

Artículos / Articles

Factores competenciales en el emprendimiento de la mujer / *Competence factors in the entrepreneurship of women*

*Pilar Ortiz García

Departamento de Sociología. Universidad de Murcia. España/Spain
portizg@um.es

Ángel Olaz Capitán

Departamento de Sociología. Universidad de Murcia. España/Spain
olazcapi@um.es

Recibido / Received: 31/10/2016

Aceptado / Accepted: 09/05/2017

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar las competencias que se atribuyen las mujeres que han desarrollado una actividad emprendedora. De acuerdo con la literatura sobre el tema, en la consecución de este objetivo se han identificado los elementos moderadores implicados en la adquisición, estimulación y desarrollo de dichas competencias, como son la formación, la experiencia y la motivación para emprender. Se ha utilizado una metodología cuantitativa basada en el análisis de la encuesta realizada a una muestra de 420 emprendedoras en toda España. Según los resultados obtenidos las mujeres identifican fortaleza en competencias relacionadas con las características psicológicas, en particular, las relacionadas con el autoconocimiento y la gestión de las propias emociones. Por el contrario, se atribuyen una mayor debilidad en las competencias relacionadas con la gestión de recursos humanos, la iniciativa para el logro de objetivos y el liderazgo.

Palabras clave: Competencias, capacidades, habilidades, género.

ABSTRACT

The aim of this paper is to analyze the competencies attributed to women who have developed an entrepreneurial activity. According to the previous literature regarding this question, several moderator elements have been identified, such as training, experience and the motivation to undertake an entrepreneurial endeavor. This paper uses a quantitative methodology, based on the analysis of a survey carried out on a sample of 420 women entrepreneurs throughout Spain. The results obtained identify strengths in competencies related to the psychological characteristics of women entrepreneurs, in particular those related to self-knowledge and emotional self-control. On the contrary, the results attribute a greater weakness to competencies related to human resource management, the initiative to achieve one's objectives, and leadership.

Keywords: Competencies, Capacities, Skills, Gender.

*Autor para correspondencia / Corresponding author: Pilar Ortiz García Departamento de Sociología. Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Murcia. Campus de Espinardo, 30100 Murcia, España.

Sugerencia de cita / Suggested citation: Ortiz García, P., Olaz Capitán, A. (2018). Factores competenciales en el emprendimiento de la mujer. *Revista Española de Sociología*, 27 (3), 413-432

(Doi: <http://dx.doi.org/10.22325/fes/res.2018.21>)

INTRODUCCIÓN

Los objetivos de este trabajo son, por una parte, profundizar en los conocimientos, habilidades y capacidades —en definitiva, las competencias—, autoatribuidas por las mujeres emprendedoras. Relacionado con este objetivo, se trata de establecer la influencia de otros factores, tales como la formación, la experiencia o la motivación en dicha autoatribución.

Esta investigación tiene a la mujer como principal sujeto, dada su posición de relativa debilidad respecto al hombre en la actividad emprendedora. Indudablemente, son muchas las razones estructurales que explican esta posición.

En este sentido, algunas investigaciones sirven de trasfondo general para reflexionar acerca de la situación asimétrica de la mujer respecto al hombre en el mercado laboral, y la consecuente dificultad de las primeras para conseguir el reconocimiento a su contribución en un ámbito mediatizado por el poder masculino (Dumas, 1989; Salganicoff, 1990); (Fitzgerald y Muske, 2002; Heller, 2010) Gran parte de la literatura sobre el tema se centra en constatar la posición de la mujer en un mercado de trabajo —como es el caso de España— que las relega a trabajos precarios o en condiciones poco favorables para su posible proyección, como es el trabajo temporal o a tiempo parcial (Beltrán, 2000; Ortiz, 2014; Ortiz y Cosimi, 2015), en el que son mayoría.

En la misma línea de trabajo se ha revisado y considerado la literatura que pone el acento en la brecha existente entre el desarrollo de la carrera profesional de las mujeres respecto a los hombres en la empresa (Martínez *et al.*, 2007). Esta desigualdad es constatable también en el ámbito de la empresa familiar, en el que las investigaciones han identificado la desigualdad existente en el acceso a la propiedad y el poder, con el consiguiente perjuicio para las mujeres (Dumas, 1998). La literatura pone de manifiesto que son factores de carácter social, como la asignación de roles en función del género, los que están por detrás de la mencionada brecha.

Desde 1997 la Estrategia Europea de Empleo ha tenido un importante papel en la orientación de las políticas de empleo de los estados miembros. En la actualidad, esta iniciativa forma parte de la

estrategia de crecimiento Europa 2020. En el marco de este programa se han implementado en el caso de España diversas iniciativas de lucha contra el desempleo y/o promoción del empleo a partir de estrategias que conjuguen la flexibilidad requerida por el actual sistema productivo, con la seguridad propia de un empleo de calidad. Esto es especialmente importante en colectivos vulnerables en el mercado laboral, como son las mujeres. No obstante, dichas políticas no han estado exentas de cierta crítica.

Desde esta última perspectiva, autores como Crespo y Serrano (2013) han analizado la función latente de las políticas europeas, cuyo fin es la construcción de un “sentido común” sobre el empleo a partir de las nociones de empleabilidad, emprendimiento, activación y otros sinónimos que desplazan hacia el sujeto la responsabilidad del éxito en el mercado de trabajo. Todo ello se enmarca en el denominado “paradigma de la activación”, cuyos rasgos son la perspectiva individualizadora, el énfasis en el empleo y la relevancia del “principio de contractualización” (Serrano y Magnusson, 2007), en definitiva, el desplazamiento hacia el individuo de la responsabilidad de encontrar trabajo.

No obstante, el presente estudio se centra en el análisis de las competencias que se autoatribuyen las mujeres emprendedoras. El objetivo es identificar en qué competencias reconocen sus principales fortalezas y cuáles son aquéllas en las que observan una mayor debilidad. Asimismo, se analizan las variables que moderan dicha autoatribución, como son la formación, la experiencia y la motivación para emprender. Este trabajo no ha tenido, por tanto, el propósito de establecer comparativas por razón de género u otras variables transversales que, siendo de interés, no forman parte de esta investigación.

Se parte de la base de determinados aspectos competenciales identificados con los roles de la mujer pueden suponer un recurso competitivo importante o, por el contrario, un hándicap. Esta idea ya ha sido tratada por diversos estudios sobre el tema, en este caso, centrados en el papel de la mujer en las empresas familiares, ámbito en el que consiguen una presencia significativa (Rowe y

Hong, 2000; Sharma, 2004; Vera y Dean, 2005, y Vadnjaj y Zupan, 2009).

A pesar de la profusión de trabajos que abordan la posición de la mujer en la empresa, pocos lo hacen desde una perspectiva competencial. Por ello, resulta de especial interés trazar el perfil de las emprendedoras a partir de las posiciones actitudinales de éstas sobre sus propias capacidades, conocimientos y habilidades. En cuanto a la estructura del trabajo, en primer lugar, se exponen los antecedentes teóricos sobre el tema tratado.

En este sentido, es oportuno anticipar que el marco teórico desde el que se aborda la investigación conjuga las perspectivas psico-social y de género. Precisamente en la conexión de ambos aspectos se encuentra una de las principales aportaciones de esta investigación. A continuación se describe la metodología del estudio, los objetivos e hipótesis de trabajo. Por último, se expone el análisis de resultados del que se derivan las conclusiones y propuestas de actuación para la potenciación de las competencias que fortalecen el emprendimiento y la reducción de las carencias detectadas.

ANTECEDENTES TEÓRICOS

A la hora de trazar el perfil competencial de la mujer emprendedora surge la cuestión acerca de si es posible hablar de diferencias en el emprendimiento en función de género. Tanto el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM)¹ en sus análisis

sobre el emprendimiento en el mundo, como los estudios elaborados a partir de estos datos, identifican algunas peculiaridades sociodemográficas en el emprendimiento de las mujeres.

Estas diferencias tienen que ver con elementos tales como: el nivel educativo, la experiencia profesional, o la motivación para crear una empresa (Valencia, 2010). Respecto al primero, los análisis identifican la relación positiva entre el nivel educativo y la creación y desarrollo de ésta (Minniti *et al.*, 2005; Fischer *et al.*, 1993; Brush y Hisrich, 1988).

En cuanto a la experiencia profesional, también parece probada su influencia sobre la creación de negocios y el desarrollo de las empresas creadas por mujeres (Shabbir y Di Gregorio, 1996; Catley y Hamilton, 1998).

Por último, la literatura constata que la motivación mayoritaria para la creación de empresas entre las mujeres es, en general, la oportunidad (Manolova *et al.*, 2007; Kourilsky y Walstad, 1998). También es así en el caso de España, donde emprender —además de los móviles puramente relacionados con la cuestión económica y laboral—, adquiere en el caso de la mujer un significado social, como es la pretensión de obtener mayor independencia y estatus (Valencia, 2010). No obstante, no es un hecho generalizable a otros espacios geográficos, como puede ser el caso de Latinoamérica, donde algunos estudios ponen de manifiesto que la mujer emprende por necesidad, más que por vocación (Guerrero *et al.*, 2012).

Partiendo de las experiencias avaladas por las investigaciones anteriores, la novedad del planteamiento que se aborda en esta investigación, está en la indagación de los aspectos que trascienden lo puramente sociodemográfico y económico para adentrarse en el terreno de las capacidades, habilidades y/o conocimientos. Se trata de cuestiones que, como otros aspectos sociales, han ido cambiando a lo largo del tiempo. Estos elementos han ido condicionando las necesidades de formación y cualificación de los recursos humanos, como también indicando las actitudes requeridas en el ámbito laboral. Aptitudes como la capacidad para trabajar en equipo o el liderazgo, aparecen con frecuencia entre los requerimientos de las ofertas de empleo. Tampoco son de menor importancia los

1 El Proyecto GEM y su observatorio del emprendimiento fue ideado por los profesores Hay y Bygrave de la L.B.S. y del Babson College en 1997 y desarrollado en su parte técnica por el profesor Reynolds en sus primeros siete años de vida. En 1999 se llevó a cabo una edición piloto con la participación de los países del Grupo de los 7, más Dinamarca, Finlandia e Israel, abriéndose el proyecto a todo el mundo en el 2000, momento en el que nuestro país se asoció al estudio a través del Instituto de Empresa. En la actualidad la Red GEM España está constituido por una red de equipos implantados en la mayoría de comunidades y ciudades autónomas. Se han creado más de setenta equipos GEM y, España lidera el observatorio junto con el Reino Unido, aportando bases de datos con muestras de más de 28 000 entrevistas a la población de 18 a 64 años de edad.

aspectos de carácter actitudinal, tales como la flexibilidad, la motivación o la empatía.

La objetivación de estas competencias —ya sean individuales o sociales—, es una cuestión de suma importancia, por lo que el diseño de instrumentos que contribuyan a dicha objetivación adquiere un sustantivo valor adicional. Este trabajo supone una contribución en esta dirección.

Emprendimiento, competencias y género

La perspectiva sociológica no ha sido una de las más trabajadas en el estudio del emprendimiento, lo que ha propiciado un tratamiento del tema de forma “asocial” y “atemporal” (Pereira, 2007: 19), de ahí la oportunidad de los estudios que adoptan este punto de vista. Desde este prisma, se concibe el fenómeno emprendedor como la manifestación del cambio social y de la integración de las fuerzas económicas y sociales. Esta línea de análisis tiene raíces weberianas, aunque no ha sido de las más exploradas. A partir de los años ochenta emergen un conjunto de estudios académicos sobre el tema desde muy diversas vertientes. A esta emergencia corresponden las investigaciones que analizan la propensión al emprendimiento a partir de la influencia de la movilidad, tanto social como geográfica (Hagen, 1968); los estudios que inciden en la determinación de factores contextuales sobre el emprendimiento, tales como la existencia de redes sociales y recursos de índole diversa (Gibb y Ritchie, 1982; Ajzen, 1988; Burt, 2000); así como aquellos estudios que relativizan la determinación del empresario en favor de una combinación de factores que operan a largo plazo (Giraudeau, 2007). El enfoque competencial, conjuga la perspectiva sociológica y la psicológica, en tanto las competencias son adquiridas en un contexto social que va a determinar su posesión y posibilidades de desarrollo.

Las competencias son la traducción formal de la cualificación exigible y autoexigida para el desarrollo del proyecto emprendedor. Se trata de un constructo que permite identificar los comportamientos relacionados entre sí, siendo éstos los

responsables del desempeño (Olaz y Ortiz, 2016). Olaz (2011) enfatiza en tres dimensiones de este concepto: conocimientos, capacidades y habilidades. Los conocimientos pueden ser reglados o no, teóricos o prácticos. Las capacidades se refieren al potencial de una persona para gestionar determinadas situaciones y, por último, las habilidades se refieren a ciertas destrezas —no necesariamente innatas— que un individuo incorpora y despliega por necesidad, ya sea en el trabajo o en su vida cotidiana, permitiendo una mejor adecuación y, en su caso, desarrollo a la persona en su relación con el entorno.

El estudio de las competencias desde una perspectiva sociológica requiere, en algún modo, contemplar algunas aportaciones provenientes de la psicología sin que ello deba colisionar con los aspectos psicosociales y finalmente sociológicos desde los que abordarse y menos aún en debates en la comprensión del fenómeno. McClelland (1973) define inicialmente el término competencia como: “aquello que realmente causa un rendimiento superior en el trabajo”, anteponiendo su significado y dimensión al enfoque educativo para ponerlo en correspondencia con otros elementos alternativos como el género, etnia o clase social para medir el rendimiento laboral de la persona en el contexto organizativo. Desde entonces muchos han sido los posteriores desarrollos que se han realizado tomando como referencia esta primera definición, desde los primeros análisis de Bloom (1975), o los de Boyatzis (1982), hasta los más recientes de Pereda y Berrocal (2001) y De Haro (2004).

La sociología —especialmente la del trabajo— se ha aproximado al concepto de competencia con una visión crítica. Autores como Alonso *et al.* (2009) advierten sobre el giro observado desde la concepción de competencia como dominio de una disciplina de conocimiento (Barnett, 2001) hacia un carácter operacional, medible, efímero y susceptible de ser utilizado en el mundo del trabajo.

Por otra parte, las discusiones sociológicas han tendido a diferenciar y contraponer los modelos de gestión basados en competencias de los basados en cualificaciones. En este sentido, este aparente conflicto entre competencia y cualificación, remite

a una serie de autores, sobre todo en la década de los 90 del pasado siglo, que se han pronunciado sobre el tema.

Alex (1991) resuelve esta conexión señalando que si la cualificación responde a una dimensión personal, la competencia forma parte de ella (de la cualificación) y responde a una dimensión social. En esta misma línea Alaluf y Stroobants (1994) señalan como la competencia forma parte de la cualificación y como sirve para demostrarla o ponerla a prueba.

Estos aspectos nos llevan a reflexionar acerca de la naturaleza estática o dinámica de ambos conceptos. De este modo autores como Gallart y Jacinto (1996) y tiempo después Stroobants (1991) coinciden en señalar un carácter más estable o estático para la cualificación y más variable o dinámico para la competencia.

Colardyn (1996) profundiza en matices especialmente singulares, que le llevan a plantear el escenario de la cualificación con lo formal, mientras que el competencial con lo no “formal” o, si se prefiere, con lo “informal”. Le Boterf (2000), en una visión más estratégica aborda el necesario maridaje entre competencias y cualificación ya que facilitaría la desigualdad social y la posibilidad de contribuir de un modo cierto a la empleabilidad del sistema.

En este sentido, la empleabilidad del sistema no deja de ser una cuestión armónica, donde la adecuación entre personas y puestos de trabajo, no puede entenderse sin un necesario equilibrio entre cualificación y desarrollo competencial. En la medida en que exista una correspondencia entre estas variables, será factible la construcción de una sociedad más igualitaria y abierta al vértigo del cambio.

La relación entre competencias y emprendimiento, si bien no es nueva en la literatura sobre este último tema, ha estado fundamentalmente ligada a las investigaciones sobre las características psicológicas de la figura del emprendedor y, en especial, algunos aspectos relacionados con su capacidad de liderazgo, o la gestión del riesgo. Si resulta complejo recurrir a estudios contrastados sobre el carácter emprendedor desde una perspectiva competencial, no lo es menos el contar con

estudios donde el género femenino es su elemento central de análisis, salvo interesantes excepciones donde se realiza una comparativa entre hombres y mujeres².

