tipo de discriminación de género; igualdad de beneficios de trabajo, es decir, dar la misma compensación y beneficios por trabajo de valor comparable y garantizar que hombres y mujeres reciban el mismo salario mínimo; integración de dimensión de género *en el trabajo*, es decir, implementar políticas de protección de empleo, ya sea a través de contrataciones, o nombramientos a mujeres dentro de puestos administrativos, directivos, con mayor rango y responsabilidad.

Desarrollo Empresarial: De acuerdo con el autor, Esta responsabilidad incluye asegurarse de que las instalaciones, servicios y productos de la empresa respeten la igualdad y dignidad de los derechos humanos de las personas, en este caso de las mujeres. Además, de ello, generar vínculos más cercanos con emprendimientos femeninos y empresas que estén dirigido por ellas mismas. Los indicadores que demuestran esta dimensión, son las siguientes: Extensión de relaciones empresariales, aumentar la red de conexiones, así como desarrollar más vínculos con empresas dirigidas por mujeres, ya sean pequeñas empresas, grandes empresas o mujeres empresarias; integración dentro de la empresa, esta dimensión, busca encontrar en los socios de las empresas, directivos y otras entidades, respetar el compromiso que se tiene, dentro de la organización, con el fin de favorecer la igualdad e integración de género; respeto a la dignidad de la mujer, es decir, respetar la identidad de la fuerza femenina, en todos los productos ofrecidos por la empresa, sean por ejemplo en el área de marketing, compras, administración, entre otros.

Liderazgo Comunitario: Esta dimensión, es definido como el trabajo en conjunto, de los representantes de la comunidad, municipio, entre otros, principalmente con el objetivo de erradicar toda forma posible de discriminación, explotación y fomentar la creación de nuevas posibilidades

para las mujeres y las niñas. Los indicadores que demuestran esta dimensión, son las siguientes: Reconocimiento del liderazgo femenino, es decir, dar a conocer la contribución del liderazgo de las mujeres, y su contribución en la sociedad, demostrando la representación de las mujeres en todos los procesos de consulta y asistencia; Acceso a educación vocacional, este indicador señala que las mujeres, tienen acceso a programas, capacitaciones permanentes, en todas las ramas que les ayuden a desarrollarse profesionalmente, tales como innovación, habilidades financieras, gerenciales, entre otros; apoyo al compromiso empresarial, esto refiere a establecer un ejemplo para las empresas estimadas con la finalidad de promover la igualdad de género y el empoderamiento femenino (Begoña, 2016)

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación:

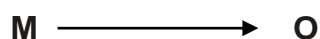
##### 3.1.1 Tipo de investigación:

Motivo por lo que los datos se brindan tal como ocurren en la realidad, esta investigación es de tipo descriptivo. Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que el objetivo de la investigación descriptiva es identificar los rasgos y características sobresalientes de todo tipo de ocurrencias que están bajo investigación o evaluación. También se encarga de identificar las tendencias de una población o de un grupo.

##### 3.1.2 Diseño de investigación:

Las variables solo se evaluaron en su contexto natural y en un momento determinado ya que será posible desarrollar esta investigación sin cambiar las variables. El diseño de la presente investigación es no experimental de corte transversal (Valderrama Mendoza, 2018, p. 44).

El esquema a considerar para la investigación es la siguiente:



Donde:

**M:** 70 mujeres comerciantes – trabajadoras de los diferentes negocios del centro comercial.

**O:** Empoderamiento de las mujeres

#### 3.2. Variables y operacionalización

##### 3.2.1. Variable: Empoderamiento femenino.

- **Definición conceptual:** Se conoce como el proceso por el cual las personas toman el control de su vida, adquieren habilidades y presentan sus propias tareas, elevan sus niveles de autoestima, resuelven los problemas que se les presentan y desarrollan niveles de autogestión la (Begoña, 2016, p. 7).

- **Definición operacional:** La presente variable será medida a través de un cuestionario de escala Likert dirigido a la muestra de 70 mujeres pertenecientes al centro comercial de la ciudad de Trujillo. Para lo cual este cuestionario fue extraído del Instituto nacional de las Mujeres – México (primera edición 2008, p.34) y fue adaptado por la autora Carolain Alexandra Avalos Torres

- **Indicadores:**

Promoción de igual de género: Fijación de objetivos para la igualdad de género, desarrollo de planes, políticas o programas para la implementación empresarial a favor de la igual y evaluación de los factores de rendimiento.

Igualdad de oportunidades de integración: Prácticas de trabajo exentas de discriminación, igualdad de beneficios e integración de la dimensión de género.

Desarrollo empresarial: Extensión de la relación empresarial, integración dentro de la empresa y el respeto a la dignidad de la mujer.

Liderazgo comunitario: Promoción y reconocimiento de liderazgo femenino, acceso a la educación vocacional y apoyo al compromiso empresarial.

- **Escala de medición:** Ordinal

### **3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis**

**3.3.1 Población:** Estuvieron presentes 70 miembros del personal femenino de los comercios dentro del centro comercial de Trujillo, entre los que se encuentran en el área de calzado, muebles y artesanías.

**Criterio de inclusión:** Se consideró a las trabajadoras de los diferentes comercios del centro comercial.



**Criterio de exclusión:** No se incluyeron aquellas mujeres trabajadoras de los diferentes comercios por motivos de fuerza mayor no puedan participar de la investigación y aquellas que sean dueñas del negocio.

**3.3.2 Muestra:** Por la variable de estudio se tomó en consideración la población femenina de estos asociados. Es por ello que la muestra estuvo compuesta por 70 mujeres integrantes de los diferentes negocios del centro comercial de Trujillo.

**3.3.3 Muestreo:** El muestreo usado fue no probabilístico, del tipo por conveniencia, es decir se escogió de forma rápida y fácil a 70 trabajadoras de entre los comercios de calzado, muebles y artesanía del centro comercial disponibles para el desarrollo de la investigación.

**3.3.4 Unidad de análisis:** Dueñas de los diversos negocios de un centro comercial de Trujillo

#### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **Técnicas:**

Para llevar a cabo la investigación se utilizó la metodología de la encuesta. Este método ayudará a recopilar toda la información relevante para que la variable de estudio, en este caso, el empoderamiento de las mujeres, pueda ser evaluada. Aúpas, Mejía, Novoa y Villagómez (2014) afirman que la encuesta consta de una serie de preguntas dirigidas al público objetivo del estudio.

##### **Instrumentos:**

El cuestionario sirvió como la principal herramienta de recopilación de datos del estudio. En este cuestionario se incluirán 23 preguntas relativas a cada una de las indicaciones mencionadas. Estas cosas reaccionarán a las dimensiones sugeridas para las variables. En esta situación las preguntas ponen a prueba la variable “empoderamiento de la mujer”. Para dar respuesta a los objetivos establecidos, las preguntas se aplicarán a la muestra de estudio (Ver anexo 1).

### **Validez y confiabilidad:**

El instrumento responde a la variable de estudio de las cuales fue adaptada por la autora y aplicada en una muestra piloto conformada por 20 mujeres (Ver anexo 4); la confiabilidad de la variable empoderamiento femenino fue analizada y procesada en el programa SPSS – versión 27, para los 23 ítems, los cuales arrojó a través del Alfa de Cronbach un índice de 0.755 siendo buena la confiabilidad del instrumento (Ver anexo 3).

La validez se hizo a través del Juicio de Expertos método tomado por la misma Universidad César Vallejo donde tres docentes expertos en su área evalúan el instrumento la cual se concluyó en consenso. (Ver anexo 5)

### **3.5. Procedimientos:**

Se tuvo en cuenta el diseño del instrumento, que utiliza una escala de medición tipo Likert y se procesó mediante la ejecución de una hoja de cálculo en la aplicación Excel, de acuerdo con la variable de estudio.

El criterio del investigador y la viabilidad de uso del instrumento fueron tomados en cuenta para determinar la muestra de investigación, sirviendo como punto de comparación el centro comercial.

Para describir la variable de estudio y sus dimensiones y así poder dar respuesta a la pregunta de investigación, se consideró evaluar la variable de estudio a través de sus dimensiones, obteniendo puntajes que permitan definir su nivel.

Para establecer los resultados y conclusiones de forma coherente, se abordó el objetivo con un análisis estadístico y la comparación de las hipótesis según las características del estudio.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Después que se usó el equipo en la muestra para el análisis de datos, la información recopilada comenzará a contabilizarse. En cuanto al grado de empoderamiento de la mujer trabajadora, estos resultados mostraron la realidad del centro comercial. Luego se usó la aplicación Microsoft Excel

para crear tablas, gráficos de barras y otros gráficos. SPSS Statistic será el programa que esté deshabilitado en este momento.

### **3.7. Aspectos éticos**

Esta investigación no fue publicada y no fue copiada. La información utilizada y recopilada es fiel a la realidad y, al mismo tiempo, se examina desde una perspectiva teórica para validar hipótesis, siguiendo los lineamientos y procesos establecidos por la Universidad César Vallejo y adhiriéndose a su código de ética.

#### IV. RESULTADOS

**Objetivo específico 1:** Nivel de promoción de Igualdad de Género que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial, Trujillo – 2023 se encontró:

**Tabla 1.**

*Distribución según el Nivel de Promoción de Igualdad de Género que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un Centro Comercial, Trujillo – 2023.*

Nivel de Promoción de Igualdad de Género	Nº de Mujeres	Distribución Porcentual
Nivel Alto	65	93%
Nivel Medio	5	7%
Nivel Bajo	0	0%
Total de Mujeres	70	100%

Fuente: Elaborado por el autor.

Descripción: En la tabla 1 se refleja la distribución de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial según el nivel de promoción de igualdad de género que perciben dentro de la empresa donde laboran, obteniendo que el 93% de la mujeres encuestadas perciben un nivel alto, donde destacan que hay igualdad de condiciones y se tiene el respeto debido a los derechos tanto de hombres como mujeres, también se fomenta la integración, igualdad y respeto a las mujeres, así mismo manifiestan que se encuentran satisfechas con el desempeño que ejercen dentro de la organización; por otro lado un 7% de la mujeres encuestadas perciben un nivel medio y un 0% de ellas perciben un nivel bajo.

Según el **objetivo específico 2**: Nivel de Igualdad de Oportunidades de integración que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial, Trujillo – 2023 se encontró:

**Tabla 2.**

*Distribución según el Nivel de Igualdad de Oportunidades de integración que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial, Trujillo – 2023.*

Nivel de igualdad de oportunidades de integración	Nº de Mujeres	Distribución Porcentual
Nivel Alto	67	96%
Nivel Medio	2	3%
Nivel Bajo	1	1%
Total de Mujeres	70	100%

Fuente: Elaborado por el autor.

Descripción: En la tabla 2 refleja la distribución de mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial según el nivel de igualdad de oportunidades de integración que perciben dentro de la empresa donde laboran, obteniendo que el 96% de la mujeres encuestadas perciben un nivel alto, manifestando que existen dentro de sus empresas incentivos equitativos tanto para hombres como mujeres, igualdad en la remuneración según el cargo, además encuentran equidad en la asignación de responsabilidades, además equidad de integración o participación dentro de la empresa tanto en hombres como mujeres; por otro lado un 3% de la mujeres encuestadas perciben un nivel medio y un 1% de ellas perciben un nivel bajo en igualdad de oportunidades de integración.

Según el **objetivo específico 3**: Nivel de desarrollo empresarial que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial, Trujillo – 2023 se encontró:

**Tabla 3.**

*Distribución según el Nivel Desarrollo Empresarial que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un Centro Comercial, Trujillo – 2023.*

Nivel de desarrollo empresarial	Nº de Mujeres	Distribución Porcentual
Nivel Alto	60	86%
Nivel Medio	10	14%
Nivel Bajo	0	0%
Total de Mujeres	70	100%

Fuente: Elaborado por el autor.

Descripción: En la tabla 3 se refleja la distribución de mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial según el nivel desarrollo empresarial que perciben dentro de la empresa donde laboran, obteniendo que el 86% de la mujeres encuestadas perciben un nivel alto, donde señalan que se da con frecuencia la oportunidad para ser parte de puestos de confianza o de decisión, añadido a ello perciben la valoración y reconocimiento de su trabajo que desempeñan dentro de sus empresas; por otro lado un 14% de la mujeres encuestadas perciben en un nivel medio y un 0% de ellas perciben un nivel bajo de desarrollo empresarial donde laboran.

Según el **objetivo específico 4**: Nivel de liderazgo comunitario que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un Centro comercial, Trujillo – 2023 se encontró:

**Tabla 4**

*Distribución según el Nivel de Liderazgo que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un Centro Comercial,*

Nivel de liderazgo comunitario	Nº de Mujeres	Distribución Porcentual
Nivel Alto	45	64%
Nivel Medio	21	30%
Nivel Bajo	4	6%
Total de Mujeres	70	100%

*Trujillo – 2023.*

Fuente: Elaborado por el autor.

Descripción: En la tabla 4 se refleja la distribución de mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial según el nivel liderazgo comunitario que presentan, obteniendo que el 64% de la mujeres tienen un nivel alto de liderazgo, donde destacan que dentro de la familia educan a las mujeres desde la niñez en aspirar grandes cosas y lograr puestos de liderazgo en la sociedad al futuro, así mismo creen que tanto hombres como mujeres tienen las mismas condiciones para acceder a cualquier trabajo, además que promueven el liderazgo femenino dentro del Centro Comercial,

un punto a tener en consideración es que no consideran que las mujeres deberían tener algún tipo de estudio para realizar su trabajo; por otro lado un 30% de las mujeres encuestadas tienen un nivel medio de liderazgo y un 6% un nivel bajo de liderazgo.

Dado el resultado al **objetivo general**: Nivel de empoderamiento en las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un Centro comercial, Trujillo – 2023 se encontró:

Nivel de Empoderamiento femenino	Nº de Mujeres	Distribución Porcentual
Nivel Alto	67	96%
Nivel Medio	3	4%
Nivel Bajo	0	0%
Total de Mujeres	70	100%

**Tabla 5.**

*Distribución del Nivel de Empoderamiento en las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un Centro Comercial, Trujillo – 2023.*

Fuente: Elaborado por el autor.

Descripción: En la tabla 5 se refleja la distribución de mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial según el nivel de empoderamiento que presentan, obteniendo que el 96% de las mujeres encuestadas presentan un nivel alto de empoderamiento, un 4% presentan un nivel medio y un 0% presentan un nivel bajo de empoderamiento femenino.



## V. DISCUSIÓN

Es necesario en esta investigación remontar a hechos ocurridos en la historia donde se sugiere y promueve el enfoque de género por la década de 1980 con el objetivo de empoderar a las mujeres en una variedad de actividades. En la década de 1990, al asumir roles y responsabilidades en un escenario que acogía su presencia y trabajo con menos rechazo, las mujeres lograron generar la necesidad de que las mujeres tomen decisiones en diversos sectores. Como resultado, se toman acciones significativas y cruciales para avanzar en la autonomía y el empoderamiento económico de ellas (Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, 2017).

Con respecto al primer objetivo específico que es determinar el nivel de promoción de la igualdad de género que perciben dentro de la empresa donde laboran, se obtuvo un predominio del nivel alto, reflejado con el 93% de las mujeres encuestadas; por otro lado, un 7% de ellas, perciben un nivel medio y un 0% perciben un nivel bajo. Estos resultados son sostenidos por Navas, et al (2020), quien afirma cuando los niveles de empoderamiento sean mayores, mayor también será el nivel de identidad género las cuales se originan actitudes que se orienten a la promoción de la igualdad y/o equidad de género; cabe resaltar que ello consiste en garantizar que al igual a hombres como mujeres se les brinden las mismas oportunidades en la vida, no necesariamente que sean iguales en términos de acceso a los bienes y recursos desde un punto de vista social y control sobre ellos. En contraste con lo sustentado por Cáceres y Carrillo (2022), quienes encontraron en su investigación que el nivel de igualdad de género en mujeres comerciantes está determinado en un nivel medio y bajo con un 47% de su población en estudio. Con respecto a los resultados de esta dimensión también se puede tener en cuenta lo sostenido por la Revista El País (2019) quien hace mención que La Primera Conferencia Mundial sobre la Mujer organizada por la ONU en 1975 sirvió como foro para el desarrollo de políticas para promover la igualdad de género, detener la discriminación y aumentar la participación de las mujeres, mujeres en diversos contextos dentro de su grupo social. También esta dimensión es determinada por la UNESCO como muy importante (UNESCO, 2020). Por lo tanto, según lo dicho

anteriormente, se puede afirmar que esta dimensión tiene o ejerce mucha importancia para existir un nivel alto de empoderamiento femenino.

Con respecto, al segundo objetivo específico que es determinar el nivel de igualdad de oportunidades de integración, se encontró que el 67% de las mujeres encuestadas perciben un nivel alto, por otro lado, un 3% de las mujeres encuestadas perciben un nivel medio y un 1% de ellas perciben un nivel bajo. Estos hallazgos son sostenidos y confirmados por Barzola (2021), quien en su investigación en colaboradoras de una universidad privada encontró un nivel alto de esta dimensión con un 70% de su muestra. Así mismo los resultados encontrados son similares también con los de Sánchez, et. al. (2019), quienes encontraron en su estudio, un nivel significativo y alto de igualdad de oportunidad laboral en su población de oficiales femeninas del ejército peruano. Lo cual también lo relaciona con la dimensión de desarrollo profesional de las mismas. Todo ello involucra que el nivel alto de esta dimensión es determinante y significativo para el empoderamiento femenino en las mujeres en estudio de esta investigación.

