

ESTUDIO CEV-EVAP

Diciembre 2021

**“Valores y actitudes de las empresarias,
directivas y profesionales valencianas”**

Informe realizado por: Sara Enrique Belda, Sara Martínez-Gregorio, Amparo Oliver Germes, Zaira Torres Romero y Aida Vizcaíno Estevan (Universitat de Valencia).

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUCCIÓN | 3 |
| 1.1 Objetivos | 3 |
| 1.3 Ficha Técnica | 5 |
| 1.2 Instrumentos empleados | 7 |
| 2. DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA | 12 |
| 2.1. Descripción de la muestra: sociodemográficos y escalas globales | 12 |
| 2.2. Estudio de los diferentes perfiles | 20 |
| 3. EL SÍNDROME DE LA IMPOSTORA | 23 |
| 3.1 Relaciones entre el Síndrome de la Impostora y la Satisfacción en diferentes ámbitos de la vida | 24 |
| 3.2. Relaciones entre el Síndrome de la Impostora y otras variables psicosociales del ámbito profesional | 26 |
| 3.3. Relaciones entre el Síndrome de la Impostora y la maternidad teniendo en cuenta la edad | 29 |
| 4. EL PERFIL DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA | 31 |
| 4.1. Descripción del perfil de emprendedoras a nivel descriptivo | 32 |
| 4.1.1. Descripción de perfil de emprendedora de éxito | 33 |
| 4.2. Diferencias entre emprendedoras y no emprendedoras en variables globales | 36 |
| 5. DIFERENCIAS DE GÉNERO PERCIBIDAS POR LAS PROFESIONALES | 37 |
| 6. ¿CÓMO HA AFECTADO EL COVID-19? | 40 |
| 6.1. Efectos del COVID-19 en los puestos de trabajo y las empresas. | 40 |
| 6.2. Efecto diferencial del COVID-19 en función del sexo. | 42 |
| 7. CONSIDERACIONES SOBRE LA EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO | 43 |
| 8. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE FUTURO | 46 |
| 9. REFERENCIAS | 50 |
| 10. ANEXO. PROTOCOLO DE CUESTIONARIOS DE LA ENCUESTA. | |

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Objetivos

Los objetivos de este estudio se alinean con los objetivos generales de la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana (CEV), ya que ésta, de representar y defender los intereses de sus asociados y asociadas ante las instituciones públicas y la sociedad para fortalecer la actividad empresarial. De la misma forma, los contenidos del estudio plantean temas que pueden ofrecer información de interés para comprender cómo afecta a las mujeres profesionales el contexto de la actual pandemia. En este sentido, el presente estudio se enmarca en la Agenda 2030 (Naciones Unidas, 2015) puesto que pretende contribuir a la consecución de tres de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), concretamente el ODS 3 (salud y bienestar), el ODS 5 (igualdad de género) y el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico).

Entre las funciones de CEV está promover la competitividad de las empresas y el emprendimiento. El emprendimiento femenino contribuye a mejorar el estatus social de las mujeres (Datta Gailey, 2012), reducir el desempleo (Bosse y Taylor, 2012) y mejorar la calidad de vida social en general (Dheer et al, 2019). Para ello es vital conocer qué piensan las mujeres empresarias, directivas y profesionales sobre una serie de aspectos con gran influencia en su empleabilidad y su calidad de vida. Se abordan en un periodo tan trascendental como este, donde estamos saliendo de una pandemia, entre otras, cuestiones como el liderazgo, el emprendimiento, la formación directiva, la percepción de eficacia, las actitudes ante la vida profesional, el síndrome de la impostora, el impacto del COVID, la cultura emprendedora o la igualdad de género en la sociedad valenciana.

Los hallazgos que se obtengan, teniendo en cuenta que se trata de un primer estudio piloto (el alcance y la representatividad de los resultados debe tomarse con cautela), han de contribuir no sólo conocer sino activar políticas encaminados a reforzar los liderazgos femeninos, a incorporar nuevas medidas para la corresponsabilidad o activar programas de emprendimiento femenino. La relevancia de CEV como organización motora de la economía valenciana es fundamental para activar las palancas de cambio organizacional, empresarial e institucional.

Debemos insistir, nuevamente, en que este estudio es una primera aproximación a la realidad de las empresarias, directivas y profesionales valencianas de las que apenas se dispone de información, ni en número ni en calidad, que nos permita, ni tan siquiera, abordar un censo general que enmarque las respuestas obtenidas. Es por ello que esta ausencia de datos debe ser considerado como una de las principales conclusiones y, por tanto, prioridades de actuación.

En todo caso, informaciones recientes como los de la auditoría GrantThornton en su informe Women in Business (2021), señalan que el liderazgo femenino empresarial en la Comunidad Valenciana va avanzando, aunque lentamente. El número de mujeres directivas estaría en el 26% de empresas, tres puntos más que el año anterior. Sin embargo, insistimos, se desconoce el número de integrantes de esta población de referencia formada por directivas, empresarias, autónomas y/o mujeres profesionales en puestos de responsabilidad. Según datos del INE, de la Encuesta Anual de Estructura Salarial (2019), las mujeres que ocupan puestos como directivas o ejecutivas serían 28.706 en la Comunidad Valenciana.

El principal objetivo de este estudio es establecer un diagnóstico actual sobre cómo las propias mujeres con perfil empresarial evalúan aspectos fundamentales en conexión con su empleabilidad presente y futura en el marco de la Comunidad Valenciana. Para ello, entre otros aspectos, resulta relevante conocer su perfil sociodemográfico, educativo y sus condiciones en cuanto a sus responsabilidades más allá de las laborales. Nos dirigimos a ellas de forma anónima, en especial atendiendo a sus percepciones de:

- Sus propias actitudes y competencias emprendedoras y sus motivaciones para emprender;
- La forma en que la sociedad valenciana apoya el emprendimiento;
- Las diferencias que encuentran frente a los hombres en las mismas situaciones;
- Cómo atribuyen el origen del emprendimiento, “si nacemos o nos hacemos emprendedoras”;
- Su valoración de autoeficacia, la confianza que tienen en su potencial y capacidades;
- Cómo perciben en la actualidad la formación en emprendimiento en nuestros adolescentes y cuáles serían los aspectos que más habría que trabajar; y

- Cómo la pandemia COVID-19 ha influido en aspectos tan centrales como la conciliación laboral, las oportunidades de encontrar empleo, las opciones de promoción, las posibilidades de acceder a puestos de responsabilidad, el salario, etc.

1.3 Ficha Técnica

Se trata de una encuesta online, de unos 10 minutos de duración, con participación totalmente anónima realizada mediante la plataforma SurveyMonkey. El trabajo de campo se realizó en diciembre de 2021, por muestreo promovido por la propia CEV y por EVAP encuestando a un total de 147 mujeres. El protocolo de medida empleado, con inclusión de todas las preguntas se encuentra al final en el Anexo.

Si planteáramos un estudio sobre una población de 25000 mujeres con el perfil objetivo de este estudio, para un nivel de confianza del 95% y un margen de error máximo del 5%, el tamaño muestral a estudiar debería ser de unas 378 mujeres, si la población fuera de 10000 mujeres, esta misma muestra debería de ser de 370. (Para un margen de error de más-menos 2.5% en población 25000 debería llegar hasta las 1448 mujeres y con población 10000 a 1332). Insistimos, de nuevo, en que el presente estudio, pionero, es consciente de las limitaciones en la generalización de resultados por la dificultad de acceso a los perfiles estudiados y, por tanto, los resultados y conclusiones deben valorarse en esta justa medida.

Serían necesarios futuros estudios que profundicen con garantías de representatividad poblacional en estos primeros hallazgos.

Para llevar a cabo los análisis de los distintos apartados del informe se han utilizado los programas estadísticos IBM SPSS Statistics (versión 26.0.0), JASP (versión 0.16) y RStudio.

Se han llevado a cabo análisis descriptivos de medias, desviaciones típicas, medianas, frecuencias y porcentajes dependiendo de la naturaleza de las variables (nominales, ordinales o cuantitativas).

Adicionalmente para la comparación de perfiles profesionales en las escalas Locus de Control, Autoeficacia emprendedora, Proactividad, Ética Profesional, Empatía, Innovación, Autonomía y Toma de Riesgos se han elegido pruebas no paramétricas de comparación de grupos independientes. En concreto la prueba H de Kruskal Wallis, que resulta la más adecuada

en caso de incumplimiento de los supuestos de normalidad en las distribuciones y de homogeneidad de varianzas.

Además, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman para el evaluar las relaciones entre el síndrome de la impostora y diferentes facetas de la Satisfacción, dada la naturaleza ordinal de los distintos indicadores de satisfacción (satisfacción con la vida en general, satisfacción personal/individual, satisfacción como emprendedora, satisfacción en el ámbito profesional, y satisfacción en el ámbito de la familia y las amistades). También se utilizaron las correlaciones de Spearman para estimar las relaciones entre la pregunta sobre si se identifican ellas mismas como emprendedoras de éxito y a) el síndrome de la impostora y b) las teorías implícitas ('creer que las personas emprendedoras nacen o se hacen').

Por otro lado, se utilizó el análisis de correlación de Pearson para la evaluación de las relaciones entre síndrome de la impostora y diferentes variables psicosociales claves en el ámbito profesional: el locus de control interno, la autoeficacia emprendedora y cada una de las actitudes emprendedoras (innovación, ética profesional, autonomía, toma de riesgos, empatía y proactividad). Y para el análisis que compara el Síndrome con la edad y tener hijos o no se ha realizado una prueba ANOVA factorial.

Para la puesta a prueba de diferencias de medias entre a) mujeres emprendedoras y no emprendedoras y, b) mujeres emprendedoras de éxito y resto de emprendedoras, en las escalas Locus de Control, Autoeficacia emprendedora, Proactividad, Ética Profesional/Filosofía del Trabajo, Empatía, Innovación, Autonomía y Toma de Riesgos, Satisfacción Global y Síndrome de la Impostora, se ha elegido la prueba t de Student para muestras independientes con su comprobación de supuestos principales y correspondientes medidas de tamaño del efecto.

La percepción de diferencias de género se ha explorado de manera descriptiva mediante medias, desviaciones típicas, medianas, frecuencia y porcentajes. A continuación, para analizar si existían diferencia entre las características consideradas como más importantes para los hombres y mujeres se ha empleado un contraste de proporciones relacionadas (la prueba de McNemar), empleando odds ratio como medidas del tamaño del efecto.

En el apartado dedicado al análisis de los efectos del COVID, se ha recurrido nuevamente a los estadísticos descriptivos apropiados. Adicionalmente, para contrastar si algunas medidas habían sido más implantadas que otras en los puestos de trabajo y la empresa, se han llevado a cabo tests de Friedman, como alternativa no paramétrica a la prueba ANOVA

para muestras dependientes. Consecuentemente, se han empleado pruebas post hoc de Conover, y se ha empleado la W de Kendall como medida del tamaño del efecto.

Estos mismos análisis han sido empleados en el apartado relativo a la educación en emprendimiento para comprobar si las participantes consideraban más importante la inclusión en los programas de emprendimiento de alguna competencia emprendedora frente a otra.

Para finalizar con este apartado, cabe puntualizar que un ámbito donde el estudio muestra una gran confianza y rigor es en la selección de instrumentos de medida. Las preguntas forman parte de indicadores y/o ítems de escalas previamente validados y de los que conocemos su funcionamiento. El siguiente apartado los explica con mayor detalle.

1.2 Instrumentos empleados

Para acercarnos a la realidad de las empresarias, directivas y profesionales valencianas, se ha llevado a cabo un trabajo de investigación que ha recogido sus diferentes percepciones y opiniones en un cuestionario online que abarca una multitud de variables principalmente referentes a la vida personal-profesional, la empleabilidad, el emprendimiento y los efectos del COVID-19 en estos ámbitos.

El protocolo de preguntas fue diseñado y adaptado en base a diferentes escalas previamente validadas e indicadores provenientes de diferentes encuestas poblacionales, nacionales e internacionales, especializadas en estos ámbitos. Se ha estimado la fiabilidad de las escalas empleadas con valores Alpha de Cronbach y Omega, donde estimaciones iguales o mayores de .70 indican una adecuada fiabilidad de la escala (Dunn, 2013).

Como hemos indicado en el apartado anterior '*Ficha Técnica*', el trabajo de campo se realizó durante el mes de diciembre de 2021. El cuestionario online, de aproximadamente 10 minutos de duración, estaba compuesto por 28 preguntas estructuradas en cinco bloques:

a) Primer Bloque: 'Datos sociodemográficos'

En este primer bloque de preguntas se recogió información sociodemográfica general (edad, nivel y área de formación, puesto y sector profesional, pertenencia a alguna asociación de empresarios/as como CEV, EVAP o similares, número de hijos/as y/o personas dependientes a cargo).

Además, para las mujeres que se identificaron como emprendedoras, también se les recogió información sobre dos aspectos adicionales. Por un lado, un indicador sobre su grado de identificación como persona emprendedora de éxito. Por otro lado, sus diferentes motivaciones de emprender, pregunta proveniente del estudio poblacional realizado por el Observatorio del Emprendimiento de España (2020) para la realización de sus informes nacionales anuales dentro del proyecto internacional GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*).

b) Segundo Bloque: ‘Actitudes ante la vida profesional’

El segundo bloque estaba constituido por tres cuestiones. La primera escala mide el nivel de satisfacción global ($\alpha = .84$, $\omega = .85$) atendiendo tanto a la satisfacción con la vida en general como a los diferentes ámbitos de la vida personal, social y profesional, ámbitos muy interdependientes entre sí. Concretamente, el ítem que mide el grado de satisfacción ‘en general, en la mayoría de los aspectos de mi vida’ es un indicador adaptado de la Escala de Satisfacción con la Vida (SWLS) de Diener et al., (1985) que mide el bienestar subjetivo, también conocido como bienestar hedónico. El ítem sobre la satisfacción en la vida profesional es un indicador adaptado de Van Dyne y Pierce, (2004) recogido en el proyecto internacional GUESSS (*Global University Entrepreneurial Spirit Student’s Survey*), que en el ámbito nacional tiene su informe reciente desarrollado por Ruiz-Navarro et al. (2021). Además, el indicador que midió el grado de satisfacción con ‘mi vida como emprendedora’ es un ítem adaptado de la Escala de Satisfacción Emprendedora (ESS, por sus siglas en inglés) de Shir (2015).

Las dos últimas cuestiones del bloque preguntaron sobre la influencia e impacto de la pandemia COVID-19 en sus vidas profesionales. Por una parte, referente al desempeño en su puesto laboral, se preguntó por los siguientes aspectos cruciales en la actualidad: la flexibilización del tiempo de trabajo, el teletrabajo, la corresponsabilidad y la transformación digital. Por otro lado, respecto a sus empresas, aspectos como: la producción, reestructuración y reorganización del trabajo y la participación en iniciativas solidarias.

c) Tercer Bloque: ‘Actitudes ante el emprendimiento y liderazgo’

El tercer bloque incluyó siete cuestiones sobre el ámbito del emprendimiento y el liderazgo. Concretamente recogió información sobre las actitudes emprendedoras, la

autoeficacia emprendedora, el locus de control, el síndrome de la impostora y las teorías implícitas, que son cinco factores psicosociales influyentes en el proceso emprendedor.

En primer lugar, la escala validada de actitudes emprendedoras (EASS, Oliver y Galiana, 2015). Esta escala Likert de 7 puntos desde 1 'totalmente en desacuerdo' a 7 'totalmente de acuerdo', está formada por 6 subescalas de 3 ítems cada una, coincidiendo con cada una de las seis principales actitudes emprendedoras:

1. *Proactividad* ($\alpha = .67$, $\omega = .67$), se define como la perspectiva prospectiva y actividad innovadora (Lumpkin y Dess, 1996). Incluye ítems como: 'Sabiedo que las condiciones en mi profesión están cambiando, intento buscar activamente nuevas oportunidades'.
2. *Ética Profesional* ($\alpha = .84$, $\omega = .84$) entendida como tener una fuerte filosofía de trabajo (Schafermeyer y Hobson, 1997). Dos ítems ejemplos pueden ser: 'Me gusta la idea de tener retos en mi práctica profesional' y 'Me considero alguien con alta motivación en el trabajo'.
3. *Empatía* ($\alpha = .88$, $\omega = .89$), se define como la habilidad para comprender bien a los demás, cuenta con ítems como: 'Creo que hacer una contribución a la sociedad es importante' y 'Soy buena empatizando con mis clientes, pacientes o usuarios de servicios porque soy receptiva a sus problemas'.
4. *Innovación* ($\alpha = .94$, $\omega = .94$), entendida como la tendencia a involucrarse y apoyar nuevas ideas novedad, experimentación y procesos creativos (Lumpkin & Dess, 1996), incluye ítems ejemplo: 'Me puedo ver a mi misma empezando algo innovador en el trabajo'.
5. *Autonomía* ($\alpha = .86$, $\omega = .86$), define a aquellos con mentalidad independiente (Lumpkin y Dess, 1996). Tiene ítems como: 'Como profesional, me animo a desarrollar nuevas ideas en el trabajo' y 'Quiero trabajar donde las nuevas oportunidades importen a todos los empleados'.
6. *Toma de riesgos* ($\alpha = .81$, $\omega = .82$), que caracteriza a aquellos que se sienten cómodos con el riesgo y que confíen en sus propias habilidades. (Puri y

Robinson, 2005). Esta dimensión contiene ítems ejemplo: ‘Creo que para ser profesional de éxito he de tomar riesgos en mi carrera’.

Además, este bloque también incorporó dos preguntas procedentes del cuestionario del proyecto internacional GUESSS, referentes a autoeficacia emprendedora y locus de control, que junto con las actitudes emprendedoras son dos factores psicosociales claves para en el emprendimiento, también en el intraemprendimiento entendido como emprendimiento dentro de una organización ya existente (Cetin, 2011). Por un lado, autoeficacia emprendedora ($\alpha = .91$, $\omega = .91$) con la versión corta de la escala de 6 ítems ESE (Entrepreneurial Self-Efficacy) de De Noble (1999), validada en su versión original por Moriano et al. (2006). Esta escala Likert de 7 puntos, va desde 1 ‘Muy poca competencia’ hasta 7 ‘Muy alta competencia’ en cuanto a ítems que hacen referencia a distintas competencias emprendedoras como: ‘Identificar nuevas oportunidades de negocio’ y ‘Gestionar la innovación dentro de un negocio’. Por otro lado, el locus de control ($\alpha = .67$, $\omega = .68$) medida en la escala de 3 ítems de Levenson (1973), con ítems como: ‘Cuando hago planes, estoy casi segura de que los haré funcionar’. Esta escala validada por Schjoedt y Shaver (2012) también está incluida en el programa de investigación internacional PSED I (Panel Study of Entrepreneurial Dynamics).

