

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE TRABAJO SOCIAL



TESIS

**EMPODERAMIENTO FEMENINO DE LAS COMERCIANTES DEL
MERCADO DE ABASTOS HUARAL, 2021**

Presentado por:

CACERES CARDENAS PAOLA KAREN

CARRILLO CAHUAS MELISSA BETZABE

Asesor:

Dra. LAOS FERNANDEZ ELENA LUISA

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Trabajo Social

Huacho – Perú

2022

**EMPODERAMIENTO FEMENINO DE LAS COMERCIANTES DEL
MERCADO DE ABASTOS HUARAL, 2021**

CACERES CARDENAS PAOLA KAREN

CARRILLO CAHUAS MELISSA BETZABE

TESIS DE PREGRADO

ASESOR: Dra. LAOS FERNANDEZ ELENA LUISA

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZCARRIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE TRABAJO SOCIAL
HUACHO
2022**

Dra. LAOS FERNANDEZ ELENA LUISA

ASESOR

Dra. AGURTO TÁVARA ELVIA MERCEDES

PRESIDENTE

M(a). OVIEDO ALDAVE VÍCTOR GERÓNIMO

SECRETARIO

M(a). MORENO RIVERA NORMA ADELA

VOCAL

DEDICATORIA

Dedico a Dios, quien me protegió en todo el camino de mi desarrollo personal como profesional. Asimismo, a mi padre quien en vida me brindó su apoyo incondicional y desde el cielo me sigue guían y cuidando; de igual manera, a mi madre que siempre está acompañándome y apoyándome en todo momento. A mi hermana, quien está conmigo en malos momentos y por seguir motivándome hacer cada día mejor.

Paola Caceres Cardenas

A Dios por guiarme y darme salud para cumplir un paso más en mi carrera, a mis abuelos en especial a Fernando y Amelia quienes siempre serán mis segundos padres, por haberme alentado a convertirme en una gran profesional, a mis padres Miryam y Fernando por su amor y apoyo brindado en cada etapa de mi vida, a mis hermanos que son lo que más amo en el mundo y a mi persona especial por su apoyo incondicional.

Melissa Carrillo Cahuas

AGRADECIMIENTO

A nuestra alma mater Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, por permitirnos ser parte de ella y brindarnos una formación ética y académica durante los 5 años de estudios en el interior de sus instalaciones.

A nuestras docentes por brindarnos su amplio conocimiento, valores y mucho amor a nuestra profesión de Trabajo Social, asimismo a nuestra asesora que con mucha dedicación y afecto nos alentó a ser perseverantes para obtener nuestra meta tan anhelada

Finalmente agradecemos a la vicepresidenta del Mercado de Abastos, por darnos la autorización de realizar nuestra investigación, de igual forma a las mujeres socias comerciantes quienes muy amablemente nos brindaron su apoyo y tiempo para la aplicación de nuestro instrumento

Paola Caceres y Melissa Carrillo

ÍNDICE

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
Resumen	x
Abstract.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	12

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática	13
1.2 Formulación del problema.....	15
1.2.1 Problema general	15
1.2.2 Problemas específicos.....	15
1.3 Objetivos de la investigación.....	16
1.3.1 Objetivo general.....	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
1.4 Justificación de la investigación	17
1.5 Delimitaciones del estudio.....	17
1.6 Viabilidad del estudio.....	18

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación.....	19
2.1.1 Investigaciones internacionales	19
2.1.2 Investigaciones nacionales.....	20
2.2 Bases teóricas	21
2.3 Bases filosóficas	24
2.4 Definición de términos básicos.....	25

2.5 Hipótesis de investigación	26
2.5.1 Hipótesis general	26
2.5.2 Hipótesis específicas	26
2.6 Operacionalización de las variables	27

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico	28
3.1.1 Tipo de investigación	28
3.1.2 Nivel de investigación	28
3.1.3 Diseño de investigación	28
3.1.4 Enfoque de investigación	29
3.2 Población y muestra	29
3.2.1 Población	29
3.2.2 Muestra	29
3.3 Técnicas de recolección de datos	30
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información	34

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados	35
4.2 Contrastación de hipótesis	44

CAPÍTULO V DISCUSIÓN

5.1 Discusión	50
---------------------	----

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones	52
6.2 Recomendaciones	54

REFERENCIAS	56
7.1 Fuentes documentales.....	56
7.2 Fuentes bibliográficas.....	57
7.3 Fuentes hemerográficas	57
7.4 Fuentes electrónicas.....	57
ANEXOS	58
01 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	58
02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS.....	60
03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Niveles de Empoderamiento Femenino.....	35
Figura 2: Porcentajes del factor participación	37
Figura 3: Porcentajes del factor temeridad.....	38
Figura 4: Porcentajes del factor influencias externas.....	39
Figura 5: Porcentajes del factor independencia.....	40
Figura 6: Porcentajes del factor igualdad	41
Figura 7: Porcentajes del factor satisfacción social.....	42
Figura 8: Porcentajes del factor seguridad.....	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Niveles de Empoderamiento Femenino.....	35
Tabla 2: Niveles del factor participación.....	36
Tabla 3: Niveles del factor temeridad.....	38
Tabla 4: Niveles del factor influencias externas.....	39
Tabla 5: Niveles del factor independencia.....	40
Tabla 6: Niveles del factor igualdad	41
Tabla 7: Niveles del factor satisfacción social.....	42
Tabla 8: Niveles del factor seguridad.....	43

Resumen

Objetivo: Determinar el nivel de empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. **Métodos:** Es de tipo básico, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal y cuantitativo; se aplicará el instrumento de medición del empoderamiento femenino (IMEM) de los autores Hernández & García , 2008 , la población participante fue de 32 socias comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, se halló una confiabilidad de 6,43, de acuerdo a la prueba del alfa de Cronbach. **Resultados:** Se demostró que el Empoderamiento Femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral es de 59% bajo nivel, 38 nivel medio y 3% alto nivel. Sobre los factores se observó una participación del 53% medio, 31% bajo y 16% alto. Temeridad 59% medio, 31% ato y 9% bajo. Influencias externas 75% bajo y 25% medio. Independencia 66% bajo y 34% medio. Igualdad 47% medio, 47% bajo y 6% alto. Satisfacción social 78% medio, 16% bajo y 6% alto. Seguridad 66% medio, 22% bajo y 13% alto. **Conclusión:** Mediante los resultados obtenidos para el objetivo general, se visualizó que un 75% de las comerciantes presentan un nivel bajo de Empoderamiento Femenino, ello debido a las características que la población de estudio refleja a través de los porcentajes que se obtuvieron por cada dimensión o factor que conforma el instrumento de investigación, estas son: un nivel bajo de participación en hechos trascendentales, temeridad para tomar decisiones importantes en sus vidas, influencias externas que intervienen en el progreso de las personas, dependencia de la población de estudio con lazos familiares, desigualdad que se presenta por ideales y conductas arraigadas de generación en generación, insatisfacción social con algunos aspectos no logrados a lo largo de su vida e inseguridad en sí mismas para la toma de decisiones.

Palabras clave: Empoderamiento, niveles empoderamiento, mujeres comerciantes.

Abstract

Objective: Determine the level of female empowerment of the merchants of the Mercado de Abastos Huaral, 2021. **Methods:** It is of a basic type, descriptive level, non-experimental design, cross-sectional, with a quantitative approach; the instrument to measure the female empowerment of women (IMEM) of the authors Hernández & García , 2008 will be applied, the participating population was 32 merchant members of the Mercado de Abastos Huaral, a reliability of 6.43 was found, according to the Cronbach's alpha test. **Results:** It was determined that the Female Empowerment of the Mercado de Abastos Huaral traders is 59% low level, 38 medium level and 3% high level. The participation of the factors was 53% medium, 31% low and 16% high. Recklessness 59% medium, 31% high and 9% low. External influences 75% low and 25% medium. Independence 66% low and 34% medium. Equality 47% medium, 47% low and 6% high. Social satisfaction 78% medium, 16% low and 6% high. Security 66% medium, 22% low and 13% high. **Conclusion:** Through the results obtained for the general objective, it was visualized that 75% of the merchants present a low level of Female Empowerment, due to the characteristics reflected by the study population through the percentages obtained for each dimension or factor. that makes up the research instrument, these are: low level of participation in transcendental events, recklessness to make important decisions in their life, external influences that intervene in the development of the person, dependence of the study population on family ties, inequality It is presented by ideals and behaviors rooted from generation to generation, social dissatisfaction with some aspects that they have not achieved throughout their lives and insecurity in themselves when making decisions.

Keywords: Female empowerment, levels of empowerment, merchant women.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado “Empoderamiento Femenino de las Comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021”, se llegó a realizar con el fin de conocer el nivel de empoderamiento de mujeres que día a día buscan la forma de generarse ingresos económicos y más si cuenta con familia a su cargo, ya que a pesar de encontrarnos en el siglo XXI seguimos evidenciando ideales machistas, que son más notorios en ambientes abiertos como son los mercados, estas actitudes machistas se llegan a observar durante la atención al cliente, el trato entre compañeros de labores e incluso en comités que ellos mismo llegan a conformar. Para todo ello, el estudio cuenta con la siguiente estructura:

Capítulo I: Se menciona la realidad problemática del estudio, el problema general y específicos que se llega a analizar; asimismo, los objetivos que se quieren lograr con la investigación y por último la justificación, delimitación y viabilidad que presenta el estudio

Capítulo II: Se da a conocer el marco teórico de la investigación; para ello, se colocan los antecedentes de investigación divididos en nivel internacional y nacional; de igual manera, se colocan bases teóricas y filosóficas, las aclaraciones de los términos básicos, hipótesis y el cuadro de operacionalización de la variable y dimensiones.

Capítulo III: Se explica la metodología que se utiliza en el trabajo de investigación y dentro de ello encontramos: el tipo, nivel, diseño y enfoque de investigación; además, se define a la población y muestra; asimismo, las técnicas utilizadas para la recolección y procesamiento de datos necesarios en el estudio.

Capítulo IV: Se mencionan los resultados obtenidos en todo el proceso de investigación; además, se da a conocer los porcentajes que se alcanzaron y a la conclusión que estos nos dan a conocer.

Capítulo V: se efectúa la redacción de la discusión entre los antecedentes seleccionados para la investigación, pero se tiene como base un antecedente con características similares al presente trabajo.

Capítulo VI: Para finalizar, se mencionan las conclusiones y recomendaciones basadas en la investigación y se da a conocer las fuentes de investigación utilizados.

Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Bacqué & Biewener, 2013, hacen mención que a inicios del año 1970 Estados Unidos fue la cuna de los primeros movimientos femeninos dentro del continente americano; uno de estos movimientos fue el de mujeres golpeadas, originándose un “proceso igualitario, participativo y local, por el cual las mujeres desarrollaron una conciencia social o crítica”. Todo ello, llevo al movimiento de mujeres adquirir capacidades que les permitieron mayor desenvolvimiento para actuar de manera personal y colectiva. (p.15)

ONU Mujeres, 1972; se declara Año internacional de la mujer en 1975, asumiendo como objetivo “llamar la atención sobre la igualdad entre mujeres y varones; asimismo, contribuir con el desarrollo y la paz”. Para el año 1987, las comisiones encargadas de liderar y fomentar el crecimiento social y económico en las mujeres, lograron colocar como primer punto la violencia a la mujer; proponiendo estrategias de intervención adecuadas para el problema social evidenciado. Actualmente, estas comisiones vienen planificando e interviniendo en los países con altos índices de violencia; evaluando diferentes factores que cada año se van presentando.

