

Departamento de Economía
Universidad de Chile



INFORME FINAL

“Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones”

Subsecretaría de Telecomunicaciones



Contenido

1	Presentación	10
1.1	Introducción.....	10
1.2	Objetivos	10
1.2.1	Objetivo General.....	10
1.2.2	Objetivos Específicos	11
2	Aspectos Metodológicos	12
2.1	Cobertura del Estudio	12
2.2	Unidad de Análisis	12
2.3	Instrumento de Recolección de Datos	12
2.4	Tipo de Aplicación.....	12
2.5	Selección de Unidades	13
2.6	Descripción del Diseño	13
2.7	Muestreo	13
2.8	Unidades muestrales	14
2.9	Margen de error muestral	14
2.10	Expansión y Corrección Poblacional	14
2.11	Descripción de la Muestra	15
2.11.1	Muestra entrevistada según Sexo, Edad y GSE	15
2.11.2	Muestra por Zonas	16
2.11.3	Muestra por Zona: Resto del país.....	16
2.12	Hogares y Usuarios	17
3	Resumen General	18
4	Resultados Generales.....	19
4.1	Penetración	19
4.2	Servicios por Hogar	27
4.3	Antigüedad de los Servicios	33
5	Teléfono Fijo.....	34
5.1	Compañías.....	34
5.2	Servicios Contratados.....	37
6	Servicio de Larga Distancia	38
6.1	Compañías.....	38
6.2	Tipo de Uso.....	40
7	Celulares	42
7.1	Compañías.....	42
7.2	Servicios.....	44
8	Internet	46
8.1	Compañías.....	46
8.2	Servicios.....	48
9	Televisión Pagada.....	50
9.1	Compañías.....	50
10	General.....	54
10.1	Problemas	63
10.2	Reclamos	66



10.3	¿Contra quien reclamó?	68
10.4	Resolución de los problemas	69
11	Teléfono	71
11.1	Satisfacción	71
11.2	Problemas y Reclamos	75
11.3	Solución del Problema	76
12	Llamadas de Larga Distancia	80
12.1	Satisfacción	80
12.2	Problemas y Reclamos	84
12.3	Solución	85
13	Celulares	89
13.1	Satisfacción	89
13.2	Problemas y Reclamos	93
13.3	Solución del Problema	95
13.4	Problemas con el Servicio y Reclamos	95
14	Internet	99
14.1	Satisfacción	99
14.2	Problemas y Reclamos	103
14.3	Solución	104
15	Televisión Pagada	108
15.1	Satisfacción	108
15.2	Problemas y Reclamos	112
15.3	Solución	113
16	Derecho de los Consumidores	117
16.1	Conocimiento de Derechos	117
16.2	Instituciones	118
16.3	Ranking de Instituciones	119
17	Internet	121
17.1	Uso de Internet	121
17.2	Cyber Café	124
17.3	Tipo de Uso de Internet	127
17.4	Tipo de computador	132
17.5	Cantidad de Computadores conectados a internet	134
17.6	Personas que Usan Internet en el Hogar	135
17.7	Velocidad de Conexión	137
17.8	Pruebas de Velocidad	138
17.9	Tipo de Medición de Velocidad	141
17.10	Ocasión en que tiene problemas de velocidad	142
17.11	Horario en que hay problemas de lentitud	147
18	Análisis de la Satisfacción y Recomendaciones	149
18.1	Recomendaciones:	150
19	ANEXOS	151
19.1	Cambios En El Formulario Aplicación Julio – Octubre	151

Tablas

Tabla 2.1: Distribución de la Muestra según Sexo	15
Tabla 2.2: Distribución de la Muestra según Tramo de edad.....	15
Tabla 2.3: Distribución de la Muestra según Nivel socioeconómico	16
Tabla 2.4: Distribución de la Muestra según Zona de estudio	16
Tabla 2.5: Distribución de la Muestra Zona 5 (Resto del país)	16
Tabla 2.6: Distribución de Servicios en la Muestra	17
Tabla 4.1: Distribución de hogares según Disponibilidad de Servicio	19
Tabla 4.2: Distribución de hogares según Disponibilidad de Servicio	20
Tabla 4.3: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y	22
Tabla 4.4: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y	22
Tabla 4.5: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Agrupación de regiones (Respuesta Múltiple) - Noviembre 2007	23
Tabla 4.6: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Agrupación de regiones (Respuesta Múltiple) - Junio 2007	23
Tabla 4.7: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Ruralidad	25
Tabla 4.8: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Ruralidad	25
Tabla 4.9: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y	26
Tabla 4.10: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y	26
Tabla 4.11: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Zona de estudio- Noviembre 2007	28
Tabla 4.12: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Zona de estudio- Junio 2007	28
Tabla 4.13: Número de servicios disponibles promedio por hogar según	29
Tabla 4.14: Número de servicios disponibles promedio por hogar según	29
Tabla 4.15: Número de servicios disponibles promedio por hogar según	29
Tabla 4.16: Número de servicios disponibles promedio por hogar según	29
Tabla 4.17: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y	30
Tabla 4.18: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y	31
Tabla 4.19: Antigüedad promedio de los servicios (en años) según Zona de estudio	33
Tabla 5.1: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Proveedor del servicio y Zona de estudio	34
Tabla 5.2: Distribución de hogares con Telefonía Fija según	36
Tabla 5.3: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Proveedor del servicio y Nivel socioeconómico	36
Tabla 5.4: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Plan tarifario contratado y Zona de estudio	37
Tabla 6.1: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Proveedor y Zona de estudio	38
Tabla 6.2: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Proveedor del servicio y Ruralidad	40
Tabla 6.3: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Empresa portadora y Destino de la llamada	40
Tabla 6.4: Distribución de servicios contratados de larga distancia según Empresa portadora y Modalidad de pago	41



Tabla 7.1: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Zona de estudio	42
Tabla 7.2: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Ruralidad.....	43
Tabla 7.3: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio de y Nivel socioeconómico.....	44
Tabla 7.4: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Tipo de contrato y Zona de estudio.....	44
Tabla 7.5: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según.....	45
Tabla 7.6: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Tipo de contrato y Nivel socioeconómico.....	45
Tabla 8.1: Distribución de servicios de Internet según Proveedor y Zona de estudio.....	46
Tabla 8.2: Distribución de servicios de Internet según Proveedor y Ruralidad	48
Tabla 8.3: Distribución de servicios de Internet según Tipo de Servicio y.....	48
Tabla 8.4: Distribución de servicios de Internet según Tipo de Servicio y.....	49
Tabla 8.5: Distribución de servicios de Internet según Tipo de Servicio y.....	49
Tabla 9.1: Distribución de servicios de TV Pagada según Proveedor y	50
Tabla 9.2: Distribución de servicios de TV Pagada según Proveedor del servicio y.....	51
Tabla 9.3: Distribución de servicios de TV Pagada según Tipo de servicio contratado y Zona de estudio	52
Tabla 9.4: Distribución de servicios de TV Pagada según Tipo de servicio contratado y Zona de estudio	52
Tabla 9.5: Distribución de servicios de TV Pagada según.....	53
Tabla 10.1: Distribución de usuarios según Tipo de servicio contratado y Nivel de satisfacción- Noviembre 2007	54
Tabla 10.2: Distribución de usuarios según Tipo de servicio contratado y Nivel de satisfacción- Junio 2007	55
Tabla 10.3: Distribución de usuarios de servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Tipo de usuario.....	56
Tabla 10.4: Distribución de usuarios de servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Zona de estudio	57
Tabla 10.5: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Ruralidad - Noviembre 2007	59
Tabla 10.6: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Sexo.....	61
Tabla 10.7: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Grupo Etéreo	62
Tabla 10.8: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas- Noviembre 2007.....	63
Tabla 10.9: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas- Junio 2007	64
Tabla 10.10: Distribución de servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas	65
Tabla 10.11: Distribución de usuarios que tuvieron problemas según Tipo de Servicio y Ocurrencia de Reclamo.....	66
Tabla 10.12: Distribución de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de Servicio y Reclamo.....	68
Tabla 11.1: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Aspecto y.....	71

Tabla 11.2: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Nivel de satisfacción con los distintos aspectos relacionados con el cobro	73
Tabla 11.3: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Ocurrencia de problemas, Reclamos y Zona de estudio.....	75
Tabla 11.4: Distribución Usuarios de Telefonía Fija que Reclamaron según Destinatario del reclamo y Zona de estudio	75
Tabla 11.5: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija que Reclamaron según Tipo de reclamo y Zona de estudio	76
Tabla 11.6: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija que Reclamó según Resultado del Reclamo y Zonas.....	77
Tabla 12.1: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Servicio	80
Tabla 12.2: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Sistema de cobranza	82
Tabla 12.3: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia según Ocurrencia de Problemas de Telefonía de Larga distancia, Reclamos y Zonas.....	84
Tabla 12.4: Distribución Usuarios de Telefonía Larga Distancia que Reclamaron según Destinatario del reclamo y Zona de estudio	84
Tabla 12.5: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia que Reclamaron según Tipo de Reclamo y Zonas	85
Tabla 12.6: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia que reclamaron según Resultado del reclamo y Zona de estudio	86
Tabla 13.1: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Servicio	89
Tabla 13.2: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular según Aspecto del y Nivel de satisfacción con el Sistema de Cobranza.....	91
Tabla 13.3: Distribución de Usuarios de Celulares según Ocurrencia de problemas, Reclamos y Zona de estudio.....	93
Tabla 13.4: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron según Destino del Reclamo y Agrupación de regiones	94
Tabla 13.5: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron según Tipo de Reclamo y Zona de estudio.....	94
Tabla 13.6: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron según Resultado del reclamo y Zona de estudio.....	95
Tabla 13.7: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron posteriormente según Organismo receptor del reclamo y Zona de estudio.....	96
Tabla 14.1: Distribución de Usuarios de Internet según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Servicio	99
Tabla 14.2: Distribución de Usuarios de Internet según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Sistema de cobranza.....	101
Tabla 14.3: Distribución de Usuarios de Servicios de Internet según Ocurrencia de Problemas de Servicios de Internet, Reclamos y Zonas.....	103
Tabla 14.4: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Destino del Reclamo y Zona de estudio.....	104
Tabla 14.5: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Tipo de Reclamo y Zona de estudio	104
Tabla 14.6: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Resultado del Reclamo, Apelación y Zona de estudio	105



Tabla 15.1: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Servicio	108
Tabla 15.2: Distribución de Usuarios de Servicios de Televisión Pagada según Aspecto del Servicio (cobros) y Satisfacción con el Servicio	110
Tabla 15.3: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada según Ocurrencia de Problemas, Reclamos y Zona de estudio	112
Tabla 15.4: Distribución de Usuarios de Servicios de Televisión Pagada que reclamaron según Destino del reclamo y Zona de estudio.....	112
Tabla 15.5: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada que reclamaron según Tipo de reclamo y Zona de estudio	113
Tabla 15.6: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada que reclamaron según Resultado del reclamo y Zona de estudio.....	114
Tabla 15.7: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada que reclamaron según Apelación y Zona de estudio	114
Tabla 16.1: Distribución de Usuarios según Conocimiento de los Derechos del Consumidor (Respuesta Espontánea).....	117
Tabla 16.2: Distribución de Usuarios según Conocimiento de los Derechos del Consumidor (Respuesta Asistida).....	118
Tabla 16.3: Distribución de Usuarios que declaran conocer las instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor (Respuesta Espontánea)	119
Tabla 16.4: Distribución de Usuarios que declaran conocer las instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor (Respuesta Asistida)	119
Tabla 16.5: Distribución de Usuarios que declaran conocer las Instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor según Lugar de importancia	120
Tabla 17.1: Porcentaje que ha usado Internet en el último mes por zona y lugar de uso	121
Tabla 17.2 :Porcentaje que ha usado Internet en el último mes por área y lugar de uso	122
Tabla 17.3 : Porcentaje que ha usado Internet en el último mes por sexo y lugar de uso	122
Tabla 17.4 : Porcentaje que ha usado Internet en el último mes por edad y lugar de uso	123
Tabla 17.5 : Porcentaje que ha usado Internet en el último mes por Nivel Socioeconómico y lugar de uso	124
Tabla 17.6 : Porcentaje que ha ido a un Cyber Café para usar Internet en el último mes por zona y frecuencia	125
Tabla 17.7 : Porcentaje que ha ido a un Cyber Café para usar Internet en el último mes por área y frecuencia.....	125
Tabla 17.8 : Porcentaje que ha ido a un Cyber Café para usar Internet en el último mes por zona y frecuencia	126
Tabla 17.9 : Porcentaje que ha ido a un Cyber Café para usar Internet en el último mes por edad y frecuencia	126
Tabla 17.10 : Porcentaje que ha ido a un Cyber Café para usar Internet en el último mes por nivel socioeconómico y frecuencia	127
Tabla 17.11 : Porcentaje que ha usado Internet según zona y tipo de uso.....	128
Tabla 17.12 : Porcentaje que ha usado Internet según área y tipo de uso	129
Tabla 17.13 : Porcentaje que ha usado Internet según sexo y tipo de uso	130
Tabla 17.14 : Porcentaje que ha usado Internet según edad y tipo de uso.....	131

Tabla 17.15 : Porcentaje que ha usado Internet según nivel socioeconómico y tipo de uso	132
Tabla 17.16 : Porcentaje de hogares que posee computador según zona y tipo de computador.....	133
Tabla 17.17 : Porcentaje de hogares que posee computador según área y tipo de computador.....	133
Tabla 17.18 : Porcentaje de hogares que posee computador según nivel socioeconómico y tipo de computador.....	134
Tabla 17.19 : Porcentaje de hogares con computador según zona y cantidad de computadores.....	134
Tabla 17.20 : Porcentaje de hogares con computador según área y cantidad de computadores.....	135
Tabla 17.21 : Porcentaje de hogares con computador según nivel socioeconómico y cantidad de computadores.....	135
Tabla 17.22 : Porcentaje de personas que usa Internet en el hogar según zona y cantidad de personas.....	136
Tabla 17.23 : Porcentaje de personas que usa Internet en el hogar según área y cantidad de personas.....	136
Tabla 17.24 : Porcentaje de personas que usa Internet en el hogar según nivel socioeconómico y cantidad de personas.....	137
Tabla 17.25 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según zona y velocidad de conexión	137
Tabla 17.26 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según área y velocidad de conexión	138
Tabla 17.27 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según nivel socioeconómico y velocidad de conexión	138
Tabla 17.28 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según zona y frecuencia en el desarrollo de pruebas de velocidad	139
Tabla 17.29 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según sexo y frecuencia en el desarrollo de pruebas de velocidad	139
Tabla 17.30 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según edad y frecuencia en el desarrollo de pruebas de velocidad	140
Tabla 17.31 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según nivel socioeconómico y frecuencia en el desarrollo de pruebas de velocidad	140
Tabla 17.32 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según zona y frecuencia en el tipo de pruebas de velocidad	141
Tabla 17.33 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según sexo y frecuencia en el tipo de pruebas de velocidad	141
Tabla 17.34 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según edad y frecuencia en el tipo de pruebas de velocidad	142
Tabla 17.35 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según nivel socioeconómico y frecuencia en el tipo de pruebas de velocidad	142
Tabla 17.36 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según zona y ocasión en que hay problemas de lentitud	143
Tabla 17.37 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según área y ocasión en que hay problemas de lentitud	144
Tabla 17.38 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según sexo y ocasión en que hay problemas de lentitud	145



Tabla 17.39 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según edad y ocasión en que hay problemas de lentitud	146
Tabla 17.40 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según nivel socioeconómico y ocasión en que hay problemas de lentitud	147
Tabla 17.41 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según zona y horario en que hay problemas de lentitud	147
Tabla 17.42 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según nivel socioeconómico y horario en que hay problemas de lentitud.....	148

1 Presentación

1.1 Introducción

La protección hacia los usuarios y el resguardo en la calidad de los servicios públicos es una prioridad para el actual Gobierno. La SUBTEL, en el marco de su función de control y supervigilancia establecido en la Ley 18.168, es una de las instituciones encargadas de velar que esos objetivos sean alcanzados en los servicios de telecomunicaciones.

La evaluación y grado de satisfacción de los usuarios es uno de los aspectos centrales para conocer en qué medida dichos objetivos son logrados. Esto, aunque común a todos los servicios públicos, es prioritario para los servicios de telecomunicaciones debido al carácter ampliamente dinámico del mercado, al uso crecientemente masivo de los servicios y al lugar central que éstos ocupan en la vida diaria de los ciudadanos. Además, la asimetría de información entre los usuarios y las compañías proveedoras hace del sector de las telecomunicaciones un área proclive al abuso. Por lo tanto, el tener información directa de los usuarios es un aspecto esencial para la SUBTEL con el propósito de implementar políticas y acciones que favorezcan su protección y que mejoren la calidad de los servicios.

En este marco, la SUBTEL ha implementado una tercera “Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones” como un seguimiento a una encuesta similar desarrollada en Noviembre de 2006 y a otra encuesta aplicada en Junio de 2007. En esta tercera encuesta se introdujo un módulo sobre uso de internet y se eliminó un módulo sobre uso de televisión abierta que había sido aplicado en la encuesta anterior. En relación a los módulos de penetración y satisfacción con los servicios, prácticamente no hubo cambios a los cuestionarios¹. Del mismo modo, la metodología de selección de la muestra fue mantenido inalterable con respecto a la encuesta anterior.

Esta tercera aplicación entregará como producto un instrumento y una metodología que la SUBTEL aplicará con regularidad en el futuro como parte de su política permanente de medición de la calidad, equidad, competitividad de las empresas de telecomunicaciones y la protección social de los consumidores de estos servicios.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

¹ Para un mayor detalle de los cambios al cuestionario entre la segunda y la tercera encuestas, remitirse a la sección Anexo.



El objetivo del estudio es medir el grado de satisfacción de la ciudadanía respecto de los servicios de telecomunicaciones que le son provistos por las empresas del sector.

1.2.2 Objetivos Específicos

Conocer la opinión y el nivel de satisfacción de los usuarios de algunos tipos de servicios de telecomunicaciones utilizados, tales como: telefonía móvil, telefonía local, telefonía de larga distancia, acceso a Internet y televisión pagada.

Conocer la percepción respecto del nivel de calidad comercial y técnica de las prestaciones recibida por los usuarios de los distintos tipos de servicios de telecomunicaciones.

Desarrollar sugerencias para establecer una metodología de medición de la satisfacción de usuarios.

2 Aspectos Metodológicos

2.1 Cobertura del Estudio

La cobertura del estudio es nacional, orientado a la población residente en viviendas particulares ocupadas con personas presentes.

2.2 Unidad de Análisis

La unidad de análisis es tanto el usuario de servicios de telecomunicaciones como los hogares particulares. En general, los aspectos relacionados con cobertura de servicios fueron analizados a nivel de hogar y los aspectos de satisfacción a nivel de usuarios.

La selección dentro del hogar fue realizada usando un procedimiento aleatorio sistemático en base a la Tabla Kish considerando a todos los miembros del hogar mayores de 18 años, presentes o no presentes al momento de la entrevista, como potenciales entrevistados. En el caso de que el miembro del hogar seleccionado no se encontraba presente al momento de la visita, el hogar no fue reemplazado, sino que re-visitado hasta completar la entrevista. De este modo se intentó mantener lo más intacto posible el diseño original.

2.3 Instrumento de Recolección de Datos

El instrumento de recolección de datos fue una versión corregida y ampliada de aquél aplicado en Junio de este año. Por lo tanto, existe una gran similitud entre ambos instrumentos de tal forma de permitir un grado amplio de comparación entre los resultados de ambas mediciones.

2.4 Tipo de Aplicación

La aplicación de la encuesta fue realizado por medio de PDA (Personal Digital Assistant), programada con el software de origen canadiense Entryware Professional v4.1. Con este método se buscaba mejorar la confiabilidad de la información recolectada, al trasladar a la máquina el control de circuito lógico de la entrevista, dejando al entrevistador sólo la responsabilidad de aplicar correctamente los conceptos y definiciones, además, Entryware permite validar en tiempo real los datos que proporciona el entrevistado, esto es, en cuando al rango aceptado de respuesta a cada pregunta y la coherencia de las respuestas a preguntas dependientes de anteriores.

Entryware permitió además aleatorizar el orden de las categorías de respuesta para evitar los sesgos relacionados con el orden o posición de cada categoría de respuesta. Se observa frecuentemente que los entrevistados retienen más fácilmente las categorías que ocupan los primeros o últimos lugares de una lista de respuestas. También se permitió la aleatorización de los módulos de tal forma de distribuir de manera más equitativa el efecto



de fatiga que producía la encuesta en los casos en que existían muchos de los servicios dentro del hogar.

2.5 Selección de Unidades

La selección de las viviendas a encuestar se efectuó en dos etapas: en una primera etapa se seleccionó un conjunto de manzanas con probabilidad proporcional a su tamaño dentro de las comunas seleccionadas para realizar el pretest, y a continuación, las viviendas fueron seleccionadas al interior de las manzanas en forma de bloque móvil, definido por un conjunto de cinco viviendas contiguas, donde la primera es seleccionada aleatoriamente con probabilidad igual y las cuatro restantes, son las viviendas vecinas según el orden de la hoja de empadronamiento.

Para efectos de mantener una alta comparabilidad con la encuesta de Junio, se decidió seleccionar una vivienda contigua a las viviendas seleccionadas en la primera encuesta dentro del bloque móvil. De esta manera, se incrementaba las probabilidades de obtener muestras equivalentes.

La selección de la persona a entrevista fue aleatoria en base a la Tabla Kish.

2.6 Descripción del Diseño

El método aplicado en la encuesta fue probabilístico, estratificado, de conglomerados, multietápico y con una aplicación del método aleatorio simple sistemático en la selección de las unidades a encuestar.

Se utilizó un muestreo estratificado según la conjunción de las variables Zona y Área de Residencia (Urbana – Rural). La selección de la muestra fue por conglomerados, lo que permitió mejorar la calidad del levantamiento de los datos, ya que por una parte, facilita la identificación de los hogares a encuestar, y por otra, reduce el tiempo y costo de desplazamiento de los entrevistadores.

La aplicación del método aleatorio simple sistemático, en donde cada hogar tiene la misma probabilidad de ser seleccionado, permitió dispersar mejor la muestra en cada entidad seleccionada.

El método de selección de las unidades muestrales fue multietápico debido a la existencia de más de un nivel de sorteo.

Por último, cabe consignar que la unidad básica de muestreo fue el hogar, agrupación social que permite obtener información respecto al individuo, que constituye la unidad de análisis de este estudio.

2.7 Muestreo

El muestreo fue realizado en forma aleatoria simple dentro de los 10 estratos definidos por el cruce entre cinco zonas geográficas y la condición de urbana o rural de los hogares.



Los tamaños muestrales fueron definidos de tal forma de garantizar alta representatividad al interior de cada una de estas zonas. Dentro de la Zona 5 'Resto del País' se sortearon comunas aleatorias con probabilidad proporcional al tamaño. De esta forma se garantiza una alta representatividad al interior de la zona en su conjunto y de la Región Metropolitana en particular. Cabe recalcar que el diseño no fue realizado para extraer conclusiones al interior de las Regiones Geográficas que no corresponden a algunas de las zonas con la excepción de la Región Metropolitana.

2.8 Unidades muestrales

El muestreo es multietápico y la selección fue hecha en tres etapas. Las unidades muestrales fueron: la Comuna (parte urbana o rural según corresponda), la Manzana Censal (en el área urbana) o Entidad Poblada (en el área rural) y el Hogar Particular.

Las Unidades Primarias de Muestreo (UPM), se seleccionaron con probabilidad proporcional a su tamaño, medido éste en cantidad de hogares particulares.

La selección de las Unidades Secundarias de Muestreo (USM), las manzanas, fue hecha con probabilidad igual.

Y finalmente, la selección de los hogares fue hecha con probabilidad igual. En el área urbana, en cada manzana se seleccionaron en promedio 5 hogares, y en el área rural, en cada entidad se seleccionaron en promedio 10 hogares.

2.9 Margen de error muestral

Estos tamaños muestrales han sido calculados en forma aproximada, bajo los siguientes supuestos: M.A.S. (Muestreo Aleatorio Simple), para Estimador de Proporción, Nivel de Confianza de 95% y Varianza Máxima ($p = q = 0,5$). La expresión que relaciona el error con el tamaño muestral es la siguiente:

$$e = t * \sqrt{\frac{p * q}{n}}$$

Donde:

- e : error muestral
- t : coeficiente de confianza ($t = 1,96$ para un 95% de confianza)
- p : proporción a estimar ($p = q = 0,5$ considerando varianza máxima)
- n : tamaño muestral

2.10 Expansión y Corrección Poblacional

Los datos de la muestra fueron expandidos y corregidos según proyecciones oficiales de población del INE a Noviembre de 2007. La expansión de la muestra consiste en calcular el ponderador correspondiente a cada observación de acuerdo a la probabilidad de selección que tuvo al momento de ser seleccionada. La corrección de población fue

realizada en base a dos variables: Sexo y Tramo de edad para reproducir de la mejor forma posible la distribución de la población en estudio observada en las mismas proyecciones censales. Debido a que la encuesta contiene información analíticamente relevante a nivel de hogares y otra analíticamente relevante a nivel de individuos (usuarios), se calcularon dos tipos de factores de expansión (para los hogares e individuos).

2.11 Descripción de la Muestra

Se lograron realizar 2.041 encuestas en esta segunda aplicación, 41 más de las 2.000 inicialmente planificadas, distribuidas en las diferentes zonas. Con la excepción de la variable de sexo, las otras variables socio demográficas mantuvieron distribuciones en la muestra bastante similares a las existentes en la población, lo que indica que la aleatorización de la selección funcionó razonablemente bien.

2.11.1 Muestra entrevistada según Sexo, Edad y GSE²

Tabla 2.1: Distribución de la Muestra según Sexo

SEXO	Distribución de la Muestra		
	Sin ponderar		Ponderada
Hombres	854	41,8%	48,3%
Mujeres	1.187	58,2%	51,7%
Total	2.041	100,0%	100,0%

Tabla 2.2: Distribución de la Muestra según Tramo de edad

TRAMO DE EDAD	Distribución de la Muestra		
	Sin ponderar		Ponderada
De 18 a 25 años	348	17.1%	20.5%
De 26 a 35 años	369	18.1%	20.0%
De 36 a 45 años	433	21.2%	21.1%
De 46 a 55 años	364	17.8%	17.6%
De 56 a 65 años	255	12.5%	10.7%
Más de 65 años	272	13.3%	10.2%
Total	2041	100,0%	100,0%

² Los valores ponderados que se presentan en las tablas a continuación corresponden al resultado luego de la corrección y expansión de la muestra realizados de acuerdo al procedimiento descrito en el punto 2.10.

Tabla 2.3: Distribución de la Muestra según Nivel socioeconómico

GSE	Distribución de la Muestra		
	Sin ponderar		Ponderada
ABC1	87	4.2%	6.8%
C2	304	16.5%	19,2%
C3	366	19.5%	19.0%
D	882	41.0%	40%
E	402	18.9%	14.9%
Total	2041	100%	100%

2.11.2 Muestra por Zonas

Tabla 2.4: Distribución de la Muestra según Zona de estudio

ZONA	Distribución de la Muestra			Margen de error
	Sin ponderar		Ponderada	
1. II Región	355	17.4%	3.2%	$\pm 5,2\%$
2. V Región	360	17.6%	10.6%	$\pm 5,2\%$
3. VIII Región	349	17.1%	12.2%	$\pm 5,3\%$
4. X Región	359	17.6%	6.9%	$\pm 5,2\%$
5. Resto del país	618	30.3%	67.1%	$\pm 3,9\%$
Total	2041	100%	100,0%	$\pm 2,17\%$

2.11.3 Muestra por Zona: Resto del país

Tabla 2.5: Distribución de la Muestra Zona 5 (Resto del país)

REGIÓN	Distribución de la Muestra			Margen de error
	Sin ponderar		Ponderada	
4ª Región	30	4.9%	9.1%	+ 17,9%
6ª Región	36	5.8%	5.3%	+ 16,3%
7ª Región	69	11.2%	14.8%	+ 11,8%
9ª Región	35	5.7%	5.8%	+ 16.6%
12ª Región	15	2.4%	3.5%	+ 25,3%
R. Metropolitana	433	70.1%	61.5%	+ 4,7%
Total	618	100,0%	100,0%	+ 3.9%

2.12 Hogares y Usuarios

Se consideró como usuario de cada uno de los servicios a las personas que hacían efectivo uso del servicio y/o decidían la contratación del servicio y/o pagaban la cuenta. Si la persona no se encontraba en al menos una de esas situaciones, no era definida como usuaria y no era considerada dentro del análisis del módulo de satisfacción. No obstante, el caso sí era incorporado para todo el resto de los análisis. Por esta razón es que se observa una diferencia en los casos muestrales de hogares y usuarios de los servicios.

**Tabla 2.6: Distribución de Servicios en la Muestra
(Respuesta Múltiple³)**

SERVICIOS	Distribución de la Muestra	
	Hogares	Usuarios
Teléfono fijo	957	941
Llamadas de larga distancia	186	175
Celular	1.694	1.599
Internet	443	407
TV Pagada	679	674

³ La suma es mayor que el número total de encuestas porque tanto los hogares como los usuarios disponen de más de un servicio.

3 Resumen General

En un periodo de casi 6 meses entre las dos encuestas, no se observaron cambios en el nivel de penetración en los servicios de Telefonía fija y Móvil. Es posible que tanto la tendencia hacia la reducción de líneas telefónica fijas como hacia el incremento del usos del celular se haya enlentecido o estancado o que se requiera un periodo más largo para observar nuevos cambios.

Internet y la televisión pagada continúan expandiéndose especialmente hacia los grupos socioeconómicos más bajos. Los servicios de llamados de larga distancia continúan disminuyendo.

