



Principales Resultados

Equidad de Género en Chile y el mundo

8 de marzo de 2023

Estudio realizado por Activa en conjunto
con Worldwide Independent Network of
Market Research, WIN.






**BRANDING Y
 COMUNICACIONES**


**CUSTOMER
 EXPERIENCE-CX**


OPINIÓN PÚBLICA


INNOVACIÓN

Activa es una de las principales consultoras de **Research, Data Analytics y Opinión Pública** en el país.

Con un equipo profesional multidisciplinario **experto en research y consultoría.**

Especializada en **conectar los Insights con la acción** para apoyar **decisiones de alto impacto** en el negocio de nuestros clientes.

Con sólida presencia en **Chile, Perú y México.**



Especialistas
en sectores de:



Banca



Retail



Consumo
Masivo



Telecom



Utilities



Sector Público



+80 CLIENTES

SOMOS
ESPECIALISTAS
EN IDENTIFICAR INSIGHTS Y
TRANSFORMALOS EN ACCIÓN

ANTECEDENTES

Equidad de género en Chile y en el mundo

La conversación sobre equidad e igualdad de género debe ser alimentada desde la opinión y las percepciones que las y los chilenos sostienen sobre esta temática. El 8 de marzo, día internacional dedicado a la conmemoración de la mujer brinda un marco adecuado para contribuir a esta reflexión.

En este marco, **Activa Research** en sociedad con **WIN** (Worldwide Independent Network of Market Research), han realizado un estudio de manera conjunta, con el objetivo de identificar las percepciones de las personas en relación con la equidad de género y violencia de género en Chile y en el mundo.

Esta investigación cuenta con **29.756 entrevistas** realizadas en **36 países** alrededor del mundo, ofreciendo una mirada global y general sobre una problemática aún por superar.



01

Presentación

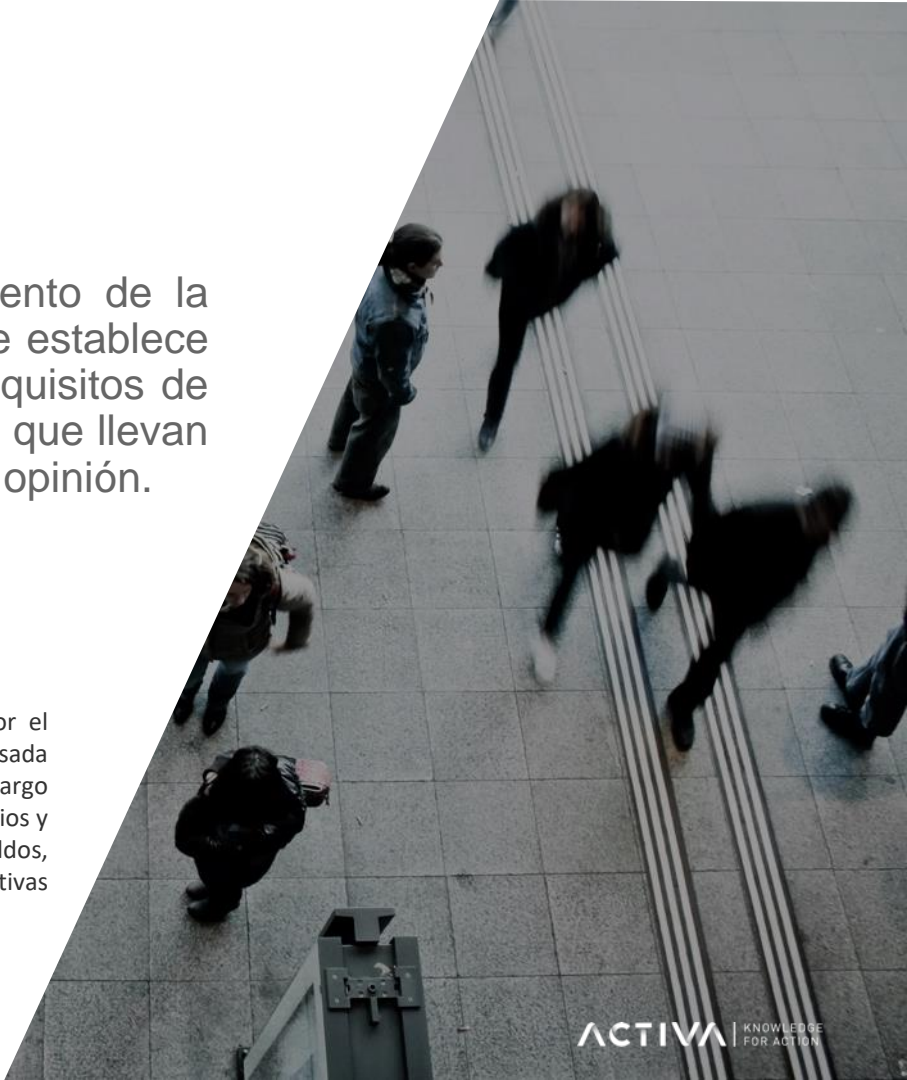




Este estudio se ha realizado en cumplimiento de la **norma ISO 20.252**, norma internacional que establece los términos y definiciones, así como los requisitos de servicio para organizaciones y profesionales que llevan a cabo investigaciones de mercado, social y opinión.



Activa declara toda información y/o materiales recibidos por el cliente es confidencial, de su propiedad y en ningún caso usada para algún propósito que el permitido o requerido por el encargo que le ha sido conferido. Activa mantendrá los registros primarios y secundarios de forma indefinida en sus servidores de respaldos, aplicando todas las medidas de seguridad y confidencialidad activas a menos que el cliente indique lo contrario.





WIN: Worldwide Independent Network of Market Research

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION

www.winmr.com

WIN es una red global que realiza investigaciones de mercado y sondeos de opinión en todos los continentes.

Los 75 socios de WIN son las mayores empresas de investigación de mercado y encuestas independientes en cada uno de sus respectivos países.

WIN se caracteriza por:

- **Liderazgo de pensamiento:** acceso a un grupo de los expertos más destacados y empresarios en Investigación de mercado, encuestas y consultoría
- **Flexibilidad:** soluciones globales y locales a medida para satisfacer las necesidades de los clientes
- **Innovación:** acceso a la última consultoría estratégica, desarrollo de herramientas y soluciones de marca
- **Expertos locales:** acceso a una red de expertos que realmente entienden la cultura local, el mercado y las necesidades comerciales
- **Confianza:** la más alta calidad de miembros talentosos en todos los países cubiertos

02

Metodología

activasite.com



Metodología

Un total de **29.756 personas** fueron encuestadas globalmente en **36 países**. El levantamiento de la información, a nivel global, se realizó entre el **09 de octubre y el 10 de diciembre del 2022**.

La muestra de Chile fue ponderada de acuerdo con el peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo. El margen de Error Muestral es de un **+/- 3,1%**, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.



Alemania, Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Corea Del Sur, Costa Marfil, Croacia, Ecuador, Estados Unidos, Eslovenia, España, Filipinas, Finlandia, Francia, Grecia, Hong Kong, India, Irlanda, Italia, Japón Kenia, Líbano, Malasia, México, Nigeria, Países Bajos, Pakistán, Paraguay, Perú, Polonia, Reino Unido, Serbia, Tailandia, Turquía y Vietnam



Diseño de investigación

Estudio cuantitativo, sobre la base de 1.004 entrevistas a través de un panel online.

Población en estudio

Mujeres y hombres mayores de 18 años, pertenecientes a los grupos socioeconómicos (GSE) C1, C2, C3 y DE. Residentes de Santiago y Regiones.

Diseño Muestral

Se realizó un total de 1.004 entrevistas, estratificas aproporcionalmente por GSE, sexo y edad.

NSE	Tamaño Muestral	Error Muestral
C1	258	6,1%
C2	410	4,8%
C3	226	6,5%
D	110	9,3%
TOTAL	1.004	3,1%

Instrumento de medición

Cuestionario de 15 minutos de duración promedio.

Fecha de campo en Chile

07 al 17 de Noviembre del 2022.

Ponderación

La muestra fue ponderada de acuerdo al peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo 2002. El margen de Error Muestral es de un +/- 3,1%, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.

Muestra por países

PAÍS	COMPAÑÍA	METODOLOGÍA	MUESTRA	COBERTURA
ARGENTINA	Voices Research & Consultancy	CAWI	621	NACIONAL
BRASIL	Market Analysis Brasil	CAWI	1.000	NACIONAL
CANADÁ	LEGER	CAWI	1.000	NACIONAL
CHILE	Activa Research	CAWI	1.004	NACIONAL
CROACIA	Madiana Fides	CAWI	540	NACIONAL
ECUADOR	CEDATOS	Face to Face / CAPI	620	NACIONAL
FINLANDIA	Taloustutkimus Oy	CAWI	1.042	NACIONAL
FRANCIA	BVA	CAWI	1.000	NACIONAL
ALEMANIA	Produkt + Markt	CAWI	1.000	NACIONAL
GRECIA	Alternative Research Solutions	CAWI	500	NACIONAL
HONG KONG	Consumer Search Group (CSG)	CAWI	501	TODO EL TERRITORIO
INDIA	DataPrompt International Pvt. Ltd.	CAWI	1.000	NACIONAL
IRLANDA	RED C Research & Marketing Ltd	CAWI	1.015	NACIONAL
ITALIA	BVA Doxa	CAWI	1.001	NACIONAL
COSTA DE MARFIL	EMC SARL	CATI	508	NACIONAL
JAPÓN	Nippon Research Center, LTD.	CAWI	1.236	NACIONAL
KENIA	Mind Pulse Research & Consulting Ltd	CATI	500	ÁREAS URBANAS CLAVES
LÍBANO	REACH SAL	CATI	500	NACIONAL

Muestra por países

PAÍS	COMPAÑÍA	METODOLOGÍA	MUESTRA	COBERTURA
MALASIA	Central Force International Sdn.Bhd	CAWI	1003	NACIONAL
MÉXICO	Brand International S.A de C.V	ONLINE	535	NACIONAL
NIGERIA	Market Trends International	CATI	1003	NACIONAL
PAKISTÁN	Gallup Pakistan	CATI	1000	NACIONAL
PARAGUAY	ICA Consultoría Estratégica	CATI	501	NACIONAL
PERÚ	Datum Internacional	CAWI	1003	NACIONAL URBANO
FILIPINAS	Philipinne Survey and Research Center Inc	F2F CAPI	1001	NACIONAL
PAÍSES BAJOS	Motivaction International B.V.	CAPI	1011	NACIONAL
POLONIA	Mareco Polska	CAWI	509	NACIONAL
COREA DEL SUR	Gallup Korea	CAPI	1549	NACIONAL
SERBIA	Mediana Adria	CAWI	520	NACIONAL
ESLOVENIA	Mediana	CAWI	501	NACIONAL
ESPAÑA	Instituto DYM	CAWI	1006	NACIONAL
TAILANDIA	Infosearch Limited	CAPI	500	NACIONAL
TURQUÍA	Barem	CATI	708	NACIONAL
REINO UNIDO	ORB International	CAWI	1018	NACIONAL
EE.UU.	LEGER	CAWI	1000	NACIONAL
VIETNAM	Indochina Research	CAPI	800	Hanoi, Ho Chi Minh City, Da Nang, Can Tho

03

Resultados



Oportunidades para mujeres en sus trabajo / carreras

activasite.com



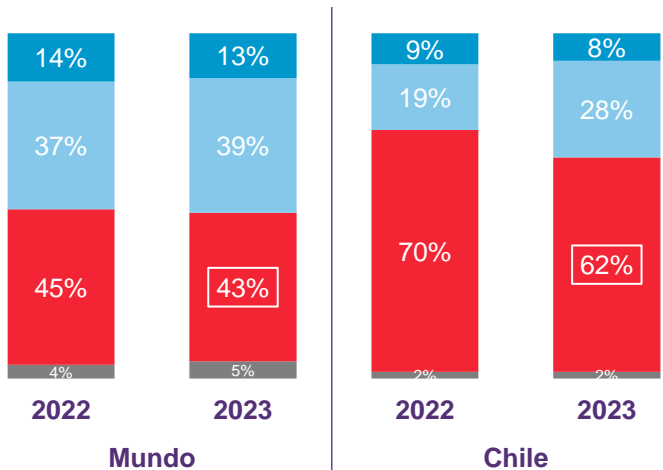
Oportunidades de Trabajo y Carrera

% Total Población

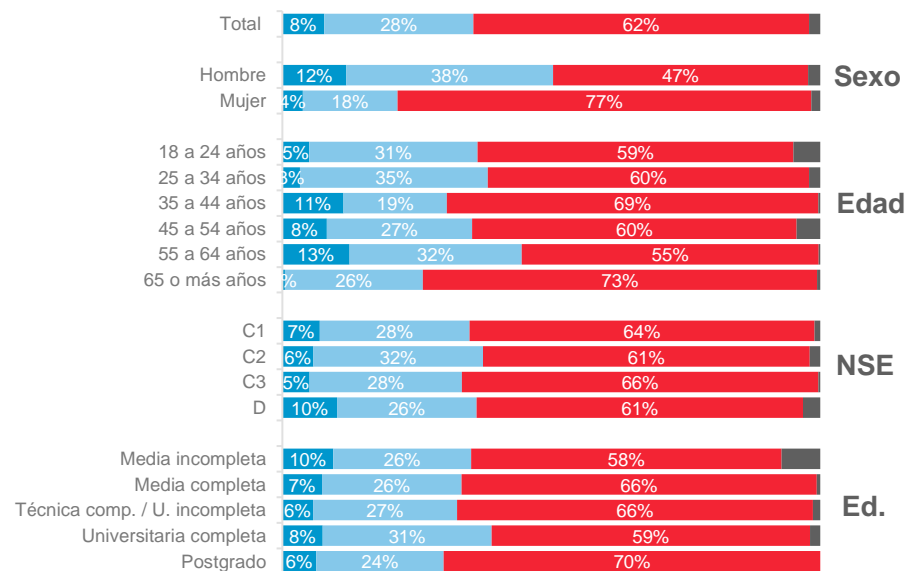
Q. En nuestro país, ¿cree usted que las mujeres tienen las mismas oportunidades, más oportunidades o menos oportunidades que los hombres en sus trabajos o carreras?

- Las mujeres tienen más oportunidades
- Las mujeres tienen las mismas oportunidades
- Las mujeres tienen menos oportunidades
- No sabe

activasite.com



Zoom Chile *Según Segmentos

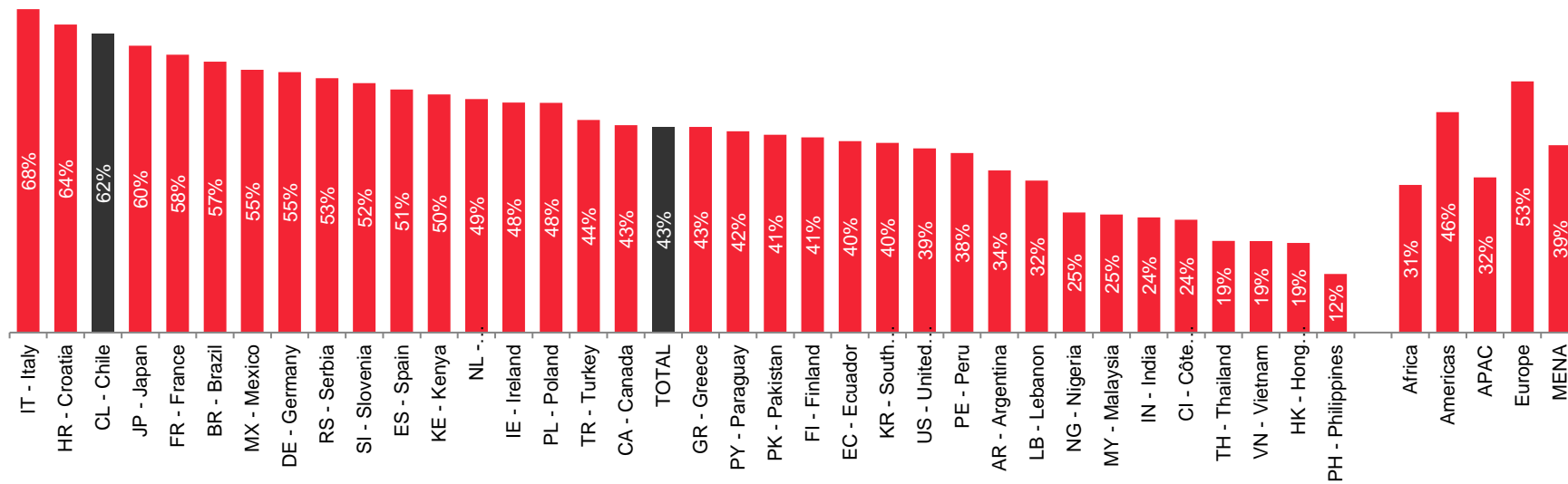


Oportunidades de Trabajo y Carrera: Ranking Mundial

% Total Población

Q. En nuestro país, ¿cree usted que las mujeres tienen las mismas oportunidades, más oportunidades o menos oportunidades que los hombres en sus trabajos o carreras?

% LAS MUJERES TIENEN MENOS OPORTUNIDADES



Fuente: WIN 2022. base Mujeres: 13.872. No considera información para UK

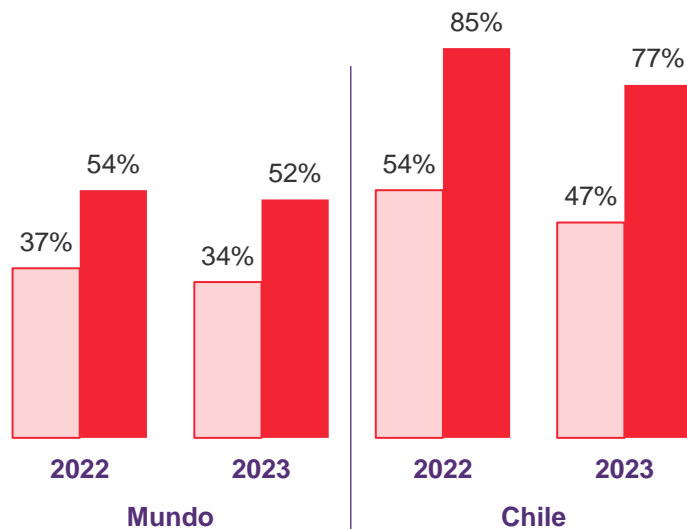
Oportunidades de Trabajo y Carrera *Según género

% Total Población

Q. En nuestro país, ¿cree usted que las mujeres tienen las mismas oportunidades, más oportunidades o menos oportunidades que los hombres en sus trabajos o carreras?

% LAS MUJERES TIENEN MENOS OPORTUNIDADES

■ Hombres ■ Mujeres



¿Es posible establecer la distancia entre percepción y experiencia?

Mientras la mitad de los hombres perciben que hay menos oportunidades para ellas en el desarrollo de sus carreras, las mujeres mayoritariamente se inclinan por declarar que el acceso es menor al de los hombres, por lo tanto desigual, en cuanto al desarrollo profesional. Aunque es relevante destacar que es una temática que presenta un decaimiento entre el año que paso y este 2023.

Oportunidades de Trabajo y Carrera *Según Mujeres

% Total Mujeres



Q. En nuestro país, ¿cree usted que las mujeres tienen las mismas oportunidades, más oportunidades o menos oportunidades que los hombres en sus trabajos o carreras?

Global – Mujeres

2022 | 9% 33% 52% 6%

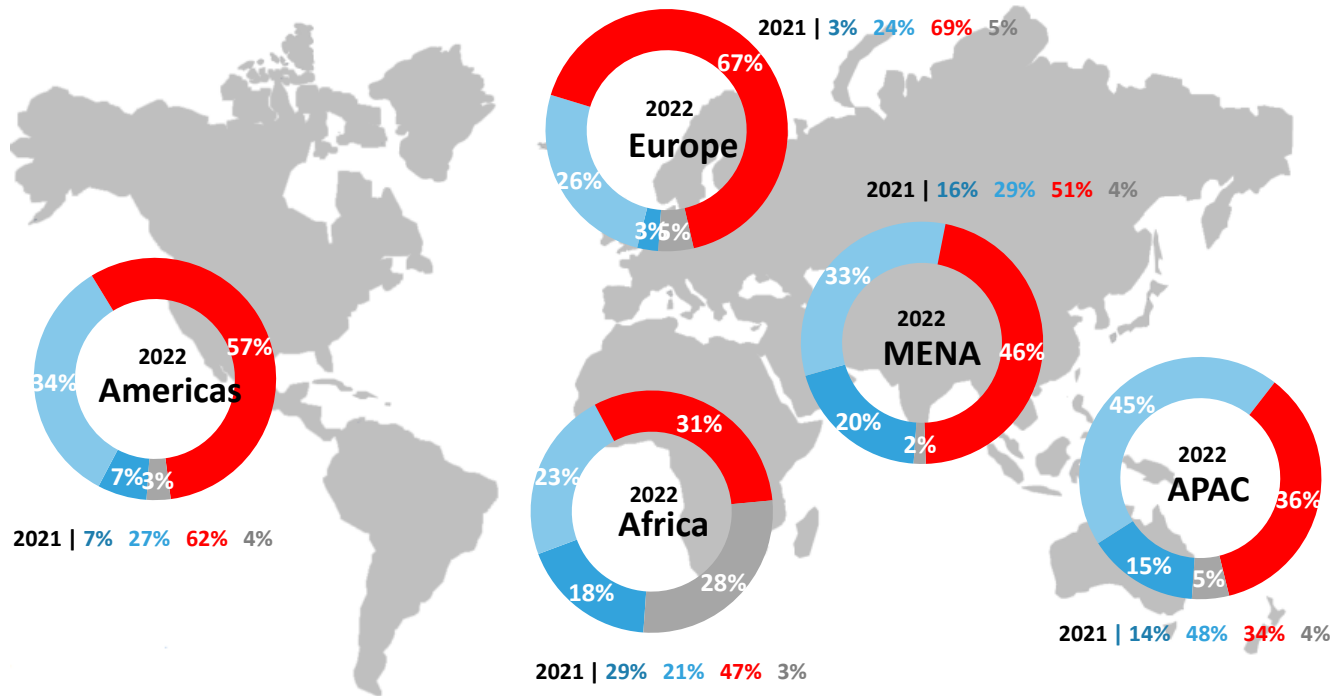
2021 | 10% 32% 54% 4%

Mujeres tienen más oportunidades

Mujeres tienen mismas oportunidades

Mujeres tienen menos oportunidades

NSNR



Base Mujeres N: 14.391.

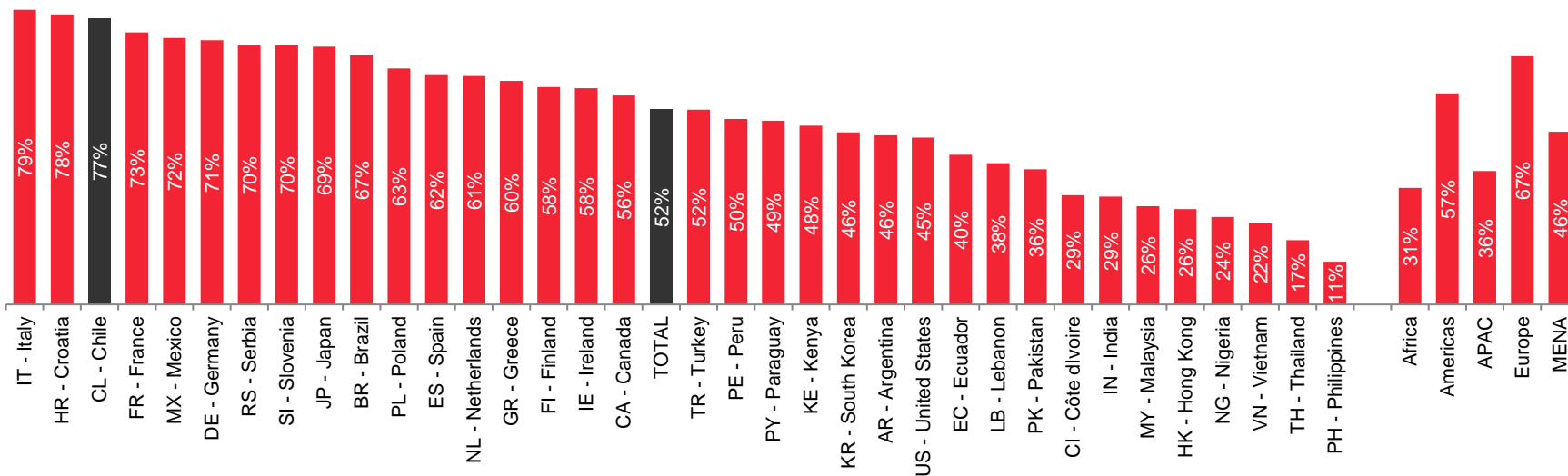
Oportunidades de Trabajo y Carrera *Ranking Mujeres

% Total Mujeres



Q. En nuestro país, ¿cree usted que las mujeres tienen las mismas oportunidades, más oportunidades o menos oportunidades que los hombres en sus trabajos o carreras?

