



INJUV
Ministerio de
Desarrollo Social

Gobierno de Chile

Serie de **ESTUDIOS**
INJUV

Opinión Pública Joven

Volumen 8



INJUV
Ministerio de
Desarrollo Social

Gobierno de Chile

Serie de **ESTUDIOS**
INJUV

Opinión Pública Joven

Volumen 8



Opinión Pública Joven
Instituto Nacional de la Juventud, 2014

Autoridades INJUV
Nicolás Duhalde C., Director Nacional.
Álvaro Pillado I., Subdirector Nacional.

Edición y coordinación
Programa Observatorio de Juventud.

Departamento de Planificación y Estudios, Instituto Nacional de la Juventud.
Gobierno de Chile.

Editor
Marcel Aubry.
Coordinador de Estudios.
Instituto Nacional de la Juventud.

Preparación de textos y de la información cuantitativa
Departamento de Planificación y Estudios, Instituto Nacional de la Juventud.
María Isabel Urzúa, colaboradora externa.

Diseño muestral, recolección de la información, elaboración de la base de datos
y preparación original de resultados y conclusiones
Encuestas 2012: Gemines Consultores.
Encuestas 2013: Cadem S.A.

Asesora gráfica
Constanza Arends G.

Concepto gráfico
Simple! Comunicación.

Diseño e impresión
Grafnika Ltda.

Este libro y el material que contiene se insertan en el convenio de colaboración con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para el fortalecimiento y desarrollo de políticas públicas en juventud.

Índice

Presentación	4
Introducción	6
Capítulo 1: Interés cívico.....	9
Capítulo 2: Inscripción automática y elecciones.....	29
Capítulo 3: Estilos de vida saludable	49
Capítulo 4: Expectativas individuales y del país.....	73
Capítulo 5: Prácticas de control en la pareja.....	95
Capítulo 6: Prácticas económicas: educación financiera y emprendimiento.....	107
Capítulo 7: Trabajo.....	127
Capítulo 8: Tiempo libre.....	141
Anexos	
A1. Encuestas incluidas en este volumen.....	152
A2. Anexo metodológico.....	153

Presentación

El Instituto Nacional de la Juventud es un servicio público descentralizado, encargado de colaborar con el Poder Ejecutivo en el diseño, planificación y coordinación de políticas públicas, referidas a los asuntos juveniles, según lo dispuesto en la Ley N° 19.042.

Además, la Ley N° 19.042 establece las funciones específicas para esta institución, las cuales son:

- » Estudiar y proponer al Presidente de la República las políticas y los planes generales que deban efectuarse para diagnosticar y buscar soluciones a los problemas de juventud, en todas las áreas de las actividades nacionales.
- » Proponer e impulsar programas específicos para jóvenes en todos los campos en que actúa la administración del Estado.
- » Estimular el conocimiento y la participación de la juventud, promoviendo y financiando estudios, trabajos, campañas, seminarios y otras iniciativas similares.
- » Estudiar y proponer al Presidente de la República iniciativas legales, relacionadas con la situación de la juventud.

Dentro de este marco institucional, las funciones que le competen al Departamento de Planificación y Estudios del Instituto Nacional de la Juventud están referidas a la realización de estudios, investigaciones y otros trabajos que sirvan de base para proponer las políticas y los planes generales necesarios que diagnostiquen y busquen soluciones para los problemas de juventud. En virtud de ello, desde 2003, el Instituto Nacional de la Juventud ha constituido un "Observatorio de Juventud", cuyo objetivo principal consiste en generar una mirada integrada respecto del fenómeno juvenil, capaz de aportar información precisa e incidir en las representaciones que los distintos actores tienen de la población joven de nuestro país. En efecto, dado que diversas instituciones públicas y privadas realizan investigaciones sobre la juventud, creemos que nuestra tarea principal, no es sólo producir información relativa a la realidad juvenil, sino que también ser capaces de procesar e integrar dicha información, de manera de transformarla en conocimiento útil para la formulación fundada de intervenciones que mejoren la calidad de vida de la juventud chilena.

Los volúmenes de "Estudios del INJUV", que ya llevan siete ediciones desde 1999, han sido diseñados con el fin de dar a conocer, ya sea en forma de compilación de artículos o de libro, los principales resultados obtenidos por diversas investigaciones que realiza el Instituto Nacional de la Juventud. Con ello, se busca contribuir a la difusión del conocimiento producido por nuestra institución, para así avanzar en la construcción de una mirada integrada respecto de la juventud.

El Instituto Nacional de la Juventud en su objetivo de estudiar y proponer al Presidente de la República iniciativas legales relacionadas con la situación de la juventud, ha diseñado un conjunto de

estudios puntuales para conocer la opinión de la juventud chilena sobre ciertos temas coyunturales. En ese sentido, este instrumento se ha mostrado como una herramienta flexible para adecuar la agenda del INJUV a los intereses de sus beneficiarios y fortalecer el rol del Instituto como agente experto en información sobre temas juveniles.

El presente "Estudio del INJUV", correspondiente al octavo volumen, titulado "Opinión Pública Joven", presenta el resultado de este esfuerzo, durante 2012 y 2013. El estudio consiste en un conjunto de encuestas telefónicas orientadas a proveer información detallada sobre las percepciones de la juventud, respecto de ciertas problemáticas en que se determinen necesidades de información a lo largo del año. De este modo se decidió hacer ocho encuestas telefónicas anuales que permitan conocer de manera precisa las percepciones, tanto de mujeres como de hombres, que componen la población juvenil chilena.

Con esta serie de encuestas se consolida un trabajo iniciado en años anteriores (al menos desde 2008) en que se realizaban encuestas telefónicas ejecutadas directamente por el INJUV. En 2012, para mejorar el valor de la información que se provee, se decidió licitar el proceso para que fuese llevado a cabo con la máxima rigurosidad posible y conforme a los mejores estándares de la industria nacional de encuestas, lo cual continuó en 2013.

Nicolás Duhalde Correa
Director Nacional

Introducción

El objetivo de este volumen es presentar una selección de los resultados de las encuestas de opinión, llevadas a cabo por el INJUV durante los años 2012 y 2013. Antes de proceder a aquella presentación, nos parece importante exponer algunas ideas generales sobre el proyecto, el concepto y la organización de este volumen.

El objetivo general del proyecto, durante ambos años, fue levantar y analizar información sobre temas coyunturales, a través de ocho encuestas telefónicas por año, a nivel nacional, referente a las percepciones de la población joven: varones y mujeres de entre 15 y 29 años de edad.

De esta forma, se alcanzaron a cubrir 16 temas, más un tema que se hizo mediante la acumulación de tres encuestas sucesivas.

Temas 2012	Temas 2013
Información política.	Participación en elecciones primarias.
Voluntariado.	Leyes de control del consumo de alcohol y de tabaco.
Identidad joven.	Endeudamiento.
Agenda juvenil.	Prácticas de control en la pareja.
Participación en elecciones municipales.	Emprendimiento.
Imagen del INJUV.	Sustentabilidad ambiental.
Compatibilidad entre trabajo y estudio.	Flexibilidad laboral.
Meritocracia.	Uso del tiempo libre.
Vida saludable.	

Las encuestas incluidas en este volumen se pensaron para ejecutarlas a nivel nacional, sobre la población joven de entre 15 a 29 años de edad, entrevistando tanto a hombres como mujeres. El método es de entrevistas telefónicas, lo cual constituye una opción adecuada en términos de costo, ya que se puede abarcar una variedad de temas, cuyo objetivo es recabar el estado de la opinión pública joven, más que establecer prevalencias y condiciones poblacionales.

Con todo, se consideraron diversos criterios para el diseño de los cuestionarios. En primer lugar, cada encuesta obedece a necesidades de información que se determinan a lo largo del año. En segundo lugar, interesa complementar la información de la Encuesta Nacional de Juventud, cuya séptima versión se realizó durante 2012 y se publicó en 2013. Así, estas encuestas permiten, a un

bajo costo relativo, profundizar información sobre las percepciones de la juventud en materias cuya cobertura en la Encuesta Nacional de Juventud no puede ser exhaustiva, debido a su propia amplitud de objetivos.

En términos metodológicos, estas encuestas telefónicas consideran muestras de alrededor de mil jóvenes, aplicación rápida (15 días de trabajo de campo aproximadamente), realizar varios ejercicios al año e, incluso, la posibilidad de un módulo que se repita en el tiempo para acumular una muestra suficiente (por ejemplo: estudiantes) o ver la evolución (por ejemplo, disposición a votar). En conjunto, con este proyecto se puede obtener una visión bastante exhaustiva sobre las percepciones y opiniones juveniles sobre una variedad de temas, permitiendo a la vez un buen uso de los recursos públicos. Esta información se ha puesto anteriormente a disposición de la ciudadanía mediante publicaciones propias (como son la revista RT y los boletines web del Área de Estudios del Instituto), eventos en regiones y difusión en la prensa nacional y regional.

Respecto a este volumen, más que presentar un análisis integrado, nos pareció importante presentar resultados interesantes, que motiven a la discusión y al análisis por parte de la sociedad civil. Por ende, los textos se han reducido a lo esencial para dar sentido a la información presentada, así como favorecer la correcta interpretación de la misma. De esta forma se facilita la consulta de información sobre temas específicos, sin necesidad de atender a discusiones y conceptualizaciones cuyo espacio es mejor servido en otros textos.

Para efectos de estructurar este volumen se hizo una selección de los resultados de las encuestas aplicadas. Esta selección se basó principalmente en un criterio de contenido. Se privilegiaron aquellos gráficos que fueran más interesantes en términos de opinión pública y que no fuesen repetitivos con otros también incluidos en este volumen. Por completitud, en general se elige la frecuencia de la variable o el gráfico que contiene la segmentación con todas las variables socio-demográficas. Es importante dejar constancia que la versión completa de todos los estudios se encuentra disponible para consulta de la ciudadanía en el Centro de Documentación, instalado en las oficinas del INJUV. Además, puede ser solicitado en versión digital mediante los mecanismos habituales para este tipo de consultas.

Es importante mencionar que bastante material de la descripción de los resultados de cada encuesta es una edición de las síntesis realizadas por los analistas de ambas empresas ejecutoras, al momento en que se informaba cada encuesta. Este trabajo fue complementado por el aporte del equipo de prensa del INJUV, que ayudó a destacar los aspectos más atractivos en varias de ellas. Algunos textos incluidos se originaron en reflexiones inicialmente preparadas para difundir en la revista RT, del Departamento de Planificación y Estudios del INJUV. Se agradecen todos esos aportes, que terminaron por enriquecer el contenido de este volumen.



1

Interés cívico

En este capítulo se incluyen dos encuestas sobre asuntos de interés cívico. La primera es un estudio sobre integración al sistema político de las y los jóvenes, que se concentra en conocimientos básicos y expectativas, como forma de evaluar las posibilidades de interacción entre la ciudadanía y las estructuras de representación.

Sin embargo, es sabido que la disposición cívica no se agota en su dimensión política. Por un lado, quienes tienen un mayor involucramiento político también tienen mayor participación en instancias de la sociedad civil. Por otro, existe una hipótesis, bastante coherente con la evidencia disponible, de que hay un cierto nivel de sustitución en las formas de participación, de modo tal que la expresión de demandas ciudadanas, así como la inquietud por asuntos públicos, se trasladan desde las estructuras formales que provee el sistema político a formas más flexibles y orientadas a fines más reducidos. Es el caso de las formas de participación no-convencional (es decir, aquella participación que no sigue los canales de los mecanismos de representación política) y las actividades de voluntariado.

Conforme con lo anterior, el segundo estudio, incluido en este capítulo, es una encuesta sobre voluntariado joven. Este estudio complementa al estudio anterior, pues ambos se enmarcan en el concepto de capital social que, en su conceptualización más habitual, dice relación con la disposición a vincularse voluntariamente en organizaciones de carácter cívico¹.

1. Esta idea, tal como se plantea, ha sido objeto de un debate que supera lo posible de reseñar en este volumen. Al respecto, véase Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.

1.1. Integración al sistema político

Esta fue la primera encuesta telefónica, realizada durante el período cubierto por este volumen, la cual se realizó durante el mes de julio de 2012 a jóvenes entre 18 y 29 años de edad. El principal objetivo de esta encuesta es conocer las disposiciones y actitudes hacia el sistema de representación política por parte de las y los jóvenes.

El contexto de este estudio es la fuerte declinación observada en la participación electoral de la población joven, desde la transición democrática hasta 2009. Es el fenómeno conocido como desafección política, el cual se expresa especialmente en el ámbito electoral. En 2012, año del estudio, son las primeras elecciones bajo la Ley de Inscripción Automática y Voto Voluntario, lo que actualiza la necesidad de profundizar sobre este problema, ante lo cual el Instituto Nacional de la Juventud (INJUV) procedió con varios estudios, entre los cuales se cuenta esta encuesta.

Así, el interés de este estudio es cuantificar la valoración de la política en la vida cotidiana de las y los jóvenes, lo cual se expresa en cómo se visualizan las elecciones o en cuánto les importa quién gane las siguientes elecciones. Esto requiere también contar con una aproximación razonable a la cultura cívica entre las y los jóvenes, pues la falta de ésta favorece la desafección política. Sobre este aspecto, existe información anterior basada en muestras de estudiantes secundarios –en diversos países– que sugiere que los niveles de educación cívica son menores a los esperados². Adicionalmente, se cuenta con evidencia internacional robusta que muestra bajos niveles de conocimiento político que tiene la población en general³. Por último, aunque en Chile se han aplicado algunas encuestas que incluyen preguntas de conocimiento político, no se cuenta con información sobre conocimiento político que sea específica del segmento juvenil⁴.

Esta agenda de investigación se inserta en un trabajo más amplio desarrollado por el INJUV. En un esfuerzo por complementar la enseñanza teórica de la educación cívica (la cual ya es parte del currículum escolar como un objetivo transversal), el INJUV implementó el programa “Escuelas de Ciudadanía” cuyo objetivo es generar en la población joven un mayor compromiso y participación democrática, cívica y ciudadana. En esto se trabaja directamente con estudiantes secundarios de todo el país en la solución de las problemáticas que identifiquen en sus respectivas comunas. Bajo la lógica de que las personas aprenden y valoran más las cosas que conocen vivencialmente, se realizan intervenciones consistentes en una simulación del proceso electoral, que en 2012 incluyó el levantamiento de candidaturas para alcalde y concejales por parte de las y los alumnos, votaciones y la elaboración de un programa de desarrollo comunal. El año 2013 se continuó efectuando una serie de actividades que permiten vivenciar un proceso

-
2. W.A.A. (2001) *Citizenship and Education in Twenty-Eight Countries: Civic Knowledge and Engagement at Age Fourteen*. International Association for the Evaluation of Educational Achievement, Amsterdam.
 3. Véanse algunos ejemplos en W.A.A. (2004) *Public Opinion*, Westview, Boulder, segunda edición: pág.293.
 4. El estudio internacional *Comparative Study of Electoral Systems (CSES)*, aplicado con ocasión de la elección presidencial incluye información al respecto.

electoral, en donde se presentaron diferentes líneas temáticas en pro del mejoramiento del establecimiento educacional: deporte, arte, música y tecnología, remodelación y mejoramiento de infraestructura y, por último, áreas verdes.

El estudio que aquí se presenta tiene por objetivo preguntar a las y los jóvenes acerca del conocimiento que tienen sobre los mecanismos de representación, sus conocimientos y expectativas sobre el trabajo parlamentario, sus actitudes hacia la política, sus opiniones sobre la inscripción electoral automática y el voto voluntario y, por último, su percepción sobre la eficacia política. Este último concepto refiere “al sentido de competencia personal de un individuo para influenciar el sistema político”⁵ y se asocia a la percepción que se tiene de lo que actualmente se suele llamar ‘empoderamiento’.

En cuanto a los resultados sobre el conocimiento del sistema político, consultados respecto de las elecciones en que se utiliza el sistema binominal en Chile, más del 50% de las y los jóvenes declara no saber si se utiliza este u otro sistema para las elecciones de Presidente, senadores, diputados, alcaldes o concejales.⁶ Casi el 65% de las personas entrevistadas no sabe cuántos diputados/as representan a su comuna, el 12% declara que es 1 y el 11,8% dice que son dos los diputados/as que representan su comuna. Entre quienes declaran alguna cantidad el promedio es de 2,4 diputados/as.

El 45% de las y los jóvenes entrevistados no sabe cuál es la duración del período parlamentario, mientras que el 40% dice que éstos se deben someter a votación cada cuatro años. Existe una diferencia significativa entre las respuestas de hombres y de mujeres, pues mientras el 46% de los primeros sabe del periodo correcto, sólo el 34% de las segundas lo sabe.

Respecto al conocimiento y las expectativas sobre el trabajo parlamentario, la mayoría de las y los jóvenes no fue capaz de responder en forma acertada. Menos del 18% de las personas entrevistadas dice ser capaz de mencionar a cinco diputados/as de Chile (sin dar nombres). Existen diferencias significativas entre las respuestas de quienes viven en la Región Metropolitana (RM) y quienes viven en las otras regiones del país, pues entre quienes habitan en la RM el 12% dice ser capaz de mencionar a 5 diputados/as, mientras que entre quienes habitan en las otras regiones el 22% dice poder hacer el mismo ejercicio.

En cuanto a las labores que corresponde hacer en el Congreso, casi la mitad de las y los jóvenes cree que dentro de las labores de los diputados está la pavimentación de las calles y generar más empleo para su comuna. Específicamente, el 59% dice que entre las funciones parlamentarias está el “tramitar proyectos de ley”; el 50%, “fiscalizar las actividades del Gobierno”; el 43%, “reunirse de cara a cara con sus electores”. A su vez, el 76% cree que sus diputados/as no “lo atenderían

5. Reef, M.J y Knoke, D (1999) Political alienation and efficacy. En: Robinson, J.P; Shaver, P.R. y Wrightsman, editores, Measures of Political Attitudes. Academic Press, San Diego: pág.414.

6. Esta pregunta es coherente con los resultados que provee el Instituto Libertad a partir de la encuesta publicada en su ‘Opinión Política’ N°845, febrero de 2012.

personalmente para escuchar sus demandas”, el 74% cree que no “responderían los correos electrónicos que uno les mande” y el 68% cree que no “irían a escuchar los problemas de su barrio”. Así, el 84% nunca ha pedido la ayuda de algún político. Entre quienes sí lo han hecho, son las personas mayores de 25 años (17%), y quienes habitan en regiones (17%) quienes sobresalen.

Respecto a las actitudes hacia la política, el 41% de las personas entrevistadas ha conversado con alguien de política durante el último mes. De ellos, el 36% lo ha hecho frecuentemente y el 26%, varias veces durante ese período. Al 49% de las y los jóvenes de la muestra les interesa “mucho” o “algo” quién gane la elección para alcalde en su comuna, al 46%, “el sistema electoral” y al 36% “las noticias sobre política”.

Sobre este último punto, el 70% no se informó sobre política durante la semana anterior. Entre quienes sí lo hicieron, las noticias en la televisión o radio fueron el principal medio de información (87%), mientras que portales en internet (56%) y conversaciones con amigos o familiares (54%) quedaron en segundo y tercer lugar, respectivamente.

Respecto a la eficacia política, el 41% cree que es posible influir en la política, mientras que el 49% cree que no es posible. Entre quienes creen que sí puede hacerse, el método más efectivo para lograr esta influencia sería el voto en las elecciones (57%), mientras que el 23% cree que lo más efectivo serían las marchas o manifestaciones en la vía pública. Es decir, hay un grupo mayoritario de jóvenes que ve el voto como una herramienta legítima del ejercicio democrático y lo considera un medio efectivo para influir en política –especialmente el grupo de 18 a 19 años y quienes tienen entre 25 y 29 años–, pero al mismo tiempo, hay una proporción importante de jóvenes que les asigna a las manifestaciones públicas la misma potencialidad. Con respecto a las manifestaciones, el 26% de las y los entrevistados participó en alguna durante el 2011, mientras que durante 2012 el 14% lo había hecho al momento de la encuesta.

Pensando en el inicio de la vigencia de Ley de Inscripción Automática y Voto Voluntario, el 45% cree que la importancia de los temas de juventud en las campañas electorales aumentará, mientras que el 35% cree que se mantendrá. Existen diferencias significativas según tramos de edad, pues mientras el 34% de las y los jóvenes entre 18 y 19 años cree que la importancia de estos temas aumentará, el 49% de quienes tienen entre 25 y 29 años considera lo mismo.

El efecto que pueda tener la falta de cultura cívica o, más en general, la poca integración al sistema político en la conducta electoral es algo que se explora en detalle en el capítulo siguiente.

1.2. Voluntariado

El segundo estudio de este capítulo –realizado entre julio y agosto de 2012 a jóvenes entre 15 y 29 años –, trata acerca de la participación en actividades y organizaciones voluntarias⁷.

7 Un informe más detallado con los resultados de esta encuesta se incluyó en el volumen anterior de esta serie. Véase INJUV (2013) Estudios del INJUV N°7: Evidencias para políticas públicas en juventud: pp.45-58.

Este estudio se enmarca en una línea programática que ha seguido el INJUV, consistente en desarrollar iniciativas relacionadas con el voluntariado joven a lo largo de país, lo cual ha tomado cada vez más fuerza desde el terremoto ocurrido en nuestro país el año 2010. Es a partir de ese año que comenzaron a llevarse a cabo distintas acciones concretas en torno a dar solución a diversas problemáticas presentes en nuestra sociedad, las que van desde la superación de la pobreza hasta mejorar la calidad de vida de nuestra comunidad más cercana. A 2013, el INJUV contaba con tres programas o iniciativas que se enfocan exclusivamente en el desarrollo de actividades de voluntariado: fondo concursable nacional "Voluntarios por Chile", fondo concursable regional "AMOVER Chile" y el programa nacional "Vive tus Parques", en alianza con CONAF.

El Fondo Nacional "Voluntarios por Chile", puesto en funcionamiento el año 2013, es un instrumento de apoyo a la acción social solidaria organizada por jóvenes de educación superior a través del cual el INJUV financia y fomenta el desarrollo de acciones de voluntariado mediante la realización de trabajos de invierno. Con anterioridad a ese fondo y con motivo del terremoto del 27 de febrero de 2010 se lanzó el fondo "Universitarios Jugados por Chile", el cual buscaba fomentar la participación y compromiso social a través del financiamiento de iniciativas que los estudiantes de educación superior puedan desarrollar durante sus vacaciones y que contribuyeran al trabajo de reconstrucción en las zonas afectadas por el terremoto. El Fondo regional "AMOVER CHILE", creado el año 2011, es un instrumento de apoyo al emprendimiento juvenil en la implementación de proyectos específicos, que el INJUV pone a disposición de la ciudadanía en todas las regiones del país. Su objetivo principal es fortalecer a las organizaciones comunitarias juveniles en pos de transformaciones locales.

El principal objetivo de esta encuesta es conocer la disposición y actitud de la juventud hacia el voluntariado. Más específicamente, el estudio se orienta a conocer las opiniones y actitudes de las y los jóvenes en general hacia las actividades de voluntariado, conocer sus disposiciones a involucrarse en actividades de voluntariado y conocer el apoyo a diferentes opciones de política de promoción del voluntariado. Adicionalmente, se incluyeron ítemes que intentan evaluar la recepción del voluntariado como una forma de mejorar la integración juvenil en el mercado laboral. Es decir, si se percibe que el voluntariado provee de experiencias transferibles al mundo del trabajo y, por ende, facilita la integración juvenil a éste. Por ejemplo, esta idea en otras latitudes se expresa en programas de voluntariado de tiempo completo para jóvenes que están fuera del mercado laboral⁸, lo cual además parece compatible con la evidencia existente sobre las habilidades que favorecen la empleabilidad juvenil.⁹

Para efectos de este estudio se conceptualizó al voluntariado como la práctica de trabajar para beneficio de otros o por alguna causa sin recibir pago por el tiempo o los servicios. Puede ser ayuda no-remunerada entregada como parte de un grupo, club u organización que beneficie a otros o al

8. Véase, por ejemplo, el trabajo de la ONG inglesa VInspired. Al respecto, "V: Charity presses experts to see volunteering as way into work for young people", Politics.co.uk, 26/10/2009.

9. Collura, J. (2010) Best Practices for Youth Employment Programs: A Synthesis of Current Research. What works, Wisconsin - Research to practice series, 9 (agosto 2010). University of Wisconsin-Madison.

ambiente. Por ejemplo, ayudar en un proyecto comunitario o ser dirigente de un club deportivo.¹⁰

El objetivo del estudio implica hacer preguntas que involucren la experiencia de voluntariado, las motivaciones para éste, el interés por participar y, por último, las percepciones sobre la solidaridad y el voluntariado. Tal como es el caso de otras encuestas incluidas en este volumen, esta encuesta busca ser complementaria a las fuentes de información ya existentes al respecto, sin perjuicio de que se repitan algunas preguntas conocidas con el fin de contextualizar los resultados o bien permitir una aplicación correcta del cuestionario en esta ocasión.¹¹ Entre estas fuentes complementarias destaca el estudio de la Fundación Trascender¹², el cual se tuvo a la vista a la hora de formular las preguntas, pero cuyo universo es del total de personas mayores de 15 años, de modo que el número de personas jóvenes en la muestra es inferior a lo deseable.

Respecto a los resultados sobre experiencia de voluntariado, lo primero es que el 27% de las y los entrevistados ha realizado alguna actividad de voluntariado, no obstante a ello, sólo un cuarto de los mismos lo ha hecho durante los últimos 12 meses. Las temáticas de juventud (39%), pobreza (53%) y las relacionadas con la Iglesia o religión (44%), son las que en mayor medida han convalidado estas actividades de voluntariado.

El voluntariado no es una práctica permanente sino que se realiza de forma esporádica, sobre todo en los segmentos socioeconómicos más altos. En efecto, sólo el 20% de las y los voluntarios participa semanalmente y el 11% lo hace una vez al mes. A su vez, los grupos relacionados con el colegio o universidad y las propias amistades, son los principales promotores del voluntariado entre las y los jóvenes.

Respecto de quienes no han participado en actividades de voluntariado, la principal razón para no hacerlo es la falta de tiempo, pues el 55% de las y los entrevistados se sostiene en este argumento, mientras que el 20% no sabe dónde puede realizar este tipo de labores. Menos del 40% de las y los entrevistados estima probable o muy probable que vaya a participar en actividades de voluntariado en el futuro.

El principal criterio con que las y los jóvenes escogerían una actividad es "la que haga más falta" (51%), mientras que "la que sea más importante socialmente" le sigue en segundo lugar (20%).

Respecto a las percepciones sobre el voluntariado, el 36% declara que el beneficio principal que buscan las personas es "conocer otras realidades", mientras que 31% dice que es para "fortalecer su vocación". La percepción general que tienen las personas jóvenes sobre el voluntariado y la solidaridad

10. Esta definición es una versión adaptada de la que se provee en un cuestionario web para una encuesta británica. Véase YouGov, "Volunteering in Wales", mayo 2010.

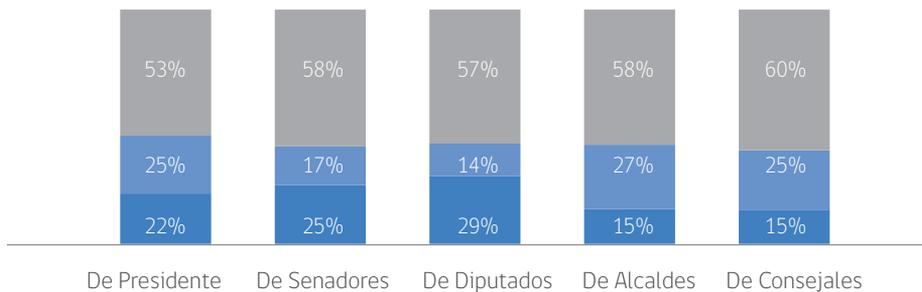
11. Una fuente relevante para establecer expectativas previas para el diseño es la encuesta MORI efectuada en 2002, incluida en: División de Organizaciones Sociales (2004) Conversación Social y Opinión Pública acerca del Voluntariado en Chile. Serie Cuadernos De Voluntariado, N°2. Ministerio Secretaría General de Gobierno.

12. Fundación Trascender (2011). Estudio Nacional del Voluntariado.

es positiva, sobre todo entre aquellos/as jóvenes que han sido voluntarios. Por último, se establece una asociación entre la participación en actividades de voluntariado y el interés por la política.

Respecto del conocimiento sobre el sistema binominal, sólo el 29% de las y los jóvenes cree correctamente que ese proceso se utiliza en las elecciones de Diputados. Para las elecciones presidenciales se usa otro sistema, sin embargo, un 22% piensa que se utiliza el sistema binominal.

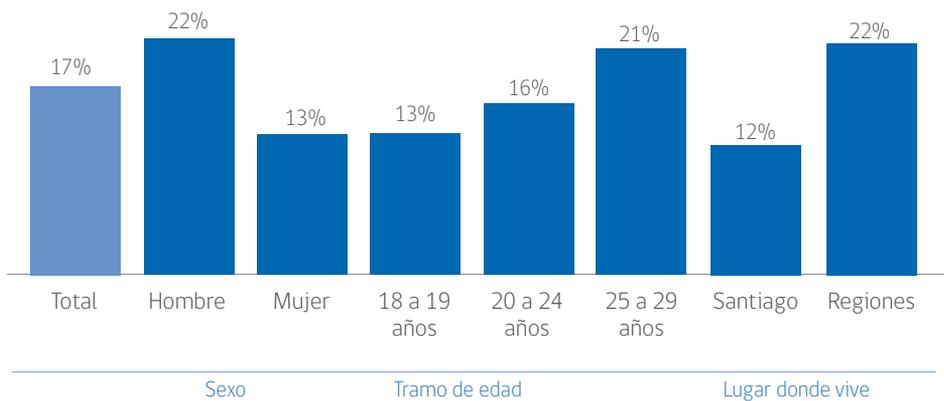
Gráfico N°1.1: Elecciones donde se utiliza el sistema binominal



Fuente: Encuesta telefónica. Disposición y actitudes hacia el sistema de representación política, Julio 2012.
N Total = 952

Respecto del conocimiento de diputados de Chile, el 22% de las y los jóvenes que viven en regiones puede nombrar a 5 diputados de Chile, mientras que aquellos que viven en Santiago, sólo el 12% declara que sí puede nombrar 5 diputados. Nótese que en la pregunta no se solicitaba mencionarlos efectivamente.

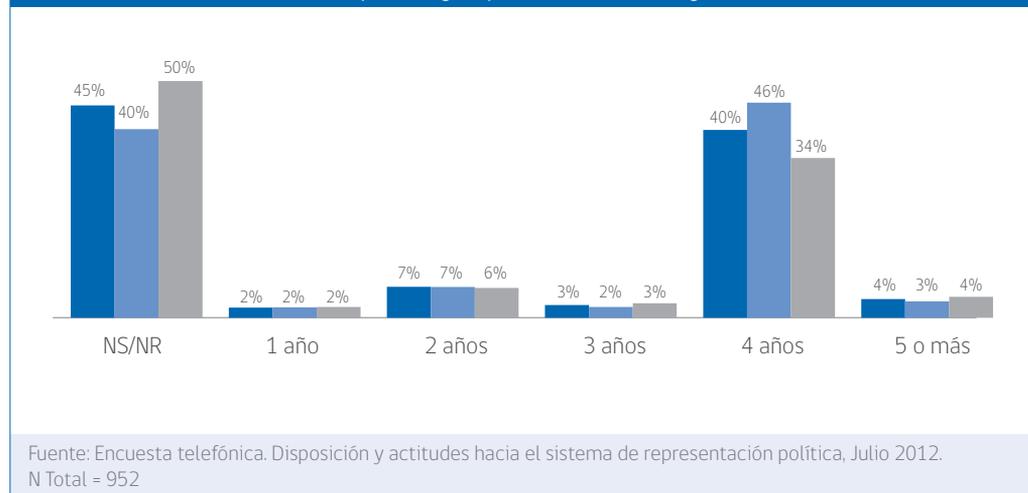
Gráfico N°1.2: Puede usted nombrar a 5 Diputados de Chile. (Respuestas "Sí")



Fuente: Encuesta telefónica. Disposición y actitudes hacia el sistema de representación política, Julio 2012.
N Total = 952

Del total de jóvenes hombres, el 46% menciona correctamente que la duración del período parlamentario es de 4 años, mientras que en el caso de jóvenes mujeres este porcentaje disminuye al 34%. Es importante señalar que el 45% de los jóvenes en general, dice no saber la cantidad de años en que se elige un diputado.

Gráfico N°1.3: Cantidad de años en que se elige Diputado. Diferencias según sexo



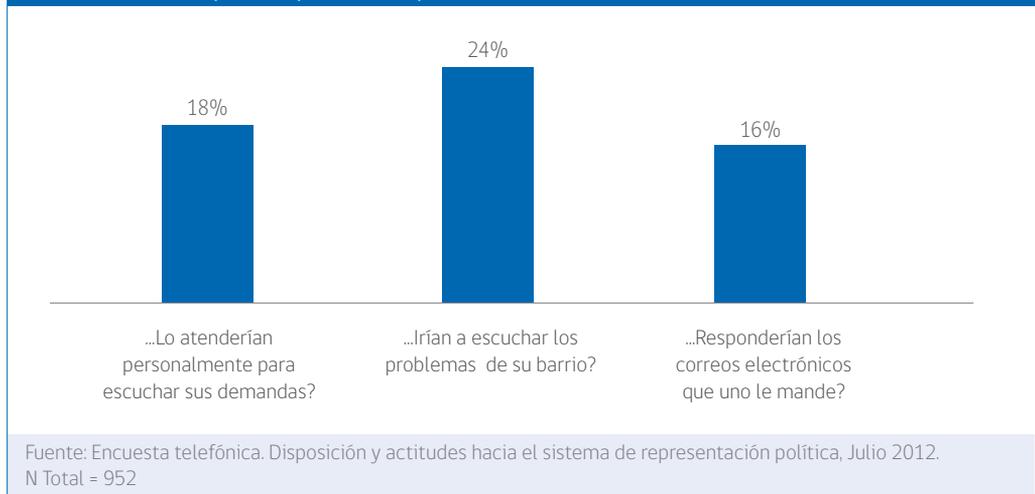
En relación a las expectativas que tienen los jóvenes sobre el trabajo parlamentario, el sólo el 59 % cree que tramitar proyectos de ley es una acción que realizan los parlamentarios. En tanto, el 50% de los jóvenes cree que una sus tareas es fiscalizar las actividades del Gobierno.

Gráfico N°1.4: Afirmaciones verdaderas respecto del trabajo parlamentario.



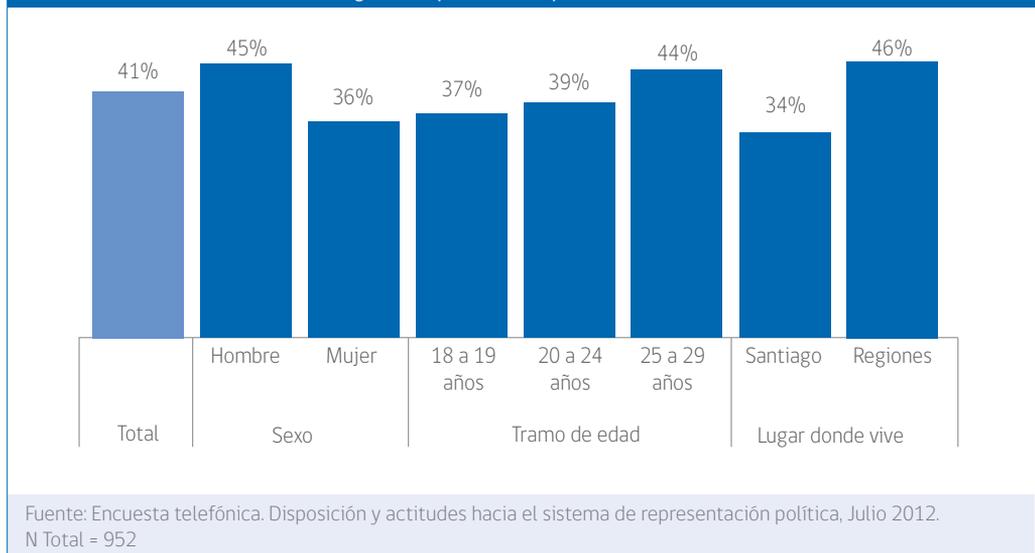
Respecto de la percepción de cercanía de las y los diputados con la población, se obtiene que el 18% de los jóvenes cree que sus diputados lo atenderían personalmente para escuchar sus demandas. Y el 17% cree que sus diputados responderían los correos electrónicos que uno le mande.

Gráfico N°1.5: Cree que sus diputados. (Respuestas "Sí")



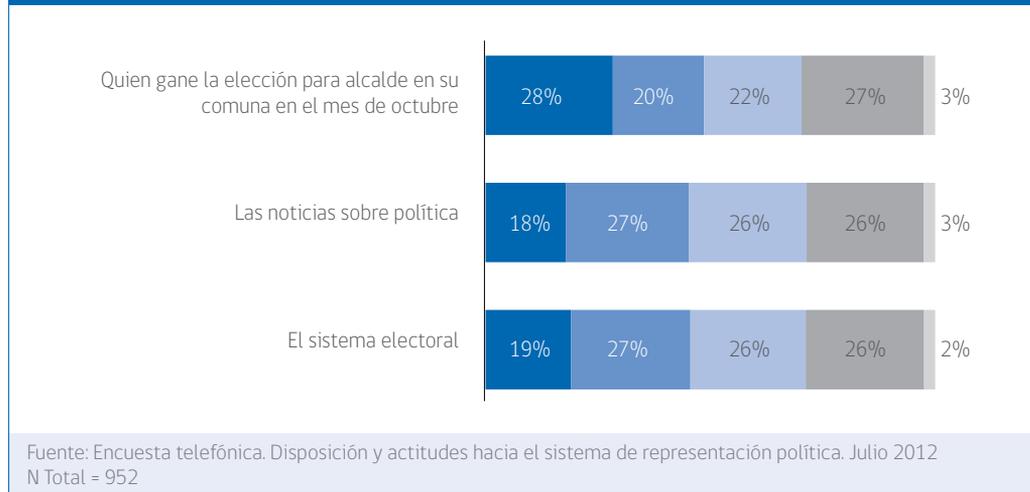
El lugar donde viven los jóvenes, es decir, en Santiago o regiones, genera una diferencia significativa respecto del involucramiento que se tiene con la política ya que de las y los jóvenes que viven en regiones el 46% ha conversado de política con alguien mientras que, de las y los jóvenes que viven en Santiago sólo el 34% ha conversado de política con otros.

Gráfico N°1.6: Ha conversado con alguien de política. (Respuestas "Sí")



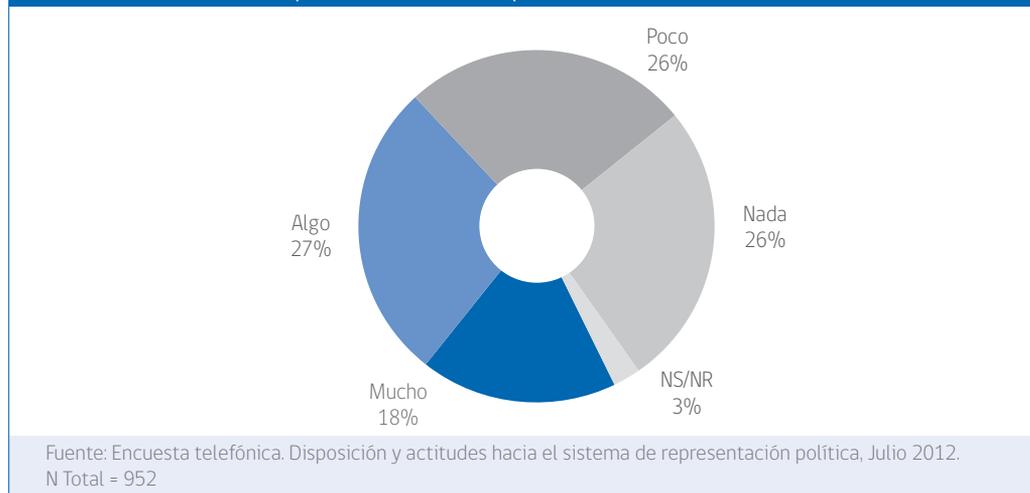
La importancia de temas políticos es baja para las y los jóvenes, pues al 48,8% le importaba poco o nada quien gane la elección para alcalde en su comuna en la elección de alcaldes y concejales de 2012. Asimismo, sólo al 19% de los jóvenes le importa mucho el sistema electoral.

Gráfico N°1.7: Cuánto le importa.



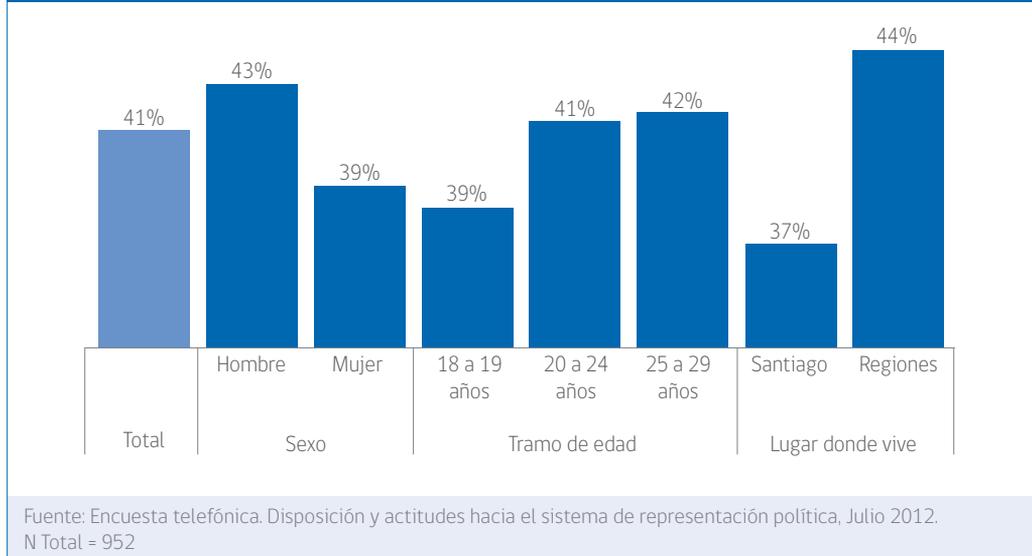
Igual que en el gráfico anterior, se observa que la importancia de temas políticos es baja para las y los jóvenes, ya que el 26% de ellos menciona que no le importan nada las noticias sobre política y un 26% menciona que le importa sólo un poco.

Gráfico N°1.8: Cuánto le importa las noticias sobre política



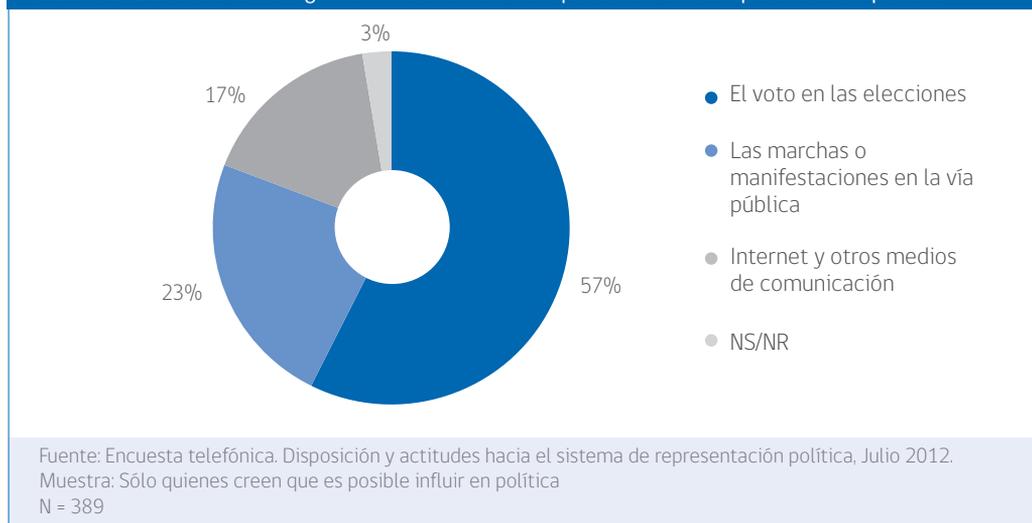
En cuanto a la percepción de eficacia política de la juventud en el actual sistema político de Chile, se obtiene que el 41% de las y los jóvenes chilenos cree que es posible influir en política. Esta percepción se reduce en aquellos jóvenes santiaguinos, donde el 37% cree que influir en política es posible.

Gráfico N°1.9: Es posible influir en política. (Respuestas "Sí")



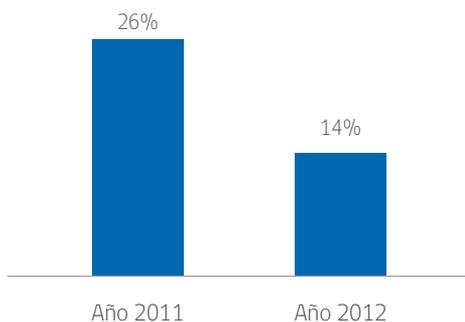
De aquellos que respondieron que sí es posible influir en política, el 57% cree que el medio más efectivo para hacerlo es a través del voto en las elecciones. Seguido de 23% que cree que el medio más efectivo son las marchas o manifestaciones en la vía pública.

Gráfico N°1.10: Cuál de los siguientes mecanismos cree que es más efectivo para influir en política



Respecto de quienes creen sí es posible influir en la política, el año 2011 sólo el 26% participó en manifestaciones.

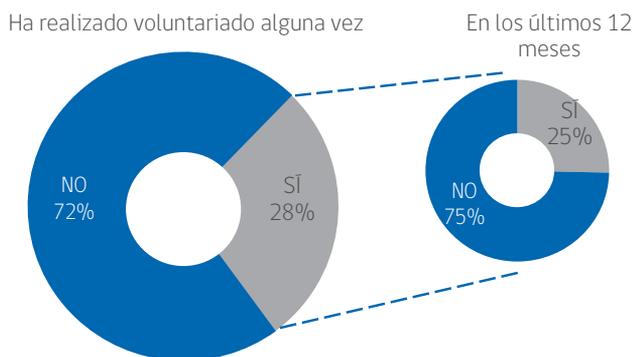
Gráfico N°1.11: Participó en alguna marcha o manifestación (Respuestas "Sí")



Fuente: Encuesta telefónica. Disposición y actitudes hacia el sistema de representación política, Julio 2012.
N Total = 952

El 28% de las y los jóvenes declara haber realizado alguna actividad voluntariado alguna vez en la vida. De entre quienes dicen haber realizado una actividad de voluntariado, el 25% dice haberlo hecho durante los doce meses anteriores a la encuesta, de modo tal que, globalmente, el 7% de toda la muestra dice haber participado en voluntariado recientemente.

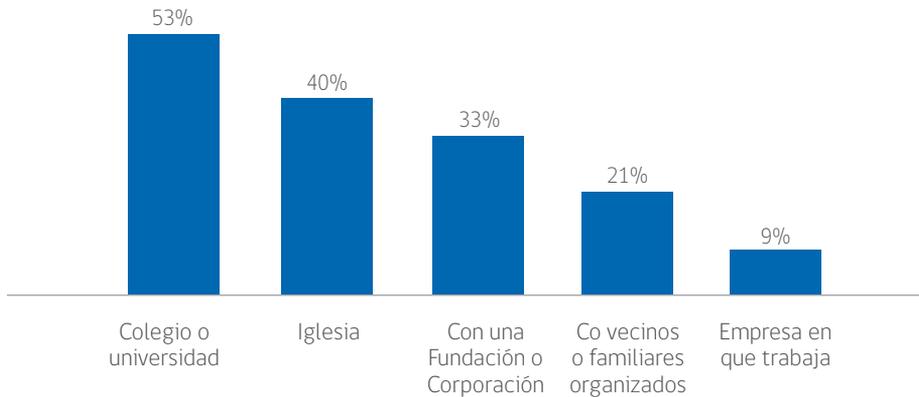
Gráfico N°1.12: ¿Ha realizado Ud. alguna actividad de voluntariado alguna vez? ¿y en los últimos doce meses?



Fuente: Encuesta telefónica. Voluntariado, Agosto 2012.
N Total = 952

Respecto de los grupos donde han realizado una actividad de voluntariado, quienes han realizado voluntariado declaran que lo hecho a través del colegio o universidad (53%), través de alguna iglesia (40%) y por medio de una Fundación o Corporación (33%).

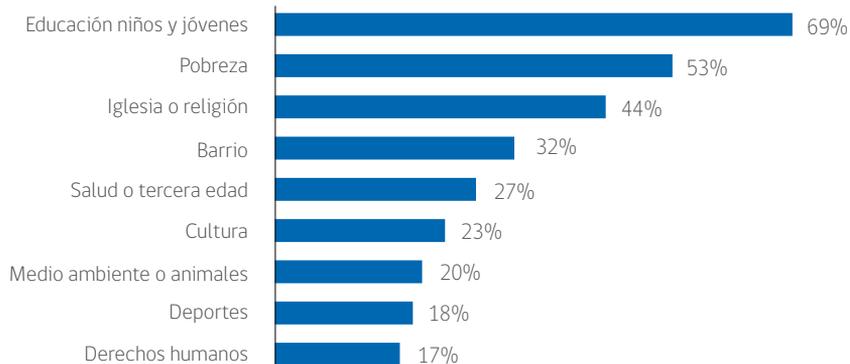
Gráfico N°1.13 ¿A través de qué grupo ha realizado su actividad de voluntariado?



Fuente: Encuesta telefónica. Voluntariado, Agosto 2012.
 Muestra: Jóvenes que han realizado voluntariado.
 Nota: Respuesta múltiple, los porcentajes suman más de 100%.
 N = 264

De entre quienes han realizado una actividad de voluntariado, el 69% indica que ha hecho voluntariado en educación, niños y jóvenes, seguido pobreza con un 53%, iglesia o religión con un 44% y barrio con un 32%.

Gráfico N°1.14 ¿En qué ha sido ese voluntariado?



Fuente: Encuesta telefónica. Voluntariado, Agosto 2012.
 Muestra: Jóvenes que han realizado voluntariado.
 N = 264

Respecto de la frecuencia con la que participan en actividades de voluntariado, 33% de los jóvenes que participan y tienen entre 20 y 24 años lo hacen muy esporádicamente, mientras que el 35% de los jóvenes que participan y tienen entre 18 y 19 años lo hace algunas veces durante el año.

Gráfico N°1.15 ¿Con qué frecuencia ha participado en actividades de voluntariado?



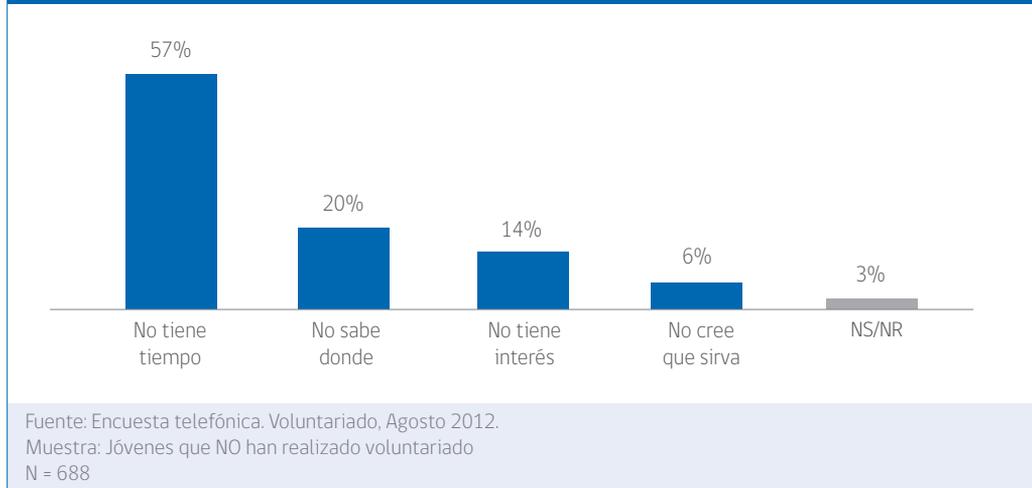
Entre las y los jóvenes que han realizado voluntariado, el 29,3% llegó a ser voluntario por el colegio o universidad, mientras que un 27,4% llegó a serlo por sus amistades.

Gráfico N°1.16: ¿Cómo fue que Ud. llegó a ser voluntario?



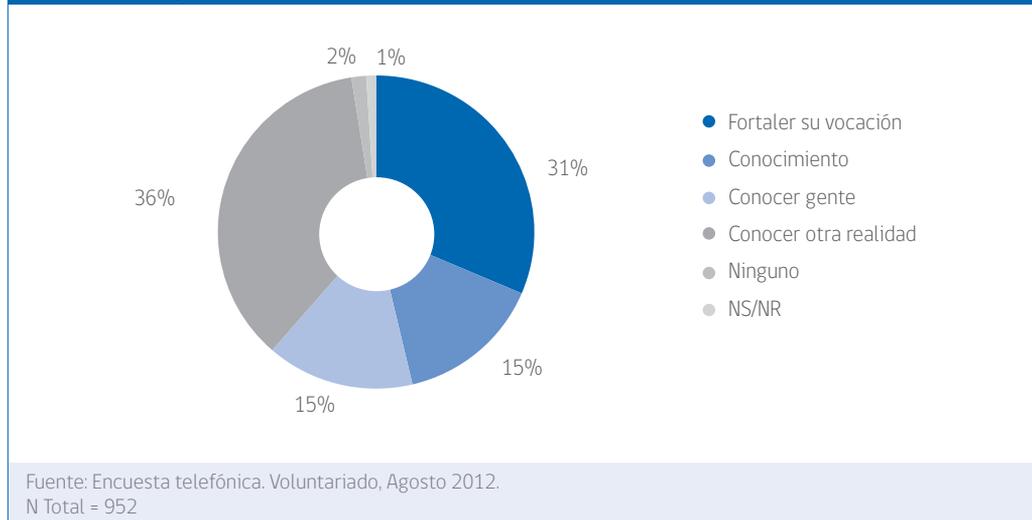
Razón de no participación como voluntario. Entre quienes no han realizado un voluntariado el 57% declara que no lo hace porque no tiene tiempo, mientras que un 20% indica no saber dónde hacerlo y un 14% porque no tiene interés. Además un 6% cree que los voluntariados no sirven.

Gráfico N°1.17: ¿Cuál de las siguientes es la razón más importante por la que no ha participado en una actividad de voluntariado?



Respecto al principal beneficio de ser voluntario, se obtiene que el 36% de las y los jóvenes cree que es conocer otra realidad, mientras que el 31% señala que es fortalecer su vocación.

Gráfico N°1.18: ¿Cuál cree Ud. que es el beneficio principal que busca una persona al ser voluntario?



Percepción de solidaridad y voluntariado. El 82% de las y los jóvenes está de acuerdo con que el voluntariado es una manera efectiva de aportar al país. Mientras que el 47% dice estar en desacuerdo con que los empleadores valoran las experiencias de voluntariado al contratar.

Gráfico N°1.19: ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está Ud. con las siguientes afirmaciones?

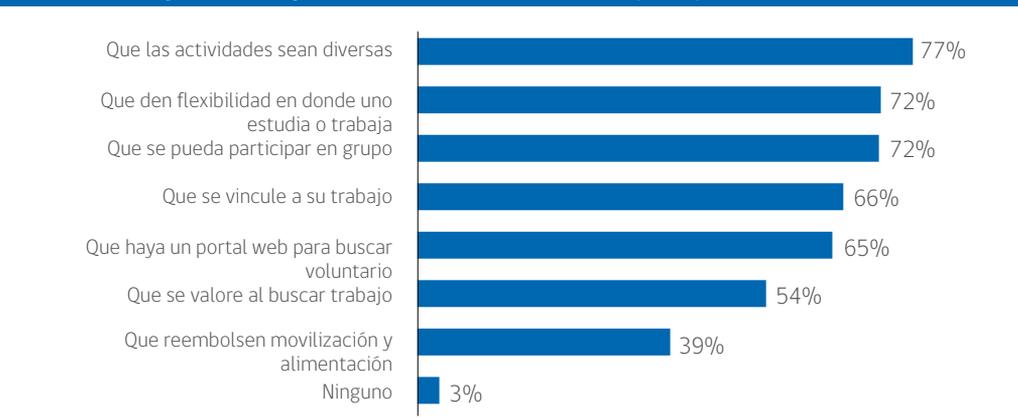


Fuente: Encuesta telefónica. Voluntariado, Agosto 2012.

Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "Ni de acuerdo ni en desacuerdo" ni "No Sabe/No responde"
N Total = 952

Motivación a participar de voluntario. El 77% de los jóvenes señala que el hecho de que las actividades sean diversas lo motivaría a participar como voluntario. Seguido con un 72% por la existencia de flexibilidad en los lugares de estudio y trabajo donde se desempeñan y con un 72% que sea posible participar en grupo.

Gráfico N°1.20: ¿Cuál de las siguientes medidas le motivaría a Ud. a participar como voluntario?

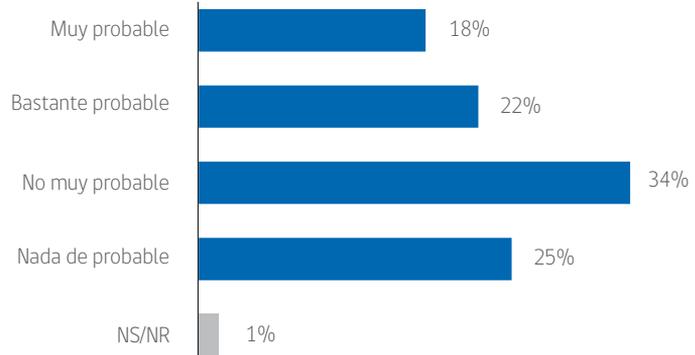


Fuente: Encuesta telefónica. Voluntariado, Agosto 2012.

N Total = 952

La probabilidad de participación como voluntario en el futuro es poco alentadora ya que un 25% de los jóvenes cree que es nada probable que ellos participen como voluntario más adelante, y un 34% cree que no es muy probable.

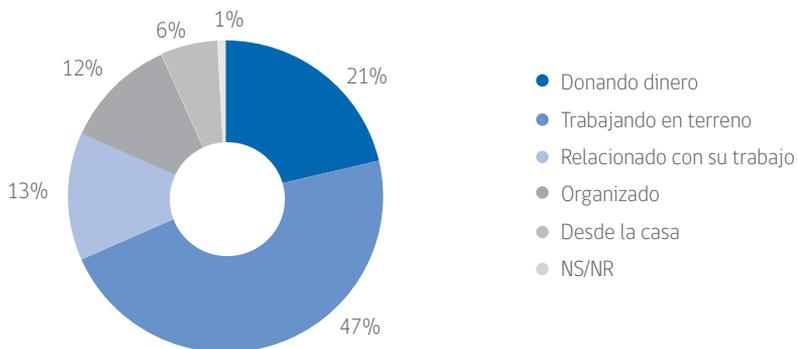
Gráfico N°1.21: ¿Qué tan probable es que vaya Ud. a participar como voluntario en el futuro?



Fuente: Encuesta telefónica. Voluntariado, Agosto 2012.
N Total = 952

Respecto a las formas como les gustaría participar en voluntariado, el 47% de las y los jóvenes señala que le gustaría trabajando en terreno, seguido de un 21% que prefiere hacerlo donando dinero.

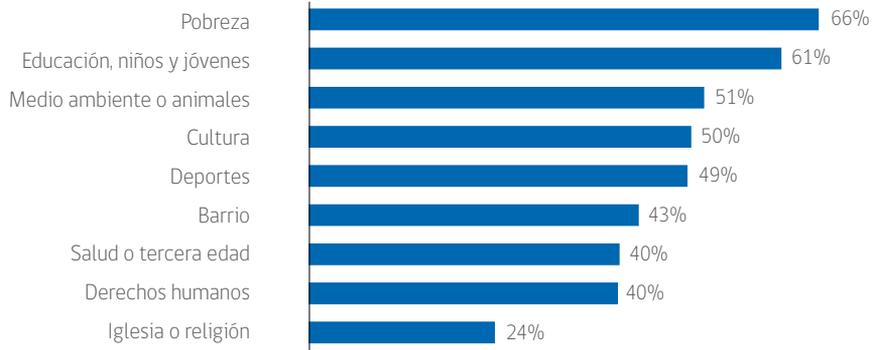
Gráfico N°1.22: ¿De qué forma le gustaría participar en actividades de voluntariado? 1ra Mención.



Fuente: Encuesta telefónica. Voluntariado, Agosto 2012.
N Total = 952

Respecto a los ámbitos de participación, se obtiene que el 66% de quienes no han realizado voluntariado les gustaría participar en actividades de voluntariados relacionadas con la pobreza, seguido de 61% que le interesaría el tema de educación, niños y jóvenes y 51% que le interesaría hacerlo sobre temas relacionados con medioambiente o animales.

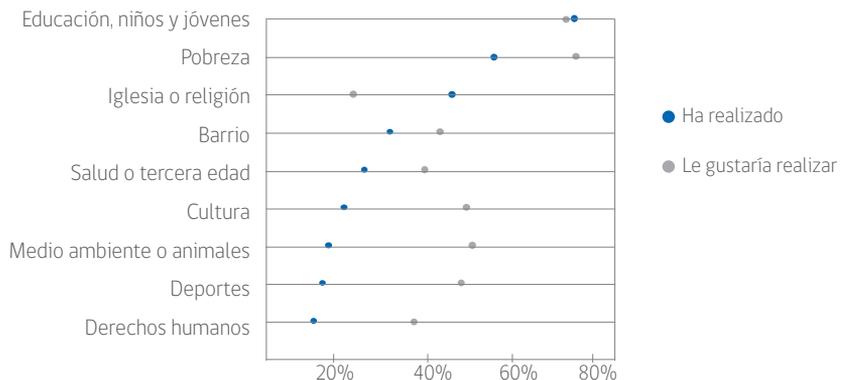
Gráfico N°1.23: Si pudiera elegir, ¿en cuáles de los siguientes ámbitos le gustaría a Ud. participar en voluntariado?



Fuente: Encuesta telefónica. Voluntariado, Agosto 2012.
Muestra: Jóvenes que NO han realizado voluntariado.
N = 688

Contraste con las actividades ya cubiertas por quienes han participado en voluntariado respecto de aquellas que en que les gustaría participar: al 66% de las y los jóvenes les gustaría participar en temas de pobreza, al 53% en temas de medioambiente o animales, al 50% en cultura y al 49% en deportes.

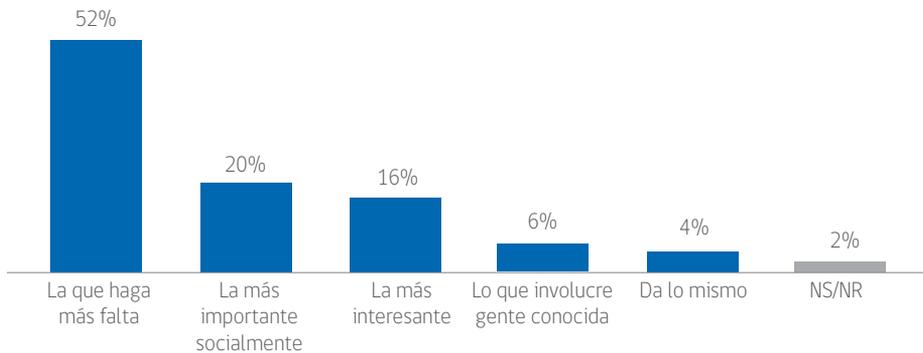
Gráfico N°1.24: Contraste, actividades que ha realizado vs actividades que le gustaría realizar.



Fuente: Encuesta telefónica. Voluntariado, Agosto 2012.
Muestra: Jóvenes que han realizado voluntariado.
N= 264

El principal criterio con que los jóvenes escogerían una actividad sería “La que haga más falta” con el 52% de las menciones, mientras que “la que más importe socialmente” le sigue en segundo lugar con el 20%.

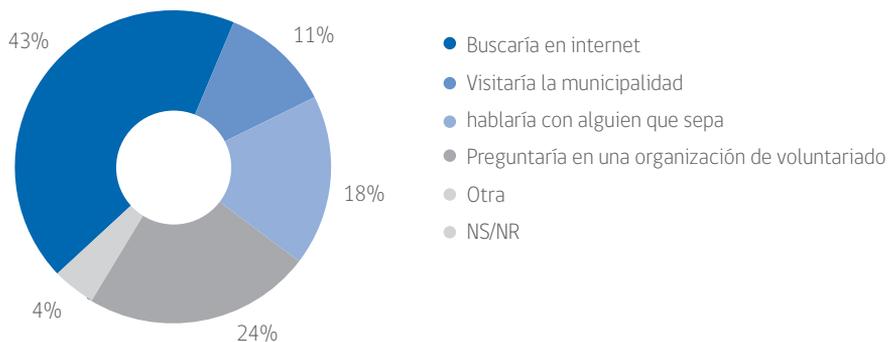
Gráfico N°1.25: Si tuviese la posibilidad de desarrollar alguna actividad, ¿Con qué criterio escogería qué actividad realizar?



Fuente: Encuesta telefónica. Voluntariado, Agosto 2012.
N Total = 952

En relación a los medios de cómo se informan de voluntariados, el 43% de las y los jóvenes declara que buscaría en internet si quisiera saber más sobre cómo hacer voluntariado, seguido de el 24% que menciona que preguntaría en una organización de voluntariado, 18% que señala que hablaría con alguien que sepa y 11% que lo haría visitando la municipalidad.

Gráfico N°1.26: Si quisiera Ud. saber más sobre cómo hacer voluntariado, ¿Cuál de las siguientes sería la primera cosa que haría?



Fuente: Encuesta telefónica. Voluntariado, Agosto 2012.
N Total = 952

El 58% de los jóvenes cree que participando en actividades de voluntariado puede aportar mejor en la solución de los problemas de su comuna. Le sigue en proporción el hecho de votar en las elecciones municipales (17%)

Gráfico N°1.27: ¿De qué manera cree que Ud. puede aportar mejor en la solución de los problemas de su comuna?



2

Inscripción automática y elecciones

En este capítulo se muestran los resultados de dos encuestas, referidas al involucramiento cívico que presentaban las personas jóvenes en las elecciones municipales realizadas en 2012, y las primarias presidenciales llevadas a cabo en 2013. Estas encuestas estaban insertas en un contexto en el cual la introducción de la Ley de Inscripción Automática y Voto Voluntario, y la Ley de Primarias, hacían necesario conocer el modo en el que estas reformas iban a repercutir en el comportamiento electoral de la población joven.

La Ley de Inscripción Automática y Voto Voluntario resuelve el problema del envejecimiento del padrón electoral, por la vía de suprimir el requisito de inscripción previa a una elección, al cual se le atribuía parte del problema de la baja participación juvenil en los procesos electorarios. Este fenómeno se va profundizando desde 1992, cuando la juventud representaba casi un tercio del padrón electoral. En las municipales de dicho año, casi un 80% de los jóvenes estaba inscrito para votar. Desde entonces, año tras año, los nuevos ciudadanos mayores de edad deciden postergar o evitar su incorporación al padrón, lo cual envejece al universo de electores. Al combinarse con voto voluntario, da la posibilidad de decidir participar en forma próxima a la elección, sin tener la restricción de los plazos de inscripción previa establecidos por la legislación anterior.

Por su parte, la Ley de Primarias establece un procedimiento de selección de candidatos al interior de cada pacto o de cada partido, que es voluntario para cada entidad política, pero en que participa la ciudadanía en forma vinculante. Es decir, el resultado de las primarias determina las candidaturas de cada pacto o partido puede presentar en las elecciones presidenciales y parlamentarias generales.

2.1. Elecciones municipales

La primera encuesta de este capítulo se realiza a jóvenes, entre 18 y 29 años de edad, entre los meses de septiembre y octubre de 2012. Su principal objetivo es conocer las perspectivas frente a las elecciones municipales a desarrollarse ese año, donde las personas jóvenes representaban el 27% del padrón electoral. Específicamente, se pretende indagar en el conocimiento que tenía la juventud sobre los candidatos a alcalde y a concejales en sus comunas, además de su percepción sobre las campañas electorales, su intención de ir a votar, su percepción de eficacia política y su predisposición política.

Votar involucra un proceso de aprendizaje, que significa oportunidades asociadas al ciclo de vida de cada uno y a la época en que a cada uno le tocó la oportunidad de socializarse políticamente. Quienes no se inician electoralmente en las primeras elecciones en que tuvieron la posibilidad, es menos probable que participen en el futuro. La motivación a votar es menor entre quienes recién adquirieron edad de votar. Y es especialmente difícil de adquirir en un contexto en que el joven está recién insertándose en la comunidad o rodeado principalmente de otros jóvenes. Pero una vez que el joven vota por primera vez, en general esto deviene en habitual¹. Al menos, hasta la ocasión en que prefieran no votar porque ha sido especialmente falto de recompensa, en cuyo caso es probable que sigan sin ir a votar.

La Ley de Inscripción Automática y Voto Voluntario aumenta la participación joven en el padrón electoral de un 8% en 2008 a un 27% en 2012. En número de jóvenes, conforme a las estadísticas oficiales del padrón electoral que provee el Servicio Electoral, se pasa de alrededor de 650 mil a alrededor de 3,4 millones. Con la reforma electoral, son más de cuatro millones y medio de personas las que se incorporan al padrón, de los cuales más de la mitad son jóvenes. Ante esta nueva situación en el sistema político, el punto central de la encuesta era analizar el impacto que podía la promulgación de esta ley.

Antes de proceder a describir los resultados sobre las elecciones municipales, es importante referir algunos resultados anteriores, procedentes de la encuesta sobre involucramiento político presentada en el capítulo anterior. En aquella encuesta realizada en julio de 2012, el 33% cree que la cantidad de candidatos jóvenes aumentará en las elecciones municipales de octubre del mismo año, mientras que el 44% cree que se mantendrá. Por otra parte, 39% cree que la juventud que asistirá a votar aumentará, 32% cree que se mantendrá y 23% cree que disminuirá en las elecciones de octubre. También este indicador presenta diferencias significativas entre grupos, ya que para el grupo más joven (18 a 19 años) el 28% cree que la participación en las elecciones aumentará, mientras que para el grupo de 25 a 29 años ésta lo hará en el 45% de las declaraciones. Respecto a la experiencia electoral e intención de votar, en las elecciones de 2009, el 19% de los entrevistados en julio, que contaban con la edad suficiente, estaban inscritos para votar. De ellos, el 93% dice haberlo hecho esa elección.

1 van der Eijk, C. and Franklin, M. (2009). *Elections and Voters*. Palgrave Macmillan, Basingstoke: pp.47-48.

La primera encuesta de la serie incluyó preguntas que se repiten en estudios subsecuentes, para evaluar el cambio en la movilización electoral dado por una creciente cercanía de las elecciones de octubre 2012. Debe enfatizarse que, especialmente en un contexto de voto voluntario, medir con certeza la intención de ir a votar es notoriamente complejo, pues la respuesta directa a esa pregunta, en las diferentes formas en que puede preguntarse, está afectada por un sesgo de sobre-reporte². Con la publicación de datos oficiales de participación por parte del Servicio Electoral, se sabe que en 2012 votó el 23% de la juventud, correspondiendo alrededor de 790 mil jóvenes. Si bien esta proporción es mayor que lo que había antes (en 2008 había menos jóvenes inscritos que todos los que votaron en 2012), es menor que la que entregaba tanto esta encuesta como otras de la misma época. Es por ello que en el estudio que se presenta en la siguiente sección de este capítulo se adoptó una estrategia metodológica diferente.

Con respecto a la encuesta realizada acerca de las elecciones municipales de 2012, el 33% de los jóvenes dice que sí irá a votar, mientras que el 17% declara que “quizás” lo haga. Así también, el 45% de los entrevistados dice que no asistirá a las elecciones municipales de ese año. Entre quienes están seguros de asistir a votar, el 83% ya tiene claro su voto. Lo anterior se condice con que la mitad de las y los jóvenes encuestados señala interesarle poco o nada quien sea elegido alcalde de su comuna en las elecciones municipales; para el 54% de las y los jóvenes entrevistados los resultados de la elección no influyen en nada en su vida diaria. Lo mismo ocurre cuando se consulta respecto del ganador de la elección, que tampoco le interesa en nada a una proporción importante de la muestra.

En todo caso, además de consultarse por la intención de ir a votar, se hizo una serie de preguntas sobre las elecciones municipales en general, que son de interés permanente. El 77% de los entrevistados conocen al actual alcalde o alcaldesa de su comuna. Este alto conocimiento es transversal a todos los segmentos estudiados.

Respecto a la campaña, existe una tendencia respecto a que hay un mayor nivel de información sobre las diferentes candidaturas, con diferencias según la edad de los entrevistados. A mayor edad se ha accedido a mayor información sobre las candidaturas. Entre quienes han conversado sobre estas elecciones, la mayoría lo ha hecho “una que otra vez”. Prácticamente el 80% de quienes fueron entrevistados no ha visto, ni comentado o compartido información sobre las elecciones y las candidaturas a través de medios online. Para la mayoría de los casos la mayor fuente de información sobre estas elecciones se ha encontrado entre los folletos y volantes de los candidatos y las pinturas en los muros de sus comunas. En general la campaña que realizada por los candidatos para las elecciones de 2012 no logró motivar a la juventud a asistir a las urnas; sólo entre quienes pertenecen al nivel socio-económico alto se puede ver algún interés mayor al de quienes pertenecen a los segmentos medios y bajos.

Conforme a la opinión que expresan en esta encuesta, el principal mecanismo para conseguir el voto de las personas jóvenes sería el dar a conocer los programas que las y los candidatos tienen

2 van der Eijk, C. and Franklin, M. (2009). *Elections and Voters*. Palgrave Macmillan, Basingstoke: pp.47-48.

para sus comunas. Es para los habitantes de regiones que los programas de los candidatos cobran importancia como incentivo para conseguir su voto, mientras que para los habitantes de Santiago las visitas en terreno serían el mecanismo más efectivo.

Por último, en general no existe una visión clara respecto a la cantidad adecuada de candidaturas jóvenes en estas elecciones municipales, aunque entre aquellos que sí tienen alguna opinión, esta cantidad es la adecuada para sus comunas.

2.2. Elecciones primarias

La segunda encuesta incluida en este capítulo trata de evaluar el nivel de interés y de politización en torno a las primarias presidenciales realizadas en junio de 2013. La encuesta se llevó a cabo a inicios ese mismo mes y consideró a jóvenes entre 18 y 29 años.

Estas primarias estaban insertas en las elecciones de candidatos presidenciales que se presentaban tanto en la Alianza y como en el Pacto Nueva Mayoría. Asimismo la elección incluía candidatos a diputado en un número reducido de distritos.

Entre los aspectos específicos a indagar en la encuesta, se encuentra determinar el conocimiento del proceso de primarias, identificar los niveles de participación de los jóvenes en primarias presidenciales y sus motivos para votar y no votar, conocer la identificación política entre las personas jóvenes y su comportamiento anterior en elecciones presidenciales y municipales.

Esta encuesta toma una aproximación técnicamente diferente a la encuesta sobre la elección municipal. Se puso un énfasis especial en medir la politización individual con diferentes indicadores, tratando así de mejorar la sobre-estimación reportada en la sección anterior en este mismo capítulo. Dado que en Chile no es posible chequear con el Servicio Electoral si cierto elector que respondió una encuesta fue o no a votar, no se puede aplicar la metodología clásica de estudios de validación que se usa en otras latitudes³. Por lo anterior, para cumplir con el objetivo de determinar el nivel de involucramiento de las y los jóvenes respecto a las elecciones, se utilizó una metodología que estime el nivel de politización de los jóvenes con varias medidas, así como probar las estimaciones posibles del número de jóvenes que se espera vayan a votar.

Conforme a una revisión de otros estudios y de material bibliográfico, se determinó que lo más apropiado era, además de preguntar directamente si cada joven tenía la intención de ir a votar, preguntar sobre otras formas de movilización electoral. Esto lleva a las preguntas sobre si las personas entrevistadas fueron a votar en las elecciones municipales de 2012, si saben el nombre de la persona por quien votaron para alcalde, si tienen una posición política permanente, en cual primaria tienen decidido participar. Esta respuesta permite filtrar a quienes indican intención de ir a votar, pero no han decidido en cuál primaria: la probabilidad de ir a votar se espera que sea

3 Al respecto, véase Traugott, M.W. (2008) Validation Studies. En Donsbach, W. y Traugott, M.W., editores, The SAGE Handbook of Public Opinion Research, pp. 408-416. SAGE, London.

más baja entre éstos que entre quienes indican una preferencia específica.

El resultado de estos ejercicios se reporta en un cuadro en este capítulo, en que se estima un porcentaje de jóvenes que irá a votar conforme a la respuesta a diferentes conjuntos de preguntas. Este tipo de estimaciones corresponden a una exploración de posibles soluciones para el problema de estimar participación en eventos electorales⁴.

En general, los resultados de la encuesta indican que las primarias son, para la población joven, un tema contingente y relevante. El 63% cree que es un buen mecanismo para la elección de los mejores candidatos presidenciales, el 58% cree que tienen una alta importancia para la democracia y el 57% de ellos lo ha conversado en su entorno. EL 74% ha visto publicidad de las candidaturas a las elecciones primarias.

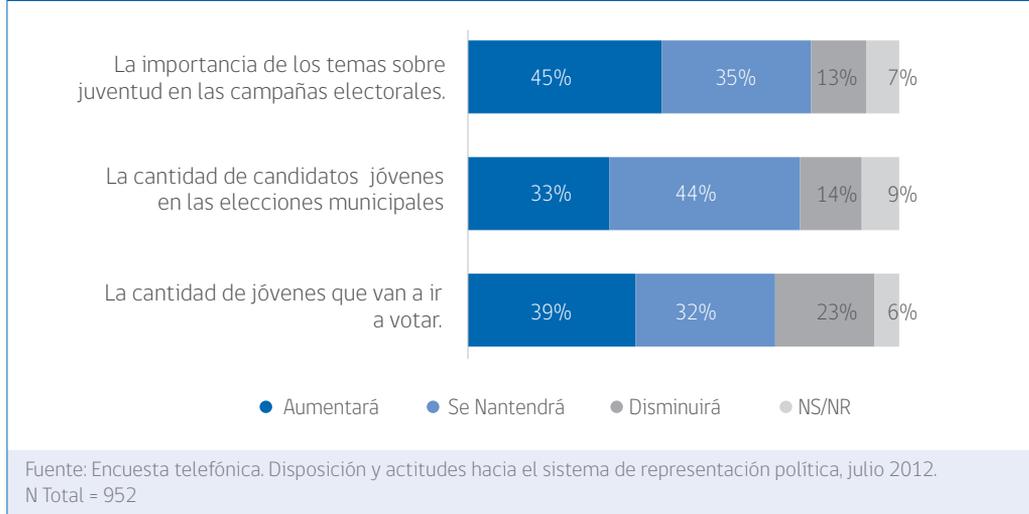
Sin embargo, se observa un bajo nivel de conocimiento del proceso. El 92% dice saber que se realizarán primarias presidenciales el 30 de Junio, pero sólo el 23% sabe que no se puede votar en ambas primarias. En promedio sólo mencionan 1,4 candidatos del pacto Nueva Mayoría y 0,8 candidatos de la Alianza.

A pesar de lo anterior, estos resultados sugieren un bajo nivel de involucramiento. El 18% cree que se ha realizado una buena campaña para motivar a las y los jóvenes a participar, el 27% declara que irá a votar con seguridad y un 44% declara que con seguridad no irá a votar. Más importante, el 79% cree que las y los candidatos no han hecho nada por motivarlos a votar este domingo. De entre quienes votarán, la principal motivación para ir a votar es el interés en la política y su candidato (52%), y el 34% de los jóvenes considera que emitir el voto es un deber cívico. En tanto, de entre quienes no votarán, la principal razón para no hacerlo es el desinterés en la política (47%), y la ausencia del candidato de su preferencia (18%).

4 Adicionalmente, se ajustó la ponderación de la encuesta conforme a la declaración de haber participado en las elecciones municipales, de modo tal que coincida con las cifras oficiales de participación electoral según sexo y grupos de edad publicadas por el Servicio Electoral.

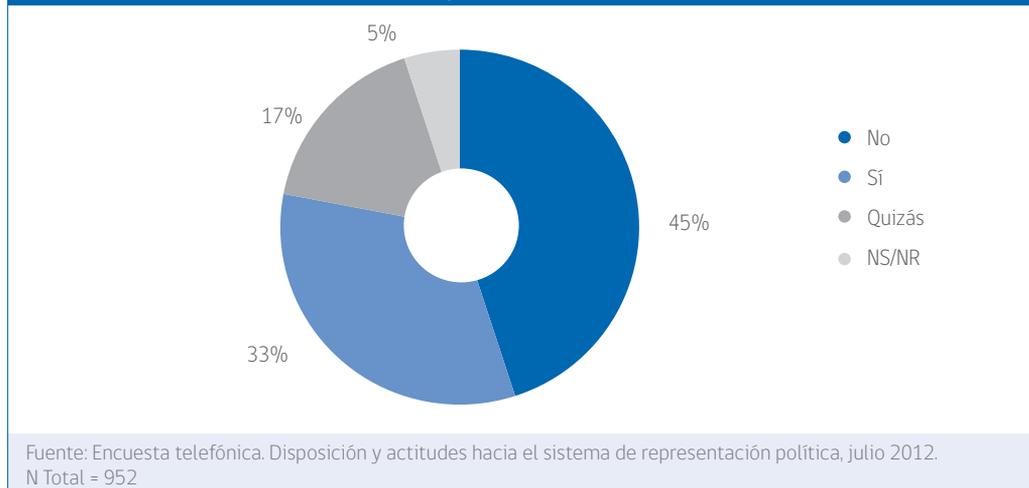
En cuanto a la percepción respecto de lo que ocurriría con el voto voluntario, el 39% de la muestra creía que la cantidad de jóvenes que iban a ir a votar en la elección de octubre de 2012 aumentaría. Por su parte, el 23% creía que disminuiría.

Gráfico N°2.1: En las próximas elecciones municipales, por primera vez la inscripción será automática y el voto voluntario. En la elección de octubre...



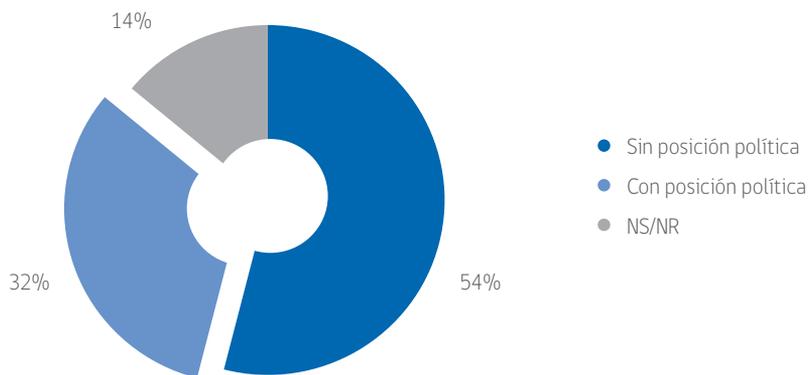
Respecto a la intención de votar en las elecciones municipales 2012, el 45% de quienes fueron encuestados declaró que no votaría en dichas elecciones. El 33% indicó que estaba seguro de hacerlo, cifra que se repitió sistemáticamente a lo largo de las cinco encuestas que se realizaron antes de las elecciones en las que, independientemente del tema, se incluyó una pregunta final al respecto.

Gráfico N°2.2: Votará en las elecciones municipales



El 54% de las y los jóvenes entrevistados señala que no tiene posición política en la escala izquierda-derecha.

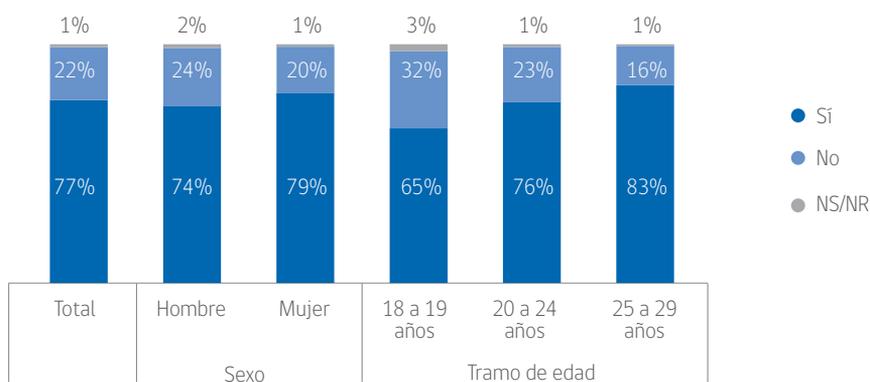
Gráfico N°2.3: En general, se habla de posiciones de derecha e izquierda. Ud. se considera de...



Fuente: Encuesta telefónica. Disposición y actitudes hacia el sistema de representación política, julio 2012.
 Nota: En la categoría "con posición política" se suman todas las posiciones desde izquierda a derecha.
 N Total = 952

El 77% dice conocer el nombre del actual alcalde de su comuna. Al observar a las y los jóvenes de 18 y 19 años, esta cifra disminuye significativamente a un 64,8%

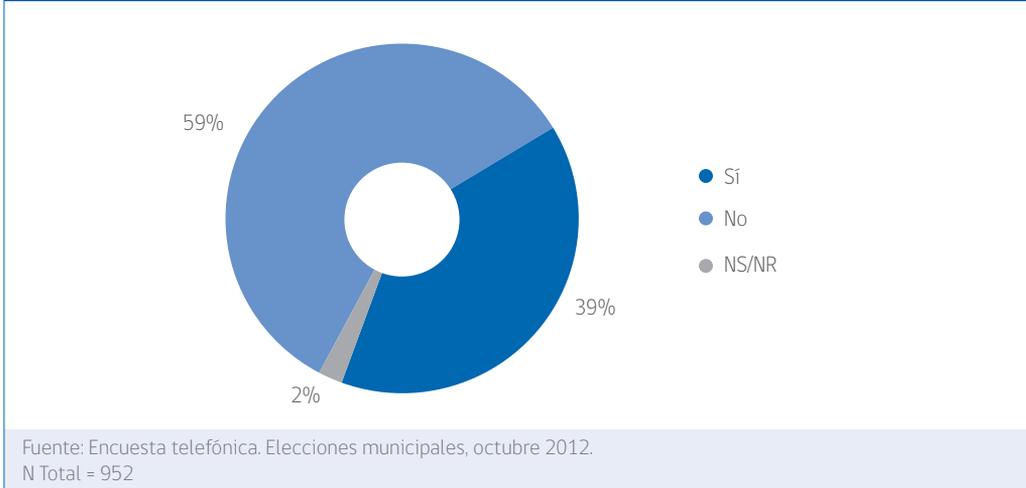
Gráfico N°2.4 ¿Conoce el nombre del actual alcalde de su comuna?



Fuente: Encuesta telefónica. Elecciones municipales, octubre 2012.
 N Total = 952

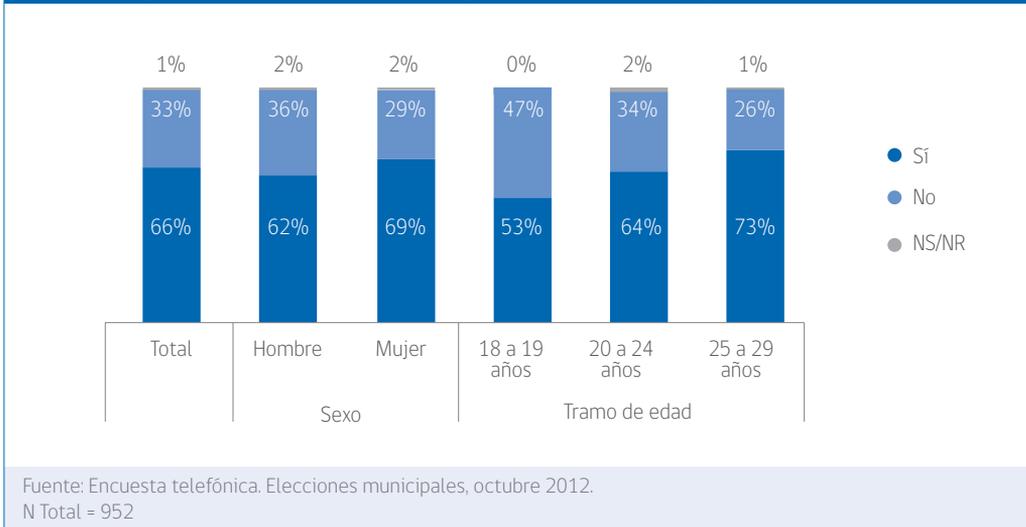
El 59% de las personas jóvenes entrevistadas ha visto, leído o escuchado sobre alguno de los candidatos que postulan a concejal/a en su comuna.

Gráfico N°2.5 ¿Ha visto, leído o escuchado sobre alguno de los candidatos que postulan a Concejal/a en su comuna?



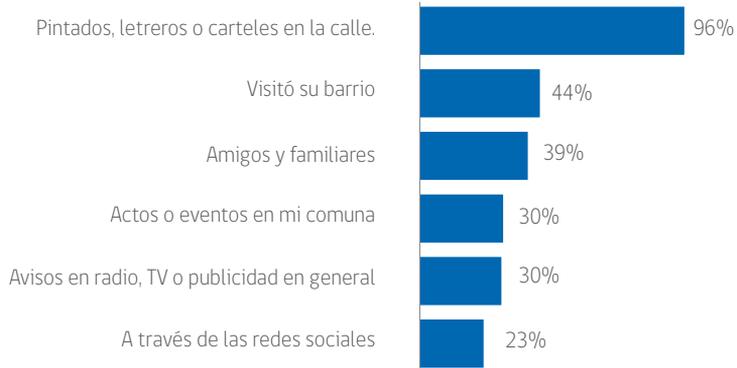
Respecto a la información sobre las candidaturas a la alcaldía, el 73% de quienes están entre 25 y 29 años ha visto, leído o escuchado sobre alguno de los candidatos o candidatas que postulan en su comuna, mientras que en los jóvenes de 18 y 19 años, esta cifra disminuye al 64%.

Gráfico N°2.6 ¿Ha visto, leído o escuchado sobre alguno de los candidatos que postulan a Alcalde/sa en su comuna?



De entre quienes vieron, leyeron o escucharon sobre las candidaturas a la alcaldía, el 96% supo de las y los candidatos a través de pintados, letreros o carteles en la calle.

Gráfico N°2.7: ¿de qué manera supo sobre los candidatos a Alcalde?



Fuente: Encuesta telefónica. Elecciones municipales, octubre 2012.

Muestra: Jóvenes que han visto, leído o escuchado sobre los candidatos a alcalde/sa.

Nota: Respuesta múltiple, porcentajes suman más de 100%.

N = 625

Respecto al mecanismo más efectivo para que un candidato o candidata a la alcaldía convenga a los jóvenes a votar por esa candidatura, se obtiene que el 44% de la muestra señala que sería dando a conocer su programa, el 32% visitando su barrio y el 30% interactuando con organizaciones sociales.

Gráfico N°2.8: Para Ud., ¿cuál sería el mecanismo más efectivo para que un candidato a Alcalde lo convenciera de votar por él?



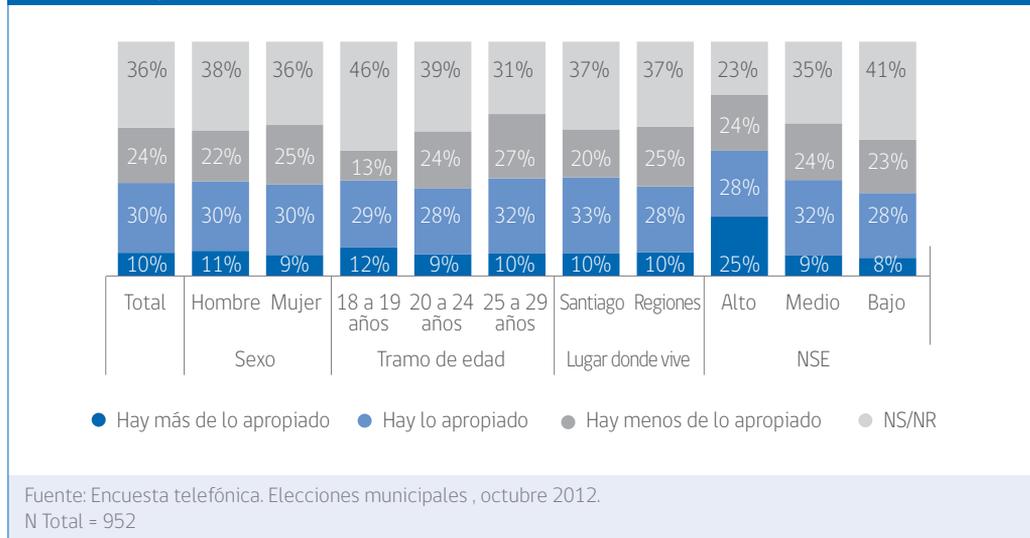
Fuente: Encuesta telefónica. Elecciones municipales, octubre 2012.

Nota: Respuesta múltiple, porcentajes suman más de 100%.

N Total = 952

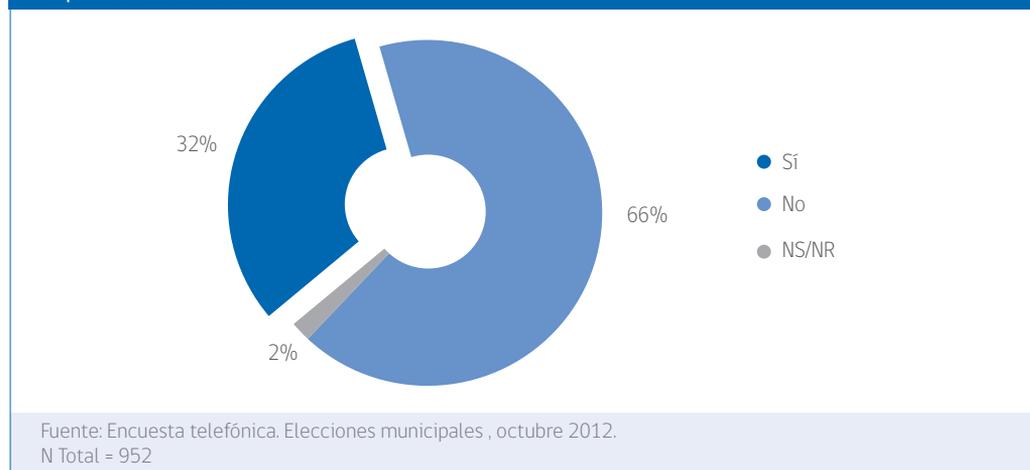
En cuanto al número de candidatos jóvenes en las elecciones municipales, el 8% de quienes pertenecen al nivel socioeconómico bajo declara que hay más candidatos jóvenes que el apropiado, mientras que en el nivel socioeconómico alto, este valor sube significativamente al 25%.

Gráfico N°9: ¿Qué siente Ud. sobre el número de candidatos jóvenes en las elecciones municipales en su comuna?



En relación a la conversación con otros sobre las elecciones municipales, 66% de las y los jóvenes entrevistados no ha conversado con nadie respecto a las elecciones municipales en su comuna.

Gráfico N° 2.10: Pensando en la última semana, ¿ha Ud. conversado con alguien sobre las elecciones municipales en su comuna?



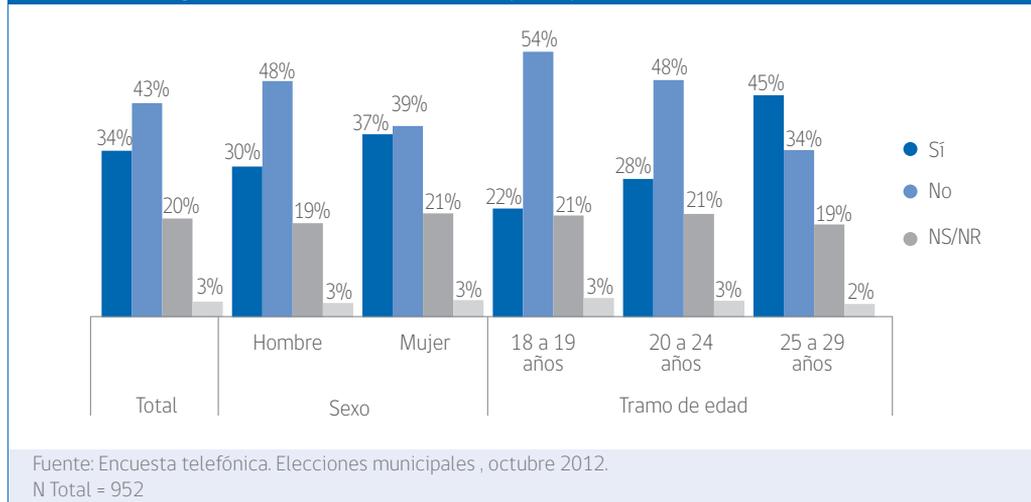
El 58% de las y los entrevistados de estrato socioeconómico alto se entera sobre las elecciones municipales a través de conversaciones con amigos o familiares, a diferencia de quienes pertenecen al estrato bajo, donde la cifra alcanza un 38%.

Gráfico N°2.11: Pensando en la semana pasada, ¿dónde ha visto, leído o escuchado información sobre las elecciones municipales en su comuna?



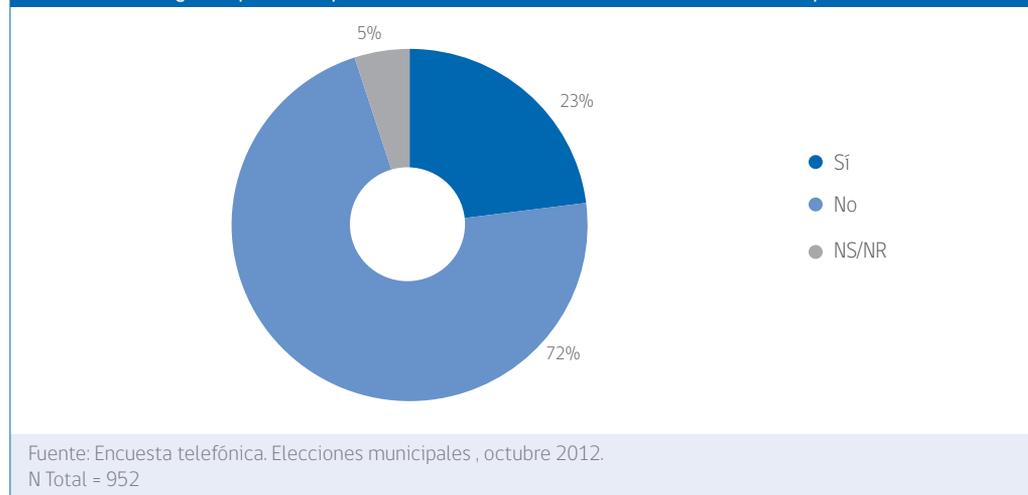
Respecto a la votación en elecciones municipales que se realizaron en octubre de 2012, el 34% declaró que seguro que sí iba a ir a votar en esas elecciones, el 43% declaró que seguro que no y el 20% no lo tenía claro. Esto es coherente con lo indicado en un gráfico anterior, en que meses antes se sobre-estima la participación obteniéndose una cifra similar de jóvenes indicando que tenían decidido ir a votar.

Gráfico N°2.12: ¿Votará Ud. en las elecciones municipales que se realizarán en octubre de este año?



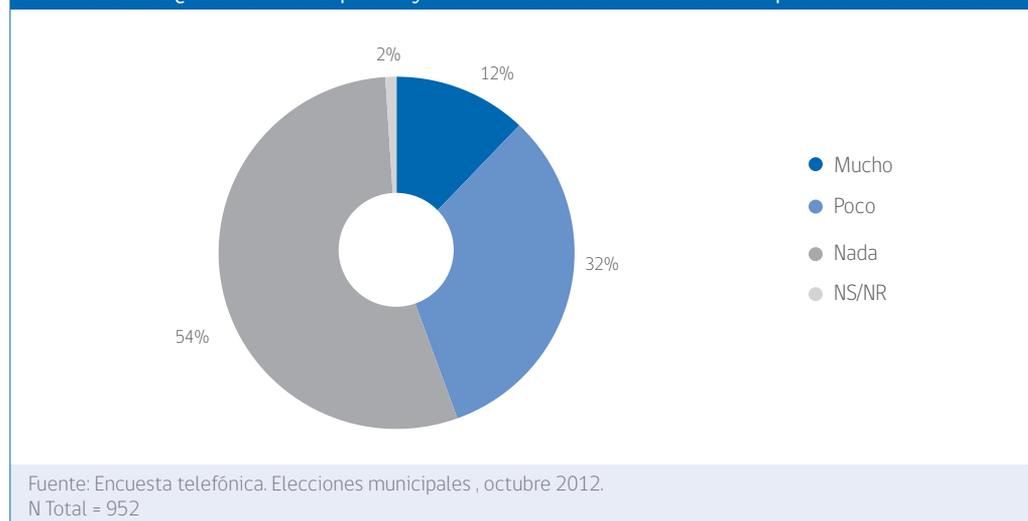
Campaña de candidatos. Sólo el 23% de quienes fueron entrevistados, menos de un mes antes de la elección, indica que la campaña lo ha motivado a votar en las próximas elecciones municipales. Nótese que esta respuesta es independiente del hecho de que la proporción de jóvenes que indica que irá a votar no aumenta al acercarse la elección.

Gráfico N°2.13: ¿Cree que la campaña de los candidatos lo ha motivado a votar en las próximas elecciones?

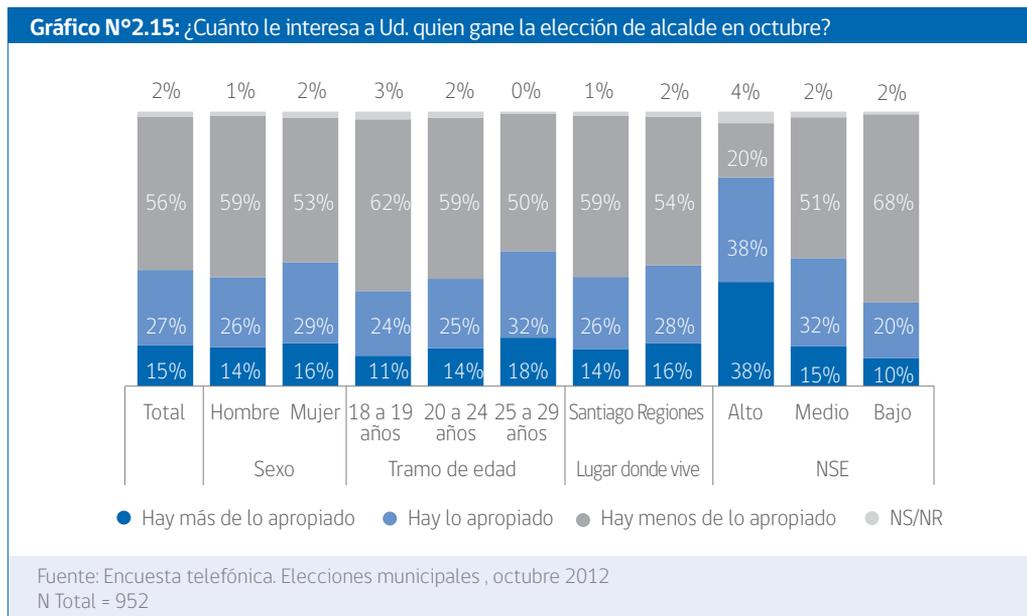


En cuanto a la influencia de los resultados de las elecciones municipales en la vida de las y los jóvenes entrevistados, el 54% de ellos declara que NO le influye en nada en su vida, mientras que el 12% señala influirle mucho.

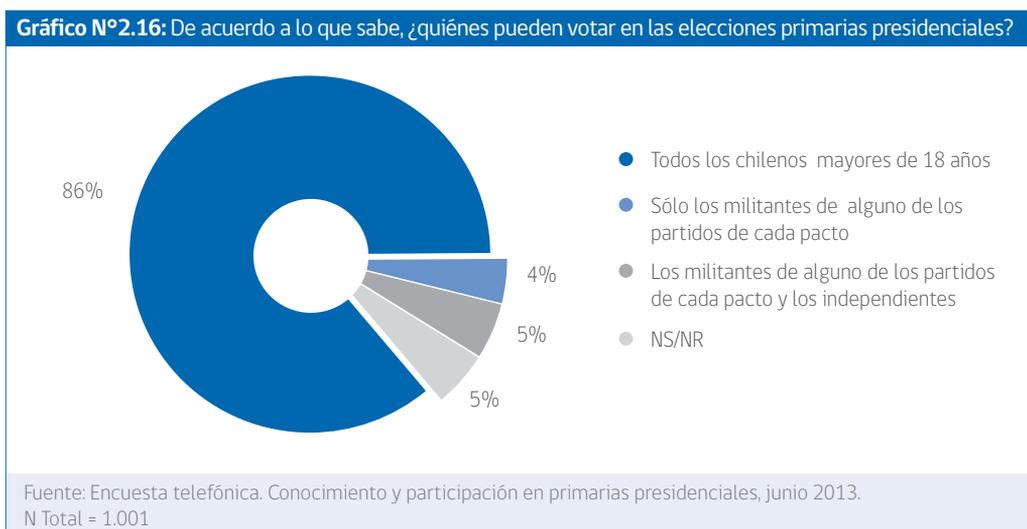
Gráfico N°2.14: ¿Cuánto cree Ud. que influye el resultado de las elecciones municipales en su vida diaria?



En relación al interés sobre quién gane la elección de alcalde, el 38% de la muestra perteneciente al estrato socioeconómico alto señala que le interesa bastante, mientras que el 68% de quienes pertenecen al estrato bajo, señala que le interesa nada.

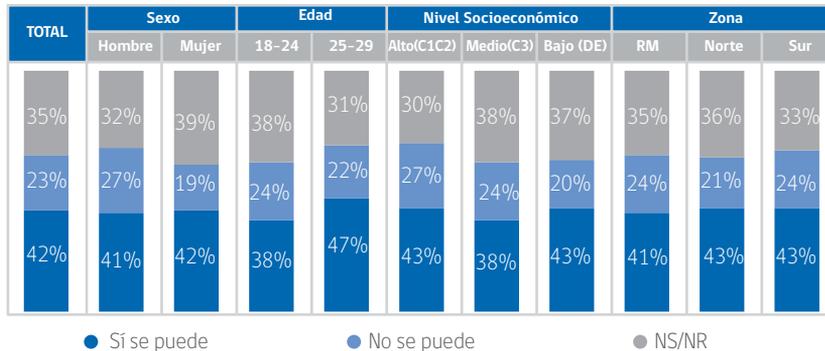


El 86% señala correctamente que quienes pueden ir a votar en las elecciones primarias presidenciales son todos los chilenos mayores de 18 años. La alternativa correcta (sólo quienes militan en cada pacto en primarias y quienes son independientes) obtiene sólo un 5%.



Conocimiento de votación exclusiva por pactos. El porcentaje de quienes saben que no se puede votar en ambas primarias presidenciales (de la Alianza y de la Concertación) oscila entre un 19% entre las mujeres y un 27% entre quienes pertenecen al segmento socioeconómico alto.

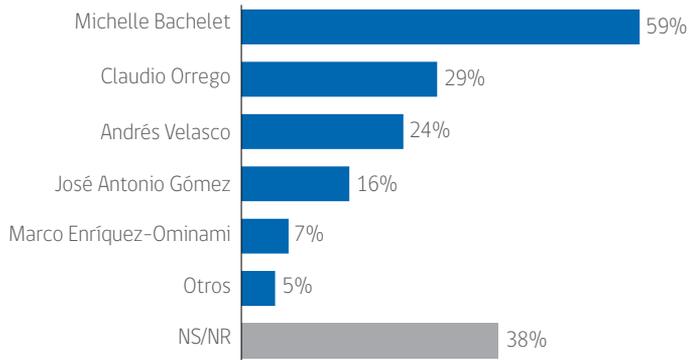
Gráfico N°2.17: De acuerdo a lo que sabe, ¿se puede votar en ambas primarias? (de la Alianza y de la Concertación)



Fuente: Encuesta telefónica. Conocimiento y participación en primarias presidenciales, junio 2013.
N Total = 1.001

En cuanto al conocimiento de las candidaturas en la primaria de la Concertación, el 59% espontáneamente menciona a Michelle Bachelet como competidora en ésta, el 29% menciona a Claudio Orrego y el 24%, a Andrés Velasco.

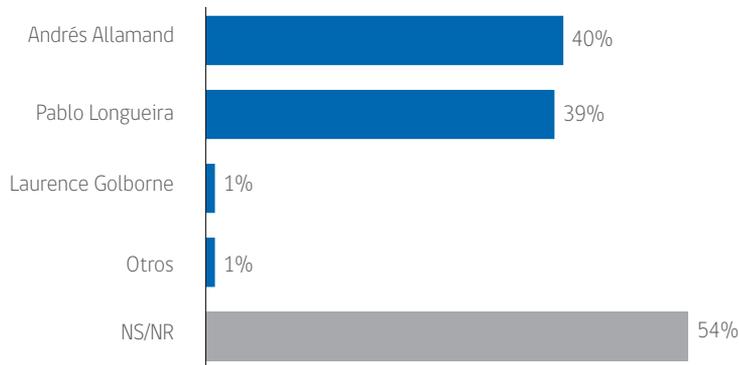
Gráfico N°2.18: ¿Qué candidatos competirán en la primaria presidencial de la Concertación? Respuesta Espontánea



Fuente: Encuesta telefónica. Conocimiento y participación en primarias presidenciales, junio 2013.
Nota: Respuesta múltiple, porcentajes suman más de 100%.
N Total = 1.001

En cuanto al conocimiento de las candidaturas en la primaria presidencial de la Alianza, el 40% de las personas jóvenes entrevistadas menciona a Andrés Allamand como competidor en ésta, mientras que el 39% menciona a Pablo Longueira y el 1%, al ex-competidor Laurence Golborne.

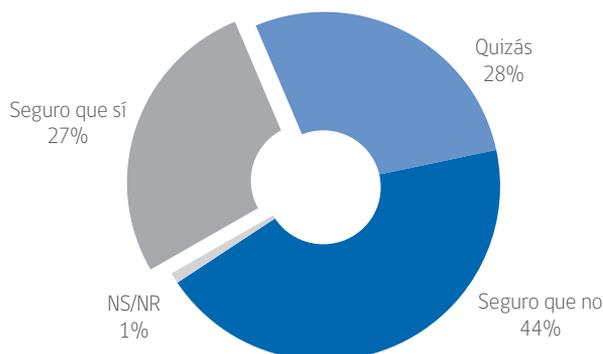
Gráfico N°2.19: ¿Qué candidatos competirán en la primaria presidencial de la Alianza? Respuesta Espontánea



Fuente: Encuesta telefónica. Conocimiento y participación en primarias presidenciales, junio 2013.
 Nota: Respuesta múltiple, porcentajes suman más de 100%.
 N Total = 1.001

La intención de ir a votar en primarias presidenciales se observa dividida, pues el 27% de la muestra declara que sí iba a ir a votar en las elecciones primarias de junio de 2013, el 44% que no iba a ir a votar y el 28% que quizás lo haría. Esta cifra evidentemente sobreestima la participación juvenil en las primarias, en la misma forma que la pregunta aplicada con ocasión de las elecciones municipales. De ahí la importancia de las estimaciones que se presentan más adelante en este capítulo.

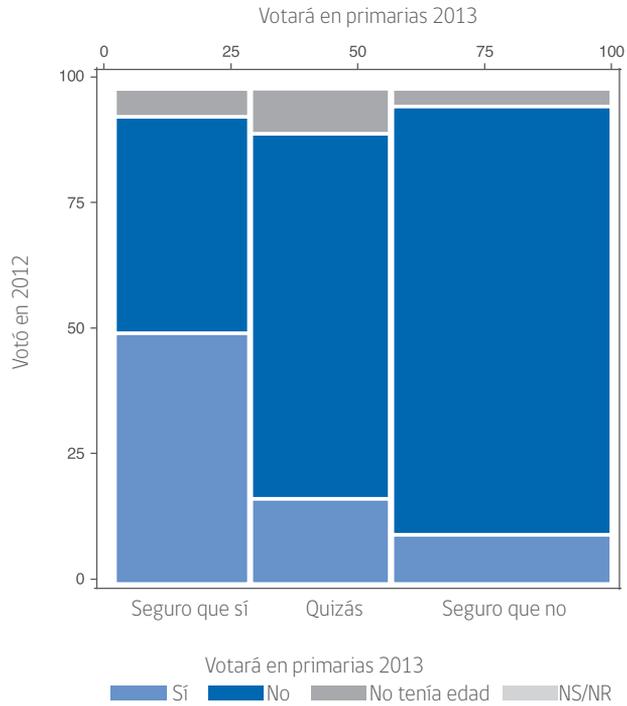
Gráfico N°2.20: ¿Irá a votar en las elecciones primarias del 30 de junio?



Fuente: Encuesta telefónica. Conocimiento y participación en primarias presidenciales, junio 2013.
 N Total = 1.001

Muchos de quienes dicen que tienen la intención de ir a votar en las elecciones primarias de 2013 no fueron a votar en 2012. En el caso de quienes “quizás” vayan, ese porcentaje es mayor aún. Esta relación es importante a la hora de establecer la sobre-estimación de la intención de ir a votar que tiene la pregunta original al respecto.

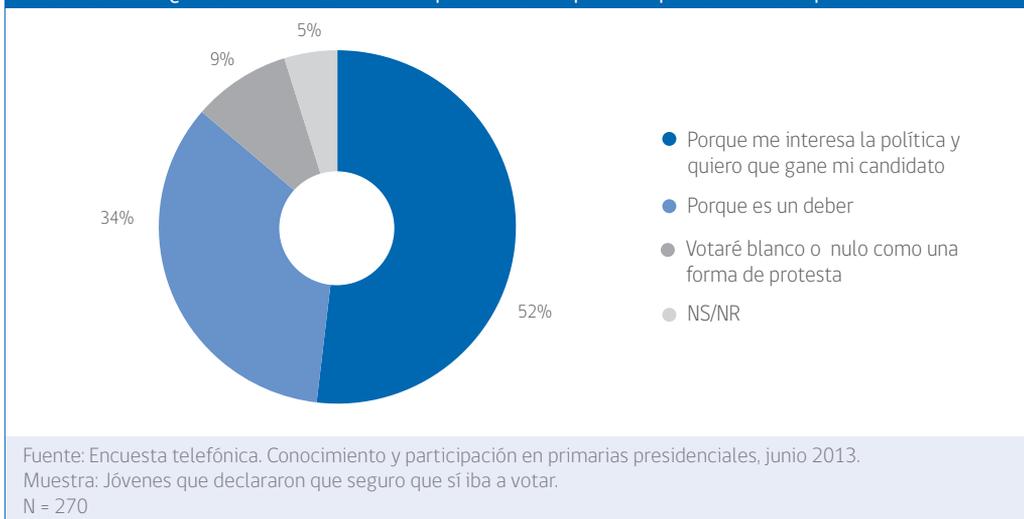
Gráfico N°2.21: Sí, votará en las elecciones primarias vs. Sí, votó en las elecciones municipales de 2012



Fuente: Encuesta telefónica. Conocimiento y participación en primarias presidenciales, junio 2013.
N Total = 1.001

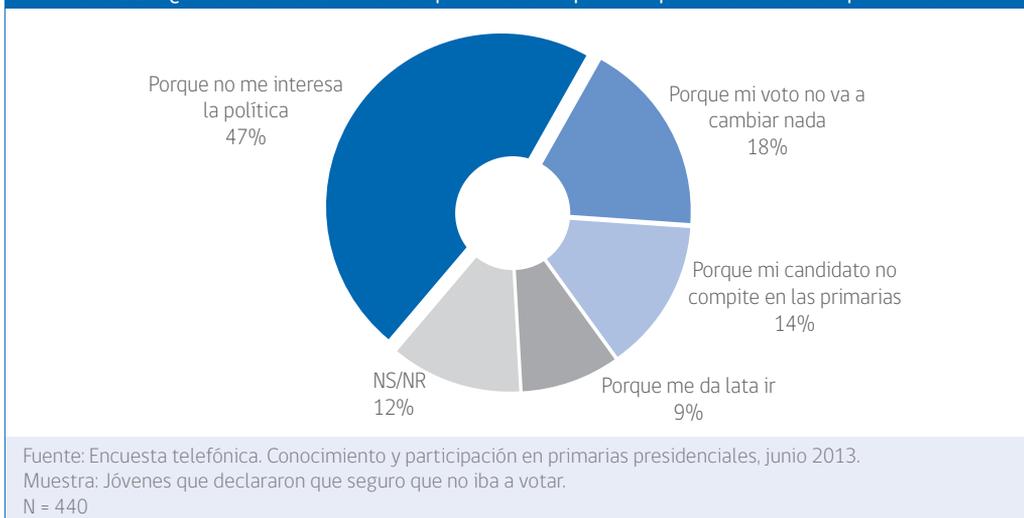
Motivaciones para ir a votar en primarias. De entre quienes declararon que votarían en las elecciones, el 52% señala que lo hará porque le interesa la política y el 34% porque es un deber.

Gráfico N°2.22: ¿Cuál de estas razones es la que más la/lo representa para votar en las primarias?



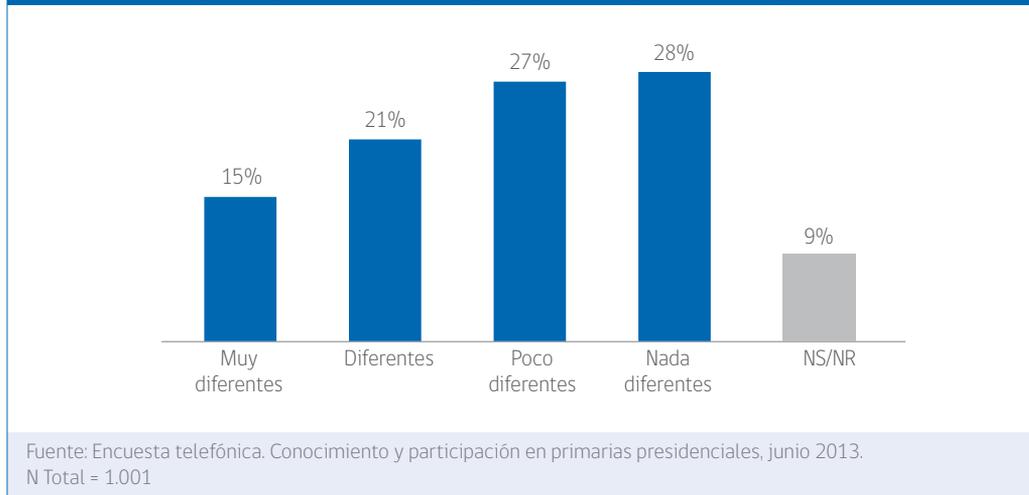
Sobre las motivaciones para NO ir a votar en primarias, el 47% de quienes dicen NO irán a votar, señala que no lo hará porque no le interesa la política, el 18% porque su voto no va a cambiar nada, el 14% porque su candidato no compite en las primarias y el 9% porque le da lata ir.

Gráfico N°2.23: ¿Cuál de estas razones es la que más la/lo representa para NO votar en las primarias?



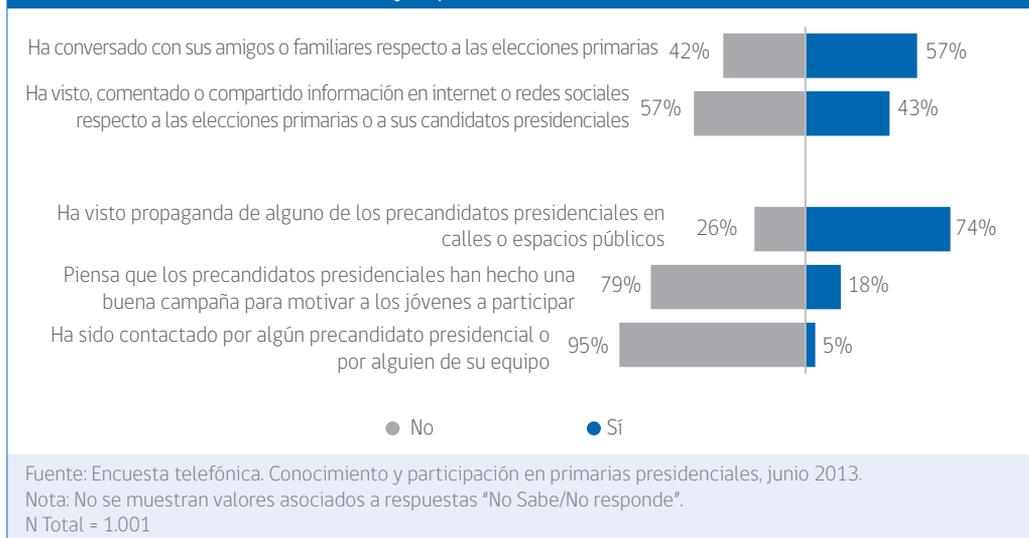
En relación a la percepción sobre las diferencias en las posiciones políticas entre la Alianza y la Concertación, el 28% considera que son nada diferentes, el 27% considera que son poco diferentes, el 21% diferentes y el 15% muy diferentes.

Gráfico N°2.24: Según su opinión, las Coaliciones políticas Alianza y Concertación ¿qué tan diferentes son?



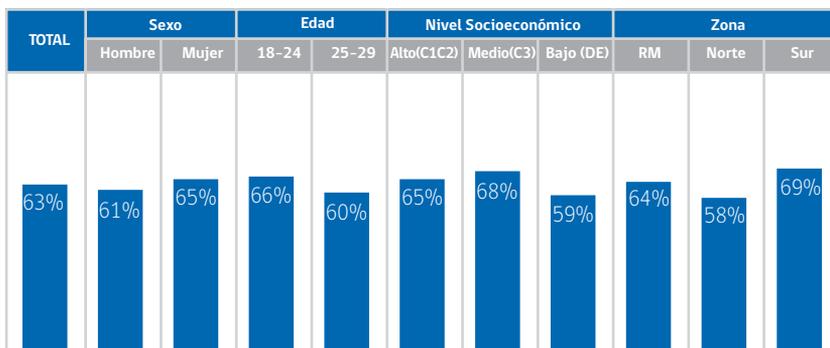
Interacción y opinión de campañas para primarias. El 5% de las y los jóvenes entrevistados menciona que ha sido contactado por algún candidato presidencial o por alguien de su equipo. En tanto el 79% señala que los precandidatos presidenciales NO han hecho una buena campaña para motivar a los jóvenes a participar.

Gráfico N°2.25: Piense en el último mes y responda...



Pese a todo lo anterior, el 63% señala que las primarias son buenas como mecanismo de elección, mientras que un 34% por el contrario, señala que NO son un buen mecanismo.

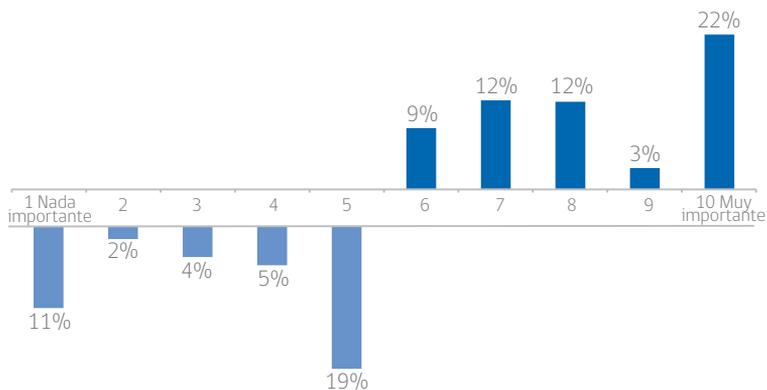
Gráfico N°2.26: ¿Cree que las elecciones primarias son un buen mecanismo para elegir al mejor candidato? Respuestas "Sí"



Fuente: Encuesta telefónica. Conocimiento y participación en primarias presidenciales, junio 2013.
N Total = 1.001

Respecto a la relevancia de las primarias para la democracia, el 58% cree que realizar elecciones primarias es de alta importancia para la democracia de nuestro país.

Gráfico N°2.27: ¿Qué tan importante para la democracia cree usted que es realizar elecciones primarias? (Escala de 1 a 10)



Fuente: Encuesta telefónica. Conocimiento y participación en primarias presidenciales, junio 2013.
N Total = 1.001

Participación joven: simulaciones
 Dependiendo de las preguntas que se consideren, hay varias posibilidades para estimar cuántos jóvenes es probable que vayan a votar

A quiénes se considera	Porcentaje	A quiénes se considera	Porcentaje
"Seguro que sí" va a votar en las primarias	26,9%	"Seguro que sí" va a votar en las primarias. + fue a votar en 2012 + Tiene posición política izquierda - derecha + considera a las coaliciones diferentes entre sí. + Sabe al menos uno de los candidatos	4,4%
"Seguro que sí" va a votar en las primarias + fue a votar en 2012	10,8%	"Seguro que sí" va a votar en las primarias + fue a votar en 2012 + Tiene posición política izquierda - derecha + Sabe al menos uno de los candidatos + Ha compartido con otros información sobre las primarias	4,9%
"Seguro que sí" va a votar en las primarias + fue a votar en 2012 + Tiene posición política izquierda - derecha	7,8%	"Seguro que sí" va a votar en las primarias. + fue a votar en 2012 + Tiene posición política izquierda - derecha + Sabe al menos uno de los candidatos + Votó en 2012 para generar un cambio o apoyar a su candidato	4,9%
"Seguro que sí" va a votar en las primarias + fue a votar en 2012 + Tiene posición política izquierda - derecha + Sabe al menos uno de los candidatos	7,5%	Fue a votar en 2012 + Tiene posición política izquierda - derecha + considera a las coaliciones diferentes entre sí	6,2%
"Seguro que sí" va a votar en las primarias + fue a votar en 2012 + Tiene posición política izquierda - derecha + considera a las coaliciones diferentes entre sí	4,7%	"Seguro que sí" va a votar en las primarias + fue a votar en 2012 + Votó en 2012 para generar un cambio o apoyar a su candidato	7,0%

Fuente: Encuesta telefónica. Conocimiento y participación en primarias presidenciales, junio 2013.
 N Total = 1.001



3

Estilos de vida saludable

En este capítulo se incluyen resultados seleccionados de tres estudios, todos realizados durante el año 2013. El primero es una encuesta sobre hábitos saludables. El segundo, una encuesta sobre algunos hábitos de consumo de alcohol y tabaco, con un énfasis en la recepción que han tenido las nuevas leyes que regulan el consumo de tabaco en lugares públicos y de alcohol en vehículos motorizados. El tercero, una encuesta que complementa las anteriores al consultar sobre opiniones y conductas para un estilo de vida que favorezca la sustentabilidad ambiental. Las encuestas se aplicaron a jóvenes entre 15 y 29 años de edad, con excepción de aquella sobre tabaco y alcohol, que se restringió al rango de edad de 18 a 29 años, debido a la temática involucrada. A continuación, se revisan brevemente, y por separado, cada una de ellas.

Todos estos estudios se insertan en una agenda orientada a mejorar las condiciones de la vida cotidiana de la población, por la vía de promover decisiones individuales tomadas en libertad. Es el caso de la disposición hacia conductas que promuevan el cuidado individual de la salud en forma preventiva, así como es el caso del cuidado del medio ambiente. En ocasiones, estas decisiones individuales deben ajustarse debidamente a la necesidad de no perjudicar las decisiones de otras personas. Este último caso es especialmente el de la normativa sobre tabaco y alcohol, así como algunas asociadas a asegurar la sustentabilidad del desarrollo.

3.1. Vida saludable

La encuesta sobre hábitos saludables tiene por objetivo principal evaluar los hábitos y concepciones respecto de estilos de vida entre las y los jóvenes de nuestro país. Esto significa conocer cómo se relacionan las personas jóvenes con la actividad física y el sedentarismo, indagar en los hábitos alimenticios de la juventud y, por último, conocer su percepción sobre restricciones al consumo de cigarrillos.

Esta encuesta se enmarca en la agenda impulsada por el Gobierno con los programas Vida Sana y Elige Vivir Sano, orientados a combatir los malos hábitos alimenticios y fomentar el deporte. Como contexto para la selección temática de esta encuesta, es importante señalar que el programa Vida Sana es una iniciativa impulsada por el Ministerio de Salud que busca prevenir enfermedades crónicas, asociadas a la obesidad y contribuir a la disminución de los factores de riesgo cardiovascular. Este programa comenzó el 2011 y trata a personas con problemas de sobrepeso. El objetivo del tratamiento es lograr que cada paciente baje el 5% de su peso, con la ayuda de un equipo multidisciplinario, que lo acompañará durante todo el periodo. Además, incluye 40 sesiones de actividad física. El programa "Elige Vivir Sano", por su parte, es una iniciativa liderada por la Primera Dama, que tiene como objetivo incentivar hábitos de vida más saludables en toda la población. Promueve dos conceptos esenciales: alimentación saludable y actividad física. En este proyecto, promulgado como Ley en mayo de 2012, trabajaron en forma conjunta y transversal diversos ministerios, servicios públicos y el sector privado.

Así, en términos específicos, los ámbitos consultados en la encuesta dicen relación con la disposición individual hacia la actividad física, los hábitos deportivos, la percepción sobre las oportunidades para el deporte en la comuna donde viven, así como las percepciones sobre la actividad física en el país. Lo anterior se complementa consultando por el uso de la bicicleta, por la práctica de hábitos alimenticios y, por último, por el consumo de cigarrillos. De especial interés es determinar quiénes influyen más en la elección de la dieta que siguen las y los jóvenes, pues la condición de dependencia residencial y económica que muchas veces los aqueja puede incidir en sus decisiones alimentarias.¹ Para la construcción de las preguntas se consideró la experiencia de algunas encuestas extranjeras².

Respecto a la actividad física, el 75% de las y los jóvenes declara que la práctica de algún deporte es importante, sin embargo, el 53% dice practicar habitualmente algún deporte o actividad física, con una diferencia significativa según sexo ya que los hombres practican casi 2 veces más deportes que las mujeres. El estudio arroja que una de las principales razones que emiten las y los jóvenes para no hacer ejercicio, es la falta de tiempo (60%) o el escaso interés en algún deporte (21%). En términos generales, el fútbol se posiciona como la principal actividad deportiva con el 45% de las preferencias, seguida de andar en bicicleta (32%) e ir al gimnasio (19%). Separados por sexo, los

1 La medición de este tema se sirve de evaluar las respuestas obtenidas por algunas encuestas británicas. Véase, por ejemplo, 'Who influences your weight?' by YouGov in Editor's picks and Life, 15 de febrero de 2012.
2 Weight Watchers Survey Results. YouGov, enero de 2012. British Nutrition Foundation Survey Results. YouGov, marzo 2010. YouGov Survey Results, mayo de 2012.

hombres prefieren el fútbol con el 68% de las preferencias y las mujeres la bicicleta con el 39%. Respecto de la alimentación, el resultado clave es que el 65% de las y los jóvenes considera que su alimentación es poco o nada saludable, mientras que un tercio considera que es saludable. Asimismo, sólo el 22% se alimenta cuatro veces al día, el 38% tres veces al día y el 25% lo hace cuando tiene hambre. Es decir, las y los jóvenes en general muestran una adecuada frecuencia en cuanto a la alimentación diaria, pero al mismo tiempo son conscientes de que no se alimentan tan saludablemente. Esto sugiere que los problemas de alimentación no son tanto de información, sino más bien de elección y decisiones individuales.

Respecto a los factores que influyen en el tipo de alimentación, tanto para las mujeres como para los hombres, prima la familia con 68% y 74% de las preferencias, respectivamente. En un segundo orden quedan los amigos y luego la televisión. Respecto a los hábitos alimenticios, el 81% de las y los encuestados come pan una o varias veces al día y el 44% toma bebidas gaseosas con la misma frecuencia. Adicionalmente, el 38% consume frutas o verduras menos de 2 veces a la semana, casi nunca o nunca y el 54% consume lácteos las mismas veces.

3.2. Tabaco y alcohol

La segunda encuesta incluida en este capítulo refiere a las percepciones sobre la nueva legislación en materia de tabaco y alcohol. Durante 2013 se implementaron la “Ley de Tolerancia Cero” orientada a aumentar las sanciones para aquellos individuos que conduzcan bajo los efectos del alcohol, así como la “Ley de Tabaco” que busca restringir los lugares donde está permitido fumar. En este contexto, al INJUV le interesaba conocer la postura de la juventud frente a estas dos leyes. Específicamente, con la encuesta se busca conocer los hábitos de la población joven en lo que refiere al consumo de ambas drogas lícitas (tabaco y alcohol) y su opinión frente a estas dos nuevas leyes. Es importante notar que existen datos confiables y de mejor calidad que esta encuesta para la prevalencia de consumo de ambas sustancias en la población joven, procedentes de la Encuesta Nacional de Juventud y de los estudios del Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol (SENDA). Sin embargo, para efectos de aplicar el cuestionario correctamente era necesario establecer la condición de consumo para discriminar las respuestas entre quienes consumen y quienes no lo hacen. Además, los estudios antes mencionados no consideran con detalle información que interesaba recabar en esta ocasión. De esta forma, la encuesta telefónica complementa los datos entregados por la Séptima Encuesta Nacional de Juventud.

Así, la encuesta aborda el conocimiento sobre esta nueva legislación, la iniciación en el consumo de ambos tipos de sustancias, las opiniones sobre la publicidad de ambas sustancias, las opiniones sobre las posibilidades de acceso a éstas, así como la percepción del riesgo que involucran. Por último, la encuesta también establece algunos datos sobre conductas y dependencia a drogas lícitas. Dado que la respuesta a preguntas sobre el consumo de ambas sustancias está afectada por problemas de deseabilidad social, las y los entrevistados declaran información incorrecta para evitar reconocer conductas que perciben como inapropiadas. Por esta razón, se optó por concentrar las preguntas en opiniones y percepciones, especialmente sobre el entorno y la legislación, con el fin de reducir el efecto de este sesgo.

Respecto de los resultados, la encuesta telefónica muestra que al 76% de las y los consumidores entre 18 y 29 años les gustaría dejar de fumar, lo que está relacionado con otro dato, el cual es que el 74% de las y los jóvenes consumidores ha intentado dejar el cigarrillo alguna vez. Además, el 58% de las personas jóvenes dice estar de acuerdo con la prohibición de fumar en bares, pubs y discoteques.

Sobre el conocimiento de la Ley del Tabaco, el 58% de las y los jóvenes encuestados dice conocer o haber oído hablar de la nueva regulación que aumenta las restricciones, venta y publicidad de los cigarrillos, siendo el grupo socioeconómico C1-C2 los que más saben de la normativa. Del total de encuestados, el 33% expresa que ahora puede asistir a pubs o discoteques porque prefiere lugares libres de humo, mientras que al 45% le da igual si puede o no fumar.

De acuerdo a la encuesta, las y los jóvenes dicen estar en su mayoría de acuerdo con que se prohíba fumar en las salidas de los colegios (89%) y las universidades (53%). A su vez, el 85% dice estar a favor de no fumar en recintos deportivos como estadios o gimnasios. Por último, el 77% cree que no se debe fumar en restaurantes y casinos de juego.

3.3. Sustentabilidad

La tercera encuesta incluida en este capítulo se orienta en recabar las opiniones y percepciones respecto de la conciencia medio ambiental, la preocupación por la temática de la sustentabilidad y el comportamiento en cuanto a consumo y transporte.

El estudio trata de abarcar en forma más amplia la línea programática que lleva a cabo el INJUV en materia de voluntariado ambiental, que deviene en el programa Vive Tus Parques. Ésta línea asume como punto de partida que existe entre los jóvenes de nuestro país, la necesidad de contar con instancias de participación que les permitan asociarse con otros jóvenes en la persecución de objetivos de interés común. En concreto, con este proyecto se busca entregarles el espacio y las facilidades para contribuir a la conservación y cuidado del patrimonio natural y cultural presente en las áreas silvestres protegidas de nuestro país, a través de un voluntariado ambiental de carácter formativo. Vive Tus Parques es un programa del Instituto Nacional de la Juventud (INJUV) en convenio con la Corporación Nacional Forestal (CONAF), el cual ha permitido generar un trabajo sistemático de jóvenes voluntarios en Áreas Silvestres Protegidas de Chile, quienes han contribuido a poner en valor la naturaleza de nuestro país. El programa nace el año 2012 a raíz del trágico incendio del Parque Nacional Torres del Paine donde se afectaron más de 17 mil hectáreas. El incendio motivó una rápida respuesta de jóvenes voluntarios a través del INJUV en busca de recuperar las zonas dañadas. El programa a inicios de 2014 ha llegado a convocar a más de 18 mil jóvenes que han participado del proceso de selección y movilizó a más de 1.500 jóvenes en más de 20 parques y reservas nacionales del país, en 10 regiones de Chile.

Dado que una parte importante de esta temática ya había sido tratada en el estudio sobre voluntariado, el interés de este estudio es ampliar la perspectiva de conductas amigables hacia el medioambiente que se integren en la vida cotidiana. Específicamente, el estudio indaga en las percepciones que tienen las y los jóvenes sobre la sustentabilidad, así como en las prácticas sustentables que llevan a cabo, entre ellas, el uso que hacen de algunos medios de transporte

amigables con el medio ambiente. Adicionalmente, se mide la opinión de las y los jóvenes con respecto a ciertas medidas regulatorias relativas a la sustentabilidad. Para este efecto, se consulta por la educación recibida, las decisiones de compra cuando éstas involucran posibilidad de mayor sustentabilidad, el reciclaje, las actitudes hacia el medioambiente en general, el cuidado del medioambiente, las acciones colectivas sobre el medio ambiente, el escenario energético y las preferencias sobre medios de transporte.

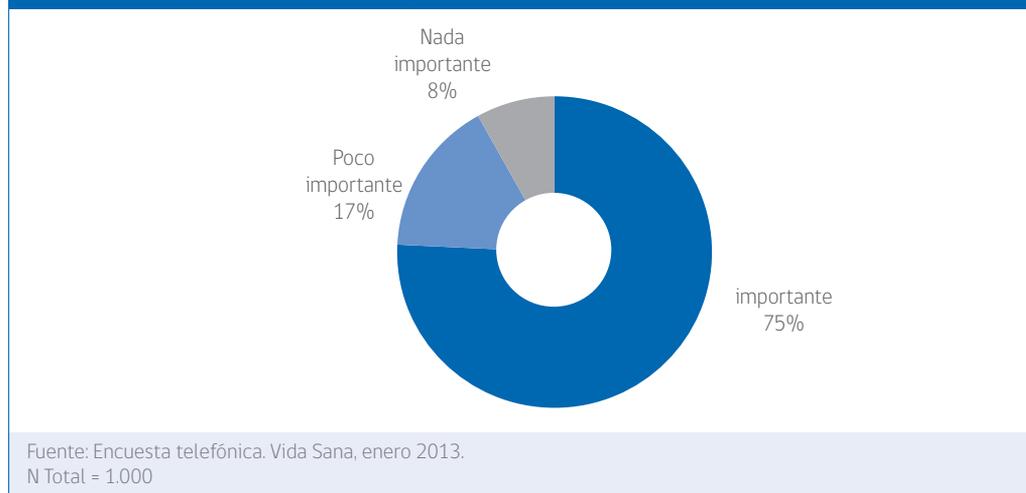
Respecto a las percepciones frente al cuidado y preocupación medioambiental, predominan en el discurso espontáneo de las y los jóvenes el “reciclaje de basura” y “no botar basura en las calles” como las principales acciones relativas al cuidado medioambiental, con 62% y 51% respectivamente. Existe entre las y los jóvenes la percepción de que no hay una preocupación por el medio ambiente en la sociedad, incluso entre los mismos entrevistados, quienes en el 31% de los casos señalan preocuparse mucho de cuidar el medio ambiente. La falta de interés se percibe como la razón más mencionada del por qué las personas no se preocupan más por el medio ambiente (41%), y le sigue la falta de incentivos (32%). El 69% cree que el principal responsable del cuidado del medio ambiente son las personas.

Respecto a las actitudes medioambientales, el 85% señala que estaría dispuesto a pagar más por energías amigables con el medioambiente y 91% señala lo mismo para aquellos productos que contaminen menos. Contrariamente, el 13% apoyaría la construcción de más centrales hidroeléctricas. En relación a las prácticas sustentables, el 63% declara que recicla, siendo las principales razones indicadas para no reciclar, la falta de hábito (35%), el que los puntos de reciclaje quedan lejos (29%) y el desconocimiento de los lugares para hacerlo (28%).

Respecto a los medios de transporte, el que cuenta con una mayor frecuencia de uso es la micro, con el 37% de las menciones, luego le sigue el auto o moto con 19%. Entre los medios preferidos la bicicleta tiene la mayor cantidad de menciones (34%), seguida del auto o moto (31%). En relación a las razones para el uso de estos medios de transporte, la rapidez (50%) y comodidad (35%) son los principales motivos para el uso del automóvil o moto. Lo no contaminante (47%) y la economía (31%) son los principales motivos declarados para el uso de bicicletas. De quienes utilizan el transporte público, el 53% señala usarlo porque es su única alternativa. A su vez, el 40% de las y los entrevistados que usa mayoritariamente transporte público, declara que ha sufrido o visto robos o intentos de robo en él. Por último, el 34% de quienes usan medios de transporte público, tiene un auto o moto.

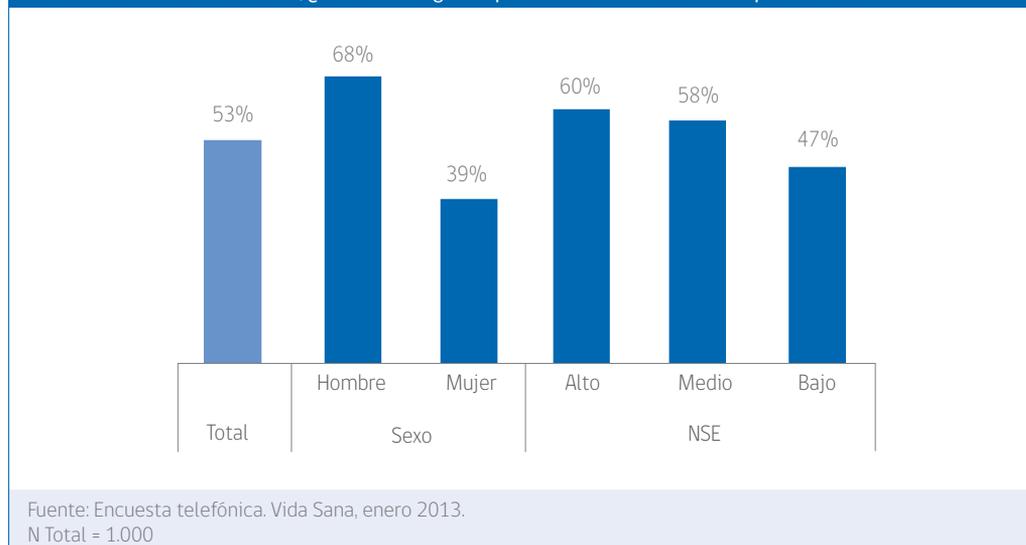
La importancia de practicar algún deporte o actividad física para quienes participaron en la encuesta es alta, ya que el 75% señala que hacer dichas actividades son importantes.

Gráfico N°3.1: Importancia de practicar algún deporte o actividad física



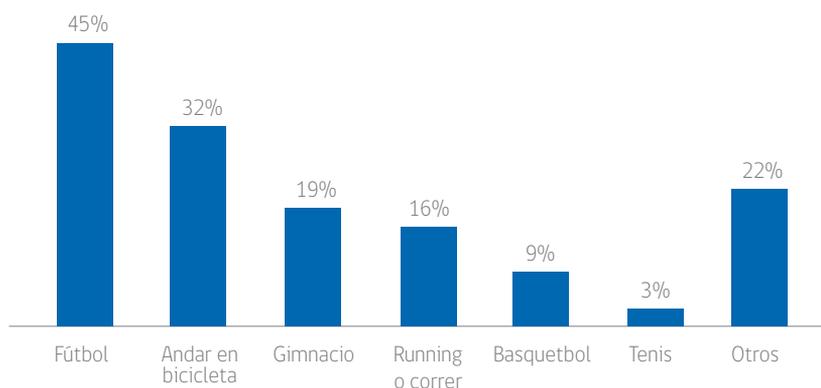
El 53% de la muestra dice practicar habitualmente algún deporte o actividad física. Existen diferencias significativas según sexo, ya que los hombres practican casi 2 veces más deportes que las mujeres.

Gráfico N°3.2: Habitualmente, ¿Ud. realiza algún deporte o actividad física? (Respuestas "Sí")



De entre quienes sí practican algún deporte o actividad física, el 45% señala que practica fútbol, el 32% andar en bicicleta y el 19% ir al gimnasio.

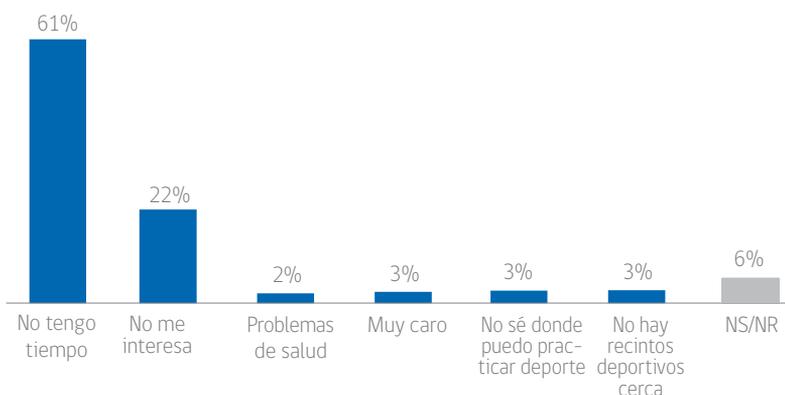
Gráfico N°3.3: Deporte o actividad física que practica



Fuente: Encuesta telefónica. Vida Sana, enero 2013.
 Muestra: Jóvenes que SÍ practican alguna actividad física.
 Nota: Respuesta múltiple, los porcentajes suman más de 100%.
 N = 530

De entre quienes no practican alguna actividad física, el 61% señala como razón el no tener tiempo.

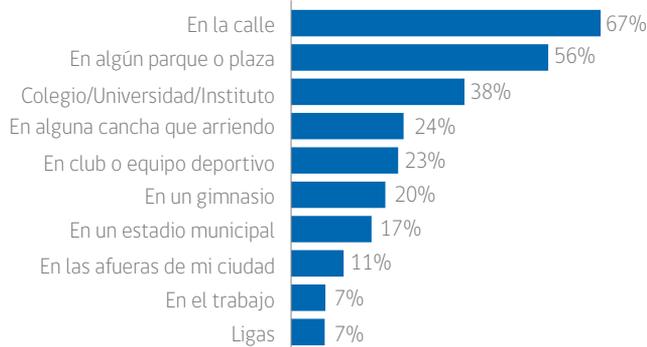
Gráfico N°3.4: Razón por la cual no practica deporte o actividad física



Fuente: Encuesta telefónica. Vida Sana, enero 2013.
 Muestra: Jóvenes que no practican alguna actividad física.
 N = 460

En cuanto a los lugares donde se practica la actividad física, quienes sí practican señalan que lo hacen principalmente en la calle (67%), en algún parque o plaza (56%) y en el colegio / universidad / instituto (38%).

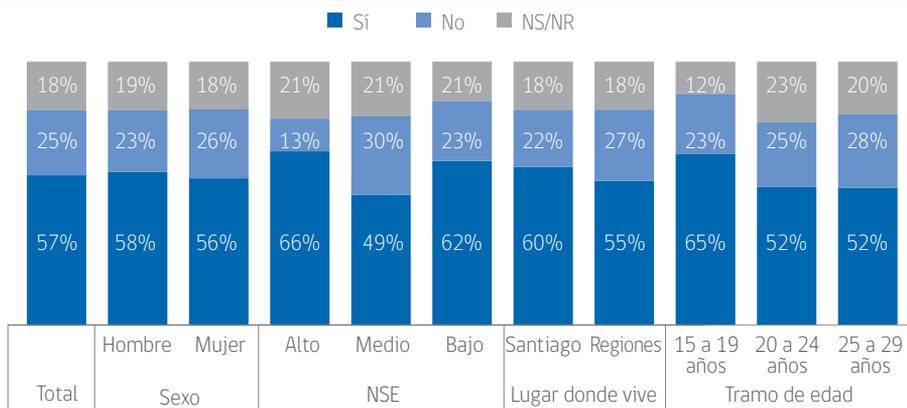
Gráfico N°3.5: ¿En cuál de los siguientes lugares practica alguna actividad física habitualmente?



Fuente: Encuesta telefónica. Vida Sana, enero 2013.
Muestra: Jóvenes que SÍ practican alguna actividad física.
N = 530

El 57% declara que existen actividades deportivas gratuitas o baratas en sus comunas. Resalta la diferencia por nivel socioeconómico pues en los estratos alto y bajo corresponden al 66% y 62% respectivamente, y en el estrato medio, al 49%.

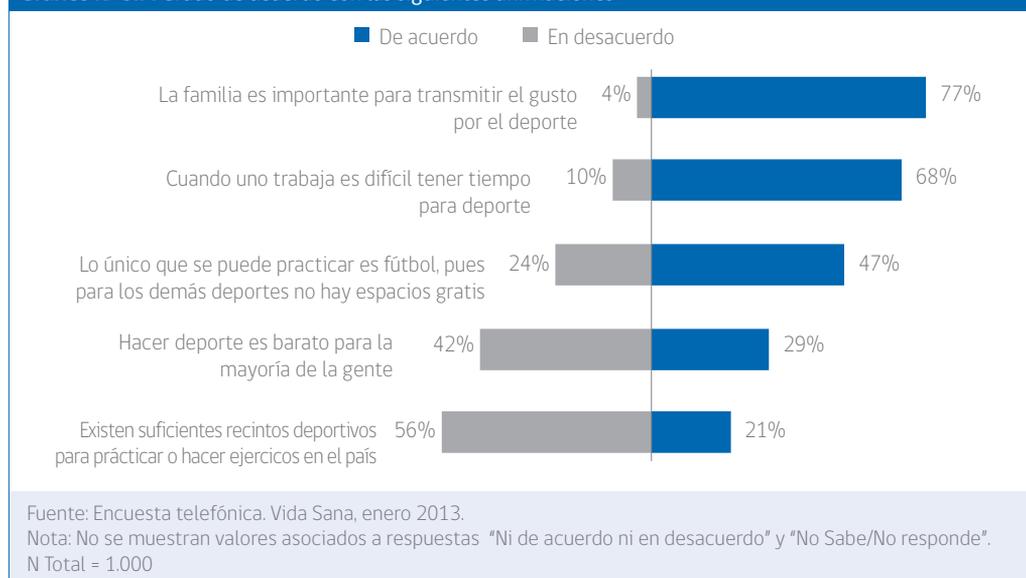
Cuadro N°3.6: ¿Existen actividades deportivas que sean gratis o baratas en su comuna?



Fuente: Encuesta telefónica. Vida Sana, enero 2013.
N Total = 1.000

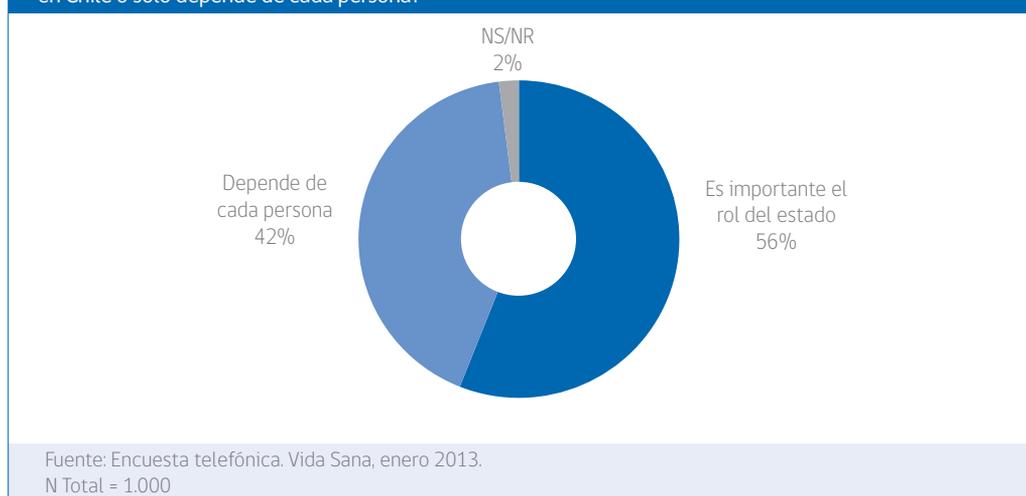
El 68% concuerda con la afirmación “cuando uno trabaja es difícil tener tiempo para deporte”. A su vez el 56% señala estar en desacuerdo con la afirmación “existen suficientes recintos deportivos para practicar o hacer ejercicios en el país”

Gráfico N°3.7: Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones



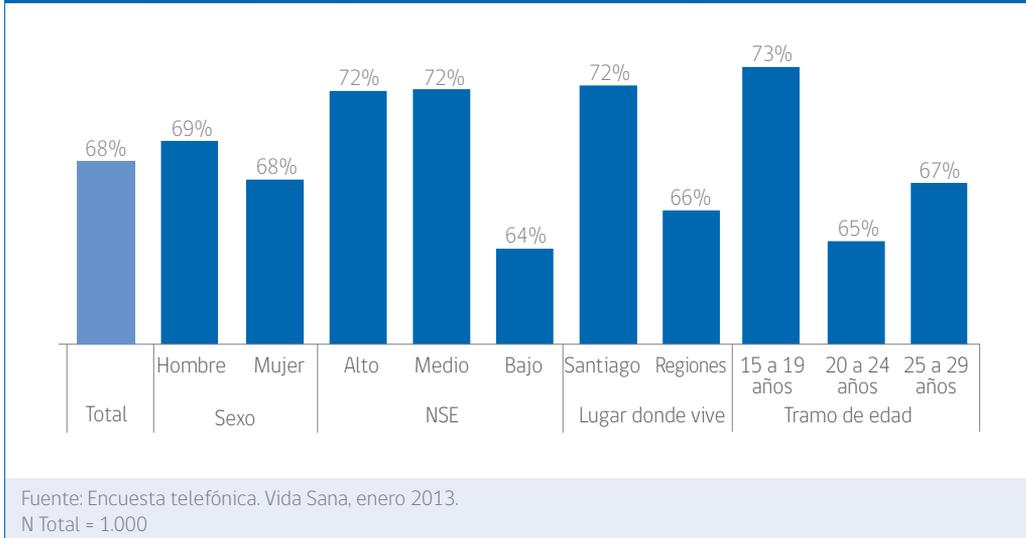
Respecto del rol del Estado en la disminución del sedentarismo, el 56% de la muestra indica que es importante el rol de Estado en esta materia. Sin embargo, también existe un 42% que cree que eso depende de cada persona.

Gráfico N°3.8: ¿Cree Ud. que el Estado debería jugar un rol importante para disminuir el sedentarismo en Chile o sólo depende de cada persona?



En cuanto a la tenencia de bicicleta, el 68% de las y los jóvenes entrevistados señala tener en su hogar una bicicleta, ya sea propia o de otra persona de la familia.

Gráfico N°3.9: ¿En su hogar Ud. o alguien de su familia tiene bicicleta? (Respuestas "Sí")



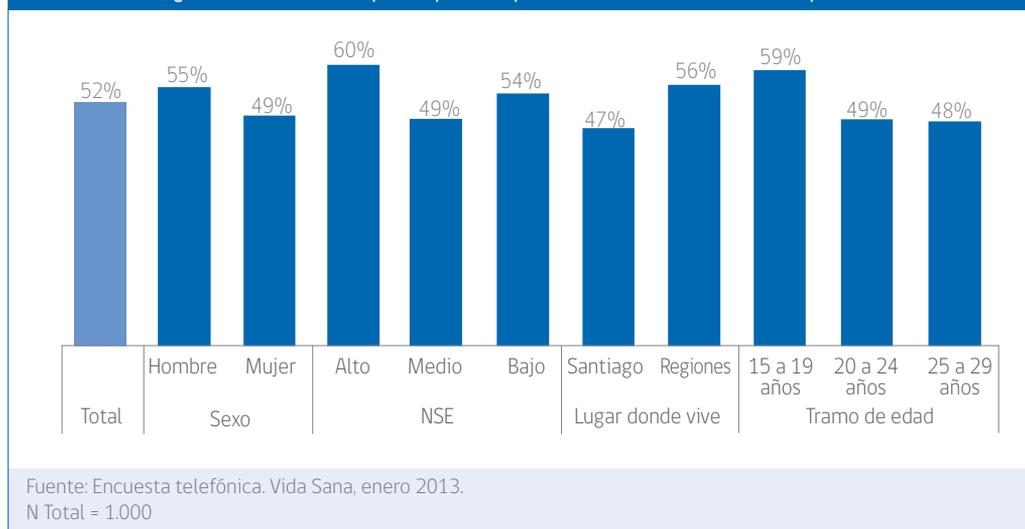
Respecto del uso de la bicicleta, el 39% de quienes disponen de bicicleta en su hogar, la ocupan más de 3 veces a la semana. Por otro lado, destaca que el 19% declara que nunca la utiliza.

Gráfico N°3.10: En el último mes, ¿con qué frecuencia usó su bicicleta?



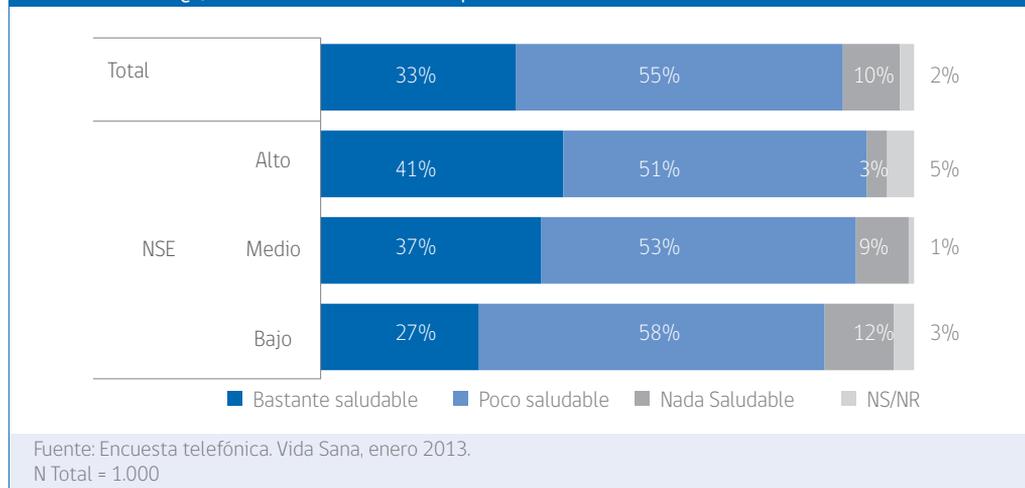
Ciclovías. En el 52% de la muestra señala que existen ciclovías disponibles en las comunas donde viven.

Gráfico N°3.11: ¿Existen ciclovías o espacios para ocupar bicicleta en su comuna? (Respuestas "Sí")



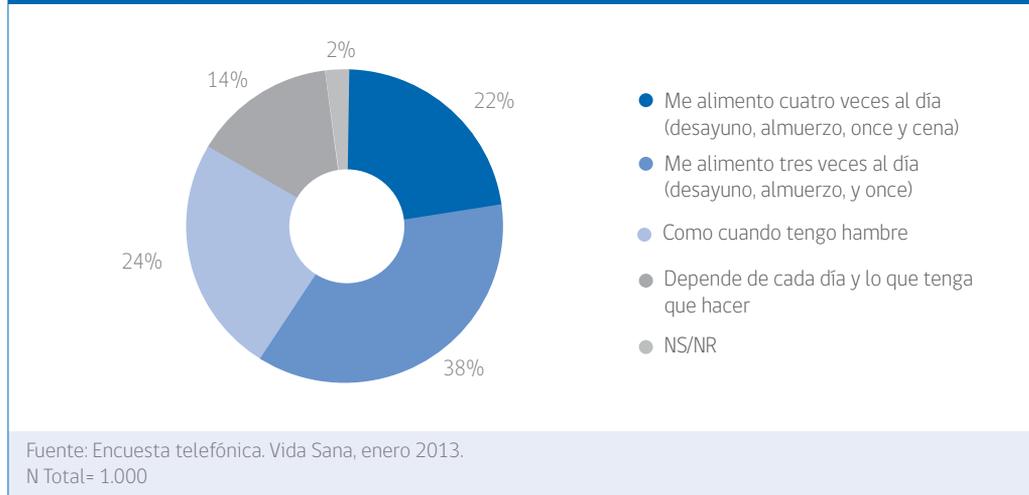
El 55% de las personas jóvenes participantes en esta encuesta considera que su alimentación es poco saludable.

Gráfico N°3.12: ¿Qué tan saludable considera que es su alimentación?



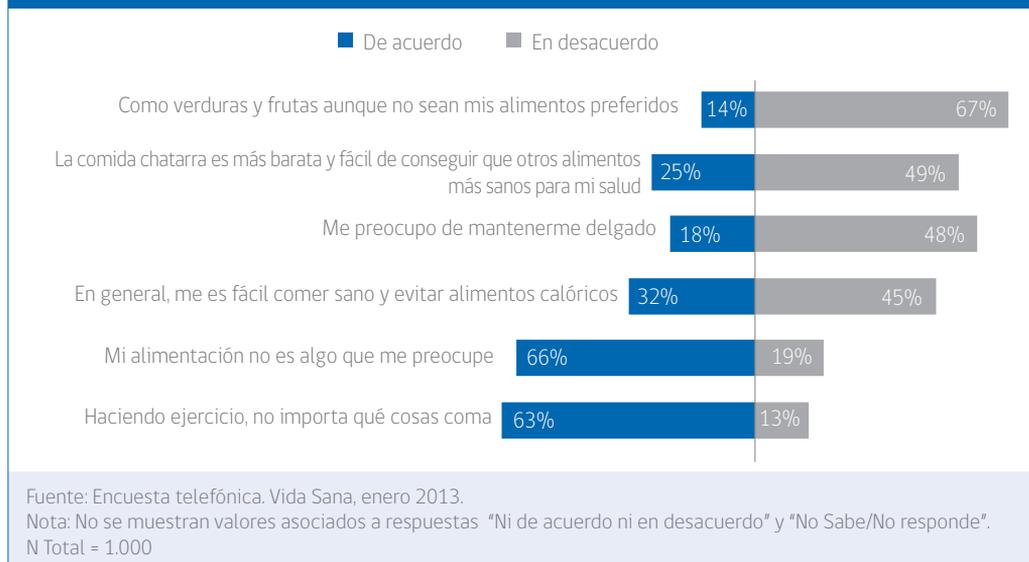
En cuanto a la frecuencia en la alimentación, el 38% señala que se alimenta 3 veces al día (desayuno, almuerzo y onces), mientras que para el 14% su frecuencia de alimentación depende de cada día y de lo que tenga que hacer.

Gráfico N°3.13: ¿Cuál de las siguientes acciones caracteriza de mejor manera su forma de alimentarse?



El 67% de quienes participaron en la encuesta está de acuerdo con la afirmación “como verduras y frutas aunque no sean mis alimentos preferidos”. Por su parte, el 63% señala que está en desacuerdo con la frase “haciendo ejercicios, no importa que cosas coma”, lo mismo con la frase “mi alimentación no es algo que me preocupe” donde el 66% está en desacuerdo.

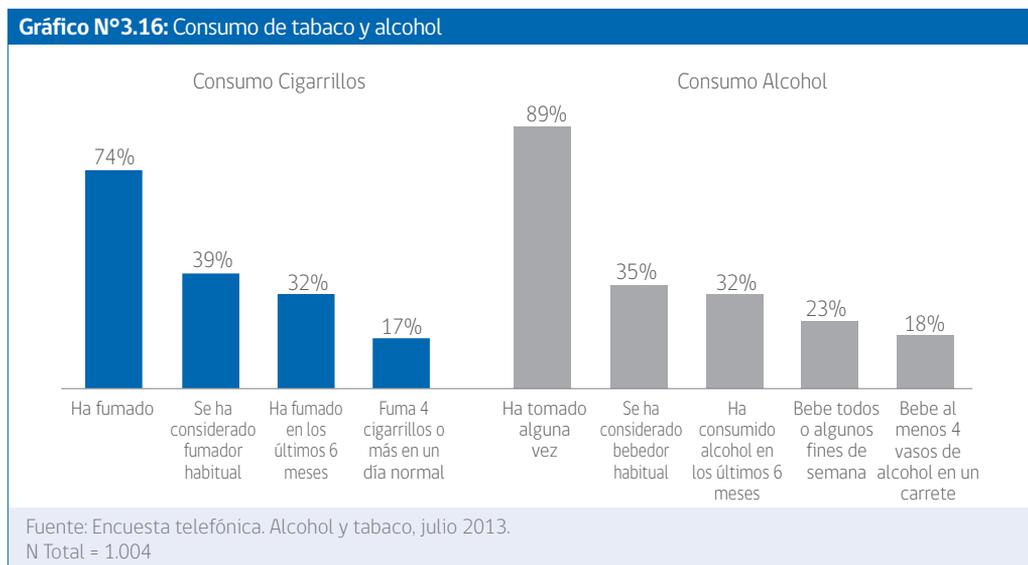
Gráfico N°3.14: Actitudes hacia la alimentación



Fumar y beber alcohol están estrechamente relacionados. Si bien el consumo de alcohol está muy extendido, prácticamente todos quienes fuman también beben alcohol. Así, el 71% de toda la muestra dice haber realizando ambas acciones alguna vez en la vida.



El 39% de quienes fueron entrevistados dice haber sido fumador habitual, así como el 35% dice haber sido bebedor habitual.



Las personas jóvenes entrevistadas consideran más perjudicial el consumo de alcohol que de tabaco. Están de acuerdo, en mayor medida que en el caso del tabaco, con las restricciones implementadas en el último tiempo frente al consumo de alcohol, sin embargo la penetración del consumo de alcohol es significativamente mayor.

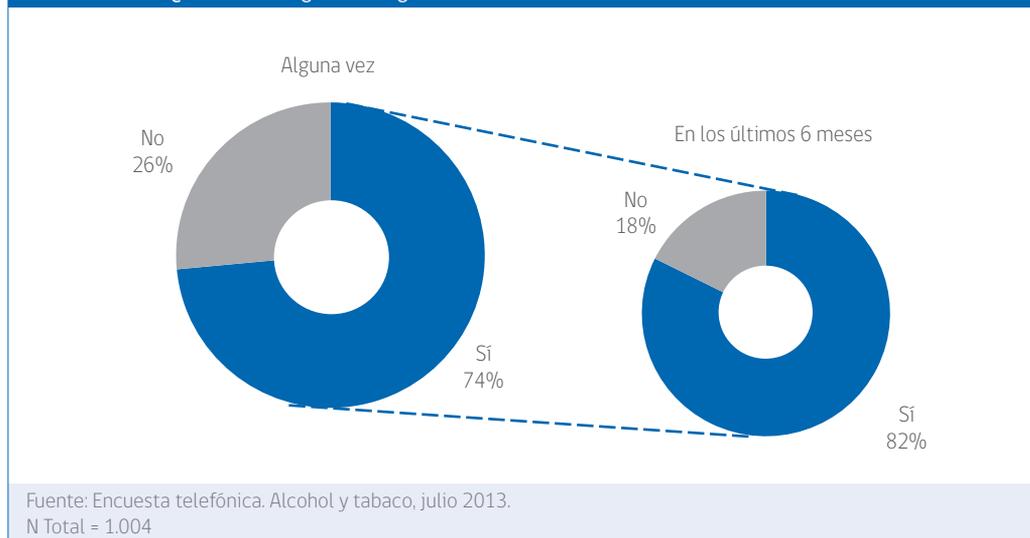
Cuadro N°3.17: Consumo de tabaco y alcohol

Consumo Cigarrillos		Consumo Alcohol	
Edad inicio de consumo:	16	Edad inicio de consumo:	17
Cigarrillos día normal:	5	Vasos día normal carrete:	5
El 44% de los padres de los jóvenes son fumadores		El 75% de los jóvenes bebedores se emborracha de vez en cuando, el 3% lo hace cada vez que toma	
Al 76% de los consumidores le gustaría dejar de consumir		El 21% de los jóvenes bebedores declara que no podría pasarlo bien sin alcohol	
El 74% de los consumidores ha intentado dejar de fumar		El 16% de los jóvenes prefiere dormir en el lugar de carrete, 54% vuelve a su hogar en locomoción colectiva	

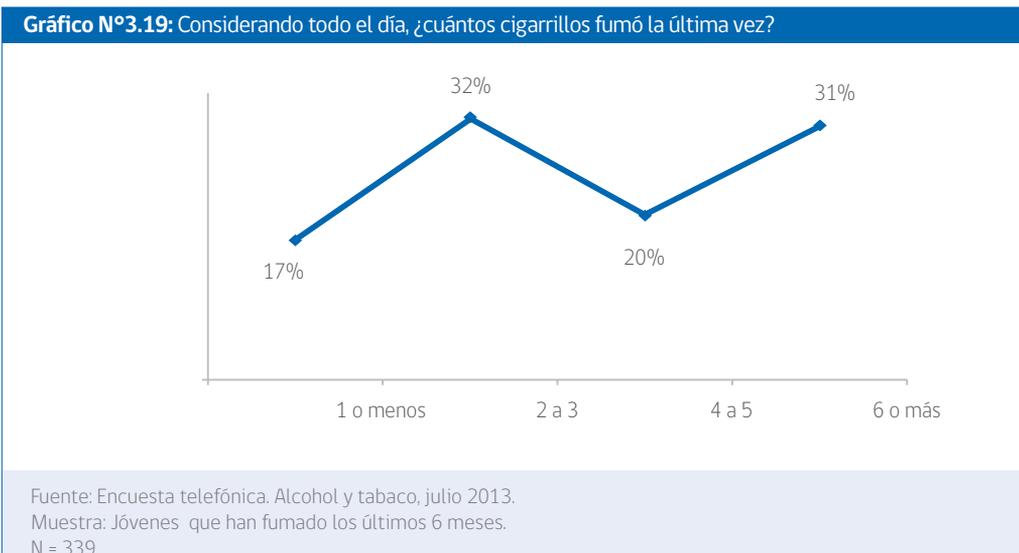
Fuente: Encuesta telefónica. Alcohol y tabaco, julio 2013.
N Total = 1.004

Respecto al consumo de tabaco, el 74% de quienes fueron entrevistados declara haber fumado alguna vez en la vida. De ese porcentaje, el 82% dice también haberlo hecho en los últimos seis meses, de modo tal que, en general, el 61% de toda la muestra dice haber fumado en los últimos seis meses.

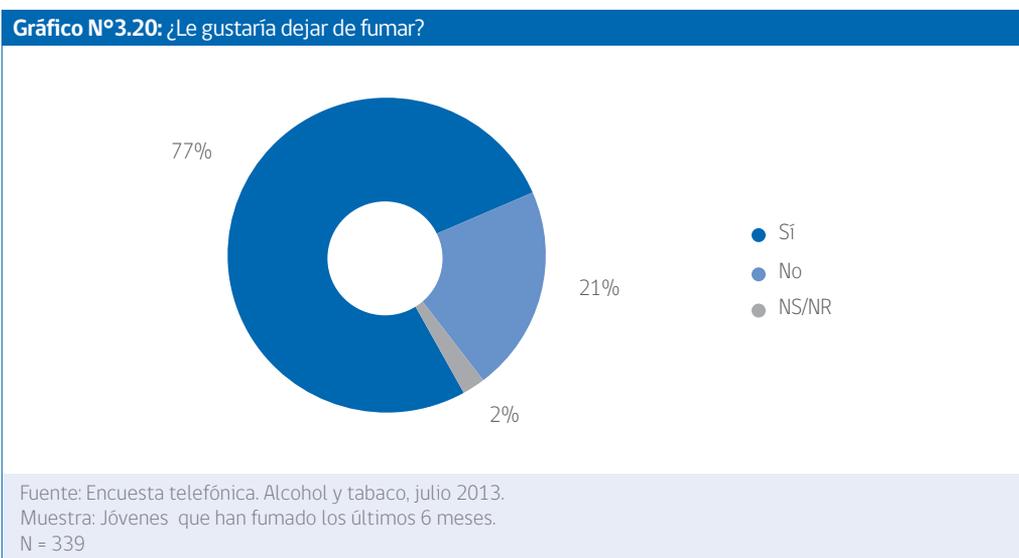
Gráfico N°3.18: ¿Ha fumado cigarrillos alguna vez?



Cantidad de cigarrillos fumados la última vez. De entre quienes han fumado los últimos 6 meses, el 32% fumó 2 o 3 cigarrillos la última vez. Otro 31% declara haber fumado 6 o más cigarrillos la última vez.

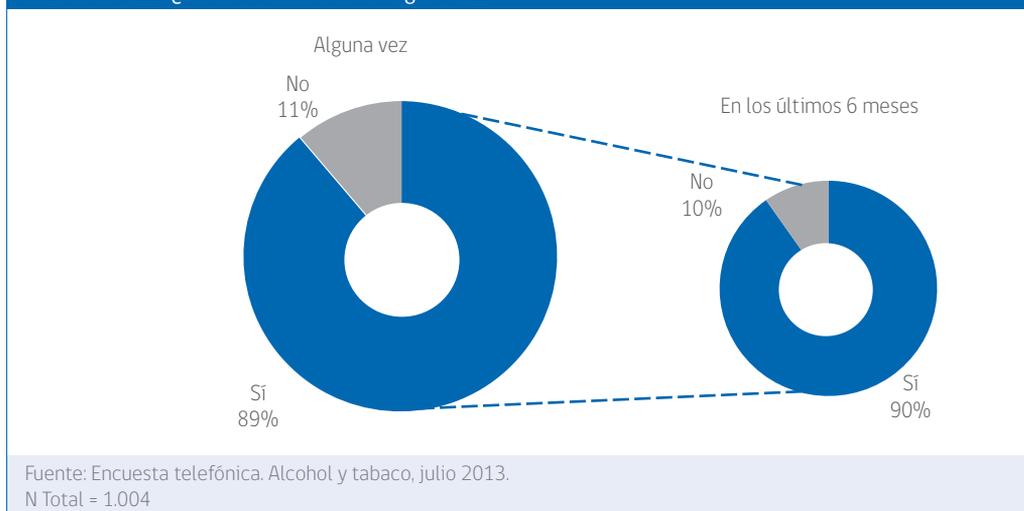


El 77% de quienes han fumado en los últimos seis meses declaran que les gustaría dejar de fumar.



Respecto al consumo de alcohol, 89% de las personas entrevistadas dice haber consumido alcohol alguna vez en la vida. De ese porcentaje, el 90% dice haberlo hecho en los últimos seis meses. De modo que, en el total de la muestra, el 80% dice haber consumido alcohol en los últimos seis meses.

Gráfico N°3.21: ¿Ha consumido alcohol alguna vez?



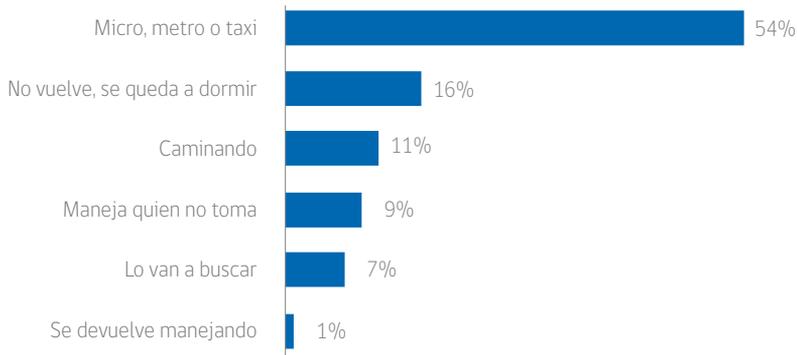
En cuanto a la frecuencia de consumo de alcohol, el 55% de las y los jóvenes entrevistados consume alcohol algunos fines de semana, en tanto existe un 19% que consume todos los fines de semana.

Gráfico N°3.22: ¿Qué tan seguido consume alcohol?



Comportamiento al volver de un carrete. El 54% señala que el medio que usa para volver a casa cuando sale a carretear y consume alcohol es la micro, el metro o un taxi. Sólo un 1% declara que se vuelve manejando.

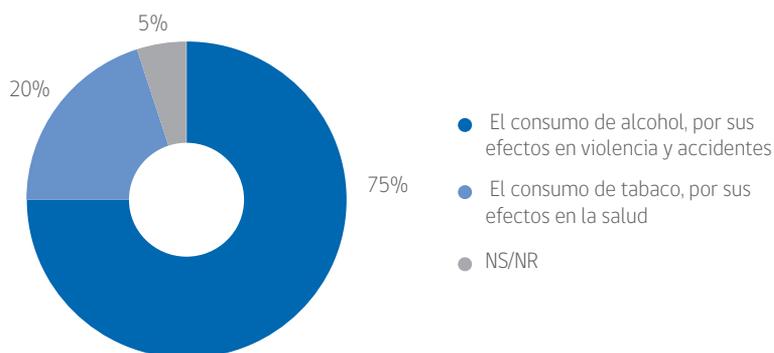
Gráfico N°3.23: Cuando sale a carretear y consume alcohol, ¿cuál es el medio que más usa para volver a su casa?



Fuente: Encuesta telefónica. Alcohol y tabaco, julio 2013.
 Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "No Sabe/No responde"
 N Total = 1.004

En cuanto a la percepción de consumo más dañino, el 75% de indica que el consumo de alcohol es más dañino por sus efectos en violencia y accidentes, en tanto el 20% señala que el consumo de tabaco es más dañino por sus efectos en la salud.

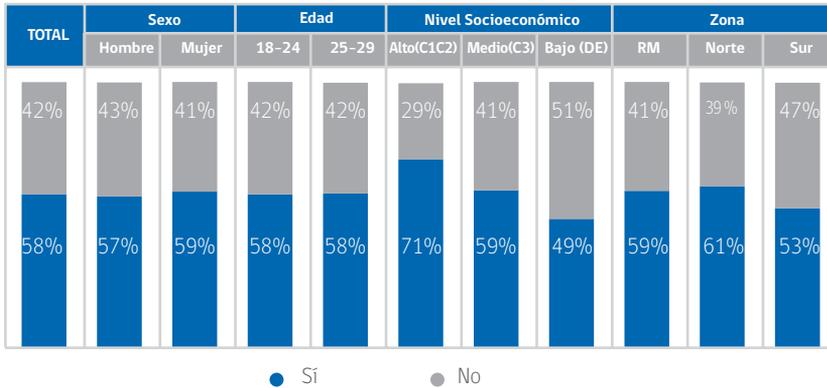
Gráfico N° 3.24: Pensando en quien consume y en los demás, ¿qué le parece que hace más daño?



Fuente: Encuesta telefónica. Alcohol y tabaco, julio 2013.
 N Total = 1.004

Conocimiento de la nueva ley de tabaco. El 58% de la muestra declara conocer o haber oído hablar de la ley que regula el consumo de tabaco. Este porcentaje disminuye significativamente en el estrato socioeconómico bajo donde sólo la mitad (49%) declara conocer o haber oído hablar de esa ley. A la inversa en el estrato alto ese porcentaje sube al 71%.

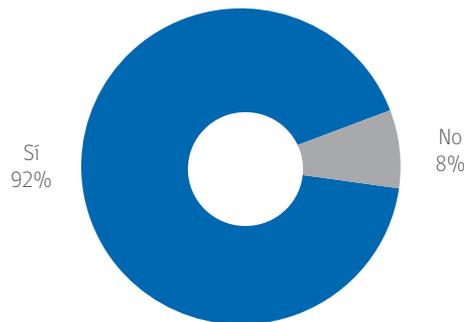
Gráfico N°3.25: ¿Conoce o ha oído hablar de la ley que regula el consumo de tabaco?



Fuente: Encuesta telefónica. Alcohol y tabaco, julio 2013.
N Total = 1.004

Conocimiento de ley de alcohol. El 92% de quienes participaron en esta encuesta sí conocer o haber oído hablar de la ley de tolerancia cero por el consumo de alcohol.

Gráfico N° 3.26: ¿Conoce o ha oído hablar de la ley de tolerancia cero por el consumo de alcohol?



Fuente: Encuesta telefónica. Alcohol y tabaco, julio 2013.
N Total = 1.004

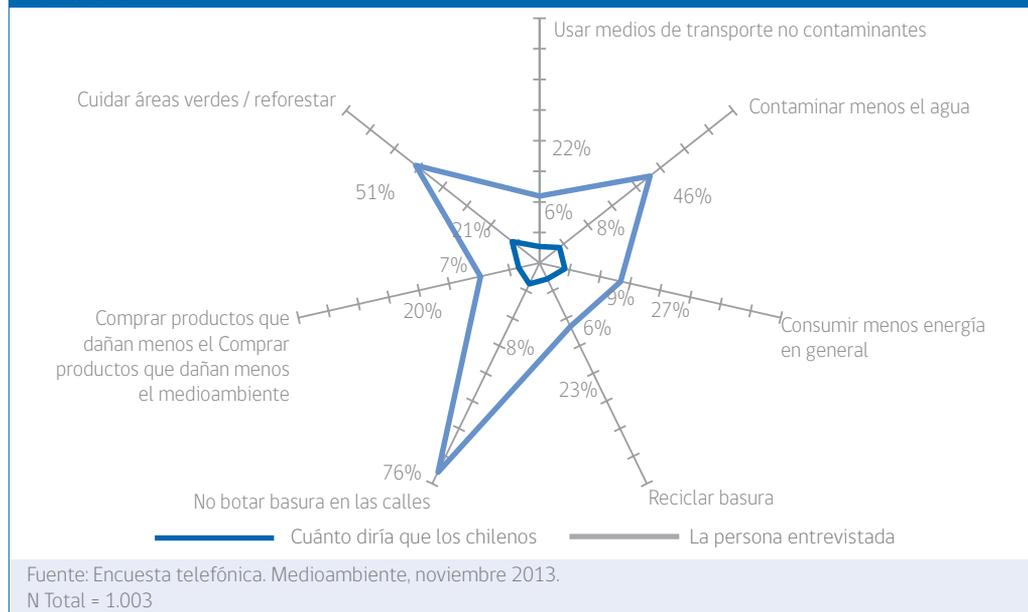
Respecto de las acciones para cuidar el medio ambiente, el 62% señala que reciclar basura es una de las acciones que puede realizar una persona para cuidar el medioambiente. Seguido de no botar basura en las calles con un 51%, contaminar menos el agua con un 21% y cuidar áreas verdes también con un 21%.

Gráfico N°3.27: ¿Qué acciones puede realizar una persona para cuidar el medio ambiente?



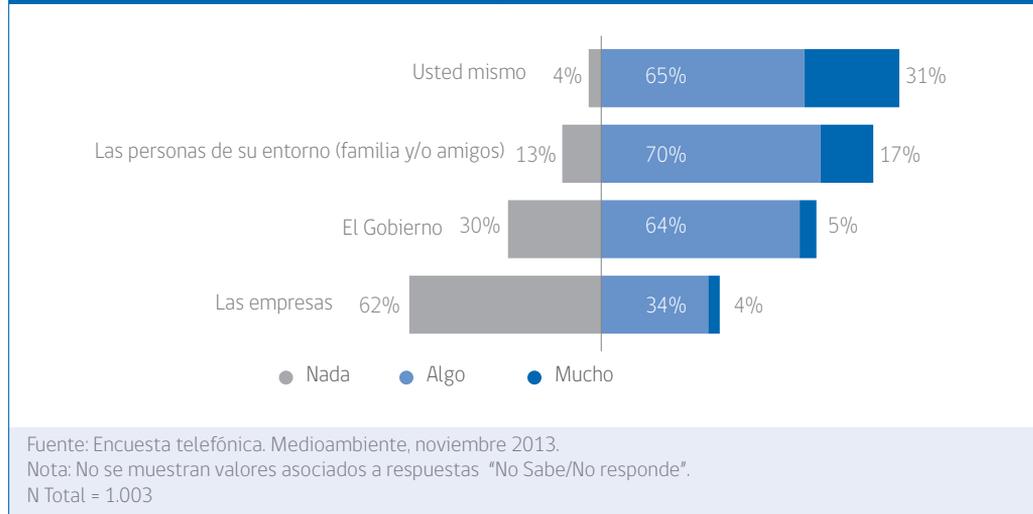
Respecto a la preocupación por el medio ambiente, hay una percepción generalizada de que la persona entrevistada se preocupa en mayor medida que los chilenos en general. Así, por ejemplo, mientras el 76% dice que se preocupa de no botar basura en las calles, sólo el 8% dice que los chilenos en general se preocupan de no hacerlo.

Gráfico N°3.28: ¿Cuánto diría que Ud. mismo y los chilenos se preocupan por usar medios de transporte no contaminantes?



Percepción de preocupación por medioambiente. El 65% reconoce que ellas o ellos sólo en algo se preocupan de cuidar el medioambiente. El 30% cree que el Gobierno no se preocupa nada y el 62% cree que las empresas no se preocupan nada en cuidar el mediambiente.

Gráfico N°3.29: En su opinión, ¿cuánto diría que... los siguientes actores se preocupan de cuidar el medio ambiente?



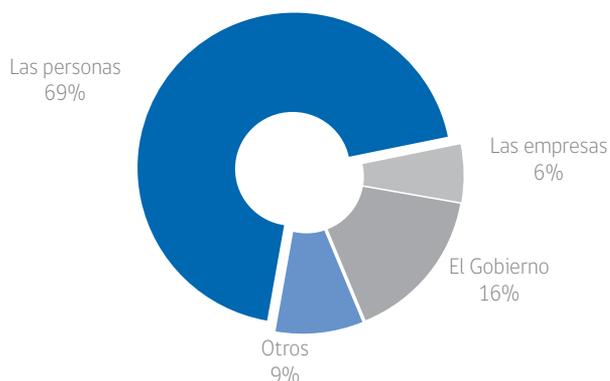
Respecto a los motivos de la baja preocupación medioambiental, el 41% de señala que es porque no les interesa lo suficiente a pesar de saber cómo ayudar, mientras el 32% cree que es por falta de incentivos.

Gráfico N°3.30: ¿Por qué cree Ud. que las personas no se preocupan más por el medio ambiente?



El 69% de la muestra indica que las personas son las principales responsables del cuidado del medioambiente. Sólo el 16% cree que es el Gobierno y el 6% las empresas.

Gráfico N°3.31: ¿Quién cree Ud. que es el principal responsable del cuidado del medio ambiente?



Fuente: Encuesta telefónica. Medioambiente, noviembre 2013.
N Total = 1.003

En cuanto a opiniones respecto de medidas y regulación, el 91% está de acuerdo con que “es prioritario firmar acuerdo internacionales que regulen los temas medioambientales”. El 52% está de acuerdo con que “las empresas sí están interesadas en jugar un rol activo en el cuidado del medioambiente, pero faltan incentivos”.

Gráfico N°3.32: ¿Cuán de acuerdo o en desacuerdo se encuentra Ud. con las siguientes afirmaciones...?



Fuente: Encuesta telefónica. Medioambiente, noviembre 2013.
Nota: No se muestran valores asociados a respuestas “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” y “No Sabe/No responde”.
N Total = 1.003

El 63% declara que sí recicla, en tanto el 37% declara que no lo hace.

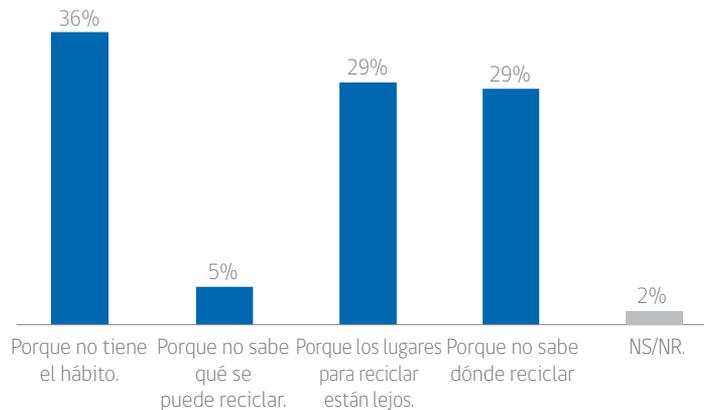
Gráfico N°3.33: ¿Ud. recicla?



Fuente: Encuesta telefónica. Medioambiente, noviembre 2013.
N Total = 1.003

Respecto a los motivos para no reciclar, el 36% de quienes dicen no hacerlo reconoce que es porque no tiene el hábito, el 29% porque los lugares para reciclar están lejos y el 29% porque no sabe dónde reciclar.

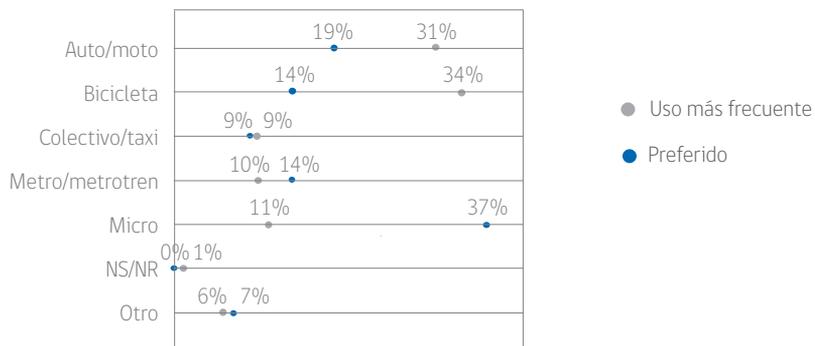
Gráfico N°3.34: ¿Por qué Ud. no recicla?



Fuente: Encuesta telefónica. Medioambiente, noviembre 2013.
Muestra: Jóvenes que declararon no reciclar.
N = 353

En cuanto al medio de transporte más utilizado, destacan la micro con un 37% y el auto o la moto con 19%. Respecto del medio más preferido, destaca la bicicleta con un 34% de las menciones y el auto o la moto con 31%.

Gráfico N°3.35 :¿Qué medio de transporte utiliza con mayor frecuencia? ¿Cuál es su preferido?



Fuente: Encuesta telefónica. Medioambiente, noviembre 2013.
N Total = 1.003

4

Expectativas individuales y del país

En este capítulo se incluyen los resultados de tres encuestas, las cuales dicen relación con las expectativas que tienen las y los jóvenes sobre su desenvolvimiento en sociedad, así como sus percepciones sobre ésta.

La primera encuesta incluida se realizó durante diciembre de 2012. Su principal objetivo es diagnosticar las actitudes hacia el éxito y las oportunidades, conociendo la apreciación que tiene la juventud sobre los valores meritocráticos.

La segunda encuesta incluida en este capítulo se llevó a cabo entre agosto y septiembre de 2012, a jóvenes de 18 a 29 años. Su objetivo es conocer la percepción de las y los jóvenes acerca de la manera cómo se trata la juventud en los medios de comunicación y en la discusión pública. Complementariamente, se busca conocer los temas de interés en la juventud que no están siendo considerados por los medios de comunicación o por las políticas gubernamentales.

La tercera encuesta que se incluye en este capítulo se realizó en agosto de 2012 a jóvenes de 15 a 29 años. Su principal objetivo es conocer la apreciación e imagen que las y los jóvenes tienen respecto de los valores de la sociedad chilena. Específicamente, en este estudio se trata de describir la posición de las personas jóvenes sobre asuntos que clásicamente producen división en la sociedad, así como conocer sus actitudes hacia asuntos de identidad nacional.

4.1. Éxito y Oportunidades

Con este estudio se busca conocer la percepción de las y los jóvenes sobre las condiciones para el éxito laboral, la percepción sobre las posibilidades de movilidad social en Chile y la percepción sobre el rol del Estado en cuanto a promover la meritocracia. Estas materias se consultaron a través de la aplicación de preguntas sobre los logros laborales, los criterios para asignar el sueldo, las posibilidades de tener éxito cualquiera sea la situación de origen, el rol del Estado en promover la meritocracia y, por último, sobre la valoración del esfuerzo individual. ¹Se incluyeron algunas preguntas para contrastar con las expectativas del equipo del INJUV, basadas en alguna investigación internacional².

Estos resultados hablan de la importancia que tiene en las y los jóvenes la meritocracia. Si bien esta idea ha sido debatida vastamente en cuanto a la presencia o ausencia de su efecto en la movilidad social, la creencia de que el ascenso social depende de las habilidades individuales de cada persona, y no es resultado del azar, de los contactos o de las condiciones sociales donde se inscribe, es un pensamiento instalado en las y los jóvenes que hoy construyen sus proyectos de vida desde sus propios valores y sin referencia a supuestos tradicionales.

Respecto a los resultados sobre el éxito laboral, es importante destacar que el 55% de las y los jóvenes entrevistados considera que tener los estudios apropiados, constituye la principal condición para tener éxito laboral en Chile, cifra que es significativamente inferior en la región Metropolitana (46%) que en el resto de las regiones del país (61%). Esta cifra es consistente con el 29% que indica que la falta de estudios es la principal causa de que a la gente no le vaya bien en los trabajos. En ambos casos, la segunda mención más importante es aquella que se centra en la iniciativa, el trabajo duro y el esfuerzo.

En relación a las opiniones sobre los sueldos, se reconoce la necesidad de igualdad de sueldos entre hombres y mujeres que hacen trabajos similares (85% está de acuerdo), pero no así cuando se compara entre empleados nuevos y antiguos (53% está de acuerdo). En cuanto a la justificación de las diferencias, el 52% concuerda con que el jefe debe ganar más dinero que sus empleados, mientras que el 30% con que dos personas que realizan el mismo trabajo deberían ganar lo mismo, sin perjuicio de si lo hacen bien o mal.

Respecto a la valoración del esfuerzo, el 39% concuerda con que el trabajo duro se valora en Chile.

-
- 1 Para el diseño del cuestionario se consideró, entre otras referencias, una selección de preguntas hecha disponible en Longoria, R.T. (2006) Meritocracy and Americans' Views on Distributive Justice. Tesis de doctorado, Department of Government and Politics, University of Maryland, College Park, pp. 49 y ss.
 - 2 N. O'Brien (2011) Just Deserts? Attitudes to Fairness, Poverty and Welfare Reform. Research Note, abril de 2011. Policy Exchange, London.

El 42% coincide que con esfuerzo, cualquiera puede tener éxito en Chile y el 40% con que el esfuerzo puede compensar la falta de contactos. El 54% concuerda con que “la mayoría de la gente que quiere progresar puede hacerlo si está dispuesto a trabajar duro”, lo cual es muy superior al 30% que prefiere la afirmación “para la mayoría de la gente, el trabajo duro y la determinación no garantizan el éxito”. Según territorio, la percepción de éxito meritocrático es mayor en la región Metropolitana (65%) que en el resto de las regiones (47%). Con todo, llama la atención que el 56% concuerda con que en Chile antes la gente hacía su trabajo mejor que ahora. Respecto a la relevancia del rol del Estado, el 43% considera que el funcionamiento de éste es importante para que le vaya bien en la vida, mientras que el 31% señala que es poco importante.

Ahora bien, el 41% dice que en Chile hay más oportunidades para surgir, cifra exactamente igual a la de quienes dicen que en otros países de Sudamérica se da esa condición. Esta percepción varía significativamente con la edad y con el lugar donde se vive. Mientras el 31% de las y los menores de 20 años opina que en Chile hay más oportunidades para surgir, el 44% entre 20 y 24 años indica lo mismo, llegando al 52% entre quienes tienen entre 25 y 29 años de edad. Asimismo, mientras esta opinión la sostiene el 50% en la región Metropolitana, el 35% en el resto de las regiones percibe mayores oportunidades para surgir.

En cuando al valor de la educación, dada la opción entre tener estudios y tener ‘pitutos’ para conseguir éxito en la vida, el 64% sostiene que es más importante tener estudios. Es muy relevante como cambia esta valoración según nivel socioeconómico: el 74% perteneciente al nivel socioeconómico bajo valora más la educación que los pitutos, cifra superior al 57% y 50% que se observa en los niveles medio y alto, respectivamente. Respecto al tipo de educación, el 78% opina que el Estado debe apoyar las carreras técnicas y no sólo a quienes van a la universidad. Sin embargo, entre quienes mencionan tener estudios, el 65% reconoce que para obtener un mejor empleo es más conveniente un título universitario que uno técnico o un oficio. Respecto a la formación escolar, el 9% preferiría que su hijo o hija asista a un establecimiento municipal, el 27% que asista a un establecimiento subvencionado y el 54% que asista a un establecimiento particular. Lo relevante en este caso es que estas cifras son muy diferentes del tipo de educación que las y los entrevistados recibieron: 41%, 51% y 8%, respectivamente

4.2. Agenda juvenil.

La conceptualización que sirve de base para la formulación de esta encuesta, proviene de estudios clásicos dentro de la tradición teórica conocida como ‘fijación de la agenda’ (agenda setting).³ Se define agenda como una lista de temas y eventos que son vistos en un punto del tiempo en un ranking determinado de jerarquía e importancia.⁴ Conforme a una versión en esta tradición, se

3 McCombs & Shaw (1972). The Agenda-setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2): 176-187.

4 Rogers, E.M. & J.W.Dearing (1994). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going. En: D. Graber (ed.). *Media Power in Politics*. Washington: CQ Press, Third Edition.

pueden distinguir tres agendas. La primera es la agenda de los medios de comunicación o agenda medial. La segunda es la agenda del público masivo (opinión pública), que se denomina agenda pública. La tercera es la agenda política. Si bien se pueden establecer relaciones teórica y empíricamente fundadas entre estas agendas, ello no era el objetivo de este estudio, sino que más bien se buscaba explicitar el nivel de coincidencia entre ellas en un punto específico del tiempo. Un estudio acabado requeriría obtener mediciones separadas de cada una de estas agendas, lo cual requiere un esfuerzo de investigación más adecuado al mundo académico que al INJUV. Sin embargo, con una encuesta lo que se puede hacer es consultar directamente por la agenda pública, a la vez que consultar por la percepción que el público (en este caso, la población joven) tiene de las otras agendas. Porque independientemente de la dinámica objetiva entre las agendas, dado que nuestro interés se relaciona con establecer las expectativas juveniles, lo relevante es la percepción que la juventud tiene de su entorno.

Para efectos operacionales, se diseñó una lista unificada de temas que se repetía en diversas preguntas. Ésta consideraba temas clásicamente asociados con la juventud: delincuencia juvenil, drogadicción, alcohol y accidentes del tránsito, acceso a la universidad, violencia en el pololeo, desempleo juvenil, embarazo adolescente y participación en política.

La forma de medir la prioridad de los temas en las diversas agendas fue consultando por las prioridades públicas, de modo de tener datos sobre la percepción de la agenda pública. El mismo ejercicio se repite para la agenda de los medios y la agenda política. En todos los casos se hizo una medición que permitía evaluar cada ítem por separado (ratings) y también en comparación con los demás temas (rankings). Un contraste lo da simplemente comparar las percepciones de importancia según si los temas se evalúan en conjunto o por separado, en las formas recién indicadas. Luego se hacía otro contraste entre agenda pública y juventud a través de preguntas de percepción sobre la sintonía entre agenda pública y juventud, y la percepción sobre la sintonía entre agenda medial y juventud. Finalmente, se hacían consultas complementarias sobre la agenda medial, en términos de la imagen de la juventud en los medios de comunicación masiva, la frecuencia y uso de medios y espacios de participación.

Los tres temas que las y los entrevistados consideran más urgentes (evaluando cada uno por separado) son, en orden de mayor a menor, la delincuencia juvenil (73%), la drogadicción (67%) y la relación entre el alcohol y los accidentes de tránsito (65%) junto con el acceso a la universidad (64%). Sin embargo, al consultar, para cada uno de esos temas, si los políticos hacen bastante para solucionar el problema, todos los porcentajes bajan, además de cambiar el orden. Así, conforme a esta percepción, los dos temas de mayor acción política serían la relación entre el alcohol y los accidentes de tránsito (38%), la participación en política (27%) y luego no hay diferencias entre los demás temas, cuyas menciones oscilan entre 11 y 17%. En cuanto a la importancia que le dan los medios de comunicación a estos problemas, dos temas aparecen con altas menciones de que se les da mucha importancia, en coincidencia con la urgencia que otorgan quienes contestaron: alcohol y accidentes (53%) y delincuencia juvenil (48%). En un segundo nivel de importancia aparecen tres temas más: drogadicción (30%), acceso a la universidad (28%) y participación en política (26%).

El ejercicio anterior se repitió con la diferencia de que debían escogerse temas de la lista, en vez de evaluar cada uno por separado. A la vez, se pidió evaluar cuáles eran los temas más importantes para las y los jóvenes (no necesariamente la persona entrevistada), los políticos y los medios. El resultado es similar en lo grueso, pero hay diferencias. Por ejemplo, la mayor importancia para la juventud la tendría el acceso a la universidad, que ocupaba la cuarta mención en el ejercicio anterior.

Los datos anteriores se complementan con la percepción sobre los medios de comunicación. El 64% dice informarse principalmente a través de éstos sobre temas de actualidad, mientras que el 35% indica que lo hace a través de redes sociales (tales como Facebook y Twitter).⁵ Dado lo anterior, el resultado relevante es que el 51% de las personas entrevistadas concuerda con que la imagen que se proyecta a través de los medios de comunicación es negativa, con sólo un 5% señalando que es positiva. Más aún, el 61% concuerda con que “los medios de comunicación sólo se preocupan de mostrar cosas negativas de la juventud”, el 57% con que “existen distintos tipos de juventud que no son considerados en las noticias” y sólo el 19% con que “los medios de comunicación muestran claramente como es la juventud chilena hoy”.

4.3. Valores chilenos

El contexto de este estudio está dado por la necesidad de hacer una reflexión sobre estas materias con ocasión de las fiestas patrias. Durante aquel período se hacen muchos supuestos que en general ignoran la diversidad que tiene y que percibe la juventud. Además, el INJUV tiene un interés específico por asuntos de identidad nacional, el cual se informa con un estudio como éste. Un ejemplo de esto, realizado en 2013, es la iniciativa ‘Primer Encuentro sobre Jóvenes y Patrimonio’ realizado en conjunto con el Consejo de Monumentos Nacionales, que buscaba potenciar el diálogo entre la población joven y los diferentes actores que poseen grados de influencia a la hora de tomar decisiones en relación al patrimonio. Lo anterior se intentó por la vía de proveer un espacio para compartir experiencias y debatir ideas en torno al patrimonio cultural y natural del país desde las y los jóvenes y su participación en iniciativas públicas, académicas y/o comunitarias.

Para efectos operacionales se incluyeron preguntas que intentan abarcar un número importante de dimensiones. Por un lado, dimensiones públicas, como son las dicotomías Estado/mercado para la solución de los problemas, igualdad/libertad, religiosa/secular, orden/diversidad, supervivencia/autoexpresión, cohesión/minorías y, por último, la valoración por la promoción de los intentos autónomos de la sociedad civil en la solución de los problemas públicos. Respecto a la identidad de valores con la sociedad chilena, se consultó por la percepción de identidad, la percepción de coincidencia entre la persona entrevistada y ‘lo chileno’, la fuente de identidad y los componentes

5 Este resultado es coherente con la penetración que han tenido este tipo de medios de comunicación interpersonal y el tipo de uso que se les da. Al respecto, véase: Sherman, A. (2011), Jóvenes, participación y medios 2011. Universidad Diego Portales, Periodismo UDP – Feedback.

de la identidad.⁶ Es importante notar que este intento de exhaustividad requiere, por las restricciones que impone la aplicación telefónica, ser compensado reduciendo el número de ítemes.

Respecto a los resultados sobre dimensiones públicas, para el 84% la tolerancia hacia la homosexualidad, es un factor diferenciador entre las personas jóvenes y adultas en nuestro país.

Respecto a los resultados sobre identidad, para el 60% de las y los entrevistados existen muchas visiones de cómo son las y los chilenos, mientras que sólo el 32% considera que existe una visión única y compartida al respecto. Esta última cifra se duplica en el NSE alto, demostrando que a menor NSE reconocen que existen más visiones sobre qué es ser chileno/a.

Las y los jóvenes presentan una postura innovadora frente a la nacionalidad chilena. Consideran importante para reconocer a una persona como chilena, características diferentes de las típicamente dadas por la definición de nacionalidad, como por ejemplo, "que contribuya de alguna forma a la sociedad" y "que comparta las alegrías de los chilenos" (70% y 64%, respectivamente). Además destacan con alto porcentaje de importancia afirmaciones tales como que sus padres sean nacidos en Chile (66%) y que se viva en el país (65%). En cambio las menos importantes son que siga a la selección de fútbol (29%), que tenga herencia indígena (43%), que aporte con la teletón (46%). Si bien el tener padres chilenos representa un aspecto tradicional y formal, la juventud también valora el trabajo y aporte que pueda desempeñar una persona en el país, así como el sentido de pertenencia. Por ejemplo, los resultados indican que si nos alegramos con los logros del país, podemos considerarnos chilenos.

El 55% piensa que tener los estudios apropiados es la principal condición para tener éxito laboral en Chile, seguido de iniciativa y trabajo duro (29%)

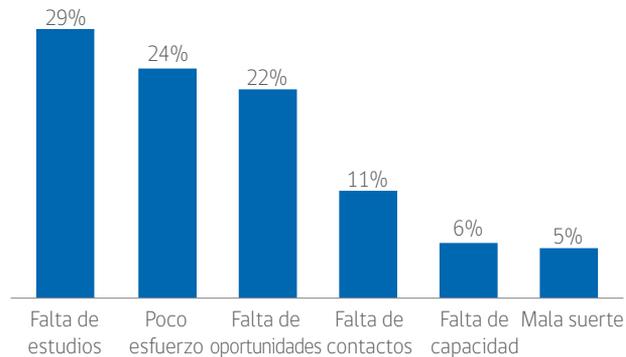
Gráfico N°4.1: En su opinión, ¿cuál es la principal condición para tener éxito laboral en Chile?



6 Consultar sobre qué constituye la nacionalidad se ha mostrado útil en otras ocasiones. Véanse, por ejemplo, las encuestas británicas YouGov-Cambridge, "Census 2011 - National Identity", abril-mayo 2011 y VVAA. (2012) "This Sceptred Isle: Pride not prejudice across the nations of Britain". British Future, London.

El 29% cree que la falta de estudios es la principal causa de que a la gente no le vaya bien en los trabajos en hile, seguido de 24% que cree que se debe al poco esfuerzo y 22% que cree que se debe a la falta de oportunidades.

Gráfico N°4.2: ¿Cuál es la principal causa de que a la gente no le vaya bien en los trabajos en Chile?



Fuente: Encuesta telefónica. Éxito y oportunidades, diciembre 2012.
 Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "No sabe/No responde".
 N Total = 952

Percepción sobre los sueldos en una empresa. El 85% de la muestra concuerda con que hombres y mujeres deberían ganar lo mismo por trabajos similares. Asimismo, el 55% está en desacuerdo de que dos personas que hacen el mismo trabajo ganen lo mismo sin importar si uno lo hace bien o mal.

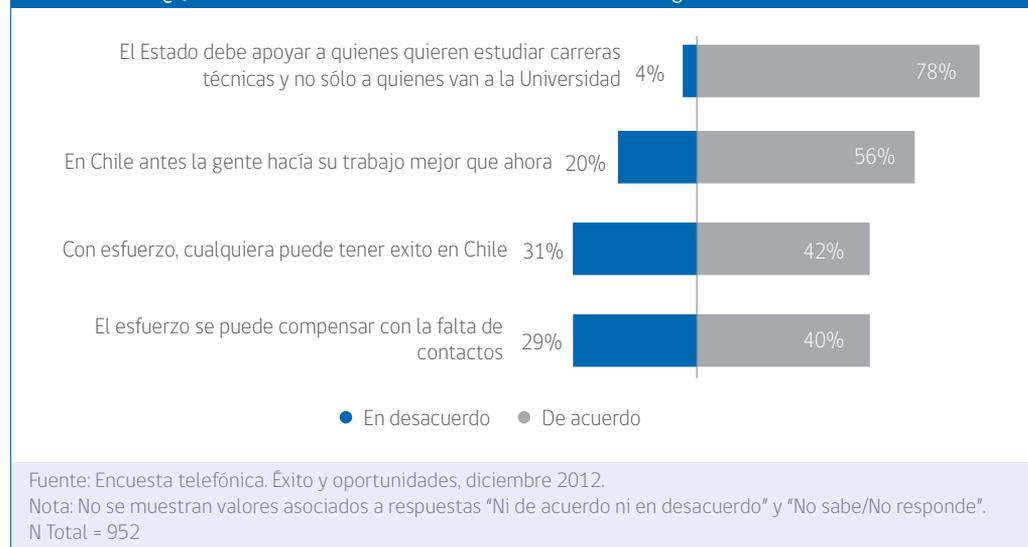
Gráfico N°4.3: ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está Ud. con las siguientes afirmaciones acerca de los sueldos en una empresa?



Fuente: Encuesta telefónica. Éxito y oportunidades, diciembre 2012.
 Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "Ni de acuerdo ni en desacuerdo" y "No sabe/No responde".
 N Total = 952

Meritocracia. La frase con la que las y los jóvenes participantes en la encuesta se mostraron más acuerdo es con la que afirma que el Estado debería apoyar en sus estudios tanto a universitarios como a estudiantes de carreras técnicas, ya que el 78% concuerda con ésta. Por su parte, el 56% está de acuerdo con que en Chile la gente hacía mejor su trabajo antes que ahora.

Gráfico N°4.4: ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está Ud. con las siguientes afirmaciones?



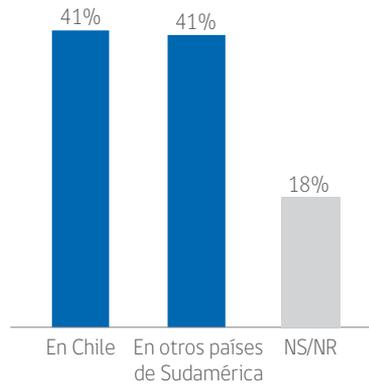
Respecto al funcionamiento del Estado, el 43% cree que es importante dicho funcionamiento para que le vaya bien en la vida. El 53% señala que el funcionamiento del Estado es poco o nada importante en el éxito de la vida de las personas.

Gráfico N°4.5: ¿Qué tan importante es el funcionamiento del Estado para que le vaya bien en la vida?



El 41% de indica que en Chile hay más oportunidades para surgir. Sin embargo, otro 41% cree que es en otros países de Sudamérica donde hay más oportunidades para surgir.

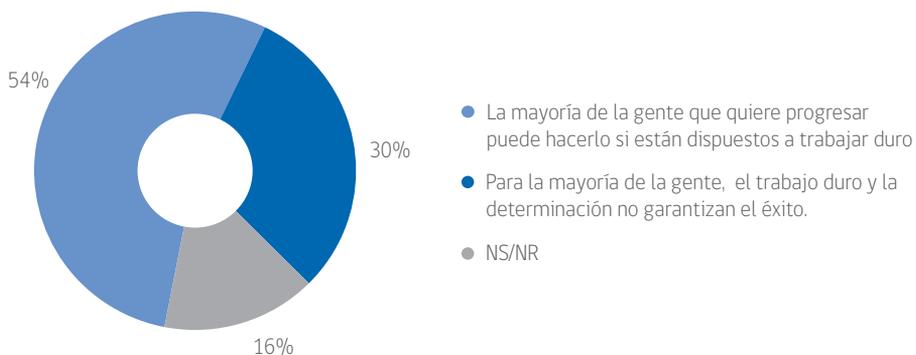
Gráfico N°4.6: ¿En dónde hay más oportunidades para surgir?



Fuente: Encuesta telefónica. Éxito y oportunidades, diciembre 2012.
N Total = 952

Respecto a la percepción del progreso y el éxito laboral, el 54% de la muestra cree que la mayoría de la gente que quiere progresar, puede hacerlo si están dispuestos a trabajar duro. Por su parte, el 30% cree que para la mayoría de la gente, el trabajo duro y la determinación no garantizan el éxito.

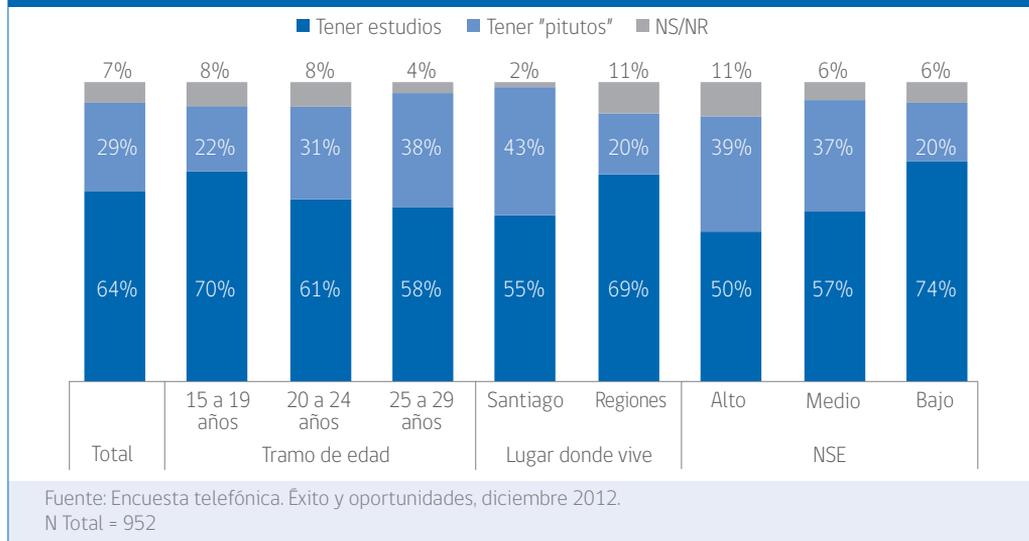
Gráfico N°4.7: ¿Cuál de las siguientes dos afirmaciones sobre Chile se acercan más a lo que Ud. cree?



Fuente: Encuesta telefónica. Éxito y oportunidades, diciembre 2012.
N Total = 952

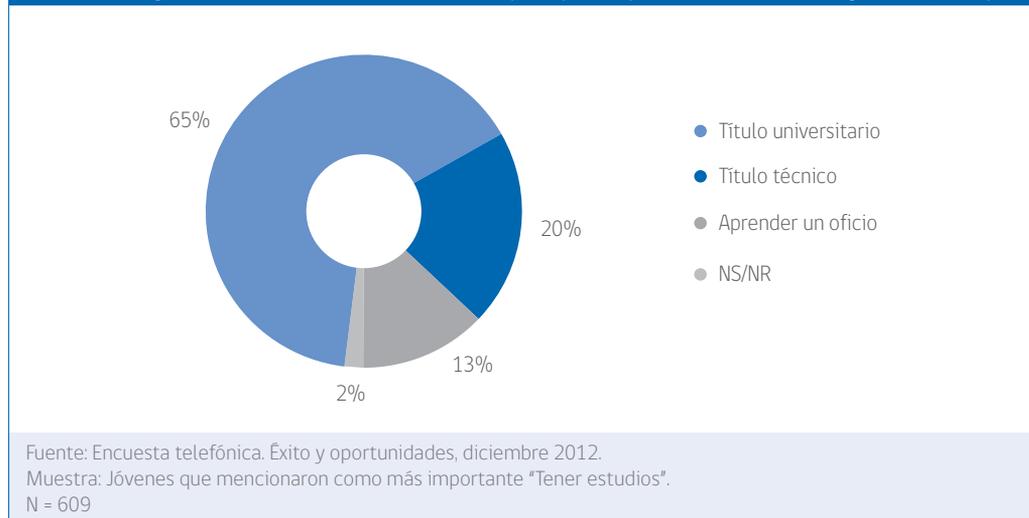
selección de fútbol (29%), que tenga herencia indígena (43%), que aporte con la teletón (46%). Si bien el tener padres chilenos representa un aspecto tradicional y formal, la juventud también valora el trabajo y aporte que pueda desempeñar una persona en el país, así como el sentido de pertenencia. Por ejemplo, los resultados indican que si nos alegramos con los logros del país, podemos considerarnos chilenos.

Gráfico N°4.8: ¿Qué es más importante para tener éxito en la vida?

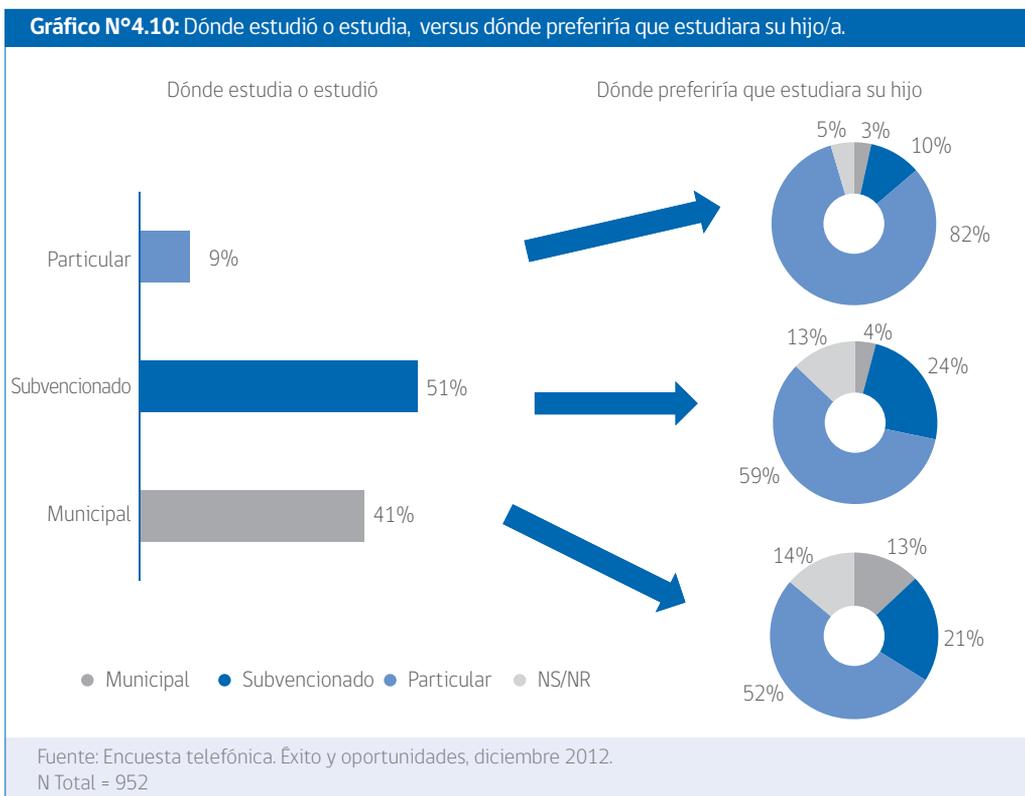


El 65% de la muestra declara que para obtener un mejor empleo es más conveniente tener un título universitario que un título técnico o aprender un oficio.

Gráfico N°4.9: ¿Cuáles estudios son más convenientes para que una persona como Ud. obtenga un mejor empleo?



Diferencia entre lugar donde estudian o estudiaron y dónde enviarían a sus hijos. De las y los encuestados que estudian o estudiaron en un colegio municipal, el 52% prefiere enviar a su hija o hijo a un colegio particular. De quienes estudian o estudiaron en un colegio subvencionado, el 59% prefiere que sus hijos/as estudien en un colegio particular y, por último, el 82% de quienes estudian o estudiaron en un colegio particular, prefiere que sus hijos/as estudien en un colegio particular.



Respecto a la visión de cómo somos los chilenos, el 60% cree que existen muchas visiones distintas de cómo somos los chilenos. Al observar el dato por nivel socioeconómico, este porcentaje cae significativamente en las y los jóvenes de estrato alto, donde sólo el 33% cree que existen muchas visiones distintas de cómo somos los chilenos.

Gráfico N°4.11: En general ¿cree usted que existe una visión compartida sobre cómo somos los chilenos/as?



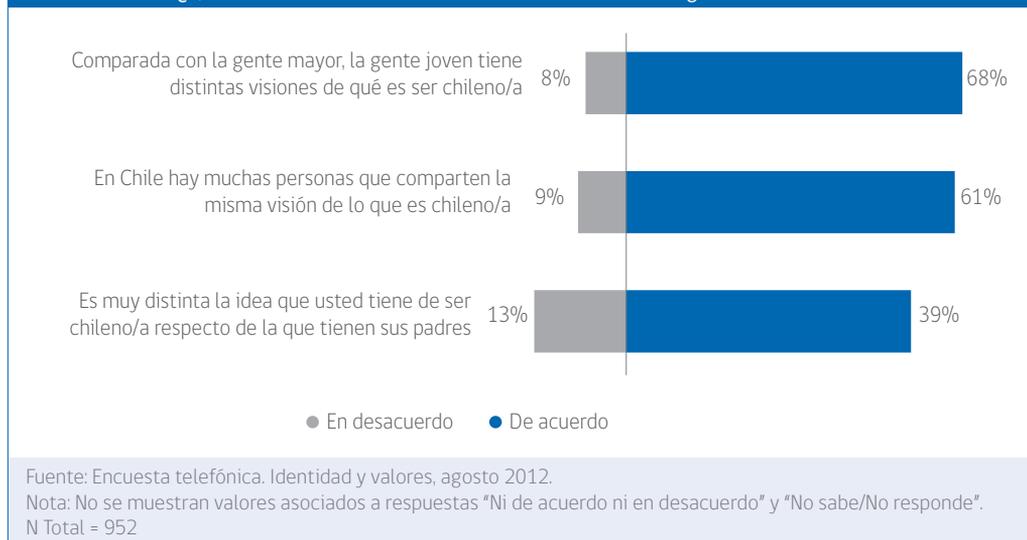
Definiciones de ser chileno. El 70% cree que es importante, para ser chileno o chilena, contribuir de alguna manera a la sociedad chilena. Por su parte, el 29% cree que es importante seguir a la selección de fútbol para ser chileno o chilena.

Gráfico N°4.12: ¿Qué tan importantes son las siguientes cualidades para que se pueda decir que alguien es chileno/a? ... (Respuestas "Importante")



Respecto a las diferencias de visiones de lo que es ser chileno o chilena, el 68% está de acuerdo con que, comparando con la gente mayor, entre la gente joven hay muchas visiones distintas de qué es ser chileno.

Gráfico N°4.13: ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está Ud. con las siguientes afirmaciones?



Características de Chile. El 88% cree que los paisajes de Chile son un elemento muy importantes para diferenciar al país de otros países, seguido de la cultura chilena con 87%, los pueblos originarios con 87%, la comida con 77%, que seamos un país pacífico con 74%, entre otros.

Gráfico N°4.14: Según lo que usted piensa o cree ¿qué tan importante son cada uno de los siguientes elementos para diferenciar a Chile de otros países?



En cuanto a los valores en Chile, el 84% de la muestra concuerda con que las personas jóvenes son más tolerantes respecto de la homosexualidad que los adultos. Por su parte, el 32% concuerda con que es mejor que la comunidad solucione por sí misma sus problemas en vez de pedir que el Estado lo haga todo.

Gráfico N°4.15: ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones respecto a los valores en Chile...?

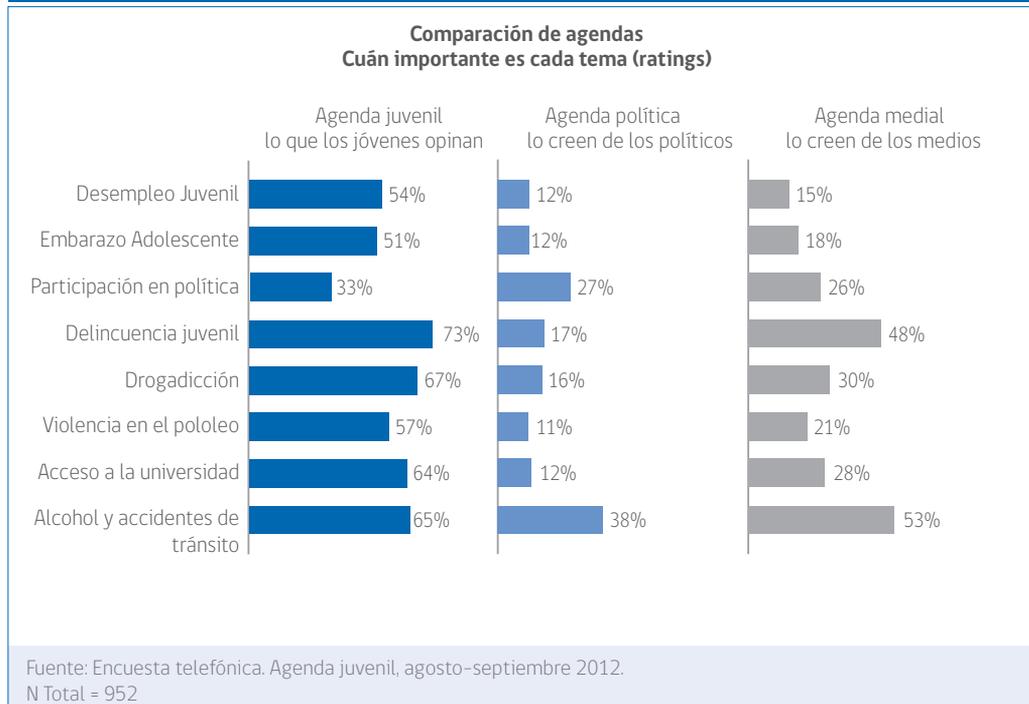


Fuente: Encuesta telefónica. Identidad y valores, agosto 2012.

Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "Ni de acuerdo ni en desacuerdo" y "No sabe/No responde".
N Total = 952

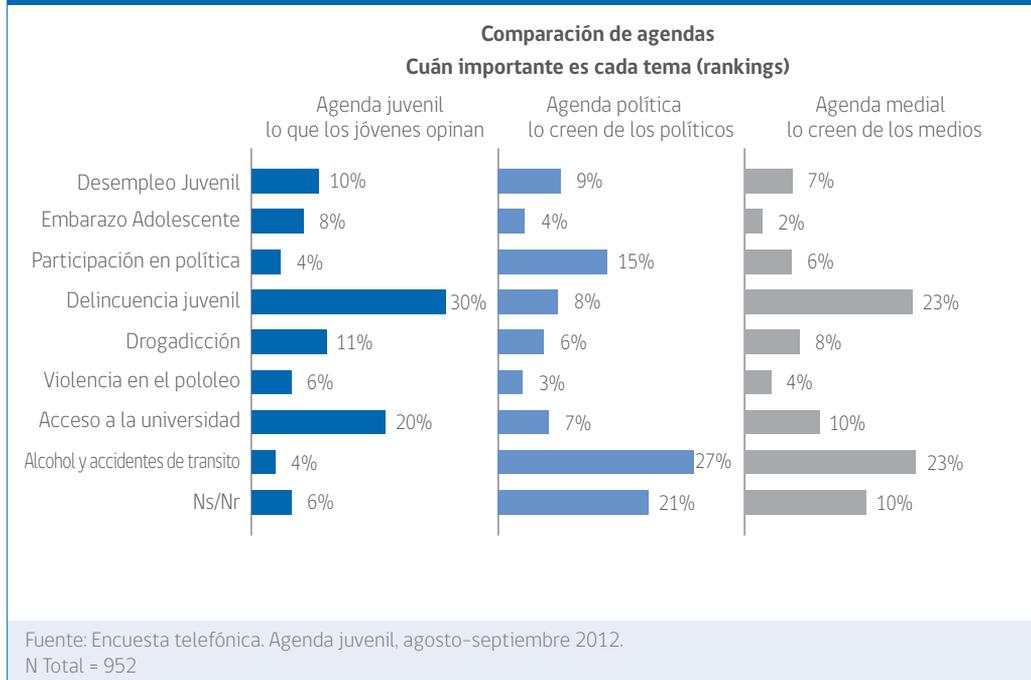
Respecto a lo que se percibe como los problemas más importantes para jóvenes, políticos y medios, el 73% de la muestra cree que la delincuencia juvenil es un problema importante para las personas jóvenes, pero sólo el 17% cree que lo es también para las y los políticos y el 48% que lo es para los medios de comunicación masiva.

Gráfico N°4.16: Comparación de temas más importantes



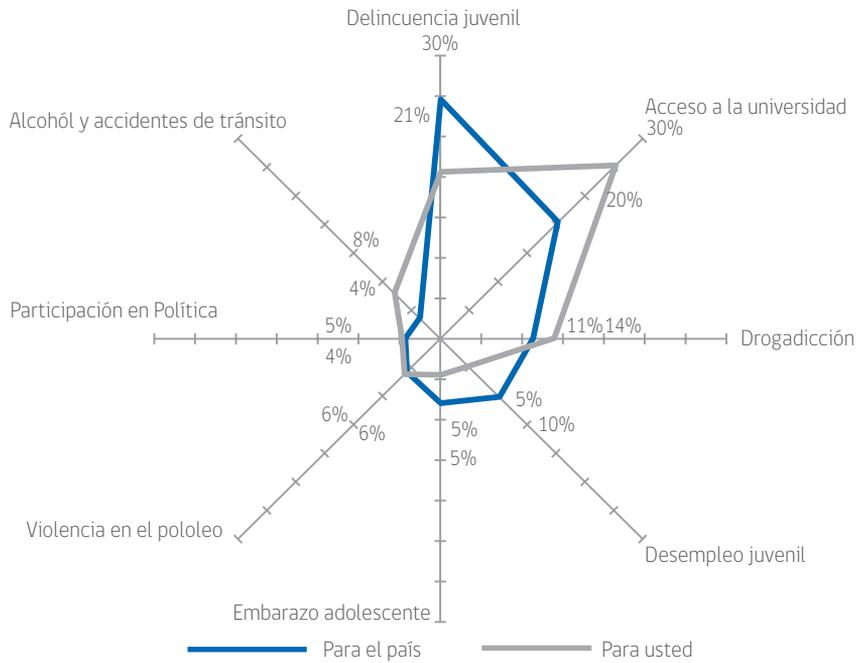
Respecto a lo que se percibe como los problemas más importantes para jóvenes, políticos y medios, sólo el 4% de la muestra cree, de la lista propuesta, que el alcohol y los accidentes de tránsito son el problema más importante para las y los jóvenes. Sin embargo, el 27% percibe estos problemas como los más importantes para la agenda política y el 23% percibe estos problemas como los más importantes para los medios de comunicación masiva.

Gráfico N°4.17: Comparación del tema más importante



Urgencia: El 30% dice que el problema más urgente de solucionar para el país es la delincuencia juvenil, pero sólo el 21% lo menciona como el más urgente a nivel personal. En contraste, el 30% indica que el acceso a la universidad es el problema más urgente a nivel personal, pero el 20% lo menciona como el más urgente para el país.

Gráfico N°4.18 Y: ¿Cuál diría usted es el tema más urgente de solucionar para el país? Y ¿Para usted?



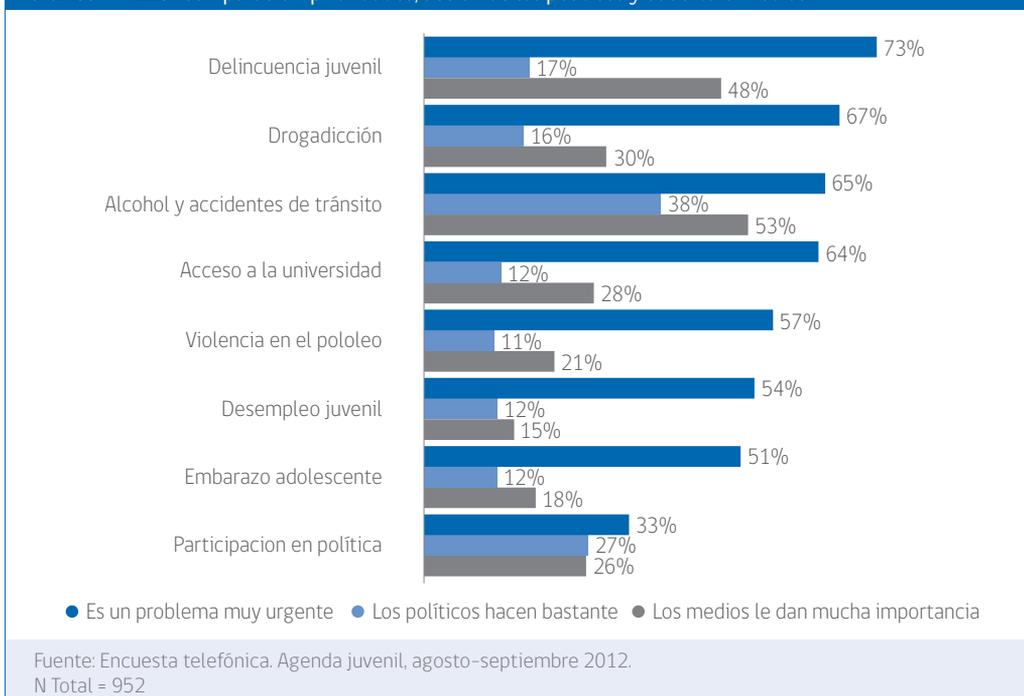
Fuente: Encuesta telefónica. Agenda juvenil, agosto-septiembre 2012.

Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "No sabe/No responde".

N Total = 952

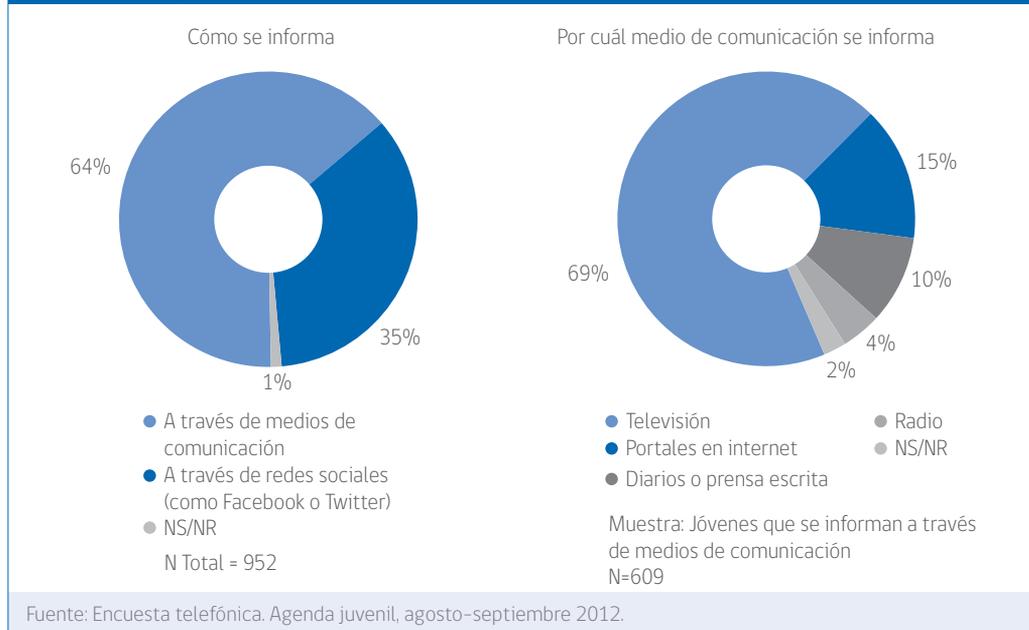
Prioridades, acción política y cobertura medial. El 73% de las y los jóvenes consultados cree que la delincuencia juvenil es un problema urgente, pero sólo el 17% cree que en la política se hace bastante para solucionarlo, mientras que el 48% cree que los medios le dan mucha importancia a este tema. En contraste, sólo el 33% de las y los jóvenes entrevistados indica que la participación en política es un problema muy urgente. Asimismo, el 27% indica que los políticos hacen bastante con respecto a este tema y el 26% considera que los medios de comunicación le dan mucha importancia.

Gráfico N°4.19: Comparación: prioridades, acción de los políticos y cobertura medial.



El 35% de las y los jóvenes consultados se informa sobre temas de actualidad a través de las redes sociales. Dentro de quienes se informan a través de medios de comunicación masiva, el 69% dice hacerlo a través de la televisión.

Gráfico N°4.20: ¿Cómo se informa Ud. principalmente de temas de actualidad?



Al comparar por edad, se obtiene que el 60% de quienes están entre 20 y 24 años cree que la imagen que proyectan los medios de comunicación de la juventud es negativa. Este porcentaje disminuye al 44% cuando se trata de jóvenes de entre 18 y 19 años.

Gráfico N°4.21: ¿Cómo cree Ud. que es la imagen que se proyecta de la juventud a través de los medios de comunicación?

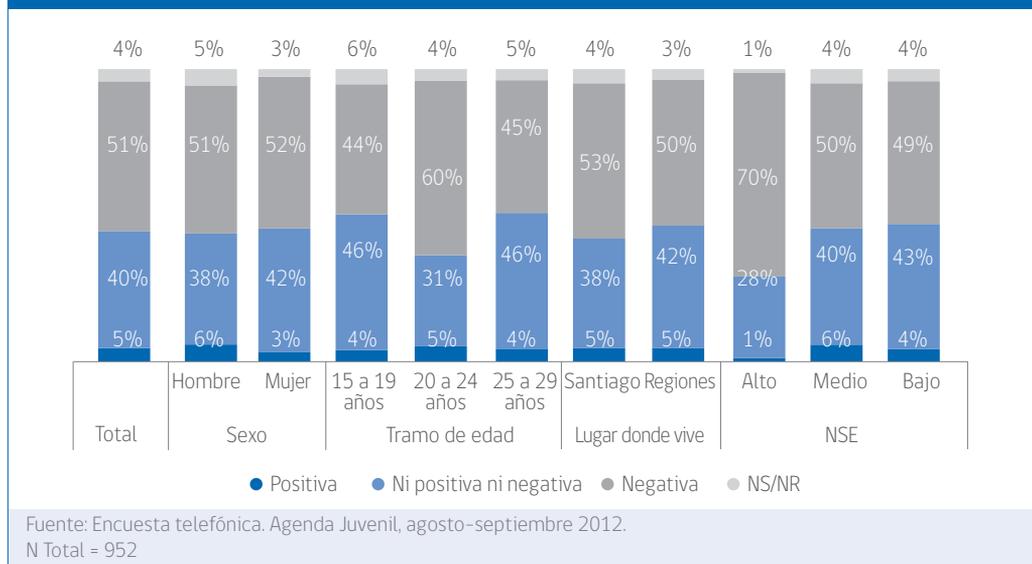
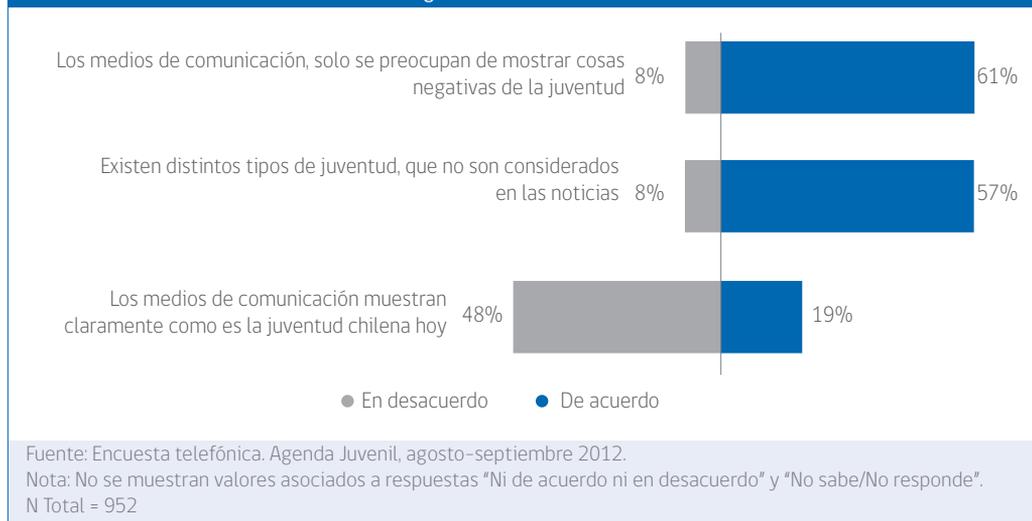


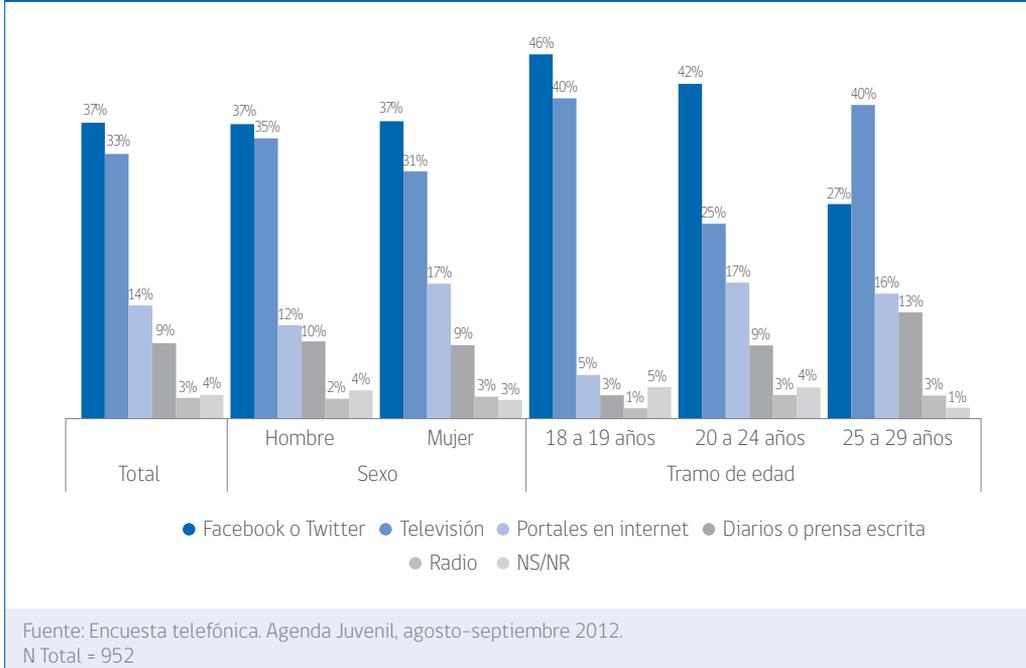
Imagen de la juventud chilena. El 57% está de acuerdo con que existen distintos tipos de juventud, que no son considerados en las noticias. Sólo el 19% está de acuerdo con que los medios de comunicación muestran claramente cómo es la juventud chilena de hoy.

Gráfico N°4.22: Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones



Respecto de los medios de comunicación más efectivos para contactarse en caso de un problema comunitario, el 37% de las y los consultados indica que Facebook o Twitter son los medios más efectivos para ese efecto. A su vez, el porcentaje de jóvenes consultados que cree que la televisión es el medio más efectivo corresponde al 33%.

Gráfico N°4.23: Si tuviera la intención de ayudar a resolver un problema en su barrio, que las autoridades no han solucionado ¿Con cuál de los siguientes medios de comunicación sería más efectivo contactarse para dar a conocer el problema?



5

Prácticas de control en la pareja

En este capítulo se incluyen los resultados de una encuesta a jóvenes entre 15 y 29 años, realizada durante octubre de 2013, en colaboración con el Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM). Un estudio anterior del SERNAM, denominado "Análisis de la Violencia en la Relaciones de Parejas entre Jóvenes", indicaba que las personas consultadas, pese a reconocer el uso de la violencia en una experiencia particular, recalcan que correspondería a una situación más propia de parejas de adultos, y no la identificaban como un problema juvenil. De ahí la necesidad de llevar a cabo este estudio. En esta encuesta se aborda el problema de la violencia en el pololeo o, más generalmente, las prácticas de control en las parejas jóvenes. Así, se busca conocer las percepciones y actitudes de las y los jóvenes sobre la violencia en las relaciones de pareja. Como parte de esta línea de trabajo, el INJUV y el SERNAM lanzaron una aplicación para celulares smartphones llamada "Verdad Verdad" que detecta si en las relaciones de pareja existe algún grado de violencia. Esta herramienta pone el foco especialmente en jóvenes, quienes deben responder algunas preguntas diferenciadas entre hombres y mujeres. Posteriormente, el resultado de la aplicación advierte si en la relación existen o no manifestaciones de violencia.

Específicamente, con este estudio se intenta determinar la percepción sobre la violencia en la pareja en jóvenes, identificar situaciones violentas en el entorno de las y los jóvenes, determinar la ocurrencia de situaciones violentas en su experiencia personal y, por último, medir el conocimiento de campañas del Gobierno sobre el tema de la "Violencia en el pololeo". En este sentido, esta encuesta complementa esfuerzos anteriores del INJUV, que se expresan en un artículo en la revista RT (Nº2, julio 2012), un tratamiento del tema en el informe de la Encuesta Nacional de Juventud 2012 y un artículo especialmente realizado sobre situaciones de violencia que afectan a la juventud (2012).

Para efectos operacionales se definió la violencia en el pololeo como todo acto que tenga como resultado un daño físico, psicológico o emocional sobre la pareja, incluyendo amenazas y restricción a la libertad. El estudio del SERNAM señalado anteriormente definía un mapa mental de la violencia, donde se distinguen ciertos detonantes de las acciones agresivas en la relación de pareja. Los más recurrentes son los celos, la desconfianza, la infidelidad, la inseguridad, la acumulación de tensiones y el consumo de alcohol o drogas. Estas acciones fueron objeto de medición, en la medida de lo posible, dentro de la encuesta que aquí se reporta.

De la misma forma que en la encuesta sobre tabaco y alcohol, la aproximación al diseño del cuestionario fue complementar la Encuesta Nacional de Juventud. Es decir, en vez de intentar determinar la prevalencia de conductas violentas, se puso énfasis en opiniones y percepciones que no estaban incluidas en el módulo correspondiente de la encuesta principal del INJUV, el cual está más bien orientado a las experiencias y prácticas violentas en las y los jóvenes. Así, se incluyeron en el cuestionario preguntas sobre percepción de situaciones de violencia, socialización de la violencia, factores que influyen en el desarrollo de la violencia, percepción de delito en situaciones de violencia, campañas publicitarias, educación, creencias sobre el tema y percepción sobre la violencia de género.

Es importante señalar que la violencia, en general, es un tema difícil de medir a través de instrumentos estructurados, como son las encuestas.¹ De hecho, para la sección correspondiente de la 7ma Encuesta Nacional de Juventud 2012 se aplicó un módulo autoaplicado, en que se entregaba el cuestionario a la persona a entrevistar, quien completaba las respuestas sin intervención de la persona encuestadora y luego las devolvía en sobre cerrado. De esta forma se trataba de asegurar la privacidad de las respuestas, pues se sabe que las respuestas se sesgan en el caso de asuntos sensibles o con problemas de deseabilidad social (en este caso, por sub-declaración). Por ende, en esta ocasión se decidió estudiar el tema de la violencia en el pololeo en términos muy generales, indagando en la percepción que tienen las y los jóvenes sobre la prevalencia de ciertas conductas violentas en el entorno, más que en las prácticas propias del segmento. De esta forma, se busca reducir la posibilidad de sesgos sistemáticos en las respuestas.

Además, para efectos operacionales y con el objeto de mantener la extensión del cuestionario dentro de los límites apropiados a su aplicación, se decidió restringirse a cuatro conductas violentas: (1) insultos o gritos, (2) realizar amenazas, (3) empujarse o tirarse cosas cuando se discute y (4) darse golpes. Estas cuatro prácticas se usaron como ítems para distinguir las percepciones que se tienen sobre la violencia de tipo física y psicológica. Las cuatro prácticas fueron usadas para consultar grado de justificación, denunciabilidad, incidencia en el entorno e incidencia en la juventud. En cuanto a los resultados del estudio, respecto a las percepciones en torno a la violencia se observa que el 61% de las y los jóvenes conoce a una persona de su entorno, ya sean amigos o familiares, que ha vivido situaciones de violencia en su relación de pareja. Asimismo, el 78% supo de insultos o gritos y un 58% supo de golpes. Además, el 64% de las y los encuestados cree que entre las

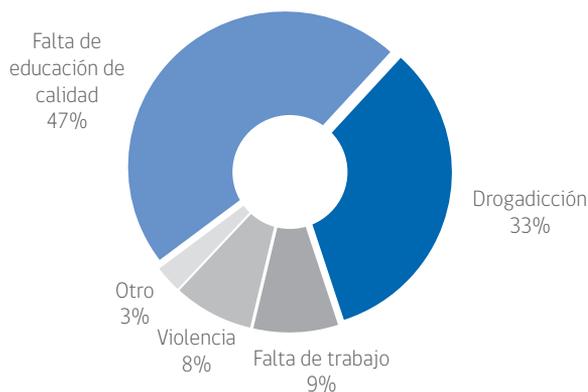
1 Un ejemplo interesante, que se tuvo en consideración al elaborar este estudio, es: Escoto, Y. et al. (2007) 'Violencia en el Noviazgo Adolescente' Revista Internacional de Psicología 8(2).

personas jóvenes hoy la violencia en la pareja es más frecuente que en las generaciones anteriores. Los celos son la principal causa declarada de la violencia en la pareja con el 34% de las menciones. Otros motivos con una importante proporción de declaración son "el consumo de alcohol y drogas" e "historia de violencia en la familia" con 20% y 18%, respectivamente. Así, el 74% de las y los jóvenes estima que el colegio ayuda poco o nada en la prevención de la violencia en la pareja. Conjuntamente, el sondeo muestra que mientras el 80% de los hombres cree que en relaciones de pareja a veces es mejor ceder para evitar conflictos, en el caso de las mujeres esta cifra baja a 60%. Las redes sociales son consideradas como los medios de comunicación e información que más fomentan o promueven la violencia en la pareja: el 67% de las y los jóvenes cree que Facebook, Twitter o YouTube son los principales medios de comunicación que fomentan la violencia en la pareja y el 34% reconoce haber revisado el celular o la cuenta de Facebook de su pareja a escondidas.

Así también, el 24% de las y los jóvenes declara que existen situaciones en que los gritos e insultos estarían justificados, mientras que el 44% considera que los gritos e insultos en una relación de pareja no son actitudes que ameriten realizar la denuncia a carabineros de parte del afectado/a. Las amenazas y golpes son justificables en ciertas circunstancias para el 11% de las y los jóvenes. Y finalmente, el 71% de las personas jóvenes declara que si una persona ve actos de violencia entre sus padres es muy probablemente que se comporte de manera violenta en sus relaciones de pareja. Respecto a las campañas gubernamentales contra la "no violencia", el 45% de las y los jóvenes declara conocer alguna campaña del Gobierno sobre este tema. Un 22% recuerda campaña de Karol Dance, "No Más Violencia En El Pololeo". La evaluación de las campañas obtiene una nota de 5,3 en promedio. Ambos antecedentes se usaron para justificar el lanzamiento de una nueva campaña durante el segundo semestre de 2013.

El 47% de quienes fueron entrevistados cree que el principal problema que afecta a las y los jóvenes es la falta de educación de calidad. Sólo un 8% menciona que el principal problema es la violencia.

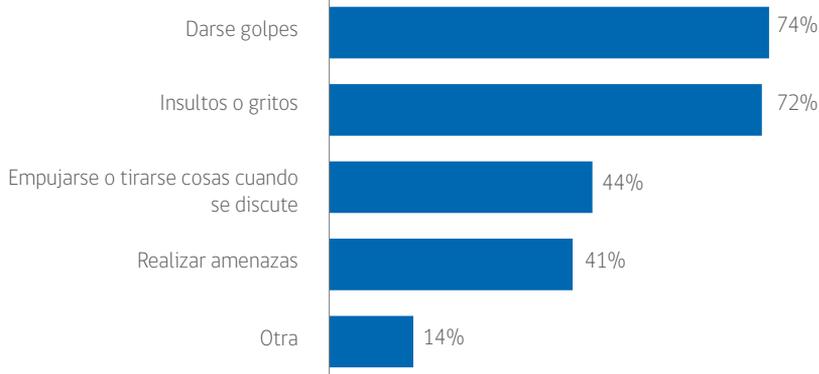
Gráfico N°5.1: En su opinión, de los siguientes problemas que afectan a los jóvenes, ¿cuál es el principal?



Fuente: Encuesta telefónica. Violencia en el Pololeo, octubre 2013.
N Total = 1.003

En relación con las acciones consideradas violentas en una pareja, el 74% de las menciones de las y los jóvenes consultados cree que darse golpes es una acción violenta. Menos del 50% menciona empujarse o tirarse cosas y realizar amenazas como expresiones violentas al interior de una pareja.

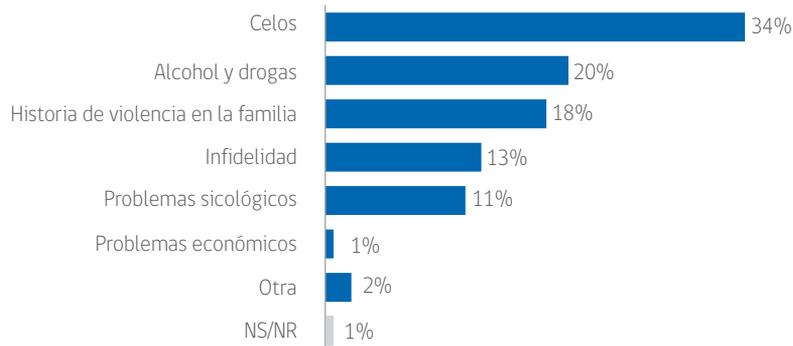
Gráfico N°5.2: ¿Qué acciones considera usted que son violentas en una pareja?



Fuente: Encuesta telefónica. Violencia en el Pololeo, octubre 2013.
 Nota: Respuesta múltiple, los porcentajes suman más de 100%.
 N Total = 1.003

En cuanto a las principales causas de violencia en el pololeo, las personas jóvenes entrevistadas creen que son los celos, con un 34% de las menciones. Le siguen el alcohol y las drogas, con un 20% de las menciones y la historia de violencia en la familia con un 18% de las menciones.

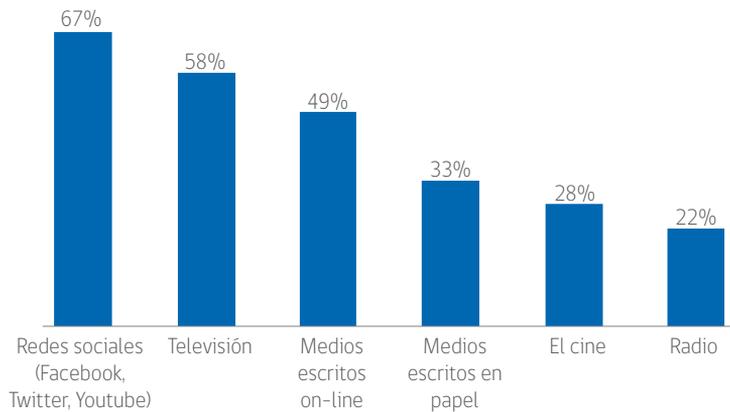
Gráfico N°5.3: En su opinión, de las siguientes causas de violencia en el pololeo de jóvenes de su edad ¿Cuáles es la más importante?



Fuente: Encuesta telefónica. Violencia en el Pololeo, octubre 2013.
 N Total = 1.003

Respecto al nivel de acuerdo frente al fomento de la violencia en medios de comunicación, el 67% de las y los jóvenes entrevistados señala que está de acuerdo con que las redes sociales promueven o fomentan de alguna forma la violencia en la pareja.

Gráfico N°5.4: ¿Cuán de acuerdo o en desacuerdo está con que los siguientes medios fomentan o promueven de alguna forma la violencia en la pareja? (Respuestas "De acuerdo")



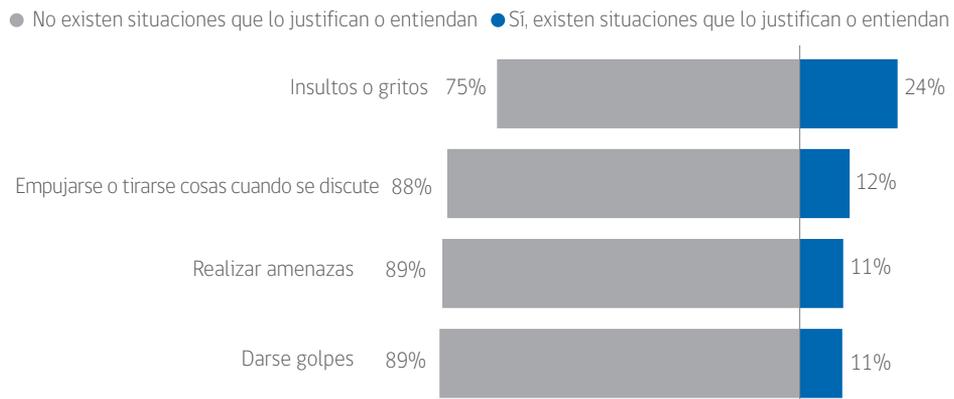
Fuente: Encuesta telefónica. Violencia en el Pololeo, octubre 2013.

Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "No Sabe/No responde".

N Total = 1.003

Justificación de actitudes violentas. El 24% de la muestra cree que sí existen situaciones que justifican los insultos o gritos al interior de una pareja.

Gráfico N°5.5: En su opinión, ¿Para cuál o cuáles de las siguientes actitudes violentas existen situaciones en las cuales se podría justificar o entender su existencia?



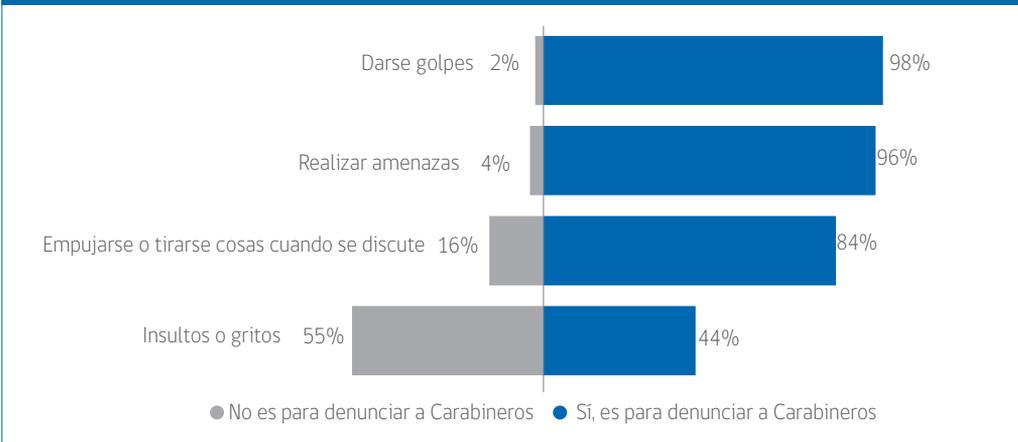
Fuente: Encuesta telefónica. Violencia en el Pololeo, octubre 2013.

Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "No Sabe/No responde".

N Total = 1.003

En cuanto a las acciones violentas válidas para denunciar, el 55% de las personas jóvenes entrevistadas cree que los insultos y gritos en la pareja no son acciones que validen una denuncia ante Carabineros. Sin embargo, el 98% cree que darse golpes sí es una razón para denunciar.

Gráfico N°5.6: En su opinión, ¿para cuál o cuáles de las siguientes actitudes violentas corresponde que el/la afectado/a realice una denuncia en carabineros?



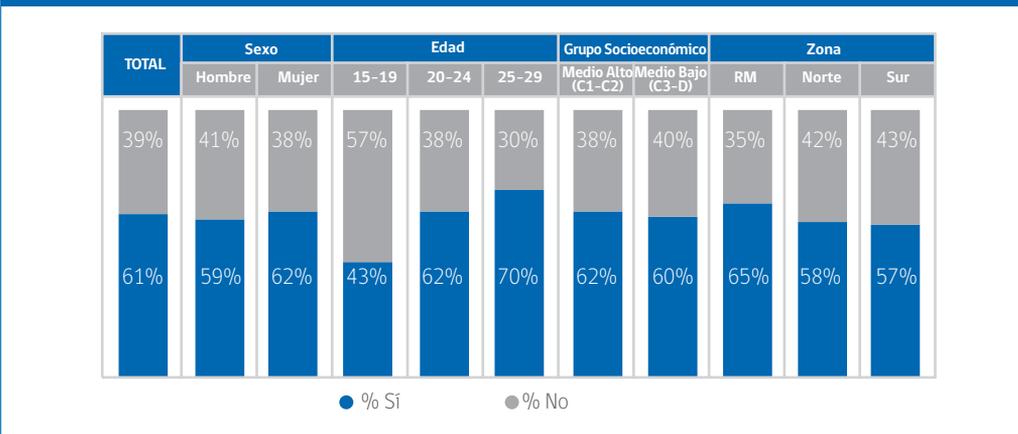
Fuente: Encuesta telefónica. Violencia en el Pololeo, octubre 2013.

Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "No Sabe/No responde".

N Total = 1.003

Respecto a las situaciones de violencia en el entorno, el 70% de quienes contestaron la encuesta y tienen entre 25 y 29 años conoce a una persona de su entorno de conocidos, amigos o familia que haya vivido alguna situación de violencia al interior de su relación de pareja.

Gráfico N°5.7: ¿Conoce a alguna persona de su entorno de conocidos, amigos y familia que haya vivido alguna situación de violencia al interior de su relación de pareja?



Fuente: Encuesta telefónica. Violencia en el Pololeo, octubre 2013.

N Total = 1.003

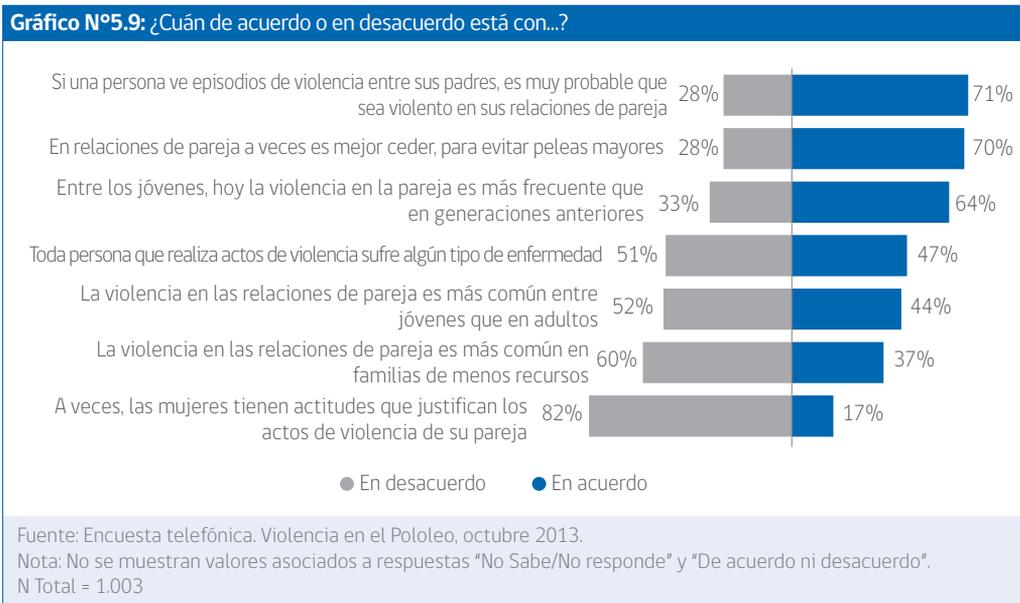
En relación al tipo de situaciones de violencia en el entorno, se obtiene que el 81% de las mujeres entrevistadas supo, escuchó o vio insultos o gritos en alguna relación de pareja de su entorno cercano.

Cuadro N°5.8: ¿De cuál o cuáles de las siguientes actitudes violentas supo o escuchó o vio usted en su entorno cercano?

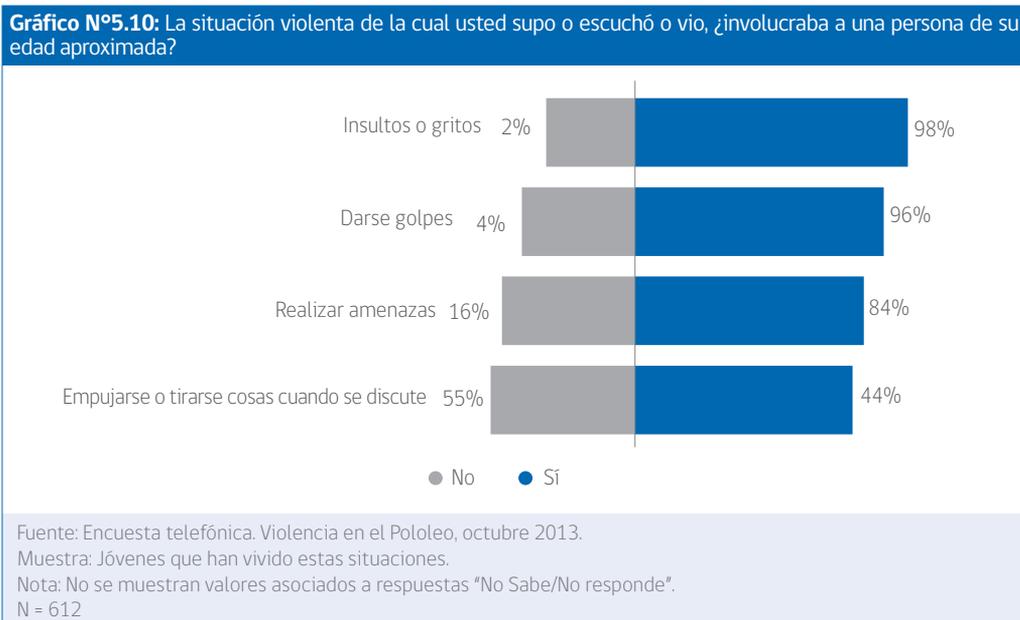
Actitudes violentas que supo, escuchó o vio	Total	Sexo		Edad			Nivel Socioeconómico		Zona		
		Hombre	Mujer	15-19	20-24	25-29	Medio Alto (C1-C2)	Medio Bajo (C3-D)	RM	Norte	Sur
Insultos o gritos	78%	76%	81%	73%	81%	76%	81%	77%	82%	77%	72%
Darse golpes	58%	47%	68%	46%	58%	62%	55%	59%	61%	54%	55%
Empujarse o tirarse cosas cuando se discute	54%	50%	58%	58%	54%	53%	56%	53%	61%	50%	45%
Realizar amenazas	52%	49%	55%	48%	52%	53%	50%	53%	54%	60%	39%
Otra	4%	4%	4%	14%	2%	3%	4%	4%	5%	4%	3%

Fuente: Encuesta telefónica. Violencia en el Pololeo, octubre 2013.
N Total = 1.003

Acuerdo con afirmaciones sobre la violencia. El 71% de las personas jóvenes entrevistadas concuerda en que es muy probable que una persona sea violenta en sus relaciones de pareja si ha visto episodios de violencia entre sus padres. Además, el 70% cree que en una relación de pareja a veces es mejor ceder para evitar peleas mayores.

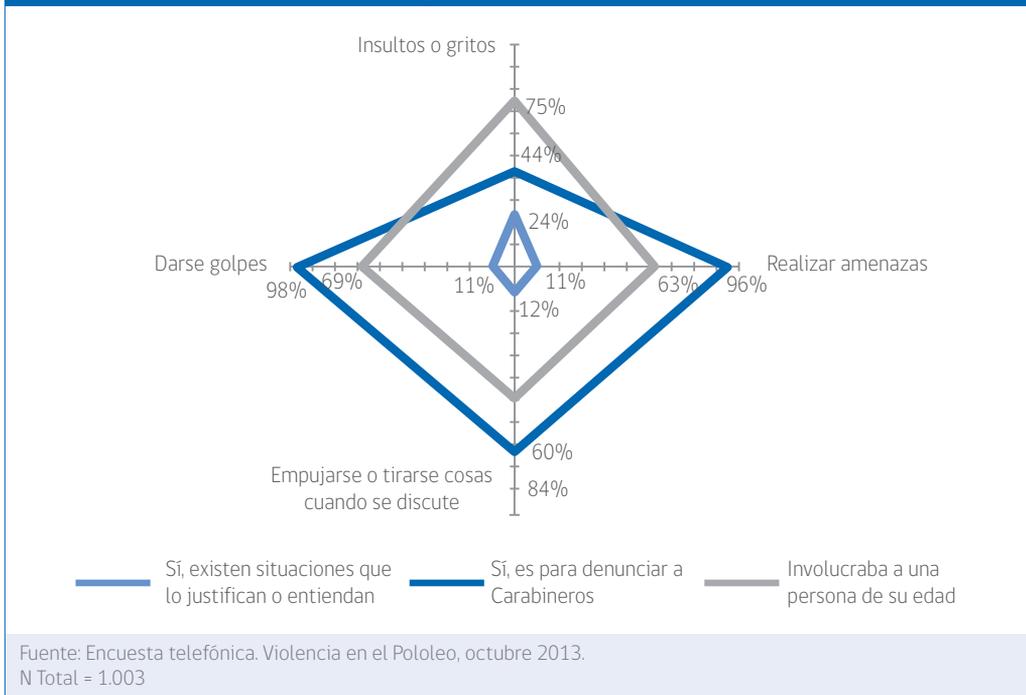


De las y los jóvenes entrevistados que han vivido situaciones de violencia, el 75% señala que la situación de insultos o gritos que supo, vio o escuchó, involucraba a una persona de su misma edad.



El siguiente gráfico resume la información de los anteriores, para fines comparativos entre las tres preguntas que comparten el listado de prácticas violentas.

Gráfico N°5.11: Resumen actitudes hacia las prácticas violentas



Respecto a la percepción de frecuencia de actitudes violentas, el 69% de las personas jóvenes entrevistadas declara que es frecuente o muy frecuente que en las relaciones de pareja de jóvenes de su edad se le pregunte a la pareja, aunque lo sepa, con quién ha estado para ver si miente.



El 63% de las y los jóvenes entrevistados señala que su pareja ha sentido celos de sus amistades y han discutido por ello.

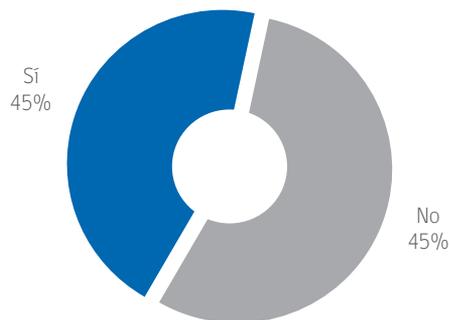
Gráfico N°5.13: Ahora le leeré una serie de situaciones que otros jóvenes han vivido en sus relaciones de pareja y usted me dirá si le ha pasado o no. ¿le ha pasado que...? (Respuestas "Sí")



Fuente: Encuesta telefónica. Violencia en el Pololeo, octubre 2013.
N Total = 1.003

En cuanto al conocimiento de campañas sobre violencia, el 45% declara que conoce alguna campaña realizada por el Gobierno que trate el tema de la NO violencia entre las parejas.

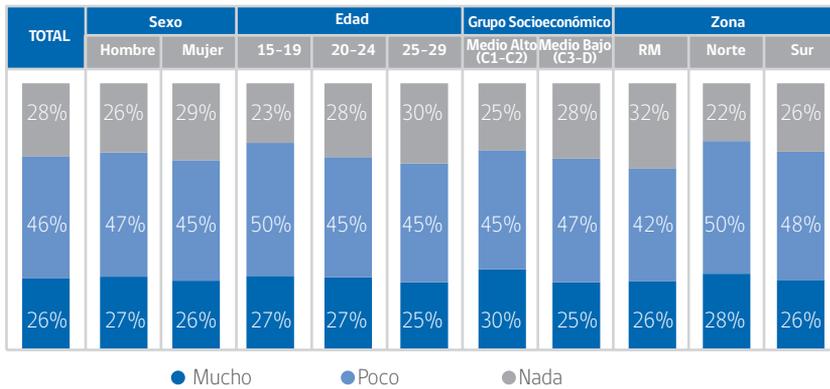
Gráfico N°5.14: En otro tema, ¿conoce alguna campaña realizada por el Gobierno que trate el tema de la no violencia entre las parejas?



Fuente: Encuesta telefónica. Violencia en el Pololeo, octubre 2013.
N Total = 1.003

El 46% de las personas jóvenes entrevistadas cree que los colegios aportan poco con respecto a “el respeto en las relaciones de pareja”. Incluso el 28% señala que el aporte es nulo.

Gráfico N°5.15: ¿Cuánto cree que ayudan los colegios en la educación respecto del respeto a las parejas?



Fuente: Encuesta telefónica. Violencia en el Pololeo, octubre 2013.
N Total = 1.003

6

Prácticas económicas: educación financiera y emprendimiento

En este capítulo se incluyen los resultados de dos encuestas relacionadas con prácticas económicas. La primera es sobre endeudamiento, realizada en septiembre de 2013, y la segunda es sobre emprendimiento económico, realizada en octubre de 2013. Por su temática se restringió el público objetivo a jóvenes entre 18 y 29 años de edad. Ambas encuestas fueron difundidas en la Revista RT del área de estudios del INJUV, en su octava edición, publicada en diciembre de 2013.

El estudio sobre endeudamiento tiene por objetivos determinar conductas en la población juvenil chilena en torno a temáticas relacionadas con el ahorro y los gastos de sus ingresos; conocer los niveles de endeudamiento y principales motivos para endeudarse; y determinar niveles de conocimiento financiero. Es decir, el problema se abarca desde una dimensión de percepción y otra de recursos.

Específicamente, el estudio sobre endeudamiento intenta conocer las actitudes de las y los jóvenes hacia el emprendimiento económico, definir la actitud hacia las actividades de emprendimiento juvenil e identificar el porcentaje de jóvenes que, en base a sus características, podrían ser jóvenes con capacidad emprendedora. Esto implica definir los niveles de acercamiento al emprendimiento, conocer sus experiencias personales y disposición al riesgo, así como medir las autopercepciones como sujeto trabajador, o posible emprendedor joven.

6.1. Educación financiera

La primera encuesta incluida en este capítulo permite conocer el nivel de endeudamiento declarado por las y los jóvenes y sus percepciones respecto del ahorro y el crédito. Este trabajo se enmarca en un esfuerzo por aumentar o mejorar la educación financiera, y por ende el comportamiento de las y los jóvenes en torno al uso de su dinero. Junto con este diagnóstico se planteó políticamente que tanto la autoridad pública como las empresas deben contribuir con la educación financiera de las personas jóvenes para que puedan tomar decisiones financieras informadas. Por este motivo, se realizó una alianza con un banco comercial para lanzar un programa de educación financiera online y gratuito para dos mil jóvenes, entre 18 y 29 años de edad de todo Chile. Este programa de educación financiera contribuye a formar a las y los jóvenes en materias como el ahorro, las tarjetas de crédito y la salud crediticia a través de la entrega de herramientas que les permitan elegir adecuadamente un crédito, y sobre todo, se informen.

La realización de una encuesta sobre estas materias era necesaria pues la información disponible en otras fuentes no era lo suficientemente exhaustiva en términos de estas dimensiones. Por un lado, existen estadísticas del sistema financiero, pero éstas no consideran información actitudinal. Y por otro lado, la Encuesta Nacional de Juventud 2012 consultó por endeudamiento, pero sólo en términos de la prevalencia de ciertos tipos de deuda, información que se consideró pertinente para usarse como variable de control para otros análisis.

Respecto a los ingresos y gastos, las principales fuentes de ingreso declaradas por las y los jóvenes son el trabajo estable (38%) o esporádico (20%) y el aporte de padres o familiares (32%). El trabajo estable como principal fuente de ingresos llega a un 53% en el caso de quienes tienen entre 24 y 29 años y se da menos en mujeres (31%). Los ítems declarados entre los dos principales gastos de las personas entrevistadas son la alimentación (42%), los estudios (23%), el transporte (28%) y el pago de servicios básicos (27%). El pago de deudas aparece con el 16% de las menciones.

Respecto al ahorro, existen opiniones divididas en torno al significado de éste. El 44% lo identifica con "limitarse a gastos indispensables", el 32% con "guardar dinero en el banco" y el 23% con "comprar lo más barato". El 44% de las y los jóvenes declara que si le sobra dinero en el mes lo ahorra y el 20% declara que "nunca le sobra dinero". El 53% declara tener ahorros actualmente, registrando importantes diferencias según nivel socioeconómico: C1-C2 (68%), C3 (52%) y D (44%). Los principales motivos para el ahorro son la casa propia (33%) y cubrir emergencias (30%), especialmente en el segmento D (41% y 36%, respectivamente). De quienes declaran tener ahorros, el 68% dice tenerlos en un banco o institución financiera y el 31%, en su casa. En cuanto al método de ahorro, el 46% de las y los jóvenes "guarda lo que le sobra", el 41% "siempre guarda lo mismo" y el 13% "sólo ahorra cuando tiene pensado hacer un gasto importante". A partir de los 25 a 29 años aumenta la proporción de jóvenes que declara definir de forma consistente el ahorro, ya que un 52% de ellos guarda siempre la misma cantidad.

Respecto al acceso a créditos, el 25% de las y los entrevistados declara tener tarjetas de crédito bancarias, el 27% de casas comerciales y el 37%, créditos. Entre quienes tienen créditos, los principales son el crédito universitario en alguna de sus versiones (43%), tarjetas de crédito (39%)

y créditos de consumo (30%).

Los principales motivos para endeudarse son pagar emergencias (32%) y la educación (25%). En el 13% de los casos son los padres quienes se hacen cargo del pago de las deudas, llegando a un 21% entre jóvenes de 18 a 24 años. A su vez, sólo un 38% de quienes tienen deudas cree que dejará de tenerlas en 12 meses, y un 19% tomaría un crédito para pagar deudas. Llama la atención que el 29% dice no estar al día en el pago de sus cuotas y que el 20% dice haber estado en Dicom. El estudio del INJUV no solamente centra su medición en las deudas que mantienen las y los jóvenes. También indaga en los conocimientos que tienen sobre el sistema financiero. La mayoría (60%) considera que “tener una sola deuda es sinónimo de endeudamiento”. En cambio, el 40% restante cree que “el no pago o atraso en alguna cuota significa estar endeudado”. Esta última afirmación se da en jóvenes de segmento socioeconómico bajo.

En términos del conocimiento, menos de la mitad de quienes han tenido créditos a su nombre declara que antes de tomar la deuda le explicaron el sistema de cobros y señala conocer bien los intereses y gastos asociados al crédito (46%). Así, el 38% cree que la tasa de interés es un monto fijo que se paga al tomar un crédito y el 55% sabe que un CAE más bajo da cuenta de un crédito más conveniente. Sin embargo, existe un alto desconocimiento del valor del CAE. En efecto, un 30% declara directamente que no sabe, especialmente jóvenes de 25 a 29 años (36%), de la zona sur del país (39%) y del segmento socioeconómico bajo (34%).

Respecto a la opinión que tienen las y los jóvenes sobre el acceso a créditos, la mayoría (79%) cree que deben ponerse límites al acceso de tarjetas a jóvenes que no trabajan y un 33% está de acuerdo con que el acceso al crédito otorga independencia financiera a las y los jóvenes.

6.2. Emprendimiento

La segunda encuesta incluida en este capítulo refiere a la disposición y las actitudes hacia el emprendimiento económico. En general, se ha observado que en Chile las y los jóvenes y las mujeres son quienes menos emprenden.¹ Así, esta encuesta se enmarca en la agenda gubernamental que busca favorecer el emprendimiento en variados ámbitos. Es el caso del emprendimiento social, que ha sido parte de la agenda del INJUV desde 2012, por ejemplo mediante el concurso de innovación Desafío Clave. Este tipo de medidas buscan proveer mayores oportunidades para que las personas, incluyendo a las y los jóvenes, inicien actividades de emprendimiento. Un ejemplo es el programa Yo Emprendo Jóvenes, del Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS), que provee cupos prioritarios en tres regiones del país para capacitación y capital semilla. Con esto, se espera que la población joven pueda iniciar o potenciar un emprendimiento, además de entregar acompa-

1 Amorós, José Ernesto y Poblete Cazenave, Carlos (2013) Global Entrepreneurship Monitor: Actividad Emprendedora en Chile y el Mundo 2012. Santiago: Universidad del Desarrollo.

ñamiento y asesoría técnica. Además, existen otras iniciativas, tanto privadas como estatales, que premian las buenas ideas. Por ejemplo, el Programa de Apoyo al Entorno para el Emprendimiento y la Innovación (PAE) y el Programa de Emprendimientos Locales (PEL) de la CORFO; Capital Semilla y Capital Abeja, de SERCOTEC; Mujer Emprende del SERNAM e Imagina Chile.

El emprendimiento se refiere a la capacidad de llevar a cabo una acción innovadora, organizando recursos y relaciones interpersonales. Tiene que ver con crear valor, pero también con idear algo nuevo. ²Para poner en práctica un proyecto propio se necesitan algunos elementos que son indispensables, como los rasgos de personalidad, las capacidades intelectuales, los conocimientos específicos, las habilidades y los talentos.

De esta manera, algunos de los rasgos que definen a un emprendedor son compromiso, motivación, iniciativa, optimismo, creatividad, capacidad para trabajar en equipo y tolerar las frustraciones. Éstas pueden ser innatas o bien se pueden aprender. El espíritu emprendedor está presente en todas las personas, es decir, todos los individuos son potencialmente emprendedores, no solamente la población joven. Sin embargo, existen diversos factores que afectan la capacidad, la motivación y las ganas de iniciar un proyecto³.

Basándose en un estudio realizado anteriormente por el INJUV sobre el perfil del emprendedor, se incluyó un número extenso de actitudes a medir, cuales son: búsqueda de oportunidades e iniciativas; persistencia; cumplimiento u orientación al cliente; autoexigencia de calidad y eficiencia; determinación a correr riesgos; establecimiento de metas; búsqueda de información; planificación y elaboración de redes de apoyo; autoconfianza e independencia; habilidad de persuasión; conocimiento de asuntos comerciales; capacidad de trabajo; capacidad de innovación. El estudio anterior del INJUV identificaba estas actitudes y conductas como elementos importantes del perfil del emprendedor exitoso, de modo tal que su medición permite a su vez aproximarse a la posibilidad de aumentar este fenómeno en la sociedad chilena.

Además de los elementos anteriormente mencionados, se trataba de obtener información sobre motivación del logro, disposición ideológica hacia el emprendimiento, actitud hacia el trabajo por cuenta propia, valoración sobre el emprendimiento juvenil y experiencia emprendedora.

El resultado principal es que 1 de cada 3 jóvenes piensa en tener un emprendimiento y el 41% cree que es muy posible emprender en las actuales condiciones del país. La línea base está dada por el hecho de que el 30% de las y los jóvenes declara que ha participado en proyectos comerciales, mayoritariamente aquellos de 25 a 29 años (39%), hombres (34%) y de la Región Metropolitana (34%). Sin embargo, sólo el 12% ha postulado a un programa de fomento al emprendimiento.

2 Instituto Nacional de la Juventud (1999) "Emprendimiento Juvenil". En su: Estudios del INJUV, N°2: Juventud, Trabajo y Educación: pp.177-211.

3 Boettke, Peter J. y Christopher J. Coyne (2003) "Entrepreneurship and development: Cause or consequence?" *Advances in Austrian Economics*, 6: 67-87.

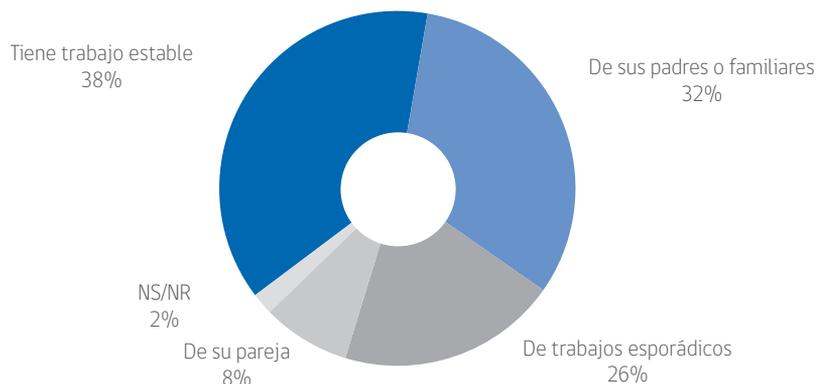
Respecto a las percepciones frente al emprendimiento, 1 de cada 3 jóvenes “siempre” piensa en trabajar por cuenta propia en un negocio, especialmente en el tramo de edad de 25 a 29 años (39%) y hombres jóvenes (38%). Por su parte, el 36% estaría dispuesto a endeudarse para llevar a cabo una buena idea, observándose diferencias según sexo: los hombres presentan mayor disposición que las mujeres a endeudarse (41% y 32%, respectivamente). La mayoría de las y los jóvenes reconoce que pondría en riesgo los recursos como posibilidad para emprender (54%), especialmente los hombres (61%).

Asimismo, el 40% se arriesgaría con su negocio aunque sepa que hay posibilidades de fallar. Nuevamente, son los hombres por sobre las mujeres quienes más riesgo tomarían. El 49% de las y los jóvenes prefiere ahorrar antes de invertir en un negocio, especialmente los más jóvenes de 15 a 19 años (55%).

Respecto a la percepción de las condiciones para emprender en Chile, el 37% de la población joven está de acuerdo con que “existen buenos programas de Gobierno que fomentan el emprendimiento juvenil” y el 41% cree que es muy posible emprender en las actuales condiciones del país, especialmente quienes se encuentran entre los 25 a 29 años. La gran mayoría (79%) piensa que hoy hay más facilidades o incentivos para emprender que hace 5 años, así como el 62% piensa que el Gobierno del Presidente Piñera ha contribuido a que las personas sean más emprendedoras.

El 28% de las y los jóvenes entrevistados menciona que su principal fuente de ingresos son sus padres y el 38% declara que es un trabajo estable. Esta última cifra aumenta al 53% cuando se observa sólo aquellos jóvenes entre 25 y 29 años. Por consiguiente, sólo el 11% de estos jóvenes declara que sus ingresos provienen de sus padres.

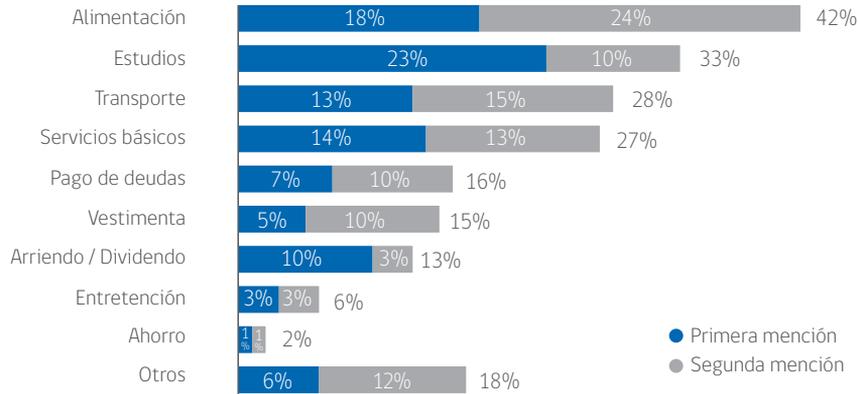
Gráfico N°6.1: ¿Principalmente, de dónde obtiene sus ingresos?



Fuente: Encuesta telefónica. Endeudamiento en Jóvenes, septiembre 2013.
N Total = 1.001

El 23% de la muestra dice que su principal gasto mensual son los estudios. Y el 24%, dice que su segundo principal gasto mensual es la alimentación, de modo tal que el total de ambas menciones es de 42%

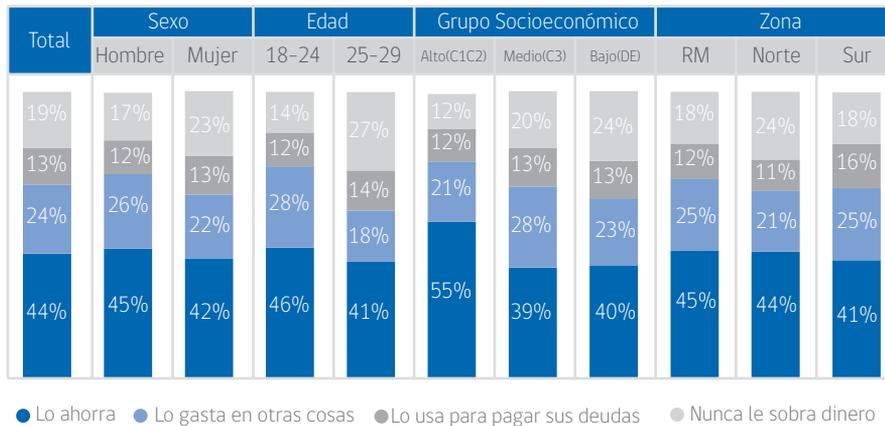
Gráfico N°6.2: ¿Cuáles son sus dos principales gastos mensuales? Respuesta espontánea



Fuente: Encuesta telefónica. Endeudamiento en Jóvenes, septiembre 2013.
N Total = 1.001

En cuanto a los usos del dinero que sobra en el mes, el 55% de del segmento de estrato alto menciona que el dinero que le sobra en el mes lo ahorra. Mientras que en el segmento socioeconómico bajo el 40% ahorra lo que le sobra.

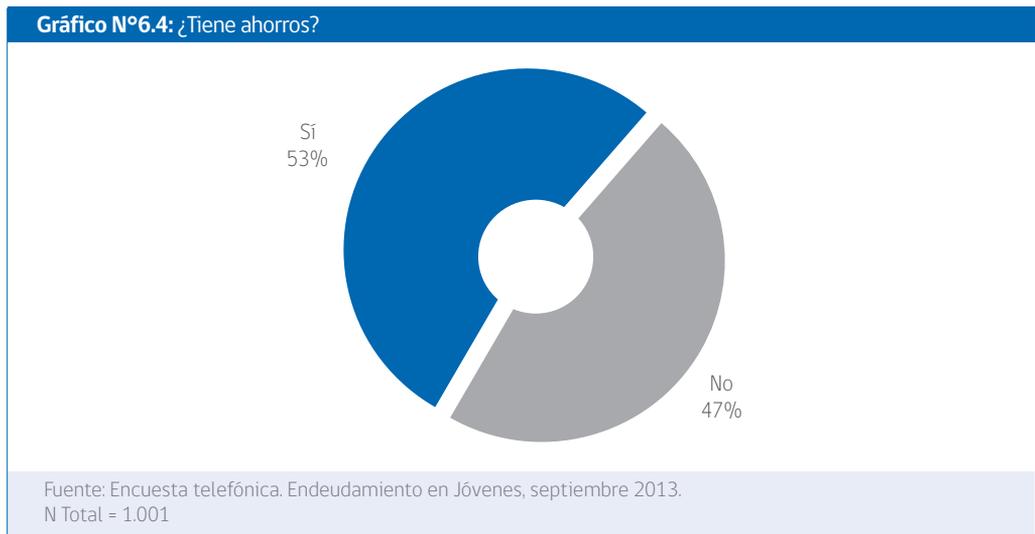
Gráfico N°6.3: Si le sobra dinero en el mes, ¿en qué lo utiliza?



● Lo ahorra ● Lo gasta en otras cosas ● Lo usa para pagar sus deudas ● Nunca le sobra dinero

Fuente: Encuesta telefónica. Endeudamiento en Jóvenes, septiembre 2013.
N Total = 1.001

El 53% de la muestra indica que tiene ahorros.



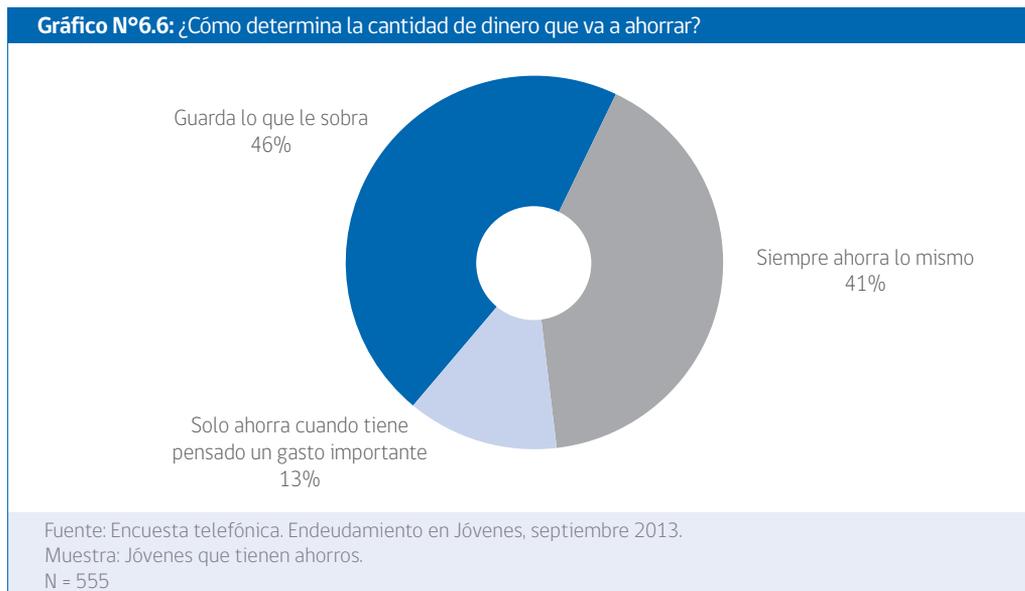
En cuanto a los motivos para ahorrar, el 33% de quienes fueron entrevistados señala que su principal motivo para ahorrar es la casa propia. Esta cifra aumenta considerablemente entre quienes tienen de 25 a 29 años, donde el 43% ahorra para ese fin.

Cuadro N°6.5 : ¿Cuál de estas razones es su principal motivo para ahorrar?

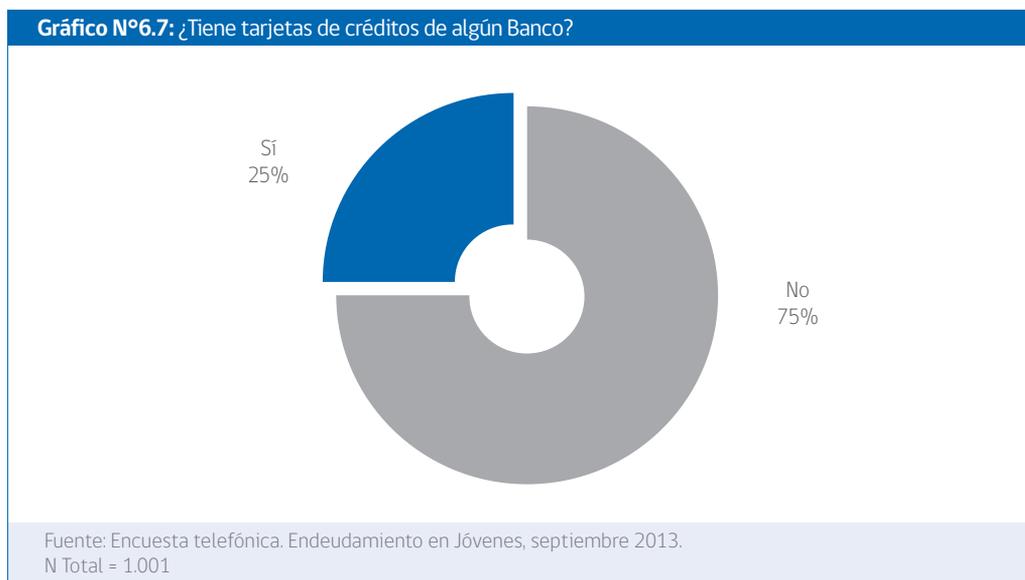
Total Menciones	Total	Sexo		Edad		Grupo Socioeconómico			Zona		
		Hombre	Mujer	18-24	25-29	Alto(C1C2)	Medio(C3)	Bajo(DE)	RM	Norte	Sur
La casa propia	33%	32%	35%	25%	43%	25%	32%	41%	33%	30%	37%
Cubrir emergencias	30%	30%	30%	27%	35%	28%	25%	36%	28%	40%	25%
Poder estudiar	13%	11%	15%	20%	4%	13%	20%	8%	14%	10%	14%
Vacacionar	11%	13%	10%	14%	9%	15%	11%	8%	13%	9%	11%
Diversión y entretenimiento	7%	8%	6%	10%	3%	10%	7%	4%	7%	4%	10%
La vejez	2%	2%	2%	1%	4%	3%	2%	2%	3%	3%	1%
NS/NR	4%	4%	2%	3%	2%	6%	3%	1%	2%	4%	2%

Fuente: Encuesta telefónica. Endeudamiento en Jóvenes, septiembre 2013.
Muestra: Jóvenes que tienen ahorros.
N = 555

El 46% de la muestra dice ahorrar lo que le sobra de dinero, mientras que el 41% dice que ahorra siempre lo mismo.

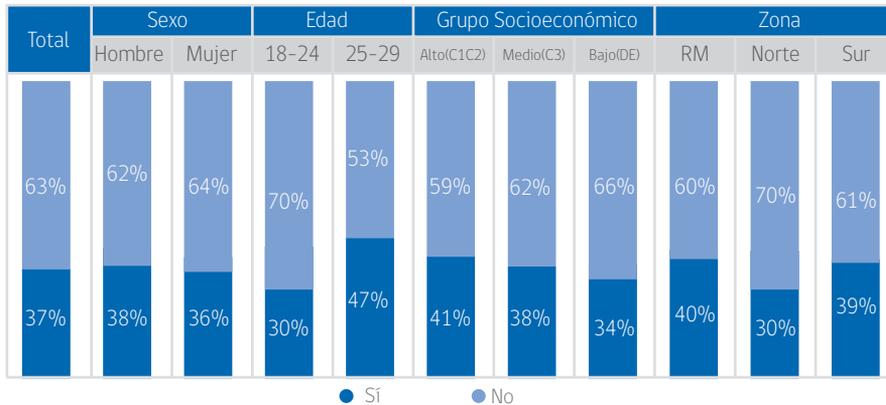


En cuanto a la tenencia de tarjetas de crédito bancarias, el 75% de las y los jóvenes que participaron en la encuesta, señala que no tiene tarjeta de crédito en algún banco.



La tenencia de préstamos o créditos alcanza el 37%. Al comparar por zona donde viven, se obtiene que el 39% de quienes residen en el sur del país mantiene una deuda, préstamo o crédito a su nombre, versus 30% que corresponde a quienes viven en el norte del país.

Gráfico N°6.8 : ¿Actualmente tiene deudas, préstamos o créditos a su nombre?



Fuente: Encuesta telefónica. Endeudamiento en Jóvenes, septiembre 2013.
N Total = 1.001

El 43% señala que el tipo de deuda o crédito que tiene actualmente corresponde a un crédito universitario. Respecto a las deudas con tarjetas de crédito de casa comerciales, el estrato socioeconómico marca una diferencia, pues el 31% de quienes pertenecen al estrato alto tienen una deuda de este tipo, mientras que en el estrato bajo, esta cifra aumenta al 46%.

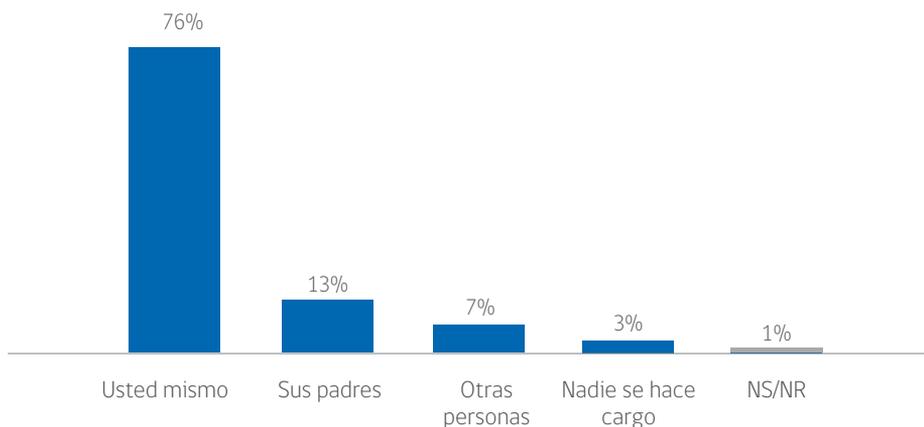
Cuadro N°6.9 : ¿Qué tipo de deuda o crédito tiene?

Total Menciones	Total	Sexo		Edad		Grupo Socioeconómico			Zona		
		Hombre	Mujer	18-24	25-29	Alto(C1C2)	Medio(C3)	Bajo(DE)	RM	Norte	Sur
Crédito Universitario	43%	36%	50%	56%	32%	56%	38%	36%	44%	37%	47%
Deuda con tarjeta de crédito (casas comerciales)	39%	38%	40%	24%	53%	31%	39%	46%	37%	47%	37%
Crédito de consumo	30%	38%	21%	19%	39%	32%	35%	24%	33%	31%	23%
Línea de crédito cuenta corriente	11%	14%	8%	7%	14%	13%	8%	11%	12%	9%	10%
Deuda en avances de dinero	10%	13%	8%	6%	15%	9%	13%	10%	9%	15%	9%
Crédito hipotecario	3%	2%	3%	1%	4%	6%	2%	1%	4%	2%	1%
Crédito automotriz	2%	3%	1%	2%	3%	2%	5%	-	2%	5%	1%

Fuente: Encuesta telefónica. Endeudamiento en Jóvenes, septiembre 2013.
Muestra: Jóvenes que tienen alguna deuda o crédito a su nombre.
N = 379

El 76% de la muestra declara que son ellas y ellos mismos los que se hacen cargo del pago de la deuda que tienen.

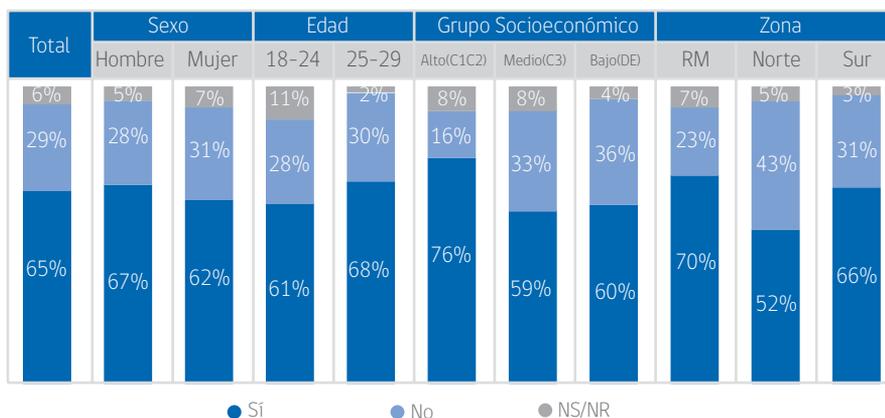
Gráfico N°6.10: ¿Principalmente, quién se hace cargo del pago de la deuda?



Fuente: Encuesta telefónica. Endeudamiento en Jóvenes, septiembre 2013.
Muestra: Jóvenes que tienen alguna deuda o crédito a su nombre.
N = 379

Respecto al estado del pago, el 70% de la muestra de la Región Metropolitana dice tener el pago de su deuda al día, mientras que en el norte del país el 52% señala tener su deuda al día.

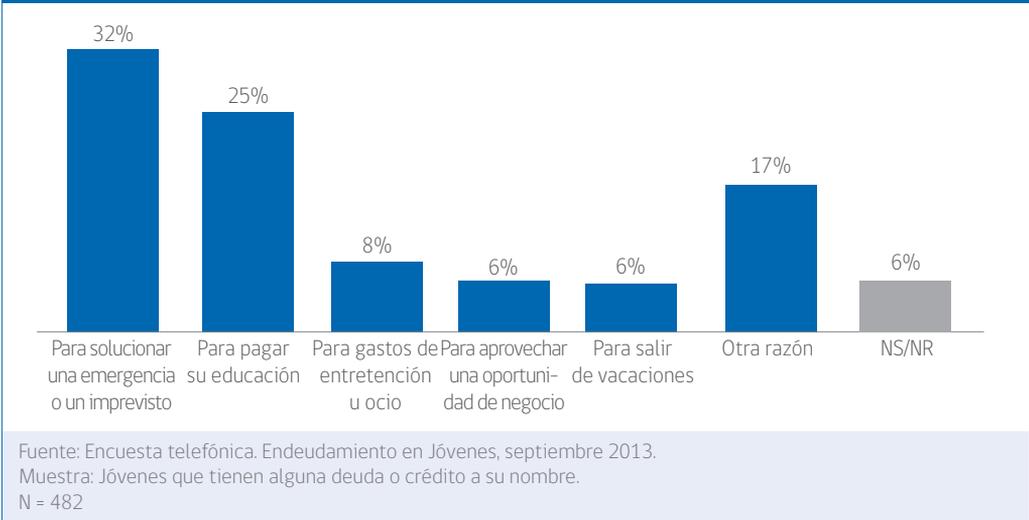
Gráfico N°6.11: ¿Está al día en el pago de las cuotas?



Fuente: Encuesta telefónica. Endeudamiento en Jóvenes, septiembre 2013.
Muestra: Jóvenes que tienen alguna deuda o crédito a su nombre.
N = 379

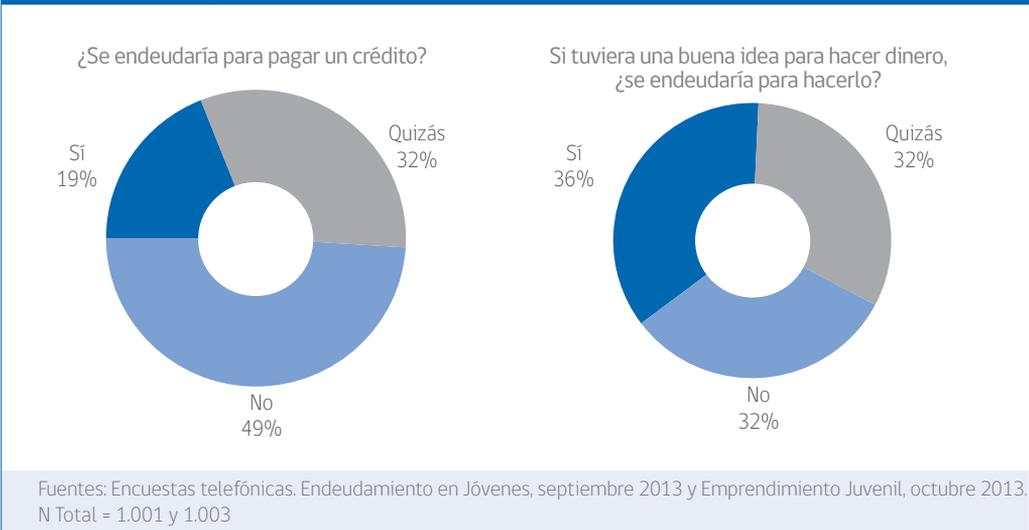
El 32% declara que la principal razón por la que está con deuda fue para solucionar una emergencia o imprevisto. Por su parte, el 25% de la muestra indica que la principal razón para endeudarse corresponde al pago de su educación.

Gráfico N°6.12: ¿Cuál es la principal razón por la que usted se ha endeudado?



El 49% señala que no se endeudaría para pagar un crédito. Respecto al endeudamiento para realizar una buena idea, el 32% dice que no se endeudaría para concretar una buena idea para hacer dinero.

Gráfico N°6.13: Disposición al endeudamiento



La mayor parte de quienes participaron en la encuesta (79%) se encuentra a favor de limitar las tarjetas de crédito a quienes no trabajan. Una menor proporción (33%) se encuentra de acuerdo con que el acceso a créditos otorga independencia financiera. El nivel de información declarado por quienes tienen deudas es bajo.

Gráfico N°6.14: ¿Qué tan de acuerdo o que tan en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones?



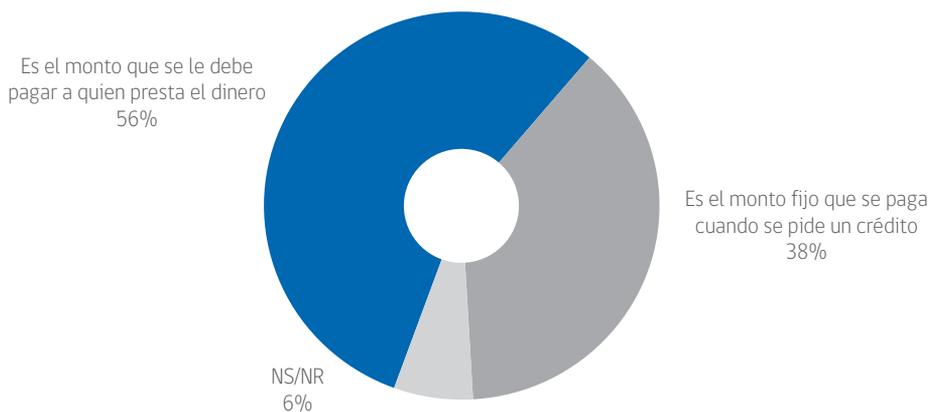
Fuente: Encuesta telefónica. Endeudamiento en Jóvenes, septiembre 2013.

Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "No Sabe/No responde".

N Total = 1.001

Respecto al conocimiento del significado de "tasa de interés", el 56% dice que ésta corresponde al monto que se le debe pagar a quien presta el dinero.

Gráfico N°6.15: ¿Qué es la tasa de interés?



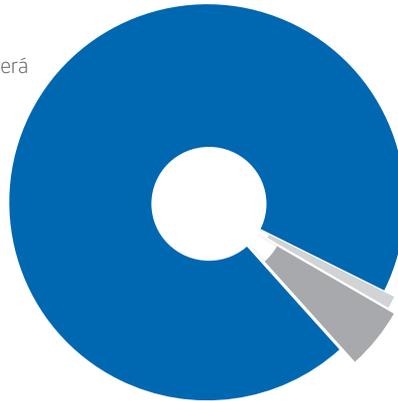
Fuente: Encuesta telefónica. Endeudamiento en Jóvenes, septiembre 2013.

N Total = 1.001

En relación al atraso en el pago de un crédito o préstamo, el 94% de los encuestados entiende que ello significa que el costo de los intereses será mayor.

Gráfico N°6.16: Si uno se atrasa en el pago de un crédito o préstamo, ¿qué sucede?

El costo de los intereses será mayor
94%



NS/NR
1%

Aumentará la cantidad de cuotas
5%

Fuente: Encuesta telefónica. Endeudamiento en Jóvenes, septiembre 2013.
N Total = 1.001

En relación a los elementos a considerar al momento de pedir un crédito, el 86% de las menciones hace referencia al plazo para pagar.

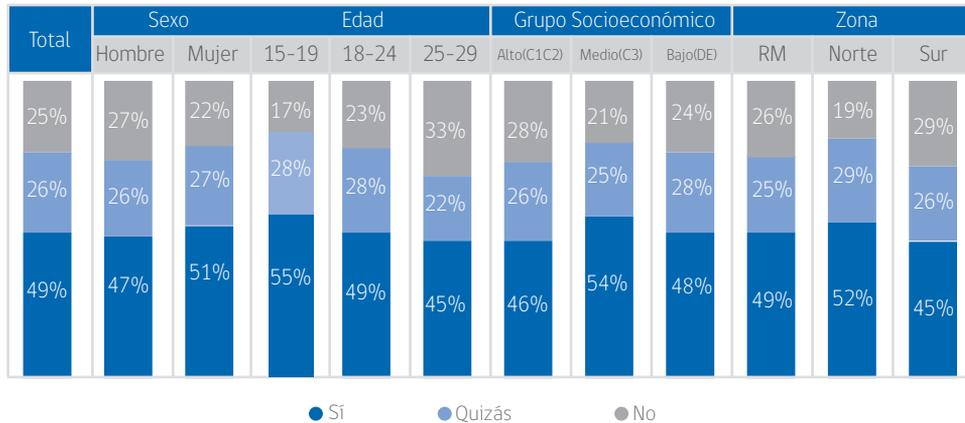
Cuadro N°6.17: ¿Qué elemento hay que tomar más en cuenta al momento de pedir un crédito?

Total Menciones	Total	Sexo		Edad		Grupo Socioeconómico			Zona		
		Hombre	Mujer	18-24	25-29	Alto(C1C2)	Medio(C3)	Bajo(DE)	RM	Norte	Sur
Plazo para pagar	86%	87%	85%	86%	86%	83%	88%	87%	87%	84%	86%
El valor de la cuota	81%	81%	80%	82%	78%	76%	80%	84%	79%	82%	83%
CAE	76%	75%	76%	77%	74%	81%	73%	74%	77%	75%	73%
Ninguno	2%	2%	2%	2%	1%	-	3%	2%	1%	2%	2%

Fuente: Encuesta telefónica. Endeudamiento en Jóvenes, septiembre 2013.
Nota: Respuesta múltiple, porcentajes suman más de 100%.
N Total = 1.001

Si se observa la preferencia entre ahorro e inversión para un negocio, se obtiene que el 33% de los consultados, que tienen entre 25 y 29 años, dice que entre usar su dinero para un negocio y ahorrarlo, prefiere usarlo para un negocio. En el caso de quienes tienen entre 18 y 19 años, el 17% de los encuestados declara que preferiría usar el dinero para un negocio.

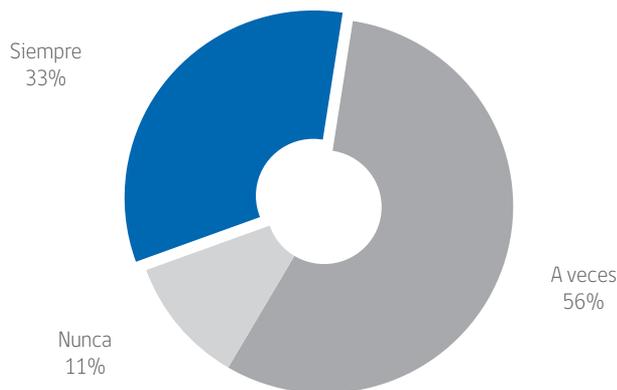
Gráfico N°6.18: Entre usar su dinero para un negocio o ahorrarlo en el banco, ¿prefiere ahorrarlo?



Fuente: Encuesta telefónica. Emprendimiento Juvenil, octubre 2013.
N Total = 1.003

Respecto al emprendimiento en el pensamiento juvenil, el 56% de las y los jóvenes entrevistados, señala que le gustaría trabajar por cuenta propia creando su propio negocio.

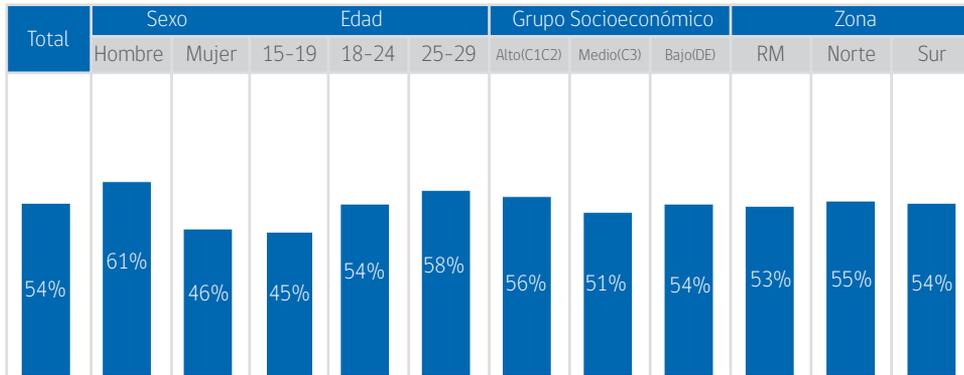
Gráfico N°6.19: ¿Cuán seguido le pasa que piensa en trabajar por cuenta propia creando su propio negocio?



Fuente: Encuesta telefónica. Emprendimiento Juvenil, octubre 2013.
N Total = 1.003

Respecto a la disposición a arriesgar sus recursos para un proyecto propio, el 61% de los hombres entrevistados lo haría. En el caso de las mujeres este porcentaje disminuye al 46%.

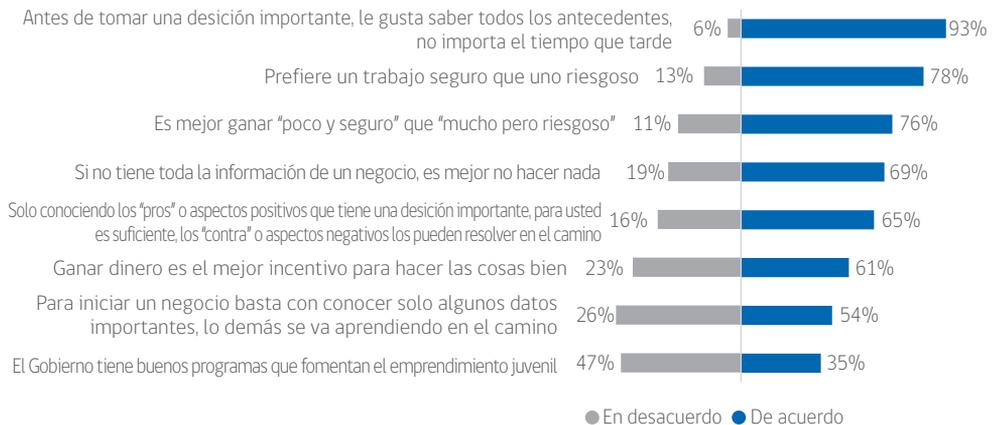
Gráfico N°6.20: ¿Arriesgaría sus recursos para algún proyecto propio? (Respuestas "Sí")



Fuente: Encuesta telefónica. Emprendimiento Juvenil, octubre 2013.
N Total = 1.003

El 93% está de acuerdo con la afirmación "antes de tomar una decisión importante, le gusta saber todos los antecedentes, no importa el tiempo que tarde". Por otro lado, el 57% está en desacuerdo con que "para iniciar un negocio basta con conocer sólo algunos datos importantes, lo demás se va aprendiendo en el camino".

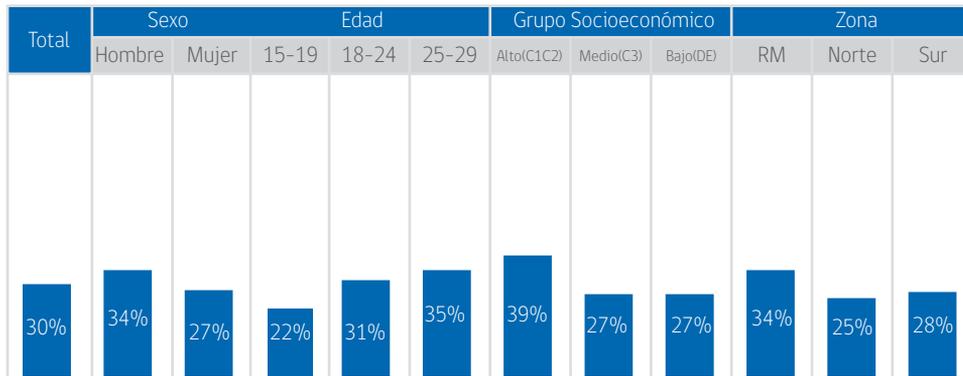
Gráfico N°6.21: Respecto a su toma de decisiones, ¿está de acuerdo o en desacuerdo con...?



Fuente: Encuesta telefónica. Emprendimiento Juvenil, octubre 2013.
Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "No Sabe/No responde".
N Total = 1.003

El 39% de la muestra, perteneciente al nivel socioeconómico alto, ha participado en proyectos comerciales, versus el 27% correspondiente al estrato socioeconómico bajo.

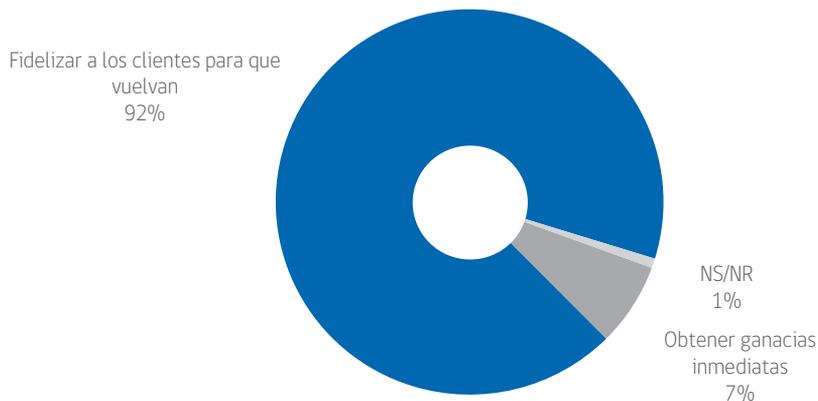
Gráfico N°6.22: ¿Ha participado en proyectos comerciales? (Respuestas "Sí")



Fuente: Encuesta telefónica. Emprendimiento Juvenil, octubre 2013.
N Total = 1.003

Para el 92% de los consultados fidelizar a los clientes para que vuelvan, es más importante en un negocio, en vez de obtener ganancias inmediatamente.

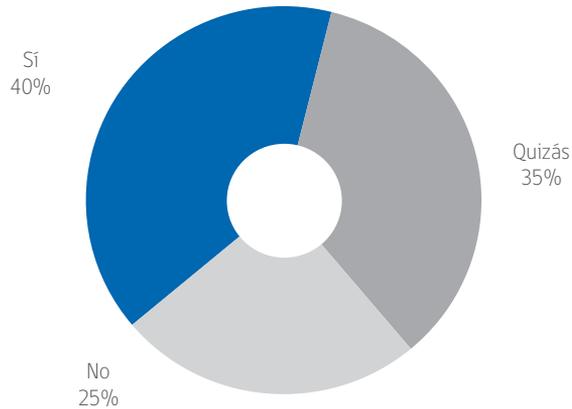
Gráfico N°6.23: Según su opinión, ¿qué es más importante en un negocio? ¿obtener ganancias inmediatamente o fidelizar a los clientes para que vuelvan?



Fuente: Encuesta telefónica. Emprendimiento Juvenil, octubre 2013.
N Total = 1.003

El 40% de la muestra señala que aunque exista la posibilidad de que su negocio falle, lo haría de todas maneras.

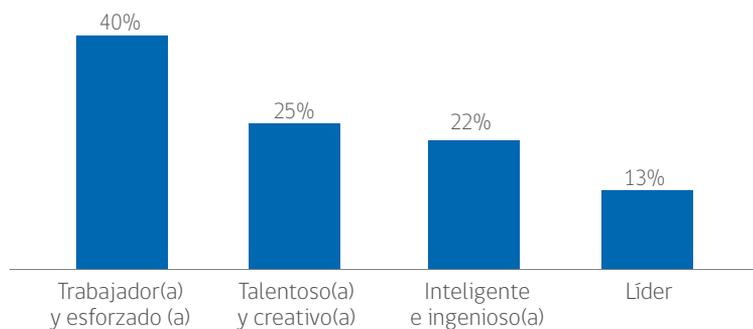
Gráfico N°6.24: Si existe la posibilidad de que le negocio falle, ¿lo haría de todas formas?



Fuente: Encuesta telefónica. Emprendimiento Juvenil, octubre 2013.
N Total = 1.003

Respecto a la autopercepción personal, el 40% de los encuestados dice que la característica que mejor los define es: ser trabajador(a) y esforzado(a).

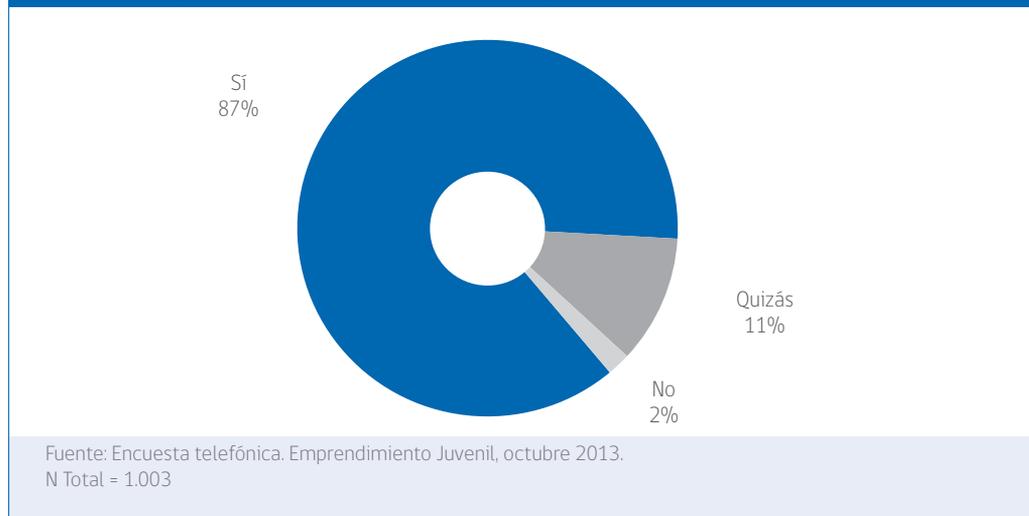
Gráfico N°6.25: Si le pedimos que otras personas lo describan a usted, ¿cuál de estas características nos diría que es la que mejor lo describe?



Fuente: Encuesta telefónica. Emprendimiento Juvenil, octubre 2013.
N Total = 1.003

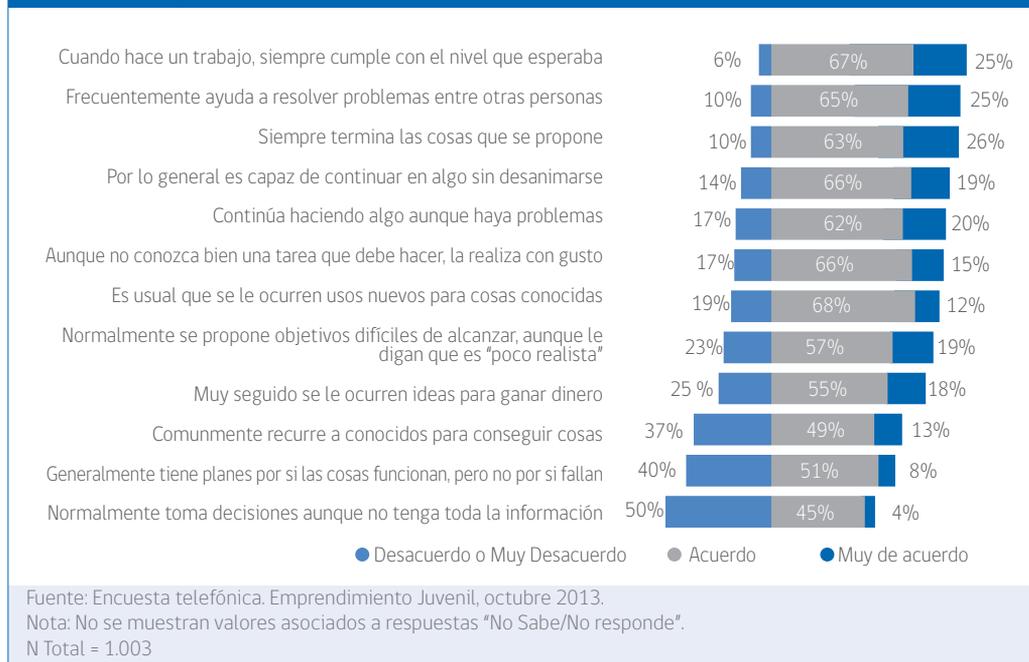
El 87% señala que estaría dispuesto a aprender sobre impuestos y normas comerciales antes de comenzar un negocio.

Gráfico N°6.26: Si usted tuviera las ganas y el dinero para hacer un emprendimiento, pero le faltan algunos conocimientos, ¿se dedicaría a aprender sobre impuestos y normas comerciales antes de comenzar su negocio?



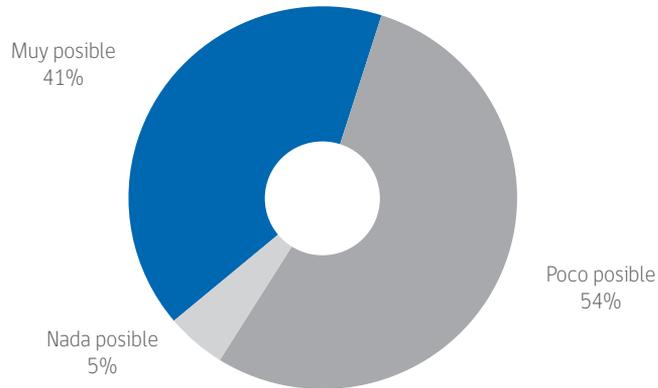
El 89% de la muestra dice que siempre termina las cosas que se propone. El 82% afirma que continúa haciendo algo aunque aya problemas y el 73% asegura que muy seguido se le ocurren ideas para ganar dinero

Gráfico N°6.27: ¿Cuán de acuerdo o en desacuerdo se encuentra con que usted...?



El 54% de quienes participaron en la encuesta cree que la posibilidad de emprender actualmente en Chile es poca. Mientras que el 41% cree que en la actualidad es muy posible llevar a cabo un emprendimiento en el país.

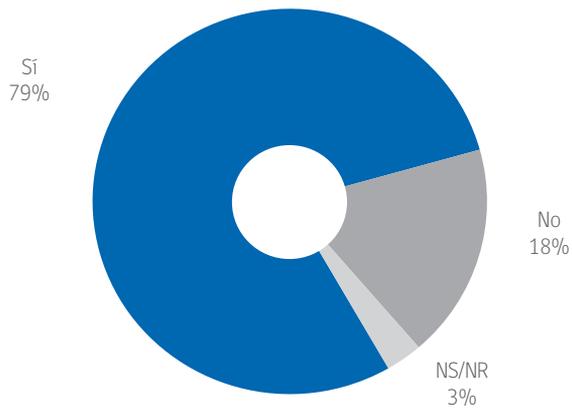
Gráfico N°6.28: Considerando la situación del país, ¿qué tan posible es en la actualidad que Ud. pueda llevar a cabo un emprendimiento?



Fuente: Encuesta telefónica. Emprendimiento Juvenil, octubre 2013.
N Total = 1.003

Respecto a la percepción de más o menos incentivos, el 79% piensa que hoy hay más facilidades para llevar a cabo un emprendimiento, en comparación a 5 años atrás.

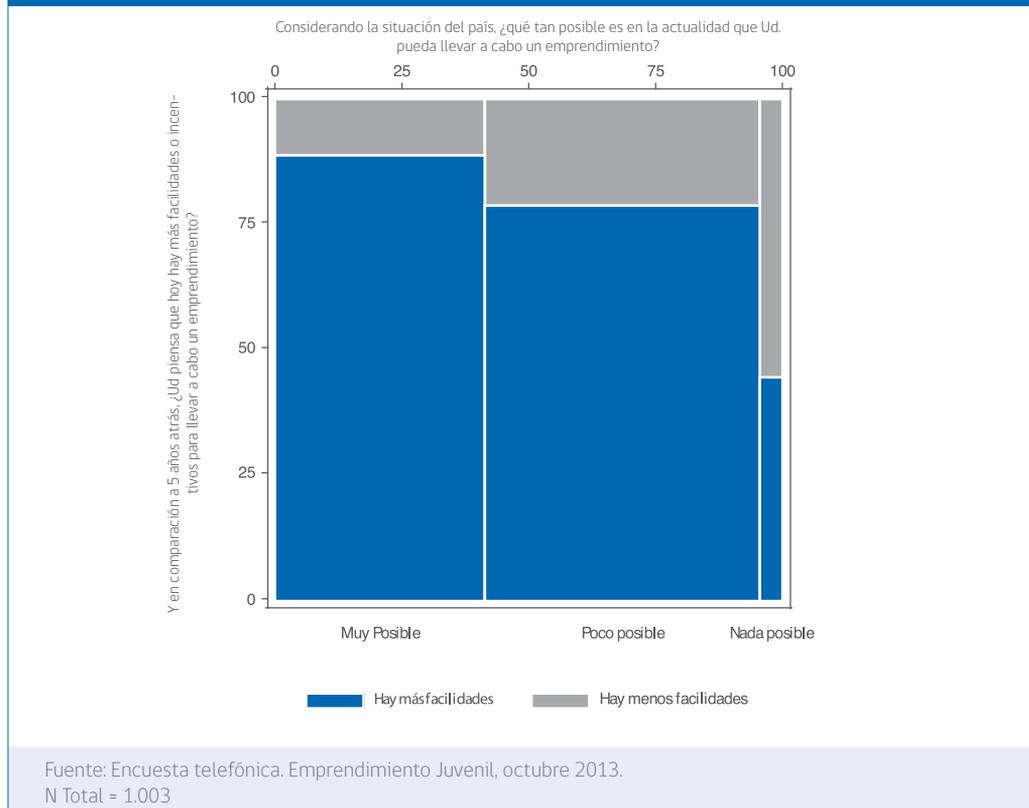
Gráfico N°6.29: Y en comparación a 5 años atrás, ¿Ud. piensa que hoy hay más facilidades o incentivos para llevar a cabo un emprendimiento?



Fuente: Encuesta telefónica. Emprendimiento Juvenil, octubre 2013.
N Total = 1.003

Una proporción importante de todos los grupos encuestados, señala que ha habido una mejora en las condiciones para emprender en Chile, durante los últimos 5 años.

Gráfico N°6.30: Mejora en los últimos cinco años vs. posibilidad actual de emprendimiento



7

Trabajo

En este capítulo se incluye el resultado de dos estudios relacionados con temas de trabajo. El primero es una encuesta referida a las opiniones de las y los jóvenes sobre las condiciones de trabajo y la posibilidad de avanzar en mecanismos más flexibles para éste. El segundo corresponde a una encuesta a estudiantes, que se concentra en la posibilidad de compatibilizar las actividades de estudio y trabajo.

La primera encuesta del capítulo, que se realizó en diciembre de 2013, informa respecto de las percepciones y experiencias de las y los jóvenes de 18 a 29 años, respecto de la flexibilidad laboral. Esta encuesta tiene el ánimo de conocer las percepciones de las y los jóvenes frente a la importancia, beneficios y costos de la flexibilidad laboral para las personas. Adicionalmente, se busca conocer las condiciones laborales de las personas jóvenes que actualmente se encuentran trabajando.

La segunda encuesta que se incluye en este capítulo refiere a las posibilidades de hacer compatible estudiar y trabajar al mismo tiempo, así como la valoración que se tiene de aquella compatibilización. Es decir, que las y los jóvenes tengan la posibilidad de hacer ambas cosas, sin tener que sacrificar los estudios, ni tampoco perder la oportunidad de trabajar.

7.1. Condiciones de trabajo

Recientemente se han alcanzado cifras cercanas al pleno empleo.¹ Sin embargo, al desagregarlas por edad persiste una mayor tasa de desempleo entre las y los jóvenes. Dada la situación particular que enfrenta gran parte de la juventud, como son estar estudiando o contar con bajos niveles de entrenamiento y capacitación producto de la menor experiencia laboral, parte del desempleo juvenil se cree que sería atribuible a la rigidez de nuestra actual legislación en la materia. Esto afectaría no sólo la posibilidad de estudiar (tratada en el otro estudio incluido en este capítulo), sino que globalmente la empleabilidad juvenil.

En términos metodológicos, es importante enfatizar la misma idea antes mencionada para la encuesta de consumo de alcohol y tabaco, así como para la de prácticas de control y violencia en la pareja. La encuesta telefónica aquí presentada tiene una orientación complementaria a la información conocida desde otras fuentes. Para evaluar las condiciones laborales existen fuentes de mejor calidad, tanto respecto a su diseño muestral, como respecto a tener menos limitaciones de cuestionario para poder aplicar las preguntas. Sin embargo, a la hora de evaluar las opiniones y actitudes sobre asuntos de flexibilidad, es esencial poder asociar esas respuestas a ciertas condiciones laborales específicas, por lo que es necesario consultar por éstas también en la encuesta telefónica.

Así, la encuesta considera dos dimensiones del problema. Por un lado, la percepción de importancia, beneficios y costos de la flexibilidad laboral. Por otro, las condiciones de su integración al trabajo. Los resultados respecto a las percepciones son los siguientes. La flexibilidad laboral es principalmente entendida por las y los jóvenes como la posibilidad de “pactar libremente horarios y otras condiciones”, con el 59% de las menciones espontáneas. En lo que refiere a las condiciones flexibles de trabajo que concitan mayor atractivo entre la población joven, destaca el “postnatal pagado superior a lo que exige la ley para las mujeres” y el “permiso de paternidad superior a lo que exige la ley para los hombres”, los cuales son considerados como “muy atractivos” por el 65% y 62% de las y los jóvenes, respectivamente.

Respecto a los beneficios de la flexibilidad laboral o sus efectos positivos, aquellos que concitan un grado de acuerdo superior son: “la imagen positiva para la empresa” y “reducción del ausentismo”, ambas con el 90% de las menciones, así como el 84% de las personas entrevistadas plantea que la flexibilidad laboral “aumentaría la satisfacción laboral”. Con todo, las y los jóvenes ven en la flexibilidad laboral otros beneficios más allá de lo estrictamente relacionado con el trabajo: el

1 <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=93317>

90% asegura que la flexibilidad laboral le permitiría “dedicar más tiempo a la familia”. Otro de los posibles beneficios es “facilitar estudiar y perfeccionarse”, con el 89% de respuestas afirmativas. Por el contrario, el efecto negativo de la flexibilidad laboral más mencionado por las y los jóvenes, corresponde a la necesidad de la empresa de invertir en capacitación para aquellos que reemplazan a quienes tienen jornadas flexibles, lo cual es señalado por el 61% de las y los entrevistados. Respecto a la situación laboral, el 47% de la muestra dice encontrarse actualmente trabajando, cifra coherente con el 41% arrojado por la Encuesta Nacional de Juventud durante el invierno de 2012. De este grupo, el 66% lo hace con jornada completa y el 69% lo hace de forma flexible. A su vez, el 50% de las y los encuestados declara que la organización en la que trabaja le permite, en gran medida, estudiar y trabajar al mismo tiempo. Por último, el 66% de las y los jóvenes trabajadores declara estar feliz con su trabajo.

7.2. Compatibilidad entre trabajo y estudio

Este estudio se inserta en la agenda gubernamental de favorecer la compatibilidad recién indicada. Conforme a datos de la Séptima Encuesta Nacional de Juventud, del 37% de jóvenes que no busca trabajo, el 51% dice que no lo hace producto de la incompatibilidad de su carga académica con la laboral. El mismo trabajo del INJUV muestra que sólo 20,4% de las y los jóvenes entre 20 y 24 años logra compatibilizar ambas actividades.

La agenda pro-compatibilidad deviene posteriormente en el envío al Congreso Nacional del proyecto de ley (boletín 8996-13) que crea un Estatuto Laboral para jóvenes que se encuentren estudiando en la Educación Superior. Éste inició su tramitación legislativa durante junio de 2013. La iniciativa considera un contrato especial para jóvenes estudiantes, entre 18 y 24 años, orientada a conciliar sus estudios y trabajo, evitando que ello obstaculice el acceso a becas o créditos. El dinero que el trabajador reciba por su trabajo, no se considerará como renta para efectos de determinar la condición socioeconómica del estudiante o su grupo familiar, para el acceso a cualquier sistema de crédito fiscal, subsidio o beneficio que tenga por objeto financiar estudios en una institución de educación superior o gastos asociados a ellos. Adicionalmente, se propone una regulación específica para la extensión de la jornada laboral (diferenciada entre períodos de estudio y de vacaciones), para la pactación de horas extraordinarias y para la suma de las horas diarias trabajadas. Por último, se propone asegurar que los empleadores declaren y paguen cotizaciones previsionales y el seguro social contra riesgos de accidentes. Todo lo anterior, a objeto de que el empleo no implique descuidar las responsabilidades académicas.

La encuesta se restringe a jóvenes que estén estudiando. Técnicamente, para llevar a cabo este estudio, no era posible aplicar una encuesta del tamaño habitual, pues la proporción de jóvenes que estudia aumenta en forma importante el esfuerzo de muestreo y por ende los costos. Por

lo tanto, se tomó la decisión de incluir un módulo reducido de preguntas sobre esta temática a aplicarse a quienes estudian, una vez terminadas las preguntas de cada encuesta. Fue necesario, entonces, realizar este procedimiento en tres encuestas consecutivas para acumular una muestra suficientemente grande. Dado que el diseño muestral era idéntico entre las encuestas y que fueron aplicadas consecutivamente, no se considera que surjan problemas metodológicos asociados a este mecanismo. Especialmente si se considera que, como veremos, la temática incluida es de carácter general y no contingente, por lo que no se espera que haya variaciones de corto plazo durante el periodo de recolección de datos.

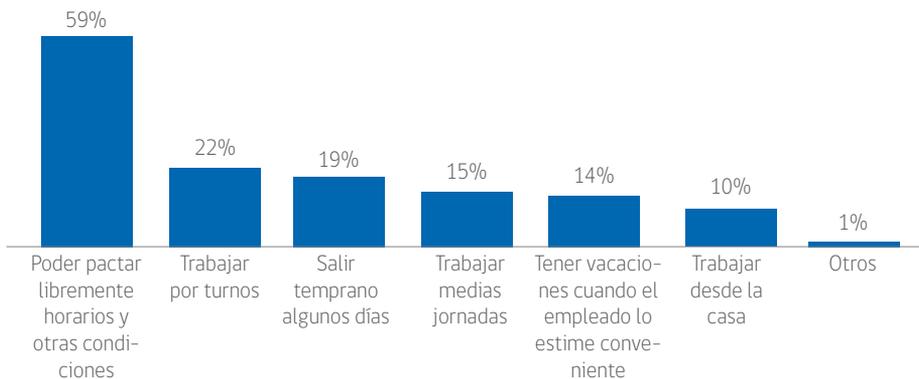
Se incluyen tres grandes temas. El primero refiere a las consecuencias percibidas de trabajar y estudiar al mismo tiempo, tanto ventajas como desventajas. El segundo pretende caracterizar el trabajo realizado, en los casos en que efectivamente se esté trabajando. En este tema interesa la jornada laboral que realizan y la protección laboral que reciben. El tercer y último gran tema son las características de los estudios que realizan, pues eso permite asociar las respuestas sobre trabajo a ciertas características de los estudios. Por último, se consulta por el tipo de institución superior a la cual se asiste, por la carga académica y por la percepción del impacto de la educación superior en el trabajo.

Se consultó por efectos positivos y negativos de trabajar mientras se está estudiando. Respecto a los positivos, las alternativas con mayor frecuencia son la independencia económica (41%) y ganar experiencia laboral (32%). Respecto a los negativos, destaca dejar de lado otros intereses (45%). Dado que compatibilizar trabajo y estudio muchas veces considera asumir trabajos de tiempo parcial, se consultó por las opiniones sobre éstos: el 73% dice son mal pagados y el 69% opina que son inestables en el tiempo. Asimismo, respecto a los estudios, el 53% concuerda con que los horarios de clases son desordenados y no permiten trabajar, el 50% que las carreras duran más años que lo necesario y el 49% que la carga académica es muy pesada para poder además trabajar. Como respuesta a estos problemas, el 61% de quienes fueron entrevistados indica que preferiría trabajar con un horario flexible para poder compatibilizar trabajo y estudio.

El 27% concuerda con que cuando se deja de estudiar, los empleadores valoran que se haya trabajado mientras se estudiaba. Posiblemente ello se relacione con que el 27% concuerde con que los trabajos a tiempo parcial se relacionan con lo que se está estudiando. Ello es compatible con que el 30% de las y los estudiantes entrevistados que, a su vez, trabajan, indique que lo hace en un trabajo relacionado con sus estudios.

Descripción de flexibilidad laboral: el poder pactar libremente horarios y otras condiciones es lo que describe de mejor forma lo que se entiende por flexibilidad laboral, con el 59% de las menciones.

Gráfico N°7.1: Para comenzar, ¿cuál de las siguientes frases describe mejor lo que usted entiende por flexibilidad laboral?



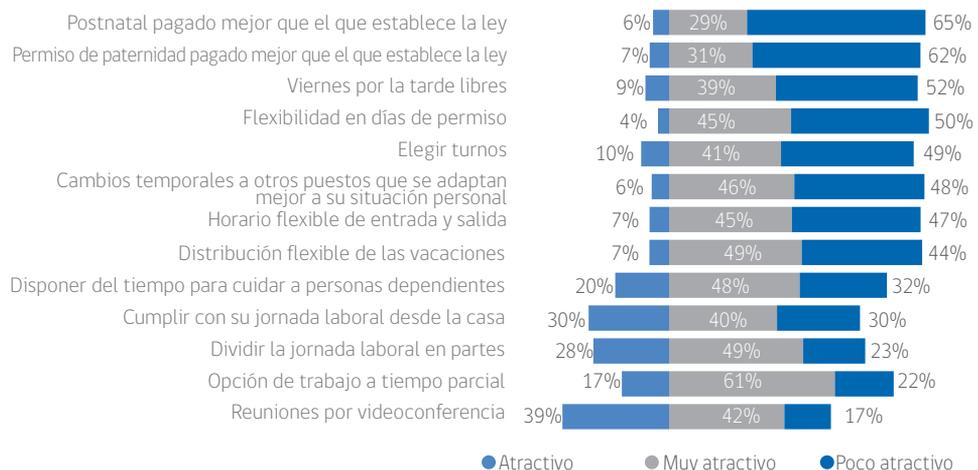
Fuente: Encuesta telefónica. Condiciones de trabajo, diciembre 2013.

Nota: Respuesta múltiple, los porcentajes suman más de 100%.

N Total = 1.001

El 49% encuentra muy atractivo que se pueda elegir turnos y el 47% encuentra muy atractivo un horario flexible de entrada y salida. Por su parte, el 39% de la muestra considera poco atractivo tener reuniones por videoconferencia.

Gráfico N°7.2: ¿Cuán atractivo es para usted que en un trabajo exista...?



Fuente: Encuesta telefónica. Condiciones de trabajo, diciembre 2013.

Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "No Sabe/No responde".

N Total = 1.001

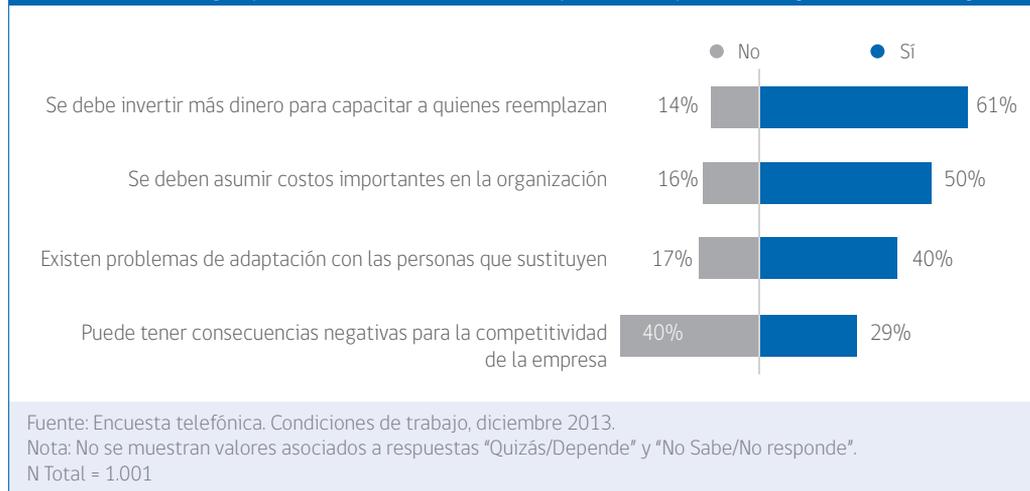
El 90% opina que uno de los efectos positivos que produce la flexibilidad laboral es dedicar más tiempo a la familia; le sigue facilitar estudiar y perfeccionarse (89%), aumentar la satisfacción laboral (84%) y mejora el ambiente laboral (81%).

Gráfico N°7.3: Ahora, ¿me podría decir si la flexibilidad laboral produce o no produce los siguientes efectos positivos?



El 61% de quienes participaron en la encuesta indica como efecto negativo la necesidad de invertir dinero para capacitar a quienes reemplazan (en caso de ausencia de personal por flexibilidad laboral).

Gráfico N°7.4: Ahora, ¿me podría decir si la flexibilidad laboral produce o no produce los siguientes efectos negativos?



El 61% de las respuestas de los hombres concuerda con que la estructura de algunas organizaciones impide la aplicación de la flexibilidad laboral. Este porcentaje disminuye significativamente en las mujeres, donde el 46% está de acuerdo con esa afirmación.

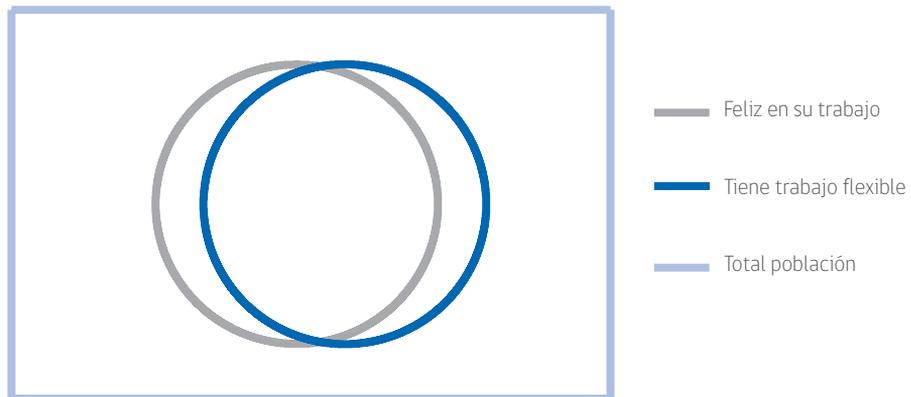
Cuadro N°7.5: ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con que los siguientes asuntos pueden ser una barrera para adoptar la flexibilidad laboral como medida para los trabajadores? (%)

Total Menciones	Total	Sexo		Edad		Grupo Socioeconómico			Zona		
		Hombre	Mujer	18-24	25-29	Alto(C1C2)	Medio(C3)	Bajo(DE)	RM	Norte	Sur
La estructura de algunas organizaciones impide su aplicación	53%	61%	46%	54%	53%	58%	54%	50%	54%	54%	51%
No puede existir flexibilidad laboral en algunos tipos de trabajo	52%	56%	49%	55%	49%	59%	52%	48%	51%	52%	56%
Las limitaciones están en la ley	52%	49%	54%	49%	56%	46%	53%	55%	51%	55%	50%
Hay empresas que tienen otras prioridades más importantes	44%	44%	43%	46%	40%	42%	46%	43%	40%	46%	48%
Tiene altos costos económicos y problemas de organización	40%	43%	36%	40%	39%	35%	41%	42%	39%	39%	42%
Impide la supervisión de las personas	34%	35%	33%	38%	28%	26%	38%	36%	27%	43%	35%

Fuente: Encuesta telefónica. Condiciones de trabajo, diciembre 2013.
 Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "No Sabe/No responde".
 N Total = 1.001

El 66% de los jóvenes trabajadores declara estar feliz con su trabajo.

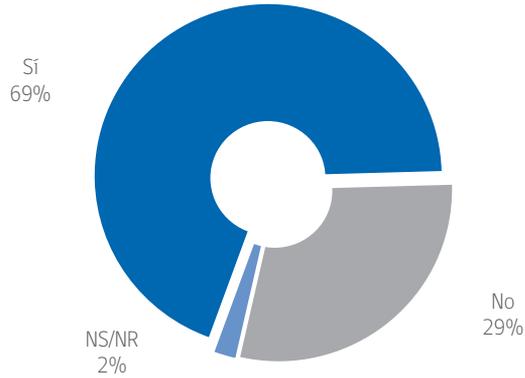
Gráfico N°7.6: Felicidad en el trabajo vs. si trabajo es flexible



Fuente: Encuesta telefónica. Condiciones de trabajo, diciembre 2013.
 Muestra: Jóvenes que declaran estar trabajando.
 N = 518

El 69% de quienes trabajan, dice hacerlo de forma flexible.

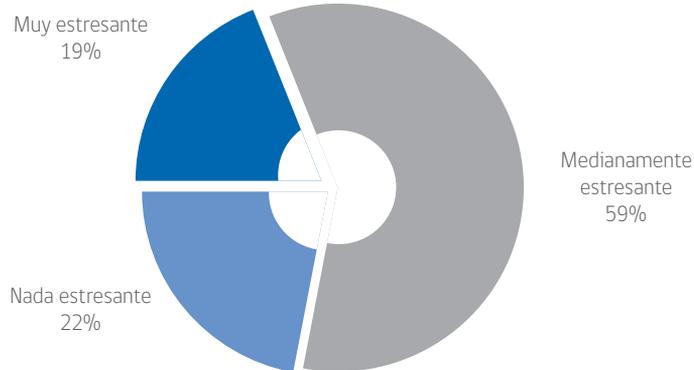
Gráfico N°7.7: ¿En la organización o empresa donde trabaja, lo hace de forma flexible?



Fuente: Encuesta telefónica. Condiciones de trabajo, diciembre 2013.
Muestra: Jóvenes que declaran estar trabajando.
N = 518

En cuanto al nivel de estrés del trabajo actual, el 59% de quienes trabajan señala que su trabajo es medianamente estresante, mientras que el 19% señala que es muy estresante.

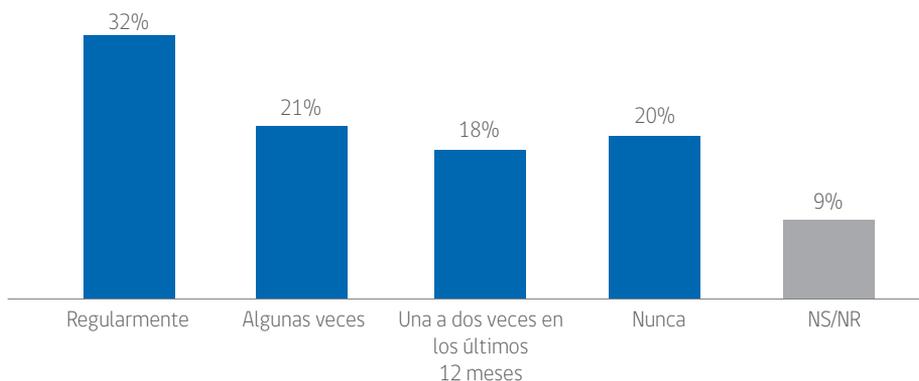
Gráfico N°7.8: En general, ¿qué tan estresante es su trabajo actual?



Fuente: Encuesta telefónica. Condiciones de trabajo, diciembre 2013.
Muestra: Jóvenes que declaran estar trabajando.
N = 518

El 32% declara que regularmente debe trabajar más de las horas acordadas en su trabajo, mientras que el 21% declara que ha debido hacerlo algunas veces.

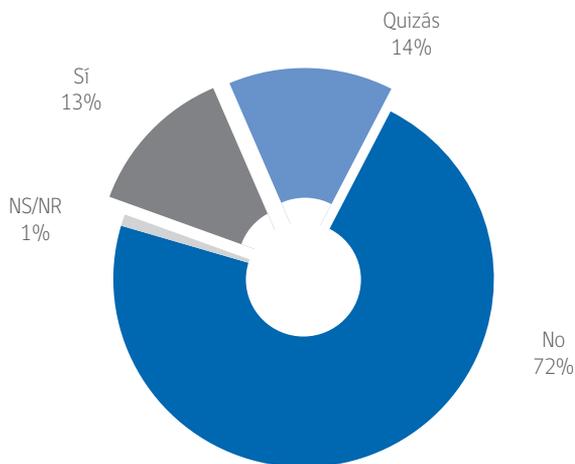
Gráfico N°7.9: Pensando en los últimos 12 meses, ¿alguna vez ha trabajado más de las horas acordadas en su contrato?



Fuente: Encuesta telefónica. Condiciones de trabajo, diciembre 2013.
Muestra: Jóvenes que declaran estar trabajando.
N = 518

El 72% de las personas jóvenes entrevistadas no estaría dispuesta a trabajar medio tiempo con la mitad de su sueldo actual.

Gráfico N°7.10: ¿Trabajaría en jornada parcial a medio tiempo, con la mitad de su sueldo actual?



Fuente: Encuesta telefónica. Condiciones de trabajo, diciembre 2013.
Muestra: Jóvenes que declaran estar trabajando.
N = 518

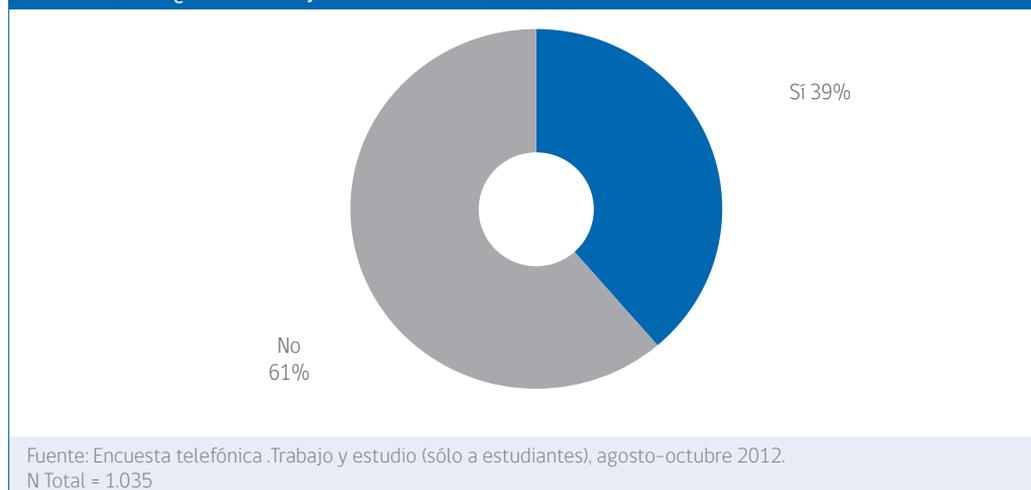
El 50% afirma que en gran medida la organización en la que trabaja le permite estudiar y trabajar al mismo tiempo, mientras que otro 18% declara que de ninguna manera la organización en la que trabaja le permite esto.

Gráfico N°7.11: Considere su relación con la organización en la que está trabajando actualmente e indique en qué medida se cumple cada afirmación.



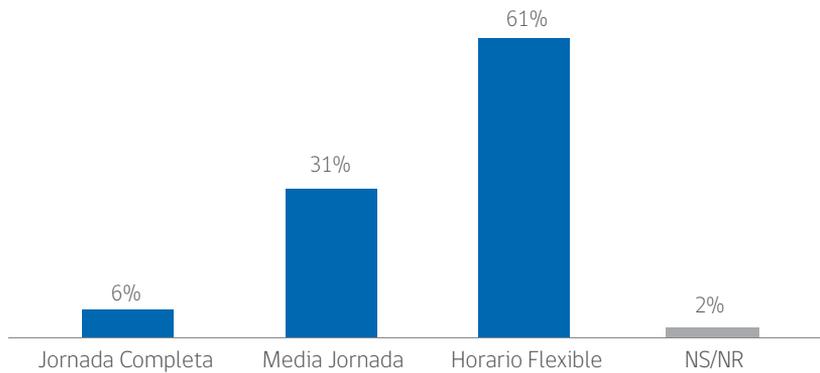
De entre la muestra de jóvenes que estudian, el 39% declara que se encuentra trabajando actualmente.

Gráfico N°7.12: ¿Está Ud. trabajando actualmente?



El 61% de las y los consultados que estudia dicen que el tipo de jornada de trabajo que más le acomodaría para compatibilizar trabajo y estudio es el horario flexible, mientras que el 31% indica que les acomodaría más el trabajo de media jornada.

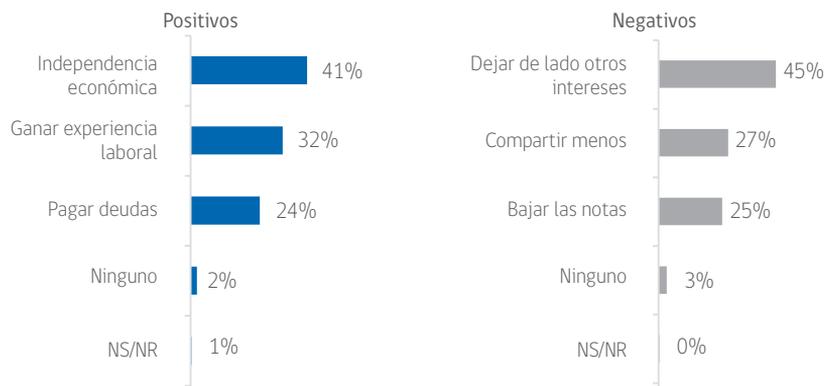
Gráfico N°7.13: ¿Cuál cree Ud. que es el tipo de jornada laboral que más le acomodaría para compatibilizar trabajo y estudio?



Fuente: Encuesta telefónica. Trabajo y estudio 2013 (sólo a estudiantes), agosto-octubre 2012.
N Total = 1.035

El 41% de esta muestra de estudiantes declara que lo positivo de trabajar a pesar de estar estudiando es que tienen independencia económica, mientras que el 45% señala que lo negativo de realizar ambas actividades, es que se dejan de lado otros intereses.

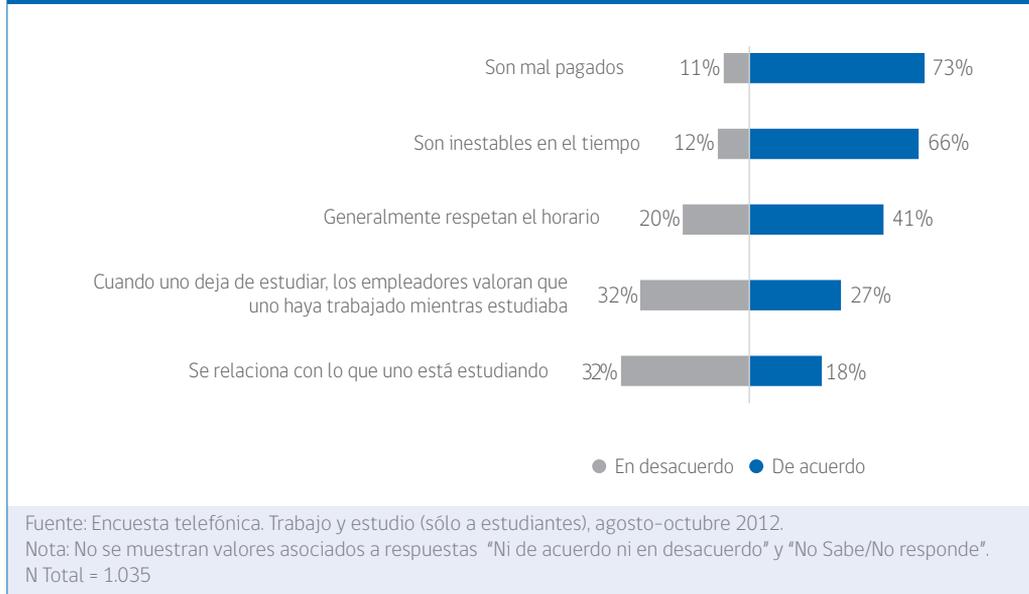
Gráfico N°7.14: ¿Cuál cree Ud. que es el principal efecto positivo / negativo de trabajar cuando uno está estudiando?



Fuente: Encuesta telefónica. Trabajo y estudio (sólo a estudiantes), agosto-octubre 2012.
N Total = 1.035

El 73% de las y los estudiantes entrevistados está de acuerdo con que los trabajos a tiempo parcial son mal pagados. A su vez, el 69% declara estar de acuerdo con que son inestables en el tiempo. Sólo un 18% señala que se relacionan con lo que ellos están estudiando.

Gráfico N°7.15: ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está Ud. con las siguientes afirmaciones sobre los trabajos a tiempo parcial?



Respecto a los estudios superiores, el 53% de la muestra que estudia señala estar de acuerdo con que los horarios de clases son desordenados y no permiten trabajar y el 50% está de acuerdo con que las carreras duran más años que lo necesario.

Gráfico N°7.16: ¿Y sobre las siguientes afirmaciones sobre los estudios superiores?



Respecto a los tipos de trabajos de quienes estudian y trabajan, el 37% de esta muestra de estudiantes señala una ocupación que corresponde a empleado administrativo, vendedor calificado, secretaria o jefe de sección, mientras que el 35% señala una que corresponde a trabajos menores ocasionales e informales.

Gráfico N°7.17: ¿En qué trabaja?



Fuente: Encuesta telefónica. Trabajo y estudio (sólo a estudiantes), agosto-octubre 2012.
 Muestra: Jóvenes que estudian y trabajan actualmente.
 N = 401

8

Uso del tiempo libre

En el presente capítulo se incluyen los resultados de una encuesta, sobre el uso que le dan los jóvenes a su tiempo libre, aplicada en enero de 2014 a hombres y mujeres, de entre 15 y 29 años pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos, residentes en las 15 regiones del país.

Es importante destacar que el tiempo libre es aquel que las personas pueden elegir cómo y de qué forma utilizarlo para obtener placer y satisfacer sus necesidades personales, como por ejemplo descansar, aprender o divertirse.¹

Esta encuesta permite conocer cuál es el uso que las y los jóvenes chilenos le dan a su tiempo libre y sus modos de administrarlo y compatibilizarlo con sus responsabilidades. Asimismo, se hace especial énfasis en el tiempo que disponen quienes estudian y/o trabajan para compartir con su pareja y/o hijos.

En cuanto a los resultados respecto al consumo de actividades en el tiempo libre, el 78,8% de las y los jóvenes encuestados, indicaron que la actividad que más realizan durante su tiempo libre es estar con sus familiares, sus amigas y amigos y/o su pareja. Más atrás, le sigue la actividad de descansar con un 47,0% de las menciones. Entre las menos señaladas se encuentran actividades como ir a museos, estudiar o leer, que son realizadas por sólo 1 de cada 5 jóvenes consultados. Entre las actividades que realizan con mayor frecuencia las personas jóvenes, durante su tiempo libre los fines de semana, (sábado y/o domingo) se encuentran "celebrar, carretear o ir a bailar"

1 Setián Santamaría, M. L. (2006). Concepto, Historia y Sociología del Ocio. En Aproximación Multidisciplinar a los Estudios del Ocio (pp. 201-216). España: Universidad de la Rioja.

junto con “descansar” (80,4% y 70,7% de las menciones respectivamente).

Estar con la familia aparece como la actividad más realizada durante todos los días de la semana (74,2%), seguido por ver televisión y chatear o buscar información en internet (62,4% y 57,7% respectivamente). Por el contrario, participar en actividades religiosas e ir al cine, son actividades que un 73,6% y 52,8% de las y los encuestados respectivamente, nunca realizan durante una semana normal.

Durante el tiempo libre, el 42,3% de la muestra declara que está tranquila y un 24,5% se siente feliz. En el mismo sentido, para disfrutar el tiempo libre, el 76,4% de las y los jóvenes consultados dice que generalmente prefieren estar con otras personas, mientras que el 22,0% manifiesta que optarían por estar en solitario. Con todo, el 95,8% de la juventud pasa la mayor parte de su tiempo libre en compañía, ya sea de su familia, sus hijos, sus amigos o bien, compartiendo con otras personas. En cuanto a las percepciones que tiene la juventud chilena respecto a la cantidad de tiempo libre que tiene disponible, aquellos que tienen entre 15 y 19 años, junto con los que pertenecen al NSE más bajo, son quienes más sienten que tienen mucho o suficiente tiempo libre. Por su parte, los que viven en la Región Metropolitana son quienes perciben que necesitan más tiempo libre (44,5%), en comparación con las y los jóvenes que viven en el norte y el sur del país (33,2% y 29,5% respectivamente).

El estudio del INJUV no sólo centra su medición en conocer el uso que las y los jóvenes le dan a su tiempo libre, sino que también busca identificar su opinión respecto al tiempo libre que tienen disponible. Por esto, en el cuestionario se incluyeron preguntas acerca de tres temas fundamentales para la juventud: los estudios y/o el trabajo; la familia y las vacaciones.

Considerando que un 86,8% de las y los jóvenes que componen la muestra trabaja y/o estudia, es clave determinar, aproximadamente, cuánto tiempo libre tienen a diario, durante sus días laborales y/o de estudio. Al respecto, un 47,8% dice contar con más de 4 horas diarias de tiempo libre al día; un 32,7% señala que dispone de entre 2 y 4 horas; un 10,6% cuenta con menos de 2 horas diarias y, un 7,3% dice que no tiene tiempo libre durante sus días de trabajo y/o estudio.

En el NSE bajo (GSE D y E) hay más personas que dicen tener más de 4 horas de tiempo libre en los días que trabajan y/o estudian (53,8%), mientras que en el NSE alto (GSE C1-C2) se registran más de 10 puntos de diferencia, llegando a 42,7%. Por el contrario, entre los encuestados que dicen no tener tiempo libre, prácticamente no se presentan diferencias entre los niveles socioeconómicos. En cuanto a la familia, un 58,7% de quienes fueron entrevistados dice estar casados o tener pareja. Esta situación se presenta más en el caso de las mujeres, donde el indicador alcanza el 65,5% de los casos, mientras que en el caso de los hombres, baja al 51,9%.

Del porcentaje que dice tener pareja, un 54,9% sostiene que le dedica el tiempo suficiente, pero un grupo no menor, que corresponde al 32,8% de las personas encuestadas, afirma dedicarle poco tiempo. En el NSE bajo hay mayor proporción de personas que siente que le dedica poco tiempo a su pareja (42,5%).

Siguiendo la misma lógica, se le consultó a los entrevistados si tienen hijos. Entre quienes respondieron afirmativamente, un 73,4% de los entrevistados declara pasar demasiado o suficiente tiempo ellos. Los hombres son los que en mayor medida dicen pasar poco tiempo con sus hijos (33,9%), en contraste, las mujeres presentan un porcentaje bastante menor (19,2%).

Las declaraciones de pasar poco tiempo con sus hijos se concentran principalmente entre quienes trabajan. Por el contrario, las y los entrevistados que no trabajan o no estudian declaran en un 63,2% de los casos que pasan demasiado tiempo con sus hijos; situación que se repite sobre todo entre las mujeres, que son quienes que declaran pasar más tiempo con los niños.

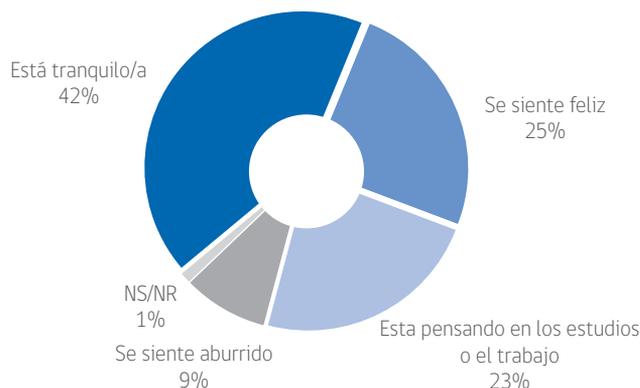
Por último, en lo que se refiere a las vacaciones, un 83% de los encuestados declara tenerlas, no obstante, este porcentaje es menor en jóvenes de 25 a 29 años.

Entre quienes sí tienen vacaciones, la mayoría de las y los jóvenes de la muestra declara salir de su ciudad durante las mismas (63%) y el 73,1% de quienes salen, lo hace con sus familias. En cambio, un 15,0% dice salir de vacaciones con sus amigas y/o amigos. Las mujeres son quienes más salen de vacaciones con la familia, situación que se da en el 83,9% de los casos, mientras que entre los hombres esto se da en un 62,0%.

En lo relativo a las vacaciones, del 83,3% de las y los jóvenes que señala que tiene vacaciones, el 25,2% se queda en la ciudad. De este porcentaje, el 13,0% se dedica a trabajar durante sus vacaciones, el 4,3% hace actividades de voluntariado y un 14,9% señala que hace otro tipo de cosas.

El 25% de las y los jóvenes entrevistados generalmente se siente feliz en su tiempo libre.

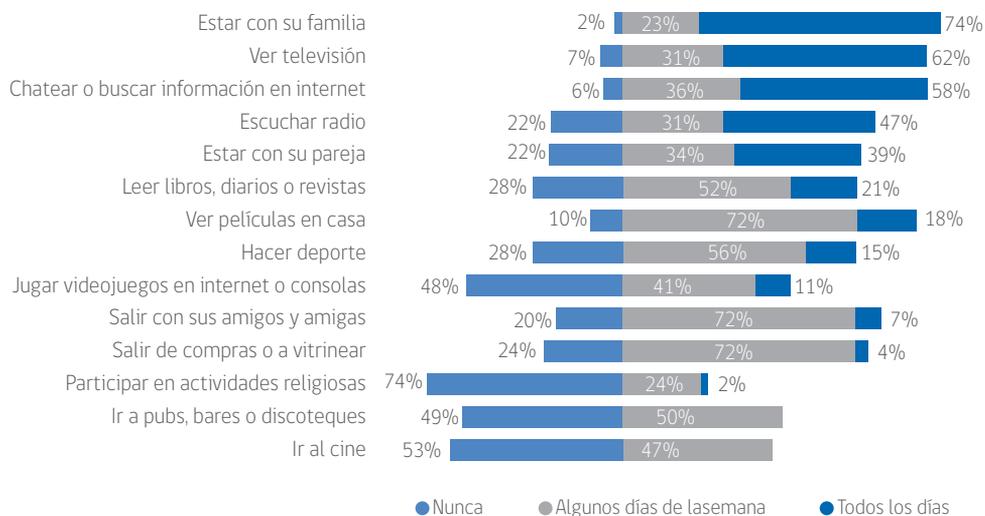
Gráfico N°8.1: En su tiempo libre, generalmente...



Fuente: Encuesta telefónica. Tiempo libre, enero 2014.
N Total = 1.001

Estar con la familia aparece como la actividad realizada con mayor frecuencia entre las y los entrevistados, seguido por ver televisión y chatear o buscar información en Internet. Por el contrario, participar en actividades religiosas, ir a pubs o discoteques e ir al cine son las menos frecuentes.

Gráfico N°8.2: Le voy a nombrar una serie de actividades y, pensando en lo que hace durante una semana normal fuera de su jornada laboral o de estudios, ¿me podría decir qué tan seguido las realiza?



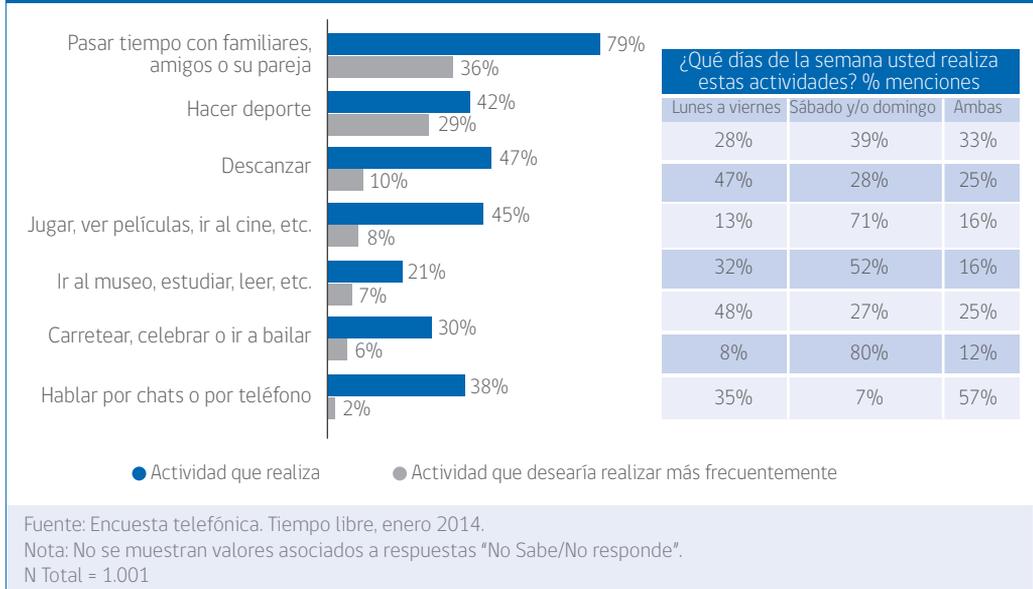
Fuente: Encuesta telefónica. Tiempo libre, enero 2014.

Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "No Sabe/No responde".

N Total = 1.001

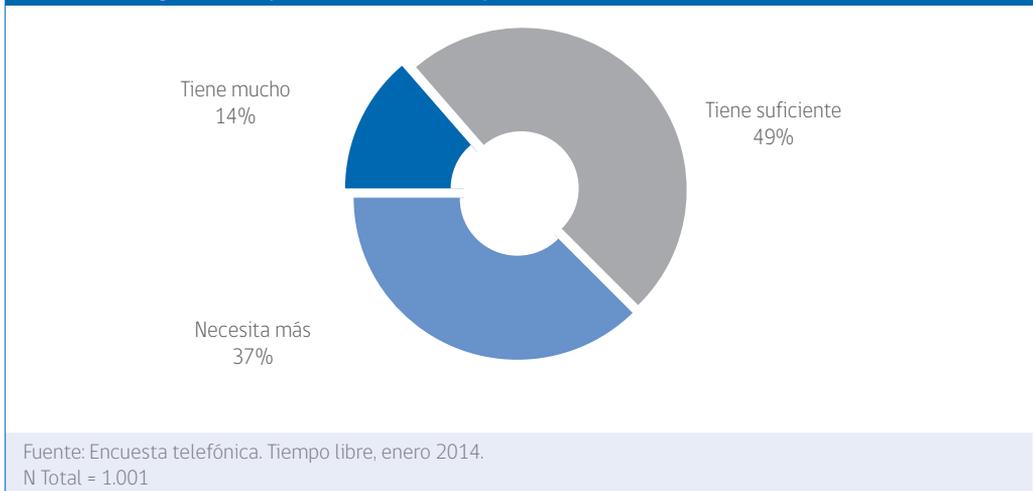
La actividad más realizada por quienes participaron en la muestra es pasar tiempo con familiares, amigos o pareja y esa es, al mismo tiempo, la actividad que desearían realizar con mayor frecuencia.

Gráfico N°8.3: Las actividades que usted realiza durante su tiempo libre, las hace para.../Entre las actividades que le he mencionado ¿cuáles quisiera realizar con mayor frecuencia?



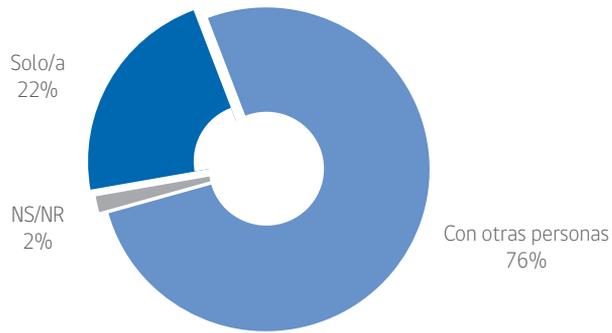
El 49% de las y los jóvenes entrevistados considera que tiene suficiente tiempo libre.

Gráfico N°8.4: ¿Considera que tiene bastante tiempo libre o necesita más?



El 76% de las y los jóvenes consultados indica que prefiere estar con otras personas durante su tiempo libre.

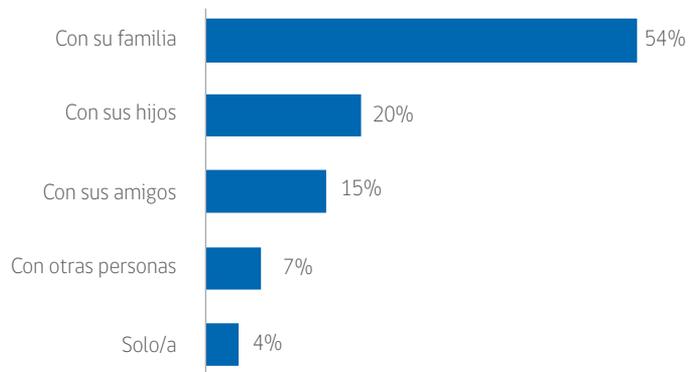
Gráfico N°8.5: ¿Generalmente, en su tiempo libre prefiere estar solo/a o con otras personas?



Fuente: Encuesta telefónica. Tiempo libre, enero 2014.
N Total = 1.001

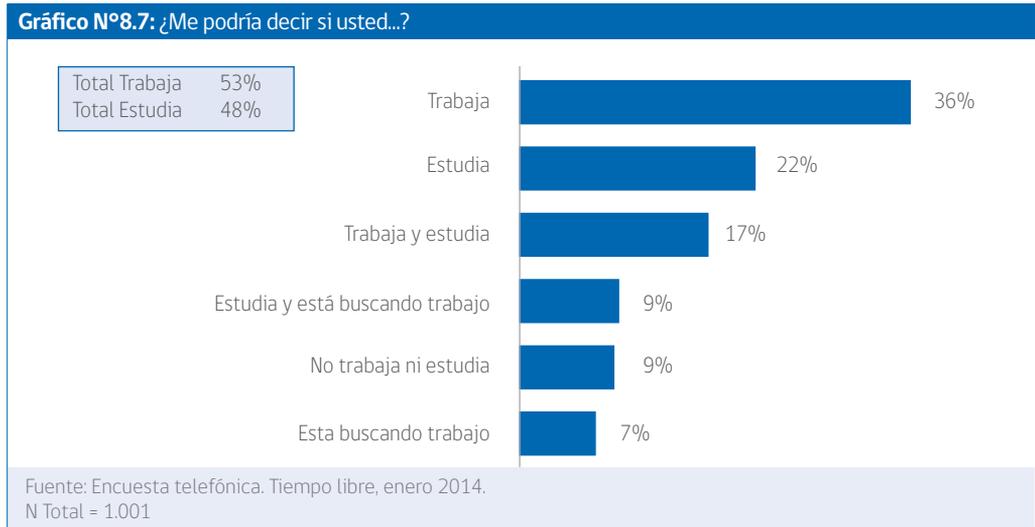
La mayoría de las personas entrevistadas (54%) señala pasar la mayor parte del tiempo libre con su familia.

Gráfico N°8.6: ¿Con quién o quiénes pasa la mayor parte de su tiempo libre?



Fuente: Encuesta telefónica. Tiempo libre, enero 2014.
Nota: Respuesta múltiple, los porcentajes suman más de 100%.
N Total = 1.001

El 36% de las y los jóvenes entrevistados estudia, el 22% trabaja, mientras que el 17% trabaja y estudia al mismo tiempo.



Entre quienes estudian o trabajan, el 48% declara tener más de 4 horas de tiempo libre en los días de trabajo o estudio, mientras que el 33% declara tener entre 2 y 4 horas de tiempo libre en esos días.



Tener reuniones sociales, salir a comer e ir al campo o la playa son las actividades más mencionadas, con un 84%, 68% y 64% respectivamente para el total de la muestra.

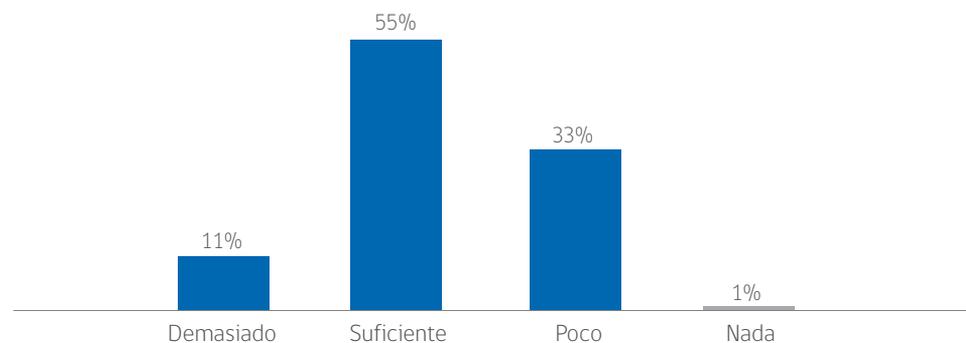
Gráfico N°8.9: Ahora, pensando en el mes pasado, ¿me podría decir si realizó alguna de las siguientes actividades? (Respuestas "Sí")



Fuente: Encuesta telefónica. Tiempo libre, enero 2014.
N Total = 1.001

El 55% de quienes tienen pareja, considera que le dedica suficiente tiempo, mientras que el 33% considera que es poco el tiempo que le dedica a su pareja.

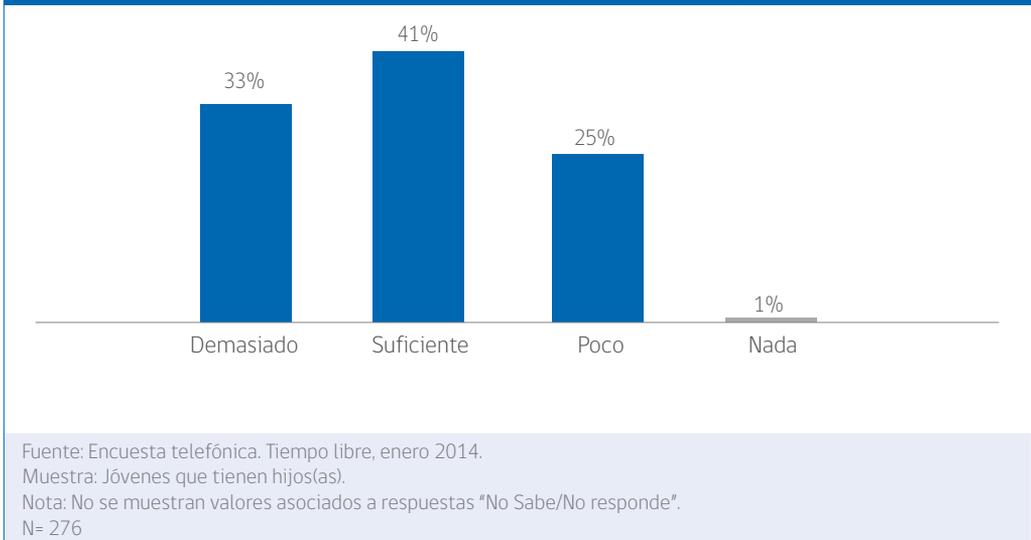
Gráfico N°8.10: De su tiempo libre en una semana normal, ¿cuánto considera que le dedica a su pareja?



Fuente: Encuesta telefónica. Tiempo libre, enero 2014.
Muestra: Jóvenes que tienen pareja.
Nota: No se muestran valores asociados a respuestas "No Sabe/No responde".
N = 614

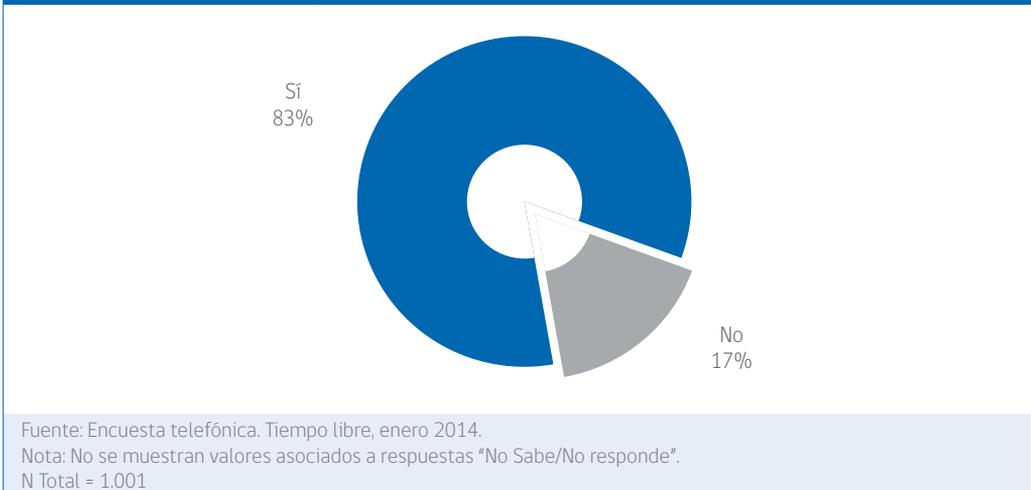
De entre las personas entrevistadas que tienen hijos o hijas, el 74% declara pasar demasiado o suficiente tiempo con ellos.

Gráfico N°8.11: De su tiempo libre en una semana normal, ¿cuánto considera que le dedica a su/sus hijo/hijos?



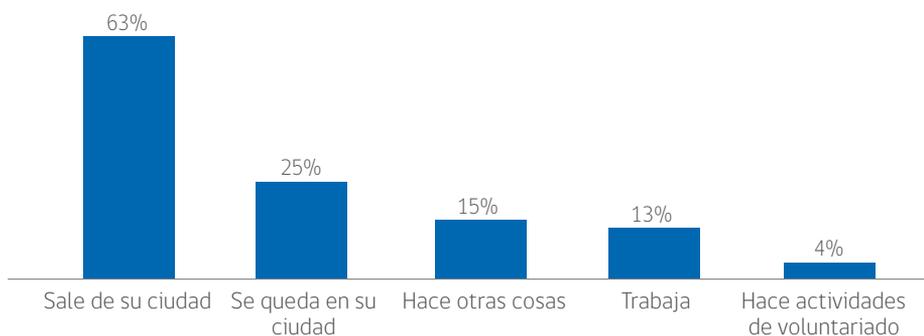
El 83% de quienes participaron en esta encuesta declara tener vacaciones durante el año.

Gráfico N°8.12: Durante el año, ¿tiene vacaciones?



De entre las y los entrevistados que tienen vacaciones, la mayoría declara salir de su ciudad durante éstas (63%).

Gráfico N°8.13: Normalmente, durante las vacaciones, usted...



Fuente: Encuesta telefónica. Tiempo libre, enero 2014.

Muestra: Jóvenes que tienen vacaciones.

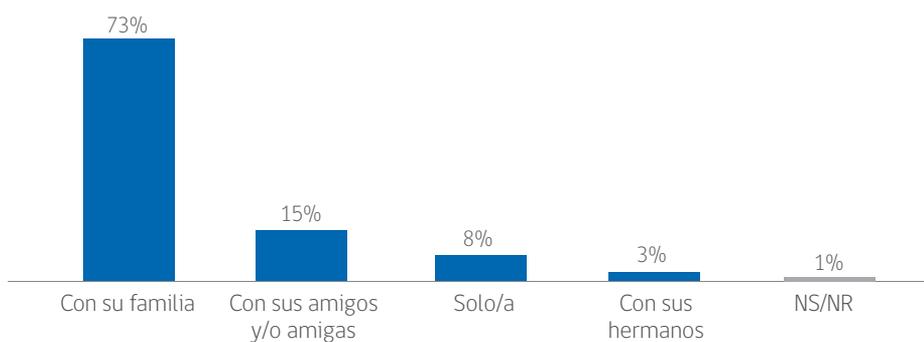
Nota 1: Respuesta múltiple, los porcentajes suman más de 100%.

Nota 2: No se muestran valores asociados a respuestas "No Sabe/No responde".

N = 865

Las personas jóvenes entrevistadas que salen de vacaciones, mayoritariamente lo hacen con sus familias (73%).

Gráfico N°8.14: Generalmente, ¿con quién o quiénes sale de vacaciones?



Fuente: Encuesta telefónica. Tiempo libre, enero 2014.

Muestra: Jóvenes que tienen vacaciones.

N = 865

Anexos

1 Encuestas incluidas en este volumen

Tema	Muestra (n)	Rango de edad	Fechas de campo	Empresa ejecutora
Disposición y actitudes hacia el sistema de representación política	952	18 a 29 años	5 al 17 de julio de 2012	Gemines
Voluntariado	952	18 a 29 años	23 de julio al 6 de agosto de 2012	Gemines
Identidad y valores	952	18 a 29 años	13 al 27 de agosto de 2012	Gemines
Agenda juvenil	952	18 a 29 años	29 de agosto al 14 de septiembre de 2012	Gemines
Elecciones municipales	952	18 a 29 años	26 de septiembre al 10 de octubre de 2012	Gemines
Éxito y oportunidades	952	15 a 29 años	7 al 20 de diciembre de 2012	Gemines
Vida sana	1.000	15 a 29 años	9 al 21 enero de 2013	Gemines
Trabajo y estudio	1.035	18 a 29 años	13 de agosto al 10 de octubre de 2012	Gemines
Elecciones primarias	1.001	18 a 29 años	3 al 19 de junio de 2013	Cadem S.A.
Alcohol y tabaco	1.004	18 a 29 años	19 al 23 de julio de 2013	Cadem S.A.
Endeudamiento	1.001	18 a 29 años	9 al 12 de septiembre de 2013	Cadem S.A.
Violencia en el pololeo	1.003	15 a 29 años	10 al 17 de octubre de 2013	Cadem S.A.
Emprendimiento	1.003	15 a 29 años	22 al 26 de octubre de 2013	Cadem S.A.
Medio ambiente	1.003	15 a 29 años	15 al 21 de noviembre de 2013	Cadem S.A.
Condiciones de trabajo	1.001	18 a 29 años	17 a 19 de diciembre de 2013	Cadem S.A.
Tiempo libre	1.001	15 a 29 años	13 al 20 de enero de 2014	Cadem S.A.

2 Anexo Metodológico

Presentación

Se diseñó un procedimiento para la aplicación de las encuestas telefónicas de coyuntura, cuyos aspectos metodológicos se presentan en este anexo. Para este efecto INJUV se apoyó en las propuestas técnicas de las empresas especialistas, que se adjudicaron el trabajo.

Las 16 encuestas telefónicas incluidas en este volumen son estudios descriptivos, de carácter cuantitativo, con un muestreo de proporciones con representación nacional y regional.

Las encuestas se aplicaron telefónicamente a través del Sistema CATI (Computer Asisted Telephone Interviewing), a población joven, hombres y mujeres, de entre 15 y 29 años de edad, sobre temas coyunturales.

1. Diseño muestral para cada una de las encuestas telefónicas

1.1 Universo y Marco Muestral

Jóvenes (mujeres y hombres) de 15 a 29 años, de nacionalidad chilena, correspondientes a todos los niveles socioeconómicos y residentes en todas las regiones del país. Según proyecciones del INE al 30 de junio de 2012, esta población alcanza a 4.272.766 personas.

Sin embargo, este universo se reduce debido a la modalidad de recolección de la información. La encuesta telefónica limita el universo de estudio a las y los jóvenes (hombres y mujeres) de entre 15 y 29 años de edad, de nacionalidad chilena, cuyos hogares cuenten con teléfono de red fija.

Se estima que esta situación reduce el universo en 24,4%, considerando que según registros públicos de las guías Verde y Blanca, existen 3.141.795 de hogares con teléfono, es decir el universo potencial de jóvenes entre 15 y 29 años sería de 3.230.211 personas.

Ahora bien, si se considera que el segmento bajo (E) de la población, por definición no cuenta con teléfono fijo se tendrá un total de 3.325.198 potenciales hogares a entrevistar. Si se sobrepone la cantidad de líneas a hogares el presente estudio tiene un potencial para cubrir al 94% de la población del público objetivo, es decir, 3.241.543 personas.

Cuadro A.1
Universo de Jóvenes entre 15 y 29 años por Región.

UNIVERSO			
Región		Zona	
XV	44.488		
I	83.803		
II	150.838		
III	69.564	NORTE	923.465
IV	178.682		
V	440.578		
VI	207.145		
VII	241.991		
VIII	506.628		
IX	244.279	SUR	1.565.121
XIV	93.565		
X	206.267		
XII	39.593		
RM	1.739.692	RM	1.739.692
POBLACIÓN	4.272.766		

En definitiva, si bien no es posible contar con datos exactos sobre el tamaño del universo, éste es de aproximadamente 4.016.400 de personas.

Fuente: Estimaciones de población joven a junio de 2012, basadas en el Censo 2002, INE.

Como marco muestral, las empresas ejecutoras contaban con bases de datos de teléfonos fijos a nivel país, correspondientes a la totalidad de los números, de todos los hogares con teléfono fijo del país, al año 2012, que alcanza alrededor del 40% del total de hogares. Estas bases de datos están diferenciadas por región, comuna y ciudad específica.

1.2. Muestra y margen de error muestral

Las bases de licitación solicitaban un diseño muestral que considerase una muestra proporcional al peso demográfico de cada región, con un margen de error muestral estimado del 3,16% para un nivel de confianza del 95% y bajo el supuesto de varianza máxima.

Para la ejecución del año 2012 la empresa ejecutora propuso una muestra de 952 casos, mientras que para el año 2013 la empresa ejecutora propuso una muestra de 1000 casos.

Conforme a la información entregada por una de las empresas ejecutoras, el diseño muestral se lleva a cabo en la siguiente forma. El tamaño de muestra seleccionado implica, para el total de la población considerada, un error muestral de $\pm 3,18\%$, con un margen de confianza del 95%, de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\frac{z^2}{\epsilon^2} PQ}{1 + \frac{z^2 PQ}{\epsilon^2 N}}$$

En la cual:

n = Tamaño de la muestra total.

N = Tamaño total de la población.

z = Punto de la distribución de probabilidades normal, asociado con el nivel de confianza.

ϵ = Error máximo admisible en la estimación de la proporción.

P= Proporción de respuestas "positivas" esperadas.

Q= 1-P

Dado, sin embargo, que la población considerada (N) puede ser considerada "infinita", desde una perspectiva estadística, el cálculo del error muestral se reduce a:

$$\epsilon = \left(\sqrt{\frac{PQ}{n}} \right) z$$

La distribución nacional de esta muestra se muestra en el cuadro A.3:

Cuadro A.2
Distribución regional de la muestra

Región	Participación	Muestra 2012	Muestra 2013
Arica y Parinacota	1,0%	10	10
Tarapacá	2,0%	19	20
Antofagasta	3,5%	33	35
Atacama	1,6%	15	16
Coquimbo	4,2%	40	42
Valparaíso	10,3%	98	103
Libertador Bernardo O'Higgins	4,8%	46	48
Maule	5,7%	54	57
Del Bío Bío	11,9%	113	119
La Araucanía	5,7%	54	57
De los Ríos	2,2%	21	22
De los Lagos	4,8%	46	48
Aysén	0,6%	6	7
Magallanes	0,9%	9	9
Metropolitana de Santiago	40,7%	388	407
Total	100%	952	1000

Con un error de 3.1% a nivel total, y errores muestrales aproximados por macrozonas serían: RM (n=400), ERROR 4.9% y REGIONES (n=600), ERROR 4.0%.

Con el mismo procedimiento de cálculo de error muestral y asumiendo correcciones para poblaciones conocidas en cada segmento se utilizó la siguiente fórmula para calcular el error asociado a cada segmento de la población estudiada.

$$\epsilon = \left(\sqrt{\frac{PQ}{n-1}} \right) z$$

Con la anterior tenemos la información presentada en el cuadro A.3

Cuadro A.3 Error muestral según segmentos de la muestra.

Variable	Categoría	Muestra 2012	Muestra 2013	Muestra 2012	Error
Sexo	Hombre	484	460	484	± 4,45%
	Mujer	468	540	468	± 4,53%
Tramo de Edad	15 a 19	331	210	331	± 5,39%
	20 a 24	351	440	351	± 5,23%
	25 a 29	270	350	270	± 5,96%
Lugar donde vive	Santiago	402	440	402	± 4,89%
	Regiones	550	560	550	± 4,18%
NSE	Alto	95	475	95	± 10,05%
	Medio	428	300	428	± 4,74%
	Bajo	428	225	428	± 4,74%

Este error permite entonces, establecer los intervalos de confianza, propios del análisis entre distintos segmentos.

1.3. Procedimientos de selección

Como se indicaba anteriormente, la unidad básica de muestreo corresponde a los jóvenes de 15 a 29 años residentes en Chile. Para este efecto se realiza un procedimiento de selección que corresponde a selección multietápica probabilística estratificada al nivel de hogares, con selección posterior de los individuos a entrevistar usando cuotas para evaluación del logro en las etapas finales de la recolección de información.

Los pasos de selección de la muestra para cada encuesta fueron los siguientes:

- » Selección de números de teléfono por región y compañía: Se selecciona al azar entre las bases de datos de la empresa ejecutoras, de modo que la proporción por región sea de acuerdo a los requerimientos explicitados en la sección anterior, tanto en términos de tamaño de la muestra como de distribución proporcional entre regiones.
- » Selección de hogares que cuenten con jóvenes de 15 a 29 años.
- » Selección de entrevistado dentro de los elegibles en el hogar: Para los teléfonos en los cuales no se obtuvo respuesta (ocupado, casilla de voz, no contesta o llamar de nuevo) se dejó constancia en la Base de Datos. De dichos registros se presenta el análisis en la sección 2.3 del presente informe.
- » Se aplica un protocolo de contacto amable que entrega toda la información relevante a los entrevistados y se establece un protocolo de registro del desarrollo de las distintas etapas del

trabajo de campo. Se registra el número de contactos realizados, la exactitud de la información de contacto, las razones de no contacto y las razones de no respuesta. Todo ello para cada intento de contacto, en cada estrato del trabajo de campo, para cada uno de los individuos en la muestra. La codificación para el control de los contactos está basada en los códigos AAPOR (The American Association for Public Opinion Research).

Para mantener la representatividad de la población durante el levantamiento de datos, se establecieron cuotas según el sexo y edad de los potenciales entrevistados. Éstas se basaron en estimaciones de población del INE para el año 2012 y sirvieron de guía en la selección de entrevistados, puesto que a medida que avanzaba el estudio se fueron completando estas cuotas:

Cuadro A.4 Población de los segmentos en cuotas

	Hombres	Mujeres	Total
15 - 19	724.181	700.180	1.424.361
20 -24	746.882	725.225	1.472.107
25 -29	696.167	680.131	1.376.298
Total	2.167.230	2.105.536	4.272.766

Cuadro A.5 Participación porcentual de la población

	Hombres	Mujeres
15 - 19	33%	33%
20 -24	34%	34%
25 -29	32%	32%
Total	51%	49%

De la información anterior se sigue un diseño que involucra cuotas de selección de las y los entrevistados en cada encuesta.

Cuadro A.6 Cuotas definidas selección individual

	Hombres	Mujeres
15 - 19	161	156
20 -24	166	162
25 -29	155	152
Total	483	469

Estas cuotas sirvieron tanto de referente para el proceso de levantamiento de datos, y se vieron ajustadas por ponderaciones de postestratificación según nivel socioeconómico aplicadas una vez realizadas las entrevistas. Para las encuestas realizadas el año 2013, a sugerencia de la consultora (CADEM), se definió cuotas no proporcionales por nivel socioeconómico, con el objeto de realizar un número mayor de encuestas a jóvenes de nivel socioeconómico alto, y con ello disminuir significativamente el error muestral de este segmento sin aumentar significativamente el error muestral de los segmentos medios y bajos.

1.4. Diseño de ponderadores

Los casos en estas encuestas fueron recogidos en base a cuotas según sexo y edad, que buscaban representar correctamente a cada segmento de la población según su distribución real en la población.

Así también, se introdujeron en el instrumento preguntas que permitiesen a posteriori calcular el nivel socio-económico de cada entrevistado. Es en base a esa metodología que se obtiene una distribución específica para la muestra.

Se agruparon los cinco NSE clásicos en tres grupos donde: en el grupo Bajo (45% de la población) se agruparon los grupos D y E; el grupo medio (45% de la población), los grupos C3 y C2; y el grupo alto (10% de la población) al ABC1. Se considero la distribución real de estos grupos en la población, esto según estimaciones de de la Asociación de Investigadores de Mercado de Chile (AIM Chile); Para la construcción de los ponderadores se utilizó un procedimiento de recálculo basado en el contraste de la proporción real de la población y la proporción obtenida de la población, así es como:

$$\%N / \%n = \text{Pond}$$

Donde:

$\%N$ es la participación porcentual del segmento en la población.

$\%n$ es la participación del segmento en la muestra final.

Pond: es el ponderador aplicado a la base de datos.

2. Cobertura del grupo objetivo

Como se indicó anteriormente, el grupo objetivo de las encuestas se definió como: jóvenes (mujeres y hombres) de 15 a 29 años, de nacionalidad chilena, correspondientes a todos los niveles socioeconómicos y residentes en todas las regiones del país. En algunos casos, producto de la temática involucrada, las encuestas se realizaron sólo a mayores de 18 años.

Se debe considerar que la modalidad de recolección de información, mediante encuestas telefónicas, limita el universo de estudio a los jóvenes (hombres y mujeres) de entre 15 y 29 años de edad, de nacionalidad chilena, cuyos hogares cuenten con teléfono de red fija (la penetración de red fija se estima en alrededor del 40% de los hogares a nivel total). La aplicación de las encuestas sólo se lleva a cabo en sectores urbanos.

Estimaciones de INJUV basadas en la encuesta CASEN 2011 permiten establecer que el 46% de las y los jóvenes tiene teléfono fijo en el hogar, que en el 56% de los hogares con teléfono fijo vive al menos una o un joven y que el 40% de las y los jóvenes sólo tienen celular, no fijo. El 14% son inubicables con estas técnicas.

La primera cifra mencionada refiere a la penetración del teléfono fijo, considerando a las y los jóvenes en forma individual. Conforme al cuadro A.7, el 46% que tiene teléfono fijo en su hogar marca la cobertura máxima del grupo objetivo que se puede lograr mediante el uso de esta técnica de recolección de información:

Cuadro A.7
Tenencia de teléfono fijo en el hogar, jóvenes de 15 a 29 años de edad

Condición de tenencia	Estimación (jóvenes)	Porcentaje
Tiene teléfono fijo	2.287.469	53,9%
No tiene teléfono fijo	1.954.846	46,1%
Total	4.242.315	100,0%

Fuente: Encuesta CASEN, 2011.

La segunda cifra mencionada refiere al esfuerzo requerido para la ejecución de cada encuesta: Dado que las llamadas no se hacen por personas, sino que a hogares, debe considerarse la distribución conjunta de la tenencia de teléfono fijo a nivel de hogares, con la residencia de al menos una o un joven en cada hogar. En el 46% de los hogares se cuenta con un teléfono fijo y en el 56% de los hogares reside al menos una o un joven. De ahí que, del total de hogares, con estas encuestas se aspire a representar al 26% del total de hogares (véase cuadro A8).

Cuadro A.8
Distribución de hogares según tenencia de teléfono fijo y residencia de jóvenes de 15 a 29 años de edad: estimación de hogares (porcentaje)

	No tiene teléfono fijo	Sí tiene teléfono fijo	Total
No reside alguien joven	1.123.075 (24,0%)	949.215 (20,3%)	2.072.290 (44,2%)
Reside alguien joven	1.416.849 (30,2%)	1.196.351 (25,5%)	2.613.200 (55,8%)
Total	2.539.924 (54,2%)	2.145.566 (45,8%)	4.685.490 (100,0%)

Fuente: Encuesta CASEN, 2011.

La tercera cifra mencionada refiere al conjunto de jóvenes que no son ubicables mediante encuestas telefónicas basadas en la red fija. Es el llamado problema de la generación del teléfono móvil (mobile phone generation). Como se indicó anteriormente, una parte de las personas jóvenes tiene teléfono fijo. Otra parte tiene, además, un teléfono celular individual. El grupo que es inubicable para las técnicas tradicionales es aquel que tiene sólo teléfono celular, que constituye el 40%, mientras que el grupo que es inubicable del todo es el 14%. La masividad del teléfono celular aún está lejos de sustituir el teléfono tradicional en el hogar.

Cuadro A.9

Distribución de jóvenes según tenencia de teléfono móvil y teléfono fijo: Estimación de jóvenes (porcentaje)

	Sin teléfono fijo	Con teléfono fijo	Total
Teléfono móvil de prepago	1.564.306 (36,9%)	1.289.816 (30,4%)	2.854.122 (67,3%)
Teléfono móvil con contrato	129.627 (3,1%)	322.580 (7,6%)	452.207 (10,7%)
No tiene teléfono móvil en funcionamiento y en uso	593.536 (14,0%)	342.450 (7,6%)	935.986 (22,1%)
Total	2.287.469 (53,9%)	342.450 (8,1%)	4.242.315 (100,0%)

Fuente: Encuesta CASEN, 2011.

3. Aseguramiento de la calidad de la información

3.1. Aplicación piloto (pre-test)

La empresa adjudicataria puso a prueba el cuestionario de cada aplicación en un pre-test antes de autorizarse la formulación definitiva de las preguntas. Este pre-test se realiza a una reducida cantidad de casos obtenidos conforme al mismo diseño muestral de las encuestas (alrededor del 5% de la muestra).

Sus resultados y conclusiones se usan para modificar el cuestionario, respecto de la redacción de las preguntas, del orden de éstas y de la selección de ítems según sus niveles de respuesta y reactividad.

3.2. Supervisión

La supervisión se realiza a través de la escucha de entrevistas, con cuotas por segmentos de edad, zona y entrevistador, en el total al 25% o más de las entrevistas son supervisadas on-line.

3.3. Capacitación de encuestadores

La capacitación de los encuestadores es una de las partes fundamentales de los procesos de levantamiento de información a través de las encuestas. Según la literatura de metodología de encuestas uno de los errores no asociados a la muestra más recurrentes es el error de medición en que incurre el encuestador, que por no recibir una capacitación adecuada o por no tener una buena supervisión, induce al entrevistado a errores al responder o bien incurre en errores al codificar en terreno las respuestas que está entregando el entrevistado al momento de la entrevista.

Este tipo de errores no muestrales asociados a las encuestas pueden llegar a ser tan preocupantes como los errores muestrales, pues pueden generar datos erróneos o con tal error de medición que podrían eventualmente invalidar todo el esfuerzo de recolección de datos.

Este tipo de error podría implicar que los resultados estén sesgados y no reflejarían la realidad de la población que se trata de capturar. Por eso se incluye un proceso de capacitación que pone énfasis en una lectura comprensiva del cuestionario, pregunta a pregunta, con sus respectivas alternativas o escalas de respuesta y en aquellos aspectos más relevantes de cada pregunta, así como protocolos para el manejo de contingencias.

3.3. Selección de los encuestadores

INJUV estableció como condición que se prefiriese a encuestadores experimentados. Los encuestadores son personas mayores de 18 años, que cuentan con experiencia previa en aplicación de encuestas, con experiencia en estudios de mercado, encuestas telefónicas a nivel nacional, en empresas y/o personas.

Ambas empresas ejecutoras contaban con experiencia en estudios telefónicos de opinión pública y coyunturales, de cobertura nacional, lo que permite contar con equipos experimentados y consolidados, con encuestadores y supervisores especializados.

3.4. Procesamiento y llenado de la base de datos

La encuesta se levanta por medios electrónicos. Se realiza un procedimiento de limpieza necesario para obtener una base de datos sin errores. Para ello se aplican filtros de control y se realizan cruces descriptivos de consistencia. Una vez que se validan las encuestas realizadas se traspasan las bases de datos a un formato de archivo SPSS, de manera de realizar todos los análisis estadísticos pertinentes. Estos archivos quedan a disposición de la ciudadanía. Los datos son ponderados según sean los tamaños de los estratos representados. Estos son ajustes necesarios de post estratificación de los resultados.



INJUV
Ministerio de
Desarrollo Social

Gobierno de Chile



*Al servicio
de las personas
y las naciones*

Serie de **ESTUDIOS**
INJUV