En cuarto lugar, se midió el fenómeno de la impostora ($\alpha = .71$ $\omega = .74$), popularmente conocido como *síndrome del impostor/a*, esta variable se midió con una versión corta de 6 ítems de la escala original CIPS de Clance (1985). Algunos ítems ejemplo son: ‘A veces pienso que obtuve mi puesto actual o mi éxito actual porque estaba en el lugar correcto, en el momento adecuado o conocía a las personas adecuadas’, ‘Me resulta difícil aceptar cumplidos o elogios sobre mi inteligencia o mis logros’ y ‘A menudo tengo miedo de fracasar en una nueva tarea o proyecto, aunque en general lo que intento lo hago bien’.

En quinto lugar, se incluyó un indicador para medir las *teorías implícitas de la persona emprendedora de éxito*, popularmente conocidas como *mindsets*. Las teorías implícitas recogen el continuo de creencias entre dos polaridades: mentalidad fija y mentalidad de crecimiento, las cuales hacen referencia a la ‘creencia de si las personas emprendedoras de éxito nacen o se hacen’, respectivamente. El indicador utilizado es una versión adaptada y traducida del ítem del estudio de Kray et al. (2007), utilizada en el ámbito del emprendimiento desde los estudios de Pollack, et al. (2012).

En sexto lugar, se abordaron las diferentes construcciones sociales sobre el género y el éxito laboral que, a su vez, informan sobre las dificultades que pueden encontrar las personas

en el plano profesional, según el género. Para ello, se hicieron dos preguntas paralelas, una enfocada al éxito laboral en hombres y la otra al éxito laboral en mujeres. Concretamente, se les preguntó que señalaran las tres características personales más importantes para triunfar en el trabajo, de forma separada, primero para hombres y luego para mujeres. Es decir, tenían que elegir qué tres características eran las más importantes para que una mujer triunfe en el trabajo, y que tres eran las más importantes para que un hombre triunfe en el trabajo. Se elegían entre un abanico de 12 características: buena preparación, inteligencia, esfuerzo, iniciativa, capacidad de trabajo en equipo, autoridad, conocer gente influyente, buena imagen, buena suerte, simpatía (don de gentes), intuición y atractivo personal.

Por último, la séptima cuestión de este bloque recogió la escala Cultura Emprendedora en la Región de Liñán y Fernández-Serrano (2018), en este caso recogió las percepciones sobre la cultura emprendedora de la Comunidad Valenciana ($\alpha = .90$, $\omega = .91$). Esta escala Likert de 5 puntos 1 ‘muy en desacuerdo’ a 5 ‘muy de acuerdo’ es parte del cuestionario del proyecto ELITE ‘Estudio Longitudinal Sobre El Proceso de Surgimiento de Emprendedores de Alto Impacto’ (Liñán y Fernández-Serrano, 2018). Tres ítems ejemplos de esta escala son: Piensas que, en la Comunidad Valenciana, la cultura predominante... ‘apoya/valora el éxito individual obtenido a través del esfuerzo personal’, ‘enfatisa la autosuficiencia, autonomía e iniciativa personal’ y ‘estimula la creatividad e innovación’.

d) Cuarto Bloque: ‘Consideraciones sobre la educación en emprendimiento para futuras generaciones’

El cuarto bloque ‘consideraciones sobre la educación en emprendimiento para futuras generaciones’, incluye preguntas sobre las percepciones, conocimiento, satisfacciones y sugerencias por parte de las mujeres sobre la educación en emprendimiento en edades tempranas, concretamente en la etapa de Educación Secundaria. También valora qué competencias consideran más importantes que se incluyan en programas de educación en emprendimiento en Secundaria, entre las que se encontraban: innovación’, ‘toma de riesgos’, ética profesional/filosofía del trabajo’, autonomía’, ‘proactividad’ y ‘empatía’.

e) Quito Bloque: ‘Actitudes ante la realidad socioeconómica y efectos del COVID-19’

Finalmente, en el último bloque ‘Actitudes ante la realidad socioeconómica y efectos del COVID-19’ se abordó la comparativa respecto al género en dos cuestiones de

empleabilidad. Por una parte, sobre las diferencias percibidas, dependiendo del género, en cuanto a los efectos de la pandemia COVID-19 en diferentes aspectos socioeconómicos de la Comunidad Valenciana, tales como: ‘los salarios’, ‘las perspectivas de promoción profesional’, ‘las posibilidades de compaginar la vida laboral y familiar’ y ‘el acceso a los puestos de responsabilidad en la vida política’. Por otra parte, la percepción de ocurrencia sobre estas dos afirmaciones: a) ‘las mujeres deben esforzarse más que los hombres para demostrar que pueden desarrollar un mismo puesto de trabajo’ y, b) ‘en las mismas condiciones, es decir, con la misma preparación y dedicación, la mayoría de las empresas prefieren hombres para cubrir los puestos de responsabilidad’.

2. DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

2.1. Descripción de la muestra: sociodemográficos y escalas globales

En este primer estudio piloto se obtuvieron 147 respuestas de mujeres. En cuanto a su perfil sociodemográfico, el 79.59% (n= 117) tenían hijos. Un 22.14% (n= 31) de la muestra tenían específicamente personas dependientes a su cargo. Su media de edad fue de 50.68 años ($DT= 8.02$), con un rango de edad de entre 27 y 78 años, representando en su mayoría a mujeres adultas. En cuanto a su formación, un 69.17% (n= 111), tenían estudios universitarios o superiores (Figura 1), también en su mayoría, el 42.03% (n= 58), se había formado en el área de economía y empresariales (Figura 2).

Figura 1. Nivel de estudios (porcentaje)

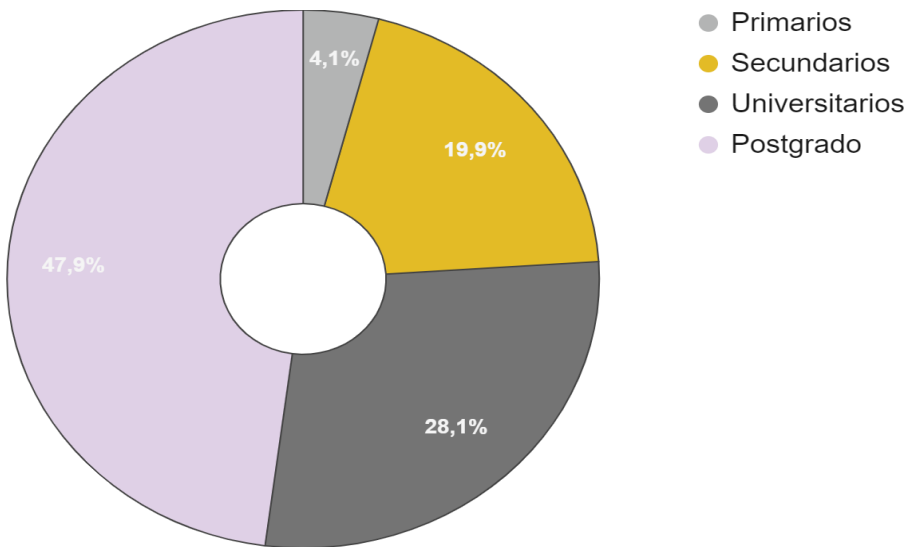
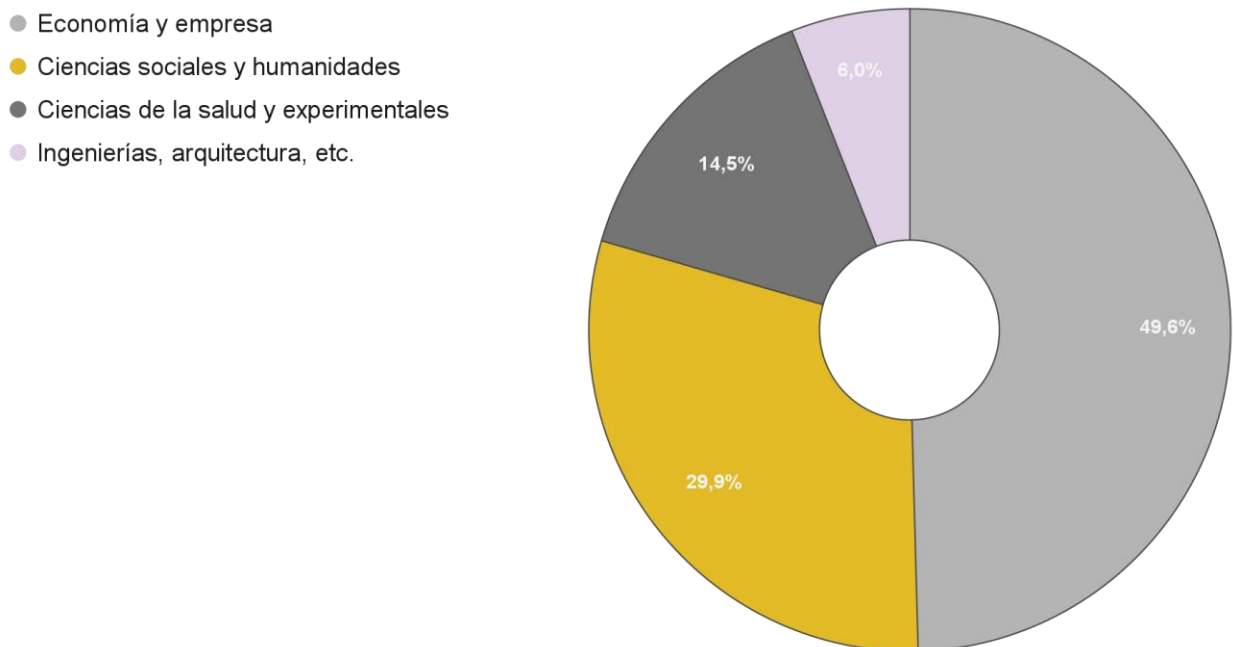


Figura 2. Área de Formación (porcentaje)



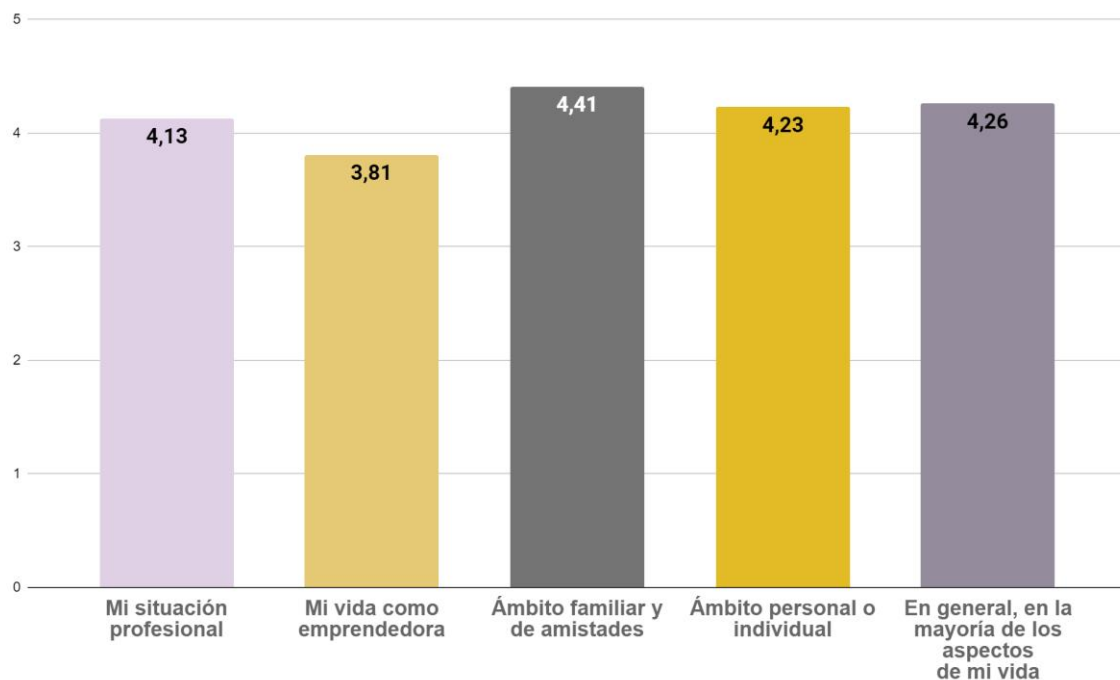
Además, un 70.7% (n=104) de estas mujeres se encuentran dentro de una asociación, organización o entidad sectorial o empresarial. Y al preguntarles por el sector principal donde desarrollan actualmente su actividad en la Tabla 1 se puede observar que la muestra está diversificada y que los sectores con mayor porcentaje han sido el legal (10.9%) y el de comercio (12.2%).

Tabla 1. Sectores donde desarrollan su actividad

| Sector | Porcentaje | Frecuencia |
|--|------------|------------|
| Auditoría y asesoría | 7.5% | 11 |
| Comunicación | 6.1% | 9 |
| Estudios de mercado, consultoría proyectos | 2.7 | 4 |
| Actividades financieras, Banca, Seguros | 3.4% | 5 |
| Administración, Servicios auxiliares | 1.4% | 2 |
| Legal | 10.9% | 16 |
| Arte, Diseño, actividades recreativas y de entretenimiento | 3.4% | 5 |
| Sanitario, Servicios sociales | 4.8% | 5 |
| Bienestar, belleza | 8.8% | 13 |
| Educación y formación | 7.5% | 11 |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas | 1.4% | 2 |
| Construcción, infraestructuras, inmobiliaria | 1.4% | 2 |
| Hostelería y Turismo | 2.7% | 4 |
| Sociedad civil, ONG | 0.7% | 1 |
| Comercio al por mayor y al por menor | 12.2% | 18 |
| Recursos Humanos, psicología | 2.7% | 4 |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca | 0.7% | 1 |
| Transporte y almacenamiento | 2.0% | 3 |
| Madera, mueble | 2.0% | 3 |
| Automóvil, metal, maquinaria | 1.4% | 2 |
| Industrias extractivas o manufactureras | 0.7 | 1 |
| Tecnologías de la información, informática | 2.0% | 3 |
| Otro | 13.6% | 20 |

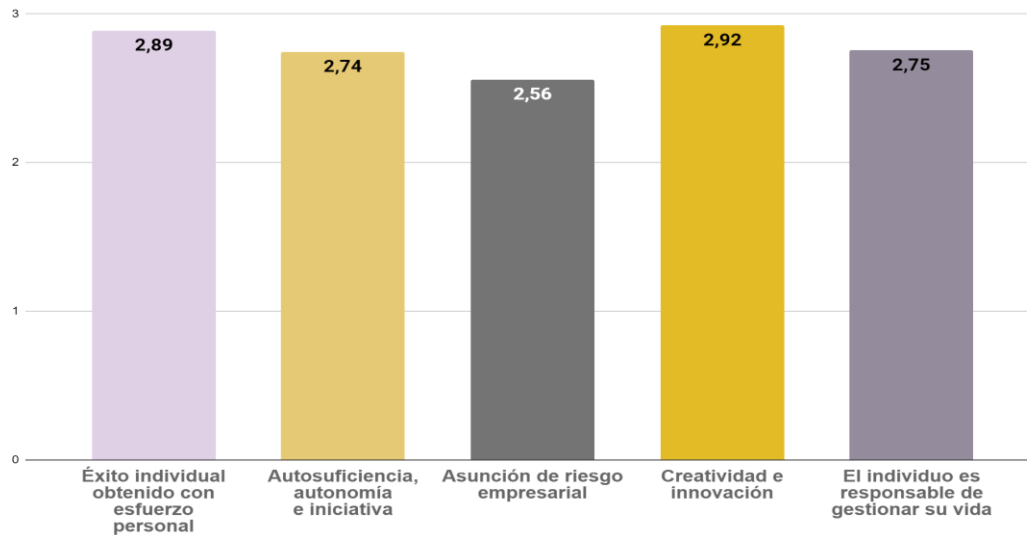
Las encuestadas respondieron acerca de su satisfacción en diversas áreas de su vida, los resultados muestran que su satisfacción es mayor en el ámbito familiar y de amigos ($M= 4.41$, $DT= 0.79$, $Mdn= 5$) y las áreas que presentan menor satisfacción son las que tienen que ver con el ámbito profesional ($M= 4.13$, $DT= 0.78$, $Mdn= 4$) y con la relación con el emprendimiento ($M= 3.8$, $DT= 1.14$, $Mdn= 4$), en la Figura 3 se pueden observar las medias en las puntuaciones de Satisfacción que van de un mínimo de 0 a un máximo de 5.

Figura 3. Valores de las medias en Satisfacción con los distintos aspectos de la vida



La Figura 4 muestra las puntuaciones medias de acuerdo/desacuerdo de las mujeres en cuál es la cultura predominante en la Comunidad Valenciana, los valores de estos indicadores tienen un mínimo de 1 “Muy en desacuerdo” y un máximo de 5 “Muy de acuerdo”. Las encuestadas respondieron que la cultura predominante “Estimula la creatividad e innovación” ($M= 2.92$, $DT=1.14$, $Mdn= 3$) mientras que lo que menos predominaba era “Estimular la asunción de riesgo empresarial” ($M= 2.56$, $DT=1.11$, $Mdn= 2$).

Figura 4. Valores de las medias en diferentes aspectos de Cultura emprendedora predominante en la Comunidad Valenciana



Lamentablemente no se cuenta con estudios comparables que revelen valores normativos de referencia a partir de esta misma escala. Supone una aportación tener este primer diagnóstico y a partir de ahora poder valorar cómo se posicionan estas mujeres en su valoración de cómo la cultura del entorno apoya o no el emprendimiento. En cualquier caso, parece acorde al rango de la escala de valores bajos, idiosincrásicos de un colectivo que parece evaluar que sobre sí mismo recae la responsabilidad y esfuerzo de emprender, pues contrastan las altas puntuaciones en autoeficacia y actitudes emprendedoras, las altas puntuaciones en el terreno de lo propio o individual, con las bajas en lo colectivo (apreciación de cultura de apoyo al emprendimiento). También deben tenerse en cuenta las aportaciones de la literatura desde una perspectiva de género. En concreto, que el emprendimiento está influenciado por el género (Jennings y Brush, 2013) ya que está estereotipado como una carrera profesional masculina (Hmieleski y Sheppard, 2019). Así, hemos de tener claro que estamos midiendo cómo perciben las propias mujeres la cultura emprendedora de la región (Comunitat Valenciana).

En nuestro estudio se miden estas variables de la escala de Liñán y Fernández-Serrano (2013): ‘éxito personal obtenido por esfuerzo personal’, ‘autonomía’, ‘toma de riesgo empresarial’, ‘creatividad e innovación’ y ‘individuo responsable de gestionar su vida’ que pueden varios de ellos ser valores más individualistas y seguir el estereotipo tradicional masculino, el paradigma ‘Think entrepreneur-think male’ (Laguía et al. 2019). En el estudio de Mueller y Conway Dato-on (2013) se afirmaba que, aunque en países con una cultura más

empresaria (como EEUU) ya se estaba superando el tradicional estereotipo puramente masculino del emprendimiento (y se estaban empezando a introducir variables estereotípicamente femeninas, más comunales), en España el estereotipo masculino persiste.

