



Centro UC

Encuestas y Estudios Longitudinales

Servicio de Consultoría para la
Realización de la Encuesta Nacional de
Tratamiento de Datos Personales

Informe Final

05 de abril de 2016

1. ANTECEDENTES GENERALES	3
1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
2. EQUIPO DE TRABAJO	4
3. DISEÑO METODOLÓGICO	4
2.1. DISEÑO MUESTRAL DE LA ENCUESTA NACIONAL DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES A PERSONAS TITULARES	8
2.1.1. POBLACIÓN OBJETIVO	8
2.1.2. MARCO MUESTRAL	8
2.1.3. TIPO DE MUESTRA	9
2.1.4. PROBABILIDADES DE SELECCIÓN	10
2.1.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA	11
2.1.6. ERRORES MUESTRALES	12
2.1.7. FACTOR DE EXPANSIÓN (SELECCIÓN)	13
2.1.8. FACTOR DE CORRECCIÓN POR NO RESPUESTA (FC)	13
2.2 RESULTADO DEL TRABAJO DE CAMPO DE LA ENCUESTA NACIONAL DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES A PERSONAS TITULARES	14
2.2.1. DISTRIBUCIÓN Y CARGA DE TRABAJO EQUIPOS DE TERRENO	14
2.2.2. PROCESO DE APLICACIÓN DE ENCUESTAS	14
2.2.3. PROTOCOLO DE VISITAS Y CONTACTO	23
2.2.4. CÓDIGOS DE DISPOSICIÓN FINAL DE CASOS	24
2.2.5. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO	27
2.2.6. PROCESAMIENTO DE DATOS	34
2.3. DISEÑO MUESTRAL DE LA ENCUESTA NACIONAL DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES A PROCESADORES/CONTROLADORES DE DATOS PERSONALES	36
2.3.1. POBLACIÓN OBJETIVO	36
2.3.2. MARCO MUESTRAL	36
2.3.3. TIPO DE MUESTRA	39
2.3.4. PROBABILIDADES DE SELECCIÓN	39
2.3.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA	39
2.3.6. ERRORES MUESTRALES	42
2.3.7. FACTOR DE EXPANSIÓN	44
2.4. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO DE LA ENCUESTA NACIONAL DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES A PROCESADORES/CONTROLADORES DE DATOS PERSONALES	44
2.4.1 CONSIDERACIONES DE LA APLICACIÓN	44
2.4.2. DISTRIBUCIÓN Y CARGA DE TRABAJO EQUIPOS DE TERRENO	44
2.4.3. PROTOCOLO DE VISITAS Y CONTACTO	45
2.4.3. CÓDIGOS DE DISPOSICIÓN FINAL DE CASOS	45
2.4.4. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO	45
2.4.5 PROCESAMIENTO DE DATOS	47
4. RESULTADOS	49
3.1 RESULTADOS ENCUESTA TITULARES DE DATOS PERSONALES	49
4.2 RESULTADOS ENCUESTA CONTROLADORES Y PROCESADORES DE DATOS PERSONALES	88
4.3 CÁLCULO DE BRECHAS: ANÁLISIS DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO Y DE PERCEPCIÓN DE CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA	100
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	107

1. Antecedentes Generales

El presente informe corresponde a la entrega del producto final de la consultoría para la realización de la Encuesta Nacional de Tratamiento de Datos Personales. La consultoría tuvo por objetivo efectuar un análisis cuantitativo de la percepción de los titulares y controladores/procesadores de datos personales sobre el Derecho a la Protección de Datos, a través del diseño y aplicación de un instrumento que permitiera tanto analizar el avance de Chile en materia de protección de datos personales así como identificar la posición de cada uno de los sujetos relevantes (titulares y controladores/procesadores).

1.1 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos de este estudio fueron:

- Diseñar un instrumento que permitiera medir cuantitativamente la percepción de los titulares y controladores/procesadores de datos personales sobre el Derecho a la Protección de Datos.
- Diseñar la muestra representativa de los titulares y controladores/procesadores de datos personales para efectos de poder realizar la medición cuantitativa a que se refiere el punto anterior de estos objetivos específicos.
- Contar con una metodología que permitiera hacer uniforme la aplicación de la encuesta en el tiempo.
- Aplicar a la muestra representativa el instrumento diseñado.
- Analizar los resultados de la aplicación del instrumento.
- Realizar un informe y presentaciones del reporte de resultados.
- Realizar un informe de las brechas entre los resultados obtenidos y la normativa actualmente existente.

2. Equipo de trabajo

En la ejecución del proyecto participó el siguiente equipo:

- David Bravo, Jefe de Proyecto
- Patricia Medrano, Investigadora y Directora Ejecutiva del Centro UC de Encuestas y Estudios Longitudinales
- Nicolás Libuy, Jefe de Trabajo de Campo
- Ernesto Castillo, Asesor Experto en Diseño Muestral
- Valeria Signorini, Jefe de Procesamiento
- Magdalena Quezada, Analista
- Camila Rasse, Jefe de Recursos Humanos
- Viviana Hernández, Jefe Área de Instrumentos
- Rodrigo Delgado, Coordinador Nacional de Terreno
- Ángel Durán, Encargado de Informática
- Fernando Fernández, Informático

3. Diseño Metodológico

El Diseño Metodológico de la Encuesta Nacional de Tratamiento de Datos Personales contempló dos encuestas. Una primera encuesta a “Titulares de Datos Personales” y una segunda encuesta a Empresas o “Procesadores / Controladores de Datos Personales”. El objetivo de las Encuestas por parte de la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño es levantar una línea base que permita medir el nivel de conocimiento de los derechos de las personas a causa de tratamiento de sus datos considerados personales con miras a: a) Hacer seguimiento a los avances del país en la materia; b) Apoyar la adecuación normativa que se está impulsando y c) Mejorar la calidad de la información para el diseño de políticas públicas relativas a la protección de los datos de las personas. Para dar cumplimiento a tales expectativas el Centro de Encuestas y Estudios Longitudinales, desarrollo una serie de actividades conducentes a lograr dichos objetivos.

Al comienzo del estudio se desarrolló el instrumento o cuestionario para abordar los temas de forma acabada tanto en empresas como en hogares. En esta tarea se revisaron los antecedentes provistos por la Subsecretaría (temáticas y preguntas asociadas a dichas temáticas) y otros presentados por el Centro UC¹. En una segunda etapa, se realizó un Estudio

¹ Los antecedentes revisados fueron: las Encuestas del Euro Barómetro: *Attitudes on Data Protection and Electronic Identity in the European Union* (2010); *Data protection* (2015); Estándares Internacionales sobre protección de datos personales y privacidad, Resolución de Madrid (2009); Directrices de la OECD sobre protección

Piloto para probar el entendimiento de las preguntas, flujo del cuestionario, logística de la aplicación en terreno, entre otros aspectos. Luego, se realizó el Diseño Muestral de ambas encuestas. El diseño del estudio de línea base, busca dar cuenta por primera vez en Chile y a través de un estudio probabilístico, sobre las percepciones de titulares y procesadores/controladores de datos respecto de temáticas relevantes en la materia. En una cuarta etapa, se realizó el levantamiento de datos. Por un lado, la encuesta de titulares permitió expresar el sentir de una población representativa de Chile sobre temáticas como el privacidad de los datos, el grado de conocimiento de la normativa vigente, la valoración que tiene la población de la institucionalidad en materia de protección de datos personales, entre otras temáticas. Por otro lado, la encuesta de procesadores/controladores constituyó un desafío debido a la sensibilidad que ciertos sectores económicos reflejaron sobre las temáticas consultadas. Finalmente, los resultados del estudio permiten, en términos agregados, dar cuenta de la principales percepciones y tendencias, tanto de controladores como de titulares, sobre una serie de temas de vital importancia para el diseño de políticas públicas en la materia.

Para poder interpretar los resultados adecuadamente se debe primero entender el carácter probabilístico del diseño muestral empleado en el diseño de ambas encuestas. A continuación se presentan algunos conceptos estadísticos relevantes para el análisis de los datos

1. Representatividad de la muestra

No existe una definición formal de qué es lo que se entiende por representatividad y tampoco se puede establecer con exactitud cuando una muestra es representativa y en qué momento deja de serlo (Vivanco, 2005).

La selección de la muestra al azar no garantiza su representatividad, aunque el azar es un pilar fundamental de la inferencia estadística. Los sesgos se anulan mutuamente cuando se selecciona aleatoriamente un número grande de elementos independientes.

Es por ello que se considera que una muestra es un modelo a escala representativo de la población que se desea estudiar y que sirve para reproducir los atributos de esta población, y en consecuencia, extrapolar éstos a la población de origen de la muestra.

de la privacidad y flujos de transfronterizos de datos personales OECD (2002); OECD *Recommendation on Cross-border Co-operation in the Enforcement of Laws Protecting Privacy* OECD (2007); Ley sobre protección de la vida privada, Ley 19628; Encuesta Nacional sobre Protección de Datos Personales a Sujetos Regulados por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDP) y Población en General, México.

2. El nivel de precisión y error muestral

El nivel de precisión de cualquier estimación basada en una muestra es determinado por su error muestral, el cual tiene una expresión matemática particular, dependiendo de la forma de expresar la varianza de estimador, según sea un total poblacional, una media, una proporción, una razón u otro tipo de estimador, y además, del diseño muestral utilizado.

Por ejemplo, cuando se emplea un diseño muestral aleatorio simple (M.A.S.) en estudios de opinión, donde generalmente se requiere para el análisis de los datos un estimador de proporción, el error muestral se calcula con la siguiente expresión, ajustada para poblaciones finitas:

$$e = z * \sqrt{\frac{p * q}{n} * \frac{(N - n)}{N - 1}}$$

Donde:

P : proporción estimada con la muestra.

q : (1 – p) complemento de la proporción estimada.

n : tamaño de la muestra (total de casos entrevistados).

N : tamaño de la población representada por la muestra.

El nivel de precisión es una de las características del diseño muestral más relevante a la hora de evaluar el desempeño de la muestra, una vez finalizado el estudio.

3. Error muestral pre y post levantamiento de datos

Generalmente el cálculo del error muestral, se realiza en dos momentos diferentes de tiempo. Una primera estimación de los errores se realiza antes del levantamiento de datos, durante el período de diseño del estudio, y después, cuando los datos ya han sido levantados se calculan los errores muestrales efectivos.

Para calcular el error muestral se requiere contar con una estimación previa de la variable en estudio y de su varianza, o en su defecto, realizar ciertos supuestos. Por ejemplo, para el estimadores de proporción, cuando se desconoce la varianza del estimador, se supone varianza máxima, que en este caso es igual a (p*q = 0,25) y este valor máximo ocurre cuando p = q = 0,50.

Una vez recolectados los datos, es posible calcular el error muestral resultante, reemplazando los valores supuestos por los valores observados, y verificar que tan cerca estuvo este error del estimado a priori para las variables principales.

4. Estratificación

La estratificación de la muestra se utiliza generalmente para mejorar de precisión de la muestra y minimizar el costo respecto a la selección mediante muestreo aleatorio simple. También se estratifica la muestra cuando se requiere seleccionar la muestra desde marcos muestrales distintos.

La mejora de precisión se logra al formar estratos homogéneos en la variable que se quiere estimar, para lo cual, la definición de estos estratos se realiza en función de alguna(s) variable(s) auxiliar(es) que esté(n) correlacionada con la variable a medir. De esta forma, la estratificación es más eficiente en la medida que se logre formar grupos de elementos muy parecidos entre sí, aunque existan diferencias entre grupos.

De esta forma, cada estrato es una agrupación independiente de las demás, lo cual permite inferir los resultados a la población de origen de cada estrato en forma autónoma.

A continuación se describe el diseño muestral y resultados del trabajo de campo de la Encuesta Nacional de Tratamiento de Datos Personales a Personas Titulares, para luego describir el diseño muestral y los resultados del trabajo de campo para la encuesta de Procesadores/Controladores de datos personales.

2.1. Diseño Muestral de la Encuesta Nacional de Tratamiento de Datos Personales a Personas Titulares

2.1.1. Población Objetivo

La población objetivo de este estudio son las personas de 18 años o más residentes en viviendas particulares ubicadas en el área urbana de las 15 regiones del país.

Según estimaciones basadas en las proyecciones de población para junio de 2015 del Instituto Nacional de Estadísticas, la población de 18 años y más asciende a 14.576.376 personas. En la siguiente tabla se detalla la distribución de esta población según Macro-zona y Tramo de Edad.

Tabla N°1: Distribución de la Población según Área U/R y Sexo

Macro Zona	18 a 30	31 a 45	46 y más	Total
Norte	423.853	406.003	752.736	1.582.592
Centro	783.284	771.603	1.585.376	3.140.263
Sur	1.015.634	988.159	1.944.306	3.948.099
Metropolitana	1.555.106	1.516.062	2.834.254	5.905.422
Total	3.777.877	3.681.827	7.116.672	14.576.376

Fuente: Proyecciones Poblacionales INE

2.1.2. Marco Muestral

Se utilizó como marco muestral el Marco Muestral Actualizado de 2008 que ha elaborado el Instituto Nacional de Estadísticas, en cuanto a la información censal como a su material cartográfico, para solucionar provisoriamente la ausencia del Censo de Población y Viviendas de abril de 2012.

Como han transcurrido doce años desde el levantamiento de este Censo, y probablemente parte de esta información ha perdido vigencia producto de la demolición o construcción de nuevas viviendas, se realizó una actualización de los hogares en cada manzana seleccionada, de manera de contar con un número actualizado de viviendas particulares ocupadas.

2.1.3. Tipo de Muestra

La muestra de este estudio, se puede definir como probabilística, estratificada geográficamente, multietápica, de conglomerados, con selección sistemática de las unidades de primera y segunda etapa y aleatoria simple en las unidades de última etapa.

La muestra debe ser probabilística, porque se requiere aplicar la Teoría Estadística del Error, con el objetivo de construir los intervalos de confianza para cada estimación y así cuantificar el nivel de precisión de sus resultados.

La estratificación se requiere para atender la representatividad solicitada por la Subsecretaría, y además, mantener controlado el nivel de precisión de la muestra en cada Estrato.

En este estudio la estratificación fue de tipo geográfico donde se clasificó la población en cuatro Macrozonas:

- Norte: I, II, III, IV y XV Región.
- Centro: V, VI, VII Región.
- Sur: VIII, IX, X, XI, XII y XIV Región.
- Metropolitana: Región Metropolitana

Ante la inexistencia de un marco muestral detallado de personas en cada estrato, la selección de las unidades muestrales se realizó en etapas y por conglomerados.. Sólo de esta forma es posible realizar la selección de personas a partir de unidades de agregación mayores como lo son la comuna, manzana censal y vivienda.

Las unidades de selección serán las siguientes:

Unidad de Primera Etapa (UPE): quedarán definidas por las comunas, que se seleccionará con probabilidad proporcional a su tamaño en cada estrato.

Unidad de Segunda Etapa (USE): quedarán definidas por las manzanas censales, las que serán seleccionadas con probabilidad proporcional a su tamaño, medido éste como las viviendas particulares que contiene cada manzana.

Unidad de Tercera Etapa (UTE): Quedarán definidas por las viviendas particulares y serán seleccionadas con igual probabilidad en cada manzana.

Unidad de Cuarta Etapa (UCE): Quedará definida por la persona de 18 años o más, que será seleccionada aleatoriamente en cada vivienda mediante una tabla de selección aleatoria.

2.1.4. Probabilidades de Selección

Las probabilidades de selección en cada etapa serán las siguientes:

- i. Probabilidad de Selección de la Comuna i en el Estrato h.

$$f_1 = c_h * \frac{M_{hi}}{M_h}$$

Donde:

C_h : número de comunas seleccionadas en el estrato h.

M_{hi} : número de viviendas en la comuna i del estrato h.

M_h : número de viviendas en el estrato h.

- ii. Probabilidad de Selección de la Manzana j en la comuna i del Estrato h.

$$f_2 = n_{hi} * \frac{M_{hij}}{M_{hi}}$$

Donde:

n_{hi} : número de manzanas seleccionadas en la comuna i del estrato h.

M_{hij} : número de viviendas en la manzana j de la comuna i del estrato h.

M_{hi} : número de viviendas en la comuna i del estrato h.

- iii. Probabilidad de Selección de la Vivienda k en la Manzana j de la comuna i del Estrato h.

$$f_3 = \frac{m_{hij}}{M_{hij}} * \frac{M_{hij}}{M'_{hij}}$$

Donde:

m_{hij} : número de viviendas seleccionados en la manzana j de la comuna i del estrato h.

M_{hij} : número de viviendas en la manzana j de la comuna i del estrato h.

M'_{hij} : número de viviendas empadronadas en la manzana j de la comuna i del estrato h.

- iv. Probabilidad de Selección de la Persona l en la Vivienda k en la Manzana j de la comuna i del Estrato h.

$$f_4 = \frac{1}{l_{hijk}}$$

La probabilidad general de selección de la Persona l en la Vivienda k en la Manzana j de la Comuna i del Estrato h es:

$$f_{hijk} = c_h * n_{hi} * \frac{m_{hij}}{M_h} * \frac{M_{hij}}{M'_{hij}} * \frac{1}{l_{hijk}}$$

2.1.5. Tamaño de la Muestra

Se seleccionó una muestra de tamaño igual a 1.540 personas, que permita acotar el error muestra a 5% en cada Macrozona. En la Tabla N°2 se detalla el tamaño teórico muestral objetivo según Macrozona y Tramo de edad. Tabla N°3 se presenta el tamaño efectivo logrado según Macrozona y Tramo de edad. Para lograr el tamaño de la muestra objetivo, se realizó una sobredimensión que pudiera dar cuenta de las desactualizaciones del marco muestral.

Tabla N°2: Distribución de la Muestra Teórica Objetivo según Macrozona y Tramo de edad

Macro Zona	18 a 30	31 a 45	46 y más	Total
Norte	109	114	162	385
Centro	101	107	177	385
Sur	105	110	170	385
Metropolitana	108	112	165	385
Total	423	443	674	1.540

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°3: Distribución de la Muestra Lograda según Macrozona y Tramo de edad

Macro Zona	18 a 30	31 a 45	46 y más	Total
Norte	115	120	205	440
Centro	90	99	217	406
Sur	86	102	225	413
Metropolitana	90	121	224	435
Total	381	442	871	1.694

Fuente: Elaboración Propia

2.1.6. Errores Muestrales

El error muestral estimado a priori, si se supone un muestreo aleatorio simple, uso de estimadores de proporción, varianza máxima ($p = q = 0,5$) y nivel de confianza igual a 95% ($z = 1,96$), se detalla en la Tabla N°4.

La expresión general que relaciona el error muestral con el tamaño de la muestra, para el estimador de proporción, que será utilizado para entregar la mayor parte de los resultados de este estudio, tiene la forma de:

$$e_h = z * \sqrt{\frac{p * q}{n_h} * \frac{(N_h - n_h)}{(N_h - 1)}}$$

Donde:

- e_h : Error muestral en el Estrato h.
- z : Coeficiente de confianza (1,96 para un 95% de confianza)
- p : Proporción a estimar ($p = q = 0,5$, bajo el supuesto de varianza máxima)
- N_h : Población en el Estrato h.
- n_h : Muestra seleccionada en el Estrato h.

En la siguiente tabla se presentan los errores muestrales teóricos calculados a priori para el diseño del estudio.

Tabla N°4: Errores Muestrales a Priori según Macrozona y Tramo de edad

Macro Zona	18 a 30	31 a 45	46 y más	Total
Norte	10,1%	9,8%	8,1%	5,0%
Centro	10,4%	10,1%	7,7%	5,0%
Sur	10,3%	10,0%	7,8%	5,0%
Metropolitana	10,1%	9,9%	7,9%	5,0%
Total	5,1%	5,0%	3,9%	2,5%

Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado, la siguiente tabla detalla los errores muestrales efectivos calculados a posteriori, incluyendo las variables del diseño muestral en la estimación.

Tabla N°5: Errores Muestrales a efectivos según Macrozona y Tramo de edad

Macro Zona	18 a 30	31 a 45	46 y más	Total
Norte	6.9%	5.4%	6.3%	4.0%
Centro	7.2%	7.1%	5.8%	5.5%
Sur	6.9%	7.3%	5.4%	4.0%
Metropolitana	7.0%	6.1%	6.9%	3.6%
Total	4.1%	3.7%	3.9%	2.4%

Fuente: Elaboración Propia a partir de la prevalencia de "De la siguiente lista, ¿cuáles considera usted que son datos personales? Rut (número de cédula de identidad)"

2.1.7. Factor de Expansión (Selección)

La ponderación de acuerdo al diseño muestral planteado es el factor de expansión de cada Comuna, Manzana, Vivienda y Persona seleccionada, el que depende del número de personas de 18 años o más en la vivienda, del número de viviendas que tiene la manzana, y del número de manzanas que tiene la Comuna, según el método propuesto.

El factor de expansión se puede interpretar como la cantidad de viviendas de la población que representa una vivienda en la muestra, por lo tanto, se define como el valor recíproco de la fracción de muestreo calculada anteriormente:

$$F_{hijk} = \frac{1}{f_{hijk}}$$

2.1.8. Factor de Corrección por No Respuesta (FC)

Como es inevitable que parte de la muestra no sea entrevistada por diversas razones, tales como hogares con moradores ausentes o que se niegan a conceder la entrevista, se hace necesario corregir el factor anterior, mediante un factor de corrección por no respuesta para atenuar los posibles sesgos que podría introducir la no respuesta diferencial por nivel socioeconómico que está correlacionado con áreas geográficas (Manzana). Este factor de corrección se define de la siguiente forma:

$$FC = \frac{m_{hij}}{m''_{hij}}$$

Donde:

m_{hij} : hogares seleccionados en la manzana j de la comuna i del estrato h.

m''_{hij} : hogares entrevistados en la manzana j de la comuna i del Estrato h.

Este último factor multiplica al factor de expansión muestral, relacionado solamente con las probabilidades de selección, y en conjunto permiten entregar estimaciones insesgadas de los parámetros poblacionales a medir.

2.2 Resultado del Trabajo de Campo de la Encuesta Nacional de Tratamiento de Datos Personales a Personas Titulares

2.2.1. Distribución y carga de trabajo Equipos de Terreno

Para la realización de la totalidad de las encuestas se contó con un equipo de trabajo de campo conformado por 6 coordinadores de zona quienes realizaron su trabajo de manera centralizada en la sede de Santiago. Estos coordinaron se distribuyeron de la siguiente forma: uno en cada una de las zonas Norte, Centro, Sur y tres en la Metropolitana.

2.2.2. Proceso de aplicación de encuestas

El trabajo en terreno para la aplicación de encuestas de personas se realizó en siguientes etapas:

Imagen Nº1. Etapas proceso de aplicación de encuestas



a) Asignación de segmentos (manzanas censales)

Para este estudio se elaboró un croquis por cada segmento seleccionado. Este croquis indica la ubicación de la manzana que el encuestador visitó o empadronó. Fue tarea del coordinador asignar a sus encuestadores los segmentos que correspondan. Un segmento se identifica con un número de 6 dígitos y el croquis que lo representa se visualiza de la siguiente forma:

Imagen N°2. Ejemplo Mapa de Empadronamiento

Muestra Datos Personales

Comuna	Segmento	Distrito	Zona	Manzana	N° de viviendas
1101 IQUIQUE	110101	3	2	16	11



b) Empadronamiento

La tarea de empadronamiento consiste en la obtención en terreno de un listado de direcciones correspondientes a las viviendas particulares ocupadas que se encuentran dentro de un área definida por el Censo de Población y Viviendas de Abril de 2002, denominada Manzana Censal. El ordenamiento de estas direcciones dentro de la hoja de registro debe ser igual al observado en terreno, siguiendo algunas reglas básicas para realizar el recorrido del área a empadronar que se explicarán más adelante.

Para realizar este empadronamiento, el encuestador dispone de un croquis de la Manzana Censal y un conjunto de hojas especialmente diseñadas para el registro de la información llamada Hoja de direcciones.

Una vez identificada el área a empadronar, el encuestador debe recorrer dicha área anotando en su hoja de direcciones todos los hogares que encuentre en ella.

Deberá comenzar su listado en el lugar señalado con una flecha (→) en el croquis del área a empadronar y luego continúa en el sentido contrario al movimiento de los punteros del reloj, es decir en la dirección indicada por la flecha (→) que indica el punto de partida en el croquis.

A medida que se registran las direcciones en la hoja señalada para eso, los encuestadores clasifican los inmuebles de acuerdo a los siguientes códigos:

1. Vivienda particulares ocupada
2. Vivienda particular desocupada
3. Vivienda colectiva (Ej. Asilo de ancianos, hogar de menores, internado, etc.)
4. Inmueble no habitacional (Ej. Oficina comercial, institución, escuela, comercio, industria, taller, etc.)
5. Sitio eriazo (sitio vacío)
6. Otro tipo de construcción (Especifique)

Imagen N°3. Ejemplo de llenado de Hoja de Direcciones

COMUNA: SAN RAMÓN									SEGMENTO: 12347			DIST: 5		ZONA: 2 MANZ: 45	
Nº	Dirección	Nº	Block	Piso	Depto.	1. Viv. particular ocupada 2. Viv. particular no ocupada 3. Local comercial 4. Colegio/jardín infantil 5. Otro. Especifique	Nº	Observaciones							
1	San José	155				2									
2	San José	157				3									
3	San José	159				1	1								
4	San José	161				4									
5	San José	163				1	2								
6	San Pedro	5236	A	4	401	1	3								
7	San Pedro	5236	A	4	402	1	4								
8	San Pedro	5236	A	4	403	1	5								
9	San Pedro	5236	A	3	301	1	6								
10	San Pedro	5236	A	3	302	1	7								
11	San Pedro	5236	A	3	303	1	8								
12	San Pedro	5236	A	2	201	1	9								
13	San Pedro	5236	A	2	202	1	10								
14	San Pedro	5236	A	2	203	1	11								
15	San Pedro	5236	A	1	101	3									
16	San Pedro	5236	A	1	102	4									
17	San Pedro	5236	A	1	103	2									

Visita previa de conteo para división en sub-manzanas

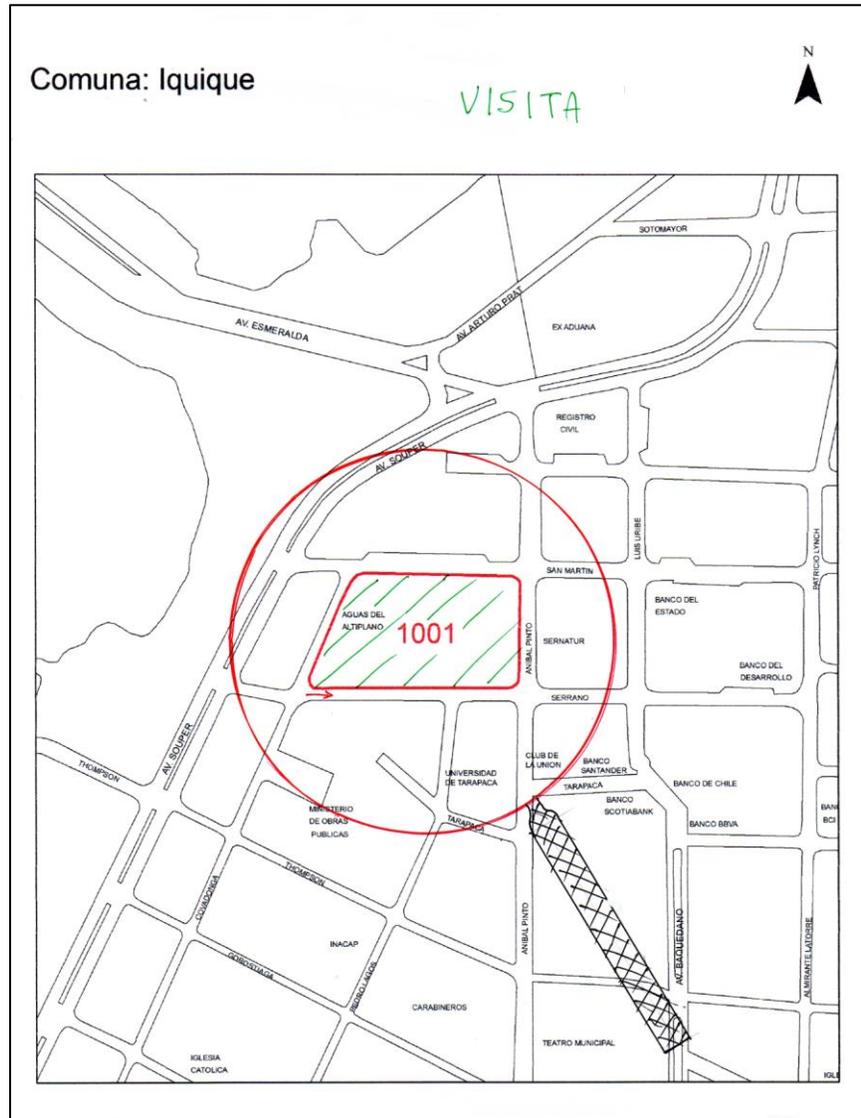
Junto con el empadronamiento de las manzanas censales, es necesario realizar una actualización del número de viviendas de las manzanas con más de 100 viviendas.

Esta actualización previa consiste en una visita que realiza el encuestador para dibujar el segmento asignado para la posterior selección de sub manzanas. Para ello se le solicita realizar las siguientes actividades:

1. Identificación en forma precisa de la manzana a empadronar, para lo cual el empadronador debe realizar un recorrido previo del área, que permita verificar que todas las calles que rodean la manzana coincidan con las calles de la manzana indicada en el croquis.
2. Elaboración de un croquis que permita subdividir la manzana en sub-manzanas de tamaño aproximado a 40 viviendas, tamaño que corresponde al tamaño promedio de una manzana urbana, con el objetivo de seleccionar y empadronar posteriormente una sub-manzana seleccionada aleatoriamente y no la manzana completa. Para identificar posteriormente una sub-manzana en terreno, este croquis deberá contener todos los detalles o hitos que permitan identificar la sub-manzana en forma inequívoca, por ejemplo, calles o pasajes interiores u otros hitos relevantes como número de blocks de departamentos o edificio, canchas deportivas, escuelas, etc.
3. Conteo de las viviendas particulares que existen en la manzana, en forma detallada por cada segmento de calle o pasaje identificable que determina cada sub-manzana.
4. Una vez finalizada la visita previa, en oficina se selecciona aleatoriamente la sub-manzana a empadronar y se guarda el registro del total de viviendas contabilizadas en la manzana completa para ser ocupado al momento del cálculo de los factores de expansión de la muestra.

En la página siguiente, a modo de ejemplo se adjunta material correspondiente a una visita previa, para mostrar la nomenclatura utilizada en esta actividad.

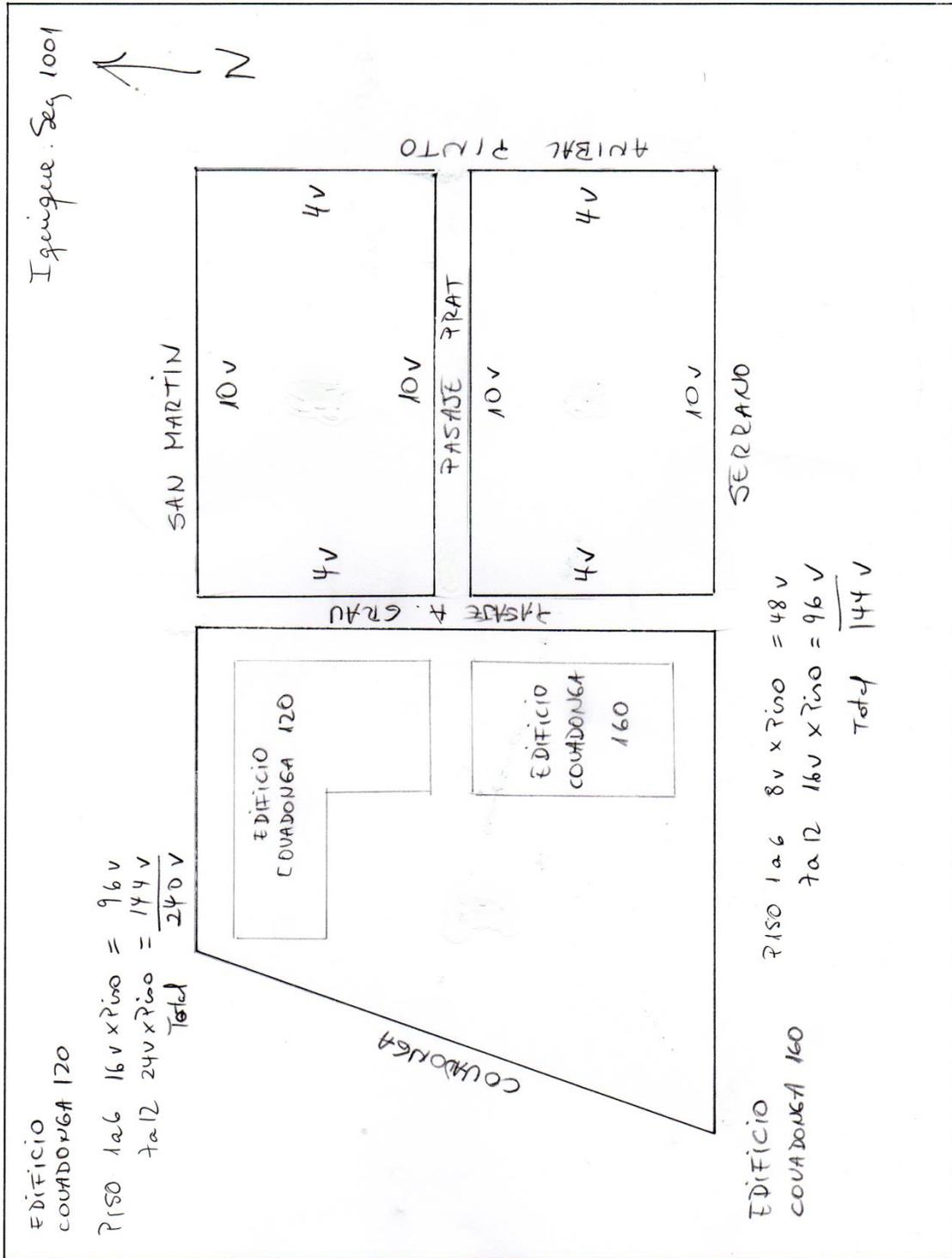
Imagen N°4. Ejemplo de Mapa de Visita Previa



Las manzanas a visitar han sido achuradas con líneas de color verde e identificadas con la palabra "VISITA" en el encabezado.

En la página siguiente se muestra a modo de ejemplo lo que sería el resultado de la visita.

Imagen N°5. Ejemplo de Resultado de Visita Previa



c) Selección de la muestra

Una vez realizado el empadronamiento (directo o con visita previa), y el llenado de la hoja de direcciones, el encuestador procedió a seleccionar la muestra de viviendas en las cuales aplicaría el instrumento. Es fundamental que haya completado de manera correcta la hoja de direcciones ya que la selección sólo se realiza sobre las viviendas particulares ocupadas, es decir, el tipo 1.

En terreno se seleccionó un segmento continuo de 5 viviendas por manzanas a las cuales se les aplicó la encuesta.

La metodología empleada para la selección in situ de la vivienda consta de 4 pasos, a saber:

1. Una vez recorrida la manzana o sub-manzana, el encuestador procedió a empadronar el segmento e identificar las direcciones de viviendas particulares ocupadas.
2. Con esta información, y mediante el uso de una tabla de selección aleatoria, identificó la primera vivienda del conglomerado. Esta tabla, con forma de matriz, indica en la celda de intersección de la fila correspondiente al total de viviendas seleccionables (viviendas particulares) y la columna correspondiente al último dígito del segmento, el número de orden de la primera vivienda seleccionada dentro del listado de direcciones. La Figura muestra un ejemplo de la tabla de selección aleatoria, donde por ejemplo el segmento tiene como último dígito el número 7 y es un segmento de 11 viviendas, así de acuerdo a la tabla la primera vivienda seleccionada es número 6 del listado, y las siguientes seis viviendas también serán seleccionadas de forma tal de formar un segmento continuo de 7 viviendas.
3. Se seleccionó un segmento continuo de 7 viviendas a encuestar a partir de la vivienda antes elegida.

Imagen N°6. Ejemplo Tabla de selección aleatoria de viviendas en la manzana

Tabla Aleatoria para seleccionar la Primera Vivienda del Segmento de la Muestra.										
Y el total de viviendas particulares ocupadas en la manzana es:	Si el número ID de Segmento termina en:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1
3	3	2	3	3	2	1	1	2	3	1
4	4	2	4	2	1	4	1	4	4	3
5	4	5	2	1	3	2	2	2	2	1
6	2	5	2	1	1	4	6	4	4	3
7	4	7	2	3	4	1	6	7	2	7
8	5	8	3	4	2	1	8	7	7	3
9	4	7	9	7	3	3	4	4	3	6
10	4	3	6	4	4	4	9	8	1	6
11	6	4	9	3	6	6	6	6	1	2
12	2	8	8	4	7	8	8	3	3	3
13	10	8	12	7	3	7	12	12	1	9
14	1	3	14	11	5	9	4	5	10	7
15	10	13	6	14	6	14	15	2	12	10
16	10	5	7	11	3	3	4	1	16	4
17	4	14	3	4	9	5	3	4	11	7
18	2	16	16	15	17	6	4	11	4	16
19	11	19	15	2	18	5	10	12	19	13
20	19	5	5	4	15	3	1	19	7	12
21	6	15	13	3	13	18	7	1	8	4
22	15	20	11	17	17	21	14	3	7	4
23	7	2	15	1	19	12	21	14	7	19
24	18	10	18	18	19	5	5	10	3	7

d) Aplicación de la encuesta

Al encontrarse frente a una vivienda seleccionada, el encuestador se presentó como encuestador del Centro de Encuestas UC e invitó a cualquier persona mayor de 18 años que resida en la vivienda, a participar de esta encuesta.

Una vez que la persona accedía a participar, se debía completar en la Tablet el cuestionario con la dirección de la vivienda e información sobre los integrantes del hogar. De esta forma, contaba con la información necesaria para seleccionar de forma aleatoria un entrevistado.

Una vez ingresados los datos de los integrantes del hogar, la tablet selecciona de forma automática una persona a encuestar.

El registro de integrantes del hogar consideró las siguientes variables:

Imagen N°7. Ingreso de Integrantes del Hogar

N°	NOMBRE DE PILA	SEXO		EDAD en años	Parentesco con jefe de hogar	Código parentesco
		H	M			
1		1	2		1. Jefe (a)de hogar	
2		1	2		2. Esposo (a) o pareja	
3		1	2		3. Hijo (a) de ambos	
4		1	2		4. Hijo (a) sólo del jefe de hogar	
5		1	2		5. Hijo (a) sólo del esposo (a) o pareja	
6		1	2		6. Padre o madre	
7		1	2		7. Suegro (a)	
8		1	2		8. Yerno o nuera	
					9. Nieto (a)	
					10. Hermano (a)	
					11. Cuñado (a)	
					12. Otro familiar	
					13. No familiar	

2.2.3. Protocolo de Visitas y Contacto

En la vivienda seleccionada sólo era posible entrevistar a una persona, la seleccionada de forma automática por la Tablet. En el caso que la persona seleccionada no se encontrase en la vivienda al momento de la primera visita, el encuestador tenía posibilidad de visitar la vivienda en un máximo de cinco oportunidades para obtener esa encuesta.

Imagen N°8. Ingreso Resultado de Visita

VISITAS	FECHA (dd/mm/aaaa)	HORA (0 a 24)	CDF	COMENTARIOS	PRÓXIMA VISITA	
					FECHA	HORA
PRIMERA	/ / 2016	:			/ / 2016	:
SEGUNDA	/ / 2016	:			/ / 2016	:
TERCERA	/ / 2016	:			/ / 2016	:
CÓDIGOS DE DISPOSICIÓN FINAL						
1. Entrevistado, elegible 110. Entrevista completa 120. Entrevista parcial 2. No entrevistado, elegible 211. Se rechazó la entrevista 212. Se interrumpió la entrevista 223. No se pudo acceder a la vivienda 224. Vivienda ocupada son moradores presentes 225. Informante no ubicable o no puede atender 231. Muerte del informante 232. Informante impedido física/mentalmente para contestar 233. Problemas de idioma 236. Otra razón elegible 3. No entrevistado, elegibilidad desconocida 311. No se envió a terreno 317. Área peligrosa o de difícil acceso 318. No fue posible de localizar la dirección 390. Otra razón de elegibilidad desconocida				4. No elegible 410. Fuera de muestra 451. Empresa, oficina de gobierno u otra organización 452. Instituciones (hospital, cárcel, asilo de ancianos, etc.) 453. Dormitorio colectivo (militar, de trabajo, internado, etc.) 454. Vivienda en demolición, incendiada, destruida o erradicada 461 Vivienda particular desocupada 462. Vivienda de veraneo o de uso temporal 463. Otra razón no elegible		

2.2.4. Códigos de Disposición Final de Casos

Los códigos de disposición final (CDF) corresponden al código que se asigna a la encuesta, y dan cuenta de su estado. De esta manera, según el código asignado a la encuesta, se puede saber si es que ésta se encuentra terminada, pendiente, fue rechazada, etc. A continuación, se revisarán cada uno de los códigos de disposición final utilizados para el registro de la no respuesta.

Entrevistados

La categoría entrevistados, agrupa dos posibilidades: Entrevista Completa y Entrevista Parcial.

- ✓ Entrevista Completa (110): refiere a cuando la encuesta ha sido contestada en su totalidad y ha sido terminada; al seleccionar este código, la encuesta pasa a ser considerada como finalizada, por lo que no puede volver a abrirse.
- ✓ Entrevista Parcial (120): código que se utiliza cuando la encuesta se encuentra incompleta, pero tiene opción de ser retomada. Esto sucede cuando se requiere volver a agendar la cita.

No entrevistados, Elegibles

Esta categoría indica a los casos en que no se logra concretar la entrevista, aunque ésta sí cuenta con los criterios de elegibilidad para el estudio.

- ✓ Se rechazó la entrevista (211): código utilizado en los casos en que la persona se niega a contestar la encuesta. Al seleccionar este código, debe especificarse la razón para el rechazo (ver en Cuadro 8.1), entre las que se encuentran:
 1. No tiene tiempo
 2. No está interesado o es una pérdida de tiempo
 3. Por su privacidad, no quiere entregar información personal ni familiar
 4. Por su seguridad, no quiere entregar información personal ni familiar
 5. Nunca responde encuestas
 6. Está aburrido de contestar encuestas
 7. No confía en las encuestas
 8. Ha tenido malas experiencias por responder encuestas
 9. La familia o pareja prohíbe contestar encuestas
 10. No tiene beneficios por contestar la encuesta
 11. Otro. Especifique
- ✓ Se interrumpió la entrevista (212): la encuesta puede interrumpirse debido a un imprevisto, que implique la necesidad de que se continúe en otra oportunidad, o puede interrumpirse debido a que el participante se niega a continuar contestando. En el último caso señalado, debe utilizarse este código, que refiere a cuando el encuestado decide terminar con la encuesta, aunque ésta aún no esté terminada.
- ✓ Se impidió acceso a la vivienda (223): no se pudo acceder a la vivienda seleccionada, por lo que tampoco se logró contactar al encuestado.
- ✓ Vivienda ocupada sin moradores presentes (224): la vivienda seleccionada se encuentra sin habitantes al momento de ser visitada, pero por su estado se puede observar que no corresponde a un inmueble abandonado.
- ✓ Informante no ubicable o no puede atender (225): la persona a encuestar no se encuentra disponible para contestar el instrumento, ya sea porque no está presente en la vivienda al momento en que ésta es visitada por el encuestador, o porque el encuestado no está disponible para atender al encuestador.
- ✓ Muerte del informante (231): la persona seleccionada para contestar la encuesta ha fallecido.
- ✓ Informante impedido físico/mental para contestar (232): la persona que se plantea como el informante de la vivienda en el primer contacto, se encuentra con impedimentos ya sean de carácter físico y/o mental para contestar el cuestionario (ej. problemas de lenguaje que dificultan la comunicación verbal, trastornos mentales, etc.).
- ✓ Problema de idioma (233): la persona seleccionada para contestar la encuesta y el encuestador no hablan el mismo idioma, por lo que no es posible que la persona conteste el cuestionario.
- ✓ Otra razón (elegible) (236): la persona o la vivienda seleccionada para participar del estudio, no puede contestar o no es posible de ser contactada por una razón diferente a las ya señaladas anteriormente. Es importante destacar que los códigos que parten con 2 refieren a personas que cumplen con los requisitos para participar del estudio, pero por alguna razón no se logra la efectiva participación.

No entrevistado, Elegibilidad desconocida

Este grupo de códigos se refiere a casos en que no se ha logrado el contacto, por lo que no solo no se ha realizado la entrevista para el estudio, sino que además no se sabe si la persona es o no elegible para participar de éste.

- ✓ No se envió a terreno (311): casos en que por alguna razón, no se envió encuestadores a visitar esa vivienda en particular.
- ✓ Área peligrosa o de difícil acceso (317): el lugar donde se encuentra ubicada la vivienda seleccionada es de difícil acceso o se encuentra situada en un sector cuyo peligro impide acercarse y realizar el contacto.
- ✓ No fue posible localizar la dirección (318): la dirección indicada en la hoja de ruta no pudo ser ubicada por el encuestador en terreno. Esto suele ocurrir cuando se producen cambios en los nombres de las calles o son direcciones sin número.
- ✓ Otra razón (elegibilidad desconocida) (390): por alguna razón diferente a las ya señaladas en esta sección, no se ha podido acceder al participante o a su vivienda, y por tanto no se ha podido indagar respecto a si es o no elegible para participar del estudio.

No Elegibles

Este grupo de códigos refiere a inmuebles que por sus características no pueden ser elegidos para participar del estudio, o viviendas en las que no hay personas que cumplan con los criterios de inclusión/exclusión del estudio en cuestión.

- ✓ Fuera de muestra (410): la vivienda o las personas que la habitan, no cumplen con los requisitos para participar del estudio. Esto puede producirse porque no cumplen con los criterios etarios o de género, para ser parte del estudio a realizarse.
- ✓ Empresa, oficina de gobierno u otra institución (451): el inmueble seleccionado para participar del estudio no tiene uso habitacional, sino que consiste en una empresa, una oficina de gobierno, o una oficina de una institución de similares características.
- ✓ Institución (hospital, cárcel, asilo de ancianos, etc.) (452): el inmueble seleccionado para participar del estudio no tiene uso habitacional, sino que corresponde a una institución, como por ejemplo: hospital o centro asistencial, cárcel, asilo de ancianos, hogar de menores, etc.
- ✓ Dormitorio colectivo (militar, de trabajo, internado) (453): el inmueble seleccionado para el estudio no tiene uso habitacional, sino que corresponde a un dormitorio colectivo, ya sea un dormitorio de carácter militar, un dormitorio de una empresa, o un internado.
- ✓ Vivienda en demolición, incendiada, destruida o erradicada (454): la vivienda seleccionada para participar del estudio se encuentra en proceso de demolición, ha sido incendiada, destruida o erradicada del sitio donde se encontraba.
- ✓ Vivienda particular desocupada (461): la vivienda seleccionada se encuentra desocupada, por lo que no hay habitantes a los que invitarles a participar el estudio.
- ✓ Vivienda de veraneo o de uso temporal (462): la vivienda seleccionada para participar del estudio no corresponde a la vivienda principal del grupo familiar, constituyéndose como la segunda vivienda. Por tanto, corresponde a una vivienda de veraneo o que es usada de manera solo temporal –y no permanente- por sus habitantes.

- ✓ Otra razón (no elegible) (463): el inmueble seleccionado para participar no corresponde a un inmueble con características que lo hagan participar del estudio, o las personas que habitan la vivienda, no pueden participar, por razones diferentes a las ya abarcadas en este grupo de códigos.

2.2.5. Resultados del trabajo de campo

El total de encuestas realizadas durante el periodo de trabajo de campo, que se extendió entre sábado el 9 de enero de 2015 y el lunes 15 de febrero del 2016, es de 1.694 encuestas efectivas, lográndose cumplir con la muestra objetivo en las 4 macro-zonas.

Tabla N°6: Resultados de Trabajo de Campo por Macro-zona

Macro-zona	Muestra lograda	Muestra objetivo	Porcentaje de logro
Norte	440	385	114%
Centro	406	385	105%
Sur	413	385	107%
RM	435	385	113%
Total	1.694	1.540	110%

a) Tasa de Aceptación y Rechazo

La tasa de respuesta, rechazo, contacto y cooperación se calculan en base a los códigos de disposición final registrados por los encuestadores tanto en su cuestionario como en la hoja de ruta.

Dichos códigos se basan en la clasificación establecida por la American Association for Public Opinion Research y establece cuatro grandes grupos: 1) Entrevistados, 2) Elegibles que no son entrevistados (No Encuestado), 3) Casos de elegibilidad desconocida, no entrevistados y, 4) Casos que no son elegibles.

Las entrevistas, a su vez, se dividen en dos grupos: a) completas y b) parciales. Con respecto al grado de completitud de una encuesta, la AAPOR propone varias definiciones dependiendo del tipo de encuesta, el tipo de preguntas, etc., la cual debe ser explicitada para la correcta codificación del instrumento aplicado. Se sugiere utilizar la siguiente definición para diferenciar encuestas parciales de aquellas completas: Menos del 50% de las preguntas esenciales sin responder (que no sean negaciones o no respuestas) cuenta como no respuesta. Entre el 50%-80% respondido equivale a respuesta parcial. Más del 80% respondido se considera como respuesta.

En relación a los elegibles no entrevistados, éstos se obtienen a partir de tres tipos de no respuesta: a) aquellos que rechazaron la encuesta o aquellos en donde la encuesta fue interrumpida, b) no contactos y, c) otros. El primer tipo corresponde a los casos en donde existió algún tipo de contacto con la unidad (en este caso el hogar), pero declinó de realizar la entrevista o la aplicación del instrumento, o cuando se logró iniciar pero es interrumpida repentinamente. El segundo tipo corresponde a situaciones en donde i) se impide el acceso al hogar, ii) el informante no se encuentra o no está disponible para responder la encuesta. Por último, los otros casos representan instancias en donde a pesar de no haber rechazado la encuesta, la entrevista no puede llevarse a cabo debido a que el informante se encuentra impedido física o mentalmente para llevar a cabo la entrevista o existe problemas de lenguaje; muerte del informante u otras razones de diversa índole.

Los casos de elegibilidad desconocida y no entrevistados incluyen situaciones en donde se desconoce si la unidad (por ejemplo hogar) elegida existe o no y, aquellos casos en donde si bien existe, se desconoce si hay presente un informante elegible en la unidad.

Los no elegibles corresponden a: a) unidades fuera de muestra, b) estructuras que no son hogares, c) hogares que no poseen los niveles a evaluar, y d) situaciones en que los cupos ya han sido llenados.

La AAPOR propone una serie de índices para clasificar los resultados del trabajo de campo, los cuales se describen a continuación:

E = Entrevista Completa

P = Entrevista Parcial

R = Entrevistado Rechazó la Entrevista o Quiebre en la Entrevista

NC = Unidades No Contactadas

O = Otro motivo de No Entrevista

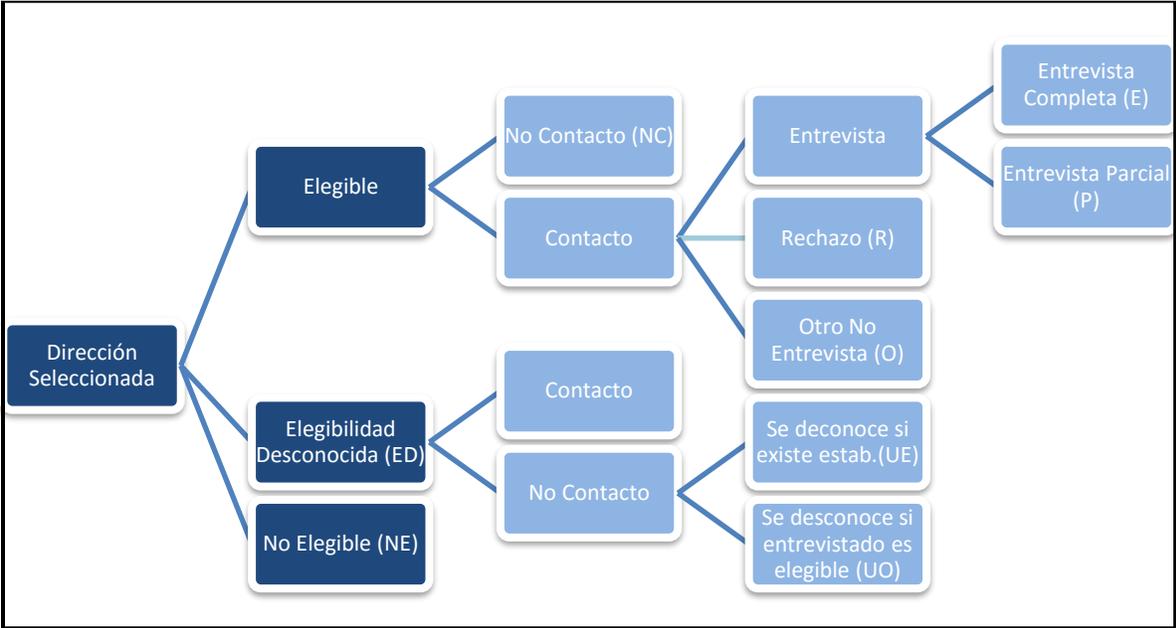
UE = Se desconoce si existe hogar elegible

UO = Se desconoce si entrevistado es elegible/otra razón de elegibilidad desconocida

e = proporción estimada que calificaría de las unidades que no se sabe si califican

Esta clasificación está planteada para diseños muestrales con sobremuestra, es decir, aquellos en los que el tamaño muestral enviado a terreno es superior al total de encuestas a realizar debido a que incluye la proporción estimada de no respuesta esperada por quien diseña el estudio. Típicamente esta sobredimensión se calcula a partir de encuestas con características similares o bien a partir del resultado de trabajo de campo en la misma encuesta pero en rondas anteriores.

Diagrama N°1. Clasificación de Disposición Final de Casos según AAPOR (2011)



Fuente: Elaboración propia

Tabla N°7: Códigos de Disposición Final

Estado	Código Terreno	Estado
ENTREVISTADOS		
Entrevista Completa	110	E
Por Entrevista Parcial Pendiente (se puede retomar)	120	P
Por Entrevista Parcial Terminada (no se puede retomar)	121	R
NO ENTREVISTADOS, ELEGIBLES		
Se rechazó la entrevista	211	R
Se impidió acceso a la vivienda	223	NC
Vivienda ocupada sin moradores presentes	224	NC
Encuestado seleccionado no se encuentra en la vivienda o no está disponible para contestar la entrevista.	225	NC
Entrevista impedida por muerte, enfermedad u otras circunstancias inusuales relacionadas con el hogar y con el encuestado seleccionado.	231	O
Entrevista impedida por condición mental o emocional	232	O
Problema/Dificultades con el idioma (no lee y/o escribe en español)	233	O
Otra razón (elegible). Especifique	236	O
Dificultades para leer y escribir	241	O
Entrevista impedida por dificultades de aprendizaje	242	O
Entrevista impedida debido a retraso mental	243	O
Entrevista impedida por discapacidad auditiva	244	O
Entrevista impedida por ceguera o discapacidad visual	245	O
Entrevista impedida debido a discapacidad del habla o del lenguaje	246	O
Entrevista impedida debido a discapacidad física (parálisis, falta de control muscular, etc.)	247	O
Entrevista impedida debido a otra discapacidad (Alzheimer o cualquier otra condición no incluida en 242 y 247)	248	O
NO ENTREVISTADOS, ELEGIBILIDAD DESCONOCIDA		
Área peligrosa o de difícil acceso	317	UH
No fue posible ubicar la dirección	318	UH
Otra razón (elegibilidad desconocida)	390	UO
NO ELEGIBLES		
Fuera de muestra (no existen personas en el hogar entre 15 y 65)	410	
Empresa, oficina, gobierno u otra organización	451	
Institución (hospital, cárcel, asilo de ancianos, etc.)	452	
Dormitorio colectivo (militar, de trabajo, internado)	453	
Vivienda en demolición, incendiada, destruida o erradicada	454	
Vivienda particular desocupada (abandonada)	461	
Vivienda de veraneo o de uso temporal	462	
Otra razón, no elegible	463	

Fuente: Elaboración propia

A partir del listado de códigos presentados anteriormente, se presenta la distribución de códigos finales de disposición para cada región.

Tabla N°8 Distribución de códigos de Disposición Final de Casos

Código Terreno	Estado	Región															Total	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
110	Entrevista Completa	E	74	110	50	176	200	97	109	179	84	78	14	15	435	43	30	1694
120	Por Entrevista Parcial Pendiente (se puede retomar)	P	6	7	6	21	11	3	2	14	27	4		2	50	1		154
121	Por Entrevista Parcial Terminada (no se puede retomar)	R										1			1			2
211	Se rechazó la entrevista	R	2	2	10	9	9	5		15	10				49		12	123
223	Se impidió acceso a la vivienda	NC	1	21				1	6						2			31
224	Vivienda ocupada sin moradores presentes	NC	8	86	3	40	19	9	3	173	30	1			172		22	566
225	Encuestado seleccionado no se encuentra en la vivienda o no está disponible para contestar la entrevista.	NC		4		2	6	22		28	8				30		12	112
231	Entrevista impedida por muerte, enfermedad u otras circunstancias inusuales relacionadas con el hogar y con el encuestado seleccionado.	O									1							1
232	Entrevista impedida por condición mental o emocional	O		1		1	1	1		2					2			8
233	Problema/Dificultades con el idioma (no lee y/o escribe en español)	O													1			1
236	Otra razón (elegible). Especifique	O		2		9	1	3		2	1	1			7		1	27
317	Área peligrosa o de difícil acceso	UH		3														3
318	No fue posible ubicar la dirección	UH						1										1
390	Otra razón (elegibilidad desconocida)	UO						3							1		3	7
Total			91	236	69	258	247	145	120	413	161	85	14	17	750	44	80	2730

Fuente: Elaboración propia

A partir de estos códigos es posible construir los siguientes indicadores que sirven como insumos para el trabajo de campo:

Tasa de Respuesta (TRR) es un indicador del trabajo de campo que permite generar estrategias de mejoras en el protocolo de contacto. Tal como se mencionó, se calculó a partir de los códigos de disposición final registrados en las visitas de los encuestadores.

Para este informe, utilizaremos la Tasa de Respuesta 1 (TRR1), o tasa mínima de respuesta. Esta se obtiene a partir de la división de las personas entrevistadas por la suma de: las personas entrevistadas, los entrevistados incompletos, los no entrevistados (rechazaron la entrevista o hubo un quiebre en la entrevista), los entrevistados a los cuales no se pudo contactar (elegibilidad desconocida) y los otros casos de no contacto. La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$TRR_1 = \frac{E}{(E + P + R + NC + O + UH + UO)}$$

Tasa de Cooperación (TCC) corresponde a la proporción de todos los entrevistados sobre las unidades elegibles que se contactaron.

Para este informe, utilizaremos la Tasa de Cooperación 1 (TCC1), o tasa mínima de cooperación, que se obtiene a partir de la división de las personas efectivamente entrevistadas por la suma de las personas entrevistadas, los entrevistados incompletos, los entrevistados que rechazaron la entrevista y las otras razones de No Encuesta. La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$TCC_1 = \frac{E}{(E + P + R + O)}$$

Tasa de Rechazo (TR) corresponde a la proporción de todos aquellos casos en donde el entrevistado rechazó realizar la encuesta o ésta fue interrumpida, sin ser retomada posteriormente, sobre todos los potenciales casos de elegibilidad.

Para este informe, utilizaremos la Tasa de Rechazo 1 (TR1), se obtiene dividiendo el número de casos de rechazo por la suma de los entrevistados completos, entrevistados incompletos, más las personas que rechazaron la entrevista, los entrevistados para los cuales no hubo contacto, los otros motivos de no entrevista, más todos los casos de elegibilidad desconocida. Su fórmula es:

$$TR_i = \frac{R}{(E + P + R + NC + O + UH + UO)}$$

Tasa de Contacto (TC) corresponde a la proporción de todos los casos en que algún miembro responsable de la unidad de vivienda toma contacto con la encuesta.

Para este informe, utilizaremos la Tasa de Contacto 1 (TC1), que se calcula a partir de la suma de las personas que fueron entrevistadas (completas y parciales), más las personas que rechazaron la entrevista y las otras razones de no contacto, dividido por el denominador antes visto. Su fórmula es la siguiente:

$$TC_1 = \frac{(E + P + R + O)}{(E + P + R + NC + O + UH + UO)}$$

Estos indicadores fueron supervisados durante el terreno para detectar cualquier obstáculo que estuviera atrasando la planificación. La Tabla N°9 contiene las tasas de respuesta, tasa de rechazo, tasa de cooperación y tasa de contacto para el total del país.

Tabla N°9 Distribución de códigos de Disposición Final de Casos

Tasas	Porcentaje
Tasa de Respuesta (TRR)	62.1%
Tasa de Cooperación (TCC)	89.8%
Tasa de Rechazo (TR)	4.6%
Tasa de Contacto (TC)	73.6%

2.2.6. Procesamiento de Datos

a) Validación y Codificación

El procesamiento de los datos, que corresponde al traspaso de la Tablet a una base de datos, involucra un proceso de validación y otro de codificación.

La validación se realiza mediante una malla de validación que identifica inconsistencias lógicas en el flujo y rango de las preguntas. Dado que la malla de validación se integra en el cuestionario en formato Tablet, esta etapa se desarrolló al comienzo del proyecto, previo al inicio del trabajo de campo. No obstante, al finalizar el trabajo de terreno se realiza un segundo proceso de validación que consiste en la revisión de la base de datos para realizar posteriormente el análisis de los datos. En esta etapa se detectan, por ejemplo, encuestas duplicadas, encuestas incompletas, encuestas sin fecha de término, etc.

Por otro lado, el proceso de codificación consiste en la generación de códigos o categorías para homologar las diversas respuestas que se produzcan en el levantamiento en terreno, particularmente de las preguntas del tipo abiertas. Realizado el trabajo de determinar las categorías de las variables que lo requieran, se procede a codificar la base de datos y posteriormente a verificar que esta codificación fue realizada de manera correcta, supervisando un 25% del trabajo de codificación.

Este procesamiento se realizó entre el 04 y 08 de abril para un total de 16 variables que se detallan a continuación:

- II.1.16 ¿Cuáles considera Usted que son datos personales? Otros (Espontáneo)
- II.3 ¿Has escuchado acerca de la autoridad pública en Chile responsable de proteger los derechos relacionados con sus datos personales? ¿Quién?
- II.8. ¿En qué caso usted entrega un dato biométrico? (Esperar respuesta espontánea)
- III.2.7 ¿Cuáles son las principales razones por las que usted proporciona esa información? Otros (Espontáneo)
- III.3.12 ¿Cuál de la siguiente información o datos relacionados con usted está dispuesto a entregar? Otros (Espontáneo)
- III.9.10 En su vida diaria, qué acciones toma usted para proteger su identidad. Otros (Espontáneo)
- III.14.8 ¿Cuáles son las razones por las que Ud. usualmente no lee o lee parcialmente las condiciones de privacidad al realizar una transacción de datos personales? Otros (Espontáneo)
- IV.3.1; IV.3.2; IV.3.3 Cuando esta online, ya sea usando las redes sociales o aplicaciones móviles, haciendo compras online, etc. y se le pide que proporcione

información personal. ¿Cuáles son las principales razones por las que usted proporciona información personal en línea ? Otros (Espontáneo)

- IV.4.15 Pensando en la ocasiones en que usted adquiere productos o servicios a través de internet, ¿Cuál de la siguiente información o datos relacionados con usted está o estaría dispuesto/a a entregar? Otros (Espontáneo)
- IV.8.13 Según usted, ¿cuáles son los riesgos más graves de entregar información personal en línea ? Otros (Espontáneo)
- IV.11.8 ¿Cuáles son las razones por las que Ud. usualmente no lee o lee parcialmente las normas de privacidad? Otros (Espontáneo)
- IV.12.11 Y, específicamente en internet, ¿qué hace para proteger su identidad? Otros (Espontáneo)
- V.2 ¿Podría darme un ejemplo de en qué momento se podría aplicar esta ley?
- V.20 ¿Qué esperarías usted de una autoridad que vele por la protección de sus datos?

2.3. Diseño Muestral de la Encuesta Nacional de Tratamiento de Datos Personales a procesadores/controladores de datos personales

2.3.1. Población objetivo

La población objetivo se compone de las empresas pertenecientes a los códigos de Agregación Superior SCN/CIUU de 2 a 9 presentes en el Directorio Maestro de Empresas 2014 (INE, 2014). De acuerdo a las estimaciones realizadas a partir de los datos públicos en 2014 y presentadas en la Tabla N° 10, hay 929.349 en el territorio nacional. Dentro de cada empresa la población objetivo fue definida como la persona a cargo de la administración de los datos personales de la empresa.

En la siguiente Tabla N°10 se detalla la población objetivo por estrato.

2.3.2. Marco Muestral

Como marco muestral se utilizó el Directorio Maestro de Empresas 2015 elaborado por el Instituto Nacional de Estadística. Este archivo lo conforman las empresas que se constituyeron el año 2015. Este marco permite identificar a las empresas geográficamente y clasificarlas de acuerdo al CIIU 3 a cuatro dígitos. Según se acordó con la contraparte, se excluyó del marco el sector 1, agricultura y ganadería.

- **Antecedentes sobre el Marco Muestral utilizado:** El marco muestral utilizado correspondió a la versión más actualizada de Directorio Maestro de Empresa 2015. Sin embargo, esta versión no contaba con información completa para un conjunto de unidades. En particular, al archivo original le faltaban información de dirección, tamaño de empresa y actividad económica para una proporción de empresas. Esto hizo imposible, en el contexto del presente estudio, utilizar el archivo original para procedimientos de selección. Para resolver estas dificultades se optó, en conjunto con la Subsecretaría, utilizar aquellos registros que si contenían información de dirección, tamaño de empresa y actividad económica como Marco Muestral.

Tabla N°10 Población Objetivo por estrato

Adaptación de la Agregación Superior SCN/CIIU	Secciones de CIIU Rev. 4	Descripción	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
2	B, C, D, E	Industrias manufactureras, explotación de minas y canteras y otras actividades industriales	74,227	22,113	3,930	2,412	102,682
3	F	Construcción	2,649	611	170	207	3,637
4	G, H, I	Comercio al por mayor y al por menor, transporte y almacenamiento, actividades de alojamiento y de servicio de comidas	383,961	79,272	11,880	5,618	480,731
5	J	Información y comunicaciones	82,544	16,191	1,761	767	101,263
6	K	Actividades financieras y de seguros	37,394	12,581	2,605	1,866	54,446
7	L	Actividades inmobiliarias	82,406	22,101	3,395	1,415	109,317
8	M y N	Actividades profesionales, científicas, técnicas, y de servicios administrativos y de apoyo	6,562	3,467	829	229	11,087
9	O, P, Q	Actividades de administración pública y defensa, de enseñanza, actividades de atención de la salud y de asistencia social	56,659	8,622	643	262	66,186
Total			726,402	164,958	25,213	12,776	929,349

Tabla N°11. Marco Muestral Utilizado

Adaptación de la Agregación Superior SCN/CIIU	Secciones de CIIU Rev. 4	Descripción	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
2	B, C, D, E	Industrias manufactureras, explotación de minas y canteras y otras actividades industriales	4,231	2,685	546	252	7,714
3	F	Construcción	1,381	139	24	13	1,557
4	G, H, I	Comercio al por mayor y al por menor, transporte y almacenamiento, actividades de alojamiento y de servicio de comidas	16,139	9,008	1,505	643	27,295
5	J	Información y comunicaciones	3,446	1,738	205	82	5,471
6	K	Actividades financieras y de seguros	2,869	1,406	285	243	4,803
7	L	Actividades inmobiliarias	6,933	3,115	461	164	10,673
8	M y N	Actividades profesionales, científicas, técnicas, y de servicios administrativos y de apoyo	1,049	483	208	83	1,823
9	O, P, Q	Actividades de administración pública y defensa, de enseñanza, actividades de atención de la salud y de asistencia social	5,077	1,187	136	42	6,442
Total			41,125	19,761	3,370	1,522	65,778

2.3.3. Tipo de Muestra

El diseño muestral para la encuesta de empresas es probabilístico, no proporcional y estratificado. Los estratos fueron contruidos por tamaño de las empresas, definidas a partir del número trabajadores y los sectores de actividad económica agrupados a partir de la Agregación Superior SCN/CIUU que se construye agrupando las secciones del CIIU REV.3. La afijación o distribución de la muestra fue no proporcional a la distribución de la población en cada estrato (se definió un tamaño muestral único por estrato, independiente de la cantidad de empresas que lo conformaran), y al interior de cada estrato, proporcional a la distribución de empresas por región.

Las características del diseño permiten replicar continuamente el diseño en años futuros, toda vez que corresponderá a una encuesta de cohorte transversal a la totalidad de empresas registradas con actividad al respectivo año.

2.3.4. Probabilidades de Selección

Las probabilidades de selección en cada estrato es la siguiente:

- i. Probabilidad de Selección de la empresa i en el Estrato h .

$$f_{ih} = \frac{m_{hi}}{M_h}$$

Donde:

m_{hi} : número de empresas i del estrato h .

M_h : número de empresas en el estrato h .

2.3.5. Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra teórica calculada originalmente corresponde a un marco de referencia para el trabajo de campo. En este estudio se realizó una sobredimensión de empresas por estrato para considerar potenciales pérdidas o no respuesta asociada a dificultades del marco muestral. En las siguientes tablas se describe la muestra teórica y la efectiva para cada estrato.

Tabla N°12. Tamaño Muestral teórico estimado a priori

Adaptación de la Agregación Superior SCN/CIIU	Secciones de CIIU Rev. 4	Descripción	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
2	B, C, D, E	Industrias manufactureras, explotación de minas y canteras y otras actividades industriales	33	33	33	33	132
3	F	Construcción	33	33	22	11	99
4	G, H, I	Comercio al por mayor y al por menor, transporte y almacenamiento, actividades de alojamiento y de servicio de comidas	33	33	33	33	132
5	J	Información y comunicaciones	33	33	33	33	132
6	K	Actividades financieras y de seguros	33	33	33	33	132
7	L	Actividades inmobiliarias	33	33	33	33	132
8	M y N	Actividades profesionales, científicas, técnicas, y de servicios administrativos y de apoyo	33	33	33	33	132
9	O, P, Q	Actividades de administración pública y defensa, de enseñanza, actividades de atención de la salud y de asistencia social	33	33	33	33	132
Total			264	264	253	242	1.023

Tabla N°13. Tamaño Muestral efectivo

Adaptación de la Agregación Superior SCN/CIIU	Secciones de CIIU Rev. 4	Descripción	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
2	B, C, D, E	Industrias manufactureras, explotación de minas y canteras y otras actividades industriales	30	35	35	32	132
3	F	Construcción	41	18	3	4	66
4	G, H, I	Comercio al por mayor y al por menor, transporte y almacenamiento, actividades de alojamiento y de servicio de comidas	41	47	42	56	186
5	J	Información y comunicaciones	16	17	20	19	72
6	K	Actividades financieras y de seguros	15	12	12	19	58
7	L	Actividades inmobiliarias	24	22	27	24	97
8	M y N	Actividades profesionales, científicas, técnicas, y de servicios administrativos y de apoyo	42	43	30	22	137
9	O, P, Q	Actividades de administración pública y defensa, de enseñanza, actividades de atención de la salud y de asistencia social	41	28	31	12	112
Total			250	222	200	188	860

2.3.6. Errores Muestrales

Al igual que en el caso de las encuestas a personas, el tamaño muestral teórico estimado fue calculado tratando de mantener el error muestral absoluto acotado en un rango de 3% para la población total de empresas. Para calcular este error muestral se utilizó la expresión para estimar de proporción y los siguientes supuestos: varianza máxima ($p = q = 0,5$), ajuste por población finita y nivel mínimo de confianza de 95% ($z = 1,96$), con igual nivel mínimo de confianza por sector de actividad económica y tamaño de empresa, definido por el número de empleados.

Solo de esta forma es posible lograr estimación con similar nivel de precisión en forma independiente en cada uno de estos dos estratos.

La expresión que relaciona el error muestral con el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$e_h = z * \sqrt{\frac{p * q}{n_h} * \frac{(N_h - n_h)}{(N_h - 1)}}$$

Donde:

- e_h : Error muestral en el Estrato h.
- z : Coeficiente de confianza (1,96 para un 95% de confianza)
- p : Proporción a estimar ($p = q = 0,5$, bajo el supuesto de varianza máxima)
- N_h : Población en el Estrato h.
- n_h : Muestra seleccionada en el Estrato h.

Es importante recalcar que el instrumento de la Encuesta de Procesadores/Controladores fue diseñada para tener estimadores poblacionales con un error acotado a la población total y no a sub-poblaciones o sub-sectores como empresas de distintos tamaños o actividades económicas. Por lo tanto, no se recomienda hacer inferencia a estos niveles, salvo que esté debidamente justificada la significancia estadística caso a caso.

Para calcular los errores muestrales efectivos, se utilizó la prevalencia de la pregunta: "De la siguiente lista, ¿cuáles considera usted que son datos personales? Rut (número de cédula de identidad)". El resultado se muestra en la Tabla N° 14.

Tabla N°14. Marco Muestral Utilizado

Actividad Económica y Tamaño de la Empresa			Error Muestral Teórico	Error Muestral Efectivo
Actividad Económica				
Nº	CIU Rev. 4	Adaptación de la Agregación Superior SCN/CIU		
2	B, C, D, E	Industrias manufactureras, explotación de minas y canteras y otras actividades industriales	9.3	7.5
3	F	Construcción	9.1	6.5
4	G, H, I	Comercio al por mayor y al por menor, transporte y almacenamiento, actividades de alojamiento y de servicio de comidas	9.3	6.1
5	J	Información y comunicaciones	9.3	10.2
6	K	Actividades financieras y de seguros	9.3	12.6
7	L	Actividades inmobiliarias	9.3	9.4
8	M y N	Actividades profesionales, científicas, técnicas, y de servicios administrativos y de apoyo	9.2	7.1
9	O, P, Q	Actividades de administración pública y defensa, de enseñanza, actividades de atención de la salud y de asistencia social	9.3	8.2
Tamaño de Empresa				
		Micro	6.2	5.5
		Pequeña	6.2	5.9
		Mediana	6.1	5.5
		Grande	6.1	6.2
		Total	3.1	2.9

2.3.7. Factor de Expansión

La ponderación de acuerdo al diseño muestral planteado es el factor de expansión de cada empresa seleccionada, el cual se puede interpretar como la cantidad de empresas en el respectivo estrato en el marco, por lo tanto, se define como el valor recíproco de la fracción de muestreo calculada anteriormente:

$$F_{hi} = \frac{1}{f_{hi}}$$

2.4. Resultados del Trabajo de Campo de la Encuesta Nacional de Tratamiento de Datos Personales a procesadores/controladores de datos personales

2.4.1 Consideraciones de la aplicación

Este primer levantamiento de la Encuesta Nacional para el Tratamiento de Datos Personales ha significado, para el caso de la muestra de procesadores y controladores, un desafío importante en temas de trabajo de campo. Esto se debe principalmente a que la temática abordada por el cuestionario es considerada como sensible para las organizaciones, tal como lo suele ser el registro de los Ingresos Monetarios en encuestas aplicadas en hogares. En ese sentido, rubros, como el financiero, donde existe un gran manejo de información de las personas y en grandes cantidades, tienden a tener una intensidad de rechazo mayor al resto de los rubros y sectores.

Sin embargo, y al igual que en el caso de las encuestas de hogares, donde existe menor participación en algunos sectores socioeconómicos, como los grupos de altos ingresos, las encuestas siguen manteniendo su representatividad.

Se hace necesario incorporar en futuras encuestas nuevas metodologías de levantamiento de datos en empresas de las características antes mencionadas para lograr mayores tasas de respuesta.

2.4.2. Distribución y carga de trabajo Equipos de Terreno

Para la realización de la totalidad de las encuestas, al igual que en el caso de personas, se contó con un equipo de trabajo de campo conformado por 6 coordinadores de zona quienes realizaron su trabajo de manera centralizada en la sede de Santiago. Estos coordinaron se

distribuyeron de la siguiente forma: uno en cada una de las zonas Norte, Centro, Sur y tres en la Metropolitana.

2.4.3. Protocolo de Visitas y Contacto

En la empresa seleccionada era necesario ubicar al encargado de la administración de los datos personales de la empresa. En el caso que el informante idóneo no se encontrase en la empresa, o no tuviera disponibilidad inmediata, se concertaba una fecha de entrevista. Esta información se registró en la hojas de ruta respectiva.

2.4.3. Códigos de Disposición Final de Casos

Como se mencionó en la sección 2.2.4, los códigos de disposición final (CDF) corresponden al código que se asigna a la encuesta, y dan cuenta de su estado permitiendo establecer si es que ésta se encuentra terminada, pendiente, fue rechazada, etc.

2.4.4. Resultados del trabajo de campo

El total de encuestas realizadas durante el periodo de trabajo de campo, que se extendió entre el 18 de enero y 30 de marzo del 2016, es de 860 encuestas efectivas (Tabla N° 15).

a) Tasa de Aceptación y Rechazo

La tasa de respuesta, rechazo, contacto y cooperación se calculan en base a los códigos de disposición final registrados por los encuestadores tanto en su cuestionario como en la hoja de ruta. A partir del listado de códigos presentados anteriormente, se presenta la distribución de códigos finales de disposición para cada región.

Tabla N°15 Distribución de códigos de Disposición Final de Casos

Códigos de disposición final	Estado	N° de casos	Porcentaje
110	Encuesta completa	860	35,1%
211	Rechazo	192	7,8%
212	Se interrumpió la entrevista	7	0,3%
223	Se impidió acceso a la empresa	20	0,8%
224	Empresa ubicable y no puede atender	199	8,1%
225	Informante no ubicable o no puede atender	514	21,0%
231	Empresa no existe	142	5,8%
236	Otra razón	9	0,3%
317	Área peligrosa o de difícil acceso	18	0,7%
318	No fue posible localizar la dirección	121	4,9%
319	Cambio de domicilio conocido	8	0,3%
320	Cambio de domicilio desconocido	244	10,0%
390	Otra razón (elegibilidad desconocida)	1	0,0%
410	Fuera de muestra	93	3,8%
454	Empresa en demolición, incendiada, destruida o erradicada	12	0,5%
461	Empresa desocupada	4	0,2%
463	Otra razón (no elegible)	4	0,2%
Total		2448	100,0%

2.4.5 Procesamiento de Datos

Como se mencionó anteriormente el cuestionario fue diagramado de forma de que pudiera ser digitalizado utilizando la tecnología de Lectura óptima de marcas y posteriormente validado. Se utilizó una metodología de digitalización de cuestionarios en papel llamada Solución FORMS de la Empresa Readsoft. El procesamiento de documentos se realizó utilizando un escáner Fujitsu Fi-66701, el que se muestra en la siguiente figura.

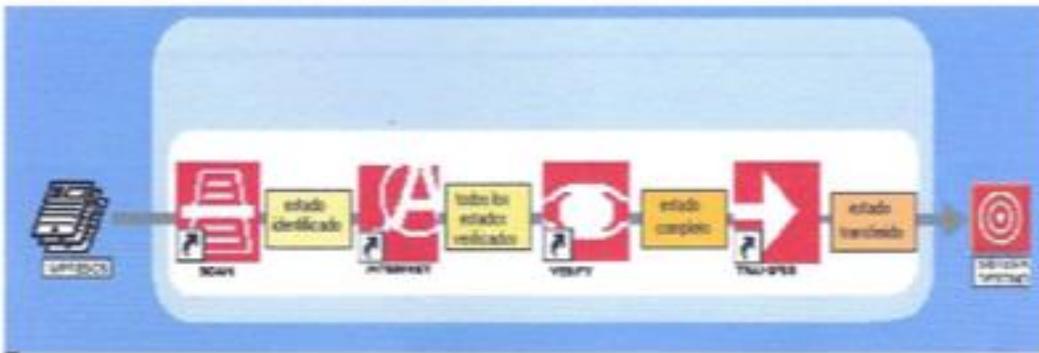
Imagen N°9. Escáner utilizado en el procesamiento de cuestionarios



La Solución FORMS, se compone de cinco módulos que realizan procesos independientes entre sí y que finalmente tienen como resultado una base de datos en archivos magnéticos. Los módulos son los siguientes:

- Manager o administrador de documentos: El módulo Manager se utiliza para la administración del sistema y, principalmente, para crear y editar definiciones del cuestionario.
- Scan: Escanea los formularios en papel, luego de identificar los campos marcados los envía a módulo Interpret.
- Interpret: Interpreta y valida los formularios para luego asignarle un estado. Los formularios totalmente interpretados y sin errores de validación se envían directamente al módulo Transfer, mientras que los restantes son enviados al módulo Verify.
- Verify: Los formularios con caracteres no interpretados, errores de validación y/o campos incompletos se verifican en este módulo. Además se realiza la validación manual de los campos marcados, es decir, se inspecciona visualmente contra cuestionario en papel la interpretación del escáner versus lo que está realmente escrito en papel y se corrige.
- Transfer: Los datos interpretados, validados y verificados de los formularios se transfieren a un fichero de salida o sistema de destino elegido, el cual típicamente corresponde a un archivo magnético de base de datos.

Diagrama N°2. Esquema de Módulos Solución FORMS



Este procesamiento se realizó entre el 16 de marzo y el 3 de abril de 2016.

4. Resultados

A continuación se presentan los principales resultados del estudio. Este módulo se divide en tres secciones, resultados para titulares de datos personales donde se presenta un análisis descriptivo de las principales preguntas del cuestionario y una comparación con encuestas internacionales de la materia; la segunda sección considera resultados descriptivos para la encuesta de controladores o procesadores de datos personales. Finalmente, se analizan las principales brechas detectadas entre ambas muestras en relación con el sistema normativo actual.

3.1 Resultados encuesta titulares de datos personales

1. Caracterización sociodemográfica

Este apartado presenta la distribución por tramo de edad, sexo, macro-zona y nivel socioeconómico.

Las macro-zonas se encuentran compuestas de la siguiente forma:

Tabla N°16. Regiones por Macro-zona

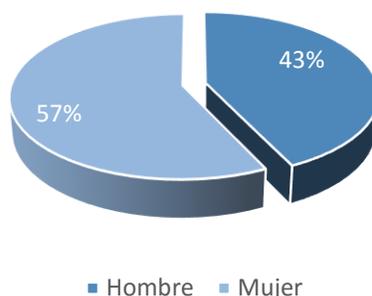
Macro-zona	Regiones
Norte	Región de Tarapacá
	Región de Antofagasta
	Región de Atacama
	Región de Coquimbo
	Región de Arica y Parinacota
Centro	Región de Valparaíso
	Región de O´Higgins
	Región del Maule
Sur	Región del Biobío
	Región de la Araucanía
	Región de los Lagos
	Región de Aysén
	Región de Magallanes
RM	Región Metropolitana

Para la construcción del nivel socioeconómico del hogar se empleó la metodología descrita en el documento "Estratificación socioeconómica en encuesta de hogares" (INE, 2011) la que considera dos variables bienes del hogar y el nivel socioeconómico del sostenedor principal del

hogar. Estas variables se valorizan según la tenencia o no del bien, y según el nivel educacional alcanzado. Luego se combinan para generar la estratificación.

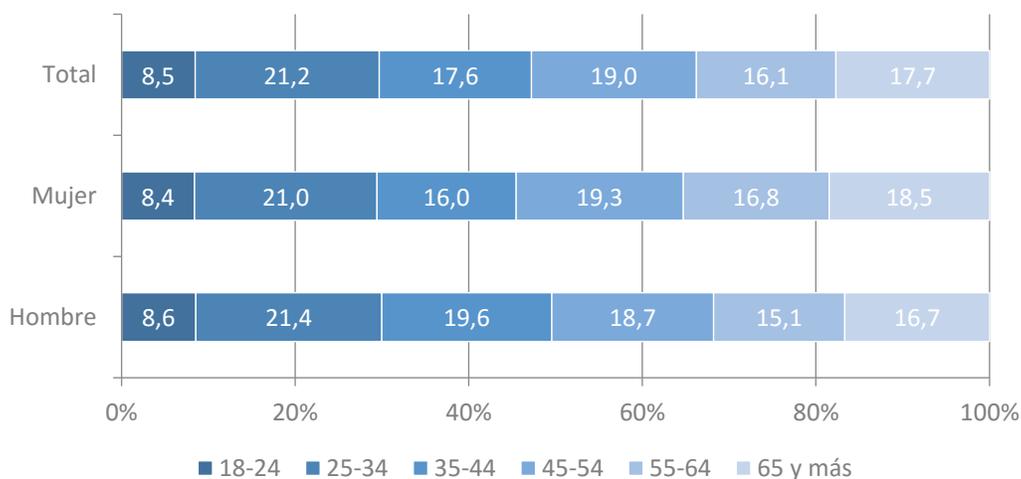
Respecto a la variable sexo, el 57% corresponde a hombres y el 43% a mujeres.

GRÁFICO 1: DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN SEXO



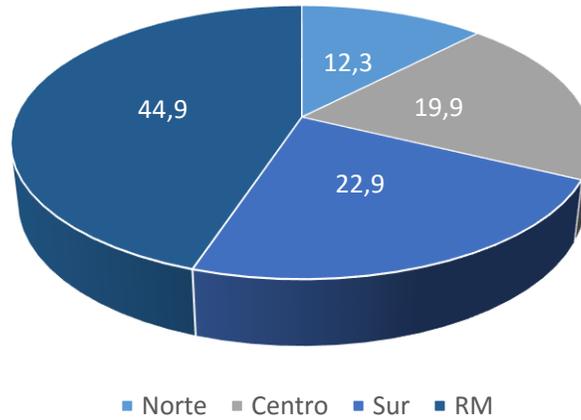
En cuanto a la edad de los entrevistados, se observa representación de todos los tramos etarios, con un 8,5% de los encuestados entre los 18 y 24 años, un 21,2% entre los 25 y 34 años de edad, un 17,6% entre los 35 y 44, un 19,0% entre los 45 y 54 años, 16,1% entre 55 y 64 años y un 17,7% tiene 65 años o más. Esta distribución se mantiene cuando revisamos la distribución de la edad según sexo.

GRÁFICO 2: DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN TRAMO DE EDAD



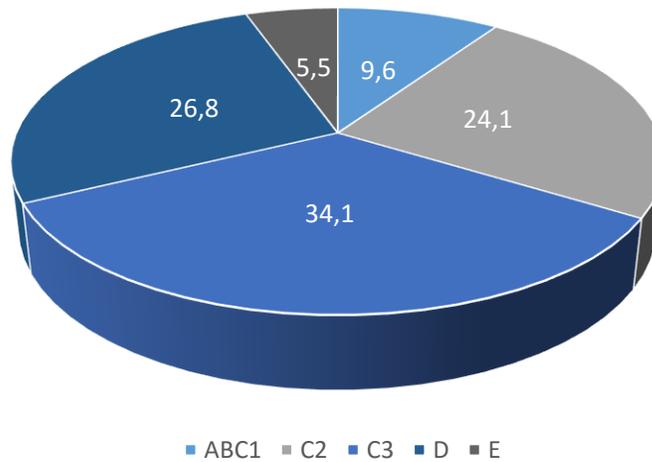
Cuando se revisa la distribución según macro-zona, vemos que el 44,9% se concentra en la Región Metropolitana, 22,9% en la zona sur, 19,9% en la zona centro y 12,3% de la zona norte.

GRÁFICO 3: DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN MACROZONA



Por último, respecto al nivel socioeconómico, 9,6% corresponde a ABC1, 24,1% corresponde a C2, 34,1% corresponde a C3, 26,8% corresponde al grupo D y 5,5% al E.

GRÁFICO 4: DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN NSE



2. Resultados descriptivos

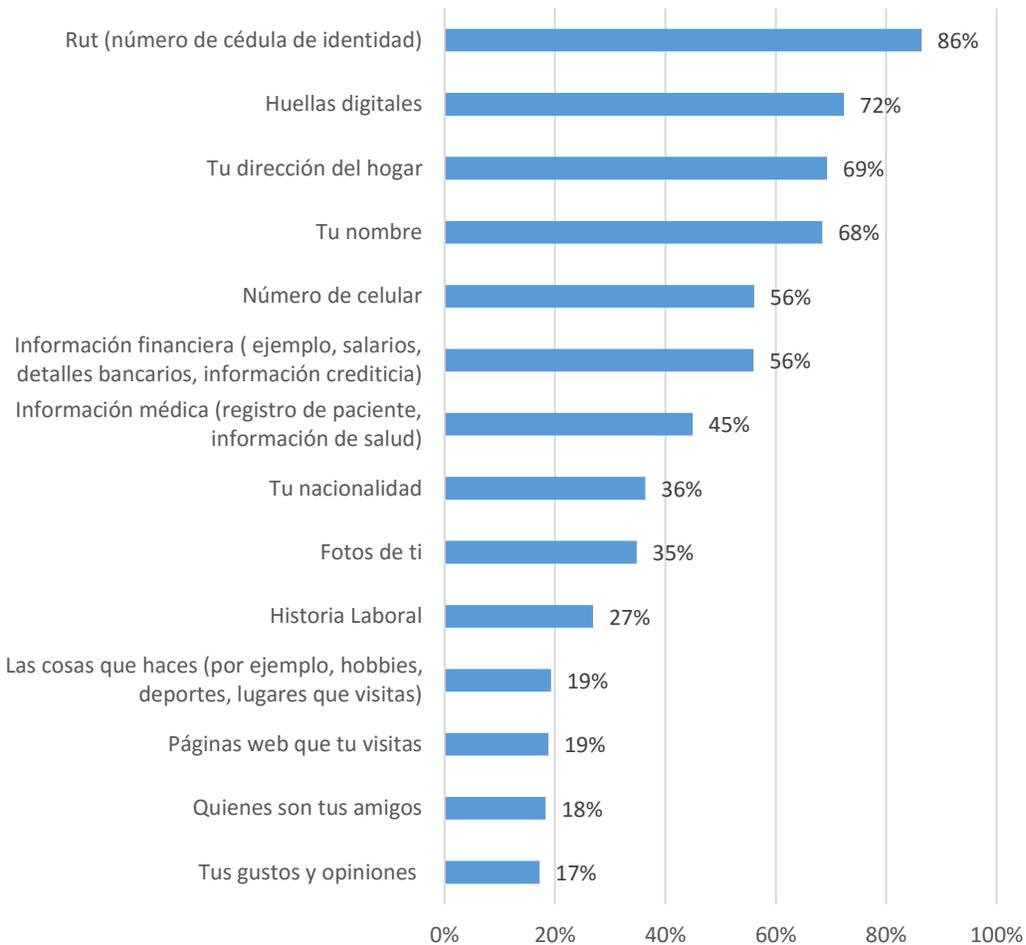
A continuación se presentan los principales resultados de la encuesta, según las distintas temáticas abordadas.

- **Información considerada como personal**

Para la pregunta, “De la siguiente lista, ¿cuáles considera usted que son datos personales?”, los principales ítems mencionados son el RUT, la huella digital, la dirección del hogar y el nombre.

Los ítems que presentan una menor mención son los gustos y opiniones, los amigos y las páginas web que visitan.

GRÁFICO 5: INFORMACIÓN CONSIDERADA COMO PERSONAL

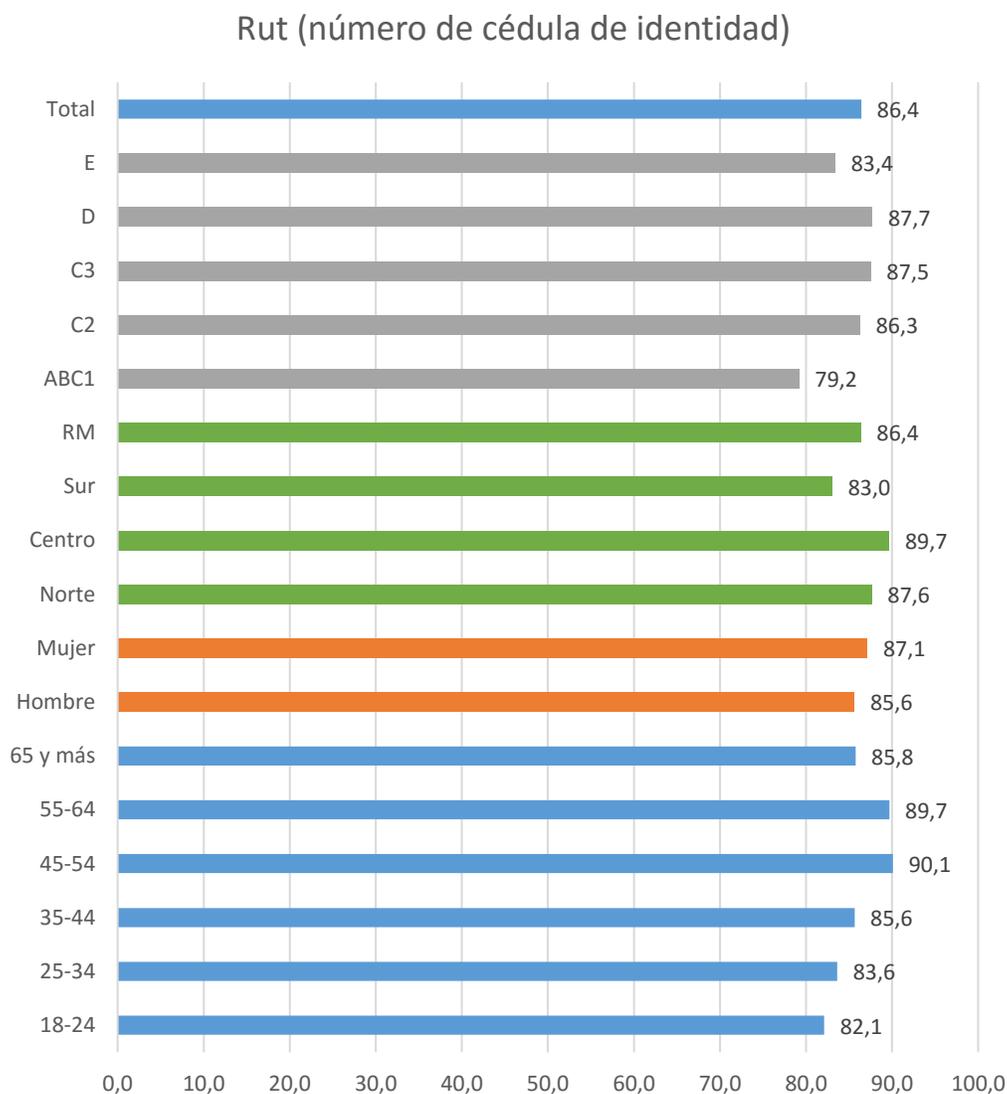


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

A continuación se revisa cada uno de estos ítems según variables de cruce:

- Rut: la información del Rut es la que presenta un mayor número de menciones como dato personal. El 86,4% de las personas considera que su Rut es un dato personal. Cuando analizamos estos datos por variables, vemos que la distribución entre los distintos grupos es similar, siendo alta, sobre el 80% de menciones, en casi todos los desgloses. Destaca en nivel socioeconómico que el grupo ABC1 es el con menor porcentaje de menciones, con 79,2%. Respecto a la edad destaca que las personas entre 18 y 24 años sean las que presenten una menor mención de este ítem respecto del total nacional, con 82,1%

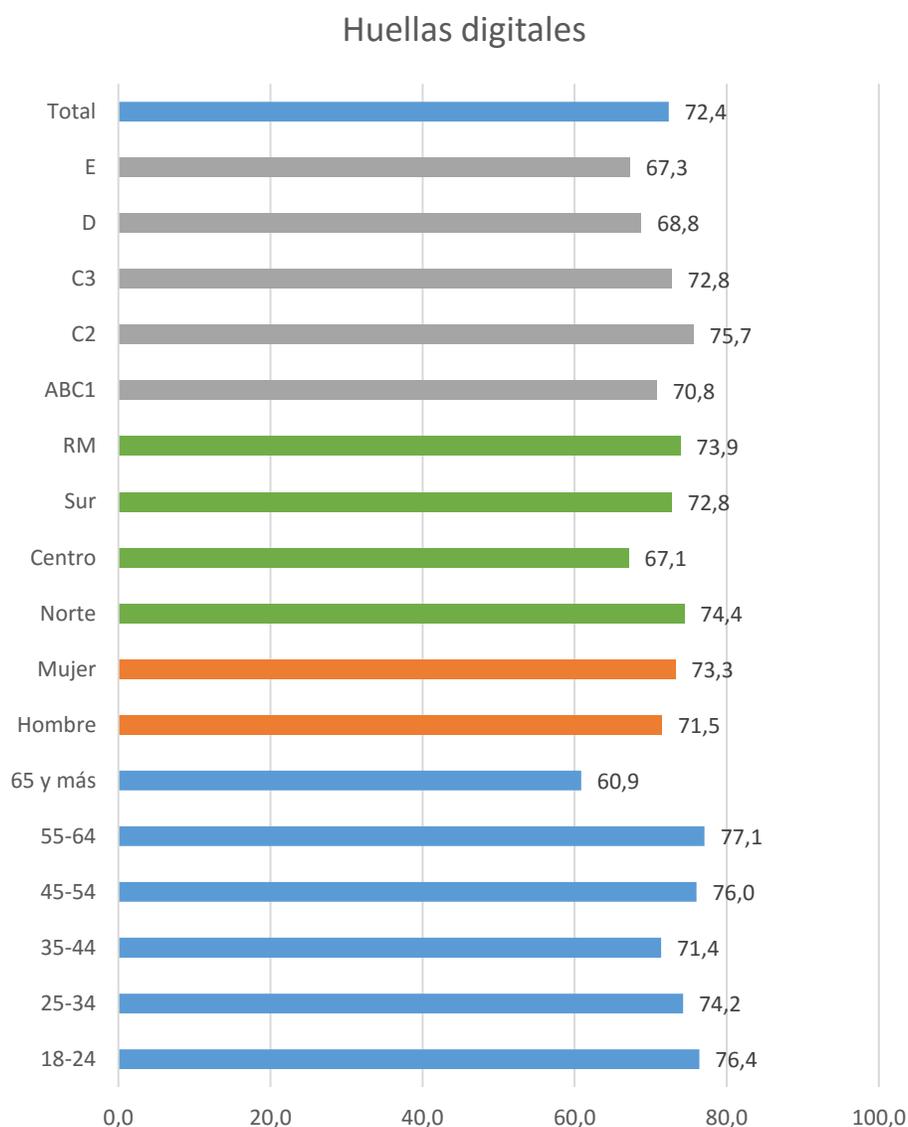
GRÁFICO 6: DISTRIBUCIÓN DE MENCIONES RUT, SEGÚN VARIABLES DE CRUCE



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- Huellas digitales: presentan la segunda mención más relevante dentro del listado consultado con un 72,4%. Cuando analizamos estos datos por variables, vemos que existen algunas diferencias entre la distribución en los distintos grupos. Destaca en nivel socioeconómico que el grupo E es el con menor porcentaje de menciones, con 67,3%. Respecto a las macro-zonas el Centro también presenta un menor porcentaje que la media nacional, con 67,1%. Finalmente, y respecto a la edad, las personas de más de 65 años son las que presentan una menor mención de este ítem respecto del total nacional, con 60,9%

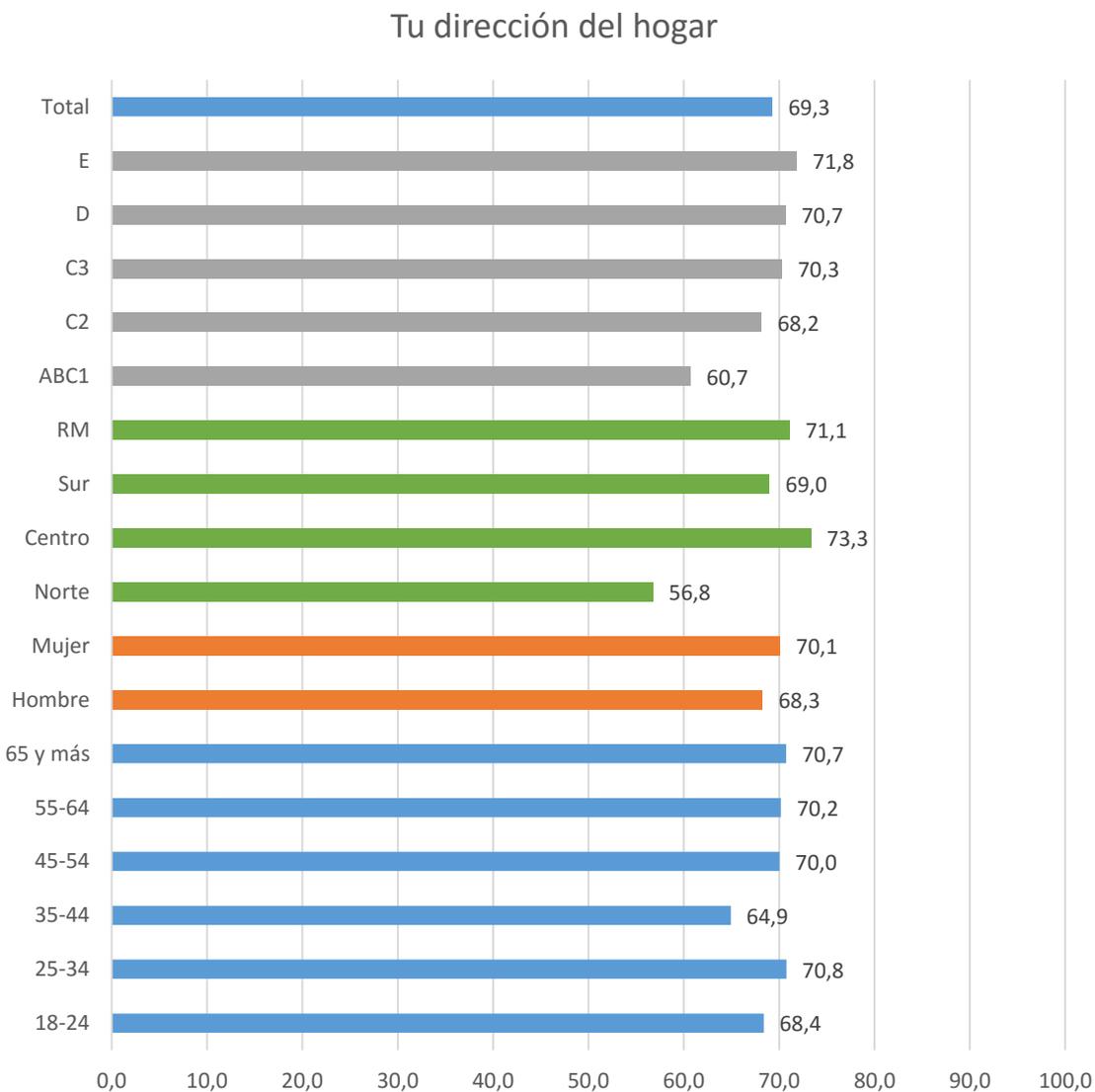
GRÁFICO 7: DISTRIBUCIÓN DE MENCIONES HUELLA DIGITAL, SEGÚN VARIABLES DE CRUCE



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- Tu dirección del hogar: presentan la tercera mención más relevante dentro del listado consultado con un 69,3%. Cuando analizamos estos datos por variables, vemos que existen algunas diferencias entre la distribución en los distintos grupos. Destaca en nivel socioeconómico que el grupo ABC1 es el con menor porcentaje de menciones, con 60,7%. Respecto a las macro-zonas el Norte también presenta un menor porcentaje que la media nacional, con 56,8%. La distribución por sexo es bastante similar entre ambos grupos, mientras que en la variable edad, las personas entre 35 y 44 años son las que presentan una menor mención de este ítem, con 64,9%.

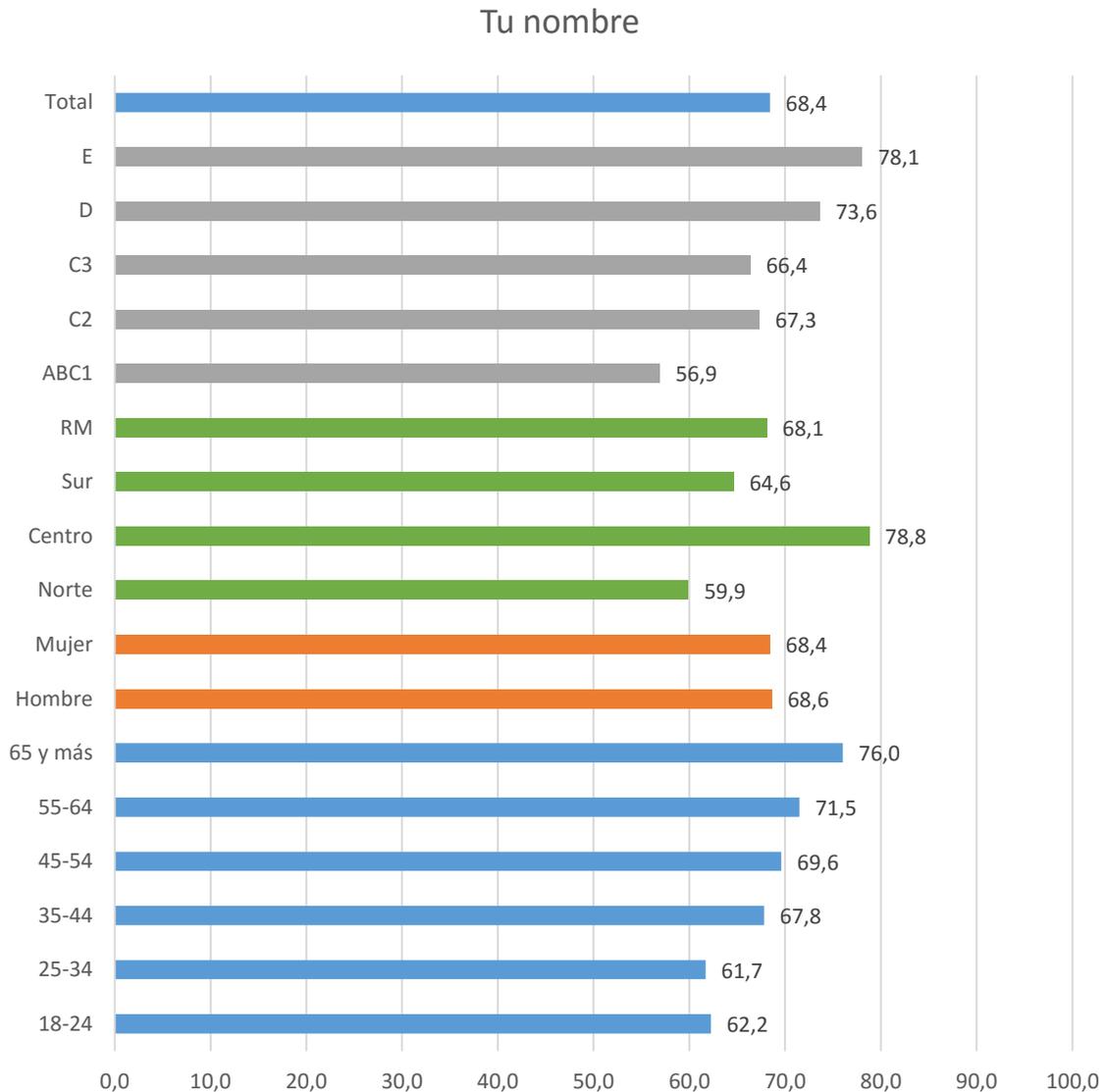
GRÁFICO 8: DISTRIBUCIÓN DE MENCIONES DIRECCIÓN DEL HOGAR DE, SEGÚN VARIABLES DE CRUCE



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- El nombre fue mencionado con un 68,4%. Cuando revisamos el comportamiento de la variable a partir de los distintos grupos analizados, destaca en nivel socioeconómico que el grupo ABC1 es el con menor porcentaje de menciones, con 56,9%. Respecto a las macro-zonas el Norte también presenta un menor porcentaje que la media nacional, con 59,9%. Finalmente, y respecto a la edad, los grupos más jóvenes son los que presentan una menor mención de este ítem respecto del total nacional.

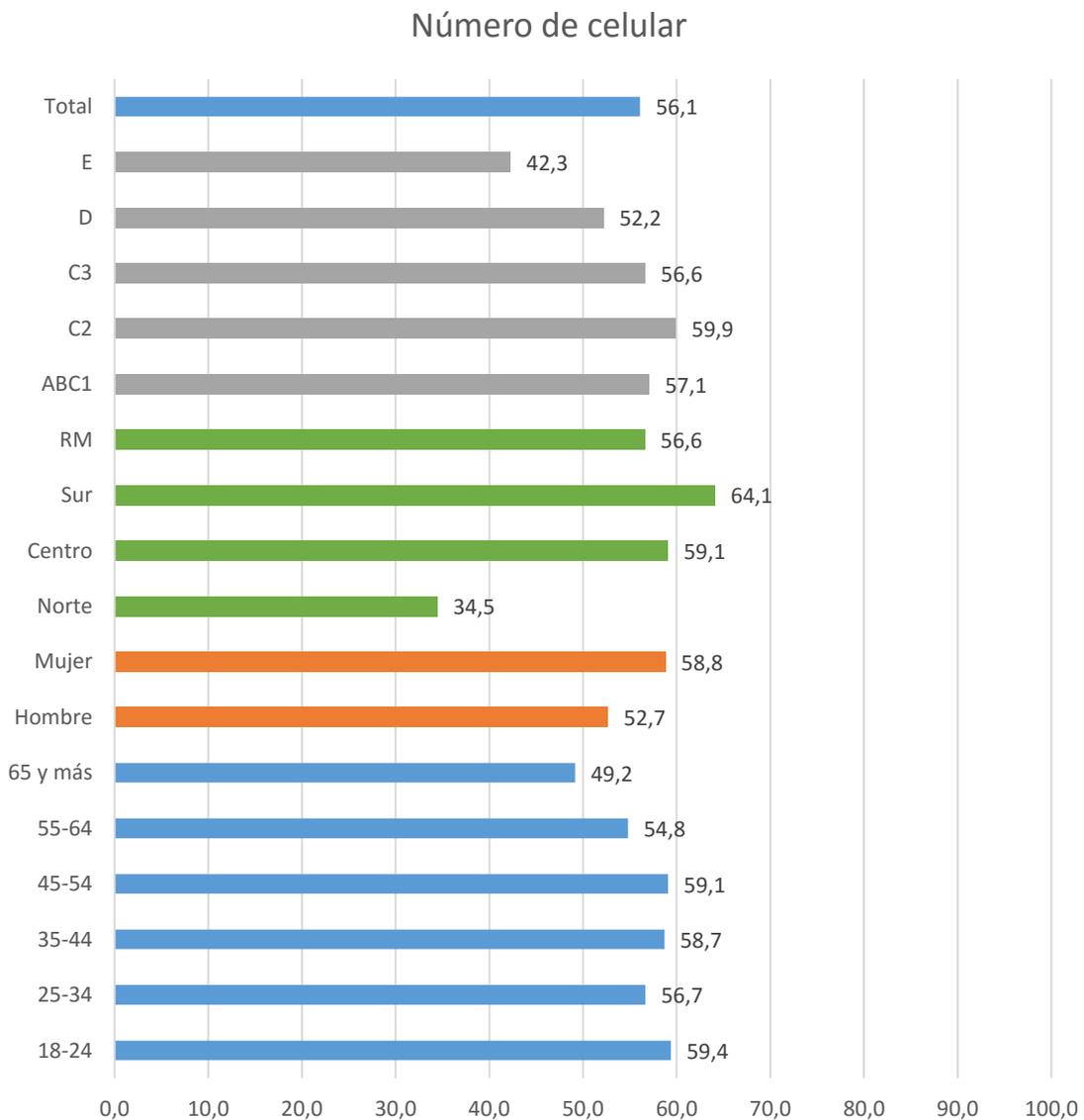
GRÁFICO 9: DISTRIBUCIÓN DE MENCIONES NOMBRE, SEGÚN VARIABLES DE CRUCE



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- El número de celular también se encuentra entre las menciones más relevantes. A nivel nacional, 56,1% señalaron que es un dato personal. Cuando revisamos los datos desglosados, las mayores diferencias respecto al promedio nacional destacan en el nivel socioeconómico, donde el grupo E presenta 42,3%. En relación con las macro-zonas, el Norte representa la zona con un menor porcentaje de menciones, con 34,5%. Para la variable sexo, la diferencia entre grupos es menor. Por último, respecto a la variable edad, el grupo de mayor edad es el que presenta menores menciones.

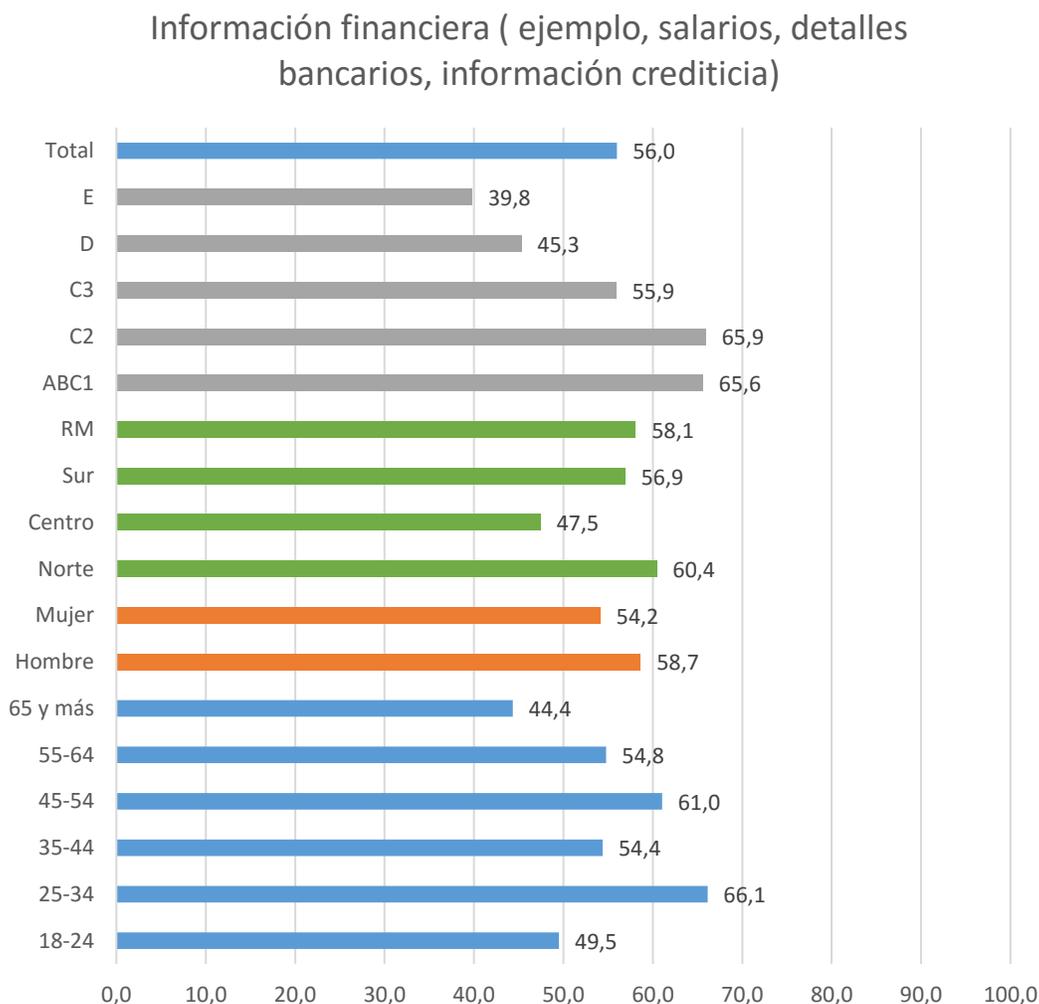
GRÁFICO 10: DISTRIBUCIÓN DE MENCIONES NÚMERO DE CELULAR, SEGÚN VARIABLES DE CRUCE



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- Información financiera: respecto a este ítem, se encuentra que 56% de las personas menciona la información financiera como un dato personal. Es importante destacar que las personas de niveles socioeconómicos más altos tienden a valor más este ítem como personal frente a las personas de niveles socioeconómicos más bajos. Incluso por sobre la media nacional. Respecto a las zonas geográficas, donde se presenta una menor mención es en la zona Centro. En cuanto a las diferencias hombre, mujer, se presenta una pequeña diferencia de 4 puntos porcentuales. Por último, en la edad, vemos que si bien no existe un patrón claro, las personas más jóvenes y las mayores, son las que menos mencionaron la información financiera como un dato personal.

GRÁFICO 11: DISTRIBUCIÓN DE MENCIONES INFORMACIÓN FINANCIERA, SEGÚN VARIABLES DE CRUCE



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Percepción de la necesidad de revelar información personal**

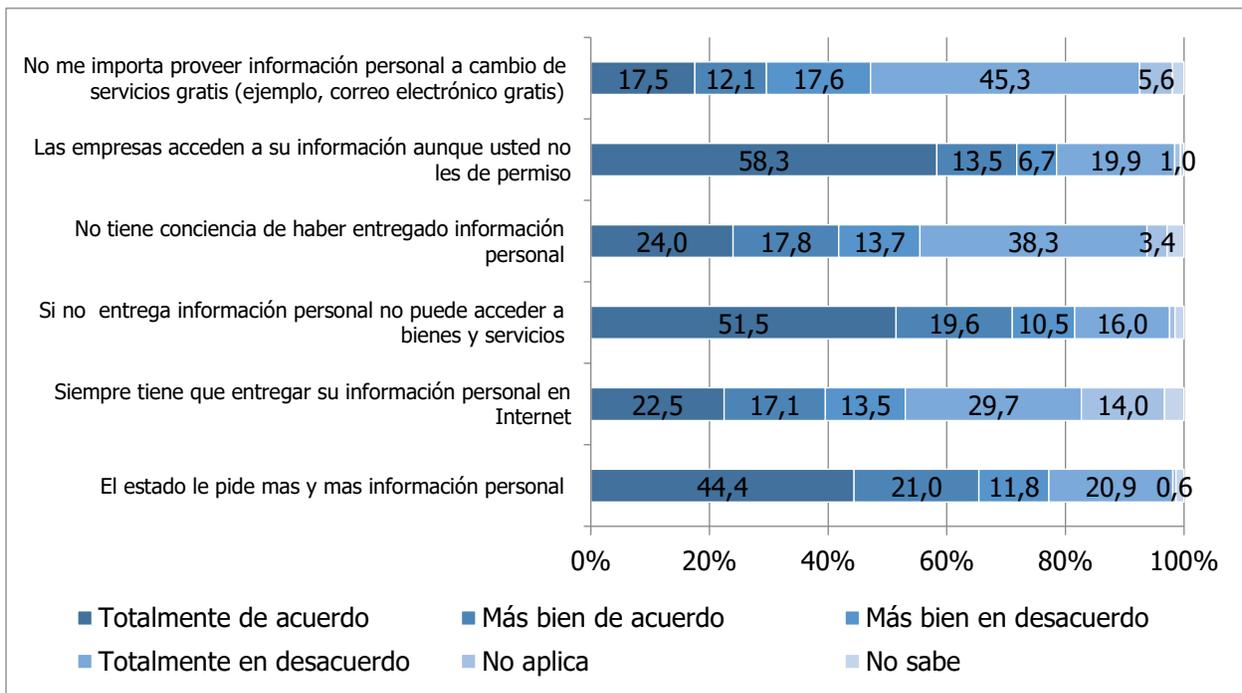
Otra dimensión a evaluar es la percepción que tienen las personas respecto de la necesidad de revelar su información personal. Para esto se les pregunto respecto su grado de acuerdo o desacuerdo con seis frases que se detallan a continuación:

- El estado le pide más y más información personal
- Siempre tiene que entregar su información personal en Internet
- Si no entrega información personal no puede acceder a bienes y servicios
- No tiene conciencia de haber entregado información personal
- Las empresas acceden a su información aunque usted no les dé permiso
- No me importa proveer información personal a cambio de servicios gratis (ejemplo, correo electrónico gratis)

El 58,3% de las personas están totalmente de acuerdo con que las empresas acceden a su información aunque usted no les dé permiso. En esta misma tendencia, más de la mitad de las personas están totalmente de acuerdo con que si no entregan información personal, no pueden acceder a bienes y servicios.

Llama la atención que cerca de un 30% de las personas declaren que no les importa entregar información a cambio de la entrega de servicios.

GRÁFICO 12: PERCEPCIÓN DE LA NECESIDAD DE REVELAR INFORMACIÓN PERSONAL



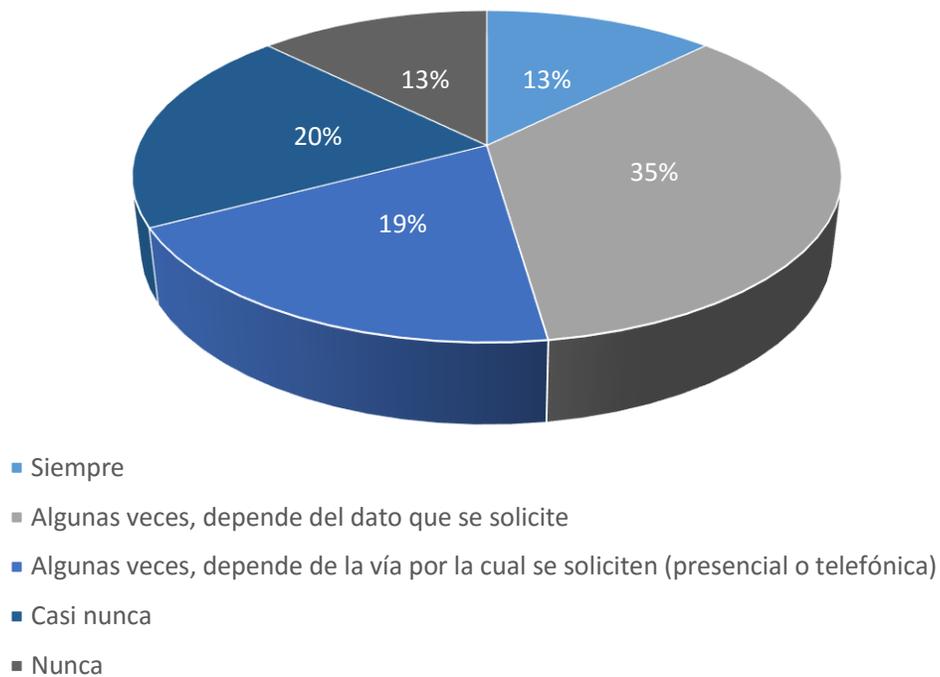
Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Disposición a revelar información personal**

Por otra parte, se analizó la disposición de las personas a entregar información personal a terceros. Para esto se empleó la pregunta "En algunas ocasiones, al momento de realizar una transacción, ya sea de forma telefónica o presencial, se le solicita que proporcione información personal. ¿Qué tan frecuentemente usted proporciona esa información?".

Destaca que el 13% de las personas siempre entrega información cuando realiza una transacción. Además, cerca de la mitad lo realiza en algunas ocasiones, dependiendo del tipo del dato o de la vía por la cual se solicite.

GRÁFICO 13: FRECUENCIA CON LA QUE REVELA INFORMACIÓN: PRESENCIAL/TELEFÓNICA

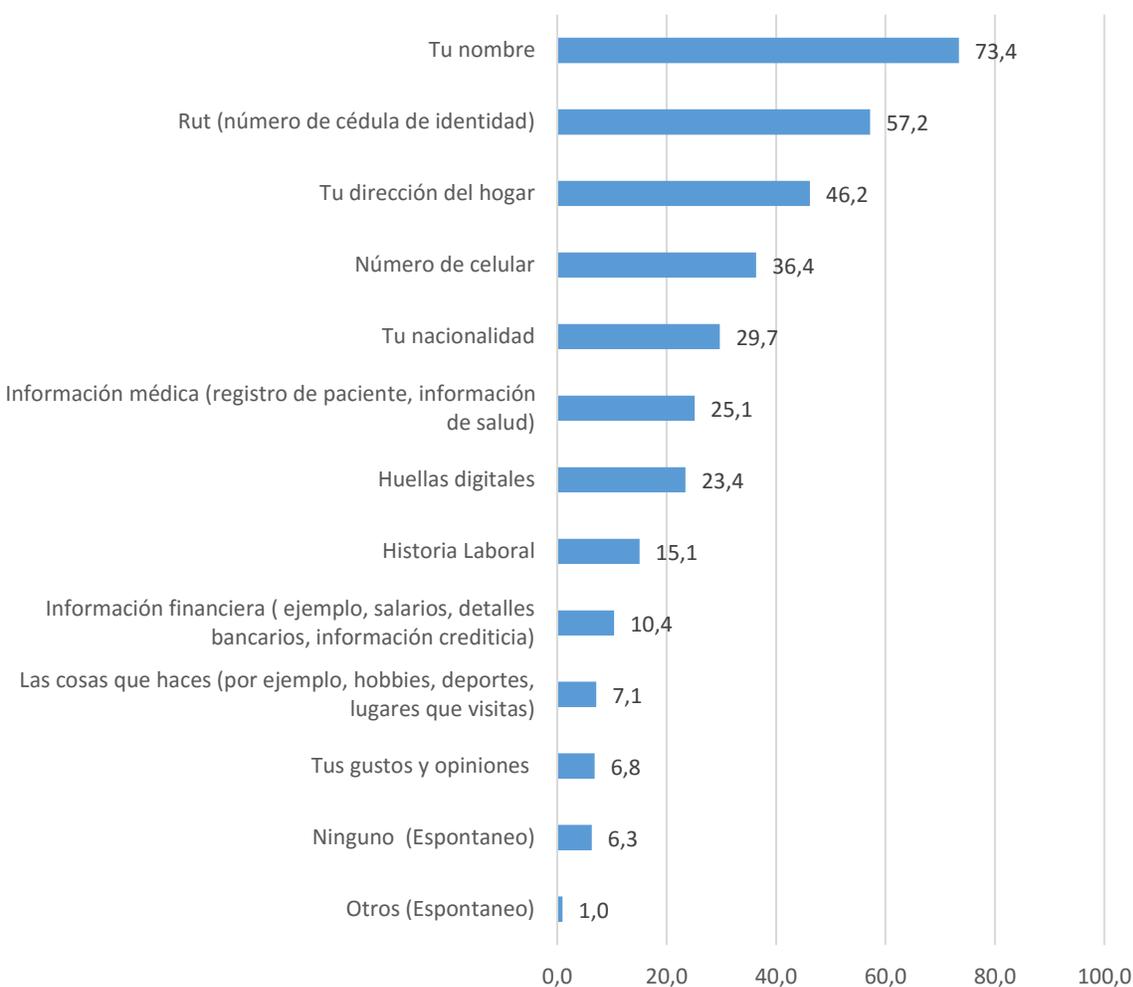


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Respecto a los datos que la persona está dispuesto a entregar frente a transacciones presenciales y telefónicas, las mayores menciones se presentan en las variables "Tu nombre", "Rut" y "Tu dirección del hogar".

El nombre fue mencionado por 73,4% de las personas, el Rut por 57,2% y la dirección del hogar con 46,2%. Los ítems menos mencionados son tus gustos y opiniones; las cosas que haces y la información financiera.

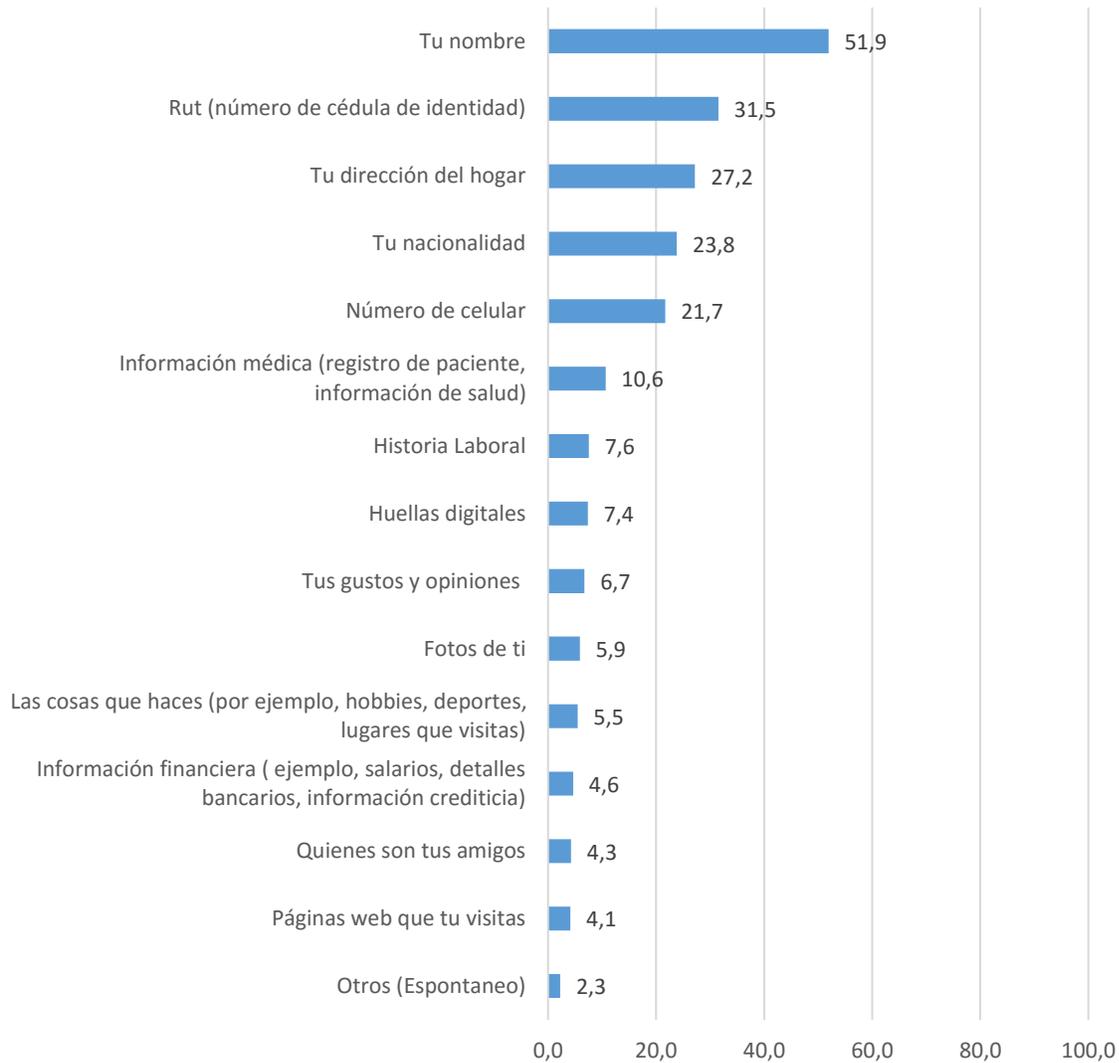
GRÁFICO 14: TIPO DE INFORMACIÓN DISPUESTO A ENTREGAR VÍA PRESENCIAL Y TELEFÓNICA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

La misma pregunta fue realizada para transacciones por internet, en este caso, los tres ítems más mencionados coinciden con los anteriores: "Tu nombre", "Tu Rut" y "Tu dirección del hogar". Sin embargo, en este caso, el porcentaje de menciones es menor.

