

Anuncios

con Trampa

Aumente sus ingresos

No pierda esta oportunidad

Trabaje desde casa

Un llamada puede
cambiar su vida

Abstenerse mujeres
mayores de 45 años

Se necesita
señorita para...

Llame al 806...

Octubre 2006

ACURMA
ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE LA REGIÓN DE MADRID

Miembro de
CECUMadrid



Dirección General de la Mujer
CONSEJERA DE EMPLEO Y MUJER

Comunidad de Madrid

DOSSIER INFORMATIVO

ÍNDICE

- 1.- INTRODUCCIÓN.
- 2.- OBJETIVOS PREVISTOS.
- 3.- PERIODO DE EJECUCIÓN DEL PROGRAMA.
- 4.- METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS UTILIZADOS.
- 5.- RESULTADOS OBTENIDOS CUANTIFICADOS Y VALORADOS.
- 6.- CONCLUSIONES GENERALES.

1.- INTRODUCCIÓN

Desde ACUREMA – CECU, Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región de Madrid, en colaboración con la Dirección General de la Mujer, se ha realizado un estudio del mercado de trabajo y las posibles limitaciones existentes en el acceso al mundo laboral de las mujeres.

Bajo el título Anuncios con trampa II se han realizado una serie de actividades articuladas en varias fases con el fin de realizar un detallado estudio del mercado laboral tendente a determinar la existencia o no de ofertas de empleo de carácter sexista, de anuncios de empleo que puedan constituir un fraude encubierto, etc.

Este estudio es continuación y complemento de un estudio anterior, Anuncios con Trampa, realizado en el año 2000. Este primer estudio realizado también en colaboración con la Dirección General de la Mujer dio una imagen bastante completa y acertada de la situación de la mujer en el mercado laboral de la Comunidad de Madrid.

De las conclusiones extraídas de ese primer estudio se entendió desde ACUREMA – CECU que podía ser importante llegar a un compromiso y formalizar un **Código de Buenas Prácticas**, en línea con los que esta organización ha suscrito ya en diversos ámbitos, tales como los firmados con

los fabricantes de juguetes, los de básculas, etc. y que recogiese, al menos los siguientes compromisos:

- Evitar el contenido sexista en las ofertas de empleo presentadas.
- Facilitar datos relativos al trabajo a realizar y salario.
- Compromiso de confidencialidad y correcto tratamiento de datos personales.

Desgraciadamente las conversaciones y negociaciones no llegaron a buen término. Esperamos que en esta ocasión podamos conseguir formalizar dicho Código de Buenas Prácticas.

2.- OBJETIVOS PREVISTOS.

A través del presente programa se pretende, como objetivo general, detectar aquellas ofertas de trabajo que puedan constituir un fraude encubierto o que tengan un cariz sexista, respondiendo al objetivo tercero del IV Plan de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres de la Comunidad de Madrid (2002-2005). Igualmente se pretende hacer una comparativa con el estudio que realizó esta asociación en el año 2000, ANUNCIOS CON TRAMPA., y de esta forma comparar la evolución del mercado de trabajo desde esta perspectiva

Ahondando en lo anterior podemos destacar los siguientes objetivos específicos que se pretenden con el presente programa y que derivan del citado objetivo general:

- El estudio sobre el mercado laboral se realizó en las siguientes fases:
 - La primera fase consistió en recabar información, de las ofertas de trabajo que aparecen en periódicos como Expansión, El País y ABC tanto en los diarios como en los especializados que aparecen una vez a la semana y en INTERNET en las que se cumplan alguno de los siguientes indicadores:
 - Ofertas de trabajo en las que se demandan exclusivamente a mujeres o a hombres. En este indicador se observó el tipo de trabajo ofrecido.
 - Requisito de edad.
 - Trabajos que se ofrezcan realizar en casa.
 - Empleos en los que se ofrezca una cantidad exorbitante de dinero.
 - Aquellas ofertas en las que se silencie información como el nombre de la empresa, datos de la misma, tipo de contrato y labor que se va a desarrollar en el puesto de trabajo.
 - Ofertas en las que la única información sea un número de teléfono o un apartado de correos.
 - Aquellas que condicionan el inicio de la actividad al desembolso de una cantidad de dinero ya sea para dar más información sobre el asunto o para la compra de algún tipo de material.
 - Teléfono de contacto.
 - Ofertas de trabajo que demandan exclusivamente españoles o que demandan exclusivamente inmigrantes.
 - En una segunda fase, que se fue realizando a la vez que la primera, se procedió a contactar con los oferentes, según indicaba el anuncio, para

comprobar la veracidad de la información que suministran en estas ofertas de trabajo. Asimismo si se pedía el abono de una cantidad de dinero para recabar más información o para la compra de materiales, se procedía a solicitarla o adquirir los productos.

- En la tercera fase del proyecto se realizó una valoración de los resultados obtenidos. El estudio sigue el siguiente análisis:
 - Número de periódicos analizados y ofertas en INTERNET.
 - Número de ofertas de trabajo objeto del estudio.
 - Número de ofertas que cumplan alguno de los indicadores de selección.
 - Resultados de los contactos mantenidos para averiguar el verdadero objetivo de las ofertas de empleo que cumplen alguno de los indicadores de selección.
- Publicación y difusión de los resultados del estudio.
 - Los resultados del presente estudio se recogen en una memoria que será distribuida entre los siguientes sectores:
 - Organizaciones Empresariales.
 - Empresas de Trabajo Temporal
 - Publicaciones que incluyan o se dediquen a la difusión de ofertas de empleo.
 - Sindicatos
 - Divulgación de las conclusiones y resultados del proyecto en la revista Todoconsumo y en la página web www.cecumadrid.org
 - Realización de un folleto informativo que contendrá consejos para evitar fraudes en la búsqueda de empleo a través de anuncios en prensa y que será distribuido en oficinas del INEM, Oficinas Municipales de

Información al Consumidor, Direcciones Generales de la Comunidad de Madrid, Asociaciones de Mujeres, Sindicatos y a todas aquellas mujeres que deseen retirar un ejemplar en nuestra sede o en nuestras delegaciones dentro de la Comunidad de Madrid.

- Nota de prensa para dar a conocer el estudio y que se difundirá a medios de comunicación de ámbito autonómico y nacional.

3.- PERIODO DE EJECUCIÓN DEL PROGRAMA.

El cronograma previsto de ejecución del proyecto abarca un total de ocho meses, de Julio a Octubre de 2005 y Julio a Octubre de 2006 desarrollándose las actividades entorno a las siguientes vías de actuación:

- ✓ Realización de un estudio del mercado laboral mediante el análisis de las ofertas de empleo que aparecen en los periódicos de ámbito local y nacional, tanto de información general como especializados en la materia. También se ha llevado a cabo un análisis de la bolsa de trabajo en INTERNET.
- ✓ Denunciar ante los organismos públicos competentes, aquellas empresas que estén realizando actividades ilegales enmascaradas como ofertas de empleo dirigidas a mujeres.
- ✓ Publicación y difusión de los resultados del estudio.
- ✓ Realización de un folleto informativo que contendrá consejos para evitar fraudes en la búsqueda de empleo a través de anuncios en prensa e INTERNET.
- ✓ Rueda de prensa para dar a conocer el estudio.

4.- METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS UTILIZADOS.

Para la evaluación de los anuncios presentados se ha procedido al análisis de las ofertas de empleo aparecidas en distintos medios de comunicación escrito, tanto prensa especializada en la búsqueda de empleo como prensa diaria que incluye una sección destinada a estos aspectos.

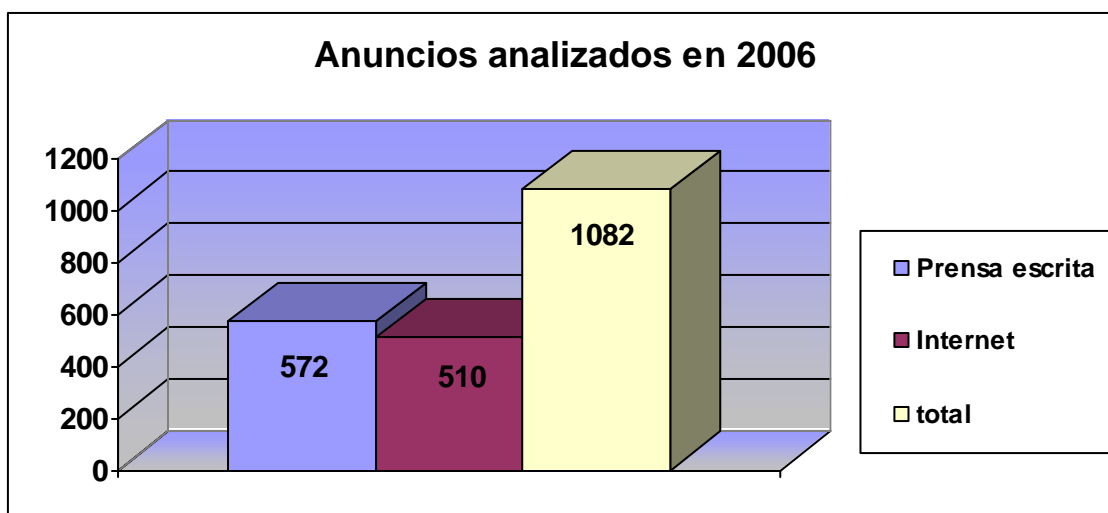
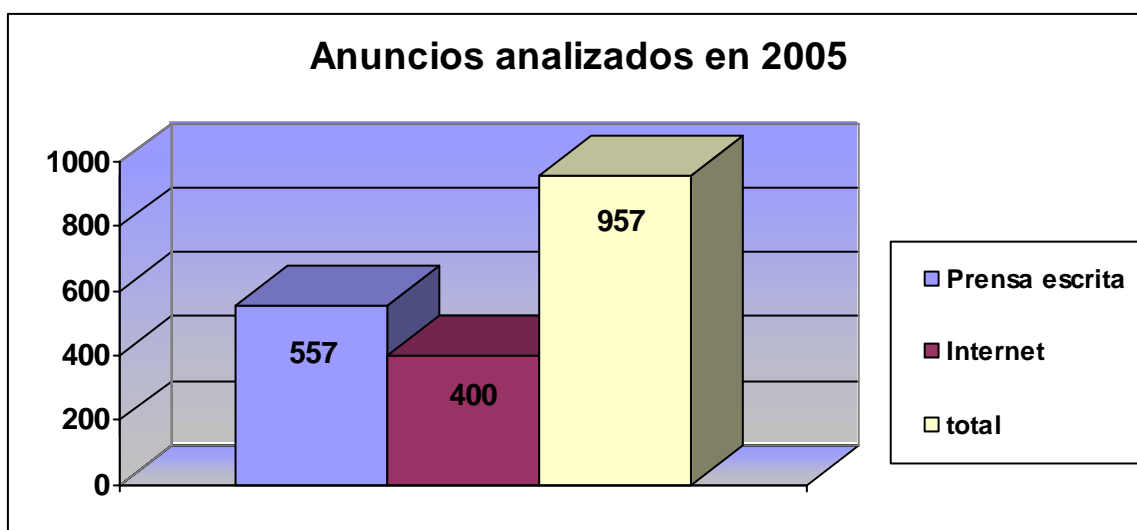
El análisis además se ha derivado también a las ofertas de empleo aparecidas en Internet, ya que hemos constatado que se ha constituido, en corto plazo de tiempo, en un canal de búsqueda de empleo rápido y cómodo, en el que además hay multitud de páginas dedicadas de forma exclusiva a la publicación de ofertas de trabajo, pero también existen conexiones dentro de las páginas web de grandes empresas con su departamento de recursos humanos, que se encarga de publicar las ofertas existentes en cada momento.

Durante los meses de Julio a Octubre de 2005 se **analizado un total 957 de ofertas de empleo**, recogidas de dos medios muy distintos, prensa escrita e Internet, si bien el mayor número de anuncios analizados es de prensa escrita por la mayor facilidad para obtener una respuesta inmediata, en la medida que se ofrece en la mayor parte de las ocasiones, un número de teléfono de contacto como primer filtro.

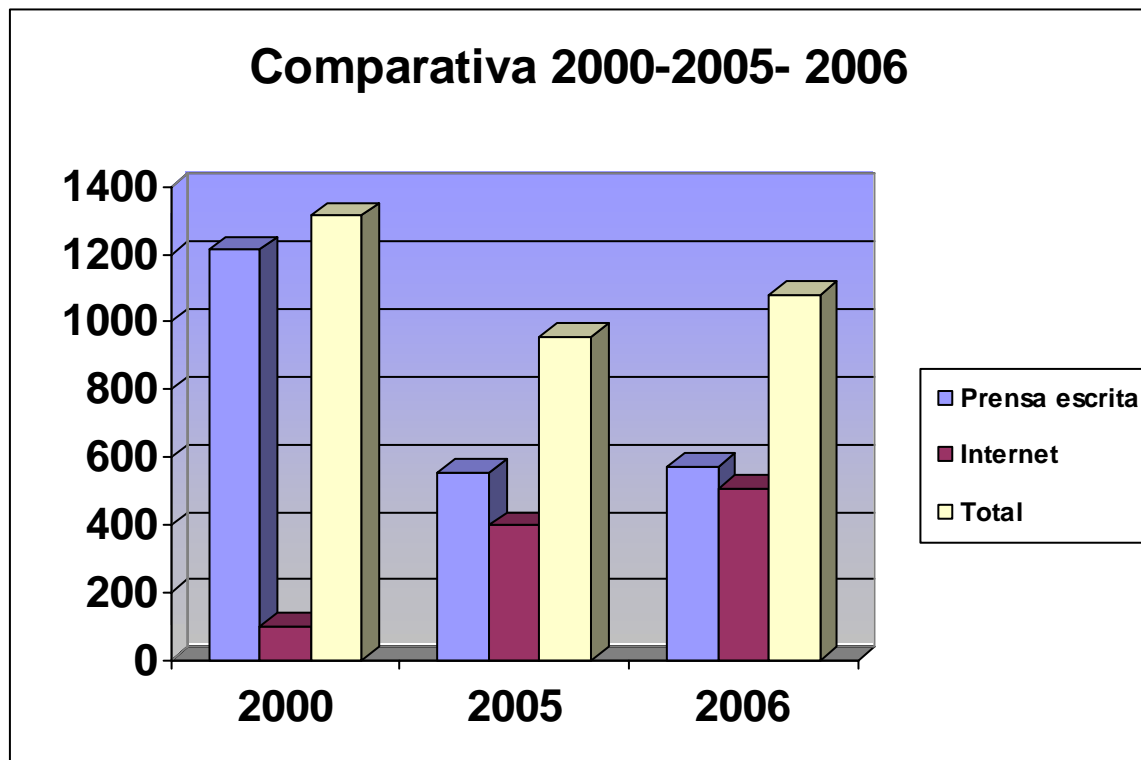
Este mismo método se utilizó tanto para la recogida como análisis de los anuncios en el año 2006. Si bien como veremos más adelante, el número de anuncios recogidos en los dos ámbitos se han acercado en la última toma de