En esta dirección, estudios como el de Raičević *et al.* (2007) identifican competencias estratégicas para el emprendimiento y la propia actividad empresarial. Entre las actitudes estratégicas los autores incluyen: disposición a mostrar iniciativa, actitud positiva a cambiar e innovar y voluntad para identificar áreas donde se puede evidenciar las habilidades empresariales.

Por otra parte, están los trabajos que inciden en las percepciones como factores determinantes a la hora de acometer actividades, como son el emprendimiento y la percepción del riesgo (Brindley, 2005); otros están relacionados con la percepción de las fortalezas actitudinales, tales como la autoeficacia, el control y la necesidad de logro, actitudes muy presentes en aquellas mujeres que han tenido experiencias emprendedoras exitosas (Rábago *et al.*, 2004).

El estudio de Ventura y Quero (2013) sobre factores explicativos de la intención de emprender en la mujer, revela otros aspectos tales como: la valoración del resultado; la autoconfianza; los antecedentes familiares; el capital social y la intención de emprender como aspectos competenciales significativos del emprendimiento femenino.

Profundizando en las diferencias de género, las investigaciones de Langowitz y Morgan (2003) y de Langowitz y Minnitti (2007), muestran que las mujeres emprendedoras se perciben menos válidas con relación a los hombres. Estos estudios sugieren que mientras que los hombres tienden a emprender por factores relacionados con la oportunidad, la financiación o el deseo de eliminar una frustración profesional, las mujeres lo hacen debido a una

2 Ruiz *et al.* (2012: 53-55), en su análisis sobre la Actividad Emprendedora de las mujeres en España (2005-2011), señala tres grandes bloques competenciales: Autoconfianza emprendedora, Tolerancia al riesgo y el Reconocimiento de oportunidades. Del resultado de este trabajo se aprecia cierta diferencia significativa entre hombres y mujeres, a favor de los primeros, en cuanto a auto-considerarse capacitados para emprender (autoconfianza emprendedora).

situación laboral precaria o por las dificultades de acceso a un empleo, en otras palabras, por necesidad propia. De este modo, se potencia entre los hombres la autopercepción de competencias para emprender, mientras que entre las mujeres se fomenta una autopercepción negativa hacia dicha actividad (Brush, 1992; Dolinsky y Caputo, 2003; Marlow, 2006).

Estudios recientes como el de ASEME (2015) sobre las causas de la escasa representación de las mujeres empresarias en determinados sectores y segmentos del tejido empresarial de la Comunidad de Madrid, revelan igualmente un conjunto de competencias a tener en cuenta en el diagnóstico de la situación, como son: el deseo de independencia; la asunción de riesgos; el carácter positivo y emprendedor; las motivaciones personales relacionadas con los conocimientos del sector o conocimiento del mismo; la creatividad y carácter innovador; las habilidades en gestión y administración (autoeficacia); unas relaciones Interpersonales reforzadas, las habilidades sociales y proactividad y, por último, la integración en empresa de familiares / amigos / conocidos.

Igualmente, el estudio sobre “Mujer y Emprendimiento desde una Perspectiva Competencial” (Olaz y Ortiz, 2016; Ortiz y Olaz, 2016), ha profundizado en las competencias que determinan el emprendimiento femenino a partir de la clasificación de competencias Emotional Competence Inventory³ (ECI-2005). Tras la revisión de dicho instrumento, se ha realizado la adaptación del modelo basado en cuatro grandes dimensiones competenciales (Autoconocimiento personal, Autogestión, Conciencia social y Gestión de relaciones) que sustentan otras tantas variables hasta totalizar un total de dieciocho. Dicho modelo constituye el armazón clave en el proceso constructivo de las competencias determinantes en el emprendimiento de la mujer y, lo que es más importante,

permiten una vinculación con los procesos de formación y desarrollo personal y profesional.

Del recorrido por la literatura que aborda el emprendimiento de la mujer, se concluye que, junto a la dimensión de género, resulta especialmente interesante abordarlo desde una perspectiva competencial, ya que ambas guardan una estrecha relación. De hecho, las competencias “blandas” (Cobo, 2012) aparecen asociadas a las cualificaciones y conocimientos tácitos, una asociación que —con frecuencia— se hace respecto a las habilidades de la mujer (paciencia, minuciosidad o relación, entre otras). Por el contrario, las competencias “duras” se asocian a los conocimientos, capacidades y destrezas objetivas, relacionadas con el modelo de comportamiento masculino. A diferencia de las competencias “duras”, las “blandas” son difíciles de identificar y, mucho más, de medir. No obstante, algunos instrumentos se aproximan a este objetivo, como es el presente trabajo.

DATOS Y METODOLOGÍA

Esta investigación se ha realizado a partir de los resultados de una encuesta de ámbito nacional a mujeres emprendedoras. En cuanto al diseño de ésta, fue realizado considerando un universo compuesto por emprendedoras residentes en España de edades comprendidas entre 18 y 64 años. La encuesta se realizó de forma telefónica con el sistema CATI (Computer Assistant Telephone Interview) en los meses de mayo-junio de 2015.

La muestra sobre la que se aplicó la encuesta fue de 420 mujeres, todas ellas del Panel GEM 2012 y 2013 (compuesto por un total de 23 392) en las que concurre la condición de haber emprendido o estar haciendo gestiones para realizarlo (4756). La muestra se ha determinado a partir de las emprendedoras panelistas en estos años (3309), de las cuales se ha encuestado a un total de 420 mujeres, lo que supone trabajar con un error muestral de $\pm 4,78$ y margen de confianza de 95 %, unos márgenes que se pueden considerar —si no óptimos—, aceptables para este tamaño de población. La distribución se refleja en la Tabla 1.

3 Las experiencias y contrastes anteriormente realizados Burckle, M. (2000), ECI and MBTI, Hay/McBer Research Report; Murenky, C. L. (2000) y Sala, F. (2003) confirman en diferentes escenarios espacio-temporales la idoneidad de medición competencial de este instrumento.

Tabla 1. Panel de mujeres emprendedoras proyecto GEM (España)

Año	2012	2013	Total
Mujeres	11 006	12 386	23 392
Emprendedoras	2312	2444	4756
Panelistas	1572	1737	3309
Encuestas	162	258	420

Fuente: Encuesta Mujer y Emprendimiento desde una perspectiva competencial 2016

La Tabla 2 recoge la distribución de la muestra por las comunidades autónomas:

Tabla 2. Distribución de la muestra por CC. AA.

Comunidad	Número	Porcentaje
Andalucía	42	10,0
Aragón	45	10,7
Principado de Asturias	8	1,9
Islas Baleares	2	0,5
Islas Canarias	30	7,1
Cantabria	18	4,3
Castilla y León	22	5,2
Castilla-La Mancha	18	4,3
Cataluña	20	4,8
Comunidad Valenciana	21	5,0
Extremadura	49	11,7
Galicia	41	9,8
Comunidad de Madrid	21	5,0
Región de Murcia	17	4,0
Comunidad Foral de Navarra	15	3,6
País Vasco	25	6,0
La Rioja	17	4,0
Ceuta	6	1,4
Melilla	3	0,7
Total	420	100

Fuente: Encuesta Mujer y Emprendimiento desde una perspectiva competencial 2016

La Tabla 3 muestra la distribución por edades:

Tabla 3. Distribución de la muestra por tramos de edad

Tramo de Edad	Número	Porcentaje
18-24	37	8,8
25-34	70	16,7
35-44	117	27,9
45-54	127	30,2
Total	420	100

Fuente: Encuesta Mujer y Emprendimiento desde una perspectiva competencial 2016

Con el fin de alcanzar los objetivos de investigación, esto es, conocer los factores competenciales que se auto-atribuyen las mujeres emprendedoras y las variables que moderan dicho proceso (formación, experiencia y motivación para emprender), se procedió de la siguiente forma:

Para trazar el perfil de atribución competencial de las emprendedoras se trabajó con la clasificación ECI⁴ cuyas competencias —hasta un total de 18—, se agrupan en las dimensiones: Autoconocimiento personal; Autogestión; Conciencia social y Gestión de las relaciones. La variable competencia ha sido tratada mediante estadística descriptiva (media) con el programa SPSS v.19.

En cuanto a la influencia de las variables moderadoras, las investigaciones sobre el tema establecen la relación positiva entre emprendimiento y formación (Brush y Hisrich, 1988; Fischer *et al.*, 1993; Minniti *et al.*, 2005; Valencia, 2010); experiencia y éxito de la actividad emprendedora (Shabbir y Di Gregorio, 1996; Catley y Hamilton, 1998; Valencia, 2010) y motivación basada en las

oportunidades en el caso de las mujeres (Kourilsky y Walstad, 1998; Manolova *et al.*, 2007).

Teniendo en cuenta estas variables, las hipótesis que se trabajan en este artículo son las siguientes:

- A mayor nivel educativo de las mujeres emprendedoras mayor percepción positiva sobre las competencias que se atribuyen.
- La experiencia empresarial por parte de las emprendedoras incide en una mejor percepción sobre las competencias.
- Por último, el emprendimiento basado en la oportunidad determina una mejor valoración sobre las competencias por parte de las mujeres emprendedoras.

Con el fin de llegar a la comprobación de estas hipótesis se ha realizado un análisis de varianza —ANOVA— en la que las variables moderadoras son consideradas independientes, mientras que las competenciales son tratadas como variables dependientes. La significación estadística se ha establecido para un valor de p menor o igual de 0,05.

Si bien el cuestionario ECI contempla una escala Likert de 1 a 4, se ha procedido a la recodificación de la escala de 1 “Nada competente” a 3 “Muy competente” para hacer más comprensible el análisis de los resultados.

4 Hay Group (2005). Emotional Competence Inventory (ECI) Technical Manual, McClelland Center for Research and Innovation, prepared by WOLFF, S.B. DBA. Updated November 2005.

RESULTADOS

Perfil competencial de las mujeres emprendedoras

En la Tabla 4 se recogen los valores medios de respuesta de las emprendedoras encuestadas, sobre cada una de las 4 dimensiones, en las que se agrupan las 18 competencias.

Los resultados ponen de manifiesto una primera constatación: las mujeres emprendedoras se sienten especialmente dotadas de habilidades relacionadas con el “Autoconocimiento personal”, por el contrario —se perciben menos competentes en la “Gestión de las relaciones”.

Tabla 4. Perfil competencial de la mujer emprendedora

		Media*	N
D.1 Auto-conocimiento personal	Conciencia emocional	2,72	420
	Autoevaluación	2,72	419
	Autoconfianza	2,79	420
D.2. Autogestión	Autocontrol Emocional	2,59	420
	Transparencia	2,78	420
	Adaptabilidad	2,61	420
	Logro	2,10	420
	Iniciativa	2,55	420
	Optimismo	2,68	420
D.3. Conciencia social	Empatía	2,65	420
	Conciencia Organizacional	2,60	420
	Orientación de servicio	2,60	420
D.4. Gestión de las relaciones	Desarrollo de personas	2,50	398
	Liderazgo inspirador	2,50	399
	Catalizar el Cambio	2,39	400
	Influencia	2,50	399
	Gestión de conflictos	2,72	400
	Trabajo en equipo y colaboración	2,71	399

Fuente: Encuesta Mujer y Emprendimiento desde una perspectiva competencial 2016

*Media de valores comprendidos entre 1 “Nada competente”, 2 “Competente” y 3 “Muy competente” en el posicionamiento de las mujeres encuestadas.

En cuanto a la primera dimensión, el “Autococimiento personal”, las mujeres manifiestan un alto grado de acuerdo respecto a las propuestas en las que se desglosa: Conciencia emocional, Autoevaluación y Autoconfianza. En este sentido, es destacable el alto grado de Autoconfianza que se atribuyen las emprendedoras (2,79 de media sobre 3), en consonancia con un alto grado de conciencia sobre su capacidad de Autoevaluación (media de 2,72), así como sobre el conocimiento e identificación de su Conciencia emocional, esto es, la competencia para conocer sus propias emociones y los efectos que éstas producen (media de 2,72). Se puede afirmar, por tanto, que las mujeres emprendedoras se autodiagnostican con un alto nivel de Autoconocimiento personal, que va desde el reconocimiento de sus emociones, hasta la detección de las fortalezas y las debilidades de su personalidad, un hecho que redundará en la elevación de la confianza respecto a sus potenciales capacidades.

En el extremo opuesto —aunque con medias también elevadas, por tanto, siempre en términos relativos—, está la consideración de las encuestadas sobre las competencias relacionadas con la dimensión 4: la “Gestión de las Relaciones”. En este apartado las emprendedoras identifican su potencial para promover el Desarrollo de las personas de su entorno laboral, un apartado que implica también el ejercicio de Liderazgo o la iniciativa para impulsar el Cambio en la organización.

Las mayores dificultades detectadas por las emprendedoras están localizadas en aspectos tales como el impulso del Cambio organizativo (media de 2,39); la percepción sobre su capacidad de Influencia (media de 2,50), así como promover el Desarrollo de las personas (media de 2,50) y la capacidad de Liderazgo (2,50 de media). No obstante, es reseñable el alto grado de nivel autoatribuido en capacidad de mediación en los Conflictos (media de 2,72), así como en el Trabajo en equipo (2,71 de media).

Las medias estadísticas más equilibradas en el autopoicionamiento de las entrevistadas se producen en el diagnóstico de las competencias que componen las dimensiones 2 y 3.

La dimensión 2 recoge aspectos de diversa naturaleza que identifican la competencia “Autogestión”. Por una parte, hace referencia al modo en que la mujer actúa de acuerdo a pulsiones de naturaleza racional. En este sentido se han pronunciado sobre la capacidad para Controlar sus emociones, actuar de forma congruente con sus valores (Transparencia), así como ser Adaptable a las situaciones. Se trata, en gran medida, de cuestiones de carácter reactivo en la personalidad del individuo. Por otra parte, estarían las competencias de carácter proactivo, tales como la orientación hacia el Logro de metas, las competencias relacionadas con la detección de oportunidades y la Iniciativa para su aprovechamiento, así como la actitud Optimista y una actuación basada en la constancia para la consecución de los objetivos propuestos.

En esta dimensión (“Autogestión”) las mujeres encuestadas perciben como punto fuerte de la personalidad la actuación de acuerdo a sus valores o Transparencia en la actuación (media de 2,78), es decir, se consideran altamente coherentes. También identifican entre sus activos una elevada tenacidad y Optimismo en la consecución de los objetivos que se proponen (media de 2,68) y un alto nivel de Autocontrol emocional (2,59 de media). Por el contrario, reconocen una menor capacidad para aprovechar las oportunidades que se presentan y, especialmente, para la proposición y satisfacción de objetivos que identifican una gestión próxima a la excelencia (Logro: media de 2,10).

La tercera dimensión indaga en los aspectos relacionados con la “Conciencia social”. Comprende cuestiones en el terreno de la Empatía, ya sea con las personas con las que se trabaja, como respecto a aquéllas a las que se dirige el trabajo. En ella se recogen los aspectos relacionados con la capacidad para reconocer, interpretar y gestionar las necesidades de las personas del entorno y aspectos que aluden a la responsabilidad social de la emprendedora, como es la Orientación al servicio. Como se aprecia en la Tabla 4, en esta dimensión, las emprendedoras identifican una capacidad media-alta (media de 2,60) para interpretar y dar

respuesta a los sentimientos y preocupaciones de las personas de su entorno. También se reconocen especialmente activas a la hora de interpretar dichas necesidades en los clientes (media de 5,54) y, en último lugar, sitúan el nivel de sensibilidad suficiente que les permite interpretar las relaciones emocionales y de poder que se desarrollan en toda organización (media de 2,59).

En definitiva, todas las competencias relacionadas con el autoconocimiento, ya sea de los valores y la consecuente actuación, como de las propias fortalezas y debilidades, concitan los más altos niveles de acuerdo en sus manifestaciones.

Por el contrario, las empresarias encuestadas perciben una menor fortaleza competencial en los aspectos relacionados con la gestión de personas y relaciones, así como con el desarrollo de tareas. Cuestiones como la orientación hacia el Logro de objetivos, el Cambio o la flexibilidad para acometer y adaptarse a éste; el Liderazgo; la capacidad de Influencia sobre otros e impulsar su desarrollo; la Iniciativa y, en definitiva, los aspectos orientados a las tareas o al Desarrollo de personas, son reconocidos como elementos carenciales en su comportamiento.

Si bien es cierto que una de las fortalezas percibidas por las emprendedoras es el trabajo en equipo, esta fortaleza se torna en debilidad cuando se alude al Desarrollo de personas o a la capacidad de influir sobre el comportamiento de otros. Se trata, en suma, de cuestiones relacionadas con el Liderazgo y la Iniciativa.

Las emprendedoras se consideran fuertes en aquellas competencias que aluden a su personalidad, ya sea en el reconocimiento de sus emociones, la capacidad de actuar de forma coherente con los valores que las inspiran o la autoevaluación de sus propias fortalezas y debilidades. Sin embargo, diagnostican una menor capacidad en aquellas competencias que involucran a otros, tales como la capacidad para Influir o persuadir hacia las actividades que se proponen, el impulso al Cambio, la orientación hacia el Logro y, en general, aquellas

todas aquellas cuestiones vinculadas relacionadas con el desarrollo de Liderazgo. Posiblemente una de las claves en la comprensión del emprendimiento femenino se encuentra ligado a los roles de género en una actividad tradicionalmente masculinizada. Su “incursión” en este espacio, en el que los valores y actitudes están relacionados con el liderazgo, la iniciativa, el riesgo o el sentido de la oportunidad, la llevan a valorar de forma más crítica algunas actitudes en las que no se reconocen. Sin embargo, en las competencias relacionadas con aspectos privados, como es la “Conciencia emocional” o el “Autoconocimiento”, es donde reconocen las mayores fortalezas. De alguna forma, se podría inferir que también en la valoración de la actitud emprendedora, en la mujer se están reproduciendo roles de género.

Una vez identificado el perfil de las mujeres emprendedoras, se trata de conocer la influencia de las variables moderadoras sobre dicha atribución competencial. Para ello, se parte de los estudios precedentes sobre el tema que identifican diferencias significativas en el emprendimiento de la mujer en función de las variables: nivel educativo y experiencia profesional (Brush y Hisrich, 1988; Fischer *et al.*, 1993; Shabbir y Di Gregorio, 1996; Catley y Hamilton, 1998 Minniti *et al.*, 2005), así como motivación para crear una empresa (Valencia, 2010).

En cuanto al nivel educativo y su relación con la atribución de competencias por parte de las emprendedoras (Tabla 5), se observa que a mayor nivel educativo, mejor es la percepción competencial de las mujeres en la mayor parte de las competencias, especialmente de las que se incluyen en las dimensiones de “Conciencia social” (competencias 10 a 12) y “Gestión de las relaciones” (competencias 13 a 18).

Las emprendedoras con estudios universitarios se consideran altamente competentes en estas dimensiones, por encima de las que poseen estudios de Formación Profesional, Bachillerato, primera fase de Educación Secundaria o el nivel inferior, las que no completan la Educación Primaria.

Tabla 5. Nivel educativo de la emprendedora y competencias

Competencias	Más de 5 años escolarizada sin completar educación primaria		Primera fase de educación secundaria		Bachillerato superior		Formación Profesional		Estudios Universitarios		Total		χ^2
	Media	N	Media	N	Media	N	Media	N	Media	N	Media	N	
1. Conciencia emocional	2,43	14	2,63	180	2,70	40	2,81	111	2,87	75	2,72	420	***
Dev. Típica	0,756		0,529		0,516		0,393		0,342		0,486		
2. Autoevaluación	2,93	14	2,70	179	2,78	40	2,59	111	2,88	75	2,72	419	***
Dev. Típica	0,267		0,507		0,423		0,578		0,366		0,501		
3. Autoconfianza	3,00	14	2,77	180	2,78	40	2,77	111	2,80	75	2,79	420	
Dev. Típica	0,000		0,459		0,423		0,461		0,403		0,439		
4. Autocontrol Emocional	2,71	14	2,63	180	2,40	40	2,47	111	2,75	75	2,59	420	***
Dev. Típica	0,469		0,485		0,496		0,536		0,438		0,502		
5. Transparencia	2,71	14	2,78	180	2,68	40	2,69	111	2,96	75	2,78	420	***
Dev. Típica	0,469		0,443		0,474		0,482		0,197		0,434		
6. Adaptabilidad	2,71	14	2,68	180	2,48	40	2,52	111	2,63	75	2,61	420	**
Dev. Típica	0,469		0,492		0,506		0,502		0,514		0,503		
7. Logro	2,29	14	2,19	180	1,85	40	2,09	111	2,03	75	2,10	420	**
Dev. Típica	0,825		0,723		0,662		0,720		0,636		0,710		
8. Iniciativa	2,43	14	2,56	180	2,35	40	2,52	111	2,68	75	2,55	420	**
Dev. Típica	0,514		0,609		0,533		0,537		0,498		0,566		
9. Optimismo	2,79	14	2,69	180	2,70	40	2,51	111	2,87	75	2,68	420	***
Dev. Típica	0,426		0,532		0,464		0,601		0,342		0,525		
10. Empatía	2,79	14	2,63	180	2,40	40	2,53	111	2,96	75	2,65	420	***
Dev. Típica	0,426		0,579		0,632		0,569		0,197		0,553		
11. Conciencia Organizacional	2,71	14	2,60	180	2,40	40	2,47	111	2,87	75	2,60	420	***
Dev. Típica	0,468		0,545		0,545		0,553		0,342		0,532		
12. Orientación de servicio	2,71	14	2,63	180	2,38	40	2,46	111	2,85	75	2,60	420	***
Dev. Típica	0,469		0,560		0,540		0,518		0,356		0,532		
13. Desarrollo de personas	2,14	14	2,45	171	2,55	40	2,43	110	2,83	63	2,50	398	***
Dev. Típica	0,864		0,737		0,504		0,613		0,459		0,665		
14. Liderazgo inspirador	2,43	14	2,49	171	2,35	40	2,34	110	2,94	64	2,50	399	***
Dev. Típica	0,938		0,706		0,533		0,529		0,302		0,634		
15. Catalizar el Cambio	2,43	14	2,43	171	2,20	40	2,19	110	2,72	65	2,39	400	***
Dev. Típica	0,646		0,735		0,648		0,550		0,484		0,662		
16. Influencia	2,71	14	2,55	171	2,38	39	2,34	110	2,66	65	2,50	399	**
Dev. Típica	0,469		0,634		0,590		0,563		0,538		0,601		
17. Gestión de conflictos	2,79	14	2,70	171	2,58	40	2,72	110	2,86	65	2,72	400	*
Dev. Típica	0,579		0,605		0,594		0,491		0,390		0,545		
18. Trabajo en equipo y colaboración	2,07	14	2,60	171	2,75	40	2,83	110	2,92	64	2,71	399	***
Dev. Típica	0,997		0,732		0,494		0,466		0,324		0,627		

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$

Fuente: Encuesta Mujer y Emprendimiento desde una perspectiva competencial 2016

Tabla 6. Experiencia emprendedora y competencias

Competencias	Sí		No		Total		χ^2
	Media	N	Media	N	Media	N	
1. Conciencia emocional	2,73	307	2,67	103	2,72	410	
Desv. Típica	0,472		0,531		0,487		
2. Autoevaluación	2,75	306	2,64	103	2,73	409	**
Desv. Típica	0,467		0,575		0,498		
3. Autoconfianza	2,81	307	2,72	103	2,79	410	**
Desv. Típica	0,432		0,452		0,438		
4. Autocontrol Emocional	2,61	307	2,54	103	2,59	410	
Desv. Típica	0,503		0,501		0,502		
5. Transparencia	2,79	307	2,72	103	2,78	410	*
Desv. Típica	0,413		0,493		0,435		
6. Adaptabilidad	2,64	307	2,51	103	2,61	410	**
Desv. Típica	0,486		0,540		0,503		
7. Logro	2,13	307	2,02	103	2,10	410	*
Desv. Típica	0,704		0,727		0,711		
8. Iniciativa	2,59	307	2,43	103	2,55	410	**
Desv. Típica	0,537		0,620		0,563		
9. Optimismo	2,69	307	2,65	103	2,68	410	
Desv. Típica	0,509		0,572		0,525		
10. Empatía	2,66	307	2,62	103	2,65	410	
Desv. Típica	0,533		0,612		0,553		
11. Conciencia Organizacional	2,62	307	2,54	103	2,60	410	*
Desv. Típica	0,518		0,556		0,528		
12. Orientación de servicio	2,62	307	2,57	103	2,61	410	
Desv. Típica	0,519		0,571		0,532		
13. Desarrollo de personas	2,51	294	2,47	94	2,50	388	
Desv. Típica	0,665		0,683		0,669		
14. Liderazgo inspirador	2,51	294	2,47	95	2,50	389	
Desv. Típica	0,633		0,650		0,637		
15. Catalizar el Cambio	2,41	295	2,32	95	2,39	390	
Desv. Típica	0,653		0,673		0,659		
16. Influencia	2,50	295	2,53	94	2,51	389	
Desv. Típica	0,600		0,599		0,599		
17. Gestión de conflictos	2,72	295	2,74	95	2,72	390	
Desv. Típica	0,552		0,530		0,546		
18. Trabajo en equipo y colaboración	2,74	294	2,62	95	2,71	389	*
Desv. Típica	0,615		0,671		0,630		
Significación de la χ^2 : (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$							

Fuente: Encuesta Mujer y Emprendimiento desde una perspectiva competencial 2016

No obstante, como excepción a esta tendencia general, se observa que las mujeres que poseen niveles de educación intermedios (entre Bachillerato y Formación Profesional) son más autocríticas con sus competencias que aquéllas que tienen un bajo nivel educativo.

También se observa este aspecto en algunas competencias en las que las mujeres con un mayor nivel educativo (universitario) se consideran menos competentes que aquéllas que poseen menor formación (sin completar la Educación Primaria). Es el caso de competencias como la Autoevaluación y Autoconfianza, ambas en la dimensión relativa al “Autoconocimiento personal” (competencias 1 a 3).

Esto mismo ocurre en las competencias de Adaptabilidad y Logro, incluidas en la dimensión “Autogestión” (competencias 4 a 9). Una posible explicación de estas excepciones es que se trata de competencias relacionadas con la actitud —que no precisa de instrucción—, frente a y competencias que guardan relación con la aptitud —que implica formación, entrenamiento—, como pueden ser las relacionadas con la gestión de relaciones y recursos humanos, en las que las mujeres con mayor nivel de educación mejoran en percepción competencial. En general, la percepción competencial crece con el nivel de estudios, por lo que la hipótesis establecida en este trabajo se confirma. En este sentido, la formación en competencias parece estar operado en el sentido indicado por Alonso *et al.* (2009), como adiestramiento útil susceptible de ser utilizado laboralmente.

La experiencia de la emprendedora actúa como un factor moderador sobre su percepción competencial en un sentido positivo. Si se observa la diferencia de valores medios obtenidos entre las mujeres que dicen contar con experiencia emprendedora previa y las que no la tienen en cada una de las competencias (Tabla 6), se puede comprobar que las empresarias con experiencia obtienen percepciones más altas. Es así en todas las competencias excepto en capacidad de Influencia y Gestión de conflictos.

Observando dichas diferencias, se constata que es en las dimensiones relativas a la “Autogestión” (competencias 4 a 9) y el “Autoconocimiento

personal” (competencias 1 a 3) en las que la percepción competencial de las emprendedoras con experiencia es más elevada. En concreto, es así en las competencias relacionadas con la Iniciativa, Adaptabilidad y Logro —en la dimensión relativa a la “Autogestión”, en las que hay una diferencia estadísticamente significativa— y en la competencia Autoevaluación —en la dimensión de “Autoconocimiento personal”— (competencias 1 a 3).

La experiencia, sin embargo, no parece ser un factor influyente en la valoración de las competencias: Influencia y Gestión de conflictos (ambas incluidas en la dimensión “Gestión de las Relaciones” (competencias 13 a 18). En esta última dimensión sólo la competencia Trabajo en equipo parece estar determinada por la variable experiencia, dado que las emprendedoras que cuentan con esta última, también perciben un mayor nivel de competencia en el trabajo en equipo y la colaboración. Por todo lo anterior, puede admitirse esta segunda hipótesis, en que las emprendedoras con experiencia, generalmente, presentan una mejor percepción sobre las competencias que favorecen el emprendimiento.

Respecto a la relación entre motivación para emprender y atribución competencial, los datos de la Tabla 7 ponen de manifiesto que entre las mujeres cuya motivación para emprender ha sido aprovechar una oportunidad de negocio también presentan una elevada competencia en Autoconfianza y Capacidad de adaptación, propias de una acción que entraña riesgo.

También se consideran altamente competentes en cuestiones como el Trabajo en equipo, la Gestión de conflictos, la capacidad para tomar Iniciativas o la Conciencia emocional. Todas ellas son competencias directamente relacionadas con la gestión de recursos humanos.

Por el contrario, las mujeres cuyo motivo de emprendimiento ha sido la necesidad, al no tener mejores opciones de trabajo, en general, se valoran peor, especialmente en las competencias relacionadas con la Autoconfianza, o la Autoevaluación. Este resultado resulta coherente cuando el emprendimiento no es fruto de una iniciativa que conlleva fortaleza en la personalidad, sino una salida a situaciones laborales o económicas difíciles. La confianza sí es una

Tabla 7. Razones de emprendimiento y competencias*

Competencias	Aprovechar una oportunidad de negocio		No tenía mejores opciones de trabajo		Una combinación de ambos factores		Tiene un trabajo, pero busca mejores oportunidades		Otro caso		Total		χ^2
	N	Media	N	Media	N	Media	N	Media	N	Media	N	Media	
Conciencia emocional	N	2,83	12	2,83	5	3,00	2	3,00	5	2,80	30	2,87	
Desv. Típica		0,408		0,389		0,000		0,000		0,447		0,346	
Autoevaluación	6	2,83	12	2,58	5	2,80	2	2,00	5	2,40	30	2,60	
Desv. Típica		0,408		0,669		0,447		0,000		0,548		0,563	
Autoconfianza	6	3,00	12	2,67	5	2,80	2	3,00	5	2,80	30	2,80	
Desv. Típica		0,000		0,492		0,447		0,000		0,447		0,407	
Autocontrol Emocional	6	2,33	12	2,42	5	2,80	2	2,00	5	2,20	30	2,40	
Desv. Típica		0,516		0,669		0,447		0,000		0,447		0,563	
Transparencia	6	2,83	12	2,83	5	2,80	2	2,00	5	2,80	30	2,77	*
Desv. Típica		0,408		0,389		0,447		0,000		0,447		0,430	
Adaptabilidad	6	3,00	12	2,83	5	2,60	2	2,50	5	2,60	30	2,77	
Desv. Típica		0,000		0,389		0,548		0,707		0,548		0,430	
Logro	6	2,17	12	2,42	5	2,00	2	2,00	5	1,80	30	2,17	
Desv. Típica		0,753		0,669		0,707		0,000		0,447		0,648	
Iniciativa	6	2,83	12	2,75	5	2,40	2	3,00	5	2,60	30	2,70	
Desv. Típica		0,408		0,452		0,548		0,000		0,548		0,466	
Optimismo	6	2,00	12	2,58	5	2,80	2	2,50	5	2,40	30	2,47	*
Desv. Típica		0,632		0,515		0,447		0,707		0,548		0,571	
Empatía	6	2,67	12	2,67	5	3,00	2	2,50	5	2,40	30	2,67	
Desv. Típica		0,516		0,492		0,000		0,707		0,548		0,479	
Conciencia Organizacional	6	2,83	12	2,83	5	2,40	2	2,00	5	2,20	30	2,60	*
Desv. Típica		0,408		0,389		0,894		0,000		0,836		0,621	
Orientación de servicio	6	2,67	12	2,42	5	2,60	2	2,50	5	2,20	30	2,47	
Desv. Típica		0,516		0,515		0,548		0,707		0,447		0,507	
Desarrollo de personas	6	2,67	11	2,55	5	2,60	2	3,00	5	2,60	29	2,62	
Desv. Típica		0,516		0,688		0,548		0,000		0,548		0,561	
Liderazgo inspirador	6	2,50	11	2,55	5	2,60	2	2,00	5	2,20	29	2,45	
Desv. Típica		0,548		0,688		0,548		0,000		0,447		0,572	
Catalizar el Cambio	6	2,50	11	2,55	5	2,40	2	3,00	5	2,40	29	2,52	
Desv. Típica		0,548		0,688		0,894		0,000		0,548		0,634	
Influencia	6	2,33	11	2,18	5	3,00	2	2,00	5	2,20	29	2,34	*
Desv. Típica		0,516		0,751		0,000		0,000		0,837		0,670	
Gestión de conflictos	6	2,83	11	2,64	5	3,00	2	3,00	5	2,60	29	2,76	
Desv. Típica		0,408		0,674		0,000		0,000		0,548		0,511	
Trabajo en equipo y colaboración	6	2,83	11	2,73	5	3,00	2	3,00	5	2,60	29	2,79	
Desv. Típica		0,408		0,647		0,000		0,000		0,894		0,559	

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$

Fuente: Encuesta Mujer y Emprendimiento desde una perspectiva competencial 2016

*Respuestas referidas a aquellas mujeres que han emprendido o están haciendo gestiones para emprender.

competencia altamente evaluada en las mujeres que buscan mejorar su situación a través del emprendimiento o aquéllas en las que la creación de una empresa tiene de ambas razones: oportunidad y necesidad. Una de las posibles interpretaciones de este resultado es que las mujeres en estas circunstancias ya cuentan con una experiencia laboral que las lleva a dar el paso de emprender con mayor seguridad a la hora de gestionar aspectos como el conflicto, los equipos de trabajo o el impulso al cambio.

Teniendo en cuenta estos resultados, respecto a la tercera hipótesis, se puede establecer una relación entre las distintas opciones del emprendimiento y una diferencia en la valoración de las propias competencias.

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

El emprendimiento, algo en principio ajeno a la cuestión de género, sin embargo, introduce un conjunto de reflexiones motivadas por el papel que las mujeres pueden desempeñar en un mundo eminentemente masculinizado. Esto comporta que los factores inhibidores del emprendimiento, en el caso de la mujer, estén teñidos de dificultades adicionales con relación a los hombres que —de darse— no son de tal calado.

Las razones de base tienen que ver con el hecho de que el emprendimiento femenino parece contextualizarse como una ocupación complementaria que debe ser simultánea al solícito papel de hija, esposa y madre.

Estas cuestiones unidas a que el emprendimiento por necesidad (complementar los ingresos de la economía doméstica) y no por oportunidad, motiva que este emprendimiento sea más vulnerable y de menor recorrido.

Los aspectos psicológicos como potenciales inhibidores del emprendimiento de la mujer ayudarían a entender cómo la falta de confianza es clave en la comprensión del emprendimiento. No debe olvidarse que en los aspectos personales también influyen los del entorno y cómo estos pueden ser determinantes en la confianza y motivación de la mujer.

Otros aspectos igualmente reseñables son aquellos relacionados con los factores educativos (forma-

tivos) que en el caso de mujeres, en el tramo de los 45 a 65 años, quedan por debajo de los hombres, algo propio de sociedades donde el papel de la mujer ha estado destinado a los quehaceres domésticos.

Un enfoque competencial como suma de algo más que los tradicionales conocimientos, sino además de las capacidades y habilidades de las personas, permite atisbar las potencialidades de la mujer respecto a la actividad emprendedora, sin olvidar que el autoconocimiento de la persona y la autogestión son puntos de partida irrenunciable.

Los resultados del estudio indican que las mujeres emprendedoras se consideran altamente competentes en aspectos relativos al “Autoconocimiento personal”, la actuación coherente con los valores que reconocen y la consciencia sobre sus propias potencialidades y límites. En definitiva, competencias de carácter personal y de gestión emocional e, incluso, de índole psicológica resultan determinantes en la comprensión del perfil de la mujer emprendedora.

Las carencias más importantes que detectan las mujeres emprendedoras se sitúan en aquellas competencias más directamente relacionadas con la gestión de personas en la empresa o la adopción de actitudes proactivas respecto al cambio, como son: la iniciativa, la orientación hacia el logro o el liderazgo para impulsar estas acciones. Las emprendedoras expresan mayores dificultades en aspectos tales como el impulso del cambio organizativo; la percepción sobre su capacidad de influencia y el desarrollo de actividades de persuasión hacia otros; la capacidad para detectar las necesidades del equipo, así como la promoción para el desarrollo y la capacidad de liderazgo. De estos aspectos sólo se excluirían los relacionados con la mediación en conflictos y la aptitud para trabajar en equipo, en los que las mujeres se atribuyen una mayor fortaleza.

Si bien los niveles de percepción competencial son elevados en todas las dimensiones, hay algunas características que moderan el diagnóstico de la mujer emprendedora. De acuerdo con la literatura sobre el tema, se ha analizado el papel de la variable educación y percepción competencial. En este sentido, se encuentra una relación entre el nivel educativo y la autopercepción sobre las competencias emprendedoras en un sentido positivo. A mayor

nivel educativo, mejor valoración competencial. La seguridad que proporciona la formación, puede ser uno de los factores explicativos de esta alta valoración, especialmente significativa en la dimensión capacitadora para la gestión de relaciones.

En cuanto a la experiencia, si bien no se ha hallado una relación estadísticamente significativa tan amplia como en la variable educación, también se confirma la vinculación entre una mejor percepción competencial y el hecho de tener experiencia empresarial. En la misma línea se puede comentar la tercera hipótesis. Si bien existe una relación estadísticamente débil, se ha observado que la motivación del emprendimiento puede moderar la percepción competencial por parte de las mujeres.

En las líneas anteriores se ha insistido en dos aspectos fundamentales. El primero de ellos es la elevada consideración que las empresarias manifiestan sobre los aspectos competenciales sobre los que se les ha consultado. El segundo es que si bien estas manifestaciones suponen una fortaleza de la mujer emprendedora, no son menos importantes los aspectos en los que han ido identificando un mayor nivel de debilidad.

En general, estas debilidades se relacionan con la capacidad de gestión de las relaciones sociales, tales como la capacidad para influir o persuadir hacia las actividades que se proponen, así como las que atañen a imprimir un impulso al cambio organizacional, la orientación hacia el logro y, en general, aquellas destrezas relacionadas con el desarrollo de liderazgo.

Por tanto, en este sentido, deberían ir las propuestas de este estudio que se concretan en medidas como la formación y entrenamiento en habilidades de liderazgo. Igualmente, estaría indicado el desarrollo de acciones formativas encaminadas a entrenar la capacidad de análisis y aprovechamiento de las oportunidades de negocio del entorno. Por último, siempre resulta necesaria la visibilización y puesta en valor de las capacidades relacionadas con la gestión de personas en todos los niveles, especialmente, las referidas al desarrollo de personas e influencia en los equipos humanos y muy especialmente en el caso de las mujeres emprendedoras, en las que se ha detectado una menor atribución en competencias en este sentido.

AGRADECIMIENTOS Y FINANCIACIÓN

Este trabajo es parte del proyecto: “Mujer y Emprendimiento desde una perspectiva competencial” (CSO2013-43667-R), desarrollado por la Universidad de Murcia y Bradford (Reino Unido) y financiado por el MINECO (España, 2014-2016).

BIBLIOGRAFÍA

- Alaluf, M., Stroobants, M. (1994). ¿Moviliza la competencia al obrero? *Revista Europea de Formación Profesional*, 1, 46-55.
- Alex, L. (1991). Descripción y registro de las cualificaciones. El concepto de cualificación. *Formación Profesional*, 2, 23-27.
- Alonso, L. E., Fernández, C., Nysse, J. M. (2009). *El debate sobre las competencias. Una investigación cualitativa en torno a la educación superior y el mercado de trabajo en España*. Madrid: ANECA.
- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, Personality and Behaviour*. Chicago: Dorsey.
- ASEME (Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid) (2015). Causas de la escasa representación de las mujeres empresarias en determinados sectores y segmentos del tejido empresarial de la Comunidad de Madrid (en línea). http://www.aseme.es/empresas/aseme/Causas_infra.pdf, acceso 1 de julio de 2016.
- Barnett, R. (2001). *Los límites de la competencia. El conocimiento, la educación superior y la sociedad*. Barcelona: Gedisa.
- Beltrán, R. (2000). Las mujeres y el trabajo a tiempo parcial en España. Elementos para su análisis. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 17, 139-161.
- Bloom, S. (1975). *Evaluación del aprendizaje*. Buenos Aires: Troquel.
- Boyatzis, R. (1982). *The competence manager*. New York: John Wiley & Sons.
- Brindley, C. (2005). Barriers to women achieving their entrepreneurial potential: Women and risk. Internacional. *Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11 (2). 144-161.
- Brush, C. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future

- directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, (4), 5-31.
- Brush, C., Hisrich, R. (1988). Women entrepreneurs: Strategic origins impact on Growth. En B. Kirchoff, W. Long, W. McMullen, K. Vesper y W. Wetzel (eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research* (612-625). Wellesley, MA, Babson College.
- Burckle, M. (2000). *ECI and MBTI*, Hay/McBer Research Report. Boston: Hay / McBer Group.
- Burt, R. (2000). The Network Structure of Social Capital. En R. Sutton y B. Staw (eds.), *Research in Organizational Behavior* (pp. 345-423) Greenwich, CT: JAI Press.
- Catley, S., Hamilton, R. (1998). Small business development and gender of owner. *Journal of Management Development*, 17 (1), 75-82.
- Cobo, C. (2012). *Competencias para empresarios emprendedores: contexto europeo*. Fundación Omar Dengo - IDRC - OIT/CINTERF.
- Crespo, E. y Serrano, A. (2013). Las paradojas de las políticas de empleo europeas: de la justicia a la terapia. *Universitas Psychologica*, 12 (4), 1111-1124.
- Dolinsky, A., Caputo, R. (2003). Health and female selfemployment. *Journal of Small Business Management*, 41 (3), 233-241.
- Dumas, C. (1989). Understanding of father-daughter and father-son dyads in family-owned businesses. *Family Business Review*, 2 (1), 31-46.
- Dumas, C. (1998). Women's pathways to participation and leadership in the family-owned firm. *Family Business Review*, 11 (3), 219-228.
- Fischer, E., Reuber, R., Dyke, L. (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8 (2), 151-168.
- Fitzgerald, M., Muske, G. (2002). Copreneurs: An exploration and comparison to other family businesses. *Family Business Review*, 15 (1) 1-15.
- Gallart, M., Jacinto, C. (1996). Adolescencia, pobreza, educación y formación para el trabajo. En I. Koterllnik y C. Jacinto (Comps.), *Adolescencia, Pobreza, Educación y Trabajo* (pp. 95-130). Buenos Aires: UNICEF - Red Latinoamericana de Educación y Trabajo - Editorial Losada.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2014). *Informe España 2013*. Centro Internacional de Santander Emprendimiento (pp. 1-150). España: Editorial de la Universidad de Cantabria.
- Gibb, A. y Ritchie, J. (1982). Understanding the process of starting small businesses. *European Small Business Journal*, 1 (1), 26-46.
- Giraudeau, M. (2007). Le travail entrepreneurial, ou l'entrepreneur schumpetérien performé. *Sociologie du travail*, 49, 330-350.
- Guerrero, L., Armenteros, M. C., López, S., Canibe, F., Reina, G. (2012). Construcción de un perfil de las mujeres emprendedoras en Torreón, Coahuila, México. *RIAF*, 6 (4), 9-38.
- Hagen, E. (1968). *The economics of development*. Irwin Press: Dorsey.
- Haro (De), J. M. (2004). ¿Sabe alguien qué es una competencia? *Dirigir personas*, 30, 8-17.
- Hay Group (2005). *Emotional Competence Inventory (ECI) Technical Manual*, McClelland Center for Research and Innovation, prepared by WOLFF, S.B. DBA. Updated November 2005.
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*, Serie Mujer y Desarrollo, 93, División de Asuntos de Género, CEPAL, Santiago de Chile: Publicación de Naciones Unidas.
- Kourilsky, M., Walstad, W. (1998). Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *Journal of Business Venturing*, 13 (1), 77-88.
- Langowitz, N., Morgan, C. (2003). Women entrepreneurs: breaking through the glass barrier. En J. Butler (ed.), *New perspectives on women entrepreneurs* (pp. 101-119). Greenwich: CT, Information Age Publishing.
- Langowitz, N., Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), 341-364.
- Le Boterf, G. (2000). *Ingeniería de las competencias*. Barcelona: Gestión 2000.
- Manolova, T., Brush, C., Edelman, L. (2007). What do women (and men) want? Entrepreneurial expectancies of women and men nascent entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship*, 7 (8), 1-14.
- Marlow, S. (2006). A safety net or ties that bind? Women, welfare and self - employment. *International Journal of Sociology & Social Policy*, 26 (9-10), 397-410.

- Martínez, R., Hernández, M. J., De la Poza, J. (2007). Trayectoria profesional de las hijas en la empresa familiar: de la infancia a la sucesión. En J. C. Ayala (Coord.). *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro* (pp. 1125-1139). Logroño: Servicio de Publicaciones de la Universidad de la Rioja.
- McClelland, D. (1973). Testing for competence rather than for intelligence. *American Psychologist*, 28 (1), 13-20.
- Minniti, M., Arenius, P., Langowitz, N. (2005). *2004 Report on Women and Entrepreneurship*. Londres: London Business School.
- Murensky, C. (2000). *The relationships between emotional intelligence, personality, critical thinking ability and organizational leadership performance at upper levels of management*, Diss, ProQuest Information & Learning. Tesis doctoral.
- Olaz, A. (2011). Una aproximación conceptual a la cualificación profesional desde una perspectiva competencial. *Papers*, 96 (2), 589-616.
- Olaz, A., Ortiz, P. (2016). The competencial factor like an engine venture. *Suma de Negocios*, 7 (15), 2-8.
- Ortiz, P. (2014). El trabajo a tiempo parcial ¿una alternativa para la mujer en tiempos de crisis? *Sociología del Trabajo*, 82, 73-92.
- Ortiz, P., Cosimi, L. (2015). L'evoluzione del lavoro a tempo parziale in Spagna e Italia: una questione di genere? *Sociologia e Politiche Sociali*, 18 (1), 125-143.
- Ortiz, P. y Olaz, A. (2016). Elements that contribute to boost female entrepreneurship: A prospective analysis. *Suma de Negocios*, 7 (15), 54-60.
- Pereda, S. y Berrocal, F. (2001). *Gestión de recursos humanos por competencias*. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces.
- Pereira, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo de conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. *Cuadernos de Administración*, 20 (34), 11-36.
- Rábago, P., D'Annunzio, M. C., Monserrat, S. (2004). Perfil de las mujeres emprendedoras exitosas de Argentina, II CIPEAL, Conferencia Internacional de Pesquisa em Empreendedorismo na America Latina, Brasil, Río de Janeiro.
- Raičević, S., Ščekić, D., Vučurović, V., Jaćimović, Ž. (2007). Key competences for lifelong learning. Development of key competences in the Montenegrin education system. Torino: European Training Foundation.
- Rowe, B., Hong, G. (2000). The role of wives of family businesses: The paid and unpaid work of woman. *Family Business Review*, 13, (1), 1-13.
- Ruiz, J., Coduras, A., Camelo, M. C. (2012). *Actividad Emprendedora de las mujeres en España*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Sala, F. (2003). Leadership in education: effective UK College Principals. *Nonprofit Management & Leadership*, 14 (2), 171-189.
- Salganicoff, M. (1990). Women in family business: Challenges and Opportunities. *Family Business Review*, 3 (2), 125-138.
- Serrano, A. y Magnusson, L. (eds.). (2007). Reshaping welfare states and activation regimes in Europe. Bruselas: Peter Lang.
- Shabbir, A., Di Gregorio, S. (1996). An examination of the relationship between women's personal goals and structural factors influencing their decision to start a business: The case of Pakistan. *Journal of Business Venturing*, 11, (6), 507-529.
- Sharma, P. (2004). An Overview of the Field of Family Business Studies: Current Status and Directions for the Future. *Family Business Review*, 17 (1), 1-36.
- Stroobants, M. (1991). Travail et competences: recapitulation critique des approches des savoirs au travail. *Formation / Emploi*, 33, 31-42.
- Vadnjal, J., Zupan, B. (2009). The role of women in family businesses. *Economic and Business Review*, 11 (2), 159-177.
- Valencia, M. (2010). *Factores que influyen en los resultados de las nuevas empresas creadas por mujeres*. Barcelona: Universidad Ramón Llull. Tesis doctoral.
- Ventura, R., Quero, M. J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13 (1), 135-155.
- Vera, C., Dean, M. (2005). An examination of the challenges daughters face in family business succession. *Family Business Review*, 18 (4), 321-346.

NOTA BIOGRÁFICA

Pilar Ortiz García es profesora titular de universidad. Licenciada en Sociología con especialidades de Sociología Industrial y Sociología Política por la Universidad Complutense de Madrid y Doctora en CC. Económicas por la Universidad de Murcia.

Ángel Olaz Capitán es profesor contratado doctor. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales con especialidad de Sociología Económica por la Universidad Autónoma de Madrid y doctor en Sociología por la Universidad de Murcia.