Con respecto, al tercer objetivo específico, determinar el nivel desarrollo empresarial que perciben dentro de la empresa donde laboran, se tuvo un resultado del 60% de las mujeres encuestadas quienes perciben un nivel alto, por otro lado, un 14% de las mujeres encuestadas perciben en un nivel medio y es nulo el nivel bajo. Si bien el presente estudio mide el nivel de la dimensión desarrollo empresarial de las mujeres, el resultado de ello puede ser corroborados y sostenidos de alguna manera por Ninatanta (2018), que en su estudio realizado en mujeres trabajadoras pertenecientes a empresas del sector calzado de Trujillo analizó la relación del desarrollo empresarial y el empoderamiento de la mujer, encontrando como resultado la existencia de una relación alta y significativa entre estas variables. Estos resultados son sostenidos también por las declaraciones del Banco Mundial de que los proyectos que sean más exitosos que todos los programas y/o negocios en cada estado que se centren en la innovación a nivel nacional y también en el desarrollo empresarial, tendrán un porcentaje obligatorio de participación de mujeres lo cual es consistente con estos hallazgos. Asimismo, según el Banco de América Latina (2019), considera que un nivel óptimo de desarrollo empresarial de las mujeres es un elemento clave hacia la igualdad de género y para construir sociedades modernas y prósperas. Por ello, las sociedades

modernas parecen poseer la claridad necesaria en el aspecto de que ha llegado el momento de que las mujeres realicen o desarrollen un papel social más destacado siendo este equitativo y justo que contribuya al empoderamiento de la misma como al desarrollo político, económico y social de los países. En este estudio sin duda, se comprueba que esta dimensión es significativa y de suma importancia en las mujeres en estudio para el empoderamiento de las mismas.

Con respecto al cuarto objetivo específico, el nivel de liderazgo comunitario, se obtuvo que el 45% de las mujeres encuestadas tienen un nivel alto, por otro lado, un 30% de las mujeres encuestadas presentan un nivel medio de liderazgo y un 6% de las mujeres encuestada tienen un nivel bajo de liderazgo. Los resultados aquí descritos son contrarios a los obtenidos por Pando et al. (2022) en su investigación en mujeres empresarias de pequeñas y medianas empresas de Lima Norte, en la cual se evidenció un nivel alto de liderazgo femenino en un 31.4% y un nivel medio en un 67%; esto a su vez se relacionó de modo significativo con la variable empoderamiento femenino en un 99.6%. Los resultados de esta investigación también son sostenidos por Acevedo, et. al. (2021), quienes enumeran entre otras cosas las cualidades femeninas como la inteligencia, responsabilidad, perseverancia y dominio. Además, afirman que las mujeres se han vuelto más activas e involucradas como líderes en la profesión aún científica, creando oportunidades para reformar la cultura organizacional. Por su parte, Marañón et. al. (2021), destacan que existe la presunción de que las mujeres son más sensibles y tienen mayor compasión que los hombres, y que esto ayudará a generar cambios profundos en el sistema. Esto es importante ya que las mujeres son capaces de ejercer altos niveles de liderazgo donde trabajan. Podemos determinar entonces que con respecto a esta última dimensión entonces que su nivel alto es de mucha significancia para la existencia del empoderamiento femenino en la población estudiada.

El objetivo general planteado en esta investigación, fue determinar el nivel de empoderamiento de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios del centro comercial de la ciudad de Trujillo en el año 2023. Luego de procesar los datos recolectados, se obtuvieron los siguientes resultados: predomina en las mujeres encuestadas un nivel alto de empoderamiento con el 96% y un 4% de las mujeres presentan un nivel medio, siendo a su vez nulo el nivel bajo. Estos

hallazgos son similares a los de Ortega (2021) quien en su estudio realizado concerniente al nivel de empoderamiento de las mujeres líderes en negocios internacionales en nuestro país; con la intención de determinar el grado de empoderamiento femenino y utilizarlo como referente para otras mujeres, que deseen ingresar al campo. Todas las mujeres participantes del estudio tuvieron un alto grado de empoderamiento como resultado de lo descubierto. De igual forma, las cualidades más esenciales de las mujeres en el estudio mencionado fueron liderazgo y temeridad, que sugieren una mujer con alto potencial de liderazgo, por ello se le consideró una empresaria con plena confianza hacia su persona misma y segura para la toma de decisiones. Por otro lado, esos resultados difieren a los de Boza (2019), que en su estudio sobre el Empoderamiento de la mujer en las organizaciones sociales o clubes de madres de base del primer nivel madres en la ciudad de Ayacucho, se demostró que el 69% de las participantes tienen un nivel de empoderamiento medio o habitual. A su vez, los resultados son contrastados también con los de Silva et. al. (2023), que encontró en una población de mujeres emprendedoras de diversos negocios en la ciudad de Lima un nivel medio representado por el 61% de empoderamiento femenino. Por lo cual, se puede afirmar de la presente investigación que existe un empoderamiento femenino real y significativo en las mujeres trabajadoras de los diversos negocios del centro comercial de la ciudad de Trujillo en el 2023.

Analizando en general el panorama de todos los resultados obtenidos, cabe resaltar finalmente que estos resultados han sido sostenidos por el marco teórico y antecedentes considerados en la presente investigación; más no pueden ser exactamente contrastados con otras investigaciones puesto que no consideran en ellas las dimensiones tratadas en esta investigación.

## V. CONCLUSIONES

1. Se concluyó que el nivel de promoción de igualdad de género que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial de la ciudad de Trujillo en el 2023, es alto con un 93% de las mujeres; lo cual definitivamente es determinante con respecto al empoderamiento femenino en este lugar en el que se lleva a cabo la investigación.
2. Se llegó a la conclusión que el nivel de igualdad de oportunidades de integración que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial de la ciudad de Trujillo en el 2023, es alto con 96% de las mujeres; lo cual a su vez es determinante también para que exista o no un empoderamiento femenino en este lugar.
3. Se concluyó que el nivel de desarrollo empresarial que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial en la ciudad de Trujillo en el 2023, es alto con un 86% de las mujeres, esto es de hecho importante para existencia de un empoderamiento femenino.
4. Se concluyó que el nivel de liderazgo que perciben las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial de Trujillo en el 2023, es alto con un 64% de las mujeres; del mismo modo que las dimensiones anteriores, también esta es determinante para evidencia de un empoderamiento femenino. Sin embargo, también se hace presente un nivel de liderazgo medio en un porcentaje menor.
5. Por lo tanto, se concluye que existe un nivel alto con un 96% de empoderamiento femenino en las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial en la ciudad de Trujillo en el 2023, lo cual solamente sin duda este estudio es un referente con respecto a otros rubros empresariales que en la actualidad de hecho están evidenciando esta realidad.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda a los dueños de los negocios del centro comercial impulsar dentro de sus empresas el desarrollo personal y la igualdad de género en todas las jerarquías y áreas pertinentes.
2. Se sugiere a otros colegas investigadores continuar profundizando sobre el estudio del departamento femenino, tomando en cuenta la relación de ello con otras variables, como: nivel de profesionalización, liderazgo, emprendimiento y participación en rubros de políticas en las féminas.
3. Se recomienda a los dueños, favorecer la relación de programas de desarrollo y liderazgo femenino dentro de sus empresas o negocios del centro comercial para lograr una mayor capacidad femenina de empoderamiento y lograr así un mayor impulso en su desarrollo.
4. Se recomienda también a los dueños de diversos negocios o empresas de este centro comercial y a otros en nuestra ciudad, realizar programas de coaching enfocados a la igualdad de género, al desarrollo empresarial e igualdad de oportunidades. Dicha recomendación también está dirigida a las instituciones públicas.
5. Es recomendable para todos los negocios o empresas en nuestra ciudad de Trujillo, fortalecer a los dirigentes o diversos trabajadores a través de charlas y capacitaciones impartidas por instituciones sobre el empoderamiento y su importancia en las mujeres de este siglo.

## REFERENCIAS

- Acevedo, Á., Gonzalez, R., Cachicatari, E., Paz, A., Muller, S., Salazar, G., Caruso, G. y D'Adamo, I. (2021). Resiliencia, liderazgo y emprendimiento femenino en el contexto de las PYMES: evidencia de América Latina. *Sostenibilidad*. Vol 13(15). <https://doi.org/10.3390/su13158129>.
- Adminca (2023). En Perú caen las ventas de calzado de producción local por la importación de Asia. *Cuero América*. 23 de Febrero. Recuperado de: <http://cueroamerica.info/wpnews/2023/02/en-peru-caen-las-ventas-de-calzado-de-produccion-local-por-la-importacion-de-asia/>
- Australian Government. (2016). Gender Equality and Women's empowerment strategy. Australian Government, Foreign Affairs and trades, Sídney.
- Banda, A., Morales M., Flores R. y Vanegas A. (2019). Promoción de la salud mental a través del crecimiento de la agencia humana y el empoderamiento: una perspectiva intrapersonal. *Revisión de la facultad de salud pública nacional*, 32 (S1), S161–S169.
- Banco de Desarrollo de América Latina (2019). Mujeres empresarias, imprescindibles para lograr una igualdad de género real. 29 de enero de 2019. Recuperado de: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2018/01/el-exito-empresarial-de-las-mujeres-clave-para-la-igualdad-de-genero/>.
- Barbosa, S. (2019). Empoderamiento Laboral y Situación Familiar de la mujer académica en la facultad de jurisprudencia y ciencias sociales de la Universidad Técnica de Ambato. Tesis Pregrado, Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Barzola, A. (2021) Percepción de igualdad de oportunidades de género de los colaboradores hombres y mujeres de una universidad privada. Tesis para optar el Grado de Maestro en RR.HH. y Gestión Organizacional. Universidad Continental. Huancayo, Perú.
- Becerra, Z. (2019). Propuesta para el empoderamiento de la mujer peruana en venta por catálogo Leonisa - 2019. Tesis Posgrado, Universidad César Vallejo, Lima.