datos, ya que cada vez es más frecuente que en los medios escritos se repitan anuncios, disminuyendo el número real de anuncios. Así durante los meses de Julio a Octubre de 2006 se ha analizado un total de 1082 anuncios.

En los gráficos siguientes se recogen los datos relativos al número total de ofertas analizados a través de uno y otro medio:



En una comparativa con los datos del estudio del 2000 podemos apreciar que el número de anuncios aparecidos en prensa escrita es en la actualidad significativamente inferior, y como vemos la tendencia continua. Sin embargo el número de anuncios en Internet se ha disparado.



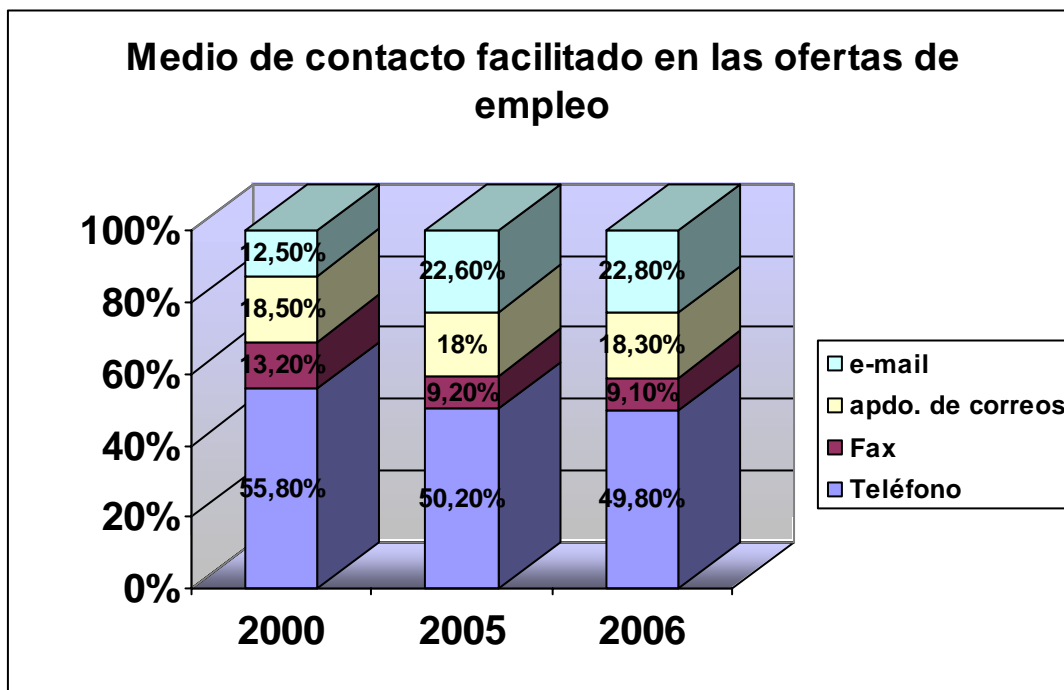
En la actualidad Internet acoge más ofertas de empleo que la prensa escrita, y ello debido a que existen múltiples páginas web dedicadas de forma exclusiva a la búsqueda activa de empleo. Por otro lado la mayoría de las empresas con presencia en la red ponen a disposición de los visitantes de su web un acceso a su departamento de Recursos Humanos a través del cual conocer las ofertas de empleo existentes en ese momento.

La opción de acudir a la red para buscar trabajo se está convirtiendo en un medio muy eficaz para el demandante de trabajo. Debido al nuevo empuje de Internet creemos que debe realizarse un análisis en un apartado específico.

Volviendo al análisis de la prensa escrita la vía telefónica es la vía utilizada con el fin de obtener la mayor información posible, lo que simplificaba enormemente el presente estudio. Pero igualmente debemos destacar que cada vez más, aunque no de forma exclusiva en la mayoría de los casos, también en los anuncios de prensa escrita se ofrece la posibilidad de responder a una oferta de empleo a través de correo electrónico. La explicación puede deberse bien a cuestiones de agilidad o a razones de economía en los procedimientos de selección, toda vez que se asigna un buzón de correo electrónico para cada uno de los puestos ofrecidos. Esta práctica viene siendo generalizada para aquellas empresas dedicadas a la selección y para las Empresas de Trabajo Temporal.

Como hemos visto la vía más generalizada para el primer contacto sigue siendo la llamada telefónica para concertar entrevista y que actúa como primer filtro de las candidaturas, seguido de cerca por la remisión del curriculum por correo.

En el siguiente gráfico se recogen las vías de contacto más utilizadas en los anuncios de empleo analizados:



Como vemos en la anterior comparativa observamos que aunque la vía telefónica es la más utilizada con diferencia, algo menos del 50% de los anuncios en prensa escrita, la vía de e-mail toma cada vez más importancia.

5.- RESULTADOS OBTENIDOS CUANTIFICADOS Y VALORADOS.

Después del breve acercamiento del apartado anterior hemos realizado un análisis de los anuncios seleccionados siguiendo unos criterios que nos permitiesen evaluar los anuncios para detectar posibles fraudes y ofertas de trabajo sexistas.

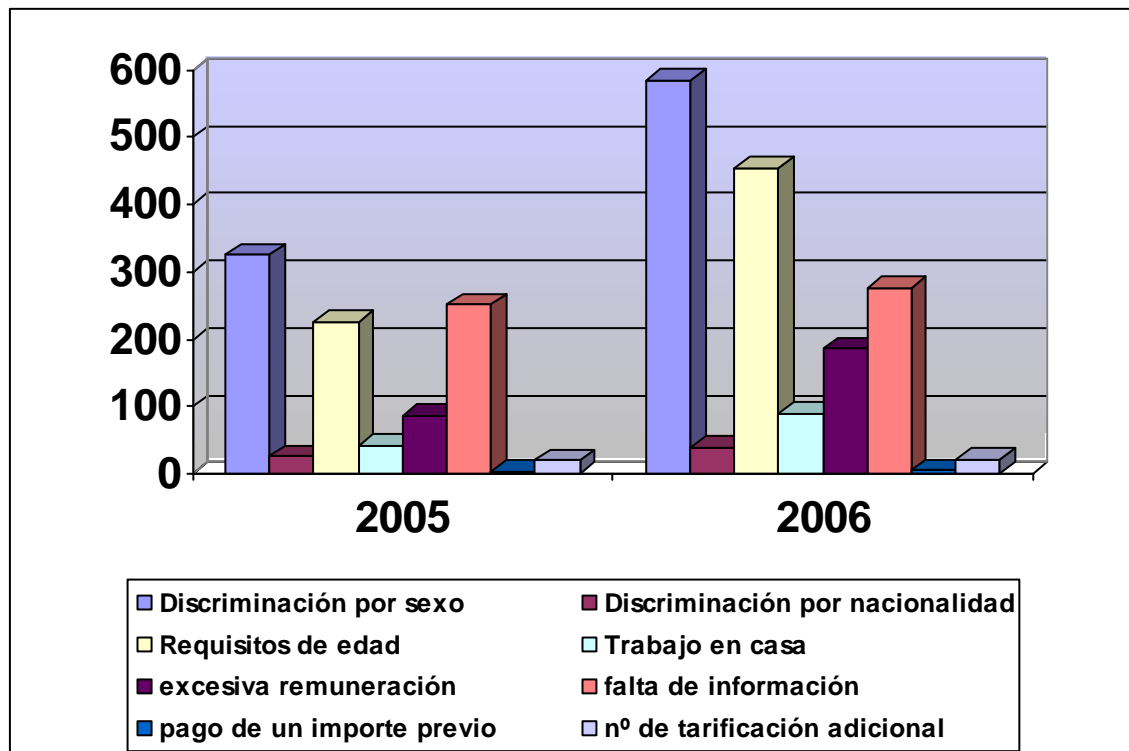
Se ha puesto especial interés en aquellas ofertas que cumplan los indicadores presentes en el estudio del año 2000:

- Ofertas de trabajo en las que se demande exclusivamente a mujeres o a hombres, observando el tipo de trabajo ofrecido.
- Requisitos de edad.
- Trabajos que se ofrezcan realizar en casa.
- Empleos en los que se ofrezca una cantidad excesiva de dinero.
- Aquellas ofertas en las que se silencie información como el nombre de la empresa, datos de la misma, tipo de contrato y labores a desempeñar en el puesto de trabajo.
- Aquellas que condicionen el inicio de la actividad al desembolso de una cantidad de dinero ya sea para dar más información sobre el asunto o para comprar algún tipo de material.

Pero después de un primer acercamiento hemos constatado que en la actualidad debemos añadir algún indicador nuevo:

- Ofertas de trabajo en las que se demande exclusivamente a una persona extranjera o nacional.
- El teléfono al que se debe dirigir el demande es un teléfono de tarificación adicional.

Como veremos con más detalle más adelante en algunos de los indicadores los porcentajes son realmente importantes.



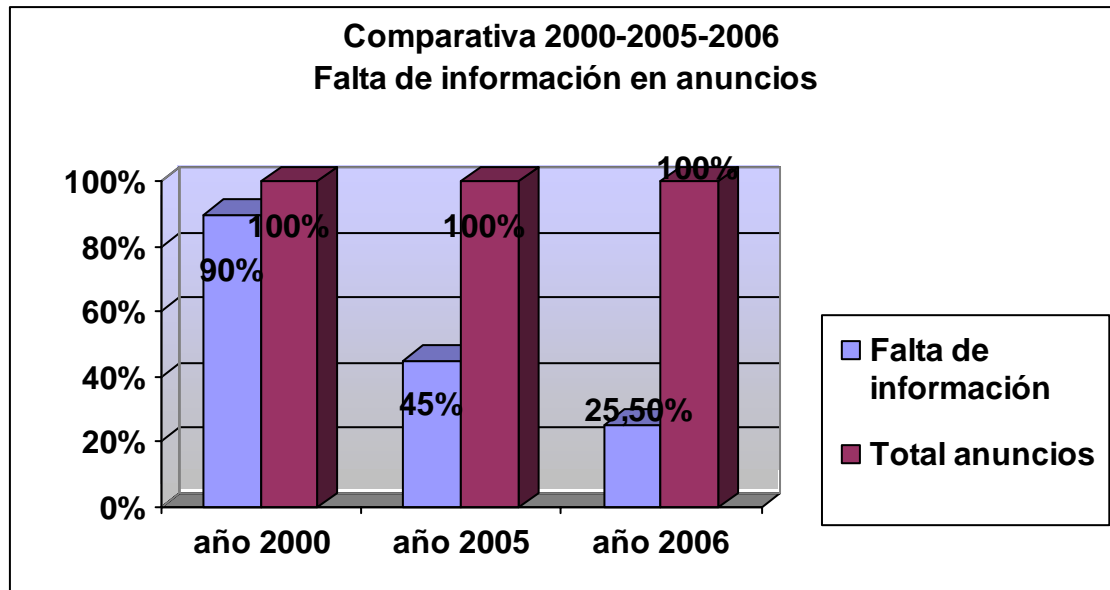
Pero analicemos cada uno de los indicadores:

Ofertas de empleo en las que se silencia información básica sobre la empresa oferente.

Como hemos visto el gráfico anterior en la mayoría de los anuncios publicados no recogen los datos básicos que facilite a los candidatos el determinar a qué empresa responde al presentar su candidatura, toda vez que ello obedece a una externalización, por parte de las empresas, de los departamentos de recursos humanos, derivando estas actividades a empresas consultoras o de

trabajo temporal. Esto también ocurre con las ofertas de empleo presentadas en la sección de breves de la prensa escrita, donde por regla general se trata de mediana y pequeña empresa desconocida para el público general, por lo que la presencia o no de la empresa contratante en principio carece de importancia. En contrapartida las ofertas de empleo analizadas a través de Internet no sólo informan de la empresa dispuesta a contratar, sino que además y por regla general establecen un link o acceso directo con la página web de esa empresa siempre que esta exista. Igualmente en Internet no sólo contamos con la posibilidad de contactar directamente con las empresas sino que también existen foros o blog en los que los demandantes de empleo se comunican y comparten sus experiencias.

Pero lo más interesante se plantea a la hora de comparar estos datos con los recogidos en el 2000. En el año 2000 el 90% de los anuncios no recogían datos suficientes sobre las empresas oferentes. Sin embargo en el 2005 a pesar de ser un porcentaje importante este se ha reducido drásticamente: a penas alcanza el 45% de los anuncios analizados y la misma tendencia sigue en el 2006, dónde alcanza el 25,50%, quizás debido también al aumento de los anuncios de Internet, que como hemos dicho anteriormente aportan mucha más información.



Con los datos recabados podemos sacar dos conclusiones que no tienen porque ser excluyentes sino complementarias:

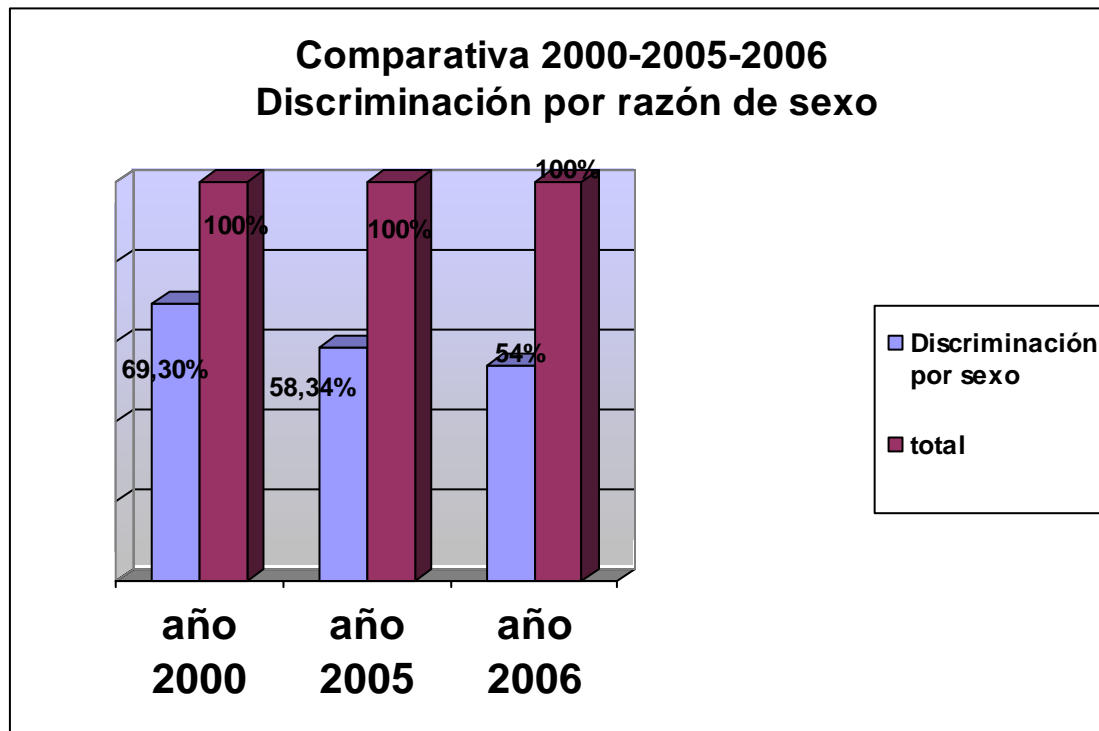
- en estos seis años el nivel de compromiso de las empresas en cuanto a la necesidad de aportar datos ha aumentado.
- El número de pequeñas y medianas empresas oferentes de empleo ha disminuido en Madrid, bien porque el paro a disminuido considerablemente a nivel global y particularmente regional, bien porque las PYMES acuden a otros medios para buscar candidatos, bien porque el número de PYMES oferentes de empleo a disminuido en la región.

Tras un primer análisis de los distintos anuncios aparecidos en los que no se facilita suficiente información de las empresas, hay que distinguir varias situaciones:

- En primer lugar y respecto de aquellas ofertas que facilitan un número de teléfono, cuando éste corresponde al departamento de selección de la propia empresa, por regla general se puede solicitar información relativa a la misma, donde efectivamente se nos facilitará la información requerida. Esto mismo no ocurre cuando el proceso de selección se ha externalizado, ya que la consultora o la empresa de trabajo temporal no facilita datos de su empresa cliente hasta que no se nos ha preseleccionado como posibles candidatos al puesto.
- Respecto de aquellas ofertas en las que únicamente se facilita una dirección o un número de fax para remitir el historial profesional, es imposible determinar la empresa para la que se presenta la candidatura, por lo que en la mayor parte de las ocasiones nos ofrecemos para un trabajo sin saber siquiera a que sector empresarial se dedica la empresa.

Ofertas de empleo de marcado carácter sexistas.

En gráfico siguiente muestra la comparativa entre el año 2000, el 2005 y el 2006:



Como vemos este indicador es con mucho el que más se repite en el estudio. Tanto en el año 2000 como en el 2005 y en el 2006 se repiten las mismas circunstancias: en las ofertas de empleo analizadas se recogía expresamente una preferencia sexual para determinados puestos de trabajo considerados de por sí femeninos. También es de destacar que parece que esta circunstancia está cambiando paulatinamente, situación que veremos parece ser explicada más adelante.

Por otra parte hay que destacar que cuando nos hemos puesto en contacto con las empresas como respuesta a los anuncios de aquellas **profesiones tradicionalmente consideradas como femeninas**, es decir, aquellas relacionadas con los servicios de limpieza, peluquerías, y similares, a la presentación de un candidato masculino, las empresas o responsables de selección no ponían en ningún caso objeción a la posibilidad de que un hombre realizase tales tareas a pesar de que la oferta se enunciaba dirigida exclusivamente a mujeres.

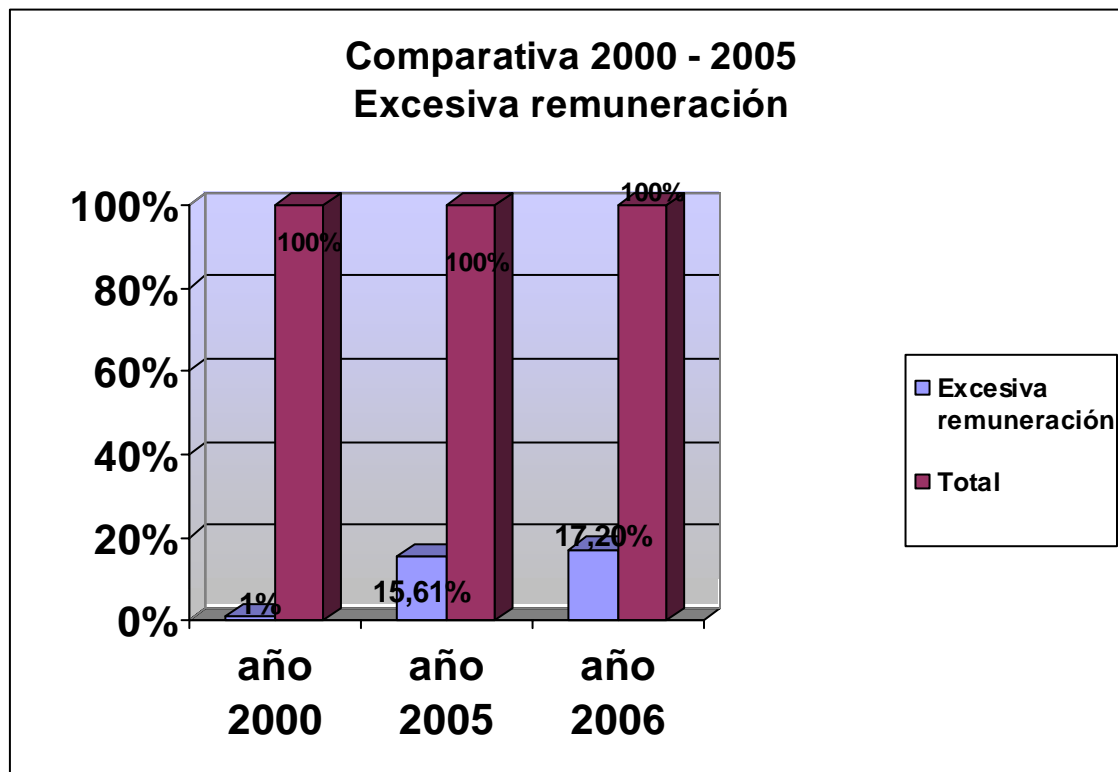
Al contrario, **en el caso de que una mujer ofreciese su candidatura a un puesto de trabajo dirigido tradicionalmente al rol masculino**, como por ejemplo chapista, tornero, albañil, etc. en primer lugar solicitaban que el interesado llamase para informarle de las condiciones y requisitos del puesto, manifestando su sorpresa ante una candidatura femenina. Las actitudes ante esta posibilidad son muy variadas, desde una negativa absoluta a la candidatura, hasta una aceptación sin problema alguno, pasando por una respuesta vaga aceptando el curriculum con ciertos reparos y con la única intención de finalizar la conversación sin el ánimo de contactar para una entrevista con la candidata femenina.

Respecto de la tipología de los anuncios que cumplen con este indicador, hay que decir que la mayoría de ellos hacen referencia a empleos de baja cualificación formativa o con un peso histórico en cuanto a su masculinización o feminización. Por el contrario y respecto de **las ofertas destinadas a puestos de responsabilidad o de nueva aparición por regla general se**

trata de evitar todo trato discriminatorio entre sexos, admitiendo ambas candidaturas.

Anuncios que ofrecen retribuciones exageradas para el puesto.

El gráfico siguiente muestra una comparativa entre el año 2000, 2005 y 2006.



Resulta llamativo comprobar como el número de ofertas que ofertan una excesiva remuneración ha aumentado de manera muy importante en estos últimos 5/6 años.

Aunque el porcentaje de los últimos años no es tan importante como los anteriormente vistos nos parece relevante su análisis, por dos razones fundamentalmente:

- Ya que el factor económico es el más importante a la hora de responder a una oferta de empleo, en la medida que actúa como reclamo para todas aquellas personas que pretenden mejorar su situación laboral actual y fundamentalmente para todas aquellas que se encuentran en situación de desempleo. Podríamos considerar que nos encontramos ante una publicidad engañosa.
- El aumento significativo en este tipo de indicador con respecto al 2000 puede deberse en parte a la necesidad de las empresas oferentes de solicitantes, en la actualidad más escasos por el descenso del paro. Pero quizás esta situación requiera un análisis más profundo de la realidad social.

Consecuentemente se hace necesario facilitar información veraz y ajustada a la realidad sobre la posible retribución si finalmente se accede al puesto de trabajo.

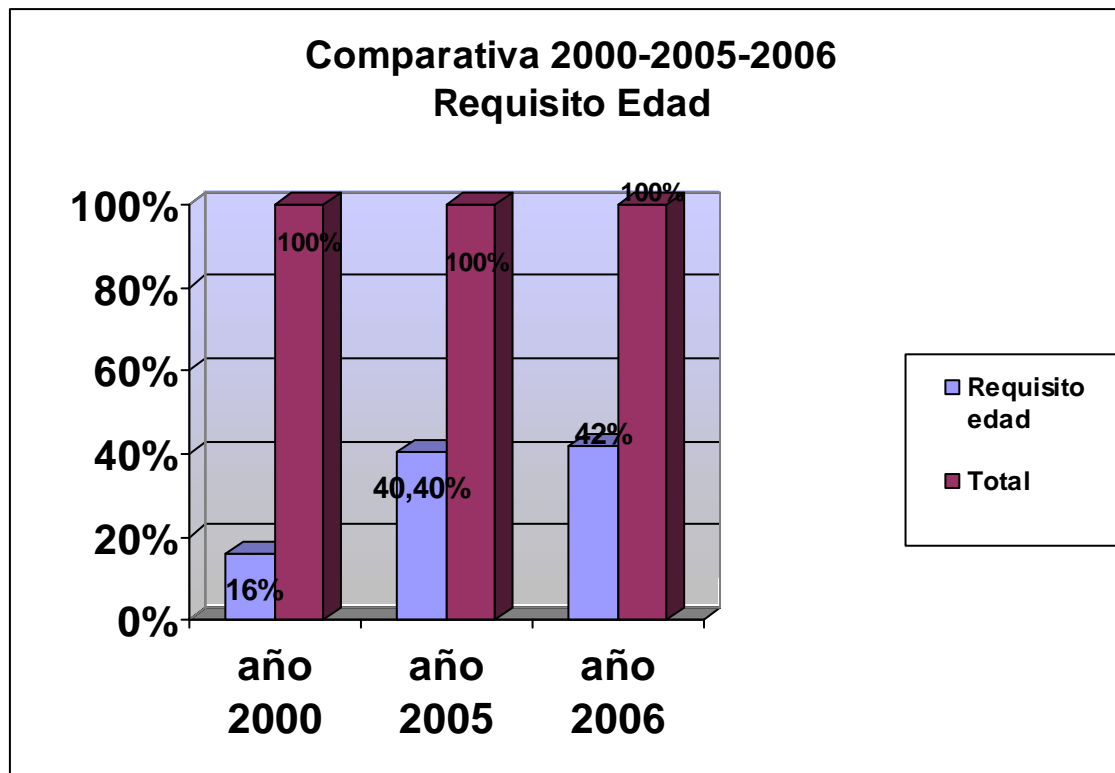
En el año 2000 constatamos que existían **situaciones de discriminación sexual respecto de la retribución**, ya que ante dos candidaturas similares **el salario ofrecido al candidato masculino superaba en más del 20% al ofrecido para la candidatura de una mujer**, esto incluso para aquellos trabajos de marcado carácter femenino. A este respecto hay que destacar que tales situaciones se producían fundamentalmente para empleos de baja cualificación, siendo extraño encontrar situaciones de este tipo en empleos de

responsabilidad, donde la discriminación sexual en principio es menos evidente que para el resto de empleos.

En la actualidad esta situación se reduce drásticamente y los casos en los que se produce esta discriminación son escasos. Debemos constatar que nos hemos limitado a la primera toma de contacto donde es muy difícil que la empresa oferente nos dé mucha información salarial. A diferencia del año 2000 las empresas son más cautelosas en los primeros contactos a mostrar todas sus "cartas". Quizás es debido a que, como ya hemos visto, el número de PYMES que acuden a los anuncios para buscar candidatos es más reducido que años anteriores, y las empresas grandes, con departamentos especializados, aportan más información en las entrevistas personales.

Ofertas que establecen un límite de edad para los candidatos.

Como veremos en el gráfico siguiente las diferencias entre el año 2000 y 2005/2006 también son considerables. Si bien en el año 2000 el porcentaje no era muy elevado, en el 2005 el porcentaje si es importante, acrecentándose en el 2006.



Como en el caso anterior esta subida espectacular puede deberse a la situación actual del mercado laboral, donde como ya hemos visto el paro se ha reducido significativamente a nivel nacional y particularmente a nivel regional, pero crecen proporcionalmente los nuevos tipos de contrato, los llamados contratos basura que afectan a mujeres y jóvenes particularmente.

Ofertas de empleo que condicionan el inicio de la actividad al desembolso de una cantidad de dinero o aquellas que ofrecen empleo para realizar en casa.

Este tipo de ofertas, que dieron origen a este programa, han desaparecido prácticamente de la prensa escrita, medio en el que tradicionalmente se recogían, no alcanzando el 1% en ningún caso.

Pero aún siguen existiendo algunas sobre las que el presente estudio ha puesto una especial atención, dado que en la mayoría de los casos pueden constituir un fraude en cubierto. Del total de anuncios analizados, en principio ninguno de ellos exigía este requisito. No obstante una vez presentada la candidatura si se informaba de la necesidad de realizar un desembolso inicial para acceder al puesto de trabajo. Esta exigencia se refería a aquellos casos en los que se debía adquirir algún tipo de material específico para la realización del trabajo. Este tipo de trabajo esta teniendo un nuevo auge en Internet.

Ofertas de empleo que ofrecen empleo para realizar en casa.

Respecto de las ofertas de trabajo para realizar en casa, hay que destacar como hemos dicho al principio, que cada vez son menos las ofertas en este sentido, no obstante siguen existiendo. En el año 2005 representan el 7,54% de los anuncios en prensa, siendo el porcentaje de los encontrados en Internet ligeramente superior. En el año 2006 el porcentaje aumenta ligeramente alcanzando el 8,23%, debido quizás al aumento de los anuncios analizados provenientes de Internet.

De las ofertas analizadas se deducen dos actividades propias para la realización en el domicilio del trabajador:

- La gran mayoría hacían referencia a la atención telefónica desde el propio domicilio, normalmente referidas a líneas telefónicas de ocio o valor añadido. En este tipo de empleos se exige, según la empresa contratante la compra de un terminal móvil al que se desviarán posteriormente las llamadas desde la centralita. En estos casos a los trabajadores se les formaliza un contrato de trabajo totalmente legal, o se les da la opción de realizarlo como profesionales independientes, dados de alta en el régimen de autónomos.
- Por otra parte se demanda personal para realizar trabajos artesanales o de fabricación de productos de decoración, donde no se da de alta al trabajador ni se exige que se de alta como autónomo, por lo que **favorece la economía sumergida.**

En año 2000 se ha realizado un estudio con el fin de determinar si este tipo de empleos pueden llegar a ser rentables para los trabajadores. Concretamente este año se ha optado por un anuncio aparecido en Internet de fabricación de bolígrafos. La oferta consistía en la fabricación de bolígrafos, si bien en el propio anuncio no se informaba de ninguno de estos extremos, haciendo necesario telefonar o remitir un correo electrónico a la empresa para ampliar esta información, sin que de nada sirva tampoco, ya que se limitan a solicitar una dirección donde remitir información por escrito.

La información enviada se limita a explicar el sistema de trabajo, los beneficios por cada pieza terminada y a ofrecernos un hit inicial de prueba con el que comprobar nuestra habilidad.

En la información remitida se detalla del mismo modo los posibles beneficios a obtener en caso de que según el criterio de la empresa el trabajo se ajuste a los valores de calidad exigidos, ya que el pago de las siguientes cantidades se realiza una vez que la empresa ha comprobado la calidad del acabado del producto elegido.

En el caso analizado de los muchos que aparecen, se trata de una oferta de trabajo de carácter engañoso ya que la obtención de los posibles beneficios queda sujeto a un criterio subjetivo de la empresa, que determinará a la vista del trabajo realizado si abona el precio pactado por cada pieza o no.

Ofertas de empleo que demandan exclusivamente españoles o que demandan exclusivamente inmigrantes.

Cuando retomamos en el año 2005 a este estudio, en un primer vistazo comprobamos que el número de anuncios en los que aparecía la referencia a la nacionalidad del demandante era suficientemente significativo como para tenerlo en cuenta. En el 4.7% de los casos no encontramos con esta discriminación. Los oferentes solicitan españoles y en ningún caso al ponernos en contacto con ellos dan muchas explicaciones del porque. Sólo el 0.18% de los casos la discriminación era contraria y se solicita extranjeros para el puesto.

En el año 2006 el porcentaje vuelve a subir, hasta el 5,3%. Significativamente también aumenta los casos de discriminación contraria: en el 0.21% de los casos se solicita un extranjero para el puesto.

Aunque pudiéramos hacer múltiples interpretaciones del porqué de esta situación, la discriminación es tan clara que sobra cualquier comentario.

Ofertas de empleo en las que el teléfono de contacto sea de tarificación adicional.

Al igual que el caso anterior fue en los primeros momentos de la investigación que comprobamos que en un número importante de casos se requería la llamada a un número de tarificación adicional para ponernos en contacto con la empresa, situación que se repite en el año 2006. En el 3,50% de los casos (el 3.59% el año 2005 y 3, 58% en el 2006) hay que llamar a un número de tarificación adicional para conseguir una entrevista o más información. En mitad de estos casos se consigue contactar con la empresa oferente pero en los otros casos, después de distintas llamadas sólo se consigue perder dinero.

Esta situación muestra que en al menos el 1,8% de los casos nos encontramos con un **fraude**.

Ofertas de empleo en Internet.

En los distintos epígrafes del estudio hemos ido dando algunas pincelas sobre la situación en la Red. Este sistema de busca de empleo es cada vez más utilizado

por su rapidez, comodidad y coste. No sólo podemos encontrar numerosas páginas con ofertas de trabajo sino que también podemos nosotros, sin coste en la mayoría de los casos insertar nuestros anuncios de demanda de empleo.

Por otro lado, como ya hemos visto, en las páginas más importantes se nos remite a la página de la empresa oferente, poniéndonos directamente en contacto con ella.

Internet como herramienta de búsqueda de empleo se muestra una herramienta útil, rápida y eficaz pero también tiene sus claroscuros, como hemos visto en el epígrafe de los trabajos en el domicilio. Debemos por tanto tener algunas precauciones lógicas como no dar datos personales como cuentas bancarias, domicilio... que en algunos casos son demandados.

Queremos destacar un tipo de anuncio, cada vez más habitual, que no es una oferta de trabajo sino la posibilidad de integrarse en una "red" que trabaja fundamentalmente de manera piramidal: se busca realizar la venta de un producto que el nuevo integrante de la red revenderá a otros. No se trama de nada nuevo, es el clásico timo de la **PIRÁMIDE**, esta vez de manera digital. Este tipo de anuncios y su siguiente respuesta provoca que durante meses el demandante de empleo reciba a su correo electrónico infinidad de correos (hasta tres diarios) insistiendo en la "magnífica oportunidad de negocio".

Estas supuestas empresas no tienen sede física en España (en algunos casos nos ha sido imposible localizar ninguna sede social) y la única manera de contactar con ellos es a través de correo electrónico. Este detalle suele ser suficiente para que discriminemos a la hora de elegir entre distintas ofertas de empleo. La mayoría de las empresas facilitan, además de un correo electrónico,

una dirección a la que enviar el curriculum o a la que dirigirse, dándonos más seguridad en cuanto a su seriedad y transparencia.

6.- CONCLUSIONES GENERALES.

El presente estudio pretende ser una continuación y profundización del ya realizado por esta asociación en el año 2000. en aquella ocasión nos planteamos seguir unos criterios de estudio que por experiencia y previo sondeo de la situación nos parecieron los más acertados. Así analizamos un número importante de anuncios siguiendo los siguientes **criterios**:

- Ofertas de trabajo en las que se demande exclusivamente a mujeres o a hombres, observando el tipo de trabajo ofrecido.
- Requisitos de edad.
- Trabajos que se ofrezcan realizar en casa.
- Empleos en los que se ofrezca una cantidad excesiva de dinero.
- Aquellas ofertas en las que se silencie información como el nombre de la empresa, datos de la misma, tipo de contrato y labores a desempeñar en el puesto de trabajo.
- Aquellas que condicionen el inicio de la actividad al desembolso de una cantidad de dinero ya sea para dar más información sobre el asunto o para comprar algún tipo de material.

Al enfrentarnos de nuevo al estudio constatamos la necesidad de algún indicador nuevo. Retomar el estudio no significaba repetir sin más el estudio 5 o 6 años después sino analizar también los cambios en el mercado de trabajo de Madrid. De ese análisis surgen **dos nuevos indicadores**:

1. Ofertas de trabajo en las que se demande exclusivamente a una persona extranjera o nacional.
2. El teléfono al que se debe dirigir el demande es un teléfono de tarificación adicional.

Análisis de los distintos indicadores.

- 1. Ofertas de trabajo en las que se demande exclusivamente a mujeres o a hombres, observando el tipo de trabajo ofrecido.**

Este indicador es el más significativo del estudio. Tanto en el año 2000 como en el 2005 y en el 2006 se repiten las mismas circunstancias: en las ofertas de empleo analizadas se recogía expresamente una preferencia sexual para determinados puestos de trabajo considerados de por si femeninos. También es de destacar que, parece que, esta circunstancia está cambiando paulatinamente.

2. Requisito de la edad.

Como ya hemos visto en el informe las diferencias entre el año 2000 y 2005/2006 son considerables. Si bien en el año 2000 el porcentaje no era muy elevado, en el 2005 el porcentaje si es más importante, continuando esta tendencia en el 2006.

3. Trabajos que se ofrezca trabajar desde casa.

Cada vez son más escasas las ofertas en este sentido. En el año 2005 representan el 7,54% de los anuncios en prensa, siendo el porcentaje de los encontrados en Internet ligeramente superior. En el año 2006 el porcentaje aumenta ligeramente alcanzando el 8,23%, debido quizás al aumento de los anuncios analizados provenientes de Internet.

4. Empleos en los que se ofrezca una cantidad excesiva de dinero.

Es llamativo comprobar como el número de ofertas que ofertan una excesiva remuneración ha aumentado de manera muy importante en estos últimos 5/6 años, alcanzando más del 17%.

- 5. Ofertas en las que se silencia información como el nombre de la empresa, datos de la misma, tipo de contrato y labores a desempeñar en el puesto de trabajo.**

En este epígrafe, además de hacer notar que todavía siguen faltando en la mayoría de los anuncios datos suficientes de la empresa oferente, lo más interesante se plantea a la hora de comparar estos datos con los recogidos en el 2000. En el año 2000 el 90% de los anuncios no recogían datos suficientes sobre las empresas oferentes. Sin embargo en el 2005 a pesar de ser un porcentaje importante este se ha reducido drásticamente: apenas alcanza el 45% de los anuncios analizados y la misma tendencia sigue en el 2006, dónde alcanza el 25,50%, quizás debido también al aumento de los anuncios de Internet, que como hemos dicho anteriormente aportan mucha más información.

- 6. Aquellos que condicionan el inicio de la actividad al desembolso de una cantidad de dinero ya sea para dar más información sobre el asunto o para comprar algún tipo de material.**

Este tipo de ofertas, que dieron origen a este programa, han desaparecido prácticamente de la prensa escrita, medio en el que tradicionalmente se

recogían, no alcanzando el 1% en ningún caso. Pero en todo caso merece la pena destacar que sí están surgiendo, de manera más encubierta en Internet.

7. Ofertas de trabajo en las que se demande exclusivamente a una persona extranjera o nacional.

Cuando retomamos en el año 2005 a este estudio nos dimos cuenta que debíamos incluir este indicador ya que la referencia a la nacionalidad del demandante era suficientemente significativo como para tenerlo en cuenta. En el 4.7% de los casos nos encontramos con esta discriminación. Los oferentes solicitan españoles y en ningún caso al ponernos en contacto con ellos dan muchas explicaciones del porqué. Sólo el 0.18% de los casos la discriminación era contraria y se solicita extranjeros para el puesto. En el año 2006 el porcentaje vuelve a subir, hasta alcanzar el 5,3%.

8. El teléfono al que se debe dirigir el demande es un teléfono de tarificación adicional.

Igualmente que con el indicador anterior, comprobamos que en un número importante de casos se requería la llamada a un número de tarificación adicional para ponernos en contacto con la empresa, situación que se repite en el año 2006. Esta situación muestra que en al menos el 1,8% de los casos nos encontramos con un **fraude**.

9. Internet

Este sistema de busca de empleo es cada vez más utilizado por su rapidez, comodidad y coste. No sólo podemos encontrar numerosas páginas con ofertas de trabajo sino que también podemos nosotros, sin coste en la mayoría de los casos, insertar nuestros anuncios de demanda de empleo.

Por otro lado también hemos visto como las ofertas de empleo en medios escritos cada vez son menos numerosas, en muchos casos repetidas o dando paso a anuncios de contactos y no de ofertas de empleo.