

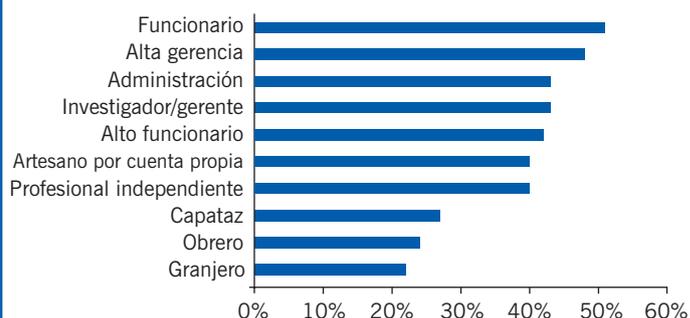
¿Sirve de algo ser guapo?

Las personas físicamente atractivas pueden ganar más, sobre todo en trabajos de cara al cliente, pero los hombres se benefician de ello más que las mujeres

DISCURSO DE ASCENSOR

Es una opinión bien establecida entre los economistas que las personas atractivas tienen más posibilidades de empleo y pueden ganar más que aquellas que son menos atractivas físicamente. Una «prima de la belleza» es particularmente evidente en trabajos donde hay un aumento de la productividad asociado a una buena apariencia, aunque esto varía para los hombres y las mujeres, y varía según el país. Las personas atractivas optan por ocupaciones conforme a los beneficios relativos a sus características físicas y de otro tipo; las personas atractivas aceptan trabajos en los que la apariencia física se considera importante, mientras que las personas menos atractivas se alejan de ellos (o se les exige que sean más productivas por el mismo salario).

Porcentaje de empleados considerados muy atractivos por ocupación en Alemania



Fuente: cálculos propios del autor de GSS 2008. En internet: <http://www.gesis.org/fileadmin/upload/dienstleistung/daten/umfragedaten/allbus/Fragebogen/quest2008.pdf>

HALLAZGOS CLAVE

Pros

- + La discriminación en la empresa contra los trabajadores menos atractivos está presente en el mercado laboral.
- + En los trabajos en los que la apariencia es importante, es evidente que la belleza aporta beneficios.
- + Las personas atractivas optan por ocupaciones en las que el beneficio por la apariencia es mayor, mientras que las que son menos atractivas las evitan.
- + La forma en que las personas físicamente atractivas se autoclasifican en el mercado laboral es diferente para hombres y mujeres, lo que también explica por qué el «efecto belleza» es más pronunciado en los hombres.

Contras

- No existe un estándar universal de belleza y también es difícil de medir.
- La belleza no es un factor fijo, sino que puede verse influida por otros factores, como los cosméticos o la cirugía plástica, y puede confundirse por la confianza o la personalidad.
- Es difícil separar el efecto de la belleza de otros atributos personales que no son tan reconocibles inmediatamente.
- La discriminación por parte del cliente no puede separarse fácilmente de las diferencias reales en la productividad.
- No es fácil hacer comparaciones entre países cuando las percepciones del atractivo físico difieren.

MENSAJE PRINCIPAL DE LOS AUTORES

El número de reclamaciones por discriminación laboral según la apariencia física está aumentando. En algunos países, se están introduciendo políticas para contrarrestar dicha discriminación, pero si no tienen en cuenta los canales a través de los cuales la apariencia física afecta a los resultados laborales (como la discriminación de la empresa o del cliente, la productividad y la clasificación ocupacional), pueden no lograr sus objetivos. La sociedad debe reconocer y observar la relevancia de la prima de la belleza. La necesidad de intervenciones depende de consideraciones legales y de si dicha prima refleja discriminación o productividad.