



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo
Encuesta del SERNAC:

UN 71% DE LAS MUJERES SE HAN SENTIDO DISCRIMINADAS COMO CONSUMIDORAS POR RAZONES DE GÉNERO

- **Según una encuesta realizada por el Servicio, un 64% de las mujeres que se han sentido discriminadas no reclamaron ante dicha situación.**
- **La mayoría se siente discriminada al comprar ropa y no encontrar las tallas adecuadas.**
- **También se han sentido discriminadas cuando compran un producto y/o contratan un servicio en mercados masculinizados como el ferretero y automotriz, donde los dependientes les hablan suponiendo que no saben del tema, práctica conocida como "mansplaning". Para conocer en detalle la encuesta, visite www.sernac.cl**

Un 71% de las encuestadas se ha sentido discriminada como consumidoras sólo por el hecho de ser mujer, así lo reveló la última versión de una encuesta realizada sobre la materia por el SERNAC, y que fue respondida por 1.753 participantes en todo el país, entre el 21 de febrero y el 14 de marzo de 2023.

Los resultados de la "Encuesta Mujer y Consumo 2023", efectuada en el marco de la conmemoración del Día Internacional de la Mujer, fueron presentados por el Director Nacional del SERNAC, Andrés Herrera, y la Directora Regional de Aysén, María Francisca Ortiz, en la ciudad de Coyhaique.

"Es muy importante que las empresas del país tomen todas las medidas necesarias, especialmente, a la hora de capacitar a sus dependientes para que proporcionen siempre una atención profesional e igualitaria, evitando sesgos de género y actos que pueden ser considerados discriminatorios o abusivos en contra de las mujeres consumidoras", enfatizó el Director Nacional del SERNAC.

En este contexto, la autoridad detalló que "si se producen situaciones que pueden ser calificadas de discriminación arbitraria, nosotros como Servicio tenemos una serie de herramientas de protección, por lo que el llamado a las consumidoras es a reclamar para que podamos realizar acciones judiciales".

Principales hallazgos

La Directora Regional destacó que el objetivo de esta encuesta fue levantar información sobre la experiencia de consumo de las mujeres y conocer la percepción que tienen respecto de la discriminación de género.

Entre los resultados destacaron que un 46% se ha sentido discriminada como consumidora por ser mujer, un 25% lo ha sentido algunas veces (un 71% en total), mientras que un 29% respondió negativamente.

Al preguntarles **si habían tomado alguna acción tras sentirse discriminadas**, un **64% reconoció que no reclamó** y un 33% señaló que sí lo hizo. De ellas, un 19% lo hizo ante la empresa que a su juicio ejerció la discriminación, un 7% lo hizo en redes sociales, un 4% en la empresa y el SERNAC.

¿Cuándo se sintió discriminada?





Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Al preguntar en qué situaciones se ha sentido discriminada como consumidora, un 39% indicó que, al comprar ropa para mujer, específicamente debido a la falta de tallas grandes, poca variedad, o porque el tallaje correspondía a estándares extranjeros.

En segundo lugar, las encuestadas indican que se sintieron discriminadas al comprar un producto y/o contrato un servicio automotriz, financiero, de ferretería, o tecnología, debido a que los dependientes le hablan suponiendo que no sabían al respecto, práctica conocida como "mansplaning" (37%)

En tercer lugar, al tener que pagar de más por algunos productos porque son "sólo para mujeres" (36%), lo que se conoce como "impuesto rosa" o "impuesto sexista".

Mercados

Al consultar respecto de los mercados donde se han sentido discriminadas la mayoría señala que, en los servicios de salud, esto es, isapres y/o centros médicos (42%); seguida del retail y bancos (34%).

Dentro de las menciones espontáneas de rubros en donde perciben discriminación, **las entrevistadas mencionan a las farmacias, los talleres mecánicos, los servicios técnicos, las bombas de bencina y las empresas de tecnología.**

En términos de infraestructura, las encuestadas indican que es necesario que las empresas ofrezcan espacios que incorporen necesidades particulares como mudadores, espacios de lactancia, atención preferencial y de cuidado de niños y niñas. Con un porcentaje levemente menor (25%), las mujeres proponen que los productos y servicios que ofertan no hagan la distinción de género a la hora de fijar los precios. En esta línea, se solicita terminar con el impuesto rosa en los productos.

Publicidad

Consultadas si se sienten representadas por la publicidad que se emite, un 42% indicó que no se sienten representadas y un 36% sólo a veces se ven reflejadas en la publicidad.

Respecto de lo que deberían hacer las empresas para que las mujeres se sientan representadas en la publicidad, cerca de la mitad indica que se debería mostrar diversidad de mujeres, por ejemplo, de todas las tallas, edades, colores de piel y de pelo.

También señalan que la publicidad debe encargarse de mostrar las diferentes realidades socioeconómicas, evitando representar sólo a la mujer con un alto poder adquisitivo.

La mayor parte de quienes participaron de esta encuesta (61%), declaran sentirse medianamente informadas y que ejercen los derechos que conocen. Por su parte, un 25% señala identificarse como una consumidora informada que ejerce sus derechos; y un 13% afirma no conocer sus derechos como consumidora.

Rol del SERNAC





Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Respecto de las acciones que debería realizar el SERNAC para que las mujeres conozcan y ejerzan sus derechos como consumidoras, un **69% de las encuestadas mencionó una mayor fiscalización a las empresas.**

Luego, un 63% señaló que el Servicio debería realizar más campañas de información y un 58% indicó la realización de estudios y consultas en temas de consumo que afectan a las mujeres.

Para conocer más detalles de este estudio, visite www.sernac.cl

Reunión del Director con Gobernadora

En el marco de su visita a la Región de Aysén, el Director Nacional del SERNAC, Andrés Herrera, se reunió con la Gobernadora Regional de Aysén, Andrea Macías, en cuya instancia abordaron diferentes materias relacionadas con la protección de los derechos de las mujeres en temáticas de consumo.