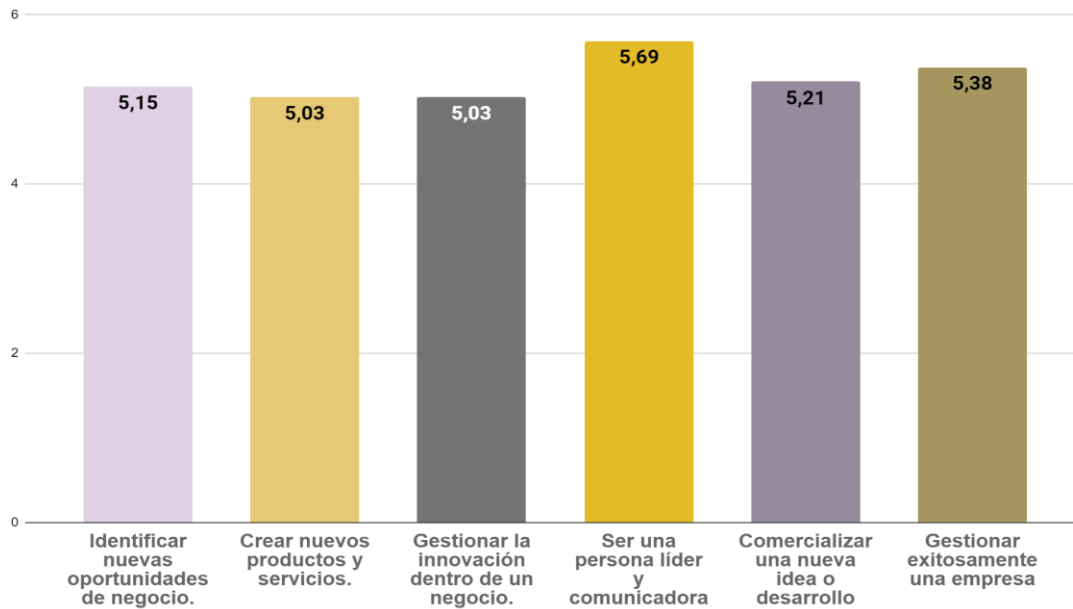
Los estudios sobre cultura de emprendimiento hablan de lo que se conoce como el doble efecto de la cultura en la intención emprendedora (Liñán et al., 2016):

- a. Referente a la comparación de diversas regiones, en culturas más individualistas se encuentran más miembros con mayores intenciones emprendedoras;
- b. Por otra parte, dentro de la misma cultura, aquellas personas que son más individualistas que la media muestran mayores intenciones emprendedoras.

Los resultados de Mueller y Conway Dato-on (2013) en España, indican que la autoeficacia emprendedora fue más alta entre individuos con una orientación estereotípicamente masculina y más baja entre individuos con una orientación femenina. En resumen, necesitamos más información para poder interpretar exhaustivamente los resultados sobre Cultura de emprendimiento de la región y su ausencia de relación con las variables clave de este estudio. Sin embargo, ya podemos anticipar que parece coherente con la literatura esta especie de compensación, de mujeres emprendedoras que se autoevalúan como más autoeficaces y responsables del proceso de emprender mientras que restan valor al entorno.

Por otro lado, este estudio nos puede dar un diagnóstico sobre cómo las mujeres se han autoevaluado en sus propias competencias y, según esta primera aproximación, en la Figura 5 podemos ver que dónde mejor se perciben a nivel descriptivo es en “Ser una persona líder y comunicadora” ($M= 5.69$, $DT= 1.22$, $Mdn= 6$) y en lo que peor en “Gestionar la innovación dentro de un negocio” ($M= 5.03$, $DT= 1.42$, $Mdn= 5$) y “Crear nuevos productos y servicios” ($M= 5.03$, $DT= 1.38$, $Mdn= 5$). En todos los aspectos son valores altos al situarse entre el 5 y el 6, dado que la escala tiene 7 anclajes.

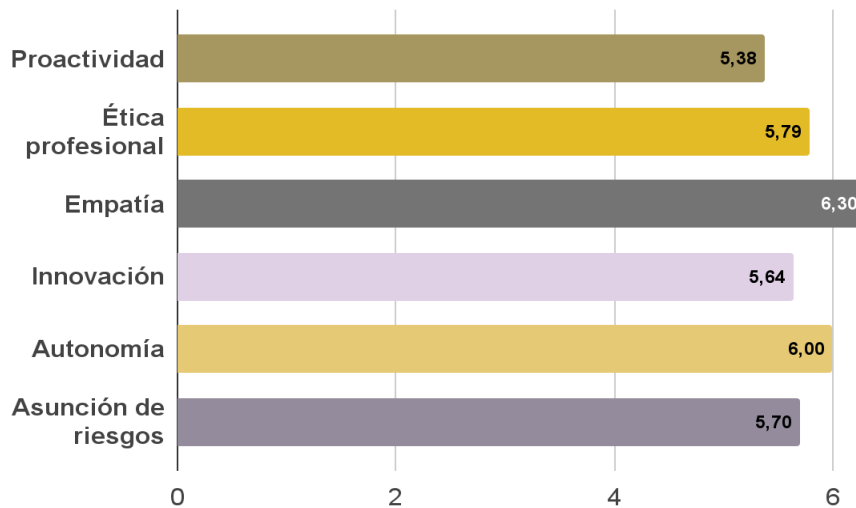
Figura 5. Valores de las medias en aspectos de la Autoeficacia Emprendedora



En cuanto a su actitud emprendedora se han evaluado las puntuaciones en seis características definidas para el diagnóstico del éxito empresarial: proactividad, ética profesional (filosofía de trabajo), empatía, innovación autonomía y asunción de riesgos (Hermansen-Kobulnicky y Moss, 2004).

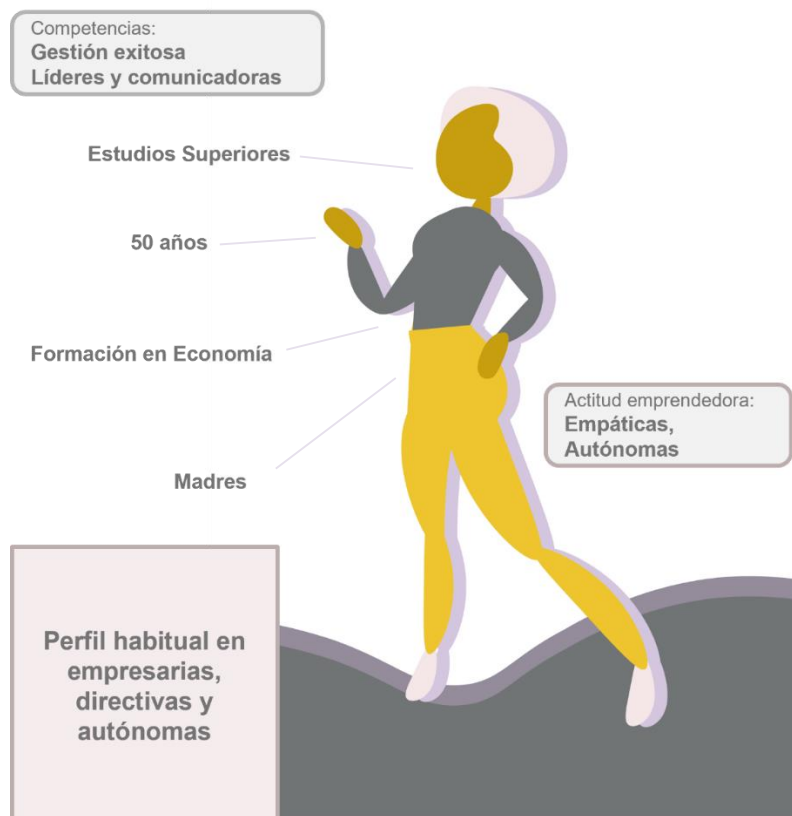
Las dimensiones alcanzan un máximo de 7 puntos, como puede verse en la Figura 6, todas han tenido puntuaciones altas, pero especialmente lo hacen la Empatía ($M= 6.30$, $DT= 0.95$) y la Autonomía ($M= 6$, $DT= 1.27$), mostrando una muestra de mujeres caracterizada por tener una comprensión profunda de los otros y deseos de contribuir a la sociedad (Miner, 1997) y con mentalidad independiente (Lumpkin y Dess, 1996). Por contra, las dimensiones que han puntuado más bajo han sido la Proactividad ($M= 5.37$, $DT= 1.19$) e Innovación ($M= 5.64$, $DT= 1.42$) esto pone de manifiesto la necesidad de estimular estas características ya que son fundamentales para involucrarse y apoyar nuevas ideas y procesos creativos (Lumpkin y Dess, 1996).

Figura 6. Valores de las medias en las 6 dimensiones de Actitud Emprendedora



En resumen, esta primera aproximación del perfil de las mujeres profesionales de la Comunidad Valenciana se podría sintetizar con la información que resume la Imagen 1, donde se describen las características que estas mujeres comparten en su mayoría.

Imagen 1. Perfil más habitual en mujeres empresarias, directivas y autónomas



2.2. Estudio de los diferentes perfiles

La muestra se divide en un 31.3% (n=39) de mujeres empresarias, un 17.7% (n=20) de directivas, un 41.5% (n=43) de mujeres autónomas y un 9.5% (n=12) de otras profesionales como por ejemplo funcionarias, profesoras. En la Tabla 2 se pueden observar los datos sociodemográficos de cada uno de estos perfiles profesionales, en la variable edad se informa de la media y desviación típica y en el resto de las variables el porcentaje y frecuencia. En la columna rotulada “Hijos” nos encontramos la información sobre la condición en la variable maternidad en cada perfil profesional. Cabe destacar que las mujeres que han marcado la opción de otras profesionales son un poco más jóvenes y son el grupo con menor proporción de madres y de personas dependientes a su cargo, otra particularidad es que también son porcentualmente las que tienen más estudios universitarios o de postgrado

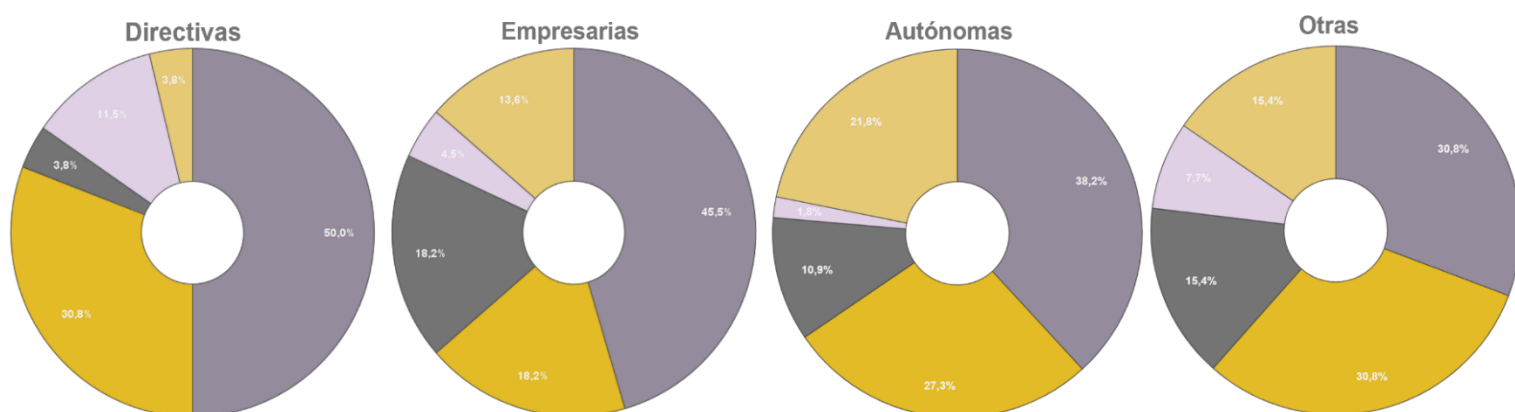
Tabla 2. *Datos sociodemográficos de los distintos perfiles profesionales*

| | Edad | Hijos | Personas Dependientes | Estudios Universitarios o más |
|-------------|--------------|---------------|-----------------------|-------------------------------|
| Empresarias | 50.62 (9.99) | 73.91% (n=34) | 23.91% (n=11) | 82.21% (n=38) |
| Directivas | 51.04 (6.13) | 92.30% (n=24) | 17.39% (n=4) | 92% (n=24) |
| Autónomas | 51.19 (6.67) | 80.33% (n=49) | 25.86% (n=15) | 59.01% (n=36) |
| Otras | 48.36 (9.32) | 71.43% (n=10) | 7.69% (n=1) | 100% (n=14) |

En la Figura 7 se puede observar la distinta distribución en las áreas de formación de los perfiles, en todos los casos predomina la formación en Economía y empresariales seguida de la formación en Ciencias Sociales y Humanidades, las mujeres que se engloban en otras profesionales (funcionarias, profesoras.) son las que muestran una formación más diversa.

Figura 7. Áreas de formación de los perfiles profesionales (porcentaje)

- Economía y empresa
- Ciencias sociales y humanidades
- Ciencias de la salud y experimentales
- Ingenierías, arquitectura, etc.
- Otro

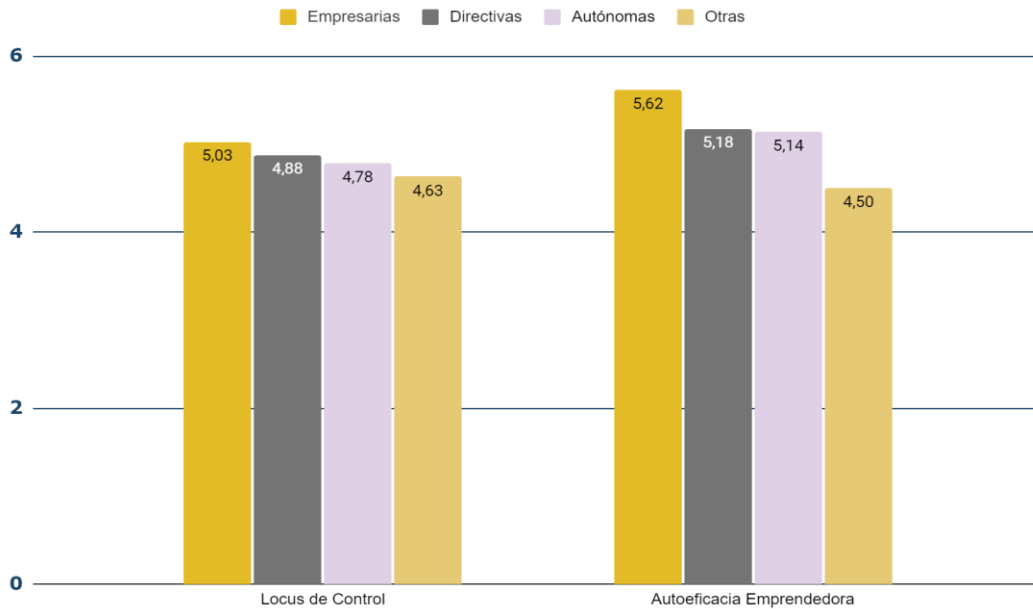


Adicionalmente a la descripción de los perfiles se han analizado si existen diferencias en las variables analizadas en el estudio. Las directivas se definirían por ser personas con alta jerarquía de autoridad y responsabilidad dentro de una empresa, mientras que las empresarias tienen el capital propio de la empresa y la capacidad de elaborar estrategias generales a largo plazo y el poder de asignar los recursos necesarios para lograr los objetivos deseados (Chandler, 1962), las personas que se definen como autónomas realizan su actividad económica a título lucrativo sin sujeción a un contrato y puede utilizar el servicio remunerado de otras personas.

A la hora de analizar las percepciones y opiniones de las mujeres de la Comunidad Valenciana en las diversas variables medidas es importante distinguir estos perfiles ya que pueden tener características distintas. Por ejemplo se cree que las mujeres empresarias al lidiar con su propia empresa pueden tener una mayor involucración con esta (Bucar, 2001) ser más sensibles a las expectativas de la sociedad y más críticas con su desempeño (Humphreys, et al., 1993), también se cree que las personas empresarias pueden tener diferentes enfoques de los negocios en áreas como la acción independiente, la innovación y la asunción de riesgos en comparación con los directivos u otros tipos de profesionales (Longenecker y Schoen, 1975).

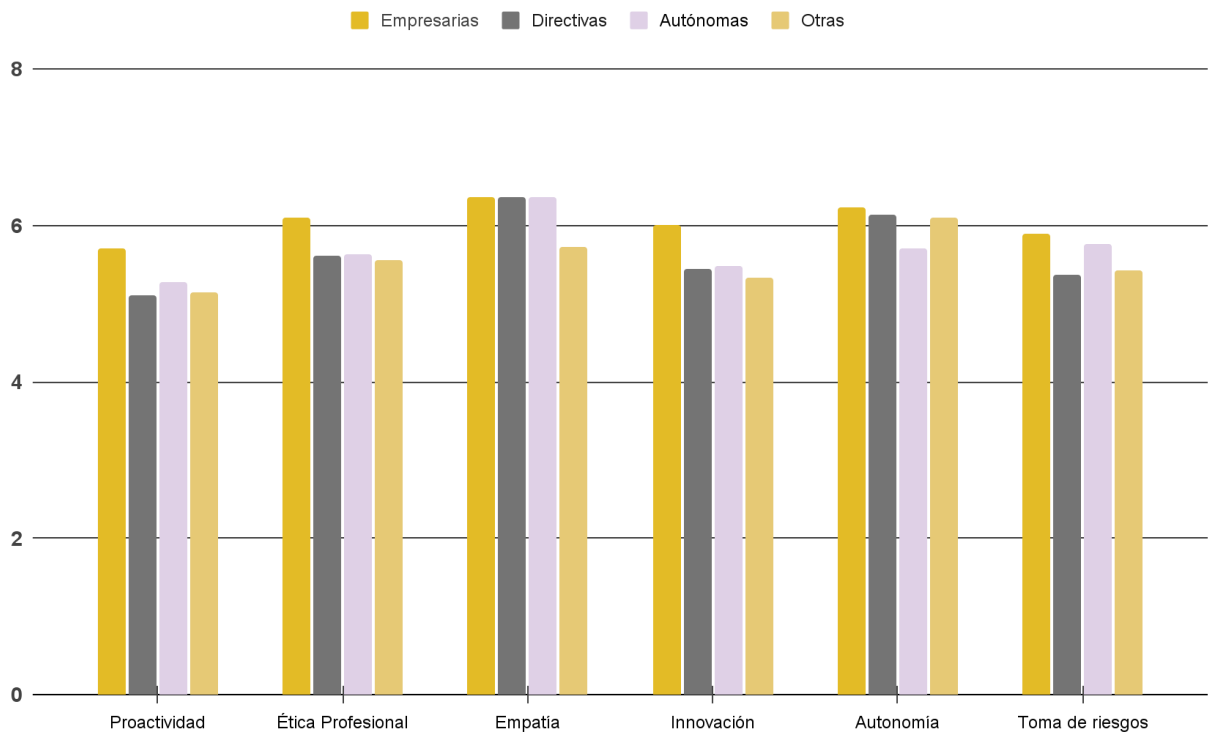
Las posibles diferencias entre estos perfiles de mujeres se pueden observar en la Figura 8 y Figura 9. La primera recoge las diferencias en las escalas de Autoeficacia Emprendedora y Locus de Control, y la segunda figura las seis dimensiones de la Escala de Actitudes Emprendedoras, todas estas escalas estaban medidas con puntuaciones entre 1 y 7.

Figura 8. Valores de las medias en Locus de Control y Autoeficacia emprendedora comparando a través de los diferentes perfiles profesionales



A nivel comparativo se han encontrado diferencias entre estos perfiles de mujeres en la Autoeficacia Emprendedora ($H(3)= 10.43, p < .001$), donde el grupo de mujeres empresarias presenta unas mayores puntuaciones ($M= 5.62, DT= 0.98$) con diferencias significativas con el grupo de otras profesionales ($M= 4.5, DT= 1.16$). En el caso del Locus de control también las empresarias han sido las que han tenido mayor puntuación ($M= 5.03, DT= 1.13$) en la escala aunque estas diferencias no son estadísticamente significativas entre grupos ($H(3)= 1.72, p= .63$).

Figura 9. Valores de las medias en las dimensiones de actitudes emprendedoras en función de los perfiles profesionales



En cuanto a las diferencias entre empresarias, directivas, autónomas y profesionales en las distintas actitudes emprendedoras, en la Figura 9 podemos observar que las empresarias presentaron los niveles más altos de una forma más destacada en Proactividad ($M= 5.71$, $DT= 1.15$), Ética Profesional ($M= 6.10$, $DT= 0.91$) e Innovación ($M=6.01$, $DT= 1.24$) aunque de nuevo estas diferencias no son estadísticamente significativas en comparación con los otros grupos Proactividad ($H(3)= 5.17$, $p= .16$), Ética profesional ($H(3)= 5.54$, $p= .13$) e Innovación ($H(3)= 5.85$, $p= .12$). Estos datos apuntan a que no hay unas diferencias claras en las actitudes emprendedoras en los diversos perfiles.

3. EL SÍNDROME DE LA IMPOSTORA

El fenómeno del impostor/a, conocido popularmente como *síndrome del impostor/a*, podría resumirse con las frases: ‘no soy suficiente’ y ‘tengo miedo de no estar a la altura’. Una persona con sentimientos impostores, a pesar de las evidencias externas y objetivas de sus éxitos, se caracteriza por un sentimiento paralizante debido a la dificultad de internalizar sus propias experiencias exitosas, por la percepción de insuficiencia intelectual y de fracaso

anticipado, dudas sobre sí misma y por un miedo constante a ser descubierta como impostora (Hoang, 2013). El *síndrome del impostor* se declara como síntoma subclínico y, curiosamente, se ha estimado que el 70% de las personas lo experimentan al menos una vez en la vida (Gravois, 2007), independientemente de la edad, sexo y cultura. Sin embargo, sí depende del contexto en el que se sitúe la persona (Hoang, 2013). Por ejemplo, el contexto laboral, referente tanto en los altos cargos directivos como en el emprendimiento, está estereotipado como contexto masculino, por tanto, apuntan las expertas que este contexto masculinizado puede favorecer la aparición de sentimientos impostores en las mujeres (Feenstra et al., 2018; Hoang, 2013; Ladge et al., 2019).

Recientes estudios señalan que el *síndrome del impostor* es una barrera interna para el desarrollo profesional (Ladge et al., 2019) con efectos nocivos para la salud y el bienestar personal, contribuyendo positivamente al burnout y ansiedad (Bravata et al., 2019). Consecuentemente, es interesante analizar las relaciones entre el síndrome de la impostora y otras variables tanto de la vida profesional como laboral, en el conjunto de la muestra de mujeres empresarias, directivas, autónomas, y en definitiva profesionales de la Comunidad Valenciana. De esta forma, podemos detectar con qué se relaciona positivamente y con qué forma negativa, vislumbrando posibles puntos de partida para empezar a reducir este problema.

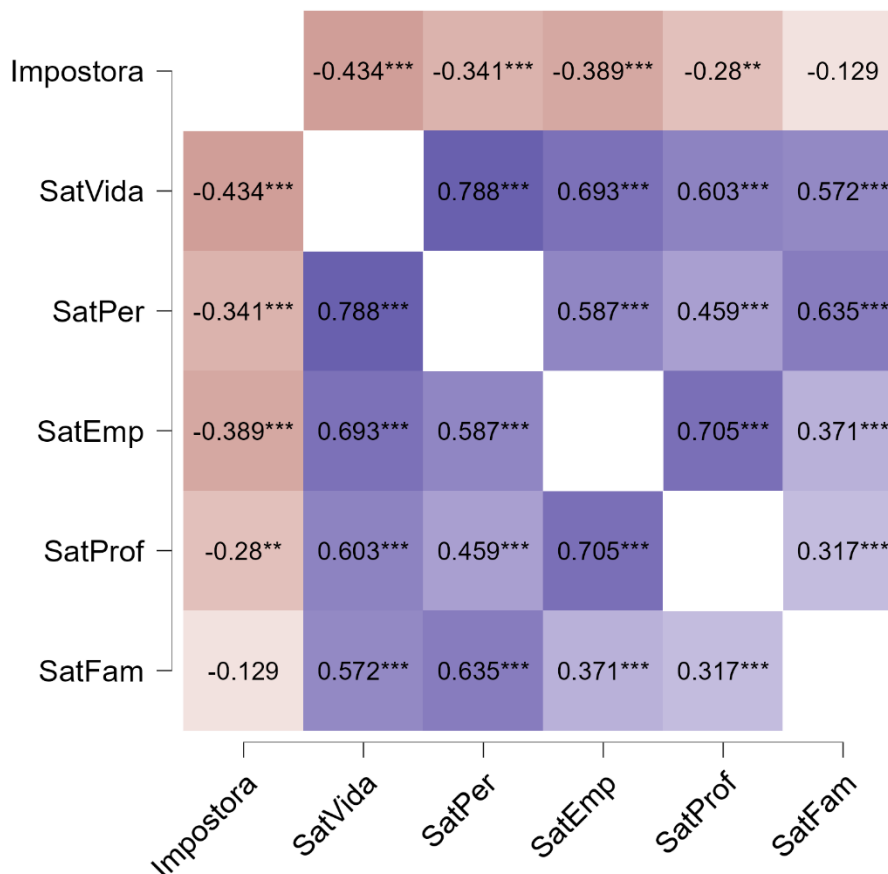
3.1 Relaciones entre el Síndrome de la Impostora y la Satisfacción en diferentes ámbitos de la vida

En primer lugar, hemos analizado las relaciones entre el síndrome de la impostora y diferentes facetas de la satisfacción, también llamado bienestar subjetivo. En la Figura 10 podemos observar en diferentes tonalidades de color las correlaciones negativas y estadísticamente significativas entre el síndrome de la impostora y la satisfacción profesional, la satisfacción como emprendedora, la satisfacción personal y la satisfacción con la vida en general. Como podemos observar, cuanto más fuerte es el tono, mayor relación, siendo, de esta manera, la satisfacción con la vida en general la variable con mayor relación negativa con el síndrome de la impostora. Estos resultados revelan que cuanto más fuertes eran los sentimientos de impostora, menores niveles de bienestar subjetivo y de satisfacción sentía una mujer. Y viceversa, a menores niveles de síndrome de la impostora, mayores niveles de bienestar subjetivo. Podríamos decir que la presencia del síndrome de la impostora va asociado significativamente con una sensación de menor satisfacción en todos los ámbitos, menos en el

ámbito familiar, en el que no alcanza una relación significativa y por tanto con estos datos se mantendrían independientes.

Efectivamente, cabe puntualizar que la satisfacción en el ‘ámbito familiar y de amistades’ y el síndrome de la impostora no muestran una correlación estadísticamente significativa ($r = -.129$; $p = .172$). Por tanto, refleja que el sentimiento de impostora tiene relación con el ámbito profesional de la mujer, y contagia a las valoraciones globales de satisfacción personal, pero se observa su independencia respecto al área concreta de la satisfacción familiar.

Figura 10. Correlaciones entre el síndrome de la impostora y diferentes facetas de la satisfacción



Nota. Impostora = Síndrome de Impostora; SatVida = Satisfacción con la vida en general; SatPer = Satisfacción Personal/individual; SatEmp = Satisfacción como emprendedora; SatProf = Satisfacción en el ámbito profesional; SatFam = Satisfacción en el ámbito de la familia y las amistades. * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

En la Figura 10 seguimos observando los resultados de la matriz de correlaciones lineales de Pearson, en que basta con interpretar uno de los triángulos, el superior o inferior, pero en esta ocasión se añade una gradación de colores que nos describe la intensidad de las relaciones. Nos permite en primer lugar observar que la satisfacción en las diferentes facetas de la vida se relaciona positivamente entre sí. El color morado más fuerte (que se corresponde con el valor más alto numéricamente, en valor absoluto, de .788) revela una relación positiva más fuerte, encontrando la relación más alta entre la satisfacción a nivel personal/individual y la satisfacción con la vida en general. También destaca la relación alta y positiva entre la satisfacción como emprendedora y la satisfacción profesional. Por otro lado, la relación positiva más baja la encontramos entre satisfacción profesional y familiar/amistades, que nos puede dar pistas de la importancia de la conciliación de la vida laboral y familiar (social). Relaciones de -.434 como la que observamos entre la puntuación global en el síndrome de la impostora y la medida global de satisfacción con la vida, representan el valor más alto de correlación si comparamos con las relaciones entre síndrome de la impostora y el resto de medidas de satisfacción. Ello, nos indica que este síndrome está calando a nivel global en la apreciación o valoración de la calidad de vida de las encuestadas. Los resultados muestran una mayor conexión con estas medidas globales que con aspectos muy específicos o particulares de la satisfacción, aunque sea en el ámbito profesional (-.28). Por tanto, el síndrome de la impostora no solo afecta a la autovaloración de competencias profesionales sino que parece ir más allá y extenderse a un componente de autovaloración y autoconfianza o autoestima personal.

3.2. Relaciones entre el Síndrome de la Impostora y otras variables psicosociales del ámbito profesional

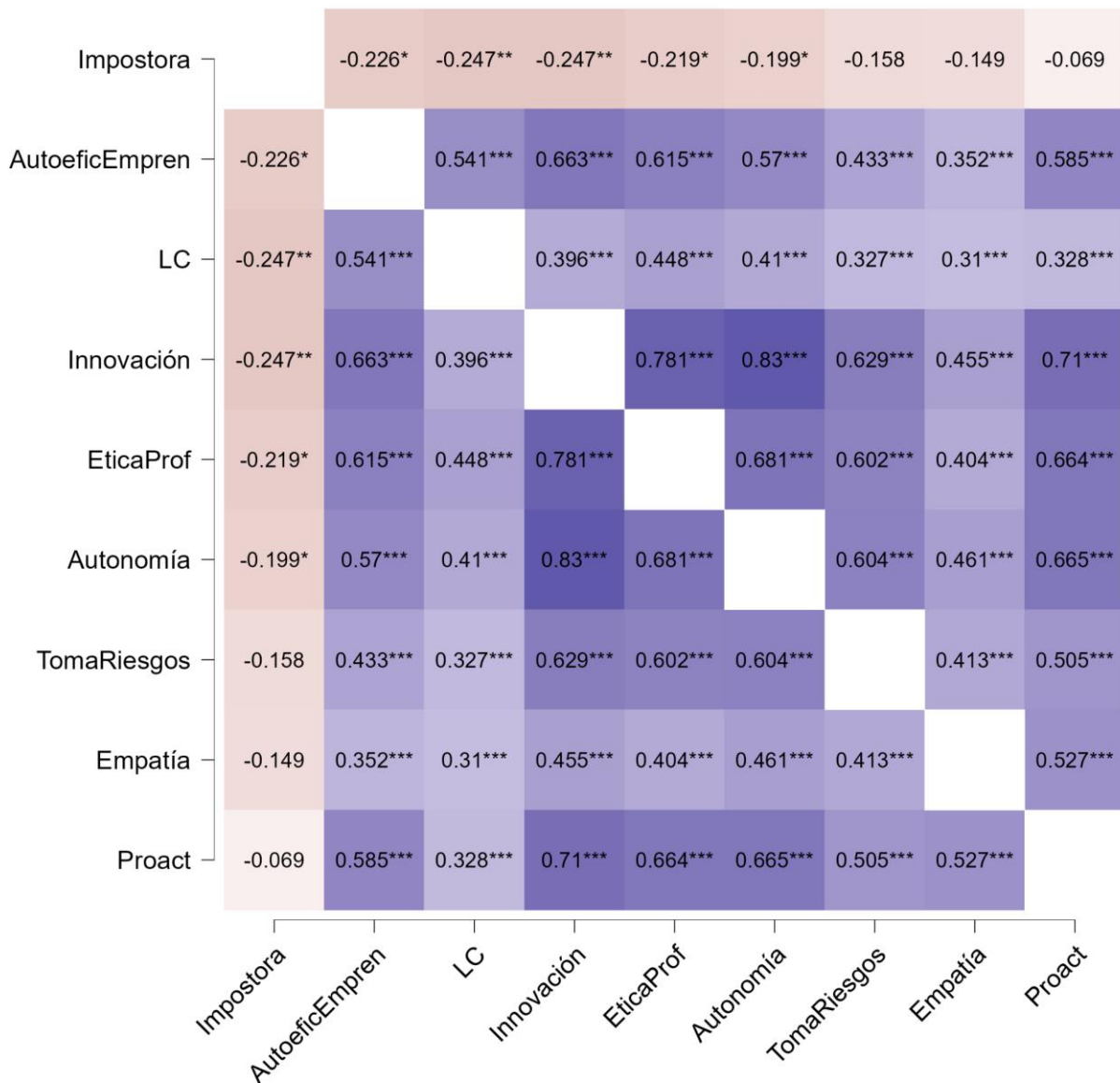
En segundo lugar, hemos analizado las relaciones entre el síndrome de la impostora y diferentes variables psicosociales claves en el ámbito profesional. Concretamente, el locus de control interno, la autoeficacia emprendedora y cada una de las dimensiones de las actitudes emprendedoras (innovación, ética profesional, autonomía, toma de riesgos, empatía y proactividad).

Como podemos ver en la Figura 11, el síndrome de la impostora está relacionado negativamente con la autoeficacia emprendedora, el locus de control interno, y las actitudes: innovación, ética profesional/filosofía del trabajo y autonomía. Ello es relevante dado que son características que muestran ser muy ventajosas y beneficiosas para prosperar en el ámbito

laboral (por ej., Meza y Esp, 2014; Zhang et al. 2021). En cambio, no se encontraron relaciones estadísticamente significativas entre el síndrome de la impostora y las dimensiones toma de riesgos, empatía y proactividad.

En concreto, resulta de gran interés que sea exactamente la misma fuerza de la relación (-.247) la que existe entre el síndrome de impostora y el locus de control interno y entre el síndrome de la impostora y la dimensión innovación. Son las relaciones más fuertes, negativas, y lo que nos indican es que la presencia de este síndrome es un freno para el emprendimiento en las mujeres. Por un lado, con el locus de control porque aminora la capacidad para confiar en ellas mismas como agentes decisivas en los proyectos y empresas que emprenden. En el caso de innovación, porque conecta con una menor actitud hacia la innovación, supone un freno a seguir avanzando. La correlación negativa de -.226, entre síndrome de la impostora y autoeficacia emprendedora es también muy reveladora: aunque sea de una intensidad baja-moderada, es significativa, es relevante su mensaje de que este sentimiento de impostura se asocia con un sentimiento de ineficacia al emprender que inhibirá de desarrollar nuevos proyectos, continuar o ampliar los existentes, y sin duda tendrá eco en el desempeño profesional además de pasar factura en el ámbito personal, tal como vimos en el apartado anterior en las conexiones con satisfacción con la vida.

Figura 11. Correlaciones entre síndrome de la impostora y diferentes variables psicosociales claves en el ámbito profesional



Nota. Impostora = Síndrome de Impostora; AutoeficEmpren = Autoeficacia Emprendedora; LC = Locus de Control Interno; EticaProf = Ética Profesional/Filosofía del trabajo; TomaRiesgos = Toma de Riesgos; Proact = Proactividad.

*p <.05; **p <.01; ***p <.001

La Figura 11 también nos ha mostrado en diferentes tonalidades de morado, las relaciones positivas y todas estadísticamente significativas entre las seis dimensiones de las actitudes emprendedoras entre sí, y entre estas dimensiones y dos variables clave como autoeficacia emprendedora y locus de control. Todas estas variables psicosociales se pueden

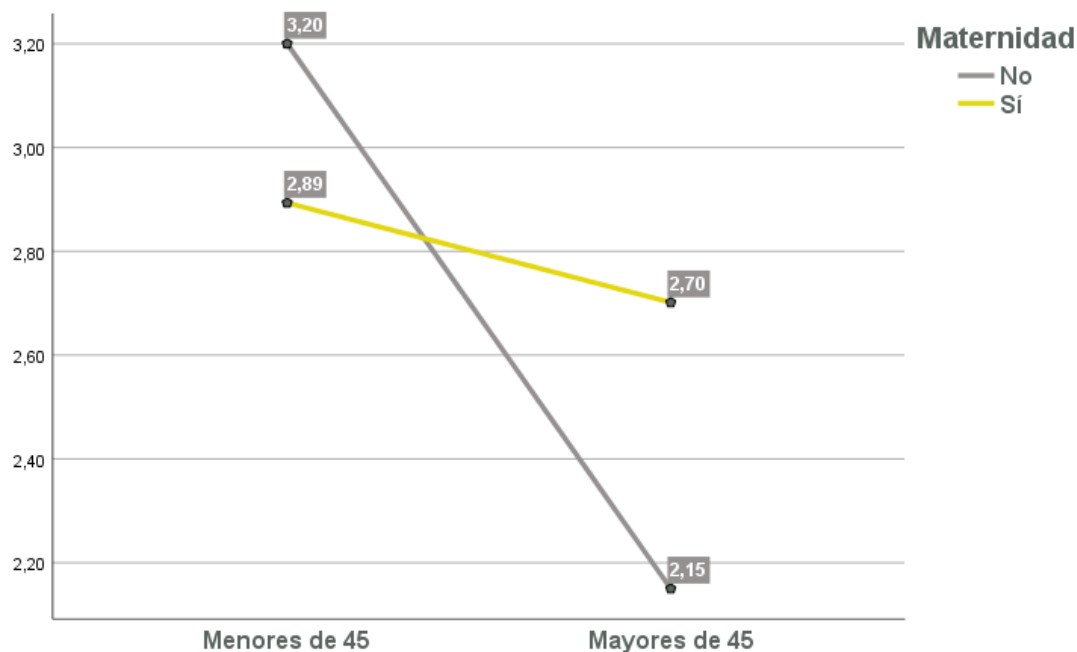
aprender y desarrollar (Oliver y Galiana, 2015) y son beneficiosas tanto para emprender como para intraemprender dentro de una organización ya existente (Cetin, 2011). Si recorremos fila a fila la matriz de la figura 11, tomando cualquier dimensión de las actitudes emprendedoras como ejemplo, (p.e. proactividad, en la última fila) observamos este patrón de relaciones que estamos comentando: relaciones positivas y significativas con autoeficacia emprendedora (.585) y con locus de control (.328) pero también con todas las demás dimensiones de actitudes emprendedoras (p.e .71 con innovación, .664 con ética, .665 con autonomía, .505 toma de riesgos, .527 con empatía).

