



Publicaciones Publimetro y CESOP

Septiembre 2009

La Felicidad es lo Central



I. Ficha Técnica

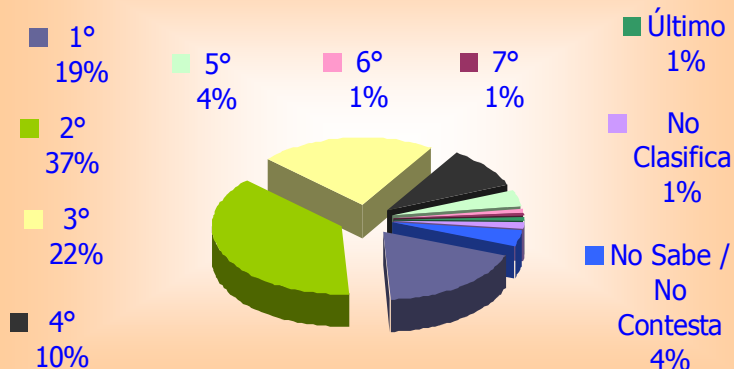
Unidad Ejecutora	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)
Tipo de Estudio	Sondeo Telefónico de Opinión
Objetivo General	Pesquisar como es percibido en la población el efecto que Marcelo Bielsa ha provocado en el fútbol chileno.
Población Objetivo	Personas de ambos sexos residentes en la región metropolitana cuyas edades fluctúan entre los 18 y 65 años.
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 hogares con teléfono domiciliario en la región metropolitana
Fecha de recolección de datos	31 de Agosto y 1 de Septiembre de 2009

La Felicidad es lo Central

¿CUÁL ES EL EFECTO QUE HA GENERADO MARCELO BIELSA EN EL FÚTBOL CHILENO?



¿EN QUÉ LUGAR QUEDARÁ CHILE AL FINALIZAR LAS ELIMINATORIAS AL MUNDIAL?



**ANDRES LLANOS S.
 SOCIOLOGO. DIRECTOR DE CESOP**

Ya tenemos ad portas otros dos partidos eliminatorios para el mundial de fútbol a celebrarse en Sudáfrica y el seleccionado nacional se encuentra en un expectante segundo lugar y a un paso de lograr la clasificación para tan magno evento deportivo.

Las expectativas de los chilenos son optimistas, por los logros que ha obtenido la selección de fútbol dirigida por el trasandino Marcela Bielsa, el cual a fuerza de trabajo y perseverancia ha visto cristalizarse sus convicciones, logrando imponer un estilo y una mentalidad desconocida en los futbolistas nacionales, históricamente sensibles a la presión y proclives a un cierto pánico escénico en momentos en que la población cifraba altas expectativas en su desempeño. La socorrida frase que aludía a que no se dieron las condiciones para justificar los fracasos nos tenían acostumbrados sólo a los triunfos morales.

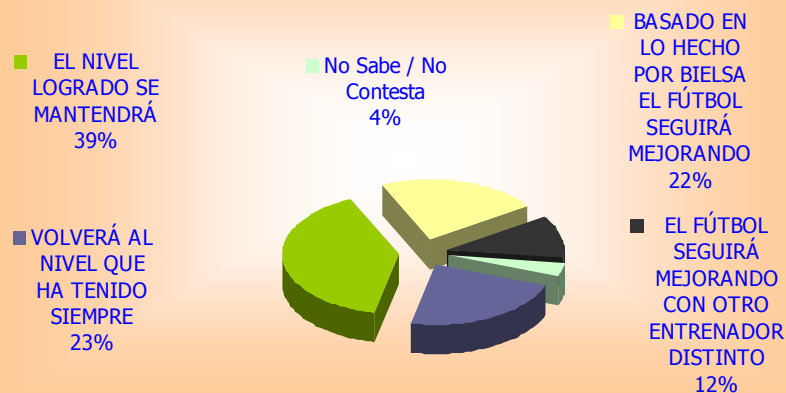
En el deporte de alta competencia, los triunfos chilenos suelen ocurrir cuando no hay grandes expectativas al respecto y los deportistas no sienten la presión, y a la inversa, los más grandes fracasos han ocurrido cuando las expectativas eran muy altas. Como no estamos acostumbrados a ganar, los escasos logros que muestra el balompié nacional han significado episodios casi epopéyicos en la historia del fútbol chileno.

Hoy, en cambio, la subjetividad de la afición y de la gente, en general, es distinta, observándose que se ha superado ese

¿CÓMO LE IRÁ A CHILE SI CLASIFICA PARA EL MUNDIAL?



¿QUÉ PASARÁ CON EL FÚTBOL CHILENO CUANDO BIELSA DEJE LA DIRECCIÓN TÉCNICA NACIONAL?



optimismo irreflexivo, basado más en deseos que en bases reales, y que ha sido un rasgo cultural que nos ha identificado como comunidad. Se reconoce que la labor de Marcelo Bielsa ha provocado efectos positivos, los cuales trascienden la clasificación mundialista y se anclan en el espíritu nacional; el estilo Bielsa se ha convertido en modelo, en referente y aparece altamente valorado más allá del deporte, en el ámbito de la política, en la empresa y en múltiples actividades realizadas en el país. Este “efecto Bielsa” se ha concretizado en una idea curiosa y singular, imposible desde su génesis, que a la gente le gustaría que Marcelo Bielsa dirigiera los destinos de la nación y desafiando las realidades, hay quienes lo quieren de Presidente de la República.

Ningún entrenador de fútbol ha generado esto, ni siquiera los más exitosos y queridos como Fernando Riera, quién tiene la hazaña de 1962, de haber obtenido un tercer lugar cuando el mundial se hizo en nuestro país, como tampoco Luis Alamos, que deslumbró en la década del sesenta con el denominado ballet azul, que clasificó a Chile para el mundial de Inglaterra de 1966 y que en 1973 llevó a Colo-Colo a obtener el subcampeonato de la Copa Libertadores; en efecto, ambos entrenadores exhiben en nuestro país más logros deportivos que Bielsa y ambos además, se caracterizaban por su estilo pedagógico, pero ninguno trascendió más allá del ámbito deportivo.

La base del éxito de Bielsa radica en la fuerza de sus convicciones, su trabajo sistemático y en inculcarles encantamiento a los futbolistas con lo que hacen. Los futbolistas le han creído, y los triunfos alcanzados durante este año han fortalecido la creencia que con esfuerzo y

trabajo se pueden lograr cosas importantes en el fútbol a nivel colectivo. Cada jugador no es la estrella tradicional del equipo, sino uno más; la estrella es el equipo en su conjunto y eso es un cambio fundamental para los logros en un deporte colectivo.

Los chilenos también están encantados con Bielsa, incluso los escépticos, cautelosos y detractores que tuvo al comienzo. Hoy, una amplia mayoría aprueba su gestión. La gente se identifica con los triunfadores, en los cuales proyecta la superación de sus propias frustraciones y encarna con ellos el sueño de ser un ganador, elevándolos a la categoría de ídolos.

Por ello, no es de extrañar que en la encuesta realizada por el Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP) de la U. Central junto con Publimetro, la mayoría (41%) considere que Bielsa ha introducido mejoras en el fútbol chileno que perdurarán en el tiempo y que un 25% considere que ha convertido a Chile en una potencia futbolística a nivel latinoamericano.

Un 78% considera que Chile clasificará entre los tres primeros lugares y la mayoría, un 38.7% considera que será segundo, en tanto, un 18.7% que clasificará en primer lugar, lo cual antes hubiera sido una utopía insustentable. Esta disposición es muy distinta a la que se registraba en la población hace poco más de un año atrás en que se enfrentaba a los mismos rivales de ahora, Venezuela y Brasil, en primera vuelta, ocasión en que había un 30% que consideraba que Chile no clasificaba al mundial, y hoy esa cifra es apenas del 1.3%.

Respecto a cómo le irá a Chile en el mundial el optimismo es más bien realista, y no exacerbado como otrora cuando se obtenían algunos esporádicos triunfos. La mayoría (50.7%) tiene la razonable expectativa de pasar a octavos de final, lo cual es un objetivo pertinente. A pesar de ello, un 26.3% cree que llegará a cuartos de final, e incluso un 13% ve a Chile entre los cuatro primeros.

Marcelo Bielsa ha cambiado en gran medida la mentalidad del futbolista chileno y también, con su estilo, ha influido en la mayor madurez que exhibe la afición y que se refleja en un optimismo consecuente con un nivel de expectativas posibles. En la reciente conferencia de prensa, previa a estos dos encuentros, declaró “aún no hemos ganado nada”, a pesar que el 95% de las probabilidades, cualquiera sea las combinaciones de los resultados en los 20 partidos que restan de las clasificatorias, dan matemáticamente clasificado a Chile.

Por último, el 41.3% estima que si Marcelo Bielsa deja la dirección técnica del seleccionado nacional de fútbol, el nivel logrado se mantendrá y un 23% complementa que basado en lo hecho por Bielsa el nivel logrado seguirá mejorando, aún con otro entrenador.

La decisión del Presidente del Directorio del fútbol chileno de contratar a Marcelo Bielsa, con el tiempo le ha dado toda la razón por lo acertado de la medida, porque sin duda la labor del entrenador argentino le ha hecho bien no sólo al fútbol chileno, sino también al alma nacional.

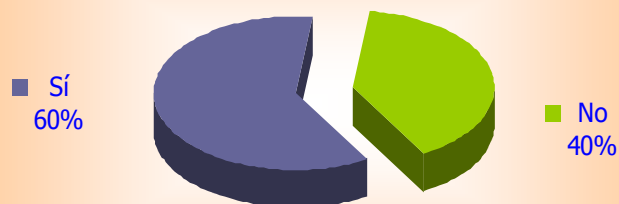


I. Ficha Técnica

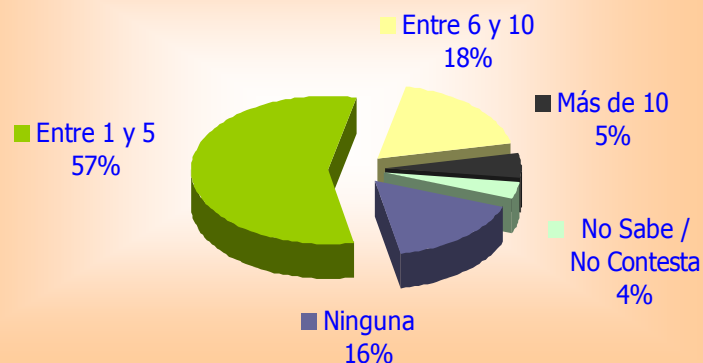
Unidad Ejecutora	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)
Tipo de Estudio	Sondeo Telefónico de Opinión
Objetivo General	Conocer que piensan los chilenos (as) del vínculo entre sexo- amor y pesquisar algunas conductas características que tienen en sus relaciones de pareja
Población Objetivo	Personas de ambos sexos residentes en la región metropolitana cuyas edades fluctúan entre los 18 y 65 años.
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 hogares con teléfono domiciliario en la región metropolitana
Fecha de recolección de datos	7 y 8 de Septiembre de 2009

La Felicidad es lo Central

¿Es necesario para usted que haya un sentimiento de amor para tener relaciones sexuales con alguien?

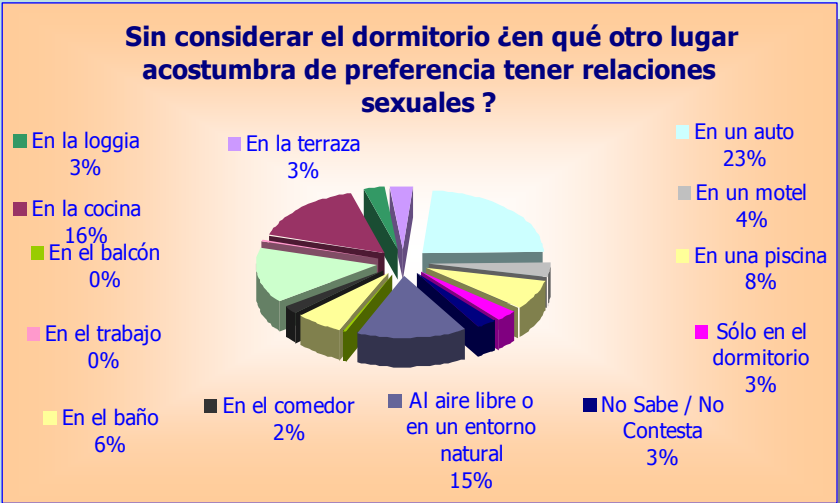


¿Cuántas parejas sexuales se deberían tener antes de casarse?



**EDMUNDO CAMPUSANO.
DIRECTOR DE LA ESCUELA DE PSICOLOGÍA.**

En culturas como la nuestra, un tema de relevancia es la vinculación entre la sexualidad y el amor. Este último aparece en las construcciones de las sociedades en la era moderna, como el vínculo básico que permite la unión de las personas en la unidad básica de la construcción de este tipo de sociedad, a saber, la pareja y luego, en consecuencia, la familia. En la encuesta sobre el tema realizada por el Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP) en conjunto con Publimetro, el 60 % de los encuestados, refiere que el amor es necesario para tener relaciones sexuales; sin embargo, habrían diferencias que se mantienen en el tiempo, y estas refieren entre otras a las diferencias de género, ya que al parecer un 50% de los hombres piensa lo mismo, en tanto que un 70% de la mujeres lo ve de ese modo. Las mujeres aún se mantienen más ligadas en sus construcciones y valoraciones personales al vínculo entre sexo y amor. No deja de ser interesante en todo caso, que ello ha ido cambiando, ya que en épocas anteriores el porcentaje de mujeres que vincularía ambas sería notoriamente mayor. Quizás, las mujeres también han modificado su percepción de la base de las relaciones afectivas, al mismo tiempo que otros aspectos de la vida social, sus derechos, etc.



Los encuestados en general (hombre y mujeres) perciben que sería adecuado tener entre 1 a 5 parejas sexuales antes del matrimonio, lo que parece llamativo, toda vez que tiempo atrás la idea de la virginidad y la pareja única era un criterio y valor relevante en la vida de las personas. En promedio el 58 % considera ello de este modo. Esto quizás se relacione con los cambios a los que se ha visto sometido culturalmente instituciones como la familia, la inmediatez de la vida moderna, el cambio en los proyectos de vida y la orientación al disfrute y el presente, más que ha proyectos de estabilidad y de pareja única.



En el total de la muestra se observa un promedio de 3,4 parejas sexuales en la vida de los encuestados, siendo mayor este porcentaje en los hombres que en las mujeres, lo que se relaciona aparentemente con la percepción de la necesidad de que la pareja sexual se concibe vinculada al amor, ya que como se señaló, para las mujeres esta condición sería más importante. Si por amor se entiende, además de verlo como una emoción, como una forma de compromiso, un modo de definir un vínculo estable y comprometido, sería coherente pensar entonces que para las mujeres este es más necesario para la vida sexual; las mujeres tienden a poner más prioridad y sustentar la relación en los afectos, en tanto los hombres en otro tipo de aspectos, como el sustento, el trabajo, la protección, etc.



Otro dato interesante es que a mayor edad, es mayor la necesidad de amor para tener relaciones sexuales. Esto es coherente, toda vez que las personas en la medida que avanzan en la edad mantiene relaciones de mayor estabilidad, disminuye la impulsividad, el centro de la vida está más puesto en el desarrollo de otros aspectos relevantes en la vida, como la familia, las relaciones estables, y aparece la visión de mas largo plazo, que a diferencia de la juventud, donde la visión de la inmediatez de mas corto plazo es mas característica.

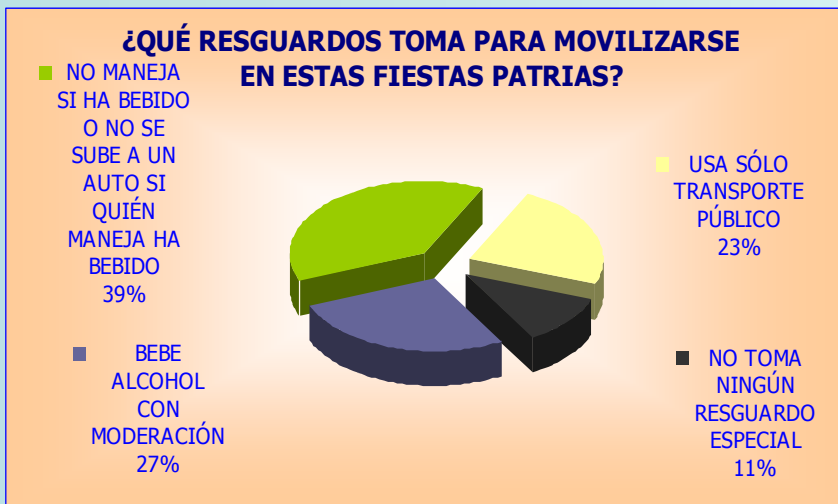
En síntesis, si bien hay cambios en la forma de vivir los afectos en la era post moderna, los vínculos afectivos han ido variando, la familia presenta grandes variaciones; aún persiste la idea de que el sexo esta más vinculado al amor, por ende, al compromiso, a una relación de estabilidad afectiva; aunque un porcentaje importante crea que es necesario tener vida sexual previa al matrimonio, ello no seria sólo por sexo, sino que vinculado al afecto, al amor. También se mantiene las diferencias entre hombres y mujeres, pero estas son cada vez mas estrechas.



I. Ficha Técnica

Unidad Ejecutora	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)
Tipo de Estudio	Sondeo Telefónico de Opinión
Objetivo General	Pesquisar algunas conductas que tienen los residentes de la Región Metropolitana durante las celebraciones de Fiestas Patrias
Población Objetivo	Personas residentes en la región metropolitana mayores de 18 años.
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 hogares con teléfono domiciliario en la región metropolitana
Fecha de recolección de datos	14 y 15 de Septiembre de 2009

La Responsabilidad es lo Central

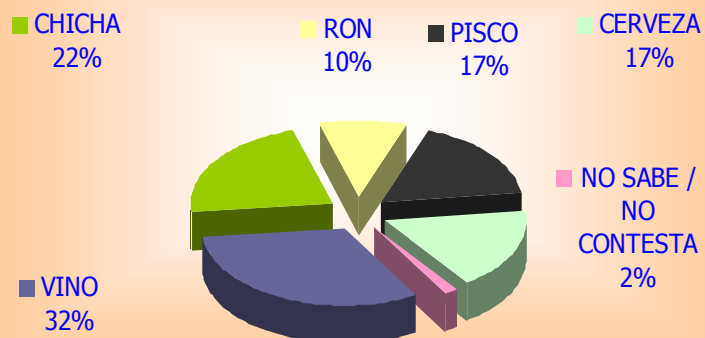


OSVALDO TORRES **ANTROPÓLOGO. ACADÉMICO UCEN**

La aplastante mayoría de los chilenos (93%) no cree que sus compatriotas se cuiden para las fiestas patrias. Esto puede interpretarse como un hecho positivo en el sentido que efectivamente la fiesta cumple el propósito para el cual se hace: el desorden de las jerarquías sociales, la reducción de los prejuicios y relajamiento de normas para gozar en igualdad de condiciones. Es negativo en el sentido que si todos creemos que todos nos “pasamos de la raya”, cualquier cosa puede pasarnos y ello puede producir una excesiva desconfianza en las relaciones sociales que impida el goce.

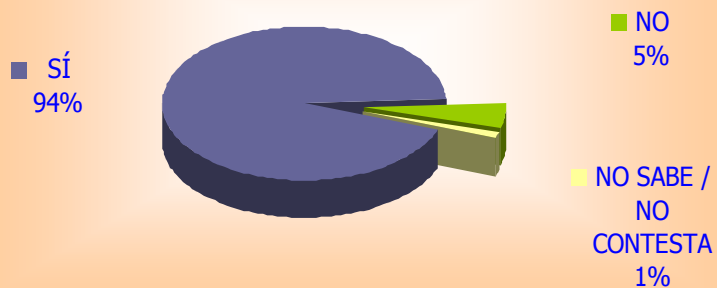
Es interesante ver que hay estrategias diversificadas para enfrentar bien parados estos días de alta ingesta alcohólica y calórica. Lo curioso es que ninguna de las medidas que se toman ofrece “objetivamente” una efectiva prevención a la ingesta excesiva de la alcohol y comidas altas en grasas o sus consecuencias posteriores. Esto refleja que la tradición es aún fuerte entre los chilenos, a pesar que por el nivel de crecimiento económico y cambios en las dietas alimentarias en amplios sectores de la población se

¿QUÉ ES LO QUE MÁS BEBE DURANTE LAS FIESTAS PATRIAS?



podría pensar que podrían haber variado las comidas o que las “recetas” para pasar la “resaca” y las suculentas longanizas, asados, empanadas y otras delicias podrían haberse modernizado.

¿CREE QUE EN GENERAL LOS CHILENOS SE PASAN DE LA RAYA CON LOS EXCESOS DE COMIDA Y BEBIDA DURANTE LAS FIESTAS PATRIAS?



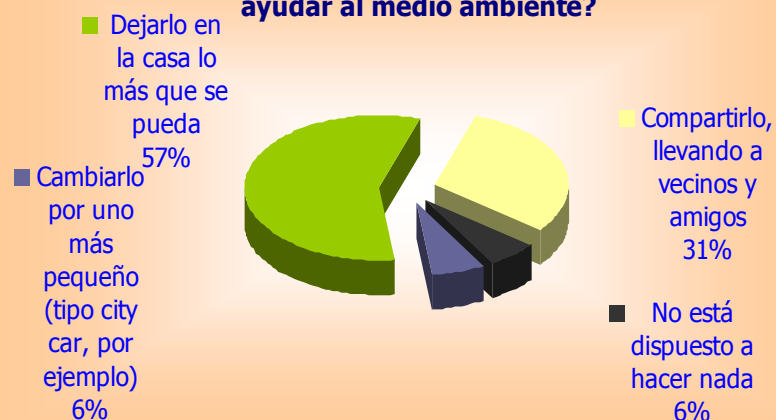


I. Ficha Técnica

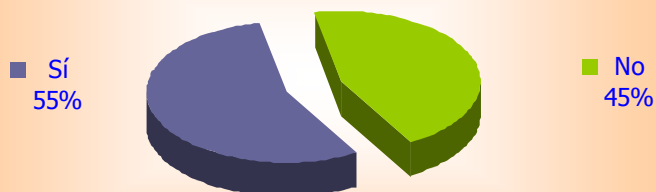
Unidad Ejecutora	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)
Tipo de Estudio	Sondeo Telefónico de Opinión
Objetivo General	Conocer la disposición de los residentes de la región metropolitana para optimizar el uso del automóvil en pro del medio ambiente y utilizar medios alternativos de transporte
Población Objetivo	Personas de ambos sexos residentes en la región metropolitana cuyas edades fluctúan entre los 18 y 65 años.
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 hogares con teléfono domiciliario en la región metropolitana
Fecha de recolección de datos	21 y 22 de Septiembre de 2009

La Responsabilidad es lo Central

¿Qué está dispuesto a hacer usted con su auto por ayudar al medio ambiente?



¿Tiene bicicleta en su hogar?



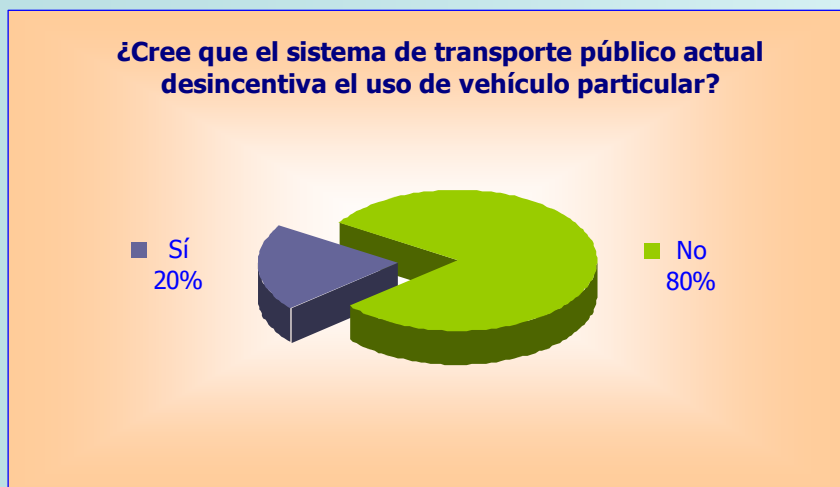
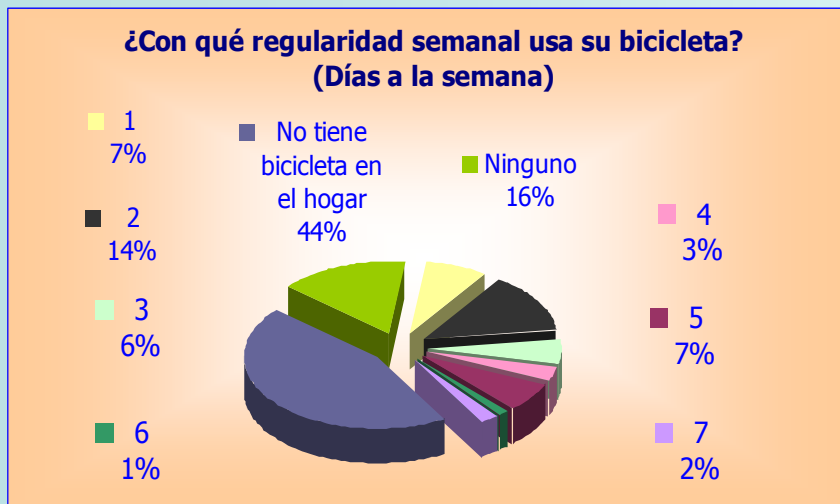
EUGENIO ARRATIA.

DIRECTOR ASEGURAMIENTO DE LA CLAIIDAD YACADEMICO DE LA U. CENTRAL.

Contra cualquier pronóstico que se pudiera anticipar, los santiaguinos declaran tener un grado importante de conciencia ecológica, por cuanto frente a la pregunta **¿Qué está dispuesto a hacer usted con su auto por ayudar al medio ambiente?** el 87,7% señala que o lo dejarían en casa o bien lo compartirían llevando a vecinos y amigos, y tan sólo un 6% señala que no estaría dispuesto a hacer algo al respecto.

Lo observado, es un buen indicio, por cuanto las personas reconocen que el uso del automóvil particular afecta negativamente al medio ambiente. De hecho gran parte de la contaminación atmosférica es causada por Monóxido de Carbono CO y Dióxido de Nitrógeno. Los estudios realizados han determinado que el automóvil particular es el vehículo más contaminante por pasajero-kilómetro transportado, con 11,12 gr. de contaminante, versus 1,11 gr. del transporte público. Además, el auto particular posee un alto consumo de energía primaria, genera alta contaminación acústica, elevado consumo de espacio público y mayores riesgos inducidos de accidentes que cualquier otro vehículo. Por tanto al existir disposición por parte de las personas que estarían más motivadas a convertir este pensamiento en acción de apoyo al medio ambiente, se debieran emplear los estímulos necesarios de comunicación y de responsabilidad social, para que se convierta en realidad.

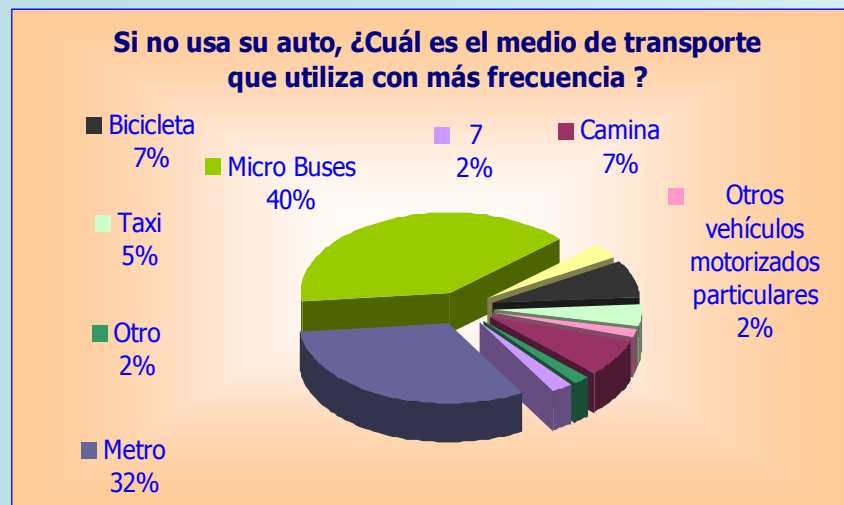
Frente a la pregunta: **Si no usa su auto, ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza con más frecuencia?**,



el 41% declara tomar microbús y un 32,3 % Metro, totalizando entre ambos medios de transporte el 73,3%. El uso de Bicicleta y la caminata como medios de desplazamiento alcanza el 7,7% cada uno de ellos, cifras reveladoras que muestran que un altísimo porcentaje de la población puede trasladarse por medios distintos al motorizado particular, lo cual es más significativo aún por cuanto la encuesta fue realizada precisamente a personas que poseen vehículos particulares para movilizarse.

En cuanto a la pregunta si **¿cree que el sistema de transporte público actual desincentiva el uso de vehículo particular?**, la percepción que tienen las personas es negativa con un 79,3%, no obstante, sobre el 73% de los encuestados declara emplear transporte público cuando no utiliza automóvil particular. Al parecer, entonces debieran emplearse otras medidas para desincentivar el uso del motorizado particular, tales como restricción vehicular y/o tarificación vial, acompañados de una debida comunicación.

Respecto al tema Bicicleta, el **55,3% de los encuestados señala contar con bicicleta en su hogar**. Estas cifras son superiores a las obtenidas en el Censo del año 2002, donde a nivel nacional se indicaba que el 46,4% de los hogares tienen al menos una. En el mismo Censo se mostró que un 34,5% de la población disponía de algún otro tipo de vehículo. Las anteriores cifras son indicativas que ciertamente hay mayor número de bicicletas que de autos particulares en los hogares, sin embargo, las ciudades -y particularmente Santiago- han crecido con mayor orientación al uso del vehículo motorizado, en desmedro de otros medios de tracción humana.



Entre quienes tienen Bicicleta en su hogar, **el 71,7% la usa al menos una vez a la semana**. Un 33,7% usa su bicicleta al menos tres veces a la semana, lo que es considerado como usuario frecuente. Entre quienes usan bicicleta andan un promedio de 2,16 días a la semana. Estos datos junto a antecedentes de otros estudios son bastante promisorios en cuanto al potencial de uso de la Bicicleta como medio de transporte frecuente; sin embargo, se debe avanzar en medidas conducentes hacia la pacificación del tránsito motorizado, por una parte disminuyendo las velocidades de desplazamiento a zonas de 30 kilómetros por hora en ciertas calles, desincentivando el uso del automóvil particular, como se ha señalado ya sea vía tarificación vial, con restricción de acceso a ciertos sectores de la ciudad, mejorando las velocidades del transporte público, disponiendo de ciclovías interconectadas y de buena calidad, habilitando bici-estacionamientos en todos los lugares de alta afluencia de público, integrando realmente a la bicicleta al transporte colectivo, disponiendo de más bicicletas públicas, incentivando la educación vial y el uso de bicicletas para ir a las escuelas y colegios y con campañas de respeto hacia los usuarios de bicicletas, medidas todas que han sido de gran éxito en la mayoría de las ciudades de países desarrollados.

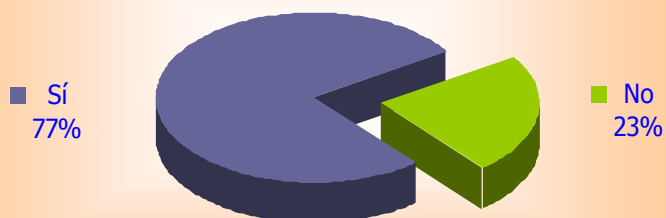


I. Ficha Técnica

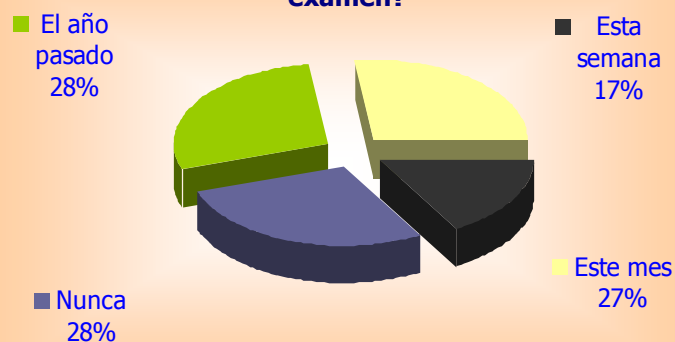
Unidad Ejecutora	Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP-UCEN)
Tipo de Estudio	Sondeo Telefónico de Opinión
Objetivo General	Pesquisar el nivel de auto cuidado de las mujeres respecto del cáncer de mamas y conocer si han sido afectadas por esta enfermedad en sus círculos sociales más cercanos.
Población Objetivo	Mujeres residentes en la región metropolitana cuyas edades fluctúan entre los 18 y 65 años.
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 hogares con teléfono domiciliario en la región metropolitana
Fecha de recolección de datos	28 y 29 de Septiembre de 2009

La Responsabilidad es lo Central

¿Usted sabe cómo realizarse el auto examen de mamas?



¿Cuándo fue la última vez que se hizo el auto examen?



GLORIA CHANES LUKSIC.
PSICOLOGA. SECRETARIA DE ESTUDIOS DE LA
CARRERA DE PSICOLOGIA.

Las mamas son la femineidad más visible de una mujer y lo que la distingue visualmente del sexo opuesto. Muchas mujeres han recurrido a implantes mamarios para tener un busto que sea más voluminoso desde hace ya algunas décadas. Otras han sufrido cáncer mamario y han debido someterse a extirpación de la mama, y con ello sienten que su femineidad les ha sido arrancada.

El cáncer de mama es el cáncer más frecuente en la población femenina y las entidades de salud pública han realizado campañas masivas alertando a las mujeres de cuáles son los factores de riesgo de sufrir la enfermedad y enseñando formas para prevenirla; entre estas medidas se sugiere que las mujeres efectúen de modo táctil un auto examen, con el fin de efectuar una detección precoz en caso de observar algo anómalo.

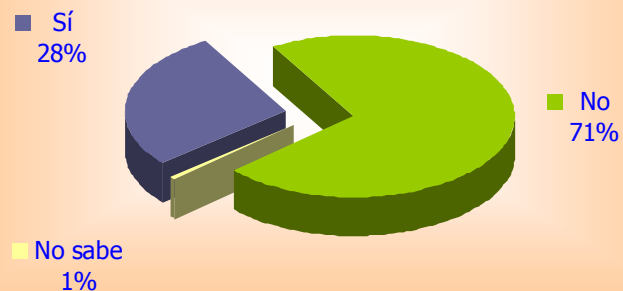
Al respecto, los datos de la encuesta CESOP-Publímetro señalan que un 28% de las encuestadas no se ha hecho nunca este auto examen, lo que es más prevalente en la población joven, a pesar de disponer información sobre los factores de riesgo y orientación sobre la conveniencia de efectuarlo. con una periodicidad adecuada.

Esta falta en el auto cuidado puede ser explicada

¿Tiene personas cercanas que hayan sufrido
cáncer de mama entre sus amistades ?



¿Tiene personas que hayan sufrido cáncer de
mamas en su familia ?



por las situaciones que ocupan y preocupan a las mujeres jóvenes (18 a 25 años) y que están relacionadas principalmente con su desarrollo personal, estudios, carrera, ocupación, tener pareja estable, y de la falta de toma de conciencia y subestimación de los factores de riesgo y los beneficios de una detección temprana, dejando así los problemas de salud “para más adelante” La preocupación mayor comienza después de los 40 años.

Un rasgo imposible de soslayar en el análisis de esta conducta se refiere al miedo a tener la enfermedad, lo cual provoca gran ansiedad en mujeres que han tenido algún pariente cercano que haya padecido cáncer mamario. La ansiedad inmoviliza a las mujeres jóvenes, pero moviliza a las mujeres mayores que han identificado correctamente su riesgo de contraer la enfermedad, lo cual se refleja en este estudio.