

Producto N°3: Informe Final de Resultados

Estudio sobre el impacto comunicacional de la reforma
previsional en la ciudadanía

Subsecretaría de Previsión Social — Túinfluyes.com

Junio, 2025

Índice

1. Presentación del Estudio	3
2. Objetivos del estudio	3
3. Metodología	4
4. Trabajo de campo.....	5
5. Resultados	6
6. Conclusiones	32

1. Presentación del Estudio

El sistema de pensiones en Chile ha sido objeto de una sostenida demanda social por mejoras estructurales, tanto en términos de suficiencia de las pensiones como de equidad, cobertura y legitimidad. En este contexto, el 29 de enero de 2025 fue aprobada por el Congreso Nacional la nueva **Reforma Previsional**, posteriormente promulgada y publicada como **Ley N° 21.735** a fines de marzo del mismo año. Esta normativa constituye un cambio estructural en el modelo previsional vigente, buscando responder a problemáticas históricas y proyectar un sistema más justo, solidario y sostenible.

La reforma introduce una serie de modificaciones clave. Entre ellas se encuentra el aumento de la **Pensión Garantizada Universal (PGU)** a \$250.000, la creación de un **Seguro Social Previsional** financiado por una cotización del 7% a cargo del empleador, y la implementación de mecanismos que reconocen los años cotizados y corrigen las brechas de género en el sistema. Además, establece una **nueva institucionalidad pública**: el Fondo Autónomo de Protección Previsional (FAPP), para la administración del seguro social, y asigna al Instituto de Previsión Social (IPS) un rol activo en la operación del sistema. También contempla mejoras en la cobertura para trabajadores independientes y cesantes, así como el fortalecimiento del sistema de cobranza de cotizaciones.

Dada la magnitud y relevancia social que significa la llegada a un acuerdo sobre la reforma al sistema previsional tras años de debate político, el éxito de su implementación depende en buena medida de que la ciudadanía comprenda adecuadamente sus beneficios, implicancias y mecanismos de acceso. Tal contexto vuelve imprescindible **la comunicación efectiva de los contenidos de la reforma** para garantizar su **legitimidad social y su correcta puesta en marcha**. Una comunicación oportuna y pertinente contribuye a la confianza pública en el nuevo sistema, y para ello, se requiere contar con datos actualizados de los canales de información preferidos por la ciudadanía, además de la valoración en claridad y fiabilidad de los contenidos.

Con este propósito, la **Subsecretaría de Previsión Social** encargó el presente estudio, orientado a indagar en las percepciones y el nivel de conocimiento de la población adulta chilena sobre la reforma previsional recientemente aprobada, así como a evaluar la efectividad de los canales de información utilizados para su difusión.

2. Objetivos del estudio

Objetivo general

Evaluar el conocimiento, la percepción y la efectividad de los canales de transmisión utilizados para difundir la reforma de pensiones en la población adulta chilena, con el fin de generar recomendaciones para fortalecer la comunicación y la comprensión de los contenidos de la reforma.

Objetivos específicos

- Medir el nivel de conocimiento general de la población sobre los principales beneficios, cambios en la industria y nuevos roles del Estado relacionados con la reforma de pensiones.
- Identificar los canales de información utilizados por la ciudadanía para conocer la reforma.
- Evaluar la claridad, comprensión y confiabilidad percibida de cada canal de información.
- Sistematizar percepciones positivas y negativas sobre los distintos aspectos de la reforma.

Este informe presenta los resultados de dicha investigación, desarrollada mediante una encuesta representativa aplicada en todo el territorio nacional. Se espera que sus hallazgos contribuyan a una mejora sustantiva en las estrategias comunicacionales del Estado, reforzando el derecho de la ciudadanía a estar informada y facilitando una apropiación efectiva de los contenidos de la reforma previsional.

3. Metodología

El presente estudio fue diseñado y ejecutado por medio de una metodología cuantitativa, basada en la aplicación de encuestas auto-administradas a través de un **panel online** de alcance nacional. Esta estrategia permitió levantar información en un corto periodo de tiempo y con aplicación territorial amplia.

Diseño muestral

Se utilizó un diseño no probabilístico, estratificado por sexo, tramo etario, macrozona geográfica y grupo socioeconómico (GSE), con el fin de asegurar la representación relativa de los principales segmentos de la población adulta del país.

El número objetivo de la muestra fue de 1.300 casos, distribuido por cuotas predefinidas que buscaron orientar el trabajo de campo para cumplir con una estructura equilibrada de la muestra (ver Cuadro 1).

Cuadro 1: Distribución de cuotas para el estudio de reforma previsional

Macrozona	Región	N° de casos	Sexo	18-34	35-54	55+	Total	ABC1	C2	C3	D/E	Total
Norte	Arica y Parinacota	170	H	29	29	24	82	22	25	27	8	82
	Tarapacá		M	31	32	26	88	24	26	29	9	88
	Antofagasta		Total	60	61	50	170	46	51	56	17	170
	Atacama											
	Coquimbo											
Gran Santiago	RM	532	H	89	92	74	255	69	77	84	26	255
			M	97	100	80	277	74	83	91	28	277
			Total	186	192	154	532	143	160	175	54	532
Centro	Valparaíso	260	H	44	45	36	125	33	38	41	13	125
	O'Higgins		M	47	49	39	135	37	40	44	14	135
	Maule		Total	91	94	75	260	70	78	85	27	260
Sur	Ñuble	338	H	57	58	47	162	44	49	53	16	162
	Biobío		M	62	63	51	176	47	53	58	18	176
	La Araucanía		Total	118	122	98	338	91	102	111	34	338
	Los Ríos											
	Los Lagos											
	Aysén											
	Magallanes											
		1300					1300					1300

Posteriormente, se aplicaron factores de expansión calculados a partir de las distribuciones poblacionales a nivel nacional, lo que permitió mejorar la representatividad de la muestra obtenida.

Margen de error

Se estimó un margen de error teórico de 2,6% para el total de la muestra, bajo supuestos de aleatoriedad simple y un nivel de confianza del 95%.

Control de calidad y limitaciones

Durante el trabajo de campo, se realizó un monitoreo continuo del cumplimiento de cuotas, con el fin de asegurar la adecuación del diseño muestral. Una vez finalizado el levantamiento, se llevó a cabo una validación exhaustiva de la base de datos, revisando la coherencia interna de las respuestas, la completitud de los casos y la consistencia general de la información.

Como toda medición de carácter no probabilístico, su limitación inherente es la imposibilidad de estimar errores muestrales reales. Sin embargo, el uso de cuotas y la aplicación posterior de factores de expansión permiten aproximarse con robustez a los perfiles poblacionales esperados.

4. Trabajo de campo

Prueba piloto

Previo al inicio del levantamiento principal, se realizó una prueba piloto del cuestionario con el objetivo de evaluar su claridad, estructura y comprensión general. Se aplicó el borrador acordado a través del panel online, y se ejecutó bajo una metodología cualitativa de tipo focus group, donde se aplicó el cuestionario y, posteriormente, se recogieron opiniones de los entrevistados mediante una pregunta abierta orientada a obtener retroalimentación directa sobre el instrumento:

“En general, ¿le parecieron precisos los temas tratados en esta encuesta? ¿Qué sugerencia nos daría para mejorarla? ¿Hubo alguna pregunta que le pareció poco clara?”

Las respuestas obtenidas fueron analizadas cualitativamente y clasificadas en categorías temáticas según el contenido de los comentarios. La mayoría de las opiniones recogidas fueron positivas, con expresiones como “todo claro”, “muy buena encuesta”, “muy específica”, “todo bien” y “precisa”. La encuesta fue, en general, bien valorada por las personas entrevistadas en el pretest, quienes destacaron su claridad y pertinencia temática. No obstante, la retroalimentación permitió identificar ajustes puntuales que fueron incorporados al instrumento final.

Tamaño muestral y tasa de respuesta

Durante el periodo de levantamiento se realizaron 8.103 envíos preconfigurados a panelistas mayores de 18 años. De ellos, 1.514 personas respondieron la encuesta, de las cuales **1.419 completaron exitosamente el cuestionario**, mientras que 95 casos fueron abandonos parciales. Esto se traduce en una tasa de respuesta efectiva del 18,8% respecto del total de invitaciones emitidas dentro del plazo definido.

La muestra se levantó en 200 comunas de Chile, que en su conjunto representan aproximadamente el 90,3% de la población nacional.

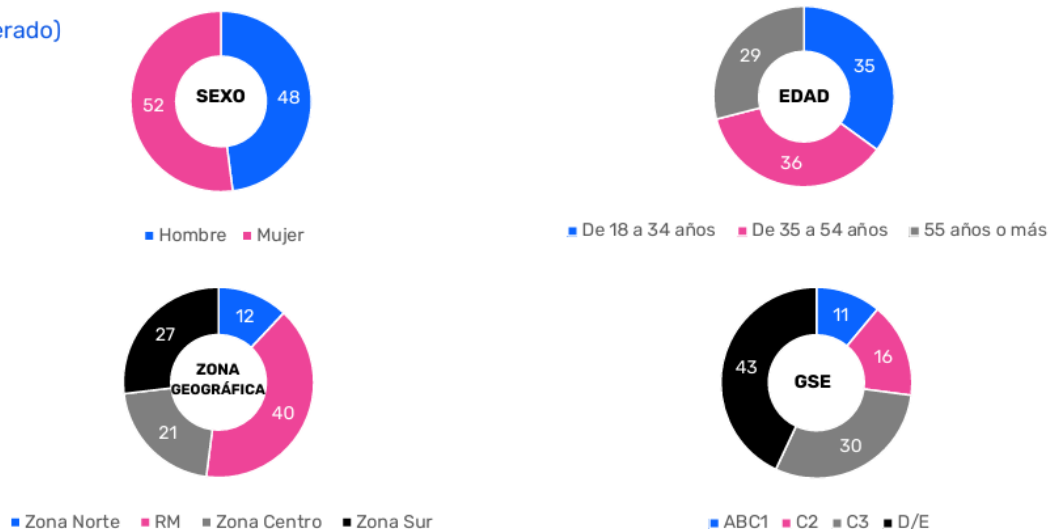
Para completar el tamaño muestral objetivo se realizaron tres olas de levantamiento, lo que permitió asegurar el cumplimiento de cuotas y focalizar en segmentos poblacionales rezagados en la muestra.

Recolección de datos

La recolección de datos se realizó de forma online, a través del panel online de Túinfluyes entre los días 20 y 27 de mayo de 2025.

Perfil de la muestra

(Ponderado)

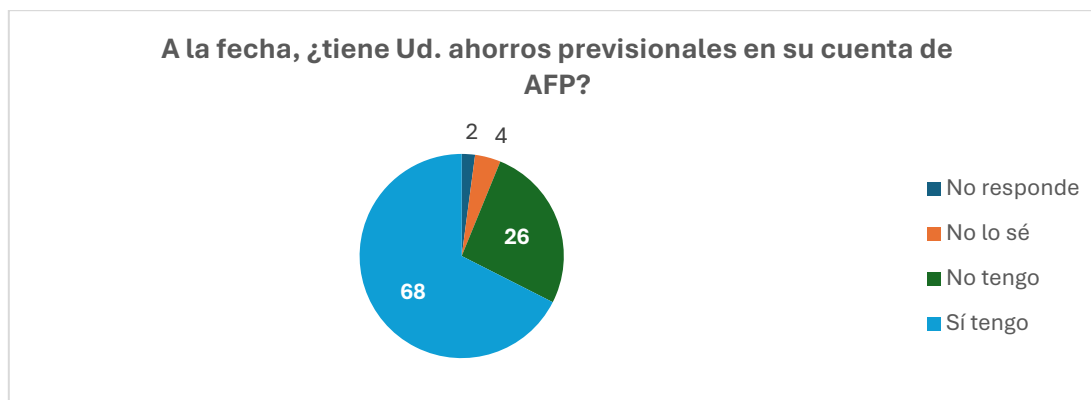


5. Resultados

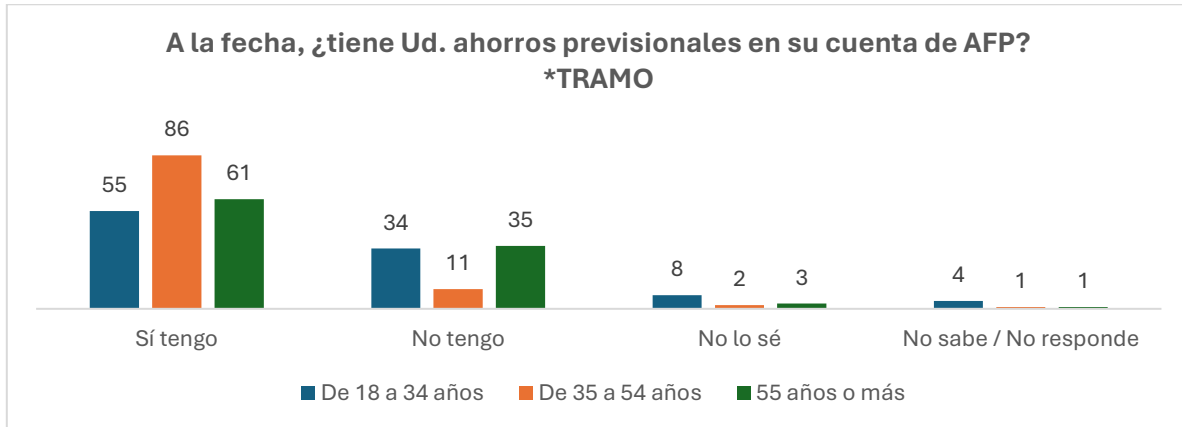
Situación laboral y previsional

Al consultar sobre la existencia de ahorros previsionales en cuentas de AFP, un 68% del total de encuestados declara contar con ahorros en su cuenta individual, mientras que un 26% declara no tener ahorros. Un 4% adicional indica no saber si posee o no ahorros.

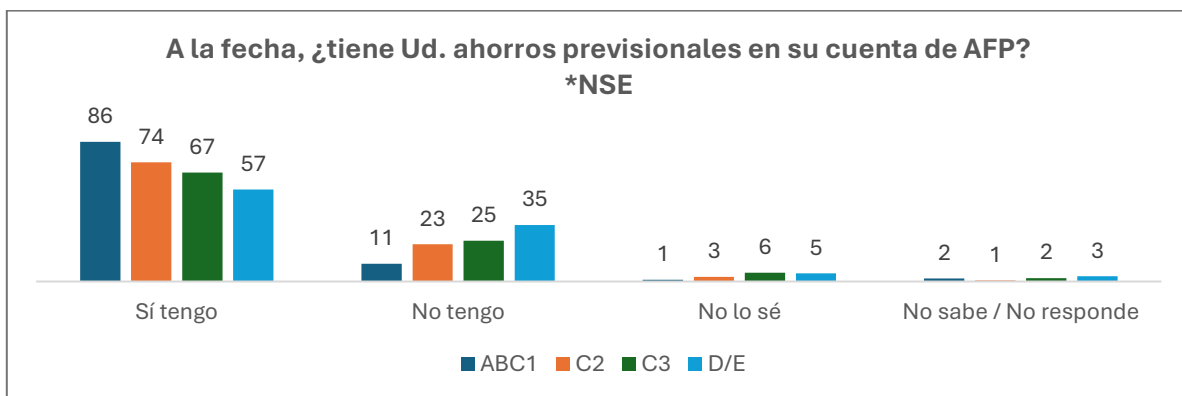
Si bien una mayoría reconoce tener algún nivel de ahorro previsional, un porcentaje no menor se encuentra desconectado de su historial de cotizaciones, ya sea por informalidad laboral, trayectorias laborales discontinuas, por retiros en contexto de pandemia, o simplemente por falta de acceso a información previsional. Esto último se refleja en aquel 4% que desconoce su situación, planteando desafíos en la comunicación efectiva del funcionamiento del sistema.



En términos de nivel socioeconómico, se observa una relación directamente proporcional entre ingresos y tenencia de ahorro previsional: el segmento ABC1 alcanza un 86% de personas con ahorros, mientras que en los estratos más bajos esta proporción desciende significativamente (67% en C3 y 57% en D/E). A su vez, un 25% del grupo C3 y un 35% del grupo D/E declara no tener ahorros.

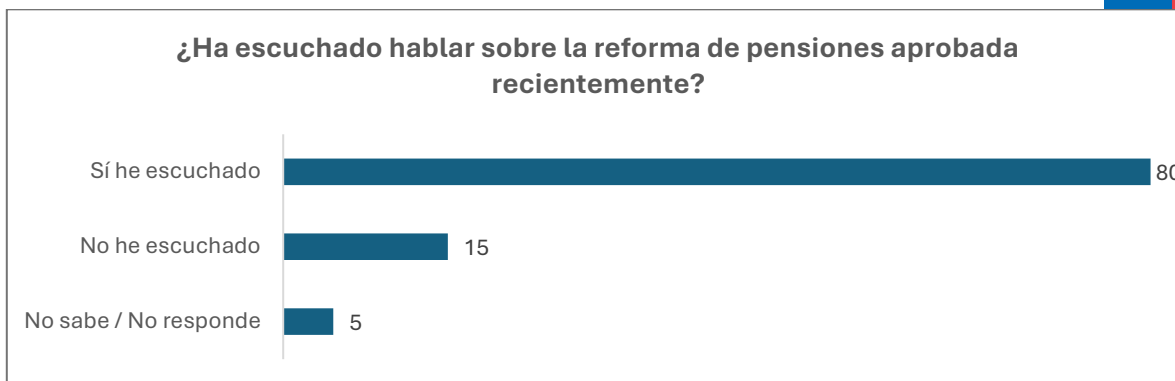


Al segmentar los resultados por grupo etario y nivel socioeconómico, se evidencian importantes brechas en la tenencia de ahorros previsionales. El grupo de 35 a 54 años presenta el mayor nivel de reconocimiento de ahorro previsional (86%), lo que podría explicarse por encontrarse en una etapa activa del ciclo laboral, con mayor estabilidad y continuidad en las cotizaciones. En contraste, los grupos más jóvenes y mayores muestran niveles algo más bajos, posiblemente debido a trayectorias más recientes o intermitentes en el mercado laboral, en el caso de los primeros, o a desconexión del sistema en el caso de los segundos.



Conocimiento sobre la reforma de pensiones

Un 80% de las personas encuestadas declara haber escuchado sobre la reforma de pensiones, lo que representa un nivel de conocimiento considerable. No obstante, esto no refleja el nivel de profundidad en el conocimiento de esta reforma, ni tampoco la validez de la información recibida. A su vez, un 15% señala no haber oído sobre esta reciente legislación previsional, lo que en conjunto representa un porcentaje no menor de la muestra que se encuentra desconectada del debate previsional reciente.



Al analizar los resultados por tramo etario, se observa una relación directa entre la edad y el nivel de conocimiento declarado. Mientras que el 60% de los jóvenes entre 18 y 34 años declara haber escuchado sobre la reforma, esta cifra aumenta a 85% en el grupo de 35 a 54 años y alcanza un 92% en los mayores de 55 años. Esta tendencia sugiere que la atención e interés por la reforma previsional tiende a intensificarse con la edad, posiblemente debido a la mayor proximidad con la jubilación o a una trayectoria previsional más consolidada.



Por nivel socioeconómico también se observan diferencias relevantes: los grupos ABC1 y C2 alcanzan niveles de conocimiento cercanos al 92-93%, mientras que en los segmentos medios y bajos estas cifras tienden a descender.

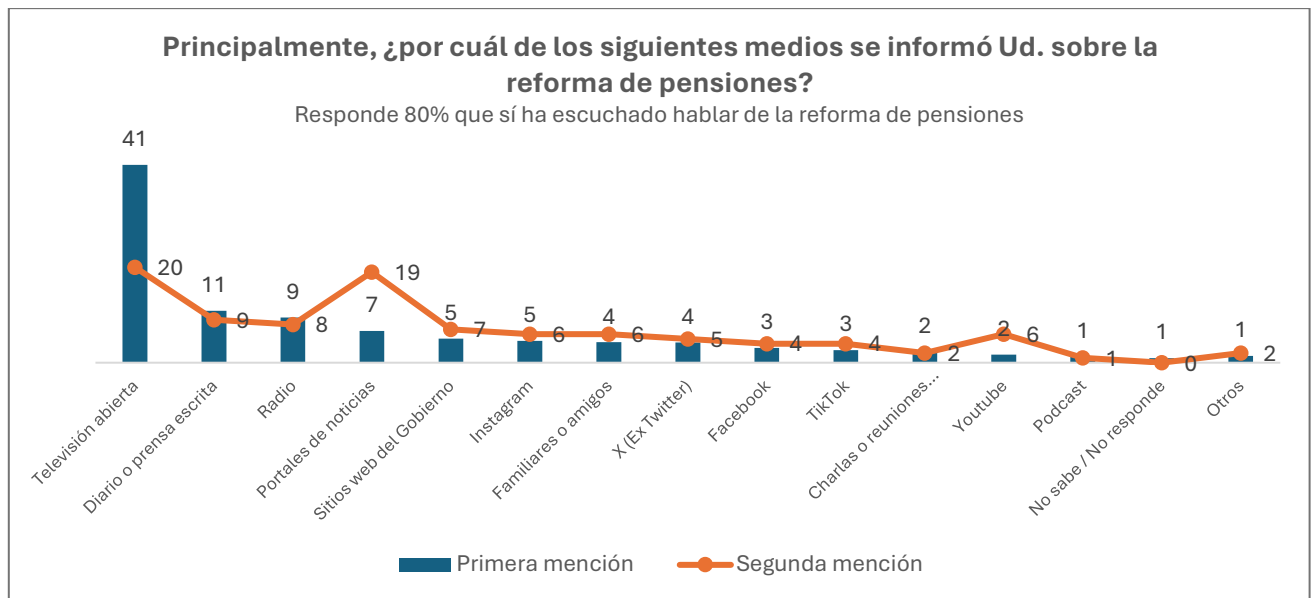


Al consultar por el principal canal a través del cual las personas que sí han oído de la reforma se informaron sobre ella, la televisión abierta destaca ampliamente como el medio más utilizado, siendo mencionada como primera fuente por un 41% de las personas encuestadas. Le siguen, a considerable

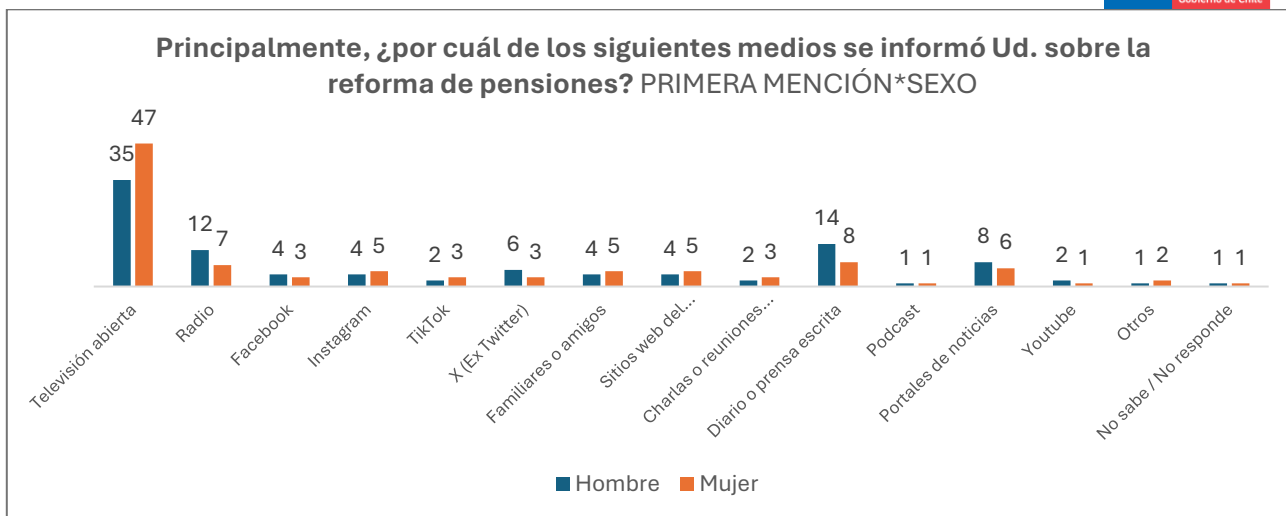
distancia, la prensa escrita (11%), la radio (9%) y los portales de noticias digitales (7%). La segunda mención más frecuente también recae en televisión (20%), seguida por portales de noticias (19%).

En conjunto, estos datos sugieren que los medios tradicionales continúan siendo el principal canal de información previsional para la población, especialmente la televisión abierta, que conserva su centralidad como medio masivo y transversal.

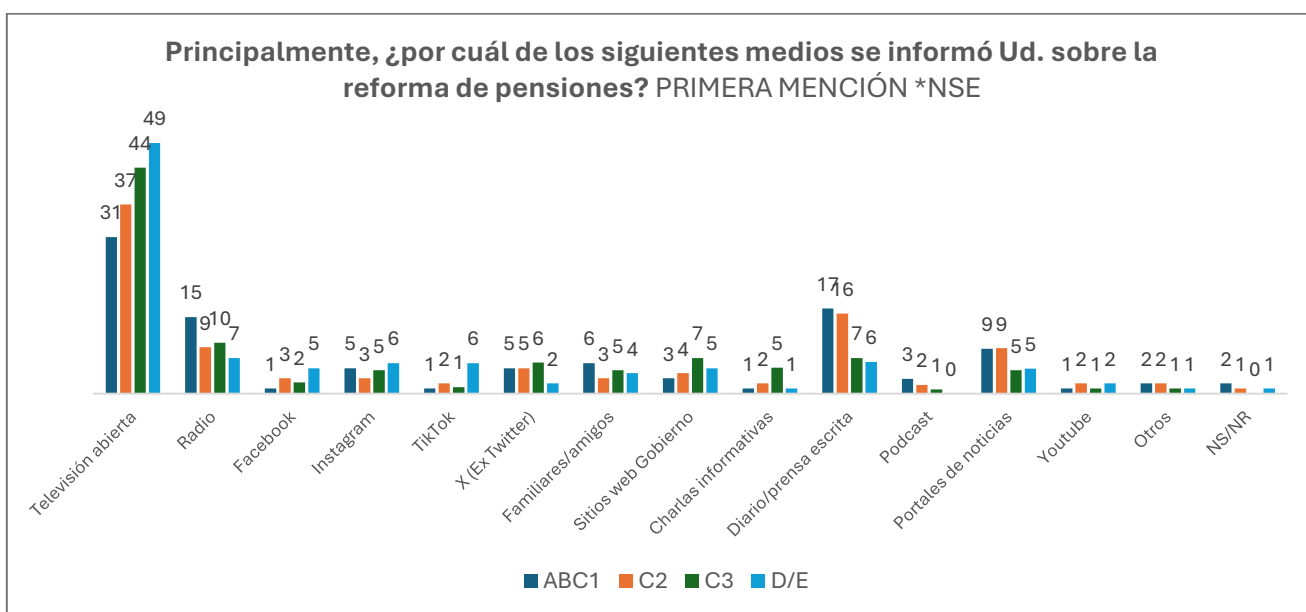
El sitio web del Gobierno, en tanto canal oficial, tiene un porcentaje más bien bajo como fuente de información (5% en su primera mención), como también la información obtenida a través de familiares o amigos (4%). Otros canales como Instagram, X (ex Twitter) y redes sociales en general presentan niveles bajos de mención (5% o menos), lo que indica una baja penetración de las plataformas digitales como fuente principal de información previsional, al menos en el contexto de esta reforma. Solo el 3% o menos menciona fuentes como TikTok, YouTube, charlas informativas o podcasts.



Respecto al sexo, se observa que las mujeres recurren en mayor medida a la televisión abierta (47%) que los hombres (35%). Por otro lado, los hombres reportan mayor uso de la prensa escrita (14% vs. 8%) y de portales de noticias (8% vs. 6%), lo que podría vincularse con patrones diferenciados de consumo de medios. En ambos casos, el uso de redes sociales como fuente principal de información sobre la reforma es bajo, aunque algo más frecuente entre mujeres en plataformas como Instagram y TikTok.



Al desagregar por nivel socioeconómico, se observa que la televisión es el medio principal en todos los grupos, pero su uso es más pronunciado en los niveles más bajos (49% en D/E y 44% en C3), y menor en el grupo ABC1 (31%). En contraste, los grupos altos diversifican más sus fuentes de información, destacando el uso de radio, prensa escrita, portales digitales y sitios web del Gobierno. Esta tendencia podría indicar una brecha en el acceso y uso de canales informativos por estrato social, donde los grupos de mayor ingreso combinan fuentes tradicionales, digitales y/o institucionales, mientras que los sectores más populares consumen mayoritariamente la televisión abierta.



A quienes declararon haber escuchado sobre la reforma previsional se les pidió, mediante una pregunta abierta, identificar en una palabra o concepto cuál consideraban el cambio o beneficio más significativo. Las respuestas fueron clasificadas temáticamente, permitiendo observar cuáles aspectos se instalan con mayor fuerza en el imaginario ciudadano respecto de la reforma.

El concepto más mencionado fue el **aumento o mejora de las pensiones**, presente en un **29%** de las respuestas (ej. “suben las pensiones”, “mejorar la PGU”), lo que da cuenta de que el eje central de la

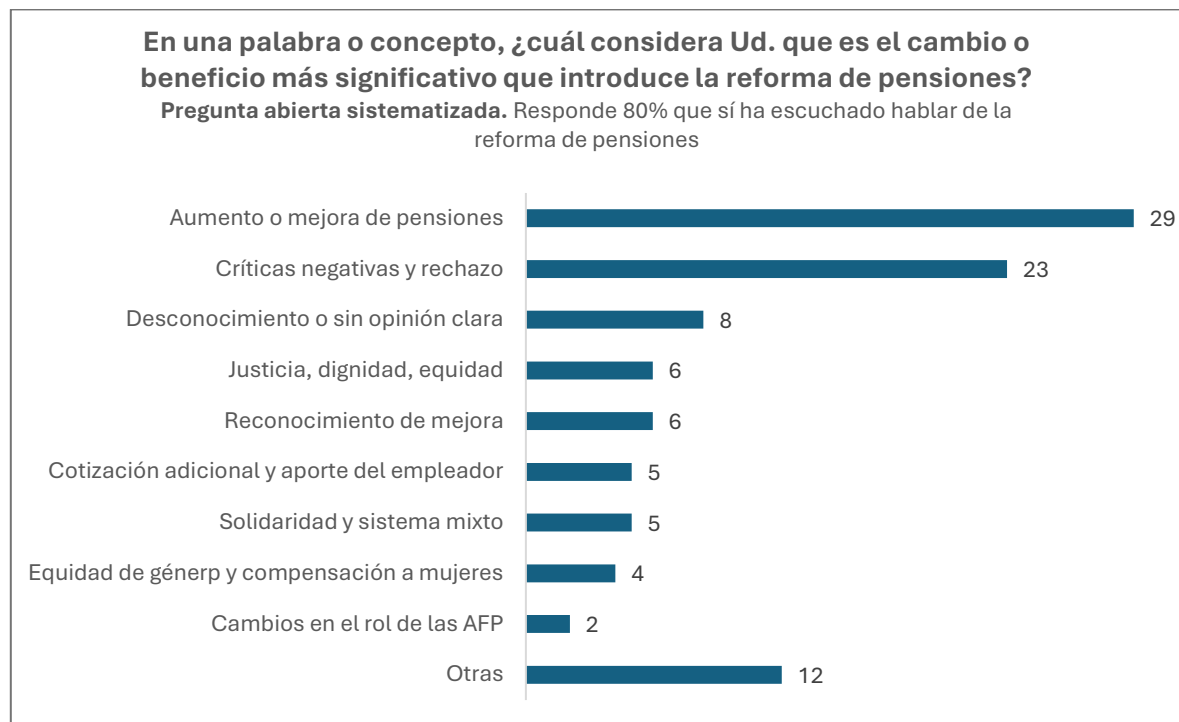
reforma ha logrado posicionarse como una expectativa concreta y reconocible por parte de la población.

