



Estereotipos y desigualdades en anuncios de empleo de consultoras de reclutamiento de recursos humanos

Stereotypes and inequalities in job advertisements of human resources recruitment consultants

Dra. Vanina Ramé

Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

vaninaramé@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1189-6589>

Lic. Catalina Rodríguez Sola

Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

catalinarodriguezsola@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6138-1802>

Valentina Virga

Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

valenvirga@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5622-3287>

María Belén Blas

Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

blasmaribelén@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8724-884X>

Recepción: 13/12/2021 Revisión: 15/11/2021
Aceptación: 30/12/2021 Publicación: 29/01/2022

Resumen

En el marco de una investigación más amplia, titulada *La comunicación institucional en perspectiva de género. Estudios sobre la equidad en los ámbitos laborales*, nos proponemos abordar la gestión estratégica en comunicación institucional articulando la perspectiva de género y la equidad como premisas transversales, apuntando a superar las posiciones de poder desiguales entre mujeres y hombres y de situaciones discriminatorias en el ámbito laboral. Particularmente en este escrito exponemos uno de nuestros recientes estudios realizados; se trata de una exploración acerca del modo en que tres consultoras argentinas de búsqueda de empleo publican sus ofertas laborales en sus páginas webs. La estrategia metodológica asumida estuvo centrada en aplicar la técnica de análisis de contenido en la construcción enunciativa de los avisos de ofrecimiento de puestos laborales. De esa manera, analizamos los modos en que se enuncian los mensajes en las convocatorias, los tipos de puestos laborales que se ofrecen, los géneros a los cuales se aspira contratar según el trabajo ofrecido y los requerimientos para su desempeño. A modo de conclusión observamos que en los discursos digitales que enuncian las consultoras analizadas, al ofrecer puestos laborales existen estereotipos de género que reproducen desigualdades sociales. Estas construcciones narrativas instauran inequidades desde las primeras etapas en el acceso a diferentes puestos laborales generando obstáculos que impiden el empoderamiento de las personas vulneradas.

Abstract

Within the framework of a broader investigation, entitled *Institutional communication in gender perspective. Studies on equity in the workplace*, we intend to address strategic management in institutional communication articulating the gender and equity perspective as transversal premises, aiming to overcome unequal power positions between women and men and



discriminatory situations in the workplace. Particularly in this writing we expose one of our recent studies carried out; It is an exploration of the way in which three Argentine job search consultants publish their job offers on their web pages. The methodological strategy assumed was focused on applying the content analysis technique in the enunciative construction of job offer notices. In this way, we analyze the ways in which the messages are enunciated in the calls, the types of job positions that are offered, the genders that are expected to be hired according to the job offered and the requirements for their performance. By way of conclusion, we observe that in the digital discourses enunciated by the analyzed consultants, when offering jobs there are gender stereotypes that reproduce social inequalities. These narrative constructions establish inequities from the first stages in access to different jobs, generating obstacles that prevent the empowerment of vulnerable people.

Palabras clave: Estereotipos; Desigualdades; Trabajo; Recursos humanos; Construcción enunciativa.

Keywords: Stereotypes; Inequalities; Job; Human Resources; Declarative construction.

1. Introducción

Nos proponemos abordar la gestión estratégica en comunicación institucional articulando la perspectiva de género y la equidad como premisas transversales, apuntando a superar las posiciones de poder desiguales entre mujeres y hombres en el ámbito laboral. En este escrito exponemos un estudio exploratorio acerca del modo en que tres consultoras argentinas de búsqueda de empleo publican sus ofertas laborales en sus páginas webs. Abordamos un diseño metodológico cuyo objetivo central es indagar acerca de las desigualdades por cuestiones de género que se dan en el ámbito laboral argentino. Como objetivos específicos nos propusimos analizar las publicaciones de avisos de empleo de tres agencias reclutadoras. Los límites temporales y espaciales fueron aquellas publicaciones de empleos privados ofrecidos para la plaza de Córdoba Argentina, entre los días 01 y 20 de noviembre de 2021.

En este artículo comunicamos los resultados del análisis enunciativo de las publicaciones que realizaron tres agencias de búsqueda de empleo para la plaza de Córdoba, Argentina en noviembre del 2021. Inspiradas en los siguientes interrogantes: ¿quiénes acceden a los puestos de trabajo que se ofrecen?, ¿qué tipo de funciones se pide desarrollar?, ¿cuáles son los puestos que se ofrecen a hombres o mujeres, a adultos mayores, a discapacitados?, ¿se ofrecen puestos para todo tipo de personas?, rastreamos las marcas enunciativas de los anuncios laborales, lo cual nos permitió explorar las huellas acerca del modo en que las organizaciones identifican y representan a las personas que trabajan.

2. El escenario laboral a partir de las estadísticas oficiales

A modo de contextualización, referenciamos la reciente Encuesta Permanente de Hogares (EPH)¹ realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos INDEC² en el segundo trimestre de 2021 en 31 conglomerados argentinos, la cual arroja una serie de datos acerca de la realidad laboral actual. A partir de la estadística nacional, realizamos una comparación general entre trabajadoras y trabajadores y observamos que mientras el 63,7% son varones, el 45,9% son mujeres. A partir de estos datos vemos que, en el último trimestre de 2021, los hombres tuvieron un mayor acceso a los empleos que las mujeres. Por su parte, en lo referente a la tasa de desocupación (el 8,2% de la PEA³) las mujeres mayores a 14 años representan un 9,0% y los varones un 7,7%. Los datos demuestran que de aquellas personas que acceden a un puesto laboral, las mujeres se desemplan más que los hombres.



Con respecto a la edad de las personas trabajadoras, analizamos que la mayoría que posee un empleo son aquellas que tienen entre 30 y 64 años; 64,6% en el caso de las mujeres y un 86.9% por los hombres.

En cuanto a las actividades laborales más ocupadas, el mayor porcentaje de empleos son aquellos referidos a los puestos operativos (el 21,4%), le siguen los puestos técnicos, los no calificados y finalmente los profesionales (el 4.6%). Vemos que la rama de actividad o rubro laboral que están a la punta, son aquellos empleos que se engloban en las actividades de comercio (el 8,1%), por su parte servicios financieros, de alquileres o empresariales (el 4,5%) y finalmente el 4,4% de los empleos lo lidera la industria manufacturera.