- Begoña, A. (2016). Empresas y empoderamiento de las mujeres. Principios para el empoderamiento de las mujeres en las empresas. ONU-Mujeres. Primera Edición. México. ISBN: 978-1-63214-063-0
- Blas, N. (2015). Influencia de las relaciones de género en el empoderamiento de las mujeres participantes del programa "Emprende Trujillo" de la municipalidad provincial de Trujillo - Trujillo 2014. Tesis Pregrado, Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.
- Boza, G. (2019). Empoderamiento de la mujer en las organizaciones sociales de base del primer nivel de los clubes de madres - distrito de Carmen Alto, Huamanga, Ayacucho. Tesis Pregrado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima.
- Caceres y Carrillo (2022). Empoderamiento femenino de las comerciantes del mercado de abastos Huaral, 2021. Tesis para optar el título Profesional de Licenciado en Trabajo Social. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Huacho, Perú.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL (2017). Planes de igualdad de género en América Latina y el Caribe: Mapas de ruta para el desarrollo. Naciones Unidas. ISBN: 978-92-1-058578-1.
- Crespo, P., & De Rham, P. (2007). Empoderamiento: Conceptos y orientaciones. COSUDE.
- De la Cruz, C. (2017). Empoderamiento de las mujeres participantes en el proyecto mujeres emprendedoras en el AA.HH. de Yanama - Ayacucho. Tesis Pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.
- Diario El Peruano. (13 de octubre de 2019). [elperuano.pe](https://elperuano.pe/noticia-meta-del-ejecutivo-es-empoderar-a-mujer-toma-decisiones-85312.aspx). Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-meta-del-ejecutivo-es-empoderar-a-mujer-toma-decisiones-85312.aspx>
- Diario Gestión. (10 de septiembre de 2019). [gestion.pe](https://gestion.pe/peru/ministerio-de-la-produccion-crece-participacion-de-la-mujer-en-el-manejo-de-las-empresas-nndc-noticia/). Obtenido de <https://gestion.pe/peru/ministerio-de-la-produccion-crece-participacion-de-la-mujer-en-el-manejo-de-las-empresas-nndc-noticia/>
- El País. (09 de 10 de 2019). [elpais.com](https://elpais.com/elpais/2019/10/07/planeta_futuro/1570446863_224744.html). Obtenido de [https://elpais.com/elpais/2019/10/07/planeta\\_futuro/1570446863\\_224744.html](https://elpais.com/elpais/2019/10/07/planeta_futuro/1570446863_224744.html)



- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p.
- Hernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México D.F., México: Mc Graw Hill Education.
- INEI (2022). Informe Perú, Brechas de género. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/3823328-peru-brechas-de-genero-2022-avances-hacia-la-igualdad-de-mujeres-y-hombres>.
- Lozano, L. (2021). Paridad con vigilancia: Congreso tendrá 47 mujeres en próxima gestión. La Republica. Recuperado de: <https://elecciones.larepublica.pe/paridad-con-vigilancia-congreso-tendra-47-mujeres-en-proxima-gestion/>
- Malhotra, A., Schulte, J., & Patel, P. (2009). Innovation for Women's Empowerment and Gender Equality. International Center for research on women, Washington.
- Marañón, F., Muñiz, C., y Barrientos, R. (2021). Los estereotipos de género en las campañas electorales de 2018 en México. Análisis de la representación de la mujer en los spots electorales. Revista de Comunicación. Vol 20(2), pág. 207-222. <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A11>.
- Medel, C. (1995). Women, Education and Empowerment: Pathways towards autonomy. Hamburg: UNESCO Institute for Education.
- Mohan, S. (2017). Women Empowerment in 21st Century. Jalgaon.
- Navas, H., Malpartida, A. y Carranza, R., (2020). Identidad de género y empoderamiento femenino en las habitantes de la asociación de vecinos Quinta Elena, 2020. Universidad Peruana Unión. Tarapoto, Perú. DOI:<https://doi.org/10.17162/au.v11i3.709>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). Metodología de la investigación (Libro en físico ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Organización de las Naciones Unidas – ONU (1975). La primera conferencia Mundial sobre la Mujer. Recuperado de: <https://www.un.org/es/conferences/women/mexico-city1975>

- Ortega, A. (2017). Rol de Naciones Unidas en los procesos de empoderamiento político de las mujeres indígenas en Colombia. Caso de estudio: Mujeres indígenas del Cauca 2010-2015. (Tesis de Maestría). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO. Ecuador.
- Overseas Development Institute. (2014). Progress on Women's Empowerment. Overseas Development Institute. London: ODI.
- Pineda, J. Piniero, M. y Ramírez, A. (2019). Producción de Café y Empoderamiento de la Mujer en Colombia. Organización Humana, vol 78(1), pp. 64-74.
- RPP Noticias. (02 de Septiembre de 2015). rpp.pe. Obtenido de <https://rpp.pe/peru/actualidad/el-porvenir-el-corazon-de-los-cueros-y-zapatos-en-trujillo-noticia-400439>
- Sánchez, L., Lazo, K., Rodríguez, M. (2019). Igualdad de oportunidad laboral y el desarrollo profesional del personal de oficina femeninas en el Ejército del Perú. Tesis para optar el grado de Maestro en Ciencias Militares. Lima, Perú.
- Silvestre, M., & Royo, R. (2014). El empoderamiento de las mujeres como estrategia de intervención social. Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto.
- Silva, M., Pimentel, D., Astete, M., Chavez, R. y Davila, R., (2023) Emprendimiento y Empoderamiento femenino en jóvenes de Lima. Revista Universidad y Sociedad, 15(1),616-625.
- Torrente, J., Bernal, L. y Vargas, L. (2020). Empoderamiento femenino y habilidades de agencia en la industria del café: el caso de la asociación Ingemur. Veritas e investigación, vol. 2(1), pp. 60–68.
- UNESCO (2020). Igualdad de género. Recuperado de: <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/igualdad>
- Valderrama Mendoza, S. (2018). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica (Octava ed.). Lima, Perú: Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Valdivia, O. (2017). Participación y empoderamiento de las mujeres beneficiarias del programa juntos, distrito de Namora, 2016. Tesis Pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca.

## ANEXOS

### Anexo 1:

#### **Consentimiento Informado**

Título de la investigación: Nivel de empoderamiento de mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial, Trujillo – 2023.

Investigador (a) (es): Avalos Torres Carolain Alexandra

#### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Nivel de empoderamiento de mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial, Trujillo – 2023”, cuyo objetivo es determinar el nivel de empoderamiento de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial, Trujillo – 2023.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración o programa 2023-I, de la Universidad César Vallejo del campus de Trujillo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Universidad Cesar Vallejo.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Es necesario una nueva perspectiva sobre el trabajo para implementar el empoderamiento de las mujeres, así como un cambio en las estructuras y métodos organizacionales utilizados por las empresas. Como aún quedan muchos temas por resolver, no se trata de darle más importancia a un género que al otro, sino de buscar la manera de complementarse en un ambiente donde todos tengan la misma voz y en donde el puesto que se ocupe sea asumido por el mejor talento; ya que falta mucho que algunos aspectos tomen en cuenta a la mujer peruana, es por ello que la investigación de planteo la siguiente pregunta ¿Cuál es el nivel de empoderamiento de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial, Trujillo – 2023?.

## **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se le brindará una encuesta donde encontrará una serie de preguntas y en donde tiene que responder usando una escala del 1 al 5 (donde 1 es totalmente desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo) las respuestas de la encuesta responden a la investigación titulada: "Nivel de empoderamiento de mujeres trabajadoras de los diversos negocios de un centro comercial, Trujillo - 2023".
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado de 15 minutos y se realizará en el ambiente de un centro comercial. Las respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

### **Participación voluntaria:**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

### **Riesgo:**

No existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que exista alguna pregunta que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

### **Beneficios:**

Los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la sociedad.