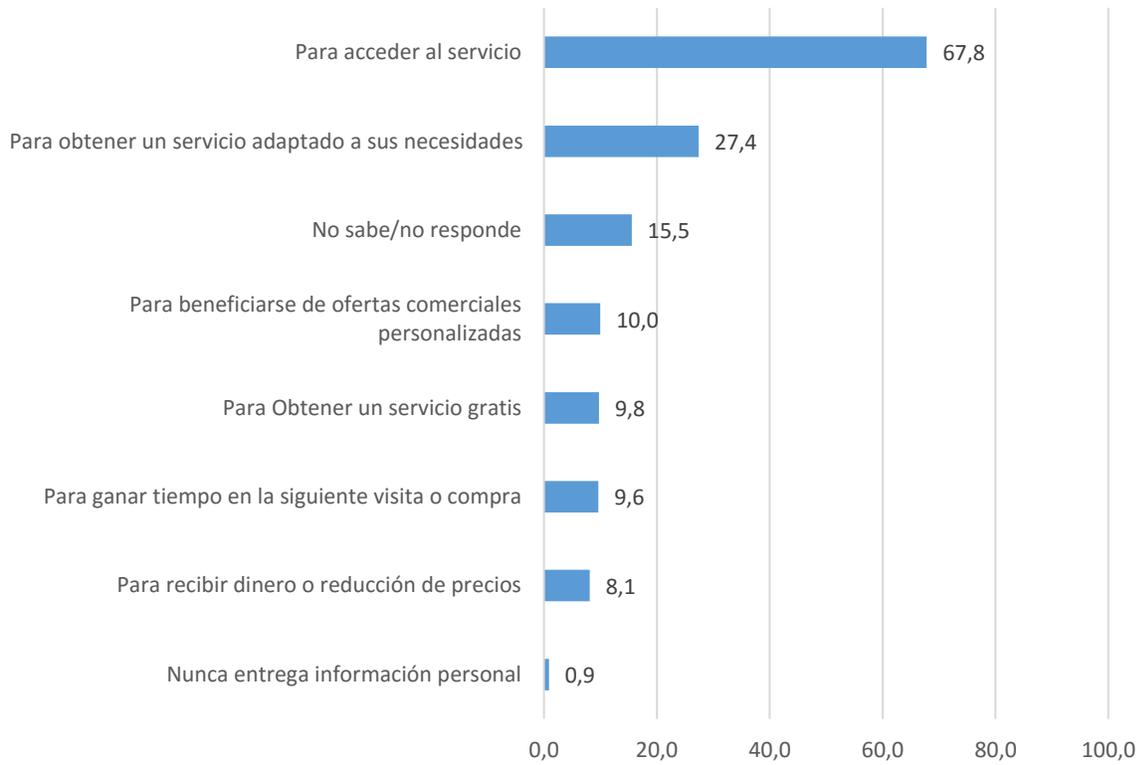
GRÁFICO 15: TIPO DE INFORMACIÓN DISPUESTO A ENTREGAR VÍA ONLINE



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Respecto a las razones por las cuáles entrega sus datos personales por vía presencial o telefónica, se destaca entre las más mencionadas, para acceder al servicio, con 67,8% y con 27,4% para obtener un servicio adaptado a sus necesidades. Las razones menos mencionadas son nunca entrega información personal y para recibir dinero o reducción de precios.

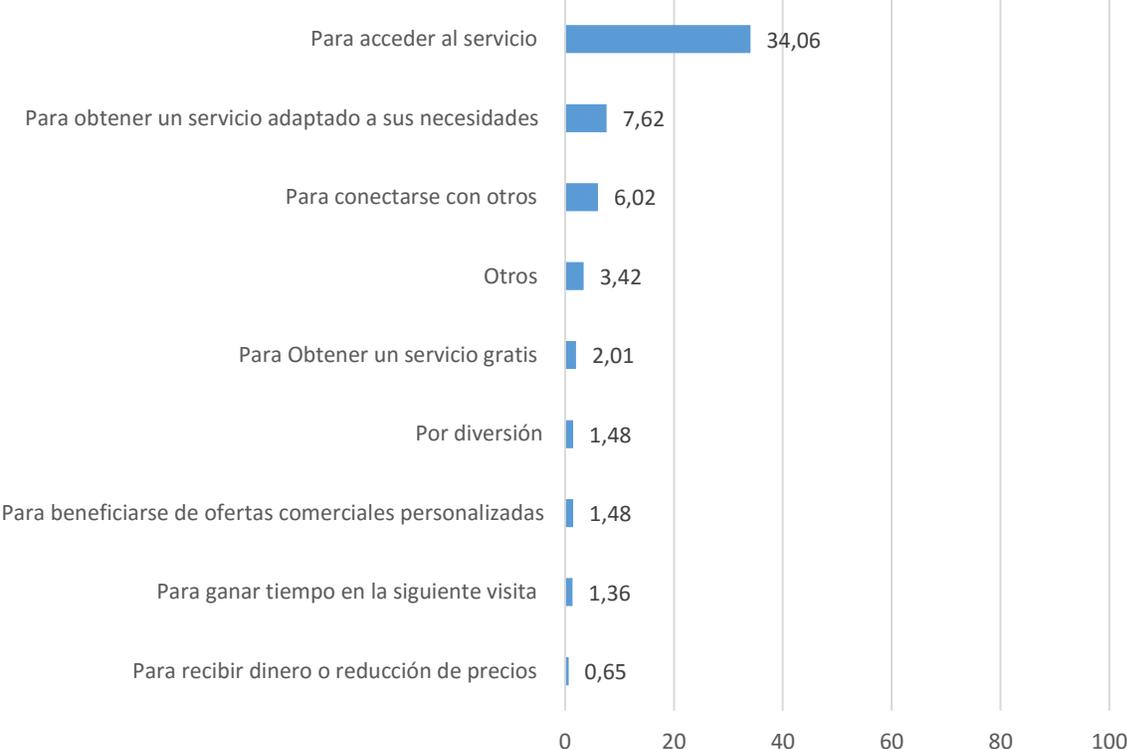
GRÁFICO 16: RAZONES POR LAS CUÁLES ENTREGA INFORMACIÓN: PRESENCIAL/TELEFÓNICA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Respecto a las razones por las cuáles entrega sus datos personales, ahora por vía online, se destacan entre las razones más mencionadas, las mismas señaladas respecto a las transacciones presenciales, es decir, para acceder al servicio, con 34,06%. Le sigue obtener un servicio adaptado a sus necesidades con 7,6%.

GRÁFICO 17: RAZONES POR LAS CUÁLES ENTREGA INFORMACIÓN: EN LÍNEA



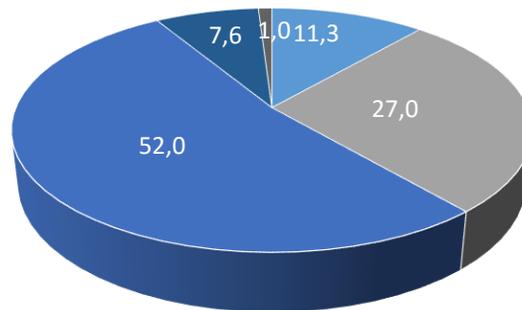
Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Percepción de control respecto a sus datos**

Otra dimensión evaluada en la encuesta es la percepción que tienen las personas respecto del control de los datos que proporcionan a terceros, es decir, la capacidad de cambiar o eliminar dicha información. Para esto, se diferenci3 la v3a presencial/telef3nica y online.

Respecto de la entrega de datos por v3a presencial o telef3nica, m3s de la mitad de las personas considera que no tiene ning3n control respecto de los datos entregados.

GRÁFICO 18: PERCEPCI3N DE CONTROL DE LOS DATOS: PRESENCIAL/TELEF3NICA

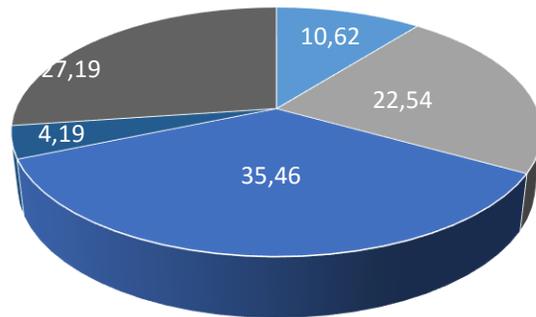


- Control completo
- Control parcial
- No tengo control
- Depende de a quien se la haya entregado (empresa privada o al estado)
- No sabe/no responde (no leer)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

En cuanto a la vía online, disminuye el porcentaje de personas que considera que no tiene control respecto de los datos, pero aumenta las personas que señalan no saber o no quiso responder respecto a este tema.

GRÁFICO 19: PERCEPCIÓN DE CONTROL DE LOS DATOS: VÍA ONLINE

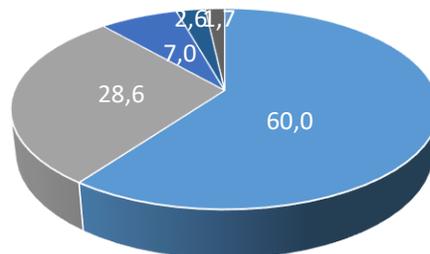


- Control completo
- Control parcial
- No tengo control
- Depende de a quien se la haya entregado (empresa privada o al estado)
- No sabe/no responde (no leer)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Además, se consultó respecto de la gravedad de no tener un control sobre sus datos. No existen grandes diferencias respecto a lo que las personas perciben, dependiendo cual sea la vía de la transacción. En ambos casos, más del 70% de las personas consideran que no tener control es muy o bastante grave

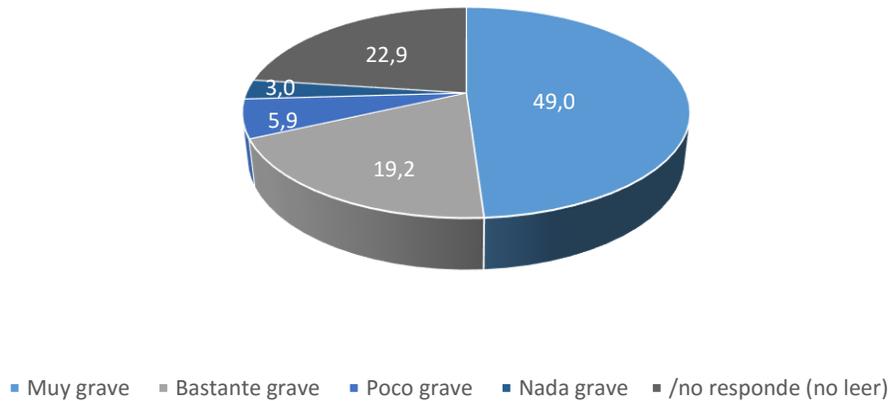
GRÁFICO 20: PERCEPCIÓN DE LA GRAVEDAD, VÍA PRESENCIAL/TELEFÓNICA



- Muy grave
- Bastante grave
- Poco grave
- Nada grave
- No sabe/no responde (no leer)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

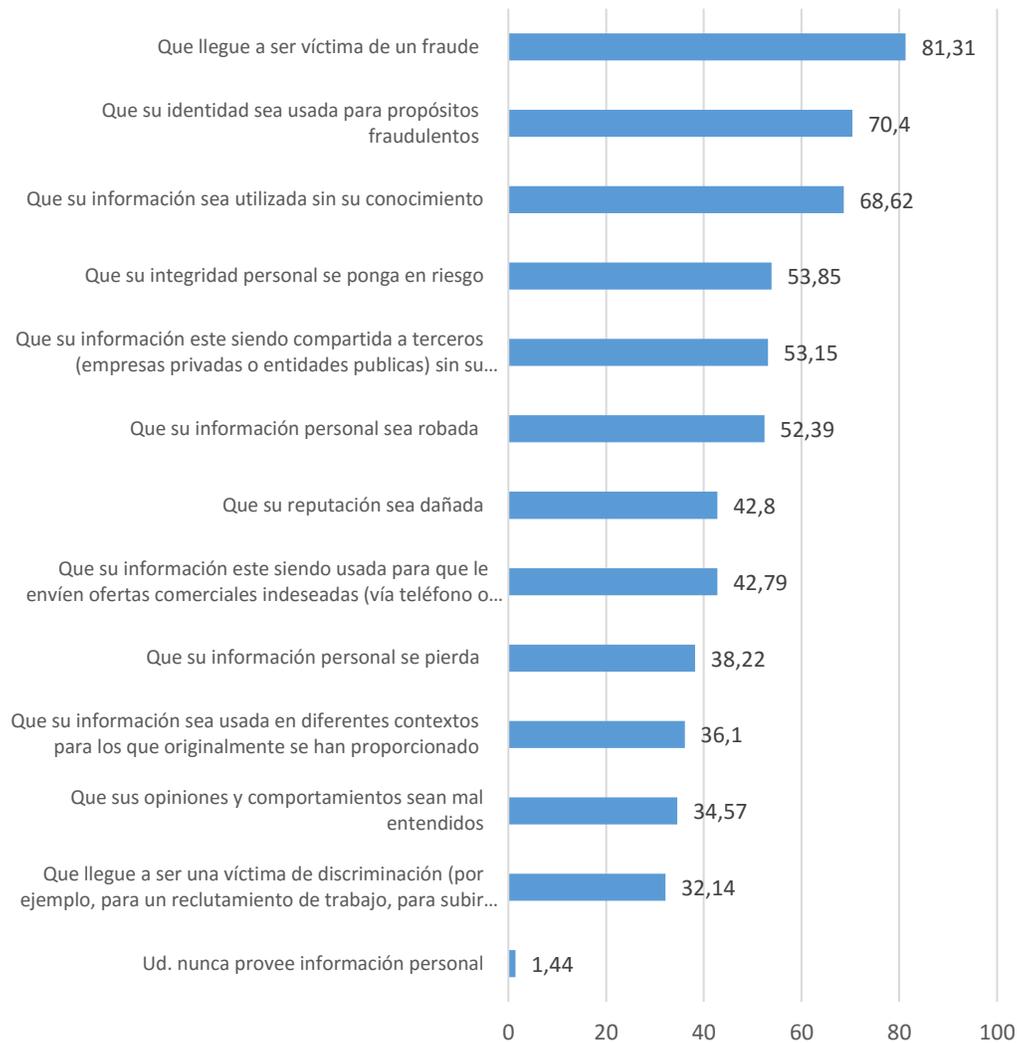
GRÁFICO 21: PERCEPCIÓN DE LA GRAVEDAD, VÍA ONLINE



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Por último, y en esta misma línea, se indagó respecto de la percepción respecto de los riesgos para su información personal. Al igual que otras preguntas, esto fue consultado tanto para vía presencial/telefónica como online. Frente a la pregunta "Voy a leer una lista de los posibles riesgos para su información personal. Según usted, ¿cuáles son los riesgos más graves de entregar información personal?", los riesgos más mencionados son: "que llegue a ser víctima de un fraude", con 81,3%; "que su identidad sea usada para propósitos fraudulentos" con 70,4% y "que su información sea utilizada sin su conocimiento", con 68,8%

GRÁFICO 22: RIESGOS VÍA PRESENCIAL/TELEFÓNICA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Respecto a las transacciones en línea, los riesgos más mencionados son: "que llegue a ser víctima de un fraude", con 56,2%; "que su identidad sea usada para propósitos fraudulentos" con 48,6% y "que su información sea utilizada sin su conocimiento", con 46,4%.

En ambos casos, se repiten los mismos riesgos como los más relevantes para las personas.

GRÁFICO 23: RIESGOS VÍA ONLINE

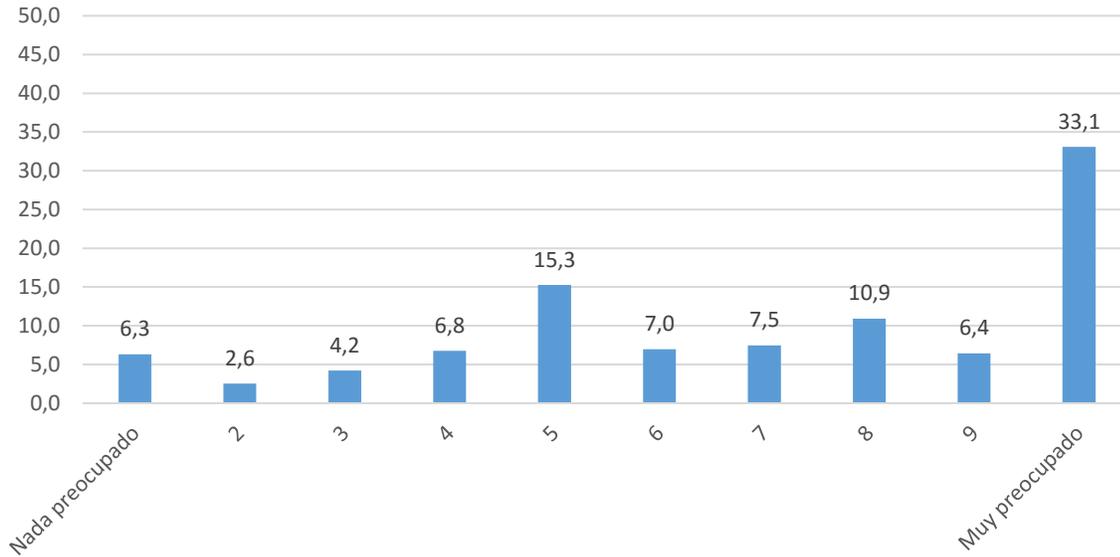


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Transparencia y protección de datos**

Casi la mitad de las personas se declaran muy preocupados (considera nota 8, 9 y 10) respecto de que terceros puedan solicitar su información personal por una vía formal.

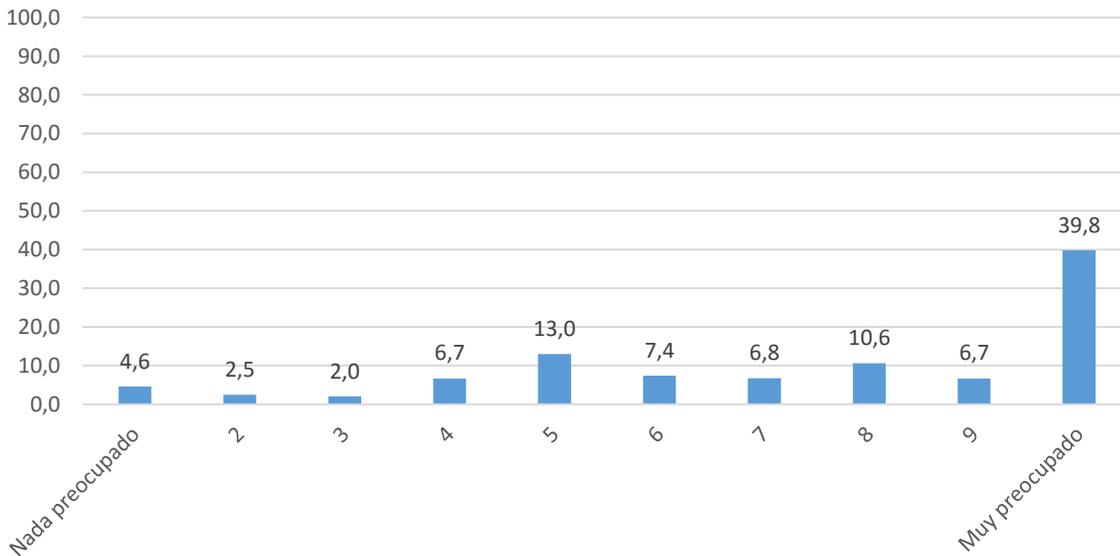
GRÁFICO 24: PREOCUPACIÓN RESPECTO A LA TRASPARENCIA DE SUS DATOS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Cerca de 57% se declaran como muy preocupados (considera nota 8, 9 y 10) respecto de la protección de sus datos personales.

GRÁFICO 25: PREOCUPACIÓN RESPECTO A LA PROTECCIÓN DE SUS DATOS

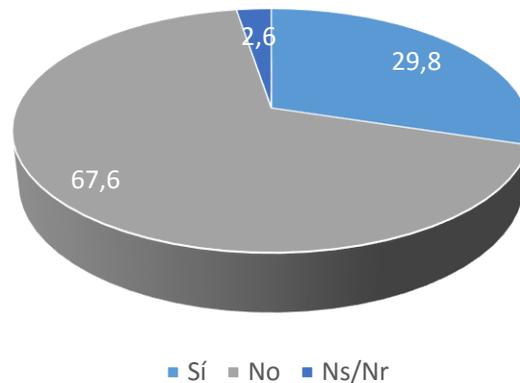


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Información sobre el origen y destino de los dato**

Frente a la pregunta "Cuando lo llaman por teléfono para ofrecerle algún producto o servicios, ¿pregunta de dónde obtuvieron su información?", 67,6% de las personas señalaron no preguntar de dónde obtuvieron sus datos.

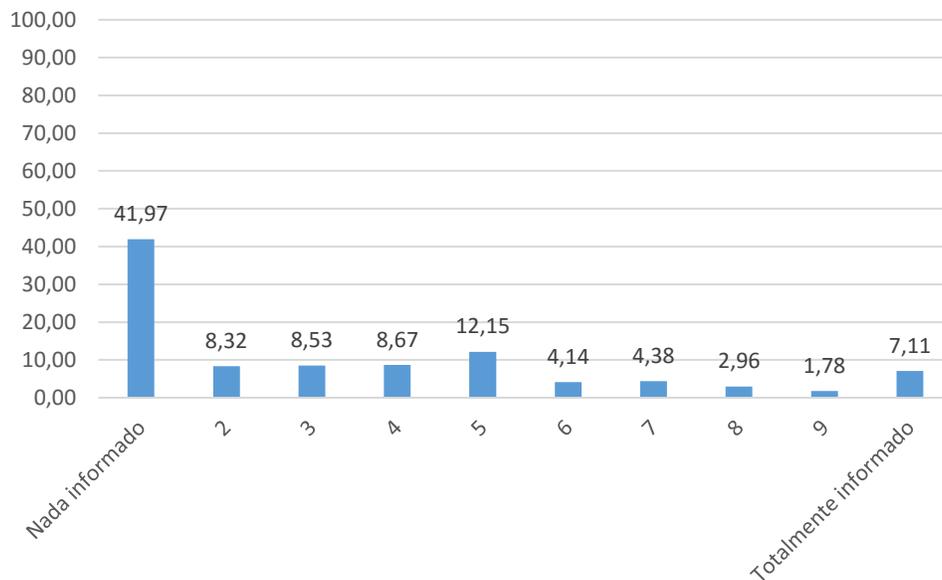
GRÁFICO 26: ORIGEN DE LOS DATOS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Quando se preguntó, "En una escala de 1 al 10, donde 1 es nada informado y 10 totalmente informado. ¿Cuán informado está usted respecto de donde obtuvieron su información?", cerca del 58% mencionaron no estar informados respecto de donde vienen sus datos (opciones 1, 2 y 3).

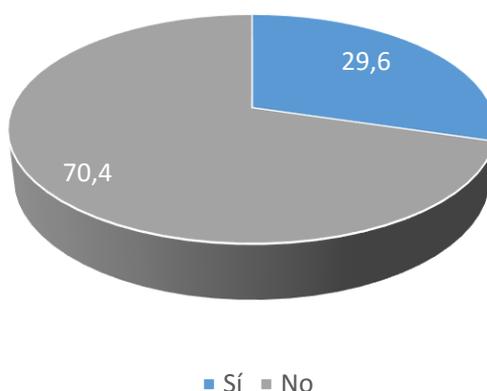
GRÁFICO 27: ORIGEN DE LOS DATOS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Siguiendo con la misma dimensión, respecto a qué tan informado están las personas sobre el origen y destino de sus datos, se preguntó "Cuando Usted entrega datos personales a terceros, exige información sobre quién tendrá acceso a sus datos". 70,4% señaló no exigir información respecto de quien tendrá acceso a sus datos.

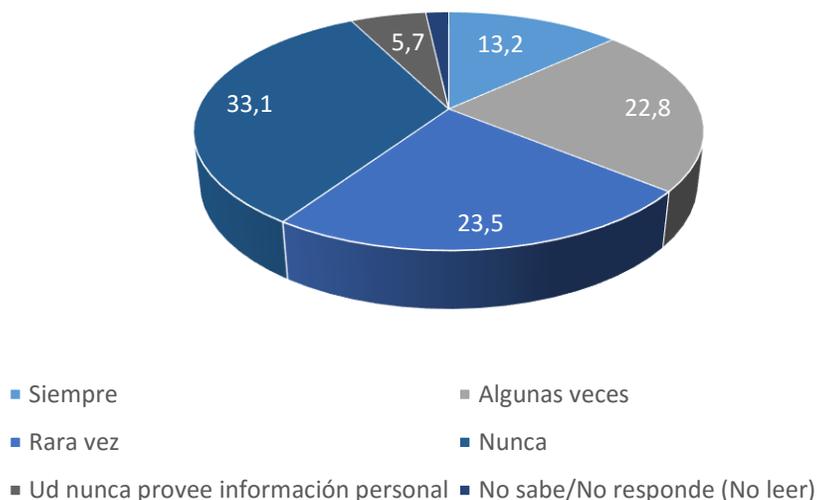
GRÁFICO 28: DESTINO DE SUS DATOS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

También respecto al destino de sus datos, "Cuando se le pide que proporcione información personal, ¿qué tan informado del uso posterior de sus datos?" se puede identificar una tendencia similar a la de la pregunta anterior, existe poca información respecto al uso posterior de los datos. Sólo 13,2% declaran estar siempre informados respecto al uso que se dan de sus datos.

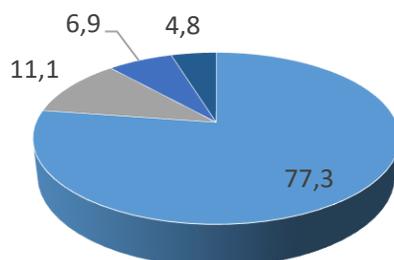
GRÁFICO 29: DESTINO DE SUS DATOS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

En otro ámbito, cuando se consultó respecto a la necesidad de aprobación para la recopilación y uso de los datos, “¿Se debiera requerir de su aprobación explícita y manifiesta antes de que recopilar y procesar cualquier información personal suya?”, 77,3% considera que siempre, en todos los casos se debería solicitar la aprobación y sólo un 4,8% menciona que nunca debería pedirse la aprobación.

GRÁFICO 30: APROBACIÓN PARA EL USO DE LOS DATOS

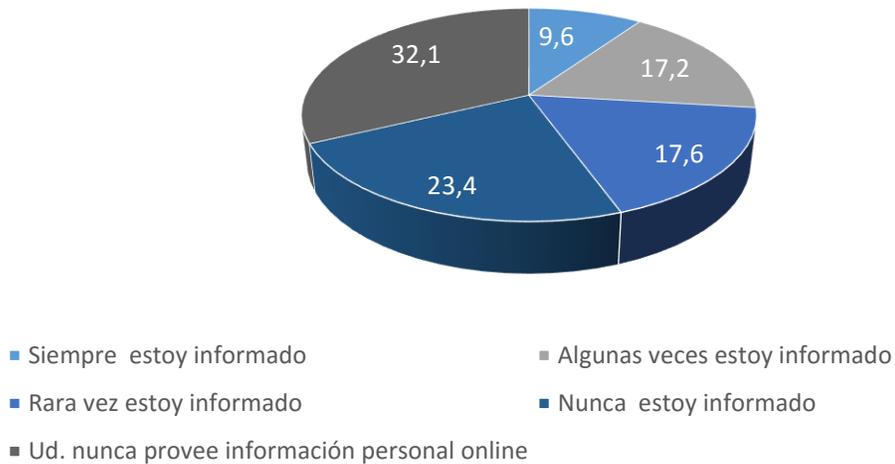


- Siempre, en todos los casos
- En algunas ocasiones, dependiendo de la vía/forma a través de la cual se solicitó la información
- En algunas ocasiones, depende del tipo de información que se solicite, por ejemplo, salud, religión, creencias políticas, preferencias sexual, etc.
- Nunca, no considero necesario autorizar la recopilación y uso de mis datos

Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Finalmente, respecto “Cuando se le pide que proporcione información personal en línea, ¿normalmente que tan informado esta acerca de las condiciones de la recopilación de datos y los usos posteriores de sus datos?”. Cerca del 40% señala nunca o rara vez estar informado respecto de las condiciones de recopilación de los datos.

GRÁFICO 31: CONDICIONES DE RECOPIACIÓN



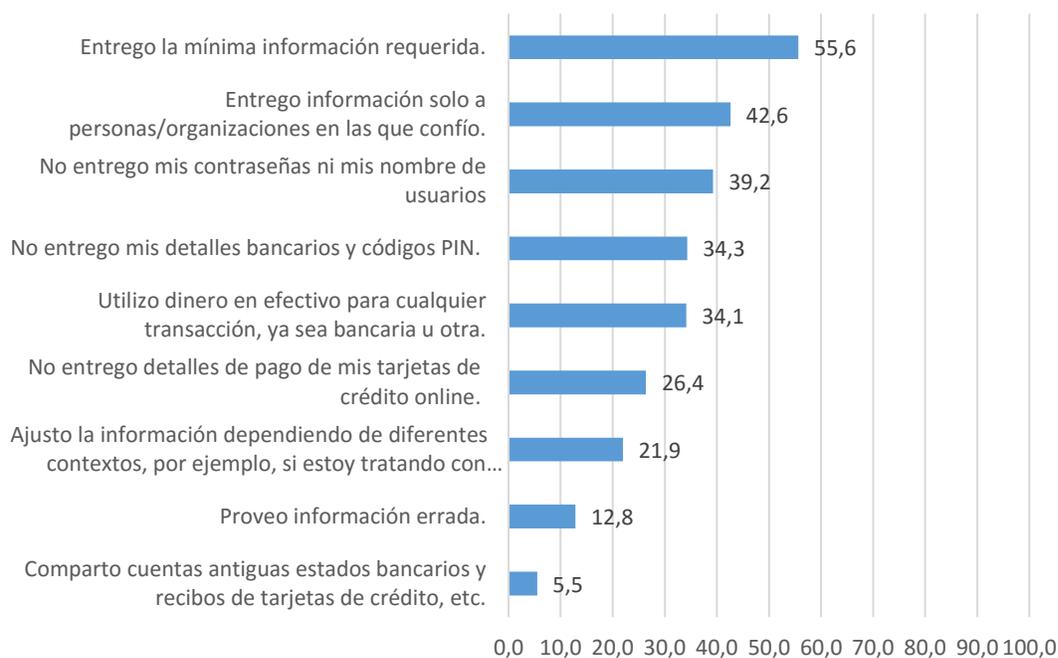
Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Acciones para proteger la identidad**

Otra dimensión evaluada son las acciones que toman las personas para proteger su identidad en transacciones presenciales/telefónicas y por vía online.

Cuando revisamos la pregunta "En su vida diaria, qué acciones toma usted para proteger su identidad", las principales medidas tomadas son: "entrego la mínima información requerida" con 55,6%, le sigue en menciones "entrego información sólo a personas/organizaciones en las que confío" con 42,6%. Destaca que sólo el 39,2% menciona "no entregar mis contraseñas ni mis nombres de usuarios".

GRÁFICO 32: ACCIONES QUE TOMA PARA PROTEGER SU IDENTIDAD VÍA PRESENCIAL/TELEFÓNICA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Respecto a las transacciones online, y las medidas que se toman, en términos generales podemos observar que presentan menores menciones que las acciones referidas a transacciones presenciales o telefónicas. Frente a la pregunta "Y, específicamente en internet, ¿qué hace para proteger su identidad?". 16,4% menciona "reviso que las transacciones estén protegidas o que le sitio tenga la etiqueta de seguridad"; 15,6% menciona "borro las cookies" y 15% "uso herramientas y estrategias para limitar los correos no deseados".

GRÁFICO 33: ACCIONES QUE TOMA PARA PROTEGER SU IDENTIDAD VÍA ONLINE

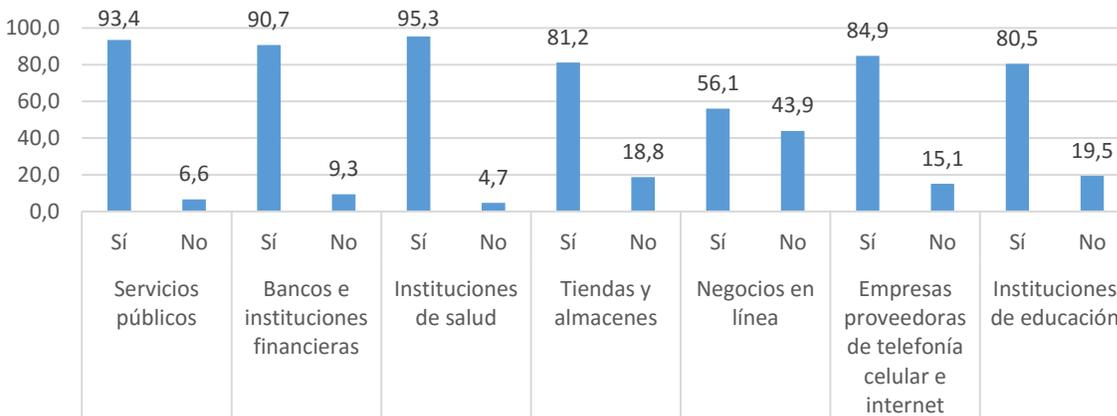


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Percepción de las instituciones**

En relación a quienes recopilan sus datos, se preguntó “Cuál de las siguientes autoridades, instituciones y empresas recolectan y mantienen o manejan información personal de usted o de otras personas”. La organización más mencionada fueron las instituciones de salud, con 95,3%, le siguen los servicios públicos con 93,4%. Sólo el 56,1% señaló que los negocios en línea recolectan y manejan datos personales.

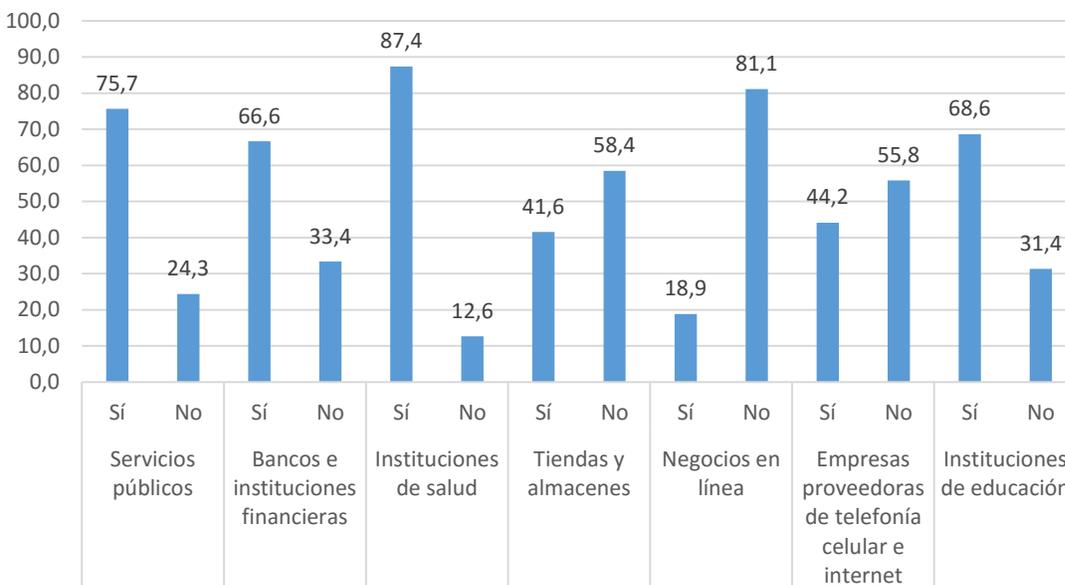
GRÁFICO 34: INSTITUCIONES QUE RECOLECTAN DATOS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Ahora, cuando preguntamos a qué entidad entrega o entregaría sus datos, "A cuál de las siguientes autoridades, instituciones y empresas, usted le entrega o le entregaría sus datos personales. 87,4% mencionó que entrega información a instituciones de salud; 75,7% entrega información a servicios públicos y el 66,6% a instituciones financieras.

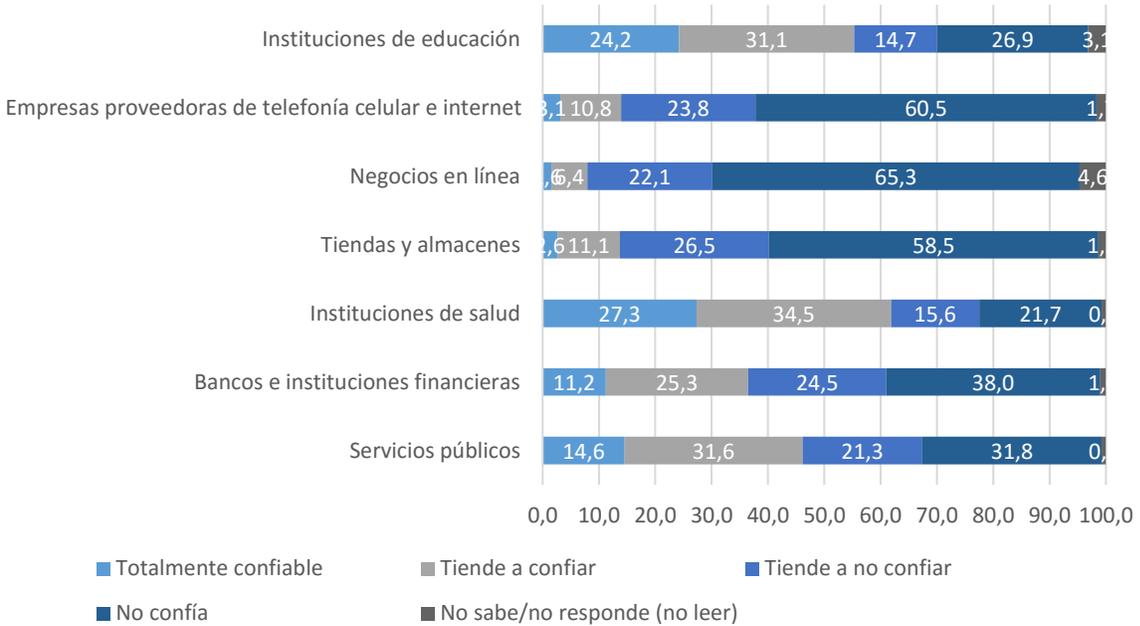
GRÁFICO 35: INSTITUCIONES A LAS QUE ENTREGA DATOS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Siguiendo con la vinculación y percepción de las organizaciones, frente a la pregunta "¿Hasta qué punto considera usted que las siguientes autoridades y empresas privadas son confiables para proteger su información personal?", las instituciones que presentan mayores niveles de confianza en el tratamiento de datos son las instituciones de educación (24,2%) y las de salud (27,3%). Las instituciones en que menos confían son los negocios en línea (65,3%) y las empresas proveedoras de telefonía celular e internet.

GRÁFICO 36: CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES

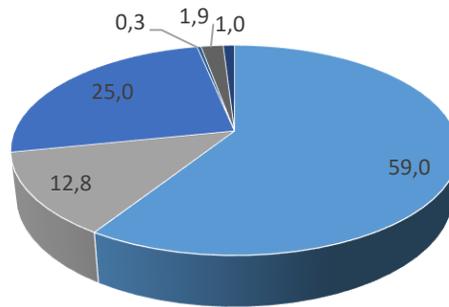


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- Responsabilidad**

En el gráfico que se muestra a continuación, se presentan la percepción de responsabilidad de las personas frente a la seguridad de los datos frente. Para esto se preguntó “¿Quién cree que debe asegurarse de que la información que usted proporciona se recoge, almacene y se intercambie de forma segura?”. El 59% menciona que el responsable de la seguridad es el mismo, le siguen las autoridades públicas con 25%

GRÁFICO 37: RESPONSABILIDAD FRENTE A LA SEGURIDAD DE LOS DATOS



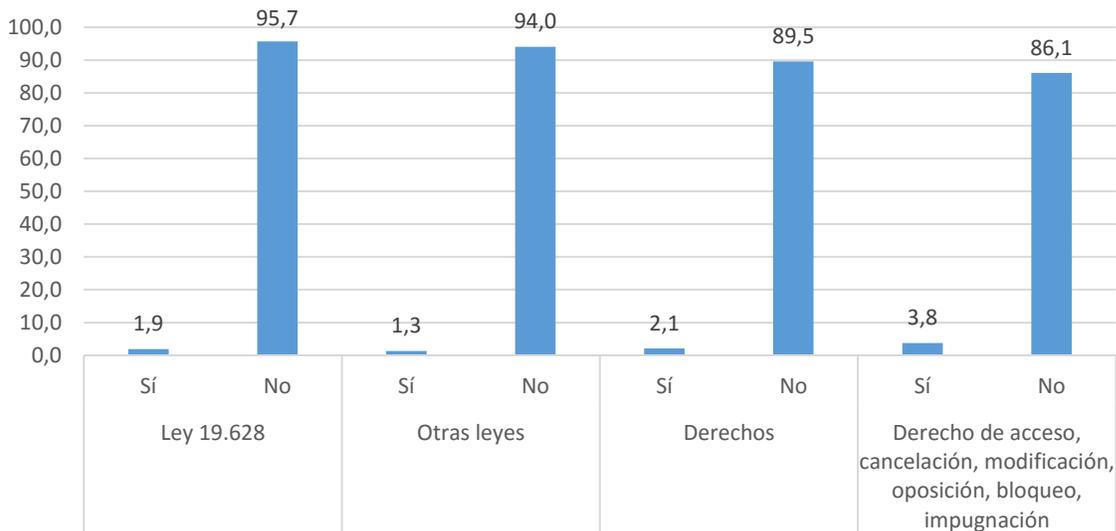
- Ud. – que necesita cuidar su información
- Empresas – que necesitan asegurar que procesan la información de forma segura
- Autoridades públicas – que necesitan asegurar la protección de los datos de los ciudadanos
- Otro
- Ud. nunca provee información personal
- No sabe/no responde (no leer)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

• **Conocimiento de la ley**

El gráfico a continuación muestra ítems relativos al conocimiento que tienen las personas respecto de la normativa actual vigente. Se puede observar un alto desconocimiento respecto de la ley N°19.628, respecto a otras leyes en la materia, a los derechos de las personas en esta temática.

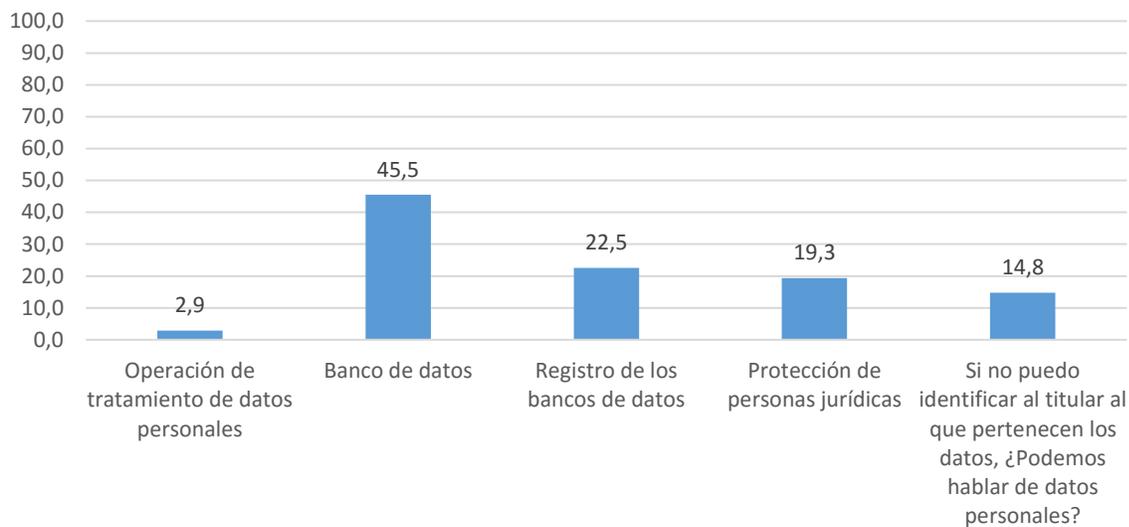
GRÁFICO 38: CONOCIMIENTO DE LA LEY



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Respecto a preguntas de conocimiento general de la ley, la alternativa "Sí" se refleja en el gráfico 39, 45,5% menciona que conoce lo que es un banco de datos, 22,5% señala saber cómo se registran los bancos de datos y el 19,3% señala que la ley protege a personas jurídicas.

GRÁFICO 39: CONOCIMIENTO GENERAL

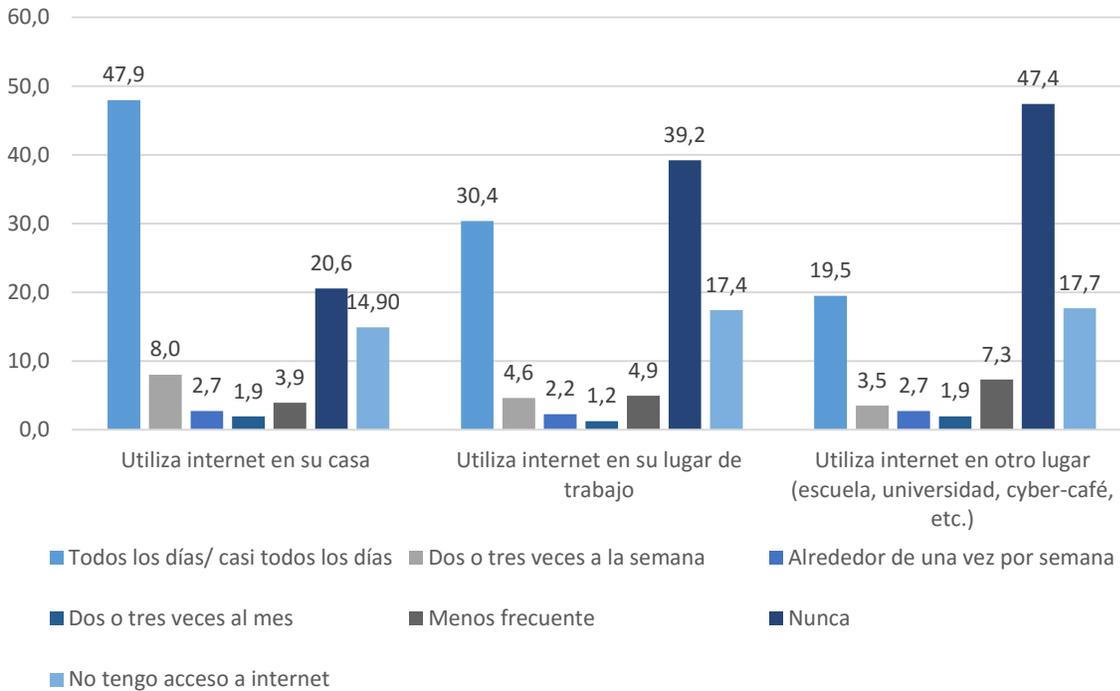


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Uso de internet**

El gráfico 40 muestra la frecuencia del uso de internet en distintos espacios. Menos de la mitad de las personas señala que utiliza internet todos o casi todos los días en su casa; 30,4% menciona que utiliza internet todos o casi todos los días en su lugar de trabajo y sólo el 19,5% utiliza internet todos o casi todos los días en otros lugares

GRÁFICO 40: LUGARES DONDE USA INTERNET

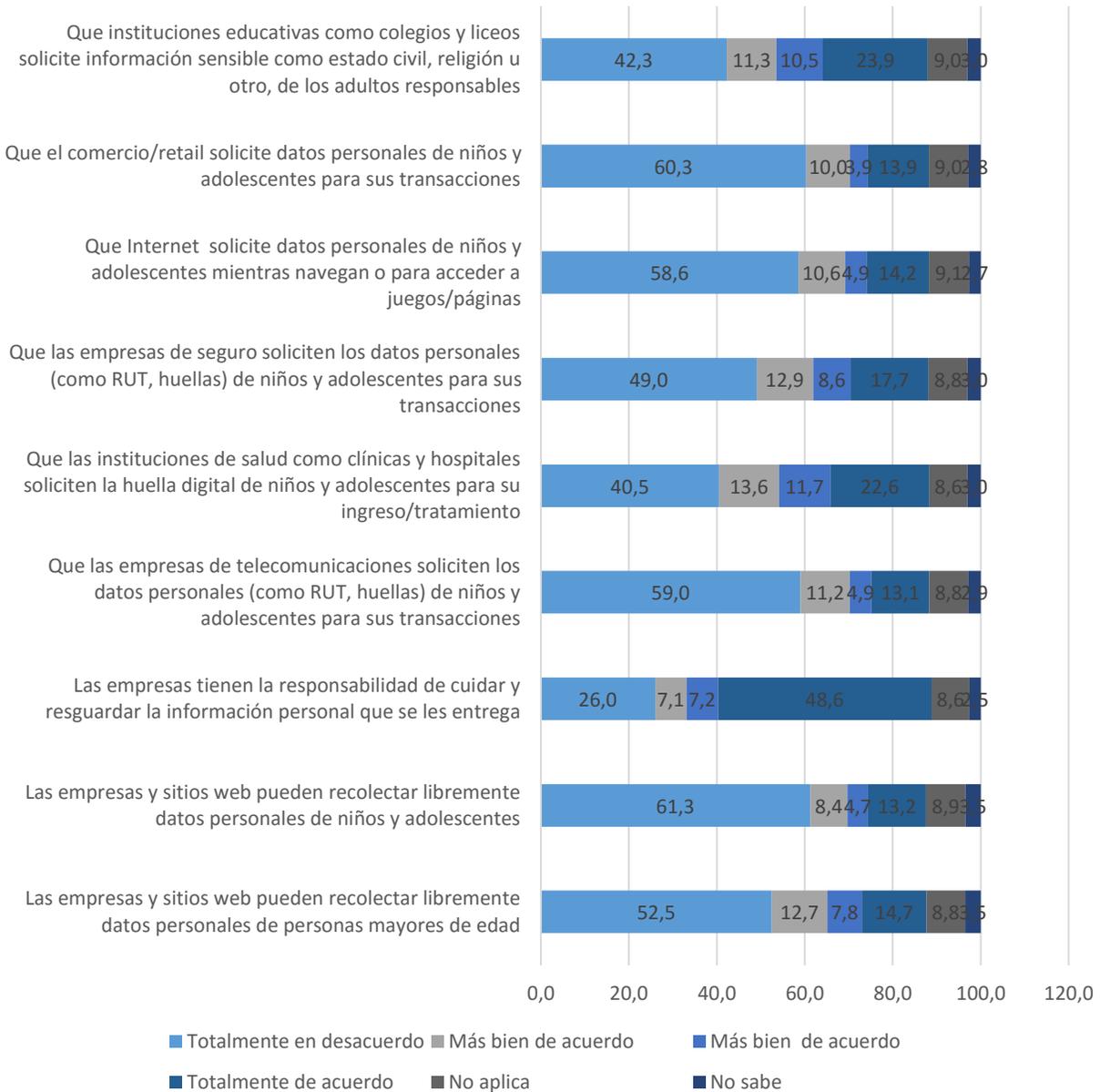


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Control**

Finalmente, se preguntó respecto a la opinión que tienen las personas sobre el manejo que realizan terceros de los datos de niñas, niños y adolescentes. En términos generales, existe un alto nivel de desacuerdo respecto a la recolección y uso de datos de menores, incluso en ámbitos como salud y educación.

GRÁFICO 41: PERCEPCIÓN FRENTE AL USO Y RECOLECCIÓN DE DATOS DE NNA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

3. Comparación con encuestas internacionales

En el siguiente apartado se presenta la situación de Chile, respecto de otros países que han sido medidos en temas relativos al tratamiento de los datos personales, a través de la encuesta Eurobarómetro 2010. Se tomarán en consideración dos dimensiones: qué se considera un dato personal y las percepciones que existen respecto al manejo de esto datos.

- **Información considerada como personal**

En la Tabla N° 17 a continuación se presentan los valores totales obtenidos en promedio por los países evaluados en la encuesta Eurobarómetro, los porcentajes obtenidos para la encuesta en Chile y la diferencia en puntos porcentuales entre ambas mediciones. Para la encuesta Eurobarómetro, el dato con un mayor porcentaje de menciones es la información financiera, le sigue la información médica y el número de identificación nacional. Para el caso de Chile, el número de identificación reúne el más alto porcentaje de menciones, seguidos por las huellas digitales y la dirección de la vivienda. Se destaca la diferencia de 19 y 29 puntos porcentuales que tienen la medición en Chile respecto a la información financiera y médica respectivamente.

TABLA 17. COMPARACIÓN EUROBARÓMETRO - ENCUESTA CHILE

	EUROBAROMETRO	CHILE	Diferencia
Información Médica (p. e. historia del paciente, información de salud)	74%	45%	29
Información Financiera (p. e. salario, detalle bancario, historia de crédito)	75%	56%	19
Fotos de ti	48%	35%	13
Quiénes son tus amigos	30%	18%	12
Tus gustos y opiniones	27%	17%	10
Cosas que haces (p. e. pasatiempos, deportes, lugares a los que vas)	25%	19%	6
Sitios web que visitas	25%	19%	6
Tu historia laboral	30%	27%	3
Tu número de teléfono móvil	53%	56%	-3
Tus huellas digitales	64%	72%	-8
Tu nacionalidad	26%	36%	-10
La dirección de tu vivienda	57%	69%	-12
Tu número nacional de identificación/número de tarjeta de identidad/número de pasaporte	73%	86%	-13
Tu nombre	46%	68%	-22

A continuación, se presenta el detalle por país encuestado.

TABLA 18. COMPARACIÓN EUROBARÓMETRO - ENCUESTA CHILE POR PAÍS

	Información Financiera (p. e. salario, detalle bancario, historia de crédito)	Información Médica (p. e. historia del paciente, información de salud)	Tu número nacional de identificación/número de tarjeta de identidad/número de pasaporte	Tus huellas digitales	La dirección de tu vivienda	Tu número de teléfono móvil	Fotos de ti	Tu nombre	Tu historia laboral	Quiénes son tus amigos	Tus gustos y opiniones	Tu nacionalidad	Cosas que haces (p. e. pasatiempos, deportes, lugares a los que vas)	Sitios web que visitas
EU27	75%	74%	73%	64%	57%	53%	48%	46%	30%	30%	27%	26%	25%	25%
BE	81%	84%	58%	55%	44%	48%	43%	35%	18%	25%	25%	18%	19%	18%
BG	55%	52%	92%	73%	43%	38%	28%	36%	11%	7%	6%	8%	9%	6%
CZ	82%	87%	90%	64%	45%	64%	43%	35%	26%	27%	19%	17%	21%	22%
DK	91%	87%	89%	69%	36%	43%	46%	23%	21%	33%	30%	15%	25%	40%
DE	87%	87%	77%	76%	69%	65%	67%	53%	50%	52%	50%	37%	46%	42%
EE	79%	81%	85%	66%	58%	54%	41%	44%	19%	22%	19%	22%	18%	18%
IE	89%	93%	81%	75%	66%	62%	57%	57%	48%	37%	25%	31%	24%	32%
EL	64%	62%	81%	77%	47%	50%	41%	41%	19%	19%	24%	10%	15%	16%
ES	75%	65%	73%	61%	52%	41%	41%	41%	36%	26%	27%	27%	27%	18%
FR	81%	82%	64%	60%	44%	50%	51%	33%	19%	33%	33%	20%	18%	24%
IT	70%	67%	54%	49%	53%	50%	40%	33%	16%	16%	15%	12%	18%	11%
CY	70%	64%	66%	70%	34%	46%	32%	23%	15%	11%	10%	11%	8%	9%
LV	79%	77%	86%	66%	55%	57%	45%	34%	18%	24%	16%	20%	18%	16%
LT	70%	66%	82%	59%	45%	52%	39%	49%	21%	20%	10%	21%	11%	12%
LU	90%	85%	68%	62%	49%	57%	51%	29%	25%	32%	24%	21%	21%	29%
HU	65%	61%	69%	63%	59%	43%	42%	54%	17%	22%	15%	25%	14%	12%
MT	83%	79%	53%	58%	42%	52%	54%	22%	26%	14%	10%	14%	11%	13%
NL	90%	86%	69%	69%	51%	56%	56%	34%	35%	42%	29%	24%	32%	40%
AT	73%	75%	67%	70%	75%	65%	58%	66%	43%	40%	41%	51%	40%	33%
PL	44%	46%	84%	52%	82%	49%	38%	84%	24%	13%	11%	33%	12%	10%
PT	64%	50%	73%	64%	49%	48%	41%	54%	24%	15%	16%	20%	14%	9%
RO	46%	50%	81%	57%	35%	28%	19%	32%	11%	9%	9%	11%	9%	5%
SI	88%	90%	75%	71%	51%	49%	46%	44%	29%	26%	19%	26%	22%	17%
SK	82%	84%	89%	58%	49%	53%	41%	35%	19%	18%	15%	18%	15%	18%
FI	88%	80%	85%	46%	32%	33%	38%	22%	19%	27%	20%	9%	13%	26%
SE	82%	89%	81%	65%	39%	40%	50%	28%	23%	38%	43%	19%	35%	44%
UK	81%	83%	77%	73%	71%	65%	55%	58%	44%	43%	32%	44%	32%	41%
CHILE	56%	45%	86%	72%	69%	56%	35%	68%	27%	18%	17%	36%	19%	19%

- **Percepciones respecto del manejo de los datos**

Además se presentan los resultados para una serie de indicadores respecto al manejo de los datos, donde comparamos las respuesta obtenidas por cada país, y le total nacional.

- **Si no entrega información personal no puede acceder a bienes y servicios**

Chile se encuentra entre los porcentajes más bajos de acuerdo con esta frase, con un 51%.

TABLA 19. COMPARACIÓN EUROBARÓMETRO - ENCUESTA CHILE POR PAÍS

	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	No Aplica (Espontánea)	No Sabe
CZ	70%	27%	1%	2%
FI	70%	25%	5%	0%
UK	65%	29%	3%	3%
BG	65%	22%	5%	8%
DE	64%	31%	2%	3%
NL	63%	34%	1%	2%
IE	63%	22%	6%	9%
LV	62%	24%	12%	2%
CY	61%	31%	2%	6%
AT	60%	29%	8%	3%
ES	60%	30%	6%	4%
DK	60%	32%	5%	3%
IT	59%	32%	4%	5%
SE	59%	34%	4%	3%
PL	59%	25%	9%	7%
MT	58%	31%	3%	8%
EU27	58%	32%	5%	5%
EL	57%	35%	5%	3%
SK	55%	36%	6%	3%
EE	54%	29%	13%	4%
BE	53%	40%	5%	2%
FR	51%	41%	5%	3%
CHI	51%	16%	1%	2%
LU	50%	38%	7%	5%
SI	47%	42%	9%	2%
PT	45%	39%	9%	7%
HU	44%	28%	18%	10%
LT	38%	41%	13%	8%
RO	33%	36%	5%	26%

- **El Estado le pide más y más información personal**

En esta segunda variable analizada, la ubicación de Chile también se encuentra entre los porcentajes más bajos de acuerdo con esta frase, con un 44%.

TABLA 20. COMPARACIÓN EUROBARÓMETRO - ENCUESTA CHILE POR PAÍS

	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	No Aplica (Espontánea)	No Sabe
EL	83%	14%	2%	1%
IT	76%	17%	3%	4%
DE	76%	22%	0%	2%
SI	72%	24%	2%	2%
ES	70%	23%	2%	5%
PT	70%	23%	4%	3%
AT	69%	25%	4%	2%
IE	69%	22%	3%	6%
BG	66%	25%	1%	8%
NL	65%	35%	1%	2%
UK	65%	30%	1%	4%
EU27	64%	29%	2%	5%
DK	64%	32%	1%	3%
CZ	62%	33%	1%	4%
CY	62%	34%	0%	4%
PL	61%	27%	3%	9%
BE	58%	37%	3%	2%
SK	52%	38%	4%	6%
HU	51%	40%	7%	2%
FR	50%	43%	2%	5%
FI	45%	47%	8%	0%
LV	44%	51%	2%	3%
CHILE	44%	21%	1%	1%
RO	43%	33%	3%	21%
LT	42%	44%	8%	6%
EE	40%	52%	6%	2%
SE	40%	52%	3%	5%
MT	39%	51%	0%	10%
LU	34%	57%	3%	6%

- **No me importa proveer información personal a cambio de servicios gratis (ejemplo, correo electrónico gratis)**

Siguiendo la misma tendencia de los ítems anteriores, Chile vuelve a ubicarse entre los porcentajes más bajos de acuerdo

TABLA 21. COMPARACIÓN EUROBARÓMETRO - ENCUESTA CHILE POR PAÍS

	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	No Aplica (Espontánea)	No Sabe
IT	56%	30%	10%	4%
DK	36%	55%	7%	2%
EE	32%	43%	21%	4%
SK	32%	53%	13%	2%
SE	32%	59%	8%	1%
AT	31%	47%	20%	2%
LV	31%	47%	19%	3%
NL	29%	66%	4%	1%
EU27	29%	51%	16%	4%
IE	27%	48%	17%	8%
UK	27%	55%	16%	2%
PL	27%	41%	27%	5%
BE	27%	60%	12%	1%
DE	26%	62%	10%	2%
LU	26%	53%	18%	3%
FI	26%	63%	11%	0%
MT	25%	41%	28%	6%
RO	25%	35%	19%	21%
ES	25%	53%	20%	2%
CZ	24%	59%	14%	3%
SI	23%	56%	17%	4%
FR	23%	62%	12%	3%
LT	22%	40%	29%	9%
PT	21%	41%	34%	4%
HU	21%	56%	18%	5%
CHILE	18%	45%	6%	2%
CY	15%	45%	33%	7%
EL	15%	55%	28%	2%
BG	15%	36%	39%	10%

4.2 Resultados encuesta controladores y procesadores de datos personales

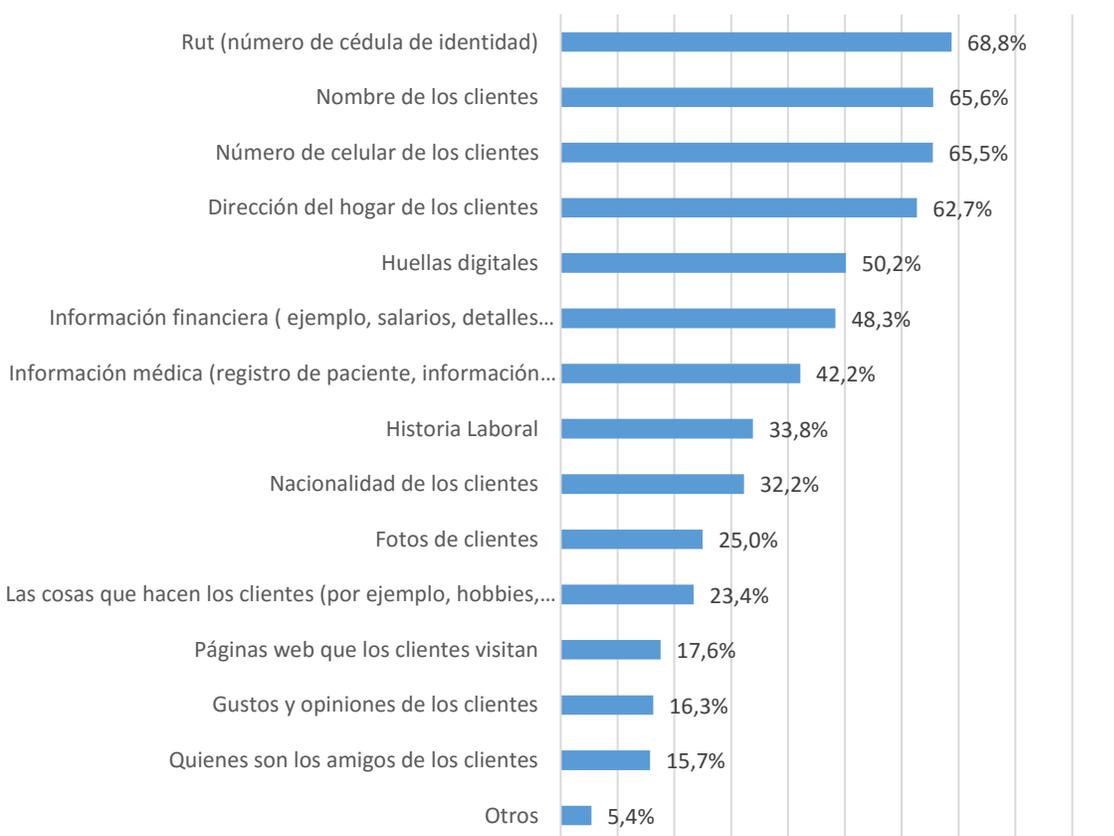
1. Resultados descriptivos por tema

En este apartado se presentaran los resultados descriptivos para cada una de las preguntas del cuestionario. Los temas a desarrollar serán equivalentes a los módulos del cuestionario y son los siguientes:

- **Caracterización de datos personales**

El gráfico 42 muestra la información que es considerada como personal por las entidades controladores o procesadoras de datos personales. La primera mención corresponde al RUT, con 68,8%, le sigue el nombre de los clientes y número celular de los clientes con 65,6% y 65,5% respectivamente.

