

Brechas salariales en el mercado laboral

El impacto de los estereotipos de género en la **publicidad de la vacante.**

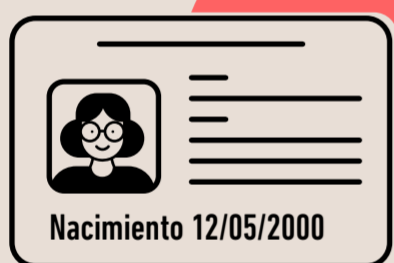
De acuerdo con un estudio que analiza el contenido de más de 2.5 millones de anuncios de vacantes laborales en tres sitios web de búsqueda de empleo en **México (CompuTrabajo, OCC Mundial y Bumeran):**

- Los estereotipos de género permean en el mercado laboral.
 - × Estos abren brechas salariales dado que las empresas asignan diferente valor a las habilidades asociadas a hombres y mujeres.
- Los estereotipos están presentes en diferentes tipos de anuncios de vacantes laborales:



01. El 10% de los anuncios especifican el género solicitado del candidato(a)

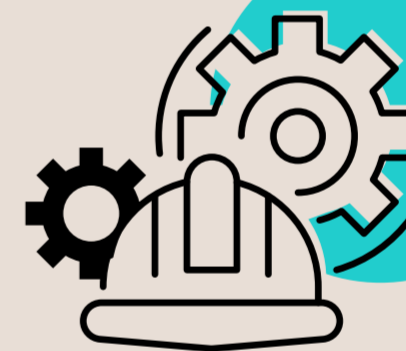
¿Qué características tienen este tipo de anuncios?



Solicitan que las **mujeres sean más jóvenes** que los hombres.



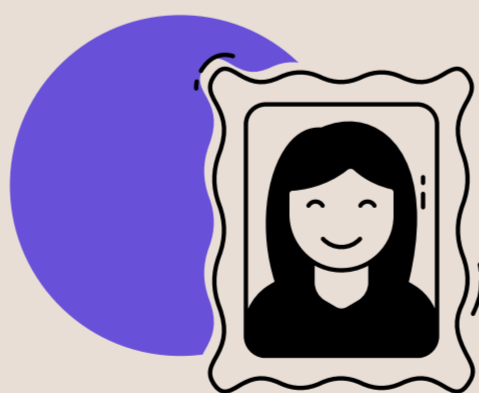
Los anuncios dirigidos a **mujeres** tienen el doble de probabilidad de especificar **compensaciones por comisión.**



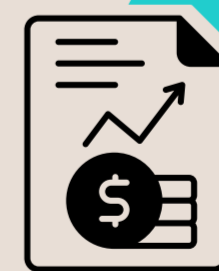
El 26% de las publicaciones dirigidas a **hombres** especifican **títulos de ingeniería.** En los anuncios dirigidos a mujeres solo se especifican en el 8%.



En los anuncios dirigidos a **mujeres** es más común que se discrimine por **estado civil.**



Los requisitos de **aparición y solicitud de fotografía** se especifican con el doble de frecuencia en los anuncios dirigidos a **mujeres.**



En este tipo de anuncios (género explícito), **la brecha salarial de género es del 13% en OCC Mundial.**

Basado en el texto:

"Gender stereotypes in job advertisements: What do they imply for the gender salary gap?"
de Eva O. Arceo Gómez, Raymundo M. Campos Vasquez, Raquel Y. Badillo y Sergio López-Araiza.



02. ¿Qué pasa con los anuncios que no especifican el género para cubrir la vacante?

Aunque la mayoría de los anuncios de vacantes laborales no especifican un género, el **uso de lenguaje estereotipado** en la publicidad de la vacante induce a las personas a postularse a aquellos trabajos descritos con características estereotípicas de su género.

Esas características pueden dividirse en dos categorías:

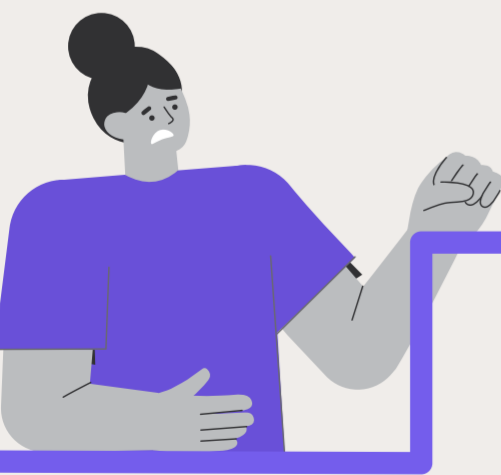


Esta segregación de ocupaciones que se consideran apropiadas para uno u otro género se encuentra presente desde la publicidad de las vacantes y se traduce en una brecha salarial en el mercado laboral.

Usando un modelo 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.



Conoce más en mexicocomovamos.mx/escuela-de-economia