### **Confidencialidad:**

Los datos recolectados serán anónimos y no tendrá ninguna forma de identificar al participante. Se garantiza que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del

investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) Avalos Torres Carolain Alexandra email: [avalosto@ucvvirtual.edu.pe](mailto:avalosto@ucvvirtual.edu.pe) y Docente asesor Cedrón Medina, Carlos Alberto email: [ccedronm@ucvvirtual.edu.pe](mailto:ccedronm@ucvvirtual.edu.pe)

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Una mujer de los diversos negocios del centro comercial

Fecha y hora: 07 de mayo del 2023 a las 04:00 p.m.

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Anexo 2:



### CUESTIONARIO:

Esperando su colaboración, respondiendo con sinceridad el presente cuestionario de carácter anónimo. Ya que ha sido elaborado para poder determinar el nivel de empoderamiento de las mujeres en las PYME del centro comercial, Trujillo – 2023. Lea Usted, con detenimiento y conteste las preguntas marcando con una X según la alternativa ajuste a la realidad de la empresa.

<b>Promoción de igualdad de Género</b>		<b>Opciones</b>				
<b>N°</b>	<b>Fijación de objetivos para la igualdad de género</b>	<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
1	En su empresa, tanto hombre como mujeres tienen igualdad de condiciones.					
2	En su empresa, se respeta los derechos tanto para las mujeres como para los hombres.					
<b>N°</b>	<b>Desarrollo de planes, políticas o programas de implementación empresarial a favor de la igualdad</b>	<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
3	Dentro de su empresa, existen normas y reglamentos que apoyan la igualdad entre hombres y mujeres.					
4	En su empresa, se fomenta la					

	integración, igualdad y respeto a las mujeres.					
<b>N°</b>	<b>Evaluación de factores de rendimiento</b>	<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
5	Tanto hombres como mujeres dentro de su empresa, indican que se encuentran satisfechos con su trabajo y su participación en la organización.					
6	Dentro del trabajo, se cumplen prácticas y normas acerca de la discriminación de género.					
<b>Igualdad de Oportunidad de integración</b>		<b>Opciones</b>				
<b>N°</b>	<b>Práctica de trabajo libre de discriminación</b>	<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
7	Dentro de su empresa, genera incentivos para fomentar el trabajo tanto para hombres como para mujeres.					
<b>N°</b>	<b>Igualdad de beneficios</b>	<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>

8	La remuneración de los hombres y mujeres es la misma, según el tipo de puesto en el que se encuentran.					
9	Se ofrecen condiciones laborales flexibles, así como la posibilidad de aprovechar mejores oportunidades laborales para ambos sexos.					
<b>N°</b>	<b>Integración de la dimensión de género</b>	<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
10	Los hombres y las mujeres de su empresa participan de las reuniones de trabajo aportando ideas de solución ante problemas.					
11	La responsabilidad en el trabajo, es repartida equitativamente a hombres y mujeres.					
<b>Desarrollo Empresarial</b>		<b>Opciones</b>				
<b>N°</b>	<b>Extensión de relaciones empresariales</b>	<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
12	Las mujeres, tienen la misma oportunidad que los hombres para ser parte de					



	los puestos de decisión.					
13	El trabajo es valorado y reconocido dentro del centro comercial Apiat					
<b>N°</b>	<b>Integración dentro de la empresa</b>	<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
14	La mujer posee los mismos derechos que los hombres para desempeñar puestos de confianza.					
15	Las mujeres, son consideradas para ocupar puestos altos y de de confianza.					
<b>N°</b>	<b>Respeto a la dignidad de la mujer</b>	<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
16	No existen estereotipos que genere la discriminación de la mujer dentro de su trabajo.					
17	La publicidad que promueve la venta de sus productos no va en contra de la integridad de la mujer					
<b>Liderazgo Comunitario</b>		<b>Opciones</b>				

<b>Nº</b>	<b>Promoción y reconocimiento del liderazgo femenino</b>	<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
18	Dentro de la familia, por lo general se educa a las mujeres y niñas a aspirar y lograr puestos de poder y liderazgo al futuro.					
19	Para poder ejercer liderazgo, no es necesario nacer con cualidades específicas.					
<b>Nº</b>	<b>Acceso a educación vocacional</b>	<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
20	Deberían tener las mujeres algún tipo de estudios para realizar un trabajo dentro de su empresa y del Centro Comercial.					
21	Las mujeres tienen las condiciones para ocupar puestos altos y de mayor jerarquía dentro de su empresa.					
<b>Nº</b>	<b>Apoyo al compromiso empresarial</b>	<b>Totalmente desacuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>

22	Cree usted que las mujeres y hombres, tienen la misma oportunidad de acceder a cualquier tipo de trabajo.					
23	Cree que se promueve el liderazgo femenino para su contribución dentro del centro comercial Apiat					

Nota: Cuestionario Adaptado del Centro de Documentación del Instituto Nacional de las mujeres – México 2016.

**Anexo 3:**

*Tabla 6. Matriz de Operacionalización de variables*

<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escalas de instrumento</b>
Empoderamiento de las mujeres	De acuerdo con Organización de las Naciones Unidas - Mujeres, (2016), se le conoce al proceso por el cual, las personas, asumen un control sobre sus vidas adquiriendo habilidades y estableciendo sus propias tareas, incrementando sus niveles de autoestima, solucionando los problemas que se le presentan y desarrollando niveles de	La presente variable será medida a través de un cuestionario de escala Likert dirigido a la muestra de 70 mujeres pertenecientes al centro comercial de la ciudad de Trujillo. Para lo cual este cuestionario fue extraído del Instituto nacional de las Mujeres – México (primera edición 2008, p.34) y fue adaptado por la autora Carolain Alexandra Avalos Torres	Promoción de igualdad de género	Fijación de objetivos para la igualdad de género	Ordinal
				Desarrollo de planes, políticas o programas de implementación empresarial a favor de la igualdad	
			Evaluación de factores de rendimiento		
			Prácticas de trabajo exentas de discriminación		
			Igualdad de oportunidades de integración	Igualdad de beneficios	

---

autogestión. Es por ello que, a este término se le conoce como un proceso y resultado.

Integración de la dimensión de género

---

Desarrollo  
Empresarial

---

Extensión de relaciones empresariales

---

Integración dentro de la empresa

---

Respeto a la dignidad de la mujer

---

Liderazgo  
Comunitario

---

Promoción y reconocimiento del liderazgo femenino

---

Acceso a educación vocacional

---

Apoyo al compromiso empresarial

---

Nota: Las definiciones y medidas fueron obtenidas del Instituto Nacional de la Mujer de México - Primera Edición, 2008 p. 34 y ONU Mujeres, agencia de las Naciones Unidas para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres - México (2016).

## Anexo 4:

Tabla 7. Estadísticas de Fiabilidad del Instrumento

Alfa de Cronbach	N de elementos
,755	23

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem01	49,55	49,945	,136	,756
Ítem02	49,65	44,871	,479	,732
Ítem03	49,60	50,358	,186	,752
Ítem04	48,95	45,103	,491	,732
Ítem05	48,70	48,853	,133	,761
Ítem06	49,40	49,200	,151	,757
Ítem07	49,45	50,997	,027	,762
Ítem08	49,05	50,997	-,018	,772
Ítem09	49,35	49,187	,145	,757
Ítem10	49,10	45,463	,462	,734
Ítem11	49,35	45,292	,587	,728
Ítem12	47,70	48,537	,216	,752
Ítem13	49,20	45,537	,429	,736
Ítem14	49,35	42,661	,628	,718
Ítem15	48,95	46,471	,370	,741

Ítem16	49,40	49,305	,355	,746
Ítem17	49,10	45,358	,572	,728
Ítem18	49,50	51,842	-,048	,761
Ítem19	49,70	46,537	,440	,737
Ítem20	49,60	49,832	,165	,754
Ítem21	49,70	48,958	,342	,745
Ítem22	49,05	46,366	,348	,743
Ítem23	49,60	49,200	,288	,748

**Anexo 5:**

Muestra piloto a 20 mujeres trabajadora

N° de Mujeres	Dimensión 1						Dimensión 2					Dimensión 3						Dimensión 4						Total v1
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	
1	2	2	3	1	2	2	2	2	4	2	1	4	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	47
2	2	1	2	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	48
3	2	1	2	2	2	2	4	2	1	2	2	4	2	1	2	2	2	1	3	2	1	2	2	48
4	2	3	2	3	2	2	2	1	3	2	2	4	4	3	2	2	2	3	2	3	2	4	2	58
5	2	2	2	4	2	1	2	3	2	2	1	4	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	50
6	2	2	1	2	4	2	1	2	1	2	2	4	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	46
7	1	2	2	3	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	53
8	2	1	2	3	2	4	2	4	2	1	2	4	4	2	2	2	2	2	1	1	2	1	3	53
9	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	4	2	46
10	1	2	2	4	3	3	2	2	1	2	2	4	2	2	3	2	2	2	1	3	1	2	2	52
11	1	1	2	2	3	2	3	4	2	3	2	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	1	57
12	2	2	1	2	4	1	2	4	2	4	2	4	1	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	53
13	2	1	1	2	1	2	1	3	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	46
14	2	1	2	2	4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	2	1	53
15	2	1	2	3	4	2	2	4	2	4	4	5	2	4	4	2	2	1	2	2	2	2	3	61
16	1	2	2	2	4	2	1	1	2	3	2	5	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	46
17	4	2	2	3	2	4	2	3	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	58
18	2	2	2	3	2	3	2	2	4	4	4	4	2	2	3	4	4	2	4	2	2	3	2	58
19	2	4	2	4	4	2	2	2	2	3	3	4	3	4	4	2	4	2	2	3	2	4	2	64
20	3	4	2	3	4	2	2	2	2	2	2	4	4	3	2	2	4	2	2	1	2	4	2	58