Los cambios que se fueron evidenciando en gran parte de la población estadounidense e inglesa, también se vio reflejada en los países latinoamericanos; como, por ejemplo, México que en 1953 se conocieron las primeras participaciones de mujeres en el campo político y el derecho al voto; lo cual, ha permitido la ejecución de estrategias que apoyarían al cambio de la realidad femenina en la sociedad. Ello, con el único fin de erradicar la desigualdad que existe entre varón y mujer en el presente país; ya que, hasta la actualidad esas diferencias siguen presentes, pero no son tan relevantes como antiguamente se observaba. Pues como menciona “Alanilla & Trucios, 2019, es muy importante el protagonismo que la mujer pueda tener dentro de la sociedad; ya que, este tipo de características permiten mejoras en distintos ámbitos como en lo laboral, educativo, social, etc.”.

De igual forma, otro país con ciertas características semejantes a México es el Perú, país donde el machismo es un problema que se viene trayendo de generación en generación; pues antiguamente la única labor para la mujer era la atención al hogar. Hoy en día la realidad es distinta debido a las estrategias que distintas organizaciones han ido planteando, para erradicar los problemas sociales que hasta la actualidad no permiten cambios beneficios para la población femenina; haciendo que la lucha en beneficio de la igualdad de género no finalice. Una de estas organizaciones en el país es la PNUD, que viene brindando programas, cuyo fin es brindar a las mujeres medios necesarios para crecer económicamente.

PNUD Perú & Toce, 2017 , se viene logrando un gran avance con respecto al tema de empoderamiento de la mujer, gracias a la intervención del (PNUD), que hace mención en una de sus publicaciones, la ejecución del “Programa Inclusivo de Desarrollo Empresarial Rural (PRIDER)”, con el apoyo del (COFIDE), cuyo objetivo es promover la inclusión financiera de las poblaciones más excluidas del Perú, como es el caso de Ayacucho una de las regiones que durante la época del terrorismo se vio afectada por la violencia y los niveles pobreza que aún se registran hasta la actualidad. Por ello, los programas mencionados vienen incentivando “una cultura de ahorro y crédito en las comunidades rurales”, propiciando que hombres y mujeres realicen las mismas actividades.

Asimismo, se evidencia el gran avance que se viene mostrando en el empoderamiento femenino en las zonas rurales del Perú, como parte del logro de los propósitos de Desarrollo Sostenible N° 5, enfocado en la igualdad de género y el objetivo N° 10 enfocado en la disminución de las desigualdades entre ambos sexos, quienes trabajan de manera conjuntas en las labores de campo y recolección de cultivos. Fomentando así su desarrollo como comerciantes y futuros exportadores, logrando reducir brechas relacionadas a los ingresos del hogar, pues tanto hombres como mujeres logran generar ingresos económicos haciendo que la mujer sea independiente y perciba sus propios ingresos.

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2017 De igual manera, instituciones como el MIMP han venido aportando estrategias en los diferentes campos de intervención como en las instituciones públicas, políticas, programas, etc. Además, abarcan el ámbito educativo, familiar, social, laboral. Teniendo en cuenta, que todo factor en nuestro alrededor influye en el desarrollo personal de la mujer o persona. Por ello, la estrategia de intervención a instituciones brindara un mayor alcance de conocimiento a la población

femenina de cada identidad; lo cual, aportara a la desigualdad que aún se puede observar en nuestro país.

Además, es importante dar a conocer que el Mercado de Abastos de Huaral es el lugar donde se desarrolló la presente investigación, ubicándose en el centro de la ciudad. Siendo una de las más concurridas por la población aledaña; ya que se caracteriza por la venta de diversos alimentos como frutas, vegetales, variedad de carnes, abarrotes y puestos dedicados a la venta de comidas. Asimismo, el Mercado de Abastos de Huaral cuenta con una junta directiva la cual se encuentra organizada y actualmente la preside una mujer, los socios en su mayoría son mujeres, demostrando así el empoderamiento de ellas en este ámbito de trabajo, siendo jefes de hogar y sustento de sus familias

La presente investigación surge debido a que los trabajadores sociales jugamos un rol clave en el proceso del empoderamiento femenino, incentivando a que desarrollen sus habilidades y competencias, para ello es esencial conocer el nivel de empoderamiento con el que cuentan para poder brindar alternativas de mejora, contribuyendo así a un mejor desenvolvimiento de ellas dentro de su lugar de trabajo y a nivel personal.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es el nivel de empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuál es el nivel de participación del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021?

¿Cuál es el nivel de temeridad del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021?

¿Cuál es el nivel de influencias externas del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021?

¿Cuál es el nivel de independencia existe en las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021?

¿Cuál es el nivel de igualdad del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021?

¿Cuál es el nivel de satisfacción social del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021?

¿Cuál es el nivel de seguridad del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar el nivel de empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

1.3.2 Objetivos específicos

Identificar el nivel de participación del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Identificar el nivel de temeridad del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Identificar el nivel de influencias externas del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Identificar el nivel de independencia existe en las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Identificar el nivel de igualdad del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Identificar el nivel de satisfacción social del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Identificar el nivel de seguridad del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

1.4 Justificación de la investigación

Justificación teórica:

El estudio analizó la problemática que se encuentra en la variable de Empoderamiento Femenino para así encontrar distintos tipos de alcances en una situación concreta y poder aportar una información valiosa para el Mercado de Abastos de Huaral, la cual estará fundamentada por las bases teóricas relacionadas al empoderamiento.

Justificación práctica

Al concluir con el estudio se obtuvo unas herramientas que permitieron medir el nivel de Empoderamiento Femenino en las Comerciantes del Mercado de Abasto, Huaral - 2021, para que a partir de sus resultados se pueda proponer recomendaciones que garanticen la mejora de la problemática.

Justificación metodológica

La investigación se ejecutó de forma cuantitativa, siguiendo un precepto adecuado que sirva como sustento en nuevas investigaciones semejantes en contextos similares y teniendo en cuenta los aspectos más relevantes que involucren el desarrollo del mismo tanto en el fondo como forma de su elaboración.

1.5 Delimitaciones del estudio

Delimitación espacial

El lugar donde se ejecutó la presente investigación de Empoderamiento Femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos de Huaral 2021, está localizada en la Calle 28 de Julio y Boulevard del Solar s/n. perteneciente a la región Lima, Provincia de Huaral, Distrito de Huaral.

Delimitación temporal

La investigación sobre “Empoderamiento Femenino de las Comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, se realizó durante el año 2021, entre los últimos meses del presente año.

Delimitación social

El trabajo de investigación denominado “Empoderamiento Femenino de las Comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021”, es de mucha importancia para el

Mercado de Abastos de Huaral, porque permitió medir el nivel de empoderamiento que poseen sus socias comerciantes.

Delimitación teórica

La presente investigación que se realizó, es con respecto al Empoderamiento Femenino que se vive en el Mercado de Abastos de Huaral, el cual es un tema necesario hoy en día para potenciar las capacidades y habilidades de las socias comerciantes, para ello se hizo uso de teorías y conceptos con respecto a la variable.

1.6 Viabilidad del estudio

Viabilidad teórica

El estudio denominado “Empoderamiento Femenino de las Comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021”, se caracteriza por ser accesible a distintas fuentes de información, como libros, sitios web, revistas científicas, etc.

Viabilidad humana

El espacio de investigación presenta un amplio recurso humano, siendo realizado con la colaboración del Mercado de Abastos de Huaral; asimismo, está conformado por 52 comerciantes, de los cuales se trabajará con la población femenina que está conformada por 32 personas, representado así más de 50% de la población total para poder recolectar la información y realizar el estudio.

Viabilidad temporal

El tiempo es oportuno para el estudio, realizándose en un periodo de 3 meses, iniciando en setiembre y culminando en el mes de noviembre, el cual permitirá la aplicación de las diferentes metodologías, instrumentos y técnicas, obteniendo datos necesarios y resultados que brinden nuevos conocimientos al público en general, en el presente año.

Viabilidad financiera

El recurso financiero será cubierto por las investigadoras, sin tener necesidad de apoyo económico externo.

Capítulo II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Acarapi , 2017 En la investigación *“Estrategias organizativas y empoderamiento demujeres”*. Objetivo: Analizar las estrategias organizativas y el proceso de empoderamiento de las mujeres del Centro de Cultura Popular – CCP (p.14). Metodología: La unidad de análisis está conformada por las mujeres socias del CCP y delimitación temporal (p.14). Conclusiones: Las estrategias organizativas y el proceso de empoderamiento se encuentran presente en distintos niveles y esferas en el accionar de las mujeres. Donde además se fortalece la organización social de mujeres. En este proceso de investigación se da a conocer a mujeres con experiencia de liderazgo en organizaciones sociales donde se desarrollan procesos de empoderamiento tanto en la esfera privada como pública (p.107).

Barrón, 2016 Realizo la investigación *“Empoderamiento de las mujeres emprendedoras y trabajadoras de grupo Fitozoo, de San Luis Huexotla, Texcoco, Estado de México”*, Objetivo: Determinar las dimensiones de empoderamiento de las mujeres que trabajan en Vitosu y si éste es un factor de empoderamiento, marginación social, explotación e integración. MÉTODOS: Este estudio descriptivo transversal se llevó a cabo utilizando un enfoque combinado, es decir, tanto cualitativa como cuantitativamente. Conclusión: Se identificaron motivaciones y barreras para empoderar a las empleadas de la empresa utilizando el modelo de empoderamiento multifactorial (MME) propuesto por Rolandes.

Almorza, 2016 Realizo la investigación *“Proceso de empoderamiento de las mujeres, a través de actividades productivas en la aldea Cerro Colorado, La Gomera, Escuintla”*, Objetivo: Fortalecer la participación de las mujeres para actividades productivas. Métodos: Metodología de Trabajo Social de Grupos. Conclusión: La

intervención de una trabajadora social en diferentes comunidades rurales de Guatemala es muy importante, ya que los diferentes métodos de esta profesión pueden ayudar a resolver los problemas de los grupos vulnerables, especialmente las mujeres que han sido afectadas a lo largo de la historia, pues han sido discriminadas y subestimadas en el logro de un progreso digno.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Bolaños & Martínez, 2019 Realizaron la investigación ***“Empoderamiento femenino de las trabajadoras obreras de la unidad de residuos sólidos Municipalidad Provincial de Huaura – Huacho, 2019”***, Objetivo: Determinar el grado de empoderamiento de las mujeres que laboran en el Departamento de Residuos del Distrito de Huaura, Municipio de Huaura 2019; Métodos: Esencialmente descriptivo, no empírico, transversal con enfoque cuantitativo. Conclusión: Esta encuesta encontró que la proporción de mujeres que trabajan en el servicio municipal de disposición de residuos de Huaura-Huacho es promedia, por lo tanto, se puede señalar que actualmente la sociedad está tomando conciencia sobre los derechos de las mujeres.

Terrones, 2019, p. 12 Realizo la investigación ***“Gestión del microcrédito en el empoderamiento económico de mujeres comerciantes de Huánuco, 2019”***, Objetivo: Identificar el impacto del acceso al microcrédito y el empoderamiento económico de las mujeres de Huánuco en 2019. Métodos: Este estudio se realizó utilizando solo un enfoque cuantitativo, nivel visual y diseño cuasi-experimental con dos grupos experimentales y de control. Conclusión: los microcréditos permiten al 62,1% (36) de las mujeres del grupo un alto grado de empoderamiento económico. Mientras que el 96,6% (56) del grupo de control alcanzó un nivel medio de empoderamiento.