3.3. Relaciones entre el Síndrome de la Impostora y la maternidad teniendo en cuenta la edad

Por último, se ha analizado si la maternidad y el hecho de ser más joven o más mayor afecta de manera diferente a los niveles reportados por estas mujeres en el Síndrome del Impostor. Para estudiar las posibles diferencias, se ha dicotomizado la variable edad en dos grupos, aquellas mujeres con 45 años o menos y las de más de 45 años. Se ha realizado este análisis teniendo bajo el supuesto de un modelo de maternidad con hijos menores que implica mayores exigencias de cuidado y que, según el modelo sociocultural valenciano, recae mayoritariamente sobre las mujeres.

Los resultados obtenidos de cruzar estos cuatro grupos (edad de más o menos 45 años e hijos/no hijos) ($F(1,102)= 3.22, p = .076, \eta^2 = .03$) que se pueden observar en la Figura 12, apuntan que dónde hay diferencias, a un nivel estadísticamente significativo ($p = .048$), es entre los grupos de mujeres menores de 45 años sin hijos ($M= 3.20, DT= 1.09$), siendo estas las que presentan un mayor síndrome del impostor y entre mujeres mayores de 45 años sin hijos ($M= 2.15, DT= 0.79$) que son las que presentan unas puntuaciones más bajas.

Figura 12. *Distribuciones medias en el Síndrome de la Impostora de los grupos de edad y maternidad*



Es decir, a partir de los datos de la muestra, como resultados estadísticamente significativos que pudiéramos generalizar sólo se detectan diferencias en el síndrome de impostora entre un subconjunto: dentro de las que no tienen hijos, hay una diferencia clara que muestra mayor presencia de síndrome en las jóvenes y menos síndrome en las mayores. Sin embargo, las mujeres que tienen hijos no presentan este comportamiento diferencial por edad, se mantienen en unos valores intermedios muy semejantes, lo que no quiere decir que estén libres del síndrome, sino que tener más o menos edad no introduce diferencias.

Visto de otra manera, por perfiles, las que presentan más síndrome serían las jóvenes sin hijos y las que menos las mayores sin hijos, estando las mujeres con hijos de cualquier edad en unos valores intermedios.

4. EL PERFIL DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

El emprendimiento se constituye como principal medio hacia el desarrollo económico y el bienestar social (Wiklund et al., 2019). La creación de nuevas empresas ofrece nuevos puestos de trabajo, asegura una mayor variedad de perfiles profesionales e intensifica la innovación social y la competitividad comercial (Bosma y Kelley, 2019). Asimismo, teniendo en cuenta que en el mercado laboral está caracterizado por continuo cambio y evolución. Los hombres y las emprendedoras pueden lidiar, adaptarse y crear nuevos contextos (Shepherd et al., 2019), capacidades muy beneficiosas en entornos de crisis, como la asociada a la COVID-19. Además, los beneficios del emprendimiento no solo se perciben a nivel económico y social, sino que también es importante considerar sus beneficios a nivel personal. El emprendimiento, entendido como acto autoorganizado, es considerado como fuente potencial de desarrollo, crecimiento y bienestar personal, incluso más allá de los beneficios económicos y de la satisfacción laboral (Shir et al., 2019; Shir y Ryff, 2021).

Sin embargo, la tasa de emprendimiento del último Informe GEM España 2020-2021 realizado por el Observatorio del Emprendimiento de España (2020) muestra, todavía, una importante brecha de género. Consecuentemente, siguen siendo necesarias diversas acciones para fomentar la cultura emprendedora tanto a nivel europeo, nacional, regional y local. En este sentido, dado el desconocimiento que existe sobre la cantidad y diversidad de mujeres emprendedoras, están surgiendo recientes y nuevas iniciativas por parte del Gobierno de España, como la guía de Mujeres Referentes del Emprendimiento Innovador en España (Alto Comisionado España Nación Emprendedora, 2021), que pretende visibilizarlas como modelos/ejemplos para empoderar e inspirar a otras mujeres.

Siguiendo esta misma línea, el presente estudio CEV-EVAP plantea conocer los perfiles de las mujeres emprendedoras de la Comunidad Valenciana, primer paso esencial para conocer la realidad actual de las mujeres emprendedoras valencianas, lo cual nos informa de puntos fuertes y puntos a mejorar en cuanto al establecimiento de futuras líneas de actuación al respecto.

Para la consecución de tal objetivo, se diferenciaron entre mujeres emprendedoras y no emprendedoras, entendiéndose el emprendimiento en su sentido más tradicional de haber creado o formado parte de la creación de una empresa, organización o acción social. Además,

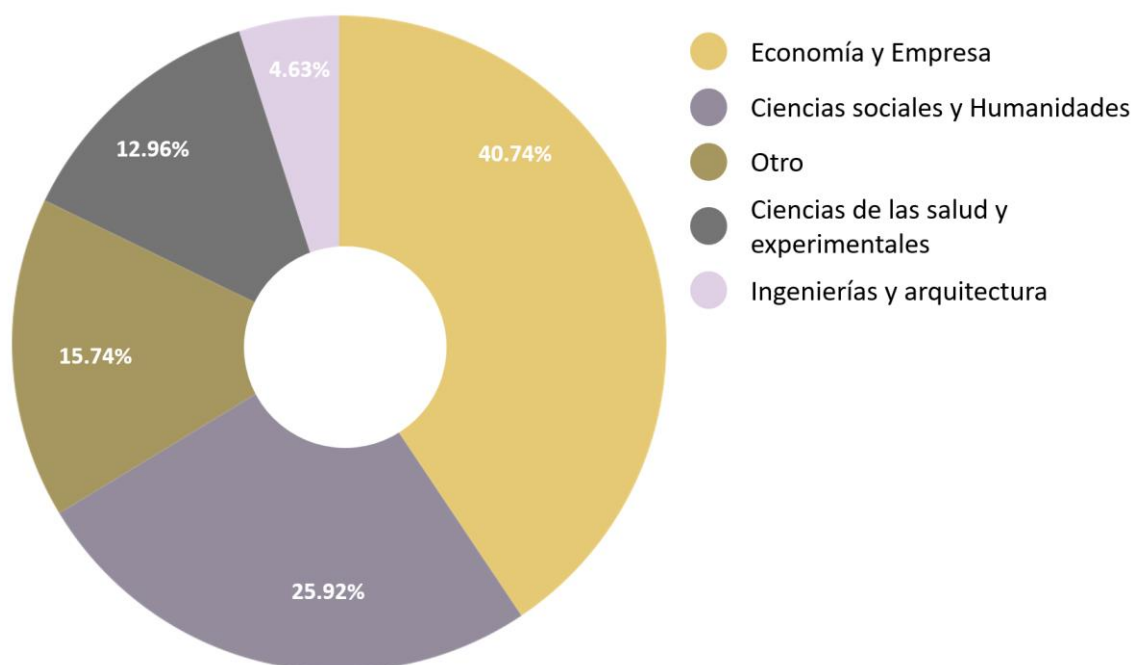
se presentan las diferencias y similitudes que se encuentran entre las mujeres valencianas emprendedoras y las no emprendedoras.

4.1. Descripción del perfil de emprendedoras a nivel descriptivo

De las 147 mujeres que respondieron la encuesta, el 78.76% (n = 115) se identificaron como emprendedoras. En este apartado nos centramos en conocer el perfil de la mujer emprendedora de la Comunidad Valenciana, por tanto, los datos de este apartado solamente hacen referencia a las 115 mujeres emprendedoras valencianas.

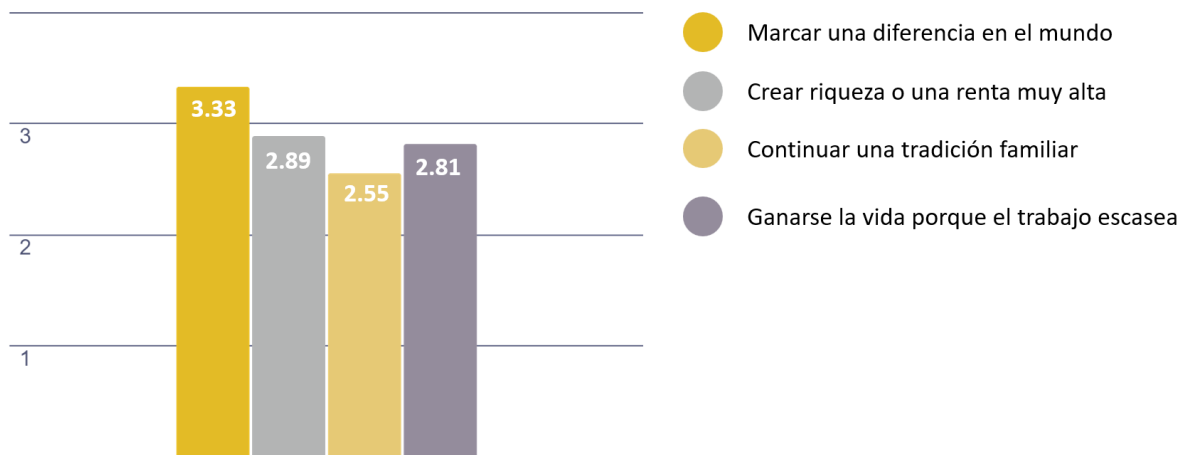
En cuanto a su perfil sociodemográfico, su media de edad fue de 51.24 años. El 80.00% (n= 92), tenían hijos y un 25.45% (n= 28) tenía personas dependientes a su cargo. La mayoría, 73.68% (n= 84), tenía estudios universitarios o superiores, siendo un 21.93% (n= 25) los que tenían estudios secundarios, FP o de grado medio, y solamente un 4.38% (n= 5) tenía estudios primarios. Estos resultados siguen la línea marcada por los hallazgos encontrados en estudios científicos, que afirman que el nivel de educación puede motivar positivamente a las mujeres a convertirse en emprendedoras (Giménez y Calabró, 2018). Además, cuanto mayor es el nivel de educación de las mujeres emprendedoras, mayor es su capital inicial (Coleman y Robb, 2009), lo que conduce a un mejor desempeño empresarial (Fairlie y Robb, 2009). Como podemos ver en la Figura 13, el porcentaje más alto, 40.74%, lo encontramos en la formación específica del área de economía y empresariales.

Figura 13. Áreas de formación de las emprendedoras valencianas (porcentaje)



En cuanto a sus motivaciones para emprender (Figura 13), la motivación de ‘Marcar una diferencia en el mundo’ ($M= 3.33$, $DT= 1.37$, $Mdn= 3$) fue la que mayor puntuación media alcanzó, seguida de ‘Crear riqueza o una renta muy alta’ ($M= 2.89$, $DT= 1.15$, $Mdn= 3$), y ‘Ganarse la vida porque el trabajo escasea’ ($M= 2.81$, $DT= 1.51$, $Mdn= 3$), mientras que la de ‘Continuar una tradición familiar’ ($M= 2.55$, $DT= 1.65$, $Mdn= 2$) fue la que menos puntuación recibió.

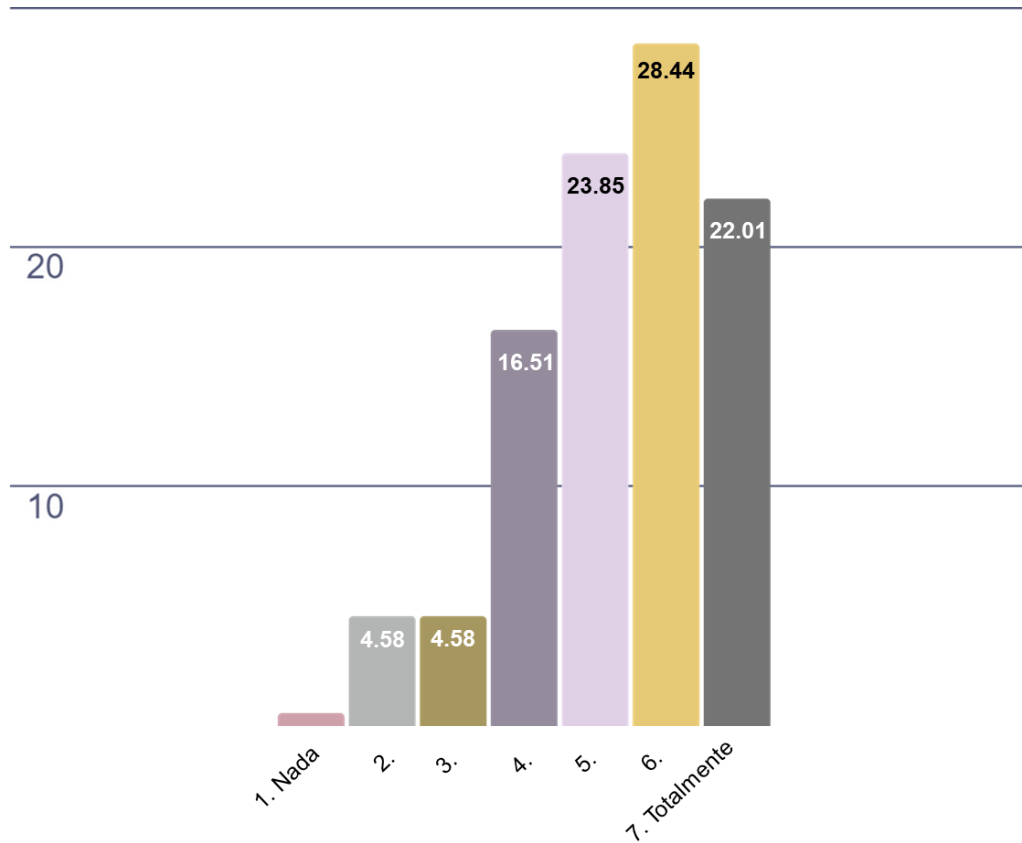
Figura 14. Distribuciones medias en las distintas motivaciones para crear un negocio



4.1.1. Descripción de perfil de emprendedora de éxito

En cuanto a la pregunta de si se consideran personas emprendedoras de éxito, que se respondía a través de una escala tipo Likert de 7 puntos como vemos en la Figura 14, la puntuación media fue bastante alta, $M = 5.33$ ($DT = 1.35$, $Mdn = 6$).

Figura 15. Porcentajes en identificación como emprendedora de éxito (1-Nada, 7- Totalmente)



El *síndrome de la impostora* no solamente se caracteriza por miedo al fracaso, sino también por el miedo al éxito (Hoang, 2013). Como hemos visto anteriormente en su definición, está relacionado con la dificultad de interiorizar los logros o éxitos como propios, reflejándose en la dificultad de aceptar cumplidos o elogios sobre estos. Por tanto, se analizó la relación entre el síndrome de la impostora y la pregunta sobre si se identifican como emprendedora de éxito. El resultado obtenido fue en la dirección esperada según la literatura previa (Bravata et al., 2020), es decir, ambos correlacionaron negativamente entre sí ($r = -.335$, $p < .001$), mostrando que, a más sentimientos de impostora, menos identificación como emprendedora de éxito.

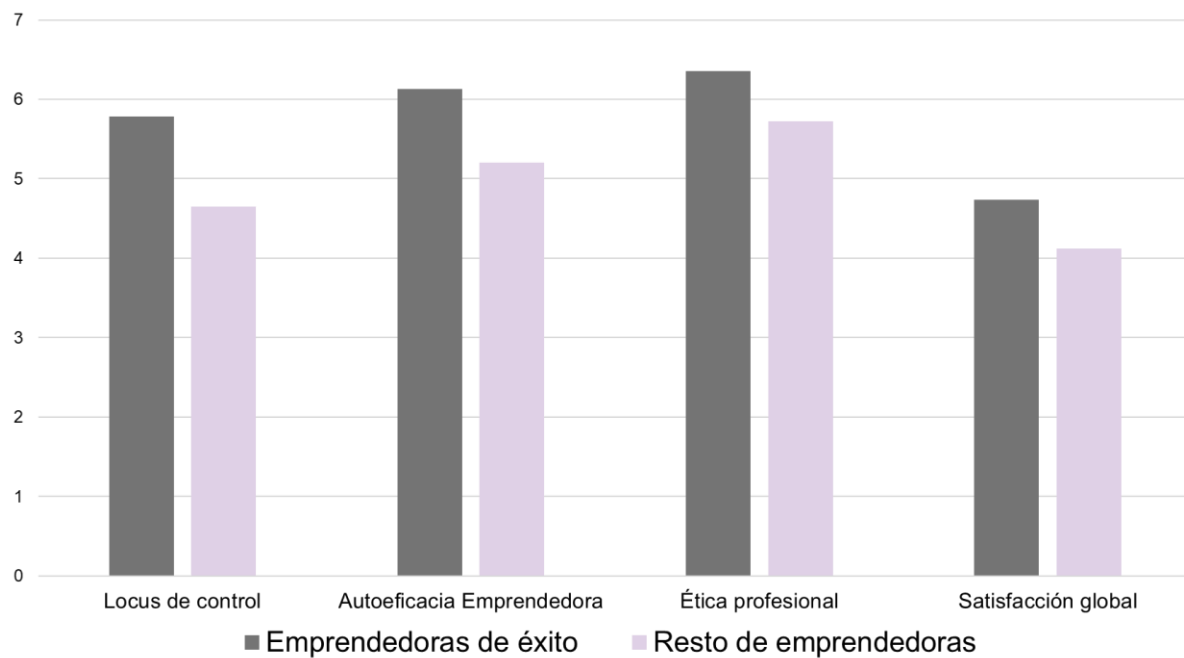
También se analizó la relación entre ‘creer que las personas emprendedoras nacen o se hacen’ (desde 1 ‘nacen’ hasta 6 ‘se hacen’) y la pregunta sobre si se identifican ellas mismas como emprendedoras de éxito. La relación fue positiva y estadísticamente significativa ($r = .27$, $p < .01$) señalando que cuando más fuerte es la creencia de que las emprendedoras de éxito se hacen (habilidades que se aprenden y se pueden desarrollar), mayor es la puntuación en identificarse una misma como persona emprendedora de éxito.

Para profundizar en esta cuestión, y conocer el perfil de aquellas emprendedoras que sí se consideran emprendedoras de éxito, se analizaron las diferencias entre las emprendedoras que identificaron ‘totalmente’ (7 en la escala Likert) como emprendedoras de éxito ($n=22$) con el resto de emprendedoras, respecto a los factores psicosociales: satisfacción global, locus de control interno, la autoeficacia emprendedora y cada una de las actitudes emprendedoras (innovación, ética profesional/filosofía del trabajo, autonomía, toma de riesgos, empatía y proactividad).

Solamente se hallaron diferencias estadísticamente significativas en cuatro variables (Figura 16), que son: locus de control interno, la autoeficacia emprendedora, actitud ética profesional/filosofía del trabajo y satisfacción global. Siguiendo la línea de la literatura previa (p. ej. Hoang, 2013; Ladge et al., 2019), y de forma coherente con los resultados con el síndrome de la impostora, en las tres variables las mujeres que se identificaron como emprendedoras de éxito obtuvieron puntuaciones mayores que el resto de las emprendedoras:

1. *Locus de control*, las emprendedoras de éxito ($M=5.78$, $DT=.63$) puntuaron más alto que el resto ($M=4.65$, $DT=1.07$), $t(60.96)=-6.03$, $p < .001$, $d = -1.15$
2. *Autoeficacia emprendedora*, las emprendedoras de éxito ($M=6.13$, $DT=.75$) puntuaron más alto que el resto ($M=5.20$, $DT=1.14$), $t(54.58)=-4.413$, $p < .001$, $d = -.88$
3. *Actitud ética profesional o filosofía del trabajo*, las emprendedoras de éxito ($M=6.36$, $DT=.83$) puntuaron más alto que el resto ($M=5.72$, $DT=1.15$), $t(87)=-2.41$, $p < .01$, $d = -.59$
4. *Satisfacción Global*, también se encontró que las emprendedoras de éxito ($M=4.74$, $DT=.34$) puntuaron más alto que el resto de emprendedoras ($M=4.12$, $DT=.67$), $t(71.06)=-6.02$, $p < .001$, $d = -1.01$

Figura 16. Variables en las que se detectan diferencias estadísticamente significativas entre mujeres que se consideran a sí mismas emprendedoras de éxito y el resto de emprendedoras. Resultados expresados en medias en cada variable.



4.2. Diferencias entre emprendedoras y no emprendedoras en variables globales

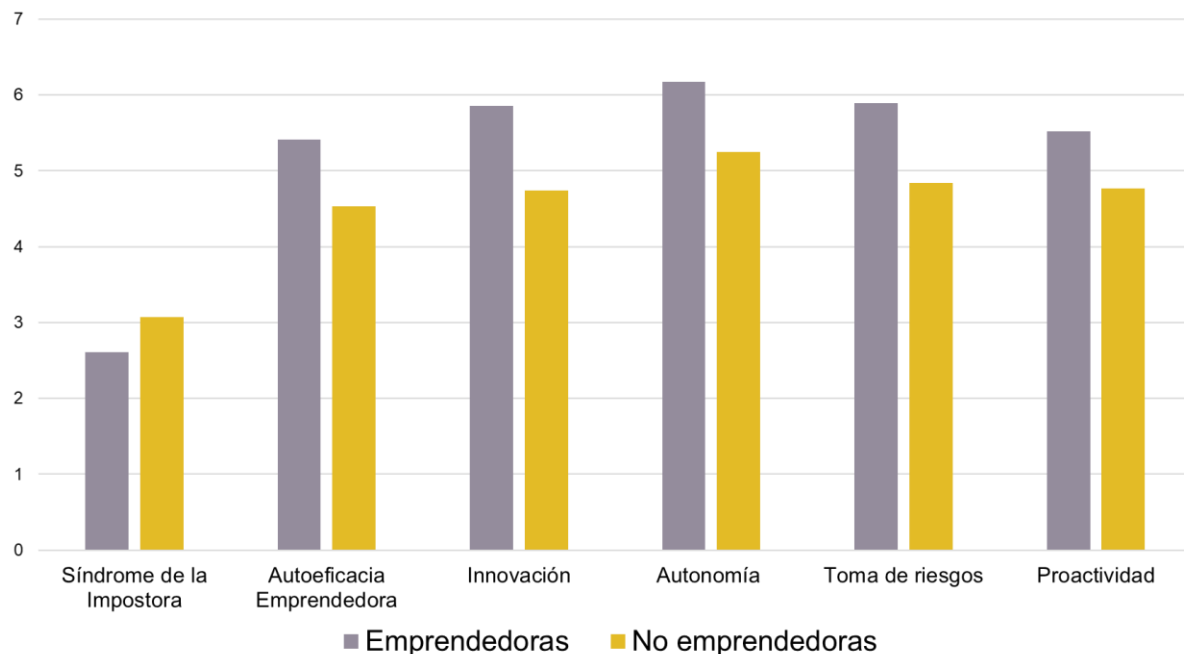
Se analizaron las diferencias entre mujeres emprendedoras y no emprendedoras, respecto a los factores psicosociales: locus de control interno, la autoeficacia emprendedora, síndrome de la impostora y cada una de las actitudes emprendedoras (innovación, ética profesional, autonomía, toma de riesgos, empatía y proactividad).

De entre estas variables se encontraron diferencias en seis variables (Figura 17), que son: la autoeficacia emprendedora, síndrome de la impostora y en cuatro actitudes emprendedoras (innovación, autonomía, toma de riesgos y proactividad). Todas las diferencias siguieron la dirección esperada según la literatura: excepto en el *síndrome de impostora* que las emprendedoras obtuvieron menor puntuación que las no emprendedoras, en las cinco variables restantes las emprendedoras obtuvieron mayores puntuaciones que las no emprendedoras.

1. *Síndrome de la impostora*, las emprendedoras ($M= 2.611$, $DT= .94$) puntuaron más alto que las no emprendedoras ($M= 3.07$, $DT= .86$), $t(111) = 2.09$, $p = .038$, $d = .49$

2. *Autoeficacia emprendedora*, las emprendedoras ($M= 5.41$, $DT= 1.12$) puntuaron más alto que las no emprendedoras ($M= 4.53$, $DT= 1.06$), $t(111) = -3.33$, $p < .01$, $d = -.79$
3. *Innovación*, las emprendedoras ($M= 5.85$, $DT= 1.34$) puntuaron más alto que las no emprendedoras ($M= 4.74$, $DT= 1.39$), $t(112) = -3.46$, $p < .001$, $d = -.82$
4. *Autonomía*, las emprendedoras ($M= 6.17$, $DT= 1.17$) puntuaron más alto que las no emprendedoras ($M= 5.25$, $DT= 1.43$), $t(113) = -3.15$, $p < .01$, $d = -.74$
5. *Toma de riesgos*, las emprendedoras ($M= 5.89$, $DT= 1.14$) puntuaron más alto que las no emprendedoras ($M= 4.84$, $DT= 1.19$), $t(112) = -3.77$, $p < .001$, $d = -.91$
6. *Proactividad*, las emprendedoras ($M= 5.52$, $DT= 1.18$) puntuaron más alto que las no emprendedoras ($M= 4.77$, $DT= 1.04$), $t(112) = -2.71$, $p < .01$, $d = -.64$

Figura 17. Variables en las que se detectan diferencias estadísticamente significativas entre mujeres Emprendedoras y No emprendedoras. Resultados expresados en medias en cada variable.



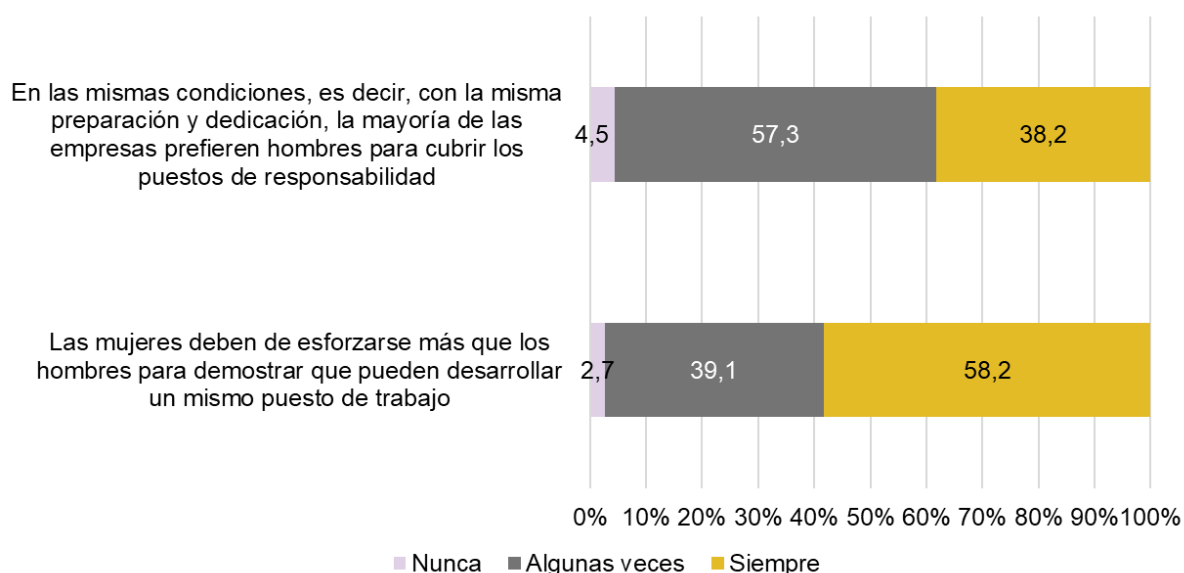
5. DIFERENCIAS DE GÉNERO PERCIBIDAS POR LAS PROFESIONALES

En el estudio se incluyó un apartado para explorar las diferencias de género percibidas por las profesionales. En concreto, se les preguntó sobre si consideraban que, a igualdad de condiciones, las empresas preferían empleados hombres para cubrir los puestos de trabajo.

Como se observa en la Figura 18, la mayoría de las encuestadas afirman que algunas veces se da esta realidad (57.3%, n= 43), mientras que el 38.2% (n= 64) consideran que esta preferencia por sus compañeros, a igualdad de preparación y dedicación, ocurre siempre.

Así mismo, la mayoría de ellas considera que las mujeres deben esforzarse más que los hombres a la hora de demostrar su competencia en un mismo puesto de trabajo (58.2%, n= 63). Dicho de otra manera, tan sólo el 2.7 considera que esto nunca es así.

Figura 18. *Diferencias de género percibidas expresadas en porcentajes en cada categoría de respuesta*



Al comparar los resultados de nuestro estudio con los ofrecidos por la Encuesta sobre la percepción de las diferencias entre hombres y mujeres de la Comunidad Valenciana de la Generalitat Valenciana en 2017, referido a la población de mujeres en general, es decir, no las mujeres empresarias, directivas y profesionales sino las mujeres en su conjunto (n=488), se observa cómo nuestras entrevistadas muestran valores muy similares respecto a la idea de que las mujeres deben esforzarse “siempre” más (56.6); mientras que se diferencian notablemente de la población general en relación a la preferencia de las empresas por los hombres que por las mujeres para ocupar los puestos de responsabilidad (siempre = 52.6). Cabe señalar, de nuevo, la cautela a la hora de analizar estos datos por las diferencias entre la composición de ambas muestras y su tamaño.

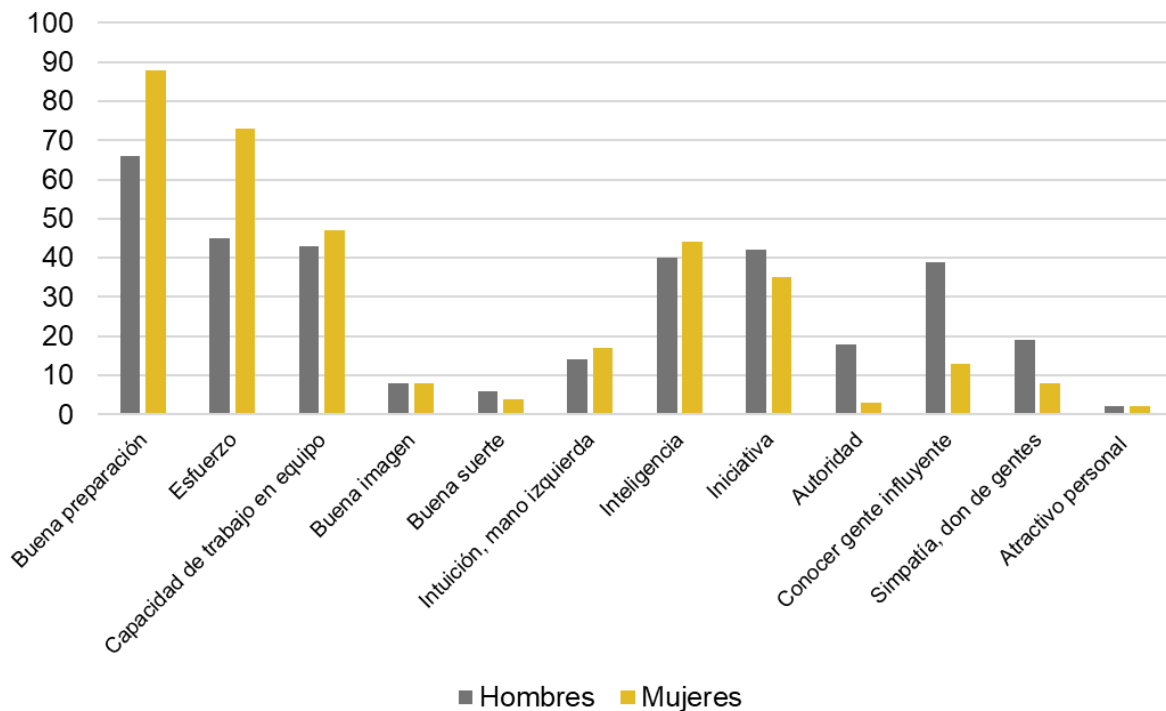
También se les preguntó por las características que consideraban más importantes para que triunfaran en su trabajo los hombres y las mujeres. Se les planteaban las opciones que

pueden verse en la Figura 19 y las encuestadas debían escoger las tres más relevantes para cada género. En general, se consideró que la buena preparación y el esfuerzo eran los aspectos más importantes a la hora de tener éxito en el ámbito laboral independientemente del sexo.

Cabe comentar que se han encontrado algunas características que han sido percibidas como más importantes para algún sexo en concreto. Por ejemplo, la buena preparación es percibida como 12 veces más importante en mujeres que en hombres para tener éxito ($p < .001$). De la misma manera, el esfuerzo es considerado más necesario en las mujeres ($p < .001$), 10 veces más necesario que en sus compañeros. En cambio, otras variables han sido consideradas como más necesarias para los hombres, este sería el caso de la autoridad (8.5 veces más necesaria) ($p < .001$), conocer a gente influyente (27 veces más relevante para ellos) ($p < .001$) y la simpatía (6 veces más necesario) ($p < .05$). En este sentido, observar diferentes atributos asociados al éxito para hombres y para mujeres nos pone sobre la pista de las diferencias reales que podemos encontrar en los espacios de decisión. Las encuestadas opinan que conocer gente influyente es una característica más importante para los hombres que para mujeres. Este atributo nos sitúa en un espacio en el que aparecen las cuestiones relacionadas con la autoridad y la reputación, con las redes secundarias y terciarias de socialización y, cómo no, con la disposición del tiempo personal y familiar al servicio del ámbito profesional. O, dicho de otra manera, que sea 27 veces más relevante asociar a los hombres la característica “conocer gente influyente” que a las mujeres puede ser un indicador para continuar los estudios sobre las dinámicas reales que se producen en las empresas y espacios directivos más allá de las cuestiones formales. Sería muy interesante profundizar sobre este aspecto.

En todo caso, el resto de las características no mencionadas previamente (la capacidad de trabajo en equipo, buena imagen, buena suerte, intuición, inteligencia e iniciativa) son consideradas igual de importantes para ambos sexos. Siendo la buena imagen, buena suerte y atractivo personal las menos relevantes para ambos.

Figura 19. Características más importantes para el éxito en el ámbito laboral expresado en porcentajes de respuestas que dan las encuestadas para el caso de hombres y mujeres.

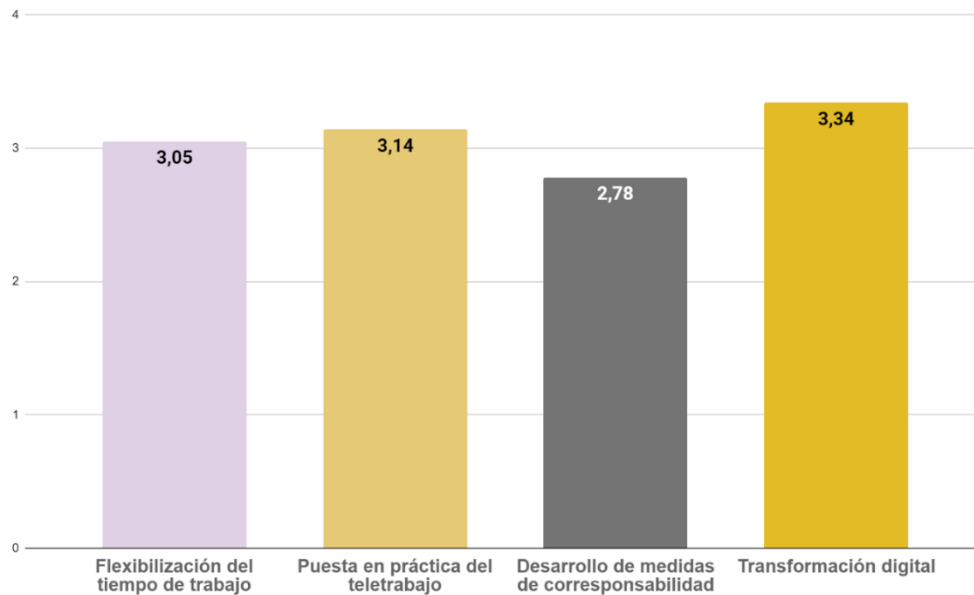


6. ¿CÓMO HA AFECTADO EL COVID-19?

6.1. Efectos del COVID-19 en los puestos de trabajo y las empresas.

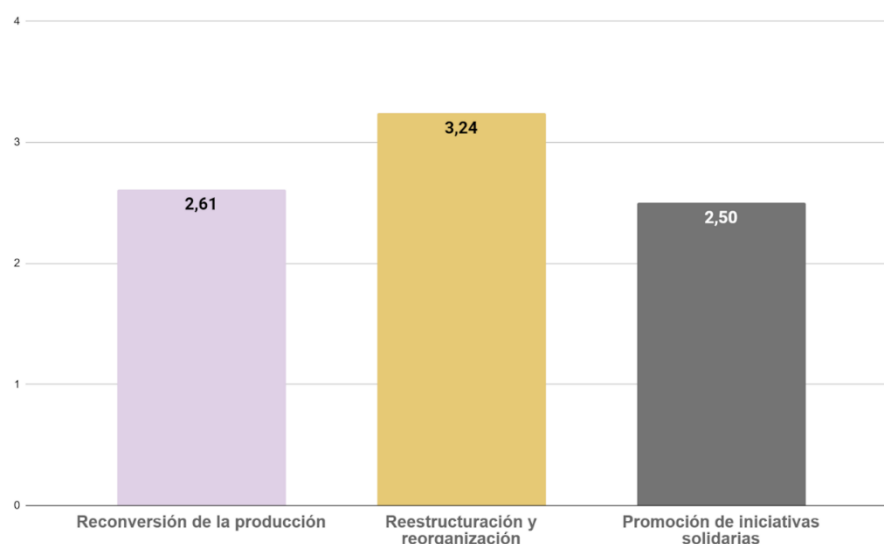
Para estudiar el efecto del COVID-19 en el día a día laboral de las profesionales, se les preguntó por el grado de impacto de la pandemia en una serie de aspectos relacionados con su puesto de trabajo (Figura 20) y su empresa (Figura 21). Teniendo en cuenta que se pedía que valoraran el impacto de 1 a 5, podemos considerar que ha habido ciertas modificaciones tanto en los puestos de trabajo como a nivel de empresa, sin ser estos cambios, en todo caso, muy pronunciados.

Figura 20. Valores de medias en aspectos del Efecto del COVID-19 en el puesto de trabajo



A nivel de puesto de trabajo, sí podemos afirmar que ha habido algunos aspectos donde la irrupción del COVID-19 ha afectado más que en otros ($\chi^2(3)= 16.93, p < .001, W= .05$). En concreto, se ha observado que, como consecuencia de la pandemia, ha habido una mayor implantación del teletrabajo ($M= 3.14, DT= 1.50, Mdn= 3$) y la transformación digital ($M= 3.34, DT= 1.33, Mdn= 4$) que de la corresponsabilidad ($M= 2.78, DT= 1.46, Mdn= 3$).

Figura 21. Valores de medias en aspectos del Efecto del COVID-19 en la empresa



Si nos centramos en los efectos a nivel de empresa, se ha observado como la reestructuración y reorganización del trabajo ($M= 3.24$, $DT= 1.30$, $Mdn= 3$) ha sido la medida más habitual frente a la pandemia otros ($\chi^2(2)= 29.89$, $p < .001$, $W=.12$), por encima de la reconversión de la producción ($M= 2.61$, $DT= 1.42$, $Mdn= 3$) y la promoción de iniciativas solidarias ($M= 2.50$, $DT= 1.30$, $Mdn= 2$).

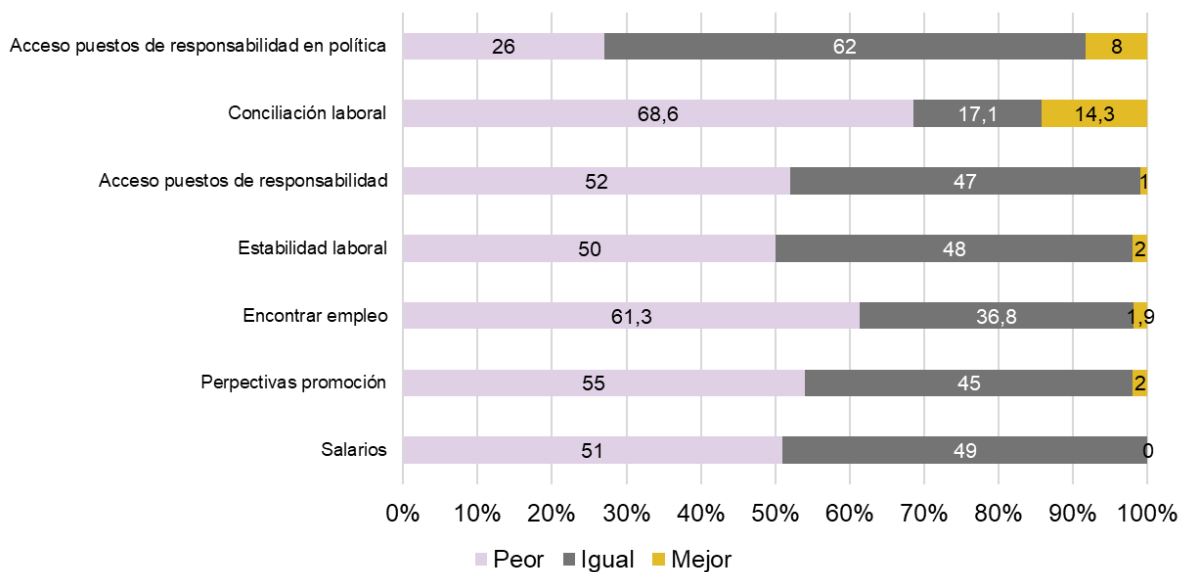
6.2. Efecto diferencial del COVID-19 en función del sexo.

Un reciente estudio afirma que las personas emprendedoras son uno de los colectivos más vulnerables ante la pandemia, ya que más del 50% de las PYMEs han sufrido importantes pérdidas en ingresos y corren mayor riesgo de quebrar a corto plazo (OCDE, 2020a). Según un estudio realizado por Noguera et al. (2013), analizando las trayectorias de la ratio mujer/hombre de la tasa de emprendimiento total (TEA) del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) durante la crisis del 2008, afirman que la actividad emprendedora de las mujeres es más sensible a los ciclos económicos que la de los hombres.

En este contexto de crisis, donde las mujeres se han ocupado de casi el 70% de los cuidados sanitarios y donde destaca la poca representación femenina en el liderazgo y en la toma de decisiones del sector de la salud (OCDE, 2020b), se le ha sumado un incremento de horas en trabajos no remunerados sobre: el cuidado de familiares adultos, de niños y del hogar. Consecuentemente, el impacto de la crisis del COVID-19 está afectando el bienestar, la calidad de vida y el estatus económico de las mujeres sustancialmente (OCDE, 2020b). Pues el rol social del género femenino, relacionado con las ya existentes desigualdades de género sistemáticas, en vez de disminuir está siendo reforzado.

Por este motivo, se preguntó a las encuestadas que valoraran si consideraban que la pandemia les había afectado mejor, igual o peor que a los hombres en una serie de aspectos. Los resultados se encuentran recogidos en la Figura 22. En general, podemos concluir que las encuestadas perciben que la pandemia les ha afectado más que a sus compañeros hombres. Esta diferencia se hace más pronunciada en la conciliación laboral, donde el 68.6% de las encuestadas ($n= 72$) declaran que son las mujeres las que han tenido más problemas a la hora de compaginar la vida laboral y familiar. En ninguno de los aspectos encuestados han mostrado que la nueva situación haya generado una discriminación positiva sobre las mujeres. Es más, en la mayoría de ellos, al menos el 50% de las encuestadas percibe un peor impacto en las mujeres. Cabe destacar que el aspecto en el que parecen percibir mayor igualdad es en el acceso a puestos de responsabilidad en la vida política.

Figura 22. Efecto del COVID-19 sobre las mujeres en comparación con los hombres representado con porcentajes en cada categoría de respuesta



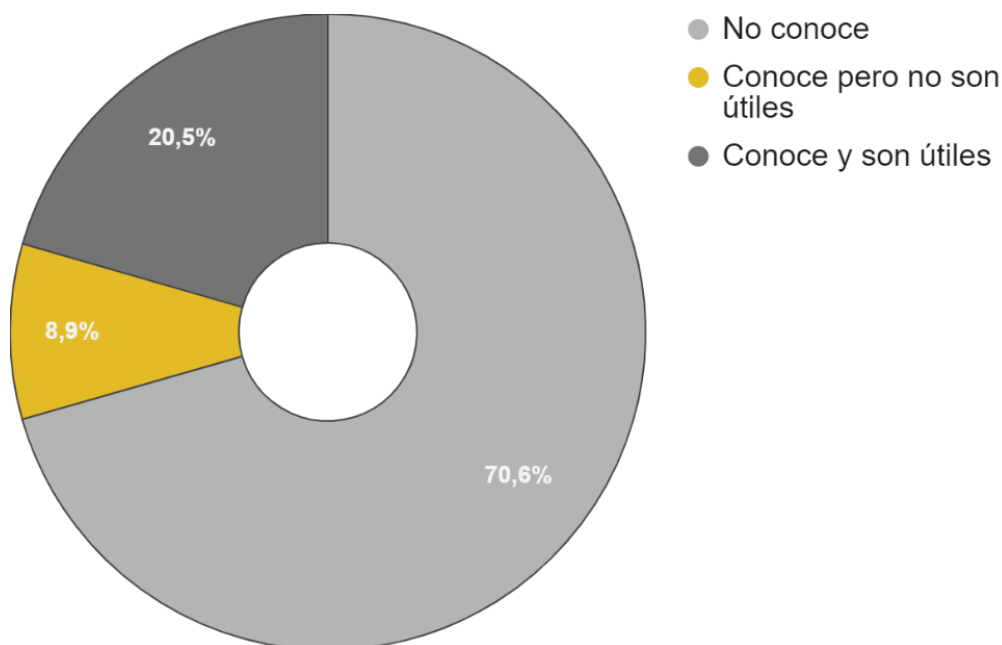
7. CONSIDERACIONES SOBRE LA EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

La Educación en Emprendimiento (EE) ha crecido rápidamente a nivel global (Lee et al. 2018) en multitud de contextos y a través de diferentes niveles educativos (Martínez-Gregorio et al., 2021). Entendida desde una visión amplia que engloba el desarrollo de competencias más allá de la mera creación de negocios (Lackéus, 2015), el interés en su promoción es evidente. Consecuentemente, podemos comprobar que nuestra ley educativa vigente en materia de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), la LOMCE, contempla el sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor como una de las competencias clave a promover en la etapa (Orden ECD/65/2015).

Algunos autores han encontrado que estos programas de emprendimiento podrían ser especialmente beneficiosos para las mujeres (Barakat et al., 2014; Maritz y Brown, 2013; Nowiński et al., 2019), quienes tienden a tener un menor sentimiento de autoeficacia emprendedora (Chowdhury et al., 2019; Dempsey y Jennings, 2014; Kickul et al., 2008; Wilson et al., 2007).

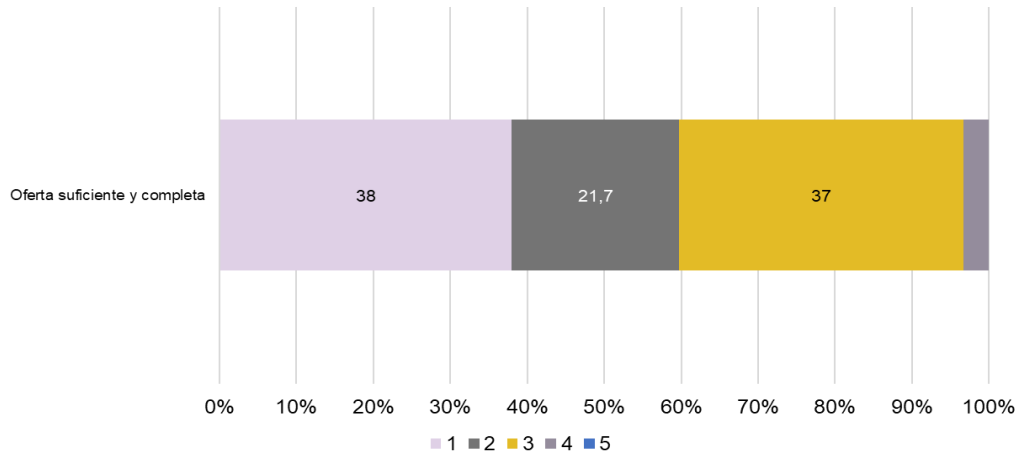
Por estos motivos, preguntamos a las profesionales encuestadas acerca de su conocimiento, implicación y valoración sobre este tipo de iniciativas en Educación Secundaria. Los resultados obtenidos no parecen favorables dado que indican que un 70.5% (n= 79) de las encuestadas no conocen ningún tipo de iniciativa de este tipo, y un 8.9% (n= 10), pese a que conocen alguna, no las consideran útiles Figura 23.

Figura 23. Conocimiento sobre la existencia de programas de emprendimiento en ESO



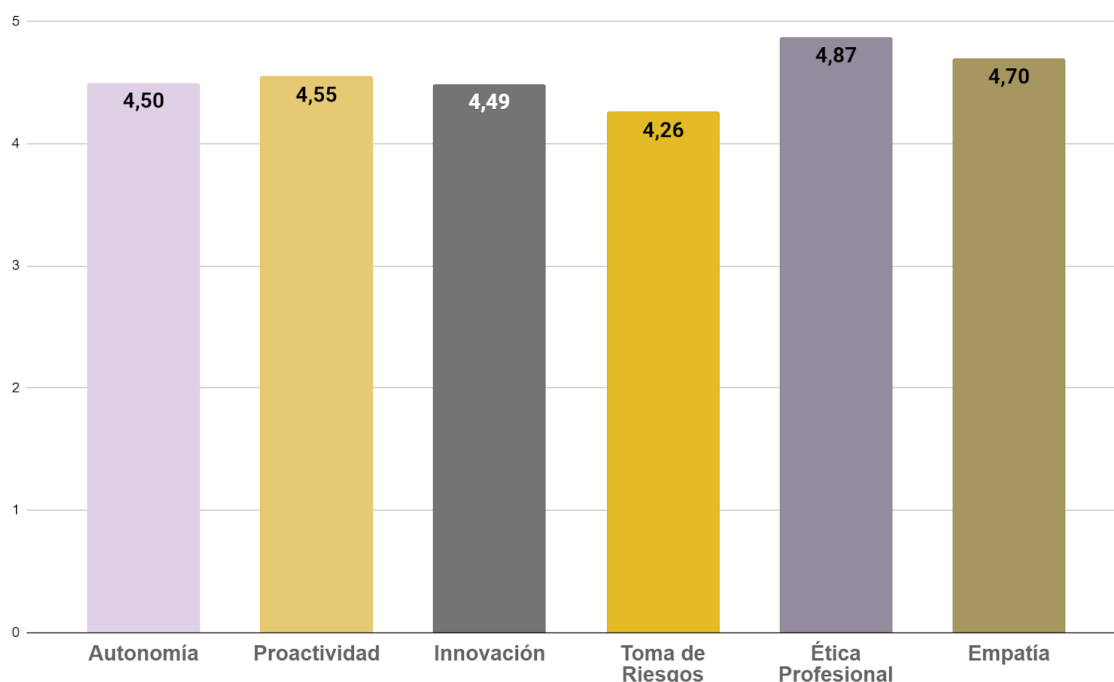
De entre las que sí que conocían la existencia de estos programas, un 70.6% (n=24) no ha participado nunca en ninguno de ellos. Ante estos resultados, un 38% (n=35) considera que esta oferta es muy insuficiente e incompleta, cuando únicamente un 3.3% (n=3) se mostraría satisfecho con esta oferta (Figura 24).

Figura 24. *Cómo de suficiente y completa es la oferta de Educación en Emprendimiento según escala de 1-Totalmente incompleta a 5- Totalmente completa. Porcentajes de respuesta en cada categoría.*



Para concluir, se les preguntó qué competencias consideran que es más importante trabajar en este tipo de programas. Se les pidió valorar la importancia de cada una de las seis competencias propuestas por Oliver y Galiana (2015) en una escala de 1 a 5. Como puede observarse en la Figura 25, todas las competencias han sido valoradas como importantes, con puntuaciones medias superiores a 4. Sí que podemos afirmar que ha habido algunas competencias que han sido seleccionadas como más importantes que otras de manera estadísticamente significativa ($\chi^2(5)= 80.49, p < .001, W=.16$). En concreto, consideran que la promoción de la Toma de Riesgos ($M= 4.26, DT= 0.78$) es menos importante que el resto de las competencias consideradas. El polo opuesto lo ocupa la Ética Profesional o Filosofía de Trabajo ($M= 4.87, DT= 0.36$), que ha sido considerada la competencia más importante por encima de todas las demás. La segunda valorada como más importante sería la Empatía ($M= 4.70, DT= 0.57$), que es valorada como más importante, de manera estadísticamente significativa, que el resto de las competencias, exceptuando la Ética Profesional. Así mismo, la Autonomía ($M= 4.50, DT= 0.71$), Proactividad ($M= 4.55, DT= 0.72$) e Innovación ($M= 4.49, DT= 0.73$) serían consideradas igual de importantes entre ellas.

Figura 25. *Distribuciones medias en importancia de las diferentes competencias en la Educación en Emprendimiento.*



8. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE FUTURO

1. La primera conclusión de este trabajo es la importancia de dar comienzo a investigaciones que den luz a la compleja realidad de empresarias, directivas y profesionales. Este estudio piloto ha generado, muy probablemente, más preguntas que respuestas y este es, sin duda, el punto de partida para poner sobre la mesa los temas que son importantes, ahondar en ellos y proponer acciones y soluciones para la mejora de la realidad económico-empresarial valenciana.

Propuestas de futuro: sería interesante diseñar una hoja de ruta sobre los temas y debates más relevantes para empresarias, directivas y profesionales para desarrollar estudios o investigaciones que ahondaran en las diferentes temáticas, abordadas en este estudio y en otros, para diagnosticar y dar solución o potenciación a las diferentes realidades con las que se encuentran las empresarias, directivas y profesionales valencianas.

2. Como se ha señalado en diferentes apartados de este texto, la ausencia de estadísticas y datos oficiales sobre las empresarias, directivas y profesionales es una realidad palpable y

generalizada. Podemos afirmar sin ningún género de dudas que apenas disponemos de información sobre cuántas empresarias, directivas y profesionales hay en la Comunidad Valenciana, o cómo son o qué trayectorias tienen o en qué sectores tienen más presencia.

Propuestas de futuro: es fundamental conocer la situación real de empresarias, directivas y profesionales. Aún siendo una tarea ardua y compleja, es necesario disponer de censos y de estadísticas básicas para saber o conocer, pero también, por ejemplo, para cuestiones tan sencillas como diseñar el tamaño muestral de nuestros estudios. Incorporar la desagregación por la variable sexo en todas las estadísticas económicas, empresariales o mercantiles es fundamental para radiografiar la realidad valenciana.

3. En este estudio piloto hemos prestado considerable atención al síndrome de impostora por entenderlo como un aspecto con influencia en la fuerza emprendedora -en todas sus dimensiones- de empresarias, directivas y profesionales. Hemos observado cómo en aquellas mujeres con mayores niveles de satisfacción por la vida en general y por la vida profesional, el síndrome está menos presente en ellas, mostrando mayores niveles de autoestima y confianza personal. En relación con la maternidad y con la edad, parece que el síndrome es más homogéneo entre las mujeres con hijos e hijas, independiente de su edad; mientras que las diferencias significativas las encontramos entre las menores de 45 años sin hijos y las mayores de 45 sin hijos. Unas y otras se sitúan en las posiciones más distantes del continuo, es decir, las más jóvenes sin hijos tienen mayor presencia del síndrome de la impostora mientras que las mujeres mayores sin hijos las que menos presencia describen. Cabe destacar, además, cómo aquellas mujeres que se autoidentifican como mujeres exitosas muestran mayores niveles de satisfacción con la vida y con el trabajo y describen menor presencia del síndrome de la impostora. Referenciar a estas mujeres produce un efecto halo en todas las esferas -personal y profesional- que contagia a otras mujeres, esta es una potencialidad añadida de visibilizar referentes femeninos en el ámbito empresarial y directivo.

Propuestas de futuro: el síndrome de la impostora puede ser un freno para el emprendimiento por lo que sería interesante abordar los temas relativos a él, tanto de fracaso como de éxito, entre las empresarias, directivas y profesionales. Crear planes formativos para el desarrollo de habilidades y competencias para estos perfiles, así como intensificar las tareas de visibilización de mujeres referentes en todos los sectores. La realidad económico-empresarial valenciana nos habla de una inmensa mayoría PYME, por tanto, los esfuerzos en identificar y visibilizar referentes deben ir encaminados no sólo a grandes empresarias y directivas sino también a los ejemplos de mujeres en las pequeñas y medianas empresas valencianas. El refuerzo formativo y referencial no sólo debe ir encaminado a la adecuación al contexto o los diferentes ámbitos, sino que también debe prestar atención al acomodo del momento vital de la empresaria, directiva y profesional, matiz que habitualmente no es tomado en consideración.

4. “Las emprendedoras se hacen, no nacen”. Hay que considerar que la mujer emprendedora es producto, especialmente, de su interés, su formación, sus capacidades y habilidades y de su contexto, que es fundamental para comprender la importancia de incidir en las condiciones para que lo logren. Por ello, la labor de CEV, en particular, y de las instituciones político-económicas, en general, es trabajar por garantizar las condiciones de igualdad y proactividad que faciliten el desempeño de las mujeres en sus proyectos de emprendimiento. Por otro lado, es interesante observar los valores en torno a la dimensión colectiva que las encuestadas han reflejado en sus respuestas. La Cultura de emprendimiento de la región no ha mostrado una relación significativa con las dimensiones clave incluidas en el estudio. Cabría esperar una sintonía positiva entre la percepción de apoyo del entorno y la propia iniciativa emprendedora, sin embargo no se manifiesta relación. Los valores que otorgan las mujeres encuestadas a los cinco aspectos recogidos de la Cultura emprendedora de la región se mantienen en promedio muy próximos al valor central de la escala, al neutro (siendo que la escala oscila desde muy en desacuerdo a muy de acuerdo). Puede estar sugiriendo que el contexto valenciano no es percibido como un espacio motor facilitador para su desempeño. Instituciones públicas y organizaciones empresariales deberían prestar especial atención a estas percepciones. Pudiera concluirse, entre otras muchas, que las empresarias, directivas y profesionales al no esperar un apoyo contextual, refuerzan posturas basadas en la autoeficacia, responsabilidad del proceso de emprender y el esfuerzo, restando valor al entorno o dimensión colectiva.

Propuestas de futuro: continuar con la tarea de fomento de mujeres en espacios directivos empresariales, activar planes para la formación y desarrollo de habilidades de emprendimiento, facilitar las condiciones económico-financieras para las mujeres que ponen en marcha proyectos de emprendimiento y trabajar para implementar medidas de conciliación laboral, personal y familiar para hombres y mujeres que faciliten el desempeño de proyectos de emprendimiento en las mujeres.

5. Las percepciones sobre las diferencias de género en los espacios decisionales hace emerger las desiguales posiciones de hombres y mujeres y su desigual acceso a estos espacios. Se mantiene la creencia que las mujeres deben hacer un mayor esfuerzo para acceder a los puestos de responsabilidad, de igual manera que la creencia que las empresas van a preferir ocupar estos espacios con hombres que con mujeres en igualdad de condiciones. Estas percepciones nos hablan de que, a pesar de los grandes avances realizados en el plano formal, las desigualdades entre hombres y mujeres persisten en la realidad.

Propuestas de futuro: promover una mayor presencia de mujeres en las organizaciones empresariales como ejemplo de espacios decisionales igualitarios e impulsar acciones para garantizar el igual acceso de las mujeres a los planos directivos de las empresas.

6. En relación con las características asociadas al éxito de hombres y mujeres, es interesante observar los diferentes atributos asociados a unos y a otras. Como hemos señalado, las diferencias las encontramos en la importancia de la buena preparación (12 veces más relevante

para mujeres que para hombres), el esfuerzo (10 veces más relevante para mujeres que para hombres) y el conocer gente influyente (27 veces más relevante para hombres que para mujeres). Con estos resultados aproximativos que hemos obtenido, se hace evidente la importancia de garantizar las condiciones para la igualdad entre hombres y mujeres, sean a través de derechos, medidas positivas, acciones propositivas o medidas encaminadas a la corresponsabilidad que faciliten la conciliación laboral, familiar y personal de hombres y mujeres.

Propuestas de futuro: las acciones deben ir encaminadas a abordar el plano formal y el plano informal a través de la sensibilización y concienciación acerca de los roles y estereotipos de género, de la flexibilización y/o racionalización de horarios, así como de la incorporación de medidas que garanticen la igualdad en los planos directivos y empresariales.

7. Cómo ha afectado la pandemia del COVID se muestra en la transformación digital y en la implantación del teletrabajo. Este hecho, sin duda, ha acelerado la incorporación de las tecnologías y la innovación en las empresas y los procesos productivos, pero, a su vez, puede tener efectos inesperados en la conciliación de la vida laboral, familiar y personal, así como en los procesos de promoción y crecimiento profesional de las mujeres ya que, todavía hoy, recae sobre ellas el peso de la responsabilidad familiar.

Propuestas de futuro: estudiar con mayor profundidad los efectos de la acelerada implantación del teletrabajo en las vidas de las empresarias, directivas y profesionales y en sus empresas.

8. El impacto del COVID ha afectado de desigual manera a hombres y mujeres. Como se ha observado en este estudio, la mayoría de las encuestadas consideran que la situación ha empeorado en términos de conciliación, de acceso a los puestos de responsabilidad, de acceso al trabajo, de promoción y ámbito salarial, así como para encontrar empleo. En términos generales parece señalarse que la pandemia ha tenido mayor impacto para las mujeres que para los hombres también en el plano económico-empresarial.

Propuestas de futuro: Seguir trabajando por la igualdad a todos los niveles dado que las situaciones de desigualdad son las que colocan a las mujeres en una mayor vulnerabilidad y producen que en cualquier situación crítica como ésta, se vean más afectadas.

9. La gran mayoría de las mujeres consultadas desconocen estudios o planes para el emprendimiento en niveles educativos tempranos como son los de secundaria. Para el diseño de estos planes, los valores más importantes a incorporar serían la ética, entendida como

filosofía de trabajo, y la empatía, valores estrechamente relacionados con formas diferentes de liderazgo empresarial.

Propuestas de futuro: incentivar la formación en emprendimiento en etapas tempranas tanto en chicos como en chicas, siendo conscientes de las aportaciones de este informe, a través de la perspectiva de género que desarticule estereotipos de género relacionados con el emprendimiento y evidencie la realidad plural y diversa de la economía valenciana.

Agradecimientos en primer lugar a todas las mujeres que han participado de forma anónima en esta investigación. Este estudio ha sido posible con el apoyo económico en el marco del VII Pacto por el Empleo de la Ciudad de València, con el objetivo de promover la participación activa de las mujeres para impulsar el cambio en el ámbito empresarial y en la sociedad.

9. REFERENCIAS

- Barakat, S., Boddington, M. y Vyakarnam, S. (2014). Measuring entrepreneurial self-efficacy to understand the impact of creative activities for learning innovation, *The International Journal of Management Education*, 12(3), 456-468. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.05.007>
- Bosma, N., y Kelley, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor: Global Report 2018/2019*. Recuperado de: <http://www.gemconsortium.org/report>
- Bosse, D. A., y Taylor III, P. L. (2012). The second glass ceiling impedes women entrepreneurs. *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 17(1), 52.
- Bravata, D. M., Watts, S. A., Keefer, A. L., Madhusudhan, D. K., Taylor, K. T., Clark, D. M., ... yHagg, H. K. (2020). Prevalence, predictors, and treatment of impostor syndrome: a systematic review. *Journal of General Internal Medicine*, 35(4), 1252-1275. <https://doi.org/10.1007/s11606-019-05364-1>
- Bucar, B., y Hisrich, R. D. (2001). Ethics of business managers vs. entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 6(1), 59-82.

- Carrasco Bengoa, Cristina (coord.) (2006): Estadístiques sota sospita: proposta de nous indicadors des de l'experiència femenina. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Cetin, F. (2011). The Roles of Self-efficacy and Locus of Control in the Intrapreneurship. *Business and Economics Research Journal*, 2(3), 1-69.
- Chandler, Alfred D., Jr. (1962). Strategy and Structure: Chapters in the History of Industrial Enterprise. *Cambridge, MA: MIT Press*.
- Chowdhury, S., Endres, M.L., y Frye, C. (2019). The influence of knowledge, experience, and education on gender disparity in entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 31(5), 371-389. <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1517474>
- Clance, P. R. (1985). *The Impostor Phenomenon: When Success Makes You Feel Like a Fake*. Bantam Books
- Coleman, S., y Robb, A. (2009). A comparison of new firm financing by gender: Evidence from the Kauffman firm survey data. *Small Business Economics*, 33(4), 397-411. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9205-7>.
- Comisión Europea (2013). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. *Entrepreneurship 2020 action plan*. Brussels, Belgium.
- Datta, P. B., y Gailey, R. (2012). Empowering women through social entrepreneurship: Case study of a women's cooperative in India. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(3), 569-587. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x>.
- Dempsey, D. y Jennings, J. (2014). Gender and entrepreneurial self-efficacy: a learning perspective, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 6(1), 28-49. <https://doi.org/10.1108/ijge-02-2013-0013>
- Dheer, R. J. S., Li, M., y Treviño, L. J. (2019). An integrative approach to the gender gap in entrepreneurship across nations. *Journal of World Business*, 54(6), Article 101004. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2019.101004>.

- Díaz Martínez, C., y Navarro, V. (2018): “Identidades de género y desigualdad en el ámbito público” en Antonio Ariño (Coord.) *La sociedad valenciana en transformación (1975-2025)*. València: Institució Alfons el Magnànim y PUV. Págs. 287-302.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., y Griffin, S. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75. <https://doi.org/10.1037/t01069-000>
- Dunn, T. J., Baguley, T., y Brunnsden, V. (2014). From alpha to omega: A practical solution to the pervasive problem of internal consistency estimation. *British journal of psychology*, 105(3), 399-412. <https://doi.org/10.1111/bjop.12046>
- Encuesta Anual de Estructura Salarial (2019). *Informe de la Encuesta Anual de Estructura Salarial*, INE.
- Estudio sobre percepción de las desigualdades entre hombres y mujeres de Generalitat Valenciana (2017).
- Fairlie, R. W., y Robb, A. M. (2009). Gender differences in business performance: Evidence from the characteristics of business owners survey. *Small Business Economics*, 33(4), 375–395. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9207-5>
- Feenstra, S., Begeny, C. T., Ryan, M. K., Rink, F. A., Stoker, J. I., y Jordan, J. (2020). Contextualizing the impostor “syndrome”. *Frontiers in psychology*, 3206. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.575024>
- Giménez, D., y Calabrò, A. (2018). The salient role of institutions in Women’s entrepreneurship: A critical review and agenda for future research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 857-882. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0480-5>
- Gravois, J. (2007). You're Not Fooling Anyone. *Chronicle of Higher Education*, 54(11).
- Hermansen-Kobulnicky C. J., y Moss C. L. (2004). Pharmacy student entrepreneurial orientation: A measure to identify potential pharmacist entrepreneurs. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 68, Article 113. <http://dx.doi.org/10.5688/aj6805113>

- Hmieleski, K. M., & Sheppard, L. D. (2019). The Yin and Yang of entrepreneurship: Gender differences in the importance of communal and agentic characteristics for entrepreneurs' subjective well-being and performance. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 709-730. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.06.006>
- Hoang, Q. (2013). The impostor phenomenon: Overcoming internalized barriers and recognizing achievements. *The Vermont Connection*, 34(1), 6.
- Humphreys, Neil, Robin, D., Reidenbach, R. E. y Moak, D. (1993). The Ethical Decision Making Process of Small Business Owner/Managers and Their Customers. *Journal of Small Business Management*, 31(3), 9-22.
- Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *Academy of Management Annals*, 7(1), 663-715. <https://doi.org/10.5465/19416520.2013.782190>
- Kickul, J., Wilson, F., Marlino, D. y Barbosa, S.D. (2008). Are misalignments of perceptions and self-efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intentions among our nation's teens?, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 321-335, <https://doi.org/10.1108/1462600081087170>
- Kray, L. J., y Haselhuhn, M. P. (2007). Implicit negotiation beliefs and performance: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of personality and social psychology*, 93(1), 49. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.1.49>
- Lackéus, M. (2015). Entrepreneurship in education: What, why, when, how. Entrepreneurship 360 background paper. OECD-LEED. https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf
- Ladge, J., Eddleston, K. A., y Sugiyama, K. (2019). Am I an entrepreneur? How imposter fears hinder women entrepreneurs' business growth. *Business Horizons*, 62(5), 615-624. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.05.001>
- Laguía, A., García-Ael, C., Wach, D., & Moriano, J. A. (2019). "Think entrepreneur-think male": a task and relationship scale to measure gender stereotypes in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(3), 749-772. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0553-0>

- Lee, Y., Kreiser, P. M., Wrede, A. H., y Kogelen, S. (2018). University-based education and the formation of entrepreneurial capabilities. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(4), 304–329.
- Levenson, H. (1973). Multidimensional locus of control in psychiatric patients. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 41(3), 397-404.
<https://doi.org/10.1037/h0035357>
- Liñán, F., Moriano, J. A., & Jaén, I. (2016). Individualism and entrepreneurship: Does the pattern depend on the social context?. *International Small Business Journal*, 34(6), 760-776.
- Liñán, F., y Fernández-Serrano, J. (2018). *ELITE Cuestionario Inicial de Emprendedores Nacientes*. Sevilla: ELITE.
- Longenecker, J. G., y Schoen, J. E. (1975). The essence of entrepreneurship. *Journal of Small Business Management (pre-1986)*, 13(000003), 26.
- Lumpkin G. T., y Dess G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21, 135–172.
<http://dx.doi.org/10.2307/258632>
- Maritz, A., y Brown, C. (2013). Enhancing entrepreneurial self-efficacy through vocational entrepreneurship education programmes, *Journal of Vocational Education & Training*, 65(4), 543-559.
- Martínez-Gregorio, S., Badenes-Ribera, L., y Oliver, A. (2021). Effect of entrepreneurship education on entrepreneurship intention and related outcomes in educational contexts: a meta-analysis. *The International Journal of Management Education*, 19(3), 100545.
- Meza, R. D. J. M., y Esp, R. (2014). Empowerment, el liderazgo e innovación en empresas de servicios, como ventaja competitiva en medianas empresas del municipio de Tecomán, Colima, México. *Desarrollo Gerencial*, 6(2).
<https://doi.org/10.17081/dege.6.2.468>
- Miner J. B. (1997). The expanded horizon for achieving entrepreneurial success. *Organizational Dynamics*, 25, 54–67. [http://dx.doi.org/10.1016/S0090-2616\(97\)90047-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0090-2616(97)90047-4)

- Moriano, J. A., Palací, F. J., y Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 51-64. <https://doi.org/10.1174/021347406775322223>
- Mueller, S. L., & Conway Dato-on, M. (2013). A cross cultural study of gender-role orientation and entrepreneurial self-efficacy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(1), 1-20. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0187-y>
- Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Resolución aprobada por la Asamblea General el 25 de septiembre de 2015, Naciones Unidas, A/RES/70/1, 3/40.
- Noguera, M., Alvarez, C., y Urbano, D. (2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(2), 183-197. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0251-x>
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D. y Czeglédi, C. (2019), The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries, *Studies in Higher Education*, 44(2), 361-379.
- Observatorio del Emprendimiento de España. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2019-2020*. Universidad de Cantabria.
- OECD. (2020a). Covid-19: SME Policy Responses, OECD Publishing. <http://oe.cd/CovidSME>
- OECD. (2020b). Women at the core of the fight against COVID-19 crisis. Tackling Coronavirus (COVID-19) Contributing to a global effort. Website: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/women-at-the-core-of-the-fight-against-covid-19-crisis-553a8269/>
- Oliver, A., y Galiana, L. (2015). Development and validation of the “Escala de Actitudes Emprendedoras para Estudiantes (EAEE)”. *The Spanish Journal of Psychology*, 18, 10. <http://dx.doi.org/10.1017/sjp.2015.14>

Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la educación primaria, la educación secundaria obligatoria y el bachillerato.

Pollack, J. M., Burnette, J. L., y Hoyt, C. L. (2012). Self-efficacy in the face of threats to entrepreneurial success: Mind-sets matter. *Basic and Applied Social Psychology*, 34(3), 287-294. <https://doi.org/10.1080/01973533.2012.674452>

Puri M., y Robinson D. (2005). *Optimism, entrepreneurship, and economic choice*. Cambridge, MA: NBER Working Paper.

Ruiz-Navarro, J., Diáñez-González, J.P., Franco-Leal, N., Sánchez-Vázquez, J.M., y Camelo-Ordaz, C. (2021). *Informe GUESSS España 2021. El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios*.

Schafermeyer K. W., y Hobson E. H. (1997). Business plans: Tool to teach entrepreneurial and communication skills. *American Association of Colleges of Pharmacy Annual Meeting*, 95, 81.

Schjoedt, L., y Shaver, K. G. (2012). Development and validation of a locus of control scale for the entrepreneurship domain. *Small Business Economics*, 39(3), 713-726. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9357-0>

Shepherd, D. A., Wennberg, K., Suddaby, R., y Wiklund, J. (2019). What are we explaining? A review and agenda on initiating, engaging, performing, and contextualizing entrepreneurship. *Journal of Management*, 45(1), 159-196. <https://doi.org/10.1177/0149206318799443>

Shir, N. (2015). *Entrepreneurial well-being: The payoff structure of business creation*. (Unpublished doctoral dissertation) Stockholm School of Economics, Stockholm. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.32847.74407>

Shir, N., Nikolaev, B. N., y Wincent, J. (2019). Entrepreneurship and well-being: The role of psychological autonomy, competence, and relatedness. *Journal of Business Venturing*, 34(5), 105875. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.05.002>

- Shir, N., y Ryff, C. (2021). Entrepreneurship, Self-Organization, and Eudaimonic Well-Being: A Dynamic Approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 00(0), 1-27. <https://doi.org/10.1177/10422587211013798>
- Van Dyne, L., y Pierce, J. L. (2004). Psychological ownership and feelings of possession: Three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 25(4), 439-459. <https://doi.org/10.1002/job.249>
- Wiklund, J., Nikolaev, B., Shir, N., Foo, M., y Bradley, S. (2019). Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 579-588. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.01.002>
- Wilson, F., Kickul, J. and Marlino, D. (2007), Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x>
- Zhang, Q., Abdullah, A., Hossan, D., y Hou, Z. (2021). The effect of transformational leadership on innovative work behavior with moderating role of internal locus of control and psychological empowerment. *Management Science Letters*, 11(4), 1267-1276.