En resumen, los datos referenciales que nos resultaron sobresalientes para nuestro estudio, son los siguientes:

Cuadro 1. DATOS CUALITATIVOS GENERALES

| | |
|---|---|
| Acceso | <ul style="list-style-type: none">• Los varones acceden más a los puestos de trabajo que las mujeres |
| Desocupación | <ul style="list-style-type: none">• Las mujeres se desocupan más que los varones |
| Franja etaria que trabaja | <ul style="list-style-type: none">• La mayor población que trabaja es la comprendida entre los 30 y 64 años |
| Actividades laborales más ocupadas | <ul style="list-style-type: none">• Puestos operativos y actividades de comercio |

Elaboración propia. Fuente: Informe Técnico INDEC (INDEC, 2021).

Las estadísticas antes mencionadas nos presentan el escenario actual de algunas inequidades por género que se dan en el ámbito laboral. En cuanto al acceso a los puestos laborales, los varones tienen mayores oportunidades que las mujeres, si observamos los niveles de desocupación, las mujeres pierden sus trabajos más que los hombres; con respecto a la edad, la mayor población que trabaja activamente es la que se encuentra entre los 30 y los 64 años y finalmente, los puestos operativos y las actividades de comercio son las más ocupadas.

3. Rastreo enunciativo de los anuncios de búsqueda de empleo

En términos generales las agencias de empleo realizan diferentes actividades del sistema de recursos humanos, las cuales se organizan en etapas. De acuerdo a Martha Alicia Alles (2007), la primera etapa es la descripción de puestos, luego le siguen la formación y selección de puestos, el sistema de compensaciones y el desempeño y carreras. En la etapa de selección de recursos humanos las organizaciones desarrollan

una serie de procedimientos para incorporar personal de acuerdo a las vacantes abiertas. En este momento, se ponen en juego estrategias de reclutamiento y selección de recursos humanos. El reclutamiento “es el proceso de identificar y atraer a un grupo de candidatas⁴ y candidatos, de los cuales más tarde se seleccionará a una o uno para ofrecerle el empleo” (Alles, 2007, p.139). Mientras el reclutamiento se ocupa de atraer a aquellas personas que más se adecuan al puesto que se ofrece; la selección consiste en elegir quienes reúnen los requisitos para asumir el perfil solicitado.

Las organizaciones que requieren de personal, pueden optar por las fuentes externas para resolver sus vacantes. De esos servicios se encargan las agencias de empleo que seleccionamos para nuestro análisis; éstas trabajan de manera virtual publicando avisos para cubrir los puestos de empleo de aquellas organizaciones que las contratan. Es decir que las agencias actúan cuando las empresas tercerizan las áreas de recursos humanos o algunos de sus procedimientos específicos.

Como adelantamos, en este artículo, damos cuenta acerca de los análisis realizados tomando como casos testigos a tres agencias de empleo y nos centramos puntualmente en los modos en que asumieron presentar sus ofertas de trabajo. Bajo la perspectiva de género, el proceso de reclutamiento digital, es un procedimiento que podemos revisar específicamente en su dimensión enunciativa, es decir teniendo en cuenta la manera en que se realizan las publicaciones, sus contenidos y el modo en que se ofrecen los puestos vacantes.

Los avisos publicados, tomados como relatos, han sido redactados respondiendo a la toma de determinadas decisiones por parte de las empresas reclutadoras. Los relatos de búsqueda de empleo son construcciones enunciativas que imitan los modos de representación social. Existe una serie de tipificaciones socialmente construidas y que designan determinadas características a las personas que ocupan ciertos puestos laborales; por ejemplo, se destinan las tareas de cuidado tales como educación y salud a las mujeres y aquellas actividades referidas a la construcción, ingeniería y mecánica, a los hombres. Estos estereotipos de género que se dan en el ámbito laboral reproducen desigualdades sociales y acentúan las barreras de oportunidades de acceso y desarrollo laborales.

Nuestra hipótesis de investigación es que los estereotipos e inequidades laborales, además de darse en las prácticas laborales de personas trabajadoras activas; también se dan en instancias previas tales como los procesos de acceso a los puestos de trabajo. En esa línea de interés, como adelantamos, a modo de abordaje preliminar, indagamos las páginas webs de tres consultoras de búsqueda de empleo de trayectoria en Argentina, las mismas son: Zona Jobs⁵, Computrabajo⁶ y Consultores de empresas⁷.

4. Nuestra realidad es interpretada y narrada

Nuestras indagaciones se sustentan en tres posturas teóricas, por un lado, desde el constructivismo social asumimos la vida cotidiana como “una realidad interpretada por las personas y que ésta les provee del significado subjetivo de un mundo coherente” (Berger y Luckmann, 1966, p.36). Lo que entendemos por realidad es aquel mundo de la vida cotidiana el cual es representación de pensamientos, creencias y prácticas. En ese marco, el lenguaje es un sistema de representación y como tal una construcción sociocultural para asignar significado al mundo. “Todo relato es construido y todo hecho narrativo implica un proceso de representación determinado” (Ramé, 2021, p. 112). Conocemos el mundo y lo interpretamos a partir de los marcos simbólicos de los relatos.

La segunda línea de sentido que nos guía, es la teoría feminista, desde la cual a partir de los aportes de autoras como Judith Butler, entendemos que “la performatividad

implica que el género es una actuación reiterada y obligatoria en función de unas normas sociales que nos proponen modelos hegemónicos de masculinidad y feminidad a los cuales respondemos imitando o incluso diferenciándonos” (Butler, 1990:275). De acuerdo a ello, sexo y género siempre están mediados por la cultura y la lengua. Estas configuraciones culturales existen a partir de la producción discursiva hegemónica, la cual acepta la relación binaria entre lo masculino y lo femenino. “La univocidad de género, la coherencia interna del género y el marco binario para sexo y género son ficciones reguladoras que refuerzan y naturalizan los regímenes de poder convergentes de la opresión masculina y heterosexista” (Butler, 1990, p.99). Por su parte, la lectura de Teresa De Lauretis, nos aporta el término *tecnologías del género*, tomado del concepto de Foucault *tecnologías del yo*; para evidenciar que, “como la sexualidad, el género no es una propiedad de los cuerpos o algo originalmente existente en los seres humanos, sino el conjunto de efectos producidos en los cuerpos, los comportamientos y las relaciones sociales” (De Lauretis, 1989, p.3).

En tercer lugar, asumimos que el lenguaje en términos binarios ignora fragmentaciones internas atribuibles a la clase, la edad, la religión, las etnias, etc. Se trata de un lenguaje que acentúa las nociones de género naturalizadas las cuales se sustentan en la hegemonía masculina. “Para la teoría feminista, el desarrollo de un lenguaje que represente de manera adecuada y completa a las mujeres ha sido necesario para promover su visibilidad política. Evidentemente, esto ha sido de gran importancia, teniendo en cuenta la situación cultural subsistente, en la que la vida de las mujeres se representaba inadecuadamente o no se representaba en absoluto” (Butler, 1990, p.46).