Sin embargo, en segundo lugar, se observa un 23% de respuestas marcadas por una visión negativa o crítica, incluyendo tanto juicios emocionales (“estafa”, “robo”, “horrible”, “un chiste”) como cuestionamientos más racionales (“insuficiente”, “no le encuentro nada importante” o “más de lo mismo”). Así, se percibe escepticismo, desconfianza y rechazo a la reforma en un segmento importante de respuestas.

Un 8% declara no tener conocimiento suficiente o una opinión formada al respecto, lo que refuerza la idea de que aún existen brechas que impiden a ciertos grupos comprender y valorar los contenidos de la reforma.

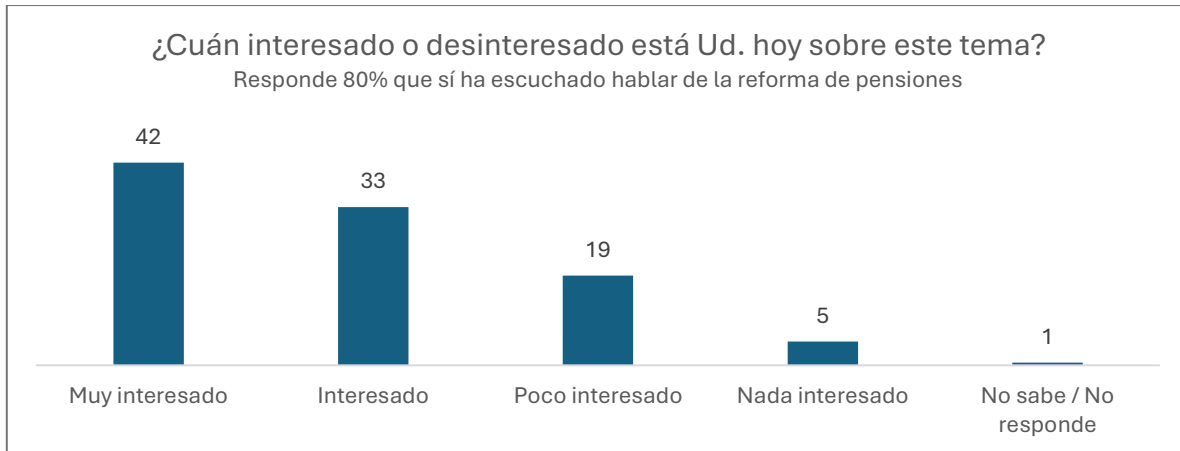
Otras categorías menos frecuentes pero relevantes incluyen referencias a valores como la justicia, la dignidad y la equidad (6%), y la referencia a una mejora o avance a nivel general (6%). Otras respuestas hacen mención a aspectos más específicos de la reforma, como la cotización adicional y el aporte del empleador (5%), la solidaridad y sistema mixto (5%), y la compensación a mujeres que incorpora la reforma (4%).

En general, se evidencia la coexistencia de valoraciones positivas, sentimientos de crítica o desconfianza, y niveles variables de familiaridad con los detalles específicos de sus componentes.

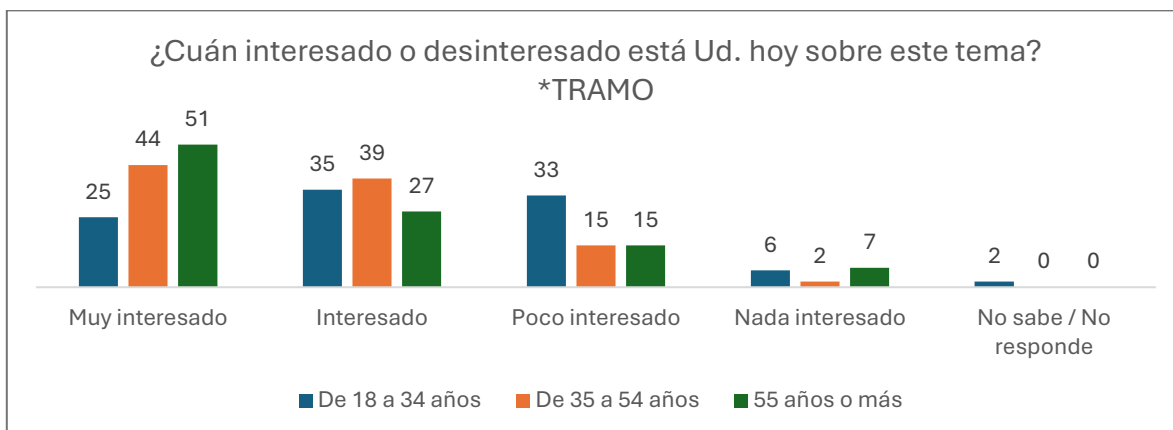


Luego, entre las personas que declararon haber escuchado sobre la reforma previsional, en general se observan altos niveles de interés por el tema. Un 42% señala estar muy interesado y un 33% interesado, sumando un 75% de personas con disposición positiva. En contraste, un 19% manifiesta poco interés y solo un 5% declara no tener ningún interés (en total, 24%), cifras menores, pero no desdeñables, considerando que se trata de una reforma que afecta de manera global a la población. Es posible que este 24% esté atravesado por una falta de confianza en el sistema previsional o en las

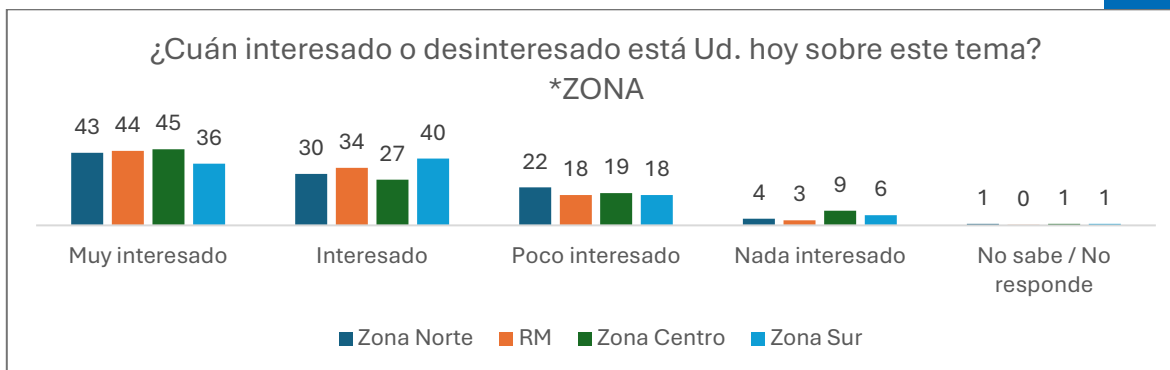
instituciones responsables, o bien por la percepción de que esta reforma no tendrá incidencia en su situación, disminuyendo así su involucramiento en el tema.



Desde un enfoque segmentado, el interés se concentra en las personas de mayor edad, con un 51% de los mayores de 55 años declarando estar “muy interesados”, seguido por el grupo de 35 a 54 años (44%). En contraste, los jóvenes de 18 a 34 años presentan un interés más moderado, con un 25% muy interesados, un 35% interesados y un 33% poco interesados. Sin perjuicio de lo anterior, cabe mencionar que el grupo con mayor proporción de personas “nada interesadas” es también el de mayores de 55 años (7%), seguido de cerca por los jóvenes (6%), lo que sugiere que el desinterés puede surgir tanto desde el escepticismo como desde la lejanía con la política pública.



A nivel territorial, el interés declarado se mantiene estable en todas las macrozonas, sin grandes diferencias. Sin embargo, destaca la Zona Centro, donde se observa el porcentaje más alto de personas “nada interesadas” (9%), lo que podría indicar la conveniencia de reforzar los esfuerzos comunicacionales en esta área del país.

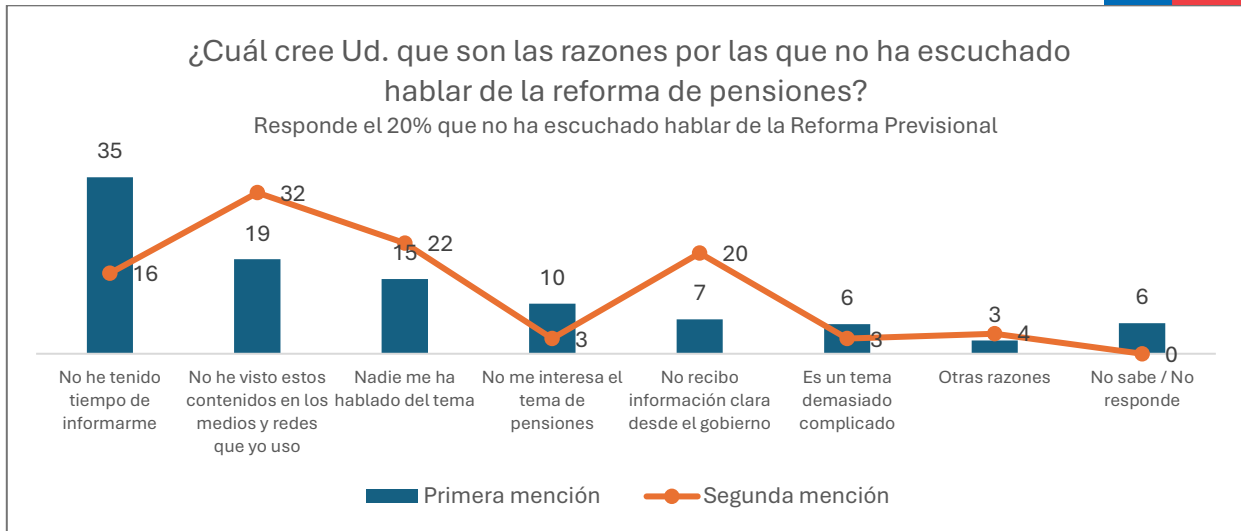


En suma, se evidencia que la reforma previsional genera un grado importante de atención y preocupación, especialmente en los grupos más cercanos a la edad de jubilación, lo cual constituye una **oportunidad para el fortalecimiento de estrategias comunicacionales que profundicen la comprensión de sus contenidos y alcances.**

Finalmente, se indaga en las razones que manifiestan las personas que no han oído hablar sobre la reforma (20% del total de la muestra). Se destaca como primer motivo la falta de tiempo para informarse (35%), seguida por la ausencia de contenidos en los medios o redes sociales que utilizan habitualmente (19%).

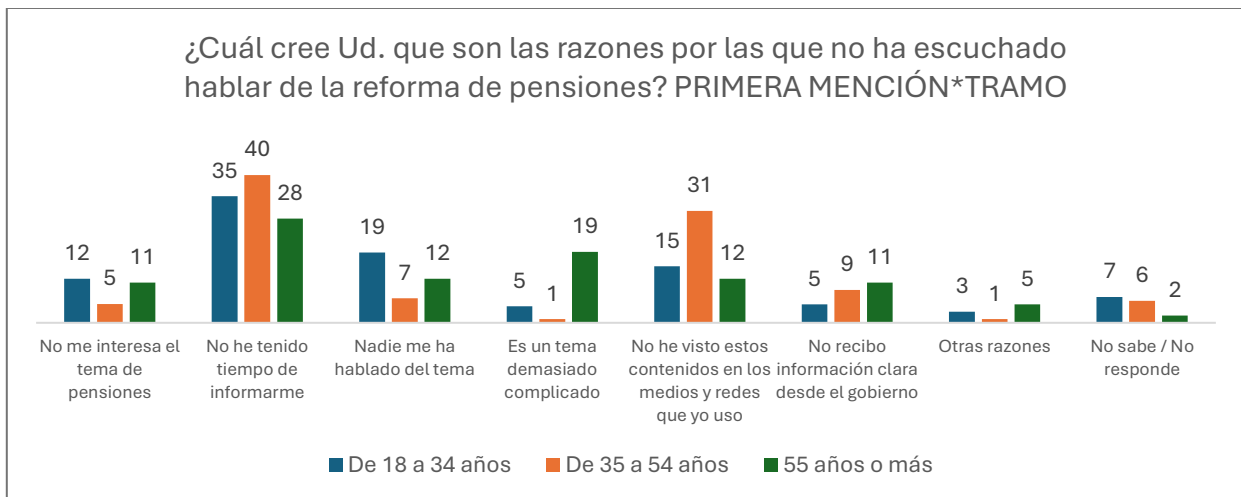
También se destaca que un 15% señala que nadie le ha hablado del tema, lo que sugiere una baja presencia de la reforma en conversaciones cotidianas o redes cercanas, como el entorno familiar o laboral. Esto refuerza la idea de que, en ciertos sectores de la población, la reforma no ha logrado instalarse como tema de discusión social.

Otras razones relevantes incluyen la falta de interés en el tema previsional (10%), la percepción de que no se recibe información clara desde el gobierno (7%), y la percepción de que se trata de un tema demasiado complicado (6%). Estas respuestas apuntan tanto a una posible desconexión subjetiva con el tema como a déficits en la comunicación institucional. En conjunto, los resultados plantean el desafío de ampliar el alcance, claridad y pertinencia de los mensajes a través de estrategias sensibles a los contextos de distintos grupos sociales.

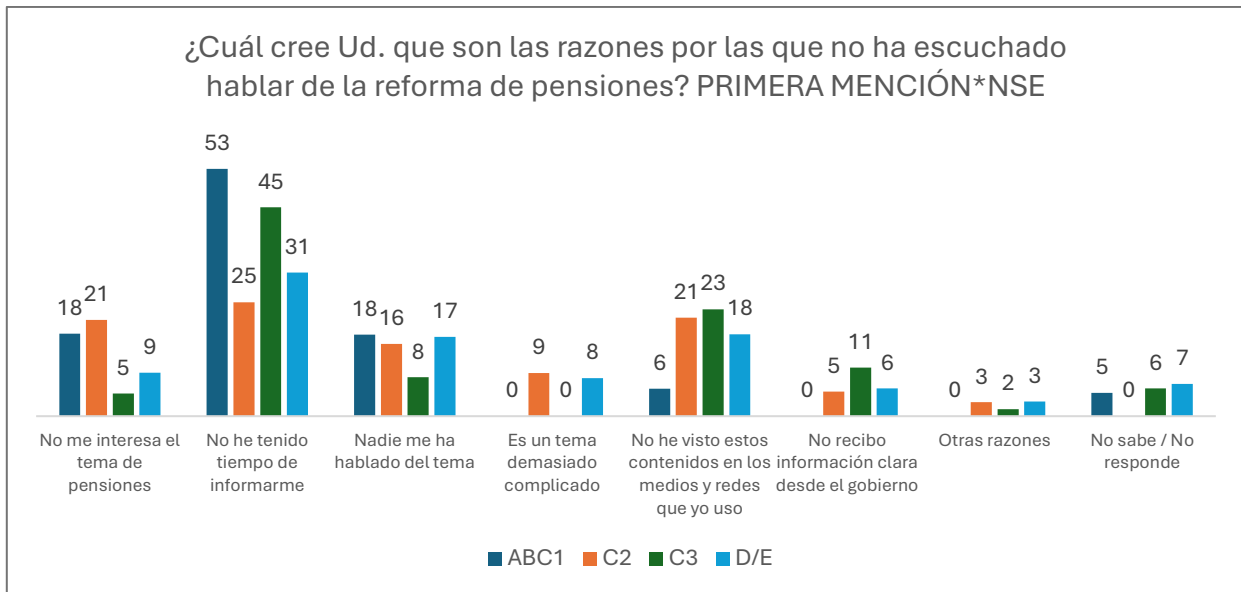


Al observar las respuestas según tramo etario, se identifican patrones diferenciados. Entre quienes señalan no haber tenido tiempo para informarse, predominan las personas de 35 a 54 años (40%), seguidas de jóvenes (35%) y mayores de 55 años (28%), lo que sugiere que las responsabilidades familiares, laborales y/o educativas limitan el tiempo que podría dedicarse a informarse sobre contenidos similares. Resulta especialmente significativo que los jóvenes (18 a 34 años) concentren los mayores porcentajes en las categorías “No me interesa el tema de pensiones” (12%) y “Nadie me ha hablado del tema” (19%). Esto sugiere no solo una baja valoración y/o sensación de relevancia del tema en esta etapa de la vida, sino también una ausencia de interacciones sociales que incluyan la reforma en sus conversaciones cotidianas.

