

MINI
BOOK
eureka

La Mujer

MINIBOOK
EUREKA
OCTUBRE
2013

MINI BOOK eureka

Eureka Discovery Tools, consultora dedicada al manejo estratégico de la información.

Apoyamos a las empresas en su constante necesidad de comunicar e informar, preocupándonos tanto del **contenido** como de la **forma**.

Buscar, analizar, editar y diseñar
4 etapas fundamentales de nuestro trabajo.

Número 35

La Mujer III

Octubre 2013

Temario

Radiografía de la mujer
Salud

Bienestar y tiempo libre
Laboral

Consumo

Consumo de medios

Banca

Para mayor información
visite nuestro sitio web
www.eurekadt.com

Claudia Lazo E.
Directora Ejecutiva
claudialazo@eurekadt.com

Beatriz Bonet V.
Editora General
beatrizbonet@eurekadt.com

MINI
BOOK  eureka
DISCOVERY TOOLS

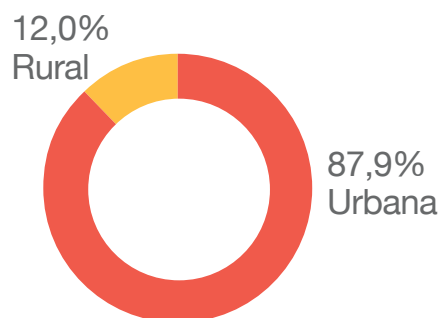
Radiografía de la mujer

**En Chile hay 8.711.546 mujeres
(50,5% de la población total)**

Según grupo etario

	Nº
0 - 9	1.222.046
10 - 19	1.359.670
20 - 29	1.389.460
30 - 39	1.206.369
40 - 49	1.245.770
50 - 59	1.010.873
60 - 69	663.185
70 o más	614.173

Según zona



Según región

Arica y Parinacota	1,0%
Tarapacá	1,7%
Antofagasta	3,2%
Atacama	1,5%
Coquimbo	4,2%
Valparaíso	10,3%
RM	40,8%
O'Higgins	5,0%
Maule	5,8%
Biobío	11,9%
La Araucanía	5,6%
Los Ríos	2,1%
Los Lagos	4,7%
Aysén	0,5%
Magallanes	0,8%

Esperanza de vida Período 2010-2015

82,2 años
Mujeres

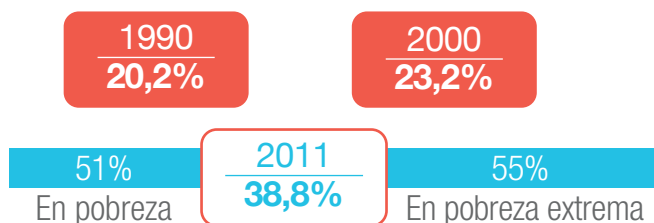
76,1 años
Hombres

| Fuente: INE, 2011 |

Estado civil

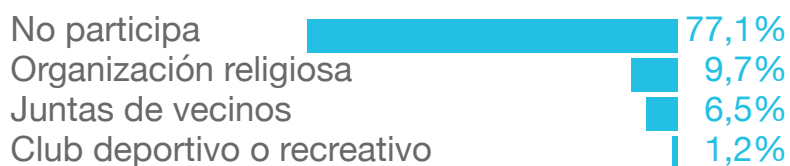
Año	Solteras	Casadas	Viudas	Convivientes	Separadas y anuladas
1990	50,5%	36,0%	6,3%	3,5%	3,8%
2000	48,6%	33,7%	5,9%	6,8%	5,1%
2011	48,6%	27,1%	6,8%	10,6%	6,9%

Hogares con jefatura femenina Según año



El número de hogares encabezados por una mujer aumentó en 390 mil, en los últimos dos años.

Participación femenina en organizaciones sociales



| Fuentes: Casen, Pulso, 2011 |

Inscritos en registros electorales Según región y género, en %

	Mujeres	Hombres
Arica y Parinacota	1,2	1,3
Tarapacá	1,4	1,6
Antofagasta	2,9	3,2
Atacama	1,6	1,7
Coquimbo	3,9	3,9
Valparaíso	10,9	10,8
RM	39,4	38,0
O'Higgins	5,1	5,2
Maule	5,9	6,0
Biobío	12,3	12,2
La Araucanía	6,0	6,1
Los Ríos	2,3	2,4
Los Lagos	4,8	5,0
Aysén	0,6	0,7
Magallanes	1,0	1,2

Existen **6.831.659** mujeres inscritas en el registro electoral.

| Fuente: SERVEL, enero 2012 |

Testamentos

Durante 2012, se realizaron **6.092** documentos para normar la herencia de una persona. De éstos, **58,5%** fueron tramitados por mujeres. La mayoría son mujeres solas, sin descendencia, que beneficia a un cercano, ya que sin testamento sus bienes pasarían al Fisco. Y también divorciadas con hijos menores, que testan para que un albacea administre sus bienes en caso de fallecimiento.

| Fuentes: CAJ, Registro Civil, La Tercera |

Frecuencia con que asiste a misa o servicios religiosos Según religión y género

Al menos una vez a la semana

	Mujer	Hombre
Católica	15%	14%
Evangélica	49%	46%

Nunca o casi nunca

	Mujer	Hombre
Católica	35%	39%
Evangélica	26%	29%

| Fuentes: PUC, Adimark GfK, 2012 |

Matrícula en universidades Según género y año

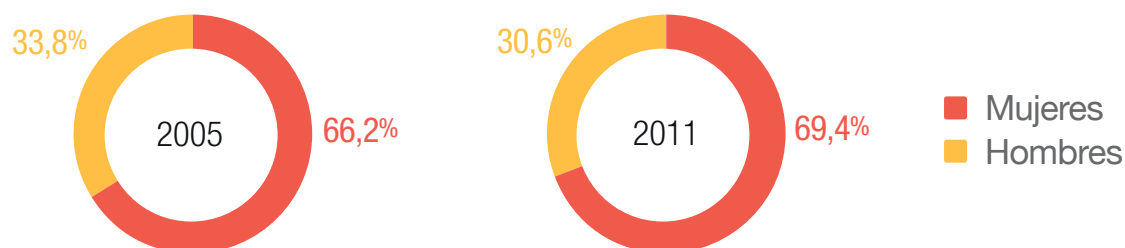
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Mujeres	62.089	61.883	71.451	76.870	80.948	82.564
Hombres	62.883	61.422	67.654	72.491	75.607	75.333

Desde 2008, se registra un alza sostenida de la matrícula de mujeres en la educación universitaria, por sobre la de los hombres. En 2012, las mujeres superaron en **8,8%** a los hombres, es decir, 7 mil mujeres más que hombres se matricularon ese año.

84% ha aumentado la matrícula femenina en todo el sistema de educación superior desde el año 2005. En el caso de los institutos profesionales, la matrícula creció **163%**. En tanto, en los centros de formación técnica fue de **130%**.

I Fuentes: CNED, La Tercera, 2012 I

Matrícula en carreras de la salud Según género y año



I Fuentes: MINSAL, MINEDUC, El Mercurio I

38%

de las mujeres profesionales cuenta con un postgrado (magíster, MBA, doctorado u otro curso de especialización).

I Fuentes: Laborum.com, La Tercera, 2012 I



Cotizantes: son las personas que mensualmente pagan, o se les descuenta de su salario o pensión, por la afiliación de salud.

Beneficiarios: son todas las personas que quedan cubiertas, por la cotización realizada por el miembro de la familia con capacidad de pago.

| Fuente: IEUT |

Las mujeres gastan más que los hombres en salud

Por cada 100 cotizantes en el sistema Isapre, las mujeres utilizan **120** permisos médicos y los hombres 56,8.

El gasto promedio de las mujeres en licencias médicas en Isapre, durante el año 2011 fue de **\$ 161.702**.

Las mujeres van más al doctor, se hacen más exámenes, cirugías y radiografías. En el sistema privado, demandan más prestaciones médicas y pagan por ellas un costo más alto que los hombres.

A los 24 años de edad, ya superan el gasto promedio anual estimado en salud de **\$ 524.760**.

A su vez, el gasto en salud durante su vida laboral (entre 25 y 65 años) alcanza a **\$ 6.049.436**, versus los hombres que gastan \$ 4.185.222.

Entre **25** y **59** años, las mujeres tienen un gasto promedio superior al de los hombres, debido a la mayor frecuencia de prestaciones obstétricas, tumores ginecológicos y a la mayor incidencia de patología vesicular.

| Fuentes: Superintendencia de Salud, La Tercera, 2013 |

Enfermedades en las mujeres

Cáncer de mama

- En Chile, una mujer muere cada **8 hrs.** a consecuencia del cáncer de mama.
- **1** de cada **10** mujeres va a padecer cáncer de mama a lo largo de su vida.
- Según la OMS, esta enfermedad ocasiona **450.000** muertes anuales en el mundo.
- Mujeres con dieta rica en grasas antes o durante el embarazo elevan en **60%** el riesgo para hijas y nietas.
- En el país se diagnostican entre 3 mil y 4 mil nuevos casos y mueren cerca de **1.200** mujeres, anuales.
- En los últimos 10 años, los casos han crecido **46%**.

| Fuente: La Tercera, 2012 |

Cáncer cérvicouterino

- **Dos** chilenas fallecen cada día a causa del cáncer cérvicouterino.
- Chile presenta una mortalidad de **8,5** por 100 mil habitantes.
- Es la quinta causa de muerte por cáncer en la mujer, y representa **12%** de todos los cánceres diagnosticados en mujeres.
- Es la primera causa de muerte por tumores malignos, en mujeres de **30** a **54** años.
- **80%** de las defunciones se produce entre los 40 y 60 años.

| Fuentes: CONAC, El Mercurio, 2012 |

Trastornos siquiátricos

- **71%** de los pacientes hospitalizados por causas siquiátricas en la red privada, son mujeres.
- Los trastornos del ánimo cubiertos por el GES son mucho más prevalentes en mujeres.
- Las mujeres se hospitalizan **19,9** días en promedio, los hombres **23,7** días.

| Fuentes: CETEP, La Tercera, 2012 |

Síntomas de estrés Según estado ocupacional

	Ocupadas	No remuneradas
Jaquecas	18,0%	20,1%
Colon irritable	21,0%	18,4%
Mareos	14,0%	15,4%
Úlcera gástrica	8,0%	8,1%

Más que el trabajo, lo que afecta a las mujeres son los problemas de pareja e hijos: **19%** declara a los conflictos familiares como principal razón de estrés. Las mujeres son más reactivas a estímulos negativos, y por ende, más vulnerables.

| Fuentes: ComunidadMujer, U. de Chile, La Tercera, 2012 |

Realización de Mamografía y Papanicolau

	Mamografía	Papanicolau
Durante el último año	32,1%	37,4%
Hace más de un año, hasta dos	10,7%	12,0%
Hace más de dos años, hasta tres	6,7%	6,1%
No	46,4%	39,3%
No sabe, no recuerda	4,0%	5,1%

| Fuente: Casen, 2011 |

Bienestar y tiempo libre

Se percibe una gran preocupación por parte de las chilenas acerca de llevar un estilo de vida más saludable y en armonía con el planeta, especialmente desde los 20 hasta los 40 años. Existe gran conciencia sobre la importancia de lo natural, pero no siempre es fácil llevarlo a la práctica.

- **58%** de las mujeres considera que llevar una vida sana y natural presenta un mayor impacto en su bienestar.
- Respecto a los factores que influyen en cambiar su estilo de vida, señalan que su principal motivación es tener la conciencia tranquila.
- A las chilenas les preocupa el cuidado de los recursos naturales, **71%** considera que en la actualidad la sociedad los explota de manera indiscriminada.
- Esta nueva tendencia ha cambiado la decisión de compra. Son temas más determinantes a la hora de escoger un producto, la cantidad de calorías o sal, que los envases sean reciclables o que un alimento tenga ingredientes naturales.

Para muchas, esta creciente preocupación por lo sano y natural no se ha traducido en un cambio significativo en sus estilos de vida. Casi un **50%** declara que es difícil ser un consumidor ético.

55% de las mujeres del segmento ABC1 dice estar dispuesta a pagar más por un producto orgánico o natural, en contraste con los grupos C2 y C3 en donde el porcentaje baja drásticamente a un **33%**.

| Fuente: Bayer, 2011 |

En minutos, el día ideal de una mujer Respuesta de 900 mujeres occidentales

106	romance con la pareja
98	en el computador, revisando mail y navegando en internet
82	vida social, para tomarse un café con alguna amiga
78	para relajarse
75	comiendo
68	haciendo ejercicio
57	hablando por teléfono
56	realizando compras
50	preparando algo para comer
36	en el trabajo
33	en desplazarse
8	horas de sueño ininterrumpido

| Fuentes: U. de Bremen, Instituto Tecnología de Georgia, La Tercera, 2012 |

Deporte

Al **23,3%** de las mujeres le interesa el deporte y la actividad física y lo practica; versus el **56,6%** que también se interesa, pero no lo practica.

84,1% de las mujeres chilenas es sedentaria.

68,6% elige talleres de gimnasia (aeróbica, en el agua, baile entretenido) como alternativa preferida; **18,1%** prefiere acondicionamiento físico.

27,3% de las mujeres que realiza deportes, lo hace para mantenerse saludable, y **19,5%** con la intención de verse mejor.

7,4% hace deporte en su tiempo libre.

52,2% de quienes hacen deporte, no gasta dinero para practicar actividad física, mientras que **23,9%** está dispuesta a pagar más de \$ 15.000 en la práctica de un deporte.

30,7% practica deporte en espacios abiertos; **24,5%** prefiere recintos privados.

24,4% dice que el nacimiento de un hijo influyó principalmente en dejar la práctica de deporte y/o actividad física. En segundo lugar nombran la integración a un trabajo (**18,2%**).

48,9% de las mujeres que no practica deporte aduce que no tiene tiempo, seguido de un **13%** que declara alguna enfermedad o problemas de salud.

44% hace deporte sola y **30%** con amigos.

11,8% considera que el deporte ocupa un lugar muy importante en la sociedad chilena.

| Fuentes: U. de Concepción, IND, El Mercurio, 2012 |

Tasa de participación femenina

En septiembre de cada año

	%
2008	40,4
2009	41,1
2010	45,8
2011	47,7
2012	47,7

Según decil

10% más pobre	24%
10% más rico	63%

Según nivel educacional

Básica o menos	44,9%
Media incompleta	53,9%
Media completa	60,3%
Técnico / profesional incompleta	57,8%
Técnico / profesional completa	73,4%
Universidad incompleta	50,5%
Universidad completa	85,2%

Las mujeres tienen menor acceso al mercado laboral que los hombres. Las que estudiaron carreras técnicas o universitarias tienen mayores posibilidades de encontrar trabajo.

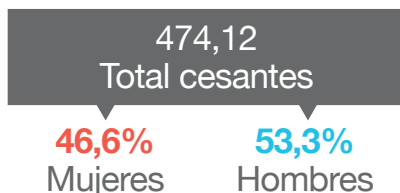
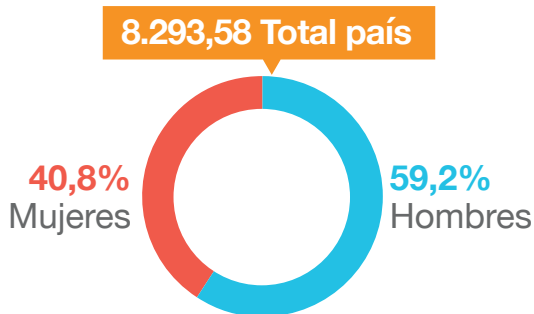
tem rutrum, sapien vel porttitor imperdiet, nulla
i conga ipsum, sed aliquet massa nisi quis
ero. Praesent et nisi massa. Cras massa sem,
gittis lobortum aliquam convallis,
ansectur a nulla. Vestibulum vitae nisi
attis risus at porta. Pellentesque in magna
arior. Nullam est leo, condimentum id feugiat
get, elementum vehicula metus. Mauris
aliquam ornare nulla, ut vestibulum dolor
condimentum eget. Nulla massa arcu, trisdu
in sagittis sed, posuere nec orci. Suspendisse
facilisis, commodo nunc, vitae adipiscing.
Vestibulum id felis vitae magna aliquam



I Fuentes: INE, U. de Chile, Pulso, ComunidadMujer, El Mercurio, 2012 I

Fuerza de trabajo

En miles



La desocupación en mujeres laboralmente activas es de **7,6%**.

| Fuentes: INE, La Tercera, marzo- mayo 2013 |

**Desempleo femenino
Según tramo etario y año**

2010		2012
14,0%	18 a 29	12,4%
11,6%	30 a 39	8,9%
6,3%	40 a 49	4,0%
9,5%	50 o más	3,6%

La tasa de desocupación, prácticamente se mantuvo para las mujeres de 18 a 29 años, mientras que bajó casi **6** puntos porcentuales para las mayores de 50.

| Fuentes: ComunidadMujer, El Mercurio, 2012 |

**Mujeres que están fuera de la fuerza de trabajo
Según tramo etario**

	%
Total	41,7
Entre 18 y 29	41,8
Entre 30 y 39	32,2
Entre 40 y 49	39,5
50 o más	51,0

Personas en edad de trabajar que no participan en el mercado laboral, es decir, que no realizan ni buscan realizar alguna actividad económica. También se les conoce como Población Económicamente Inactiva.

Razones para no trabajar

Cuidado de niños	31,6%
Cuidado del hogar	21,4%
Estudiante, jubilada u otro ingreso	12,5%
Enfermedad	12,3%
Cuidado de tercera edad	6,5%
Otras razones	15,7%

| Fuentes: ComunidadMujer, El Mercurio, 2012 |

| Fuentes: INE, U. de Chile, Pulso, 2012 |

Categorías ocupacionales femeninas Según año

	Obrero o empleado	Trabajador cuenta propia	Servicio doméstico	Otros*
1990	58,6%	18,7%	18,2%	4,5%
2000	61,4%	17,0%	16,2%	5,4%
2011	65,4%	19,3%	12,5%	2,8%

* Incluye empleador o patrón, familiar no remunerado y FF.AA.

| Fuente: Casen |

Personal femenino Según tamaño de empresa

35,2%	Entre 5 y 10 personas
12,7%	Entre 11 y 49 personas
10,4%	Entre 50 y 199 personas
36,1%	Entre 200 y más personas

| Fuentes: INE, U. de Chile, Pulso, 2012 |



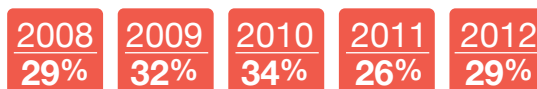
En la última década, las chilenas han ido aumentando su participación en empleos de medio tiempo, alcanzando una de las mayores alzas de la OCDE. **8%** de las chilenas trabajaba part time en el año 2000, cifra que llegó a **25%** en 2010. Esta modalidad considera menos de 30 horas por semana. Las actividades más comunes son trabajo doméstico en casas particulares y actividades de aseo industrial; promotoras; docentes, educadoras y técnicas de párvulos, además de vendedoras.

| Fuentes: OCDE, ComunidadMujer, La Tercera, 2012 |

En las postulaciones a concursos



En el total de nombramientos



De acuerdo al ranking Fortune 500, las empresas con más mujeres en los cargos de dirección, tienen una rentabilidad **35%** más alta.

Las compañías con mayor cantidad de mujeres en la alta gerencia, ocasionan mayor retorno en valor (**53%**), en ventas (**42%**) y en inversión (**66%**).

| Fuentes: Servicio Civil, SERNAM, El Mercurio, 2012 |

Isla de Pascua	8	1	89%
Rauco	8	1	89%
Cabrero	8	2	80%
San Gregorio	8	2	80%
Nueva Imperial	11	3	79%
Graneros	6	2	75%
Licantén	9	6	75%
Santiago	11	4	73%
Lago Ranco	8	3	73%
Nacimiento	8	3	73%
Pica	8	3	73%
San Vicente	8	3	73%
Cabildo	10	4	71%
Algarrobo	7	3	70%

En Chile hay 345 comunas, en **84** de estos municipios, hay más mujeres que hombres en cargos directivos.

Timaukel, es la única comuna donde no hay mujeres con autoridad. Existen 4 directores de servicios y son hombres.

| Fuentes: ICHEM, El Mercurio, 2012 |

Según año, en %

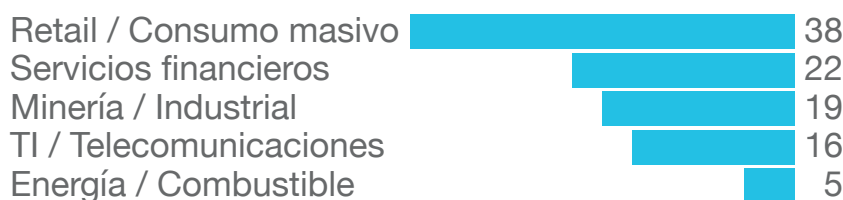
Político	12	19	22
Líderes de opinión	13	16	22
Económico	3	4	5
Social	-	-	17

I Fuentes: SERNAM, El Mercurio I

Promedio	20%
IPSA	10%
IGPA	18%
Empresas del Estado	35%

Promedio	3%
IPSA	1%
IGPA	3%
Empresas del Estado	6%

I Fuentes: SERNAM, Pulso, 2011 I



I Fuentes: SommerGroup, El Mercurio, 2012 I

Contrataciones de ejecutivas en altos cargos

Período 2002 - 2012

Latinoamérica	18%
Global	17%
Chile	15%

Perfil de ejecutivas chilenas

44 años edad promedio

Estudios universitarios

Ingeniería Comercial	52%
Psicología	24%
Periodismo	10%
Leyes	5%
Economía	5%
Ing. Civil Industrial	5%

Nivel de inglés



Lo que privilegian las mujeres a este nivel

Ambiente laboral	18%
Prestigio de la empresa	15%
Cercanía de la casa	14%
Jornada flexible	13%
Desafíos	11%
Estabilidad	10%
Jornada más corta	7%
Desarrollo profesional	6%
Jefe / equipo	6%

I Fuentes: CTPartners, Pulso, 2012 I

PERFIL DE MEDIANAS Y ALTAS EJECUTIVAS CHILENAS

Estado civil	CASADA
Hijos	2 ó 3
Edad peak de su carrera	45
Fortalezas	EJECUTIVAS / RELACIONES PÚBLICAS
Debilidades	BAJA MOVILIDAD HACIA OTROS PAÍSES
Ambición	SER REFERENCIA EN EL MERCADO
Creatividad	BAJA CREATIVIDAD
Proyección a 5 años	MISMA POSICIÓN
Diferencia salarial par hombre	40%
Salario fijo mensual	\$ 4 A \$ 6 MILLONES

Fuentes: Michael Page, La Tercera, 2011

Brecha salarial entre mujeres y hombres Según cargo

	Sueldo promedio mujer \$	Sueldo promedio hombre \$	Diferencia
CEO	8.631.303	10.633.848	23%
Directores ejecutivos	6.215.900	7.419.254	19%
Gerentes	3.403.672	3.964.395	16%
Jefes/supervisores	1.806.926	1.789.628	-1%
Profesionales	1.088.374	1.244.240	14%
Administrativos/operarios	474.831	582.459	18%

- Los hombres suelen ser mejor pagados en distintos cargos, ya sea por discriminación, por no valorar el trabajo femenino o porque ellas no exigen lo que realmente merecen.
- La diferencia en los sueldos va creciendo cuando se trata de puestos más altos.

| Fuentes: Mercer, El Mercurio, 2013 |

Chile ocupa el puesto **127** entre 135 países del mundo, respecto a la brecha salarial entre géneros.

| Fuente: Pulso, 2012 |

Cambios en los ingresos Según año, en \$

	2006	2009	2011
Mujeres	303.270	338.817	360.948
Hombres	423.509	501.797	489.792
Diferencia	28,4%	32,5%	26,3%

En 2011, la brecha salarial fue de \$ 128.844, es decir, \$ 34.136 menos que en 2009.

| Fuentes: Casen, El Mercurio |

Horas de trabajo

Diferencias de género, total país

	Ambos géneros	Mujeres	Hombres
Promedio mensual de horas efectivas trabajadas	177,84	166,27	185,15
Ingreso medio por hora efectiva	\$ 2.402	\$ 2.220	\$ 2.505

I Fuente: INE, 2011 I

Motivos para el emprendimiento femenino

Según quintil de ingreso, en %

	Total	I	II	III	IV	V
Complementar el ingreso familiar	38,8	42,8	51,2	39,2	37,8	24,4
Deseaba organizar su propia empresa	12,2	5,0	6,8	17,8	21,1	12,4
No logró encontrar trabajo	10,3	22,7	2,9	10,0	3,7	7,3
Tomar sus propias decisiones	8,6	7,8	5,4	13,0	10,4	6,6
Encontró una oportunidad en el mercado	8,5	5,5	8,1	3,8	10,9	15,1
Tener mayor flexibilidad	6,0	6,4	8,4	6,5	3,8	5,1
Tradición familiar / herencia	4,6	1,0	7,6	5,3	2,7	5,1
Fue despedida	2,5	1,8	1,8	1,6	1,2	6,9
Otro	8,6	7,0	8,0	2,9	8,4	17,2

I Fuentes: ComunidadMujer, El Mercurio, 2011 I

31% de los 1,7 millones de emprendimientos chilenos son liderados por mujeres.

114% creció el número de cuentas corrientes pertenecientes a clientes mujeres, entre 2002 y 2011.

Los ahorros propios son el principal capital de los microemprendedores (**71%**). **4%** de los microemprendimientos se financian a través de créditos otorgados por la banca comercial.

La región Metropolitana tiene **42%** de participación femenina en microemprendimiento, destacando sobre las demás regiones.

I Fuentes: Ministerio de Economía, SBIF, Pulso, 2011 I

Laboral

Participación femenina en el sector Salud

Técnicos	83,0%
Químicos farmacéuticos	78,4%
Administrativos	77,0%
Bioquímicos	62,5%
Médicos generales de zona	57,5%
Odontólogos	49,2%
Auxiliares	40,0%
Directivos	37,9%
Médicos	35,8%

7 de cada 10 funcionarios que trabaja en hospitales y consultorios, son mujeres.

I Fuentes: MINSAL, El Mercurio, 2012 I

Construcción

El número de trabajadoras en el sector llega a **41.142**. Las mujeres que trabajan en Construcción ganan **19%** más que el promedio de sus pares, empleadas en otras actividades.

I Fuentes: AFC Chile, El Mercurio, 2013 I

Minería

215.000 personas trabajan en Minería, **7,5%** son mujeres. En el sector, éstas ocupan puestos de trabajo que van desde operadoras de maquinaria pesada hasta cargos directivos. Su ingreso es **2,14** veces más que el sueldo promedio.

I Fuentes: INE, SUSESO, El Mercurio, 2012 I

Género de los pilotos de avión Según año

	2000	2012
Mujeres	2,4%	3,3%
Hombres	97,6%	96,7%

Licencias para volar Según año

	2010	2011	2012*
Mujeres	98	131	146
Hombres	3.817	4.147	4.324

* A octubre



I Fuentes: DGAC, La Tercera I

Datos previsionales en mujeres

15,4	Número efectivo de años de cotizaciones
28,9 años	Expectativa de vida después de los 60 años
62 años	Edad de jubilación actual promedio
212.000	Beneficiadas por Bono Hijo Nacido Vivo (a junio 2012)
14%	Participación en cuentas de APV
69.489	Recibieron una pensión de viudez promedio de \$ 120 mil (a junio 2012)
\$ 495.002	Ingreso imponible promedio
\$ 159.000	Pensión promedio mensual (sistema AFP)

I Fuentes: SAFP, Subsecretaría de Previsión Social, El Mercurio, 2013 I

Indicador de jubilación

Porcentaje que corresponde a la pensión final respecto de los ingresos promedio de los últimos 10 años (tasa de reemplazo neta). Excluye cotización de salud y beneficiadas del bono por hijo.

Años de cotización

0 a 1*	264%
1 a 5	84%
5 a 10	53%
10 a 15	48%
15 a 20	50%
20 a 25	50%
25 a 30	56%
30 a 35	49%
35 a 40	52%
Más de 40	68%

Los hombres obtienen pensiones por el **88%** de su ingreso promedio y las mujeres por el **64%**.

68,8% es la cifra de tasa de reemplazo de los países miembros de la OCDE, en sus respectivos sistemas de pensiones.

*En este grupo están las mujeres que tienen ingresos menores a la Pensión Básica Solidaria (\$ 78.449 mensuales) y que, al acceder a ella, registran una tasa de reemplazo mayor a 100%.

I Fuentes: Asociación AFP, El Mercurio, 2012 I

Gasto en hogares unipersonales

Las solteras gastan **\$ 97.591** al mes en perfumería y productos de belleza.

Las mujeres pagan unos **\$ 8.000** menos que los hombres en el pago de los servicios básicos del hogar: agua, gas, luz. 63% de las mujeres tiene teléfono fijo.

Si se trata de alcohol, ellas prefieren Champaña Brut y Vodka. El consumo mensual mínimo puede llegar a **\$ 48.000**, si compran licor dos veces por semana.

En el recambio de su ropa interior, ellas gastan **\$ 140.000** anuales.

Además de generar más prestaciones médicas, consultas y procedimientos, gastan en anticonceptivos orales y adelgazantes. También son más constantes en las visitas al dentista.

En Transporte y tecnología, las mujeres están por debajo de los hombres, entre 20% y 30%. También consumen videojuegos pero principalmente juegos de baile (**\$ 20.000** aprox.). En lo que respecta a automóviles, las mujeres también gastan menos, aproximadamente **\$ 474.000** al año.

En educación, ellos gastan \$ 13.899 y las mujeres **\$ 5.766** al mes.

76% de las mujeres se declara sedentaria. Sin embargo, las que asisten al gimnasio, van a yoga o pilates por **\$ 40.000** al mes o aquaerobic por **\$ 30.000** al mes.

51% de ellas tiene perro. Entre las consultas, las vacunas, la comida y los juguetes, pueden gastar anualmente **\$ 315.000**.

39% de las mujeres dice asistir al menos dos veces por semana a pubs, restaurantes y discoteques, versus 26% de los hombres.

Ellas gastan **20%** más que los hombres en libros y discos para disfrutar en su tiempo libre.

Gasto mensual aproximado de mujeres

Total	\$ 387.171
Vivienda	\$ 116.882
Transporte y tecnología	\$ 71.584
Alimentos	\$ 70.621
Educación y otros	\$ 62.250
Salud	\$ 34.356
Vestuario	\$ 18.654
Recreación	\$ 12.825



| Fuente: La Tercera, 2013 |

Marcas más valoradas por las mujeres en Chile

1	Coca-Cola
2	Sony
3	Lider
4	Soprole
5	Nido
6	Homecenter - Sodimac
7	Jumbo
8	Nescafé
9	Savory
10	Hush Puppies
11	Pepsodent
12	Samsung
13	Entel
14	Nestlé
15	Falabella
16	OMO
17	Ziploc
18	Lipton
19	Pantene
20	Nivea

| Fuente: BAV 2012, TheLab Y&R |

Las compras de las mujeres estarían relacionadas con su ciclo hormonal. Durante los días fértiles, cercanos al día 15 del ciclo, las mujeres le dedican más tiempo a su apariencia y a comprar ropa. En la misma fecha reducen el consumo de calorías. En los días infértiles del ciclo, tienden a comprar más alimentos, y a aumentar la ingesta de calorías.

| Fuentes: U. de Concordia (Montreal), El Mercurio, 2012 |

Jeans



Motivos de uso

	Mujeres	Hombres
Prácticos	38%	56%
Verse bien	56%	37%

Atributos que aprecian

	Mujeres	Hombres
Ajuste	92%	85%
Comodidad	89%	86%
Se vean bien	86%	-
Precio	76%	71%
Calidad	-	69%

Preferencias

	Mujeres	Hombres
Jeans	72%	75%
Casuales	25%	21%

| Fuente: La Tercera, 2012 |

Consumo de medios

Consumo general de medios % alcance

Vía pública	99
TV abierta	96
Radio	69
Internet	68
Suplementos	36
Diarios	33
Revistas	31
TV pagada	22
Cine	4

| Fuente: Havas Media Research, ene. - jun. 2012 |

Televisión Consumo diario

3:14 hrs.
Dueña de casa

2:28 hrs.
Mujer que estudia
y trabaja

Satisfacción con la televisión

Notas del 1 al 7

4,9
TV Abierta

5,7
TV Pagada

| Fuente: CNTV, 2011 |

Canales más vistos

TV Abierta % rating

Canal 13	3,9
TVN	3,5
CHV	3,0
Mega	2,9
La Red	1,0
UCV	0,3
Telecanal	0,2

| Fuente: Time Ibope, 2012 |



Géneros televisivos más vistos

Lunes a viernes	% rating
Musical	7,9
Evento deportivo	5,9
Reportaje	5,7
Reality show	4,3

Sábado - domingo	% rating
Musical	6,6
Reality show	4,4
Telenovela (resumen)	4,1
Conversación	3,8

| Fuente: Time Ibope, ene. - abr. 2013 |

Programas más vistos en TV abierta

Canal	Programa	% rating
CHV	Eliminatorias Brasil	14,6
Canal 13	Los 80: Más Que Una Moda	13,9
Canal 13	Soltera Otra Vez	13,5
Canal 13	Mundos Opuestos	12,3
CHV	Festival de Viña del Mar	12,1
Canal 13	En Su Propia Trampa	11,8
Canal 13	Pareja Perfecta	11,3
Canal 13	Mundos Opuestos (Premium)	10,8
TVN	Medium (avance)	10,7
Canal 13	Vértigo	10,7

| Fuente: Time Ibope, 2012 |

Uso de tecnologías asociadas a la TV

	% alguna vez	% último año
Ve programas en el portal web de canales	11	10
Ha llamado o mandado SMS para votar	13	11
Ve programas por medio de otros portales	9	9
Ve programas a través de pantalla móvil	7	7
Ha llamado para participar en un concurso	6	5
Ha comprado en espacios de telecompra	2	1
Ninguno	75	77

Control parental

	Dueña casa	Actividad fuera hogar
Controla cantidad de TV	51%	49%
Regula el tipo de programas	42%	39%
Pone horarios	44%	35%
Evita que niños vean contenidos inadecuados	44%	27%
Acuerda normas en conjunto	10%	8%
No pone normas	6%	8%

72% de las madres con menores de 13 años, considera que la oferta infantil de TV abierta es escasa; **52%** está poco satisfecha con dicha programación.

89% de las madres está satisfecha con la programación infantil de TV pagada.

| Fuente: CNTV, 2011 |

Radio



Audiencias por hora

	% alcance
10:00 AM	28,5
11:00 AM	32,1
12:00 PM	32,9
13:00 PM	24,2
14:00 PM	21,4
15:00 PM	19,5
16:00 PM	20,5
17:00 PM	19,4

Lugares de escucha

Alcance día promedio, en %

	Total mujeres	Según GSE		Según grupo etario		
		C1-C2	C3-D	15-24	25-44	45 o más
Casa	48,9	44,4	51,2	42,1	50,7	50,6
Auto	14,1	30,4	5,9	11,8	17,6	12,2
Trabajo	5,3	6,1	5,0	2,5	7,4	4,9
Locomoción	2,5	3,0	2,3	4,0	2,8	1,6
Otro	3,0	3,8	2,6	5,1	3,4	1,7

Géneros preferidos

	%
Románticas	25,0
Tropical, misceláneo	15,0
Adulto	14,0
Noticioso, deportivo	12,2
Adulto joven	11,8
Adulto contemporáneo	11,0
Juvenil	11,0
Religioso	2,5

Radios más escuchadas

	% alcance
Corazón FM	8,5
FMDOS FM	7,6
Pudahuel FM	6,9
Imagina FM	5,7
Cooperativa AM-FM	4,6
Romántica FM	4,6
Carolina FM	4,4
Oasis FM	4,0
Activa FM	3,9
Play AM-FM	3,8

I Fuente: Ipsos MediaCT, 2012 I

Prensa

Soporte impreso

Alcance en %

		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
Diarios	Pagados	El Mercurio	5,7	6,5	5,3	5,4	6,4	10,7	12,9
		La Cuarta	5,3	5,3	5,6	4,6	5,4	7,6	8,1
		La Tercera	4,7	4,4	4,5	4,5	4,5	10,9	10,7
		LUN	5,6	4,8	5,4	5,2	5,1	7,3	7,3
		La Segunda	0,8	0,9	0,9	1,0	1,3	-	-
Gratis	La Hora	5,4	5,2	5,2	5,3	5,5	-	-	
	Publmetro	5,7	5,6	6,7	6,4	7,6	-	-	
	Hoy x Hoy	4,5	4,5	4,8	4,3	4,9	-	-	

En la semana, El Mercurio y Publmetro son los diarios más leídos por las mujeres.

Soporte digital

Alcance en %

		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
Diarios	Pagados	El Mercurio	1,1	1,1	1,3	1,0	1,2	1,4	1,6
		La Cuarta	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,7	0,6
		La Tercera	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3
		LUN	8,9	8,2	8,8	7,9	9,1	7,6	7,6
		La Segunda	0,2	0,3	0,2	0,2	0,3	-	-
Gratis	La Hora	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	-	-	
	Publmetro	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	
	Hoy x Hoy	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	

Entre los diarios online, LUN es líder en lectoría durante toda la semana.

| Fuente: Havas Media Research, nov. 2012 - abril 2013 |

Crédito Según año

	2011	2012*
Número de deudoras	43%	44%
Monto deuda total mujeres	33%	34%

*Cifras a sept.

La deuda promedio de las mujeres está en un rango de entre **64%** y **71%**, respecto de los hombres. Se estima que dos factores inciden en lo anterior: un comportamiento más conservador por parte de las mujeres y las brechas de ingreso.

Composición de la deuda total Según género y tipo de cartera

	Comercial	Vivienda	Consumo
Mujeres	14%	58%	28%
Hombres	17%	53%	29%



Ahorro Según año

	2011	2012*
Cuentas de mujeres	58%	58%
Saldo acumulado mujeres	49%	48%

*Cifras a sept.

Las cuentas de ahorro asociadas a mujeres superan a las de los hombres (**36%** mayor). El saldo global de ahorro acumulado por las mujeres es inferior al de los hombres (**6%** más bajo). No obstante, en dos de los tres productos considerados (cuentas de ahorro a plazo y para la vivienda), se da lo contrario.

Número de cuentas cada mil habitantes Según género

Mujeres	1.214
Hombres	910

El número de productos de ahorro contratados por mujeres, creció a una tasa anual promedio de **4%**.

| Fuente: SBIF, 2012 |

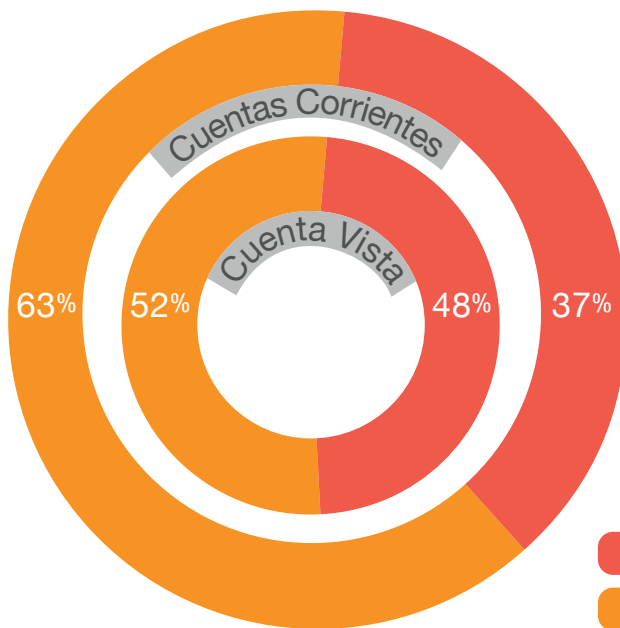
Cuentas corrientes y a la vista
Según año

	2011	2012*
Cuentas de mujeres	46%	46%
Saldo acumulado mujeres	31%	32%

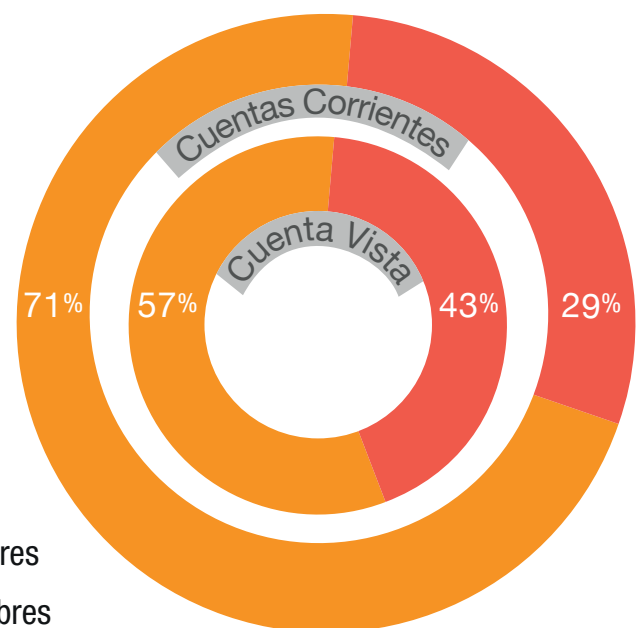
*Cifras a sept.

Durante el período 2002-2012, las cuentas contratadas por mujeres pasaron de **38%** a **46%**.

Composición de los productos
Según género



Composición del monto total
Según género



54% del total de cuentas bancarias para la administración del efectivo, está asociado a hombres. La brecha es mucho más significativa en el producto cuentas corrientes, sólo **37%** ha sido contratado por mujeres.

9% es la tasa de crecimiento promedio anual en cuentas corrientes y **22%** en cuentas vista, pertenecientes a mujeres.

| Fuente: SBIF, 2012 |