% LAS MUJERES TIENEN MENOS OPORTUNIDADES



Base Mujeres N: 14.391.

Percepción del salario de las mujeres en comparación con el salario de los hombres

activasite.com



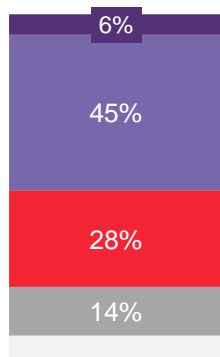
Percepción de Salario de Mujeres

% Total Población

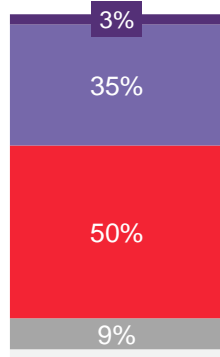
En comparación con los hombres en su lugar de trabajo, ¿siente que el sueldo de las mujeres es más alto, más bajo o igual al de ellos?

■ Más alto ■ Igual ■ Más bajo ■ No trabaja ■ NSNR

activasite.com

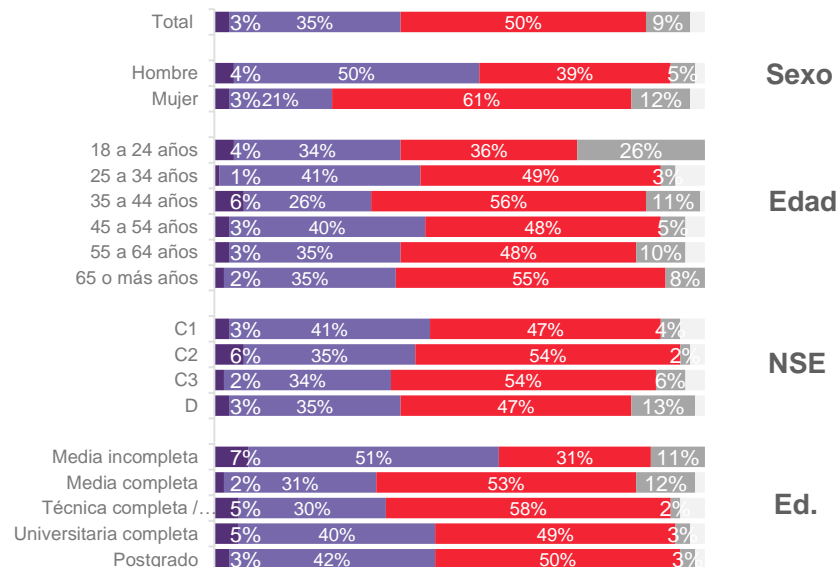


Mundo



Chile

Zoom Chile *Según Segmentos

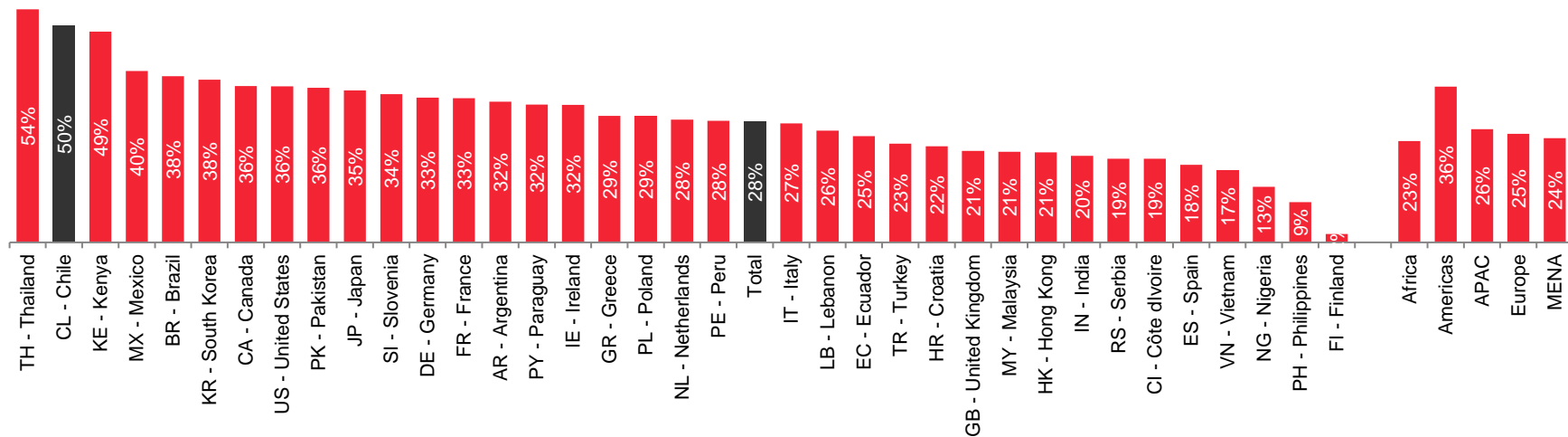


Percepción de Salario de Mujeres

% Total Población

En comparación con los hombres en su lugar de trabajo, ¿siente que el sueldo de las mujeres es más alto, más bajo o igual al de ellos?

% SALARIO MÁS BAJO



Fuente: WIN 2022. base Mujeres: 13.872. No considera información para UK

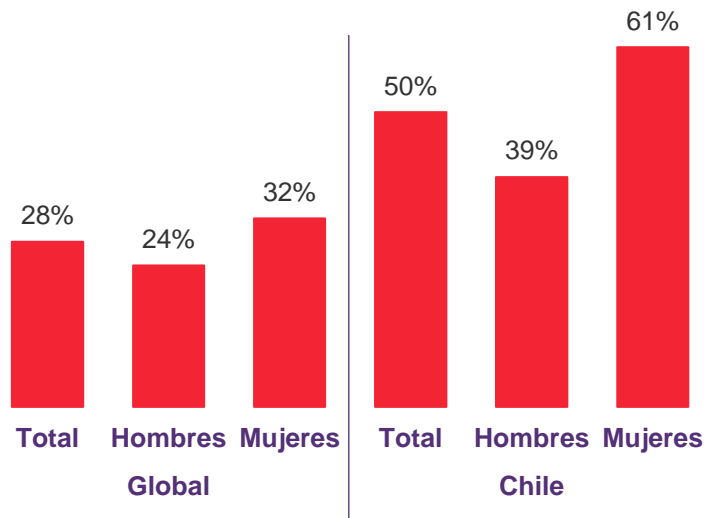
Percepción de Salario de Mujeres *Según Género

% Total Población

En comparación con los hombres en su lugar de trabajo, ¿siente que el sueldo de las mujeres es más alto, más bajo o igual al de ellos?

% SALARIO MÁS BAJO

■ 2023



En el mundo podemos observar un mayor acuerdo, entre hombres y mujeres con respecto a la brecha salarial entre ambos sexos.

En Chile ese acuerdo no se aprecia; 39% de los hombres indican que las mujeres reciben sueldo menores que los hombres, mientras las mujeres se ubican en un punto distante, llegando al 61% frente a la misma disyuntiva.

Percepción de Salario de Mujeres *Según Mujeres

% Total Mujeres



En comparación con los hombres en su lugar de trabajo, ¿siente que el sueldo de las mujeres es más alto, más bajo o igual al de ellos?

2022

Global - Female

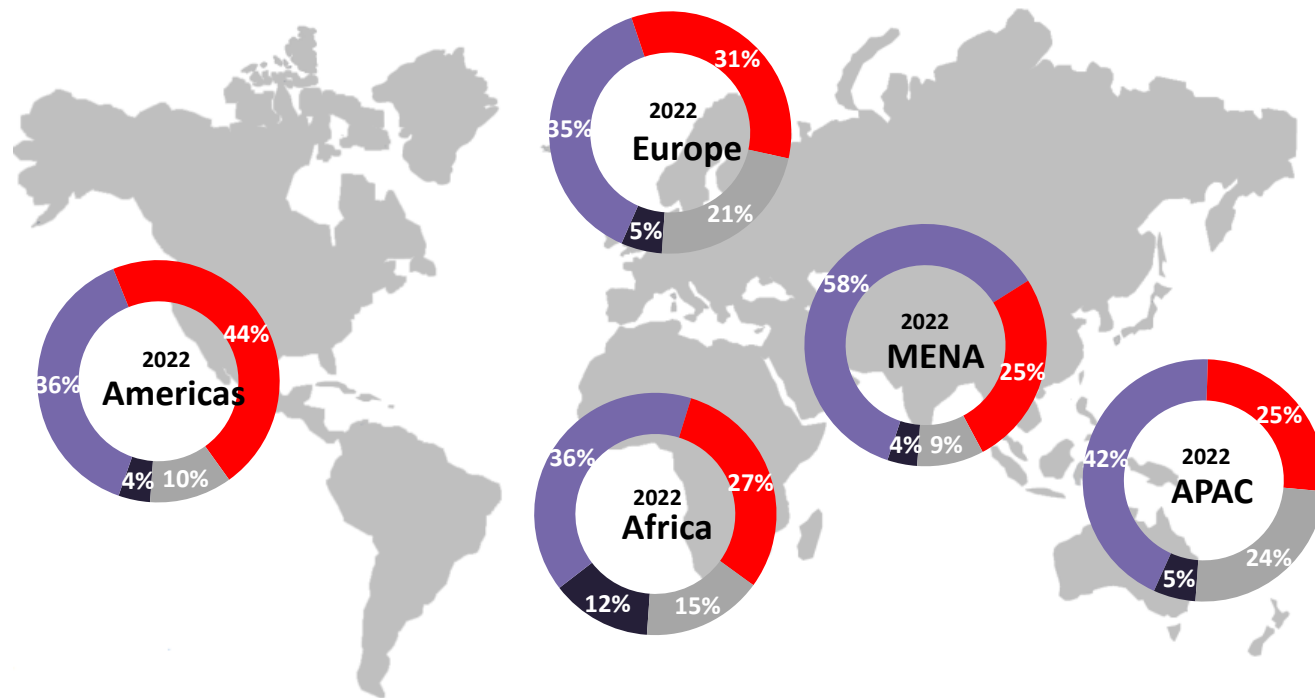
5% 38% 32% 18%

Mayor

Igual

Menor

No Trabaja



Base Mujeres N: 14.391.

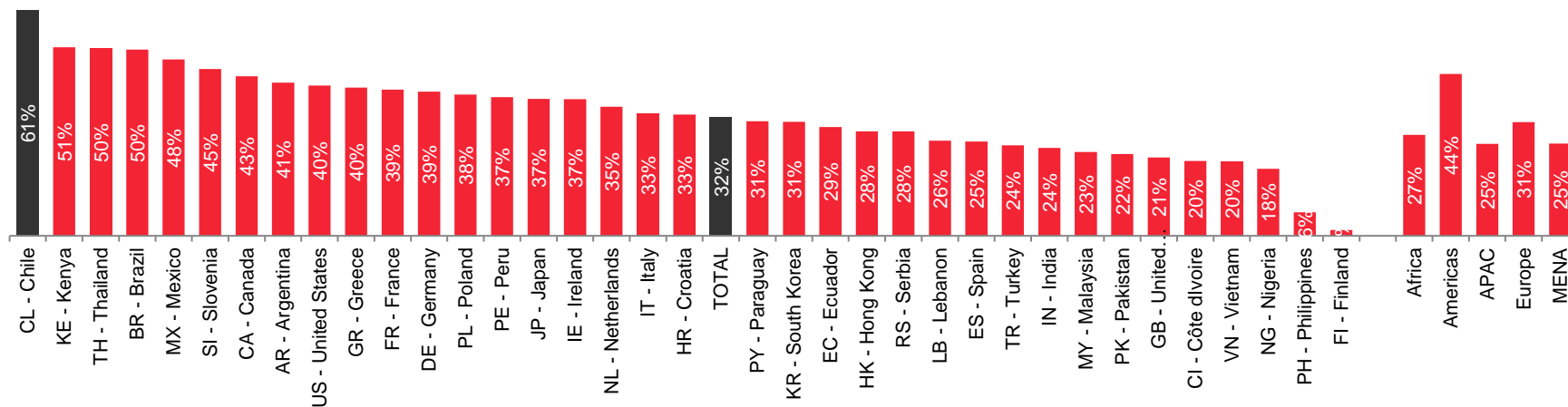
Percepción de Salario de Mujeres *Ranking Mujeres

% Total Mujeres



En comparación con los hombres en su lugar de trabajo, ¿siente que el sueldo de las mujeres es más alto, más bajo o igual al de ellos?

% SALARIO MÁS BAJO



Base Mujeres N: 14.391.



activasite.com

Violencia física o psicológica

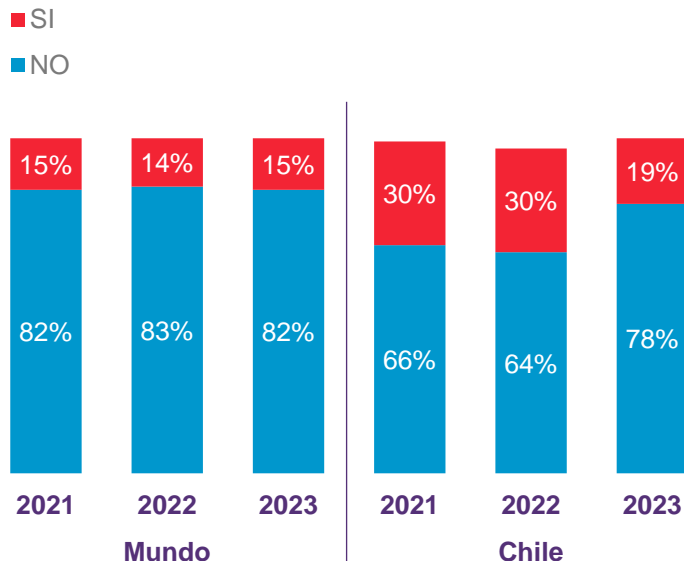


Ha sufrido algún tipo de violencia

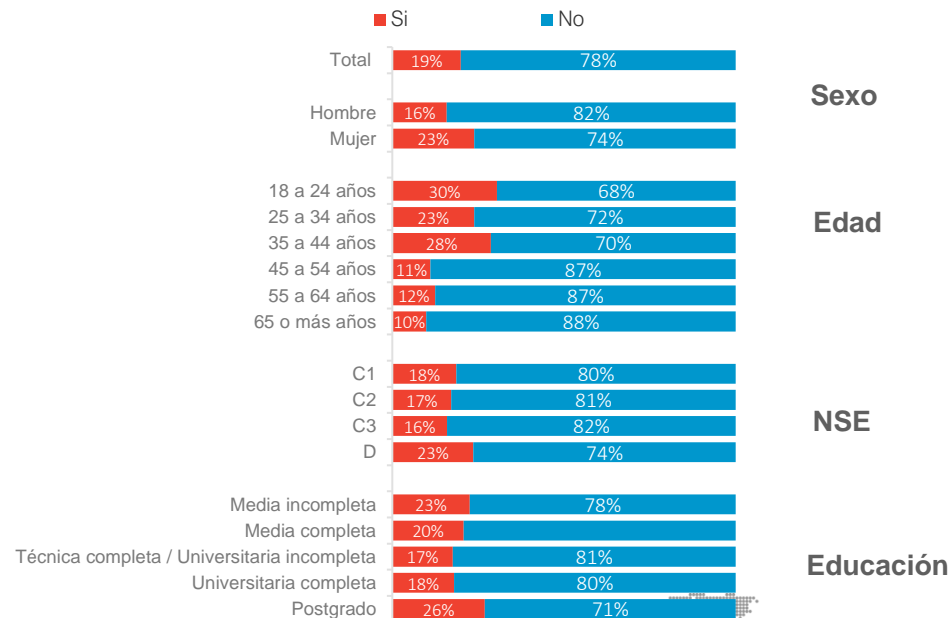
% Total Población

Q ¿Alguna vez ha sufrido algún tipo de violencia (ya sea física o psicológica) en el último año?

activasite.com



Zoom Chile *Según Segmentos

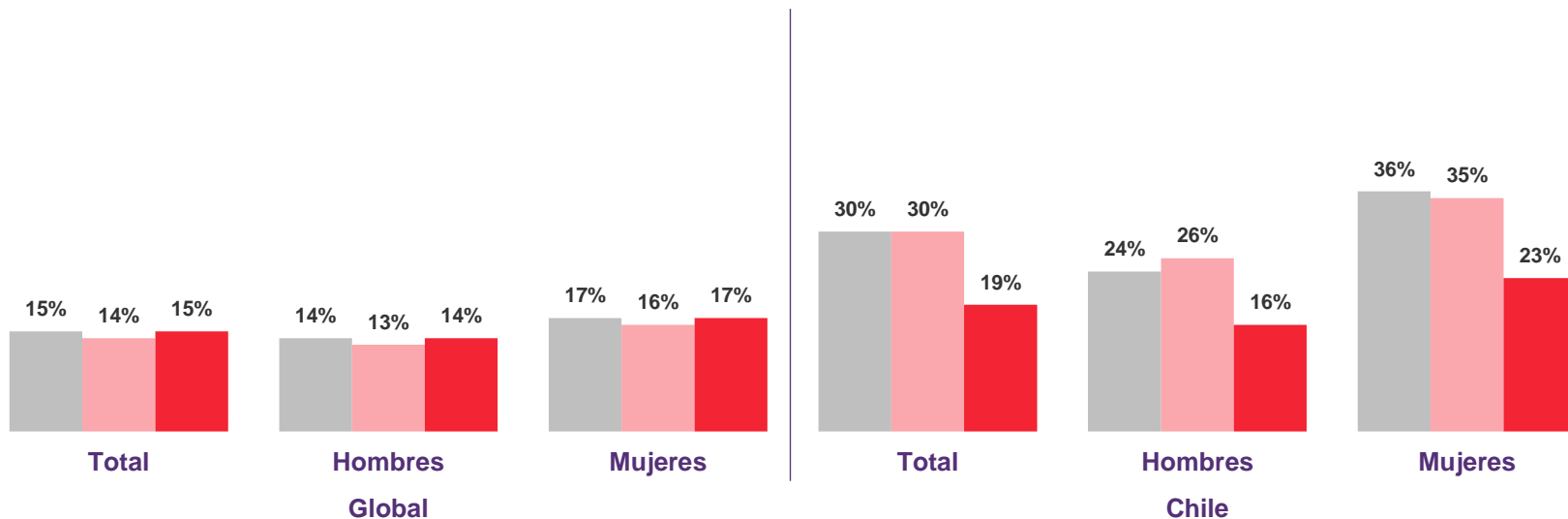


Ha sufrido algún tipo de violencia *Según Género

% Total Población

Q ¿Alguna vez ha sufrido algún tipo de violencia (ya sea física o psicológica) en el último año?

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



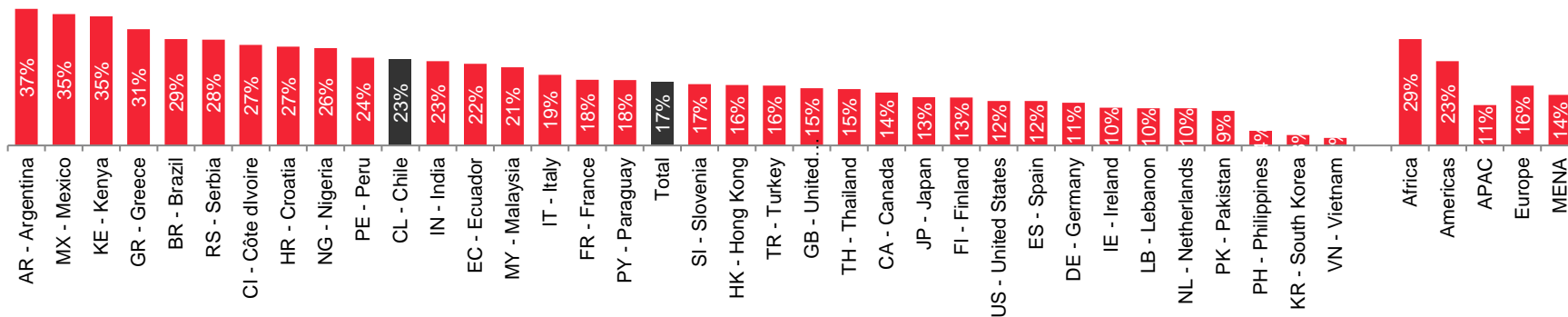
Ha sufrido algún tipo de violencia *Ranking Mujeres

% Total Mujeres



Q ¿Alguna vez ha sufrido algún tipo de violencia (ya sea física o psicológica) en el último año?

% SI



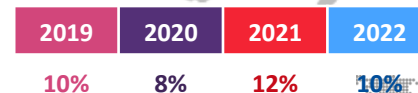
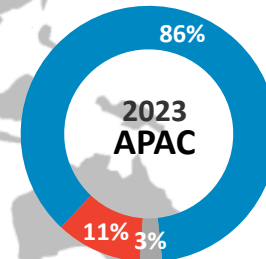
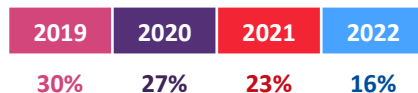
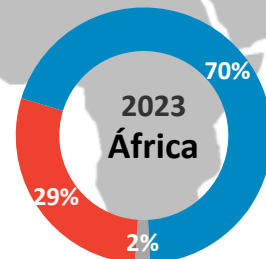
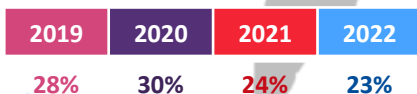
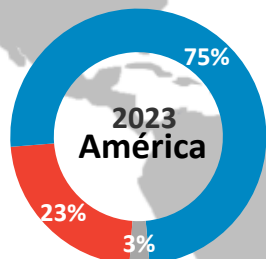
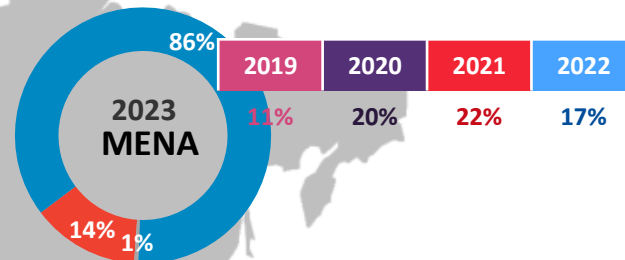
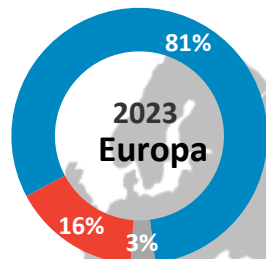
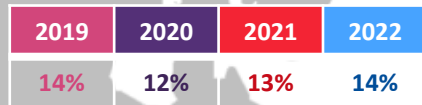
Base Mujeres N: 14.391.