5. La construcción enunciativa que reproduce inequidades de géneros

Las desigualdades por cuestiones de géneros, han sido objeto de estudio desde las corrientes feministas. Una de las obras centrales de Simone de Beauvoir afirma que la mujer ocupa el lugar de un “otro” frente al género masculino, dejando en evidencia la posición de inferioridad de las mujeres ante los hombres: “La mujer se determina y se diferencia con relación al hombre, y no éste con relación a ella; ésta es lo inesencial frente a lo esencial. Él es el sujeto, él es lo Absoluto: ella es el Otro”. (Beauvoir, 1989).

Estas desigualdades son producto de las estructuras patriarcales y las observamos en el ámbito laboral. El trabajo se torna un escenario donde lo masculino prevalece y las mujeres no adquieren oportunidades de acceso ni desarrollo. En palabras de la estudiosa de la obra de Simone de Beauvoir, Susana Carro, “la mujer ha sido habitualmente conceptualizada como lo Otro: sombra, intuición, naturaleza, necesidad, pasión. Recluida en este papel sufrirá en su propia piel todos los mecanismos, tanto simbólicos como reales, de exclusión, siendo silenciada y, en el límite, negada en su existencia” (Carro, 2002, p. 21).

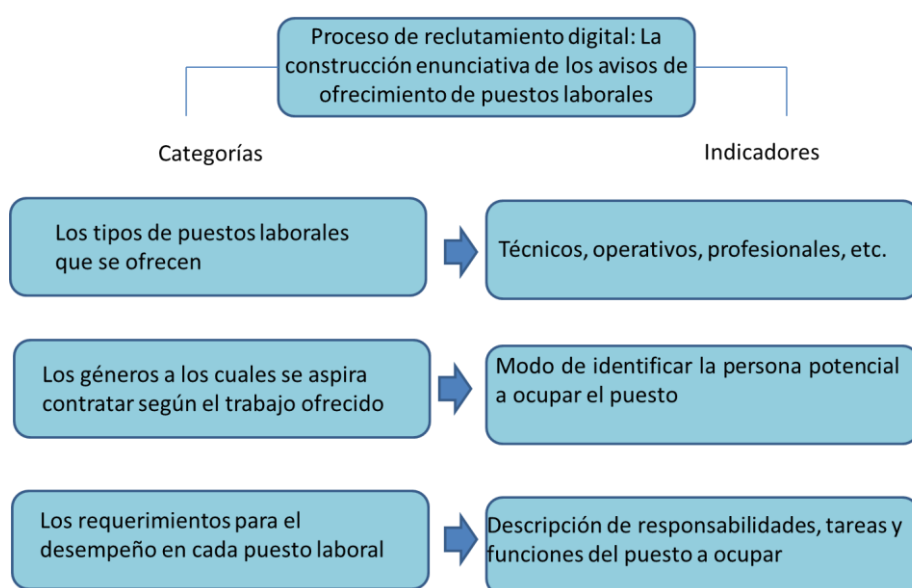
En el plano comunicacional, existen ciertos patrones sexistas que acentúan las desigualdades entre los géneros. Los estereotipos son un modo de segmentar la población bajo una mirada sexista y perpetúan las inequidades entre los géneros. En el ámbito laboral, estos se dan, por ejemplo, al establecer *trayectorias laborales* para unos y otros géneros. Por ejemplo, se asocia que las mujeres ocuparán empleos del tipo secretarías, enfermeras, asistentes. En cambio, los puestos jerárquicos y técnicos, son destinados a los hombres. Estas etiquetas sociales naturalizan las diferencias entre los géneros desde las primeras etapas de reclutamiento de personal en las organizaciones. En suma, los estereotipos inciden en los accesos a los puestos de trabajo, las trayectorias y sistemas de liderazgo de unos géneros frente a otros.

6. Estrategias metodológicas y análisis de los casos

Para llevar a cabo las primeras aproximaciones a la investigación, en primer término, aplicamos el análisis de contenido de las páginas webs de las agencias virtuales de reclutamiento de empleo mencionadas. Filtramos y analizamos las ofertas dadas para la provincia de Córdoba desde el 01 al 20 de noviembre de 2021. Al revisar el contenido de las publicaciones, consideramos la construcción narrativa de las convocatorias y búsquedas activas. En ese punto indagamos acerca del modo de comunicar los tipos de puestos que se promocionan, las responsabilidades a asumir y géneros a los cuales se convocan. Esto es, analizamos las construcciones enunciativas que toman las agencias de empleo en sus publicaciones.

A continuación, exponemos las categorías e indicadores del abordaje:

Cuadro 2: CATEGORÍAS E INDICADORES



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a Zona Jobs, según el tipo de trabajo que se ofrece, los avisos se dirigen a hombres o mujeres. En la mayoría de las publicaciones, advertimos que existe una visión binaria del género y no hay ofertas laborales que apliquen a todo tipo de identidades sexogenéricas. Esta apreciación llama la atención teniendo en cuenta que en el año 2018, la misma consultora impulsó la campaña audiovisual “Juana”⁸; mediante la cual se ponía el acento en el talento como aspecto prioritario a la hora de contratar personal, sin tener en cuenta las diferencias por cuestiones de género.

Existen varias publicaciones referidas a empresas industriales, de energía o venta de autopartes y herramientas. En estos casos se buscan hombres para ocupar los puestos de operador de planta de generación de energía, vigilador general, asesor y ejecutivo comercial, administrativo contable para industria recicladora, técnico de reparación de celulares, ingeniero calculista para oficina técnica, administrador de servidores, ingeniero de procesos, ingeniero agrónomo o veterinario y encargado, cajeros. Puntualmente en el caso de un aviso destinado a cajeros, al leer la descripción, observamos que se orienta a hombres o mujeres: “Se busca personal para cubrir las

siguientes posiciones en importante bar ubicado en zona sur: Encargado/a general, encargado/a de cocina, ayudante de cocina, cajero/a, administrativo/a". (Zona Jobs, 2021). Un aspecto a destacar es que, en la misma portada, al margen lateral izquierdo hay un filtro dedicado a personal con discapacidad. Y, con respecto a la edad, hay algunos avisos que puntualizan la búsqueda a personas de entre 21 o 25 a 35 y 50 años en algunos casos.

