



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



WOMEN IN SOCIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT

FINAL RESEARCH REPORT

Grant Agreement Number: 2018-1-UK01-KA204-048060

January, 2021

UK



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Publicado por:	UHBODER
Fecha:	28.11.2020
Versión:	Final research report
Número de tarea:	OI/A
Estado:	completado
Nivel de difusión:	completado

Aviso de responsabilidad:

La información contenida en este documento se proporciona tal cual y no se ofrece ninguna garantía de que la información sea adecuada para un fin determinado. El usuario de la misma utiliza la información bajo su propio riesgo y responsabilidad.

El documento refleja únicamente la opinión del autor y la Comunidad no es responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.

Resumen del proyecto:

WISED es una colaboración entre 6 socios:

Inglaterra: Language Link London ltd (UK)

República Checa: ProEduca z.s. Czech Republic

Italia: Archivio della Memoria

Malta: Paragon Europe

España: Gestión Estratégica e Innovación

Turquía: Uluslararası Hayat Boyu Ogrenme Dernegi

Este proyecto está financiado por el programa Erasmus+. Producirá 3 resultados intelectuales para abordar las necesidades identificadas relacionadas con la capacitación de las mujeres en el ámbito de las empresas sociales. Estos incluyen el desarrollo del análisis de las necesidades de habilidades transversales/estudio intercultural WISED, y los recursos de aprendizaje de las "Técnicas de Mejores Prácticas" de WISED para la formación de las mujeres en las empresas sociales, incluyendo módulos que abordan las necesidades de las mujeres y una plataforma de aprendizaje en la web para ampliar la red de actores relevantes.



Contenido

WOMEN IN SOCIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT	1
I- Resumen de la misión.....	4
II- Introducción.....	5
Empoderamiento de la mujer	6
Habilidades de emprendimiento social	¡Error! Marcador no definido.
III- Metodología.....	13
3.1. <i>Participantes</i>	13
3.2. <i>Instrumentos y procedimiento de investigación</i>	13
3.3. <i>Análisis de datos</i>	14
IV- Resultados de la encuesta WISED.....	15
V- Discusión y Conclusión.....	25
VI- REFERENCIAS.....	32
VII- APÉNDICE	36
7.1.WOMEN in SOCIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT-Traning Needs Survey	36



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



I- Resumen de la misión

Este informe pretende presentar los principales resultados de la investigación cuantitativa del proyecto Erasmus+ de dos años de duración titulado "Women in Social Enterprise Development" (WISED). En el contexto del presente proyecto, este informe sintetiza los resultados de la encuesta en seis países europeos: Reino Unido, Italia, República Checa, Malta, España y Turquía. El objetivo de esta investigación es obtener las perspectivas de las mujeres empleadoras, de las organizaciones de formación y de los administradores postsecundarios pertinentes sobre las competencias transversales y los conocimientos y prácticas de las empresas sociales, haciéndoles preguntas sobre la importancia de las competencias transversales, las prioridades específicas de las competencias transversales y las deficiencias de las competencias transversales para mejorar los conocimientos y las competencias de las mujeres en las empresas sociales. El análisis contribuye a una mejor comprensión de las competencias transversales requeridas por las empresarias sociales desde su propia perspectiva.

Las 5 principales competencias transversales destacadas como necesarias para las mujeres en las empresas sociales son "1-Teorías y prácticas básicas de gestión en un entorno de creación de empresas", "2-Desarrollar un modelo de negocio atractivo", "3-Identificar las fuentes de financiación de las empresas de nueva creación", "4-Crear y coordinar asociaciones", y "5-Capacidad para crear y desarrollar cursos de formación en empresas sociales"

Los resultados de este informe también sirven de base para las fases posteriores del proyecto WISED, contribuyendo fundamentalmente no sólo a enmarcar las preguntas y a proporcionar material para un análisis más profundo en forma de artículos, sino también a sentar las bases para otros análisis comparativos entre casos y países. La explotación y las fases de difusión del proyecto proporcionarán información a posibles mujeres empleadoras, organizaciones de formación y administradores postsecundarios pertinentes, para ayudar a formar a las futuras empresarias sociales.

El informe se estructura en las cuatro secciones siguientes: En primer lugar, se presenta el estado del arte de las empresas sociales relacionadas con el género y las competencias empresariales, así como los objetivos generales y las preguntas globales de la investigación. En segundo lugar, se presenta y discute el enfoque y la metodología. Esto incluye el diseño de la investigación, la muestra de investigación y el análisis de los datos. En tercer lugar, se presenta y discute la operacionalización del trabajo, lo que incluye el análisis y la evaluación de las encuestas WISED. Por último, se destacarán las conclusiones y discusiones sobre el empoderamiento de las empresarias sociales en base a la habilidad transversal más importante abordada por las participantes.



En el apéndice se incluye el cuestionario de la encuesta denominada "**WOMEN in SOCIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT- Training Needs Survey**" (Las mujeres en el desarrollo de las empresas sociales: encuesta sobre las necesidades de formación) que se llevó a cabo en cada uno de los países asociados y que se utilizó para elaborar este informe.

II- Introducción

El mundo se enfrenta cada vez más a numerosos retos medioambientales y socioeconómicos., Los enfoques convencionales simplemente no son suficientes para superar estos retos. Aunque los países intentan abordarlos de forma individual o conjunta, algunos de estos retos deben ser tratados de forma global. Las iniciativas institucionales e individuales también se encuentran entre los actores para abordar estos problemas - uno de estos actores son las organizaciones de empresas sociales.

Una empresa social (ES) es esencialmente un proceso en el que los individuos "crean o transforman instituciones para desarrollar soluciones a problemas sociales" (Bornstein y Davis, 2010, p.10). Mair y Marti (2006, p. 37), que definen la empresa social como "...un proceso que contiene la combinación y el uso innovador de recursos para facilitar el cambio social y/o buscar oportunidades para abordar las necesidades sociales", sugieren que el proceso tiene tres elementos. Así, los elementos son (a) crear valor combinando los recursos por nuevas vías, (b) fomentar el cambio social o buscar y utilizar oportunidades para satisfacer necesidades sociales, y (c) ofrecer servicios y productos y crear nuevas organizaciones. Por otro lado, London y Morfopoulos (2010) sostienen que una empresa social surge cuando los individuos actúan para garantizar el bienestar social y afirman que los emprendedores sociales que llevan a cabo este proceso sirven de puente entre las necesidades sociales y los recursos disponibles. Según los autores (London y Morfopoulos, 2010), los ejemplos de actividades de las empresas sociales incluyen:

- Hacer protestas para llamar la atención sobre la contaminación ambiental,
- Abriendo centros de comida para los sin techo y los pobres,
- Marchar para llamar la atención sobre las enfermedades que se extienden por la sociedad,
- Crear un grupo de médicos voluntarios para ayudar a los países con escasez de médicos,



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



- Crear un grupo de profesores voluntarios para ayudar a los países con escasez de actividades educativas,
- Organizar eventos de lectura de libros para crear bibliotecas escolares,

Fomentar una sociedad innovadora requiere un cambio en la mentalidad dominante de la sociedad, y los empresarios sociales desempeñan un papel clave para llevar a cabo dichos cambios. Los miembros de una sociedad tienen muchas creencias preexistentes y mantienen patrones de comportamiento establecidos que ya no son relevantes para la sociedad global actual y que impiden el progreso de algunos grupos (por ejemplo, los pobres, los discapacitados) en función de sus desventajas percibidas. Los emprendedores sociales se esfuerzan por cambiar la mentalidad existente concienciando sobre la interconexión del mundo y ayudando a la sociedad a realizar su potencial oculto. Del mismo modo, los emprendedores sociales ayudan a cambiar la perspectiva de la sociedad desde el yo hacia el tú y luego hacia todos nosotros (Bornstein & Davis, 2010, p.14).

En resumen, la ES es una organización que se gestiona como una empresa pero que tiene una finalidad social. Necesitamos que las ES cubran la brecha de problemas entre las necesidades (bienes y servicios) no satisfechas por el gobierno y los sectores público y privado, y apoyen la reducción de la pobreza, el desempleo, la marginación y la vulnerabilidad. Además, las PE se centran en los problemas sociales y en las soluciones sociales en un proceso altamente interactivo (productos y servicios impulsados por la demanda). Entre los beneficios de las ES, se encuentran el cumplimiento de un propósito social y el hecho de marcar una diferencia positiva en las comunidades, como la atención sanitaria, la educación, la tierra y la vivienda, y la conservación. Además, las ES permiten a los individuos utilizar su pasión, su talento, sus conocimientos y sus habilidades como empresas sociales.

Empoderamiento de la mujer

El empoderamiento puede describirse como un proceso que ayuda a las personas a ejercer su control sobre los factores que afectan a su vida (Mokta, 2014). El empoderamiento es un proceso de cambio positivo que mejora las posiciones y los poderes de las mujeres en una estructura patriarcal. En resumen, el empoderamiento es un proceso de mejora de la conciencia y la capacidad que conduce a una mayor participación, un mayor poder de decisión y control, o una actividad transformadora (Rahman, 2013). Como concepto, el empoderamiento tiene un largo pasado en los estudios sobre el cambio social. Este concepto se considera un proceso de cambio en la distribución de poderes tanto en las relaciones interpersonales como en las



instituciones de la sociedad. La aplicación de estos estudios en los movimientos de mujeres, por otra parte, coincide con la mitad de los años 70 (Stromquist, 1995). O'Neil, Domingo y Valters (2014) describieron el empoderamiento de las mujeres como un proceso de cambio personal y social en el que las mujeres ganan poder sobre sus vidas, toman decisiones significativas y asumen el control. En otras palabras, el empoderamiento es un proceso en el que una persona adquiere la capacidad de tomar decisiones vitales estratégicas. Este proceso puede ser individual o colectivo y tener lugar en los siguientes ámbitos de la vida:

1. Empoderamiento psicológico: Ocurre cuando las mujeres creen que deben tomar o influir en las decisiones que afectan a sus vidas y adquieren la confianza de actuar al respecto.
2. Empoderamiento político: Ocurre cuando las mujeres adquieren la capacidad de influir en las reglas y normas que rigen la sociedad y en las decisiones sobre quién debe tomar qué decisiones, y cuándo y cómo.
3. Empoderamiento social: Ocurre cuando las mujeres adquieren la capacidad de tomar, o influir, en las decisiones sobre sus interacciones sociales, su salud, tener un hijo y su educación.
4. Empoderamiento económico: Se produce cuando las mujeres adquieren la capacidad de tomar, o influir, en las decisiones sobre la participación en los mercados de trabajo, la cuota de trabajo no remunerado, así como la asignación y el uso de la propiedad del hogar.

Las mujeres interesadas en la ES o que ya trabajan en instituciones de ES necesitan el estímulo de la sociedad. Los rasgos característicos del empoderamiento de las mujeres pueden enumerarse como sigue (Mokta, 2014):

- Aumentar la confianza de las mujeres en sí mismas y su autoestima,
- Eliminar la discriminación y todo tipo de violencia contra las mujeres y las niñas,
- Establecer y reforzar las asociaciones con la sociedad civil, especialmente con las organizaciones de mujeres,
- Aplicar las disposiciones constitucionales y legales y proteger los derechos de las mujeres,



- Crear una imagen positiva de las mujeres en la sociedad y reconocer sus contribuciones en los ámbitos social, económico y político,
- Desarrollar la capacidad de pensamiento crítico entre las mujeres,
- Fomentar la toma de decisiones y la acción colectiva,
- Permitir a las mujeres elegir con conocimiento de causa,
- Permitir a las mujeres participar en todos los ámbitos de la vida,
- Proporcionar información y conocimientos y habilidades para el autoempleo.

La mitad de la población mundial son mujeres, pero si tenemos en cuenta el género de los empresarios, se puede decir que los hombres son más eficaces que las mujeres en el mercado laboral. Esto se debe a que las mujeres que quieren ser empresarias se ven privadas de personas que les sirvan de modelo, que las orienten en cuanto a la información, y a la restricción de la consulta y la orientación. En los últimos años, la participación de las mujeres en la mano de obra ha sido objeto de un intenso debate.

En el informe Global Gender Gap in Society del Foro Económico Mundial, que evalúa la democratización y la igualdad de oportunidades, se destaca que la desigualdad de género no se ha resuelto completamente en ninguno de los 135 países del mundo (Hausmann, Tyson ve Zahidi, 2012, ss.7620). En el informe EC Entrepreneurship Analytic, sólo el 12% de los ciudadanos de la UE realizan actividades empresariales, y la tasa de mujeres es sólo del 39%. A la luz de estos datos, el objetivo de la asociación y el grupo objetivo es aumentar el empleo animándoles a trabajar y ayudándoles a acceder a la información, la orientación y el asesoramiento para emprender una empresa social. Por lo tanto, el grupo objetivo del proyecto WISED era Mujeres locales, inmigrantes, desfavorecidas y desempleadas.

La década de 1940 marcó un aumento significativo del empleo femenino en muchos países de la OCDE. Se considera que la participación de las mujeres en el empleo total aumentó en la década de 1980 (Yılmaz, Bozkurt & Izci, 2008). El desarrollo de la participación femenina en el mercado laboral en la mayoría de los países europeos se remonta a la década de 1970. Sin embargo, la imagen de las mujeres trabajadoras mejoró en los años 80 y especialmente en los 90 (Thevenon, 2009). Las tasas de empleo de las mujeres varían según los países europeos. El cuadro 1 muestra el porcentaje de personas empleadas que son mujeres en algunos países.



Tabla 1

Porcentaje de personas empleadas que son mujeres

<i>País</i>	<i>Porcentaje de mujeres en la plantilla (2020)</i>
Unión Europea	45,9%
República Checa	44,8
España	46,3
Malta	40,9%
Italia	42,6
Turquía	32,9%
Reino Unido	46,8%

Fuente: Unión Europea, 2018

Como se puede ver en la Tabla 1, el porcentaje de mujeres en el lugar de trabajo en la Unión Europea en 2018 es del 45,9%. Los datos disponibles indican que, entre las categorías profesionales más comunes, las mujeres de los países de la UE dominan las siguientes: vendedoras de tiendas, limpiadoras, cuidadoras personales, profesoras de preescolar y primaria y secretarías (Unión Europea, 2018).

Según el informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre la tendencia mundial del empleo (OIT, 64-69), la tasa de participación de las mujeres en el empleo es del 49,2 %, la tasa de participación de los hombres en el empleo es del 72,9%, la tasa de participación de las mujeres en el mercado laboral es del 52,7% y la tasa de participación de los hombres en el mercado laboral es del 77,9%. Como destaca el informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) "Perspectivas sociales y del empleo en el mundo: Tendencias de las mujeres 2018", la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo sigue estando 26,5 puntos por debajo de la de sus colegas masculinos a escala mundial. Además, la tasa de desempleo mundial de las mujeres es aproximadamente 0,8 puntos superior a la de los hombres. Esto significa que sólo 6 mujeres están empleadas frente a cada 10 hombres. El objetivo de la UE es alcanzar una tasa de empleo del 75 % para hombres y mujeres en 2020 (Unión Europea, 2018).

Habilidades de emprendimiento social

Hoy en día, la empresa social es una respuesta del ciudadano global a los cambios que están surgiendo y ocurriendo a escala mundial (Bornstein & Davis, 2010, p.11) Los empresarios sociales asumen el papel de agentes de cambio en el sector social y lo hacen de la siguiente manera (Dees, 1998).

1. Adoptan una misión para crear y mantener un valor social.
2. Persiguen sin descanso nuevas oportunidades para servir a esta misión.



3. Están siempre en proceso de innovación continua, armonía y aprendizaje.
4. No permiten que los recursos existentes se limiten.
5. Se sienten altamente responsables de las personas atendidas y de los resultados obtenidos.

Los emprendedores sociales también deben tener varias habilidades para lograr las funciones mencionadas. Al igual que los empresarios corporativos, los empresarios sociales utilizan la comunicación eficaz, la gestión de la impresión y la política para crear presiones sociales y atraer adeptos. Sin duda, los emprendedores sociales también necesitan fuertes habilidades interpersonales básicas. Pues necesitan expresar sus ideas abiertamente por escrito y verbalmente, escuchar a la gente con paciencia y precisión, interpretar las pistas verbales y no verbales con precisión, expresar sus propios sentimientos, darse cuenta de los sentimientos de los demás, respetar a los demás y ganarse la confianza de los demás. Además, tienen que entender las expectativas de la gente de la cultura y comprender cómo las expectativas influyen también en sus comportamientos. Por lo tanto, los emprendedores sociales deben desarrollar relaciones respetuosas, amistosas y simpáticas con los voluntarios, los donantes, los responsables políticos, los socios y los que se benefician de las iniciativas. Esto requiere algo más que habilidades interpersonales, es decir, sensibilidad interpersonal e inteligencia emocional, sensibilidad cultural, habilidades de autorregulación y control emocional (London & Morfopoulos, 2010).

Para que los emprendedores sociales tengan confianza en sí mismos y sean emprendedores transformacionales, deben tener tanto habilidades transformacionales (previsión, ser inspiradores, ser innovadores, y autorregulación, participación-oposición) como habilidades de liderazgo funcional (organizar, planificar, gestionar, controlar, empoderar). Para que sean estudiantes de éxito, se espera que sean buenos observando a los modelos de conducta, participando en iniciativas de prueba y error, solicitando retroalimentación y ofreciéndose para tareas que requieren nuevas habilidades (London & Morfopoulos, 2010). Wronka-Pośpiech (2016) enumera las competencias de emprendimiento social de la siguiente manera:

1. Uso creativo de los recursos escasos,
2. Correlación/evaluación de la viabilidad/ejecución del plan de negocio.
3. Habilidades de resolución de conflictos,
4. Capacidad de comunicación con clientes, proveedores y otras partes interesadas,
5. Identificación con las actividades, los actores y la idea de la economía social,
6. Confianza en sí mismo para tener éxito en las tareas desafiantes,



7. Capacidad para gestionar los trabajos administrativos,
8. Optimismo,
9. Capacidad para definir los problemas sociales, y
10. Capacidad para liderar a otros y asegurar su desarrollo.

Para describir mejor la capacidad de las mujeres en el sector de las empresas sociales, hay que describir bien las barreras y los retos a los que se enfrentan al entrar en el sector. Las experiencias de las mujeres en cuanto a las barreras para el empleo y la progresión son complejas y a menudo están interconectadas. Según Green, Moore, Easton y Heggie (2004), a continuación se presentan algunas de las principales barreras al empleo y la progresión:

1. Cuidado de los hijos/cuidado de los demás: El cuidado de los hijos y de otras personas ocupaba un lugar destacado en la vida de las mujeres y su percepción de estas cuestiones como obstáculos para su empleo o progresión era multifacética e influía en las decisiones relativas al trabajo (Green, Moore, Easton y Heggie, 2004). En 2016, más del 19% de las mujeres inactivas de la UE lo eran por cuidar de niños o adultos incapacitados. En promedio, la tasa de empleo de las mujeres con un hijo menor de 6 años es 9 puntos porcentuales menos que la tasa de empleo de las mujeres sin hijos (Unión Europea, 2018).
2. Horarios y tiempos flexibles: la falta de horarios de trabajo flexibles había sido un obstáculo para su empleo o su progresión (Green, Moore, Easton y Heggie, 2004). La insuficiente disponibilidad de modalidades de trabajo flexibles -como el teletrabajo y el horario flexible- y de jornadas reducidas (trabajo a tiempo parcial) puede llevar a las personas con responsabilidades de cuidado, en particular a las mujeres, a abandonar el mercado laboral (Unión Europea, 2017). En los países con una cultura más extendida de acuerdos de trabajo flexible en términos de empleo a tiempo parcial, como Alemania, Países Bajos y Reino Unido, las tasas de empleo femenino son más altas (por encima de la media de la UE) (Unión Europea, 2018).
3. Falta de apoyo/aliento: Las oportunidades de formación también están relacionadas con la posición de las mujeres en el mercado laboral. Su cualificación/formación ha sido una barrera para su empleo o progresión (Green, Moore, Easton y Heggie, 2004).
4. Expectativas de progresión: autoestima, confianza y autoeficacia: Algunas mujeres sentían que se habían frenado a sí mismas por su propia falta de confianza, sus bajas expectativas y su incapacidad para ver la progresión por sí mismas (Green, Moore, Easton & Heggie, 2004).



5. Oportunidades de empleo y formación adecuadas: El deseo de permanecer en una zona con la que tenían un sentimiento de comunidad y/o la decisión de trabajar a tiempo parcial, condujo a la falta de oportunidades de empleo adecuadas para algunas mujeres. La falta de trabajo disponible a nivel local como barrera para su empleo o progresión (Green, Moore, Easton & Heggie, 2004).

A partir de la revisión de la literatura relacionada, las barreras y los desafíos potenciales de las mujeres de minorías étnicas pueden clasificarse en (1) Acceso al trabajo, (2) Financieros, (3) Comunicación e idioma), (4) Sociales), (5) Institucionales, (6) Culturales) y (7) Psicológicos.

Para empoderar a las mujeres desfavorecidas, es necesario dotarlas de las habilidades necesarias en las empresas sociales. Por lo tanto, proporcionarles formación en habilidades empresariales es un paso clave para empoderarlas en la ES. En la bibliografía, las competencias empresariales esenciales se agrupan en cuatro temas principales, a saber

1. Las habilidades técnicas,
2. Habilidades de gestión,
3. Habilidades empresariales, y
4. Habilidades de madurez personal.

Por ello, podría ser importante desarrollar posibles estrategias y políticas de apoyo para el empoderamiento de las mujeres de minorías étnicas a nivel mundial. En todo el mundo se están aplicando diversas políticas sociales para aumentar la participación de las mujeres en la mano de obra. Por lo general, se centran en los servicios de guardería, los tiempos libres de cuidado, el desarrollo de condiciones de trabajo flexibles y las políticas activas de mano de obra (Unión Europea, 2017; 2018).

El objetivo de esta investigación es obtener las perspectivas de las mujeres empleadoras, de las organizaciones de formación y de los administradores postsecundarios pertinentes sobre las competencias transversales y los conocimientos y prácticas de las empresas sociales, planteando esas preguntas sobre la importancia de las competencias transversales, las prioridades específicas de las competencias transversales y las deficiencias de las competencias transversales. Por lo tanto, este estudio pretendía comprender cómo se podía desarrollar a las mujeres a través de las empresas sociales. En la encuesta se buscaban respuestas a la pregunta "¿Cuáles son las competencias transversales más necesarias para las mujeres desfavorecidas?"



III- Metodología

3.1. Participantes

Este estudio fue una investigación cuantitativa y se diseñó según un modelo de encuesta descriptiva. Los datos se recogieron de 303 mujeres que trabajan en empresas sociales en seis países diferentes (Inglaterra, Italia, España, República Checa, Turquía y Malta). Se utilizó el método de muestreo aleatorio. El número de participantes de cada país asociado se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2

Distribución de los participantes según los seis países asociados

Países asociados	El número de participantes
Inglaterra	119
Italia	42
España	69
República Checa	26
Turquía	25
Malta	21
Total N=	303

3.2. Instrumentos y procedimiento de investigación

Para recopilar datos se diseñó y desarrolló un "Cuestionario de análisis de las necesidades de las empresas sociales" en colaboración con los seis países asociados. Como punto de partida se determinaron las principales habilidades y competencias transversales para las empresas sociales. A continuación, los países socios acordaron seis competencias transversales basadas en el marco europeo. A cada país socio se le asignó una competencia transversal blanda. A continuación, cada país socio preparó grupos de ítems para cada competencia transversal mediante una revisión de la literatura y reuniones informales con mujeres que trabajan en las ES. Se elaboró un proyecto de cuestionario de análisis de las necesidades de las empresas sociales con 80 ítems. Cada país socio pidió que se calificara la importancia de cada ítem del borrador del cuestionario en una escala tipo Likert de cinco puntos. El "Cuestionario de Análisis



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



de las Necesidades de las Empresas Sociales" definitivo (véase el apéndice) estaba compuesto por 50 ítems. La tabla 4 muestra el cuestionario de análisis de las necesidades de las empresas sociales se utilizó para recoger los datos de 303 trabajadoras sociales. El cuestionario se cargó en una plataforma de encuestas llamada www.anketuygula.com y se envió un enlace a las participantes.

3.3. Análisis de datos

Los datos recogidos por el cuestionario se analizaron con estadísticas descriptivas en el SPSS 21. Se calcularon las puntuaciones medias y la puntuación media ponderada para cada uno de los ítems del cuestionario y se presentaron e informaron en tablas.



IV- Resultados de la encuesta WISED

En esta sección, se presentan las conclusiones basadas en el análisis de los datos recogidos a través del cuestionario, que constituirán la base de seis módulos, incluyendo comparaciones entre países (véase la tabla 3-8). Además, en la tabla 9 se presenta un total de 20 competencias transversales identificadas en el contexto de seis módulos para mujeres empresarias sociales. A continuación, se añaden gráficamente estas competencias.

Tabla 3

La opinión de las empleadas sobre las habilidades de comunicación en la ES

MÓDULO 1: Comunicación en la ES								
Subcompetencias	M						WAVG	Orden de clasificación
	Inglaterra n=119	Italia n=42	España n=69	Rep. Checa n=26	Turquía n=25	Malta n=21	N=303	
1. Capacidad para crear y desarrollar cursos de formación en Empresas Sociales	3,31	2,04	3,37	2,62	2,64	3,47	2,90	1
2. Capacidad de comunicación interpersonal en la ES.	3,96	2,92	4,01	2,81	2,68	3,76	3,35	3
3. Capacidad de comunicación intercultural en ES	3,74	3,16	3,82	2,81	2,52	3,81	3,30	2
4. Comprender los conceptos de cultura, identidad, integración, prejuicio, discriminación	4,24	4,2	4,3	3,96	3,36	3,71	3,96	
5. Mejorar el lenguaje corporal y visual	3,8	3	3,86	2,81	3,36	4,00	3,47	
6. Desarrollar las habilidades de comunicación en las redes sociales	3,66	2,4	3,6	3,24	4,2	3,87	3,49	
7. Implementar la comunicación en redes sociales y nuevos medios en las Organizaciones Sociales	3,69	2,48	3,61	3,00	3,7	3,95	3,40	
8. Estrategias de comunicación eficaces para grupos desfavorecidos	3,49	3,12	3,42	3,04	3,24	3,52	3,30	2



Como se muestra en la Tabla 3, entre las habilidades de comunicación de las mujeres que trabajan en organizaciones de Empresas Sociales, las tres habilidades más importantes que necesitan son "*Capacidad para crear y desarrollar cursos de formación en Empresas Sociales (WAVG==2,90)*", "*Capacidad de comunicación intercultural en la ES (WAVG==3,30)*", "*Estrategias de comunicación efectivas para grupos desfavorecidos WAVG=3,30*" y "*Capacidad de comunicación interpersonal en la ES (WAVG==3,35)*". La tabla 4 muestra las opiniones de las empleadas sobre el aprendizaje de la dimensión de la ES, la puesta en marcha, la gestión y las habilidades administrativas en la ES.

Tabla 4

Opiniones de las empleadas sobre el aprendizaje de la dimensión ES, la puesta en marcha, la gestión y las habilidades administrativas en la ES

MÓDULO 2: Aprendizaje Dimensión ES, Puesta en marcha, Gestión, Administración								Orden de WAVG clasificación
Subcompetencias	Media						N=303	
	Inglaterra n=119	Italia n=42	España n=69	Rep.Checa n=26	Turquía n=25	Malta n=21		
1. Realización de un estudio de mercado adecuado	3,49	1,48	3,4	3,00	2,56	4,04	2,99	
2. Desarrollar un modelo de negocio atractivo	?	1,72	3,45	2,50	2,84	?	2,62	2
3. Cuestiones jurídicas y reglamentarias	3,38		3,4	2,58	2,48	3,90	3,14	
4. Identificación de fuentes de financiación para la creación de empresas	3,25	1,76	3,27	2,62	2,48	3,66	2,83	3
5. Creación de un plan de negocio	3,61	1,92	3,5	2,69	2,68	3,66	3,01	
6. Preparar un plan de marketing	3,5	1,88	3,36	2,65	2,96	4,00	3,05	
7. Teorías y prácticas básicas de gestión en el entorno de una startup	?	1,96	3,05	2,52	2,83	?	2,59	1
8. Medición del éxito del personal del proyecto en la ES	3,47	2,12	3,35	2,42	3	3,95	3,05	
9. Motivación de personas y resolución de conflictos.	3,91	3,4	3,8	3,19	2,48	4,52	3,55	



10. Técnicas de contratación y selección de personal	3,46	2,16	3,52	3,42	2,36	2,98
--	------	------	------	------	------	------

Tal y como muestra la Tabla 4, entre las empleadas que trabajan en la ES, "Teorías y prácticas básicas de gestión en un entorno de creación de empresas (WAVG=2,59)", "Desarrollo de un modelo de negocio atractivo (WAVG=2,62)" e "Identificación de fuentes de financiación para la creación de empresas (WAVG=2,83)" resultaron ser las competencias más preferidas a la hora de trabajar en organizaciones de empresas sociales. Las opiniones de las empleadas sobre las competencias sociales y cívicas en el contexto de la ES se recogen en la Tabla 5.

Tabla 5

Opiniones de las empleadas sobre las competencias sociales y cívicas en el contexto de la ES

MÓDULO 3: Competencias sociales y cívicas en el contexto de la ES

Subcompetencias	Media						WAVG	Orden de clasificación
	Inglaterra n=119	Italia n=42	España n=69	Rep.Checa n=26	Turquía n=25	Malta n=21	N=303	
1. Mantener la salud física y mental	3,92	3,16	3,85	3,38	2,76	4,57	3,60	2
2. Comprender los códigos de conducta en diferentes culturas	3,66	3,04	3,69	3,19	3	4,04	3,43	1
3. Comprender / gestionar la diversidad	3,72	3,64	3,78	3,73	3,08	4,09	3,67	
4. Construir tolerancia	4,15	4	4,14	3,85	3,2	4,28	3,93	
5. Negociación	3,88	3,48	3,87	3,40	2,88	4,23	3,62	3
6. Comprender los sentimientos de los demás (empatía)	4,39	3,84	4,42	4,04	3,16	4,28	4,02	
7. Gestionar el estrés y la frustración	3,85	3,76	3,85	3,54	3,28	4,23	3,75	
8. Conceptos básicos para las	3,81	3,56	3,8	2,92	3,68	4,23	3,66	



competencias sociales
y cívicas

9. Resolución de problemas	4,18	3,56	4,17	3,62	3,8	4,42	3,95
10. Toma de decisiones	4,17	3,24	4,18	3,77	3,76	4,42	3,92

Como se muestra en la Tabla 5, entre las "Competencias sociales y cívicas en el contexto de la ES" de las mujeres que trabajan en organizaciones de empresas sociales, las tres habilidades más importantes que necesitan son "*Comprender los códigos de conducta en diferentes culturas (WAVG==3,43)*", "*Mantener la salud física y mental (WAVG==3,60)*" y "*Negociación (WAVG==3,62)*". La tabla 6 muestra las opiniones de las empleadas sobre el sentido de la iniciativa y las habilidades empresariales sociales en la ES.



Tabla 6

La opinión de las empleadas sobre el sentido de la iniciativa y el emprendimiento social

MÓDULO 4: Sentido de la iniciativa y emprendimiento social

Subcompetencias	Media						WAVG	
	Inglaterra n=119	Italia n=42	España n=69	Rep.Checa n=26	Turquía n=25	Malta n=21	N=303	Orden de clasificación
1. Capacidad y conocimientos para crear una empresa social	3,67	1,84	3,55	2,92	3,37	3,95	3,21	1
2. Ser proactivo y tomar la iniciativa	4,16	3,4	4,11	3,08	3,4	4,33	3,74	
3. Desarrollar y alimentar la capacidad de innovación en la empresa	3,79	2,84	3,77	2,81	3,72	4,33	3,54	2
4. Alcanzar los objetivos de la empresa	4,19	2,92	4,08	3,35	3,28	4,57	3,73	
5. Capacidad para motivar y motivar a los demás	4,26	3,8	4,2	3,69	2,83	4,33	3,85	
6. Gestionar fondos y finanzas.	3,84	3,84	3,74	3,15	3,04	4,52	3,68	
7. Capacidad de planificación y organización	4,37	3,08	4,32	3,96	3,2	4,47	3,90	
8. Gestión de equipos	4,24	3,2	4,12	3,23	2,64	4,42	3,64	3
9. Ser consciente de las oportunidades y los retos	4,15	3	4,05	3,54	3,6	4,42	3,79	
10. Organización y ética de la gestión	4,22	2,96	4,1	3,88	3,4	4,23	3,79	



Como puede verse en la tabla 6, entre el "Sentido de la iniciativa y las habilidades de emprendimiento social en la ES" de las mujeres que trabajan en organizaciones de empresas sociales, las tres habilidades más importantes que necesitan son "*Capacidad y conocimientos para crear una empresa social (WAVG==3,21)*", "*Desarrollar y alimentar la capacidad de innovación en la empresa (WAVG==3,54)*" y "*Gestión de equipos (WAVG==3,64)*". La tabla 7 muestra las opiniones de las empleadas sobre la Conciencia Social y la Solidaridad en la ES.

Tabla 7

La opinión de las empleadas sobre la conciencia social y la solidaridad en la SE

MÓDULO 5: Conciencia social y solidaridad en la SE								
Subcompetencias	Media						WAVG	Orden de clasificación
	Inglaterra n=119	Italia n=42	España n=69	Rep.Checa n=26	Turquía n=25	Malta n=21	N=303	
1. Desarrollar redes sociales	3,56	3,04	3,47	2,88	2,92	4,42	3,38	
2. Desarrollar un modelo de negocio de carácter social	3,34	2,04	3,27	2,46	2,76	3,61	2,91	2
3. Supervisar y evaluar la concienciación social y la solidaridad	3,25	2,28	3,18	2,44	2,88	3,90	2,98	3
4. Crear y coordinar asociaciones	3,5	2,08	3,44	1,77	2,64	3,85	2,87	1
5. Promover la concienciación y la solidaridad social	3,56	3,16	3,5	2,62	2,68	4,23	3,29	
6. Centrarse en las personas clave en materia social	3,46	2,72	3,4	2,23	2,32	4,19	3,05	

Como se muestra en la tabla 7, entre las "*Conciencia social y solidaridad en la ES*" de las mujeres que trabajan en organizaciones de empresas sociales, las tres competencias más importantes que necesitan son "*Crear y coordinar asociaciones (WAVG==2,87)*", "*Desarrollar un modelo de negocio de carácter social (WAVG==2,91)*" y "*Supervisar y evaluar*



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



la conciencia social y la solidaridad (WAVG==2,98)". La tabla 8 muestra las opiniones de las empleadas sobre los valores éticos, el desarrollo sostenible y la buena gobernanza en la ES



Tabla 8

La opinión de las empleadas sobre los valores éticos, el desarrollo sostenible y la buena gobernanza en la ES

MÓDULO 6: Valores éticos, desarrollo sostenible y buen gobierno en la ES								
Sub-Competencias	Media						WAVG	Orden de clasificación
	Inglaterra n=119	Italia n=42	España n=69	Rep.Checa n=26	Turquía n=25	Malta n=21	N=303	
1. Código ético en una empresa social	3,58	2,64	3,48	3,35	2,8	3,76	3,26	2
2. Gestionar la diversidad y la inclusión en las empresas sociales	3,41	3,68	3,38	2,81	2,72	4,14	3,35	3
3. Desarrollo sostenible y gobernanza en las empresas sociales	3,22	2,84	3,11	2,38	3,6	4,09	3,20	1
4. Sensibilización sobre el papel de las empresas sociales	3,59	3,04	3,44	3,15	3,52	3,80	3,42	
5. Promover la cultura del respeto	3,56	3,82	3,45	2,85	2,72	4,23	3,43	
6. Procedimientos de salud y seguridad	3,43	2,76	3,31	3,50	2,8	4,33	3,35	3

Como puede verse en la tabla 8, entre las "*Habilidades de iniciativa y emprendimiento social en la ES*" de las mujeres que trabajan en organizaciones de empresas sociales, las tres habilidades más importantes que necesitan son "*Desarrollo sostenible y gobernanza en las empresas sociales (WAVG==3,20)*", "*Código ético en una empresa social (WAVG==3,26)*" y "*Gestión de la diversidad y la inclusión en las empresas sociales (WAVG==3,35)*" y "*procedimientos de salud y seguridad (WAVG=3,35)*". La tabla 7 muestra las opiniones de las empleadas sobre la Conciencia Social y la Solidaridad en la ES.



En el marco de las seis competencias transversales principales, se han identificado las siguientes 20 subcompetencias como necesidades de formación de las mujeres que trabajan en empresas sociales en seis países socios.

Tabla 9: Necesidades de formación de las mujeres en las empresas sociales

Necesidades de formación en materia de empresas sociales para las mujeres de la ES	WAVG
1. Teorías y prácticas básicas de gestión en un entorno de puesta en marcha	2,59
2. Desarrollo de un modelo de negocio atractivo	2,62
3. Identificación de las fuentes de financiación de la empresa de nueva creación	2,83
4. Crear y coordinar asociaciones	2,87
5. Capacidad para crear y desarrollar cursos de formación en Empresas Sociales	2,9
6. Desarrollar un modelo de negocio de carácter social	2,91
7. Seguimiento y evaluación de la conciencia social y la solidaridad	2,98
8. Desarrollo sostenible y gobernanza en las empresas sociales	3,2
9. Capacidad y conocimiento para crear una Empresa Social	3,21
10. Código ético en una empresa social	3,26
11. Capacidad de comunicación intercultural en la ES	3,3
12. Estrategias de comunicación eficaces para grupos desfavorecidos	3,30
13. Capacidad de comunicación interpersonal en la ES	3,35
14. Gestión de la diversidad y la inclusión en las empresas sociales	3,35
15. Procedimientos de seguridad y salud	3,35
16. Comprensión de los códigos de conducta en diferentes culturas	3,43
17. Desarrollar y alimentar la capacidad de innovación en la empresa	3,54
18. Mantener la salud física y mental	3,6
19. Negociación	3,62
20. Gestión de equipos	3,64

WAVG: Weighted Average: Cuanto menor sea la media ponderada, mayor será la formación necesaria.



Necesidades de formación en materia de empresas sociales para las mujeres de la ES



Nota: Cuanto menor sea la media ponderada, mayor será el entrenamiento necesario.



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



V- Discusión y Conclusión

En los últimos años, la participación de las mujeres en el mercado laboral ha aumentado sustancialmente, al tiempo que la asunción de un papel activo en las actividades empresariales ha incrementado la competitividad del mercado de cada país. La activación del potencial no utilizado en el mercado laboral y la creación de nuevas áreas de trabajo pueden obtenerse fomentando la participación de las mujeres en las empresas sociales utilizando las herramientas de las TIC; los círculos académicos y el mundo empresarial así lo afirman. Especialmente las mujeres desfavorecidas necesitan reconocer su poder, lo que activará su potencial en la vida social y económica. Pero para tener éxito en este empeño, y superar las barreras a las que se enfrentan las mujeres desfavorecidas, hay que abarcar especialmente sus condiciones de trabajo, el estilo de ejecución, la creación de empresas y el desarrollo de estrategias, las expectativas de futuro y la evaluación de su potencial de oportunidades organizativas y medioambientales.

Las mujeres suelen tener más dificultades que los hombres en el mundo de los negocios y en la vida social, no por falta de competencia, sino porque tienen más retos o barreras para entrar en esas esferas. Esto afecta a su entrada en la vida social y a diversas conexiones, como ser miembro de una organización. Así, se dice que las mujeres tienen menos éxito que los hombres a la hora de conseguir la información, el apoyo y los recursos que necesitan para entrar en el mercado laboral. Porque todas las etapas, desde la definición de las oportunidades hasta el rendimiento en el trabajo, están relacionadas con la experiencia empresarial.

El objetivo de esta investigación era obtener las perspectivas de las mujeres empresarias, las organizaciones de formación y los administradores postsecundarios pertinentes sobre las competencias transversales y los conocimientos y prácticas de las empresas sociales en seis países europeos (Reino Unido, República Checa, Italia, Malta, España y Turquía), preguntándoles sobre la importancia de las competencias transversales, las prioridades específicas de las competencias transversales y las deficiencias de las competencias transversales. En el estudio realizado con la participación de mujeres emprendedoras sociales y expertos en el grupo desfavorecido, se utilizaron las conclusiones obtenidas del análisis de los datos cuantitativos y cualitativos recogidos a través del cuestionario elaborado por los socios del proyecto. Se han obtenido importantes resultados en la investigación.



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Existen similitudes" y diferencias entre los datos de este estudio con los de investigaciones anteriores referidas en la literatura (OCDE, 2004; OCDE, 2013; Azmat (2013); Osirimi (1990); Collins & Low (2010).

Los resultados de la encuesta revelaron que, las mujeres, que forman parte de un grupo desfavorecido de cualquier manera, necesitan varias habilidades para el emprendimiento social. En este contexto, se ha determinado que "1-Teorías y prácticas básicas de gestión en un entorno de puesta en marcha", "2-Desarrollo de un modelo de negocio atractivo", "3-Identificación de las fuentes de financiación de la empresa de puesta en marcha", "4-Creación y coordinación de asociaciones", y "5-Capacidad para crear y desarrollar cursos de formación en empresas sociales" son las cinco habilidades más destacadas como necesidad importante para las mujeres en las empresas sociales. Podemos decir que los resultados son coherentes con los de estudios anteriores.

En cuanto a la habilidad "*teorías y prácticas básicas de gestión en un entorno de arranque*", esta habilidad ha sido ampliamente considerada (Sergiovanni, 2001) entre las "habilidades conceptuales" en las teorías de gestión. Ser directivo no es una tarea fácil debido al trabajo con personas. Los conocimientos básicos en materia de habilidades de gestión son necesarios en la fase inicial de gestión de una empresa y, posteriormente, en la fase de desarrollo. El gerente de la empresa debe ser un generalista y adquirir habilidades y conocimientos básicos en funciones de gestión como la planificación, la organización, la dirección y el control. El gestor también debe tener una visión general de las finanzas, el marketing y el desarrollo del mercado, la competencia, etc. (Baldwin, 1997).

Los directivos deben utilizar las habilidades de gestión en el desempeño de sus funciones. Utilizar estas habilidades de forma correcta y eficaz afecta directamente a los objetivos de la organización. Estas habilidades pueden aprenderse y adquirirse a través de la formación en gestión. Las habilidades de gestión se clasifican de diferentes maneras; sin embargo, las más utilizadas se consideran habilidades de gestión básicas necesarias para un trabajo de gestión eficaz, entre las que se incluyen 1) técnicas, 2) interpersonales, 3) personales y 4) de comunicación (Piškanin, Rudy et al., 2006,). Los conocimientos técnicos/profesionales por sí solos son absolutamente necesarios para ejecutar la "parte técnica" del trabajo, pero no son suficientes para el desarrollo exitoso de la empresa. Se trata de competencias básicas de un directivo y pueden ser difíciles de trasladar a los marcos de aprendizaje de las pequeñas empresas. Por lo tanto, algunas personas pueden considerar que las cualidades personales son más importantes que las habilidades directivas o técnicas. Por ejemplo, las investigaciones realizadas en los países en desarrollo indican que las cualidades personales de los



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



empresarios son factores críticos de éxito. Suelen tener menos importancia que otros factores, como las buenas capacidades de gestión o el acceso a los recursos financieros (Yusuf, 1995).

"Desarrollar un modelo de negocio atractivo" es una de las tareas más desafiantes para los emprendedores sociales que planean iniciar un nuevo negocio. Aunque el término "modelo de negocio" se ha generalizado en la comunidad de las empresas sociales, la literatura académica sobre este tema está fragmentada y confundida por definiciones incoherentes y límites de construcción. Las definiciones de los modelos de negocio varían ampliamente, incorporando la narrativa organizativa (Magretta, 2002), los procesos que convierten la innovación en valor (Chesbrough & Rosenbloom, 2002), las recetas para las actividades de la empresa que incorporan el diseño organizativo y la estrategia (Slywotzky & Wise, 2003), los "flujos" de información y recursos (Timmers, 1998) y las estructuras diseñadas, como el conjunto de transacciones de límites de la empresa (Amit & Zott, 2001).

Las organizaciones de emprendedores sociales han cobrado conciencia e interés entre los investigadores, pero sabemos relativamente poco sobre cómo estas organizaciones pueden crear valor social y económico. Las conclusiones de algunas investigaciones sobre el terreno muestran que las organizaciones de emprendedores sociales que tienen éxito crean de forma proactiva sus propias redes de valor para las empresas que comparten sus visiones sociales; desarrollan estrategias de abastecimiento como parte integral del modelo de negocio; e integran a sus grupos objetivo en la red de valor social (Mair y Schoen, 2007). Aunque el establecimiento de empresas es principalmente una cuestión del sector privado, se pueden crear políticas públicas de incentivo para aumentar el número de mujeres y empresarias que pertenecen a un grupo minoritario.

Crear una nueva empresa puede ser difícil. Las futuras emprendedoras pueden enfrentarse a una serie de obstáculos, como la falta de acceso al capital, el apoyo de los compañeros, las redes empresariales inadecuadas para la inversión y las oportunidades de negocio, y la ausencia de todas las habilidades básicas necesarias para que un negocio sobreviva y crezca. En la bibliografía, se recomienda el Business Model Canvas para las mujeres emprendedoras que quieran iniciar su vida empresarial como empresarias sociales mientras crean un plan de negocio (Annisa R. Qastharin, 2015).

Nuestro hallazgo sobre la "identificación de fuentes de financiación para la puesta en marcha del negocio" coincide con lo observado en estudios anteriores. En una encuesta realizada por Roomi y Parrot (2008), el mayor reto para el género era el acceso al capital, que se debía a la falta de habilidades de gestión empresarial y a las



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



regulaciones gubernamentales restrictivas cuando se trabaja en la fase inicial. De nuevo, el acceso a la financiación se cita como el mayor reto, seguido de la disponibilidad del mercado y la falta de habilidades técnicas en la fase de desarrollo. En el mismo estudio, la limitada interacción de las empresarias con los miembros masculinos de la sociedad limita sus oportunidades de adquirir conocimientos técnicos y de gestión empresarial. Hay muy pocas instituciones/organizaciones que ofrezcan educación especial para las mujeres. Cuando las mujeres empresarias comienzan a entrar en el mercado laboral, también se enfrentan a una seria competencia. Al observar a las mujeres, los hombres tienen más libertad para moverse en la sociedad e interactuar con sus compañeros. Todos los empresarios, independientemente de su sexo, necesitan conocimientos, capital, habilidades y mano de obra para iniciar y desarrollar con éxito sus negocios. Aunque poseen algunos de estos recursos por sí mismos, los empresarios a menudo necesitan acceder a sus contactos para buscar recursos adicionales. Estos contactos pueden proporcionar a los empresarios vías de éxito para acceder al capital social y, por tanto, representan un componente clave de las redes útiles (Burt, 1992).