Finalmente, entre quienes consideran que se trata de un tema “demasiado complicado”, destaca el grupo de mayores de 55 años (19%), lo que plantea desafíos adicionales para la accesibilidad y claridad de la información transmitida, especialmente en segmentos con mayores probabilidades de jubilar en el corto plazo. Este mismo tramo también predomina en la opción “No recibo información clara desde el gobierno”, con un 11%.

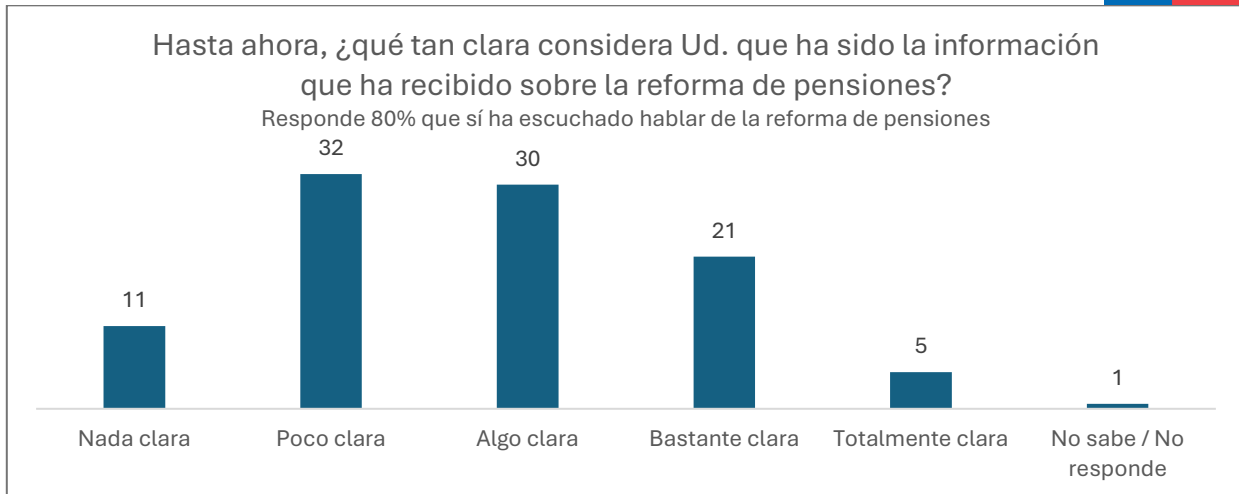


Al segmentar por nivel socioeconómico, se observan diferencias significativas en las razones para no haberse informado sobre la reforma previsional. En el segmento ABC1, más de la mitad (53%) declara que la principal razón fue no haber tenido tiempo para informarse. En contraste, en los segmentos C3 (23%) y D/E (18%), aumenta la proporción de personas que declaran no haber visto contenidos sobre la reforma en los medios o redes que consumen, lo que evidencia una brecha en la distribución y alcance de la comunicación previsional, particularmente hacia los grupos medios y bajos. A su vez, la falta de interés también es más frecuente en los niveles altos (18% en ABC1 y 21% en C1), lo que revela un posible distanciamiento respecto del impacto inmediato de la reforma.

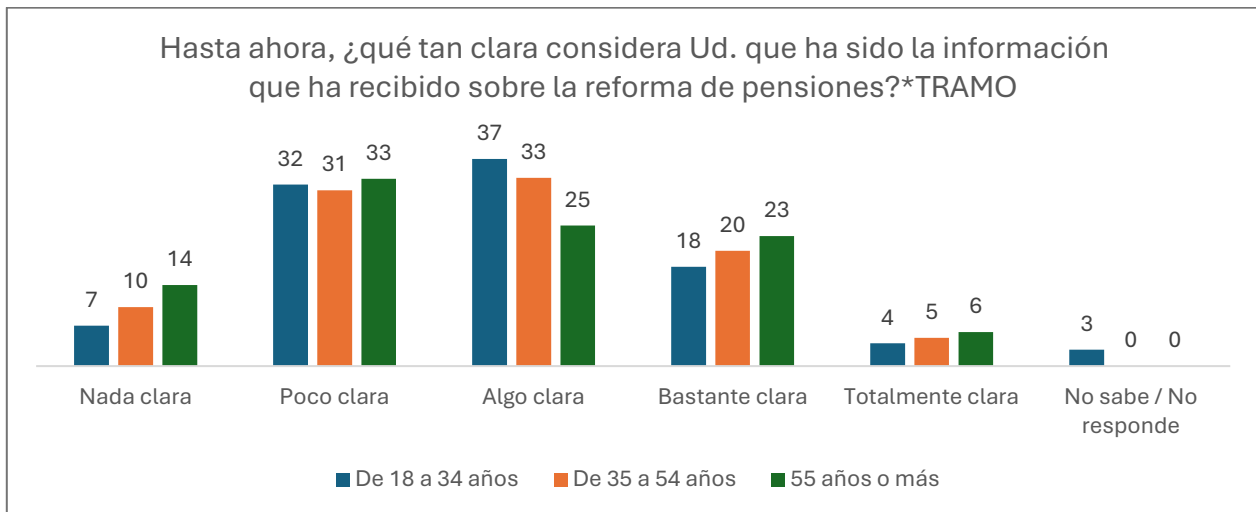


Eficacia y claridad en la transmisión de información sobre la reforma

Al consultar cuán clara ha sido hasta ahora la información recibida sobre la reforma de pensiones, se observa que la mayoría de las personas no la considera completamente clara. Un 32% la percibe como “Poco clara” y un 30% como “Algo clara”, lo que da cuenta de una comprensión general más bien parcial de los contenidos comunicacionales. Solo un 21% declara que la información ha sido “Bastante clara”, y apenas un 5% la considera “Totalmente clara”. En el otro extremo, un 11% indica que la información ha sido “Nada clara”, mientras que el 1% no sabe o no responde. En conjunto, estos datos muestran que, si bien la reforma ha alcanzado altos niveles de conocimiento declarado, su comprensión sigue siendo limitada para una parte importante de la población.



Al analizar estos resultados según tramo etario, no se observan grandes diferencias. Los jóvenes (18 a 34 años) son quienes más declaran haber recibido información “algo clara” (37%), pero también quienes menos la consideran “bastante” (18%) o “totalmente clara” (4%). Además, presentan una proporción relativamente baja en la categoría “nada clara” (7%), lo que podría reflejar una percepción intermedia, más ambigua que crítica. En contraste, las personas mayores de 55 años son quienes más declaran que la información ha sido “nada clara” (14%), lo que podría indicar una mayor dificultad para procesar los contenidos.



Ante la pregunta sobre qué medio consideran más adecuado para comunicar contenidos relacionados con la reforma de pensiones, la televisión abierta se impone con claridad, siendo mencionada por el 40% de las personas encuestadas. Esta preferencia refuerza su rol como principal canal de acceso a información previsional, tal como se observó en las fuentes efectivas de información utilizadas previamente. Su masividad, familiaridad y llegada transversal explican esta alta valoración, especialmente en contextos donde se requiere difusión amplia y comprensible.

En segundo lugar, destacan familiares o amigos (14%), reflejando la importancia del entorno cercano como espacio de circulación e interpretación de este tipo de información. También aparecen con menciones relevantes los podcasts (8%), los sitios web del Gobierno (7%) y las charlas o reuniones

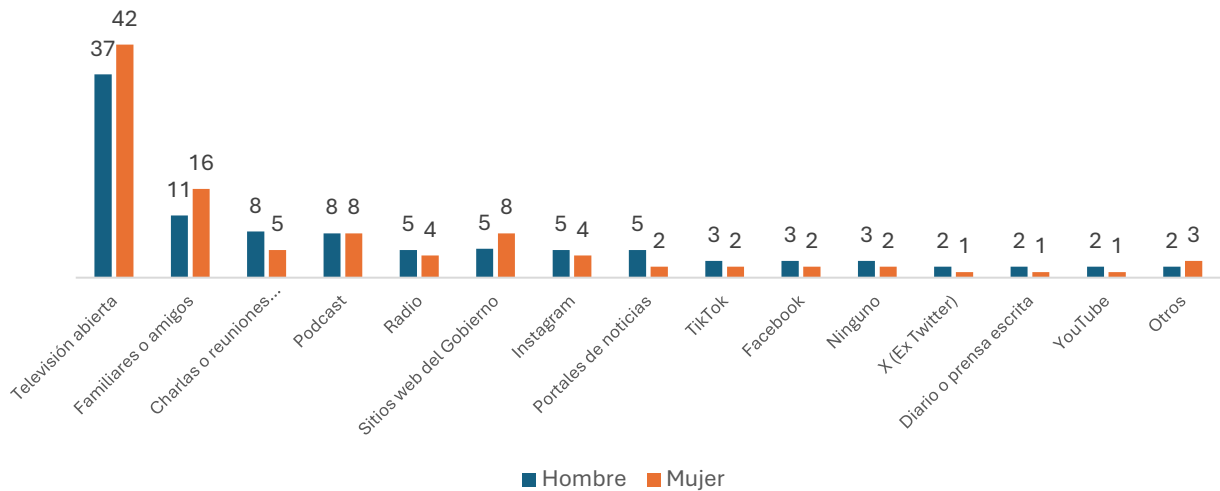
informativas (7%), lo que sugiere que, junto con medios masivos, existe interés por formatos más explicativos, segmentados o con posibilidad de profundización, especialmente entre ciertos públicos.

En contraste, las redes sociales (Instagram, X, etc.) presentan niveles bajos de preferencia, lo que indica que, si bien pueden complementar la estrategia comunicacional, no son percibidos como adecuados para transmitir información previsional.



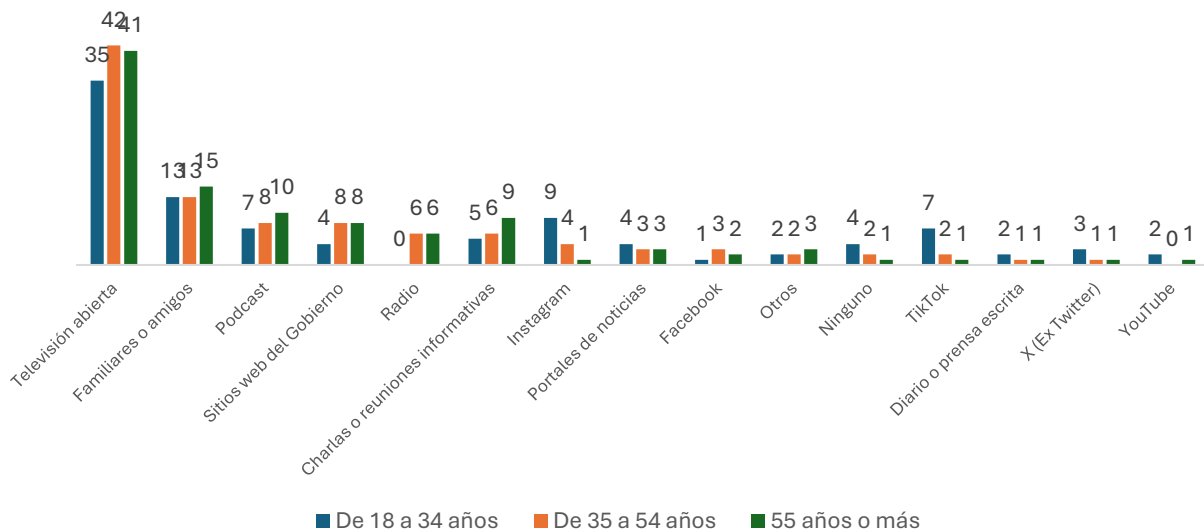
Se observa que las mujeres ven a la televisión abierta (42% vs 37%) y las conversaciones con familiares y amigos (16% vs 11%) como los medios más adecuados de transmisión de información previsional, en comparación a los hombres. Por su parte, los hombres tienden a declarar preferencias más diversificadas en esta materia, como charlas o reuniones, radio, portales de noticias, y otras redes sociales, si se compara con la preferencia femenina.

¿Qué medio le parece más adecuado para comunicar contenidos como la reforma de pensiones? *SEXO



En cuanto a diferencias derivadas de la edad, se evidencia que, para todas las edades, la televisión abierta se erige como la opción más adecuada para transmitir información sobre la reforma, predominando especialmente en 35 a 54 años (42%) y 55 años o más (41%). Por su parte, los tramos más jóvenes tienen una preferencia un poco más elevada por redes sociales como Instagram (9%) y TikTok (7%) en comparación al resto de tramos, aunque con un porcentaje que se mantiene bajo. Por último, se observa que las personas de 55 años o más manifiestan una preferencia mayor que el resto por informarse a través de charlas o reuniones informativas (9%), lo que puede deberse a que este segmento se halla especialmente afectado por la brecha digital, y que por tanto, se inclina por instancias presenciales.

¿Qué medio le parece más adecuado para comunicar contenidos como la reforma de pensiones? *TRAMO



Al consultar por el medio que las personas consideran más confiable para recibir información sobre la reforma de pensiones, la televisión abierta se mantiene en primer lugar (29%), aunque registra una disminución de 11 puntos porcentuales respecto a quienes la consideran el medio más adecuado (40%). Esta diferencia sugiere que, si bien la televisión conserva su lugar como canal de mayor alcance, existen dudas respecto a la veracidad o profundidad de los contenidos que transmite.

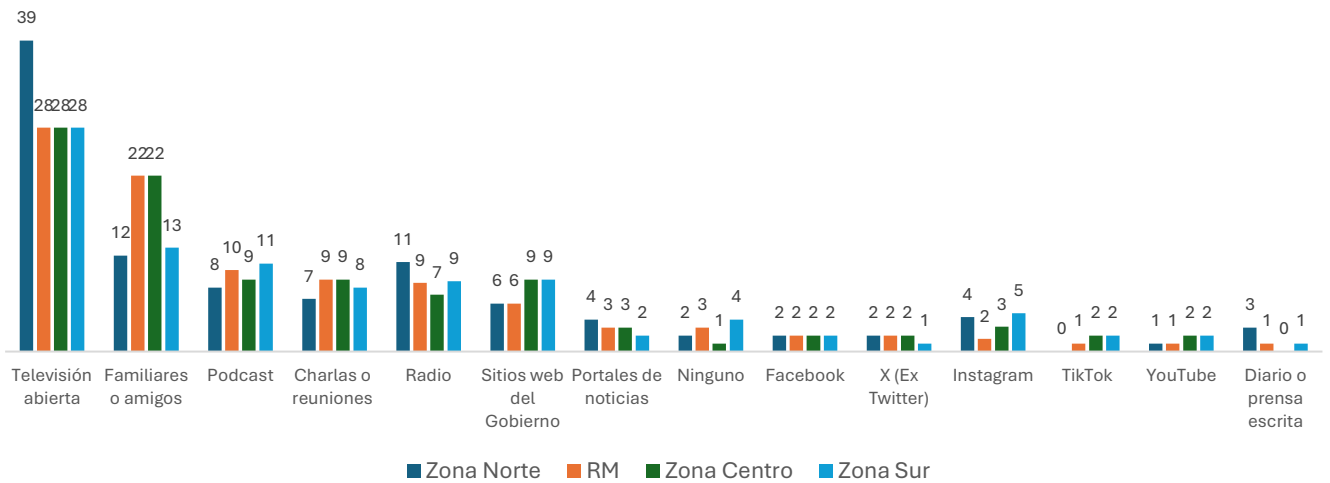
En paralelo crecen las menciones a “familiares o amigos” como fuente confiable (19%), lo que puede deberse a la percepción de que la información compartida en estos círculos es desinteresada, sin sesgos institucionales y contextualizada en experiencias concretas, lo que inevitablemente genera confianza. También se observa un aumento en los podcasts como canal confiable (10%), posiblemente por su formato conversacional y explicativo que permite mayor profundidad. En contraste, las redes sociales pierden peso en términos de confianza, especialmente TikTok, que baja a solo un 1% de las preferencias, quedando en último lugar.



