



**ESTUDIO QUINTA ENCUESTA
SOBRE ACCESO, USOS, USUARIOS
Y DISPOSICIÓN DE PAGO POR
INTERNET EN ZONAS URBANAS Y
RURALES DE CHILE**

Informe Final

04 de Abril de 2014

**ESTUDIO QUINTA ENCUESTA
SOBRE ACCESO, USOS, USUARIOS
Y DISPOSICIÓN DE PAGO POR
INTERNET EN ZONAS URBANAS Y
RURALES DE CHILE**

Informe Final

**Equipo:
Jorge Rivera C.
José Luis Lima
Ernesto Castillo**

04 de Abril de 2014

TABLA DE CONTENIDOS

1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO Y ESTRUCTURA DEL INFORME.....	5
1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO	5
1.2 ESTRUCTURA DEL PRESENTE INFORME.....	5
2. INTRODUCCIÓN	7
2.1 BREVE RESUMEN DE LOS LEVANTAMIENTOS REALIZADOS EN AÑOS ANTERIORES.....	7
2.2 CONTEXTO DE APLICACIÓN DE LA ENCUESTA PARA EL AÑO 2013	8
3. DISEÑO MUESTRAL Y MODIFICACIONES REALIZADAS AL CUESTIONARIO.....	12
3.1 DISEÑO MUESTRAL.....	12
<i>Población objetivo.....</i>	<i>12</i>
<i>Marco muestral.....</i>	<i>13</i>
<i>Tipo de muestra</i>	<i>13</i>
<i>Tamaño de la muestra</i>	<i>14</i>
<i>Factor de Expansión.....</i>	<i>15</i>
3.2 CAMBIOS EN EL CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA APLICADO.....	15
4. RESULTADOS DEL LEVANTAMIENTO	18
5. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA.....	19
5.1 SECCIÓN QUE RESPONDE EL JEFE DE HOGAR	19
5.2 USO DE INTERNET REALIZADO POR EL MIEMBRO DEL HOGAR SELECCIONADO.....	47
5.3 CUADROS CON CRUCES DE INFORMACIÓN RELEVANTES.....	70
6. DISPOSICIÓN A PAGAR Y ELASTICIDADES.....	104
6.1 RESULTADOS DE DISPOSICIÓN A PAGAR (DAP)	104
<i>Introducción</i>	<i>104</i>
<i>Metodología de Estimación.....</i>	<i>105</i>
<i>Estimación Empírica.....</i>	<i>107</i>
<i>Resultados obtenidos Disposición de Pago para la muestra entera</i>	<i>109</i>
<i>Resultados obtenidos Disposición de Pago para zona urbana y rural.....</i>	<i>110</i>
6.2 ESTIMACIÓN DE ELASTICIDADES (HOGARES SIN CONEXIÓN).....	115
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	118
7.1 INTERNET MÓVIL EN CHILE	118
7.2 ALGUNAS CONSIDERACIONES DE POLÍTICA PÚBLICA	120
ANEXO 1: ASPECTOS TÉCNICOS DEL DISEÑO MUESTRAL Y DEL CÁLCULO DE FACTORES DE EXPANSIÓN.....	123
<i>Fórmula de cálculo de error muestral</i>	<i>123</i>
<i>Unidades de Selección.....</i>	<i>123</i>
<i>Probabilidades de Selección</i>	<i>124</i>
<i>Factor de Expansión.....</i>	<i>125</i>
<i>Factor de corrección por no respuesta (FC).....</i>	<i>125</i>

**ANEXO 2: USO DE INTERNET Y EMPRENDIMIENTO EN ZONA RURAL
127**

**ANEXO 3: CUESTIONARIO APLICADO EN LA ENCUESTA,
ALTERNATIVAS DE ELECCIÓN PARA DISPOSICIÓN A PAGAR Y APOYO
GRÁFICO 130**

1. Objetivos del Estudio y Estructura del Informe

1.1 Objetivos del Estudio

El objetivo general del presente estudio es profundizar el análisis y la caracterización del servicio de acceso y uso de Internet en Chile (móvil y fija), a fin de reconocer las tendencias de uso y adopción de tecnologías de información entre los chilenos, tanto en localidades urbanas como rurales, por región, por segmentación socioeconómica, entre otras.

Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Disponer de información actualizada acerca de la conectividad, uso, tipo de brecha digital, dispositivos en uso, tipo de Internet contratada, entre otros datos, en los hogares urbanos y rurales, con resultados a nivel país, regionales, rurales y urbanos y por segmentación de ingreso o socioeconómica, entre otras. Se deben considerar, para las zonas urbanas y rurales todas las regiones del país, además de la valoración del servicio a Internet, a través de una estimación de la disposición a pagar por él.
2. Establecer las características de la demanda por Internet en los hogares, en particular en relación a: Precio de bienes y/o servicios complementarios y sustitutos; gustos y preferencias de los usuarios, demanda potencial y otras variables críticas que inciden en la contratación del servicio de Internet en los hogares.
3. Definir y caracterizar perfiles de usuarios de acuerdo a condiciones de acceso y patrones de uso de Internet, segmentados por rango social, geográfico, etario, escolaridad, ocupación, lugar de acceso a Internet, entre otros.
4. Realizar las comparaciones pertinentes y relevantes con las encuestas ejecutadas en años anteriores, validando comparabilidad, tendencias y consistencia de los resultados.
5. Identificar escenarios y evaluarlos económica y socialmente, además de contar con recomendaciones de iniciativas y medidas que permitan masificar el acceso a Internet y la disminución de la brecha digital desde el punto de vista de inclusión.

1.2 Estructura del Presente Informe

El presente informe está estructurado de la siguiente manera:

En la sección 2 se presenta una introducción con un resumen de la aplicación de la encuesta desde el año 2010 y una breve discusión del contexto en que se aplica las encuestas de este estudio.

En la sección 3 se presentan los ajustes a la propuesta de diseño muestral y cuestionario, presentada en el informe de avance, para esta encuesta, tanto para las zonas urbanas como rurales. En la sección 4 se presentan los resultados del levantamiento en terreno de la encuesta.

En la sección 5 se presentan los resultados de la aplicación de la encuesta a nivel nacional. En la sección 6 se presenta los principales resultados de la disposición a pagar.

Finalmente, en la sección 7 se presentan algunas propuestas de Política Pública en materia de Internet, que se pueden desprender de los resultados de esta encuesta.

En el anexo se presenta el formulario de encuesta utilizada en terreno, un ejemplo de tabla de elección para la sección de disposición a pago y el apoyo gráfico utilizando en el levantamiento.

2. Introducción

2.1 Breve resumen de los levantamientos realizados en años anteriores

Las encuestas de acceso y uso de Internet en Chile han sido aplicadas en forma anual por cuatro veces, desde el año 2009 hasta la fecha.

En el año 2009, fueron aplicadas por primera vez a una muestra de la población mayor de 15 años, residente en el área urbana de las Regiones de Antofagasta, Valparaíso, Biobío y Metropolitana. En esa ocasión tuvo un tamaño de 1.800 entrevistas (450 por región).

Durante el año 2010, se aplicó nuevamente la encuesta a la misma muestra entrevistada el año 2009, constituyendo un panel de alrededor de alrededor de 1.240 encuestas, más algunas encuestas de muestra nueva.

En el año 2011, SUBTEL decidió replicar el estudio para un total de 2.000 encuestas aproximadamente, con la siguiente estrategia de muestreo:

- Se requirió re-entrevistar alrededor de 400 individuos seleccionados en forma aleatoria entre los entrevistados del panel aplicado en los años 2009 - 2010.
- Se incluyó a la población de 15 años y más, residente en el área rural de estas mismas regiones, que habían quedado excluidas de este estudio en las dos oportunidades anteriores. Esta muestra rural tuvo un tamaño de 300 encuestas.
- Se seleccionó una muestra nueva, representativa de la población de 15 años y más, residente en viviendas particulares urbanas de las 4 regiones incluidas en los estudios anteriores, de alrededor de 1.300 encuestas.

Para el año 2012, SUBTEL se aumentó el número de encuestas, alcanzando aproximadamente las 3.700 en total, y se modificó la estrategia de muestreo de la siguiente manera:

- Se seleccionó una muestra nueva, representativa de la población de 15 años y más, residente en viviendas particulares urbanas de las 4 regiones incluidas en los estudios anteriores, de alrededor de 2.200 encuestas.
- Se seleccionó una muestra nueva, representativa (a nivel nacional) de la población de 15 años y más, residente en viviendas particulares rurales de las 15 regiones en Chile (excepto islas y zonas aisladas), de alrededor de 1.500 encuestas.

En el presente estudio para el año 2013, se aumentó significativamente el número de encuestas a levantar, alcanzando las 9.000 encuestas. Asimismo, de acuerdo a las bases del estudio se modifica la estrategia de muestreo de la siguiente manera:

- Se debe seleccionar una muestra nueva, representativa de la población de 15 años y más, residente en viviendas particulares urbanas de las 15 regiones incluidas en los estudios anteriores, de alrededor de 7.500 encuestas.
- Se debe seleccionar una muestra nueva, representativa (a nivel nacional) de la población de 15 años y más, residente en viviendas particulares rurales de las 15 regiones en Chile (excepto islas y zonas aisladas), de alrededor de 1.500 encuestas.

Producto de estos incrementos en el tamaño muestral ha aumentado significativamente la eficiencia y precisión de las estimaciones de la proporción de acceso y uso de Internet, lográndose obtener para el año 2013 un error muestral de 1.1% considerando todas las zonas urbanas y de 2.5% considerando todas las zonas rurales (a nivel nacional el error muestral sería de 1%).

Finalmente, cabe señalar que a partir del estudio realizado el año 2011, hubo un cambio significativo en el formato del cuestionario aplicado, reduciéndolo de manera significativa respecto a formularios aplicados en los dos primeros levantamientos de esta encuesta y haciéndolo más acorde a estándares internacionales, con la finalidad de hacer comparables las cifras de Chile a nivel internacional. Para ello, en su momento se realizó una revisión de la literatura internacional, en especial de la “Guía para medición de la Sociedad de Información 2009”,¹ publicada por la OECD en el año 2009.

2.2 Contexto de aplicación de la encuesta para el año 2013

La importancia de la reducción de la *brecha digital* en Chile es un aspecto que ha sido enfatizado por las autoridades públicas desde hace algún tiempo. En su momento, la llamada *Agenda Digital* fue uno de los pilares de la política de Gobierno en la materia. Es así como los programas *Enlaces* (Internet en los colegios), *Telecentros* (o Centro Comunitario) y *Mi Primer Computador*, entre otros, son sólo una muestra del esfuerzo realizado por difundir el uso de las tecnologías de información y de las telecomunicaciones entre la población. En complemento, esfuerzos recientes han sido destinados, por ejemplo, al desarrollo de programas subsidiados para provisión de servicios en zonas rurales concentradas, a través de Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones (FDT) del Gobierno.²

¹ Su nombre original en inglés es “Guide to measuring the Information Society, 2009”, OECD. La versión actualizada de la guía, para el año 2011 se encuentra disponible en <http://www.oecd.org/sti/Internet/economy/oecdguidetomeasuringtheinformationsociety2011.htm>

² El Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones (FDT) es un instrumento financiero del Gobierno de Chile que tiene por objeto promover el aumento de la cobertura de servicios de telecomunicaciones en áreas

El avance en esta materia ha sido destacable en nuestro país. En efecto, de acuerdo a información de la ITU (2013), que se presenta en el Cuadro 2.1, la tasa de penetración Internet en los hogares de Chile ha aumentado 3.6 veces, pasando de 12.6% en el año 2003 a 45.3% en el año 2012³, lo cual corresponde básicamente a los accesos de Internet mediante Banda Ancha Fija en el hogar.⁴

Dicha penetración por hogar se encontraría muy por debajo de prácticamente todos los países de la OECD (los cuáles presentan una tasa de penetración sobre el 60% al año 2012). Si se compara la evolución de la tasa de penetración en Chile vs. el promedio de la OECD (sin considerar a Chile), entre los años 2003 a 2012 se puede observar que la diferencia (brecha) entre ambas tasas de penetración se ha incrementado, pasando de 29.3% a 33.4%.

Con respecto a algunos países de la región sudamericana, Chile presentaría una tasa de penetración en los hogares mayor que Colombia (32.1%) y Perú (20.2%), pero menor a la penetración observada en Brasil (45.4%), Argentina (47.5%) y Uruguay (48.4%), todos los cuáles tienen un PIB per cápita menor a Chile.⁵ Esto último llama la atención, ya que actualmente Chile estaría rezagándose, en cuanto acceso a Internet en los Hogares (Banda Ancha Fija), no solamente con respecto a países con mayor ingreso per cápita (OECD), sino con países en la región que presentan un menor ingreso.

En el Cuadro 2.2 se puede observar las tasas de penetración de Internet en los hogares chilenos para el año 2012 (considerando todo tipo de acceso), distinguiendo entre zona urbana y rural, según los resultados de la IV encuesta de acceso y uso de Internet en los hogares chilenos.⁶

rurales o urbanas de bajos ingresos, con baja o nula disponibilidad de estos servicios debido a la inviabilidad económica de ser atendidas por parte de la industria nacional de telecomunicaciones.

³ ITU World Telecommunications / ICT Indicators database 2013, disponible en la página web de la ITU en <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/wtid.aspx>

⁴ Si se consideran todos los accesos posibles a Internet en el hogar, la cifra de penetración aumenta al 60.5%, de acuerdo a los resultados de la IV Encuesta de Acceso y uso de Internet en los hogares chilenos.

⁵ Ver información sobre el PIB per cápita en <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>

⁶ De acuerdo a CASEN 2011, la proporción de usuarios de Internet en la población es de 52.2%, la cual es menor al porcentaje establecido en la III Encuesta para el año 2011 (65%). Los 13 puntos de diferencia pueden deberse a la distinta metodología que es utilizada en la encuesta CASEN y la presente encuesta para determinar los usuarios. En CASEN se obtiene la proporción de usuarios de forma indirecta, preguntando a los miembros del hogar mayores a 5 años el lugar donde utilizan Internet de manera más frecuente, por lo que aquellos que no lo utilizan de manera “frecuente”, según el propio arbitrio del individuo, pueden tender a responder que no utilizan Internet. Esta encuesta, en cambio, siguiendo los lineamientos de la OECD pregunta directamente al miembro del hogar entre 15 y 75 años sobre la última vez que utilizó Internet, y establece como usuarios aquellos que han utilizado Internet durante el último año, sea de manera frecuente o no (aunque sea una sola vez en el año). De esta manera, es esperable que esta encuesta presente como resultado un nivel mayor de penetración de Internet en el hogar que la encuesta CASEN, especialmente en los hogares de menores ingresos donde el acceso no necesariamente es pagado por el hogar (algunos lo tienen producto de una beca escolar, por ejemplo).

**Cuadro 2.1: Porcentaje de Hogares con Internet en el Hogar,
Países OECD y de la Región**

Países	2003	2006	2009	2012
Alemania	54.1	67.1	79.1	85.0
Australia	53.0	60.0	71.8	81.4
Austria	37.4	52.3	69.8	79.0
Bélgica	46.0	54.0	67.4	78.0
Canadá	56.9	68.1	77.8	83.0
Chile	12.6	19.2	31.3	45.3
Dinamarca	64.2	78.7	82.5	92.0
Eslovenia	40.0	54.4	63.9	74.0
España	27.5	39.1	54.0	68.0
Estados Unidos	54.7	59.9	68.7	75.0
Estonia	17.4	45.6	63.0	75.0
Finlandia	47.4	64.7	77.8	87.0
Francia	31.0	40.9	63.0	80.0
Grecia	16.3	23.1	38.1	54.0
Holanda	60.5	80.3	89.7	94.0
Hungría	10.7	32.3	55.1	69.0
Irlanda	35.6	50.0	66.7	81.0
Islandia	78.0	83.0	89.6	95.0
Israel	30.8	43.3	66.3	73.4
Italia	32.1	40.0	53.5	63.0
Japón	53.6	60.5	82.5	86.0
Korea	78.1	94.0	95.9	97.4
Luxemburgo	45.4	70.2	87.2	93.0
México	8.1	10.1	18.4	26.0
Noruega	60.5	68.8	85.6	93.0
Nueva Zelanda	50.0	64.6	75.3	87.4
Polonia	14.0	35.9	58.6	70.0
Portugal	21.7	35.2	47.9	61.0
Reino Unido	55.1	62.6	76.7	88.6
República Checa	14.8	29.3	54.2	71.0
República Eslovaca	17.0	26.6	62.2	76.6
Suecia	67.5	77.4	86.0	92.0
Suiza	60.5	70.5	80.0	90.0
Promedio OECD sin Chile	41.9	54.4	69.0	78.7
Brecha Chile vs. OECD	-29.3	-35.3	-37.7	-33.4
Argentina	11.0	14.6	27.0	47.5
Brazil	11.5	16.8	23.9	45.4
Colombia	5.5	7.1	15.0	32.1
Peru	1.4	4.7	10.4	20.2
Uruguay	13.3	13.4	27.7	48.4

Fuente: ITU World Telecommunications / ICT Indicators database 2013

**Cuadro 2.2 Acceso a Internet DESDE EL HOGAR,
sin importar si lo utilizan o no, año 2012**

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Si	64.1	36.0	60.5
No	35.9	64.0	39.5

Fuente: IV Encuesta de acceso y uso de Internet en los hogares chilenos

Cuadro 2.3 Tecnología de acceso a Internet DESDE EL HOGAR, año 2012

	Urbana		Rural		Nacional	
	% (por hogar)	% (por acceso)	% (por hogar)	% (por acceso)	% (por hogar)	% (por acceso)
ADSL-BAF	84.2	62.4	24.5	21.0	79.7	59.6
USB-BAM	15.1	11.2	71.3	61.2	19.4	14.5
Smartphone	35.7	26.4	19.9	17.1	34.5	25.8
Conexion-Satelital	0.0	0.0	0.4	0.3	0.0	0.0
Otro	0.0	0.0	0.4	0.3	0.0	0.0

Fuente: IV Encuesta de acceso y uso de Internet en los hogares chilenos

Como se puede observar, la tasa de penetración en zona urbana es un 78% más elevada a la tasa observada en zona rural, lo cual indica la existencia de una brecha de acceso significativa entre ambas zonas. La tecnología de acceso en ambas zonas también es diferente, como se puede apreciar en el Cuadro 2.3. En efecto, para el año 2012, en la zona urbana la principal forma de acceso corresponde a la Banda Ancha Fija, en cambio para la zona rural correspondía a la Banda Ancha Móvil, por lo que la brecha de acceso desde el punto de vista de la Banda Ancha Fija es mucho mayor entre ambas zonas.

En este contexto, la Subsecretaría de Telecomunicaciones realiza el levantamiento de la V encuesta de acceso y uso de Internet en los hogares chilenos, con el objetivo principal de generar información relevante para el diseño de nuevas políticas públicas destinadas a cerrar las brechas de acceso observadas más recientemente. Para estos efectos, la Subsecretaría ha realizado dos mejoramientos metodológicos respecto a encuestas pasadas: la primera es aumentar en forma considerable el número de encuestas que están siendo levantadas, pasando de 3.700 para el año 2012 a 9.000 encuestas para el año 2013, lo cual permite obtener estimaciones y análisis del comportamiento más robustos; la segunda mejora para este levantamiento consiste en mejorar el cuestionario aplicado en años anteriores con la finalidad de comprender mejor las razones por las cuáles los hogares no acceden a Internet.

3. Diseño muestral y Modificaciones realizadas al cuestionario

3.1 Diseño Muestral

Población objetivo

Este estudio requiere recabar información mediante una entrevista personal a una muestra probabilística y representativa de la población urbana y rural de todas las regiones del país.

Para este levantamiento se utilizó el mismo directorio con la población por entidad poblada y área urbana – rural, que fue entregada por la Subsecretaría para el levantamiento del año 2012, como marco muestral primario para la selección de las localidades a encuestar. La definición de Área Urbana – Rural a utilizar en este estudio corresponde a la definición propia que posee la Subsecretaría de Telecomunicaciones, según la Norma de Calidad N°6.260 del 2010 para el servicio telefonía móvil. Esta norma define como área urbana aquella extensión geográfica que presente una concentración de empresas de telecomunicaciones superiores a 2, y en las que su equidistancia y área de influencia no supera los 1,5 km, y como área rural, el resto del territorio.

A continuación se describe la distribución de la población nacional según Región y área Urbana – Rural, estimada a Junio de 2013.

Distribución de la Población Nacional según Región y Área U/R

Región	Urbana		Rural		Total	
Arica y Parinacota	160,581	1.1%	19,034	0.8%	179,615	1.0%
Tarapacá	312,349	2.0%	23,772	1.0%	336,121	1.9%
Antofagasta	579,219	3.8%	15,336	0.7%	594,555	3.4%
Atacama	259,571	1.7%	27,071	1.2%	286,642	1.6%
Coquimbo	607,198	4.0%	142,176	6.3%	749,374	4.3%
Valparaíso	1,660,081	10.9%	153,998	6.8%	1,814,079	10.3%
O'Higgins	645,673	4.2%	262,880	11.6%	908,553	5.2%
Maule	694,978	4.5%	336,644	14.8%	1,031,622	5.9%
Bio Bio	1,739,230	11.4%	334,864	14.7%	2,074,094	11.8%
Araucanía	675,848	4.4%	318,532	14.0%	994,380	5.7%
Los Ríos	262,639	1.7%	120,102	5.3%	382,741	2.2%
Los Lagos	613,953	4.0%	253,362	11.1%	867,315	4.9%
Aysén	91,986	0.6%	15,929	0.7%	107,915	0.6%
Magallanes	149,097	1.0%	11,067	0.5%	160,164	0.9%

Metropolitana	6,829,931	44.7%	239,714	10.5%	7,069,645	40.3%
Total	15,282,334	100.0%	2,274,481	100.0%	17,556,815	100.0%

Marco muestral

Se utilizó como marco muestral el Censo de Población y Viviendas de Abril de 2002, en cuanto a la información censal como a su material cartográfico.

Como han transcurrido más de diez 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, una vez seleccionada la muestra primaria (manzanas) se realizó una actualización de los hogares en cada manzana seleccionada.

Esta actualización consiste en realizar un empadronamiento previo de las manzanas seleccionadas para actualizar el número de hogares por manzana, construyendo un listado con los hogares empadronados y a partir de él hacer la selección de hogares a entrevistar por manzana. Posteriormente, este catastro permitirá contar con información actualizada al momento de calcular los ponderadores o factores de expansión de las encuestas realizadas, para así obtener estimadores más exactos.

Cabe señalar que hubo algunos casos puntuales en que manzanas enteras de viviendas desaparecieron o quedaron reducidas a muy pocas viviendas en estos últimos años (particularmente en el Norte).

Tipo de muestra

La muestra propuesta para este estudio, de acuerdo a los requerimientos de la Contraparte Técnica, 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 la última etapa.

La muestra debe ser probabilística, porque se requiere aplicar la teoría estadística de errores, 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 SUBTEL y mantener controlado el nivel de precisión de la muestra en cada Estrato. En este estudio, cada estrato está constituido por la parte urbana o rural de una región. Por lo tanto, la muestra considera en total 8 estratos.

La selección en etapas y por conglomerados, se hace necesaria ante la inexistencia de un marco muestral detallado por hogares en cada estrato. Sólo de esta forma es posible realizar

una selección de personas, a partir de las unidades de agregación mayores como lo son la manzana censal y el hogar dentro de cada manzana.

Tamaño de la muestra

El tamaño y distribución de la muestra ha definido de acuerdo a los requerimientos expresados en los Términos de Referencia y en acuerdo con la contraparte, vistas las dificultades del levantamiento en terreno de años anteriores. En el cuadro siguiente se presenta la distribución de la muestra por Región y Área U/R:

Distribución de la Muestra y error Muestral según Región y Área U/R

Región	Urbano		Rural		Total	
Arica y Parinacota	200	6.9%	100	9.8%	300	5.7%
Tarapacá	150	8.0%	100	9.8%	250	6.2%
Antofagasta	150	8.0%	100	9.8%	250	6.2%
Atacama	250	6.2%	100	9.8%	350	5.2%
Coquimbo	300	5.7%	100	9.8%	400	4.9%
Valparaíso	900	3.3%	100	9.8%	1,000	3.1%
O'Higgins	400	4.9%	100	9.8%	500	4.4%
Maule	500	4.4%	100	9.8%	600	4.0%
Bio Bio	700	3.7%	100	9.8%	800	3.5%
Araucanía	550	4.2%	100	9.8%	650	3.8%
Los Ríos	400	4.9%	100	9.8%	500	4.4%
Los Lagos	500	4.4%	100	9.8%	600	4.0%
Aysén	300	5.7%	100	9.8%	400	4.9%
Magallanes	100	9.8%	100	9.8%	200	6.9%
Metropolitana	2,100	2.1%	100	9.8%	2,200	2.1%
Total	7,500	1.1%	1,500	2.5%	9,000	1.0%

Los resultados del estudio anterior permitieron acotar el tamaño muestral a 9.000 hogares, para obtener estimaciones a nivel regional con un error muestral que de 9,8% para la parte “rural” en cada región y un error muestral que fluctúa entre el 2.1% y el 8,0% para la parte urbana de las quince regiones representadas en este estrato. A nivel nacional, con la muestra urbana se obtiene un error muestral de 1.1% y con la muestra rural se obtiene un error muestral de 2.5%.

Para calcular el error muestral se consideraron los siguientes supuestos: Muestra Aleatoria Simple al interior de cada estrato, varianza estimada del estudio anterior y nivel de confianza igual a 95%. En estricto rigor, el margen de error real podrá ser un poco superior

al estimado en los cuadros anteriores producto de la utilización de un muestreo por conglomerado que introduce un efecto diseño, que puede incrementar el margen de error hasta en un 25%, según nuestra experiencia en estudios similares.

Factor de Expansión

La ponderación de acuerdo al diseño muestral planteado es el factor de expansión de cada manzana, vivienda y persona seleccionada, el que depende del número de personas mayores de 15 años que tiene el hogar, del número de viviendas que tiene la manzana, y finalmente, del número de manzanas que tiene la Comuna, según el método propuesto.

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 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.

En la base de datos de la encuesta se entregan dos factores de expansión corregidos: el factor de expansión de personas seleccionadas, con el nombre **fact_selec**, el cual puede ser aplicado a toda la sección de preguntas Q de la encuesta que se presenta en el Anexo. Para la sección de preguntas P de la encuesta se utiliza un factor de expansión por hogar, con el nombre **fact_hog**.

3.2 Cambios en el Cuestionario de la encuesta aplicado

En el estudio realizado el año 2011, hubo un cambio significativo en el formato del cuestionario aplicado, reduciéndolo de manera significativa respecto a formularios aplicados en los dos primeros levantamiento de esta encuesta y haciéndolo más acorde a estándares internacionales, con la finalidad de hacer comparables las cifras de Chile a nivel internacional. Para ello, en su momento se realizó una revisión de la literatura internacional, en especial de la “Guía para medición de la Sociedad de Información 2009”,⁷ publicada por la OECD en el año 2009, de la cual se pudieron establecer los siguientes criterios a aplicar en esta encuesta:

⁷ Su nombre original en inglés es “Guide to measuring the Information Society, 2009”, OECD. La versión actualizada de la guía, para el año 2011 se encuentra disponible en <http://www.oecd.org/sti/Internetconomy/oecdguidetomeasuringtheinformationsociety2011.htm>

- La encuesta debía tener dos informantes, en concordancia por lo recomendado por la OECD:
 - El jefe de hogar, quien aporta información de características del hogar, acceso a Internet en el hogar, características del jefe de hogar y responderá la sección de predisposición a pagar por Internet del hogar.
 - Un miembro del hogar, entre 16 y 74 años de edad, elegido de manera aleatoria, quien aporta información respecto a características del usuario de Internet y usos de Internet.
- La sección de disposición a pagar por Internet se focalizó en estimar la disposición a pagar por la Banda Ancha Fija, utilizando la metodología de conjoint analysis aplicada por Rosston, Savage y Waldman (2010) para estimar la disposición a pagar por dicho tipo de acceso en EEUU.
- La sección de usos del Internet consideró el formato de encuesta por uso recomendado por la OECD para sus miembros, que tiene preguntas respecto a:
 - Acceso a computador en general y en el hogar.
 - Acceso a Internet en general, en el hogar y fuera del hogar. Frecuencia de uso y razones de no uso.
 - Características del uso de Internet.
 - Para adquirir información.
 - Comunicaciones
 - E-Government
 - Tiempo Libre
 - Venta de BB y SS, transacciones bancarias, otros.
 - E-commerce. Frecuencia de compra por Internet, tipos de compra realizada (identificando los productos digitalizados) y razones de no compra por Internet.
 - Acceso a Banda Ancha Móvil y lugar de acceso.
 - Acceso a Telefonía Celular y si lo utiliza para Internet.

Para el estudio del año 2012 se introdujeron algunas mejoras en el cuestionario, básicamente enfocadas a levantar mayor información relativa a:

- Se corroboró que las definiciones realizadas en la encuesta anterior seguían siendo consistentes con las recomendaciones de la OECD, presentadas en su informe “Guía para medición de la Sociedad de Información 2011”.
- Se identificó todos los tipos de acceso a Internet utilizados, especialmente los acceso via Smartphone.
- Se amplió la aplicación de la metodología de Rosston, Savage y Waldman (2010) para valorizar la disposición a pagar no solamente de los accesos Banda Ancha Fija sino también de los accesos Banda Ancha Móvil y Smartphone del Jefe de Hogar.

- Se profundizó en mayor medida respecto a las razones por las cuáles algunos hogares no tienen un acceso a Internet en el hogar y se evaluaron algunas alternativas de política pública que facilitarían el acceso a Internet de dichos hogares.
- Se caracterizaron los emprendimientos y negocios propios de los usuarios pertenecientes al sector rural, su uso de Internet en negocios y proyecciones de uso en negocios futuros. Las preguntas relativas al uso de Internet de esta sección siguieron las recomendaciones señaladas en la “Guía para medición de la Sociedad de Información 2011” publicada por la OECD.

Para el presente estudio del año 2013, se realizaron las siguientes modificaciones al cuestionario aplicado:

- Se incorporaron a las tablet dentro de las opciones de conexión a Internet en el hogar.
- Se amplió aún más el número de preguntas destinadas a comprender las razones de no acceso de Internet en el hogar y las razones de no uso de Internet.
- Se simplificó la sección de disposición a pagar, de tal manera de aplicar una metodología de estimación más sencilla a la utilizada en años anteriores (conditional logit).

Producto de las entrevistas y encuestas piloto realizadas antes de iniciar el levantamiento de la encuesta, se realizaron algunas modificaciones al borrador inicial de la encuesta, a fin de que ésta tenga una mejor comprensión por parte de los encuestados.

En base a los resultados del Pre Test se realizaron algunos cambios al formato del cuestionario, con la finalidad de aumentar el grado de comprensión por parte de los encuestados y para facilitar su uso por parte de los encuestadores. Las modificaciones más importantes se resumen en las siguientes:

- Se aumentó el número de accesos posibles a ser declarados en P7, de 5 a 6, debido a la gran presencia de smartphones en los hogares y a que se incluyó también la posibilidad de acceder vía Tablet.
- Se modificó la forma en que se recoge el gasto en los accesos a Internet, en base a la experiencia de los encuestadores en terreno.

En el Anexo al final de este informe se incorpora el formulario final de la encuesta aplicado en terreno, un ejemplo de tabla de elección para la sección de disposición a pagar, y la ayuda gráfica sobre tipos de acceso utilizada en el levantamiento.

4. Resultados del levantamiento

El número y distribución de encuestas que finalmente pudo obtenerse en este levantamiento, se resume a continuación:

Cuadro 4.1: Distribución Final de la Muestra Nueva y Panel según Región y Área U/R

Región	Tamaño de Muestra Original			Tamaño de Muestra Final (logrado)		
	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total
Arica y Parinacota	200	100	300	188	90	278
Tarapacá	150	100	250	163	88	251
Antofagasta	150	100	250	143	64	207
Atacama	250	100	350	251	93	344
Coquimbo	300	100	400	295	103	398
Valparaíso	900	100	1,000	992	99	1,091
O'Higgins	400	100	500	425	96	521
Maule	500	100	600	521	100	621
Bio Bio	700	100	800	719	103	822
Araucanía	550	100	650	562	101	663
Los Ríos	400	100	500	408	101	509
Los Lagos	500	100	600	483	101	584
Aysén	300	100	400	300	100	400
Magallanes	100	100	200	78	82	160
Metropolitana	2,100	100	2,200	2,102	99	2,201
Total	7,500	1,500	9,000	7,630	1,420	9,050

Como se puede apreciar, de la muestra inicialmente proyectada levantar, **se pudo completar más del 100% de la muestra urbana** (aunque con distinta composición por región), aunque se pudo conseguir solamente el 95% de la muestra rural. En total se levantaron 50 encuestas adicionales, principalmente en zona urbana.

De esta manera, **el total de encuestas para este estudio asciende a 9.050**, lo que nos permite cumplir con lo exigido en las bases del estudio (9.000). Se adjunta a este informe la base de datos validada con los respectivos factores de expansión, tanto para la sección de Acceso a Internet (preguntas P) como para la sección de uso de Internet (preguntas Q).

5. Análisis de la encuesta

A continuación se presentan los resultados de la tabulación de la encuesta con la base de datos validada.⁸ En los cuadros se juntan los resultados tanto para las zonas urbanas como para las rurales y el total nacional, utilizando los factores de expansión de la encuesta. También se realiza una comparación respecto al año 2012 en aquellos preguntas de mayor relevancia.

5.1 Sección que responde el JEFE DE HOGAR

En el Cuadro 5.1 se presenta el nivel de penetración de Internet tanto en zonas urbanas como rurales y a nivel nacional. Se observa que el nivel de penetración en zona urbana alcanza el 65%, lo cual representa un ligero aumento respecto al 2012 en que dicha penetración fue de 64.1%. En zona rural, el nivel de penetración alcanza el 40%, lo cual representa un aumento respecto al 2012 en que dicha penetración fue de 36%. A nivel nacional la penetración alcanzaría el 61.6%, ligeramente mayor al 60.5% del año 2012.

Cuadro 5.1: ¿Los miembros de este hogar tienen acceso a Internet DESDE EL HOGAR, sin importar si lo utilizan o no? (El acceso a Internet puede ser vía computador, teléfono móvil o smartphone, tablet, TV o consola de juegos con acceso a Internet habilitado).

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sí	64.92	40.48	61.61
No	35.08	59.52	38.39

El resto de las preguntas de la sección Acceso de la encuesta la responden aquellos hogares que señalan tener acceso a Internet en el hogar, salvo la pregunta de las razones por las que no tienen acceso, que la responden aquellos que señalaron no tener acceso a Internet en el hogar en esta pregunta, y las preguntas de caracterización del jefe de hogar que las responden todos los encuestados.

En el Cuadro 5.2 se presenta todos los dispositivos que utilizan los hogares para acceder a Internet desde el hogar. Los hogares pueden utilizar más de un dispositivo para acceder a Internet en el hogar, por lo que las alternativas no suman 100%. Se observa que el dispositivo más importante para acceder a Internet en el hogar, tanto en zona urbana como rural, es el computador portátil, seguido en forma cercana por el Smartphone y computador

⁸ Se agradece la importante participación de Juana Armijos Abarca liderando el levantamiento de encuestas en terreno y su validación.

fijo. Tanto en zona urbana como en zona rural se observa un incremento importante del acceso a Internet vía Smartphone en el hogar respecto al año 2012, en que dicho porcentaje fue 23.4% y 13.5% respectivamente.⁹ El acceso a Internet vía Tablet, que fue incluido en este levantamiento, está presente en los hogares chilenos, pero aún a tasas relativamente bajas tanto en zonas urbanas y rurales.

Adicionalmente, para el año 2013 se preguntó al hogar respecto al número de equipos para acceder a Internet que poseen en total todos los miembros del hogar. En el Cuadro 5.2 se presenta el promedio de equipos que poseen los hogares que señalan acceder a Internet mediante este tipo de equipos. En general, los valores varían en torno a valores cercanos a uno (1 a 1.4), a excepción de los smartphones, los cuales están presentes en un promedio de 2 aparatos por hogar (en aquellos hogares que acceden a Internet mediante dicho dispositivo).

Cuadro 5.2: ¿Qué dispositivos o equipos electrónicos utilizan los miembros de este hogar para acceder a Internet DESDE EL HOGAR? (Respuesta Múltiple)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Comp. Fijo (PC)	55.12	31.09	52.98
Comp. Portátil	73.86	68.30	73.36
Tablet	17.11	6.66	16.18
Teléf. Móvil/Smartphone	57.02	59.55	57.24
Consola	12.74	4.32	11.99
SmartTV	5.10	0.73	4.71
Otros	0.20	0.65	0.24
No Sabe	0.02	0.00	0.02

Número de dispositivos (Promedio por hogar que señala tener el dispositivo para acceder a Internet desde el Hogar)

	Urbana	Rural	Nacional
	Promedio	Promedio	Promedio
Comp. Fijo (PC)	1.07	1.04	1.07
Comp. Portátil	1.41	1.22	1.40
Tablet	1.28	1.27	1.28
Teléf. Móvil/Smartphone	2.15	1.97	2.13
Consola	1.20	1.08	1.20
SmartTV	1.24	1.10	1.24

⁹ No obstante, en el año 2012 la opción incluía solamente Smartphones, en la actualidad la mayoría de los equipos y planes comercializados por las compañías móviles se focalizan principalmente en el uso de smartphones para aprovechar la mayor velocidad de tráfico de datos en red 3G.

En el Cuadro 5.3 se presentan tres cuadros respecto al nombre de la compañía que provee el servicio de Internet en el hogar (Cuadro 5.3.a), el tipo de tecnología mediante la cual se conecta el hogar a Internet (Cuadro 5.3.b), la forma de pago que utiliza el hogar para pagar sus accesos a Internet (Cuadro 5.3.c). Debido a que un mismo hogar puede tener varios tipos de acceso a Internet, de diferente tipo de tecnología, compañía proveedora y tipo de pago, los porcentajes señalados en los cuadros para cada opción no suman 100% cuando se analizan por hogar. No obstante, en el mismo cuadro se incluyen los porcentajes por acceso, es decir, considerando todos los accesos a Internet en todos los hogares, lo cuáles suman 100% entre las distintas opciones.

Asimismo, se presenta la proporción de hogares con cierto número de accesos a Internet vía smartphone (Cuadro 5.3.d), y la proporción de hogares que cuenta con Internet fijo (Banda Ancha Fija), Internet Móvil (Banda Ancha Móvil y Smartphone) o ambos (Cuadro 5.3.e).

En el Cuadro 5.3.a se observa que las principales compañías a las cuales los hogares urbanos contratan su acceso a Internet (independientemente del tipo de tecnología) son: Movistar, VTR, Claro y Entel, al igual que en el año 2012. Los hogares rurales prefieren principalmente a 3 compañías: Entel, Movistar y Claro. En zona urbana se observa una reducción en la participación de Movistar y VTR y un aumento en la participación de Claro y Entel, respecto al año 2012, en que sus porcentajes de participación fueron de 48%, 24%, 14% y 12% respectivamente (considerando el total de accesos en el hogar). En zona rural se observa una reducción en la participación de Movistar y Entel, y un aumento en la participación de Claro, respecto al año 2012, cuyos porcentajes de participación fueron de 42%, 41%, 10%, respectivamente.

En el Cuadro 5.3.b se observa que los dos principales tipos de tecnología que utilizan los hogares urbanos para acceder a Internet son: Banda Ancha Fija y en menor proporción Smartphone. En cambio, en los hogares rurales se accede a Internet principalmente mediante Banda Ancha Móvil y Smartphone. En zona urbana se observa una reducción en la proporción de accesos Banda Ancha Fija (ADSL y Cable) y un aumento de accesos vía Smartphone, respecto al año 2012, en que sus porcentajes fueron 62.4% y 26.4% respectivamente (considerando el total de accesos en el hogar). En zona rural, se observa una reducción en la proporción de acceso Banda Ancha Móvil y un fuerte aumento de accesos vía Smartphone, respecto al año 2012, en que sus porcentajes fueron 61.2% y 17.1% respectivamente (los accesos vía Banda Ancha Fija también bajaron).

En este año se incorporó la opción “Tablet con acceso propio a Internet” como una nueva posibilidad de acceso a Internet en los hogares, para capturar los accesos a Internet vía Tablet que tiene incorporado un chip móvil que le permite conectarse en forma directa a Internet (sin depender de otro tipo de accesos, vía Wi-Fi por ejemplo). En el Cuadro se observa que existe una proporción muy baja de dicho tipo de accesos, tanto en zona urbana como rural.

En el Cuadro 5.3.c se observa que la principal forma de pago que prefieren los hogares urbanos es el postpago (planes, por ejemplo), mientras que los hogares rurales utilizan tanto el postpago como el prepago en proporciones muy similares. Este comportamiento es muy similar al observado en el año 2012 para ambas zonas.

En el Cuadro 5.3.d se observa que la gran mayoría de hogares con acceso a Internet en zona urbana y rural no poseen al menos un acceso a Internet vía Smartphone. Entre los hogares urbanos y rurales que poseen acceso a Internet vía smartphone, la gran mayoría posee solamente un acceso. Respecto al año 2012, sin embargo, se observa un incremento en el porcentaje de hogares con al menos un acceso a Internet vía smartphone, tanto en zona urbana como en zona rural.

Finalmente, en el Cuadro 5.3.e (expresado como porcentaje de hogares con cada tipo de acceso) se observa que el 55% de los hogares con acceso a Internet en zona urbana posee únicamente Internet Banda Ancha Fija, el 23% posee solo Internet Móvil (BAM y/o Smartphone) y el 22% posee ambos. En zona rural, el 14% de los hogares con acceso a Internet posee solamente Internet Fijo, el 81% posee solamente Internet Móvil y el 4% posee ambos (un 1% no posee ninguno de los anteriores, que son los casos con conexión satelital).

Cuadro 5.3: A continuación identifique las compañías que le proveen Internet para computador en su hogar, la forma de acceso que utiliza con cada uno y la modalidad de pago que tiene con cada proveedor, (Respuesta múltiple)

Cuadro 5.3.a	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	% por hogar			% por acceso		
Movistar	46.75	40.90	46.23	41.36	37.87	41.06
VTR	25.15	3.41	23.21	20.95	3.08	19.37
Claro	19.54	13.51	19.00	16.04	11.13	15.61
Entelphone	2.76	5.00	2.96	2.28	4.86	2.51
GTD	0.11	0.00	0.10	0.10	0.00	0.09
Telefónica del Sur	3.71	0.78	3.45	3.56	0.71	3.31
CMET	0.33	0.82	0.37	0.32	0.82	0.36
CTR	0.02	0.55	0.07	0.02	0.55	0.07
Telcoy	0.18	0.59	0.22	0.15	0.60	0.19
Pacífico Cable	0.95	0.00	0.87	0.90	0.00	0.82
Entel	17.53	41.04	19.63	12.38	37.70	14.63
GTD Móvil	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Nextel	0.28	1.00	0.34	0.20	0.78	0.25
Virgin Móvil	0.36	0.35	0.36	0.25	0.12	0.24
RTC	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otro	1.73	2.42	1.79	1.48	1.78	1.51

Cuadro 5.3.b	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	% por hogar			% por acceso		
Banda Ancha Fija	76.59	18.06	71.37	64.65	15.76	60.29
Banda Ancha Móvil	12.78	53.53	16.41	10.22	47.67	13.56
Smartphone	35.78	42.40	36.37	24.57	35.10	25.51
Tablet	0.63	0.42	0.61	0.28	0.20	0.27
Conexión Satelital	0.21	0.90	0.27	0.14	0.56	0.17
Otro	0.21	0.71	0.25	0.15	0.71	0.20

Cuadro 5.3.c	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	% por hogar			% por acceso		
Postpago	90.13	52.96	86.82	87.48	50.85	84.23
Prepago	14.44	50.91	17.69	11.85	48.68	15.12
No Sabe	0.96	0.52	0.92	0.67	0.47	0.65

Cuadro 5.3.d	Urbana	Rural	Nacional
No. Smartphones con acceso a Internet	%	%	%
0	64.22	57.60	63.63
1	28.54	34.86	29.11
2	6.55	6.07	6.51
3	0.59	1.47	0.67
4	0.04	0.00	0.04
5	0.05	0.00	0.05

Cuadro 5.3.e	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Solo Banda Ancha Fija	54.94	13.87	51.28
Solo Int Móvil (Smp/BAM)	23.15	80.93	28.30
Internet Fijo y Móvil	21.65	4.19	20.09
Ninguno / Otro	0.26	1.01	0.33

En el Cuadro 5.4 se presenta el porcentaje de hogares que tienen acceso Banda Ancha Móvil provisto por la empresa ENTEL que declaran poseer el plan de acceso a Internet denominado “Todo Chile Comunicado”, provisto por esa empresa y con ese tipo de tecnología. Se observa que un 8% de los hogares urbanos y un 14% de los hogares rurales que cumplen estas características señalan poseer dicho plan, lo cual representa una reducción respecto al año 2012, en que dichos porcentajes fueron de 12% y 15% respectivamente.

Cuadro 5.4. Sólo si eligió BAM como Forma de Acceso y ENTEL como la empresa que provee dicho acceso: ¿Su plan de Internet es o se llama “Todo Chile Comunicado”?

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sí	8.29	13.77	10.38
No	52.83	50.09	51.79
No Sabe	38.87	36.14	37.83

En el Cuadro 5.5 se presenta el porcentaje de hogares que tienen acceso a Internet en el hogar vía Smartphone que declaran utilizar el Smartphone como un medio (modem) para conectar un computador a Internet en el hogar (lo que se conoce como Tethering). Se observa que el 44% de los hogares en zonas urbanas con acceso vía Smartphone utilizan dicho acceso para Tethering, y un 38% de los hogares en zonas rurales con acceso vía Smartphone lo utilizan de esta forma, lo cual representa un aumento significativo respecto a lo observado en el año 2012, en que dichos porcentajes fueron 18% y 33% respectivamente.

Cuadro 5.5. Solo si eligió Smarth Phone como Forma de Acceso ¿Utilizan el Smartphone como medio para conectar un computador a Internet en el hogar?

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sí	43.97	37.85	43.34
No	38.11	41.30	38.44
No Sabe	17.92	20.85	18.22

Las preguntas de los Cuadros 5.6 y 5.7 las responde solamente aquellos hogares con acceso a Internet vía Banda Ancha Móvil (BAM) o Smartphone y no poseen Banda Ancha Fija (BAF). De acuerdo a la información del Cuadro 5.3.e, un 23% de los hogares con acceso a Internet en zonas urbanas tienen acceso vía BAM o Smartphone y no poseen BAF. En zonas rurales dicho porcentaje aumenta considerablemente a un 81%. Ambos porcentajes son un poco mayores a los observados en el año 2012.

En el Cuadro 5.6 se pregunta si el hogar en la situación descrita en el párrafo anterior tuvo acceso a Internet por Banda Ancha Fija en los últimos 12 meses. El 12% de los hogares urbanos y 3% de los hogares rurales en la situación descrita anteriormente señalan haber tenido Banda Ancha Fija en los últimos 12 meses, acceso que en la actualidad no tienen por haber preferido la Banda Ancha Móvil o Smartphone (en el año 2012 los porcentajes fueron de 10% de los hogares urbanos y el 2% de los hogares rurales).

Lo anterior significa que, para el año 2012, aproximadamente un 2.7% del total de hogares con acceso a Internet en zonas urbanas eliminó un acceso BAF en los últimos 12 meses y

mantuvo o contrató un acceso BAM o Smartphone. Asimismo, aproximadamente un 2.8% del total de hogares con acceso a Internet en zonas rurales eliminó en los últimos 12 meses un acceso BAF a favor de un acceso BAM o Smartphone. Dichos porcentajes representan un aumento en el grado de sustitución observada respecto al año 2012, en que fueron de 1.6% y 1.3% respectivamente.

En el Cuadro 5.7 se preguntan las razones por las que estos hogares solamente poseen Banda Ancha Móvil o Smartphone en la actualidad, pudiendo señalar cada hogar más de una razón. Las dos principales razones para solamente tener acceso BAM o Smartphone en el sector urbano son: porque la BAF es más cara que el acceso móvil y porque la conexión a Internet móvil puede utilizarse fuera del hogar. En el sector rural, la principal razón es porque la BAF es más cara que el acceso móvil, aunque también un gran porcentaje de entrevistados señalan no saber bien la razón por la cual dejaron de utilizar dicho acceso.

Cuadro 5.6: En algún momento de los últimos 12 meses, ¿tuvo su hogar acceso a Internet a través de acceso telefónico o por cable?

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sí, tuvimos acceso BAF en últimos 12 meses	11.65	3.49	9.55
No, solo hemos tenido BAM/Smartphone/Tablet	57.10	76.84	62.17
No Sabe	31.25	19.67	28.28

Cuadro 5.7: ¿Por qué razón(es) tienen acceso solamente por Banda Ancha Móvil y/o Smartphone en la actualidad?

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Porque es más caro que el acceso móvil	63.01	43.59	61.19
Porque conexión móvil se puede utilizar fuera hogar	35.09	5.98	32.38
Porque ocupo muy poco el Internet	6.09	15.24	6.95
Otras razones	11.59	15.03	11.91
No Sabe	7.10	28.61	9.10

En el Cuadro 5.8 se presenta la percepción de la velocidad del acceso a Internet en los hogares, diferenciando por tres tipos de tecnología presentes en el hogar: Banda Ancha

Fija (BAF), Banda Ancha Móvil (BAM) y el acceso a Internet vía Smartphone perteneciente al jefe de hogar (Sph-JH).¹⁰

Cuadro 5.8: La velocidad del servicio a Internet es el tiempo que se demora en recibir (download) o enviar (upload) información desde el computador en su hogar. ¿Cómo calificarían la velocidad del servicio de Internet para computador en su hogar?

Banda Ancha Fija	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Lenta	28.87	30.31	28.90
Rápida	62.11	62.23	62.11
Muy Rápida	8.96	7.37	8.92
No Sabe / No responde	0.06	0.09	0.06
Banda Ancha Móvil	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Lenta	42.06	57.07	46.40
Rápida	53.10	40.62	49.49
Muy Rápida	3.71	2.31	3.30
No Sabe / No responde	1.13	0.00	0.80
Smartphone Jefe Hogar	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Lenta	26.56	47.36	28.59
Rápida	53.71	43.74	52.74
Muy Rápida	18.74	7.41	17.64
No Sabe / No responde	0.98	1.49	1.03
Tablet	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Lenta	29.35	92.33	33.17
Rápida	48.26	3.83	45.57
Muy Rápida	18.80	0.00	17.66
No Sabe / No responde	3.59	3.83	3.61

Tanto en los hogares urbanos como rurales se tiene mayoritariamente una percepción de velocidad “Rápida” de la Banda Ancha Fija, lo cual coincide con lo observado en el año 2012. Respecto a la Banda Ancha Móvil, en los hogares urbanos se percibe mayoritariamente una velocidad “Rápida” de dicho acceso, aunque en zonas rurales la

¹⁰ Se pregunta sobre el acceso vía Smartphone del jefe de hogar solamente debido a que es éste quien responde la encuesta y es, por tanto, el que ha experimentado en forma directa las características de dicho acceso.

percepción mayoritaria es de una velocidad “Lenta”, lo cual también coincide con lo observado en el año 2012. Respecto al acceso Smartphone del Jefe de Hogar, en los hogares urbanos se tiene una mayoritaria percepción de velocidad “Rápida”, en forma similar al año 2012, aunque en los hogares rurales se tiene una percepción de velocidad “Lenta”, a diferencia del año 2012 en que dicha percepción era mayoritariamente “Rápida”. La percepción de velocidad a través de un Tablet con acceso propio a Internet es mayoritariamente “Rápida” en el sector urbano, pero es considerada “Lenta” por prácticamente todos los accesos en zona rural. Cabe señalar, finalmente, que la percepción de velocidad “Muy Rápida” es muy baja para todos los tipos de acceso, tanto en zona urbana como rural.

En el Cuadro 5.9 se presenta la percepción de confiabilidad del servicio de Internet en los hogares, diferenciando por tres tipos de tecnología presentes en el hogar: Banda Ancha Fija (BAF), Banda Ancha Móvil (BAM) y el acceso a Internet vía Smartphone perteneciente al jefe de hogar (Sph-JH). La confiabilidad se refiere principalmente a la frecuencia de interrupciones en el servicio de Internet que ha experimentado el hogar.

Cuadro 5.9: La confiabilidad del servicio de Internet tiene que ver con el número de veces que no han podido utilizar Internet, porque se interrumpió el servicio. ¿Cómo calificarían la confiabilidad de su servicio de Internet para computador en su hogar?

Banda Ancha Fija	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Muy Confiable	65.96	74.76	66.16
Poco Confiable	33.98	25.16	33.78
No Sabe / No responde	0.06	0.09	0.06
Banda Ancha Móvil	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Muy Confiable	52.18	47.75	50.90
Poco Confiable	46.71	52.22	48.31
No Sabe / No responde	1.11	0.03	0.80
Smartphone Jefe Hogar	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Muy Confiable	62.90	52.23	61.85
Poco Confiable	36.16	46.28	37.16
No Sabe / No responde	0.94	1.49	1.00
Tablet	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Muy Confiable	79.09	3.83	74.53
Poco Confiable	13.72	92.33	18.49
No Sabe / No responde	7.19	3.83	6.98

Se observa que la mayoría de los hogares urbanos y rurales señalan que el acceso Banda Ancha Fija es bastante confiable, en forma similar al año 2012. En cambio, el acceso Banda Ancha Móvil es mayoritariamente calificado como confiable en zona urbana y poco confiable en zona rural, lo cual marca una diferencia respecto al año 2012 en que dicho acceso fue calificado como poco confiable en ambas zonas. El acceso vía Smartphone del Jefe de Hogar es calificado como muy confiable por la mayoría de los hogares encuestados, al igual que en el año 2012. El acceso vía Tablet es calificado como muy confiable en zona urbana, pero poco confiable en zona rural.

En el Cuadro 5.11 se presenta la opinión de los hogares respecto a la calidad de la asistencia técnica que reciben de su proveedor de Internet, para solucionar problemas técnicos de la conexión, diferenciado por tipo de tecnología presente en el hogar.

Cuadro 5.11: Los proveedores de servicios de Internet para computador ofrecen asistencia técnica para solucionar los problemas técnicos de conexión a Internet de sus clientes. Señale de qué manera calificaría la calidad del servicio técnico de su proveedor.

Banda Ancha Fija	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Excelente Calidad	43.22	47.28	43.31
Calidad Regular	47.33	48.45	47.36
Mala Calidad	8.64	2.26	8.49
No Sabe / No responde	0.81	2.01	0.84
Banda Ancha Móvil	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Excelente Calidad	29.20	21.49	26.97
Calidad Regular	57.13	65.97	59.69
Mala Calidad	11.83	12.46	12.01
No Sabe / No responde	1.84	0.07	1.33
Smartphone Jefe Hogar	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Excelente Calidad	39.83	34.74	39.33
Calidad Regular	48.58	55.04	49.22
Mala Calidad	8.53	8.72	8.55
No Sabe / No responde	3.06	1.51	2.90
Tablet	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Excelente Calidad	58.24	3.83	54.94
Calidad Regular	34.57	22.23	33.82
Mala Calidad	0.00	70.10	4.25
No Sabe / No responde	7.19	3.83	6.98

Se observa que la asistencia técnica de los accesos Banda Ancha Fija, Banda Ancha Móvil y Smartphone del Jefe de Hogar en zonas urbanas son calificados mayoritariamente como “Regulares”, lo cual marca una diferencia respecto al año 2012 en el que la asistencia técnica de los accesos BAF y Smartphone fueron calificados como “Excelentes”. Por otro lado, la calidad de la asistencia técnica de los accesos vía Tablet son calificados mayoritariamente como “Excelente” en el sector urbano y “Malo” en el sector rural.

En el Cuadro 5.12 se presenta un resumen de resultados de la pregunta a los hogares con acceso a Internet Banda Ancha Fija, respecto a la forma en que tiene contratado el servicio (Internet desnudo o en paquetes con telefonía fija y TV Cable) y el costo que están pagando por el servicio de Internet y por el paquete (plan básico).

Cuadro 5.12: Algunos proveedores de Internet para computador ofrecen solamente este servicio o también ofrecen paquetes que incluyen, además, servicios de TV y/o telefonía en un solo plan con una única facturación mensual, ¿Qué tipo de servicios tiene usted contratados en paquete y cuánto pagó el último mes por ellos?

Urbana	Porcentaje	Pago (Promedio)	Desviación Estándar	Pago (Mediana)
Solo Internet	20.49	\$ 19,749	\$ 8,412	\$ 19,800
Internet + Tel. Fija	15.31	\$ 29,646	\$ 8,653	\$ 29,990
Internet + TV	13.33	\$ 34,109	\$ 9,300	\$ 33,000
Internet + TV + Tel. Fija	50.88	\$ 43,371	\$ 12,037	\$ 42,000
Rural	Porcentaje	Pago (Promedio)	Desviación Estándar	Pago (Mediana)
Solo Internet	29.96	\$ 18,050	\$ 6,142	\$ 18,900
Internet + Tel. Fija	32.63	\$ 30,783	\$ 14,150	\$ 29,990
Internet + TV	8.03	\$ 32,990	\$ 7,023	\$ 29,900
Internet + TV + Tel. Fija	29.38	\$ 38,416	\$ 8,014	\$ 38,000
Nacional	Porcentaje	Pago (Promedio)	Desviación Estándar	Pago (Mediana)
Solo Internet	20.70	\$ 19,696	\$ 8,356	\$ 19,000
Internet + Tel. Fija	15.70	\$ 29,701	\$ 9,001	\$ 29,990
Internet + TV	13.21	\$ 34,093	\$ 9,272	\$ 33,000
Internet + TV + Tel. Fija	50.39	\$ 43,307	\$ 12,006	\$ 42,000

Se observa que la mayoría de los hogares en zonas urbanas con acceso Banda Ancha Fija han contratado dicho acceso en paquete de tres servicios, con Telefonía Fija y TV Cable, en

forma similar a lo observado en el año 2012. Situación distinta ocurre en las zonas rurales, en que la mayoría de los hogares tendrían contratado el paquete Internet + Telefonía Fija, aunque también un porcentaje importante posee acceso de Internet desnuda y en el paquete de tres servicios, situación un poco distinta al año 2012 en que el principal paquete contratado fue Internet + TV Cable.

En el Cuadro 5.13 se presenta la proporción de hogares con acceso a Internet Banda Ancha Fija que poseen una red Wifi en su hogar, ya sea contratada con el mismo proveedor o con instalación y equipos propios. Se observa que la gran mayoría de estos hogares tanto en zona urbana como rural poseen Wifi contratado con el proveedor, lo cual representa un aumento respecto al 2012.

Cuadro 5.13: Algunos proveedores de Internet por telefonía fija o cable ofrecen WiFi, es decir, le instalan una red inalámbrica que funciona solamente en su hogar, que le permite conectarse a Internet con el computador portátil (laptop/netbook/tablet) desde cualquier lugar de la vivienda. Señale si usted tiene el servicio de WiFi en su hogar. (Contestan exclusivamente quienes hayan respondido que la forma de acceso es BAF)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sí, contratado	81.23	75.38	81.09
Sí, instalación propia	4.05	5.72	4.08
No	9.83	17.52	10.00
No Sabe / No responde	4.90	1.38	4.82

En el Cuadro 5.14 se presenta el gasto promedio mensual (con su respectiva desviación estándar) de la conexión a Internet a través de Banda Ancha Móvil de los hogares con dicho acceso. Se observa que el gasto promedio en el sector urbano es similar al de los hogares rurales (aunque la mediana del gasto es mayor en el sector urbano que en el rural).

Cuadro 5.14: Señale cuánto paga mensualmente o gasta en promedio en recargas cada mes por su(s) acceso(s) Banda Ancha Móvil. (Solamente si encuestado respondió Banda Ancha Móvil como una Forma de Acceso)

Zona	Gasto Mensual (Promedio)	Desviación Estándar	Gasto Mensual (Mediana)
Urbano	\$ 15,595	\$ 13,325	\$ 14,900
Rural	\$ 15,315	\$ 18,737	\$ 10,000
Nacional	\$ 15,513	\$ 15,112	\$ 13,000

En el Cuadro 5.15 se presenta el gasto promedio mensual (con su respectiva desviación estándar) de la conexión a Internet a través del Smartphone perteneciente al Jefe de Hogar, identificando el límite de descarga promedio de los planes. Se observa que el gasto promedio mensual en el sector urbano es superior al de los hogares rurales.

Cuadro 5.15: Solo para Smartphone del Jefe de Hogar: Señale cuánto paga o gasta cada mes por el acceso a Internet del Smartphone del Jefe de Hogar .

Zona	Límite Descarga (en GB)	Gasto Mensual (Promedio)	Desviación Estándar	Gasto Mensual (Mediana)
Urbano	5.14	\$ 25,024	\$ 20,242	\$ 22,000
Rural	5.73	\$ 19,690	\$ 28,410	\$ 15,000
Nacional	5.22	\$ 24,477	\$ 21,286	\$ 20,000

En el Cuadro 5.16 se presenta el gasto promedio mensual (con su respectiva desviación estándar) de la conexión a Internet a través del Tablet con acceso propio a Internet, identificando el límite de descarga promedio de los planes. Se observa que el gasto promedio mensual en el sector urbano es superior al de los hogares rurales.

Cuadro 5.16: Señale cuánto paga o gasta cada mes por el acceso a Internet del Tablet con acceso propio. (Solamente si encuestado respondió Tablet con acceso propio a Internet como una Forma de Acceso)

Zona	Límite Descarga (en GB)	Gasto Mensual (Promedio)	Desviación Estándar	Gasto Mensual (Mediana)
Urbano	5.53	\$ 16,000	\$ 15,142	\$ 15,000
Rural	4.20	\$ 11,476	\$ 4,880	\$ 10,000
Nacional	5.39	\$ 15,671	\$ 14,688	\$ 14,000

En el Cuadro 5.17 se presentan las razones por las cuáles aquellos con hogares con acceso a Internet utilizan dicho acceso para conectarse. Se presenta tanto la proporción de respuesta cuando el encuestado podía elegir más de una opción, así como la proporción de respuesta cuando se le pedía al entrevistado señalar cuál era la principal razón.

Se observa que las dos principales razones en el sector urbano y rural, en frecuencia de respuestas, son el que permite un mayor acceso a información y el apoyo a la educación de los miembros del hogar, en concordancia con lo observado en el año 2012. Cuando se solicita señalar la razón más importante, esta es el apoyo a la educación de los miembros

del hogar tanto en zona urbana como rural, también en concordancia con lo observado en el año 2012.

Cuadro 5.17: Señale las razones por las cuáles en el hogar se mantiene el servicio de Internet, ya sea Internet fijo o móvil. (Respuesta múltiple y Razón más importante)

	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	% en Selección Múltiple			% en Razón más importante		
Apoyo a la educación propia o de familiares	73.53	69.69	73.19	50.53	56.40	51.04
Acceso a Información / comunicarse / juegos	78.25	75.06	77.97	31.03	29.20	30.87
Permite realizar negocios / empresa familiar	17.35	10.71	16.76	2.55	2.97	2.59
Por razones laborales / permite buscar trabajo	45.06	28.76	43.61	10.12	6.91	9.83
Realizar trámites personales	31.29	22.08	30.47	2.69	3.17	2.73
Permite realizar pago de impuestos	17.09	7.05	16.20	0.77	0.03	0.70
Permite realizar compras por Internet	10.24	6.11	9.88	0.53	0.08	0.49
Otras razones	2.38	3.96	2.52	1.79	1.22	1.74

En el Cuadro 5.18 se presentan las razones por las cuáles aquellos hogares sin acceso a Internet no desean conectarse. Se presenta tanto la proporción de respuesta cuando el encuestado podía elegir más de una opción, así como la proporción de respuesta cuando se le pedía al entrevistado señalar cuál era la principal razón.

A diferencia del año 2012, en el que se observó que la principal razón en el sector urbano y rural, tanto en frecuencia de respuestas como en razón prioritaria, era que el costo de servicio es muy elevado, en el presente estudio se observa que la razón más importante tanto en frecuencia de respuestas como en razón prioritaria, es que los hogares no se conectan por desinterés, por razones distintas a la utilidad o beneficios que puede tener el acceso a Internet en sus hogares.

Las razones que se exponen en el Cuadro 5.18 se pueden agrupar en 5 grupos: 1) Poca Relevancia: no se conectan debido a desconocimiento de beneficios o a que se percibe la conexión como poco relevante o útil para el hogar (opciones 1, 2, 3 y 4); 2) Poca Usabilidad: no se conectan debido a desconocimiento o falta de confianza en el uso de terminales o acceso a Internet (opciones 5, 6 y 7); 3) Costo: no se conectan debido a costo de terminal o servicio (opciones 8 y 9); 4) Falta cobertura: no se conectan por falta de cobertura (opción 10); 5) Otro tipo de razones (opciones 11, 12 y 13).

Cuadro 5.18: Señale todas las razones por las que los miembros de este hogar no tienen acceso a Internet desde el hogar. (Respuesta múltiple y Razón más importante)

	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	% en Selección Múltiple			% en Razón más importante		
No sabe / no les han informado de beneficios	17.43	23.26	18.66	8.33	9.55	8.58
Conoce beneficios pero no lo encuentran útil	11.85	12.67	12.02	5.41	4.94	5.31
No interesa por razones distintas a utilidad	35.87	35.29	35.75	22.47	20.09	21.97
Pasan fuera de hogar mayor parte del tiempo	13.83	6.67	12.33	6.39	3.02	5.69
No saben usar computador/smartphone	25.28	32.06	26.70	14.22	16.13	14.62
No saben usar Internet	13.53	11.49	13.10	2.84	2.36	2.74
Falta de confianza	8.28	5.15	7.62	1.45	0.73	1.30
Costo del equipo o terminal	11.55	13.18	11.89	5.11	5.05	5.10
Costo del servicio de Internet	29.40	18.54	27.12	18.38	8.83	16.38
No hay o no sabe si hay oferta de servicio en zona	4.59	25.06	8.89	1.56	14.98	4.37
Puede acceder a internet en otros lugares	10.56	6.97	9.81	4.62	2.77	4.24
Puede conectarse a red privada de terceros	3.72	1.76	3.31	1.88	1.23	1.74
Otras razones	9.71	11.46	10.08	7.35	10.32	7.97

Razones agrupadas	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	% en Selección Múltiple			% en Razón más importante		
Grupo 1: Poca Relevancia	60.73	56.94	59.93	42.59	37.60	41.55
Grupo 2: Poca usabilidad	32.90	38.58	34.09	18.51	19.22	18.66
Grupo 3: Costo	31.97	23.22	30.13	23.49	13.88	21.48
Grupo 4: Falta cobertura	4.59	25.06	8.89	1.56	14.98	4.37
Grupo 5: Otras razones	22.60	19.66	21.99	13.85	14.31	13.95

En el presente estudio, se realizaron varias preguntas adicionales para profundizar un poco más en las razones por las cuáles los hogares no se conectan a Internet.

En el Cuadro 5.19 se presenta, para aquellos hogares que indicaron no haberse conectado a Internet porque lo consideran de poca relevancia o poca usabilidad (grupos 1 y 2), si han solicitado a un tercero el que realice por Internet alguna actividad para ellos (como imprimir alguna tarea, obtener información o formularios, revisar o enviar mails, etc.). De

acuerdo al Cuadro 5.18, los que responden esta pregunta corresponden a un 60% de hogares sin conexión en el grupo 1 de razones y un 34% de hogares en el grupo 2.

Se puede apreciar, en primer lugar, que un 28% de los hogares en zona urbana y un 20% de los hogares en zona rural sí han solicitado a un tercero que realice alguna actividad en Internet por ellos. En segundo lugar, se puede apreciar que en promedio aquellos que solicitan realizar alguna actividad en Internet por ellos a un tercero, no lo hacen en forma esporádica, tanto en zona urbana como rural. En efecto, el promedio de veces en que se solicita al tercero que realice la actividad varía entre 2 y 7 veces en los últimos tres meses.

Cuadro 5.19: ¿Ha solicitado a algún amigo, vecino, familiar o conocido que realice por Internet por usted alguna de las siguientes actividades?. (Respuesta múltiple. Responden solamente los que señalaron alguna de las primeras siete razones por las que su hogar no tiene acceso a Internet)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Imprimir alguna tarea	11.66	6.81	10.69
Obtener algún formulario	9.89	6.18	9.15
Obtener información	10.15	11.78	10.47
Recibir o enviar emails	4.69	2.71	4.29
Revisar alguna red social	3.29	1.40	2.91
Otra actividad	3.69	1.22	3.19
Alguna de las anteriores	28.00	20.36	26.50
Ninguna de las anteriores	72.00	79.64	73.50

Número de veces que solicitó actividad en últimos tres meses (responden los que indicaron haber solicitado a un tercero que realice la actividad por ellos)

	Urbana	Rural	Nacional
	Promedio	Promedio	Promedio
Imprimir alguna tarea	3.16	3.74	3.23
Obtener algún formulario	1.96	3.52	2.17
Obtener información	3.34	2.96	3.26
Recibir o enviar emails	3.45	2.28	3.32
Revisar alguna red social	4.17	5.34	4.27
Otra actividad	2.33	7.42	2.73

En el Cuadro 5.20 se presentan los resultados de indagar respecto a qué equipos y costo estaban siendo considerados por los hogares que señalaron que una de las razones por las que no tenían conexión era el alto costo de los equipos para conectarse a Internet. Asimismo, en la misma pregunta se indaga sobre cuánto es lo máximo que estarían dispuestos a pagar por tener uno de esos equipos.

Cuadro 5.20: ¿Cuál es el equipo para conectarse a Internet que usted consideró que tiene costo muy elevado?. (Respuesta única. Responden solamente los que señalaron costo elevado del equipo para conectarse a Internet como razón por la que su hogar no tiene acceso a Internet)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Computador Fijo (PC)	63.92	60.30	63.09
Laptop	11.33	8.35	10.65
Netbook	19.38	30.04	21.82
Tablet	2.67	0.06	2.07
Smartphone	2.70	1.25	2.37

Cuál es el costo de referencia que usted tiene del equipo?, Cuánto es lo máximo que estaría dispuesto a pagar por él? (Mediana)

Precio Referencia	Urbana	Rural	Nacional
	Mediana	Mediana	Mediana
Computador Fijo (PC)	\$ 250,000	\$ 200,000	\$ 230,000
Laptop	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000
Netbook	\$ 250,000	\$ 230,000	\$ 250,000
Tablet	\$ 250,000	\$ 100,000	\$ 200,000
Smartphone	\$ 80,000	\$ 18,000	\$ 80,000
Max. Disposición a Pagar	Urbana	Rural	Nacional
	Mediana	Mediana	Mediana
Computador Fijo (PC)	\$ 80,000	\$ 100,000	\$ 80,000
Laptop	\$ 100,000	\$ 70,000	\$ 100,000
Netbook	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000
Tablet	\$ 100,000	\$ 80,000	\$ 100,000
Smartphone	\$ 20,000	\$ 10,000	\$ 20,000
Max. DAP / Precio Ref.	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Computador Fijo (PC)	33.33	40.00	33.33
Laptop	30.00	33.33	30.00
Netbook	40.00	50.00	40.00
Tablet	50.00	80.00	50.00
Smartphone	41.67	55.56	41.67
Mediana	33.33	43.48	33.33

Se observa que un 64% de los hogares urbanos y un 60% de los hogares rurales están considerando un computador fijo al momento de su respuesta; asimismo un 19% de los hogares urbanos y un 30% de los rurales estaban considerando un netbook (computador portátil pequeño) al momento de su respuesta.

Respecto al costo referencial de los equipos, se observa que los computadores (fijo, portátil, netbook) tienen una mediana entre los 200 y 300 mil pesos; las tablet tienen una mediana de 250 mil pesos en zona urbana y de 100 mil pesos en zona rural; y los smartphones tienen una mediana de costo referencial de 80 mil pesos en zona urbana y 18 mil pesos en zona rural.

Respecto a la máxima disposición a pagar (DAP) por los equipos, se observa que para los computadores y tablet la mediana de la DAP ronda entre los 70 a 100 mil pesos. La DAP por smartphones tiene una mediana de 20 mil pesos en zona urbana y 10 mil pesos en zona rural.

Analizando la relación (ratio) entre la DAP declarada de los equipos y su costo referencial (o qué porcentaje del costo de referencia están dispuestos a pagar los individuos), se puede señalar que en la mitad de los casos, dicha relación ronda entre el 30% y 50% del costo referencial de los computadores (fijo, portátil, netbook); para las tablet dicha relación es de 50% del costo referencial en zona urbana y 80% en zona rural; para los smartphones dicha relación es de 42% en zona urbana y 56% en zona rural.

En el Cuadro 5.21 se presentan los resultados de indagar respecto a qué tipo de servicio y costo estaban siendo considerados por los hogares cuando señalaron que una de las razones por las que no tenían conexión era el alto costo del servicio de Internet. Asimismo, en la misma pregunta se indaga sobre cuánto es lo máximo que estarían dispuestos a pagar por tener dicho servicio.

Se observa que un 36% de los hogares urbanos y 21% de los rurales habían considerado el triple pack Banda Ancha Fija + TV + Telefonía Fija como referencial; un 33% de los hogares urbanos y 24% de los rurales habían considerado Banda Ancha Fija desnuda como servicio referencial; un 11% de los hogares urbanos y 25% de los rurales habían considerado un plan de Internet móvil contratado como servicio referencial; un 13% de los rurales habían considerado plan de Internet móvil prepago; el resto de hogares habían considerado otro tipo de planes.

El costo de referencia para los planes de Internet móvil tiene una mediana entre los 20 y 30 mil pesos; el costo de referencia del servicio de Internet para tablet tiene una mediana de 19 mil pesos; el costo de referencia de la Banda Ancha Fija tiene una mediana entre los 25 y 39 mil pesos, dependiendo de si es banda ancha desnuda (costo más bajo) o está paquetizada con otros servicios (costo más alto).

Cuadro 5.21: ¿Cuál es el tipo de servicio de Internet que usted consideró que tiene costo muy elevado?. (Respuesta única. Responden solamente los que señalaron costo elevado del servicio de Internet como razón por la que su hogar no tiene acceso a Internet)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Internet móvil Prepago	5.02	12.58	6.06
Internet móvil Contrato	10.77	24.71	12.69
Multimedia Smartphone	0.86	2.52	1.09
Internet para Tablet	0.91	0.00	0.78
BAF desnuda	33.11	23.50	31.78
BAF + TV Cable	9.25	11.34	9.53
BAF + Tel. Fija	4.30	4.20	4.29
BAF + TV + Tel. Fija	35.79	21.15	33.76

Cuál es el costo de referencia que tiene del servicio de Internet?, Cuánto es lo máximo que está dispuesto a pagar por él? (Mediana)

Precio Referencia	Urbana	Rural	Nacional
	Mediana	Mediana	Mediana
Internet móvil Prepago	\$ 25,000	\$ 20,000	\$ 20,000
Internet móvil Contrato	\$ 30,000	\$ 20,000	\$ 30,000
Multimedia Smartphone	\$ 25,000		\$ 25,000
Internet para Tablet	\$ 19,000		\$ 19,000
BAF desnuda	\$ 25,000	\$ 25,000	\$ 25,000
BAF + TV Cable	\$ 35,000	\$ 30,000	\$ 35,000
BAF + Tel. Fija	\$ 30,000		\$ 30,000
BAF + TV + Tel. Fija	\$ 39,000	\$ 30,000	\$ 37,000
Max. Disposición a Pagar	Urbana	Rural	Nacional
	Mediana	Mediana	Mediana
Internet móvil Prepago	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000
Internet móvil Contrato	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000
Multimedia Smartphone	\$ 10,000		\$ 10,000
Internet para Tablet	\$ 6,000		\$ 6,000
BAF desnuda	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000
BAF + TV Cable	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000
BAF + Tel. Fija	\$ 10,000		\$ 10,000
BAF + TV + Tel. Fija	\$ 15,000	\$ 12,000	\$ 15,000
Max. DAP / Precio Ref.	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Internet móvil Prepago	50.00	50.00	50.00
Internet móvil Contrato	33.33	50.00	33.33
Multimedia Smartphone	40.00		40.00
Internet para Tablet	38.46		38.46
BAF desnuda	40.00	40.00	40.00
BAF + TV Cable	42.86	42.86	42.86
BAF + Tel. Fija	55.56		55.56
BAF + TV + Tel. Fija	42.86	40.00	42.86
Mediana	42.86	42.86	42.86

La máxima disposición a pagar (DAP) por los servicios de Internet móvil tiene una mediana de 10 mil pesos, tanto en zona urbana como rural; la DAP del servicio de Internet para tablet tiene una mediana de 6 mil pesos; la DAP del servicio de Banda Ancha Fija tiene una DAP entre los 10 y 15 mil pesos dependiendo del tipo de paquete elegido. Así, la mediana del porcentaje del costo de referencia están dispuestos a pagar los individuos por el servicio a Internet ronda entre el 33 y 55%.

En el Cuadro 5.22 se presentan los resultados de un ejercicio de disposición a conectarse a Internet de aquellos hogares que no cuentan con una conexión actualmente porque consideraban que el costo de equipo y/o costo del servicio era muy elevado (32% de los hogares urbanos sin conexión y 23% de los rurales), cuando se aplica un subsidio al equipo para conectarse (PC, Laptop, Netbook o Tablet) y al costo del servicio de Internet. El subsidio al equipo permitiría al hogar comprar un computador estándar (2 GB de RAM, 500 MB de disco duro y 3 GHz de velocidad) pagando por una sola vez un valor final de \$ 100 mil o \$ 50 mil pesos.¹¹ El subsidio al costo de la conexión a Internet permitiría al hogar pagar una conexión de 4 Mbps de velocidad a un costo mensual que variaba entre \$ 14.000 (costo al que puede encontrarse en el mercado), \$ 10.000 y \$ 6.000 pesos.

Cuadro 5.22: Suponga que le ofrecen para su hogar un computador fijo o portátil (PC, Desktop, Notebook / Laptop, Netbook, Tablet) junto con el servicio para conectarlo a Internet, a los costos referenciales que le señalaremos a continuación, ¿a esos costos, le gustaría adquirir el computador y la conexión a Internet? (Responden solamente los que señalaron costo elevado del servicio de Internet o del terminal para conectarse como razón por la que su hogar no tiene acceso a Internet)

Costo Computador: \$ 100.000 pesos	Costo Conexión Internet:								
	\$ 14.000 pesos			\$ 10.000 pesos			\$ 6.000 pesos		
	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí, adquiriría ambos	12.74	3.65	11.27	16.02	11.18	15.24	21.47	17.21	20.78
Adquiriría computador	3.24	3.71	3.31	2.40	3.87	2.64	2.86	2.64	2.82
Adquiriría conexión	3.74	0.11	3.15	5.81	2.72	5.31	8.44	3.69	7.67
No los adquiriría	52.69	57.62	53.49	48.81	49.21	48.87	42.07	45.21	42.58
No Sabe / No Responde	27.59	34.91	28.78	26.97	33.02	27.95	25.16	31.25	26.15

Costo Computador: \$ 50.000 pesos	Costo Conexión Internet:								
	\$ 14.000 pesos			\$ 10.000 pesos			\$ 6.000 pesos		
	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí, adquiriría ambos	13.83	12.81	13.66	21.83	18.54	21.29	41.13	59.01	44.02
Adquiriría computador	5.03	5.78	5.15	3.34	4.14	3.47	2.15	3.04	2.29
Adquiriría conexión	3.14	0.00	2.63	4.97	1.03	4.33	6.17	1.03	5.34
No los adquiriría	49.33	47.21	48.98	43.40	42.10	43.19	29.19	20.78	27.83
No Sabe / No Responde	28.67	34.20	29.57	26.47	34.18	27.72	21.36	16.14	20.51

¹¹ El costo de mercado de un computador nuevo con 2 GB de RAM, 500 MB de disco duro y 3 GHz de velocidad, incluyendo pantalla, teclado y mouse, es de aproximadamente 250 a 300 mil pesos.

Como se puede apreciar, tanto el subsidio al computador como el subsidio al servicio tienen un impacto importante en permitir la conexión a Internet de aquellos hogares que señalan el costo del servicio o del equipo como razón para no conectarse. En efecto, los porcentajes de conexión a Internet de este grupo de hogares (considerando los que adquirirían también el computador y los que adquirirían solo la conexión) en cada escenario son los siguientes:

- Costo equipo \$ 100 mil, Costo servicio \$ 14 mil: 16% (urbana) y 4% (rural)
- Costo equipo \$ 100 mil, Costo servicio \$ 10 mil: 22% (urbana) y 14% (rural)
- Costo equipo \$ 100 mil, Costo servicio \$ 6 mil: 30% (urbana) y 21% (rural)
- Costo equipo \$ 50 mil, Costo servicio \$ 14 mil: 17% (urbana) y 13% (rural)
- Costo equipo \$ 50 mil, Costo servicio \$ 10 mil: 27% (urbana) y 20% (rural)
- Costo equipo \$ 50 mil, Costo servicio \$ 6 mil: 47% (urbana) y 60% (rural)

Como se puede apreciar, mientras mayor es el subsidio en el costo del equipo mayor es el nivel de nuevas conexiones que ocurrirían entre los que no se conectan por razones de costo, y de igual manera se puede señalar con un mayor subsidio en el costo del servicio.

En el Cuadro 5.23 se presentan los resultados de preguntarle a los hogares que no se conectan a Internet por costo del equipo o del servicio, respecto al tipo de computador y conexión a Internet que les gustaría recibir en caso que tanto el equipo como la conexión fueran gratis. Asimismo, se le pregunta respecto a qué miembro o miembros del hogar utilizarían más dicha conexión a Internet y equipo.

Cuadro 5.23: Suponga ahora que usted tiene la oportunidad de recibir en forma gratuita un computador junto con una conexión a Internet para su hogar. ¿Qué tipo de computador y conexión a Internet le gustaría recibir? (Responden solamente los que señalaron costo elevado del servicio de Internet o del terminal para conectarse como razón por la que su hogar no tiene acceso a Internet)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
BAF + Comp. Fijo	45.41	33.52	43.49
BAF + Comp. Portátil	21.81	24.52	22.25
BAF + Tablet	2.02	0.03	1.69
BAM + Comp. Fijo	9.72	7.10	9.30
BAM + Comp. Portátil	14.63	21.10	15.67
BAM + Tablet	2.54	8.81	3.56
No Sabe / No Responde	3.87	4.92	4.04

¿Qué miembros del hogar cree usted que utilizarían en forma más intensiva el computador y la conexión a Internet que recibiría?

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Solo el Jefe de Hogar	10.50	8.11	10.12
Menores de 18 años	15.46	21.52	16.44
Mayores de 18 años	16.71	15.02	16.43
Todos en el Hogar	39.48	35.84	38.89
No Sabe / No Responde	17.85	19.50	18.12

Como se puede apreciar, la mayoría de los hogares en zonas urbanas y rurales prefieren tener una combinación de Banda Ancha Fija y terminal fijo. Si se observa qué tipo de conexión prefieren los hogares, en forma independiente del equipo, el 69% de los hogares urbanos y el 58% de los hogares rurales prefieren una conexión Banda Ancha Fija. Si se observa qué tipo de equipo prefieren los hogares, en forma independiente de la conexión, el 55% de los hogares urbanos prefieren un computador fijo, en cambio un 46% de los hogares rurales prefieren un computador portátil. Cabe señalar que son muy pocos los hogares urbanos y rurales que prefieren una tablet.

En el Cuadro 5.24 se presenta los resultados de preguntar a aquellos hogares que señalan no conectarse a Internet debido a que no hay oferta de servicio de Internet en su zona, respecto al tipo de servicio de Internet que les gustaría que existiera en su zona. La mayor parte de los hogares en zona urbana responden que no saben (una parte pequeña de los hogares no responden la pregunta), y un 35% de los hogares preferirían contar con Banda Ancha Fija en su zona. En el sector rural, en cambio, un 34% de los hogares prefieren la Banda Ancha Fija en su zona, y un 23% prefieren BAF y BAM.

Cuadro 5.24: ¿Qué tipo de oferta de servicio de Internet le gustaría que existiera en la zona donde vive?

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Banda Ancha Fija	35.40	34.45	34.84
Banda Ancha Móvil	2.14	10.09	6.85
Ambos BAF y BAM	13.93	22.99	19.30
No Sabe / No Responde	48.53	32.47	39.02

En el Cuadro 5.25 se presenta la proporción de hogares sin conexión a Internet que además tienen contratado el servicio de telefonía fija y/o TV Cable. De estos hogares en el sector urbano, aproximadamente un 43% posee uno o ambos de estos servicios, en cambio en el sector rural aproximadamente un 40% posee uno o ambos de estos servicios. En el mismo Cuadro se presentan la proporción de hogares sin conexión que han contratado el servicio de TV Cable con los principales proveedores de ese mercado.

Cuadro 5.25: ¿Este hogar tiene servicio de telefonía fija y/o TV Cable contratados y en uso?. (responden hogares sin conexión a Internet)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Solo Telefonía Fija	12.93	2.60	10.76
Solo TV Cable	21.98	35.23	24.76
Telefonía Fija y TV Cable	8.51	1.95	7.13
No tenemos	56.58	60.22	57.34

Nombre de empresa que le provee TV Cable .

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Movistar	15.66	6.51	13.42
VTR	26.01	4.99	20.86
Claro	24.15	39.76	27.97
TU VES	0.64	0.31	0.55
DirectTV	10.30	30.23	15.18
Telsur	0.63	0.38	0.57
Cable Central/CMET	1.71	0.84	1.50
Pacífico Cable	0.74	0.00	0.56
GTD Manquehue	0.21	0.65	0.32
Otra	15.41	12.24	14.64
No Sabe / No Responde	4.55	4.09	4.44

En el Cuadro 5.26 se identifica la proporción de hogares sin conexión a Internet pero con servicio de telefonía fija y/o TV Cable contratado que han explorado la posibilidad de contratar un paquete que incluya también el servicio de Internet y la razón por la que no lo han contratado habiéndolo explorado.

En primer lugar, se puede observar que la gran mayoría de los hogares, tanto en el sector urbano como en el rural (pero mayoritariamente en el rural), sin conexión a Internet pero

con telefonía fija y/o TV Cable contratados no han explorado la posibilidad de contratar también el servicio de Internet, en forma consistente con lo observado en el año 2012.

En segundo lugar, en aquellos hogares urbanos y rurales que sí exploraron la posibilidad de contratar el servicio de Internet en paquete con su servicio de telefonía fija y/o TV Cable, las principales razones por la que no lo contrataron fue porque el costo final del paquete hubiera sido muy alto para ellos y por otras razones personales distintas al costo.

Cuadro 5.26: Varios proveedores de telefonía fija y/o TV cable también ofrecen paquetes que incluyen, además, el servicio de Internet en un solo plan con una única facturación mensual. ¿En su hogar han explorado la posibilidad de contratar el servicio de Internet en conjunto o paquete con su servicio de telefonía fija y/o TV Cable? (responden aquellos hogares sin conexión a Internet con servicio de telefonía fija y/o TV Cable contratado).

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sí, pero costo del paquete es muy alto	12.84	5.87	11.44
Sí, pero no contratamos por razón distinta a costo	10.64	5.09	9.52
Sí, pero proveedor no lo ofrece en paquete	2.62	3.76	2.85
No lo hemos explorado / No sabe	73.90	85.27	76.19

En el Cuadro 5.27 se presenta la proporción de hogares sin conexión a Internet y que no poseen contratado el servicio de telefonía fija y/o Internet, que habrían en algún momento explorado la posibilidad de contratar Internet, y la razón por la que no lo contrataron habiéndolo explorado.

En primer lugar, se observa que la gran mayoría de hogares sin acceso a Internet y sin servicio de telefonía fija y/o TV Cable contratados, no han explorado la posibilidad de contratar Internet, en forma consistente con lo observado en el año 2012.

En segundo lugar se observa que aquellos hogares urbanos y rurales que sí exploraron la posibilidad de contratar Internet, la gran mayoría no lo contrató debido a que el costo de servicio era muy alto para ellos.

Cuadro 5.27: ¿Han explorado contratar el servicio de Internet con algún proveedor?. (responden aquellos hogares sin conexión a Internet y sin servicio de telefonía fija y/o TV Cable contratados)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sí, pero costo del servicio es muy alto	13.67	6.36	12.05
Sí, pero no contratamos por razón distinta a costo	7.45	3.27	6.53
No lo hemos explorado / No sabe	78.88	90.37	81.42

En los Cuadros 5.28, 5.29, 5.30, 5.31, 5.32 y 5.33 se describen algunas características socioeconómicas del Jefe de Hogar que responde esta parte de la encuesta, como estado civil, etnia a la que pertenece, edad y sexo, nivel de educación, y sector económico donde desarrolla su actividad principal.

Cuadro 5.28. Etnia a la que pertenece Jefe De Hogar.

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Aymara	0.96	2.34	1.15
Rapa-nui	0.07	0.15	0.08
Quechua	0.24	0.27	0.24
Mapuche	4.62	12.47	5.68
Atacameño	0.52	0.30	0.49
Coya	0.12	0.08	0.11
Kawaskar	0.02	0.07	0.03
Diaguita	0.22	0.08	0.20
No pertenece a etnia	93.08	84.24	91.88
No Sabe / No Responde	0.16	0.02	0.14

Cuadro 5.29. Estado Civil de Jefe De Hogar.

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Casado	54.20	62.67	55.35
Conviviente / Pareja	11.13	14.16	11.54
Anulado / Divorciado	2.12	0.64	1.92
Separado	8.71	3.90	8.06
Viudo	9.27	8.06	9.10
Soltero	14.48	10.55	13.95
No Sabe / No Responde	0.09	0.02	0.08

Cuadro 5.30. Edad y Sexo de Jefe De Hogar.

	Zona Urbana			Zona Rural			Nacional		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
29 años o menos	4.21	1.93	6.14	3.58	1.27	4.84	4.13	1.84	5.96
Entre 30 y 44 años	16.81	7.94	24.74	19.4	6.36	25.76	17.16	7.72	24.88
Entre 45 y 59 años	25.76	12.41	38.16	27.58	8.05	35.63	26.00	11.82	37.82
60 años o más	19.91	11.05	30.96	23.98	9.79	33.77	20.46	10.88	31.34
Total	66.68	33.32	100.00	74.53	25.47	100.00	67.75	32.25	100.00

Cuadro 5.31. Nivel Educativo y Sexo de Jefe de Hogar

	Zona Urbana			Zona Rural			Nacional		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sin educación Formal	1.03	0.79	1.82	2.49	2.01	4.50	1.23	0.96	2.18
Básica Incompleta	9.29	6.32	15.61	26.86	8.66	35.51	11.67	6.64	18.31
Básica Completa	6.68	3.87	10.55	15.40	4.66	20.05	7.86	3.98	11.84
Media C-H Incompleta	5.56	2.33	7.89	5.78	1.66	7.44	5.59	2.24	7.83
Media T-P Incompleta	2.23	1.34	3.57	2.75	0.38	3.13	2.30	1.21	3.51
Media C-H Completa	16.50	8.07	24.57	8.23	4.36	12.59	15.38	7.57	22.94
Media T-P Incompleta	7.08	3.31	10.39	5.69	1.16	6.85	6.89	3.02	9.91
Superior Téc. Incompleta	2.03	0.59	2.62	1.24	0.51	1.75	1.93	0.58	2.50
Superior Téc. Completa	5.55	2.20	7.74	3.56	0.82	4.38	5.28	2.01	7.29
Superior Univ. Incompleta	2.03	1.02	3.05	0.65	0.15	0.80	1.84	0.90	2.75
Superior Univ. Completa	8.42	3.43	11.85	1.80	1.11	2.91	7.52	3.12	10.64
No Sabe / No Responde	0.29	0.04	0.33	0.09	0.00	0.09	0.27	0.03	0.30
Total	66.68	33.32	100.00	74.53	25.47	100.00	67.75	32.25	100.00

Cuadro 5.32. Defina su actividad principal actual. (Jefe de Hogar)

	Zona Urbana			Zona Rural			Nacional		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Trabajador Cuenta Propia	15.28	5.43	20.70	21.88	4.03	25.91	16.17	5.24	21.41
Patrón / Empleador	7.30	2.11	9.41	5.63	0.84	6.47	7.07	1.94	9.01
Empleado / Servicio Dom.	28.79	10.40	39.19	26.72	6.54	33.27	28.51	9.88	38.39
Familiar no remunerado	0.10	0.05	0.15	0.09	0.00	0.09	0.10	0.04	0.14
FFAA y de Orden	0.58	0.08	0.67	0.43	0.00	0.43	0.56	0.07	0.63
Cesante	1.52	0.86	2.37	1.93	0.25	2.18	1.57	0.77	2.35
Jubilado / Pensionado	11.50	6.79	18.29	15.51	5.12	20.63	12.05	6.56	18.61
Estudiante	0.51	0.22	0.73	0.14	0.10	0.23	0.46	0.20	0.67
Labores del Hogar	1.10	7.38	8.48	2.20	8.59	10.79	1.25	7.54	8.79
Total	66.68	33.32	100.00	74.53	25.47	100.00	67.75	32.25	100.00

Cuadro 5.33: En qué sector económico desarrolla su actividad principal. (Jefe de Hogar)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Agricultura	5.64	51.18	11.50
Minas y Canteras	4.26	6.54	4.56
Manufactura	5.33	4.11	5.17
Electricidad, Agua y Gas	4.30	1.80	3.98
Construcción	12.93	9.73	12.52
Comercio Mayor / Menor	20.72	9.15	19.23
Transporte y Telecom.	11.77	4.83	10.87
E. Financieros / Seguros	2.15	0.68	1.96
Servicios Comunes	32.70	11.38	29.96
No Sabe / No Responde	0.20	0.61	0.25

En el Cuadro 5.34 se presenta la proporción de tenencia de algunos activos, en uso y funcionamiento en los hogares. Finalmente en el Cuadro 5.35 se presenta la proporción de hogares en cada rango de ingreso total per cápita.

Cuadro 5.34: ¿Con cuál(es) de los siguientes bienes, en uso y funcionamiento, cuenta su hogar? (Respuesta múltiple)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Vehículo particular/laboral	36.54	40.02	37.01
Conexión TV Cable	55.11	48.68	54.24
Lavadora Automática	92.36	76.59	90.22
Refrigerador	97.11	93.87	96.67
Calefont	83.35	54.86	79.49
Teléfono Fijo	44.11	10.70	39.58
SmartTV	9.43	2.83	8.54
Consola de video juegos	15.95	7.56	14.81
Computador escritorio	33.58	14.34	30.98
Computador portátil	48.31	31.86	46.08
Smartphone	35.01	25.47	33.71

Cuadro 5.35: Ingreso promedio mensual del hogar. (en miles de pesos)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Menor a 200 mil pesos	65.73	84.46	68.53
Entre 200 y 400 mil pesos	24.82	11.56	22.84
Entre 400 y 600 mil pesos	5.56	2.48	5.10
Entre 600 y 800 mil pesos	1.70	0.85	1.57
Entre 800 mil y 1 millón	0.89	0.35	0.81
Más de 1 millón de pesos	1.30	0.30	1.15

5.2 Uso de Internet realizado por el Miembro del Hogar Seleccionado

En los Cuadros 5.36, 5.37, 5.38, 5.39, 5.40, 5.41 y 5.42 se describen algunas características socioeconómicas del Miembro del Hogar seleccionado para responder la sección de uso de Internet y que responde esta parte de la encuesta, como: edad, sexo, estado civil, etnia a la que pertenece, edad y sexo, nivel de educación, situación laboral y sector económico donde desarrolla su actividad principal.

Cuadro 5.36: Edad del entrevistado

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
29 años o menos	33.15	29.83	32.71
Entre 30 y 44 años	24.42	27.29	24.80
Entre 45 y 59 años	26.45	26.15	26.41
60 años o más	15.98	16.73	16.08

Cuadro 5.37: Sexo del entrevistado

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Hombre	43.81	40.43	43.36
Mujer	56.19	59.57	56.64

Cuadro 5.38: Estado civil actual del entrevistado

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Casado	40.15	44.05	40.67
Conviviente / Pareja	10.82	12.58	11.05
Anulado / Divorciado	0.93	0.38	0.86
Separado	4.70	2.72	4.44
Viudo	3.14	1.91	2.98
Soltero	40.23	38.35	39.98
No Sabe / No Responde	0.03	0.01	0.03

Cuadro 5.39: En Chile la ley reconoce nueve pueblos indígenas, ¿pertenece usted o es descendiente de alguno de ellos? (Entrevistado)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Aymara	0.87	1.72	0.98
Rapa-nui	0.06	0.11	0.07
Quechua	0.32	0.06	0.29
Mapuche	4.96	12.13	5.91
Atacameño	0.52	0.27	0.49
Coya	0.08	0.06	0.07
Kawaskar	0.04	0.00	0.04
Yagán	0.05	0.00	0.04
Diaguita	0.18	0.05	0.16
No pertenece a etnia	92.87	85.58	91.90
No Sabe / No Responde	0.06	0.01	0.05

Cuadro 5.40: Nivel educacional del entrevistado

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sin educación Formal	1.19	3.07	1.44
Básica Incompleta	10.19	22.92	11.88
Básica Completa	7.84	16.72	9.02
Media C-H Incompleta	8.82	8.69	8.80
Media T-P Incompleta	4.51	5.90	4.70
Media C-H Completa	26.98	16.89	25.64
Media T-P Incompleta	11.52	9.11	11.19
Superior Téc. Incompleta	3.60	2.62	3.47
Superior Téc. Completa	7.06	5.80	6.89
Superior Univ. Incompleta	8.39	5.55	8.01
Superior Univ. Completa	9.65	2.66	8.72
No Sabe / No Responde	0.25	0.06	0.23

Cuadro 5.41: Situación laboral del entrevistado (Actividad principal actual)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Trabajador Cuenta Propia	13.92	13.08	13.80
Patrón / Empleador	6.26	4.92	6.08
Empleado / Servicio Dom.	31.89	24.63	30.93
Familiar no remunerado	0.24	0.38	0.26
FFAA y de Orden	0.29	0.35	0.29
Cesante	4.82	4.17	4.73
Jubilado / Pensionado	8.10	8.76	8.19
Estudiante	15.58	13.24	15.27
Labores del Hogar	18.91	30.48	20.45

Cuadro 5.42: ¿En qué sector económico desarrolla su actividad principal? (Entrevistado)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Agricultura	4.15	36.84	7.80
Minas y Canteras	2.99	5.46	3.27
Manufactura	5.33	4.04	5.19
Electricidad, Agua y Gas	2.61	2.41	2.58
Construcción	10.02	7.09	9.69
Comercio Mayor / Menor	23.98	15.12	22.99
Transporte y Telecom.	9.87	5.52	9.39
E. Financieros / Seguros	2.10	0.56	1.93
Servicios Comunes	38.65	22.91	36.89
No Sabe / No Responde	0.29	0.06	0.26

En el Cuadro 5.44 se presenta la frecuencia de uso de un computador por parte de los miembros del hogar seleccionado. La mayoría de miembros de los hogares urbanos y rurales han utilizado un computador en los últimos 3 meses, aunque en el sector rural existe aún un porcentaje importante de usuarios que nunca ha utilizado un computador.

Respecto al año 2012, se observa un ligero aumento de los miembros de los hogares urbanos que nunca han utilizado un computador, así como una pequeña reducción de aquellos que lo han utilizado en los últimos 3 meses (los porcentajes eran 19% y 72% respectivamente). En el sector rural, se observa un aumento importante de los hogares que

utilizaron un computador en los últimos tres meses y una reducción de los hogares que nunca han utilizado un computador (los porcentajes eran 29% y 51%, respectivamente).

Cuadro 5.44: Señale, en meses, cuándo fue su uso más reciente de un computador (Entrevistado)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
En los últimos 3 meses	69.33	46.13	66.24
Entre 3 meses y 1 año	3.90	4.20	3.94
Más de un año	4.36	7.63	4.80
Nunca lo he utilizado	22.41	42.03	25.02

En el Cuadro 5.45 se presenta la proporción de miembros del hogar que utilizaron un computador en el último año, que lo hicieron en su hogar. Se observa que la gran mayoría de miembros del hogar en esta situación utilizó un computador en el hogar.

Respecto al año 2012, se observa una reducción de los miembros de los hogares urbanos y rurales que utilizaron un computador en el hogar en los últimos 12 meses (los porcentajes eran 89% y 77%, respectivamente).

Cuadro 5.45: En los últimos 12 meses, ¿utilizó un computador en su hogar? (Entrevistados que utilizaron computador el último año)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sí	86.57	75.44	85.51
No	13.43	24.56	14.49

En el Cuadro 5.46 se presenta el tiempo que ha pasado desde el uso más reciente de Internet por parte de los miembros del hogar seleccionados. Se observa que los miembros de los hogares urbanos y rurales en su gran mayoría han utilizado Internet en los últimos 3 meses, a diferencia del año 2012 en que la mayoría de los hogares rurales no habían utilizado Internet en toda su vida.

Siguiendo los lineamientos de la OECD, se considera **usuario de Internet** a aquellos miembros del hogar (entre los 15 y 75 años) que *han utilizado Internet al menos una vez en el último año*. Por lo tanto, de acuerdo a esta definición, el 73% de miembros de los

hogares urbanos son usuarios de Internet, en cambio el 52% de miembros de los hogares rurales son usuarios de Internet.¹²

Respecto al año 2012, se observa una reducción en la proporción de usuarios de Internet en los hogares urbanos (la proporción de usuarios en el año 2012 era de 75%) y un gran aumento en la proporción de usuarios en hogares rurales (41% en el 2012).

Cuadro 5.46: Señale (opción única) cuándo fue su uso más reciente de Internet. (Entrevistado)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
En los últimos 3 meses	68.89	47.43	66.03
Entre 3 meses y 1 año	3.73	4.19	3.79
Más de un año	3.32	5.16	3.57
Nunca lo he utilizado	24.06	43.22	26.61

En el Cuadro 5.47 se presenta la frecuencia de uso de Internet de aquellos usuarios de Internet que han utilizado Internet en los últimos 3 meses.¹³ Se observa que la gran mayoría de usuarios en zonas urbanas utilizan Internet al menos una vez al día. En zonas rurales, la mayoría de los usuarios utilizan Internet al menos una vez al día, aunque también es importante la proporción de usuarios de Internet que utilizan Internet al menos una vez a la semana pero no de forma diaria, en forma consistente a lo observado en el año 2012.

Respecto al año 2012 se observa un aumento en la frecuencia de uso en los usuarios de hogares urbanos y rurales hacia la utilización de Internet en forma diaria (la proporción de usuarios de Internet en forma diaria era 72% y 48%, respectivamente, en 2012).

Cuadro 5.47: Señale con qué frecuencia (opción única) ha utilizado Internet en los últimos 12 meses (responden los que utilizaron Internet en últimos 3 meses)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Al menos 1 vez al día	81.18	59.78	79.13
Al menos 1 vez en semana	14.88	31.72	16.49
Al menos 1 vez en el mes	2.28	6.08	2.64
Menos de una vez al mes	1.67	2.43	1.74

¹² La cifra a nivel nacional sería 71% de usuarios de Internet en el año 2012.

¹³ Se entiende que aquellos usuarios que han utilizado Internet entre 3 meses y un año, su frecuencia de uso es menos de una vez al mes.

En el Cuadro 5.48 se presenta las tecnologías de acceso a Internet que han utilizado los usuarios de Internet en el último año y en los últimos tres meses, tanto dentro como fuera del hogar. Se presenta tanto la proporción de respuesta cuando el encuestado podía elegir más de una opción (uso en último año y últimos tres meses), así como la proporción de respuesta cuando se le pedía al entrevistado señalar cuál era la tecnología que más utilizó en el último año.

Se observa que en el sector urbano la principal tecnología de acceso, tanto en las opciones múltiples como en la de tecnología más utilizada, es la Banda Ancha Fija (BAF). En cambio, en las zonas rurales la tecnología de acceso mayormente utilizada de acuerdo a las opciones múltiples es la Banda Ancha Móvil (BAM), aunque seguida muy de cerca por la BAF, pero la tecnología de acceso más utilizada en el último año fue la Banda Ancha Fija, seguida muy de cerca por la Banda Ancha Móvil y Smartphone.

Respecto al año 2012 se observa que un aumento importante en el uso del Smartphone como tecnología más utilizada para acceder a Internet, tanto en hogares urbanos como rurales (los porcentajes fueron 9% y 5% respectivamente en 2012).

Cuadro 5.48: Señale qué tipo de acceso a Internet ha utilizado, tanto dentro como fuera del hogar (responden los que utilizaron Internet en el último año)

Último Año	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Banda Ancha Fija / Wifi	83.75	44.88	79.93
Banda Ancha Móvil	15.65	45.35	18.58
Smartphone	31.33	37.46	31.93
Tablet con acceso propio	2.06	0.65	1.92
Conexión Satelital	0.93	1.50	0.99
Otro	1.34	1.97	1.40

Últimos 3 meses	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Banda Ancha Fija / Wifi	81.50	42.46	77.66
Banda Ancha Móvil	15.23	44.24	18.08
Smartphone	30.98	36.18	31.49
Tablet con acceso propio	1.96	0.65	1.84
Conexión Satelital	0.89	1.50	0.95
Otro	1.28	1.97	1.35

El de uso más frecuente	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Banda Ancha Fija / Wifi	68.37	35.38	65.14
Banda Ancha Móvil	8.48	33.77	10.95
Smartphone	20.88	27.93	21.57
Tablet con acceso propio	0.13	0.03	0.12
Conexión Satelital	0.24	0.62	0.28
Otro	1.04	1.49	1.09
No Sabe	0.86	0.78	0.85

En el Cuadro 5.49, se presenta el porcentaje de usuarios que utilizaron Internet en el hogar en los últimos 12 meses. Se observa que la gran mayoría de usuarios tanto en el sector urbano como rural utilizaron Internet desde sus hogares.

Respecto al 2012 se observa un pequeño aumento en la proporción de usuarios en hogares urbanos y rurales que utilizaron Internet en el hogar en los últimos 12 meses (82% y 71% respectivamente).

*Cuadro 5.49: En los últimos 12 meses, ¿utilizó Internet en el hogar?
(responden los que utilizaron Internet en el último año)*

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sí	86.29	73.63	85.04
No	13.71	26.37	14.96

En el Cuadro 5.50 se presenta la frecuencia de uso de Internet en el hogar, de aquellos usuarios que se conectaron a Internet desde el hogar. Se observa que tanto en la zona urbana como rural, la gran mayoría de usuarios que se conectan a Internet desde el hogar utilizan Internet al menos una vez al día.

Respecto al año 2012 se observa un pequeño aumento en la proporción de usuarios de hogares urbanos y rurales que se conectan a Internet al menos una vez al día (los porcentajes anteriores eran 77% y 56%, respectivamente).

Cuadro 5.50: Señale con qué frecuencia (opción única) ha utilizado Internet en el hogar, en los últimos 12 meses (responden los que utilizaron Internet en el hogar en los últimos 12 meses).

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Al menos 1 vez al día	80.36	61.76	78.77
Al menos 1 vez en semana	14.36	29.89	15.69
Al menos 1 vez en el mes	2.23	5.00	2.46
Menos de una vez al mes	2.93	2.74	2.91
No Sabe / No Responde	0.13	0.61	0.17

En el Cuadro 5.51 se presenta el porcentaje de usuarios que se conectaron a Internet en lugares distintos al hogar en los últimos 12 meses.

Se observa que la gran mayoría de usuarios tanto en zonas urbanas como rurales se conectaron a Internet en lugares distintos al hogar, en forma similar a lo observado en el año 2012.

Cuadro 5.51: ¿Ha utilizado Internet en otros lugares distintos al hogar en los últimos 12 meses, utilizando un acceso fijo (vía telefónica / cable / WiFi) por computador? (responden los que utilizaron Internet en el hogar en los últimos 12 meses).

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sí	71.12	77.28	71.73
No	28.88	22.72	28.27

En el Cuadro 5.52 se presentan los lugares fuera del hogar que fueron utilizados por los usuarios y su proporción de uso.

Se observa que el principal lugar fuera del hogar donde utilizaron Internet, tanto en zonas urbanas como rurales, fue en el hogar de otra persona (amigos, conocidos o parientes), en forma consistente con lo observado en el año 2012. En las zonas urbanas también es importante el lugar de trabajo para utilizar Internet, y en las zonas rurales también son importantes el lugar de trabajo y los lugares de educación.

Cuadro 5.52: Señale en qué otros lugares ha utilizado Internet en los últimos 12 meses. (Respuesta múltiple) (Responden los que utilizaron Internet fuera del hogar en el último año)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Lugar de Trabajo	50.13	41.13	49.18
Lugar de educación	32.75	36.19	33.12
Hogar de otra persona	51.62	52.31	51.69
Infocentro o telecentro	8.08	9.58	8.24
Centros Internet pagado	18.09	20.16	18.31
Lugares comunitarios	5.52	5.86	5.55
Lugares con Wi-Fi gratis	26.29	22.13	25.85

En el Cuadro 5.53 se presentan los lugares donde a los usuarios les gustaría disponer de una red Wi-Fi gratis para poder utilizar Internet. Se presenta tanto la proporción de respuesta cuando el encuestado podía elegir más de una opción, así como la proporción de respuesta cuando se le pedía al entrevistado señalar cuál era la principal razón.

Cuadro 5.53. En qué lugares le gustaría disponer de una red Wi-Fi inalámbrica gratis para poder utilizar Internet? (responden los que utilizaron Internet en los últimos 12 meses)

	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	% en Selección Múltiple			% en Razón más importante		
Ninguno	7.85	3.66	7.43	8.44	3.90	7.99
Plaza Pública / Parque	63.93	59.88	63.53	28.40	27.60	28.32
Paseos peatonales	34.92	20.17	33.47	3.44	3.17	3.41
Municipalidad	38.13	30.06	37.34	3.16	3.74	3.22
Biblioteca pública	40.43	20.79	38.49	4.89	2.56	4.66
Oficinas Reg. Civil	32.36	12.83	30.44	0.84	1.35	0.89
Oficina de correo	25.23	8.50	23.58	0.14	0.02	0.13
Postas, Consultorios, SAPU	50.71	38.01	49.46	14.80	10.65	14.38
Establecimientos educ.	42.56	38.66	42.18	12.48	15.56	12.78
Sede Junta Vecinos	33.69	37.90	34.11	4.67	13.39	5.54
Terminal buses interurb.	32.02	24.60	31.29	1.92	3.37	2.06
Sede radios locales	18.95	5.04	17.58	0.36	0.00	0.32
Estaciones del metro	27.32	4.99	25.13	4.35	1.09	4.03
Mall / Supermercado	33.95	10.69	31.66	4.45	0.77	4.08
Otro Lugar	9.08	14.90	9.65	7.66	12.83	8.17

Se observa que tanto en las zonas urbanas como en rurales, el principal lugar donde a los usuarios les gustaría disponer de una red Wi-Fi gratis para conectarse a Internet son las plazas públicas o parques más cercanos a su hogar, en forma consistente a lo observado en

el año 2012. En zona urbana, a gran parte de los usuarios también les gustaría disponer de red Wi-Fi gratis en postas, consultorios, sapu y en los establecimientos educacionales municipales de su comuna (tanto en las respuestas múltiples como en la opción más importante). En zona rural, a gran parte de los usuarios también les gustaría disponer de red Wi-Fi gratis en postas, consultorios, sapu, en los establecimientos educacionales municipales de su comuna y en la sede de la junta de vecinos.

En el Cuadro 5.54 se presenta el conocimiento de los usuarios de Internet respecto a tres programas de acceso a telecomunicaciones (en este caso, conocer implica saber en qué consiste y cuáles son los beneficios de los programas). Se observa que en el sector urbano y rural, la gran mayoría de usuarios no conoce ninguno de los tres programas, en forma consistente a lo observado en el año 2012, y entre los que conocen algún programa el más mencionado son los Puntos WiFi gratuitos.

Cuadro 5.54. De los siguientes programas estatales de telecomunicaciones, señale aquellos que conoce, es decir, sabe en qué consisten y cuáles son sus beneficios (seleccione todas las opciones que apliquen). (responden los que utilizaron Internet en el último año).

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Todo Chile Comunicado	10.38	12.26	10.56
Conectividad educación	10.20	10.36	10.21
Puntos WiFi gratuitos	32.06	40.09	32.85
Otro	0.64	0.19	0.59
Ninguno de los anteriores	61.00	52.90	60.20

En el Cuadro 5.55 se presentan las actividades para las cuáles fue utilizado Internet en forma privada (para fines personales) por los usuarios en los últimos doce y en los últimos tres meses. Se presenta tanto la proporción de respuesta cuando el encuestado podía elegir más de una opción (últimos doce meses y tres meses), así como la proporción de respuesta cuando se le pedía al entrevistado señalar cuál era la principal razón (en últimos doce meses).

En las zonas urbanas y rurales, cuando se analiza las respuestas de selección múltiple, se observa que los usos más importantes son: enviar y/o recibir e-mails, revisar redes sociales, navegación en general por Internet y para ver/descargar películas y música.

En cambio, cuando se analiza los usos de Internet que son prioritarios para los usuarios en zonas urbanas y rurales, estos son: revisar redes sociales, enviar y/o recibir e-mails, navegación en general, adquirir información para hacer tareas y adquirir información para hacer trabajos.

Cuadro 5.55: Señale las actividades para las cuáles ha utilizado en forma particular Internet en los últimos 3 y 12 meses. (responden los que utilizaron Internet en el último año)

	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	% Último año (Múltiple)			% Últimos 3 meses (Múltiple)			% Actividad más importante		
Adquirir Información									
de Bienes y Servicios	36.26	24.26	35.08	31.02	20.41	29.97	1.53	1.72	1.55
Oportunidades laborales para trabajos / informes para tareas para postular cursos relacionada a salud del gobierno y otras org. otro / navegación general	26.44	21.64	25.97				3.29	2.39	3.20
	36.32	29.60	35.66				11.93	7.38	11.49
	35.31	43.94	36.16				12.56	17.51	13.05
	15.30	15.36	15.31				0.55	0.76	0.57
	27.76	22.67	27.26	18.14	14.15	17.75	0.96	0.56	0.92
	16.76	17.10	16.79				0.42	0.21	0.40
	49.34	51.05	49.50				14.48	11.75	14.22
Comunicaciones									
Enviar y/o recibir mails Utilizar redes sociales Llamar / videoconferencia	81.13	69.33	79.97	77.67	63.57	76.28	14.25	13.87	14.21
	81.51	80.48	81.41	77.25	76.69	77.20	25.07	30.77	25.63
	27.37	20.97	26.74	24.28	18.63	23.72	0.58	0.98	0.62
Actividades Recreativas									
Jugar en línea Música, películas, etc. Libros digitales Periódicos, revistas digital	21.85	25.71	22.23				1.44	0.59	1.35
	50.54	47.74	50.26	40.55	34.71	39.97	3.40	2.04	3.27
	16.33	11.76	15.88				0.52	0.04	0.47
	26.65	17.64	25.76	22.09	14.95	21.39	0.70	0.54	0.68
Tratar con Organismos del Estado (e-government)									
Obtener formularios Completar formularios Realizar consultas Realizar pagos	7.66	9.68	7.86				0.44	0.22	0.42
	5.97	6.03	5.97				0.21	0.50	0.24
	3.63	3.87	3.65				0.07	0.06	0.07
	3.65	3.61	3.64				0.28	0.21	0.28
Comercio Electrónico (e-commerce) y Emprendimiento									
Transacciones bancarias Buscar promociones Pagar servicios básicos Vender ocasionalmente Vender BBySS empresa Elaborar sitio web Comprar BBySS Contactar clientes	16.73	9.67	16.04	14.07	8.24	13.50	1.83	0.44	1.70
	6.55	4.68	6.37				0.17	0.00	0.15
	6.97	4.38	6.72				1.30	0.85	1.26
	1.89	2.66	1.97				0.02	0.01	0.02
	0.76	1.11	0.80				0.60	1.52	0.69
	0.41	0.55	0.42				0.21	0.34	0.22
	1.07	1.28	1.09				0.33	0.30	0.33
	0.93	1.45	0.98				0.56	1.66	0.66
Otras Actividades									
Postular a trabajos Realizar cursos en línea Crear Páginas web Obtener software	3.91	3.55	3.87				1.83	1.35	1.79
	0.97	1.08	0.98				0.24	0.69	0.28
	0.91	0.75	0.90	0.61	0.35	0.58	0.02	0.00	0.02
	1.15	1.10	1.14				0.21	0.72	0.26

En el Cuadro 5.56 se presenta el tiempo que ha pasado desde la última compra u orden de compra realizada a través de Internet por parte de los usuarios. Se observa que la gran mayoría de los usuarios en las zonas urbanas y rurales (en mayor proporción en esta última) nunca han comprado bienes o servicios a través de Internet, en forma consistente a lo observado en el año 2012. Entre aquellos usuarios que han comprado a través de Internet, la mayoría lo ha hecho en los últimos tres meses, tanto en zonas urbanas como rurales.

Respecto al año 2012, se observa una ligera disminución en la proporción de usuarios en zonas urbanas que realizaron compras por Internet en el último año, y un pequeño aumento en zonas rurales.

Cuadro 5.56: Señale (en meses) cuándo realizó la última compra u orden de bienes o servicios, para su uso personal, a través de Internet. (responden los que utilizaron Internet en el último año)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
En últimos 3 meses	16.33	9.06	15.62
Entre 3 meses y 1 año	7.71	4.16	7.36
Más de un año	3.83	4.75	3.92
Nunca he comprado	72.13	82.03	73.10

En el Cuadro 5.57 se presenta la frecuencia de compra a través por Internet de aquellos usuarios que compraron por Internet en los últimos 3 meses. Se observa que la gran mayoría de usuarios que compraron por Internet, tanto en zonas urbanas y rurales, lo hacen menos de una vez al mes, aunque también hay una proporción importante de usuarios que compran al menos una vez al mes pero no en forma semanal, en forma consistente con lo observado en el año 2012.

Cuadro 5.57. Señale con qué frecuencia ha realizado compras por Internet, para su uso personal, en los últimos 12 meses (seleccione una sola opción). (responden los usuarios que compraron por Internet en los últimos 3 meses)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Al menos 1 vez al día	3.52	7.13	3.73
Al menos 1 vez en semana	6.62	2.84	6.40
Al menos 1 vez en el mes	27.64	32.69	27.92
Menos de una vez al mes	62.05	56.56	61.74
No Sabe / No Responde	0.17	0.78	0.21

En el Cuadro 5.58 se presenta aquellos bienes y servicios que adquirieron los usuarios por Internet en el último año. Se observa que en el sector urbano y rural, las compras más frecuentes a través de Internet son en equipos de audio, TV y electrodomésticos, así como ropa, zapatillas y artículos deportivos.

Cuadro 5.58: Señale qué tipo de bienes o servicios compró u ordenó por Internet para su uso personal en los últimos 12 meses. (Respuesta múltiple) (responden usuarios que compraron por Internet en el último año)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Cursos capacitación	2.66	3.23	2.69
Libros, revistas, periódicos	9.91	4.77	9.62
Películas, música	7.16	9.81	7.31
Ropa y accesorios	30.95	31.09	30.96
Vehículos motorizados	5.14	4.88	5.12
Limpieza, medicamentos	9.81	6.02	9.59
Audio, TV, muebles hogar	37.37	29.92	36.95
Equipos computación	13.25	8.85	13.00
Juegos de video	9.11	0.00	8.60
Productos financieros	2.35	0.51	2.25
Servicios de telecom.	6.64	0.20	6.27
Equipo fotográfico, óptico	5.18	7.32	5.30
Tickets / reservas eventos	19.00	5.21	18.23
Tickets avión, hospedaje	13.87	9.51	13.62
Alimentos y Bebidas	6.51	4.48	6.39
Otro	12.65	16.34	12.85

En el Cuadro 5.59 se presentan las razones para no comprar por Internet de los usuarios. Se presenta tanto la proporción de respuesta cuando el encuestado podía elegir más de una opción, así como la proporción de respuesta cuando se le pedía al entrevistado señalar cuál era la principal razón.

Se observa que en el sector urbano y rural, las dos principales razones para no comprar por Internet, tanto en las respuestas múltiples como en la razón prioritaria, es que los usuarios prefieren comprar en persona en lugar de hacerlo por Internet, así como la falta de interés, en forma consistente a lo observado en el año 2012.

Cuadro 5.59: Señale todas las razones por las cuáles no ha realizado una compra u ordenado productos o servicios para su uso privado a través de Internet en los últimos 12 meses. (Respuesta múltiple) (responden usuarios que no realizaron compra por Internet en el último año)

	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	% en Selección Múltiple			% en Razón más importante		
No me interesa	37.64	43.32	38.27	27.09	27.96	27.18
Prefiere comprar en persona	39.58	44.50	40.12	25.69	30.20	26.18
Prefiere utilizar otro medio confiable	26.30	25.32	26.20	13.30	13.35	13.30
No tengo tarjeta crédito	19.52	17.69	19.31	11.78	7.31	11.29
No es seguro entregar info personal	25.16	19.95	24.58	11.48	11.02	11.43
No se siente seguro de garantías	15.54	11.25	15.06	3.93	2.61	3.78
Falta conocimiento, habilidad, autoconfianza	6.94	7.60	7.01	3.52	5.35	3.72
Otro	3.74	5.07	3.89	3.22	2.21	3.11

En el Cuadro 5.60 se presentan las actividades que los usuarios han realizado en el último año en términos de seguridad y privacidad de la información. Se observa que en la zona urbana, la gran mayoría ha utilizado algún tipo de software para protección. En la zona rural, la mayor parte de los usuarios no ha realizado ninguna actividad para mejorar su seguridad y privacidad de información.

Cuadro 5.60: Señale qué actividades Usted ha realizado en los últimos 12 meses en términos de seguridad y privacidad de la información (Respuesta múltiple) (responden los que utilizaron Internet en el último año)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Uso software protección	54.73	42.02	53.48
Uso control parental/filtro	5.02	4.02	4.92
Ninguno de los anteriores	44.29	57.30	45.57

En el Cuadro 5.61 se presentan los problemas que los usuarios han tenido en el último año en términos de seguridad y privacidad de la información. Se observa que tanto en zona urbana como rural, la mayoría de los usuarios declaran no haber tenido problemas de seguridad y privacidad en el último año. Entre los que declaran haber tenido algún

problema, tanto en zona urbana como rural, la mayoría declara haber experimentado algún ataque de virus.

Cuadro 5.61: Señale qué problemas ha tenido Usted en los últimos 12 meses en términos de seguridad y privacidad de la información (Respuesta múltiple) (responden los que utilizaron Internet en el último año)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Ataque de algún virus	23.35	14.15	22.45
Mal uso de info personal	2.13	2.02	2.12
Fraude con TC o débitos	0.61	0.22	0.57
Ninguno de los anteriores	74.94	84.02	75.83

En el Cuadro 5.62 se presenta las razones por las cuáles algunos miembros del hogar seleccionados no utilizaron Internet en los últimos 12 meses. Se presenta tanto la proporción de respuesta cuando el encuestado podía elegir más de una opción, así como la proporción de respuesta cuando se le pedía al entrevistado señalar cuál era la razón más importante.

Se puede observar que la principal razón para no utilizar Internet en el sector urbano y rural es la falta de conocimiento en utilizar un computador / smartphone para acceder a Internet, seguido por la falta de interés, tanto en las respuestas múltiples como en la razón prioritaria, en forma similar a lo observado en el año 2012.

