

¿El cliente tiene siempre la razón? Influencia del Sexismo y los Mitos en la Percepción Social del Acoso Sexual por Clientes

Antonio Manuel Herrera Enríquez – Universidad de Granada
 María del Carmen Herrera Enríquez – Universidad de Granada

 0000-0002-1586-5686

 0000-0001-6960-5866

Recepción: 04.02.2025 | Aceptado: 10.02.2025

Correspondencia a través de **ORCID**: Antonio Herrera

 **0000-0002-1586-5686**

Citar: Herrera, A, & Herrera, M (2025). ¿El cliente tiene siempre la razón? Influencia del Sexismo y los Mitos en la Percepción Social del Acoso Sexual por Clientes. *REIDOCREA*, 14(05), 60-76.

Área o categoría del conocimiento: Multidisciplinar

Resumen: El objetivo del presente trabajo es analizar la influencia de algunos factores sobre la percepción del Acoso Sexual por Clientes. Mediante un diseño de escenarios, 169 hombres y 316 mujeres evaluaron una noticia ficticia de una situación de acoso por clientes. En el Estudio 1, se manipuló el Atractivo de la víctima y su Respuesta ante el acoso. Como variables dependientes se midieron la percepción de Acoso, Gravedad, Consecuencias y Justificación. Como variables ideológicas el ASI (Inventario de Sexismo Ambivalente) y el ISHMA (Escala de Aceptación de los Mitos del Acoso Sexual). En el segundo estudio, se manipuló la Respuesta de la víctima y el Tipo de contrato laboral. Algunos resultados mostraron que cuando la víctima se presenta como No Atractiva (vs. Atractiva) y los/as participantes tienen altas puntuaciones en SH, mayor percepción de que el acoso está justificado. Además, cuando la víctima se enfrenta al acosador, los/as participantes consideraron esta respuesta como apropiada. La intervención debería ir encaminada a visibilizar tales mitos para luchar contra el Acoso Sexual.

Palabra clave: Acoso Clientes

Is the client always, right? Influence of Sexism and Myths on the Social Perception of Sexual Harassment by Customers

Abstract: The goal of this paper is to analyze the influence of some factors on the perception of a sexual harassment by customers' situation. Through a scenario design, 169 men and 316 women evaluated fictitious news of a situation of harassment by customers. In Study 1, the victim's attractiveness and his response to harassment were manipulated. The perception of Harassment, Severity, Consequences and Justification were measured as dependent variables. And ASI (Ambivalent Sexism Inventory) and ISHMA (Sexual Harassment Myth Acceptance) were measured as ideological variables. In study 2, the victim's response and the type of employment contract were manipulated. Some results showed that when the victim is presented as Not Attractive (vs. Attractive) and the participants have high HS scores, a greater perception that the harassment is justified. In addition, when the victim confronts the harasser, the participants considered this response as appropriate. The intervention should be aimed at making these myths visible to fight against Sexual Harassment.

Keyword: Harassment by Customers

Introducción

A pesar de que la tasa de mujeres que se incorporan al mundo laboral aumenta continuamente, los estudios muestran que muchas de estas mujeres ingresan en condiciones de trabajo precarias (contratos inestables, horarios irregulares de trabajo, salarios mínimos, etc.). Esta desigualdad, las hace más vulnerables a sufrir discriminación y acoso sexual (Acevedo, Biaggii, y Borges, 2009).

El Acoso Sexual (Temkin y Krahé, 2008) se define como “toda conducta de naturaleza sexual u otros comportamientos basados en el sexo que afectan a la dignidad de la mujer en el trabajo” y que, además, implica conductas sexuales no recíprocas que van en contra de la voluntad de la víctima. Además, de acuerdo con las definiciones recogidas por Expósito y Moya (2005) y Fitzgerald (1996) el acoso sexual es un constructo comportamental estable que consta de tres dimensiones principales: acoso

de género, atención sexual no deseada y coerción sexual. La literatura sobre la incidencia del acoso sexual en diferentes países (Pina, Gannon y Saunders, 2009) ha demostrado que solo un pequeño número de casos de acoso cumplen los criterios de inclusión de la coerción, lo que podría explicar por qué la investigación se ha centrado en el acoso de género y la atención sexual no deseada. Además, el acoso de género (una forma más sutil de acoso sexual que tiene como objetivo dejar claro a las mujeres que no son bienvenidas en ciertos lugares) es la forma menos denunciada de acoso por parte de las mujeres (Benavides-Espinoza y Cunningham, 2010), probablemente porque se ha incrustado en la vida cotidiana como resultado de la exposición frecuente a esta o la alta probabilidad de exposición a ella.

Acoso Sexual por Clientes

El acoso sexual cometido por jefes o compañeros de trabajo por citar algún ejemplo, ha recibido mucha atención tanto en la investigación como desde el ámbito legal y social. Sin embargo, otros tipos de acoso como el acoso perpetrado por clientes de establecimientos ha sido mucho menos examinado, a pesar de que este ocurre con más frecuencia (Morganson y Major, 2014). El Acoso sexual por clientes se define como “un conjunto de comportamientos que son iniciados por un actual o potencial cliente en el establecimiento donde trabaja la víctima, y que incluyen comentarios inapropiados y/o conductas no verbales cuyo objetivo no tiene porque ser una interacción de compra-venta, y/o se basan en características físicas o personales de la trabajadora, como puede ser su atractivo” (Hughes y Tadic, 1998). Un estudio de Morganson (2008) mostró que el 86% de las mujeres encuestadas informaron haber sido acosadas por clientes, en comparación con el 40-68% que informaron haber sido acosadas por trabajadores de su organización. Sin embargo, solo el 24% de las encuestadas del estudio calificó correctamente sus experiencias como "acoso sexual".

Diversos estudios demuestran que ser cliente es sinónimo de poder cuando las políticas de empresa los sobreprotegen, dejando a las trabajadoras en una situación de vulnerabilidad (Fitzgerald, Hulin y Drasgow, 1997). Esta vulnerabilidad tiene influencia en la ocurrencia y severidad del acoso, así como en el tipo de respuesta y efectividad de las actuaciones de la víctima (Navarro Abal, Climent Rodríguez y Ruiz García, 2012). Además, los estudios señalan que el acoso sexual por clientes tiene graves consecuencias tanto para la salud de sus víctimas como para su desarrollo laboral, como sentimientos de vergüenza, ira, preocupación, miedo, enfermedad y peligro; a su vez, se ha encontrado que las víctimas de acoso por clientes evitan o ignoran a los clientes en general, pierden interés en el trabajo, su desarrollo laboral empeora, sufren estrés psicológico, cansancio emocional, baja satisfacción con la salud, e intentan abandonar la organización (Morganson y Major, 2008).

Morganson y Major (2009) estudiaron el acoso por clientes desde la teoría de extensión del rol sexual ("*sex-role spillover*"), que explica como las personas trasladan al contexto laboral expectativas basadas en el género acerca de cómo han de comportarse hombres y mujeres, aunque tales expectativas no estén relacionadas con el trabajo, lo que puede llevar a que se den situaciones de acoso sexual por parte de los hombres. Además, las investigaciones que han estudiado el acoso sexual por clientes han mostrado que este puede producirse en diferentes contextos: hospitales, aerolíneas, bares, pubs, o empresas donde las mujeres tienen que atender a clientes (Gettmand y Gelfand, 2007; La Lopa y Gong, 2020). En este sentido, la investigación ha demostrado que los contextos de trabajo dominados por hombres tienden a ser más sexualizados, lo que puede resultar en comportamientos de acoso. Además, cuanto mayor sea el contacto entre hombres y mujeres en el contexto de trabajo, mayor será la probabilidad de que

éstas sean acosadas (Guttek, Cohen, y Konrad, 1990; Nimri, Kensbock, Bailey & Patiar (2020).

Para combatir esta problemática, la primera condición es que los casos de acoso se perciban como tales, dependiendo de factores como el atractivo físico, la respuesta de la víctima, o la ideología del perceptor (Herrera, Pina, Herrera y Expósito, 2014). La percepción de este tipo de situaciones es clave en su denuncia y erradicación, puesto que el hecho de trivializar y normalizar dichos comportamientos por parte de clientes no sólo no consigue acabar con dicha conducta, sino que pueden llegar a considerarse legítimos (Handy, 2006).

Atractivo Físico

Una de las variables que más investigación ha generado en la percepción social y toma de decisión es el atractivo físico (Agthe, Spörrle, y Maner, 2011). Así, a las personas atractivas se les suelen atribuir rasgos positivos, de acuerdo con la teoría de “lo bello es bueno” (Eagly, Ashmore, Makhijani, y Longo, 1991). El efecto del atractivo de las mujeres en la percepción social se ha encontrado en numerosos contextos, así por ejemplo en el ámbito organizacional en una entrevista de trabajo simulada, Sheppard, Goffin, Lewis, y Olson (2011) mostraron que en general, las candidatas a un puesto de trabajo que eran atractivas eran calificadas de manera más positiva y con mayor precisión que las menos atractivas. Sin embargo, en el ámbito de la justicia, Herrera, Valor-Segura, y Expósito (2012) mostraron que el atractivo físico de una acusada aumentaba la percepción de responsabilidad de los hechos que se le imputaban.

Concretamente ante una situación de acoso sexual, Herrera, Herrera y Expósito (2016) encontraron que la situación que se presentaba a los/as participantes se percibía como acoso sexual en mayor medida cuando la acosada se presenta como físicamente atractiva que cuando ésta no es atractiva. Además, con frecuencia mantener una buena apariencia física y que te perciban como atractiva forma parte del trabajo que muchas mujeres tienen que desempeñar cuando atienden a sus clientes (Giuffre y Williams, 1994). Klein, Arnal, Eagan y Gervais (2021) analizaron la percepción de un grupo de hombres que se metían en el papel de clientes e interactuaban con camareras. Los resultados mostraron que la camarera fue vista como más sexualizada, más manipuladora y los comportamientos sexuales hacia ella fueron percibidos como más legítimos cuando ésta recibió propinas. Además, las camareras fueron percibidas como más manipuladoras cuando su jefe elegía su ropa (sexualizada) vs. cuando la elegían ellas.

Respuesta de la víctima

Debido al intercambio de servicios que envuelve la relación cliente-trabajadora, uno de los cuales es mostrarse con buena apariencia física para atraer al cliente tal y como se ha comentado anteriormente, las víctimas de acoso por clientes pueden sentir que las estrategias para confrontar el acoso tales como denunciar, buscar apoyo social o enfrentarse al acosador (Butler y Chung-Yan, 2011) no serán efectivas, por lo que optan por aguantar o evitar tales comportamientos por miedo a perder su empleo (Morganson y Major, 2014). Todo esto, a pesar de que la investigación ha mostrado la ineficacia de tales estrategias de respuesta (Ben-Zur y Yagil, 2005).

La investigación ha demostrado que si las mujeres que sufren comportamientos de acoso sexual por clientes rechazan dicho tipo de comportamiento ante éstos o explícitamente muestran disconformidad con dicha situación, pueden ver como sus compañeros y superiores se lo reprochan (Folgero y Fjeldstad, 1995). Además la no

respuesta a situaciones de acoso, que se ha demostrado ineficaz para luchar contra este, junto con un contrato precario de trabajo hacen a las víctimas de acoso más vulnerables si cabe (Pollert y Charlwood, 2009). En la misma línea, recientes investigaciones muestran que los hombres que se ponen en el lugar de un acosador, valoran a las mujeres que se enfrentan ante el acoso de manera más negativa, tanto personal como profesionalmente (Herrera, Herrera, y Expósito, 2014). Además, las mujeres consideran que las víctimas que se enfrentan al acoso serán evaluadas negativamente por los hombres (Herrera, Herrera, Expósito, 2018).

Mitos y Sexismo

El hecho de pensar que para que haya Acoso Sexual la víctima tiene que ser físicamente atractiva y además enfrentarse al acosador, son dos de los mitos que envuelven las situaciones de acoso. Estos mitos se definen como “actitudes y creencias que son generalmente falsas pero amplia y persistentemente mantenidas, y que sirven para negar y justificar el acoso sexual del hombre hacia la mujer” (Lonsway, Cortina, y Magley, 2008, p. 600). Estos mitos pueden influir sobre el perceptor social haciendo que le atribuya a la víctima la responsabilidad de lo sucedido, creyendo que ella lo “deseaba” o “disfrutó” con lo sucedido, o que el acosador “no tenía intención” de hacerle daño. La aceptación de los mitos dificulta la capacidad de visualizar el problema y, a su vez, esta falta de conciencia socava la voluntad de ayudar a la víctima (Herrera, Herrera y Expósito, 2018).

Además, las actitudes sexistas también parecen predecir la existencia de tales mitos. El sexismo es definido como “una ideología o conjunto de creencias que contribuye a mantener la desigualdad entre hombres y mujeres, y que es sostenido por ambos sexos (aunque con mayor intensidad por parte de los hombres)” (Moya, 2004). Se ha demostrado que el sexismo tiene una gran influencia en la percepción de acoso sexual en el lugar de trabajo (Russell y Trigg, 2004), de manera que altos niveles de sexismo hostil (vs. Niveles bajos) están relacionados con una menor percepción de determinadas situaciones como acoso sexual (Herrera, Pina, Herrera y Expósito, 2014). Además, Sakallı-Uğurlu, Salman, y Turgut (2010) encontraron que el sexismo hostil de hombres y mujeres predecía actitudes de tolerancia hacia el acoso sexual, atribuyendo la ocurrencia del acoso a la provocación de la mujer.

Tras revisar la literatura sobre variables que puedan estar relacionadas con el acoso sexual, el propósito de este trabajo es analizar algunos de los factores que pueden influir en la percepción social de una situación de acoso sexual por clientes. Concretamente, el principal objetivo fue comprobar si el atractivo físico de la mujer acosada, su respuesta ante el acoso y su estabilidad laboral influyen en dicha situación.

Asimismo, se pretende analizar la posible influencia de variables ideológicas del perceptor/a (sexismo ambivalente y aceptación de mitos hacia el acoso) en dicho proceso.

En este sentido, la presente investigación contribuye a la literatura existente incorporando un estudio sobre percepción de acoso sexual por clientes, así como analizando la influencia del sexismo y los mitos hacia el acoso en tales casos.

Estudio 1

El objetivo de este estudio es, comprobar si el atractivo de una víctima de acoso (Atractiva vs. No atractiva) así como su respuesta ante la conducta del acosador

(Confrontación vs. No Confrontación) influyen en la percepción social de una situación de acoso sexual por clientes.

Además, se pretende estudiar la influencia de la ideología del/la participante, sexismo y aceptación de mitos hacia el acoso, en la percepción de la situación de acoso presentada.

Para comprobar estos objetivos se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: Cuando la trabajadora se presente como Atractiva (vs. no Atractiva), la conducta será percibida en mayor medida como Acoso Sexual. Por lo tanto:

- 1a: Se percibirá la situación como más grave.
- 1b: Se percibirán mayores consecuencias negativas para la víctima.
- 1c: Se justificará menos la situación presentada.

Hipótesis 2: Cuando la trabajadora se enfrente al cliente ante una conducta de acoso sexual (vs. No Confronte), en mayor medida se percibirá tal conducta como acoso. Por lo tanto:

- 2a: Se percibirá la situación como más grave.
- 2b: Se percibirán mayores consecuencias negativas para la víctima.
- 2c: Se justificará menos la situación presentada.

Hipótesis 3: A mayor sexismo y aceptación de los mitos por parte de los/as participantes, en menor medida percibirán la conducta como acoso. Por lo tanto:

- 3a: Se percibirá la situación como menos grave.
- 3b: Se percibirán menos consecuencias negativas para la víctima.
- 3c: En mayor medida se justificará la situación presentada.

Método

Participantes

La muestra estuvo compuesta por 207 participantes de población general, de los cuales 78 fueron hombres (Edad, $M = 32.18$, $DT = 15.43$), y 129 mujeres (Edad, $M = 28.58$, $DT = 13.10$). Ésta fue obtenida a través de un muestreo incidental por la plataforma Qualtrics en internet, donde se puso el enlace a dicha plataforma en diferentes redes sociales.

Instrumentos

- **Percepción de acoso sexual.** A través del ítem: ¿Cree que la conducta de Pablo podría ser calificada como acoso sexual?, con formato de respuesta tipo Likert de 7 puntos desde 1 (Nada en absoluto) hasta 7 (Totalmente).
- **Gravedad.** A través del ítem “¿En qué medida considera el comportamiento de Pablo hacia María como un incidente serio?” Con respuestas en una escala Likert que va de 1 punto (Nada serio) a 7 puntos (Extremadamente serio).
- **Consecuencias negativas para la víctima** (Di Martino, Höel y Cooper, 2003). A través del ítem “¿En qué medida considera que el episodio descrito del comportamiento de Pablo puede afectar negativamente a las siguientes áreas de la vida de María?: Área física (insomnio etc.), área emocional (ansiedad, depresión, etc.), área profesional (falta de concentración, etc.) y el área social (aislamiento,

soledad, etc.)". Con respuestas en una escala Likert que va de 1 punto (en absoluto) a 7 puntos (totalmente).

- **Justificación del comportamiento**, a través del ítem: ¿En qué medida considera el comportamiento de Pablo hacia María como justificado?, desde 1 (En absoluto justificado) hasta 7 (Totalmente justificado).
- **Inventario de Sexismo Ambivalente (ASI)** (Expósito, Moya, y Glick, 1998). Consta de 22 ítems, con un formato de respuesta tipo Likert de 6 puntos (desde 0 -totalmente en desacuerdo- hasta 5 -totalmente de acuerdo-). Puntuaciones elevadas revelan actitudes más sexistas. La mitad de los ítems están relacionados con el sexismo hostil (SH) (las mujeres se ofenden muy fácilmente, las mujeres exageran los problemas que tienen en el trabajo...) y la otra mitad con el benévolo (SB) (muchas mujeres se caracterizan por una pureza que pocos hombres poseen, el hombre está incompleto sin la mujer...). El coeficiente α obtenido para los/as participantes de este estudio ha sido .92 para el sexismo hostil (SH) y .89 para el sexismo benévolo (SB).
- **Escala Illinois de Aceptación del Mito del Acoso Sexual (ISHMA)** (Expósito, Herrera, Valor-Segura, Herrera y Lozano, 2014). Esta escala consta de 20 ítems, con un formato de respuesta tipo Likert de 7 puntos (1 = Fuertemente en desacuerdo, 7 = Fuertemente de acuerdo). Puntuaciones elevadas revelan una mayor aceptación de los mitos del acoso sexual. Ejemplo: "Si una mujer es acosada sexualmente, tuvo que haber hecho algo para provocarlo". El coeficiente α obtenido con los/as participantes en este estudio fue de .91.
- **Manipulation Check**. En el episodio que acaba de leer, ¿en qué medida se presenta a María como una chica atractiva físicamente? (1= Se presenta como una chica poco atractiva, 7=Se presenta como una chica atractiva). En el episodio que acaba de leer, ¿de qué manera María responde a Pablo? (1= María ignora los comentarios de Pablo, 7=María se enfrenta directamente a Pablo).

Procedimiento y diseño

Tras un consentimiento informado, los/as participantes contestaron de manera voluntaria un cuestionario de aproximadamente unos 20 minutos de duración. Las instrucciones garantizaban el anonimato y la confidencialidad de sus respuestas. Los/as participantes fueron asignados aleatoriamente a las condiciones experimentales (véase *Anexo 1*) hasta completar el total de la muestra. Para hacer el experimento más realista, el cuestionario presentado recreaba un escenario ficticio en el que un cliente habitual de un taller mecánico, Pablo, realizaba un comportamiento tipificado como acoso sexual (atención sexual no deseada) hacia una trabajadora de una empresa, María (Atractiva vs. No atractiva), ante el cual ésta llevaba a cabo una respuesta (Confronta vs. No confronta). Se les dio la posibilidad de recibir información sobre el estudio una vez concluyera, si así lo deseaban, y no recibían ningún tipo de compensación por su participación.

Se planteó un diseño entre-grupos con las siguientes condiciones experimentales:

- VI1: Atractivo Físico de la víctima (Atractiva vs. No Atractiva).
- VI2: Respuesta de la víctima (Confrontación vs. No confrontación).

Análisis de Datos

El análisis de los datos se realizó con el programa SPSS (versión 23). En primer lugar, con el objetivo de estudiar la relación entre las variables independientes, ideológicas y dependientes, se realizó un análisis correlacional entre estas. Posteriormente, para examinar las predicciones sobre la influencia del Atractivo Físico de la víctima (Hipótesis

1), la Respuesta de la Víctima ante el acosador (Hipótesis 2) y la Ideología del/a participante (Hipótesis 3) en la percepción social de una situación de Acoso Sexual por Clientes, se realizaron varios análisis de regresión lineal por pasos. En el primer paso se utilizó el atractivo de la víctima, su respuesta ante el acoso, así como las variables de tipo ideológico (sexismo benévolo; sexismo hostil; y aceptación de mitos hacia el acoso) y, en el segundo paso, las interacciones entre dichas variables.

Resultados

En primer lugar, la comprobación de las manipulaciones experimentales resultó exitosa.

Con el objetivo de estudiar la relación entre las variables independientes, ideológicas y dependientes, se realizó un análisis correlacional entre estas. Los resultados se muestran en la tabla 1.

Tabla 1.
Correlaciones entre variables.

Medidas	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Atractivo	.076	.18**	.20**	.17*	.022	-.048	-.186**	.008
2. Respuesta	-	-.002	-.028	-.018	.050	.112	-.072	-.067
3. SH		-	.72**	.73**	-.24**	-.33**	-.29**	.28**
4. SB			-	.57**	-.13	-.29**	-.25**	.19**
5. ISHMA				-	-.28**	-.40**	-.40**	.39**
6. Acoso					-	.54**	.50**	-.37**
7. Gravedad						-	.60**	-.44**
8. Consecuencias							-	-.37**
9. Justificación								-

Nota. SH: Sexismo Hostil; SB: Sexismo Benévolo; ISHMA: inventario Illinois de Aceptación de los Mitos hacia el Acoso Sexual. * $p < .05$, ** $p < .01$.

Como se puede observar en la tabla 1, el Atractivo correlaciona positivamente con el SH ($r = .18$, $p < .01$), con el SB ($r = .20$, $p < .01$), con el ISHMA ($r = .17$, $p < .05$) y la justificación ($r = .28$, $p < .01$) (Hipótesis 1c), y negativamente con las consecuencias ($r = -.18$, $p < .01$). El SH correlaciona positivamente con el SB ($r = .72$, $p < .01$), con el ISHMA ($r = .73$, $p < .01$), y negativamente con el acoso ($r = -.24$, $p < .01$), la gravedad ($r = -.33$, $p < .01$) y las consecuencias ($r = -.29$, $p < .01$) (Hipótesis 3, 3a y 3b). El SB correlaciona positivamente con el ISHMA ($r = .18$, $p < .01$), justificación ($r = .19$, $p < .01$) (Hipótesis 3c), y negativamente con la gravedad ($r = -.29$, $p < .01$) y las consecuencias ($r = -.25$, $p < .01$) (Hipótesis 3a y b). El ISHMA correlaciona negativamente con el acoso ($r = -.28$, $p < .01$), con la gravedad ($r = -.40$, $p < .01$), con las consecuencias ($r = -.40$, $p < .01$) y positivamente con la justificación ($r = .39$, $p < .01$) (Hipótesis 3, a, b y c). El acoso correlaciona positivamente con la gravedad ($r = .54$, $p < .01$), las consecuencias ($r = .50$, $p < .01$) y negativamente con la justificación ($r = -.37$, $p < .01$). La gravedad correlaciona positivamente con las consecuencias ($r = .60$, $p < .01$) y negativamente con la justificación ($r = -.44$, $p < .01$). Finalmente, las consecuencias correlacionan negativamente con la justificación ($r = -.37$, $p < .01$).

Atractivo de la víctima, respuesta de la víctima y variables ideológicas como predictores de las consecuencias negativas del comportamiento de acoso, justificación del comportamiento, percepción de acoso y gravedad

Para someter a prueba los objetivos del estudio, es decir, comprobar el efecto del atractivo de la víctima, respuesta de la víctima, y la ideología del/a participante sobre la percepción de acoso sexual, la gravedad de la situación, consecuencias negativas y justificación, se realizaron varios análisis de regresión lineal por pasos. En el primer paso se utilizó el atractivo de la víctima, su respuesta ante el acoso, así como las

variables de tipo ideológico (sexismo benévolo; sexismo hostil; y aceptación de mitos hacia el acoso) y, en el segundo paso, las interacciones entre dichas variables. Los resultados se recogen en las tablas 2 y 3.

Tabla 2.

Atractivo de la víctima, respuesta de la víctima y variables ideológicas como predictores de las consecuencias y justificación de la situación.

V.Criterio	Consecuencias					Justificación					
	Predictor	beta	t	p	R ²	ΔR ²	beta	t	p	R ²	ΔR ²
PASO 1					.21	.23				.17	.20
VI1	.12	1.94	.053				-.052	-.80	.42		
VI2	-.044	-.70	.48				-.035	-.54	.58		
SH	.64	7.24	.000				-.085	-.93	.34		
SB	-.37	-3.90	.000				.31	3.22	.001		
ISHMA	.021	.30	.75				.12	1.71	.088		
PASO 2					.19	.017				.18	.041
VI1 x VI2	.023	.34	.73				.043	.63	.52		
VI1 x SH	.023	.26	.79				-.20	-2.32	.021		
VI1 x SB	.027	.27	.78				.056	.55	.57		
VI1 x ISHMA	.066	.88	.37				.071	.95	.33		
VI2 x SH	.039	.41	.68				.012	.13	.89		
VI2 x SB	-.005	-.050	.96				-.088	-.88	.38		
VI2 x ISHMA	.015	.20	.83				-.10	1.35	.17		

Nota: *p < .05, **p < .01, ***p < .001, SH: Sexismo Hostil, SB: Sexismo Benévolo, ISHMA: Aceptación de Mitos del Acoso Sexual.

Tabla 3.

Atractivo de la víctima, respuesta de la víctima y variables ideológicas como predictores de la percepción de acoso sexual y gravedad de la situación.

V.Criterio	Acoso					Gravedad					
	Predictor	beta	t	p	R ²	ΔR ²	beta	t	p	R ²	ΔR ²
PASO 1											
VI1	.085	1.22	.22		.083	.11	.026	.42	.67	.23	.26
VI2	.042	.62	.53				.069	1.11	.26		
SH	-.021	-.22	.82				-.008	-.087	.93		
SB	-.15	-1.47	.14				-.18	-1.92	.056		
ISHMA	-.052	-.70	.48				-.017	-.25	.79		
PASO 2					.092	.049				.26	.055
VI1 x VI2	.090	1.25	.21				-.017	-.26	.78		
VI1 x SH	.16	1.70	.090				.11	1.37	.17		
VI1 x SB	-.11	-1.13	.25				-.022	-.23	.81		
VI1 x ISHMA	-.042	-.54	.59				-.008	-.10	.91		
VI2 x SH	.032	.32	.74				.001	.014	.98		
VI2 x SB	.006	.053	.95				.14	1.55	.12		
VI2 x ISHMA	.003	.035	.97				-.12	-1.71	.089		

Nota: *p < .05, **p < .01, ***p < .001, SH: Sexismo Hostil, SB: Sexismo Benévolo, ISHMA: Aceptación de Mitos del Acoso Sexual.

Según los resultados, cuando la víctima se presenta como No Atractiva (vs. Atractiva) y los/as participantes tienen altas puntuaciones en SH, mayor percepción de que el acoso está justificado ($\beta = -.20$, $p < .05$) (Hipótesis 1c y 3c).

Además, y en contra de lo esperado, el sexismo hostil predice la percepción de consecuencias negativas para la víctima, de manera que a mayor puntuación en SH, mayor percepción de que la víctima de acoso sufre consecuencias negativas ($\beta = .64$, $p < .001$). Finalmente, a mayor sexismo benévolo del/a participante, menor percepción de consecuencias negativas para la víctima ($\beta = -.37$, $p < .001$), y más justificado está el acoso ($\beta = .31$, $p < .001$) (Hipótesis 3b y c).

Los resultados del Estudio 1 muestran la influencia del Atractivo Físico, junto con la ideología sexista, sobre la justificación de la situación de acoso, lo que confirman estudios previos que muestran como el atractivo físico de las mujeres se percibe como

un factor causal del comportamiento de acoso por parte de los hombres (Herrera, Herrera y Expósito, 2016). Por tanto, si la mujer se presenta como atractiva, de manera indirecta se pensará que es acoso en mayor medida, y por lo tanto que este tendrá consecuencias negativas sobre la víctima. Además, se observa la influencia de la ideología sexista en la percepción de consecuencias negativas para la víctima y la justificación del acoso.

En el presente estudio, la respuesta de la víctima no influye sobre la percepción de la situación de acoso por clientes presentada. En un contexto donde el cliente “siempre tiene la razón”, es razonable pensar que aquellas mujeres que sufran acoso no respondan al mismo, y más teniendo en cuenta su posible situación precaria. Por lo que en un segundo estudio se considera imprescindible seguir indagando el posible papel de la Respuesta de la víctima sobre la percepción de una situación de acoso por clientes, y además analizar la influencia que pueda tener la estabilidad laboral de la mujer, así como seguir indagando la influencia de la ideología en tal percepción (sexismo y mitos hacia el acoso).

Estudio 2

El objetivo de este estudio es analizar si la respuesta de una víctima de acoso (confrontación vs. No confronta) así como su estabilidad laboral (contrato estable vs. contrato inestable) influyen sobre la percepción de una situación de acoso por clientes.

Además, se estudió la posible influencia de variables ideológicas (sexismo y aceptación de los mitos del acoso sexual) en dicha percepción.

Para comprobar estos objetivos se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis 4. Cuando la víctima confronte (vs. No confronte) a su acosador se percibirá en mayor medida el comportamiento como acoso sexual. Además

- 4a. La respuesta se percibirá como más adecuada.
- 4b. El incidente será percibido con mayor gravedad.
- 4c. Se percibirán mayores consecuencias negativas para la víctima.

Hipótesis 5. Cuando la víctima tenga un contrato de trabajo inestable (vs. estable) se percibirá en mayor medida el comportamiento como acoso sexual. Además

- 5a. Se percibirá la respuesta de confrontación (vs. No confrontación) como más adecuada.
- 5b. Se percibirá el incidente con mayor gravedad.
- 5c. Las consecuencias serán percibidas mayores.

Hipótesis 6. Cuantos más mitos y actitudes sexistas tengas los/as participantes, en menor medida percibirán la situación como acoso sexual. Además

- 6a. En menor medida percibirán la respuesta de confrontación (vs. No confrontación) como adecuada.
- 6b. En menor medida percibirán la gravedad del incidente.
- 6c. En menor medida percibirán las consecuencias que puede sufrir la víctima.

Método

Participantes

La muestra estuvo compuesta por 278 personas pertenecientes a la población general, de las cuales el 67,3% fueron mujeres y el 32,7% hombres (Edad, $M = 37.30$, $DT = 13.48$). La obtención de la misma fue idéntica al Estudio 1.

Instrumentos

El cuestionario utilizado incluía las siguientes secciones:

Un escenario ficticio, donde un cliente realiza un comportamiento sexualmente acosador hacia una empleada (véase *Anexo 2*).

A continuación, se presentaron las siguientes medidas:

- **Percepción de acoso sexual.** Mismo ítem que en el Estudio 1.
- **Adecuación de la respuesta.** A través del ítem: '¿En qué medida considera que la respuesta de María ante el comentario de Pablo fue adecuada?', con formato de respuesta tipo Likert de siete puntos desde 1 ('En absoluto adecuada') hasta 7 ('Totalmente adecuada').
- **Gravedad del incidente.** Mismo ítem que el usado en el Estudio 1.
- **Consecuencias sociales, emocionales, físicas y profesionales** (Di Martino, Höel y Cooper, 2003).
- **Inventario de Sexismo Ambivalente (ASI)** (Expósito, Moya, y Glick, 1998). El coeficiente α obtenido con los participantes en este estudio para la escala en su conjunto fue .92: de .89 en la subescala de sexismo hostil y de .87 en la subescala de sexismo benévolo.
- **Escala Illinois de Aceptación del Mito del Acoso Sexual (ISHMA)** (Expósito, Herrera, Valor-Segura, Herrera, y Lozano, 2014). El coeficiente de fiabilidad α obtenido en esta muestra fue de .90.
- **Manipulation Check.** En el episodio que acaba de leer, ¿de qué manera María responde a Pablo? (1= María ignora los comentarios de Pablo, 7=María se enfrenta directamente a Pablo). En el episodio que acaba de leer, ¿qué tipo de contrato tiene María? (1=Se presenta a María con un contrato de trabajo de 6 meses, 7=Se presenta a María con un contrato de trabajo indefinido).

Procedimiento y diseño

El procedimiento fue similar al del Estudio 1.

Se planteó un diseño entre-grupos con las siguientes condiciones experimentales:

- V.I.1: Respuesta de la víctima (Confronta vs. No Confronta).
- V.I.2: Tipo de contrato laboral (Indefinido vs. 6 meses).

Análisis de Datos

El análisis de los datos se realizó con el programa SPSS (versión 23). En primer lugar, con el objetivo de estudiar la relación entre las variables independientes, ideológicas y dependientes, se realizó un análisis correlacional entre estas. Posteriormente, para examinar las predicciones sobre la influencia de la Respuesta de la víctima (Hipótesis

4), su Estabilidad Laboral (Hipótesis 5) y la Ideología del/a participante (Hipótesis 6) en la percepción social de una situación de Acoso Sexual por Clientes, se realizaron varios análisis de regresión lineal por pasos. En el primer paso se utilizó la Respuesta de la víctima, su Estabilidad Laboral, así como las variables de tipo ideológico (sexismo benévolo; sexismo hostil; y aceptación de mitos hacia el acoso) y, en el segundo paso, las interacciones entre dichas variables. Además, para tratar de afianzar el resultado que muestra el papel de los mitos sobre la percepción de acoso, así como la influencia del Sexismo Benévolo sobre dicha percepción, se realizó un modelo mediador serial múltiple a través del macro PROCESS (Hayes, 2012, 2013).

Resultados

En primer lugar, la comprobación de las manipulaciones experimentales resultó exitosa.

Con el objetivo de estudiar la relación entre las variables independientes, ideológicas y dependientes, se realizó un análisis correlacional entre estas. Los resultados se muestran en la tabla 4.

Tabla 4.

Correlaciones entre variables.

Medidas	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Respuesta	.101	.055	.077	.007	-.088	.48**	.001	.041
2.Estabilidad	-	-.014	-.095	-.052	.014	.099	.047	.028
3.SH		-	.61**	.84**	-.35**	.035	-.25*	-.40**
4. SB			-	.64**	-.047	.047	-.049	-.17
5. ISHMA				-	-.35**	.001	-.27*	-.45**
6. Acoso					-	-.10	.65**	.49**
7. Adecuación						-	-.15	-.061
8. Gravedad							-	.51**
9. Consecuencias								-

Nota. SH: Sexismo Hostil; SB: Sexismo Benévolo; ISHMA: inventario Illinois de Aceptación de los Mitos hacia el Acoso Sexual.* $p < .05$, ** $p < .01$.

Como se puede observar en la tabla 4, la Respuesta de la víctima correlaciona positivamente con la Adecuación de la respuesta ($r = .48$, $p < .01$) (Hipótesis 4a). El SH correlaciona positivamente con el SB ($r = .61$, $p < .01$) y con el ISHMA ($r = .84$, $p < .01$), y negativamente con la percepción de Acoso ($r = -.35$, $p < .01$), la gravedad ($r = -.25$, $p < .05$) y las consecuencias ($r = -.40$, $p < .01$) (Hipótesis 6, 6b y c). El SB correlaciona positivamente con el ISHMA ($r = .64$, $p < .01$). El ISHMA correlaciona negativamente con el acoso ($r = -.35$, $p < .01$), la gravedad ($r = -.27$, $p < .05$) y las consecuencias ($r = -.45$, $p < .01$) (Hipótesis 6, 6b y c). La percepción de acoso correlaciona positivamente con la Gravedad ($r = .65$, $p < .01$) y las Consecuencias ($r = .49$, $p < .01$). Finalmente, la Gravedad correlaciona positivamente con las consecuencias ($r = .51$, $p < .01$).

Respuesta de la víctima, estabilidad laboral y variables ideológicas como predictores de la percepción de acoso, la adecuación de la respuesta, gravedad y consecuencias

Para someter a prueba los objetivos del estudio, es decir, comprobar el efecto de la respuesta de la víctima, la estabilidad laboral y la ideología del/a participante sobre la percepción de acoso sexual, adecuación de la respuesta, la gravedad de la situación, y las consecuencias negativas, se realizaron varios análisis de regresión lineal por pasos. En el primer paso se utilizó la respuesta de la víctima ante el acoso, su estabilidad laboral, así como las variables de tipo ideológico (sexismo benévolo; sexismo hostil; y aceptación de mitos hacia el acoso) y, en el segundo paso, las interacciones entre dichas variables. Los resultados se recogen en las tablas 5 y 6.

Tabla 5.

Respuesta de la víctima, estabilidad laboral, y variables ideológicas como predictores de la percepción de acoso sexual y adecuación de la respuesta.

Variable	Percepción de Acoso				Adecuación de la Respuesta					
	Beta	t	p	R ²	ΔR ²	beta	t	p	R ²	ΔR ²
PASO 1				.149	.159				.112	.133
VI1	-.004	-.062	,950			-.357	-5,96	,000		
VI2	,058	,987	,325			,003	,055	,956		
SH	-.191	-1,884	,061			-.024	-.235	,815		
SB	,225	2,77	,006			,028	,334	,739		
ISHMA	-.319	-3,61	,000			,028	,312	,756		
PASO 2				.149	.031				.196	.111
VI1XVI2	,027	,457	,648			,020	,345	,730		
VI1XSH	-.129	-1,24	,215			,083	,822	,412		
VI1XSB	,111	1,30	,192			,220	2,68	,008		
VI1XISHMA	-.062	-.689	,492			-.296	-3,37	,001		
VI2XSH	-.208	-2,0	,047			,037	,369	,713		
VI2XSB	,069	,833	,406			,139	1,71	,087		
VI2XISHMA	,153	1,691	,092			-.028	-.317	,751		

Nota.VI1: Respuesta de la víctima; VI2: estabilidad laboral; SH: Sexismo Hostil; SB: Sexismo Benevolente; ISHMA: escala Illinois de Aceptación de los Mitos del Acoso Sexual.

Los resultados muestran que cuando la víctima se enfrenta al acosador, los/as participantes consideraron esta respuesta como apropiada (frente a la no confrontación) ($\beta = -.35$, $p < .001$) (Hipótesis 4a). Sin embargo, si los/as participantes también presentan alta puntuación en mitos sobre el acoso cuando la víctima se enfrenta al acosador, estos/as consideran que la respuesta es inapropiada ($\beta = -.29$, $p = .001$) (Hipótesis 6a). Además, cuando la víctima confronta (vs. No confronta) y las participantes tienen una alta puntuación en SB, consideran esta respuesta como apropiada ($\beta = .22$, $p < .05$) (Hipótesis 4a).

Tabla 6.

Respuesta de la víctima, estabilidad laboral, y variables ideológicas como predictores de la gravedad y consecuencias.

Variable	Gravedad				Consecuencias					
	Beta	t	p	R ²	ΔR ²	beta	t	p	R ²	ΔR ²
PASO 1				.183	.203				.189	.208
VI1	,001	,021	,984			-.006	-.098	,922		
VI2	,065	1,138	,256			-.006	-.102	,919		
SH	-.149	-1,501	,135			-.176	-1,780	,076		
SB	,144	1,822	,070			,144	1,82	,069		
ISHMA	-.262	-3,03	,003			-.252	-2,927	,004		
PASO 2				.189	.035				.207	.046
VI1XVI2	-.037	-.627	,531			-.083	-1,44	,150		
VI1XSH	-.250	-2,46	,014			-.073	-.730	,466		
VI1XSB	,115	1,39	,164			,128	1,563	,119		
VI1XISHMA	-.026	-.29	,770			-.140	-1,61	,108		
VI2XSH	-.132	-1,30	,194			-.088	-.880	,380		
VI2XSB	,063	,780	,436			,029	,364	,716		
VI2XISHMA	,048	,546	,585			,099	1,139	,256		

Nota.VI1: Respuesta de la víctima; VI2: estabilidad laboral; SH: Sexismo Hostil; SB: Sexismo Benevolente; ISHMA: Escala Illinois de Aceptación de los Mitos del Acoso Sexual.

Por su parte, cuando la víctima se presenta con un contrato permanente y los/as participantes obtienen una puntuación alta en SH, perciben la situación menos como acoso sexual ($\beta = -.20$, $p < .05$) (Hipótesis 5 y 6).

Además, si la víctima se enfrenta al acosador, los/as participantes con un alto SH perciben la situación como menos grave ($\beta = -.25$, $p < .05$) (Hipótesis 6b).

Finalmente, cuantos más mitos de acoso sexual tienen los/as participantes, menos perciben la situación de acoso como tal ($\beta = -.31, p < .001$) (Hipótesis 6), menos la perciben como grave ($\beta = -.26, p < .005$) (Hipótesis 6b) y con consecuencias negativas para la víctima ($\beta = -.25, p < .005$) (Hipótesis 6c). Además, y en contra de lo esperado, cuanto mayor es el SB de la persona participante, mayor percibe la situación de acoso como tal ($\beta = .22, p < .05$).

El papel mediador de los mitos

Para tratar de afianzar el resultado que muestra el papel de los mitos sobre la percepción de acoso, así como la influencia del SB sobre dicha percepción, se realizó un modelo mediador serial múltiple a través del macro PROCESS (Hayes, 2012, 2013). El objetivo era analizar si el ISHMA mediaba la relación entre el SB y la Percepción de Acoso.

Los resultados de la tabla 7 confirman la mediación completa del ISHMA sobre el efecto del SB en la Percepción de Acoso

Tabla 7.

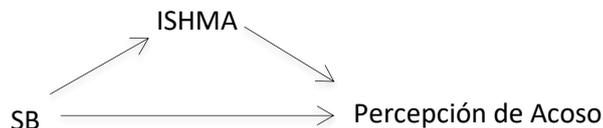
Efecto indirecto de pasos múltiples. Se hipotetiza un efecto indirecto del Sexismo Benévolo en la percepción de Acoso a través del ISHMA.

Medidas Dependientes	Coeficientes no estandarizados por pasos				95% Intervalos de Confianza		
	a	b	c	c'	Efectos Indirectos	Límite Inferior	Límite Superior
Percepción de Acoso	.416***	-	-	.020*	-.325	-.501	-.189
		.78***	.120				

Nota. ISHMA: escala Illinois de Aceptación de los Mitos hacia el Acoso Sexual. SE 1/4 error estándar. El paso a representa el efecto del Sexismo Benévolo sobre el ISHMA, el paso b representa el efecto del ISHMA sobre la variable dependiente, el paso c representa el efecto total del Sexismo Benévolo sobre la variable dependiente, y el paso c' representa el efecto directo del Sexismo Benévolo sobre la variable dependiente. Los efectos indirectos son estadísticamente significativos si el 95% del intervalo de confianza no incluye 0. * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Figura 1.

Efecto indirecto del Sexismo Benévolo en la percepción de Acoso a través del ISHMA.



Discusión y Conclusiones

El propósito de este trabajo es analizar algunos de los factores que pueden influir en la percepción social de una situación de acoso sexual por clientes. Concretamente, el principal objetivo fue comprobar si el atractivo físico de una mujer que sufre acoso sexual, su respuesta ante el acoso y su estabilidad laboral influyen en dicha situación. Asimismo, se pretende analizar la posible influencia de variables ideológicas del perceptor/a (sexismo ambivalente y aceptación de mitos hacia el acoso) en dicho proceso.

Los resultados del Estudio 1 muestran que cuando la víctima se presenta como No Atractiva (vs. Atractiva) y los/as participantes tienen altas puntuaciones en SH, mayor percepción de que el acoso está justificado. Este resultado pone de relieve uno de los grandes mitos relacionados con el acoso: un motivo sexual (atractivo) para que se justifique dicho comportamiento (Lonsway, Cortina, y Magley, 2008), así como la influencia de la ideología sexista hostil ante una situación de acoso sexual (Herrera, Pina, Herrera y Expósito, 2014). Sin embargo, también se encuentra que a mayor sexismo hostil por parte de los/as participantes, más consecuencias negativas para la

victima le atribuyen. Es posible que, en este caso, algunas ideas relacionadas con la ideología sexista hostil del tipo “las mujeres se ofenden muy fácilmente, o las mujeres exageran los problemas que tienen en el trabajo” hayan influido en este resultado, mostrando la percepción de que las mujeres realmente sentirían que el acoso les conlleva serias consecuencias negativas, aunque no fuese así. Además, a mayor sexismo benévolo por parte del/a participante, menos consecuencias negativas y más justificación del acoso, resultado que de nuevo refrenda estudios previos que muestran la influencia del sexismo en la percepción del acoso sexual (Russell y Trigg, 2004). A pesar de los resultados, en un contexto cliente-trabajadora donde existe la norma de que “el cliente tiene siempre la razón”, la respuesta que la mujer de ante una situación de acoso es clave, más aún si la mujer tiene un contrato laboral precario. Por lo que en el segundo estudio se analiza la estabilidad laboral de la víctima junto con su respuesta ante una situación de acoso sexual.

Los resultados del Estudio 2 muestran que cuando la víctima se enfrenta al acosador, los/as participantes consideraron esta respuesta como apropiada (frente a la no confrontación), al igual que si además tienen una alta puntuación en SB, resultados que confirman la hipótesis de partida. Sin embargo, si la víctima se enfrenta al acosador y los/as participantes también tienen mitos sobre el acoso, consideran que la respuesta es inapropiada, resultado que muestra el importante papel de los mitos en la valoración de la respuesta de la víctima (Herrera, Herrera y Expósito, 2018). Además, si la víctima se enfrenta al acosador los/as participantes con un alto SH perciben la situación como menos grave, resultado que muestra una vez más la influencia del sexismo hostil (Sakallı-Uğurlu, Salman, y Turgut, 2010). Por su parte, cuando la víctima tiene un contrato permanente y los/as participantes obtienen una puntuación alta en SH, perciben la situación menos como acoso sexual (Hipótesis 5 y 6). Un resultado inesperado pero interesante mostró que, a mayor SB, más percepción de acoso, de nuevo un resultado. Quizás los resultados del SB son debidos a que este tipo de sexismo es más sutil y está relacionado con el cuidado y la protección de las mujeres como el sexo más vulnerable, de ahí que una alta puntuación en dicha escala se relacione con la percepción de que la respuesta de confrontación sería adecuada por parte de la víctima, y además la conducta de acoso sería percibida en mayor medida como tal. Finalmente, cuantos más mitos de acoso sexual tienen los/as participantes, menos perciben la situación de acoso como tal, menos grave y con menos consecuencias negativas para la víctima, resultados que refrendan la influencia de la ideología en la percepción de situaciones de acoso (Herrera, Herrera, Pina y Expósito, 2014).

De estos resultados se puede concluir que todavía no se ha descubierto un método infalible para afrontar el acoso sexual. Estrategias del tipo “ignorar o evitar al acosador”, poco hacen para detener el acoso, y aun así, son las estrategias más utilizadas por las mujeres. Además, queda de manifiesto el importante papel que parecen jugar las variables ideológicas en la percepción y valoración de comportamientos relacionados con el acoso, siendo una variable determinante los mitos sobre el acoso sexual, por lo que la intervención debería ir encaminada a corregir estos mitos (Torregrosa Ruiz, Molpeceres Pastor y Tomás Miguel, 2017).

Estudios de este tipo pueden contribuir en el desarrollo de leyes y normativas para luchar contra el acoso sexual, especialmente aquellas formas difíciles de percibir como el acoso por clientes.

Referencias

Acevedo, D, Biaggii, Y, & Borges, G (2009). Violencia de género en el trabajo: acoso sexual y hostigamiento laboral. *Revista venezolana de estudios de la mujer*, 14(32), 163-182.

Agthe, M, Spörrle, M, & Maner, JK (2011). Does being attractive always help? Positive and negative effects of attractiveness on social decision making. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37, 1042-1054. <http://doi.org/10.1177/0146167211410355>

- Bargh, JA, Raymond, P, Pryor, J, & Strack, F (1995). Attractiveness of the underling: An automatic power sex association and its consequences for sexual harassment and aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 768-781. <http://doi.org/10.1037/0022-3514.68.5.768>
- Benavides-Espinoza, C, & Cunningham, GB (2011). Antecedents and outcomes of sexual harassment: Examining the moderating effects of gender. *Journal of the Study of Sports and Athletes in Education*, 5, 85-104. <https://doi.org/10.1179/ssa.2011.5.1.85>
- Berdahl, JL (2007). Harassment based on sex: Protecting social status in the context of gender hierarchy. *Academy of Management Review*, 32, 641-658. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.24351879>
- Bowling, NA, & Beehr, TA (2006). "Workplace harassment from the victim's perspective: A theoretical model and meta-analysis", *Journal of Applied Psychology*, 91, 998-1012. <http://doi.org/10.1037/0021-9010.91.5.998>
- Butler, AM, & Chung-Yan, GA (2011). The influence of sexual harassment frequency and perceptions of organizational justice on victim responses to sexual harassment. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20, 729-754. <http://doi.org/10.1080/1359432X.2010.507351>
- Campbell, R, Wasco, SM, Ahrens, CE, Sefl, T, & Barnes, HE (2001). Preventing the "second rape": Rape survivors' experiences with community service providers. *Journal of Interpersonal Violence*, 16, 1239-1259. <http://doi.org/10.1177/088626001016012002>
- Castellow, WA, Wuensch, KL, & Moore, CH (1990). Effects of physical attractiveness of plaintiff and defendant in sexual harassment judgments. *Journal of Social Behavior and Personality*, 16, 39-50.
- Cleveland, JN, & Kerst, ME (1993). Sexual harassment and perceptions of power: An underarticulated relationship. *Journal of Vocational Behavior*, 42, 49-67. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1993.1004>
- Cunningham, MR, Roberts, AR, ..., & Wu, C (1995). Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours: Consistency and variability in the cross-cultural perception of female physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 261-279. <http://doi.org/10.1037//0022-3514.68.2.261>
- Diehl, C, Rees, J, & Bohner, G (2012). Flirting With Disaster: Short-Term Mating Orientation and Hostile Sexism Predict Different Types of Sexual Harassment. *Aggressive Behavior*, 38, 521-531. <http://doi.org/10.1002%2Fab.21444>
- Eagly, AH, Ashmore, RD, ..., & Longo, C (1991). What is beautiful is good, but ...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110 (1), 109-128. <http://doi.org/10.1037//0033-2909.110.1.109>
- Equal Employment Opportunities Commission (EEOC) (2008). Sexual harassment. http://www.eeoc.gov/types/sexual_harassment.html
- Expósito, F, Herrera, A, Valor-Segura, I, Herrera, MC, & Lozano, LM (2014). Adaptación española de la Escala de Mitos hacia el Acoso Sexual de Illinois. *The Spanish Journal of Psychology*, 17, 1-13. <https://doi.org/10.1017/sjp.2014.42>
- Expósito, F, & Moya, M (2005). Violencia de género [Violence against women]. In F Expósito, & M Moya (Eds), *Aplicando la psicología social* (pp. 201-227). Madrid, Spain: Pirámide.
- Expósito, F, Moya, M, & Glick, P (1998). Sexismo ambivalente: medición y correlatos. [Ambivalent sexism: Measurement and correlates]. *Revista de Psicología Social*, 13, 159-170. <http://doi.org/10.1174/021347498760350641>
- Fitzgerald, LF (1996). Sexual harassment: The definition and measurement of a construct. In M Paludi (Ed), *Sexual Harassment on College Campuses: Abusing the Ivory Power* (25-48). Albany, NY: SUNY Press.
- Fitzgerald, LF, Drasgow, F, ..., & Magley, VJ (1997). Antecedents and consequences of sexual harassment in organizations: A test of an integrated model. *Journal of Applied Psychology*, 82, 578-589. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.82.4.578>
- Folgero, IS, & Fjeldstad, IH (1995). On duty-off guard: cultural norms and sexual harassment in service organizations. *Organ. Stud.* 16(2), 299-313. <https://doi.org/10.1177/017084069501600205>
- Freeman, J (2011). *Women in the workplace: Wages, respect, and equal rights*. New York, NY: Rosen Publishing Group.
- Gettman, H, & Gelfand, M (2007). When the customer shouldn't be king: Antecedents and consequences of sexual harassment by clients and customers. *Journal Of Applied Psychology*, 92(3), 757-770. <http://doi.org/10.1037/0021-9010.92.3.757>
- Gutek, BA, Cohen, AG, & Konrad, AM (1990). Predicting social-sexual behavior at work: A contact hypothesis. *Academy of Management Journal*, 33, 560-577 <http://dx.doi.org/10.5465/256581>
- Handy, J (2006). Sexual harassment in small-town New Zealand: a qualitative study of three contrasting organizations. *Gender, Work and Organization*, 13, 1-24. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2006.00293.x>
- Hayes, AF (2012). PROCESS: A versatile computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling. <http://www.afhayes.com/public/process2012.pdf>
- Hayes, AF (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: Guilford Press.
- Herrera, MC, Herrera, A, & Expósito, F (2014). Stop Harassment! Men's reactions to victims' confrontation. *The European Journal of Psychology Applied to Legal Context*, 6, 45-52. <https://doi.org/10.1016/j.ejpal.2014.06.006>
- Herrera, A, Herrera, MC, & Expósito, F (2016). Is the beautiful always so good? Influence of physical attractiveness on the social perception of sexual harassment. *Revista de Psicología Social*, 31, 224-253. <https://doi.org/10.1080/02134748.2016.1143179>
- Herrera, MC, Herrera, A, & Expósito, F (2018). To confront or not to confront, that's the question: Women's perception of sexual harassment. *The European Journal of Psychology Applied to Legal Context*, 10(1) 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.ejpal.2017.04.002>
- Herrera, A, Pina, A, Herrera, MC, & Expósito, F (2014). ¿Mito o realidad? Influencia de la ideología en la percepción social del acoso sexual. *Anuario de Psicología Jurídica*, 24, 17-21. <https://doi.org/10.1016/j.apj.2014.07.002>
- Herrera, A, Valor-Segura, I, & Expósito, F (2012). Is miss sympathy a credible defendant alleging intimate partner violence in a trial for murder? *The European Journal of Psychology Applied to Legal Context*, 4(2), 99-196.

- Hersch, J (2011). Compensating Differentials for Sexual Harassment. *American Economic Review Papers and Proceedings*, 101(3), 630-34. <http://doi.org/10.1257/aer.101.3.630>
- Instituto de la Mujer (2009). Violencia sexual y tráfico de seres humanos. <http://www.inmujer.es/estadisticas/consulta.do?metodo=buscar>
- Johnston, VS, & Franklin, M (1993). Is beauty in the eye of the beholder? *Ethology and Sociobiology*, 14, 183-199. [http://dx.doi.org/10.1016/0162-3095\(93\)90005-3](http://dx.doi.org/10.1016/0162-3095(93)90005-3)
- Klein, O, Arnal, S, ..., & Gervais, SJ (2021), "Does tipping facilitate sexual objectification? The effect of tips on sexual harassment of bar and restaurant servers", *Equality, Diversity and Inclusion*, 40(4), 448-460. <https://doi.org/10.1108/EDI-04-2019-0127>
- La Lopa, JM, & Gong, Z (2020). Sexual harassment of hospitality interns. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 2, 88-101
- Leskinen, EA, Cortina, LM, & Kabat, DB (2011). Gender harassment: Broadening our understanding of sex-based harassment at work. *Law and Human Behavior*, 35, 25-39. <http://doi.org/10.1007/s10979-010-9241-5>
- Lonsway, KA, Cortina, LM, & Magley, VJ (2008). Sexual harassment mythology: Definition, conceptualization, and measurement. *Sex Roles*, 58, 599-615. <http://doi.org/10.1007/s11199-007-9367-1>
- Loredo, C, Reid, A, & Deaux, K (1995). Judgments and definitions of sexual harassment by high school students. *Sex Roles*, 32, 29-45. <http://doi.org/10.1007/BF01544756>
- Morganson, VJ (2008). The line in the sand: Understanding customer sexual harassment through a psychological contract framework. (Master's thesis, Old Dominion University, 2008), 1-65.
- Moya, M (2004). Actitudes sexistas y nuevas formas de sexismo. In E Barberá, & I Martínez-Benlloch (Eds), *Psicología y Género* (271-294). Madrid: Pearson.
- Navarro Abal, Y, Climent Rodríguez, JA, & Ruiz García, MJ (2012). «Percepción social de acoso sexual en el trabajo», *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 30(2), 541-561. https://doi.org/10.5209/rev_CRLA.2012.v30.n2.40212
- Nimri, R, Kensbock, S, ..., & Patiar, A (2020). Management perceptions of sexual harassment of hotel room attendants. *Current Issues in Tourism*. Article in press.
- Morganson, VJ, & Major, D.A (2014). Exploring retaliation as a coping strategy in response to customer sexual harassment. *Sex Roles*, 71, 83-94. <http://doi.org/10.1007/s11199-014-0373-9>
- O'Leary-Kelly, A, Bowes-Sperry, L, ..., & Lean, ER (2009). Sexual Harassment at Work: A Decade (Plus) of Progress. *Journal of Management*, 35(3), 503-536. <http://doi.org/10.1177/0149206308330555>
- Pollert, A, & Charlwood, A (2009) "The vulnerable worker in Britain and problems at work", *Work, Employment and Society*, 23(2), 343-362. <http://doi.org/10.1177/0950017009106771>
- Pryor, JB, & Day, JD (1988). Interpretations of Sexual Harassment: An Attributional Analysis. *Sex Roles*, 18(7/8), 405-417. <http://doi.org/10.1007/BF00288392>
- Russell, BL, & Trigg, KY (2004). Tolerance of sexual harassment: An examination of gender differences, ambivalent sexism, social dominance, and gender roles. *Sex Roles*, 50, 565-573. <http://doi.org/10.1023%2FB%3ASERS.0000023075.32252.fd>
- Sakallı-Uğurlu, N, Salman, S, & Turgut, S (2010). Predictors of Turkish Women's and Men's Attitudes toward Sexual Harassment: Ambivalent Sexism, and Ambivalence Toward Men. *Sex Roles*, 63, 871-881. <http://doi.org/10.1007/s11199-010-9847-6>
- Samuels, H (2003). Sexual harassment in the workplace: A feminist analysis of recent developments in the UK. *Women's Studies International Forum*, 467-482. <http://doi.org/10.1016%2Fj.wsif.2003.08.004>
- Sheppard, LD, Goffin, RD, ..., & Olson, J (2011). The effect of target attractiveness and rating method on the accuracy of trait ratings. *Journal of Personnel Psychology*, 10, 24-33. <http://doi.org/10.1027/1866-5888/a000030>
- Sobel, ME (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. In S Leinhardt (Ed), *Sociological Methodology 1982* (290-312). Washington DC: American Sociological Association.
- Temkin, J, & Krahé, B (2008). *Sexual assault and the justice gap: A question of attitude*. Oxford, UK: Hart.
- Topa, G, Morales, JF, & Depolo, M (2008). Perceived Sexual Harassment at Work: Meta Analysis and Structural Model of Antecedents and Consequences. *The Spanish Journal of Psychology*, 11(1), 207-218. <https://doi.org/10.1017/S113874160000425X>
- Torregrosa-Ruiz, M, Molpeceres, MA, & Tomas, JM (2017). The relationship of sexism and gender ideology to self-concept and self-esteem in persons with spinal cord injury. *Anales de Psicología*, 33(2), 225-234. <https://doi.org/10.6018/analesps.33.2.232371>

Anexo 1

Condición 1: Chica atractiva/Confrontación

María es una chica atractiva físicamente que trabaja en un taller mecánico. Pablo, uno de los clientes habituales del taller, suele dirigirse a María realizando comentarios del tipo: Me gusta cómo se te marca el cuerpo con la ropa que llevas puesta, antes los cuales María se siente incómoda y se enfrenta directamente a Pablo haciéndole saber que dichos comentarios le molestan.

Condición 2: Chica atractiva/No Confrontación

María es una chica atractiva físicamente que trabaja en un taller mecánico. Pablo, uno de los clientes habituales del taller, suele dirigirse a María realizando comentarios del tipo: Me gusta cómo se te marca el cuerpo con la ropa que llevas puesta, ante los cuales María se siente incómoda y suele ignorar dichos comentarios.

Condición 3: Chica no atractiva/Confrontación

María es una chica poco atractiva físicamente que trabaja en un taller mecánico. Pablo, uno de los clientes habituales del taller, suele dirigirse a María realizando comentarios del tipo: Me gusta cómo se te marca el cuerpo con la ropa que llevas puesta, antes los cuales María se siente incómoda y se enfrenta directamente a Pablo haciéndole saber que dichos comentarios le molestan.

Condición 4: Chica no atractiva/No Confrontación

María es una chica poco atractiva físicamente que trabaja en un taller mecánico. Pablo, uno de los clientes habituales del taller, suele dirigirse a María realizando comentarios del tipo: Me gusta cómo se te marca el cuerpo con la ropa que llevas puesta, ante los cuales María se siente incómoda y suele ignorar dichos comentarios.

Anexo 2

Condición 1: Contrato Estable/Confrontación

María es una chica que trabaja en un taller mecánico con un contrato indefinido. Pablo, uno de los clientes habituales del taller, suele dirigirse a María realizando comentarios del tipo: Me gusta cómo se te marca el cuerpo con la ropa que llevas puesta, ante los cuales María se siente incómoda y se enfrenta directamente a Pablo haciéndole saber que dichos comentarios le molestan.

Condición 2: Contrato Estable/Evitación

María es una chica que trabaja en un taller mecánico con un contrato indefinido. Pablo, uno de los clientes habituales del taller, suele dirigirse a María realizando comentarios del tipo: Me gusta cómo se te marca el cuerpo con la ropa que llevas puesta, ante los cuales María se siente incómoda y suele ignorar dichos comentarios.

Condición 3: Contrato Inestable/Confrontación

María es una chica que trabaja en un taller mecánico con un contrato de 6 meses. Pablo, uno de los clientes habituales del taller, suele dirigirse a María realizando comentarios del tipo: Me gusta cómo se te marca el cuerpo con la ropa que llevas puesta, ante los cuales María se siente incómoda y se enfrenta directamente a Pablo haciéndole saber que dichos comentarios le molestan.

Condición 4: Contrato Inestable/Evitación

María es una chica que trabaja en un taller mecánico con un contrato de 6 meses. Pablo, uno de los clientes habituales del taller, suele dirigirse a María realizando comentarios del tipo: Me gusta cómo se te marca el cuerpo con la ropa que llevas puesta, ante los cuales María se siente incómoda y suele ignorar dichos comentarios.