Ha sufrido algún tipo de violencia *Ranking Mujeres

% Total Mujeres **SI** **NO** **NO RESPONDE**



Q ¿Alguna vez ha sufrido algún tipo de violencia (ya sea física o psicológica) en el último año?



Base Mujeres N: 14.391.

Tiempo libre



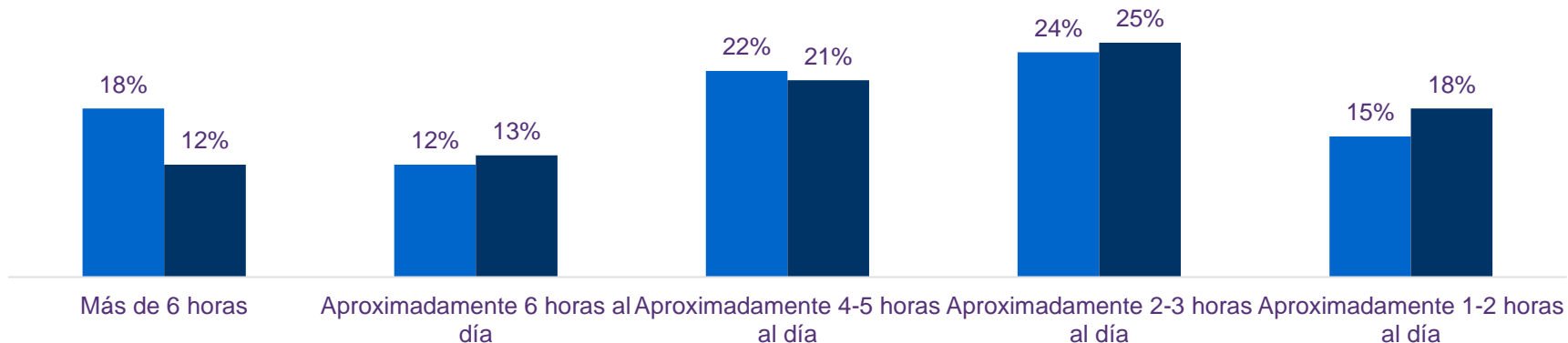


Tiempo libre

Cuando piensas en un día normal en tu vida, ¿cuánto tiempo libre crees que tienes? Piense en el tiempo libre como un momento en el que hace algo que elige como relajarse, salir a caminar, ver televisión / otros dispositivos, o hacer un pasatiempo / deporte:

Promedio horas libres diarias		
	MUNDO	CHILE
Total	4,0	3,6
Hombres	4,2	3,8
Mujeres	3,8	3,3

■ Mundial ■ Chile



Cuando piensas en un día normal en tu vida, ¿cuánto tiempo libre crees que tienes? Piense en el tiempo libre como un momento en el que hace algo que elige como relajarse, salir a caminar, ver televisión / otros dispositivos, o hacer un pasatiempo / deporte:

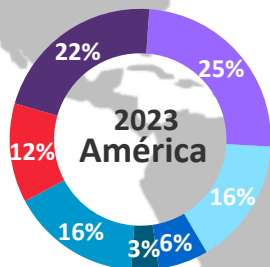
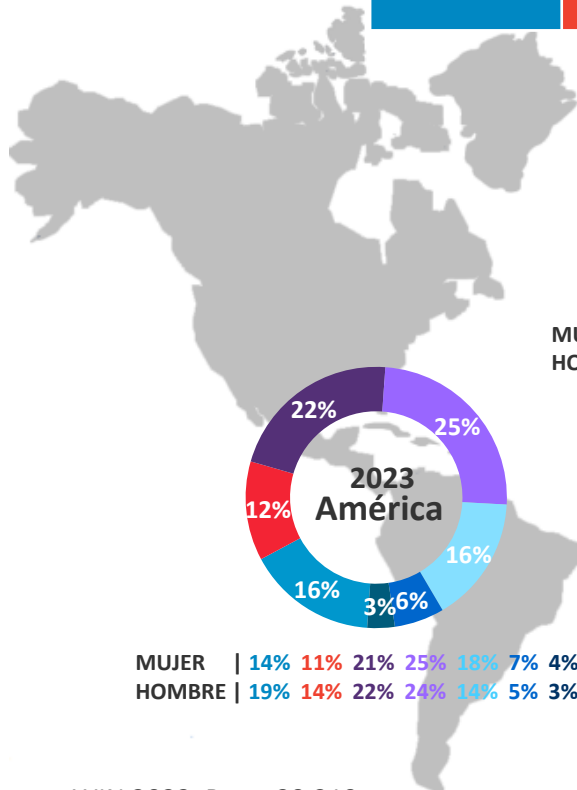
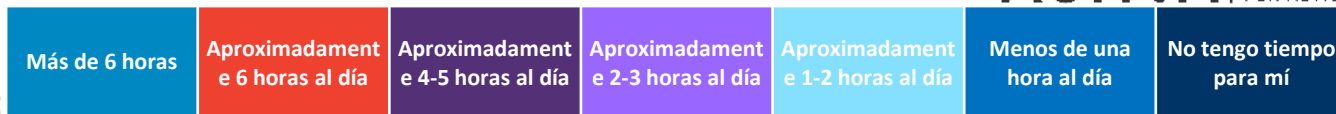
CHILE

% Verticales	Total	Sexo		Edad						GSE				Educación				
		H	M	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	C1	C2	C3	D	Media incompleta	Media completa o técnica incompleta	Técnica completa / Universitaria incompleta	Universitaria completa	Post Grado+
Más de 6 horas	12	12	11	22	6	9	8	21	20	10	10	14	11	5	12	14	9	10
Aproximadamente 6 horas al día	13	17	9	14	17	5	19	9	24	12	11	11	15	28	10	10	12	7
Aproximadamente 4-5 horas al día	21	19	22	34	24	13	22	23	15	22	26	21	18	11	19	23	27	23
Aproximadamente 2-3 horas al día	25	29	21	5	24	33	25	22	21	21	24	23	27	26	26	22	22	23
Aproximadamente 1-2 horas al día	18	14	22	6	16	23	16	20	19	24	22	20	15	12	20	20	21	23
Menos de una hora al día	8	6	10	14	7	10	7	5	0	10	4	7	9	12	9	4	7	11
No tengo tiempo para mí	4	3	5	5	6	6	3	0	1	2	4	4	4	4	4	6	3	4
PROMEDIO HORAS DIARIAS	3,6	3,8	3,3	4,5	3,4	2,8	3,7	4,1	4,5	3,4	3,6	3,7	3,6	3,5	3,4	3,7	3,5	3,2

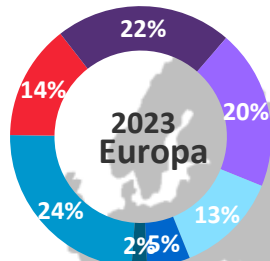
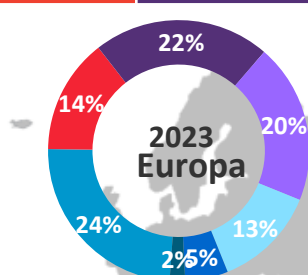


Tiempo libre

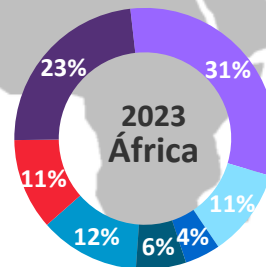
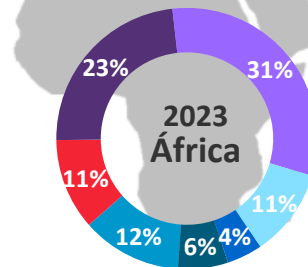
% Total población



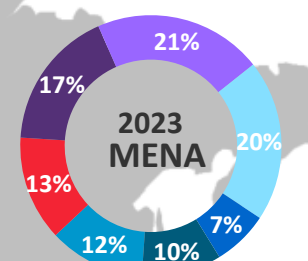
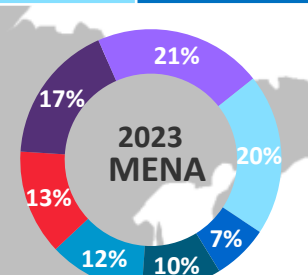
MUJER | 14% 11% 21% 25% 18% 7% 4%
 HOMBRE | 19% 14% 22% 24% 14% 5% 3%



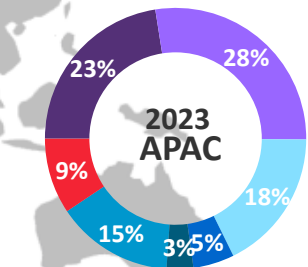
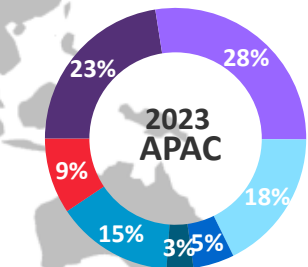
MUJER | 21% 13% 21% 21% 15% 7% 3%
 HOMBRE | 28% 16% 23% 19% 11% 3% 2%



MUJER | 12% 10% 22% 34% 12% 4% 7%
 HOMBRE | 13% 13% 24% 29% 10% 5% 5%



MUJER | 10% 11% 17% 23% 22% 8% 9%
 HOMBRE | 13% 13% 24% 29% 10% 5% 5%



MUJER | 14% 10% 25% 27% 16% 6% 2%
 HOMBRE | 15% 9% 20% 28% 19% 5% 4%

Fuente: WIN 2023. Base: 29.219



Resoluciones del año

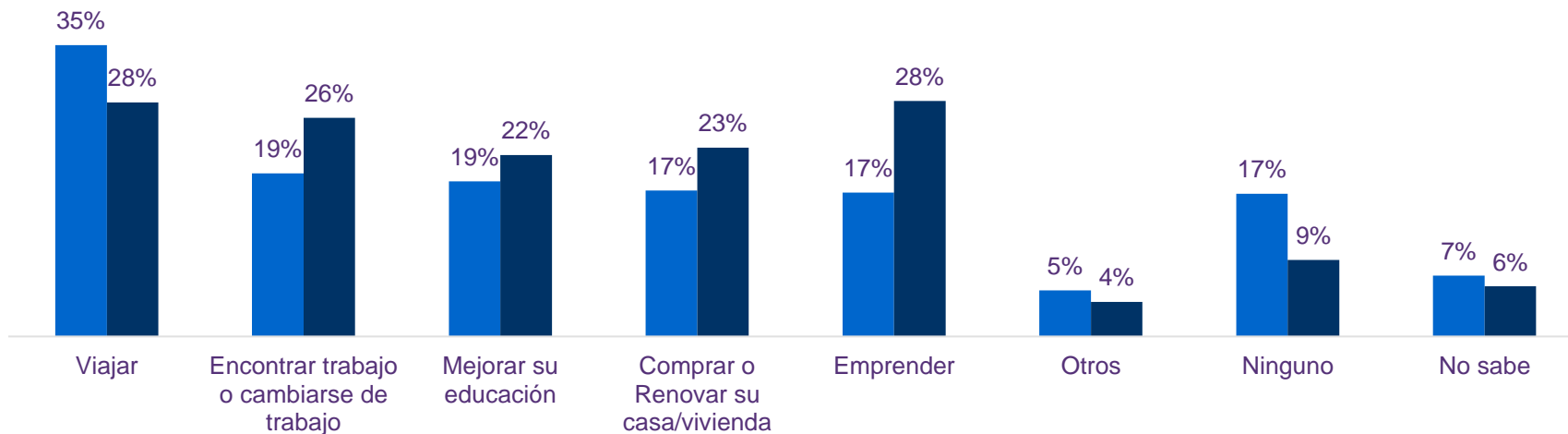


% Total Población

Q Pensando en posibles proyectos para 2023, ¿qué tipo de planes tienes en mente?

activasite.com

■ Mundial ■ Chile



Resolución del año

Pensando en posibles proyectos para 2023, ¿qué tipo de planes tienes en mente?

CHILE

% Verticales	Total	Sexo		Edad						GSE				Educación				
		H	M	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	C1	C2	C3	D	Media incompleta	Media completa o técnica incompleta	Técnica completa / Universitaria incompleta	Universitaria completa	Post Grado+
Mejorar mi educación	22	22	21	65	34	17	11	15	5	21	18	15	27	25	19	17	22	23
Iniciar mi propio negocio	28	25	31	24	29	40	23	18	19	24	26	23	32	38	27	23	28	28
Buscar o cambiar mi trabajo	26	24	28	16	42	25	23	24	2	29	28	28	24	14	27	32	29	32
Comprar o renovar mi casa	23	25	21	25	35	25	19	10	8	27	26	18	23	18	22	21	33	26
Viajar	28	30	26	28	26	23	27	32	46	54	40	33	16	19	21	37	45	64
Otros	3	2	4	3	4	2	3	2	7	3	4	4	2	2	3	5	2	4
Ninguna	9	9	10	1	4	5	18	12	15	4	8	10	10	14	10	9	5	7
No sé	6	5	8	4	6	5	5	11	6	4	4	8	6	2	8	5	3	5

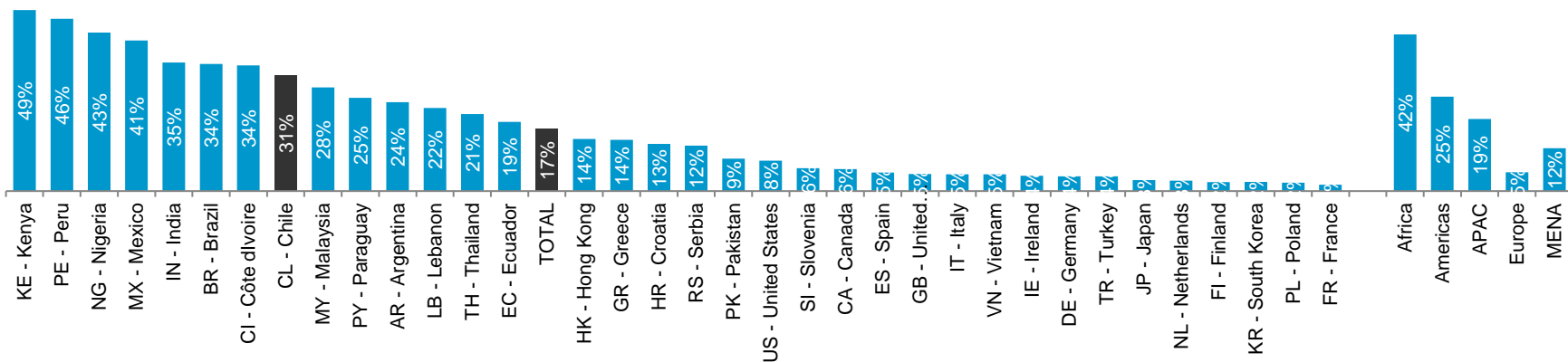
Ranking Mujeres y emprendimiento

% Total Mujeres

Q *Pensando en posibles proyectos para 2023, ¿qué tipo de planes tienes en mente?*



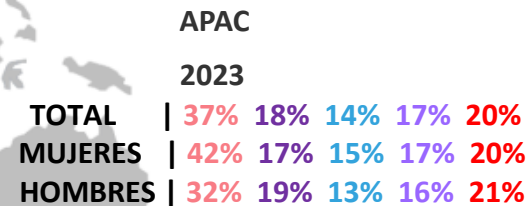
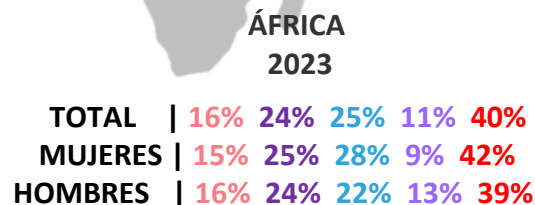
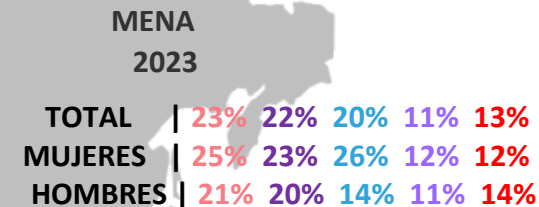
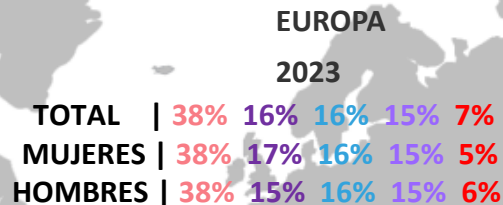
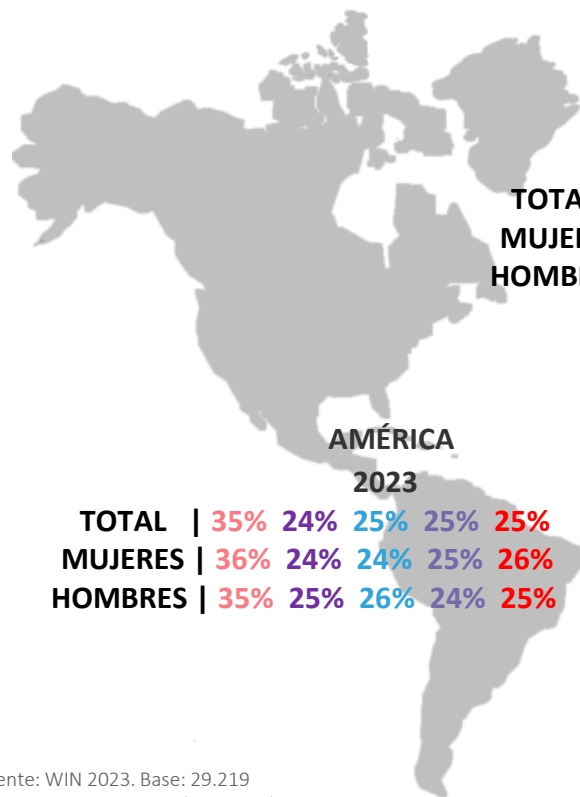
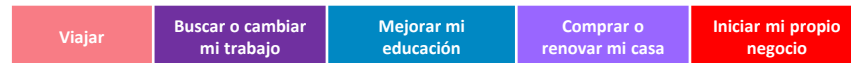
% **Planea INICIAR SU PROPIO NEGOCIO**



Base Mujeres N: 14.391.

Resolución del año

% Total población



Fuente: WIN 2023. Base: 29.219
Omite respuestas otros / ninguna / no sé



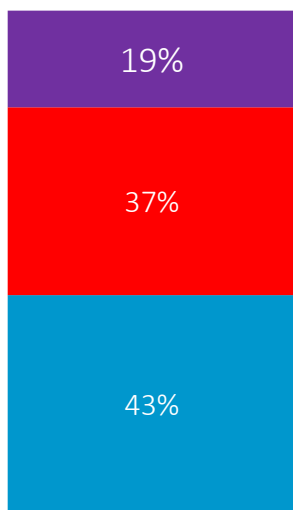
Aspectos relevantes en la vida



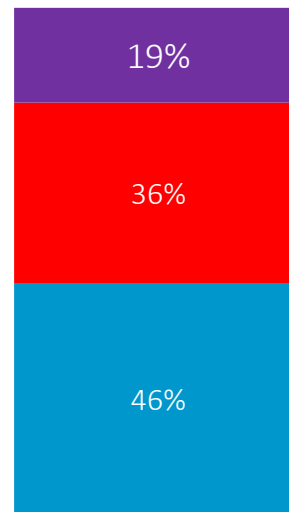
Aspectos relevantes en la vida

En términos generales, ¿cómo calificaría / ordenaría los siguientes tres aspectos del más importante al menos importante?

■ Tener buena salud ■ Estar con mi familia/hijos ■ Tener éxito en el trabajo



Mundo

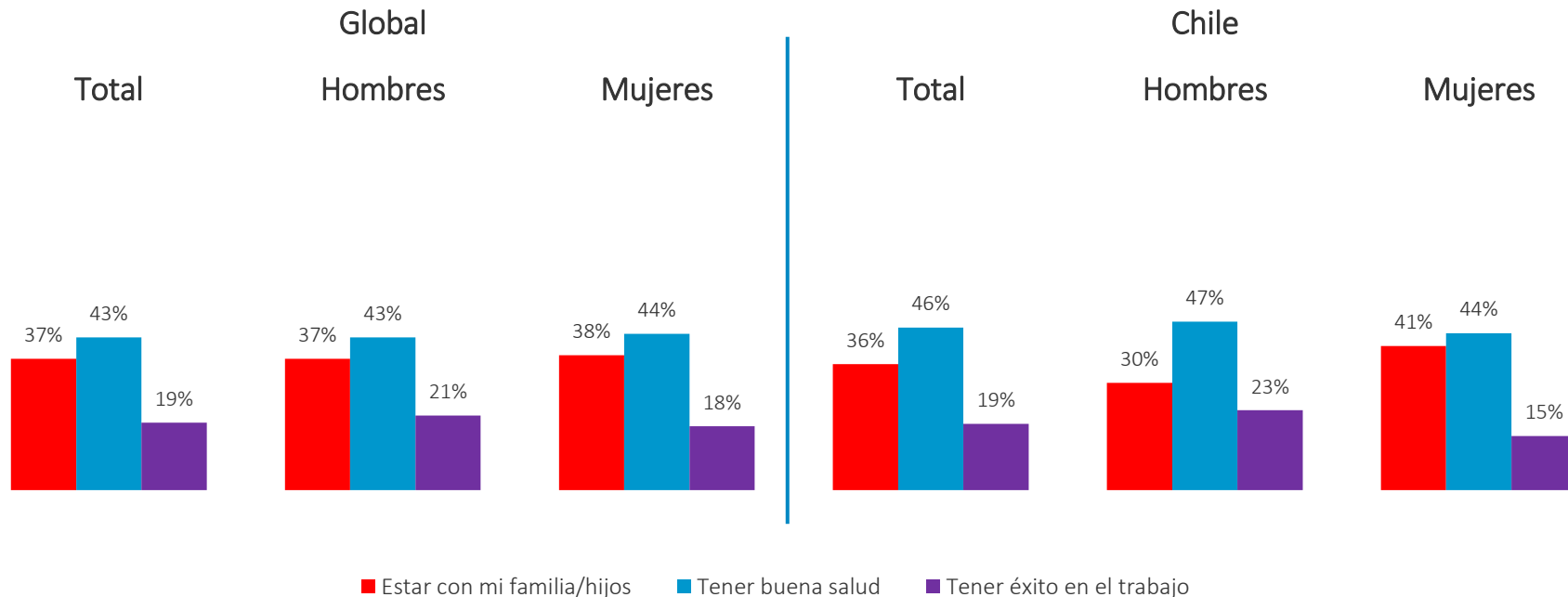


Chile

Aspectos relevantes en la vida

En términos generales, ¿cómo calificaría / ordenaría los siguientes tres aspectos del más importante al menos importante?

