

## ANEXO 6

### ENCUESTA PNUD 2001. Estadísticas Univariadas

Sobre habitantes de las 13 regiones de Chile, de 18 años o más. 3.600 entrevistas  
30 de marzo - 14 junio 2001

#### A. EDAD

18 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 55 años	55 años y más
14,6%	24,5%	22,8%	17,3%	20,8%

#### B. SEXO

Masculino	Femenino
49,5%	50,5%

#### C. G.S.E. (CLASIFICACIÓN DEL ENCUESTADOR)

BC1	C2	C3	D
6,4%	16,9%	31,2%	45,4%

#### D. CLASIFICAR LOCALIDAD

Urbano	Rural
81,5%	18,5%

#### 1. ¿ES UD. EL JEFE DE SU HOGAR?

Sí	No	NS-NR
48,5%	51,4%	0,1%

#### 2. ¿EN CUÁL DE LOS SIGUIENTES NIVELES SE ENCUENTRA EL ÚLTIMO AÑO DE EDUCACIÓN CURSADO POR UD.? O SI ES ESTUDIANTE, ¿QUÉ NIVEL SE ENCUENTRA CURSANDO ACTUALMENTE?

#### 3. ¿Y EN CUÁL DE LOS NIVELES ANTERIORES SE ENCUENTRA EL ÚLTIMO AÑO DE EDUCACIÓN CURSADO POR EL JEFE DE HOGAR DEL HOGAR EN QUE UD. SE CRIÓ?

	Preg. 2	Preg. 3
Básica incompleta	18,3%	28,7%
Básica completa	13,2%	16,5%
Enseñanza media incompleta	18,7%	10,3%
Enseñanza media completa	22,1%	17,1%
Enseñanza en Centros de Formación Técnica incompleta	2,1%	0,5%
Enseñanza en Centros de Formación Técnica completa	7,7%	4,6%
Enseñanza técnico profesional incompleta	1,8%	0,9%
Enseñanza universitaria incompleta	6,3%	1,8%
Enseñanza universitaria completa	8,1%	5,9%
Estudio de posgrado	1,0%	1,1%
NS-NR	0,5%	12,6%

4. EL ÚLTIMO AÑO ESCOLAR (ESCUELA / COLEGIO / LICEO) QUE UD. CURSÓ, ¿LO HIZO EN UN ESTABLECIMIENTO DE TIPO...?

Municipalizado Fiscal	Particular subvencionado no religioso	Particular subvencionado religioso	Particular religioso	Particular no religioso	NS-NR
74,1%	7,8%	7,0%	6,0%	3,9%	1,1%

5. ¿PODRÍA DECIRME LA RELIGIÓN O IGLESIA A LA QUE UD. SE SIENTE MÁS CERCANO?

Católica	Evangélica	Mormona	Otra iglesia cristiana	Judía	Otra religión no cristiana	Ninguna	NS-NR
73,2%	16,1%	0,9%	2,0%	0,1%	0,4%	7,1%	0,1%

6. APARTE DE CEREMONIAS RELIGIOSAS TALES COMO CASAMIENTOS, BAUTIZOS Y FUNERALES, ¿UD...?

Asiste regularmente a servicios religiosos	Asiste de vez en cuando a servicios religiosos	No asiste a servicios religiosos	NS-NR
26,4%	43,6%	29,2%	0,8%

7. ¿DOMINA UD. EL INGLÉS?

Sí	Algo	Muy poco / nada	NS-NR
5,6%	20,9%	72,1%	1,4%

8. ¿UTILIZA UD. REGULARMENTE COMPUTADORES EN SU CASA O TRABAJO?

Sí	No	NS-NR
27,2%	72,4%	0,4%

9. ¿NAVEGA UD. REGULARMENTE POR INTERNET?

Sí	No	NS-NR
16,8%	82,7%	0,5%

10. ¿USA UD. REGULARMENTE TELÉFONO CELULAR?

Sí	No	NS-NR
41,1%	58,7%	0,2%

11. ¿HA VIVIDO UD. EN EL EXTRANJERO?

Sí	No	NS-NR
8,8%	90,8%	0,4%

12. ¿TIENE UD. ACTUALMENTE UNA PAREJA ESTABLE?

Sí	No	NS-NR
68,0%	31,9%	0,1%

13. SÓLO PARA CÓDIGO 1 EN PREG. 12: ¿VIVE UD. ACTUALMENTE CON SU PAREJA?

Sí	No	NS-NR
84,8%	14,5%	0,7%

14. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS DEFINE SU ACTUAL ESTADO CIVIL?

Casado	Soltero	Viudo	Separado de hecho /Anulado	NS-NR
52,0%	32,4%	6,1%	9,1%	0,3%

15. ¿TIENE UD. HIJOS MENORES DE 18 AÑOS QUE VIVAN CON UD.?

Sí	No	NS-NR
48,7%	51,3%	0,0%

16. ¿TIENE HIJOS QUE DEPENDAN ECONÓMICAMENTE DE UD.?

Sí	No	NS-NR
53,8%	45,9%	0,3%

17. ¿EXISTEN OTRAS PERSONAS QUE DEPENDAN ECONÓMICAMENTE DE UD.?

Sí	No	NS-NR
20,4%	79,4%	0,2%

18. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS REPRESENTA MEJOR LA ACTIVIDAD EN LA QUE UD. OCUPA LA MAYOR PARTE DE SU TIEMPO?

Trabaja	Estudia	Dueña de casa	Jubilado	Cesante y busca trabajo	Hace trabajos esporádicos	No trabaja ni estudia	NS-NR
44,6%	7,4%	28,1%	8,0%	7,0%	4,4%	0,3%	0,1%

19. SÓLO CÓDIGO 1 EN PREG. 18: DEL SIGUIENTE LISTADO DE ACTIVIDADES, ¿CUÁL DE ELLAS REPRESENTA MEJOR SU OCUPACIÓN O ACTIVIDAD?

1. Independiente	2,4%
A. Profesional (abogado, arquitecto, doctor, etc.)	4,2%
B. Dueño / socio de una empresa mediana o pequeña	2,1%
C. Dueño / socio de una pequeña empresa (de 10 a 50 empleados)	0,6%
D. Dueño / socio de una microempresa o comercio	5,5%
E. Trabajador por cuenta propia	19,8%
2. Empleado	2,1%
F. Profesional empleado	16,4%
G. Nivel gerencial	0,6%
H. Personal administrativo / empleado oficinista	12,8%
I. Operador manual / obrero	33,0%
9. NS-NR	0,4%

20. ¿EN CUÁL DE LOS SIGUIENTES RANGOS SE UBICA EL INGRESO MENSUAL PROMEDIO DE SU HOGAR?

Menos de \$90.000	16,5%
Entre \$90.000 y \$120.000	18,6%
Entre \$120.000 y \$200.000	21,1%
Entre \$200.000 y \$350.000	14,5%
Entre \$350.000 y \$600.000	11,6%
Entre \$600.000 y \$1.000.000	7,8%
Entre \$1.000.000 y \$1.600.000	2,6%
Entre \$1.600.000 y \$2.000.000	2,1%
Entre \$2.000.000 y \$2.500.000	0,3%
Más de \$2.500.000	0,3%
NS-NR	4,6%

21. PENSANDO EN SU SALARIO Y EL INGRESO TOTAL DE SU FAMILIA, UD. DIRÍA QUE...

Les alcanza bien, pueden ahorrar	Les alcanza justo, sin grandes dificultades	No les alcanza, tienen dificultades	No les alcanza, tienen grandes problemas	NS-NR
12,5%	43,0%	34,3%	9,7%	0,6%

22. SI UD. PIENSA EN LA HISTORIA DE SUS FAMILIAS, LA DE SUS PADRES Y ABUELOS..., SIENTE UD. QUE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE SU FAMILIA...

Ha venido mejorando	Ha permanecido igual	Ha venido empeorando	No ha sido regular, a veces mejorando y otras empeorando	NS-NR
43,2%	20,9%	29,2%	6,3%	0,3%

23. ¿CÓMO CREE UD. QUE SERÁ LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE SU FAMILIA EN 5 AÑOS MÁS?

Mejor que la actual	Igual	Peor que la actual	No lo sé / No puedo anticiparlo	NS-NR
44,6%	23,4%	18,7%	12,1%	1,2%

24. PENSANDO EN TRABAJO, INDEPENDIEMENTE DE SI ESTÁ O NO TRABAJANDO, UD. PREFERE...

Tener un trabajo con una remuneración segura	Tener un trabajo donde se respeten sus derechos laborales y de seguridad social	NS-NR
42,5%	54,6%	2,9%

25. SÓLO PARA PERSONAS QUE TRABAJAN SEGÚN PREG. 18 CÓDIGO 1: PENSANDO EN SU ACTUAL TRABAJO, ¿CUÁNTA CONFIANZA TIENE UD. EN QUE NO LO PERDERÁ EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES?

Mucha confianza	Algo de confianza	Poca confianza	Nada de confianza	NS-NR
44,9%	28,1%	15,8%	9,3%	2,0%

26. SÓLO PARA AQUELLOS QUE NO TRABAJAN SEGÚN PREG. 18 CÓDIGOS 2 A 7: SI HOY QUISIERA ENCONTRAR UN TRABAJO ACEPTABLE PARA UD., ¿CUÁN DIFÍCIL CREE QUE LE RESULTARÍA?

Muy difícil	Difícil	Ni difícil ni fácil	Fácil	Muy fácil	NS-NR
38,3%	37,7%	14,9%	5,3%	1,5%	2,2%

27. SÓLO PARA CÓDIGO 1, 5 Y 6 EN PREG. 18: LAS PERSONAS ASIGNAN DISTINTOS VALORES Y SIGNIFICADOS AL TRABAJO QUE REALIZAN COTIDIANAMENTE. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS REPRESENTA MEJOR LO QUE PARA UD. SIGNIFICA SU ACTUAL TRABAJO? PARA UD. SU TRABAJO ...

Es un medio para conseguir recursos económicos	Es una posibilidad para desarrollarse como persona	Le permite ser parte de un grupo y ser respetado por los demás	NS-NR
57,7%	29,1%	10,8%	2,4%

28. SÓLO PARA CÓDIGO 2 EN PREG. 18: LAS PERSONAS ASIGNAN DISTINTOS VALORES Y SIGNIFICADOS A LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN COTIDIANAMENTE, UNA DE ESAS ACTIVIDADES EN MUCHOS CASOS ES EL ESTUDIO. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS REPRESENTA MEJOR SU POSTURA FRENTE A LO QUE ESTUDIA? PARA UD. LO QUE ESTUDIA ES ...

Un medio para obtener buenos ingresos en el futuro	Una oportunidad para sentirme realizado ya que me gusta lo que estudio	Le permite ser parte de un grupo y ser respetado por los demás	NS-NR
28,1%	64,4%	4,5%	3,0%

29. SÓLO PARA CÓDIGOS 3 Y 4 EN PREG. 18: PENSANDO EN LAS ACTIVIDADES QUE UD. REALIZA HABITUALMENTE UD. DIRÍA QUE...

Se siente realizado y contento con las cosas que hace	En realidad quisiera hacer otra cosa	Lo que hace le permite relacionarse con otras personas	NS-NR
38,2%	50,2%	9,6%	2,0%

30. EXISTEN DISTINTOS ELEMENTOS QUE LAS PERSONAS UTILIZAN PARA DEFINIRSE A SÍ MISMAS O PARA DECIR LO QUE SON. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS SERÍAN LAS TRES MÁS IMPORTANTES PARA DEFINIR QUIÉN ES UD.? ¿CUÁL DE LAS ALTERNATIVAS ES LA MÁS IMPORTANTE PARA DEFINIR QUIÉN ES UD.? ¿Y LA SEGUNDA MÁS IMPORTANTE? ¿Y LA TERCERA MÁS IMPORTANTE?

	1° lugar	2° lugar	3° lugar
Su familia (pareja, padres, parientes)	53,9%	15,3%	6,0%
Su trabajo o profesión	4,6%	14,6%	10,5%
Su clase o posición social	0,4%	1,2%	1,4%
Sus valores	6,8%	11,0%	11,7%
Su personalidad	3,9%	3,9%	3,2%
El lugar donde vive	1,6%	4,4%	4,2%
Sus hijos	15,4%	22,8%	9,1%
Su lugar de nacimiento: ciudad, región	0,5%	1,3%	1,2%
Ser mujer / hombre	2,1%	2,7%	4,6%
Alguna época que marcó su vida	0,7%	0,8%	1,6%
Su vida sentimental y amorosa	0,9%	2,5%	4,6%
Su proyecto de vida	2,1%	4,5%	8,6%
Sus convicciones religiosas	2,3%	3,0%	5,6%
Sus actividades de tiempo libre	0,3%	1,3%	2,2%
Su estilo de vida / gustos / hábitos	0,9%	1,5%	3,7%
Su origen cultural	0,3%	0,7%	1,4%
Su condición física y su salud	1,6%	3,8%	10,3%
Su educación y conocimientos	1,0%	3,3%	5,0%
Su nacionalidad	0,2%	0,6%	1,3%
Sus amigos	0,3%	0,8%	2,9%
Sus ideas políticas	0,3%	0,1%	0,7%
Ninguna	0,0%	0,1%	0,4%
NS-NR	0,0%	0,0%	0,0%

31. ¿QUÉ ES LO MÁS IMPORTANTE QUE LE DEJÓ SU PASO POR EL LICEO / ESCUELA?

Conocimientos útiles para la vida laboral	Valores para ser un buen ciudadano/a	Capacidad para cooperar con los demás	Amigos que me duran hasta hoy	En realidad no me dejó nada que valga la pena	NS-NR
35,6%	33,2%	12,2%	6,6%	10,2%	2,1%

32. CUANDO UD. YA HA REALIZADO LAS COMPRAS Y LOS GASTOS BÁSICOS, SEAN SUYOS O DE SU HOGAR, Y LE QUEDA ALGO DE PLATA, ¿QUÉ HACE UD. REGULARMENTE CON ESE DINERO DISPONIBLE?

Ve qué le hace falta y sale a comprarlo	Sale a vitrinear y si ve algo que le guste se lo compra	No lo gasto	Nunca me sobra plata	NS-NR
25,1%	12,2%	45,3%	16,6%	0,8%

33. ¿SUELE UD. IR A VISITAR MALLS O CENTROS COMERCIALES?

Sí	No	No hay mall o centros comerciales cerca	NS-NR
49,4%	46,9%	3,4%	0,3%

34. SÓLO PARA CÓDIGO 1 EN PREG. 33: CUANDO UD. VA AL MALL O CENTRO COMERCIAL VA LA MAYORÍA DE LAS VECES A...

Sólo a comprar	A ver si hay ofertas y oportunidades interesantes	Pasear y encontrarse con amigos	NS-NR
27,2%	50,3%	21,4%	1,1%

35. DE LAS SIGUIENTES FRASES, ¿CUÁL REPRESENTA MEJOR SU ACTITUD FRENTE AL CONSUMO?

Me gusta probar nuevas marcas de productos para variar y conocer	Antes de comprar o probar un producto me informo con otras personas	Generalmente prefiero comprar las marcas que conozco y que me han dado resultado	NS-NR
15,3%	14,3%	68,0%	2,5%

36. ¿POR QUÉ CREE UD. QUE LA GENTE SE COMPRA COSAS?

Para darse un gusto	Para aparentar	Porque les hace falta	NS-NR
15,3%	20,7%	62,7%	1,3%

37. SI UD. SE COMPRARA UNA CAMISA O BLUSA, PREFERIRÍA...

Una sola prenda de buena marca	Tres prendas por el mismo precio que le sirvan igual	NS-NR
36,5%	62,1%	1,5%

38. CUANDO UD. HA COMPRADO ROPA QUE LE GUSTA Y QUE QUERÍA TENER, APARTE DE SATISFACER UNA NECESIDAD PRÁCTICA, UD. PROBABLEMENTE SIENTE OTRAS SATISFACCIONES. PENSANDO EN ESTAS OTRAS SATISFACCIONES, ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES LO REPRESENTA MEJOR?

Me siento contento conmigo mismo porque soy capaz de conseguir las cosas que quiero	36,6%
Me siento contento porque puedo acceder a las cosas que todo el mundo quiere	6,6%
Me siento contento por permitirme un gusto	43,5%
Me siento orgulloso porque puedo mostrar que soy distinto	6,9%
No siento ninguna satisfacción adicional	3,9%
No tengo plata	1,9%
NS-NR	0,6%

39. HA COMPRADO UD. EN LA ÚLTIMA SEMANA...

	Sí	No	NS-NR
Diarios	39,0%	60,8%	0,2%
Revistas	10,5%	89,1%	0,4%

40. ¿TIENE UD. TV CABLE EN SU HOGAR?

Sí	No	NS-NR
33,0%	66,0%	1,0%

41. ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES PROGRAMAS DE TELEVISIÓN ES EL QUE MÁS LE GUSTA?

42. ¿COMENTA UD. DESPUÉS CON OTRAS PERSONAS, YA SEA EN SU HOGAR O AFUERA, LO QUE VE EN...?

	P. 41	P.42			
		Sí	No	No lo ve	NS-NR
Noticieros	34,5%	82,0%	10,2%	3,6%	4,2%
Programas estelares: Viva el lunes, etc	5,5%	46,8%	24,0%	27,1%	2,2%
Teleseries	10,1%	41,3%	23,4%	32,8%	2,4%
Programas de reportajes	21,4%	74,4%	13,6%	8,2%	3,9%
Programas deportivos	11,2%	43,9%	17,8%	35,5%	2,8%
Películas	11,3%	62,4%	20,9%	13,5%	3,1%
Series de TV	1,1%	36,0%	28,3%	33,6%	2,1%
Programas de música	3,1%	29,8%	25,4%	42,5%	2,3%
No veo televisión	1,5%				
NS-NR	0,5%				

SI CONTESTA CÓDIGO 9 EN PREG. 41, PASAR A PREG. 47

43. ESPECÍFICAMENTE DE LAS OCASIONES EN QUE PRENDE LA TELEVISIÓN, UD. DIRÍA QUE PREFERENTEMENTE...

La prende para ver programas específicos de su interés de los cuales conoce sus horarios	La prende para ver qué están dando y ahí decide que ver	La prende para sentirse acompañado, prestando atención sólo de vez en cuando	NS-NR
45,8%	39,9%	13,4%	1,0%

44. EN CUANTO A LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN, UD. PREFERE VER...

Programas producidos en Chile	Programas producidos en el extranjero	NS-NR
71,9%	22,9%	5,2%

45. APARTE DE ENTRETENER, ¿QUÉ OTRA FUNCIÓN CUMPLE LA TELEVISIÓN PARA UD.? LA TELEVISIÓN LE PERMITE...

Conocer cómo viven otras personas y sociedades	Estar con la familia y los amigos	Obtener conocimientos útiles para la vida diaria	Ninguna	NS-NR
33,0%	15,3%	47,4%	3,8%	0,6%

46. SÓLO EN REGIONES: HABITUALMENTE UD...

	Sí	No	NS-NR
Ve programas regionales	57,2%	40,8%	2,0%
Lee diarios regionales	53,0%	44,9%	2,1%
Escucha radios regionales	69,7%	28,4%	1,9%

47. LAS PERSONAS TIENEN O CULTIVAN DISTINTAS AFICIONES COMO PARTE DE SUS INTERESES; EN ESTE SENTIDO, ¿EN EL ÚLTIMO MES SE HA PREOCUPADO UD. POR CONSEGUIR O COMPRAR LOS LIBROS QUE A UD. LE INTERESAN?

Sí	No	NS-NR
23,5%	75,8%	0,7%

48. Y RESPECTO DE LA MÚSICA, ¿EN EL ÚLTIMO MES SE HA PREOCUPADO UD. POR CONSEGUIR O COMPRAR LOS TIPOS DE MÚSICA O DISCOS QUE LE INTERESAN?

Sí	No	NS-NR
28,8%	70,9%	0,3%

49. ¿HA IDO AL CINE EN EL ÚLTIMO MES?

Sí	No	NS-NR
10,7%	89,2%	0,1%

50. EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES, ¿HA IDO AL TEATRO, MUSEOS O EXPOSICIONES?

Sí	No	NS-NR
14,2%	85,5%	0,3%

51. ¿HA IDO A CONCIERTOS EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES?

Sí	No	NS-NR
6,4%	93,4%	0,2%

52. SÓLO PARA CÓDIGO 1 EN CUALQUIER PREGUNTA DESDE LA 47 A 51: LEER LIBROS, ESCUCHAR MÚSICA, IR AL TEATRO O AL CINE SON ACTIVIDADES QUE PRINCIPALMENTE A UD. LE AYUDAN A...

Desarrollarse como persona	Ampliar sus temas de conversación	Conocer otras maneras de pensar y vivir	NS-NR
40,3%	26,6%	28,6%	4,6%

53. ENTRE DOS PRODUCTOS QUE SIRVEN IGUAL, UD. PREFERIRÍA ELEGIR ...

El más bonito	El más barato	NS-NR
28,2%	69,6%	2,1%

54. ¿EN EL ÚLTIMO TIEMPO HA HECHO ALGO PARA MEJORAR SU APARIENCIA FÍSICA?

Sí	No	NS-NR
49,5%	50,2%	0,3%

55. ¿CON CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES SE IDENTIFICA MÁS UD...?

Hay que cuidar el cuerpo para sentirse bien	Hay que cuidar el cuerpo para trabajar / estudiar sin problemas	Hay que cuidar el cuerpo porque muestra lo que soy	NS-NR
58,9%	24,2%	14,1%	2,7%

56. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES LE CUESTA MÁS?

Reclamar o hacer reclamos a otros	Pedir ayuda a otras personas	Expresar ante otros sus sentimientos	Ponerle límites a la gente y decir que no	Conversar de intimidades con su pareja	NS-NR
18,5%	27,3%	21,9%	22,5%	7,2%	2,4%

57. ¿CON CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES SE IDENTIFICA UD. RESPECTO DEL TEMA DE LAS EMOCIONES?

El que expresa sus emociones puede relacionarse mejor con otros	El que controla sus emociones puede conseguir más fácilmente lo que quiere	El que acepta sus emociones puede ser más feliz	NS-NR
29,2%	24,3%	44,0%	2,5%



58. ¿QUÉ HACE REGULARMENTE EN SU TIEMPO LIBRE LOS FINES DE SEMANA? ¿Y EN SEGUNDO LUGAR? ¿Y EN TERCER LUGAR?

	1º lugar	2º lugar	3º lugar
Hace deportes	11,4%	2,9%	3,0%
Sale de paseo	16,6%	10,0%	6,8%
Sale de compras	3,5%	5,4%	4,3%
Asiste a espectáculos (cine, teatro, conciertos, etc.)	0,8%	1,5%	1,3%
Lee libros o escucha música	7,2%	7,7%	7,6%
Ve televisión	14,5%	20,2%	14,8%
Conversa	5,6%	12,5%	14,7%
Participa en algún grupo u organización	5,3%	3,8%	3,0%
Se dedica a algún hobby	4,1%	3,7%	3,3%
Visita amigos o parientes	9,3%	12,6%	14,2%
Descansa / Duerme	13,1%	13,8%	18,5%
Trabajar	7,2%	4,4%	6,1%
No tiene tiempo libre	0,5%	0,1%	0,3%
Nada	0,1%	0,1%	0,4%
Otras actividades	0,8%	0,9%	0,8%
NS-NR	0,1%	0,3%	0,8%

59. ¿DIRÍA UD. QUE TIENE TIEMPO LIBRE DE LUNES A VIERNES, ES DECIR DESPUÉS DEL TRABAJO O DE CUMPLIR SUS OBLIGACIONES RUTINARIAS?

Siempre	Algo	Poco	Nada	NS-NR
32,4%	27,8%	26,1%	13,0%	0,7%

60. DEL SIGUIENTE LISTADO CUÁL ES LA ALTERNATIVA QUE MEJOR IDENTIFICA LO QUE PARA UD. ES EL TIEMPO LIBRE...

Una oportunidad para hacer lo que yo quiera	Una oportunidad para hacer cosas útiles	Una oportunidad para conocer y compartir con más personas	NS-NR
39,1%	39,8%	20,3%	0,7%

61. ADEMÁS DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA HABITUALMENTE CON SU FAMILIA, ¿CUÁL O CUÁLES DE LAS SIGUIENTES REPRESENTAN ACTIVIDADES QUE UD. TAMBIÉN REALIZA CON SU FAMILIA? (SELECCIÓN MÚLTIPLE)

Conversan sobre política	Ven televisión juntos	Salen fuera juntos a pasear y divertirse	Conversan sobre problemas familiares	Visitan juntos a parientes	No hago cosas con mi familia	NS-NR
12,0%	49,6%	36,7%	55,9%	33,8%	5,3%	0,0%

62. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES REPRESENTA MEJOR O SE ENCUENTRA MÁS CERCANA A LO QUE LA FAMILIA ES PARA UD.?

Un lugar en el cual encontrar descanso y apoyo	Un ambiente en el que puedo ser como soy	Un ambiente en el que se aprende a relacionarse con las demás personas	NS-NR
54,7%	23,5%	19,6%	2,1%

63. UD. DIRÍA QUE EN LA ACTUALIDAD LAS FAMILIAS EN CHILE SON...

Una fuente de tensiones y problemas	Una institución en crisis	Un refugio frente a los problemas	Un lugar de amor	NS-NR
28,3%	31,3%	23,6%	15,4%	1,4%

64. CON RESPECTO AL TEMA DE LA AMISTAD, UD. DIRÍA QUE...

Tiene muchos amigos	Tiene pocos amigos	No tiene amigos, pero sí conocidos	NS-NR
20,1%	43,4%	36,0%	0,5%

65. EXISTEN DISTINTAS MANERAS EN LAS QUE LA GENTE DEFINE LA AMISTAD, PARA UD. LA AMISTAD ES...

Donde yo obtengo apoyo	Donde yo lo paso bien	Donde yo puedo compartir	NS-NR
37,2%	10,0%	50,4%	2,4%

66. ¿PARTICIPA UD. EN ALGUNA ORGANIZACIÓN TAL COMO: JUNTA DE VECINOS, GRUPO RELIGIOSO, CLUB DEPORTIVO U OTRA CUALQUIERA?

Sí	No	NS-NR
36,1%	63,6%	0,4%

67. EN EL ÚLTIMO TIEMPO EN CUÁL DE LOS SIGUIENTES ÁMBITOS UD. LO HA PASADO ESPECIALMENTE BIEN...

En el trabajo	Con los amigos	Con su familia	Solo, con ud. mismo / haciendo cosas solo	NS-NR
8,1%	15,6%	64,1%	11,1%	1,0%

68. EN GENERAL, ¿QUÉ TIENE UD. EN COMÚN CON LAS DEMÁS PERSONAS?

Ser todos hijos de Dios	Ser todos seres humanos	Ser ciudadanos	Ser chilenos	Vivir todos en una misma ciudad / región	Nada	NS-NR
43,8%	35,8%	5,0%	9,1%	5,3%	0,8%	0,3%

69. EXISTEN DISTINTAS FORMAS DE ENTENDER O DEFINIR "LO CHILENO", FRENTE A ESTO UD. CREE QUE...

Lo chileno está en nuestras costumbres, valores e historia	Hoy en día es difícil decir qué es lo chileno	No se puede hablar de lo chileno, todos somos distintos	NS-NR
41,7%	27,9%	30,1%	0,3%

70. AHORA VAMOS A HABLAR DE "LO CHILENO", MÁS ADELANTE HABLAREMOS DEL CHILE ACTUAL. PENSANDO EN LO QUE CARACTERIZA "LO CHILENO", LE VOY A MOSTRAR UNA SERIE DE IMÁGENES. EN SU OPINIÓN, ¿CUÁLES SERÍAN LAS DOS IMÁGENES QUE MEJOR REPRESENTAN "LO CHILENO"?

Categorías de Imágenes				
Paisajes	Lagos / volcán	12,0%	Portada de Antofagasta	4,7%
Comidas	Empanada / vino tinto	39,5%	Sandwich	0,6%
Historia épica	Abrazo de Maipú	15,0%	Combate Naval de Iquique	8,4%
Fiestas	Fondas, ramadas	33,6%	Festival de Viña	4,0%
Instituciones	Iglesia	4,5%	La Moneda	10,3%
Características psicosociales	Empresario	0,7%	Pobladora	14,4%
Personajes actuales	Pablo Neruda	23,3%	Iván Zamorano	22,3%
Catástrofes	Terremoto	3,3%	Inundaciones	2,5%

71. TODOS SABEMOS QUE LOS CHILENOS SOMOS UNA MEZCLA DE DISTINTAS CULTURAS, UNAS INDÍGENAS Y OTRAS EXTRANJERAS... UD. SE SIENTE MÁS CERCA DE...

La herencia cultural de los pueblos indígenas	La herencia cultural de los pueblos extranjeros	NS-NR
71,4%	24,7%	3,9%

72. AHORA HABLAREMOS DEL CHILE ACTUAL. LE VOY A MOSTRAR UN CONJUNTO DE IMÁGENES QUE DISTINTAS PERSONAS HAN UTILIZADO PARA DECIR CÓMO ES CHILE EN LA ACTUALIDAD. LE PEDIRÉ QUE ELIJA AQUELLA QUE, INDEPENDIENTE DE SU PREFERENCIA PERSONAL, REFLEJA MEJOR CÓMO ES EL CHILE DE HOY. (10 IMÁGENES)

Pobladora	7,5%	Hamburguesa	9,4%
Población	26,5%	Computador	10,4%
Pareja	4,9%	Selección	6,1%
Raperos	7,1%	Niñas en un pub	8,4%
Plata	14,3%	Virgen de Lourdes	4,8%
Ninguna	0,0%	No responde	0,7%

73. PENSANDO EN LA IMAGEN QUE UD. ELIGIÓ, ¿QUÉ TAN PARTE SE SIENTE UD. DEL PAÍS QUE DESCRIBE O REPRESENTA ESTA IMAGEN?

Mucho	Algo	Nada	NS-NR
26,4%	46,7%	26,2%	0,7%

74. Y PENSANDO EN ESTE MISMO CONJUNTO DE IMÁGENES, ¿CON CUÁL DE ELLAS SE SIENTE UD. MÁS IDENTIFICADO?

Pobladora	17,8%	Hamburguesa	3,0%
Población	12,9%	Computador	10,1%
Pareja	3,2%	Selección	10,6%
Raperos	2,3%	Niñas en un pub	10,3%
Plata	8,8%	Virgen de Lourdes	18,8%
Ninguna	0,0%	No responde	2,3%

75. PENSANDO AHORA EN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS CHILENOS, ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS DIRÍA UD. QUE SON LAS PRINCIPALES CUALIDADES DE NOSOTROS LOS CHILENOS...?

Trabajadores	18,4%	Amistosos, amables, agradables, simpáticos	19,1%
Patriotas	5,9%	Generosos, honrados	4,1%
Inteligentes	2,0%	Alegres, de buen humor, espontáneos	14,3%
Valientes, sufridos, sacrificados	34,2%	Otras cualidades	0,3%
Ninguna cualidad	1,3%	NS-NR	0,3%

76. PENSEMOS AHORA EN LOS PRINCIPALES DEFECTOS DE LOS CHILENOS, ¿CUÁLES DEL SIGUIENTE LISTADO SERÍAN LOS PRINCIPALES DEFECTOS DE LOS CHILENOS?

Flojos, cómodos, irresponsables, incumplidores	29,4%	Bebedores, borrachos, buenos para el trago	14,9%
Derrochadores, fiesteros	15,5%	Envidiosos, egoístas	9,4%
Ladrones, poco honrados	5,3%	Mal educados	8,3%
Ambiciosos, inconformistas	15,6%	Otros defectos	0,5%
Ningún defecto	0,5%	NS-NR	0,6%

77. LAS FORMAS EN QUE VIVEN LOS CHILENOS HAN TENIDO CAMBIOS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS. HAY PERSONAS QUE PIENSAN QUE ESTOS CAMBIOS HAN SIDO PARA MEJOR Y OTROS OPINAN QUE LOS CAMBIOS HAN SIDO PARA PEOR. AHORA LE PEDIRÉ SU OPINIÓN SOBRE ALGUNOS ASPECTOS. EN CUANTO A... (PARA CADA ALTERNATIVA)... UD. DIRÍA QUE...

	Los cambios han sido			
	Más bien positivos	Más bien negativos	No ha habido cambios	NS-NR
El sentimiento de chilenidad	36,9%	39,1%	21,7%	2,3%
La vida familiar	47,1%	38,2%	13,6%	1,1%
La religiosidad	39,8%	28,1%	28,7%	3,4%
La relación de los chilenos con la política	19,6%	61,7%	13,7%	5,0%
La manera de divertirse	32,8%	55,9%	8,9%	2,4%
Las posibilidades de comprar cosas	47,4%	42,2%	9,1%	1,4%
El rol de la mujer	83,3%	8,2%	7,0%	1,5%
Las relaciones laborales	29,3%	53,6%	14,4%	2,7%
La relación de los chilenos con el tema sexual	51,4%	31,9%	12,6%	4,1%
Los valores de los chilenos	33,9%	41,4%	21,5%	3,2%

78. SI UD. MIRA TODOS ESTOS CAMBIOS EN EL PAÍS, UD. DIRÍA QUE ESTOS CAMBIOS...

Tienen una dirección clara y se sabe donde van	Son cambios sin brújula y no tienen un destino claro	A pesar de estos cambios las cosas siguen siendo igual	NS-NR
13,7%	34,2%	49,8%	2,3%

79. PENSANDO EN LOS CAMBIOS QUE HA TENIDO CHILE EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, ¿CUÁL CREE QUE ES LA PRINCIPAL CAUSA DE ESTOS CAMBIOS...?

Sucesos políticos	La economía	Avances tecnológicos	Los cambios en el mundo	El carácter y personalidad de la gente	NS-NR
28,8%	27,0%	17,9%	14,1%	10,7%	1,4%

80. Y SI UD. MIRA EN GENERAL LOS CAMBIOS QUE HA TENIDO CHILE, CREE QUE...

Es más lo que hemos ganado	Es más lo que hemos perdido	NS-NR
35,8%	59,0%	5,2%

81. ¿EN QUÉ MOMENTO SE SIENTE UD. MÁS PARTE DE LA SOCIEDAD EN QUE VIVE?

Cuando está trabajando o estudiando	Cuando está con su familia	Cuando está con sus amigos	Cuando ve televisión o escucha radio	Cuando habla de lo que pasa en el país	NS-NR
26,5%	42,4%	5,8%	6,5%	17,6%	1,3%

82. HASTA AQUÍ HEMOS HABLADO DE DISTINTOS ASPECTOS ACERCA DE CHILE Y DE LOS CHILENOS. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES EMOCIONES REPRESENTA MEJOR LO QUE UD. SIENTE FRENTE A CHILE...?

Enojo	Orgullo	Desilusión	Confianza	Confusión	Ninguna	NS-NR
5,9%	16,4%	28,5%	17,4%	28,5%	2,0%	1,3%

83. COMPARANDO CHILE CON LOS PAÍSES VECINOS ¿LOS CHILENOS SON MÁS...?

	Sí	No	No se puede comparar	NS-NR
Flojos	37,8%	52,8%	8,2%	1,2%
Valientes	69,4%	22,4%	7,1%	1,2%
Egoístas	47,5%	44,8%	5,9%	1,8%
Patriotas	69,3%	23,8%	5,4%	1,5%

84. PARA MUCHAS PERSONAS EL CASARSE Y TENER HIJOS FORMA PARTE IMPORTANTE DE SUS PROYECTOS Y METAS EN LA VIDA; PARA UD. EL CASARSE Y TENER HIJOS...

Es parte del ciclo natural de la vida	Es una costumbre dada por la religión, la familia y las leyes	Es una opción de vida entre varias otras posibles	NS-NR
54,8%	11,7%	32,0%	1,5%

85. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES SE ACERCA MÁS A LA OPINIÓN QUE UD. TIENE DEL SISTEMA ECONÓMICO CHILENO?

Este sistema económico es el único que puede funcionar	Este sistema económico es lo que algunos pocos le han impuesto al país	Entre todos podemos cambiar este sistema económico	NS-NR
7,3%	33,2%	54,9%	4,7%

86. CON RESPECTO AL TEMA DE LAS DESIGUALDADES SOCIALES, YA SEAN ECONÓMICAS O CULTURALES, LE PEDIRÉ QUE ME INDIQUE CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES REFLEJA MEJOR SU OPINIÓN...

Las desigualdades sociales siempre han existido y seguirán existiendo	Las desigualdades sociales son producto del actual sistema económico	Las desigualdades son algo que como país podemos cambiar	NS-NR
50,4%	17,1%	30,6%	1,8%

87. ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES SENTIMIENTOS LO REPRESENTA MEJOR FRENTE AL SISTEMA ECONÓMICO CHILENO?

Confianza	Enojo	Orgullo	Inseguridad	Entusiasmo	Pérdida	Ninguna	NS-NR
16,4%	10,1%	1,6%	53,6%	4,5%	10,2%	2,5%	1,0%

88. FRENTE A LO QUE LE PROPONE EL SISTEMA ECONÓMICO DEL CHILE ACTUAL, UD...

Se siente motivado y trata de aprovechar al máximo las oportunidades que el sistema le brinda	20,1%
Hace todo lo que se espera de Ud. para ser parte del sistema económico	9,3%
Lo único que importa es satisfacer las necesidades suyas y de su familia	34,1%
Está dispuesto a hacer lo que sea necesario para lograr lo que quiere en la vida	23,5%
Sus valores se oponen a los que propone el sistema	8,7%
NS-NR	4,2%

89. PENSANDO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CHILE ACTUAL, UD. SE SIENTE...

Ganador	Perdedor	NS-NR
38,0%	52,0%	10,0%

90. EN SU OPINIÓN QUÉ ES MEJOR PARA EL DESARROLLO DEL PAÍS...

Que las personas tengan intereses y opiniones comunes	Que haya diferencias de opiniones e intereses	NS-NR
44,6%	52,3%	3,1%

91. PENSANDO EN UD. Y LAS DEMÁS PERSONAS, UD. CREE QUE...

La mayoría de las personas tienen valores similares a los suyos	Sólo algunas personas comparten sus valores	NS-NR
18,8%	78,9%	2,3%

92. TODAS LAS PERSONAS FORMAMOS PARTE DE LA SOCIEDAD, AUNQUE CADA UNO A SU MANERA. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES REPRESENTA MEJOR LO QUE ES LA SOCIEDAD PARA UD.?

Son las leyes y normas que ordenan las relaciones entre las personas	Algo que hace posible que cada uno pueda satisfacer sus necesidades	La manera de convivir y relacionarse con las demás	Un conjunto de obligaciones que limitan la libertad de las personas	NS-NR
22,6%	14,3%	45,1%	15,6%	2,4%

93. ESTÁ UD. DE ACUERDO O EN DESACUERDO CON LA SIGUIENTE AFIRMACIÓN: SI EN MI CASA LAS COSAS ANDAN BIEN, LA SITUACIÓN DEL PAÍS ES POCO IMPORTANTE PARA MÍ.

De acuerdo	En desacuerdo	NS-NR
31,6%	67,3%	1,1%

94. EN NUESTRA VIDA COTIDIANA COMPARTIMOS CON DISTINTAS PERSONAS, QUE SE DIFERENCIAN ENTRE SI POR TENER DISTINTAS CUALIDADES. AL RESPECTO, ¿DIRÍA UD. QUE PREFERE RELACIONARSE... ?

Con gente parecida a usted con la que pueda compartir experiencias comunes	Con gente distinta a usted que le permita conocer otras experiencias y valores	NS-NR
48,81%	50,0%	1,2%

95. GENERALMENTE LAS PERSONAS COMO UD...

Se ponen metas para el futuro	Viven el presente, tomando las cosas como vienen	NS-NR
62,2%	37,3%	0,5%

96. SEGÚN SU EXPERIENCIA CUÁL DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES OCURRE CON MAYOR FRECUENCIA...

En la sociedad cuando se discuten las diferencias de opiniones normalmente se llega al conflicto	En la sociedad la discusión de las diferencias de opiniones normalmente conduce a lograr buenas soluciones	NS-NR
39,6%	56,0%	4,4%

97. PENSANDO EN LAS SOLUCIONES DE LOS PROBLEMAS DEL PAÍS, UD. CREE QUE...

Las soluciones necesitan tiempo	Si las soluciones no son rápidas no son soluciones	NS-NR
66,4%	32,2%	1,4%

98. EN TODAS LAS SOCIEDADES SE PRODUCEN CONFLICTOS. CUANDO ESTOS SE PRODUCEN, ¿QUÉ DEBIERA HACERSE...?

Dejar que se muestren los conflictos para que aparezcan los problemas	Tratar de evitar los conflictos para que las cosas no pasen a mayores	NS-NR
27,5%	69,9%	2,6%

99. SE HA SENTIDO UD. DISCRIMINADO

	Sí	No	NS-NR
Por ser de una región en particular	12,9%	86,7%	0,4%
Por su clase o posición social	21,7%	77,9%	0,5%
Por ser mujer / hombre	12,4%	87,2%	0,4%

100. ¿QUÉ ES MÁS IMPORTANTE PARA SU VIDA ?

Lo que pasa en el barrio o sector en el que Ud. vive	Lo que pasa en su ciudad	Lo que pasa en su región	Lo que pasa en el país	Lo que pasa en el mundo	NS-NR
17,9%	8,7%	4,8%	40,3%	26,6%	1,7%

101. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS EXPRESA MEJOR SU ESPIRITUALIDAD O INCLINACIÓN RELIGIOSA?

Creo en Dios a mi manera	Creo en Dios y participo en una Iglesia	Soy una persona espiritual / mística	No creo en Dios, creo sólo en la dignidad del ser humano	Ninguno	NS-NR
57,9%	33,4%	5,2%	2,2%	0,9%	0,4%

102. MIRANDO EL RUMBO QUE HA TOMADO SU VIDA, UD. CREE QUE ESE RUMBO HA SIDO PRINCIPALMENTE EL RESULTADO DE...

Sus decisiones personales	Las circunstancias que le ha tocado vivir	NS-NR
43,4%	55,2%	1,3%

103. CUANDO UD. SIENTE Y PIENSA QUE ESTÁ EN LO CORRECTO, ¿ESTÁ DISPUESTO A SEGUIR ADELANTE AUNQUE VAYA EN CONTRA DE LA OPINIÓN DE...

	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca	NS-NR
Sus padres	38,0%	18,4%	23,6%	16,4%	3,5%
Su pareja	32,9%	19,2%	24,0%	15,2%	8,7%
La Iglesia	27,2%	13,0%	22,2%	33,6%	4,0%
El qué dirán	53,2%	11,3%	13,2%	20,6%	1,7%

104. ¿CÓMO LE GUSTARÍA SER RECORDADO ?

Como alguien que se entregó a los demás y fue querido por ellos	Como alguien que salió adelante contra viento y marea	Como alguien que fue fiel a sus sueños y vivió de acuerdo a lo que se propuso	Como alguien que siempre supo cumplir con su deber	NS-NR
18,4%	23,4%	24,1%	32,6%	1,5%

105. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES DOS FRASES LO REPRESENTA MEJOR A UD.?

En la vida uno tiene que hacer lo que hay que hacer	Yo analizo mi vida y veo qué hacer	NS-NR
38,3%	60,7%	1,0%

106. ¿SE SENTIRÍA UD. INCÓMODO SI SU FAMILIA TUVIERA UN MENOR NIVEL DE VIDA QUE SUS VECINOS?

Sí	No	NS-NR
20,4%	78,4%	1,2%

107. EL MUNDO ACTUAL PODRÍA DEFINIRSE COMO UNA CARRERA EN QUE LAS DISTINTAS PERSONAS CORREN POR ALCANZAR METAS. EN ESTA CARRERA, ¿QUÉ ES LO MEJOR...?

Intentar ganar y ser el mejor	No quedarse atrás	Ir a su ritmo	NS-NR
23,4%	38,7%	36,3%	1,7%

108. SI COMPARAMOS EL MUNDO QUE LES TOCÓ VIVIR A SUS PADRES O ABUELOS CON EL MUNDO QUE LE TOCA VIVIR A UD., DIRÍA QUE EL MUNDO ACTUAL ES...

Más difícil de entender	Es más fácil de entender	NS-NR
61,3%	36,4%	2,3%

109. RESPECTO DE LA POLÍTICA UD. CREE QUE...

Hay que interesarse por la política para poder cambiar la marcha del país	15,4%
Me siento responsable por el rumbo que tome el país, pero desconfío de los partidos políticos	15,6%
Hay que participar en los asuntos de la comunidad pero sin meterse en política	17,4%
La política me interesa si me ayuda a resolver mis problemas	7,4%
Cada cual tiene que arreglárselas como pueda porque la política no sirve para nada	27,0%
Ir a votar es la manera de participar en política	12,9%
NS-NR	4,4%

110. SI TUVIERA QUE EXPLICAR A UN NIÑO LO QUE ES LA DEMOCRACIA EN CHILE, ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES EJEMPLOS UTILIZARÍA?

Un supermercado donde cada uno saca lo que necesita	Un barco donde todos -de capitán a marinero- colaboran	Un partido de fútbol donde se trata de ganar pero con reglas de juego iguales para todos	Un juego de azar donde muchos juegan y pocos ganan	NS-NR
13,5%	21,8%	24,3%	35,4%	5,0%

111. ¿CON CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES ESTÁ UD. MÁS DE ACUERDO?

La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno	En algunas circunstancias es mejor un gobierno autoritario que uno democrático	A la gente como uno le da lo mismo un gobierno democrático que uno autoritario	NS-NR
45,0%	18,4%	32,0%	4,6%

112. HABLANDO DE CHILE UD. DIRÍA QUE ...

	Acuerdo	En desacuerdo	NS-NR
La mayoría de la gente con poder trata de aprovecharse de Ud.	63,2%	35,2%	1,6%
La gente como Ud. se siente marginada de lo que pasa alrededor suyo	36,4%	61,4%	2,2%
La opinión de gente como Ud. no cuenta mucho en el país	65,1%	32,4%	2,6%
Los políticos están realmente preocupados por lo que le pasa a Ud.	12,7%	84,8%	2,5%

113. UTILIZANDO UNA ESCALA DE NOTAS DE 1 A 7, DONDE 1 ES MUY MALO Y 7 ES MUY BUENO, ¿QUÉ NOTA LE PONDRÍA A LA CIUDAD O LOCALIDAD DONDE UD. VIVE EN CUANTO A...?

	Promedio	Desv. estándar	NS-NR
Calidad del aire	5,1	1,9	0,4%
Oportunidades de recreación	4,5	1,6	0,9%
Calidad de la educación	5,1	1,4	1,1%
Oportunidades laborales	3,2	1,6	0,8%
Seguridad	3,9	1,8	0,4%
Manera de ser de la gente	4,6	1,5	0,7%
Calidad de los servicios de salud	4,2	1,7	1,1%

114. ¿HA PENSADO EN IRSE A VIVIR A OTRA CIUDAD O REGIÓN?

Sí	No	NS-NR
42,1%	57,5%	0,4%



115. ¿HA PENSADO EN IRSE A VIVIR AL EXTRANJERO?

Sí	No	NS-NR
25,0%	74,7%	0,3%

116. EN SU LOCALIDAD / CIUDAD / REGIÓN SE VIVE...

Mejor que en otras localidades /ciudades /regiones	Peor que en otras localidades /ciudades /regiones	NS-NR
74,9%	16,6%	8,6%

117. ¿SE VISITA UD. DE VEZ EN CUANDO CON SUS VECINOS?

Sí	No	NS-NR
42,2%	57,5%	0,3%

118. CUANDO UD. DECIDE SALIR DE SU CASA A PASEAR, DISFRUTA MÁS YENDO A...

Centros comerciales	Plazas, parques y paseos públicos	Ninguno de los dos anteriores	NS-NR
18,7%	57,1%	23,0%	1,2%

119. EN LOS ÚLTIMOS AÑOS CHILE HA RECIBIDO INFLUENCIA EXTRANJERA EN MANIFESTACIONES CULTURALES COMO EL CINE, LA TELEVISIÓN, ARTISTAS Y EXPOSICIONES. UD. CREE QUE...

Esto es malo para la chilenidad y cultura chilena	Esto es bueno para nuestra cultura	NS-NR
24,8%	71,7%	3,5%

120. UD. DIRÍA QUE EN GENERAL...

Se puede confiar en las personas	No se puede confiar en las personas	NS-NR
24,0%	73,7%	2,3%

121. EN LOS ÚLTIMOS AÑOS LA ECONOMÍA CHILENA HA RECIBIDO LA INFLUENCIA DE EMPRESAS E INVERSIONISTAS EXTRANJEROS. UD. CREE QUE...

Esto es una oportunidad de desarrollo para el país	Esto es una amenaza para la autonomía del país	NS-NR
60,8%	35,6%	3,6%

122. ¿HA VIAJADO FUERA DE CHILE EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS?

Sí	No	NS-NR
14,1%	85,5%	0,5%

A CONTINUACIÓN LE VOY A LEER ALGUNAS FRASES Y LE PEDIRÉ QUE ME DIGA SI ESTÁ DE ACUERDO O EN DESACUERDO CON CADA UNA DE ELLAS

123. ACEPTARÍA QUE ALGUNO DE LOS PROFESORES DE MI HIJO FUERA HOMOSEXUAL

De acuerdo	En desacuerdo	NS-NR
28,7%	68,7%	2,6%

124. ES MOLESTO VIVIR CERCA DE POBLACIONES POBRES

De acuerdo	En desacuerdo	NS-NR
33,3%	63,3%	2,4%

125. EN LOS COLEGIOS Y LICEOS SE DEBERÍA ACEPTAR A JÓVENES CON PELO LARGO Y AROS

De acuerdo	En desacuerdo	NS-NR
35,5%	63,0%	1,5%

126. EL CONSUMO PRIVADO DE DROGAS DEBIESE ESTAR PENADO POR LA LEY

De acuerdo	En desacuerdo	NS-NR
83,5%	15,3%	1,2%

127. CHILE ES UN PAÍS MÁS AVANZADO QUE SUS VECINOS PORQUE HAY MENOS INDÍGENAS

De acuerdo	En desacuerdo	NS-NR
27,1%	69,2%	3,7%

128. CUANDO EXISTE ESCASEZ DE TRABAJO LOS HOMBRES DEBIESEN TENER MAYOR PRIORIDAD QUE LAS MUJERES PARA CONSEGUIR TRABAJO

De acuerdo	En desacuerdo	NS-NR
40,2%	57,9%	1,9%

129. EL ABORTO DEBIESE PERMITIRSE EN ALGUNOS CASOS ESPECIALES

De acuerdo	En desacuerdo	NS-NR
55,5%	42,9%	1,7%

130. ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ÁMBITOS ES MÁS IMPORTANTE PARA UD..?

Una economía estable	Vivir en un medio ambiente limpio y protegido	La lucha contra la delincuencia	Vivir en una sociedad menos impersonal y mas humana	NS-NR
30,7%	16,2%	19,2%	33,1%	0,8%

131. SI LE PREGUNTARAN A QUÉ CLASE SOCIAL PERTENECE, UD. DIRÍA QUE ES DE CLASE...

Alta	Media alta	Media media	Media baja	Baja	Ninguna	NS-NR
0,2%	4,7%	42,7%	35,6%	15,3%	0,7%	0,8%

132. ¿POR QUIÉN VOTÓ UD. EN LA SEGUNDA VUELTA DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES RECIÉN PASADAS...?

Ricardo Lagos	Joaquín Lavín	Ninguno	No está inscrito	NS-NR
35,8%	24,8%	14,8%	16,6%	8,1%

133. SI LAS PRÓXIMAS ELECCIONES PARLAMENTARIAS FUESEN EL PRÓXIMO DOMINGO, UD. CREE QUE VOTARÍA POR...

Por un candidato partidario del actual gobierno	Por un candidato en oposición al actual gobierno	No sabe por quién votará	No sabe si votaría	NS-NR
21,3%	25,6%	27,7%	17,6%	7,7%

134. POLÍTICAMENTE USTED ESTÁ MÁS CERCA DE...

Derecha	Centro derecha	Centro	Centro izquierda	Izquierda	Ninguna	NS-NR
14,5%	7,1%	7,0%	11,2%	12,8%	41,0%	6,4%

## ANEXO 7

### Índice Encuesta PNUD 2001

Índice	Componentes	Operacionalización	Valores o categorías	Distribución (%)
<b>Actitud electoral</b>	Pregs. 132 y 133	Índice resultante del cruce de las pregs. componentes y de asignar categorías a las celdas resultantes de acuerdo al posicionamiento votante - no votante	Votante	46,8
			No votante	13,3
			No inscrito	12,0
			No sabe	4,2
			Indeciso	23,7
<b>Actitud política(1)</b>	Pregs. 132, 133 y 134	Índice resultante del cruce de las pregs. componentes y de asignar categorías a las celdas resultantes de acuerdo al posicionamiento Concertación-oposición observado	Concertación	14,7
			Oposición	12,7
			Ninguno	70,1
			No responde	2,5
<b>Actitud política(2)</b>	Pregs. 132 y 133	Índice resultante del cruce de las pregs. componentes y de asignar categorías a las celdas resultantes de acuerdo al posicionamiento partidario del gobierno- opositor al gobierno observado	Partidario	17,6
			Opositor	16,0
			Ninguno	62,8
			No responde	3,5
<b>Actividad fin de semana</b>	Preg. 58(1)	Corresponde a la recategorización de las respuestas de la preg. componente (primera mención)	Organización/amigos	14,6
			Individuales	23,5
			Ve TV	14,5
			Compras/trabajo	10,7
			Paseo	16,6
			Conversa/descansa	18,7
			Otras, NS-NR	1,4
<b>Cambios en Chile</b>	Preg. 77	Índice aditivo de indicadores tricotómicos (negativo-neutro-positivo) de percepciones de cambio en cada uno de los ítems de la pregunta componente (10 ítems). El resultado se recodifica en 4 categorías	Positivos	41,5
			Negativos	37,8
			Positivos y negativos	12,1
			No ha habido cambios	8,6
<b>Carga de responsabilidad</b>	Pregs. 1, 13, 14, 15, 16 y 17	Índice aditivo de indicadores dicotómicos (presencia-ausencia) de individuos sobre los cuales el entrevistado tiene responsabilidad (él mismo, pareja, hijos, etc.). El resultado se recodifica en 6 categorías ordinales	Nula	16,3
			Baja	12,2
			Media baja	12,8
			Media	12,0
			Media alta	22,0
			Alta	24,8
<b>Consumo cultural</b>	Preguntas 47, 48, 49, 50, 51, 39_1 y 39_2	Índice aditivo de indicadores dicotómicos (presencia-ausencia) de categorías asociadas al tema de consumo cultural. El resultado se recodifica en 4 categorías ordinales	Mínimo	38,4
			Bajo	25,4
			Medio	26,6
			Alto	9,7
<b>Diversidad del consumo de TV</b>	Pregs. 41 y 42	Índice aditivo de indicadores tricotómicos (no ve - ve - ve y comenta) de programas de TV que consume. El resultado se recodifica en 3 categorías	Baja	25,4
			Media	30,2
			Alta	44,5
<b>Fuentes de identidad</b>	Pregs. 30_1, 30_2 y 30_3	Corresponde a la recategorización de la primera respuesta distinta a familia e hijos	Autorreferidas	34,9
			Clásicas	28,8
			Adscripción	27,4
			Otras	9,0
<b>Imagen de familia</b>	Pregs. 30, 45, 67, 61(1), 61(2), 61(3), 61(4), 61(5), 61(6), y 62	Agrupaciones resultantes de un análisis de conglomerados (4 grupos) sobre las seis primeras dimensiones del análisis de correspondencias múltiples de las pregs. componentes, y la interpretación de dichos grupos a partir de las similitudes observadas	Distante	14,3
			Relacional	17,4
			Normativa	42,8
			Abnegada	25,5
<b>Imagen del sistema económico</b>	Pregs. 85, 86, 87, 88 y 89	Agrupaciones resultantes de un análisis de conglomerados (4 grupos) sobre las dos primeras dimensiones del análisis de correspondencias múltiples de las pregs. componentes, y la interpretación de dichos grupos a partir de las similitudes observadas	Perdedor inconformista	19,1
			Perdedor oportunista	30,1
			Perdedor crítico	17,8
			Ganador sacrificado	17,1
			Ganador confiado	16,0

Índice	Componentes	Operacionalización	Valores o categorías	Distribución (%)
<b>Imaginario de país</b>	Tipos de sociabilidad, Imaginario político, Imagen del sistema económico y lo chileno	Agrupaciones resultantes de un análisis de conglomerados (5 grupos) sobre las seis primeras dimensiones del análisis de correspondencias múltiples de las pregs. componentes, y la interpretación de dichos grupos a partir de las similitudes observadas	Triunfador económico	13,6
			Individuo cívico	14,6
			Vecino utilitarista	19,1
			Crítico desilusionado	25,9
			Asocial molesto	26,8
<b>Imaginario político</b>	Pregs. 109, 110, 111	Agrupaciones resultantes del cruce de las dos primeras dimensiones del análisis de correspondencias múltiples de las pregs. componentes, y la interpretación de dichos grupos a partir de las similitudes observadas	Ciudadano democrático	31,7
			Ciudadano desconfiado	13,4
			Ciudadano instrumental	28,2
			Ciudadano desvinculado	26,6
<b>Impotencia</b>	Pregs. 112_1 (1) , 112_2 (1) , 112_3 (1) y 112_4 (2)	Índice aditivo de indicadores dicotómicos (presencia-ausencia) de categorías asociadas al tema de impotencia	Muy bajo	3,8
			Bajo	16,6
			Medio	27,1
			Alto	31,2
			Muy alto	21,3
<b>Índice de chauvinismo</b>	Pregs. 83_1 (2), 83_2 (1), 83_3 (2) y 83_4 (1)	Índice aditivo de indicadores dicotómicos (presencia-ausencia) de categorías asociadas al tema del chauvinismo	Nulo	8,4
			Bajo	15,8
			Medio	26,5
			Fuerte	29,6
			Muy fuerte	19,6
<b>Lo chileno</b>	Pregs. 69, 77(1) y 82	Agrupaciones resultantes del cruce de las dos primeras dimensiones del análisis de correspondencias múltiples de las pregs. componentes, y la interpretación de dichos grupos a partir de las similitudes observadas	Chileno orgulloso	33,0
			Chileno inseguro	37,6
			Chileno molesto	29,4
<b>Manejo de herramientas</b>	Pregs. 7, 8, 9, 10, 11 y 40	Índice aditivo de indicadores dicotómicos (presencia-ausencia) de herramientas asociadas a cada respuesta. El resultado se recodifica en 4 categorías ordinales	Nulo	34,0
			Bajo	26,3
			Regular	24,6
			Bueno	15,1
<b>Modo de vida</b>	Amistad (Preg. 64), imagen de familia, fuentes de identidad, religiosidad, uso del tiempo libre, tipología de consumo y tipología de espectadores de televisión, consumo cultural.	Agrupaciones resultantes de un análisis de conglomerados (6 grupos) sobre las primeras dimensiones del análisis de correspondencias múltiples de las pregs. componentes, y la interpretación de dichos grupos a partir de las similitudes observadas	Luchador familista	21,7
			Aspirante inseguro	16,3
			Satisfecho familiar	21,5
			Individuo estilizado	10,2
			Proveedor conformista	20,0
			Marginado descreído	10,3
<b>Individualización</b>	Pregs. 102, 103(1), 103(2), 103(3), 104 y 105	Agrupaciones resultantes de un análisis de conglomerados (4 grupos) sobre las seis primeras dimensiones del análisis de correspondencias múltiples de las pregs. componentes, y la interpretación de dichos grupos a partir de las similitudes observadas	Baja	18,6
			Media baja	32,9
			Media alta	31,5
			Alta	16,9
<b>Programa de TV que más le gusta</b>	Preg. 41	Corresponde a la primera mención de tipo de programa que más le gusta entre las menciones múltiples asociadas a la preg. componente	Noticiarios	35,4
			Programas estelares	5,5
			Teleseries	10,0
			Programas de reportajes	21,2
			Programas deportivos	11,0
			Películas-series	12,1
			Música	2,9
			No veo televisión	1,5
NS-NR	0,5			
<b>Religiosidad</b>	Pregs. 5, 6 y 103	Tipología resultante del cruce de las pregs. componentes y de asignar categorías a las celdas resultantes de acuerdo al posicionamiento creyente - no creyente	Nominales	21,8
			Observantes	39,3
			Practicantes	31,7
			No creyente	7,2

Índice	Componentes	Operacionalización	Valores o categorías	Distribución (%)
<b>Tiempo libre en la semana</b>	Preg. 59	Dicotomización de las alternativas de respuesta a la preg. componente, de acuerdo a la presencia (siempre) o ausencia (algo-poco-nada) de tiempo libre en la semana	Sí	32,4
			No	66,9
			NS-NR	0,7
<b>Tipología de consumo</b>	Pregs. 37, 53, 35, 36 y 38	Agrupaciones resultantes de un análisis de conglomerados (4 grupos) sobre las primeras dimensiones del análisis de correspondencias múltiples de las pregs. componentes, y la interpretación de dichos grupos a partir de las similitudes observadas	Modelo	26,3
			Existencial	18,8
			De bienestar	12,6
			Necesitado	42,3
<b>Tipología de espectadores de televisión</b>	Pregs. 43, 44, 45 y programa de TV que más le gusta y consumo de TV	Agrupaciones resultantes de un análisis de conglomerados (3 grupos) sobre las primeras dimensiones del análisis de correspondencias múltiples de las pregs. componentes, y la interpretación de dichos grupos a partir de las similitudes observadas	Compañía	29,2
			Entretención	40,2
			Información	30,6
<b>Tipos de sociabilidad</b>	Pregs. 81, 93 y 100 (orientación a la sociedad o foco de pertenencia); 124 y 127 (tolerancia); 64, 66, 117 y 120 (sociabilidad)	Agrupaciones resultantes de un análisis de conglomerados (4 grupos) sobre las dos primeras dimensiones del análisis de correspondencias múltiples de las pregs. componentes, y la interpretación de dichos grupos a partir de las similitudes observadas	Privatista asocial	27,0
			Privatista amistoso	14,6
			Integrado retraído	32,8
			Integrado expansivo	25,6
<b>Tolerancia y no discriminación</b>	Pregs. 124, 125, 126, 127, 128 y 129	Índice aditivo de indicadores dicotómicos (presencia-ausencia) de categorías asociadas al tema de tolerancia y no discriminación. El resultado se recodifica en 5 categorías ordinales	Baja	13,1
			Media baja	19,7
			Media	23,8
			Media alta	22,2
			Alta	21,2
<b>Tolerancia y no discriminación dicotomizado</b>	Índice de tolerancia y no discriminación	Recodificación del "índice de tolerancia y no discriminación". Categorías baja, media baja y media versus categorías media alta y alta	Menor	56,0
			Mayor	44,0
<b>Trayectoria económica subjetiva</b>	Pregs. 21 y 23	Índice ordinal que captura la evolución del entrevistado en relación con la percepción de cambio en su situación económica, desde el pasado al presente y desde el presente al futuro (cualquiera sea la percepción acerca de su situación económica actual), a partir del cruce bivariado de las pregs. componentes	Muy negativa	11,4
			Negativa	13,2
			Neutra	20,6
			Positiva	22,3
			Muy positiva	25,8
			Sin dato	6,7
<b>Uso del tiempo libre</b>	Pregs. 60, tiempo libre en la semana, actividad fin de semana	Agrupaciones resultantes de un análisis de conglomerados (5 grupos) sobre las primeras dimensiones del análisis de correspondencias múltiples de las pregs. componentes, y la interpretación de dichos grupos a partir de las similitudes observadas	Sociable	18,3
			Autorrealizado	25,0
			Utilitario	24,9
			Reparador	17,7
			Pasivo	14,0

## ANEXO 8

### Mapa del Campo Cultural en Chile

#### GLOSARIO

##### Ámbitos

**Ámbito artístico:** considera aquellas manifestaciones relacionadas con actividades expresivas vinculadas tradicionalmente con el arte, que buscan generar un goce estético e intelectual. Estas

constituyen lo que se podría llamar el "núcleo cultural". Los subámbitos comprendidos son: literatura, audiovisual, artes escénicas, música, plástica, artesanía y patrimonio.

**Ámbito sociabilidad y recreación:** conformado por aquellas actividades relacionadas con la diver-