El nivel de satisfacción de los usuarios con los servicios de telecomunicaciones se mantiene alto, aunque el porcentaje que se declara no satisfecho se incrementó en todos los servicios con respecto a la encuesta de Junio. De hecho, la insatisfacción subió aproximadamente 10 puntos entre ambas encuestas.

Internet y el teléfono fijo continúan siendo los servicios que concentran el mayor porcentaje de problemas. Sin embargo, en términos absolutos, es el celular el que aporta la mayor cantidad de problemas dentro de todos los problemas relacionados con servicios de telecomunicaciones.

Un alto porcentaje de los usuarios que ha tenido algún problema, reclama o hace alguna petición. La infinita mayoría de éstos son dirigidos hacia las empresas proveedoras. Aunque el porcentaje de reclamos que llega a instituciones como SERNAC y SUBTEL es bajo, sólo el 2,5% del total de reclamos.

En general, el porcentaje de la población que conoce los derechos como usuario de servicios de telecomunicaciones es bajo aunque se observa un incremento con respecto a la encuesta de Junio.

Debido a que esta encuesta constató una alta volatilidad en la satisfacción con respecto a los servicios en un corto periodo de tiempo, se concluye que dos evaluaciones al año de la satisfacción producirían información no necesariamente redundante.

4 Resultados Generales

4.1 Penetración

Los servicios de telecomunicaciones se distribuyen de la siguiente forma en los hogares: el 88,1% posee teléfono celular, el 57,7% posee teléfono fijo, el 35,7% servicio de TV pagada, el 30,0% Internet y el 10,9% servicio de llamadas de larga distancia.

Tabla 4.1: Distribución de hogares según Disponibilidad de Servicio (Respuesta Múltiple⁴) – Noviembre 2007

SERVICIO	Hogares
Teléfono fijo	57,7%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	10,9%
Celular Prepago/contrato	88,1%
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	30,0%
TV pagada (Cable/Satelital)	35,7%
Ninguna de los anteriores	2,1%
Total Hogares	100,0%

Base: Todos los hogares.

Comparado con la encuesta realizada en Junio de 2007, no se observan diferencias en la penetración de la telefonía fija ni telefonía móvil. Existe disminución en la penetración del servicio de llamados de larga distancia e incremento en la de los servicios de Internet y televisión pagada.

⁴ El total suma más de 100% porque los hogares poseen más de un servicio.

**Tabla 4.2: Distribución de hogares según Disponibilidad de Servicio
(Respuesta Múltiple⁵)- Junio 2007**

SERVICIO	Hogares
Teléfono fijo	57,2%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	14,4%
Celular Prepago/contrato	88,7%
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	25,5%
TV pagada (Cable/Satelital)	32,7%
Ninguna de los anteriores	1,0%
Total Hogares	100,0%

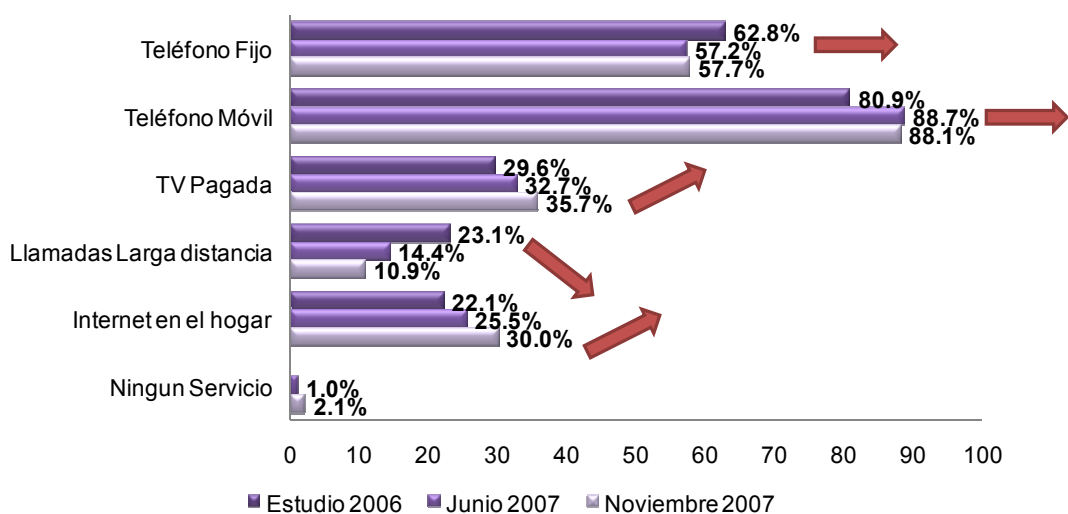
Base: Todos los hogares.

⁵ El total suma más de 100% porque los hogares poseen más de un servicio.

Gráfico 4.1

Tenencia / Uso de servicios de telecomunicaciones en el Hogar
(% de hogares que posee el servicio)

Base: Total de hogares



 : Dirección del cambio desde la última encuesta

La penetración de los servicios muestra una importante variación entre las distintas zonas estudiadas. Por ejemplo, la cobertura telefónica en la Décima Región alcanza 37,9% y en la Segunda Región, el 66,9%. Esta última región, dentro de las regiones estudiadas, presenta la mayor penetración en telefonía fija, móvil, servicio de Internet y de televisión pagada. Por otro lado, la Décima Región presenta los niveles más bajos en 3 de los 5 servicios evaluados.

Tabla 4.3: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Zona de estudio (Respuesta Múltiple⁶)- Noviembre 2007

SERVICIO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Teléfono Fijo	66.9%	59.1%	46.0%	37.9%	61.2%	57.7%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	12.0%	6.8%	6.6%	8.8%	12.5%	10.9%
Celular Prepago/Contrato	92.3%	86.0%	90.5%	89.0%	87.8%	88.1%
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	46.5%	26.7%	21.3%	21.2%	32.2%	30.0%
TV pagada (Cable/Satelital)	59.8%	49.3%	40.1%	27.3%	32.5%	35.7%
Ninguna de los anteriores	.7%	1.6%	1.2%	3.0%	2.3%	2.1%

Base: Todos los hogares

Comparado con la encuesta de Junio, se observa que todas las zonas mantuvieron similares niveles de penetración de la telefonía fija y móvil. Todas las zonas incrementaron los niveles de penetración de Internet y la televisión pagada. La Segunda región es la que más incrementó la penetración de Internet alcanzando a casi a la mitad de los hogares. La televisión pagada se incrementó en todas las zonas, especialmente en la Octava y Décima regiones.

Tabla 4.4: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Zona de estudio (Respuesta Múltiple⁷)- Junio 2007

SERVICIO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Teléfono Fijo	63,6%	62,7%	45,0%	34,6%	60,3%	57,2%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	10,3%	15,9%	10,5%	11,2%	15,3%	14,4%
Celular Prepago/Contrato	86,0%	86,4%	91,3%	87,3%	88,9%	88,7%
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	37,7%	24,8%	15,0%	15,6%	27,8%	25,5%
TV pagada (Cable/Satelital)	55,2%	47,1%	30,9%	21,6%	30,9%	32,7%
Ninguna de los anteriores	1,6%	,9%	1,7%	2,7%	,7%	1,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares

⁶ El total suma más de 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

⁷ El total suma más de 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

Dividiendo el país en 3 grandes zonas, se observan también importantes diferencias, especialmente en telefonía fija, conexión a Internet y TV pagada. La zona norte, por ejemplo supera en aproximadamente 15 puntos porcentuales a la zona sur en cobertura de telefonía fija. También la supera en 8 puntos en Internet y 11 en TV pagada.

Las diferencias en los servicios de Internet y TV pagada se explican principalmente por el incremento en la cobertura en la zona norte desde Junio a Noviembre y la relativa estabilidad en la zona sur en su conjunto. La Región Metropolitana también mostró un incremento en la penetración de los servicios de Internet y TV pagada desde la última encuesta.

Tabla 4.5: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Agrupación de regiones (Respuesta Múltiple)⁸ - Noviembre 2007

SERVICIO	Agrupación de Regiones			
	Zona Norte (I a V regiones)	Zona Sur (VI a XII regiones)	Zona Centro (R. Metropolitana)	Total
Teléfono Fijo	54.3%	40.7%	75.4%	57.7%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	9.1%	7.1%	15.3%	10.9%
Celular (Prepago/Contrato)	87.1%	91.0%	85.9%	88.1%
Conexión Internet (Conmutada/B.Ancha)	28.8%	20.0%	40.1%	30.0%
TV pagada (Cable/Satelital)	43.7%	32.2%	35.2%	35.7%
Ninguna de los anteriores	3.8%	2.2%	1.2%	2.1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares

Tabla 4.6: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Agrupación de regiones (Respuesta Múltiple)⁹ - Junio 2007

SERVICIO	Agrupación de Regiones			
	Zona Norte (I a V regiones)	Zona Sur (VI a XII regiones)	Zona Centro (R. Metropolitana)	Total
Teléfono Fijo	54,8%	38,7%	77,4%	57,2%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	13,6%	17,7%	11,4%	14,4%
Celular (Prepago/Contrato)	89,2%	93,5%	83,5%	88,7%
Conexión Internet (Conmutada/B.Ancha)	21,4%	20,1%	33,4%	25,5%
TV pagada (Cable/Satelital)	37,0%	34,2%	28,9%	32,7%
Ninguna de los anteriores	,7%	1,5%	,6%	1,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

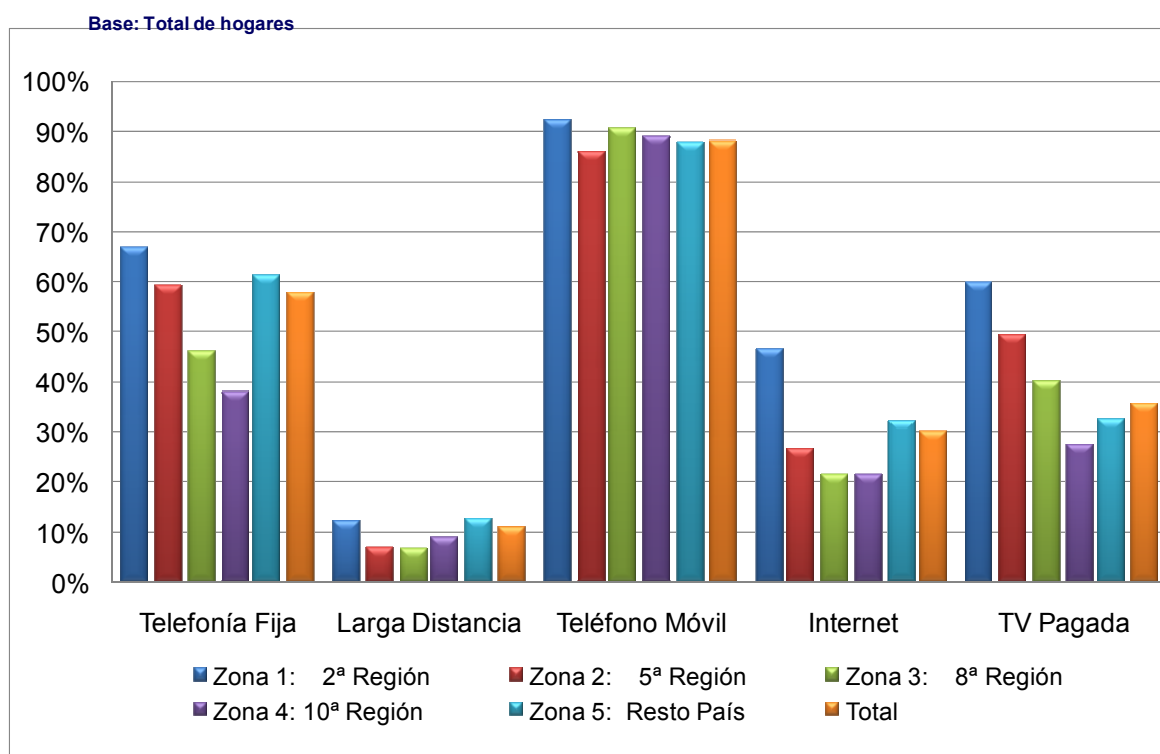
Base: Todos los hogares

⁸ El total suma más de 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

⁹ El total suma más de 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

Gráfico 4.2

Tenencia / Uso de servicios de telecomunicaciones en el Hogar según Zonas
(% de hogares que posee el servicio)



Como era esperable, hay importantes diferencias en la cobertura de los servicios en relación a la condición urbana o rural del hogar, teniendo éstos últimos una menor presencia de servicios. La única excepción es el celular cuya cobertura es muy cercana al 100% (94,3%) y superior a la observada en las zonas urbanas.

Tabla 4.7: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Ruralidad (Respuesta Múltiple¹⁰) - Noviembre 2007

SERVICIO	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
Teléfono fijo	65.2%	5.3%	57.7%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	12.3%	1.1%	10.9%
Celular Prepago/contrato	87.3%	94.3%	88.1%
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	34.0%	2.1%	30.0%
TV pagada (cable/satelital)	40.1%	5.1%	35.7%
Ninguna de los anteriores	1.7%	4.9%	2.1%

Base: Todos los hogares

Comparado a la encuesta anterior, se observa un ligero incremento en la penetración de Internet y TV pagada en las zonas rurales.

Tabla 4.8: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Ruralidad (Respuesta Múltiple¹¹)- Junio 2007

SERVICIO	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
Teléfono fijo	63,1%	6,0%	57,2%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	15,9%	,8%	14,4%
Celular Prepago/contrato	87,8%	96,0%	88,7%
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	28,4%	,9%	25,5%
TV pagada (cable/satelital)	36,1%	3,8%	32,7%
Ninguna de los anteriores	,9%	1,4%	1,0%

Base: Todos los hogares

El análisis de la variable socioeconómica, también muestra un resultado esperable. Los grupos socioeconómicos altos tienen más servicios que los niveles socioeconómicos más bajos. Con todo, incluso en los niveles D y E se observa una razonablemente alta cobertura de algunos servicios como el teléfono fijo y el celular. Este último servicio presenta una cobertura bastante similar a la observada en los otros niveles socioeconómicos.

¹⁰ El total es mayor del 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

¹¹ El total es mayor del 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

Tabla 4.9: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Nivel socioeconómico (Respuesta Múltiple¹²)- Noviembre 2007

SERVICIO	Nivel Socioeconómico					Total
	ABC1	C2	C3	D	E	
Teléfono fijo	95.6%	76.6%	63.4%	47.9%	35.2%	57.7%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	33.7%	16.0%	15.6%	5.1%	3.5%	10.9%
Celular Prepago/Contrato	89.8%	91.6%	88.4%	88.1%	82.6%	88.1%
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	79.4%	46.3%	36.0%	18.2%	10.5%	30.0%
TV pagada (Cable/Satelital)	74.5%	49.0%	39.4%	26.6%	20.7%	35.7%
Ninguna de los anteriores	.0%	.2%	1.7%	2.0%	6.3%	2.1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares.

Comparado con la encuesta anterior, se observa una relativa estabilidad en los servicios de telefonía fija y móvil. En todos los grupos se observa un incremento en la penetración de los servicios de Internet y de TV pagada, especialmente en los grupos más bajos. Por ejemplo, en el grupo E, la penetración de Internet se duplicó y la TV pagada pasó de 8,6% a 20,7%.

Tabla 4.10: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Nivel socioeconómico (Respuesta Múltiple¹³)- Junio 2007

SERVICIO	Nivel Socioeconómico					Total
	ABC1	C2	C3	D	E	
Teléfono fijo	89,4%	72,4%	61,8%	48,7%	36,9%	57,2%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	31,0%	26,5%	14,8%	8,4%	5,1%	14,4%
Celular Prepago/Contrato	90,8%	91,1%	91,2%	88,4%	81,1%	88,7%
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	69,7%	44,6%	30,0%	13,3%	5,2%	25,5%
TV pagada (Cable/Satelital)	61,6%	48,4%	41,8%	23,6%	8,6%	32,7%
Ninguna de los anteriores	,3%	,3%	,1%	1,1%	3,1%	1,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares.

¹² El total es mayor del 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

¹³ El total es mayor del 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

4.2 Servicios por Hogar

Los hogares chilenos tienen un promedio de 2,23 servicios. Un 97,9% de los hogares tienen al menos un servicio. El 40,4% tiene sólo un servicio mientras que el 5,6% todos los servicios. En cuanto a la cantidad de servicios por hogar, también se observa una amplia variación a lo largo de las zonas evaluadas. Nuevamente, la Segunda y la Décima región, dentro de las zonas estudiadas, presentan situaciones polares. Por ejemplo, mientras en la Segunda Región sólo el 26,2% de los hogares posee un solo servicio, en la Décima región dicho porcentaje alcanza el 55%.

Gráfico 4.3

Cantidad de Servicios de Telecomunicaciones en el Hogar
(% de hogares según cantidad de servicios)

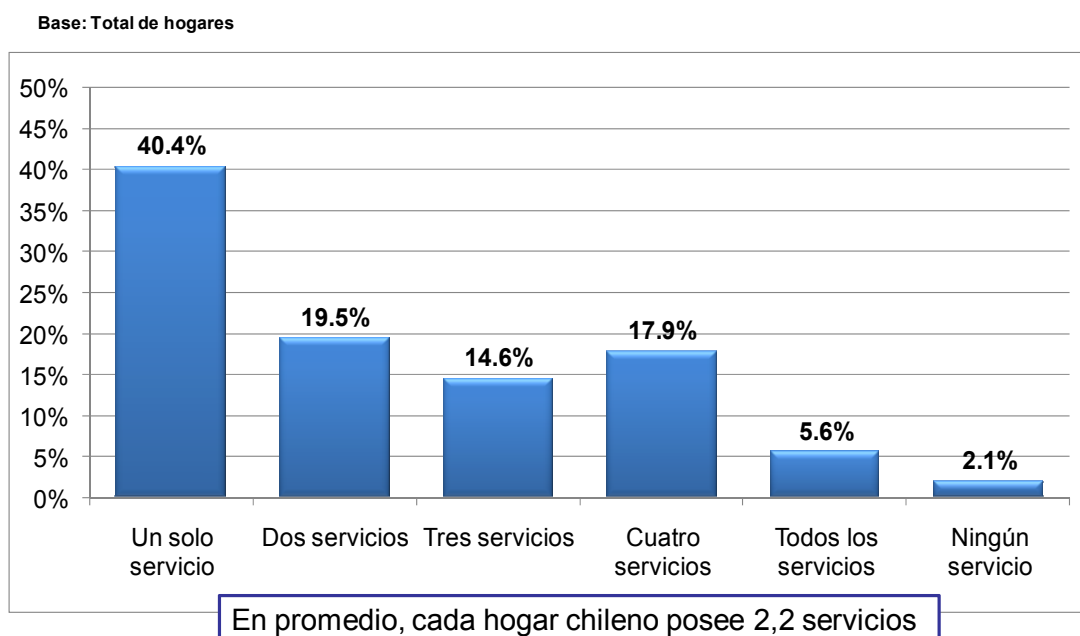


Tabla 4.11: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Zona de estudio- Noviembre 2007

SERVICIOS DISPONIBLES	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Un solo servicio	26.2%	32.0%	46.2%	55.0%	39.8%	40.4%
Dos servicios	16.8%	27.0%	20.5%	17.9%	18.4%	19.5%
Tres servicios	16.4%	19.6%	15.1%	5.4%	14.5%	14.6%
Cuatro servicios	30.7%	16.3%	12.5%	16.2%	18.6%	17.9%
Todos los servicios	9.1%	3.6%	4.4%	2.4%	6.3%	5.6%
Ningún servicio	.7%	1.6%	1.2%	3.0%	2.3%	2.1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares

Comparado con la encuesta anterior, lo más notable es la reducción de la proporción de hogares con dos servicios y el incremento de los con cuatro.

Tabla 4.12: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Zona de estudio- Junio 2007

SERVICIOS DISPONIBLES	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Un solo servicio	31,9%	32,8%	48,3%	61,5%	37,1%	39,4%
Dos servicios	18,8%	23,8%	22,8%	15,7%	25,5%	24,1%
Tres servicios	15,3%	20,7%	13,5%	8,4%	17,4%	16,6%
Cuatro servicios	24,9%	15,0%	10,0%	6,2%	13,9%	13,3%
Todos los servicios	7,6%	6,9%	3,7%	5,5%	5,5%	5,5%
Ningún servicio	1,6%	,9%	1,7%	2,7%	0,7	1,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares

Mientras la zona 1 (Segunda Región) tiene un promedio de 2,8 servicios por hogar, la Zona 4 (Décima Región) tiene un promedio de 1,8. También hay sustantivas diferencias entre los hogares urbanos y los hogares rurales, duplicando los primeros en la cantidad de servicios a los segundos.

Tabla 4.13: Número de servicios disponibles promedio por hogar según Zona de estudio- Noviembre 2007

Zona de estudio					
1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
2.8	2.3	2.1	1.8	2.3	2.23

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

Solo se observan pequeñas diferencias con la encuesta anterior en cuanto a la cantidad de servicios.

Tabla 4.14: Número de servicios disponibles promedio por hogar según Zona de estudio- Junio 2007

Zona de estudio					
1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
2,6	2,4	2,0	1,8	2,3	2,2

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

Tabla 4.15: Número de servicios disponibles promedio por hogar según Ruralidad- Noviembre 2007

Urbano o Rural		
Urbano	Rural	Total
2.39	1.08	2.23

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

Tabla 4.16: Número de servicios disponibles promedio por hogar según Ruralidad- Junio 2007

Urbano o Rural		
Urbano	Rural	Total
2,3	1,1	2,2

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

De los hogares que poseen un solo servicio, el 84% posee solamente celular y un 15,2% solamente teléfono fijo. De los que poseen dos servicios un 62,8% posee teléfono fijo y celular y un 24,6% celular y TV pagada. De los que poseen tres servicios, un 35,6% poseen celular, teléfono fijo e Internet y un 45,4% celular, teléfono fijo y TV pagada.

Tabla 4.17: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Tipo de servicio- Noviembre 2007

		%
Un solo servicio	Celular	84.0%
	Teléfono fijo	15.2%
	TV pagada	.8%
	Total	100%
Dos servicios	Teléfono fijo, Celular	62.8%
	Celular, TV pagada	24.6%
	Teléfono fijo, TV pagada	6.0%
	Teléfono fijo, llamadas de larga distancia	3.0%
	Celular, Internet	2.1%
	Teléfono fijo, Internet	1.3%
	Llamadas de larga distancia, Celular	.1%
	Total	100%
Tres servicios	Teléfono fijo, Celular, TV pagada	45.4%
	Teléfono fijo, Celular, Internet	35.6%
	Teléfono fijo, Internet, TV pagada	6.5%
	Teléfono fijo, llamadas de larga distancia, Celular	5.4%
	Celular, Internet, TV pagada	4.8%
	Teléfono fijo, llamadas de larga distancia, TV pagada	1.3%
	Teléfono fijo, llamadas de larga distancia, Internet	1.0%
	Total	100%
Cuatro servicios	Teléfono fijo, Celular, Internet, TV pagada	79.9%
	Teléfono fijo, llamadas de larga distancia, Celular, Internet	14.0%
	Teléfono fijo, llamadas de larga distancia, Celular, TV pagada	6.2%
	Total	100%

Comparado con la encuesta de Junio, se observan muy pocas diferencias.

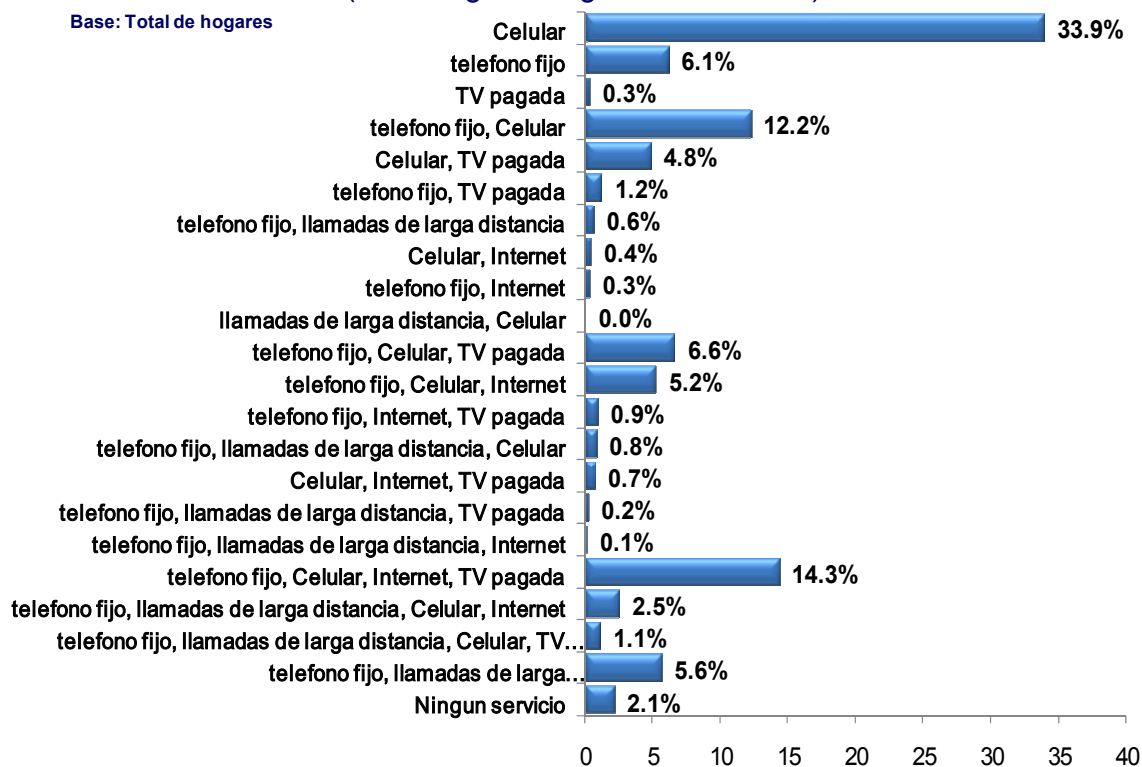
Tabla 4.18: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Tipo de servicio- Junio 2007

Servicios disponibles		Hogares
Un solo servicio	Sólo Celular	83,4%
	Sólo Teléfono fijo	15,4%
	Sólo TV pagada	,8%
	Sólo Internet	,4%
	Total	100,0%
Dos servicios	Teléfono Fijo, Celular	63,1%
	Celular, TV pagada	23,7%
	Teléfono fijo, TV pagada	5,3%
	Teléfono fijo, Larga distancia	4,6%
	Celular, Internet	2,1%
	Teléfono fijo, Internet	1,2%
	Larga distancia, Celular	,0%
	Total	100,0%
Tres servicios	Teléfono fijo, Celular, Internet	36,5%
	Teléfono fijo, Celular, TV pagada	30,7%
	Teléfono fijo, Larga distancia, Celular	14,0%
	Larga distancia, Celular, TV pagada	7,2%
	Celular, Internet, TV pagada	5,1%
	Teléfono fijo, Larga distancia, TV pagada	3,2%
	Teléfono fijo, Internet, TV pagada	2,5%
	Larga distancia, Celular, Internet	,5%
	Teléfono fijo, Larga distancia, Internet	,3%
	Total	100,0%
Cuatro servicios	Teléfono fijo, Celular, Internet, TV pagada	73,3%
	Teléfono fijo, Larga distancia, Celular, TV pagada	13,3%
	Teléfono fijo, Larga distancia, Celular, Internet	11,5%
	Larga distancia, Celular, Internet, TV pagada	1,2%
	Teléfono fijo, Larga distancia, Internet, TV pagada	,7%
	Total	100,0%

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio

Gráfico 4.4

Combinaciones de servicios en Hogares
(% de hogares según combinación)



4.3 Antigüedad de los Servicios

El teléfono fijo es el servicio de mayor antigüedad con 7,71 años promedio con el actual proveedor, seguido por el servicio de larga distancia con 3,43 años. El servicio más nuevo es la conexión a Internet con un promedio de 2,19 años.

Tabla 4.19: Antigüedad promedio de los servicios (en años) según Zona de estudio

SERVICIO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Teléfono Fijo	4.99	6.15	6.82	7.14	8.25	7.71
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	3.43	7.40	3.89	3.75	3.03	3.43
Celular (Prepago/Contrato)	3.26	2.83	3.26	3.13	2.99	3.03
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	1.63	2.36	3.08	2.52	2.08	2.19
TV pagada (Cable/Satelital)	4.25	2.92	4.52	3.36	3.18	3.39

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

5 Teléfono Fijo

5.1 Compañías

El 66,9% de los hogares con telefonía fija posee teléfonos provistos por Telefónica Chile, un 17,7% por VTR y un 6,1% por Telefónica del Sur. Esta distribución es relativamente equivalente en las distintas zonas con la excepción de la Zona 4 de la Décima región, donde la compañía de mayor penetración es Telefónica del Sur con un 64,7%.

