



women in power
leadership and empowerment
in traditional sectors



IO1-A3 Informe

Definición de objetivos de gestión ejecutiva para mujeres que trabajan en sectores tradicionales

ABRIL 2018 | CONSORCIO 'WOMEN IN POWER' | REV01



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea

'Women in Power' ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea (nº de contrato 2017-1-ES01-KA202-038258). Las opiniones expresadas en este documento pertenecen exclusivamente del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.

TABLA DE CONTENIDOS

I. INTRODUCCIÓN.....	4
II. INFORME FINAL DEL CUESTIONARIO IO1.A1. - MUJERES EN CARGOS EJECUTIVOS.....	8
II. 1. SUPUESTOS GENERALES DE LA HIPÓTESIS.....	8
II.2. METODOLOGÍA.....	8
II.3. INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.....	10
II.3.i. SECCIÓN A. DETALLES CON RESPECTO A LA EMPRESA Y LA EXPERIENCIAPROFESIONAL.....	10
II.3.ii. SECCIÓN B. PREGUNTAS DE COMPORTAMIENTO Y CONDUCTA.....	14
II.3.iii. SECCIÓN C. HABILIDADES Y COMPETENCIAS QUE LE HAN AYUDADO A AVANZAR EN SU CARRERA.....	17
II.3.iv. SECCIÓN D. BARRERAS, DIFICULTADES E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.....	21
II.3.v. SECCIÓN E. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS.....	26
II.4. CONCLUSIONES.....	28
III. INFORME FINAL DEL CUESTIONARIO IO1.A2. - MUJERES QUE TRABAJAN EN SECTORES TRADICIONALES.....	30
III. 1. SUPUESTOS GENERALES DE LA HIPÓTESIS.....	30
III.2. METODOLOGÍA.....	30
III.3. INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.....	33
III.3.i. SECCIÓN 1. SITUACIÓN LABORAL.....	33
III.3.ii. SECCIÓN 2. FORMACIÓN.....	39
III.3.iii. SECCIÓN 3. PROMOCIÓN PROFESIONAL: BARRERAS Y RESTRICCIONES.....	46
III.3.iv. SECCIÓN 4. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS.....	50

III.4. CONCLUSIONES.....	51
IV. CONCLUSIONES FINALES.....	52
IV.1. NIVEL DE REPRESENTATIVIDAD DE LA MUESTRA.....	52
IV.1.i. NÚMERO DE ENCUESTADAS.....	52
IV.1.ii. SECTOR DE ACTIVIDAD.....	52
IV.1.iii. EXPERIENCIA PROFESIONAL.....	52
IV.1.iv. PAÍS.....	53
IV.1.v. TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	53
IV.1.vi. ESTRUCTURA FAMILIAR.....	53
IV.2. RATIO MUJERES Y HOMBRES.....	54
IV.3. BARRERAS.....	55
IV.3.i. EXPERIENCIA PROFESIONAL.....	55
IV.3.ii. CONTRATO DE TRABAJO.....	56
IV.3.iii. MOTIVACIÓN.....	56
IV.3.iv. ESTUDIOS.....	56
IV.3.v. BARRERAS PARA LA FORMACIÓN PROFESIONAL ADICIONAL	58
IV.3.vi. HABILIDADES / COMPETENCIAS / CAPACIDADES.....	59
IV.3.vii. AUTOCONFIANZA.....	61
IV.3.viii. BARRERAS DIRECTAS ELEGIDAS POR LA MUESTRA.....	62
IV.3.ix. DISCRIMINACIÓN.....	63
IV.3.x. REPRESENTATIVIDAD DE LA MUJER.....	65
IV.3.xi. APOYOS.....	65
IV.4. CONCLUSIONES.....	67

I. INTRODUCCIÓN

El empoderamiento de la mujer a escala global es, con toda seguridad, una de las revoluciones sociales más notables del siglo XX: millones de mujeres en todo el mundo que solían depender económicamente de los hombres lucharon para poder tomar el control exclusivo de sus propios destinos.

La tendencia hacia el aumento de la presencia de las mujeres en el mercado laboral, con toda probabilidad seguirá creciendo en las próximas décadas: sólo en Europa, las mujeres han ocupado seis millones de los ocho millones de nuevos empleos creados en los últimos 15 años. Estudios recientes muestran que fomentar la participación de las mujeres en el mercado laboral al mismo nivel que sus equivalentes masculinos impulsará el crecimiento del PIB en un 21% en Italia, un 19% en España, un 9% en Francia y Alemania y un 8% en el Reino Unido¹.

Sin embargo, a pesar del aumento de las políticas de igualdad de género en la sociedad y en el mercado laboral, las brechas de género persisten en Europa, donde las mujeres sólo representan el 21% de los miembros de las juntas directivas de las 620 mayores compañías en 2015².

Las mujeres están cada vez más decididas a ascender en la escala profesional, sabiendo que participar en actividades de aprendizaje que mejoren sus habilidades profesionales está en correlación directa con una mayor posibilidad de contar con un empleo a largo plazo.

Si bien la proporción de altos cargos ocupados por mujeres varía enormemente según la industria, en sectores más tradicionales, como el manufacturero, solo el 18% de las mujeres europeas tienen roles ejecutivos dentro de sus empresas. Es precisamente en estas industrias dominadas por hombres donde las mujeres están sujetas a estereotipos masculinos que hacen aún más difícil para ellos sobresalir y alcanzar roles de liderazgo corporativo.

En diciembre de 2015, la Comisión Europea adoptó el compromiso estratégico para la igualdad de género 2016-2019. En este programa de trabajo, la Comisión reafirmó su compromiso para seguir trabajando en el desarrollo de políticas que ayuden a conseguir una igualdad real entre mujeres y hombres a la hora de tomar decisiones, así como reducir la brecha salarial por razones de género y aumentar la participación femenina en el mercado de trabajo, consiguiendo así la independencia económica efectiva de mujeres y hombres³.

En abril de 2016, la proporción media de mujeres presentes en los consejos de administración de las empresas más grandes registradas en los Estados miembros de

¹ *Female Power*. The Economist Group Limited, 2009.

² Christiansen, Lone Engbo; Lin, Huidan Huidan; Pereira, Joana; Topalova, Petia; Turk, Rima. (2016). *Unlocking Female Employment Potential in Europe: Drivers and Benefits*. International Monetary Fund

³ *Strategic engagement to gender equality in Europe 2016-2019*. European Commission Directorate-General for Justice and Consumers, 2015.

la UE-28 alcanzó el 23,3%⁴. Esto significa que, desde 2010, cuando se aprobó la Estrategia para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, hasta abril de 2016, la proporción ha aumentado 11,4 puntos en cinco años y medio, un promedio de 2,1 puntos por año. Sin embargo, a pesar de todo el trabajo realizado por la UE y los gobiernos nacionales, el crecimiento es pequeño y lento.

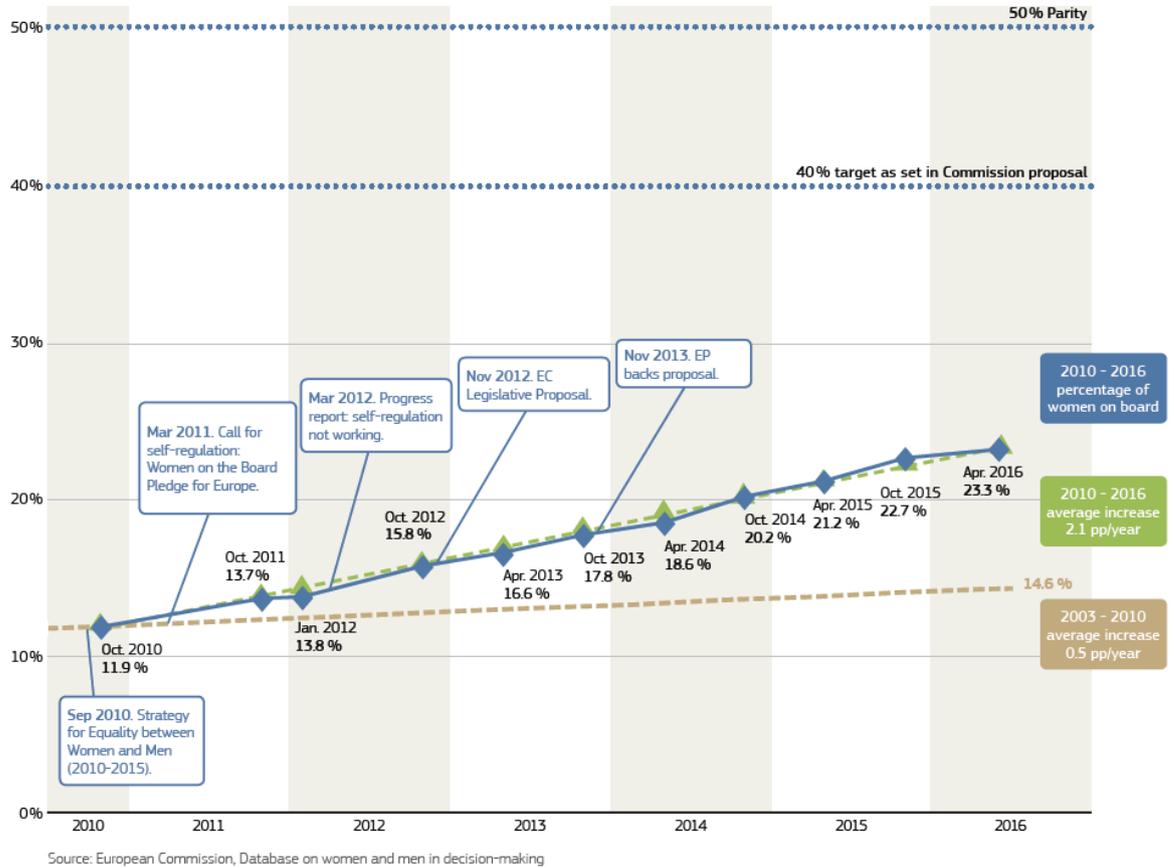


Figura 1- Representación de las mujeres en los directorios de las grandes empresas de la UE, octubre de 2010 - abril de 2016

Teniendo en cuenta todo esto, 'Women in Power' quiere convertirse en una herramienta para apoyar la igualdad y el equilibrio de género en las juntas directivas europeas, brindándoles a las mujeres que trabajan en los sectores tradicionales (calzado, textil y madera) la oportunidad de adquirir habilidades y competencias que mejoren sus habilidades sectoriales y directivas, promoviendo, por tanto, la igualdad de género y el avance de la mujer en la sociedad europea.

'Women in Power' también quiere facilitar la participación y el acceso a la enseñanza mediante una capacitación online gratuita y disponible en varios idiomas que estará especialmente diseñado para acomodar las necesidades formativas de un colectivo de mujeres que a menudo cuenta con poca preparación en educación secundaria y terciaria, pero que tienen un conocimiento profundo sobre las industrias en las que trabajan.

⁴ Gender balance on corporate boards > Europe is cracking the glass ceiling. Věra Jourová, Commissioner for Justice, Consumers and Gender Equality

Dado que las mujeres representan la mitad del talento global, es imperativo que tengan las mismas oportunidades para estar a la vanguardia de la escena económica y social europea. El curso desarrollado en el marco de este proyecto pondrá a disposición de las mujeres trabajadoras un itinerario de capacitación de alta calidad en un contexto europeo, creado específicamente para satisfacer sus necesidades profesionales y para cumplir con los siguiente objetivos:

a) Aumentar la conciencia social sobre el papel de la mujer, sus derechos y responsabilidades, la internalización de las normas sociales y culturales de igualdad de acceso a las mismas oportunidades, los recursos materiales y formativos, así como la igualdad de oportunidades mediante el desarrollo de leyes y políticas apropiadas.

b) Cambiar el paradigma de poder, empoderando a las mujeres para fomentar su acceso a puestos de liderazgo en una multitud de sectores tradicionalmente reservados sólo para hombres.

c) Educar a las mujeres en el contexto de las nuevas realidades sociales, lo que influirá en la implementación de políticas de género a largo plazo.

El consorcio reunido para llevar a cabo este proyecto está compuesto por siete organizaciones europeas especializadas en proyectos sectoriales y de género de España, Lituania, Reino Unido, Rumania y Malta, que contribuirán a alimentar el debate sobre la mujer y el liderazgo en las industrias tradicionales, así como las necesidad de educar a las mujeres hacia el empoderamiento profesional.

'Women in Power' trabajará para alcanzar los siguientes objetivos:

1.- Desarrollar nuevos enfoques de aprendizaje y estrategias de enseñanza para la educación en liderazgo de género, definiendo un itinerario formativo europeo específicamente desarrollado para las mujeres que trabajan en los sectores tradicionales.

2.- Desarrollar un curso formativo para que las mujeres desarrollen habilidades básicas y transversales para lograr roles ejecutivos dentro de sus industrias.

3.- Definir una metodología de capacitación que mejore el proceso de aprendizaje y que esté específicamente diseñada para las mujeres que trabajan en las industrias de calzado, muebles y textiles.

4.- Promover la cooperación transnacional y fortalecer las oportunidades educativas centradas en las mujeres.

Con la finalización de este proyecto, se habrán desarrollado tres productos intelectuales:

- IO1: un informe que detalla el perfil profesional de las mujeres europeas que trabajan en sectores tradicionales y que ofrece una solución al problema inicialmente planteado mediante el desarrollo de un itinerario de formación que les ayude a romper el techo de cristal.

- IO2: un curso completo para que las mujeres desarrollen habilidades básicas y transversales para lograr roles ejecutivos dentro de sus industrias.

- IO3: una plataforma online intuitiva e innovadora que albergará el curso de capacitación desarrollado, aumentando el capital social, las competencias y las habilidades profesionales de las mujeres.

En última instancia, el impacto esperado como resultado del desarrollo de este proyecto, que incluye la metodología de capacitación elaborada por todos los socios, proporcionará a las mujeres el desarrollo laboral que necesitan para poder potenciar su carrera profesional. Se estima que el efecto de este proyecto podrá tener aplicación directa entre el colectivo general de mujeres, estén dentro o fuera del ámbito corporativo, incluidos los empresarias, académicas, funcionarias públicas y mujeres con experiencia en otros servicios profesionales.

El desarrollo de este proyecto ayudará a sensibilizar a los legisladores, las partes interesadas y el público en general sobre la igualdad de género a través de eventos, conferencias de prensa y de la difusión del proyecto en general, dando lugar a posibles soluciones legislativas. También fomentará el debate global sobre mujer y liderazgo en las industrias previamente identificadas, así como la conciencia de los proveedores de formación acerca de las necesidades educativas reales de las mujeres en busca del empoderamiento profesional.

Además, los resultados del proyecto (que estarán disponibles de manera gratuita y en diferentes idiomas) pueden ser ampliamente aplicables a otros sectores, así como utilizarse más allá de las fronteras de los países involucrados en el proyecto.

El primer producto intelectual de 'Women in Power' es el resultado de un estudio exhaustivo que ha explorado las dos perspectivas en el camino que las mujeres europeas deben recorrer para alcanzar puestos directivos.

Por un lado, las mujeres que ya han roto el techo de cristal han analizado qué habilidades y competencias les han ayudado a avanzar dentro de sus profesiones. Por otro lado, las mujeres que han estado trabajando en sus respectivas industrias tradicionales durante años pero que no han alcanzado puestos ejecutivos, han definido las necesidades de conocimiento que creen que podría ayudar a mejorar sus sectores profesionales desde dentro.

Una vez que se identificaron estas habilidades, competencias y capacidad para ofrecer una visión real de las mujeres que trabajan en los sectores tradicionales, el consorcio ha elaborado este informe final compilando las conclusiones obtenidas, que será determinante para diseñar el itinerario de capacitación necesario para lograr los objetivos del proyecto.

Por lo tanto, el objetivo principal del PI1 es proporcionar un análisis completo sobre cómo puede resolverse la representación insuficiente de las mujeres en los consejos directivos y puestos ejecutivos dentro de los sectores tradicionales de la economía europea, promoviendo el liderazgo y la participación de las mujeres en el proceso de toma de decisiones mediante el desarrollo de herramientas educativas.

Además, el informe analítico desarrollado mediante este primer producto intelectual podrá resultar de utilidad para otros posibles proyectos o estudios sobre la situación profesional de las mujeres en Europa, especialmente acerca de cómo abordar las necesidades derivadas de la demanda de empoderamiento por parte de las mujeres.

II. INFORME FINAL SOBRE EL CUESTIONARIO

IO1.A1. - MUJERES EN CARGOS EJECUTIVOS

II.1. SUPUESTOS GENERALES DE LA HIPÓTESIS

Los estudios previos indican que, aunque hay una gran atención sobre la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, y está demostrado que el empleo de un número igual de mujeres y hombres ha llevado al crecimiento del PIB de algunos países, en el mercado laboral europeo existe todavía una diferencia, ya que sólo el 21% de los miembros del consejo de administración de las empresas europeas más importantes son mujeres.

Nuestra hipótesis es, por lo tanto, que las mujeres no alcanzan puestos ejecutivos debido a una serie de factores culturales, sociales y educativos en los que la discriminación de género tiene una función importante.

II.2. METODOLOGÍA

Este estudio intenta medir, mediante cuestionarios, la validez de esta hipótesis, midiendo las percepciones de mujeres empresarias en una muestra representativa.

La fase preliminar de la investigación incluye los siguientes pasos: definir el problema decisional, el propósito de la investigación y los objetivos de la investigación.

- *Definir el problema decisional*

El problema decisional es que las mujeres gerentes tienen dificultades para avanzar en la jerarquía de la gestión como resultado de restricciones específicas, incluida la discriminación.

La investigación tuvo como objetivo *analizar la situación de las mujeres gerentes en sus lugares de trabajo, mientras desempeñaban sus papeles de liderazgo.*

- *Propósito de la investigación*

El objetivo de la investigación es *evaluar las percepciones y limitaciones de las mujeres gerentes en los sectores tradicionales y otros.* Para ello, se recopilaban varios datos que luego proporcionaron información sobre las limitaciones de las mujeres gerentes.

- *Objetivos de la investigación*

Empezando por la meta, se elaboraron los objetivos que llevaron a la identificación de la información necesaria para el análisis de marketing:

- Identificar a qué categoría de operadores en los sectores tradicionales pertenece cada empresa;
- Identificar la posición de las mujeres en la empresa;

- Determinar la relación entre el número de hombres y mujeres a nivel de empresa/departamento;
- Identificar los estilos de gestión adoptados por la mujer gerente en el cumplimiento de sus tareas;
- Determinar la opinión general sobre la elocuencia de las mujeres gerentes;
- Determinar los puntos de vista generales sobre la adaptación al cambio;
- Identificar las fortalezas y los límites de las mujeres gerentes;
- Determinar la opinión general sobre cómo gestionar las emociones negativas;
- Determinar la opinión general sobre el grado de atención en los objetivos finales de la mujer gerente;
- Determinar la opinión general sobre la existencia de espíritu de equipo e iniciativa en las mujeres gerentes;
- Determinar la opinión general sobre el aumento del acceso a la formación y las titulaciones;
- Determinar la opinión general sobre la función de los sindicatos en las decisiones relacionadas con los empleados;
- Identificar las habilidades requeridas para un buen gerente;
- Identificar las competencias requeridas para un buen gerente;
- Identificar las habilidades que necesita un buen gerente;
- Identificar las principales razones para aceptar un puesto de gestión;
- Determinar la opinión general sobre la evolución de sus propias carreras;
- Determinar la opinión general sobre la existencia de discriminación de género dentro de las empresas;
- La determinación de la opinión general sobre las cualidades de una mujer gerente;
- Identificar los obstáculos encontrados por la mujer gerente en comparación con los hombres gerentes;
- Determinar la opinión general sobre la representación de las mujeres en las empresas;

Hipótesis generales de la investigación

- La mayoría de las mujeres gerentes experimentan limitaciones en su avance profesional;
- La mayoría de las encuestadas considera que existe discriminación de género;
- La mayoría de las encuestadas considera que hay un complejo de factores que facilita la ascensión en la jerarquía;
- La mayoría de las mujeres gerentes indica que existen restricciones para la formación continua.

Hipótesis estadísticas de la investigación

H₁: Al menos el 50% de las mujeres gerentes admite que necesita formación continua.

H₂: Al menos el 50% de las mujeres gerentes tiene una sólida motivación para la gestión.

H₃: Al menos el 50% de las encuestadas dice que la discriminación de género es real.

La fase de diseño de la investigación comprende los siguientes pasos: selección de las fuentes de información y determinación del tamaño de muestra representativo.

- Seleccionar las fuentes de información
 - La recopilación de datos se basó en el cuestionario como herramienta para recopilar información;
 - La investigación colectiva estuvo compuesta por mujeres en diferentes cargos de liderazgo;
 - La unidad de muestreo (a partir de la cual se recopiló la información) estuvo representada por las personas designadas por la gerencia de la empresa para participar en esta encuesta.
- Determinar el tamaño de la muestra representativa
 El tamaño mínimo de la muestra representativa se estableció en 120 encuestadas (representantes de la empresa) y hubo un total de 152 encuestadas finales.

La fase de investigación incluye los siguientes pasos: recopilar información, procesar, analizar e interpretar los resultados.

- Recopilación de información

La recopilación de información se realiza a través del cuestionario administrado como instrumento de medición que tiene la función de recopilar y sistematizar los datos.

El cuestionario para los sectores tradicionales contiene 26 preguntas predefinidas, presentadas a las mujeres encuestadas de la siguiente manera:

- De la pregunta número 1 a la pregunta número 4 son para identificar el perfil de las empresas, desde la categoría de preguntas básicas relacionadas con el problema investigado, dirigido a todos las encuestadas;
- De la pregunta número 5 a la pregunta número 8 son sobre conducta;
- De la pregunta número 9 a la pregunta número 13 son sobre habilidades y competencias que facilitan el avance profesional;
- De la pregunta número 14 a la pregunta número 20 son relacionadas con barreras, dificultades e igualdad de oportunidades en el desarrollo profesional;
- De la pregunta número 21 a la pregunta número 26 son sobre datos sociodemográficos;

Las preguntas utilizadas en el cuestionario son cerradas (opciones dicotómicas y múltiples).

- Procesamiento, análisis e interpretación de los datos primarios y secundarios

Se procesaron 152 cuestionarios para mujeres que trabajan en los sectores tradicionales: industria del mueble, industria textil y del calzado, así como otros sectores de actividad como educación, consultoría, sector financiero, salud, transporte, publicidad, telecomunicaciones, etc.

II.3. INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

II.3.i. SECCIÓN A. DATOS SOBRE LA EMPRESA DONDE USTED TRABAJA/SU EXPERIENCIA

Pregunta 1: Señale su experiencia laboral indicando el número de años

El número de mujeres gerentes que respondieron al cuestionario se distribuye entre los sectores de la manera siguiente:

Industria del mueble	Industria textil	Industria del calzado/piel	Otros
28	37	7	80

Figura 2- Sector de actividad para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1



Figura 3- Sector de actividad para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Los años de experiencia de las mujeres entrevistadas son los siguientes:

0-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-45
36	30	29	17	18	22

Figura 4- Años de experiencia para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Pregunta 2: ¿Cuál es su cargo en la empresa?

A esta pregunta, las mujeres que completaron los cuestionarios respondieron lo siguiente:

Gerente	Directora general	Directora ejecutiva	Directora de departamento	Otros
23	28	17	77	7

Figura 5- Puesto de trabajo de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

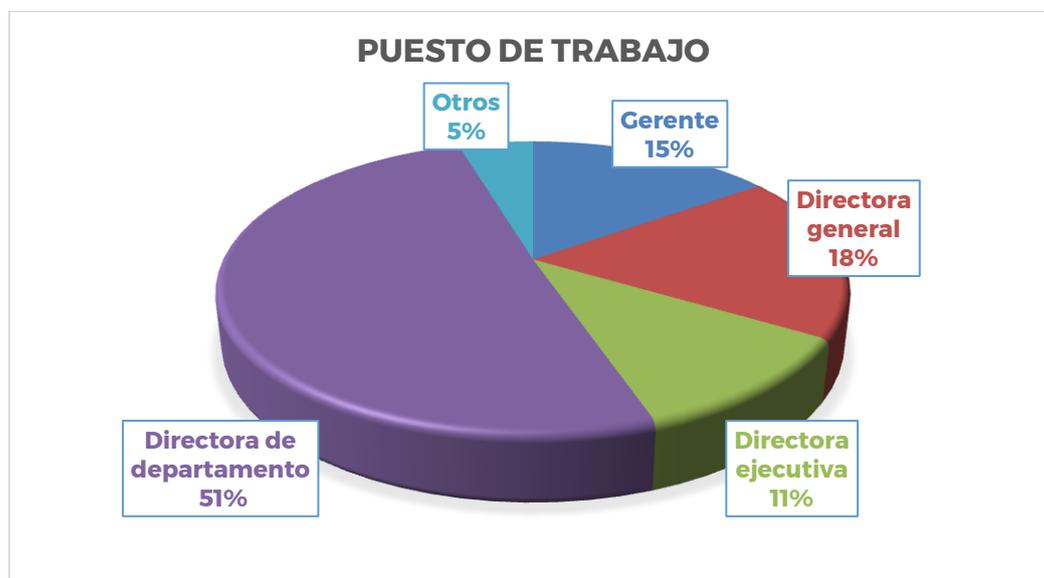


Figura 6- Puesto de trabajo de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

La información procesada muestra que la mayoría de las mujeres ocupan el puesto de directora de departamento (51%) en lugar de otros puestos directivos, lo que confirma que, a primera vista, la idea de que las mujeres no ocupen puestos directivos parece falsa, la mayoría de ellas se detienen en el departamento, y menos alcanzan el nivel de directora general o del consejo de administración, es decir, en puestos con poderes decisionales reales.

Pregunta 3: ¿Cuántos empleados tiene la empresa?

Los tamaños de las empresas donde están empleadas las entrevistadas son los siguientes:

Entre 1-24 empleados	Entre 25-49 empleados	Entre 50-99 empleados	Entre 100-250 empleados	Más de 250 empleados
70	19	7	23	33

Figura 7- Tamaño de la empresa en la que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

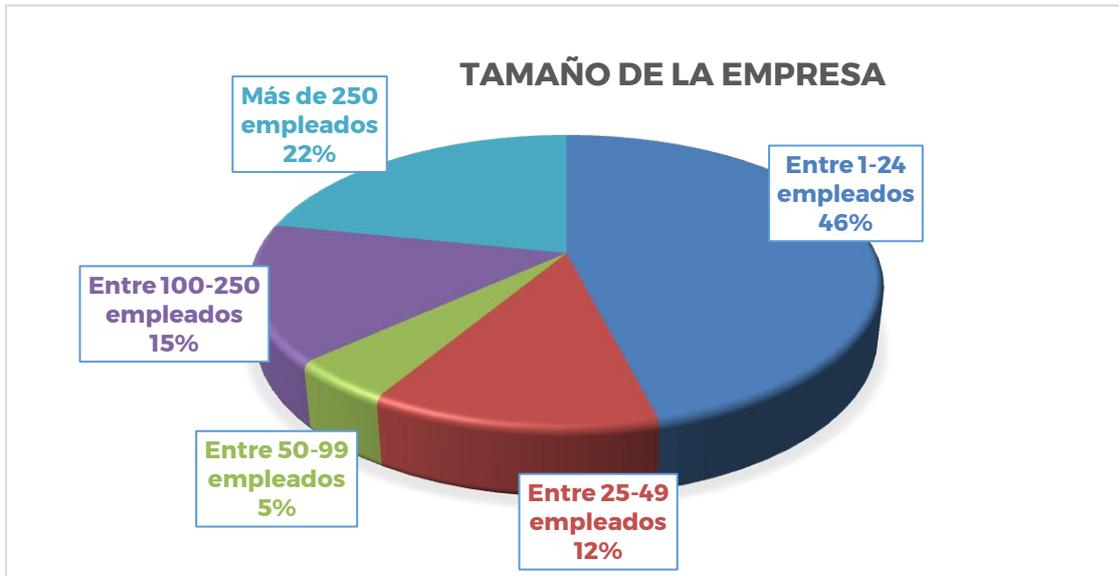


Figura 8- Tamaño de la empresa en la que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

El análisis de datos muestra que la mayoría de las mujeres entrevistadas proviene de empresas donde el número de empleados se encuentra entre: 1-24 (46%).

Pregunta 4: En su entorno laboral (empresa y departamento) hay: ¿más hombres que mujeres, más mujeres que hombres o una mezcla igualitaria de los dos?

La respuesta a la pregunta número 4 muestra lo siguiente:

	Empresa	Departamento
Más hombres que mujeres	59	39
Más mujeres que hombres	58	81
Una mezcla aproximadamente igualitaria de hombres y mujeres	35	32

Figura 9- Proporción hombres / mujeres por total de encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

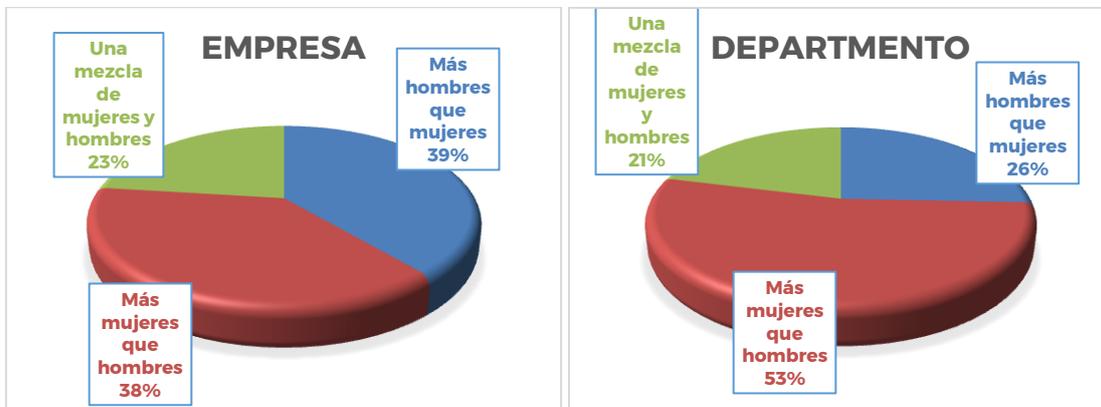


Figura 10- Proporción hombres / mujeres por total de encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Según las respuestas totales, a nivel de empresa en el entorno donde las mujeres gerentes activan la relación entre mujeres y hombres es aproximadamente igual y podría considerarse un entorno menos favorable para la discriminación masculina.

Sin embargo, a nivel de departamento, la relación de mujeres es mayoritaria, lo que denota que el aumento de mujeres en sus carreras se detiene más a menudo en este nivel.

A nivel de industria, la situación es la siguiente:

Industria del mueble	Empresa	Departamento
Más hombres que mujeres	20	7
Más mujeres que hombres	2	11
Una mezcla aproximadamente igualitaria de hombres y mujeres	6	10

Figura 11- Proporción hombres / mujeres por industria de muebles según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Industria textil/piel	Empresa	Departamento
Más hombres que mujeres	7	6
Más mujeres que hombres	29	29
Una mezcla aproximadamente igualitaria de hombres y mujeres	8	9

Figura 12- Proporción hombres / mujeres por industria textil / del cuero según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

En la industria del mueble, a nivel de empresa, los hombres predominan, pero a nivel de departamento predominan las mujeres o hay una mezcla igualitaria.

En la industria textil y de la piel, las mujeres dominan tanto a nivel de empresa como de departamento.

En el análisis de estas respuestas también hubo una diferencia en los países que participaron en este estudio, a saber:

	España		Lituania		Rumanía		Reino Unido		Malta	
	Emp.	Dep.	Emp.	Dep.	Emp.	Dep.	Emp.	Dep.	Emp.	Dep.
Más hombres que mujeres	14	3	6	6	1	2	8	9	8	8
Más mujeres que hombres	4	12	7	7	19	18	7	7	4	5
Una mezcla aproximadamente igualitaria de hombres y mujeres	7	10	1	1	3	3	4	3	13	12

Figura 13- Proporción hombres / mujeres por país según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

En España, los hombres son definitivamente predominantes a nivel de la empresa, mientras que a nivel de departamento predominan las mujeres o una mezcla igualitaria, la mayoría de las encuestadas son de la industria del mueble.

En Lituania, la puntuación es bastante equilibrada para todas las industrias analizadas, el equilibrio se inclina ligeramente para las mujeres, y en Rumanía predominan las mujeres en ambos niveles, la mayoría de las encuestadas son de la industria textil/de la piel y del calzado.

En los países donde no existen demasiadas industrias tradicionales, predominan los hombres: en el Reino Unido los hombres predominan en ambos niveles, y en Malta hay una mezcla más igualitaria, con tendencias hacia el predominio masculino.

II.3.ii. SECCIÓN B: PREGUNTAS SOBRE CONDUCTA

Pregunta 5: Clasifique del 1 al 6 los estilos de gestión que usted adopta, según su importancia e impacto en el desempeño de su tarea.

Al analizar las respuestas a la pregunta 5, se observó un gran desequilibrio en algunas de las variantes. Por ejemplo, en el caso "Solicitar resolución inmediata y motivación a través de amenazas y disciplina" había 49 mujeres que lo consideraban como lo más importante, pero también 60 encuestadas que consideraban este estilo como el menos importante.

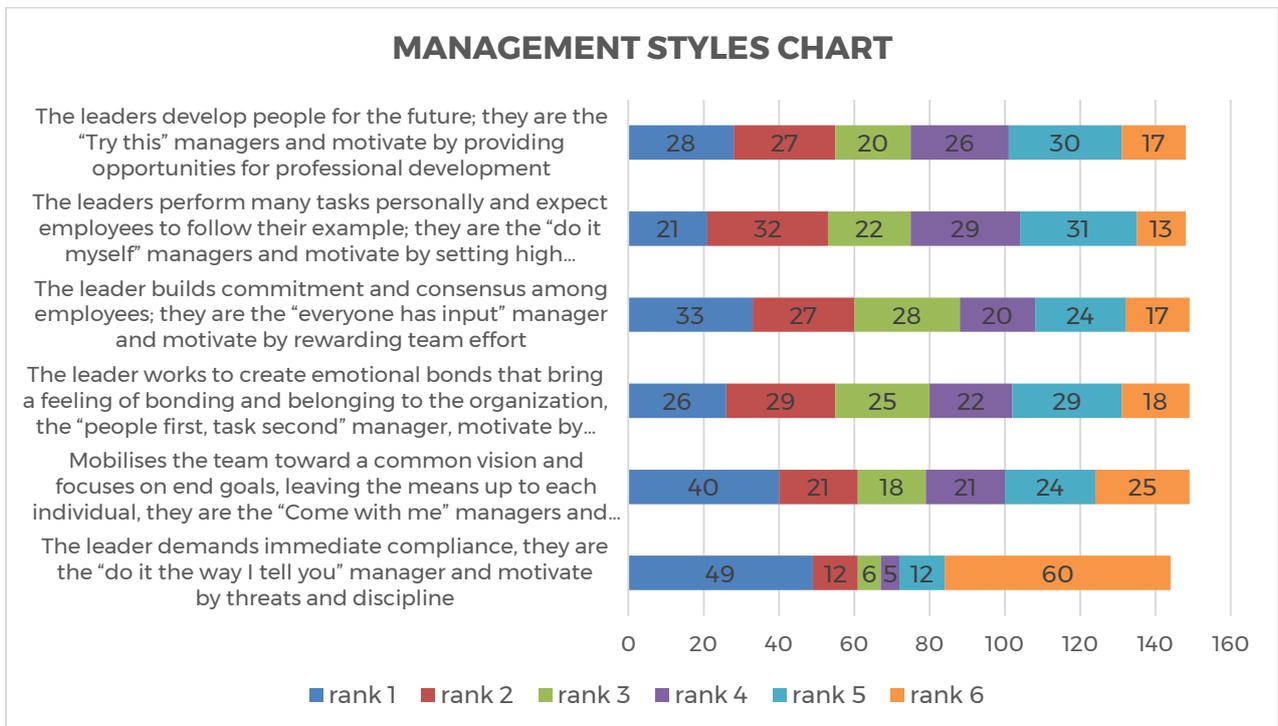


Figura 14 - Estilos de gestión adoptados por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Por lo tanto, para la jerarquía de estilos, las primeras 3 posiciones se tuvieron en cuenta para cada variante, lo que dio como resultado la siguiente clasificación en orden descendente:

- ✓ Desarrolla el compromiso y el consenso entre los empleados y lo motiva a recompensar el esfuerzo del equipo;
- ✓ Trabaja para crear vínculos emocionales que traen un sentido de asociación y pertenencia a la organización, motiva al tratar de mantener a las personas felices;
- ✓ Moviliza al equipo hacia una visión común y se centra en los objetivos finales, dejando los medios a disposición de cada individuo, motivando a través de la persuasión y *comentarios* sobre el rendimiento.
- ✓ Personalmente realiza muchas tareas y espera que los empleados sigan el ejemplo y los motiven estableciendo estándares altos;
- ✓ Desarrolla personas para el futuro y las motiva a ofrecerles oportunidades para el desarrollo profesional;
- ✓ Exige cumplimiento inmediato y motiva mediante amenazas y disciplina

Pregunta 6: Responda "sí" o "no" a las siguientes preguntas

A la pregunta número 6 las encuestadas respondieron lo siguiente:

PREGUNTAS	SÍ	NO
¿Logra persuadir a otras personas fácilmente?	116	35
¿Se adapta fácilmente a los cambios?	134	16
¿Es consciente de sus límites y sus puntos fuertes como líder?	146	4
¿Puede gestionar fácilmente sus emociones negativas?	81	71
¿Puede mantener su atención en los objetivos finales y conocer los pasos para llegar a ellos?	139	12
¿Se considera una mujer que actúa en su carrera profesional?	134	17
¿Prefiere trabajar en un equipo?	136	16

Figura 15- Cualidades de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

En su mayoría, la muestra representativa está compuesta por mujeres gerentes que se consideran persuasivas, adaptables, que se autoanalizan, están centradas en objetivos, con iniciativa y espíritu de equipo. La capacidad de dominar las emociones negativas es menos frecuente, lo que denota una mayor frecuencia de situaciones en las que las emociones negativas toman el control en la actividad gerencial.

Esto muestra que las mujeres han sido muy honestas y sinceras al responder esta pregunta, ya que son capaces de admitir que los sentimientos y las emociones tienen una influencia en su vida laboral.

Pregunta 7: ¿Considera importante contar con formación para el desarrollo de los empleados?

A esta pregunta, las mujeres gerentes que completaron los cuestionarios respondieron de la siguiente manera:

Muy útil	Bastante útil	Insignificante
114	26	1

Figura 16: Importancia de la capacitación de los empleados de acuerdo con las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

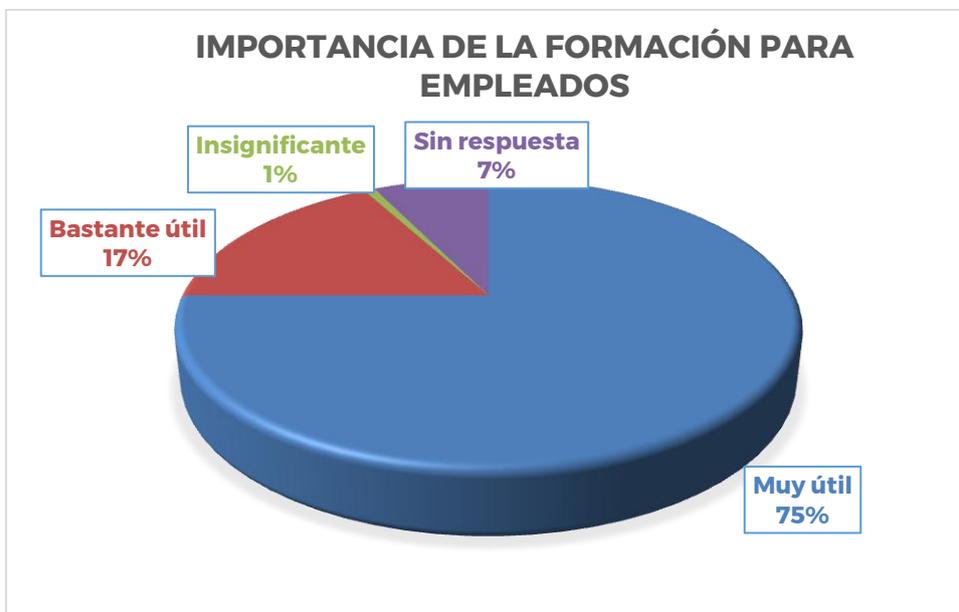


Figura 17: Importancia de la capacitación de los empleados según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Del análisis de las respuestas a la pregunta 7, la mayoría de las mujeres (75%) considera importante tener varios cursos de formación y desarrollo profesional para los empleados de su propia empresa, lo que debería resultar en un mayor acceso a la formación y las titulaciones.

Pregunta 8: ¿Consulta a los sindicatos o a los representantes de los empleados cuando toman decisiones relacionadas con ellos?

Las respuestas fueron las siguientes:

Sí	No	No tenemos tal estructura representativa
68	9	75

Figura 18 - Comunicación con estructuras representativas según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

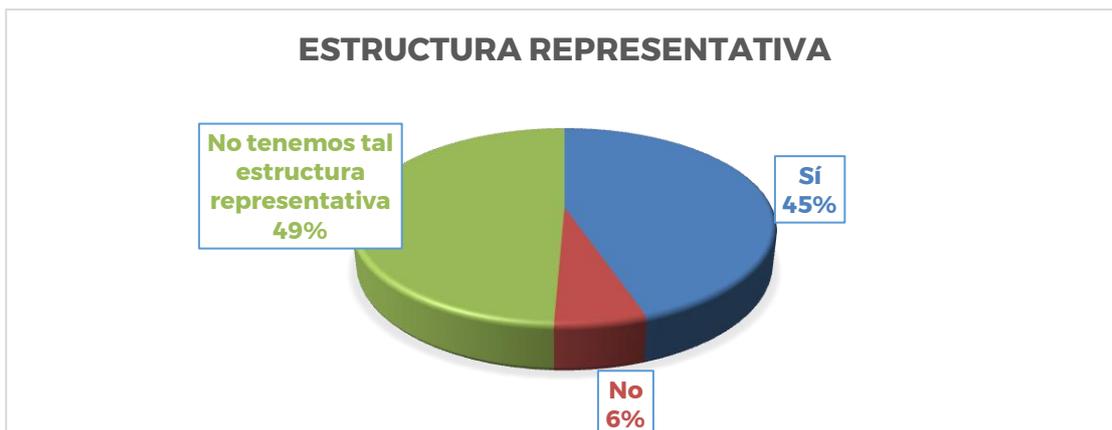


Figura 19 - Comunicación con estructuras representativas según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Para el análisis de las respuestas a esta pregunta, está claro que las empresas que tienen sindicatos en su estructura (45%) consultan las decisiones relacionadas con los empleados.

II.3.iii. SECCIÓN C. HABILIDADES Y COMPETENCIAS QUE LE HAN AYUDADO A AVANZAR EN SU CARRERA

Pregunta 9: Seleccione las 5 habilidades más importantes que debe tener un buen gerente.

A la pregunta 9 las encuestadas eligieron, según su importancia, las siguientes habilidades que debe tener un buen gerente:

1. Perseverancia y determinación
2. Buenas habilidades de organización
3. Inteligencia emocional (intuición, carisma, etc).
4. Una titulación profesional sólida
5. Pensamiento positivo

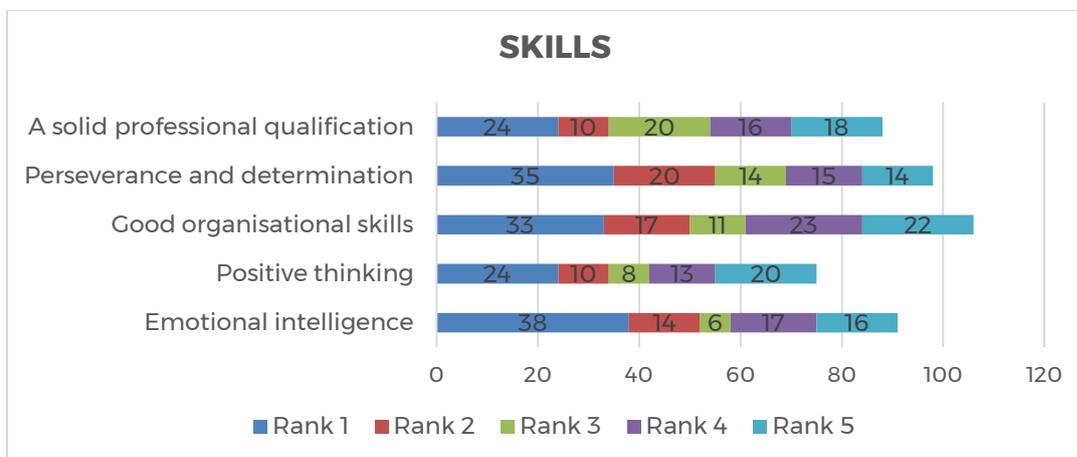


Figura 20: Habilidades más importantes para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Pregunta 10: Seleccione las 5 competencias más importantes que debe tener un buen gerente (por ejemplo, clasifíquelas del 1° al 5° por orden de importancia):

Las 5 competencias más importantes que debería tener un buen gerente, elegidas según su importancia por las mujeres que han respondido los cuestionarios, fueron las siguientes:

1. Establecer las prioridades de las actividades específicas de la empresa / departamento y delegación de responsabilidades
2. Desarrollar e implementar un plan de negocios completo y eficiente y una estrategia de desarrollo de una empresa/departamento
3. Organizar y administrar los recursos humanos de una empresa/departamento
4. Organizar y administrar los recursos materiales de una empresa/departamento
5. Gestionar riesgos

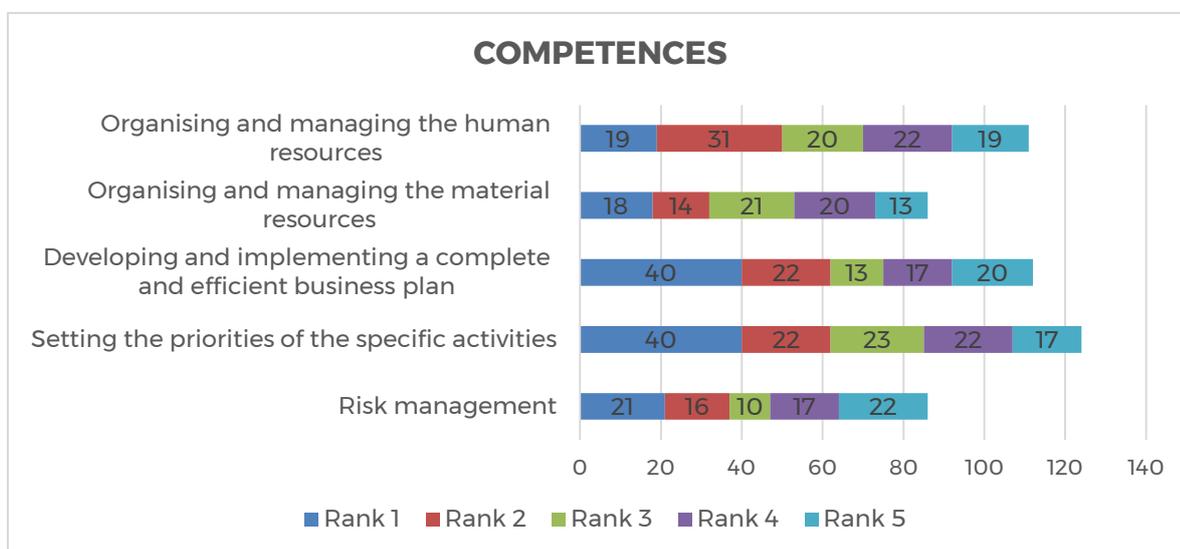


Figura 21- Competencias más importantes para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Pregunta 11: Seleccione las 5 habilidades más importantes que debe tener un buen gerente (clasifíquelas del 1° al 5° por orden de importancia):

Las 5 habilidades más importantes que debería tener un buen gerente, escogidas por las mujeres que han respondido los cuestionarios, fueron las siguientes:

1. Adaptarse a nuevas situaciones
2. Comunicar de manera eficaz
3. Organizar y planificar la actividad específica de la empresa/departamento
4. Analizar e interpretar datos e información a tenor de la estrategia de la empresa
5. Resolver problemas

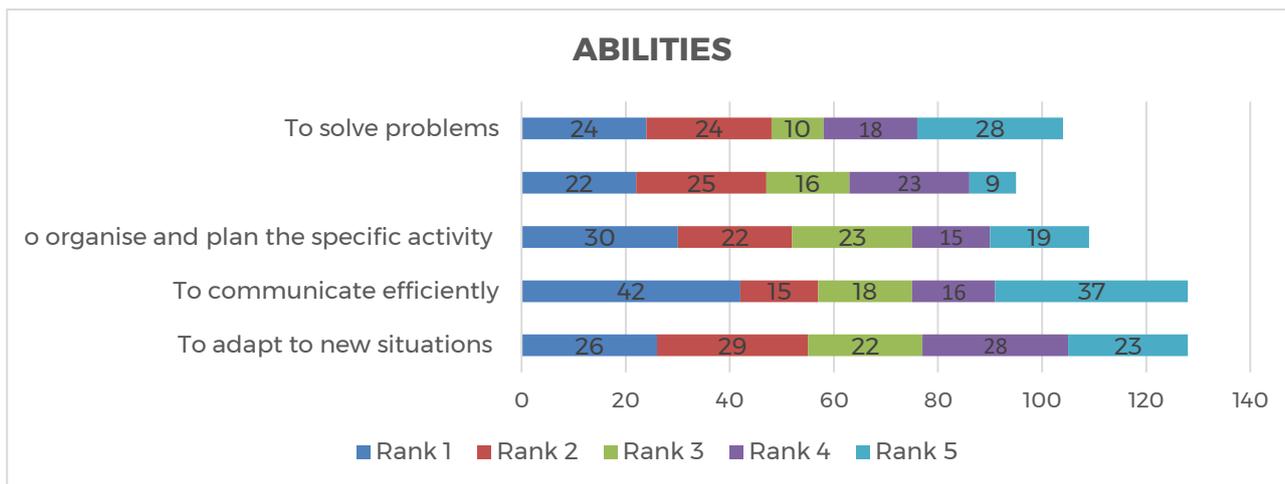


Figura 22: Habilidades más importantes para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

El análisis de estas 3 preguntas resulta en una interrelación de las características de un buen gerente, por ejemplo, un gerente con determinación, con buenas habilidades de organización sabrá cómo priorizar y adaptarse fácilmente a situaciones nuevas. También muestra que las mujeres consideran que la inteligencia emocional es un factor clave en su desarrollo como gerentes, lo que les da cierta flexibilidad en la interacción y la comunicación. Al mismo tiempo, eligieron "persistencia" y "determinación" como puntos fuertes de un buen gerente, complementado por "buena formación profesional", estas respuestas son coherentes con las respuestas a las preguntas 5 y 6.

Pregunta 12: De los siguientes, clasifique del 1º al 6º las razones que le han llevado a aceptar su puesto ejecutivo.

Del análisis de las respuestas a la pregunta 12, parece que la jerarquía de las razones más importantes que pueden hacer que las mujeres acepten una posición de liderazgo es la siguiente:

1. Ambición profesional
2. La pasión por la industria/ámbito en el que usted se moviliza
3. El excelente conocimiento de la industria en la que usted se moviliza
4. Instinto emprendedor
5. El deseo de una posición más independiente
6. Oportunidades económicas

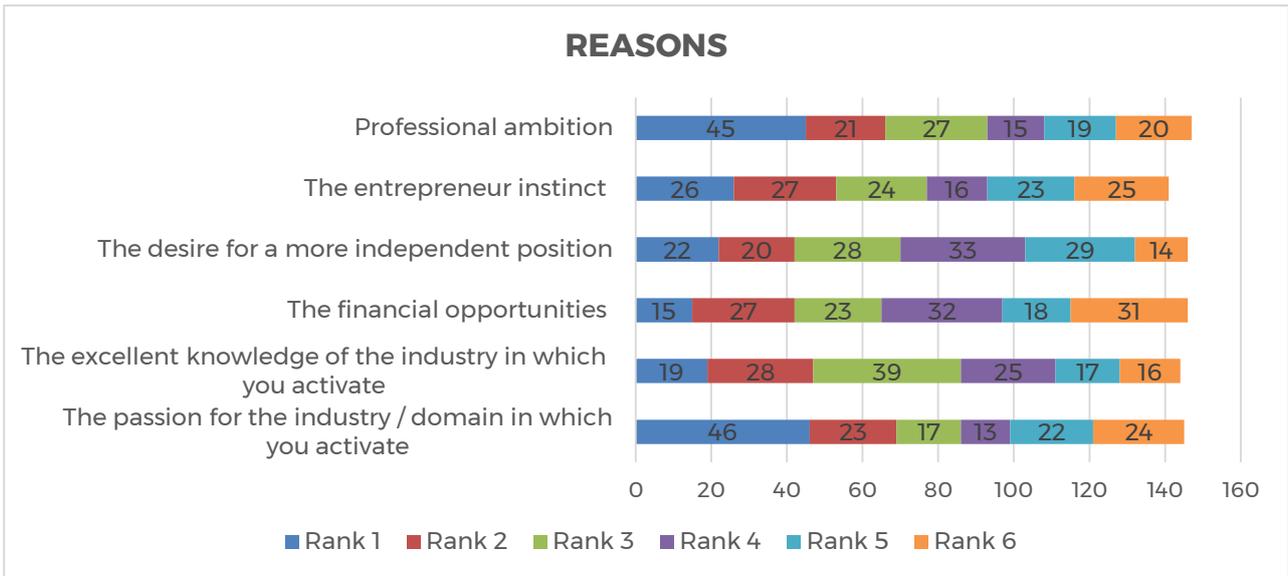


Figura 23: Motivos más importantes para aceptar un ascenso para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

De las respuestas a la pregunta 12 resulta que las mujeres aceptan una posición superior por ambición profesional y pasión por su trabajo y menos por la parte material, queriendo demostrar su valor profesional.

Pregunta 13: En cuanto a su propia carrera profesional ¿dónde se ve en 5 años?

En cuanto a su propia carrera profesional, los entrevistados eligieron las siguientes variantes:



Figura 24: Evolución de la carrera profesional de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Las mujeres implicadas en el estudio eligieron como primera opción el avance a nivel profesional y luego ser dueñas de su propia empresa.

Tras un análisis más exhaustivo de las respuestas, se puede observar lo siguiente:

El 62% de las mujeres todavía se ven trabajando en la misma industria (47% en la misma empresa, en el mismo puesto o en uno más alto y el 15% en otra empresa), lo que se correlaciona con las respuestas a la pregunta 12, de la cual la pasión y el conocimiento la industria han surgido como razones importantes para aceptar el trabajo, demostrando una vez más sinceridad al responder al cuestionario.

Por otro lado, el mismo alto porcentaje, junto con el hecho de que las respuestas que implican cambio tienen porcentajes muy bajos, también puede significar la reticencia de las mujeres a correr el riesgo de hacer cambios en sus carreras.

II.3.iv. SECCIÓN D. BARRERAS, DIFICULTADES, IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Pregunta 14: En el desarrollo de su carrera profesional, usted ha recibido el apoyo de...

A la pregunta 14, las mujeres gerentes involucradas en el estudio respondieron de la siguiente manera:

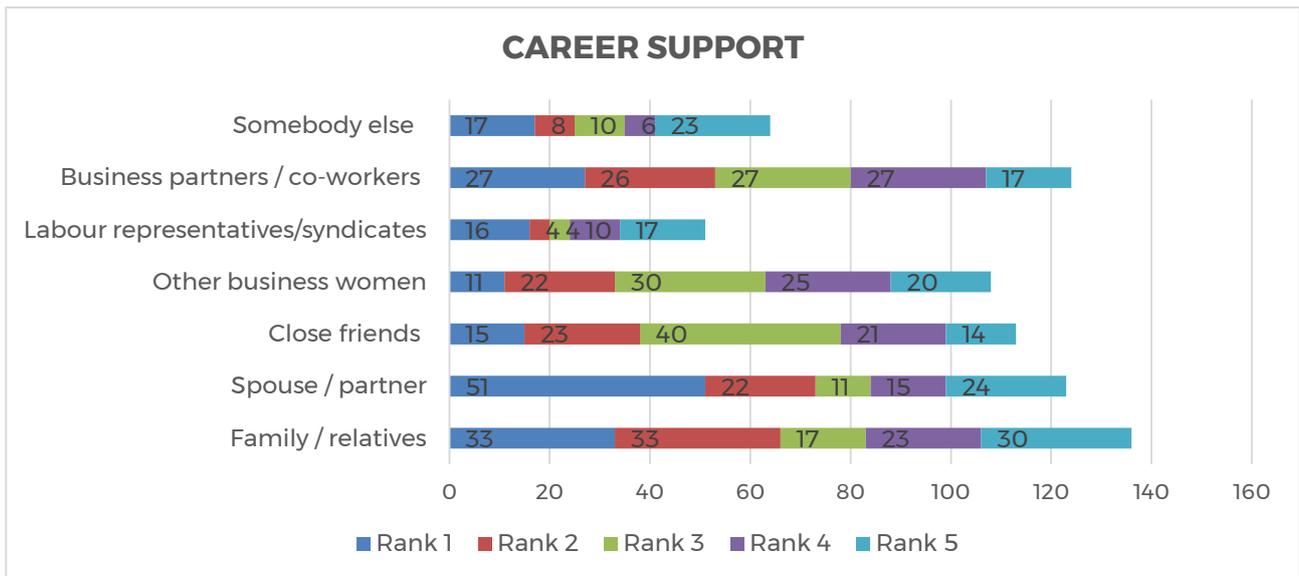


Figura 25: Apoyo de carrera profesional recibido por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Los resultados muestran que, en una proporción del 50%, las mujeres gerentes entrevistadas han recibido el apoyo de la pareja y la familia y de colaboradores, pero menos de otras mujeres de negocios, sindicatos y amigos cercanos.

Pregunta 15: ¿Qué dificultades ha encontrado para avanzar en su carrera?

La distribución de las respuestas a esta pregunta es la siguiente:

1. Dificultades para encontrar un equilibrio entre la vida personal y profesional
2. Falta de orientación/*mentoring*
3. Falta de tratamiento igualitario

4. Falta de ejemplos femeninos visibles
5. Falta de formación académica, conocimientos y/o habilidades específicas (tecnologías, idiomas y otros)

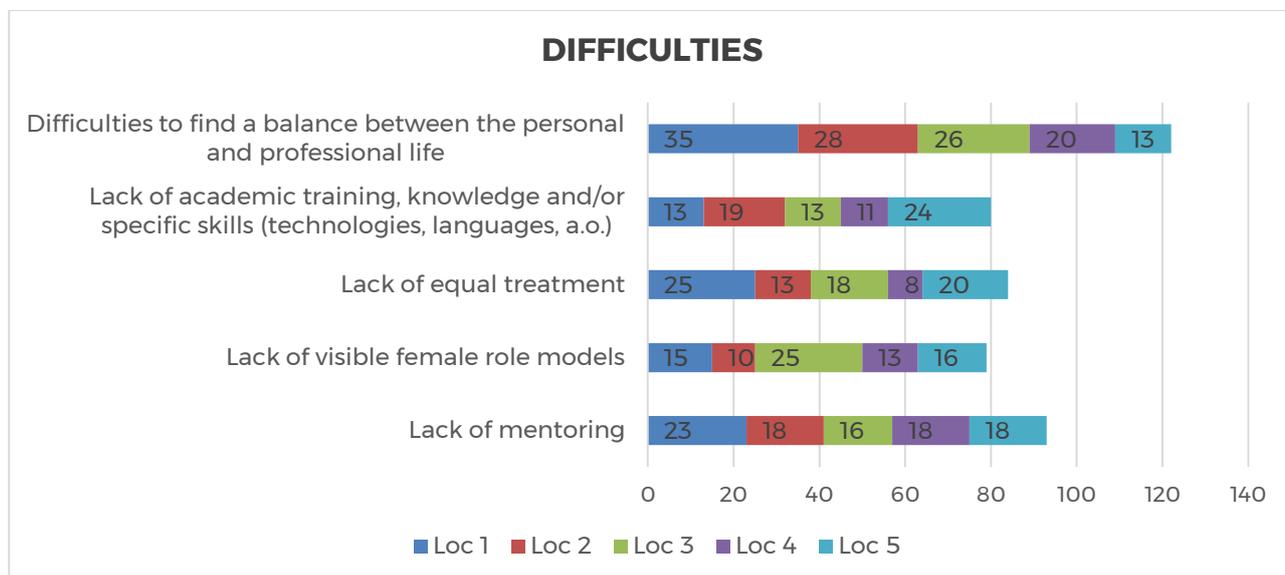


Figura 26- Dificultades para avanzar en su carrera profesional encontradas por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Las mujeres se ven influenciadas por el impacto del conflicto entre el trabajo y la familia, incluso cuando algunas de ellas reciben el apoyo de su pareja y/o su familia y también sienten la necesidad de apoyo del empleador.

A partir de la "falta de orientación/ mentoring", se puede entender la perpetuación de las mentalidades tradicionales según las cuales las mujeres deben lidiar con las actividades domésticas, lo cual, corroborado con la "falta de modelos femeninos", puede inhibir el desarrollo personal y profesional de las mujeres.

Esta mentalidad se perpetúa en el lugar de trabajo, también, "la falta de igualdad de trato" es la tercera barrera.

Las consecuencias de estos conflictos se manifiestan a nivel de los empleados al disminuir el rendimiento profesional y aumentar los problemas de salud física y emocional. La falta de eficiencia a nivel profesional y personal de los empleados es un tema importante para los gerentes. Pueden desarrollar e implementar prácticas organizativas para crear un ambiente de trabajo óptimo para los empleados, mujeres y hombres, con importantes beneficios comerciales.

Pregunta 16: ¿Cree que un hombre se toparía con los mismos problemas?

51 encuestadas respondieron afirmativamente y las otras 101 negativamente.



Figura 27- Percepción de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1, sobre las dificultades comunes que encuentran hombres y mujeres

De estos resultados de respuestas, existe una percepción de la existencia de discriminación contra las mujeres en comparación con los hombres.

Pregunta 17: Durante su actividad profesional, ¿alguna vez se ha sentido discriminada como mujer?

La distribución de las respuestas a la pregunta 17 es la siguiente:

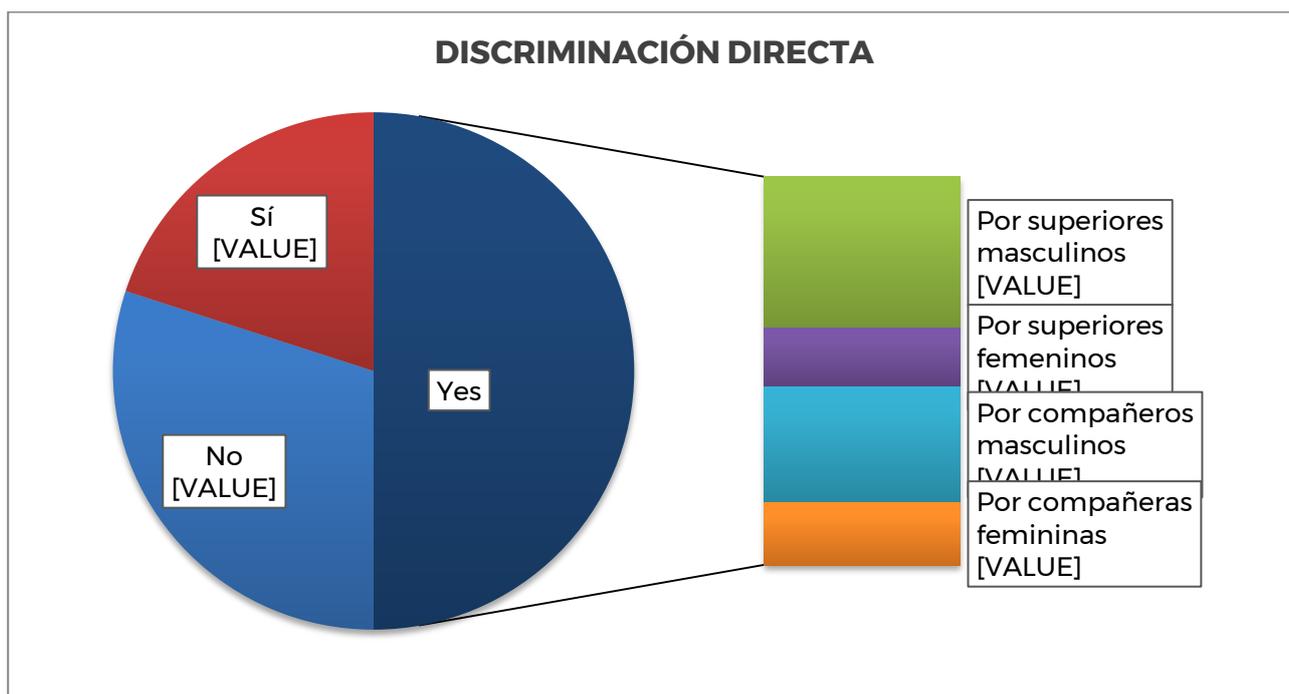


Figura 28- Discriminación directa encontrada por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Según estas respuestas, el 40% de las mujeres gerentes entrevistadas fueron directamente discriminadas, y en el 69% de los casos fue por hombres.

Por lo tanto, al corroborar las respuestas a las preguntas 16 y 17, las mujeres todavía no son plenamente conscientes del fenómeno de la discriminación. El hecho de que un hombre no se enfrente a los mismos problemas que una mujer en su carrera profesional no se ve totalmente como una discriminación, también es el resultado de las costumbres sociales.

Pregunta 18: ¿Qué cualidades cree que debería tener una mujer en un puesto ejecutivo en comparación con un hombre en un puesto ejecutivo?

La distribución de las respuestas a la pregunta 18 es la siguiente:

CALIDAD	SÍ	NO
Resistencia al estrés	113	28
Resistencia al esfuerzo (horas extras, viajes, etc)	99	43
Autocontrol (noción de la realidad, calma, etc.)	120	24
Claridad de pensamiento y resolución en la toma de decisiones	115	27
Otros.....	31	61

Figura 29- Cualidades adicionales que una mujer gerente debería tener de acuerdo con las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

De acuerdo con algunos estereotipos, los hombres son más analíticos, más precisos y mejores en abstracción, razonamiento y resolución de problemas, mientras que las mujeres son percibidas como más imaginativas, intuitivas, receptivas, buenas conversadoras y creativas.

La muestra representativa indica que a la mujer gerente le gustaría lograr los rendimientos masculinos en el área de la racionalidad y la claridad de pensamiento, el autocontrol y la resistencia al estrés, lo que puede indicar el reconocimiento de puntos más débiles en esta área, que también se confirma por otras preguntas, como la capacidad de dominar las emociones.

Estas respuestas también indican que las mujeres creen en estos estereotipos, sienten que no tienen las mismas cualidades que los hombres y esta falta de confianza en sí mismas puede explicar la falta de observación del fenómeno de la discriminación.

También hubo 28 mujeres que respondieron a la variante "Otros", el 32% de estas respuestas dijeron que las mujeres y los hombres en puestos similares deberían tener las mismas cualidades y el 21% que las mujeres deberían tener más confianza en sí mismas, lo que corresponde a la conclusión del resto de las respuestas.

Pregunta 19: ¿Cuáles son las barreras de una mujer en un puesto ejecutivo en comparación con un hombre en un puesto ejecutivo?

Las respuestas a la pregunta número 19 se jerarquizan de la manera siguiente:

- ✓ Maternidad
- ✓ Tareas relacionadas con el cuidado de otros
- ✓ Estereotipos sexistas/prejuicios
- ✓ Su propio carácter
- ✓ Tareas del hogar
- ✓ Ideal de femineidad
- ✓ Otros

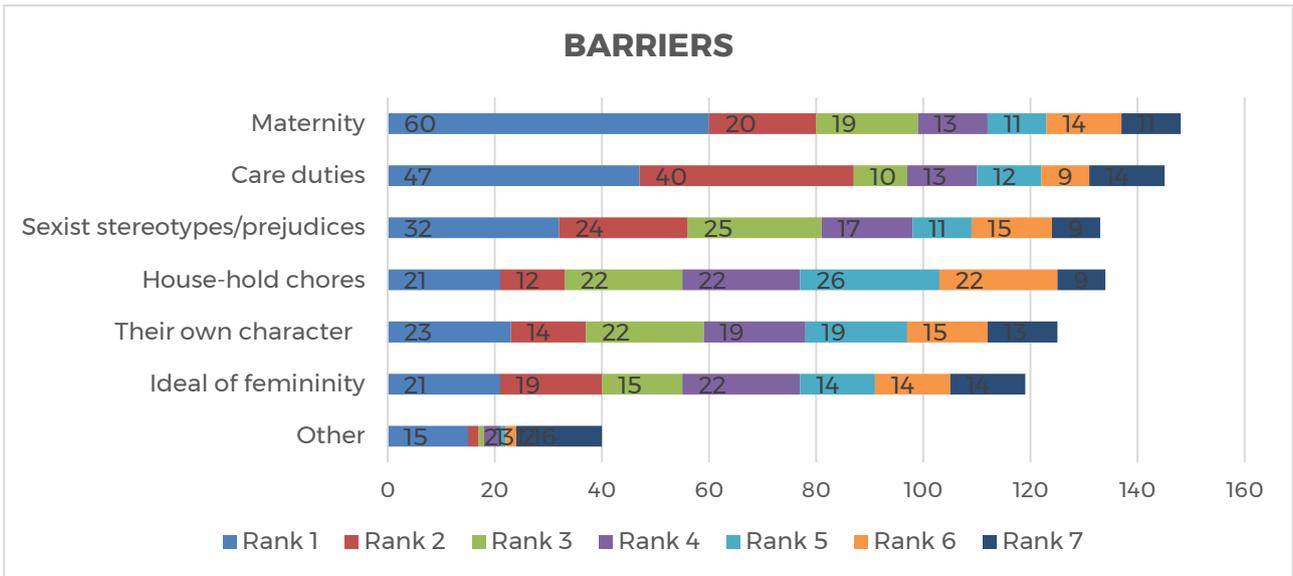


Figura 30: Barreras que enfrentan las mujeres en comparación con los hombres, de acuerdo con las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

La muestra representativa denota una alta percepción de algunas limitaciones naturales inevitables en el ejercicio de funciones gerenciales, como el embarazo y el cuidado de menores, así como tabúes y estereotipos que respetan las normas culturales de la sociedad (estereotipos, incapacidad para compartir las tareas domésticas o cuidado de niños, etc.).

De las 18 mujeres que han explicado la opción "Otros", un tercio respondió "discriminación".

Pregunta 20: ¿Cómo considera que las mujeres están representadas en su sector?

Las respuestas se distribuyen de la manera siguiente:



Figura 31- Representatividad de las mujeres según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

II.3.v. SECCIÓN E. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Del análisis de los datos demográficos, ocurre lo siguiente:

Pregunta 21: Su edad ___ años

La mayoría de las personas involucradas en el estudio tenían 40-49 años (43,90%);

<u>20-29 años</u>	<u>30-39 años</u>	<u>40-49 años</u>	<u>50-59 años</u>	<u>60-69 años</u>
9	30	66	35	10

Figura 32- Edades de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

Pregunta 22: ¿Cuál es su último nivel de estudios?

El último nivel de estudios completado por la mayoría de las encuestadas (89%) fue la educación superior (Licenciatura/ Máster/ Doctorado);

NIVEL DE ESTUDIOS	GRADUADA ANTES DE EMPEZAR A TRABAJAR	GRADUADA DESPUÉS DE EMPEZAR A TRABAJAR
Primera etapa de la educación secundaria y nivel educativo bajo/estudios profesionales (incluidos los certificados de profesionalidad)	2	1
Segunda etapa de la educación secundaria y educación postsecundaria	14	3
Educación superior: Licenciatura/Máster/Doctorado	86	49

Figura 33- Educación de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1

Pregunta 23: ¿Su educación está especializada en el campo en el que trabaja?:

La educación de las encuestadas está mayoritariamente especializada en el campo donde trabajan (72%), lo que se correlaciona con las respuestas a otras preguntas (aceptaron un puesto superior debido al conocimiento que tienen sobre el dominio y otros);

Pregunta 24: Durante su vida laboral ¿ha recibido más formación?

134 de las personas involucradas en el estudio asistieron a otros cursos/formaciones desde que ingresaron al mercado laboral, mientras que los 18 restantes no pudieron asistir a otros cursos debido a la falta de dinero, tiempo o programas específicos para su actividad sectorial, lo que demuestra que las mujeres están interesadas en ampliar sus conocimientos y mejorar sus capacidades.

Pregunta 25: Estructura familiar

La estructura de la familia de las encuestadas es la siguiente:

- Sola, sin dependientes (15 personas)
- Con una pareja, sin dependientes (31 personas)
- Con una pareja, con dependientes (89 personas)
- Sola, con dependientes (17 personas)

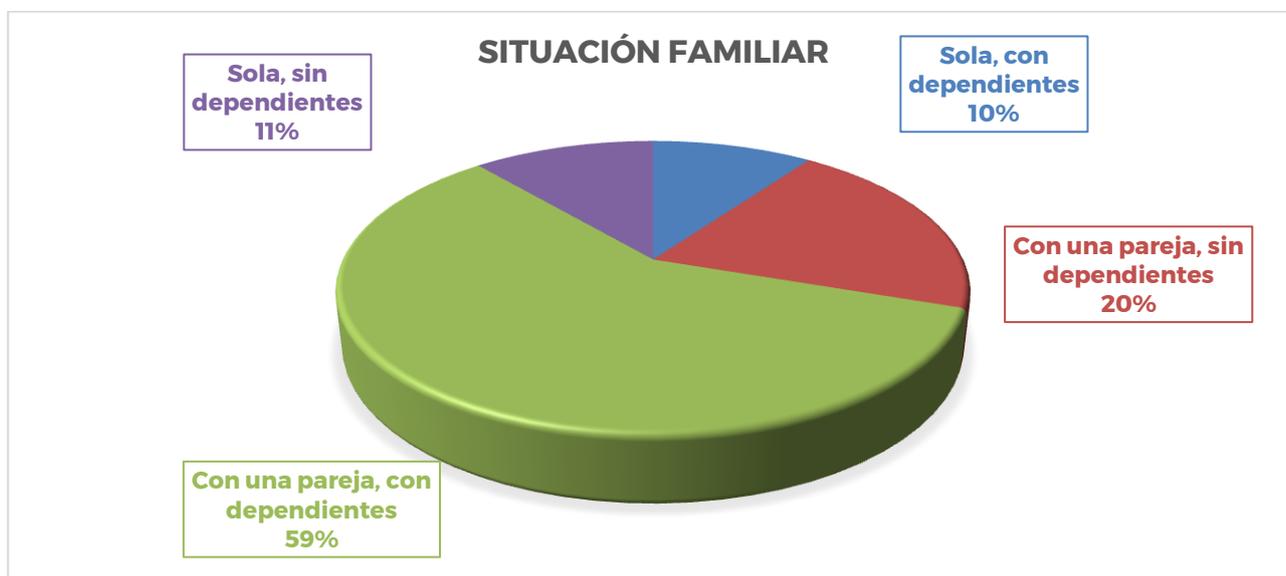


Figura 34- Situación familiar de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.

El hecho de que el 90% de las encuestadas esté en algún tipo de estructura familiar es la mejor prueba de que incluso si el equilibrio entre la vida personal y profesional era considerado por las encuestadas como la dificultad número uno que encontraban (pregunta 15), puede alcanzarse, no es una utopía y la familia puede ser el mejor sistema de apoyo para una mujer.

Pregunta 26: Su país de origen o grupo étnico:

País de origen: España (62); Malta (24); Rumanía (22); Reino Unido (18); Lituania (14); Países Bajos y Macedonia (2); 1 persona de Francia, Malasia, Moldavia, Grecia, Polonia, Eslovenia, Italia, Panamá.

II.4. CONCLUSIONES

Si volvemos a la hipótesis de este estudio, podemos ver que están total o parcialmente confirmadas:

H₁: Al menos el 50% de las gerentes admite que necesita formación continua.

- El 88% de las encuestadas ha asistido a diversos cursos de formación durante su vida profesional y el 92% de ellas considera que las formaciones para empleados son extremadamente o al menos bastante útiles, lo que demuestra esta hipótesis en su totalidad.

H₂: Al menos el 50% de las gerentes tiene una sólida motivación para la gestión.

- Las mujeres gerentes quieren y tienen el potencial para escalar en la jerarquía, y están muy motivadas para hacerlo. El aspecto motivacional y aspiracional se observa fuertemente en las respuestas a la pregunta 12 - Seleccione las razones más importantes que le han llevado a aceptar su posición ejecutiva y la pregunta 13 - En cuanto a su carrera profesional, ¿dónde se ve en 5 años?
- Si corroboramos las respuestas a las preguntas 5, 9, 10, 11 y 12, resulta obvio que las mujeres gerentes ponen más énfasis en la comunicación, la inteligencia emocional y las opciones motivacionales en la gestión que en la gestión estratégica, pero también consideran que las habilidades organizativas y estratégicas son de mayor valor en el rendimiento de su gestión.

H₃: Al menos el 50% de las encuestadas dice que la discriminación de género es real

- El grupo encuestado no percibe completamente la discriminación como un elemento importante de las limitaciones de las mujeres gerentes, por lo que los supuestos de la investigación se confirman parcialmente.
- Existe una paradoja en el sentido de que se reconoce la existencia del fenómeno de la discriminación (66% lo reconoce en la pregunta 16), pero no se percibe como un fenómeno que podría constituir una barrera para el avance de la carrera profesional (sólo el 55% reconoce la falta de tratamiento igualitario como una dificultad - pregunta 15, sólo el 40% admite que ha sido directamente discriminado - pregunta 17).

El estudio muestra que aunque las mujeres de la muestra representativa tienen el potencial y el deseo de avanzar, ésto debe duplicarse mediante la formación profesional como gerente, centrándose en procesos estratégicos clave y una clara comprensión de las prioridades y una mayor capacidad para establecer opciones estratégicas, que les permitiría afirmarse en lo más alto posible en el engranaje gerencial y la jerarquía específicas.

Además, como se comentó anteriormente en el análisis de las respuestas dadas a algunas de las preguntas (15, 18, 19, y otras), el estudio también muestra una falta de confianza en sí mismas entre las mujeres, y muy probablemente causada por los estereotipos culturales tradicionales específicos heredados de una generación a otra. Esta falta de confianza en uno mismo puede reforzarse y mejorarse a través de cursos a medida centrados en la autoestima, la asertividad, y otros.

III. INFORME FINAL DEL CUESTIONARIO IO1.A2. - MUJERES QUE TRABAJAN EN SECTORES TRADICIONALES

III.1. SUPUESTOS GENERALES DE LA HIPÓTESIS

Estudios previos indican que, aunque hay un fuerte enfoque en la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, y se ha demostrado que el empleo de un número igual de mujeres y hombres ha llevado al crecimiento del PIB de algunos países, en el mercado laboral europeo todavía existe una diferencia, ya que solo el 21% de los miembros de los consejos directivos de las empresas europeas más importantes son mujeres.

Nuestra hipótesis es, por lo tanto, que las mujeres no alcanzan puestos ejecutivos debido a una compleja combinación de factores culturales, sociales y educativos en los que la discriminación de género juega un papel importante.

III.2. METODOLOGÍA

El estudio intenta medir cuán válida es esta hipótesis mediante el análisis de las percepciones de mujeres con experiencia laboral en sectores tradicionales, pero que no han alcanzado posiciones ejecutivas, a través de cuestionarios distribuidos en una muestra representativa.

La fase preliminar de la investigación incluye los siguientes pasos: definir el tema decisional, el propósito de la investigación y los objetivos de la investigación.

• *Definir el problema decisional*

El problema decisional es que las mujeres enfrentan dificultades para avanzar en la jerarquía de gestión empresarial como resultado de limitaciones específicas, incluida la discriminación.

La investigación tuvo como objetivo analizar la situación de las mujeres que desean avanzar en sus carreras.

• *Propósito de la investigación*

El objetivo de la investigación es evaluar las percepciones y limitaciones de las mujeres que trabajan fundamentalmente en sectores tradicionales. Por lo tanto, se recopilaron diversos datos que luego proporcionaron detalles sobre las limitaciones de las mujeres con experiencia en su campo de trabajo.

• *Objetivos de la investigación*

Empezando por la meta, se elaboraron los objetivos que llevaron a la identificación de la información necesaria para el análisis de marketing::

- Identificar a qué categoría de operadores en los sectores tradicionales pertenece cada empresa;
- Identificar la posición de las mujeres en la empresa;
- Determinar la relación entre el número de hombres y mujeres a nivel de

- empresa/departamento;
- Identificar el número de mujeres en puestos directivos;
 - Determinar la visión general sobre las posibilidades de ascenso profesional en la empresa;
 - Determinar la opinión general sobre las posibilidades de los hombres para ascender;
 - Identificar los motivos del ascenso;
 - Identificar las razones para rechazar un ascenso;
 - Determinar la relación entre tipos de contratos laborales;
 - Determinar el nivel de conocimiento en idiomas extranjeros;
 - Determinar el nivel de conocimiento en habilidades informáticas;
 - Determinar la opinión general con respecto a la participación en formaciones o cursos;
 - Identificar los cursos más relevantes;
 - Identificar las causas que llevaron a la falta de participación en estos cursos/formaciones;
 - Identificar las habilidades requeridas para un buen gerente;
 - Identificar las competencias requeridas para un buen gerente;
 - Identificar las habilidades que necesita un buen gerente;
 - Identificar las barreras específicas encontradas a lo largo de sus carreras profesionales;
 - Determinar la opinión general acerca de la transparencia en el proceso de selección;
 - Determinar la opinión general sobre los requisitos que deben cumplir los gerentes de la empresa;
 - Determinar la opinión general sobre la oferta de cursos/formaciones para cumplir con estos requisitos;
 - Determinar la visión general del horario de trabajo y la organización del tiempo;
 - Determinar la opinión general sobre la participación obligatoria de los empleados en cursos/formaciones;
 - Identificación de las formas de asistencia ofrecidas a los empleados para el equilibrio de la vida profesional y familiar;
 - Determinar la opinión general sobre el interés de las mujeres hacia la vida privada en comparación con el interés en la vida pública;
 - Determinar la opinión general sobre la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres;
 - Determinar la opinión general sobre la coherencia de las habilidades y

- competencias de las mujeres con los requisitos de los puestos directivos;
- Determinar la opinión general sobre la correspondencia de las habilidades y competencias de hombres y mujeres con ciertos trabajos;
 - Determinar la probabilidad de que una mujer llegue a un puesto gerencial más lentamente que un hombre;
 - Determinar la opinión general sobre la conciencia de las mujeres sobre la igualdad de oportunidades;
 - Identificar la existencia de planes de políticas sobre igualdad de género;
 - Determinar la opinión general sobre la participación de los sindicato en el ascenso profesional de la mujer;
 - Determinar la opinión general sobre la existencia de estereotipos y con tintes sexistas en la empresa;
 - Identificación de recursos que pueden ayudar a las mujeres a dedicarse al desarrollo profesional;

Hipótesis generales de la investigación

- La mayoría de las mujeres considera que hay limitaciones en su avance profesional;
- La mayoría de los encuestados considera que existe discriminación de género;
- La mayoría de las mujeres indican que existen restricciones en la formación continua;

Hipótesis estadísticas de la investigación

H₁: Al menos el 50% de los encuestados dice que la discriminación de género es real;

H₂: Al menos el 50% de los gerentes tienen una fuerte motivación gerencial;

H₃: Al menos el 50% de los encuestados admite que la formación continua es necesaria;

La fase de diseño de la investigación comprende los siguientes pasos: selección de las fuentes de información y determinación del tamaño de muestra representativo.

- *Seleccionar las fuentes de información*
 - La *recopilación de datos* se basó en el cuestionario como una herramienta para recopilar información;
 - El *colectivo investigado* estaba compuesto por mujeres en diferentes departamentos;

La *unidad de muestreo* (a partir de la cual se recopiló la información) estuvo representada por las personas designadas por la dirección de la empresa para participar en esta encuesta;
- *Determinación del tamaño de la muestra representativa*

El tamaño mínimo de la muestra representativa se estableció en 120 encuestados (representantes de la compañía) y hubo un total de 166 encuestados finales.

La fase de investigación incluye los siguientes pasos: recopilar información, procesar y analizar e interpretar los resultados.

- *Recopilación de información*

La recopilación de información se realiza a través del cuestionario administrado como instrumento de medición que tiene la función de recopilar y sistematizar los datos.

El cuestionario para los sectores tradicionales contiene 26 preguntas predefinidas, presentadas a las mujeres encuestadas de la siguiente manera:

- Pregunta n° 1 a la pregunta n° 8 son preguntas relacionadas con el trabajo, de la categoría de preguntas básicas relacionadas con el problema investigado, dirigidas a todos los encuestados;
- Pregunta n° 9 a la pregunta n° 15 son preguntas sobre educación;
- Pregunta n° 16 a la pregunta n° 20 son preguntas relacionadas con el ascenso profesional: barreras y restricciones;
- Pregunta n° 21 a la pregunta n° 26 son preguntas relacionadas con datos sociodemográficos;

Las preguntas utilizadas en el cuestionario están cerradas (opciones dicotómicas y múltiples) y abiertas..

- *Procesamiento, análisis e interpretación de datos primarios y secundarios*

Se procesaron 166 cuestionarios de mujeres que trabajan en los sectores tradicionales: industria del mueble, industria textil, industria del cuero y el calzado, así como otros sectores de actividad como finanzas, salud, administración pública, servicios, logística, mercadotecnia, ventas, educación, publicidad, etc.

III.3. INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

III.3.i. SECCIÓN 1. SITUACIÓN LABORAL

Pregunta 1. - ¿En qué sector trabajas?

Industria del mueble	Industria textil	Industria piel/calzado	Otros
61	38	22	45

Figura 35 - Sector de actividad de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.



Figura 36- Sector de actividad de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Pregunta 2: ¿Cuántos años de experiencia tienes en empresas del mismo sector?

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:

0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-45
41	34	29	13	19	8	16	1	3

Figura 37- Años de experiencia de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Esto muestra que el 75% de las mujeres entrevistadas tienen al menos 5 años de experiencia en su campo, lo que en teoría significa que se cumplen el tiempo y la experiencia en las condiciones del lugar de trabajo para obtener una oportunidad de ascenso.

Pregunta 3: ¿Cuántos empleados tiene su empresa?

Los tamaños de las empresas en las que trabajan las entrevistadas son los siguientes:

Entre 1-24 empleados	Entre 25-49 empleados	Entre 50-99 empleados	Entre 100-250 empleados	Más de 250 empleados
77	24	15	22	18

Figura 38- Tamaño de las empresas en las que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.



Figura 39 - Tamaño de las empresas en las que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

El análisis de los datos muestra que la mayoría de las mujeres entrevistadas provienen de empresas cuyo número de empleados se encuentra en el rango entre 1-24 (49%).

Pregunta 4: En tu ambiente laboral (empresa y departamento) hay...

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:

	Empres	Departamento
Más hombres que mujeres	57	38
Más mujeres que hombres	54	81
Una mezcla aproximadamente igualitaria de hombres y mujeres	54	34

Figura 40- Proporción hombres/mujeres por total de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

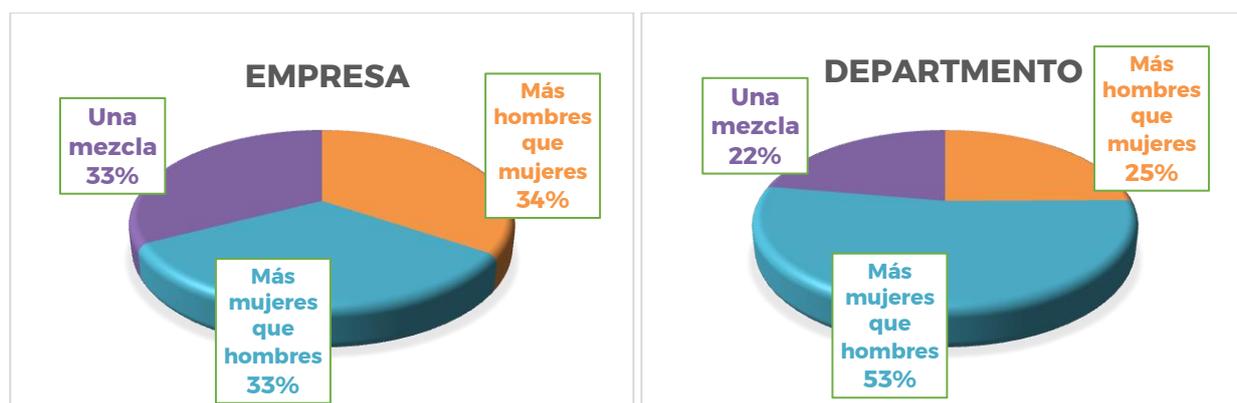


Figura 41- Proporción hombres/mujeres por total de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Según las respuestas totales, a nivel de empresa, en el entorno donde la mujer trabaja, la relación entre mujeres y hombres es aproximadamente igual y podría considerarse un entorno menos favorable para la discriminación de género.

Sin embargo, a nivel departamental, la proporción de mujeres es mucho más alta, lo que denota que el aumento de mujeres en la carrera se detiene más a menudo en este nivel.

A nivel industrial, la situación es la siguiente:

Industria del mueble	Empresa	Departamento
Más hombres que mujeres	34	20
Más mujeres que hombres	5	25
Una mezcla aproximadamente	22	14

igualitaria de hombres y mujeres		
----------------------------------	--	--

Figura 42- Proporción hombres/mujeres en la industria del mueble según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Industrias textil	Empresa	Departamento
Más hombres que mujeres	6	4
Más mujeres que hombres	36	38
Una mezcla aproximadamente igualitaria de hombres y mujeres	18	11

Figura 43- Proporción hombres/mujeres en la industria textil/piel según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

En la industria del mueble, a nivel de empresa, predominan los hombres, pero a nivel departamental predominan las mujeres.

En la industria textil y del cuero, las mujeres dominan tanto a nivel de empresa como de departamento.

En el análisis de estas respuestas, también hubo una diferencia entre los países que participaron en este estudio, a saber:

	España		Lituania		Rumanía		Reino Unido		Malta	
	Emp	Dep	Emp	Dep	Emp	Dep	Emp	Dep	Emp	Dep
Más hombres que mujeres	31	18	9	7	2	2	8	7	3	2
Más mujeres que hombres	18	38	11	13	23	20	0	4	2	4
Una mezcla aproximadamente igualitaria de hombres y mujeres	29	19	5	5	7	3	7	4	2	1

Figura 44- Proporción hombres/mujeres por país según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2

En España, los hombres son definitivamente predominantes en el nivel de la empresa, mientras que a nivel departamental los porcentajes se invierten, siendo predominante la mujer, y la mayoría de los encuestados provienen de la industria del mueble. La situación es la misma incluso en la industria textil, donde a nivel de la empresa predominan los hombres o una mezcla de hombres y mujeres, y las mujeres predominan a nivel departamental.

En Lituania, el resultado se inclina más hacia el predominio de las mujeres en ambos niveles, pero en la industria del mueble predominan los hombres y en la industria textil predominan las mujeres.

En Rumania, prevalecen las mujeres en ambos niveles y la mayoría de los encuestados provienen de la industria textil / del cuero y del calzado.

En Malta, existe predominantemente una combinación equitativa, con tendencias hacia el predominio masculino a nivel de empresa, y hacia el predominio femenino a nivel departamental.

En el Reino Unido, los hombres predominan en ambos niveles.

Pregunta 5: ¿Hay mujeres en puestos intermedios y de gestión ejecutiva en su empresa??

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:

Sí	No	No lo sé
124	36	5

Figura 45- Presencia de mujeres directivas en las empresas en las que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.



Figura 46- Presencia de mujeres directivas en las empresas en las que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Según el análisis de los datos, en el 75% de las empresas en las que trabajan las entrevistadas hay mujeres en puestos directivos, pero correlacionadas con la proporción de hombres/mujeres a nivel de empresa, probablemente su número no sea comparable con el número de hombres directivos.

Pregunta 6: El departamento en el que trabajas es...

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:

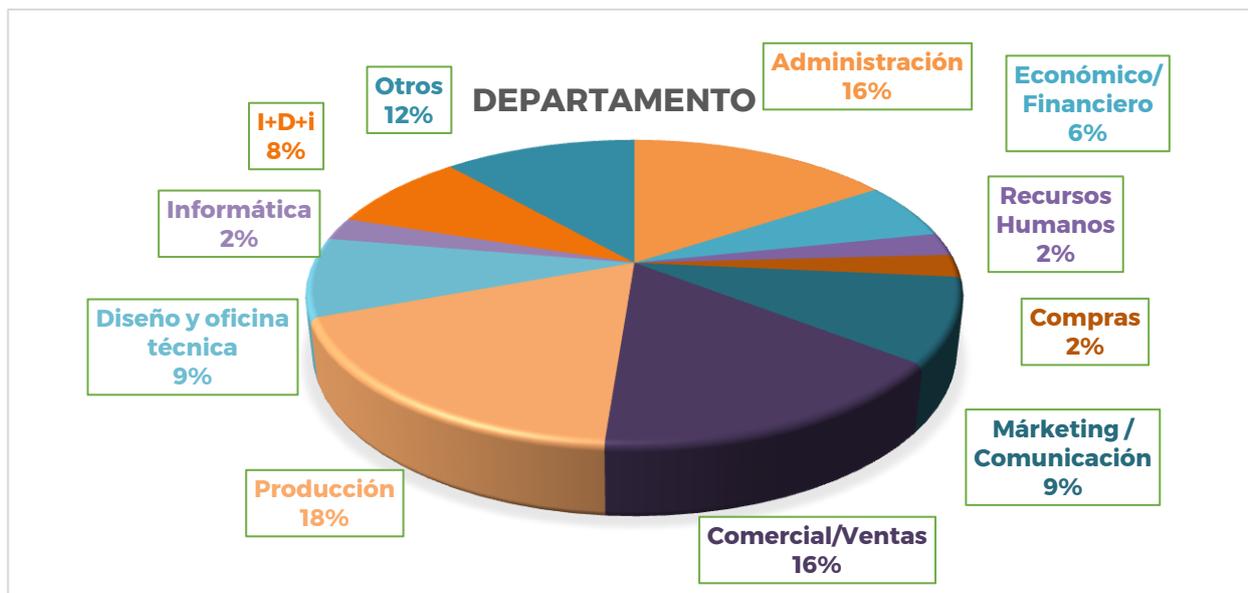


Figura 47- Departamento en el que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Question 7: A lo largo de tu vida laboral, ¿has tenido oportunidades de ascenso profesional?

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:

Sí	No
74	92

Figura 48- Oportunidades de promoción para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2



Figura 49 - Oportunidades de promoción las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Solo el 45% de las mujeres entrevistadas han tenido la oportunidad de avanzar en su carrera (pero no a un puesto de alto nivel ejecutivo) y las principales razones para recibir los ascensos fueron: la experiencia, la competencia en el desempeño de sus trabajos, los estudios y habilidades.

De las mujeres a quienes se les había ofrecido un ascenso, hubo algunas que rechazaron el nuevo puesto, y la mayoría dijo que era por motivos familiares, pero algunas también dijeron que no se sentían adecuadas para el puesto (sin tener las

habilidades correctas, la experiencia correcta, los estudios correctos, etc.), aunque habían sido recomendados por los superiores a esta promoción, mostrando así una falta de confianza en sí mismos.

En la subpregunta, ¿se consideró también a los hombres para la misma promoción? No todos los encuestados respondieron, pero estos son los resultados:

Sí	No
37	20

Figura 50 - Igualdad de oportunidades para los ascensos ofrecidas a los hombres al mismo tiempo que a las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Tras un análisis más detallado de estas respuestas, que a primera vista sugiere una discriminación contra los hombres, la mayoría de las respuestas provienen de mujeres que trabajan en entornos en los que predominan las mujeres, por lo que probablemente no fue un caso de discriminación, sino de hombres a los que se les ofrece una oportunidad.

Pregunta 8: Tu tipo de contrato es...

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:



Figura 51- Contrato de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Como la mayoría de las mujeres entrevistadas tienen un contrato a largo plazo, la naturaleza temporal del trabajo no puede tomarse en consideración como una razón para que no les sea ofrecido un ascenso.

III.3.ii. SECCIÓN 2. FORMACIÓN

Pregunta 9. - Los estudios previos a su vida laboral y después del comienzo de su vida laboral son...

La última forma de educación de la mayoría de las encuestadas (64%) es la educación superior: Licenciatura/Máster/Doctorado.

Formación	Antes de comenzar a trabajar	Después de comenzar a trabajar
Primera etapa de la escuela secundaria, formación profesional y certificados de profesionalidad	8	13
Segunda etapa de la educación secundaria y educación postsecundaria	19	19
Educación superior: Licenciatura/Máster/Doctorado	35	72

Figura 52- Educación de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.



Figura 53- Educación de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

El hecho de que el 63% de las mujeres entrevistadas hayan obtenido la última forma de educación después de haber comenzado a trabajar demuestra que consideran que la formación continua es muy importante.

Pregunta 10: Tu conocimiento de lenguas extranjeras es ...

Idioma	Elemental	Medio	Avanzado	Nativo
Inglés	28	49	59	13
Francés	47	23	4	2
Alemán	16	2	2	-
Español	12	6	3	32
Lituano	-	-	1	25
Maltés	-	1	2	4
Rumano	1	-	-	29
Italiano	13	7	3	1
Ruso	5	2	7	-
Catalán	6	-	-	-
Polaco	-	2	-	-

Figura 54- Idiomas extranjeros conocidos por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

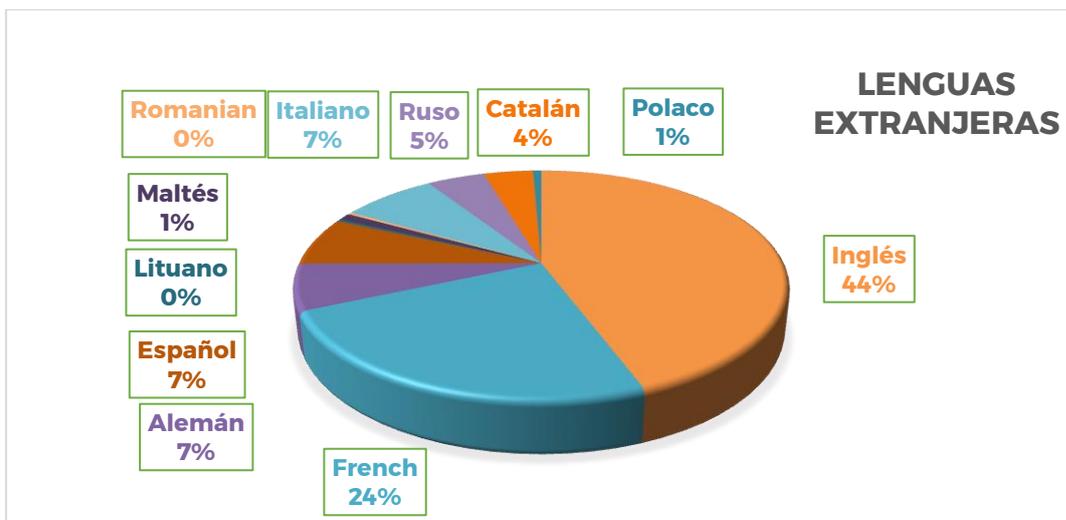


Figura 55- Idiomas extranjeros conocidos por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

El análisis de los datos muestra que la mayoría de las mujeres entrevistadas hablan inglés (44%) y francés (24%).

Pregunta 11: Su formación/conocimientos sobre TICs (Tecnologías de la información y la comunicación) es:

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:

Conocimiento escaso del uso de las TIC	Conocimiento básico del uso de las TIC	Conocimiento bueno del uso de las TIC	Conocimiento avanzado del uso de las TIC
15	39	92	20

Figura 56 - Conocimiento de TICs de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.



Figura 57- Conocimiento de TICs de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Pregunta 12: ¿Has recibido algún tipo de formación durante tu vida profesional?

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:



Figura 58- Formación de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

El análisis de las respuestas a la pregunta n° 12 muestra que la mayoría de las mujeres (75%) considera que es importante participar en diversos cursos de capacitación y desarrollo profesional, lo que corresponde a la conclusión obtenida de la pregunta n°9.

Entre los cursos más relevantes seguidos por las mujeres entrevistadas, se pueden mencionar los relacionados con idiomas extranjeros, finanzas, informática, programas específicos del trabajo, marketing, contabilidad, redes sociales, recursos humanos, comunicación, gestión, etc.

Los principales obstáculos que impidieron a las mujeres entrevistadas seguir una capacitación fueron los siguientes, en orden descendente::

- ✓ Falta de programas de formación específicos para mi trabajo/sector
 - ✓ Falta de tiempo
 - ✓ Falta de dinero
 - ✓ Falta de interés
 - ✓ Falta de apoyo por parte de mi familia/pareja
- Otros: la compañía no ofrecía programas de formación o debido a responsabilidades familiares.



Figura 59 - Barreras para acceder a la formación de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Las mujeres que respondieron con "falta de programas de formación específicos para mi trabajo/sector" trabajan en los siguientes departamentos: producción (9 mujeres), comercial/ventas (5 mujeres), administración (2 mujeres), educación, economía, compras, márketing/comunicación (1 mujer cada uno).

Pregunta 13: Por favor, seleccione entre las 5 habilidades más importantes que debería tener un buen gerente.

En el análisis de este tipo de preguntas se tuvieron en cuenta las 3 primeras posiciones para cada variante, el mismo método establecido en el análisis del primer cuestionario.

A la pregunta nº 13, los encuestados eligieron, de acuerdo con su importancia, las siguientes habilidades que un buen gerente debería tener:

- ✓ Buenas habilidades organizativas
- ✓ Espíritu de equipo
- ✓ Habilidades comunicativas
- ✓ Sólida formación profesional
- ✓ Respeto por los colaboradores

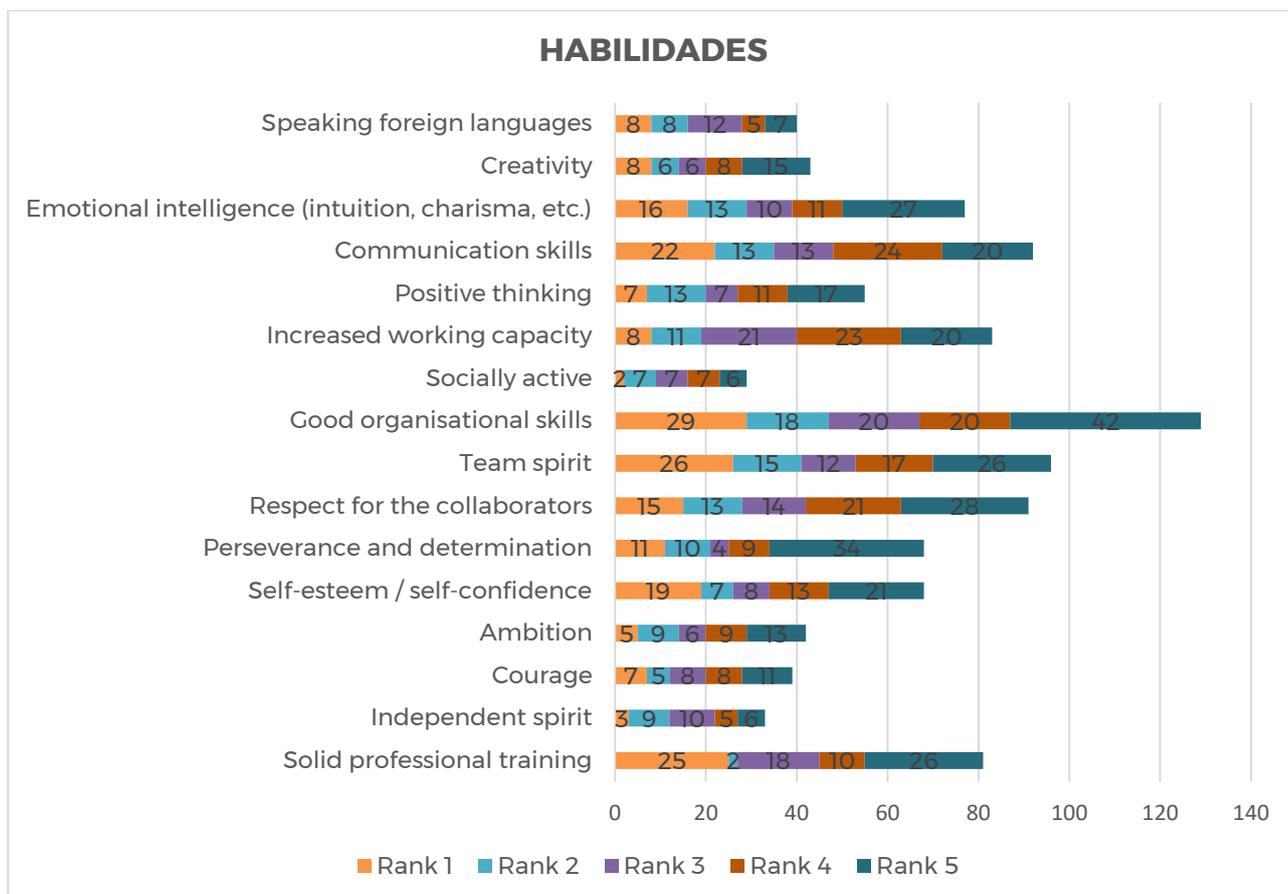


Figura 60: Habilidades más importantes para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Pregunta 14: Por favor, seleccione entre las 5 competencias más importantes que debería tener un buen gerente

Las 5 competencias más importantes que debe tener un buen gerente, elegidas según su importancia por las mujeres involucradas en completar los cuestionarios, fueron las siguientes::

- ✓ Organizar y administrar los recursos humanos de una empresa/departamento
- ✓ Establecer las prioridades de las actividades específicas de la empresa/departamento y del correcto reparto de responsabilidades
- ✓ Desarrollar e implementar un plan de negocios completo y eficiente y la correcta estrategia de desarrollo de una empresa/departamento
- ✓ Comprender y aplicar los conceptos y procesos básicos de una empresa
- ✓ Competencias lingüísticas y comunicativas
- ✓ Organizar y administrar los recursos materiales de una empresa/departamento



Figura 61- Competencias más importantes para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Los datos muestran que las mujeres que trabajan en los sectores tradicionales consideran que las capacidades de tipo empresarial y de gestión son las más importantes para una mujer gerente, considerando probablemente que carecen de este conjunto de conocimientos.

Además, otra conclusión que puede extraerse de estas dos preguntas es que parecen haber carecido del respeto de sus gerentes, ya que consideran muy importante el respeto por los colaboradores y la gestión de los recursos humanos.

Pregunta Por favor, seleccione las 5 cualidades más importantes que un buen gerente debería tener.

Las 5 habilidades más importantes elegidas por las mujeres involucradas en completar los cuestionarios fueron las siguientes (en orden decreciente):

1. Organizar y planificar la actividad específica de la empresa/departamento.
2. Resolver problemas
3. Comunicar de manera eficiente
4. Adaptarse a situaciones nuevas
5. Analizar e interpretar datos e información alineados con la estrategia de la compañía

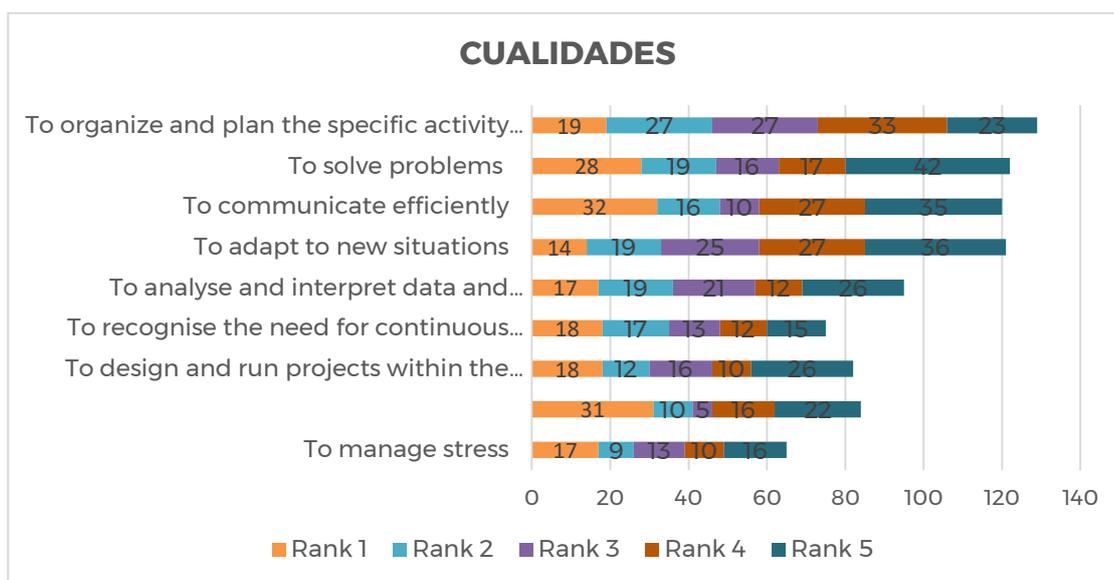


Figura 62- Habilidades más importantes para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Una vez más, las habilidades más importantes que un gerente debería tener en opinión de las mujeres con experiencia en su trabajo, pero que no lograron llegar a puestos ejecutivos, están relacionadas con el aspecto comercial, estratégico y administrativo, pero se les añaden en esta ocasión la comunicación y la adaptabilidad.

III.3.iii. SECCIÓN 3. PROMOCIÓN PROFESIONAL: BARRERAS Y RESTRICCIONES

Pregunta 16: ¿Qué tipo de barreras específicas enfrentas en tu carrera profesional?

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:

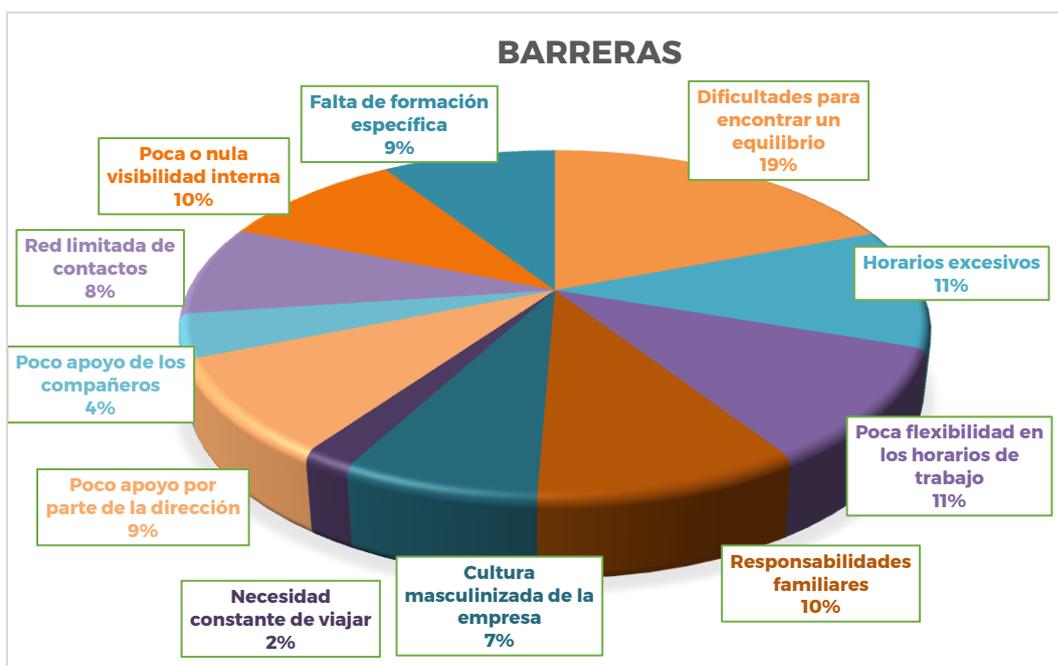


Figura 63 - Barreras para avanzar en su carrera profesional de acuerdo con las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Del análisis de las respuestas, la barrera más importante es encontrar un equilibrio entre la familia y el trabajo (19%), combinado con las responsabilidades familiares (10%).

Otro obstáculo importante en su desarrollo profesional lo representan los horarios excesivos (11%) y la falta de flexibilidad de las horas de trabajo (11%).

También sienten poco apoyo de la gerencia (10%) y una falta de visibilidad dentro de la empresa (9%), que, combinado con la cultura masculina dentro de la empresa (7%) podría sugerir que sienten la discriminación de género como un problema en su carrera.

Los entrevistados también enfatizan el nivel de capacitación académica, así como la existencia de habilidades específicas, que, junto con las respuestas a las preguntas n° 9 y n° 12, lleva a la idea de que es importante participar en cursos de capacitación y desarrollo profesional.

Corroborado con las respuestas de las preguntas 13, 14 y 15, los gerentes no solo deben tener un conocimiento profundo en su campo de actividad, sino también conocimientos, al menos básicos, en negocios, estrategia y gestión..

Pregunta 17: En cuanto a su empresa, por favor, responde si estas diferentes situaciones ocurren o no.

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:

	SÍ	NO
El proceso de selección es transparente	118	43
Los requisitos (habilidades, competencias, aptitudes, capacitación, etc.) que deben tener los gerentes que dirigen esta organización/compañía son claros y están bien comunicados	109	53

La compañía proporciona formación para estos requisitos	95	66
La mayoría de los días, la jornada laboral es más larga de lo previsto	74	89
La compañía frecuentemente requiere que trabajes en días festivos, fines de semana o períodos de descanso	41	122
La organización del tiempo en la empresa hace que las personas con responsabilidades familiares (niños, personas mayores) tengan más dificultades para asistir a reuniones, conferencias, congresos, formaciones, etc.	49	110
La formación continua es obligatoria en mi empresa	31	125
La formación continua es voluntaria en mi empresa	105	47
No hay formación continua en mi empresa	56	92

Figura 64- Políticas de las empresas en las que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

De las respuestas a estas variantes, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- El proceso de selección es transparente en la mayoría de las empresas y algunas de ellas ofrecen la formación adecuada para las habilidades/capacidades/habilidades que requieren sus puestos directivos;
- En la mayoría de las empresas, el personal no está obligado a trabajar más allá de los requisitos legales;
- En la mayoría de las empresas, la formación continua no es obligatoria;

Pregunta 18: ¿Proporciona la empresa alguno de los siguientes apoyos para conciliar la vida laboral, personal y familiar?

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:



Figura 65: Apoyo recibido durante su vida profesional por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Los datos muestran que el apoyo más importante que ofrecen los empleadores a sus empleados son las horas de trabajo flexibles (39%) y las reducciones de horas de trabajo (12%).

Comparando estas respuestas con las respuestas a la pregunta 16 relacionadas con las barreras, resulta que este apoyo se ofrece solo por un período temporal (probablemente la maternidad y el cuidado de los niños) y las mujeres lo consideran permanentemente necesario.

Pregunta 19: ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? (Por favor, marque las casillas correspondientes teniendo en cuenta la siguiente escala: 1 = Totalmente de acuerdo; 2 = De acuerdo; 3 = En desacuerdo y 4 = Totalmente en desacuerdo)

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:

	1	2	3	4
Las mujeres están más interesadas en la vida privada (cuidado de niños, hogar, familia) que en la vida pública.	22	24	69	50
Las mujeres no están muy interesadas en acceder a puestos directivos	10	19	57	79
Las mujeres y los hombres tienen las mismas oportunidades de ascenso profesional	37	34	51	42
Los puestos de trabajo que requieren viajar son más apropiadas para los perfiles masculinos	20	25	64	55
Las habilidades y competencias de los hombres se adaptan mejor a puestos directivos	11	14	42	97
Las habilidades y competencias de las mujeres se adaptan mejor a puestos de atención al cliente y de contacto con el público	12	47	54	52
Las habilidades y el conocimiento de las mujeres no requieren aprendizaje, son innatas (atención a las personas, amabilidad, etc.)	5	27	53	81
En las mismas condiciones, la probabilidad de que una mujer acceda a un puesto directivo es menor que la de un hombre	48	53	36	27
Tomar medidas para conciliar la vida laboral, personal y familiar dificulta las posibilidades de promoción profesional para las mujeres	41	62	44	16

Figura 66- Opinión sobre diversos estereotipos según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

De las respuestas a estas subpreguntas, que pueden considerarse como mentalidad cultural tradicional, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- Las mujeres no creen que la vida privada deba ser su foco principal y están interesadas en ascender dentro de la jerarquía de la empresa;
- La mayoría de las mujeres creen que no hay diferencias entre las mujeres y los hombres en lo que respecta a sus habilidades, competencias y cualidades;
- La mayoría de las mujeres reconoce la existencia de discriminación de género: el 57% no cree que las mujeres y los hombres tengan las mismas oportunidades y el 62% considera que las mujeres tienen menos probabilidades de ser ascendidas que los hombres;
- El equilibrio entre la vida personal y profesional es una dificultad en la promoción profesional de las mujeres;

Pregunta 20: En tu ambiente de trabajo...

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:

	Sí	No	No lo sé
He recibido formación en igualdad	82	65	21
Sé que la empresa tiene un plan de igualdad/políticas de igualdad de género	54	41	70
Sé a quién contactar en caso de una situación de acoso sexual	109	27	30
Existe tolerancia con respecto a las actitudes/conductas sexistas	40	82	41
El lenguaje utilizado por la empresa para la comunicación es un lenguaje no sexista y está libre de estereotipos	100	39	27
Los sindicatos o las organizaciones representativas de los trabajadores están preocupados por la situación laboral de las mujeres y la promoción dentro de la empresa	31	50	82

Figura 67- Conocimiento sobre políticas de igualdad y discriminación según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

El análisis de estas respuestas muestra que, a nivel de la empresa, existen políticas relacionadas con la igualdad, el acoso sexual, la discriminación, etc. Desafortunadamente, la respuesta a la última sub-pregunta muestra que las estructuras que se supone representan a las mujeres en caso de las políticas se sean quebrantadas, realmente no se involucran.

III.3.iv. SECCIÓN 4. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Pregunta 21: Edad

La mayoría de las mujeres involucradas en el estudio tienen entre 30 y 39 años de edad (30%).

10-19 años	20-29 años	30-39 años	40-49 años	50-59 años	60-69 años	70-79 años	80-89 años
1	42	50	30	32	6	2	1

Figura 68- Edades grupales de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

Pregunta 22: Estructura familiar

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:

- Soltera sin cargas familiares (35 mujeres)
- Con pareja, sin cargas familiares (61 mujeres)
- Con pareja, con cargas familiares (61 mujeres)
- Soltera con cargas familiares (7 mujeres)

El 79% de las encuestadas se encuentran en algún tipo de estructura familiar.

Pregunta 23: ¿Tu educación es especializada en el campo en el que trabajas?

La educación de las encuestadas está principalmente especializada en el campo en el que trabajan (67%).

Pregunta 24: El entorno en el que vives es ...

El entorno de las mujeres entrevistadas se divide de la siguiente manera: urbano (85%) y rural (15%).

Pregunta 25: ¿Cuentas con recursos de apoyo para dedicar tiempo al trabajo y al desarrollo profesional?

La distribución de respuestas a la pregunta sobre los recursos disponibles entre las mujeres encuestadas para dedicar su tiempo al trabajo y al desarrollo profesional es la siguiente:

Asistencia del hogar	Pareja	Otros miembros de la familia (padres, hermanos/as, abuelos, etc.)	Otros	Sin apoyos
23	74	46	11	54

Figura 69- Apoyo recibido de su vida personal por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

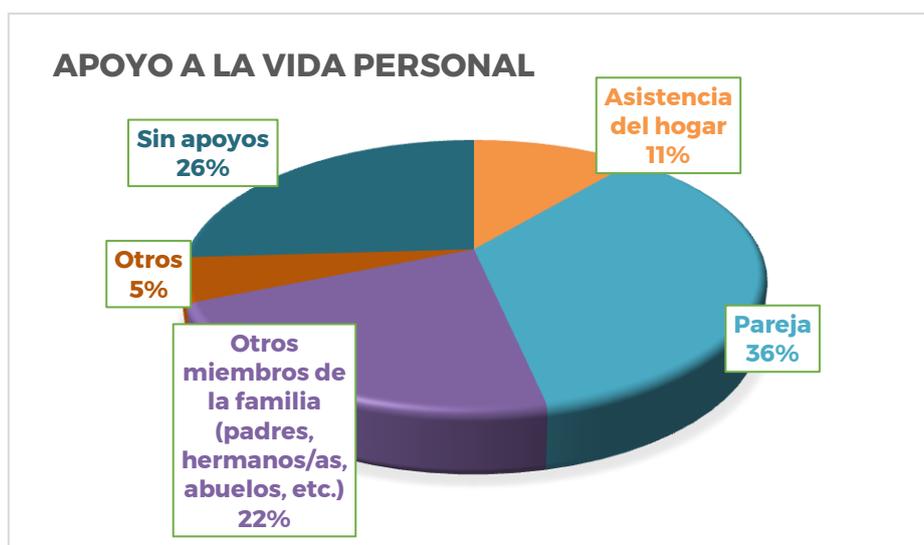


Figura 70- Apoyo de su vida personal recibida por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

La pareja (36%) y otros miembros de la familia (22%) representan el sistema de apoyo más importante para las mujeres trabajadoras..

Pregunta 26: País de origen o etnicidad.

Las respuestas a esta pregunta son las siguientes: España (79); Rumania (33); Lituania (25); Reino Unido (16); Malta (7); Alemania y los Países Bajos (2); 1 persona de Argentina, Italia.

III.4. CONCLUSIONES

Volviendo a las hipótesis de este estudio, podemos ver que están total o parcialmente confirmadas:

H₁: Al menos el 50% de los gerentes admite la necesidad de la formación continua;

- El 75% de las encuestadas ha asistido a diversos cursos de formación durante su vida profesional y, corroborado con el resto de las respuestas a las preguntas 9, 10, 11 y 16 que acreditan el reconocimiento de la formación necesaria, esto prueba en su totalidad la primera hipótesis

H₂: Al menos el 50% de las mujeres entrevistadas tienen una fuerte motivación directiva.

- Las mujeres entrevistadas quieren y tienen el potencial de ascender dentro de la jerarquía empresarial, estando fuertemente motivadas para hacerlo. El aspecto motivacional y de aspiración es muy observable en las respuestas a las preguntas: Las mujeres están más interesadas en la vida privada y pública (72% no estaban de acuerdo con esta afirmación). Las habilidades y competencias de los hombres son más adecuadas para la gestión de posiciones (85% no estuvo de acuerdo con esta afirmación), Las habilidades y competencias de las mujeres son más adecuadas para las relaciones con los clientes y el contacto con el público (55% no estuvo de acuerdo con esta afirmación).
- Al analizar los datos de las preguntas 13, 14 y 15 resulta que las mujeres encuestadas consideraron que un buen gerente debería poner más énfasis en las habilidades organizativas y en las habilidades relacionadas con el negocio, la estrategia y los aspectos de gestión, así como la comunicación y adaptabilidad.

H₃: Al menos el 50% de las encuestadas dice que la discriminación de género es real

- El grupo encuestado no percibe la discriminación como un elemento importante dentro de las limitaciones profesionales de las mujeres, por lo que las suposiciones de la investigación se confirman parcialmente
- Aún así, la mayoría de las mujeres reconoce la existencia de discriminación de género: el 57% no cree que las mujeres y los hombres tengan las mismas oportunidades y el 62% considera que las mujeres tienen menos probabilidades de ser promovidas que los hombres, solo el 9% percibe falta de visibilidad dentro del compañía como una barrera en su avance profesional y solo el 7% de la cultura masculina dentro de la empresa.

IV. CONCLUSIONES FINALES

En el análisis de los datos recopilados, se han tenido en cuenta una serie de factores para no afectar a los resultados de la interpretación:

IV.1. NIVEL DE REPRESENTABILIDAD DE LA MUESTRA

IV.1.i. NÚMERO DE ENCUESTADAS

	IO1.A1. Cuestionario	IO1.A2. Cuestionario
Respuestas objetivo	120	120
Respuestas recibidas	152	166

Figura 71- Respuestas recibidas para los cuestionarios

El número objetivo de respuestas fue alcanzado y superado tanto en el Cuestionario IO1.A1. como en el IO1.A2., concretamente, en un 26% y en un 38% respectivamente.

IV.1.ii. SECTOR DE ACTIVIDAD

Informe	Industria del mueble	Industria textil	Industria piel / calzado	Otro
IO1.A1.	28	37	7	80
IO1.A2.	61	38	22	45
TOTAL	89	75	29	125

Figura 72- Sector de actividad de las encuestadas

El 61% de las mujeres encuestadas trabaja en sectores tradicionales, lo que significa que las respuestas son representativas de los sectores objetivo.

IV.1.iii. EXPERIENCIA PROFESIONAL

Informe	0-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-45
IO1.A1.	36	30	29	17	18	22
IO1.A2.	75	29	13	19	8	20
TOTAL	111	59	42	36	26	42

Figura 73 - Experiencia profesional de las encuestadas en los cuestionarios

El 65% de las encuestadas tiene al menos 10 años de experiencia en su campo de actividad, lo que significa que sus respuestas pueden considerarse relevantes y que la

falta de experiencia no puede considerarse en nuestra interpretación como una barrera en la promoción en la carrera profesional.

IV.1.iv. PAÍS

Informe	España	Rumanía	Lituania	Reino Unido	Malta	Otro
IO1.A1.	62	22	14	18	24	12
IO1.A2.	79	33	25	16	7	6
TOTAL	141	55	39	34	31	18

Figura 74- País de origen de las encuestadas

Como los cuestionarios también se han distribuido electrónicamente, hay respuestas de otros países además de los países objetivo, pero solo 3 respuestas proceden de fuera de Europa, por lo que las respuestas pueden considerarse representativas de la región objetivo.

IV.1.v. TAMAÑO DE LA EMPRESA

Informe	Entre 1 - 24 empleados/as	Entre 25 - 49 empleados/as	Entre 50 - 99 empleados/as	Entre 100 - 250 empleados/	Más de 250 empleados/as
IO1.A1.	70	19	7	23	33
IO1.A2.	77	24	15	22	18
TOTAL	147	43	22	45	51

Figura 75 - Tamaño de las empresas en las que trabajan las encuestadas

Solo 51 mujeres trabajan en grandes empresas, de las cuales solo el 11% pertenecen a sectores tradicionales.

La gran mayoría de las encuestadas trabaja en PYMES, que son la columna vertebral de las industrias productivas, por lo que se puede considerar que representan adecuadamente las industrias elegidas.

IV.1.vi. ESTRUCTURA FAMILIAR

	IO1.A1. Informe	IO1.A2. Informe
Single y sin personas a cargo	15	35
En pareja y sin personas a cargo	31	61
En pareja y con personas a	89	61

cargo		
Single y con personas a cargo	17	7

Figura 76- Estructura familiar de las encuestadas

La estructura familiar de las mujeres que respondieron a ambos cuestionarios es similar, por lo que ambos tipos de mujeres entrevistadas tienen tanto responsabilidades profesionales como familiares.

IV.2. RATIO MUJERES Y HOMBRES

IO1.A1. Informe	Empresa	Departamento
Más hombres que mujeres	59	39
Más mujeres que hombres	58	81
Situación de equilibrio	35	32
IO1.A2. Informe	Empresa	Departamento
Más hombres que mujeres	57	38
Más mujeres que hombres	54	81
Situación de equilibrio	54	34

Figura 77- Proporción hombres/mujeres por total de encuestados

Como la situación es similar en ambos estudios (a nivel de empresa existe principalmente una situación de igualdad, con tendencia hacia el predominio masculino, a nivel departamental, las mujeres son predominantes), se puede hacer un análisis conjunto.

Industria del mueble

IO1.A1. Informe	Empresa	Departamento
Más hombres que mujeres	20	7
Más mujeres que hombres	2	11
Situación de equilibrio	6	10
IO1.A2. Informe	Empresa	Departamento
Más hombres que mujeres	34	20
Más mujeres que hombres	5	25
Situación de equilibrio	22	14

Figura 78- Proporción hombres/mujeres por industria del mueble según los encuestados

Industria textil / piel

IO1.A1. Informe	Empresa	Departamento
Más hombres que mujeres	7	6
Más mujeres que hombres	29	29
Situación de equilibrio	8	9
IO1.A2. Informe	Empresa	Departamento
Más hombres que mujeres	6	4
Más mujeres que hombres	36	38
Situación de equilibrio	18	11

Figura 79- Proporción hombres/mujeres por industria textil / del cuero según los encuestados

En la mentalidad tradicionalista, la industria del mueble (junto con la metalurgia, construcción, transporte e industria pesada en general) es una industria masculina y la industria textil (junto con toda la industria ligera, educación y salud) es femenina, lo que representa un prejuicio sobre la división del trabajo según el género. Al analizar la distribución a nivel de empresa, se observa que en la industria del mueble los hombres predominan y en la industria textil predominan las mujeres, perpetuando así este estereotipo. El hecho de que estas mujeres pertenezcan a generaciones que han crecido con esta mentalidad tradicionalista puede suponer un factor en este sentido.

A nivel departamental, es decir, en las posiciones donde se realiza el trabajo de producción en estas industrias, las mujeres predominan.

Corroborado con el hecho de que el 51% de las mujeres directivas entrevistadas están en el nivel de directoras / responsables de departamento, está claro que, aunque las mujeres se consideran altamente fiables en empleos directamente productivos, en la mayoría de los casos no logran superar este nivel y llegar a puestos ejecutivos con poder de decisión real.

IV.3. BARRERAS

Sobre las posibles barreras que pueden evitar que las mujeres avancen en sus carreras, se analizaron las siguientes:

IV.3.i. EXPERIENCIA PROFESIONAL

Tal y como se analizó anteriormente, el 65% de las encuestados tiene al menos 10 años de experiencia en su campo de actividad, lo que significa que la falta de experiencia no puede considerarse en nuestra interpretación una barrera relevante.

IV.3.ii. CONTRATO LABORAL

Temporal a tiempo parcial	Temporal a jornada completa	Indefinido a tiempo parcial	Indefinido a jornada completa
13	19	26	101

Figura 80- Tipo de contrato de las encuestadas

Como el 80% de las mujeres entrevistadas que no son directivas tienen un contrato a largo plazo, la naturaleza temporal del trabajo no puede considerarse como una razón para que no se les ofrezca un ascenso.

IV.3.iii. MOTIVACIÓN

IO1.A1. Informe

Pregunta 13: ¿En qué lugar cree usted que estará su carrera en 5 años?

Las mujeres encuestadas en el estudio eligieron como primera opción "En una posición superior a la actual en la misma empresa" y luego "Teniendo su propia empresa".

IO1.A2. Informe

Pregunta 19: ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? (Marque las casillas correspondientes teniendo en cuenta la siguiente escala: 1 = Totalmente de acuerdo; 2 = De acuerdo; 3 = No estoy de acuerdo y 4 = Totalmente en desacuerdo)

El 72% no está de acuerdo con que " Las mujeres están más interesadas en lo privado (cuidado de hijos, casa, familia) que en lo público";

el 85% no está de acuerdo con la afirmación "Las habilidades y competencias de los hombres se adaptan mejor a los cargos de dirección y gerencia";

el 55% no está de acuerdo con la afirmación "Las habilidades y competencias de las mujeres se adaptan mejor a los puestos de atención al cliente/contacto con el público";

El análisis de los datos muestra que las mujeres que no están en un puesto directivo tienen la voluntad de avanzar en sus carreras y que las mujeres directivas también tienen motivación para seguir ascendiendo, por lo que la falta de motivación no puede considerarse una barrera.

IV.3.iv. ESTUDIOS

IO1.A1. Informe

Pregunta 22: ¿Cuál fue el último tipo de educación en la que se graduó?

El 89% de las encuestadas posee un título de educación superior (Grado / Máster / Doctorado).

El 33% de las encuestadas han continuado sus estudios después de comenzar su vida laboral.

Pregunta 23: ¿Está su educación especializada en el campo en el que trabaja?

La educación del 72% de las encuestadas está especializada en el campo en el que trabaja.

Pregunta 24: Durante su vida laboral, ¿ha tenido más formación?

El 88% de las encuestadas ha asistido a otros cursos / capacitación desde que se incorporaron a la plantilla de su empresa.

Pregunta 7: ¿Considera importante que exista un desarrollo formativo para los empleados?

El 92% considera importante tener cursos de capacitación y desarrollo profesional para los empleados de su empresa (el 75% lo considera muy importante y el 17% bastante importante).

IO1.A2. Informe

Pregunta 9: Sus estudios antes de su vida laboral y después del comienzo de su vida laboral son...

El 64% de las encuestadas posee un título de educación superior (Grado / Máster / Doctorado).

El 63% de las mujeres encuestadas han finalizado sus estudios después de haber comenzado su vida laboral.

Pregunta 10: Sus conocimientos en idiomas son...

Solo 7 mujeres de todas las encuestadas (2%) no habla ningún idioma extranjero (y no tienen educación superior).

Pregunta 11: Su formación / conocimientos en TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) son...

El 91% de las encuestadas tiene al menos un conocimiento elemental del uso de las TIC y teniendo en cuenta su edad, significa que probablemente se han capacitado en estas tecnologías durante su vida laboral.

Pregunta 12: Durante su vida laboral, ¿ha recibido formación?

El 75% ha asistido a varios cursos de capacitación y desarrollo profesional.

Todas estas respuestas demuestran que la falta de estudios y capacitación no puede considerarse una barrera para el avance profesional de las mujeres, especialmente debido a que la evidencia estadística y la investigación constatan que las mujeres están más cualificadas que los hombres en algunas de las industrias identificadas. Por lo tanto, podría argumentarse que son otros los factores que están afectando el avance de las mujeres.

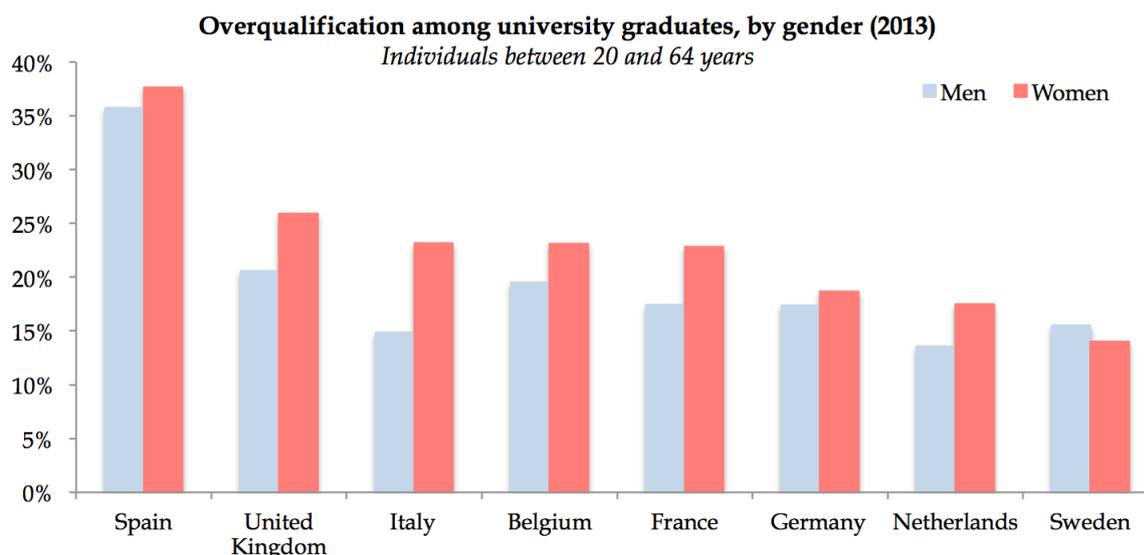


Figura 81- Sobrecualificación entre graduados universitarios, por género (2013)⁵

La capacitación continua y la cualificación se consideran un paso esencial en el desarrollo profesional. La mayoría de las mujeres encuestadas se han formado y especializado en el campo en el que trabajan y también han capacitado en otras competencias, ampliando así su espectro de conocimientos y ayudándolas a tener una mejor comprensión del trabajo que desempeñan y a optar a mejores puestos de trabajo (de acuerdo con la Pregunta 12 - IO1.A1. Informe y la Pregunta 17 - IO1.A2. Informe relativa a que una buena cualificación profesional facilita la promoción).

De las respuestas recopiladas, se constata que las mujeres consideran que los cargos directivos no deberían tener únicamente un conocimiento profundo de su campo de actividad, sino también conocimientos, al menos básicos, en negocios, estrategia y gestión.

IV.3.v. BARRERAS PARA FORMACIÓN PROFESIONAL ADICIONAL

IO1.A1. Informe

Pregunta 24: Durante su vida laboral, ¿ha tenido más formación?. Si ha respondido "NO", por favor, indique los motivos.

IO1.A2. Informe

Pregunta 12: Durante su vida laboral, ¿ha tenido más formación?. Si ha respondido "NO", por favor, indique los motivos.

Las respuestas dadas por las encuestadas de ambas categorías a estas preguntas fueron las mismas: la falta de tiempo, la falta de dinero y la falta de programas específicos en mi sector / puesto.

La falta de tiempo podría estar relacionada con tareas domésticas o dificultades para conciliar vida laboral y personal. La falta de dinero también podría tener que ver con

⁵ "Spanish gender gap" Study by Jose Ignacio Conde-Ruiz and Ignacio Marra, Fedea, 2016

dificultades relacionadas con el cuidado de los niños, etc. y la falta de apoyo de la pareja.

Todo ello apunta a que formaciones gratuitas y en línea podrían ser opciones muy adecuadas para las mujeres.

IV.3.vi. HABILIDADES / COMPETENCIAS / CAPACIDADES

	Informe IO1.A1.	Informe IO1.A2.
HABILIDADES	Perseverancia y determinación.	Buenas habilidades de organización.
	Buenas habilidades de organización.	Espíritu de equipo.
	Inteligencia emocional (intuición, carisma, etc.).	Habilidades comunicativas.
	Sólida formación profesional.	Sólida formación profesional.
	Pensamiento positivo.	Respeto por los colaboradores.
COMPETENCIAS	Establecimiento de las prioridades de las actividades específicas de la empresa / departamento y delegación de responsabilidades.	Organización y gestión de los recursos humanos de una empresa / departamento. Establecimiento de las prioridades de las actividades específicas de la empresa / departamento y delegación de responsabilidades.
	Desarrollo e implementación de un plan de negocios completo y eficiente y de la estrategia de desarrollo de una empresa / departamento.	Desarrollo e implementación de un plan de negocios completo y eficiente y de la estrategia de desarrollo de una empresa / departamento.
	Organización y gestión de los recursos humanos de una empresa / departamento.	Comprensión y aplicación de los conceptos y procesos básicos de un negocio.
	Organización y gestión de los recursos materiales de una empresa / departamento.	Comunicativas y lingüísticas.
	Gestión de riesgos.	Organización y gestión de los recursos materiales de una empresa / departamento.
CAPACIDADES	Adaptarse a nuevas situaciones.	Organizar y planificar la actividad específica de la empresa / departamento.
	Comunicarse de manera eficiente.	Solucionar problemas.
	Organizar y planificar la actividad específica de la	Comunicarse de manera

	empresa / departamento.	eficiente.
	Analizar e interpretar datos e información conforme a la estrategia de la empresa.	Adaptarse a nuevas situaciones.
	Solucionar problemas.	Analizar e interpretar datos e información conforme a la estrategia de la empresa.

Figura 82- Habilidades/competencias/habilidades más importantes para de las encuestadas

La falta de determinadas habilidades puede representar una barrera para alcanzar ciertos puesto directivos. El análisis en paralelo de estas respuestas nos muestra que las opiniones de las mujeres directivas y las mujeres que no han llegado a puestos directivos son en su mayoría bastante similares. El 70% de las respuestas son iguales, solo el orden de su importancia es distinto.

En el caso de las habilidades, las habilidades de organización y una sólida formación profesional coinciden, añadiéndose en el caso de las mujeres directivas la perseverancia / determinación, la intuición y el pensamiento positivo, y en el segundo caso las habilidades relacionadas con la interacción humana (espíritu de equipo y respeto por los colaboradores), considerándose también el modo en que son o han sido tratadas por sus superiores.

En el caso de las Competencias, 4 respuestas son iguales y en el caso de las Capacidades, todas las respuestas coinciden.

La comunicación aparece como una opción en los tres casos en las respuestas de las mujeres que no non directivas, lo que demuestra que la comunicación, como una habilidad natural o adquirida, es de suma importancia para ellas.

Estas respuestas también pueden correlacionarse con las respuestas dadas por las mujeres directivas a las cuestiones: Pregunta 6: Responda "SÍ" o "NO" a las siguientes preguntas: ¿Le es fácil persuadir a otras personas?; ¿Se adapta fácilmente a los cambios?; ¿Es consciente de cuáles son sus limitaciones y puntos fuertes como líder?; ¿Puede controlar con facilidad sus sentimientos negativos?; ¿Puede permanecer concentrada en los objetivos finales y reconocer los pasos para alcanzarlos?; ¿Se considera una mujer que toma medidas en su carrera profesional?; ¿Prefiere trabajar en equipo?) y Pregunta 5: Valore del 1 al 6 - según su importancia - el estilo de gestión que usted adopta y el impacto en el rendimiento de su tarea.

A partir de estas respuestas se puede observar que confían en la perseverancia, adaptabilidad, iniciativa y espíritu de equipo, y que a través de sus estilos de gestión trabajan para generar compromiso y consenso entre los empleados, motivan y recompensan el esfuerzo del equipo, tratan de crear lazos emocionales e intentan mantener un buen ambiente de trabajo, guiando al equipo hacia un objetivo común y motivándolo a través de la persuasión y la retroalimentación sobre el desempeño.

Ambas categorías entrevistadas consideran que un buen directivo debe tener habilidades y capacidades tanto profesionales como organizacionales / gerenciales, y buenas habilidades sociales (comunicación, adaptabilidad y espíritu de equipo), y el equilibrio se inclina más hacia las habilidades sociales en el caso de la mujer directiva

y hacia las habilidades y capacidades profesionales y organizativas en el caso de las mujeres que no están en puestos directivos.

IV.3.vii. AUTOCONFIANZA

Según el psicólogo estadounidense Nathaniel Branden, autor de muchos estudios sobre el tema, la autoconfianza es la sensación interna de poder para satisfacer tus propios deseos, es la sensación que nos permite actuar y significa confiar en tu capacidad de pensar, aprender, elegir, tomar decisiones y adaptarse a los cambios.

Debido a que en ninguno de los casos la autoestima / confianza en uno mismo ha resultado ser una habilidad considerada como importante para un buen directivo/a, se analiza a continuación con mayor detalle este aspecto.

IO1.A1. Informe

Pregunta 13: ¿En qué lugar cree usted que estará su carrera en 5 años?

El 62% de las mujeres se ven trabajando en la misma industria (el 47% en la misma empresa, el 8% incluso en la misma posición y el 15% en otra empresa). Las respuestas que conllevan algún cambio obtienen porcentajes bajos, lo que significa que las mujeres son un poco reticentes a correr el riesgo de hacer cambios de carrera, lo que podría ser el efecto de una baja autoconfianza.

Pregunta 18: ¿Qué cualidades piensa que debería tener una mujer en una posición ejecutiva en comparación a las de un hombre en la misma posición?

La distribución de las respuestas a la pregunta 18 es la siguiente:

CUALIDAD	SÍ	NO
Resistencia a la presión.	113	28
Resistencia al esfuerzo (horas extras, viajes, etc.).	99	43
Autocontrol (sentido de la realidad, calma, etc.).	120	24
Claridad de pensamiento y resolución en la toma de decisiones.	115	27
Otro	31	61

Figura 83- Cualidades adicionales que una mujer gerente debería tener de acuerdo las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1

Estas respuestas indican que las mujeres consideran que no tienen las mismas cualidades que un hombre, una evidencia de falta de confianza en sí mismas.

De las 28 mujeres que han motivado su selección de la opción "Otro", el 21% dijo que las mujeres deberían tener más confianza en sí mismas.

IO1.A2. Informe

Pregunta 7: Durante su vida laboral, ¿ha tenido oportunidades de promoción?

De las mujeres a quienes se les había ofrecido un ascenso, pero lo rechazaron, algunas dijeron que no se sentían adecuadas para el puesto (sin tener las habilidades adecuadas, la experiencia adecuada, los estudios necesarios, etc.), aunque habían sido recomendadas por superiores a esta promoción, mostrando así una falta de confianza en sí mismas.

Por lo tanto, ambos estudios muestran que hay una falta de confianza en sí mismas, lo que representa una barrera en el avance de sus carreras profesionales, incluso aunque no sea muy obvio para ellas.

Si analizamos estas respuestas de manera conjunta (Pregunta 15: ¿Qué dificultades ha encontrado a la hora de avanzar en su carrera? Pregunta 18: ¿Qué cualidades piensa que debería tener una mujer en una posición ejecutiva en comparación a las de un hombre en la misma posición? Pregunta 19: ¿Cuáles son las barreras de una mujer en una posición ejecutiva en comparación a las de un hombre en la misma posición ?, etc.), esta baja autoconfianza parece ser causada por los estereotipos culturales tradicionalistas heredados de generaciones precedentes. Esta falta de autoconfianza se podría reforzar y mejorar a través de cursos a medida centrados en autoestima, asertividad, etc.

IV.3.viii. BARRERAS DIRECTAS ELEGIDAS POR LA MUESTRA

	Informe IO1.A1. <i>Pregunta 15: ¿Qué dificultades ha encontrado a la hora de avanzar en su carrera?</i>	Informe IO1.A2. <i>Pregunta 16: ¿Qué tipo de barreras específicas encuentra en su carrera profesional?</i>
BARRERAS	Dificultades para encontrar el equilibrio entre la vida privada y profesional.	Encontrar un equilibrio entre la familia y el trabajo, combinado con las responsabilidades familiares.
	Falta de orientación.	Horarios excesivos y la falta de flexibilidad de horarios.
	Falta de trato igualitario.	Falta de visibilidad dentro de la empresa, que, combinada con la cultura masculina dentro de la empresa.
	Falta de modelos visibles de roles femeninos.	Poco apoyo por parte de la dirección.
	Falta de formación académica, conocimientos y/o habilidades específicas (tecnologías, idiomas, etc.).	Falta de formación académica, conocimientos y/o habilidades específicas (tecnologías, idiomas...)

Figura 84- Barreras directas identificadas por las encuestadas

La barrera más importante para ambas tipologías de mujeres encuestadas está representada por la dificultad en encontrar un equilibrio entre la familia y el trabajo, combinado con las responsabilidades familiares. La misma dificultad aparece en la Pregunta 19: ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones - del

informe IO1.A2 - ? en la respuesta: "La adopción de medidas para conciliar la vida laboral, personal y familiar dificulta las posibilidades de promoción profesional para las mujeres".

Ambas tipologías también se centran en el nivel de formación académica, así como la existencia de habilidades específicas, lo que, junto con las respuestas a otras preguntas, lleva a la conclusión de que podría ser importante participar en cursos de capacitación y desarrollo profesional.

Las mujeres también perciben escaso apoyo de la dirección, quién podría desarrollar e implementar buenas prácticas organizacionales con el fin de crear un adecuado ambiente de trabajo para los empleados, mujeres y hombres, con probables beneficios empresariales.

De la "falta de orientación", la "falta de modelos visibles de roles femeninos" y la "falta de visibilidad dentro de la empresa", se puede entender la perpetuación de las mentalidades tradicionalistas según las cuales las mujeres deben ocuparse de las actividades domésticas. Combinado con la "Falta de igualdad de trato" y "la cultura masculina dentro de la empresa", podría concluirse que también perciben las encuestadas la discriminación de género como un problema en su carrera.

IV.3.ix. DISCRIMINACIÓN

IO1.A1. Informe

Pregunta 15: ¿Qué dificultades ha encontrado a la hora de avanzar en su carrera?

Como se ha indicado anteriormente, las mujeres directivas han elegido "falta de igualdad de trato" como una de las barreras que han encontrado (19%). De la "falta de orientación" y de la "falta de modelos femeninos" se puede intuir la perpetuación de los estereotipos tradicionalistas y discriminatorios.

Pregunta 16: ¿Cree que un hombre se habría tenido que enfrentar a los mismos problemas?

El 66% de las encuestadas respondieron negativamente, lo que significa que existe la percepción de la existencia de cierta discriminación contra las mujeres en comparación con los hombres.

Pregunta 17: Durante su actividad profesional, ¿se ha sentido discriminada por ser mujer?

Según las respuestas, el 40% de las mujeres directivas encuestadas fueron discriminadas directamente, y en el 69% de los casos fueron hombres.

Pregunta 18: ¿Que cualidades piensa que debería tener una mujer en una posición ejecutiva en comparación a las de un hombre en la misma posición?

El 3% de las mujeres que respondieron esta pregunta indicaron que las mujeres y los hombres en puestos similares deberían tener las mismas cualidades, lo que demuestra que, a pesar de la perpetuación de los estereotipos, las mujeres lentamente empiezan a tomar conciencia de ellos.

Pregunta 19: ¿Cuáles son las barreras de una mujer en una posición ejecutiva en

comparación a las de un hombre en la misma posición?

La muestra denota una alta percepción de algunas barreras naturales inevitables en el ejercicio de funciones directivas, como el embarazo y el cuidado infantil, así como tabúes y estereotipos que "respetan" ciertas normas culturales de la sociedad (estereotipos, imposibilidad para compartir las tareas domésticas o el cuidado de los niños, etc.).

El 2% de los encuestados eligió comentar e indicar discriminación.

IO1.A2. Informe

Pregunta 19: ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? (Marque las casillas correspondientes teniendo en cuenta la siguiente escala: 1 = Totalmente de acuerdo; 2 = De acuerdo; 3 = No estoy de acuerdo y 4 = Totalmente en desacuerdo)

	1	2	3	4
Las mujeres están más interesadas en lo privado (cuidado de hijos, casa, familia) que en lo público.	22	24	69	50
Las mujeres no están demasiado interesadas en acceder a puestos de dirección.	10	19	57	79
Las mujeres y los hombres tienen las mismas oportunidades de promoción profesional.	37	34	51	42
Los puestos que requieren viajes y/o desplazamientos se adaptan más al perfil masculino.	20	25	64	55
Las habilidades y competencias de los hombres se adaptan mejor a los cargos de dirección y gerencia.	11	14	42	97
Las habilidades y competencias de las mujeres se adaptan mejor a los puestos de atención al cliente/contacto con el público.	12	47	54	52
Las habilidades y saberes de las mujeres no requieren aprendizaje, son innatas (atención a las personas, amabilidad, etc.).	5	27	53	81
En igualdad de condiciones, la probabilidad de acceso de una mujer a un puesto de dirección es menor que la de un hombre.	48	53	36	27
Tomar medidas para conciliar la vida laboral, personal y familiar dificulta las posibilidades de promoción profesional para las mujeres.	41	62	44	16

Figura 85- Opinión sobre diversos estereotipos de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2

De las respuestas a estas sub-preguntas, que pueden considerarse de mentalidad cultural tradicionalista, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- Las mujeres no creen que la vida privada deba ser su principal foco y están interesadas en escalar la jerarquía.
- La mayoría de las mujeres creen que no hay diferencias entre mujeres y hombres con respecto a sus habilidades, competencias y capacidades.
- La mayoría de las mujeres reconoce la existencia de discriminación de género: el 57% no cree que las mujeres y los hombres tengan las mismas oportunidades y el 62% considera que es menos probable que una mujer sea ascendida que un hombre.

Se percibe que algunas mujeres aún no son plenamente conscientes del fenómeno de la discriminación y perpetúan los estereotipos de género. Sin embargo, esto puede entenderse por la edad de algunas de las encuestadas, ya que pertenecen a

generaciones que se han criado y educado bajo estos estereotipos e ideas preconcebidas.

Por otro lado, también se percibe que están comenzando a reconocer la existencia de tales fenómenos y que empiezan a tomar medidas al respecto.

IV.3.x. REPRESENTATIVIDAD DE LA MUJER

IO1.A1. Informe

Pregunta 20: Según usted, ¿cómo considera que están representadas las mujeres en su sector?



Figura 1- representatividad de las mujeres según las encuestadas en el IO1.A1. cuestionario

IO1.A2. Informe

Pregunta 20: En tu entorno de trabajo...

Los sindicatos u organizaciones de representación de trabajadores se interesan por la situación laboral y la promoción de las mujeres en la empresa.	31	50	82
--	----	----	----

Figura 87- Representatividad de las mujeres según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.

El análisis de estas respuestas muestra que, a nivel de empresa, existen políticas en materia de igualdad, acoso sexual, discriminación, etc., desafortunadamente no sienten que sus intereses estén muy bien representados en su lugar de trabajo, ni siquiera por las estructuras representativas, situaciones que pueden estar relacionadas con las prácticas discriminatorias.

IV.3.xi. APOYOS

IO1.A1. Informe

Pregunta 14: En el desarrollo de su carrera profesional ha contado con el apoyo de ...

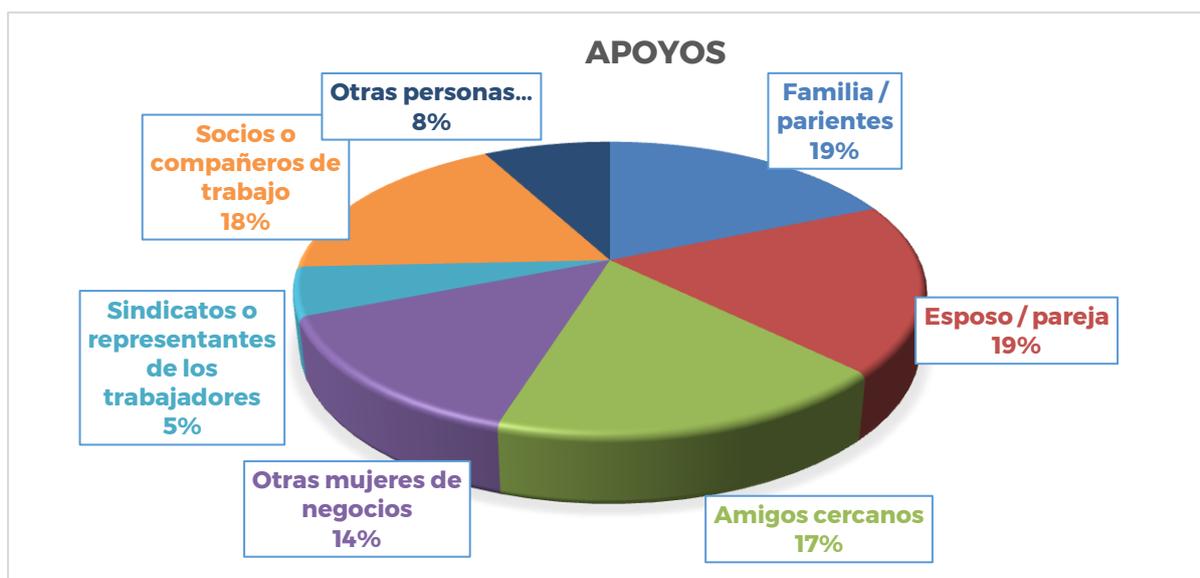


Figura 88- Apoyo profesional recibido por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1

Los resultados muestran que, en una proporción superior al 50%, las mujeres directivas encuestadas han contado con el apoyo por parte de la pareja, la familia y de socios y/o compañeros de trabajo, y en menor proporción han contado con el apoyo por parte de otras mujeres de negocios, sindicatos y amigos cercanos.

IO1.A2. Informe

Pregunta 25: Recursos de apoyo para dedicar tiempo al trabajo y al desarrollo profesional.

La distribución de las respuestas a la pregunta sobre los recursos de apoyo disponibles para las mujeres encuestadas para poder dedicar tiempo al trabajo y al desarrollo profesional ha sido la siguiente:

Asistencia del hogar	Pareja	Otros familiares (hermanos/as, abuelos/as, etc.)	Otros	Ningún apoyo
23	74	46	11	54

Figura 89- Apoyo recibido en su vida personal por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2

El apoyo principal para las mujeres trabajadoras procede de la pareja (36%) y de otros familiares (22%).

En ambos casos, las mujeres reciben apoyo mayoritariamente de sus parejas y familias. El hecho de que el 90% de las mujeres directivas encuestadas estén en algún tipo de estructura familiar es la mejor prueba de que a pesar de que el "equilibrio entre la vida personal y profesional está considerado por las encuestadas una de las principales dificultades para avanzar en sus carreras profesionales (pregunta 15)", este equilibrio se puede alcanzar y la familia puede ser el mejor apoyo para la mujer. Probablemente se trate de encontrar el equilibrio de tiempo y energía entre la vida profesional y personal.

IV.4. CONCLUSIONES

Las conclusiones finales que pueden extraerse a partir de todos los datos analizados es que existe un complejo grupo de factores que pueden obstaculizar el avance profesional de las mujeres, tales como factores políticos o sociales, pero también existen factores personales. Los factores externos no pueden cambiarse hasta que los internos sean reconocidos y cambiados, por ello hay varios puntos personales que una mujer puede mejorar.

A partir de las barreras y de los requisitos identificados en los estudios realizados, a continuación se presentan algunos de los puntos clave que pueden contribuir al desarrollo profesional continuo de las mujeres:

- Hay ideas preconcebidas que siguen siendo perpetuadas, incluso por parte de las mujeres, por lo que las mujeres, y todos en general, deberían tener más educación en igualdad de género.
- El hecho de que el equilibrio familia - carrera se considere una barrera también puede deberse al desconocimiento sobre todas las oportunidades disponibles (leyes, derechos, etc.) que podrían ayudar a las mujeres a conciliar vida familiar y profesional.
- Un buen directivo/a debe tener como mínimo nociones básicas de negocios, estrategia y gestión.
- Un buen directivo/a debe tener buenas habilidades de organización.
- Un buen directivo/a debe tener muy buenas habilidades de comunicación.
- Un buen directivo/a debe saber cómo priorizar sus actividades y debe ser capaz de encontrar el equilibrio entre el tiempo dedicado al trabajo y el dedicado al hogar, por lo que nociones de gestión del tiempo pueden ser de utilidad para las mujeres que intenten acceder a cargos más altos.
- Las mujeres parecen manejar las emociones negativas no demasiado bien y parecen topar con más barreras en sus vidas (además de enfrentarse a los mismos problemas a los que el hombre se enfrenta en su vida profesional y familiar, necesitan luchar contra estereotipos para probarse a sí mismas y también deben hacerse cargo de más responsabilidades familiares), por lo que nociones de gestión del estrés también pueden ser de utilidad.
- En general, las mujeres parecen carecer de autoconfianza, por lo que formación en autoconfianza, seguridad y asertividad pueden ser de ayuda.

El último punto es particularmente importante, ya que las mujeres que tienen mayor confianza en sí mismas y que son más seguras y asertivas tienen también una mayor predisposición a afrontar los problemas que surgen en el trabajo, por ejemplo, problemas de desigualdad, de discriminación o problemas de gestión. También es más probable que apunten a puestos más altos si tienen confianza en sí mismas y que aborden la desigualdad y la equidad tanto en el hogar como en el trabajo.

LISTA DE CUADROS/IMÁGENES

Figura 1- Representación de las mujeres en los directorios de las grandes empresas de la UE, octubre de 2010 - abril de 2016	5
Figura 2- Sector de actividad para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	11
Figura 3- Sector de actividad para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	11
Figura 4- Años de experiencia para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	11
Figura 5- Posición de trabajo para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	12
Figura 6- Posición de trabajo para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	12
Figura 7- Tamaño de la empresa en la que las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	12
Figura 8- Tamaño de la empresa en la que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	13
Figura 9- Proporción hombres / mujeres por total de encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	13
Figura 10- Proporción hombres / mujeres por total de encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	13
Figura 11- Proporción hombres / mujeres por industria de muebles según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	14
Figura 12- Proporción hombres / mujeres por industria textil / del cuero según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	14
Figura 13- Proporción hombres / mujeres por país según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	15
Figura 14 - Estilos de gestión adoptados por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	15
Figura 15- Cualidades de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	16
Figura 16: Importancia de la capacitación de los empleados de acuerdo con las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	17
Figura 17: Importancia de la capacitación de los empleados según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1.	17

Figura 18 - Comunicación con estructuras representativas según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 17

Figura 19 - Comunicación con estructuras representativas según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 18

Figura 20: Habilidades más importantes para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 18

Figura 21- Competencias más importantes para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 19

Figura 22: Habilidades más importantes para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 20

Figura 23: Motivos más importantes para aceptar un ascenso para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 21

Figura 24: Evolución de la carrera profesional de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 21

Figura 25: Apoyo de carrera profesional recibido por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 22

Figura 26- Dificultades para avanzar en su carrera profesional encontradas por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 23

Figura 27- Percepción de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 sobre las dificultades comunes que encuentran hombres y mujeres 24

Figura 28- Discriminación directa encontrada por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 24

Figura 29- Cualidades adicionales que una mujer gerente debería tener de acuerdo con las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 25

Figura 30: Barreras que enfrentan las mujeres en comparación con los hombres, de acuerdo con las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 26

Figura 31- Representatividad de las mujeres según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 26

Figura 32- Edades de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1; **Error! Marcador no definido.**

Figura 33- Educación de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1; **Error! Marcador no definido.**

Figura 34- Situación familiar de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 28

Figura 35 - Sector de actividad de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2 33

Figura 36- Sector de actividad de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2 34

Figura 37- Años de experiencia de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2 34

Figura 38- Tamaño de las empresas en las que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A234

Figura 39 - Tamaño de las empresas en las que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A235

Figura 40- Proporción hombres/mujeres por total de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A235

Figura 41- Proporción hombres/mujeres por total de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....35

Figura 42- Proporción hombres/mujeres en la industria del mueble las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2 **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 43- Proporción hombres/mujeres en la industria textil / de cuero según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....36

Figura 44- Proporción hombres/mujeres por país según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A236

Figura 45- Presencia de mujeres directivas en las empresas en las que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....37

Figura 46- Presencia de mujeres directivas en las empresas en las que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....37

Figura 47- Departamento en el que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A238

Figura 48- Oportunidades de promoción para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A238

Figura 49 - Oportunidades de promoción las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A238

Figura 50 - Igualdad de oportunidades para los asensos ofrecidas a los hombres al mismo tiempo que a las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A239

Figura 51- Contrato de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A239

Figura 52- Educación de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2 40

Figura 53- Educación de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2 40

Figura 54- Idiomas extranjeros conocidos por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2 41

Figura 55- Idiomas extranjeros conocidos por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2 41

Figura 56 - Conocimiento de TICs de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2 41

Figura 57- Conocimiento de TICs de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2 41

Figura 58- Formación de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2 42

Figura 59 - Barreras para acceder a la formación de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....	43
Figura 60: Habilidades más importantes para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....	43
Figura 61- Competencias más importantes para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....	44
Figura 62- Habilidades más importantes para las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....	45
Figura 63 - Barreras para avanzar en su carrera profesional de acuerdo con las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....	46
Figura 64- Políticas de las empresas en las que trabajan las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....	47
Figura 65: Apoyo recibido durante su vida profesional por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....	47
Figura 66- Opinión sobre diversos estereotipos según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....	48
Figura 67- Conocimiento sobre políticas de igualdad y discriminación según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....	49
Figura 68- Edades grupales de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....	49
Figura 69- Apoyo recibido de su vida personal por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....	50
Figura 70- Apoyo de su vida personal recibida por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2.....	50
Figura 71- Respuestas recibidas para los cuestionarios.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 72- Sector de actividad de las encuestadas	¡Error! Marcador no definido.
Figura 73 - Experiencia profesional de las encuestadas en los cuestionarios;	¡Error! Marcador no definido.
Figura 74- País de origen de las encuestadas.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 75 - Tamaño de las empresas en las que trabajan las encuestadas;	¡Error! Marcador no definido.
Figura 76- Estructura familiar de las encuestadas.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 77- Proporción hombres/mujeres por total de encuestados;	¡Error! Marcador no definido.
Figura 78- Proporción hombres/mujeres por industria del mueble según los encuestados.....	54
Figura 79- Proporción hombres/mujeres por industria textil / del cuero según los encuestados.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 80- Tipo de contrato de las encuestadas.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 81- Sobrecualificación entre graduados universitarios, por género (2013)	58

Figura 82- Habilidades/competencias/habilidades más importantes para de las encuestadas59

Figura 83- Cualidades adicionales que una mujer gerente debería tener de acuerdo las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 84- Barreras directas identificadas por las encuestadas;**¡Error! Marcador no definido.**

Figura 85- Opinión sobre diversos estereotipos de las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2 **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 86- Representatividad de las mujeres según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 87- Representatividad de las mujeres según las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 88- Apoyo profesional recibido por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A1 **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 89- Apoyo recibido en su vida personal por las encuestadas que respondieron al cuestionario IO1.A2..... **¡Error! Marcador no definido.**

INFORMACIÓN DEL PROYECTO 'WOMEN IN POWER'

Acuerdo de subvención	ES01-KA202-038258
Convocatoria	Erasmus+ Cooperación para la Innovación y el Intercambio de Buenas Prácticas
Acción	Asociaciones Estratégicas (Apoyo a la Innovación - Formación Profesional / K202)
Nombre del Proyecto	'Women in Power': Fostering the leadership and empowerment of women working in traditional sectors through education
Fecha de inicio	01/11/2017
Fecha de final	30/10/2019
Duración del proyecto	24 meses

CONSORCIO DEL PROYECTO



Esta publicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea