



Publicaciones Publimetro y CESOP

Marzo 2009

El compromiso es lo Central

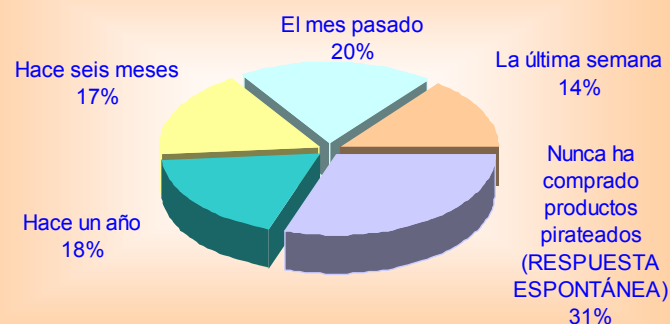


Productos Pirateados

Unidad Ejecutora	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)
Tipo de Estudio	Sondeo Telefónico de Opinión
Objetivo General	Conocer opiniones y conductas que tienen los residentes de la Región Metropolitana respecto de los “productos pirateados”
Población Objetivo	Personas mayores de 18 años y menores de 65 años, residentes en la Región Metropolitana
Tamaño Muestral	300 casos encuestados (5.65 de Error Muestral para un 95% de confianza)
Tipo de Muestreo	Probabilístico con selección sistemática de casos. Marco muestral: base de datos de residentes mayores de 18 y menores de 65 años en la Región Metropolitana
Fecha de recolección de datos	17 y 18 de Marzo de 2009

La Responsabilidad es lo Central

¿Cuándo fue la última vez que compró un producto pirateado? (cd, dvd, libro, etc.)?



¿Qué diferencias aprecia entre un producto original y uno pirateado?



Base: 300 casos

Andrés Llanos
Sociólogo
Director de CESOP.

- 70% de encuestados reconoce haber adquirido productos pirateados en el último año

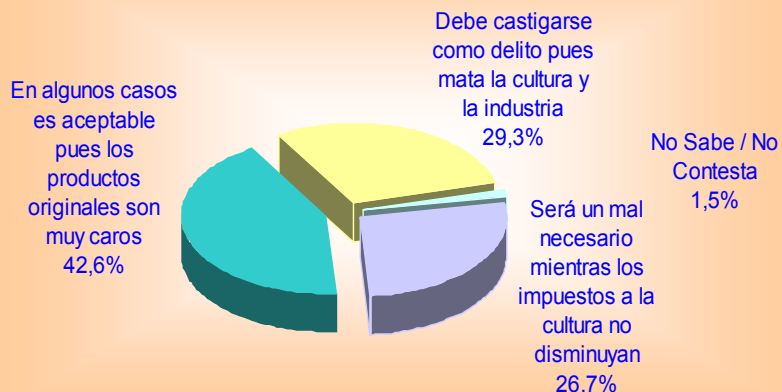
La piratería produce consecuencias desastrosas en el ámbito industrial porque acarrea pérdidas de miles de puestos de trabajo, y dado el alto volumen de productos pirateados en música, películas y juegos, se producen también graves efectos en el campo de la creación y la cultura.

La piratería implica copias no autorizadas o falsificaciones de productos que se producen y distribuyen para fines comerciales ilícitos, desconociendo los derechos de autor y derechos asociados.

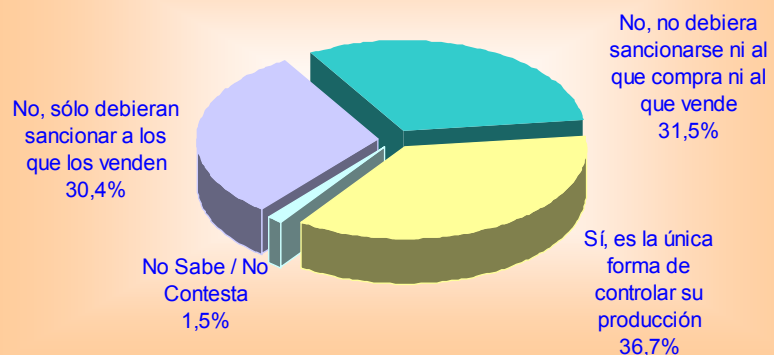
Sin embargo, a pesar de ello, la adquisición de productos pirateados, dado su menor precio, resulta atractiva para un importante segmento de la población, tanto de países en vías de desarrollo como en países desarrollados.

Por esa razón el Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP) de la U. Central en conjunto con Publimetro efectuaron una encuesta a residentes de la región metropolitana para conocer opiniones y conductas frente a este tema.

¿Qué opina de la piratería?



¿Está de acuerdo con que se sancione a quiénes compren productos pirateados?



Base: 300 casos

Los resultados mostraron que el 70% admitió haber comprado productos pirateados durante el último año, siendo significativa la proporción que lo ha hecho desde el último mes. Sólo un 30% declaró no haber adquirido nunca un producto de esta naturaleza.

A pesar de ello, el 41.5% admite que es muy grande la diferencia de calidad siendo preferible el original, pero un 39% considera que el menor precio compensa la baja en la calidad, existiendo aún un 18% que no aprecia diferencia alguna en la calidad del producto original y el pirateado.

Así, el 70% de los encuestados muestra complacencia con esta práctica, aduciendo razones justificatorias en los impuestos o en el valor que tienen los productos originales. Sólo un 29.3% reconoce que constituye un delito.

Ciertamente se aprecia que la gente fomenta esta actividad al privilegiar el bajo costo por encima de otras consideraciones y no tiene mayor conciencia del daño que la piratería provoca al país; se ignora la incidencia que tiene en el aumento de las tasas de desempleo así como el empobrecimiento cultural que trae aparejado, al privilegiarse mayormente bienes culturales de éxito que han logrado cierta popularidad en menoscabo de la amplia mayoría de creadores. Las aparentes ventajas a nivel individual impiden percibir el daño colectivo que se provoca.



Respecto de sancionar a vendedores y compradores, el 36.7% está de acuerdo con esa medida, mientras un 30.4% estima que debe sancionarse sólo al que vende, en tanto un 31.5% sostiene que no debiera sancionarse a nadie.

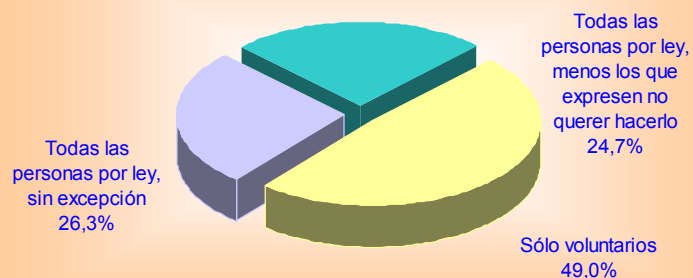
Los productos pirateados más comprados son películas, CD de música y juegos. Por último, se debe advertir que el tema de la piratería es de una alta complejidad, porque concurren factores no sólo económicos y legales, sino esencialmente de orden cultural. En consecuencia, el problema se debe enfrentar con la articulación de una pluralidad de acciones en los diversos ámbitos que implica el problema: reconsiderando el monto en las tasas de impuestos que gravan los bienes y aumentan en demasía su precio, aplicando una legislación efectiva que sancione principalmente a los grandes distribuidores, y a través de programas de educación que muestren los efectos desastrosos que tiene para el país esta práctica. Hay que generalizar la idea que, al final, lo barato cuesta caro”



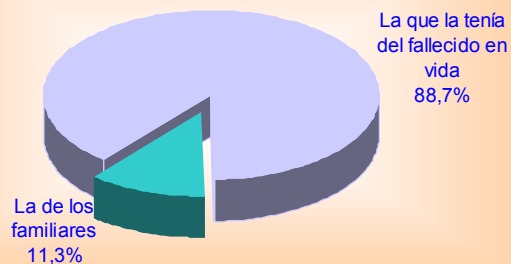
Donación de Órganos

Unidad Ejecutora	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)
Tipo de Estudio	Sondeo Telefónico de Opinión
Objetivo General	Conocer opiniones que tienen los residentes de la Región Metropolitana respecto de la donación de órganos
Población Objetivo	Personas mayores de 18 años y menores de 65 años, residentes en la Región Metropolitana
Tamaño Muestral	300 casos encuestados (5.65 de Error Muestral para un 95% de confianza)
Tipo de Muestreo	Probabilístico con selección sistemática de casos. Marco muestral: base de datos de residentes mayores de 18 y menores de 65 años en la Región Metropolitana
Fecha de recolección de datos	23 y 24 de Marzo de 2009

¿Quiénes deben donar órganos?



¿Qué voluntad debe respetarse una vez fallecido un posible donante de órganos?



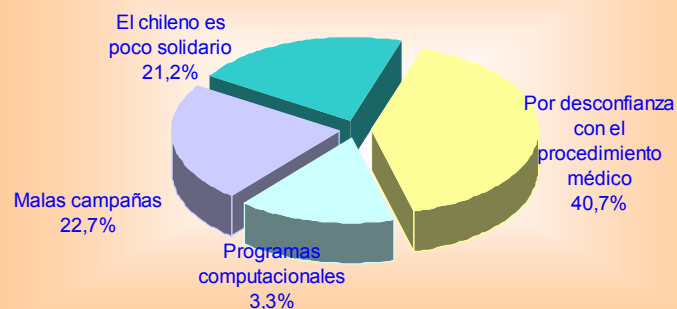
Marcela Vega **Psicóloga y Asistente Social** **Académica Escuela Trabajo Social**

En el último estudio de opinión pública sobre el tema de Donación y transplante de órganos realizado por el Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP) y el diario Publimetro, se observa que:

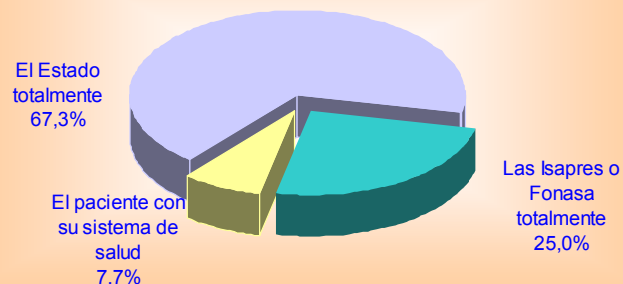
En el cuadro 1 el 49% de los encuestados estima que la donación de órganos debe ser efectuada sólo por voluntarios, lo cual puede ser entendido desde la gran valoración del chileno al ejercicio de la libertad de las personas para determinar en conciencia su posición, lo que es particularmente significativo cuando las personas enfrentan temas valóricos.

Sólo un 26.3% admite la tesis más coactiva que todos por ley deben ser donantes sin excepción y otro 24.7% sostiene que de esa ley debieran excluirse los que expresen su voluntad de no ser donantes, posiciones que se enmarcan en una práctica habitual de los chilenos, apegada a las normativas legales, y por lo cual se espera que los temas que requieren consenso sean resueltos y definidos por ley, determinado así los procedimientos que norman nuestro proceder en la sociedad. El cuadro 2 revela que el 88,7 % considera que se debe respetar la voluntad de la persona antes de fallecer, porcentaje muy superior al 11,3% que prefiere respetar la voluntad de los familiares.

¿Por qué en Chile existen pocos donantes de órganos?



¿Quién debiera financiar trasplantes de órganos de necesidad vital, como por ejemplo el corazón o el hígado?

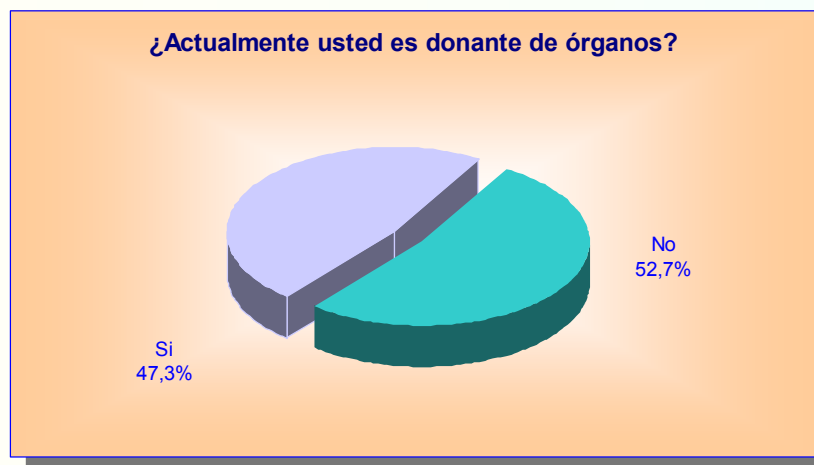


Este resultado abrumador resulta comprensible desde las creencias arraigadas en nuestra cultura que manifiestan algún grado de conexión entre el bienestar del fallecido y el proceder de quienes aún están vivos, asumiéndose que en el inconsciente colectivo está la idea de velar por el descanso de quien fallece, efectuando las voluntades que han manifestado en vida, lo cual aporta a la conformidad de los familiares.

En el cuadro 3 observa que una mayoría relativa, correspondiente a un 37% indica que hay pocos donantes de órganos porque existe desconfianza en la población con el procedimiento médico, lo cual expresa, por una lado, desinformación respecto a los resultados de las intervenciones que avalan con estudios científicos la efectividad del trasplante y los resultados a largo plazo, y por otro lado, la sensibilidad frente al temor de posibles tráficos de órganos que podrían ocurrir en sistemas poco fiscalizados

Confirma esta interpretación que el 20.7% considere que las campañas de difusión son malas y que los chilenos son poco solidarios (28.3%), pues se aprecia el impacto del tipo de información que recibe la población sobre los procedimientos administrativos y médicos asociados a los trasplantes.

En este sentido podemos recordar que en los últimos años han sido públicos antecedentes de redes de tráfico de órganos y la comercialización de estos. Más aún, las personas pueden tener la percepción que no son claros los procedimientos o que no están al acceso de todos, en cuanto a cómo



se configuran las listas de espera y determinan las prioridades, temores que se disipan circunstancialmente cuando se exponen situaciones de alta sensibilidad como es el caso de niños, lo que activa en algunas personas un sentido solidario frente al dolor de una realidad que se percibe lejana.

En el cuadro 4 se constata que la mayoría, un 67.3%, sostiene que el Estado es la entidad que debiera cubrir el alto costo que una intervención médica de este tipo significa para las personas y grupo familiar, costo que muchas veces no es posible asumir por los pacientes con su sistema de salud, por tanto, aún existiendo la posibilidad de un trasplante no es percibido como una alternativa viable para la gran mayoría de los chilenos. No obstante, se incita y estimula a un Estado que cumpla un protector y benefactor en lo que a salud respecta.

El 25% señala, que son las Isapres, las responsables de cubrir la totalidad de los costos en este tipo de intervenciones, lo que puede ser indicativo que las personas las perciben como responsables ante estas eventualidades por el aporte mensual en salud que es directamente descontado a los usuarios, montos que no llegan a ser utilizados en su totalidad por los afiliados durante los años de vida laboral, por tanto, esta alternativa puede ser percibida como una compensación a sus aportes económicos.

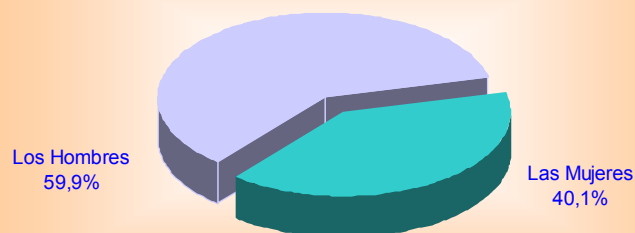
El cuadro 5 muestra que el 47, 3% reconoce que es donante de órganos, resultado que se asocia con el aumento paulatino de toma de



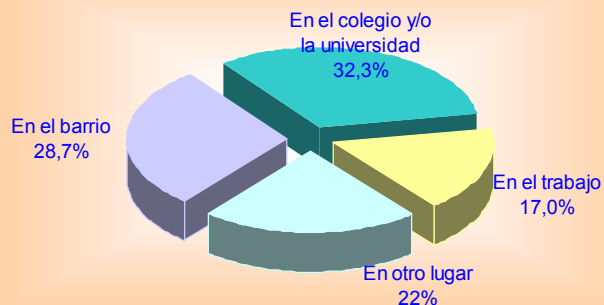
La Amistad

Unidad Ejecutora	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)
Tipo de Estudio	Sondeo Telefónico de Opinión
Objetivo General	Conocer opiniones que tienen los residentes de la Región Metropolitana respecto de la amistad
Población Objetivo	Personas mayores de 18 años y menores de 65 años, residentes en la Región Metropolitana
Tamaño Muestral	300 casos encuestados (5.65 de Error Muestral para un 95% de confianza)
Tipo de Muestreo	Probabilístico con selección sistemática de casos. Marco muestral: base de datos de residentes mayores de 18 y menores de 65 años en la Región Metropolitana
Fecha de recolección de datos	30 y 31 de Marzo de 2009

¿Quiénes son los mejores amigos/as?



¿Dónde se encuentran los mejores amigos?

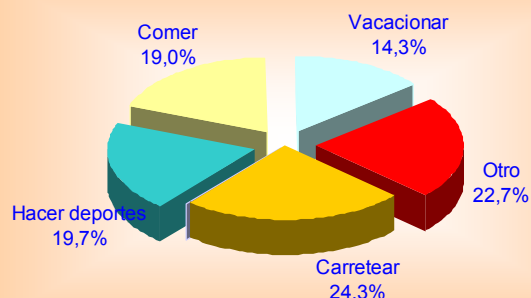


Emilio Torres Director Escuela de Sociología

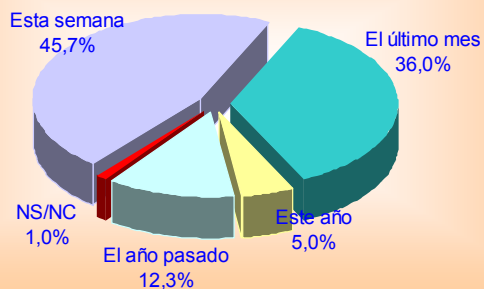
Los resultados obtenidos por el sondeo de opinión pública efectuado por CESOP sobre la amistad, revelan interesantes tendencias vinculadas fundamentalmente a las condiciones de género, etapas del ciclo vital y estilo de vida que viene adoptando la sociedad chilena urbana durante los últimos años.

Efectivamente, ante la consulta referida a quiénes son los mejores amigos? Una mayoría del 59,7%, señala que los hombres, en tanto el 40%, se inclina por el sexo femenino. Ello no sólo puede interpretarse como una tendencia vinculada con una mayor actividad de vínculos sociales estrechos entre los hombres, que aún en nuestra sociedad ejercen actividades laborales fuera del hogar en mayor proporción que la población femenina, las que disponen por esta condición de menos espacios potenciales para la sociabilidad. Sino que también, es necesario preguntarse sobre las posibles diferencias cualitativas entre la amistad masculina y femenina, la que puede resultar en este último caso -dado algunos rasgos de género- potencialmente más conflictiva.

¿Qué actividad le gusta más realizar con sus amigos?



¿Qué tipo de productos pirateados es el que más ha comprado?



Ante la pregunta ¿Dónde se encuentran los mejores amigos?, un 38,3% responde que en el colegio y/o la universidad, seguido por un 28,7% en el barrio, en cambio, sólo un 17% señala que en el trabajo. Estas respuestas revelan al menos dos tendencias interesantes, por una parte, un marcado vínculo de los lazos de amistad con las etapas de niñez y/o juventud, que se estiman como más duraderas o verdaderas, por sobre aquellas relaciones amistosas contraídas en el ciclo vital adulto. Por otra parte, también indican que los espacios de amistad se relacionan directamente con ámbitos de convivencia en grupos o relaciones entre pares, como son los amigos ganados en etapas escolares o en la vida cercana y más afectiva como la existente en los barrios, lo que contrasta con dinámicas más frecuentemente competitivas, racionales y distantes propias de la vida laboral y profesional.

El aspecto cotidiano y de cercanía relativa de la amistad en el Chile actual que refleja la encuesta, se ratifica por las preferencias en el tipo de actividades que la población estudiada gusta realizar con sus amigos, las que dicen relación especialmente con “carretear” 24,3%, “hacer deportes” 19,7% y “Comer” 19%. En todas ellas se advierte un componente de recreación, distensión y cercanía controlada. Resulta interesante como aparece predominando actualmente la necesidad imperiosa del “carrete” por sobre el “consejo” o la



tradicional conversación, cuestiones que parecen estar quedando en el pasado, probablemente debido al exceso de presiones y exigencias de una sociedad en rápido proceso de modernización como la nuestra. A su vez se detecta que un mayor grado de intimidad que implica por ejemplo “salir de vacaciones con los amigos”, sólo es seleccionado como actividad más apreciada por el 14,3%.

El incremento de las exigencias del mundo del trabajo, sin embargo, no han disminuido la tendencia de los chilenos por establecer este tipo de vínculos sociales, pues según los resultados del estudio, se mantienen y cultivan con alta frecuencia: un 45,7% declara haber tenido vínculos amistosos durante la semana y un 36% en el último mes.

Al parecer, los fuertes cambios sociales no han logrado poner en peligro esta clásica institución, que ha sido tan tradicional de la sociedad chilena, aunque evidentemente está transformando su naturaleza y patrones de práctica, tornándola más recreativo-festiva, afianzada y adquirida preferentemente en etapas juveniles y con grados de intimidad controlada, y por tanto, menos profunda en su estilo de expresión.