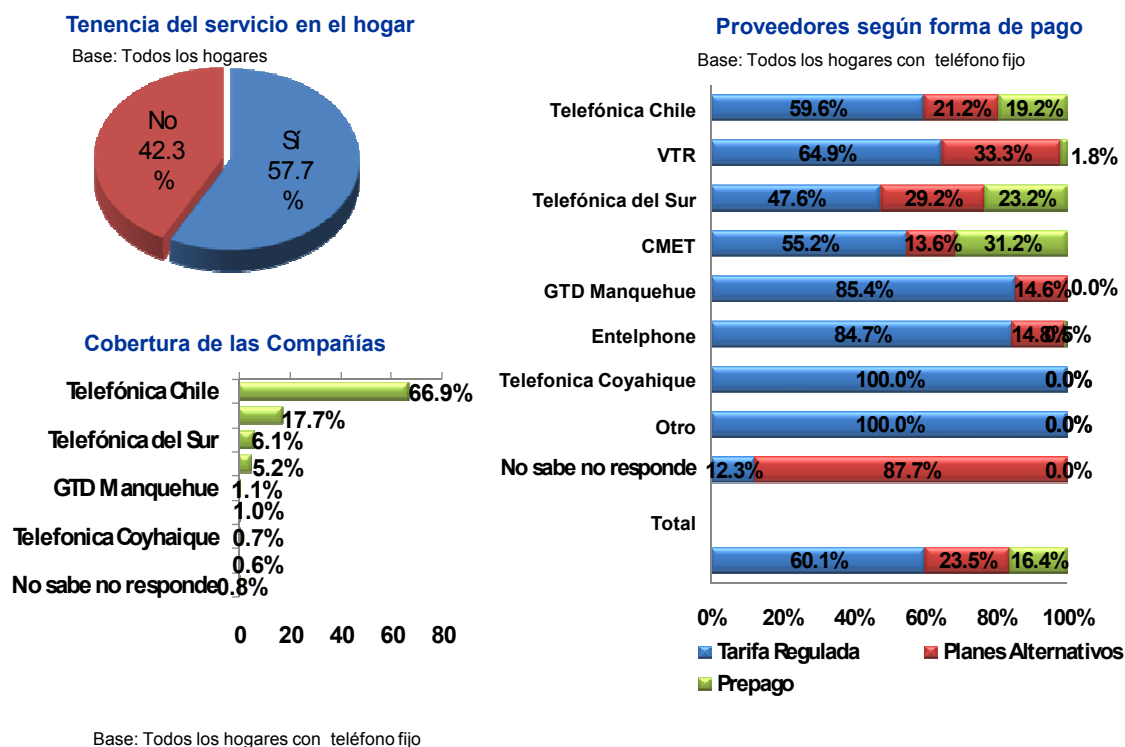
Tabla 5.1: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Proveedor del servicio y Zona de estudio

PROVEEDOR	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Telefónica Chile	50.2%	58.2%	58.5%	18.5%	73.4%	66.9%
VTR	48.4%	28.6%	21.8%	16.3%	13.9%	17.7%
Telefónica del Sur	1.0%	.0%	12.6%	64.7%	2.5%	6.1%
CMET	.0%	13.2%	3.5%	.0%	4.8%	5.2%
GTD Manquehue	.0%	.0%	.0%	.0%	1.5%	1.1%
Entelphone	.1%	.0%	2.2%	.0%	1.1%	1.0%
GTD Telesat	.0%	.0%	.6%	.5%	1.0%	.8%
Telefónica de Coyhaique	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.7%
Otro	.2%	.0%	.8%	.0%	.7%	.6%
No sabe no responde	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

Gráfico 5.1

Presencia de Telefonía Fija en Hogares



Entre los hogares urbanos y rurales, la principal diferencia es la inexistencia de servicios de VTR en los rurales y una importante presencia de Telefónica del Sur y CMET (22,7% y 10,2% respectivamente) en éstos.

Tabla 5.2: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Proveedor del servicio y Ruralidad

PROVEEDOR	Urbano o Rural		
	Urbano	Rural	Total
Telefónica Chile	66.9%	63.4%	66.9%
VTR	17.9%	.0%	17.7%
Telefónica del Sur	5.9%	22.7%	6.1%
CMET	5.1%	10.2%	5.2%
GTD Manquehue	1.1%	.0%	1.1%
Entelphone	1.0%	2.3%	1.0%
Telefónica de Coyhaique	.7%	.0%	.7%
GTD Telesat	.0%	.0%	.0%
Otro	.6%	1.4%	.6%
No sabe no responde	.8%	.0%	.8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

En relación al nivel socioeconómico, lo más relevante es la relativa mayor presencia de VTR en los hogares ABC1 (32,7%) comparado de los otros estratos.

Tabla 5.3: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Proveedor del servicio y Nivel socioeconómico

PROVEEDOR	Nivel socioeconómico					Total
	ABC1	C2	C3	D	E	
Telefónica Chile	53.3%	63.7%	66.7%	73.1%	71.2%	66.9%
VTR	32.7%	16.0%	22.3%	12.9%	9.8%	17.7%
Telefónica del Sur	4.4%	9.5%	2.1%	7.5%	2.8%	6.1%
CMET	4.1%	7.7%	2.6%	4.3%	8.6%	5.2%
GTD Manquehue	5.3%	1.2%	.8%	.0%	.0%	1.1%
Entelphone	.3%	.0%	2.1%	1.0%	2.6%	1.0%
GTD Telesat	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Telefónica de Coyhaique	.0%	.0%	1.5%	1.2%	.0%	.7%
Otro	.0%	1.6%	.7%	.1%	.0%	.6%
No sabe/No responde	.0%	.3%	1.2%	.0%	5.0%	.8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

5.2 Servicios Contratados

Un 60,1% de los servicios de telefonía fija correspondía a tarifa regulada, un 23,5% a planes alternativos y un 16,4% a prepago. Las zonas 3 (Octava Región) y 4 (Décima Región) son las que muestran los niveles más altos de planes de prepago. El porcentaje de planes alternativos observado en la encuesta es significativamente inferior al porcentaje que maneja actualmente la Subsecretaría de Telecomunicaciones. Esto puede deberse a que los usuarios no hacen una clara distinción entre los distintos tipos de planes o que carecen de una información precisa sobre el tipo de servicios que poseen.

Tabla 5.4: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Plan tarifario contratado y Zona de estudio

TARIFA	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Regulada	51.7%	67.9%	46.6%	62.2%	61.1%	60.1%
Planes Alternativos	36.5%	15.8%	26.2%	20.0%	23.9%	23.5%
Prepago	11.9%	16.4%	27.1%	17.8%	15.0%	16.4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

6 Servicio de Larga Distancia

6.1 Compañías

Del total de servicios de larga distancia usados por los usuarios, un 23,6% han sido contratados con Telefónica Mundo, seguido de ENTEL con un 19% y Telmex con un 17%.

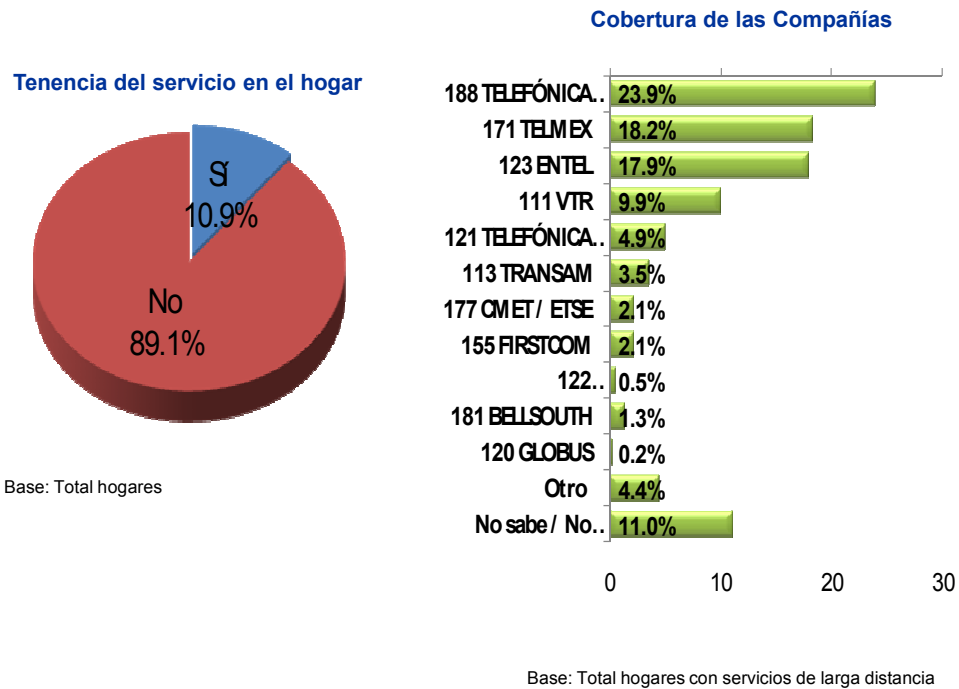
Tabla 6.1: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Proveedor y Zona de estudio

PROVEEDOR	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
188 TELEFÓNICA MUNDO	7.9%	41.1%	20.4%	6.8%	24.4%	23.6%
123 ENTEL	22.1%	7.4%	17.1%	6.6%	21.0%	19.0%
171 TELMEX	32.1%	11.6%	6.1%	5.5%	18.7%	17.0%
111 VTR	33.8%	11.4%	16.6%	7.0%	9.2%	10.7%
121 TELEFÓNICA DEL SUR	.0%	.0%	3.8%	73.0%	.0%	4.4%
113 TRANSAM	.0%	2.2%	.0%	.0%	3.9%	3.2%
155 FIRSTCOM	2.0%	.0%	23.8%	.0%	.0%	1.9%
177 CMET / ETSE	.0%	19.2%	.0%	.0%	.8%	1.8%
181 BELL SOUTH	.0%	7.1%	.0%	.0%	.9%	1.2%
122 MANQUEHUE	.0%	.0%	.0%	.0%	.5%	.4%
120 GLOBUS (1200)	.0%	.0%	.0%	.0%	.3%	.2%
127 SUR COMUNICACIONES	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Otro ¿cuál?	.0%	.0%	.0%	.0%	5.1%	3.9%
No sabe / No responde	2.1%	.0%	12.2%	1.2%	15.1%	12.7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio contratado de larga distancia.

Gráfico 6.1

Presencia de Servicios de Larga Distancia en los Usuarios



En el sector rural Telefónica Mundo y Telefónica del Sur son los principales proveedores.

Tabla 6.2: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Proveedor del servicio y Ruralidad

PROVEEDOR	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
188 TELEFÓNICA MUNDO	23.5%	33.5%	23.6%
123 ENTEL	19.3%	.0%	19.0%
171 TELMEX	17.2%	.0%	17.0%
111 VTR	10.8%	.0%	10.7%
121 TELEFÓNICA DEL SUR	4.2%	17.8%	4.4%
113 TRANSAM	3.2%	.0%	3.2%
155 FIRSTCOM	1.9%	.0%	1.9%
177 CMET / ETSE	1.9%	.0%	1.8%
181 BELL SOUTH	1.2%	.0%	1.2%
122 MANQUEHUE	.4%	.0%	.4%
120 GLOBUS (1200)	.2%	.0%	.2%
127 SUR COMUNICACIONES	.0%	.0%	.0%
Otro ¿cuál?	12.2%	48.7%	12.7%
No sabe / No responde	4.0%	.0%	3.9%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio contratado de larga distancia.

6.2 Tipo de Uso

Un 84.4% de los usuarios que utiliza el servicio de larga distancia lo usa para llamadas nacionales y un 25,4% para llamadas internacionales¹⁴.

Tabla 6.3: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Empresa portadora y Destino de la llamada

PORTADOR O CARRIER	Nacional		Internacional	
	Sí	No	Sí	No
111 VTR	100%	.0%	6.2%	93.8%
113 TRANSAM	50.5%	49.5%	73.2%	26.8%
120 GLOBUS (1200)	100%	.0%	.0%	100%
121 TELEFÓNICA DEL SUR	100%	.0%	23.7%	76.3%
122 MANQUEHUE	100%	.0%	100%	.0%
123 ENTEL	94.7%	5.3%	35.4%	64.6%
127 SUR COMUNICACIONES	.0%	.0%	.0%	.0%
155 FIRSTCOM	100%	.0%	.0%	100%
171 TELMEX	77.6%	22.4%	24.9%	75.1%
177 CMET / ETSE	100%	.0%	15.8%	84.2%
181 BELL SOUTH	100%	.0%	39.8%	60.2%
188 TELEFÓNICA MUNDO	79.2%	20.8%	19.6%	80.4%
Otro ¿cuál?	44.1%	55.9%	55.9%	44.1%
No sabe / No responde	84.4%	15.6%	17.6%	82.4%
Total	84.4%	15.6%	25.4%	74.6%

Base: Todos los hogares con servicio contratado de larga distancia.

¹⁴ El total suma más de 100% porque algunos hogares usan ambos servicios.

La mayoría de los usuarios de llamadas de largas distancia poseen dicho servicio asociado al teléfono fijo. De hecho, un 79% recibe la cuenta en conjunto con la cuenta del teléfono fijo. Sólo el 14,1% recibe la cuenta en forma directa del operador. El prepago para llamadas de larga distancia no es muy común, ya que es solamente usado por el 7% de los usuarios.

Tabla 6.4: Distribución de servicios contratados de larga distancia según Empresa portadora y Modalidad de pago

PORTADOR O CARRIER	¿Cuál es la modalidad de pago que usa usted para las llamadas de Larga Distancia? \			
	Recibe una cuenta directamente del operador de carrier	Recibe el detalle junto a su cuenta de telefonía fija	Usa prepago (incluye llamadas de teléfonos públicos)	Total
111 VTR	28.1%	71.9%	.0%	100,0%
113 TRANSAM	.0%	100%	.0%	100,0%
120 GLOBUS (1200)	.0%	100%	.0%	100,0%
121 TELEFÓNICA DEL SUR	6.5%	92.3%	1.2%	100,0%
122 MANQUEHUE	.0%	100%	.0%	100,0%
123 ENTEL	30.3%	57.6%	12.1%	100,0%
155 FIRSTCOM	.0%	100%	.0%	100%
171 TELMEX	16.3%	83.7%	.0%	100%
177 CMET / ETSE	.0%	100%	.0%	100%
181 BELL SOUTH	.0%	39.8%	60.2%	100%
188 TELEFÓNICA MUNDO	4.0%	92.1%	3.9%	100,0%
Otro ¿cuál?	.0%	44.1%	55.9%	100,0%
No sabe / No responde	9.2%	85.5%	5.3%	100,0%
Total	14.1%	79.0%	7.0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio contratado de larga distancia.

7 Celulares

7.1 Compañías

ENTEL PCS y Movistar son las compañías de mayor presencia en el servicio de telefonía móvil. ENTEL PCS posee el 40,5% de los celulares y Movistar el 40,3%. La distribución de las compañías a lo largo de las distintas zonas es relativamente similar, con la excepción de la Segunda Región donde ENTEL supera ampliamente a Movistar.

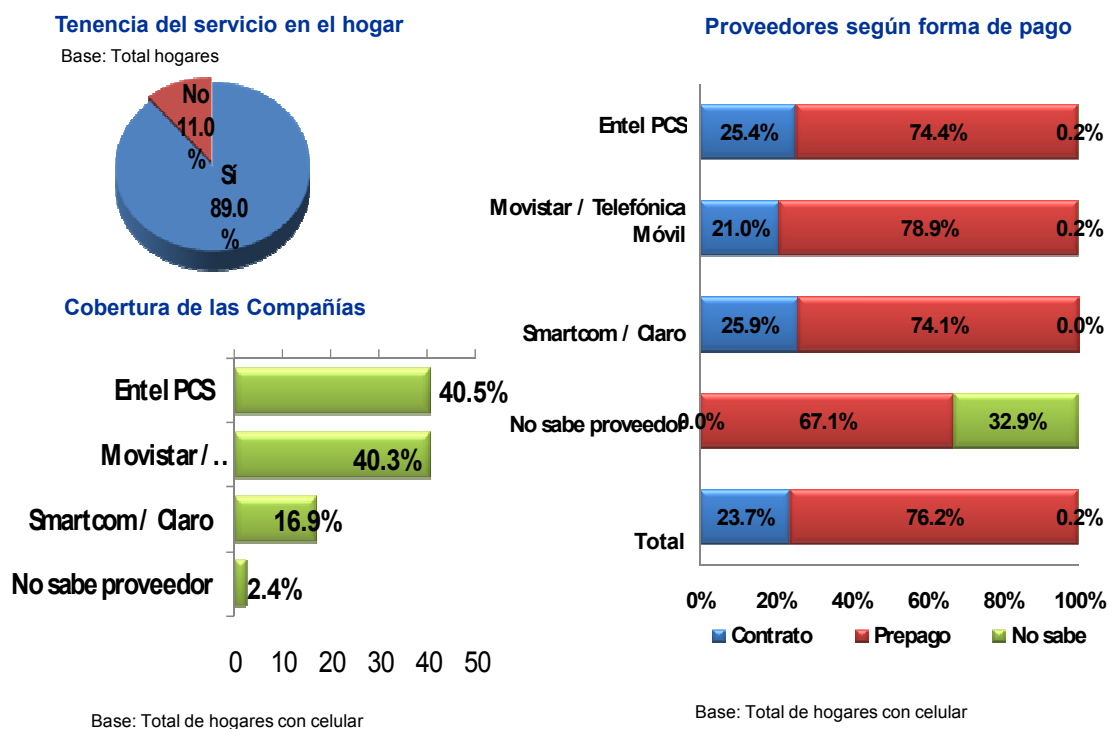
Tabla 7.1: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Zona de estudio

PROVEEDOR	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
ENTEL PCS	49.4%	39.4%	40.0%	41.8%	40.1%	40.5%
Movistar / Telefónica Móvil	32.3%	45.8%	41.1%	40.9%	39.6%	40.3%
Smartcom / Claro	16.6%	14.8%	16.6%	16.3%	17.4%	16.9%
No sabe proveedor	1.7%	.0%	2.2%	.9%	3.0%	2.4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

Gráfico 7.1

Presencia de Telefonía Móvil en Hogares



En los sectores rurales Movistar supera e ENTEL PCS

Tabla 7.2: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Ruralidad

PROVEEDOR	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
ENTEL PCS	40.6%	39.4%	40.5%
Movistar / Telefónica Móvil	39.2%	47.5%	40.3%
Smartcom / Claro	18.0%	9.8%	16.9%
No sabe proveedor	2.2%	3.3%	2.4%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

Entel PCS tiende a ser un poco más prevalente en los grupos socioeconómicos altos y Movistar en los bajos. Claro se mantiene más homogéneo en todos los grupos socioeconómicos.

Tabla 7.3: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio de y Nivel socioeconómico

PROVEEDOR	Nivel socioeconómico					
	ABC1	C2	C3	D	E	Total
ENTEL PCS	48.8%	38.9%	45.9%	40.3%	31.9%	40.5%
Movistar / Telefónica Móvil	33.5%	39.0%	36.3%	40.2%	50.9%	40.3%
Smartcom / Claro	15.7%	19.9%	14.3%	17.6%	15.0%	16.9%
No sabe proveedor	2.0%	2.2%	3.6%	2.0%	2.2%	2.4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

7.2 Servicios

Un 76,8% de los servicio de celular son usados con prepago y un 23% con contrato.

Tabla 7.4: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Tipo de contrato y Zona de estudio

TIPO DE CONTRATO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Prepago	77.7%	81.1%	79.1%	74.1%	75.9%	76.8%
Contrato	22.3%	18.8%	20.1%	25.3%	24.1%	23.0%
No sabe	.0%	.1%	.8%	.6%	.0%	.2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

El servicio de celular con contrato es más prevalente en los sectores urbanos que en los rurales.

Tabla 7.5: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Tipo de contrato y Ruralidad

TIPO DE CONTRATO	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
Prepago	74.8%	90.2%	76.8%
Contrato	25.0%	9.8%	23.0%
No sabe	.2%	.0%	.2%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

Mientras en el estrato socioeconómico ABC1 los celulares con contrato superan largamente a los con prepago, en los otros estratos, la infinita mayoría tiene servicios de prepago.

Tabla 7.6: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Tipo de contrato y Nivel socioeconómico

TIPO DE CONTRATO	Nivel socioeconómico					
	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Prepago	32.6%	61.4%	78.5%	83.9%	94.2%	76.8%
Contrato	66.9%	38.2%	21.5%	15.9%	5.8%	23.0%
No sabe	.4%	.4%	.0%	.1%	.0%	.2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

8 Internet

8.1 Compañías

En el 47,6% de los hogares con acceso a Internet existía servicio contratado con Telefónica Internet, seguido de VTR con un 29,9%. En todas las Zonas, con la excepción de la Zona 5, VTR supera ampliamente a Telefónica.

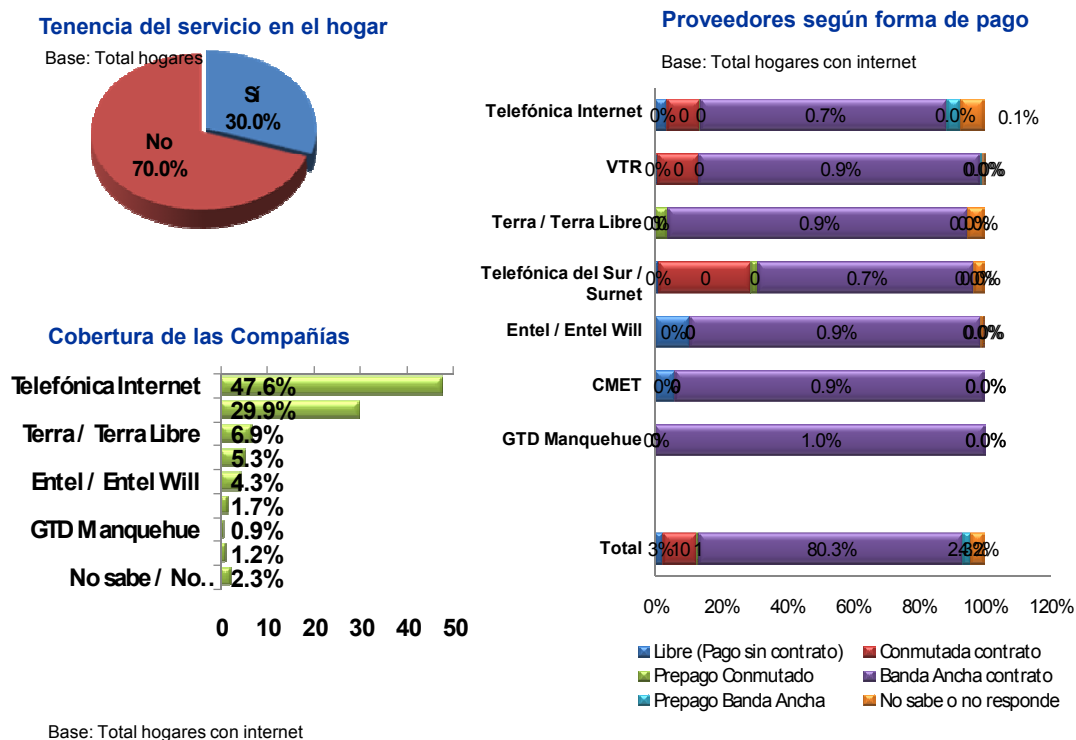
Tabla 8.1: Distribución de servicios de Internet según Proveedor y Zona de estudio

PROVEEDOR	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Telefónica Internet	25.0%	39.9%	28.3%	17.7%	54.5%	47.6%
VTR	68.0%	55.3%	47.7%	29.6%	21.9%	29.9%
Terra / Terra Libre	4.3%	3.2%	4.0%	.0%	8.3%	6.9%
Telefónica del Sur / Surnet	.0%	.0%	13.4%	48.1%	2.5%	5.3%
ENTEL / ENTEL Will	.0%	1.1%	4.8%	.0%	5.3%	4.3%
CMET	2.4%	.0%	.8%	2.8%	1.9%	1.7%
GTD Manquehue	.0%	.0%	.0%	.0%	1.2%	.9%
Netline	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Otro	.3%	.0%	.0%	.0%	1.6%	1.2%
No sabe / No responde	.0%	.5%	1.0%	1.8%	2.8%	2.3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

Gráfico 8.1

Presencia de Internet en Hogares



En los sectores rurales, Telefónica Internet y Telefónica del Sur son las principales compañías.

Tabla 8.2: Distribución de servicios de Internet según Proveedor y Ruralidad

PROVEEDOR	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
Telefónica Internet	47.4%	72.2%	47.6%
VTR	30.1%	.0%	29.9%
Terra / Terra Libre	6.9%	.0%	6.9%
Telefónica del Sur / Surnet	5.1%	27.8%	5.3%
ENTEL / ENTEL Will	4.4%	.0%	4.3%
CMET	1.7%	.0%	1.7%
GTD Manquehue	.9%	.0%	.9%
Netline	.0%	.0%	.0%
Otro	1.2%	.0%	1.2%
No sabe / No responde	2.3%	.0%	2.3%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

8.2 Servicios

En el 80,3% de los hogares con Internet, existía banda ancha contratada.

Tabla 8.3: Distribución de servicios de Internet según Tipo de Servicio y Zona de estudio

TIPO DE SERVICIO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Banda Ancha contrato	96.2%	85.2%	93.0%	79.4%	77.1%	80.3%
Conmutada contrato	.0%	7.1%	2.0%	8.3%	12.4%	10.1%
Libre (Pago sin contrato)	1.5%	2.8%	3.1%	1.2%	2.6%	2.5%
Prepago Banda Ancha	.2%	2.9%	.0%	5.5%	2.4%	2.3%
Prepago Conmutado	.0%	2.0%	.0%	2.1%	.4%	.6%
No sabe o no responde	2.1%	.0%	2.0%	3.6%	5.2%	4.2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

En el sector urbano, la banda ancha contratada es más de dos veces aquella en los sectores rurales.

Tabla 8.4: Distribución de servicios de Internet según Tipo de Servicio y Ruralidad

TIPO DE SERVICIO	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
Banda Ancha contrato	80.8%	30.4%	80.3%
Conmutada contrato	10.2%	.0%	10.1%
Libre (Pago sin contrato)	2.2%	45.8%	2.5%
Prepago Banda Ancha	2.3%	.0%	2.3%
Prepago Conmutado	.5%	11.6%	.6%
No sabe o no responde	4.1%	12.2%	4.2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

Es interesante observar que el servicio de banda ancha contratada es la principal forma de uso de Internet en todos los niveles socioeconómicos, incluso en los más bajos. De hecho, el grupo E posee un nivel de banda ancha similar al ABC1. Esto se explica porque su acceso a Internet ocurrió en un periodo donde la banda ancha ya estaba ampliamente diseminada y a valores accesibles.

Tabla 8.5: Distribución de servicios de Internet según Tipo de Servicio y Nivel socioeconómico

TIPO DE SERVICIO	Nivel socioeconómico					
	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Banda Ancha contrato	95.0%	77.3%	68.9%	80.2%	95.5%	80.3%
Conmutada contrato	.0%	14.6%	18.8%	6.4%	.0%	10.1%
Libre (Pago sin contrato)	3.3%	2.7%	.7%	3.3%	3.7%	2.5%
Prepago Banda Ancha	1.3%	3.0%	1.1%	3.7%	.0%	2.3%
Prepago Conmutado	.0%	.0%	2.5%	.0%	.0%	.6%
No sabe o no responde	.5%	2.4%	8.0%	6.4%	.8%	4.2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

9 Televisión Pagada

9.1 Compañías

De todos los servicios de TV pagada, un 52,3% pertenecen a VTR y un 22,8% a Telefónica TV digital. VTR tiene una mayor presencia en la zona norte que en el resto del país. De hecho, en la Segunda Región, VTR posee el 85,3% de los contratos de televisión pagada.

Tabla 9.1: Distribución de servicios de TV Pagada según Proveedor y Zona de estudio

	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
VTR	85.3%	72.9%	45.0%	55.9%	45.7%	52.3%
Telefónica TV Digital	6.2%	4.2%	9.2%	3.9%	33.5%	22.8%
Direct TV	.3%	3.9%	4.0%	2.5%	3.9%	3.6%
ZAP	3.2%	4.3%	.0%	15.2%	3.1%	3.5%
Cable Central	.0%	.0%	3.0%	1.0%	3.5%	2.6%
Otro	4.1%	13.8%	36.5%	14.9%	6.9%	12.2%
No sabe / No responde	1.0%	.8%	2.3%	6.5%	3.4%	2.9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

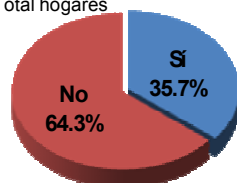
Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

Gráfico 9.1

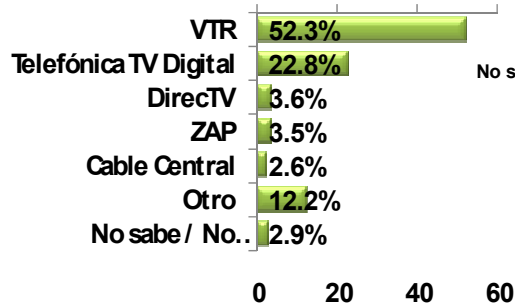
Presencia de TV pagada en Hogares

Tenencia del servicio en el hogar

Base: Total hogares



Cobertura de las Compañías



Base: Total hogares con TV pagada

Proveedores según forma de pago

Base: Total hogares con TV pagada

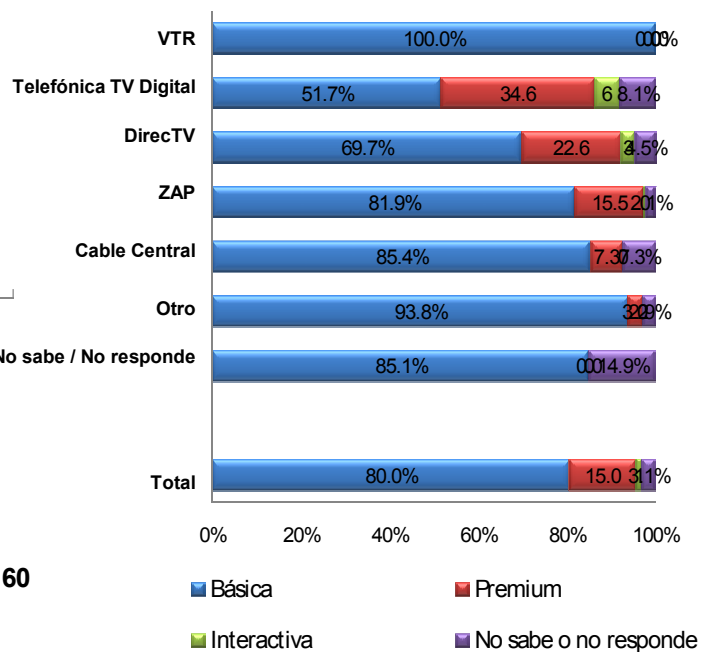


Tabla 9.2: Distribución de servicios de TV Pagada según Proveedor del servicio y Agrupación de regiones

	Urbano o Rural		
	Urbano	Rural	Total
VTR	53.2%	.0%	52.3%
Telefónica TV Digital	22.5%	38.5%	22.8%
Direct TV	3.3%	22.5%	3.6%
ZAP	2.9%	36.2%	3.5%
Cable Central	2.7%	.0%	2.6%
Otro	12.5%	.0%	12.2%
No sabe / No responde	2.9%	2.7%	2.9%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

Un 80% de los hogares con TV pagada, tienen servicios Básicos y 15,7% Premium.