activasite.com

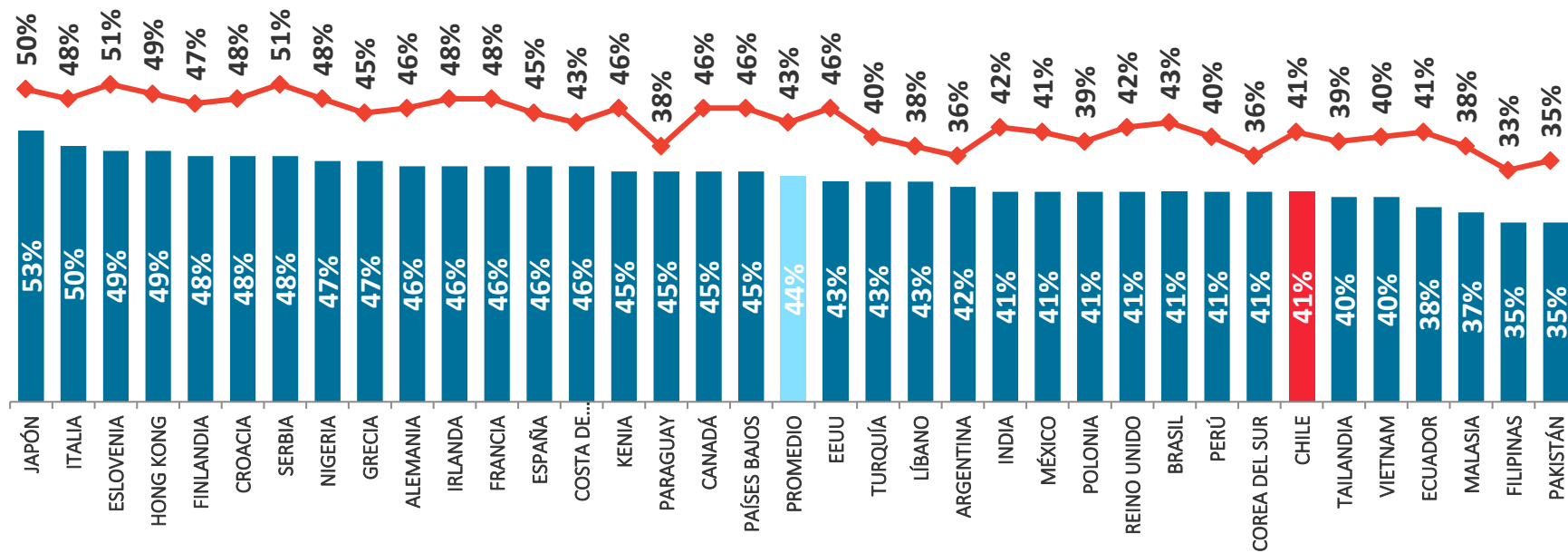


Aspectos relevantes en la vida – Tener Buena Salud

% Total población –

activasite.com

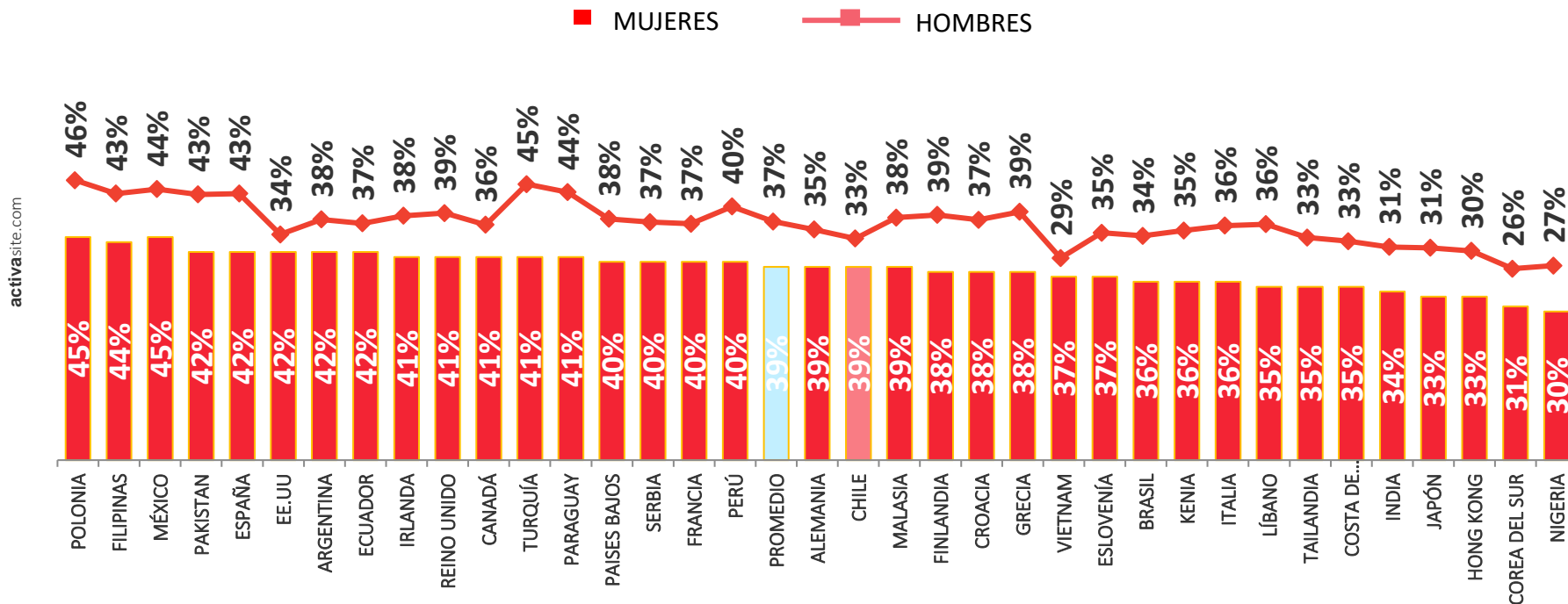
■ MUJERES ■ HOMBRES



Fuente: WIN 2023. Base: 29.142

Aspectos relevantes en la vida - Estar con mi familia / hijos

% Total población –



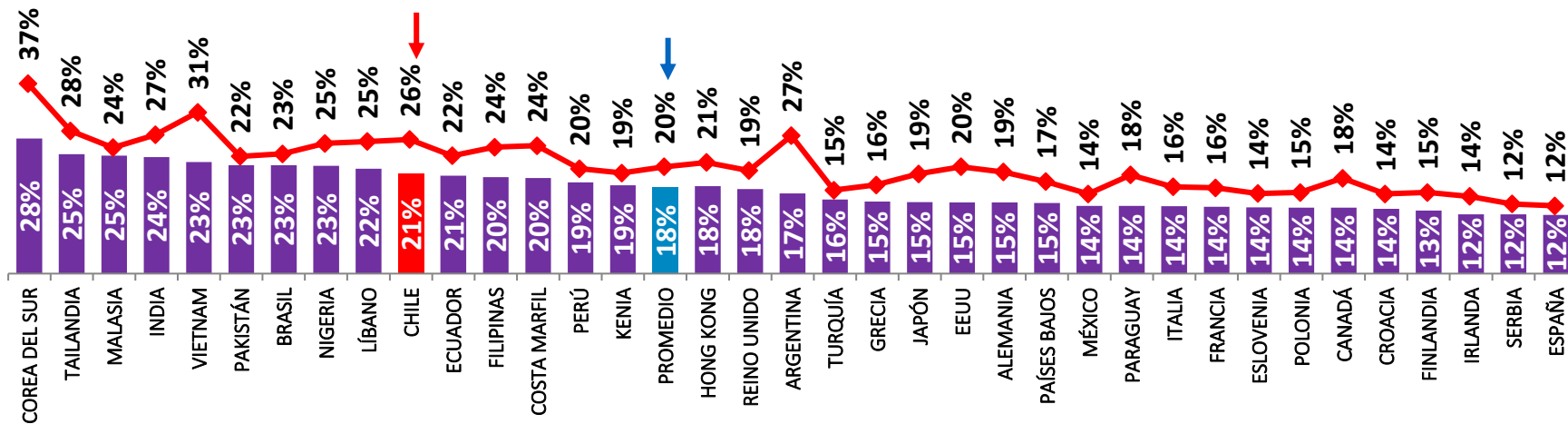
Fuente: WIN 2023. Base: 29.142

Aspectos relevantes en la vida - Éxito Laboral

% Total población –

activasite.com

■ MUJERES
 ■ HOMBRES



Fuente: WIN 2023. Base: 29.142

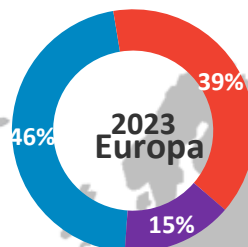
Aspectos relevantes en la vida - Éxito Laboral

% dentro total población

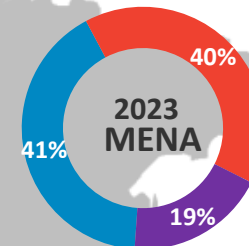
Tener buena salud

Estar con mi familia/hijos

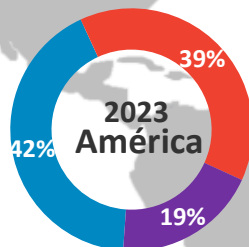
Tener éxito en el trabajo



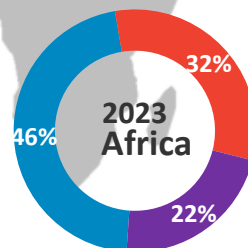
MUJER | 46% 40% 14%
HOMBRE | 46% 38% 16%



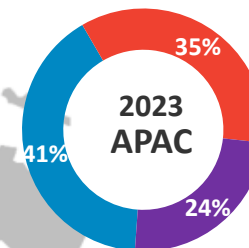
MUJER | 43% 39% 18%
HOMBRE | 39% 42% 19%



MUJER | 42% 40% 18%
HOMBRE | 42% 37% 21%



MUJER | 46% 33% 21%
HOMBRE | 46% 31% 23%



MUJER | 42% 36% 23%
HOMBRE | 39% 35% 26%

Fuente: WIN 2023. Base: 29.142



Pensar en tener hijos





Pensar en tener hijos

¿Planeas tener hijos más adelante?

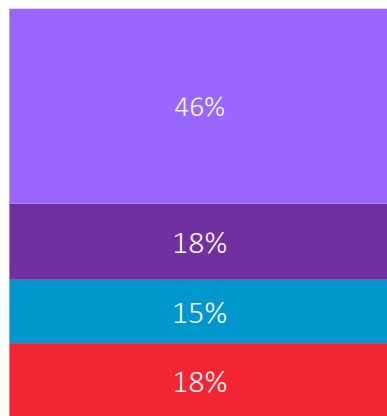
■ Sí y no tengo hijos

■ Sí y ya tengo hijos

■ No y no tengo hijos

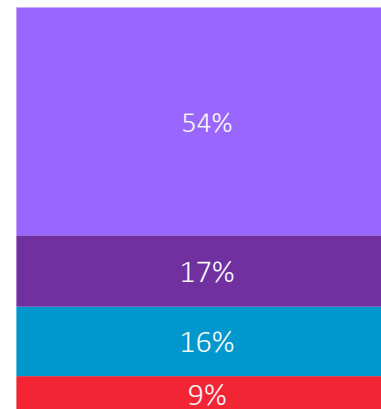
■ No y ya tengo hijos

- TIENE HIJOS: 61%
- NO TIENE HIJOS: 36%



Mundo

- TIENE HIJOS: 70%
- NO TIENE HIJOS: 26%



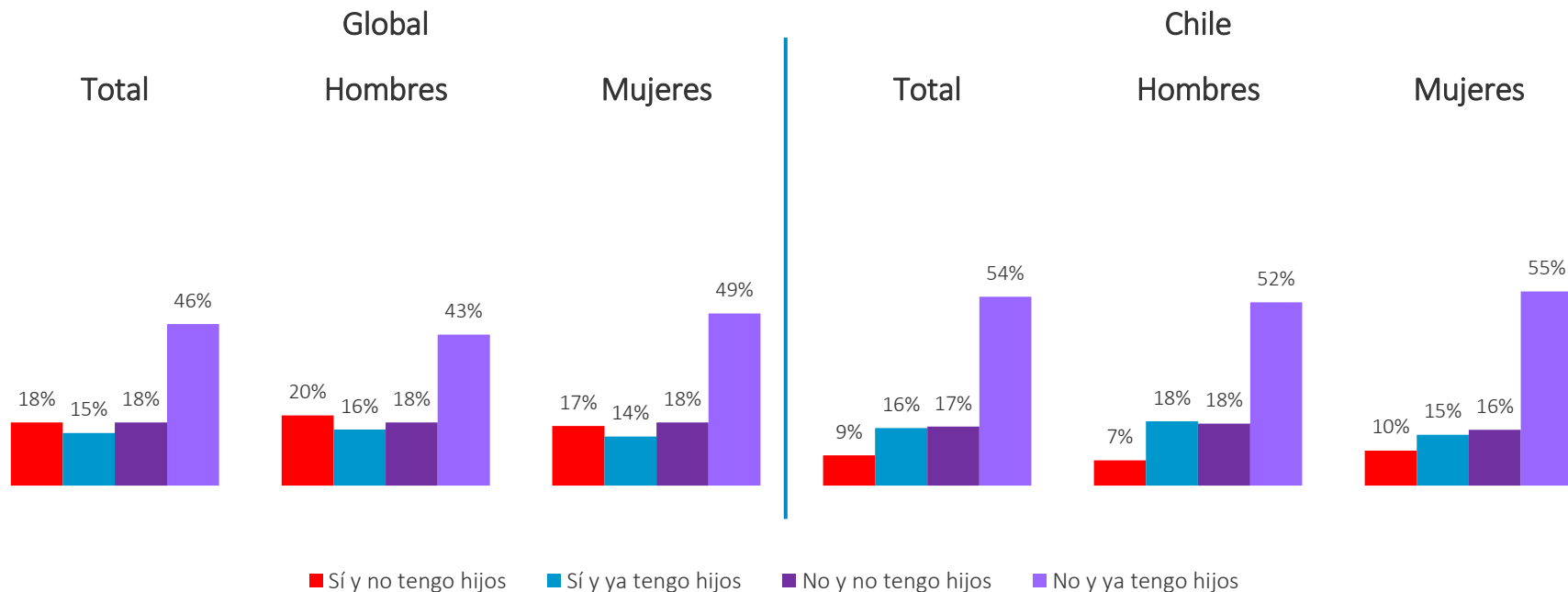
Chile



Pensar en tener hijos

¿Planeas tener hijos más adelante?

