



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

FACULTAD DE HUMANIDADES

Carrera de Psicología

**ESTEREOTIPOS DE GÉNERO ASIGNADOS A
MUJERES LÍDERES DE ORGANIZACIONES SOCIALES
DE BASE EN EL DISTRITO DE SAN LUIS, PROVINCIA
DE ANCASH**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Psicología

KARLA MÓNICA CASTILLEJO RODRIGUEZ

ELENA GLADYS BRITO SILVESTRE

Asesor:

Dr. Eli Leonardo Malvaceda Espinoza

Lima - Perú

2019

Agradecimientos

A Dios, por ser nuestro guía en cada paso que hemos decidido dar, por medio de la fuerza y sabiduría para no rendirnos en los momentos difíciles.

A nuestros padres, quienes por medio de su amor, paciencia y apoyo incondicional nos hicieron creer en nosotras mismas, en luchar por nuestras metas y no temerles a las adversidades que se presentan día a día. Porque con ellos, los momentos difíciles son más llevaderos y sus palabras de aliento nos dan la fuerza que necesitamos para seguir.

A nuestros hermanos, que nos impulsan a ser mejores en todo lo que realizamos, puesto que buscamos inspirar a su propia superación.

Al estado, por gracias a su programa de Becas logramos cumplir el sueño de culminar nuestra carrera universitaria.

A nuestro asesor Eli, porque sin sus enseñanzas no hubiéramos logrado terminar este trabajo. Por su compromiso y tiempo en cada revisión y explicación. Asimismo, por acompañarnos en esta investigación cualitativa, contribuyendo con los conocimientos que posee para elaborar un estudio de calidad.

A cada uno de los jueces que brindaron su tiempo y disponibilidad, ya que gracias a su colaboración logramos validar el instrumento, pues sin ello no se hubiera podido concretar esta investigación.

Finalmente, agradecemos a las 8 mujeres líderes y a los 12 comensales de los comedores populares por su tiempo, compromiso y colaboración, que nos conforman la esencia de este proyecto.

Tabla de contenidos

Resumen	5
Abstract	6
Introducción.....	6
Método	16
Tipo y diseño de investigación.....	16
Participantes	16
Instrumento de recolección de datos	18
Procedimiento de recolección de información	18
Análisis de datos.....	19
Resultados.....	20
Discusión	23
Limitaciones	27
Conclusiones.....	27
Recomendaciones	28
Referencias	29
Anexos.....	34
Anexo 1: Distribución socio-estructurada de la muestra	34
Anexo 2: Matriz de Categorización.....	35
Anexo 3: Guía de entrevista para mujeres líderes de comedores populares	37
Anexo 4: Guía de entrevista para comensales de comedores populares.....	38
Anexo 5: Evaluación de validez de contenido por criterio de jueces para el instrumento direccionado a líderes	39
Anexo 6: Evaluación de validez de contenido por criterio de jueces para el instrumento direccionado a comensales.....	40
Anexo 7: Consentimiento Informado	41
Anexo 8: Mapa semántico de códigos jerarquizados	42
Anexo 9: Tabla de códigos y documentos primarios	44
Anexo 10: Criterios de representatividad, frecuencia, densidad y jerarquización	47

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar los estereotipos de género asignados a mujeres líderes de organizaciones sociales de base en el distrito de San Luis, provincia de Ancash. Para ello, se realizó una investigación de enfoque cualitativo y se siguieron los pasos del diseño de la fenomenología hermenéutica; en tal sentido, se desarrollaron 20 entrevistas semiestructuradas en idioma quechua, y se realizó el análisis de datos con el software Atlas.ti 7.5. Los resultados evidenciaron que los estereotipos de género se dividen en estereotipos de agencia, entre los cuales se encuentran la competencia instrumental, capacidad de liderazgo, manejo de conflictos; y estereotipos de comunalidad, tales como la preocupación por otros, sociabilidad, sensibilidad emocional e interdependencia. Se concluye que, los comensales y las presidentas perciben estereotipos de género tanto de agencia como de comunalidad hacia las mujeres líderes, predominando este último. Asimismo, se identifica que esta combinación de estereotipos permite una percepción positiva hacia su trabajo. Finalmente, la implicancia es la revalorización de los aspectos agenticos y no solos comunales en las mujeres líderes, lo cual ampliaría la perspectiva de los futuros estudios en cuestión.

Palabras clave: Estereotipos de género, investigación cualitativa, liderazgo femenino, Organizaciones Sociales de Base.

Abstract

This research aimed to analyze gender stereotypes assigned to women leaders of grassroots social organizations in the district of San Luis, Ancash province. For this, a qualitative approach investigation was carried out and the design steps of hermeneutical phenomenology were followed; In this sense, 20 semi-structured interviews were developed in Quechua language, and data analysis was performed with the Atlas.ti 7.5 software. The results showed that gender stereotypes are divided into agency stereotypes, among which are the instrumental competence, leadership capacity, conflict management; and stereotypes of communality, such as concern for others, sociability, emotional sensitivity and interdependence. It is concluded that diners and presidents perceive gender stereotypes of both agency and communality towards women leaders, the latter prevailing. Likewise, it is identified that this combination of stereotypes allows a positive perception towards their work. Finally, the implication is the revaluation of the agents and not alone communal aspects in women leaders, which would broaden the perspective of the future studies in question.

Keywords: Female leadership, gender stereotypes, grassroots social organizations, qualitative research.

Introducción

Según la ONU Mujeres (2019) solo el 24,3% de las mujeres a nivel mundial se encuentra en posiciones de liderazgo en el Estado, porcentaje similar (24%) al de mujeres que asumen cargos empresariales (Lee Hecht Harrison, 2017). En América Latina, la participación de la mujer en cargos de liderazgo representa solo el 22 % (Revista Mujeres Ejecutivas, 2019); esto debido a la responsabilidad extra que tiene la mujer en tareas domésticas y de cuidado, comparado con los hombres (Banco de Desarrollo de América Latina, 2018; Organización Internacional del Trabajo, 2017).

En el Perú, solo el 19% de los puestos de dirección o jefatura en gobiernos regionales se ven ocupados por mujeres (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2017); mientras que en empresas privadas alcanza el 41,1% (CENTRUM PUCP, WomenCEO Perú & Price Waterhouse Coopers Perú, 2018). Si bien la presencia de las mujeres líderes en los espacios estatales y privados es menor a la de los varones, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017) la mujer ha demostrado tener mayor participación en las Organizaciones Sociales de Base (OSB), puesto que el 59,7% son mujeres y el 40,3% son varones. Así, estas organizaciones promueven la participación de las mujeres al interior de los gobiernos locales y regionales.

Al respecto, las OSB son organizaciones autogestionarias formadas por iniciativa de los pobladores que buscan ayudar al desarrollo general de la localidad, solucionar problemas de índole social, económico y cultural a fin de optimizar las condiciones de vida de sus integrantes (INEI, 2017). Estas organizaciones poseen existencia legal y son personas jurídicas sin fines de lucro a partir de su inscripción en los registros públicos. Entre las más resaltantes se encuentran los Comedores Populares, Comités de Vaso de Leche, Clubes de Madres, entre otras (Ley N° 25307, 1991).

Puntualmente, los comedores populares están liderados por mujeres, teniendo como tarea principal la preparación y venta de alimentos, así como el apoyo social a personas en situación vulnerable y con alto riesgo nutricional (INEI, 2018). En el año 2017 se registraron en el Perú un total de 15 567 comedores populares con un total de 797 770 personas beneficiadas, siendo Áncash la tercera Provincia con mayor número de beneficiarios (INEI, 2018).

Tal situación, en relación al liderazgo conlleva a una doble reflexión, por un lado, la posibilidad de que la mujer asuma posiciones de liderazgo en el Perú se encuentra muy por debajo en comparación con los hombres, este hecho se conoce como la metáfora del “techo de cristal”, la cual plantea que existe una barrera invisible que impide a la mujer acceder a posiciones de liderazgo dentro de la organización en la que se encuentre (Roldán-García, Leyra-Fatou & Contreras-Martínez, 2012).

De otro lado, se puede visualizar una segmentación de las actividades de liderazgo que asume la mujer en las OSB con relación al varón; así, la mujer al estar tradicionalmente próxima al hogar y ocuparse del cuidado de la familia, desarrolla habilidades y actividades que le permiten tener participación comunitaria y liderazgo sin dejar de lado los aspectos domésticos y de cuidado (Eagly & Wood, 2012). Tales aspectos se encuentran estrechamente ligados a los estereotipos de género que determinan los campos de acción de liderazgo, tanto en varones como mujeres (Eagly, 1987; Koenig & Eagly, 2014).

Es así como, respecto a lo indicado anteriormente, la presente investigación busca conocer: ¿Cuáles son los estereotipos de género asignados a mujeres líderes de organizaciones sociales de base en la provincia en el distrito de San Luis-Ancash? A continuación, se ahondará en las categorías de estudio, tales como: liderazgo femenino y estereotipos de género.

Existen diversas definiciones entorno al liderazgo, en la presente se entenderá al mismo, como la habilidad de influir y colaborar con otros para que realicen sus actividades en la búsqueda de lograr metas, objetivos y visiones en conjunto (Davis & Newstrom, 2003; Gómez, 2002; Robbins & Judge, 2009).

Perozo y Paz (2016) señalan ocho estilos de liderazgo, tales como el democrático centrado en delegar tareas y promover que los colaboradores contribuyan en la toma de decisiones; el autoritario, caracterizado por asumir individualmente la responsabilidad de la toma de decisiones; el carismático, que a través de las relaciones afectivas con el equipo le permite convencer a sus subordinados a realizar acciones que preferirían no hacer; el liderazgo transaccional, que utiliza las recompensas y castigos para que el equipo cumpla las metas establecidas y mantenga el nivel esperado de desempeño.

De otro lado, se encuentra el situacional, el cual toma en cuenta el contexto en el que está situado a fin de maximizar el desempeño de sus colaboradores; el participativo, que se enfoca en escuchar, analizar y tomar las ideas de sus colaboradores; el directivo, que es capaz de guiar a los empleados respecto al cómo deben realizar alguna tarea y finalmente, el transformacional, quien realiza cambios e innovaciones en los mismos trabajadores y la organización (Perozo & Paz, 2016).