Las razones que se exponen en el Cuadro 5.62 se pueden agrupar en 5 grupos: 1) Poca Relevancia: no utilizan Internet debido a desconocimiento de beneficios o a que se percibe su uso como poco relevante o útil (opciones 1, 2 y 3); 2) Poca Usabilidad: no se conectan debido a desconocimiento o falta de confianza en el uso de terminales o acceso a Internet (opciones 4, 5 y 6); 3) Costo: no se conectan debido a costo de terminal o servicio (opciones 7 y 8); 4) Falta cobertura: no se conectan por falta de cobertura (opción 9); 5) Otro tipo de razones (opciones 10 y 11).

Cuadro 5.62: Señale las razones por las que no ha utilizado Internet en los últimos 12 meses. (Respuesta múltiple) (Responden aquellos que no utilizaron Internet en el último año)

	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	% en Selección Múltiple			% en Razón más importante		
No sabe / no les han informado de beneficios	26.53	28.33	26.92	13.69	12.72	13.48
Conoce beneficios pero no lo encuentran útil	12.56	12.43	12.54	5.71	7.07	6.00
No interesa por razones distintas a utilidad	38.75	41.47	39.33	26.72	26.31	26.64
No saben usar computador/smartphone	40.05	41.14	40.28	26.70	25.95	26.54
No saben usar Internet	22.98	13.14	20.88	8.65	3.60	7.57
Falta de confianza	9.78	6.29	9.03	1.74	0.91	1.56
Costo del equipo o terminal	4.78	6.36	5.12	1.23	1.57	1.30
Costo del servicio de Internet	9.74	8.21	9.41	5.12	4.44	4.98
No hay o no sabe si hay oferta de servicio en zona	1.99	13.71	4.49	0.56	5.61	1.64
No tiene tiempo	11.48	5.51	10.21	4.89	2.45	4.37
Otras razones	6.40	11.07	7.40	4.99	9.38	5.93

Razones agrupadas	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	% en Selección Múltiple			% en Razón más importante		
Grupo 1: Poca Relevancia	63.04	66.59	63.80	46.13	46.10	46.12
Grupo 2: Poca usabilidad	50.64	48.29	50.14	37.08	30.46	35.67
Grupo 3: Costo	11.04	11.31	11.10	6.35	6.01	6.28
Grupo 4: Falta cobertura	1.99	13.71	4.49	0.56	5.61	1.64
Grupo 5: Otras razones	17.58	16.57	17.36	9.88	11.83	10.29

En el presente estudio, se realizaron varias preguntas adicionales para profundizar un poco más en las razones por las cuáles los miembros del hogar no utilizan Internet.

En el Cuadro 5.63 se presenta, para aquellos miembros del hogar que indicaron no haber utilizado Internet porque lo consideran de poca relevancia o poca usabilidad (grupos 1 y 2), si han solicitado a un tercero el que realice por Internet alguna actividad para ellos (como imprimir alguna tarea, obtener información o formularios, revisar o enviar mails, etc.). De acuerdo al Cuadro 5.62, los que responden esta pregunta corresponden a un 63% de los no usuarios en el grupo 1 de las razones de no uso y un 50% de hogares en el grupo 2.

Se puede apreciar, en primer lugar, que un 27% de los no usuarios en zona urbana y un 23% de los no usuarios en zona rural sí han solicitado a un tercero que realice alguna actividad en Internet por ellos. En segundo lugar, se puede apreciar que en promedio aquellos que solicitan realizar alguna actividad en Internet por ellos a un tercero, no lo hacen en forma esporádica, tanto en zona urbana como rural. En efecto, el promedio de veces en que se solicita al tercero que realice la actividad varía entre 2 y 4 veces en los últimos tres meses.

Cuadro 5.63: ¿Ha solicitado a algún amigo, vecino, familiar o conocido que realice por Internet por usted alguna de las siguientes actividades?. (Respuesta múltiple. Responden solamente los que señalaron alguna de las primeras seis razones por las que no utilizan Internet)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Imprimir alguna tarea	5.01	6.89	5.40
Obtener algún formulario	11.94	6.58	10.83
Obtener información	13.10	12.54	12.98
Recibir o enviar emails	1.59	2.24	1.72
Revisar alguna red social	1.29	1.09	1.25
Alguna de las anteriores	26.75	23.41	26.06
Ninguna de las anteriores	73.25	76.59	73.94

Número de veces que solicitó actividad en últimos tres meses (responden los que indicaron haber solicitado a un tercero que realice la actividad por ellos)

	Urbana	Rural	Nacional
	Promedio	Promedio	Promedio
Imprimir alguna tarea	2.87	1.94	2.63
Obtener algún formulario	1.87	2.14	1.91
Obtener información	2.48	2.22	2.43
Recibir o enviar emails	3.06	2.66	2.95
Revisar alguna red social	3.93	2.88	3.74

En el Cuadro 5.64 se presentan los resultados de indagar respecto a qué equipos y costo estaban siendo considerados por los no usuarios que señalaron que una de las razones por las que no utilizaban Internet era el alto costo de los equipos para conectarse a Internet. Asimismo, en la misma pregunta se indaga sobre cuánto es lo máximo que estarían dispuestos a pagar por tener uno de esos equipos.

Cuadro 5.64: ¿Cuál es el equipo para conectarse a Internet que usted consideró que tiene costo muy elevado?. (Respuesta única. Responden solamente los que señalaron costo elevado del equipo para conectarse a Internet como razón por la que no utilizan Internet)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Computador Fijo (PC)	73.50	52.69	67.99
Laptop	5.19	0.79	4.02
Netbook	18.48	38.68	23.83
Tablet	2.18	4.78	2.87
Smartphone	0.65	3.07	1.29

Cuál es el costo de referencia que usted tiene del equipo?, Cuánto es lo máximo que estaría dispuesto a pagar por él? (Mediana)

Precio Referencia	Urbana	Rural	Nacional
	Mediana	Mediana	Mediana
Computador Fijo (PC)	\$ 250,000	\$ 240,000	\$ 250,000
Laptop	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000
Netbook	\$ 250,000	\$ 200,000	\$ 250,000
Tablet	\$ 100,000		\$ 100,000
Smartphone		\$ 25,000	\$ 25,000
Max. Disposición a Pagar	Urbana	Rural	Nacional
	Mediana	Mediana	Mediana
Computador Fijo (PC)	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000
Laptop	\$ 60,000	\$ -	\$ 60,000
Netbook	\$ 50,000	\$ 60,000	\$ 50,000
Tablet	\$ -		\$ -
Smartphone		\$ 25,000	\$ 25,000
Max. DAP / Precio Ref.	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Computador Fijo (PC)	40.00	37.50	40.00
Laptop	20.00	0.00	20.00
Netbook	17.86	33.33	33.33
Tablet	0.00		0.00
Smartphone		100.00	100.00
Mediana	40.00	33.33	40.00

Se observa que un 74% de los no usuarios en zona urbana y un 53% de los no usuarios en zona rural están considerando un computador fijo al momento de su respuesta; asimismo un 18% de los no usuarios urbanos y un 39% de los rurales estaban considerando un netbook (computador portátil pequeño) al momento de su respuesta.

Respecto al costo referencial de los equipos, se observa que los computadores (fijo, portátil, netbook) tienen una mediana entre los 200 y 300 mil pesos; las tablet tienen una mediana de 100 mil pesos en zona urbana (cabe señalar que solamente hubo un no usuario que respondió respecto a la tablet); y los smartphones tienen una mediana de costo referencial de 25 mil pesos en zona rural (cabe señalar que solamente hubo un no usuario que respondió respecto al smartphone).

Respecto a la máxima disposición a pagar (DAP) por los equipos, se observa que para los computadores la mediana de la DAP ronda entre los 50 a 100 mil pesos. No se está dispuesto a pagar por tablet. La DAP por smartphones tiene una mediana de 25 mil pesos en zona rural.

Analizando la relación (ratio) entre la DAP declarada de los equipos y su costo referencial (o qué porcentaje del costo de referencia están dispuestos a pagar los individuos), se puede señalar que en la mitad de los casos, dicha relación ronda entre el 18% y 40% del costo referencial de los computadores (fijo, portátil, netbook); para las tablet dicha relación es de 0% del costo referencial en zona urbana; para los smartphones dicha relación es de 100% en zona rural.

En el Cuadro 5.65 se presentan los resultados de indagar respecto a qué tipo de servicio y costo estaban siendo considerados por los no usuarios cuando señalaron que una de las razones por las que no utilizaban Internet era el alto costo del servicio de Internet. Asimismo, en la misma pregunta se indaga sobre cuánto es lo máximo que estarían dispuestos a pagar por tener dicho servicio.

Se observa que un 36% de los no usuarios urbanos y 22% de los rurales habían considerado el triple pack Banda Ancha Fija + TV + Telefonía Fija como referencial; un 35% de los no usuarios urbanos y 36% de los rurales habían considerado Banda Ancha Fija desnuda como servicio referencial; un 10% de los no usuarios urbanos y 14% de los rurales habían considerado un plan de Internet móvil prepago como servicio referencial; un 18% de los no usuarios rurales habían considerado plan de Internet móvil prepago; el resto de no usuarios habían considerado otro tipo de planes.

El costo de referencia para los planes de Internet móvil tiene una mediana entre los 20 y 40 mil pesos; el costo de referencia del servicio de Internet para tablet tiene una mediana de 30 mil pesos; el costo de referencia de la Banda Ancha Fija tiene una mediana entre los 20 y 40 mil pesos, dependiendo de si es banda ancha desnuda (costo más bajo) o está paquetizada con otros servicios (costo más alto).

Cuadro 5.65: ¿Cuál es el tipo de servicio de Internet que usted consideró que tiene costo muy elevado?. (Respuesta única. Responden solamente los que señalaron costo elevado del servicio de Internet como razón por la que no utilizan Internet)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Internet móvil Prepago	10.47	14.13	11.08
Internet móvil Contrato	5.65	17.50	7.61
Multimedia Smartphone	0.69	2.64	1.01
Internet para Tablet	1.43	3.96	1.85
BAF desnuda	35.03	36.09	35.21
BAF + TV Cable	7.86	1.69	6.84
BAF + Tel. Fija	2.36	1.69	2.25
BAF + TV + Tel. Fija	36.50	22.29	34.15

Cuál es el costo de referencia que tiene del servicio de Internet?, Cuánto es lo máximo que está dispuesto a pagar por él? (Mediana)

Precio Referencia	Urbana	Rural	Nacional
	Mediana	Mediana	Mediana
Internet móvil Prepago	\$ 25,000	\$ 20,000	\$ 20,000
Internet móvil Contrato	\$ 30,000	\$ 18,000	\$ 25,000
Multimedia Smartphone	\$ 19,990	\$ 40,000	\$ 40,000
Internet para Tablet	\$ 30,000	\$ 30,000	\$ 30,000
BAF desnuda	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000
BAF + TV Cable	\$ 39,000	\$ 31,000	\$ 37,000
BAF + Tel. Fija	\$ 35,000	\$ 25,000	\$ 35,000
BAF + TV + Tel. Fija	\$ 40,000	\$ 30,000	\$ 40,000
Max. Disposición a Pagar	Urbana	Rural	Nacional
	Mediana	Mediana	Mediana
Internet móvil Prepago	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000
Internet móvil Contrato	\$ 15,000	\$ 5,000	\$ 10,000
Multimedia Smartphone	\$ 10,000	\$ -	\$ 10,000
Internet para Tablet	\$ 15,000	\$ 13,000	\$ 13,000
BAF desnuda	\$ 5,000	\$ 10,000	\$ 6,000
BAF + TV Cable	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000
BAF + Tel. Fija	\$ 10,000	\$ 8,000	\$ 10,000
BAF + TV + Tel. Fija	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000
Max. DAP / Precio Ref.	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Internet móvil Prepago	50.00	50.00	50.00
Internet móvil Contrato	50.00	35.71	48.57
Multimedia Smartphone	50.03	0.00	0.00
Internet para Tablet	50.00	43.33	43.33
BAF desnuda	28.57	50.00	33.33
BAF + TV Cable	40.00	48.39	40.00
BAF + Tel. Fija	57.14	32.00	32.00
BAF + TV + Tel. Fija	42.86	25.00	42.86
Mediana	40.00	50.00	41.67

La máxima disposición a pagar (DAP) por los servicios de Internet móvil tiene una mediana entre los 5 mil y 10 mil pesos; la DAP del servicio de Internet para tablet tiene una mediana entre 13 y 15 mil pesos; la DAP del servicio de Banda Ancha Fija tiene una DAP entre los 5 y 15 mil pesos dependiendo del tipo de paquete elegido. Así, la mediana del porcentaje del costo de referencia están dispuestos a pagar los individuos por el servicio a Internet ronda entre el 35 y 50%.

En el Cuadro 5.66 se presentan los resultados de un ejercicio de disposición a conectarse a Internet de aquellos miembros del hogar que no utilizan Internet porque consideraban que el costo de equipo y/o costo del servicio era muy elevado (11% de los no usuarios urbanos y rurales), cuando se aplica un subsidio al equipo para conectarse (PC, Laptop, Netbook o Tablet) y al costo del servicio de Internet. El subsidio al equipo permitiría al no usuario comprar un computador estándar (2 GB de RAM, 500 MB de disco duro y 3 GHz de velocidad) pagando por una sola vez un valor final de \$ 100 mil o \$ 50 mil pesos.¹⁴ El subsidio al costo de la conexión a Internet permitiría al no usuario pagar una conexión de 4 Mbps de velocidad a un costo mensual que variaba entre \$ 14.000 (costo al que puede encontrarse en el mercado), \$ 10.000 y \$ 6.000 pesos.

Cuadro 5.66: Suponga que le ofrecen para su uso personal un computador fijo o portátil (PC, Desktop, Notebook / Laptop, Netbook, Tablet) junto con el servicio para conectarlo a Internet, a los costos referenciales que le señalaremos a continuación, ¿a esos costos, le gustaría adquirir el computador y la conexión a Internet? (Responden solamente los que señalaron costo elevado del servicio de Internet o del terminal para conectarse como razón por la que no utilizan Internet)

Costo Computador: \$ 100.000 pesos	Costo Conexión Internet:								
	\$ 14.000 pesos			\$ 10.000 pesos			\$ 6.000 pesos		
	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí, adquiriría ambos	15.91	2.57	13.01	16.74	4.21	14.01	23.16	12.30	20.80
Adquiriría computador	2.26	1.85	2.17	3.49	1.39	3.03	3.18	4.20	3.40
Adquiriría conexión	2.74	0.32	2.21	6.26	0.32	4.96	9.47	5.16	8.53
No los adquiriría	52.59	56.03	53.34	47.14	54.85	48.82	37.61	41.01	38.35
No Sabe / No Responde	26.49	39.24	29.26	26.37	39.24	29.17	26.58	37.33	28.92

Costo Computador: \$ 50.000 pesos	Costo Conexión Internet:								
	\$ 14.000 pesos			\$ 10.000 pesos			\$ 6.000 pesos		
	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí, adquiriría ambos	16.03	14.82	15.77	22.43	15.29	20.87	55.21	77.63	60.08
Adquiriría computador	7.38	1.33	6.07	6.70	0.00	5.24	1.88	0.00	1.47
Adquiriría conexión	1.22	0.00	0.96	2.25	0.00	1.76	2.02	0.07	1.60
No los adquiriría	47.22	47.22	47.22	42.64	47.53	43.70	24.53	14.12	22.27
No Sabe / No Responde	28.14	36.63	29.99	25.98	37.19	28.42	16.36	8.18	14.58

¹⁴ El costo de mercado de un computador nuevo con 2 GB de RAM, 500 MB de disco duro y 3 GHz de velocidad, incluyendo pantalla, teclado y mouse, es de aproximadamente 250 a 300 mil pesos.

Como se puede apreciar, tanto el subsidio al computador como el subsidio al servicio tienen un impacto importante en permitir un mayor uso de Internet de aquellos miembros del hogar que señalan el costo del servicio o del equipo como razón para no utilizar Internet. En efecto, los porcentajes de incremento de uso de Internet de este grupo de no usuarios (considerando los que adquirirían también el computador y los que adquirirían solo la conexión) en cada escenario son los siguientes:

- Costo equipo \$ 100 mil, Costo servicio \$ 14 mil: 19% (urbana) y 3% (rural)
- Costo equipo \$ 100 mil, Costo servicio \$ 10 mil: 23% (urbana) y 5% (rural)
- Costo equipo \$ 100 mil, Costo servicio \$ 6 mil: 33% (urbana) y 17% (rural)
- Costo equipo \$ 50 mil, Costo servicio \$ 14 mil: 17% (urbana) y 15% (rural)
- Costo equipo \$ 50 mil, Costo servicio \$ 10 mil: 25% (urbana) y 15% (rural)
- Costo equipo \$ 50 mil, Costo servicio \$ 6 mil: 57% (urbana) y 77% (rural)

Como se puede apreciar, mientras mayor es el subsidio en el costo del equipo mayor es el nivel de nuevos usuarios entre los que no utilizan Internet por razones de costo, y de igual manera se puede señalar con un mayor subsidio en el costo del servicio. Estos resultados son consistentes con los observados en el mismo ejercicio para aquellos hogares no conectados debido al costo del servicio y/o equipos.

En el Cuadro 5.67 se presentan los resultados de preguntarle a los hogares que no se conectan a Internet por costo del equipo o del servicio, respecto al tipo de computador y conexión a Internet que les gustaría recibir en caso que tanto el equipo como la conexión fueran gratis.

Cuadro 5.67: Suponga ahora que usted tiene la oportunidad de recibir en forma gratuita un computador junto con una conexión a Internet para su hogar. ¿Qué tipo de computador y conexión a Internet le gustaría recibir? (Responden solo los que señalaron costo elevado del servicio de Internet o del terminal para conectarse como razón por la que no usa Internet)

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
BAF + Comp. Fijo	44.63	47.90	45.37
BAF + Comp. Portátil	24.30	21.15	23.59
BAF + Tablet	3.33	3.69	3.41
BAM + Comp. Fijo	6.07	1.56	5.06
BAM + Comp. Portátil	13.40	21.70	15.27
BAM + Tablet	4.53	2.34	4.04
No Sabe / No Responde	3.74	1.68	3.28

Como se puede apreciar, la mayoría de los no usuarios debido a razones de costo en zonas urbanas y rurales prefieren tener una combinación de Banda Ancha Fija y terminal fijo, en forma similar a lo observado en el mismo ejercicio para los hogares sin conexión a Internet.

Si se observa qué tipo de conexión prefieren los no usuarios, en forma independiente del equipo, el 72% de los no usuarios urbanos y el 73% de los rurales prefieren una conexión Banda Ancha Fija. Si se observa qué tipo de equipo prefieren los no usuarios, en forma independiente de la conexión, el 51% de los no usuarios urbanos y el 49% de los rurales prefieren un computador fijo. Asimismo, el 38% de los no usuarios urbanos y el 43% de los rurales prefieren un computador portátil. Cabe señalar que son pocos los no usuarios urbanos y rurales que prefieren una tablet.

En el Cuadro 5.68 se presenta los resultados de preguntar a aquellos usuarios que señalan no utilizar Internet debido a que no hay oferta de servicio de Internet en su zona, respecto al tipo de servicio de Internet que les gustaría que existiera en su zona. La mayor parte de los no usuarios en zona urbana responden que no saben (una parte pequeña de los hogares no responden la pregunta), un 17% preferiría contar con Banda Ancha Fija y Banda Ancha Móvil en su zona y un 12% preferiría contar solo con Banda Ancha fija. En el sector rural, el 52% de los no usuarios responden que no saben, un 21% prefieren contar con Banda Ancha Fija y Móvil en su zona, y un 18% prefieren contar solo con BAF.

Cuadro 5.68: ¿Qué tipo de oferta de servicio de Internet le gustaría que existiera en la zona donde vive?

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Banda Ancha Fija	12.25	18.12	16.08
Banda Ancha Móvil	4.74	9.47	7.82
Ambos BAF y BAM	16.86	20.51	19.24
No Sabe / No Responde	66.15	51.89	56.86

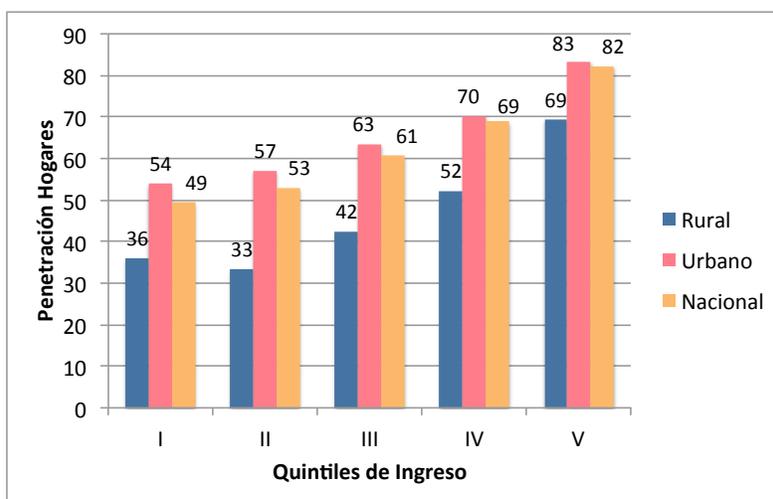
Las preguntas Q30 a Q38 del cuestionario se aplicaron únicamente a los usuarios de Internet en hogares del sector rural y tienen por objetivo caracterizar la relación entre emprendimiento, productividad y uso de Internet en el sector rural. Los resultados de estas preguntas se presentan en el Anexo.

5.3 Cuadros con cruces de información relevantes

A continuación se presentan algunas figuras y cuadros con cruces de información relevantes respecto al acceso y uso de Internet en los hogares urbanos y rurales en Chile.

En la Figura 1 se presenta la proporción de hogares en el sector urbano, rural y nacional, respectivamente, con acceso a Internet, según el quintil de ingreso autónomo per cápita regional de la encuesta CASEN 2011.¹⁵

Figura 1. Proporción de Hogares con Acceso a Internet, año 2013, por Quintil de Ingreso Autónomo Regional.



A nivel nacional, se observa que la penetración de Internet aumenta a medida que aumenta el ingreso per cápita de los hogares. De igual manera, en el sector urbano se observa que la penetración de Internet aumenta a medida que aumenta el ingreso per cápita del hogar.

En el sector rural, se observa una reducción en la penetración de Internet en el hogar entre el primer y segundo quintil de ingresos, no obstante dicha reducción no es estadísticamente significativa al realizar un test de igualdad de medias ($p\text{-value} = 0.47$). En los quintiles de mayor ingreso del sector rural se observa un ligero crecimiento en la tasa de penetración de Internet a medida que aumenta el ingreso.

En la Figura 2 y 3 se presenta la tasa de penetración en zona urbana y rural, respectivamente, en comparación con la tasa de penetración observada en el año 2012.

¹⁵ Es decir, de la encuesta CASEN 2011 se utilizaron los cortes de ingreso autónomo per cápita que definen los límites de ingreso entre cada quintil en cada región, debidamente actualizados con el IPC al año 2013 (y al 2012, en los quintiles definidos para ese año).

Respecto al año 2012, en zona urbana se observa un incremento en la tasa de penetración de Internet en los dos quintiles de menor ingreso y en el quintil de mayor ingreso, y una pequeña reducción en el tercer y cuarto quintil de ingreso. En zona rural, en cambio, se observa un incremento en la tasa de penetración de todos los quintiles, pero en forma mucho más pronunciada en el quintil de mayores ingresos.

Figura 2. Proporción de Hogares Urbanos con Acceso a Internet en el Hogar, años 2012 y 2013, por Quintil de Ingreso Autónomo Regional.

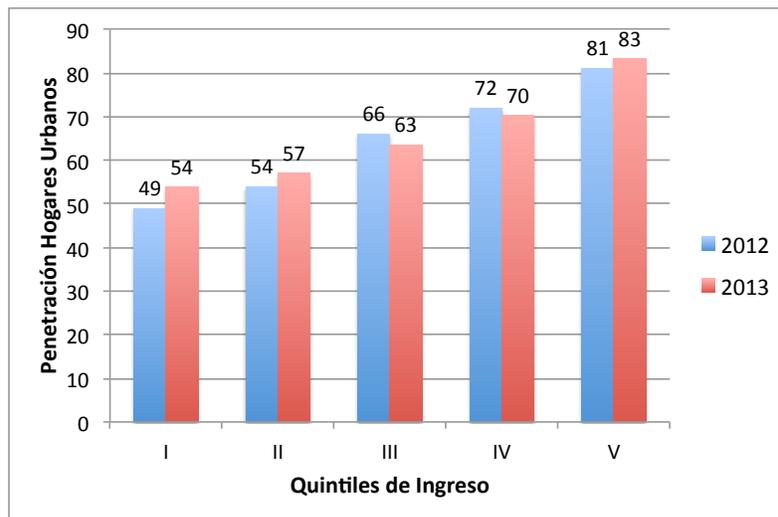
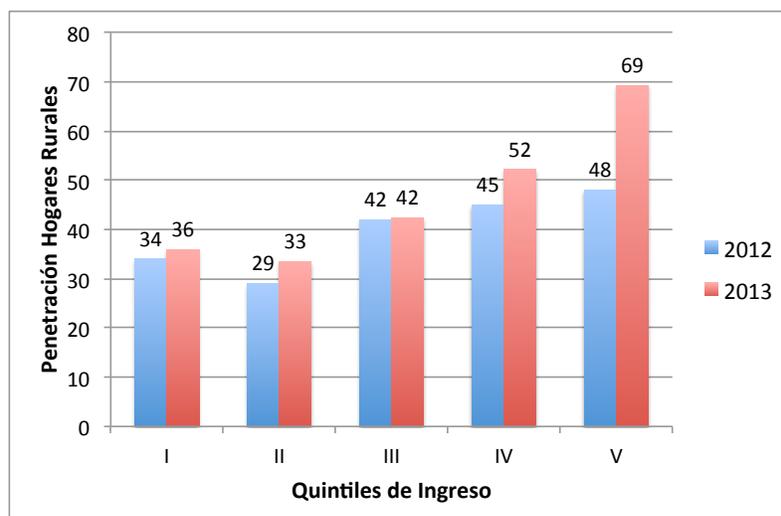


Figura 3. Proporción de Hogares Rurales con Acceso a Internet, años 2012 y 2013, por Quintil de Ingreso Autónomo Regional.



En el Cuadro 5.70 se presenta la proporción de hogares con acceso a Internet de acuerdo a si tiene o no presencia de menores en edad escolar (entre 6 y 18 años). Se observa que tanto en el sector urbano como rural, los hogares con presencia de menor en edad escolar presentan una mayor tasa de acceso a Internet en el hogar, en forma similar a lo observado en el año 2012.

Cuadro 5.70: Porcentaje de Hogares con acceso a Internet desde el hogar, según presencia de hijos menores en edad escolar (entre 6 y 18 años)

Menores en edad escolar	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sin presencia menores	57.90	32.02	54.49
Con presencia menores	74.80	51.49	71.51

En el Cuadro 5.71 se presenta la proporción de hogares con acceso a Internet según la edad del jefe de hogar. Se observa que tanto en el sector urbano como rural la proporción de hogares con acceso a Internet disminuye fuertemente a edades avanzadas del jefe de hogar, en forma similar a lo observado en el año 2012.

Cuadro 5.71: Porcentaje de Hogares con Acceso a Internet en el hogar, según edad del jefe de hogar.

Edad del Jefe de Hogar	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
29 años o menos	70.77	51.25	68.62
Entre 30 y 44 años	74.79	56.33	72.20
Entre 45 y 59 años	71.88	44.36	68.37
60 años o más	47.29	22.76	43.71

En el Cuadro 5.72 se presenta la proporción de hogares con acceso a Internet dependiendo de si el jefe de hogar pertenece o no a una etnia indígena. Se observa que en las zonas urbanas los hogares con jefe de hogar perteneciente a una etnia indígena tienen un 8% menos de penetración de Internet que los hogares con jefe de hogar que no pertenece a etnia indígena (en el año 2012 la brecha fue de 10%). En el sector rural esta diferencia se acentúa y los hogares con jefe de hogar perteneciente a etnia indígena tienen un 13% menos de penetración de Internet (en el año 2012 la brecha fue de 24%).

Cuadro 5.72: Porcentaje de Hogares con Acceso a Internet en el hogar, según pertenencia étnica del jefe de hogar.

Etnia Indígena Jefe Hogar	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
No pertenece a etnia	65.47	42.52	62.62
Pertenece a etnia indígena	57.22	29.63	49.84

En el Cuadro 5.73 se presenta la proporción de hogares con acceso a Internet dependiendo del nivel de educación del jefe de hogar. Se observa que, tanto en zona urbana como rural, a medida que aumenta el nivel de educación del jefe de hogar, aumenta la penetración de Internet en el hogar (a excepción de cuando el jefe de hogar tiene educación universitaria incompleta), alcanzando el máximo cuando el jefe de hogar tiene educación superior universitaria completa. Este crecimiento de la tasa de penetración a medida que aumenta la educación de jefes de hogares urbanos también estaba presente en el año 2012.

Cuadro 5.73: Porcentaje de Hogares con Acceso a Internet en el hogar, según educación del jefe de hogar.

Educación Jefe Hogar	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Sin educación Formal	27.01	13.13	23.14
Básica Incompleta	39.70	23.41	35.42
Básica Completa	51.37	34.68	47.54
Media C-H Incompleta	52.19	50.27	51.95
Media T-P Incompleta	60.55	53.44	59.69
Media C-H Completa	70.17	59.58	69.38
Media T-P Incompleta	70.70	64.18	70.09
Superior Téc. Incompleta	77.64	67.03	76.63
Superior Téc. Completa	82.64	77.74	82.24
Superior Univ. Incompleta	80.87	32.68	78.96
Superior Univ. Completa	90.81	82.12	90.48

En el Cuadro 5.74 se presenta el uso de dispositivos para conectarse a Internet en el hogar, por quintil de ingreso autónomo. Se observa que el computador portátil es el principal dispositivo para conectarse a Internet en todos los quintiles de ingreso, tanto en el sector urbano como en el rural. También son importantes el computador fijo y el Smartphone como dispositivos de acceso a Internet en todos los quintiles de ingreso, tanto en el sector urbano como rural, no obstante en el sector rural es más importante el uso del Smartphone. El uso del Smartphone para conectarse a Internet se vuelve más importante a medida que

aumenta el nivel de ingreso del hogar, tanto en el sector urbano como en el rural, en forma similar a lo observado en el año 2012.

Cuadro 5.74: Dispositivos o equipos electrónicos para acceder a Internet, según quintil de ingreso autónomo del hogar (Respuesta múltiple)

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Comp. Fijo (PC)	55.01	52.63	56.74	55.88	52.16
Comp. Portátil	65.48	66.52	71.94	77.52	81.14
Tablet	14.98	12.24	15.92	16.39	23.88
Teléf. Móvil/Smartphone	46.48	47.29	51.96	61.39	70.55
Consola	5.85	6.07	11.20	16.94	13.36
SmartTV	2.11	2.32	2.43	4.81	10.35
Zona Rural					
	%	%	%	%	%
Comp. Fijo (PC)	26.57	27.42	29.28	37.57	40.64
Comp. Portátil	66.19	68.23	67.29	69.84	67.64
Tablet	3.42	3.87	10.25	5.94	21.39
Teléf. Móvil/Smartphone	52.91	56.52	66.35	69.48	65.27
Consola	4.61	4.44	7.72	1.59	3.25
SmartTV	0.94	0.07	0.40	2.58	0.08
Nacional					
	%	%	%	%	%
Comp. Fijo (PC)	49.87	49.91	54.18	54.84	51.48
Comp. Portátil	65.61	66.70	71.51	77.08	80.35
Tablet	12.89	11.34	15.39	15.79	23.73
Teléf. Móvil/Smartphone	47.64	48.29	53.30	61.85	70.24
Consola	5.63	5.90	10.88	16.06	12.77
SmartTV	1.90	2.08	2.24	4.68	9.75

En el Cuadro 5.75 se presenta el uso de dispositivos para conectarse a Internet en el hogar, por edad del jefe de hogar. Se observa que el computador es el principal dispositivo para conectarse a Internet a cualquier edad del jefe de hogar, en zona urbana y rural (salvo en el quintil de menor ingreso en zona rural, en que se utiliza más el smartphone). Por otro lado, son los jefes de hogar más jóvenes los que utilizan en mayor proporción el Smartphone para conectarse a Internet en el hogar y su uso tiende a decrecer a medida que aumenta la edad del jefe de hogar, tanto en el sector urbano como en el rural, en forma similar a lo observado en el 2012.

Cuadro 5.75: Dispositivos o equipos electrónicos para acceder a Internet, según edad del jefe de hogar (Respuesta múltiple)

Zona Urbana	< 29 años	30-44 años	45-59 años	> 60 años
	%	%	%	%
Comp. Fijo (PC)	32.08	50.71	59.51	59.30
Comp. Portátil	71.72	74.61	75.74	70.01
Tablet	19.08	19.11	17.49	13.30
Teléf. Móvil/Smartphone	68.69	63.45	58.74	42.20
Consola	7.77	15.21	15.10	6.66
SmartTV	3.80	6.74	4.97	3.67
Zona Rural				
	%	%	%	%
Comp. Fijo (PC)	17.18	32.42	36.74	21.45
Comp. Portátil	45.25	76.29	67.66	62.01
Tablet	1.67	8.61	6.74	4.41
Teléf. Móvil/Smartphone	63.43	56.83	63.88	54.54
Consola	2.74	5.71	2.20	6.56
SmartTV	0.00	1.78	0.14	0.20
Nacional				
	%	%	%	%
Comp. Fijo (PC)	30.86	48.71	57.62	56.42
Comp. Portátil	69.54	74.79	75.07	69.40
Tablet	17.65	17.96	16.60	12.62
Teléf. Móvil/Smartphone	68.26	62.72	59.17	43.14
Consola	7.35	14.17	14.04	6.65
SmartTV	3.48	6.20	4.57	3.40

En el Cuadro 5.76 se presentan los principales proveedores de acceso a Internet en el hogar, por tipo de tecnología. En el sector urbano se observa que los dos principales proveedores de Banda Ancha Fija (BAF) en el hogar son Movistar y VTR; los tres principales proveedores de Banda Ancha Móvil son Movistar y Entel; los dos principales proveedores de Internet para Smartphone son Movistar, Entel y Claro; los tres principales proveedores de Internet para Tablet son Movistar, VTR y Claro. En el sector rural se observa que el principal proveedor de BAF es Movistar, el principal proveedor de BAM es Entel; los principales proveedores de Internet para Smartphone son Movistar y Entel; los principales proveedores de Internet para Tablet son Movistar, Claro y VTR.

Cuadro 5.76: Porcentaje de Accesos a Internet en el Hogar por Proveedor y por tipo de tecnología.

Zona Urbana	BAF	BAM	Smartph.	Tablet	Satelital	Otro
	%	%	%	%	%	%
Movistar	44.99	28.80	37.30	30.32	3.19	35.14
VTR	30.96	12.49	2.61	23.65	18.35	29.50
Claro	12.73	13.40	23.68	23.43	13.02	25.96
Entelphone	2.05	3.53	2.14	4.20	9.17	0.00
GTD	0.09	0.35	0.00	0.00	0.00	0.00
Telefónica del Sur	4.81	0.12	0.06	0.00	0.00	0.00
CMET	0.42	0.10	0.00	0.00	0.00	0.00
CTR	0.01	0.00	0.00	0.00	8.65	0.00
Telcoy	0.13	0.00	0.24	0.00	7.63	0.00
Pacífico Cable	1.20	0.00	0.16	0.00	0.00	0.00
Entel	0.99	39.41	31.54	12.64	7.63	0.00
GTD Móvil	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00
Nextel	0.06	0.00	0.64	0.00	0.00	0.00
Virgin Móvil	0.00	0.00	0.91	0.00	0.00	0.00
RTC	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otro	1.57	1.79	0.72	5.76	32.36	9.40
Zona Rural	BAF	BAM	Smartph.	Tablet	Satelital	Otro
	%	%	%	%	%	%
Movistar	65.12	23.79	41.82	70.10	0.00	0.00
VTR	7.65	3.43	0.26	0.00	0.00	0.00
Claro	4.29	4.68	22.89	22.23	0.00	0.00
Entelphone	3.83	6.50	2.36	0.00	0.00	0.00
GTD	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Telefónica del Sur	4.34	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CMET	4.46	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00
CTR	1.89	0.00	0.00	0.00	23.30	0.00
Telcoy	0.19	0.38	0.00	0.00	0.00	48.87
Pacífico Cable	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Entel	2.00	60.83	29.17	7.67	0.00	2.26
GTD Móvil	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Nextel	0.00	0.00	1.29	0.00	0.00	48.87
Virgin Móvil	0.00	0.00	0.68	0.00	0.00	0.00
RTC	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otro	6.21	0.38	1.54	0.00	76.70	0.00
Nacional	BAF	BAM	Smartph.	Tablet	Satelital	Otro
	%	%	%	%	%	%
Movistar	45.44	27.33	37.76	32.68	2.12	27.80
VTR	30.43	9.84	2.37	22.25	12.18	23.34
Claro	12.54	10.85	23.60	23.36	8.64	20.54
Entelphone	2.09	4.39	2.16	3.95	6.09	0.00
GTD	0.09	0.24	0.00	0.00	0.00	0.00
Telefónica del Sur	4.79	0.08	0.06	0.00	0.00	0.00
CMET	0.51	0.08	0.00	0.00	0.00	0.00
CTR	0.05	0.00	0.00	0.00	13.57	0.00
Telcoy	0.13	0.11	0.21	0.00	5.07	10.20
Pacífico Cable	1.17	0.00	0.14	0.00	0.00	0.00
Entel	1.01	45.67	31.29	12.34	5.07	0.47
GTD Móvil	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00
Nextel	0.06	0.00	0.71	0.00	0.00	10.20
Virgin Móvil	0.00	0.00	0.88	0.00	0.00	0.00
RTC	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otro	1.68	1.38	0.80	5.42	47.25	7.44

En el Cuadro 5.77 se presenta la principal tecnología de acceso a Internet utilizada en los hogares, por quintil de ingreso autónomo. En el sector urbano, se observa que existe un decrecimiento en la penetración de la BAF a medida que aumenta el ingreso de los hogares, a diferencia del año 2012 en que se observaba que en el sector urbano la proporción de uso de la BAF era similar entre los quintiles de ingreso. Asimismo, se observa un decrecimiento de la penetración BAM mientras mayor es el ingreso, a diferencia del año 2012 en que se observaba que la proporción de uso de la BAM aumentaba a medida que aumentaba el ingreso. En cambio, la proporción de uso del Smartphone aumenta a medida que aumenta el ingreso del hogar, a niveles similares a los observados en el 2012.

En el sector rural la principal tecnología de acceso a Internet es la BAM en los quintiles de menores ingresos, y el Smartphone / BAF en los quintiles de mayores ingresos (a diferencia del año 2012, en que el uso de la BAF era bajo y no presentaba un patrón claro a medida que aumentaba el ingreso).

Cuadro 5.77: Porcentaje de Accesos a Internet en el hogar, según quintil de ingreso autónomo del hogar y Tecnología de Acceso.

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Banda Ancha Fija	68.81	69.22	65.26	60.06	58.74
Banda Ancha Móvil	12.54	12.42	11.57	9.67	8.65
Smartphone	17.96	17.67	22.54	29.86	31.64
Tablet	0.51	0.16	0.33	0.23	0.41
Conexión Satelital	0.08	0.14	0.16	0.07	0.42
Otro	0.09	0.39	0.13	0.12	0.14
Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Banda Ancha Fija	5.36	13.14	13.20	27.84	34.90
Banda Ancha Móvil	65.70	51.44	38.95	29.82	30.77
Smartphone	28.92	33.64	44.04	42.34	34.27
Tablet	0.03	0.21	0.76	0.00	0.07
Conexión Satelital	0.00	0.00	2.96	0.00	0.00
Otro	0.00	1.57	0.08	0.00	0.00
Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Banda Ancha Fija	57.32	63.17	60.41	58.21	57.33
Banda Ancha Móvil	22.17	16.62	14.12	10.83	9.96
Smartphone	19.95	19.39	24.55	30.57	31.79
Tablet	0.42	0.16	0.37	0.21	0.39
Conexión Satelital	0.07	0.13	0.42	0.07	0.39
Otro	0.08	0.52	0.13	0.11	0.13

En el Cuadro 5.78 se presenta la modalidad de pago de Internet utilizada en cada quintil de ingreso. En el sector urbano se observa que el postpago es la principal forma de pago y su importancia aumenta mientras mayor sea el ingreso del hogar. La importancia del prepago, en cambio, disminuye a medida que aumenta el ingreso del hogar. En el sector rural se observa que el prepago es la principal forma de pago en los hogares de menores ingresos, en cambio que el postpago es la principal forma de pago en los hogares de mayores ingresos. Este comportamiento es similar al observado en el 2012.

Cuadro 5.78: Porcentaje de Accesos a Internet en el Hogar, según quintil de ingreso autónomo del hogar y modalidad de pago.

