



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“ANÁLISIS DE LAS BARRERAS DE GÉNERO DESDE
LA PERSPECTIVA DE MUJERES DEDICADAS AL
BUSINESS INTELLIGENCE DEL SECTOR DE
CALZADO, 2023”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración

Autores:

Karla Madeline Chamocho Albitres
Raul Sebastian Fernandez Guerrero

Asesor:

Mg. Francisco Jesús Paredes León
<https://orcid.org/0000-0003-3063-1404>

Trujillo - Perú

2024

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Henry Elder Ventura Aguilar	18074679
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Marlies Alicia Cueva Urra	18186434
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Luis Augusto Durand Azcarate	18165461
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

Análisis de las barreras de género desde la perspectiva de mujeres dedicadas al Business Intelligence del sector de calzado, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

17 %	17 %	5 %	7 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	aprenderly.com Fuente de Internet	4 %
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1 %
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
4	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	1 %

Fecha de entrega: 19-oct-2023 03:12a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2200566759

Nombre del archivo: Tesis_Final_Chamochumbi_Fernandez_V01.docx (2.22M)

Total de palabras: 10866

Total de caracteres: 61112

DEDICATORIA

Para mi madre, Rosemary,

Por su amor, sabiduría y paciencia, quien día a día, me inculca el camino de la superación. Quien es el artífice de mi éxito profesional.

Para mi mamita, Virginia

Con mucho cariño le dedico todo mi esfuerzo puesto en este trabajo para la realización de esta tesis. Por el afecto y las enseñanzas recibidas.

Para mi tía, Claudia

Por el apoyo y paciencia que siempre me brindo sin dudarle.

Raúl Sebastián Fernández Guerrero

Para mis padres, Juan y Milagros

Por ser mis principales motivadores y formadores de mi persona, también por su amor, consejos y paciencia, ya que sin su apoyo no hubiera llegado donde estoy ahora.

A mis hermanos, Eduardo, Arturo y Jimmy

Por su presencia, apoyo, cariño y por confiar siempre en mí.

A Schelsy y Nasly

Por ser mi calma ante la tormenta y su apoyo incondicional.

Karla Madeline Chamochumbi Albitres

AGRADECIMIENTO

Deseamos testimoniar nuestros agradecimientos a las siguientes personas:

A la universidad, por habernos permitido formar una base sólida en enseñanzas que nos
ayudará en nuestro futuro profesional.

Al Mg. Francisco Paredes por el asesoramiento metodológico de la tesis.

Y a todas aquellas personas que de una u otra forma hicieron posible la culminación de
este trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
ÍNDICE DE CUADROS	9
RESUMEN	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	11
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	22
CAPÍTULO III: RESULTADOS	30
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES E IMPLICACIONES	52
REFERENCIAS	63
ANEXOS	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Constructos	49
---------------------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa mental	42
Figura 2 Mapa de consenso.....	51

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Relatos de las historias	32
CUADRO 2 Generación de grupos.....	35
CUADRO 3 Imágenes sensoriales	40
CUADRO 5 Brecha Salarial	46
CUADRO 6 Desigualdad de oportunidades	46
CUADRO 7 Estereotipos de género	47
CUADRO 8 Falta de referentes femeninos.....	47
CUADRO 9 Falta de reconocimiento	48

RESUMEN

En el 2020, en la clasificación de naciones latinoamericanas, Perú ocupaba la cuarta posición con mayor brecha de género en el mercado laboral, especialmente en áreas de alta especialización. El propósito de este estudio es investigar las barreras de género desde la perspectiva de mujeres dedicadas Business Intelligence del sector calzado, una de las áreas que viene ganando importancia para los negocios.

El estudio se realizó bajo un enfoque cualitativo, no experimental y de diseño descriptivo fenomenológico, concentrándose en una fenomenología empírica, posibilita observar esa familiaridad objetiva a través de vivencias sensoriales y constituye una faceta esencial de su conexión con el entorno y la atención que le dispensa. Se empleó el método *Zaltman Metaphor Elicitation Technique (ZMET)* en un grupo de 10 mujeres dedicadas al *Business Intelligence* del sector calzado de la ciudad de Trujillo, para lo cual se usaron imágenes en las entrevistas que permitieran reconocer las vivencias de cada entrevistada sobre su entorno y su experiencia laboral en situaciones de brecha de género. Podemos destacar como principales hallazgos que las mujeres dividen sus vivencias en 5 desafíos que afectan la participación y su avance, siendo estos la brecha salarial, la desigualdad de oportunidades, los prejuicios de género, la ausencia de modelos femeninos. y la falta de reconocimiento.

El resultado demuestra cómo las mujeres vinculan sus experiencias a partir de los sentidos y emociones, presentando un conjunto de evidencias que sustentan la razón detrás de la persistente brecha de género en nuestra ciudad y país.

PALABRAS CLAVES: Business Intelligence, ZMET, Brecha de género, estereotipos de género, desigualdad de oportunidades.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Superar las diferencias entre hombres y mujeres representa una tarea clave para las empresas en nuestros días. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos aún existen áreas o unidades especializadas con notorias brechas de género, como las divisiones de tecnologías de la información y comunicación; así como gestión tecnológica. Existe una fuerte conexión entre la tecnología y el género y demuestra que este elemento, y su capacidad de democratizar los recursos, no ha permitido eliminar el concepto de diferencia de género en las empresas (Sollfrank, 2019). En especial en posiciones encargadas de la administración de información, dirección de procesos o inteligencia de negocios, ésta última considerada una de las áreas con mayor proyección para los negocios, dado que favorece la toma de decisiones empresariales en entornos cambiantes y diversos.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) señala que existen segregaciones ocupacionales verticales y horizontales. La primera manifiesta que hay puestos de trabajos que están marcados por estereotipos sexuales y la segunda señala que existe mayor probabilidad de que los hombres obtengan puestos importantes en la empresa (OIT, 2008). Asimismo, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la ONU (2018) en su octavo objetivo indican que el índice de empleo femenino es de 63% mientras que de los hombres llega hasta 94%. En el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, el 80% La mayoría de las mujeres continúan trabajando en industrias de escasa rentabilidad, principalmente debido a prejuicios de género y obstáculos socioeconómicos pese a la creciente necesidad de desarrolladores tecnológicos (Laboratoria, 2021).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL (2021) señala que la contribución laboral en América Latina y el Caribe de las mujeres se situó en 46% en 2020, en cambio los hombres dispusieron de un 69%, recordando que en 2019 alcanzaron un 52% y un 73,6% respectivamente. Esto sin tener en cuenta que en el mismo documento se hace presente que el 56,9% (mujeres en América Latina) y un 54,3% (mujeres en el Caribe) se encuentran laborando con términos del empleo e ingresos negativos para su economía debido a la pandemia, e incluso una de las causas principales del prejuicio de género en el ámbito laboral se debe a perjuicios del empleador ante el manejo del cargo directivo.

El crecimiento empresarial en Perú es constante. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) reportó un incremento de empresas en Perú en el 2020 de 1,6% respecto al 2019, llegando a tener 2 millones 777 mil 424 en el primer trimestre a nivel nacional, a pesar de la severa crisis económica. (p. 2). Comex (2020) precisa que el 95% de empleadores en el país dirigen una Pequeña y Mediana Empresa (PYME), siendo un aproximado de 3.1 millones en el país, aunque se obtuvo una disminución del 48% a comparación del año 2019. El reporte económico del diario Gestión (2021) menciona que 833 mil 170 empresas fueron creadas en el primer trimestre del 2020 y en el departamento de La Libertad se obtuvo un total de 4 mil 915 empresas en general. No obstante, Comex (2020) sitúa a La Libertad con un segundo nivel de concentración de empresas PYME a nivel nacional.

El crecimiento económico no ha generado cambios en la brecha de género. La Confederación Sindical de trabajadores y trabajadoras de las Américas (CSA, 2020) menciona que en el Perú ante la pandemia hubo una disminución significativa en la población económicamente activa, en el género femenino la disminución fue de 16,1%, mientras que para los varones fue de

8,6%. La EAE Business School de España (2020) precisa que Perú se sitúa en la cuarta posición en la enumeración de naciones en América Latina que presenta la mayor disparidad de género en el ámbito laboral. Además, que los hombres mantienen una brecha salarial del 21.2% más que de las mujeres. Igualmente, en dicho estudio menciona que las mujeres graduadas y tituladas en las carreras de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas solo se mantienen en el 16% de la población, a comparación de los hombres que son del 30% (Diario La Gestión, 09 de marzo del 2020).

La Inteligencia de Negocios o *Business Intelligence* (BI) es considerada una estrategia clave de gestión empresarial para la competitividad de los negocios tanto grandes, medianos o pequeños. Permite recopilar, almacenar, limpiar y brindar la información relevante a los empresarios para un manejo eficiente que permita a la organización evolucionar constantemente ante el mercado (Joyanes, 2019, pg. 4). Además, permite realizar un análisis prescriptivo del entorno competitivo en que se encuentra los negocios. Para ello, es necesario el uso y la constante capacitación de la inteligencia de negocios, con herramientas como Power BI, Qlik View, Pentaho, QlikSesion, Tableau, MicroStrategy, Business Object, etc.

La tecnología representa un monopolio masculino en el cual se debe a los estereotipos y lucha de género (Wajcman, 1991). El Foro Consultivo Científico y Tecnológico (2013) destaca que estos estereotipos llegan a ser empleados como una defensa ideológica, que impide el desarrollo de las mujeres a las carreras STEM, ya que se les ordena no seguir carreras de alta exigencia académica, porque son a los hombres los que le llegan a relacionar estos campos.

Las investigaciones que analizan el rol de la mujer como parte del desarrollo tecnológico de los negocios, en específico en relación a aplicaciones como Business intelligence, son muy

pocas (Laboratoria, 2021), por lo que resulta importante entender la perspectiva de este grupo de interés sobre las brechas de género presentes en este campo de especialización. Por consiguiente, este estudio tiene como objetivo analizar la existencia de brechas de género en lo que respecta a la utilización de inteligencia empresarial para la gestión administrativa de empresas PYME de calzado, en Trujillo en el año 2022. Para ello, se ha considerado como variable de análisis la percepción de business intelligence en mujeres en cargos administrativos dedicadas a esta labor.

A continuación, se presentan una serie de antecedentes internacionales, nacionales y locales, relacionados con el campo de conocimiento que se está investigando.

Morales y Rojas (2021) en su investigación titulada '*¿Percibimos una Brecha de Género en Carreras Asociadas a Tecnologías?*' aplica una metodología cuantitativa, no experimental y descriptiva con enfoque correlacional. Además, el método utilizado implica una encuesta en línea dirigida a estudiantes y profesionales de la informática, revelando disparidades de percepción entre individuos de distinto género, evidenciando así una brecha de género. Las mujeres perciben la existencia de sexismo en campos relacionados con la tecnología y creen que esta profesión es más adecuada para los hombres. No obstante, existen limitaciones teóricas y conceptuales que exigen aumentar el tamaño de la muestra y comparar los hallazgos con una encuesta de caracterización socioeconómica nacional en trabajos futuros.

Tomassini (2020) revela en su investigación titulada '*Brechas de género en la ciencia: revisión de la literatura especializada y propuesta de análisis*', se reconoce la escasez de material académico sobre las discrepancias de género en el campo de la ciencia y se sugiere un análisis basado en la teoría de justicia de género de Nancy Fraser. El artículo aborda la falta de acceso a recursos, la discriminación de género y los estereotipos de género que enfrentan las mujeres en la

ciencia, y también examina la ausencia de mujeres en posiciones de liderazgo y tutoría. La propuesta de análisis puede ser útil para desarrollar políticas y prácticas que aborden estas desigualdades.

Brochero (2019) en su investigación *‘Diseño de una metodología de gestión de información para el sector mipyme a través del uso de business intelligence’* emplea una metodología mixta, contando con dos mecanismos de recolección: la encuesta y entrevista. Teniendo como resultado que, aunque hacen uso de las tecnologías no han implementado sistemas de información especializados, por ello, El enfoque principal del proyecto es informar sobre cómo los empresarios pueden incorporar sus propias estrategias en la gestión de información y proporcionar comprensión sobre el business intelligence.

García, Orozco & Salas (2020) en su investigación *‘El impacto del género del gerente sobre el desempeño organizacional: análisis en las pymes’*, se enfocan en analizar si el género del gerente tiene algún impacto en el rendimiento de las empresas de pequeño y mediano tamaño (PYMEs) en México. Se realizó un enfoque mixto, debido a que efectuó tres etapas de análisis, en el cual tanto como la primera y última son de enfoque cualitativo, pero la segunda tiene un enfoque cuantitativo. Los resultados indican que el género del gerente no tiene una relación significativa con el desempeño empresarial, debido a que gran parte de estas investigaciones fueron realizadas en entornos más equitativos. En conclusión, se sugiere que la elección de un gerente basado en su género no debería ser un factor decisivo en las decisiones de contratación en las PYMEs, pero se sugiere que los dirigentes de las pequeñas y medianas empresas desarrollan políticas organizativas más adecuadas a la situación y la industria en la que operan.

Delgado & Salas (2020) señalan en su *‘Revisión sistemática de literatura científica sobre la aplicación del business intelligence en la gestión de pymes’*, que la implementación de BI en pymes puede proporcionar beneficios como una toma de decisiones más efectiva, mayor eficiencia operativa, utilidad y capacidad de adaptación al cambio, pero también pueden enfrentar desafíos como la falta de recursos y complejidad del software. En general, la revisión puede ser de gran utilidad para las pymes interesadas en implementar BI en su gestión empresarial, así como para evidenciar una carencia de personal calificado enfocado en este campo dentro de la gestión de negocios.

Camarena & Saavedra (2015) en su investigación *‘Diferencias en la competitividad de las empresas según el género del director: investiga si la presencia de mujeres en puestos de liderazgo afecta la competitividad de las empresas en España’*. El estudio analiza una muestra de empresas españolas y utiliza técnicas econométricas para evaluar el impacto del género del director en varios indicadores de competitividad empresarial. Cuenta con una metodología cuantitativa de tipo transversal, asimismo, se utilizó la prueba T para calcular las diferencias de medias entre dos grupos. Los hallazgos señalan que las empresas con mujeres directoras experimentan una mayor rentabilidad, productividad y eficiencia que las empresas con hombres directoras. Además, se encontró que la presencia de mujeres directoras tiene un efecto positivo en la innovación y en la gestión de recursos humanos de la empresa. En conclusión, el artículo plantea la idea de que promover la participación de mujeres en roles de liderazgo puede potenciar la competitividad y el desempeño empresarial.

En el contexto Nacional, Loayza (2021) en su investigación *‘Brecha de género y condiciones de cargos de confianza en trabajadores de una Municipalidad de La Convención,*

2021' analiza la existencia de una brecha de género en las condiciones laborales de los trabajadores de la Municipalidad en La Convención, Perú. Para ello, se realiza una metodología cuantitativa, llevando a cabo un análisis estadístico de los datos recopilados a través de una encuesta a los trabajadores de la municipalidad. Los resultados indican que existe una brecha de género en las condiciones laborales, especialmente en lo que respecta a la remuneración y la estabilidad laboral, donde las mujeres tienen condiciones más precarias que los hombres. Además, se encuentra una mayor presencia de hombres en cargos de confianza, lo que sugiere una posible discriminación de género en la promoción a puestos de liderazgo. En conclusión, Se resalta la importancia de adoptar acciones que disminuyan la brecha de género en el entorno laboral, tales como políticas de equidad de género y medidas afirmativas para fomentar la igualdad de oportunidades en el acceso a roles directivos.

López & Alarcón (2019) en su investigación '*¿Existe un techo de cristal que limita el ascenso laboral a las mujeres en las empresas?*' analiza la existencia de este factor, como un obstáculo implícito que se considera el progreso profesional de las mujeres y su acceso a roles directivos en las organizaciones. Para ello, se realiza una revisión de la literatura existente en este ámbito. El estudio concluye que sí existe el techo de cristal y que este es consecuencia de una combinación de elementos, como la discriminación de género, los prejuicios y estereotipos, La ausencia de opciones de crecimiento y la falta de conciliación laboral y familiar. Además, se plantean soluciones para romper con este techo de cristal, como la implementación de políticas de igualdad de género, la formación y sensibilización de los trabajadores, el fomento de la diversidad y la inclusión, y el liderazgo inclusivo. En definitiva, se destaca la importancia de abordar el techo de cristal Con el fin de alcanzar una equidad de género más amplia en el entorno laboral.

Loza (2019) realiza una investigación titulada *‘Relación entre la Inteligencia de Negocios y la Competitividad en la empresa Gl Tracker Sur S.A.C.’* donde logró una investigación descriptiva y transversal con alcance correlacional, teniendo como instrumentos de recopilación a las encuestas de escala tipo Likert, buscando la relación en la puede tener la competitividad con las dimensiones de la inteligencia de negocios (sistemas de información, innovación y toma de decisiones), concluyendo que ambas variables sí guardan relación, lo cual permite una mejor propuesta de valor en la empresa y así obtener mayor diferenciación con la competencia.

Espíritu (2018) señala en su investigación titulada *‘Inteligencia de negocios en la gestión del conocimiento del área de informática del servicio de traumatología del Hospital Arzobispo Loayza, Lima – 2017’* emplea un diseño no experimental, explicativo de corte transversal, a 120 trabajadores del área de traumatología, donde se evidenció que el business intelligence impacta la administración del conocimiento en el campo, asimismo cada dimensión de la inteligencia de negocios (los sistemas de información, innovación y la toma de decisiones) influyen de manera significativa, siendo principalmente hombres los encargados de esta área.

Fernández (2018) en su investigación *‘La influencia de la inteligencia de negocios en el análisis de información de ventas de la importadora y distribuidora Jiménez E.I.R.L, en la ciudad de Nueva Cajamarca, 2017’*, emplea un método aplicado de nivel descriptivo y con un diseño experimental; teniendo como técnicas de información las entrevistas, encuestas, registros y técnica de fichaje proporcionados por la empresa, enfocándose en obtener un examen de los datos de ventas de la empresa distribuidora e implementar una solución a través de una plataforma de información web en el cual se llegue a determinar si se logra una mejora en base al análisis planteado, logrando como resultado que al implementar la inteligencia de negocios se pudo agilizar

el acceso a la información de la empresa teniendo un análisis más completo de los datos de ventas, además de observar que también ayudó en un aumento significativo en la satisfacción del cliente y un eficiente control en cada proceso administrativo.

Huanca (2015) en su investigación titulada *‘Inteligencia de negocios para la Administración de la empresa Central Electrónica Power de la ciudad de Juliaca’* llega a brindar una solución de la inteligencia de negocios a la empresa, buscando demostrar la influencia del capital humano en la inteligencia de negocios; además del cómo los recursos financieros y los recursos de los mercados lógicos impactan en el desarrollo de las tomas de decisiones; teniendo una investigación nivel descriptiva bajo un nivel transeccional descriptivo, siendo su objetivo transformar los datos en información útil el cual brinde un soporte y respaldo a las tomas de decisiones estratégicas, logrando como resultado la formación de KPI’s para el respaldo de las tomas de decisiones, además de mejorar la productividad y desempeño de recursos humanos de la empresa.

Koo (2013) en su investigación titulada *‘Inteligencia de Negocios como soporte de decisiones y aplicación en marketing y dirección de la producción en la empresa QNETWORK SRL Cajamarca’*, buscaba utilizar el BI como un medio que genere una ventaja competitiva en las pymes, permitiendo un mejoramiento en las áreas de marketing y operaciones de la empresa Qnetwork S.R.L. Empleando una metodología con diseño no experimental transversal siendo un tipo de investigación descriptiva, asimismo las técnicas de recolección de datos se dieron mediante la observación y encuesta, buscando una unificación y mejora de los datos la cual puedan lograr identificar las técnicas adecuadas en BI en ambas áreas requeridas, dando como resultado que la

incursión en la tecnología analítica en la operación y en el seguimiento de procesos en la empresa llega a marcar una diferencia ante el mercado.

Teniendo en cuenta los antecedentes presentados se ha propuesto la siguiente interrogante de investigación: **¿Cuáles son las barreras de género más relevantes desde la perspectiva de las mujeres dedicadas al *business intelligence* en el sector de calzado en el año 2023?**, a fin de contribuir con la escasa literatura científica sobre brecha de género dentro del campo tecnológico y empresarial, en especial en la industria de manufactura de calzado, donde no se han encontrado investigaciones específicas que aborden esta temática de análisis.

El objetivo principal es comprender las barreras de género más relevantes desde la perspectiva de las mujeres dedicadas al business intelligence para la gestión administrativa de pymes del sector de calzado en Trujillo en el año 2023, considerando las características personales de las mujeres y cómo interactúan con estas barreras. Asimismo, se tiene como objetivos específicos los siguientes: Primero, identificar mujeres que se dedican al business intelligence y que perciban barreras de género en el desarrollo de esta labor para la gestión administrativa en pymes del sector de calzado en Trujillo en el año 2023. Segundo, elaborar una síntesis de situaciones y casos de barreras de género percibidas por las mujeres dedicadas al business intelligence para la gestión administrativa en pymes del sector calzado en Trujillo en el año 2023. Y, por último, establecer una clasificación y jerarquización de las barreras de género más relevantes a partir de la percepción de las mujeres que se dedican al business intelligence que permitan la comprensión del fenómeno para la gestión administrativa en pymes del sector calzado en Trujillo en el año 2023.

Según Palmer (1997) no se puede reducir una relación humana a simples datos o

estadísticas, ya que esto no reflejaría la complejidad y riqueza de la fenomenología. Es importante considerar la dimensión subjetiva y emocional de las relaciones humanas para entenderlas plenamente, por ende, se puede asumir que existe diversas barreras de género en el uso de business intelligence para la gestión administrativa de pymes del sector de calzado en Trujillo, 2023.

La hipótesis de investigación en este caso parte del hecho que existen diversas barreras de género que afectan a las mujeres que laboran en temas vinculados con la tecnología, por lo que se busca comprender cuáles son estas limitantes bajo el enfoque del Techo de Cristal (Franco, 2018), y bajo esa perspectiva establecer una serie de nuevos supuestos que sean contrastados en investigaciones futuras.

La justificación teórica de este estudio es que brinda aportes en la metáfora de techo de cristal, donde la autora Franco (2018) explica que la poca participación de la mujer en el ámbito laboral y los escasos puestos directivos que obtienen, aun pese a su buena capacitación y formación de los cargos, se debe ante la falta de confianza a las aptitudes de las mujeres y el cómo devalúan sus logros. Por ello, en la presente investigación se permitirá analizar las opiniones de mujeres en empresas pyme para una comprensión de su perspectiva que contribuya al vacío de información existente en el tema. La justificación práctica se enfoca en la necesidad de la equidad de género en empresas de calzado a nivel regional y nacional, donde cada vez son necesarios más especialistas en analítica de datos, pero con una clara prioridad a hombres sobre mujeres, sin comprender realmente las limitaciones que las mujeres perciben. Por último, como justificación metodológica se encuentra el hecho de que el estudio presentado se sustenta en el método ZMET (Zaltman, 1996) empleado en distintas investigaciones cualitativas en el campo empresarial, por lo que se cuenta con una ruta clara de aplicación del modelo de gestión de investigación.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

En el contexto actual es fundamental entender las barreras de género en el entorno laboral y su influencia en la toma de decisiones empresariales. Según un reporte del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España (CSIC), en 2020 la falta de diversidad y la desigualdad de género en el entorno laboral son una de las barreras más significativas dentro de las empresas de este país. Es necesario reconocer que las barreras de género en el ámbito laboral no solo afectan la vida de las mujeres, sino también la calidad y la diversidad de los equipos y organizaciones. La eliminación de estas limitaciones puede resultar en una mayor capacidad de innovación y competitividad empresarial, lo que puede resultar beneficioso para todas las partes involucradas.

Esta investigación adopta un enfoque cualitativo; que según los autores Hernández & Mendoza (2018) tiene como objetivo explorar y describir un fenómeno complejo (pág. 234). También es de tipo no experimental, dado que se basa en observar el fenómeno sin alterar su contexto natural y así poder analizarlo. En este caso, el estudio se realiza con la participación de mujeres dedicadas al *business intelligence*, donde se tuvo manipulación alguna de las situaciones que afrontan en sus centros de trabajo.

Por eso mismo, también emplea un diseño descriptivo fenomenológico, ante eso Embree (2003) menciona que la fenomenología trata de las experiencias de los sujetos (sin contar los gustos u opiniones personales), debido a que implican la observación, información y reflexión sobre el cómo se relaciona con los objetos y de cómo son una vez dado, vivenciados en sus caracteres generales.

En la fenomenología se puede encontrar dos enfoques, las cuales son empírica y hermenéutica, pero debido a la estructura de la investigación se concentra en una fenomenología empírica. Esto se debe a el estudio se orienta a una perspectiva de las mujeres dedicadas al business intelligence en el sector calzado y que hayan tenido alguna barrera por su género en el sector, en donde se busca la comprensión de los demás sobre la experiencia de estas mujeres, y no solo aquello sino también el tomar conciencia sobre las dificultades que presentan. Wilson (2007) menciona que en este enfoque se tiene más en cuenta en describir las experiencias de los participantes y menos en percepción de los investigadores.

Según los autores Hernández, Fernández, & Baptista (2014) la población es la recopilación de todos los casos que corresponden a detalles particulares y deben estar claramente identificados por su contenido, ubicación y tiempo (pág. 174). En esta investigación, se tiene como población a 20 mujeres que trabajan en las áreas administrativas con funciones de business intelligence en empresas pyme de calzado, de las cuales se logró una muestra de 10 mujeres teniendo en cuenta la accesibilidad y que satisficieran los requisitos establecidos para participar en el estudio como que: tuvieran experiencias relacionadas con barrera de género y residan en la ciudad de Trujillo. Por ello se realiza un muestreo por conveniencia, ya que recluta a personas que estén fácilmente disponibles o dispuestas a participar en nuestro estudio. A pesar de que este método es rápido y económico, es importante tener en cuenta que puede introducir sesgos debido a la falta de representatividad en la muestra.

Bavaresco (2006) menciona que las tres técnicas: Observación directa, simple o experimental.; la observación documental o Bibliográfica; y la observación mediante encuesta

(cuestionario, entrevista y escala de actitudes) conducen a la confirmación del problema planteado. Y cada tipo de investigación determina que técnicas utilizar, siendo que son las que establecen las herramientas, instrumentos o medios que se implementarán (pág. 95). Es por ello, en esta investigación se utilizó la Técnica de Investigación de Metáforas Zaltman (ZMET), el cual permite a los investigadores conocer un espectro más amplio en base a conocimientos y vivencias de los entrevistados (Coulter y otros, 2001). El uso de ZMET ayuda a percibir lo que la población quiere expresar, por lo que se debe de exponer el conocimiento fáctico (información o hechos recordados por la persona), el conocimiento emocional (las emociones sobre las vivencias en donde sufrieron alguna barrera de género), el conocimiento experiencial (eventos o personas del pasado asociados a su experiencia de barrera de género), y el conocimiento interpretativo (los significados asignados al conocimiento de uno) (Zaltman, 1997; Coulter y otros, 2001). Este método se basa en el uso de imágenes en el cual permiten deducir su punto de vista y que los informantes puedan obtener representaciones mentales de los entrevistados, debido que, las imágenes retienen elementos más profundos de la conciencia humana que las palabras, reflejando creencias, pensamientos o emociones inconscientes (Harper, 2002). Así mismo, Contardo (2003) menciona que el método ZMET logra ser parte del lado del cerebro que controla las emociones y sentimientos de las personas, en vista de que se incentiva a la memoria a través de las imágenes logrando captar referencias inconscientes del involucrado.

La convocatoria de las 10 mujeres participantes dedicadas al *business intelligence* se realizó con la búsqueda de los investigadores en varias pymes de Trujillo que están dedicadas al calzado, previamente a la selección de las participantes se hizo mención del concepto de brecha de género y de los ejemplos en situaciones que esta se demostraba, en el cual se sintieron

identificadas en algunas de ellas y por el cual accedieron a realizar la entrevista. Primero se les pidió que analicen las ocho (08) imágenes que fueron enviadas con una semana de antelación, el cual puedan ellas reflejaran sus pensamientos y sentimientos sobre su perspectiva de brecha de género. Luego, se les solicitó que seleccionaran las imágenes cuidadosamente para tener el conjunto seleccionado que facilite expresar sus emociones e ideas. Además, se les informó que pasarían hasta dos horas discutiendo las imágenes. Ante la semana establecida, cada colaboradora participó con los investigadores en una entrevista individual semiestructurada, que se centró en las imágenes escogidas para obtener una información más detallada. Cada encuentro duró unos 90 minutos y siguió el protocolo ZMET de ocho pasos.

Por consiguiente, resulta crucial destacar que al realizar una investigación que implica la participación de individuos, especialmente cuando se abordan temas sensibles como las vivencias vinculadas a las barreras de género, es esencial tener en cuenta una serie de consideraciones éticas para salvar el bienestar y la protección de dichos participantes, así como el consentimiento informado junto a la confidencialidad y anonimato de las participantes.

Tabla 1

Perfil de las entrevistadas

ENTREVISTADA	EDAD	OCUPACIÓN	PROFESIÓN	RESIDENCIA	SITUACIÓN ACTUAL	TIEMPO EN LA INDUSTRIA
Entrevistada 1	30	Administradora	Especialista en Visualización de Datos para la Industria del Calzado	Trujillo	Empleada	8 años
Entrevistada 2	23	Contadora	Especialista en Calidad de Datos	Trujillo	Desempleada	1 año y medio

Entrevistada 3	31	Sub gerente	Analista de Negocios	de	Trujillo	Desempleada	9 años
Entrevistada 4	24	Analista financiera	Analista Datos	de	Trujillo	Empleada	2 años
Entrevistada 5	37	Gerente de finanzas	Analista de Ventas y Marketing en la Industria del Calzado	de y	Trujillo	Empleada	14 años
Entrevistada 6	26	Técnica	Especialista en Análisis de Competencia	de	Trujillo	Empleada	3 años
Entrevistada 7	25	Ingeniera de desarrollo	Analista de Diseño y Desarrollo de Productos	de y de	Trujillo	Desempleada	2 años y medio
Entrevistada 8	31	Analista comercial	Analista de Experiencia del Cliente	de	Trujillo	Desempleada	10 años
Entrevistada 9	33	Analista contable	Consultor de Business Intelligence	de	Trujillo	Empleada	12 años
Entrevistada 10	26	Asistente de planillas	Analista de Precios y Margen Beneficio	de y de	Trujillo	Empleada	4 años

Nota: En esta sección se muestran las características de las participantes.

En el paso 1, la Narración, se les pidió a las mujeres que explicaran cómo se relacionaba cada imagen con su conocimiento sobre la brecha de género en el business intelligence. Los relatos de las entrevistadas permitieron a los investigadores entender el significado de cada imagen por boca de las mismas participantes, sin tener que hacer supuestos. Por lo tanto, a diferencia de la investigación por encuestas, las partícipes promovieron la generación de datos.

En el paso 2, se les preguntó a las entrevistadas si había alguna imagen que esperaban haber traído a la entrevista, pero no pudieron encontrar o no se les fue enviada. Según Zaltman (1997)

estas imágenes ausentes pueden expresar elementos importantes del conocimiento de las personas sobre un tema y se debe de dar la importancia necesaria.

El paso 3, los investigadores solicitaron a las participantes que agrupen las imágenes ya seleccionadas ante su criterio personal, teniendo la cantidad de categorías que estimase conveniente.

Por eso mismo, en el paso 4, se les formuló preguntas referidas a similitudes y diferencias entre las categorías que las participantes previamente seleccionaron, permitiendo utilizar el procedimiento del escalonamiento, el cual permite que las imágenes sirvan como estímulo y se genere una narración profunda de la historia.

En el paso 5, se pidió a las colaboradoras que identificaran la imagen que mejor representa sus pensamientos y sentir sobre la brecha de género en el business intelligence y que expliquen el por qué seleccionaron esa imagen en particular. Después, se les pidió que identificaran la segunda y tercera imágenes más representativas con sus respectivas explicaciones del por qué fueron elegidas. El objetivo de este paso fue facilitar una comprensión de la importancia respectiva de varios hechos, emociones y pensamientos para guiar las posturas y conductas de las personas sobre la brecha de género.

Para ello, hay que tener en cuenta cierto comentarios dados, por ejemplo:

“Mi camino profesional se ha desarrollado en el ámbito de la contabilidad, donde mi formación y pasión se han fusionado. Sin embargo, a medida que avanzaba en mi carrera como analista contable, me enfrenté a desafíos relacionados con la discriminación de género y obstáculos que dificultaban mi avance. Esto me llevó a explorar nuevas oportunidades en campos donde la igualdad de género se percibe de manera más marcada, como el business intelligence. Actualmente, trabajo como consultor en esta área y disfruto de mi labor, pero no puedo evitar sentir que la discriminación de género ha influido en mi elección y en mi capacidad para ejercer plenamente mi profesión original como analista contable”.

“Como administradora de formación y pasión, me encuentro trabajando como especialista en visualización de datos para la industria del calzado debido a la brecha de género en mi campo original. A pesar de contar con las habilidades y la preparación necesaria, he enfrentado discriminación y limitaciones en mi carrera administrativa, lo que me llevó a buscar oportunidades en un campo donde la igualdad de género es más evidente. Aunque disfruto mi trabajo actual, siento que la discriminación de género ha impedido que ejerza mi profesión principal como administradora”.

En el paso 6, se solicitó a las entrevistadas que seleccionen las imágenes que no representan su perspectiva de la brecha de género, para así obtener una idea del cómo sería su vida laboral sin tener en cuenta los hechos y vivencias del actual tema a tratar.

El paso 7, dirigió la atención de las participantes de las experiencias sensoriales asociadas con sus representaciones mentales de la brecha de género en el business intelligence. Se les pidió que imaginen y relaten una historia donde se describen cómo sería el sabor, el sonido, el olor, el tacto o el aspecto de la brecha de género, si esta fuera una cosa. Debido que, al obtener esta

información sensorial, los investigadores observan la percepción de las personas sobre el tema, además que se pueden revelar pensamientos y emociones inconscientes.

El último paso, el Paso 8, implicó la creación de un mapa mental por cada participante. En el cual cada participante pueda representar sus pensamientos y emociones vinculados en la brecha de género teniendo como resultado un mejor reflejo de su sentir. Además, se les pidió una explicación sobre este y de los pasos que se llegó a tener en cuenta para su mapa mental.

Por eso, se llevó a cabo las entrevistas, lo cual Canales (2006) menciona que se basa en un diálogo directo entre el investigador y el sujeto de estudio, con el objetivo de obtener respuestas a las incógnitas planteadas sobre la cuestión propuesta. No obstante, son entrevistas semiestructuradas debido a que estas permiten una mayor flexibilidad, accediendo a que los entrevistados puedan aclarar términos, identificar tergiversaciones y que se puedan expresar con más libertad (Díaz, Torruco, Martínez, Valera; 2013). De igual manera, para llevar a cabo la entrevista semiestructurada mediante el método ZMET, se tiene que tener en cuenta 8 pasos, del cual permitirá a través de las imágenes el captar la comprensión de las ideas y emociones de las personas

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Antes que nada, se comenzó con una revisión de la información recolectada, debido a que se realizó la técnica ZMET, se tuvo precaución con las metáforas profundas identificadas en cada entrevista (Anexo 1). Seguidamente, se llevó a cabo cada paso de la técnica en donde se realizó la elaboración y clasificación en los constructos resultantes, permitiendo así a la elaboración del mapa de consenso que representa los pensamientos y sentimientos de las mujeres dedicadas al *business intelligence* que perciben barreras de género en el desarrollo de la gestión administrativa en pymes del sector de calzado en Trujillo.

Para responder al primer objetivo que se enfoca en comprender las barreras de género desde la perspectiva de las mujeres dedicadas al business intelligence para la gestión administrativa de pymes del sector de calzado en Trujillo en el año 2023, considerando las características personales de las mujeres y cómo interactúan con estas barreras, se han empleado entrevistas en profundidad que permiten conocer.

Se realizó la aplicación de las diez entrevistas individuales en donde cada mujer debe de acudir con una interpretación de las ocho fotografías anteriormente enviadas. Los investigadores llevaron a cabo la digitalización de cada imagen y grabaron los audios de todas las entrevistas; asimismo, se transcribieron las entrevistas, identificando las frases e ideas clave pertinentes para el estudio. Luego, se llevó a cabo la categorización de los conceptos clave, las emociones y reflexiones profundas en categorías de significado conocidas como constructos mentales. Esta clasificación se realizó cualitativamente, basándose en el criterio del investigador y una vez que todas las ideas clave se agruparon en constructos, se creó un mapa de consenso.

RESULTADOS MÁS RELEVANTES DE CADA CATEGORÍA

Debido a la aplicación de esta metodología, se presenta los resultados más destacados durante las entrevistas detalladas llevadas a cabo a las mujeres dedicadas al business intelligence y perciban barreras de género en la gestión administrativa de empresas pymes en el sector calzado. Es fundamental recordar y reiterar a cada participante se les ha comunicado que no hay respuestas correctas o incorrectas en este estudio de investigación. Todas sus opiniones son de vital importancia, independientemente del nivel de detalle o profundidad de sus respuestas. Asimismo, se les ha explicado claramente que tienen total libertad para expresar sus sentimientos, emociones y perspectivas.

Etapa 0: Instrucciones previas a la entrevista

Una semana antes de la entrevista, se pidió a cada participante que revisara las ocho imágenes enviadas, donde sientan que se logra representar sus sentimientos y pensamientos profundos respecto a su percepción de las barreras de género en la gestión administrativa.

Etapa 1: Relato de la historia en cada imagen

En los dos días de entrevista, se les proyectó cada imagen en donde se les recordó el propósito del estudio y el cómo se llevaría a cabo. En esta primera etapa se abarcó la mitad del tiempo de la entrevista, ya que ante las preguntas sobre aspectos puntuales de las imágenes las entrevistadas lograron una mayor generación de ideas claves y conceptos relevantes, que posteriormente llegarían a los constructos.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de experiencias vividas durante su tiempo en el trabajo.

CUADRO 1 Relatos de las historias

"...Mientras me encuentro en el trabajo, yo suelo realizar mis actividades diarias que me corresponden. Pero la mayor parte de las veces realizo actividades fuera de mi área, en donde hago muchísimo más "esfuerzo" y hago el doble de trabajo que el de mis compañeros durante el turno laboral. Realizando actividades en las cuales no me corresponden a mí y mucho menos en el puesto que llevo yo a cargo. Haciendo de todo esto una desigualdad o una indiferencia en las distintas actividades que yo realizo con mis compañeros de trabajo."

"En mi experiencia, he notado una brecha de género evidente en el campo de la programación de software. A menudo he presenciado cómo las mujeres son subrepresentadas en equipos de desarrollo y cómo se enfrentan a desafíos adicionales en el avance de sus carreras. Por ejemplo, a menudo se les asignan tareas más administrativas o de soporte en lugar de proyectos técnicamente desafiantes. Además, las mujeres pueden enfrentar prejuicios y estereotipos, lo que puede resultar en una falta de reconocimiento y promoción profesional..."

"...Además, he observado que las mujeres a menudo luchan por obtener igualdad salarial en comparación con sus colegas masculinos, incluso cuando tienen un nivel de habilidad y experiencia similar. Esto crea una disparidad económica entre los géneros y puede afectar su motivación y satisfacción laboral"

"...Desde pequeña he visto que hay cierta influencia ejercida sobre las personas en términos de comportamiento, estilo y carrera está en gran parte determinada por el género. Es por esto que considero que a las mujeres no se les alienta lo suficiente para incursionar en el ámbito del emprendimiento, los negocios o la tecnología. A partir de mi experiencia, ingresar en este dominio y encontrarse como la única mujer en el equipo puede resultar abrumador."

"Las mujeres en general nos enfrentamos a una menor consideración profesional en comparación con los hombres, lo que dificulta que se nos reconozca como autoridades en nuestro campo. Es una situación frecuente que me piden transferirlos a un hombre, también en ocasiones la gente asume que soy la asistente de mi jefe, a pesar de que ocupa un cargo de nivel directivo."

"Guardo en mi memoria el recuerdo de mi primer día en una empresa, cuando crucé la puerta de la oficina y me percaté de algo de manera repentina: no había ninguna otra persona como yo. En ese lugar, yo era la única mujer presente".

"A medida que progresaba en mi trayectoria profesional, me enfrentaba constantemente a la necesidad de demostrar mi valía, de demostrar que tenía la capacidad de desempeñarme de manera excelente, sin importar que fuera una mujer."

Etapa 2: Imágenes perdidas

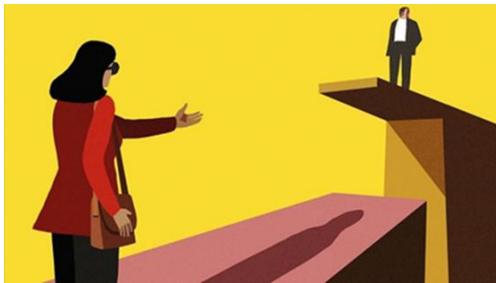
Durante esta etapa, se le preguntó a cada participante si durante la etapa 0 hubo alguna imagen que creen que nos faltó enviar o que hayan buscado y no se les fue posible encontrar alguna que represente su sentir o pensamiento buscado.

En el cual las entrevistadas mencionaron que no encontraron imágenes que se observe la cantidad de responsabilidad y presión que reciben a comparación de los hombres que efectúan el mismo cargo, sin contar la diferencia de salario que hay en ambos géneros. Cada una de estas imágenes fue presentada en una hoja pequeña y cada entrevistada tuvo que narrar su historia de manera similar a las demás imágenes durante la etapa anterior.

Etapa 3: Tareas de clasificación

Dado que nuestras entrevistadas cuentan con una trayectoria profesional antes de su actual trabajo, también pueden proporcionarnos la experiencia de sus antiguos trabajos. Ante eso, se realizó dos clasificaciones, las mujeres que en la mayor parte de sus puestos de trabajo experimentaron alguna situación de brecha de género y las mujeres que no se han visto expuestas a situaciones así con mayor frecuencia que el anterior grupo.

Grupo 1: “Este grupo representa que, aunque tengas un buen equipo de trabajo unido y cohesionado para lograr los objetivos, es importante que la valoración monetaria que le das a tu trabajo y la valoración monetaria que te da la empresa sean iguales, además de sentir que lo que aportas a la empresa es importante, ya que no te asegura que te respeten tus aportaciones o que la valoren solo por tu género”.



Grupo 2: “Este grupo representa el hecho de que es importante tener buenas relaciones con el equipo de trabajo y que éste se sienta cómodo con las funciones que tú estás desempeñando, tener un ambiente grato con las condiciones adecuadas, además que tienen en cuenta que recibes salario conforme al mercado y un buen desenvolvimiento profesional”.





Para el desarrollo del primer objetivo específico, que es identificar mujeres que se dedican al business intelligence y que perciban barreras de género en el desarrollo de esta labor para la gestión administrativa en pymes del sector de calzado en Trujillo en el año 2023, se llevó a cabo la realización de la etapa 4.

Etapa 4: Descubrimiento de constructos

Se les pidió que clasificaran sus imágenes en grupos según consideraran adecuado. Una vez que se organizaron los grupos, explicaron cada uno y les asignaron nombres representativos. Posteriormente, identificaron las diferencias y similitudes entre los grupos, y en situaciones en las que el investigador lo consideró pertinente, este ejercicio se llevó a cabo a nivel de imágenes individuales.

Provocación de constructos: Generación de grupos

CUADRO 2 Generación de grupos

GRUPO 1:

“La facilidad del género masculino en tener más oportunidades, no solo en la vida laboral, siendo **difícil** para una mujer conseguir el mismo acceso sin tantos problemas”

“La imagen de las escaleras demuestra la **frustración** de las mujeres en cómo tiene que luchar más para obtener el mismo puesto que un hombre”

“Se tiene muchas cosas en cuenta para que una mujer llegue a un puesto importante, tanto tu vida privada como profesional, en cambio en los hombres toman solo su desarrollo profesional en cuenta, las imágenes representan **las dificultades la superación laboral de una mujer contra un hombre**”.

Grupo 2:

“Representa **equidad**, que tienen la **misma cantidad dividida de trabajo**, me refiero a que es un grupo de trabajo y simplemente tanto la mujer como el hombre que hicieron el mismo trabajo”

“Metafóricamente puede entenderse como si fuera un puente de entendimiento, comprensión o llegar a una meta común, en donde ambos son **responsables** y contribuyen igual”.

“Representa la idea de que **todos valen lo mismo**, ignorando la idea de hombre o mujer, es ideal de una sociedad casi supuesta dónde para todos están los mismos pasos de **justicia** sin beneficiar a ninguno”.

Provocación de constructos: Diferencias entre imágenes



Luego de la exploración y las asociaciones de cada imagen, se comienza notar diferencias y similitudes en las respuestas de las participantes. Logrando diferir en sus interpretaciones de cada imagen, de lo que ellas asocian a brecha de género y lo que no lo es según su experiencia laboral.

La primera imagen representa en como ambos obtienen la misma responsabilidad y beneficios en su lugar de trabajo, me siento representa en mi actual centro laboral. En cambio, la segunda foto, puedo sentirme identificada no solo de mis anteriores trabajos sino también en varios aspectos de mi vida, la frustración y desilusión del cómo se maneja varios puntos de la vida.

Etapa 5: La figura representativa

El 7 de 10 mujeres entrevistadas encontraron una mayor representación de sus vivencias en la imagen número 6, en donde visualizan el como la línea de carrera de las mujeres se ve estancado mientras que en los hombres aún tienen más acceso a superarse profesionalmente. En cambio, el resto escogió la imagen número 7, del cual se observa la diferencia en el ámbito salarial a pesar de tener el mismo cargo que ellos.



“Como mujer sientes que tienes más obstáculos para llegar a tener un alto mando en una empresa, combates con las ideas machistas de los hombres en donde te creen incapaz de tener un buen manejo o que lograste aquel puesto por ayuda de otro hombre, sientes que tu vida profesional llega a solo a un punto y te estancas”.



Para este caso, se descubrió que la mayor parte de las mujeres siendo el 60% de las entrevistadas se encontraban en un caso similar al mostrado. En el cual mencionaron que “Los

salarios es un tema del cual siempre se ha comentado, sí estamos logrando llegar a una igualdad a través de una constante lucha, pero aún falta lograr que esto ocurra en su totalidad, cuando llegas a comparar tu salario con un compañero estando en el mismo puesto de trabajo te das cuenta que, aunque la diferencia sea ligera sigue existiendo una sin importar si tu llevas trabajo extra a casa o te quedas haciendo horas extras para lograr el objetivo de la empresa”.

Etapa 6: Imágenes opuestas

En esta etapa, hemos realizado las preguntas de que imágenes ellas creían que no se representaba la brecha de género, lo cual señalaron imágenes en donde observaba una equidad entre ambos géneros, teniendo una idea clara de lo que investigadores requerían.

En estas imágenes se observa que la aportación tanto de mujer como hombre es la misma, en donde se obtienen las mismas oportunidades en su vida profesional y reciben el mismo trato, es por eso, que las entrevistadas mencionan que no se sienten identificadas totalmente con estas imágenes debido a sus experiencias laborales anteriormente mencionadas.



Etapa 7: Imágenes sensoriales

En contraste de las fases previas, en esta etapa no se utilizó la fotografía. En su lugar, se pidió a los participantes que describieran, mediante metáforas relacionadas con sus sentidos (excepto la vista), cómo percibían la satisfacción o insatisfacción en el trabajo.

Anteriormente se dividió en dos grupos, el primero que ha experimentado más situaciones de brecha de género y el segundo grupo que sí lo ha vivido, pero no con mayor frecuencia que el primero.

Primero grupo:

CUADRO 3 Imágenes sensoriales

“ En mi primer día de trabajo en una empresa tecnológica, me emocioné ante la oportunidad de demostrar mis habilidades. Sin embargo, pronto percibí un **sabor** amargo en la experiencia cuando noté que mis ideas eran frecuentemente pasadas por alto en las reuniones a favor de las sugerencias de mis colegas varones. A pesar de mi conocimiento y entusiasmo, parecía que la brecha de género obstaculizaba el reconocimiento de mi valía profesional.”

“Un **sonido** en que podría reflejar, sería en el ruido blanco, siento que este podría suceder cuando vives un momento injusto en donde no sabes que decir ni cómo actuar, tu mente simplemente se nubla...”

“Ante un momento no agradable, se representaría en **tocar** algo áspero, que te genera una sensación incomoda y que no quieres volver a tocar”.

“Cuando ingresé emocionada a mi nueva oficina, el **sabor** amargo de la brecha de género me golpeó como un jarro de agua fría. A medida que conocía a mis colegas, no pasó mucho tiempo antes de que notara que las oportunidades y el trato no eran los mismos para todos. A pesar de tener la misma experiencia y habilidades que algunos de mis compañeros masculinos, me di cuenta de que se me asignaban tareas menos desafiantes y no se me consideraba para proyectos importantes. Ese sabor amargo se intensificó cuando me di cuenta de que los hombres con menos experiencia que yo estaban siendo promovidos rápidamente, mientras que mi ascenso parecía estar estancado”.

“ Durante una reunión de equipo, el **sabor** agrio de la brecha de género se volvió inconfundible. A pesar de mi experiencia y aportes al proyecto, mis ideas fueron minimizadas, mientras que las de mis colegas varones eran aplaudidas. Era como si mi voz no tuviera el mismo peso en la toma de decisiones”.

“En mi búsqueda de empleo, el **aroma** desagradable de la desigualdad de género inundó cada entrevista. A menudo, los empleadores asumían que, como mujer, mi compromiso con el trabajo sería menor debido a mis responsabilidades familiares. Ese olor persistente dejaba claro que la brecha de género seguía afectando las oportunidades laborales”.

Segundo grupo:

“Al ser reconocidas nuestras contribuciones en la empresa, el **olor** dulce del empoderamiento se extendió por la oficina. Como mujer, el que veas que tus logros sean valorados y recompensados al igual que los de sus colegas masculinos, llegas a apreciar que van fomentando un ambiente de trabajo más motivador y satisfactorio”.

“En nuestra empresa pyme se adoptó prácticas de reconocimiento equitativo, para nosotras se sintió el **sabor** dulce del empoderamiento que se difundió en nuestro lugar de trabajo. Las contribuciones de todos los empleados, mujeres y hombres, fueron celebradas por igual, impulsando una mayor motivación y un sentido de pertenencia en el equipo.”

“Desde la inclusión activa de mujeres en la toma de decisiones ha resultado en un enfoque más completo y equilibrado hacia nuestros proyectos y estrategia, la **fragancia** fresca de la equidad y la diversidad se propagó en nuestra empresa PYME”.

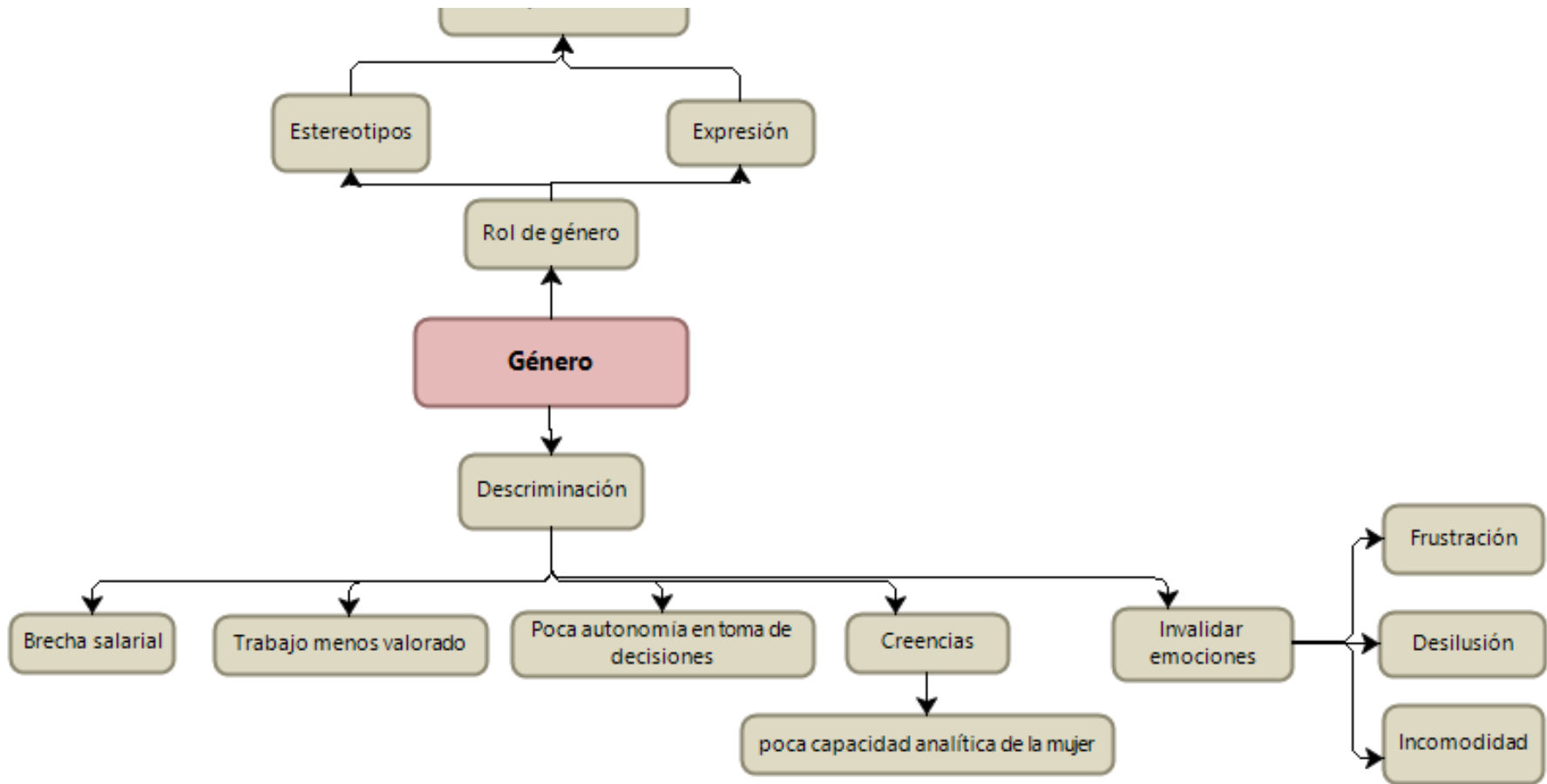
“Cuando comenzamos a revisar nuestros procesos de toma de decisiones en busca de sesgos de género, el **olor** limpio del cambio y la mejora inundó nuestra empresa PYME. Al garantizar criterios de evaluación justos y basados en el rendimiento, hemos fomentado una cultura más transparente y equitativa”.

“Al brindar capacitación en liderazgo y toma de decisiones inclusivas, un **sabor** gratificante de progreso y aprendizaje llenó nuestra empresa PYME, donde cada miembro del equipo se sienta valorado y empoderado, sin importar su género”.

Con el fin de abordar el segundo objetivo específico que se centra en elaborar una síntesis de situaciones y casos de barreras de género percibidas por las mujeres dedicadas al business intelligence para la gestión administrativa en pymes del sector calzado en Trujillo en el año 2023, se ha realizado un mapa mental que permiten mostrar las conexiones y relaciones entre los distintos constructos. (Figura 1)

Etapa 8: El mapa mental

Figura 1 Mapa mental



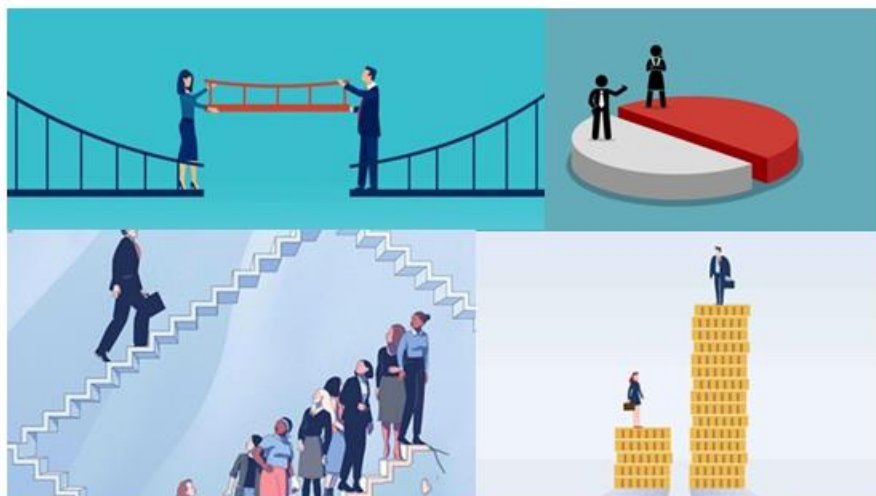
Etapa 9: Digitalización de imágenes

En este paso se finaliza el proceso de la entrevista ZMET, con el propósito de resumir las declaraciones de las entrevistadas. Esto se logra a través de la creación de un cuadro que incorpore las imágenes clave que dieron lugar a los sentimientos y pensamientos relacionados con la situación estudiada. Para llevar a cabo esta fase, los investigadores digitalizaron las imágenes proporcionadas por las participantes.



“En mi primer trabajo no solo observaba que la mayor parte de las acreditaciones iban hacia los hombres, sino que también hubo una notable **brecha salarial**, estábamos realizando las mismas responsabilidades, pero ellos eran quienes tenían más privilegios”

“He estado tanto en un ambiente laboral en donde era muy notable la brecha de género como en otro en donde se luchaba para erradicarlo, es notable la diferencia entre ambos lugares y el cómo aporta a tu vida profesional”



Finalmente, con el propósito de abordar el tercer objetivo específico que se dirige a establecer una clasificación de las barreras a partir de la percepción de las mujeres que se dedican al business intelligence que permitan la comprensión del fenómeno para la gestión administrativa en pymes del sector calzado en Trujillo en el año 2023, por eso, el mapa de consenso ayudará con la representación visual, que combina las percepciones y asociaciones para interpretar la percepción de las mujeres ante las barreras de género en sus centros laborales.

Etapa 10: Mapa de consenso

Ante un mapa de consenso, se debe de llevar un proceso, en el cual primero se busca la elaboración de constructos.

Un constructo no refleja una conducta real de las personas, sino que denota las interpretaciones realizadas por el investigador basándose en la información recopilada en el estudio. En este caso, se crearon dos tipos de constructos:

- Declaraciones espontáneas: Estos constructos corresponden a las afirmaciones o respuestas que los participantes dieron de manera directa y sin que fueran influenciados por el investigador. Estas declaraciones proporcionan una visión genuina y sin filtro de las percepciones y opiniones de los entrevistados.
- Interpretaciones de declaraciones: Estos constructos se generan a partir del análisis e interpretación de las declaraciones espontáneas realizadas por los participantes durante las entrevistas. El investigador puede identificar patrones, temas o ideas recurrentes en las respuestas de los entrevistados y, a partir de ello, crear constructos que reflejen la esencia de esas interpretaciones.

Estos constructos permiten identificar los "nodos" del mapa de consenso, que son los puntos clave o temas centrales en el análisis de los datos recopilados.

A continuación, se muestran los constructos surgidos de las entrevistas, junto con sus respectivas categorizaciones.

Constructo 1: Brecha Salarial

CUADRO 4 Brecha Salarial

"Trabajo tan duro como mis compañeros masculinos, pero no puedo evitar sentir que siempre me están **pagando menos**. Es como si **mi esfuerzo no se refleja en mi salario**. Esto realmente debe cambiar."

"...Cuando decidí reducir mis horas para estar más presente en la vida de mis hijos. Pero eso significó una **disminución significativa en mi salario**. ¿Se supone que debemos elegir entre una carrera exitosa y ser madres comprometidas?"

"Me gradué con los mismos honores que mis colegas varones, pero parece que a menudo me dan proyectos menos importantes. Y cuando se trata de **salarios**, siempre **me siento como si tuviera que negociar el doble...**"

"Incluso como emprendedora, siento los efectos de la brecha salarial. **Los clientes tienden a regatear más conmigo que con mis colegas hombres**. Es frustrante que ni siquiera en mi propio negocio se me tome en serio."

Constructo 2: Desigualdad de oportunidades

CUADRO 5 Desigualdad de oportunidades

"Cuando estaba estudiando era muy normal observar pocas mujeres en la clase, y te hacía sienta que tenías que **superar más obstáculos para que tomen en serio**."

"... A pesar de mi experiencia y habilidades, **a menudo me pasan por alto para roles clave**."

"He perdido la cuenta de las veces que **mis ideas se han atribuido a mis colegas masculinos** en reuniones"

"...La idea de que **las mujeres no son buenas en tecnología** todavía está muy arraigada en la sociedad."

"La desigualdad se ve declinada por prejuicios inconscientes hasta en los procesos de contratación. **Las mujeres a menudo son juzgadas por diferentes estándares** y se les hacen preguntas personales que no se hacen a los hombres."

"La desigualdad de oportunidades es palpable en cada nivel. **Desde asignaciones de proyectos hasta promociones**, las mujeres a menudo enfrentamos obstáculos adicionales."

Constructo 3: Estereotipos de género

CUADRO 6 Estereotipos de género

"A menudo me siento como una rareza en mi equipo. La gente se sorprende cuando les digo de mi cargo. Parece que **la idea de que las mujeres no son buenas en todavía tecnología persiste.**"

"...He tenido que demostrar constantemente mi capacidad y conocimientos para ser tomados en serio.... Los estereotipos de que **las mujeres no son lo suficientemente lógicas o analíticas son agotadores.**"

"Es molesto que la gente asuma que, como mujer, **solo será buena en las partes 'humanas'**, en lugar de en los aspectos técnicos y de ingeniería."

"Encontrarse con comentarios de '¿estás segura de que sabes lo que estás haciendo?' es cuando tienes esa **percepción de que no pertenecen ahí.**"

"Me he dado cuenta de que los hombres a menudo tienen más confianza para postularse para puestos avanzados. En cambio, **las mujeres a menudo sienten que deben cumplir con un estándar más alto para ser considerados.**"

Constructo 4: Falta de referentes femeninos

CUADRO 7 Falta de referentes femeninos

"Cuando comencé mi carrera en tecnología, me habría sentido más segura y motivada si hubiera tenido mentoras a quienes recurrir. La falta de referentes femeninos puede hacer que **nos sintamos solas.**"

"La ausencia de mujeres en roles de liderazgo en STEM envía el mensaje de que **las mujeres no pertenecen en esos lugares.** Necesitamos ver a más mujeres en posiciones influyentes para romper esa percepción."

"Las historias de éxito de mis compañeros masculinos están por todas partes, pero encontrar historias inspiradoras de **mujeres en la industria de la tecnología es un desafío.**"

"Los referentes femeninos son esenciales para que las niñas y las jóvenes vean que no hay límites en lo que pueden lograr. **Necesitamos que más mujeres cuenten sus historias y experiencias.**"

Constructo 5: Falta de reconocimiento

CUADRO 8 Falta de reconocimiento

"A menudo siento que **mis logros son minimizados o atribuidos a mis colegas masculinos**. A pesar de mis contribuciones, a veces parece que el reconocimiento se otorga de manera desigual."

"He trabajado en proyectos que han tenido un impacto significativo, pero a menudo no se menciona mi contribución en los informes finales. Parece que el **reconocimiento es selectivo**."

"Los hombres en mi campo a menudo reciben crédito por sus ideas y descubrimientos, mientras que a las mujeres se les pasa por alto. Esto fomenta un ambiente en el que **las mujeres se sienten invisibles**."

"Mis logros son consistentes, pero **a veces me pregunto si estaría siendo más reconocido si fuera hombre**. La falta de reconocimiento equitativo es preocupante."

"La falta de reconocimiento adecuado también puede llevar a que las mujeres tengan **menos oportunidades para avanzar en sus carreras**"

Tabla 1 Constructos

Interpretación de declaraciones	Declaraciones espontaneas		
	Características	Contexto	Sensaciones/Emociones
Estimula un malestar emocional	Perjuicios	Brecha salarial	Incomodidad
A menudo me siento subestimada	Estereotipos	Desigualdad de oportunidades	Enojo
Poca ayuda en el crecimiento profesional	Expectativas sociales	Estereotipos de género	Desilusión
Aportes no siempre reconocidos		Falta de referentes femeninos	Fastidio
Equilibrio entre la vida personal y la vida profesional		Falta de reconocimiento	Intimidación
Sin sentido de pertenencia			Exclusión
			Frustración
			Sin motivación

Presión

Poca confianza

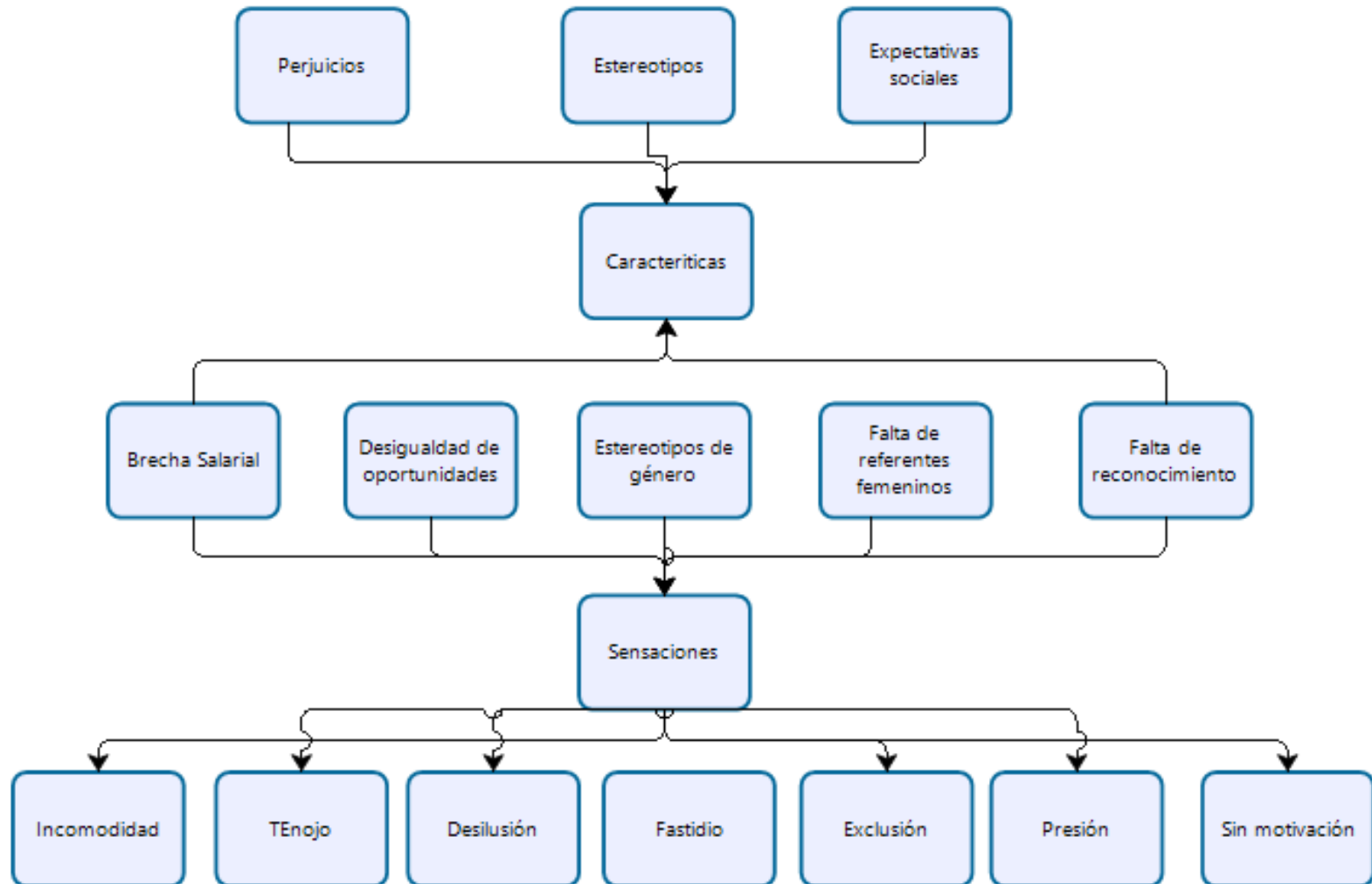
Para terminar los pasos del método ZMET y la presentación de los resultados, se elaboró el mapa de consenso (Ilustración 2). En este caso, se realizó un mapa que contiene en la parte central los constructos o conceptos (conceptos mentales empleados por individuos para elucidar una realidad intangible), vinculados con la realidad y declaraciones de las mujeres entrevistadas (Brecha salarial, Desigualdad de oportunidades, Estereotipos de género, Falta de referentes femeninos y Falta de reconocimiento).

En la parte superior, refleja tanto las características como los elementos psicoemocionales negativos, generados por la presencia de esos constructos o conceptos.

- Perjuicios: Pueden estar influenciados por creencias psicológicas y emocionales que una persona tiene acerca de un grupo en particular, lo que afecta su manera de interactuar con ellos.
- Estereotipos: Los estereotipos son simplificaciones y generalizaciones que se hacen sobre un grupo de personas en función de ciertas características. Estos estereotipos a menudo se basan en creencias psicológicas y emocionales, y pueden influir en cómo se perciben y tratan a las personas.
- Expectativas sociales: Son las normas y pautas de comportamiento que una sociedad espera que las personas sigan. Estas expectativas pueden estar relacionadas con creencias psicológicas sobre cómo deben actuar las personas en ciertas situaciones, y también pueden generar emociones como la presión social o la ansiedad si no se cumplen.

En la parte inferior, se encuentran las consecuencias generados por la ausencia de los referidos constructos o conceptos (Incomodidad, Enojo, Desilusión, Fastidio, Intimidación, Exclusión, Frustración, Sin motivación, Presión, Poca confianza); debido a la realización de constructos (Figura 2

Figura 2 Mapa de consenso



CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

DISCUSIÓN

El uso de la técnica ZMET en la investigación ayudo a profundizar en la mente subconsciente de los entrevistadas para comprender mejor sus percepciones, pensamientos y emociones ante alguna experiencia de brecha de género en el área de Business Intelligence en el sector calzado. Esta técnica hace uso de metáforas para desbloquear ideas y sentimientos que de otra manera podrían permanecer ocultos.

Es por eso, los investigadores López y Alarcón (2019) en su investigación *¿Existe un techo de cristal que limita el ascenso laboral a las mujeres en las empresas?* Mencionan una variedad de hechos que ante los datos obtenidos de en el análisis de las encuestas llevadas a cabo, se puede notar que aún hay constructos que persisten, como los estereotipos, la desigualdad de oportunidades de desarrollo y la falta de conciliación laboral y familiar, la doble jornada laboral (una mayor cantidad de trabajo a comparación de sus compañeros varones), demostrando que las mujeres aún pueden enfrentar desafíos para avanzar en sus carreras y alcanzar posiciones de liderazgo y toma de decisiones.

Igualmente, Morales y Rojas (2021) en su investigación *¿Percibimos una Brecha de Género en Carreras Asociadas a Tecnologías?* Se pudo observar que las mujeres perciben la presencia de actitudes machistas en campos relacionados con la tecnología, y los trabajadores en general tienden a creer que estas carreras son más apropiadas para hombres en términos de género. Los datos obtenidos afirman las declaraciones de las mujeres entrevistadas en la investigación, en

donde se menciona los perjuicios, estereotipos y expectativas sociales que hay en campo laboral de las carreras en tecnología.

García, Orozco & Salas (2020) en su investigación *El impacto del género del gerente sobre el desempeño organizacional: análisis en las pymes* identificó que los campos económicos predominantes entre las pymes de Santiago de Cali reflejan una tradición administrativa orientada hacia los hombres, dado que solamente un 26,6% de estas empresas cuenta con una mujer como gerente. Hay situaciones particulares en las que las mujeres podrían ofrecer un servicio superior de atención al cliente y posventa, y donde una mayor presencia femenina en puestos directivos podría aumentar la valoración del mercado hacia la empresa que promueve estas prácticas, no obstante, el entorno social y político local, así como los socios e inversores, no otorgan un reconocimiento significativo a las compañías que se destacan en estos aspectos. El 48% de los análisis que no detectan las diferencias de género en el rendimiento ya que se llevaron a cabo en ambientes económicos y sociales más equitativos, por eso, se sugiere que los altos cargos en empresas de tamaño mediano y pequeño diseñan políticas organizativas más adecuadas al entorno y sector económico en el que operan.

En cambio, la investigación se da en un contexto económico y social diferente, en donde las mujeres sí han percibido brecha de género, debido que el ambiente laboral (los 5 constructos encontrados: Brecha salarial, desigualdad de oportunidades, estereotipos de género, falta de referentes femeninos, falta de reconocimiento) o social (balance entre la vida laboral y la familia) en el que se encuentran.

Asimismo, la entrevista se lleva a cabo en varias etapas, y cada una de ellas juega un papel importante en la obtención de información profunda de los participantes. Una las etapas claves de

la entrevista ZMET es: "Etapa 1: Relato de la historia de cada imagen" porque se enlaza al objetivo general que es comprender las barreras de género desde la perspectiva de las mujeres dedicadas al business intelligence para la gestión administrativa de pymes del sector de calzado en Trujillo en el año 2023, permitiendo comprender la percepción individual de cada imagen y cómo se conectan con las experiencias personales de las entrevistadas, esto accedió a que se desencadenen reflexiones más profundas y emocionales.

A través de la "Etapa 4: Generación de constructos" se pueden identificar los pensamientos que no siempre son evidentes en las respuestas verbales directas, lo que ayuda a comprender más profundamente las percepciones de los participantes., siendo esencial para el desarrollo del primer objetivo específico, que es identificar mujeres que se dedican al business intelligence y que perciban barreras de género en el desarrollo de esta labor para la gestión administrativa en pymes del sector de calzado en Trujillo en el año 2023, además, captura y analiza estas emociones en detalle, lo que proporciona una visión más completa de la experiencia emocional de los participantes, desatando emociones como la frustración y dificultades en la superación de una mujer contra la de un hombre.

En la "Etapa 8: Mapa mental" ayuda a visualizar cómo diferentes elementos se relacionan entre sí y cómo contribuyen a la construcción de un significado más amplio, desarrollando la realización del segundo objetivo específico, que es elaborar una síntesis de situaciones y casos de barreras de género percibidas por las mujeres dedicadas al business intelligence para la gestión administrativa en pymes del sector calzado en Trujillo en el año 2023, que ante la investigación se observó puntos de discriminación como la brecha salarial, trabajo menos valorado, poca autonomía

en toma de decisiones, creencias en la poca capacidad analítica de la mujer y la invalidación de emociones ante una situación de brecha de género.

Finalmente, en la "Etapa 10: Mapa de consenso" se desenvuelve en el último objetivo específico, que trata de establecer una clasificación de las barreras a partir de la percepción de las mujeres que se dedican al business intelligence que permitan la comprensión del fenómeno para la gestión administrativa en pymes del sector calzado en Trujillo en el año 2023, en donde se enfocó en las 3 características que más destacaron, llevando a la realización de los 5 constructos (Brecha salarial, desigualdad de oportunidades, estereotipos de género, falta de referentes femeninos, falta de reconocimiento), teniendo en cuenta las emociones de cada mujer entrevistada.

CONCLUSIONES

La brecha de género en mujeres dedicadas al Business Intelligence es un tema complejo que requiere esfuerzos coordinados de la sociedad, las organizaciones y las instituciones educativas para lograr un cambio significativo, por eso el uso de la metodología ZMET logró que en este estudio se pudieran descubrir y comprender las razones subconscientes detrás de la percepción de brecha de género en las mujeres. Esta técnica permitió la narración de imágenes siguiendo un guion predefinido, a partir del cual se obtuvo información valiosa para la identificación y categorización de metáforas, lo que ayudó a explicar los sentimientos compartidos entre las entrevistadas que dan lugar a patrones de pensamientos similares. Esto adquiere relevancia considerando que se debe a una combinación de factores históricos, sociales y estructurales que han contribuido a la brecha de género.

Asimismo, se logró cumplir con el objetivo principal:

“Es comprender las barreras de género desde la perspectiva de las mujeres dedicadas al business intelligence para la gestión administrativa de pymes del sector de calzado en Trujillo en el año 2023, considerando las características personales de las mujeres y cómo interactúan con estas barreras.”

El propósito se logró satisfactoriamente, ya que se seleccionó exclusivamente a mujeres con atributos específicos, es decir, aquellas que se desempeñan en el ámbito de inteligencia de negocios dentro de la industria del calzado. El objetivo consistía en comprender los sentimientos y pensamientos de las entrevistadas en la ciudad de Trujillo, y este objetivo se alcanzó en su totalidad al aplicar la técnica ZMET a mujeres que han tenido experiencia laboral en entornos donde han percibido una brecha de género, al menos en una ocasión. Por ello, podemos decir que los sentimientos y pensamientos captados acorde al tema son negativos y desalentadores, y eso ocurre a pesar de que en la actualidad se busca la reducción de brecha de género.

En el tercer capítulo, se realizó un análisis más detallada de todas las entrevistas en conjunto.

También, se tiene como objetivos específicos los siguientes:

- 1) *‘Identificar mujeres que se dedican al business intelligence y que perciban barreras de género en el desarrollo de esta labor para la gestión administrativa en pymes del sector de calzado en Trujillo en el año 2023’*

El primer objetivo específico se cumplió totalmente, ya que antes de concretar la entrevista, se realizó una investigación ante una variedad de empresas pymes en el sector calzado en Trujillo, en búsqueda de mujeres que logren identificar con mayor claridad sus vivencias con brecha de género, en su actual o anteriores trabajos, y de que se encuentre dispuesta a contarlo.

Por brecha de género se tiene en cuenta los siguientes puntos:

1. Representación desigual: En muchos casos, hay una falta de representación equitativa de mujeres en roles relacionados con la inteligencia de negocios.
2. Salarios y oportunidades: Podrían encontrarse con desigualdades salariales y tener limitadas oportunidades de progreso o desarrollo profesional en contraste con sus pares masculinos dentro del ámbito laboral.
3. Sesgos y estereotipos: Existen percepciones culturales y estereotipos de género que pueden influir en cómo las mujeres son percibidas y evaluadas en roles tecnológicos, lo que puede limitar su avance profesional.

2) *“Elaborar una síntesis de situaciones y casos de barreras de género percibidas por las mujeres dedicadas al business intelligence para la gestión administrativa en pymes del sector calzado en Trujillo en el año 2023”*

Es importante destacar que estas barreras percibidas pueden variar según la ubicación geográfica, el entorno laboral y la cultura específica de cada organización. En esta investigación, aunque se encuentra en la misma ubicación geográfica se encontró

mujeres con menos momentos percibidos de brecha de género que otras, ya que no conviven o han convivido en un mismo entorno laboral.

Existen casos en los cuales las mujeres entrevistadas han percibido una brecha laboral:

- Representación: Percibieron una falta de representación equitativa en roles de liderazgo y posiciones de toma de decisiones en el ámbito del BI. La falta de modelos a seguir y referentes femeninos en puestos de alto nivel puede dificultar el avance profesional y el sentido de pertenencia, esto fue mencionado por algunas de las participantes en donde recalcaron que en algún centro laboral fueron las únicas o pocas mujeres involucradas en la carrera, por eso, al haber menos oportunidades para la mentoría y el apoyo entre género logra continuar con los estereotipos de género.
- Sesgos de género en la contratación y promoción: Las mujeres sienten que enfrentan prejuicios de género considerando que limita sus oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional dentro de las organizaciones, un ejemplo son las expectativas sociales y laborales pueden dificultar que las mujeres encuentren un equilibrio entre sus responsabilidades familiares y sus carreras en Business Intelligence.
- Brecha salarial: Algunas de ellas han logrado percibir que reciben salarios más bajos que sus colegas masculinos, incluso cuando ocupan roles similares o tienen niveles de experiencia y habilidades comparables en Business Intelligence.

- Cultura laboral y discriminación: Un entorno laboral dominado por una cultura masculina puede resultar en comentarios, comportamientos o actitudes que hacen que las mujeres se sientan excluidas o infravaloradas en el trabajo.
 - Falta de reconocimiento y visibilidad: Las mujeres pueden percibir que sus contribuciones y logros en el campo del BI no son reconocidos o valorados de manera equitativa.
- 3) *“Establecer una clasificación de las barreras a partir de la percepción de las mujeres que se dedican al business intelligence que permitan la comprensión del fenómeno para la gestión administrativa en pymes del sector calzado en Trujillo en el año 2023”*

A través de la investigación, se estableció una clasificación de 5 barreras según la percepción de las mujeres entrevistadas. Debido a hipótesis de que existe una brecha de género significativa en el campo de Business Intelligence, en la que las mujeres están insuficientemente representadas en roles directivos y altos cargos ejecutivos, debido a factores como sesgos de género en la selección, percepción y promoción, así como posibles barreras socioeconómicas y culturales que limitan el acceso y progreso de las mujeres en esta área. Siendo el resultado de la realización de la técnica ZMET, las cuales son: Brecha salarial, enfrentan salarios más bajos en comparación con sus contrapartes masculinas en roles similares, lo que refleja una desigual valoración del trabajo y una falta de equidad en la compensación; Desigualdad de oportunidades, tener acceso limitado a oportunidades de capacitación, desarrollo profesional y

ascenso, lo que puede obstaculizar su progreso en su carrera y reducir sus posibilidades de trabajar en roles de mayor responsabilidad; Estereotipos de género, los prejuicios arraigados sobre las habilidades y roles "adecuados" para las mujeres pueden limitar las opciones profesionales, llevándolas a no sentirse representadas en sus áreas laborales y académicas; Falta de referentes femeninos, la ausencia de mujeres visibles en roles de liderazgo y especialización puede dificultar que las mujeres se imaginen a sí mismas teniendo éxito en estas áreas; y Falta de reconocimiento, debido a que el trabajo y los logros de las mujeres a menudo pueden ser minimizados o pasados por alto en comparación con los de sus colegas masculinos, logra a afectar su visibilidad y avance.

Para futuros estudios respecto al tema, los autores sugieren la importancia de colaborar junto a profesionales especializados en áreas como sociología y psicología. Esta colaboración sería fundamental para llevar a cabo las entrevistas de manera efectiva y para obtener una interpretación adecuada de los resultados obtenidos. Añadiendo a lo mencionado anteriormente, los autores sugieren que, durante la fase de examen de las entrevistas, sería beneficioso emplear herramientas de software destinadas al análisis de datos cualitativos, como Atlas ti u otros. Estas aplicaciones pueden ser de gran ayuda en la formulación de conceptos y conexiones, al mismo tiempo que facilitan la obtención de estadísticas que respalden las interpretaciones de los investigadores. Además, se hace importante mencionar que para las empresas puedan ayudar al recorte de la brecha de género en el business intelligence se debe realizar un informe detallado de cada situación de sus empleados y observar que

soluciones brindar para obtener un espacio adecuado al crecimiento profesional de cada uno de ellos.

IMPLICANCIAS

Realizar un análisis de las barreras de género desde la perspectiva de mujeres dedicadas al Business Intelligence en el sector del calzado puede tener varias implicaciones significativas:

- **Identificación de desafíos específicos:** Se pudo identificar las barreras que enfrentan las mujeres en roles de Business Intelligence dentro de la industria del calzado, estos son: la Brecha salarial, desigualdad de oportunidades, estereotipos de género, falta de referentes femeninos, falta de reconocimiento.
- **Reconocimiento de brechas de género:** Al examinar las experiencias y percepciones de las mujeres en este campo, se pueden destacar las brechas existentes entre géneros en términos de acceso a recursos, reconocimiento laboral y participación en la toma de decisiones.
- **Promoción de la diversidad e inclusión:** Este análisis sirve como un punto de partida para promover la diversidad de género, la inclusión en el sector del calzado y en la industria en general. Al comprender las barreras que enfrentan las mujeres en roles de Business Intelligence, las empresas pueden implementar políticas y programas destinados a abordar estas disparidades y crear entornos de trabajo más equitativos.
- **Mejora del ambiente laboral:** Al abordar las barreras de género identificadas, las organizaciones pueden mejorar el ambiente laboral para las mujeres en roles de

Business Intelligence. Esto puede incluir la implementación de programas de mentoría, políticas de igualdad salarial, oportunidades de capacitación y desarrollo profesional específicas para mujeres, entre otras iniciativas.

- Impulso a la innovación: La diversidad de género en el lugar de trabajo ha demostrado impulsar la innovación y la creatividad al fomentar la inclusión de una variedad de perspectivas y experiencias. Al eliminar las barreras que enfrentan las mujeres en roles de Business Intelligence, las empresas pueden aprovechar el potencial completo de su talento humano y generar ideas y soluciones innovadoras.

En resumen, realizar un análisis de las barreras de género desde la perspectiva de mujeres dedicadas al Business Intelligence en el sector del calzado puede ayudar a identificar desafíos específicos, reconocer brechas de género, promover la diversidad e inclusión, mejorar el ambiente laboral y impulsar la innovación en la industria.

REFERENCIAS

Brochero, D. (2019). Diseño de una metodología de gestión de información para el sector mipyme a través del uso de business intelligence. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/49994>

Camarena, M. & Saavedra, M. (2015). Diferencias en la competitividad de las empresas según el género del director: investiga si la presencia de mujeres en puestos de liderazgo afecta la competitividad de las empresas en España. <https://www.redalyc.org/journal/5535/553565464007/html/>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2021). La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46633-la-autonomia-economica-mujeres-la-recuperacion-sostenible-igualdad>

Confederación Sindical de trabajadores y trabajadoras de las Américas – CSA. (2020). Condiciones laborales y los derechos de las mujeres trabajadoras de cuatro países andinos frente al Covid-19: Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia. <https://csa-csi.org/wp-content/uploads/2021/01/Informe-Bolivia-Colombia-Ecuador-y-Peru-ESP-FINAL.pdf>

Delgado, D. & Salas, A. (2020). Revisión sistemática de literatura científica sobre la aplicación del business intelligence en la gestión de pymes. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27366>

El Foro Consultivo Científico y Tecnológico. (2013). La perspectiva de género en sector de ciencia, tecnología e innovación. https://www.foroconsultivo.org.mx/FCCyT/libros_editados/perspectiva_genero_sector_CTI_2019.pdf

Espíritu, M. (2018). Inteligencia de negocios en la gestión del conocimiento del área de informática del servicio de traumatología del Hospital Arzobispo Loayza, Lima – 2017 <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/15683>

Fernández, N & López, C. (2018). La influencia de la inteligencia de negocios en el análisis de información de ventas de la importadora y distribuidora Jiménez E.I.R.L. <https://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/3152>

García, M.; Orozco, H. & Salas, L. (2020). El impacto del género del gerente sobre el desempeño organizacional: análisis en las pymes. <https://www.redalyc.org/journal/2654/265464211002/html/>

Gestión. (09 de marzo del 2020). Brecha de género: en el Perú los hombres cobran un 21.2% más que las mujeres. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/brecha-de-genero-en-el-peru-los-hombres-cobran-un-212-mas-que-las-mujeres-nndc-noticia/?ref=gesr>

Gestión. (16 de marzo del 2021). Más de 45,000 empresas dejaron de operar en Perú a raíz del COVID el 2020. <https://gestion.pe/economia/emprendedores-mas-de-45000-empresas-dejaron-de-operar-en-peru-a-raiz-del-covid-el-2020-noticia/?ref=gesr>

Huanca, J. (2015). Inteligencia de negocios para la Administración de la empresa Central Electrónica Power de la ciudad de Juliaca. <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/472>

INEI. (febrero de 2020). Demografía Empresarial en el Perú. http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/demografia_empresarial_ene2020.pdf

Joyanes, L. (2019). Inteligencia de negocios y analítica de datos. Una visión global de Business Intelligence & Analytics. Alfaomega Grupo Editor. <https://www.amazon.com/-/es/Luis-Joyanes-Aguilar/dp/958778541X>

Koo, C. (2013). Inteligencia de Negocios como soporte de decisiones y aplicación en marketing y dirección de la producción en la empresa QNETWORK SRL Cajamarca. <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/2014>

Laboratoria. (2021). ¿Cómo encontrar al mejor talento y cerrar la brecha de género en tecnología? <https://hub.laboratoria.la/como-encontrar-al-mejor-talento-y-cerrar-la-brecha-de-genero-en-tecnologia>

Loayza, F. (2021). Brecha de género y condiciones de cargos de confianza en trabajadores de una Municipalidad de La Convención, 2021. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/71495>

López, P. & Alarcón, M. (2019). ¿Existe un techo de cristal que limita el ascenso laboral a las mujeres en las empresas? <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/653637?show=full>

Loza, A. (2019). Relación entre la Inteligencia de Negocios y la Competitividad en la empresa GI Tracker Sur S.A.C. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23549>

Morales, J. y Rojas, G. (2021). ¿Percibimos una Brecha de Género en Carreras Asociadas a Tecnologías? http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-11292021000200103&script=sci_abstract&tlng=es

Naciones Unidas. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO. (2008). ABC de los derechos de las trabajadoras y la igualdad de género. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/--gender/documents/publication/wcms_094520.pdf

Sociedad de Comercio Exterior del Perú – COMEX (2020). Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2020. <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>

Sollfrank, C. (04 de marzo del 2019). Technologie ist nicht neutral. Missy Magazine. <https://missymagazine.de/blog/2019/03/04/technologie-ist-nicht-neutral/>

Tomassini, C. (2020). Brechas de género en la ciencia: Revisión de la literatura especializada y propuesta de análisis. https://www.csic.edu.uy/sites/csic/files/documentos/TOMASSINI-Final-ISSN_0.pdf

WAJCMAN, J. (1991). *Managing Like a Man: Women and Men in Corporate Management*, Polity Press, Cambridge.

ANEXOS

Anexo 2 Instrucciones previas a la entrevista

Ideas y emociones relativo a la brecha de género

Consideraciones del estudio

- El propósito de la investigación consiste en obtener una comprensión de tus pensamientos y emociones que se manifiestan al reflexionar sobre el concepto de brecha de género y cómo lo has percibido a lo largo de tu trayectoria laboral. En este sentido, tienes completa libertad para expresar tus opiniones, ya que no hay respuestas correctas ni incorrectas
- Este estudio se desarrollará en una única fase que implicará una entrevista individual.
- La entrevista presenta particularidades distintivas, dado que en lugar de adoptar un formato de interrogatorio convencional, comprenderá una serie de actividades basadas en imágenes (fotografías) suministradas por los investigadores. Se estima que tendrá una duración cercana a una hora, y antes de su realización, es necesario seguir unas instrucciones sencillas que se detallan a continuación.

Ideas y sentimientos relativo a la brecha de género.

Instrucciones previas a la entrevista

- Reflexione sobre las ideas y emociones que se generan en su mente al considerar el concepto de brecha de género, ya sea en un contexto amplio o en relación con una vivencia en su carrera profesional.
- Examine cuidadosamente las 10 imágenes que se han enviado previamente, con el propósito de capturar sus pensamientos y emociones, dado que las tareas llevadas a cabo durante esta fase se basan en las imágenes previamente suministradas.

Anexo 3 Historias en etapa "Imágenes sensoriales"

“Adentrarte al mundo dedicado al business intelligence es sentir que estaba caminando por un sendero empinado y escarpado, donde las rocas de la desigualdad de género obstaculizaban mi avance. Cada paso que daba estaba acompañado por la sensación de una fricción constante, como si estuviera luchando por avanzar a través de la resistencia invisible de estereotipos y prejuicios.”

“Si tendría que expresarlo, sería el sentir que estaba construyendo un puente entre dos orillas separadas. En una orilla, veía a mujeres comprometidas y talentosas en el mundo laboral, y en la otra, las oportunidades y el reconocimiento que a menudo se les negaban.”

“Compararía la igualdad de género en este campo laboral con el cuidado de un jardín, donde los hombres llegan a florecer en un terreno fértil y bien regado, mientras que las mujeres lidian con suelos áridos y condiciones climáticas adversas.”

“Es un rompecabezas que no se puede completar. Cada pieza del rompecabezas representaba un logro, pero muchas de las piezas que corresponden a las mujeres ausentes, y dejando un agujero en la imagen final.”

Anexo 4 Detalle de elaboración de constructos

1. “ ...me hace **cuestionar mi valía y el reconocimiento** que merezco por mi trabajo duro cuando me enteré que mis compañeros tienen **mejor remuneración** estando laborando en la misma área”
2. “**sentí incomodidad** al ver que me esforcé por 8 años para llegar al puesto en el que estoy y mi compañero al solamente estar 1 año consiguió el mismo puesto”
3. “A pesar de mi experiencia, siento que **tengo que esforzarme el doble** y cada vez que descubro que un colega masculino gana más que yo, experimento una mezcla de **enojo, tristeza y decepción.**”
4. “... llegue a sentirme **desmotivada** en varias ocasiones al ver como siempre elogian a un compañero incluso en sus logros pequeños, en cambio los míos no los contabilizaban”
5. “En la empresa donde laboré anteriormente mayormente los cargos altos solamente eran ocupados por hombres, dando la sensación de **exclusión de mujeres hacia un cargo mayor ...**”
6. “ ... realmente es una **desilusión** constante al ver como siempre para la supervisión de proyectos empresariales la preferencia hacia hombres es notable”
7. “... no tener **modelos a seguir** que hayan pasado por los mismos desafíos que yo enfrente me hace sentir **como si estuviera luchando en solitario** en la empresa, es desalentadora, a veces me siento insegura y cuestiono si realmente pertenezco aquí.”
8. “... en ocasiones siento que estoy nadando contra la corriente, la ausencia de mujeres en mi misma área me hace sentir **excluida** y menospreciada.”
9. “...cuando intenté subir de puesto para conseguir mayor reconocimiento me di cuenta que **no hay muchas referentes femeninas** y que era más complicado para una mujer alcanzar un nivel más alto lo cual me causó **desilusión y fastidio**”
10. “Un día se iba hacer la contratación de un nuevo personal **sentí un fastidio** al ver como decían que un hombre iba ser más hábil para el puesto que una mujer.”
11. “Me he enfrentado al estigma de que las mujeres no pueden ser tan competentes y me he sentido **frustrada y enojada** cuando mis habilidades son cuestionadas solo por ser mujer, esta presión constante para **demostrar mi valía me agota emocionalmente**”

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	DISEÑO DE ESTUDIO	POBLACIÓN Y MUESTRA
<p>¿Cuáles son las barreras de género más relevantes desde la perspectiva de las mujeres dedicadas al business intelligence en el sector de calzado en el año 2023</p>	<p>– Esta investigación tiene como objetivo general: ¿Cuáles son las barreras de género más relevantes desde la perspectiva de las mujeres dedicadas al business intelligence en el sector de calzado en el año 2023?</p> <p>– Asimismo, se tiene como objetivos específicos los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar mujeres que se dedican al business 	<p>– Hipótesis general: H.i.: Existen diversas barreras de género que afectan a las mujeres que laboran en temas vinculados con la tecnología, por lo que se busca comprender cuáles son estas limitantes bajo el enfoque del Techo de Cristal, y bajo esa perspectiva establecer una serie de nuevos supuestos que sean</p>	<p>Este estudio fue conducido a un enfoque cualitativo; asimismo, esto es un estudio no experimental. Además, emplea un diseño descriptivo fenomenológico, y debido a la estructura de la investigación se concentra en una fenomenología empírica.</p>	<p>En esta presente investigación, se tiene como población a 20 mujeres que laboren en empresas pymes y que residen en la ciudad de Trujillo, de la cual solo 10 mujeres que trabajan en el área administrativas de sus respectivas empresas conforman la cantidad de nuestra muestra, ya que se tuvo en cuenta su accesibilidad, entre otros criterios.</p>

	<p>intelligence y que perciban barreras de género en el desarrollo de esta labor para la gestión administrativa en pymes del sector de calzado en Trujillo en el año 2023.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segundo, elaborar una síntesis de situaciones y casos de barreras de género percibidas por las mujeres dedicadas al business intelligence para la gestión administrativa en pymes del sector calzado en Trujillo en el año 2023. • Y, por último, establecer una clasificación y jerarquización de las barreras de género más 	<p>contrastados en investigaciones futuras.</p>		
--	---	---	--	--

	relevantes a partir de la percepción de las mujeres que se dedican al business intelligence que permitan la comprensión del fenómeno para la gestión administrativa en pymes del sector calzado en Trujillo en el año 2023.			
--	---	--	--	--

Anexo 6 Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
INTELIGENCIA DE NEGOCIOS	Según Ahumada-Tello (2012) El término "inteligencia de negocios" proviene de la idea de "gestión del conocimiento", que se refiere a la recopilación de estrategias, acciones, e instrumentos orientados a la gestión y creación de conocimiento a través del análisis de datos en una empresa u organización. (pág. 4).	Sistemas de información	<ul style="list-style-type: none"> – Sistema Operativo – Búsqueda de Estrategia – Base de Datos 	Técnica ZMET
		Innovación	<ul style="list-style-type: none"> – Investigación y desarrollo – Nuevos procesos 	