GRÁFICO 42: INFORMACIÓN CONSIDERADA COMO DATO PERSONAL



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Respecto a los datos que las empresas y organizaciones recolectan, nos encontramos con que el 88,5% señala que su empresa maneja datos del nombre de los clientes, el 71,5% señala que su empresa maneja el Rut y el 68,0% números de celulares.

GRÁFICO 43: INFORMACIÓN RECOLECTADA POR LAS ENTIDADES

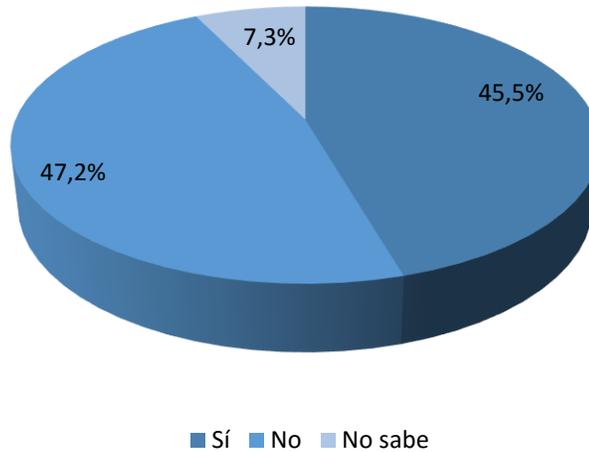


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Conciencia sobre condiciones de la ley de tratamiento de datos**

Respecto a la existencia de una política de tratamiento de datos personales en la empresa, 45,5% señaló no tener política de datos y el 45,5% sí mencionó contar con una política.

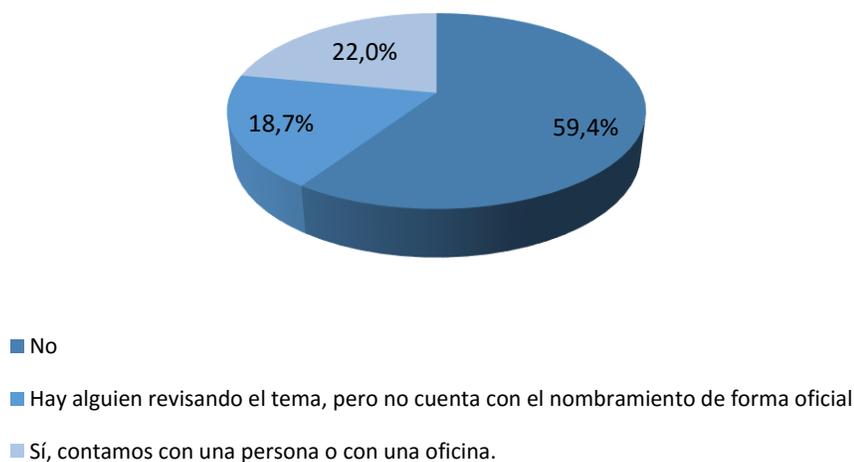
GRÁFICO 44: POLÍTICA DE TRATAMIENTO DE DATOS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

El gráfico 45 muestra el porcentaje de organizaciones que tiene asignado un responsable o responsables (departamento o comité) que supervise y atienda el cumplimiento de la normativa aplicable respecto al tratamiento de los datos. Sólo el 22,0% cuenta con esa asignación al interior de sus empresas.

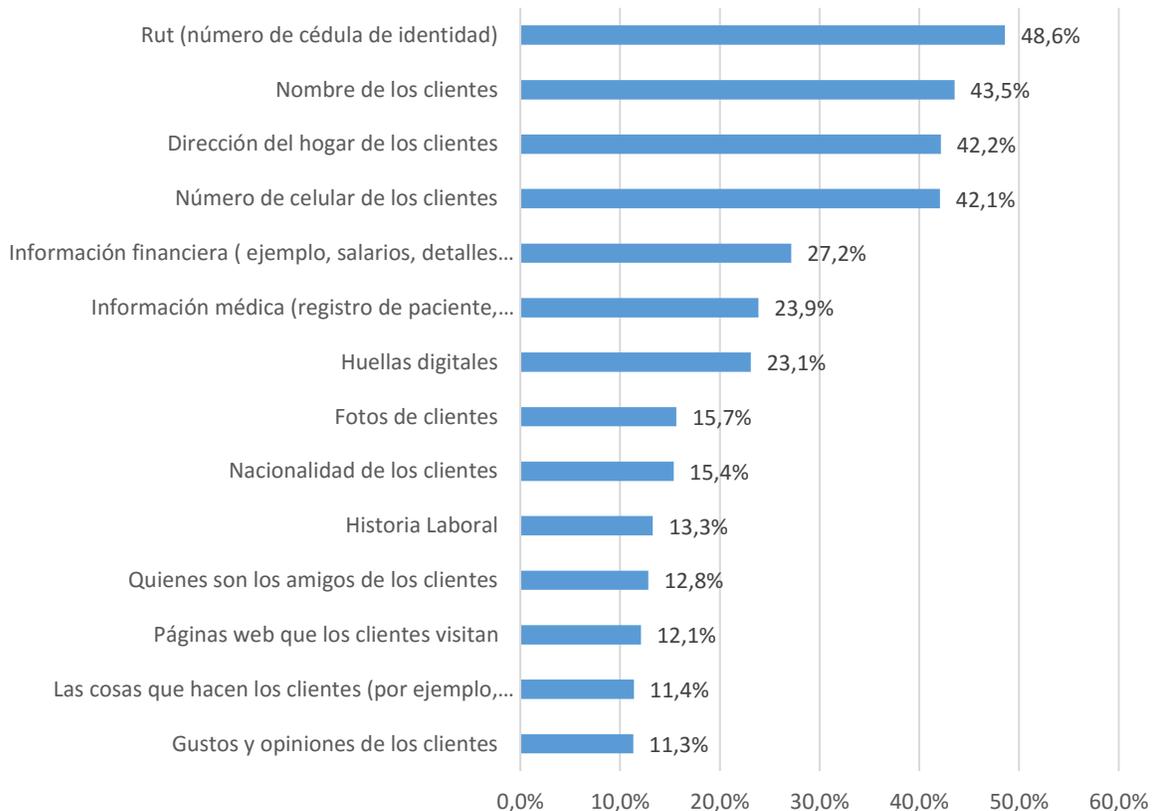
GRÁFICO 45: EXISTENCIA DE RESPONSABLE DEL CUMPLIMIENTO DE LA NORMA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

¿Qué entienden las organizaciones por datos sensibles? El gráfico 46 muestra la distribución de porcentaje por cada ítem. El que presenta un mayor porcentaje es el Rut, con 48,6%, le sigue la nombre de los clientes con 43,5% y la dirección y número de celular de los clientes con 42,2% y 42,1%, respectivamente.

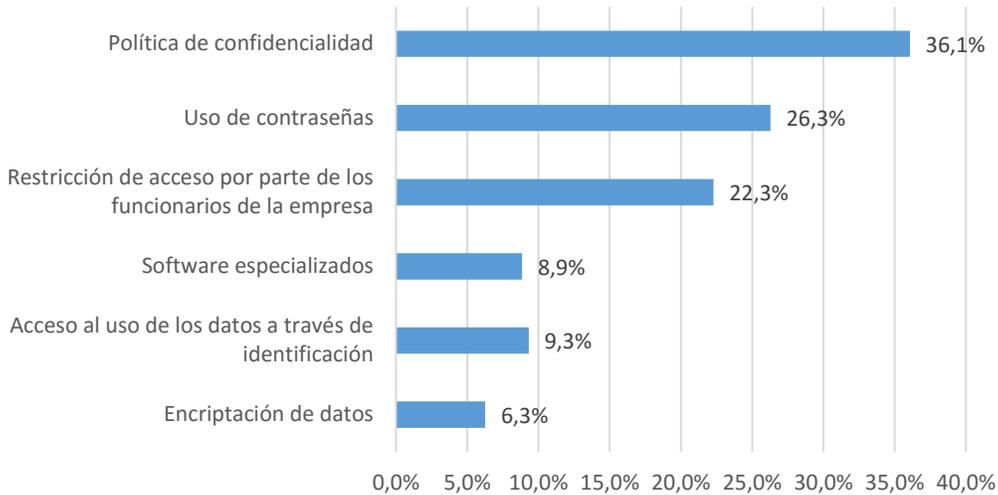
GRÁFICO 46: DATOS SENSIBLES



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Respecto a las medidas de seguridad para tratar los datos, las acciones que presentan un mayor porcentaje de menciones son la existencia de una política de confidencialidad, con 36,1%; el uso de contraseñas con 26,3% y la restricción de acceso con 22,3%.

GRÁFICO 47: MEDIDAS DE SEGURIDAD

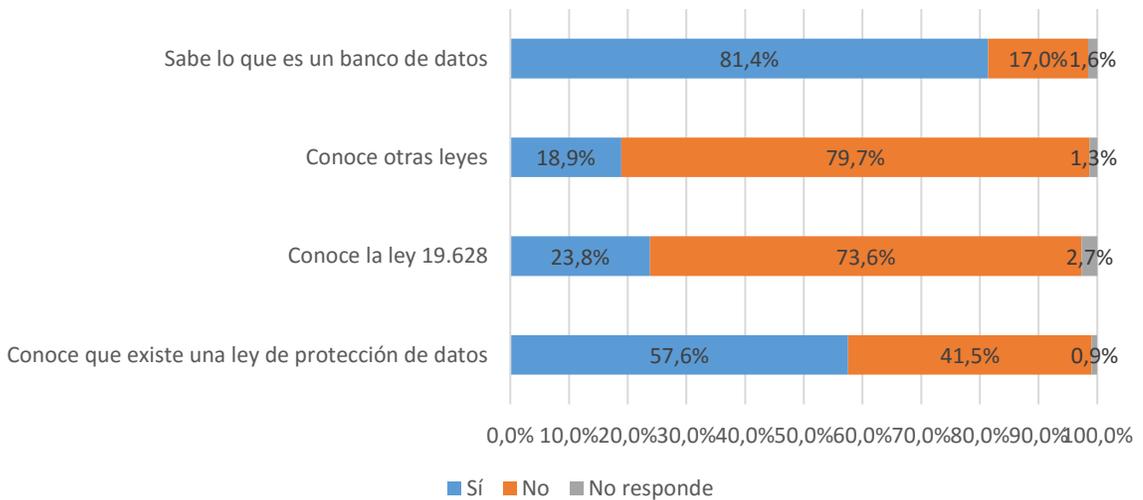


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- Conocimientos de la empresa sobre la ley de tratamiento de datos**

En términos generales, el nivel de conocimiento disminuye a medida que se hacen más específicos los temas consultados. Tal como muestra el gráfico 48, un 81,4% señala conocer lo que es un banco de datos, 57,6% conoce la existencia de una ley de protección de datos, y solo 23,8% conoce la ley 19.628.

GRÁFICO 48: CONOCIMIENTO NORMATIVA VIGENTE

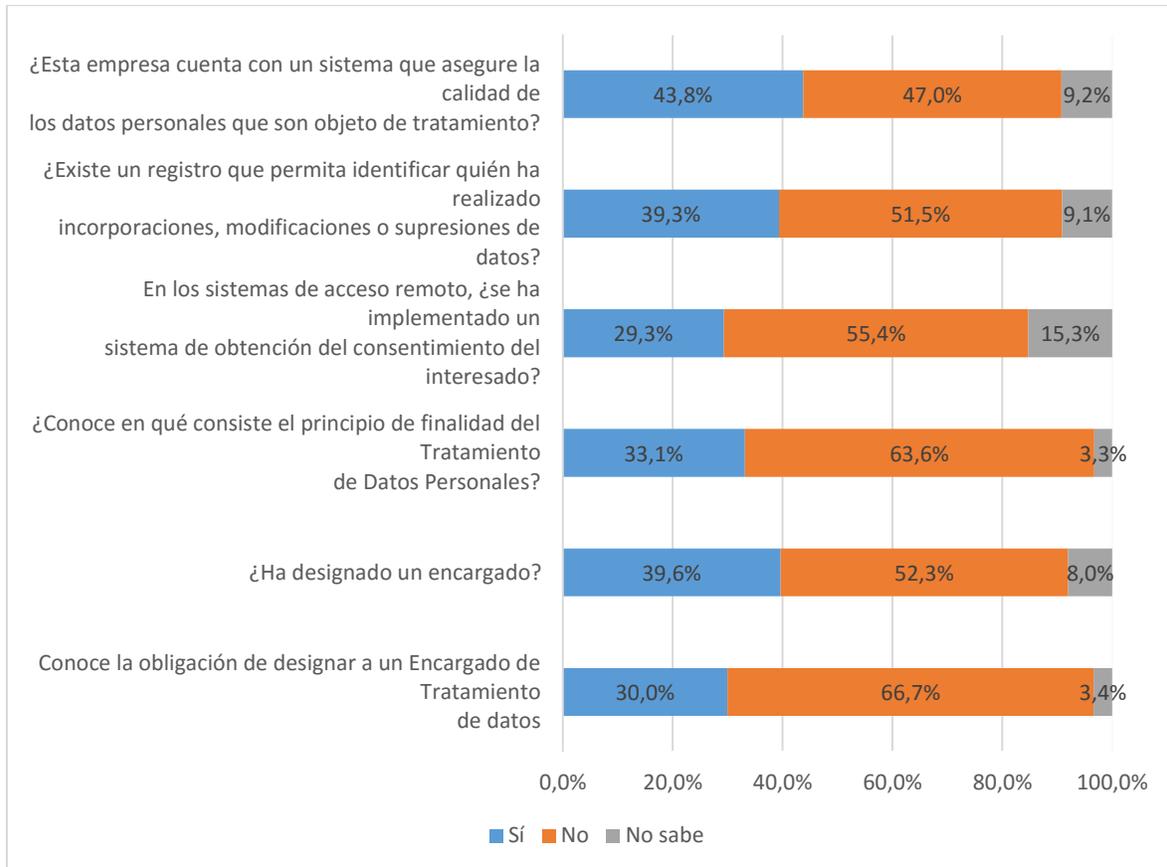


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Tratamiento de datos económicos, financieros, bancarios y comerciales**

El gráfico 49 muestra aspectos relacionados con la ley y su implementación en las distintas organizaciones. El 39,6% ha designado un encargado de datos personales, el 33,1% conoce el principio de finalidad, el 29,3% ha implementado un sistema de consentimiento remoto, el 39,3% cuenta con un registro que permita identificar cambios en los datos y finalmente el 43,8% cuenta con un sistema que asegure la calidad de los datos.

GRÁFICO 49: TRATAMIENTO DE DATOS

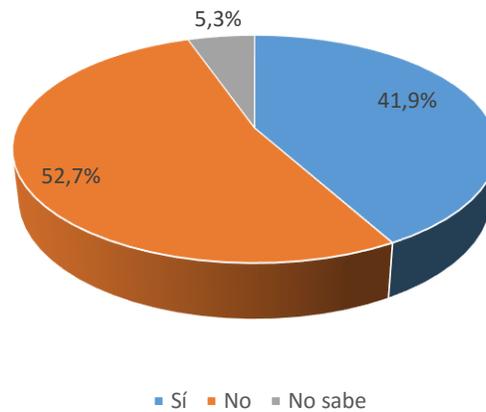


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Obligaciones laborales de las personas que trabajan con datos personales**

El gráfico 50 presenta el porcentaje de organizaciones que incluye en los contratos de trabajo de información para los empleados sobre cómo se tratan/manejan los datos, 52,7% señala que sus contratos no incluye información al respecto.

GRÁFICO 50: CONTRATOS DE TRABAJO



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Frente a la pregunta "Las obligaciones en relación al tratamiento de datos personales, ¿están documentadas y reflejadas en una Política de Tratamiento de Datos Personales e incorporadas en el reglamento de seguridad de la empresa?". Cerca del 55% señala o bien que existe pero no están incorporadas o no existe un documento formal como política o reglamento.

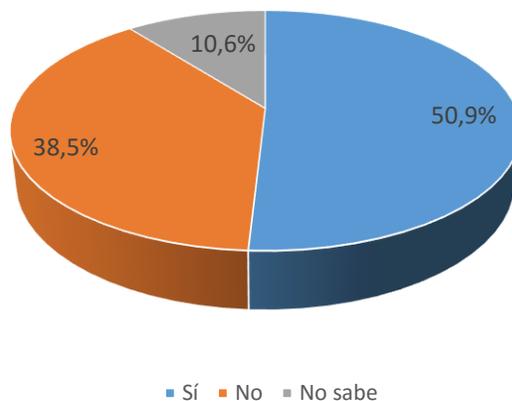
GRÁFICO 51: OBLIGACIONES EN POLÍTICA O REGLAMENTO



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Respecto a la percepción que existe sobre el conocimiento del personal de las organizaciones sobre las medidas de seguridad en materia de tratamiento de datos, un 50,9% señala que estas no son conocidas.

GRÁFICO 52: CONOCIMIENTO DEL PERSONAL SOBRE MEDIDAS DE SEGURIDAD

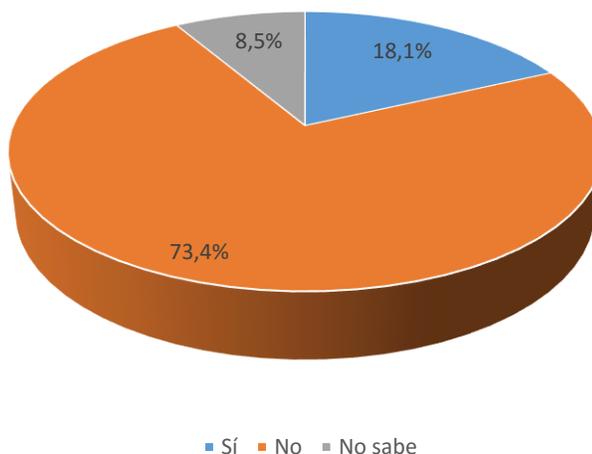


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Seguridad de datos personales**

El 73,4% de las empresas señala que su organización no tiene un procedimiento escrito para notificar y gestionar los incidentes de vulneración del tratamiento de los datos personales.

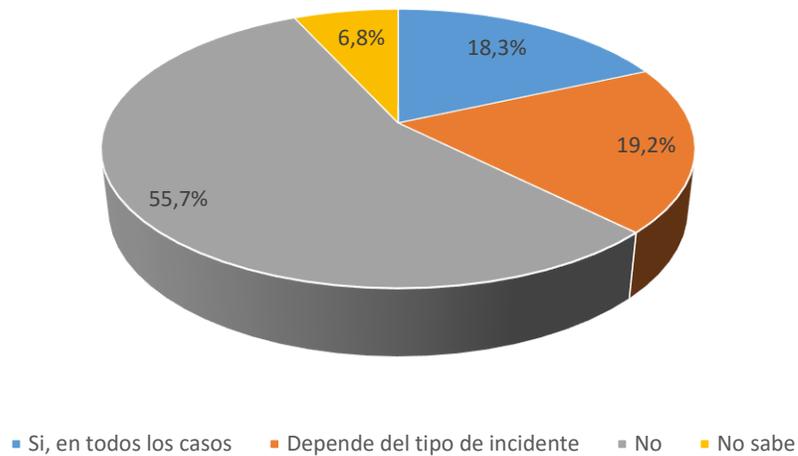
GRÁFICO 53: PROCEDIMIENTO VULNERACIÓN TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Respecto al registro de los incidentes de tratamiento de datos, 55,7% declararon no realizar un registro de dichos casos. Un 19,2% señaló que el registro de incidentes se realizaba dependiendo del tipo de incidente y sólo el 18,3% señaló que realizaba este registro en todos los casos.

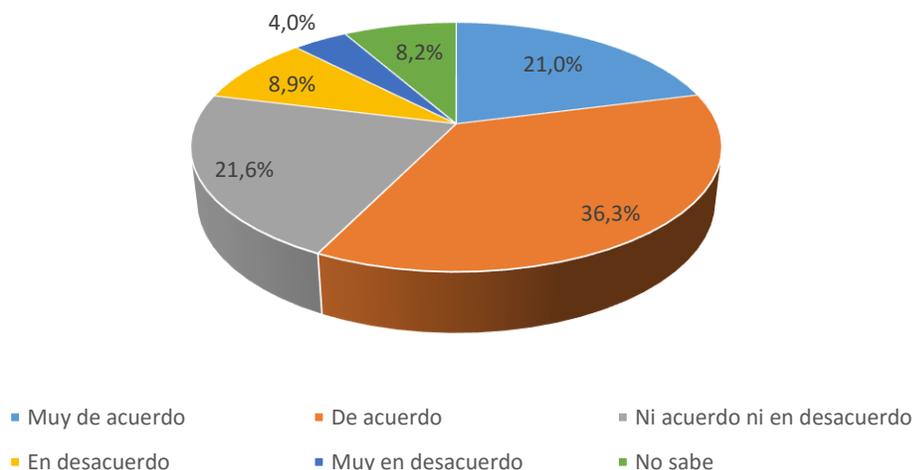
GRÁFICO 54. REGISTRO DE LOS INCIDENTES



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

A pesar de lo mencionado anteriormente, las organizaciones consideran que las medidas que adoptan para limitar el acceso del personal a los datos personales, soportes y recursos son suficientes.

GRÁFICO 55: QUÉ TAN DE ACUERDO O EN DESACUERDO ESTÁ CON LA SIGUIENTE FRASE: LAS MEDIDAS ADOPTADAS PARA LIMITAR EL ACCESO DEL PERSONAL A LOS DATOS PERSONALES, SOPORTES Y RECURSOS SON SUFICIENTES

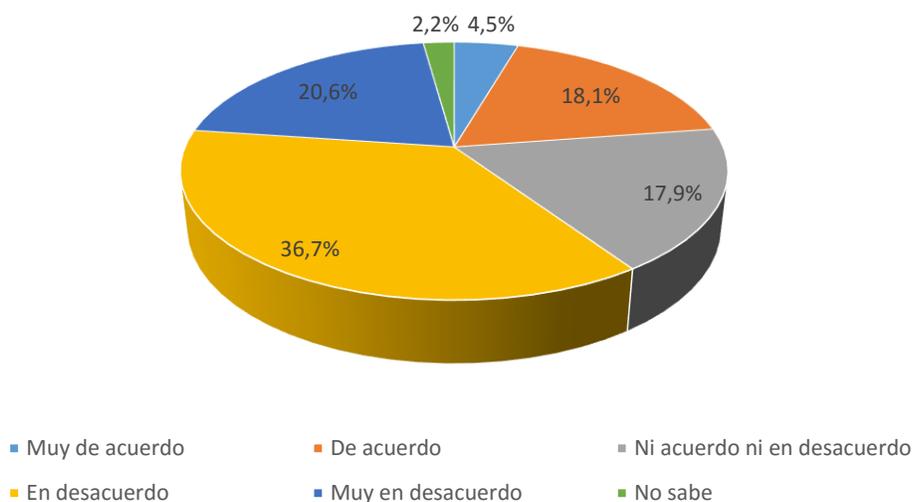


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Tratamiento de datos por mandato**

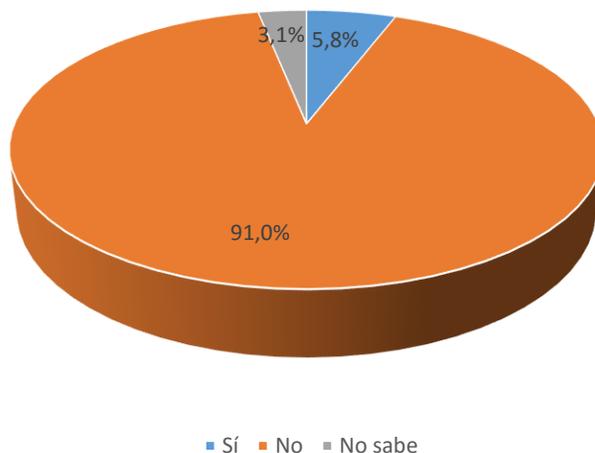
El gráfico muestra la opinión respecto de la externalización del tratamiento de los datos a terceros. Más del 50% no se encuentra de acuerdo con esta medida. Esto concuerda con que el 91,0% no externaliza los datos que maneja y trata su organización.

GRÁFICO 56: QUÉ TAN DE ACUERDO O EN DESACUERDO ESTÁ CON QUE UNA EMPRESA ENCARGUE EL TRATAMIENTO DE DATOS A EXTERNOS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

GRÁFICO 57: EXTERNALIZACIÓN DEL TRATAMIENTO DE DATOS

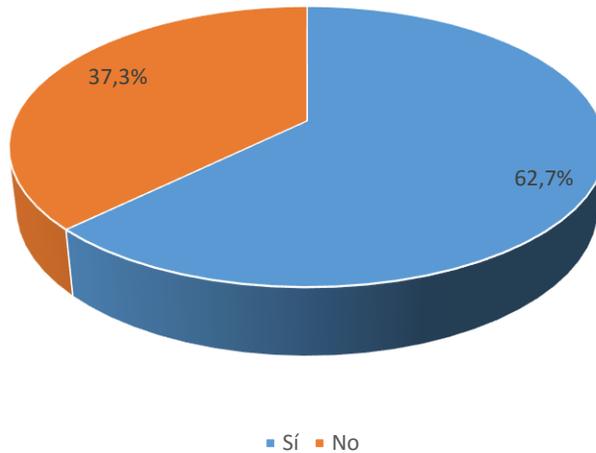


Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

- **Consentimiento e información**

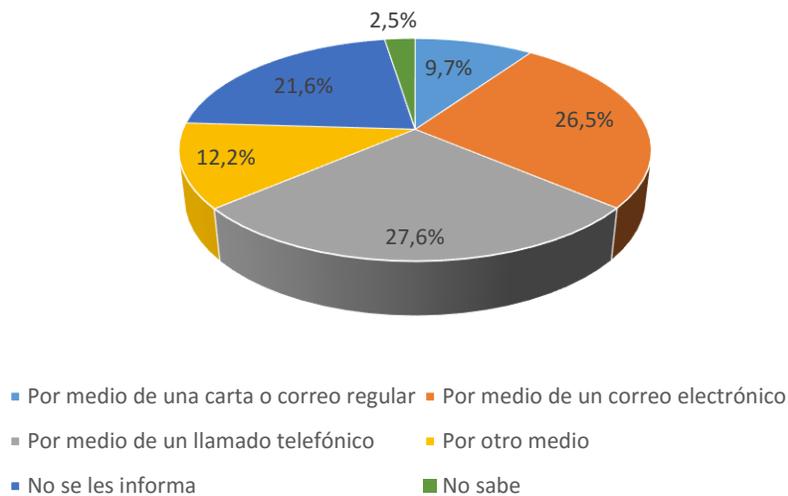
El gráfico 58 muestra que 62,7% conoce lo que es una fuente de acceso público. Además, destaca que el 21,6% señala que no informa a las personas que sus datos están siendo tratados y registrados. Mientras que de las empresas que informan, la mayoría utiliza principalmente medios electrónicos para esto.

GRÁFICO 58: CONOCIMIENTO FUENTE DE ACCESO PÚBLICO



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

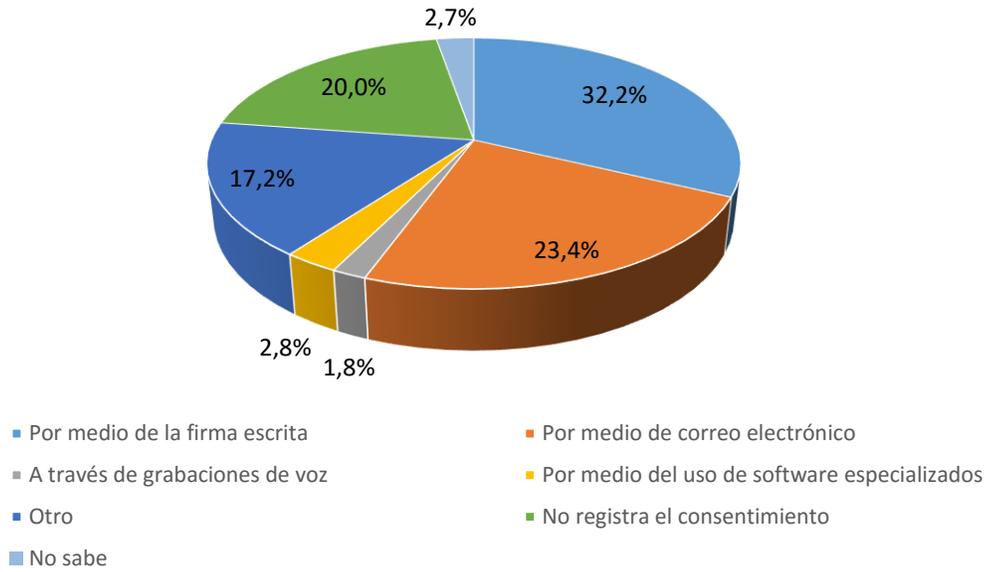
GRÁFICO 59: MEDIO POR EL CUAL INFORMA DEL TRATAMIENTO DE DATOS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

Por último, respecto al registro del consentimiento, encontramos que el 32,2% no registra el consentimiento. Entre las empresas que lo registran, la mayor parte lo realiza a través de medios físicos como es la firma escrita.

GRÁFICO 60: MEDIO POR EL CUAL SE REGISTRA EL CONSENTIMIENTO



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

4.3 Cálculo de brechas: Análisis de cumplimiento normativo y de percepción de cumplimiento de la normativa

El siguiente apartado tiene como objetivo describir las principales brechas detectadas a partir de la revisión de los datos levantados en ambas encuestas. En términos generales, se identificaron tres brechas, una que dice relación con el conocimiento o desconocimiento que tanto titulares como controladores/procesadores tienen respecto a lo estipulado en la normativa actual vigente; una segunda brecha que dice relación con la implementación de dicha normativa en las organizaciones y una tercera que apunta a diferencias en la percepción entre titulares y controladores.

1. Conocimiento de la normativa:

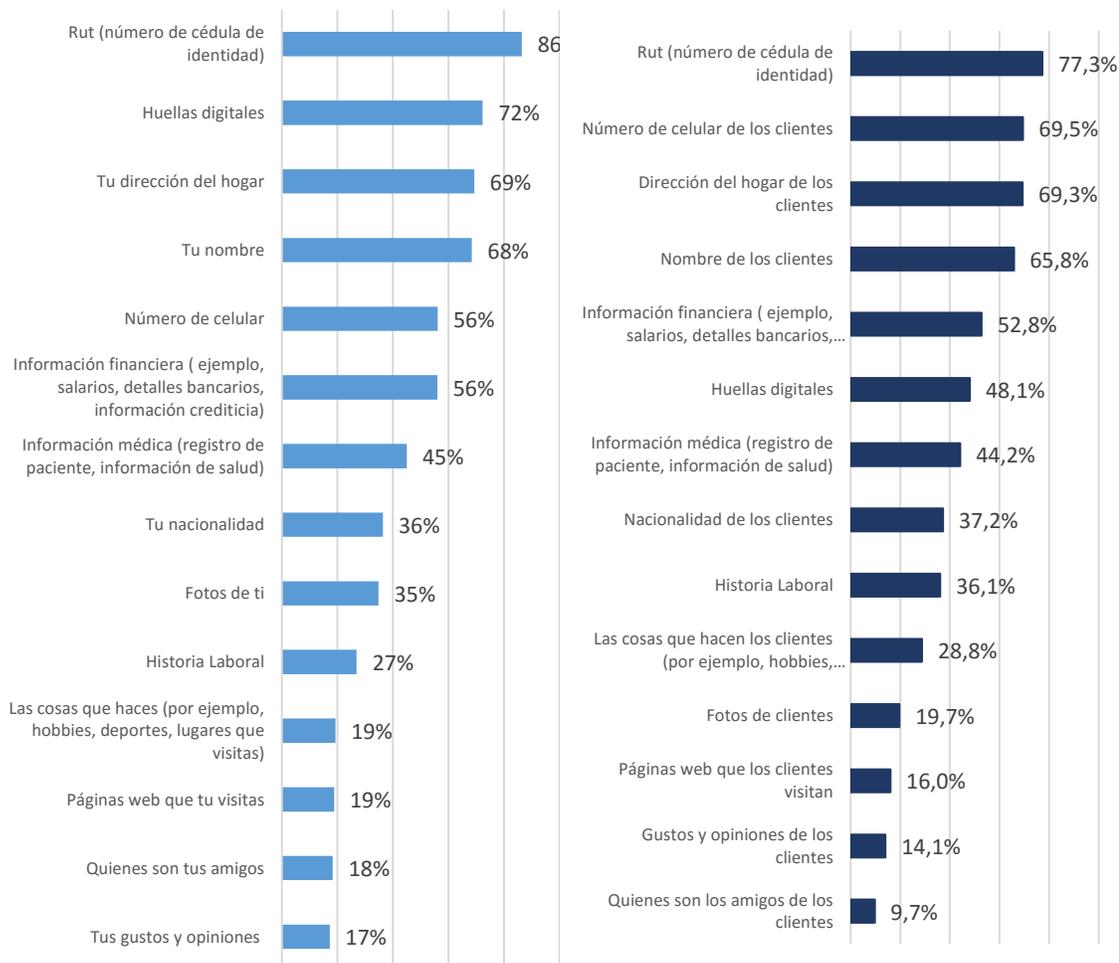
La primera brecha detectada dice relación con el conocimiento de la ley que tienen tanto los titulares de datos personales como los controladores y procesadores de los mismos. En ambos casos, existe un bajo nivel de conocimiento lo que deriva en poca conciencia de los derechos y deberes asociados a los datos.

¿Qué se entiende por dato personal? A continuación se presentan los datos para personas y organizaciones. El gráfico de la izquierda corresponde a personas y el de la derecha a organizaciones.

Lo primero que destaca es que en ambos casos el RUT es el dato más mencionado. En el caso de las personas, el segundo ítem con altas menciones son las huellas digitales, a diferencia de las organizaciones donde es el número de celular.

Si comparamos esto con los datos internacionales, nuevamente detectamos una diferencia ya que según la información entregada por la encuesta Eurobarómetro, es la información médica y financiera la más mencionada.

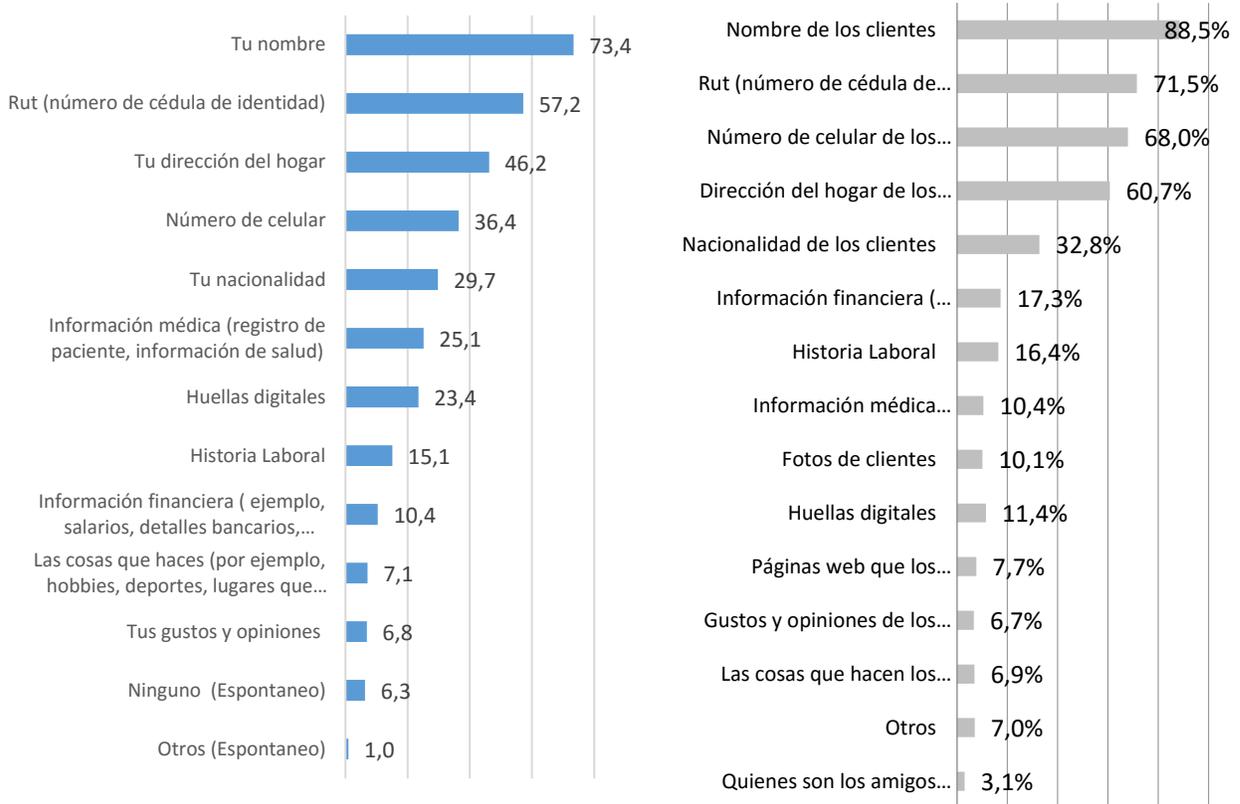
GRÁFICO 61: COMPARACIÓN QUÉ ES UN DATO PERSONAL: PERSONAS/ORGANIZACIONES



En esta misma línea, vemos que existe una concordancia entre los datos que las personas están dispuestas a entregar a terceros y los datos que las empresas y organizaciones efectivamente recolectan.

El gráfico de la izquierda, muestra la disposición de las personas a entregar los datos, y el de la derecha, los datos que recolectan las empresas, según lo declarados en la encuesta.

GRÁFICO 62: COMPARACIÓN DISPOSICIÓN A ENTREGAR DATOS VERSUS DATOS RECOLECTADOS



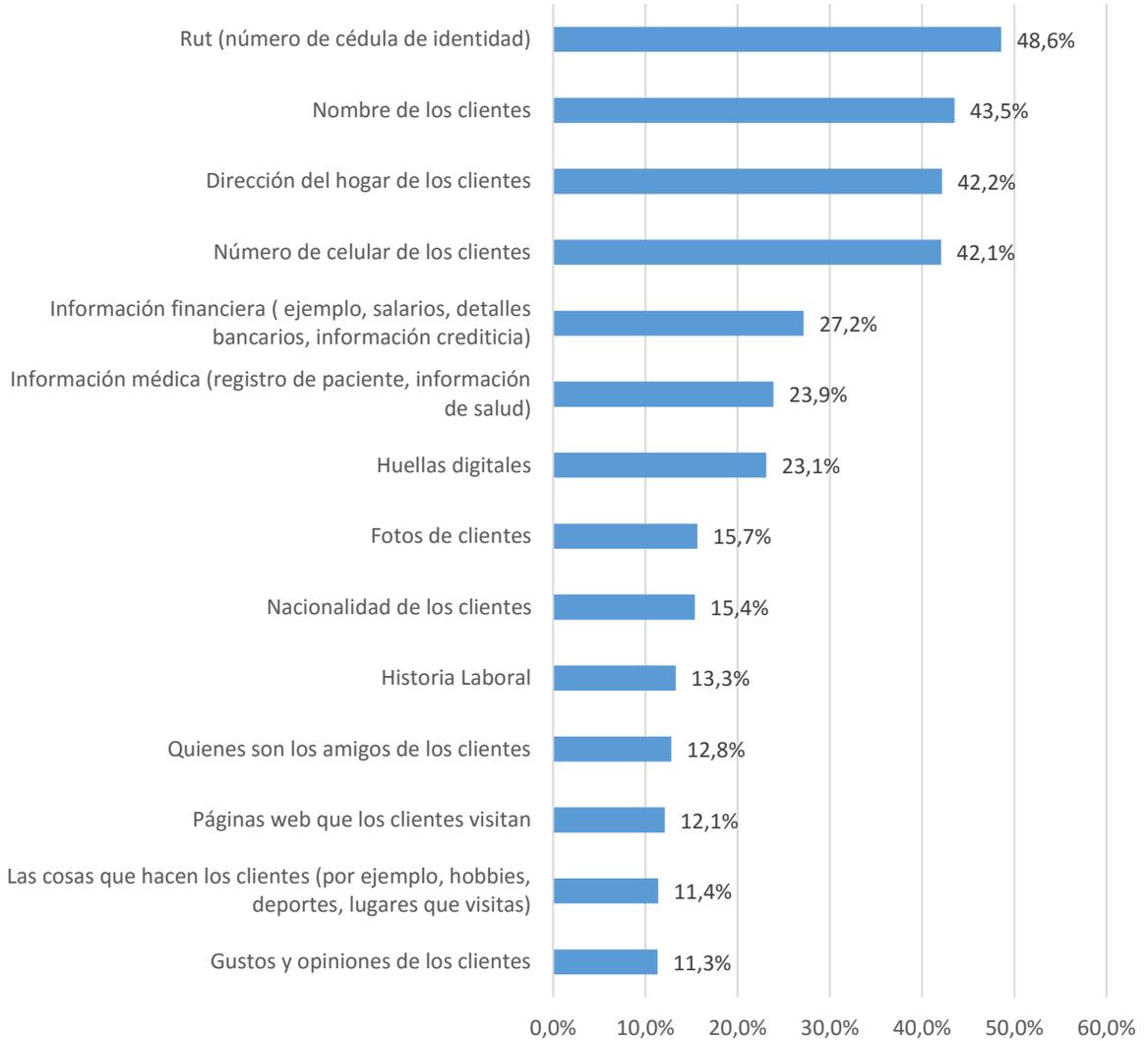
¿Qué se entiende por dato sensible? Esta pregunta fue realizada a controladores y procesadores de datos, por lo tanto, no existe una comparación entre muestras, si no, respecto a la normativa vigente. La normativa señala: "*Datos sensibles, aquellos datos personales que se refieren a las características físicas o morales de las personas o a hechos o circunstancias de su vida privada o intimidad, tales como los hábitos personales, el origen racial, las ideologías y opiniones políticas, las creencias o convicciones religiosas, los estados de salud físicos o psíquicos y la vida sexual*"²

Según lo señalado por las organizaciones, los datos que se señalan como sensibles no estarían dentro de lo categorizado por la ley, a excepción de la información médica, que aparece mencionada con 23,9%. En este punto, la brecha detectada dice relación con la

² Recuperado en : <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=141599>

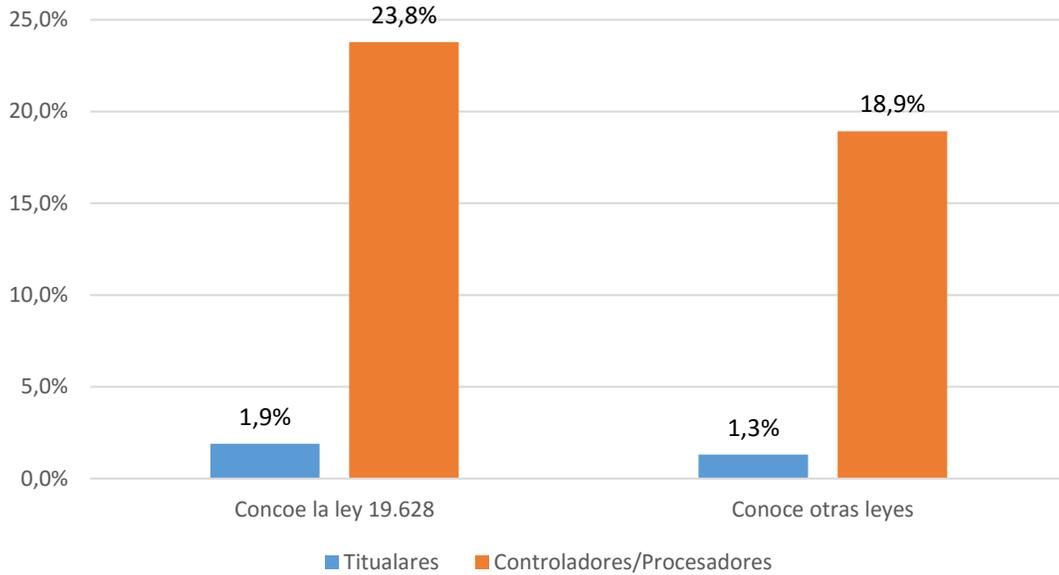
discordancia entre la normativa del tema y la concepción que existe respecto a los datos sensibles.

GRÁFICO 63: DATOS SENSIBLES



Cuando revisamos el conocimiento específico respecto a la ley y las normativas asociadas a la temática, se identifica un bajo conocimiento tanto de las personas como de las organizaciones. Además, se identifica una brecha entre ambas muestras.

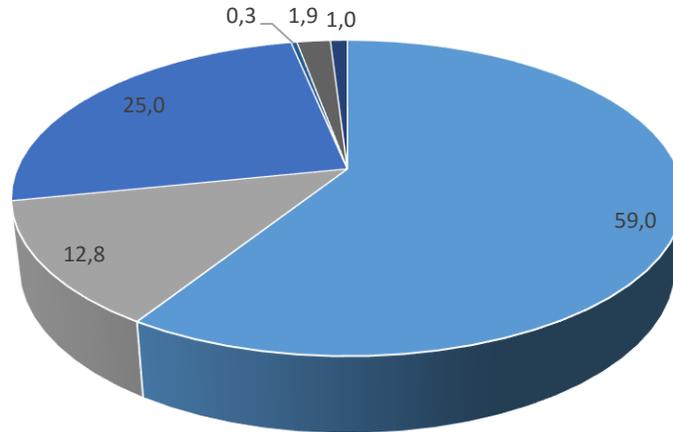
GRÁFICO 64: COMPARACIÓN CONOCIMIENTO DE LA LEY



2. Percepción entre personas y controladores:

Un primer punto a destacar dice relación con la atribución de la responsabilidad en la seguridad de los datos. Los responsables le asignan una alta responsabilidad personal y a la autoridad pública respecto de la seguridad de los datos y lo que se puede observar es que en un bajo porcentaje son mencionadas las empresas, a pesar que la regulación estipula procedimientos en estas materias.

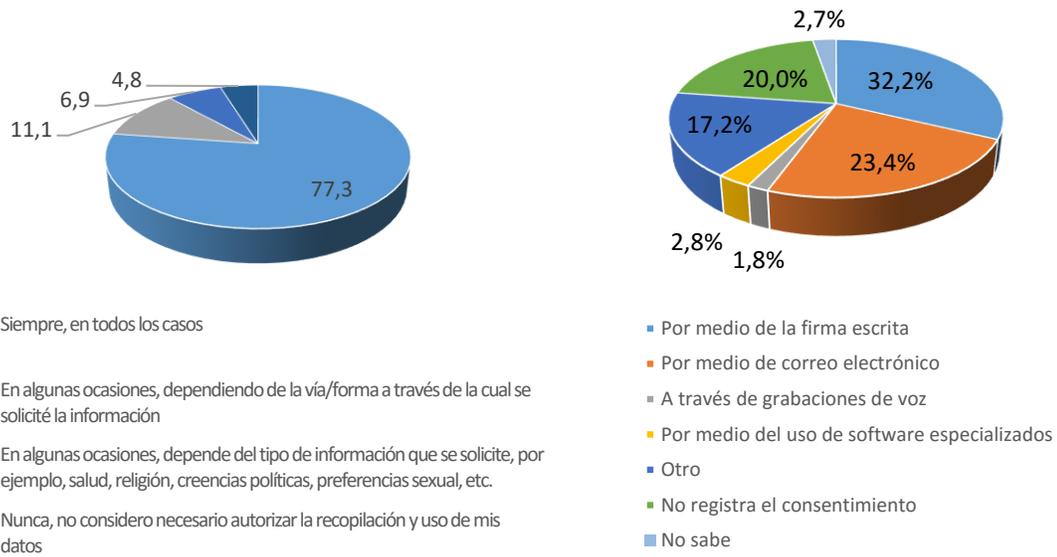
GRÁFICO 65: RESPONSABILIDAD DE ADMINISTRACIÓN DE DATOS



- Ud. – que necesita cuidar su información
- Empresas – que necesitan asegurar que procesan la información de forma segura
- Autoridades publicas – que necesitan asegurar la protección de los datos de los ciudadanos
- Otro
- Ud. nunca provee información personal
- No sabe/no responde (no leer)

La percepción respecto al consentimiento también es otro punto que se destaca. Para los titulares de datos, las organizaciones debieran solicitar siempre la aprobación para el uso de sus datos, sin embargo existe un 32,2% de organizaciones que señalan no registrar el consentimiento cuando recolectan datos. El gráfico de la izquierda muestra la percepción que tienen los titulares de datos, respecto de la aprobación para el uso de los mismos, según esto, 77,3% señala que debiera solicitarse siempre, en todos los casos la aprobación del uso. El gráfico de la derecha presenta el porcentaje de registro de los consentimientos por medio de las organizaciones.

GRÁFICO 66: COMPARACIÓN RESPECTO AL CONSENTIMIENTO Y APROBACIÓN



Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta

5. Conclusiones y Recomendaciones

En el presente informe se presentan los resultados de la primera Encuesta Nacional de Tratamiento de Datos Personales. Como se ha señalado previamente, dos encuestas componen los instrumentos de este estudio, una a personas y otra a empresas. Ambos instrumentos permiten caracterizar de manera agregada las percepciones de los titulares y controladores/procesadores de datos personales en diferentes materias.

Las estadísticas presentadas en este informe dan cuenta que un 86% de las personas titulares consideran como "Dato Personal" el Rut (número de cédula de identidad), seguido por el 72% que considera las huellas digitales, un 69% piensa que es la dirección del hogar la información personal y el 68% opina que el nombre es un dato personal. Cuando esta información es contrastada con la información que están dispuestas a entregar las personas, observamos que el 73% señala el nombre, el 57% el Rut, el 46% la dirección del hogar y el 36% la nacionalidad como datos que estaría dispuestos a entregar. En cambio, solo el 23% estaría dispuesto a entregar las huellas digitales.

Por otro lado, los resultados muestran que el 58% de las personas consultadas señala estar totalmente de acuerdo con la siguiente afirmación "Las empresas acceden a su información aunque usted no les de permiso". Esta percepción, va en línea con que el 52% de la población encuestada indica que "Si no entrega información personal no puede acceder a bienes y servicios" y el 45% señala que le "...importa proveer información personal a cambio de servicios gratis (ejemplo, correo electrónico gratis". Adicionalmente, cuando se les pregunta a las personas con qué frecuencia revelan información de manera presencial o telefónica el 54% señala que nunca o casi nunca entrega información mediante este medio.

Los resultados que dan cuenta de la percepción de control que tienen las personas sobre sus datos muestran que el 79% de la población encuestada señala que no tiene control o tiene solo un control parcial de los datos que entrega de manera presencial o telefónica. Similares cifras se observan respecto de la percepción de control de datos entregados vía on-line donde el 58% declara que no tiene control o tiene un control parcial. Estas cifras cobran relevancia cuando aproximadamente 9 de cada 10 personas declaran que, no tener control sobre los datos que entrega de forma presencial o telefónica, es algo bastante grave o muy grave.

Los riesgos percibidos como los más graves al entregar información personal de forma presencial o telefónica son: que pueden llegar a ser víctimas de fraudes (81%), que su identidad sea usada para propósitos fraudulentos (70%) y que su información sea utilizada sin su conocimiento (69%). Otros riesgos que más de las mitad de personas consultadas considera como algo grave al momento de entregar información son: que su integridad se ponga en riesgo (54%), que su información este siendo compartida a terceros (empresas privadas o entidades públicas) sin su consentimiento (53%) y que su información sea robada (52%).

Cuando a las personas se les consulta por la transparencia y protección que las empresas tienen al manejar sus datos personales se observa una alta preocupación por parte de las personas. Por "transparencia de la información" se consultó respecto de la disponibilidad que otros tienen para acceder a sus datos personales a través de una vía formal. De una escala de 1 a 10, donde 1 es nada preocupado y 10 es muy preocupado, un 50% puntuó con nota 8 o más su grado de preocupación sobre la transparencia en el manejo de su información. Por otro lado, entendiendo la "protección de los datos personales" como aquello que obliga a mantener esta información sin posibilidad de que sea usada por terceros, cuando a la gente se le consultó por su grado de preocupación 6 de cada 10 personas puntuaron con nota 8 o más si nivel de preocupación.

Otro resultado que arroja el estudio, es que la mayoría de las personas encuestadas (68%) no consulta de dónde se obtuvieron los datos cuando los llaman terceros para ofrecerles productos. Además, cuando se consulta sobre el origen de los datos un 59% puntúa su grado de información con nota 3 o menos, donde en una escala de 1 a 10, 1 es nada informado y 10 es totalmente informado. Igual de importante es que solo un 70% de la población declara no exigir información sobre quién tendrá acceso a sus datos, cuando entrega dicha información a terceros. Y un 57% del total de entrevistados señala que nunca o rara vez está informado por el uso posterior de sus datos.

La mayoría de las personas consultadas (77%) indica que siempre se debería solicitar su aprobación explícita y manifiesta antes de recopilar y procesar cualquier información personal suya.

Dentro de las acciones que toman las personas para proteger su identidad cuando se le consulta por información personal de manera presencial o telefónica un 56% de las personas encuestadas indica que entrega la mínima información requerida, mientras que un 43% expresa que entrega información solo a personas u organizaciones en que confía. Por otro lado, cuando se consulta por las acciones para proteger su identidad en el caso de información entregada vía on-line, se observa que hay un menor nivel de acciones para proteger la seguridad: un 16% revisa que las transacciones estén protegidas o que el sitio tenga la etiqueta de seguridad, un 16% borra los cookies, un 15% usa herramientas y estrategias para limitar los correos no deseados y un 14% evita entregar la información a diferentes sitios.

La percepción y el conocimiento que las personas tienen de las instituciones que recolectan datos es relevante para evaluar cualquier tipo de política pública en la materia. Al enlistar de más a menos frecuentes, las instituciones según la proporción de personas que declaran entregar información a estas, se observa el siguiente orden: instituciones de salud, negocios en línea, servicios públicos, instituciones de educación, bancos e instituciones financieras, empresas proveedoras de telefonía celular e internet y finalmente tiendas y almacenes. Dentro de este listado, aquellas instituciones en que las personas señalan confiar menos, están: los negocios en línea, las empresas proveedoras de telefonía celular e internet, las tiendas y almacenes, y los bancos e instituciones financieras.

En general, el conocimiento que muestran las personas de la ley actual de tratamiento de los datos es bajo. Por ejemplo, un 96% declara no conocer la Ley 19.628 y aproximadamente un 86% de las personas señala no conocer los derechos de acceso, cancelación, modificación, oposición, bloqueo e impugnación establecidos en la ley vigente.

Como parte del estudio, es posible comparar los resultados entre chilenos y los países de Europa, respecto de la información considerada como personal por la población. Los resultados, muestran que en Chile, la información considerada como dato personal por la mayoría de las personas consultadas no tiene un correlato con lo observado en el promedio de países europeos. Por ejemplo, de acuerdo a los datos del Eurobarómetro, un 74% de la población europea consultada considera la información médica como personal, mientras que en nuestro país solo un 45% de las personas consultadas opina de igual manera. En el promedio de los países Europeos, un 75% considera la información financiera como un dato personal, mientras que en Chile solo el 56% opina de que dicha información debe considerarse como dato personal. Por otro lado, en nuestro país, el 86% de la población opina que el número nacional de identificación (Rut) es un dato personal, comparado con el 73% observado en el promedio de los países europeos. De igual manera, un 72% en Chile considera las huellas digitales como dato personal, mientras que en los países europeos consultados en el estudio comparable, solo un 64% considera dicha información como personal.

Los resultados de la encuesta a titulares de datos deben ser analizados de la mano del estudio a empresas procesadoras/controladoras de datos personales. Los resultados muestran que la información más recolectada por las empresas son el nombre (89%), el Rut (72%), el número celular (68%) y la dirección de los clientes. Adicionalmente, un 47% indica tener una política de tratamiento de datos personales y un 59% señala que no cuenta con una persona responsable del cumplimiento de la norma dentro de su organización.

Otro resultado a resaltar, es que entre un 42% y 48% de las empresas, considera que la información que más frecuentemente recolectan de las personas (Rut, nombre, dirección y número de celular de los clientes) es información sensible. Sin embargo, solo un 36% de las empresas señala tener una política de confidencialidad. Las otras dos medidas de seguridad que las empresas declaran son el uso de contraseñas (26%) y la restricción de acceso por parte de los funcionarios de la empresa (22%).

Respecto del conocimiento de las leyes que rigen la materia de tratamiento de datos personales, si bien un 58% indica si conocer la existencia de una ley de protección de datos, un 74% de las empresas consultadas indica no conocer la Ley 19.628 y un 80% de las mismas responde que tampoco conoce otras leyes que traten la materia. Sin embargo, un 81% de las controladores de datos que participaron del estudio señalan si saber lo que es un banco de datos.

Cuando se analiza en manejo o tratamiento de dan las empresas respecto del tratamiento de datos económicos, financieros, bancarios y comerciales, se observa que la mayoría de estas no tiene un adecuado sistema que permita tratar adecuadamente los datos que recolectan. Por

ejemplo, de las empresas que participaron en el estudio, el 47% no cuenta un sistema que asegure la calidad de los datos personales que tratan, el 52% no tiene un registro que permita identificar a quién ha realizado modificaciones, incorporaciones, supresiones a los datos, el 55% no ha implementado un sistema de obtención de un consentimiento del interesado, el 63% no conoce el principio de finalidad del Tratamiento de Datos Personales y un 52% no ha designado a un encargado de manejar el tratamiento de los datos personales que la empresa realiza.

Los resultados de este estudio muestra que un 73% de las organizaciones no cuenta con un proceso de vulneración en el tratamiento de datos personales y un 56% de los controladores indican no realizar un registro de incidentes hayan podido vulnerar el tratamiento de los datos personales. La falta de medidas de seguridad respecto del tratamiento de los datos personales, declaradas por las empresas, contrastan con que el 58% de las empresas que participaron del estudio señalan estar de acuerdo o muy de acuerdo con que las medidas adoptadas para limitar el acceso del personal a los datos personales, soportes y recursos son suficientes.

El consentimiento que las empresas entregan a las personas respecto del tratamiento de datos personales se realiza principalmente por medio de un llamado telefónico (28%), seguido por envío mediante correo electrónico (27%) y envío de carta o correo regular (9,7%). Un 22% de las empresas procesadoras/controladoras señala que no envía dicha información. Por último, respecto al registro del consentimiento, encontramos que el 32% de la empresas no registra dicha acción. Entre las empresas que lo registran, la mayor parte lo realiza a través de medios físicos como es la firma escrita (32%).

Además, este estudio da cuenta las brechas que existen en el cumplimiento normativo y de percepción de cumplimiento de normativa entre los titulares y los procesadores/controladores de datos personales. Respecto del conocimiento de la normativa, vemos que en general ambos grupos tienen un conocimiento muy bajo o bajo de la normativa que rige el tratamiento de los datos personales. Sin embargo, las empresas muestran un mayor conocimiento agregado que las personas titulares de sus datos de la Ley 19.628 (24% comparado con el 2%) y otras leyes (19% comparado con e 1%).

La percepción respecto al consentimiento también es otro punto que se destaca. Para un 77% de las personas titulares de datos, las organizaciones debieran solicitar siempre la aprobación para el uso de sus datos, sin embargo un 32,2% de organizaciones señalan no registrar el consentimiento cuando recolectan datos.

En general, se observa que aquellos datos que las personas más frecuentemente señalan como datos personales, son los datos que las empresas también identifican como información de carácter personal. Al comparar estos resultados con lo observado para el promedio de países de Europa, llama la atención que ni empresas ni personas consideren de manera más frecuente la información médica, financiera y la huella digital. En los países de Europa, éstas categorías son mayoritariamente consideradas por la población como datos personales.

En términos agregados este estudio permite realizar un primer diagnóstico de la situación, tanto para titulares como para empresas procesadoras/controladoras, de diferentes ámbitos

importantes sobre el tratamiento de los datos personales en Chile. Al ser el primer estudio en esta materia en el país, una serie de mejoras se pueden hacer para los siguientes levantamientos. Entre ellos, cabe destacar:

1. Elaborar una agenda de trabajo con el Instituto Nacional de Estadísticas que le permita a la Subsecretaría contar, al momento del levantamiento de los datos, de la versión más actualizada disponible del Marco Muestral de Empresas, con la completitud de información de tamaño y rubro de actividad económica.
2. Evaluar la extensión del cuestionario y las priorización de temáticas para los futuros levantamientos. Esto permitirá, de la misma forma que se realiza en estudios de percepción similares como el Eurobarómetro, construir un instrumento de medición periódico y dinámico. Periódico, porque se establece la frecuencia en que la Encuesta Nacional de Tratamiento de Datos Personales debe realizarse para cumplir los objetivos y necesidades de información que se estimen relevantes. Y dinámico, porque permite cambiar las temáticas a evaluar año a año dependiendo de las necesidades de información de la Subsecretaría. Lo anterior no afecta la comparabilidad entre estudios, en la medida que un núcleo de preguntas sean mantenidas para poder hacer seguimiento de los temas considerados más relevantes.
3. Evaluar la duración del proyecto en todas sus etapas. En general, los tiempos en los que se elaboró el proyecto fueron ajustados y si bien se logró cumplir cada uno de los objetivos, una mayor holgura permitiría mayor tiempo para el análisis de los resultados asociados al levantamiento de datos, evaluación cualitativa más extensa del entendimiento de las preguntas, entre otras materias.
4. Evaluar la posibilidad de focalizar la muestra de empresas en sectores de actividad económica que sean considerados de mayor relevancia para el estudio de la Subsecretaría. Del resultado del trabajo de campo de empresas procesadoras/controladoras, se concluye que los sectores que parecieran ser los más relevantes (Información y comunicaciones; Actividades financieras y de seguros), son aquellos que presentan mayor reticencia a contestar la encuesta. Elaborar nuevas estrategias de acercamiento a estas empresas para invitar a participar y evaluar adecuadamente y con tiempo su éxito o fracaso, por ejemplo mediante un estudio piloto, podría mejorar el desempeño en el trabajo de campo. Focalizar la muestra en menos actividades supone también poder tener suficiente poder estadístico para testear hipótesis entre grupos relevantes, como empresas de diferente tamaño o de diferentes rubros de actividad económica.

5. Finalmente, es importante mencionar que la interpretación de los resultados debe ser tratada con responsabilidad y en consideración del diseño muestral del estudio. Los objetivos y el diseño muestral establecido en las bases de licitación solo permiten obtener estimaciones de parámetros poblacionales con errores muestrales inferiores al 5% para algunos grupos de población y para la población total de cada encuesta. En la encuesta de personas titulares el error muestral estimado fue de 2,4% para una proporción de 86%³, con un coeficiente de confianza que permite asegurar un 95% de confianza. En la encuesta a procesadores/controladores el error muestral estimado fue de 2,9% para una proporción de 77%⁴, con un coeficiente de confianza que permite asegurar un 95% de confianza. Las estimaciones y comparaciones entre grupos, por ejemplo entre rubros de actividad económica en el caso de la encuesta a procesadores/controladores o por ejemplo entre tramos etarios o nivel socioeconómico en el caso de la encuesta a titulares, deben evaluarse caso a caso.

³ La pregunta utilizada por su relevancia para esta estimación fue: "De la siguiente lista, ¿cuáles considera usted que son datos personales? Rut (número de cédula de identidad)"

⁴ La pregunta utilizada por su relevancia para esta estimación fue: "De la siguiente lista, ¿cuáles considera usted que son datos personales? Rut (número de cédula de identidad)"

Centro UC

Encuestas y Estudios Longitudinales