El liderazgo femenino se puede entender como la capacidad para influir en otros y apoyarlos a trabajar en el logro de los objetivos, ello por medio del uso de sus características propias, como su facilidad para motivar y educar a las personas (Davis & Newstrom, 2003; Perozo & Paz, 2016). Así, el líder femenino se caracteriza por su eficacia para formar equipos de trabajo, así como para la toma de decisiones en los momentos de crisis; asimismo, evidencian un trato más personal; siendo más sociables y brindando una mayor importancia a la necesidad de trabajar en equipo y de cooperar (EAE Business School, 2016).

Por otra parte, los estereotipos son un conjunto de creencias existentes sobre las características que se consideran adecuadas en las personas, siendo rígidas y generalizadoras de un determinado grupo social o comunidad (Aguilar, Valdez, González-Arratia & González, 2013; García, 2014).

Los estereotipos de género son un conglomerado de creencias simplistas, pero desarrolladas y compartidas dentro de una cultura respecto a las características (físicas, biológicas, sexuales y sociales) que le son asignadas a hombres y mujeres por el solo hecho de serlo, y que a través de los agentes de socialización se transmiten por generaciones (De Lemus, Moya, Bukowski & Lupiáñez, 2008; Cook & Cusack, 2009; Hentschel, Heilman & Peus, 2019; Quesada, 2014;).

Si bien toda comunidad requiere de una organización por medio de la asignación de roles a cada uno de sus integrantes; se asignan ciertos roles a los hombres y mujeres debido a sus diferencias sexuales y su proximidad a ciertos entornos; estos coadyuvan a la formación de estereotipos (Eagly & Wood, 2012). Así, los estereotipos nacen de la injusta distribución de roles sociales entre los hombres y las mujeres, el trabajo y el hogar (Eagly, 1987); dicha distribución da lugar a concepciones estereotipadas de género (Koenig & Eagly, 2014), como el que los hombres presenten actitudes desfavorables hacia las mujeres que ocupan cargos de liderazgo (Lupano & Castro, 2011).

A partir de lo señalado, se crean los estereotipos de agencia y comunalidad. La agencia significa que la persona es libre de realizar y buscar el cumplimiento de sus metas o valores que considera importantes (Sen, 1999). Igualmente, los estereotipos de género en hombres indican que estos poseerían mayor agencia que las mujeres, ya que la sociedad establece que el hombre tiene una mayor capacidad de hacerse cargo y tener el control, en esta misma lógica los hombres serían asertivos, controladores, competentes, independientes y orientados hacia el poder y logro (Heilman, 2012; Hentschel et al., 2019). Es por ello, que

al tener las mujeres un cargo de liderazgo conlleva a asumir que cuentan con características agenticas (Bosak & Sczesny, 2011), debido al fuerte componente masculino que la asunción de liderazgo representa (Cruz, 2016).

De otro lado, la comunalidad es la forma de vida en la cual se trabaja pensando en el bien común (Fuente, 2012), así, el estereotipo de género en mujeres indicaría que estas estarían más preocupadas por el bienestar de otras personas y construir relaciones; dándole mayor importancia a lo comunitario, por lo que se les percibe como afectivas, dependientes, sociables, poco preocupadas por ellas mismas y orientadas hacia los demás (Morales & Cuadrado, 2004; Ridgeway, 2002).

Hentschel et al. (2019) señalan que las características de agencia y comunalidad, pueden dividirse en subdimensiones que permiten proporcionar distinciones sobre las caracterizaciones contemporáneas de hombres y mujeres. Por un lado, la característica agencia presenta cuatro subdimensiones: a) competencia instrumental, habilidades orientadas en la tarea, siendo competente, eficaz y productivo; b) capacidad de liderazgo, habilidad para desempeñarse como líder, demostrando su orientación hacia los objetivos y debida capacidad de negociación; c) manejo de conflictos, capacidad que puede expresarse de manera dominante, audaz, asertiva o competitiva; y d) independencia, capacidad para actuar de forma autosuficiente, con responsabilidad y libre de influencia externa.

Por otra parte, la característica comunalidad está comprendida por los siguientes subdimensiones: a) preocupación por otros, capacidad para comprender a los demás, siendo amable, compasivo y simpático; b) sociabilidad, habilidad para comunicarse con los demás, siendo colaborador y enfocado en satisfacer las necesidades de los involucrados en la tarea; y c) sensibilidad emocional, centra su atención en las emociones y sentimientos de las personas de su entorno (Hentschel et al, 2019).

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, se puede encontrar diversas investigaciones a nivel internacional y nacional. Así, Garrido, Álvaro y Rosas (2018) buscaron conocer los estereotipos de género tradicional que se construyen alrededor de la maternidad en estudiantes de Madrid, España. Para ello, diseñaron una entrevista semiestructurada, en la que participaron 24 mujeres y 12 varones con edades entre los 20 y los 35 años. Encontraron que los discursos sobre la maternidad y la crianza se caracterizan por un marcado esencialismo biológico y psicológico que atribuye a las mujeres una mayor capacidad natural para el cuidado de los hijos. Los autores concluyeron que los estereotipos de género que se construyen alrededor de la maternidad son uno de los principales factores ideológicos que contribuyen a la discriminación de las mujeres dentro del mercado laboral.

Castillo y Montes (2014) buscaron conocer la presencia de estereotipos de género en Jaén, España. La muestra estuvo conformada por 164 estudiantes universitarios entre 18 a 29 años. Los instrumentos utilizados fueron un cuestionario sociodemográfico y la Escala de Características Estereotípicas, ambos elaborados por los mismos autores. Sus resultados evidenciaron que aún se atribuyen características estereotípicas tradicionales a cada género que perpetúan la discriminación. Concluyeron que, a pesar de que parte de los resultados demuestran una mejora hacia la igualdad, aún se atribuyen características tradicionales a cada género que inducen a la discriminación.

Aguilar et al. (2013) realizaron una investigación cuyo propósito fue conocer la satisfacción con los roles de género entre hombres y mujeres en México. Los participantes fueron 300 jóvenes universitarios de 17 a 25 años y 80 adultos de 35 a 45 años. El instrumento que utilizaron fue la técnica de redes semánticas naturales (Valdez-Medina, 1998). Como resultado evidenciaron diferencias significativas, debido a que los hombres se definen con un rol que implica salvaguardar, proveer, comprender, ser

profesionista, seguro y amoroso; mientras que las mujeres, mencionan verse como profesionistas, emancipadas, esposas o amas de hogar, cuyo rol es compartir y educar. Concluyeron que los roles que viven los jóvenes universitarios muestran cambios importantes respecto de los roles sexuales tradicionales de la cultura mexicana.

Lupano y Castro (2013) abordaron un estudio que tuvo como propósito analizar si las características estereotípicas de las mujeres líderes y el sexo del seguidor influyen en las actitudes sostenidas por los seguidores hacia mujeres líderes en Argentina. En un total de 60 sujetos adultos de la población general, 27 varones y 33 mujeres. Diseñaron ad hoc con tres viñetas de casos de líderes mujeres, donde mostraron actitudes desfavorables hacia mujeres con atributos idénticos y actitudes favorables hacia mujeres líderes que combinan atributos comunales y auténticos. Concluyeron, que el sexo del seguidor no presenta influencia, pero sí las características estereotipadas que la sociedad promueve, tales como los estilos masculinos de liderazgo y la relegación de las mujeres a actividades que tradicionalmente son consideradas femeninas.

Asimismo, Velásquez (2018) desarrolló un estudio cuyo objetivo fue determinar la relación entre los estereotipos de género y las actitudes en posiciones de liderazgo en Lima Metropolitana. La muestra se conformó por un grupo de mujeres trabajadoras de dos organizaciones (N=260). Se aplicaron las tres viñetas que conforman la Escala de Actitudes hacia las Mujeres en Posiciones de Liderazgo (Lupano, 2011) y la Escala de Estereotipos de Roles Sexuales (SRSS) (Raguz, 1994). Se evidenció que no existe relación entre las actitudes hacia las mujeres en posición de liderazgo y los estereotipos de género que se les asignaron a las mujeres y a los hombres en posición de liderazgo. Concluyó, que las líderes mujeres que presentan atributos comunales y mixtos reciben actitudes positivas, en comparación con las mujeres que presentan atributos únicamente agenticos y neutros.

De la Cruz (2017) llevó a cabo una investigación con el objetivo de identificar los estereotipos de género y estilos de liderazgo asignados a personas en altos puestos directivos por parte de un grupo de estudiantes de una universidad privada de Lima. El estudio estuvo conformado por 34 hombres y 87 mujeres. Para ello, se utilizó la Escala de Estereotipos de Roles Sexuales de Raguz (1991) y el Cuestionario Multifactorial de Liderazgo 5X de Bass y Avolio (2000). Se evidenció que el campo del liderazgo continúa siendo masculino, aun cuando no existen diferencias entre los estilos de liderazgo ejercidos por hombres y mujeres. Concluyó que tanto los hombres como mujeres con características masculinas generan una mayor intención de contratación que aquellos con características femeninas.

Cruz (2016) desarrolló un estudio cuyo propósito fue determinar si los ejecutivos de una universidad privada de Lima presentan un estereotipo masculino tradicional con relación a sus concepciones de liderazgo. La muestra estuvo compuesta por 39 hombres y 30 mujeres, cuyas edades oscilaron entre 29 y 70 años. Para ello utilizó la Escala de Estereotipos de Roles Sexuales (SRSS) (Raguz, 1991). Los resultados manifestaron que el estereotipo de líder era principalmente masculino y no se presentaron diferencias significativas debido al sexo del participante, puesto que ambos consideraron que la persona líder, la mujer y el hombre líderes, eran igualmente masculinos. Concluyó que al tener un alto componente masculino el estereotipo de líder, la mujer será vista como menos femenina cuando ocupe un cargo de liderazgo.

A partir de las investigaciones anteriores se puede visualizar que el estereotipo de liderazgo es predominantemente masculino (Aguilar et al., 2013; Contreras et al., 2012; Cruz, 2016; De la Cruz, 2017, Lupano & Castro, 2013). Asimismo, se evidenció que las mujeres han de poseer características masculinizadas, para que puedan tener mayor oportunidad y aprobación hacia cargos de liderazgo (Velásquez, 2018; Cruz, 2016).

En base a lo expuesto, la presente investigación se justifica a nivel teórico, puesto que las investigaciones en el Perú que se centren en estudiar los estereotipos de género asignados al liderazgo y más aún en la muestra de estudio, son escasas. Es así que, se estaría contribuyendo al vacío teórico que se encuentra, a fin de que sirva de base para futuras investigaciones en el campo en mención.

Del mismo modo, a nivel práctico el estudio busca brindar una base para futuras investigaciones de este tipo en muestras similares. A su vez, esta investigación, brindará información a entidades, tanto públicas y privadas como ministerios u ONG's, con la finalidad de mejorar el desarrollo de las habilidades, capacidades y liderazgo de las mujeres a partir de la implementación de programas sociales y de intervención.

A nivel metodológico, los estudios presentados son principalmente cuantitativos de tipo correlacional (Contreras et al., 2012; Cruz, 2016; De la Cruz, 2017; Lupano & Castro, 2013); ello evidencia la escasa investigación cualitativa (Aguilar, et al., 2013; Garrido, et al., 2018; Velásquez, 2018), y hace necesario un planteamiento de este tipo que permita profundizar en este fenómeno de estudio.

En cuanto a las implicancias de esta investigación, se encuentra el poder conocer los estereotipos que son asignados a las mujeres líderes de las organizaciones sociales de base, a fin de promover mayor investigación en esta muestra, respecto a las categorías planteadas. Además, la investigación contribuirá a profundizar en el cómo es que se les asigna a las mujeres ciertas características que no permiten su desarrollo en posiciones de liderazgo.

Objetivo general.

Analizar los estereotipos de género asignados a mujeres líderes de organizaciones sociales de base en el distrito de San Luis-Ancash.

Objetivos específicos.

- Analizar las características de agencia asignados a mujeres líderes de organizaciones sociales de base en el distrito de San Luis-Ancash.
- Analizar las características de comunabilidad asignados a mujeres líderes de organizaciones sociales de base en el distrito de San Luis-Ancash.

Método

Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es de enfoque cualitativo, debido a que busca analizar en profundidad la naturaleza del fenómeno de estudio (Martínez, 2004). En tal sentido, la investigación busca conocer los estereotipos de género asignados a mujeres líderes en organizaciones sociales de base en el distrito de San Luis a través de las percepciones y experiencias de los participantes.

El diseño de la investigación es desde la fenomenología hermenéutica, puesto que su interés se enfoca en la interpretación de la experiencia a través de sus discursos; para alcanzar ello, se definió el fenómeno o problema a investigar (en este caso los estereotipos de género asignados a mujeres líderes). Seguidamente, se ahondó en el estudio con la construcción del marco teórico y antecedentes, para luego encontrar las categorías y subcategorías del fenómeno, todo ello a través de la codificación y esquematización; a fin de describir e interpretar, mediante los diversos significados contribuidos por los participantes y la contrastación con la teoría previa (Creswell, 2007).

Participantes

Los participantes de esta investigación son mujeres líderes representantes de las OSB de comedores populares y comensales de estos. Se partió de un muestreo teórico (Strauss & Corbin, 2002) y se complementó la selección de participantes, mediante el muestreo de relaciones y variaciones (Mejía, 2000), según el cual se distribuyó intencionalmente a la población por criterios y se eligió al menos un participante por cada criterio, a fin de asegurar la representatividad y heterogeneidad cualitativa de la muestra (Anexo 1).

Así, para la muestra de mujeres líderes los criterios son edad (25-35 y 36-45 años), grado de instrucción (primaria y secundaria) y tiempo de permanencia (1-5 y 5-10 años);

mientras que para la muestra de comensales se tomó los criterios de sexo (mujer y hombre), edad (25-35 y 36-45 años) y grado de instrucción (primaria, secundaria y superior). Debido a que son dos grupos por considerar, se plantean distintos criterios de inclusión y exclusión:

Tabla 1

Criterios de inclusión y exclusión para la selección de participantes

Grupo	Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Líderes representantes de los comedores populares	– Mujeres líderes de comedores populares con al menos un año de participación en su comedor. – Vivir en el caserío del cual es representante en el último año. – Firmar el consentimiento informado aceptando su participación en la investigación.	– Ser representantes del sexo masculino – No ser líder de un comedor popular con al menos un año de participación. – No vivir en el caserío en el último año. – No firmar el consentimiento informado.
Comensales de los comedores populares	– Participar como comensal del comedor popular en el último año. – Vivir en el caserío donde se encuentra el comedor popular en el último año. – Firmar el consentimiento informado aceptando su participación en la investigación.	– No participar como comensal del comedor popular en el último año. – No vivir en el caserío donde se encuentra el comedor popular en el último año. – No firmar el consentimiento informado.

Nota: Elaboración propia

Así, se entrevistó a 20 personas entre hombres y mujeres; 8 mujeres líderes y 12 comensales (8 mujeres y 4 hombres). En cuanto a sus edades estas oscilan entre 25 y 45 años. En cuanto al grado de instrucción, el 40% contaban con educación primaria, el 40% con educación secundaria y 20% con superior universitaria. Respecto a los años de permanencia en la OSB, el 90% tenían de uno a cinco años participando en el comedor y el restante entre

cinco y diez años. Por otro lado, es pertinente señalar que la totalidad de los participantes son quechua hablantes.

Instrumento de recolección de datos

El instrumento utilizado para la presente investigación es la entrevista semiestructurada (Hernández, Fernández & Baptista, 2014), la cual permite partir de una guía de preguntas, que a su vez puede modificarse en el transcurso de la investigación para obtener más información del fenómeno de estudio. Se aplicaron dos guías de entrevistas dirigidas a mujeres líderes y comensales. Para su construcción se elaboró una matriz de categorización (Anexo 2), a partir de ello, se elaboró la guía de entrevista tanto para mujeres líderes (Anexo 3) y para comensales (Anexo 4), las cuales han sido sometidas a un criterio de validación de contenido por jueces, obteniendo una V de Aiken de 0.86 para el instrumento direccionado a mujeres líderes (Anexo 5) y de 0.80 para el instrumento de comensales (Anexo 6), en ambos casos resultando idóneas para su aplicación. Por último, se realizaron dos entrevistas piloto, tanto a una representante líder y a un comensal del comedor popular, que cumplan con los criterios de inclusión (Martínez, 2004). En función de lo anterior, se ha podido validar la estructura de la entrevista.

Procedimiento de recolección de información

Para el desarrollo de la presente investigación, se solicitó autorización al encargado del programa social de comedores populares, luego de la aprobación, se inició la recolección de datos, considerando los criterios de inclusión y exclusión para la selección de los participantes. Para la realización de las entrevistas, se visitó a cada participante en su respectivo caserío, cada entrevista duró aproximadamente entre 20 a 25 minutos y fue realizado en quechua. Asimismo, por el criterio de confidencialidad, se procedió a cambiar sus nombres por seudónimos y previo a cada entrevista, se solicitó la firma del consentimiento

informado a los participantes (Anexo 7). Finalmente, al culminar esta investigación se brindarán los resultados de la misma a los participantes de la investigación.

Análisis de datos

Se realizó un análisis cualitativo de contenido temático y como complemento se utilizó el software de análisis de datos cualitativos Atlas.ti 7.5, por ser un diseño de fenomenología hermenéutica constó de cuatro fases: 1) codificación y categorización, la cual se realizó a partir de las citas textuales de las entrevistas, siguiendo la codificación abierta, axial y selectiva (Strauss & Corbin, 2002); 2) la estructuración, que permitió visualizar las metacategorías, categorías y subcategorías de sentido generadas, a través de redes semánticas (Anexo 8) y tablas de códigos y documentos (Anexo 9), 3) la descripción, que en función del paso anterior brindó una narración de las categorías señaladas, 4) interpretación, la cual permitió realizar el diálogo teórico entre la data empírica y la teoría (Martínez, 2004).

Por otra parte, como lo señalan Miles, Huberman y Saldaña, (2013) los criterios de saturación utilizados para la construcción de significados fueron: a) Frecuencia de categorías, la cual refiere que a mayor repetición del código, este adopta mayor importancia; b) Densidad teórica, son aquellas categorías que se vinculan a otras; c) Jerarquización, que implica la posición de los códigos obtenidos en las redes semánticas a fin de lograr su mejor comprensión; y d) Representatividad, la cual se evidencia a través de los códigos que aparecen al menos una vez en cada documento.

De tal manera, para el análisis se consideraron como categorías significativas aquellas con frecuencia (≥ 38), densidad (≥ 4) (números colocados entre paréntesis luego de cada categoría), representatividad (≥ 1), y de jerarquía (≥ 1), tomando en cuenta las categorías que cuenten con al menos uno de los criterios antes señalados (Anexo 10).

Resultados

Acorde al análisis (Anexo 8), se encontró que los estereotipos de género asignados a las mujeres líderes de los comedores populares en San Luis-Ancash (408-3), presenta dos categorías, los estereotipos de agencia (216-5) y los estereotipos de comunalidad (223-5), a partir de los cuales, se desglosan otras subcategorías.

Los estereotipos de agencia, entendidos como la libertad de la persona para realizar y buscar el cumplimiento de sus metas o valores, se encuentran compuestos por cuatro subcategorías, competencia instrumental (80-5), capacidad de liderazgo (75-5), manejo de conflictos (74-7) e independencia (28-4).

Respecto a la competencia instrumental, integra el ser competente (36-6), eficaz (26-5) y orientado a la tarea (26-4). Al respecto, se observa que el componente de eficacia fue representativo en los comensales, mas no en las líderes, “Porque es una persona líder y confiable, es colaborativa y disponible de tiempo; todos la elegimos y busca superarse” (Alicia, comensal, 34 años, 3:1).

Por otro lado, la subcategoría capacidad de liderazgo, la cual se refiere a la habilidad para desempeñarse como líder, demostrando su orientación hacia los objetivos y debida capacidad de negociación; se compone de la habilidad de liderazgo (39-8), orientado a los objetivos (38-7) y experto en asuntos de negocios (18-8). Cabe indicar que, tanto las presidentas y comensales perciben a las mujeres líderes con capacidad de liderazgo, pero se contraponen a lo percibido por los comensales varones, específicamente los de un rango de edad entre 25 a 35 años que no las perciben con dicha capacidad. En la misma línea, los comensales las perciben como expertas en asuntos de negocios, sin embargo, las líderes no se perciben así, “Nuestra presidenta nos dirige diciéndonos que hay que trabajar unidos para

llegar a los objetivos, para ello, busca que todos nosotros seamos responsables y cumplamos con las tareas que nos encomienda” (Ana, comensal, 37 años, 6:6).

En lo que concierne al manejo de conflictos, se identifican los componentes de ser asertivo (29-6) y democrático (48-5), “Cuando hay problemas, siempre se reúne con su junta conformada por la tesorera, secretaria y vocal; después se reúne con nosotros por las tardes y valora las opiniones que le brindamos para tomar o afrontar cualquier problema” (Juan, comensal, 40 años, 10:8).

Por otro lado, al evaluar la subcategoría independencia, la cual se encuentra conformada por los deseos de responsabilidad (16-5) e independiente (12-5), se encontró que las líderes de entre 25 a 35 años de edad presentan representatividad en cuanto a los deseos de responsabilidad e interdependencia, mientras que las líderes entre 36 a 45 años muestran representatividad en el componente independencia, más no en deseos de responsabilidad, “Yo sola también puedo resolver, puesto que algunas socias no apoyan mucho, aunque algunas veces me he reunido con mi junta directiva y ellos me han dado ideas para tomar mejor las decisiones” (Rocío, líder, 42 años, 21:10).

En cuanto a la categoría comunalidad, entendida como la forma de vida en la cual se acciona pensando en el bien común, se divide en cuatro subcategorías: preocupación por otros (111-8), sociabilidad (75-4) y sensibilidad emocional (29-6) e interdependencia (44-3).

La subcategoría preocupación por otros, integra la comprensión (59-9), amabilidad (54-6) y compasión (31-5). Ante ello, las líderes se perciben compasivas, mientras que los comensales no perciben lo mismo, “Se preocupa por nosotros, a veces cuando nos falta algo para la cocina compra poniendo su dinero quiere que seamos unidos y trabajemos bien” (Estefany, comensal, 34 años, 8:12).

Respecto a la subcategoría sociabilidad, la cual es la habilidad para comunicarse con los demás, siendo colaborador y enfocado en satisfacer las necesidades de los involucrados en la tarea, se evidencia que se presentan comunicativas (35-9), colaborativas (23-6) y orientadas a las relaciones (32-7), “La comunicación es eficiente, nos escucha y entre todos tomamos decisiones o solucionamos cualquier problema” (Estefany, comensal, 34 años, 8:2).

En cuanto a la subcategoría sensibilidad emocional (29-6), la cual indica que la persona centra su atención en las emociones y sentimientos de su entorno, se observa que esta subcategoría es representativa en los comensales del sexo mujer y líderes de mayor permanencia, cuya edad es entre 26 a 45 años, “En primer lugar me tranquilizo y luego trato de calmarme y buscar soluciones” (Lucía, líder, 33 años, 17:17).

Finalmente, se encuentra la subcategoría interdependencia (44-3), la cual señala, la dependencia recíproca entre personas, ello es representativo en los comensales y líderes de poca permanencia, cuya edad comprende entre los 25 y 35 años, “Siempre tratamos de resolver con mi junta que está conformada por presidenta, tesorera, secretaria, almacenera y en algunas ocasiones también resuelvo sola y les expongo mis ideas” (Patricia, líder, 37 años, 18:10).

Discusión

La presente investigación busca analizar los estereotipos de género asignados a mujeres líderes de organizaciones sociales de base en el distrito de San Luis, provincia de Ancash. Se examinan 20 entrevistas semiestructuradas a presidentas y comensales de los comedores populares. Los resultados permiten entender este fenómeno, el cual se encuentra dividido en diferentes expresiones que afectan directamente a la percepción que se tiene de las mujeres líderes. Así, se ahonda en dos categorías, teniendo en cuenta el aporte teórico de Hentschel et al. (2019).

En la primera categoría estereotipos de agencia, se identificó que se percibe a las mujeres líderes como poseedoras de competencia instrumental, capacidad de liderazgo, manejo de conflictos e independencia, lo cual difiere de las hipótesis de Hentschel et al. (2019), ya que estas competencias agenticas, no se esperarían ser percibidas en mujeres.

Con base en la competencia instrumental, las mujeres líderes de estos comedores populares son percibidas como personas competentes, eficaces y orientadas a la tarea; resaltando que los comensales perciben a las mujeres líderes como eficaces, aunque ellas no se perciben así, específicamente las líderes cuya edad oscilan entre los 25 a 35 años, puesto que solo expresan planes a futuro, mas no actividades concretas realizadas, situación que si resalta en las líderes cuya edad se encuentran entre los 36 a 45 años; esto concuerda con lo expuesto por Bosak y Sczesny (2011) cuando refieren que el tener un cargo de líder favorece a que se asuma que la persona cuenta con las características mencionadas, debido al fuerte componente masculino que se ha identificado que tiene el cargo de líder (Cruz, 2016).

En cuanto a su capacidad de liderazgo, se identificó que los participantes, consideraron que las líderes presentan habilidad para desempeñar funciones de liderazgo,

esto se afirma con lo mencionado por Eagly y Wood (2012) cuando indican que, al estar las mujeres próximas al hogar, desarrollan habilidades y actividades que permiten su participación comunitaria, sin dejar de lado los aspectos de cuidado. En la misma línea, se identifica que para los comensales hombres no es representativo la capacidad de liderazgo, puesto que consideran que las líderes no cuentan con las características que reflejen tener la capacidad de liderar, lo cual se condice con lo hallado por Lupano y Castro (2013), quienes indican que los hombres registran mayor cantidad de actitudes desfavorables hacia las mujeres, percibiendo que no cuentan con las competencias instrumentales necesarias para ser líderes.

Asimismo, se encuentra que las líderes son percibidas por los comensales como orientadas a objetivos y expertas en asuntos de negocios; tomando en cuenta las opiniones de los demás, manteniendo una escucha activa y colaborativas. Lo mencionado se encuentra relacionado con lo que describen Davis y Newstrom, (2003); Perozo y Paz, (2016); y EAE Business School (2016), quienes expresan que las mujeres líderes buscan apoyar a los demás en el logro de los objetivos, a través de su facilidad para relacionarse con otros y colaborar.

Por otro lado, se encontró que las mujeres líderes, al momento de manejar los conflictos son asertivas y democráticas, mostrando en todo momento su preocupación por los demás, a través de la comprensión, amabilidad, comunicación, compasión y colaboración. Estas últimas características forman parte de los estereotipos de comunalidad; la cual se relaciona a lo indicado por la EAE Business School (2016) cuando menciona que la mujer líder es eficaz para la toma de decisiones en los momentos de crisis, evidenciando un trato más personal, siendo más sociable y brindando mayor importancia a la necesidad de trabajar en conjunto para solucionarlo.

Respecto a la subcategoría independencia, se encontró que las líderes de entre 25 a 35 años presentan representatividad en los componentes de deseos de responsabilidad e interdependencia, mientras que las líderes entre 36 a 45 años muestran representatividad en el componente independencia, mas no en deseos de responsabilidad; ello se encuentra relacionado con lo expuesto por Bosak y Sczesny (2011), al precisar que con el tiempo las mujeres líderes aumentan sus expectativas en el éxito de los roles de liderazgo.

En cuanto a la categoría de comunalidad, esta presenta subcategorías representativas como preocupación por otros, sociabilidad, sensibilidad emocional e interdependencia, esto debido a que los entrevistados describieron a las mujeres líderes como comunicativas, colaborativas y orientadas a las relaciones. Esto confirma la teoría planteada por Hentschel et al. (2019) que identifica las tres subcategorías asignadas como primordiales a en estereotipos de género en mujeres.

Asimismo, esto confirma que estas estarían más preocupadas por el bienestar de otras personas y construir relaciones; dándole mayor importancia a lo comunitario, por lo que se les percibe como afectivas, dependientes, sociables, poco preocupadas por ellas mismas y orientadas hacia los demás (Morales & Cuadrado, 2004; Ridgeway, 2002), además se relaciona a lo encontrado por Aguilar et al. (2013) quienes indican que las mujeres consideran como su rol principal el compartir y educar. Ante ello, se encuentra que, según la percepción de las líderes, existe representatividad en el componente compasivo; mientras que para los comensales no es representativo, lo cual difiere de lo expuesto por Hentschel et al. (2019), ya que, por su hipótesis, se esperaba que este componente sea percibido por ambas partes.

Por otra parte, se identifica que si bien las mujeres líderes son percibidas como personas que centran su atención en las emociones y sentimientos de su entorno, ello no es

representativo para los comensales del sexo masculino y mujeres líderes de permanecía entre 1 a 5 años en la organización, no es representativo. Estos hallazgos sugieren, que las mujeres revalorizan los estereotipos agenticos y no solo los estereotipos de comunalidad.

Frente a la subcategoría interdependencia, se identificó que los comensales y líderes de poca permanencia, cuya edad comprende entre los 25 y 35 años, perciben a las mujeres líderes como interdependientes; mientras que las de mayor permanencia se perciben como independientes, lo cual se contrasta con lo indicado por Bosak y Sczesny (2011) al expresar que las mujeres líderes se sienten más seguras de asumir el cargo de liderazgo mientras más tiempo se encuentren en él.

Finalmente, de las categorías comunalidad y agencia, se identifica que, si bien las mujeres presentan características de agencia como competencia instrumental, capacidad de liderazgo, manejo de conflictos e independencia, estos están asociados a las características de comunalidad como preocupación por otros, sociabilidad, sensibilidad emocional e interdependencia, lo que les permite a los otros (comensales) tener actitudes positivas frente al cargo de liderazgo de las mujeres, concordando con lo expuesto por Velázquez (2018).

Limitaciones

Se identificó la escasa investigación psicosocial que existe en el Perú respecto a esta población específica, ello dificultó contrastar los resultados obtenidos. Asimismo, se hace necesaria la triangulación metodológica con otros instrumentos estandarizados para ahondar en el análisis de los resultados.

Por otro lado, el desarrollo del presente estudio contó con diversas limitaciones como la dificultad para el acceso a los participantes, debido a su disponibilidad. Por otro lado, el difícil acceso a la muestra en términos geográficos y lingüísticos.

Finalmente, si bien la literatura expresa que las mujeres aumentan sus expectativas de éxito frente al cargo a mayor tiempo de permanencia en él, no se ha recabado información respecto a este punto tanto en comensales como en presidentas de los comedores populares.

Conclusiones

Los comensales y las presidentas de comedores populares evidencian estereotipos de género hacia las mujeres líderes, los cuales se dividen en estereotipos de agencia y comunidad, siendo este último el predominante. No obstante, el estudio encuentra que las líderes adoptan también aspectos agenticos, tal complejidad permite una percepción positiva hacia su rol.

La agencia es percibida como una característica propia de las presidentas al momento de liderar el comedor popular. Asimismo, la capacidad para liderar es percibida por las mujeres líderes, mas no de la misma forma por los comensales varones cuya edad oscilan entre los 25 a 35 años. Por otro lado, las líderes de ambos rangos de edad, no se perciben como independientes.

La comunidad aún persiste en la forma de liderar de las presidentas; por lo que se les percibe como afectivas, dependientes, sociables, poco preocupadas por ellas mismas y

orientadas hacia los demás. En la misma línea, los comensales y presidentas cuya edad se encuentran entre los 36 a 45 años, perciben a las mujeres líderes como sensibles, mientras que las mujeres líderes cuya edad oscilan entre los 25 a 35 años son percibidas como interdependientes, situación contraria frente a las líderes de mayor edad.

Recomendaciones

Se recomienda realizar estudios en muestras de Lima y provincia. Además, de realizar el estudio en otras OSB similares con la finalidad de conocer más a fondo la dinámica del liderazgo femenino en las organizaciones populares.

Por otro lado, se recomienda a las entidades públicas y privadas utilizar este estudio como información relevante para implementar programas sociales y de intervención con la finalidad de mejorar el desarrollo de las habilidades, capacidades y liderazgo de las mujeres. Finalmente, se recomienda realizar la investigación en una muestra solamente conformada por hombres, con el propósito de identificar y analizar la contraparte de los resultados obtenidos.

Finalmente, se recomienda para futuras investigaciones, se estudie la percepción de los comensales frente al liderazgo femenino cuando las mujeres tienen un tiempo de permanencia mayor, a fin de conocer si al igual que las mujeres líderes, las expectativas de éxito frente al cargo, varían.

Referencias

- Aguilar, Y., Valdez, J., González-Arratia, N., & González, S. (2013). Los roles de género de los hombres y las mujeres en el México contemporáneo. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 18(2), 207-224.
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2018). *Brechas de Género en América Latina: un estado de situación*. Caracas: Corporación Andina de Fomento.
- Bosak, J., & Sczesny, S. (2011). Gender bias in leader selection? Evidence from a hiring simulation study. *Sex Roles*, 65(3-4), 234-242.
- Castillo, R., & Montes, B. (2014). Analysis of current gender stereotypes. *Anales de Psicología*, 30 (3), 1044-1060.
- CENTRUM PUCP, WomenCEO Perú y Price Waterhouse Coopers Perú, (2018). *Primer Estudio sobre Mujeres Miembros de Directorios de las Empresas en el Mercado de Valores Peruano* 2018.
Recuperada:<https://www.pwc.pe/es/publicaciones/assets/estudio-sobre-mujeres-miembros-de-directorios.pdf>
- Cook, R., & Cusack, S. (2010). Gender Stereotyping: Transnational Legal Perspectives. EEUU: *University of Pennsylvania Press*. Recuperado de https://www.law.utoronto.ca/utfl_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf
- Creswell, W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (2da ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cruz, Y. (2016). *Estereotipos de género y liderazgo en ejecutivos en una universidad privada de Lima* (tesis de Licenciatura). Recuperado de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/6841/CRUZ_HI_DALGO_YASMINA_ESTEROTIPOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Davis, K., & Newstrom, J. (2003). *Comportamiento humano en el trabajo*. México. Editorial McGraw-Hill Interamericana. Décima edición.
- De la Cruz, Y. (2017). *Liderazgo y roles de género en estudiantes de carreras vinculadas a recursos humanos* (Tesis de licenciatura). Recuperado de:

[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9114/De%20la%20Cruz Tarrillo Liderazgo roles g%c3%a9nero.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9114/De%20la%20Cruz%20Tarrillo%20Liderazgo%20roles%20g%C3%A9nero.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

De Lemus, S., Moya, M., Bukowski, M., & Lupiáñez, J. (2008). Activación automática de las dimensiones de competencia y sociabilidad en el caso de los estereotipos de género. *Psicológica*, 29, 115-132.

EAE Business School. (2016, 28 de Noviembre). El importante, y necesario, crecimiento del liderazgo femenino: *EAE Business School*. Recuperado de: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/el-importante-y-necesario-crecimiento-del-liderazgo-femenino/>

Eagly, A., & Wood, W. (2012). Social Role Theory. En Van, P., Kruglanski, A. y Tory, E. (Ed.), *Handbook of Theories of Social Psychology* (pp. 458-476). Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/285179532_Social_role_theory

Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Fuente, M. (2012). La comunalidad como base para la construcción de resiliencia social ante la crisis civilizatoria. *Polis*, 33. Recuperado de: <http://journals.openedition.org/polis/8495>

García, V. (2014). Estereotipos de Género y Liderazgo Femenino. *VI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXI Jornadas de Investigación Décimo Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*. Recuperado el 23 de Julio, 2019 de <https://www.aacademica.org/000-035/502>

Garrido, A., Álvaro, J., & Rosas A. (2018). Estereotipos de género, maternidad y empleo: un análisis psicosociológico. *Pensando Psicología*, 14 (23). DOI: <https://doi.org/10.16925/pe.v14i23.2261>

Gómez, C. (2002). Liderazgo: conceptos, teorías y hallazgos relevantes. *Cuadernos hispanoamericanos de psicología*, 2 (2), 61-77.

Heilman, M. (2012). Gender stereotypes and workplace bias. *Research in Organizational Behavior*, 32, 113–135.doi:10.1016/j.riob.2012.11.003

Hentschel, T., Heilman, M. E., & Peus, C. V. (2019). Las múltiples dimensiones de los estereotipos de género: una mirada actual a las caracterizaciones de hombres y mujeres de otros y de ellos mismos. *Frente. Psychol*, 10(11), 1-19.

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta Ed). México, DF: McGraw-Hill.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *Estadísticas Municipales 2016*. Perú: Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1417/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *Perú Brechas de Género 2017: Avances hacia la Igualdad de Mujeres y Hombres*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1444/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Perú: Indicadores de Empleo e Ingreso por departamento*. Perú: Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1537/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Perú: Indicadores de Gestión Municipal 2018*. Perú: Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1636/libro.pdf

Koenig, A., & Eagly, A. (2014). Evidence for the social role theory of stereotype content: observations of groups' roles shape stereotypes. *Journal of personality and social psychology*, 107(3), 371-92.

Lee Hecht Harrison. (2017). *Elevating Women in Leadership: A study exploring how organizations can crack the code to make real progress*. Recuperado de: http://genderprinciples.org/resource_files/LHH-HRPS-Elevating_Women_in_Leadership-FINAL.pdf

Ley N° 25307. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 2 de diciembre de 2002. Recuperado de: <http://www.midis.gob.pe/dmdocuments/pca/bn/3 Ley 25307 Ley Clubes Madres OSB.pdf>

- Lupano, M., & Castro, A. (2013). Estereotipos de Género, Sexo del Líder y del Seguidor: Su influencia en las actitudes hacia mujeres líderes. Estudio realizado en población Argentina. *Revista de Psicología*, 9(17), 87-104.
- Lupano, M., & Castro, A. (2011). Actitudes desfavorables hacia mujeres líderes. Un instrumento para su evaluación. *Revista SUMMA Psicóloga UTS*, 8(2), 19-29.
- Martínez, M. (2004) *Ciencia y Arte en la Metodología cualitativa*. México: Trillas.
- Mejía, N. (2000). El muestreo en la investigación cualitativa. *Investigaciones Sociales*, 4(5), 165-180.
- Miles, M., Huberman, M., & Saldaña, J. (2013). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (3era ed.). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2017). *Igualdad de Género en las políticas y la gestión del desarrollo local: Contribuyendo a la información de las autoridades locales*. Recuperado de <https://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dcteg/Brochure-Gobiernos-Locales.pdf>
- Morales, J., & Cuadrado, I. (2004). Teoría de la congruencia de rol del prejuicio hacia líderes femeninos. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 57(2) 135 - 146.
- ONU Mujeres. (2019). *Hechos y cifras: liderazgo y participación política*. Recuperado de: <http://www.unwomen.org/es/what-we-do/leadership-and-political-participation/facts-and-figures>
- Organización Internacional del Trabajo. (2017). *La mujer en la gestión empresarial: Cobrando impulso en América Latina y el Caribe*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.
- Perozo, R. B., & Paz, M. A. (2016). Estilos de liderazgo femenino como factor influyente en las habilidades de los equipos de trabajo en el sector Asegurador. *Clío América*, 10 (19), 8 – 22.
- Quesada, J. (2014). *Estereotipos de Género y usos de la Lengua. Un Estudio Descriptivo en las Aulas y Propuestas de Intervención Didáctica* (Tesis Doctoral). Recuperado de <http://www.inmujer.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE1454.pdf>

- Revista Mujeres Ejecutivas. (2019). *Ranking PAR: Premian Mejores Prácticas Laborales de equidad de género en el Perú*. Recuperado de: <http://mujeresejecutivas.pe/ranking-par-2019-premian-mejores-practicas-laborales-de-equidad-de-genero-en-el-peru/>
- Ridgeway, C. (2002). *Small-group Interaction and Gender*. California: Stanford University. DOI: <https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/03999-1>
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Recuperado de: https://psiqueunah.files.wordpress.com/2014/09/comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf
- Roldán-García, E., Leyra-Fatou, B., & Contreras-Martínez, L. (2012). Segregación laboral y techo de cristal en el trabajo social: análisis del caso español. *Portularia*, 12(2), 43-56. <https://recyt.fecyt.es/index.php/PORT/article/view/19646>
- Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. Nueva York: Anchor. Recuperado de: <http://fs2.american.edu/dfagel/www/Philosophers/Sen/DevelopmentAsFreedomIntroNch1NEW.pdf>
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Colombia: Universidad de Antioquía.
- Valdez-Medina, J.L. (1998). *Las redes semánticas naturales, usos y aplicaciones en Psicología Social*. Toluca (México): UAEM.
- Velásquez, S. (2018). *Estereotipos de roles de género y actitudes hacia mujeres líderes organizacionales, desde la perspectiva de las propias mujeres*. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12959/Vel%C3%a1squez%20P%C3%a9rez%20Estereotipos%20roles%20de%20g%C3%A9nero%20y%20actitudes%20hacia%20mujeres%20l%C3%ADderes%20organizacionales%20desde%20la%20perspectiva%20de%20las%20propias%20mujeres.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos

Anexo 1

Tabla 2

Distribución socio-estructurada de la muestra de mujeres líderes de comedores populares

Edad	Grado de instrucción	Tiempo de permanencia	Total
25 – 35 Años	Primaria	1 – 5 años	1
		6 – 10 años	1
	Secundaria	1 – 5 años	1
		6 – 10 años	1
36 – 45 Años	Primaria	1 – 5 años	1
		6 – 10 años	1
	Secundaria	1 – 5 años	1
		6 – 10 años	1
Total			8

Nota: Elaboración propia

Tabla 3

Distribución socio-estructurada de la muestra de comensales de comedores populares

Sexo	Edad	Grado de instrucción	Total
Mujer	25 – 35 Años	Primaria	2
		Secundaria	1
		Superior	2
	36 – 45 Años	Primaria	1
		Secundaria	1
		Superior	1
Hombre	25 – 35 Años	Primaria	0
		Secundaria	1
		Superior	1
	36 – 45 Años	Primaria	1
		Secundaria	1
		Superior	0
Total			12

Nota: Elaboración propia

Anexo 2

Tabla 4

Matriz de Categorización

Objetivos específicos	Categorías	Subcategorías	Preguntas para mujeres líderes de los comedores populares		Preguntas para los comensales de los comedores populares
Analizar las características de agencia asignados a mujeres líderes de organizaciones sociales de base de la provincia de Ancash	Agencia	Competencia instrumental	Competente	¿Por qué crees que tu caserío te eligió como presidenta del comedor popular?	¿Por qué crees que la gente votó por la actual presidenta del comedor popular de tu caserío?
			Eficaz	¿Qué ideas planteaste y como llevaron a cabo?	¿Cómo crees que se llevan a cabo las ideas que plantean la presidenta del comedor popular en tu caserío?
			Productivo	¿Qué actividades se han realizado durante tu periodo?	¿Qué actividades se han realizado durante el periodo de la actual presidenta del comedor popular de tu caserío?
			Orientado a la tarea	¿Cómo organizas tu tiempo entre tu familia y las responsabilidades del comedor?	¿Cómo crees que organiza sus tiempos la presidenta del comedor popular entre su vida personal y las responsabilidades del comedor?
		Capacidad de liderazgo	Habilidad de liderazgo	¿Cómo guías o diriges para alcanzar los objetivos del comedor?	¿Cómo consideras que guía o dirige la actual presidenta del comedor popular para alcanzar los objetivos?
			Orientado a objetivos	¿Qué estrategias utilizas para alcanzar los objetivos del programa?	¿Qué estrategias crees que utiliza la presidenta para alcanzar los objetivos del programa?
			Experto en asuntos de negocios	¿Cómo negocias con las personas cuando hay problemas delicados en la organización?	¿Cómo crees que es la negociación de la presidenta al momento de afrontar problemas delicados de la organización?
		Manejo de conflictos	Dominante	¿Cómo enfrentas los problemas en tu organización?	¿Cómo consideras que afronta los problemas de la organización la presidenta? ¿Cómo busca que se cumpla lo
			Audaz	¿Cómo buscas que se cumplan los acuerdos?	que ella dice? ¿Prefiere soluciones rápidas? ¿Busca
			Asertivo	¿Prefieres soluciones rápidas? ¿Buscas acordar con las personas antes de tomar una decisión? ¿Qué te	coordinar con las personas antes de tomar una decisión? ¿Lo
			Competitivo	distingue de otras líderes al solucionar los problemas?	hace mejor que otras líderes?

Analizar las características de comunalidad asignados a mujeres líderes de organizaciones sociales de base de la provincia de Ancash	Independencia	Independiente	¿Cómo tomas las decisiones en las situaciones difíciles?	¿Cómo crees que toma las decisiones difíciles la presidenta del comedor?
		Deseos de responsabilidad	¿Qué tan importante consideras que es tu rol dentro del comedor?	¿Cuál crees que es la responsabilidad de la presidenta al interior del comedor?
		Autosuficiente	¿Consideras que puedes resolver sola los problemas que se te presentan como lideresa?	¿Consideras que la presidente puede resolver sola los problemas que se le presentan como lideresa?
	Preocupación por otros	Comprensión	¿Cómo manifiestas tu preocupación por las personas de tu organización?	¿Consideras que la presidenta se preocupa por las personas de su organización? ¿Como?
		Amabilidad	¿De qué forma apoyas a las demás personas, desde tu posición de líder?	¿Cómo apoya a las demás personas, la presidenta desde su posición de líder?
		Compasión	¿Cómo te comportas cuando alguien está pasando un mal momento en tu organización?	¿Cómo se comporta la líder cuando alguien está pasando un mal momento en su organización?
		Simpático	¿Cómo demuestras tu afecto a las demás personas de tu organización?	¿Cómo demuestra la presidenta su afecto a las demás personas de su organización?
	Sociabilidad	Comunicación	¿Cómo consideras que es tu comunicación hacia tu organización?	¿Cómo consideras que es la comunicación de la presidenta hacia la su organización?
		Colaborativo	¿Cómo te comunicas con las personas de tu organización?	¿Cómo crees que actúa, cuando alguien de su organización solicita su apoyo?
		Orientado a las relaciones	¿Te consideras una persona desenvuelta con las personas de tu organización? ¿Por qué?	¿Consideras a la presidenta una persona sociable con su organización? ¿Por qué?
	Sensibilidad emocional	Emotivo	¿Cuándo hay un problema en tu organización, cómo reaccionas emocionalmente?	¿Cuándo hay un problema en la organización como crees que reacciona la presidenta a nivel emocional?
		Intuitivo	¿Cómo es tu reacción frente a un problema? ¿Es intuitiva?	¿Cuándo ocurre un problema en la organización crees que le afecta a la presidenta de forma sentimental o intuitivamente? ¿Como?
		Sentimental		

Anexo 3

Guía de entrevista para mujeres líderes de comedores populares

Nombre:	Estado civil:
Edad:	Tiempo de permanencia en el comedor popular:
Grado de instrucción:	
Ocupación:	

Subdimensión 1: Competencia instrumental

1. ¿Por qué crees que tu caserío te eligió como presidenta del comedor popular?
2. ¿Qué ideas planteaste y como llevaron a cabo?
3. ¿Qué actividades se han realizado durante tu periodo?
4. ¿Cómo organizas tu tiempo entre tu familia y las responsabilidades del comedor?

Subdimensión 2: Capacidad de liderazgo

5. ¿Cómo guías o diriges para alcanzar los objetivos del comedor?
6. ¿Qué estrategias utilizas para alcanzar los objetivos del programa?
7. ¿Cómo negocias con las personas cuando hay problemas delicados en la organización?

Subdimensión 3: Manejo de conflictos

8. ¿Cómo enfrentas los problemas en tu organización?
9. ¿Cómo buscas que se cumplan los acuerdos?
10. ¿Prefieres soluciones rápidas?
11. ¿Buscas acordar con las personas antes de tomar una decisión?
12. ¿Qué te distingue de otras líderes al solucionar los problemas?

Subdimensión 4: Independencia

13. ¿Cómo tomas las decisiones en las situaciones difíciles?
14. ¿Qué tan importante consideras que es tu rol dentro del comedor?
15. ¿Consideras que puedes resolver sola los problemas que se te presentan como lideresa?

Subdimensión 5: Preocupación por otros

1. ¿Cómo manifiestas tu preocupación por las personas de tu organización?
2. ¿De qué forma apoyas a las demás personas, desde tu posición de líder?
3. ¿Cómo te comportas cuando alguien está pasando un mal momento en tu organización?
4. ¿Cómo demuestras tu afecto a las demás personas de tu organización?

Subdimensión 6: Sociabilidad

1. ¿Cómo te comunicas con las personas de tu organización?
2. ¿Cómo actúas cuando alguien solicita tu apoyo?
3. ¿Te consideras una persona desenvuelta con las personas de tu organización? ¿Por qué?

Subdimensión 7: Sensibilidad Emocional

1. ¿Cuándo hay un problema en tu organización, cómo reaccionas emocionalmente?
2. ¿Cómo es tu reacción frente a un problema? ¿Es intuitiva?

Anexo 4

Guía de entrevista para comensales de comedores populares

Nombre:

Ocupación:

Edad:

Estado civil:

Grado de instrucción:

Tiempo de permanencia en el comedor popular:

Subdimensión 1: Competencia instrumental

1. ¿Por qué crees que la gente votó por la actual presidenta del comedor popular de tu caserío?
2. ¿Cómo crees que se llevan a cabo las ideas que plantean la presidenta del comedor popular en tu caserío?
3. ¿Qué actividades se han realizado durante el periodo de la actual presidenta del comedor popular de tu caserío?
4. ¿Cómo crees que organiza sus tiempos la presidenta del comedor popular entre su vida personal y las responsabilidades del comedor?

Subdimensión 2: Capacidad de liderazgo

1. ¿Cómo consideras que guía o dirige la actual presidenta del comedor popular para alcanzar los objetivos?
2. ¿Qué estrategias crees que utiliza la presidenta para alcanzar los objetivos del programa?
3. ¿Cómo crees que es la negociación de la presidenta al momento de afrontar problemas delicados de la organización?

Subdimensión 3: Manejo de conflictos

1. ¿Cómo consideras que afronta los problemas de la organización la presidenta?
2. ¿Cómo busca que se cumpla lo que ella dice?
3. ¿Prefiere soluciones rápidas?
4. ¿Busca coordinar con las personas antes de tomar una decisión?
5. ¿Lo hace mejor que otras líderes?

Subdimensión 4: Independencia

1. ¿Cómo crees que toma las decisiones difíciles la presidenta del comedor?
2. ¿Cuál crees que es la responsabilidad de la presidenta al interior del comedor?
3. ¿Consideras que la presidenta puede resolver sola los problemas que se le presentan como lideresa?

Subdimensión 5: Preocupación por otros

1. ¿Consideras que la presidenta se preocupa por las personas de su organización? ¿Como?
2. ¿Cómo apoya a las demás personas, la presidenta desde su posición de líder?
3. ¿Cómo se comporta la líder cuando alguien está pasando un mal momento en su organización?
4. ¿Cómo demuestra la presidenta su afecto a las demás personas de su organización?

Subdimensión 6: Sociabilidad

1. ¿Cómo consideras que es la comunicación de la presidenta hacia su organización?
2. ¿Cómo crees que actúa, cuando alguien de su organización solicita su apoyo?
3. ¿Consideras a la presidenta una persona sociable con su organización? ¿Por qué?

Subdimensión 7: Sensibilidad Emocional

1. ¿Cuándo hay un problema en la organización como crees que reacciona la presidenta a nivel emocional?
2. ¿Cuando ocurre un problema en la organización crees que le afecta a la presidenta de forma sentimental o intuitivamente? ¿Como?

Anexo 5

Tabla 5

Evaluación de validez de contenido por criterio de jueces para el instrumento direccionado líderes

Ítems	Claridad	Coherencia	Representatividad	Total
1	1.00	1.00	1.00	1.00
2	0.85	0.95	1.00	0.93
3	1.00	1.00	1.00	1.00
4	0.95	0.85	0.85	0.88
5	0.90	1.00	1.00	0.97
6	0.55	0.80	0.80	0.72
7	0.90	0.90	0.90	0.90
8	0.70	0.80	0.90	0.80
9	1.00	0.85	0.85	0.90
10	0.95	0.95	0.90	0.93
11	1.00	0.95	0.90	0.95
12	0.70	0.70	0.65	0.68
13	0.75	0.80	0.85	0.80
14	0.70	0.75	0.80	0.75
15	1.00	1.00	1.00	1.00
16	0.65	0.95	0.95	0.85
17	0.85	1.00	1.00	0.95
18	0.80	0.85	0.85	0.83
19	0.75	0.80	0.75	0.77
20	0.80	0.90	1.00	0.90
21	1.00	1.00	1.00	1.00
22	0.90	0.90	0.90	0.90
23	0.85	0.70	0.75	0.77
24	0.75	0.60	0.65	0.67
Competencia instrumental			0.95	
Capacidad de liderazgo			0.86	
Manejo de conflictos			0.85	
Independencia			0.85	
Preocupación por otros			0.85	
Sociabilidad			0.93	
Sensibilidad emocional			0.72	
Total			0.86	

Anexo 6

Tabla 5

Evaluación de validez de contenido por criterio de jueces para el instrumento direccionado a comensales

Ítems	Claridad	Coherencia	Representatividad	total
1	0.85	0.65	0.80	0.77
2	0.75	0.70	0.75	0.73
3	0.75	0.65	0.65	0.68
4	0.75	0.75	0.75	0.75
5	0.90	0.85	0.85	0.87
6	0.95	0.85	0.85	0.88
7	0.70	0.75	0.80	0.75
8	0.90	0.90	0.80	0.87
9	0.65	0.60	0.45	0.57
10	0.85	0.80	0.70	0.78
11	0.90	0.85	0.75	0.83
12	0.60	0.55	0.50	0.55
13	0.75	0.75	0.75	0.75
14	0.80	0.70	0.80	0.77
15	0.80	0.75	0.70	0.75
16	0.95	0.90	0.90	0.92
17	0.85	0.90	0.90	0.88
18	0.90	0.90	0.90	0.90
19	0.95	0.90	0.90	0.92
20	0.80	0.90	0.85	0.85
21	0.90	0.70	0.80	0.80
22	0.95	0.90	0.90	0.92
23	0.80	0.90	0.80	0.83
24	0.70	0.75	0.70	0.72
Competencia instrumental			0.73	
Capacidad de liderazgo			0.83	
Manejo de conflictos			0.72	
Independencia			0.76	
Preocupación por otros			0.90	
Sociabilidad			0.86	
Sensibilidad emocional			0.78	
Total			0.80	

Anexo 7

Consentimiento Informado

El presente estudio es desarrollado por Elena Brito Silvestre y Karla Castillejo Rodríguez, bachilleres de la carrera de Psicología de la Universidad San Ignacio de Loyola como parte de trabajo de tesis de grado. El objetivo de esta investigación es analizar los estereotipos de género asignados a mujeres líderes de organizaciones sociales de base. Si usted acepta participar en este estudio, se le solicitará responder preguntas en una entrevista personalizada. Lo que se converse durante la sesión se grabará, a fin de que se logre transcribir las ideas exactas que usted haya expresado.

La participación en esta investigación es estrictamente voluntaria. Asimismo, la información que se recoja será confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Si tiene alguna duda sobre la entrevista, puede realizar preguntas en cualquier momento. Además, si alguna pregunta le genera incomodidad, usted tiene el derecho a no responderlas o dar por finalizada la entrevista. Al término de los resultados se le brindará los resultados de la investigación.

Desde ya agradecemos nuestra investigación.

Si usted se encuentra de acuerdo con lo anteriormente expuesto, complete lo siguiente:

Yo _____ acepto participar voluntariamente del presente estudio, conducida por las tesisistas Elena Brito Silvestre y Karla Castillejo Rodríguez, reconociendo que la información que yo brinde en el periodo de esta investigación es estrictamente confidencial y que no será usada para otro fin que no sea de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado (a) de que puedo realizar preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo día si así lo decido.

San Luis, _____ de _____ del 2019

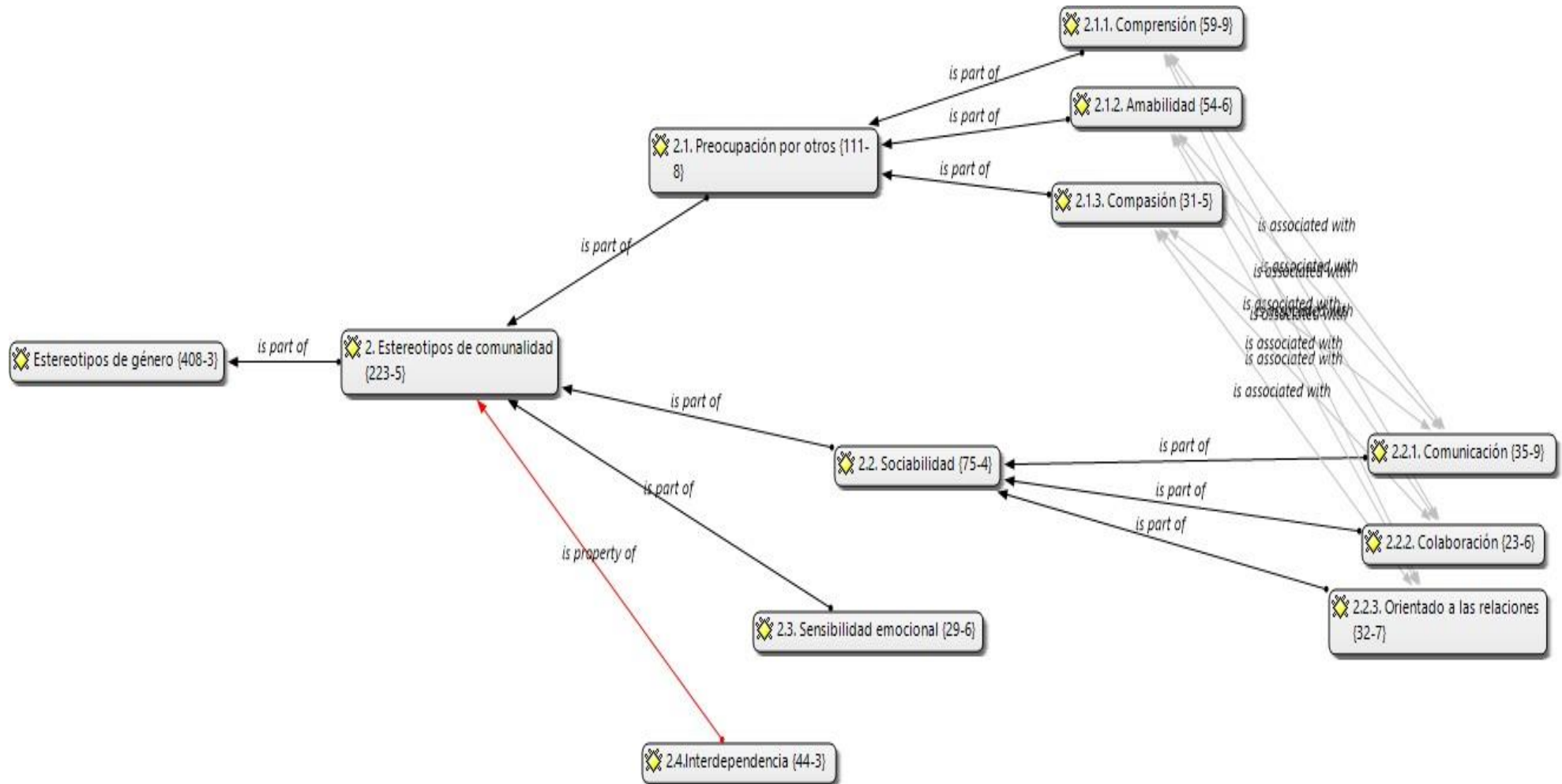
Apellidos y Nombres:

Figura 1: Mapa semántico de códigos jerarquizados



Anexo 8

Figura 2: Mapa semántico de códigos jerarquizados



Anexo 9

Tabla 6

Tabla de códigos y documentos primarios

	Comensales												Presidentas								Saturación		
Códigos	P 1	P 2	P 3	P 4	P5	P 6	P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	P1 6	P1 7	P1 8	P1 9	P2 0	TOTALE S	Comensale s	Presidenta s
2. Estereotipos de comunalidad	9	9	2	9	14	2	8	2	0	12	12	15	14	13	12	10	12	10	9	9	223	Sí	Sí
1. Estereotipos de agencia	1	1	1	1		1	1		1													Sí	Sí
2.1. Preocupación por otros	1	1	0	2	14	3	4	9	1	11	10	11	8	10	10	11	10	8	10	12	216		
1.1. Competencia instrumental	7	5	5	5	9	5	6	7	7	6	3	9	5	5	5	5	5	4	4	4	111	Sí	Sí
1.2. Capacidad de liderazgo	4	4	5	4	5	4	7	5	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	4	80		
2.2. Sociabilidad	4	0	4	4	6	6	7	3	4	7	3	4	3	2	2	4	3	2	3	4	75		Sí
1.3. Manejo de conflictos	3	3	5	3	8	5	3	3	3	5	3	5	4	4	4	2	3	3	3	3	75	Sí	Sí
2.1.1. Comprensión	2	7	3	4	5	4	2	4	2	2	2	3	6	4	5	4	4	3	4	4	74	Sí	Sí
2.1.2. Amable	4	3	1	4	6	2	4	2	4	3	1	5	3	3	3	3	2	2	2	2	59	Sí	Sí
1.3.5.Democrático	4	3	1	3	4	2	1	6	4	2	3	5	2	3	2	2	2	2	1	2	54	Sí	Sí
2.4.Interdependencia	2	5	2	3	2	2	1	1	2	1	2	1	4	3	4	3	4	2	3	1	48	Sí	Sí
1.2.1. Habilidad de liderazgo	1	4	2	2	2	2	0	2	1	3	4	4	3	2	3	3	3	2	1	0	44		
1.2.2. Orientado a los objetivos	1	0	2	2	3	2	4	2	1	4	2	2	1	1	1	1	3	2	1	4	39		Sí
1.1.1. Competente	3	0	1	2	3	3	5	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	0	2	38		
2.2.1. Comunicativo	1	1	2	2	2	3	6	2	1	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	36	Sí	Sí
2.2.3. Orientado a las relaciones	2	1	2	2	5	2	1	1	1	1	1	3	1	3	2	1	1	1	2	2	35	Sí	Sí
2.1.3. Compasivo	2	1	2	1	2	3	1	2	1	2	1	1	3	2	1	1	1	1	2	2	32	Sí	Sí
1.3.3. Asertivo	3	2	2	1	2	2	1	1	1	1	0	1	2	1	2	1	2	2	2	2	31		Sí
2.3. Sensibilidad emocional	0	1	2	1	3	3	1	2	2	1	2	1	0	1	2	2	2	2	1	0	29		
1.4. Independencia	1	0	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	0	0	2	2	2	2	29		
	2	1	1	1	2	1	3	2	2	1	2	1	1	1	1	0	0	0	2	4	28	Sí	

1.1.2. Eficaz	1	1	1	1	1	2	5	1	2	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	26	Sí	
1.1.4. Orientado a la tarea	1	2	1	1	2	1	1	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26	Sí	Sí
2.1.4. Simpático	2	0	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0	0	1	0	1	2	2	24		
2.2.2. Colaborativo	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	0	0	2	1	1	1	1	1	23	Sí	
1.1.3. Productivo	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	20	Sí	
1.2.3. Experto en asuntos de negocios	1	0	1	1	1	1	2	1	1	2	0	1	1	1	0	0	1	0	1	2	18		
1.4.2. Deseos de responsabilidad	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	16		
2.3.3. Sentimental	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	0	0	1	1	15		
1.4.1. Independiente	1	0	1	0	2	1	3	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	12		
1.4.3. Autosuficiente	0	0	1	0	2	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3	11		
1.3.4. Competitivo	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	9		
1.3.6.Racional	0	2	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	2	1	1	0	0	9		
2.1.6.Escucha activa	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	1	0	1	1	9		
2.3.1. Emocional	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	9		
2.1.7.Empatía	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	8		
1.3.1. Dominante	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	7		
1.2.4.Actividades de manera ordenada y coordinada	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	6		
2.3.4.Impulsividad emocional	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	6		
2.1.5.Apoyo moral	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	4		
2.3.2. Intuitivo	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		
Dificultades en la comunicación	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		
1.3.2. Audaz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
TOTALES:	7	7	8	7	11	9	9	8	7				76	77	76	70	73	61	71	86	1616		
	9	0	1	8	5	1	9	6	7	85	73	92											

2.2.3. Orientado a las relaciones	2	1	2	1	2	3	1	2	1	2	1	1	3	2	1	1	1	1	2	2	32	Sí	Sí	
2.1.3. Compasivo	3	2	2	1	2	2	1	1	1	1	0	1	2	1	2	1	2	2	2	2	31			Sí
1.3.3. Asertivo	0	1	2	1	3	3	1	2	2	1	2	1	0	1	2	2	2	1	0	29	Sí			
2.3. Sensibilidad emocional	1	0	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	0	0	2	2	2	2	29	Sí	Sí	
1.4. Independencia	2	1	1	1	2	1	3	2	2	1	2	1	1	1	1	0	0	0	2	4	28			Sí
1.1.2. Eficaz	1	1	1	1	1	2	5	1	2	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	26			Sí
1.1.4. Orientado a la tarea	1	2	1	1	2	1	1	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26	Sí	Sí	
2.1.4. Simpático	2	0	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0	0	1	0	1	2	2	24			Sí
2.2.2. Colaborativo	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	0	0	2	1	1	1	1	1	23			Sí
1.1.3. Productivo	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	20	Sí	Sí	
1.2.3. Experto en asuntos de negocios	1	0	1	1	1	1	2	1	1	2	0	1	1	1	0	0	1	0	1	2	18			Sí
1.4.2. Deseos de responsabilidad	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	16			Sí
2.3.3. Sentimental	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	0	0	1	1	15	Sí	Sí	
1.4.1. Independiente	1	0	1	0	2	1	3	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	12			Sí
1.4.3. Autosuficiente	0	0	1	0	2	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3	11			Sí
1.3.4. Competitivo	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	9	Sí	Sí	
1.3.6.Racional	0	2	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	2	1	1	0	0	9			Sí
2.1.6.Escucha activa	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	1	0	1	1	9			Sí
2.3.1. Emocional	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	9	Sí	Sí	
2.1.7.Empatía	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	8			Sí
1.3.1. Dominante	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	2	7			Sí

1.2.4.Actividades de manera ordenada y coordinada	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	6
2.3.4.Impulsividad emocional	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	6
2.1.5.Apoyo moral	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	4
2.3.2. Intuitivo	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Dificultades en la comunicación	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
1.3.2. Audaz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALES:	79	70	81	78	115	91	99	86	77	85	73	92	76	77	76	70	73	61	71	86	1616

Anexo 10

Tabla 7

Criterios de representatividad, frecuencia, densidad y jerarquización

Códigos	Representatividad ≥ 1	Frecuencia ≥ 38	Densidad ≥ 4	Jerarquización ≥ 1	Saturación (Cumple al menos con un criterio)
2. Estereotipos de comunalidad	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
1. Estereotipos de agencia	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
2.1. Preocupación por otros	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
1.1. Competencia instrumental	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
1.2. Capacidad de liderazgo		Sí	Sí	Sí	Sí
2.2. Sociabilidad	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
1.3. Manejo de conflictos	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
2.1.1. Comprensión	Sí	Sí	Sí		Sí
2.1.2. Amable	Sí	Sí	Sí		Sí
1.3.5. Democrático	Sí	Sí	Sí		Sí
2.4. Interdependencia		Sí			Sí
1.2.1. Habilidad de liderazgo		Sí	Sí		Sí
1.2.2. Orientado a los objetivos		Sí	Sí		Sí
1.1.1. Competente	Sí		Sí		Sí
2.2.1. Comunicativo	Sí		Sí		Sí
2.2.3. Orientado a las relaciones	Sí		Sí		Sí
2.1.3. Compasivo			Sí		Sí
1.3.3. Asertivo			Sí		Sí
2.3. Sensibilidad emocional			Sí	Sí	Sí
1.4. Independencia			Sí	Sí	Sí
1.1.2. Eficaz			Sí		Sí
1.1.4. Orientado a la tarea	Sí		Sí		Sí
2.1.4. Simpático					
2.2.2. Colaborativo			Sí		Sí
1.1.3. Productivo					
1.2.3. Experto en asuntos de negocios			Sí		Sí
1.4.2. Deseos de responsabilidad			Sí		Sí
2.3.3. Sentimental					Sí
1.4.1. Independiente			Sí		Sí
1.4.3. Autosuficiente					Sí
1.3.4. Competitivo					Sí
1.3.6. Racional			Sí		Sí
2.1.6. Escucha activa			Sí		Sí
2.3.1. Emocional					

2.1.7. Empatía	Sí
1.3.1. Dominante	
1.2.4.Actividades de manera ordenada y coordinada	
2.3.4.Impulsividad emocional	
2.1.5.Apoyo moral	
2.3.2. Intuitivo	
Dificultades en la comunicación	
1.3.2. Audaz	