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Postpago	79.02	84.39	85.90	89.73	92.48
Prepago	20.32	15.11	13.68	9.53	6.61
No Sabe / No Contesta	0.66	0.50	0.42	0.74	0.91
Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Postpago	33.09	43.03	55.30	68.80	83.89
Prepago	66.91	56.80	43.05	30.30	16.11
No Sabe / No Contesta	0.00	0.17	1.65	0.90	0.00
Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Postpago	70.70	79.94	83.08	88.53	91.98
Prepago	28.76	19.60	16.39	10.72	7.17
No Sabe / No Contesta	0.54	0.46	0.53	0.75	0.85

En el Cuadro 5.79 se presenta la proporción de hogares sólo con acceso a Internet vía BAM o vía Smartphone en la actualidad, que en los últimos 12 meses también tuvieron un acceso BAF, según quintil de ingreso autónomo.

En el sector urbano se observa que la gran mayoría de los hogares no tuvieron BAF en el último año. No obstante, son los hogares de mayores ingresos los que presentan la mayor proporción de sustitución de BAF por un acceso BAM o Smartphone. En el sector rural, pocos hogares son los que tuvieron un acceso BAF en el último año que dejaron de utilizar por un acceso BAM o Smartphone. Estos resultados son similares a los observados en el 2012.

Cuadro 5.79: Hogares sólo con BAM o Smartphone en la actualidad que tuvieron BAF en los 12 meses anteriores, según quintil de ingreso autónomo del hogar.

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Sí tuvo BAF en último año	7.77	6.64	12.21	14.72	12.53
Solo tuvo BAM/Smartph.	58.43	56.07	58.36	61.41	56.20
No Sabe / No Contesta	33.81	37.28	29.43	23.86	31.27
Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Sí tuvo BAF en último año	2.87	2.93	5.30	6.76	0.49
Solo tuvo BAM/Smartph.	69.69	78.94	86.33	74.67	93.71
No Sabe / No Contesta	27.44	18.12	8.37	18.57	5.80
Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Sí tuvo BAF en último año	5.54	5.50	10.42	13.67	10.56
Solo tuvo BAM/Smartph.	63.54	63.13	65.60	63.16	62.35
No Sabe / No Contesta	30.92	31.38	23.98	23.17	27.09

En el Cuadro 5.80 se presenta el tipo de empaquetamiento del servicio Banda Ancha Fija que poseen los hogares, por quintil de ingreso autónomo. Se observa que en el sector urbano, la principal forma de empaquetamiento en todos los quintiles de ingreso es el Internet + TV Cable + Telefonía Fija, cuya importancia va creciendo a medida que aumenta el ingreso de los hogares. Un comportamiento similar al descrito ya se observaba en el año 2012.

En el sector rural, se observa que para el quintil de ingreso más bajo, la gran mayoría prefiere la Banda Ancha Desnuda; no obstante, para el quintil de ingreso más alto, la mayoría prefiere el pack Internet + TV Cable + Telefonía Fija.

Cuadro 5.80: Tipo de empaquetamiento de servicios Banda Ancha Fija, según quintil de ingreso autónomo del hogar

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Solo Internet	30.29	24.75	23.73	17.74	11.66
Internet + Tel. Fija	16.65	18.10	15.51	14.89	12.40
Internet + TV	11.16	12.83	16.18	14.04	15.52
Internet + TV + Tel. Fija	41.90	44.32	44.57	53.34	60.42
Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Solo Internet	61.72	32.44	35.84	22.40	29.63
Internet + Tel. Fija	38.28	51.01	39.50	38.42	11.94
Internet + TV	0.00	0.00	14.62	10.17	8.22
Internet + TV + Tel. Fija	0.00	16.55	10.04	29.02	50.21
Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Solo Internet	30.85	24.92	23.97	17.87	12.18
Internet + Tel. Fija	17.04	18.84	15.99	15.55	12.39
Internet + TV	10.96	12.54	16.15	13.93	15.31
Internet + TV + Tel. Fija	41.15	43.71	43.89	52.65	60.13

En el Cuadro 5.81 se presenta la percepción de velocidad de los hogares urbanos para cada tecnología disponible en el hogar, según quintil de ingresos. Se observa que, en general, para todos los tipos de tecnología y niveles de ingreso la sensación de velocidad de la conexión a Internet que tienen los hogares es rápida (salvo para la BAM y el Tablet para el primer quintil de ingresos, en que la percepción de velocidad es mayoritariamente “Lenta”, y para el Tablet para el quintil de mayor ingresos, en que la percepción es “Muy Rápida”).

En el Cuadro 5.82 se presenta la percepción de velocidad de los hogares rurales para cada tecnología disponible en el hogar, según quintil de ingresos. Para la BAF no existe un patrón definido de la velocidad que perciben los hogares, la cual fluctúa entre “Lenta” y “Rápida”, no obstante en los quintiles de mayores ingresos aumenta la percepción de “Muy Rápida”. Para la BAM y Smartphone del Jefe de Hogar, en los quintiles de menores ingresos la percepción de velocidad es mayoritariamente “Lenta” y en los quintiles de mayores ingresos la percepción es “Rápida”. Para la tablet no hay un patrón definido, debido al poco número de tablets con acceso a Internet en zona rural.

Cuadro 5.81: Percepción de velocidad de Internet Banda Ancha Fija, según quintil de ingreso autónomo del hogar (Urbana)

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
BAF	%	%	%	%	%
Lenta	38.42	30.36	30.86	25.14	21.03
Rápida	56.62	62.44	61.08	65.66	63.31
Muy Rápida	4.95	6.85	8.06	9.20	15.66
No Sabe / No Responde	0.00	0.35	0.00	0.00	0.00
BAM					
Lenta	49.45	47.68	37.99	39.52	29.85
Rápida	47.80	49.47	57.36	53.26	62.81
Muy Rápida	0.00	1.36	4.65	6.60	7.34
No Sabe / No Responde	2.75	1.49	0.00	0.61	0.00
Smartphone Jefe Hogar					
Lenta	34.34	27.56	23.92	23.82	25.98
Rápida	53.60	62.56	56.03	56.23	49.25
Muy Rápida	9.95	7.63	19.20	19.13	24.44
No Sabe / No Responde	2.12	2.25	0.85	0.82	0.33
Tablet					
Lenta	88.12	0.00	11.13	37.50	17.87
Rápida	11.88	69.14	79.62	50.00	22.17
Muy Rápida	0.00	0.00	9.25	12.50	59.96
No Sabe / No Responde	0.00	30.86	0.00	0.00	0.00

Cuadro 5.82: Percepción de velocidad de Internet Banda Ancha Fija, según quintil de ingreso autónomo del hogar (Rural)

Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
BAF	%	%	%	%	%
Lenta	67.73	22.61	63.30	22.64	3.97
Rápida	32.27	68.10	36.70	64.54	79.81
Muy Rápida	0.00	8.79	0.00	12.82	16.22
No Sabe / No Responde	0.00	0.51	0.00	0.00	0.00
BAM					
Lenta	55.58	64.17	61.20	41.45	41.43
Rápida	41.58	35.83	38.80	48.86	54.69
Muy Rápida	2.84	0.00	0.00	9.69	3.88
No Sabe / No Responde	---	---	---	---	---
Smartphone Jefe Hogar					
Lenta	52.78	60.85	51.67	30.18	41.40
Rápida	30.52	28.98	46.51	59.96	51.53
Muy Rápida	10.72	10.17	0.00	9.86	7.07
No Sabe / No Responde	5.98	0.00	1.82	0.00	0.00
Tablet					
Lenta	0.00	100.00	100.00	---	0.00
Rápida	0.00	0.00	0.00	---	100.00
No Sabe / No Responde	100.00	0.00	0.00	---	0.00

En el Cuadro 5.83 se presenta la percepción de velocidad de los hogares a nivel nacional para cada tecnología disponible en el hogar, según quintil de ingresos.

Cuadro 5.83: Percepción de velocidad de Internet Banda Ancha Fija, según quintil de ingreso autónomo del hogar (Nacional)

Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
BAF	%	%	%	%	%
Lenta	38.95	30.19	31.49	25.07	20.54
Rápida	56.19	62.56	60.60	65.63	63.78
Muy Rápida	4.87	6.89	7.91	9.30	15.68
No Sabe / No Responde	0.00	0.35	0.00	0.00	0.00
BAM					
Lenta	52.53	52.98	43.88	39.83	31.85
Rápida	44.67	45.09	52.65	52.56	61.40
Muy Rápida	1.43	0.92	3.47	7.09	6.74
No Sabe / No Responde	1.37	1.01	0.00	0.52	0.00
Smartphone Jefe Hogar					
Lenta	37.59	33.15	27.75	24.38	26.99
Rápida	49.52	56.92	54.71	56.56	49.40
Muy Rápida	10.09	8.05	16.55	18.31	23.29
No Sabe / No Responde	2.80	1.87	0.99	0.75	0.31
Tablet					
Lenta	86.91	5.80	27.76	37.50	17.65
Rápida	11.71	65.13	64.72	50.00	23.12
Muy Rápida	0.00	0.00	7.52	12.50	59.23
No Sabe / No Responde	1.38	29.07	0.00	0.00	0.00

En el Cuadro 5.84 se presentan las razones por las que los hogares con acceso a Internet han decidido mantener dicho acceso, por quintil de ingreso autónomo.

Tanto en zona urbana como en zona rural se observa que, en los quintiles de menores ingresos, la principal razón por la que los hogares mantienen el acceso a Internet es por apoyo a la educación de los miembros del hogar. En cambio, en los quintiles de mayores ingresos, la principal razón por la que los hogares mantienen el acceso a Internet es para tener acceso a Información, poder comunicarse o jugar en línea.

Cuadro 5.84: Razones por las cuáles se mantiene acceso a Internet en el hogar, según quintil de ingreso autónomo del hogar (Respuesta múltiple)

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Apoyo a la educación propia o de familiares	83.77	82.90	74.99	69.51	52.73
Acceso a Información / comunicarse / juegos	68.92	75.93	81.97	83.89	82.32
Permite realizar negocios / empresa familiar	9.04	11.40	12.48	19.23	29.98
Por razones laborales / permite buscar trabajo	27.49	32.87	44.86	49.69	62.94
Realizar trámites personales	18.23	20.55	26.78	32.78	50.62
Permite realizar pago de impuestos	7.85	6.99	10.11	18.51	35.07
Permite realizar compras por Internet	8.01	5.71	7.45	10.83	21.31
Otras razones	2.50	1.52	1.15	2.63	2.89
Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Apoyo a la educación propia o de familiares	82.27	73.29	69.40	52.81	37.08
Acceso a Información / comunicarse / juegos	72.13	78.86	73.42	86.47	69.87
Permite realizar negocios / empresa familiar	3.04	9.84	12.84	22.73	28.38
Por razones laborales / permite buscar trabajo	12.74	22.64	44.31	45.34	50.20
Realizar trámites personales	11.67	17.08	22.70	36.75	55.29
Permite realizar pago de impuestos	2.69	6.00	10.65	10.98	17.53
Permite realizar compras por Internet	2.70	3.04	10.57	15.69	6.58
Otras razones	4.10	3.65	3.12	3.89	4.64
Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Apoyo a la educación propia o de familiares	83.50	81.87	74.47	68.55	51.81
Acceso a Información / comunicarse / juegos	69.50	76.24	81.18	84.04	81.59
Permite realizar negocios / empresa familiar	7.96	11.23	12.51	19.43	29.88
Por razones laborales / permite buscar trabajo	24.82	31.76	44.81	49.44	62.19
Realizar trámites personales	17.04	20.18	26.40	33.01	50.90
Permite realizar pago de impuestos	6.92	6.89	10.16	18.08	34.04
Permite realizar compras por Internet	7.05	5.42	7.74	11.11	20.44
Otras razones	2.79	1.75	1.33	2.70	3.00

En el Cuadro 5.85 se presentan las razones por las que los hogares sin acceso a Internet no desean tener dicho acceso, por quintil de ingreso autónomo.

En los hogares urbanos de los quintiles de ingreso más bajo, las dos principales razones para no conectarse a Internet tienen relación con la falta de interés (por razones distintas a la utilidad del Internet para el hogar) y el alto costo del servicio de Internet. A medida que aumenta el ingreso, estas dos razones van perdiendo importancia. El no saber utilizar el computador / smartphone para acceder a Internet también es una razón relativamente importante en los cuatro quintiles de ingreso más bajo. Hay razones que aumentan de importancia a medida que aumenta el ingreso como, por ejemplo, el poco interés en conectar el hogar a Internet porque se pasa fuera del hogar la mayor parte del tiempo.

En los hogares rurales de los quintiles de ingreso más bajo, las cuatro principales razones para no conectarse a Internet son: la falta de interés (por razones distintas a la utilidad del Internet para el hogar), el no saber utilizar el computador / smartphone para acceder a Internet, el costo del servicio de Internet y del terminal, y el no estar enterado de sus beneficios. Todas estas razones van perdiendo importancia a medida que aumenta el ingreso de los hogares rurales.

Cuadro 5.85: Razones por las cuáles no se tiene acceso a Internet en el hogar, según quintil de ingreso autónomo del hogar (Respuesta múltiple)

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
No sabe / no les han informado de beneficios	12.94	16.76	17.41	24.17	6.74
Conoce beneficios pero no lo encuentran útil	9.90	9.53	13.75	17.88	9.05
No interesa por razones distintas a utilidad	37.41	36.49	36.22	36.36	29.62
Pasan fuera de hogar mayor parte del tiempo	6.41	9.54	14.18	21.40	34.47
No saben usar computador/smartphone	22.54	27.48	29.95	19.50	21.40
No saben usar Internet	10.74	12.03	15.99	10.86	12.66
Falta de confianza	7.59	7.74	8.72	7.69	5.81
Costo del equipo o terminal	15.95	11.98	11.12	7.16	4.07
Costo del servicio de Internet	40.86	34.94	27.31	17.40	11.13
No hay o no sabe si hay oferta de servicio en zona	3.49	5.45	5.03	3.62	2.73
Puede acceder a internet en otros lugares	9.04	9.17	8.98	11.70	24.43
Puede conectarse a red privada de terceros	3.77	3.38	2.23	5.84	6.03
Otras razones	7.76	8.72	7.90	9.02	18.30
Zona Rural					
	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
No sabe / no les han informado de beneficios	22.84	22.20	29.77	20.63	9.66
Conoce beneficios pero no lo encuentran útil	11.10	16.93	11.84	12.37	14.94
No interesa por razones distintas a utilidad	39.35	32.43	38.17	24.29	23.44
Pasan fuera de hogar mayor parte del tiempo	4.87	3.93	12.46	12.97	8.77
No saben usar computador/smartphone	31.45	33.67	36.28	26.65	16.28
No saben usar Internet	10.83	14.30	9.50	13.30	6.98
Falta de confianza	6.09	5.11	4.98	3.65	0.00
Costo del equipo o terminal	22.14	12.20	2.92	5.91	0.00
Costo del servicio de Internet	23.32	18.40	13.48	11.70	9.11
No hay o no sabe si hay oferta de servicio en zona	28.15	22.78	26.07	27.85	18.47
Puede acceder a internet en otros lugares	6.97	5.35	7.03	4.89	15.72
Puede conectarse a red privada de terceros	0.71	2.29	1.02	3.68	3.09
Otras razones	11.67	9.54	9.29	18.39	22.35

Cuadro 5.85 (continuación): Razones por las cuáles no se tiene acceso a Internet en el hogar, según quintil de ingreso autónomo del hogar

Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
No sabe / no les han informado de beneficios	16.05	18.07	19.82	23.76	7.09
Conoce beneficios pero no lo encuentran útil	10.28	11.32	13.38	17.24	9.76
No interesa por razones distintas a utilidad	38.02	35.51	36.61	34.96	28.88
Pasan fuera de hogar mayor parte del tiempo	5.92	8.18	13.84	20.42	31.36
No saben usar computador/smartphone	25.34	28.98	31.19	20.33	20.78
No saben usar Internet	10.77	12.58	14.72	11.15	11.97
Falta de confianza	7.12	7.10	7.99	7.22	5.11
Costo del equipo o terminal	17.90	12.03	9.52	7.01	3.58
Costo del servicio de Internet	35.34	30.94	24.61	16.74	10.88
No hay o no sabe si hay oferta de servicio en zona	11.25	9.64	9.14	6.43	4.63
Puede acceder a internet en otros lugares	8.39	8.25	8.60	10.91	23.38
Puede conectarse a red privada de terceros	2.81	3.12	1.99	5.58	5.68
Otras razones	8.99	8.91	8.17	10.10	18.79

En el Cuadro 5.86 se presenta, por quintil de ingreso autónomo, los resultados del ejercicio de disposición a conectarse a Internet de aquellos hogares que no cuentan con una conexión actualmente (11% en zona urbana y rural) y respondieron que una de las causas para no conectarse era el alto costo de los equipos y/o del servicio de Internet.

El subsidio al equipo permitiría comprar un computador estándar (2 GB de RAM, 500 MB de disco duro y 3 GHz de velocidad) pagando por una sola vez un valor final de \$ 100 mil o \$ 50 mil pesos.¹⁶ El subsidio al costo de la conexión a Internet permitiría pagar una conexión de 4 Mbps de velocidad a un costo mensual que variaba entre \$ 14.000 (costo al que puede encontrarse en el mercado), \$ 10.000 y \$ 6.000 pesos.

En el sector urbano se puede observar que, en general, a medida que aumenta el ingreso al hogar aumenta la disposición a adquirir el servicio de Internet mientras mayor sea el subsidio al equipo y/o al servicio de conexión.

En el sector rural, en cambio, no se observa un patrón identificable entre quintiles de ingreso, no obstante al interior de cada quintil es cierto que a medida que se incrementa el subsidio al equipo y/o servicio, aumenta el porcentaje de hogares que se conectan.

¹⁶ El costo de mercado de un computador nuevo con 2 GB de RAM, 500 MB de disco duro y 3 GHz de velocidad, incluyendo pantalla, teclado y mouse, es de aproximadamente 250 a 300 mil pesos.

Cuadro 5.86: Suponga que le ofrecen para su hogar un computador fijo o portátil (PC, Desktop, Notebook / Laptop, Netbook, Tablet) junto con el servicio para conectarlo a Internet, a los costos referenciales que le señalaremos a continuación, ¿a esos costos, adquiriría el computador y la conexión a Internet? (Responden solamente los que señalaron costo elevado del servicio de Internet o del terminal para conectarse como razón por la que no utilizan Internet). Se reporta el porcentaje de hogares que deciden adquirir el servicio de Internet (ya sea sólo o con el computador), según quintil de ingreso autónomo.

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Costo equipo: \$ 100 mil. Costo servicio: \$ 14 mil	15.20	11.02	16.93	24.82	30.37
Costo equipo: \$ 100 mil. Costo servicio: \$ 10 mil	18.90	17.58	32.63	21.25	41.16
Costo equipo: \$ 100 mil. Costo servicio: \$ 6 mil	29.65	23.14	41.41	30.82	48.05
Costo equipo: \$ 50 mil. Costo servicio: \$ 14 mil	16.09	13.26	19.63	21.52	35.84
Costo equipo: \$ 50 mil. Costo servicio: \$ 10 mil	23.66	21.38	39.76	28.24	47.52
Costo equipo: \$ 50 mil. Costo servicio: \$ 6 mil	45.04	45.33	52.96	48.67	69.19
Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Costo equipo: \$ 100 mil. Costo servicio: \$ 14 mil	0.95	4.56	9.24	20.76	0.00
Costo equipo: \$ 100 mil. Costo servicio: \$ 10 mil	13.28	6.13	23.44	44.90	0.00
Costo equipo: \$ 100 mil. Costo servicio: \$ 6 mil	20.71	19.85	23.94	19.17	0.00
Costo equipo: \$ 50 mil. Costo servicio: \$ 14 mil	11.67	13.08	25.79	4.72	0.00
Costo equipo: \$ 50 mil. Costo servicio: \$ 10 mil	17.29	26.04	18.03	5.13	0.00
Costo equipo: \$ 50 mil. Costo servicio: \$ 6 mil	55.40	79.31	41.05	32.50	100.00
Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Costo equipo: \$ 100 mil. Costo servicio: \$ 14 mil	11.64	10.00	16.10	24.50	27.59
Costo equipo: \$ 100 mil. Costo servicio: \$ 10 mil	17.50	15.76	31.64	23.12	37.39
Costo equipo: \$ 100 mil. Costo servicio: \$ 6 mil	27.42	22.62	39.52	29.90	43.65
Costo equipo: \$ 50 mil. Costo servicio: \$ 14 mil	14.99	13.23	20.30	20.20	32.56
Costo equipo: \$ 50 mil. Costo servicio: \$ 10 mil	22.07	22.12	37.41	26.42	43.17
Costo equipo: \$ 50 mil. Costo servicio: \$ 6 mil	47.63	50.73	51.67	47.40	72.01

Nota: en el Quintil 5 de zona rural solamente había un hogar encuestado que podía responder esta pregunta.

En el Cuadro 5.87 se presenta los resultados del mismo ejercicio de subsidio al equipo y servicio del Cuadro anterior, pero según presencia o no de menores en edad escolar en el hogar. No se observan mayores diferencias, tanto en zona urbana como rural, en los porcentajes de conexión a Internet que presentarían los hogares que tienen y no tienen menores en edad escolar.

Cuadro 5.87: Suponga que le ofrecen para su hogar un computador fijo o portátil (PC, Desktop, Notebook / Laptop, Netbook, Tablet) junto con el servicio para conectarlo a Internet, a los costos referenciales que le señalaremos a continuación, ¿a esos costos, adquiriría el computador y la conexión a Internet? (Responden solamente los que señalaron costo elevado del servicio de Internet o del terminal para conectarse como razón por la que no utilizan Internet). Se reporta el porcentaje de hogares que deciden adquirir el servicio de Internet (ya sea sólo o con el computador), según presencia de menores en edad escolar.

	Zona Urbana		Zona Rural		Nacional	
	SIN	CON	SIN	CON	SIN	CON
	%	%	%	%	%	%
Costo equipo: \$ 100 mil. Costo servicio: \$ 14 mil	18.16	14.58	5.25	2.25	16.15	12.51
Costo equipo: \$ 100 mil. Costo servicio: \$ 10 mil	22.76	20.78	13.26	14.57	21.28	19.73
Costo equipo: \$ 100 mil. Costo servicio: \$ 6 mil	29.53	30.33	17.91	23.97	27.72	29.26
Costo equipo: \$ 50 mil. Costo servicio: \$ 14 mil	18.63	15.11	26.25	27.40	47.81	46.72
Costo equipo: \$ 50 mil. Costo servicio: \$ 10 mil	11.22	14.43	20.28	18.85	58.03	62.11
Costo equipo: \$ 50 mil. Costo servicio: \$ 6 mil	17.47	14.99	25.32	25.96	49.40	49.31

Los siguiente cuadros y resultados corresponden a la sección de Uso de la encuesta, contestada por un miembro del hogar seleccionado.

En el Cuadro 5.88 se presenta la proporción de uso de computador en los últimos meses por parte de los miembros del hogar entrevistados, por quintil de ingreso autónomo del hogar al que pertenecen. Tanto en el sector urbano como en el rural, a todo nivel de ingreso, se observa que la gran mayoría de los entrevistados ha utilizado un computador en los últimos 3 meses (a excepción del primer quintil de la zona rural, en que la mayoría señala nunca haber utilizado un computador); el porcentaje de entrevistados que utilizaron un computador en los últimos tres meses aumenta a medida que aumenta el ingreso del hogar al que pertenecen, y lo contrario ocurre con el porcentaje de entrevistados que señalan nunca haber utilizado un computador.

Cuadro 5.88: Utilización de computador, según quintil de ingreso autónomo del hogar (Entrevistado)

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
En los últimos 3 meses	59.65	65.39	68.15	74.40	86.08
Entre 3 meses y 1 año	4.39	3.72	3.28	5.22	3.14
Más de un año	4.98	5.84	4.90	2.93	4.53
Nunca lo he utilizado	30.98	25.05	23.66	17.45	6.25
Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
En los últimos 3 meses	40.67	36.27	55.23	68.31	69.74
Entre 3 meses y 1 año	2.72	5.39	6.10	3.51	5.89
Más de un año	6.88	10.05	7.75	2.75	5.97
Nunca lo he utilizado	49.72	48.29	30.92	25.42	18.40
Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
En los últimos 3 meses	55.04	60.74	66.43	73.96	84.97
Entre 3 meses y 1 año	3.99	3.99	3.65	5.09	3.32
Más de un año	5.44	6.51	5.28	2.92	4.63
Nunca lo he utilizado	35.53	28.75	24.63	18.02	7.07

En el Cuadro 5.89 se presenta la proporción de uso de Internet por parte de los miembros del hogar en los últimos tres meses, por quintil de ingreso autónomo. Se observa un patrón de uso muy similar al señalado en el cuadro anterior para el sector urbano y rural.

Cuadro 5.89: Utilización de Internet en los últimos tres meses, según quintil de ingreso autónomo del hogar (Miembro Hogar Seleccionado)

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
En los últimos 3 meses	59.74	64.98	68.50	74.51	86.52
Entre 3 meses y 1 año	3.83	4.74	3.11	2.98	3.27
Más de un año	4.76	4.46	3.14	2.14	2.48
Nunca lo he utilizado	31.66	25.83	25.25	20.37	7.72
Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
En los últimos 3 meses	40.99	37.47	59.76	68.61	70.20
Entre 3 meses y 1 año	2.84	6.03	3.41	3.42	7.50
Más de un año	4.71	7.78	3.67	3.45	1.97
Nunca lo he utilizado	51.46	48.73	33.15	24.52	20.33
Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
En los últimos 3 meses	55.19	60.59	67.34	74.08	85.42
Entre 3 meses y 1 año	3.59	4.94	3.15	3.01	3.56
Más de un año	4.75	4.99	3.21	2.24	2.45
Nunca lo he utilizado	36.47	29.48	26.30	20.67	8.58

En el Cuadro 5.90 se presenta la frecuencia de uso de Internet por parte de los miembros del hogar entrevistados que utilizaron Internet en los últimos 3 meses, por quintil de ingreso.

Se observa que, tanto en el sector urbano como rural, la mayoría de usuarios utiliza Internet al menos una vez al día, proporción que aumenta a medida que aumenta el ingreso del hogar. En el año 2012 para el sector rural, en cambio, se observaba que los usuarios de los dos quintiles de ingreso más bajo utilizan Internet al menos una vez a la semana pero no todos los días.

Cuadro 5.90: Frecuencia de uso de Internet en los últimos 12 meses, según quintil de ingreso autónomo del hogar.

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Al menos 1 vez al día	71.00	73.58	81.83	86.08	89.17
Al menos 1 vez en semana	21.18	20.41	14.30	11.84	9.50
Al menos 1 vez en el mes	4.11	3.51	2.07	1.48	0.87
Menos de una vez al mes	3.71	2.49	1.80	0.60	0.46
Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Al menos 1 vez al día	48.65	45.10	68.03	78.23	86.89
Al menos 1 vez en semana	36.88	42.76	28.06	21.25	6.55
Al menos 1 vez en el mes	12.14	8.99	0.90	0.07	2.38
Menos de una vez al mes	2.33	3.15	3.00	0.46	4.18
	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Al menos 1 vez al día	66.97	70.77	80.20	85.55	89.04
Al menos 1 vez en semana	24.01	22.62	15.93	12.47	9.33
Al menos 1 vez en el mes	5.56	4.06	1.93	1.39	0.95
Menos de una vez al mes	3.46	2.56	1.94	0.59	0.67

En el Cuadro 5.91 se presenta los lugares en los que acceden a Internet los usuarios fuera del hogar, por quintil de ingreso autónomo.

Tanto en el sector urbano como rural se observa que en el quintil de ingreso más bajo, los dos principales lugares donde los usuarios acceden a Internet fuera del hogar son: el hogar de terceros y el lugar de educación. En cambio, en los dos quintiles de mayor ingreso, los principales lugares donde los usuarios acceden a Internet fuera del hogar son: lugar de trabajo y hogar de terceros.

Cabe notar que, a diferencia del año 2012 en que los usuarios de mayores ingresos utilizaban en mayor proporción los accesos a Internet en lugares con Wi-Fi público gratis, en este año se observa que el acceso a Internet en dichos lugares es similar entre quintiles de ingreso en zona urbana y mayor en los quintiles de ingreso intermedios en zona rural.

Cuadro 5.91: Lugares de acceso a Internet (distinto al hogar) en los últimos 12 meses, según quintil de ingreso autónomo del hogar (Respuesta múltiple)

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Lugar de Trabajo	25.12	36.85	48.90	64.36	70.92
Lugar de educación	37.07	34.62	35.20	29.67	25.77
Hogar de otra persona	55.81	57.41	55.00	52.70	48.31
Infocentro o telecentro	9.25	8.80	6.57	9.57	10.21
Centros Internet pagado	32.00	24.35	19.08	15.10	8.74
Lugares comunitarios	6.87	5.86	5.90	6.22	6.22
Lugares con Wi-Fi gratis	23.96	33.00	28.52	27.09	26.82
Zona Rural					
	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Lugar de Trabajo	23.84	34.83	50.85	66.24	60.33
Lugar de educación	57.24	32.46	31.79	20.02	19.59
Hogar de otra persona	52.38	52.20	54.44	56.39	52.44
Infocentro o telecentro	7.86	7.41	14.18	15.91	5.87
Centros Internet pagado	16.39	20.63	24.76	22.98	15.57
Lugares comunitarios	2.59	7.35	7.86	6.41	9.11
Lugares con Wi-Fi gratis	14.13	23.51	32.05	26.62	17.99
Nacional					
	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Lugar de Trabajo	24.86	36.59	49.14	64.49	70.32
Lugar de educación	41.20	34.34	34.78	29.02	25.42
Hogar de otra persona	55.11	56.73	54.93	52.95	48.54
Infocentro o telecentro	8.97	8.62	7.51	9.99	9.97
Centros Internet pagado	28.81	23.87	19.79	15.63	9.12
Lugares comunitarios	5.99	6.05	6.14	6.23	6.38
Lugares con Wi-Fi gratis	21.95	31.76	28.96	27.06	26.32

En el Cuadro 5.92 se presenta la tecnología de acceso a Internet que utilizaron los usuarios en los últimos 12 meses, por quintil de ingreso autónomo del hogar al que pertenecen. En el sector urbano se observa que la principal tecnología utilizada por los usuarios en todos los quintiles de ingreso es la Banda Ancha Fija, aunque en el quintil de mayores ingresos también cobra importancia el acceso vía Smartphone, en forma similar a lo observado en el 2012. En el sector rural se observa que las dos principales tecnologías utilizadas por los usuarios en todos los quintiles de ingreso son la Banda Ancha Móvil y la Banda Ancha Fija, aunque también en los quintiles de mayores ingresos cobra importancia el acceso vía Smartphone, similar a lo observado en el 2012.

Cuadro 5.92: Señale qué tipo de acceso a Internet ha utilizado en los últimos doce meses, según quintil de ingreso autónomo del hogar (Respuesta Múltiple)

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Banda Ancha Fija / Wifi	80.54	82.89	82.27	83.79	86.53
Banda Ancha Móvil	12.72	16.32	17.48	17.44	20.16
Smartphone	16.28	21.60	29.70	37.19	48.44
Tablet con acceso propio	2.14	0.96	1.91	2.45	3.56
Conexión Satelital	0.53	1.29	0.49	1.17	1.37
Otro	2.00	1.71	1.80	0.77	1.60
Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Banda Ancha Fija / Wifi	44.91	40.57	48.87	44.89	47.51
Banda Ancha Móvil	51.38	47.24	43.43	40.02	41.22
Smartphone	26.54	29.32	51.07	47.29	44.85
Tablet con acceso propio	0.00	0.49	0.12	1.54	5.84
Conexión Satelital	0.00	2.08	3.08	2.64	0.00
Otro	0.59	2.90	1.49	4.43	4.27
Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Banda Ancha Fija / Wifi	74.09	78.41	78.29	81.17	84.23
Banda Ancha Móvil	19.72	19.60	20.58	18.96	21.41
Smartphone	18.14	22.41	32.25	37.87	48.23
Tablet con acceso propio	1.75	0.91	1.70	2.39	3.69
Conexión Satelital	0.43	1.37	0.80	1.27	1.29
Otro	1.74	1.83	1.76	1.01	1.76

En el Cuadro 5.93 se presenta la tecnología de acceso a Internet que utilizaron los usuarios en los últimos 12 meses, según rango de edad del usuario. En el sector urbano se observa que la principal tecnología utilizada por los usuarios en todos los rangos de edad es la Banda Ancha Fija. Asimismo, los usuarios más jóvenes son los que utilizarían en mayor proporción la Banda Ancha Móvil y el acceso vía Smartphone. Dicho comportamiento también fue observado en el año 2012. En el sector rural se observa que las tres principales tecnologías utilizadas por los usuarios en todos los rangos de edad son la Banda Ancha Móvil, la Banda Ancha Fija y el Smartphone (en el año 2012, las principales tecnologías fueron Banda Ancha Móvil y Fija).

Cuadro 5.93: Señale qué tipo de acceso a Internet ha utilizado en los últimos doce meses, según edad del usuario (Respuesta Múltiple)

Zona Urbana	< 29 años	30-44 años	45-59 años	> 60 años
	%	%	%	%
Banda Ancha Fija / Wifi	82.10	83.00	86.35	89.12
Banda Ancha Móvil	18.65	15.28	12.45	8.08
Smartphone	35.52	31.82	26.65	17.21
Tablet con acceso propio	2.15	2.29	1.75	1.45
Conexión Satelital	0.84	0.97	1.17	0.58
Otro	2.01	0.64	1.08	0.68
Zona Rural	< 29 años	30-44 años	45-59 años	> 60 años
	%	%	%	%
Banda Ancha Fija / Wifi	49.39	36.91	45.93	41.99
Banda Ancha Móvil	46.38	45.27	40.04	54.55
Smartphone	37.89	41.59	25.70	48.24
Tablet con acceso propio	0.07	1.20	1.66	0.00
Conexión Satelital	1.57	2.37	0.00	0.00
Otro	3.06	1.07	0.32	1.14
Nacional	< 29 años	30-44 años	45-59 años	> 60 años
	%	%	%	%
Banda Ancha Fija / Wifi	78.41	78.14	83.44	86.50
Banda Ancha Móvil	21.77	18.44	14.43	10.67
Smartphone	35.78	32.85	26.59	18.94
Tablet con acceso propio	1.92	2.18	1.74	1.37
Conexión Satelital	0.92	1.12	1.09	0.55
Otro	2.12	0.69	1.03	0.71

En los Cuadros 5.94, 5.95 y 5.96 se presentan para los usuarios del sector urbano, rural y nacional, respectivamente, los usos de Internet en los últimos doce meses, por quintil de ingreso autónomo. Se observa que en todos los quintiles de ingreso, el principal uso de Internet es para comunicaciones (e-mail, chat, redes sociales), en forma similar a lo observado en el año 2012.

En los Cuadros 5.97, 5.98 y 5.99 se presentan para los usuarios del sector urbano, rural y nacional, respectivamente, los usos de Internet en los últimos doce meses, por tramo de edad del usuario. Se observa que en todos los tramos de edad, el principal uso de Internet es para comunicaciones (e-mail, chat, facebook, etc.), en forma similar a lo observado en el año 2012.

Cuadro 5.94: Uso de Internet en los últimos 12 meses (actividades), según quintil de ingreso autónomo del hogar (zona urbana)

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Adquirir Información					
de Bienes y Servicios	24.31	28.39	35.00	43.29	44.39
Oportunidades laborales	22.01	28.38	29.26	31.13	32.26
para trabajos / informes	25.14	27.59	35.68	45.00	53.28
para tareas	34.17	35.45	37.28	34.52	34.19
para postular cursos	13.29	12.34	17.65	19.03	21.48
relacionada a salud	23.74	23.42	24.55	32.20	34.10
del gobierno y otras org.	15.72	15.18	17.37	19.09	23.79
otro / navegación general	48.77	47.70	47.67	50.54	54.40
Comunicaciones					
Enviar y/o recibir mails	74.29	76.45	79.62	85.39	87.94
Utilizar redes sociales	79.68	79.78	83.26	84.15	81.28
Llamar / videoconferencia	21.09	23.20	30.05	31.39	37.92
Actividades Recreativas					
Jugar en línea	21.24	23.67	25.54	22.14	22.06
Música, películas, etc.	50.48	52.09	54.50	53.48	50.37
Libros digitales	12.74	11.14	17.22	16.86	16.87
Periódicos, revistas digital	21.96	21.54	24.89	31.80	33.45
Tratar con Organismos del Estado (e-government)					
Obtener formularios	5.98	5.66	7.99	10.37	7.16
Completar formularios	4.53	5.13	5.93	8.66	6.96
Realizar consultas	3.59	3.39	3.76	4.33	4.34
Realizar pagos	2.13	1.84	2.18	5.59	6.92
Comercio Electrónico (e-commerce) y Emprendimiento					
Transacciones bancarias	7.26	8.59	11.23	21.45	29.33
Buscar promociones	3.62	4.74	5.58	8.96	7.92
Pagar servicios básicos	2.96	2.97	4.32	9.86	8.12
Vender ocasionalmente	0.91	0.88	1.34	2.64	2.66
Vender BBySS empresa	0.10	0.63	0.19	0.98	2.32
Elaborar sitio web	0.00	0.03	0.56	0.25	0.50
Comprar BBySS	0.05	0.40	1.08	0.81	3.38
Contactar clientes	0.00	0.62	0.44	1.15	2.12
Otras Actividades					
Postular a trabajos	4.58	3.72	4.63	4.53	2.72
Realizar cursos en línea	0.39	0.78	0.69	1.41	2.08
Crear Páginas web	0.89	0.46	0.78	1.47	1.06
Obtener software	0.82	0.99	0.98	1.67	1.95

Cuadro 5.95: Uso de Internet en los últimos 12 meses (actividades), según quintil de ingreso autónomo del hogar (zona rural)

Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Adquirir Información					
de Bienes y Servicios	15.77	20.77	32.92	34.21	19.82
Oportunidades laborales para trabajos / informes para tareas	14.63	14.65	27.04	39.64	21.87
para postular cursos relacionada a salud del gobierno y otras org. otro / navegación general	20.67	26.83	36.47	42.74	39.48
	54.39	39.65	40.34	44.68	25.10
	18.56	6.67	14.19	25.31	16.88
	22.87	12.38	24.54	33.89	10.62
	15.58	16.41	22.92	17.99	15.10
	44.44	46.60	54.09	60.07	58.28
Comunicaciones					
Enviar y/o recibir mails	64.21	65.59	70.66	83.76	85.12
Utilizar redes sociales	80.43	81.35	78.12	79.82	84.97
Llamar / videoconferencia	19.04	13.23	28.80	21.02	36.02
Actividades Recreativas					
Jugar en línea	29.17	24.82	24.49	20.03	33.42
Música, películas, etc.	54.13	42.84	46.20	47.97	44.41
Libros digitales	11.00	9.18	16.03	11.12	17.00
Periódicos, revistas digital	14.08	19.17	19.69	22.19	19.06
Tratar con Organismos del Estado (e-government)					
Obtener formularios	9.70	6.77	10.72	12.35	4.68
Completar formularios	3.54	5.70	13.59	4.17	0.22
Realizar consultas	5.77	2.82	3.00	4.24	3.69
Realizar pagos	1.12	2.08	6.32	2.83	8.57
Comercio Electrónico (e-commerce) y Emprendimiento					
Transacciones bancarias	4.71	7.69	10.08	12.44	26.65
Buscar promociones	2.43	4.35	4.79	7.69	2.64
Pagar servicios básicos	0.65	1.37	4.78	12.59	1.55
Vender ocasionalmente	0.98	3.07	2.70	3.68	1.41
Vender BBySS empresa	0.00	0.69	1.90	2.51	3.56
Elaborar sitio web	0.00	0.00	2.36	0.00	0.19
Comprar BBySS	0.02	1.14	1.90	2.39	4.92
Contactar clientes	0.00	0.65	0.56	6.94	4.96
Otras Actividades					
Postular a trabajos	2.23	0.33	8.63	2.61	1.57
Realizar cursos en línea	1.96	0.80	0.70	0.89	0.19
Crear Páginas web	0.87	0.00	2.10	0.00	0.00
Obtener software	1.38	0.03	2.18	0.59	1.44

Cuadro 5.96: Uso de Internet en los últimos 12 meses (actividades), según quintil de ingreso autónomo del hogar (Nacional)

Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
Adquirir Información					
de Bienes y Servicios	22.76	27.58	34.75	42.68	42.94
Oportunidades laborales	20.67	26.93	28.99	31.70	31.65
para trabajos / informes	24.33	27.51	35.78	44.85	52.46
para tareas	37.83	35.89	37.65	35.20	33.65
para postular cursos	14.25	11.74	17.23	19.45	21.21
relacionada a salud	23.58	22.25	24.55	32.32	32.71
del gobierno y otras org.	15.70	15.31	18.03	19.01	23.28
otro / navegación general	47.98	47.58	48.43	51.18	54.63
Comunicaciones					
Enviar y/o recibir mails	72.46	75.30	78.55	85.28	87.77
Utilizar redes sociales	79.81	79.95	82.65	83.86	81.49
Llamar / videoconferencia	20.72	22.14	29.90	30.69	37.80
Actividades Recreativas					
Jugar en línea	22.68	23.80	25.42	22.00	22.73
Música, películas, etc.	51.14	51.11	53.51	53.11	50.02
Libros digitales	12.43	10.93	17.08	16.48	16.87
Periódicos, revistas digital	20.53	21.29	24.27	31.15	32.60
Tratar con Organismos del Estado (e-government)					
Obtener formularios	6.65	5.78	8.32	10.50	7.01
Completar formularios	4.35	5.19	6.84	8.35	6.56
Realizar consultas	3.98	3.33	3.67	4.32	4.30
Realizar pagos	1.94	1.87	2.68	5.40	7.02
Comercio Electrónico (e-commerce) y Emprendimiento					
Transacciones bancarias	6.80	8.49	11.09	20.84	29.17
Buscar promociones	3.40	4.70	5.48	8.87	7.61
Pagar servicios básicos	2.54	2.80	4.38	10.05	7.73
Vender ocasionalmente	0.92	1.11	1.50	2.71	2.58
Vender BBySS empresa	0.08	0.64	0.39	1.08	2.39
Elaborar sitio web	0.00	0.03	0.77	0.23	0.49
Comprar BBySS	0.05	0.48	1.17	0.91	3.47
Contactar clientes	0.00	0.62	0.45	1.54	2.29
Otras Actividades					
Postular a trabajos	4.16	3.36	5.11	4.40	2.65
Realizar cursos en línea	0.68	0.78	0.70	1.38	1.97
Crear Páginas web	0.89	0.41	0.93	1.37	1.00
Obtener software	0.92	0.88	1.12	1.60	1.92

Cuadro 5.97: Uso de Internet en los últimos 12 meses, según tramo de edad (zona urbana)

Zona Urbana	< 29 años	30-44 años	45-59 años	> 60 años
	%	%	%	%
Adquirir Información				
de Bienes y Servicios	36.07	38.35	35.64	31.02
Oportunidades laborales	27.32	29.59	23.25	18.31
para trabajos / informes	32.81	40.83	38.80	32.73
para tareas	43.68	31.06	27.35	24.06
para postular cursos	19.07	14.97	9.84	9.92
relacionada a salud	26.30	27.19	31.34	27.85
del gobierno y otras org.	17.54	16.40	15.53	17.06
otro / navegación general	49.45	48.08	50.17	51.01
Comunicaciones				
Enviar y/o recibir mails	82.68	80.92	79.41	77.46
Utilizar redes sociales	90.06	80.37	71.91	61.55
Llamar / videoconferencia	31.85	25.61	22.76	20.38
Actividades Recreativas				
Jugar en línea	27.91	18.59	16.26	13.79
Música, películas, etc.	58.24	48.92	41.65	35.86
Libros digitales	18.73	15.67	13.69	12.03
Periódicos, revistas digital	26.34	28.72	25.40	24.31
Tratar con Organismos del Estado (e-government)				
Obtener formularios	8.26	7.69	6.73	6.65
Completar formularios	5.43	6.05	6.39	7.76
Realizar consultas	3.76	3.11	4.37	2.50
Realizar pagos	2.58	5.06	4.16	3.23
Comercio Electrónico (e-commerce) y Emprendimiento				
Transacciones bancarias	12.89	21.18	18.23	18.73
Buscar promociones	6.01	6.25	8.01	6.57
Pagar servicios básicos	4.31	9.57	8.67	8.24
Vender ocasionalmente	1.84	1.59	2.04	3.04
Vender BBySS empresa	0.66	0.82	0.76	1.19
Elaborar sitio web	0.14	0.44	0.56	1.52
Comprar BBySS	0.70	1.51	0.88	2.24
Contactar clientes	0.32	1.20	1.41	2.29
Otras Actividades				
Postular a trabajos	4.14	5.02	2.56	2.22
Realizar cursos en línea	1.01	1.11	0.76	0.89
Crear Páginas web	1.01	0.97	0.74	0.60
Obtener software	1.29	1.07	1.22	0.30

Cuadro 5.98: Uso de Internet en los últimos 12 meses, según tramo de edad (zona rural)

Zona Rural	< 29 años	30-44 años	45-59 años	> 60 años
	%	%	%	%
Adquirir Información				
de Bienes y Servicios	20.08	33.70	22.19	14.73
Oportunidades laborales	20.14	25.36	22.94	6.85
para trabajos / informes	27.39	34.09	29.74	23.42
para tareas	47.85	44.32	36.12	19.54
para postular cursos	20.09	7.99	15.82	7.04
relacionada a salud	23.63	28.70	11.17	9.61
del gobierno y otras org.	16.01	20.42	15.63	11.65
otro / navegación general	51.37	52.11	48.09	50.47
Comunicaciones				
Enviar y/o recibir mails	66.76	74.53	70.19	59.23
Utilizar redes sociales	85.74	80.64	64.02	76.00
Llamar / videoconferencia	20.80	20.26	21.70	26.08
Actividades Recreativas				
Jugar en línea	29.31	22.90	22.78	10.75
Música, películas, etc.	56.76	41.37	34.54	29.88
Libros digitales	11.36	15.58	8.52	0.11
Periódicos, revistas digital	17.24	21.18	12.82	14.95
Tratar con Organismos del Estado (e-government)				
Obtener formularios	6.60	13.40	13.71	5.09
Completar formularios	4.27	7.89	8.48	5.09
Realizar consultas	3.32	2.61	4.21	20.56
Realizar pagos	1.63	4.85	8.53	0.00
Comercio Electrónico (e-commerce) y Emprendimiento				
Transacciones bancarias	6.93	17.57	3.68	9.40
Buscar promociones	3.32	9.09	0.76	4.80
Pagar servicios básicos	2.02	8.55	5.14	0.00
Vender ocasionalmente	1.30	6.19	1.06	0.00
Vender BBySS empresa	0.60	0.38	4.40	0.00
Elaborar sitio web	0.21	1.40	0.21	0.00
Comprar BBySS	0.81	1.69	2.34	0.00
Contactar clientes	0.74	0.64	5.65	0.00
Otras Actividades				
Postular a trabajos	3.79	3.96	2.83	0.00
Realizar cursos en línea	0.01	1.47	4.08	0.00
Crear Páginas web	0.74	0.36	1.72	0.00
Obtener software	1.25	1.48	0.14	0.00

Cuadro 5.99: Uso de Internet en los últimos 12 meses, según tramo de edad (a nivel nacional)

Nacional	< 29 años	30-44 años	45-59 años	> 60 años
	%	%	%	%
Adquirir Información				
de Bienes y Servicios	34.27	37.86	34.68	30.12
Oportunidades laborales	26.51	29.14	23.23	17.67
para trabajos / informes	32.20	40.12	38.15	32.21
para tareas	44.15	32.45	27.98	23.81
para postular cursos	19.19	14.23	10.27	9.76
relacionada a salud	26.00	27.35	29.89	26.83
del gobierno y otras org.	17.37	16.82	15.54	16.76
otro / navegación general	49.66	48.51	50.02	50.98
Comunicaciones				
Enviar y/o recibir mails	80.89	80.25	78.75	76.44
Utilizar redes sociales	89.58	80.40	71.34	62.35
Llamar / videoconferencia	30.60	25.04	22.68	20.69
Actividades Recreativas				
Jugar en línea	28.07	19.04	16.73	13.63
Música, películas, etc.	58.07	48.13	41.14	35.52
Libros digitales	17.90	15.66	13.32	11.36
Periódicos, revistas digital	25.32	27.92	24.49	23.79
Tratar con Organismos del Estado (e-government)				
Obtener formularios	8.07	8.30	7.24	6.57
Completar formularios	5.30	6.24	6.54	7.61
Realizar consultas	3.71	3.05	4.36	3.50
Realizar pagos	2.47	5.04	4.47	3.05
Comercio Electrónico (e-commerce) y Emprendimiento				
Transacciones bancarias	12.22	20.80	17.18	18.21
Buscar promociones	5.71	6.55	7.49	6.47
Pagar servicios básicos	4.05	9.46	8.41	7.78
Vender ocasionalmente	1.78	2.08	1.97	2.87
Vender BBySS empresa	0.66	0.77	1.02	1.12
Elaborar sitio web	0.15	0.54	0.54	1.44
Comprar BBySS	0.71	1.53	0.99	2.12
Contactar clientes	0.37	1.14	1.72	2.16
Otras Actividades				
Postular a trabajos	4.10	4.91	2.58	2.10
Realizar cursos en línea	0.89	1.15	1.00	0.84
Crear Páginas web	0.98	0.91	0.81	0.56
Obtener software	1.29	1.11	1.14	0.29

En los Cuadros 5.100 y 5.101 se presenta la frecuencia de compra por Internet, según quintil de ingreso y tramo de edad, respectivamente.

La gran mayoría de los entrevistados en zona urbana, perteneciente a hogares de los quintiles más bajos, nunca han comprado por Internet, a diferencia de los hogares del quintil más alto, que en una proporción importante han comprado por Internet en los últimos 3 meses, en forma similar a lo observado en el 2012. En zona rural, en cambio, la mayor parte de los usuarios nunca han realizado una compra por Internet.

La frecuencia de compra por Internet no presenta mayores diferencias por edad del usuario en el sector urbano y rural, siendo que la gran mayoría no ha comprado nunca por Internet.

Cuadro 5.100: Frecuencia de compra por Internet, según quintil de ingreso

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
En últimos 3 meses	8.46	10.35	10.46	18.26	36.08
Entre 3 meses y 1 año	4.08	6.34	7.16	9.51	9.85
Más de año	3.95	2.05	3.83	4.76	5.62
Nunca he comprado	83.51	81.26	78.55	67.48	48.45
Zona Rural					
	%	%	%	%	%
En últimos 3 meses	2.76	8.06	9.75	26.10	13.20
Entre 3 meses y 1 año	2.33	0.81	4.78	11.09	6.44
Más de año	0.18	3.10	7.20	8.10	12.41
Nunca he comprado	94.74	88.03	78.28	54.71	67.95
Nacional					
	%	%	%	%	%
En últimos 3 meses	7.44	10.11	10.38	18.78	34.73
Entre 3 meses y 1 año	3.77	5.75	6.87	9.61	9.64
Más de año	3.27	2.16	4.23	4.99	6.02
Nunca he comprado	85.52	81.98	78.52	66.62	49.60

Cuadro 5.101: Frecuencia de compra por Internet, según edad

Zona Urbana	< 29 años	30-44 años	45-59 años	> 60 años
	%	%	%	%
En últimos 3 meses	13.88	19.28	17.78	15.54
Entre 3 meses y 1 año	6.98	8.33	8.48	7.40
Más de año	3.19	3.83	3.99	7.57
Nunca he comprado	75.95	68.56	69.75	69.50
Zona Rural				
	%	%	%	%
En últimos 3 meses	7.81	11.90	6.99	12.44
Entre 3 meses y 1 año	2.72	3.81	10.16	1.22
Más de año	2.68	6.20	7.58	9.76
Nunca he comprado	86.79	78.09	75.27	76.57
Nacional				
	%	%	%	%
En últimos 3 meses	13.20	18.51	17.01	15.36
Entre 3 meses y 1 año	6.51	7.85	8.60	7.05
Más de año	3.13	4.08	4.24	7.69
Nunca he comprado	77.16	69.56	70.15	69.89

En el Cuadro 5.102 se presentan las razones por las cuales los miembros del hogar seleccionados no utilizaron Internet en el último año, según el quintil de ingreso del hogar al cual pertenecen.

En zona urbana se observa que a cualquier nivel de ingreso, las dos principales razones por las cuáles los miembros del hogar seleccionados no utilizan Internet son: falta de interés por razones distintas a la utilidad del Internet para el miembro del hogar y no saber utilizar un computador o smartphone para conectarse a Internet.

En zona rural se observa que las tres principales razones por las cuáles los miembros del hogar seleccionados no utilizan Internet son: falta de interés por razones distintas a la utilidad del Internet para el miembro del hogar, no saber utilizar un computador o smartphone para conectarse a Internet y no saber los beneficios que le podría ofrecer el utilizar Internet.

Cuadro 5.102: Razones de no uso de Internet, según quintil de Ingreso

Zona Urbana	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
No sabe / no les han informado de beneficios	24.31	27.97	23.21	34.09	19.86
Conoce beneficios pero no lo encuentran útil	10.42	12.38	13.38	13.96	17.22
No interesa por razones distintas a utilidad	43.01	38.88	40.96	36.12	52.76
No saben usar computador/smartphone	40.59	42.90	42.38	33.96	37.41
No saben usar Internet	14.93	18.88	24.86	26.41	18.77
Falta de confianza	6.35	7.54	11.20	10.85	16.93
Costo del equipo o terminal	6.96	5.20	4.26	2.58	2.98
Costo del servicio de Internet	13.24	11.87	10.85	3.56	3.75
No hay o no sabe si hay oferta de servicio en zona	2.25	2.24	1.37	2.21	0.94
No tiene tiempo	6.26	9.51	8.56	15.97	14.19
Otras razones	6.75	8.22	4.70	5.31	15.30
Zona Rural	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
No sabe / no les han informado de beneficios	30.03	29.90	28.49	37.55	31.81
Conoce beneficios pero no lo encuentran útil	8.36	13.56	16.36	17.41	16.11
No interesa por razones distintas a utilidad	39.90	35.58	50.59	25.60	76.89
No saben usar computador/smartphone	45.74	43.73	36.08	40.38	41.30
No saben usar Internet	12.60	15.90	15.21	15.51	24.41
Falta de confianza	5.97	8.33	4.01	6.42	2.19
Costo del equipo o terminal	10.00	4.62	3.04	5.30	0.00
Costo del servicio de Internet	10.19	7.46	2.85	5.91	0.00
No hay o no sabe si hay oferta de servicio en zona	14.27	13.02	14.91	13.15	0.00
No tiene tiempo	4.26	4.81	3.72	7.86	13.84
Otras razones	10.47	11.46	11.53	15.83	9.95
Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
	%	%	%	%	%
No sabe / no les han informado de beneficios	26.21	28.46	24.16	34.46	21.16
Conoce beneficios pero no lo encuentran útil	9.73	12.68	13.92	14.32	17.10
No interesa por razones distintas a utilidad	41.97	38.04	42.69	35.02	55.39
No saben usar computador/smartphone	42.30	43.11	41.25	34.64	37.84
No saben usar Internet	14.16	18.12	23.12	25.26	19.38
Falta de confianza	6.23	7.74	9.91	10.38	15.33
Costo del equipo o terminal	7.97	5.05	4.04	2.86	2.66
Costo del servicio de Internet	12.22	10.74	9.41	3.81	3.34
No hay o no sabe si hay oferta de servicio en zona	6.25	5.00	3.81	3.36	0.84
No tiene tiempo	5.60	8.30	7.69	15.12	14.15
Otras razones	7.98	9.05	5.93	6.41	14.72

6. Disposición a Pagar y Elasticidades

En esta sección se presentan los resultados obtenidos de las estimaciones econométricas para la Disposición a Pagar de los hogares respecto al servicio de Internet y de las elasticidades de la demanda de acceso de Internet.

6.1 Resultados de Disposición a Pagar (DAP)

Introducción

En esta sección se presenta las estimaciones vinculadas a la identificación de la disponibilidad a pagar por parte de los consumidores en respuesta a los distintos atributos de Internet. A continuación se presenta el experimento realizado, la metodología usada y los resultados de su aplicación.

La metodología seguida para estimar la disposición a pagar se basa en una especificación llamada “Análisis Conjunto” (*Conjoint Analysis*). En este contexto, se utilizó dicho diseño experimental para llevar a cabo la estimación vinculada a la disponibilidad de pago.

La encuesta realizada a los usuarios contaba con una sección donde se le pedía a los encuestados escoger entre distintos planes de Internet, los cuales diferían siempre en sus características. En un comienzo, el encuestado debe elegir entre 4 alternativas: A, B, C, D. El encuestado también podía señalar que no le gustaba ninguna de las opciones anteriores, a fin de permitir la existencia de una utilidad de reserva.

Cada alternativa (A, B, C y D) siempre posee atributos relacionados a precio, rapidez de conexión y confiabilidad de la conexión. Adicionalmente, las alternativas presentaban un cuarto atributo, el cual iba variando entre: Acceso a Internet fuera del hogar y Calidad de la Asistencia Técnica de la conexión o del proveedor de la conexión.

El encuestador presentaba dos tarjetas distintas al jefe de hogar, cada una con 4 alternativas para elección. En estas tarjetas se detallan los atributos de cada opción. Posteriormente, luego de revisar las alternativas, el encuestado decide sobre la alternativa preferida. A continuación se presenta un ejemplo de dichas tarjetas.

ALTERNATIVAS DE ELECCIÓN No. 1 (elija una de las opciones)

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA

OPCION A		OPCION B	
Costo mensual (pesos):	13,000	Costo mensual (pesos):	16,000
Velocidad:	Lenta	Velocidad:	Muy Rápida
Confiabilidad:	Muy Confiable	Confiabilidad:	Muy Confiable
Usar conexión fuera hogar:	No Incluido	Usar conexión fuera hogar:	Incluido

OPCION C		OPCION D	
Costo mensual (pesos):	16,000	Costo mensual (pesos):	38,000
Velocidad:	Muy Rápida	Velocidad:	Muy Rápida
Confiabilidad:	Muy Confiable	Confiabilidad:	Poco Confiable
Usar conexión fuera hogar:	Incluido	Usar conexión fuera hogar:	No Incluido

ALTERNATIVAS DE ELECCIÓN No. 2 (elija una de las opciones)

OPCION A		OPCION B	
Costo mensual (pesos):	14,000	Costo mensual (pesos):	30,000
Velocidad:	Lenta	Velocidad:	Rápida
Confiabilidad:	Muy Confiable	Confiabilidad:	Muy Confiable
Calidad Asistencia Técnica:	Regular	Calidad Asistencia Técnica:	Excelente

OPCION C		OPCION D	
Costo mensual (pesos):	7,000	Costo mensual (pesos):	26,000
Velocidad:	Rápida	Velocidad:	Muy Rápida
Confiabilidad:	Muy Confiable	Confiabilidad:	Muy Confiable
Calidad Asistencia Técnica:	Regular	Calidad Asistencia Técnica:	Excelente

Metodología de Estimación

La estimación de la disponibilidad a pagar (DAP) se realiza utilizando una especificación de un “Modelo de Utilidad Aleatoria” (RUM en inglés). La teoría económica supone que los encuestados elijen la opción que sea consecuente con la maximización de su función de Utilidad (bienestar). En otras palabras, si un encuestado opta por la opción A respecto a las opciones B, C y D se asume que:

$$U_A^* > U_X^* \quad , \quad X \in \{B, C, D, Ninguna\}$$

Es decir, el nivel de utilidad que le entrega la opción A es mayor que la que entrega cualquier otra alternativa evaluada o la utilidad que le entrega no preferir ninguna de las anteriores. En esta línea, suponemos una aproximación lineal a la función de utilidad por demanda de Internet en función de sus principales características:

$$U^* = \beta_0 + \beta_1 \text{Precio} + \beta_2 \text{Velocidad} + \beta_3 \text{Confiabilidad} \\ + \beta_4 \text{Conexión fuera de hogar} + \beta_5 \text{Calidad Asistencia Técnica} + \varepsilon$$

donde U^* es el nivel de utilidad total, β_1 corresponde a la desutilidad marginal asociada al precio, β_2 es la utilidad marginal de la velocidad del Internet, β_3 corresponde a la utilidad marginal asociada a la confiabilidad del servicio de Internet, β_4 es la utilidad marginal de la capacidad de acceder a Internet fuera del hogar y finalmente β_5 es la utilidad marginal generada por la calidad de la asistencia técnica ofrecida por el proveedor del servicio de Internet. La especificación supone que todas las estimaciones de los parámetros β , deberían ser positivas excepto aquella asociada al precio.

Claramente, el nivel de utilidad hipotética de cada opción nunca es revelada. No obstante, dada la opción elegida intuimos cuales son las características que generan el mayor bienestar. Como explicamos anteriormente, los encuestados deben elegir entre cuatro alternativas u opciones hipotéticas (A, B, C, D) o ninguna de ellas.

La interpretación de los parámetros β como utilidades marginales es la misma que la de una derivada parcial: en cuánto se incrementa el nivel de utilidad por el incremento en una unidad en la característica del servicio respectiva, manteniendo el resto de las características constantes.

Por ejemplo, la información referida a velocidad, confiabilidad, Acceso fuera del hogar y asistencia técnica se levantó ofreciendo dos a tres opciones. Para el atributo velocidad el jefe de hogar debía escoger entre alternativas que diferían entre tres tipos de velocidad: lenta, rápida y muy rápida. La codificación para este caso, sería por ejemplo velocidad lenta igual a 1, velocidad rápida igual a 2 y muy rápida igual a 3. En este contexto, una estimación del parámetro $\beta_2 = 0.4$ indicaría que una unidad de mejoría en términos velocidad (i.e. pasar de lenta = 1 a rápida = 2), aumentaría la utilidad del individuo en 0.4 para el hogar promedio.

Como la utilidad no tiene una métrica trasladable de manera directa, es conveniente presentar este cambio en términos de pesos. Esto se lleva a cabo empleando la “Disposición a Pagar” (DAP) por el atributo. La disposición a pagar por un aumento (reducción) en una unidad de algún atributo, puede ser interpretado como *la reducción (aumento) en el precio del servicio que dejaría al consumidor indiferente entre el servicio inicial con el atributo original y el nuevo servicio con el atributo aumentado (reducido)*. Matemáticamente, esto se puede calcular de la siguiente manera:

$$DAP(\text{Atributo}) = -\frac{\partial U^*/\partial \text{Atributo}}{\partial U^*/\partial \text{Precio}} = -\frac{\partial \text{Precio}}{\partial \text{Atributo}} = -\frac{\beta_{\text{Atributo}}}{\beta_{\text{Precio}}}$$

Utilizando nuevamente el ejemplo anterior, la DAP por el aumento de la velocidad de Internet en una unidad (de lento a rápido) se definiría, por tanto, como la cantidad de dinero adicional que el proveedor del servicio de Internet debería cobrar al consumidor para dejarlo totalmente indiferente entre la situación anterior y las nuevas características del Internet. Lo anterior, dada que el costo generaría siempre una desutilidad para el consumidor. En términos del modelo, lo anterior sería equivalente a resolver la siguiente igualdad:

$$\begin{aligned} & \beta_0 + \beta_1 \text{Precio} + \beta_2 \text{Velocidad} + \beta_3 \text{Confiabilidad} + \beta_4 \text{Conexión fuera de hogar} \\ & \quad + \beta_5 \text{Calidad Asistencia Técnica} + \varepsilon \\ & \quad = \\ & \beta_0 + \beta_1 (\text{Precio} + DAP) + \beta_2 (\text{Velocidad} + 1) + \beta_3 \text{Confiabilidad} \\ & \quad + \beta_4 \text{Conexión fuera de hogar} + \beta_5 \text{Calidad Asistencia Técnica} + \varepsilon \end{aligned}$$

Resolviendo la ecuación anterior, obtenemos la DAP por Velocidad de Internet, expresada como:

$$DAP(\text{Velocidad}) = -\frac{\beta_2}{\beta_1}$$

Volviendo al ejemplo anterior, si el parámetro $\beta_2 = 0.4$ y $\beta_1 = -0.00005$, tendríamos que la DAP por pasar de Velocidad lenta a rápida sería $0.4/0.00005 = 8000$ pesos. La especificación de la velocidad llevaría a que la DAP sea exactamente la misma de pasar de velocidad lenta a rápida como de pasar de rápida a muy rápida. Es posible que la DAP sea distinta entre ambas alternativas, por lo que en las estimaciones empíricas se identificará un parámetro distinto para cada alternativa.

La idea es realizar estimaciones de nuestro modelo original, no sólo para la muestra completa sino que para submuestras. De esta forma, identificar distintas DAP que podrían variar con ciertos subgrupos de individuos.

Estimación Empírica

Dada la especificación del modelo y el levantamiento de la información, es de esperar que exista una interrelación entre los factores que llevan a una persona a inclinarse por la alternativa A, B, C, D o ninguna de éstas. Ciertamente, el tomar este problema por separado sería la manera trivial de realizar las estimaciones. Sin embargo, no podemos omitir la interrelación existente entre alternativas.

La estrategia de estimación será mediante un modelo Logit Multivariado. Dicho modelo se estima por máxima verosimilitud y básicamente modela la probabilidad de elección de cada individuo en base a los datos y los parámetros sugeridos.

Cada atributo se descompone en sus opciones y se crea una variable distinta para cada opción. Es decir, en el caso de la velocidad, se crea una variable dicotómica para la velocidad lenta (igual a 1 si la velocidad de la conexión es lenta y 0 en caso contrario), otra para la velocidad rápida y otra para la velocidad muy rápida. En el caso de la confiabilidad, se crea una variable dicotómica para la conexión poco confiable y otra variable para la conexión muy confiable.

Debido a que los atributos entran finalmente en la ecuación a estimar como diferencias entre la alternativa A versus a la alternativa B (es decir, el atributo velocidad rápida entra como la diferencia entre la variable velocidad rápida en la alternativa A menos la variable velocidad rápida en la alternativa B), y por la forma en que óptimamente se parean las alternativas se genera una colinealidad perfecta entre las distintas opciones de un mismo atributo, por lo que en cada atributo hay que eliminar una opción para poder estimar. En el atributo velocidad se elimina la opción velocidad lenta, en el atributo confiabilidad se elimina la opción poca confiabilidad, en el atributo conexión fuera del hogar se elimina la opción que no incluye dicha capacidad, y en el atributo calidad de asistencia técnica se elimina la opción mala calidad.

Dado que las estimaciones de la DAP son funciones no lineales de los parámetros estructurales del modelo de Utilidad Aleatoria, sus errores estándar exactos no son conocidos. El problema de lo anterior, es que al no conocer dichos errores no podríamos calcular (i) la significancia de los parámetros estimados y (ii) los intervalos de confianza asociados a las DAP. Para atender este último punto, utilizamos una aproximación asintóticamente válida para la varianza, conocida como el “Método Delta” para obtener los errores de las estimaciones del DAP y con esto el rango en que el “verdadero” valor del parámetro estará con un 95% de confiabilidad.

Al realizar las estimaciones se separan en muestras distintas las respuestas de aquellos hogares que ya cuentan con servicio de Internet de aquellos hogares que no cuentan con servicio de Internet, para evidenciar las diferencias en la disposición a pagar de éstos dos grupos.

Cabe señalar que en las estimaciones finalmente se incluyó una constante en la ecuación que modela la decisión entre las alternativas A, B, C o D. Dicha constante tiene el objetivo específico de controlar por la existencia de alguna preferencia subjetiva o algún sesgo sistemático de los individuos que los lleve sistemáticamente a favorecer o desfavorecer, en promedio, una de las alternativas respecto al resto, y que no es explicada por los atributos de la conexión. Por ejemplo, los individuos pueden estar psicológicamente sesgados a elegir siempre las primeras alternativas sobre las alternativas finales.

Resultados obtenidos Disposición de Pago para la muestra entera

A continuación se presentan los resultados de las estimaciones de la utilidad y Disposición a Pagar (DAP) por Internet, separando la muestra entre aquellos que ya tienen acceso a Internet de aquellos que no tienen acceso a Internet.

Cuadro 6.1: Resultados Estimaciones, Hogares CON Acceso a Internet

Variable	Coefficiente	Desv. Est.	z-test	p-value
Constante (alternativa A)	0.114	0.065	1.746	0.081
Constante (alternativa B)	0.096	0.072	1.325	0.185
Constante (alternativa C)	0.018	0.073	0.242	0.809
Constante (alternativa D)	-0.086	0.050	-1.728	0.084
Constante (Ninguna anteriores)	0.358	0.081	4.442	0.000
Precio Internet (diez mil pesos)	-0.283	0.016	-17.277	0.000
Velocidad (rápida)	0.908	0.034	26.336	0.000
Velocidad (muy rápida)	0.811	0.050	16.086	0.000
Confiabilidad (muy confiable)	0.566	0.023	24.636	0.000
Uso fuera hogar (incluido)	0.246	0.030	8.103	0.000
Calidad asist. tec. (excelente)	0.200	0.037	5.414	0.000
Calidad asist. tec. (regular)	0.371	0.036	10.335	0.000

Cuadro 6.2: Resultados Estimaciones, Hogares SIN Acceso a Internet

Variable	Coefficiente	Desv. Est.	z-test	p-value
Constante (alternativa A)	-0.019	0.021	-0.874	0.382
Constante (alternativa B)	-0.026	0.025	-1.022	0.307
Constante (alternativa C)	-0.201	0.039	-5.100	0.000
Constante (alternativa D)	-0.134	0.037	-3.671	0.000
Constante (Ninguna anteriores)	0.880	0.058	15.161	0.000
Precio Internet (diez mil pesos)	-0.283	0.027	-10.638	0.000
Velocidad (rápida)	0.277	0.050	5.496	0.000
Velocidad (muy rápida)	0.115	0.078	1.470	0.142
Confiabilidad (muy confiable)	0.377	0.033	11.456	0.000
Uso fuera hogar (incluido)	0.237	0.044	5.408	0.000
Calidad asist. tec. (excelente)	0.249	0.050	4.954	0.000
Calidad asist. tec. (regular)	0.340	0.049	6.872	0.000

Cuadro 6.3: DAP por Internet, en pesos chilenos, Hogares CON Acceso a Internet

Variable	DAP (pesos)	Desv. Est.	z-test	p-value
Velocidad (rápida)	\$32,148	\$2,771	11.600	0.000
Velocidad (muy rápida)	\$28,713	\$3,273	8.773	0.000
Confiabilidad (muy confiable)	\$20,037	\$1,431	14.005	0.000
Uso fuera hogar (incluido)	\$8,719	\$1,195	7.298	0.000
Calidad asist. tec. (regular)	\$7,074	\$1,369	5.167	0.000
Calidad asist. tec. (excelente)	\$13,141	\$1,489	8.827	0.000

Cuadro 6.4: DAP por Internet, en pesos chilenos, Hogares SIN Acceso a Internet

Variable	DAP (pesos)	Desv. Est.	z-test	p-value
Velocidad (rápida)	\$9,788	\$2,495	3.924	0.000
Velocidad (muy rápida)	\$4,065	\$3,089	1.316	0.188
Confiabilidad (muy confiable)	\$13,347	\$1,675	7.968	0.000
Uso fuera hogar (incluido)	\$8,375	\$1,706	4.909	0.000
Calidad asist. tec. (regular)	\$8,798	\$1,992	4.417	0.000
Calidad asist. tec. (excelente)	\$12,007	\$2,075	5.787	0.000

Como se puede apreciar, la disposición a pagar estimada para los hogares sin acceso a Internet es mucho menor que la DAP de los hogares con acceso a Internet en casi todos los atributos de la conexión analizados (salvo en la calidad de la asistencia técnica).

Las tres características más valoradas por los hogares con acceso a Internet son: la velocidad rápida, la velocidad muy rápida y la confiabilidad de la conexión. Las tres características más valoradas por los hogares sin acceso a Internet son: la confiabilidad, la calidad excelente en la asistencia técnica y la velocidad rápida.

Cabe señalar que el “uso fuera del hogar”, que en nuestro ejercicio tiene por objetivo valorar el atributo “movilidad” que identifica a una conexión móvil a Internet, es uno de los atributos menos valorado por los hogares con conexión y sin conexión a Internet.

Resultados obtenidos Disposición de Pago para zona urbana y rural

A continuación se presentan los resultados de las estimaciones de la utilidad y Disposición a Pagar (DAP) por Internet, separando la muestra entre aquellos que ya tienen acceso a Internet de aquellos que no tienen acceso a Internet, y por zona Urbana y Rural.

Zona Urbana

Respecto a la Zona Urbana, se sigue observando una gran diferencia entre la DAP por cada una de las características analizadas en aquellos hogares con acceso y sin acceso a Internet.

Cuadro 6.5: Resultados Estimaciones, Hogares CON Acceso a Internet (ZONA URBANA)

Variable	Coefficiente	Desv. Est.	z-test	p-value
Constante (alternativa A)	0.109	0.030	3.605	0.000
Constante (alternativa B)	0.066	0.030	2.195	0.028
Constante (alternativa C)	-0.003	0.004	-0.759	0.448
Constante (alternativa D)	-0.095	0.031	-3.119	0.002
Constante (Ninguna anteriores)	0.423	0.050	8.510	0.000
Precio Internet (diez mil pesos)	-0.281	0.017	-16.197	0.000
Velocidad (rápida)	0.948	0.037	25.836	0.000
Velocidad (muy rápida)	0.832	0.054	15.533	0.000
Confiabilidad (muy confiable)	0.592	0.024	24.181	0.000
Uso fuera hogar (incluido)	0.252	0.032	7.779	0.000
Calidad asist. tec. (excelente)	0.225	0.039	5.750	0.000
Calidad asist. tec. (regular)	0.383	0.038	10.026	0.000

Cuadro 6.6: Resultados Estimaciones, Hogares SIN Acceso a Internet (ZONA URBANA)

Variable	Coefficiente	Desv. Est.	z-test	p-value
Constante (alternativa A)	0.016	0.024	0.661	0.508
Constante (alternativa B)	-0.040	0.073	-0.545	0.586
Constante (alternativa C)	-0.218	0.067	-3.278	0.001
Constante (alternativa D)	-0.204	0.067	-3.060	0.002
Constante (Ninguna anteriores)	0.945	0.086	11.000	0.000
Precio Internet (diez mil pesos)	-0.280	0.030	-9.353	0.000
Velocidad (rápida)	0.364	0.057	6.362	0.000
Velocidad (muy rápida)	0.176	0.088	2.000	0.045
Confiabilidad (muy confiable)	0.427	0.038	11.317	0.000
Uso fuera hogar (incluido)	0.210	0.050	4.196	0.000
Calidad asist. tec. (excelente)	0.231	0.057	4.069	0.000
Calidad asist. tec. (regular)	0.287	0.057	5.066	0.000

Cuadro 6.7: DAP por Internet, Hogares CON Acceso a Internet (ZONA URBANA)

Variable	DAP (pesos)	Desv. Est.	z-test	p-value
Velocidad (rápida)	\$33,661	\$3,041	11.070	0.000
Velocidad (muy rápida)	\$29,563	\$3,538	8.355	0.000
Confiabilidad (muy confiable)	\$21,035	\$1,594	13.200	0.000
Uso fuera hogar (incluido)	\$8,943	\$1,284	6.966	0.000
Calidad asist. tec. (regular)	\$7,987	\$1,461	5.466	0.000
Calidad asist. tec. (excelente)	\$13,609	\$1,596	8.528	0.000

Cuadro 6.8: DAP por Internet, Hogares SIN Acceso a Internet (ZONA URBANA)

Variable	DAP (pesos)	Desv. Est.	z-test	p-value
Velocidad (rápida)	\$13,014	\$3,142	4.142	0.000
Velocidad (muy rápida)	\$6,298	\$3,723	1.692	0.091
Confiabilidad (muy confiable)	\$15,282	\$2,126	7.190	0.000
Uso fuera hogar (incluido)	\$7,527	\$1,953	3.853	0.000
Calidad asist. tec. (regular)	\$8,269	\$2,196	3.765	0.000
Calidad asist. tec. (excelente)	\$10,255	\$2,268	4.521	0.000

Las tres características más valoradas por los hogares urbanos con acceso a Internet son: la velocidad rápida, la velocidad muy rápida y la confiabilidad de la conexión. Las tres características más valoradas por los hogares urbanos sin acceso a Internet son: la confiabilidad de la conexión, la velocidad rápida y una calidad excelente en la asistencia técnica.

Cabe señalar que el “uso fuera del hogar”, que en nuestro ejercicio tiene por objetivo valorar el atributo “movilidad” que identifica a una conexión móvil a Internet, es uno de los atributos menos valorados por los hogares urbanos con y sin conexión a Internet.

Zona Rural

Respecto a la Zona Rural, también se observa una gran diferencia entre la DAP por cada una de las características analizadas en aquellos hogares con acceso y sin acceso a Internet. Si además comparamos la DAP entre zona Urbana y Rural para hogares con y sin acceso a Internet, se puede observar que la DAP en zona Urbana resulta ser siempre mayor a la DAP en zona Rural.

Cuadro 6.9: Resultados Estimaciones, Hogares CON Acceso a Internet (ZONA RURAL)

Variable	Coefficiente	Desv. Est.	z-test	p-value
Constante (alternativa A)	0.161	0.127	1.271	0.204
Constante (alternativa B)	0.324	0.115	2.833	0.005
Constante (alternativa C)	0.190	0.130	1.459	0.145
Constante (alternativa D)	-0.006	0.096	-0.062	0.951
Constante (Ninguna anteriores)	-0.171	0.139	-1.231	0.218
Precio Internet (diez mil pesos)	-0.302	0.053	-5.694	0.000
Velocidad (rápida)	0.621	0.107	5.793	0.000
Velocidad (muy rápida)	0.705	0.165	4.258	0.000
Confiabilidad (muy confiable)	0.348	0.069	5.063	0.000
Uso fuera hogar (incluido)	0.218	0.090	2.422	0.015
Calidad asist. tec. (excelente)	0.002	0.124	0.014	0.989
Calidad asist. tec. (regular)	0.302	0.108	2.786	0.005

Cuadro 6.10: Resultados Estimaciones, Hogares SIN Acceso a Internet (ZONA RURAL)

Variable	Coefficiente	Desv. Est.	z-test	p-value
Constante (alternativa A)	-0.152	1.882	-0.081	0.936
Constante (alternativa B)	0.054	1.882	0.029	0.977
Constante (alternativa C)	-0.154	1.885	-0.082	0.935
Constante (alternativa D)	0.088	1.878	0.047	0.963
Constante (Ninguna anteriores)	0.664	1.839	0.361	0.718
Precio Internet (diez mil pesos)	-0.323	0.046	-7.030	0.000
Velocidad (rápida)	0.050	0.091	0.555	0.579
Velocidad (muy rápida)	0.015	0.107	0.143	0.886
Confiabilidad (muy confiable)	0.204	0.069	2.959	0.003
Uso fuera hogar (incluido)	0.353	0.091	3.875	0.000
Calidad asist. tec. (excelente)	0.313	0.110	2.844	0.004
Calidad asist. tec. (regular)	0.516	0.103	5.026	0.000

Cuadro 6.11: DAP por Internet, Hogares CON Acceso a Internet (ZONA RURAL)

Variable	DAP (pesos)	Desv. Est.	z-test	p-value
Velocidad (rápida)	\$20,559	\$6,532	3.147	0.002
Velocidad (muy rápida)	\$23,325	\$9,214	2.531	0.011
Confiabilidad (muy confiable)	\$11,509	\$2,697	4.268	0.000
Uso fuera hogar (incluido)	\$7,230	\$3,262	2.216	0.027
Calidad asist. tec. (regular)	\$56	\$4,113	0.014	0.989
Calidad asist. tec. (excelente)	\$9,985	\$4,167	2.396	0.017

Cuadro 6.12: DAP por Internet, Hogares SIN Acceso a Internet (ZONA RURAL)

Variable	DAP (pesos)	Desv. Est.	z-test	p-value
Velocidad (rápida)	\$9,788	\$2,495	3.924	0.000
Velocidad (muy rápida)	\$4,065	\$3,089	1.316	0.188
Confiabilidad (muy confiable)	\$13,347	\$1,675	7.968	0.000
Uso fuera hogar (incluido)	\$8,375	\$1,706	4.909	0.000
Calidad asist. tec. (regular)	\$8,798	\$1,992	4.417	0.000
Calidad asist. tec. (excelente)	\$12,007	\$2,075	5.787	0.000

Las tres características más valoradas por los hogares rurales con acceso a Internet son: la velocidad muy rápida, la velocidad rápida y la confiabilidad de la conexión. Las tres características más valoradas por los hogares urbanos sin acceso a Internet son: la confiabilidad de la conexión, una calidad excelente en la asistencia técnica y la velocidad rápida.

Cabe señalar que el “uso fuera del hogar”, que en nuestro ejercicio tiene por objetivo valorar el atributo “movilidad” que identifica a una conexión móvil a Internet, es uno de los atributos menos valorados por los hogares rurales con y sin conexión a Internet.

6.2 Estimación de Elasticidades (hogares sin conexión)

En la encuesta se preguntó a los hogares sin conexión a Internet y a los miembros del hogar que no utilizan Internet, cuya razón para no conectarse o usar Internet fue el costo de los equipos para conectarse y/o del servicio de Internet, si estarían dispuestos a adquirir un equipo y/o un servicio de Internet a distintas combinaciones en el nivel de precios (subsidiados) del equipo y del servicio. A continuación se vuelve a reproducir las respuestas dadas por los hogares y miembros del hogar en dicho ejercicio para todas las combinaciones de precio de equipos y servicio de conexión a Internet analizados.

Cuadro 6.13: Suponga que le ofrecen un computador fijo o portátil (PC, Desktop, Notebook / Laptop, Netbook, Tablet) junto con el servicio para conectarlo a Internet, a los costos referenciales que le señalaremos a continuación, ¿a esos costos, le gustaría adquirir el computador y la conexión a Internet?