En cuanto a la "capacidad de crear y coordinar asociaciones", crear una red y ser miembro de una red es muy importante para las empresarias. Ser miembro de una red les proporcionará un marco de apoyo eficaz y les ayudará a construir sus iniciativas. Unas redes inadecuadas les impedirán compartir información importante, debatir temas relevantes y buscar cuestiones comunes. En cuanto al capital social y las redes, algunos estudios revelan que incluso en las economías desarrolladas existen lagunas específicas de género en los contactos de las empresarias y el alcance y la diversidad limitados de las redes de empresarias (Cooper et al., 1995). Lerner (1997) afirma que cinco factores importantes explican el rendimiento empresarial. Se trata de las motivaciones y los objetivos individuales; el aprendizaje social (socialización empresarial); la conectividad de la red (contactos y pertenencia a organizaciones); el capital humano (nivel educativo, aptitudes laborales); y las repercusiones del entorno (ubicación, participación en la industria y variables sociopolíticas). Según Barr (2015), las redes empresariales pueden ayudar a cualquier empresa a crear su base de clientes y proveedores, mejorar el acceso a la financiación de la deuda y el capital, y proporcionar asesoramiento y apoyo útiles. Estas redes pueden ser especialmente útiles para las empresas nuevas y de menor tamaño, que suelen tener un abanico de contactos más reducido debido a su tamaño. Además, las redes de pares pueden ser especialmente valiosas para los empresarios que se enfrentan a problemas similares o que se encuentran en las mismas comunidades. Aunque las utilicen, a menudo no pueden acceder eficazmente a las redes empresariales.



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Los investigadores reconocen cada vez más que la actividad empresarial está integrada en las relaciones de red que guían los flujos de recursos para que los empresarios estén de alguna manera mejor conectados (Aldrich y Zimmer, 1986; Hoang y Antoncic, 2003). La literatura legitima el capital social o los recursos a los que los empresarios pueden acceder a través de sus redes personales (Adler & Kwon, 2002), los empresarios identifican oportunidades (Bhagavatula et al., 2010), movilizan recursos (Batjargal, 2003) y las empresas (Elfring & Hulsink, 2003).

Los resultados de nuestra encuesta sobre la "capacidad de crear y desarrollar cursos de formación en empresas sociales" no respaldan los resultados de la investigación anterior. Muchos emprendedores y propietarios de pequeñas empresas necesitan acceder a las habilidades empresariales sociales básicas, pero a menudo las iniciativas educativas no se centran lo suficiente en sus necesidades reales y en sus limitaciones de tiempo. De hecho, existen diferentes enfoques educativos para adquirir conocimientos y habilidades sobre un tema, como el formal-informal, en el trabajo, fuera del trabajo, a corto y largo plazo, personal y profesional. La formación también puede ser presencial, online o una combinación de ambas.

Algunos empresarios pueden buscar ayuda en la contratación de empleados cualificados o utilizar activamente servicios de consultoría en lugar de formación empresarial. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2018), es esencial alentar a las mujeres a inscribirse en programas de educación formal y de formación profesional y empresarial para apoyar la transición de las mujeres a mejores empleos.

Se ha publicado una cantidad considerable de literatura sobre el emprendimiento social y las habilidades necesarias para los emprendedores sociales. Varios estudios han revelado que la comunicación efectiva, la competencia intercultural y la realización de investigaciones son las habilidades más importantes que se requieren para el emprendimiento social, especialmente para las mujeres de minorías étnicas. Las habilidades de comunicación, una de las competencias que deben tener los emprendedores sociales, se destacan en diferentes estudios (Frank, 2007; London & Morfopoulos, 2010; Miller, Wesley & William, 2012; Wronka-Pośpiech, 2016). Porque los emprendedores sociales necesitan expresar sus opiniones claramente por escrito y verbalmente, escuchar con paciencia y precisión, interpretar correctamente las señales verbales y no verbales, expresar sus propios sentimientos, reconocer los sentimientos de los demás, respetar a los demás y ganarse la confianza de los demás. Por lo tanto, el desarrollo de relaciones respetuosas, amistosas y simpáticas con los voluntarios, los donantes, los responsables políticos, los socios y los beneficiarios de los empresarios sociales depende de sus habilidades de comunicación. Sin duda, también es necesario



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



que los emprendedores sociales entiendan cómo la cultura afecta a las expectativas y al comportamiento de su gente (London & Morfopoulos, 2010). Por lo tanto, también es importante que los emprendedores sociales tengan fuertes habilidades interculturales.

Hay pruebas de que una gran variedad de habilidades desempeñan un papel esencial en el proceso de convertirse en empresario (Geyskens, et.al., 2009; & Gimeno, et al., 1997), y algunos autores coinciden en que la educación empresarial debe centrarse en el desarrollo de habilidades, actitudes y formación práctica (Grandi y Grimaldi, 2003; & Greeve y Salaff, 2003). Estudios anteriores han demostrado que las mujeres han sido fuertes en la construcción de relaciones interpersonales y sociales, pero débiles en las habilidades financieras que sus homólogos masculinos (Collerette y Aubry, 1990). La literatura confirma que las mujeres son más propensas a desarrollar más habilidades interpersonales afectivas cuando realizan actividades de desarrollo de capacidades sólo para mujeres (Vinnicombe y Singh, 2003). En nuestro estudio, la gran importancia concedida a las competencias técnicas por las encuestadas en este estudio puede deberse al diferente entorno sociocultural de la participante.

Conclusiones

Las empresas sociales aplican principios y prácticas empresariales para lograr el bien social. Reinvierten sus beneficios financieros en la comunidad para promover su propósito social, crear empleo y/o otros beneficios económicos y sociales para las comunidades marginadas. Sin una estrategia, una organización no tiene timón y no sobrevivirá mucho tiempo en el cambiante y exigente mundo actual. Sin una estrategia, no es posible una iniciativa empresarial sostenible. Women in Social Enterprise Development (WISED) ofrece los elementos clave para implicar y comprometer a las mujeres en el contexto de la empresa social desarrollando y aplicando una estrategia de información en diferentes etapas y niveles.

Estimamos que tendremos información significativa de que las competencias transversales son al menos tan importantes como las técnicas para los empleados de nivel inicial y que las competencias transversales son un mejor predictor del éxito de las mujeres (salarios, tasas de graduación, propiedad de la vivienda) que las competencias técnicas. También estimamos que algunas competencias transversales se consideran más críticas -y más carentes- que otras, y que existen diferencias clave entre



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



los sectores industriales/económicos en cuanto a las competencias transversales deseadas. Tenemos que comprobar qué papel consideran las mujeres empleadoras en el desarrollo de las competencias transversales y su opinión sobre el valor de las credenciales de competencias transversales. Por último, la investigación ofrecerá ideas e información sobre las mejores prácticas y evaluaciones del desarrollo de las competencias transversales y los posibles enfoques en el diseño de modelos para desarrollarlas.



VI- REFERENCIAS

- Adler, P. S., & Kwon, S.-W. 2002. Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27, pp.17- 40
- Aldrich, H. E., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In: D. Sexton & R. Smilor (Eds), *The art and science of entrepreneurship*. New York: Ballinger Publishing Compan
- Amit & Zott, (2001). Value creation in e-business *Strategic Management Journal*, 22, 493-520
- Anna, A.L., Chandler, G.N., Jansen, E. and Mero, N.P. (2000), "Women business owners in traditional and non-traditional industries", *Journal of Business Venturing*, Vol. 15, pp. 279-303.
- Annisa R. Qastharin, (2015). Business Model Canvas for Social Enterprise. The 7th Indonesia International Conference on Innovation, Entrepreneurship, and Small Business (IICIES 2015)
- Azmat, F. (2013). Corporate Social Responsibility, Customer Trust, and Loyalty- Perspectives from a Developing Country. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/tie.21542>
- Baldwin, J. et al. (1997, November). Failing Concerns: Business Bankruptcy in Canada. Ottawa: Statistics Canada Cat. No. CS61-525-XPE. Retrieved April, 30, 2007, from <http://dsp-psd.tpsgc.gc.ca/Collection/Statcan/61-525-X/61-525-XIE1997001.pdf>
- Barr, M.S. (2015). Minority and women entrepreneurs: Building capital, networks, and skills .University of Michigan
- Batjargal, B. (2003). Social capital and entrepreneurial performance in Russia: A longitudinal study. *Organization Studies*, 24(4), 535-556
- Bhagavatula, S., Elfring, T., Tilburg, A., Van de Bunt, G. G. (2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing*, 25, 245-260.
- Bornstein, D., & Davis, S. (2010). Social entrepreneurship: What everyone needs to know?. Oxford: Oxford University Press.
- Burt, R. S. 1992. Structural holes: The social structure of competition. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Chesbrough, H. & Rosenbloom, R.S.(2002). The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies. *Industrial and Corporate Change*, 11 (3), 529-555.
- Collerette, P. and Aubry, P. (1990), "Socio-economic evolution of women business owners inQuebec (1987)", *Journal of Business Ethics*, Vol. 9 Nos 4/5, pp. 417-4
- Collins, J., & Low, A. (2010). Asian female immigrant entrepreneurs in small and medium sized businesses in Australia. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(1), 97-111. <https://doi.org/110.1080/08985620903220553>



WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



- Cooper, A. C., & Folta, Timothy B., & Woo, C. (1995). Entrepreneurial information search. *Journal of Business Venturing*, 10(2), 107-120,
- Dees, J.G. (1998). *The meaning of social entrepreneurship*. Kauffman Foundation and Stanford University, Kansas City, MO and Palo Alto, CA.
- Elfring & Hulsink, (2003). Networks in entrepreneurship: The case of high-technology firms. *Small Business Economics* volume 21, 409-422.
- European Union (2018). Employment rates and Europe 2020 national targets. Retrieved from
- Frank, A.I. (2007). Entrepreneurship and enterprise skills: A missing element of planning education? *Planning Practice & Research*. 22, (4), 635-648
- Geyskens, I., Krishnan, R., Steenkamp, J.E.M., Cunha, P.V., 2009. A review and evaluation of meta-analysis practices in management research. *Journal of Management* 35(2), 393-419.
- Gimeno, J., Folta, T.B., Cooper, A.C., Woo, C.Y., 1997. Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms. *Administrative Science Quarterly* 42 (4), 750-783.
- Grandi, A., Grimaldi, R., 2003. Exploring the networking characteristics of new venture founding teams. *Small Business Economics* 21, 329-341.
- Green, E., Moore, J., Easton, H., & Heggie, J. (2004) Barriers to Women's Employment and Progression in the Labour Market in the North East of England.
- Greve, A., Salaff, J., 2003. Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 28 (1), 1-22.
- Hausmann, R, Tyson, L D, and Zahidi, S. (2006). The Gender Gap Index 2006: A New Framework for Measuring Equality. In *The Global Gender Gap Report 2006*. Geneva: World Economic Forum, 2006
- Hoang & Antoncic, (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing*, 18 (2), 165-187
- International Labor Organization (ILO). (2018). *World employment social outlook trends for women 2018 Global snapshot*. Retrieved from https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_619577.pdf.
- International Labor Organization (ILO). (2019). ILO Report On Global Employment Tendency (ILO, 64-69) *World Employment and Social Outlook – Trends 2019*.
- Lerner, M., Brush, C., & Hisrich, R. (1997) Israeli women entrepreneurs: An examination of factors affecting performance. *Journal of Business Venturing*, 12, (4), 315-339
- London, M., & Morfopoulos, R. G. (2010). *Social entrepreneurship*. New York: Routledge
- Magretta, J. (2002). Why Business model matters. *Harvard Business review*. Retrieved from:
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Mair, J. and Schoen, O. (2007). Successful social entrepreneurial business models in the context of developing economies: An explorative study. *International Journal of*



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



- EmergingMarketsVol. 2 No. 1, 2007pp. 54-68qEmerald Group Publishing Limited1746-8809DOI 10.1108/17468800710718895
- Michael S. Barr (2015) *Minority and Women Entrepreneurs: Building Capital, Networks, and Skills*. University of Michigan
- Miller T.L., Wesley C. L., & Williams D.E. (2012). Educating the minds of caring hearts: Comparing the views of practitioners and educators on the importance of social entrepreneurship competencies. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 349-370.
- Mitchelmore, S. & Rowley, J. (2013), "Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 20No. 1, pp. 125-142.
- Mokta, M. (2014). Empowerment of women in India: A critical analysis. *Indian Journal of Public Administration*. Vol. 60. 473-488
- Newton, K. (2001, March 3). Management skills for small business. Retrieved April 30, 2007, from <http://strategis.ic.gc.ca/epic/site/sbrp-pppe.nsf/en/rd00255e.html>
- O'Neil, T., Domingo, P. & Valters, C. (2014). Progress on women's empowerment: From technical fixes to political action. Working Paper No. 6. London: ODI, retrieved from
- OECD. (2004). Promoting entrepreneurship and innovative SMEs in a global economy: Towards a more responsible and inclusive globalisation of women entrepreneurship issues and policies 2nd OECD conference of ministers responsible for small and medium-sized enterprises (SMEs). Retrieved from <http://www.oecd.org/cfe/smes/31919590.pdf>
- OECD. (2013). Closing the gender gap: Act now. Retrieved from <http://www.oecd.org/gender/closingthegap.htm>
- Osirimi, Mary J. (1990). Characteristics of entrepreneurship in Nigerian industry that started small. Ph.D. Thesis, Harvard University.
- Piškanin, A. – Rudy, J. et al. (2006): Introduction to management [Slovak version]. Bratislava: Comenius University
- Pośpiech, W. (2016). The identification of skills and competencies for effective management in social enterprises. A managerial perspective. *Management* 20(1).
- Roomi, M.A. & Parrot, G. (2008), Barriers to progression of women entrepreneurs in Pakistan. *Journal of Entrepreneurship* 17(1):59-72
- Sergiovanni, T. J. (2001) *Leadership: What's In It For Schools*, London, RoutledgeFalmer
- Slywotzky, A., & Wise, R (2003). An unfinished revolution. (Opinion). *MIT Sloan Management Review*, vol. 44, no. 3,
- Stromquist, N.P. (1995). Gender sensitive educational strategies and their implementation. *International Journal of Educational Development*. Volume 17, Issue 2, 05-214
- The World Bank (2020). Labor force, female (% of total labor force). Retrieved from,
- Thévenon O., 2009, "Does fertility respond to work and family-life reconciliation policies in France?", in Noriyuki Takayama and Martin Werding (eds.), *Fertility and Public Policy*:



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



How to Reverse the Trend of Declining Birth Rates, Cambridge MA and London UK, MIT-Press, Chapter 10.

Timmers, P. (1998) Business Models for Electronic Markets. *Electronic Markets*, 8, 3-8.

Vinnicombe, S., & Singh, V. (2003). Women-only management training: An essential part of women's leadership development. *Journal of Change Management*, 3(4), 294-306

World Bank Group (2020). Labor force, female (% of total labor force). Derived using data from International Labour Organization, ILOSTAT database. The data retrieved in June 21, 2020, from

Yılmaz, Bozkurt & Izci, (2008). Kamu örgütlerinde çalışan kadın işgörenlerin çalışma yaşamlarında karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 9 (2), 89-114

Yusuf, A. (1995) Critical Success Factors for Small Business: Perceptions of SouthPacific Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 33, 2, 68-73.

<http://dx.doi.org/10.1080/10196789800000016>, Retrieved from,

<https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.TOTL.FE.ZS>

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Employment_rates_and_Europe_2020_national_targets

<https://graelaws.files.wordpress.com/2011/02/why-business-models-matter.pdf>

<https://gsdrc.org/document-library/progress-on-womens-empowerment-from-technical-fixes-to-political-action/>

[https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkpozje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1455222](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkpozje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1455222)



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



VII- APÉNDICE

7.1. WOMEN in SOCIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT Training Needs Survey

WOMEN in SOCIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT- Training Needs Survey

Invitación a participar en un proyecto de investigación

Declaración en lenguaje sencillo para mujeres/administradores/estudiantes

Le invitamos a participar en un proyecto de investigación. Esperamos que, como mujer emprendedora social, participe en una encuesta sobre su experiencia en las empresas sociales. Esperamos visitarte a ti o a tu organización para hablar de tus experiencias. Para usted, esto implicaría reunirse con el investigador para completar un cuestionario autoadministrado en un entorno cara a cara. El investigador le haría algunas preguntas y escucharía atentamente su experiencia y opiniones.

Objetivo del estudio:

El objetivo de esta investigación es obtener las perspectivas de las mujeres empleadoras, las organizaciones de formación y los administradores postsecundarios pertinentes sobre las competencias transversales y los conocimientos y prácticas de las empresas sociales, haciéndoles preguntas sobre la importancia de las competencias transversales, las prioridades específicas de las competencias transversales y las deficiencias de las competencias transversales en seis países asociados.

El cuestionario se completará en unos 15-20 minutos. Su nombre y su institución no serán revelados. Nadie que participe en el proyecto de investigación conocerá su nombre o el de su institución.

La decisión de participar en esta encuesta depende totalmente de usted. No hay ningún beneficio directo para usted por participar en esta encuesta. El objetivo de esta investigación es introducir mejoras basadas en sus opiniones, por lo que podría haber beneficios en el futuro. Su participación en el proyecto no supondrá un riesgo para usted diferente al de la vida cotidiana en su institución.

Un resumen de sus opiniones se comparará con las opiniones de mujeres de otros seis países y se publicará en una revista. Su nombre, su institución y su ubicación en Inglaterra, Italia, España, Malta, República Checa y Turquía no se revelarán en ninguna fase de este proceso. Hasta el momento de la publicación, usted puede decidir si quiere retirarse de esta investigación.

El título de este proyecto es Women in Social Enterprise Development (WiSED). Si desea obtener más información sobre el proyecto, puede consultar el sitio web del mismo en www.wised.eu. Si tiene más preguntas sobre esta solicitud de participación en este proyecto de investigación, no dude en enviarnos un correo electrónico directamente a cinkir@gmail.com

Por favor, lea los siguientes documentos antes de aceptar o no participar en la investigación.

- Las nueve preguntas demográficas y los 50 ítems de la escala tipo Likert de cinco puntos (Preguntas para mujeres en empresas sociales)
- El formulario de consentimiento informado
- Si desea ponerse en contacto con una persona independiente, diríjase a Ankara Üniversitesi Rektörlüğü Research Ethics Committee Secretary, Döğol Caddesi, 06100 Tandoğan Ankara adresinden Etik Kurul Sekreterliği ile irtibat kurunuz. Tel : (0312) 212 60 40 / 2091. E-Posta: roruc@ankara.edu.tr

Atentamente,

Assoc. Prof. Dr. Sakir Cinkir



**WISED
WOMEN IN SOCIAL
ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Formulario de consentimiento informado para mujeres

i) Título del proyecto

Women in Social Enterprise Development (WISED)

ii) Aclaración del objetivo de la investigación

Le visitamos a usted/su organización para conocer los conocimientos y las prácticas de las competencias transversales y las empresas sociales en relación con el sistema europeo de desarrollo de la mano de obra femenina. Para más detalles sobre las distintas fases del proyecto, consulte [www.....](http://www.wised.org)

iii) Confirmación de los requisitos particulares destacados en la Declaración de Lenguaje Sencillo

Participante - por favor, rellene lo siguiente (marque con un círculo "Sí" o "No" para cada pregunta)

<i>He leído la Declaración de Lenguaje Claro (o me la han leído)</i>	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
<i>He leído las preguntas que se discutirán conmigo (o me las han leído)</i>	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
<i>Entiendo la información proporcionada</i>	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
<i>He tenido la oportunidad de hacer preguntas y discutir este estudio</i>	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
<i>He recibido respuestas satisfactorias a todas mis preguntas</i>	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
<i>Soy consciente de que nuestra discusión será grabada en audio</i>	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

Cuestionario de análisis de las necesidades de formación en competencias transversales

Estimado participante.

A continuación encontrará el actual cuestionario de análisis de las necesidades de formación en competencias transversales. Le rogamos que dedique un tiempo a completar esta encuesta con la mayor precisión y honestidad posible. Es un paso fundamental para crear su plan de desarrollo personal y permitirle alcanzar el éxito en su negocio. Esta información nos ayudará a desarrollar los módulos de Desarrollo de la Mujer en la Empresa Social para ofrecer la mejor formación que satisfaga sus necesidades específicas.

El enlace que le enviamos por correo electrónico le permitirá acceder a su cuestionario durante el periodo de recogida de datos. Puede acceder a la encuesta a través de este enlace, y sólo le llevará entre 15 y 20 minutos completarla. El único propósito de esta encuesta es ayudarle a identificar las prioridades de formación. Las puntuaciones no tienen ninguna otra finalidad. Es indiferente que se califique a sí mismo con un 3 y algún 4 o con un 4 y algún 5, siempre y cuando le ayude a identificar las áreas en las que más necesita formación o desarrollo. Los resultados de este análisis de necesidades de formación son confidenciales y sólo se utilizarán para el proyecto.

Si necesita más información, envíe un correo electrónico a cinkir@gmail.com

Gracias por tomarse el tiempo y concentrarse en completarlo.

Atentamente,

Assoc. Prof. Dr. Şakir ÇINKIR
Ankara University, Faculty of Educational Sciences



I-INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA										
1. Grupo de edad	<input type="checkbox"/> 18-30	<input type="checkbox"/> 31-39	<input type="checkbox"/> 40-50	<input type="checkbox"/> 51 o más						
2. Formación académica	<input type="checkbox"/> Primaria	<input type="checkbox"/> Secundaria	<input type="checkbox"/> Universitaria	<input type="checkbox"/> Posgraduado, MA/Ph.D.						
3. Estado civil	<input type="checkbox"/> Casado/a	<input type="checkbox"/> Soltero/a	<input type="checkbox"/> Divorciado/a	<input type="checkbox"/> En una relación						
4. ¿Cuántas personas, incluyéndote a ti, hay en tu familia u hogar?	Haga clic o toque aquí para introducir el texto.									
5. ¿Cuántos años de experiencia tiene en la empresa, etc.)?	Haga clic o toque aquí para introducir el texto.									
6. Indique el tiempo que lleva trabajando en [empresa]:.	Haga clic o toque aquí para introducir el texto.									
7. ¿Cuál es su función actual en esta empresa?	Haga clic o toque aquí para introducir el texto.									
8. ¿Ha recibido algún tipo de formación y desarrollo sobre la ES en los últimos tres años?			<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No						
9. Enumere el tipo de formación y desarrollo que ha recibido para su desarrollo profesional en los últimos tres años.	<table border="1"> <tr> <td>1.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td></td> </tr> </table>				1.		2.		3.	
1.										
2.										
3.										

Instrucción:

- Por favor, califique su grado de conocimiento/aptitud en cada una de las secciones de competencias que aparecen a continuación utilizando una escala de 1-5 o N/A y el espacio de texto libre para proporcionar comentarios adicionales.

1	: Sin conocimientos/habilidades
2	: Un poco de conocimiento/habilidades pero se requiere un desarrollo considerable
3	: Algunos conocimientos/habilidades, pero es necesario desarrollarlos
4	: Buen nivel de conocimientos/habilidades mostrado, pero se necesita un poco de desarrollo
5	: Conocen perfectamente el tema/están capacitados -poco/nada para desarrollarlo
N/A	: Esta competencia no es aplicable a mi trabajo

MÓDULO 1: Comunicación en la ES - (D2)

Áreas de desarrollo/formación/mejora		1	2	3	4	5	N/A
1.	Diseño y desarrollo de un programa de formación en la ES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Comunicación interpersonal en la ES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	La comunicación intercultural en la ES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Comprender los conceptos de cultura, identidad, integración, prejuicio, discriminación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Mejorar el lenguaje corporal y visual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Desarrollar habilidades de comunicación en redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Aplicación de la comunicación social y de los nuevos medios en la ES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Estrategias de comunicación eficaces para grupos desfavorecidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Instrucción:

- Por favor, califique su grado de conocimiento/aptitud en cada una de las secciones de competencias que aparecen a continuación utilizando una escala de 1-5 o N/A y el espacio de texto libre para proporcionar comentarios adicionales.

- 1 : Sin conocimientos/habilidades
2 : Un poco de conocimiento/habilidades pero se requiere un desarrollo considerable
3 : Algunos conocimientos/habilidades, pero es necesario desarrollarlos
4 : Buen nivel de conocimientos/habilidades mostrado, con un poco de desarrollo requerido
5 : Conocen perfectamente el tema/están capacitados -poco/nada para desarrollarlo
N/A : Esta competencia no es aplicable a mi trabajo

MÓDULO 2: Aprendizaje de la dimensión ES, puesta en marcha, gestión, administración, etc.

Áreas de desarrollo/formación/mejora

	1	2	3	4	5	N/A
1. Realización de un estudio de mercado adecuado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Desarrollar un modelo de negocio atractivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Cuestiones jurídicas y reglamentarias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Identificar las fuentes de financiación para la puesta en marcha de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Creación de un plan de negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Preparar un plan de marketing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Teorías y practicas básicas de gestión en un entorno de Startup	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Medición del éxito del proyecto y del personal de la ES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Motivación de personas y resolución de conflictos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Técnicas de reclutamiento y selección de empleados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MÓDULO 3: Competencias sociales y cívicas en el contexto de la ES

Áreas de desarrollo/formación/mejora

	1	2	3	4	5	N/A
1. Mantener la salud física y mental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Entender el código de conducta en las diferentes culturas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Comprender/gestionar la diversidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Construir la tolerancia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Negociación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Comprender los sentimientos de los demás (empatía)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Afrontar el estrés y la frustración	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Conceptos básicos para las competencias sociales y cívicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Resolución de problemas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Toma de decisiones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



MÓDULO 4: Sentido de la iniciativa y emprendimiento social - (D3)						
<i>Áreas de desarrollo/formación/mejora</i>	1	2	3	4	5	N/A
1. La puesta en marcha de una empresa social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Ser proactivo y tomar la iniciativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Creación de capacidad de innovación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Alcanzar las metas y objetivos de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Motivarse a sí mismo y a los demás	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Gestionar tu dinero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Habilidades de planificación y organización	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Creación de equipos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Ser consciente de las oportunidades y los obstáculos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Ética y gestión de las organizaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Instrucción:						
<ul style="list-style-type: none"> Por favor, califique su grado de conocimiento/aptitud en cada una de las secciones de competencias que aparecen a continuación utilizando una escala de 1-5 o N/A y el espacio de texto libre para proporcionar comentarios adicionales. 						
1	: Sin conocimientos/habilidades					
2	: Un poco de conocimiento/habilidades pero se requiere un desarrollo considerable					
3	: Algunos conocimientos/habilidades, pero es necesario desarrollarlos					
4	: Buen nivel de conocimientos/habilidades mostrado, pero se necesita un poco de desarrollo					
5	: Conocen perfectamente el tema/están capacitados -poco/nada para desarrollarlo					
N/A	: Esta competencia no es aplicable a mi trabajo					
MÓDULO 5: Conciencia social y solidaridad en la ES - (D4)						
<i>Áreas de desarrollo/formación/mejora</i>	1	2	3	4	5	N/A
1. Desarrollar una red social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Desarrollar un modelo de negocio sobre la conciencia social y la solidaridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Seguimiento y evaluación de la conciencia social y la solidaridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Creación y coordinación de consorcios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Promover la conciencia social y la solidaridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Dirigirse a los actores de la conciencia social y la solidaridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



MÓDULO 6: Valores éticos, desarrollo sostenible y buen gobierno en la ES	1	2	3	4	5	N/A
1. Código ético de la empresa social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Gestión de la diversidad y la inclusión en la ES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Desarrollo sostenible y buena gobernanza en la ES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Concienciación del público sobre el papel de la ES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ¿Promover una cultura del respeto en la ES?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Procedimientos de salud y seguridad en la ES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros conocimientos/habilidades: Haga clic o toque aquí para introducir el texto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Por favor, especifique hasta 5 temas que reflejen sus necesidades más importantes de desarrollo y formación no mencionadas anteriormente.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> <p>1. <input type="text"/></p> <p>2. <input type="text"/></p> <p>3. <input type="text"/></p> <p>4. <input type="text"/></p> </div>						
<p>Queremos compartir con usted el informe de análisis de las necesidades de formación. Después de completar y analizar el "Cuestionario de Análisis de Necesidades de Habilidades Transversales" Por favor, haznos saber si estás dispuesta a participar y a ser entrevistada sobre tu experiencia como empresaria social.</p> <p><input type="checkbox"/> Sí, me gustaría participar como entrevistado: Tú e-mail:.....Teléfono:.....</p> <p><input type="checkbox"/> No, pero por favor envíenme el informe de análisis de necesidades Tú e-mail:.....</p>						

MUCHAS GRACIAS POR COMPLETAR LA ENCUESTA