Tabla 9.3: Distribución de servicios de TV Pagada según Tipo de servicio contratado y Zona de estudio

TIPO DE SERVICIO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Básica	79.3%	83.8%	84.0%	81.6%	78.1%	80.0%
Premium	19.4%	12.3%	13.5%	14.3%	16.7%	15.7%
Interactiva	1.2%	.0%	1.5%	.0%	1.5%	1.2%
No sabe / No responde	.1%	3.9%	1.0%	4.0%	3.6%	3.1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

No se observan importantes diferencias entre los residentes de zonas urbanas y rurales.

Tabla 9.4: Distribución de servicios de TV Pagada según Tipo de servicio contratado y Zona de estudio

TIPO DE SERVICIO	Área		
	Urbano	Rural	Total
Básica	80.0%	81.8%	80.0%
Premium	15.6%	18.2%	15.7%
Interactiva	1.2%	.0%	1.2%
No sabe / No responde	3.2%	.0%	3.1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

El nivel socioeconómico ABC1 es el que posee la mayor proporción de servicios Premium.

**Tabla 9.5: Distribución de servicios de TV Pagada según
Tipo de servicio contratado y Nivel socioeconómico**

TIPO DE SERVICIO	Nivel socioeconómico					
	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Básica	71.8%	78.1%	79.3%	84.3%	87.7%	80.0%
Premium	26.1%	15.2%	16.3%	12.1%	8.8%	15.7%
Interactiva	1.4%	3.0%	.7%	.1%	.1%	1.2%
No sabe / No responde	.7%	3.7%	3.6%	3.4%	3.5%	3.1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

SATISFACCION

10 General

En general, los usuarios de los servicios de telecomunicación se encuentran bastante más satisfechos que insatisfechos. Esto no significa, sin embargo, que los usuarios están completamente satisfechos con los servicios que reciben o que no exista un relevante porcentaje de insatisfechos. Además, como se verá más adelante se observa una menor satisfacción comparado con la encuesta realizada en Junio.

Un 36,4% de los usuarios se encuentran muy satisfechos con los servicios de telecomunicaciones y un 9,3% muy insatisfechos.¹⁵ El teléfono fijo es el servicio con el cual existe el mayor porcentaje de usuarios muy o algo insatisfechos, alcanzando el 24,8%. Los otros servicios tienen niveles similares de satisfacción.

Tabla 10.1: Distribución de usuarios según Tipo de servicio contratado y Nivel de satisfacción- Noviembre 2007

TIPO DE SERVICIO	Nivel de satisfacción					
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe no responde
Teléfono Fijo	12.6%	12.2%	13.1%	33.8%	28.0%	0.4%
Larga Distancia	6.2%	4.8%	14.7%	33.8%	40.3%	0.2%
Celular	8.9%	10.2%	10.1%	30.1%	40.4%	0.3%
Internet	7.5%	10.5%	9.5%	36.9%	34.6%	1.1%
TV pagada	7.2%	9.4%	10.3%	32.3%	40.7%	0.0%
Total	9.3%	10.4%	11.1%	32.5%	36.4%	.4%

¹⁵ Para hacer este cálculo general, se asumió la relación usuario /servicio de telecomunicación como un usuario distinto. Por ejemplo, si un usuario poseía 3 servicios, fue contado como 3 usuarios.

Gráfico 10.1

Comparado con la encuesta realizada en el mes de Junio, se observa un deterioro en el nivel de satisfacción, el que es estadísticamente significativo. De hecho, hay una reducción de más de 10 puntos porcentuales en el grupo muy o algo satisfecho con los servicios de telecomunicaciones. En similar cantidad se incrementó el porcentaje de usuarios que se encuentra muy o algo insatisfecho. Es interesante observar que la satisfacción en todos los servicios se movieron en la misma dirección desde la encuesta anterior, es decir, hacia una menor satisfacción. Una posible explicación de esto es que haya una irradiación desde la insatisfacción desde un servicio hacia los otros lo que es especialmente favorecido cuando es la misma compañía la que posee varios de los servicios dentro del hogar. Por lo tanto, puede ser que las personas tengan en mente la compañía más que el servicio mismo al hacer la evaluación del servicio.

Esto puede tener un asidero en el hecho de que una proporción importante de los problemas están asociados con la cuenta y cobranza los que pueden ser comunes a un paquete de servicios con la misma compañía.

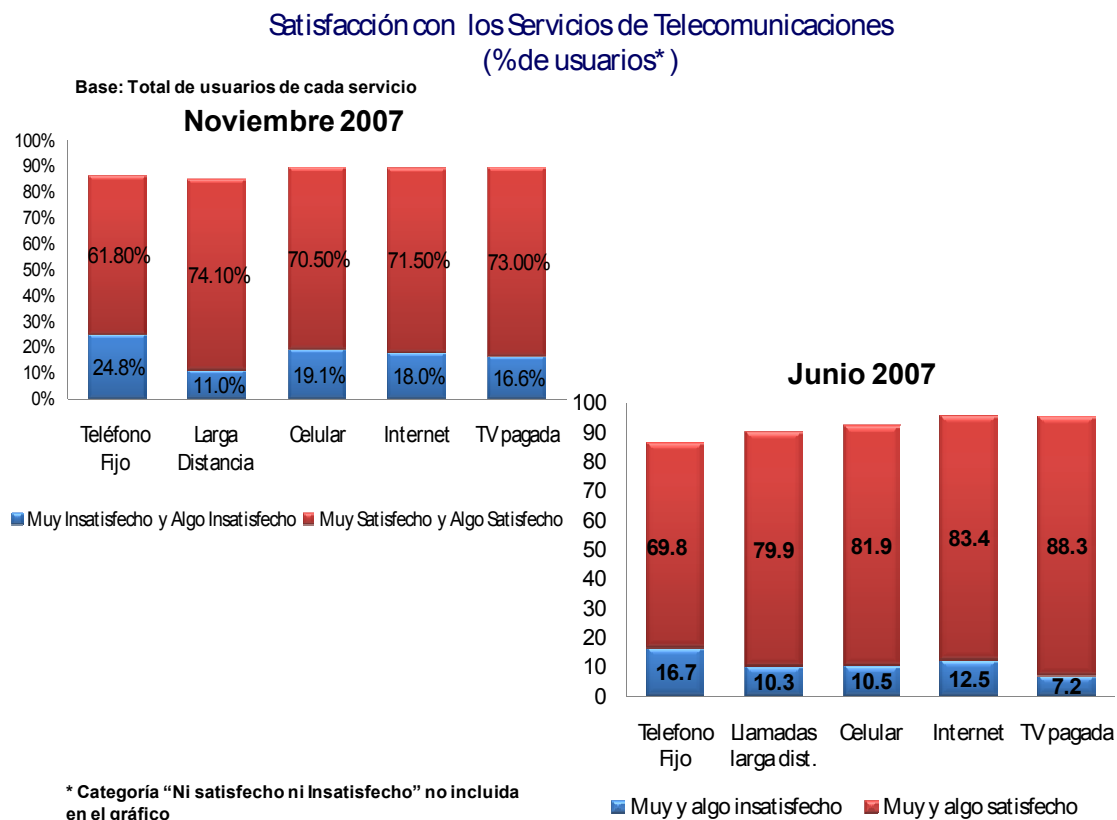
El teléfono sigue siendo el servicio que acapara un mayor porcentaje de insatisfechos, pasando de un 16.7% en las categorías “muy y algo insatisfecho” en la encuesta de junio a un 24.8%. El celular es el segundo servicio que acapara el mayor porcentaje de usuarios muy o algo insatisfechos. Este servicio disminuyó en 11.4 puntos el nivel de satisfacción y la insatisfacción la incrementó en 8.6 puntos. Con los servicios de Internet se produjo una disminución similar en los niveles de satisfacción (11.9 puntos), aunque la insatisfacción se incrementó sólo en 5.5 puntos. Es interesante observar lo que ha sucedido con la televisión pagada, uno de los servicios que más se ha expandido, que muestra un sustantivo incremento en el nivel de insatisfacción con respecto a la encuesta anterior.

Tabla 10.2: Distribución de usuarios según Tipo de servicio contratado y Nivel de satisfacción- Junio 2007

TIPO DE SERVICIO	Nivel de satisfacción					
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe no responde
Teléfono Fijo	6,5%	10,2%	13,4%	41,7%	28,1%	,0%
Larga Distancia	5,5%	4,8%	8,0%	35,5%	44,4%	1,8%
Celular	6,2%	4,3%	6,4%	44,8%	37,1%	1,2%
Internet	5,7%	6,8%	4,1%	41,0%	42,4%	,0%
TV pagada	3,9%	3,3%	4,5%	43,9%	44,4%	,0%
Total	5,8%	5,9%	7,7%	42,8%	37,2%	0,7%

Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios

Gráfico 10.2



Los usuarios que pagan la cuenta se encuentran ligeramente más insatisfechos que los que no pagan.

Tabla 10.3: Distribución de usuarios de servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Tipo de usuario

NIVEL DE SATISFACCION	Tipo de Usuario		
	No encargado de pagar la cuenta	Encargado de pagar la cuenta	Total
Muy insatisfecho	6.3%	9.9%	9.3%
Algo insatisfecho	9.6%	10.4%	10.4%
Ni satisfecho ni insatisfecho	12.2%	11.0%	11.1%
Algo satisfecho	31.7%	32.6%	32.5%
Muy satisfecho	39.6%	35.8%	36.4%
No sabe no responde	.6%	.2%	.4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios.

La Zona 1, Segunda Región, es la que presenta los niveles más bajos de insatisfacción. Las otras zonas muestran niveles similares. En todas las Zonas, la satisfacción supera a la insatisfacción.

Tabla 10.4: Distribución de usuarios de servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Zona de estudio

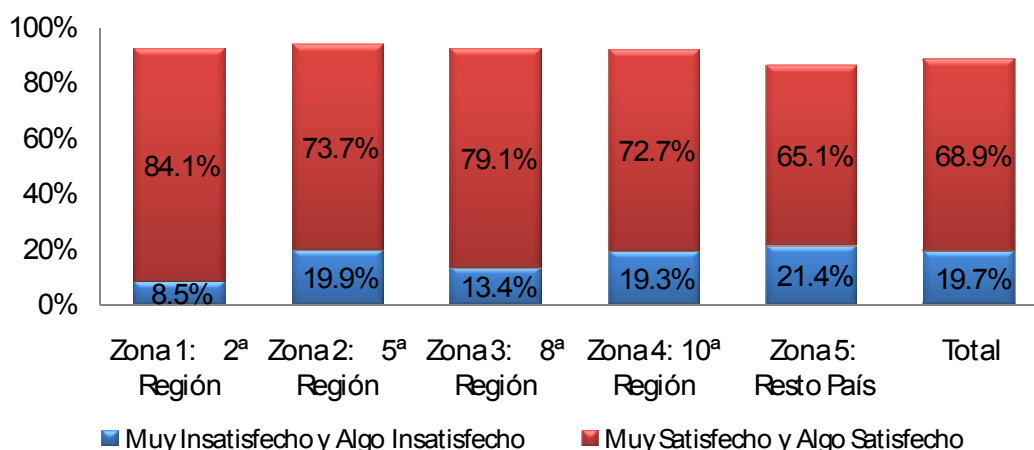
NIVEL DE SATISFACCION	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Muy insatisfecho	1.8%	9.0%	2.8%	7.7%	11.0%	9.3%
Algo insatisfecho	6.7%	10.9%	10.6%	11.6%	10.4%	10.4%
Ni satisfecho ni insatisfecho	7.1%	6.5%	7.3%	7.5%	13.0%	11.1%
Algo satisfecho	58.6%	21.0%	29.7%	21.1%	34.3%	32.5%
Muy satisfecho	25.5%	52.7%	49.4%	51.6%	30.8%	36.4%
No sabe no responde	.2%	.0%	.2%	.4%	.4%	.4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: todos los usuarios de cada uno de los servicios

Gráfico 10.3

**Satisfacción con los Servicios de Telecomunicaciones según Zonas
(%de usuarios*)**

Base: Total de usuarios de cada servicio



* Categoría "Ni satisfecho ni insatisfecho" no incluida en el gráfico

Es interesante observar que existen importantes oscilaciones en los niveles de satisfacción en la mayoría de las zonas comparado con la encuesta anterior. Lo más notable es lo que se aprecia en la antigua Décima región donde se observa una importante mejoría en los niveles de satisfacción que son estadísticamente significativos. La Zona 5 (resto del país) también muestra un importante cambio con respecto a la encuesta anterior aunque en un sentido contrario, es decir, hacia el incremento de la insatisfacción.

Analizando estos datos, se puede concluir que la satisfacción es un fenómeno transitorio que puede cambiar en una u otra dirección en forma rápida. Por lo tanto, no es posible hablar de una tendencia hacia la insatisfacción o hacia la satisfacción, sino simplemente describir una fotografía del estado de la satisfacción en un momento particular.

Esta volatilidad en los niveles de satisfacción también es dependiente de los cambios en los niveles de penetración de los servicios. Como se ha observado, hay servicios que han incrementado su nivel de penetración y otros que los han disminuido, lo que hace que la base de usuarios cambie entre una encuesta a otra.

A diferencia de la encuesta anterior, en esta encuesta se observan sólo ligeras diferencias entre usuarios residentes en zonas urbanas y rurales en cuanto al nivel de insatisfacción. Comparado con dicha encuesta, los residentes en zonas urbanas muestran un incremento en la insatisfacción y los de zonas rurales, una disminución.

Tabla 10.5: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Ruralidad - Noviembre 2007

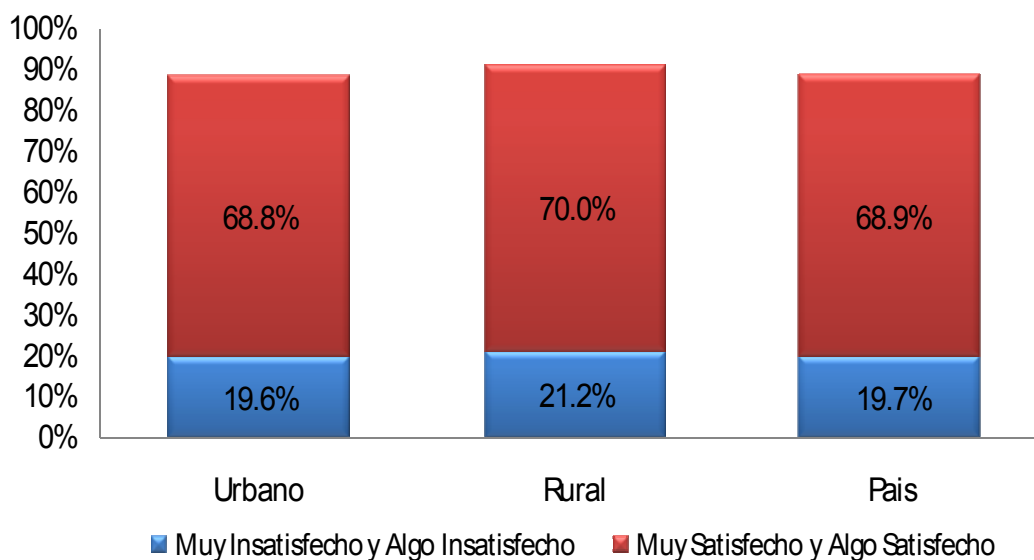
NIVEL DE SATISFACCION	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
Muy insatisfecho	9.5%	6.0%	9.3%
Algo insatisfecho	10.1%	15.2%	10.4%
Ni satisfecho ni insatisfecho	11.3%	8.2%	11.1%
Algo satisfecho	32.2%	36.6%	32.5%
Muy satisfecho	36.6%	33.4%	36.4%
No sabe no responde	.3%	.6%	.4%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios

Gráfico 10.4

**Satisfacción con los Servicios de Telecomunicaciones según Zona Urbana o Rural
(%de usuarios*)**

Base: Total de usuarios de cada servicio



* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

El sexo del usuario no parece ser un factor relevante en el nivel de satisfacción con los servicios. La tabla siguiente muestra que los porcentajes de satisfacción son bastante similares, aunque ligeramente las mujeres se encuentran más insatisfechas.

Tabla 10.6: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Sexo

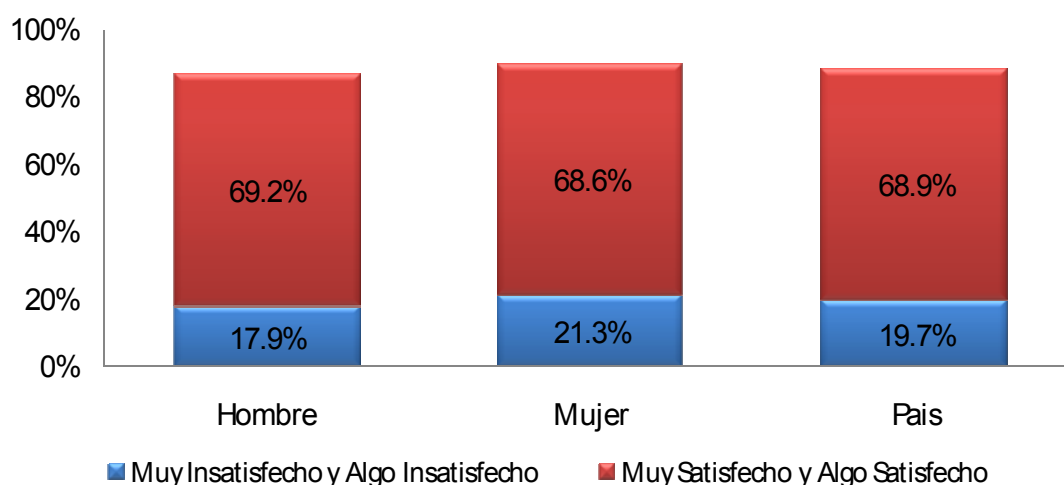
NIVEL DE SATISFACCION	Sexo		
	Masculino	Femenino	Total
Muy insatisfecho	10.1%	8.5%	9.3%
Algo insatisfecho	7.8%	12.8%	10.4%
Ni satisfecho ni insatisfecho	12.5%	9.7%	11.1%
Algo satisfecho	35.4%	29.8%	32.5%
Muy satisfecho	33.8%	38.8%	36.4%
No sabe no responde	.3%	.4%	.4%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios.

Gráfico 10.5

Satisfacción con los Servicios de Telecomunicaciones según Sexo
(%de usuarios*)

Base: Total de usuarios de cada servicio



* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

La edad de los usuarios tampoco parece estar relacionado con la satisfacción con los servicios de telecomunicaciones.

Tabla 10.7: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Grupo Etéreo

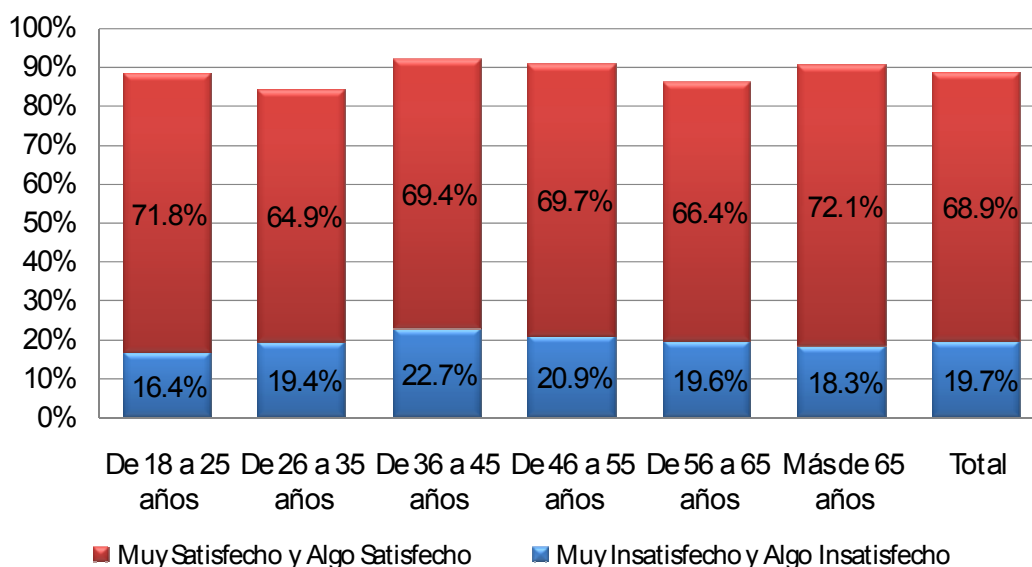
NIVEL DE SATISFACCION	Grupo Etéreo						Total
	De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años	
Muy insatisfecho	7.4%	8.7%	12.4%	9.6%	9.6%	6.0%	9.3%
Algo insatisfecho	9.0%	10.7%	10.3%	11.3%	10.0%	12.3%	10.4%
Ni satisfecho ni insatisfecho	11.6%	15.0%	7.7%	9.4%	13.7%	8.9%	11.1%
Algo satisfecho	34.5%	31.2%	29.9%	34.2%	28.5%	39.2%	32.5%
Muy satisfecho	37.3%	33.7%	39.5%	35.5%	37.9%	32.9%	36.4%
No sabe no responde	.3%	.7%	.2%	.0%	.2%	.8%	.4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios.

Gráfico 10.6

Satisfacción con los Servicios de Telecomunicaciones según Grupo de Edad (%de usuarios*)

Base: Total de usuarios de cada servicio



* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

10.1 Problemas

El 14.8% de los usuarios ha tenido algún problema con los servicios de telecomunicaciones en los últimos 12 meses¹⁶. Internet es el que posee el mayor porcentaje de de usuarios con problemas en dicho periodo alcanzando el 22%. Le sigue el teléfono fijo con un 21,9% y el celular con un 11,1%.

Tabla 10.8: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas- Noviembre 2007

TIPO DE SERVICIO	Ocurrencia de problemas			
	Tuvo problemas	No tuvo problemas	NS/NR	Total
Teléfono Fijo	21,9%	78,0%	,1%	100,0%
Larga Distancia	4.8%	95,2%	,0%	100,0%
Celular	11.1%	88,2%	,6%	100,0%
Internet	22,0%	77,6%	,4%	100,0%
TV pagada	9,2%	90,6%	,1%	100,0%
Total	14.8%	84.8%	.3%	100,0%

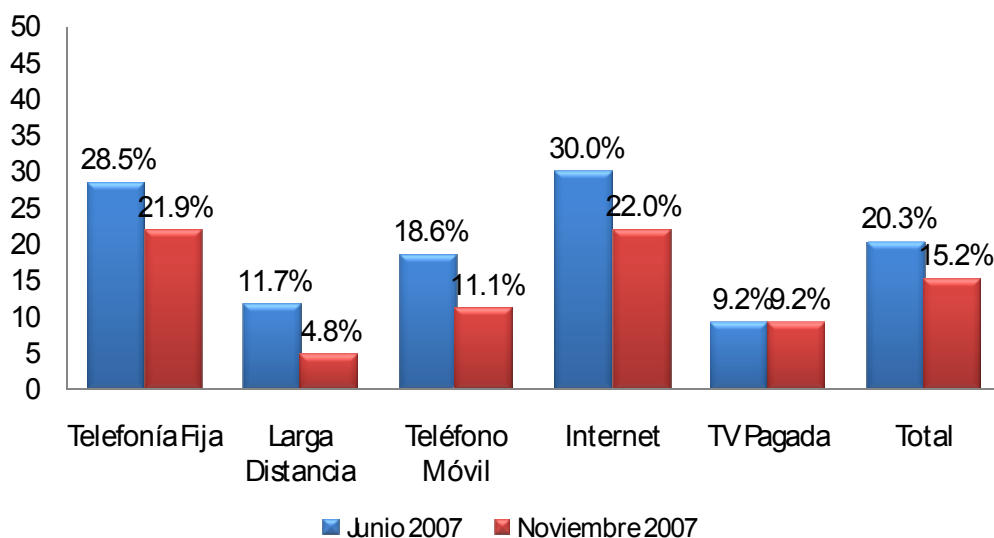
Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios.

¹⁶ Para hacer este cálculo general, se asumió la relación usuario /servicio de telecomunicación como un usuario distinto. Por ejemplo, si un usuario poseía 3 servicios, fue contado como 3 usuarios.

Gráfico 10.7

Ocurrencia de problemas con servicios de telecomunicaciones en el hogar
(% de usuarios con problemas)

Base: Total de usuarios de cada servicio



Comparado con la encuesta anterior se observa una disminución en los porcentajes de problemas en todos los servicios, pero éstos mantienen similar relación que en dicha encuesta. Es interesante observar que parece no haber conexión entre problemas y satisfacción. Sin embargo, como se verá más adelante, esa conexión existe.

Tabla 10.9: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas- Junio 2007

TIPO DE SERVICIO	Ocurrencia de problemas			
	Tuvo problemas	No tuvo problemas	NS/NR	Total
Teléfono Fijo	28,5%	71,1%	,4%	100,0%
Larga Distancia	11,7%	87,8%	,6%	100,0%
Celular	18,6%	80,4%	1,0%	100,0%
Internet	30,0%	69,8%	,2%	100,0%
TV pagada	9,2%	87,5%	3,2%	100,0%
Total	20,3%	78,5%	1,2%	100,0%

Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios.

Del total estimado de servicios de más de 14 millones, existen 1.935.773 de servicios con problemas ocurridos en los últimos 12 meses.¹⁷ El mayor volumen lo concentra el celular.

Tabla 10.10: Distribución de servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas

TIPO DE SERVICIO	Número de Servicios			
	Con problemas	Sin problemas	Sin información	Total de Servicios
Teléfono Fijo	499.110	1.775.761	2.176	2.277.046
Larga Distancia	18.961	373.038	0	392.000
Celular	1.038.128	8.220.544	56.794	9.315.467
Internet	247.419	872.762	4.365	1.124.546
TV pagada	132.155	1.297.207	1.829	1.431.191
Total ¹⁸	1.935.773	12.539.312	65.164	14.540.250

Base: todos los usuarios con problemas

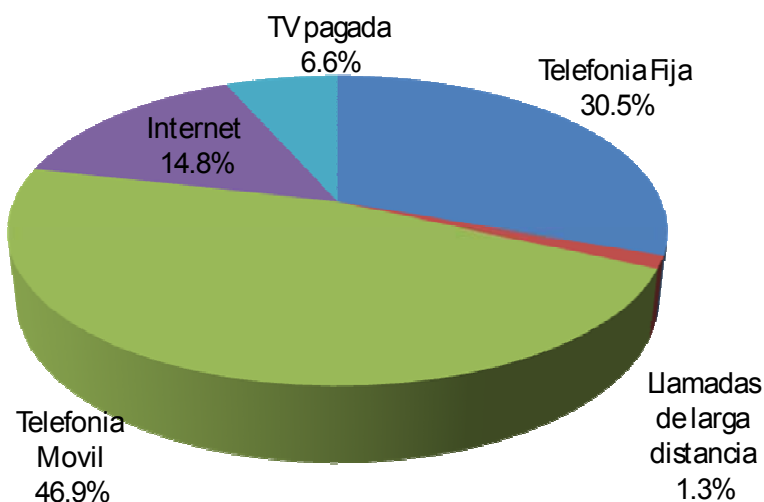
¹⁷ Para estimar la cantidad de problemas ocurridos en los últimos 12 meses se realizó el siguiente procedimiento: Los problemas asociados a servicios del hogar: teléfono fijo, Internet, televisión por cable fueron estimados por hogar (expandidos por hogar). Esto significa que si un usuario decía que había tenido un problema con el teléfono fijo en los últimos 12 meses, este problema era contado una sola vez. Con las llamadas de larga distancia, se siguió el mismo procedimiento debido a que, aunque las llamadas de larga distancia podrían estar asociadas al individuo y no al hogar, es sabido que en la mayoría de los casos dicho servicio está asociado al hogar. Los problemas relacionados con el celular en cambio fueron considerados a nivel de personas expandiéndose por la variable personas debido a que este es en la infinita mayoría de los casos un servicio persona.

¹⁸ La estimación de servicios con problemas no es coincidente a la estimación de usuarios que han declarado por el procedimiento explicado en la nota al pie anterior.

Gráfico 10.8

**Distribución de los problemas con servicios de telecomunicaciones en el hogar
(% del total de Problemas)**

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas con los servicios



10.2 Reclamos

En la amplia mayoría de los casos, 74,8%, los usuarios realizaron un reclamo o petición a raíz de los problemas con el servicio.

