

Propuesta metodológica para la determinación de un coeficiente de género

Aplicaciones e implicaciones para la educación en ciencias empresariales

Alejandro Boada Ortiz¹

Resumen

La relación entre género y educación es un objeto de estudio de amplia tradición tanto para la pedagogía como para psicología del aprendizaje. Hoy en día la concepción posmoderna de género que trasciende definitivamente las diferencias entre los sexos y reivindicaciones feministas para estar más cercana a la construcción de las subjetividades por parte de los individuos. Esta concepción definitivamente contrasta con los estereotipos asignados a los roles sexuales dentro de la sociedad. Uno de los estereotipos más arraigados está en la capacidad de las mujeres para dirigir o gerenciar empresas y organizaciones. La educación de en facultades de administración y escuelas de negocios ha contribuido, y contribuye, de manera importante a conservar y replicar los estereotipos con efectos nefastos y discriminatorios sobre mujeres de manera primordial y sobre la concepción de género de los individuos. Esta investigación aborda los orígenes de la relación entre género y estereotipos de género en las ciencias empresariales y una propuesta metodológica para la determinación de un **coeficiente de género** que permita explorar y medir el tipo de género de una población con el fin de evitar la denominada “ceguera de género” en la educación, y en especial de la educación de posgrados en administración de empresas. La construcción de un coeficiente de género presenta nuevos campos para la investigación de su aplicación

¹ Director del Centro de Tecnología y Producción de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado. Postdoctorado en Estudios de Género la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales UCES de Argentina. Doctorado en Administración de Empresas de la Universidad de Newcastle upon Tyne, Inglaterra, y de la Escuela Superior de Comercio de Grenoble, Francia. Master of Science en Gestión y Política Ambiental en el IIIIEE de la Universidad de Lund en Suecia. Master en Administración de Empresas (MBA) de L'École Supérieure de Gestion de Paris, Francia. Con estudios de Literatura y Ciencias Políticas en la Universidad de Notre Dame, Estados Unidos y de Cultura y Civilización Francesa en la Universidad de la Sorbona en Francia. Ingeniero Agrónomo de la Universidad Nacional de Colombia. Miembro de la European Academy of Management. E-mail: alejandro.boada@uexternado.edu.co

y aplicabilidad en investigaciones de todo tipo. ¿Qué relación existe entre creatividad y género? ¿Puede el coeficiente de género ser un indicador exploratorio en investigaciones de este tipo? Una investigación aplicada a estas preguntas se constituyó en una prueba piloto del uso del coeficiente como variable para investigaciones más amplias y es otro aporte adicional de este trabajo.

Palabras clave: coeficiente de género, educación, ciencias empresariales.

Abstract

Methodological proposal for the determination of a coefficient of gender Applications and implications for education in business sciences

The relationship between gender and education is a matter of study of broad tradition as much for pedagogy as for psychology of learning. Nowadays the postmodern conception of gender transcends differences between the sexes and feminist vindications to be closer to the construction of subjectivities by the individuals. This conception definitively contrasts with the stereotypes assigned to sexual roles within society. One of the more deep-seated stereotypes is in the capacity of women to lead or manage companies and organizations. Education in administration and business schools has contributed, and contributes, importantly to preserve and replicate the stereotypes with ill-fated and discriminatory effects on women primordially and on the individuals' conception of gender. This research addresses the origins of the relationship between gender and gender stereotypes in business sciences and a methodological proposal for the determination of a gender coefficient to allow exploring and measuring the kind of gender of a population with the aim of avoiding the called "gender blindness" in education, and especially in postgraduate programs education in business administration. The construction of a gender coefficient presents new fields for the research of its application and applicability in research of every kind. What relationship exists between creativity and gender? Can the gender coefficient be an exploratory indicator in research of this kind? Research applied to these questions constituted a model test of the use of the coefficient as a variable for broader research.

Keywords: gender coefficient, education, business administration.

Resumo

Proposta metodológica para a determinação de um coeficiente de gênero As aplicações e implicações para a educação em ciência empresarial

A relação entre gênero e educação é um objeto de estudo da tradição variedade tanto para a pedagogia e a psicologia da aprendizagem. Hoje, a concepção pós-moderna do gênero, que transcende uma vez por todas as diferenças entre os sexos e feminista exige a aproximação à construção da subjetividade dos indivíduos. Este conceito definitivamente contrasta com os estereótipos atribuídos aos papéis

sexuais dentro da sociedade. Um dos estereótipos mais arraigados é a capacidade das mulheres de conduzir ou gerir empresas e organizações. O ensino de competências de administração e as escolas de negócios contribuiu, e contribui de forma importante para conservar e reproduzir os estereótipos com efeitos discriminatórios e prejudiciais para as mulheres de uma forma fundamental e sobre o conceito de gênero dos indivíduos. Esta pesquisa aborda as origens da relação entre sexo e estereótipos de gênero no negócio das ciências e a metodologia proposta para a determinação de um coeficiente de gênero que permite que os participantes a explorar e avaliar o tipo de género de uma população, a fim de evitar o chamado “cegueira de sexo” na educação, e em particular a educação dos programas de pós-graduação em administração de empresas. A construção de um coeficiente de gênero apresenta novos campos para a investigação de sua execução e aplicabilidade em investigações de todos os tipos. Qual é a relação entre a criatividade e o género? Qual é o coeficiente pode ser um indicador do género na investigação exploratória deste tipo? Uma pesquisa aplicada a estas perguntas foi formada em um experimento piloto de utilização do coeficiente como uma variável de investigação mais ampla e é outra contribuição adicional deste trabalho.

Palavras-chave: coeficiente de género, educação, ciência empresarial.

1. Marco conceptual

1.1. *Género, estereotipos y las organizaciones*

Para desarrollar un enfoque de género ante todo se debe clarificar el sentido en que se utiliza el término mismo. Cada individuo va fundando, revaluando y cimentando, y si se quiere definiendo y redefiniendo, su género en el proceso de la construcción de su propia subjetividad² masculina y femenina (Leonard, 2010). El género entonces, se asume como una disposición interna que el sujeto ha construido de una forma personal y social, a partir de su interacción con el entorno inmediato y el entorno ampliado. La Figura No. 1 ilustra la utilización del género como categoría de análisis y sus rasgos característicos. Es decir que un individuo define en parte su género de acuerdo a su acercamiento o distanciamiento de los estereotipos asignados por una sociedad a los roles sexuales. Es así como podemos encontrar individuos, con respecto a lo que una sociedad considera su rol, ubicados en un continuo que va desde tradicionales a innovadores (libres de estereotipos) pasando por una multitud de manifestaciones transicionales entre estos dos extremos (Carranza, 2002).

² El concepto de subjetividad se entiende a partir del conjunto de percepciones, imágenes, sensaciones, actitudes, aspiraciones, memorias y sentimientos que impulsan y orientan el actuar de los individuos en la interacción permanente con la realidad (Ramírez et al. 2001). Las instituciones sociales como la empresa fabrica subjetividades, en cada momento histórico esta producción incesante resulta ser el resultado complejo entre la interacción entre la mega-maquinaría social y la psique singular (Jiménez, 2009).

Figura 1. El concepto de género y sus rasgos característicos. Basado en los postulados de Burin, M. y Meler, I (1998). *Género y Familia. Poder amor y sexualidad en la construcción de la subjetividad*. Buenos Aires: Paidós

Rasgo	Descripción
1. Es relacional	Es siempre relacional, nunca aparece de forma aislada sino marcando su conexión. Lo que interesa es el análisis de cómo se establecen estas relaciones de poder dentro del ámbito familiar y las huellas que dejan en la construcción de la subjetividad femenina y masculina.
1. Es un constructo histórico-social	El concepto de género se fue produciendo a lo largo del tiempo de distintas maneras. Esta construcción ha implicado relaciones de subordinación en las significaciones del género, con un peso muy importante otorgado a instituciones tales como religión, criterios médicos y científicos, y aparatos jurídicos.
1. No es una categoría pura	La noción de género suele ofrecer dificultades cuando se lo considera un concepto totalizador, que vuelve invisible la variedad de determinaciones con que nos construimos como sujetos: raza, religión, clase social, etcétera. Todos estos son factores que se entrecruzan durante la constitución de nuestra subjetividad, por lo tanto, el género jamás aparece en forma pura sino entrecruzada con estos otros aspectos determinantes de la subjetividad humana.
1. No es inmutable	El género no es un algo sustancial e inmutable. No es como el sexo anatómico exterior, que se es, y se nace de una determinada manera. El género se construye con un sentido constructivista y respondería al interrogante de ¿quién voy siendo?

El problema surge por las variadas connotaciones dadas al *género* en el imaginario de las personas. Estas connotaciones van desde lo biológico (género y especie) hasta lo gramatical. Esta división binaria excluyente³ de la población mediante la simple pregunta ¿sexo?; a la cual los participantes responden: masculino o femenino se ha constituido en lo que se presenta como diferencias de género. Pero de hecho, género no es igual a sexo, y los estudios de género no se circunscriben a la plantear las diferencias entre varones y mujeres; es así como sexo queda determinado por la diferencia sexual inscrita en el cuerpo mientras que el género se relaciona con los significados que cada sociedad le atribuye (Burin, 2009).

Sin embargo, el entorno social a lo largo del tiempo ha determinado los denominados estereotipos para el género. Estos estereotipos generalmente están basados en

³ De acuerdo con Jiménez (2009), en Occidente prevalecen estas lógicas binarias centradas en el varón. Es así que el análisis de lo femenino y lo masculino como subjetividades ha estado ha estado caracterizado por modalidades excluyentes; que se construyeron en relación a la división sexual del trabajo fundada en la separación de la vida social en dos esferas: la pública, del dominio masculino centrada en la producción y provisión del hogar y, la privada, centrada en la reproducción y el cuidado de los hijos asignada a las mujeres.

los atributos que son percibidos como típicos de cada sexo. Estos atributos son usados para simplificar la información que procesamos, por ejemplo: *solo existen dos sexos a los que se atribuyen, en la mayoría de las sociedades, dos géneros con características opuestas que definen lo que es ser mujer (o sea, lo que es no ser hombre), y lo que es ser hombre (lo que es no ser mujer)* (Carranza, 2002; Schroers, 2009). El problema con los estereotipos es que una vez que esos esquemas son establecidos, son muy resistentes al cambio aun en presencia de una evidencia que los invalide. En el caso de la gerencia y la dirección empresarial, el sexo de un individuo provee fuertes bases para categorizar a las personas. Los estereotipos sobre varones y mujeres en estos ámbitos se activan fácil y automáticamente (Eagly et al., 2002). La prevalencia de estos estereotipos, ya sean descriptivos o prescriptivos, puede tener severas consecuencias en el ámbito laboral, especialmente para las mujeres.

El primer estudio sobre los estereotipos de género y el nivel gerencial en las empresas fue realizado entre los años de 1973 y 1975 por Virginia Ellen Schein. Mediante una lista de 92 adjetivos y términos descriptivos (lista conocida como *92-Schein Descriptive Index*), se le pidió a individuos involucrados en organizaciones productivas asignar esos adjetivos y términos descriptivos a tres categorías: a) mujeres en general, b) varones en general y c) gerentes exitosos de nivel medio. La forma de asignar los ítems a las categorías se hizo a través de una escala de 5 puntos donde fue la siguiente: (1) “no lo caracteriza”; (2) “lo caracteriza fuertemente” y (3) para el valor neutral “ni característico ni no característico”. Los estudios de Schein confirmaron que los encuestados percibían a los gerentes y ejecutivos exitosos de nivel medio, con adjetivos y términos significativamente más relacionados con la categoría “varones en general” (Schein, 1973; 1975). En estudios similares más recientes, realizados con líderes organizacionales, Maïke Schroers (2009) concluye que los atributos que son típicamente asociados con los varones, se relacionan con las características que hacen a un buen gerente. Es así como el estereotipo “Piensa como directivo–Piensa como varón” prevalece en el mundo empresarial y es altamente causante de la baja representación de las mujeres en los niveles gerenciales.

En los lugares de trabajo los estereotipos tienden a prevalecer en el comportamiento de manera discriminatoria. Los estudios han demostrado que las mujeres que son contratadas reciben salarios inferiores a sus contrapartes masculinas en los mismos cargos (Eagly et al., 2002; Eagly y Carli, 2007). Incluso un estudio de principios de este siglo hecho por las Naciones Unidas muestra como en Noruega las mujeres ganaban un 65% del salario percibido por los hombres que se desempeñaban en cargos similares; en Bélgica un 43% y en Luxemburgo un 35% (PNUD, 2000).

Existen muchos ejemplos en las organizaciones de la aplicación discriminatoria de los estereotipos de género. Si son contratadas mujeres en puestos de trabajo habitualmente considerados como masculinos, las evaluaciones de desempeño laboral tienden a favorecer a los varones (Eagly y Karau, 2002; Heilman, 2001; Burgess y Borgida, 1999; Eagly & Carli, 2007). Ciertas apreciaciones en dichas evaluaciones que podrían ser consideradas como favorables para la organización, pasan desapercibidas en el

desempeño de las mujeres y se registran positivamente en los varones. Por ejemplo, una mujer amable con los clientes no es considerada como especial, porque, de hecho, esa actitud se espera de una mujer; mientras que los varones amables son percibidos inmediatamente y evaluados positivamente por ello (Eagly y Carli, 2007). A nivel de cargos directivos los estereotipos vuelven a activarse debido a una “falta de cualidades” atribuida a las mujeres, en relación con lo que se considera que debe caracterizar a un gerente. En síntesis, este deber ser un líder, un estratega y un organizador. De hecho el estereotipo aquí opera de manera inversa: un varón que es buen gerente no ocupa grandes titulares, mientras que las mujeres que acceden a cargos de prestigio y poder tienden a ocupar más rápido el centro de atención. (Weichselbaumer, 2004; Eagly & Carli, 2007). Muchos otros ejemplos se extienden a sistemas de promoción laboral, liderazgo de equipos de trabajo, comentarios de pasillo, expresiones en documentos oficiales de trabajo, etc.

Ahora bien, los estereotipos también pueden aplicar de manera discriminatoria sobre varones cuya posición en el género sea transicional o innovadora (Jiménez, 2009). De un gerente varón se espera que pueda dedicarse de manera intensiva a la empresa y que sus horarios de trabajo puedan y deban extenderse más allá de las horas laborales asignadas. Si este individuo ejerce una paternidad participativa y activa sería considerada como una debilidad en su perfil laboral⁴. Es por eso que hoy en día las organizaciones prefieren empleados y directivos solteros y sin expectativas familiares.

Dentro de los términos surgidos en de los numerosos estudios al respecto de la aplicación de estereotipos en las organizaciones, y que pocas escuelas de negocios y facultades de administración asumen seriamente, está el concepto de “techo de cristal” ha sido descrito recientemente en la sociología y la economía y hace referencia al trabajo femenino, particularmente en los países anglosajones, que hacia mediados de los 80 se preguntaron por qué las mujeres estaban subrepresentadas en los puestos más altos de todas las jerarquías ocupacionales (Burin, 2004). Estos denominados techos de cristal se han convertido en un tema de preocupación de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) por los alcances han demostrado los estudios al respecto. La OIT (2004) llama la atención al mundo laboral sobre la predominancia de varones entre los gerentes, ejecutivos y niveles más altos de trabajadores profesionales, mientras que las mujeres todavía se concentran en las categorías inferiores de los puestos directivos (International Institute for Democracy and Electoral Assistance, 2003). Un sistema de reglas visibles e invisibles se han construido alrededor de la norma “masculina” que rige a las empresas hoy y a la cual a las mujeres les es a veces difícil acomodarse. Colegas masculinos y femeninos, los clientes y accionistas, automáticamente no perciben a las mujeres en plano de igualdad laboral y de liderazgo con los hombres. Es más, la situación no parece mejorar, aun cuando sea mayor el número de mujeres egresadas de

⁴ María Lucero Jiménez (2009) en su estudio sobre las subjetividades masculinas y las transformaciones en el ámbito laboral pone de manifiesto que el ideal de masculinidad impuesto en Occidente ha sido definido como una amenaza vital, pues considera que los esfuerzos exigidos a los varones para alcanzarlo les provocan angustia, dificultades afectivas, miedo al fracaso y comportamientos compensatorios potencialmente peligrosos y destructores.

las escuelas de negocios. Según el informe “Mujeres FTSE 2009”, desarrollado por la escuela inglesa Cranfield School of Management a partir de las 100 mayores empresas británicas cotizadas en bolsa, en el año 2009 el número de consejos de administración con presencia femenina se ha reducido de 39 a 37, mientras que el número de firmas con mujeres en puestos de dirección ejecutiva bajó de 16 a 15 (García, M., 2010). La menor presencia femenina refuerza el estereotipo de una alta gerencia donde ellas no se “ajustan” al perfil requerido. Este estereotipo fue primeramente estudiado y descrito por Heilman en 1983, como “*Lack of fit*”. (Heilman, 1997).

1.2. Ceguera de género en la enseñanza de la administración de empresas

Una de las preguntas que surge a partir de la reflexión sobre el concepto de género y los estereotipos sobre varones y mujeres, con sus correspondientes implicaciones en las empresas y organizaciones en general, es el papel que han jugado y juegan las escuelas de negocios y las facultades de administración en la formación de los actuales y de los futuros gerentes y directivos de empresas y organizaciones a través de la enseñanza en los niveles de pre y postgrado. Parece entonces que sobre este tema predomina una “ceguera” intencional –o supresión de género–, o una ceguera por ignorancia –ceguera de género propiamente dicha– que puede estar afectando gravemente el discurso que la gerencia y la dirección es una posibilidad abierta para todos y que lo único que influye en acceder a esas posiciones, es una buena formación y el desarrollo de las competencias adecuadas.

En los últimos años, ha sido ampliamente sugerido que la teoría usual sobre la administración de empresas es predominantemente androcéntrica⁵. Esto se debe a que este cuerpo teórico no reconoce la relación entre la gerencia, la dirección de empresas y organizaciones, y los estereotipos de género (Mavin et al., 2004). En primer lugar, los planes de estudio de esta disciplina carecen de espacio suficiente para cualquier análisis de las personas reales que ocupan la función de administración, tratando la gestión como un conjunto abstracto de funciones, principios o procesos. En segundo lugar porque no reconoce el género como una variable significativa, incluso ante la evidencia empírica abrumadora (Linstead 2010; Schroers, 2009). Así las cosas “La Gestión o Gerencia” en este tipo de teoría se presenta como neutral al género, ya sea como una mera colección de funciones (teoría de la gestión clásica) o como una relación más o menos apropiada entre el o la líder con la fuerza laboral, como sucede en las teorías de las relaciones humanas o “estilo” de gestión (Wilson 1996). Así las cosas, esta “*ceguera de género*”⁶ es puesta en evidencia de manera significativa en

⁵ El término androcentrismo (visión del mundo y de las relaciones sociales centrada en el punto de vista masculino) fue planteado como concepto a principios del siglo XX por Charlotte Perkins Gilman, quien escribió en su libro de 1911 “*The Man-Made World or Our Androcentric Culture*” que todos los esquemas humanos de las cosas se fundamentan en que el varón como modelo de “lo humano” y la mujer ocupa un papel secundario y subordinado en posición respecto del varón en lo que denominó “Una cultura androcéntrica” (Gilman 1914/2008). Sin usar el término mismo, Simone de Beauvoir abordó y desarrolló brillantemente el concepto de androcentrismo, y lo integro de manera más compleja en la teoría de la inequidad sexual en su libro “El segundo sexo” de 1952. (Beauvoir, 1949/1979; Bem 1993).

⁶ Ceguera de género: significa ignorar los papeles, las responsabilidades y las capacidades socialmente de los individuos de acuerdo a su género. Por ejemplo, Las políticas “ciegas al género” se basan en información//

los estudios más recientes del comportamiento organizacional. No se puede decir lo mismo de los estudios teóricos clásicos de la administración y las relaciones humanas: Taylor, Weber, Mayo y Maslow. No es que en estos estudios haya una inconsciencia total sobre el género, pero sí se evidencia la intención de suprimirlo abiertamente como variable. La investigación contemporánea ha hecho demostrado que la ceguera de género no es una opción, y que la teoría de la organización tendría que abordar la cuestión del género como un elemento transversal o bien suprimirla y reconocer las motivaciones y las consecuencias de tal supresión (Linstead, 2010).

La ceguera de género se refiere a la imposibilidad de identificar o reconocer las diferencias sobre la base del género, allí donde este sea significativo (Nobelius, 2004). Esta denominada ceguera de género se produce en todos los niveles de la educación y es a menudo perpetuada por la convención de la utilización de un lenguaje de género neutral. Lingüísticamente el “gerente” o “administrador” son neutrales, mientras que la persona física que estudia administración de empresas posee una identificación de género propia. Este uso de un lenguaje y conceptos aparentemente neutrales, de hecho, puede ocultar la importancia del género de una persona en su proceso y desarrollo educativo. Desde el punto de vista medioambiental y estructural, impide la consecución del equilibrio y la equidad en el diseño de instrumentos de aprendizaje, más aun cuando este implica elementos de tipo experiencial.

El origen de esta llamada neutralidad está en las raíces mismas del taylorismo que es la base de la profesionalización de la gestión durante el siglo XX. Taylor propone la unificación de concepto de trabajador, no considerado como un individuo diferenciado, sino como un recurso productivo predecible y por lo tanto gestionable como consecuencia de la normalización y la individualización de las tareas específicas del trabajo. Sin embargo, la administración científica no pasa por alto el hecho de que las personas tienen habilidades diferentes. Taylor⁷ se esforzó en señalar que no todo el mundo era capaz de trabajar en la “mejor manera o de manera igual”, y que los individuos necesitan ser seleccionados cuidadosamente de acuerdo a sus habilidades para el trabajo duro, y de acuerdo con especificaciones de las tareas o instrucciones requeridas para realizar dicho trabajo (Macías, 2007; Wilson, 1996). Asimismo, Taylor reconoce la presencia activa de la mujer en el trabajo, sugiriendo al *Congressional Committee*, en 1912, que a las mujeres era necesario e incuestionable darles dos días libres adicionales para acomodarse a los ciclos menstruales (Nyland, 1997), consideración que no fue adoptada y que de haberlo sido hubiese sido altamente discriminatoria, ya que los empleadores evitarían asumir los costos de inproductividad

///derivada de las actividades de los hombres y asumen que todos los afectados por ellas tienen las mismas necesidades e intereses que los hombres. The International Development Research Centre (IDRC). “Ceguera de Género”. Glosario. http://www.idrc.ca/es/ev-42971-201-1-DO_TOPIC.html

⁷ Frederick Winslow Taylor (1856–1912) ingeniero de Filadelfia ha sido considerado por muchos “el padre de la administración científica” debido a sus trabajos sobre el desarrollo inicial de la administración. Sus principales estudios se enfocaron a conocer los problemas y actitudes de los trabajadores para aumentar la eficiencia en la producción. En sus principios se reafirma el uso de la ciencia, la cooperación en el grupo, el logro de la producción máxima y el desarrollo de los trabajadores (Macías, 2007).

de este lapso mensual, mediante la contratación solo de varones. Así pues el taylorismo heredó a las ciencias de la administración la necesidad de implementar más y mejores medidas de control sobre las tareas laborales, donde la selección de trabajadores eliminase en gran medida la diversidad en pro de la estandarización. La administración científica del trabajo fue, en todo caso, una teoría del conocimiento que parte de la racionalidad instrumental como medio de apropiación de conocimientos propios de la administración. Desde esta perspectiva, las características individuales, incluyendo el género y la etnia, son irrelevantes para la función de la gestión.

Sin embargo, la teoría de la administración no ha sido ajena a la aparición de los estereotipos sobre los sexos. La racionalidad, tradicionalmente un rasgo asignando a lo masculino, iba a dominar en el lugar de trabajo. Max Weber, cuya teoría de la burocracia fue tan influyente teóricamente como era el método de Taylor para la práctica de la administración, hace un alusión clara de la asociación estereotípica entre la mujer y la emocionalidad, y la necesidad de desterrar la emoción –y por lo tanto las mujeres– de la escena pública de la organización en favor de la racionalidad objetiva institucional (Burrell, 1997; Bologh 1990). Weber da como una de las características de la burocracia perfecta: “Impersonalidad ante la toma de decisiones, de modo que los intereses y sentimientos personales quedan relegados a la vida privada”.

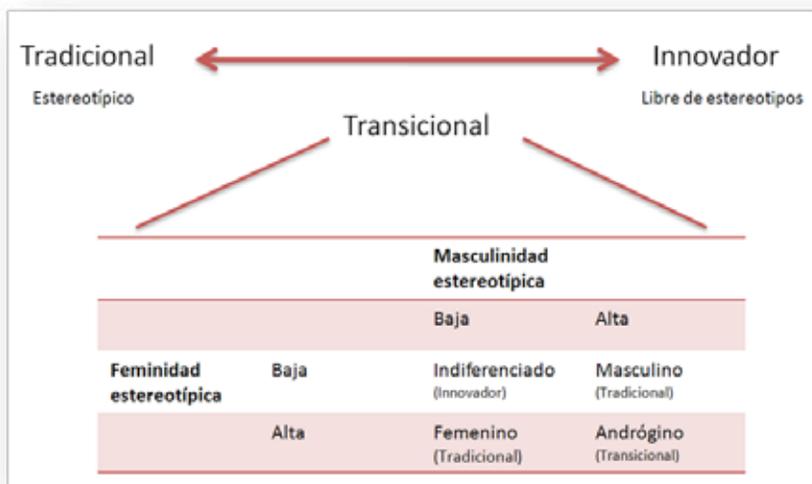
Asimismo, Mayo y Maslow no incluyen el enfoque de el género como una prueba de “ceguera de género”, como afirma Wilson (1996), sino como una supresión de la conciencia activa de las diferencias de género derivada de un compromiso intelectual con las generalizaciones abstractas, sin cuerpo, y enfocadas en el razonamiento. Esta sería una visión derivada de la teoría freudiana, que vio a la mujer, a pesar de sus diferencias de superficie, básicamente como los hombres. Para Maslow, la autorrealización es la necesidad máxima, pero a pesar de que sus estudios de las personas autorrealizadas incluyeron a las mujeres, su definición de autorrealización refleja experiencias estereotipadas y rasgos masculinos (Linsatead, 2010). Por lo tanto, la autorrealización se convierte en una expresión del yo masculino que niega la relación. La perspectiva femenina, en cambio, habitualmente se define en relación a los demás, y privilegia las redes en lugar de la jerarquía (Cullen, 1997; Wilson, 1996). Maslow llegó a la conclusión de que las mujeres con una alta posición dominante, tenían rasgos más masculinos (acordes con el estereotipo asignado en ese momento a los varones) y tenían más en común con los hombres que ocupaban una alta posición dominante similar, que con las mujeres en posiciones subordinadas. Maslow sugiere que la distinción de género se podía quitar del todo, ya que inducía a equívocos en la investigación (Cullen, 1997).

