

PROYECTO DE LEY INICIADO EN MOCION DE LA H. DIPUTADA GAEL YEOMANS ARAYA, QUE CREA SISTEMA UNICO DE IDENTIFICACION DE TALLAS.

I. IDEA MATRIZ

Crear un sistema único de identificación de tallas de indumentaria de vestimenta, y hacerlo aplicable a la ropa manufacturada dentro del país y a la importada hacia nuestro país.

II. FUNDAMENTOS.

En Chile, no existe un sistema uniforme de tallas para la ropa tanto femenina, como masculina. Entrar en un pantalón 40 en una tienda y que en la siguiente en ese mismo número no entre ni el pie. Los malos ratos en los probadores se explican porque en Chile conviven distintos estándares, no hay una norma que regule las medidas y, por lo mismo, estamos expuestos a lo que se llama vanity sizing. El vanity sizing o "la inflación de las tallas" busca, por una parte, adecuarse al tamaño de la población que no se mantiene estable en el tiempo. Pero también apunta a que las personas se sientan más delgadas y felices con su apariencia. Y se mantengan fieles, por lo que se van modificando los números de las tallas en el tiempo, para mejorar la autoestima, por lo que si en un comienzo su número de talla era por dar un ejemplo, 42, después esa misma prenda con las mismas medidas puede ser 38 o 40.

“El estándar más común en Chile va de la 36 a la 48 (pero que pueden subir o bajar más dependiendo de la voluntad de las marcas con las que tienen más o menos centímetros), pero también están las tradicionales letras S, M y L y sus versiones extra (X) cada vez más populares. De un tiempo a esta parte, además, ha habido que acostumbrarse a las fórmulas europeas (del 26 al 38, es decir, diez números menos que las nuestras) y americanas (del 0 al 14, aproximadamente). Y es en esta última medición que se ha masificado mucho, donde se pueden encontrar grandes diferencias. Según las tablas de conversión, una talla 42 equivale a una 12 americana, pero en las etiquetas locales comprobamos que algunas la clasifican como un 8 y otras como un 10”¹. Hoy la mayoría de las tiendas de fabricación en Chile etiquetan su ropa comparándola con la competencia. Es decir, compran pantalones de otras marcas y los cotejan con los suyos y ponen las medidas.

A) Datos en el comercio.

Una encuesta ciudadana realizada por el Sernac (Servicio Nacional del Consumidor) sobre discriminación de género en el consumo², arrojó a nivel general, que el 90% de las encuestadas ha sentido discriminación en el comercio. En materia de tallas, las mujeres mencionaron que,

¹ <https://www.latercera.com/noticia/38-10-42-m-28-l-una-pesima-talla/>

² <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-62286.html>



la existencia de diferentes estándares en las tallas las hace sentirse discriminadas en el comercio y no consideradas por las empresas³.

B) Acciones

El SERNAC está levantando información con el fin de realizar un estudio exploratorio respecto a las políticas de tallaje con el objetivo de promover una mayor estandarización en esta materia. Para ello, el Servicio ofició a 11 empresas del retail para solicitar antecedentes respecto a las tallas de vestuario femenino con el fin de establecer bases para desarrollar un sistema más homogéneo en la información de tallas.

La información solicitada incluye:

- El registro de las prendas femeninas más adquiridas
- Información de las etiquetas y equivalencia de tallas
- Listado de marcas de poleras, vestidos y jeans
- Registro de cambios, devoluciones o reclamos relacionados con las tallas.

Con esa información el organismo realizará un primer diagnóstico que permita dar luces de la posibilidad de una estandarización considerando las particularidades de las consumidoras chilenas.

C) Estudio antropométrico.

En 2012, Líder realizó un inédito estudio antropométrico dada las complejidades que enfrentaban en la comercialización de la indumentaria que traían para su venta en Chile, puesto que se quedaban con demasiado Stock que se no vendían. El estudio surgió porque Líder tenía muchos problemas de calce, “ya que la ropa era hecha fuera de Chile, por ende, el calce no quedaba bien en la contextura de los chilenos”⁴, relata Paula Araneda diseñadora que participo del Estudio. “Entonces el estudio antropométrico tenía como objetivo caracterizar la forma de dimensiones del cuerpo del usuario que compraba para esta empresa, en cuanto a su línea, forma y morfología, generara esta información permitía poder adaptar -posteriormente- todos los patrones que se mandaban a hacer a Shanghai” agrega Paula. “Lo que hicimos fue básicamente medir a muchas personas desde los 12 hasta los 70 años, medimos cintura, talle, estatura y luego sacamos los resultados, que nos sirvieron crear una tabla de medida de acuerdo al perfil del cliente que va a los supermercados Líder y obviamente mejorar el calce en sus prendas de

³ https://www.sernac.cl/portal/604/articles-62286_archivo_02.pdf

⁴ <https://www.quintatrends.com/2019/03/el-inedito-estudio-antropometrico-Lider.html>



vestuario femenino, infantil y masculino”, agrega Yasna Cornejo la otra diseñadora que participo del Estudio.