## Anexo 6:

### Evaluación por Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Nivel de empoderamiento de mujeres trabajadoras en los diversos negocios del centro comercial APIAT, Trujillo**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Mg. Miguel Elías Pinglo Bazán
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( x )                      Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )                      Social ( ) Educativa ( )                      Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Innovación, Marketing, Finanzas, Recursos Humanos
<b>Institución donde labora:</b>	Instituto Tecnológico de la Producción / Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( x )
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario con escala de Likert
<b>Autora:</b>	Avalos Torres, Carolain Alexandra
<b>Procedencia:</b>	Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres – México, 2016.
<b>Tiempo de aplicación:</b>	10 a 15 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Centro Comercial APIAT - Trujillo
<b>Significación:</b>	La variable de investigación será medida a través de un cuestionario de escala de Likert con 23 ítems dirigido a una muestra de 70 mujeres trabajadoras para conocer el nivel de empoderamiento femenino.

1. Soporte teórico

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Definición</b>
Empoderamiento Femenino	Promoción de igual de género	Se buscará el compromiso por parte de la institución o empresa, a apoyar la dirección, así como las políticas a favor de la igualdad de género y los derechos humanos
	Igualdad de oportunidades de integración	Una cultura socialmente justa es lo que se entiende por esta dimensión, que afirma que todas las personas son creadas iguales y deben tener las mismas ventajas y posibilidades de desarrollo.
	Desarrollo Empresarial	Esta responsabilidad incluye asegurarse de que las instalaciones, servicios y productos de la empresa respeten la dignidad, la igualdad y los derechos humanos de las personas, en este caso de las mujeres
	Liderazgo comunitario	Es el trabajo en conjunto, de los representantes de la comunidad, municipio, entre otros, principalmente con el objetivo de erradicar todas las formas de discriminación, explotación y fomentar la creación de nuevas posibilidades para las mujeres y las niñas.

**2. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario adaptado por Avalos torres Carolain Alexandra en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel

3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Promoción de igualdad de género
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel promoción de igualdad de género en las mujeres trabajadoras de los diversos negocios del Centro Comercial APIAT de la ciudad de Trujillo en el año 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Fijación de objetivos para la igual de género.	En su empresa tanto hombres como mujeres tienen igualdad de condiciones.	4	4	4	
	En su empresa se respeta los derechos tanto para mujeres como para los hombres.	4	4	4	
Desarrollo de planes de implementación empresarial	Dentro de su empresa, existen normas y reglamentos que apoyan la igual entre hombres y mujeres.	4	4	4	
	En su empresa, se fomenta la integración, igualdad y respeto a las mujeres	4	4	4	
Evaluación de factores de rendimiento	Tanto hombres como mujeres dentro de su empresa, indican que se encuentran satisfechos con su trabajar su participación en la organización.	4	4	4	
	Dentro del trabajo se	4	4	4	

	cumplen practicas y normas acerca de la discriminación de género				
--	--	--	--	--	--

- Segunda dimensión: Igualdad de oportunidad de integración
- Objetivos de la Dimensión: determinar el nivel de igualdad de oportunidades de integración en las mujeres trabajadoras de los diversos negocios del Centro comercial APIAT de la ciudad de Trujillo en el 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Práctica de trabajo libre de discriminación	Dentro de su empresa, genera incentivos para fomentar el trabajo tanto para hombres como para mujeres	4	4	4	
Igualdad de beneficios	La remuneración de los hombres y mujeres es la misma, según el puesto que desempeñan.	4	4	4	
	Se ofrecen condiciones laborales	4	4	4	
Integración de la dimensión de género	Los hombres y mujeres de su empre participan de las reuniones de trabajo aportando ideas de solución ante problemas.	4	4	4	
	Las responsabilidades en el trabajo, es repartida equitativamente a hombres y mujeres.	4	4	4	


- Tercera dimensión: Desarrollo empresarial.
- Objetivos de la Dimensión: Identificar el nivel de desarrollo empresarial de las mujeres de los diversos negocios del Centro comercial APIAT de la ciudad de Trujillo en el 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Extensión de relaciones empresariales	Las mujeres tienen la misma oportunidad que hombres para ser parte de los puestos de decisión.	4	4	4	
	El trabajo es valorado y reconocido dentro del centro comercial APIAT	4	4	4	
Integración dentro de la empresa	La mujer posee los mismos derechos que los hombres para desempeñar puestos de confianza.	4	4	4	
	Las mujeres son consideradas para ocupar puestos altos y de confianza.	4	4	4	
Respeto a la dignidad de la mujer	Existe estereotipos que genere la discriminación de la mujer de su trabajo en este centro comercial	4	4	4	
	La publicidad que promueve la venta de sus productos va en contra de la integridad de la mujer.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Liderazgo comunitario
- Objetivos de la Dimensión: describir el nivel de liderazgo comunitario de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios del Centro comercial APIAT de la ciudad de Trujillo en el 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promoción y reconocimiento del liderazgo femenino	Dentro de la familia, por lo general se educa a las mujeres y niñas a aspirar y lograr ocupar puestos de poder y liderazgo al futuro	4	4	4	
	Para poder ejercer liderazgo es necesario nacer con cualidades específicas	4	4	4	
Apoyo al compromiso empresarial	Cree usted que las mujeres y hombres tienen la misma oportunidad de acceder a cualquier tipo de trabajo.	4	4	4	
	Cree que se promueve el liderazgo femenino para su contribución dentro del centro comercial.	4	4	4	
Acceso a educación vocacional	Deberían tener las mujeres algún tipo de estudios para realizar un trabajo dentro de su empresa y del Centro Comercial.	4	4	4	

	Las mujeres tienen las condiciones para ocupar puestos altos y de mayor jerarquía dentro de su empresa.	4	4	4	
--	---	---	---	---	--



---

MIGUEL ELIAS PINGLO BAZAN  
40717454



## Evaluación por Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Nivel de Empoderamiento de Mujeres Trabajadoras de los Diversos Negocios del Centro Comercial APIAT, Trujillo**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Danitza Susan Uceda Trujillo
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( X )                      Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )                      Social ( ) Educativa ( )                      Organizacional ( X )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docente de la Escuela Profesional de Administración
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( X )

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario con escala de Likert
Autora:	Avalos Torres, Carolain Alexandra
Procedencia:	Entidad de las Nacional Unidas para la igual de género y el empoderamiento de las Mujeres – México, 2016.
Tiempo de aplicación:	10 a 15 minutos
Ámbito de aplicación:	Centro Comercial Apiat
Significación:	La variable de investigación será medida a través de un cuestionario de escala de Likert con 23 ítems dirigido a una muestra de 70 mujeres empresarias para conocer el nivel de empoderamiento femenino.

1. Soporte teórico

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Definición</b>
Empoderamiento Femenino	Promoción de igual de género	Se buscará el compromiso por parte de la institución o empresa, a apoyar la dirección, así como las políticas a favor de la igualdad de género y los derechos humanos
	Igualdad de oportunidades de integración	Una cultura socialmente justa es lo que se entiende por esta dimensión, que afirma que todas las personas son creadas iguales y deben tener las mismas ventajas y posibilidades de desarrollo.
	Desarrollo Empresarial	Esta responsabilidad incluye asegurarse de que las instalaciones, servicios y productos de la empresa respeten la dignidad, la igualdad y los derechos humanos de las personas, en este caso de las mujeres
	Liderazgo comunitario	Es el trabajo en conjunto, de los representantes de la comunidad, municipio, entre otros, principalmente con el objetivo de erradicar todas las formas de discriminación, explotación y fomentar la creación de nuevas posibilidades para las mujeres y las niñas.

