



Acta de Investigación Psicológica -

Psychological Research Records

ISSN: 2007-4832

actapsicologicaunam@gmail.com

Universidad Nacional Autónoma de  
México  
México

Riquelme Vigueras, Ana María; Rivera Aragón, Sofía; Ortega Andeane, Patricia;  
Hernández Sánchez, Julita Elemí

Construcción y Validación de un Instrumento para Evaluar la Actitud Hacia una Mujer con  
Éxito

Acta de Investigación Psicológica - Psychological Research Records, vol. 3, núm. 1, abril,  
2013, pp. 1041-1063

Universidad Nacional Autónoma de México  
Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=358933343011>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

## Construcción y Validación de un Instrumento para Evaluar la Actitud Hacia una Mujer con Éxito

Ana María Riquelme Vigueras<sup>1\*</sup>, Sofía Rivera Aragón\*, Patricia Ortega Andeane\*  
& Julita Elemí Hernández Sánchez\*\*

\* Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Psicología, \*\*  
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

### Resumen

Las mujeres están tomando otra posición en la sociedad, ya que han accedido de forma generalizada a la educación, al trabajo remunerado y a la política, lo cual genera cambios que están relacionados con la modificación actual del rol de la mujer. Dado su impacto de estos cambios en las relaciones interpersonales, el propósito del presente estudio fue construir una escala que mida la actitud hacia una mujer con éxito en hombres y mujeres. Se aplicó a una muestra de 618 participantes voluntarios, 304 hombres y 314 mujeres. Después de obtener la consistencia interna y la discriminación de reactivos, se realizó un análisis factorial de componentes principales con rotación ortogonal. Los resultados agruparon 71 reactivos en 4 factores: líder, afectiva-altruista, autosuficiente y competente.

*Palabras clave:* Medición, Género, Mujer con éxito, Superación.

## Construction and Validity of a Measure to assess Attitudes toward Successful Women

### Abstract

Women are taking another position in the society, because they have accessed education, well-paid job, and politics, which generate changes which are related with the actual women role. Given the impact of these changes in interpersonal relationships, the objective of the present research was to construct a scale which measures the attitude to a successful woman in men and women. A sample was applied to 618 volunteer participants, 304 men and 314 women. After obtaining the internal consistent and the discrimination of reagents, a factorial analysis of the principal components with orthogonal rotation was made. The results grouped 71 reagents in four factors: leader, affective-altruistic, self-sufficient and competent.

*Keywords:* Measure, Gender, Successful woman, self-improvement

Original recibido / Original received: 06/01/2013

Aceptado / Accepted: 22/03/2013

<sup>1</sup> Correo electrónico: riquelme\_sic@hotmail.com

En las últimas décadas la incorporación progresiva de las mujeres al mercado laboral ha sido uno de los cambios más evidentes a nivel global en el mundo del trabajo. Las mujeres en el siglo XX se fueron integrando a diversas actividades de la economía, sociedad y política; por lo que su condición se ha transformado al incrementar oportunidades de crecimiento laboral, acceso a bienes, recursos y beneficios (Astelarra, 1990; Debeljuh & Las Heras, 2010; Moreno, 2006; Rodríguez, 2001).

Uno de los factores que ha acelerado este proceso es el mayor acceso a la educación; este incremento en el nivel formativo de las mujeres, sin duda es uno de los logros más sobresalientes, al estar más preparadas, buscan obtener puestos de trabajo acordes con su calificación profesional (Debeljuh & Las Heras, 2010; Doherty, 2004; Moreno, 2006; Sullivan, 2006; Zabludovsky, 2007).

A pesar de que las mujeres representan aproximadamente el 40% de la fuerza de trabajo a nivel mundial y que gradualmente han ido ascendiendo en la carrera jerárquica de las organizaciones, su participación en los puestos de dirección es más reducida. Sin embargo, es importante reconocer que si bien este porcentaje es aún bajo si se compara con el de la población femenina económicamente activa, también es cierto que, en consonancia con tendencias mundiales, recientemente la presencia de las mujeres en cargos de liderazgo en todos los niveles, tanto en las distintas instituciones del sector público y privado como en la sociedad en general ha incrementado (Ayman & Korabik, 2010; Brasileiro & Judd, 2006; Eagly, 2007; Eagly & Carli, 2007; Emmerik, Wendt & Euwema, 2010).

Así, el crecimiento de mujeres empresarias es una tendencia que desde unos años atrae la atención de analistas en los estudios de género. Sin embargo las mujeres, al ingresar en el mundo laboral, se encontraron con una cultura empresaria totalmente creada por hombres (Lassaga, 2004; Schein, 1975; Schein, 2001; Schein, Mueller, Lituchy & Liu, 1996). Cabe destacar que el liderazgo constituye un fenómeno que tradicionalmente ha sido asociado al género masculino. Esto se refleja en el hecho de que una de las desigualdades más llamativas presente en la mayoría de las sociedades occidentales es la ocupación inferior, por parte de las mujeres en puestos de dirección en distintos ámbitos y organizaciones (Bruckmüller & Branscombe, 2010; Cuadrado, 2004; Heilman, 2001; Lupano & Castro, 2011; Schein, 2001).

Independientemente del sector analizado, la proporción de mujeres disminuye en la medida en que se asciende en la jerarquía piramidal, de modo que, aún en la actualidad, persiste la discriminación de género, que limita las oportunidades de promoción profesional de las mujeres (Barberá, Ramos & Candela, 2011); y su presencia en puestos de poder es mínima a pesar de que en los puestos operativos tienen la misma participación que los hombres y de que no se ha demostrado que las mujeres no tengan la capacidad o las competencias para ser líderes (Barberá & Ramos, 2004; Schein, 2007).

En México, de acuerdo con los datos del segundo trimestre de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) 2011, muestran el 76% de hombres como población económicamente activa y sólo el 40.6% de las mujeres está en esa misma condición. Las mujeres se ocupan predominantemente en el sector

terciario de la economía (80.2%), mientras que el sector primario y el secundario sólo concentran el 3.3% y el 16% respectivamente. Además, las mujeres se ocupan más en el sector informal que los hombres a pesar de tener casi un año más de escolaridad en promedio (9.7 años de las mujeres por 9 de los hombres) (INEGI-STPS, 2012).

Por lo que se puede deducir que el problema principal se presenta conforme se asciende en la pirámide organizacional, ya que es en los puestos de liderazgo o poder donde se perciben diferencias marcadas en la participación de ambos sexos (84.2% son hombres y el 15.8% son mujeres). Siendo las expectativas de la sociedad en torno a los distintos patrones de éxito en hombres y mujeres, los que han influido para que los cargos de liderazgo sean considerados como prototipos de lo masculino (Debeljuh & Las Heras, 2010; Schein, 2007).

Por tal razón, para Goetz (1992) es importante entender la perspectiva de género como un componente central para el análisis del ejercicio del poder y la estructura de la organización. Así, a su entender, el prejuicio alude a una serie de relaciones sociales basadas en percepciones culturales de supuestas diferencias entre los sexos, que a su vez presuponen y reproducen una serie de significantes y jerarquías que sustentan relaciones asimétricas de poder.

De esta manera la teoría del rol de género (Eagly, 1987) plantea que la dimensión prescriptiva de los roles estereotipados de género estructura las normas sociales sobre los comportamientos adecuados para cada grupo sexual, por lo que el individuo que salga de dichas normas, tenderá a ser prejuiciado en función de su apego a los “comportamientos específicamente masculinos o femeninos”. Así, la percepción de congruencia o incongruencia con el rol de género tanto de hombres como de mujeres puede vincularse con una evaluación estereotipada del resultado en una actividad. Por lo tanto, la percepción de congruencia con los roles de género implica un prejuicio o discriminación por una atribución causal. Desde esta perspectiva, la teoría de la congruencia del rol hacia las mujeres líderes, propuesta por Eagly y Karau (2002), argumenta que la incongruencia entre lo femenino tradicional y lo que significa ser líder puede producir dos formas de prejuicio hacia las mujeres líderes: 1) Evaluación menos favorable del potencial de las mujeres para ser líderes en comparación con los hombres y 2) evaluaciones menos favorables de la efectividad de las mujeres como líderes.

Estas dos formas de prejuicio se manifiestan en actitudes menos favorables hacia mujeres que hombres líderes y potenciales líderes. Además, estas formas de prejuicio producen probablemente un menor acceso de mujeres que de hombres a los puestos de liderazgo y más obstáculos que deben superar las mujeres para tener éxito en estos roles. El menor acceso seguiría la tendencia que atribuye a una menor capacidad de liderazgo para las mujeres, y los obstáculos para el éxito podrían derivarse de este aspecto del perjuicio, así como de la evaluación de que las mujeres no se comportan de una manera típica de líder. Dicha teoría examina entonces, las diferencias de sexo en términos de actitudes menos positivas hacia la mujer que hacia los líderes masculinos, más dificultad para las mujeres que para los hombres en la consecución de puestos de liderazgo,

y más dificultades para las mujeres que para los hombres demostrar su capacidad en estos puestos. En definitiva, la incongruencia entre el rol de género femenino y las funciones de un líder es probable que sea más frecuente en los niveles de dirección y podría ser menor en puestos medios (Eagly & Karau, 2002).

Así, se suele caracterizar a los cargos directivos con propiedades generalmente atribuidas a los hombres como la capacidad de conducción, la competitividad, el control, la autoridad y el logro de resultados obtenidos. Y características propiamente femeninas como la protección, la orientación y preocupación por los otros no sean consideradas esperables para los puestos de liderazgo (Castro & Lupano, 2006; Lupano & Castro, 2008). Sin embargo, se considera en diferentes estudios que las líderes mujeres también despliegan características como la firmeza y la habilidad para superar obstáculos, las cuales son asociadas por lo general con el estereotipo masculino. De esta manera, se destaca la combinación de atributos instrumentales y expresivos como condición para que una mujer sea considerada líder efectiva (Castro, Lupano & López, 2008; Cuadrado, Navas & Molero, 2004), como lo sustentan Eagly y Karau (2002), que los prototipos de líderes femeninos (exitosas) suelen ser caracterizados con una combinación de atributos masculinos (instrumentales) y femeninos (expresivos). Por otra parte, también se ha encontrado que las mujeres en puestos de poder tienden a ser más supervisadas y criticadas que los hombres, y tienden a ser evaluadas negativamente, incluso cuando ejecutan el mismo rol de liderazgo que un hombre (Eagly, Makhijani & Klonsky, 1992).

De esta manera, la baja participación de las mujeres en puestos ejecutivos se puede atribuir a muchos factores, algunos de esos factores como ya se mencionó anteriormente, están estrechamente relacionados con la percepción que se tiene de las mujeres y otros factores como lo menciona Zabludovsky (2007) son inherentes a las políticas que se adoptan al interior de las propias compañías en función de la distribución y jerarquización con relación al género; los distintos patrones para evaluar y compensar los desempeños de hombres y mujeres; la poca flexibilidad en el horario de trabajo; las estructuras piramidales; y las expectativas que se producen en torno al compromiso del funcionario con la empresa. En este sentido se puede afirmar que, a pesar de que la realidad está cambiando y que hay un creciente número de mujeres que ingresan al ámbito laboral, la cultura organizacional no ha modificado significativamente sus patrones y expectativas de trabajo respecto a hombres y mujeres.

Asimismo, cabe mencionar que la percepción sobre los obstáculos que se les presentan a las mujeres para llegar a puestos de mayor jerarquía es diferente en hombres y mujeres, mientras que el 31.7% de los hombres ejecutivos piensa que una mujer tiene que ser excepcional para tener éxito en el mundo empresarial, entre las mujeres el porcentaje ascendió al 69.4% (Zabludovsky, 2007).

El concepto éxito es un término utilizado en diferentes estudios, sin embargo se trata de un constructo difícil de definir, dado que lo que para unos es éxito, para otros puede tratarse de un simple indicador de resultado. Por ejemplo para Friedman (1982) tener éxito es lograr lo que se quiere y estar satisfecho de que así sea. Por otro lado, una cuestión clave del "éxito" como lo mencionan Klein, Wesson, Hollenbeck y Alge (1999) y Locke y Latham (1990) está vinculada a la

capacidad de superar desafíos, es común observar que algunos individuos afrontan estos desafíos generando estrategias analíticas y teniendo una relación clara entre la fijación de metas y la ejecución de tareas, así como formas de pensamiento más flexibles aún cuando puedan encontrarse con numerosas contrariedades.

En definitiva como lo mencionan algunos estudios (Biemat, 2003; Fletcher, 2004; Latu, Mast, Lammers & Bombari, 2013), se ha encontrado que los criterios basados en el género tienen una influencia importante en la evaluación del desempeño de mujeres líderes. Las mujeres ejecutivas reportan que los estereotipos basados en el género continúan siendo una barrera significativa para su avance en las organizaciones, aunque ellas notan también algunos logros en años recientes (Barberá, Ramos & Candela, 2011).

Actualmente, las mujeres ingresan a las empresas a ocupar los puestos de mando o de liderazgo donde pueden influir en las decisiones organizacionales y controlar las acciones de una empresa (Eagly & Chin, 2010). Es así como algunas investigaciones tratan de explicar el perfil de las mujeres empresarias, y las razones por las que dichas mujeres tienen éxito en la actividad empresarial desde diversas perspectivas teóricas (Cheung & Halpern, 2010; Eagly, 2007; Early & Carli, 2007; Eagly & Johnson, 1990; Eagly & Karau, 2002; Hoyt, 2010; Lyness & Heilman, 2006).

Paralelamente al desarrollo teórico de diversos aspectos relacionados con el estudio de género, comenzaron a aparecer una serie de escalas de actitudes al respecto, por ejemplo la Escala de Actitudes hacia las Mujeres (Attitudes Toward Women Scale: AWS; Spence & Helmreich, 1972; Spence, Helmreich & Stapp, 1973), la cual evalúa las creencias de las personas sobre las responsabilidades, privilegios y conductas en varios ámbitos que tradicionalmente se han diferenciado según el género, pero que pueden, en principio, compartirse de forma igualitaria por hombres y mujeres (Spence & Hahn, 1997). Por tanto, a pesar del nombre asignado a la escala, que sus propios autores reconocen que puede resultar equívoco, la AWS mide las creencias sobre el rol sexual (ideología de género), y no respuestas evaluativas hacia las mujeres.

El AWS no hizo sino inaugurar una larga serie de escalas que tratan de complementar a las anteriores o bien de cubrir aspectos diferentes. Cabe citar entre ellas The Sexist Attitudes Toward Women Scale (SATWS) de Benson y Vincent (1980), basada en caracterizar las actitudes sexistas hacia la mujer como aquellas que la colocan en una posición de relativa inferioridad respecto a los hombres, limitando su desarrollo social, político, económico y psicológico. En 1984, Beere, King, Beere & King, publicaron The Sex-Role Egalitarianism Scale (SRES) que mide actitudes hacia la igualdad entre los sexos en cinco aspectos diferentes: roles maritales, roles parentales, vida profesional, educación y aspectos sociales e interpersonales. En la misma línea, aunque con un enfoque distinto, The Neosexism Scale, de Tougas, Brown, Beaton y Joly (1995) se basa en la teoría de que el sexismo contemporáneo se encuentra bajo presión para evolucionar hacia valores supuestamente igualitaristas, pero sigue operando ocultamente adoptando formas socialmente aceptables. También The Ambivalent Sexism Inventory (ASI), de Glick y Fiske (1996) en donde se considera al sexism

no solamente hostil, sino fundamentalmente ambivalente, mide creencias sexistas tanto hostiles como de tipo benevolente.

El constante desarrollo de escalas que han surgido a lo largo de los últimos 30 años, y que continúa en la actualidad, es justificada por algunos autores (Spence, 1993) con el argumento de que tanto las características relacionadas con el género, como los sistemas de creencias sobre lo mismo, son multidimensionales, con componentes relativamente independientes, y que no es lo mismo una escala sobre estereotipos, que otra sobre esquemas de género o actitudes acerca del feminismo o de los roles de género. Asimismo, los cambios ocurridos en las actitudes dejan anticuadas, en ocasiones, algunas formulaciones de escalas anteriores, o las distintas características culturales demandan planteamientos diferentes (McHugh & Frieze, 1997; Twenge, 1997).

En diversas investigaciones se ha pretendido identificar las condiciones en las que el trato diferencial de hombres y mujeres es probable que se presente en los entornos de trabajo (Ayman & Korabik, 2010; Gómez et al., 2001; Korabik & Ayman, 2007). Del mismo modo, se han dado numerosas explicaciones o razones que subyace a tal diferencia de trato (Cheung & Halpern, 2010; Deaux, 1985; Eagly & Karau, 2002).

En las empresas, los gerentes son evaluados favorable o desfavorablemente dependiendo de sus capacidades, así como de los requisitos de la posición y el nivel en la jerarquía. Sin embargo en general, el prejuicio hacia las mujeres líderes son influidas, como ya se mencionó anteriormente por los roles de género (Eagly & Karau, 2002; Lewis, 2010), que afectan en las actitudes hacia las mujeres en puestos de dirección (Lyness & Terrazas, 2006).

El instrumento que más se había utilizado para evaluar las actitudes hacia las mujeres en puestos de dirección es la "Women As Managers Scale" (WAMS; Peters, Terborg & Taynor, 1974), sin embargo considerando los cambios que se han presentado en las condiciones de empleo de las mujeres desde la década de los setenta, puede generar dudas sobre su aplicabilidad (Ilgen & Moore, 1983).

Además del WAMS otras de las escalas utilizadas para medir las actitudes hacia las mujeres en puestos de dirección es la "Attitudes Towards Women As Managers" (ATWAM; Yost & Herbert, 1985) y la "Attitudes Towards Women Managers" (ATWoM; Aycan, Bayazit, Berkman & Boratav, 2012), sin embargo, la primera presenta problemas psicométricos por el uso de una muestra pequeña y la segunda es una escala desarrollada y validada en Turquía que refleja comportamientos de liderazgo en mujeres que ocupan puestos directivos y la relación que existe con la preferencia para trabajar con ellas, no obstante los autores argumentan que las características demográficas de la muestra y el tipo de organizaciones para las que trabajan son muy similares a la de los países económicamente desarrollados e industrializados.

Las escalas mencionadas se abocan a tres grandes rubros: ideología de género (Beere et al., 1984; Spence & Helmreich, 1972; Spence et al., 1973) actitudes sexistas (Benson & Vincent, 1980; Glick & Fiske, 1996 Tougas et al., 1995), y finalmente aquellas que evalúan a las mujeres en puestos de liderazgo en ámbitos empresariales (Aycan et al., 2012; Peters et al., 1974; Yost & Herbert, 1985). No obstante esto, por un lado las escalas son elaboradas en otras culturas

diferentes a la mexicana; son desarrolladas en ámbitos específicos de acción, limitándose a los puestos directivos y de liderazgo, además se pone de manifiesto la falta de consistencia estructural de algunos de los instrumentos (ver Tabla 1).

Tabla 1

*Escalas desarrolladas sobre la mujer en sus diferentes ámbitos (liderazgo, trabajo, roles de género)*

Nombre de la escala	Autor	Características de la escala	Validez y confiabilidad	Factores o dimensiones	Área que evaluar
<i>Attitudes Toward Women Scale: AWS</i>	Spence, Helmreich y Stapp (1973).	25 reactivos; en escala tipo Likert de cuatro puntos.	Validez de constructo: Análisis factorial (explica el 67.7% de varianza-mujeres y el 69.2% de varianza-hombres). Confiabilidad Interna: Alpha de Cronbach: .86).	Estructura Unifactorial	Ideología de Género
<i>Women As Managers Scale: WAMS</i>	As Peters, Terborg y Taynor (1974).	21 reactivos en escala tipo Likert de siete puntos.	Validez de constructo: Análisis factorial (explica el 55.3% de varianza). Confiabilidad interna: Alpha de Cronbach: .91	1. Aceptación de las mujeres como directivas. 2. Barreras que confrontan las mujeres gerentes. 3. Características necesarias para el éxito empresarial.	Actitud hacia las mujeres en puestos de dirección.
<i>The Sexist Attitudes Toward Women Scale: SATWS</i>	Benson Vincent (1980).	y 40 reactivos en escala tipo Likert de siete puntos.	Validez de constructo: Convergente. Confiabilidad interna: Alpha de cronbach: .91	1.- Las mujeres son genéticamente inferiores a los hombres. 2.- Los hombres deben tener más derechos y poder que las mujeres. 3.- Discriminación hacia la mujer (sexual, educación, trabajo, política). 4.- Hostilidad hacia las mujeres por incongruencia de roles. 5.- La falta de apoyo y empatía por los movimientos de liberación de la mujer. 6.- Etiquetas despectivas y estereotipos hacia las mujeres. 7.- Evaluación de las mujeres como objetos sexuales.	Actitudes Sexistas
<i>The Sex-Role Egalitarianism Scale: SRES</i>	Beere, C., King, D., Beere, D., & King, L. (1984).	95 reactivos en escala tipo Likert de cinco puntos.	Validez de contenido. Confiabilidad interna: Formas paralelas: .97	1.Roles maritales. 2.Roles parentales. 3.Roles de empleado. 4.Roles social-interpersonal-heterosexual. 5.Rol educativo.	Actitudes hacia la Igualdad entre sexos.

Continúa

Tabla 1. Escalas desarrolladas sobre la mujer en sus diferentes ámbitos (liderazgo, trabajo, roles de género) (continúa)

Nombre de la escala	Autor	Características de la escala	Validez y confiabilidad	Factores o dimensiones	Área que evaluar
<i>Attitudes Towards Women As Managers: ATWAM</i>	Yost y Herbert (1985).	10 reactivos con tres opciones de respuesta.	Valididad constructo: convergente. Confiabilidad Interna: Split-half de .81		Actitud hacia las mujeres en puestos de dirección.
<i>The Neosexism Scale: NS</i>	Tougas, Brown, Beaton y Joly (1995).	11 reactivos en escala tipo Likert de siete puntos.	Valididad de constructo: convergente. Confiabilidad test-retest: .82		Creencias sexistas
<i>The Ambivalent Sexism Inventory: ASI</i>	Glick y Fiske (1996)	22 reactivos en escala tipo Likert de cinco puntos.	Valididad de constructo: convergente. Confiabilidad interna: Alpha de cronbach: .92	1. Sexismo Hostil, 2. Sexismo Benevolente	Creencias sexistas-hostiles como de tipo benevolente
<i>Attitudes Towards Women Managers: ATWoM</i>	Aycan, Bayazit, Berkman y Boratav (2012)	27 reactivos en escala tipo Likert de siete puntos.	Valididad de constructo: Análisis factorial (explica el 56.1% de varianza total). Y alpha de cronbach: .90	1. Comportamiento en el trabajo poco profesional de Mujeres Directivas. 2. Las relaciones interpersonales de las mujeres directivas. 3. Ética de trabajo de Mujeres Directivas	Actitudes hacia las mujeres directivas

Como se puede observar el análisis de cada una de estas escalas muestra la necesidad de construir una escala propia a la cultura y que evalúe el constructo de forma integral, partiendo de las definiciones de la población objeto.

A partir de lo anterior y dado que las actitudes son importantes para entender y predecir el comportamiento (Ajzen, 2001), es significativo conocer no solamente la actitud que se tiene hacia las mujeres en puestos de dirección, sino de la actitud que se tiene hacia las mujeres con éxito en cualquier campo que se desarrolle, y en población abierta. Por lo que el propósito de la presente investigación fue desarrollar y validar un instrumento que mida la actitud hacia la mujer con éxito en hombres y mujeres en la cultura mexicana. La investigación se conformó de dos estudios, el primero es un estudio exploratorio, que a su vez se dividió en dos fases, que versan sobre el significado del constructo de una mujer con éxito; y el segundo que contiene el desarrollo y validación de la escala.

### Estudio 1: Exploratorio

*Fase I. Significado de la definición de Mujer con éxito a través de 2 técnicas exploratorias*

## Método

### *Participantes*

La muestra estuvo integrada por 370 participantes voluntarios adultos, 185 hombres y 185 mujeres de la Cd. de México, involucrados actualmente en una relación de pareja heterosexual, con edades de 23 a 78 años ( $M = 42$  años,  $D.E. = 9.51$ ); 116 eran solteros, 227 casados, 8 en unión libre, 19 divorciados. En cuanto a la escolaridad, la mayoría tienen estudios de licenciatura (36.76%). El 82.16% de los hombres y el 72.43% de las mujeres participantes reportaron tener un trabajo remunerado.

### *Instrumento*

Se evaluó el significado de la definición de mujer con éxito propuesta por Rodríguez, 2001). La definición dice: “mujer activa, autosuficiente con capacidad de decisiones, con acceso a todos los niveles, tanto en la educación como en los campos profesionales, así como en oportunidades y retribución, en la investigación científica, en el arte y en decisiones políticas” (Rodríguez, 2001, p.171), Esta evaluación se hizo a través de 2 técnicas:

1) La técnica de redes semánticas modificadas, siguiendo el modelo planteado por Reyes-Lagunes (1993), en donde se les solicitó a los participantes que: a) definieran con la mayor claridad y precisión el estímulo (constructo) que se les presentó, mediante el uso de cinco palabras sueltas como mínimo (verbos, adverbios, sustantivos, adjetivos, sin utilizar artículos o preposiciones); y b) se solicitó a las personas que leyeron sus definidoras y le asignaran números en función de la relación, importancia o cercanía que tenían con el estímulo, esto es, indicándoles que marcaran con el número 1 a la palabra más cercana o relacionada con el estímulo, con 2 a la que le sigue en importancia, y así sucesivamente hasta terminar de jerarquizar cada una de las palabras producidas.

2) La definición en un solo concepto. En esta técnica, se les pedía que leyeron la definición y posteriormente dieran una sola palabra que incluyera esta definición.

### *Procedimiento*

Los participantes fueron localizados por los investigadores en diferentes partes de la Cd. de México: centros de trabajo, escuelas y domicilios. Respondieron el cuestionario de manera voluntaria. Asimismo se destacó el anonimato y confidencialidad de las respuestas.

## Resultados

En el caso de las redes semánticas se obtuvo un tamaño de la Red (TR) total de 432 definidoras del constructo, 281 para mujeres y 293 para hombres. Del total de definidoras, 100 definidoras fueron mencionadas por ambos sexos, 162 fueron mencionadas sólo por las mujeres y 170 sólo por los hombres. Las

principales respuestas obtenidas a través de las redes semánticas se presentan en la Tabla 1.

De acuerdo a los datos mostrados, se destaca que tanto hombres como mujeres, definen a una mujer con éxito, en primer lugar, como inteligente; posteriormente preparada, activa, autosuficiente, decidida, capaz, perseverante, independiente y trabajadora.

Se obtuvieron más definidoras en el caso de los hombres y los valores totales (PS), también fueron más altos en el caso de los hombres que en el caso de las mujeres. Dentro de las 20 principales definidoras del constructo, 16 son compartidas por ambos sexos, sin embargo cabe hacer mención que dentro de estas definidoras principales sólo los hombres definieron el constructo como amable, sincera, exitosa y dedicada, mientras que las mujeres sólo lo definieron como honesta, sociable, audaz y feliz (ver Tabla 2).

**Tabla 2**  
*Pesos semánticos de las definidoras por sexo*

DEFINIDORA	PS	DSC	DEFINIDORA	PS	DSC
			HOMBRES		
Inteligente	750	100%	Inteligente	604	100%
Preparada/Educada	438	58.4%	Activa	563	93.2%
Activa	369	49.2%	Autosuficiente	446	73.8%
Autosuficiente	336	44.8%	Preparada/Educada	385	63.7%
Decidida	333	44.4%	Decidida	372	61.6%
Capaz	296	39.5%	Culta	335	55.5%
Responsable	268	35.7%	Perseverante	282	46.7%
Perseverante	211	28.1%	Capaz	234	38.7%
Independiente	203	27.1%	Independiente	221	36.6%
Trabajadora	198	26.4%	Trabajadora	218	36.1%
Carácter	189	25.2%	Profesional	201	33.3%
Amable	152	20.3%	Responsable	192	31.8%
Emprendedora	147	19.6%	Carácter	145	24%
Culta	144	19.2%	Emprendedora	139	23%
Segura	140	18.7%	Segura	127	21%
Sincera	124	16.5%	Atractiva	107	17.7%
Exitosa	121	16.1%	Honesta	101	16.7%
Atractiva	119	15.9%	Sociable	98	16.2%
Profesional	98	13.1%	Audaz	91	15.1%
Dedicada	80	10.7%	Feliz	90	14.9%

Posteriormente se realizó una prueba chi cuadrada para encontrar las diferencias por sexo en las definidoras compartidas por ambos grupos. Se puede observar que en la definidora de Culta, es donde existió la mayor diferencia significativa entre los sexos, ya que se destaca que la mujer define en mayor porcentaje a una mujer con éxito, con ésta definidora. También se puede observar que las mujeres la consideran más activa, profesional, autosuficiente y

perseverante que los hombres. Los hombres consideran en un porcentaje mayor, que es una mujer inteligente, responsable, capaz y con carácter (ver Tabla 3).

**Tabla 3**  
*Diferencias en las definidoras compartidas por sexo*

DEFINIDORA	Sexo		$\chi^2$	P
	Hombres	Mujeres		
Inteligente	55.4%	44.6%	15.74	.001
Activa	39.6%	60.4%	40.38	.001
Autosuficiente	43%	57%	15.47	.001
Preparada/Educada	53.2%	46.8%	3.41	NS
Decidida	47.2%	52.8%	2.16	NS
Culta	30%	70%	76.16	.001
Perseverante	42.8%	57.2%	10.23	.001
Capaz	55.8%	44.2%	7.25	.01
Independiente	47.9%	52.1%	0.76	NS
Trabajadora	47.6%	52.4%	0.96	NS
Profesional	32.8%	67.2%	35.48	.001
Responsable	58.3%	41.7%	12.56	.001
Carácter	56.6%	43.4%	5.80	.01
Emprendedora	51.4%	48.6%	0.22	NS
Segura	52.4%	47.6%	0.63	NS
Atractiva	52.7%	47.3%	0.64	NS

En las definiciones realizadas por los participantes del constructo en un sólo concepto se realizaron análisis de frecuencias y se observó que la mayoría de los hombres como de las mujeres definen a una mujer con éxito, como inteligente, triunfadora, exitosa, preparada, autosuficiente, responsable, completa, única, independiente, emprendedora, perfecta, trabajadora, capaz, gran mujer, segura, completa, excelente, líder, maravillosa, extraordinaria y profesional.

## *Fase II. Análisis de la definición de mujer con éxito a través de cuestionario abierto*

### **Método**

#### *Participantes*

La muestra estuvo constituida por 241 participantes (116 hombres y 125 mujeres), de la Cd. de México, involucrados al momento de responder en una relación de pareja heterosexual, con una media de edad de 41.5 años y una desviación estándar de 8.72; 81 solteros, 146 casados, 5 en unión libre, 8 divorciados y 1 viudo, con una moda de escolaridad de licenciatura, quienes voluntariamente aceptaron responder el cuestionario abierto. El 83.62% de los hombres y el 74.4% de las mujeres participantes reportaron tener un trabajo remunerado.

### *Instrumento*

Se evaluó el significado de la definición propuesta por Rodríguez (2001) por medio de un cuestionario abierto auto aplicado. La definición es: "mujer activa, autosuficiente con capacidad de decisiones, con acceso a todos los niveles, tanto en la educación como en los campos profesionales, así como en oportunidades y retribución, en la investigación científica, en el arte y en decisiones políticas" (Rodríguez, 2001, p.171).

### *Procedimiento*

Los participantes fueron localizados por los investigadores en diferentes partes de la Cd. de México: centros de trabajo, escuelas y domicilios. Respondieron el cuestionario de manera voluntaria. Asimismo se destacó el anonimato y confidencialidad de las respuestas.

## **Resultados**

Las respuestas obtenidas mediante la pregunta del cuestionario abierto fueron examinadas por separado mediante un análisis de contenido por categorías. En la pregunta se obtuvo una confiabilidad interjueces de  $\rho=.85$  arrojando 16 categorías.

Posteriormente se realizó una prueba de chi cuadrada para localizar las diferencias por sexo y se encontró que las mujeres describen más a la mujer que cumple las características de la definición como androgina, es decir con características psicológicas masculinas como femeninas (ver Tabla 4).

## **Estudio 2: Elaboración y Análisis Psicométrico de la Escala**

### **Método**

#### *Participantes*

Para el estudio 2 la muestra se conformó por 618 personas de la Ciudad de México, 304 hombres y 314 mujeres; con un rango de edad entre 18 a 78 años de edad ( $M = 39.2$  años;  $D.E. =11.15$ ). El 57.1% de la muestra eran casados, el 26.5% viven en unión libre, el 9.2% separados, el 4.5% divorciados y el 2.6% viudos, con una media de 11.9 años de vivir en pareja. En cuanto a la escolaridad la mayoría tiene estudios de licenciatura (37.06%). La muestra fue no probabilístico, tomando como criterio de inclusión que fuesen hombres y mujeres mayores de 18 años, con un año como mínimo de vivir o haber vivido con su pareja heterosexual.

Tabla 4

*Porcentaje de cada categoría de la descripción de una mujer con éxito*

Categoría	Hombres	Mujeres	X <sup>2</sup>
Inteligente	18.18% (44)	19.23% (50)	NS
Autónoma / Independiente	11.98% (29)	11.54% (30)	NS
Exitosa	14.87% (36)	9.62% (25)	NS
Instrumental	10.74% (26)	8.46% (22)	NS
Preparada / Educada	10.33% (25)	9.23% (24)	NS
Líder	9.91% (24)	13.08% (34)	NS
Trabajadora / Luchona	4.13% (10)	7.31% (19)	NS
Expresiva	3.72% (9)	2.31% (6)	NS
Ideal / Inexistente / Perfecta	2.06% (5)	1.54% (4)	NS
<b>Andrógina</b>	<b>2.89% (7)</b>	<b>10.38% (27)</b>	<b>11.76*</b>
Desarrollo profesional	2.06% (5)	1.15% (3)	NS
Sola / Egoísta	2.48% (6)	0.77% (2)	NS
Equidad de género	2.06% (5)	0.38% (1)	NS
Segura	2.48% (6)	3.85% (10)	NS
Responsable / Dedicada	1.65% (4)	0.38% (1)	NS
Conciencia social	0.41% (1)	0.77% (2)	NS

Nota: \*p=.001; NS: No Significativa

*Instrumento*

Con base en los resultados de los estudios exploratorios (fase 1 y 2), en donde se evaluó el significado del constructo de una mujer con éxito a través de tres formatos; se tomaron los indicadores más frecuentes y significativos y se elaboraron 100 afirmaciones con formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos (donde 1 era totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo).

*Procedimiento*

La aplicación de la escala se llevó a cabo en diferentes lugares tales como: escuelas, centros de trabajo y domicilios de la Cd. de México. Los participantes respondieron el instrumento de manera voluntaria y se les comentó que la información era anónima y totalmente confidencial.

**Resultados**

Con los datos obtenidos se realizó un análisis de discriminación de reactivos a través de un análisis de distribución de frecuencias, la prueba t de Student, el sesgo, y se obtuvo la correlación de cada reactivo respecto a la escala total. En función de los resultados de estas pruebas, se seleccionaron 78 reactivos que cumplían los criterios estadísticos. A estos se les aplicó un análisis factorial de componentes principales, con rotación ortogonal (decisión que fue tomada por el tipo de relaciones presentadas entre los reactivos) para obtener las dimensiones y la validez de constructo del instrumento. Se encontraron 4 factores con valor propio mayor de 1, los cuales explican el 46.17% de la varianza. De este análisis, se eligieron 71 reactivos con un peso factorial mayor o igual a .40 para

cada dimensión. La consistencia interna de la escala total a través del alfa de Cronbach fue de .970 (ver Tabla 5).

**Tabla 5**  
*Factores y reactivos que componen la escala*

Factores	1	2	3	4
Es dedicada	.779	.236	.277	.047
Tiene objetivos claros	.763	.301	.135	.040
Está preparada para valerse por sí misma	.756	.303	.201	.025
Es independiente	.744	.261	.233	.022
Es decidida	.740	.120	.354	.109
Es objetiva	.728	.363	.230	.066
Es tenaz	.724	.239	.202	.051
Sabe lo que quiere en la vida	.713	.237	.090	.187
Se enfrenta a cualquier problema y sale adelante por sí sola	.708	.261	.260	.008
Es responsable en su trabajo	.690	.344	.241	.149
Inicia un proyecto por su propia iniciativa	.689	.078	.417	.043
Tiene la capacidad de escuchar	.686	.289	.263	.077
Es segura	.682	.260	.174	.096
Tiene la capacidad de conducir a otros	.675	.221	.275	.054
Es audaz	.670	.260	.218	.174
Tiene carácter	.664	.372	.082	.040
Es profesional en todo lo que hace	.659	.234	.185	.245
Es innovadora	.658	.221	.279	.068
Busca oportunidades de crecimiento profesional	.632	.322	.235	.013
Es inteligente	.612	.287	.425	.090
Se siente realizada	.610	.390	.299	.019
Es ambiciosa	.546	.239	.214	.027
Es atrevida	.544	.292	.003	.375
Es honesta	.381	.745	.049	.256
Es amigable	.369	.739	.043	.388
Es amable	.295	.692	.106	.402
Es honrada	.138	.692	.249	.213
Es simpática	.157	.692	.159	.262
Está al pendiente de ayudar a otros sin esperar nada a cambio	.183	.692	.377	.037
Es alegre	.211	.682	.139	-.028
Es sincera	.237	.681	.029	.123
Es responsable en su hogar y con su familia	.214	.681	.245	.007
Afronta las consecuencias de sus actos	.309	.678	.182	.036
Es educada	.230	.668	-.059	.106
Es generosa	.314	.663	.190	.180
Es feliz	.281	.662	.084	.006
Es sociable	.318	.646	.146	.029
Es responsable.	.248	.644	.138	.147
Defiende sus derechos sin agreder a los demás	.334	.640	.309	.033
Tiene principios	.230	.625	.256	.047
Apoya y protege a los más necesitados	.198	.602	.232	.040
Manifiesta sus sentimientos	.133	.570	.155	.025
Es atractiva	.221	.495	.084	.022
Es capaz	.462	.327	.740	.109
Es productiva	.258	.220	.717	.066
Ha luchado por todo lo que tiene	.287	.214	.703	.051
Es exitosa	.398	.158	.684	.187

Continúa

Tabla 5. Factores y reactivos que componen la escala (continúa)

Es emprendedora	.380	.057	.684	.008
Es trabajadora	.123	.112	.672	.149
Se enfrenta a cualquier reto	.025	.204	.669	.043
Confía en sus recursos	.196	.096	.668	.077
Tiene la capacidad para lograr lo que se proponga	.214	.162	.665	.096
Cumple todas sus metas	.430	.041	.663	.054
Es autónoma	.146	.253	.661	.174
Alcanza todas las metas que se propone	.156	.247	.657	.040
Busca oportunidades de crecimiento personal	.110	.340	.649	.223
Es culta	.145	.207	.640	.037
Tiene la oportunidad de desarrollarse profesionalmente	.418	.035	.602	.095
Es perseverante	.242	.004	.602	.340
Sabe lo que quiere	.343	.108	.579	.036
Tiene una autoestima alta	.401	.090	.576	.036
Tiene los mismos derechos que los hombres	.092	.196	.422	.111
Tiene las mismas oportunidades que los hombres en todos los ámbitos	.395	.058	.415	.321
Tiene un alto nivel intelectual	.239	.363	.335	.761
Es líder	.435	.081	.392	.718
Tiene un alto nivel académico	.332	.112	.230	.667
Está en constante actualización	.263	.227	.310	.655
Cuenta con las estrategias y estilos de comunicación adecuados	.346	.329	.370	.632
Siempre quiere ser la mejor en todo lo que hace	.005	.190	.062	.593
Es dominante	.153	-.004	.031	.417
Es mandona	.087	-.017	.303	.401
No. de Reactivos por Factor	23	20	20	8
Media	3.96	3.80	4.06	3.66
Desviación Estándar	.650	.656	.615	.610
Alpha	.947	.931	.918	.728

Posteriormente se elaboraron las definiciones de cada uno de los factores de la escala (ver Tabla 6).

Tabla 6

*Definiciones de los factores de la escala que mide la actitud hacia una mujer con éxito*

Factor	Definición	Indicadores
1. Líder	Persona que tiene la capacidad de conducir a otros hacia un objetivo o meta.	Tiene la capacidad de escuchar. Es objetiva. Decidida. Tiene la capacidad de conducir a otros.
2. Afectivo altruista	Persona que ayuda de manera cordial, sin esperar nada a cambio.	Está al pendiente de ayudar a otros sin esperar nada a cambio. Amigable. Amable. Generosa.
3. Autosuficiente	Persona autónoma e independiente que enfrenta retos para alcanzar sus objetivos.	Es trabajadora. Alcanza todas las metas que se propone. Es capaz. Es autónoma. Sabe lo que quiere. Se enfrenta a cualquier reto.
4. Competente	Persona apta, competitiva y eficiente para realizar un trabajo o una función.	Está en constante actualización. Siempre quiere ser la mejor en todo lo que hace. Tiene un alto nivel intelectual.

## Discusión

De acuerdo a los resultados se puede observar que la escala elaborada cumple con los criterios psicométricos de confiabilidad y validez. Los factores que componen la escala se relacionan con lo que argumenta Stromquist (1997) indicando que la independencia económica permite a la mujer mejorar el estatus y para mejorar ese estatus se necesita ser inteligente, responsable, independiente, tener la capacidad para escuchar, saber relacionarse con las personas que la rodean ser competente y exitosa, entre otras cosas, como se identifica en los factores encontrados.

El primer factor se denominó líder, y fue el que tuvo mayor varianza explicada, esto implica que la primera actitud que los participantes asumen como importante para evaluar a una mujer con éxito, es que sepa dirigir a otros y que tenga la capacidad de escuchar. Al respecto Eagly y Johnson (1990) encontraron que cuando se comparan los estilos de liderazgo de las mujeres y los hombres existe una tendencia de las mujeres a conducir en un estilo más democrático y participativo que los hombres. Además, se ha demostrado que las mujeres, más que los hombres, adoptan un estilo transformacional (Bass, 1998), el cual consiste en centrarse en el desarrollo y orientación de los seguidores y atender a las necesidades individuales de éstos (Eagly & Johannesen-Schmidt, 2001; Eagly, Johannesen-Schmidt & van Engen, 2003).

Por otro lado como lo mencionan Carli (1990), Eagly y Johannesen-Schmidt (2001) y Ridgeway (2001), que cuando las mujeres deciden tomar papeles principales, alcanzan puestos de alto estatus y de liderazgo. Al respecto, Lucas (2003) encontró que cuando se hizo legítimo el liderazgo femenino a través de la institucionalización, mediante la creación de creencias que los grupos exitosos tienen a las mujeres en posiciones de liderazgo, cambió la estructura de contexto de favorecer a los hombres, ya que la institucionalización de la mujer aumentó la influencia del liderazgo alcanzado por las mujeres y la manipulación institucional eliminó la brecha entre hombres y mujeres en dichos puestos.

Comparando este factor con las medidas investigadas (ver Tabla 1) Peters, Terborg y Taynor (1974), evaluaban tres factores dirigidos a valorar dirección y liderazgo en las mujeres, así como Yost y Herbert (1985) y Aycan, Bayazit, Berkman y Boratav (2012) evalúan el comportamiento y las relaciones interpersonales de las mujeres directivas. Por otro lado Benson y Vincent (1980), Glick y Fiske (1996) y Tougas et al. (1995) evaluaron la persistencia de las actitudes sexistas, así como de las diversas manifestaciones, hostiles, benevolentes o ambivalentes con que se muestra el sexism. Y Beere et al. (1984), Spence y Helmreich (1972) y Spence et al. (1973) evaluaron la ideología de género, que es la dimensión prescriptiva de los roles estereotipados de género, de la cual se generan normas sociales sobre los comportamientos adecuados para cada grupo sexual y que sirve para mantener el dominio de los grupos que ejercen el poder. Por lo que se puede atribuir con estas dimensiones, la percepción de las mujeres como posibles competidoras en el ámbito laboral estimula la creencia sobre su falta de capacidad o de motivación personal.

El segundo factor de la escala se denominó como afectivo-altruista, es decir que una mujer con éxito se preocupa por los demás, es amigable y generosa. Es

así como se ha demostrado en diversas investigaciones relacionadas con los estilos de liderazgo la tendencia mayoritaria de vincular aspectos democráticos y las orientaciones centradas en el equipo con los roles comunales, de apoyo y ayuda a las personas (Eagly & Johnson, 1990). En otras investigaciones se ha reportado que las mujeres tienen niveles más altos en los valores de trabajo que los hombres, ya que como lo argumentan Bass y Avolio (1994) las mujeres son más transformacionales en su forma de dirigir que ellos por su mayor experiencia en actividades de crianza y educación, su interés por los demás y su mayor sensibilidad social.

El tercer factor nombrado como autosuficiente, indica en qué medida la mujer con éxito es autónoma e independiente y que se enfrenta a cualquier reto alcanzar sus objetivos, Padilla (2000) señala al respecto, que la mujer independiente tienen la motivación de auto realizarse, ya que adquiere una mayor posibilidad para lograr su identidad y autonomía, así como la oportunidad de satisfacer sus necesidades. Jejeebhoy (1995 en Casique, 2004) identifica cinco aspectos que caracterizan a una mujer autónoma: 1) Desempeñar un papel activo en la familia y en la sociedad; 2) Tener influencia real en las decisiones de la familia y en las decisiones sobre su propia vida; 3) Libertad de movimiento, libertad de interacción con el mundo exterior; 4) Libertad para desarrollar cercanía e intimidad con su esposo, y 5) Autoconfianza económica y social.

El cuarto factor llamado competente, el cual da el índice de la percepción que se tiene de la mujer como una persona apta, eficiente y que está en constante actualización, ha sido planteado por Rocha y Díaz-Loving (2005) quienes señalan que la incorporación de la mujer al campo laboral en las últimas décadas, está cambiando la visión estereotipada sobre los géneros, lo cual es congruente con el impacto que estas transformaciones tienen en el desempeño de roles menos tradicionales y que apuntan a aspectos vinculados a una androginia positiva entendida como la capacidad de un individuo para mostrar tanto rasgos como comportamientos instrumentales y expresivos. Esto además resulta coherente con los planteamientos actuales de liderazgo (Chin, 2010) y de los factores de la escala encontrados, ya que la mujer con éxito se compone de características tanto de líder, como de ser una mujer autosuficiente, competente y además ser afectiva-altruista, lo cual como se señala en diversas investigaciones (Barberá et al., 2011; Cuadrado, 2004; Terroni, 2002) debe existir una adecuada interacción entre las actividades orientadas a la tarea y a las relaciones. De esta forma Eagly y Carli (2007) suponen que la mencionada incongruencia de roles se vería minimizada ya que las organizaciones demandan de sus líderes cada vez más características instrumentales pero también expresivas. Es así como, se ha encontrado en estudios que las líderes mujeres también despliegan características como la firmeza y la habilidad para superar obstáculos, las cuales son asociadas por lo general con el estereotipo masculino. De esta manera, se destaca la combinación de atributos instrumentales y expresivos como condición para que una mujer sea considerada líder efectiva (Castro et al., 2008; Cuadrado et al., 2004), como lo sustentan Eagly y Karau (2002), que los prototipos de líderes femeninos (exitosas) suelen ser caracterizados con una combinación de atributos masculinos (instrumentales) y femeninos (expresivos). Por otra parte, también se ha

encontrado que las mujeres en puestos de poder tienden a ser más supervisadas y criticadas que los hombres, y tienden a ser evaluadas negativamente, incluso cuando ejecutan el mismo rol de liderazgo que un hombre (Eagly et al., 1992).

Finalmente se puede decir que la población femenina representa un 58.3% de la totalidad de habitantes en el mundo, por lo que, investigaciones referentes a ésta, cobran por sí solas relevancia. Con el paso de los años ya no es difícil encontrar a una mujer exitosa en ámbitos que parecían estar reservados para los hombres. La ciencia, la tecnología, la industria, la administración, la salud, la política, entre otras áreas tienen nuevas protagonistas. La mujer actual está invadiendo todos los campos de la sociedad, logrando una posición de aceptación y pertenencia dentro del contexto social, validando su capacidad intelectual igual a la del hombre. Lo cual la hace acreedora de nuevos roles enfrentándola a retos y conflictos para los que ha de prepararse.

## Referencias

- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52, 27–58.
- Astelarra, J. (1990). *Participación política de las mujeres*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Aycan, Z., Bayazit, M., Berkman, Y., & Boratav, H. (2012). Attitudes towards women managers: Development and validation of a new measure with Turkish samples. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 21 (3), 426–455.
- Ayman, R. & Korabik, K. (2010). Leadership: Why gender and culture matter. *American Psychologist*, 65, 157-170.
- Barberá, E., y Ramos, A. (2004). Liderazgo y discriminación de género. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 57 (2), 147-160.
- Barberá, E., Ramos, A. y Candela, C. (2011). Laberinto de cristal en el liderazgo de las mujeres. *Psicothema*, 23 (2), 173-179.
- Bass, B. M. (1998). Transformational and transactional leadership of men and women. En B. M. Bass, *Transformational leadership: Industrial, military and educational impact*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). Shatter the Glass Ceiling: Woman May Make Better Managers. *Human Resource Management*, 33, 549-560.
- Beere, C.A., King, D.W., Beere, D.B., & King, L.A. (1984). The Sex Role Egalitarian Scale: A measure of attitudes toward equality between the sexes. *Sex Roles*, 10, 563-576.
- Benson, P.L. & Vincent, S. (1980). Development and validation of the Sexist Attitudes Toward Women Scale (SATWS). *Psychology of Women Quarterly*, 5, 276-291.
- Biemat, M. (2003). Toward a broader view of social stereotyping. *American Psychologist*. 58 (12), 1019-1027.
- Brasileiro, A. M., & Judd, K. (2006). *Women's Leadership in a Changing World*. UNIFEM, Nueva York.

- Bruckmüller, S. & Branscombe, N. R. (2010). The glass cliff: When and why women are selected as leaders in crisis contexts. *British Journal of Social Psychology*, 49, 433-451.
- Casique, I. (2004). *Poder de decisión y autonomía de la mujer mexicana. Análisis de algunos condicionantes*. UNAM-Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias. Cuernavaca, Mor.
- Castro, A. & Lupano, M. (2006). Prototipos de liderazgo y percepción de la efectividad de los líderes. *Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina*, 52 (3), 185-195.
- Castro, A., Lupano, M. y Lopez A. (2008). Teorías implícitas acerca del liderazgo femenino y masculino. Un estudio comparativo en regiones culturales diversas. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*, 26, 53-73.
- Cheung, F. M. & Halpern, D. F. (2010). Women at the Top. Powerful Leaders define success as work + family in a culture of gender. *American Psychologist*, 65, 182-193.
- Chin, J. L. (2010). Introduction to the special issue on diversity and leadership. *American Psychologist*, 65 (3), 150-156.
- Cuadrado, I. (2004). Valores y rasgos estereotípicos de género de mujeres líderes. *Psicothema*, 16, 270-275.
- Cuadrado, I., Navas, M., & Molero, F. (2004). El acceso de las mujeres a puestos directivos: género, contexto organizacional y estilos de liderazgo. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 57 (2), 181-192.
- Deaux, K. (1985). Sex and gender. *Annual Review of Psychology*, 36, 49-81.
- Debeljuk, P. y Las Heras, M. (2010). *Mujer y Liderazgo*. México: LID Editorial.
- Doherty, L. (2004). Work-life balance initiatives: Implications for women. *Employee Relations*, 26 (4), 433-452.
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Nueva Jersey: Erlbaum.
- Eagly, A. H. (2007). Female leadership advantage and disadvantage: resolving the contradictions. *Psychology of Women Quarterly*, 31, 1-12.
- Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2007). *Through the labyrinth: The truth about how women become leaders*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Eagly, A. & Chin, J. (2010). Diversity and leadership in a Changing World. *American Psychologist*, 65 (3), 216-224.
- Eagly, A. H., & Johannesen-Schmidt, C. M. (2001). The Leadership Style of Women and Men. *Journal of Social Issues*, 57, 781-797.
- Eagly, A. H., Johannesen-Schmidt, M. C., & van Engen, M. L. (2003). Transformational, transactional, and laissez-faire leadership styles: A meta-analysis comparing women and men. *Psychological Bulletin*, 129, 569–591.
- Eagly, A. H., & Johnson, B. T. (1990). Gender and leadership style: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 108, 233–256.
- Eagly, A. H. & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109, 573-598.
- Eagly, A. H., Makhijani, M. G., & Klonsky, B. G. (1992). Gender and the evaluation of leaders: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 111, 3–22.

- Emmerik, H., Wendt, H., & Euwema, M.C. (2010). Gender ratio, societal culture, and male and female leadership. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83, 895-914.
- Fletcher, J. (2004). The paradox of post heroic leadership: An essay on Gender, Power, and transformational change. *The Leadership Quarterly*, 15, 247-261.
- Friedman, M. (1982). *Superando el miedo al éxito: Por qué nos da miedo triunfar?*. México: Lasser Press.
- Glick, P., & Fiske, S.T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 491-512.
- Goetz, A. M. (1992). Gender and Administration. *IDS Bulletin*, 23(4), 6-17.
- Gomez, M. J., Fassinger, R. E., Prosser, J., Cooke, K., Mejia, B., & Luna, J. (2001). Voices forging paths: A qualitative study of the career development of notable Latinas. *Journal of Counseling Psychology*, 48, 286–300.
- Heilman, M. E. (2001). Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder. *Journal of Social Issues*, 57, 657–674.
- Hoyt, C. L. (2010). Women and Leadership. In P.G. Northouse. *Leadership: Theory and Practice*. (pp. 301-333). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Ilgen, D. R., & Moore, C. F. (1983). When reason fails: A comment on the reliability and dimensionality of the WAMS. *Academy of Management Journal*, 26, 535–540.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía y Secretaría del Trabajo y Previsión Social (INEGI-STPS). (2012). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, 2011*. Segundo trimester.
- Klein, H. J., Wesson, M. J., Hollenbeck, J. R., & Alge, B. J. (1999). Goal commitment and the goal-setting process: conceptual clarification and empirical synthesis. *Journal of Applied Psychology*, 84, 885-896.
- Korabik, K., & Ayman, R. (2007). Gender and leadership in the corporate world: A multiperspective model. In J. L. Chin, B. Lott, J. K. Rice, & J. Sanchez-Huelles (Eds.). *Women and leadership: Transforming visions and diverse voices* (pp. 106–124). Malden, MA: Blackwell.
- Lassaga, G. (2004). El poder de lo femenino en el liderazgo. *WorkPaper, Universidad de Belgrano*, Argentina.
- Latu, I., Mast, M., Lammers, J., & Bombari, D. (2013). Successful female leaders empower women's behavior in leadership tasks. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49 (3), 444-448.
- Lewis, K. E. (2010). Then and now: A longitudinal study of attitudes toward women as managers. *International Journal of Management & Information Systems*, 14 (5), 23-29.
- Lyness, K. S., & Heilman, M. E. (2006). When fit is fundamental: Performance evaluations and promotions of upper-level female and male managers. *Journal of Applied Psychology*, 91, 777–785.

- Lyness, K. S., & Terrazas, J. M. B. (2006). Women in management: An update on their progress and persistent challenges. In G. P. Hodgkinson & J.K. Ford (Eds.). *International review of industrial and organizational psychology* (pp. 267–294). Chichester, UK: Wiley.
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (1990). *A theory of goal setting and task performance*. Englewood Cliffs. NJ: Prentice Hall.
- Lucas, W. J. (2003). Status Processes and the Institutionalization of Women as Leaders. *American Sociological Review*, 68, 464-480.
- Lupano, P. M. y Castro, S. A. (2008). Liderazgo y género. Identificación de prototipos de liderazgo efectivo. *Perspectivas en Psicología*, 5 (1), 69-77.
- Lupano, P. M. y Castro, S. A. (2011). Actitudes desfavorables hacia mujeres líderes. Un instrumento para su evaluación. *Summa Psicologica UST*, 8, 19-29.
- McHugh, M.C. & Frieze, I.H. (1997). The measurement of gender-role attitudes. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 1-16.
- Moreno, S. D. (2006). Entre la tradición y la modernidad: Las parejas españolas de doble ingreso. *Revista de Sociología*, 78, 3-26.
- Padilla, M. T. (2000). El gozo en las parejas que trabajan en: González Núñez: *Los cambios del hombre frente a la metamorfosis de la mujer* (57-84). Edit. IIPCS. A.C. México.
- Peters, L. H., Terborg, J. R., & Taynor, J. (1974). Women as managers scale: A measure of attitudes toward women in management positions. (MS. 585). *JSAS Catalog of Selected Documents in Psychology*, 4, 27.
- Reyes-Lagunes, I. (1993). Las redes semánticas naturales, su concepción y su utilización en la construcción de instrumentos. *Revista de Psicología Social y Personalidad*, 9(1), 83-99.
- Ridgeway, L. C. (2001). Gender, Status, and Leadership. *Journal of Social Issues*, 57, 637-655.
- Rocha, S. T. y Díaz-Loving, R. (2005). Cultura de género: La brecha ideológica entre hombres y mujeres. *Anales de Psicología*, 21(1), 42-49.
- Rodríguez C. M. (2001). El agradecimiento masculino ante una esposa autosuficiente en: González Núñez: *El hombre del siglo XXI ante el protagonismo de la mujer* (pp. 171-181). Edit. IIPCS. A.C. México.
- Schein, V. E. (1975). Relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics among female managers. *Journal of Applied Psychology*, 60, 340-344.
- Schein, V. E. (2001). A global look at psychological barriers to women's progress in management. *Journal of Social Issues*, 57, 675-688.
- Schein, V. E. (2007). Women in management: Reflections and projections. *Women in Management Review*, 22 (1), 6-18.
- Schein, V. E., Mueller, R., Lituchy, T., & Liu, J. (1996). Think manager-think male: A global phenomenon? *Journal of Organizational Behavior*, 17, 33-41.
- Spence, J.T. (1993) Gender-related traits and gender ideology: Evidence for a multifactorial theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 624-635.

- Spence, J. T., & Hahn, E. D. (1997). The attitudes toward women scale and attitudes change in college students. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 17-34.
- Spence, J. T., & Helmreich, R. (1972). The attitudes toward women scale: An objective instrument to measure attitudes toward the rights and roles of women in contemporary society. *JSAS Catalog of Selected Documents in Psychology*, 2, 66-67.
- Spence, J.T., Helmreich, R.L., & Stapp, J. (1973). A short version of The Attitudes Toward Women Scale (AWS). *Bulletin of the Psychonomic Society*, 2, 219-220.
- Stromquist, N. (1997). La búsqueda del empoderamiento: en que puede contribuir el campo de la educación. En León, M. *Poder y Empoderamiento de las Mujeres* (pp.75-98). Colombia: Editores del Tercer Mundo y Facultad de Ciencias Humanas.
- Sullivan, C. (2006). Women and men in management. *Gender, Work and Organization*, 13 (1), 96-98.
- Terroni, N. (2002). El liderazgo en grupos y organizaciones: Una revisión teórica. *Revista IDEA*, 37, 75-84.
- Tougas, F., Brown, R., Beaton, A.M., & Joly, S.L. (1995). Neosexism: Plus Ca Change, Plus C'est Pareil. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 842-850.
- Twenge, J.M. (1997). Attitudes toward women, 1970-1995: A meta-analysis. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 35-51.
- Yost, E. B., & Herbert, T. T. (1985). Attitudes Toward Women As Managers (ATWAM). In L. Goodstein & J. W. Pfeiffer (Eds.). *The 1985 annual: Developing human resources* (pp. 87-108). University Associates. San Diego, Ca: Pfeiffer & Company.
- Zabludovsky, G. (2007). Las mujeres en México: Trabajo, educación superior y esferas de poder. *Política y Cultura*, 28, 9-41.

© Universidad Nacional Autónoma de México, 2013.

Los derechos reservados de *Acta de Investigación Psicológica*, son propiedad de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el contenido de esta revista no puede ser copiado ni enviado por correo electrónico a diferentes sitios o publicados en listas de servidores sin permiso escrito de la UNAM. Sin embargo, los usuarios pueden imprimir, descargar o enviar por correo electrónico los artículos para uso personal.

Copyright of *Psychological Research Record* is the property of Universidad Nacional Autónoma de México (National Autonomous University of Mexico, UNAM) and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.