



# Sondeos de Opinión

## Abril 2012

**Centro de Estudios Sociales y de  
Opinión Pública, CESOP**  
Facultad de Ciencias Sociales,  
Universidad Central de Chile

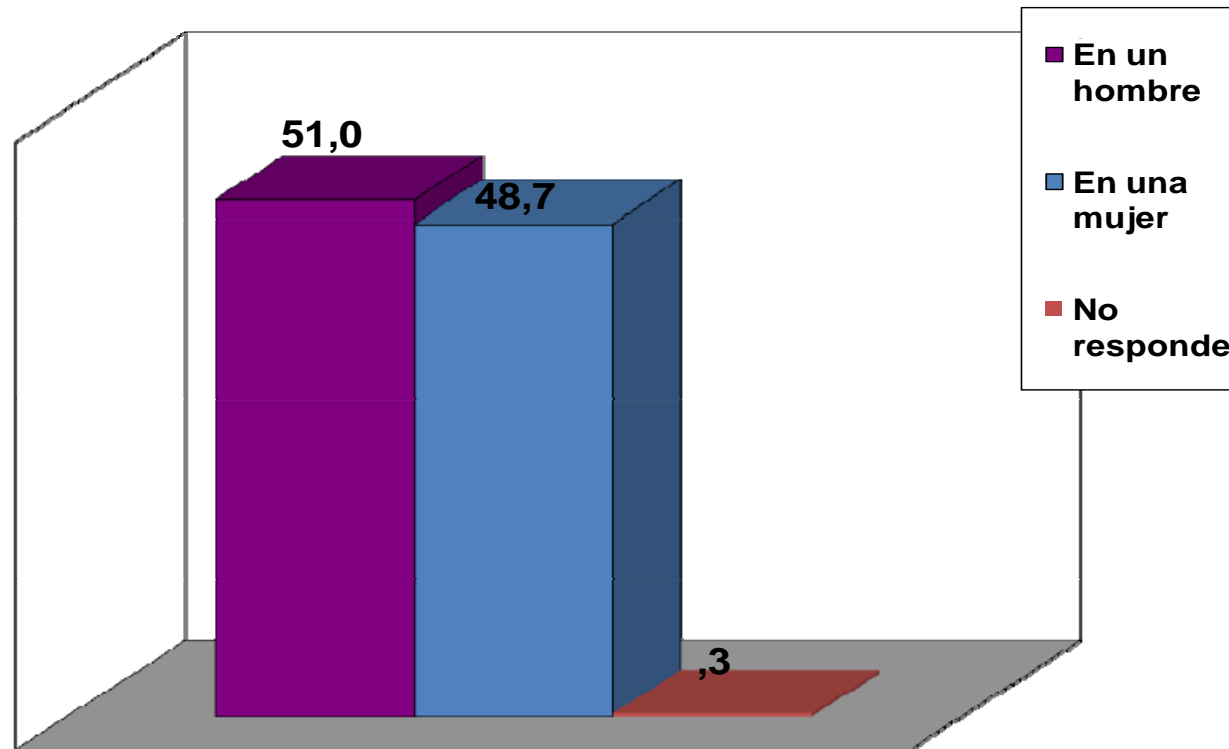


<b>Unidad Ejecutora</b>	<b>Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)</b>
<b>Tipo de Estudio</b>	Sondeo Telefónico de Opinión
<b>Objetivo General</b>	Pesquisar algunas conductas y opiniones que tienen los residentes de la región metropolitana en relación a los secretos confidenciados a otras personas.
<b>Población Objetivo</b>	Residentes de ambos sexos en la región metropolitana cuyas edades fluctúan entre los 18 y 65 años.
<b>Tamaño Muestral</b>	300 casos encuestados (5.65% de Error Muestral para un 95% de confianza)
<b>Tipo de Muestreo</b>	Probabilístico con selección sistemática de casos. Marco muestral: base de datos de hogares con teléfono domiciliario en la región metropolitana
<b>Fecha de recolección de datos</b>	10 y 11 de abril de 2012



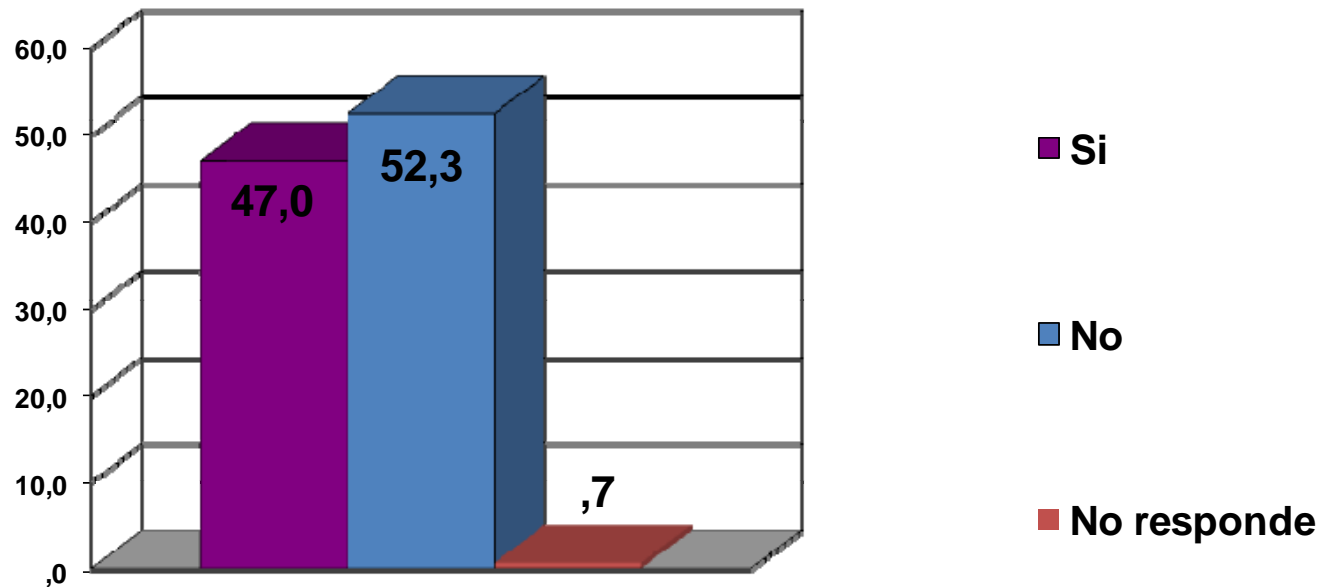
# 1 Secretos

¿En quién confía más para contar un secreto?



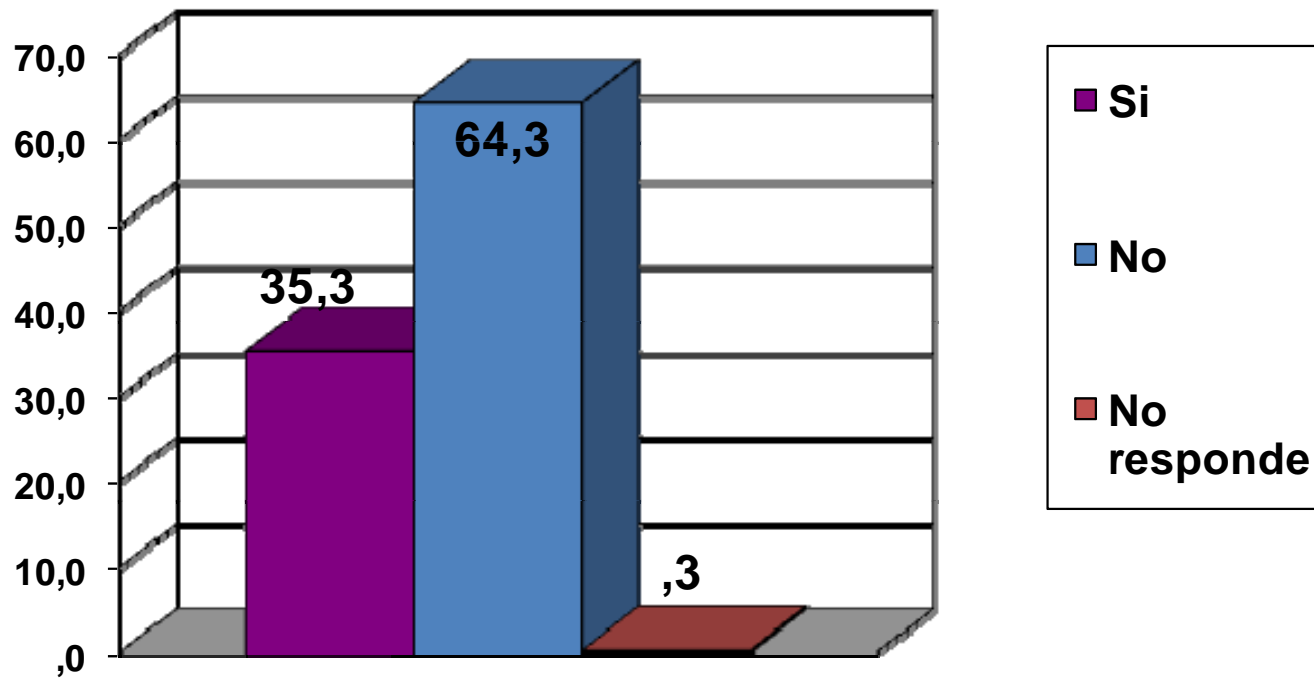


¿Se ha sentido traicionado cuando Ud. ha confiado un secreto?  
(%)





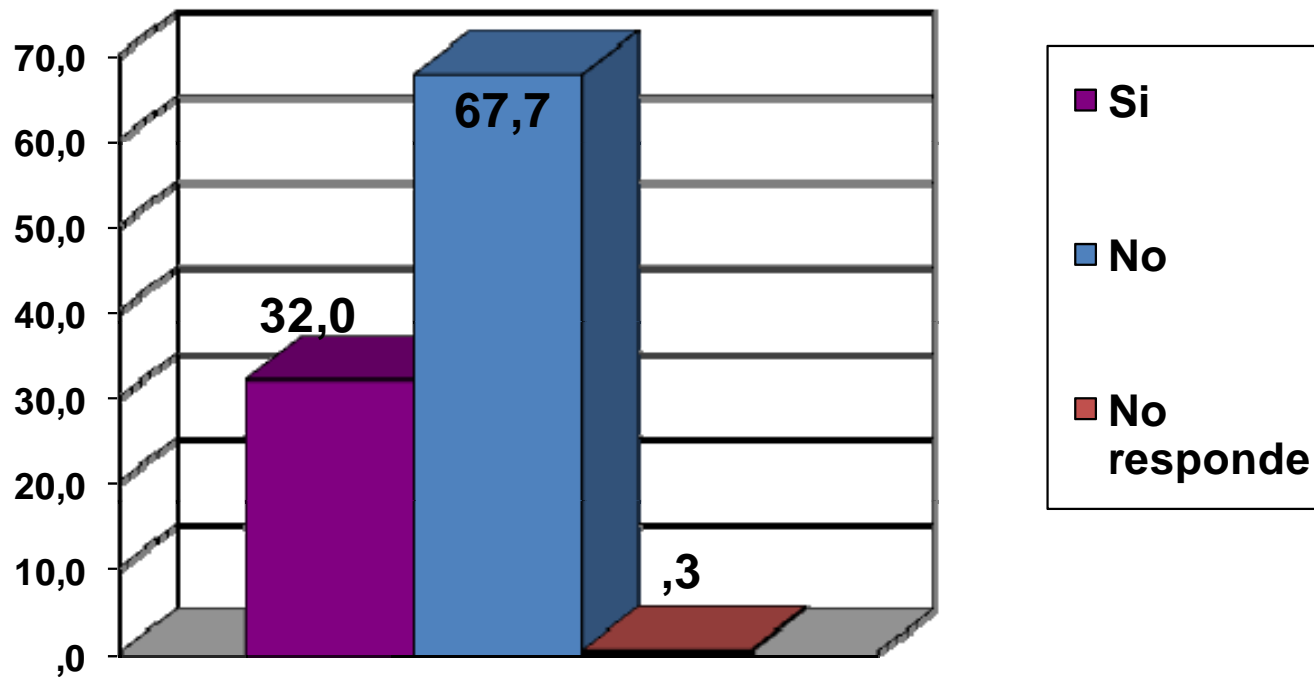
Ud, ¿ha roto una promesa de secreto? (%)







¿Le parece que los chilenos y chilenas son confiables para guardar secretos? (%)





**Los secretos constituyen un ámbito de gran interés en el estudio de la conducta humana. Son expresión de la necesidad de la gente de guardar, de no hacer público, aquéllo que pueda atentar contra su imagen personal, familiar y social.**

**El Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública de la Universidad Central (CESOP) junto a Publimetro realizaron una encuesta para pesquisar algunas opiniones y conductas que tiene la población respecto del manejo de la confidencialidad en las relaciones humanas.**

**Un primer hallazgo demostró que a la hora de comprometer un secreto, se tiende a confiar más en personas de su propio sexo. Para Andrés Llanos, sociólogo y Director de CESOP “compartir un secreto establece una complicidad y por ello se recurre a quienes no juzgarán ni criticarán, privilegiando a quienes puedan tener experiencias comunes y una mirada similar para analizar las situaciones”**

**La encuesta también reveló que el 47% declara haber sido traicionado cuando ha confiado un secreto, rasgo que aparece mayormente presente en las mujeres.**



**Por otro lado, el 35% reconoce haber roto una promesa de secreto y haber contado a otras personas algo que se les confidenció, sin haber diferencias en ello entre hombres y mujeres, aunque sí se aprecia que esto ocurre preferentemente en personas de 18 a 49 años. Las personas mayores son más leales para guardar secretos.**

**Andrés Llanos sostiene que “los secretos se sustentan preferentemente en las emociones de vergüenza, miedo y culpabilidad, y constituyen una manera tradicional de relacionarse” y agrega “las personas más jóvenes han desarrollado en la sociedad moderna una manera de relacionarse que no busca agradar a los demás, es un nuevo tipo de socialidad, y la prueba más evidente de ello es la transmisión de información en las redes sociales, que no guardan secretos”**

**Por último, el 67.7% admite que los chilenos y chilenas no son buenos para guardar secretos, creencia más acentuada en las mujeres y que se va reafirmando a medida que las personas tienen más edad. “La distinción entre el yo íntimo y el yo público es cada día es más sutil en la sociedad moderna. Años atrás la percepción al respecto era muy diferente”, concluye el académico de la U. Central.**

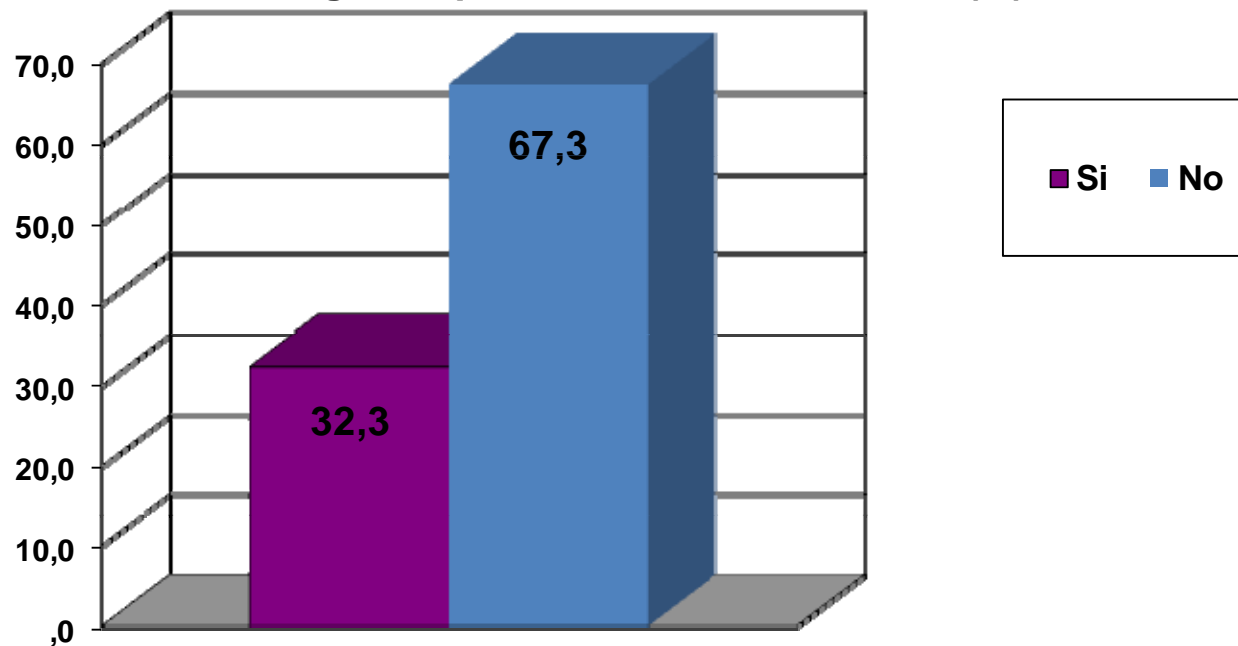


# 2 Ley Tolerancia Cero Alcohol

<b>Unidad Ejecutora</b>	<b>Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)</b>
<b>Tipo de Estudio</b>	Sondeo Telefónico de Opinión
<b>Objetivo General</b>	Conocer algunas opiniones y conductas que tienen los residentes de la región metropolitana respecto de la normativa que prohíbe consume de alcohol en conductores
<b>Población Objetivo</b>	Residentes de ambos sexos en la región metropolitana cuyas edades fluctúan entre los 18 y 65 años.
<b>Tamaño Muestral</b>	300 casos encuestados (5.65% de Error Muestral para un 95% de confianza)
<b>Tipo de Muestreo</b>	Probabilístico con selección sistemática de casos. Marco muestral: base de datos de hogares con teléfono domiciliario en la región metropolitana
<b>Fecha de recolección de datos</b>	16 y 17 de abril de 2012

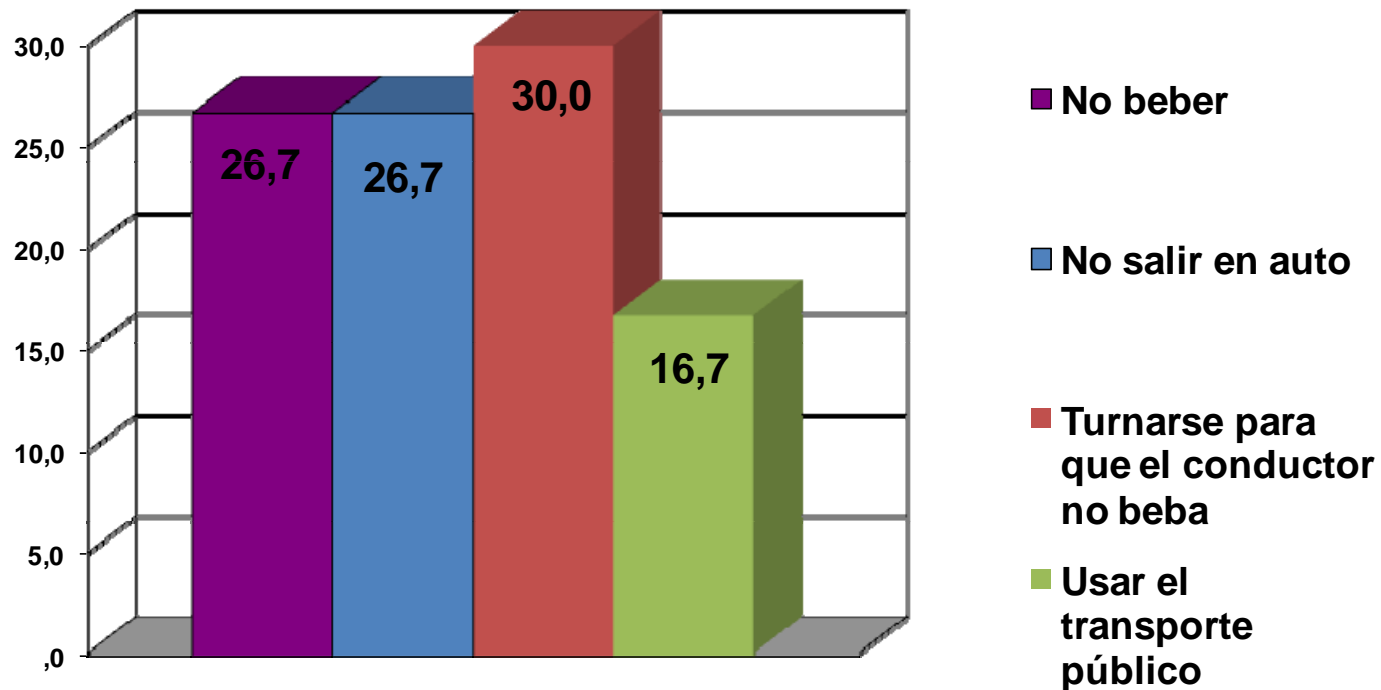
# 2 Ley Tolerancia Cero Alcohol

Desde su aplicación, ¿Ha viajado en un vehículo conducido por alguien que había bebido alcohol? (%)



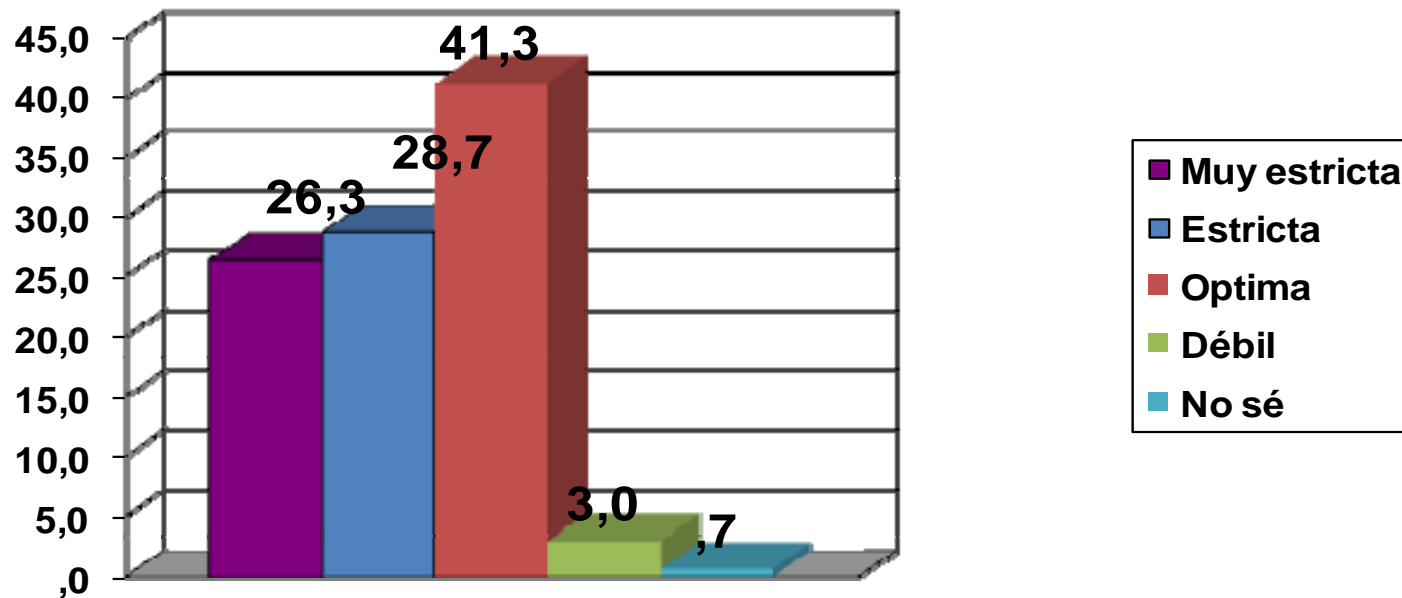
# 2 Ley Tolerancia Cero Alcohol

¿Cual considera Ud. que es el mejor modo de respetar la ley de tolerancia cero al alcohol? (%)



# 2 Ley Tolerancia Cero Alcohol

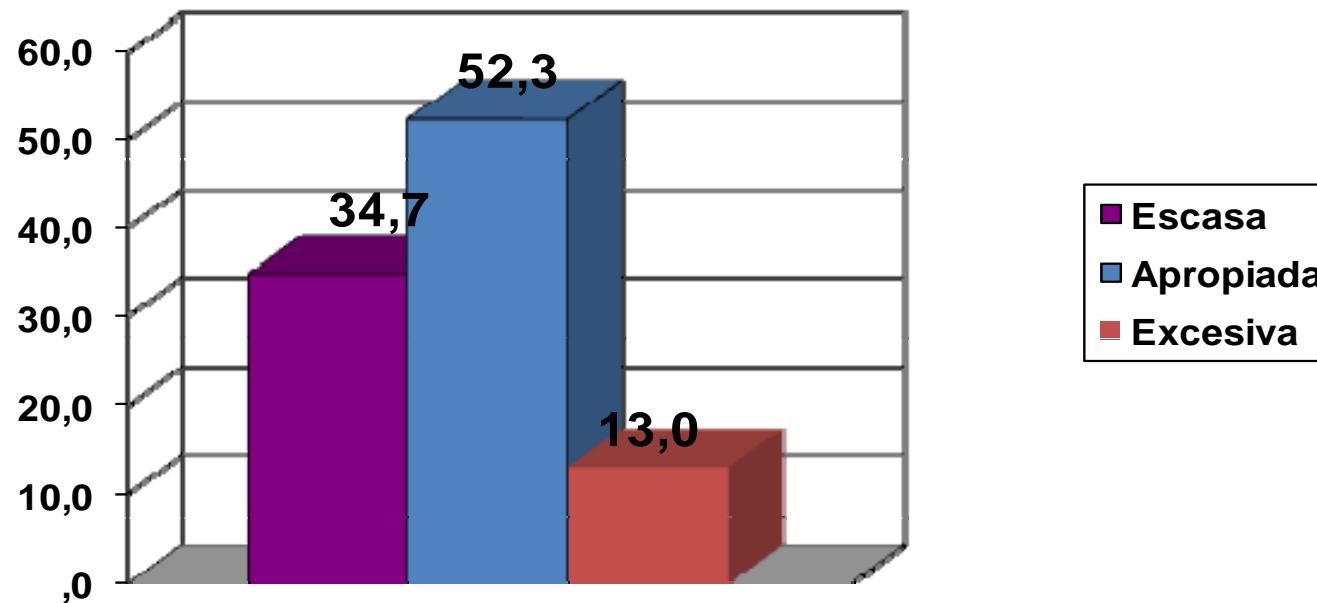
¿Como considera que es la normativa de la nueva ley de tolerancia cero al alcohol? (%)





# 2 Ley Tolerancia Cero Alcohol

¿Como considera la fiscalización de carabineros? (%)



## 2 Ley Tolerancia Cero Alcohol

La nueva Ley que agrava penas y disminuye a casi cero los niveles de alcohol permitidos en la sangre al momento de conducir busca provocar un cambio de comportamiento en la sociedad que redunde en una disminución de accidentes del tránsito.

El Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, CESOP; de la Universidad Central y Publmetro sondearon la percepción que sobre esta ley tienen los santiaguinos, y se reveló que existe una tendencia general de aceptación moderada hacia la nueva normativa y una manifestación conductual que tiende a ajustarse a esta restricción severa de la ingesta de alcohol para quienes conducen.

Es así como una clara mayoría (67,3%) afirma que desde la vigencia de la nueva ley no ha viajado con alguien que conduce y que ha bebido alcohol. Del mismo modo, cuando la población se inclina por acciones obedientes frente a estas iniciativas se aprecia un apoyo a la ley de tolerancia de cero alcohol. Asimismo, las preferencias se inclinan en gran medida por aquellas conductas favorables tales como: definitivamente no beber, dejar el automóvil en el domicilio o sumarse a alguna fórmula de turnos que evitan ir en contra de la norma, reconociendo a la vez que la fiscalización de carabineros ha sido apropiada.

## 2 Ley Tolerancia Cero Alcohol

Para el sociólogo de la Universidad Central, Emilio Torres, “este cambio implica procesos largos de adaptación y transformación cultural ya que afecta conductas fuertemente arraigadas en los hábitos, creencias y actitudes que la gente tiene frente al alcohol”. También repasa en los rasgos idiosincráticos de los chilenos respecto a las normas sociales, advirtiéndole que somos muy celosos de su cumplimiento al inicio y después nos relajamos, por lo cual estima que “no se debe descartar que a esta aceptación inicial le siga una tendencia contrapuesta en el tiempo, que modifique lo observado hasta la fecha”, y sostiene que no se debe desestimar, que la mayoría (55%) estiman “muy estricta” o “estricta” la nueva normativa.

El académico de la Universidad Central analiza los resultados de la encuesta CESOP-Publímetro para recalcar que aún cuando son alentadores a nivel de las opiniones de la población, no se debe olvidar que una transformación sociocultural real no puede efectuarse solamente dictando una nueva ley, y que “es necesario acompañar estos procesos con otras medidas de índole educativa que orienten a la población, demuestren beneficios colectivos objetivos y la efectividad real en accidentabilidad, disminución significativa en costos humanos y materiales y otorguen sentido ciudadano a una norma que evidentemente restringe a una sociedad que estaba acostumbrada a modelos más relajados de esparcimiento”, concluye Torres.

# 3 Superclásico

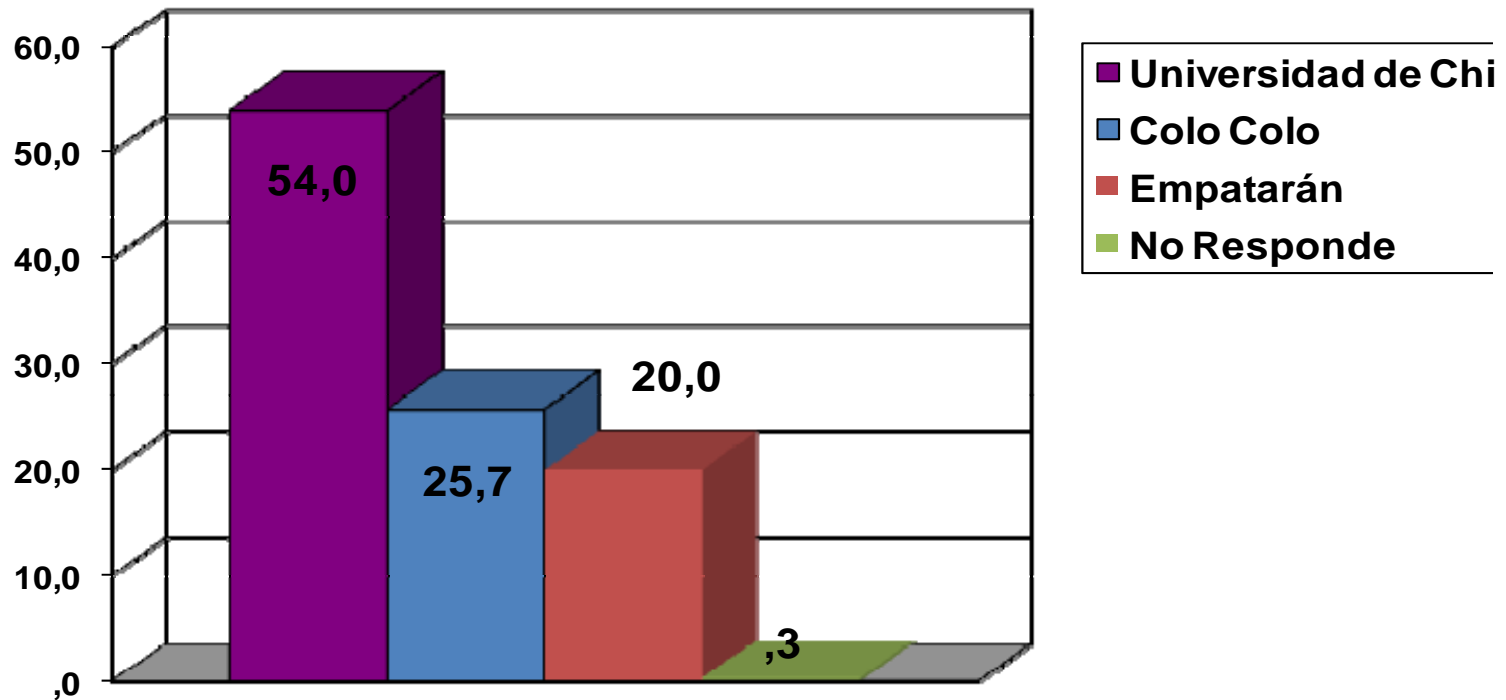
<b>Unidad Ejecutora</b>	<b>Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)</b>
<b>Tipo de Estudio</b>	Sondeo Telefónico de Opinión
<b>Objetivo General</b>	Conocer algunas creencias de los residentes de la región metropolitana respecto del clásico del fútbol chileno entre U. de Chile y Colo-Colo.
<b>Población Objetivo</b>	Residentes de ambos sexos en la región metropolitana cuyas edades fluctúan entre los 18 y 65 años.
<b>Tamaño Muestral</b>	300 casos encuestados (5.65% de Error Muestral para un 95% de confianza)
<b>Tipo de Muestreo</b>	Probabilístico con selección sistemática de casos. Marco muestral: base de datos de hogares con teléfono domiciliario en la región metropolitana
<b>Fecha de recolección de datos</b>	23 y 24 de abril de 2012





# 3 Superclásico

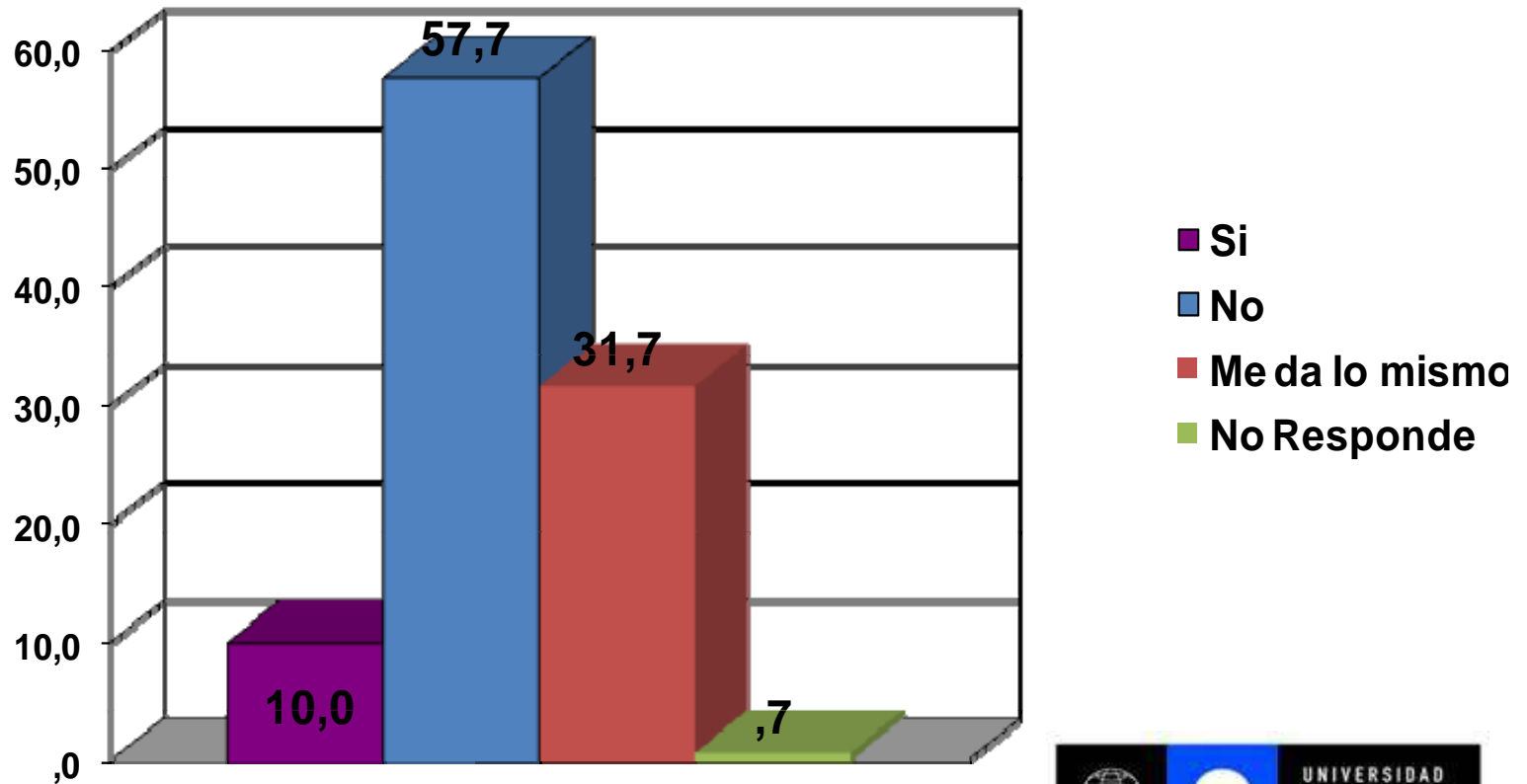
¿Qué equipo ganará el clásico entre la "U" y Colo Colo este fin de semana? (%)





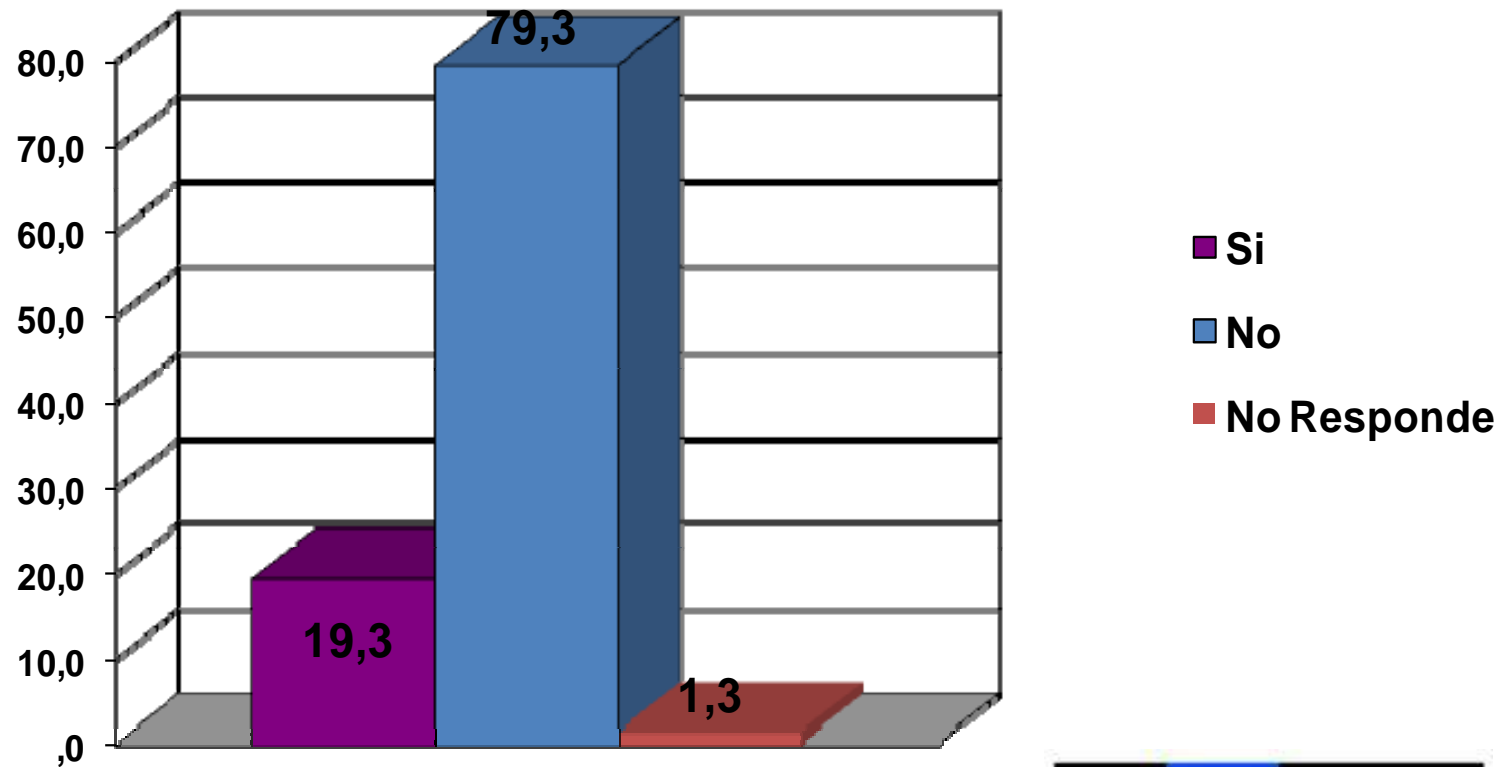
# 3 Superclásico

¿Cree que la actual campaña de Colo Colo lo hará bajar a segunda división? (%)



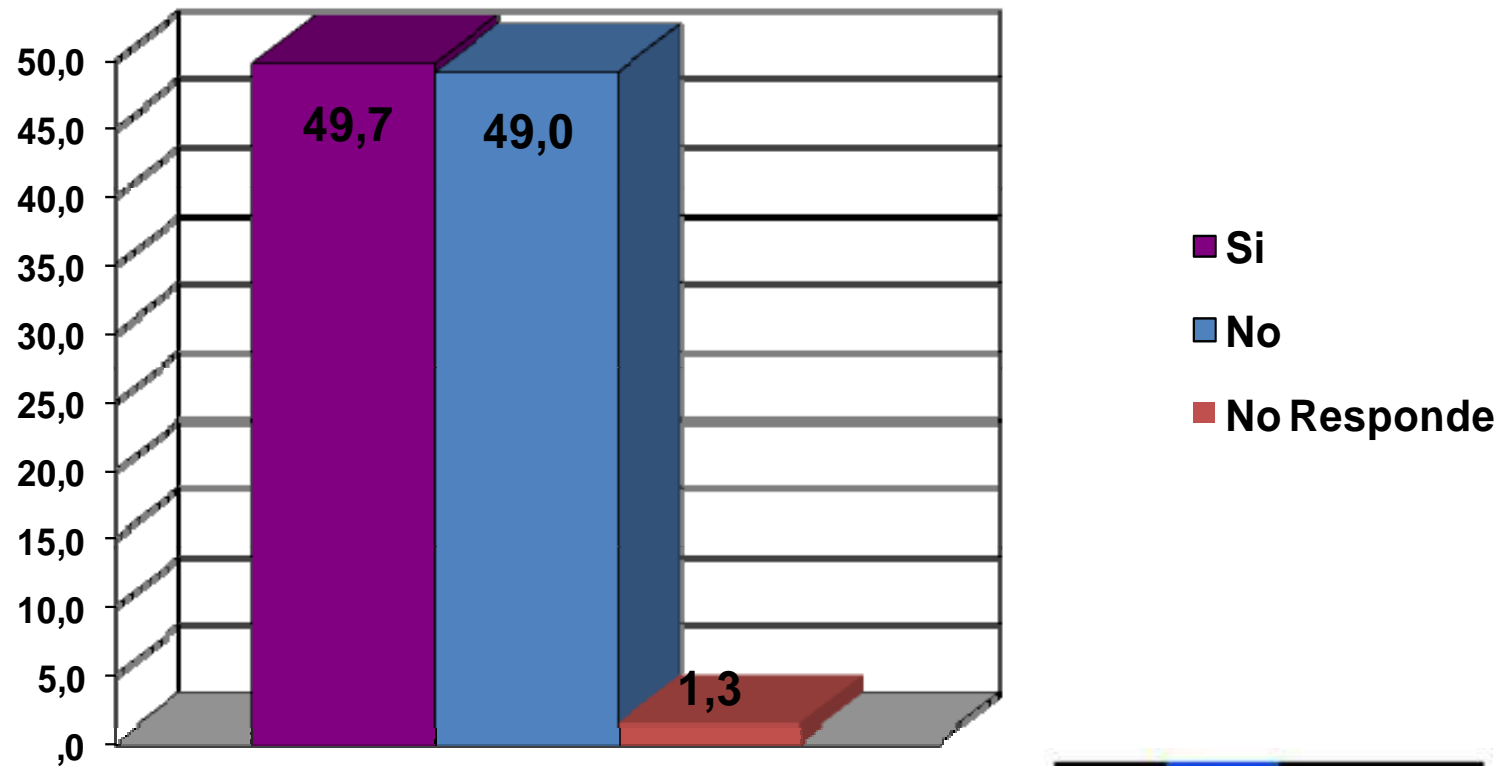


Por el presente azul, ¿hay nuevos hinchas de la U en su casa? (%)





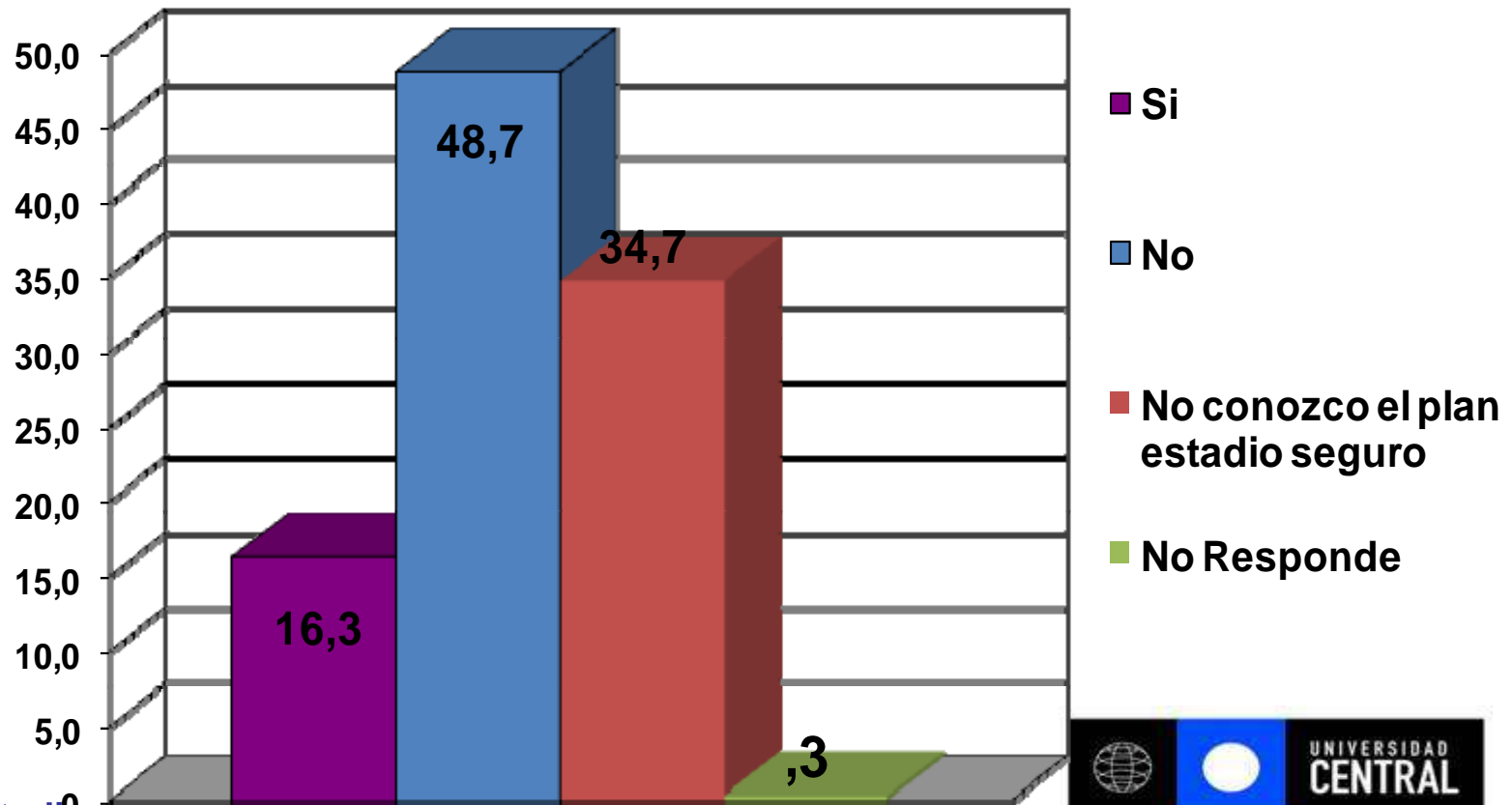
¿Ganará la U la Copa Libertadores este año? (%)







¿Cree usted que el Plan Estadio Seguro será efectivo para controlar los desmanes de los hinchas y barristas? (%)





**Estamos a las puertas de un nuevo clásico del fútbol chileno, y aunque la historia registra estadísticas a favor del cuadro albo, el excepcional momento en que se encuentra U. de Chile, hace que el favoritismo recaiga en el elenco azul. Así lo comprobó una reciente encuesta del Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, (Cesop,) de la Universidad Central y Publimetro.**

**El sondeo realizado muestra que el 54% cree que el clásico lo ganará la U. de Chile, y sólo un 26% que triunfará Colo Colo, en tanto el 20% apuesta a un empate. A pesar de ello, la gente no cree que el mal momento que atraviesa Colo Colo, lo lleve a descender a segunda división, Al respecto, Hugo Covarrubias, experto en comunicación de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad Central sostiene que “el hincha “mantiene su identidad deportiva desde temprana edad; y no se modifica por los resultados”,**

**La encuesta reveló que en uno de cada cinco hogares hay nuevos hinchas de la “U” debido a la campaña exitosa del último período, que la tiene como campeón de los torneos de apertura y clausura 2011, campeón de la copa sudamericana 2011, en el primer lugar del campeonato chileno 2012 y clasificado para la segunda ronda de la Copa Libertadores en el primer lugar de su grupo.**



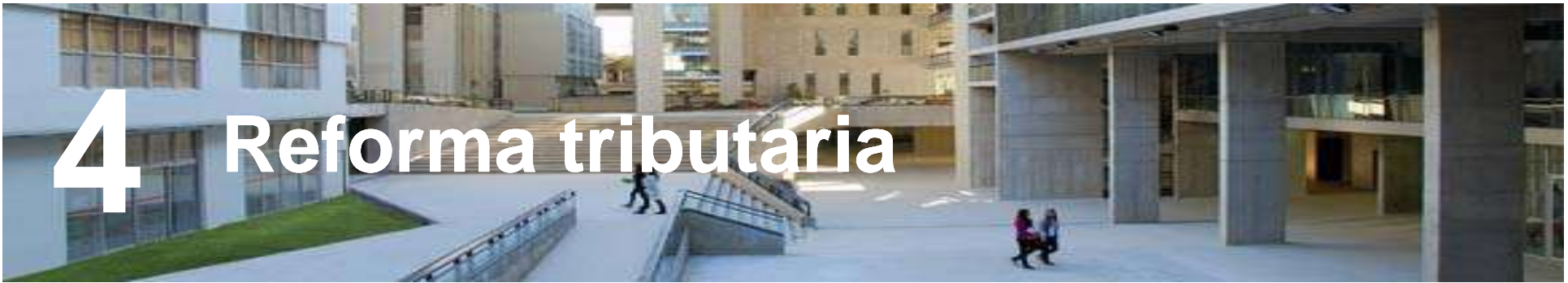
**La encuesta CESOP-Publimetro arrojó también que la mitad de los santiaguinos piensan que la “U” podría ganar la Copa Libertadores. Para Covarrubias, “es muy complejo predecir resultados, no sólo porque se compite con muy buenos equipos sino también porque inevitablemente se produce un desgaste y aunque la “U” tiene méritos, este pronóstico tiene mucho de deseo”**

**El clásico del domingo se trata sin duda de un evento nacional especial, que pone a prueba el Plan Estadio Seguro, con un conjunto de medidas que pretende controlar eventuales desmanes. No obstante, un 48.7% no cree en la efectividad de esta Plan y un 34.7% no sabe de qué se trata. En virtud de este Plan se ha instruido que no habrá benderazo un día antes para alentar a los jugadores y sólo hay 3 mil entradas para hinchas de Colo-Colo. Las cifras de la indican que “las nuevas medidas de seguridad no están bien socializadas”, sostiene el académico de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad Central, quien sugiere “que en los mismos partidos se entregue información, sobre todo cuando sabemos que Chile será sede de la próxima Copa América y necesitamos estar a la altura de los estándares de seguridad internacionales”.**

# 4 Reforma tributaria

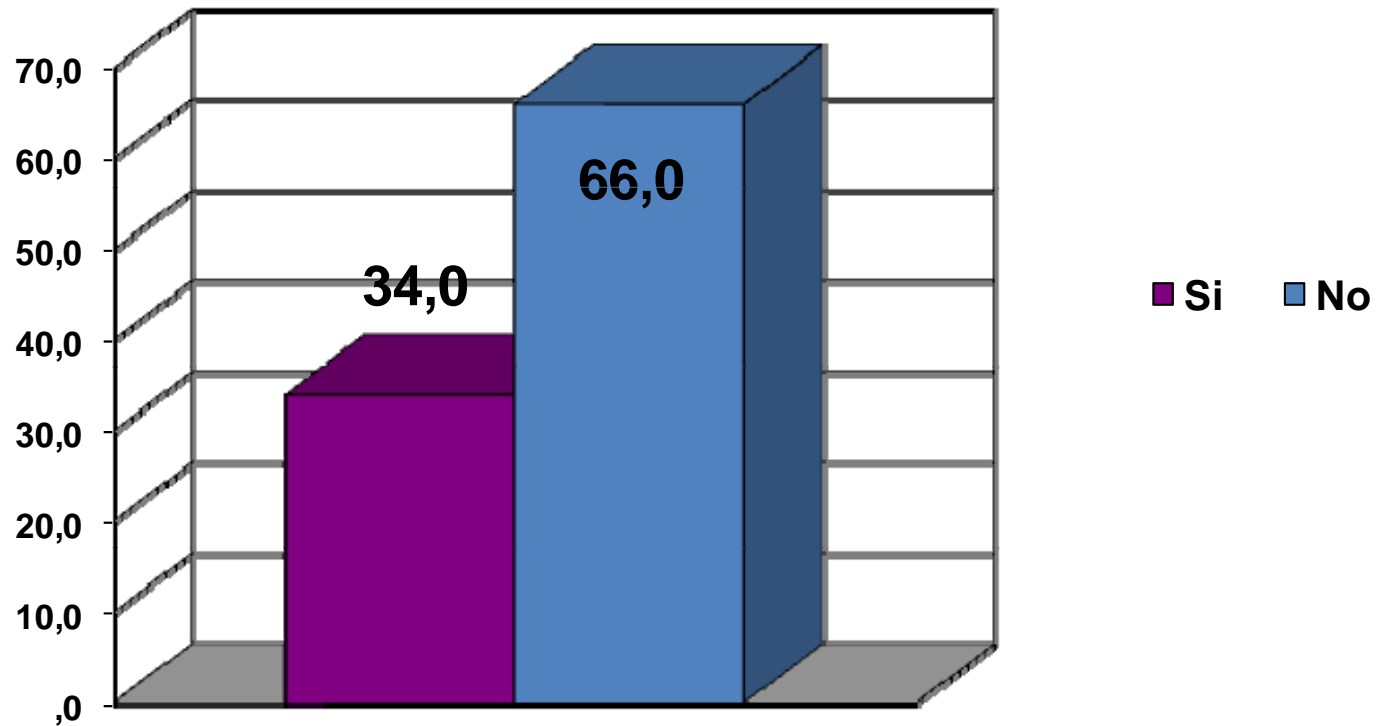
<b>Unidad Ejecutora</b>	<b>Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)</b>
<b>Tipo de Estudio</b>	Sondeo Telefónico de Opinión
<b>Objetivo General</b>	Conocer algunas opiniones que tienen los residentes de la región metropolitana respecto de la reforma tributaria impulsada por el Gobierno
<b>Población Objetivo</b>	Residentes de ambos sexos en la región metropolitana cuyas edades fluctúan entre los 18 y 65 años.
<b>Tamaño Muestral</b>	300 casos encuestados (5.65% de Error Muestral para un 95% de confianza)
<b>Tipo de Muestreo</b>	Probabilístico con selección sistemática de casos. Marco muestral: base de datos de hogares con teléfono domiciliario en la región metropolitana
<b>Fecha de recolección de datos</b>	30 de abril de 2012

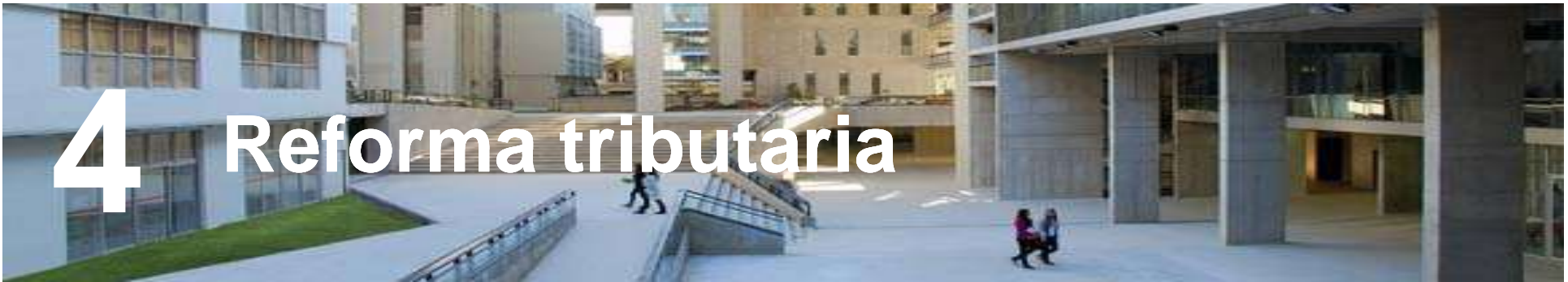




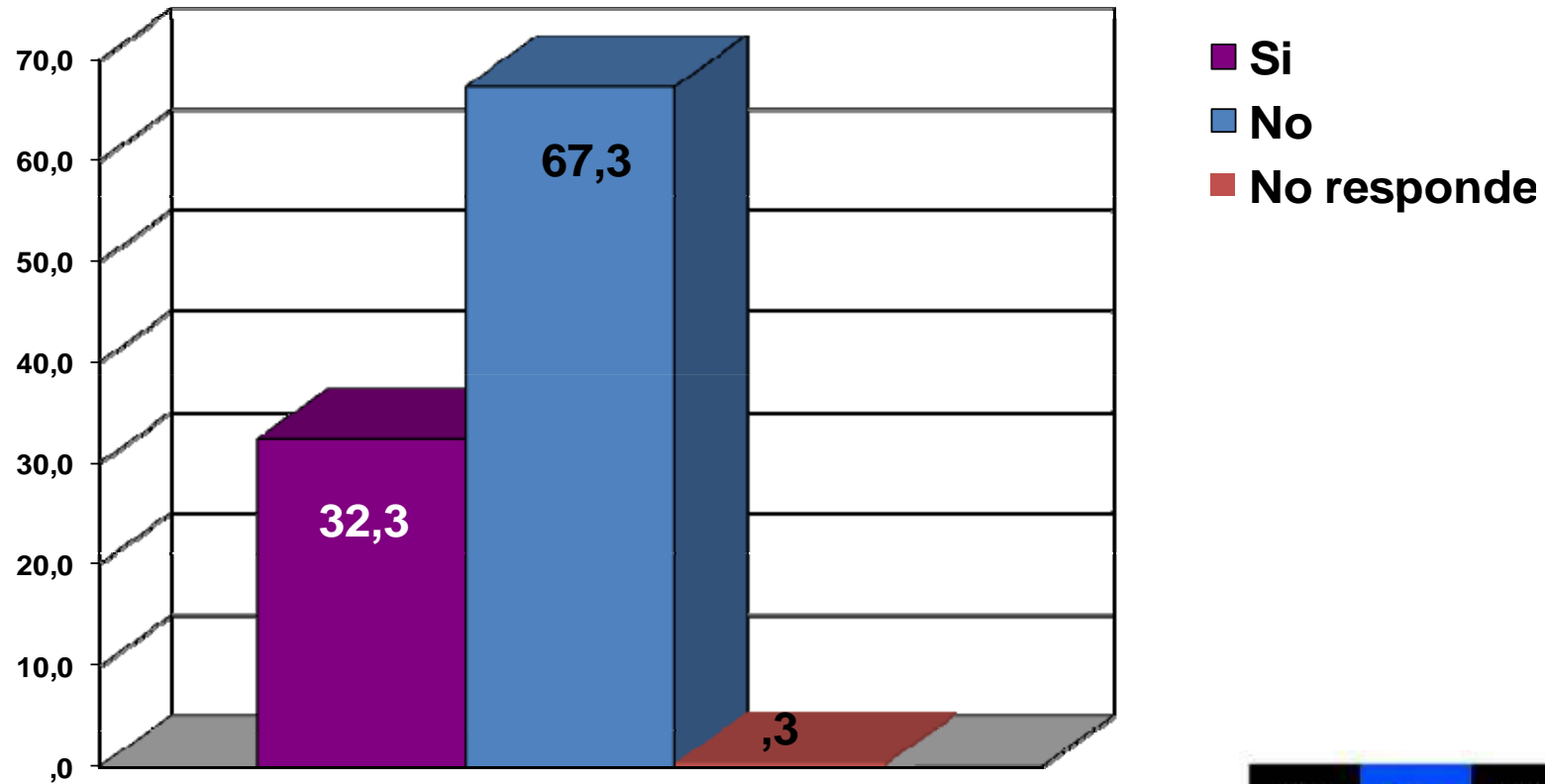
# 4 Reforma tributaria

¿Cree que le beneficiará la reforma tributaria en lo personal?  
(%)





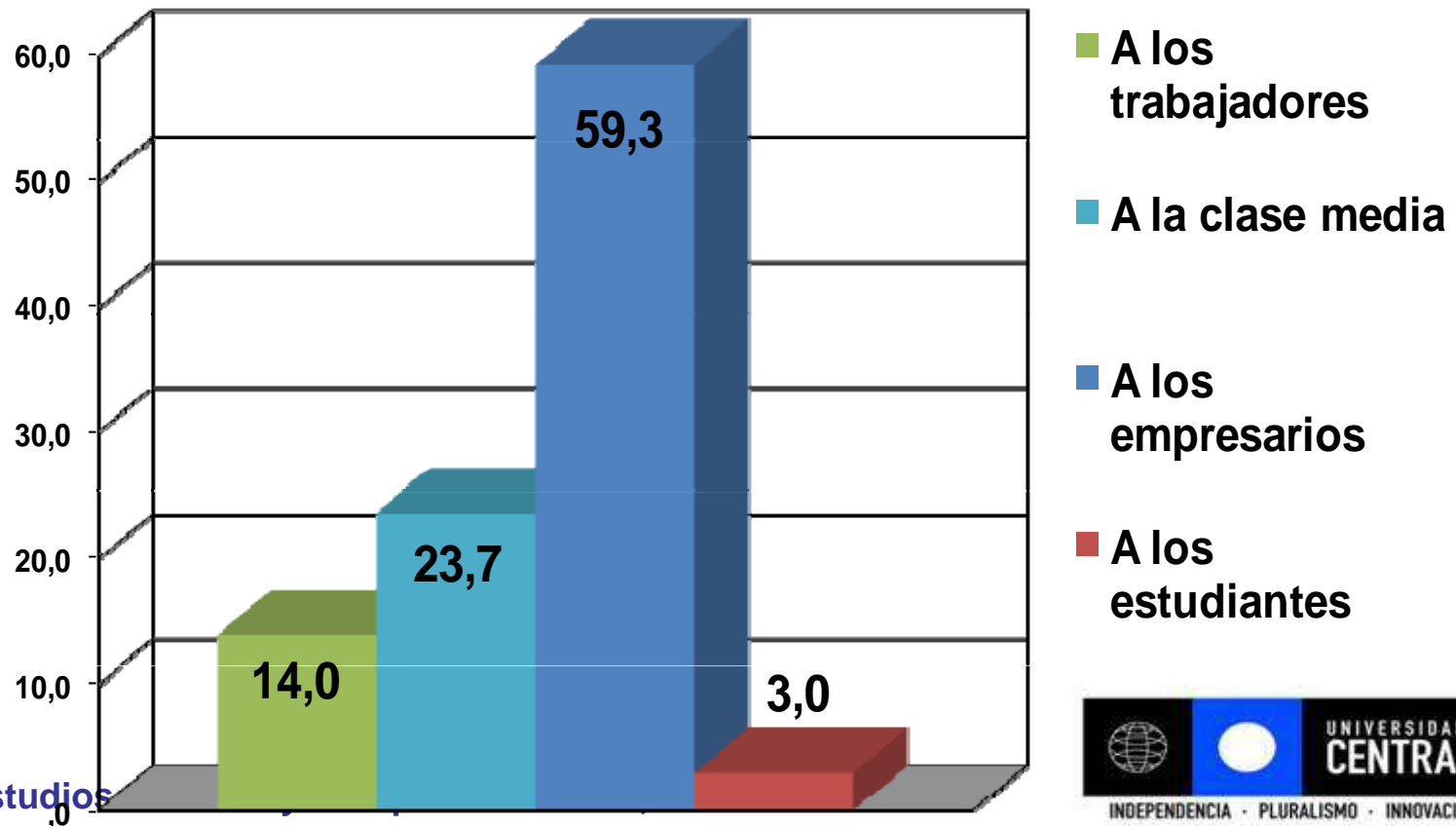
¿Cree que con la reforma tributaria se logrará financiar los cambios en educación que necesita el país? (%)





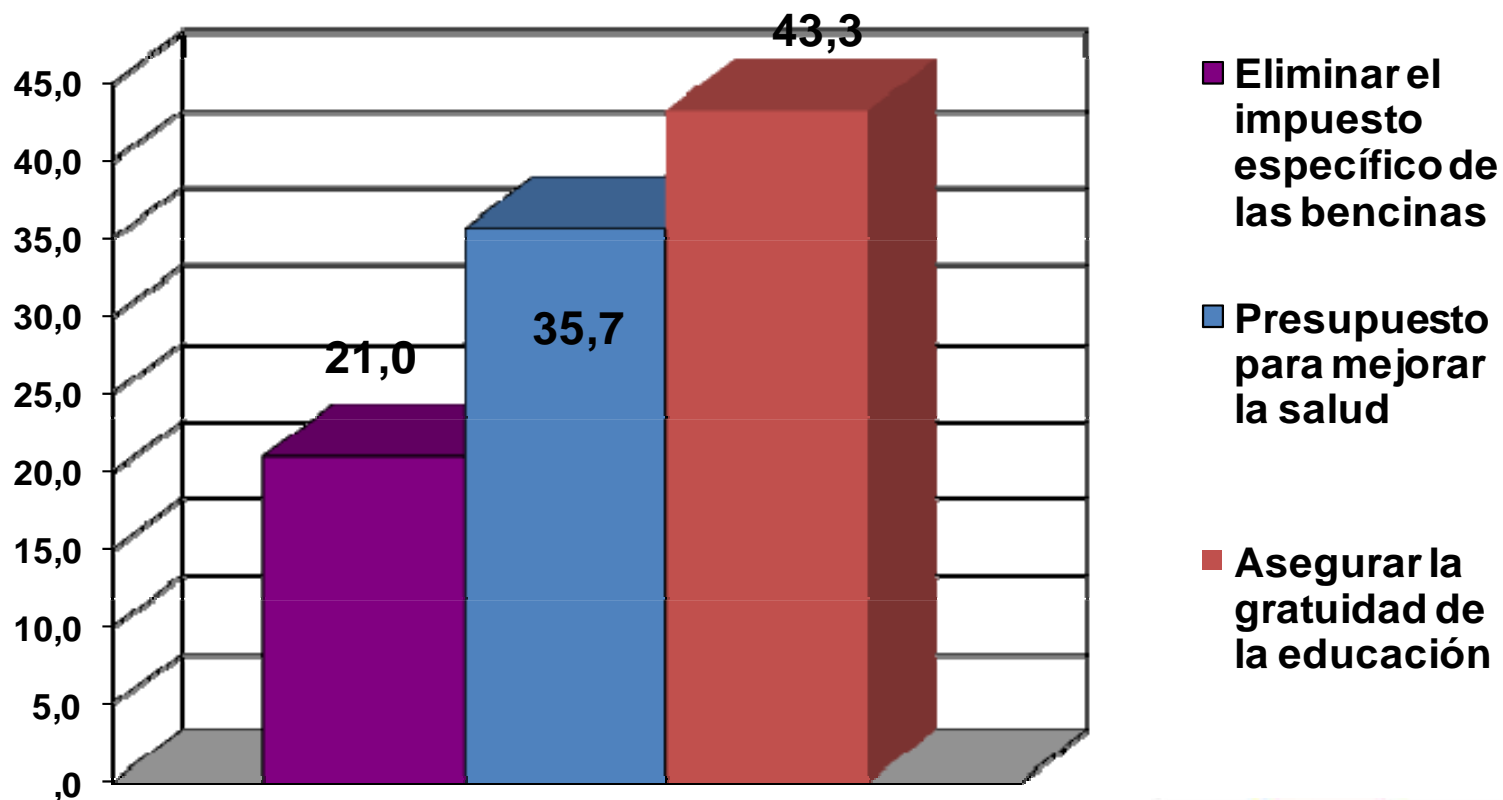
# 4 Reforma tributaria

¿A quién cree usted que beneficiará más la reforma tributaria?(%)



# 4 Reforma tributaria

¿Qué faltó en la reforma tributaria? (%)





# 4 Reforma tributaria

**Bajo porcentaje de aprobación y credibilidad tienen los anuncios de la reforma tributaria del Presidente Piñera, según se desprende de una encuesta efectuada por el Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (Cesop) de la Universidad Central y Publímetro.**

**El 66% cree que esta reforma no los beneficiará en el ámbito personal .y un porcentaje similar, del orden del 67% estima que con la reforma tributaria no se resolverán los problemas de financiamiento que implican los cambios en educación. Para Mireya Barrientos, Ingeniero Comercial y profesional del CESOP “en política tributaria existe mucho desconocimiento y aunque la reforma genera fuentes de ingresos, no se sabe cómo se distribuirán los recursos ni los canales que se emplearán para que estos nuevos aportes fiscales logren el objetivo deseado que es beneficiar a la población”**

# 4 Reforma tributaria

La encuesta reveló que la gran mayoría (59%) percibe a los empresarios como los ganadores con la reforma, seguidos de la clase media con un 23,7% y solamente un 3% cree que beneficia a los estudiantes. Leonel Tapia, economista y Director del Magíster en Planificación y Gestión de Políticas Públicas de la U. Central advierte que “se ha llegado a un punto en que lo que haga, o diga el Presidente, de todas forma se le cuestiona, porque se ha instalado un problema mayor de credibilidad que tiene explicaciones en el ámbito de la sociología, no sólo de la política”

Al consultar sobre qué le faltó a los anuncios, un 43,3% indica la gratuidad de la educación seguido de mejoras en la salud (35%) y el 21% señaló la eliminación del impuesto específico a la bencina. Para Leonel Tapia, “estos porcentajes indican que los ciudadanos tienen expectativas no resueltas por los anuncios, y que la percepción ciudadana es que es posible hacer más”

Así, aunque la encuesta revela que la reforma no es percibida como auspiciosa se constató que las mujeres tienden a tener una mirada más positiva de los anuncios mientras en los jóvenes hay mayor desaprobación.



# COMPRENDER ES LO CENTRAL

Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, CESOP

