



ESTUDIO

TUS DIFERENCIAS HACEN LA DIFERENCIA

Preparado por GfK Adimark

¿Cómo lo hicimos?



Grupo Objetivo

Mujeres, de 15 años o más, de todo Chile.

Técnica

Estudio Cuantitativo con encuestas web. Aplicadas entre el 12 y 19 de julio de 2018,
Cuestionario estructurado de 7 minutos de aplicación aprox.

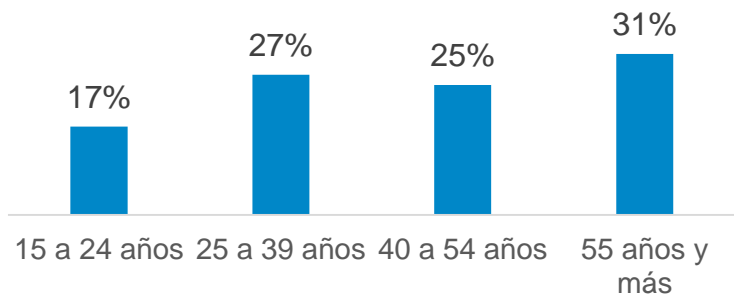
Tamaño de muestra

602 casos totales.

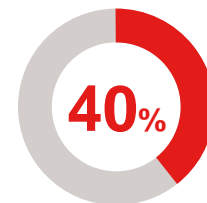
¿A quiénes entrevistamos?



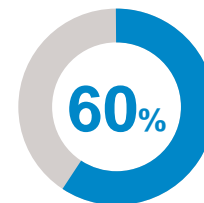
Edad



Zona

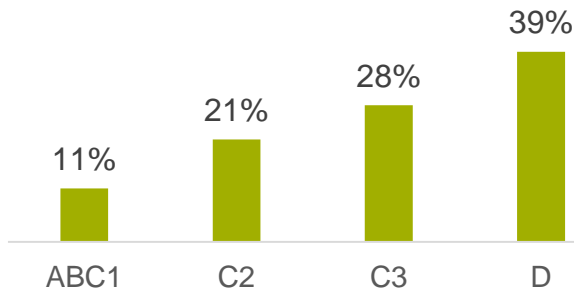


Vive en regiones

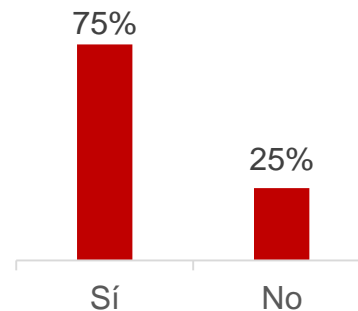


Vive en Región Metropolitana

GSE

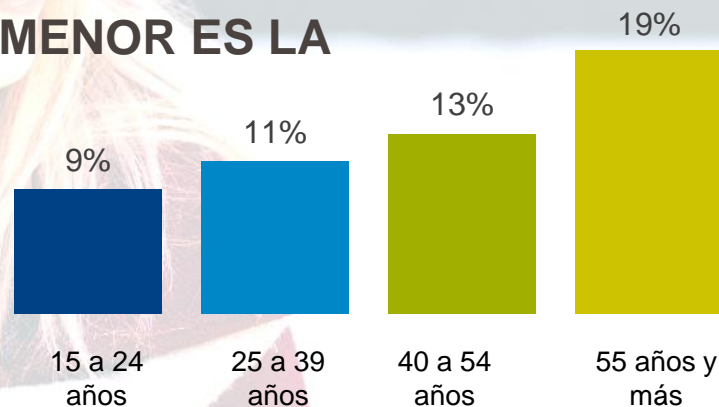


Tiene hijos



SÓLO A 1 DE CADA 10 CHILENAS LE GUSTA SU APARIENCIA (**SIN NINGÚN TIPO DE PEROS**).

MIENTRAS MÁS JOVEN ES LA MUJER, MENOR ES LA SATISFACCIÓN CON CÓMO SE VEN.




¿QUÉ LAS HACE SENTIRSE LINDAS HOY?



¿PERO QUÉ ES LO QUE EL MUNDO DE LA MODA LES ESTÁ DICRIENDO QUE ES LO “LINDO” EN UNA MUJER ?



A close-up, slightly blurred photograph of a woman with long brown hair applying red lipstick to her lips. The background is out of focus, showing what appears to be a hand holding a lipstick tube.

NO RESULTA EXTRAÑO, ENTONCES, QUE SÓLO EL
6% DE LAS MUJERES CHILENAS
SE SIENTA IDENTIFICADA CON LAS MUJERES QUE
VEN EN MEDIOS Y REVISTAS

SOCIEDAD



58%

PUBLICIDAD

51%

INDUSTRIA DE LA MODA

44%

Y QUE TODAS SIENTEN **ALGÚN TIPO DE PRESIÓN** PARA AJUSTARSE A UN DETERMINADO IDEAL DE BELLEZA

DE HECHO, 7 DE CADA 10 MUJERES RECONOCE HABER DEJADO DE HACER ALGUNA ACTIVIDAD POR SENTIRSE MAL CON SU APARIENCIA

48%

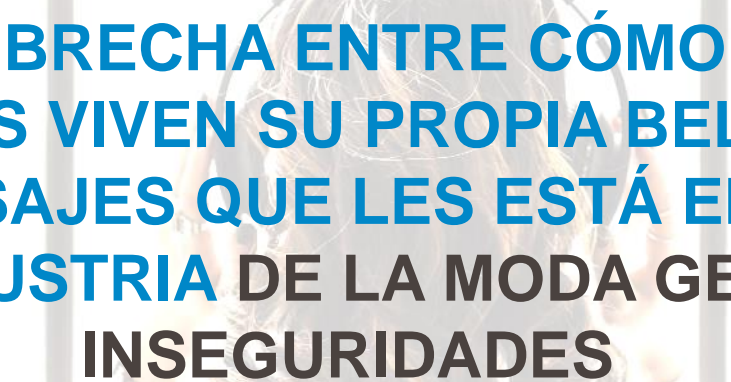
**HA DEJADO DE
BAÑARSE EN LA
PISCINA O LA
PLAYA**

38%


**HA DEJADO DE
COMPRARSE
ROPA**

17%

**HA DEJADO DE
HABLAR EN
PÚBLICO**



**ESTA BRECHA ENTRE CÓMO LAS
MUJERES VIVEN SU PROPIA BELLEZA Y
LOS MENSAJES QUE LES ESTÁ ENVIANDO
LA INDUSTRIA DE LA MODA GENERA
INSEGURIDADES**



LA MITAD DE NUESTRAS JÓVENES SE
SIENTE INSEGURA DE CÓMO SE VE EN
COMPARACIÓN A OTRAS MUJERES
QUE CONOCEN

Y 3 DE CADA 10 CREE QUE **SERÍA MÁS
FELIZ** SI FUERA MÁS BONITA

¿QUÉ ES LO QUE MENOS LES GUSTA DE SU CUERPO A LA MUJER CHILENA?



MUY ALTA

25%

MUY BAJA

41%



Y AL PENSAR EN CÓMO SON
FÍSICAMENTE, SUELEN
SITUARSE PRINCIPALMENTE
EN LOS EXTREMOS

MUY GORDA

44%

MUY FLACA

10%

VIEJA

21%

JOVEN

32%



**DESDE ESTE CONTEXTO,
¿CÓMO SE RELACIONAN LAS MUJERES CHILENAS
CON LA INDUSTRIA DE LA MODA?**

**VEMOS QUE SIGUEN
INSTALADOS VARIOS
PREJUCIOS EN TORNO A LO
QUE ES PERMITIDO Y LO
QUE NO EN EL MUNDO DE
LA MODA**

Las mujeres con sobrepeso no pueden usar ropa con rayas horizontales 45%

Las mujeres bajas no deberían usar faldas largas 28%

Las mujeres con un busto voluptuoso no deberían usar escotes pronunciados 19%

Las mujeres mayores de 70 años no deberían usar el pelo largo 15%

Las mujeres chicas no deberían usar zapatos sin taco 12%

Las mujeres mayores de 70 años no deberían mostrar sus brazos 7%

Y AUNQUE EN GENERAL LAS MUJERES MAYORES TIENEN MENOS INSEGURIDADES CON RESPECTO A SU FÍSICO, ES EN ELLAS DONDE MÁS ESTÁN INSTALADAS ESTAS NOCIONES



Las mujeres con sobrepeso no pueden usar ropa con rayas horizontales

15 a 24 años
24%

55 años y más
58%

Las mujeres bajas no deberían usar faldas largas

16%

32%

Las mujeres con un busto voluptuoso no deberían usar escotes pronunciados

8%

26%

Las mujeres mayores de 70 años no deberían usar el pelo largo

6%

29%

Las mujeres chicas no deberían usar zapatos sin taco

2%

18%

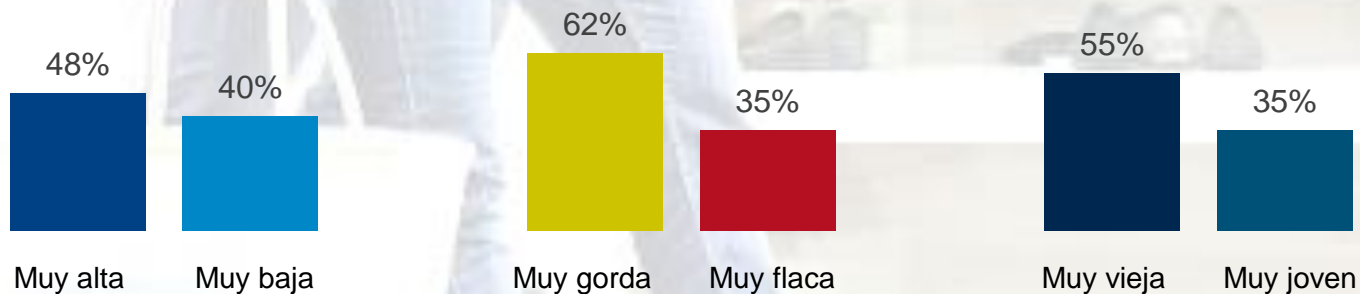
Las mujeres mayores de 70 años no deberían mostrar sus brazos

3%

11%

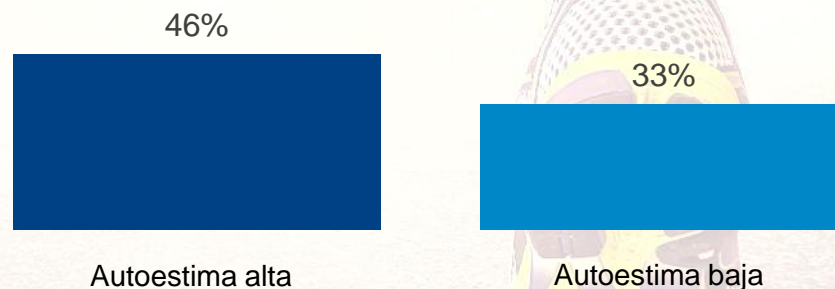
4 DE CADA 10 MUJERES DECLARA QUE TIENE PROBLEMAS PARA ENCONTRAR EN LAS TIENDAS ROPA “PARA ELLA”.

UNA SITUACIÓN QUE VIVEN DE MANERA MÁS COMPLEJA QUIENEN SE SIENTEN QUE ESTÁN EN UN ALGÚN EXTREMO EN TÉRMINOS DE CARACTERÍSTICAS FÍSICAS



Y SI BIEN UN 40% DE LAS MUJERES AFIRMA QUE LE GUSTA USAR ROPA QUE RESALTE AQUELLAS COSAS QUE LAS HACEN DISTINTAS A LAS DEMÁS

LA PERSPECTIVA ES MUY DISTINTA SI CONSIDERAMOS EL NIVEL DE AUTOESTIMA DE LA MUJER



**A PARTIR DE TODO LO QUE HEMOS VISTO,
¿QUÉ TEMAS NOS GUSTARÍA PLANTEAR?**

UNA BRECHA QUE DUELE

La brecha entre lo que las mujeres perciben como lindo (la mirada y la personalidad) versus lo que la industria de la moda y belleza resalta (principalmente la delgadez) es enorme. Así, no es de extrañar que sólo el 6% de las chilenas se identifique con las mujeres que ve en la publicidad y que la mitad de nuestras jóvenes se sienta insegura de cómo se ve en comparación a otras mujeres que conocen.



DE MUJER A MUJER

.....

La edad aparece como un factor protector en la autoestima y la conformidad con la apariencia física. Sin embargo, es en las mujeres de mayor edad donde están arraigados con más fuerza “prejuicios de belleza” las coartan. No sólo las jóvenes tienen mucho que aprender de las mayores: éstas también se verían beneficiadas si lograrán liberarse de mitos y prejuicios.



MODA PARA TODAS

.....

4 de cada 10 mujeres declara, además, que tiene problemas para encontrar en las tiendas ropa “para ella”, situación que es aún más crítica para quienes se sitúan en alguno de los extremos en términos de características físicas. ¿Cómo nos hacemos más inclusivos?

GRACIAS