Relatan, que uno de los principales desafíos del estudio, tuvo que ver con las diferencias entre comunas. Luego de medir en distintas zonas de Santiago pudieron observar diferencias notables de peso y morfología según las comunas, lo que puso un enorme trabajo en post de conseguir la estandarización de las tallas.

Para lograr estandarizar las tallas, se estima necesario contar con un estudio antropométrico a nivel nacional, que permita identificar las medidas promedio de los cuerpos en población de Chile. Con esos parámetros se facilitaría el fijar un tallaje más homogéneo que responda a las características particulares de nuestra población, además de aportar un gran número de datos relevantes a otros ámbitos, tales como la salud, a través de la caracterización de fenotipos, con múltiples aplicaciones. En Chile, hasta la fecha, no se ha realizado un estudio de este tipo y se requiere iniciar a una política publica que incluya este estudio.

D) Situación comparada

En Argentina, la **Ley N° 27.521** establece que la totalidad de la indumentaria deberá ser fabricada, confeccionada, comercializada e importada de conformidad con el Sistema Único Normalizado de Identificación de Talles de Indumentaria (SUNITI).

El **SUNITI** es de aplicación obligatoria en todo el país en cuanto a la fabricación, confección, comercialización o importación de indumentaria destinada a la población a partir de los 12 años. La identificación del talle debe estar contenido en el pictograma correspondiente en una etiqueta adherida a la prenda, de manera cierta, clara y detallada, es decir de fácil comprensión para el consumidor. Y los comercios tienen la obligación de exhibir un cartel (tamaño mínimo de 15 por 21 centímetros) en un lugar de fácil visibilización, que contenga la tabla de medidas corporales normalizadas.

Cabe destacar que en Argentina existen, actualmente, **14** leyes de talles provinciales y ordenanzas municipales, pero no existía una legislación a nivel nacional que facilite el cumplimiento por parte de la industria.

Avanzar en una ley de tallas, junto con medidas como un estudio antropométrico, traerá beneficios para la salud de las personas, en materia de consumo existirán clientes con mayor información para tomar decisión, en contexto sanitario de restricciones por la pandemia, permitirá más fácilmente la compra vía web y, por último, puede reducir a nivel de las tiendas, las devoluciones o cambios de indumentarias, por los problemas con las tallas.

Es por todo lo anterior, que sometemos a consideración el siguiente:

PROYECTO DE LEY.



Artículo 1: Crease el sistema único de identificación de tallas de indumentaria.

Un reglamento conjunto, dictado por el Ministerio de Economía y el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género, contendrá los números de tallas de la indumentaria con las medidas exactas para la población diferenciada para hombres y mujeres.

Artículo 2. La totalidad de la indumentaria dirigida a personas mayores de los 12 años deberá ser fabricada, confeccionada, comercializada e importada de conformidad con el Sistema Único de Identificación de Tallas.

Artículo 3. La identificación de la talla debe estar contenido en el pictograma correspondiente en una etiqueta adherida a la prenda, de manera cierta, clara y detallada. Los establecimientos de comercio tendrán la obligación de exhibir en un cartel de tamaño mínimo de 15 por 21 centímetros en un lugar de fácil observación, que contenga la tabla de medidas corporales normalizadas.

ARTICULOS TRANSITORIOS

Artículo Primero: Para la elaboración del reglamento que establece el inciso final del artículo 1 de la esta ley, se podrá encargar la realización de un estudio antropométrico. Dicho estudio se podrá hacer a nivel nacional, con la colaboración de universidades y centros de estudios, con una muestra representativa del total de la población chilena, con criterios de edad y sexo de las personas. Este estudio se podrá realizar en el plazo de 1 año desde aprobada la presente ley.

Artículo Segundo: El reglamento conjunto, dictado por el Ministerio de Economía y el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género deberá dictarse en el plazo de 3 meses con posterioridad a que haya finalizado el plazo para hacer el estudio antropométrico.

Artículo Tercero: Las tallas de indumentaria que se usen actualmente, y que sus medidas no calcen con alguna de las medidas del nuevo sistema, deberán convertirse a la talla mas próxima.

Artículo Cuarto: Las empresas que se dediquen a la fabricación, confección, y comercialización e importación de indumentaria de vestimenta, cuyos ingresos por ventas y servicios sean inferiores a 25.000 UF en el año, tendrán 1 año contados desde la dictación del reglamento conjunto del Ministerio de Economía y el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género para adecuar sus productos al sistema único de tallas.

Las empresas que se dediquen a la fabricación, confección, comercialización e importación de indumentaria de vestimenta, cuyos ingresos por ventas y servicios sean superiores a 25.000 UF en el año, tendrán 6 meses contados desde la dictación del reglamento conjunto del Ministerio de Economía y el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género para adecuar sus productos al sistema único de tallas.






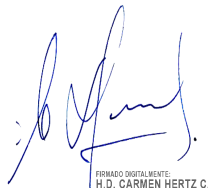
FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. GAEL YEOMANS A.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. ERIKA OLIVERA D.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. MARCELA SANDOVAL O.



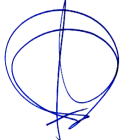
FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. CARMEN HERTZ C.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. DIEGO IBAÑEZ C.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. MAITE ORSINI P.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. ANDREA PARRA S.