activasite.com

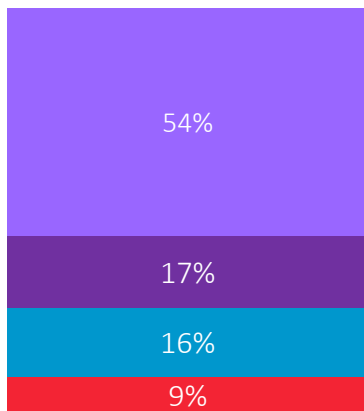


Pensar en tener hijos

¿Planeas tener hijos más adelante?

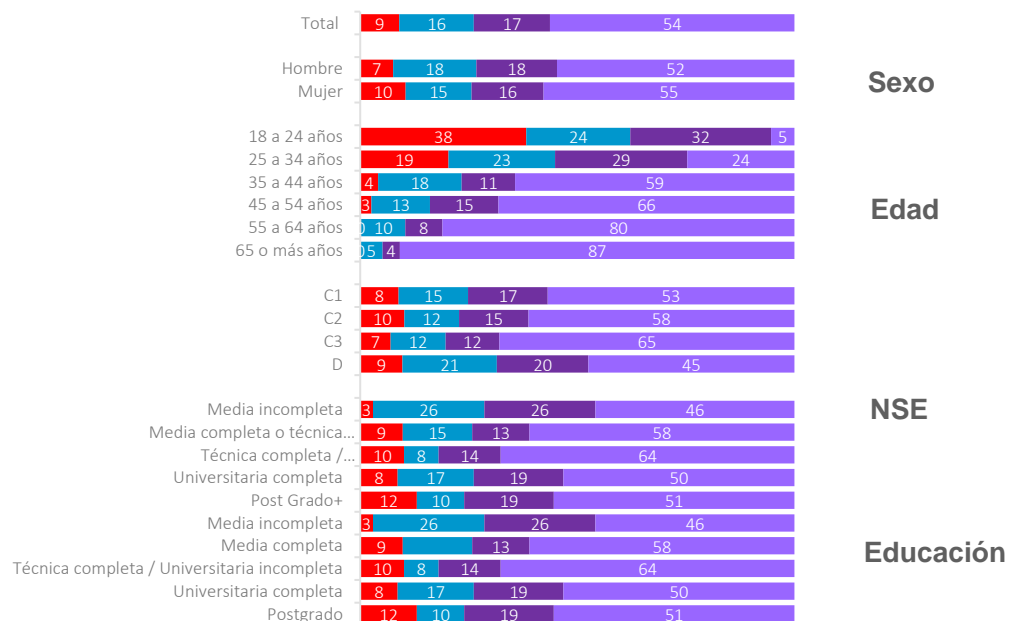
CHILE

■ Sí y no tengo hijos ■ Sí y ya tengo hijos
■ No y no tengo hijos ■ No y ya tengo hijos



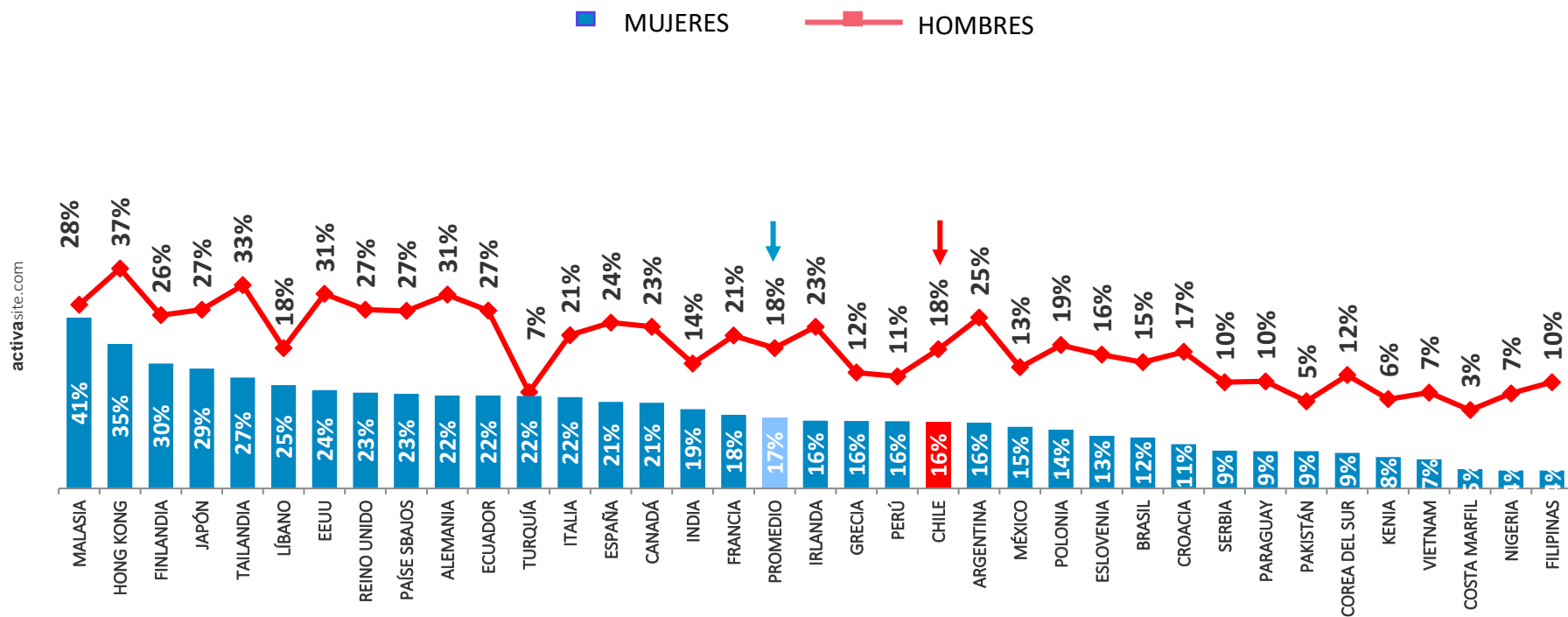
2023

■ Sí y no tengo hijos ■ Sí y ya tengo hijos ■ No y no tengo hijos ■ No y ya tengo hijos



Pensar en tener hijos - No y no tengo hijos

Total población –

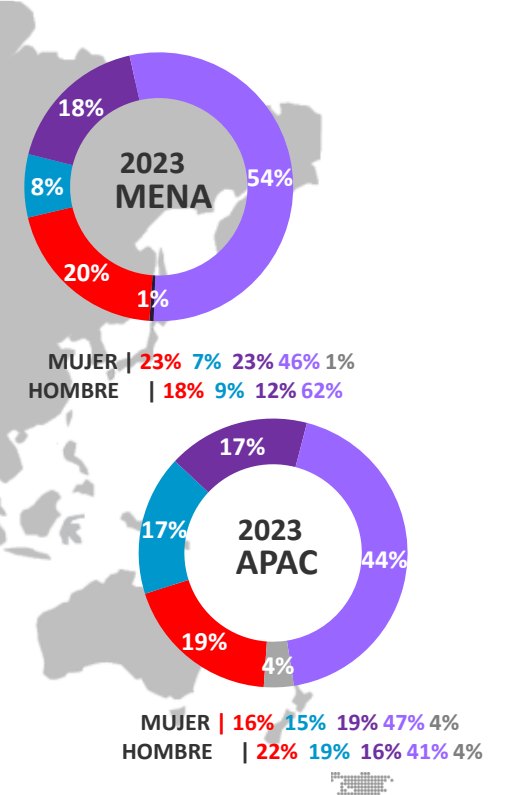
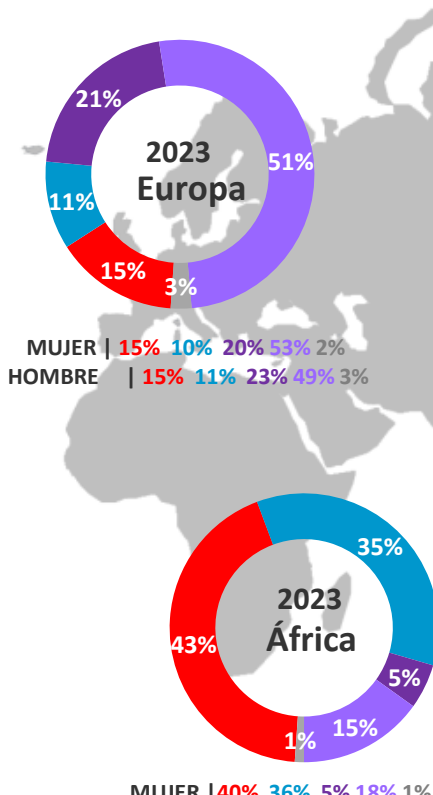
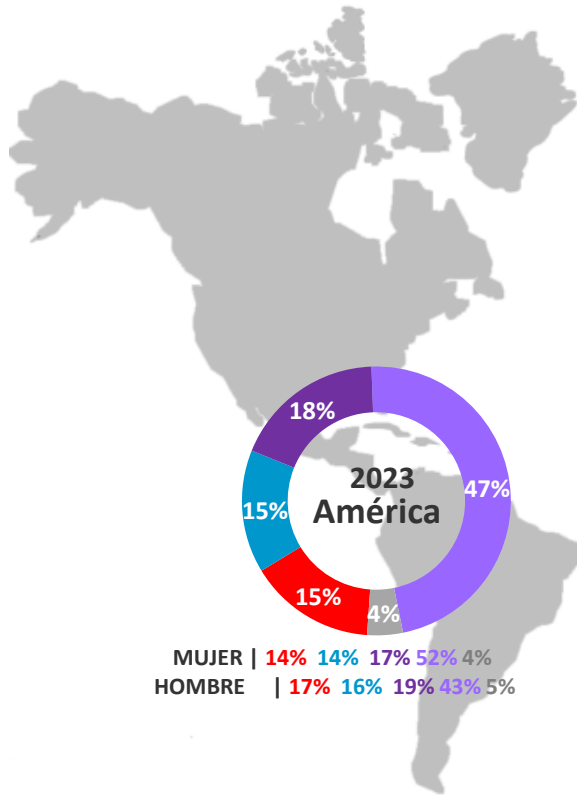


activasite.com



Pensar en tener hijos

% dentro total población



activasite.com

Fuente: WIN 2023. Base: 29.219

© Somos Activa 2021. Todos los Derechos Reservados.

#Gracias

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION