

# BRECHAS SALARIALES EN EL MERCADO LABORAL: EL IMPACTO DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LA PUBLICIDAD DE LA VACANTE

Un análisis sobre las disparidades en el mercado laboral que se originan por los estereotipos de género.

*Eva O. Arceo Gómez, Raymundo M. Campos-Vasquez, Raquel Y. Badillo y Sergio López-Araiza\**

31 de mayo de 2022

ESTE RESUMEN FUE REALIZADO POR AXEL EDUARDO GONZÁLEZ GÓMEZ PARA MÉXICO, ¿CÓMO VAMOS?

TEXTO ORIGINAL PUBLICADO EN EL [JOURNAL OF LABOR RESEARCH EL 2 DE ABRIL DE 2022](#). REPLICADO CON PERMISO DE LAS AUTORAS PARA FINES DIDÁCTICOS NO LUCRATIVOS.

## RESUMEN

Los estereotipos de género; suposiciones sobre los roles sociales apropiados para hombres y mujeres, impregnan el mercado laboral. Arceo, Campos-Vasquez, Badillo y López-Araiza analizan información de más de 2.5 millones de anuncios de empleo en tres sitios web de búsqueda de empleo diferentes en México, de los cuales aproximadamente 235,000 están explícitamente orientados al género y para el resto utilizaron un algoritmo random forest para predecir si los anuncios no especificados de manera explícita están dirigidos a hombres o mujeres, según el lenguaje que utilicen.

Así, encuentran evidencia de que los anuncios que buscan características “comunitarias”, asociadas estereotípicamente con mujeres, especifican salarios más bajos que los que buscan características de “agentes”, asociadas estereotípicamente a los hombres.

Concluyen que los anuncios sin especificación explícita para los que predijeron el género muestran mayores brechas salariales (8-35 por ciento) que los anuncios explícitamente segmentados por género (0-13 por ciento) y queda claro que para reducir las brechas salariales que existen de forma persistente entre hombres y mujeres es de vital importancia alterar las normas sociales de género presentes en nuestras sociedades.

## INTRODUCCIÓN

Aunque la brecha salarial global de género ha disminuido un poco con el tiempo, ha demostrado ser muy persistente. Según el Informe Global de Brecha de Género (Foro Económico Mundial 2019), la brecha salarial entre hombres y mujeres que realizan un trabajo similar en todo el mundo se ha estancado en aproximadamente un 65 por ciento. El aumento de la convergencia de género en el capital humano, junto con medidas antidiscriminatorias más estrictas, deja a las normas de género como la explicación restante de la brecha.

Las descomposiciones salariales en varios países muestran que esta parte de la brecha es ahora mucho más importante que la parte explicada por las diferencias de género en educación y experiencia. La literatura económica ha respondido con un mayor interés en los estereotipos de género y sus correspondientes normas y roles. La literatura más reciente sobre sanciones económicas a la maternidad en varios países también arroja luz sobre los estereotipos de género como una fuente importante de disparidades en el mercado laboral.

Este estudio analiza cómo los estereotipos de género afectan la brecha salarial a través de un mecanismo diferente. Las autoras buscan medir cómo es que los estereotipos de género de los puestos de trabajo en el mercado laboral abren brechas salariales, dado que las empresas asignan diferentes valores a las capacidades asociadas a hombres y mujeres. Estas asociaciones están, por supuesto, enraizadas en visiones estereotipadas de cómo deben comportarse las personas en función de su género.

De acuerdo con estudios anteriores, la asertividad y el desempeño se ven como indicadores de una mayor agencia en los hombres, y la calidez y el cuidado de los demás se ven como signos de una mayor comunidad en las mujeres. Las autoras proporcionan entonces evidencia que sugiere que,

incluso cuando no se especifica el género deseado del posible empleado, la discriminación implícita en los anuncios de trabajo ayuda a explicar la brecha salarial.

El lenguaje estereotipado utilizado para describir trabajos en los sitios web de búsqueda de empleo puede inducir a las mujeres a solicitar trabajos descritos con características estereotípicamente femeninas (*comunitarias*) y a los hombres a postularse a trabajos con características estereotípicamente masculinas (*agentes*) (ver tabla 1). Si las características estereotípicamente femeninas y masculinas no se valoran por igual en el mercado laboral, esta autoselección produce una brecha salarial.

Tabla 1. Características comunicarías y características de agencia

Características Comunitarias (típicamente relacionada con las mujeres)	Características de Agencia (típicamente relacionada con los hombres)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compromiso</li> <li>- Puntual</li> <li>- Honesto/a</li> <li>- Atento/a</li> <li>- Trabajo en equipo</li> <li>- Servicial</li> <li>- Amable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Control</li> <li>- Iniciativa</li> <li>- Motivación</li> <li>- Trabajo bajo presión/estrés</li> <li>- Proactivo/a</li> <li>- Responsable</li> </ul>

## DATOS

Los sitios web de búsqueda de empleo brindan un conjunto particularmente rico de macrodatos con respecto a las descripciones de puestos, y estos datos se utilizan cada vez más para estudiar los mercados laborales. El uso creciente de búsquedas de empleo en línea ha proporcionado una mejor comprensión del proceso de búsqueda de empleo y el proceso de correspondencia entre vacantes y solicitantes de empleo.

Las autoras utilizan más de 2.5 millones de anuncios de empleo de tres sitios web de búsqueda de

empleo diferentes (OCC Mundial, Bumeran y CompuTrabajo), identificando aproximadamente 235,000 anuncios explícitamente orientados por género. Con esta muestra, analizan la frecuencia de las palabras utilizadas para describir trabajos dirigidos a hombres en relación con los destinados a mujeres. Dado que solo un pequeño porcentaje de los anuncios están orientados al género (es decir, anuncios explícitamente discriminatorios), utilizan además un algoritmo *random forest* para clasificar los anuncios sin género como dirigidos a hombres o mujeres según el lenguaje utilizado, llamando a este conjunto de anuncios con orientación de género predicha anuncios "implícitamente discriminatorios".

## RESULTADOS

El estudio busca comprobar si los anuncios cuyo lenguaje expresa estereotipos sobre las mujeres se asocian con salarios más bajos que los que expresan estereotipos sobre los hombres. Así como estimar la brecha salarial de género para anuncios discriminatorios tanto explícitos como implícitos.

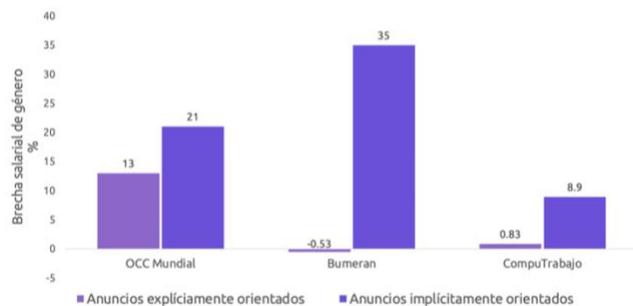
Los hallazgos de las autoras muestran que los anuncios con palabras "comunitarias" (a menudo relacionadas con mujeres) especifican salarios que son un 13 por ciento menores que aquellos sin tales palabras. Por otro lado, los anuncios con palabras "agentes" (a menudo relacionadas con hombres) ofrecen salarios que son un 8 por ciento más altos que aquellos sin tales palabras. Además, los anuncios explícitamente orientados al género muestran una brecha salarial de género del 13 por ciento en OCC Mundial; sin embargo, no existe una brecha sustancial en Bumeran o CompuTrabajo.

Por otro lado, utilizando el modelo (algoritmo *random forest*) para identificar los anuncios implícitos de género, es decir, si los anuncios de trabajo sin género están dirigidos implícitamente a hombres o mujeres, se estima una brecha salarial del 35% en Bumeran, 21% en OCC Mundial y 9% en CompuTrabajo. Es decir, los anuncios que transmiten el género solo de manera indirecta, a

través de un lenguaje estereotipado, tienen mayores brechas salariales de género que los anuncios que tienen un género explícito.

### Brecha salarial de género en anuncios de empleo

Explícita e implícitamente orientados al género



ELABORADO POR MÉXICO, ¿CÓMO VAMOS? CON DATOS DE LAS AUTORAS.

## CONCLUSIONES

Aunque la discriminación de género explícita está presente en el contexto mexicano, solo puede explicar una pequeña fracción de la brecha salarial de género: de acuerdo con los resultados del presente estudio, la brecha salarial de género en anuncios explícitamente discriminatorios es como máximo del 13 por ciento.

Explicar la brecha salarial de género a través de los anuncios de empleo para identificar patrones que sistemáticamente pagan menos a las trabajadoras que a sus homólogos masculinos es de suma importancia. Las autoras argumentan que existe un mecanismo más sutil que los anuncios explícitamente discriminatorios a través del cual los posibles empleadores señalan implícitamente el género de sus candidatos deseados y encuentran que en esta señalización implícita de género la brecha salarial es mayor.

Este resultado implica entonces que para reducir las brechas salariales que existen de forma persistente entre hombres y mujeres es de vital importancia alterar las normas sociales de género presentes en nuestras sociedades.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arceo-Gomez, E. O., Campos-Vazquez, R. M., Badillo, R. Y., & Lopez-Araiza, S. (2022). Gender stereotypes in job advertisements: What do they imply for the gender salary gap? *Journal of Labor Research*, 43(1), 65–102. <https://doi.org/10.1007/s12122-022-09331-4>

\*[Eva O. ARCEO](#) (@EVAOARCEO). UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA, PROLONGACIÓN PASEO DE LA REFORMA 880, LOMAS DE SANTA FE, 01219, CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO.

Raymundo M. Campos-Vazquez (@RMCAMPOSVAZQUEZ). CENTRO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS, EL COLEGIO DE MÉXICO, CAMINO AL AJUSCO 20, COL. PEDREGAL DE SANTA TERESA, 10740, CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO.

RAQUEL Y. BADILLO (@YUNOENB). BANCO DE MÉXICO, CINCO DE MAYO 2, 06000, CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO.

SERGIO LÓPEZ-ARAIZA (@SELOPAB). INSTITUTO TECNOLÓGICO AUTÓNOMO DE MÉXICO, CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO.