

Superar la falta de confianza:

Estrategias para empoderar a las mujeres empresarias



Introducción

Las mujeres de todo el mundo siguen creciendo rápidamente como empresarias y líderes de negocios creativos. A pesar de este progreso, hay un aspecto importante que sigue faltando: la confianza. La brecha de confianza es un problema común en el que la autopercepción desafía las expectativas, y hace que la autoestima de las mujeres es menor que la de los hombres a la hora de realizar las mismas tareas. Como resultado, esta constante preocupación influye en muchas mujeres y hace que no puedan aprovechar las oportunidades y deja que sus talentos esperen en vano. Abordar esta brecha no es sólo una cuestión de superación personal, sino que también contribuye significativamente a la construcción de un entorno empresarial inclusivo, versátil y eficaz.

Comprender la brecha de confianza

El fenómeno de la brecha de confianza ha sido bien documentado y describe cuán «capaces» o seguras de sí mismas tienden a sentirse las mujeres, incluso cuando están igual o más cualificadas que sus homólogos masculinos. Los estudios han confirmado que los hombres afirman que las mujeres son más

Número del proyecto: 2022-1-ES01-KA220-VET-000085791

«Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.»



competentes que los hombres en lo que respecta a sus capacidades. Por ejemplo, un estudio realizado por Kay & Shipman (2014) descubrió que los hombres solicitan un trabajo a pesar de sólo haber cumplido con el 60% de los requisitos laborales, mientras que las mujeres solicitan solo cuando han cumplido con el 100% de los requisitos. Esta autocrítica extremadamente común puede limitar a las mujeres de iniciar sus negocios, obtener financiación y crecer en los negocios, actividades que requieren mucha audacia.

Las raíces de la brecha de confianza

Hay muchos elementos que limitan la confianza en la habilidad de uno mismo, y se deben tanto a las expectativas culturales como a las predisposiciones con respecto a las estructuras de desigualdad.

En primer lugar, es crucial tener en cuenta el papel de la socialización y las normas culturales. Típicamente, las mujeres son criadas para ser perfeccionistas y reacias al riesgo, y esta perspectiva internalizada puede crear desigualdades en el lugar de trabajo. Sin embargo, tales tendencias culturales no solo reducen la propensión de las mujeres a convertirse en empresarias, sino que también fomentan el grado de autodesprecio en las mujeres.

Además, un elemento que añade combustible a estas llamas es la invisibilidad de las mujeres en tales roles, y las diferencias visibles en las mujeres líderes y los hombres líderes. Cuando no hay referentes femeninos obvias en el ámbito empresarial o gerencial, puede ser difícil para las mujeres imaginarse a sí mismas teniendo éxito en estos campos. Esta tendencia fomenta un círculo vicioso en el que las mujeres que no creen que puedan tener éxito en los roles que están más infrarrepresentadas, haciendo que probablemente no lleguen a intentarlo.

Asimismo, la discriminación de género y los estereotipos presentes en el entorno empresarial pueden debilitar la moral de las empleadas. La creencia en estereotipos de género, particularmente con respecto al liderazgo y los logros empresariales, perpetúa un entorno en el que las mujeres pueden tener un rendimiento inferior o considerarse incapaces de alcanzar los objetivos establecidos. Estas nociones suelen ser más perjudiciales para las mujeres, ya que a menudo están arraigadas en su mentalidad y fomentan más la desconfianza en sí mismas que la valentía en situaciones difíciles.

Por último, el acceso limitado a las redes y a la mentoría agrava aún más la brecha de confianza. Existe la necesidad de fomentar programas de tutoría efectivos y una red profesional sólida para ayudar a aumentar las posibilidades de éxito en el emprendimiento, ya que brindan oportunidades, asistencia y dirección. Sin embargo, las mujeres por lo general no tienen acceso a tales



recursos y, por lo tanto, presentan sentimientos de duda y falta de confianza con respecto a sus negocios.

Factores para el desarrollo de la autoconfianza empresarial

Existe una debilidad en las personas que no se ven lo suficientemente competentes para completar las tareas en cuestión, lo que crea una brecha significativa. Esta brecha no es el fin de la autoestima. Hay varias estrategias disponibles para que las mujeres generen y mantengan su confianza en el espíritu empresarial.

- Fomentar una mentalidad de crecimiento: Adoptar esta mentalidad de crecimiento como indica la psicóloga Carol Dweck es inspirador para las empresarias. Esta mentalidad ayuda a cambiar la percepción de los obstáculos por la de retos que presentan oportunidades de crecimiento. Las mujeres que adoptan la mentalidad de crecimiento a menudo están más dispuestas a arriesgarse, fracasar y aprender a enfrentar los problemas para volver al negocio una y otra vez. Al reducir los efectos de la duda, las mujeres pueden pasar de centrarse en conseguir resultados inmediatos a «fracasar» para obtener beneficios a largo plazo.
- Buscar mentoría y redes: Involucrarse con mentores y unirse a redes diseñadas específicamente para mujeres empresarias puede proporcionar un apoyo invaluable. Organizaciones como WEConnect International y la Asociación Nacional de Mujeres Empresarias (NAWBO) ofrecen plataformas donde las mujeres pueden conectarse con mentores, obtener información y construir una comunidad de apoyo. Estas redes no solo ofrecen recursos útiles o estrategias prácticas, sino que también fomentan la sensación de «hogar», que son fundamentales para aumentar la confianza.
- Celebrar pequeñas victorias: Construir confianza es un proceso gradual, a menudo logrado reconociendo y celebrando pequeños éxitos en el camino. Debe reconocerse cada hito, ya sea el lanzamiento de un producto, la obtención de un nuevo cliente o la recepción de comentarios positivos. Estas pequeñas victorias pueden acumularse, reforzando un sentido de competencia y capacidad, que es esencial para impulsar el espíritu empresarial.
- Hacer frente a la autoconversación negativa: Las mujeres suelen tener pensamientos negativos sobre sí mismas, que pueden mermar su confianza con el tiempo. Es esencial desafiar activamente estos pensamientos negativos reformulándolos de una manera más positiva y realista. Practicar la autocompasión y centrarse en las fortalezas en



lugar de las deficiencias puede ayudar a cambiar las perspectivas y reforzar la seguridad en uno mismo.

- Invertir en aprendizaje continuo: La confianza suele derivarse de la competencia, que puede desarrollarse mediante el aprendizaje continuo. Las mujeres, al haber aumentado sus conocimientos y habilidades, se sentirán más preparadas para las pruebas del espíritu empresarial. Los cursos en línea, formaciones presenciales, talleres o actividades de la industria dirigen e incuban una cultura de confianza y preparación, que es esencial para el trabajo de la vida de un empresario.

Conclusión

La brecha de confianza tiende a ser una de las principales barreras para las mujeres en el espíritu empresarial. La creación de redes y la ideación empresarial que incorporen «prácticas de gestión activa», ofrecerán una posibilidad para que las mujeres alcancen altos niveles de confianza y la utilicen para liderar en sus tareas profesionales como empresarias. Dados los cambios que se están produciendo en el entorno empresarial, es necesario desarrollar, implementar y mantener nuevas formas de fomentar la autoconfianza de las mujeres empresarias. Esto no solo apoya a las mujeres exitosas, sino que amplía su alcance del mundo de los negocios para que sean más diversas y creativas.

Referencias

Dweck, C. S. (2006). *Mentalidad: La nueva psicología del éxito*. Casa al azar.

Guillén, L. (2018). ¿Es la brecha de confianza entre hombres y mujeres un mito? *Harvard Business Review* (en inglés). Obtenido de <https://hbr.org/2018/03/is-the-confidence-gap-between-men-and-women-a-myth>.

NAWBO. (2023). Asociación Nacional de Mujeres Empresarias. Obtenido de <https://www.nawbo.org/>.

La Fundación Rockefeller. (2016). Mujeres en Liderazgo: Por qué importa. Obtenido de <https://www.rockefellerfoundation.org/report/women-in-leadership-why-it-matters/>.

WEConnect International (en inglés). (2023). Global Network for Women Entrepreneurs (en inglés). Obtenido de <https://weconnectinternational.org/>.