Más tarde, las teorías de gestión se vuelven más sofisticadas en su mayor reconocimiento de la naturaleza esencialmente relacional de la gestión de tareas, como Wilson (1996) y Linstead (2010) lo señalan. Tales teorías hacen énfasis en la eficiencia de la or-

ganización y las características de eficacia, acercándose a la teoría clásica de la gestión, pero también hacen hincapié en que la gestión es relacional, de estilo y por procesos. Estas teorías más “relacionales” legítimamente pueden ser criticadas por su constante “ceguera de género”, que es más una ceguera que una supresión intencionada, ya que se ciñe a una búsqueda más de las técnicas precisas de la gestión y la gerencia.

Sin embargo, la ceguera no permanece por siempre: este argumento de no tenerlo en cuenta comienza a desmoronarse de nuevo bajo la reflexividad extrema de la teoría contemporánea fomentada por el feminismo y el post-feminismo, así como la concepción postmoderna de género (ver Figura 2).

Figura 2. Modelo bidimensional aditivo de género. Basado en los modelos conceptuales de Burin (2009) y Korabik (1999)



Fuente: Elaboración propia.

Esta especie de “machismo académico” a nivel universitario, como bien lo analiza Höpfl (2000), prevalece silenciosamente en la medida en que los discursos no son confrontados, ya que la predominancia de varones no da espacio a indagar al interior de los contenidos mismos acerca de los sesgos y estereotipos de género. En caso de generarse la discusión, esta es vista como un cuestionamiento tangencial al contenido de la disciplina o como reivindicaciones de tipo feminista, sin considerar que también entre varones –o entre mujeres– las diferencias intragénero son tanto o más amplias que las que existen entre varones y mujeres (Hoffman 2001). También la falta de mentoras hace que los estudiantes varones y mujeres refuercen el estereotipo de “*Lack of fit*” de las mujeres incluso para impartir los conocimientos propios de las ciencias empresariales como docentes calificadas (ver Figura 3).

Figura 3. Ingreso Base de Cotización (IBC) por sexo y nivel de formación para recién graduados. Salario de entrada en pesos colombianos 2008



Fuente: Observatorio Laboral para la Educación, Ministerio de Educación Nacional. República de Colombia, 2009.

A manera de ejemplo, Mavin et al. (2004) reportan que, de acuerdo con el *Research Assessment Exercise* (RAE) de las escuelas de negocios del Reino Unido, son pocos los artículos publicados en las revistas de alto nivel y prestigio sobre el tema. Esto refuerza los postulados de Hall-Taylor (1997) que argumentan en favor del hecho que las revistas que publican los resultados de investigación en administración y negocios favorecen la ceguera de género suponiendo que todas sus investigaciones son neutrales al respecto y que por ende no son exigibles aclaraciones a los autores sobre sesgos en ese sentido.

Foster (1994) en la década de los 90 estudió cómo los profesores de administración, sin importar su sexo, estereotipaban la figura del gerente como típicamente masculina, lo cual modelaba en los estudiantes un paradigma que posteriormente llevaban a la práctica. Como lo evidencia de manera clara Smith (1997), la forma como socializan las personas es muy diferente: poseen estilos de comunicación muy diversos y usan el lenguaje de maneras muy distintas. Sin embargo, hay una mínima integración en los modelos modulares de enseñanza de la administración, que incorporen discusiones de cómo los estudiantes perciben a los gerentes, los estilos gerenciales y las organizaciones. Por lo tanto, estas percepciones son dejadas de lado para asignar prioridad a cómo los verdaderos gerentes se perciben a sí mismos, y es así que es más común la invitación a reconocidos líderes en el mundo de los negocios para que hablen de su experiencia. Esto ignora un increíble potencial y recurso educativo que permanece sin ser explotado aún, en muchas escuelas de negocios y en los currículos, donde el género afecta la práctica laboral y les permite construir marcos de referencia para sus propias experiencias (Katila y Merilainen, 2002).

Adicionalmente, en estudios muy recientes el cuestionamiento a la formación a nivel de posgrado en administración como perpetuador de estereotipos, se aumenta por favorecer la constitución “techos de cristal”. Carter y Silva (2010), a partir de un estudio en graduados de programas de Maestría en Administración de Empresas (MBA) de tiempo completo, plantean que la promesa de un futuro de mayores oportunidades y mejores salarios para las mujeres que optaron por cursar programas de MBA, no es tan promisorio como se esperaba. ¿Habría también una penalización emocional? En 2003, Margaret Heffeman publicó un estudio sobre formación gerencial y su impacto en las mujeres; encontrando que mujeres con un MBA (Maestría en Administración de Empresas) se casan menos que los hombre con un MBA, y forman en menor medida una familia. Las mujeres con familia y MBA se ven obligadas a hacer opciones de valor que implican postergar tiempo personal, amigos, hobbies o ambiciones. El mismo artículo de Heffeman, concluye que “todavía hay jefes dañinos, que crean ambientes laborales poco amigables”. Cuando se les pide a las mujeres que identifiquen los factores más significativos que les impiden progresar, las dos principales respuestas son “exclusión de las redes informales de comunicación” y “estereotipos y preconceptos masculinos y femeninos sobre la mujer” (Heffeman, 2003).

1.3. Definiendo el estereotipo de referencia para la determinación del género

En cuanto a la educación en el área de la administración de empresas, la cultura industrial y de la gerencia tiene una amplia influencia del pensamiento norteamericano sobre los principios y concepto del “*management*”, por lo que no es de extrañar que el estereotipo gerencial se fundamente ampliamente en la cultura estadounidense (Rojas, 2005). En la actualidad, es innegable la trascendencia que esto tiene en la cultura organizacional (Schroers, 2009).

Como se demuestra en uno de los estudios de Catalyst (2005), la figura de los estereotipos en el mundo de los negocios prevalece. En la Figura No. 4, citada en el estudio antes mencionado, Schneider (2005) ilustra este punto mediante un listado actualizado sobre las características estereotípicas asociadas en la cultura norteamericana a hombre y mujeres, relevantes en el mundo del liderazgo gerencial en el ámbito de los negocios. Este listado reafirma el postulado de Schein (2001) sobre la creencia del líder dominante y ambicioso como el que es considerado exitoso en el mundo de los negocios (Schein, 2001).

Figura 4. Compañías con mayor presencia de mujeres en sus consejos directivos. Universo: las 100 mayores de la región

Características Femeninas	Características Masculinas
Sociable	Dominante
Atenta	Certero
Entusiasta	Enérgico
Amable	Competitivo

Características Femeninas	Características Masculinas
Complaciente	Brusco, burdo
Suave, tranquila	Vigoroso
Amena	Agresivo, Atrevido
Perceptiva	Resuelto
Sentimental	Analítico
De trato fácil	Firme
Quejumbrosa	Calmado

Fuente: García, Marcelo (2010). Tierra de hombres. Las CEO más poderosas de América Latina. *Revista América Economía*, octubre 4 de 2010.

2. Metodología

Hasta la fecha, faltan referencias de estudios que hayan desarrollado un índice compuesto de un conjunto de variables que puedan constituir una escala que permita medir la posición de cada individuo en su género. De hecho, como lo menciona Phillips (2005), definir el género de manera que incluya el sexo y los aspectos sociales, culturales y temporales en la vida de una persona, a través de un coeficiente de género con variables medibles y comparables, se constituye en un reto que permitirá plantear nuevas investigaciones y cuestionamientos que permitan avances científicos al respecto.

El establecimiento de un estereotipo patrón esperado para el directivo de empresas, se constituye, entonces, en el criterio de base para la determinación del género de quienes ejercen esta profesión o aspiran a tener una formación en esa disciplina. Es así que para la construcción de una escala de medición fue importante determinar la presencia de las características estereotípicas en cada individuo para ubicarlo dentro de una escala de género. Esta determinación se hizo a través del test de personalidad DISC del cual se extrajeron los adjetivos estereotípicos para la determinación de un coeficiente individual que permite ubicar al individuo en una escala lineal de género con el fin de ser clasificado de manera preliminar en Tradicional, Transicional e Innovador.

Adicionalmente, a manera de prueba o de testeo del comportamiento del **coeficiente de género** propuesto inicialmente por la metodología diseñada, este estudio buscó su aplicación con respecto a una variable independiente como lo es la creatividad. En este caso se buscó la relación existente entre el tipo de género (establecido por la determinación del coeficiente) y los niveles de creatividad del individuo. Esto se hizo para toda la muestra poblacional estudiada mediante la aplicación del Test CREAX y su posterior análisis estadístico para determinar la influencia del género en la creatividad de los individuos. La determinación de una forma de medición del género se constituye en uno de los principales aportes de este estudio para la comunidad científica y el inicio de la conveniencia y validez de esta aproximación cuantitativa a un elemento tan esencial en la complejidad de la persona humana como lo es su género.

2.1 Determinación del género a partir del análisis de la personalidad

Uno de los planteamientos de esta metodología es la determinación del género de un individuo a partir del análisis de la personalidad. Los test de personalidad son herramientas de amplia difusión, no exentos de críticas y controversia por parte de sus detractores, y de efectividad probada por sus defensores. La elección de un test de personalidad como una herramienta estándar para trazar el género a partir de la personalidad, obedeció a la búsqueda de una herramienta que por su antigüedad en su formulación y en su uso pudiese reducir la controversia que podría producir una aproximación de este tipo en los estudiosos del género. Sin embargo, el autor es consciente del riesgo implícito en la proposición de esta metodología y su objeto es el aporte a la comunidad científica y académica para la discusión, controversia y validación.

La pregunta de si el género afecta en la personalidad y viceversa⁸, y en qué medida, es una amplia discusión en la Psicología de la Personalidad (Rabinowitz et al., 2001). De hecho, la mayoría de los estudios de personalidad no parecen ir más allá de la caracterización de la población estudiada por sexo. Sin embargo los investigadores coinciden que aunque hay áreas importantes de la personalidad directamente afectadas por el género, este es a menudo pasado por alto en la mayoría de los estudios de personalidad (Stewart et al. 2008; Settles, 2006). Es importante reconocer que si bien el género no es el único determinante de la personalidad, ni la personalidad el único determinante en la construcción del género, sí es causante de diferencias individuales y un elemento fundamental de la construcción en la subjetividad (Masser et al., 2006).

Uno de los test de personalidad más usados y estudiados es el modelo DISC. La relevancia de la elección de este test radica en el uso de listas de adjetivos para el diseño de las preguntas, que es una metodología muy cercana a los sistemas de determinación de estereotipos. Este modelo de clasificación y determinación de personalidades fue desarrollado por William Martson en 1928 en su estudio *Emotions of Normal People*. (Bradberry, 2008).

Sin embargo, el modelo DISC –si bien ha resistido 70 años de evaluación, crítica, análisis y modificaciones– resulta muy simple para clasificar la personalidad de una persona y la complejidad que esta encierra. De hecho el test DISC hoy en día se usa para determinar la personalidad a través de una versión holística y comprensiva de la persona humana. Cada persona posee en cierta medida los cuatro patrones ¿establecidos por el test? y su personalidad no puede caracterizarse por completo, sobre la base del patrón predominante. Los test más vendidos en la actualidad son modificaciones del DISC original; ya sea el DISC actual o el IDISC⁹, determinan 14 tipos diferentes

⁸ “La personalidad es la esencia del carácter de un individuo, que se revela en patrones predecibles de inclinaciones y comportamientos; es el conjunto de nuestras motivaciones, necesidades y preferencias que, una vez entendidas, proporcionan el esquema de nuestras debilidades y fortalezas” (Bradberry, 2008).

⁹ La confiabilidad científica y la solidez psicométrica del test IDISC esta respaldado por años de investigación certificados ante la Asociación Norteamericana de Psicología quien fija los estándares que este tipo de test debe tener. En la tabulación y análisis de una prueba de IDISC, cada uno de los cuatro componentes en que se basa genera un puntaje de confiabilidad, el cual se mide usando una prueba de confiabilidad//

de personalidad en la medida que se manifiestan en un individuo, de manera combinada y con mayor o menor grado de influencia, los cuatro patrones de la personalidad. La Figura 5 muestra en los tipos de personalidad que surgen a partir de la expresión de los patrones de Marston en un individuo.

Figura 5. Algunas características asociadas con los patrones de la personalidad de Marston

Dominantes (D)	Interpersonal (I)	Estables (S)	Meticulosos (M)
Independencia	Alegres	Pacientes	Preciso y exactos
Orientación al logro	Extrovertidos	Perseverantes	Obedientes
Fuertes	Cálido	Compasivo	Pasivos
Agresivos	Trabajo en equipo	Leales	Facilistas
Autoritarios	Confiables	Brindan soporte	Organizadores
Competitivos	Poco tolerantes al rechazo	Resistentes al cambio	Resistentes al cambio
Ambiciosos		Conciliadores	Tradicionalistas
Desconfiados		Alta concentración	
Individualistas			

Ahora bien, en el IDISC o las versiones actuales basadas en DISC, se usan más de 120 adjetivos que están diseñados para eliminar sesgos comunes y que se agrupan para dar forma a las 28 preguntas que constituyen el test. El uso de adjetivos, como ya se había dicho, en este tipo de pruebas se constituye en una ventaja a la hora de buscar definir el género con base en el estereotipo asignado a lo masculino y lo femenino. La definición del estereotipo de acuerdo al sexo se ha basado precisamente en el uso de adjetivos; su presencia y uso es permanente desde las tablas Bem (1974), Schein (1973 y 1975) hasta la tabla de Schneider de 2005. De allí la importancia de un test que use adjetivos trazables en la determinación de la personalidad de los individuos.

De los adjetivos enunciados por Schneider, es posible identificar 10 de los 11 que corresponden al estereotipo masculino siendo la excepción “brusco”; y de los 11 femeninos es posible ubicar en el test 9 adjetivos que corresponden al estereotipo femenino siendo la excepción “quejumbrosa y sentimental”. Un individuo cuya personalidad pueda caracterizarse mediante todos los adjetivos propios del estereotipo de su sexo es considerado un individuo de **género tradicional**. En la medida que estos adjetivos representan menos su estilo de personalidad, podría ser considerado un individuo de **género transicional**, en una escala cuyo límite final sería un individuo que no respondiese a ninguno de los adjetivos estereotípicos de su sexo, que en cuyo caso sería el ejemplo de un individuo de **género innovador**. A partir de lo anterior este

///estadística Alfa de Crombach. La escala Alfa de Crombach va de 0 a 1. Los valores de para los cuatro puntajes de confiabilidad de los componentes de IDISC oscilan entre 0.76 y 0.80, rango que se considera fuerte indicador de que la prueba es confiable (Bradberry, 2008).

estudio no hace más referencia a *lo masculino* y *lo femenino*, en una lógica binaria, para dar paso a lo *genérico*.

En este orden de ideas el **Coefficiente de Género** estaría dado a partir de un valor entre uno (1) y cero (0), con base en los 10 adjetivos para los varones y los 9 adjetivos para las mujeres; donde la cercanía a 1 representa la presencia de todos los adjetivos en la personalidad, y la cercanía 0 la ausencia total de adjetivos para determinar un individuo para nada estereotípico. Esta valoración es ajustada de acuerdo a los índices de confiabilidad propuestos por Bem (1974) en la valoración de escalas estereotípicas de roles sexuales en la metodología conocida como *Sex Role Inventory* (BSRI). En el BSRI los coeficientes alfa que demuestran alta confiabilidad son 0.76 para masculinidad y 0.82 para feminidad (Smith y Millard, 1998; Holt y Ellis, 1998). Aunque existen muchas críticas sobre la validación de la escala de Sandra Bem (Bernard, 1980; Pedhazur y Tetenbaum, 1979), la escala y sus parámetros han demostrado relativamente buena validez en experimentos y mediciones hechas en muestras poblacionales norteamericanas (Blanchard–Fields, 1994; Harris, 1994; Holt y Ellis, 1998) y en muestras poblacionales en Japón (Sugihara y Emiko, 2000).

De esta manera se sigue con el modelo bidimensional aditivo propuesto por Korabik (1999) expuesto en el marco teórico de este estudio. Los valores dentro de este rango representan las transiciones del género. En la Figura 6 se presenta la escala propuesta.

Figura 6. Escala para la determinación de un coeficiente de género de acuerdo con el test de personalidad DISC. ($\alpha = 0.76$ para varones y $\alpha = 0.82$ para mujeres con confiabilidad media del 80%)

1.0	0.9	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4	0.3	0.2	0.1	0.0
Tradicional			Transicional				Innovador			

2.2. Aplicación de la metodología

Se aplicaron en total 334 pruebas conjuntas del test DISC, para personalidad, y el test CREAX, para creatividad; a una muestra de 139 varones y 195 mujeres. Estas pruebas se hicieron en dos grupos poblacionales diferentes entre julio de 2010 y mayo de 2011.

El primer grupo o G1, está constituido por 216 profesionales, que son estudiantes de postgrado en las áreas de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia¹⁰. La aplicación de las pruebas se hizo en el segundo semestre académico del año 2010. De las 218 encuestas realizadas 142 fueron aplicadas a ejecutivas de sexo femenino, lo cual corresponde al 65% de la población encuestada,

¹⁰ La Universidad Externado de Colombia es una de carácter privado en la cual la educación de posgrado es impartida a un grupo poblacional de clase media alta de la sociedad colombiana.

y 74 a ejecutivos de sexo masculino, lo cual corresponde al 34 % de esa población. Dos participantes no respondieron adecuadamente los cuestionarios y por lo tanto no fueron tenidos en cuenta en el análisis. La posible homogeneidad de esta población en formación académica y nivel socioeconómico hizo necesario recurrir a otra muestra poblacional. Dada la posible homogeneidad en niveles educativos, edades y socioeconómico de este grupo, la muestra se complementó con el Grupo G2, en busca de mayor heterogeneidad en los casos estudiados y así evaluar la sensibilidad del coeficiente de género propuesto.

El segundo grupo o G2 se obtuvo a partir de 128 pruebas aplicadas a trabajadores de la Sociedad Hotelera Tequendama (SHT), con 120 pruebas válidas para su análisis. Se estudiaron 55 mujeres y 35 varones, desde técnicos con educación secundaria, contratados con base en el salario mínimo legal, como camareros/ras, plomeros, recepcionistas, telefonistas, etc., hasta ejecutivos de nivel profesional.

Una vez aplicado el test, de acuerdo a la respuesta de los encuestados se desarrolló una matriz de caracterización binaria en Excel que permite determinar, para cada prueba individual y de acuerdo al sexo del encuestado, su coeficiente de género mediante la normalización de los adjetivos de estereotipo masculino (11) o femenino (9) de un total de 122 propios de cada categoría del test DISC usado para esta y otras pruebas e investigaciones en la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia.

Simultáneamente al aplicar el test DISC a los estudiantes de posgrado y a los trabajadores de la SHT, se aplicó el test CREAX que evalúa la creatividad con fines de innovación en términos empresariales. La aplicación adicional del este test de creatividad permite explorar la relación entre el tipo de género y el nivel de creatividad. Esto es de utilidad, específicamente, para las áreas de formación en innovación y creatividad que son la actividad principal del Centro de Tecnología y Producción de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia, y que hasta ahora se han caracterizado por una ceguera de género en el planteamiento pedagógico de sus planes de estudios y talleres experienciales para el desarrollo de las competencias innovadores.

El test CREAX¹¹ de creatividad mide la creatividad del evaluado en 8 áreas o competencias diferentes y las compara con un índice estándar elaborado a partir de 100.000 pruebas hechas en todo el mundo. La Figura 7 muestra los rangos de clasificación de los puntajes para la clasificación de la creatividad de los individuos que se someten a la prueba. La Figura 8, muestra las competencias que evalúa el test CREAX.

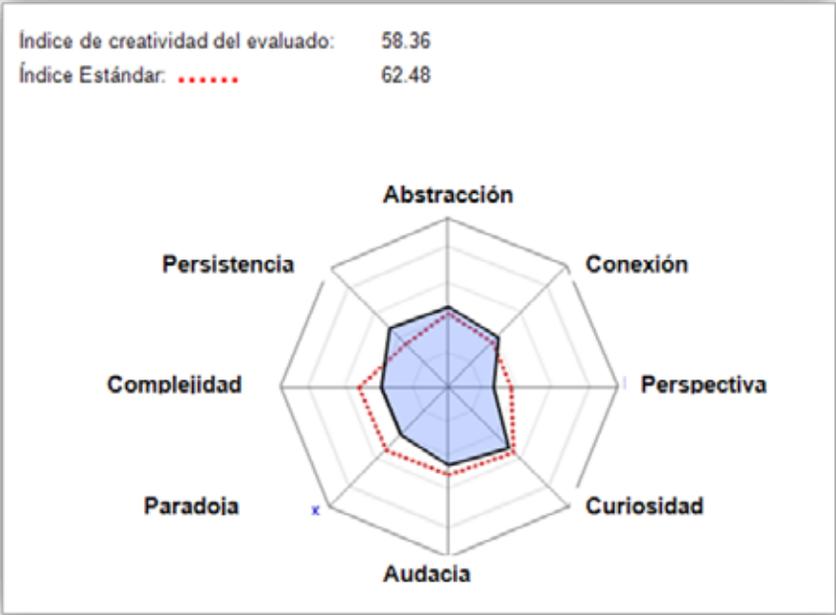
¹¹ CREAX es una compañía privada de consultoría en innovación. Esta compañía diseñó el test y lo ha venido aplicando desde 2003 en la evaluación y asesoramiento de prestigiosas compañías en el mundo. Así mismo este test es usado para la investigación en creatividad por el Centro de Tecnología y Producción, específicamente en sus programas de posgrado en innovación y desarrollo de negocios.

Figura 7. Rangos de evaluación para determinar el perfil de creatividad e innovación de acuerdo con el puntaje obtenido en el test CREAX. Esta escala es establecida de acuerdo con el rango obtenido en la muestra poblacional, teniendo una media de 64,71 en puntaje. La media mundial para esta prueba es de 62,48 hasta diciembre de 2010

Perfil	Puntaje
Creativo Innovador – Nivel Bajo	23,68–44,79
Creativo Innovador – Nivel Medio	44,80–65,89
Creativo Innovador – Nivel Superior	65,90–87,00

Fuente: CREAX www.creax.com, 2011.

Figura 8. Competencias evaluadas por el test CREAX en creatividad para la innovación. Gráfica tomada de una evaluación aplicada a un estudiante de posgrado de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia en 2010



Fuente: Centro de Tecnología y Producción, FAE, Universidad Externado de Colombia, 2010.

2.3. Modelo propuesto para la medición del coeficiente de género a partir de la prueba de personalidad DISC

Conjuntos

Índice	Descripción
i	Adjetivos utilizados en el análisis (1,2,...,I)
e	Personas encuestados (1,2,...,N)
j	Sexo de las Personas encuestadas (1=Femenino, 2= Masculino)

Parámetros

	Descripción
v_{ei}	Adjetivos i caracterizados para la persona encuestada e
S_{ej}	Sexo j correspondiente a la persona encuesta e
α_j	Coefficiente Bem de ajuste para el sexo j
c_{ij}	Características estereotípicas (adjetivos) i propias del sexo j

Variables

	Descripción
β_{ej}	Coefficiente de género para la persona encuestada e dependiendo del sexo j
γ_e	Coefficiente de género para la persona encuestada e

$$\gamma_e = \sum_{j=1}^2 \beta_{ej} S_{ej} \quad \forall e \in N$$

$$\beta_{ej} = \left| \frac{\sum_{i=1}^I (v_{ei} c_{ij})}{\sum_{i=1}^I c_{ij}} \right| \alpha_j \quad \forall e \in N \text{ y } j \in \{1, 2\}$$

Donde:

$$\gamma_e \leq 1$$

$$v_{ei} \in \{0,1\} \quad c_{ij} \in \{0,1\} \quad S_{ej} \in \{0,1\}$$

2.4. Modelo propuesto para un análisis relacional entre creatividad y género

Para este análisis se realizó una regresión lineal múltiple con variables categóricas, tomando como variable dependiente el resultado o puntaje de creatividad obtenido a partir de la aplicación de la prueba CREAX. Como variables dependientes o explicativas se toman categorías de género, que se representarán como elementos dicotómicos o variables “dummy”¹² (Brewerton y Millward, 2001).

El modelo de regresión aplicado tiene la siguiente forma:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Donde:

- Y** Es el indicador de creatividad obtenida en la prueba CREAX
- X_i** Son las variables explicativas para cada categoría de género i , esta es dicotoma o binaria
- β_i** Son los coeficientes del modelo que relacionan la variables explicativas con la dependiente, estos son calculados por el programa estadístico de de tal forma que se minimicen los residuos

Lo que se busca es determinar qué coeficientes de esta ecuación son compatibles con cero (no significativo) para eliminarlos del modelo y establecer la relación de cada uno con la variable explicada.

Se debe tener en cuenta que al introducir en el modelo sea una variable categórica de tres categorías, se necesitó recurrir a una serie de transformaciones para que los resultados obtenidos sobre la variable dependiente sean correctos e interpretables. En este caso, no se podrá introducir la variable original en el modelo, sino que si la variable tiene n categorías, deberán expresarse cada una de estas categorías mediante $n-1$ variables dummy, es decir dos variables (Arnold, 1982). Para este caso se dejó un coeficiente para determinar si existe relación entre la creatividad y el género tradicional y otro que recoja información sobre la relación con los géneros transicional e innovador.

2.5. Críticas al uso de test psicométricos

El uso de test para determinar aspectos constitutivos del individuo, tales como la personalidad, no está exento de críticas (Stayer et al., 1992; Michell, 2001; Barret, 2003). Incluso Michell (2000) describe la psicometría como “una patología de la ciencia”. Sin embargo y lejos de emocionalismos, la mayor crítica a la evaluación psicométrica¹³ parte de dos aspectos interrelacionados: primero, los defectos técnicos en el

¹² Una variable *dummy* es una variable construida artificialmente y que únicamente puede tomar los valores 0 o 1. Es posible expresar la misma información contenida en una variable de n categorías mediante la combinación de $n-1$ variables *dummy*. Adicionalmente estas variables permiten realizar todas las comparaciones necesarias respecto de las n categorías de la variable original en el modelo de regresión.

¹³ La psicometría es “una disciplina de la psicología cuya finalidad intrínseca es la de aportar soluciones al problema de la medida en cualquier proceso de investigación psicológica. También es un campo metodológico que incluye teorías, métodos y usos de la medición psicológica, en que se incluyen aspectos meramente teóricos y otros de carácter más práctico” (Aliaga et al., 2001).

diseño del test escogido y los problemas éticos a la hora de interpretar sus resultados; segundo, sus aplicaciones prácticas como en el ámbito educativo, en este caso. Todos los test tienen defectos técnicos, por lo que es esencial que los resultados obtenidos en este estudio sean considerados solo como una parte de un proceso más complejo de la evaluación psicológica y de género de los participantes en esta prueba. La determinación de un **coeficiente de género** no pretende ser tomada como el único elemento determinante del género de los individuos, el hacerlo conduciría a sobrevalorar sus resultados a la hora de tomar decisiones esenciales (Golafshani, 2003).

El coeficiente de género aquí propuesto permitiría aproximarse de manera inicial al entendimiento de un grupo o de un individuo en particular, y no pretende de ninguna manera sustituir de manera reduccionista, mediante una prueba estadística, la concepción del género como algo relacional, fruto de un constructo social, que no es inmutable y que en sí mismo no es una categoría pura.

3. Resultados y análisis

3.1. Caracterización de la muestra

El Grupo G1 es una muestra de la población total de estudiantes de posgrado de la Facultad de Administración de Empresas. En la Figura 9 se aprecia la composición total de la población, discriminada por sexo, de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia a nivel de Posgrados. La muestra evaluada en este estudio fue de 214 estudiantes de posgrado seleccionados de manera aleatoria. La muestra se constituye en el 25,23% del total de la población de posgrados para el año 2010.

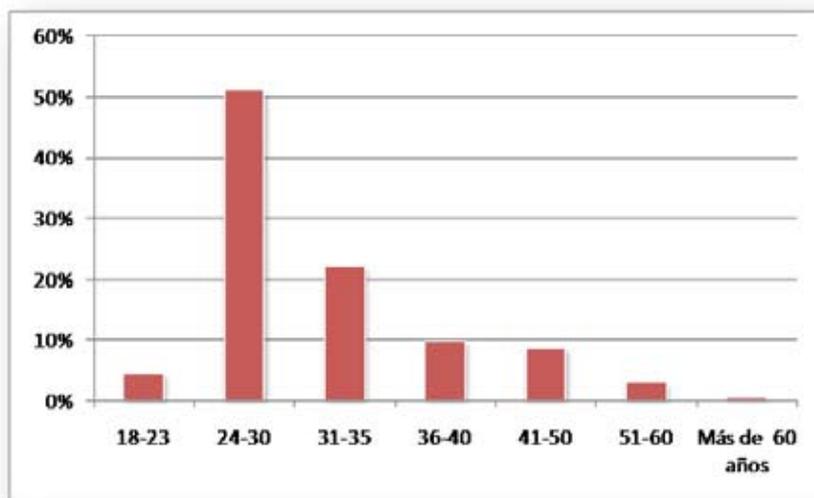
Figura 9. Composición de la población por sexo. Programas de Posgrado en Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia, año 2010

	2010	%
Varones	394	46,5
Mujeres	454	53,5
Total	848	100

Asimismo, la Facultad de Administración de Empresas presta servicios de formación al interior de las empresas, conocidos como “Educación Continuada”, a manera de programas certificados en cursos cortos, con un máximo 120 horas, denominados “diplomados”. La Facultad puede tener una población de estudiantes en estos programas que fluctúa entre 500 a 600 al año. Durante el período comprendido entre segundo de semestre de 2010 y primer semestre de 2011, lapso durante el cual se extrajo la muestra poblacional, la cantidad de personas participantes de Educación Continuada fueron de 455, de las cuales 240 fueron varones y 215 mujeres. El grupo G2 forma parte del programa de Educación Continuada denominado “Escuela de Creatividad SHT”, que se imparte al interior de la Sociedad Hotelera Tequendama (SHT) y cuyo único prerrequisito para ingresar en el mismo es ser trabajador de la SHT sin que el nivel académico sea una restricción. La muestra del grupo G2 se constituye en el

28,13% de la población de estudiantes de los programas de Educación Continuada. La muestra total de 334 sujetos estuvo compuesta por 58% mujeres y 42% varones. La Figura 10 muestra la composición según las edades.

Figura 10. Composición por edades de la muestra total compuesta por Estudiantes de Posgrado (Grupo G1) y Trabajadores de la Sociedad Hotelera Tequendama SHT (Grupo G2), 2010–2011



A diferencia de la población total de estudiantes de posgrado de la Facultad de Administración de Empresas, donde el 53.5 % son mujeres y el 46,5% son varones, en la muestra estudiada la proporción del componente femenino ascendió al 65% y la proporción del componente masculino descendió al 34%. En cuanto al rango de edades de la muestra analizada, el 83% de los participantes a los cuales se les aplicaron las pruebas están en el rango de edad comprendido entre 24 a 35 años.

La muestra estudiada para los trabajadores de la SHT presentó menor proporción del componente femenino con respecto al G1; el porcentaje de mujeres fue del 46% y de los varones aumentó al 54%. En cuanto al rango de edades de la muestra analizada, el 50% de los participantes a los cuales se les aplicaron las pruebas están en el rango de edad comprendido entre 24 a 35 años.

La Figura 11 presenta el nivel educativo de la muestra total, y discriminado por grupos G1 y G2. En el grupo G1 no es de sorprender que el 92% hubiera realizado estudios de posgrado dado su carácter de estudiantes de este nivel educativo en la universidad escogida; mientras que el 84% de los encuestados en el G2 (trabajadores de la SHT) son de nivel técnico o con algún tipo de certificación pero sin acceso a la educación profesional.

Figura 11. Niveles de educación de la muestra G1, G2 y Total, 2011

Nivel Educativo	G1	G2	Total general
Maestría	6%	0%	4%
MBA	2%	0%	1%
Postgrado	92%	3%	60%
Profesional	0%	13%	4%
Tecnico	0%	50%	18%
Certificado	0%	34%	12%
Secundaria	0%	1%	0%
Total general	100%	100%	100%

3.2. Resultados de la aplicación del modelo para medición del coeficiente de género en la muestra seleccionada

La Figura 12 muestra los resultados de la aplicación del test DISC de personalidad a los 334 individuos analizados. Es de destacar que cuatro tipos de personalidad: Evaluador, Consejero, Perfeccionista y Especialista, constituyen el 66% de la muestra.

De la misma manera la Figura 13 muestra los resultados de la aplicación del test DISC de personalidad a los 334 individuos analizados, pero discriminados por grupos G1 y G2. Cabe destacar que los tipos Perfeccionista, Consejero y Especialista constituyen más del 80% de las personalidades del G2.

Figura 12. Resultados de la aplicación de la prueba DISC para 334 individuos de la muestra analizada para las Empresas de la Universidad Externado de Colombia 2010–2011

Cuenta de Género Personalidad DISC	Género			
	Tradicional	Transicional	Innovador	Total general
Perfeccionista	11,40%	25,19%	29,41%	21,56%
Consejero	25,44%	14,81%	20,00%	19,76%
Especialista	17,54%	11,85%	11,76%	13,77%
Alentador	5,26%	12,59%	11,76%	9,88%
Creativo	7,02%	4,44%	9,41%	6,59%
Promotor	7,02%	5,93%	4,71%	5,99%
Objetivo	3,51%	5,93%	2,35%	4,19%
Orientado a resultados	4,39%	2,96%	3,53%	3,59%
Persuasivo	2,63%	4,44%	1,18%	2,99%
Realizador	4,39%	2,96%	1,18%	2,99%
Agente	3,51%	2,22%	0,00%	2,10%
Orientado	3,51%	1,48%	0,00%	1,80%
Evaluador	1,75%	2,96%	0,00%	1,80%
Resolutivo	0,88%	0,74%	1,18%	0,90%
Investigador	0,88%	0,74%	1,18%	0,90%
Profesional	0,00%	0,00%	2,35%	0,60%
Desconcertante	0,88%	0,74%	0,00%	0,60%
Total general	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Figura 13. Resultados de la aplicación de la prueba DISC para 334 individuos de la muestra analizada de estudiantes de la Universidad Externado de Colombia, compuesta por Estudiantes de Posgrado (Grupo G1) y Trabajadores de la Sociedad Hotelera Tequendama SHT (Grupo G2), 2010–2011

G1: Estudiantes de Posgrado

Cuenta de Género	Género			
Personalidad DISC	Tradicional	Transicional	Innovador	Total general
Perfeccionista	9,76%	18,68%	24,39%	16,36%
Consejero	21,95%	10,99%	7,32%	14,49%
Especialista	12,20%	7,69%	9,76%	9,81%
Alentador	4,88%	14,29%	9,76%	9,81%
Creativo	7,32%	5,49%	17,07%	8,41%
Promotor	9,76%	6,59%	4,88%	7,48%
Objetivo	4,88%	8,79%	4,88%	6,54%
Realizador	6,10%	4,40%	2,44%	4,67%
Persuasivo	3,66%	6,59%	2,44%	4,67%
Orientado a resultados	3,66%	3,30%	7,32%	4,21%
Agente	4,88%	3,30%	0,00%	3,27%
Orientado	4,88%	2,20%	0,00%	2,80%
Evaluador	2,44%	4,40%	0,00%	2,80%
Resolutivo	1,22%	1,10%	2,44%	1,40%
Investigador	1,22%	1,10%	2,44%	1,40%
Profesional	0,00%	0,00%	4,88%	0,93%
Desconcertante	1,22%	1,10%	0,00%	0,93%
Total general	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

G2: Trabajadores Sociedad Hotelera Tequendama

Cuenta de Género	Género			
Personalidad DISC	Tradicional	Transicional	Innovador	Total general
Perfeccionista	15,63%	38,64%	34,09%	30,83%
Consejero	34,38%	22,73%	31,82%	29,17%
Especialista	31,25%	20,45%	13,64%	20,83%
Alentador	6,25%	9,09%	13,64%	10,00%
Creativo	6,25%	2,27%	2,27%	3,33%
Promotor	0,00%	4,55%	4,55%	3,33%
Orientado a resultados	6,25%	2,27%	0,00%	2,50%
Total general	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

En la Figura 14 se presentan los resultados de la determinación del género de la muestra mediante la medición del **coeficiente de género** de los individuos encuestados.

Figura 14. Resultados de la medición Coeficiente de Género para 334 individuos de la muestra analizada de estudiantes de la Universidad Externado de Colombia, compuesta por Estudiantes de Posgrado (Grupo G1) y Trabajadores de la Sociedad Hotelera Tequendama inscritos en el Programa Escuela de Creatividad SHT (Grupo G2), 2010–2011

Género	G1	G2	Total Muestra
Tradicional	38,32%	26,67%	34,13%
Transicional	42,52%	36,67%	40,42%
Innovador	19,52%	36,67%	25,45%

Otros hallazgos que suponen un reto para el análisis del coeficiente de género es cuando se discrimina por sexos. Este cruce entre género y sexo, toma especial relevancia dada la confusión que aún subsiste en muchas investigaciones, en documentos y en el imaginario en general de que la referencia al género, hace remite directamente al sexo biológico del individuo. La Figura 15 muestra el comportamiento del género versus el sexo de los encuestados en la muestra total y los dos grupos que la componen. No deja de sorprender las marcadas diferencias entre los estudiantes de postgrado del G1 con respecto a los trabajadores de la Sociedad Hotelera G2.

A partir de la Figura 15 en comparación con la Figura 14, en especial para el comportamiento de G2, surge una nueva pregunta de investigación acerca de los **procesos de selección** en la SHT. La SHT como parte del sector turístico y hotelero podría tener un sesgo hacia la búsqueda de personas de menor variabilidad en los tipos de personalidad, pero con muy baja estereotipia de género de tipo tradicional para los varones. Podría ser explicado, a priori y de manera exploratoria como hipótesis, por el tipo de cargos que desempeñan, como meseros, camareros, telefonistas, recepcionistas, cocineros, chefs, lavaderos, aseadores, etc., cuyas características en cuanto al trato con el huésped y vocación de servicio exigen personas más cercanas al estereotipo femenino tradicional.

Figura 15. Comportamiento del género versus el sexo de los encuestados en la muestra total y los dos grupos que la componen, Universidad Externado de Colombia, 2010–2011

Sexo	Género			TOTAL
	Tradicional	Transicional	Innovador	
Mujeres	47,69%	40,51%	11,79%	100%
Varones	15,10%	40,28%	44,60%	100%

G1	Género	Total de la Muestra		
Sexo	Tradicional	Transicional	Innovador	TOTAL
Mujeres	45,00%	41,43%	13,57%	100%
Varones	25,67%	44,59%	29,73%	100%

G2	Género	Total de la Muestra		
Sexo	Tradicional	Transicional	Innovador	TOTAL
Mujeres	46,15%	38,18%	7,27%	100%
Varones	3,08%	35,38%	61,53%	100%

Grandes interrogantes aparecen entonces en cuanto a la educación que imparte la Facultad de Administración de Empresas, ya que esta tiene un fuerte contenido fundamentado en el estereotipo del *management* masculino de la cultura norteamericana, difundido a nivel global, y en donde prevalece la **ceguera de género**, ampliamente discutido en el marco teórico de este estudio y en concordancia con los postulados de Mavin et al., (2004). Este estereotipo estaría en contraposición con el alto componente de géneros transicionales e innovadores para los varones, y tradicionales y transicionales para las mujeres.

Un elemento desconcertante y que no estaba previsto en el análisis ni en los referentes teóricos de este estudio, y que se puso en evidencia cuando se comenzó a hacer la discriminación de la muestra por sexos y grupos, es la aparición de varones que responden totalmente al estereotipo femenino, y mujeres que responden totalmente al estereotipo masculino. Estos individuos contraculturales (Meler I, 1994) representan un desafío para posteriores investigaciones e hipótesis; por ahora este estudio reporta su presencia (ver Figura 16). Es de destacar que en el G2 los varones contraculturales alcanzan el 29% y las mujeres contraculturales son, por así decirlo, inexistentes.

Figura 16. Presencia de individuos contraculturales en número y porcentaje para una muestra de 334 individuos tomada en alumnos de la Universidad Externado de Colombia, compuesta por Estudiantes de Posgrado (Grupo G1) y Trabajadores de la Sociedad Hotelera Tequendamita inscritos en el Programa Escuela de Creatividad SHT (Grupo G2), 2010–2011

Número	G1	G2	Total
Mujeres	17	1	18
Varones	28	35	63

%	G1	G2	Total
Mujeres	7,94%	0,83%	5,39%
Varones	13,08%	29,16%	18,86%

3.3. Resultados de la aplicación de la medición del coeficiente de género al estudio de la creatividad de los individuos

Como resultado de la encuesta, se obtuvieron los resultados expresados en la Figura 17. Estos resultados necesitan de una validación estadística que demuestre la correlación (positiva o negativa) de la variable género respecto de los resultados obtenidos por un individuo en la prueba CREAX.

Figura 17. Resultados de test de creatividad CREAX de acuerdo con los géneros para una muestra de 334 individuos tomada en alumnos de la Universidad Externado de Colombia, compuesta por Estudiantes de Posgrado (Grupo G1) y Trabajadores de la Sociedad Hotelera Tequendama inscritos en el Programa Escuela de Creatividad SHT (Grupo G2), 2010–2011

ESCALA CREAX	Tradicional	Transicional	Innovador	Total general
Creativo Nivel Bajo	6,14%	3,70%	4,71%	4,79%
Creativo Nivel Medio	46,49%	44,44%	43,53%	44,91%
Creativo Nivel Alto	47,37%	51,85%	51,76%	50,30%
Total general	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Esta correlación se estableció a partir del modelo de regresión aplicado:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Los resultados obtenidos sirven para analizar si existe evidencia estadística acerca de la relación entre las categorías de género y el índice de evaluación de creatividad. El análisis de regresión multivariada arrojó los siguientes resultados:

Coefficientes		
β_0	Intercepción	64,96924412
β_1	Tradicional	-1,046837977
B_2	Transicional–Innovador	0,243224401

Tomando como $\alpha = 0,03$, es decir, un nivel de significancia del 70% (Brewerton y Millward, 2001), se plantean las siguientes hipótesis, sabiendo que si el valor de P (Probabilidad) es inferior a α , la hipótesis nula es rechazada, siendo tal resultado denominado estadísticamente significativo:

- Ho: $\beta_1 = 0$; $\beta_2 = 0$
 H1: $\beta_1 \neq 0$; $\beta_2 \neq 1$

Es decir:

β_0 El primer coeficiente se interpreta como la evaluación de creatividad promedio de la muestra, la cual corresponde al promedio establecido a nivel mundial por los comercializadores de la prueba.

β_1 El segundo coeficiente muestra una **relación negativa** entre la creatividad cuando el individuo se categoriza en el género tradicional. Este tiene un nivel de significancia del 70%.

β_2 Para este modelo el tercer coeficiente recoge la información sobre la relación con el género transicional e innovador conjuntamente, ya que como se expresó en la metodología se debió usar $n-1$ variables dummy, en este caso género. En este caso no existe evidencia estadística de la relación entre estos dos posicionamientos en el género y el resultado del puntaje obtenido en el test CREAX.

En la sección 3.4.1. se presentan los datos estadísticos de la regresión multivariada, donde se puede apreciar que en único valor inferior a α fue el de la Probabilidad del coeficiente β_1 del género tradicional. β_1 , cuyo valor es negativo, expresa una relación negativa entre creatividad y género tradicional; es decir que las posiciones tradicionales en el género, tenderían a puntajes inferiores a los otros dos posicionamientos en el género en la prueba CREAX.

Si aún se quiere verificar este resultado de la prueba multivariada, se hace entonces de manera individualizada un análisis estadístico para cada variable, mediante una regresión simple. Estos resultados se presentan en la sección 3.3.2. Nuevamente encontramos resultados estadísticamente significativos para P del coeficiente β_1 de la posición tradicional en el género, cuyo valor es negativo.

3.3.1. Información de los resultados de la regresión multivariada

Se rechaza H_0 para β_1 . Se acepta H_0 para β_2 .

Estadísticas de la regresión							
Coefficiente de correlación	0,059034608						
Coefficiente de determinación	0,003485085						
R ² ajustado	-0,002536153						
Error típico	9,770677449						
Observaciones	334						
ANÁLISIS DE VARIANZA							
		Grados de libertad		F	Valor crítico de F		
Regresión	2	110,511356	55,2556782	0,578798718	0,561137692		
Residuos	331	31599,2916	95,4661378				
Total	333	31709,803					
Coefficientes		Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 70,0%	Superior 70,0%
β_0	Intercepción	64,96929412	1,05977877	61,3045819	0,000000	64,33958716	66,08544988
β_1	Tradicional	-1,046837977	1,40019759	-0,74763589	0,299918483	-2,580174172	4,94155E-05
β_2	Transicional	0,243224401	1,35288123	0,17978252	0,857433313	-1,647595796	1,161146995

$\alpha = 0,03$						
H_0	$\hat{\alpha}_1 = 0 ; \hat{\alpha}_2 = 0$	Se rechaza H_0 para $\hat{\alpha}_1$ con un nivel de significancia del 70%				
H_1	$\hat{\alpha}_1 \neq 0 ; \hat{\alpha}_2 \neq 1$	Se Acepta H_0 para $\hat{\alpha}_2$				
De acuerdo a el coeficiente de R, su ajuste o forma no es lineal						

<i>Estadísticas de la regresión</i>						
Coefficiente de correlación múltiple	0,058204608					
Coefficiente de determinación R ²	0,003387776					
R ² ajustado	0,000385932					
Error típico	9,756427793					
Observaciones	334					
ANÁLISIS DE VARIANZA						
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	F	Valor crítico de F		
Regresión	1	107,4257232	1,128565102	0,28885374		
Residuos	332	31602,37725				
Total	333	31709,80297				
	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 70,0%	Superior 70,0%
Intercepción (β_0)	65,11854545	0,657778228	98,997721	1,614E-248	64,43573565	65,80135526
Tradicional (β_1)	-1,196089314	1,125901252	-1,062339448	0,28885374	-2,364836437	-0,027342192

3.3.2. Información de los resultados de la regresión simple

a) Relación de puntaje de creatividad (CREAX) vs. posición tradicional en el género

$\alpha = 0,03$					
H ₀	$\beta_1 = 0$	Se rechaza H ₀ para β_1 con un nivel de significancia del 70%			
H ₁	$\beta_1 \neq 0$				

b) Relación de puntaje de creatividad (CREAX) vs. posición innovadora en el género

<i>Estadísticas de la regresión</i>						
Coefficiente de correlación	0,0155302					
Coefficiente de determinación R ²	0,00024119					
R ² ajustado	-0,00277013					
Error típico	9,77181757					
Observaciones	334					
ANÁLISIS DE VARIANZA						
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	F	Valor crítico de F		
Regresión	1	7,64799956	0,08009348	0,777347147		
Residuos	332	31702,155				
Total	333	31709,803				
	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 70,0%	Superior 70,0%
Intercepción (β_0)	64,6218876	0,61926378	104,352765	7,0469E-256	63,97905786	65,26471724
Innovador (β_1)	0,34740657	1,22755073	0,28300791	0,777347147	-0,926858273	1,621671408

$\alpha = 0,03$			
Ho	$\beta_1 = 0$	Se acepta Ho para β_1	
H1	$\beta_1 \neq 0$		

c) Relación de puntaje de creatividad (CREAX) vs. posición transicional en el género

<i>Estadísticas de la regresión</i>						
Coefficiente de correlación múltiple	0,04245316					
Coefficiente de determinación R ²	0,00180227					
R ² ajustado	-0,00120435					
Error típico	9,76418543					
Observaciones	334					
ANÁLISIS DE VARIANZA						
	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>		
Regresión	1	57,1496585	0,59943432	0,43934493		
Residuos	332	31652,6533				
Total	333	31709,803				
	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 70,0%</i>	<i>Superior 70,0%</i>
Intercepción (β_0)	64,369598	0,69216475	92,9975091	8,127E-240	63,65109309	65,08810289
Transicional (β_1)	0,84292053	1,08871907	0,77423144	0,43934493	-0,287229453	1,97307051

$\alpha = 0,03$			
Ho	$\hat{\alpha}_1 = 0$	Se acepta Ho para $\hat{\alpha}_1$	
H1	$\hat{\alpha}_1 \neq 0$		

3.3.3. Construcción de un modelo lineal explicativo de la creatividad mediante la inclusión de otras variables diferentes del género

Un interrogante que surge al hacer un modelo que relaciona el género con la creatividad es la presencia de otras variables que pudiesen explicar dicha creatividad de una forma más amplia y acertada. Esto se lograría a partir de otras variables que se extraen de la encuesta misma, como lo son la edad y el sexo, y que es fácil incluir ya que se cuenta con los datos. Utilizando la misma forma de modelo de la sección anterior, se tendría la siguiente ecuación incluyendo sexo y edad.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Donde:

Y Es el indicador de creatividad obtenida en la prueba CREAX

- X2 y X1 Son las variables explicativas para las categorías de género, estas son dicotómicas o binarias
- X3 Es la variable de edad
- X4 Es la variable de sexo, esta es dicotómica o binaria, dándole el valor de 1 a femenino y 0 a masculino
- β_1 y β_2 Son los coeficientes del modelo que relacionan las variables de género
- β_3 Es el coeficiente del modelo que relaciona la variable de edad
- β_4 Es el coeficiente del modelo que relaciona la variable de edad

Las hipótesis son:

Ho: $\beta_1 = 0; \beta_2 = 0; \beta_3 = 0; \beta_4 = 0$

H1: $\beta_1 \neq 0; \beta_2 \neq 0; \beta_3 \neq 0; \beta_4 \neq 0$

Esto quiere decir que en las hipótesis nulas para cada coeficiente se asume que al tener el valor de 0, este coeficiente no es representativo en el modelo, o se puede obviar; de manera tal que la variable correspondiente o anexa al coeficiente no tiene efecto en Y o no lo explica. Como resultados del análisis se obtuvo que:

Se rechaza Ho para β_1 y β_3 , y se acepta Ho para β_2 y β_4 , con un nivel de significancia del 75%.

Quiere decir que nuevamente la posición tradicional en el género tiene un efecto significativo sobre la creatividad; de manera inversa y adicionalmente, la edad también explica de manera inversa la creatividad. En otras palabras, la creatividad disminuye en individuos de género tradicional y a medida que aumenta la edad, su coeficiente de creatividad disminuye a 0,12.

A continuación se presentan los resultados estadísticos del modelo.

Estadísticas de la regresión						
Coefficiente de correlación múltiple		0,13076137				
Coefficiente de determinación R ²		0,017098536				
R ² ajustado		0,005148366				
Error típico		9,733158905				
Observaciones		334				
ANÁLISIS DE VARIANZA						
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	de los cuadrados	F	Valor crítico de F	
Regresión	4	542,1912039	135,547801	1,430819495	0,223421886	
Residuos	329	31167,61177	94,7343823			
Total	333	31709,80297				
	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 75,0%	Superior 75,0%
Intercepción	69,80618797	2,542504459	27,4556797	0,00000000	66,87624679	72,73612914
Tradicional	-1,50804588	1,269507956	-1,18789794	0,235730477	-2,971006396	-0,04508536
Innovador- Transcional	-0,052280739	1,399173162	-0,03736545	0,97021628	-1,664665349	1,560103871
EDAD	-0,144782837	0,068750849	-2,10590617	0,03596983	-0,224010208	-0,06555547
SEXO	0,081958777	1,202476585	0,06815831	0,945701014	-1,303755867	1,467673421

Estos resultados se corroboran excluyendo las variables no significativas y corriendo nuevamente el modelo así:

<i>Estadísticas de la regresión</i>						
Coefficiente de correlación múltiple	0,13070829					
Coefficiente de determinación R ²	0,01708466					
R ² ajustado	0,00814906					
Error típico	9,71846912					
Observaciones	334					
ANÁLISIS DE VARIANZA						
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F	
Regresión	2	541,75111	180,583703	1,91197776	0,12741606	
Residuos	331	31168,0519	94,448642			
Total	333	31709,803				
	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior	Superior
Intercepción	69,8739753	2,33637957	29,906945	5,7021E-96	67,1815836	72,5663671
Tradicional	-1,4899962	1,23970613	-1,20189468	0,23026612	-2,91860592	-0,06138648
EDAD	-0,14540126	0,06804663	-2,13678849	0,03335022	-0,22381669	-0,06698584

Para poder utilizar este modelo se hizo necesario validarlo mediante una prueba que permita asegurar que no existe interacción entre las variables explicativas del modelo. Por tal razón se definieron los términos de interacción I_1 , I_2 , donde:

- I_1 consiste en el producto entre la variable edad y si pertenece al género tradicional.
- I_2 es el producto entre la variable edad y si se inscribe en otra posición en el género, diferente de la tradicional.

Estos términos se añaden al modelo y nuevamente se corre una regresión. Con estos valores se prueba si estos términos de interacción hacen una contribución significativa al modelo de regresión que contiene las otras variables. Si la interacción es “no significativa” se puede utilizar el modelo original o viceversa. Los resultados de este modelo se presentan a continuación:

<i>Estadísticas de la regresión</i>					
Coefficiente de correlación múltiple	0,14413095				
Coefficiente de determinación R ²	0,02077373				
R ² ajustado	0,0058465				
Error típico	9,72974319				
Observaciones	334				
ANÁLISIS DE VARIANZA					
	Grados de libertad	Suma de cuadrados (SCR)	Promedio de los cuadrados (MCE)	F	Valor crítico de F
Regresión	5	658,730919	131,746184	1,391666871	0,226891891
Residuos	328	31051,0721	94,6679026		
Total	333	31709,803			

	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 75,0%</i>	<i>Superior 75,0%</i>
Intercepción	69,1127992	3,58669447	19,2692185	7,2143E-56	64,979528	73,24607041
Tradicional	-3,35699964	5,40167773	-0,62147351	0,234719798	-9,581839592	2,867840318
Innovador	4,09799901	5,44877998	0,75209479	0,452533419	-2,18112111	10,37711913
EDAD	-0,12165848	0,10878506	-1,11833811	0,264241004	-0,247021304	0,003704348
I1	0,06190972	0,16816422	0,36815037	0,712998586	-0,131881065	0,255700507
I2	-0,1265796	0,1615177	-0,78368869	0,433788337	-0,312711001	0,059551806

Para corroborar la incidencia de las interacciones en el modelo se plantean las siguientes hipótesis:

$$H_0: \beta_{i1} = 0 ; \beta_{i2} = 0$$

$$H_1: \beta_{i1} \neq 0 ; \beta_{i2} \neq 0$$

Para probar la hipótesis nula, es necesario comparar la suma de los cuadrados del modelo que contiene ambas interacciones con el modelo de regresión que no contiene interacciones. Se usa la prueba F para determinar la contribución relativa de las variables.

$$F = \frac{(SCR_2 - SCR_1) / (\Delta \text{ GRADOS DE LIBERTAD})}{MCE \text{ Residuos}} = \frac{(658.73 - 541.75) / 2}{94.67} = 0.6178$$

Para 0.2 de nivel de significancia, como $F = 0.6178 < 1.391$, se concluye que ninguno de los términos de interacción hace una contribución significativa al modelo, es decir que se puede utilizar el modelo planteado inicialmente.

3.3.4. Construcción de un modelo no lineal explicativo de la creatividad

Con la finalidad de mejorar la representación del modelo explicativo y explorar la posibilidad de mayor significancia, se utilizaron las variables del modelo inicial y se incluyó la posibilidad de que la relación entre las variables no fuera lineal sino curvilínea (Berenson et al. 2001). Por tal motivo se incluyeron el valor cuadrado de las variables cuantitativas, es decir, se incluyó el cuadrado de la edad. Es así como las variables dicotómicas se dejan en su forma inicial, pues su variable al cuadrado no tiene ningún cambio con respecto a la original.

Donde:

β edad 2 coeficiente del efecto curvilíneo de la edad en la creatividad.

Este modelo es similar al de regresión lineal múltiple del numeral anterior, excepto que tiene una variable adicional que es el cuadrado de la edad. Los resultados de este modelo se presentan a continuación:

<i>Estadísticas de la regresión</i>						
Coefficiente de correlación múltiple	0,14413095					
Coefficiente de determinación R^2	0,02077373					
R^2 ajustado	0,0058465					
Error típico	9,72974319					
Observaciones	334					

ANÁLISIS DE VARIANZA						
	Grados de libertad	Suma de cuadrados (SCR)	Promedio de los cuadrados (MCE)	F	Valor crítico de F	
Regresión	5	658,730919	131,746184	1,391666871	0,226891891	
Residuos	328	31051,0721	94,6679026			
Total	333	31709,803				
	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 75,0%	Superior 75,0%
Intercepción	69,1127992	3,58669447	19,2692185	7,2143E-56	64,979528	73,24607041
Tradicional	-3,35699964	5,40167773	-0,62147351	0,234719798	-9,581839592	2,867840318
Innovador	4,09799901	5,44877998	0,75209479	0,452533419	-2,18112111	10,37711913
EDAD	-0,12165848	0,10878506	-1,11833811	0,264241004	-0,247021304	0,003704348
I1	0,06190972	0,16816422	0,36815037	0,712998586	-0,131881065	0,255700507
I2	-0,1265796	0,1615177	-0,78368869	0,433788337	-0,312711001	0,059551806

Para determinar la significancia de este modelo, se puede determinar si existe una relación global significativa entre las variables y la creatividad. Esta se puede determinar con la prueba F, que para este modelo es de $1.5225 > 1.3532$ para $\alpha=0.2$, con lo cual se concluye que este modelo tiene una significancia global del 80%.

Es importante en este tipo de modelos verificar si realmente existe una diferencia significativa entre usar el modelo de estimación lineal y el modelo curvilíneo (Berenson et al., 2001). Por ello se procedió a una prueba del efecto curvilíneo; para esto se compararon los dos modelos y el efecto de agregar el término curvilíneo Edad 2 ya que se conocía el término edad por sí solo. Para esto se plantean las siguientes hipótesis:

Ho El modelo curvilíneo no mejora el modelo lineal $\beta_{edad^2} = 0$

H1 El modelo curvilíneo mejora el modelo lineal $\beta_{edad^2} \neq 0$

Por medio de la prueba t–student

$$t = \frac{\beta_{edad^2}}{\text{Error típico}_{edad^2}} = -0.9027 > -1.2841$$

Por tal motivo, se rechaza Ho, y se concluye que el modelo curvilíneo es significativamente mejor que el modelo lineal.

En definitiva, el modelo ajustado para explicar el nivel de creatividad estaría dado por la siguiente ecuación, donde se evidencia la relación inversa que existe entre la edad y la creatividad, y además, que el hecho de pertenecer a la categoría de género tradicional reduce la creatividad.

$$\text{Creatividad} = 74.94 - 1.25 * \text{Tradicional} - 0.431 * \text{edad}^2 + 0.037 * \text{edad}$$

4. Conclusiones

1. Este estudio partió de una propuesta inicial para la evaluación de la ceguera de género respecto de la aplicación de algunos ejercicios de aprendizaje experiencial en la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia. Es así como este estudio tropezó con la inexistencia de una herramienta que pudiese determinar el género de los individuos en una población o muestra de la misma. La inexistencia de dicho instrumento llevó a que esta investigación se dedicara a construir un **coeficiente de género** para determinar la composición en cuanto a posiciones en el género de una población de estudio y su aplicación en Estudios de género y educación.
2. Uno de los hallazgos derivados de la determinación del coeficiente, es la *desgenerización*, entendida como la no identificación del individuo con los roles estereotípicos asignados a su sexo en cuanto a su desempeño como directivo empresarial, que se encuentra en la población estudiada. Los individuos no se ubican en las posiciones de género tradicionales femenino o masculino. En la muestra total el 52% de las mujeres no se identificó con el género tradicional y, lo más sorprendente, más del 84% de los varones no corresponden al género tradicional. Este hallazgo daría cuenta de ese amplio colectivo de gente joven, de sectores medios urbanos, que accede a una formación superior, que se percibe a sí mismo en términos de “no tradicional” más que en términos clásicos de la oposición binaria femenino o masculino –y cuando no lo perciben en sí mismos, al menos expresan su aspiración a que eso no suceda–.
3. En cuanto a la presencia de individuos contraculturales, aparecería la hipótesis explicativa de los procesos de selección de personal y los perfiles de los cargos de la SHT, que privilegiarían la aparición de estas cifras. La diferencia con las cifras del G1 podrían deberse a una selección más aleatoria basada más en proyectos de vida profesionales y perfiles académicos. Nuevamente se abriría un nuevo campo para futuras investigaciones.
4. El coeficiente de género aquí propuesto permitiría aproximarse de manera inicial al entendimiento de un grupo o de un individuo en particular, y no pretende de ninguna manera sustituir mediante una prueba estadística la concepción del género como algo relacional, fruto de una construcción social, que no es inmutable y que en sí mismo no es una categoría pura.
5. En cuanto a la prueba piloto de la utilización del coeficiente de género en un estudio aplicado, se tiene evidencia estadística de que el nivel de creatividad disminuye para individuos pertenecientes a una posición de género tradicional, lo que no sucede en las otras categorías de género. Asimismo, según los resultados obtenidos, no existe evidencia estadística de que el pertenecer a los géneros transicionales e innovadores afecten el indicador de nivel de creatividad.
6. También se encontró que en la muestra, el sexo no tiene influencia alguna en la creatividad de los individuos, pero la edad sí la tiene. Para esto se usaron dos modelos

que incluyeron las variables género y edad, encontrando que individuos de género tradicional tienen menores resultados en sus pruebas de creatividad y que de manera independiente la creatividad tiende a disminuir con la edad. El modelo que mejor explica la variable creatividad en un individuo es aquel que tiene en cuenta la edad, y la edad al cuadrado, y la pertenencia al género tradicional.

- Finalmente, esta propuesta de un coeficiente de género es presentada a la comunidad científica como un elemento contributivo a la discusión sobre la posibilidad de medir el género de las personas como parte de estudios más amplios y holísticos sobre el tema. El autor es consciente de que es una propuesta controversial y polémica, y que suscitará posiciones encontradas. Pero también se constituye en un primer escalón para futuras investigaciones tendientes a mejorar y encontrar nuevos usos a lo propuesto en este documento, así como investigaciones para invalidarlo y desvirtuarlo. Sea cual fuere el resultado del debate y la controversia, se nutre la comunidad científica y avanza la ciencia.

5. Bibliografía

Aliaga, J., Ponce, C., Bernalola, E. y Pecho, J. (2001). "Características psicométricas del inventario de autoevaluación de la ansiedad ante exámenes". En: Paradigmas, Revista del Colegio de Psicólogos del Perú, Año 2, Vol. 2, N° 3-4: 11-30.

Arnold, Hugh J. (1982). "Moderator variables: A clarification of conceptual, analytic, and psychometric issues". *Organizational Behavior and Human Performance* Volume 29, Issue 2, April 1982, Pp: 143-174.

Bem S.L. (1974). "The measure of psychological androgyny". *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42 -2, 155-162.

Bem, Sandra. L. (1993). *The lenses of gender: Transforming the debate on sexual inequality*. New Haven, CT: Yale University Press. Pp. 76-96.

Berenson, M., Levine D. y Krehbiel T. (2001). *Estadística para administración*. México. Pearson Education. Segunda Edición. Pp: 526-530; 552-555.

Bernard, L. C. (1980). "Multivariate analysis of new sex role formulation and personality". *Journal of Personality and Social Psychology*, 38. Pp: 323-336.

Blanchard-Fields, F., Suhrer-Roussel, L., y Hertzog, C. (1994). "A confirmatory factor analysis of the Bern Sex Role Inventory: Old questions, new answers". *Sex Roles*, 30. Pp: 423-457.

Bologh, Rosalind (1990) *Love or greatness*. London: Unwin Hyman. Pp. 28-29.

Bradberry, Travis (2008). *El código de la Personalidad*. Bogotá. Grupo Editorial Norma, 2008. Pp. 6-8, 29-35, 47-93, 153-174.

Brewerton, Paul y Millward, Lynne (2001). *Organizational research methods: a guide for students and researchers*. New York. SAGE Publication Ltd. Capítulo 6, P: 89.

Burgess, D. y Borgida, E. (1999). "Who Women Are, Who Women Should Be: Descriptive and Prescriptive Gender Stereotyping in Sex Discrimination". *Psychology, Public, Policy, and Law*, 5 (3), Pp. 665–692.

Burin Mabel (2004). "Género femenino, familia y carrera laboral: conflictos vigentes". *Revista Subjetividad y Procesos Cognitivos* N° 5: Género, Familia y Trabajo. UCES, Buenos Aires, 2004.

Burin, Mabel (2009). "Prólogo. Actualización en Estudios de Género: El Programa Post-Doctoral en Estudios de Género en UCES". *Revista Científica de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales*. Buenos Aires, Argentina. Vol. XIII. No.2. Pp. 11–23.

Burin, M. y Meler, I (1998). *Género y Familia. Poder amor y sexualidad en la construcción de la subjetividad*. Buenos Aires. Ed. Paidós.

Burrell, Gibson (1997) *Pandemonium: towards a retro-organization theory*. London: Sage. Pg. 244.

Carranza, María Eugenia (2002). "Antropología y género. Breve revisión de algunas ideas antropológicas sobre las mujeres". *Material Académico de la Cátedra en Estudios de Género de la Universidad de Valladolid. Facultad de Filosofía y letras*. En Lomas, Carlos (2002), *Mujer y educación*, Barcelona, Graó, 2002.

Carter, Nancy M. y Silva, Christine (2010). *Pipeline's Broken Promise*. Catalyst. February 2010.

CATALYST (2005). *Women "Take Care", Men "Take Charge". Stereotyping of U.S. Business Leaders Exposed*. CATALYST ORGANIZATION, New York. Disponible en: www.catalyst.org.

Cullen, Dallas (1997). "Maslow, monkeys and motivation theory". *Organization* Vol. 4 No. 3. Pp. 355–373.

de Beauvoir Simone (1949/1979) *Le deuxième sexe*. Gallimard, Paris, 1979 (1949). Pp. 17–20.

Del Buey, Francisco y Camarero Francisco (2001). "Diferencias de género en los procesos de aprendizaje en universitarios". *Revista Psicothema* ISSN 0214 – 9915 CODEN PSOTEG. 2001. Vol. 13 (4), pp. 598–604.

Eagly, A.H. & Carli, L.L. (2007). "Women and the Labyrinth of Leadership". *Harvard Business Review*, September 2007, Pp.63–71.

Eagly, A.H. & Karau, S.J. (2002). "Role Congruity Theory of Prejudice toward Female Leaders". *Psychological Review*, 109 (3), Pp.573–598.

Fairlie, Robert and Robb Alicia (2009). "Gender differences in business performance: evidence from the Characteristics of Business Owners survey". *Small Bus Econ* (2009) Pp.33:375–395.

Foster F. (1994). "Mangerial sex role stereotyping among academic staff within UK Business Schools". *Women in Management Review*. Vol 6. No. 3. Pp. 16–21.

García, Marcelo (2010). "Tierra de Hombres. Las CEO más poderosas de América Latina". *Revista América Economía*. Octubre 4, 2010.

Garland Diana y Martin Barbara N. (2005). "Do Gender and Learning Style Play a Role in How Online Courses Should Be Designed?". *Journal of Interactive Online Learning*. Volume 4, Number 2, Fall 2005.

Gilman, C. P. (1911/2008). *The man-made world; or, Our androcentric culture*. Biblio Bazaar reimpresión 2008 de la Primera publicación de 1911. Pp. 13–17.

Hall-Taylor (1997). "Writing women into management or writing or writing ourselves out. A Dilemma for women as authors". *Women in Management Review*. Vol 12. No. 8. Pp. 309–19.

Harris, A. C. (1994). "Ethnicity as a determinant of sex role identity: A replication study of item selection for the Bern Sex Role Inventory". *Sex Roles*, 31. Pp. 241–273.

Heffeman, Margaret (2003) "¿Podemos trabajar juntos?" investigación publicada originalmente en *Fast Company* y distribuida por Los Ángeles Times Syndicate International – Volumen 3 / N° 2 / marzo-abril 2003.

Heilman, M.E. (1997). "Sex discrimination and the Affirmative Action Remedy: The Role of Sex Stereotypes". *Journal of Business Ethics*, 16, 877–889.

Heilman, M.E. (2001). "Description and Prescription: How Gender Stereotypes Prevent Women's Ascent Up the Organizational Ladder". *Journal of Social Issues*, 57 (4), Pp. 657– 674.

Helson, R. (1990). "Creativity in women: Outer and inner views over time". In Runco, M. A., & Albert, R. S., *Theories of creativity* (pp. 46–58). Newbury Park, CA: Sage.

Hoffman, R.M. (2001). "The influence of masculinity and femininity in different advertising processing contexts: an accessibility perspective". *Journal of Consulting & Development*, No. 79. Pp. 472–475.

Holt , Cheryl L. and Ellis, Jon. B.(1998). “Assessing the Current Validity of the Bem Sex–Role Inventory”. *Sex Roles*, Vol. 39, Nos. 11/12. Pp. 929–941.

International Institute for Democracy and Electoral Assistance (2003) Global Database of Quotas for Women. <http://www.idea.int/quota/system.cfm>

Jiménez, María Lucero (2009). “Transformaciones en el mundo del trabajo: sus efectos en las subjetividades masculinas y en las relaciones entre géneros”. *Revista Científica de UCES*. Vol. XIII No.2 – Primavera 2009. Pp. 27–50.

Katila, S y Merilainen, S. (2002). “Metamorphosis from nice girls to nice bitches: resistance patriarchal articulations of professional identity”. *Gender, Work and Organization*. Vol 9. No, 3. Pp. 336–54.

Kolb, D.A (1984). *Experiential learning: experience as the source of learning and development*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, n.j., 1984. 24.

Knowles M. (1970). *The modern practice of adult education: form pedagogy to andragogy*. Cambridge. Cambridge Book Company, 1970.

Korabik, K. 1999. *Sex and Gender in the New Millennium*. In: G. N. Powell (Ed.), *Handbook of Gender and Work*: 3–16. Thousand Oaks, CA: Sage.

Korthagen F. *Linking practice and theory: the pedagogy of realistic teacher education*. Mahwah (NJ): Lawrence Erlbaum Associates.; 2001.

Leonard, Pauline (2010). “Organizing Whiteness: Gender, Nationality and Subjectivity in Postcolonial Hong Kong”. *Gender, Work & Organization Special Issue: Gender & Ethnicity*. Vol 17, Issue 3, Pp. 340–358, May 2010.

Liston, D.P. y Z. M. Zeichner (2003). *Formación del Profesorado y condiciones sociales de la escolarización* (3ª ed.). Madrid: Morata–Fundación Paideia Galiza, Colección Educación Crítica.

Linstead, Stephen (2010). “Comment: Gender Blindness or Gender Suppression? A Comment on Fiona Wilson’s Research Note”. *Organization Studies*. FindArticles.com. 27 Sep, 2010. http://findarticles.com/p/articles/mi_m4339/is_1_21/ai_63510125/

Macías, Héctor Francisco (2007). “Principios clásicos de la Administración: hacia el enfoque normativo y prescriptivo de la teoría administrativa”. Universidad del Valle de México, Rectoría Institucional. *Revista Episteme* No. 11. Año 3, abril – septiembre 2007. <http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero11-07/>

Martín P. y Salanova M. (2001). “La innovación y creatividad personales en el entorno organizacional: aproximaciones a su estudio”. *Proyecto social: Revista de Relaciones Laborales*, Nº 9, 2001, pags. 145–162.

Masser, B., Tendayi, V. G., & Power, C. (2006). "Hostile sexism and rape proclivity amongst men". *Sex Roles*, 54, 565–574.

Mavin, S., Bryans P., Waring T., (2004). "Unlearning gender blindness: new directions in management education", *Management Decision*, Vol. 42 Iss: 3/4, Pp.565 – 578.

Meler, I. (1994). "Parejas de la transición. Entre la psicopatología y la respuesta creativa", Buenos Aires, *Revista Actualidad Psicológica*, septiembre 1994.

Mintzberg, H. (2004). *Directivos no MBAs. Una visión crítica de la dirección de empresas y la formación empresarial*. México. Ediciones Deusto. 2004.

Nobelius, Ann–Maree (2004). Gender–Blindness. En: "Gender and Medicine" Faculty of Medicine, Nursing and Health Sciences". Monash University. 23 June 2004. <http://www.med.monash.edu.au/gendermed/blindness.html>. Septiembre 27 de 2010.

Nyland, Christoph (1998). "A contemporary account of Scientific Management as applied to women's work with a comment by Frederick W. Taylor". *Journal of Management History*, forthcoming.

Organización Internacional para el Trabajo – OIT (2004). *Breaking through the glass ceiling. Women in management*. International Labour Office, Geneva. Update 2004. <http://www.ilo.org/dyn/gender/docs/RES/292/f267981337>.

Pedhazur, E.J., y Tetenbaum, T. J. (1979). "Ben Sex Role Inventory: A theoretical and methodological critique". *Journal of Personality and Social Psychology*, 37. Pp: 996–1016.

PNUD (2000). "Informe sobre desarrollo humano". Ediciones Mundi–Prensa. Madrid, España, 2000. Página 214.

Phillips, Susan P. (2005). "Defining and measuring gender: A social determinant of health whose time has come". *International Journal for Equity and Health*. Vol 4. Pg 11. Published online 2005 July 13.

Piaget, J. (1967). *Six psychological studies*. New York, Random House, 1967.

Pohlman, Livia (1996). "Creativity, Gender and the Family: A Study of Creative Writers". *Journal of Creative Behavior*, v30 n1 p1–24 1996.

Porter Michael (2003). "Building the Microeconomic Foundations of Prosperity" from the *Global Competitiveness Report 2002–2003*. World Economic Forum <http://www.weforum.org/>. Pp. 29–55.

Rabinowitz, V. C., & Martin, D. (2001). Choices and consequences: Methodological issues in the study of gender. In R. K. Unger (Ed.), *Handbook of the Psychology of Women and Gender*. New York, NY: Wiley. Pp. 29–52.

Ramírez, Beatriz y Raúl Anzaldúa (2001) “El inconsciente, ese impertinente: fantasías y deseo” y “La transferencia, ese enredo intersubjetivo”. *Subjetividad y Relación Educativa*, México, UAM – Azcapotzalco, pp. 137 – 150 y 151 – 166.

Rolls Judith A. (1997). “Gendered Evaluation Responses to Experiential Learning as an Adjunct to a Basic Communication Skills Course”. *Canadian Journal of Communication*, Vol 22, No 1 (1997).

Rojas, Javier (2005). “Influencia de la cultura industrial norteamericana en la formación de la cultura industrial de Monterrey. (1890–1950)”. Comunicación presentada en: The Conference “Transnacional Exchange in the Texas –Mexico Borderlands”. 7 / 8 /abril /2005. The University of Texas at Austin. Disponible en: <http://www.gestiopolis1.com/recursos7/Docs/eco/influencia-de-la-cultura-norteamericana-en-la-cultura-industrial-de-monterrey.htm>. 2011.

Settles, I. H. (2006). “Use of an intersectional framework to understand black women’s racial and gender identities”. *Sex Roles*, 54(9–10), 589–601.

Schein, Virginia E. (1973). “The relationship between Sex–Role Stereotypes and requisite management characteristics”. *Journal of Applied Psychology*. Vol 57. No.2. Pp. 95–100.

Schein Virginia E. (1975). “The relationship between Sex–Role Stereotypes and requisite management characteristics among female managers”. *Journal of Applied Psychology*. Vol 60. No.3. Pp. 340–344.

Schein, Virginia E. (2001). “A Global Look at Psychological Barriers to Women’s Progress in Management,” *Journal of Social Issues*, 4 (2001): 675–688; Heilman.

Schroers, Maike (2009). “What makes a “good manager”? Investigating Gender & Managerial Stereotypes”. Universiteit Maastricht Faculty of Economics and Business Administration. Department of Organization & Strategy. Maastricht, August 2009.

Smith, C.R. (1997). “Gender issues in management education: a new teaching resource”. *Women in Management Review*. Vol 12. No. 3. Pp. 100–4.

Schmitt, Bernd H. and Millard, Robert T. (1998). “Construct validity of the Bem sex role inventory (BSRI): Does the BSRI distinguish between gender–schematic and gender–aschematic individuals?” *Sex Roles: A Journal of Research*. Volume 19, Numbers 9–10, Pp. 581–588.

Schneider, David (2005). *The Psychology of Stereotyping*. New York: Guilford Press, 2005). Chapter 11: Pp. 434–473.

Stewart, Abigail, Cortina, Lilia and Curtin Nicola (2008). “Does Gender Matter in Personality Psychology?”. *Social and Personality Psychology Compass*. Volume 2, Issue 5, September 2008, Pages: 2034–2048.

Sugihara, Yoko y Katsurada, Emiko (2000). “Gender–role personality traits in Japanese culture”. *Psychology of Women Quarterly*. Volume 24, Issue 4, December 2000, Pp: 309–318.

Taylor, Frederick W. (1912/1947) *Scientific Management*. Nueva York: Harper and Row.

Weichselbaumer, D. (2004). “Is It Sex or Personality? The Impact of Sex Stereotypes on Discrimination in Applicant Selection”. *Eastern Economic Journal*, 30 (2). Pp. 159–186.

Wilson, Fiona M. (1996). “Research note: Organization theory: blind and deaf to gender?” *Organization Studies* 17/5: 825–842.

Artículo recibido: Agosto, 2011

Aceptado para su publicación: Febrero, 2012