La televisión abierta se mantiene como el medio más confiable en todas las macrozonas, pero con diferencias importantes en su intensidad. La Zona Norte destaca como la mayor depositaria de confianza en la televisión abierta con un 39% de menciones, superando en 11 puntos a las demás zonas (todas con 28%).

En contraste, en la Región Metropolitana y la Zona Centro, crece la confianza en fuentes cercanas como familiares o amigos, alcanzando un 22% en ambas zonas y superando los porcentajes de la Zona Norte (12%) y la Zona Sur (13%). Es posible que en contextos más urbanos o densamente poblados, las redes interpersonales juegan un rol más fuerte en la validación de la información previsional, probablemente por la multiplicidad de fuentes disponibles y la necesidad de filtrar la información a través de vínculos de confianza.

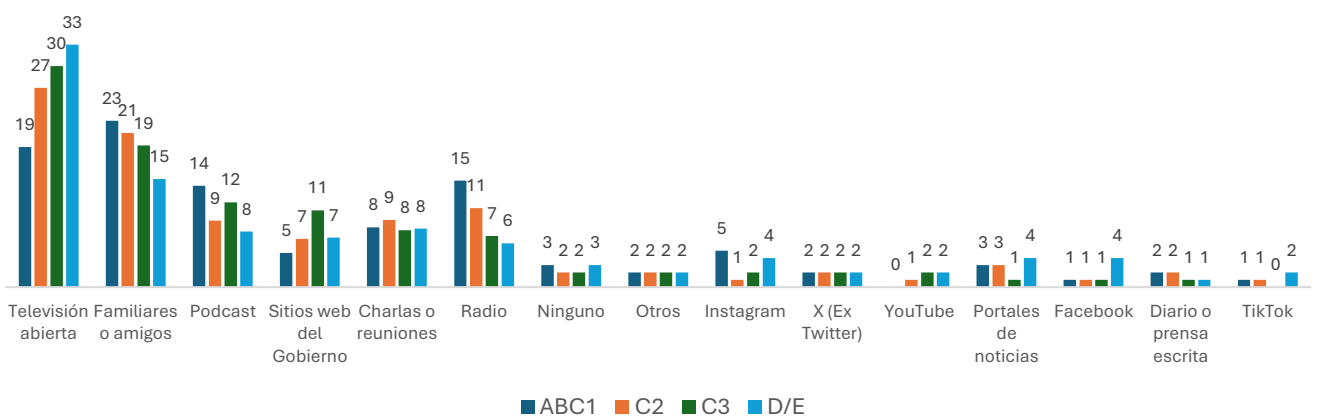
¿Qué medio le parece más confiable para comunicar contenidos como la reforma de pensiones? *ZONA



Tal como se ha observado en otras dimensiones del estudio, los sectores populares tienden a depositar mayor confianza en la televisión abierta. En el segmento D/E, un 33% la identifica como el medio más confiable, seguido por C3 (30%) y C2 (27%), mientras que en el grupo ABC1 esa cifra desciende a solo 19%. Esto refleja tanto el acceso extendido que tiene la televisión en los hogares como también su posición histórica como fuente de información primaria en estos grupos.

Por el contrario, los sectores más acomodados (ABC1 y C2) tienden a diversificar sus fuentes de confianza, mostrando niveles más altos en familiares o amigos (23% y 21%), podcasts (14% en ABC1) y radio (15% y 11%). Estas preferencias pueden estar asociadas a mayores niveles de escolaridad, acceso a plataformas digitales y búsqueda de contenidos más elaborados o personalizados, así como a una mayor disposición a validar la información en redes sociales cercanas.

¿Qué medio le parece más confiable para comunicar contenidos como la reforma de pensiones? *NSE

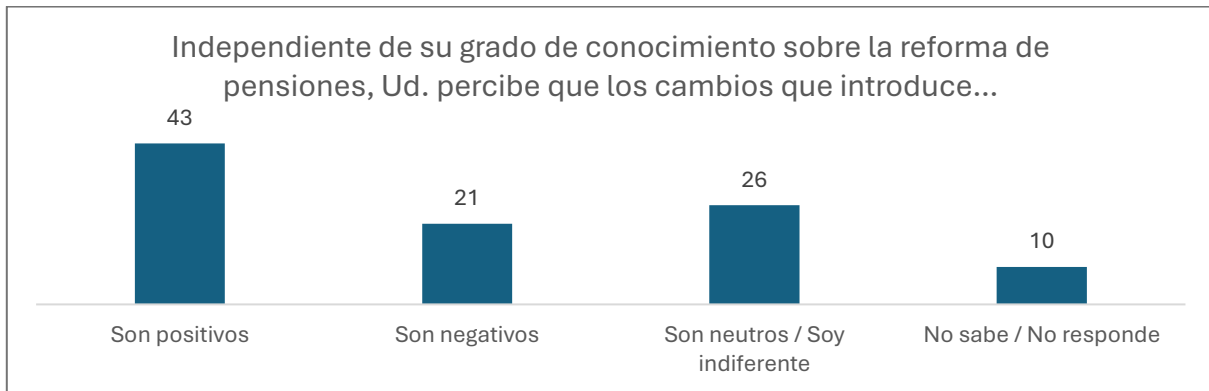


Luego, al consultar por la valoración que tienen las personas sobre los cambios que introduce la reforma, un 43% considera que son positivos, lo que da cuenta de una predisposición

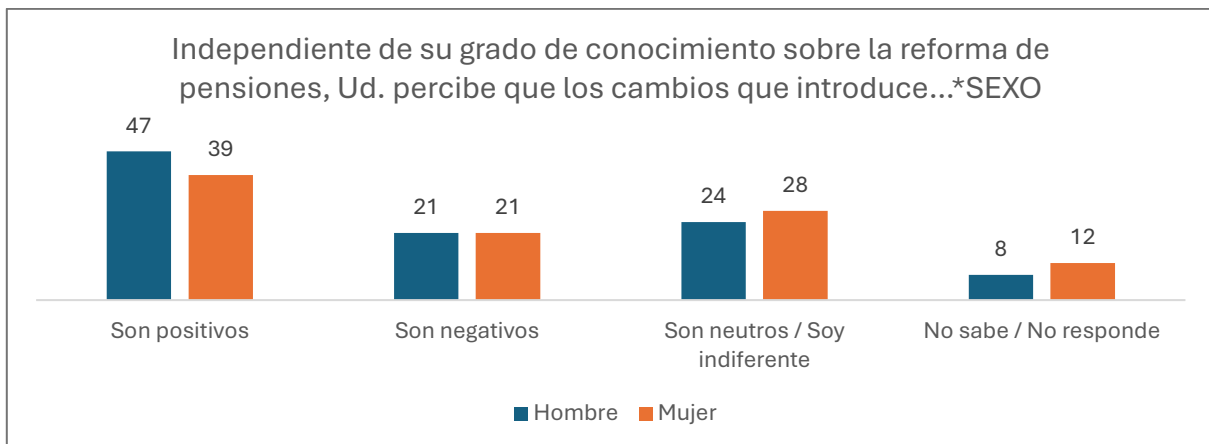
mayoritariamente favorable hacia esta política pública. En tanto, un 26% manifiesta indiferencia y un 21% percibe los cambios de forma negativa, mientras que un 10% declara no saber lo suficiente para responder.

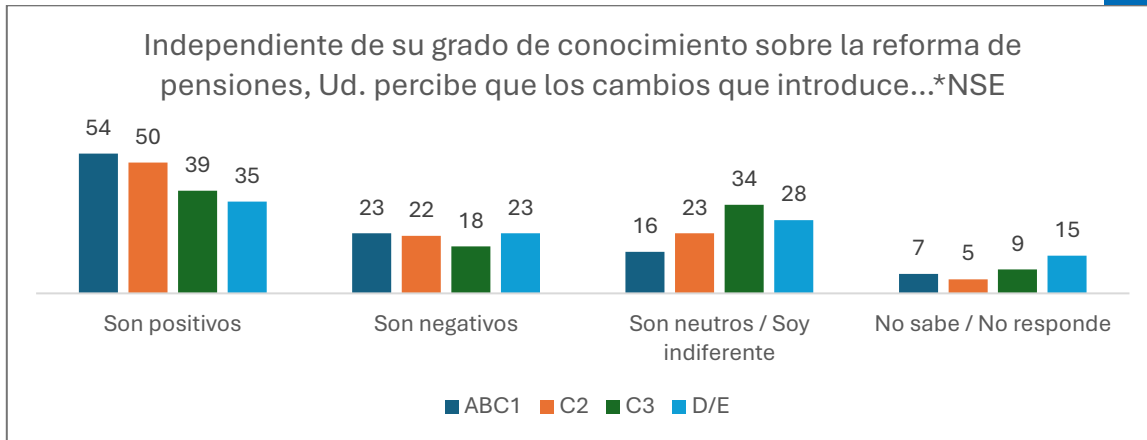
Por tanto, si bien la reforma es valorada positivamente por una proporción importante de la ciudadanía, también existe una base significativa que expresa rechazo o indiferencia. Además, se refuerza la idea de que persisten desafíos relevantes en la comunicación de sus contenidos, especialmente en cuanto a su claridad, profundidad y capacidad de conectar con las inquietudes de distintos segmentos de la población.

Valoración de los cambios y beneficios que introduce la reforma de pensiones



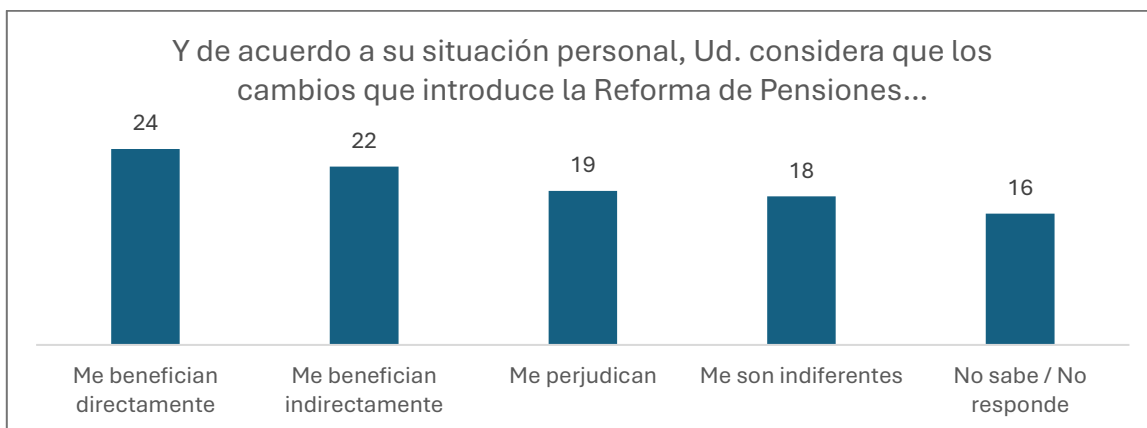
Al desagregar los datos por sexo, se observa que la valoración positiva de la reforma proviene mayoritariamente de los hombres (47%). Por su parte, las mujeres, en comparación a sus pares, tienden a inclinarse más por la indiferencia (28%) o el desconocimiento (12%). Estos resultados son particularmente llamativos en tanto la reforma de pensiones incorpora beneficios específicos orientados a reducir las brechas de género del sistema. No obstante, la mayor indiferencia y desconocimiento declarado por las mujeres podría indicar una falta de comunicación de estos beneficios de forma clara o suficientemente visible para ellas.





Al consultar por el impacto que la reforma previsional tendría en la situación personal de cada persona, los resultados muestran una distribución fragmentada de percepciones. Un 24% declara sentirse beneficiado de forma directa, mientras que un 22% se identifica como beneficiario indirecto, lo que en conjunto representa a poco menos de la mitad de la muestra que reconoce algún nivel de impacto positivo en su vida (46%). En contraste, un 19% señala que la reforma lo perjudica, y un 18% considera que los cambios le resultan indiferentes. Llama especialmente la atención el aumento del desconocimiento, con un 16% que declara no saber o prefiere no responder.

Este panorama refleja que, más allá de las valoraciones generales sobre la reforma, existe una alta variabilidad en la capacidad de las personas para vincular sus propias trayectorias previsionales con los cambios que reconocen, lo que puede responder tanto a dificultades en la comprensión de los contenidos comunicados, como a la distancia percibida entre la política pública y la realidad cotidiana. El elevado nivel de incertidumbre sugiere que la apropiación individual de la reforma sigue siendo limitada, y refuerza la necesidad de mejorar la comunicación en términos de aplicabilidad práctica, segmentando según tipos de trayectorias laborales, género y etapa del ciclo vital.

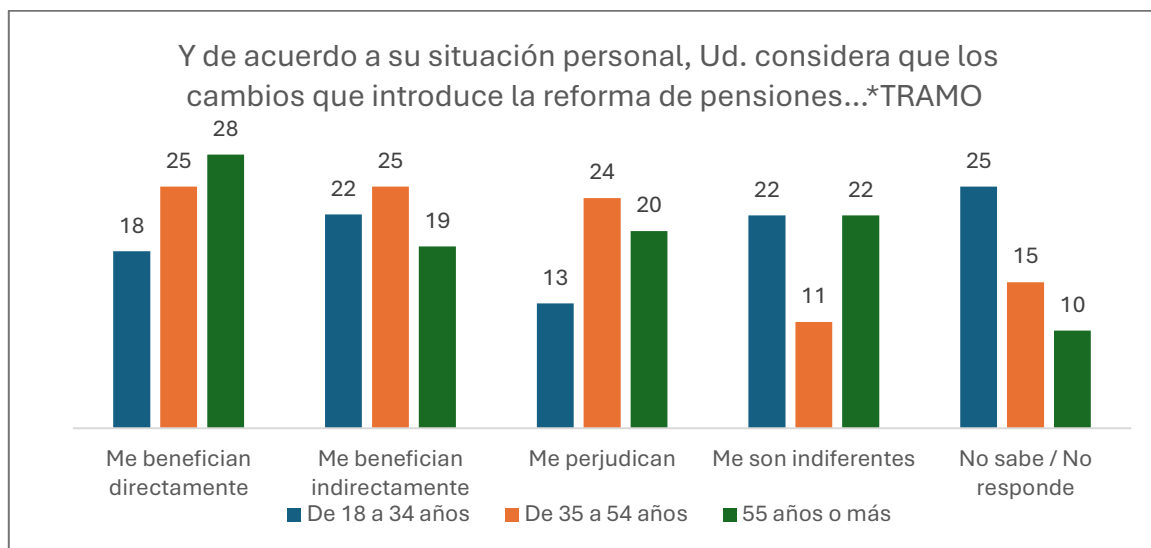


Al segmentar por edad, se observa que las personas mayores de 55 años son quienes más tienden a percibir beneficios directos de la reforma (28%), lo que resulta coherente con su mayor cercanía a la jubilación y, posiblemente, con una mayor atención a los efectos inmediatos de los cambios en su situación previsional. En contraste, solo un 18% de los jóvenes entre 18 y 34 años declara beneficiarse directamente, lo que podría reflejar una distancia temporal respecto a los efectos de la reforma o una baja vinculación subjetiva con el sistema previsional. Los beneficios indirectos muestran una

distribución más equilibrada, aunque predominan levemente en el grupo de 35 a 54 años (25%), seguidos por jóvenes (22%) y mayores (19%).

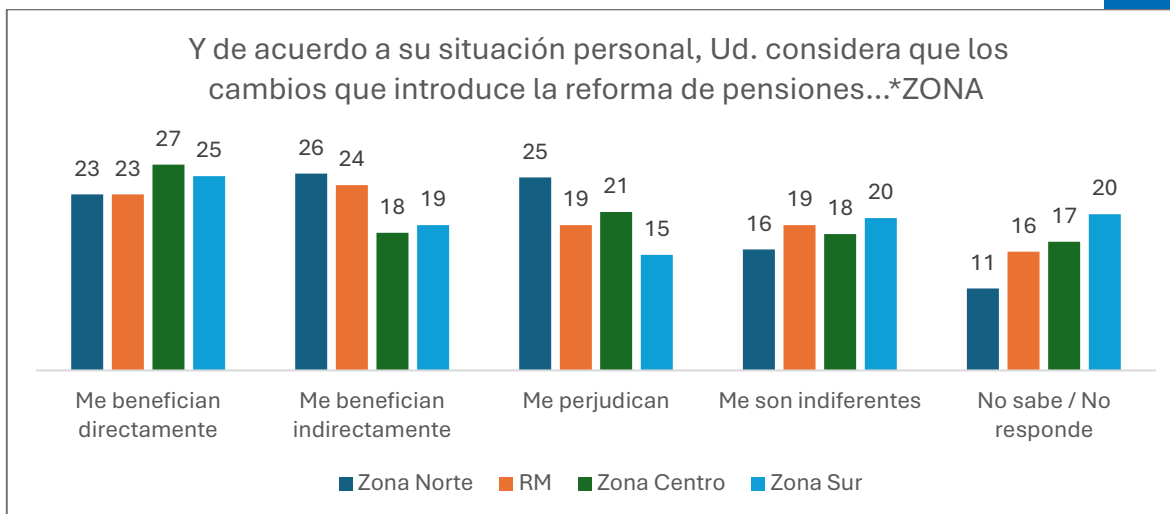
En cuanto a la percepción de perjuicio, el grupo de 35 a 54 años es el que más declara verse afectado negativamente (24%), seguido por los mayores de 55 años (20%), mientras que los jóvenes reportan el nivel más bajo de percepción de perjuicio (13%). Este patrón podría estar vinculado a que los adultos de mediana edad visualizan con mayor nitidez los efectos proyectados de la reforma en sus pensiones, sin contar aún con certezas o beneficios inmediatos. Por otro lado, la indiferencia se concentra en los dos extremos etarios (22% en jóvenes y mayores), lo que sugiere tanto lejanía por falta de experiencia previsional en un caso, como escepticismo en el otro.

Finalmente, el desconocimiento de cómo afectaría la reforma a la situación personal alcanza su punto más alto en jóvenes (25%), lo que refuerza la tendencia ya observada de baja apropiación y menor información en este grupo etario.



Desde una perspectiva territorial, las zonas Centro y Sur destacan como las que más reportan beneficios directos (27% y 25% respectivamente), aunque al mismo tiempo son las que declaran mayores niveles de desconocimiento, con 17% y 20% respectivamente, lo que sugiere una relación ambigua con la reforma, en la que coexisten expectativas de impacto positivo con falta de información concreta sobre cómo operan dichos beneficios.

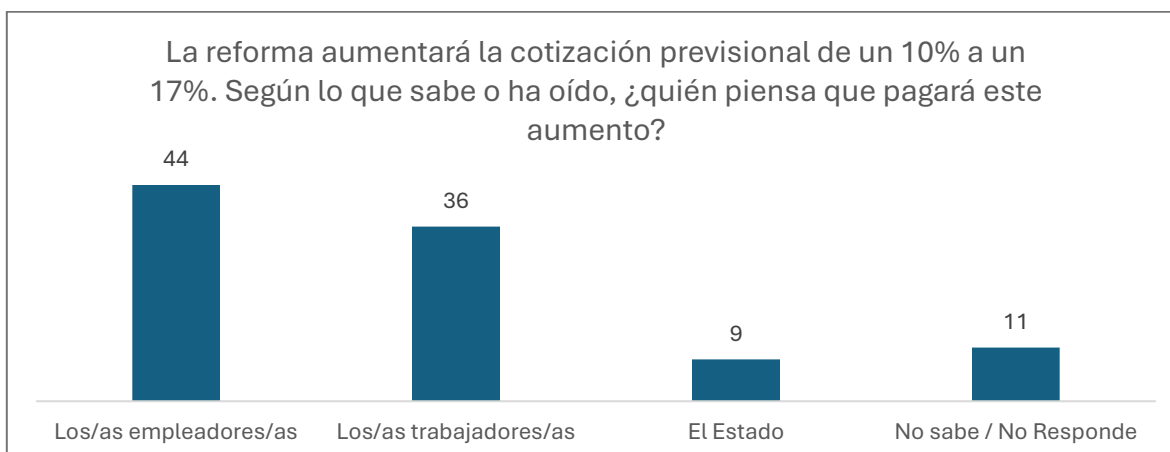
Por su parte, los beneficios indirectos son percibidos con mayor frecuencia en la Zona Norte (26%) y en la Región Metropolitana (24%). No obstante, es precisamente la Zona Norte la que presenta el mayor nivel de percepción de perjuicio personal (25%), superando a la RM (19%), la Zona Centro (21%) y, en particular, a la Zona Sur, que reporta el nivel más bajo de percepción negativa (15%).



Uno de los cambios estructurales que introduce la reforma previsional es el aumento de la cotización obligatoria del 10% al 17%, a través de un 7% adicional que será de cargo del empleador, reduciendo así la carga individual del trabajador. Sin embargo, al consultar por quién asumirá dicho aumento, solo un 44% de las personas encuestadas identifica correctamente al empleador como responsable, mientras que un 36% atribuye erróneamente este rol a los trabajadores, y un 9% menciona al Estado. Un 11% declara no saber.

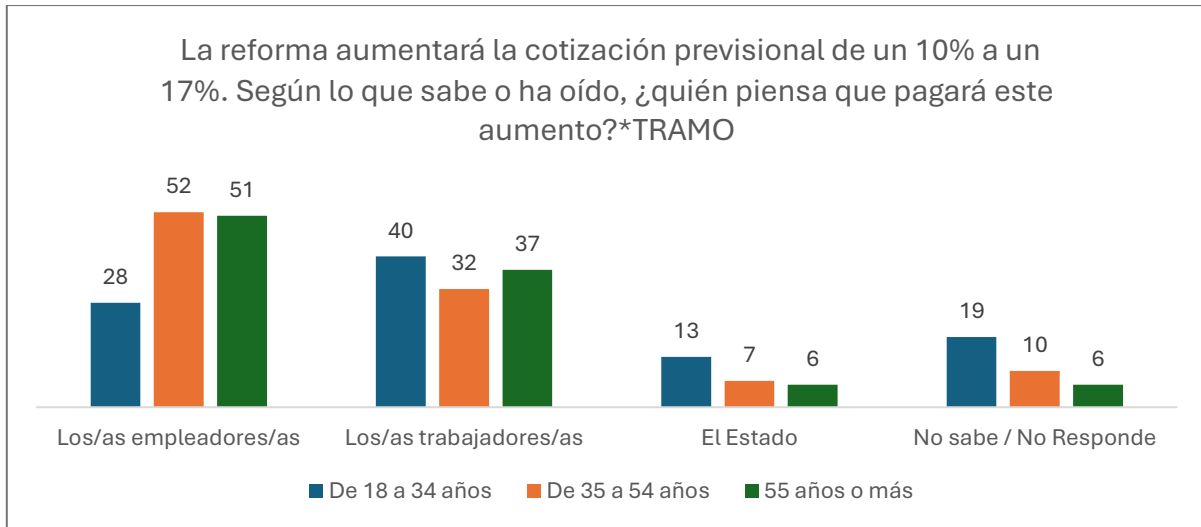
Este resultado evidencia un importante nivel de desinformación o confusión respecto de uno de los aspectos centrales de la reforma, lo que podría debilitar su valoración pública, especialmente si se instala la percepción de que el esfuerzo contributivo recae nuevamente en los trabajadores. En tal sentido, se vuelve indispensable la comunicación en torno a los elementos estructurales del nuevo sistema, particularmente aquellos que suponen un cambio de paradigma en la distribución de responsabilidades y beneficios previsionales.

Conocimiento específico sobre aspectos de la reforma



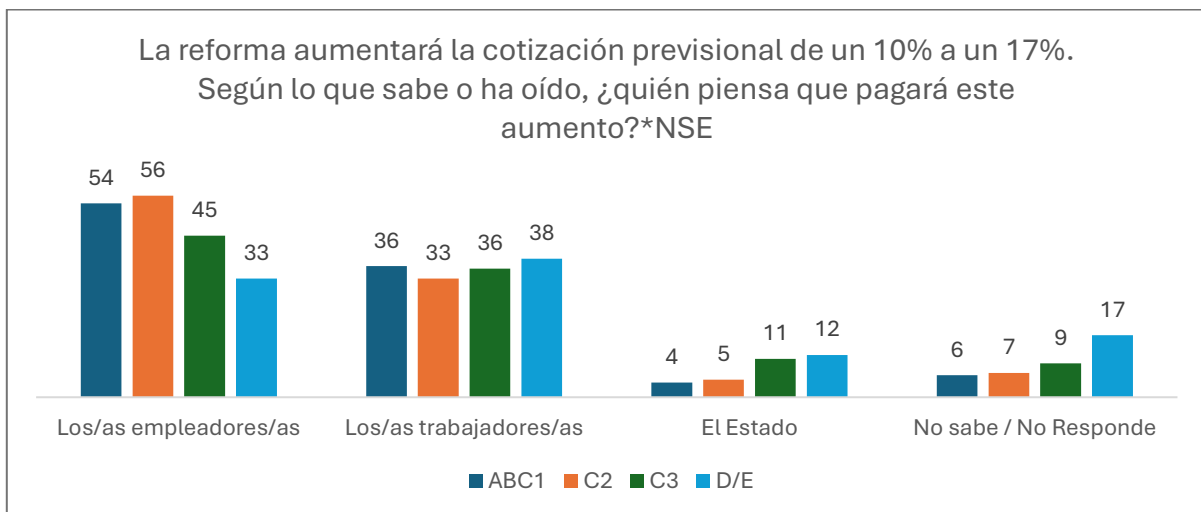
Al segmentar por edad, se evidencia que los jóvenes (18 a 34 años) son el grupo que más tiende a creer erróneamente que serán los trabajadores quienes financiarán el aumento de la cotización (40%), superando a los grupos de 35 a 54 años (32%) y 55 años o más (37%). Además, solo un 28% de los jóvenes identifica correctamente al empleador como responsable del aporte adicional, el porcentaje

más bajo entre los tramos etarios, y un 19% declara no saber, confirmando el alto nivel de desinformación en este segmento.



Al segmentar por nivel socioeconómico, se evidencia que los grupos ABC1 y C2 son quienes más identifican correctamente al empleador como responsable del aporte adicional (54% y 56% respectivamente), mientras que esta proporción disminuye en los sectores C3 (45%) y, de manera más pronunciada, en el grupo D/E (33%). Este último también es el que más tiende a pensar erróneamente que los trabajadores asumirán este costo (38%), además de presentar el mayor nivel de desconocimiento (17%).

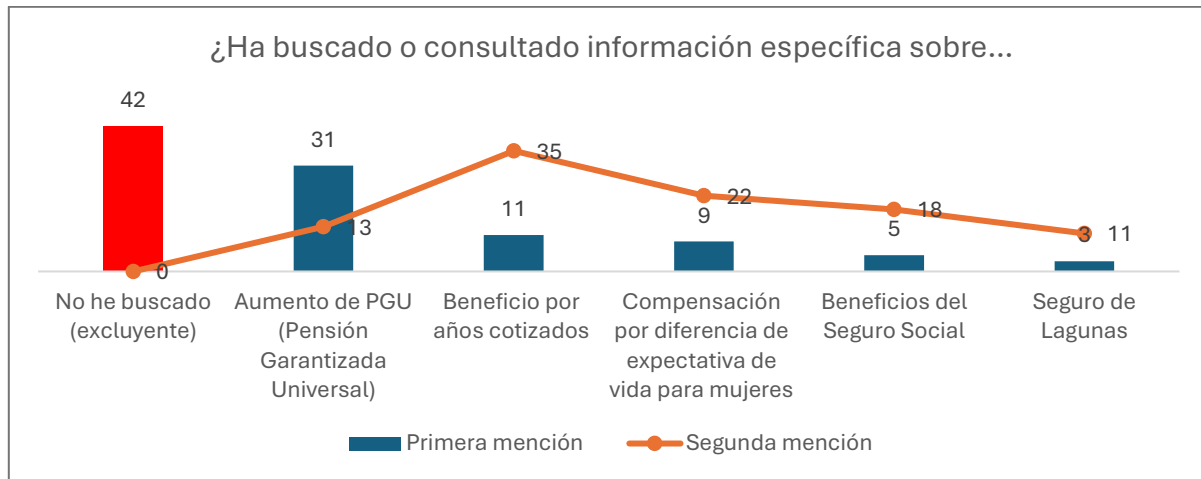
Así, se percibe una asimetría informativa asociada al nivel socioeconómico, lo que sugiere que los mensajes comunicacionales no están siendo recibidos con la misma claridad o accesibilidad en todos los grupos de la población.



Al consultar si las personas han buscado o consultado información específica sobre aspectos particulares de la reforma previsional, se observa que un 42% declara no haber buscado información en absoluto, lo que indica una baja proactividad informativa en una parte considerable de la población. Entre quienes sí realizaron búsquedas, el tema más consultado es el aumento de la Pensión

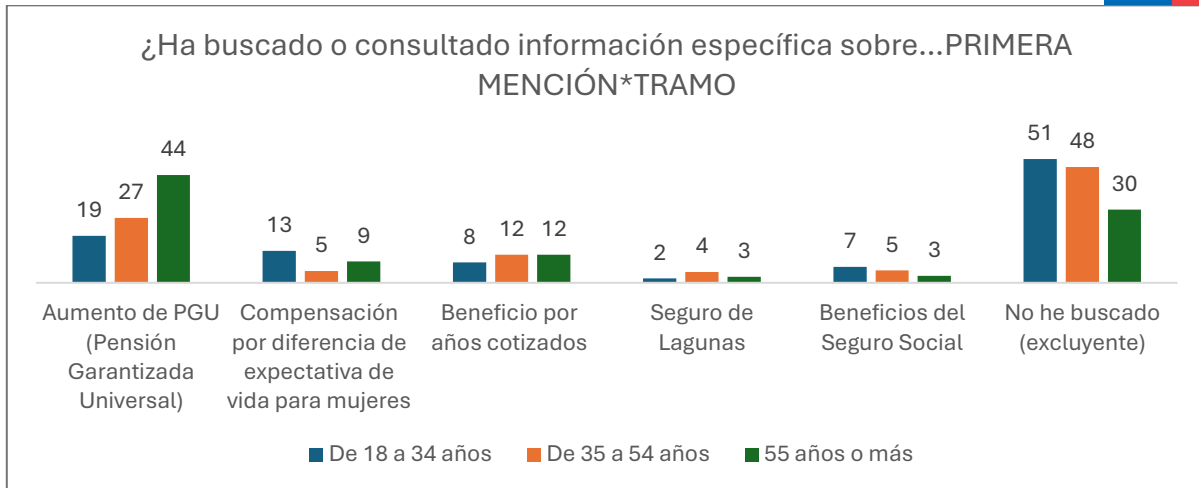
Garantizada Universal (PGU), con un 31% que lo menciona en primer lugar y un 13% en segundo lugar, lo que sugiere que es el beneficio más visible y de mayor interés ciudadano.

Otros componentes de la reforma, como el beneficio por años cotizados (11% primera mención / 35% segunda), la compensación por expectativa de vida para mujeres (9% / 22%), el seguro social (5% / 18%) y el seguro de lagunas previsionales (3% / 11%), presentan niveles más bajos de búsqueda, especialmente en los porcentajes de primera mención. Aquello puede deberse a su menor presencia en el debate público o a la dificultad para comprender sus implicancias personales, lo que plantea desafíos importantes en términos comunicacionales y de enfoque temático.



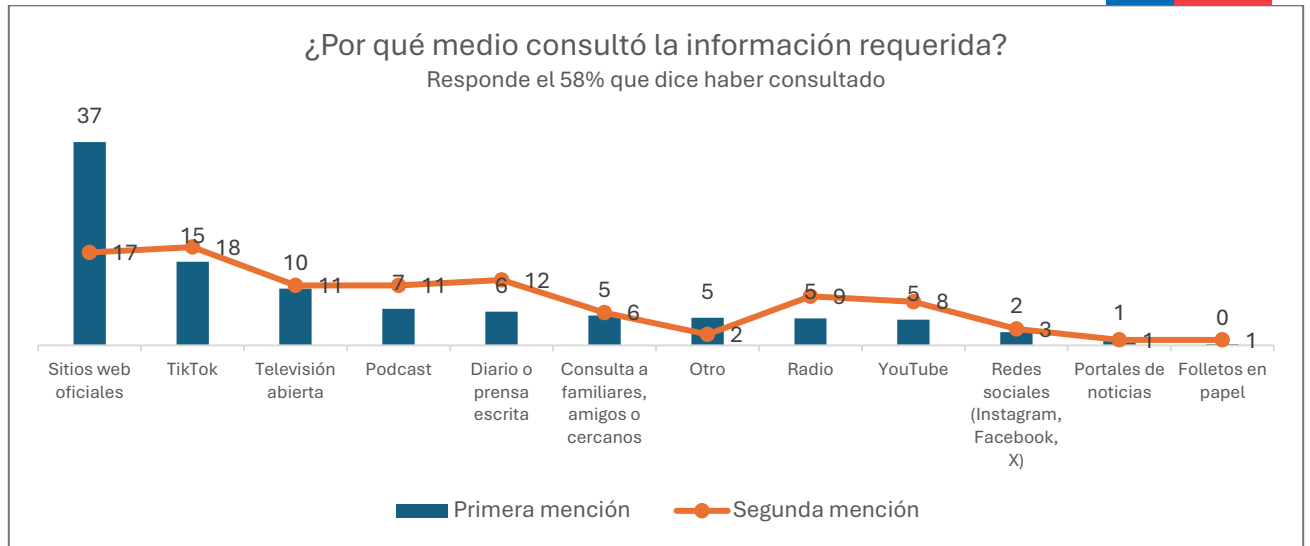
En la segmentación por edad, se observa que las personas mayores de 55 años son quienes más declaran haber buscado información sobre el aumento de la PGU (44%), mientras que en los tramos más jóvenes esta búsqueda es considerablemente menor (19% en 18 a 34 años). Lo anterior indica que los beneficios percibidos como más inmediatos o relevantes para la etapa vital tienden a despertar mayor interés informativo en quienes están más próximos a la jubilación.

Por otro lado, los jóvenes destacan por ser el grupo que más declara no haber buscado información específica (51%), seguidos por el grupo de 35 a 54 años (48%). En contraste, este porcentaje baja a 30% en las personas mayores. Esto corrobora que el tramo joven es el que muestra menor involucramiento activo con los contenidos de la reforma. La búsqueda de información sobre la compensación por expectativa de vida para mujeres también se concentra más en los jóvenes (13%), lo que puede estar asociado a mayor sensibilidad generacional hacia temas de género, aunque igualmente representan niveles bajos de búsqueda activa.



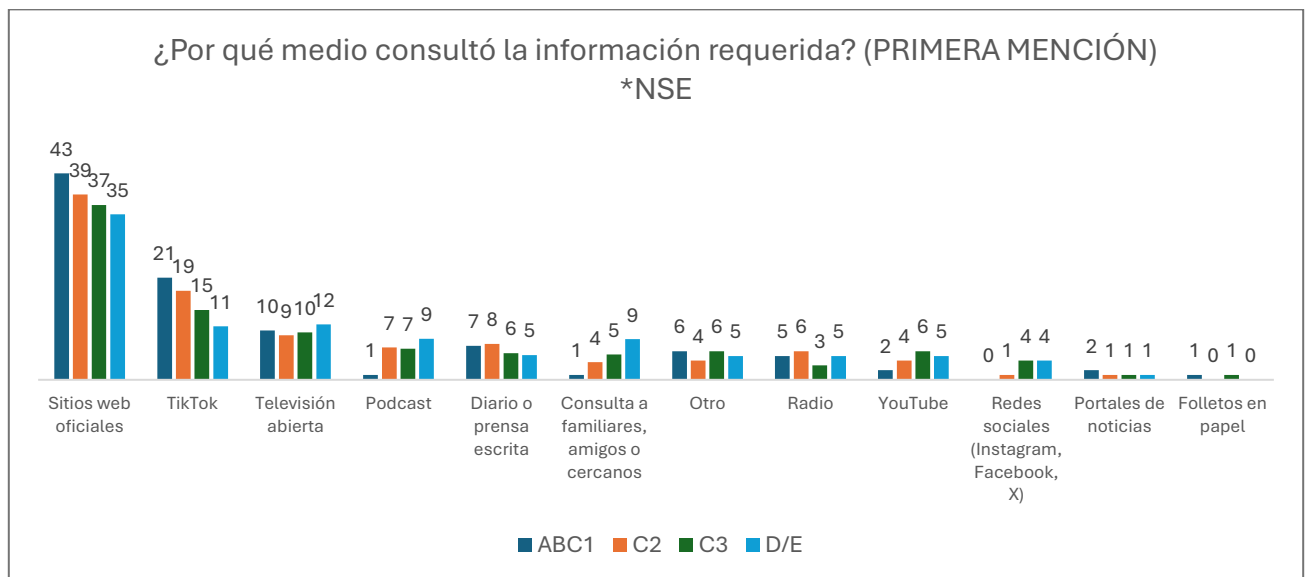
Al analizar los medios efectivamente utilizados por quienes buscaron información específica sobre la reforma previsional, se observa que los sitios web oficiales ocupan el primer lugar con un 37% en primera mención y 17% en segunda, lo que indica que, cuando se requiere información concreta, la ciudadanía recurre principalmente a fuentes institucionales, dado su carácter oficial y actualizado. En segundo lugar aparece TikTok, con un 15% de menciones como primera fuente y 18% como segunda, lo que llama la atención considerando que este medio no figura entre los más valorados como confiables o adecuados. Este resultado podría estar reflejando el rol creciente de las redes sociales — particularmente las de videos en formato breve— como puerta de entrada informal a contenidos públicos, especialmente en públicos jóvenes.

Recién en tercer lugar se ubica la televisión abierta (10% primera mención / 11% segunda), a la par de los podcasts (7% / 11%), lo que marca una diferencia respecto a su alta valoración como medio confiable en otras preguntas. Esta distancia entre lo que se declara como confiable y lo que efectivamente se utiliza puede deberse a ciertos factores como la inmediatez, la accesibilidad o formato de los contenidos, y sugiere que el diseño de estrategias informativas debería equilibrar la autoridad institucional con formatos adaptados a los hábitos reales de consumo, incluyendo plataformas no tradicionales que en la actualidad ya cumplen una función informativa, pero que cuyo contenido puede ser tendencioso y poco veraz.



Al segmentar por nivel socioeconómico, se confirma que los sitios web oficiales son la fuente más consultada en todos los grupos, aunque con una mayor presencia entre los segmentos de ingresos más altos: un 43% en el grupo ABC1 y 39% en C2 los menciona como su principal canal de búsqueda. Estos mismos segmentos también destacan por su uso de TikTok como fuente informativa (21% en ABC1 y 19% en C2).

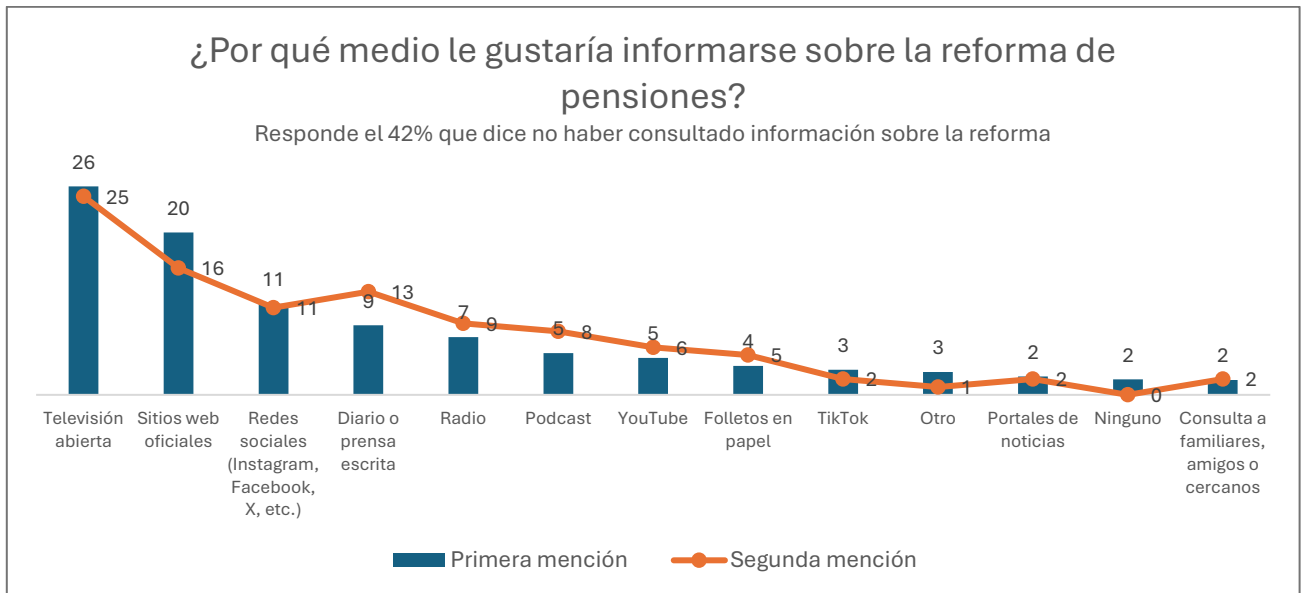
En contraste, los segmentos más bajos (D/E) recurren con más frecuencia a la consulta con familiares, amigos o cercanos, lo que revela una preferencia por fuentes relacionales frente a canales digitales o formales.



Entre quienes declararon no haber buscado información sobre la reforma previsional (42% del total), se les preguntó por el medio a través del cual preferirían informarse en caso de hacerlo. En este escenario, la televisión abierta vuelve a ocupar un rol central, con un 26% de menciones como primera opción y 25% como segunda, reafirmando su valor percibido como canal accesible y confiable para

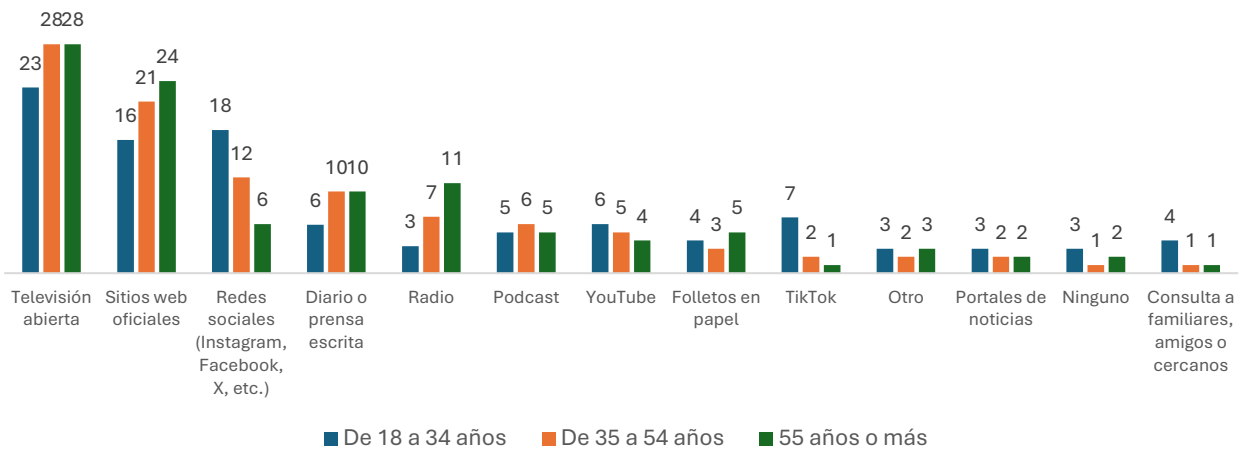
audiencias amplias. En segundo lugar se posicionan los sitios web oficiales (20%), seguidos por redes sociales (11%), diarios (9%), radio (7%) y podcasts (5%).

Este resultado sugiere que, a pesar de que muchos no han realizado una búsqueda activa, existe una predisposición declarada hacia medios tradicionales e institucionales, lo que podría ser aprovechado estratégicamente para diseñar campañas de alcance masivo que combinen formatos digitales y análogos. La inclusión de redes sociales y podcasts también indica una apertura a formatos más flexibles, aunque aún secundarios frente a medios con mayor experiencia informando sobre contenidos de interés público.



Desde luego, la preferencia por redes sociales es predominantemente compuesta por jóvenes (18% versus 12% del tramo 35 a 54 años, y 6% de quienes poseen 55 años o más), como también YouTube y TikTok. La preferencia por la televisión abierta, de todas maneras, sigue siendo transversal en todos los segmentos etarios, con una leve baja de los más jóvenes (23%). Por su parte, el segmento de mayor edad predomina en las preferencias por informarse en sitios web oficiales (24%) y en radio (11%).

¿Por qué medio le gustaría informarse sobre la reforma de pensiones? (PRIMERA MENCIÓN) *TRAMO

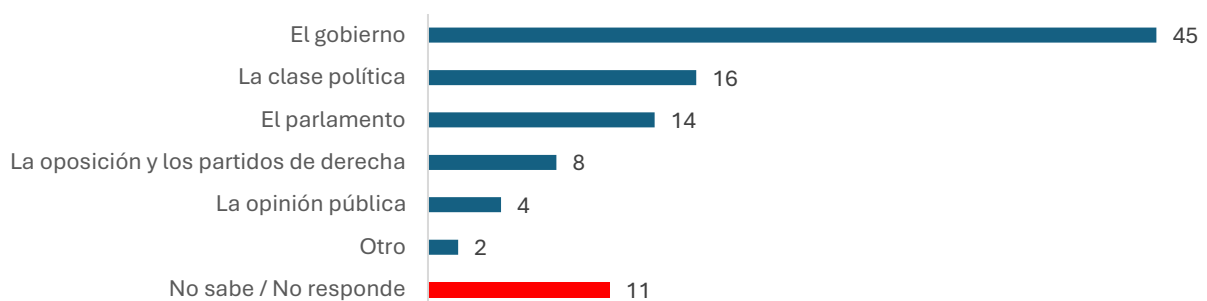


Evaluación Política

Al consultar por quién se considera responsable de la aprobación de la reforma previsional, el 45% de las personas encuestadas señala al gobierno, marcando una clara mayoría que asocia esta política a la gestión del Ejecutivo. En segundo lugar, aunque con bastante distancia, se ubica la clase política en general (16%), seguida por el parlamento (14%).

