

**“ESTUDIOS DE POSICIONAMIENTO Y SATISFACCIÓN DE  
CLIENTES PARA EL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA”**

**INFORME FINAL DE RESULTADOS  
ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO**

**Marzo de 2011.**

El informe final sobre “ESTUDIOS DE POSICIONAMIENTO Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES PARA EL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA” - INFORME FINAL DE RESULTADOS ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO”, fue contratado por el Consejo para la Transparencia a Demoscópica S.A con el fin de realizar un publicación de posicionamiento y de satisfacción de clientes a través de encuestas nacionales en los temas señalados con el fin de recopilar antecedentes e identificar el estado actual de la situación y los desafíos futuros de la institución en materias relacionadas con la aplicación de la Ley 20.285, mediante la licitación pública ID N° 529229-14-LE10 del 2011.

*La información aquí contenida responde exclusivamente a los resultados de la investigación, por lo que tanto sus antecedentes, como el análisis, las conclusiones y sus sugerencias de acción -en caso de existir- no necesariamente representan la opinión institucional del Consejo para la Transparencia, y son de exclusiva responsabilidad de la empresa contratada para la provisión del servicio.*

## INDICE

<b>1</b>	<b>PRESENTACIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>6</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGÍA GENERAL.....</b>	<b>7</b>
3.1	METODOLOGÍA GENERAL.....	7
3.2	OBSERVACIONES METODOLÓGICAS .....	7
3.3	METODOLOGÍA FASE CUANTITATIVA.....	8
3.3.1	<i>Universo y Muestra .....</i>	<i>8</i>
3.3.2	<i>Recolección de la información .....</i>	<i>10</i>
3.3.3	<i>Base de datos y procesamiento estadístico.....</i>	<i>11</i>
3.4	METODOLOGÍA CUALITATIVA.....	12
3.4.1	<i>Grupo Objetivo y Muestra .....</i>	<i>13</i>
3.4.2	<i>Diseño de Pautas.....</i>	<i>13</i>
3.4.3	<i>Levantamiento de la información .....</i>	<i>13</i>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS ENCUESTA POSICIONAMIENTO .....</b>	<b>15</b>
4.1	CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA.....	15
4.1.1	<i>Características socio demográficas .....</i>	<i>15</i>
4.1.2	<i>Características sobre Capital Social .....</i>	<i>17</i>
4.2	LA TRANSPARENCIA COMO TEMA PAÍS .....	18
4.2.1	<i>Importancia de distintos temas para el país.....</i>	<i>18</i>
4.2.2	<i>Asociaciones espontáneas con la palabra Transparencia.....</i>	<i>19</i>
4.3	LA LEY DE TRANSPARENCIA .....	21
4.3.1	<i>Conocimiento de la Ley.....</i>	<i>21</i>
4.3.2	<i>Medios para informarse sobre la Ley.....</i>	<i>22</i>
4.3.3	<i>De qué cree que trata la Ley de Transparencia.....</i>	<i>23</i>
4.3.4	<i>Interés en recibir información acerca de la Ley.....</i>	<i>24</i>
4.3.5	<i>Percepción de beneficios de la Ley para el país.....</i>	<i>25</i>
4.4	LA TRANSPARENCIA Y LOS ORGANISMOS PÚBLICOS.....	26
4.4.1	<i>Áreas en que es más necesario que la información sea pública .....</i>	<i>26</i>
4.4.2	<i>Tipos de información sobre los organismos públicos que debiera ser de fácil acceso.....</i>	<i>27</i>
4.4.3	<i>Grado de confianza en información entregada por organismos públicos a los ciudadanos y razones de desconfianza.....</i>	<i>28</i>
4.4.4	<i>Características más valoradas en Organismo Públicos.....</i>	<i>31</i>
4.4.5	<i>Percepciones sobre Organismos Públicos.....</i>	<i>32</i>
4.5	CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES SOBRE EL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA .....	35
4.5.1	<i>Conocimiento del Consejo para la Transparencia .....</i>	<i>35</i>
4.5.2	<i>Medios para informarse sobre el Consejo .....</i>	<i>36</i>
4.5.3	<i>Funciones percibidas del Consejo .....</i>	<i>37</i>
4.5.4	<i>Funciones que debiera cumplir el Consejo .....</i>	<i>38</i>
4.5.5	<i>Atributos asociados al Consejo.....</i>	<i>39</i>
4.5.6	<i>Exposición a la campaña del CPLT .....</i>	<i>41</i>
4.6	CONDUCTAS Y DISPOSICIONES EN RELACIÓN A LA BÚSQUDA DE INFORMACIÓN PÚBLICA .....	42
4.6.1	<i>Ha solicitado información a algún organismo público .....</i>	<i>42</i>
4.6.2	<i>Organismo al cual solicitó información.....</i>	<i>43</i>
4.6.3	<i>Tipo de información solicitada.....</i>	<i>44</i>
4.6.4	<i>Motivo para solicitar información.....</i>	<i>45</i>
4.6.5	<i>Medios utilizados para solicitar información.....</i>	<i>46</i>
4.6.6	<i>Le entregaron información solicitada .....</i>	<i>47</i>
4.6.7	<i>Grado de satisfacción con información entregada y razones de insatisfacción.....</i>	<i>48</i>
4.6.8	<i>Razones para no solicitar información a organismos públicos .....</i>	<i>50</i>
4.7	HA BUSCADO INFORMACIÓN EN EL SITIO WEB DE ALGÚN ORGANISMO PÚBLICO .....	51
4.7.1	<i>Organismo en el cual buscó información en el Sitio Web .....</i>	<i>52</i>
4.7.2	<i>Tipo de información buscada en el sitio web .....</i>	<i>53</i>
4.7.3	<i>Motivo para buscar información en el sitio web .....</i>	<i>54</i>
4.7.4	<i>Encontró la información buscada.....</i>	<i>55</i>

4.7.5	Grado de satisfacción con información obtenida y razones de insatisfacción .....	56
4.7.6	Razones para no buscar Información en el Sitio Web de algún Organismo Público .....	57
4.8	ORGANISMO PÚBLICO DEL QUE LE GUSTARÍA SOLICITAR INFORMACIÓN .....	58
4.8.1	Tipo de información que le gustaría solicitar de Organismo Público .....	59
4.8.2	Motivo por el que le gustaría solicitar información .....	60
4.8.3	Mecanismo que utilizaría para solicitar información .....	61
4.8.4	Conducta probable en caso de denegación de información por parte de Organismo Público .....	62
4.8.5	Concurriría al CPLT en caso de denegación de información por parte de organismo público .....	64
4.9	ÍNDICES .....	65
4.9.1	Índice de Posicionamiento de la Transparencia como tema país .....	65
4.9.2	Índice de valorización de la Transparencia como herramienta .....	66
4.10	ANÁLISIS COMPARATIVO CON ESTUDIO DE OPINIÓN AÑO 2010 .....	67
4.10.1	Temas más importantes para el país .....	67
4.10.2	Temas menos importantes para el país .....	68
4.10.3	El año 2008 se promulgó la Ley de Transparencia (ley N° 20.285), que obliga a los organismos públicos a dar a conocer lo que se llama "información pública" ¿Conocía usted esta ley? .....	69
4.10.4	¿Le interesaría recibir información acerca de la Ley de Transparencia? .....	69
4.10.5	¿Cuáles son las tres características que usted más valora en un organismo público? .....	69
4.10.6	¿Cuán de acuerdo está con cada una de las siguientes afirmaciones? .....	69
4.10.7	¿Ha escuchado hablar del Consejo para la Transparencia? .....	70
4.10.8	A través de qué medios supo del Consejo para la Transparencia? .....	70
4.10.9	Independiente de que haya escuchado o no hablar del Consejo para la Transparencia, ¿qué cree usted que hace ese organismo? .....	70
4.10.10	¿Usted ha solicitado alguna vez información a un organismo público? .....	71
4.10.11	Para qué solicitó esa información .....	71
4.10.12	En esa ocasión, ¿le entregaron la información que solicitó? .....	71
4.10.13	¿Por qué no ha solicitado información a organismos públicos? .....	72
4.10.14	¿De qué organismo público le gustaría solicitar información? .....	72
4.10.15	Acciones frente a la denegación de información de un Organismo Público .....	73
4.10.16	En una situación como ésta, ¿recurriría usted al Consejo para la Transparencia? .....	73
<b>5</b>	<b>RESULTADOS FOCUS GROUPS POSICIONAMIENTO .....</b>	<b>74</b>
5.1	ANTECEDENTES FASE CUALITATIVA .....	74
5.2	LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN .....	74
5.3	RESULTADOS GRUPO NO INFORMADOS .....	76
5.3.1	Ejercicio de Derechos Ciudadanos .....	76
5.3.2	Percepción y Valoración de la Transparencia .....	82
5.3.3	La Ley de Transparencia .....	85
5.3.4	El Consejo para la Transparencia .....	87
5.3.5	Sugerencias Ciudadanas .....	89
5.4	RESULTADOS GRUPO CIUDADANOS INFORMADOS .....	91
5.4.1	La Transparencia .....	91
5.4.2	La Ley de Transparencia .....	94
5.4.3	Ejercicio de Derechos Ciudadanos .....	96
5.4.4	El Consejo para la Transparencia .....	99
5.4.5	Sugerencias Ciudadanas .....	101
<b>6</b>	<b>SINTESIS INTEGRADA DE RESULTADOS .....</b>	<b>104</b>
6.1.1	Transparencia como tema país y Asociaciones Espontáneas .....	104
6.1.2	La Ley de Transparencia .....	105
6.1.3	La Transparencia y los Organismos Públicos .....	106
6.1.4	Conocimiento y percepciones sobre el Consejo para la Transparencia .....	107
6.1.5	Conductas y Disposiciones en relación a la Búsqueda de Información Pública .....	109
6.1.6	Sugerencias Ciudadanas para Promover el Derecho de Acceso a la Información Pública .....	112
<b>7</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>115</b>
<b>8</b>	<b>OPORTUNIDADES PARA POSICIONAMIENTO DEL CPLT .....</b>	<b>121</b>

<b>9</b>	<b>ANEXOS .....</b>	<b>125</b>
9.1	CUESTIONARIO .....	125
9.2	OPERACIONALIZACIÓN DEL CUESTIONARIO.....	140
9.3	CÁLCULO DE EXPANSORES .....	144
9.4	COMPARACIÓN PROPORCIONES MUESTRA Y POBLACIÓN .....	147
9.5	PLAN DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	148
9.6	PROPUESTA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN INDICADOR DE TRANSPARENCIA.....	153
9.7	PAUTA FOCUS GROUPS CIUDADANOS NO INFORMADOS .....	154
9.8	PAUTA FOCUS GROUPS CIUDADANOS INFORMADOS.....	156

## 1 PRESENTACIÓN

El presente documento constituye el Informe Final del Estudio de Posicionamiento del Consejo para la Transparencia que ha realizado Demoscópica S.A por encargo del Consejo para la Transparencia.

El objetivo del informe es dar cuenta del diseño metodológico, el proceso de levantamiento de información, así como los resultados finales del estudio en su fase cualitativa y cuantitativa y las oportunidades del Consejo para mejorar su posicionamiento.

El informe se organiza en las siguientes secciones:

- Primero se exponen los objetivos del estudio,
- Luego, se da cuenta del diseño metodológico general, cuyo detalle se reporta en el informe de avance N°1 del presente estudio,
- En un tercer capítulo se reporta la fase de levantamiento de información, con las principales dificultades y facilitadores, que fueron reportados con anterioridad en el informe de avance N°2 del estudio,
- En la sección siguiente, se presentan los resultados obtenidos en la fase cualitativa a través de dos focus groups con ciudadanos informados y otro con ciudadanos no informados sobre temas vinculados con la Transparencia.
- Posteriormente, se detallan los resultados de la etapa cuantitativa, obtenidos a través de una encuesta en hogares a una muestra de 1.600 casos a nivel nacional.
- Luego, se presenta una síntesis de los resultados presentados, integrando los hallazgos de la fase cualitativa y cuantitativa.
- En la siguiente sección, se presentan las conclusiones, dando respuesta a las preguntas guía del estudio.
- Finalmente se identifican las oportunidades para mejorar el posicionamiento actual del Consejo para la Transparencia y la Ley 20.285.
- Se anexan al presente informe, los instrumentos de medición, la operacionalización del cuestionario, el plan de análisis estadístico acordado y aprobado por la contraparte técnica, los procesos de expansión de la base de datos, y en formato digital la base de datos de la encuesta y los análisis univariado, bivariado e índices, las transcripciones de los focus groups realizados.

Se hace entrega del presente informe con dos copias impresas más respaldo en CD.

## 2 OBJETIVOS

### ❖ **Objetivo General**

Realizar un estudio de posicionamiento de la Ley de Transparencia, y del Consejo para la Transparencia, a través de una encuesta representativa, a nivel nacional, con el fin de recopilar antecedentes e identificar el estado actual de la situación y los desafíos futuros de la institución en materias relacionadas con la aplicación de la Ley 20.285.

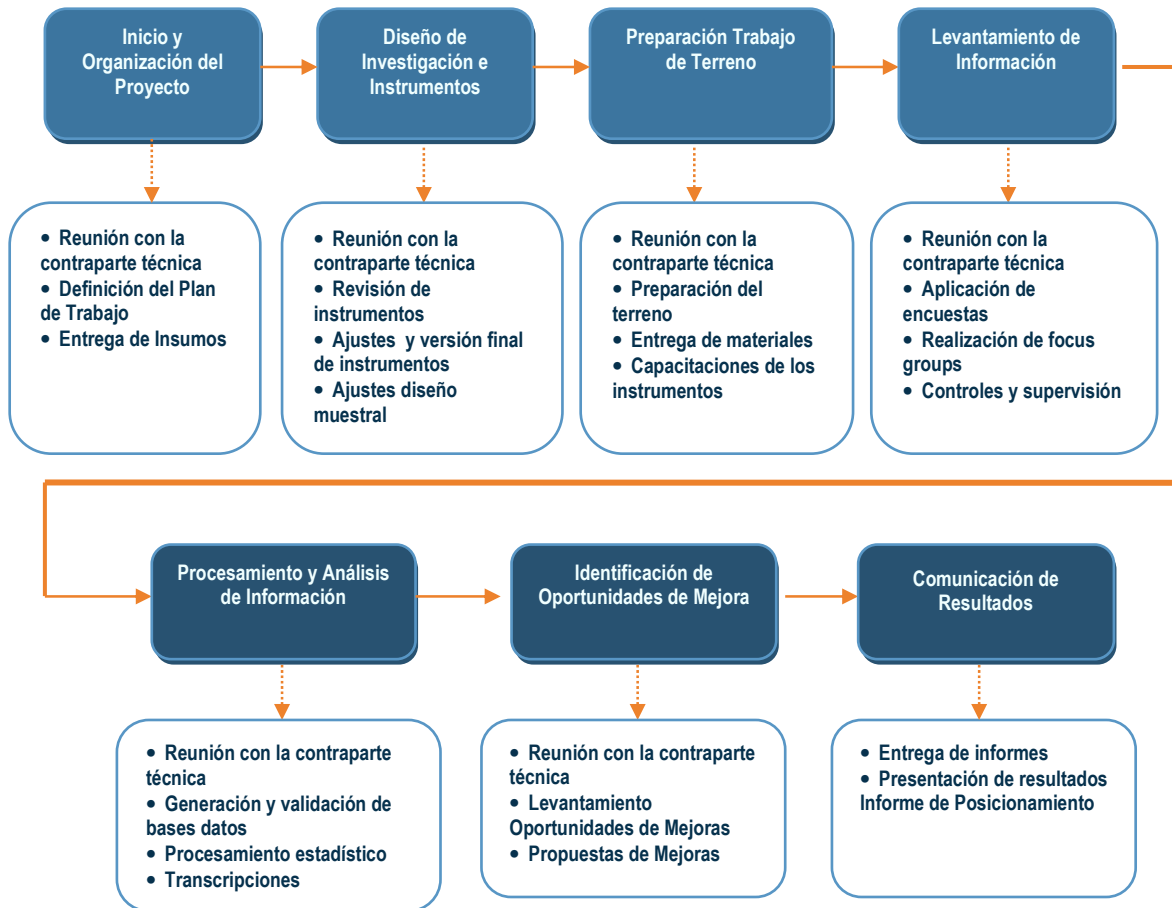
### ❖ **Objetivos Específicos**

- a) Dar cuenta de los avances en términos de la difusión del derecho a acceso a la información pública, la Ley de Transparencia y la labor institucional del Consejo para la Transparencia.
- b) Evaluar áreas críticas relacionadas con la opinión pública que permitan el desarrollo de indicadores de medición de los avances y el impacto de la transparencia en el país.
- c) Comparar los resultados con los obtenidos en la medición del año 2009-2010 cuando los indicadores así lo permitan.
- d) Obtener información de calidad a través de una encuesta de posicionamiento sobre:
  - Posicionamiento del Consejo para la Transparencia en la ciudadanía
  - Reconocimiento público de la Ley de Transparencia
  - Nivel de conocimiento sobre la Ley de Transparencia
  - Beneficios percibidos que produciría la Ley de Transparencia
  - Nivel de conocimiento sobre las funciones del Consejo para la Transparencia
  - Áreas de interés ciudadano en torno a temas de transparencia
  - Nociones sobre derechos ciudadanos y en especial del derecho de acceso a la información
  - Identificación de elementos y creación de indicadores de opinión pública para medir avances y efectos de la transparencia a nivel nacional
  - Identificación de perfiles ciudadanos y potenciales usuarios de la Ley.
  - Caracterizar demandas potenciales del público general.

### 3 METODOLOGÍA GENERAL

#### 3.1 Metodología General

El estudio se organizó en seis etapas de trabajo, a saber:



#### 3.2 Observaciones Metodológicas

En general, no se registraron dificultades relevantes que ameriten la elaboración de propuestas de ajustes metodológicos. Fue de gran aporte en ello, el trabajo continuo con la contraparte técnica.

En la fase cuantitativa, el diseño muestral, instrumento, levantamiento de información y análisis de los datos funcionó adecuadamente, e incluso ejecutándose en un menor tiempo que el planificado. Sin embargo, una limitación de esta fase es que el tamaño de la muestra total no permitió establecer diferencias regionales, las que en futuro podrían ser de interés, a fin de comparar, por ejemplo, resultados de regiones en las que operen oficinas del CPLT respecto de aquellas carezcan de esta presencia.

En la fase cualitativa se sugiere realizar una fase más intensa que permita recabar información de manera más detallada, ahondando con mayor profundidad en las dimensiones relevantes. Por otro lado, se sugiere la consideración de la misma población objetivo que en la fase cuantitativa, de modo que sus opiniones y percepciones sean complementarias y homologables al mismo



segmento de estudio. El hecho de dividir a los participantes de los grupos focales entre ciudadanos informados y no informados fue una dificultad para esta complementariedad.

Además de los ya mencionados, no se registraron otras dificultades en términos metodológicos que ameriten ajustes a los diseños elaborados para las fases cualitativa y cuantitativa del estudio.

### 3.3 Metodología Fase Cuantitativa

#### 3.3.1 Universo y Muestra

El universo de este estudio estuvo compuesto por personas de ambos sexos de 18 años y más, pertenecientes a todos los niveles socio económicos, residentes en todas las regiones del país, en zonas urbanas y rurales, que, según proyecciones del INE para junio de 2010 se estima en 12.394.813 personas, de los cuales se estima que un 13% vive en sectores rurales.

Como representativa de este universo, se seleccionó una muestra de **1.600 casos**, con un margen de **error muestral del 2,5%** a nivel nacional, considerando un **nivel de confianza del 95%** y bajo el supuesto de varianza máxima.

La muestra se seleccionó a través de cinco fases sucesivas, a saber:

- Fase 1: Estratificación por regiones
- Fase 2: Asignación de casos por región
- Fase 3: Distribución de los casos urbanos y rurales
- Fase 4: Selección de comunas y distribución de la muestra por comunas
- Fase 5: Mecanismos de selección de manzanas, hogares e individuo entrevistado

La distribución de la muestra por región y por localidad urbano/rural:

#### *Distribución ajustada de la muestra según localidad urbano/rural.*

Región	Casos totales muestra	Casos Rurales	Casos Urbanos
I	80	0	80
XV	64	0	64
II	96	0	96
III	80	0	80
IV	96	21	75
V	128	14	114
VI	112	24	88
VII	112	31	81
VIII	128	32	96
IX	112	28	84
X	112	24	88
XIV	96	14	82
XI	64	0	64
XII	64	0	64
RM	256	20	236
<b>Total</b>	<b>1.600</b>	<b>208</b>	<b>1.392</b>

El proceso de selección de manzanas, viviendas y entrevistados se realizó de acuerdo a la siguiente secuencia:

#### ❖ **Selección de Manzanas**

Para lograr una adecuada dispersión de la muestra e incrementar su representatividad, en las comunas urbanas se efectuó un promedio de 6 encuestas por manzana; por lo tanto, en cada comuna se seleccionó al azar el número de manzanas que resultó de dividir el número de casos asignado a la comuna por 6.

Se seleccionó un 20% de manzanas adicionales, para el caso de tener que reemplazar alguna manzana no apta para este trabajo (centros comerciales, regimientos, colegios, centros de salud, campos deportivos, y otras).

#### ❖ **Selección de viviendas**

Al interior de cada manzana seleccionada se empadronaron todas las viviendas. El total de ellas se dividió por el número de casos asignados a esa manzana, resultando así el intervalo que se utilizó para elegir las viviendas a entrevistar.

Se determinó al azar un número de arranque inferior al divisor, el que identificó a la primera vivienda elegible. Si alguna vivienda seleccionada no es apta para aplicar la encuesta en el momento (deshabitada, nadie contesta, local comercial, guardia no permite acceso, etc.), se reemplazó por la vivienda contigua.

En el caso de comunas o localidades rurales, se procedió de la siguiente forma:

- A partir de la primera casa que se encuentre en la carretera, camino de acceso o calle, el encuestador ordenó arbitrariamente las casas o bloques de casas existentes.
- Dibujó una espiral centrípeta, de afuera hacia adentro, recorriendo todas las casas. Si las casas estaban aisladas, la espiral barrió todas las casas, saltando de cada una a la más próxima. Si había casas ordenadas en bloques, la espiral barrió (de afuera hacia adentro) cada bloque. De este modo, las casas quedaron ordenadas linealmente, permitiendo definir el itinerario, aplicando un intervalo que estaba expresamente señalado en su hoja de ruta para seleccionar las viviendas.

#### ❖ **Selección del individuo a entrevistar**

Una vez seleccionada la vivienda, el encuestador preguntó por el nombre de pila de todas las personas de 18 años y más que se encontraban presentes en ese momento (individuos elegibles) y aplicó la tabla de números aleatorios de Kisch para seleccionar al entrevistado.

#### ❖ **Mecanismo de reemplazo**

En esta etapa, pudieron ocurrir las siguientes situaciones:

- No había ningún individuo elegible en el hogar (por ejemplo todos se encuentran en su lugar de trabajo o de estudio); en este caso, se pasó a la vivienda contigua, siguiendo el orden de selección de viviendas, sin alterar la aplicación del intervalo para elegir la vivienda siguiente.

- El individuo seleccionado rehusó responder; en este caso, el encuestador realizó una nueva selección entre los restantes individuos elegibles; en caso de no lograr la entrevista en este segundo intento, se pasó a la vivienda contigua.

La muestra lograda por región y por sector urbano rural fue idéntica a la muestra planificada. Con esta distribución, los márgenes de error muestral, para un nivel de confianza del 95% y bajo el supuesto de varianza máxima, son los siguientes:

- ✓ **Submuestra rural** 6,8%
- ✓ **Submuestra urbana** 2,6%
- ✓ **Muestra total** 2,5%

### **3.3.2 Recolección de la información**

El proceso de recolección de información se inició con un pretest que consideró 20 encuestas en hogares de la Región Metropolitana. Dicha fase permitió probar las dificultades en las fases de selección de la muestra, acceso a los entrevistados y aplicación del instrumento, corrigiendo la redacción de ciertas preguntas y simplificando el lenguaje utilizado.

No se registraron dificultades en esta etapa, y los ajustes al instrumento se trabajaron conjuntamente con la contraparte técnica del estudio. Para ver cuestionario definitivo, Ver Anexo N°1 del presente informe.

Una vez concluido el pretest y en posesión del instrumento final se procedió a la fase de aplicación definitiva de la encuesta, a través de varias etapas que incluyeron:

- ✓ Conformación del equipo de terreno a nivel nacional, con un equipo de 15 jefes regionales y sus respectivos equipos de encuestadores en cada una de las regiones del país, así como el staff de supervisores y revisores a nivel central.
- ✓ Capacitación del equipo, en capacitaciones centralizada para jefes regionales en la ciudad de Santiago, y de sesiones regionales para los equipos de encuestadores.
- ✓ Toma de encuestas entre los meses de noviembre y diciembre a nivel nacional.
- ✓ Controles y supervisión de las encuestas, cuyo proceso se realizó a través de cada uno de los jefes regionales, así como a través de la supervisión a nivel central con el control de calidad de cada uno de los procesos e instrumentos aplicados.

El trabajo de terreno se inició el 25 de noviembre en todas las regiones y finalizó entre el 15 de diciembre (VII región) y el 20 de diciembre (II región).

No se registraron problemas en la aplicación del cuestionario y la actitud de la mayoría de las personas seleccionadas para la muestra fue de colaboración e interés en el tema. La aplicación del cuestionario tuvo una duración promedio de 20 a 25 minutos, muy ajustados a los estándares habituales para estudios de opinión de esta naturaleza.

Durante el desarrollo del trabajo de terreno, se detectaron las siguientes dificultades:

- Dificultades de acceso en sectores ABC1 y rurales. Se observaron lugares lejanos en que no hay acceso mediante locomoción colectiva, ya sea porque no existe o porque el horario de funcionamiento es muy acotado. Para solucionar estas dificultades, se tomaron tres medidas:
  - Se organizaron viajes de encuestadores en vehículos que pudieran visitar ciertas rutas alejadas o de difícil acceso.

- Se implementaron incentivos económicos para el logro de manzanas con dificultad, principalmente ABC1 y rurales
- Se entregaron cartas a guardias y controladores de acceso para obtener permiso de ingresar a los condominios cerrados, aún cuando esta medida no dio resultado.
- En el proceso de supervisión se detectaron algunas situaciones en que la tabla de Kisch fue mal aplicada; en estos casos, el encuestador volvió a terreno para realizar correctamente la selección y aplicar la encuesta a la persona que corresponde.

Por su parte, los principales facilitadores del trabajo de terreno fueron:

- Se observó una buena disposición de los entrevistados a participar en el estudio, pues el tema les resultaba poco conocido, lo que generaba un interés por saber de qué se trataba la encuesta. La aplicación fue sencilla, y no hubo dificultades de comprensión de preguntas o conceptos, probablemente debido a que dichos problemas fueron solucionados en la fase de pretest.
- La experiencia del equipo de terreno de la Consultora en estudios a nivel nacional que permitió tomar todos los resguardos necesarios para evitar dificultades que atrasaran el trabajo.
- Para el equipo de encuestadores, el cuestionario no resultó complejo, las preguntas e indicaciones fueron suficientemente precisas y claras y los conceptos abordados en el cuestionario fueron simplificados a un lenguaje de fácil manejo y comprensión durante la fase de pretest, por lo que no se registraron dificultades de ningún tipo asociadas a la aplicación de la encuesta por parte del equipo de terreno.
- Los sectores que se visualizaron con posibles dificultades fueron visitados por las jefas regionales en automóvil, con el objetivo de disminuir el tiempo y obtener información de la manzana asignada.
- Se establecieron horarios de trabajo de terreno de preferencia en fines de semana y en días laborales después de las 17.30 horas, lo que permitió lograr una adecuada proporcionalidad entre hombres y mujeres en la muestra.

En total se supervisaron 400 encuestas aplicadas, equivalentes al 25% de la muestra total, en forma proporcional a la muestra de cada región y a las cantidades asignadas a cada encuestador. La supervisión comenzó el día 3 de diciembre y se desarrolló durante 3 semanas consecutivas.

### **3.3.3 Base de datos y procesamiento estadístico**

Una vez concluido los procesos de revisión y supervisión, se procedió a la digitación de las encuestas y la validación de la base de datos. Para el ingreso de los datos, se dispuso de un equipo de digitadores(as) con experiencia en digitación de encuestas de estas características. El proceso de digitación de encuestas finalizó sin inconvenientes. Las preguntas abiertas y aquella con alternativas “otros” fueron digitadas textualmente en la base de datos, y luego fueron codificadas.

Finalmente se realizó el proceso de validación de la base de datos, que consistió en aplicar dos tipos de control:

- Control de rango de las variables, es decir que en cada variable los valores registrados se encontraran dentro de los valores válidos de la variable.
- Control de consistencia entre variables, es decir, controlar la coherencia entre los universos que responden determinadas preguntas. Específicamente se controla que los saltos sean respetados fehacientemente.

Cuando se detectan problemas de consistencia o de rango, se verifica en cada una de las encuestas en papel las discrepancias o problemas, de tal manera de asegurar que no sea un error de digitación. La base final validada se adjunta al presente informe en soporte digital, en formato SPSS.

Para expandir la muestra, se construyeron unidades de muestreo agregadas, utilizando las variables: región, sexo y edad (en cuatro tramos). Para el detalle el proceso de cálculo de los expansores utilizados, ver Anexo N°3 del presente informe. Se anexa también una comparación entre las proporciones de la muestra y la población según sexo y edad, en Anexo N°4.

El procesamiento de la información se efectuó de acuerdo a un plan de análisis, propuesto por la consultora, al cual el mandante realizó algunas observaciones, llegándose finalmente a un plan definitivo, aprobado por el mandante.

De acuerdo al mencionado plan, los datos fueron sometidos a los siguientes tipos de análisis:

- ✓ **Análisis Univariado:** Se presentan a través de gráficos de síntesis de los resultados para cada variable incluida en cada encuesta. Este tipo de análisis se realiza con fines descriptivos, con resultados a nivel agregado (es decir, para toda la muestra).
- ✓ **Análisis Bivariado:** Con el propósito de establecer asociaciones entre las variables dependientes y las independientes, se elaboraron tablas de contingencia de cada pregunta de la encuesta cruzada con las variables independientes.
- ✓ **Prueba z de significación estadística:** Las tablas de contingencia, excepto aquellas cuya variable dependiente es de respuesta múltiple, fueron complementadas con la aplicación de la prueba z que determina si existen diferencias estadísticamente significativas entre los porcentajes obtenidos por cada segmento en que se divide la muestra –según cada variable independiente- en las distintas alternativas de respuesta de la variable dependiente
- ✓ **Índices de Transparencia:** se elaboraron dos índices:
  - Posicionamiento de la transparencia como tema país.
  - Valorización de la transparencia como herramienta

El plan de análisis estadístico se incluye en Anexo N°5 del presente informe.

### 3.4 Metodología Cualitativa

La metodología del estudio de posicionamiento ha sido combinada, pues complementó la información cuantitativa proveniente de la encuesta de posicionamiento con focus groups a la ciudadanía.

El Focus Group es una técnica de recolección de información cualitativa y grupal ampliamente utilizada, que tiene por objeto analizar e interpretar los sentidos de la acción “el sentido práctico individual”. Permite reconstruir con el informante investigado las diferentes perspectivas comprensivas o interpretativas que el sujeto asigna a una temática, acción o realidad investigada. A través del Focus Group se puede acceder al conjunto de saberes y discursos con que los actores se orientan en sus acciones, y que integra de modo privilegiado la acción de otros, y otras acciones del mismo actor (Canales, 2006).

El Focus Group consiste en una entrevista grupal en la que los participantes escuchan, conversan, interactúan, se interrelacionan y se comunican en torno a una temática específica, en este caso, en relación a sus percepciones, valoraciones y opiniones relativas al tema de la transparencia y al conocimiento, imagen y posicionamiento del Consejo para la Transparencia.

Cabe destacar que en esta técnica no se busca que los participantes tengan las mismas opiniones sobre la transparencia o sobre el Consejo, o que lleguen a un acuerdo consensuado, sino por el contrario, su riqueza reside en captar todas las realidades discursivas sobre dichas temáticas, profundizando en los matices, consensos y disensos que dicha realidad provoca en los participantes.

### **3.4.1 Grupo Objetivo y Muestra**

Los focus groups se realizaron con ciudadanos chilenos. En total se llevaron a cabo **2 sesiones de focus groups**, segmentando la muestra según estado de conocimiento o información respecto a las temáticas vinculadas con Transparencia, tal y como detalla la siguiente tabla:

<b>Estado de Información</b>	<b>Focus Groups</b>
Grupo Ciudadanos No Informados	1
Grupo Ciudadanos Informados	1
<b>Total</b>	<b>2</b>

Los grupos fueron mixtos (hombres y mujeres), diversos en edad y actividad principal, a objeto de recoger las opiniones de la mayor diversidad posible de personas.

### **3.4.2 Diseño de Pautas**

Para moderar las sesiones grupales se elaboraron dos pautas de moderación, diferenciadas según el grupo objetivo al que apuntan, las que fueron revisadas y ajustadas por la contraparte técnica de acuerdo a los objetivos del estudio y el perfil de los participantes. Las pautas finales aplicadas se presentan en anexo N°7 a N°8 del presente informe.

### **3.4.3 Levantamiento de la información**

Las sesiones se realizaron con 7 personas para el grupo de ciudadanos no informados, y con 6 personas para el grupo de ciudadanos informados. Ambas sesiones tuvieron una duración de entre 90 y 120 minutos y fueron realizadas en la ciudad de Santiago.

La realización de los focus contempló las siguientes fases:

- Selección y contacto con los participantes según los perfiles definidos en conjunto con la contraparte técnica. Dicha convocatoria fue realizada por el equipo de reclutadoras con que cuenta la consultora, y operó bajo el sistema de bola de nieve. Formalización de la invitación a los participantes mediante carta de invitación.
- Aceptación y acuerdo sobre la fecha y lugar de la sesión informada y confirmada con cada uno de los participantes en las sesiones.
- Actividades de producción asociadas (material de registro, pauta, obsequios etc.)
- Realización del focus guiado por profesionales del equipo consultor.
- Registro de la sesión en respaldo de audio digital.
- Agradecimiento y obsequio los participantes.
- Transcripción de las sesiones.

La fase de ejecución de los grupos focales debió adelantarse, a las primeras semanas del mes de diciembre, de modo que no coincidiera con las semanas de Navidad y Año Nuevo que resultan más complejas para convocar a sesiones de este tipo. El grupo de ciudadanos informados fue más difícil de contactar, pues se trata de un segmento reducido. Ello condujo a conformar el grupo principalmente con trabajadores del sector público que poseen una mayor cercanía con la materia.

Fuera de ello, no se registraron mayores complejidades en esta fase, y los participantes convocados mostraron un alto interés por las materias abordadas en las sesiones.

## 4 RESULTADOS ENCUESTA POSICIONAMIENTO

### Precisiones previas sobre la presentación de los resultados

- ✓ La forma general que asume la presentación consiste en ofrecer -para cada pregunta- un gráfico de síntesis con los resultados para la muestra total, en orden descendente. Este orden sólo se altera cuando la comprensión del gráfico exija otro ordenamiento.
- ✓ Todas las preguntas de percepción, de opinión y de conducta (variables dependientes) fueron cruzadas con las variables independientes que se identifican el plan de análisis estadístico, generándose para cada pregunta, las respectivas tablas de contingencia.
- ✓ Todas las tablas de contingencia (excepto aquellas cuya variable dependiente es de respuesta múltiple) fueron complementadas con la aplicación de la prueba z que determina si existen diferencias estadísticamente significativas entre los porcentajes obtenidos por cada segmento en que se divide la muestra –según cada variable independiente- en las distintas alternativas de respuesta de la variable dependiente, con excepción de las preguntas de respuesta múltiple que no permiten la aplicación de esta prueba de significación estadística..
- ✓ A continuación de cada gráfico, se efectúa un análisis descriptivo de los resultados, consignando las principales diferencias significativas entre segmentos relevantes, incluidas las diferencias registradas entre los habitantes de sectores urbanos y rurales que componen la muestra.

### 4.1 Caracterización de la Muestra

#### 4.1.1 Características socio demográficas

El siguiente cuadro resume las principales características socio-demográficas de los entrevistados:

Sexo	Frecuencia sin expandir	Frecuencia expandida	Porcentaje
Hombres	661	6069337	49,0
Mujeres	939	6325476	51,0
Edad	Frecuencia sin expandir	Frecuencia expandida	Porcentaje
Entre 18 y 30 años	377	3628179	29,3
Entre 31 y 45 años	464	3648356	29,4
Entre 46 y 60 años	416	3050630	24,6
61 años y más	343	2067648	16,7
Nivel socioeconómico (ingreso familiar)	Frecuencia sin expandir	Frecuencia expandida	Porcentaje
Hasta \$150.000 (NSE muy bajo)	281	1531545	12,4
Entre \$150.001 y \$250.000 (NSE bajo)	449	2674758	21,6
Entre \$250.001 y \$500.000 (NSE medio bajo)	305	2198080	17,7
Entre \$500.001 y \$1.000.000 (NSE medio )	185	1720728	13,9
Entre \$1.000.001 y \$2.000.000 (NSE medio alto)	95	1248654	10,1
Más de \$2.000.000 (NSE alto)	42	626315	5,1
Sobre \$5.000.000	3	2394734	19,3
No responde	240	2394734	19,3



<b>Nivel educacional</b>	<b>Frecuencia sin expandir</b>	<b>Frecuencia expandida</b>	<b>Porcentaje</b>
Educación básica incompleta	209	1131703	9,1
Educación básica completa	162	1003665	8,1
Educación media científica humanista y técnica incompleta	243	1623310	13,1
Educación media científica humanista y técnica completa	429	3125752	25,2
Educación superior técnico-profesional incompleta (Instituto profesional, Centro de Formación Técnica)	88	867007	7,0
Educación superior técnico-profesional completa (Instituto profesional, Centro de Formación Técnica)	158	1380931	11,1
Educación superior universitaria incompleta	94	950373	7,7
Educación superior universitaria completa	179	1894767	15,3
Magíster o doctorado (no incluya diplomados)	14	176408	1,4
Sin educación	12	38398	0,3
No Responde	12	202500	1,6
<b>Actividad principal</b>	<b>Frecuencia sin expandir</b>	<b>Frecuencia expandida</b>	<b>Porcentaje</b>
Empleador (con personas a su cargo)	19	205410	1,7
Empleado del sector público (gobierno, municipios, FFAA, empresas públicas, etc.)	90	749516	6,0
Empleado del sector privado	400	3784350	30,5
Trabajador independiente o por cuenta propia	248	1900555	15,3
Desempleado o cesante	59	501063	4,0
Jubilado o pensionado	214	1249053	10,1
Dueña de casa	422	2533191	20,4
Estudiante	133	1280501	10,3
Otro	15	191174	1,5
<b>Pertenencia a pueblo originario o indígena</b>	<b>Frecuencia sin expandir</b>	<b>Frecuencia expandida</b>	<b>Porcentaje</b>
Mapuche	94	696080	5,6
Otros	45	140827	1,1
Ninguna	1461	11557906	93,2
<b>Macrozona<sup>1</sup></b>	<b>Frecuencia sin expandir</b>	<b>Frecuencia expandida</b>	<b>Porcentaje</b>
Norte	416	1468446	11,8
Centro	608	7698604	62,1
Sur	576	3227763	26,0
<b>Sector</b>	<b>Frecuencia sin expandir</b>	<b>Frecuencia expandida</b>	<b>Porcentaje</b>
Urbano	1392	10732510	86,6
Rural	208	1662303	13,4
<b>Casos totales</b>	<b>1.600</b>	<b>12.394.813</b>	<b>-</b>

Cabe destacar, que todos los resultados que se consignan en este capítulo corresponden a la muestra total, que incluye residentes en sectores urbanos y rurales.

<sup>1</sup> La macrozona norte incluye las regiones 1,15, 2, 3 y 4. la macrozona sur abarca las regiones 5, 6, 7 y Metropolitana, en tanto que la macrozona sur incluye las regiones 8, 9, 10, 14, 11 y 12.

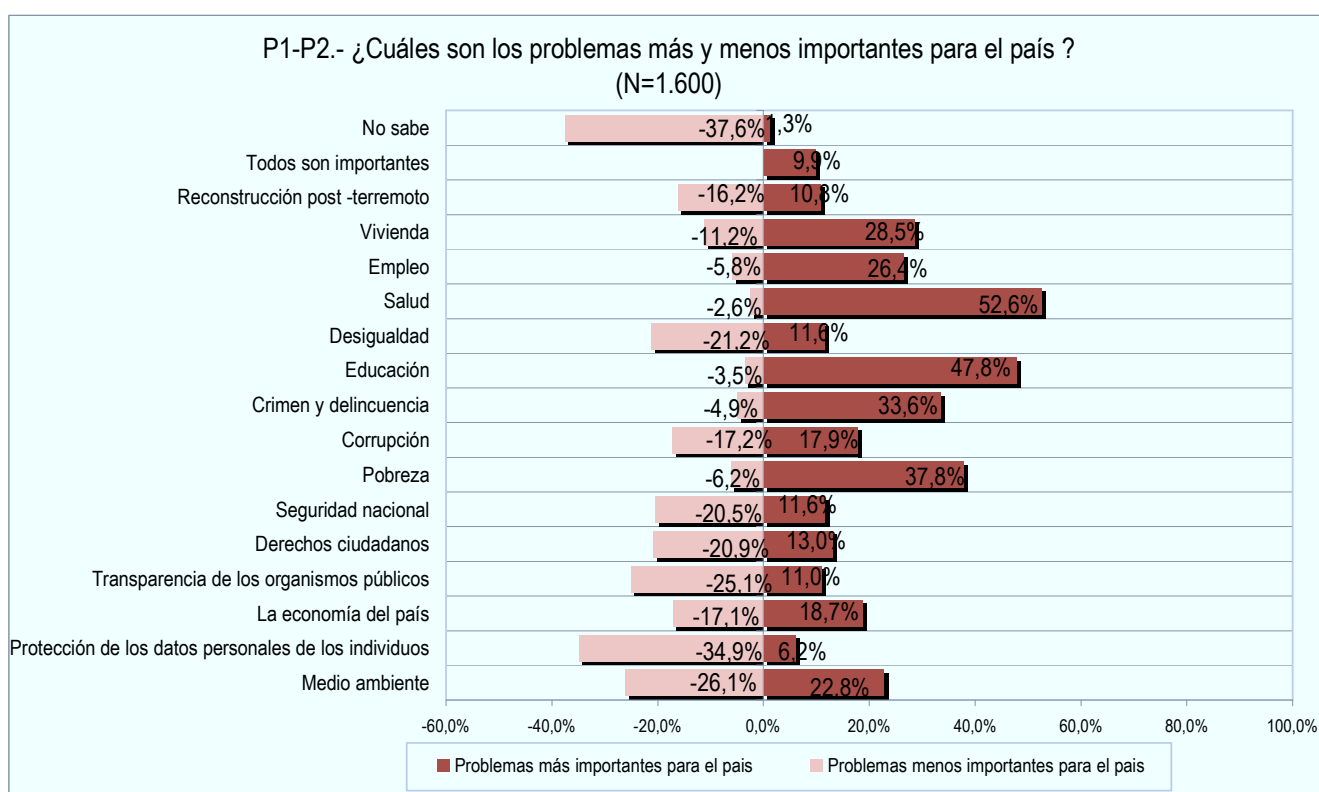
#### 4.1.2 Características sobre Capital Social

El siguiente cuadro resume las principales características de los entrevistados en cuanto a redes y capital social:

<b>Pertenencia a grupos u organizaciones</b>	<b>Frecuencia sin expandir</b>	<b>Frecuencia expandida</b>	<b>Porcentaje</b>
Organizaciones de trabajadores (Sindicatos, Federaciones, etc.)	59	342812	2,8
Colegios profesionales	26	177068	1,4
Grupos vecinales (Juntas de Vecinos)	188	913142	7,4
Partidos políticos	22	132002	1,1
Organizaciones empresariales (Gremios, Asociaciones, etc.)	27	194221	1,6
Clubes deportivos	74	533330	4,3
Grupos o asociaciones religiosas	127	656014	5,3
Centros de ex alumnos	16	145232	1,2
Asociación de consumidores	1	826	0,0
Clubes sociales y culturales (Grupo de teatro, música, etc.)	61	392521	3,2
Movimientos o movilizaciones sociales (estudiantiles, ambientalistas derechos humanos, étnicos y de género, etc.)	23	156500	1,3
Organizaciones de voluntarios (Techo para Chile, Hogar de Cristo, etc.)	29	193741	1,6
Comunidades o redes sociales de Internet (facebook, twitter, etc.)	128	963730	7,8
No pertenece a ninguno	1013	8852373	71,4
<b>Inscripción en Registro Electoral</b>	<b>Frecuencia sin expandir</b>	<b>Frecuencia expandida</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	1193	8612542	69,5
No	405	3773474	30,4
No responde	2	8797	0,1
<b>Mira foros y programas políticos</b>	<b>Frecuencia sin expandir</b>	<b>Frecuencia expandida</b>	<b>Porcentaje</b>
Frecuentemente	249	1632051	13,2
A veces	627	4631376	37,4
Nunca	710	5968028	48,1
No responde	14	163358	1,3
<b>Leer o escuchar noticias de política</b>	<b>Frecuencia sin expandir</b>	<b>Frecuencia expandida</b>	<b>Porcentaje</b>
Frecuentemente	384	2753175	22,2
A veces	663	4903709	39,6
Nunca	542	4582042	37
No responde	11	155887	1,3
<b>Conversar de política con amigos/as</b>	<b>Frecuencia sin expandir</b>	<b>Frecuencia expandida</b>	<b>Porcentaje</b>
Frecuentemente	225	1793061	14,5
A veces	584	4247978	34,3
Nunca	776	6126699	49,4
No responde	15	227075	1,8
<b>Conversar de política en familia</b>	<b>Frecuencia sin expandir</b>	<b>Frecuencia expandida</b>	<b>Porcentaje</b>
Frecuentemente	236	1710886	13,8
A veces	590	4305668	34,7
Nunca	756	6108821	49,3
No responde	18	269438	2,2
<b>Casos totales</b>	<b>1.600</b>	<b>12.394.813</b>	<b>-</b>

## 4.2 La Transparencia como tema país

### 4.2.1 Importancia de distintos temas para el país



De una lista de 15 problemas ofrecidos a los entrevistados para que seleccionaran aquéllos más que consideran los más importantes para el país, los 6 primeros lugares los ocupan salud (52,6%), educación (47,8%), pobreza (37,8%), crimen y delincuencia (33,6%), vivienda (28,5%) y empleo (26,4%).

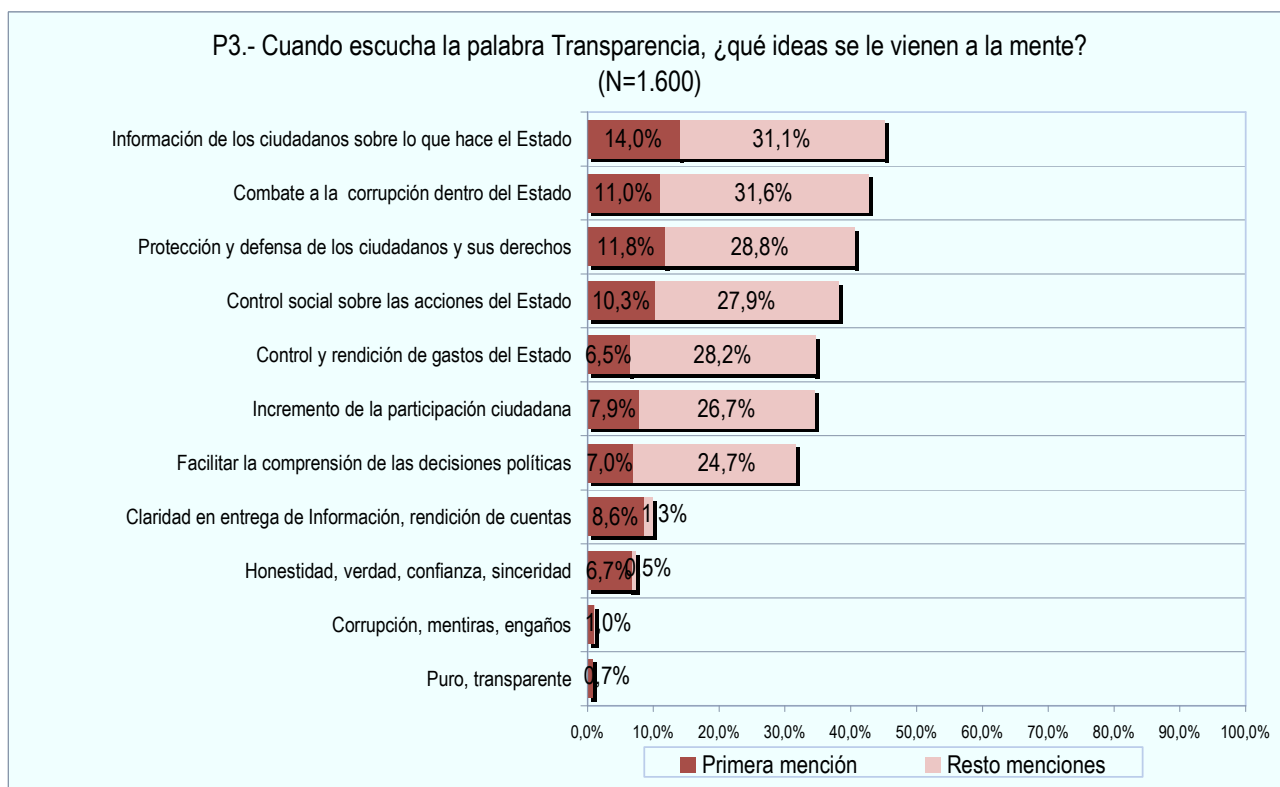
Recién en el noveno lugar, aparece el primer tema vinculado a transparencia: corrupción, con el 17,9% de las menciones.

En contraste, entre los seis temas percibidos como los menos importantes, tres de ellos se sitúan en el ámbito de la transparencia: protección de datos personales (34,9%), transparencia de los organismos públicos (25,1%) y derechos ciudadanos (20,9%). Los otros temas ubicados entre los seis menos importantes son: medio ambiente (26,1%), desigualdad (21,2%) y seguridad nacional (20,5%).

Aunque no se aplicó la prueba de significación estadística por tratarse de una pregunta de respuesta múltiple, los segmentos que más típicamente le asignan mayor y menor importancia son a los temas relativos a la transparencia son:

Le asignan mayor importancia	Le asignan menor importancia
Grupo de 46 a 60 años	Grupo de 18 a 30 años
Personas de NSE medio	Estudiantes
Desempleados	Personas con Educación técnico profesional
Jubilados	Personas que pertenecen a grupos u organizaciones

## 4.2.2 Asociaciones espontáneas con la palabra Transparencia



Tres son las principales ideas –con menciones superiores al 40%- que los ciudadanos/as asocian a la palabra transparencia: Información de los ciudadanos sobre lo que hace el Estado (45,1%), combate a la corrupción dentro del Estado (42,6%) y protección y defensa de los ciudadanos y sus derechos (40,6%).

En un segundo rango, con menciones algo inferiores al 40%, aparecen las siguientes tres ideas: control social sobre las acciones del Estado (38,2%), control y rendición de gastos del Estado (34,7%) y incremento de la participación ciudadana (34,6%) y facilitar la comprensión de decisiones políticas (31,9%).

Aunque no se aplicó la prueba de significación estadística por tratarse de una pregunta de respuesta múltiple, los segmentos que más típicamente asocian la transparencia con cada uno de los conceptos más mencionados son:

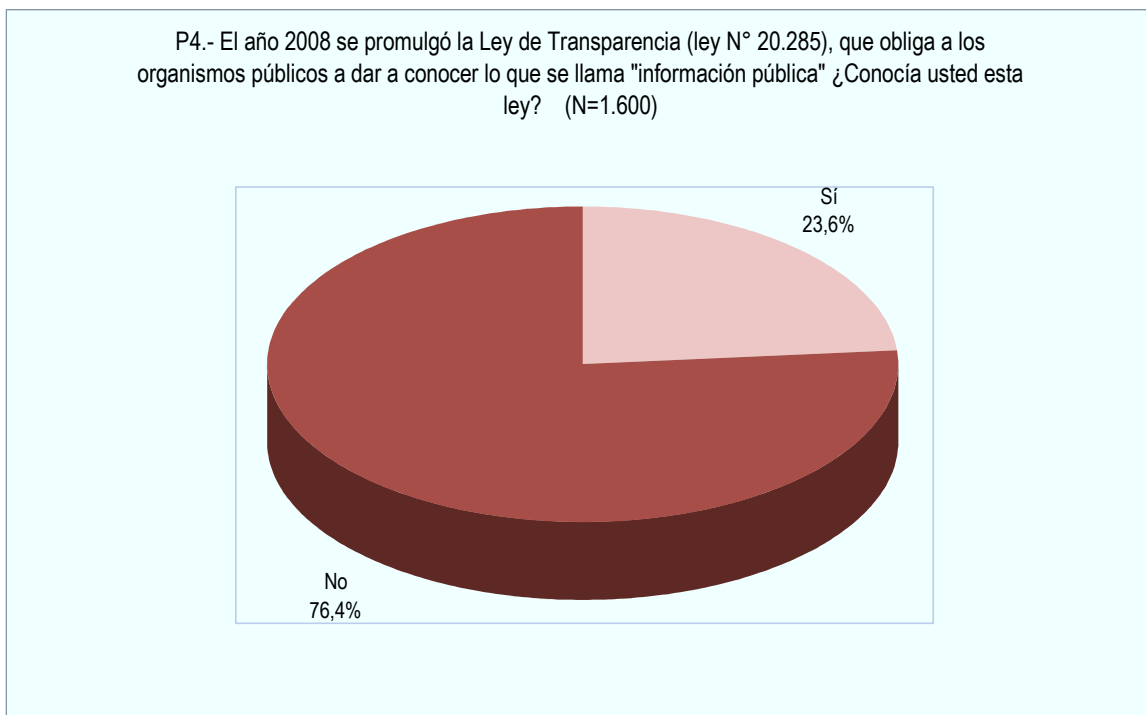
- Información de los ciudadanos sobre lo que hace el Estado: grupo etario de 18 a 30 años personas de NSE bajo y medio bajo, habitantes de la macrozona sur, residentes en sectores rurales y personas que pertenecen a grupos u organizaciones
- Combate a la corrupción dentro del Estado: grupo etario de 61 años y más, personas con educación básica, habitantes de la macrozona sur, residentes en sectores rurales, jubilados, dueñas de casa y estudiantes
- Protección y defensa de los ciudadanos y sus derechos: grupo etario de 61 años y más, personas con educación básica, personas de NSE muy bajo y bajo, habitantes de la macrozona sur y residentes en sectores rurales
- Control social sobre las acciones del Estado : habitantes de la macrozona sur y residentes en sectores rurales

- Control y rendición de gastos del Estado: habitantes de la macrozona sur, residentes en sectores rurales y personas que trabajan en el sector público
- Incremento de la participación ciudadana : habitantes de las macrozonas norte y sur y estudiantes
- Facilitar la comprensión de decisiones políticas: habitantes de la macrozona sur

Otras cinco ideas aparecen con porcentajes del 10% y menos cada una.

### 4.3 La Ley de Transparencia

#### 4.3.1 Conocimiento de la Ley



Las tres cuartas partes (76,1%) de los ciudadanos/as no conocían la Ley de Transparencia (Ley N° 20.285), que obliga a los organismos públicos a dar a conocer la información pública, mientras que la restante cuarta parte (23,5%) la conocía.<sup>2</sup>

En el análisis por segmento, se destaca que los hombres (30,1%) conocen la Ley de Transparencia significativamente más que las mujeres (17,2%).

También se registran diferencias significativas en el conocimiento de esta Ley, según el nivel educacional de los entrevistados. Es así como reportan conocer la Ley el 41,4% de los/as ciudadanos/as que alcanzaron la educación universitaria y de post grado, en comparación al 27,9% que exhiben los/as ciudadanos/as que poseen educación técnico profesional, el 16,9% de los que tienen educación media y el 10,7% de los que poseen educación básica.

El conocimiento de la Ley de Transparencia también registra diferencias significativas, según el nivel socioeconómico de los ciudadanos. En efecto, dicho conocimiento se incrementa a medida que asciende el NSE, situándose en cifras que fluctúan entre el 12 y el 15% para los NSE más bajos, las que se duplican (26,9% y 30,9% respectivamente en los NSE medio bajo y medio), para alcanzar el 36,9% y 37% en los dos NSE más altos.

La dimensión urbano rural también es relevante en cuanto a marcar diferencias significativas en el conocimiento de la Ley de Transparencia. Es así como el 25% de los/as ciudadanos que residen en zonas urbanas reportan conocer la Ley, mientras que ello sólo ocurre con el 13,9% de los que viven en sectores rurales.

<sup>2</sup> Estos resultados corresponden a la muestra total que incluye residentes en sectores urbanos y rurales

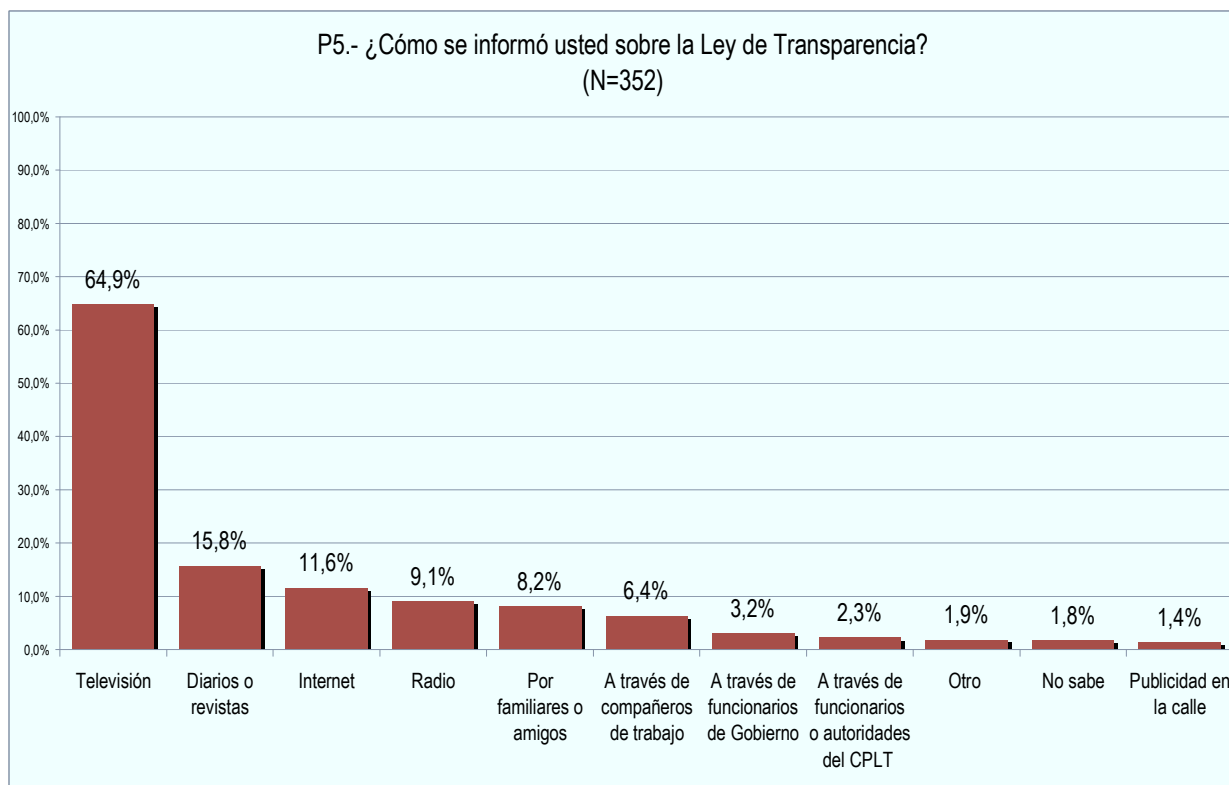
Otros sectores que muestran grados de conocimiento de la Ley de Transparencia muy superiores a la media son quienes miran frecuentemente foros y programas políticos (51,2%), leen o escuchan frecuentemente noticias de política (46,8%) y conversan frecuentemente de política con amigos (47,5%) y en familia (46,4%)

Por otro lado, quienes se identifican con otra religión -distinta de la católica o la evangélica- (36,5%) y quienes no se identifican con ninguna (35,5%) poseen un conocimiento de la Ley significativamente mayor que los católicos (21,1%) y que los evangélicos (17,3%).

Pero las dos segmentaciones más relevante para marcar diferencias en el conocimiento de la Ley de Transparencia son las relacionadas con la actividad de los/as ciudadanos/as y la exposición a la campaña del CPLT. En cuanto a la primera, quienes trabajan en el sector público constituyen el único segmento en que el conocimiento de la Ley se acerca a las tres quintas de sus integrantes (59,2%), con diferencias muy notorias (y estadísticamente significativas por cierto) con los ciudadanos/as con otro tipo de actividad, tales como estudiantes (31%), personas que trabajan en el sector privado (23%) y otros con menor grado de conocimiento de la Ley.

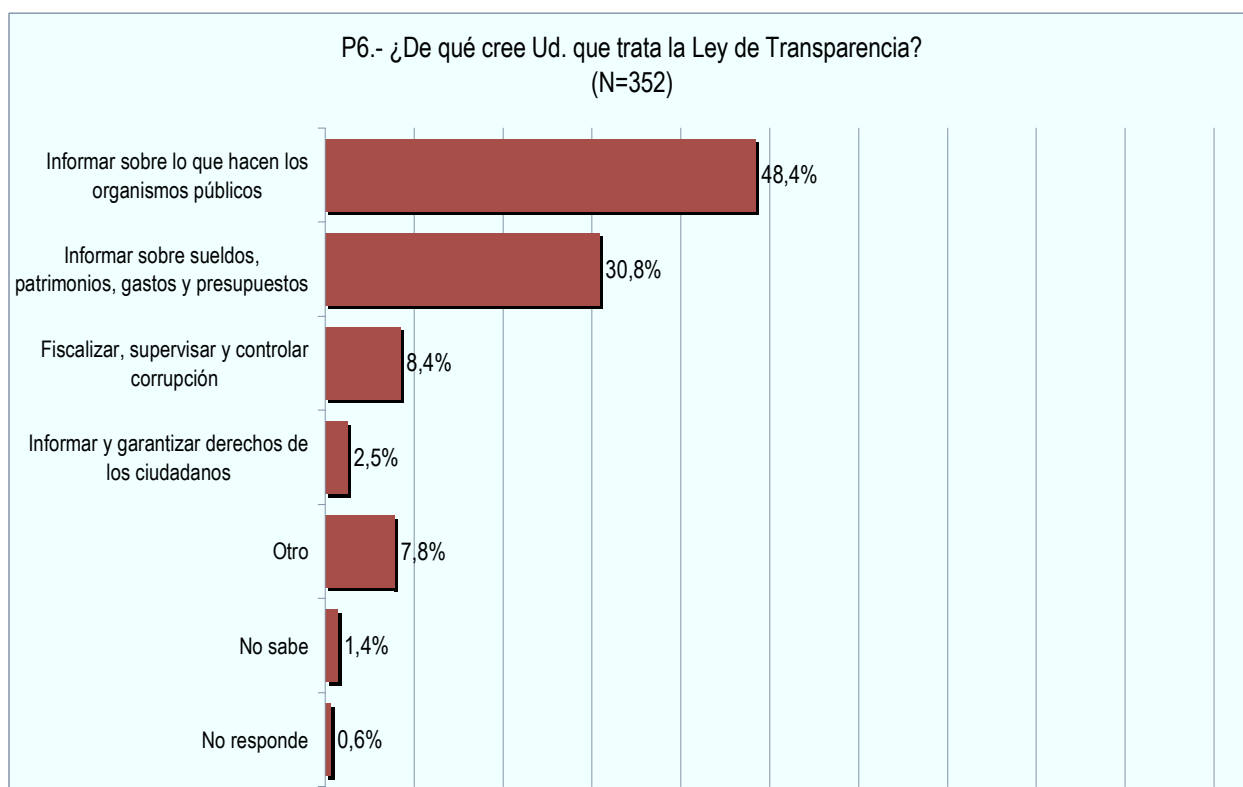
Por su parte, las dos terceras partes (67%) de los/as ciudadanos que ha visto la campaña del CPLT reporta conocer la Ley, mientras que ese conocimiento llega al 17,5% entre quienes no lo han visto.

#### 4.3.2 Medios para informarse sobre la Ley



Entre quienes conocían la Ley, la televisión aparece nítidamente como el principal medio a través del cual se informaron de su existencia (64,9%), seguido a considerable distancia por diarios y revistas (15,8%) e internet (11,6%).

### 4.3.3 De qué cree que trata la Ley de Transparencia



Casi la mitad de los ciudadanos/as que conoce la ley cree que ella se refiere a Informar sobre lo que hacen los organismos públicos (48,4%), a la vez que una proporción, algo inferior a la tercera parte, piensa que la ley se ocupa de informar sobre sueldos, patrimonios, gastos y presupuestos (30,8%).

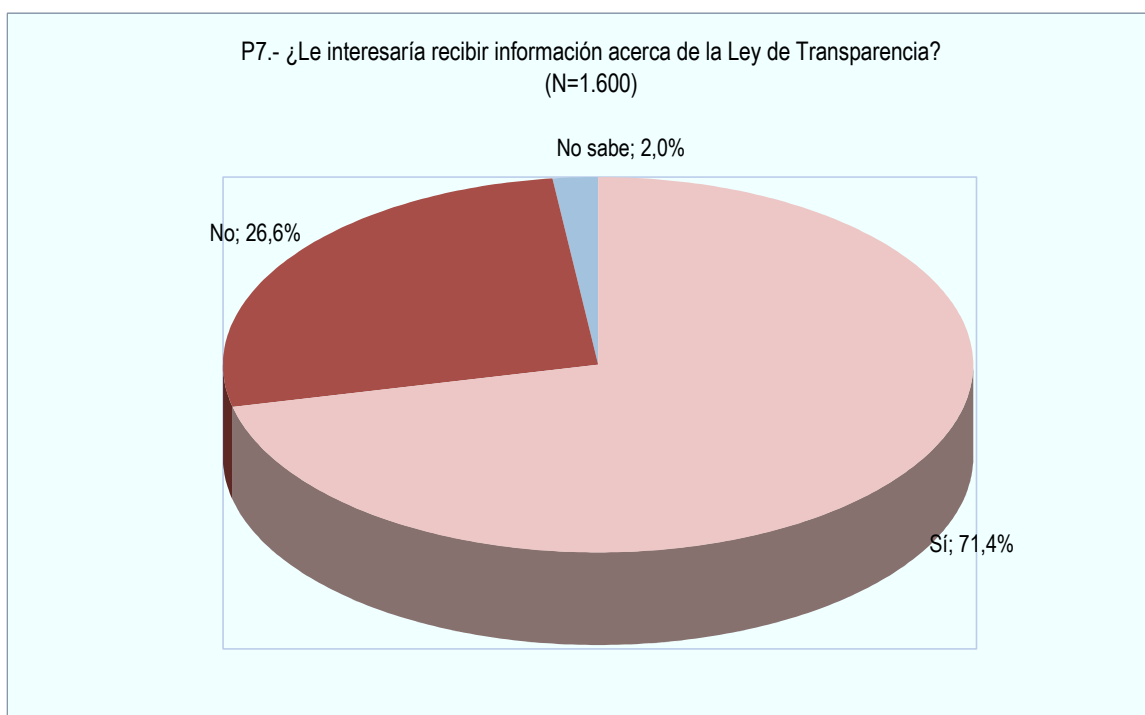
Se señalaron otras tres funciones de la Ley con menciones del 8% y menos cada una.

Al segmentar los resultados, encontramos las siguientes tendencias en relación a las funciones más mencionadas de la Ley de Transparencia:

- En la función de “informar sobre lo que hacen los organismos públicos”, se aprecian diferencias por nivel educacional. Es así que los/as ciudadanos/as que poseen educación técnico profesional (57,2%) y los que alcanzaron Educación universitaria y de post grado (54,9%) menciona esta función significativamente más que aquéllos que poseen educación media (29,8%)
- En esta función también se observan diferencias regionales, ya que es mencionada por el 51% los/as ciudadanos/as residentes en la macrozona centro y por el 35,5% de los residentes en la macrozona norte.
- También la religión marca diferencias significativas. La idea de que la Ley de Transparencia trata de “informar sobre lo que hacen los organismos públicos” es señalada por el 55% de los católicos y sólo por el 18% de los evangélicos.
- Por su parte, en la función de la Ley referida a “informar sobre sueldos, patrimonios, gastos y presupuestos” aparece una brecha muy notoria entre los/as ciudadanos/as con educación media (41,3%) y los que poseen educación básica (8,5%)



#### 4.3.4 Interés en recibir información acerca de la Ley



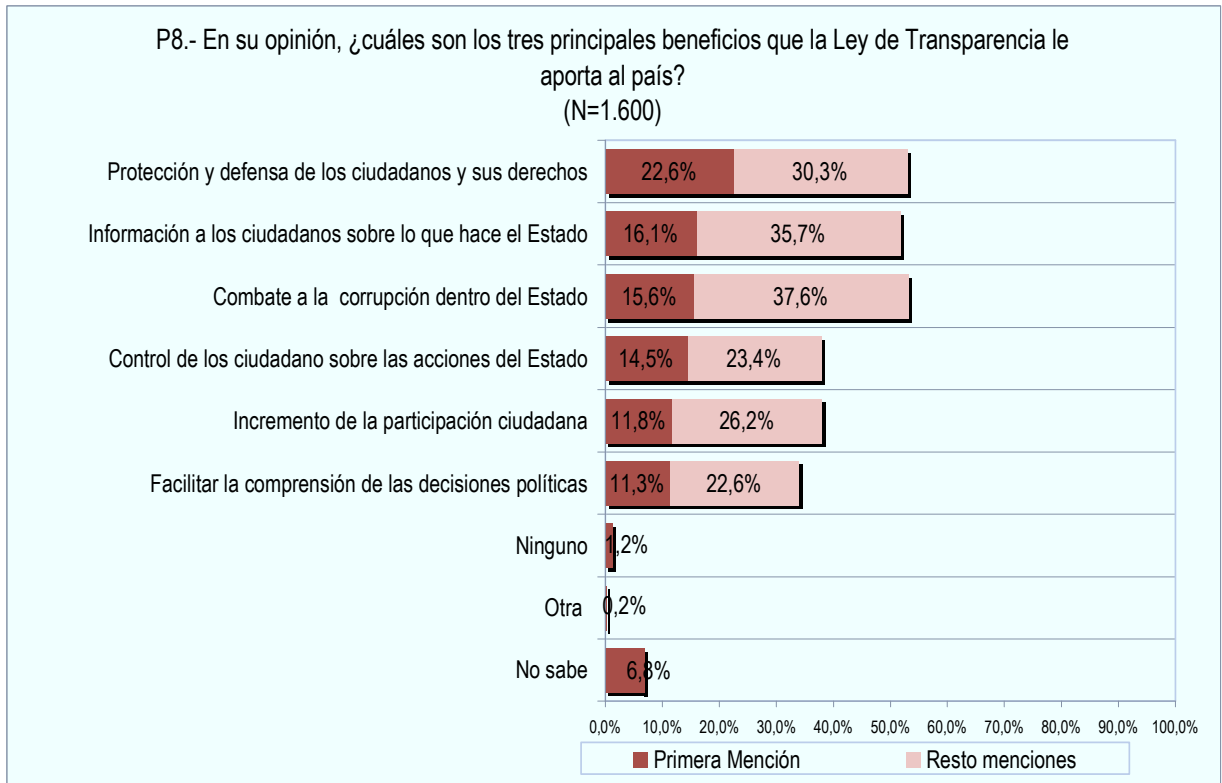
Al 71,4% de los ciudadanos/as le interesaría recibir información sobre la Ley de Transparencia, a la vez que un 26,6% se muestra desinteresado al respecto.

Dentro de esta tendencia predominantemente interesada en la ley, se aprecian diferencias significativas entre algunos segmentos de ciudadanos/as. El interés es mayor entre las personas que miran o leen a veces noticias o programas políticos (75,8%) en comparación a los que no lo hacen nunca (67,3%). El interés en recibir información sobre la Ley de Transparencia también es superior entre los que se identifican con otra religión distinta de la católica o la evangélica (85,9%) al expresado por los católicos (70,9%).

En cambio el desinterés en recibir información es significativamente superior entre los residentes de la Macrozona centro (29,1%) que el de los que viven en la Macrozona norte (18,4%).<sup>3</sup>

<sup>3</sup> La macrozona norte incluye las regiones XV, I, II, III y IV, en tanto que la macrozona centro abarca las regiones V, VI, VII y Metropolitana y la sur se compone de las regiones VIII, IX, X, XIV, XI y XII.

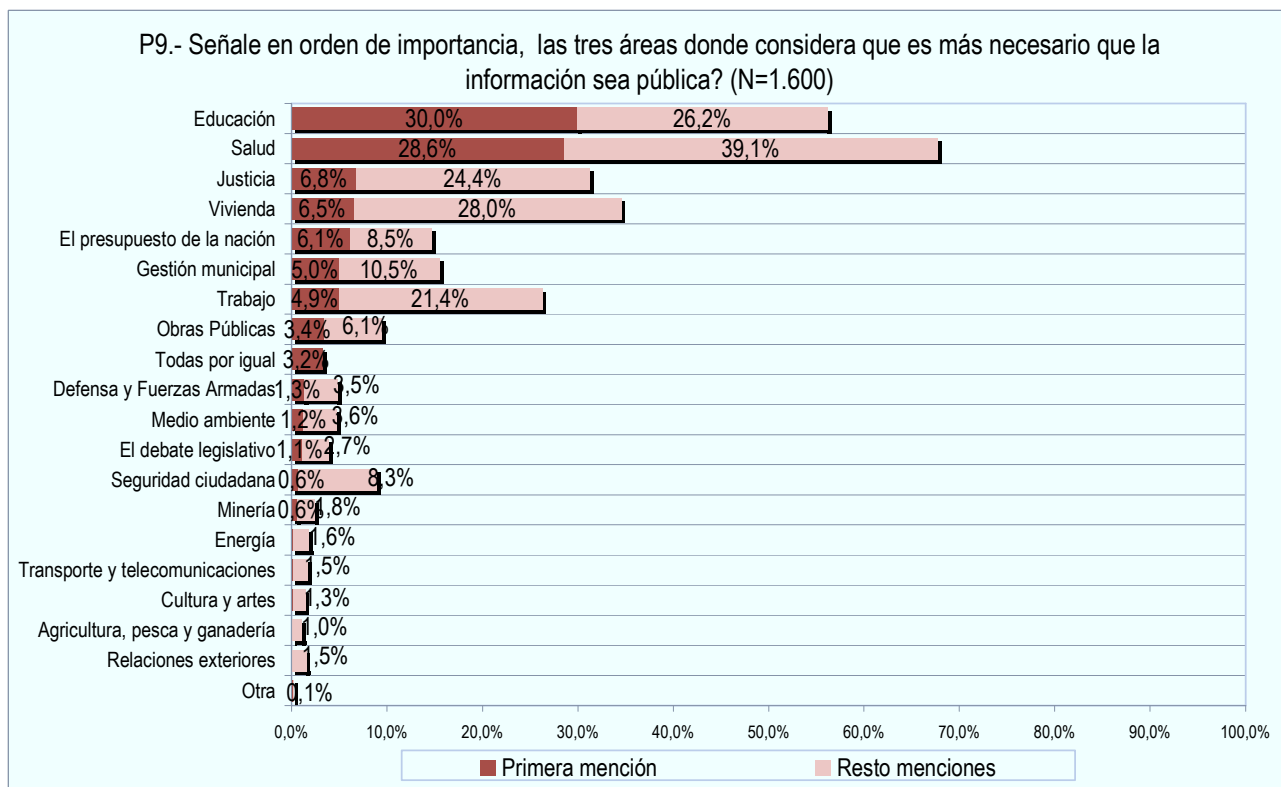
#### 4.3.5 Percepción de beneficios de la Ley para el país



Entre los beneficios que la Ley de Transparencia le aporta al país, sobresalen el combate a la corrupción dentro del Estado (53,2%) y la protección y defensa de los ciudadanos y sus derechos (52,9%), seguidas por información a los ciudadanos sobre lo que hace el Estado, con un 51,7%.

## 4.4 La Transparencia y los organismos públicos

### 4.4.1 Áreas en que es más necesario que la información sea pública



Salud (67,7%) y educación (56,2%), son las dos áreas en que los ciudadanos consideran más necesario que la información sea pública. En los lugares siguientes, a considerable distancia, se ubican Vivienda (34,5%), Justicia (31,3%) y Trabajo (26,3%).

#### 4.4.2 Tipos de información sobre los organismos públicos que debiera ser de fácil acceso

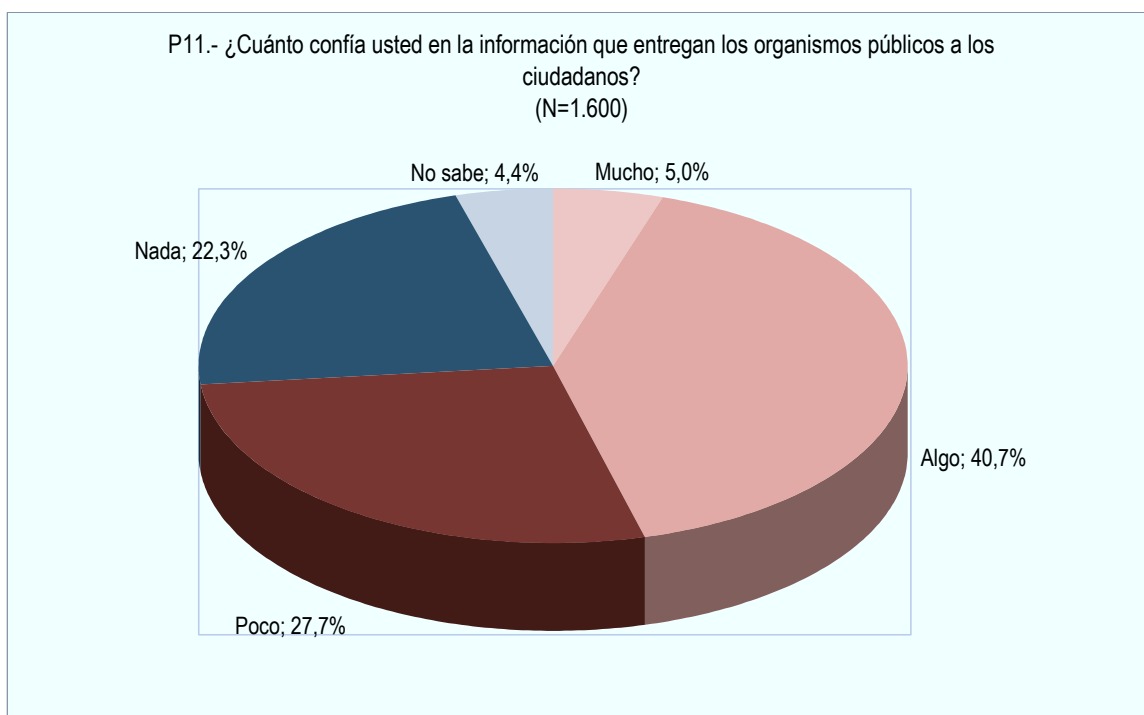


Las respuestas relativas al tipo de información acerca de los organismos públicos que debiera ser de fácil acceso se ordenan en dos grupos: en el primero encontramos 3 tipos de información que obtienen en torno a la mitad de las menciones cada uno: los servicios que presta (51,7%), los subsidios y beneficios entregados a personas (49,4%) y, la forma en que se gasta el presupuesto (48,8%).

En el segundo grupo, con menciones que superan la tercera parte cada una, se ubican los siguientes tipos de información: las transferencias de dinero a la comunidad u otras organización (37,9%), los recursos que posee el organismo (37,4%), las compras y adquisiciones que realiza (35,7%) y los trámites para tener acceso a los servicios que presta (35,3%).

Otras seis funciones obtienen menciones que fluctúan entre el 19% y el 31%.

#### 4.4.3 Grado de confianza en información entregada por organismos públicos a los ciudadanos y razones de desconfianza



Aunque sólo uno/a de cada veinte ciudadanos/as declara confiar mucho en la información proporcionada por los organismos públicos, cabe destacar algunas diferencias significativas en esta confianza en su más alto grado. Los/as ciudadanos/as de NSE medio alto (10,6%) confían significativamente más que los NSE medio bajo (4,8%). Por otra parte, las personas que trabajan en el sector público (17%) cuadruplican en esta confianza a los que se desempeñan en el sector privado (3,9%) y a los jubilados y pensionados (4,1%).

Asimismo, quienes miran frecuentemente foros y programas políticos y conversan frecuentemente de política con amigos y familiares se ubican en proporciones de alta confianza que fluctúan entre el 11% y el 13%, con diferencias significativas con quienes no ven esos programas ni conversan sobre esos temas.

Al analizar la distribución de quienes declaran confiar algo en la información entregada por los organismos públicos, apreciamos que este grado de confianza mediana es mayor en el grupo etario más joven (42,9%) que en el grupo mayor de 61 años (37%). También en esta respuesta se detectan diferencias significativas según nivel educacional. Mientras el 55,1% de los/as ciudadanos/as que alcanzaron educación universitaria y de post grado y el 45,7% de los que poseen educación técnico profesional confían algo en la información entregada por los organismos públicos, esta respuesta desciende al 37,2% entre las personas con educación media y al 26,6% entre los que poseen educación básica.

El nivel socioeconómico es también una variable relevante en cuanto a marcar diferencias significativas en este grado intermedio de confianza (confían algo) en la información entregada por los organismos públicos. En efecto, se constata que esta respuesta aumenta

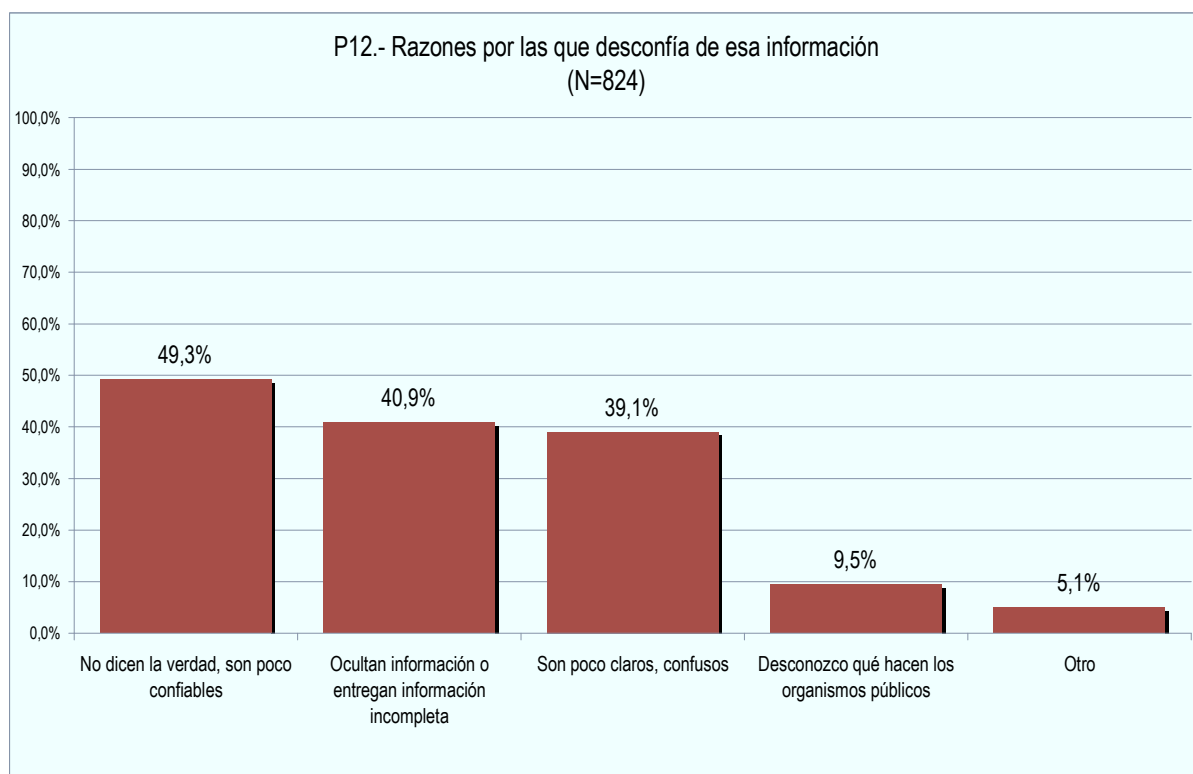
sistemáticamente a medida que sube el nivel socioeconómico de los/as ciudadanos/as, con niveles en torno al 30% en los NSE bajo y muy bajo, que asciende al 39,6% en el NSE medio bajo y se ubica entre el 55% y el 58% en los NSE medio y medio alto, para alcanzar el 69,8% en el NSE más alto.

El nivel educacional registra algunas diferencias en la desconfianza intermedia (confían poco). Es así como se ubican en esta categoría el 32,2% de los/as ciudadanos con educación básica y el 30,8% de aquéllos que alcanzaron la educación media, ambos significativamente por sobre el 18,3% expresado por los/as ciudadanos con niveles superiores de educación (universitaria y post grado). Al segmentar el grado extremo de desconfianza, se confirma esta tendencia: el 31,9% de los/as ciudadanos con educación básica y el 27,9% de los que poseen educación media no confían nada en la información de los organismos públicos, proporciones que descienden significativamente al 13,8% entre las personas con educación técnico profesional y al 11,5% entre los que poseen educación universitaria y de post grado.

La misma relación se observa entre desconfianza y nivel socioeconómico. La “poca” confianza entre los/ciudadanos de los NSE muy bajo (33,9%), bajo (31,5%) y medio bajo (33,9%) duplica a la registrada entre los/ciudadanos/as de NSE medio alto (16,7%). La confianza nula se comporta de modo aún más agudo, ya que los/as ciudadanos/as de los NSE muy bajo y bajo que se ubican en ella (en torno al 30% cada segmento) triplican esta misma respuestas de las personas de NSE medio (8,4%) y medio alto (10,3%).

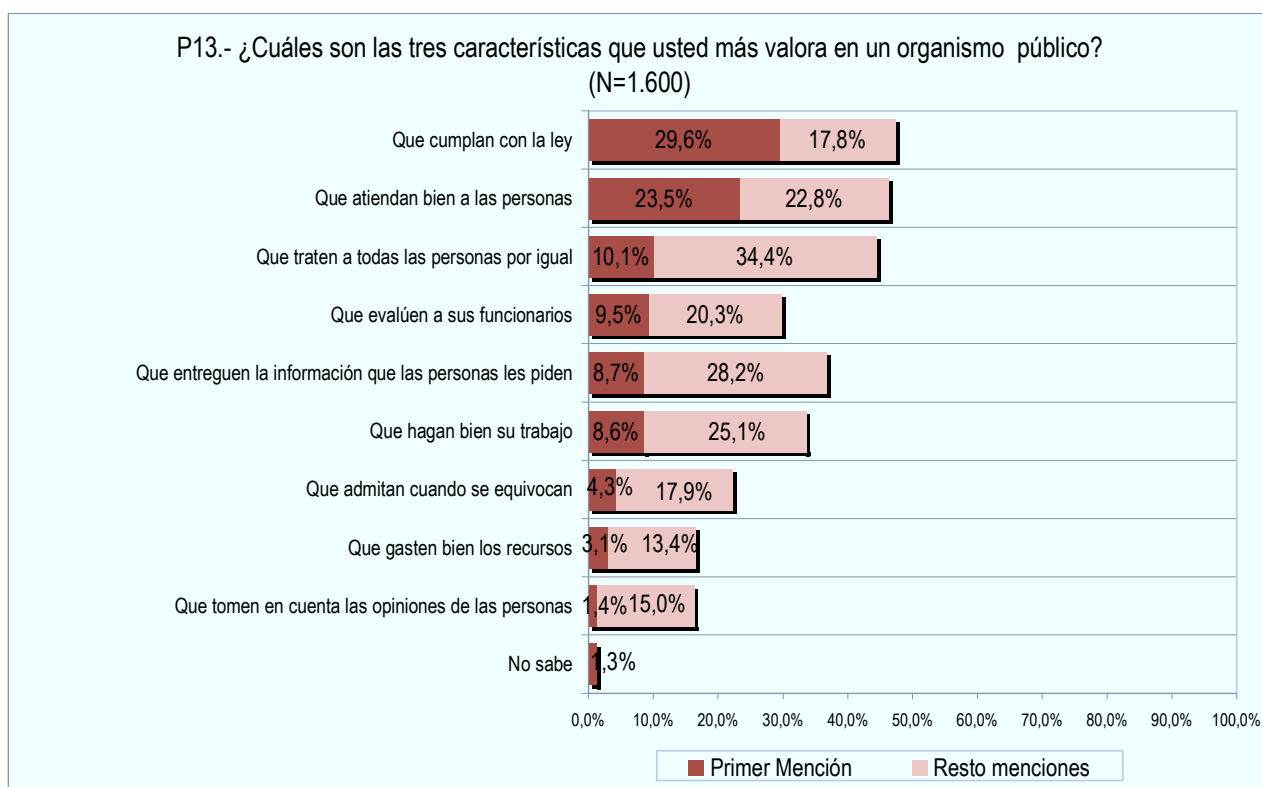
El grado intermedio de desconfianza (confían poco) es superior en la macrozona norte (36,2%) que en la macrozona centro (23,7%), mientras que el grado extremo de desconfianza (no confían nada) es significativamente mayor en el centro (25,3%) que en el norte (17,4%) y el sur (17,2%).

Finalmente se verifica una tendencia muy clara a la mayor desconfianza en su grado extremo entre las personas que no miran nunca foros ni programas políticos, que no leen ni escuchan nunca noticias de política y que no conversan nunca de política con amigos ni en familia, todos ellos con porcentajes ente el 26% y el 27% de confianza nula, que se sitúa significativamente entre 9,5 y 11,4 puntos porcentuales por sobre esa misma respuesta entre las personas que realizan frecuentemente cada una de esas actividades.



Las principales razones señaladas para desconfiar de la información que les entregan los organismos públicos, se refieren a que dichos organismos no dicen la verdad, son poco confiables (49,3%), ocultan información o entregan información incompleta (40,9%) y son poco claros, confusos (39,1%).

#### 4.4.4 Características más valoradas en Organismo Públicos

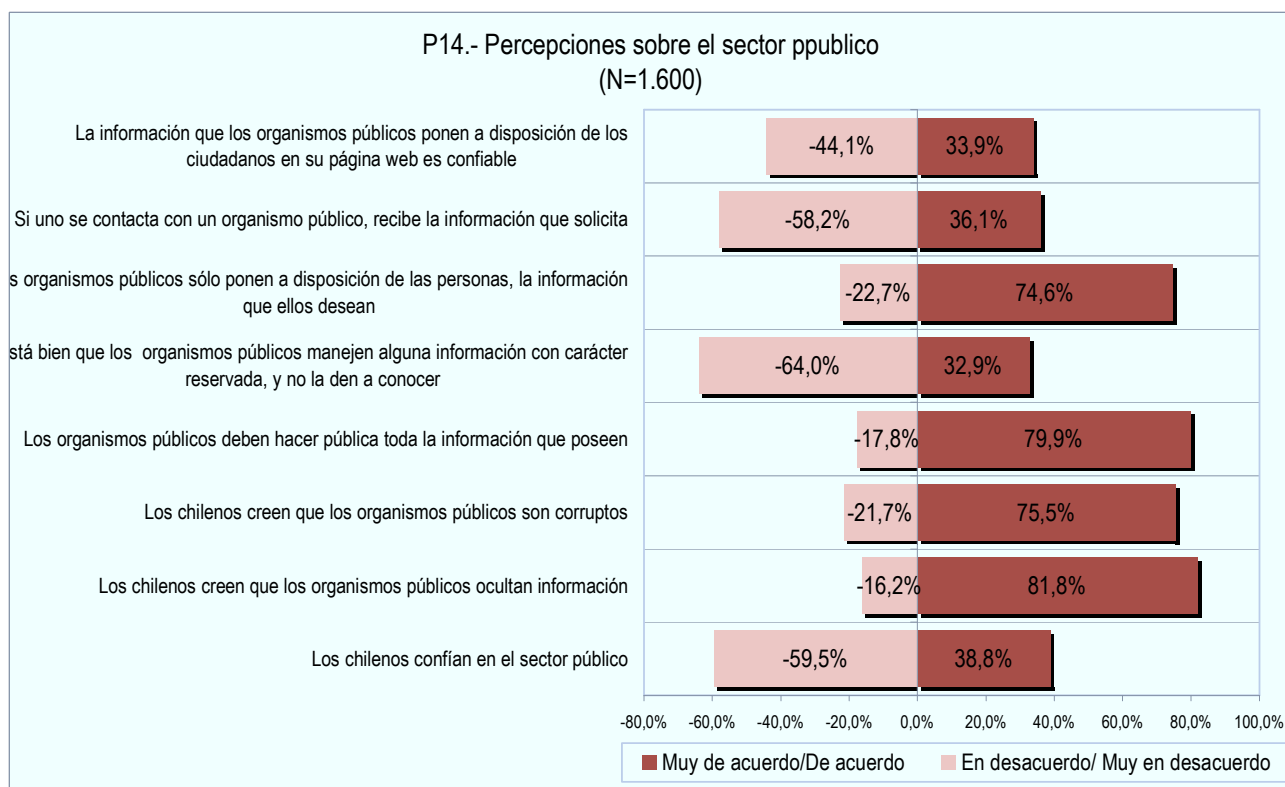


Las características de un organismo público más valoradas por los ciudadanos/as, con menciones entre el 44% y el 48%, son que cumplan con la ley (47,4%), que atiendan bien a las personas (46,3%) y que traten a todas las personas por igual (44,5%).

En un segundo grupo de respuestas, con menciones entre el 30% y el 37%; se valora que entreguen la información que las personas les piden (36,8%), que hagan bien su trabajo (33,7%) y que evalúen a sus funcionarios (29,8%).



#### 4.4.5 Percepciones sobre Organismos Públicos



En relación a la imagen de los organismos públicos, se aprecian algunas tendencias claras, aunque con diferente grado de consenso.

En primer lugar, cabe destacar aquellos enunciados que concitan **un acuerdo** del 75% o más cada uno:

- Los chilenos creen que los organismos públicos ocultan información (81,8%)
- Los organismos públicos deben hacer pública toda la información que poseen (79,9%)
- Los chilenos creen que los organismos públicos son corruptos (75,5%)
- Los organismos públicos sólo ponen a disposición de las personas, la información que ellos desean (74,6%)

En segundo lugar, se aparecen tres afirmaciones que generan **un grado de desacuerdo** que fluctúa entre el 58% y el 64%:

- Está bien que los organismos públicos manejen alguna información con carácter reservada, y no la den a conocer (64%)
- Los chilenos confían en el sector público (59,5%)
- Si uno se contacta con un organismo público, recibe la información que solicita (58,2%)

Finalmente, la afirmación que generó mayor división en las opiniones fue:

- La información que los organismos públicos ponen a disposición de los ciudadanos en sus páginas web es confiable, (44,1% en desacuerdo y 34% de acuerdo)

En síntesis, la imagen predominante de los organismos públicos, en relación a la transparencia se estructura en torno a los siguientes atributos:

- Ocultan información
- Son corruptos
- Son poco confiables

Por otro parte, se verifica un gran rechazo al manejo de información reservada por parte de los organismos públicos (el 64% se manifiesta en desacuerdo con que exista este tipo de información reservada), acompañada de una exigencia muy consistente y aún más extendida en el sentido que deben entregar toda la información que poseen (el 79,9% señala su acuerdo con esta posición).

Al efectuar un análisis de estos enunciados por segmento, constatamos las siguientes tendencias:

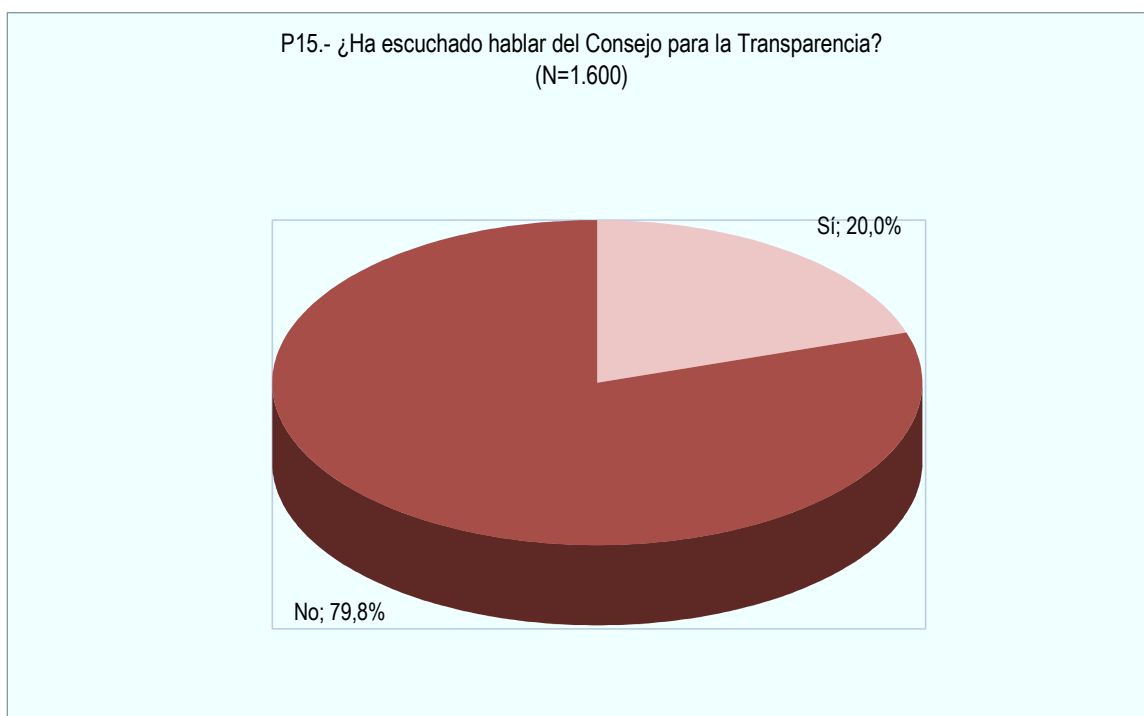
- Los chilenos creen que los organismos públicos ocultan información: El acuerdo con esta afirmación es significativamente superior entre las personas de nivel socioeconómico medio (94,2%) que el detectado entre las de NSE medio alto (78,5%), a la vez que el desacuerdo marca una diferencia significativa entre quienes leen y escuchan frecuentemente noticias de política (21%) respecto de los que no lo hacen nunca (11,3%)
- Los organismos públicos deben hacer pública toda la información que poseen: Esta demanda es mayor entre las personas de educación media (81,3%) que entre las de educación universitaria y de post grado (74,9%) y también marca diferencias significativas entre la macrozona norte (91,7%) en relación al resto del país (78,3%)
- Los chilenos creen que los organismos públicos son corruptos (75,5%): Esta percepción de corrupción es más aguda entre las personas de educación media (81,2%) que entre las de educación universitaria y de post grado (68,8%), mientras que el desacuerdo registra una diferencia significativa entre quienes conversan frecuentemente de política con amigos (26,9%) respecto de los que no lo hacen nunca (18,1%)
- Los organismos públicos sólo ponen a disposición de las personas, la información que ellos desean (74,6%): Las personas de educación media (81,1%) y de NSE medio bajo (81,5%) aparecen significativamente más de acuerdo con esta afirmación que los/as ciudadanos/as que alcanzaron la educación universitaria o de post grado (70,1%) y los de NSE medio alto (63%) y alto (60,3%). Este acuerdo también es mayor en la macrozona norte (84,7%) que en el centro (70,2%) y entre las personas que pertenecen a un grupo u organización (81,1%) en comparación a las que no pertenecen (72%)
- Está bien que los organismos públicos manejen alguna información con carácter de reservada, y no la den a conocer: En esta afirmación se revierte la tendencia que venía mostrando la segmentación socioeconómica y por nivel educacional en relación a las otras afirmaciones. En este caso la aceptación al manejo de información reservada es mayor entre las personas con educación técnico profesional (40,6%) y las de NSE medio bajo

(41,7%) que la registrada entre las que poseen educación universitaria y de post grado (26,8%) y las de NSE alto (19,9%).

- Los chilenos confían en el sector público: El desacuerdo es significativamente mayor entre las personas con educación media (70,2%) que entre los que alcanzaron educación universitaria y de post grado (48%), a la vez que se incrementa junto con la disminución del nivel socioeconómico (70% en los dos NSE más bajos y entre el 31% y el 37% en los dos NSE más altos)
- Si uno se contacta con un organismo público, recibe la información que solicita: Se detecta un grado de acuerdo significativamente mayor entre las personas con educación universitaria y de post grado (44,4%) que el observado entre las personas con educación básica (29,1%). Asimismo, los dos niveles socioeconómicos más altos manifiestan un 58% de acuerdo, el que desciende a casi la mitad en los NSE más bajos (28%). También el acuerdo es significativamente mayor entre quienes se desempeñan en el sector público (54,6%) en comparación con las dueñas de casa (24,5%) y entre quienes vieron la campaña del CPLT (50,2%) que entre los que no la vieron (34,5%)
- La información que los organismos públicos ponen a disposición de los ciudadanos en sus páginas web es confiable: El grado de acuerdo con esta afirmación se incrementa sistemáticamente a medida que disminuye la edad (27,1% en el grupo etario de 61 y más hasta 40,5% en el grupo de 18 a 30 años). El acuerdo también aumenta sistemáticamente junto con el incremento del nivel educacional (16,5% en los individuos de educación básica hasta 53,6% en los de educación universitaria y post grado) y el ascenso en el nivel socioeconómico (21,1% en el NSE muy bajo y 67,8% en el NSE muy alto)

## 4.5 Conocimiento y percepciones sobre el Consejo para la Transparencia

### 4.5.1 Conocimiento del Consejo para la Transparencia



Las cuatro quintas partes de los ciudadanos/as (79,8%) no han escuchado hablar del Consejo para la Transparencia, en tanto que el quinto restante (20%) sí lo ha hecho.

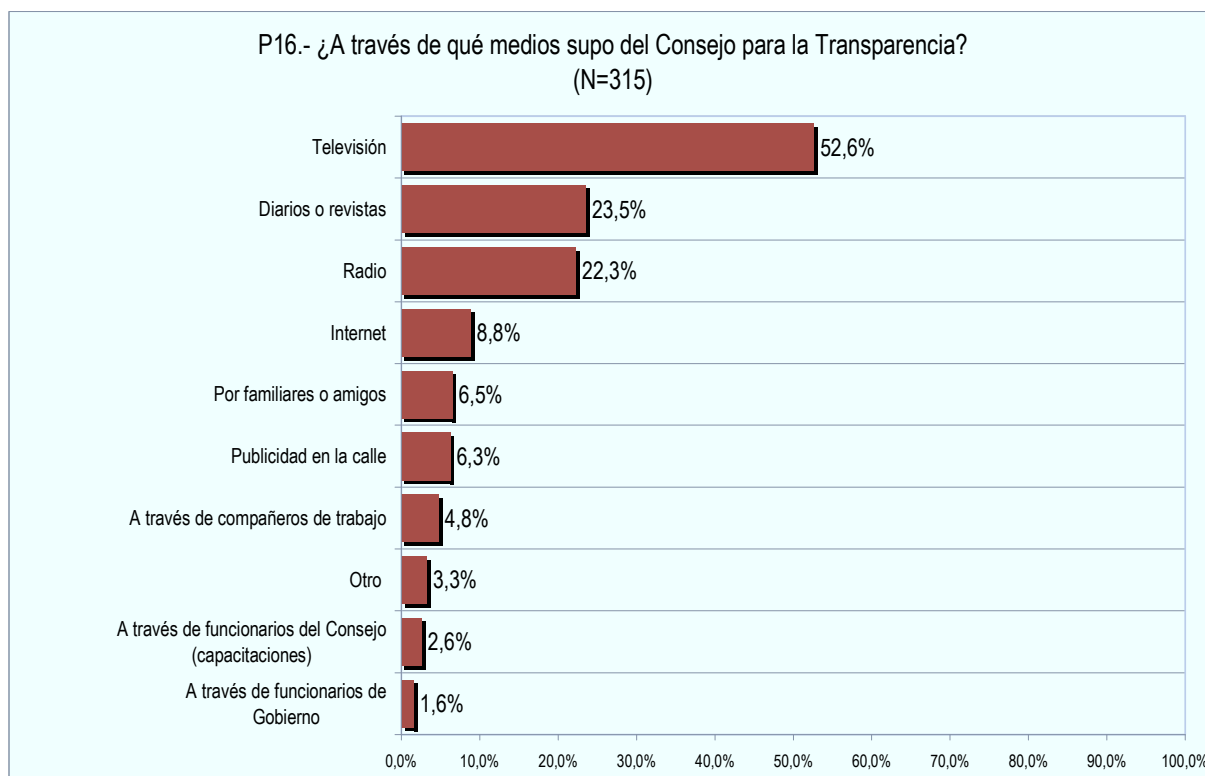
En el análisis por segmento se destaca un mayor porcentaje de hombres (22,9%) que han escuchado hablar del CPLT en relación a mujeres (17,3%). Asimismo, se observa una tendencia al incremento entre ciudadanos/as con mayor educación. Así, un 9,6% de los/as que tiene educación básica ha escuchado hablar del CPLT, que asciende al 35% entre los que tiene universitaria y postgrado. Cuestión similar ocurre por NSE donde los valores fluctúan de 12% a 39,4% a medida que aumentan los ingresos.

Por otro lado se observa que los residentes de zonas urbanas (21,7%) duplican en conocimiento del CPLT a los de zonas rurales (9,2%). También se marcan diferencias significativas en el conocimiento del CPLT entre los/as ciudadanos que pertenecen a organizaciones o grupos (28,1%), los que están inscritos en los registros electorales (24%) respecto a los que no pertenecen (16,8%), los que no están inscritos (11%).

El conocimiento del CPLT por parte de los/as ciudadanos/as que leen o escuchan frecuentemente noticias de política, o foros y programas políticos o conversa de política con amigos, (entre el 35,4% y el 38,7%) triplica el registrado por aquéllos/as que no realizan nunca estas actividades.

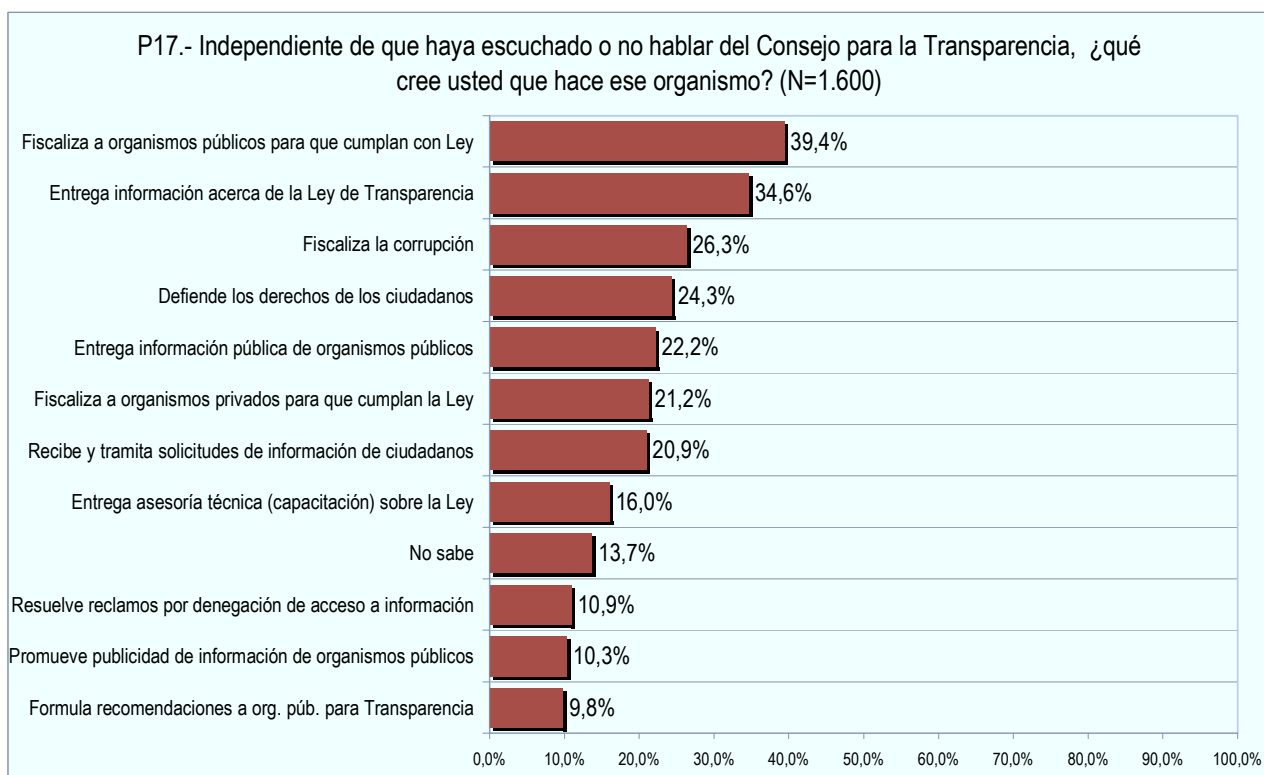
Como era de esperar, casi la totalidad de quienes vieron la campaña del CPLT (99,5%) reporta haber escuchado hablar de este organismo, en comparación al 8,1% de conocimiento que registran quienes no vieron la campaña.

#### 4.5.2 Medios para informarse sobre el Consejo



Entre quienes han escuchado del CPLT, la televisión aparece como el principal medio a través del cual se informaron de la existencia del Consejo (52,6%), duplicando a quienes lo conocieron a través de diarios y revistas (23,5%) y radio (22,6%) respectivamente.

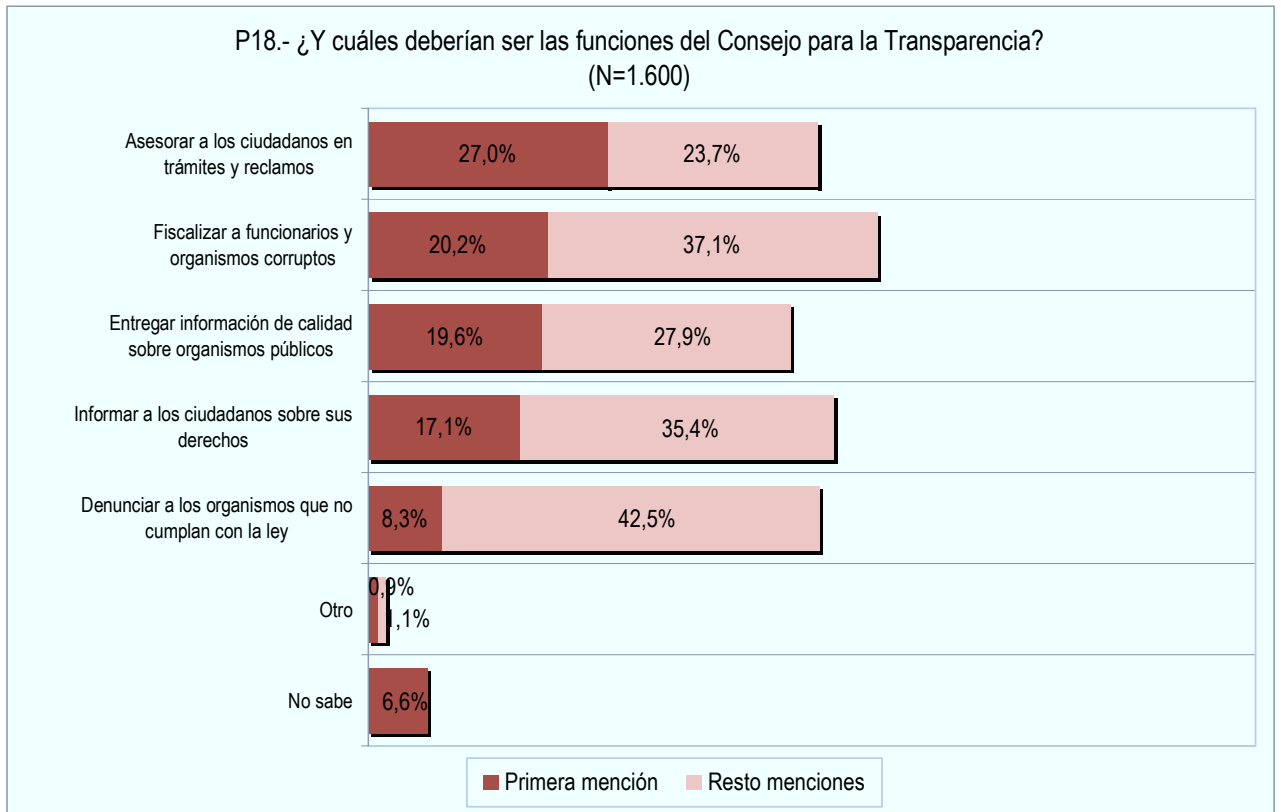
### 4.5.3 Funciones percibidas del Consejo



Tres son las principales funciones que los ciudadanos/as le atribuyen actualmente al Consejo, independientemente que hayan o no escuchado hablar de él:

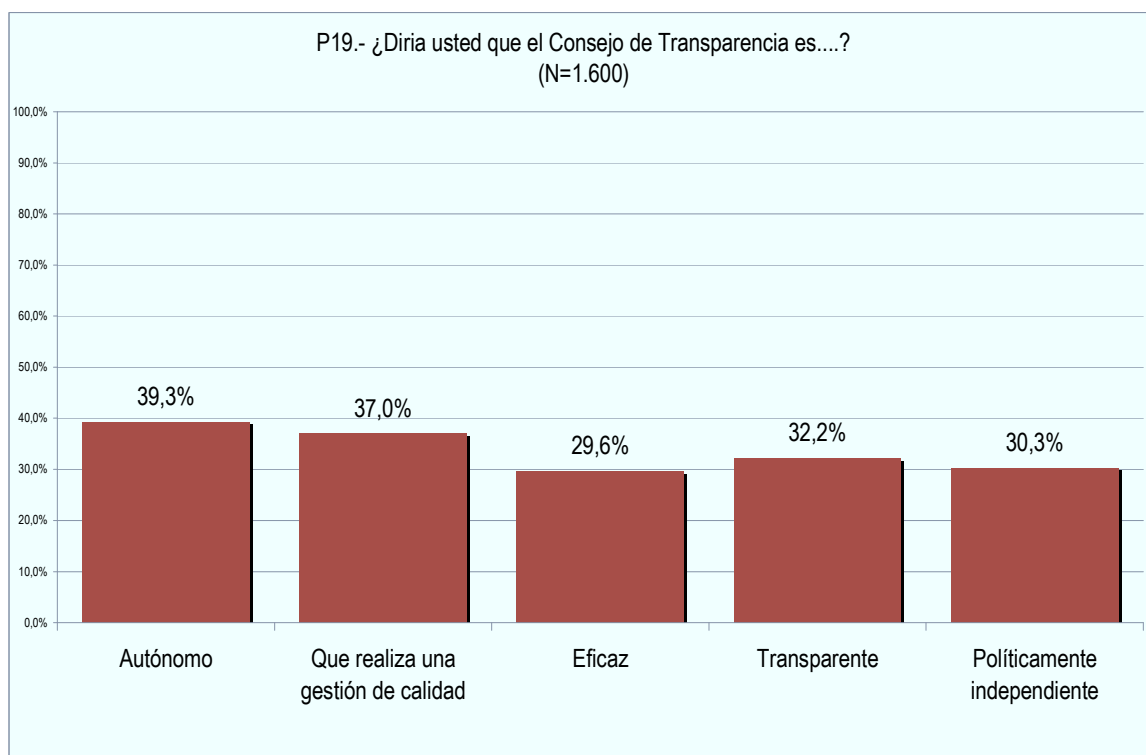
- Fiscaliza a los organismos privados para que cumplan con la Ley de Transparencia (39,4%)
- Entrega información acerca de la Ley de Transparencia y acceso a la información (34,6%)
- Fiscaliza la corrupción (26,3%). Esta última se ubica en el tercer lugar, a pesar de no ser una función del Consejo.

#### 4.5.4 Funciones que debiera cumplir el Consejo



Respecto a las funciones que el CPLT debiera cumplir, se aprecia una distribución muy equitativa entre cuatro funciones, ya que todas ellas obtienen en torno al 50% de las menciones. Sin embargo, esta equidad se rompe cuando se analiza la mención señalada en primer lugar, que registra un claro primer lugar para “Asesorar a los ciudadanos en trámites y reclamos” con un 27%, más que triplicando a la función de “Denunciar a los organismos que no cumplan con la ley” que marca un 8,3%.

#### 4.5.5 Atributos asociados al Consejo



Respecto a la imagen del Consejo para la Transparencia, el siguiente cuadro resume las percepciones de los ciudadanos en relación a 5 atributos indagados:

Atributos	% Sí	% No
Autónomo	39,3	30,0
Que realiza una gestión de calidad	37,0	24,6
Eficaz	29,6	29,8
Transparente	32,2	29,4
Políticamente independiente	30,3	35,0

Como puede apreciarse, la opinión de los ciudadanos/as está bastante dividida, acerca de los atributos del Consejo, registrándose dos de ellos en que la diferencia entre la opinión positiva y la negativa no alcanza los 3 puntos porcentuales.

El análisis de estos atributos por segmento, indica las siguientes tendencias principales:

- La percepción de autonomía del CPLT se incrementa junto con elevarse el nivel educacional desde 31,7% entre los/as ciudadanos/as con educación básica y media al 50,9% entre quienes tiene educación técnico profesional y 49,3% de los que alcanzaron educación universitaria y postgrado. Lo mismo ocurre con el nivel socioeconómico, en que la percepción de autonomía del CPLT se eleva desde el 30% y 36% en los NSE más bajo hasta alcanzar el 62% y el 66,9% en los NSE más altos. Esta percepción también es significativamente mayor en la macrozona centro (42,9%) que en la s macrozonas norte (33,2%) y sur (33,7%)



- La percepción de que el CPLT realiza una gestión de calidad reitera las tendencias por nivel educacional y nivel socioeconómico ya registradas respecto a la autonomía y lo hace con porcentajes bastante similares. Así, esta percepción se eleva desde el 26,2% y el 29,1% entre los/as ciudadanos/as con educación básica y media al 49,9% entre quienes tiene educación técnico profesional y 49,3% de los que poseen educación universitaria y postgrado. La percepción de que realiza una gestión de calidad asciende desde niveles en torno al 25% y 30% en los NSE más bajo para duplicarse en los NSE más altos (67,8% y 69%).
- La percepción de eficacia del CPLT mantiene las mismas tendencias por nivel socioeconómico, aunque en rangos de porcentaje algo menores. Así, mientras esta percepción es compartida por la cuarta y la quinta parte de los NSE más bajos, ella se eleva al 52,3% y al 66,8% en los más altos
- La percepción de transparencia muestra una diferencia significativa entre los grupos extremos de edad (37,4% en el grupo 18-30 años y 24,5% en el grupo de 61 años y más). Además, se observa una tendencia de incremento en el reconocimiento de este atributo a medida que se eleva el nivel educacional (desde 24,4% en educación básica a 43,8% en universitaria) y el nivel socioeconómico (desde 20,2% en el NSe muy muy hasta 64,5% en el más alto),
- En cuanto negar el atributo de independencia política del CPLT, los/as ciudadanos/as que leen o escuchan frecuentemente noticias de política, o foros y programas políticos (45%) o conversa frecuentemente de política en familia (45,1%) registran una diferencia significativa con aquéllos/as que no realizan nunca estas actividades (31,1% y 32,5% respectivamente)

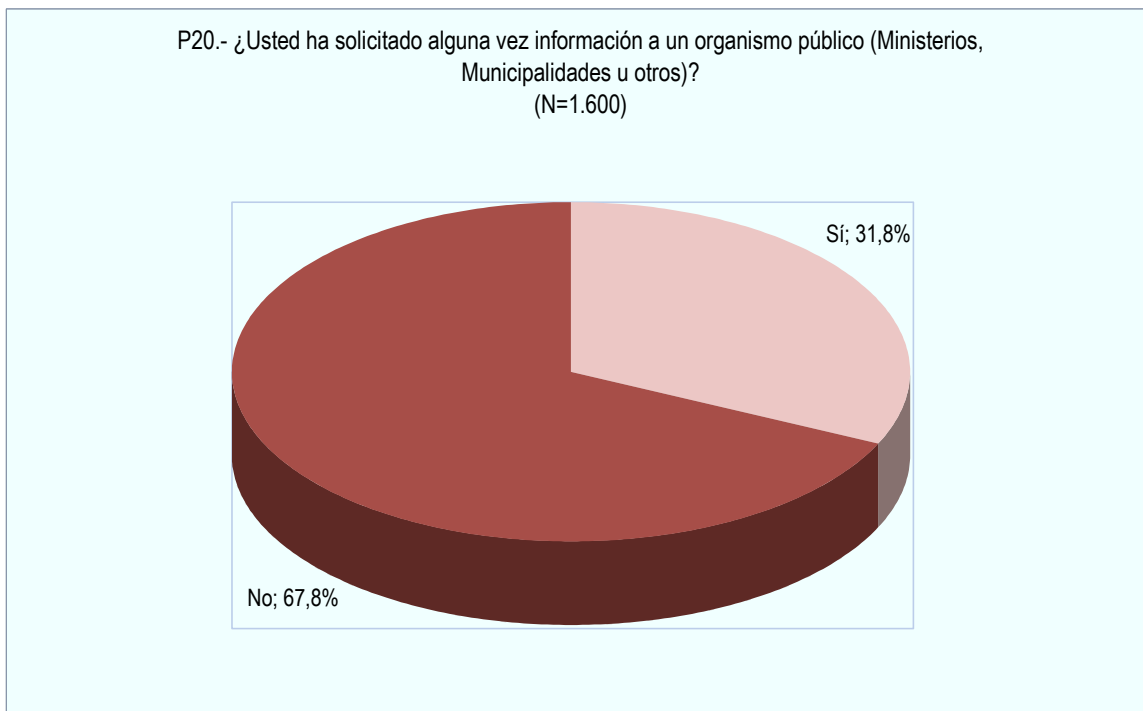
#### 4.5.6 Exposición a la campaña del CPLT



Las cuatro quintas partes de los ciudadanos/as (80,3%) no ha visto ni escuchado la campaña del CPLT, mientras que la restante quinta parte -que reporta haberla visto o escuchado- se distribuye equitativamente entre quienes que lo hicieron por radio (5,7%) y diarios (5,9%), proporción que desciende al 2,3% respecto a quienes la vieron en la vía pública, con un 7,4% que no responden o no recuerdan el medio.

## 4.6 Conductas y disposiciones en relación a la búsqueda de información pública

### 4.6.1 Ha solicitado información a algún organismo público



Algo menos de la tercera parte de los ciudadanos/as (31,8%) ha solicitado alguna vez información a un organismo público, mientras que las dos terceras partes restantes (67,8%) no la han solicitado.

En el análisis por segmento se aprecia que las mujeres (34,4%) han solicitado información con mayor frecuencia que los hombres (29,1%).

La solicitud de información a algún organismo público también registra diferencias significativas según tramo etario. Más de la mitad de los/as ciudadanos/as entre los 18 y 30 años no han solicitado información a algún organismo público (66,3%), situación similar con los/as ciudadanos de 61 años y más, donde un 72,6% no ha pedido información.

El hecho de pertenecer o no pertenecer a organizaciones y grupos también es una dimensión relevante para el análisis. Más de dos tercios de los/as que no pertenecen a organizaciones y grupos no han solicitado información a algún organismo público, por sobre un (26,3%) que si lo ha pedido.

Otra característica de los/as ciudadanos/as que no han solicitado información a un organismo público es que no miran nunca foros y programas políticos (73,2%), no leen ni escuchan noticias de política (75,3%), no conversan nunca de política con amigos (75,3%) ni con la familia (74,3%).

Por otro lado, un 69,2% de ciudadanos/as que no han solicitado información a un organismo público, no han visto la campaña del CPLT.

#### 4.6.2 Organismo al cual solicitó información

Ahora bien, quienes han solicitado información, lo hicieron a los siguientes organismos públicos la última vez que solicitaron:

Tipo de organismos	% de ciudadanos/as que ha solicitado información
Municipios	48,8
Servicios Públicos	27,3
Ministerios	18,2
Intendencias y Gobernaciones	2,6
FF.AA, de Orden y Seguridad Pública	2,1
Empresas Públicas	0,4
Otra institución	0,5

Se observa un notorio predominio de los municipios como el tipo de organismo público más concurrido en búsqueda de información. La mención de los municipios (48,8%) casi duplica a la de los organismos públicos en general (27,3%), ubicándose en tercer lugar los ministerios (18,2%).

Los/as ciudadanos que han solicitado información a municipios alcanzaron en su mayoría educación básica (67,1%), pertenecen a niveles socioeconómicos bajo y muy bajo, con un 51,7% y 54,6% respectivamente, y son preferentemente dueñas de casas (57,9%).

### 4.6.3 Tipo de información solicitada

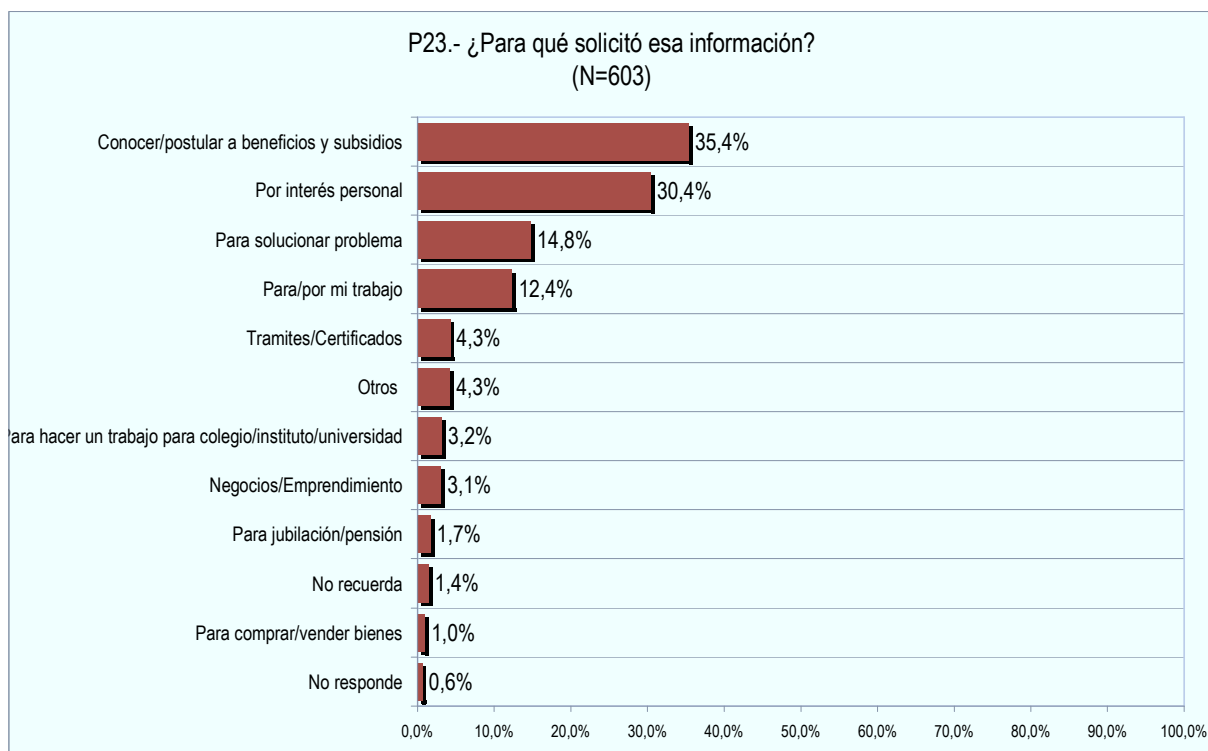


En relación al tipo de información solicitada, se detecta una gran dispersión, dentro de la cual, se destacan: subsidios y beneficios de Vivienda (29,2%), seguido por temas laborales/ pensiones/ previsión social, subsidios y beneficios de educación y subsidios y beneficios de salud, todos ellos con menciones en torno al 9% cada uno.

Se registran otros 4 tipos de información con menciones que fluctúan entre el 3% y el 6% cada una, en particular: otras materias (6,9%), información sobre trámites, permisos, certificados o pagos (6,2%), subsidios y bonos en general (4,8%) y fondos concursables (4,5%).

Los demás tipos de información solicitada son dispersos y poseen menciones cercanas al 3% o menos cada una.

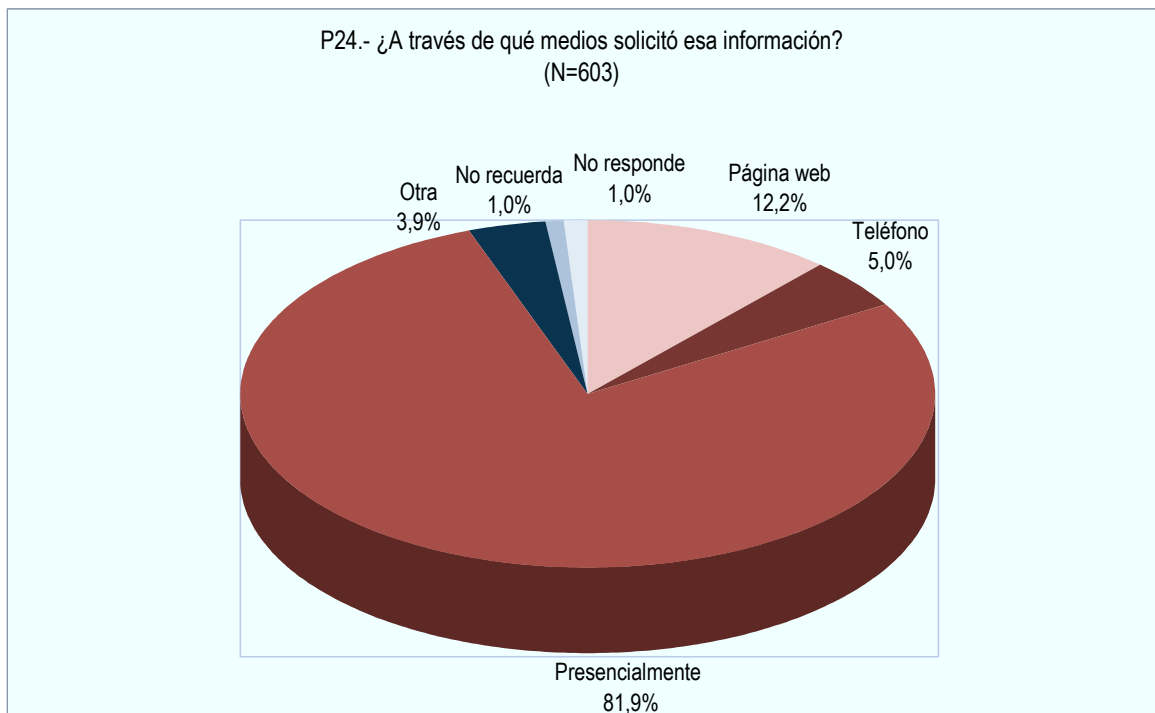
#### 4.6.4 Motivo para solicitar información



Se registran dos motivos notoriamente superiores a los demás para haber solicitado información la última vez: Conocer/postular a beneficios y subsidios (35,4%) y por Interés personal (30,4%). A gran distancia, se ubican otros dos motivos: solucionar problema (14,8%) y su trabajo (12,4%).

Ninguno de los otros motivos alcanza el 5% de las menciones. No se destacan segmentos específicos respecto a los motivos para solicitar información a algún organismo público.

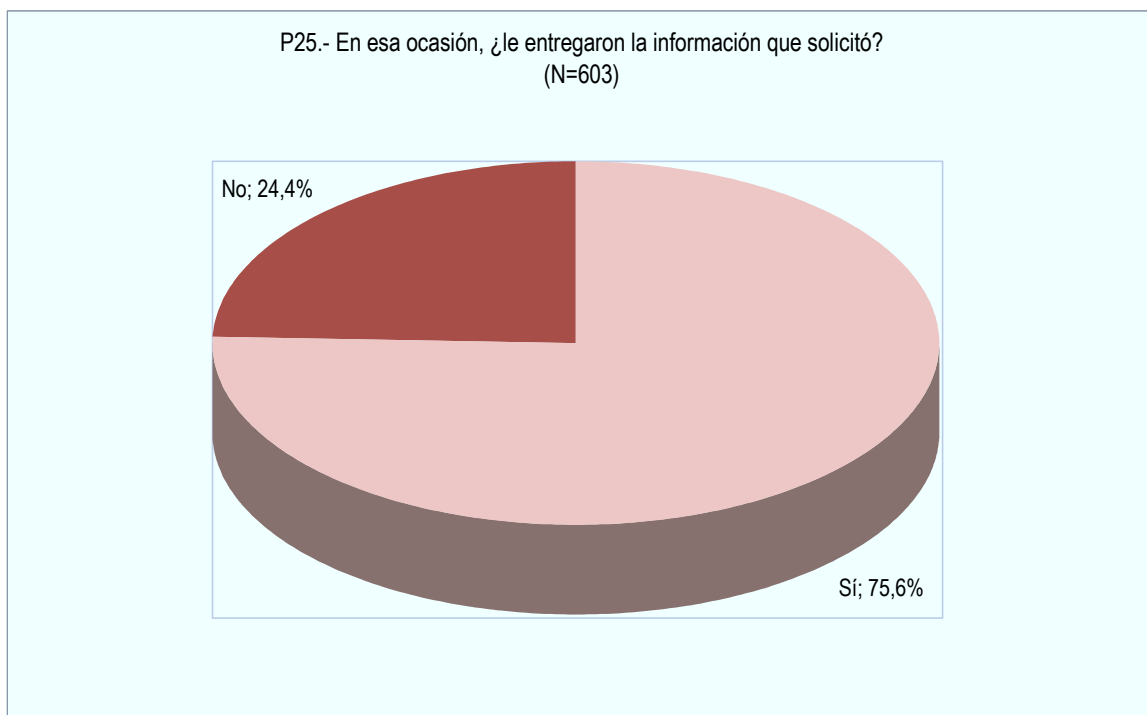
#### 4.6.5 Medios utilizados para solicitar información



En relación al medio utilizado la última vez para solicitar la información, las cuatro quintas partes (81,9%) de los ciudadanos/as lo hicieron presencialmente y la octava parte (12,2%), a través de la página web del organismo.

No se reportan segmentos específicos destacados respecto a los medios utilizados para solicitar información a algún organismo público.

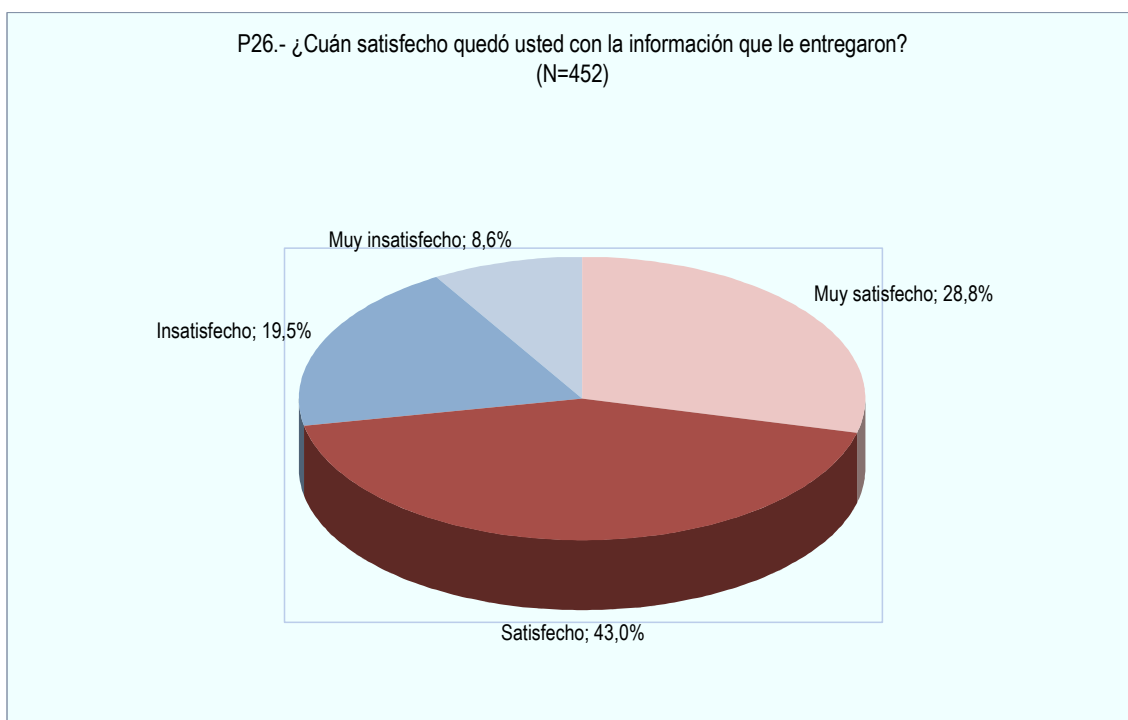
#### 4.6.6 Le entregaron información solicitada



Las tres cuartas partes de los ciudadanos/as que han solicitado información (75,6%) reportan que la última vez que lo hicieron, la información les fue entregada, mientras que el 24,4% de ellos declara que no le entregaron la información. No se observan segmentos con diferencias estadísticamente significativas respecto a la recepción de respuesta a la solicitud de información efectuada.

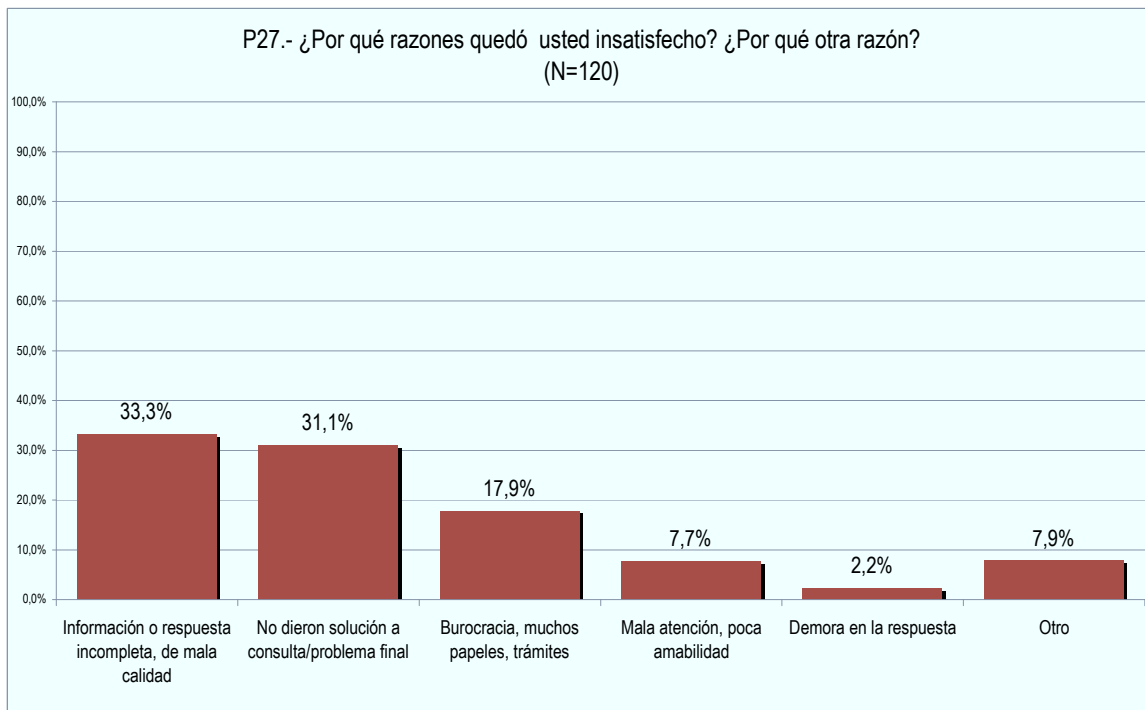


#### 4.6.7 Grado de satisfacción con información entregada y razones de insatisfacción



Casi tres cuartas partes de los encuestados (71,8%) que reportan haber recibido la información solicitada, se declaran muy satisfechos (28,8%) y satisfechos (43,0%). Un 28,1% se muestra insatisfecho o muy insatisfecho con la respuesta recibida.

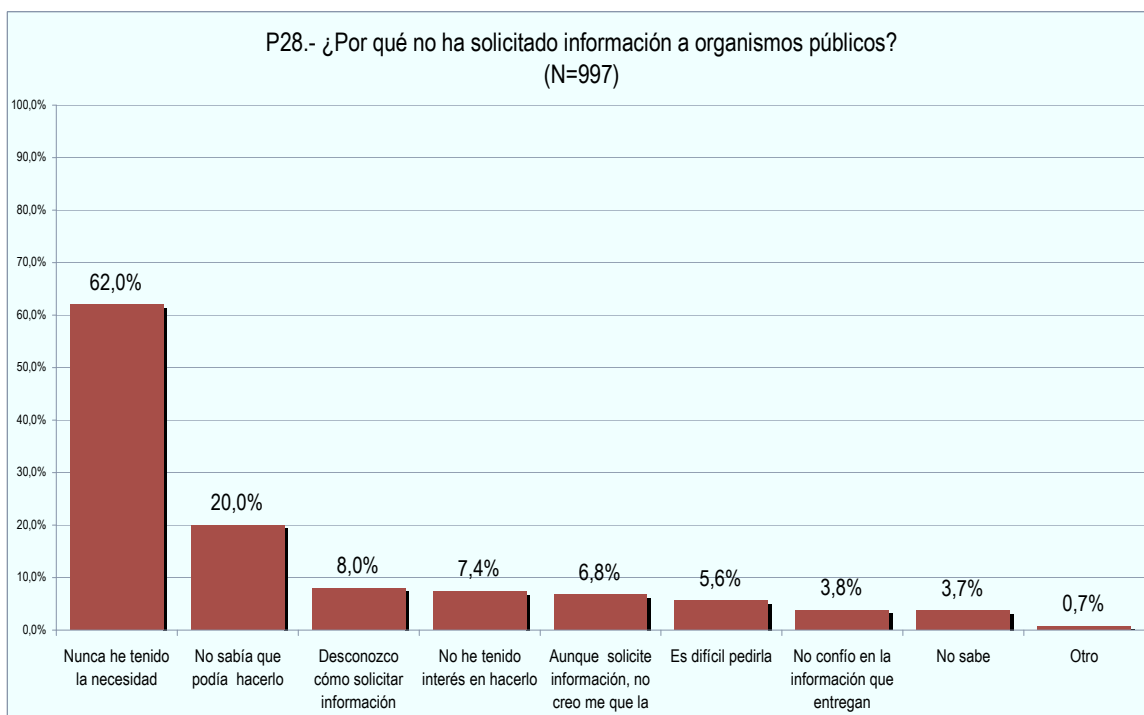
Entre quienes se consideran muy satisfechos con la información recibida, se destacan las personas con educación universitaria y de postgrado (42,3%) y quienes poseen ingresos entre 1 y 2 millones de pesos (67,3%). Entre los ciudadanos/as satisfechos se destacan las personas que residen en la macrozona norte del país (51,4%).



En el grupo de personas que quedaron insatisfechos o muy insatisfechos con la respuesta recibida a la solicitud de información efectuada, las principales razones para dicha insatisfacción son:

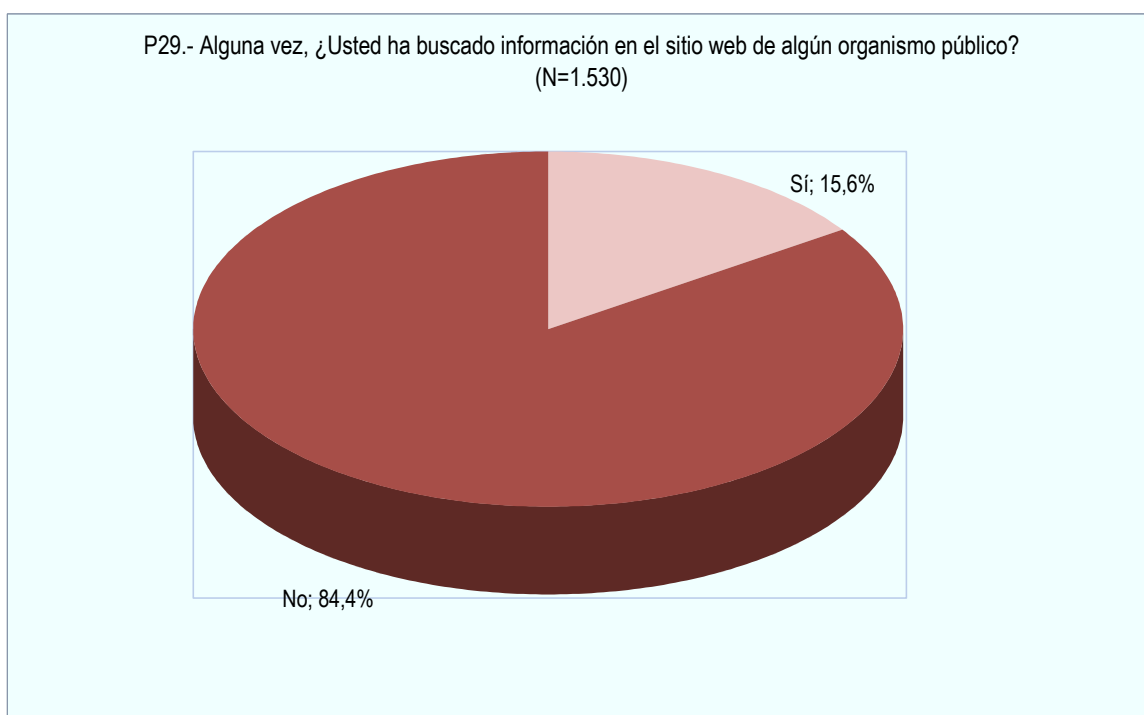
- La Mala calidad de la información o la respuesta incompleta (33,3%), donde se destacan las personas de entre 18 y 30 años de edad (50,3%), aquellos ciudadanos/as que pertenecen a organizaciones (46,6%) y quienes no están inscritos en los registros electorales (40,9%).
- El segundo motivo de insatisfacción es la Falta de solución a la consulta o problema final (31,1%), destacándose quienes no pertenecen a organizaciones (42,3%) y quienes se encuentran inscritos en los registros electorales (39,0%).
- En menor medida mencionan la burocracia y muchos papeles o trámites (17,9%), y la mala atención o poca amabilidad (7,7%), sin segmentos estadísticamente significativos.

#### 4.6.8 Razones para no solicitar información a organismos públicos



La principal razón indicada por los ciudadanos/as que nunca han solicitado información a un organismo público para explicar por qué no lo han hecho, es que nunca han sentido la necesidad (62,0%). Por su parte, la quinta parte de ellos (20,0%) señala que no sabía que se podía solicitar información a un organismo público. Los demás motivos para no haber solicitado información obtienen menciones menores.

#### 4.7 Ha buscado información en el sitio web de algún organismo público



Cerca de la sexta parte (15,6%) de los entrevistados/as –exceptuando a los que no recurrieron a la web del organismo público para solicitar información la última vez- ha buscado información en el sitio web de algún organismos público, en tanto que el 84,4% restante no lo ha hecho.

Ciudadanos/as de un rango amplio de edad (18 años hasta 61 y más) no han buscado información en el sitio web de algún organismo público, destacando a las personas de 46 a 60 años (90,8%) y 61 años y más (94,5%). Por tanto, los ciudadanos de más edad (46 años y más) tienden a buscar menos información en sitios web de organismos públicos que los más jóvenes.

No han buscado información en el sitio web de un organismo público las personas que alcanzaron educación básica (94,3%) de nivel socioeconómico muy bajo (87,8%) y bajo (87,0%), residentes preferentemente en zonas rurales (92,0%).

Con respecto a la actividad principal de los ciudadanos/as que han buscado información en el sitio web de organismos públicos se destacan los trabajadores del sector público (46,6%), mientras que entre quienes no buscan información se relevan las personas jubiladas (94,1%).

Más de la mitad de las personas que no han buscado información en el sitio web de un organismo público no mira nunca foros y programas políticos (91,7%), no leen ni escuchan nunca noticias de política (93,8%), no conversan nunca de política con amigos (91,8%) y tampoco en familia (91,7%).

De los ciudadanos/as que no han buscado información en el sitio web de un organismo público, predominan quienes se identifican con la religión católica (88,3%) y evangélica (89,2%), así como las personas que declaran no haber visto la campaña del Consejo para la Transparencia (86,6%).

#### 4.7.1 Organismo en el cual buscó información en el Sitio Web

Ahora bien, quienes han buscado información en sitios web, lo hicieron en los siguientes organismos públicos la última vez que buscaron:

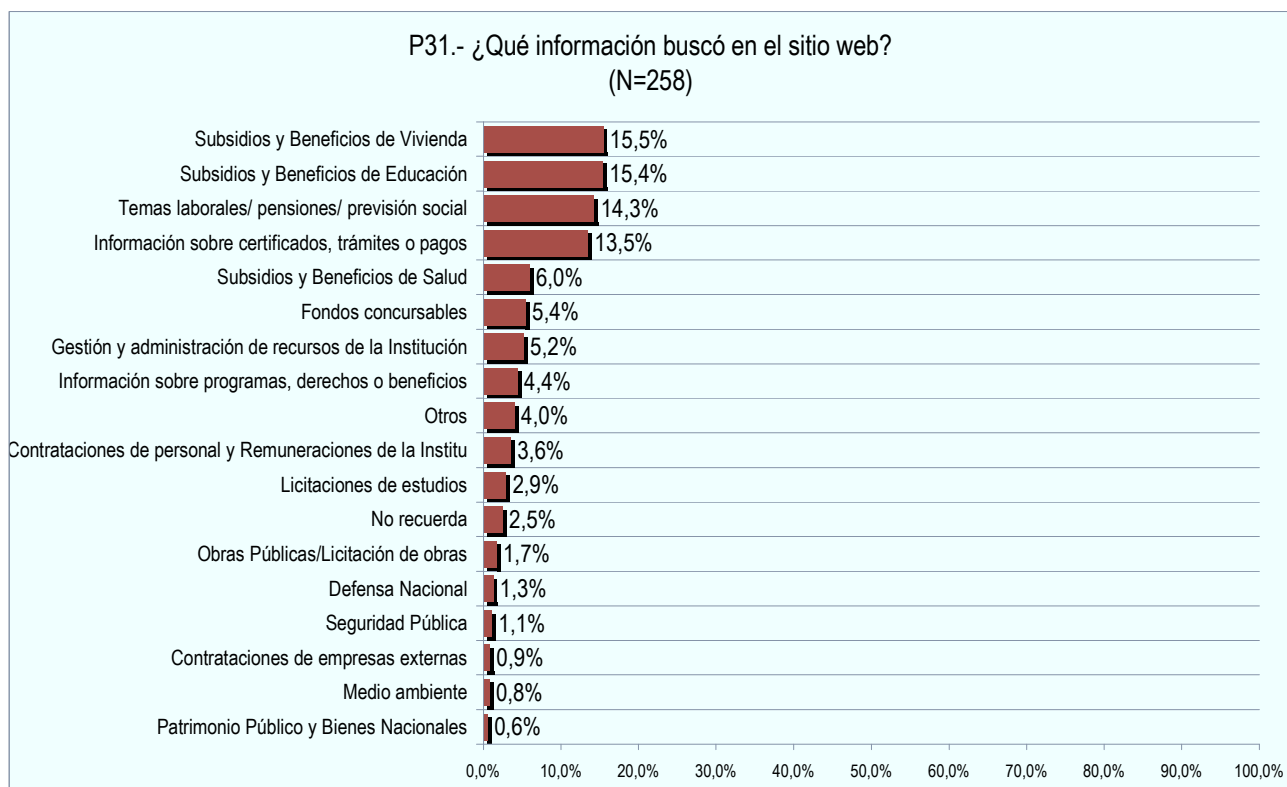
Tipo de organismos	% de ciudadanos/as que ha solicitado información
Servicios Públicos	40,2
Ministerios	39,9
Municipios	15,0
FF.AA, de Orden y Seguridad Pública	2,2
Intendencias y Gobernaciones	1,7
No recuerda, no responde	0,8

En primer lugar, el 40,2% de los ciudadanos/as han buscado información en sitios web los han hecho en servicios públicos, dentro de los cuales se destaca el Servicio de Impuestos Internos que concentra el 13,5% de las menciones, en particular en el tramo etario de 46 a 60 años de edad (36,3%).

En segundo lugar, un 39,9% de las menciones aluden a la búsqueda de información en Ministerios, donde sobresalen los de Vivienda (11,2%) y Educación (12,2%), siendo más frecuente esta última mención entre las personas que no se encuentran inscritas en los registros electorales (21,8%).

En menor medida, se menciona la búsqueda de información en sitios web de Municipios (15,0%), donde se destacan las personas de entre 46 y 60 años de edad (29,9%) y los inscritos en registros electorales (19,9%).

#### 4.7.2 Tipo de información buscada en el sitio web

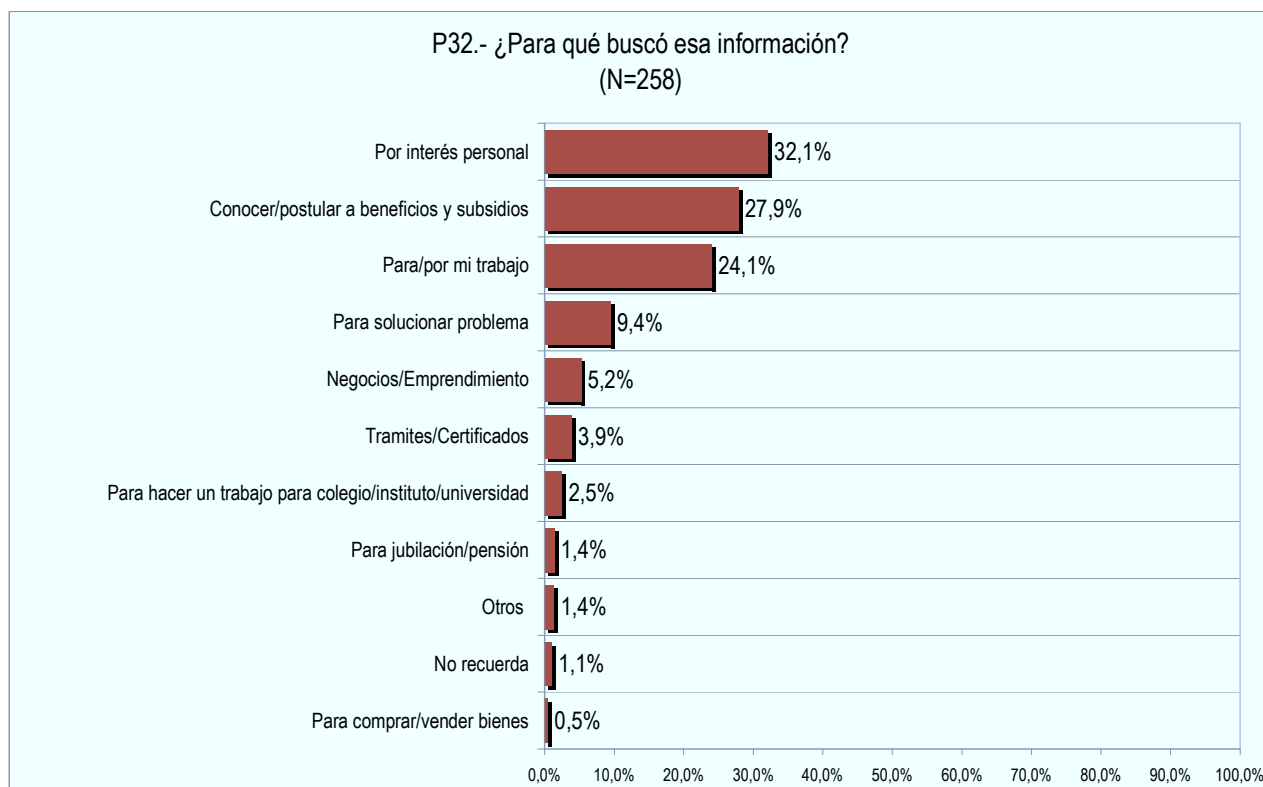


En cuanto al tipo de información buscada en el sitio web, se detecta una gran dispersión, dentro de la cual, se destacan:

- Los subsidios y beneficios de las áreas vivienda (15,5%), más frecuentes entre aquellos que poseen educación media (30,6%), dueños de casa (42,1%) y las personas que no se encuentran inscritos en los registros electorales (26,4%).
- En segundo lugar, mencionan los Subsidios y beneficios en el área Educación (15,4%), donde presentan diferencias significativas el segmento de estudiantes (31,0%) y las personas no inscritas en los registros electorales (27,8%).
- Otra información buscada se refiere a los Temas laborales/ pensiones/ previsión social (14,3%) más frecuente entre las personas que reciben ingresos de entre 1 y 2 millones (44,1%).
- En cuarto lugar, la búsqueda de información se refiere a Certificados, trámites o pagos (13,5%), más frecuente entre las personas inscritas en los registros electorales (20,0%).

Los otros tipos de información son menos relevantes, y registran menciones inferiores al 6% cada una.

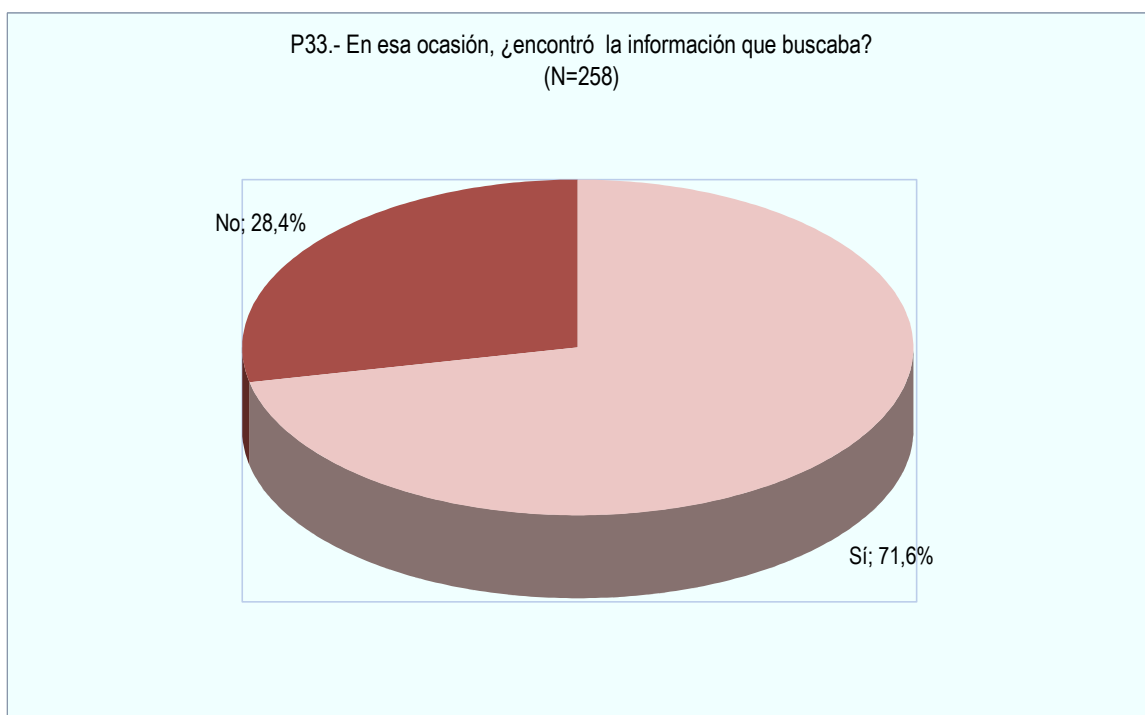
### 4.7.3 Motivo para buscar información en el sitio web



El interés personal (32,1%), el conocer/postular a beneficios y subsidios (27,9%) y motivos de relacionados a su trabajo (24,1%) son las tres principales razones para haber buscado información en la página web de algún organismo público.

Las demás razones reportan menciones inferiores al 10%.

#### 4.7.4 Encontró la información buscada



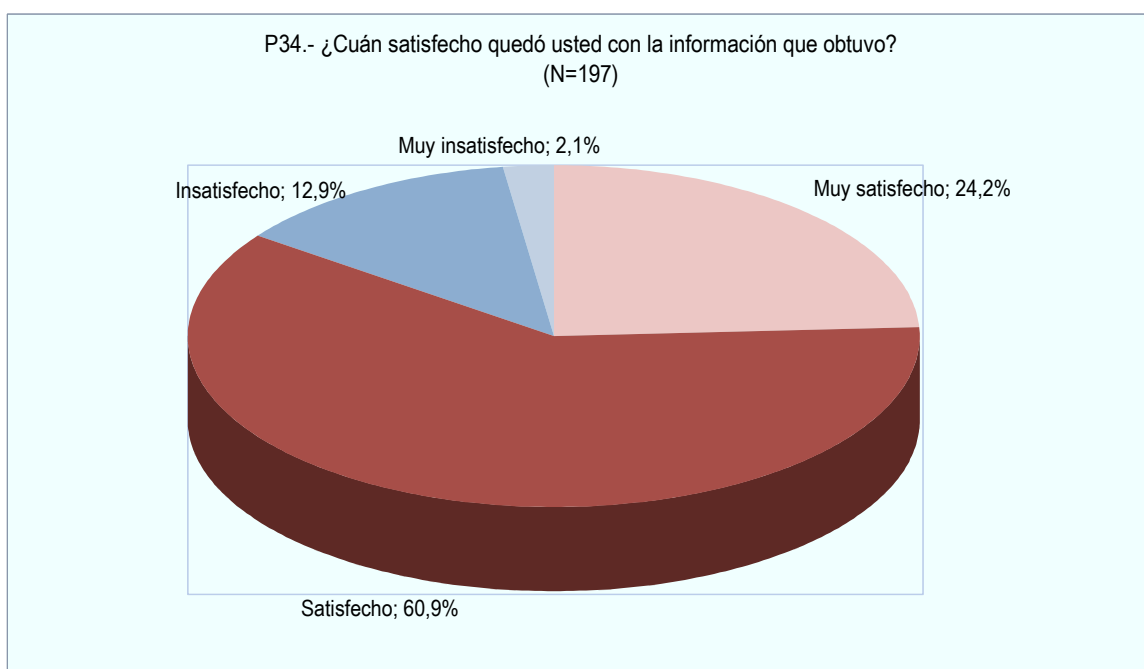
El 71,6 % de los ciudadanos/as que han buscado información en el sitio web reportan que la última vez que lo hicieron, encontraron la información buscada, mientras que el 28,4% de ellos declara que no la encontró.

Entre quienes encontraron la información buscada se destacan los ciudadanos/as residentes en la Macrozona Norte del país que comprende de las regiones XV a IV (80,4%), así como quienes residen en localidades urbanas (73,2%).

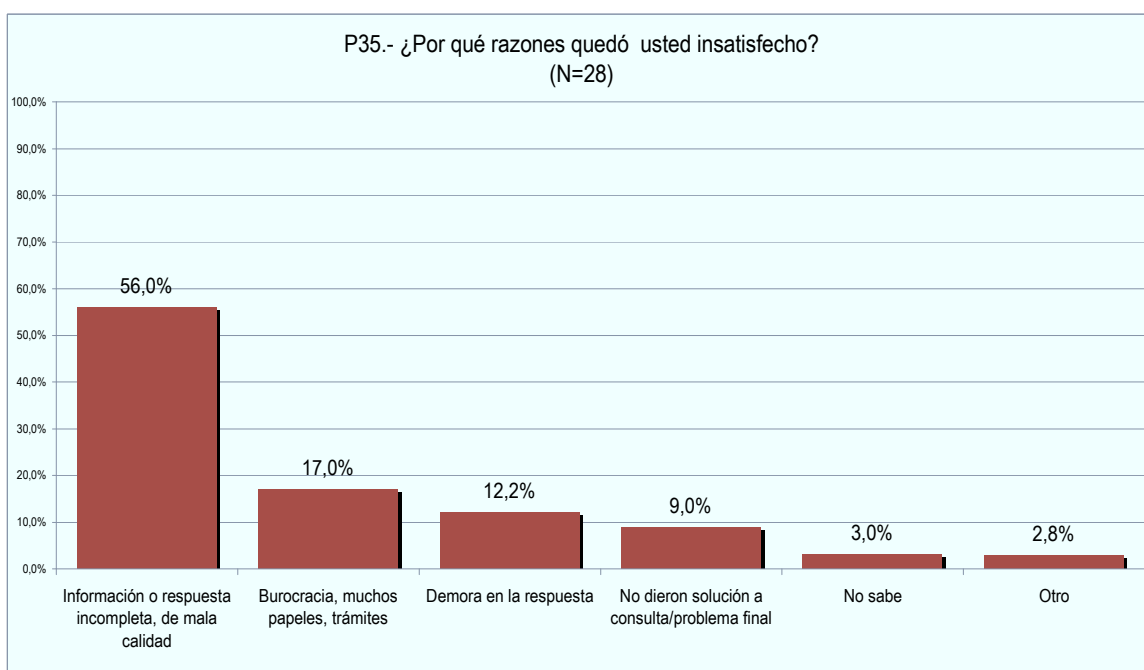
Por otra parte, en el grupo de personas que no encontraron la información buscada en el sitio web, se destacan quienes residen en la macrozona sur, es decir, entre las regiones VIII a XII (41,7%) y en localidades rurales (49,3%).



#### 4.7.5 Grado de satisfacción con información obtenida y razones de insatisfacción

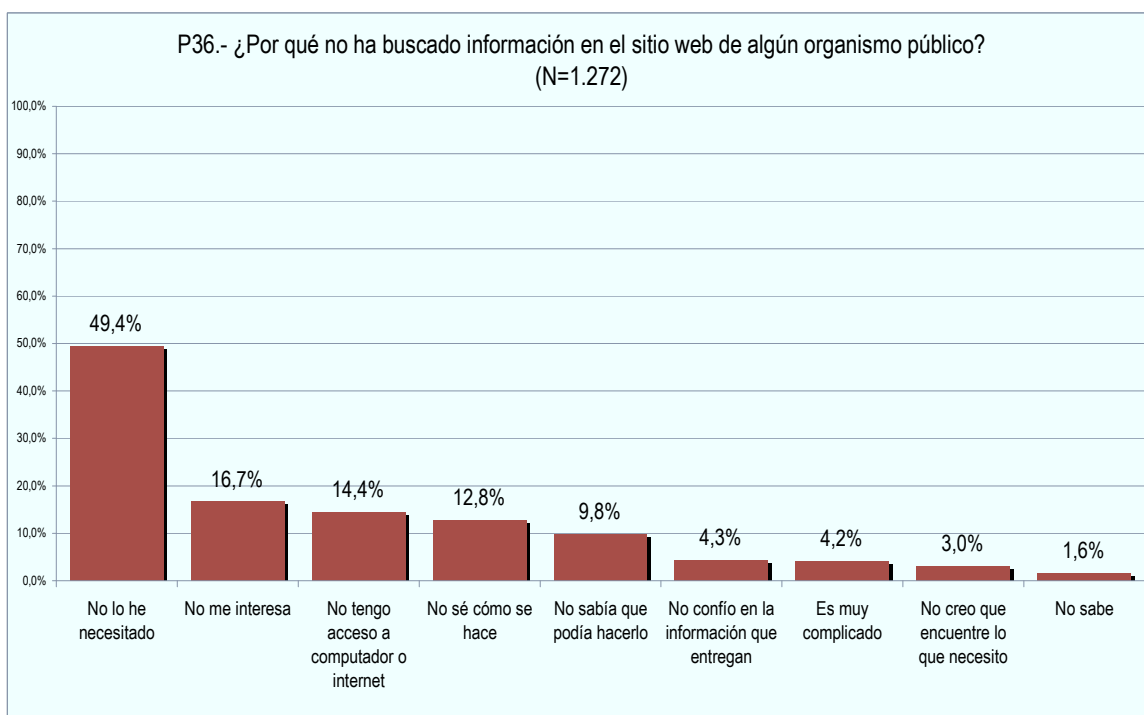


El 85% de quienes reportan haber encontrado la información buscada en el sitio web se declaran satisfechos/as o muy satisfechos/as con la información obtenida, sin segmentos con diferencias estadísticamente significativas. Por otro lado, un 15% se muestra insatisfecho/a o muy insatisfecho/a, entre quienes se destacan las personas que han alcanzado una educación básica completa (30,9%), y quienes no se han inscrito en los registros electorales (21,4%).



Entre la submuestra de quienes declaran haber quedado insatisfechos o muy insatisfechos (28 personas) la principal razón de insatisfacción es la Mala calidad de la Información o respuesta incompleta (56,0%). En menor medida, mencionan la Burocracia, papeles y trámites (17,0%) y la Demora en la entrega de la respuesta (12,2%).

#### 4.7.6 Razones para no buscar Información en el Sitio Web de algún Organismo Público



La razón indicada por cerca de la mitad de los ciudadanos/as que nunca han buscado información en el sitio web de un organismo público, para explicar por qué no lo han hecho, es que nunca han sentido la necesidad (49,4%). Esta razón triplica a la falta de interés (16,7%) y falta de acceso a computador o Internet (14,4%) y cuadruplica el desconocimiento de cómo se busca la información (12,8%).

#### 4.8 Organismo Público del que le gustaría Solicitar Información

Considerando a las personas que no han buscado información sobre organismos públicos y sus disposiciones hacia el futuro, cabe destacar que un 19,8% de las personas encuestadas declara que no le interesaría buscar información sobre dichas instituciones, en tanto que un 8,5% no sabría sobre qué organismo buscar información.

Entre quienes señalan alguna institución sobre la que les gustaría obtener información, dichas solicitudes las harían a los siguientes tipos de organismos públicos:

Tipo de organismos	% de ciudadanos/as que solicitaría información
Municipalidades	31,6
Ministerios	21,9
Servicios Públicos	13,3
FF.AA. de Orden y Seguridad Pública	2,2
Intendencias y Gobernaciones	1,7
Empresas públicas	0,3
Otras instituciones	0,3

Las Municipalidades son los organismos que mayor interés concitan entre los ciudadanos/as para solicitar información (31,6%). En dicho grupo se destacan las personas de 61 años de edad y más (42,0%), quienes poseen educación básica (43,5%), con ingresos de hasta \$150.000 (41,9%), cuya actividad principal es ser dueñas de casa (41,2%) o jubilados (44,5%), así como aquellos que pertenecen a algún grupo u organización (39,0%).

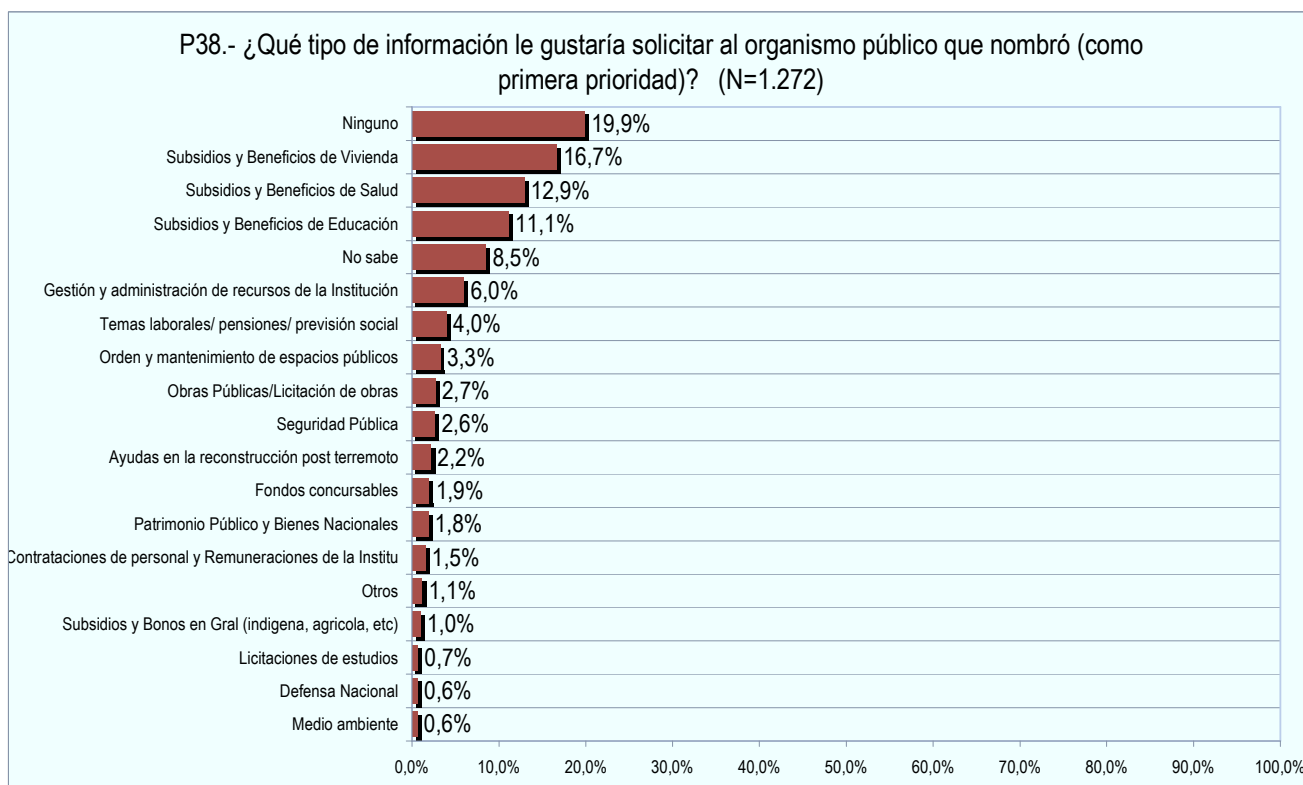
Entre los Ministerios, sobresalen los de Vivienda, Educación y Salud, con menciones entre el 5% y el 6% cada uno, al tanto que entre los servicios públicos se destacan los del área salud (6,2%).

Los/as ciudadanos/as que se interesarían en solicitar información al Ministerio de Vivienda, tienen preferentemente entre 31 y 45 años (8,0%), no han cursado ningún tipo de estudios (55,4%) y son preferentemente desempleados (13,8%).

Con respecto a los/as ciudadanos/as a los que les gustaría pedir información al Ministerio de Educación, son preferentemente jóvenes entre 18 y 30 años (10,7%), poseen educación universitaria y de postgrado (8,1%), son estudiantes (23,7%) y no están inscritos en los registros electorales (8,4%). Por otra parte, los/as ciudadanos/as que preferirían solicitar información al Ministerio de Salud son preferentemente aquellos inscritos en los registros electorales (7,0%).

Por último, las personas que elegirían pedir información a los servicios públicos del área salud, se caracterizan por tener 61 años y más (9,1%), tener residencia en la Macrozona Sur de Chile (VIII a XII Región) (10,7%), y cuya residencia se encuentra en localidades rurales (12,3%).

#### 4.8.1 Tipo de información que le gustaría solicitar de Organismo Público

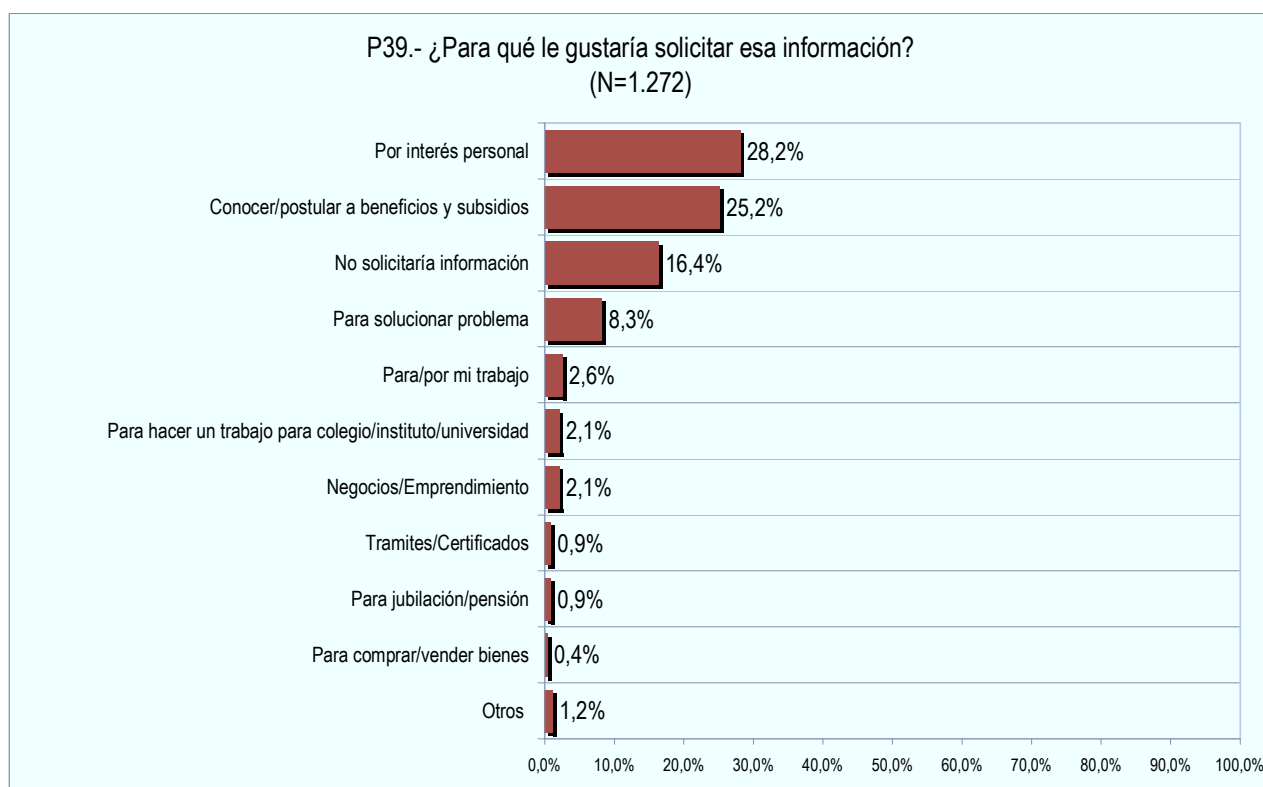


En consistencia con la proporción de encuestados que no solicitarían información a algún organismo público, se reporta un 19,9% de personas que señalan que no solicitarían ningún tipo de información.

Entre quienes sí se interesan por alguna información que les gustaría solicitar a organismos públicos, se verifica una gran dispersión, dentro de la cual, se destacan los subsidios y beneficios de las áreas vivienda (16,7%), subsidios y beneficios del área salud (12,9%) y educación (11,1%), seguidos por temas laborales/ pensiones/ previsión social (14,3%) e información sobre certificados, trámites o pagos (13,5%)

Los otros tipos de información registran menciones que fluctúan entre el 0,5% y el 4% cada una.

#### 4.8.2 Motivo por el que le gustaría solicitar información



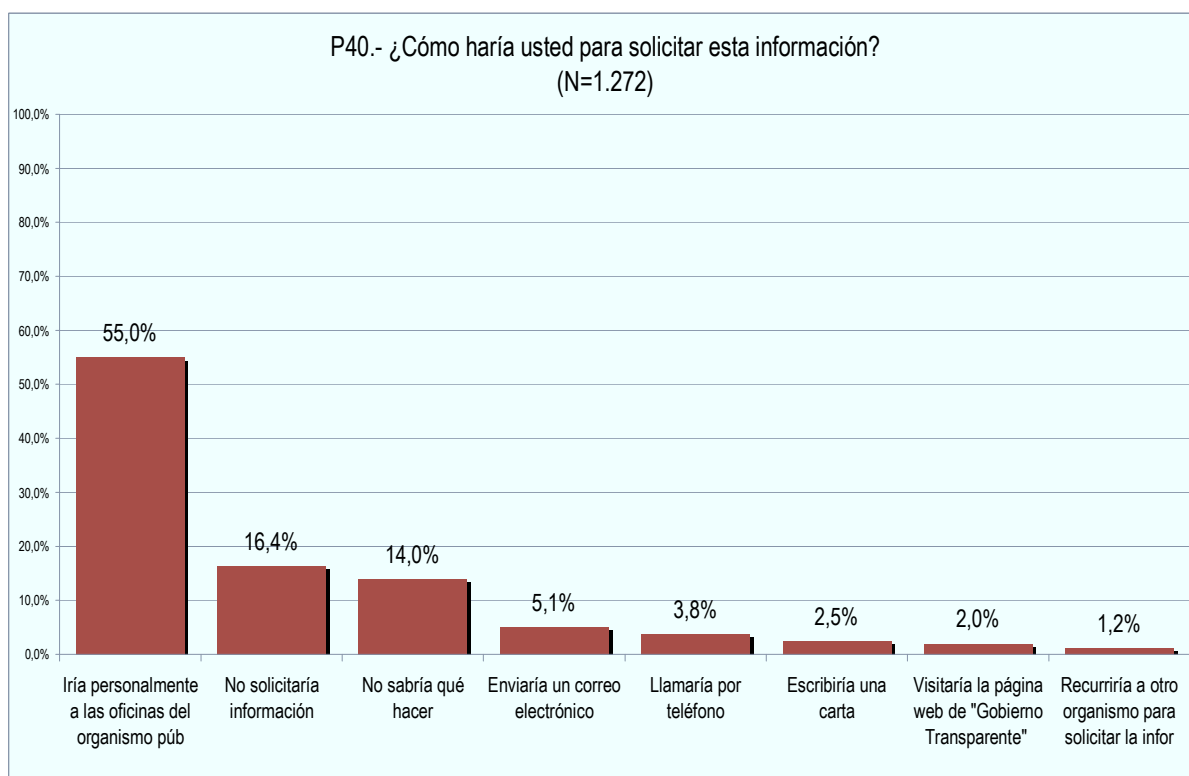
Se identifican – entre quienes no han buscado información- dos motivos para querer pedir información al organismo público respectivo, que concentran más de la mitad de las respuestas: Interés personal (28,2%) más frecuente entre los residentes de la Macrozona norte (regiones XV a IV) con un 40,8%.

En segundo lugar, se reporta Conocer/postular a beneficios y subsidios (25,2%), donde se destacan las personas que han alcanzado educación básica (33,9%) y media (31,1%), así como aquellas personas con ingresos bajos, en particular de hasta \$150.000 (36,6%) y entre \$150.000 y \$250.000 (39,8%).

Con menciones inferiores, los encuestados señalan como motivo para solicitar información el hecho de poder Solucionar problemas con un 8,3% de las menciones. Los otros motivos mencionados varían entre 0,4% y el 2,6%.

Cabe destacar que la sexta parte de los ciudadanos/as (16,4%) no solicitaría información, siendo más frecuente entre los residentes de la Macrozona Sur (regiones VIII a XII) y quienes no pertenecen a ninguna organización o grupo (18,5%).

### 4.8.3 Mecanismo que utilizaría para solicitar información



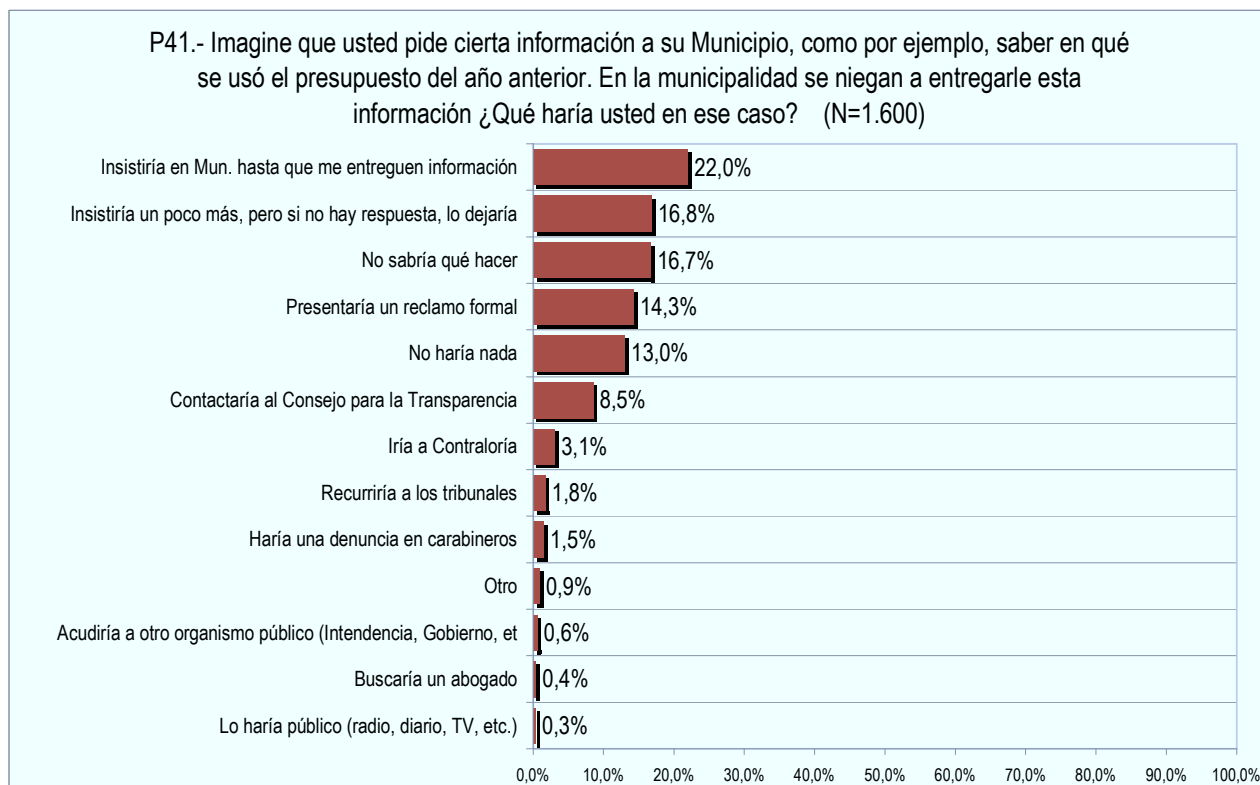
Respecto a los mecanismos que utilizarían quienes no han buscado información para solicitarla, más de la mitad de ellos (55,0%) concurriría personalmente a las oficinas del organismo público requerido. Los otros mecanismos (teléfono, carta, e-mail, web) obtienen entre el 2% y el 5% cada uno, siendo muy menores en relación a la concurrencia personal.

Cerca de la séptima parte de estos ciudadanos/as que no han buscado información (14,0%) no sabría qué hacer para solicitarla y la sexta parte de ellos/as (16,4%) no solicitaría información.

Los/as ciudadanos/as que irían personalmente a las oficinas del organismo público para solicitar información se caracterizan por haber cursado hasta la enseñanza básica (71,8%), pertenecer a un nivel socioeconómico muy bajo (79,3%), y ser residentes de la Macrozona norte (XV a IV Región) (73,6%). Dos tercios de los/as ciudadanos/as que preferirían ir personalmente a las oficinas de un organismo público son jubilados (66,1%) y pertenecen a organizaciones o grupos (70,2%).

Por otra parte, los/as ciudadanos/as que visitarían la página web de gobierno transparente son en preferencia hombres (3,4%) que poseen entre 18 a 30 años (4,5%).

#### 4.8.4 Conducta probable en caso de denegación de información por parte de Organismo Público



Finalmente, ante la situación ficticia de negación de información por parte de un organismo público, las reacciones más frecuentes de los ciudadanos/as serían:

- Insistir en el organismo hasta que le entreguen la información 22,0%
- Insistir un poco más, pero si no hay respuesta, lo dejaría 16,8%
- No sabría qué hacer 16,7%
- Presentar un reclamo formal 14,3%
- No haría nada 13,0%
- Contactaría al Consejo para la Transparencia 8,5%

Entre quienes insistirían en la Municipalidad se destacan los residentes de las zonas rurales (24,5%). Quienes declaran que insistirían un poco más pero si no hay respuesta lo dejaría se concentran en ciudadanos/as ubicados en la Macrozona sur, es decir que residen desde la VIII a XII región (28,9%) y en zonas rurales (29,9%).

Entre quienes no sabrían que hacer no se reportan diferencias estadísticamente significativas, en tanto que entre quienes no harían nada, se destaca una proporción significativa es del tramo 61 años y más (20,4%), a su vez, en su mayoría, sin educación (68,1%), de nivel socioeconómico muy bajo (20,0%), como también preferentemente a dueñas de casa (20,0%).

Por otro lado los que presentarían un reclamo formal se observa un incremento a medida que aumentan los años de escolaridad (va de 11% a 19,6%), una concentración en zonas urbanas (15,6%) por sobre las rurales, en trabajadores del sector público (30,4%) y en ciudadanos/as que pertenecen a alguna organización o grupo.

Razón por la que no haría nada	%
No le interesa, es perder el tiempo	32,3%
Aunque insistiera, no conseguiría nada, no responderían	29,7%
No sabría dónde acudir	7,4%
Son corruptos, sin vergüenzas, ocultan información	8,4%
No tengo tiempo	3,9%
Otro	17,1%
No responde	1,1%

Al interior del segmento que representa al 13,0% de los encuestados que no haría nada frente a un caso de denegación de información por parte de la Municipalidad, las razones por las que tendrían dicho comportamiento son: No le interesa o es perder el tiempo (32,3%), siendo más frecuente dicha mención entre hombres (45,1%) y personas que no pertenecen a organizaciones (39,9%). La segunda razón, es porque Aunque quisiera, no conseguiría nada o no responderían (29,7%), donde no hay segmentos con diferencias estadísticamente significativas.

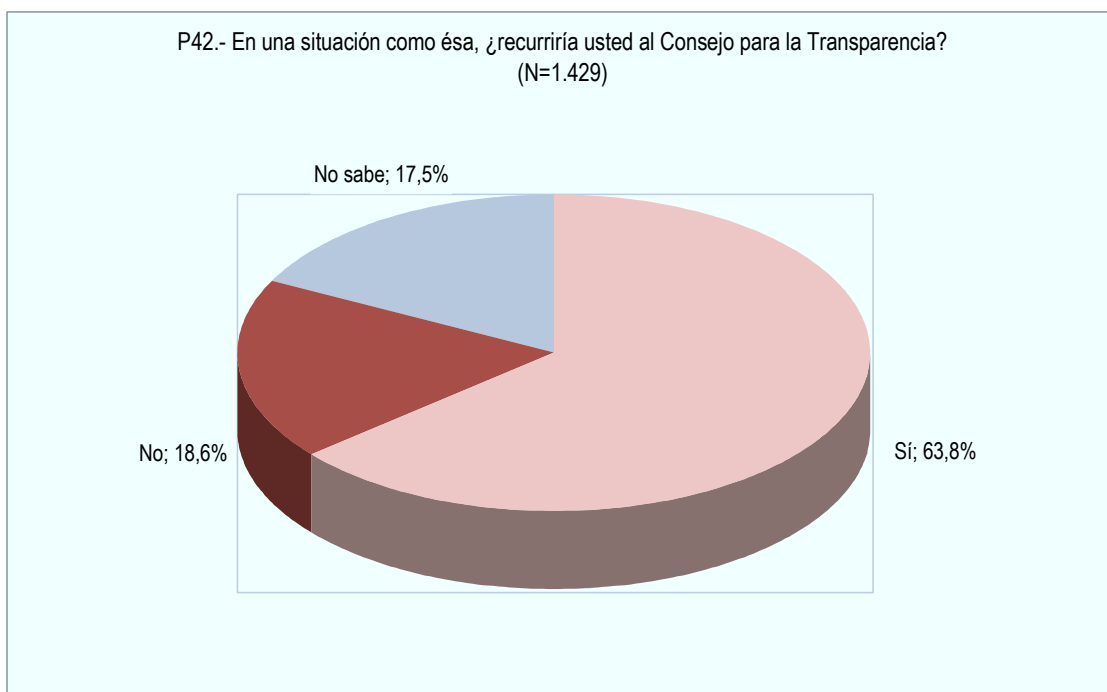
¿Dónde o con quién reclamaría?	%
A la misma Municipalidad o Alcalde (OIRS, Superiores, jefe, etc.)	53,9%
Acudiría a otro organismo público (Intendencia, Gobernación, etc.)	25,8%
A medios de comunicación (radio, TV, etc.)	4,7%
Página web	1,6%
Consejo para la Transparencia	3,6%
No sabría dónde o con quién	4,4%
Otro	6,1%

Respecto al lugar o persona donde reclamaría, más de la mitad de los ciudadanos/as (53,9%) señalan que reclamarían en la misma Municipalidad o con el Alcalde, sin destacarse ningún segmento específico en este grupo. En segundo lugar, señalan que acudirían a otro organismo público (25,8%) como la Intendencia o Gobernación.

Un 3,6% menciona que acudiría al Consejo para la Transparencia, siendo principalmente personas del NSE alto (21,6%). Finalmente, entre quienes desconocen con quién o dónde acudir se destacan los residentes en localidades rurales (17,3%).



#### 4.8.5 Concurriría al CPLT en caso de denegación de información por parte de organismo público



Entre quienes no mencionaron en primera instancia la recurrencia al CPLT en caso de denegación de información, se les preguntó en forma más directa si, en una situación como esa, recurrirían al Consejo.

Cerca de las dos terceras partes de ellos (63,8%) respondieron afirmativamente, con lo cual se eleva al 72,3% la proporción de ciudadanos/as que manifiestan su disposición a acudir al Consejo como una instancia de solución en caso de que se les niegue información por parte de un organismo público.

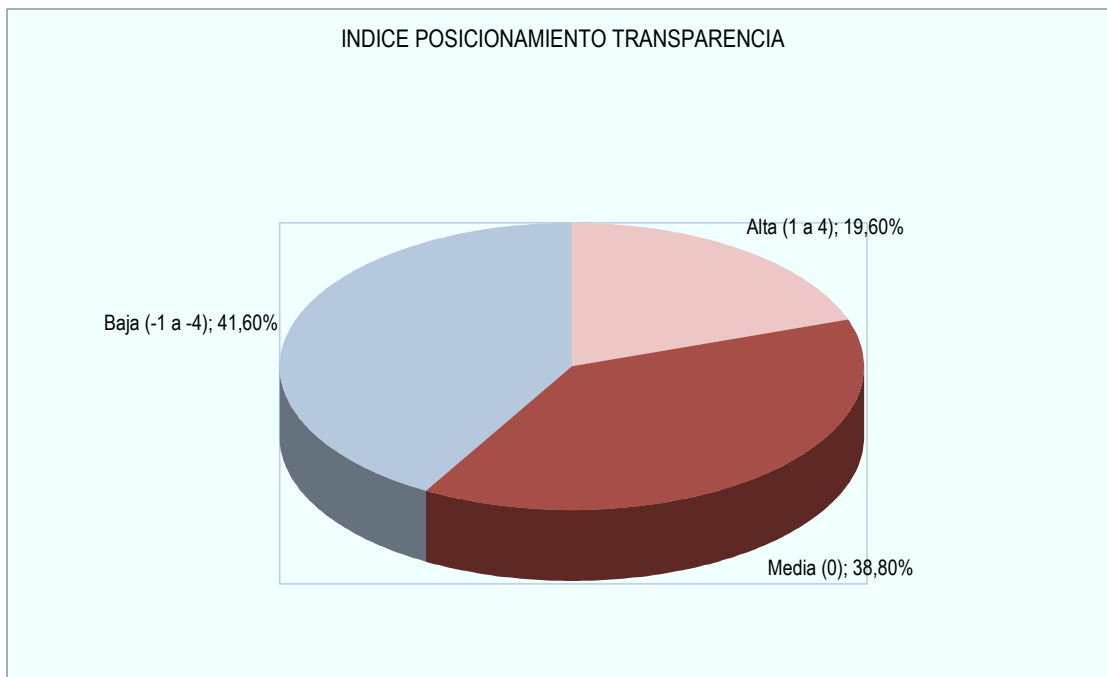
Entre las personas que sí acudirían al CPLT, se destacan las personas que se ubican en el tramo etario de 18 a 30 años (68,6%), que cuentan con niveles educacionales de educación técnico profesional (75,6%) y también universitaria y postgrado (71,0%), aquellos que reciben ingresos medios (82,7%), que residen en la Macrozona norte (72,5%) y sur (70,3%), como también los trabajadores del sector público (81,3%), también aquellos que participan en alguna organización (72,6%), y que frecuentemente miran foros y programas políticos (74,4%).

Quienes no concurrirían al CPLT se destacan las personas de 61 años y más (23,4%), con bajos niveles educacionales, puntualmente con educación básica (21,0%) y NSE medio bajo (26,4%).

## 4.9 Índices

Tal como se detalla en el anexo “plan de análisis estadístico”, se construyeron dos índices, cuyos resultados se presentan a continuación<sup>4</sup>

### 4.9.1 Índice de Posicionamiento de la Transparencia como tema país



De acuerdo a los puntajes obtenidos en este índice, las dos quintas partes de los ciudadanos (41,6%) se ubican en la categoría baja, es decir le atribuyen escasa importancia a la transparencia como tema país. Una proporción algo inferior (38,8%) se ubicó en la posición intermedia, mientras que el grupo interesado en la transparencia (categoría alta) está conformado por la quinta parte de los ciudadanos (19,6%).

Los resultados del índice permiten identificar a los siguientes como los segmentos de ciudadanos más típicamente interesados y desinteresados en la transparencia:

#### **Perfil de Ciudadanos/as Interesados en la Transparencia**

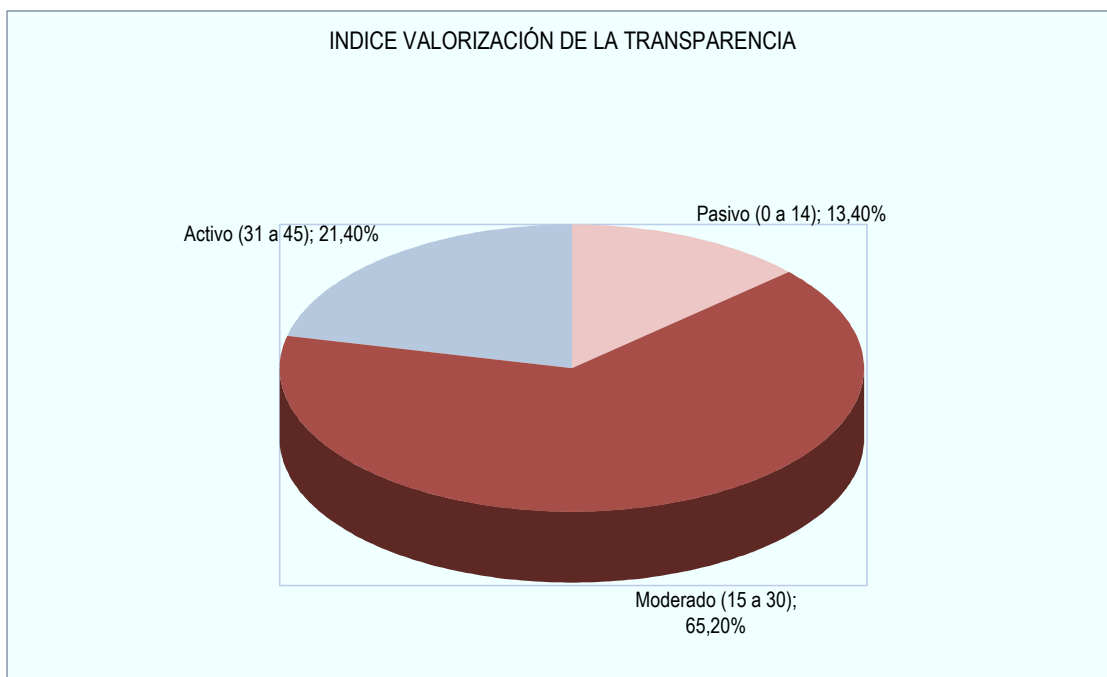
- Son personas de 46 a 60 años de edad
- Personas que trabajan en el sector público
- Jubilados o pensionados

#### **Perfil de Ciudadanos/as Desinteresados en la Transparencia**

- Personas que han alcanzado educación técnico profesional
- Personas de NSE bajo
- Cesantes o desempleados
- Dueñas de casa
- Estudiantes
- Personas que pertenecen a grupos u organizaciones

<sup>4</sup> Para ver preguntas incluidas en cada índice, así como fórmula de cálculo de los puntajes y asignación de categorías de ciudadanos en cada uno, ver Anexo Plan de Análisis Estadístico.

#### 4.9.2 Índice de valorización de la Transparencia como herramienta



De acuerdo a los puntajes obtenidos en este segundo índice, una mayoría de las dos terceras partes de los ciudadanos (65,2%) se ubican en la categoría de moderados, con una valoración intermedia de la transparencia como herramienta. Los ciudadanos activos, es decir, que poseen una alta valoración de la transparencia como herramienta constituyen la quinta parte (21,4%), ubicándose el 13,4% restante en la posición más pasiva.

Los resultados del índice permiten identificar a los siguientes como los segmentos de ciudadanos más típicamente activos y pasivos en su valoración de la transparencia:

##### **Perfil de Ciudadanos/as Activos en su Valorización de la Transparencia**

- Residentes en Macrozona sur (regiones VIII a XII)
- Personas que trabajan en el sector público
- Desempleados y cesantes
- Personas que pertenecen a grupos u organizaciones

##### **Perfil de Ciudadanos/as Pasivos en su Valorización de la Transparencia**

- Personas de 61 años y más de edad
- Personas sin educación y con educación básica
- Desempleados y cesantes
- Jubilados y pensionados

#### 4.10 Análisis comparativo con estudio de opinión año 2010

En esta sección, se ofrece una comparación entre los resultados obtenidos en esta encuesta y aquéllos entregados por la encuesta realizada un año antes por MIDE UC.

Puesto que la encuesta anterior consideró sólo zonas urbanas y la actual incluye también zonas rurales, los resultados de esta última sometidos a comparación, corresponden a la sub muestra de residentes urbanos.

Por otro lado, se comparan sólo los resultados de aquellas preguntas formuladas de manera similar y con las mismas alternativas de respuesta en ambas encuestas (aunque no necesariamente idénticas).

Finalmente, para facilitar la lectura de los cuadros comparativos, en la columna correspondiente a los resultados de la última encuesta, se destacan con una flecha de color azul los ascensos y en color rojo los descensos. Sin embargo, en los siguientes dos cuadros, estas marcas se limitan a los temas que sirvieron de base para construir el índice de “importancia de la transparencia como tema país”.

##### 4.10.1 Temas más importantes para el país

	Encuesta 2009 %	Encuesta 2010 %
Medio ambiente	34,6	23,3
Protección de los datos personales de los individuos	14,0	↓ <b>6,3</b>
La economía del país		19,2
Transparencia de los organismos públicos	17,7	↓ <b>11,4</b>
Derechos ciudadanos	28,2	↓ <b>13,6</b>
Seguridad nacional	17,6	12,7
Pobreza		36,6
Corrupción	22,0	↓ <b>18,0</b>
Crimen y delincuencia	45,7	33,3
Educación	73,9	47,9
Desigualdad		11,5
Salud	74,4	50,5
Empleo	55,6	26,4
Vivienda	34,6	27,8
Reconstrucción post –terremoto		10,7
Todos son importantes		10,0

#### 4.10.2 Temas menos importantes para el país

	Encuesta 2009 %	Encuesta 2010 %
Medio ambiente	39,9	27,1
Protección de los datos personales de los individuos	63,0	↓ 35,7
La economía del país		17,4
Transparencia de los organismos públicos	55,1	↓ 25,8
Derechos ciudadanos	34,0	↓ 21,4
Seguridad nacional	43,5	21,3
Pobreza		6,4
Corrupción	36,0	↓ 17,8
Crimen y delincuencia	14,1	5,3
Educación	5,5	3,4
Desigualdad		22,4
Salud	5,5	2,5
Empleo	14,1	6,1
Vivienda	28,1	11,8
Reconstrucción post –terremoto		16,7

Notas:

- 1) Los temas “la economía del país”, pobreza”, desigualdad”, “reconstrucción post terremoto” y “todos son importantes” no fueron considerados en la encuesta 2010.
- 2) En el informe de resultados de la encuesta 2010, los temas “medio ambiente” y “vivienda” aparecen - en cuanto temas más importantes- con una cifra única de 34,6% y no se explica si ese es el porcentaje de cada uno o es la suma de ambos. La misma situación se presenta con los temas educación y salud, que aparecen con 5% como temas menos importantes.

Se aprecia una caída importante en la percepción de “menos importantes” de todos los temas vinculados a transparencia, lo que podría interpretarse como un incremento en su valoración.

Dicho incremento, sin embargo, no se refleja en la jerarquización de temas más importantes para el país, ya que también allí, todos los temas vinculados a transparencia también experimentan una baja, aunque bastante menor que la registrada por esos mismos temas en la percepción de “menos importantes”.

Esta baja de los temas vinculados a transparencia como “más importantes” puede explicarse en parte, por la inclusión, en la segunda encuesta de cuatro temas no considerados en la encuesta anterior.

**4.10.3 El año 2008 se promulgó la Ley de Transparencia (ley N° 20.285), que obliga a los organismos públicos a dar a conocer lo que se llama “información pública”  
¿Conocía usted esta ley?**

	Encuesta 2009	Encuesta 2010
Sí	19,6	↑ 25,0
No	80,4	74,9

**4.10.4 ¿Le interesaría recibir información acerca de la Ley de Transparencia?**

	Encuesta 2009 %	Encuesta 2010 %
Sí	76,9	↓ 71,7
No	23,1	26,6

Se observa un leve aumento en el conocimiento de la Ley, a la vez que un descenso proporcional en el interés por recibir información acerca de ella.

**4.10.5 ¿Cuáles son las tres características que usted más valora en un organismo público?**

	Encuesta 2009 %	Encuesta 2010 %
Que cumplan con la ley	46,9	48,7
Que atiendan bien a las personas	35,7	↑ 46,8
Que entreguen la información que las personas les piden	26,0	↑ 37,1
Que evalúen a sus funcionarios	21,7	29,9
Que traten a todas las personas por igual	46,2	43,6
Que admitan cuando se equivocan	23,8	23,0
Que hagan bien su trabajo	no se incluyó	31,5
Que cumplan sus promesas	30,2	no se incluyó
Que tomen en cuenta las opiniones de las personas	20,8	16,2
Que gasten bien los recursos	44,7	↓ 16,8

Se verifica un aumento en la valoración de la calidad de la atención y la entrega de información y un descenso correlativo en la valoración de “gastar bien los recursos”

**4.10.6 ¿Cuán de acuerdo está con cada una de las siguientes afirmaciones?**

	Acuerdo 2009	Acuerdo 2010	Desacuerdo 2009	Desacuerdo 2010
Los chilenos confían en el sector público	34,2	31,3	65,9	→ 60,0
Los chilenos creen que los organismos públicos ocultan información	85,0	81,7	15,1	16,3
Los chilenos creen que los organismos públicos son corruptos	78,1	75,3	21,9	21,9
Los organismos públicos deben hacer pública toda la información que poseen.	90,2	→ 79,3	9,8	→ 15,1

No se registran diferencias estadísticamente relevantes en las tendencias, excepto la baja de 11 puntos porcentuales en el grado de acuerdo con que los organismos públicos deben hacer pública toda la información que poseen, que desciende de un 90,2% en 2009 a un 79,3% en 2010, y un alza en el grado de desacuerdo con dicha afirmación desde un 9,8% a un 15,1%.

Pese a la baja, la tendencia predominante sigue siendo mayoritaria respecto al acuerdo con hacer pública dicha información.

El grado de acuerdo o desacuerdo con las demás afirmaciones se mantiene estable entre ambas mediciones, con variaciones inferiores a los 6 puntos porcentuales entre una medición y otra.

#### 4.10.7 ¿Ha escuchado hablar del Consejo para la Transparencia?

	Encuesta 2009	Encuesta 2010
Sí	18,7	↑ 21,7
No	81,3	78,2

#### 4.10.8 A través de qué medios supo del Consejo para la Transparencia?

	Encuesta 2009 %	Encuesta 2010 %
Por familiares o amigos	14,9	6,5
Internet	26,8	↓ 9,4
Radio	12,0	↑ 22,2
Televisión	67,3	↓ 52,8
Diarios o revistas	26,8	24,6
Publicidad en la calle		5,4
A través de compañeros de trabajo	11,7	5,1
A través de funcionarios del Consejo (capacitaciones, otros)		2,8
A través de funcionarios de Gobierno		1,7

Nota: Los resultados de esta pregunta en la encuesta 2009 no fueron obtenidos a partir de una tabla o gráfico, sino que se extrajeron del texto descriptivo de tendencias en el informe respectivo. En esa encuesta, la categoría “diarios y revistas” se restringe sólo a diarios.

Al igual que el conocimiento de la Ley, se aprecia un ligero incremento en el conocimiento del Consejo, con una caída de quienes lo han conocido por televisión y, sobre todo, por internet, acompañado de un aumento de la radio como medio a través del que se han informado de su existencia.

#### 4.10.9 Independiente de que haya escuchado o no hablar del Consejo para la Transparencia, ¿qué cree usted que hace ese organismo?

	Encuesta 2009 %	Encuesta 2010 %
Entrega información acerca de la Ley de Transparencia y acceso a la información	44,6	↓ 34,8
Entrega asesoría técnica (capacitación) sobre la Ley de Transparencia	17,7	16,7
Recibe y tramita solicitudes de información de los ciudadanos	19,2	21,0
Fiscaliza a los organismos públicos para que cumplan con la Ley de Transparencia	52,2	↓ 40,9
Fiscaliza a los organismos privados para que cumplan con la Ley de Transparencia	25,2	21,3
Defiende los derechos de los ciudadanos	14,8	↑ 24,1
Entrega información pública de los organismos públicos	28,3	22,7
Fiscaliza la corrupción	10,4	↑ 26,5
Resuelve reclamos por denegación de acceso a información	No incluido	11,6
Promueve la publicidad de la información de los organismos públicos	No incluido	10,7
Formula recomendaciones a los organismos públicos para que perfeccionen la transparencia	No incluido	9,8

Dos funciones atribuidas, por los encuestados, al CPLT incrementan sus menciones, en particular la defensa de los derechos ciudadanos y fiscalización de la corrupción, ésta última, a pesar de no ser una función del Consejo, a la vez que otras dos disminuyen las suyas: entrega de información sobre la ley y acceso a información acerca de ella y fiscalización de su cumplimiento por parte de los organismos públicos.

#### 4.10.10 ¿Usted ha solicitado alguna vez información a un organismo público?

	Encuesta 2009 %	Encuesta 2010 %
Sí	44,3	↓ 32,5
No	55,7	67,1

Se constata una baja en la proporción de personas que reportan haber solicitado alguna vez información a un organismo público, desde un 44,3% en el año 2009 a un 32,5% en la medición del año 2010.

#### 4.10.11 Para qué solicitó esa información

	Encuesta 2009 %	Encuesta 2010 %
Conocer/postular a beneficios y subsidios	21,1	↑ 34,0
Para/por mi trabajo	12,9	13,2
Tramites/Certificados	8,8	4,4
Negocios/Emprendimiento	6,3	2,8
Por interés personal	4,8	↑ 32,1
Para solucionar problema	4,5	↑ 14,8
Para jubilación/pensión	4,1	1,8
Para hacer un trabajo para colegio/instituto/universidad	3,7	3,2
Para comprar/vender bienes	1,3	1,1
Necesitaba la información	14,5	No incluido
Temas de salud	7,9	No incluido

Tres motivaciones para solicitar información a los organismos públicos experimentan alzas importantes: el conocimiento y postulación a subsidios (desde un 21,1% a un 34,0%), la solución de problemas (desde un 4,5% a un 14,8%)y, sobre todo, el interés personal que aumenta de manera considerable desde un 4,8% a un 32,1%.

#### 4.10.12 En esa ocasión, ¿le entregaron la información que solicitó?

	Encuesta 2009	Encuesta 2010
Sí	65,7	↑ 76,7
No	34,3	23,3

Se elevan en 12 puntos porcentuales los ciudadanos que reportan haber recibido la información solicitada al organismo público correspondiente.



#### 4.10.13 ¿Por qué no ha solicitado información a organismos públicos?

	Encuesta 2009	Encuesta 2010
Nunca he tenido la necesidad	68,5	62,4
No sabía que podía hacerlo	8,5	↑ 21,2
No he tenido interés en hacerlo	16,6	↓ 6,9
Es difícil pedirla		5,7
Aunque solicite información, no creo me que la vayan a entregar	8,5	7,1
No confío en la información que entregan	8,1	3,2
Desconozco cómo solicitar información		8,3

Nota: Los resultados de esta pregunta en la encuesta 2009 no fueron obtenidos a partir de una tabla o gráfico, sino que se extrajeron del texto descriptivo de tendencias en el informe respectivo.

Al indagar en las razones para no haber solicitado información a los organismos públicos, se aprecia fuerte aumento de la ignorancia respecto de este derecho, a la vez que un descenso de la falta de interés.

La razón mayoritaria –ausencia de necesidad- se mantiene relativamente estable entre ambas mediciones.

#### 4.10.14 ¿De qué organismo público le gustaría solicitar información?

	Encuesta 2009 %	Encuesta 2010 %
Ministerio de Vivienda	1,6	5,6
Ministerio de Educación	2,7	6,4
Ministerio de Salud	2,4	5,9
Otros ministerios	6,0	5,5
Intendencias y gobernaciones	0,4	1,8
Municipalidades	11,8	↑ 30,8
FFAA y de Orden	0,5	3,1
Servicios públicos área salud	7,0	5,1
Servicios públicos área vivienda	3,3	1,6
Registro Civil	0,4	0,9
SERNAC	0,3	0,2
Impuestos Internos	0,1	
Otros servicios públicos	6,0	3,4
Empresas públicas		0,1
Otra institución		0,3
Ninguno	52,2	↓ 20,2

Se triplica la mención de las municipalidades como los organismos a los cuales a los ciudadanos les gustaría solicitar información desde un 11,8% en el año 2009 a un 30,8% en 2010, y descienden a menos de la mitad los ciudadanos que señalan que no solicitarían información a ningún organismo, disminuyendo desde un 52,2% a un 20,2% en la última medición.

#### 4.10.15 Acciones frente a la denegación de información de un Organismo Público

Ante la pregunta: Imagine que usted pide cierta información a su Municipio, como por ejemplo, saber en qué se usó el presupuesto del año anterior. En la municipalidad se niegan a entregarle esta información ¿Qué haría usted en ese caso?, los entrevistados señalan:

	Encuesta 2009 %	Encuesta 2010 %
No haría nada	26,0	↓ 13,0
Insistiría un poco más, pero si no hay respuesta, dejaría de insistir	14,3	14,8
Seguiría insistiendo en la Municipalidad hasta que me entregaran la información	25,6	21,6
Presentaría un reclamo formal	30,3	↓ 15,6
Haría una denuncia en carabineros	2,4	1,4
Iría a Contraloría		3,1
Recurriría a los tribunales		1,8
Buscaría un abogado	1,4	0,3
Contactaría al Consejo para la Transparencia	15,0	
No sabría qué hacer	No informado	↑ 17,5

Notas:

- Los resultados de esta pregunta en la encuesta 200 no fueron obtenidos a partir de una tabla o gráfico, sino que se extrajeron del texto descriptivo de tendencias en el informe respectivo, del cual parece inferirse que el 15% de menciones del CPLT está incluido en el 30,3% de quienes presentarían un reclamo formal (la mitad de los cuales lo haría ante el CPLT).
- El cuestionario 2010 pedía respuesta única (total igual a 100%). El cuestionario anterior no especifica si es de respuesta única o de respuesta múltiple

Frente a una situación de denegación de información por parte de un organismo público, disminuyen en aproximadamente 50% las reacciones de: “no hacer nada” y “presentar un reclamo formal”, respectivamente.

#### 4.10.16 En una situación como ésta, ¿recurriría usted al Consejo para la Transparencia?

	Encuesta 2009 %	Encuesta 2010 %
Sí	63,5	64,7
No	27,7	18,4
No sabe qué haría	No informado	17,0

Nota: La pregunta 2009 se refiere a recurrencia al CPLT en caso de organismo públicos que no cumplan la Ley de Transparencia. La pregunta de 2010 se refiere a recurrencia al CPLT en un caso ficticio de denegación de información por parte de una Municipalidad.

A pesar que las preguntas de cada cuestionario sobre la disposición a recurrir al CPLT plantean situaciones diferentes pues en la medición del año 2009 apunta más bien a la concurrencia al Consejo bajo una situación de denuncia de un organismo que no cumpla con la Ley, en tanto que en la pregunta del año 2010 se refiere a una situación ficticia y personal de denegación de información por parte de una Municipalidad, ambas mediciones reflejan una tendencia mayoritaria a acudir al CPLT con proporciones similares las tendencias se mantienen estables y cercanas al 64% en ambos años.

## 5 RESULTADOS FOCUS GROUPS POSICIONAMIENTO

### 5.1 Antecedentes Fase Cualitativa

En este capítulo, se da cuenta de los resultados de dos focus groups, para conocer, desde una perspectiva más cualitativa, el nivel de información y la imagen percibida sobre la Ley de Transparencia y el Consejo para la Transparencia de algunos ciudadanos, de manera de complementar, profundizar y enriquecer los resultados de la encuesta nacional, en particular las motivaciones, experiencias y percepciones más profundas de los participantes, que no es posible obtener sólo con metodologías cuantitativas.

### 5.2 Levantamiento de Información

La técnica de abordaje de esta fase consideró en particular la realización de 2 focus groups, de acuerdo al siguiente cuadro:

	<b>Grupo 1</b>	<b>Grupo 2</b>
Fecha de realización	15 de diciembre de 2010	21 de diciembre del 2010
Número y sexo de participantes	2 hombres y 5 mujeres, total 7	3 hombres y 3 mujeres, total 6
Perfil socioeconómico y laboral	Diversos niveles socioeconómicos sin especificación de ocupación	Profesionales mayoritariamente provenientes con experiencias laborales en el sector público
Conocimiento previo	Sin conocimiento sobre la Ley de Transparencia	Manejan algún nivel de información sobre la Ley de Transparencia.

Se destaca, en relación a este último aspecto, que fue mucho difícil contactar personas que correspondiesen al perfil de *"ciudadanos informados sobre la Ley 20.285"*, lo que condujo a conformar el segundo grupo con personas que se desempeñaran mayoritariamente en el sector público, lo que implica algún nivel de información sobre esta temática, ausente en la mayoría de los ciudadanos comunes, o que no esté relacionado con el ámbito legal.

La siguiente tabla grafica la constitución detallada de cada grupo:

Grupo	Edad	Sexo	Comuna de residencia	Actividad	Sector privado o público
<b>Focus Group 1: No Informados</b>	19	H	Santiago	Estudiante de Trabajo Social	
	23	M	Ñuñoa	Estudiante de Psicología	
	31	M	Quinta Normal	Técnico en Párvulo	Privado
	24	M	La Florida	Estudiante de Psicología	
	30	M	Santiago	Enfermera	Público
	27	H	Providencia	Estudiante de Medicina Veterinaria	
	22	M	Colina	Estudiante de Medicina Veterinaria	
<b>Focus Group 2: Informados</b>	60	M	San Miguel	Analista financiero FONDEF	Público
	41	M	Santiago	Psicopedagoga	Público
	28	M	Ñuñoa	Gerente Comercial	Privado
	26	H	Las Condes	Psicólogo	Público
	28	H	Las Condes	Enfermero	Público
	31	H	Macul	Laboratorista Químico	Privado

Se especifica que los participantes presentaron una buena acogida y disposición hacia el estudio, facilitando su tiempo para acceder a integrar los focus group, los que duraron entre 90 y 120 minutos.

### 5.3 Resultados Grupo No Informados

En primer lugar, se presentan los resultados del focus group realizado con ciudadanos no informados acerca de materias vinculadas con la Transparencia.

#### 5.3.1 Ejercicio de Derechos Ciudadanos

##### a) *Experiencia en la solicitud de información a un organismo público*

✓ En un comienzo los participantes niegan haber acudido a alguna institución pública a solicitar información. Sin embargo, a medida que se explica la pregunta comienzan a recordar la **búsqueda de información en organismos públicos**, los que en su mayoría refieren a información general, que a velar por el cumplimiento de las funciones definidas institucionalmente, o el cumplimiento de los objetivos propuestos.

✓ Estas solicitudes han sido en su mayoría **vía internet**, y sólo dos participantes manifiestan haber ido **en forma presencial** a buscar la información, ya que en internet no la encontraron.

- **Por Internet**

- a) **Funcionamiento de jardines infantiles JUNJI**

- “Yo, bueno yo a través de internet pedí de la página Web de la JUNJI. Si cumplen o no las reglas que ellos dan, como la cantidad de tías, cuántos niños por nivel, ese es el tipo de preguntas”.*

- b) **Actas de Concejo Municipal.**

- “Quizá en mi caso, no, no he ido como a pedir ese tipo de información, por ejemplo en la Municipalidad sí actas del Concejo Municipal...pero si lo he visto en internet”*

- c) **Misión institucional para obtener información en preparación de búsqueda de un trabajo.**

- “Lo que yo he buscado también es cuando he querido cambiarme de trabajo, me meto a las páginas de los hospitales para ver la misión, lo que buscan, como el perfil”.*

- d) **Normas del MINSAL**

- “Yo también a la única página que me he metido es a la del MINSAL...a revisar algunas normas que hay algunas, que no están actualizadas”*

- **Vía presencial:**

- **SENCE en búsqueda de información para tesis de pregrado**

- “Fui al SENCE por el tema de mi tesis... hablamos con la secretaria de la persona encargada de competencias laborales a nivel nacional”.*

- **Chile Valora en búsqueda de información para tesis de pregrado**

- “Fui a “Chile Valora”, por mi tesis acudí para que me diera información de qué se trataba esta ley (ley de Competencias Laborales), cómo funcionaba, tipos de financiamiento... y ahí conversé con la jefa de competencias laborales”.*

- **Servicio Agrícola Ganadero (S.A.G.),** previa búsqueda por internet pero no obtiene la información que buscaba, por lo cual acude a solicitarla en forma presencial

*“Yo tuve que ir a buscar en el SAG, pero estaban en paro. Yo busqué en internet información sobre la lista de especies exóticas que se van ingresando al país, pero no la encontré, así que tenía que ir a especialmente a la oficina”.*

- ✓ **Se precisa que dos de los participantes no han buscado ni solicitado ningún tipo de información a algún organismo público, por señalar que no han tenido la necesidad, ni les ha interesado.**

*“Porque la verdad yo no he sentido la necesidad hasta ahora de buscar información”.*  
*“Que en la práctica no la he necesitado, quizás en algún momento si lo necesite y obviamente voy acudir pero hasta ahora, no he necesitado información de ningún establecimiento público”.*

- ✓ **A este respecto, un participante específico que no ha sentido el interés porque basta con la información recibida en la TV.**

*“No porque uno opina solamente lo que escucha en la televisión, pero uno no se dedica a buscar la información.....uno se deja llevar por lo que dicen y hasta ahí queda”.*

#### **b) Principales Obstáculos encontrados al Solicitar Información**

De las solicitudes mencionadas en el punto anterior, se especifican los siguientes aspectos:

- ✓ **La participante señala una buena acogida en Chile Valora. El principal obstáculo identificado, es que el material público encontrado es de difícil comprensión por el lenguaje técnico en que es entregado. En referencia a la Ley sobre competencias laborales que maneja este organismo.**

*“En Chile Valora, me costó entender de qué se trataba, súper complejo, es que uno lee la Ley y no entendí, aunque lo leyera mil veces sino me lo explicaba alguien, que era entendido en la materia, no lo iba a entender y ella (funcionaria de ese organismo), me lo explicó todo casi que con monitos así entendí todo”.*

- ✓ **Existe la información en internet pero no está actualizada**

*“O sea sí, habían actas de Concejo Municipal, pero no estaban actualizadas... Por ejemplo, fue hace 2 meses tenían actas del 2008, diciembre del 2008, o sea durante todo el 2009 no subieron ninguna”.*

*“En el MINSAL me pasó lo mismo que a él, las normas hay como del 2002, 2003, pero no están actualizadas”*

- c) **El Acceso a Información Pública** que está en poder del estado sería uno de los principales aportes a la participación ciudadana y la democracia.

- ✓ **La mayoría de los participantes consideran que sería un aporte a la democracia que exista un libre acceso a la información de los organismos estatales.**

✓ Los participantes destacan que, para que efectivamente sea un aporte a la democracia, se debiese informar a la ciudadanía de este libre acceso a la información pública, que se sepa que cualquier persona tiene este derecho.

*“Tendría que haber un proceso de educación a la población para que sepan que pueden pedir esta información”*

✓ Se especifica que sería un aporte a la democracia y la participación ciudadana en los siguientes aspectos:

- **El funcionario público estaría más presionado a tener que hacer bien su trabajo, ya que cualquier cosa se puede saber, al ser la información pública.**

*“Si porque incluso, si uno lo necesitara, se supone que las personas trabajan en la organización pública, estarían más presionadas sabiendo que uno la puede solicitar porque puede quedar la crema si se sabe algo, entonces se guardaría más las espaldas, o sea harían bien el trabajo”*

- **Cambiaría la percepción que tienen los ciudadanos sobre el Estado porque tendrían más control sobre lo que ocurre a nivel institucional con el acceso a la información. Como ocurre actualmente con la información que se tiene sobre los parlamentarios.**

*“Si, quizás cambiaría también la percepción que tienen los ciudadanos del Estado. Por ejemplo, ahora se publican las reuniones de Senadores, de los Diputados, igual es mucho mejor, uno sabe quiénes asisten y quiénes no, hay unos flojos que no van nunca, eso ha hecho que ellos se preocupen más, uno los puede conocer mejor”.*

*“Porque la gente se podría enterar de lo que pasa con la plata de sus impuestos, de qué pasa con el tipo que eligió para representar a su distrito, lo está cumpliendo bien. La gente tendría como saber que está pasando con los recursos del Estado, eso ayuda también a una democracia más sólida”*

✓ En relación a lo anterior, se destaca que los participantes señalan que los ciudadanos en general, desconfían de los políticos chilenos, no considerándolos transparentes. Esto se observaría en:

- **No existe real claridad sobre los dineros invertidos en los organismos públicos, lo que no coincide con las inversiones que, finalmente, están a la vista del ciudadano. Esto lleva a la participante a no inscribirse en los registros electorales**

*“Por lo mismo, por lo menos yo tengo 31 años y hasta hoy no me he inscrito, porque encuentro que no es transparente la política. No existe esa transparencia que yo diga “ya, chuta! es verdad, tienen razón, este recurso se ocupó para esto”, y en realidad no lo veo invertido en nada, entonces dónde está esa plata”.*

- **Los medios de comunicación que manipulan la información entregada contribuyen a la desconfianza en la ciudadanía.**

*“Yo creo que los medios de comunicación, en general, juegan una mala pasada porque muestran lo que ellos quieren mostrar, entonces, por ejemplo, se hace un spot, o que se divulgue algo en las noticias, siempre hay una manipulación de ese dato”.*

- ✓ **En consideración a lo señalado en un principio por algunos participantes, los que no han solicitado ningún tipo de información a algún organismo público, una vez transcurrido el focus group especifican que el desinterés por buscar o solicitar información en organismos públicos, se relaciona a la desconfianza existente en el funcionamiento de lo estatal.**

*“Eso, la desconfianza genera desinterés”.  
“Yo desconfío, si de eso que llaman lo estatal”*

- ✓ **Lo anterior se relaciona con que siempre habrá información reservada, por lo que al otorgarla al público en general, se filtrará cierta información.**

*“Por ejemplo de tema de platas, siempre hay algo que en general el ciudadano no lo puede ver”  
“Claro, hay información pero está parcial, como la pantalla, lo más bonito lo más políticamente correcto y lo más macro como para que uno se haga una idea, pero el detalle y lo que realmente importa, no está asequible”.*

*“Uno se entera después que pasan los gobiernos, o sea a medida que van cambiando los gobiernos, ahí se van dando cuenta todo lo que ha ocurrido hacia atrás”*

- ✓ **Sumado a lo anterior, se especifica que solicitar información se relaciona con burocracia, mala calidad de la atención, teniendo que disponer de mucho tiempo para realizar un trámite como éste, dada la poca cantidad de tiempo que se dispone por los compromisos laborales o académicos de que dan cuenta los integrantes del focus group. En este sentido, se considera que el costo es muy alto para los posibles beneficios a los cuales se pueden acceder.**

*“Tú dices, ¿para qué, ¿qué gano?, ¿de qué me sirve? ¿Para qué buscar? Hay que ser realista, por ejemplo, tu estudias, trabajas, tienes otras obligaciones, uno no va a estar todo lo que le alcanza de tiempo, para saber si tal organismo público te da una explicación, cachay!, para eso uno dice “ya filo”, y desiste”.*

*“Uno tiene asumido que todo lo público es lento y engorroso, hasta para ir a un banco público, o sea, la fila de clientes avanza rápido, la otra horrible, y funcionan hasta como las 14:00 de la tarde entonces implica dejar toda la mañana para eso”*

*“Pero de qué manera voy a tener acceso, ¿en forma burocrática?, porque estamos en un país súper burocrático, entonces, nos van a decir “acá no tiene esa información, vaya a la otra calle”, y uno mira la hora porque cierran a las doce, “ya no alcancé”, que se les cayó el lápiz, se fueron almorzar y no te atendieron. Y además nos van a preguntar para qué lo quiere, de donde viene, etc., qué lata”*



#### **d) Incentivos para la Ciudadanía Activa**

Los participantes señalan algunas formas para incentivar a los ciudadanos a informarse y hacer peticiones de información a los organismos públicos. Estos radican principalmente en los medios en que se hace llegar la información, la forma en que se transmite, utilizando un lenguaje sencillo, y por último, mostrar implicancias prácticas para el ciudadano. Lo anterior se especifica a continuación:

✓ **A través de medios masivos de comunicación, como spot publicitario en TV que genere impacto.**

*“Yo creo que lo más masivo es la televisión, con un spot juvenil, bueno que llame la atención, que haga que uno se pregunte por qué no lo hace, uno por flojera a veces por pensar que no va a sacar nada, pero si fuera bien llamativo, más masivo, yo creo que resultaría”.*

✓ Se plantea la importancia de **utilizar un lenguaje sencillo**, no técnico, para que sea entendible a cualquier ciudadano. Por ejemplo, si se habla de presupuestos, que el gasto invertido sea comparable en datos concretos (por ejemplo: “X” millones invertidos para construir este puente, equivale a la construcción de dos hospitales, estando en un rango de costos bajos para este tipo de construcciones, ya que las otras empresas consideraron “X” montos).

*“No sé cuánto es normal o barato para que se construya un puente por ejemplo, entonces eso sí o sí van hacer millones de dólares, entonces, como yo voy a saber si eso fue más caro más barato, me entiende, me va a costar saber si hubo fraude o no”.*

*“Como bajar las cifras, como aterrizar el monto, como por ejemplo dos mil millones de dólares es igual a 3 hospitales, que hayan otras comparaciones, o sea que esté quizás a la vista, cómo se eligió esa empresa, para qué construir ese puente, porque uno puede pensar que fue la más barata.”*

✓ **Qué se transmita que la información que se puede obtener puede tener un beneficio directo para quien consulta, no como algo lejano y de nivel macro.**

*“Aunque uno tenga el derecho, si no sabe eso en lo práctico en qué beneficio se traduce, de que nos sirve que la persona vaya y pregunte, no tiene implicancias para uno, no sirve”.*

*“Por ejemplo, lo que mencionaba ella, si una mamá está buscando un colegio para su hijo puede solicitar los resultados de los colegios de la comuna, cosas así, que no se vea algo lejano, macro que no tiene nada que ver conmigo en lo concreto”*

## e) Difusión de Derechos

La mejor manera de dar a conocer la existencia de este derecho entre los ciudadanos se refiere a medios de comunicación masivos, y de forma directa en unidades territoriales o recintos educativos.

✓ **Se mencionan diversos canales de información como:**

- **Medios masivos de comunicación: TV, radios, anuncios publicitarios en el metro y buses del transantiago.**

*“Tendría que ser de diversas formas, la televisión ya lo dijeron, es un medio súper masivo, pero también creo que es importante con carteles, radios”*  
*“Carteles también que pueden ir en el metro o en el Transantiago”*

- **Internet como páginas web y facebook**

*“Por internet, en las páginas web”*  
*“En facebook”*

- **Por comunicación directa y a nivel territorial como municipios y juntas de vecinos:**

*“Por las juntas vecinales, porque ese también genera participación ciudadana es distinto el contacto, cara a cara y bueno en general todos los medios de comunicación, pero más yo, por lo menos, creo lo más importante es la junta de vecinos”.*

*“Y el contacto siempre directo con las municipalidades”.*

- **A partir de establecimientos educacionales como colegios y universidades**

*“También en los colegios, universidades, que se les dijera a los alumnos que pueden acceder a esa información y para que les sirve, o sea como una educación cívica que es un deber”.*

✓ **Que la información brindada sea accesible a cualquier persona tanto en la diversidad de medios entregados, como en la amigabilidad de la información a divulgar.**

*“Que sea accesible a cualquier persona, si uno le dice a la gente métase a triple W y la persona tiene ochenta años, entonces es como un poco difícil que ella pueda ver la información, o uno abre una página y salen tres mil pestañas, tampoco es como muy claro”.*

*“Hay gente que no sabe cuánto vale una UF. Cómo poner a disposición la información, bajarla, aterrizarla para que la gente pueda entender”.*

✓ **Los organismos públicos deberían actualizar su información en las páginas web institucionales**

*“Yo creo que todas las partes públicas, lo primero que tendrían que hacer es actualizar la web que es lo más accesible para todos”.*

### 5.3.2 Percepción y Valoración de la Transparencia

#### a) Asociación espontánea con palabra “Transparencia”

Los participantes refieren asociaciones sobre la noción de transparencia en términos de una valoración positiva, en torno a información verídica que aclara en detalle y genera mayor cercanía.

“Verdad”  
“Cuentas, cuentas claras”.  
“Que se puede ir más allá, más el detalle”.  
“Información”.  
“como hablar de tú a tú, algo más cercano”.

#### b) Imágenes que más se asocian con la idea de transparencia

En relación a este ítem, a los participantes del focus group se les mostró 6 imágenes que proyectan conceptos positivos y negativos en torno a la idea de transparencia como: tecnología, detalle de cuentas, prohibición al acceso, entre otras. Dentro de esto, se les da la instrucción de elegir como grupo una imagen, a lo más dos, que más se acerque a la representación que tienen de la noción de transparencia. Esto implica un momento de discusión para llegar a un acuerdo grupal. Ante esto, se señala:

✓ Los participantes no demoran en ponerse de acuerdo en dos imágenes que identifican la idea de transparencia que poseen, que aluden a nociones positivas del concepto aludido.

- Imagen 1: cifras aumentadas con una lupa

“Yo creo que ésa. Estoy como con lupa”.  
“Es como de finanzas, cuentas”.  
“Cuentas”

Los organismos públicos deberían actualizar su información en las páginas web institucionales, como forma de dar cuenta de información que se considera que genera mayor interés de conocer como es el tema de las entradas, salidas e inversiones que componen una institución



- **Imagen 2: los participantes eligen la imagen de la calculadora con cuentas y un gráfico, haciendo alusión a la misma noción anterior, presupuestos, dineros, distribución de recursos**

*"Y ésta yo encuentro como en segunda medida, pero menos que ésta, no sé si alguien le pasa lo mismo, la calculadora que apunta a lo mismo, cuentas claras"*

*"Igual, la calculadora y el gráfico".*

*"Es de distribución de platas, cálculos, si también esa"*



- **En 3° opción señalan la imagen del computador, por los gráficos que se ven en la pantalla, lo que puede ser obtenido por internet**

*"La del computador. Igual porque también tiene un gráfico".*

*"La transparencia, la cuenta que quizás podríamos sacar de Internet".*



Los participantes en forma unánime desestiman las imágenes negativas, como prohibición al acceso de la información, o la dificultad de acceder a ella por ser información secreta, ya que es lo que se suele pensar de los organismos estatales, por ende irían en contra de la idea de transparencia para fomentar la democracia y la participación ciudadana.

### c) **Nociones De “Transparencia”**

Respecto a los ámbitos en los que se puede aplicar este concepto -que ellos mismos han descrito- y específicamente cómo en el sector público se aplicaría la transparencia.

✓ **Se destaca que los participantes en forma mayoritaria, asocian transparencia con tener acceso a información. Dentro de esta tendencia, se aprecian algunas especificaciones:**

- **Acceso a la verdad sin burocracia para obtenerla**

*“Es como acceder a la verdad a lo que realmente pasa. Llegar a fondo sin necesidad de burocracia”.*

- **Información es accesible a cualquier persona de forma rápida y oportuna.**

*“Que la información puede ser manejada por todos de forma rápida y oportuna”.*

✓ **Los participantes hacen alusión a que es aplicable tanto al ámbito público como privado. En relación a lo público, se menciona el área educación como un aspecto sensible sobre la información.**

*“Es aplicable a todo en general. Por ejemplo, si lo aplicamos en educación, conocer las estrategias que uno ocupa para entregar educación, desde el aula, las planificaciones del profesor hasta ver el programa del MINEDUC, y hasta el profesor”.*

*“Por ejemplo saber... yo no soy mamá pero me imagino que debe ser súper difícil escoger un colegio para los niños. Porque una cosa es la infraestructura, pero otra saber los resultados, los promedios, de qué universidades salieron los profesores. Saber con qué rendimiento, si tienen pos-títulos o no”.*

✓ **En relación al ámbito de la educación se mencionan ejemplos dentro de la realidad nacional, que son catalogados de transparente y de no transparente a especificar:**

- **Acceso a rendimientos de la evaluación SIMCE en los colegios, como ejemplo de transparencia**

*“Ahora salió un formulario de los SIMCE: verde amarillo y rojo. Sólo para los SIMCE para saber cuáles tienen mejor puntaje, ahí hay algo transparente”.*

- **Preponderancia del rumor, por no existir información clara en torno al cierre de colegios científico-humanistas en comunas como La Pintana y Cerro Navia, supuestamente con rendimiento de calidad. A partir de esto, se plantea la hipótesis de cierres de ciertos liceos municipales, como forma de fomentar la educación técnica en ciertos sectores de la población, dando cuenta de una desconfianza y crítica hacia criterios estatales.**

*“Pero hablando de educación igual, qué pasa con comunas como Cerro Navia, La Pintana que se están cerrando colegios públicos, liceos, que los mismos alumnos dicen que son de excelencia, son los únicos científico humanistas de la comuna. Entonces, ¿qué pasa ahí?, ¿por qué sólo fomentar lo técnico si también hay personas que quieren lo científico humanista?”*

*“Es que también existen rumores, entonces hay una información que no es fidedigna. Otro tipo de información, entonces nunca se llega a la verdad de la información, no es transparente. Todos hablan allá, no saben que va a pasar”.*

- ✓ **En el sector privado también se destaca como relevante:**

*“En las empresas también debe aplicarse esto, ponte recurso humano, o algunas tienen bienestar”  
“Por ejemplo, en los trabajos en las empresas privadas, por ejemplo a través del departamento de bienestar, en recursos humanos...”*

### 5.3.3 La Ley de Transparencia

#### a) **Evaluación sobre la promulgación de la ley de transparencia, (ley n° 20.285) del año 2008, que obliga a los organismos públicos a dar a conocer lo que se llama “información pública”**

- ✓ En términos generales los participantes **evalúan positivamente la existencia de esta Ley, para favorecer la democracia y la participación ciudadana**. Sin embargo, a medida que desarrollaban sus argumentos, surgía el tema de fondo, ante la desconfianza que sienten frente a que las instituciones entreguen información fidedigna respecto a lo que se pregunta.
- ✓ Es positivo porque ampara al ciudadano a obtener la información que se requiere, ya que si es un derecho establecido por Ley, a la vez, que **obliga a los organismos públicos a difundir información** que da cuenta de su funcionamiento.

*“Yo creo que ampara al ciudadano. Se facilita la información, es un derecho.”*

*“Indirectamente siempre va ayudar a la transparencia porque tienen que hacer las cosas, porque en cualquier momento se la van a pedir..... las cosas van a estar más claras en teoría”.*

- ✓ **Es útil** siempre que alguna persona necesite información de algún organismo público. De esta respuesta, se desprende además, la dificultad de ver las implicancias en la vida cotidiana de esta Ley.

*“Es útil según la necesidad de cada persona, porque si yo no necesito la cuenta, no voy a ir al municipio para pedirlo, simplemente no quiero saber, no me interesa, pero si ella que está haciendo su tesis y requiere la cuenta de un municipio, ese dato lo va a pedir al municipio”.*

- ✓ **Se evalúa positivamente porque garantizaría un mejor desempeño de las funciones a realizar, mejorando la calidad de la atención**

*“Es un punto también pensando en garantizar una cierta calidad en la atención, o sea ahora tienen que cuidarse las espaldas sobre lo que hacen y cómo lo hacen”.*

- ✓ **Se destaca que los participantes hacen hincapié en la importancia de difundir la Ley a toda la población para que efectivamente funcione como un derecho ciudadano.**

*“En todo caso es bueno que haya salido la ley, porque por algo se empieza, igual se agradece, pero de nada sirve una ley oculta, se tiene que dar a conocer que existe”.*

*“Está estipulado, pero no sé si está señalado a qué persona o departamento de la organización uno se tiene que dirigir, cómo se hace esto. Todo eso debería darse a conocer para que sirva realmente la ley”*

- ✓ A pesar de las evaluaciones positivas, se precisa que existe **desconfianza en los participantes sobre si la información que es entregada es la verdadera o no**, percepción que no cambia por la promulgación de una Ley

*“Igual queda la desconfianza independientemente que te entreguen un documento en el que salgan los gastos ¿será verdad o será mentira?”.*

*“Esa es una percepción que cambia con el tiempo, porque no porque aparezca la ley estamos todos felices”.*

*“Igual el papel aguanta mucho porque si me traen un papel en que dice lo que gasta, pero después viene en dos meses más un programa como “esto no tiene nombre” y me dice otra cosa”.*

- ✓ Se destaca que para comenzar a generar confianza en que esta Ley realmente favorecerá a la ciudadanía, se plantea el tema de las **sanciones a los organismos que no cumplan la Ley.**

*“Lo otro importante para que uno tenga confianza es que hayan sanciones o garantías de cumplimiento o incumplimiento”.*

*“La ley tiene que decir claramente qué pasa en el caso que no cumplan”*

*“Qué llegue incluso a la destitución de algún funcionario, que le cueste su puesto, si así funcionan las cosas con sanciones, que sean claras y se apliquen, o si no va a dar lo mismo”*

*“El funcionario tiene que estar en conocimiento de esto. Por qué sería tan grave destituirlo del cargo si está infligiendo un derecho que la ley dice que es mío, entonces por qué yo tendría que ser tan condescendiente con él si me está pasando a llevar”.*

- ✓ El planteamiento de la sanción permitió abrir la discusión sobre **sanciones que deberían recurrir en personas o cargos en particular, o a la institución en su conjunto**. En el sentido, que si se recae en funcionarios, se caerá en culpabilizar a ciertas personas para limpiar la imagen institucional, siendo que es una responsabilidad de un organismo público.

*“Es que yo creo que debería ir más al organismo que a las personas individuales porque sería súper fácil estarle cursando multas a los trabajadores”*

*“Pero en verdad hay que pensar que la organización se compone de capital humano, si partimos de esa base la persona que está a cargo de la organización debería decirle a todos los funcionarios. Es una responsabilidad mutua tanto del empleador como del trabajador.”*

✓ Los participantes en esta discusión concluyen que es **necesaria la sanción para que el funcionario haga bien su trabajo**, y en caso de no cumplir la ley debería aplicarse algún tipo de amonestación, y también a nivel institucional, como un ranking con las peores instituciones en transparencia.

*“Yo creo que igual amonestación para el trabajador por ejemplo, y que la empresa cayera en el ranking, la institución peor evaluada por la transparencia. Que exista un ranking, y que sea público”.*

*“Es que nosotros trabajamos si nos sancionan. Al tener sanciones yo trabajo bien”.*

*“Igual en la parte pública, está la idea de que la gente no aperra, que es floja y que igual funciona con el castigo”.*

#### **b) Utilidad de la Ley de Transparencia en la vida cotidiana de los ciudadanos**

✓ Se especifica que a la mayoría de los participantes les cuesta responder a este ítem, porque se siente un **tema lejano a la realidad cotidiana**. Más bien se asocia a temas macro sociales, más que de utilidad práctica.

*“La gente piensa que no tiene nada que ver con uno, que es algo macro, eso es lo difícil”*

✓ **Los participantes manifestaron ámbitos de interés a consultar, mencionan ámbitos de salud y educación.**

- **En relación a salud, específicamente en consideración del funcionamiento de los hospitales públicos que se cataloga como un sistema deficiente.**

*“Me interesaría harto lo de los hospitales públicos, lo encuentro súper deficientes, el sistema malo”.*

- **En educación, se plantea conocer desde el Ministerio, realidades de colegios y universidades, hasta las capacitaciones que se acceden en el ámbito laboral.**

*“La educación, el tema de los colegios, las universidades, como un todo general. Todo lo que sea educación, desde el Ministerio hasta las capacitaciones que hacen en los trabajos, igual forman parte de la educación”*

*“En educación puede ser, claro, cuando una mamá busca colegio para su hijo, o quieren buscar una universidad o instituto, o si quiero perfeccionarme después como profesional, eso se me ocurre”.*

### **5.3.4 El Consejo para la Transparencia**

#### **a) Conocimiento de los Participantes del Consejo para la Transparencia**

Se reporta que todos los participantes del focus group de no informados, señalaron no tener conocimiento sobre la existencia del Consejo para la Transparencia.

Sólo un entrevistado mencionó a Chile Califica, pensando que tenía una relación con el Consejo para la Transparencia, aclarándose la diferencia.

#### **b) Opiniones sobre la Utilidad de la Existencia del Consejo para la Transparencia para Favorecer la Democracia y la Participación Ciudadana.**



Respecto a las opiniones sobre la utilidad de la existencia del Consejo para la Transparencia para favorecer la democracia y la participación ciudadana, los participantes manifestaron opiniones favorables sobre la función de este nuevo organismo en la medida que fiscalice el cumplimiento de la Ley; que sea conocida por los ciudadanos, y que se posicione en el tema como lo ha hecho el SERNAC en otro ámbito público.

✓ **Evaluación positiva sobre la existencia del Consejo para la Transparencia, como organismo fiscalizador de que se cumpla la Ley de Transparencia**

*“Esta súper bueno ese Consejo porque resguarda si precisamente qué pasa si la ley no se aplica”.*

*“Por lo menos si uno quiere que algo funcione aparte de hacer una ley porque una ley suelta no sirve de nada, hay que hacer algún mecanismo fiscalizador de la ley”.*

*“Entonces, es interesante que exista el consejo, pero uno puede ir ahí y decir: bien, aquí no se aplica la ley”*

✓ **Los participantes remarcan la idea de difundir la existencia del Consejo para la Transparencia y la Ley de Transparencia, para que efectivamente se logren sus objetivos y se cumpla la Ley**

*“Ahora sólo falta que la ley y este organismo que la promulgue, que la de a conocer. Que la publicite”.*

*“Esta súper claro porque esta la ley, está el consejo pero hace falta que todo esto sea conocido”.*

✓ **Los participantes asocian el Consejo como organismo fiscalizador similar al SERNAC dentro de otro ámbito, como instancia a la que la ciudadanía sabe que puede recurrir para comenzar un reclamo y tener algún tipo de beneficio, el que se espera que sea rápido.**

*“Falta la publicidad. Yo creo que uno cree bastante en esta cuestión, ¿cómo se llama? Que hacia la publicidad engañosa, el SERNAC. Ese es un buen organismo al que uno puede ir fácilmente a reclamar y funciona”.*

*“El SERNAC es un organismo que uno sabe que te van a tramitar igual, yo por lo menos le tengo confianza, se demora pero llega. Por eso, como ciudadana a mí me gustaría que el consejo fuera más rápido, que fuera más expedita la cosa, más que el SERNAC”*

✓ **Dentro de lo anterior, se destaca que existe **desconfianza en el operar de las instituciones**, por lo cual el Consejo para la Transparencia debe velar por ser transparente tanto en su forma de darse a conocer, como en el ejercicio de sus funciones**

*“Pero yo creo que el Consejo sea transparente para que uno le crea a las otras instituciones públicas. Si el consejo hace sus funciones transparentes, sus procesos transparentes, entonces ahí uno le va a creer al Consejo”.*

*“Si uno no le cree al Consejo uno no le cree a ninguna otra institución. Entonces yo creo que es importante que el Consejo se promocióne en forma transparente”.*

### 5.3.5 Sugerencias Ciudadanas

#### a) Los participantes señalan que darían a conocer la ley de derecho de acceso a la información pública destacando los siguientes atributos de este derecho a conocer:

Los participantes señalan que incentivarían a usar la Ley a otros ciudadanos, aludiendo a que:

#### ✓ Es un derecho que nos sirve a todos por igual.

*“Sí claro, que diría que es un derecho”  
“Que nos sirve a todos, que es eficiente”.*

#### ✓ Qué será un trámite rápido y expedito

*“Que no te va a quitar más de tantos minutos o una hora, que puedes destinar tiempo a otra cosa”.  
“Que cuando tú vayas, vas a volver con la información que fuiste a buscar”.*

#### b) Ideas para crear una campaña de difusión a la Ley de Transparencia

Los participantes señalan en primera instancia, los medios masivos de comunicación como la forma de difundir la Ley de forma eficiente. Luego acompañar esta información por medios masivos, con campañas de comunicación directa a nivel territorial, con organizaciones y recintos educativos.

FORMAS DE DIFUSIÓN
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Por TV y Radios</li><li>✓ Campañas en TV con experiencias concretas, no con estudios de opinión o encuestas</li><li>✓ Charlas a la ciudadanía en ámbitos locales como Juntas de Vecinos o diálogos ciudadanos.</li><li>✓ En los colegios como parte de contenidos entregados, como en las reuniones de apoderados, en los textos escolares, en el consejo escolar</li><li>✓ Difusión en los espacios cotidianos de la población como: juntas de vecinos, consultorios, filas de los hospitales, negocios de barrio.</li><li>✓ Medios de comunicación más locales como diarios y radios comunales desde el municipio</li><li>✓ En lugares de tránsito como en el metro, en buses del transantiago</li></ul>

**“Los canales oficiales de gobierno, la radio, no sé cuál es la radio oficial o en TVN, que estos medios se hagan responsables e información como ésta sean difundidos por ahí.**

*“Pero uno tendría que decirle viste esto en la televisión. Con experiencias uno tendría que contarle con datos concretos. No me refiero a datos de encuesta, no sé, el 98% dice... sino que viste en la TV que a la señora le resulto pidió la información. Si la mejor difusión es contar tu experiencia, si a ti te funcionó, si a otra persona le funcionó”*

*“Eso también se da en los diálogos participativos. Ahí también podría difundirse”.*

*“En el colegio todavía hay educación cívica, no sé. Ahí podría ser, algo así como deberes y derechos que pasen en los colegios.”.*

*“Por ejemplo en las juntas de vecinos, el consultorio, o en los lugares que la gente asiste más.  
“Hasta el hospital, no sé, desde el lugar público, hasta el negocio donde la señora compra el pan o donde se cargue la Bip”.*

*“Buscar otras alternativas: en el metro. Cuando uno sube la escalera mecánica salen avisos, yo los leo, por ejemplo en la micro arriba”.*

#### **PROPUESTAS A NIVEL DEL MENSAJE DE LA CAMPAÑA**

- ✓ Acompañar la difusión con un ícono que sea reconocible para la población
- ✓ Mostrar la Ley como un derecho de acceso a la información, lo que debe adecuarse a la población que va destinada, por ejemplo para niños con dibujos animados; para adolescentes con figuras de Yingo, entre otras.
- ✓ Mostrar que desde las cosas más cotidianas empiezan a cambiar por efectos de la Ley, por ejemplo que mejorará la atención en los servicios públicos.

*“Ponte tú antes había el “Armando Casas”, que es como crear un ícono del transparente. Además podría ayudar esa figura, ese muñeco podría ayudar en la educación de la gente, para que la gente pida estos informes de transparencia”.*

*“Mostrarlo como un derecho, que es el derecho a la información y también mostrar que es una forma de hacer democracia...”*

*“Que sean actividades cotidianas, no sé, estás en el hospital y haces la fila dos horas por los remedios y no están los remedios, y eso se ve. Que muestren cosas típicas de todos los servicios públicos. Algo representativo de que algo está cambiando”.*

## 5.4 Resultados Grupo Ciudadanos Informados

A continuación se presentan los resultados del focus group realizado con ciudadanos informados acerca de materias vinculadas con la Transparencia.

### 5.4.1 La Transparencia

#### a) Concepto de Transparencia: Asociaciones y Aplicaciones en General

En un nivel ciudadano general, la transparencia se asocia por una parte con valores positivos, como la lealtad, coherencia y seguridad, y por otro lado se vincula con el acceso a información.

ASOCIACIONES RESPECTO AL CONCEPTO DE TRANSPARENCIA	
VALORES	CONCEPTOS - FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Lealtad</li><li>➤ Coherencia en la vida</li><li>➤ Veracidad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Seguridad</li><li>➤ Acceso a la información</li></ul>

- ✓ **Se utiliza en primer término la metáfora visual como asociación para transparencia, lo transparente se define desde lo que se puede ver “desde el otro lado”.**

*“Es algo prístino, que yo puedo mirar de este lado al otro lado, a través del vidrio”*

- ✓ **La transparencia es asociada a valores personales tales como la lealtad y la coherencia en la vida: ser transparente sería mostrarse tal como se es.**

*“Se podría asociar con una persona que es leal a su forma de actuar o de proceder en los distintos ámbitos de la vida. Ser transparente por ejemplo en el amor a la pareja, a la familia, ser transparente en el puesto de trabajo. Ser como leal transparente con la persona.”*

*“... lo puedo asociar a dos ámbitos, en lo personal a lo que decías tú, cómo soy, lo que reflejo, y qué es lo que yo quiero mostrar al resto”*

- ✓ **La transparencia es asociada a la seguridad, la que sería una consecuencia de ésta.**

*“Transparencia también lo asocio con el tema de seguridad. En el fondo algo que se muestra o alguien que se muestra transparente debería darte seguridad”*

- ✓ **La transparencia se valora positivamente como un atributo que permite guiarse con seguridad en distintos planos.**

*“Esta transparencia o el apellido que uno le quiera poner, te da condiciones de cómo moverte por lo menos, ya sabes dónde estás”*

- ✓ **La transparencia es asociada a la información (en términos cuantitativos y cualitativos) brindada respecto a distintos tópicos. Así sería un tema que se remonta a la educación y a lo que el ciudadano puede exigir y criticar.**

*“Lo que nos entregan lo tragamos y eso también tiene que ver con el tema de la transparencia, cómo nos entregan la información, qué es lo que se filtra, qué no se filtra, qué les estamos enseñando a los niños en nuestros colegios, aquello que tienen el deber, la obligación o por último asumieron el ser profesores, y por último cómo les entregamos esa información a los niños para que el día de mañana se transformen en masa crítica”.*

**b) Concepto de Transparencia: Asociaciones y Aplicaciones orientadas al ámbito público**

- ✓ **En el ámbito público la transparencia involucra a una institución, no solamente a una persona natural.**

*“Pero en el ámbito público no soy yo quien limita lo que muestro, y lo que quiero mostrar, sino que estamos hablando de otros que están alrededor mío también.”*

- ✓ **La transparencia se asocia en el ámbito público a la confianza en las instituciones: una institución transparente se vuelve segura y confiable para el usuario.**

*“Yo creo que básicamente el entregar seguridad a los participantes de toda esta empresa pública, que al final somos todos los ciudadanos con el tema de la ley”.*

*“Yo encuentro que es generar también confianza, porque si yo voy a una institución que es transparente, publica todo lo que realiza, eso también genera en mí, como persona, ir y ser parte de esta institución o confiar en esa institución, también asocio transparencia a generar confianza, generar lazos, de alguna u otra.”*

- ✓ **La transparencia y la entrega de información sería un proceso paulatino que involucra la relación entre prestador y usuario y la superación de desconfianzas de ambas partes.**

*“Cuando uno no está como usuario sino como prestador, (...) si uno muestra un poco más se van a subir por el chorro.(...) Entonces la desconfianza es mutua, uno empieza a soltar de a poquito independiente de la ley, pero aquel que tiene que dar la prestación que tiene contacto con el usuario es súper complicado también...”*

### c) **Aplicación Práctica de la Transparencia**

- ✓ **La mayoría del grupo asocia el concepto de “transparencia” al derecho de acceso a la Información Pública; no obstante, poseen nociones vagas acerca de lo que es este derecho.**

*“Eso también tiene que ver con el tema de la transparencia, como nos entregan la información, qué es lo que se filtra que no se filtra”*

*“Con la necesidad que uno necesita tener información. La ley está, la tocaron, nos capacitaron, nos dijeron que existía, lo asocio al manejo de la información. En la medida que yo necesite algo, voy y sé que existe”.*

- ✓ **Destaca que los participantes se han relacionado preliminarmente con la Ley de Transparencia, principalmente porque la mayoría trabaja o ha trabajado en organismos públicos.**

*“En el hospital existe un departamento de gestión de calidad que tiene estrecha relación con políticas etc., y lo mencionaron (la Ley de Transparencia), pero para mí era algo muy distante”*

*“Una de las líneas de trabajo que tenemos en satisfacción social, son las OIRS, las instancias formales de participación. Nos han dado capacitación desde el mismo servicio en relación al tema de transparencia”*

*“Una día cualquiera nos llamaron a un reunión en la que nos dijeron que a partir de hoy tenemos una ley de transparencia. No se nos ha instruido mayormente en este tema, la OIRS en el CONICYT es sólo un tema de solucionar problemas”*

### d) **Efectos Sociales de la Existencia del Derecho de Acceso a la Información Pública.**

- ✓ **El derecho de acceso a la información pública contribuye al mejoramiento del proceso democrático, en la medida que se cuiden las condiciones de equidad para éste. Se cita como ejemplo la página de MIDEPLAN.**

*“Te ayuda al acceso, estaba pensando, el año pasado nos dieron una capacitación de Participa que es corporación. Nos mostraban la página del MIDEPLAN, desde el tema del Chile Crece hasta lo último para los viejitos... Ahí estaba la información”.*

*“Si yo puedo acceder a la información voy a poder acceder a otras cosas pero por lo menos a las mismas condiciones de información que el resto de la gente”.*

- ✓ **La transparencia sería un tema de discusión que se pone en juego cuando ocurren circunstancias tales como un cambio de gobierno.**

*“Yo creo que a largo plazo sí (contribuye al mejoramiento de la democracia), pero a corto plazo no. Básicamente porque los funcionarios públicos basamos nuestro quehacer en base a normas, todo lo que se hace es seguir la norma... Cuando vienen los cambios, cuando viene cambio de gobierno o cambio de dirección, ahí se empiezan a discutir las cosas, pero eso se demoran años, esa es mi versión.”*

#### e) **Relación entre Derecho y Participación Ciudadana**

- ✓ El derecho de acceso a la información pública contribuye a la participación ciudadana. No obstante, esto se condiciona a una mejora de aspectos del sistema, tales como la burocracia y la educación en derechos ciudadanos.

*“También pensando en los servicios de atención primaria, bueno en todos los servicios, tenemos las OIRS y el tema de la participación ciudadana.”*

*“Contribuye a más participación pero no garantiza que la gente participe en la medida que no cambie en lo que hay de fondo, la burocracia del sistema mismo...”*

*“Educar a las mamás jóvenes que vayan con los hijos a reclamar, que hay instancias para hacerse respetar de tanto abuso que hay en distintos niveles, a nivel bancario, en los retails, todo eso”*

#### 5.4.2 **La Ley de Transparencia**

##### a) **Valoración acerca de la Existencia de la Ley de Transparencia**

- ✓ La Ley de Transparencia es asociada a las instancias a las que se puede acudir para acceder a la información pública.

*“El tema de la transparencia y la ley de transparencia no sólo es que tú puedas exigir, sino que existan instancias a las que puedas recurrir.”*

Al grupo le parece **positiva la existencia de la ley de transparencia**. Lo anterior, se aprecia en las afirmaciones realizadas acerca del funcionamiento de instituciones públicas y privadas, la información brindada y la necesidad de que se eduque a la población acerca de su derecho al acceso a la información pública.

##### b) **Utilidad de la Ley de Transparencia en la Vida Cotidiana de los Ciudadanos**

- ✓ El segmento posee una **apreciación crítica acerca de la aplicabilidad de la Ley en la vida cotidiana**. Señalan así que la relación entre la Ley y los posibles beneficios que ésta acarrearía sería una relación teórica.

*“Totalmente, totalmente alejada” (de la vida cotidiana).*

*“De que hay una relación, yo creo que siempre hay relación pero...es como una relación teórica”*

*“Casi un pensamiento mágico”*

- ✓ Al grupo le resulta **difícil encontrar la utilidad de la Ley de Transparencia** en la vida cotidiana. La solicitud de información y la espera de respuesta se conciben como un proceso que resta tiempo a otro tipo de actividades personales, o incluso tiempo para movilizarse y cambiar situaciones a corregir

*“Dedicarle tiempo a la movilización, al trabajo, a la familia, los amigos. Llega un minuto en que tienes dos caminos: pedir información y recibir una respuesta que no me sirve de nada, y yo estoy esperando esa respuesta y debería estar actuando”.*

- ✓ La **falta de información acerca de la Ley de Transparencia** dificulta su aplicación en la vida cotidiana, ya que la información entregada no es desde un lenguaje accesible a cualquier ciudadano

*“Sí, se ve poco, a mí no me ha tocado a tener que recurrir a buscar información, no sé no me ha tocado personalmente, pero no es algo que sea de conocimiento público (...) Yo nunca lo he usado porque no sé cómo usarlo, o como entregan la información que me pasen una planilla gigante con un montón de números, no voy a poder interpretarla como ciudadano. Ese un punto crítico porque no sé cómo se entrega esa información.”*

### **c) Experiencias con la Ley de Transparencia**

- ✓ **El grupo no ha utilizado la Ley de Transparencia**, pues no lo ha necesitado.

*“No, no me ha tocado pedir, porque tengo redes como para conseguir lo que necesito, por ahora”.*

*“... somos entre comillas privilegiados, tenemos acceso a internet, a la información, nos movemos en redes distintas a personas que no tienen acceso”*

- ✓ La no utilización de la Ley de transparencia por parte de los participantes de la discusión, es extrapolada a características de distintos segmentos de la sociedad chilena, la cual es percibida como “reprimida”, “pasiva” y “conformista”

*“Yo lo veo más que la sociedad chilena es súper reprimida, uno se conforma, o se critica a los otros, pero hay muy poca organización de la gente, que la gente diga “oye yo quiero arreglar esta plaza, hagamos algo”*

- ✓ **Existiría suspicacia y desconfianza hacia la utilización de la Ley de Transparencia** en el ejercicio de los derechos y los resultados que esto pudiese generar.

*“Hay desconfianza, porque mira que la apatía no viene de la nada, es una apatía que se ha ido generando por molestias por rabia. (...)Esta apatía que ha ido aprendiendo, y la frustración de perder tiempo.”*

*“La gente empieza a reclamar al principio, de ahí para que si al segundo día va a ser lo mismo. Y les da miedo porque cuando les dicen que tienen que poner el teléfono para dar la respuesta (...) Entonces siguen en lo mismo, la gente sigue reclamando, gastando papel y queda en lo mismo”*



- ✓ En referencia a que la Ley no sería mayormente utilizada por la población de escasos recursos, se asocia a una **falta de acceso a la educación en derechos y procedimientos** que no les permitiría exigir adecuadamente sus derechos ciudadanos.

*“Le pasa a mucha gente de escasos recursos que tiene la tendencia a quedarse callada porque el funcionario la mira feo, le pega un grito y la gente le dice “ya señorita entonces me voy”, eso lo he visto”.*

*“Tiene que ver con los niveles de instrucción que uno tiene. Si tú has terminado toda tu enseñanza básica y media y tuviste la suerte de ir a la universidad, o sea, tú sabes cómo moverte. Pero esa persona de escasos recursos que con suerte alcanzó a hacer la enseñanza básica, no tiene idea como moverse...”*

- ✓ **Los participantes mencionan la siguiente como información relevante a la cual les interesaría acceder.**

- **La solicitud de horario de marcación de quienes trabajan en salud**

*“Yo no podría decir en la clínica quiero la planilla de todos los que marcan porque me meterían al... pero ese es un tema que me interesa”*

- **El monto de sueldos de algunos funcionarios públicos.**

*“A mí me da mucha vuelta lo de los sueldos.”*

### **5.4.3 Ejercicio de Derechos Ciudadanos**

#### **a) Conocimiento sobre el Derecho de Acceso a la Información Pública**

- ✓ El grupo considera que el derecho de Acceso a la Información Pública no es mayormente conocido por la gente, lo que se atribuye principalmente a la **educación en dicho derecho**.

*“Sí, se ve poco, a mí no me ha tocado a tener que recurrir a buscar información, no sé, no me ha tocado personalmente, pero no es algo que sea de conocimiento público”*

- ✓ El grupo tiene una noción vaga de que es posible solicitar determinado tipo de información, no obstante, **no conoce mayormente los procedimientos**.

*“Por ejemplo, que uno vaya a la municipalidad y que pueda pedir cuenta de los gastos, la gente no sabe eso, en general. Yo nunca lo he usado porque no sé cómo usarlo o como entregar la información; me pasan una planilla gigante con un montón de números y no voy a poder interpretarla como ciudadano. Ese es un punto crítico, porque no sé cómo se entrega esa información”.*

- ✓ Existiría **información limitada acerca de la Ley de Transparencia**, centrada mayormente en lo que respecta a Gobierno Transparente, lo que generaría que no se pudiesen aprovechar completamente los beneficios de ésta. Se realiza también una crítica a la falta de continuidad y profundidad a la difusión de las OIRS

*“Se sabe lo del Gobierno Transparente, pero el resto no. No es permanente el tema, por cumplir, porque hay un plazo para difundir, sensibilizar, pero más allá no. Le pasa a la gente precisamente eso como el sistema no funciona para qué, para qué lo voy a hacer.”*

- ✓ **Una participante menciona la experiencia local de implementación de la OIRS** como entidad que vela por el cumplimiento de funciones institucionales y satisfacción usuaria, lo que ha significado un cambio de cultura institucional, no obstante, sin compartir en mayor medida el significado de lo que esto implica entre los funcionarios.

*“Hemos hechos capacitación a todos los funcionarios administrativos y de ventanilla en el tema de la ley, en los temas de participación, de la OIRS, satisfacción usuaria,”*

*“Nosotros hemos hecho eso, harta difusión con trípticos cuando empezó la OIRS, cómo se hacía, capacitación a los consejos consultivos, que son dirigentes vecinales (...) es una estrategia que hemos utilizado para educar, hay que utilizar todo, hay una radio también en la comuna”*

#### **b) Obstáculos para que exista el cumplimiento efectivo de este derecho**

- ✓ Los participantes en su mayoría, de acuerdo a su experiencia laboral en organismos públicos, dan cuenta de **desconfianza, burocracia y apatía** como características del funcionamiento institucional a nivel estatal. La desconfianza y la apatía hacia la burocracia y pérdida de tiempo en las solicitudes en el sistema público, serían obstáculos existentes para el cumplimiento efectivo del derecho de acceso a la información.

*“Esta apatía que se ha ido aprendiendo, y la frustración de perder tiempo.”*

- ✓ Parte del segmento manifiesta cierta **susplicia hacia la pretensión de transparencia en servicios e instituciones**. Así refieren en primer lugar, que les genera desconfianza el hecho de que todo sea (o pretenda ser) transparente, y en segundo lugar manifiestan que el buen funcionamiento de una entidad o servicio no sería consecuencia directa de la transparencia.

*“Puede generar confianza o desconfianza pero a lo mejor puede ser muy transparente que todo ande súper bien, la calidad del servicio, pero igual me genera esa desconfianza de que algo sea transparente.”*

*“Es que nadie está seguro de eso en el fondo, que algo sea transparente o que va a funcionar o bien, sólo te muestra información, esa información tú la tienes que tomar y analizar.”*

- ✓ **Se percibe nuestro país como poco transparente en términos de manejo de información.**

*“Por eso, esa cuestión de manejar la información y cómo la vas entregar; todos sabemos que en Chile todo se maneja, hasta el día de hoy”*

**c) Condiciones necesarias para incentivar al ciudadano a hacer uso del derecho de acceso a la información.**

- ✓ La principal condición propuesta para incentivar al ciudadano a hacer ejercicio del derecho a la información pública es la **educación desde temprana edad.**

*“La educación cívica debería ser el ramo que desde 3° básico para arriba, se le debería enseñar a los niños, ustedes tienen derecho a reclamar, a informarse, enseñarles como están las redes de apoyo dentro de la web y llegar a la información”*

*“A los cabros chicos que son como esponja, porque los computadores les fascinan. Son temas que pasan por cambiar, agregar a la mallas curriculares de los colegios esta educación cívica.”*

- ✓ Se propone también **instruir a los funcionarios públicos en pos de que puedan informar adecuadamente a los usuarios** sobre cómo ejercer dicho derecho.

*“Pero los mismos funcionarios públicos se les instruya de cómo es la cosa para que ellos puedan informar a la gente. Sabía usted que puede ir a reclamar.”*

*“Explicar con casos puntuales. Hay 20 reclamos de esto y 5 de esto cuando a usted le pasa esto, usted tiene que hacer esto, esto y esto otro. No tiene que esperar a que lo llamen, si a usted le pasa esto haga esto, si a otra le persona le pasa esto otro haga esto, porque va de la mano de la educación.”*

- ✓ Se propone **difundir y educar mediante medios de comunicación y campañas acerca del uso del derecho de acceso a la información pública.** Se vislumbra una crítica al abordaje del gobierno acerca de este tema.

*“Con respecto a eso, si están buscando la forma mejor de educar mejor a la población, para mi punto de vista, sería en el noticiero de las nueve, 5 minutos para educación cívica, mínimo”*

*“Pero hay que partir por difundir primero”*

*“Hay formas creativas para que la gente se entere, ahora hay información por todos lados, imagínate la cantidad de campañas publicitarias de todo tipo de productos y de servicios, son casi todos privados. Como que el Gobierno mismo no ha sido muy innovador para informar a la gente. Da la impresión que no les interesa mucho informar mucho a la gente.”*

#### 5.4.4 El Consejo para la Transparencia

##### a) Conocimiento acerca del consejo para la transparencia

El grupo no ha escuchado hablar acerca del Consejo para la Transparencia, su composición, ni tampoco de sus funciones. Sólo un participante declaró conocer esta entidad.

*“No, jamás”.*

*“No tengo idea ni cuántos son, ni lo que hacen, ni cuando se reúnen, Ni cuánto ganan”.*

*“Yo los escuché por mi trabajo”*

##### b) Valoración de la existencia del consejo

- ✓ El grupo considera **positiva la existencia del Consejo para la Transparencia**, en términos de propósitos y objetivos. Sin embargo, sugieren informar de su existencia en pos de que tales objetivos puedan ser conocidos.

*“De partida ojalá saber que existe, que está funcionando, que está haciendo, donde está, pero los objetivos para los que se creó, están bien.”*

- ✓ Más allá de su evaluación, el grupo sostiene varias **interrogantes acerca del Consejo para la Transparencia**. Se preguntan, por ejemplo, quiénes lo componen, cómo puede integrarse dicho consejo, cómo se eligen los miembros del Consejo.

*“Ahora ¿funciona permanentemente, todos los días, o una vez a la semana?, ¿quiénes lo constituyen?”*

*“¿Cómo se eligen, cuanto duran sus cargos?”*

*“¿Qué puedo hacer yo como ciudadana común y corriente de la República para poder llegar a ser parte de ese Consejo?”*

- ✓ Uno de los sujetos menciona que conoce la Ley y el Consejo de Transparencia, no obstante, sólo abocado a la declaración de patrimonio de la alta dirección pública.

*“Yo, por el tema de la ley de transparencia y el Consejo y todas su menudencias, fue todo un tema (...) una caza de brujas que hubo por todos los problemas que hubo en todos los ministerios por todos conocidos. Yo creo que en general la imagen que hay en la ciudadanía, si alguien sabe algo del Consejo es que es para perseguir a todos los ladrones del Gobierno, esa es la respuesta que te van a dar, nadie lo ve como la instancia para que te den respuesta frente a ciertas situaciones que son puntuales.”*

**c) Existencia de confianza para recurrir al Consejo para la Transparencia ante la negación de información pública solicitada**

- ✓ En caso de ser denegada algún tipo de información en un organismo público, el segmento no toma en cuenta en primer término los procedimientos regulares, señalando la intención de ir *“lo más arriba posible”*. En la medida que transcurre la discusión y los participantes se enteran de la existencia del Consejo para la Transparencia, señalan luego que si estuviesen bien informados, sí acudirían a éste.

*“Iría lo más arriba posible. Pero también considero que es poco crítico, una autocrítica personal saltarme a la gerencia al tiro, también eso no debería hacerse. Considero que no me debería saltar el conducto el regular pero si de verdad no me entregan la información”*

*(¿Se abandona la opción de utilizar el conducto regular?) “Sí, de todas maneras. De cierta manera sí”.*

*“Ahora que yo sé que sí me la tendrían que dar (la información), sí (acudiría al CPLT) pero si yo no supiera yo me quedo ahí no más.”*

- ✓ Es posible señalar que en virtud de los juicios emitidos por los participantes, se infiere que existe ambigüedad en términos de **confianza hacia el Consejo para la Transparencia**, lo que se traduce en una actitud suspicaz y crítica hacia su conformación y funcionamiento.

*“Es que porque no hemos sabido de esto antes, debería ser mucho más difundido”  
“Ya me parece raro que no exista mayor información, quiénes lo componen, de dónde salieron”*

**d) Servicios del CPLT que podrían ser útiles a la población**

- ✓ En términos de servicios del CPLT que podrían ser útiles, el grupo se orienta más que nada al **libre acceso a información relacionada con presupuesto y destinación de dineros** (sueldos, fondos de programas).

*“Es que hay una parte pública y privada, lo que pasó ahora es que hubo una infiltración de que se supo unos sueldos de unas personas y quedo la grande, pero mis compañeros y la demás gente que supo esa información no sabe que existe esta ley. Podrían ellos pedir que se puedan dar las cifras porque yo donde trabajo, nadie sabe cuánto ganan los estamentos altos ni nada.”*

**e) Experiencia y evaluación sobre información solicitada al Consejo para la Transparencia**

Ninguno de los participantes ha solicitado información al CPLT, ni ha escuchado la experiencia de reclamantes o consultantes.

#### 5.4.5 Sugerencias Ciudadanas

##### a) Para dar a conocer el Consejo para la Transparencia

- ✓ Los **medios propuestos** para dar a conocer el CPLT son: los noticieros (se propone particularmente la inclusión en el canal nacional), la difusión en los colegios, prensa escrita, internet y las redes sociales.

*“Tiene que ser eficiente y que llegue a las personas y lo que dices tú, en la televisión, en los noticieros, al menos el canal el 7 que es el canal de gobierno, que le den como bombo en fiesta todos los días”.*

*“Los Colegios”*

*“A lo mejor a través de la prensa con pequeños insertos”*

*“Internet, las redes sociales”*

<b>MEDIOS POSIBLES DE DIFUSIÓN DEL CPLT</b>
➤ Televisión: Noticieros
➤ Prensa escrita
➤ Internet: particularmente redes sociales
<b>INSTANCIAS POSIBLES DE DIFUSIÓN DEL CPLT</b>
➤ Difusión en los colegios

##### b) Ideas para crear una campaña de difusión para la Ley de Transparencia.

Se proponen como ideas para una campaña de difusión de la ley de transparencia las siguientes:

<b>IDEAS PROPUESTAS PARA EL DISEÑO DE UNA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LA LEY DE TRANSPARENCIA</b>
➤ Inclusión de banners y flash que interpelen al usuario en páginas web de organismos públicos.
➤ Campaña eficaz que enfatice derechos de los ciudadanos respecto de la Ley de Transparencia.
➤ Inclusión de ejemplos prácticos sobre la utilización de la Ley de Transparencia.
➤ Difusión en el Metro a través de mensajes cortos y fácilmente recordables
➤ Creación de un número telefónico de informaciones acerca de la Ley de Transparencia.

- ✓ Inclusión de modo “agresivo”, en las **páginas web de organismos públicos** - dirigiéndose directamente al interlocutor- de banners y flash acerca de la transparencia en términos de derechos y deberes.

*“Ahora, ponte tú, cada una de las páginas web de los distintos ministerios o estamentos públicos deberían ser así flash gobierno transparente, usted tiene derecho a: bla, bla, bla”*

*“Súper agresiva. Preguntándole, interpelando.”*

*“FLASH en las páginas web, no importa la institución, ¿sabe usted en lo que el gobierno los puede ayudar?”*

- ✓ Se propone una campaña que pueda **explicar de un modo eficaz los derechos de la gente al acceso a información**, se cita como ejemplo a seguir la difusión acerca de los derechos del consumidor y el SERNAC.

*“Que pegue, que te diga “yo tengo derecho a (...) como el tema del SERNAC”.*

*“Al punto que uno dice en cualquiera tienda uno dice “voy a ir al SERNAC”. Y te voy a decir que en las tiendas no importa el nombre que tenga Pepito Pérez, tú les nombras el SERNAC y es como si le nombraras el diablo, todos corren, falta que se pongan de rodillas no más.”*

*“Al principio el SERNAC fue igual le dieron harto espacio en la televisión, harto.”*

- ✓ Una campaña de difusión de la ley de transparencia debe **incluir ejemplos prácticos acerca de su utilización**.

*“Cosas prácticas”*

- ✓ **Difusión en el metro a través de mensajes cortos**, fácilmente recordables y que queden en mente.

*“En el metro y que no sean esas peroratas: “el Consejo de Transparencia es no sé qué no sé cuándo y no sé dónde”. La gente se aburre de leerlos, tiene que ser como así: ¡Mensaje y chao!, así que te queden, casi subliminales que te queden en la mente.”*

- ✓ Creación de **número telefónico de informaciones** acerca del CPLT y la Ley de Transparencia.

*“Teléfonos de informaciones”.*

*“Los de salud los 800 que inventaron un tiempo para pedir la hora; al principio la gente no hacía uso, después la gente empezó a hacer uso. Eso ayuda a que accedas”.*

**f) Aspectos a mejorar del Consejo y de la Ley de Transparencia**

- ✓ La mayor parte del grupo propone como sugerencia a mejorar acerca del CPLT el hecho de que se **“democratice” la participación en éste.**

*“Que sea más democrático”*

*“Más allá de quién es el Consejo (...) me parece muy antidemocrático que sean cuatro personas que lo constituyan o directores lo que sean. Que sean cuatro personas que estén tratando de pensar por el resto del país, eso lo encuentro antidemocrático y deberían tomarse muestras: alguien que pertenezca a un Municipio a una población de Emergencia, de un estrato medio de la Granja, de La Pincoya...”*

- ✓ Más allá de la incorporación de los “enlaces” se propone la **creación de Consejos Locales para la Transparencia.**

*“Como te digo pero que a lo mejor, en las comunas haya pequeños Consejos de Transparencia que a su vez sea el vaciado de las unidades vecinales y que cada unidad vecinal tenga su chiquitito consejo de transparencia y que de ahí vaya a la Municipalidad”.*

*“Que alguien de Consejo de Transparencia se preocupe localmente, de cada comuna”.*



## 6 SINTESIS INTEGRADA DE RESULTADOS

A continuación se presenta una síntesis integrada de los resultados obtenidos en la fase cuantitativa y cualitativa del estudio. Cabe tener presente que las dimensiones incluidas en los instrumentos de recolección de información en ambas etapas fueron diferentes y que consideraron a distintos segmentos de la población.

Por lo anterior, se presenta la información disponible para los principales ejes analíticos, provenga ésta de la fase cualitativa o cuantitativa, o bien de ambas.

### 6.1.1 *Transparencia como tema país y Asociaciones Espontáneas*

Para los encuestados, los **temas más importantes para el país** son: salud (52,6%), educación (47,8%), pobreza (37,8%), crimen y delincuencia (33,6%), vivienda (28,5%) y empleo (26,4%). Sólo en el noveno lugar, se reporta un tema vinculado a transparencia, en particular la corrupción con el 17,9% de las menciones.

Por otro lado, entre los **temas menos importantes**, tres de ellos se refieren al ámbito de la transparencia: protección de datos personales (34,9%), transparencia de los organismos públicos (25,1%) y derechos ciudadanos (20,9%); y luego, mencionan el medio ambiente (26,1%), desigualdad (21,2%) y seguridad nacional (20,5%). Ello, da cuenta que la transparencia y sus materias asociadas no son un tema relevante para una parte importante de los ciudadanos encuestados.

En relación a las **representaciones y asociaciones con el concepto de Transparencia** tanto en la encuesta como en los focus groups, cabe destacar que en general es valorado positivamente al relacionarlo con conceptos que dan cuenta de probidad, información y derechos.

En la primera, se vincula principalmente con “Información de los ciudadanos sobre lo que hace el Estado” (45,1%), “combate a la corrupción dentro del Estado” (42,6%) y “protección y defensa de los ciudadanos y sus derechos” (40,6%).

En los focus groups en tanto, el concepto de Transparencia en general es asociado a las siguientes ideas:

Grupo No Informados	Grupo Informados
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Verdad</li><li>➤ Cuentas claras</li><li>➤ Información detallada</li><li>➤ Cercanía</li><li>➤ Distribución de recursos y presupuesto</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Lealtad</li><li>➤ Coherencia</li><li>➤ Generaría seguridad en los usuarios</li></ul>

En relación a las asociaciones y aplicaciones del concepto de transparencia al ámbito público, el grupo de los participantes **no informados** lo asocia a tener acceso a la información en forma fidedigna, rápida, oportuna y sin burocracia. El segmento de los **participantes informados** asocia el concepto de transparencia al derecho de acceso a la información pública, y señala por otra parte, que dicha transparencia se relacionaría directamente a la confianza en las instituciones; tomando la confianza como un proceso paulatino que debe generarse entre el usuario y el funcionario e institución pública.

### 6.1.2 La Ley de Transparencia

Respecto a la Ley de Transparencia, tanto en la fase cuantitativa como cualitativa se observa un bajo conocimiento de la existencia de la Ley y un desconocimiento también elevado de sus atribuciones e implicancias, lo que devela la falta de información de la ciudadanía respecto a dicha Ley y su contenido.

En la encuesta un 76,1% de los encuestados a nivel nacional **no conoce la Ley de Transparencia** (Ley N° 20.285), que exige a los organismos públicos a dar a conocer la información pública, siendo la televisión el principal medio para informarse sobre la existencia de ésta. En los focus groups, sólo algunos ciudadanos, los del segmento de personas informadas han escuchado sobre la Ley, pero desconocen detalles de la misma y reconocen no haberla utilizado.

En el grupo de los **participantes informados**, pese a que se han relacionado preliminarmente con conceptos ligados a la Ley de Transparencia, no la han utilizado nunca, puesto que refieren no haberla necesitado. Quienes trabajan en el servicio público refieren que, cuando requieren información, poseen las redes necesarias para obtenerla. Los participantes en esta fase, consideran que la no utilización de Ley de Transparencia por parte de los usuarios, se relacionaría a características que le atribuyen a la sociedad chilena, la que consideran como pasiva, reprimida y conformista.

Respecto al contenido de la Ley, casi la mitad de los ciudadanos/as encuestados que conoce la ley, cree que ésta se refiere a “Informar sobre lo que hacen los organismos públicos (48,4%)”, y en menor medida a que se ocupa de “informar sobre sueldos, patrimonios, gastos y presupuestos” (30,8%). Pese al desconocimiento mayoritario de la ley y de sus atribuciones específicas, al 71,4% de los encuestados les **interesaría recibir información sobre la Ley de Transparencia**, situación que también acontece en los grupos focales, donde la materia resulta de interés para los participantes.

El interés por conocer sobre la Ley, contrasta con lo reportado en la fase cualitativa donde los participantes revelan la dificultad de apreciar las consecuencias de la Ley en la vida cotidiana del ciudadano, puesto que ella se vincularía con temas macro-sociales. Específicamente, en la fase cualitativa el segmento de los **participantes informados** posee una apreciación crítica respecto de la utilidad y aplicabilidad de la Ley de Transparencia en la vida cotidiana; dicha dificultad se basaría en los amplios tiempos de espera para recibir respuesta a las solicitudes, lo que resta tiempo a otro tipo de actividades personales y a una posible movilización diligente en el tema del cual se solicita información.

En la encuesta, la percepción de los beneficios que la Ley de Transparencia destacan el “combate a la corrupción dentro del Estado” (53,2%) y la “protección y defensa de los ciudadanos y sus derechos” (52,9%), seguidas por “información a los ciudadanos sobre lo que hace el Estado”, con un 51,7%.

### 6.1.3 La Transparencia y los Organismos Públicos

Respecto a las áreas en que los ciudadanos consideran más necesario que la información sea pública, en la encuesta mencionan en un claro primer lugar la Salud (67,7%) y luego, educación (56,2%). Las menciones siguientes, a considerable distancia, se ubican Vivienda (34,5%), Justicia (31,3%) y Trabajo (26,3%).

Las dos primeras menciones se corroboran en los focus groups, donde ambos grupos señalan como temas de interés en términos de solicitud de información los siguientes:

TEMAS DE SOBRE LOS CUALES INTERES SOLICITAR INFORMACIÓN
➤ Salud
➤ Educación
➤ Sueldos y presupuesto

En relación al **tipo de información** acerca de los organismos públicos que debiera ser de fácil acceso, los encuestados mencionan básicamente dos dimensiones de entrega de información: aquellas vinculadas con servicios y prestaciones de cada organismo, y un segundo nivel, relacionado con los datos y presupuestos de cada servicio u organismo. De esta forma, se mencionan como materias que deberían ser de fácil acceso: “los servicios que presta” (51,7%), los “subsídios y beneficios entregados a personas” (49,4%), la “forma en que se gasta el presupuesto” (48,8%), las transferencias de dinero a la comunidad u otras organización (37,9%), los recursos que posee el organismo (37,4%), las compras y adquisiciones que realiza (35,7%) y los trámites para tener acceso a los servicios que presta (35,3%).

Respecto a la **confianza en la información** que entregan los organismos públicos, la mitad de los ciudadanos/as confía poco (27,7%) y nada (22,3%) en la información que les entregan; en tanto, que un 40,7% de ellos/las confía algo y un 5% confía mucho en esa información. Las principales razones señaladas para desconfiar de la información que les entregan los organismos públicos, se refieren a que dichos organismos no dicen la verdad, son poco confiables (49,3%), ocultan información o entregan información incompleta (40,9%) y son poco claros, confusos (39,1%).

Las percepciones observadas en la encuesta son similares a las observadas en los focus groups, donde el grupo de los **participantes no informados** releva la desconfianza respecto de que la información brindada sea la verdadera, ya que tendría que ver con una disposición política a nivel de las instituciones públicas, que no se resuelve únicamente con la promulgación de una Ley. Ante esto se menciona que, para garantizar cierto grado de confianza, se hace necesario definir -y sobre todo aplicar- sanciones a las instituciones y a los funcionarios que impidan el cumplimiento de la Ley. Incluso para esto, proponen crear un ranking público con los organismos públicos peor evaluados, en términos de transparencia.

Las **características de un organismo público** más valoradas por los ciudadanos/as son que cumplan con la ley (47,4%), que atiendan bien a las personas (46,3%), que traten a todas las personas por igual (44,5%), y con menores menciones, se valora que entreguen la información que las personas les piden (36,8%), que hagan bien su trabajo (33,7%) y que evalúen a sus funcionarios (29,8%).

En relación a la **imagen de los organismos públicos**, la encuesta muestra algunos consensos importantes tal y como detalla el siguiente cuadro:

<b>Afirmaciones</b>	<b>% de acuerdo</b>
Los chilenos creen que los organismos públicos ocultan información	81,8% de acuerdo
Los organismos públicos deben hacer pública toda la información que poseen	79,9% de acuerdo
Los chilenos creen que los organismos públicos son corruptos	75,5% de acuerdo
Los organismos públicos sólo ponen a disposición de las personas, la información que ellos desean	74,6% de acuerdo
<b>Afirmaciones</b>	<b>% de desacuerdo</b>
Está bien que los organismos públicos manejen alguna información con carácter de reservada, y no la den a conocer.	Desacuerdo 64%
Los chilenos confían en el sector público	Desacuerdo 59,5%
Si uno se contacta con un organismo público, recibe la información que solicita.	Desacuerdo 58,2%
<b>Afirmaciones</b>	<b>Opiniones divididas</b>
La información que los organismos públicos ponen a disposición de los ciudadanos en sus páginas web es confiable	44,1% en desacuerdo y 34% de acuerdo

En síntesis, la imagen predominante de los organismos públicos es negativa en relación a la transparencia, y se destacan en dicha percepción los siguientes atributos:

- Ocultan información (81,8% de acuerdo)
- Son corruptos (75,5% de acuerdo)
- Son poco confiables (59,5% no confían en el sector público)

Por otra parte, se verifica un rechazo al manejo de información reservada, ya que el 64% está en desacuerdo con la reserva de información por parte de los organismos públicos, acompañada de una alta exigencia hacia dichos organismos en el sentido que deben entregar toda la información que poseen (79,9% señala que deben hacer pública toda la información que poseen).

#### **6.1.4 Conocimiento y percepciones sobre el Consejo para la Transparencia**

El 79,8% de los encuestados no han escuchado hablar del Consejo para la Transparencia, en tanto que el 20% restante sí lo ha hecho. Los segmentos que más típicamente conocen y desconocen el CPLT son:

<b>Perfil de quienes Conocen CPLT</b>	<b>Perfil de quienes No Conocen CPLT</b>
Personas con Educación universitaria	Personas con Educación básica
NSE medio alto	NSE bajo
Trabajan en el sector público	Residentes en zonas rurales

En los focus groups dicha tendencia se mantiene y se observa que la mayoría de los participantes de ambos grupos reportan **no haber escuchado hablar acerca del Consejo para la Transparencia** y sus funciones. Sólo un participante señala que lo escuchó de forma somera en su trabajo, relacionándolo a la declaración de patrimonio de la alta dirección pública.

Pese al desconocimiento, los dos grupos de la fase cualitativa **consideran positiva la existencia del Consejo para la Transparencia** como organismo fiscalizador que vele por el cumplimiento de la Ley de Transparencia. Remarcan la idea de difundir la existencia de este Consejo para que efectivamente se cumpla el objetivo de esta Ley. También, ambos segmentos dan cuenta de la desconfianza en el operar de las instituciones, suspicacia que se traspasa hacia el modo cómo puede llegar a operar el Consejo.

En relación a las **principales funciones** que los ciudadanos/as le atribuyen actualmente al Consejo, independientemente que hayan o no escuchado hablar de él, mencionan en la encuesta:

- Fiscaliza a los organismos privados para que cumplan con la Ley de Transparencia (39,4%)
- Entrega información acerca de la Ley de Transparencia y acceso a la información (34,6%)
- Fiscaliza la corrupción (26,3%)

En la fase cualitativa, ante el desconocimiento de la existencia y operación del Consejo para la Transparencia, algunos integrantes del grupo de los participantes no informados, asocian el CPLT al SERNAC como organismo fiscalizador y de respuesta a solicitudes ciudadanas.

VALORACIÓN DE LA EXISTENCIA DEL CPLT	
PARTICIPANTES NO INFORMADOS	PARTICIPANTES INFORMADOS
<b>Positiva:</b> Valoran positivamente su rol fiscalizador en torno a la Ley de Transparencia	<b>Positiva:</b> Valoran positivamente los propósitos y objetivos del CPLT
<b>Negativa:</b> <b>Difusión del CPLT:</b> Se sugiere realizar difusión a fin de que puedan cumplirse objetivos propuestos.	<b>Neutral- Negativa:</b> <b>Difusión del CPLT:</b> Existen interrogantes acerca de su composición. Se ha difundido mayormente aspectos relacionados a la declaración de patrimonio y no otros ámbitos.

Del grupo de los participantes informados, ninguno de ellos ha tenido la experiencia de solicitar información o algún servicio al Consejo para la Transparencia. No obstante, situándose en la situación hipotética de que les fuese denegada información solicitada a un organismo público, señalan que sí acudirían al Consejo, aunque la tendencia natural sería intentar llegar lo más “arriba posible” por los propios medios.

Respecto de los servicios que brinda el Consejo para la Transparencia, el segmento de los participantes informados insiste en la utilidad del libre acceso a información relacionada con presupuestos y destino de dineros de programas y servicios, como por ejemplo, CONACE.

SERVICIOS DEL CPLT QUE PUDIESEN SER ÚTILES A LA POBLACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Libre acceso a la información sobre sueldos</li> <li>➤ Acceso a información sobre destinación de presupuesto a diversos programas y servicios.</li> </ul>

Respecto a las **funciones que el CPLT debiera cumplir**, en la encuesta se menciona en un claro primer lugar “Asesorar a los ciudadanos en trámites y reclamos” (27%), y con menos menciones se señala la función de “Denunciar a los organismos que no cumplan con la ley” (8,3%).

En relación a la imagen del Consejo para la Transparencia, el siguiente cuadro resume las percepciones de los ciudadanos en relación a 5 atributos indagados:

Atributos CPLT	% Sí	% No
Autónomo	39,3	30,0
Que realiza una gestión de calidad	37,0	24,6
Eficaz	29,6	29,8
Transparente	32,2	29,4
Políticamente independiente	30,3	35,0

Como puede apreciarse, la opinión de los ciudadanos/as está bastante dividida acerca de los atributos del Consejo. Predomina una opinión favorable en dos atributos: autonomía (39,3%) y gestión de calidad (37,0%), en tanto que en el atributo de “políticamente independiente”, predomina una opinión más negativa (35,0% señala que no es políticamente independiente).

### 6.1.5 Conductas y Disposiciones en relación a la Búsqueda de Información Pública

Algo menos de la tercera parte de los ciudadanos/as (31,8%) ha **solicitado alguna vez información a un organismo público**, mientras que las dos terceras partes restantes (67,8%) no la han solicitado. En la fase cualitativa, el grupo de ciudadanos no informados posee algunas experiencias de solicitud de información a organismos públicos, que en su mayoría refieren a solicitud de información en general; las que se han realizado preferentemente por:

<b>Vía de información</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Internet</li> <li>➤ presencial</li> </ul>
<b>Organismos que se consultó</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ JUNJI</li> <li>➤ Municipalidad</li> <li>➤ Ministerio de Salud</li> <li>➤ SENCE</li> <li>➤ Chile Valora</li> <li>➤ Servicio Agrícola Ganadero</li> </ul>

En la encuesta, los ciudadanos/as que han solicitado información, lo hicieron a los siguientes organismos públicos la última vez que solicitaron:

Tipo de organismos	% de ciudadanos/as que ha solicitado información
Ministerios	18,2
Intendencias y Gobernaciones	2,6
Municipios	48,8
FF.AA. de Orden y Seguridad Pública	2,1
Servicios Públicos	27,3
Empresas Públicas	0,4
Otra institución	0,5

Se observa un notorio predominio de los municipios como el tipo de organismo público más concurrido en búsqueda de información.

En relación al **tipo de información solicitada**, se detecta una gran dispersión, dentro de la cual, se destacan: subsidios y beneficios de Vivienda (29,2%), seguido por temas laborales/ pensiones/ previsión social, subsidios y beneficios de educación y subsidios y beneficios de

salud, todos ellos con menciones en torno al 9% cada uno. Se registran otros 4 tipos de información con menciones que fluctúan entre el 3% y el 6% cada una y los demás tipos de información no alcanzan el 3%.

Respecto a los **motivos para haber solicitado información** la última vez, los encuestados señalan “conocer/postular a beneficios y subsidios” (35,4%) y por “interés personal” (30,4%), en menor medida solucionar un problema (14,8%) y su trabajo (12,4%). En los focus groups, quienes no han solicitado información, señalan no haberlo hecho, puesto que hasta la fecha no han tenido la necesidad de hacerlo, quedándose con información publicada en medios de comunicación masivos.

En relación al medio utilizado la última vez para solicitar la información, las cuatro quintas partes (81,9%) de los ciudadanos/as lo hicieron presencialmente y la octava parte (12,2%), a través de la página web del organismo. Las tres cuartas partes de los ciudadanos/as que han solicitado información (75,6%) reportan que la última vez que lo hicieron, la información les fue entregada, mientras que el 24,4% de ellos declara que no le entregaron la información.

El 71,8% de quienes reportan haber recibido la información solicitada se declaran satisfechos/as con la información recibida, a la vez que un 28,1% se muestra insatisfecho/a, identificando la mala calidad de la Información o la respuesta incompleta (33,3%) y la falta de solución a consulta/problema (31,1%) como las principales razones de su insatisfacción.

La principal **razón indicada por los ciudadanos/as que nunca han solicitado información** a un organismo público para explicar por qué no lo han hecho, es que nunca han sentido la necesidad (62%). Por su parte, la quinta parte de ellos (20%) señala que no sabía que se podía solicitar información a un organismo público.

Por otra parte, los participantes en la fase cualitativa, que han solicitado información a algún organismo público, identificaron como los **principales obstáculos** para acceder a la información solicitada, los siguientes:

<b>OBSTÁCULOS PARA ACCEDER A INFORMACIÓN SOLICITADA</b>
➤ Dificultad en el lenguaje en que se entrega la información, el que resulta de un alto nivel técnico
➤ La información no está actualizada

A su vez, el grupo de los participantes informados considera que el derecho de acceso a la información pública y sus implicancias no sería mayormente conocido por la población en general – tanto a nivel de ciudadanía como de funcionarios públicos-, lo que actuaría como inhibidor de la búsqueda y solicitud de información a organismos públicos. Lo anterior, es atribuido principalmente a falta de educación e información acerca del ejercicio de este derecho. Asimismo, el grupo percibe un nivel de conocimiento vago y con escasa profundización en las mismas instituciones para incentivar las políticas de “Gobierno Transparente” y funcionamiento de OIRS.

En otro ámbito, en relación a las **búsqueda de información en el sitio web de algún organismo público**, los resultados de la encuesta indican que un 15,6% de los encuestados – exceptuando a los que no recurrieron a la web del organismo público para solicitar información la

última vez- ha buscado información en el sitio web de algún organismos público, en tanto que el 84,4% restante no lo ha hecho.

Ahora bien, quienes han buscado información, lo hicieron en los siguientes organismos públicos la última vez que buscaron:

Tipo de organismos	% que ha buscado información en página web
Ministerios	39,9
Intendencias y Gobernaciones	1,7
Municipios	15,0
FF.AA. de Orden y Seguridad Pública	2,2
Servicios Públicos	40,2
No recuerda, no responde	0,8

Respecto a la búsqueda web, la información buscada con mayor frecuencia corresponde a los ministerios de Vivienda y Educación, con menciones entre el 11 y el 12% cada uno, al tanto que entre los servicios públicos se destaca el Servicio de Impuestos Internos (13,5%). En cuanto al tipo de información buscada, se detecta una gran dispersión, dentro de la cual, se destacan los subsidios y beneficios de las áreas vivienda (15,5%) y educación (15,4%), seguidos por temas laborales/ pensiones/ previsión social (14,3%) e información sobre certificados, trámites o pagos (13,5%)

Se registran tres motivos nítidamente superiores a los demás para haber buscado información la última vez: conocer/postular a beneficios y subsidios (32,1%), por interés personal (27,9%) y su trabajo 24,1%).

El 71,8% de los ciudadanos/as que han buscado información reportan que la última vez que lo hicieron, encontraron la información buscada, mientras que el 28,4% de ellos declara que no la encontró. El 85% de quienes reportan haber encontrado la información buscada se declaran satisfechos/as con la información obtenida, a la vez que el 15% restante se muestra insatisfecho/a, identificando mayoritariamente la mala calidad de la Información o la respuesta incompleta (56%) como la principal razón de su insatisfacción.

La **razón para no haber buscado información en el sitio web** de un organismo público es que nunca han sentido la necesidad (49,4%), mención que triplica a la falta de interés (16,7%) y cuadruplica el desconocimiento de cómo se busca la información (12,8%).

En cuanto a las **disposiciones de los ciudadanos/as hacia el futuro**, la quinta parte de quienes no han buscado información (19,8%) no solicitaría información a ningún organismo público, en tanto que uno de cada doce (8,5%) no sabe a cuál. Los que solicitarían información lo harían a los siguientes tipos de organismos públicos:

Tipo de organismos	% de ciudadanos/as que solicitaría información
Ministerios	21,9
Intendencias y Gobernaciones	1,7
Municipalidades	31,6
FF.AA. de Orden y Seguridad Pública	2,2
Servicios Públicos	13,3
Empresas públicas	0,3
Otras instituciones	0,3



Entre los Ministerios, sobresalen los de Vivienda, Educación y Salud, con menciones entre el 5 y el 6% cada uno, al tanto que entre los servicios públicos se destacan los del área salud (6,2%).

En cuanto al tipo de información que les gustaría solicitar a quienes no han buscado información, se verifica una gran dispersión, dentro de la cual, se destacan los subsidios y beneficios de las áreas vivienda (16,7%), salud (12,9%) y educación (11,1%), seguidos por temas laborales/ pensiones/ previsión social (14,3%) e información sobre certificados, trámites o pagos (13,5%). Cabe destacar que un 19,9% no pediría ninguna información.

Se identifican – entre quienes no han buscado información- dos motivos para querer pedir información al organismo público respectivo, que concentran más de la mitad de las respuestas: interés personal (28,2%) y conocer/postular a beneficios y subsidios (25,2%), que más que triplican al motivo que se ubica en el tercer lugar (solucionar problemas con 8,3%). La sexta parte de los ciudadanos/as (16,4%) no solicitaría información. Los otros motivos mencionados varían entre 0,4% y el 2,6%.

Respecto a los mecanismos que utilizarían quienes no han buscado información para solicitarla, más de la mitad de ellos (55%) concurriría personalmente a las oficinas del organismo requerido. Los otros mecanismos (teléfono, carta, e-mail, web) obtienen entre el 2% y el 5% cada uno.

Cerca de la séptima parte de estos ciudadanos/as que no han buscado información (14%) no sabría qué hacer para solicitarla y la sexta parte de ellos/as (16,4%) no solicitaría información.

Finalmente, ante la situación ficticia de negación de información por parte de un organismo público, las reacciones más frecuentes de los ciudadanos/as serían:

- Insistir en el organismo hasta que le entreguen la información 22%
- Insistir un poco más, pero si no hay respuesta, lo dejaría 16,8%
- Presentar un reclamo formal 14,3%
- Contactaría al Consejo para la Transparencia 8,5%
- No haría nada 13%
- No sabría qué hacer 16,7%

#### **6.1.6 Sugerencias Ciudadanas para Promover el Derecho de Acceso a la Información Pública**

En la fase cualitativa, se profundizó con detalle en los obstáculos percibidos por los ciudadanos/as para que se cumpla de modo efectivo el **derecho a la información pública**, al respecto señalan:

<b>OBSTÁCULOS PARA QUE SE CUMPLA DE MODO EFECTIVO EL DERECHO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ La desconfianza y apatía frente a la burocracia institucional en los organismos estatales.</li><li>➤ Susplicia hacia la pretensión de transparencia de las instituciones.</li><li>➤ Percepción de nuestro país como “poco transparente”, ya que consideran que el manejo de la información no sería el adecuado.</li></ul>

En relación a lo anterior, el segmento de los participantes no informados, señala que existe una alta desconfianza en la política chilena, en base al filtro de la información que realizan los organismos públicos, lo que disminuiría el interés por solicitar información a instituciones estatales, lo que a su vez, se relaciona también con burocracia, mala calidad de la atención, trámites engorrosos que implican una alta inversión en tiempo para poder obtener resultados.

Respecto a las **ideas que surgen en ambos grupos para incentivar a los ciudadanos a informarse y hacer uso del derecho de acceso a la información pública** se pueden mencionar:

<b>IDEAS QUE SURGEN POR PARTE DE AMBOS SEGMENTOS PARA INCENTIVAR A CIUDADANOS A INFORMARSE Y HACER USO DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA</b>	
✓	La realización de campañas de difusión en medios de comunicación masivos que sean lo suficientemente didácticas e informativas.
✓	La información que se entregue a los usuarios debe realizarse con un lenguaje sencillo no técnico, acorde a los conocimientos de cualquier ciudadano.
✓	Necesidad de comunicar las implicancias prácticas del ejercicio de este derecho en la vida de los ciudadanos y no trabajar el tema desde un impacto macro- social.
✓	La incorporación de contenidos relacionados con éste a temprana edad en el colegio particularmente como parte de la formación cívica.
✓	Instrucción de los funcionarios públicos, a fin de que ellos puedan informar adecuadamente a los usuarios acerca de cómo ejercer el derecho de acceso a la información pública

Ambos grupos, consideran que el derecho de acceso a la información pública es un aporte en la construcción y mantención del proceso democrático del país. No obstante, señalan también que deben mejorarse las condiciones de equidad en términos de posibilidad de acceso a tecnologías e información.

Respecto a este mismo tópico, el grupo de los participantes no informados especifica que con este derecho, el ciudadano tendría un mayor control sobre lo que ocurre a nivel institucional, por el acceso a la información que posee. Además, perciben que el funcionario público se encontraría más presionado para desempeñar bien sus funciones al tener que dar cuenta de ellas en el caso de que alguien así lo solicitase. El grupo de los participantes informados considera que el derecho de acceso a la información pública contribuye a la participación ciudadana, no obstante, para que la participación se asegure, sería necesario mejorar algunos aspectos del sistema estatal, tales como la burocracia de las instituciones y la merma en la educación de los derechos ciudadanos.

Las sugerencias realizadas por los participantes de los focus groups para **promover y dar a conocer el CPLT así como la Ley de Transparencia** se destacan:

<b>SÍNTESIS SUGERENCIAS CIUDADANAS</b>		
	<b>No Informados</b>	<b>Informados</b>
Medios para dar a conocer el CPLT y la Ley de Transparencia	Televisión Radios generales y comunales Prensa comunal	Televisión (Noticieros en canal nacional) Prensa escrita Internet
Formas de dar a conocer el CPLT y la Ley de Transparencia	<b>Charlas en ámbitos locales (juntas de vecinos, diálogos ciudadanos)</b> Integración en contenidos curriculares en colegios. Integración en reuniones de apoderados y estudiantes en colegios. Lugares de tránsito – Metro- Buses de Transantiago.	<b>Difusión en colegios</b> Interpelación activa al ciudadano a través de banners en páginas web de organismos públicos. Metro: inclusión de mensajes cortos y memorizables. Creación de un número telefónico de información acerca de la Ley de Transparencia
Contenido de Mensaje de difusión del CPLT y Ley de Transparencia	<b>Creación de un ícono- personaje que sea reconocible por la población.</b> Enfatizar el derecho de acceso a la información adecuando el contenido a distintas poblaciones (adultos, niños) Dar a conocer ejemplos concretos y consecuencias de un funcionamiento adecuado de la Ley a nivel de la vida cotidiana	<b>Diseño de campaña que enfatice y explique los derechos ciudadanos respecto de la Ley de Transparencia.</b> Inclusión de ejemplos prácticos de la utilización y funcionamiento de la Ley.

## 7 CONCLUSIONES

En esta sección se intenta responder, a partir de la información obtenida en las etapas cuantitativa y cualitativa del estudio, fundamentalmente a tres cuestiones de especial de interés para el Consejo para la Transparencia:

- ¿Qué características poseen los/as ciudadanos/as que ejercen su derecho de acceso a la información pública?. ¿Qué características poseen los/as ciudadanos/as que no ejercen su derecho?
- ¿Es percibido el CPLT como una herramienta útil para que los/as ciudadanos/as ejerzan su derecho?
- ¿Cuál es el grado de confianza en las instituciones públicas que poseen distintos tipos de ciudadanos/as?

Para efectuar un análisis lo más preciso posible en torno a cada una de ellas, se ha procedido de la siguiente manera:

En primer lugar, se seleccionó un conjunto de preguntas de la encuesta cuantitativa que tienen relación directa con cada uno de los tres temas planteados. Las preguntas seleccionadas en relación a cada tema son las siguientes:

<b>Caracterización de los ciudadanos que ejercen su derecho de acceso a la información pública y de los que no lo ejercen</b>	<b>Percepción y evaluación del Consejo para la Transparencia como una herramienta útil para el ejercicio del derecho de acceso a la información pública</b>	<b>Confianza en las instituciones públicas y perfil de los ciudadanos que más confían y de los que menos confían</b>
¿Usted ha solicitado información a algún organismo público?	¿Ha escuchado hablar del CPLT?	¿Cuánto confía en la información que entregan los organismos públicos a los ciudadanos?
¿Para qué solicitó esa información?	¿Qué cree usted que hace ese organismo?	Grado de acuerdo con afirmaciones sobre los organismos públicos, relacionadas con confianza y transparencia
¿Por qué no ha solicitado información a organismos públicos?	¿Qué haría usted en caso que un organismo público se niegue a entregar una información que usted solicita?	
¿Ha buscado información en el sitio web de algún organismo público?	En una situación como ésta, (de denegación de información) ¿recorriría al CPLT?	
¿Para qué buscó esa información?		
¿Por qué no ha buscado información en el sitio web de algún organismo público?		

En segundo lugar, se describen las principales tendencias que muestran los resultados de la encuesta para cada pregunta y se identifican los segmentos de ciudadanos/as que, respecto de cada uno de esos resultados, se ubican por sobre la media registrada en el conjunto de la muestra. Sin embargo, se aclara que la identificación de un segmento de ciudadanos/as en una determinada respuesta, no significa que ésta sea la tendencia mayoritaria, ni siquiera la modal, de ese segmento. Lo que significa es que el segmento en cuestión se destaca de los otros por sobre la media obtenida para toda la muestra en esa alternativa.

Posteriormente, se incorpora, cuando corresponda, información proveniente de la etapa cualitativa.

Finalmente, se elabora una síntesis analítica para cada una de las tres preguntas planteadas.

**a) Caracterización de los ciudadanos que ejercen su derecho de acceso a la información pública y de los que no lo ejercen**

Algo menos de la tercera parte de los ciudadanos/as (31,8%) ha solicitado alguna vez información a un organismo público, mientras que las dos terceras partes restantes (67,8%) no la han solicitado.

La segmentación de las respuestas muestra algunas tendencias respecto al nivel socioeconómico. Los NSE extremos aparecen con un comportamiento disímil, en que el nivel de más bajo ingreso se destaca, junto con los desempleados o cesantes, entre los segmentos que han solicitado información a algún organismo público y el más alto entre los que no lo han hecho, junto con las personas sin educación. Esto último se explica porque la carencia de educación afecta a algunas personas de ingreso más bajo, pero se constituye en una barrera de entrada para todos ellos, en cuanto a la posibilidad de solicitar información a los organismos públicos.

Por otro lado, entre los solicitantes, se destacan también los residentes en la Macrozona norte, las personas que trabajan en el sector público y quienes pertenecen a grupos u organizaciones.

La búsqueda de información en el sitio web de algún organismo público, muestra tendencias inversas a las detectadas en el perfil de quienes han solicitado y no han solicitado información.

Entre los que han buscado información a través del sitio web, encontramos que predominan personas con niveles de educación superiores a los de quienes no han buscado, destacándose además, en el primer grupo, las personas que pertenecen a organizaciones y los estudiantes y, entre los que no han buscado, los jubilados y las dueñas de casa.

Entre los motivos para haber solicitado información o para buscar información en la página web, se reiteran “conocer/postular a beneficios y subsidios” “interés personal” y “su trabajo”, aunque con distinto porcentaje y distinta jerarquización en cada una de las situaciones indagadas.

Al igual que las motivaciones para solicitar información en algún organismo público, la segmentación de estos motivos refuerza las tendencias ya indicadas en cuanto a la utilización de la información por parte de diferentes tipos de ciudadanos que la solicitan o buscan. A pesar que estos/as ciudadanos/as -los que han solicitado información y sobre todo, los que han buscado información en el sitio web- constituyen una clara minoría, resulta evidente que los sectores más vulnerables (mujeres, personas de NSE bajo, sin educación, residentes rurales, no inscritos en los registros electorales) usan la información para acceder a beneficios.

Ahora bien, uno de los principales obstáculos para acceder a la información solicitada que fue identificada por los participantes en los grupos focales que han solicitado información a algún organismo público, es la dificultad en el lenguaje en que se entrega la información, el que resulta de un alto nivel técnico, lo cual hace más complicada su utilización por estos sectores más vulnerables.

El contraste entre este grupo que instrumentaliza la información en pos de la obtención de beneficios, con el perfil predominante entre quienes solicitan/buscan información en razón de su trabajo resulta evidente. Se trata en este caso, de personas con mayor grado de educación y más alto ingreso.

Los/as ciudadanos/as que nunca han solicitado información a un organismo público señalaron como principal razón para explicar por qué no lo han hecho, el que nunca han sentido la necesidad (62%), que se repite como razón modal para no haber buscado información en el sitio web de ningún organismo público (49,4%). Otra razón relevante -en ambos casos- es “no sabía que se podía solicitar información a un organismo público” y su correlato “no sé cómo se pide información por la web”.

Nuevamente, al segmentar estos motivos aparecen tendencias muy nítidas. Mientras los que no han tenido necesidad de solicitar ni de buscar información en la web, poseen niveles educacionales e ingresos más altos, en tanto que los que no sabían que podían solicitar información o no saben cómo se accede a la información se caracterizan por niveles más bajos en ambos aspectos, además de otras características asociadas a mayor vulnerabilidad (residentes rurales, jubilados)

Estas tendencias se ven reforzadas por las apreciaciones de los participantes en los grupos focales en dos sentidos:

- El derecho de acceso a la información pública y sus implicancias no sería mayormente conocido por la población en general
- Deben mejorarse las condiciones de equidad en términos de posibilidad de acceso a tecnologías e información.

Esta inequidad se convierte en otra barrera de entrada a la posibilidad de solicitar y acceder a información de organismos públicos.

*En síntesis, respecto de este primer eje, se puede concluir que la mayoría de los/as ciudadanos/as **no ejerce su derecho de acceso a la información**, en ninguna de sus modalidades: ni solicitando información a los organismos públicos ni buscándola en las respectivas páginas web. Dentro de la minoría que ejerce este derecho, los/as ciudadanos de nivel socioeconómico bajo se destacan en la modalidad de solicitar información y lo hacen para saber de beneficios y subsidios, pero no recurren a la búsqueda de información la web, cuyo uso queda restringido a los sectores con mayor educación y nivel de ingresos.*

*Los sectores más vulnerables de la sociedad parece necesitar este tipo de información y si supieran que pueden acceder a ella y manejaran las herramientas adecuadas para hacerlo, probablemente, su demanda por información se incrementaría.*

## **b) Percepción y evaluación del Consejo para la Transparencia como una herramienta útil para el ejercicio del derecho de acceso a la información pública**

El estudio en sus dos fases verifica un desconocimiento muy mayoritario del Consejo para la Transparencia. El 79,8% de los encuestados y la mayoría de los participantes de ambos grupos focales no han escuchado hablar de él.

Los segmentos que más típicamente **conocen el CPLT** son:

- Personas con educación universitaria y postgrado
- Personas de NSE medio alto y superior
- Personas que trabajan en el sector público
- Personas que pertenecen a un grupo u organización
- Inscritas en los registros electorales

Por su parte, y en un claro contraste socioeconómico y de redes sociales, los segmentos que más típicamente **desconocen su existencia** son:

- Personas sin educación y con educación básica
- Personas de NSE muy bajo
- Residentes en localidades rurales
- Dueñas de casa
- No inscritos en los registros electorales

Por su parte, en los grupos focales, los participantes resaltaron la idea de difundir la existencia de este Consejo para que efectivamente se cumpla el objetivo que la Ley de Transparencia le asigna.

Tres son las principales funciones que los ciudadanos/as le atribuyen actualmente al Consejo, independientemente que hayan o no escuchado hablar de él:

- Fiscaliza a los organismos públicos para que cumplan con la Ley de Transparencia (39,4%), con perfil predominante de ciudadanos/as de alto nivel educacional y altos niveles de ingreso y vinculados a redes sociales (trabajan en el sector público y pertenecen a grupos u organizaciones).
- Entrega información acerca de la Ley de Transparencia y acceso a la información (34,6%)
- Fiscaliza la corrupción (26,3%). Esta última se ubica en el tercer lugar, a pesar de no ser una función del Consejo.

Estas últimas dos no permiten identificar segmentos muy nítidos de ciudadanos que señalen estas razones.

Por su parte, los participantes de los grupos focales consideran positiva la existencia del Consejo para la Transparencia como organismo fiscalizador que vele por el cumplimiento de la Ley de Transparencia.

Ante la situación hipotética de negación de información por parte de un organismo público, los/as ciudadanos/as plantean una diversidad de acciones a realizar, pero sólo uno de cada doce (8,5%) se contactaría al Consejo para la Transparencia.

A quienes no mencionaron en primera instancia la recurrencia al CPLT en caso de denegación de información, se les preguntó en forma más directa si, en una situación como esa, recurrirían al Consejo.

Cerca de las dos terceras partes de ellos (63,8%) respondieron afirmativamente, con lo cual se eleva al 72,3% la proporción de ciudadanos/as que manifiestan su disposición a acudir al Consejo como una instancia de solución en caso de que se les niegue información por parte de un organismo público. Esta tendencia se ve reforzada por los participantes de los grupos focales que señalan que sí acudirían al Consejo, aunque agregan que la acción natural sería “intentar llegar lo más arriba posible por los propios medios”.

El perfil más típico de quienes recurrirían al CPLT es el de los sectores con mayor educación y mayor nivel de ingreso y conectados a redes sociales, en contraste con el de quienes no recurrirían, que corresponde a personas de mayor edad, jubilados, desempleados y de ingreso bajo.

*En síntesis, siendo minoritario, el **conocimiento del Consejo para la Transparencia** se concentra en los sectores de mayor educación e ingreso y vinculados a redes sociales.*

*El **rol de Consejo**, en cuanto herramienta útil para que los/as ciudadanos/as accedan al ejercicio de su derecho de acceso a la información, está presente en las percepciones de los/as ciudadanos/as, lo que se refleja en la disposición mayoritaria a recurrir a él en caso de denegación de información por parte de un organismo público.*

*Sin embargo, este rol se ve algo diluido debido a que muchos/as ciudadanos/as le atribuyen al Consejo para la Transparencia un rol más fiscalizador y sancionador de la corrupción.*

### **c) Confianza en las instituciones públicas y perfil de los ciudadanos que más confían y de los que menos confían.**

La mitad de los ciudadanos/as confía poco (27,7%) y nada (22,3%) en la información que les entregan los organismos públicos. Por el contrario, un 40,7% de ellos/las confía algo y un 5% confía mucho en esa información.

Al segmentar estos resultados, se constata que la **desconfianza en la información que entregan los organismos públicos** va en incremento a medida que empeora la situación social de los/as ciudadanos. En efecto, entre quienes confían mucho en esa información, sobresalen las personas de NSE medio alto y las que trabajan en el sector público. Entre los que tienen algo de confianza, encontramos ciudadanos/as con los mayores niveles de educación e ingreso, que se desplazan hacia los niveles más bajos –incluida la situación de desempleo– en las respuestas que implican menor confianza (confían poco y nada).



En relación a la **imagen de los organismos públicos**, se aprecian algunas percepciones mayoritarias, directamente vinculadas a la confianza de los ciudadanos en los organismos públicos. Entre ellas sobresalen:

- Los organismos públicos ocultan información
- Los organismos públicos son corruptos
- Los organismos públicos no debieran manejar información reservada
- Los organismos públicos deben entregar toda la información que poseen
- Los chilenos no confían en el sector público

Reforzando estas percepciones, en la fase cualitativa del estudio, se mencionaron los siguientes obstáculos para que se cumpla de modo efectivo el derecho a la información pública:

- La desconfianza y apatía frente a la burocracia institucional en los organismos estatales.
- Susplicacia hacia la pretensión de transparencia de las instituciones.
- Percepción de nuestro país como “poco transparente”.

*En síntesis, la **confianza en las instituciones públicas** es más bien baja y está ligada a un conjunto de percepciones negativas sobre ellas, en lo que dice relación a transparencia y corrupción.*

*Esta imagen negativa es más acentuada en los sectores de más bajo ingreso y con menor educación, que, según vimos en una conclusión anterior, son los que potencialmente podrían incrementar más sustantivamente la demanda por información pública si estuvieran en posesión del conocimiento necesario para ello.*

## 8 OPORTUNIDADES PARA POSICIONAMIENTO DEL CPLT

La Ley de Transparencia establece que el principio de la transparencia consiste en respetar y cautelar la publicidad de los actos, resoluciones y procedimientos de los organismos del Estado y en facilitar a cualquier persona que lo requiera el acceso a esta información y agrega que, todos los órganos pertenecientes a la administración del Estado están obligadas a cumplir con este mandato.

Dado la existencia de una asimetría de información entre el Estado y los ciudadanos, la ley consagra el deber de los órganos de la administración del Estado, de mantener a disposición permanente del público, un conjunto de información relevante para la fiscalización pública de sus actos.

Para velar por el cumplimiento de esta ley, existe el Consejo para la Transparencia, que entre otras funciones tiene:

- ✓ Fiscalizar el cumplimiento de la ley
- ✓ Resolver los reclamos que se presenten por denegación de acceso a la información.

Este es el contexto en el cual deben analizarse los resultados obtenidos en el presente estudio y las recomendaciones sugeridas.

El estudio, muestra un conjunto de tendencias que se observan en la opinión pública en relación a la Ley de Transparencia y al Consejo para la Transparencia, a saber:

- La inmensa mayoría de las personas no conoce la Ley de Transparencia.
- También a la inmensa mayoría de ellos, sí les interesa recibir información sobre dicha ley.
- De entre quienes mencionaron que tenían interés en recibir información, destacan quienes señalan que les gustaría recibir información sobre materias vinculadas con salud y educación.
- También una proporción significativa de personas, señala que la información que entregan los organismos públicos es poco o nada confiable.
- Una importante mayoría de las personas entrevistadas, señaló que no ha solicitado información pública porque no ha tenido “necesidad de hacerlo”.
- Quienes lo han hecho, lo hicieron en forma presencial, principalmente a las Municipalidades e Intendencias y el tipo de información solicitada ha sido en relación a subsidios y beneficios sociales.
- En relación al Consejo para la Transparencia, una inmensa mayoría de los entrevistados señaló no haber escuchado hablar de esta institución y no haber visto o escuchado publicidad sobre el mismo.
- Sin embargo, una importante mayoría, declaró estar dispuesta a concurrir al CPLT si no obtuviera una respuesta positiva en relación a una información solicitada.

Otros hechos relevantes obtenidos a partir de los resultados del presente estudio, dicen relación en que a pesar que la mayoría de las personas entrevistadas considera el tema de la transparencia como algo importante en el país, les cuesta entender cuál es la utilidad concreta que tiene la Ley de Transparencia en la vida cotidiana de los ciudadanos, es un tema lejano para ellos y lo asocian más a una preocupación “macro social”, inalcanzable para ciudadanos comunes.

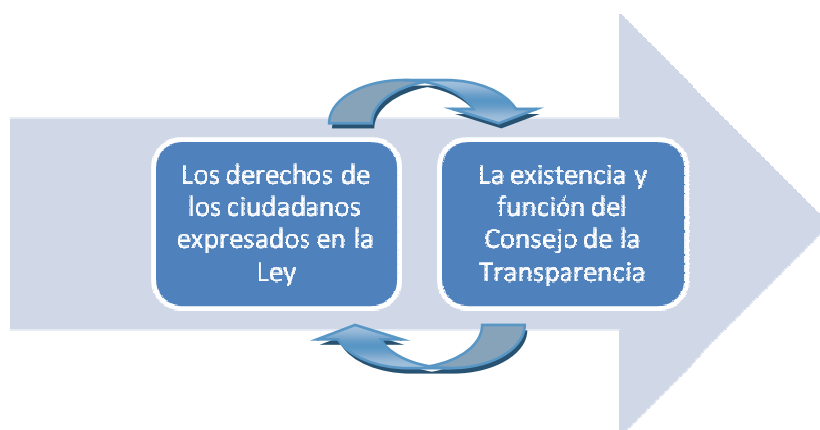
Por otra parte, se observa que para la mayoría de las personas consideradas en este estudio, el CPLT será importante en la medida que fiscalice el cumplimiento de la Ley para esta sea conocida por los ciudadanos. Proponen para ello, que se difunda ampliamente tanto la existencia del CPLT como la Ley misma, para que efectivamente se logre cumplir con los objetivos que se proponen.

En este contexto, cabe señalar que se observan cambios importantes si comparamos los resultados del estudio realizado el año 2009 con el realizado el año 2010, en temas tales como: conocimiento de la Ley de Transparencia, haber escuchado hablar del Consejo para la Transparencia, y en señalar que la televisión es el medio a través del cual más se han informado tanto sobre el CPLT como sobre la Ley de Transparencia, y qué la función del Consejo es defender los derechos ciudadanos, entre otros.

Todo lo anterior, nos lleva a concluir que existen **oportunidades y posibilidades** reales para mejorar tanto la imagen del CPLT en la población, como para difundir de modo más amplio los derechos que tienen los ciudadanos respecto a las posibilidades y forma de acceder a la información pública disponible en los organismos del Estado. Si se desea ampliar y fortalecer realmente la democracia en nuestro país, esta es una tarea que debe asumirse plenamente.

Posicionar una institución de las características del CPLT en la opinión pública, así como, socializar y permitir que la población internalice los derechos de los ciudadanos en éste ámbito, es una **tarea de largo plazo** y requiere de la adopción sistemática de medidas específicas para lograrlo, particularmente en el área de las comunicaciones, desde una difusión amplia hasta estrategias focalizadas, progresivas, que apunten a segmentos específicos.

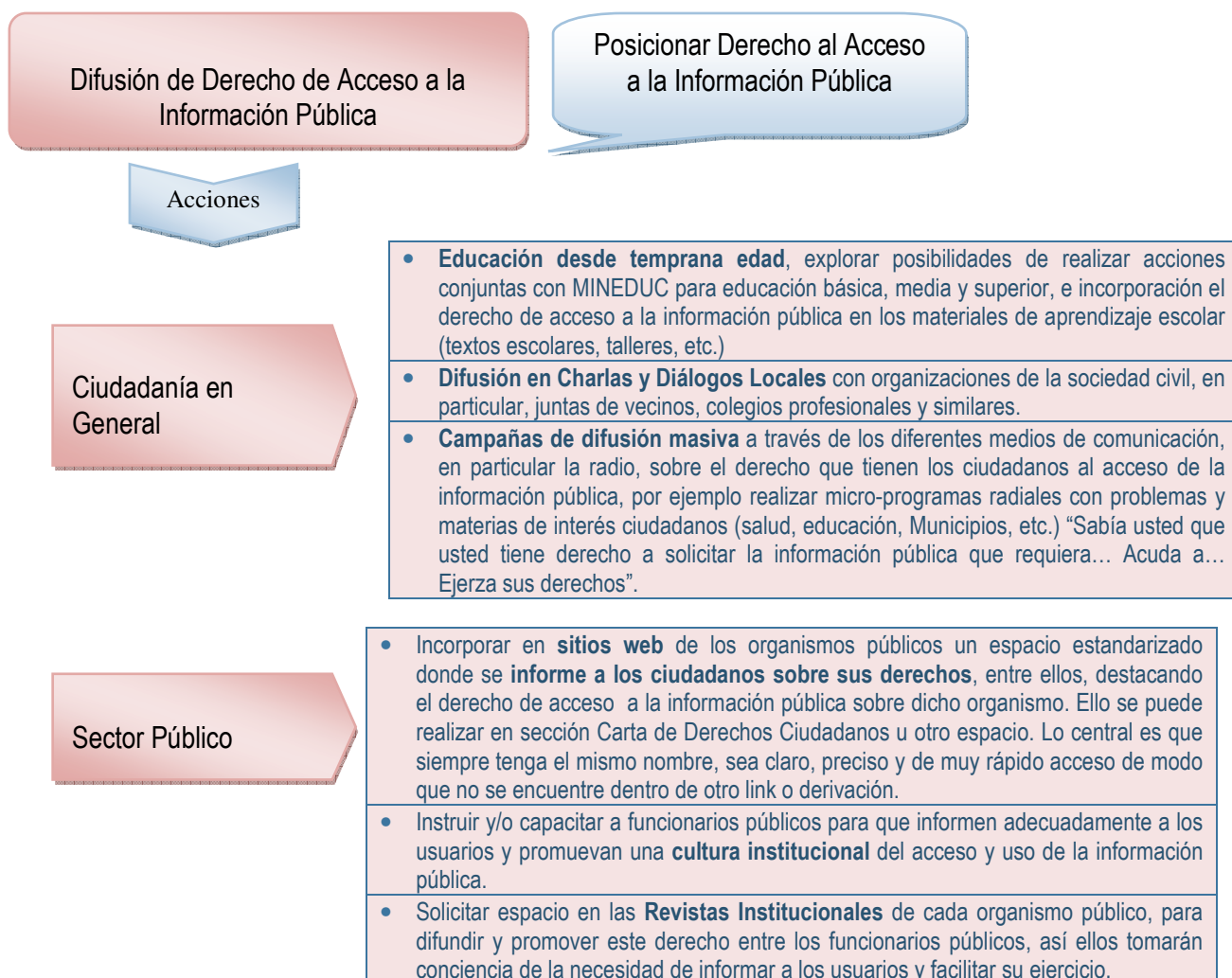
En base a estos antecedentes, se sugiere actuar en dos ámbitos específicos:



La difusión de los derechos ciudadanos, y en particular, del **Derecho al Acceso a la Información Pública**, facilitan la generación progresiva de una **cultura del derechos y garantías ciudadanas** en el ámbito del acceso a la información sobre el quehacer, funciones, rendiciones de cuentas, contrataciones, etc. de los organismos públicos. El objetivo central de esta dimensión de difusión, es instalar este derecho, como un derecho más que puede ser ejercido por cualquier ciudadano en relación a la información pública.

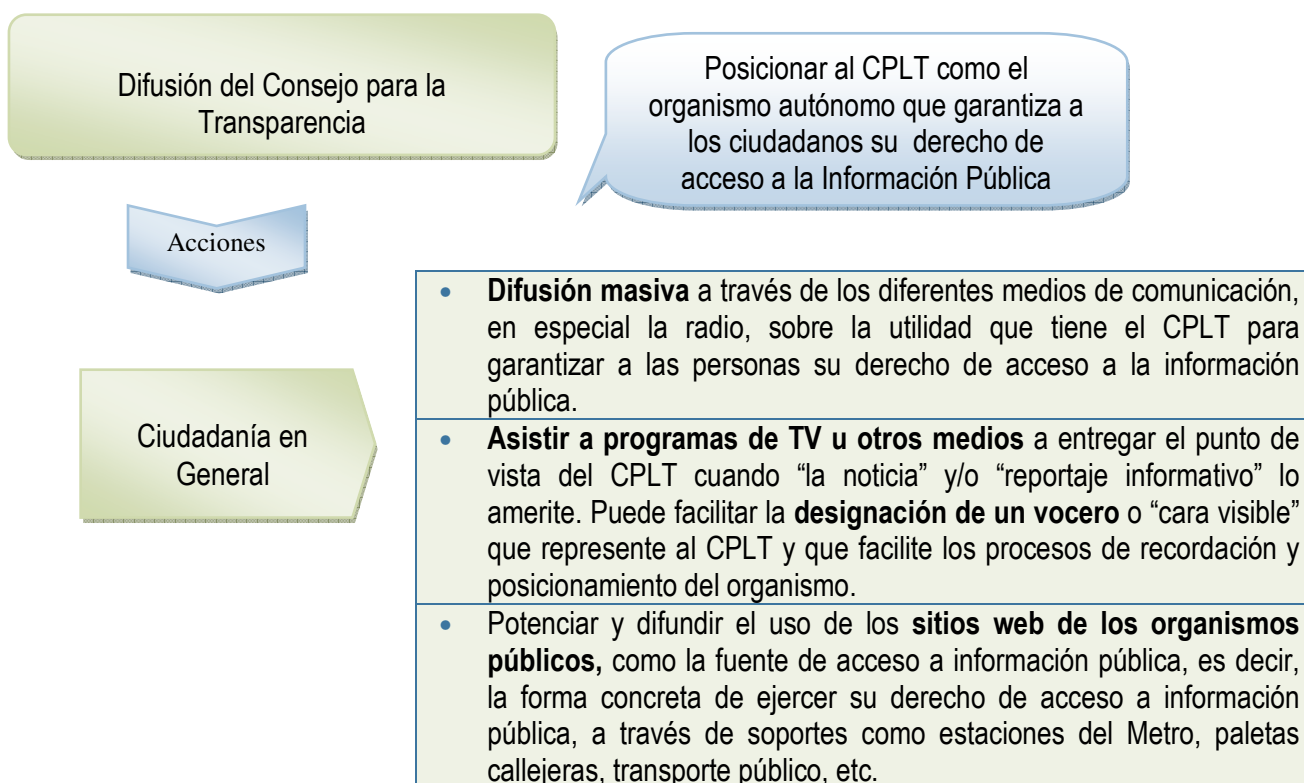
La instalación de dicho derecho como parte de los derechos ciudadanos, potenciaría el posicionamiento del Consejo como la entidad autónoma que permite el aseguramiento y ejercicio de tal derecho. En este sentido, si bien son dimensiones independientes, ambas interactúan potenciando la vinculación del derecho de acceso a la información pública con el Consejo para la Transparencia y viceversa.

Las **acciones sugeridas** han de ser evaluadas de acuerdo a criterios financieros y políticos según la planificación del Consejo y de las materias de Transparencia en general en la agenda del Gobierno. Por ello, de modo preliminar se sugieren acciones en ámbito señalado, las que han de ser evaluadas, y en caso de ser implementadas, monitoreadas adecuada y oportunamente:



En paralelo, es posible abordar el posicionamiento del **CPLT** con uno o dos mensajes simples, creíbles y distintivos, que permitan que los ciudadanos lo perciban como un **organismo autónomo y eficaz** en garantizar el derecho de acceso a la información pública, que logre ser percibido como el defensor de los ciudadanos en el acceso a la información. Todo ello, manteniendo una clara distinción con ser un ente puramente fiscalizador o sancionador (como las Superintendencias o la Contraloría) y en cambio, posicionándose como una institución cercana al ciudadano común que le permite asegurar su derecho de acceso a la información pública, tal y como lo hace el SERNAC en el ámbito de los derechos del consumidor. Lo anterior, se potencia con las estrategias que se lleven a cabo para posicionar este derecho como un derecho relevante en el imaginario ciudadano.

Como se ha indicado, las **acciones sugeridas** han de ser evaluadas de acuerdo a criterios financieros y políticos, así como en su interacción con otras estrategias y acciones desarrolladas tanto por el CPLT como por los demás organismos públicos involucrados en materias de Transparencia; y han de ser evaluadas y monitoreadas periódicamente.



Como se indicara, todo proceso de posicionamiento ha de ser concebido a mediano y largo plazo, de manera simple, directa y veraz, y aprovechando todas aquellas instancias de trabajo de otros organismos públicos en el sentido de instalar el derecho de acceso a la información pública como un derecho ciudadano, y al Consejo como el organismo que garantiza su ejercicio.

## 9 ANEXOS

### 9.1 Cuestionario



ESTUDIO DE OPINIÓN "POSICIONAMIENTO CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA"	FECHA	FOLIO
	____/____/2010	

PRESENTACIÓN: Buenos días/tardes: mi nombre es: (MOSTRAR CREDENCIAL) y soy encuestador/a de Demoscópica, una empresa independiente de estudios de opinión. En este momento, estamos haciendo una encuesta de temas referidos a la relación del Estado con los ciudadanos. Este hogar ha sido seleccionado al azar para esta encuesta que también están respondiendo muchas otras personas en todo el país. Quiero solicitarle su colaboración para que usted también la responda, lo que no le tomará más de 20 minutos de su tiempo. La información que usted nos proporcione es totalmente confidencial y será utilizada sólo a través de cálculos estadísticos sin que quede registrado ni su nombre ni su domicilio. Muchas gracias por su colaboración.

**ENCUESTADOR: SELECCIONE ENTREVISTADO SEGÚN TABLA KISH**

DATOS DEL ENCUESTADO/A							
<b>A) Región</b>							
I	1		VI	6		XI	11
II	2		VII	7		XII	12
III	3		VIII	8		RM	13
IV	4		IX	9		XIV	14
V	5		X	10		XV	15
<b>B) Comuna:</b>			<b>C) Localidad:</b>		1. Urbano    2. Rural		
<b>D) Sexo:</b> 1. Hombre    2. Mujer			<b>E) Edad (en años cumplidos)</b>		_____ años		

- (TARJETA N°1) En esta tarjeta hay algunos temas relevantes para el país. ¿Cuáles son para usted los cuatro temas más importantes?
- ¿Cuáles son los cuatro temas menos importantes para el país?

	P1 Más Importantes (circule hasta 4)	P2 Menos importantes (circule hasta 4)
1. Medio ambiente	1	1
2. Protección de los datos personales de los individuos	2	2
3. La economía del país	3	3
4. Transparencia de los organismos públicos	4	4
5. Derechos ciudadanos	5	5
6. Seguridad nacional	6	6
7. Pobreza	7	7
8. Corrupción	8	8
9. Crimen y delincuencia	9	9
10. Educación	10	10
11. Desigualdad	11	11
12. Salud	12	12
13. Empleo	13	13
14. Vivienda	14	14
15. Reconstrucción post -terremoto	15	15
16. Todos son importantes	16	
88. No sabe	88	88

3. Cuando escucha la palabra **Transparencia**, ¿qué ideas se le vienen a la mente? (NO LEER ALTERNATIVAS. REGISTRE EN ORDEN DE IMPORTANCIA)

	1°	2°	3°	4°	5°
1. Incremento de la participación ciudadana					
2. Control social sobre las acciones del Estado					
3. Facilitar la comprensión de las decisiones políticas					
4. Protección y defensa de los ciudadanos y sus derechos					
5. Información de los ciudadanos sobre lo que hace el Estado					
6. Combate a la corrupción dentro del Estado					
7. Control y rendición de gastos del Estado					
8. Otra ESPECIFICAR _____					

4. El año 2008 se promulgó la Ley de Transparencia (ley N° 20.285), que obliga a los organismos públicos a dar a conocer lo que se llama "información pública" ¿Conocía usted esta ley?

1. Sí	1	PASE A P.5
2. No	2	PASE A P.6
88.No sabe	88	PASE A P.6

5. (SOLO QUIENES RESPONDEN SI EN P.4) ¿A través de qué medios se informó sobre la Ley de Transparencia? (NO LEA ALTERNATIVAS. MARQUE TODAS LAS QUE MENCIONE)

1. Por familiares o amigos	1
2. Internet	2
3. Radio	3
4. Televisión	4
5. Diarios o revistas	5
6. Publicidad en la calle	6
7. A través de compañeros de trabajo	7
8. A través de funcionarios o autoridades del CPLT (capacitaciones, otros)	8
9. A través de funcionarios de Gobierno	9
10. Otro ESPECIFICAR _____	10
88. No sabe	88

6. (SOLO QUIENES RESPONDEN SI EN P.4) ¿De qué cree Ud. que trata la Ley de Transparencia?( ESPERE RESPUESTA, INSISTA, PROFUNDICE CUALQUIER FRASE, CONCEPTO O IDEA, REGISTRE CON DETALLE)

7. (RESPONDEN TODOS) ¿Le interesaría recibir información acerca de la Ley de Transparencia?

1. Sí	1
2. No	2
88. No sabe	88

8. (TARJETA N°3) En su opinión, ¿cuáles son los tres principales beneficios que la Ley de Transparencia le aporta al país? (REGISTRAR 3 MENCIONES EN ORDEN DE IMPORTANCIA).

1. Incremento de la participación ciudadana	1°	2°	3°
2. Control de los ciudadano sobre las acciones del Estado			
3. Facilitar la comprensión de las decisiones políticas			
4. Protección y defensa de los ciudadanos y sus derechos			
5. Información a los ciudadanos sobre lo que hace el Estado			
6. Combate a la corrupción dentro del Estado			
7. Ninguno			
8. Otra ESPECIFICAR _____			
88.No sabe			

9. (TARJETA N°4) Señale en orden de importancia, las tres áreas donde considera que es más necesario que la información sea pública.

1.Educación	11.Relaciones exteriores	1°	2°	3°
2.Salud	12.Gestión municipal			
3.Obras Públicas	13.Trabajo			
4.Vivienda	14.Transporte y telecomunicaciones			
5.Justicia	15.Seguridad ciudadana			
6.Defensa y Fuerzas Armadas	16.Medio ambiente			
7.El debate legislativo	17.Cultura y artes			
8.Minería	18.Agricultura, pesca y ganadería			
9.Energía	19.Otra ESPECIFICAR _____			
10.El presupuesto de la nación	20.Todas por igual			



**(ENCUESTADOR LEA AL ENTREVISTADO):** Las siguientes preguntas son sobre los organismos públicos, es decir, toda organización que depende directamente del Estado Chileno, como por ejemplo, Ministerios, el sistema público de salud, Fuerzas Policiales, Municipios entre otros.

10. (TARJETA N° 5) ¿Qué tipo de información acerca de los organismos públicos, debiera ser de fácil acceso por el interés que representan para las personas? (REGISTRE 5 MENCIONES, EN ORDEN DE IMPORTANCIA)

1. El organigrama (departamentos y cargos)	1°
2. Las funciones y atribuciones de sus unidades	
3. Las normas por las que se rige	2°
4. Los servicios que presta	
5. Los recursos que posee (patrimonio público)	3°
6. Remuneraciones del personal	
7. Compras y adquisiciones que realiza	4°
8. Transferencias de dinero a la comunidad u otras organizaciones	
9. Forma en que se gasta el presupuesto	5°
10. Trámites para tener acceso a los servicios que presta	
11. Mecanismos de participación ciudadana	
12. Subsidios y beneficios entregados a personas	
13. Resultado de auditorías a la ejecución del presupuesto	
14. Resultados de licitaciones y concesiones públicas	
15. Otra ESPECIFICAR _____	

11. ¿Cuánto confía usted en la información que entregan los organismos públicos a los ciudadanos? (LEER ALTERNATIVAS 1 A 4. MARQUE SÓLO UNA)

1. Mucho	1	PASE A P13
2. Algo	2	PASE A P13
3. Poco	3	PASE A P12
4. Nada	4	PASE A P12
88. No sabe	88	PASE A P13

12. (SOLO SI RESPONDE POCO O NADA EN P11) ¿Por qué razones desconfía usted de esa información? ¿Por qué otra razón? (NO LEER ALTERNATIVAS. PROFUNDIZAR, INSISTIR, AHONDAR. MARQUE TODAS LAS QUE MENCIONE)

1. No dicen la verdad, son poco confiables	1
2. Son poco claros, confusos	2
3. Ocultan información o entregan información incompleta	3
4. Desconozco qué hacen los organismos públicos	4
5. Otro ESPECIFICAR _____	5
88.No sabe	88

13. (RESPONDEN TODOS. TARJETA N°

6) ¿Cuáles son las tres características que usted más valora en un organismo público? (REGISTRE 3 EN ORDEN DE IMPORTANCIA)

1. Que cumplan con la ley	1°	2°	3°
2. Que atiendan bien a las personas			
3. Que entreguen la información que las personas les piden			
4. Que evalúen a sus funcionarios			
5. Que traten a todas las personas por igual			
6. Que admitan cuando se equivocan			
7. Que hagan bien su trabajo			
8. Que tomen en cuenta las opiniones de las personas			
9. Que gasten bien los recursos			
88.No sabe			

14. (TARJETA N° 7) ¿Cuán de acuerdo está con cada una de las siguientes afirmaciones? (LEA AFIRMACIONES UNA A UNA. REGISTRE RESPUESTA PARA CADA PREGUNTA)

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No sabe
14.1 Los chilenos confían en el sector público	1	2	3	4	88
14.2 Los chilenos creen que los organismos públicos ocultan información	1	2	3	4	88
14.3 Los chilenos creen que los organismos públicos son corruptos	1	2	3	4	88
14.4 Los organismos públicos deben hacer pública toda la información que poseen.	1	2	3	4	88
14.5 Está bien que los organismos públicos manejen alguna información con carácter de reservada, y no la den a conocer.	1	2	3	4	88
14.6 Los organismos públicos sólo ponen a disposición de las personas, la información que ellos desean	1	2	3	4	88
14.7 Si uno se contacta con un organismo público, recibe la información que solicita.	1	2	3	4	88
14.8 La información que los organismos públicos ponen a disposición de los ciudadanos en sus páginas web es confiable	1	2	3	4	88

15. ¿Ha escuchado hablar del **Consejo para la Transparencia**?

1. Sí	1	PASE A P.16
2. No	2	PASE A P.17
88. No sabe	88	PASE A P.17

16. (SOLO QUIENES REPONDAN SI EN P.15) ¿A través de qué medios supo del Consejo para la Transparencia? (NO LEA ALTERNATIVAS. MARQUE TODAS LAS QUE MENCIONE)

1. Por familiares o amigos	1
2. Internet	2
3. Radio	3
4. Televisión	4
5. Diarios o revistas	5
6. Publicidad en la calle	6
7. A través de compañeros de trabajo	7
8. A través de funcionarios del Consejo (capacitaciones, otros)	8
9. A través de funcionarios de Gobierno	9
10. Otro ESPECIFICAR _____	10
88. No sabe	88

17. (RESPONDEN TODOS. TARJETA N°8) Independiente de que haya escuchado o no hablar del Consejo para la Transparencia, ¿qué cree usted que hace ese organismo? (MARQUE TODAS LAS QUE MENCIONE)

1. Entrega información acerca de la Ley de Transparencia y acceso a la información	1
2. Entrega asesoría técnica (capacitación) sobre la Ley de Transparencia	2
3. Recibe y tramita solicitudes de información de los ciudadanos	3
4. Fiscaliza a los organismos públicos para que cumplan con la Ley de Transparencia	4
5. Fiscaliza a los organismos privados para que cumplan con la Ley de Transparencia	5
6. Defiende los derechos de los ciudadanos	6
7. Entrega información pública de los organismos públicos	7
8. Fiscaliza la corrupción	8
9. Resuelve reclamos por denegación de acceso a información	9
10. Promueve la publicidad de la información de los organismos públicos	10
11. Formula recomendaciones a los organismos públicos para que perfeccionen la transparencia	11
88. No sabe	88

18. ¿Y cuáles deberían ser las funciones del Consejo para la Transparencia? (NO LEA ALTERNATIVAS, MARQUE HASTA 3 EN ORDEN DE IMPORTANCIA)

1. Asesorar a los ciudadanos en trámites y reclamos	1°
2. Entregar información de calidad sobre los organismos públicos	
3. Informar a los ciudadanos sobre sus derechos	2°
4. Fiscalizar a funcionarios y organismos corruptos	
5. Denunciar a los organismos que no cumplan con la ley	3°
6. Otro ESPECIFICAR _____	
88.No sabe	

19. ¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo?: (LEA UNA A UNA Y REGISTRE UNA RESPUESTA PARA CADA PREGUNTA)

	Sí	No	NS/NR
19.1 Autónomo	1	2	99
19.2 Que realiza una gestión de calidad	1	2	99
19.3 Eficaz	1	2	99
19.4 Transparente	1	2	99
19.5 Políticamente independiente	1	2	99

**(ENCUESTADOR LEA AL ENTREVISTADO):** El Consejo para la Transparencia es un organismo del Estado que se encarga de **garantizar la entrega de información** a los ciudadanos por parte de las instituciones públicas e informar con respecto a cuáles son los **derechos que les otorga la Ley de Transparencia**. El Consejo también recibe reclamos cuando algún organismo público no pone a disposición de los ciudadanos la información que exige esta Ley.

20. ¿Usted ha solicitado alguna vez **información a un organismo público** (Ministerios, Municipalidades u otros)?

1. Sí	1	PASE A P.21
2. No	2	PASE A P.28
88. No sabe	88	PASE A P.28

21. (SOLO QUIENES RESPONDAN SI EN P. 20. TARJETA N° 9) ¿A qué tipo de institución solicitó información la última vez? ¿Cómo se llama ese organismo? (RESFIÉRASE SÓLO A ÚLTIMA VEZ, ESPECIFIQUE NOMBRE DEL ORGANISMO)

1. Ministerios	1	¿Cuál?
2. Intendencias	2	¿Cuál?
3. Gobernaciones	3	¿Cuál?
4. Municipios	4	¿Cuál?
5. FF.AA. de Orden y Seguridad Pública	5	¿Cuál?
6. Servicios Públicos	6	¿Cuál?
7. Empresas Públicas	7	¿Cuál?
8. Otra institución ESPECIFICAR _____	8	

22. (SOLO QUIENES RESPONDEN SI EN P. 20) ¿Qué tipo de información solicitó? (NO LEA ALTERNATIVAS. MARQUE SÓLO UNA)

1. Orden y mantenimiento de espacios públicos	1	11. Subsidios y Beneficios de Educación	11
2. Patrimonio Público y Bienes Nacionales	2	12. Temas laborales/ pensiones/ previsión social	12
3. Fondos concursables	3	13. Seguridad Pública	13
4. Gestión y administración de recursos de la Institución	4	14. Defensa Nacional	14
5. Contrataciones de personal y Remuneraciones de la Institución	5	15. Relaciones Exteriores	15
6. Contrataciones de empresas externas	6	16. Sistema de Transporte o Telecomunicaciones	16
7. Licitaciones de estudios	7	17. Medio ambiente	17
8. Obras Públicas/Licitación de obras	8	18. Otros ESPECIFICAR _____	18
9. Subsidios y Beneficios de Vivienda	9	88. No recuerda	88
10. Subsidios y Beneficios de Salud	10	99. No responde	99

23. (SOLO QUIENES RESPONDAN SI EN P. 20) ¿Para qué solicitó esa información? (NO LEA ALTERNATIVAS. MARQUE TODAS LAS QUE MENCIONE)

1. Conocer/postular a beneficios y subsidios	1
2. Para/por mi trabajo	2
3. Tramites/Certificados	3
4. Negocios/Emprendimiento	4
5. Por interés personal	5
6. Para solucionar problema	6
7. Para jubilación/pensión	7
8. Para hacer un trabajo para colegio/instituto/universidad	8
9. Para comprar/vender bienes	9
10. Otros ESPECIFICAR _____	10
88. No recuerda	88
99. No responde	99

24. (SOLO QUIENES RESPONDEN SI EN P.20) ¿A través de qué medios solicitó esa información? (NO LEA ALTERNATIVAS. MARQUE TODAS LAS QUE MENCIONE)

1. Página web	1
2. Teléfono	2
3. Presencialmente	3
4. Otra ESPECIFICAR _____	4
88. No recuerda	88
99. No responde	99

25. (SOLO QUIENES RESPONDEN SI EN P. 20) En esa ocasión, ¿le entregaron la información que solicitó?

1. Sí	1	PASE A P.26
2. No	2	PASE A P.29
88. No sabe	88	PASE A P.29

26. (SOLO QUIENES RESPONDEN SI EN P.25) ¿Cuán satisfecho quedó usted con la información que le entregaron?

1. Muy satisfecho	1	PASE A P.29
2. Satisfecho	2	PASE A P.29
3. Insatisfecho	3	PASE A P.27
4. Muy insatisfecho	4	PASE A P.27
88. No sabe	88	PASE A P.29

27. (SOLO QUIENES RESPONDEN INSATISFECHO O MUY INSATISFECHO EN P.26) ¿Por qué razones quedó usted insatisfecho? ¿Por qué otra razón? (REGISTRE LITERALMENTE CON MÁXIMO DETALLE. SONDEAR, INSISTIR, AHONDAR)

---

**CUALQUIER RESPUESTA EN P.27 PASE A P.29**

---

28. (SOLO QUIENES NO HAN SOLICITADO INFORMACIÓN O NO SABE EN P.20) ¿Por qué no ha solicitado información a organismos públicos? (NO LEER ALTERNATIVAS. MARQUE TODAS LAS QUE MENCIONE)

1. Nunca he tenido la necesidad	1
2. No sabía que podía hacerlo	2
3. No he tenido interés en hacerlo	3
4. Es difícil pedirla	4
5. Aunque solicite información, no creo me que la vayan a entregar	5
6. No confío en la información que entregan	6
7. Desconozco cómo solicitar información	7
8. Otro	8
89. No sabe	88

29. (RESPONDEN TODOS, EXCEPTO QUIENES SOLICITARON INFORMACIÓN VÍA WEB – 1 EN P.24- VERIFIQUE) Alguna vez, ¿Usted ha buscado información en el sitio web de algún organismo público?

1. Sí	1	PASE A P.30
2. No	2	PASE A P.36

30. (SOLO QUIENES RESPONDEN SI EN P.29. TARJETA N°9) Pensando en la última vez que buscó información ¿en qué tipo de organismo buscó? ¿Cómo se llama exactamente ese organismo? (MARQUE LA PRINCIPAL. ESPECIFICAR)

1. Ministerios	1	¿Cuál?
2. Intendencias	2	¿Cuál?
3. Gobernaciones	3	¿Cuál?
4. Municipios	4	¿Cuál?
5. FF.AA. de Orden y Seguridad Pública	5	¿Cuál?
6. Servicios Públicos	6	¿Cuál?
7. Empresas Públicas	7	¿Cuál?
8. Otra institución ESPECIFICAR _____	8	

31. (SOLO QUIENES RESPONDEN SI EN P.29) ¿Qué información buscó en el sitio web? (NO LEA ALTERNATIVAS MARQUE SÓLO UNA)

1. Orden y mantenimiento de espacios públicos	1	12. Temas laborales/ pensiones/ previsión social	12
2. Patrimonio Público y Bienes Nacionales	2	13. Seguridad ciudadana	13
3. Fondos concursables	3	14. Defensa Nacional (dotación y recursos FFAA)	14
4. Gestión y administración de recursos de Institución	4	15. Relaciones Exteriores	15
5. Contrataciones de personal y Remuneraciones de la Institución	5	16. Sistema de Transporte o Telecomunicaciones	16
6. Contrataciones de empresas externas	6	17. Ayudas en la reconstrucción post terremoto	17
7. Licitaciones de estudios	7	18. Medio ambiente	18
8. Obras Públicas/Licitación de obras	8	19. Otros ESPECIFICAR _____	19
9. Subsidios y Beneficios de Vivienda	9	88. No recuerda	88
10. Subsidios y Beneficios de Salud	10	99. No responde	99
11. Subsidios y Beneficios de Educación	11		

32. (SOLO QUIENES RESPONDEN SI EN P.29) ¿Para qué buscó esa información? (NO LEA ALTERNATIVAS. MARQUE TODAS LAS QUE MENCIONE)

1. Conocer/postular a beneficios y subsidios	1
2. Para/por mi trabajo	2
3. Tramites/Certificados	3
4. Negocios/Emprendimiento	4
5. Por interés personal	5
6. Para solucionar problema	6
7. Para jubilación/pensión	7
8. Para hacer un trabajo para colegio/instituto/universidad	8
9. Para comprar/vender bienes	9
10. Otros ESPECIFICAR _____	10
88. No recuerda	88
99. No responde	99

33. (SOLO QUIENES RESPONDEN SI EN P.29) En esa ocasión, ¿encontró la información que buscaba?

1. Sí	1	PASE A P.34
2. No	2	PASE A P.41
88. No sabe	88	PASE A P.41

34. (SOLO QUIENES RESPONDEN SI EN P.33) ¿Cuán satisfecho quedó usted con la información que obtuvo?

1. Muy satisfecho	1	PASE A P.41
2. Satisfecho	2	PASE A P.41
3. Insatisfecho	3	PASE A P.35
4. Muy insatisfecho	4	PASE A P.35
88. No sabe	88	PASE A P.41

35. (SOLO QUIENES RESPOND EN **INSATISFECHO O MUY INSATISFECHO** EN P. 34) ¿Por qué razones quedó usted insatisfecho? ¿Por qué otra razón? (REGISTRE LITERALMENTE CON MÁXIMO DETALLE. SONDEAR, INSISTIR, AHONDAR)

---

**CUALQUIER RESPUESTA EN P.35 PASE A P.41**

36. (SOLO QUIENES NO HAN BUSCADO INFORMACIÓN -NO EN P.29-) ¿Por qué no ha buscado información en el sitio web de algún organismo público? (NO LEA ALTERNATIVAS. MARQUE TODAS LAS QUE MENCIONE)

1. No lo he necesitado	1
2. No me interesa	2
3. No sabía que podía hacerlo	3
4. No creo que encuentre lo que necesito	4
5. No confío en la información que entregan	5
6. Es muy complicado	6
7. No sé cómo se hace	7
8. No tengo acceso a computador o internet	8
88. No sabe	88

37. (SOLO QUIENES NO HAN BUSCADO INFORMACIÓN -NO EN P.29-) ¿De qué organismo público le gustaría solicitar información? (ESPERE RESPUESTA. ESPECIFICAR TIPO Y UNIDAD SI CORRESPONDE. MARQUE EL PRINCIPAL. ESPECIFICAR)

1. Ministerios	1	¿Cuál?
2. Intendencias	2	¿Cuál?
3. Gobernaciones	3	¿Cuál?
4. Municipios	4	¿Cuál?
5. FF.AA. de Orden y Seguridad Pública	5	¿Cuál?
6. Servicios Públicos	6	¿Cuál?
7. Empresas Públicas	7	¿Cuál?
8. Otra institución ESPECIFICAR	8	

38. (SOLO QUIENES NO HAN BUSCADO INFORMACIÓN -NO EN P.29-) ¿Qué tipo de información le gustaría solicitar al organismo público que nombró (como primera prioridad)? (NO LEA ALTERNATIVAS MARQUE SÓLO UNA)

1. Orden y mantenimiento de espacios públicos	1	11. Subsidios y Beneficios de Educación	11
2. Patrimonio Público y Bienes Nacionales	2	12. Temas laborales/ pensiones/ previsión social	12
3. Fondos concursables	3	13. Seguridad ciudadana	13
4. Gestión y administración de recursos de Institución	4	14. Defensa Nacional (dotación y recursos FFAA)	14
5. Contrataciones de personal y Remuneraciones de la Institución	5	15. Relaciones Exteriores	15
6. Contrataciones de empresas externas	6	16. Sistema de Transporte o Telecomunicaciones	16
7. Licitaciones de estudios	7	17. Ayudas a la reconstrucción post terremoto	17
8. Obras Públicas/Licitación de obras	8	18. Medio ambiente	18
9. Subsidios y Beneficios de Vivienda	9	19. Otros ESPECIFICAR _____	19
10. Subsidios y Beneficios de Salud	10		

39. (SOLO QUIENES NO HAN BUSCADO INFORMACIÓN -NO EN P.29-) ¿Para qué le gustaría solicitar esa información? (MARQUE SOLO UNA ALTERNATIVA)

1. Conocer/postular a beneficios y subsidios	1
2. Para/por mi trabajo	2
3. Tramites/Certificados	3
4. Negocios/Emprendimiento	4
5. Por interés personal	5
6. Para solucionar problema	6
7. Para jubilación/pensión	7
8. Para hacer un trabajo para colegio/instituto/universidad	8
9. Para comprar/vender bienes	9
10. Otros ESPECIFICAR _____	10
88. No recuerda	88
99. No responde	99

40. (SOLO QUIENES NO HAN BUSCADO INFORMACIÓN -NO EN P.29-) ¿Cómo haría usted para solicitar esta información? (NO LEA ALTERNATIVAS, MARQUE SOLO UNA, LA PRINCIPAL)

1. Llamaría por teléfono	1
2. Escribiría una carta	2
3. Enviaría un correo electrónico	3
4. Iría personalmente a las oficinas del organismo público	4
5. Recurriría a otro organismo para solicitar la información	5
6. Visitaría la página web de "Gobierno Transparente" (banner)	6
88.No sabría qué hacer	88



41. **(RESPONDEN TODOS)** Imagine que usted pide cierta información a su Municipio, como por ejemplo, saber en qué se usó el presupuesto del año anterior. En la municipalidad se niegan a entregarle esta información ¿Qué haría usted en ese caso? (NO LEA ALTERNATIVAS, ESPERE Y LUEGO REGISTRE. MARQUE SOLO UNA)

1. No haría nada	1	P41.2 ¿Por qué no haría nada?
2. Insistiría un poco más, pero si no hay respuesta, dejaría de insistir	2	
3. Seguiría insistiendo en la Municipalidad hasta que me entregaran la información	3	
4. Presentaría un reclamo formal	4	P41.3 ¿Dónde o con quién reclamaría?
5. Haría una denuncia en carabineros	5	
6. Iría a Contraloría	6	
7. Recurriría a los tribunales	7	
8. Buscaría un abogado	8	
9. Contactaría al Consejo para la Transparencia	9	PASAR A P.43
10. Otro: ESPECIFICAR _____	10	
88. No sabría qué hacer	88	

42. En una situación como ésta, ¿recurriría usted al Consejo para la Transparencia?

1. Sí	1
2. No	2
88. No sabe	88

Le agradezco que se haya dado un tiempo para responder esta encuesta. Para finalizar, le haré algunas preguntas de caracterización.

43. **(RESPONDEN TODOS. TARJETA N° 10)** Según la tarjeta, ¿cuál es su nivel educacional?

1. Educación básica incompleta	1
2. Educación básica completa	2
3. Educación media científica humanista y técnica incompleta	3
4. Educación media científica humanista y técnica completa	4
5. Educación superior técnico-profesional incompleta ( <i>Instituto profesional, Centro de Formación Técnica</i> )	5
6. Educación superior técnico-profesional completa ( <i>Instituto profesional, Centro de Formación Técnica</i> )	6
7. Educación superior universitaria incompleta	7
8. Educación superior universitaria completa	8
9. Magister o doctorado (no incluya diplomados)	9
10. Sin educación	10
88. NS/NC	88

44. (TARJETA N° 11) ¿Pertenece usted a alguno de estos grupos u organizaciones? (MARQUE TODAS LAS QUE MENCIONE)

1. Organizaciones de trabajadores (Sindicatos, Federaciones, etc)	1
2. Colegios profesionales	2
3. Grupos vecinales (Juntas de Vecinos)	3
4. Partidos políticos	4
5. Organizaciones empresariales (Gremios, Asociaciones, etc.)	5
6. Clubes deportivos	6
7. Grupos o asociaciones religiosas	7
8. Centros de ex alumnos	8
9. Asociación de consumidores	9
10. Clubes sociales y culturales (Grupo de teatro, música, etc.)	10
11. Movimientos o movilizaciones sociales (estudiantiles, ambientalistas derechos humanos, étnicos y de género, etc).	11
12. Organizaciones de voluntarios (Techo para Chile, Hogar de Cristo, etc.)	12
13. Comunidades o redes sociales de Internet (facebook, twitter, etc.)	13
14. No pertenece a ninguno	14

45. (TARJETA N° 12) ¿Con qué frecuencia realiza usted cada una de las siguientes actividades? (LEA ACTIVIDADES UNA A UNA, REGISTRE RESPUESTA PARA CADA ACTIVIDAD)

Actividades:	Frecuentemente	A veces	Nunca	NS/NC
45.1 Mirar foros y programas políticos	1	2	3	0
45.2 Leer o escuchar noticias de política	1	2	3	0
45.3 Conversar de política con amigos/as	1	2	3	0
45.4 Conversar de política en familia	1	2	3	0

46. ¿Está usted inscrito en los registros electorales?

1. Si	1
2. No	2
99. No responde	99

47. (TARJETA N°13) ¿En cuál de los siguientes tramos se ubica el ingreso mensual líquido de su grupo familiar? (CONSIDERAR EL PROMEDIO DE INGRESOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA FAMILIA)

1. Hasta \$150.000	1
2. Entre \$150.001 y \$250.000	2
3. Entre \$250.001 y \$500.000	3
4. Entre \$500.001 y \$1.000.000	4
5. Entre \$1.000.001 y \$2.000.000	5
6. Entre \$2.000.001 y \$5.000.000	6
7. Sobre \$5.000.000	7
88. NS/NC	88

48. ¿Cuál es su actividad principal actual? (MARQUE SOLO UNA, LA PRINCIPAL)

1. Empleador (con personas a su cargo)	1
2. Empleado del sector público (gobierno, municipios, FFAA, empresas públicas, etc.)	2
3. Empleado del sector privado	3
4. Trabajador independiente o por cuenta propia	4
5. Desempleado o cesante	5
6. Jubilado o pensionado	6
7. Dueño de casa	7
8. Estudiante	8
9. Otro ESPECIFICAR	9

49. ¿Con cuál religión se siente identificado? (NO LEA ALTERNATIVAS. ACLARE, LUEGO CLASIFIQUE. MARQUE SÓLO UNA RESPUESTA)

1. Católica	1
2. Evangélica	2
3. Testigo de Jehová	3
4. Mormones (Iglesia de los santos de los últimos días)	4
5. Ortodoxa	5
6. Judía	6
7. Budista	7
8. Taoísta	8
9. Hinduista	9
10. Musulmana	10
11. Otra religión o creencia	11
12. Ninguna (ateo o agnóstico)	12

50. ¿Pertenece usted a alguno de los siguientes pueblos indígenas u originarios?

1. Atacameño	1
2. Aymará	2
3. Coya	3
4. Rapa-Nui	4
5. Kaweskar	5
6. Quechua	6
7. Yagán	7
8. Mapuche	8
9. Diaguita	9
10. Ninguna	10

51. Para terminar, ¿vio o escuchó la Campaña del Consejo para la Transparencia? (NO LEA ALTERNATIVAS. MARQUE TODAS LAS QUE CORRESPONDA)

1. Sí, en diarios	1
2. Sí, en radios	2
3. Sí, en la vía pública	3
4. No la he visto o escuchado	4
99. No responde	99

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!**

PARA SUPERVISIÓN SOLICITE:			
Nombre de pila		Teléfono	
Correo electrónico			

DATOS DOMICILIO ENCUESTADO –LLENADO OBLIGATORIO		
CALLE	Nº	DEPTO.
VILLA/POBLACIÓN	NOMBRE SECTOR RURAL	

DATOS DE LLENADO OBLIGATORIO POR ENCUESTADOR			
Nombre completo encuestador:		Rut encuestador:	
OBSERVACIONES ENCUESTADOR:			
USO INTERNO			
Nombre Jefe Regional:			
Nombre revisor:		Nombre supervisor:	
Encuesta supervisada	1. Sí      2. No	Encuesta Digitada:	1. Sí      2. No

## 9.2 Operacionalización del Cuestionario

Una vez aprobados los cambios de pretest, se dispuso del instrumento final a ser aplicado en la versión 2010. Éste ha sido operacionalizado en una matriz de dimensiones, variables e indicadores, a objeto de sistematizar el mismo.

Dimensión	Variable	Pregunta
Percepción de temas país	Temas relevantes	P1. En esta tarjeta hay algunos temas relevantes para el país. ¿Cuáles son para usted los cuatro temas más importantes?
	Temas menos relevantes	P2. ¿Cuáles son los cuatro temas menos importantes para el país?
Transparencia	Asociación espontánea Transparencia	P3. Cuando escucha la palabra transparencia, ¿qué ideas se le vienen a la mente?
Ley de Transparencia	Conocimiento de la ley de transparencia	P4. El año 2008 se promulgó la Ley de Transparencia (ley N° 20.285), que obliga a los organismos públicos a dar a conocer lo que se llama "información pública" ¿Conocía usted esta ley?
		P5. ¿A través de qué medios se informó sobre la ley de transparencia?
	Nivel de conocimiento Ley de Transparencia	P6. ¿De qué cree Ud. que trata la Ley de Transparencia?
	Interés por la Ley de Transparencia	P7. ¿Le interesaría recibir información acerca de la Ley de Transparencia?
	Percepción de beneficios de la Ley de Transparencia	P8. En su opinión, ¿cuáles son los tres principales beneficios que la Ley de Transparencia le aporta al país?

Dimensión	Variable	Pregunta	
Valoración y Percepción de Organismos públicos	Confianza en la información entregada por organismos públicos	P11. ¿Cuánto confía usted en la información que entregan los organismos públicos a los ciudadanos?	
		P12. ¿Por qué razones desconfía usted de esa información? ¿Por qué otra razón?	
	Atributos valorados en un organismo público	P13. ¿Cuáles son las tres características que usted más valora en un organismo público?	
	Percepción de organismos públicos		P14.1. ¿Cuán de acuerdo está con cada una de las siguientes afirmaciones?: Los chilenos confían en el sector público
			P14.2. ¿Cuán de acuerdo está con cada una de las siguientes afirmaciones?: Los chilenos creen que los organismos públicos ocultan información
			P14.3. ¿Cuán de acuerdo está con cada una de las siguientes afirmaciones?: Los chilenos creen que los organismos públicos son corruptos
			P14.4. ¿Cuán de acuerdo está con cada una de las siguientes afirmaciones?: Los organismos públicos deben hacer pública toda la información que poseen
			P14.5. ¿Cuán de acuerdo está con cada una de las siguientes afirmaciones?: Está bien que los organismos públicos manejen alguna información con carácter de reservada, y no la den a conocer
			P14.6. ¿Cuán de acuerdo está con cada una de las siguientes afirmaciones?: Los organismos públicos sólo ponen a disposición de las personas, la información que ellos desean
			P14.7. ¿Cuán de acuerdo está con cada una de las siguientes afirmaciones?: Si uno se contacta con un organismo público, recibe la información que solicita
		P14.8. ¿Cuán de acuerdo está con cada una de las siguientes afirmaciones?: La información que los organismos públicos ponen a disposición de los ciudadanos en sus páginas web es confiable	

Dimensión	Variable	Pregunta
Consejo para la Transparencia	Conocimiento Consejo para la transparencia	P15. ¿Ha escuchado hablar del Consejo para la Transparencia?
		P16. ¿A través de qué medios supo del Consejo para la Transparencia?
	Percepción de atributos Consejo	P19.1. ¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo?: autónomo
		P19.2. ¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo?: que realiza una gestión de calidad
		P19.3. ¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo?: eficaz
		P19.4. ¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo?: transparente
		P19.5. ¿Diría usted que el Consejo para la Transparencia es un organismo?: políticamente independiente
	Expectativas Consejo para la Transparencia	P17. Independiente de que haya escuchado o no hablar del Consejo para la Transparencia, ¿qué cree usted hace ese organismo?
		P18. ¿Y cuáles deberían ser las funciones del Consejo para la Transparencia?
	Acceso a Organismos públicos	Solicitud de información a organismos públicos
P21. ¿A qué tipo de institución solicitó información la última vez? ¿Cómo se llama ese organismo?		
P22. ¿Qué tipo de información solicitó?		
P23. ¿Para qué solicitó esa información?		
P24. ¿A través de qué medio solicitó esa información?		
P25. En esa ocasión, ¿le entregaron la información que solicitó?		
P28. ¿Por qué no ha solicitado información a organismos públicos?		
Satisfacción con solicitud de información a organismos públicos		P26. ¿Cuán satisfecho quedó usted con la información que le entregaron?
		P27. ¿Por qué razones quedó usted insatisfecho? ¿Por qué otra razón?
Solicitud de información a organismos públicos vía web		P29. Alguna vez, ¿Usted ha buscado información en el sitio web de algún organismo público?
		P30. Pensando en la última vez que buscó información ¿en qué tipo de organismo buscó? ¿Cómo se llama exactamente ese organismo?
		P31. ¿Qué información que buscó en el sitio web?
		P32. ¿Para qué buscó esa información?
		P33. En esa ocasión, ¿encontró la información que buscaba?
		P36. ¿Por qué no ha buscado información en el sitio web de algún organismo público?
Satisfacción con solicitud de información a organismos públicos vía web		P34. ¿Cuán satisfecho quedó usted con la información que obtuvo?
		P35. ¿Por qué razones quedó usted insatisfecho? ¿Por qué otra razón?

Dimensión	Variable	Pregunta
Demandas de Información	Demandas de información a organismos públicos	P37. ¿De qué organismo público le gustaría solicitar información?
		P38. ¿Qué tipo de información le gustaría solicitar al organismo público que nombró (como primera prioridad)?
		P39. ¿Para qué le gustaría solicitar esa información?
		P40. ¿Cómo haría usted para solicitar esta información?
	Demandas de información pública	P10. ¿Qué tipo de información acerca de los organismos públicos, debiera ser de fácil acceso por el interés que representan para las personas?
	Temas de interés para información pública	P9. Señale en orden de importancia, las tres áreas donde considera que es más necesario que la información sea pública
Participación	Ejercicio de derechos ciudadanos	P41. Imagine que usted pide cierta información a su Municipio, como por ejemplo, saber en qué se usó el presupuesto del año anterior. En la municipalidad se niegan a entregarle esta información ¿Qué haría usted en ese caso?
		P42. En una situación como ésta, ¿recurriría usted al Consejo para la Transparencia?
Campaña Consejo	Recordación de Campaña	P51. Para terminar, ¿vio o escuchó la Campaña del Consejo para la Transparencia?
Caracterización socio económica	Nivel educacional	P43. Según la tarjeta, ¿cuál es su nivel educacional?
	Participación en organizaciones	P44. ¿Pertenece usted a alguno de estos grupos u organizaciones?
	Relación con la política	P45. ¿Con qué frecuencia realiza usted cada una de las siguientes actividades?
		P46. ¿Está usted inscrito en los registros electorales?
	Ingreso familiar mensual	P47. ¿En cuál de los siguientes tramos se ubica el ingreso mensual líquido de su grupo familiar?
	Ocupación	P48. ¿Cuál es su actividad principal actual?
	Identificación religiosa	P49. ¿Con cuál religión se siente identificado?
Pertenencia a pueblos originarios	P50. ¿Pertenece usted a alguno de los siguientes pueblos indígenas u originarios?	



### 9.3 Cálculo de Expansores

La expansión se utiliza cuando se desea conocer el valor en la población de un resultado obtenido en la muestra efectiva. La fórmula para el cálculo de los coeficientes de expansión es análoga según se trate de muestra auto ponderada o desproporcionada.

Para expandir, se construyeron unidades de muestreo agregadas, utilizando las variables: región, sexo y edad (en cuatro tramos).

Para cada unidad de muestreo agregada, se obtiene un coeficiente y se procede en cada una de ellas como si fuera independiente una de la otra. El valor del expansor se interpreta como el número de elementos de la población que representa cada elemento de la muestra efectiva.

Por ejemplo, para obtener el coeficiente de expansión de los hombres de 18 a 30 años que residen en la XV región, se obtiene el cociente entre el número de personas en la población y el número de personas en la muestra efectiva. Si el número de personas en la población fuera 19.827 y en la muestra 11, entonces el expansor sería:

$$\text{Expansor} = \frac{19.827}{11} = 1802.4545$$

Es decir, cada hombre de 18 a 30 años que reside en la XV región representa a 1802,5 personas de la población con las mismas características mencionadas anteriormente.

#### ❖ *Expansores por Regiones*

A continuación se detalla el cálculo de expansores para cada una de las regiones, por sexo y edad. Dado lo extenso de las tablas, se presentan en dos secciones, desde región XV a VI, y luego desde región VII a RM.

#### - Datos poblacionales según INE a 2010 (parte 1)

sexo		edad	XV región	I región	II región	III región	IV región	V región	VI región
Población	Hombre	18-30	19.827	36.878	67.745	29.587	74.223	194.010	86.450
		31-45	16.323	37.299	69.428	31.082	74.133	174.894	98.394
		46-60	15.524	28.721	52.114	25.099	61.805	154.918	83.670
		61 y más	11.248	12.559	23.055	14.771	41.859	107.147	51.823
	Mujeres	18-30	18.814	32.389	60.202	27.907	74.295	183.745	82.877
		31-45	19.376	32.535	59.017	28.908	75.801	177.914	96.016
		46-60	16.982	25.300	45.417	23.769	63.834	167.490	80.900
		61 y más	13.829	15.001	27.595	15.461	48.734	139.383	57.088

- Datos poblacionales según INE a 2010 (parte 2)

sexo		VII región	VIII región	IX región	X región	XIV región	XI región	XII región	RM
Población	Hombre	100.491	212.673	101.375	88.387	40.651	11.829	20.088	753.752
		106.728	212.726	97.885	97.025	38.004	12.267	17.572	739.077
		93.173	179.443	82.660	73.787	34.588	10.057	15.801	586.322
		59.255	114.132	55.747	43.280	22.510	4.907	8.673	339.886
	Mujeres	100.384	213.213	101.832	82.589	38.975	9.709	14.802	748.480
		109.050	219.772	99.938	91.056	38.035	11.194	16.254	750.653
		92.691	186.823	82.800	68.731	34.267	8.262	14.173	641.509
		66.881	137.677	67.436	51.796	27.382	5.004	9.976	473.553

- Datos muestra (parte 1)

			XV región	I región	II región	III región	IV región	V región	VI región
Muestra	Hombre	18-30	11	12	8	7	9	14	5
		31-45	10	12	15	9	5	13	16
		46-60	5	6	13	10	7	24	13
		61 y más	2	1	7	6	10	11	7
	Mujer	18-30	11	24	15	7	6	12	13
		31-45	11	14	14	17	20	19	25
		46-60	8	10	14	11	18	20	15
		61 y más	6	1	10	13	21	15	18

- Datos muestra (parte 2)

		VII región	VIII región	IX región	X región	XIV región	XI región	XII región	RM
Muestra	Hombre	13	14	15	4	8	5	4	40
		16	7	10	14	10	5	3	34
		18	7	8	14	7	5	4	30
		10	15	14	13	12	8	6	20
	Mujer	13	19	19	11	9	8	9	32
		18	19	20	25	16	11	8	48
		16	27	11	16	14	10	17	38
		8	20	15	15	20	12	13	14

- Expansores (parte 1)

			XV región	I región	II región	III región	IV región	V región	VI región
Expansores	Hombre	18-30	1802,455	3073,167	8468,125	4226,714	8247,000	13857,857	17290,000
		31-45	1632,300	3108,250	4628,533	3453,556	14826,600	13453,385	6149,625
		46-60	3104,800	4786,833	4008,769	2509,900	8829,286	6454,917	6436,154
		61 y más	5624,000	12559,000	3293,571	2461,833	4185,900	9740,636	7403,286
	Mujer	18-30	1710,364	1349,542	4013,467	3986,714	12382,500	15312,083	6375,154
		31-45	1761,455	2323,929	4215,500	1700,471	3790,050	9363,895	3840,640
		46-60	2122,750	2530,000	3244,071	2160,818	3546,333	8374,500	5393,333
61 y más		2304,833	15001,000	2759,500	1189,308	2320,667	9292,200	3171,556	

- Expansores (parte 2)

		VII región	VIII región	IX región	X región	XIV región	XI región	XII región	RM
Expansores	Hombre	7730,077	15190,929	6758,333	22096,750	5081,375	2365,800	5022,000	18843,800
		6670,500	30389,429	9788,500	6930,357	3800,400	2453,400	5857,333	21737,559
		5176,278	25634,714	10332,500	5270,500	4941,143	2011,400	3950,250	19544,067
		5925,500	7608,800	3981,929	3329,231	1875,833	613,375	1445,500	16994,300
	Mujer	7721,846	11221,737	5359,579	7508,091	4330,556	1213,625	1644,667	23390,000
		6058,333	11566,947	4996,900	3642,240	2377,188	1017,636	2031,750	15638,604
		5793,188	6919,370	7527,273	4295,688	2447,643	826,200	833,706	16881,816
8360,125		6883,850	4495,733	3453,067	1369,100	417,000	767,385	33825,214	

#### 9.4 Comparación Proporciones Muestra y Población

A continuación se presentan las proporciones por sexo y edad observadas en el universo y en la muestra. Como se observa en la tabla, las proporciones para dichos segmentos son muy similares en universo y muestra, y con el proceso de expansión y ponderación llevado a cabo posteriormente, las proporciones de la muestra quedaron idénticas a las del universo.

Cabe destacar que los datos del universo aquí indicado, se basan en las proyecciones de población que realiza el Instituto Nacional de Estadísticas al mes de junio de 2010.

sexo	edad	universo		muestra		
		casos	%	casos	%	
Población	Hombre	18-30	1.837.966	14,8	169	10,6
		31-45	1.822.837	14,7	179	11,2
		46-60	1.497.682	12,1	171	10,7
		61 y más	910.852	7,3	142	8,9
	Mujeres	18-30	1.790.213	14,4	208	13,0
		31-45	1.825.519	14,7	285	17,8
		46-60	1.552.948	12,5	245	15,3
		61 y más	1.156.796	9,3	201	12,6
<b>TOTAL</b>		<b>12.394.813</b>	<b>100,0</b>	<b>1600</b>	<b>100,0</b>	

## **9.5 Plan de Análisis Estadístico**

### **Análisis Univariado**

- Preguntas 1 a 51: distribución porcentual simple
- Preguntas de respuesta múltiple: total superior a 100
- Preguntas de respuesta múltiple jerarquizadas (3, 8, 9, 10, 13, 18): primera mención total 100 y total menciones superior a 100
- Preguntas 21, 30 y 37: % de cada tipo de institución y dentro de cada categoría, % de instituciones, con total 100 para cada categoría.
- Pregunta 41: % de cada acción y de 41.2 y 41.3 en forma independiente, con total 100 para cada una.

### **Análisis Bivariado**

#### **2.1 Variables independientes cruces básicos**

- Sexo
- Edad
- Nivel educacional agrupado
- Nivel de ingreso agrupado
- Macrozona
- Sector Urbano o rural
- Actividad principal agrupado
- Pertenencia a un grupo u organización (dicotomizada)
- Inscripción en registro electoral

#### **2.2 Variables independientes cruces especiales**

- Interés sobre política (p45)
- Religión agrupada
- Conocimiento de la Campaña del CPLT (dicotomizada: la han visto/no la han visto)

## 2.3 Agrupamientos de variables independientes

### a) *Edad*

1	18 a 30
2	31 a 45
3	46 a 60
4	61 y más

### b) *Nivel educacional (p43)*

1	10	Sin educación
2	1+2	Educación Básica
3	3+4	Educación Media
4	5+6	Educación técnico profesional
5	7+8+9	Educación universitaria y post grado
6	88	No sabe, no responde

### c) *Nivel de ingreso (p47).*

1	1	Hasta \$150.000
2	2	Entre \$150.001 y \$250.000
3	3	Entre \$250.001 y \$500.000
4	4	Entre \$500.001 y \$1.000.000
5	5	Entre \$1.000.001 y \$2.000.000
6	6+7	Más de \$2.000.000

### d) *Actividad (p.48)*

1	1+3+4	Trabaja en sector privado
2	2	Trabaja en sector público
3	5	Desempleado o cesante
4	6	Jubilado o pensionado
5	7	Dueña de casa
6	8	Estudiante
7	9	Otro

### e) *Macrozona*

1	1+2+3+4+15	Norte
2	5+6+7+RM	Centro
3	8+9+10+11+12+14	Sur

**f) Pertenencia a grupo u organización (p.44)**

1	1+2+.....+12+13	Pertenece
2	14	No pertenece

**g) Religión (p. 49)**

1	1	Católica
2	2	Evangélica
3	3+4+....9+10	Otra
4	11	Ninguna

**h) Conocimiento de la campaña del CPLT (p.51)**

1	1+2+3	La ha visto
2	4	No la ha visto
3	99	NR

**2.4 Variables dependientes para cruces básicos (se cruzan con variables independientes de sección 2.1)**

Preguntas 1 a 42 e

Índice de posicionamiento de la transparencia como tema país

Índice de valoración de la transparencia como herramienta

**2.5 Variables dependientes para cruces especiales (se cruzan con variables independientes de sección 2.2)**

Nº de pregunta	Contenido
4	Conoce ley de transparencia
6	De qué cree que trata la ley
7	Interés en información acerca de la ley
8	Beneficios de la ley para el país
11	Grado de confianza en información entregada por organismos públicos
13	Características más valoradas en un organismo público
14.1 a 14.8	Percepciones sobre información de organismos públicos
15	Ha escuchado del CPLT
18	Funciones deseables del CPLT
19	Imagen del CPLT
20	Ha solicitado información a organismo público
23	Para qué solicitó información a organismo público
28	Por qué no ha solicitado información a organismo público
29	Ha buscado información en sitio web de organismo público
32	Para qué ha buscado información en sitio web de organismo público
36	Por qué no ha buscado información en sitio web de organismo público
42	En caso de negación de información, ¿recurriría al CPLT?
Compuesta	Índice de valoración de transparencia Indicadores compuestos

## Agrupamientos de variables dependientes

P14

1	1+2	De acuerdo
2	3+4	En desacuerdo

P 26 y 34

1	1+2	Satisfecho
2	3+4	Insatisfecho

### *Índices de Transparencia*

#### I. Posicionamiento de la Transparencia como Tema País

- P.1 Para las opciones 2 (Protección de los datos personales de los individuos); 4(Transparencia de los organismos públicos); 5 (Derechos ciudadanos); y 8 (Corrupción): se suma 1 punto si alguna de estas opciones es considerada dentro de las 4 preferencias.
- P.2 Para las opciones 2 (Protección de los datos personales de los individuos); 4(Transparencia de los organismos públicos); 5 (Derechos ciudadanos); y 8 (Corrupción): se resta 1 punto si alguna de estas opciones es considerada dentro de las 4 preferencias.
- Operatoria: sumatoria simple

Los ciudadanos se clasifican en las siguientes tres categorías, de acuerdo al puntaje obtenido:

Puntaje	Categorías de importancia
1 a 4	Alta
0	Media
-1 a -4	Baja

#### II. Valorización de la Transparencia como Herramienta

La lógica de éste indicador es la del uso de la transparencia como una herramienta y/o recurso potencial y/o efectivamente utilizado. En la medida en que el ciudadano considera a la transparencia como herramienta, y la utiliza efectivamente, trasluce un ciudadano mayormente comprometido con la democracia moderna y más acabado en lo que a virtudes cívicas se refiere. En este contexto, el Índice de Valorización de la Transparencia como Herramienta consideró las siguientes preguntas, puntajes y operatoria:



- P.3 Atendiendo la lógica del indicador la jerarquización de las alternativas es la siguiente:

4. Protección y defensa de los ciudadanos y sus derechos	Mayor compromiso/Mayor valorización de la transparencia cómo herramienta	7 Puntos
2. Control social sobre las acciones del Estado	-	6 Puntos
1. Incremento de la participación ciudadana	-	5 Puntos
6. Combate la corrupción dentro del Estado	-	4 Puntos
7. Control y rendición de gastos del Estado	-	3 Puntos
3. Facilitar la comprensión de las decisiones políticas	-	2 Puntos
5. Información a los ciudadanos de lo que hace el Estado	Menos compromiso/Menor valorización de la transparencia como herramienta	1 Punto

- P.7 Se suman 4 puntos a respuesta “Sí” y se restan 4 puntos a respuesta “No”.
- P.8 Atendiendo la lógica del indicador la jerarquización de las alternativas es la siguiente:

4. Protección y defensa de los ciudadanos y sus derechos	Mayor compromiso/Mayor valorización de la transparencia cómo herramienta	6 Puntos
2. Control social sobre las acciones del Estado	-	5 Puntos
1. Incremento de la participación ciudadana	-	4 Puntos
6. Combate la corrupción dentro del Estado	-	3 Puntos
3. Facilitar la comprensión de las decisiones políticas	-	2 Puntos
5. Información a los ciudadanos de lo que hace el Estado	Menos compromiso/Menor valorización de la transparencia como herramienta	1 Punto

- P.20 Se suman 4 puntos a respuesta “Sí” y se restan 4 puntos a respuesta “No”.
- P.24 Se suma 1 punto en caso de responder 1 (página web); 2 (teléfono); 3 (presencialmente). 4, evaluar si es atingente a lo que resulte de la codificación.
- P. 29 Se suman 2 puntos a respuesta “Sí” y se restan 2 puntos a respuesta “No”.
- Operatoria: sumatoria simple

Los ciudadanos se clasifican en las siguientes tres categorías, de acuerdo al puntaje obtenido:

Puntaje	Categorías de valorización
0-14	Pasivo
15-30	Moderado
31-45	Activo

## 9.6 Propuesta para la Construcción de un Indicador de Transparencia

### I. Posicionamiento de la Transparencia como Tema País

Pensando en futuras mediciones, y a la luz de los antecedentes obtenidos en el presente estudio que revelan la dificultad de generar un Indicador único de Transparencia, se propone la construcción de tres índices que aborden la temática de la Transparencia y su posicionamiento. Dos de ellos, ya fueron construidos para la presente medición en conjunto con la contraparte técnica, y se propone incorporar un tercero, que permita cuantificar el nivel de ejercicio o uso del derecho de acceso a la información pública.

En síntesis se sugiere:

- Índice de Posicionamiento de Transparencia como tema País
- Índice de Valorización de la Transparencia
- Índice de Ejercicio del Derecho de Acceso a la Información Pública

La operacionalización de dichos indicadores se detalla a continuación:

Índice	Definición	VARIABLES o indicadores a incluir	Escala
Índice de Posicionamiento de Transparencia como tema País	Da cuenta del grado de posicionamiento de la Transparencia como una materia relevante/no relevante para la ciudadanía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ranking de materias relevantes para el país</li> <li>- Ranking de materias menos importantes para el país.</li> </ul>	Cada sujeto, según la importancia asignada a materias vinculadas con Transparencia es clasificado en escala: Alta Media Baja
Índice de Valorización de la Transparencia	Describe el nivel de valorización de la Transparencia como una herramienta y/o recurso potencial y/o efectivamente utilizado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asociación libre con concepto Transparencia</li> <li>- Interés en recibir información sobre Ley de Transparencia</li> <li>- Percepción de beneficios de la Ley de Transparencia</li> </ul>	Cada individuo, según su grado de valorización de la Transparencia es clasificado en escala: Pasivo Moderado Activo
Índice de Ejercicio del Derecho de Acceso a la Información Pública	Identifica el grado de utilización o ejercicio del derecho al acceso a la información pública	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ha solicitado información a algún organismo público</li> <li>- Búsqueda de información en sitio web de organismo público</li> <li>- Acciones frente a denegación de información por parte de un organismo público</li> </ul>	Cada sujeto, según su grado ejercicio del derecho de acceso a la información pública, es clasificado en escala: Pasivo Moderado Activo

Cabe destacar que los dos primeros índices han sido probados y utilizados en la presente medición, en tanto que el tercero, podría ser generado en futuras mediciones a partir de las preguntas existentes sobre dichas materias o bien generar nuevas variables para construir dicho índice.

## 9.7 Pauta Focus Groups Ciudadanos No Informados

### *Entrevistador: Presentación*

Buenas días / tardes. Tal como les señalamos en el contacto telefónico, este focus group es parte de un estudio del Consejo para la Transparencia. El objetivo de este estudio es explorar temas de interés ciudadano. Sus opiniones, como ciudadanos chilenos son muy importantes, ya que, como tales, son los principales beneficiarios de esta Ley. Les agradecemos que nos hayan concedido este tiempo.

Es importante recalcar que todo lo que se diga aquí se mantendrá en estricta confidencialidad; lo que nos interesa es rescatar experiencias y narraciones. No existen opiniones buenas o malas, lo que nos interesa es su más sincera visión sobre el tema. La conversación será grabada sólo con fines de facilitar el registro para el posterior análisis.

### **DATOS DE ENTREVISTADOS**

- Nombre
- Edad
- Situación Laboral/Ocupación/Sector Público o Privado
- Comuna de Residencia

### **A. EJERCICIO DE DERECHOS CIUDADANOS**

1. ¿Ha solicitado, alguna vez, información a un organismo público? ¿Por qué?
2. De esta experiencia, ¿Alguna vez le han negado la información que solicitó? ¿Cuáles han sido, a su juicio, los obstáculos más importantes con los que se han encontrado cuando ha pedido información?
3. Si yo les dijera que de ahora en adelante todos los ciudadanos tendrán derecho a acceder a la información pública que está en poder del Estado, ¿En qué cambiaría la situación actual? ¿Cuáles serían los principales aportes? ¿Creen que sería un aporte a la participación ciudadana y a una mayor democracia? ¿Por qué?
4. ¿De qué manera creen que se podría incentivar a los ciudadanos a informarse y hacer peticiones de información a los organismos públicos?
5. ¿Cuál sería la mejor manera de dar a conocer la existencia de este derecho entre los ciudadanos?

### **B. LA TRANSPARENCIA**

6. Al escuchar la palabra "Transparencia", ¿qué ideas se les vienen a la mente?
7. De las siguientes imágenes, ¿cuáles asocian más con la idea de Transparencia? (utilizar drivers)
8. ¿Qué es para ustedes la "Transparencia"? ¿En qué ámbitos creen que se puede aplicar este concepto que han descrito? Y, específicamente en el sector público ¿es aplicable la transparencia? ¿Cómo?

### **C. LA LEY DE TRANSPARENCIA**

9. El año 2008 se promulgó la Ley de Transparencia (ley N° 20.285), que obliga a los organismos públicos a dar a conocer lo que se llama “información pública” ¿Qué piensan ustedes acerca de esta ley? ¿Les parece positivo o negativo que exista? ¿Por qué?
10. En su opinión, ¿consideran que es útil la existencia de la Ley de Transparencia? ¿Por qué? ¿En qué ámbitos de su vida cotidiana les podría servir o ayudar? Por ejemplo, ¿qué pedirían y a qué organismo?

### **D. EL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA**

11. ¿Han escuchado hablar del Consejo para La Transparencia? ¿Qué han escuchado sobre sus funciones o servicios?
12. El Consejo para la Transparencia es un organismo del Estado que se encarga de entregar información a los ciudadanos respecto a los derechos que les otorga la Ley de Transparencia. El Consejo tiene como principal función fiscalizar a los organismos públicos y recibir reclamos cuando algún organismo público no pone a disposición de los ciudadanos la información que exige esta Ley. ¿Qué les parece la existencia de este Consejo? Ahondar en aspectos positivos o negativos y en su vinculación con la participación ciudadana y la democracia.

### **E. SUGERENCIAS CIUDADANAS**

13. Para terminar, si Uds. tuvieran que dar a conocer la Ley de Derecho de Acceso a la Información Pública, ¿qué dirían a ciudadanos como ustedes? ¿Cuáles serían los atributos que destacaría? ¿Los incentivaría a usarla? ¿Por qué?
14. ¿Cómo haría Ud. una campaña para difundir ésta Ley?

**PREGUNTAR A LOS ENTREVISTADOS SI EXISTE ALGÚN OTRO TEMA QUE QUISIERAN  
COMENTAR, AGRADECER Y FINALIZAR.**

## 9.8 Pauta Focus Groups Ciudadanos Informados

### *Entrevistador: Presentación*

Buenas días / tardes. Tal como les señalamos en el contacto telefónico, este focus group es parte de un estudio de Posicionamiento del Consejo para la Transparencia. El objetivo de este estudio es saber si las personas conocen el Consejo para la Transparencia y la Ley de Transparencia. Sus opiniones, como ciudadanos chilenos son muy importantes, ya que, como tales, son los principales beneficiarios de esta Ley. Les agradecemos que nos hayan concedido este tiempo.

Es importante recalcar que todo lo que se diga aquí se mantendrá en estricta confidencialidad; lo que nos interesa es rescatar experiencias y narraciones. No existen opiniones buenas o malas, lo que nos interesa es su más sincera visión sobre el tema. La conversación será grabada sólo con fines de facilitar el registro para el posterior análisis.

### DATOS DE ENTREVISTADOS

- Nombre
- Edad
- Situación Laboral/Ocupación/Sector Público o Privado
- Comuna de Residencia

## F. LA TRANSPARENCIA

1. ¿Qué es para ustedes la “Transparencia”? ¿en qué ámbitos creen que se puede aplicar este concepto que han descrito? Y ¿específicamente en el sector público?
2. ¿Cómo opera en la práctica? ¿Asocian ustedes el concepto “Transparencia” con el “Derecho de Acceso a la Información Pública”? ¿En qué cree que consiste este derecho?
3. A su juicio, ¿Qué efectos sociales tiene la existencia de este derecho? ¿En qué medida el ejercicio del “Derecho de Acceso a Información Pública” ayudaría a la mantención y el mejoramiento de la democracia? Indicar ejemplos y desarrollar idea.
4. ¿Relaciona usted este derecho con la participación ciudadana? ¿Cómo?

## G. LA LEY DE TRANSPARENCIA

5. El año 2008 se promulgó la Ley de Transparencia (ley N° 20.285), que obliga a los organismos públicos a dar a conocer lo que se llama “información pública” ¿Qué piensan ustedes acerca de esta ley? ¿Les parece positivo o negativo que exista? ¿Por qué?
6. ¿Es para ustedes una ley útil o aplicable en sus vidas cotidianas? ¿Por qué? ¿En qué ámbitos les podría servir o ayudar? Por ejemplo, ¿Qué pedirían? ¿A quién?
7. ¿Han utilizado alguna vez esta ley?
  - En caso de respuesta positiva ¿Para qué?, por favor describir experiencia.
  - En caso de respuesta negativa ¿Por qué no la ha utilizado? ¿Hay alguna información pública a la que quisiera tener acceso? ¿Cómo lo haría para pedir ésta información?

## H. EJERCICIO DE DERECHOS CIUDADANOS

8. ¿Creen que el Derecho de Acceso a la Información Pública es un derecho conocido por la gente? ¿Uds. saben cómo es posible hacer uso de este derecho? Por favor describa (Experiencia en T. Activa/DAI).
9. ¿Cuáles son los obstáculos que existen para el cumplimiento efectivo de este derecho? (profundizar en aspectos materiales y subjetivos. Si mencionan falta de confianza en información o instituciones, profundizar).
10. ¿Cuáles creen ustedes que serían las condiciones necesarias para incentivar al ciudadano a hacer uso de este derecho? (Condiciones materiales y subjetivas: en la ciudadanía, en los organismos públicos y en el CPLT como mediador)

## I. EL CONSEJO PARA LA TRANSPARENCIA

11. ¿Han escuchado hablar del Consejo para La Transparencia? ¿Qué han escuchado sobre sus funciones o servicios?
12. El Consejo para la Transparencia es el organismo del Estado que vela por el cumplimiento de la Ley de Transparencia. El Consejo tiene como principal función fiscalizar a los organismos públicos y recibir reclamos cuando algún organismo público no pone a disposición de los ciudadanos la información que exige esta Ley. ¿Qué les parece la existencia de este Consejo? Ahondar en aspectos positivos o negativos.
13. Supongamos que Ud. solicita una información a un organismo público, y ésta le es denegada: ¿Qué haría Ud.? ¿Iría al Consejo para la Transparencia? ¿Le daría confianza? (ahondar)
14. ¿Qué servicios del Consejo podrían serles útiles a uds. como ciudadanos? (solicitar información, reclamar, a qué tipo de organismos públicos, etc.)
15. ¿Alguno de Uds. ha acudido o solicitado información al Consejo para la Transparencia? ¿Cuándo y cómo? ¿Cómo evalúan su experiencia?

## J. SUGERENCIAS CIUDADANAS

16. Para terminar, si uds. tuvieran que dar a conocer el Consejo para la Transparencia, ¿Qué dirían a ciudadanos como ustedes sobre el Consejo? ¿A través de qué medios los darían a conocer?
17. ¿Cómo haría Ud. una campaña para difundir ésta Ley?
18. Pensando en el futuro, ¿Qué aspectos mejorarían del Consejo y/o la Ley de Transparencia desde la perspectiva de ciudadanos como Uds.?

**PREGUNTAR A LOS ENTREVISTADOS SI EXISTE ALGÚN OTRO TEMA QUE QUISIERAN COMENTAR, AGRADECER Y FINALIZAR.**