Algunas publicaciones no especifican el género al cual se ofrece el puesto laboral y se direccionan puntualmente a la actividad a desarrollar. Por ejemplo, esto ocurre para el puesto ofrecido para responsable de logística, en su descripción no se especifica el género al cual se convoca: "Será su principal responsabilidad asegurar y coordinar las operaciones logísticas de la empresa, procurando tasas de servicio de entrega y calidad acorde a los objetivos planteados, en equilibrio con el presupuesto logístico asignado." (Zona Jobs, 2021).

Por otro lado, en el ofrecimiento de un vendedor de mostrador, en el título del aviso puntualiza en el sexo masculino, sin embargo, en la descripción de las actividades a desarrollar, apunta indistintamente a "personal": "se busca personal para venta de mostrador de materiales de construcción (...)" (Zona Jobs, 2021).

En cuanto a las responsabilidades a desarrollar, en el caso del puesto ofrecido a arquitecto/a, las actividades se muestran de manera indistinta para los géneros masculino y femenino: visita a obra, detección e interpretación de pliegos, etc. y entre los requisitos se pide ser profesional de las carreras de arquitectura o ingeniería, conocimiento de Autocad, entre otras competencias generales. Lo mismo ocurre en el caso del ofrecimiento del puesto de "farmacéutico/a para atención al público", "abogado/a para contratos" y "ejecutivo/a de venta". Las búsquedas de analista contable, gerente de administración y finanzas, analista ATI (asistente técnico de imagen), analista administración, analista sociedades, asistente contable impositivo, responsable de logística, *help desk analyst*, APF y auxiliar de sistemas de operaciones tampoco orientan su búsqueda a determinado género. Sin embargo, en algunos casos, al observar en la descripción del puesto, la búsqueda se destina a: "(...) búsqueda de un Gerente de Administración y Finanzas (...)" (Zona Jobs, 2021).

Lo mismo ocurre con el puesto ofrecido de analista ATI, en el que solicitan una persona de género masculino y, además, se especifica que la vacante está abierta para cubrir una licencia por maternidad: "Requisitos: Universitario graduado (Lic. / Técnico en Diseño gráfico / industrial). Tener conocimientos previos en impresión. Competencias requeridas: proactivo, organizado, trabajo en equipo, predispuesto. Contrato eventual para cubrir Lic. por maternidad." (Zona Jobs, 2021).

En el caso de Consultores de Empresas es notable que, en la mayoría de los avisos, el puesto a cubrir se le nombra en género masculino: jefe, supervisor, repositor, coordinador, operario, entre otros. Los puestos que no se detallan en masculino, refieren a términos que no tienen distinción de género, tales como analista, responsable, asistente, etcétera. Específicamente no se registra ninguna búsqueda que apunte directamente al género femenino. Podríamos entender que, aunque no parecen buscar solamente hombres, sin embargo, los puestos se mencionan solo en masculino y por ende, el lenguaje que utilizan tampoco hace alguna aclaración que demuestre tener en cuenta a postulantes sin distinción de género. No se utiliza la distinción, por ejemplo, jefe o jefa, supervisor/a, etc. En varias convocatorias más bien se habla en términos de "perfiles" o, por ejemplo, "se busca analista" y no: "se busca un analista". (Consultores de Empresas, 2021)

Finalmente, vemos que la mayoría de las convocatorias buscan personas con experiencia laboral para ocupar cargos jerárquicos y con personal a cargo. Se trata de

rubros relacionados con profesiones históricamente comprendidas como masculinas: ingeniería, metalúrgica, mecánica, etc.

Por su parte, en el portal de empleo Computrabajo observamos que se incluye el filtro "Para personas con discapacidad". También hay un filtro "Empleos similares", que contiene categorías inclusivas para hombres y mujeres. Por ejemplo, "Trabajo de Administrativo/a", "Trabajo de Desarrollador/a", "Trabajo de Encargado/a" (Consultores de Empresas, 2021). Además, entre los avisos se pueden ver algunos sesgos de desigualdad ya que muchos de los títulos de los anuncios se refieren únicamente al género masculino. Tal es el caso del rubro Producción/Operarios/Manufactura y el rubro Mantenimiento y Reparaciones técnicas, donde los títulos de algunas de las búsquedas de esta categoría son "Operario", "Operario Balancín" y "Soldador".

A su vez, al ingresar a la descripción de dos de los anuncios, podemos observar que incluyen como requisito estar en el rango etario de 18-35 años, lo que también deja excluidos de la oferta a un gran número de trabajadores que exceden la edad.

Resulta interesante destacar que una de las ofertas laborales se encuentra dentro del área de la Ingeniería, y en este caso el aviso es inclusivo para hombres y mujeres: "Ingeniero/a Eléctrico/a, Electrónico/a, Electromecánico/a" (Consultores de Empresas, 2021). En la descripción del puesto se continúan utilizando términos inclusivos para ambos sexos.

En la misma línea, encontramos también un anuncio de este rubro en el cual se eligió para el título la principal responsabilidad del puesto, lo que permite que sea inclusivo para cualquier identidad de género: "Construcción en seco" (Consultores de Empresas, 2021). A su vez, a lo largo de toda la descripción focaliza en las tareas y requisitos a cubrir.

Por otro lado, observamos anuncios que tienen como requisito excluyente el sexo masculino. Es lo que ocurre en la siguiente oferta laboral dentro del área Salud: "Acompañante Terapéutico Varón para AT en domicilio" (Consultores de Empresas, 2021).

En cuanto al rubro de la Tecnología, advertimos que todos los títulos de las búsquedas están en inglés, lo que permite que sean dirigidos a personas de cualquier sexo, ya que en ese idioma no hay divisiones de género en las palabras. Algunos ejemplos son "Back End Developer .NET", "BIM Modeler Infraestructura" y "BIM Team Leader" (Consultores de Empresas, 2021). Al abordar las descripciones de los puestos, vemos que se dirigen al género masculino, por ejemplo "Buscamos un *Project manager*", "Queremos sumar a un *team leader*", "Orientamos la búsqueda a ingenieros civiles, mecánicos o arquitectos" (Consultores de Empresas, 2021). Hay otros avisos que enuncian inclusión, tal es el caso de, por ejemplo: "Buscamos profesionales de la rama de Ingeniería Civil o Arquitectura" (Consultores de Empresas, 2021).