Respuesta de Hogares sin conexión

Costo Computador: \$ 100.000 pesos	Costo Conexión Internet:								
	\$ 14.000 pesos			\$ 10.000 pesos			\$ 6.000 pesos		
	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí, adquiriría ambos	12.74	3.65	11.27	16.02	11.18	15.24	21.47	17.21	20.78
Adquiriría computador	3.24	3.71	3.31	2.40	3.87	2.64	2.86	2.64	2.82
Adquiriría conexión	3.74	0.11	3.15	5.81	2.72	5.31	8.44	3.69	7.67
No los adquiriría	52.69	57.62	53.49	48.81	49.21	48.87	42.07	45.21	42.58
No Sabe / No Responde	27.59	34.91	28.78	26.97	33.02	27.95	25.16	31.25	26.15

Costo Computador: \$ 50.000 pesos	Costo Conexión Internet:								
	\$ 14.000 pesos			\$ 10.000 pesos			\$ 6.000 pesos		
	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí, adquiriría ambos	13.83	12.81	13.66	21.83	18.54	21.29	41.13	59.01	44.02
Adquiriría computador	5.03	5.78	5.15	3.34	4.14	3.47	2.15	3.04	2.29
Adquiriría conexión	3.14	0.00	2.63	4.97	1.03	4.33	6.17	1.03	5.34
No los adquiriría	49.33	47.21	48.98	43.40	42.10	43.19	29.19	20.78	27.83
No Sabe / No Responde	28.67	34.20	29.57	26.47	34.18	27.72	21.36	16.14	20.51

Respuesta de Miembros del Hogar que no utilizan Internet

Costo Computador: \$ 100.000 pesos	Costo Conexión Internet:								
	\$ 14.000 pesos			\$ 10.000 pesos			\$ 6.000 pesos		
	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí, adquiriría ambos	15.91	2.57	13.01	16.74	4.21	14.01	23.16	12.30	20.80
Adquiriría computador	2.26	1.85	2.17	3.49	1.39	3.03	3.18	4.20	3.40
Adquiriría conexión	2.74	0.32	2.21	6.26	0.32	4.96	9.47	5.16	8.53
No los adquiriría	52.59	56.03	53.34	47.14	54.85	48.82	37.61	41.01	38.35
No Sabe / No Responde	26.49	39.24	29.26	26.37	39.24	29.17	26.58	37.33	28.92

Costo Computador: \$ 50.000 pesos	Costo Conexión Internet:								
	\$ 14.000 pesos			\$ 10.000 pesos			\$ 6.000 pesos		
	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí, adquiriría ambos	16.03	14.82	15.77	22.43	15.29	20.87	55.21	77.63	60.08
Adquiriría computador	7.38	1.33	6.07	6.70	0.00	5.24	1.88	0.00	1.47
Adquiriría conexión	1.22	0.00	0.96	2.25	0.00	1.76	2.02	0.07	1.60
No los adquiriría	47.22	47.22	47.22	42.64	47.53	43.70	24.53	14.12	22.27
No Sabe / No Responde	28.14	36.63	29.99	25.98	37.19	28.42	16.36	8.18	14.58

En este Cuadro se puede observar que los encuestados sí responden positivamente ante los incentivos de pagar por el equipo y/o conexión de Internet un precio más bajo, decidiendo adquirir uno o ambos. También se puede observar que mientras mayor es el incentivo o subsidio, mayor es la proporción de encuestados que responden que adquirirán el equipo y/o el servicio de Internet.

En base a este comportamiento se puede estimar la elasticidad precio arco de los hogares y miembros del hogar que deciden conectarse a Internet (ya sea comprando el equipo y la conexión o solo la conexión) ante cambios en el costo de conexión a Internet (manteniendo constante el costo del equipo). En efecto, la elasticidad precio arco puede estimarse utilizando la siguiente fórmula:

$$\eta_P = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P}$$

No obstante, hay que considerar en la fórmula que al costo de conexión de \$14.000 pesos al mes ya existe un (bajo) porcentaje de hogares y miembros del hogar que deciden conectarse a Internet. De esta manera, si la proporción de hogares o miembros del hogar que se conectan a Internet al precio de \$ 14.000 es igual a S_1 y la proporción de hogares o miembros del hogar que se conectan a Internet a un precio más bajo es igual a S_2 , se puede demostrar que la fórmula de la elasticidad precio arco toma la siguiente forma:¹⁷

$$\eta_P = \frac{(S_2 - S_1)/(1 - S_1)}{\Delta P/P}$$

En el Cuadro 6.14 se presentan los resultados de estimar la elasticidad precio implícita en el ejercicio anterior para los hogares sin conexión a Internet.

Cuadro 6.14: Elasticidad Precio arco de la Demanda de Conexión a Internet implícita en los ejercicios anteriores.

Costo Computador: \$100.000.			
Reducción Costo Conex.	Urbana	Rural	Nacional
14.000 a 10.000 pesos	-0.22	-0.37	-0.25
10.000 a 6.000 pesos	-0.26	-0.20	-0.25
Costo Computador: \$50.000.			
Reducción Costo Conex.	Urbana	Rural	Nacional
14.000 a 10.000 pesos	-0.41	-0.27	-0.39
10.000 a 6.000 pesos	-0.70	-1.26	-0.80

¹⁷ Se debe aplicar la misma corrección para estimar la elasticidad precio de los costos de conexión más bajos.

Se puede observar que la elasticidad precio en general aumenta cuando aumenta el subsidio al equipo. Esto indica que los potenciales nuevos hogares conectados a Internet se vuelven más sensibles al costo de la conexión cuando el costo del equipo tiene un mayor subsidio (un menor costo para el potencial hogar conectado), especialmente en la zona rural.

Se puede comparar los resultados de elasticidad para los hogares obtenidos en este ejercicio con los observados en el estudio del año 2012, los cuales se reproducen en el Cuadro 6.15. Como se puede apreciar, las elasticidades puntuales estimadas este año y el año anterior no son muy distintas entre sí, cuando se considera un costo del equipo de \$ 100.000 pesos.

Cuadro 6.15: Resultados empíricos de la Elasticidad Precio de la Demanda de Conexión a Internet del año 2012.

Elasticidad a estimar	Estimación
Conexión a Banda Ancha Fija, hog. sin conexión	- 0.254
Conexión a Internet Móvil, hog. sin conexión	- 0.415

En el Cuadro 6.16 se presentan los resultados de estimar la elasticidad precio implícita en el ejercicio anterior para los miembros del hogar que no utilizan Internet. Se puede observar que, al igual a lo que ocurre en los hogares sin conexión, la elasticidad precio aumenta en la mayoría de los casos cuando aumenta el subsidio al equipo. Esto indica que los potenciales nuevos usuarios a Internet se vuelven más sensibles al costo de la conexión cuando el costo del equipo tiene un mayor subsidio (un menor costo para el potencial usuario), tanto en zona urbana como rural.

Cuadro 6.16: Elasticidad Precio arco de la Demanda de Conexión a Internet implícita en los ejercicios anteriores.

Costo Computador: \$100.000.			
Reducción Costo Conex.	Urbana	Rural	Nacional
14.000 a 10.000 pesos	-0.19	-0.06	-0.15
10.000 a 6.000 pesos	-0.31	-0.34	-0.32
Costo Computador: \$50.000.			
Reducción Costo Conex.	Urbana	Rural	Nacional
14.000 a 10.000 pesos	-0.31	-0.02	-0.25
10.000 a 6.000 pesos	-1.08	-1.84	-1.26

7. Conclusiones y Recomendaciones

El objetivo de la presente encuesta es apoyar con información para el **desarrollo de políticas progresivas** en materia de Acceso y Uso de Internet en los hogares, pensando en la evaluación de proyectos de subsidios o prestaciones garantizadas, focalizadas en familias de escasos recursos de zonas urbanas y avanzar en el conocimiento del acceso y uso de Internet en zonas rurales.

En este sentido, al igual que en el año anterior, en la presente sección queremos enfatizar algunos resultados encontrados respecto a los acceso a Internet Móvil (Banda Ancha Móvil y Smartphone), de reciente introducción en el mercado local. Posteriormente, realizaremos algunas consideraciones de política pública para promover el acceso y uso de Internet en Chile, que se puede desprender de la lectura de las secciones anteriores. Finalmente, realizaremos algunas observaciones a la limitación en el uso de las bases de datos levantada para este estudio y recomendaciones para futuros levantamientos.

7.1 Internet Móvil en Chile

En esta sección se desea enfatizar algunos resultados encontrados en este estudio respecto a los accesos a Internet Móvil (Banda Ancha Móvil y/o Smartphone) en Chile, puesto que es una tecnología de reciente introducción al mercado chileno (la encuesta realizada en el 2009, por ejemplo, no la consideraba dentro de sus opciones), que ha tenido un gran desarrollo, y es importante, a efectos de política pública para cerrar las brechas en el acceso a Internet, conocer sus características más importantes.

De acuerdo a los resultados de la encuesta 2011, cerca del 23% de los hogares urbanos con acceso a Internet en el hogar, tenían acceso Móvil del tipo Banda Ancha Móvil. En el sector rural, cerca del 86% de los hogares con acceso a Internet en el hogar tenían acceso Banda Ancha Móvil.

En el año 2012, el 37.6% de los hogares urbanos con acceso a Internet en el hogar, tienen un acceso Móvil a Internet, ya sea Banda Ancha Móvil y/o Smarthphone, lo cual significa un aumento respecto al año 2011 si se considera que los acceso vía Smartphone eran muy incipientes en esa época. De éstos hogares urbanos con acceso Móvil a Internet, el 60% aproximadamente poseía también un acceso Fijo.

Por otro lado, en el mismo año 2012, el 78% de los hogares rurales con acceso a Internet, tenían un acceso Móvil a Internet, ya sea Banda Ancha Móvil y/o Smartphone, lo cual

significa una reducción respecto al año 2011.¹⁸ De estos hogares rurales con acceso Móvil a Internet, un 15% también presentaban un acceso Banda Ancha Fija.

En el estudio actual para el año 2013, se observa que el 45% de los hogares urbanos con acceso a Internet en el hogar poseen un acceso Móvil a Internet, lo cual significa un aumento respecto al año 2012. De estos hogares urbanos, un 48% poseen también un acceso Fijo, lo cual representa una reducción respecto al año 2012.

Asimismo, en el sector rural, en el presente estudio se observa que un 85% de los hogares poseen un acceso Móvil a Internet, lo cual representa un aumento respecto a lo observado en el 2012. De estos hogares rurales, un 5% posee también un acceso Banda Ancha Fija, lo cual representa una gran reducción respecto al año 2012.

Cuadro 7.1: Porcentaje de Hogares con acceso a Internet Fijo y Móvil

	Urbana	Rural	Nacional
	%	%	%
Solo Banda Ancha Fija	54.94	13.87	51.28
Solo Int Móvil (Smp/BAM)	23.15	80.93	28.30
Internet Fijo y Móvil	21.65	4.19	20.09
Ninguno / Otro	0.26	1.01	0.33

Lo anterior significa que, por un lado, el Acceso Móvil a Internet ha ido incrementando su importancia en los hogares chilenos en los últimos 3 años y, por otro lado, cada vez son menos los hogares que cuentan también con un acceso Fijo, lo cual puede indicar la existencia de un grado de sustitución entre los accesos Fijo y Móvil.

Corroborando la existencia de dicha sustitución, en el año 2012 se pudo concluir, a partir de los resultados de las estimaciones de elasticidades, que la Internet Móvil era un sustituto más que compite activamente en el mercado con los paquetes con acceso a Internet Fija.

Sector Urbano

Se observa que el uso del Internet Móvil (BAM y Smartphone) como tecnología de acceso ha logrado un porcentaje de penetración no menor en el mercado urbano, en el cuál existe una competencia real de esta tecnología con las tecnologías de Internet Fijo (BAF).

Si se considera tanto el acceso BAM como Smartphone, la penetración de Internet Móvil es muy similar entre quintiles de ingreso, no obstante la tecnología móvil preferida en la actualidad en prácticamente todos los quintiles (salvo el primer quintil) es el Smartphone.

¹⁸ No obstante esta última comparación debe tomarse con cuidado ya que la muestra rural del año 2011 no era representativa a nivel nacional.

Asimismo se observa que a medida que aumenta el ingreso de los hogares, decae el uso de la BAM y aumenta el del Smartphone.

Si se considera aquellos hogares que solamente tienen un acceso Móvil en la actualidad (el 16% de los hogares urbanos con conexión a Internet), se observa que una proporción no menor de hogares tuvo en el último año una conexión Fija a Internet que ya no la tiene, reforzando la existencia de sustitución entre Internet Fijo y Móvil. Se observa también que esta sustitución se concentró principalmente en los hogares urbanos de mayores ingresos.

Las razones por las que los hogares urbanos decidirían tener una conexión Móvil como único acceso a Internet son dos, básicamente: la movilidad que confiere al usuario (ya que permite acceder a Internet fuera del hogar) y el precio del servicio respecto a la Fija.

Sector Rural

Se observa que el uso del Internet Móvil (BAM y Smartphone) es la principal tecnología de acceso en el mercado rural, en el cuál si bien puede existir competencia con las tecnologías de Internet Fijo (BAF) en algunas zonas, en otras zonas es la única alternativa de conexión por falta de cobertura física para Internet Fija.

Si se considera tanto el acceso BAM como Smartphone, la penetración de Internet Móvil es similarmente elevada entre quintiles de ingreso, no obstante la tecnología móvil preferida en la actualidad en todos los quintiles, a diferencia del sector urbano, es la Banda Ancha Móvil. Asimismo, y de forma similar al sector urbano, se observa que a medida que aumenta el ingreso de los hogares, decae el uso de la BAM y aumenta el del Smartphone.

Si se considera aquellos hogares que solamente tienen un acceso Móvil en la actualidad (el 75% de los hogares rurales con conexión a Internet), se observa que una proporción muy pequeña de hogares tuvo en el último año una conexión Fija a Internet que ya no la tiene, indicando la existencia de un bajísimo nivel sustitución entre Internet Fijo y Móvil. No se observa un patrón regular de sustitución a medida que aumenta los ingresos del hogar.

La principal razón por la que los hogares rurales de todos los quintiles de ingreso decidirían tener una conexión Móvil como único acceso a Internet es, básicamente, la falta de conexiones de banda ancha fija o wifi en la zona donde viven.

7.2 Algunas consideraciones de política pública

Los resultados presentados en las secciones anteriores sugieren tener presentes algunas consideraciones al momento de elaborar la política pública de Acceso y Uso de Internet para el sector urbano y rural:

Sector Urbano

1. En los hogares urbanos la forma de acceso a Internet preferida es a través de Banda Ancha Fija y contratada en conjunto con otros servicios de telecomunicaciones (como TV por cable y telefonía).
2. De acuerdo a la Sección 5, en los hogares urbanos de menores ingresos, las principales barreras prácticas para no acceder a Internet en el hogar siguen siendo el costo del servicio y de la terminal para conectarse a Internet. Este resultado es corroborado con el ejercicio de subsidio al terminal de conexión realizado en la encuesta, donde se observa que un porcentaje significativo de hogares urbanos accederían a Internet si les es subsidiado el equipo terminal en forma parcial o completa. Asimismo, en el ejercicio realizado en la Sección 6 de Disposición a Pagar, se estableció que el promedio de los hogares en zonas urbanas requieren ser subsidiado para acceder a una conexión básica y una proporción muy pequeña de hogares (4%) lo haría a un precio del servicio de \$14.000.
3. Esto sugiere que, para el sector urbano, las políticas de acceso focalizadas tanto en reducir el costo del servicio de Internet como en facilitar el acceso a un terminal (computador / tablet / laptop), pueden tener un mayor impacto en estos hogares.
4. No obstante, una política de subsidio a los terminales debería ser debidamente focalizada en los quintiles de menores ingresos, ya que una política generalizada para la toda la población sería aprovechada principalmente por los quintiles de mayores ingresos para conectarse a Internet, como se puede apreciar de los resultados de la sección 5.
5. Respecto a las características que debiera tener la conexión a Internet que se facilite a los hogares urbanos que aún no la tienen, queda claro que el principal atributo debiera ser su confiabilidad, es decir, que las veces que se cae el servicio sean las mínimas posibles. Además, con una velocidad Banda Ancha promedio, debiera ser suficiente para dar la sensación de rapidez que valoran los hogares. Lo anterior, sugiere facilitar el acceso a Internet en forma preferente mediante Banda Ancha Fija, ya que es mucho más estable (confiable) en la actualidad que las conexiones móviles (además de ser más rápida), utilizando las redes de los concesionarios existentes.

Sector Rural

1. En los hogares rurales, se puede señalar que la forma de acceso a Internet mayormente utilizada en los hogares de menores recursos es a través de Banda Ancha Móvil.
2. De acuerdo a la Sección 5, en los hogares rurales de menores ingresos, las principales barreras prácticas para no acceder a Internet en el hogar siguen siendo el costo del servicio y de la terminal para conectarse a Internet, aunque también son importantes la falta de conocimiento de los beneficios que puede ofrecer Internet al hogar y la falta de conocimiento en el uso de un PC o Smartphone para conectarse.
3. Este resultado es corroborado con el ejercicio de subsidio al terminal de conexión realizado en la encuesta, donde se observa que un porcentaje significativo de hogares rurales (principalmente de mayores ingresos) accederían a Internet si les es subsidiado

el equipo terminal en forma parcial o completa. Asimismo, en el ejercicio realizado en la Sección 6 de Disposición a Pagar, se estableció que el promedio de los hogares en zonas rurales requieren ser subsidiados (más que en zonas urbanas) para que accedan a una conexión básica y una proporción muy pequeña de hogares (3%) lo haría a un precio del servicio de \$14.000.

4. Por otro lado, aún existe una gran proporción de miembros del hogar en zonas rurales que no han utilizado un computador en toda su vida, por lo que en vista del punto 2), esto puede erigirse en una barrera efectiva para el acceso a Internet en los hogares rurales.
5. Lo anterior nos indicaría que, para el sector rural, la política pública debiera ser similar a la del sector urbano, es decir, las políticas de acceso focalizadas tanto en reducir el costo del servicio de Internet como en facilitar el acceso a un terminal (computador / tablet / laptop), pueden tener un mayor impacto en estos hogares.
6. Asimismo, es importante establecer en forma conjunta un programa de alfabetización digital en la población, que le permita conocer cómo manejar un terminal para conectarse a Internet.
7. Respecto a las características que debiera tener esta conexión en el mundo rural, existe evidencia de que los hogares prefieren las conexiones con un velocidad “Rápida”, que puede ser satisfecha con una velocidad Banda Ancha promedio, y también valorarían mucho una asistencia técnica de calidad excelente junto con el servicio (estos resultados contrastan con los del año anterior, no obstante no se tenía una muestra representativa para el sector rural en ese momento).
8. Lo anterior sugiere que la política pública privilegie facilitar a los hogares rurales el acceso a la red de banda ancha fija cuando esté físicamente presente en el mundo rural (por su mayor estabilidad) o a través de banda ancha móvil (lo cual al parecer es actualmente más factible dada la gran penetración que existe de esta tecnología de acceso así como su bajo precio en el mercado),¹⁹ pero en ambos casos junto con una obligación de asistencia técnica que cumpla estándares de buena calidad.

Los puntos señalados no pretenden ser un listado completo de todas las consideraciones importantes que se deben tener en cuenta para la política pública y que deben obtenerse de un análisis más detallado de la encuesta.

¹⁹ En la medida que las empresas empiecen a invertir en cobertura y utilizar el espectro de banda que permita el uso de tecnologías LTE, a partir del año 2013, tanto la velocidad como la estabilidad del acceso a Internet BAM deberían experimentar mejoras muy significativas, lo cual ayudaría también a masificar su uso en el sector rural en la medida que esté disponible.

Anexo 1: Aspectos técnicos del diseño muestral y del cálculo de factores de expansión

Fórmula de cálculo de error muestral

La expresión utilizada para calcular las estimaciones de error muestral en la sección 3 de este informe, es la siguiente:

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

Donde:

- e : error muestral
- z : coeficiente de confianza (1,96 para un 95% de confianza)
- p : proporción a estimar (p = 1- q, obtenidos del estudio anterior)
- n : tamaño de la muestra
- N : tamaño poblacional

Unidades de Selección

La selección de las unidades muestrales se hará en tres etapas definidas de la siguiente forma:

- i. *Unidad Primaria de Muestreo (UPM)*: Definida por la **manzana censal**, que será seleccionada al interior de cada estrato con probabilidad proporcional a su tamaño, medido éste como el número de hogares en la manzana.
- ii. *Unidad Secundaria de Muestreo (USM)*: Definida por el **hogar particular**, que será seleccionado al interior de cada manzana censal, en conglomerados de cinco hogares, en forma aleatoria sistemática.
- iii. *Unidad Terciaria de Muestreo (UTM)*: Definida por la **persona mayor de 15 años en cada hogar particular**, que será seleccionada en forma aleatoria al interior de cada hogar particular, utilizando una tabla de selección aleatoria, denominada Tabla de Kish.

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.

Las probabilidades de selección en cada etapa serán las siguientes:

- ii. Probabilidad de Selección de la Manzana i en la comuna j 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 (mayor de 15 años), en la Vivienda k de la Manzana j de la Comuna i del Estrato h

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

Donde:

p_{hijk} : número de personas seleccionables en la Vivienda k, de la manzana j, de la comuna i, en el estrato h.

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

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

Factor de Expansión

La ponderación de acuerdo al diseño muestral planteado es el factor de expansión de cada manzana, vivienda y persona seleccionada, el que depende del número de personas mayores de 15 años que tiene el hogar, del número de viviendas que tiene la manzana, y finalmente, del número de manzanas que tiene la Comuna, según el método propuesto.

El factor de expansión se puede interpretar como la cantidad de personas de la población que representa una persona en la muestra, por lo tanto, se define como el valor recíproco de la fracción de muestreo calculada (la definición de las fórmulas en el Anexo de este informe):

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

En la base de datos de la encuesta se entrega este factor de expansión con el nombre **fact_selec**, el cual puede ser aplicado a toda la sección de preguntas Q de la encuesta que se presenta en el Anexo 1. Para la sección de preguntas P de la encuesta se utiliza un factor de expansión por hogar, por lo que en este caso el f_{hijk} no es multiplicado por $1/p_{hijk}$. Dicho factor de expansión se entrega también en la base de datos con el nombre **fact_hog**.

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.

Anexo 2: Uso de Internet y Emprendimiento en Zona Rural

A continuación se presentan las respuestas de la sección de Uso de la encuesta que solamente fue aplicada en Zona Rural, a fin de caracterizar el emprendimiento en esa zona.

Cuadro A2.1: ¿Realiza usted algún negocio propio o actividad productiva propia en la que comercializa o vende bienes o servicios?.

Realiza Negocio propio?	
	%
Sí	7.89
No	92.11

Cuadro A2.2: ¿Realiza alguno de los siguientes negocios o actividades productivas para su propio beneficio? (Respuesta Múltiple y Más Importante. Responden aquellos que tienen negocio o actividad productiva propia en zona rural).

	Múltiple	+ Import.
	%	%
Agricultura	52.95	44.61
Forestal	2.61	0.09
Ganadería	8.80	3.54
Leche y/o lácteos	2.61	0.84
Apicultura	0.00	0.00
Minería	0.39	0.39
Hotelería y Turismo	1.36	0.10
Pesca	6.26	4.19
Agroindustria	0.00	0.00
Artesanías	1.95	1.95
Comercio	19.71	19.66
Transporte	3.24	3.24
Otro	16.82	16.77
No sabe / No Responde	---	4.61

Cuadro A2.3: Realizó órdenes de compra de bienes y servicios para su negocio o actividad productiva a través de Internet, en los últimos 12 meses?. (Responden aquellos que tienen negocio o actividad productiva propia en zona rural).

Compras por Internet	
	%
Sí	11.32
No	88.53
No sabe / No Responde	0.15

Cuadro A2.4: ¿Realizó ventas o recibió órdenes de compra de bienes y servicios de su negocio o actividad productiva a través de Internet, en los últimos 12 meses?. (Responden aquellos que tienen negocio o actividad productiva propia en zona rural).

Ventas por Internet	
	%
Sí	12.37
No	87.63

Cuadro A2.5: ¿Qué beneficios considera usted que obtuvo para su negocio o actividad productiva por las ventas realizadas a través de Internet en los últimos 12 meses?. (Múltiple Respuesta. Responden aquellos que realizaron ventas por Internet).

	Múltiple
	%
Redujo tiempo transac.	3.89
Aumentó calidad servicio	7.18
Redujo costo del negocio	4.85
Aumentó ventas - clientes	6.80
Nos mantuvo competitivos	1.71
Mejóro focalización	5.49
Otro	0.00
Ninguno	1.90

Cuadro A2.6: ¿Qué factores evitaron o limitaron que realice ventas de bienes o servicios de su negocio o actividad productiva a través de Internet, en los últimos 12 meses?. (Múltiple Respuesta. Responden aquellos que no realizaron Ventas por Internet).

	Múltiple
	%
Mis productos o servicios no se venden por Internet	19.54
Es inseguro para realizar ventas	11.58
Mis clientes lo consideran inseguro	0.00
Prefiero mantener modelo actual de negocio	10.71
Compras de clientes por Internet es muy bajo	0.02
Desconoce marco legal para vender por Internet	3.44
Costo de canal ventas por Internet es elevado	0.00
Empleados no saben usar esta tecnología	4.07
No es relevante	4.29
No tengo Internet	31.35
Otro Motivo	13.10

Cuadro A2.7: ¿Le interesaría utilizar Internet para realizar ventas y compras, promocionar productos, contactar nuevos clientes, etc. para nuevos negocios o actividades que tenga planificado emprender en los próximos doce meses??. (Responden aquellos que tienen negocio o actividad productiva propia en zona rural).

Internet en nuevos negocios	
	%
Sí me interesaría	26.95
No me interesa	30.04
No haré nuevos negocios	17.95
No sabe	25.06

Anexo 3: Cuestionario aplicado en la encuesta, Alternativas de elección para Disposición a Pagar y Apoyo Gráfico

A continuación se presenta el formulario con las preguntas del cuestionario aplicado en la encuesta, un ejemplo de tabla con las alternativas de elección para la sección de Disposición a pagar, y el apoyo gráfico utilizado para la pregunta de tipos de acceso a Internet en el hogar.

Encuesta sobre Acceso, Usos, Usuarios y Disposición de Pago por Internet

Comuna: _____ **Segmento:** _____ Dirección: _____ **Nº Tarjeta:** _____ Folio: _____

Orden	Nombre de Pila de los integrantes del Hogar	Parentesco c/r Jefe de Hogar 1 Jefe de Hogar 2 Cónyuge o Pareja 3 Hijo(a) 4 Yerno o Nuera 5 Nieto(a) 6 Padre o Madre 7 Suegro(a) 8 Hermano(a) 9 Cuñado(a) 10 Otro familiar 11 Otro no fam. 12 S. Doméstico	Sexo 1 Hombre 2 Mujer	Edad En años cumplidos	Ultimo curso y tipo de estudio aprobado		Situación Ocupacional 1 Trabaja con rem. 2 Trabaja sin rem. 3 Cesante 4 Busca por 1ª vez 5 Estudia (en 2012) 6 Dueña de casa 7 Otro. Especifique	¿Utilizó este año Internet en su casa, lugar de trabajo, estudio o en algún cibercafé? 1 Sí 2 No	Mes y año de nacimiento		Seleccionado para Sección sobre uso de Internet (seleccione a la persona de 16 a 74 años que esté de cumpleaños en el mes más cercano al actual)
					Curso	Tipo			Para seleccionar Entrevistado		
	H1	H2	H3	H4	H5a	H5b	H6 16 años o más	H7 Todos	Mes	Año	H9
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											

1. SECCIÓN QUE DEBE RESPONDER EL JEFE DE HOGAR.

1.1 ACCESO A TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.

P5. ¿Los miembros de este hogar tienen acceso a Internet **DESDE EL HOGAR**, sin importar si lo utilizan o no? (El acceso a Internet puede ser con Internet fijo o móvil, vía computador, teléfono móvil o smartphone, tablets, TV o consola de juegos con acceso a Internet habilitado).

1. Sí
2. No → **Pase a P19**

P6. ¿Qué dispositivos o equipos electrónicos utilizan los miembros de este hogar para acceder a Internet **DESDE EL HOGAR**? Por cada dispositivo utilizado, por favor indique también el número total de equipos que utilizan todos los miembros del hogar. (**Respuesta Múltiple. Leer alternativas**).

Número de equipos en el hogar

- | | |
|--|-------|
| 1. <input type="checkbox"/> Computador fijo (PC, Desktop) | _____ |
| 2. <input type="checkbox"/> Computador portátil (Notebook / Laptop o Netbook) | _____ |
| 3. <input type="checkbox"/> Tablet (Ipad, Galaxy Tab, Xperia Tablet, HP Palm Touchpad, etc.) | _____ |
| 4. <input type="checkbox"/> Teléfono móvil ó Smartphone (Iphone, Galaxy, Palm, Blackberry, Xperia, etc.) | _____ |
| 5. <input type="checkbox"/> Consola de juegos (Wii, PS-3, PS-4, etc.) | _____ |
| 6. <input type="checkbox"/> TV con conexión a Internet habilitada (SmartTV) | _____ |
| 7. <input type="checkbox"/> Otros medios. Especifique: _____ | |
| 8. <input type="checkbox"/> No sabe | |

Encuestador: Si selecciona (1) y/o (2) y/o (3) y/o (4) en P6, siga con P7; caso contrario, pase a P30

P7. A continuación identifique las formas que dispone su hogar **para conectarse a Internet DESDE EL HOGAR**, las compañías que le proveen dicha conexión, la modalidad de pago que tiene con cada una y otras características. [**Encuestador: llene primero la Forma de Acceso, luego seguir con la Empresa proveedora, Modalidad de Pago y las otras características**]

Acceso No.	P7.a. Forma de acceso (Encuestador: Mostrar anexo fotográfico) (1) Utiliza un acceso telefónico (ADSL o Fibra) o por Cable para conectar un equipo (ej. Computador) a Internet (Banda Ancha Fija). (2) Utiliza Banda Ancha Móvil (USB) para conectar un equipo, por ej. Computador a Internet. (3) Utiliza un Teléfono móvil o Smartphone en forma directa y/o para conectar un equipo (ej. Computador) a Internet. (4) Utiliza un Tablet con acceso propio a Internet (con SIM de operador móvil) (5) Utiliza una conexión satelital para conectar un equipo (ej. Computador) a Internet. (6) Otro. Especifique. (7) No sabe. → Seguir con Empresa, Modalidad de Pago y demás.	P7.b. Empresa (Encuestador: para cada forma de acceso elegida por el encuestado, léale las opciones de empresa del listado)	P7.c. Modalidad de Pago 1. Postpago (tiene un plan o contrato, cuya factura le llega a usted o a un tercero en forma mensual) 2. Prepago (recarga minutos / horas / Megabites, antes de poder conectarse a Internet) 3. No sabe	P7.d. Acceso vía Teléfono móvil o Smartphone Jefe de Hogar. De los Accesos por Teléfono móvil o Smartphone (acceso (3)) señalados en P7.a, indique cuál pertenece al Jefe de Hogar o, si le pertenece más de uno, indique cuál es el más importante para el Jefe de Hogar (Encuestador: marque con una X el acceso vía Teléfono Móvil o Smartphone del Jefe de Hogar)
1				
2				
3				
4				
5				
6				

P7.e. Solo si eligió (2) como Forma de Acceso en P7.a. y ENTEL como la empresa que provee dicho acceso en P7.b.:

¿Su plan de Internet es o se llama "Todo Chile Comunicado"?

1. Sí
2. No
3. No Sabe.

P7.f. Solo si eligió (3) como Forma de Acceso en P7.a. ¿Utilizan el Teléfono móvil o Smartphone como medio para conectar un computador a Internet en el hogar (Mostrar anexo fotográfico 3.b)?

1. Sí
2. No
3. No Sabe.

P8. Sólo si NO eligió (1) como forma de Acceso en P7.a pero sí eligió (2) o (3) o (4) como forma de Acceso en P7.a. En algún momento de los últimos 12 meses, ¿tuvo su hogar acceso a Internet a través de acceso telefónico o por cable (es decir, la opción (1) de "Forma de acceso" en la pregunta anterior)? (Elija la opción que corresponda. **Mostrar fotografías 1.a y 1.b).**

1. Sí, tuvimos acceso a Internet por acceso telefónico o por cable en últimos 12 meses. → **Pase a P9.**
2. No, solamente hemos tenido Banda Ancha Móvil y/o Smartphone y/o Tablet con acceso propio. → **Pase a P10.**
3. No sabe. → **Pase a P10.**

P9. ¿Por qué razón(es) dejó de tener acceso a Internet a través de acceso telefónico o por cable? (Señale todas las que apliquen. **Leer alternativas)**

1. Porque es más caro que el acceso móvil.
2. Porque mi conexión móvil se puede utilizar fuera del hogar.
3. Porque ocupó muy poco el Internet
4. Otra razón: _____
5. No sabe

P10. La **velocidad** del servicio a Internet es el tiempo que se demora en recibir (download) o enviar (upload) información desde el computador en su hogar. A continuación se describen tres velocidades comunes del servicio.

Velocidad	Descripción
Lenta	Navegar o ver páginas de Internet/videos/fotos es lento y puede tomar varios minutos. Esta velocidad es buena sólo para enviar e-mail. Ver un video corto, por ejemplo, puede tomar varios minutos.
Rápida	Navegar o ver páginas de Internet/videos/fotos es rápido y puede tomar algunos segundos. Esta velocidad es muy buena para escuchar música, compartir fotos y observar algunos videos por Internet.
Muy rápida	Navegar o ver páginas de Internet/videos/fotos es casi instantáneo y generalmente toma menos de un segundo. Esta velocidad es excelente para observar videos y películas de alta definición, recibir o enviar de manera instantánea grandes archivos, jugar con otros por Internet como en una consola de juegos, etc.

De acuerdo a esta descripción, ¿Cómo calificarían la velocidad del servicio de Internet para cada forma de acceso a Internet disponible en su hogar?. Señale la velocidad que describe en forma más cercana a las formas de acceso señaladas en **P7.a** y **P7.d** con las que cuenta el hogar.

Acceso (según P7.a y P7.d)	Velocidad del Acceso 1. Lenta. 2. Rápida. 3. Muy Rápida.
(1) Banda Ancha Fija	
(2) Banda Ancha Móvil	
(3) Smartphone Jefe Hogar	
(4) Tablet con acceso propio	

- P11.** La confiabilidad del servicio de Internet tiene que ver con el número de veces que no han podido utilizar Internet, porque se interrumpió el servicio. Un servicio **muy confiable** de Internet rara vez tiene interrupciones que le impiden utilizar o navegar por Internet; puede interrumpirse a lo más una o dos veces al año debido a, por ejemplo, fuertes tormentas, vientos o nevazones. En cambio, un servicio **poco confiable** de Internet hace que experimente más interrupciones, posiblemente una o dos veces al mes, sin ninguna razón en particular.

De acuerdo a esta descripción, ¿Cómo calificarían la confiabilidad del servicio de Internet para cada forma de acceso a Internet disponible en su hogar?. Señale la confiabilidad que describe en forma más cercana a las formas de acceso señaladas en **P7.a** y **P7.d** con las que cuenta el hogar.

Acceso (según P7.a y P7.d)	Confiabilidad del Acceso
(1) Banda Ancha Fija	1. Muy confiable. 2. Poco Confiable.
(2) Banda Ancha Móvil	
(3) Smartphone Jefe Hogar	
(4) Tablet con acceso propio	

- P12.** Los proveedores de servicios de Internet ofrecen asistencia técnica para solucionar los problemas técnicos de conexión a Internet de sus clientes. Una asistencia técnica de **excelente calidad** atiende en forma inmediata a los clientes (tiene una línea exclusiva de asistencia técnica, por ejemplo) y resuelve completamente y en pocos minutos todos sus problemas técnicos. Una asistencia técnica de **calidad regular** atiende a sus clientes después de algún tiempo (después de dejar uno o algunos recados o requerimientos, por ejemplo) y resuelve en poco tiempo todos sus problemas técnicos. Una asistencia técnica de **mala calidad** rara vez atiende los recados o requerimientos de los clientes y puede tomar algunas semanas resolver sus problemas técnicos.

Señale de qué manera calificaría la calidad del servicio técnico de cada forma de acceso a Internet en su hogar.

Acceso (según P7.a y P7.d)	Calidad de Asistencia Técnica
(1) Banda Ancha Fija	1. Excelente calidad. 2. Calidad regular. 3. Mala calidad
(2) Banda Ancha Móvil	
(3) Smartphone Jefe Hogar	
(4) Tablet con acceso propio	

P13. Aplicar solamente si el encuestado respondió (1) Banda Ancha Fija como una forma de acceso en P7.a.

Los proveedores de Internet por telefonía o cable ofrecen solamente este servicio pero también ofrecen paquetes que incluyen, además, servicios de TV y/o telefonía en un solo plan con una única facturación mensual. ¿Qué tipo de servicios tiene usted contratados en paquete y cuánto pagó el último mes por ellos?. (Encuestador: En los paquetes colocar el valor del Plan Básico del paquete y el valor que corresponde sólo al servicio de Internet, si está identificado. Verifique con factura.)

	Plan Básico	Solo Internet
1. Solo tengo contratado Internet.		\$ _____
2. Internet + Telefonía fija	\$ _____	\$ _____
3. Internet + TV	\$ _____	\$ _____
4. Internet + TV + Telefonía fija	\$ _____	\$ _____

P14. Aplicar solamente si el encuestado respondió (1) Banda Ancha Fija como una forma de acceso en P7.a.

Algunos proveedores de Internet por telefonía fija o cable ofrecen WiFi, es decir, le instalan una red inalámbrica que funciona solamente en su hogar, que le permite conectarse a Internet desde cualquier lugar de la vivienda.

Señale si usted tiene el servicio de WiFi en su hogar:

1. Sí, contratado con el proveedor de Internet
2. Sí, con equipos e instalación propia
3. No.

P15. Aplicar solamente si el encuestado respondió (2) Banda Ancha Móvil como una forma de acceso en P7.a.

Señale cuánto paga mensualmente y/o gasta en promedio en recargas cada mes por su(s) acceso(s) Banda Ancha Móvil. [Encuestador: pregunte tanto por el Cargo Fijo como por las recargas o bolsas de datos]

Cargo Fijo del Plan \$ _____
Recargas o compra de bolsas de datos \$ _____

P16. Aplicar solamente si el encuestado respondió (3) Smartphone como una forma de acceso en P7.a y pertenece al Jefe de Hogar de acuerdo a lo señalado en P7.d:

Señale cuánto paga o gasta cada mes por el acceso a Internet del Smartphone del Jefe de Hogar señalado en P7.a y P7.d. (Se pregunta tanto por el Cargo Fijo como por las recargas o bolsas de Internet y límite de descarga. Muestre foto de límite de descarga)

Cargo Fijo Mensual del Plan \$ _____
Bolsa Internet / Recargas (sin incluir llamadas o SMS) \$ _____
¿Cuál es el límite de descarga / cuota de tráfico de datos del plan? _____ Gigas (GB)

P17. Aplicar solamente si el encuestado respondió (4) Tablet con acceso propio como forma de acceso en P7.a.

Señale cuánto paga o gasta cada mes por el acceso a Internet del Tablet con acceso propio. (Se pregunta tanto por el Cargo Fijo como por las recargas o bolsas de Internet y límite de descarga. Muestre foto de límite de descarga)

Cargo Fijo Mensual del Plan \$ _____
Bolsa Internet / Recargas (sin incluir llamadas o SMS) \$ _____
¿Cuál es el límite de descarga / cuota de tráfico de datos del plan? _____ Gigas (GB)

P18. Señale las razones por las cuáles se mantiene el servicio de Internet en el hogar, ya sea Internet fijo o móvil. Señale todas las que apliquen.

1. Apoyo a la educación propia o de hijos / nietos / parientes
2. Permite tener más acceso a información / comunicarse y conocer gente / acceder a juegos y otros medios de entretenición.
3. Permite realizar negocios o manejar una empresa familiar.
4. Por razones laborales / permite buscar trabajo
5. Permite realizar trámites personales como revisar cuentas bancarias, realizar transferencias y pagar cuentas.
6. Permite realizar el pago de impuestos y otros trámites con entidades públicas.
7. Permite realizar compras por Internet.
8. Otro (especifique): _____

Entre las razones señaladas, indique cuál considera la más importante: _____

Encuestador: Después de P18 → Pase a P30.

VIENE DE SECCION 1. PREGUNTA P5

P19. Señale todas las razones por las que los miembros de este hogar no tienen acceso a Internet desde el hogar. (Señale todas las que apliquen).

Relevancia

1. No saben / no les han informado qué beneficios ofrece Internet al hogar.
2. Conocen beneficios de Internet pero encuentran que no es útil para el hogar.
3. No les interesa tener Internet por razones distintas a su utilidad para el hogar.
4. La mayor parte del tiempo la pasamos fuera del hogar.

Usabilidad

5. No saben utilizar el computador y/o Smartphone
6. No saben / no les han informado cómo utilizar Internet
7. Falta de confianza

Costo de Servicio

8. Costo del equipo o terminal (computador, notebook, tablet, smartphone, etc.) para conectarse es muy elevado
9. Costo del servicio de Internet es muy elevado

Cobertura

10. No hay / no sabe si hay oferta de servicios de Internet en la zona donde vivimos.

Otras razones

11. Pueden acceder a Internet en otros lugares (por ejemplo: oficina, escuela)
12. Pueden conectarse a una red privada de terceros desde el hogar
13. Otro: especifique: _____

Entre las razones señaladas, indique cuál considera la más importante: _____

P20. Aplicar solamente si en P19 señala (1) y/o (2) y/o (3) y/o (4) y/o (5) y/o (6) y/o (7) como razón. ¿Ha solicitado a algún amigo, vecino, familiar o conocido que realice en Internet por usted alguna de las siguientes actividades?. Señale todas las que apliquen y cuántas veces lo ha solicitado en los últimos tres meses.

- | | Veces solicitadas en últimos tres meses |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> Imprimir alguna tarea. | _____ |
| 2. <input type="checkbox"/> Obtener algún formulario. | _____ |
| 3. <input type="checkbox"/> Obtener información de cualquier naturaleza en Internet | _____ |
| 4. <input type="checkbox"/> Recibir o enviar un correo electrónico. | _____ |
| 5. <input type="checkbox"/> Revisar alguna red social (facebook, twitter, etc.) | _____ |
| 6. <input type="checkbox"/> Otra actividad (especifique: _____) | _____ |
| 7. <input type="checkbox"/> No he solicitado / no le interesa solicitar ninguna de las actividades anteriores en los últimos 3 meses. | |

P21. Aplicar solamente si en P19 señala (8) Costo del equipo como razón.

Cuál es el equipo para conectarse a Internet que usted consideró principalmente que tiene un costo muy elevado en su respuesta anterior?. Señale la opción que corresponda.

1. Computador fijo (PC).
2. Laptop
3. Netbook
4. Tablet (Ipad, Galaxy Tab, Xperia Tablet, HP Palm Touchpad, etc.)
5. Smartphone (Iphone, Galaxy, Palm, Blackberry, Xperia, etc.)

¿Cuál es el costo de referencia que usted tiene de ese equipo? _____ pesos

¿Cuánto es lo máximo que estaría dispuesto a pagar por un equipo para conectarse a Internet? _____ pesos

P22. Aplicar solamente si en P19 señala (9) Costo del servicio de Internet como razón. Cuál es el tipo de servicio de Internet que usted consideró que tiene un costo muy elevado en su respuesta anterior?. Señale la opción que corresponda.

1. Plan / Bolsa de datos (sin minutos de llamadas) **PREPAGO** para un dispositivo móvil (USB, Smartphone, Tablet).
2. Plan / Bolsa de datos (sin minutos de llamadas) **CONTRATO** para un dispositivo móvil (USB, Smartphone, Tablet).
3. Plan Multimedia para Smartphone.
4. Plan Internet para Tablet
5. Banda Ancha Fija desnuda (sin TV cable o Telefonía fija)
6. Banda Ancha Fija + TV Cable
7. Banda Ancha Fija + Telefonía Fija
8. Banda Ancha Fija + TV Cable + Telefonía Fija

¿Cuál es el costo de referencia que usted tiene de ese servicio? _____ pesos

¿Cuánto es lo máximo que estaría usted dispuesto a pagar por un servicio de conexión a Internet? _____ pesos

- P23. Aplicar solamente si en P19 señala (8) y/o (9) como razón.** Suponga que le ofrecen para su hogar un computador fijo o portátil (PC, Desktop, Notebook / Laptop, Netbook, Tablet) junto con el servicio para conectarlo a Internet, a los costos referenciales que le señalaremos a continuación, ¿a esos costos, le gustaría adquirir el computador y la conexión a Internet?

Pago único por un Computador estándar (2 GB de RAM, disco duro 500 Gigabites, 3 Gigaherzts) \$ 100.000 pesos \$ 50.000 pesos	Costo mensual de la Conexión a Internet de 4 Mbps de velocidad		
	\$14.000 pesos/mes	\$10.000 pesos/mes	\$ 6.000 pesos/mes

Encuestador: para cada combinación de costos (celda) de la tabla anterior solicite al encuestado que elija solamente una de las siguientes opciones:

1. Sí, me gustaría adquirir el computador y la conexión a Internet.
 2. Me gustaría adquirir el computador pero sin el servicio de conexión a Internet.
 3. Me gustaría adquirir el servicio de conexión a Internet pero sin el computador.
 4. No me gustaría adquirir ni el computador ni la conexión a Internet.
 5. No sabe
- P24. Aplicar solamente si en P19 señala (8) y/o (9) como razón.** Suponga ahora que usted tiene la oportunidad de recibir en forma gratuita un computador junto con una conexión a Internet para su hogar. ¿Qué tipo de computador y conexión a Internet le gustaría recibir? (Marque con una **X** la opción que más le gustaría del cuadro)

Tipo de Computador para el hogar	Tipo de Conexión a Internet para el hogar	
	<i>De alta velocidad pero sólo puede usarse en el Hogar (acceso Internet fijo)</i>	<i>De menor velocidad pero puede usarse dentro y fuera del hogar (acceso Internet móvil)</i>
<i>Computador de escritorio (PC, Desktop)</i>		
<i>Notebook / Laptop, Netbook (PC portátil)</i>		
<i>Tablet</i>		

¿Qué miembros del hogar cree usted que utilizarían en forma más intensiva el computador y la conexión a Internet que recibiría?

1. El jefe de hogar
 2. Los menores de 18 años de edad en el hogar.
 3. Los mayores de 18 años de edad en el hogar
 4. Todos los miembros del hogar sin distinción.
 5. No sabe.
- P25. Aplicar solamente si en P19 señala (10) No hay oferta de servicio de Internet como razón.**
¿Qué tipo de oferta de servicio de Internet le gustaría que existiera en la zona donde vive?
1. Internet Banda Ancha Fija
 2. Internet Móvil
 3. Internet Banda Ancha Fija e Internet Móvil
 4. No sabe

P26. ¿Este hogar tiene servicio de telefonía fija y/o TV Cable contratados y en uso?.

1. Sí, solo tenemos servicio de telefonía fija.
2. Sí, solo tenemos servicio de TV Cable.
3. Sí, tenemos servicio de telefonía fija y TV Cable.
4. No → **Pase a P29**

P27. Solo si en P26 señala opción (2) ó (3). Nombre de empresa que le provee TV Cable

[Encuestador: lea lista de empresas a encuestado y coloque el número]: _____

P28. Varios proveedores de telefonía fija y/o TV cable también ofrecen paquetes que incluyen, además, el servicio de Internet en un solo plan con una única facturación mensual. ¿En su hogar han explorado la posibilidad de contratar el servicio de Internet en conjunto o paquete con su servicio de telefonía fija y/o TV Cable?.

1. Sí, lo hemos explorado pero el costo del paquete es muy alto para nosotros.
2. Sí, lo hemos explorado pero hemos optado por no contratarlo por otras razones distintas al costo del paquete.
3. Sí, lo hemos explorado pero nuestro proveedor de telefonía fija y/o TV Cable no ofrece el servicio de Internet en paquete.
4. No lo hemos explorado / No sabe.

Encuestador: Después de P28 pase a P30

P29. ¿Han explorado contratar el servicio de Internet con algún proveedor?.

1. Sí, lo hemos explorado pero el costo del servicio es muy alto para nosotros.
2. Sí, lo hemos explorado pero hemos optado por no contratarlo por razones distintas al costo.
3. No lo hemos explorado / No sabe.

1.2 CARACTERÍSTICAS DEL JEFE DE HOGAR Y DEL HOGAR.

P30. Estado civil actual

1. Casado
2. Conviviente o Pareja
3. Anulado(a) / Divorciado(a)
4. Separado(a)
5. Viudo(a)
6. Soltero(a)

P31. En Chile, la ley reconoce nueve pueblos indígenas, ¿pertenece usted o es descendiente de alguno de ellos? (Elija la opción que corresponda. Leer alternativas).

1. Aymara
2. Rapa-nui
3. Quechua
4. Mapuche
5. Atacameño
6. Coya
7. Kawaskar
8. Yagán
9. Diaguita
10. No pertenece a ningún pueblo indígena en Chile

P32. Situación Laboral. Defina su actividad principal actual. (Elija la opción que corresponda. Leer alternativas)

1. Trabajador por cuenta propia
2. Patrón / empleador.
3. Empleado / servicio doméstico / obrero
4. Familiar no remunerado.
5. FFAA y de Orden → **Pase a P34**
6. Cesante (busca o no trabajo). → **Pase a P34**
7. Jubilado / pensionado. → **Pase a P34**
8. Estudiante. → **Pase a P34**
9. Ama de casa → **Pase a P34**

P33. En qué sector económico desarrolla su actividad principal. (Elija la opción que corresponda. Leer alternativas)

1. Agricultura, Caza y Silvicultura
2. Explotación Minas y Canteras
3. Industrias Manufactureras
4. Electricidad, Gas y Agua
5. Construcción
6. Comercio Mayor/Menor Restaurantes – Hoteles
7. Transporte y Comunicaciones
8. Establecimientos Financieros Seguros
9. Servicios Comunales Sociales (incluye Administración Pública y Defensa, Salud, Educación, Servicios Sociales, comunitarios y personales)

P34. ¿Con cuál(es) de los siguientes bienes, en uso y funcionamiento, cuenta su hogar?

1. Vehículos para uso particular / laboral
2. Conexión a TV Cable / TV Satelital
3. Lavadora automática
4. Refrigerador
5. Calefont
6. Teléfono Fijo
7. SmartTV: Televisor con capacidad de conectarse a Internet.
8. Consola de video juegos (Play Station, Nintendo Wii, Nintendo, Xbox, etc.)
9. Computador de escritorio (PC / Desktop)
10. Computador portátil (Notebook o Laptop / Netbook / Tablet o Ipad)
11. Smartphone (Iphone, Galaxy, Palm, Blackberry, etc.)

P35. Ingreso Promedio Mensual del Hogar. (**Encuestador: respuesta es muy importante**)

Integrante Hogar	Nombre	Ingresos del trabajo	Jubilaciones o Pensiones	Subsidios	Otros
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

1.3 SECCIÓN DISPOSICIÓN A PAGAR POR ACCESO A INTERNET BANDA ANCHA POR COMPUTADOR EN EL HOGAR.

Encuestador: esta sección la deben responder TODOS LOS HOGARES, TENGAN O NO ACCESO A INTERNET. Antes de realizar los ejercicios de elección, léale o recuérdelo al encuestado las definiciones de Velocidad, Confiabilidad y Calidad de Servicio que se encuentran en las preguntas P10, P11 y P12, respectivamente.

A continuación le presentaré algunas opciones o alternativas de planes de Internet, que difieren en algunas características, como costo, velocidad, confiabilidad y calidad de servicio. Para cada grupo de 4 opciones que le presente, usted deberá señalar cuál es la opción que más le gusta.

Elección No. 1

Opción A	Me gusta más esta opción: _____
Opción B	Me gusta más esta opción: _____
Opción C	Me gusta más esta opción: _____
Opción D	Me gusta más esta opción: _____
No me gusta ninguna de las opciones anteriores: _____	

Elección No. 2

Opción A	Me gusta más esta opción: _____
Opción B	Me gusta más esta opción: _____
Opción C	Me gusta más esta opción: _____
Opción D	Me gusta más esta opción: _____
No me gusta ninguna de las opciones anteriores: _____	

2. SECCIÓN QUE DEBE RESPONDER EL MIEMBRO DEL HOGAR, ENTRE 16 Y 74 AÑOS DE EDAD, SELECCIONADO ALEATORIAMENTE PARA RESPONDER POR EL USO DE INTERNET.

2.1 CARACTERÍSTICAS DEL MIEMBRO DEL HOGAR SELECCIONADO

Q1. Estado civil actual del Entrevistado

1. Casado
2. Conviviente o Pareja
3. Anulado(a) / Divorciado(a)
4. Separado(a)
5. Viudo(a)
6. Soltero(a)

Q2. Etnia. En Chile, la ley reconoce nueve pueblos indígenas, ¿pertenece usted o es descendiente de alguno de ellos?. (Elija la opción que corresponda. Leer alternativas).

1. Aymara
2. Rapa-nui
3. Quechua
4. Mapuche
5. Atacameño
6. Coya
7. Kawaskar
8. Yagán
9. Diaguita
10. No pertenece a ningún pueblo indígena en Chile

Q3. Situación Laboral. Defina su actividad principal actual. (Elija la opción que corresponda. Leer alternativas).

1. Trabajador por cuenta propia
2. Patrón / empleador.
3. Empleado / servicio doméstico / obrero
4. Familiar no remunerado.
5. FFAA y de Orden → **Pase a Q5**
6. Cesante (busca o no trabajo). → **Pase a Q5**
7. Jubilado / pensionado. → **Pase a Q5**
8. Estudiante. → **Pase a Q5**
9. Ama de casa → **Pase a Q5**

Q4. En qué sector económico desarrolla su actividad principal. (Elija la opción que corresponda. Leer alternativas).

1. Agricultura, Caza y Silvicultura
2. Explotación Minas y Canteras
3. Industrias Manufactureras
4. Electricidad, Gas y Agua
5. Construcción
6. Comercio Mayor/Menor Restaurantes – Hoteles
7. Transporte y Comunicaciones
8. Establecimientos Financieros Seguros
9. Servicios Comunales Sociales (incluye Administración Pública y Defensa, Salud, Educación, Servicios Sociales, comunitarios y personales)

2.2 *Uso de Internet realizado por el Miembro del Hogar seleccionado*

Q5. Señale cuándo fue su uso más reciente de un computador. (seleccione una sola opción).

1. En los últimos 3 meses
2. Entre tres meses y un año
3. Más de un año → **Pase a Q7**
4. Nunca he utilizado un computador. → **Pase a Q7**

Q6. En los últimos 12 meses, utilizó un computador en su hogar?

1. Sí
2. No

Q7. Señale cuándo fue su uso más reciente del Internet. (Seleccione una sola opción).

1. En los últimos 3 meses
2. Entre tres meses y un año → **Pase a Q9**
3. Más de un año → **Pase a Q22**
4. Nunca he utilizado el Internet. → **Pase a Q22**

Q8. Señale con qué frecuencia ha utilizado el Internet en los últimos 12 meses (seleccione una sola opción)

1. Al menos una vez al día
2. Al menos una vez a la semana, pero no cada día
3. Al menos una vez al mes, pero no cada semana
4. Menos de una vez al mes.

Q9. Señale qué tipo de acceso a Internet ha utilizado últimamente (señale todos los tipos de acceso que ha utilizado el último año, tanto dentro como fuera del hogar). **Encuestador:**
Muestre nuevamente el Anexo fotográfico de Formas de Acceso a este entrevistado.

	Utilizado en último año	Utilizado en últimos 3 meses
1. <input type="checkbox"/> Banda Ancha Fija / WIFI	_____	_____
2. <input type="checkbox"/> Banda Ancha Móvil	_____	_____
3. <input type="checkbox"/> Teléfono móvil o Smartphone con acceso propio a Internet	_____	_____
4. <input type="checkbox"/> Tablet con acceso propio a Internet	_____	_____
5. <input type="checkbox"/> Conexión Satelital.	_____	_____
6. <input type="checkbox"/> Otro (especifique: _____)	_____	_____
7. <input type="checkbox"/> No sabe	_____	_____

Entre los accesos señalados, indique cuál utiliza de manera más frecuente: _____

Q10. En los últimos 12 meses, utilizó Internet en el hogar?

1. Sí
2. No → **Pase a Q12**

Q11. Señale con qué frecuencia ha utilizado el Internet en el hogar, en los últimos 12 meses (seleccione una sola opción)

1. Al menos una vez al día
2. Al menos una vez a la semana, pero no cada día
3. Al menos una vez al mes, pero no cada semana
4. Menos de una vez al mes.

Q12. Ha utilizado Internet en otros lugares distintos al hogar en los últimos 12 meses?

1. Sí
2. No → Pase a Q14.

Q13. Señale en qué otros lugares ha utilizado Internet en los últimos 12 meses (señale todas las opciones que apliquen).

1. Lugar de Trabajo (fuera del hogar)
2. Lugar de educación / capacitación
3. En el hogar de otra persona (amigos, conocidos o parientes)
4. En Infocentro o telecentro gratuitos (biblioteca, SERCOTEC, SUBTEL, Municipio o ONG).
5. En Centros de Internet pagados (por ejemplo, cybercafé)
6. Lugares comunitarios con acceso gratis a Internet (junta de vecinos, organizaciones gremiales, etc.)
7. Lugares con red Wi-fi gratis (metro, restaurantes, hoteles, cafés, estaciones de servicio, etc.)

Q14. En qué lugares le gustaría disponer de una red **Wi-Fi inalámbrica gratis** para poder utilizar Internet? (seleccione todas las opciones que apliquen).

1. Ninguno
2. Plaza Pública / parque más cercano a mi hogar
3. Paseos peatonales de la localidad
4. Municipalidad de la comuna
5. Biblioteca pública más cercana a mi hogar
6. Oficinas del Registro Civil de la comuna
7. Oficinas de correo de mi comuna
8. Postas, Consultorios, SAPU de la comuna
9. Establecimientos educacionales municipales de la comuna
10. Sede de la Junta de Vecinos
11. Terminal de buses interurbanos
12. Sede de radios locales
13. En todas las estaciones del Metro de la ciudad donde vivo.
14. Mall / Supermercado
15. Otro lugar (especifique: _____)

Entre los lugares señalados, indique cuál considera el más importante: _____

Q15. De los siguientes programas estatales de telecomunicaciones, señale aquellos que conoce, es decir, sabe en qué consisten y cuáles son sus beneficios (seleccione todas las opciones que apliquen).

1. Todo Chile Comunicado / Infraestructura Digital para la Competitividad e Innovación (IDCI)
2. Conectividad para la Educación
3. Puntos Wifi Gratuitos
4. Otro (especifique: _____)
5. No conozco ninguno de los programas señalados

Q16. Señale las actividades para las cuáles usted ha utilizado en forma particular el Internet en los últimos 3 y 12 meses, y las principales tecnologías utilizadas para realizar dicha actividad. (Señale todas las actividades que apliquen, luego marque todas las tecnologías que correspondan).

Tipo de actividad	Actividad realizada en	
	Último año	Últimos 3 meses
Adquirir Información:		
1. Acerca de bienes o servicios (precios, especificaciones, lugares de venta)		
2. Acerca de oportunidades laborales		
3. Para realizar trabajos / informes de mi actividad laboral.		
4. Para realizar tareas / informes de algún curso, materia o capacitación.		
5. Para postular a cursos / carreras / postgrados / capacitación.		
6. Relacionada con salud o servicios de salud		
7. Del gobierno u otras organizaciones (a través de sitios Web o correo electrónico)		
8. Otro tipo de información / navegación en general por sitios Web		
Comunicaciones		
9. Enviar y/o recibir correos electrónicos		
10. Utilizar redes sociales (Facebook, twitter, linkedin, etc.) / chatear, enviar mensajes instantáneos, blogs.		
11. Realizar una llamada telefónica / videoconferencia por Internet		
Actividades Recreativas		
12. Jugar en línea u obtener juegos de video o para computador.		
13. Obtener, observar o escuchar en línea: música, películas, cortometrajes o imágenes, estaciones de radio, canales de televisión.		
14. Obtener, observar o leer en línea: libros en formato digital		
15. Obtener, observar o leer en línea: periódicos o revistas en formato digital.		
Tratar con organismos del Estado (e-government)		
16. Obtener o solicitar formularios a organismos del Estado		
17. Completar formularios en línea o enviar formularios completos		
18. Realizar consultas, solicitudes o reclamos a organismos del Estado		
19. Realizar pagos en línea a organismos del Estado (impuestos, compra de certificados, etc.).		
Comercio Electrónico (e-commerce) y Emprendimiento		
20. Realizar transacciones bancarias		
21. Buscar y obtener ofertas y promociones de bienes o servicios		
22. Realizar pagos en línea de servicios básicos (agua, luz, telefonía, etc.)		
23. Vender bienes o servicios en forma ocasional (a través de sitios de subastas, por ejemplo)		

Tipo de actividad	Último año	Últimos 3 meses
24. Vender bienes o servicios de una empresa o negocio propio (a través de un sitio web de la empresa o sitio de subastas, por ejemplo).		
25. Elaborar y mantener un sitio web para una empresa o negocio propio.		
26. Comprar bienes, servicios o insumos para una empresa o negocio propio.		
27. Contactar nuevos clientes y proveedores para una empresa o negocio propio.		
Otras actividades		
28. Postular en línea a trabajos (enviar currículum)		
29. Realizar cursos o capacitación en línea (e-learning).		
30. Crear Páginas Web		
31. Obtener software, parches o actualizaciones de programas.		

Entre las actividades realizadas en los últimos doce meses, indique cuál considera la más importante: _____

Q17. Señale cuándo realizó la **última** compra u orden de bienes o servicios, para su uso personal, a través de Internet. (Seleccione una sola opción).

1. En los últimos 3 meses
2. Entre tres meses y un año → **Pase a Q19.**
3. Más de un año → **Pase a Q20.**
4. Nunca he comprado u ordenado bienes o servicios por Internet. → **Pase a Q20.**

Q18. Señale con qué frecuencia ha realizado compras por Internet, para su uso personal, en los últimos 12 meses (seleccione una sola opción)

1. Al menos una vez al día
2. Al menos una vez a la semana, pero no cada día
3. Al menos una vez al mes, pero no cada semana
4. Menos de una vez al mes.

Q19. Señale qué tipo de bienes o servicios compró u ordenó por Internet para su uso personal en los últimos 12 meses. (Leer alternativas. Seleccione todas las opciones que apliquen)

1. Cursos de capacitación / carreras / postgrado, presenciales o por Internet.
2. Libros, revistas, periódicos distribuidos en forma física o por Internet
3. Películas, cortometrajes o imágenes / música y canciones, distribuidos en forma física o por Internet
4. Ropa, zapatillas, artículos deportivos y accesorios / alimentos, alcohol o tabaco.
5. Vehículos motorizados (auto, camioneta, furgón, bus, moto, etc.).
6. Productos y artículos de limpieza para el hogar / productos y artículos de higiene y cuidado personal / medicamentos.
7. Equipos de audio y TV, electrodomésticos, muebles y artículos para el hogar.
8. Equipos de computación, accesorios o partes
9. Juegos de Video o de computadora, distribuidos en forma física o por Internet
10. Productos financieros (acciones, seguros, otros)
11. Servicios de telecomunicaciones y tecnología de información (excluyendo programas computacionales, por ejemplo, suscripción/renovación de acceso a Internet, TV pagada, servicios telefónicos, prepago Internet o telefonía móvil)
12. Equipo fotográfico, óptico o de telecomunicaciones
13. Tickets/reservas para eventos de entretenimiento (deportivos, teatro, conciertos,)
14. Productos de viaje (tickets de avión, hospedaje, alquiler de vehículo, etc.)
15. Alimentos y bebidas.
16. Otro (especificar) : _____

Encuestador: →pase a Q21.1

Q20. Señale todas las razones por las cuáles **no ha realizado** una compra u ordenado productos o servicios para su uso privado a través de Internet, en los últimos 12 meses. (Señale todas las opciones que aplican).

1. No me interesa
2. Prefiero comprar en persona o negociar personalmente con el proveedor
3. No me siento seguro entregando los detalles de mis tarjetas de crédito o débito por Internet (prefiere utilizar otro medio confiable)
4. No tengo tarjeta de crédito
5. No me siento seguro entregando datos personales por Internet (que no sea información de tarjetas de crédito o débito)
6. No me siento seguro respecto a las garantías, a recibir bienes o servicios, o a retornar bienes adquiridos por Internet
7. Falta de conocimientos, habilidades o autoconfianza
8. Otro (especificar) : _____

Entre las razones señaladas, indique cuál considera la más importante: _____

SEGURIDAD Y PRIVACIDAD DE LA INFORMACIÓN EN INTERNET

Q21.1. Señale qué actividades ha Usted realizado en los últimos 12 meses en términos de seguridad y privacidad de la información: Seleccione todas las opciones que apliquen

1. Uso de algún tipo de herramienta de protección o software (antivirus, anti spam, firewall, etc.) para proteger su computador.
2. Uso de algún software de control parental o de filtro de contenidos.
3. Ninguna de las anteriores

Q21.2. Señale qué problemas ha tenido Usted en los últimos 12 meses en términos de seguridad y privacidad de la información: Seleccione todas las opciones que apliquen

1. Ataque de algún virus (troyano o gusano) que ha dado como resultado pérdida de datos o tiempo, o daño al software o al equipo.
2. Mal uso de información personal en Internet (mal uso de videos, fotos o datos personales subidos a sitios públicos)
3. Pérdidas financieras debido a pagos fraudulentos con tarjetas de créditos o débitos.
4. Ninguno de los anteriores

Encuestador: Después de Q21.2, pase a Q29.

Q22. (Viene de Q7) Señale las razones por las que no ha utilizado Internet en los últimos 12 meses.

Relevancia

1. No sabe / no le han informado qué beneficios ofrece Internet
2. Conocen beneficios de Internet pero encuentran que no es útil para usted.
3. No le interesa utilizar Internet por razones distintas a la utilidad que tiene para usted.

Usabilidad

4. No sabe utilizar el computador y/o Smartphone
5. No sabe / no le han informado cómo utilizar Internet
6. Falta de confianza

Costo de Servicio

7. Costo del equipo o terminal (computador, notebook, tablet, smartphone, etc.) para conectarse es muy elevado
8. Costo del servicio de Internet es muy elevado

Cobertura

9. No hay / no sabe si hay oferta de servicios de Internet en la zona donde vive.
10. No tiene tiempo
11. Otro: especifique: _____

Entre las razones señaladas, indique cuál considera la más importante: _____

Q23. Aplicar solamente si en Q22 señala (1) y/o (2) y/o (3) y/o (4) y/o (5) y/o (6) como razón. ¿Ha solicitado a algún amigo, vecino, familiar o conocido que realice en Internet por usted alguna de las siguientes actividades?. Señale todas las que apliquen y cuántas veces lo ha solicitado en los últimos tres meses.

1. Imprimir alguna tarea.
2. Obtener algún formulario.
3. Obtener información de cualquier naturaleza en Internet
4. Recibir o enviar un correo electrónico.
5. Revisar alguna red social (facebook, twitter, etc.)
6. Otra actividad (especifique: _____)

Veces solicitadas en últimos tres meses

Q24. Aplicar solamente si en Q22 señala (7) como razón.Cuál es el tipo de terminal para conectarse a Internet que usted consideró principalmente que tiene un costo muy elevado en su respuesta anterior?. Señale la opción que corresponda.

1. Computador fijo (PC).
2. Laptop
3. Netbook
4. Tablet (Ipad, Galaxy Tab, Xperia Tablet, HP Palm Touchpad, etc.)
5. Smartphone (Iphone, Galaxy, Palm, Blackberry, Xperia, etc.)

¿Cuál es el costo de referencia que usted tiene de ese equipo?

_____ pesos

¿Cuánto es lo máximo que estaría dispuesto a pagar por un equipo para conectarse a Internet?

_____ pesos

Q25. Aplicar solamente si en Q22 señala (8) como razón.Cuál es el tipo de servicio de Internet que usted consideró que tiene un costo muy elevado en su respuesta anterior?. Señale la opción que corresponda.

1. Plan / Bolsa de datos (sin minutos de llamadas) PREPAGO para un dispositivo móvil (USB, Smartphone, Tablet).
2. Plan / Bolsa de datos (sin minutos de llamadas) CONTRATO para un dispositivo móvil (USB, Smartphone, Tablet).
3. Plan Multimedia para Smartphone.
4. Plan Internet para Tablet
5. Internet Banda Ancha Fija desnuda (sin TV cable o Telefonía fija)
6. Internet Banda Ancha Fija + TV Cable
7. Internet Banda Ancha Fija + Telefonía Fija
8. Internet Banda Ancha Fija + TV Cable + Telefonía Fija

¿Cuál es el costo de referencia que usted tiene de ese servicio?

_____ pesos

¿Cuánto es lo máximo que estaría dispuesto a pagar por un equipo de acceso a Internet?

_____ pesos

- Q26. Aplicar solamente si en Q22 señala (7) y/o (8) como razón.** Suponga que le ofrecen para su uso personal un computador (PC, Desktop, Notebook / Laptop, Netbook ó Tablet) junto con el servicio para conectarlo a Internet, a los costos referenciales que le señalaremos a continuación, ¿a esos costos, le gustaría adquirir el computador y la conexión a Internet?

Pago único por un Computador estándar (2 GB de RAM, disco duro 500 Gigabites, 3 Megaherzts)	Costo mensual de la Conexión a Internet de 4 Mbps de velocidad		
	\$14.000 pesos/mes	\$10.000 pesos/mes	\$ 6.000 pesos/mes
\$ 100.000 pesos			
\$ 50.000 pesos			

Encuestador: para cada combinación de costos (celda) de la tabla anterior solicite al encuestado que elija solamente una de las siguientes opciones:

1. Sí, me gustaría adquirir el computador y la conexión a Internet.
2. Me gustaría adquirir el computador pero sin el servicio de conexión a Internet.
3. Me gustaría adquirir el servicio de conexión a Internet pero sin el computador.
4. No me gustaría adquirir ni el computador ni la conexión a Internet.
5. No sabe

- Q27. Aplicar solamente si en Q22 señala (7) y/o (8) como razón.** Suponga ahora que usted tiene la oportunidad de recibir en forma gratuita un computador junto con una conexión a Internet para su uso personal. ¿Qué tipo de computador y conexión a Internet le gustaría recibir? (Marque con una X la opción que más le gustaría del cuadro)

Tipo de Computador para el hogar	Tipo de Conexión a Internet para el hogar	
	De alta velocidad pero sólo puede usarse en el Hogar (acceso Internet fijo)	De menor velocidad pero puede usarse dentro y fuera del hogar (acceso Internet móvil)
Computador de escritorio (PC, Desktop)		
Notebook / Laptop, Netbook (PC portátil)		
Tablet		

- Q28. Aplicar solamente si en Q22 señala (9) como razón.**
¿Qué tipo de oferta de servicio de Internet le gustaría que existiera en la zona donde vive?

1. Internet Banda Ancha Fija
2. Internet Móvil
3. Internet Banda Ancha Fija e Internet Móvil
4. No sabe

2.3 **Uso de Internet y Emprendimiento EN ZONA RURAL**

Q29. Solo si encuesta se realiza en ZONA RURAL (caso contrario pase directamente a Sección 3 OBSERVACIONES):

¿Realiza usted algún negocio propio o actividad productiva propia en la que comercializa o vende bienes o servicios?

1. Sí → Pase a **Q30**
2. No → Pase a **Sección 3 (OBSERVACIONES)**.

Q30. ¿Realiza alguno de los siguientes negocios o actividades productivas para su propio beneficio? (señale todas las que apliquen)

1. Agricultura (hortalizas, frutas, cereales, etc.)
2. Forestal (plantación y corte de árboles, producción de leña y carbón de leña)
3. Ganadería (cría de vacas, ovejas, cabras, cerdos, caballos, etc.)
4. Producción de leche y/o productos lácteos (quesos, mantequilla, etc.)
5. Apicultura (cría de panales de abejas y producción de miel, cera, etc.)
6. Minería (extracción de mineral de cobre, hierro, oro, etc.)
7. Hotelería y Turismo (hospedaje, arriendo de caballos, kayak, canopy, etc.)
8. Pesca
9. Agroindustria (mermeladas, conservas, frutos deshidratados, etc.)
10. Artesanías
11. Comercio (compra y venta de productos)
12. Transporte (taxi, colectivo, bus, furgón escolar, etc.)
13. Otro (especifique: _____)

Entre las actividades señaladas, indique cuál considera la más importante: _____

Q31. ¿Realizó órdenes de compra de bienes y servicios para su negocio o actividad productiva a través de Internet, en los últimos 12 meses?

1. Sí
2. No

Q32. ¿Realizó ventas o recibió órdenes de compra de bienes y servicios de su negocio o actividad productiva a través de Internet, en los últimos 12 meses?

1. Sí
2. No → Pase a **Q34**.

Q33. ¿Qué beneficios considera usted que obtuvo para su negocio o actividad productiva por las ventas realizadas a través de Internet en los últimos 12 meses? (señale todos los que apliquen)

1. Redujo el tiempo de las transacciones
2. Aumentó la calidad del servicio a nuestros clientes
3. Redujo los costos del negocio
4. Aumentó el volumen de ventas y/o el número de clientes
5. Nos mantuvo competitivos / a la par con nuestros competidores
6. Aumentó capacidad de identificar y focalizar a nuestros clientes
7. Otro (especifique: _____)
8. Ninguno

Encuestador: → Pase a **Q35**.

Q34. ¿Qué factores evitaron o limitaron que realice ventas de bienes o servicios de su negocio o actividad productiva a través de Internet, en los últimos 12 meses?

1. Los productos o servicios de mi negocio o actividad productiva no son susceptibles de venderse a través de Internet.
2. Por considerarlo inseguro para realizar ventas.
3. Porque mis clientes lo consideran inseguro para realizar compras.
4. Prefiero mantener el actual modelo de negocio para las ventas (mantener la interacción cara a cara, por ejemplo)
5. El nivel de compras de clientes a través de Internet es muy bajo o insuficiente
6. Desconocimiento o dudas del marco legal o regulatorio vigente para realizar ventas a través de Internet
7. Costos para desarrollar y/o mantener un canal de ventas por Internet son muy elevados
8. Falta de empleados con conocimientos y capacidades para desarrollar, mantener o usar la tecnología necesaria para vender a través de Internet.
9. No es relevante – actualmente estamos desarrollando o hemos planificado tener muy pronto un canal de ventas a través de Internet.
10. No tengo Internet.
11. Otro (especifique: _____)

Q35. ¿Le interesaría utilizar Internet para realizar ventas y compras, promocionar productos, contactar nuevos clientes, etc. para nuevos negocios o actividades que tenga planificado emprender en los próximos doce meses?

1. Sí, me interesaría utilizar Internet en los nuevos negocios o actividades.
2. No me interesa utilizar Internet en los nuevos negocios o actividades.
3. No tengo planificado emprender nuevos negocios o actividades en los próximos doce meses.
4. No sabe.

Sección 3. OBSERVACIONES (relevantes referidas a la encuesta, que complementen información levantada)

FONO DEL ENTREVISTADO: _____

ENCUESTADOR: _____

FECHA: _____ / _____ / 2013



REGION METROPOLITANA
URBANA No. 1



ALTERNATIVAS DE ELECCIÓN No. 1 (elija una de las opciones)

OPCION A		OPCION B	
Costo mensual (pesos):	13,000	Costo mensual (pesos):	16,000
Velocidad:	Lenta	Velocidad:	Muy Rápida
Confiabilidad:	Muy Confiable	Confiabilidad:	Muy Confiable
Usar conexión fuera hogar:	No Incluido	Usar conexión fuera hogar:	Incluido

OPCION C		OPCION D	
Costo mensual (pesos):	16,000	Costo mensual (pesos):	38,000
Velocidad:	Muy Rápida	Velocidad:	Muy Rápida
Confiabilidad:	Muy Confiable	Confiabilidad:	Poco Confiable
Usar conexión fuera hogar:	Incluido	Usar conexión fuera hogar:	No Incluido

ALTERNATIVAS DE ELECCIÓN No. 2 (elija una de las opciones)

OPCION A		OPCION B	
Costo mensual (pesos):	14,000	Costo mensual (pesos):	30,000
Velocidad:	Lenta	Velocidad:	Rápida
Confiabilidad:	Muy Confiable	Confiabilidad:	Muy Confiable
Calidad Asistencia Técnica:	Regular	Calidad Asistencia Técnica:	Excelente

OPCION C		OPCION D	
Costo mensual (pesos):	7,000	Costo mensual (pesos):	26,000
Velocidad:	Rápida	Velocidad:	Muy Rápida
Confiabilidad:	Muy Confiable	Confiabilidad:	Muy Confiable
Calidad Asistencia Técnica:	Regular	Calidad Asistencia Técnica:	Excelente

ALTERNATIVAS DE ELECCIÓN No. 3 (elija una de las opciones)

OPCION A		OPCION B	
Costo mensual (pesos):	22,000	Costo mensual (pesos):	26,000
Velocidad:	Rápida	Velocidad:	Muy Rápida
Confiabilidad:	Poco Confiable	Confiabilidad:	Muy Confiable
Capacitación en Línea:	Incluido	Capacitación en Línea:	No Incluido

OPCION C		OPCION D	
Costo mensual (pesos):	11,000	Costo mensual (pesos):	26,000
Velocidad:	Lenta	Velocidad:	Muy Rápida
Confiabilidad:	Poco Confiable	Confiabilidad:	Muy Confiable
Capacitación en Línea:	No Incluido	Capacitación en Línea:	Incluido

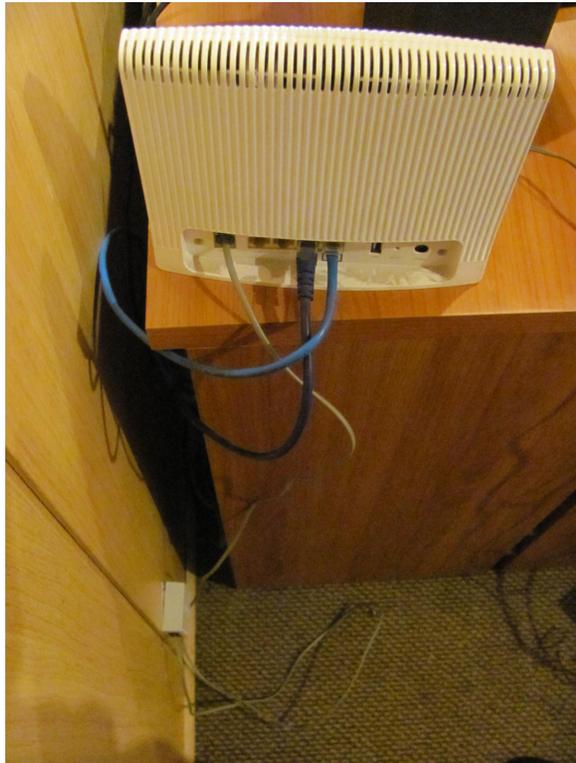
Anexo Fotográfico: Dispositivos usados para el acceso a Internet

Subsecretaría de Telecomunicaciones



**Gobierno
de Chile**

(1) Banda Ancha Fija – Acceso Telefónico – 1a



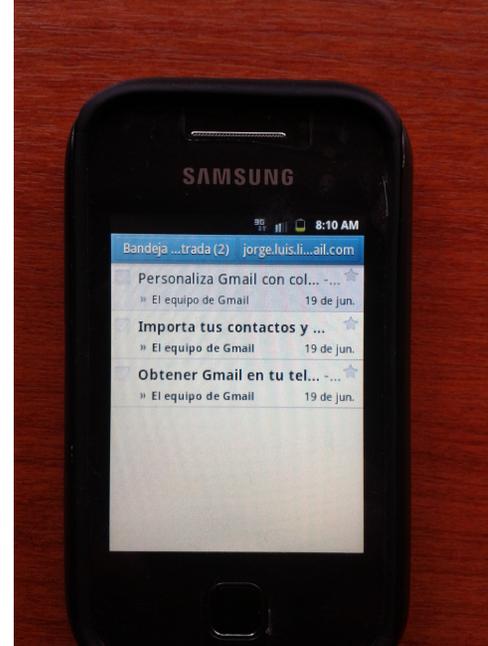
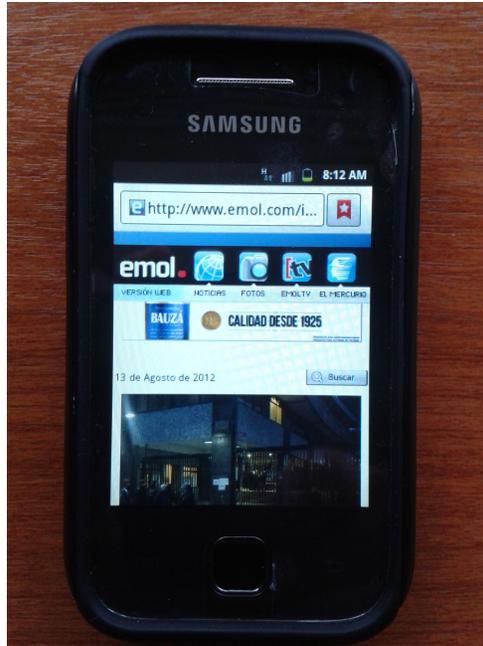
(1) Banda Ancha Fija – Acceso Cable – 1b



(2) Banda Ancha Móvil – USB



(3) Smartphone – Navegación Directa – 3a



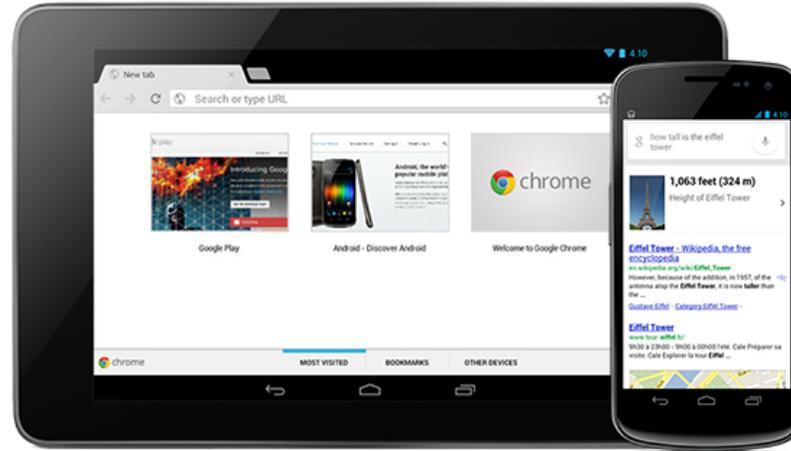
(3) Smartphone – Tethering (utiliza smartphone para conectar computador) – 3b



(4) Tablet con acceso propio a Internet (con SIM Card de operador móvil)



Tablet con SIM Card



Tablet (izquierda) vs. Smartphone (derecha)



(5) Conexión Satelital - VSAT



Gracias.



Subsecretaría de
Telecomunicaciones

Gobierno de Chile