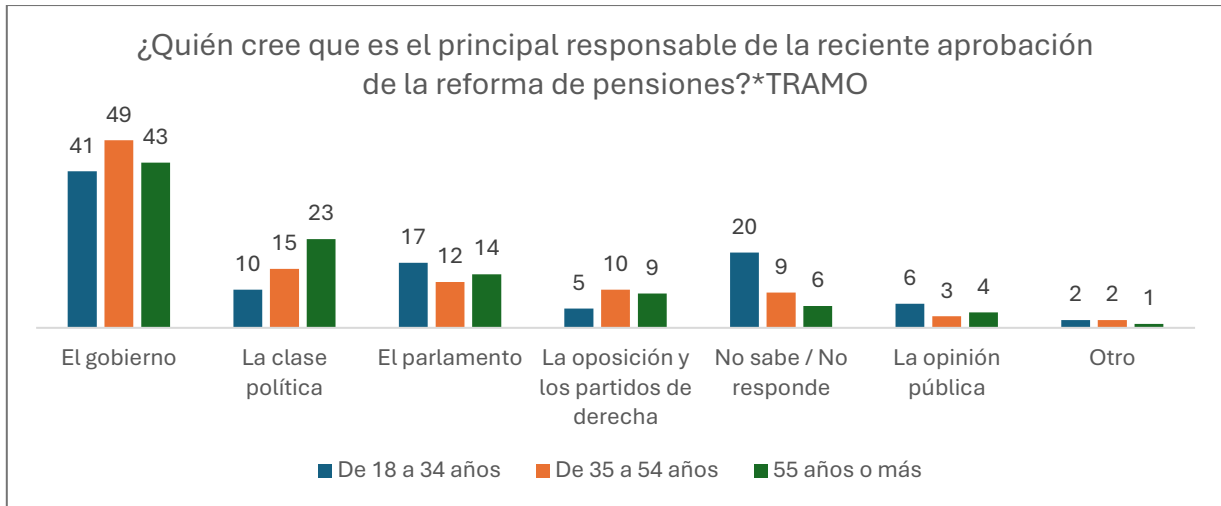
En contraste, solo un 8% atribuye la aprobación a la oposición o a partidos de derecha, y un 4% a la opinión pública o presión ciudadana. Esta distribución indica que, más allá del acuerdo político que permitió la aprobación, la ciudadanía tiende a identificar al gobierno como el principal impulsor de la reforma, lo que puede influir tanto en la aceptación del contenido como en la evaluación política de sus efectos.

¿Quién cree que es el principal responsable de la reciente aprobación de la reforma de pensiones?



Al segmentar por edad, se observa que el gobierno es identificado como principal responsable de la aprobación de la reforma en todos los tramos etarios, aunque con mayor fuerza en el grupo de 35 a 54 años (49%), seguido por los mayores de 55 años (43%) y los jóvenes (41%). Esto confirma que, transversalmente, la ciudadanía asocia la autoría de la reforma al Ejecutivo, más que a otros actores

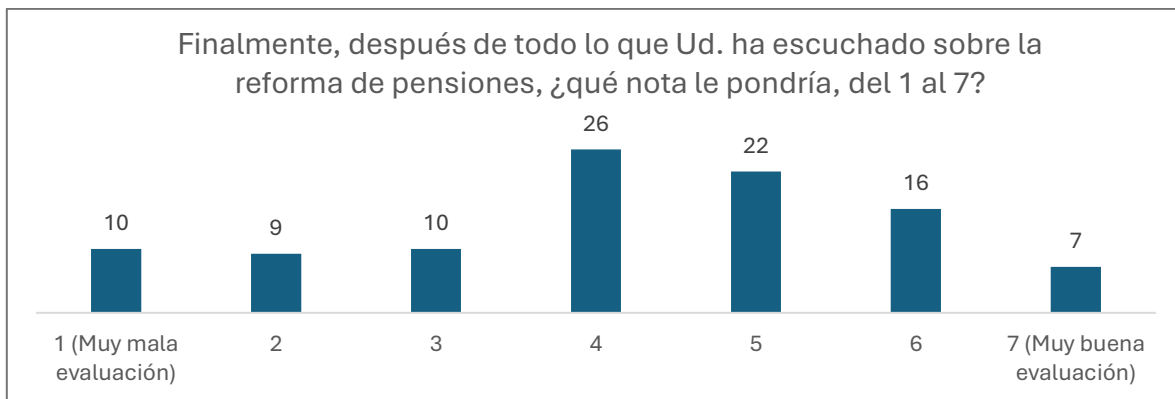
institucionales. Sin embargo, los jóvenes son quienes más tienden a desconocer quién es el responsable (20%), lo que se condice con la ya evidenciada lejanía de este segmento con la reforma.



Evaluación general

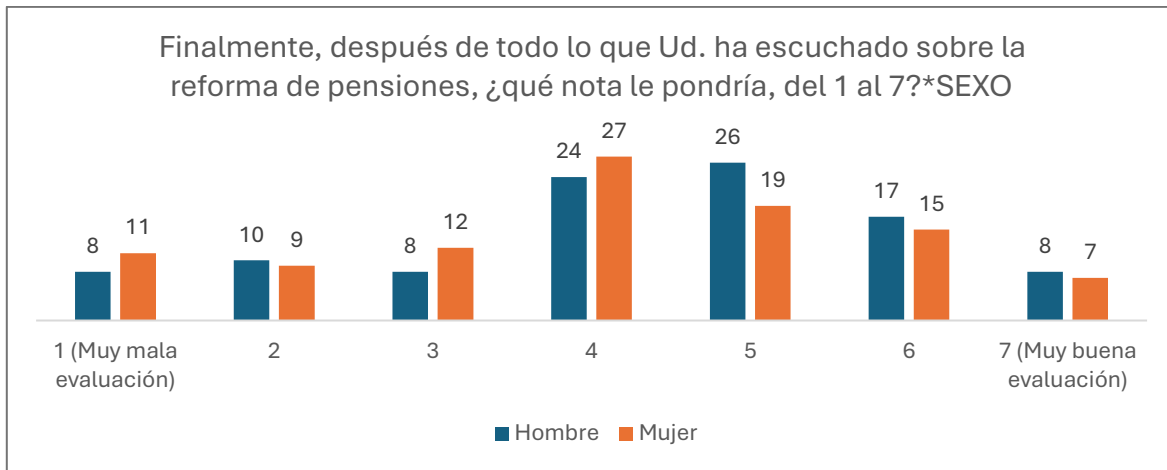
Finalmente, al solicitar a las personas encuestadas que expliciten su evaluación a través de una nota de 1 a 7, las respuestas tienden a concentrarse en posiciones intermedias, con un 26% que le asigna nota 4 y un 22% que opta por nota 5, lo que refleja una valoración más bien neutra o moderadamente positiva. Notas más altas como 6 y 7 son otorgadas por un 16% y 7% respectivamente, mientras que las evaluaciones más negativas (1, 2 y 3) reúnen un 29% del total, con proporciones similares entre sí.

Este perfil de respuestas sugiere que la reforma aún no logra una aprobación transversal por parte de la ciudadanía, pero tampoco es objeto de un rechazo mayoritario. Más bien, se podría hablar de la existencia de “conglomerados”: uno que manifiesta un mayor entusiasmo hacia la reforma y la valora muy positivamente y otro que la rechaza tajantemente. No obstante, el grueso de la ciudadanía se encuentra en un punto intermedio, caracterizado por cierta cautela o ambivalencia hacia la reforma y los cambios que introduce. Esta posición podría vincularse a niveles parciales de conocimiento, incertidumbre respecto a su aplicación práctica o desconfianza institucional previa.



Al observar la distribución de notas por sexo, se confirma una tendencia ya identificada en otros resultados del estudio: las mujeres tienden a posicionarse levemente más hacia la indiferencia o la crítica, mientras que los hombres presentan una valoración algo más positiva. Ambos grupos

concentran su evaluación en las notas 4 y 5 (tramos medios), pero los hombres otorgan más notas 5 (26%) y 6 (17%) que las mujeres (19% y 15%, respectivamente). En cambio, las mujeres presentan una proporción mayor en las calificaciones 1, 3 y 4, lo que sugiere mayor escepticismo o menor apropiación del contenido reformista.



6. Conclusiones

En principio, resulta llamativa la cantidad de personas que declara no poseer ahorros previsionales en su cuenta de AFP. Esto se evidencia principalmente en jóvenes, quienes posiblemente no trabajan o están recién comenzando a trabajar, personas mayores de 55 años —probablemente trabajadores que no cotizaron por no estar formalizados— y sectores de menores ingresos.

Por otro lado, una de los grandes hallazgos del estudio es **la amplia proporción de personas que dicen conocer o haber escuchado de la reforma previsional (80%)**. No obstante, este grado de conocimiento debe ser analizado con cautela, dado que a lo largo de la encuesta se observan debilidades en la claridad y el alcance de sus principales componentes. Varios indicios apuntan a que se trata de un conocimiento **superficial o incompleto**, especialmente entre los jóvenes y los sectores socioeconómicos más bajos.

Sin perjuicio de lo anterior, las personas sí están interesadas en esta temática: **tres de cada cuatro personas declaran estar interesadas o muy interesadas**, lo cual representa un grado importante de preocupación, concentrado en grupos más cercanos a la edad de jubilación. Sin embargo, **también se registra un 24% que manifiesta poco o nada de interés**, cifra no menor considerando el carácter transversal de esta política. Este desinterés se explica, en parte, por una desconexión percibida con los efectos personales de la reforma, especialmente entre los más jóvenes, quienes también reportan altos niveles de desconocimiento sobre sus implicancias directas. Esta distancia generacional frente al contenido y propósito de la reforma pone en tensión uno de sus principios clave: **la solidaridad intergeneracional**. En la medida en que los beneficios inmediatos parecen dirigidos a otros grupos etarios, se vuelve fundamental visibilizar cómo los cambios previsionales también responden a un diseño colectivo transversal que busca garantizar bienestar y sostenibilidad del sistema para todas las generaciones.

El amplio nivel de interés representa una oportunidad comunicacional para visibilizar con mayor profundidad los contenidos de esta política. Sin embargo, este potencial se ve limitado por un obstáculo central: **la falta de claridad con que se presenta la información** para gran parte de la ciudadanía. Más del 40% califica la información como “poco clara” o “nada clara”. En general, se

presentan **niveles de conocimiento y comprensión más bajos entre jóvenes, mujeres y personas de menor nivel socioeconómico.**

Respecto a la valoración de los cambios introducidos por la reforma, un **43% de las personas considera que estos son positivos, mientras que un 21% los evalúa negativamente.** Este dato, en conjunto con otras respuestas del estudio, permiten identificar la presencia de un grupo consistente —en torno al 42%-45%— que se pronuncia a favor de la reforma y sus cambios, mientras que otro grupo —que ronda el 25% del total— tiende a rechazar enfáticamente la reforma. De la misma manera, un 46% percibe un beneficio (directo o indirecto) de la reforma, mientras que un 19% se siente perjudicado por ella.

Al diferenciar las respuestas por género, se observa que las mujeres tienden a manifestar una actitud más neutra o indiferente frente a los cambios, mientras que los hombres presentan una mayor proporción de valoraciones positivas, diferencia que se observa de manera transversal en el estudio.

La percepción de que la reforma previsional tendrá un efecto positivo en la situación personal aumenta con la edad, lo que puede deberse a una mayor proximidad a la jubilación y, por tanto, a una conexión más directa con los beneficios de la reforma. En cambio, **las personas de 35 a 54 años son quienes en mayor proporción sienten que la reforma les perjudicará,** posiblemente porque aún están activamente insertas en el mercado laboral y perciben con más claridad los posibles efectos redistributivos.

Por otro lado, el **desconocimiento** sobre cómo impactarán los cambios previsionales en la vida personal alcanza su punto más alto en la **Zona Sur (20%),** lo que sugiere **una brecha territorial en términos de acceso o comprensión de la información** disponible.

Respecto a los canales informativos, se identifican distintos planos que permiten comprender cómo se relaciona la ciudadanía con los medios de comunicación de contenidos previsionales. Cuando se consulta por el **medio más adecuado** para informar sobre la reforma, **la televisión abierta se ubica en primer lugar,** seguida por sitios web oficiales y familiares o amigos. En términos de **confianza,** **la televisión abierta continúa siendo el medio predominante, aunque con menor intensidad** que cuando se consulta por el canal más adecuado. Paralelamente, aumenta la valoración de fuentes interpersonales como familiares o amigos, lo cual podría estar vinculado a la percepción generalizada de falta de claridad en la información disponible. En contextos de incertidumbre, la confianza tiende a desplazarse hacia fuentes cercanas y directas, percibidas como más comprensibles y desinteresadas.

Ahora bien, cuando se pregunta por el **medio se utilizó al buscar activamente información,** los **sitios web** oficiales toman protagonismo (37%), seguidos por TikTok y en menor medida televisión abierta, podcast y consultas a cercanos. Esto da cuenta de una distancia entre lo que se declara como confiable o adecuado y lo que efectivamente se usa, lo que puede deberse a hábitos digitales, facilidad de acceso o formatos de contenido. Finalmente, **entre quienes no han buscado información, pero declaran cómo preferirían hacerlo, la televisión abierta vuelve a ocupar el primer lugar,** reafirmando su rol histórico en la comunicación institucional.

En términos de contenidos más consultados, **el aumento de la Pensión Garantizada Universal (PGU) concentra el mayor interés,** mientras que aspectos técnicos como el seguro social, el beneficio por años cotizados o la compensación para mujeres presentan niveles bajos de búsqueda y comprensión, aun cuando constituyen elementos clave de la reforma. Esta diferencia en conocimiento sobre determinados contenidos sugiere la **necesidad de dar más énfasis a la visibilidad de aquellos**

componentes menos evidentes pero socialmente relevantes —especialmente a los segmentos que se verán beneficiados directamente por ellos.

En la pregunta abierta sobre el cambio que se percibe como más significativo, **el aumento o mejora de las pensiones concentra la mayor cantidad de menciones (29%)**, lo que evidencia que este componente ha logrado posicionarse como el eje más reconocido de la reforma. No obstante, también se registra un **23% de respuestas que expresan críticas negativas o rechazo**, muchas de ellas con un fuerte componente emocional. El resto de las respuestas se distribuye entre menciones positivas sobre otros aspectos y expresiones de desconocimiento, lo que da cuenta de una recepción ambivalente: si bien hay aspectos de la reforma que logran instalarse con claridad, persiste una importante proporción de la población que no los identifica o mantiene una opinión desfavorable.

En relación con la percepción de los responsables de la reforma, **el gobierno es identificado como el principal impulsor por el 45% de la ciudadanía** —en sintonía con el 45% identificado que ve a la reforma como favorable—, seguido por menciones marginales al parlamento, la oposición o la opinión pública. Esto indica **que la política es vista como un logro atribuido a la iniciativa gubernamental**.

Una señal de alerta la da la pregunta sobre el aumento de la cotización previsional de 10% a 17%, en la cual un 36% de las personas cree erróneamente que serán los/as trabajadores/as quienes asumirán este incremento. Este dato refleja una confusión relevante que puede estar incidiendo negativamente en su percepción pública.

Finalmente, al solicitar una **evaluación global de la reforma**, un 45% de las personas evalúa positivamente la reforma (nota 5, 6 y 7), corroborando la presencia de un grupo consistente en su evaluación positiva. Las evaluaciones más negativas (notas 1 a 3) concentran cerca de un tercio de las respuestas (29%). **Las mujeres, los jóvenes y los grupos D/E tienden a calificarla más críticamente**, lo que refleja desafíos pendientes en términos de credibilidad y conexión.

En conjunto, los resultados evidencian **que la reforma previsional aún no logra consolidarse como una política comprendida ni plenamente apropiada por la ciudadanía**. No obstante, **sí existe interés y preocupación en las personas por cómo la reforma afectará a su situación**. Esto plantea la necesidad de profundizar y diversificar las estrategias de comunicación, segmentando contenidos por edad, género y nivel socioeconómico, y combinando canales tradicionales con formatos digitales accesibles, participativos y claros.