Chino & Vilchez, 2017 Realizaron la investigación ***“Empoderamiento socioeconómico en mujeres que tienen acceso a microcréditos pro mujer de la plaza San José de la ciudad de Juliaca-2016”***, Objetivo: Describir los factores personales que influyen en el empoderamiento social y económico de las mujeres con acceso al microcrédito Pro Mujer en Plaza San José, Ciudad de Juliaca - 2016. Método: descriptivo-explicativo. Conclusión: La participación de los miembros en el microcrédito de Pro Mujer genera factores personales con un alto nivel de influencia en las habilidades de gestión del desarrollo empresarial, la búsqueda de la buena gobernanza y la construcción de buenas relaciones entre los integrantes de la familia

y la redistribución en las actividades comerciales y domésticas, producto de una serie de talleres destinados a mejorar la autoestima, el liderazgo y el gobierno corporativo.

2.2 Bases teóricas

Teoría del empoderamiento según Margaret Schuler

De acuerdo con Schuler (1997) como citó De León, 1997, el empoderamiento femenino tiene como base la filosofía de Freire, quien da a conocer que todo empoderamiento se produce por medio de una reflexión crítica, donde la persona empieza analizarse asimismo y al entorno en que se encuentra, logrando cambios visibles. Por ello, Schuler, citado de De León, p. 190, define el empoderamiento de las mujeres como un proceso en el que las mujeres aumentan su capacidad para moldear sus vidas y su entorno y para desarrollar su confianza en sí mismas, su posición y su eficacia en las interacciones sociales. Es decir, que si se busca empoderar a la población femenina o conocer las características que se debe mejorar, el cambio empieza en ellas mismas; para ello, se debe tener en cuenta ciertos factores internos como es la mentalidad y emociones que aquella fémina pueda tener de sí misma; de igual manera, se presentan factores externos como la economía, el entorno familiar y social que puedan presentar, siendo un obstáculo más en el empoderamiento de la mujer. Por ello Schuler citado por De León , p. 191 De León nos da algunas indicaciones o aspectos que debemos tener en cuenta cuando conocemos y nos involucramos en el proceso de empoderamiento: "el efecto de la seguridad y la visión de futuro, la capacidad de ganarse la vida, la capacidad de actuar en sociedad, la capacidad de tomar mayores decisiones en el hogar, de participar en grupos no familiares y de utilizar un cuerpo unido como información y apoyo; y en última instancia visibilidad en la sociedad". Además, con base en esta teoría, se busca lograr el nivel de empoderamiento de la población objetiva.

Teoría del empoderamiento según Nelly Stromquist

Según Stromquist (1997) como citó De León , 1997, p. 192 , conceptualiza el termino empoderamiento como "un proceso para cambiar la distribución del poder, tanto en las relaciones interpersonales como en las instituciones de la sociedad". Es decir que, si se busca cambios de poderes dentro de la sociedad, se va enfocando en un contexto de genero donde la mujer se ve obstaculizada en dos aspectos; en lo social porque hasta la actualidad las mujeres presentan complicaciones en los campos laborales y creencias machistas que la sociedad sigue poniendo en prácticas; asimismo, en lo personal que mayormente es generado

por el exterior, dañando el aspecto emocional y psicológico de las féminas. Por ello, menciona los poderes políticos que podrían marcar y generar cambios positivos dentro de la sociedad. Además, la teoría nos brinda tres componentes a tener en cuenta en nuestra investigación los cuales son:

- **Componente Cognitivo:** Se define como la capacidad de comprensión que las mujeres tienen sobre su entorno y factores personales, conociendo los obstáculos que atraviesan día a día y viéndose en la necesidad de tomar alternativas adecuadas.
- **Componente psicológico:** El conjunto de sentimientos y emociones que la mujer puede hacer uso para sobresalir antes los obstáculos; asimismo, influyen las creencias que ella pudo haber adquirido durante su desarrollo. Ello puede permitir a la mujer afrontar ciertos sucesos y generar cambios.
- **Componente Político:** Se toma en cuenta el aspecto político y social, en el cual las entidades públicas y privadas hacen uso; por ende, entidades y autoridades tienen la capacidad de aportar cambios en la sociedad a beneficio de su población. Es decir, que pueden emplear estrategias de intervención que aporten al empoderamiento femenino dentro de la sociedad.

Hernández & García, 2008, p. 18 Realizaron un cuestionario que permitió medir el empoderamiento en las mujeres (IMEM), el cual fue diseñado y aplicado por primera vez en mujeres mexicanas, para su diseño se utilizaron 34 reactivos tipo Likert, de los cuales se dividieron en 7 factores, siendo estos el empoderamiento participativo, temeridad, influencias externas, independencia, igualdad, satisfacción social y seguridad.

ONU Mujeres, 2011 señala que existen 7 principios, los cuales sirven para orientar a las mujeres sobre cómo empoderarse en el ámbito laboral, personal o de comunidad, estos son:

1. Fomentar la igualdad de género.
2. Tratar a todos de manera equitativa en el trabajo, respetando sus derechos.
3. Velar por la salud, la protección y la comodidad de todos los trabajadores.
4. Fomentar la educación, la formación y el crecimiento profesional de las mujeres.
5. Realizar prácticas de desarrollo empresarial que impulse el empoderamiento femenino.
6. Fomentar la igualdad mediante iniciativas sociales.
7. Analizar y propagar los progresos ejecutados en beneficio de la igualdad de género.

ONU Mujeres, 2011 Para empoderar a las mujeres a que sean partícipes de cambio en el aspecto económica y en diferentes sectores, es fundamental que desarrollen y potencien sus habilidades y capacidades tales como:

- Construir economías fuertes, que solvencia y estabilidad económica a los hogares.
- Instaurar sociedades más equitativas e imparciales, para disminuir las brechas de desigualdad que existen en el entorno social.
- Lograr los propósitos de crecimiento y desarrollo de derechos humanos, generando con ello cambios favorables para la población femenina.
- Lograr una calidad de vida favorable para todas las personas, sus familias y comunidades, brindándoles apoyos en distintas modalidades.
- Fomentar la educación empresarial, generando una cultura de emprendimiento con el apoyo de entidades externas.

Política de igualdad de género

UNESCO, 2019 La meta que presenta la OPS, contribuye a conseguir de la igualdad de género por la salud y el desarrollo sanitario. Todo ello, mediante investigaciones, políticas y programas nacionales e internacionales que aporten a la igualdad entre varones y mujeres. Asimismo, cuentan con principios orientados a:

- **Igualdad de Género:** Da a conocer que tanto varón como mujer cuentan con los mismos derechos y la capacidad de hacerlos valer, sin algún tipo de rechazo de parte de la sociedad.
- **Equidad de Género:** Se basa en la distribución adecuada de recursos, poderes, responsabilidades que el hombre y mujer deben poseer. Todo ello de forma igualitaria, evitando un tipo de desequilibrio en el entorno social.
- **Empoderamiento:** Es un factor necesario para lograr la igualdad de género; ya que, permite a la persona ser dueñas de su vida, a tomar mejores decisiones, ser seguras de sí mismas, etc. Además, es un aspecto a lograr de forma individual porque el generar cambio empieza de uno mismo; y colectivo porque el entorno influye en las decisiones de la persona.
- **Diversidad:** Hacen mención que tanto hombres como mujeres no conforman un grupo homogéneo, pues existen ciertas características que los diferencian como la edad, estado socioeconómico, educación, grupo étnico-, etc.

- **Transversalización de la perspectiva de género:** Es el impacto que puede generar un determinado suceso sobre el varón y la mujer; tanto en lo legislativo, político, etc. Pero para ello, es necesario la ejecución, seguimiento y evaluación en cambios políticos, legales, que la persona llegase a presentar.

El empoderamiento en los estudios de género

Morales, 2016 En el año 1985 se conoce el término de empowerment, siendo traducido al español como empoderamiento y demostrando ser un proceso donde las mujeres adquieren el control de recursos; asimismo, van desarrollando capacidades y habilidades en diferentes campos.

Pasado 10 años y en una Conferencia Mundial de Pekín, se aprueba y se da a conocer la participación que toda mujer tiene en las esferas de la sociedad. De igual manera, nos menciona que es necesario conocer ciertos rasgos, para alcanzar la igualdad entre todos e impulsar el empoderamiento femenino; como, por ejemplo, eliminar la discriminación, fomentar la educación en las mujeres, prevenir la violencia contra la mujer, promover la participación de la mujer en la sociedad, reconocer los derechos de las féminas y vigilar las políticas que contribuyan a su empoderamiento.

2.3 Bases filosóficas

Comesaña, 2007 señala que la filosofía feminista es el trabajo de mujeres (o varones) que reconocen la necesidad de una revolución que busca una igualdad basada en contextos filosóficos y no solo en una demanda o ambición "voluntaria". En otras palabras, la idea central se fundamenta en la búsqueda de la justicia para todas las personas.

Es importante destacar que el rol que desempeña la mujer hoy en día es fruto de las luchas constantes que se ha dado con el transcurrir de los años para que la mujer sea respetada y valorada, teniendo el mismo nivel de oportunidades que los varones, sobre todo en el aspecto económico y laboral, el cual ha permitido a muchas de ellas empoderarse y con ello reducir en muchos casos la violencia que vivían en sus hogares. Hablar sobre empoderamiento femenino significa empoderarlas para que desarrollen sus actitudes y habilidades a través de la inclusión, la libertad, la igualdad, la satisfacción pública y la seguridad para recuperar su independencia y comenzar nuevas oportunidades.

2.4 Definición de términos básicos

Empoderamiento Femenino:

Hernández & García, 2008, p. 18, Determinar la autonomía” es el proceso mediante el cual las mujeres mejoran su capacidad de adaptación a su vida personal y su entorno, mientras que las mujeres desarrollan una comprensión de sí mismas y de su situación.

Dimensiones:

Participación

Según Hernández & García, 2008, p. 20, es aquella persona líder, que es participe de actividades productivas y emprendedoras.

Temeridad

Según Hernández & García, 2008, p. 21, se caracteriza por ser una con miedo para tomar decisiones y es insegura de sus acciones.

Influencias Externas

Según Hernández & García, 2008, p. 21, toda persona tiene de conocimiento que el ser líderes depende mucho de cada uno y no de factores externos que se encuentran en su entorno.

Independencia

Según Hernández & García, 2008, p. 22, es el derecho del individuo tomar sus propias decisiones que no dependan de otros.

Igualdad

Según Hernández & García, 2008, p. 23, es el sentido de equidad entre varón y mujer, sin generar diferencia alguna entre ambos sexos.

Satisfacción social

Según Hernández & García, 2008, p. 24, se basa en la percepción que la persona tiene de su entorno social. Se siente respetada y valorada.

Seguridad

Según Hernández & García, 2008, p. 24, es toda persona que se caracteriza por

presentar seguridad en sí misma, refleja confianza y seguridad ante cualquier acción que defina; asimismo, buscan escalar mejores posiciones en su entorno.

2.5 Hipótesis de investigación

2.5.1 Hipótesis general

Existe un bajo nivel de empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

2.5.2 Hipótesis específicas

Existe un bajo nivel de participación en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Existe un bajo nivel de temeridad en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Existe un bajo nivel de influencias externas en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Existe un bajo nivel de independencia en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Existe un bajo nivel de igualdad en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Existe un bajo nivel de satisfacción social en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Existe un bajo nivel de seguridad en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
EMPODERAMIENTO FEMENINO	Participación	Alto	8,9, 10,20,32,33,34
		Medio	
		Bajo	
	Temeridad	Alto	4,5, 11,18,19
		Medio	
		Bajo	
	Influencias extremas	Alto	6,7, 12,13,16,17
		Medio	
		Bajo	
	Independencia	Alto	1,2,15,29
		Medio	
		Bajo	
	Igualdad	Alto	3,14,28,30
		Medio	
		Bajo	
	Satisfacción social	Alto	23,26,27,31
		Medio	
		Bajo	
	Seguridad	Alto	21,22,24,25
		Medio	
		Bajo	

Capítulo III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

La investigación denominada Empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021, presenta un estudio de tipo básico, sin fines aplicativos, donde se describen características que la población de estudio presenta.

Carrasco, 2006, p. 49 menciona en su libro que la naturaleza de la investigación básica consiste en producir nuevos conocimientos para desarrollar y profundizar las teorías sociales, no con el objetivo de abordar de inmediato un hecho determinado ni de resolver una pregunta realista, sino simplemente hacer investigaciones para profundizar información sobre las relaciones sociales que surgen.

3.1.2 Nivel de investigación

El presente trabajo es de nivel descriptivo, pues se redactan los factores de la variable estudiada, la cual es el Empoderamiento Femenino.

Carrasco, 2006, p. 50 menciona que el nivel de investigación descriptiva, reconoce y describe las cualidades del fenómeno a estudiar.

3.1.3 Diseño de investigación

El estudio realizado presenta un diseño no experimental, donde la variable Empoderamiento Femenino, no presentara alteración alguna.

Carrasco, 2006, p. 71 define al diseño de investigación no experimental como “aquellos con variable independiente necesitan de manipulación intencional, y no conservan grupo de control, ni mucho menos experimental”.

La investigación se caracteriza por ser de corte transversal; para la aplicación de la variable “Empoderamiento Femenino, la técnica a utilizar es el Instrumento para medir El Empoderamiento Femenino.

3.1.4 Enfoque de investigación

El estudio realizado se caracteriza por ser cuantitativa, pues los resultados obtenidos mediante la investigación son expresados a través de tablas.

Según Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 4 Explican que los métodos cuantitativos son continuos y probables porque se analizan las mediciones obtenidas por métodos estadísticos y se extraen las siguientes conclusiones en relación a los supuestos o supuestos.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

En el estudio elaborado se cogió como población total a los socios comerciantes del Mercado de Abastos de Huaral, conformados por 52 socios, sus edades fluctúan entre los 18 a 65 años.

Carrasco, 2006, p. 236 Definir el grupo "La unión de todos los elementos (unidades de análisis) pertenece al ámbito del espacio donde se realiza la investigación".

3.2.2 Muestra

Por la esencia del estudio, se ha tomado a la población específicamente de mujeres que laboran como comerciantes dentro del Mercado de Abastos, se trabajara con la población total de mujeres que son 32; no se realiza el muestreo por ser una población definida.

Criterio de Inclusión: Para el estudio del presente trabajo se tomó en cuenta a las 32 mujeres socias comerciantes del Mercado de Abastos de Huaral, porque la naturaleza del cuestionario lo señala.

Criterio de Exclusión: Para la obtención de datos en el presente trabajo, no se tomó en cuenta a los varones socios comerciantes del Mercado de Abastos de Huaral, porque la naturaleza del cuestionario lo señala.

Carrasco, 2006, p. 237 Señala que la muestra "es representativa de partes o trozos de la población, cuyas características esenciales serán el motivo y fidelidad de la expresión, por lo que los resultados obtenidos en la muestra se pueden generalizar a todos los blancos, diceresidente".

3.3 Técnicas de recolección de datos

Técnicas:

Carrasco, 2006, p. 274 asumiendo que este sistema "es un conjunto de reglas y pautas que guían el trabajo de los investigadores en cada nivel de la investigación científica por lo que elegirlos y seleccionarlos es una tarea fácil para el investigador".

Observación:

En la investigación elaborada se observaron ciertos aspectos dentro del ámbito de intervención, detectando la problemática estudiada.

Carrasco, 2006, p. 282 considera que el proceso de observación "se define como el proceso de organizar la adquisición, recolección y registro de datos empíricos de un objeto, comportamiento, comportamiento o comportamiento humano con el fin de organizarlos y transformarlos en información".

Encuesta:

Se recopiló los datos esenciales de la variable trabajada, a través de la aplicación del "Cuestionario para Medir la Variable Empoderamiento de la Mujer".

Carrasco, 2006, p. 314 describe el estudio como "Técnica de investigación técnica por excelencia, por su utilidad, versatilidad, sencillez y finalidad de los datos obtenidos".

Instrumentos:

Carrasco, 2006, p. 334 Las herramientas de investigación se definen como: "Referencias, estímulos, un conjunto de preguntas, elementos bien organizados e impresos, módulos o una forma o diseño estructurado a través del cual se presentan respuestas, opiniones, actitudes generales y diversas características de personas o sujetos. "En situaciones de control". Planificado por el investigador.

Cuestionario:

Se aplicó el Cuestionario para Medir la Variable Empoderamiento, el cual comprende 34 ítems y está conformado por siete factores o dimensiones: Participación, temeridad,

influencias extremas, independencia, igualdad, satisfacción social y seguridad. El cual será aplicado en un tiempo de 10 minutos de manera individual.

Carrasco, 2006, p. 318 determina que el instrumento de cuestionario es Suele utilizarse cuando se lee a un gran número de personas ya que permite dar respuestas directas a cada una de ellas a través del formulario de preguntas. Se dan preguntas estándar y prospectivas.

FICHA TECNICA

Denominación: Instrumento para Medición de Empoderamiento en Mujeres (IMEM)

Autores: Hernández & García, 2008

Objetivo: Determinar el nivel de empoderamiento de las mujeres

Alcance: Mujeres de 15 a 73 años

Aplicación: Individual y Grupal

Duración: 10 minutos

Descripción: Es un cuestionario que consta de 34 reactivos tipo LIKERT que exploran 7 factores.

1. Factor de Participación, (Ítems 10,8,33,9,34,32,20)
2. Factor de Temeridad, (Ítems 4,19,5,18,11)
3. Factor de Influencias Externas, (Ítems 6,17,7,13,12,16)
4. Factor de Independencia, (Ítems 1,15,29,2)
5. Factor de Igualdad, (Ítems 14,3,28,30)
6. Factor de Satisfacción Social, (Ítems 31,26,23,27)
7. Factor de Seguridad, (Ítems 24,22,25,21)

Calificación total del instrumento

La escala incluye aspectos tanto positivos como negativos del empoderamiento. Por lo tanto, para obtener una clasificación general, debe sumar las clasificaciones de todos los factores y calificar la clasificación general en función de la siguiente escala:

Rango	Categoría
Mayor a 105	Empoderamiento Alto
De 90 a 104	Empoderamiento Medio
Menor a 89	Empoderamiento Bajo

Confiabilidad del instrumento:

Este estudio se realizó para probar la confiabilidad de la población con Alfa de Cronbach con una buena puntuación de 6.43.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,643	34

Hernández & García, 2008, p. 19 La escala incluye aspectos tanto positivos como negativos del empoderamiento. Para que la escala sea elegible se deben medir los valores obtenidos en los puntos 1, 2, 4, 5, 7, 11, 12, 13, 15, 17, 18, 19 y 29. Los valores se cambian de la siguiente manera:

Valor obtenido	→	Calificación final
4	=	1
3	=	2
2	=	3
1	=	4

Calificación por factores

Factor 1: Participación

Revertir y sumar	Sumar datos crudos	Calificación final del factor
Ninguno	8,9,10,20,32,33 y 34	Datos revertidos + Datos crudos
Puntaje	Rango de Empoderamiento	
Mayor a 25	Alto	
21 - 24	Medio	
Menor a 20	Bajo	

Factor 2: Temeridad

Revertir y sumar	Sumar datos crudos	Calificación final del factor
4,5,11,18 y 19	Ninguno	Datos revertidos + Datos crudos

Puntaje	Rango de Empoderamiento
Mayor a 13	Alto
9 - 12	Medio
Menor a 8	Bajo

Factor 3: Influencias Externas

Revertir y sumar	Sumar datos crudos	Calificación final del factor
7,12,13 y 17	6 y 16	Datos revertidos + Datos crudos

Puntaje	Rango de Empoderamiento
Mayor a 20	Alto
16 - 19	Medio
Menor a 15	Bajo

Factor 4: Independencia

Revertir y sumar	Sumar datos crudos	Calificación final del factor
1,2,15 y 29	Ninguno	Datos revertidos + Datos crudos

Puntaje	Rango de Empoderamiento
Mayor a 12	Alto
8 - 11	Medio
Menor a 7	Bajo

Factor 5: Igualdad

Revertir y sumar	Sumar datos crudos	Calificación final del factor
Ninguno	3,14,28 y 30	Datos revertidos + Datos crudos

Puntaje	Rango de Empoderamiento
Mayor a 14	Alto
10 - 13	Medio
Menor a 9	Bajo

Factor 6: Satisfacción Social

Revertir y sumar	Sumar datos crudos	Calificación final del factor
Ninguno	23,26,27 y 31	Datos revertidos + Datos crudos

Puntaje	Rango de Empoderamiento
Mayor a 15	Alto
11 - 14	Medio
Menor a 10	Bajo

Factor 7: Seguridad

Revertir y sumar	Sumar datos crudos	Calificación final del factor
Ninguno	21,22,24 y 25	Datos revertidos + Datos crudos

Puntaje	Rango de Empoderamiento
Mayor a 15	Alto
11 - 14	Medio
Menor a 10	Bajo

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información**Tabulación de Datos:**

Para presentar los resultados en una tabla se creó un modelo en "Microsoft Excel 2019" y una base de datos en "SPSS Versión 25", en la que se tienen en cuenta los factores con sus identificadores de tipo Likert para que podamos compartir nuestros datos.

Análisis de Datos:

Para una mejor presentación y enlace a nuestro análisis, utilizaremos el paquete de software matemático de "Programa SPSS versión 25" y "Microsoft Excel 2019" que nos permitirá organizar los resultados obtenidos, desde tablas y números hasta que puedan ser traducido más tarde.

Capítulo IV RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

4.1.1 Empoderamiento Femenino

Tabla 1: Niveles de Empoderamiento Femenino

Empoderamiento Femenino		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	19	59%
Medio	12	38%
Alto	1	3%
Total	32	100%

Fuente: Cuestionario aplicado por las tesis.

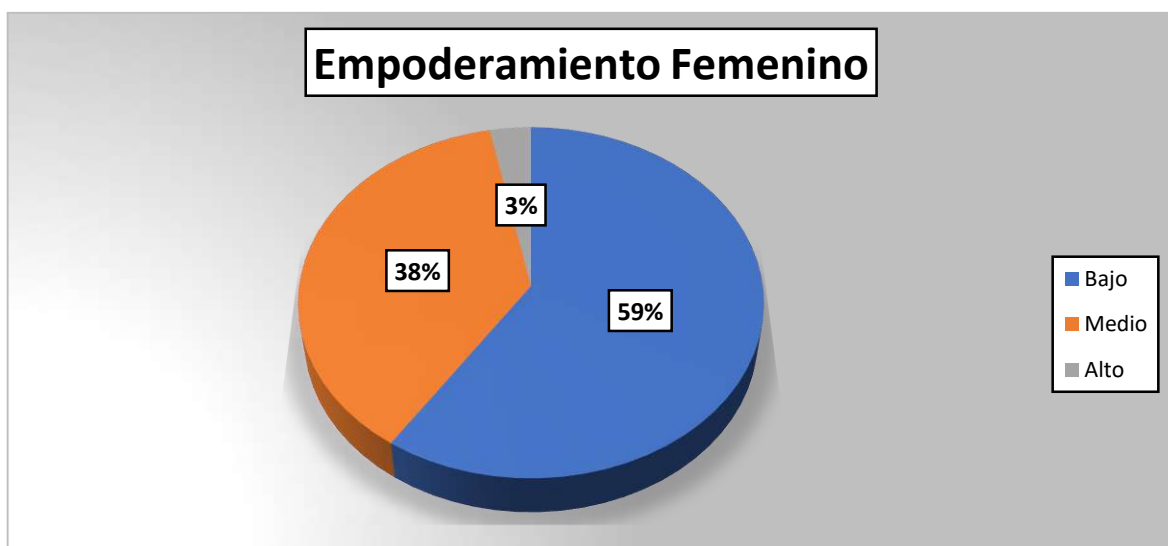


Figura 1: Niveles de Empoderamiento Femenino

Interpretación:

En la tabla 1, presenta el Empoderamiento Femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021; 19 mujeres que representan un 59% de la población de estudio perciben tener un bajo nivel de empoderamiento femenino; 12 mujeres que representan un 38% de la población objetivo presentan un nivel medio de empoderamiento femenino y 1 mujer que representa 3% de la población de estudio percibe un alto nivel de empoderamiento femenino.

En conclusión, los resultados están señalando que la población de estudio presenta un bajo nivel de empoderamiento femenino, dando a conocer que la población femenina no cumple con las dimensiones que la teoría e instrumento señalan; asimismo, se puede visualizar que factores externos (pensamiento machista, conductas discriminatorias, etc.) y factores internos (inseguridades, temor, etc.); influyen mucho en el potencial que las mujeres puedan obtener para su desarrollo personal y laboral.

4.1.2 Participación

Tabla 2: Niveles del factor participación

Participación		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	10	31%
Medio	17	53%
Alto	5	16%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.



Figura 2: Porcentajes del factor participación

Interpretación:

En la tabla 2, permite observar el Empoderamiento Femenino desde el factor de participación; 10 mujeres que representan el 31% de la población de estudio perciben un bajo nivel de participación; 17 representan el 53% de la población percibiendo un nivel medio de participación y 5 mujeres que representan el 16% demuestran un alto nivel de participación.

En conclusión, la población objetivo nos evidencia que más del 50% presenta un nivel medio de participación; lo cual, nos señala que las comerciantes del Mercado de Abastos de Huaral pueden potenciar ciertos factores que obstaculizan su participación como mujeres en diferentes ámbitos de intervención, un ejemplo de ello es el espacio de trabajo en el que se encuentran, donde los factores externos son los limitantes; tales como: como los comentarios machistas de sus compañeros varones y el poco apoyo por parte de otras socias que reflejan baja participación. Pero, obteniendo mejoras en estos aspectos externos se podría mencionar que existe una participación optima, donde todas las comerciantes son escuchadas y sus opiniones son tomadas en cuenta sin ser refutadas o dejadas.

4.1.3 Temeridad

Tabla 3: Niveles del factor temeridad

Temeridad		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	9%
Medio	19	59%
Alto	10	31%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.

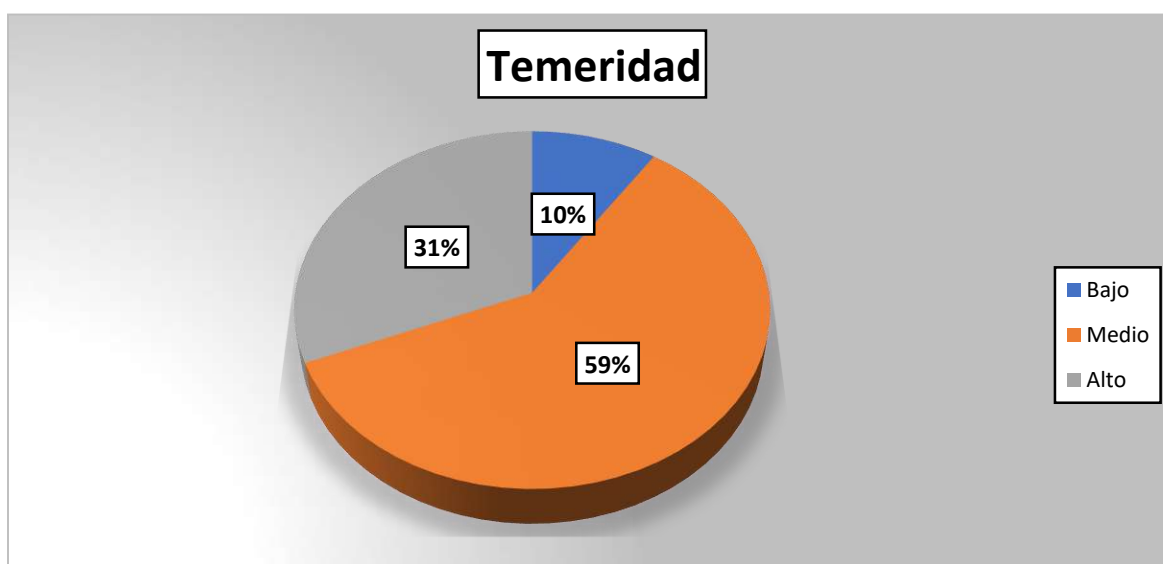


Figura 3: Porcentajes del factor temeridad.

Interpretación:

En la tabla 3, permite observar el Empoderamiento Femenino desde el factor de temeridad; 3 mujeres que representan el 10% de la población de estudio perciben un bajo nivel de temeridad; 19 representan el 59% de la población percibiendo un nivel medio de temeridad y 10 mujeres que representan el 16% demuestran un alto nivel de temeridad.

En conclusión, el grupo de comerciantes escogidos para el estudio demuestran un nivel medio de temeridad; es decir, que existen factores externos e internos que aportarían a la existencia de temor en las comerciantes. Si bien, no reflejan un alto nivel de temeridad aun estos factores pueden interferir en el avance personal y social que las mujeres tienen; disminuyendo su capacidad de tomar decisiones, ser líderes, afrontar sus problemas y miedos.

4.1.4 Influencias Externas

Tabla 4: Niveles del factor influencias externas

Influencias Externas		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	24	75%
Medio	8	25%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.



Figura 4: Porcentajes del factor influencias externas.

Interpretación:

En la tabla 4, permite observar el Empoderamiento Femenino desde el factor de Influencias Externas; 24 mujeres que representan el 75% de la población de estudio perciben un bajo nivel de factores externos y 8 mujeres que representan el 25% un nivel medio de influencias externas.

En conclusión, la población escogida para el estudio nos da conocer que más del 50% presenta un nivel bajo de influencias externas, es decir, que existen factores internos que impedirían a las comerciantes empoderarse a sí mismas. Algunos de estos son las inseguridades que puedan presentar, el poco valor y voluntad que les impide tomar decisiones de mejora en ellas, pues el cambio de querer empoderarse y desarrollarse como persona proviene de uno mismo.

4.1.5 Independencia

Tabla 5: Niveles del factor independencia

Independencia		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	21	66%
Medio	11	34%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.

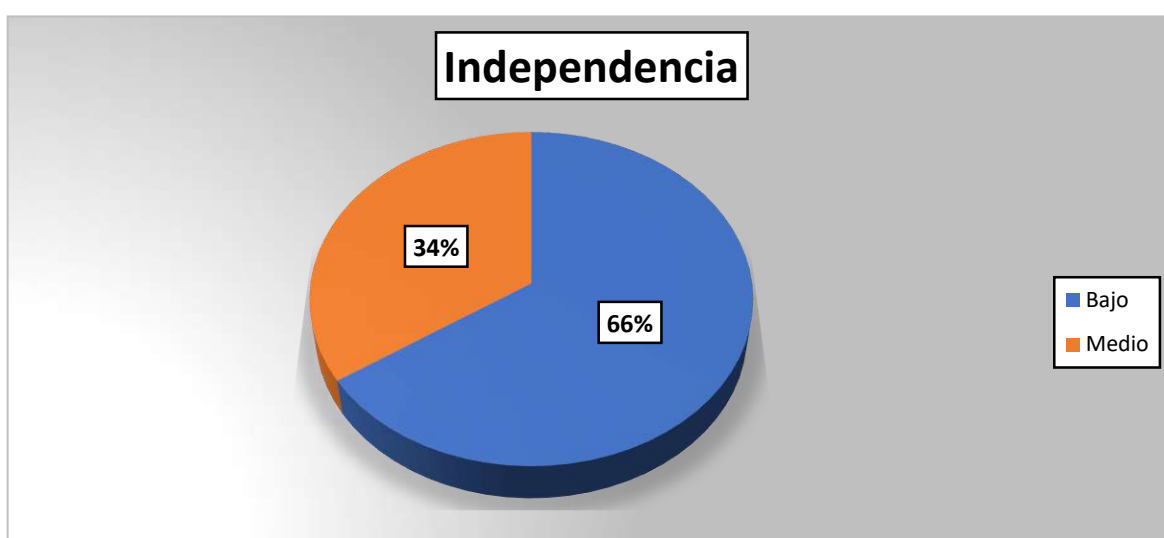


Figura 5: Porcentajes del factor independencia

Interpretación:

En la tabla 5, permite observar el Empoderamiento Femenino desde el factor de independencia; 21 mujeres que representan el 66% de la población de estudio perciben un bajo nivel de independencia y 11 mujeres que representan el 34% de un nivel medio de independencia.

En conclusión; el grupo de comerciantes, si bien el 100% de ellas pueden solventarse económicamente, hay aspectos internos que dificultarían su independencia completa; lo cual, estaría perjudicando emocionalmente a la persona. Asimismo, se puede visualizar factores externos que en parte influyen en el aspecto emocional de las comerciantes.

4.1.6 Igualdad

Tabla 6: Niveles del factor igualdad

Igualdad		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	15	47%
Medio	15	47%
Alto	2	6%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.