**2. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario adaptado por Avalos torres Carolain Alexandra en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticay semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Promoción de igualdad de genero
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel promoción de igualdad de genero en las mujeres trabajadoras de diversos negocios del Centro Comercial APIAT de la ciudad de Trujillo en el año 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Fijación de objetivos para la igual de género.	En su empresa tanto hombres como mujeres tienen igualdad de condiciones.	4	4	4	
	En su empresa se respeta los derechos tanto para mujeres como para los hombres.	4	4	4	
Desarrollo de planes de implementación empresarial	Dentro de su empresa, existen normas y reglamentos que apoyan la igual entre hombres y mujeres.	3	4	4	
	En su empresa, se fomenta la integración, igualdad y respeto a las mujeres	4	4	4	
Evaluación de factores de rendimiento	Tanto hombres como mujeres dentro de su empresa, indican que se encuentran satisfechos con su trabajar su participación en la organización.	4	4	4	
	Dentro del trabajo se cumplen practicas y normas acerca de la discriminación de género	4	4	4	

- Segunda dimensión: Igualdad de oportunidad de integración
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de igualdad de oportunidades de integración en las mujeres trabajadoras de los diversos negocios del Centro Comercial APIAT de la ciudad de Trujillo en el 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Práctica de trabajo libre de discriminación	Dentro de su empresa, genera incentivos para fomentar el trabajo tanto para hombres como para mujeres	4	4	4	
Igualdad de beneficios	La remuneración de los hombres y mujeres es la misma, según el puesto que desempeñan.	4	4	4	
	Se ofrecen condiciones laborales	4	4	4	
Integración de la dimensión de género	Los hombres y mujeres de su empresa participan de las reuniones de trabajo aportando ideas de solución ante problemas.	4	4	4	
	Las responsabilidades en el trabajo, es repartida equitativamente a hombres y mujeres.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Desarrollo empresarial.
- Objetivos de la Dimensión: Identificar el nivel de desarrollo empresarial de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios del Centro comercial APIAT de la ciudad de Trujillo en el 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Extensión de relaciones empresariales	Las mujeres tienen la misma oportunidad que hombres para ser parte de los puestos de decisión.	4	4	4	
	El trabajo es valorado y reconocido dentro del centro comercial <del>APIAT</del> .	4	4	4	
Integración dentro de la empresa	La mujer posee los mismos derechos que los hombres para desempeñar puestos de confianza.	4	4	4	
	Las mujeres son consideradas para ocupar puestos altos y de confianza.	4	4	4	
Respeto a la dignidad de la mujer	Existe estereotipos que genere la discriminación de la mujer de su trabajo en este centro comercial	4	4	4	
	La publicidad que promueve la venta de sus productos va en contra de la integridad de la mujer.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Liderazgo comunitario
- Objetivos de la Dimensión: Describir el nivel de liderazgo comunitario de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios del Centro comercial APIAT de la ciudad de Trujillo en el 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promoción y reconocimiento del liderazgo femenino	Dentro de la familia, por lo general se educa a las mujeres y niñas a aspirar y lograr ocupar puestos de poder y liderazgo al futuro	4	4	4	
	Para poder ejercer liderazgo es necesario nacer con cualidades específicas	4	4	4	
Apoyo al compromiso empresarial	Cree usted que las mujeres y hombres tienen la misma oportunidad de acceder a cualquier tipo de trabajo.	4	4	4	
	Cree que se promueve el liderazgo femenino para su contribución dentro del centro comercial.	4	4	4	
Acceso a educación vocacional	Deberían tener las mujeres algún tipo de estudios para realizar un trabajo dentro de su empresa y del Centro Comercial.	4	4	4	

	Las mujeres tienen las condiciones para ocupar puestos altos y de mayor jerarquía dentro de su empresa.	4	4	4	
--	---	---	---	---	--



.....  
Mg. ~~Danitza Susan~~ Uceda Trujillo  
DNI N°: 44602494



## Evaluación por Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Nivel de Empoderamiento de Mujeres Trabajadoras de los Diversos Negocios del Centro Comercial APIAT, Trujillo”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	José A. Guevara Ramirez
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( ) Doctor (X)
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( ) Social ( ) Educativa ( ) Organizacional (X)
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docente de la Escuela Profesional de Administración
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años (X)

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario con escala de Likert
<b>Autora:</b>	Avalos Torres, Carolain Alexandra
<b>Procedencia:</b>	Entidad de las Nacional Unidas para la igual de género y el empoderamiento de las Mujeres – México, 2016.
<b>Tiempo de aplicación:</b>	10 a 15 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Centro Comerial Apiat
<b>Significación:</b>	La variable de investigación será medida a través de un cuestionario de escala de Likert con 23 ítems dirigido a una muestra de 70 mujeres empresarias para conocer el nivel de empoderamiento femenino.

1. **Soporte teórico**

Variable	Dimensiones	Definición
Empoderamiento Femenino	Promoción de igual de género	Se buscará el compromiso por parte de la institución o empresa, a apoyar la dirección, así como las políticas a favor de la igualdad de género y los derechos humanos
	Igualdad de oportunidades de integración	Una cultura socialmente justa es lo que se entiende por esta dimensión, que afirma que todas las personas son creadas iguales y deben tener las mismas ventajas y posibilidades de desarrollo.
	Desarrollo Empresarial	Esta responsabilidad incluye asegurarse de que las instalaciones, servicios y productos de la empresa respeten la dignidad, la igualdad y los derechos humanos de las personas, en este caso de las mujeres
	Liderazgo comunitario	Es el trabajo en conjunto, de los representantes de la comunidad, municipio, entre otros, principalmente con el objetivo de erradicar todas las formas de discriminación, explotación y fomentar la creación de nuevas posibilidades para las mujeres y las niñas.

2. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario adaptado por Avalos torres Carolain Alexandra en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticay semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene	totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	Desacuerdo	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.

relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	Bajo nivel de acuerdo)	
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

No cumple con el criterio
Bajo Nivel
Moderado nivel
Alto nivel

#### Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Promoción de igualdad de género
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel promoción de igualdad de género en las mujeres trabajadoras de diversos negocios del Centro Comercial APIAT de la ciudad de Trujillo en el año 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Fijación de objetivos para la igual de género.	En su empresa tanto hombres como mujeres tienen igualdad de condiciones.	3	3	3	
	En su empresa se respeta los derechos tanto para mujeres	3	3	3	

	como para los hombres.				
Desarrollo de planes de implementación empresarial	Dentro de su empresa, existen normas y reglamentos que apoyan la igualdad entre hombres y mujeres.	3	3	3	
	En su empresa, se fomenta la integración, igualdad y respeto a las mujeres	3	3	3	
Evaluación de factores de rendimiento	Tanto hombres como mujeres dentro de su empresa, indican que se encuentran satisfechos con su trabajar su participación en la organización.	3	3	3	
	Dentro del trabajo se cumplen practicas y normas acerca de la discriminación de género	3	3	3	

- Segunda dimensión: Igualdad de oportunidad de integración
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de igualdad de oportunidades de integración en las mujeres trabajadoras de los diversos negocios del Centro Comercial APIAT de la ciudad de Trujillo en el 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Práctica de trabajo libre de discriminación	Dentro de su empresa, genera incentivos para fomentar el trabajo tanto para hombres como para mujeres	3	3	3	
Igualdad de beneficios	La remuneración de los hombres y mujeres es la misma, según el puesto que	3	3	3	

	desempeñan.				
	Se ofrecen condiciones laborales	3	3	3	
Integración de la dimensión de género	Los hombres y mujeres de su empresa participan de las reuniones de trabajo aportando ideas de solución ante problemas.	3	3	3	
	Las responsabilidades en el trabajo, es repartida equitativamente a hombres y mujeres.	3	3	3	

- Tercera dimensión: Desarrollo empresarial.
- Objetivos de la Dimensión: Identificar el nivel de desarrollo empresarial de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios del Centro comercial APIAT de la ciudad de Trujillo en el 2023.

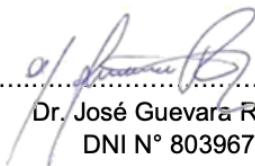
Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Extensión de relaciones empresariales	Las mujeres tienen la misma oportunidad que los hombres para ser parte de los puestos de decisión.	3	3	3	
	El trabajo es valorado y reconocido dentro del centro comercial Apiat	3	3	3	
Integración dentro de la empresa	La mujer posee los mismos derechos que los hombres para desempeñar puestos de confianza.	3	3	3	
	Las mujeres son consideradas para ocupar puestos	3	3	3	

	altos y de confianza.				
Respeto a la dignidad de la mujer	Existe estereotipos que genere la discriminación de la mujer de su trabajo en este centro comercial	3	3	3	
	La publicidad que promueve la venta de sus productos va en contra de la integridad de la mujer.	3	3	3	

- Cuarta dimensión: Liderazgo comunitario
- Objetivos de la Dimensión: Describir el nivel de liderazgo comunitario de las mujeres trabajadoras de los diversos negocios del Centro comercial APIAT de la ciudad de Trujillo en el 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promoción y reconocimiento del liderazgo femenino	Dentro de la familia, por lo general se educa a las mujeres y niñas a aspirar y lograr ocupar puestos de poder y liderazgo al futuro	3	3	3	
	Para poder ejercer liderazgo es necesario nacer con cualidades específicas	3	3	3	
Apoyo al compromiso empresarial	Cree usted que las mujeres y hombres tienen la misma oportunidad de acceder a cualquier tipo de trabajo.	3	3	3	
	Cree que se promueve el liderazgo	3	3	3	

	femenino para su contribución dentro del centro comercial.				
Acceso a educación vocacional	Deberían tener las mujeres algún tipo de estudios para realizar un trabajo dentro de su empresa y del Centro Comercial.	3	3	3	
	Las mujeres tienen las condiciones para ocupar puestos altos y de mayor jerarquía dentro de su empresa.	3	3	3	

