

# LA BELLEZA Y SU EFECTO EN EL MERCADO LABORAL: UN CASO DE EVIDENCIA PARA CHILE<sup>1</sup>

Claudia Sanhueza R. [\[ILADES. Facultad de Economía y Negocios. Universidad Alberto Hurtado\]](#)

Rodrigo Bravo C. [\[Facultad de Economía y Negocios. Universidad de Chile\]](#)

Oscar Giusti B. [\[Facultad de Economía y Negocios. Universidad de Chile\]](#)

El presente artículo busca explicar la diferencia de ingresos en el mercado laboral producto de la apariencia física o “belleza” en una muestra de ingenieros comerciales egresados desde 1978 hasta 1998. Utilizando sus fotos y observadores elegidos aleatoriamente se construyó un índice de belleza que categoriza a cada individuo, el cual se utiliza como variable de control. Los resultados indican que el efecto de la “belleza” está presente sólo en cohortes más jóvenes de egresados, como un “premio” por estar sobre el promedio para las mujeres, llegando a ser del orden del 33%, y como un “castigo” por estar bajo el promedio para los hombres, cercano al 36%. Otro resultado es que el efecto para los hombres se disipa más rápidamente que para las mujeres. Por último, aunque no existe evidencia concluyente del efecto “belleza” entre trabajadores del sector público y privado, y trabajadores independientes y empleados, la belleza de los individuos importaría más en el sector privado y para trabajadores dependientes o empleados.

## I. Introducción

Las diferencias salariales explicadas por conceptos de discriminación en el mercado laboral es un tema de gran preocupación dentro de la sociedad y especialmente dentro de los economistas que aspiran a mostrar evidencia fidedigna de su existencia y magnitud. Normalmente se entiende por discriminación laboral a la diferencia existente entre salarios de personas con igual calificación que se encuentra explicada por características que no tienen que ver con su productividad, ya sea raza, género, religión u origen socioeconómico<sup>2</sup>.

La literatura comúnmente menciona género, raza y origen socioeconómico como los factores más comunes por el cual un trabajador es discriminado. Sin embargo, existe otro caso de discriminación que parece interesante analizar: discriminación por belleza o apariencia física<sup>3</sup>. El objetivo de este artículo es analizar la existencia de discriminación en contra de “los feos” y de los posibles favoritismos hacia “los bellos” en el mercado laboral chileno. Esto reflejado en diferencias salariales explicadas por un componente discriminatorio asociado a la belleza de los trabajadores.

Para analizar la posible existencia de discriminación por belleza en el mercado laboral se utiliza un grupo de ingenieros comerciales de una universidad “X”. Se intenta percatar si los ingresos obtenidos por este grupo pueden estar influidos por un componente de belleza “objetiva” de estos trabajadores y si hay grupos beneficiados o perjudicados en términos de obtención de ingresos al considerar como variable crítica de análisis el componente de belleza.

Para lo anterior, es necesario crear un “índice de belleza” que cumpla con la condición de ser una variable de común acuerdo a fin de avalar su objetividad. Es decir, si no existe acuerdo de qué es belleza, entonces no tiene sentido estudiar su efecto sobre los salarios al ser tal efecto subjetivo. En este sentido, la literatura existente hasta ahora nos muestra que el problema del “común acuerdo” es fácilmente solucionable, o más bien, no existe tal problema.

Otra característica interesante de señalar es que si bien el efecto de este concepto “acordado” de belleza sobre los salarios puede ser positivo y estadísticamente significativo, resulta complicado inferir si aquella diferencia se

debe a discriminación, ya que puede tratarse de casos en que la belleza esté asociada a productividad. Una forma de enfrentar esta dificultad es separar aquellos trabajos en los que la belleza puede estar asociada a productividad<sup>4</sup>, de los que no, y analizar los efectos existentes. De esa forma se obtienen los resultados diferenciando claramente la productividad de los efectos que sugieren discriminación.

El presente trabajo se estructura de la siguiente manera. Luego de esta breve introducción en la sección II se muestra una revisión de la literatura relacionada a la discriminación por apariencia física y sus efectos, en la sección III se muestra un modelo de capital humano incorporando el componente de belleza, en la sección IV se describen los datos sobre los cuales se realiza el estudio y la metodología de construcción del índice de belleza, en la sección V se describen los principales resultados y finalmente se entregan las conclusiones.

## II. Revisión de Literatura

El trabajo pionero en economía laboral relacionado con discriminación por apariencia física es “Beauty and the Labor Market”<sup>5</sup>. En él los autores examinan los efectos de la belleza sobre los salarios de las personas. La única forma de poder realizar este tipo de estudio, es que la característica sobre la cual se estudia la discriminación sea una característica objetiva y no dependa de un juicio personal. En el caso de la belleza no es simple asumir eso, ya que existe la creencia de que muchas veces la belleza depende de quien la observa, precisamente esta creencia es la que los autores refutan con evidencia empírica.

Según la literatura<sup>6</sup> la belleza permanece más bien constante en un periodo correspondiente a la vida laboral de un individuo (y mucho más) dentro de una misma cultura, por lo tanto existen parámetros que objetivamente determinan un nivel de belleza. Por otra parte, existe evidencia de que esto es así. En Canadá se desarrolló una encuesta<sup>7</sup> en la cual se toman fotografías de diferentes individuos y se les pide a una muestra de distintas personas que los categoricen dentro de 5 categorías de belleza<sup>8</sup>. Luego, en otro año, se toma una muestra dis-

---

1 La versión completa y con tablas de resultados de este trabajo se puede encontrar en Documentos de Investigación. Facultad de Economía y Negocios Universidad Alberto Hurtado. ILADES-Georgetown University. <http://www.economia.uahurtado.cl/pdf/publicaciones/inv204.pdf>

2 Núñez, Gutiérrez (2004)

3 Hamermesh y Biddle (1994), Biddle y Hamermesh (1998), Hamermesh y Parker (2003), Harper (2000), y Sachsida, Dornelles y Mesquita (2003)

4 Productividad en este tipo de trabajos también puede ser discriminación por parte del cliente, proveedores, o algún otro agente con el cual el trabajador interactúe.

5 Hamermesh y Biddle (1994)

6 Hatfield y Sprecher (1986); Quinn (1978); Roszell, David y Grabb (1989)

7 Véase Hamermesh y Biddle (1994)

8 Bellos (*strikingly handsome or beautiful*); sobre el promedio (*above average for age or good looking*); en el promedio (*average for age*); bajo el promedio (*below average for age (quite plain)*); y “feo” o bien no atractivo (*homely*).

tinta de observadores para categorizar nuevamente las fotografías. El resultado es que la percepción de belleza dentro de distintos grupos de observadores en distintos periodos de tiempo discrepa muy poco, es más, se pudo inferir a partir de los resultados que el 54% permanece en la misma categoría de belleza en ambos años en los que se llevó a cabo el experimento, y un 96% permanece en la misma categoría o ascendió o descendió una categoría, es decir, las correlaciones de las respuestas de los observadores son altamente no aleatorias. Más aún, la evidencia muestra que las respuestas de observadores que van desde los 7 a los 50 años están altamente correlacionadas. Además las fotografías de un grupo de personas en distintas etapas de su vida mostraron estar altamente correlacionadas entre sí<sup>9</sup>. Por lo tanto, distintos observadores en distintos periodos de tiempo, ven a las personas de manera bastante similar en términos de belleza, por lo tanto es completamente viable velar por un componente de evaluación objetivo y estudiar el efecto de la belleza sobre los salarios de las personas a lo largo de su vida laboral.

En el estudio de Hamermesh y Biddle (1994), se analizan los efectos de la belleza sobre los ingresos de las personas en Estados Unidos, y utilizan el mismo índice de belleza de cinco categorías usados en los experimentos sociológicos anteriores. Ellos encuentran que las personas bajo el promedio de belleza reciben un “castigo” que va desde un 5% a un 10%, el “premio” por estar por sobre el promedio es levemente menor, y prácticamente no existen diferencias de género. En el caso de las mujeres bajo el promedio de belleza, éstas tienen una tasa de participación laboral menor, además tienden a contraer matrimonio con hombres de menor capital humano, es decir, las potenciales ganancias de los esposos son menores a las de ellas. Existe por lo tanto, una auto segregación del mercado laboral para las mujeres bajo el promedio de belleza y un castigo en el mercado del matrimonio para estas mujeres, ya que a pesar que la probabilidad de contraer matrimonio de la mujer no depende de si está sobre o bajo el promedio de belleza, la calidad del esposo (en capital humano) con el que en general se casa es menor al promedio.

Esta investigación tiene dos principales críticas. La primera es que el set de datos de los individuos es relativamente pequeño, por lo tanto en las ecuaciones de Mincer, o de ingreso, hay una alta probabilidad de que existan variables omitidas, lo que produciría sesgo en las estimaciones. La segunda, es que la categorización de belleza de los individuos la coloca el encuestador, lo que conlleva a problemas de sesgo, ya que la persona que categoriza puede verse sesgada a calificar de mejor manera a las personas que ganan más. Este problema lo enfrentan calculando los estimadores con efecto fijo del encuestador, los resultados no cambian significativa-

mente. Una mejor forma de enfrentar esta dificultad es tomar a observadores que no conozcan a las personas que categorizarán, y utilizar el promedio de las calificaciones como variable explicativa. De hecho, el presente estudio utilizó dicha metodología.

### III. El modelo

La apariencia física puede afectar los ingresos de las personas, ya sea por discriminación del empleador o de los clientes, o por mayor productividad en ciertas ocupaciones asociada a trabajadores con mejor apariencia física. Lamentablemente no existe forma de diferenciar estas últimas dos categorías, ya que en trabajos donde la “belleza” es productiva, esta mayor productividad del trabajador “bello” podría estar asociada a discriminación por parte del cliente, como también podría estar asociada a mayores habilidades sociales y no cognitivas propias de los trabajadores “bellos” para interactuar con sus colegas, superiores y subalternos.

Los resultados también dependen de la distribución de los trabajadores entre los tipos de trabajos. Ciertamente los trabajadores atractivos escogerán trabajos en donde esta característica sea remunerada, de la misma manera, trabajadores que no son atractivos preferirán trabajos en los que no se remunere aquella condición. Sin embargo, es poco probable que se dé una completa segmentación de mercado, es decir, que todos los trabajadores atractivos se encuentren en trabajos en los que esta condición sea remunerada y al mismo tiempo todos los trabajadores no atractivos se encuentren en ocupaciones en las que esta característica sea no remunerada. Lo más probable es que existan trabajadores de ambas condiciones en ambos tipos de trabajo, ya que sus otras características productivas les permiten tener un salario relativamente alto. Aún así, estamos incapacitados de saber si las diferencias salariales se deben a productividad o a discriminación. Una forma de enfrentar esta dificultad es obtener una ecuación de salarios e incluir los trabajos en los que la belleza puede ser productiva. Una ecuación que aproxima esto es:

$$\log w_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \beta_2 \theta_i + \beta_3 OCC_i + \beta_4 (\theta_i * OCC_i) + \varepsilon_i$$

Donde  $w_i$  es el logaritmo de los salarios el cual dependería de  $\theta_i$  que es el índice de belleza y de  $X_i$  un set de otros factores que determinan los salarios. Además, agregamos  $OCC_i=1$  si la ocupación en donde se desenvuelve el trabajador es identificada como una en la que la belleza puede ser productiva y cero en otro caso, los  $\varepsilon_i$  son los residuos, y los  $\beta$ 's son los parámetros.

Al hacer interactuar las variables  $OCC_i$  y  $\theta_i$ , la variable

<sup>9</sup> Para mayores detalles véase Adams (1977)

dummy resultante nos da la interacción existente entre la belleza y los trabajos en los que la belleza es productiva, donde  $(\theta_i * OCC_i) = 1$  si se trata de un trabajador bello en un trabajo en el cual la belleza es retribuida, y cero en otro caso. Según Hamermesh y Biddle (1994) en este modelo existen 3 hipótesis: 1)  $\beta_2 > 0$  y  $\beta_3 = \beta_4 = 0$ , existe discriminación por parte del empleador; 2) si  $\beta_3 > 0$ , existe evidencia de segmentación de mercado, los trabajadores atractivos ganarán mayores salarios, en promedio, ya que se encuentran en ocupaciones en las que esa condición se retribuye y no por discriminación. Del mismo modo los trabajadores no atractivos ganan en promedio menos ya que se encuentran en ocupaciones en las cuales no se retribuye la belleza; 3) si  $\beta_4 > 0$  y  $\beta_2 = \beta_3 = 0$ , indica la ausencia de discriminación, y sólo existe una retribución a los bellos únicamente porque se encuentran en trabajos en los que esta condición es productiva<sup>10</sup>.

#### IV. Datos

Los datos utilizados en este estudio fueron tomados de una encuesta a una muestra representativa de egresados y titulados de varias carreras de una universidad "X". Entre las variables se encuentra una rica data del background profesional, además de una categoría que mide las habilidades o cognitivas de los encuestados. Adicionalmente, la universidad entregó información académica relevante de cada uno de los graduados, en consecuencia se cuenta con una base de datos única para estimar una ecuación de salarios o de Mincer.

Para construir la categoría de "belleza" de cada uno de los egresados, la universidad "X" facilitó las fotografías de las actas de egreso de los ex-alumnos incluidos en la muestra. Algunas fotos estaban perdidas por lo que el número final de fotografías que se obtuvo fueron 462, divididas equitativamente por género. Además, debido a la antigüedad de las actas, las fotografías no son digitales, por lo que se tuvo que escanear cada una de ellas y de esta forma se respaldaron.

Por otro lado, se consiguieron ocho "observadores imparciales", es decir personas que no conocen a las personas de las fotografías, para calificar su nivel de atractivo dentro de 5 categorías: atractivo(a) (extremadamente atractivo o bello), sobre promedio (sobre el promedio para su edad), promedio (promedio para su edad), bajo promedio (bajo promedio para su edad), y "feo"(a) (no atractivo (a)).

Los observadores que participaron fueron 8 personas, 4 hombres y 4 mujeres. Los 4 hombres se sub-clasifican por edad de la siguiente forma; 2 son mayores de 35 años (uno perteneciente al tercer quintil de ingresos y el otro al quinto) y 2 menores de tal edad, (igual subdivisión de ingresos). Las 4 mujeres cumplen con la misma subdivisión de categorías. La subdivisión de edad es igual a la que utiliza Hamermesh (1998); lo que se busca es básicamente la opinión de un joven (menor de 35 años) y la de un adulto (mayor de 35 años)<sup>11</sup>. El objetivo de esta categorización es obtener una muestra de observadores dispersa y representativa. Se podría argumentar que 8 observadores es un número reducido y que no se está tomando en cuenta la opinión de personas de los primeros quintiles de ingresos. Sin embargo, tal como se ha expuesto en la evidencia empírica, la correlación entre las respuestas es tan alta (se mostrará que este caso no es la excepción) que en realidad una muestra pequeña de observadores es suficiente<sup>12</sup>. Por otro lado, el objetivo del estudio es analizar la discriminación por parte del empleador por lo que la opinión relevante en relación a la "belleza" es la de alguien con similares características a un empleador. Además, basándonos en la realidad chilena sobre la distribución de ingresos, esta muestra que los primeros 4 quintiles de ingresos son altamente homogéneos, mientras que la diversidad se encuentra en el quinto quintil. De esta forma, al tomar a "observadores imparciales" del tercer quintil tomamos la opinión promedio de personas del primero al cuarto. Por otro lado, lo más probable es que las respuestas de alguien perteneciente a un quintil bajo de ingresos no sea muy diferente del resto.

Para construir el vector de "belleza" lo primero que se realizó fue consultarles a los 8 observadores de manera independiente, que clasificaran cada fotografía dentro de una de las 3 categorías; "atractivo(a)", "promedio(a)" y "feo(a)". Luego, se tomaron únicamente las fotografías que fueron catalogadas como "promedio" y se les pidió que las clasificaran en 3 nuevas categorías; "promedio-atractivo(a)", "promedio-promedio", "promedio-feo(a)". De esta forma se construyen las 5 categorías definitivas, capturando la primera impresión del observador entre "atractivo(a)", "promedio" y "feo(a)", para así evitar sesgo y aglomeración en la categoría "promedio".

Los resultados finales, en términos de cuantas personas fueron clasificadas en cada una de las categorías y sus respectivos porcentajes, se presentan en la siguiente tabla resumen:

<sup>10</sup> Ya se discutió que esta "productividad" puede ser también discriminación, pero por parte del cliente. Pero no constituye discriminación por parte del empleador, ya que la conducta de éste es racional, está maximizando beneficios.

<sup>11</sup> Mas detalles véase Hamermesh (1998)

<sup>12</sup> De hecho Hamermesh (1998) utiliza la mitad de observadores y no categoriza según ingresos.

## DISTRIBUCIÓN DE INDIVIDUOS ENTRE CATEGORÍAS

Característica	Mujeres		Hombres		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Atractivos(as)	12	5,19%	6	2,60%	18	3,90%
Sobre Promedio	32	13,85%	25	10,82%	57	12,34%
Promedios	49	21,21%	41	17,75%	90	19,48%
Bajo Promedio	77	33,33%	80	34,63%	157	33,98%
Feos(as)	61	26,41%	79	34,20%	140	30,30%
Total	231	100,00%	231	100,00%	462	100,00%

**a) Percepción de Belleza.**

Teniendo los 8 vectores de “atractivo físico”, correspondientes a los 8 “observadores imparciales”, se tomó la media aritmética de las respuestas y de este modo se obtuvo el vector de “atractivo físico” promedio de la muestra. A continuación se construyó una matriz de correlaciones parciales entre los 8 observadores que muestra que las correlaciones parciales son estadísticamente significativas, lo que refleja la existencia de un parámetro objetivo de belleza.

De esta forma el vector de atractivo físico se construye a partir del promedio de los 8 vectores de cada uno de los “observadores imparciales”, es decir, para cada individuo de la muestra existirá un valor entre 1 y 5 que lo clasificará dentro de una de las categorías descritas anteriormente, y ese valor es el resultado del promedio de 8 valores de cada uno de los observadores<sup>13</sup>.

**b) Fotografía vs. Realidad**

Tal como se mostró en el apartado anterior, la belleza es vista de manera muy similar entre distintos individuos. Sin embargo, no existe evidencia respecto a que la percepción de una fotografía sea la misma que se reflejaría al ver a la persona en vivo. Para hacerse cargo de esta dificultad se innovó el procedimiento anterior realizando una pequeña modificación que consideró una similar apreciación de las personas en fotografía y en persona. Al igual que el experimento anterior, los resultados muestran la existencia de un criterio objetivo de belleza debido a los altísimos valores del coeficiente de correlación existente entre las respuestas de los observadores. Una crítica a este experimento podría ser el bajo número de individuos observados. Sin embargo, las 28 correlaciones parciales son estadísticamente significativas, lo que refleja que la percepción derivada de una fotografía no difiere en demasía con la que se deriva al conocer personalmente al individuo.

<sup>13</sup> El valor final se aproxima en la medida en que el decimal sea mayor o igual a 0.5

**Resultados<sup>14</sup>**

La primera forma de estimar el retorno a la belleza fue a través de un modelo bastante simple, en el cual se tomó la variable “belleza” de manera lineal, es decir, las 5 categorías de belleza se tomaron como una sola variable continua con valores crecientes a mayor nivel de belleza<sup>15</sup> y se estimó el retorno promedio de aumentar una categoría. Se hicieron diferentes estimaciones separadas por género y controlando por distintas variables referidas a la experiencia laboral, educación de padres, estudios de postgrado, rendimiento en la universidad, ubicación geográfica del trabajo, región, tamaño y cargo dentro de la firma donde trabaja, origen socioeconómico y test de habilidades no cognitivas. Los resultados de las estimaciones del modelo más simple indican que para los hombres existe un aumento de 5% de ingreso por cada categoría adicional de belleza, para las mujeres los resultados no son estadísticamente significativos.

Una forma más correcta de estimar el retorno de la belleza es agrupando las 5 categorías en 3, los que fueron catalogados como “sobre promedio” y “atractivos” serán clasificados desde ahora como “atractivos”, los “promedio” seguirán como tales y los “bajo promedio” y “no atractivos” serán desde ahora catalogados como “no atractivos”. Con esto es posible averiguar cuánto gana una persona catalogada como “promedio” por sobre uno “no atractivo” y cuánto gana una persona “atractiva” por sobre uno catalogado como “no atractivo”.

De la misma forma que en el caso anterior, se realizaron estimaciones distintas para hombres y para mujeres, controlando por otras variables relevantes. En el caso de las mujeres existe un premio por haber sido catalogadas como “atractivas”, sin embargo al controlar por

<sup>14</sup> Las tablas con los resultados de las estimaciones para cada una de las especificaciones se encuentran en el estudio.

<sup>15</sup> Las categorías fueron: 1.) “Feos” o bien “no atractivos”; 2.) “Bajo el promedio”; 3.) “En el promedio”; 4.) “Sobre el promedio” y 5.) Bellos o “atractivos”.

variables referentes a lo laboral este “premio” ya no es estadísticamente significativo. Por otro lado en el caso de los hombres en la mayoría de las estimaciones no existe significancia estadística respecto a la diferencia de ingreso en relación al atractivo, por lo que no hay evidencia alguna hasta ahora de que existe discriminación por belleza en el mercado laboral chileno.

Por otro lado, es posible argumentar que el efecto discriminatorio es más significativo al comienzo de la vida laboral de los profesionales, por lo que agrupar todos los cohortes de egresados en una misma estimación restringe los resultados obtenidos al promedio entre todas las generaciones, cuando separándolas por generaciones jóvenes y antiguas los efectos serían más fáciles de deslumbrar. Precisamente las siguientes estimaciones tratan el mismo modelo anterior pero separando la muestra en 2 subgrupos; generaciones de egreso anteriores a 1991, y generaciones a partir de 1991<sup>16</sup>, tanto para hombres como para mujeres. En este caso existe evidencia de diferencias de ingresos explicada por belleza en el caso de mujeres jóvenes, en donde hay un “premio” por estar catalogado como “atractiva” del orden del 33% y estadísticamente significativo. Para el caso de los hombres no existe evidencia que exista diferencia de ingresos por belleza en las generaciones egresadas antes de 1991.

A continuación se agrupó la muestra en egresados antes de 1994 y después de tal año, al igual que el caso anterior, se analizaron los resultados para hombres y mujeres de formas separadas<sup>17</sup>. Una vez que se tomaron cohortes de generaciones más jóvenes se encontraron resultados aún más interesantes. El “premio” por haber sido catalogado como “atractiva” para las mujeres sigue siendo en la mayoría de los modelos estadísticamente significativos, del orden del 36%, algo mayor a la del conjunto de generaciones a partir de 1991, el cual era de un 33%. Sorpresivamente, en el caso de los hombres existe un “castigo” por estar bajo el promedio, este castigo es del orden de un 37% y es estadísticamente significativo en las estimaciones.

Los resultados de las estimaciones indican la existencia de un efecto belleza sólo en los trabajadores relativamente más jóvenes, como un “premio” para las mujeres atractivas, y como un “castigo” para los hombres “no atractivos”. Cabe señalar que estos resultados son significativos aún controlando por variables que definen el origen socioeconómico, educación de los padres, experiencia laboral, educación, estudios de postgrado y habilidades no cognitivas, entre otras, por lo que indican

en principio “belleza” y no algún no observable correlacionado con belleza.

Adicionalmente, se hicieron estimaciones distintas para trabajadores por cuenta propia o independiente con trabajadores dependientes o empleados. La belleza no tiene un impacto significativo en las estimaciones para trabajadores independientes, sin embargo en los trabajadores dependientes los catalogados “promedio” obtienen un 8% por sobre los “no atractivos”, y los “atractivos” ganan por sobre los “no atractivos” un 11%.

Se hizo además otra categorización, entre trabajadores del sector público y del sector privado. De este modo, se estimaron dos modelos adicionales diferenciándose únicamente en la naturaleza del sector. Los resultados reflejan un fenómeno similar al caso anterior, esto es un efecto de la belleza solamente en el caso de los trabajadores del sector privado, y aunque los coeficientes no son estadísticamente significativos en todas las estimaciones es presumible que la belleza afecta los salarios de manera más relevante en el sector privado que en el público, y se puede desprender de las estimaciones que una persona “no atractiva” gana alrededor de un 10% menos que una persona “promedio” o “atractiva”.

Por otro lado, se realizaron agrupaciones a las clasificaciones originales a fin de separar la muestra en personas con un índice de belleza superior al menos con respecto al resto, es decir, que en la categorización de belleza inicial obtuvieron los valores 4 y 5; en adelante a este grupo se llamará “las (los) atractivas (os)”. Además, se clasifican a las personas de la muestra que obtuvieron las calificaciones de belleza inicial los valores 1 y 2, a fin de considerarlos como personas con niveles de belleza obtenidos menores al promedio; a este grupo se llamará “las (los) no atractivas (os)” con respecto al resto de las observaciones.

Los resultados sugieren que habría un “premio” en los ingresos para las mujeres que fueron catalogadas como atractivas, que este “premio” es significativo y de una magnitud considerable no menor al 28%. Este valor es menor al de la estimación “a partir de 1991” para mujeres que era un 33%, debido a que en tal estimación el referente era una mujer “no atractiva”, es decir, una mujer “atractiva” gana un 33% más que una “no atractiva”. En esta estimación el referente es una mujer que no es catalogada como atractiva, este grupo incluye tanto a las “promedio” como a las “no atractivas” y por este motivo el valor del coeficiente es menor. La misma estimación para el grupo de los hombres no entrega resultados significativos con respecto a muestra variable de interés. Sin embargo, para el caso de los hombres, uno de los resultados relevantes tiene que ver con las estimaciones considerando el grupo de los “no atractivos” que egresaron a partir del año 1991. Después, se realizan estimaciones para el grupo de hombres egresados a partir del año 1994 en donde se concentra cerca del

<sup>16</sup> Se escogió este año ya que divide aproximadamente a la mitad la muestra.

<sup>17</sup> A pesar que nuestra muestra llega hasta el año 1998 no es posible restringirla más, ya que desde 1995 a 1998 existen menos datos que variables de control, por lo que es imposible estimar por el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios.

25% de los datos de la muestra. En las estimaciones es posible observar un efecto “castigo” a aquellos con bajas evaluaciones en belleza, que resulta significativa en las estimaciones y con una magnitud similar al “premio” identificado a las mujeres “atractivas” vistas en el grupo de estimaciones anterior. De hecho, el efecto sobre ingresos de las mujeres atractivas por sobre las mujeres egresadas a partir del año 1994 es considerable y mayor al caso análogo anterior. Lo interesante es que el efecto “premio” sobre las mujeres atractivas es mayor al caso anterior, no menor al 35%, y además significativo.

Los resultados indican que no se puede descartar un posible efecto discriminatorio a favor de las mujeres atractivas y en contra de los hombres no atractivos a medida que se divide la muestra según años más recientes de egreso. Esto podría significar que tal efecto discriminatorio se disipe en el tiempo y con la experiencia laboral de los trabajadores, especialmente para el caso de los hombres. Es posible plantear que para generaciones más recientes con poca experiencia laboral el efecto belleza o presentación es muy importante al momento de obtener ingresos ya sea al menos como premio para el caso de las mujeres o como castigo para el caso de los hombres.

## Conclusiones

Este artículo se basa en el estudio que consiste en un intento por identificar y medir una posible causal de discriminación en un mercado laboral chileno, que es el de discriminación por belleza.

Siguiendo una metodología similar a la de Hamermesh y Biddle (1994) se analizaron las diferencias salariales de un grupo de egresados de la carrera de ingeniería comercial en donde se incluyó en la ecuación de salarios o ingresos una variable asociada a belleza con los patrones más objetivos posible, basándose en el promedio simple de las observaciones categóricas realizadas por 8 observadores imparciales de distintos estratos socioeconómicos, género, edad y que no conocen a los observados. Los altos y significativos índices de correlación entre observadores sugieren un resultado de evaluación de las personas objetiva y veraz.

En los resultados obtenidos a partir de las primeras estimaciones de la ecuación de salarios no se encuentra evidencia de un efecto de las condiciones de belleza sobre los ingresos obtenidos. Sin embargo, las estimaciones se realizaron considerando todas las observaciones lo que no nos permite testear otras posibles vías en que la discriminación se presenta.

Otra serie de estimaciones destacan un posible efecto “premio” para las mujeres consideradas atractivas (al menos sobre el promedio) y un efecto “castigo” del orden cercano para los hombres considerados como “no atrac-

tivos” (con clasificación de belleza menor al promedio). Estos efectos son de mayor magnitud y significancia para personas egresadas en años más recientes como en el caso de las mujeres que alcanza niveles del orden del 33% (premio) y del 36% (castigo) para los hombres, lo que sugiere un efecto discriminatorio ya sea positivo o negativo una vez egresado y en sus primeros años de vida laboral, lo que se disipa al pasar el tiempo o bien al aumentar la experiencia laboral, especialmente para el caso de los hombres en cuyo caso el efecto “castigo” se disipa mucho más rápido que el efecto “premio” para las mujeres, esto es comprobable ya que para los hombres el efecto es significativo únicamente en la muestra de egresados a partir del año 1994 (los más jóvenes), mientras que para las mujeres el efecto es significativo en muestras de este año y anteriores (“medianamente jóvenes”).

Además se estimaron ecuaciones considerando muestras divididas en relación al tipo de trabajador; ya sea independiente o dependiente y si trabaja en el sector público o privado, en el caso de los trabajadores del sector público no hay efecto alguno, pero en el caso de trabajadores del sector privado existe una diferencia de aproximadamente un 10% de ingreso entre los “no atractivos” y el resto, sin embargo la evidencia no es concluyente debido a que este resultado no es estadísticamente significativo en todas las estimaciones. En el caso de los trabajadores independientes versus los dependientes o empleados la evidencia muestra que la belleza afecta solamente a los trabajadores dependientes con una magnitud cercana a un 8% de diferencia entre los “no atractivos” y los “promedio” y de un 11% entre los “no atractivos” y los “atractivos” y aunque estos resultados no son estadísticamente significativos en todas las estimaciones es presumible suponer, dados los resultados, que la “belleza” importa más en trabajos dependientes que en independientes como también importa más en el sector privado que en público.

Uno de los ámbitos por analizar para otros estudios debiesen considerar la estatura, peso de los graduados e índice de biomasa, entre otros, ya sea controlando por estas variables o a fin de explicar otras hipótesis relacionadas con diferencias salariales como son los salarios de eficiencia.

Por último, resultaría prematuro indicar que las diferencias salariales encontradas en este trabajo coincidan necesariamente a un problema de discriminación, ya que si bien es poco probable en el mercado laboral analizado, es posible encontrar casos en que las características asociadas a bellezas sean importantes para la productividad, y esto esté asociado ya sea a mejores características de capital humano y habilidades no cognitivas o posible discriminación por parte de clientes, colegas y otros.

## Referencias

- Adams, G. (1977a): "Physical Attractiveness, Personality, and Social Reaction to Peer Pressure," *Journal of Psychology*, 96, 287–296.
- Adams, G. (1977b): "Physical Attractiveness Research: Towards a Developmental Social Psychology of beauty," *Human Development*, 20, 217–239.
- Andreoni, J., Petrie, R. (2005): "Beauty, Gender, and Stereotypes: Evidence from Laboratory Experiments"
- Averett Susan and Sanders Koreman (1996): "The Economic Reality of 'The Beauty Myth'", *Journal of human Resources*, Vol. 31, pp. 604 – 630.
- Becker, G. (1957): "The Economics of Discrimination". The University of Chicago Press.
- Berhman, J., Rosenzweig, M. (2001): "The Return to Increasing Body Weight".
- Biddle, J. E., and D. S. Hamermesh (1998): "Beauty, Productivity, and Discrimination: Lawyers' Looks and Lucre," *Journal of Labor Economics*, 16(1), 172–201.
- Borland, J., (2001): "Beauty down under: Being average is OK." Mimeo University of Melbourne.
- Cawley, J., (2000): "Body Weight and Women's Labor Market Outcomes", Working paper 7841, NBER.
- Cipriani, G., Zago, A.: "Productivity or Discrimination" Beauty and the Exams", Working paper series. Department of Economics, University of Verona, Italy, May 2005.
- Contreras, D. (2002): "Explaining Wage Inequality in Chile: does education really matter?", *Documentos de Trabajo*, Departamento de Economía, Universidad de Chile, Octubre 2002.
- Contreras, D., Bravo, D., Medrano, P. (1999): "Measurement error, unobservables and skill bias in estimating the return to education in Chile", *Documentos de Trabajo*, Departamento de Economía, Universidad de Chile, Septiembre 1999.
- Contreras, D., Bravo, D., Puentes, E. (1999): "Tasa de Participación Femenina: 1957 – 1997. Un Análisis de Cohortes Sintéticos", *Documento de Trabajo N° 170*, Departamento de Economía, Universidad de Chile.
- Contreras, D., Bravo, D., Sanhueza, C. (1999): "Rendimiento Educacional, Desigualdad, y Brecha de Desempeno Privado/Público: Chile 1982 - 1997", *Documento de Trabajo N° 163*, Departamento de Economía, Universidad de Chile.
- Contreras, D., Landeau, S. S., (2001): "Chilean Labor Market Efficiency: An Earnings Frontier Approach", *Documento de Trabajo N° 190*, Departamento de Economía, Universidad de Chile.
- Greking, S. D. and Weirick, W.N. (1983): "Compensating Differences and Interregional Wage Differentials". *Review of Economics and Statistics* 1983, pp. 483-487.
- Gyourko, J. and Tracy, J. (1989): "The Importance of Local Fiscal Conditions in Analyzing Local Labor Markets". *Journal of Political Economy*, 1989, pp. 1208-1231.
- Hamermesh, D. S., and J. E. Biddle (1994): "Beauty and the Labor Market," *The American Economic Review*, 84(5), 1174–1194.
- Hamermesh, D. S., M. Xin, and Z. Junsen (1999): "Dress for Success - Does Primping Pay?," Working paper 7167, NBER.
- Hamermesh, D. S., (2005): "Changing Looks and Changing Outcomes: The Beauty of Economists."
- Hamermesh, D. S. and Parker, A. M. (1998): *Beauty in the Classroom: Professor's Pulchritude and Putative Pedagogical Productivity*. University of Texas at Austin Working Paper, October, 2003.
- Harper, B. (2000): "Beauty, Stature and the Labour Market: A British Cohort Study," *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 62(0), 771–800.
- Hatfield, E., and S. Sprecher (1986): *Mirror, Mirror: The Importance of Looks in Everyday Life*. SUNY Press, Albany.
- Katz, L. F. (1986): "Efficiency Wages Theories: A Partial Evaluation". NBER 1986, pp. 235-276.
- Mocan, N., Tekin, E. (2005): "Ugly Criminals".
- Nuñez, J., Risco, C. (2004): "Movilidad Intergeneracional del Ingreso en un País en Desarrollo: El Caso de Chile.", *Documento de Trabajo N° 210*, Departamento de Economía, Universidad de Chile, Diciembre, 2004.
- Nuñez, J., Gutierrez R. (2004): "Classism, Meritocracy and Discrimination in the Labor Market: The Case of Chile.", *Documento de Trabajo N° 208*, Departamento de Economía, Universidad de Chile, Abril, 2004.
- Sachsida, A., Dornelles, A., and Mesquita, C. (2003): "Beauty and the Labor Market – Study one Specific Occupation". Unpublished paper, University of Brasilia.
- Spence, M. (1973): "Job Market Signaling". *Quarterly Journal of Economics*, 1973, pp. 355-374.
- Rosenblat, T., S. (2001): "Why Good Looks Matters". Unpublished paper, Wesleyan University.