Por su parte, en la categoría Contabilidad/Finanzas y Ventas, los anuncios se dirigen a hombres: "Coordinador de Administración y Clientes-Rubro Agro" y "Ejecutivo de Ventas Aéreas" (Consultores de Empresas, 2021). Al analizar las descripciones de los puestos, observamos que uno continúa con una línea de sesgo con frases como "estamos en busca de vendedores" o "Requisitos: Licenciado o Técnico en Turismo" (Consultores de Empresas, 2021); mientras que otro utiliza términos inclusivos para la búsqueda laboral como "seleccionamos supervisor/a de administración y clientes", y puntualiza en las habilidades a cubrir "requisitos: sólida formación en técnica contable", "se valorarán perfiles con buenas habilidades comunicacionales" (Consultores de Empresas, 2021).

Para cerrar este análisis, nos parece bueno destacar que, en uno de los avisos, en lugar de acentuar la profesión, se hace hincapié en el nombre del puesto. Por ejemplo, en

lugar de expresar con sesgo de género, contador o contadora, se recurre a enunciarlo como “Analista Jr. de Impuestos” (Consultores de Empresas, 2021).

A modo de resumen, presentamos lo descripto en la siguiente tabla:

Cuadro 3: COMPARATIVA ENTRE CONSULTORAS

| | |
|-------------------------|--|
| Zona Jobs | <p>Dirigido a hombres y mujeres. Visión binaria del género.</p> <p>No hay ofertas laborales para todas las identidades sexo genéricas Buscan hombres para publicaciones de empresas industriales, energía, venta de autopartes y herramientas, veterinarios, encargados y cajeros. Algunas publicaciones no especifican el género al cual se ofrece el puesto laboral y se direccionan a la actividad a desarrollar.</p> <p>Para puestos relacionados con arquitectos/as, ingenieros/as se muestran de manera indistinta.</p> <p>Algunos avisos que puntualizan la búsqueda a personas de entre 21 o 25 a 35 y 50 años en algunos casos.</p> |
| Consultores de Empresas | <p>Mayoría de los avisos, el puesto a cubrir se lo nombra en género masculino. No se registran búsqueda que apunte directamente al género femenino. El lenguaje que utilizan tampoco tiene en cuenta a postulantes sin distinción de género. Buscan personas para ocupar cargos jerárquicos y con personal a cargo para rubros relacionados con profesiones históricamente comprendidas para hombres. Existen anuncios que tienen como requisito excluyente el sexo masculino. En el rubro de la Tecnología, las búsquedas están en inglés, lo que permite que sean dirigidos a cualquier persona.</p> <p>Categoría Contabilidad/Finanzas y Ventas, se dirigen a hombres. Los puestos que no se detallan en masculino, refieren a términos que no tienen distinción de género.</p> |
| Computrabajo | <p>Se incluye el filtro "Para personas con discapacidad". Hay un filtro "Empleos similares", que contiene categorías inclusivas. Se pueden ver algunos sesgos de desigualdad en anuncios que se refieren únicamente al género masculino.</p> <p>Incluyen como requisito estar en el rango etario de 18-35 años. Ofertas laborales del área de la Ingeniería, es inclusivo para hombres y mujeres</p> |

Fuente: Elaboración propia.

7. Las desigualdades que persisten en los ambientes laborales

En este artículo comenzamos introduciendo datos relevados del INDEC, elaboramos una serie de categorías e indicadores que luego pudimos tomar para el relevamiento en los procesos de reclutamiento digital. De acuerdo a ello, observamos las variaciones y recurrencias que presentan las categorías acceso a los puestos de trabajo, desocupación, franja etaria trabajadora y actividades laborales más ocupadas. Estas apreciaciones las presentamos en el siguiente cuadro:

Cuadro 4: COMPARATIVA ENTRE LA ESTADÍSTICA NACIONAL Y EL RELEVAMIENTO DE PROCESOS DE RECLUTAMIENTO DIGITAL



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al acceso a las ofertas laborales, observamos que estadísticamente en el último trimestre del año 2021, los varones accedieron más a los puestos de trabajo que las mujeres. Al analizar los modos de enunciación de los anuncios de empleo, indagamos que, en su mayoría, estos están escritos en género masculino y se dirigen a un único género masculino. En cuanto a los niveles de desocupación, las estadísticas mencionan que las mujeres se desocupan más que los hombres, mientras que, al analizar los avisos, aquellos que se dirigen exclusivamente a mujeres son la minoría. En cuanto a la franja etaria que trabaja, la estadística nacional informa que la mayor población trabajadora es la comprendida entre los 30 y 64 años, mientras que los anuncios, en su mayoría se dirigen a una población de entre 18 a 35 años. Finalmente, las actividades laborales más ocupadas que señala la estadística del INDEC son los puestos operativos y actividades de comercio, de acuerdo a ello, los avisos laborales ofrecen puestos técnicos y operativos y agregan algunas convocatorias destinadas a profesionales de carreras tradicionales como ingeniería, tecnología y abogacía.

8. Discusiones para reflexionar

El presente escrito describe un estudio exploratorio cuyo objetivo central es indagar acerca de las desigualdades por cuestiones de género que se dan en el ámbito laboral argentino. Como objetivos específicos nos propusimos analizar las publicaciones de avisos de empleo de tres agencias reclutadoras. Los límites temporales y espaciales fueron aquellas publicaciones de empleos privados ofrecidos para la plaza de Córdoba Argentina, entre los días 01 y 20 de noviembre de 2021. El estudio que describimos es exploratorio y aún incipiente y a la hora de esta presentación, nos invaden algunos interrogantes. En primer lugar, hemos tomado como referencia contextual la EPH del INDEC. Al observar los datos, se nos presentaron algunas inquietudes que nos invitan a profundizar las indagaciones. De acuerdo a ello, por ejemplo, a la hora de revisar los rangos etarios de personas que trabajan, nos llamó la atención que la encuesta toma a las personas trabajadoras desde los 14 años, siendo que la Ley de Contrato de Trabajo n° 20744, lo hace a partir de los 16, en casos puntuales y a partir de los 18 años para toda la población argentina. Otro aspecto a cuestionar es que la encuesta considera como trabajo mínimo, el haber trabajado a partir de una hora por día. Hecho que hace tomar en consideración trabajos informales y sin registro; siendo que nuestras indagaciones se centran en empleos reglamentarios.

Por otro lado, en esta oportunidad hemos tomado el análisis de tres consultoras y algunas de sus publicaciones. Nos resultan interesantes ampliar el abordaje a más consultoras y también abarcar mayores rangos de búsqueda y filtrado de avisos. De esta manera estaremos aplicando estrategias a fin de superar las limitaciones que hemos tenido en este análisis. Finalmente, iremos realizando nuevos abordajes para revisar las categorías de análisis.

9. Resultados y conclusiones preliminares

Al iniciar la investigación, nos planteamos la hipótesis acerca de que los estereotipos e inequidades laborales, además de darse en las prácticas laborales de personas trabajadoras activas; también se dan en instancias previas tales como los procesos de acceso a los puestos de trabajo.

El estudio llevado a cabo, nos demuestra que en las webs analizadas (de las tres consultoras: Zona Jobs, Computrabajo y Consultores de empresas), la mayoría de los avisos publicados se orientan al género masculino utilizando un lenguaje que se emparenta en el sistema binario masculino-femenino. Sin embargo, estas prácticas narrativas no inclusivas, hacen invisibilizar a las mujeres y a las diversidades sexo-genéricas. Estos modos enunciativos restan posibilidad a otras personas a presentarse como posibles candidatas ya que el aviso no se dirige a ellas. También hay varias ofertas tanto para hombres o mujeres indistintamente, pero en ninguno de los casos analizados se ofrecen a personas del colectivo lgtbiq+.

En referencia a las actividades a desarrollar en los puestos laborales, observamos que los avisos privilegian la persona que los va a ocupar, solo en algunos pocos anuncios se exponen en primer término las habilidades y funciones a realizar. En los casos estudiados se ofrecen trabajos del tipo técnico u operativo y también hacia algunas carreras tradicionales tales como ingeniería, tecnología y abogacía.

Al señalar aspectos relativos a la franja etaria y personas con discapacidades, vemos que en una minoría de avisos se especifica la edad como requisito excluyente para desempeñar determinada actividad. Y que tanto en Zona Jobs como en Computrabajo se ofrece la posibilidad de filtrar por búsquedas de personas con discapacidades.

El estudio exploratorio que presentamos, nos estimula a que nuestras reflexiones signifiquen un aporte en las investigaciones sobre comunicación institucional en pos de la paridad en los ámbitos laborales. Investigar en perspectiva de género implica superar las desigualdades que se dan en el ámbito laboral y contribuir a generar espacios de trabajo inclusivos.

Los datos relevados podrán ser útiles para generar acciones de aplicación en agencias que se dedican al reclutamiento de personal. Es importante destacar que la perspectiva de género debe ser transversal a todos los sectores de la organización y no solo emplearla a nivel del lenguaje en algunas de las etapas de reclutamiento de personal. Los cambios culturales deben darse tanto en lo retórico como en lo conductual a fin de construir una realidad organizacional inclusiva.

Referencias bibliográficas

- Alles, M. (2007) *Cinco pasos para transformar una oficina de personal en un área de recursos humanos*. Buenos Aires: Granica.
- Beauvoir, S. (1988). *El segundo sexo*. Buenos Aires: Siglo XX.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1966). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu.



- Butler, J. (1990). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. España: Ed. Paidós.
- Carro Fernández, S. (2002) *Tras las huellas de El segundo sexo en el pensamiento feminista contemporáneo*. Oviedo: KRK.
- CompuTrabajo (2021). <https://www.computrabajo.com.ar/>
- De Lauretis, T. (1989). *Tecnologías de Género. Ensayos de teoría, cine y Ficción*. London: Macmillan Press.
- Grupo Consultores de Empresas (2021). <https://www.consultoresdeempresas.com/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) (2021, Tercer trimestre). Mercado de trabajo. Tasas e indicadores socioeconómicos (EPH). *Trabajo e ingresos*, 5 (8). https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mercado_trabajo_eph_2trim216D4D22FF6B.pdf
- Ramé, V (2021). *Rastreo de rasgos identitarios formativos de egresadas/os latinoamericanas/os a través de trabajos finales audiovisuales realizados en las carreras de Comunicación Social. Estudio comparativo entre la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, y la Universidad del Valle Cali, Colombia (2010-2015)* (Tesis doctoral). Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.
- Zona Jobs (2021). <https://www.zonajobs.com.ar/>

¹ La Encuesta Permanente de Hogares (EPH) es un programa nacional de producción sistemática y permanente de indicadores sociales que lleva a cabo el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) con las direcciones provinciales de estadística (DPE). Tiene por objeto relevar las características sociodemográficas y socioeconómicas de la población. En su modalidad original se ha aplicado en la Argentina desde 1973 a través de la medición puntual de dos ondas anuales (mayo y octubre). A partir de 2003, la EPH pasó a ser un relevamiento continuo que produce datos con frecuencia trimestral. Acerca del relevamiento del tercer trimestre de 2021 El relevamiento de campo de la EPH durante el tercer trimestre de 2021 se realizó en el contexto del Decreto 297/20, que establece el aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO); y del Decreto 520/20, que establece el distanciamiento social, preventivo y obligatorio (DISPO) debido a la pandemia de la COVID-19. Por lo tanto, se utilizó la modalidad mixta para el relevamiento de campo, y se realizaron las entrevistas tanto de manera presencial como telefónica. El relevamiento se realizó por el periodo de tiempo desde el 27 de junio de 2021 hasta el 18 de septiembre de 2021 para los resultados del tercer trimestre de 2021. (INDEC, 2021).

² Es importante resaltar que tomamos la EPH como la estadística oficial, sin embargo, asumimos algunas críticas que realizan ciertos organismos, por ejemplo, tales como el Centro de Economía Política Argentina <https://www.centrocepa.com.ar>

³ Población económicamente activa: la integran las personas que tienen una ocupación o que, sin tenerla, la están buscando activamente. Está compuesta por la población ocupada más la población desocupada. (INDEC, 2021).

⁴ La distinción genérica es agregado nuestro.

⁵ <https://www.zonajobs.com.ar/> Zona Jobs es un sitio de ofertas de empleo y oportunidades de trabajo para postulantes de países como Argentina, Chile, México y Colombia. Desde el año 2006 sus servicios representan soluciones para que las empresas puedan llevar adelante el proceso de reclutamiento y selección de personal. Su fundador fue Ezequiel Calviño y el actual CEO de Zonajobs es Adrián Gimenez.

⁶ <https://www.computrabajo.com.ar/> CompuTrabajo es una bolsa de empleo online creada en 1999. Tiene presencia en 19 países de Latinoamérica y es líder en 10 países. Es el portal más visitado para la búsqueda de trabajo en Colombia, Argentina, Perú, Honduras, Guatemala,

Uruguay, Costa Rica, Ecuador, El Salvador y Venezuela; el segundo en México, Chile, Nicaragua y República Dominicana; y el tercero en Panamá. (y una posición competitiva en Bolivia, Puerto Rico, Paraguay y Cuba). Cuenta con 128 millones de visitas al mes y 27 millones de valoraciones sobre empresas realizadas por parte de los empleados y ex empleados. Los empleadores tienen la posibilidad de publicar avisos laborales y contratar profesionales a través de Computrabajo. Actualmente, 5.804 empresas utilizan la plataforma. Por su lado, los profesionales encuentran ofertas laborales para todo tipo de perfiles: especializados, de dirección y operativos. Actualmente, la plataforma recibe 133.354 postulaciones diarias.

⁷ <https://www.consultoresdeempresas.com/> Grupo Consultores de Empresas funciona desde el año 1984 como una agencia de consultoría y gestión de recursos humanos. Fue fundada en la Provincia de Córdoba por Sonia Ferioli y Carlos González. Actualmente ofrece sus servicios a lo largo de toda Argentina, contando con 27 sucursales en ciudades de todo el territorio. Más de 600 empresas de Argentina y Chile contratan su gestión de consultoría y tienen más de 6.500 integrantes. Sus servicios son impulsados desde distintas unidades que conforman el Grupo Consultores, las cuales denominan “soluciones”. Algunas de estas son: Cazadores de Talentos, Soluciones Tecnológicas, Óptima Limpieza Industrial, entre otras. Su principal servicio es aportar al crecimiento organizacional de sus clientes, con selección de personal para toda clase de cargos, desarrollando planes de acción para la cultura organizacional y proveyendo tecnologías de gestión.

⁸ Se encuentra disponible en: <https://acortar.link/upfySV>

Anexo

Cuadro 1. EMPLEO Y DESOCUPACIÓN SEGÚN GÉNERO Y FRANJA ETARIA



Cuadro 1.3 Mercado de trabajo, resumen de los principales indicadores. Total 31 aglomerados urbanos. Tercer trimestre 2020-tercer trimestre 2021

| Indicador | Total 31 aglomerados urbanos | | | | |
|---|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Año 2020 | | Año 2021 | | |
| | 3° trimestre (1) | 4° trimestre | 1° trimestre | 2° trimestre | 3° trimestre |
| Tasa de la población total | 42,3 | 45,0 | 46,3 | 45,9 | 46,7 |
| Tasas específicas para la población de 14 años y más | | | | | |
| Tasa de la población de 14 años y más | 54,4 | 57,3 | 58,9 | 58,4 | 59,3 |
| Mujeres | 45,4 | 47,6 | 49,0 | 48,4 | 50,4 |
| Varones | 64,5 | 68,4 | 69,7 | 69,1 | 69,0 |
| Jefes o jefas de hogar | 65,2 | 67,2 | 68,2 | 68,1 | 69,4 |
| Mujeres de 14 a 29 años | 35,9 | 35,2 | 39,0 | 39,2 | 41,4 |
| Mujeres de 30 a 64 años | 61,8 | 66,6 | 67,5 | 67,2 | 68,7 |
| Varones de 14 a 29 años | 47,6 | 55,4 | 53,7 | 51,3 | 49,8 |
| Varones de 30 a 64 años | 85,6 | 89,5 | 90,8 | 90,9 | 91,4 |
| Empleo | | | | | |
| Tasa de la población total | 37,4 | 40,1 | 41,6 | 41,5 | 42,9 |
| Tasas específicas para la población de 14 años y más | | | | | |
| Tasa de la población de 14 años y más | 48,1 | 51,0 | 53,0 | 52,8 | 54,4 |
| Mujeres | 39,4 | 41,9 | 43,0 | 43,4 | 45,9 |
| Varones | 57,7 | 61,4 | 63,8 | 62,9 | 63,7 |
| Jefes o jefas de hogar | 60,9 | 63,3 | 64,2 | 64,3 | 66,2 |
| Mujeres de 14 a 29 años | 27,6 | 26,1 | 29,3 | 30,4 | 34,0 |
| Mujeres de 30 a 64 años | 55,4 | 61,5 | 61,7 | 62,6 | 64,6 |
| Varones de 14 a 29 años | 38,2 | 44,9 | 44,6 | 43,0 | 41,5 |
| Varones de 30 a 64 años | 79,1 | 83,6 | 85,6 | 84,7 | 86,9 |
| Desocupación | | | | | |
| Tasa de la población total | 11,7 | 11,0 | 10,2 | 9,6 | 8,2 |
| Tasas específicas para la población de 14 años y más | | | | | |
| Tasa de la población de 14 años y más | 11,7 | 11,0 | 10,2 | 9,6 | 8,2 |
| Mujeres | 13,1 | 11,9 | 12,3 | 10,4 | 9,0 |
| Varones | 10,6 | 10,2 | 8,5 | 9,0 | 7,7 |
| Jefes o jefas de hogar | 6,6 | 5,8 | 5,9 | 5,6 | 4,7 |
| Mujeres de 14 a 29 años | 23,1 | 26,0 | 24,9 | 22,4 | 18,0 |
| Mujeres de 30 a 64 años | 10,4 | 7,6 | 8,6 | 6,8 | 6,1 |
| Varones de 14 a 29 años | 19,8 | 19,0 | 17,0 | 16,1 | 16,6 |
| Varones de 30 a 64 años | 7,6 | 6,6 | 5,7 | 6,8 | 4,9 |

(1) Los resultados del tercer trimestre de 2020 no incluyen el aglomerado Ushuaia-Río Grande. En consecuencia, este informe refleja resultados que representan el 99,4% de la población de los 31 aglomerados urbanos cubierta habitualmente por la EPH (ver punto 4.2 "Acerca de la cobertura geográfica" en el anexo metodológico del presente informe).

Fuente: INDEC, Encuesta Permanente de Hogares.

Se recuerda que los equipos técnicos del INDEC iniciaron una revisión integral que permitirá evaluar la ejecución de las estrategias adoptadas referidas a las encuestas a hogares en el contexto del aislamiento social. Una vez completada la revisión se difundirán sus resultados para dar información a los usuarios sobre la calidad de las estimaciones y la comparabilidad de las series publicadas.

Adaptación propia. Fuente: Informe Técnico INDEC (INDEC, 2021, p. 8).

Cuadro 2. TASA DE EMPLEO SEGÚN GÉNERO Y EDAD, TASA DE CLASIFICACIÓN DE LA OCUPACIÓN PRINCIPAL Y RAMA DE ACTIVIDAD DE LA OCUPACIÓN PRINCIPAL.

Adaptación propia.



Cuadro 1.4 Composición de la tasa de empleo. Total 31 aglomerados urbanos.
 Tercer trimestre 2020-tercer trimestre 2021

| Indicador | Total 31 aglomerados urbanos | | | | |
|---|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Año 2020 | | Año 2021 | | |
| | 3° trimestre (1) | 4° trimestre | 1° trimestre | 2° trimestre | 3° trimestre |
| Tasa de empleo | 37,4 | 40,1 | 41,6 | 41,5 | 42,9 |
| Sexo y grupos de edad | | | | | |
| Mujeres hasta 29 años | 3,4 | 3,6 | 3,6 | 3,7 | 4,1 |
| Mujeres de 30 a 64 años | 12,2 | 13,3 | 13,3 | 13,5 | 14,0 |
| Mujeres de 65 años y más | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 0,5 | 0,7 |
| Varones hasta 29 años | 4,7 | 6,1 | 5,6 | 5,5 | 5,2 |
| Varones de 30 a 64 años | 15,5 | 15,5 | 17,4 | 17,2 | 17,7 |
| Varones de 65 años y más | 1,0 | 0,9 | 1,0 | 1,1 | 1,1 |
| Relación de parentesco | | | | | |
| Jefe o jefa de hogar | 19,6 | 20,6 | 20,9 | 20,5 | 21,4 |
| Cónyuge | 8,8 | 9,2 | 9,8 | 10,1 | 10,6 |
| Hijos | 7,1 | 7,6 | 8,6 | 8,6 | 8,4 |
| Otros componentes | 1,9 | 2,7 | 2,3 | 2,3 | 2,5 |
| Nivel educativo | | | | | |
| Primario incompleto | 1,1 | 1,4 | 1,0 | 0,9 | 1,2 |
| Primario completo | 4,6 | 5,4 | 4,9 | 4,9 | 4,7 |
| Secundario incompleto | 6,1 | 7,2 | 7,2 | 6,8 | 6,6 |
| Secundario completo | 9,8 | 10,3 | 11,0 | 11,0 | 11,7 |
| Superior y universitario incompleto | 5,7 | 5,7 | 6,8 | 6,5 | 6,9 |
| Superior y universitario completo | 9,9 | 10,0 | 10,6 | 11,2 | 11,4 |
| Sin instrucción | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,2 |
| Categoría ocupacional | | | | | |
| Asalariado | 26,7 | 28,3 | 29,9 | 30,1 | 30,9 |
| Con descuento jubilatorio | 19,0 | 19,0 | 20,2 | 20,6 | 20,7 |
| Sin descuento jubilatorio | 7,7 | 9,2 | 9,7 | 9,5 | 10,2 |
| No asalariado | 10,7 | 11,8 | 11,7 | 11,4 | 12,0 |
| Patrón | 1,1 | 1,0 | 1,3 | 1,5 | 1,7 |
| Cuenta propia | 9,3 | 10,6 | 10,2 | 9,6 | 10,0 |
| Trabajador familiar sin remuneración | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,3 |
| Tipo de establecimiento | | | | | |
| Estatal | 7,5 | 7,4 | 8,0 | 8,4 | 8,3 |
| Privado | 29,4 | 32,3 | 33,1 | 32,4 | 33,9 |
| De otro tipo (2) | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,7 | 0,7 |
| Ns/Nr | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Intensidad de la ocupación | | | | | |
| Subocupado | 5,7 | 6,8 | 5,5 | 5,7 | 5,7 |
| Ocupado pleno | 19,3 | 20,2 | 21,5 | 22,6 | 23,9 |
| Sobrecupado | 8,5 | 10,6 | 10,6 | 11,2 | 11,7 |
| No trabajó en la semana de referencia | 3,9 | 2,5 | 3,9 | 2,0 | 1,6 |
| Calificación de la ocupación principal | | | | | |
| Profesional | 3,7 | 3,9 | 4,6 | 4,7 | 4,6 |
| Técnico | 6,9 | 7,2 | 7,7 | 8,0 | 8,6 |
| Operativo | 19,7 | 20,7 | 21,3 | 21,1 | 21,4 |
| No calificado | 6,7 | 8,0 | 7,5 | 7,3 | 7,9 |
| No definido | 0,4 | 0,3 | 0,5 | 0,4 | 0,5 |
| Rama de actividad de la ocupación principal | | | | | |
| Actividades primarias | 0,4 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,5 |
| Industria manufacturera | 4,4 | 5,3 | 5,0 | 4,5 | 4,4 |
| Construcción | 3,2 | 4,1 | 3,6 | 3,5 | 3,6 |
| Comercio | 6,7 | 6,8 | 7,5 | 7,3 | 8,1 |
| Hoteles y restaurantes | 1,4 | 1,1 | 1,2 | 1,4 | 1,4 |
| Transporte, almacenamiento y comunicaciones | 2,8 | 2,7 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| Servicios financieros, de alquiler y empresariales | 3,9 | 4,5 | 4,7 | 4,5 | 4,5 |
| Administración pública, defensa y seguridad social | 3,3 | 3,4 | 3,9 | 4,1 | 4,2 |
| Enseñanza | 3,5 | 3,5 | 3,3 | 3,6 | 3,5 |
| Servicios sociales y de salud | 2,7 | 2,9 | 2,9 | 2,7 | 2,9 |
| Servicio doméstico | 2,3 | 2,5 | 2,2 | 2,4 | 2,7 |
| Otros servicios comunitarios, sociales y personales | 2,0 | 2,3 | 2,6 | 2,3 | 2,4 |
| Otras ramas (3) | 0,3 | 0,2 | 0,5 | 0,7 | 0,6 |
| Actividades no bien especificadas | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,8 |

(1) Los resultados del tercer trimestre de 2020 no incluyen el aglomerado Ushuaia-Río Grande. En consecuencia, este informe refleja resultados que representan el 99,4% de la población de los 31 aglomerados urbanos cubierta habitualmente por la EPH (ver punto 4.2 "Acerca de la cobertura geográfica" en el anexo metodológico del presente informe).

(2) Incluye asociaciones sin fines de lucro, por ejemplo sindicatos, ONG, etcétera.

(3) Incluye "Suministro de electricidad, gas y agua" y "Organizaciones y organismos extraterritoriales".

Nota: las diferencias en la suma de los porcentajes se deben al redondeo de decimales.

Fuente: INDEC, Encuesta Permanente de Hogares.

Se recuerda que los equipos técnicos del INDEC iniciaron una revisión integral que permitirá evaluar la ejecución de las estrategias adoptadas referidas a las encuestas a hogares en el contexto del aislamiento social. Una vez completada la revisión se difundirán sus resultados para dar información a los usuarios sobre la calidad de las estimaciones y la comparabilidad de las series publicadas.

Fuente: Informe Técnico INDEC (INDEC, 2021, p. 9).