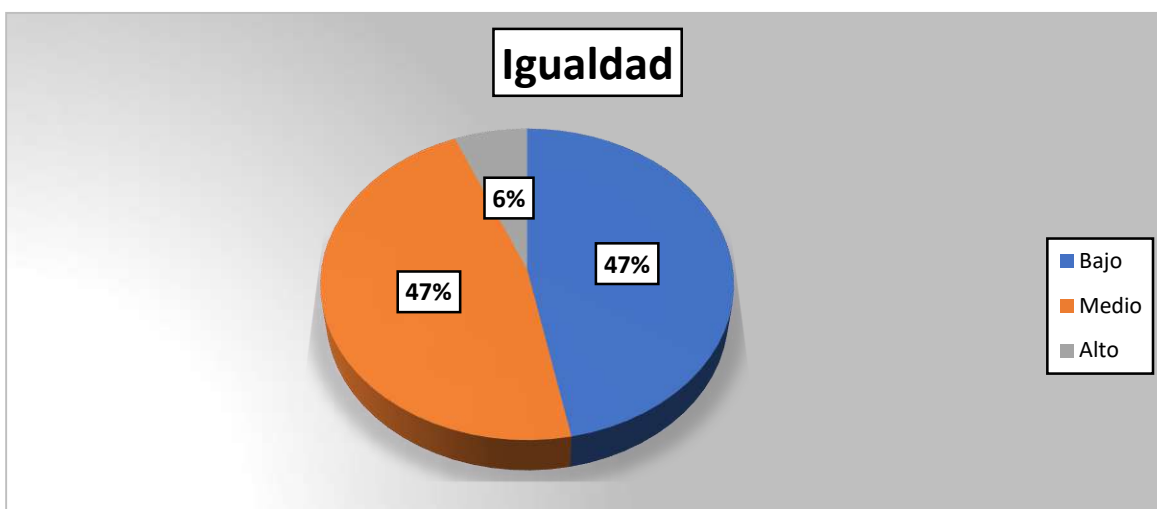


Figura 6: Porcentajes del factor igualdad

Interpretación:

En la tabla 6, permite observar el Empoderamiento Femenino desde el factor de igualdad; 15 mujeres que representan el 47% de la población de estudio perciben un bajo nivel de igualdad; 15 representan el 47% de la población percibiendo un nivel medio de igualdad y 2 mujeres que representan el 6% demuestran un alto nivel de igualdad.

En conclusión, la población objetivo evidencia que tanto el nivel bajo como nivel medio, representan la misma cantidad; por lo tanto, el grupo de comerciantes no percibe un ámbito laboral y social con igualdad óptima, obstaculizando el avance de la mujer en una sociedad donde las brechas por la igualdad siguen vigentes y arraigadas a ideales machistas.

4.1.7 Satisfacción Social

Tabla 7: Niveles del factor de satisfacción social

Satisfacción Social		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	5	16%
Medio	25	78%
Alto	2	6%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.



Figura 7: Porcentajes del factor de satisfacción social

Interpretación:

En la tabla 7, permite observar el Empoderamiento Femenino desde el factor de Satisfacción Social; 6 mujeres que representan el 16% de la población de estudio perciben un bajo nivel de satisfacción social; 25 representan el 78% de la población percibiendo un nivel medio de satisfacción social y 2 mujeres que representan el 6% demuestran un alto nivel de satisfacción social.

En conclusión, la mayoría se encuentra en un nivel medio de satisfacción social; lo que demuestra que la población de estudio no se encuentra satisfecha totalmente con su entorno. Ello se debe a la influencia que el entorno social tiene sobre la población objetivo,

y por eso, de forma directa la persona asimila lo dicho o hecho por otras personas; afectando aspectos importantes de su vida.

4.1.8 Seguridad

Tabla 8: Niveles del factor de seguridad

Seguridad		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	7	22%
Medio	21	66%
Alto	4	13%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.

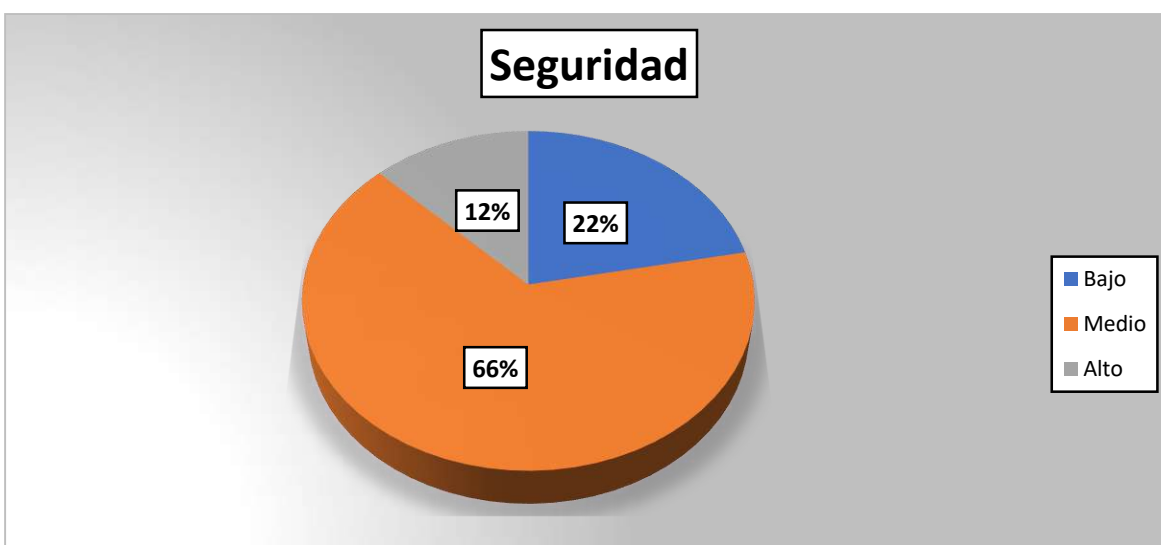


Figura 8: Porcentajes del factor de seguridad

Interpretación:

En la tabla 8, permite observar el Empoderamiento Femenino desde el factor de seguridad; 7 mujeres que representan el 22% de la población de estudio perciben un bajo nivel de seguridad; 21 mujeres que representan el 66% de un nivel medio de seguridad y 4 mujeres que representan el 12% de un bajo nivel de seguridad.

En conclusión, predomina el nivel medio de seguridad; demostrando que la población de estudio no presenta seguridad en su entorno y en sí misma. Ello dificulta el desarrollo del

empoderamiento de la mujer; puesto que, tiene dificultades en su desenvolvimiento en los diferentes ambientes en que se pueda encontrar.

4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis Estadística General:

Hi: Existe un bajo nivel de empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Ho: No existe un bajo nivel en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Tabla 1: Distribución de frecuencia y porcentajes de niveles de Empoderamiento Femenino.

Empoderamiento Femenino		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	19	59%
Medio	12	38%
Alto	1	3%
Total	32	100%

Interpretación:

Según los resultados obtenidos, el 59% de encuestados evidenciaron un nivel bajo de empoderamiento femenino, obteniendo suficiente convicción para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula; es decir, el empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. en su mayoría se presentan en un nivel bajo.

Hipótesis Estadística Específica 1:

Hi: Existe un bajo nivel de participación en el empoderamiento femenino de la mayoría de comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Ho: No existe un bajo nivel de participación en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Tabla 2: Niveles del factor de participación.

Participación		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	10	31%
Medio	17	53%
Alto	5	16%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos, el 31% de los encuestados demostraron un nivel bajo y el 53% un nivel medio de empoderamiento femenino respecto al factor participación, observando evidencias que aprueban la hipótesis nula y rechazan la hipótesis alterna, es decir, el empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. en su mayoría se presentan en un nivel medio.

Hipotesis Estadística Especifica 2:

Hi: Existe un bajo nivel de temeridad en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Ho: No existe un bajo nivel de temeridad en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Tabla 3: Niveles del factor de temeridad.

Temeridad		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	9%
Medio	19	59%
Alto	10	31%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos, el 9% de los encuestados demostraron un nivel bajo y el 59% un nivel medio de empoderamiento femenino respecto al factor temeridad, por lo tanto, al contar con evidencias se aprueba la hipótesis nula y rechaza la hipótesis alterna, es decir, el empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. en su mayoría se presentan en un nivel medio.

Hipotesis Estadística Especifica 3:

Hi: Existe un bajo nivel de influencias externas en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Ho: No existe un bajo nivel de influencias externas en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Tabla 4: Niveles del factor de influencias externas.

Influencias Externas		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	24	75%
Medio	8	25%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.

Interpretación:

Según los resultados alcanzados, el 75% de comerciantes demostraron un nivel bajo de empoderamiento femenino respecto al factor influencias externas, obteniendo evidencia para aprobar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, es decir, el empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. en su mayoría se presentan en un nivel bajo.

Hipotesis Estadística Especifica 4:

Hi: Existe un bajo nivel de independencia en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Ho: No existe un bajo nivel de independencia en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Tabla 5: Niveles del factor de independencia.

Independencia		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	21	66%
Medio	11	34%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos, el 66% de la población encuestada presentan un nivel bajo de empoderamiento femenino respecto al factor independencia, demostrando evidencia para aceptar la hipótesis alterna y no aprueban la hipótesis nula, es decir, el empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. en su mayoría se presentan en un nivel bajo.

Hipotesis Estadística Especifica 5:

Hi: Existe un bajo nivel de igualdad en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Ho: No existe un bajo nivel de igualdad en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Tabla 6: Niveles del factor de igualdad.

Igualdad		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	15	47%
Medio	15	47%
Alto	2	6%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos, el 47% de las comerciantes encuestadas presentan un nivel bajo de empoderamiento femenino respecto al factor igualdad; con ello, se observan resultados que aprueban la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, es decir, el empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. en su mayoría se presentan en un nivel bajo.

Hipotesis Estadística Especifica 6:

Hi: Existe un bajo nivel de satisfacción social en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Ho: No existe un bajo nivel de satisfacción social en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Tabla 7: Niveles del factor de satisfacción social.

Satisfacción Social		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	5	16%
Medio	25	78%
Alto	2	6%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos, el 16% de la población encuestada cuenta con un nivel bajo y el 78% un nivel medio de empoderamiento femenino respecto al factor satisfacción social, alcanzando evidencia para aprobar la hipótesis nula y no aprobar la hipótesis alterna, es decir, el empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. en su mayoría se presentan en un nivel medio.

Hipotesis Estadística Especifica 7:

Hi: Existe un bajo nivel de seguridad en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Ho: No existe un bajo nivel de seguridad en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.

Tabla 8: Niveles del factor de seguridad.

Seguridad		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	7	22%
Medio	21	66%
Alto	4	13%
Total	32	100%

Fuente: Ídem.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos, el 22% de las comerciantes demostraron un nivel bajo y el 66% un nivel medio de empoderamiento femenino respecto al factor seguridad, alcanzando evidencia para aprobar la hipótesis nula y rechazar la hipótesis alterna, es decir, el empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. en su mayoría se presentan en un nivel medio.

Capítulo V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión

En el estudio realizado se plantearon los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento de investigación dentro de la población objetivo; para ello, se seleccionaron antecedentes con algunas características similares y resultados que pueden o no coincidir con la presente investigación. Por ello, desde el nivel internacional se tomó en cuenta la investigación de Barrón denominada “Empoderamiento de las mujeres Emprendedoras y Trabajadoras de un Grupo Fitozoo, de San Luis Huexotla Texcoco, Estado de México - 2016”; donde una característica similar a la investigación es el empeño que ambos grupos de mujeres reflejan en sus labores. Sin embargo, las dimensiones planteadas en el antecedente no guardan relación con la investigación, ello debido a los aspectos que toman en cuenta, donde la edad obtuvo un 50% de mujeres entre 21 y 30 años, el estado civil alcanzó un 55% de mujeres con hijos, estructura familiar obtuvo un 45% de mujeres casadas, su nivel académico arrojó que un 75% de mujeres cuentan con estudios universitarios, en el aspecto de seguridad social se logró ver que un 70% no se encuentran satisfechas con su entorno social y en el uso de centros de salud un 85% asisten a clínicas particulares; estos datos son esenciales por el tipo de estudio que el antecedente presenta; mientras que en la presente investigación otros factores son más relevantes para demostrar el objetivo general y específicos.

Sin embargo, se han revisado otros antecedentes nacionales como el estudio de Bolaños & Martínez sobre “Empoderamiento Femenino de las Trabajadoras Obreras de la Unidad de Residuos Sólidos Municipalidad Provincial de Huara – Huacho, 2019”, y los resultados alcanzados en el estudio difieren en algunos factores, teniendo en cuenta que se llegó a aplicar el mismo instrumento de investigación.

Se menciona el nivel de empoderamiento de ambos estudios, se puede decir que el antecedente sobre el empoderamiento de trabajadoras presenta un 70% de un

empoderamiento medio, mientras que en la presente investigación se obtuvo un 59 % representando un bajo nivel de empoderamiento en la población de estudio. Además, el instrumento permite obtener resultados por cada factor como es el caso de la Participación, donde el primer estudio obtuvo un 97% definido como un alto nivel de participación mientras la investigación arroja un 53% conceptualizado como un empoderamiento medio. También, se recogieron resultados sobre el Factor de Temeridad, donde el primer estudio resalto un 56% siendo un nivel medio, en el presente estudio se obtuvo 59% definido igualmente como un nivel medio. En el factor sobre Influencias Externas el primer estudio obtuvo 56 % definido como un nivel medio, en el estudio se alcanzó un 75% de nivel bajo. Otro factor para tratar es la Independencia, donde el primer estudio dio a conocer que un 64% representan un nivel medio; mientras que en el estudio un 66% es declarado como nivel bajo. De igual manera, se prosigue con la Factor de Igualdad donde el estudio escogido menciona un 73% de igualdad siendo un nivel medio y la investigación refleja un 47 % definido como nivel bajo. Además, en el Factor de Satisfacción Social, el antecedente alcanzo un 81% y el presentes estudio un 78%, ambos con un nivel medio de satisfacción social. Por último, contamos con la dimensión de seguridad, donde el primer estudio refleja un 52% y la investigación un 66%, ambos representan un nivel medio en la investigación.

Si bien el instrumento y la población femenina contaban con características similares, el tipo de ambiente laboral y las personas en sí, son un factor influyente en los resultados; por ende, nuestros resultados pueden variar y refutar con estudios enfocados en nuestra variable y en ocasiones pueden llegar presentar similitud.

Capítulo VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Al concluir el estudio titulado “Empoderamiento Femenino de las comerciantes del Mercado de Abasto Huaral, 2021”, se puede decir que los resultados obtenidos mediante el estudio ejecutado evidencian los porcentajes y niveles que se obtuvieron del objetivo general y específicos, llegando a las siguientes conclusiones:

Primero:

Mediante los resultados obtenidos para el objetivo general, se visualizó que un 75% de las comerciantes presentan un nivel bajo de Empoderamiento Femenino, ello debido a las características que la población de estudio refleja a través de los porcentajes que se obtuvieron por cada dimensión o factor que conforma el instrumento de investigación, estas son: un nivel bajo de participación en hechos trascendentales, temeridad para tomar decisiones importantes en sus vidas, influencias externas que intervienen en el cambio de la persona, dependencia del grupo de comerciantes con lazos familiares, desigualdad que se presenta por ideales y conductas arraigadas de generación en generación, insatisfacción social con algunos aspectos no logrados a lo largo de su vida e inseguridad en sí mismas al tomar decisiones importantes.

Segundo:

Se concluyó que el factor de participación se obtuvo que un 53% de las mujeres expresan un nivel medio en participación; porque se corroboró que la mayoría de las mujeres asisten a reuniones de su asociación, pero no son parte de las decisiones importantes para ellas como miembros del Mercado de Abastos.

Tercero:

Se concluyó que el factor de temeridad obtuvo un 59% de la población en un nivel medio, porque si bien el grupo de estudio se esfuerza día a día para satisfacer sus necesidades

básicas a través del trabajo; aun no demuestran las capacidades y habilidades que poseen para tomar decisiones y ser partícipes del cambio.

Cuarto:

Referente al factor de influencias externas se alcanzó un 75% de mujeres con un nivel medio, lo que señala que existen factores externos que pueden influir en el crecimiento personal y social del grupo de comerciantes tales como los grupos de amigos, familiares y entidades públicas o privadas. Con ello, se puede observar la importancia del entorno social de una persona, por el tipo de información que se recepciona durante el día y si es útil o un limitante para el desarrollo personal y social de la persona.

Quinto:

Respecto al factor de independencia se llegó a obtener un 66% de las comerciantes con un nivel medio; con ello se puede observar que el grupo de mujeres son independientes económicamente, pero desde el aspecto personal se puede visualizar una dependencia con los lazos familiares, influyendo en las decisiones que la persona puede tomar en diferentes situaciones.

Sexto:

El factor de igualdad obtuvo una similitud de 47% de las comerciantes entre el nivel medio y bajo, dándonos a conocer que el grupo de comerciantes son conscientes que no existen diferencias entre varón y mujer, teniendo la posibilidad de tener las mismas oportunidades en los diferentes ambientes que una persona llegase a intervenir. Ello se ve limitado por el pensamiento patriarcal que sigue latente en la sociedad actual, lo que genera pocas oportunidades a las mujeres y más aun obstaculizando su desarrollo personal y social.

Séptimo:

Referente al factor de satisfacción social se alcanzó un 78% de mujeres con un nivel medio, porque existen aspectos que se encuentran satisfechos para la población de estudio, mientras otros aspectos no llegan al nivel de satisfacción social que la persona necesita; siendo algunos limitantes los temas personales, familiares y grupos de amigos, que se dan en el ambiente social y personal.

Octavo:

Concluyendo con el factor de seguridad se obtuvo un 66% de mujeres con un nivel medio; ello se debe a la poca seguridad que presentan en sí mismas; lo cual, se ve reflejado en su comportamiento ante actividades que consisten en tomar decisiones, participar activamente, etc.

6.2 Recomendaciones

Mediante los resultados y conclusiones obtenidos a través de la presente investigación, se observó un nivel bajo de Empoderamiento Femenino en las Comerciantes del Mercado de Abasto de Huaral; por ende, se brindarán las siguientes recomendaciones que aportaran a la mejora de los aspectos que obstaculizan un nivel de Empoderamiento Femenino más óptimo dentro de la población de estudio. Estas recomendaciones son:

Primero:

Como trabajadoras sociales de profesión y la junta directiva de los comerciantes del Mercado de Abastos, se ejecutarían capacitaciones informativas sobre puntos básicos del Empoderamiento Femenino y las redes de apoyo con los que cuentan dentro de su localidad, brindándoles datos necesarios sobre el problema de investigación que se busca mejorar.

Segundo:

Se sugiere a la junta directiva de comerciantes del Mercado de Abastos que, en coordinación con el área de Servicio Social de la Municipalidad Distrital de Huaral, gestionen y promuevan capacitaciones informativas sobre el tema de Empoderamiento Femenino e Igualdad de Género; asimismo, la ejecución de actividades recreativas y culturales sobre el tema en mención.

Tercero:

Se recomienda a la junta directiva de comerciantes del Mercado de Abastos gestionar redes de apoyo, como es el caso de la Fundación Lealtad que cuenta con el programa Huaral Emprende que busca promover el emprendimiento y empleo; siendo un apoyo importante para nuestra población objetivo, brindándole herramientas a través de programas productivos que aporten a su crecimiento desde el aspecto personal y social;

Cuarto:

Se sugiere a la junta directiva del Mercado de Abastos solicitar el apoyo de entidades públicas como el Poder Judicial que, en coordinación con el área de Servicio Social de la entidad, se gestionen capacitaciones educativas que orienten al grupo de comerciantes sobre como intervenir en casos donde sus derechos estén siendo vulnerados por otros. Con ello, se va aportando al empoderamiento de la mujer dentro de una sociedad que desconocen las leyes y derechos que los defienden.

REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales

- Acarapi Cruz, N. (2017). *Estrategias organizativas y empoderamiento de mujeres*. La Paz - Bolivia: Universidad Mayor de San Andrés.
- Almorza Ortiz, I. N. (2016). *Proceso de empoderamiento de las mujeres, a travez de actividades productivas en la aldea Cerro Colorado, La Gomera, Escuintla*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Barrón Chávez, M. G. (2016). *Empoderamiento de las mujeres emprendedoras y trabajadoras de grupo Fitozoo, de San Luis Huexotla, Texcoco, Estado de México*. Texcoco, Estado de México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Bolaños Rueda, G. P., & Martínez Tarazona, D. (2019). *Empoderamiento femenino de las trabajadoras obreras de la unidad de residuos sólidos Municipalidad Provincial de Huaura*. Huacho.
- Chino Beato, L. S., & Vilchez Limache, N. G. (2017). *Empoderamiento socioeconómico en mujeres que tienen acceso a microcréditos pro mujer de la plaza San José de la ciudad de Juliaca*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- De León, M. (1997). *Poder y empoderamiento de las mujeres*. Bogotá: Coedición de tercer mundo editores, Fondo de Documentación Mujer y Género de la Universidad Nacional de Colombia
- Morales Morales, E. (2016). *Empoderamiento y transformación de las relaciones de poder. Un análisis crítico de los procesos institucionales de participación ciudadana*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Terrones Sotomayor, C. M. (2019). *Gestión del microcrédito en el empoderamiento económico de mujeres comerciantes de Huánuco, 2019*. Huanuco: Universidad Nacional Hermilio Valdizán.

7.2 Fuentes bibliográficas

Carrasco Díaz, S. (2006). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos

Bacqué, M.-H., & Biewener, C. (2013). *El empoderamiento una práctica emancipadora*. Barcelona: Gedisa.

Hernández Sánchez, J. E., & García Falconi, R. (2008). *Instrumento para medir el empoderamiento de la mujer*. Villahermosa, Tabasco - Mexico: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL.

7.3 Fuentes hemerográficas

Alanilla, L. I., & Trucios, A. I. (2019). *Empoderamiento femenino, una perspectiva de tres generaciones en mujeres urbanas de Mérida, Yucatán, México*. Yucatán - Mexico: Cultura Educación Sociedad.

Comesaña Santalices, G. M. (2007). Algunas reflexiones sobre la filosofía feminista. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*.

7.4 Fuentes electrónicas

ONU Mujeres. (1972). *ONU Mujeres*. Obtenido de <https://www.unwomen.org/es/csw/brief-history>

ONU Mujeres. (2011). *Principios para el empoderamiento de las mujeres*.

PNUD Perú, & Toce, D. (28 de Junio de 2017). *PNUD Perú*. Obtenido de PNUD Perú: <https://pnudperu.exposure.co/una-mirada-hacia-un-futuro-sostenible>

UNESCO. (2019). *Igualdad de genero*. Obtenido de <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Iguldad%20de%20genero.pdf>

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2017). *La igualdad de Género en las políticas y la gestión del desarrollo local*. Lima: Biblioteca Nacional Del Perú.

ANEXOS

01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

EMPODERAMIENTO FEMENINO DE LAS COMERCIANTES DEL MERCADO DE ABASTOS HUARAL, 2021					
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p style="text-align: center;">PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cuál es el nivel de empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021?</p> <p style="text-align: center;">PROBLEMAS ESPECIFICOS</p> <p>¿Cuál es el nivel de participación del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021?</p> <p>¿Cuál es el nivel de temeridad del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021?</p> <p>¿Cuál es el nivel de influencias externas del</p>	<p style="text-align: center;">OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar el nivel de empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.</p> <p style="text-align: center;">OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <p>Identificar el nivel de participación del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.</p> <p>Identificar el nivel de temeridad del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.</p> <p>Identificar el nivel de influencias externas del</p>	<p style="text-align: center;">HIPOTESIS GENERAL</p> <p>Existe un bajo nivel de empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.</p> <p style="text-align: center;">HIPOTESIS ESPECIFICAS</p> <p>Existe un bajo nivel de participación en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.</p> <p>Existe un bajo nivel de temeridad en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.</p> <p>Existe un bajo nivel de influencias externas en</p>	<p>EMPODERAMIENTO FEMENINO</p>	<p style="text-align: center;">DIMENSIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participación - Temeridad - Influencias extremas - Independencia - Igualdad - Satisfacción social - Seguridad <p style="text-align: center;">INDICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alto - Medio - Bajo 	<p style="text-align: center;">TIPO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Es de tipo básica, descriptiva, no experimental de corte transversal.</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Población: Está conformada por 52 comerciantes del Mercado de Abastos de Huaral.</p> <p>Muestra: 32 comerciantes</p> <p>Técnicas a emplear:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observación - Encuesta <p>Instrumento: Elaborado por: Hernández & García</p>

<p>empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021? ¿Cuál es el nivel de independencia existe en las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021? ¿Cuál es el nivel de igualdad del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021? ¿Cuál es el nivel de satisfacción social del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021? ¿Cuál es el nivel de seguridad del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021?</p>	<p>empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. Identificar el nivel de independencia existe en las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. Identificar el nivel de igualdad del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. Identificar el nivel de satisfacción social del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. Identificar el nivel de seguridad del empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.</p>	<p>el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. Existe un bajo nivel de independencia en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. Existe un bajo nivel de igualdad en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. Existe un bajo nivel de satisfacción social en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021. Existe un bajo nivel de seguridad en el empoderamiento femenino de la mayoría de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021.</p>			<p>Procesamiento de información: Programa Excel 2019 Software SPSS versión 25</p>
---	---	---	--	--	--

02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRION

E.P. DE TRABAJO SOCIAL

Empoderamiento femenino de las comerciantes del Mercado de Abastos Huaral, 2021

CUESTIONARIO PARA MEDIR LA VARIABLE EMPODERAMIENTO

FEMENINO (Hernández & García, 2008)

N°	AFIRMACIÓN	TD (1)	D (2)	A (3)	TA (4)
1	Mi pareja o padres deben saber siempre donde ando.				
2	Mi felicidad depende de la felicidad de aquellas personas que son cercanas a mí.				
3	Las mujeres gozan de los mismos derechos que los hombres para obtener puestos de poder y liderazgo.				
4	Para participar políticamente tengo que negociar con mi padre o pareja.				
5	Cuando tomo decisiones fuera de mi casa me siento insegura.				
6	Las mujeres tenemos la capacidad para ocupar puestos de poder y liderazgo.				
7	El nivel cultural influye en las mujeres para poder desenvolverse en puesto de poder o político.				
8	Las buenas líderes son perseverantes.				
9	Lo único que se necesita para ser líder es ser emprendedora.				
10	Una líder debe ser activa.				
11	Para poder ejercer un liderazgo político hay que nacer con las cualidades adecuadas.				
12	Es necesario que las mujeres tengan conocimientos para que la mujer participe en procesos políticos.				
13	La familia debe educar a las mujeres para que tengan puestos de poder y liderazgo.				
14	Las mujeres tienen las mismas oportunidades que los hombres para tomar decisiones.				
15	Trato de cumplir con las expectativas o anhelos que mis seres queridos tienen en mí.				
16	Me gustaría que más mujeres accedieran a puestos de poder.				

17	La escuela empodera a las mujeres para trabajar en el gobierno o en la política.				
18	Alguien siempre me ayuda a decidir qué es bueno para mí.				
19	Es mejor que sea el hombre quien tome las decisiones importantes.				
20	Me siento cómoda cuando soy objeto de elogios o premios.				
21	Yo tomo las decisiones importantes para mi vida.				
22	Me siento satisfecha conmigo misma.				
23	Tengo las habilidades necesarias para participar socialmente.				
24	Mi vida actual la decido únicamente yo.				
25	Las mujeres tienen la capacidad para dominar al mundo.				
26	Mi trabajo es valorado y reconocido.				
27	Mi carrera o actividad actual la elegí sin presiones.				
28	Las mujeres tienen más oportunidades de participar en política.				
29	Cuando hago cosas imposibles en mi casa, me siento incómodo.				
30	Las mujeres y los hombres tienen la misma oportunidad de conseguir trabajos diferentes.				
31	Mi familia puede ver que estoy participando en la vida pública, aunque paso poco tiempo en casa.				
32	Creo que es importante que las mujeres tengan ingresos económicos propios.				
33	La responsabilidad nos lleva a ser líderes.				
34	Disfruto cuando soy única y diferente.				

03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO

	i 1	i 2	i 3	i 4	i 5	i 6	i 7	i 8	i 9	i 10	i 11	i 12	i 13	i 14	i 15	i 16	i 17	i 18	i 19	i 20	i 21	i 22	i 23	i 24	i 25	i 26	i 27	i 28	i 29	i 30	i 31	i 32	i 33	i 34	i 35	SU M A	NIV ELE S		
1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	1	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91	2
2	1	1	1	1	4	4	1	4	2	4	1	1	1	1	1	4	1	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	92	2
3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	4	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	1	4	4	3	4	4	87	1
4	1	2	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	1	2	2	4	2	1	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	2	4	4	3	98	2		
5	1	2	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	1	2	2	4	2	2	4	3	4	3	3	4	2	3	3	2	2	3	2	4	4	3	99	2			
6	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	4	3	4	101	2		
7	2	2	4	4	3	4	4	1	1	1	3	2	2	4	2	4	2	3	4	1	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	106	3		
8	1	1	1	3	3	1	2	1	2	4	2	1	1	1	1	4	1	1	4	3	1	4	4	3	4	4	4	2	1	1	1	2	3	4	4	76	1		
9	1	2	1	3	2	4	1	3	2	4	1	1	1	1	1	4	2	1	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	90	2		
10	2	1	2	4	2	4	1	3	2	3	1	1	1	1	2	2	1	1	4	3	1	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	87	1			
11	1	2	4	1	4	4	1	3	2	4	1	4	2	1	1	3	2	1	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	94	2		
12	2	1	2	3	1	4	1	3	3	4	1	1	1	2	2	4	1	2	3	4	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3	4	4	4	3	88	1			
13	1	2	2	4	2	3	3	4	4	4	1	1	1	2	1	4	2	1	2	1	1	3	3	4	2	3	4	1	2	4	1	3	3	3	82	1			
14	2	3	3	4	2	3	4	1	3	4	3	4	1	2	1	4	2	2	2	2	3	3	4	3	2	3	4	4	2	4	1	3	4	4	96	2			
15	1	2	3	3	3	3	1	1	3	4	2	2	2	3	2	4	2	1	2	1	2	4	3	4	3	3	4	4	1	1	2	3	4	3	86	1			
16	1	1	1	1	4	1	1	1	3	2	3	2	2	4	1	3	1	1	2	2	1	3	4	3	2	3	4	2	2	1	1	3	3	4	73	1			
17	3	2	1	1	1	2	1	4	1	1	2	2	2	3	1	3	1	2	3	1	2	4	3	4	3	3	3	2	2	1	3	2	4	3	3	76	1		
18	1	3	2	2	1	1	2	4	1	1	3	1	1	3	1	3	1	2	2	4	1	3	4	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	4	77	1			
19	1	1	3	1	1	1	3	4	3	1	1	2	1	3	1	2	3	1	3	3	4	3	3	4	2	3	2	1	2	4	2	3	3	4	79	1			
20	2	2	2	3	2	4	3	4	3	1	2	1	1	4	2	4	2	3	2	3	2	4	3	4	4	3	3	1	3	1	2	3	4	4	91	2			
21	3	1	1	4	3	4	3	3	3	1	2	1	3	1	2	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	2	4	4	4	97	2			
22	1	2	2	1	2	4	2	3	4	4	1	1	1	1	2	2	3	1	4	1	1	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	91	2			
23	1	1	3	2	2	4	2	4	2	4	1	1	1	1	2	2	2	1	4	2	1	3	4	3	3	3	2	3	2	3	1	3	4	3	80	1			
24	1	2	1	3	2	3	2	1	3	4	1	3	1	4	2	4	3	2	2	1	2	4	4	4	4	3	3	2	3	4	1	3	4	3	89	1			
25	2	1	2	3	4	4	3	3	3	4	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	3	4	3	2	4	2	2	2	3	1	3	3	3	87	1			
26	3	2	2	3	3	1	1	1	3	4	3	2	2	2	1	2	1	3	4	1	1	3	3	3	2	4	3	3	3	1	2	4	4	3	83	1			
27	2	2	4	2	3	4	1	4	4	4	3	4	1	1	2	4	1	2	2	2	4	3	4	3	4	4	4	2	4	2	4	4	4	101	2				
28	1	2	1	1	1	2	1	4	4	3	3	2	2	1	1	2	1	3	3	1	1	3	4	3	3	4	2	2	2	3	3	3	4	4	80	1			
29	2	2	2	2	1	1	2	4	2	3	3	1	2	3	2	2	2	1	4	1	3	4	3	4	3	3	2	3	1	4	1	3	4	3	83	1			
30	1	1	2	4	4	4	2	1	2	3	2	2	1	4	1	2	3	1	2	3	4	3	3	4	3	3	2	2	4	2	2	3	3	86	1				
31	2	1	1	1	2	2	3	3	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	3	3	3	1	2	4	2	4	4	3	80	1			
32	3	1	1	3	2	2	2	1	3	1	2	1	1	1	1	4	1	3	2	1	4	3	3	4	2	3	3	4	1	4	2	4	3	3	79	1			

Empoderamiento femenino.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Empoderam...	Numérico	8	0	Empoderam...	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	Participación	Numérico	8	0	Participación	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	Temeridad	Numérico	8	0	Temeridad	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	Influenciae...	Numérico	8	0	Influencias Ext...	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	Independencia	Numérico	8	0	Independencia	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	Igualdad	Numérico	8	0	Igualdad	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	Satisfacción	Numérico	8	0	Satisfacción So...	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	Seguridad	Numérico	8	0	Seguridad	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											

Vista de datos Vista de variables

Empoderamiento femenino.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 8 de 8 variables

	EmpoderamientoFemenino	Participación	Temeridad	Influenciasexternas	Independencia	Igualdad	Satisfacciónsocial	Seguridad	var	var	var	var	var	var	var	var
1	2	3	1	1	1	1	2	3								
2	2	2	2	1	1	1	3	3								
3	1	2	2	1	1	2	2	2								
4	2	3	3	2	1	2	2	2								
5	2	3	3	2	1	2	2	2								
6	2	2	3	2	2	3	2	2								
7	3	1	3	2	2	3	3	3								
8	1	2	3	1	1	1	2	2								
9	2	2	2	1	1	1	2	2								
10	1	2	2	1	2	1	2	2								
11	2	2	2	2	1	2	2	3								
12	1	3	2	1	2	1	2	1								
13	1	2	2	1	1	1	2	1								
14	2	2	3	2	2	2	2	2								
15	1	1	2	1	1	2	2	2								
16	1	1	2	1	1	1	2	1								
17	1	1	2	1	1	1	1	2								
18	1	1	2	1	1	2	2	1								
19	1	2	1	1	1	2	1	2								
20	2	2	2	1	2	1	2	2								
21	2	2	3	2	2	1	2	2								

Vista de datos Vista de variables