  
 .....  
 Dr. José Guevara Ramirez  
 DNI N° 80396738

Anexo 7:

Base de datos de Muestra encuestada

Nº DE MUJER ES	DIMENSION 1						TOT AL	DIMENSION 2					TOT AL	DIMENSION 3						TOT AL	DIMENSION 4						TOTA L
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6		P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1		P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	P1 6	P1 7		P1 8	P1 9	P2 0	P2 1	P2 2	P2 3	
1	5	5	4	4	4	5	27	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	4	5	27	4	4	2	4	4	4	22
2	4	3	4	2	2	4	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	4	28	4	4	2	4	4	4	22
3	3	4	4	3	4	3	21	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	3	2	20	4	3	4	4	4	4	23
4	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	30	4	3	3	4	4	4	22
5	5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	2	3	4	4	21
6	4	5	4	4	4	4	25	5	5	4	5	4	23	5	4	4	4	4	3	24	4	4	3	4	4	4	23
7	5	4	5	4	4	4	26	5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	2	2	22	3	4	3	5	4	4	23
8	5	5	4	4	4	4	26	4	2	5	4	3	18	4	3	4	4	3	4	22	4	2	3	4	3	4	20
9	5	5	5	5	4	4	28	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	4	3	4	20
10	3	4	4	4	5	3	23	5	4	4	5	5	23	4	5	4	4	3	2	22	4	3	3	4	3	4	21
11	5	5	4	4	4	4	26	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	4	4	25	4	2	3	4	4	5	22
12	4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	5	24
13	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	4	25	3	4	3	4	4	5	23
14	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	5	23
15	4	4	4	5	4	4	25	5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	3	4	23	4	3	3	4	4	5	23
16	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	4	4	23	3	3	2	4	4	4	20
17	4	5	4	4	5	5	27	4	5	5	4	4	22	4	4	4	5	5	4	26	4	3	3	4	4	5	23
18	5	5	4	4	4	4	26	4	5	4	5	5	23	4	4	4	5	4	4	25	4	4	3	4	4	4	23
19	3	2	4	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21	4	4	4	5	5	3	25	4	4	3	4	4	5	24



20	5	4	4	5	5	5	28	4	5	4	4	5	22	4	3	4	5	3	3	22	4	4	3	4	4	4	23
21	5	5	5	4	4	4	27	5	5	4	4	4	22	5	4	4	5	3	3	24	4	3	3	4	5	5	24
22	4	5	5	4	4	5	27	4	4	5	5	5	23	4	5	5	4	2	3	23	4	4	2	4	5	4	23
23	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	2	3	22	4	3	3	4	4	4	22
24	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	5	5	22	4	3	5	5	2	3	22	5	4	2	4	4	4	23
25	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	4	5	26	5	4	2	4	4	4	23
26	3	3	3	4	4	3	20	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	3	4	23	4	3	3	4	4	4	22
27	5	4	4	4	5	5	27	4	4	5	5	5	23	4	5	5	4	4	4	26	3	4	2	4	4	4	21
28	3	4	4	5	5	4	25	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	3	4	24	4	4	1	4	4	5	22
29	4	4	5	5	5	4	27	5	4	4	5	4	22	4	4	5	5	1	4	23	5	4	2	4	4	4	23
30	4	4	5	5	5	4	27	4	5	4	5	5	23	4	4	5	4	4	3	24	5	4	1	4	5	5	24
31	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	4	4	25	5	4	3	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	3	24	4	3	2	4	4	5	22
33	4	5	5	5	5	4	28	5	4	5	4	4	22	4	5	5	5	3	3	25	3	3	1	4	4	4	19
34	5	5	4	4	4	4	26	3	4	4	4	3	18	5	4	4	4	4	3	24	4	4	2	5	4	5	24
35	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	3	4	25	4	4	3	4	5	4	24
36	4	4	4	4	4	5	25	2	2	3	2	2	11	5	4	4	4	3	3	23	4	4	2	4	5	5	24
37	4	4	4	4	4	5	25	4	5	4	5	5	23	4	4	5	4	4	4	25	5	4	1	4	4	4	22
38	3	5	5	4	4	4	25	5	4	4	5	5	23	4	5	4	5	5	4	27	4	4	2	5	4	4	23
39	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	4	5	26	4	3	2	4	5	4	22
40	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	5	22	4	5	5	4	5	5	28	4	4	2	4	4	4	22
41	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	5	23	4	4	5	5	4	4	26	5	4	3	4	5	4	25
42	5	5	4	5	4	4	27	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	4	24	5	3	2	4	4	4	22
43	4	5	4	5	4	5	27	4	5	5	5	5	24	5	4	4	5	4	4	26	4	4	2	5	5	5	25
44	4	5	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	4	22	5	3	2	4	5	4	23
45	3	4	4	4	4	5	24	5	4	4	4	5	22	4	4	5	4	5	4	26	4	4	2	5	5	4	24

<b>46</b>	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24	5	5	2	4	4	4	24
<b>47</b>	5	5	4	4	5	4	27	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	4	4	26	5	4	2	4	4	5	24
<b>48</b>	4	4	5	5	5	4	27	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	3	4	24	4	3	3	5	4	5	24
<b>49</b>	5	4	5	4	4	5	27	5	4	5	4	4	22	5	4	5	5	5	4	28	4	5	1	5	4	4	23
<b>50</b>	4	5	5	5	4	4	27	4	4	4	5	5	22	4	5	5	4	4	4	26	4	4	2	4	5	4	23
<b>51</b>	4	4	5	4	4	4	25	4	4	5	4	5	22	4	5	4	4	4	4	25	4	3	2	4	4	5	22
<b>52</b>	5	4	4	5	4	4	26	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	5	4	26	5	4	2	4	4	4	23
<b>53</b>	4	4	5	5	5	5	28	5	4	4	4	4	21	5	5	4	5	4	4	27	4	4	2	5	4	5	24
<b>54</b>	4	4	4	5	4	4	25	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	3	4	24	4	3	3	5	4	4	23
<b>55</b>	5	4	4	4	5	5	27	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	4	4	25	5	3	2	5	5	5	25
<b>56</b>	4	4	5	5	5	4	27	4	4	4	5	5	22	4	5	4	4	4	4	25	5	4	1	4	4	5	23
<b>57</b>	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	25	4	3	3	4	4	4	22
<b>58</b>	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	2	3	22	4	4	2	4	4	4	22
<b>59</b>	5	5	4	4	5	4	27	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	3	4	24	5	4	3	5	5	5	27
<b>60</b>	4	4	5	4	4	5	26	4	4	5	4	4	21	4	4	5	5	5	5	28	4	1	2	4	4	4	19
<b>61</b>	4	4	5	5	5	4	27	4	4	5	4	5	22	4	4	5	4	4	4	25	4	4	3	5	4	5	25
<b>62</b>	4	5	4	5	4	5	27	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	3	4	25	5	4	2	4	4	4	23
<b>63</b>	3	4	4	5	4	4	24	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	3	3	22	4	3	1	4	5	4	21
<b>64</b>	4	4	5	4	4	5	26	5	5	4	5	4	23	4	4	5	5	4	4	26	5	4	2	5	5	5	26
<b>65</b>	3	4	3	4	3	4	21	5	5	3	4	4	21	4	4	4	4	5	4	25	5	4	1	4	4	4	22
<b>66</b>	4	5	5	5	4	4	27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	4	25	4	3	3	4	5	4	23
<b>67</b>	4	4	4	5	5	4	26	4	5	5	4	4	22	4	5	5	4	5	4	27	4	4	2	5	4	5	24
<b>68</b>	4	5	5	5	5	5	29	4	5	3	4	4	20	4	4	5	5	4	4	26	4	4	3	4	4	4	23
<b>69</b>	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	22	4	5	4	5	3	4	25	2	2	2	2	3	2	13
<b>70</b>	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	5	27	5	4	3	4	5	4	25



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, CEDRON MEDINA CARLOS ALBERTO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis Completa titulada: "NIVEL DE EMPODERAMIENTO DE MUJERES TRABAJADORAS DE LOS DIVERSOS NEGOCIOS DE UN CENTRO COMERCIAL, TRUJILLO-2023", cuyo autor es AVALOS TORRES CAROLAIN ALEXANDRA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

TRUJILLO, 03 de Julio del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
CEDRON MEDINA CARLOS ALBERTO <b>DNI:</b> 18070929 <b>ORCID:</b> 0000-0002-4025-764X	Firmado electrónicamente por: CCEDRONM el 07- 07-2023 10:43:21

Código documento Trilce: TRI - 0565791