Tabla 10.11: Distribución de usuarios que tuvieron problemas según Tipo de Servicio y Ocurrencia de Reclamo

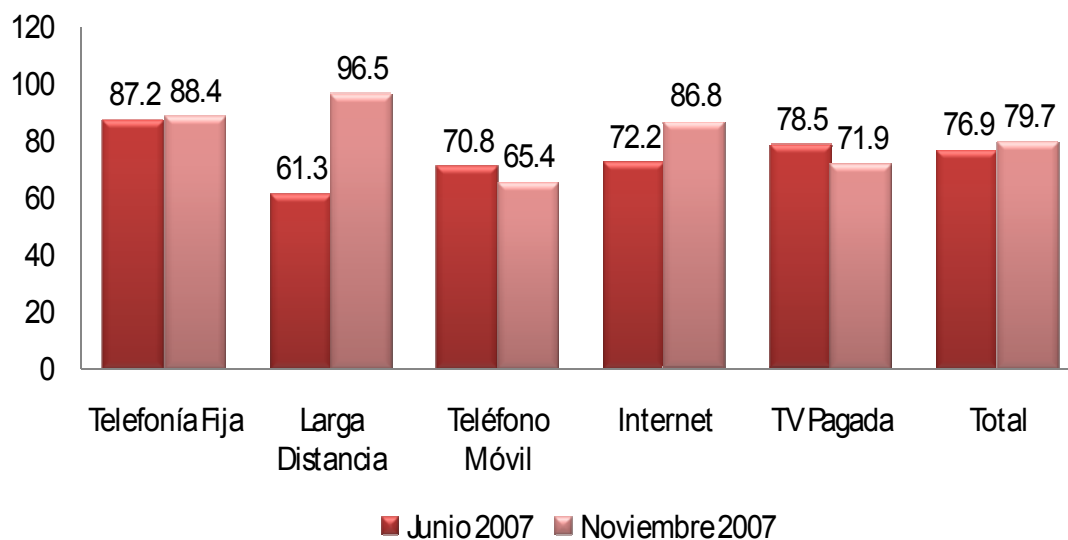
TIPO DE SERVICIO	Efectuaron un reclamo			
	Sí	No	NS/NR	Total
Teléfono Fijo	88,4%	11,0%	,6%	100,0%
Larga Distancia	96,5%	3,5%	,0%	100,0%
Celular	65,4%	34,3%	,3%	100,0%
Internet	86,8%	13,2%	,0%	100,0%
TV pagada	71,9%	27,4%	,6%	100,0%
Total	79,7%	19,9%	,4%	100,0%

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas

Gráfico 10.9

Reclamos por los problemas con servicios de telecomunicaciones en el hogar
(% de usuarios que reclama)

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas con los servicios



En relación a la cantidad de reclamos, es posible estimar que, en los últimos 12 meses, hubo aproximadamente 1.448.423 reclamos o peticiones por problemas en los servicios de telecomunicaciones¹⁹. De estos, el 46.9% correspondían a reclamos por problemas en la telefonía móvil, seguido de un 30.5% de la telefonía fija.

¹⁹ Para estimar la cantidad de reclamos, se procedió de similar forma que para la estimación de la cantidad de problemas (explicado en la nota al pie de página anterior)

Tabla 10.12: Distribución de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de Servicio y Reclamo²⁰

TIPO DE SERVICIO	Número de servicios con problemas			
	Servicios con reclamos	Servicios sin reclamos	NS/NR	Total de servicios
Teléfono Fijo	441.288	54.968	2.854	499.110
Larga Distancia	18.292	669	0	18.961
Celular	679.087	356.380	2.662	1.038.128
Internet	214.723	32.696	0	247.419
TV pagada	95.033	36.265	856	132.155
Total	1.448.423	480.978	6.372	1.935.773

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas.

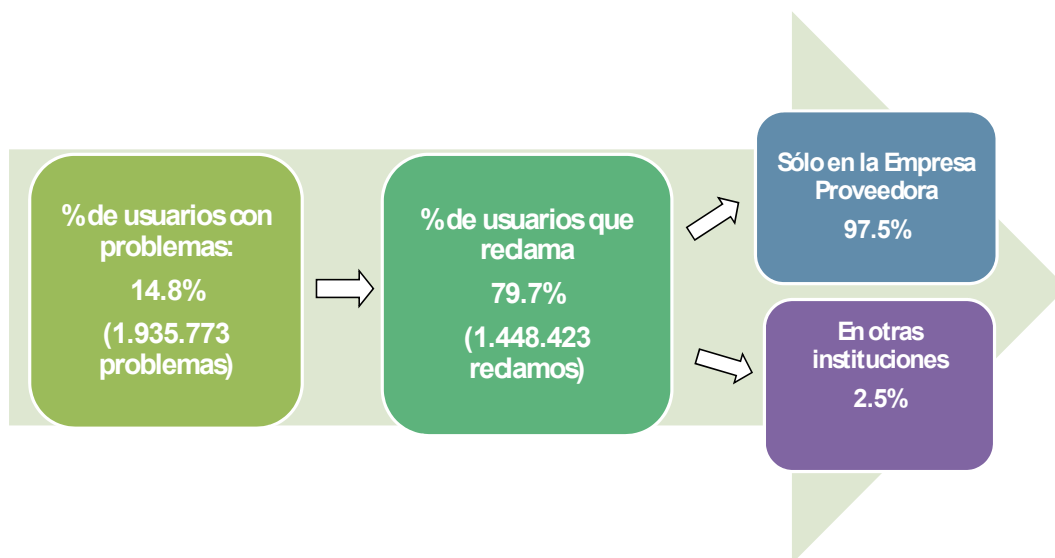
10.3 ¿Contra quien reclamó?

La mayoría de los reclamos fueron realizados sólo ante las empresas proveedoras, alcanzando el 97,5%. Sólo un 2,5% de los reclamos va dirigido conjunta o exclusivamente a otras instituciones como SERNAC y SUBTEL.

²⁰ Las personas que reclamaban podían realizar más de un reclamo. Por lo tanto, los totales expresados en la tabla 10.10 no fueron extraídos de la aplicación de los porcentajes de usuarios que reclamaron dentro de cada servicio (según la Tabla 10.9) a los totales de problemas de la tabla 10.8. Eso habría sido posible sólo en el caso de que cada usuario que reclamaba presentaba un solo reclamo, lo que no fue el caso.

Gráfico 10.10

Flujo de Problemas y Reclamos en Cantidad y Porcentaje en los últimos 12 meses



Problemas y Reclamos son sólo estimaciones

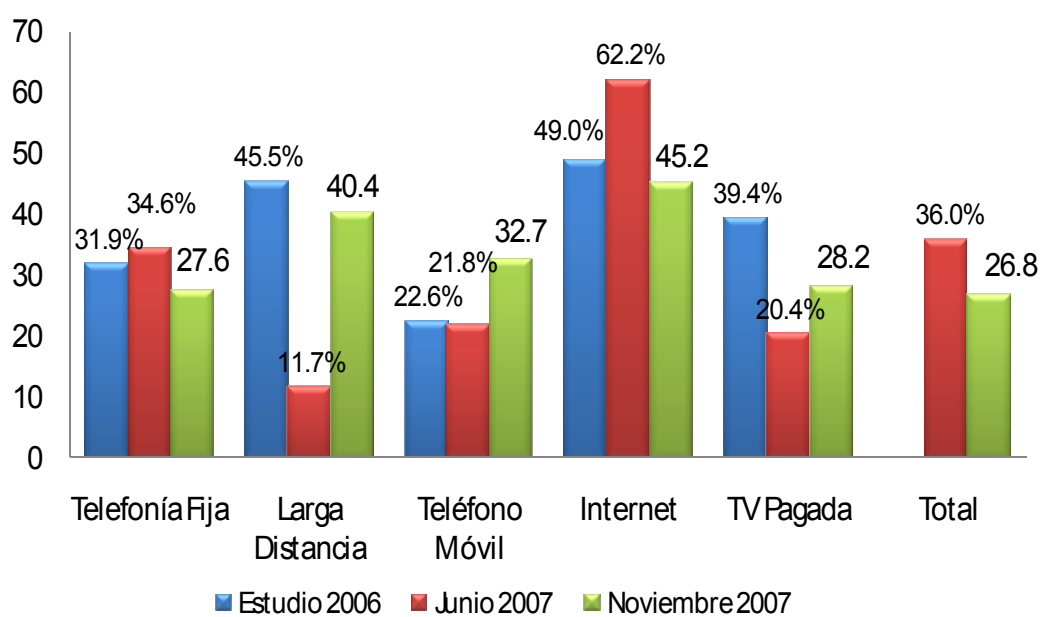
10.4 Resolución de los problemas

De acuerdo a los usuarios, los niveles de solución total de los problemas son relativamente bajos, especialmente para algunos servicios. El teléfono fijo tiene una resolución total de alrededor del 27% lo que es más bajo de lo observado en la encuesta anterior. El celular posee una resolución total de aproximadamente 32% superior al observado en la encuesta anterior. Internet, en cambio, posee una tasa de resolución más alta, 45% pero que es menor al observado en la encuesta anterior.

Gráfico 10.11

Resolución de Problemas con servicios de telecomunicaciones en el hogar
(% de los usuarios con problema totalmente Solucionado)

Base: Todos los entrevistados que han reclamado



11 Teléfono

11.1 Satisfacción

En general, los usuarios de los servicios se encuentran más satisfechos que insatisfechos con los servicios de telefonía fija. La evaluación general muestra que sólo un 24,8% se encuentran muy o algo insatisfechos. En cambio, un 61,8% se encuentran algo o muy satisfechos.

Los tres hechos que tienen más insatisfechos a los usuarios de telefonía fija son: la falta de rapidez en las consultas por teléfono, la falta de capacidad del personal para resolver problemas y los cobros de llamadas no realizadas. Con todo, incluso en dichos aspectos, la satisfacción supera a la insatisfacción.

Tabla 11.1: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Aspecto y Nivel de satisfacción con el servicio

ASPECTO DEL SERVICIO	Nivel de satisfacción						
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho o ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS/NR	Total
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente	10.6%	11.2%	8.1%	29.1%	36.4%	4.7%	100,0%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	15.5%	12.4%	8.1%	26.5%	32.6%	4.9%	100,0%
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	12.5%	11.0%	10.0%	27.1%	33.9%	5.5%	100,0%
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	9.9%	7.5%	9.7%	32.7%	35.8%	4.4%	100,0%
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	6.5%	8.4%	11.7%	31.4%	36.2%	5.9%	100,0%
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio	10.0%	8.5%	9.6%	31.3%	36.1%	4.4%	100,0%
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones e instalaciones	10.9%	9.6%	8.9%	27.9%	36.6%	6.3%	100,0%
Servicio con buena cobertura para poder comunicarse desde y hacia cualquier parte, sin interferencias, cortes ni ruido	6.6%	7.3%	8.3%	34.4%	41.3%	2.0%	100,0%
La capacitación y competencia del personal de servicio técnico	9.8%	9.0%	9.5%	28.8%	35.7%	7.2%	100,0%
Satisfacción General ²¹	12.6%	12.2%	13.1%	33.8%	28.0%	.4%	100,0%

²¹ La satisfacción general está puesta al final de cada cuadro como una referencia. No es un valor de resumen del cuadro. En la encuesta fue preguntado sólo una vez como una evaluación general de la satisfacción del servicio.

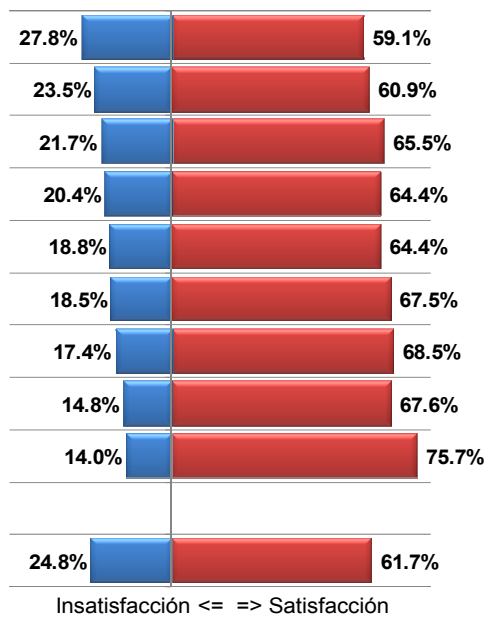
Base: Todos los usuarios de teléfono fijo.

Gráfico 11.1

Satisfacción Aspectos de Servicio

Base: Todos los usuarios de Telefonía fija

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y algo insatisfecho



* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones e instalaciones
La capacitación y competencia del personal de servicio técnico
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades
Servicio con buena cobertura para poder comunicarse desde y hacia cualquier parte, sin interferencias.

SATISFACCIÓN GENERAL

Tabla 11.2: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Nivel de satisfacción con los distintos aspectos relacionados con el cobro

ASPECTO DE COBRO	Nivel de Satisfacción					
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe no responde
CONTRATO						
Claridad de la información que está en la boleta	10.1%	10.2%	9.0%	31.2%	34.8%	4.8%
Detalle de la información que está en la boleta	9.4%	8.9%	8.8%	29.9%	37.9%	5.2%
Cobro sólo de las llamadas que usted efectivamente realizó	13.2%	11.6%	8.1%	28.7%	33.2%	5.3%
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado	12.5%	10.4%	7.8%	28.6%	35.2%	5.5%
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	9.4%	6.9%	9.9%	30.8%	37.5%	5.4%
PREPAGO						
Monto que usted compra es cargado correctamente	11.6%	2.3%	2.5%	27.0%	53.0%	3.6%
Claridad en los cobros	11.3%	8.4%	4.5%	28.3%	42.8%	4.7%
Cobro de los montos que corresponden de acuerdo a lo que cargó.	11.3%	12.6%	1.9%	27.5%	42.9%	3.8%
TOTAL						
Satisfacción General ²²	12.6%	12.2%	13.1%	33.8%	28.0%	.4%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo según tipo de contrato.

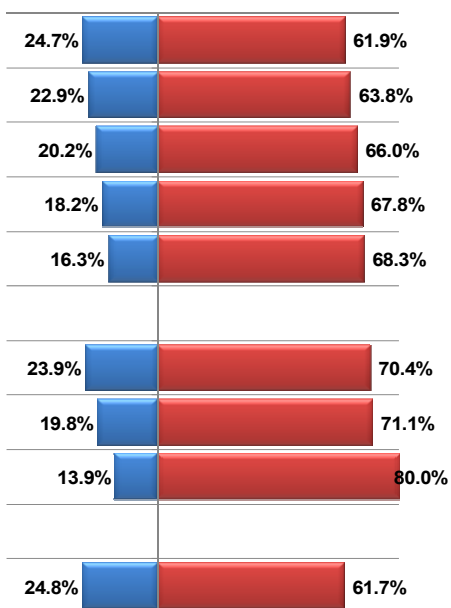
²² La satisfacción general está puesta al final de cada cuadro como una referencia. No es un valor de resumen del cuadro. En la encuesta fue preguntado sólo una vez como una evaluación general de la satisfacción del servicio.

Gráfico 11.2

Satisfacción con Cobros

Base: Todos los usuarios de Telefonía fija

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y algo insatisfecho



Insatisfacción <= => Satisfacción

* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

HOGARES CON LÍNEA PRINCIPAL CONTRATO O PLANES ALTERNATIVOS
Cobro sólo de las llamadas que usted efectivamente realizó
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado
Claridad de la información que está en la boleta
Detalle de la información que está en la boleta
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta
HOGARES CON LÍNEA PRINCIPAL PREPAGO
Cobro de los montos que corresponden de acuerdo a lo que cargó.
Claridad en los cobros
Monto que usted compra es cargado correctamente
SATISFACCIÓN GENERAL

11.2 Problemas y Reclamos

El 21,9% de usuarios con servicios de telefonía fija ha tenido algún problema en los últimos 12 meses. El 88,4% de éstos realizó un reclamo o pidió una solución al problema.

Tabla 11.3: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Ocurrencia de problemas, Reclamos y Zona de estudio

PROBLEMA Y RECLAMO EN ULTIMOS 12 MESES		Zona de estudio					
		1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
¿Ha tenido usted algún problema con el servicio de Telefonía Fija, ya sea con su proveedor ...	Sí	22.5%	11.5%	22.4%	11.2%	24.1%	21.9%
	No	77.5%	88.3%	77.6%	88.8%	75.8%	78.0%
	No sabe /no responde	.0%	.1%	.0%	.0%	.1%	.1%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	Sí	89.5%	75.7%	73.2%	55.3%	92.2%	88.4%
	No	10.5%	24.3%	23.5%	34.2%	7.8%	11.0%
	No sabe /no responde	.0%	.0%	3.2%	10.5%	.0%	.6%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de teléfono.

En la amplia mayoría de los casos, el reclamo es hecho sólo ante la compañía proveedora (96,7%). Sólo en un 3,4% el reclamo llega a otras instituciones como SERNAC o SUBTEL.

Tabla 11.4: Distribución Usuarios de Telefonía Fija que Reclamaron según Destinatario del reclamo y Zona de estudio

OFICINA RECEPTORA DEL RECLAMO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Sólo en la Empresa Proveedora	98.3%	90.8%	87.8%	100%	97.8%	96.7%
En la Empresa Proveedora y en SERNAC, SUBTEL u otro organismo.	.0%	9.2%	10.5%	.0%	1.4%	2.5%
Sólo en SERNAC, SUBTEL u otro organismo público.	1.7%	.0%	1.7%	.0%	.8%	.9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo que reclamaron.

Las mayores cantidades de reclamos tenían que ver con el cobro de llamadas no realizadas (29,5%), seguido por la falta de comprensión en los cobros. (18,8%)

Tabla 11.5: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija que Reclamaron según Tipo de reclamo y Zona de estudio

TIPO DE RECLAMO	Zona de estudio					
	1 2 ^a Región	2 5 ^a Región	3 8 ^a Región	4 10 ^a Región	5 Resto País	Total
No se entienden los cobros	26.6%	6.8%	17.4%	15.8%	19.3%	18.8%
Cobraron llamadas no realizadas	26.2%	43.7%	32.7%	28.0%	28.6%	29.5%
Cobraron concursos y servicios bloqueados	.7%	12.8%	8.1%	8.0%	8.8%	8.7%
Personal de atención al cliente no está capacitado para dar atención	5.6%	8.0%	6.0%	3.9%	12.4%	11.3%
Otro Reclamo1	30.7%	20.7%	26.8%	8.9%	20.3%	20.9%
Otro Reclamo2	4.6%	.0%	4.5%	.0%	2.6%	2.7%
Otro Reclamo3	.0%	.0%	4.5%	.0%	.7%	.9%
No sabe / No responde	5.7%	8.0%	.0%	35.3%	7.2%	7.4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo que reclamaron.

11.3 Solución del Problema

El 27,6% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras y un 10,7% fue solucionado en gran parte. Un 28,8% de los reclamos ni siquiera intentaron ser solucionados y el 9% que intentaron pero no lo lograron.

En los casos en que el problema o reclamo no es solucionado, en un 97,4% de los casos los usuarios no recurrieron a alguna otra instancia. Sólo un 2,6% de los usuarios recurrieron al SERNAC.

Tabla 11.6: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija que Reclamó según Resultado del Reclamo y Zonas

RESULTADO Y APELACION POSTERIOR		Zona de estudio					
		1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
¿Como diría Ud. que fue solucionado este reclamo por parte de la empresa proveedora?	Ni siquiera intentaron solucionarlo	24.0%	17.8%	17.6%	34.3%	30.7%	28.8%
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	27.9%	1.1%	12.7%	20.5%	8.0%	9.0%
	Fue solucionado sólo en parte	11.4%	8.7%	26.7%	.0%	25.5%	23.8%
	Fue solucionado en gran parte	1.1%	12.8%	12.3%	32.3%	10.5%	10.7%
	Fue totalmente solucionado	35.6%	59.5%	30.6%	12.9%	25.3%	27.6%
	No sabe / No responde	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Dado que su reclamo no fue solucionado satisfactoriamente, ¿recurrió Ud. a otra instancia para lograr una solución?	No recurrió a ninguna otra instancia	99.2%	100%	100%	100%	96.9%	97.4%
	SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor)	.8%	.0%	.0%	.0%	3.1%	2.6%
	SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones)	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Comisión Defensora Ciudadana	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Tribunales de Justicia / Juzgados	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Otro	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo que reclamaron

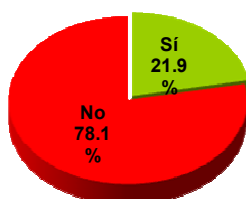
Gráfico 11.3

Ocurrencia de problemas con servicio de Telefonía Fija en Hogares

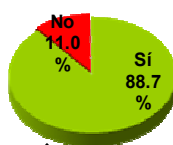
Base: Todos los usuarios de Telefonía fija

Base: Todos los usuarios de Telefonía fija que tuvieron problemas

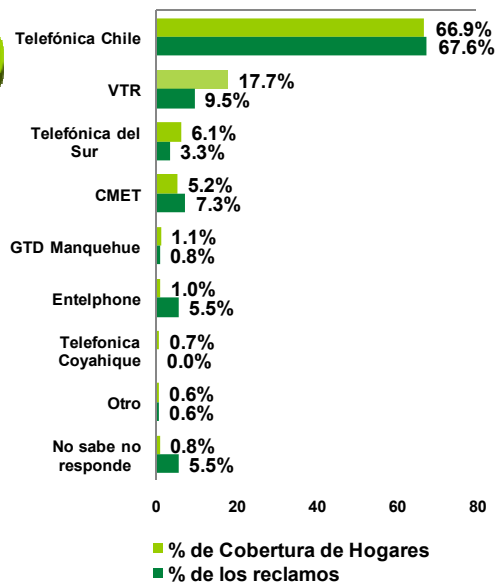
Ocurrencia de problemas



Reclamó?

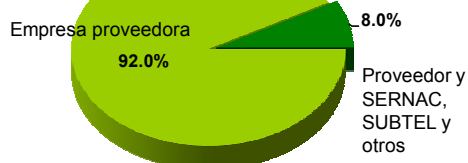


Proveedores en los que reclamó



Ante quien recurrió para solucionar el problema

Base: Todos los reclamos presentados por usuarios de telefonía fija



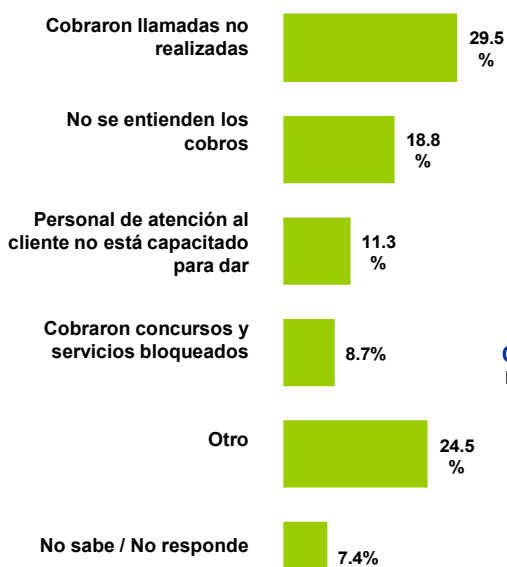
Base cobertura: Todos los hogares con teléfono fijo
Base reclamos: Todos los usuarios que reclamaron

Gráfico 11.4

Especificación Problemas y Resolución

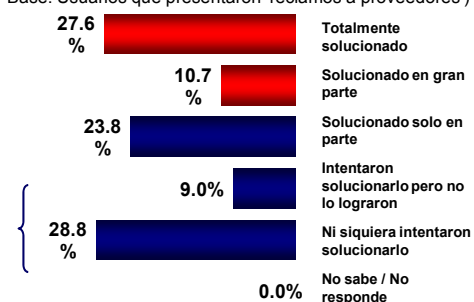
Tipos de problemas

Base: Todos los usuarios con problemas con teléfono fijo



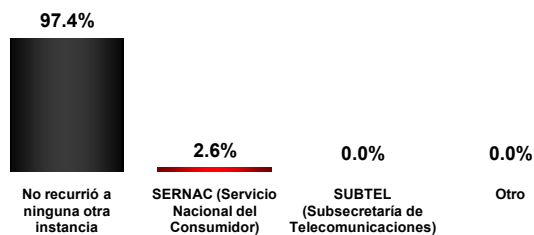
Respuesta ante problemas de parte de proveedores

Base: Usuarios que presentaron reclamos a proveedores)



Otras instancias de reclamo ante no solución de problemas

Base: Usuarios que no vieron solucionados satisfactoriamente sus reclamos con teléfono fijo



12 Llamadas de Larga Distancia

12.1 Satisfacción

Al igual que con el servicio de telefonía fija, la mayoría de los usuarios de servicio de llamadas de larga distancia se encuentran satisfechos. Un 74,1% de los usuarios se encuentra muy o algo satisfecho, versus un 11% que se encuentran algo o muy insatisfechos. El aspecto que tiene más insatisfecho a los usuarios de llamadas de larga distancia es la falta de rapidez cuando se hacen consultas telefónicas.

Tabla 12.1: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Servicio

ASPECTO	Nivel de satisfacción						Total
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS/NR	
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente	3.7%	2.1%	13.6%	32.2%	38.6%	9.8%	100,0%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	11.6%	4.1%	13.4%	26.2%	35.3%	9.4%	100,0%
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	4.1%	7.9%	11.4%	30.6%	35.8%	10.2%	100,0%
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	3.7%	4.3%	9.8%	34.0%	35.8%	12.3%	100,0%
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	3.7%	9.1%	7.9%	32.2%	33.2%	13.8%	100,0%
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio	3.7%	3.3%	11.3%	31.8%	36.9%	13.0%	100,0%
Servicio con buena cobertura para poder comunicarse desde y hacia cualquier parte, sin interferencias, cortes ni ruido	3.9%	8.7%	10.2%	30.3%	39.2%	7.7%	100,0%
Satisfacción General	6.2%	4.8%	14.7%	33.8%	40.3%	.2%	100,0%

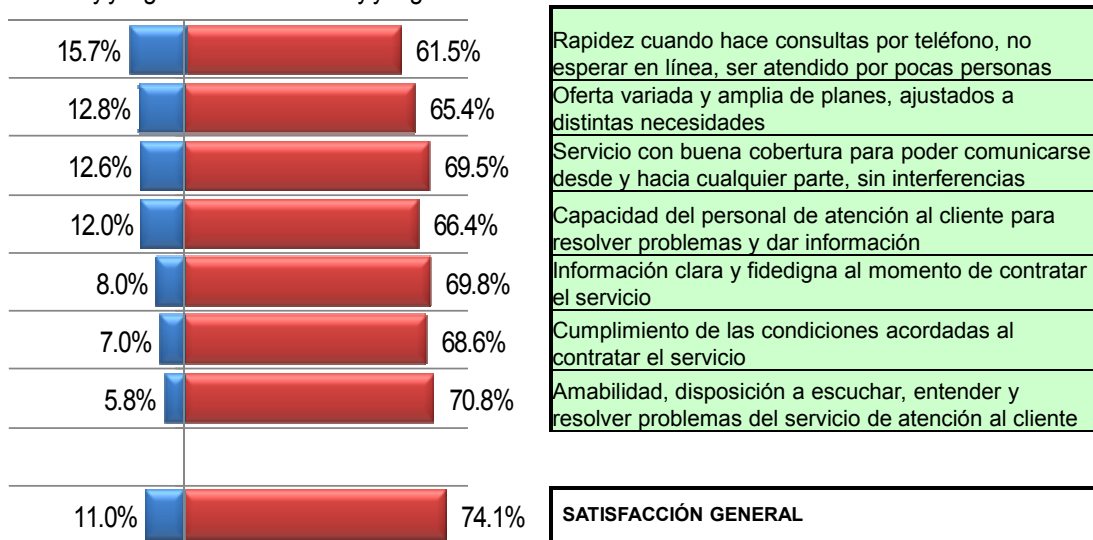
Base: Todos los usuarios de servicios de llamadas de Larga Distancia.

Gráfico 12.1

Satisfacción Aspectos de Servicio

Base: Usuarios de Servicios de Larga Distancia

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y Algo insatisfecho



Insatisfacción <= => Satisfacción

* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

Tabla 12.2: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Sistema de cobranza

ASPECTO DEL SISTEMA DE COBRANZA	Nivel de satisfacción						
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS/NR	Total
Claridad de la información que está en la boleta	3.2%	4.2%	10.6%	37.0%	38.8%	6.2%	100,0%
Detalle de la información que está en la boleta	2.9%	4.7%	9.1%	38.9%	36.4%	8.0%	100,0%
Cobro sólo de las llamadas que usted efectivamente realizó	5.1%	6.3%	9.8%	33.3%	40.7%	4.8%	100,0%
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado	3.2%	4.0%	15.7%	33.2%	38.1%	5.7%	100,0%
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	3.0%	5.8%	12.5%	37.7%	34.5%	6.5%	100,0%
Satisfacción General	6.2%	4.8%	14.7%	33.8%	40.3%	.2%	100,0%

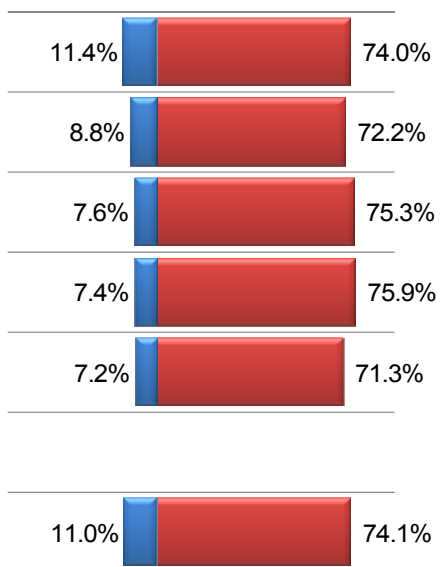
Base: Todos los usuarios de servicios de llamadas de Larga Distancia.

Gráfico 12.2

Satisfacción con Cobros

Base: Usuarios de Servicios de Larga Distancia

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y algo insatisfecho



Insatisfacción <= => Satisfacción

* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

Cobro sólo de las llamadas que usted efectivamente realizó
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta
Detalle de la información que está en la boleta
Claridad de la información que está en la boleta
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado
SATISFACCIÓN GENERAL

12.2 Problemas y Reclamos

Un 4,8% de los usuarios de llamados de larga distancia menciona haber tenido algún problema en los últimos 12 meses. El 96,5% de éstos realizó un reclamo o petición.

Tabla 12.3: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia según Ocurrencia de Problemas de Telefonía de Larga distancia, Reclamos y Zonas

OCURRENCIA DE PROBLEMA Y RECLAMO EN ULTIMOS 12 MESES		Zona de estudio					
		1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
¿Ha tenido usted algún problema con el servicio de Larga Distancia, ya sea con su proveedor ...	Sí	9.1%	.0%	6.4%	.0%	5.3%	4.8%
	No	90.9%	100%	93.6%	100%	94.7%	95.2%
	No sabe / No responde	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	Sí	44.0%	.0%	100%	.0%	100%	96.5%
	No	56.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	3.5%
	No sabe / No responde	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: todos los usuarios de servicios de llamadas de larga distancia

En la amplia mayoría los casos, el reclamo es hecho ante la compañía proveedora.

Tabla 12.4: Distribución Usuarios de Telefonía Larga Distancia que Reclamaron según Destinatario del reclamo y Zona de estudio

OFICINA RECEPTORA DEL RECLAMO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Sólo en la Empresa Proveedora	72.7%	.0%	100%	.0%	100%	99.2%
En la Empresa Proveedora y en SERNAC, SUBTEL u otro organismo.	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Sólo en SERNAC, SUBTEL u otro organismo público.	27.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de servicios de llamadas de Larga Distancia que reclamaron.

El cobro de llamadas no realizadas es la principal causa de los reclamos en los servicios de larga distancia. La falta de comprensión es la segunda causa.

Tabla 12.5: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia que Reclamaron según Tipo de Reclamo y Zonas

TIPO DE RECLAMO	Zona de estudio					
	1 2 ^a Región	2 5 ^a Región	3 8 ^a Región	4 10 ^a Región	5 Resto País	Total
No se entienden los cobros	.0%	.0%	.0%	.0%	17.8%	15.4%
Cobro de llamadas no realizadas	100%	.0%	.0%	.0%	62.4%	56.1%
Llamadas con interferencias, ruidos o se cortan	.0%	.0%	100%	.0%	.0%	11.3%
Otro1 (Esp. Reclamo1)	.0%	.0%	.0%	.0%	19.8%	17.1%
Otro2 (Esp. Reclamo2)	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Otro3 (Esp. Reclamo3)	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
No sabe / No responde	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%

Base: Todos los usuarios de servicios de llamadas de Larga Distancia que reclamaron.

12.3 Solución

El 40,4% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras el problema. Un 15,4% de los reclamos ni siquiera intentaron ser solucionados.

En los casos en que el problema o reclamo no es solucionado, en un 100% de los casos los usuarios no recurrieron a alguna otra instancia.

Tabla 12.6: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia que reclamaron según Resultado del reclamo y Zona de estudio

		Zona de estudio					
		1 2 ^a Región	2 5 ^a Región	3 8 ^a Región	4 10 ^a Región	5 Resto País	Total
¿ Como diría usted que fue solucionado este reclamo por parte de la empresa proveedora?	Ni siquiera intentaron solucionarlo	.0%	.0%	.0%	.0%	17.8%	15.4%
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	16.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.3%
	Fue solucionado sólo en parte	.0%	.0%	100%	.0%	37.6%	43.9%
	Fue solucionado en gran parte	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Fue totalmente solucionado	83.6%	.0%	.0%	.0%	44.6%	40.4%
	No sabe / No responde	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	,0%	100,0%	100,0%	,0%	100,0%	100,0%
Dado que su reclamo no fue solucionado satisfactoriamente, ¿ recurrió usted a otra instancia para lograr una ...	No recurrió a ninguna otra instancia	100%	.0%	.0%	.0%	100%	100%
	SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor)	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones)	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Comisión Defensora Ciudadana	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Tribunales de Justicia / Juzgados	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Otro	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	Total	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%

Base: todos los usuarios de servicios de llamadas de larga distancia que reclamaron

Gráfico 12.3

Ocurrencia de problemas con servicio de Larga Distancia en Hogares

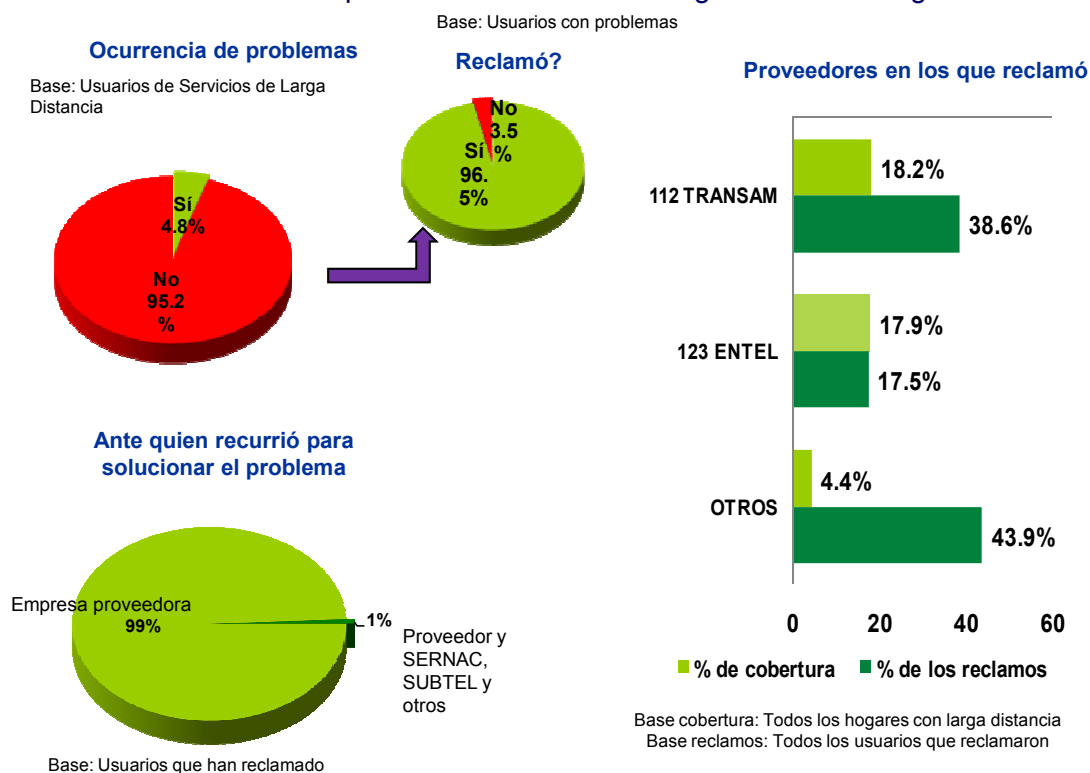
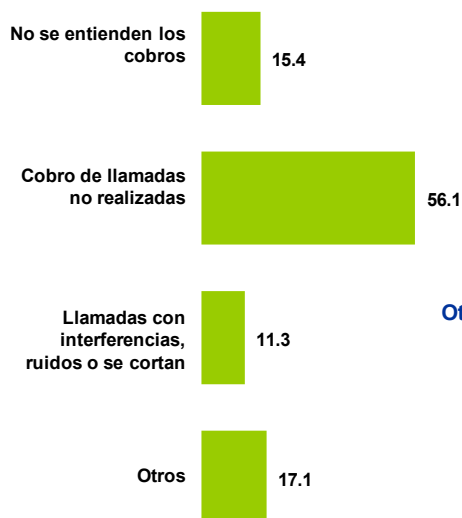


Gráfico 12.4

Especificación Problemas y Resolución

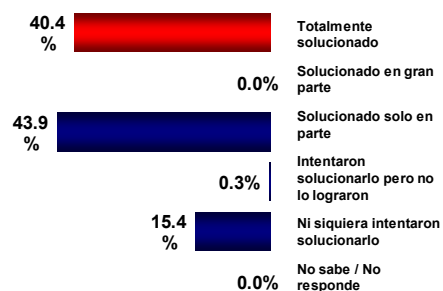
Tipos de problemas

Base: Usuarios que han tenido problemas con el Servicio de Larga Distancia



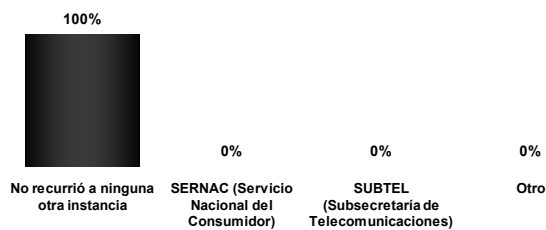
Respuesta ante problemas de parte de proveedores

Base Usuarios que presentaron reclamos a proveedores



Otras instancias de reclamo ante no solución de problemas

Base: Problemas sin solución)



13 Celulares

13.1 Satisfacción

Un 70,5% de los usuarios de celulares se encuentran algo o muy satisfechos con el servicio. Un 19,1% de dichos usuario se encuentra algo o muy insatisfecho. Las principales razones de insatisfacción son: problemas de cobertura y la falta de rapidez en la atención telefónica.

Tabla 13.1: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Servicio

ASPECTO DEL SERVICIO	Nivel de satisfacción						
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS/NR	Total
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente	4.6%	7.6%	10.2%	29.0%	42.3%	6.3%	100,0%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	7.9%	8.8%	11.9%	28.0%	37.3%	6.1%	100,0%
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	5.7%	8.3%	10.6%	30.2%	38.4%	6.9%	100,0%
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	4.7%	8.7%	10.5%	29.7%	41.1%	5.2%	100,0%
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	4.0%	9.1%	10.2%	29.5%	42.6%	4.5%	100,0%
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio	5.3%	7.5%	11.3%	28.8%	39.4%	7.8%	100,0%
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones	5.9%	6.2%	12.4%	23.9%	37.0%	14.6%	100,0%
Servicio con buena cobertura para poder comunicarse desde y hacia cualquier parte, sin interferencias, cortes ni ruido	8.5%	10.3%	9.0%	26.4%	43.2%	2.7%	100,0%
La capacitación y competencia del personal de servicio técnico	3.7%	6.9%	12.6%	26.9%	37.4%	12.6%	100,0%
Satisfacción General	8.9%	10.2%	10.1%	30.1%	40.4%	.3%	100,0%

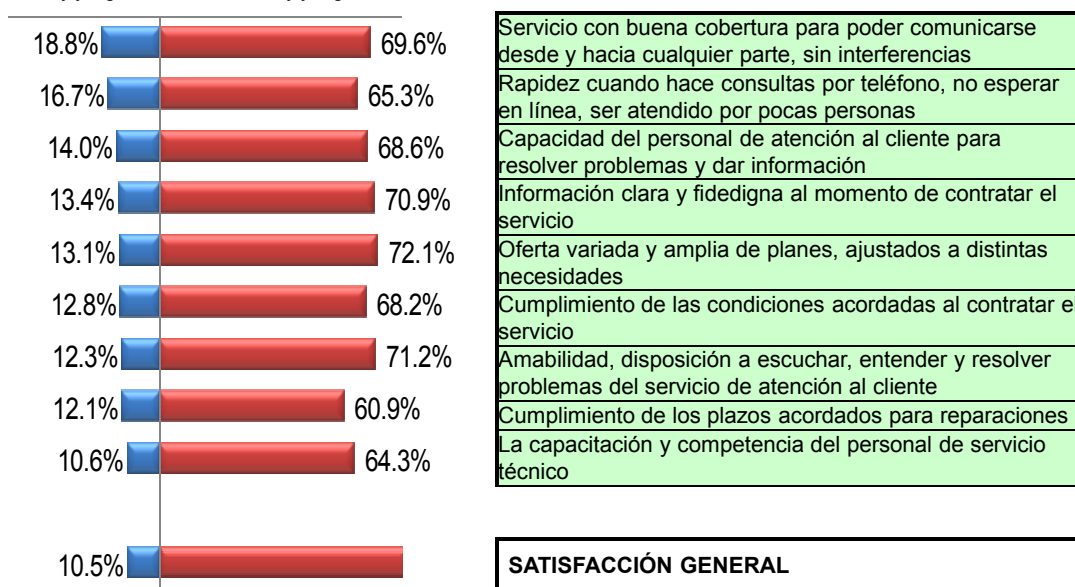
Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular.

Gráfico 13.1

Satisfacción Aspectos de Servicio

Base: Total de usuarios con celular

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y Algo insatisfecho



Insatisfacción <= => Satisfacción

* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

Tabla 13.2: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular según Aspecto del y Nivel de satisfacción con el Sistema de Cobranza

SISTEMA DE COBRANZA	Nivel de satisfacción						
	Muy insatis- fecho	Algo insatis- fecho	Ni satisfe- cho ni insatis- fecho	Algo satis- fecho	Muy satis- fecho	NS/NR	Total
Claridad de la información que está en la boleta	4.9%	5.7%	10.2%	36.0%	39.7%	3.5%	100,0%
Detalle de la información que está en la boleta	5.1%	7.4%	9.3%	36.4%	38.6%	3.1%	100,0%
Cobro sólo de las llamadas que usted efectivamente realizó	5.6%	5.9%	8.9%	31.2%	43.2%	5.2%	100,0%
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado	6.5%	7.7%	8.0%	36.2%	39.9%	1.7%	100,0%
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	6.0%	3.5%	10.3%	36.4%	41.4%	2.4%	100,0%
Monto que usted compra es cargado correctamente	4.7%	6.1%	5.4%	21.3%	59.6%	2.9%	100,0%
Claridad en los cobros	5.8%	8.6%	8.8%	26.2%	45.4%	5.1%	100,0%
Cobro de los montos que corresponden de acuerdo a lo que cargó.	4.7%	8.8%	8.0%	26.1%	48.7%	3.6%	100,0%
Satisfacción General	8.9%	10.2%	10.1%	30.1%	40.4%	.3%	100,0%

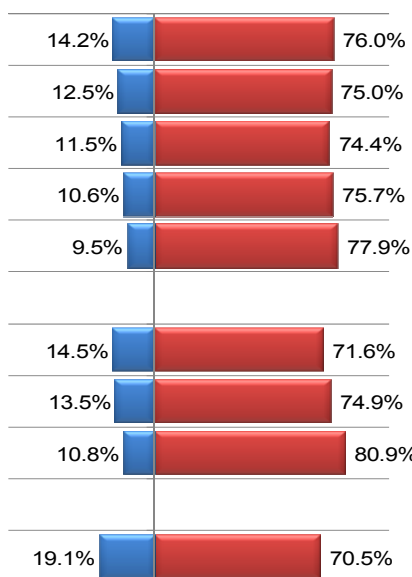
Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular.

Gráfico 13.2

Satisfacción con Cobros

Base: Total de usuarios con celular

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y algo insatisfecho



Insatisfacción <= => Satisfacción

* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

HOGARES CON LÍNEA PRINCIPAL CON CONTRATO
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado
Detalle de la información que está en la boleta
Cobro sólo de las llamadas que usted efectivamente realizó
Claridad de la información que está en la boleta
Fechas consideradas en el periodo cobrado en la boleta
HOGARES CON LÍNEA PRINCIPAL CON PREPAGO
Claridad en los cobros
Cobro de los montos que corresponden de acuerdo a lo que cargó.
Monto que usted compra es cargado correctamente
Satisfacción General

13.2 Problemas y Reclamos

El 11,1% de los usuarios de celulares ha tenido un problema en los últimos 12 meses. De estos, un 65,4% ha realizado un reclamo o pedido una solución.

Tabla 13.3: Distribución de Usuarios de Celulares según Ocurrencia de problemas, Reclamos y Zona de estudio

OCURRENCIA DE PROBLEMAS Y RECLAMO EN LOS ULTIMOS 12 MESES		Zona de estudio					
		1 2 ^a Región	2 5 ^a Región	3 8 ^a Región	4 10 ^a Región	5 Resto País	Total
En los últimos 12 meses, ¿Ha tenido usted algún problema con el servicio de Telefonía Móvil (celular), ya sea con ...	Sí	11.8%	7.9%	14.9%	10.6%	11.0%	11.1%
	No	88.0%	91.9%	85.0%	87.4%	88.4%	88.2%
	No sabe / No responde	.1%	.2%	.1%	2.0%	.6%	.6%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	Sí	59.5%	53.4%	52.0%	53.1%	71.9%	65.4%
	No	40.5%	46.6%	46.5%	46.9%	28.1%	34.3%
	No sabe / No responde	.0%	.0%	1.5%	.0%	.0%	.3%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular.

El 97,6% de los usuarios que realizaron reclamos lo hicieron sólo ante la empresa proveedora. Solamente un 2,4% reclamo ante otra institución como el SERNAC o la SUBTEL.

Tabla 13.4: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron según Destino del Reclamo y Agrupación de regiones

	Zona					
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 10ª Región	Zona 5: Resto País	Total
	%	%	%	%	%	%
Sólo en la empresa proveedora	100%	100%	100%	100%	96.7%	97.6%
En la empresa proveedora y en SERNAC, SUBTEL u otros organismos	.0%	.0%	.0%	.0%	3.3%	2.4%
Sólo en SERNAC, SUBTEL u otros organismos públicos	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Las principales razones de reclamo han sido: Los problemas con el aparato y los problemas con la señal.

Tabla 13.5: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron según Tipo de Reclamo y Zona de estudio

TIPO DE RECLAMO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Cobertura, en algunos lugares no se puede comunicar	17.0%	10.3%	11.8%	21.5%	13.2%	13.6%
Señal, interferencias	7.3%	5.6%	6.7%	17.3%	16.9%	14.5%
Aparato, funciona mal, no recibe llamadas	33.4%	30.3%	27.3%	24.5%	18.9%	21.7%
Activación automática de servicios no contratados	.0%	11.9%	11.1%	6.5%	2.1%	4.3%
Tarjetas de prepago no se cargan correctamente	.0%	29.4%	8.0%	4.5%	5.3%	6.7%
Otro1 (Esp. Reclamo1)	20.6%	3.2%	19.1%	13.4%	31.4%	26.3%
Otro2 (Esp. Reclamo2)	21.7%	.0%	3.0%	.0%	1.1%	1.9%
Otro3 (Esp. Reclamo3)	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
No sabe no responde	.0%	9.2%	13.1%	12.2%	11.0%	11.0%

Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular que reclamaron.

13.3 Solución del Problema

El 32,7% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras y un 15,3% fue solucionado en gran parte. Un 26,9% de los reclamos ni siquiera intentaron ser solucionados

En los casos en que el problema o reclamo no es solucionado, en un 97,8% de los casos los usuarios no recurrieron a alguna otra instancia. Sólo en un 0,4%% y un 1,7% de los casos, los usuarios recurren al SERNAC o a la otra instancia respectivamente.

Tabla 13.6: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron según Resultado del reclamo y Zona de estudio

RESULTADO DEL RECLAMO	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Ni siquiera intentaron solucionarlo	11.3%	19.2%	22.6%	15.2%	30.0%	26.9%
Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	20.2%	14.4%	25.0%	15.1%	11.6%	14.1%
Fue solucionado sólo en parte	16.5%	7.7%	17.0%	16.8%	8.9%	10.6%
Fue solucionado en gran parte	36.4%	1.6%	9.5%	33.8%	15.3%	15.3%
Fue totalmente solucionado	15.7%	57.1%	23.3%	19.1%	34.2%	32.7%
No sabe / No responde	.0%	.0%	2.7%	.0%	.0%	.4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular que reclamaron.

13.4 Problemas con el Servicio y Reclamos

En los casos en que el problema o reclamo no es solucionado, un 97,8% de los usuarios no recurrió a ninguna otra instancia. Sólo un 1,4% los usuarios recurrió al SERNAC y un 0,8% a otra instancia.

Tabla 13.7: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron posteriormente según Organismo receptor del reclamo y Zona de estudio

	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
No recurrió a ninguna otra instancia	100%	100%	100%	65.9%	98.9%	97.8%
SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor)	.0%	.0%	.0%	34.1%	.0%	1.4%
Otro	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular que reclamaron y no solucionaron el problema.

Gráfico 13.3

Ocurrencia de problemas con servicio de Telefonía Móvil en Hogares

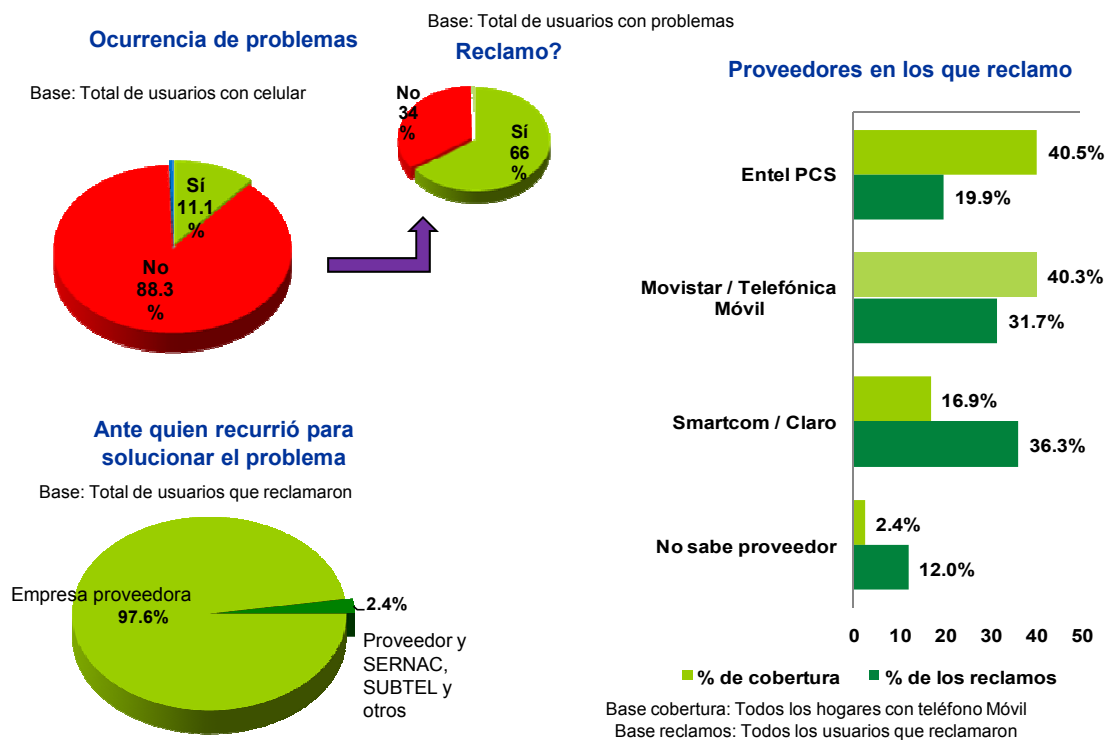
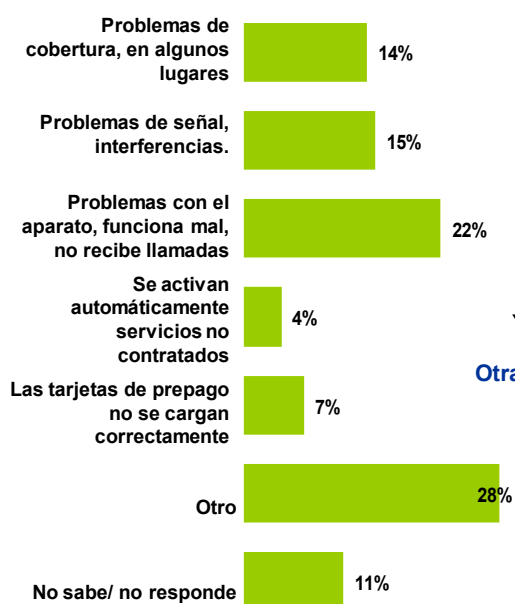


Gráfico 13.4

Especificación Problemas y Resolución

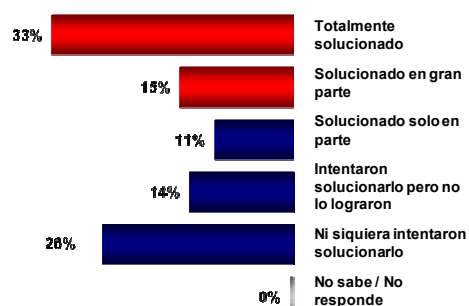
Tipos de problemas

Base: usuarios que han tenido problemas con teléfono Móvil



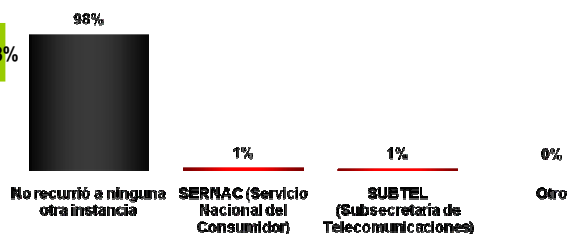
Respuesta ante problemas de parte de proveedores

Base: Usuarios que presentaron reclamos a proveedores



Otras instancias de reclamo ante no solución de problemas

Base: Usuarios con problemas no resueltos



14 Internet

14.1 Satisfacción

Un 71,5% de los usuarios de Internet se encuentran algo o muy satisfecho con el servicio. Un 18% de dichos usuario se encuentra algo o muy insatisfecho. Las falta de rapidez cuando se hacen consultas telefónicas y la falta de cumplimiento de plazos para reparaciones.

Tabla 14.1: Distribución de Usuarios de Internet según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Servicio

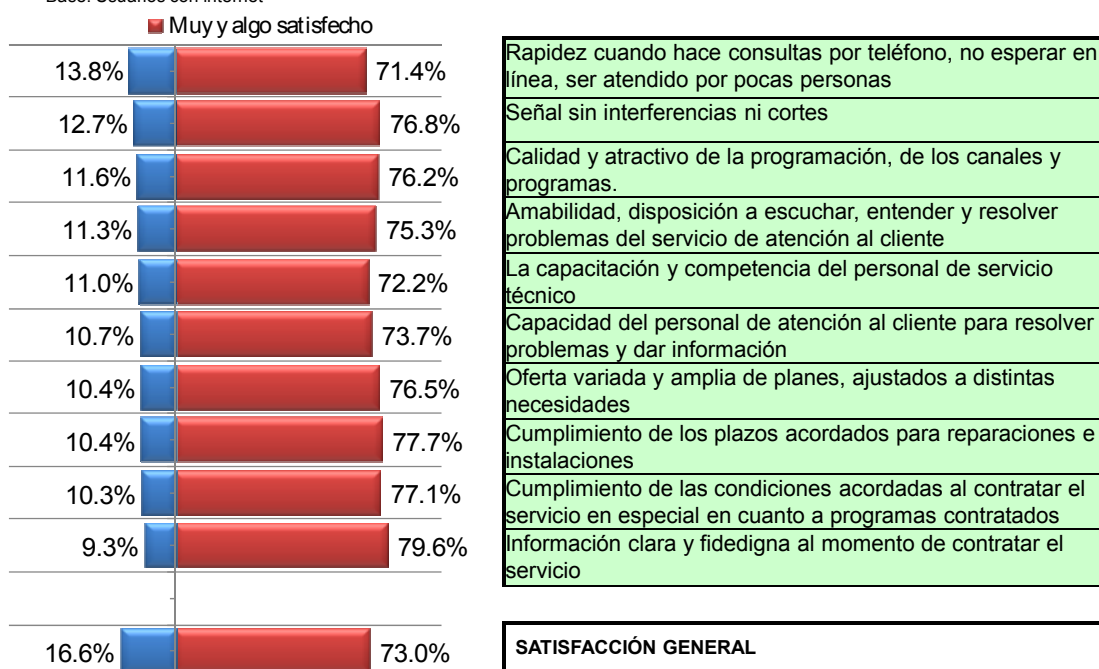
ASPECTO DEL SERVICIO	Nivel de satisfacción						Total
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS/NR	
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente	7.4%	6.3%	13.3%	34.2%	33.8%	5.0%	100,0%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	13.5%	11.3%	10.3%	27.7%	32.4%	4.8%	100,0%
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	8.4%	9.1%	13.5%	31.7%	32.2%	5.0%	100,0%
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	7.3%	9.3%	7.9%	36.4%	35.2%	3.9%	100,0%
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	6.4%	5.3%	9.6%	37.7%	36.2%	4.7%	100,0%
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio en especial en cuanto a la velocidad	10.3%	9.5%	9.4%	30.8%	36.7%	3.2%	100,0%
Servicio sin interferencia ni cortes	8.2%	12.7%	7.2%	38.2%	30.5%	3.1%	100,0%
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones e instalaciones	12.0%	12.5%	8.6%	28.4%	33.0%	5.6%	100,0%
La capacitación y competencia del personal de servicio técnico	8.7%	8.2%	12.6%	31.0%	33.5%	6.1%	100,0%
Satisfacción General	7.5%	10.5%	9.5%	36.9%	34.6%	1.1%	100,0%

Base: Todos los usuarios de Internet.

Gráfico 14.1

Satisfacción Aspectos de Servicio

Base: Usuarios con internet



Insatisfacción <= => Satisfacción

* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

Tabla 14.2: Distribución de Usuarios de Internet según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Sistema de cobranza

ASPECTO DEL SISTEMA DE COBRANZA	Nivel de satisfacción						Total
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS/NR	
Claridad de la información que está en la boleta	5.3%	8.0%	7.2%	32.8%	37.5%	9.2%	100,0%
Detalle de la información que está en la boleta	6.1%	8.0%	8.2%	34.0%	34.9%	8.9%	100,0%
Cobro de conexiones no realizadas	6.9%	6.5%	9.8%	30.3%	35.7%	10.9%	100,0%
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado	7.8%	8.1%	8.1%	30.9%	37.3%	7.8%	100,0%
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	3.1%	5.4%	5.6%	35.8%	42.5%	7.7%	100,0%
Satisfacción General	7.5%	10.5%	9.5%	36.9%	34.6%	1.1%	100,0%

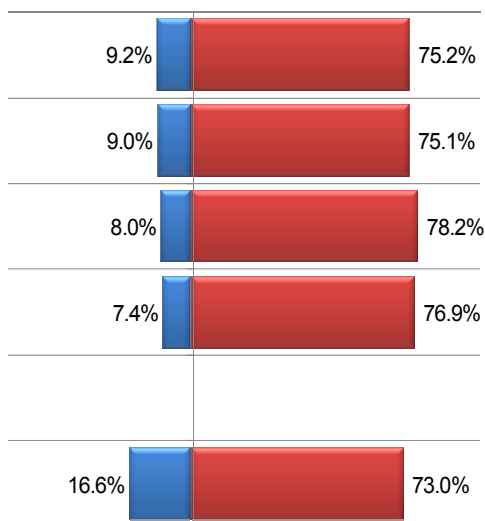
Base: Todos los usuarios de Internet.

Gráfico 14.2

Satisfacción con Cobros

Base: Usuarios con internet

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y algo insatisfecho



La claridad de la información que está en la boleta

Las fechas consideradas en el período cobrado en la boleta

El cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado

El cobro de conexiones no realizadas

Satisfacción General

Insatisfacción <= => Satisfacción

* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

14.2 Problemas y Reclamos

El 22% de los usuarios de Internet declara haber tenido un problema con el servicio en los últimos 12 meses. De estos, un 86,8% reclamo o pidió una solución al problema. De estos reclamos, el 100% fueros dirigidos a las empresas proveedoras.

Tabla 14.3: Distribución de Usuarios de Servicios de Internet según Ocurrencia de Problemas de Servicios de Internet, Reclamos y Zonas
Problemas con el Servicio y Reclamos

OCURRENCIA DE PROBLEMAS Y RECLAMO EN ULTIMOS 12 MESES		Zona de estudio					
		1 2 ^a Región	2 5 ^a Región	3 8 ^a Región	4 10 ^a Región	5 Resto País	Total
¿Ha tenido usted algún problema con el servicio de Internet en el hogar?	Sí	15.2%	9.7%	18.7%	7.2%	25.6%	22.0%
	No	83.8%	90.3%	81.3%	92.8%	73.9%	77.6%
	No sabe / No responde	1.0%	.0%	.0%	.0%	.5%	.4%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	Sí	96.1%	73.7%	84.9%	61.0%	87.8%	86.8%
	No	3.9%	26.3%	15.1%	39.0%	12.2%	13.2%
	No sabe / No responde	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de Internet.

Tabla 14.4: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Destino del Reclamo y Zona de estudio

DESTINO DEL RECLAMO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Sólo en la empresa proveedora	100%	100%	100%	100%	100%	100%
En la empresa proveedora y en SERNAC, SUBTEL u otros organismos	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Sólo en SERNAC, SUBTEL u otros organismos públicos	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de Internet que reclamaron.

Las principales causas de los reclamos son la lentitud y saturación (29,5%) y el cobro de periodos en que no hubo servicios (18,8%).

Tabla 14.5: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Tipo de Reclamo y Zona de estudio

TIPO DE RECLAMO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Cobran periodos en que no hubo servicio	26.6%	6.8%	17.4%	15.8%	19.3%	18.8%
Lentitud, saturación	26.2%	43.7%	32.7%	28.0%	28.6%	29.5%
La velocidad no es la contratada	.7%	12.8%	8.1%	8.0%	8.8%	8.7%
El servicio se corta, se cae, no funciona	5.6%	8.0%	6.0%	3.9%	12.4%	11.3%
Otro. Especifique	30.7%	20.7%	26.8%	8.9%	20.3%	20.9%
Otro. Especifique	4.6%	.0%	4.5%	.0%	2.6%	2.7%
Otro. Especifique	.0%	.0%	4.5%	.0%	.7%	.9%
No sabe/ no responde	5.7%	8.0%	.0%	35.3%	7.2%	7.4%

Base: Todos los usuarios de Internet que reclamaron.

14.3 Solución

El 45,2% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras el problema y un 11,4% fue solucionado en gran

parte. Un 18,6% de los reclamos ni siquiera intentaron ser solucionados y el 3,7% que intentaron pero no lo lograron.

En los casos en que el problema o reclamo no es solucionado, en un 100% de los casos los usuarios no recurrieron a alguna otra instancia.

Tabla 14.6: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Resultado del Reclamo, Apelación y Zona de estudio

RESULTADO Y APELACION POSTERIOR		Zona de estudio					
		1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
¿Como diría usted que fue solucionado este reclamo por parte de la empresa proveedora?	Ni siquiera intentaron solucionarlo	35.7%	27.4%	10.5%	.0%	18.4%	18.6%
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	3.6%	.0%	.0%	29.6%	3.9%	3.7%
	Fue solucionado sólo en parte	3.1%	.0%	23.4%	49.7%	16.5%	16.3%
	Fue solucionado en gran parte	.8%	21.2%	19.9%	.0%	10.9%	11.4%
	Fue totalmente solucionado	56.8%	51.4%	46.2%	20.7%	44.7%	45.2%
	No sabe / No responde	.0%	.0%	.0%	.0%	5.6%	4.7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Dado que su reclamo no fue solucionado satisfactoriamente, ¿recurrió usted a otra instancia para lograr una solución?	No recurrió a ninguna otra instancia	100,0%	100,0%	100,0%	,0%	100,0%	100,0%
	SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor)	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones)	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	Comisión Defensora Ciudadana	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	Tribunales de Justicia / Juzgados	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	Otro	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de Internet que reclamaron.

Gráfico 14.3

Ocurrencia de problemas con servicio de Internet en Hogares

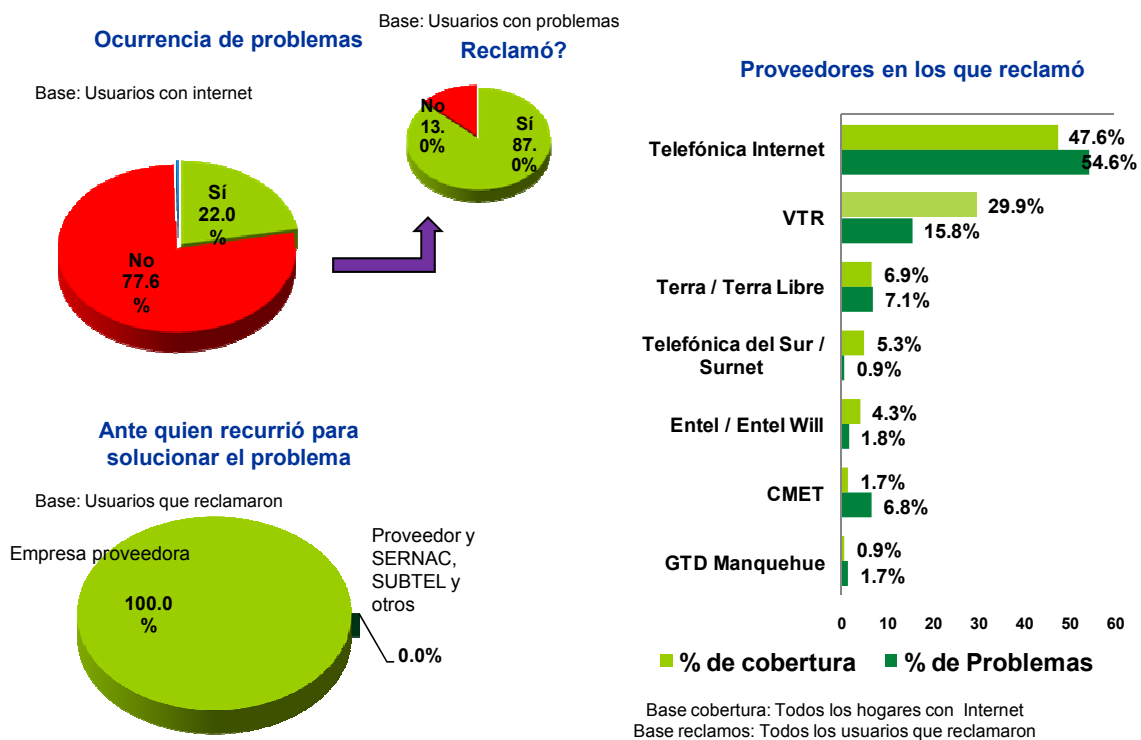


Gráfico 14.4

Especificación Problemas y Resolución

Tipos de problemas

Base: Usuarios que han tenido problemas con Internet



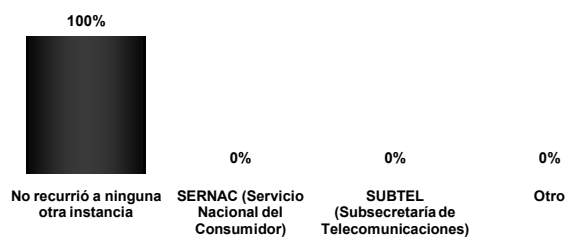
Respuesta ante problemas de parte de proveedores

Base: Usuarios que presentaron reclamos a los proveedores



Otras instancias de reclamo ante no solución de problemas

Base: Usuarios que no tuvieron el problema resuelto



15 Televisión Pagada

15.1 Satisfacción

Un 73% de los usuarios de TV pagada se encuentran algo o muy satisfecho con el servicio. Un 16,6% se encuentra algo o muy insatisfechos. La principal área de insatisfacción es la falta de rapidez en la atención telefónica.

Tabla 15.1: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Servicio

ASPECTO DEL SERVICIO	Nivel de satisfacción						Total
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS/NR	
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente	4.1%	7.2%	6.9%	28.4%	46.9%	6.5%	100,0%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	6.4%	7.4%	6.7%	30.7%	40.7%	8.1%	100,0%
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	6.4%	4.4%	8.3%	30.4%	43.4%	7.3%	100,0%
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	3.9%	5.4%	4.9%	30.2%	49.4%	6.2%	100,0%
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	5.1%	5.3%	8.7%	32.0%	44.5%	4.4%	100,0%
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio en especial en cuanto a programas contratados	6.1%	4.3%	8.6%	31.0%	46.1%	4.0%	100,0%
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones e instalaciones	5.3%	5.1%	5.8%	34.9%	42.7%	6.1%	100,0%
Calidad y atractivo de la programación, de los canales y programas.	6.5%	5.1%	9.6%	36.0%	40.2%	2.6%	100,0%
Señal sin interferencias ni cortes	3.8%	8.9%	8.0%	33.5%	43.3%	2.5%	100,0%
Satisfacción General	7.2%	9.4%	10.3%	32.3%	40.7%	.0%	100,0%

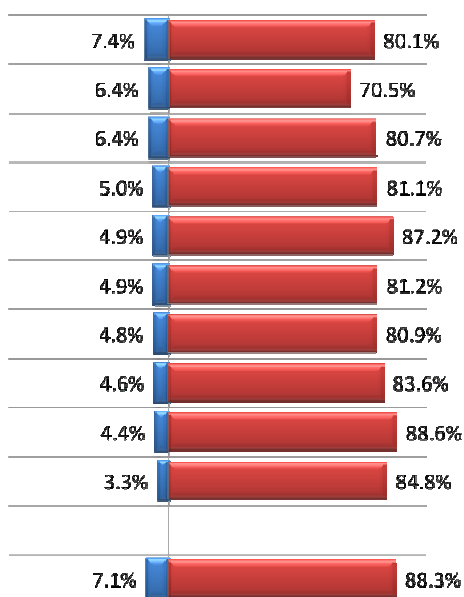
Base: Todos los usuarios de TV pagada.

Gráfico 15.1

Satisfacción Aspectos de Servicio

Base: Usuarios que tienen TV pagada

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y Algo insatisfecho



Señal sin interferencias ni cortes
Rapidez cuando hace consultas por teléfono
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones e instalaciones
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información
Calidad y atractivo de la programación, de los canales y programas.
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio en especial en cuanto a programas contratados
La capacitación y competencia del personal de servicio técnico
SATISFACCIÓN GENERAL

Insatisfacción <= => Satisfacción

* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

Tabla 15.2: Distribución de Usuarios de Servicios de Televisión Pagada según Aspecto del Servicio (cobros) y Satisfacción con el Servicio
Satisfacción con Servicios de Televisión Pagada (Cobros)

	Nivel de satisfacción						
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS/NR	Total
Claridad de la información que está en la boleta	3.8%	4.2%	5.2%	30.9%	47.3%	8.7%	100,0%
Detalle de la información que está en la boleta	3.5%	5.5%	6.7%	30.9%	44.2%	9.3%	100,0%
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado	4.5%	4.7%	7.0%	26.4%	48.8%	8.5%	100,0%
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	4.2%	3.2%	7.5%	29.4%	47.5%	8.2%	100,0%
Satisfacción General	7.2%	9.4%	10.3%	32.3%	40.7%	.0%	100,0%

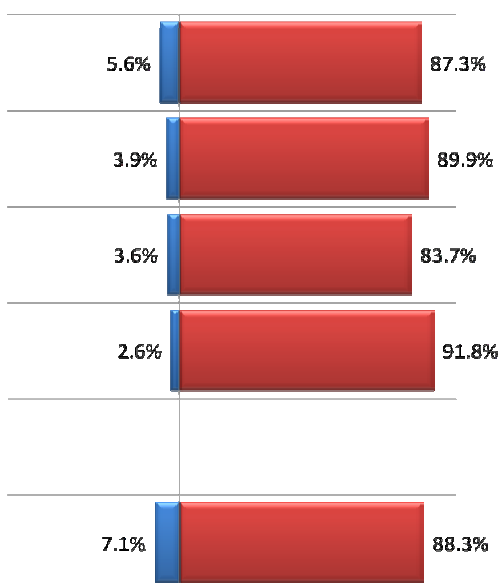
Base: Todos los usuarios de TV pagada.

Gráfico 15.2

Satisfacción con Cobros

Base: Usuarios que tienen TV pagada

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y algo insatisfecho



Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado

Claridad de la información que está en la boleta

Detalle de la información que está en la boleta

Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta

Satisfacción General

Insatisfacción <= => Satisfacción

* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

15.2 Problemas y Reclamos

El 9,2% de los usuarios de TV pagada declara haber tenido un problema con el servicio en los últimos 12 meses. De estos, un 71,9% reclamó o pidió una solución al problema. Un 98,8% de estas peticiones o reclamos fueron a la empresa proveedora y sólo un 1,2% a SERNAC o SUBTEL.

Tabla 15.3: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada según Ocurrencia de Problemas, Reclamos y Zona de estudio

OCURRENCIA DE PROBLEMAS Y RECLAMO EN ULTIMOS 12 MESES		Zona de estudio					
		1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
¿Ha tenido usted algún problema con el servicio de TV Pagada?	Sí	7.6%	2.9%	9.3%	7.2%	11.1%	9.2%
	No	91.9%	96.4%	90.7%	92.8%	88.9%	90.6%
	No sabe / No responde	.5%	.7%	.0%	.0%	.0%	.1%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	Sí	57.5%	42.3%	53.6%	73.7%	78.0%	71.9%
	No	42.5%	57.7%	46.4%	10.7%	22.0%	27.4%
	No sabe / No responde	.0%	.0%	.0%	15.6%	.0%	.6%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de TV pagada.

Tabla 15.4: Distribución de Usuarios de Servicios de Televisión Pagada que reclamaron según Destino del reclamo y Zona de estudio

DESTINO DEL RECLAMO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Sólo en la empresa proveedora	100%	100%	87.8%	100%	100%	98.8%
En la empresa proveedora y en SERNAC, SUBTEL u otros organismos	.0%	.0%	12.2%	.0%	.0%	1.2%
Sólo en SERNAC, SUBTEL u otros organismos públicos	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios de TV pagada que reclamaron.

Las principales causas de los reclamos son: problemas con la señal (47,4%) y el cobro de periodos en que no hubo servicios (20.4%).

Tabla 15.5: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada que reclamaron según Tipo de reclamo y Zona de estudio

TIPO DE RECLAMO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Cobran períodos en que no hubo servicio	22.5%	26.1%	9.8%	12.7%	21.7%	20.4%
Programación no es atractiva, repiten programas	.0%	10.2%	.0%	12.7%	4.9%	5.1%
Cambian programación sin avisar	.0%	.0%	.0%	.0%	15.7%	12.8%
Problemas con la señal	58.9%	53.5%	53.7%	34.7%	47.3%	47.4%
Otro	18.6%	.0%	17.0%	.0%	5.5%	6.2%
No sabe / No responde	.0%	10.2%	19.6%	39.9%	4.8%	8.2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de TV pagada que reclamaron.

15.3 Solución

El 28,2% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras el problema y un 17,2% fue solucionado en gran parte. Un 30,6% de los reclamos ni siquiera intentaron ser solucionados y el 6% que intentaron pero no lo lograron.

En los casos en que el problema o reclamo no es solucionado, en un 76,1% de los casos los usuarios no recurrieron a alguna otra instancia. Sólo en un 4,3% y un 1% los usuarios recurren al SERNAC o a la SUBTEL respectivamente.

Tabla 15.6: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada que reclamaron según Resultado del reclamo y Zona de estudio

RESULTADO DEL RECLAMO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Ni siquiera intentaron solucionarlo	29.3%	67.0%	.0%	50.7%	32.2%	30.6%
Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	10.5%	.0%	.0%	6.0%	6.7%	6.0%
Fue solucionado sólo en parte	2.0%	.0%	57.4%	.0%	11.0%	14.7%
Fue solucionado en gran parte	3.2%	33.0%	21.1%	.0%	17.8%	17.2%
Fue totalmente solucionado	54.9%	.0%	12.2%	43.3%	29.3%	28.2%
No sabe / No responde	.0%	.0%	9.4%	.0%	3.0%	3.3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de TV pagada que reclamaron.

En los casos en que el problema o reclamo no es solucionado, un 91,5% de los usuarios no recurrió a ninguna otra instancia y un 8,5% al Sernac.

Tabla 15.7: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada que reclamaron según Apelación y Zona de estudio

APELACION	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
No recurrió a ninguna otra instancia	100%	100%	.0%	100%	90.0%	91.5%
SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor)	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	8.5%

Base: Todos los usuarios de TV pagada que reclamaron.

Gráfico 15.3

Ocurrencia de problemas con servicio de TV pagada en Hogares

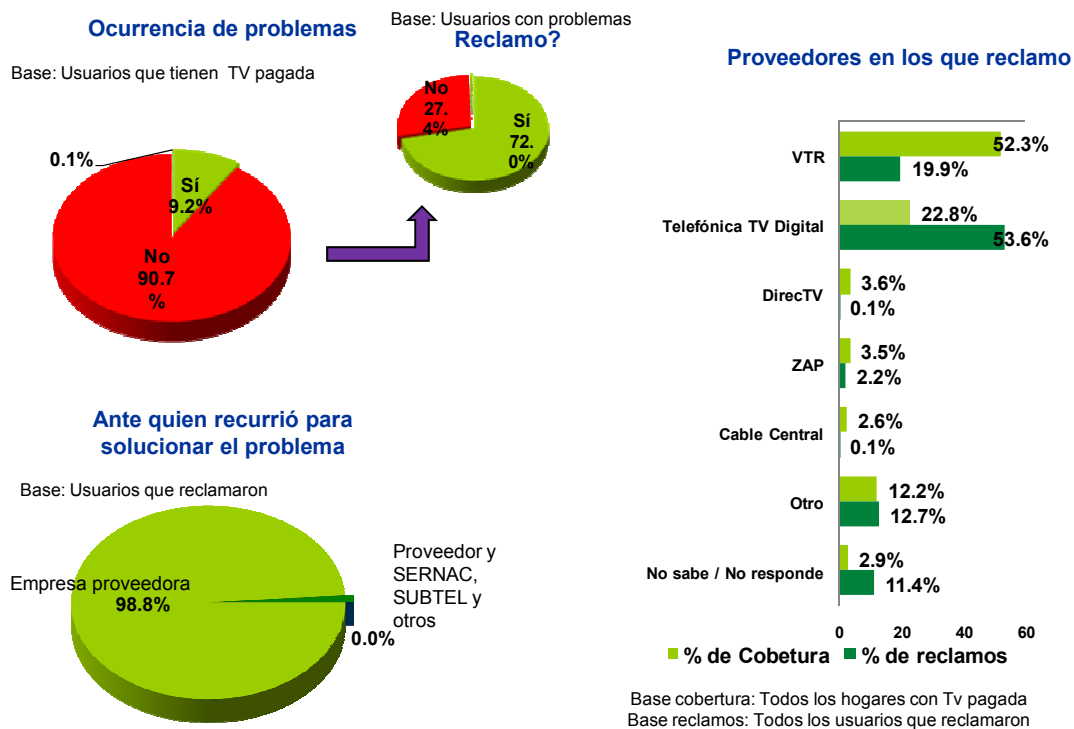
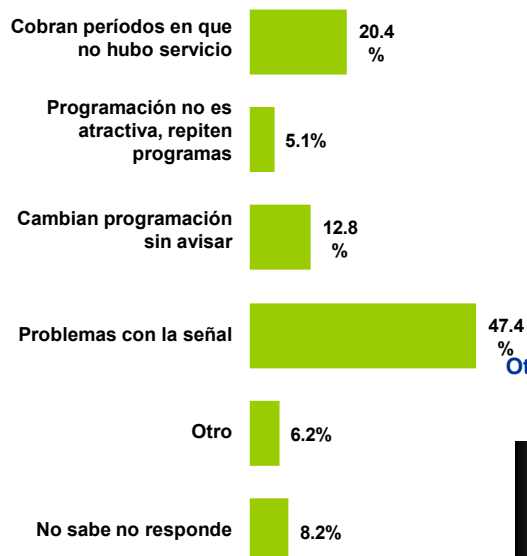


Gráfico 15.4

Especificación Problemas y Resolución

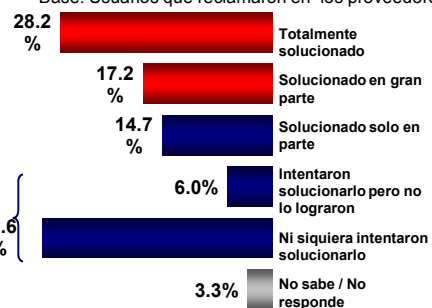
Tipos de problemas

Base: Usuarios que han tenido problemas con TV pagada



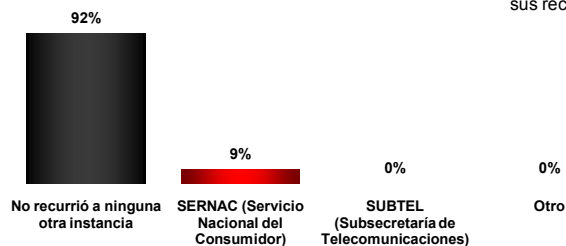
Respuesta ante problemas de parte de proveedores

Base: Usuarios que reclamaron en los proveedores



Otras instancias de reclamo ante no solución de problemas

Base: Usuarios que no vieron solucionados satisfactoriamente sus reclamos



16 Derecho de los Consumidores

16.1 Conocimiento de Derechos

La mayoría de los usuarios no conoce los derechos como consumidores. Los derechos que son conocidos por un mayor porcentaje de los usuarios son: el derecho a bloquear ciertos servicios (24,1%) y el derecho a poner fin al servicio previo aviso (18,7%). Un 43% dice no conocer ningún derecho.

Con respecto a la encuesta anterior se observa un leve incremento en el conocimiento de los derechos aunque aun es alto el porcentaje que no conoce ninguno.

Tabla 16.1: Distribución de Usuarios según Conocimiento de los Derechos del Consumidor (Respuesta Espontánea)

DERECHOS DEL CONSUMIDOR	Conoce sus Derechos	
	Encuesta Junio	Encuesta Noviembre
Al contratar servicio telefónico se puede bloquear acceso a ciertos servicios.	19,7%	24.1%
Rebaja del cargo fijo mensual por interrupción de servicio o indemnización si ésta excede de 3 días consecutivos.	7,1%	13.1%
Al efectuar un reclamo la empresa debe responder en carta certificada antes de 20 días hábiles, con fundamentos y plazos de resolución.	7,9%	14.2%
Si reclama un monto incluido en cuenta telefónica, éste queda pendiente y Usted paga sólo no reclamado. La empresa no podrá cortar el servicio por no pago de parte impugnada en su cuenta.	6,6%	11.8%
Poner fin a contrato de suministro local o móvil, en cualquier momento, previo aviso escrito a la compañía. Ésta no puede exigir indemnización por término del contrato de servicio.	12,3%	18.7%
Si empresa efectúa acciones de cobranza, y envía sus antecedentes a Dicom, deberá efectuar y costear las diligencias para dejar estas acciones sin efecto. Esto sin perjuicio de las acciones que usted quiera realizar por eventuales perjuicios provocados por tales cobranzas.	4,7%	9.4%
Hacer reclamos vía telefónica al 105, sin costo y con atención los 365 días del año, las 24 horas del día. Al momento de interponer su reclamo debe exigir un n° que lo identifica. De esta forma se evita una eventual negativa de la recepción de su reclamo.	10,2%	11.7%
De no quedar conforme con lo resuelto por la empresa de servicios de telecomunicaciones, puede insistir ante la SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones).	7,6%	7.7%

Base: Todos los entrevistados.

Cuando la pregunta es asistida, el porcentaje de usuarios que dice conocer los derechos aumenta, aunque en la mayoría de los de derechos evaluados, el porcentaje de usuarios que los conoce es inferior al que no los conoce.

Tabla 16.2: Distribución de Usuarios según Conocimiento de los Derechos del Consumidor (Respuesta Asistida)

DERECHOS DEL CONSUMIDOR	Conoce sus Derechos	
	Encuesta Junio	Encuesta Noviembre
Al contratar servicio telefónico se puede bloquear acceso a ciertos servicios.	55,6%	54.7%
Rebaja del cargo fijo mensual por interrupción de servicio o indemnización si ésta excede de 3 días consecutivos.	36,9%	32.9%
Al efectuar un reclamo la empresa debe responder en carta certificada antes de 20 días hábiles, con fundamentos y plazos de resolución.	38,8%	35.4%
Si reclama un monto incluido en cuenta telefónica, éste queda pendiente y Usted paga <i>sólo</i> no reclamado. La empresa no podrá cortar el servicio por no pago de parte impugnada en su cuenta.	32,9%	28.9%
Poner fin a contrato de suministro local o móvil, en cualquier momento, previo aviso escrito a la compañía. Ésta no puede exigir indemnización por término del contrato de servicio.	43,0%	43.8%
Si empresa efectúa acciones de cobranza, y envía sus antecedentes a DICOM, deberá efectuar y costear las diligencias para dejar estas acciones sin efecto. Esto sin perjuicio de las acciones que usted quiera realizar por eventuales perjuicios provocados por tales cobranzas.	37,0%	28.7%
Hacer reclamos vía telefónica al 105, sin costo y con atención los 365 días del año, las 24 horas del día. Al momento de interponer su reclamo debe exigir un n° que lo identifica. De esta forma se evita una eventual negativa de la recepción de su reclamo.	40,1%	37.0%
De no quedar conforme con lo resuelto por la empresa de servicios de telecomunicaciones, puede insistir ante la SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones).	41,9%	31.7%

Base: Todos los entrevistados.

16.2 Instituciones

En relación a las instancias ante las cuales los usuarios pueden hacer valer sus derechos, la institución más conocida es SERNAC con un 66,8% en respuesta espontánea, seguido por la SUBTEL (22,9%). Estos porcentajes suben con las preguntas asistidas a 81% y 53,9% respectivamente.

Comparado con la encuesta anterior, se observa un importante incremento en el conocimiento espontáneo de Sernac. En la respuesta asistida, tanto Sernac como Subtel aumentan el porcentaje con respecto a la encuesta anterior.

Tabla 16.3: Distribución de Usuarios que declaran conocer las instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor (Respuesta Espontánea)

INSTITUCIONES	Conoce las Instituciones	
	Encuesta Junio	Encuesta Noviembre
SUBTEL, Subsecretaría de Telecomunicaciones	22,0%	22.9%
SEREMI, Se Regionales Ministeriales de Transportes y Telecomunicaciones	4,6%	3.8%
SERNAC, Servicio Nacional del Consumidor	58,0%	66.8%
Municipalidades	2,3%	1.9%
Comisión de Defensa Ciudadana	,2%	.3%

Base: Todos los entrevistados.

Tabla 16.4: Distribución de Usuarios que declaran conocer las instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor (Respuesta Asistida)

INSTITUCIONES	Conoce las Instituciones	
	Encuesta Junio	Encuesta Noviembre
SUBTEL, Subsecretaría de Telecomunicaciones	45,2%	53.9%
SEREMI, Se Regionales Ministeriales de Transportes y Telecomunicaciones	30,2%	28.5%
SERNAC, Servicio Nacional del Consumidor	77,9%	81.0%
Municipalidades	10,6%	6.3%
Comisión de Defensa Ciudadana	4,4%	4.3%

Base: Todos los entrevistados.

16.3 Ranking de Instituciones

Un 22,2% de los usuarios ubican a la SUBTEL en el primer lugar dentro de las instituciones en las que pueden hacer valer sus derechos en caso de problemas con los servicios de telecomunicaciones. SERNAC, en todo caso, es la que acapara el mayor porcentaje (62,5%).

Tabla 16.5: Distribución de Usuarios que declaran conocer las Instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor según Lugar de importancia

INSTITUCIONES	Lugar de importancia		
	1°	2°	3°
SUBTEL, Subsecretaría de Telecomunicaciones	22.2	34.8	19.3
SEREMI, Se Regionales Ministeriales de Transportes y Telecomunicaciones	5.3	23.8	39.1
SERNAC, Servicio Nacional del Consumidor	62.5	21.0	10.3
Municipalidades	3.2	5.1	7.9
Comisión de Defensa Ciudadana	.3	2.2	7.8
Otro	6.5	13.1	15.6
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los entrevistados.

17 Internet

17.1 Uso de Internet

Un 55,8% de las personas de 18 años y más ha usado Internet en el último mes. Este porcentaje es bastante superior al 30% que posee Internet en el hogar. El lugar donde un mayor porcentaje ha usado Internet es el trabajo, seguido de cyber cafés y de la casa de familiares o amigos.

Las zonas difieren en el porcentaje de la población de 18 y más años que ha usado Internet en el último mes. La zona 2 es la que tiene el mayor porcentaje y la zona 4, el menor.

Tabla 17.1: Porcentaje que ha usado Internet en el último mes por zona y lugar de uso

	Zona											
	Zona 1: 2ª Región		Zona 2: 5ª Región		Zona 3: 8ª Región		Zona 4: 10ª Región		Zona 5: Resto País		Total	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Lugar En el trabajo	26.0%	74.0%	15.4%	84.6%	18.0%	82.0%	11.7%	88.3%	23.1%	76.9%	21.0%	79.0%
Lugar En la universidad	7.7%	92.3%	8.5%	91.5%	9.3%	90.7%	4.6%	95.4%	12.9%	87.1%	11.3%	88.7%
Lugar En el colegio	12.6%	87.4%	13.8%	86.2%	13.9%	86.1%	12.6%	87.4%	16.7%	83.3%	15.6%	84.4%
Lugar En casa de amigos o familiares	19.5%	80.5%	8.6%	91.4%	8.4%	91.6%	6.7%	93.3%	19.4%	80.6%	16.0%	84.0%
Lugar Telecentro comunitario o Infocentro	.0%	100%	.2%	99.8%	.3%	99.7%	.3%	99.7%	.6%	99.4%	.5%	99.5%
Lugar En cyber café	24.7%	75.3%	20.5%	79.5%	19.8%	80.2%	17.4%	82.6%	21.0%	79.0%	20.6%	79.4%
Lugar Otros	.8%	99.2%	.0%	100%	.1%	99.9%	.1%	99.9%	.3%	99.7%	.2%	99.8%
Lugar No utilizó	35.7%	64.3%	54.7%	45.3%	52.4%	47.6%	63.5%	36.5%	39.4%	60.6%	44.2%	55.8%

Base: Todos los entrevistados.

Los habitantes de zonas urbanas casi duplican a los de las zonas rurales en el acceso a Internet durante el último mes. Con todo, un no despreciable 31% de éstos últimos ha tenido acceso a Internet en dicho periodo. En el caso de los residentes en zonas urbanas, los dos principales lugares de acceso han sido el trabajo y un cyber café. En el caso de los residentes en zonas rurales, han sido el colegio y un cyber café.

Tabla 17.2 : Porcentaje que ha usado Internet en el último mes por área y lugar de uso

	Es Urbano o Rural					
	Urbano		Rural		Total	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
	%	%	%	%	%	%
Lugar En el trabajo	23.3%	76.7%	4.9%	95.1%	21.0%	79.0%
Lugar En la universidad	12.3%	87.7%	3.9%	96.1%	11.3%	88.7%
Lugar En el colegio	15.1%	84.9%	19.3%	80.7%	15.6%	84.4%
Lugar En casa de amigos o familiares	18.0%	82.0%	1.9%	98.1%	16.0%	84.0%
Lugar Telecentro comunitario o Infocentro	.6%	99.4%	.0%	100%	.5%	99.5%
Lugar En cyber café	22.5%	77.5%	7.4%	92.6%	20.6%	79.4%
Lugar Otros	.3%	99.7%	.0%	100%	.2%	99.8%
Lugar No utilizó	40.7%	59.3%	69.0%	31.0%	44.2%	55.8%

Base: Todos los entrevistados.

El uso de Internet es notablemente similar entre hombres y mujeres.

Tabla 17.3 : Porcentaje que ha usado Internet en el último mes por sexo y lugar de uso

	Sexo del Entrevistado					
	Masculino		Femenino		Total	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
	%	%	%	%	%	%
Lugar En el trabajo	21.6%	78.4%	20.5%	79.5%	21.0%	79.0%
Lugar En la universidad	9.8%	90.2%	12.7%	87.3%	11.3%	88.7%
Lugar En el colegio	13.7%	86.3%	17.4%	82.6%	15.6%	84.4%
Lugar En casa de amigos o familiares	17.8%	82.2%	14.4%	85.6%	16.0%	84.0%
Lugar Telecentro comunitario o Infocentro	.7%	99.3%	.3%	99.7%	.5%	99.5%
Lugar En cyber café	21.2%	78.8%	20.1%	79.9%	20.6%	79.4%
Lugar Otros	.4%	99.6%	.1%	99.9%	.2%	99.8%
Lugar No utilizó	43.9%	56.1%	44.4%	55.6%	44.2%	55.8%

Base: Todos los entrevistados.

Se observa un nivel decreciente en el uso de Internet en el último mes a medida que la edad se incrementa. Por ejemplo, en el grupo entre 18 a 25 años, un 79% ha accedió a Internet en el último mes siendo sólo un 29% en los mayores de 65 años. En los más

jóvenes, el Cyber Café es el principal lugar de uso de Internet. En prácticamente todos los grupos, el trabajo y un cyber café constituyen los principales lugares donde se ha usado Internet en el último mes.

Tabla 17.4 : Porcentaje que ha usado Internet en el último mes por edad y lugar de uso

	Grupos de Edad						
	De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años	Total
	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	%	%	%	%	%	%	%
Lugar En el trabajo	14.8%	31.6%	22.9%	23.0%	12.3%	14.3%	21.0%
Lugar En la universidad	19.6%	12.6%	3.9%	15.6%	6.7%	4.6%	11.3%
Lugar En el colegio	14.0%	14.6%	19.4%	21.8%	11.7%	6.4%	15.6%
Lugar En casa de amigos o familiares	23.0%	20.1%	10.5%	17.0%	12.3%	7.9%	16.0%
Lugar Telecentro comunitario o Infocentro	.9%	.0%	.2%	.1%	2.0%	.2%	.5%
Lugar En cyber café	31.4%	21.1%	18.5%	21.7%	11.4%	10.4%	20.6%
Lugar Otros	.0%	1.0%	.1%	.0%	.2%	.0%	.2%
Lugar No utilizó	26.0%	33.9%	47.9%	44.0%	65.9%	70.7%	44.2%

Base: Todos los entrevistados.

Los grupos socioeconómicos más altos son los que han tenido un mayor porcentaje de personas que han accedido a Internet en el último mes. Por ejemplo, el 82% de las personas del grupo ABC1 lo ha hecho comparado con sólo un 32% del grupo E. Los grupos socioeconómicos más bajo tienden a acceder más a Internet a través de un cyber café y los grupos más altos, en el trabajo o casa.

Tabla 17.5 : Porcentaje que ha usado Internet en el último mes por Nivel Socioeconómico y lugar de uso

	Nivel Socioeconómico											
	ABC1		C2		C3		D		E		Total	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Lugar En el trabajo	63.2%	36.8%	46.4%	53.6%	16.5%	83.5%	9.7%	90.3%	5.0%	95.0%	21.0%	79.0%
Lugar En la universidad	31.1%	68.9%	16.7%	83.3%	10.4%	89.6%	8.0%	92.0%	5.2%	94.8%	11.3%	88.7%
Lugar En el colegio	14.9%	85.1%	12.0%	88.0%	20.0%	80.0%	15.6%	84.4%	15.1%	84.9%	15.6%	84.4%
Lugar En casa de amigos o familiares	41.5%	58.5%	24.5%	75.5%	17.9%	82.1%	10.5%	89.5%	6.0%	94.0%	16.0%	84.0%
Lugar Telecentro comunitario o Infocentro	.0%	100%	.0%	100%	.6%	99.4%	.4%	99.6%	1.5%	98.5%	.5%	99.5%
Lugar En cyber café	9.8%	90.2%	18.5%	81.5%	21.9%	78.1%	26.8%	73.2%	10.2%	89.8%	20.6%	79.4%
Lugar Otros	.3%	99.7%	.0%	100%	.0%	100%	.5%	99.5%	.0%	100%	.2%	99.8%
Lugar No utilizó	19.3%	80.7%	26.8%	73.2%	39.3%	60.7%	50.3%	49.7%	67.6%	32.4%	44.2%	55.8%

Base: Todos los entrevistados.

17.2 Cyber Café

La mayoría de las personas que han visitado un cyber café en el último mes, lo han hecho más de una vez. De hecho solo un 7,9% ha ido solo un vez y un 32,1% lo ha hecho más de 10 veces. Con la excepción de la V Región, donde se observa una menor frecuencia de visitas, el resto de las zonas mantiene una distribución similar en la frecuencia de visitas.

Tabla 17.6 : Porcentaje que ha ido a un Cyber Café para usar Internet en el último mes por zona y frecuencia

			Zona					
			Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 10ª Región	Zona 5: Resto País	Total
			%	%	%	%	%	%
cyber ¿Cuántas veces ha acudido a un cyber-café para navegar por Internet	1 vez		10.6%	7.6%	8.9%	22.9%	6.3%	7.9%
	Entre 2 y 5 veces		37.6%	55.8%	32.0%	10.1%	38.1%	37.6%
	Entre 6 y 10 veces		27.2%	18.0%	30.2%	25.6%	21.1%	22.3%
	Más de 10 veces		24.6%	18.6%	28.8%	41.5%	34.4%	32.1%
	Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los entrevistados que han acudido a un cyber café en el último mes

No se observan importantes diferencias en la frecuencia de visita entre los residentes de zonas urbanas y rurales.

Tabla 17.7 : Porcentaje que ha ido a un Cyber Café para usar Internet en el último mes por área y frecuencia

		Es Urbano o Rural		
		Urbano	Rural	Total
		%	%	%
cyber ¿Cuántas veces ha acudido a un cyber-café para navegar por Internet	1 vez	7.9%	7.3%	7.9%
	Entre 2 y 5 veces	38.4%	21.4%	37.6%
	Entre 6 y 10 veces	21.1%	49.7%	22.3%
	Más de 10 veces	32.6%	21.6%	32.1%
	Total	100%	100%	100%

Base: Todos los entrevistados que han acudido a un cyber café en el último mes

Las mujeres parecen tener una mayor frecuencia de visita a los cyber cafés. Estas superan en más de 10 puntos a los hombres en el grupo que ha usado Internet más de 10 veces en el último mes.

Tabla 17.8 : Porcentaje que ha ido a un Cyber Café para usar Internet en el último mes por zona y frecuencia

		Sexo del Entrevistado		
		Masculino	Femenino	Total
		%	%	%
cyber ¿Cuántas veces ha acudido a un cyber-café para navegar por Internet	1 vez	9.6%	6.2%	7.9%
	Entre 2 y 5 veces	44.1%	31.2%	37.6%
	Entre 6 y 10 veces	19.6%	25.0%	22.3%
	Más de 10 veces	26.7%	37.5%	32.1%
	Total	100%	100%	100%

Base: Todos los entrevistados que han acudido a un cyber café en el último mes

Los grupos de mayor edad concentran un mayor porcentaje de personas que han usado Internet en un cyber café durante el último mes. Esto puede deberse a que en los grupos de menores edad existen mayores alternativas donde usar Internet.

Tabla 17.9 : Porcentaje que ha ido a un Cyber Café para usar Internet en el último mes por edad y frecuencia

			Grupos de Edad					
			De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años
			%	%	%	%	%	%
cyber ¿Cuántas veces ha acudido a un cyber-café para navegar por Internet	1 vez		10.2%	9.5%	9.0%	3.3%	6.2%	1.9%
	Entre 2 y 5 veces		35.0%	33.4%	50.7%	36.7%	47.0%	15.0%
	Entre 6 y 10 veces		33.0%	26.4%	11.8%	17.5%	1.8%	21.2%
	Más de 10 veces		21.8%	30.7%	28.5%	42.5%	45.0%	61.9%
	Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los entrevistados que han acudido a un cyber café en el último mes

Aunque los grupos socioeconómicos altos visitan menos los cyber cafés que el resto, su frecuencia es muy superior. 75,4% de los que visitaron cyber cafés en el último mes, lo hicieron más de 10 veces. Los otros grupos no difieren mucho en la frecuencia de concurrencia a cyber cafés.

Tabla 17.10 : Porcentaje que ha ido a un Cyber Café para usar Internet en el último mes por nivel socioeconómico y frecuencia

			Nivel Socioeconómico					Total
			ABC1	C2	C3	D	E	
			%	%	%	%	%	
cyber ¿Cuántas veces ha acudido a un cyber-café para navegar por Internet	1 vez		15.6%	6.9%	10.5%	7.2%	4.3%	7.9%
	Entre 2 y 5 veces		9.0%	36.4%	50.4%	32.8%	52.2%	37.6%
	Entre 6 y 10 veces		.0%	30.9%	15.5%	24.8%	13.6%	22.3%
	Más de 10 veces		75.4%	25.9%	23.6%	35.2%	29.8%	32.1%
	Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los entrevistados que han acudido a un cyber café en el último mes

17.3 Tipo de Uso de Internet

Un 78,4% de las personas que han usado Internet, lo hacen para trabajar o estudiar. Un 64,4% para enviar y recibir correos y un 54,4% para chatear. En general, no se observan importantes diferencia en los tipos de uso en relación a las zonas.

Tabla 17.11 : Porcentaje que ha usado Internet según zona y tipo de uso

	Zona					
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 10ª Región	Zona 5: Resto País	Total
	%	%	%	%	%	%
Enviar y recibir correos	63.6%	79.5%	61.2%	54.1%	63.7%	64.4%
Chatea	50.6%	58.1%	60.7%	38.1%	54.5%	54.4%
Hablar (telefonía IP, Skype)	3.3%	5.0%	1.2%	5.3%	6.6%	5.7%
Trabajar / Estudiar / tareas	74.0%	77.4%	77.4%	76.6%	79.0%	78.4%
Jugar en línea	5.5%	11.1%	13.0%	9.0%	16.1%	14.6%
Bajar música y/o películas	36.0%	35.0%	37.0%	20.1%	37.3%	36.0%
Buscar información de interés personal (no laboral / ni de e	35.7%	51.0%	55.8%	33.1%	41.6%	43.2%
Revisar estados de cuenta o cartolas bancarias	8.2%	11.5%	9.2%	1.9%	6.7%	7.2%
Pago de servicios, comerciales, solicitud de certificados	.6%	2.3%	.0%	2.3%	3.1%	2.6%
Otra. Especifique	2.7%	.0%	.5%	.2%	1.5%	1.2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los entrevistados que han usado internet en el último mes y/o poseen internet en el hogar

Aunque los habitantes de zonas urbanas y rurales coinciden en la proporción de personas usan Internet para estudiar o trabajar, los primeros superan ampliamente a los segundos en los usos de Internet para revisar el correo o chatear.

Tabla 17.12 : Porcentaje que ha usado Internet según área y tipo de uso

	Es Urbano o Rural		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
Enviar y recibir correos	66.6%	30.6%	64.4%
Chatea	56.5%	22.7%	54.4%
Hablar (telefonía IP, Skype)	6.0%	1.6%	5.7%
Trabajar / Estudiar / tareas	78.4%	77.9%	78.4%
Jugar en línea	15.4%	1.6%	14.6%
Bajar música y/o películas	38.0%	6.6%	36.0%
Buscar información de interés personal (no laboral / ni de e	43.5%	38.7%	43.2%
Revisar estados de cuenta o cartolas bancarias	7.5%	2.7%	7.2%
Pago de servicios, comerciales, solicitud de certificados	2.7%	2.0%	2.6%
Otra. Especifique	1.3%	.0%	1.2%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los entrevistados que han usado internet en el último mes y/o poseen internet en el hogar

Hombres y mujeres no difieren mucho en el tipo de uso de Internet.

Tabla 17.13 : Porcentaje que ha usado Internet según sexo y tipo de uso

	Sexo del Entrevistado		
	Masculino	Femenino	Total
	%	%	%
Enviar y recibir correos	63.7%	65.0%	64.4%
Chatea	54.7%	54.2%	54.4%
Hablar (telefonía IP, Skype)	6.6%	4.9%	5.7%
Trabajar / Estudiar / tareas	75.1%	81.4%	78.4%
Jugar en línea	18.2%	11.2%	14.6%
Bajar música y/o películas	41.4%	31.0%	36.0%
Buscar información de interés personal (no laboral / ni de e	49.4%	37.4%	43.2%
Revisar estados de cuenta o cartolas bancarias	8.9%	5.5%	7.2%
Pago de servicios, comerciales, solicitud de certificados	3.3%	1.9%	2.6%
Otra. Especifique	1.8%	.7%	1.2%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los entrevistados que han usado internet en el último mes y/o poseen internet en el hogar

Tampoco se observan sustantivas diferencia en los distintos grupos de edad. Interesante es que el 49,6% de los mayores de 65 años que usa Internet, lo usa para chatear.

Tabla 17.14 : Porcentaje que ha usado Internet según edad y tipo de uso

	Grupos de Edad						
	De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años	Total
	%	%	%	%	%	%	%
Enviar y recibir correos	65.6%	65.2%	57.0%	67.1%	65.1%	73.3%	64.4%
Chatea	59.8%	50.2%	46.2%	63.6%	53.0%	49.6%	54.4%
Hablar (telefonía IP, Skype)	4.6%	5.0%	4.1%	9.1%	11.9%	.0%	5.7%
Trabajar / Estudiar / tareas	78.1%	68.7%	82.4%	88.1%	74.2%	78.9%	78.4%
Jugar en línea	20.4%	13.7%	13.5%	11.1%	7.4%	16.0%	14.6%
Bajar música y/o películas	46.2%	35.7%	26.8%	34.3%	39.8%	24.3%	36.0%
Buscar información de interés personal (no laboral / ni de e	46.8%	45.4%	29.1%	53.1%	37.6%	44.7%	43.2%
Revisar estados de cuenta o cartolas bancarias	4.6%	13.6%	6.0%	3.5%	12.5%	1.5%	7.2%
Pago de servicios, comerciales, solicitud de certificados	2.5%	5.2%	.8%	2.1%	2.9%	.0%	2.6%
Otra. Especifique	2.2%	.2%	.9%	.1%	4.4%	2.1%	1.2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los entrevistados que han usado internet en el último mes y/o poseen internet en el hogar

En general se observa un mayor uso en los grupos socioeconómicos altos en actividades como enviar y recibir correos y bajar música o películas. En el grupo E se observa un uso mayoritariamente focalizado en actividades relacionadas con el trabajo o estudio. También actividades relacionadas con pagos de cuenta y revisión de actividad bancaria son más prevalentes en los grupos más altos. Es interesante en todo caso observar que, incluso en el grupo ABC1, sólo una pequeña proporción usa Internet para pagar cuentas.

Tabla 17.15 : Porcentaje que ha usado Internet según nivel socioeconómico y tipo de uso

	Nivel Socioeconómico						
	ABC1	C2	C3	D	E	Sin clasificar	Total
	%	%	%	%	%	%	%
Enviar y recibir correos	86.0%	74.6%	68.6%	55.3%	38.3%	.0%	64.4%
Chatea	52.3%	53.9%	59.1%	57.5%	33.7%	.0%	54.4%
Hablar (telefonía IP, Skype)	12.4%	5.0%	5.1%	5.7%	1.7%	.0%	5.7%
Trabajar / Estudiar / tareas	90.7%	82.1%	73.1%	75.0%	81.0%	.0%	78.4%
Jugar en línea	9.4%	14.3%	17.0%	16.2%	8.3%	.0%	14.6%
Bajar música y/o películas	47.3%	37.1%	34.6%	35.6%	25.7%	.0%	36.0%
Buscar información de interés personal (no laboral / ni de e	58.8%	41.0%	39.3%	45.2%	33.5%	.0%	43.2%
Revisar estados de cuenta o cartolas bancarias	15.4%	15.2%	3.2%	2.5%	4.2%	.0%	7.2%
Pago de servicios, comerciales, solicitud de certificados	7.3%	3.3%	1.6%	1.6%	2.4%	.0%	2.6%
Otra. Especifique	.0%	.3%	.8%	2.7%	.2%	.0%	1.2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	.0%	100%

Base: Todos los entrevistados que han usado internet en el último mes y/o poseen internet en el hogar

17.4 Tipo de computador

Un 48.6% de los hogares posee computador en el hogar. En su mayoría se trata de computadores de escritorio. Un 8,9% de los hogares posee un computador portátil. En la segunda Región es donde el menor porcentaje no tiene computador en el hogar y en la Octava Región, donde el mayor porcentaje no lo tiene.

Tabla 17.16 : Porcentaje de hogares que posee computador según zona y tipo de computador

		Zona					
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 10ª Región	Zona 5: Resto País	Total
		%	%	%	%	%	%
¿Qué computador dispone en su hogar?	De escritorio (tradicional)	43.9%	36.8%	27.2%	23.7%	43.8%	39.7%
	Portátil (Notebook)	10.7%	5.3%	1.5%	7.0%	2.6%	3.3%
	Ambos	8.0%	1.8%	5.4%	5.3%	6.2%	5.6%
	No tiene	37.4%	56.1%	65.8%	64.0%	47.4%	51.4%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares

Los habitantes de zonas urbanas poseen computadores en el hogar en mucha mayor proporción que los de zonas rurales.

Tabla 17.17 : Porcentaje de hogares que posee computador según área y tipo de computador

		Es Urbano o Rural		
		Urbano	Rural	Total
		%	%	%
¿Qué computador dispone en su hogar?	De escritorio (tradicional)	43.0%	16.1%	39.7%
	Portátil (Notebook)	3.7%	.4%	3.3%
	Ambos	6.4%	.0%	5.6%
	No tiene	46.8%	83.4%	51.4%
	Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares

Como era esperable, los niveles socioeconómicos altos poseen mayor cantidad de computadores que los bajos. En el grupo E, un 24,5% posee computador en el hogar.

Tabla 17.18 : Porcentaje de hogares que posee computador según nivel socioeconómico y tipo de computador

		Nivel Socioeconómico					
		ABC1	C2	C3	D	E	Total
		%	%	%	%	%	%
¿Qué computador dispone en su hogar?	De escritorio (tradicional)	40.0%	51.4%	44.8%	37.9%	22.7%	39.7%
	Portátil (Notebook)	11.3%	7.5%	2.8%	.8%	1.7%	3.3%
	Ambos	35.8%	7.4%	6.2%	1.4%	.1%	5.6%
	No tiene	12.9%	33.7%	46.2%	59.9%	75.5%	51.4%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares

17.5 Cantidad de Computadores conectados a internet

Un 31% de los hogares que tienen conexión a internet, posee más de un computador conectado o que se puede conectar a internet.

Tabla 17.19 : Porcentaje de hogares con computador según zona y cantidad de computadores

		Zona					
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 10ª Región	Zona 5: Resto País	Total
		%	%	%	%	%	%
¿Cuántos computadores tienen conexión a Internet, o se pueden conectar?	1 PC	80.1%	74.3%	68.3%	64.7%	67.9%	69.0%
	2 PC	18.8%	24.9%	28.2%	17.1%	22.3%	22.6%
	3 PC	.2%	.8%	3.4%	2.8%	5.1%	4.2%
	Más de 3 PC	1.0%	.0%	.0%	15.4%	4.8%	4.2%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con Internet

En las zonas urbanas existen más computadores conectados o que se puede conectar a internet que en las zonas rurales.

Tabla 17.20 : Porcentaje de hogares con computador según área y cantidad de computadores

		Es Urbano o Rural		
		Urbano	Rural	Total
		%	%	%
¿Cuántos computadores tienen conexión a Internet, o se pueden conectar?	1 PC	68.9%	83.6%	69.0%
	2 PC	22.7%	16.4%	22.6%
	3 PC	4.2%	.0%	4.2%
	Más de 3 PC	4.3%	.0%	4.2%
	Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

Los niveles socioeconómicos altos poseen mayor cantidad de computadores conectado o que se puede conectar a internet que los de niveles más bajos.

Tabla 17.21 : Porcentaje de hogares con computador según nivel socioeconómico y cantidad de computadores

		Nivel Socioeconómico				
		ABC1	C2	C3	D	E
		%	%	%	%	%
¿Cuántos computadores tienen conexión a Internet, o se pueden conectar?	1 PC	43.0%	60.5%	74.8%	89.3%	87.3%
	2 PC	33.4%	30.8%	23.3%	6.1%	12.7%
	3 PC	13.7%	3.8%	1.9%	.6%	.0%
	Más de 3 PC	9.9%	4.9%	.0%	4.1%	.0%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

17.6 Personas que Usan Internet en el Hogar

En la amplia mayoría de los hogares, más de una persona usa Internet.

Tabla 17.22 : Porcentaje de personas que usa Internet en el hogar según zona y cantidad de personas

		Zona					
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 10ª Región	Zona 5: Resto País	Total
		%	%	%	%	%	%
¿Cuántas personas utilizan Internet en su hogar?	1 persona	12.1%	9.2%	17.3%	12.1%	10.6%	11.2%
	2 personas	27.3%	39.1%	33.2%	23.4%	21.0%	24.2%
	3 personas	21.2%	16.7%	19.3%	28.7%	21.8%	21.4%
	Más de 3 personas	39.5%	35.0%	30.2%	35.9%	46.6%	43.2%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

Esto también se observa en los hogares, independientemente de su condición de urbano o rural.

Tabla 17.23 : Porcentaje de personas que usa Internet en el hogar según área y cantidad de personas

		Es Urbano o Rural		
		Urbano	Rural	Total
		%	%	%
¿Cuántas personas utilizan Internet en su hogar?	1 persona	11.1%	16.3%	11.2%
	2 personas	23.8%	71.4%	24.2%
	3 personas	21.6%	.0%	21.4%
	Más de 3 personas	43.5%	12.4%	43.2%
	Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

También se observa en los diferentes grupos socioeconómicos

Tabla 17.24 : Porcentaje de personas que usa Internet en el hogar según nivel socioeconómico y cantidad de personas

		Nivel Socioeconómico					
		ABC1	C2	C3	D	E	Total
		%	%	%	%	%	%
¿Cuántas personas utilizan Internet en su hogar?	1 persona	7.9%	10.4%	8.3%	16.0%	16.8%	11.2%
	2 personas	29.3%	21.8%	26.6%	19.5%	31.7%	24.2%
	3 personas	24.2%	24.6%	15.6%	24.1%	6.9%	21.4%
	Más de 3 personas	38.6%	43.2%	49.5%	40.3%	44.7%	43.2%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

17.7 Velocidad de Conexión

Un 63.8% de los usuarios que posee Internet en el hogar, conoce la velocidad de la conexión. Un 24,9% posee conexión entre 256 a 512 Kbps. Sólo un 4,8% posee velocidades superiores a 2Mbps

Tabla 17.25 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según zona y velocidad de conexión

		Zona					Total
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 10ª Región	Zona 5: Resto País	
		%	%	%	%	%	
¿Cuál es la velocidad que tiene la conexión a Internet en su hogar?	Menor o igual a 256 Kbps	13.4%	9.4%	12.3%	2.8%	7.6%	8.2%
	> 256 Kbps y 512 Kbps	18.3%	39.3%	41.7%	21.5%	21.7%	24.9%
	> 512 Kbps y 1.024 Kbps (Mbps)	32.9%	18.5%	10.2%	25.6%	19.1%	19.3%
	> 1 Mbps y 2 Mbps	4.2%	7.1%	12.4%	21.7%	5.1%	6.6%
	Mayor a 2 Mbps	3.1%	2.2%	.0%	.0%	6.2%	4.8%
	No la conoce	28.1%	23.6%	23.4%	28.5%	40.4%	36.2%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

Tabla 17.26 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según área y velocidad de conexión

		Es Urbano o Rural		
		Urbano	Rural	Total
		%	%	%
¿Cuál es la velocidad que tiene la conexión a Internet en su hogar?	Menor o igual a 256 Kbps	8.3%	.0%	8.2%
	> 256 Kbps y 512 Kbps	24.6%	61.4%	24.9%
	> 512 Kbps y 1.024 Kbps (Mbps)	19.3%	23.8%	19.3%
	> 1 Mbps y 2 Mbps	6.7%	4.0%	6.6%
	Mayor a 2 Mbps	4.9%	.0%	4.8%
	No la conoce	36.4%	10.8%	36.2%
Total		100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

Los niveles socioeconómicos poseen conexión de Internet de mayor velocidad que los niveles más bajos.

Tabla 17.27 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según nivel socioeconómico y velocidad de conexión

		Nivel Socioeconómico					Total
		ABC1	C2	C3	D	E	
		%	%	%	%	%	%
¿Cuál es la velocidad que tiene la conexión a Internet en su hogar?	Menor o igual a 256 Kbps	3.8%	11.1%	10.8%	5.8%	7.2%	8.2%
	> 256 Kbps y 512 Kbps	21.1%	37.4%	13.2%	25.4%	15.9%	24.9%
	> 512 Kbps y 1.024 Kbps (Mbps)	28.0%	20.3%	11.4%	21.3%	8.7%	19.3%
	> 1 Mbps y 2 Mbps	7.0%	.8%	7.7%	13.9%	.0%	6.6%
	Mayor a 2 Mbps	14.4%	5.3%	1.7%	1.1%	.0%	4.8%
	No la conoce	25.7%	25.2%	55.2%	32.6%	68.2%	36.2%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

17.8 Pruebas de Velocidad

Una amplia mayoría de los usuarios de Internet no realiza algún tipo de medida de verificación de velocidad. Los que lo hacen, las realizan o una vez a la semana o cuando notan problemas de velocidad.

Tabla 17.28 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según zona y frecuencia en el desarrollo de pruebas de velocidad

			Zona					
			Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 10ª Región	Zona 5: Resto País	Total
			%	%	%	%	%	%
¿Realiza Usted algún tipo de prueba para verificar la velocidad de conexión que le	Sí, al menos 1 vez a la semana		9.8%	25.1%	21.0%	9.8%	8.9%	11.5%
	Sí, al menos 1 vez al mes		11.0%	10.1%	7.6%	16.7%	4.4%	6.1%
	Sí, sólo cuando nota problemas de velocidad		9.1%	12.0%	12.5%	7.3%	11.1%	11.0%
	No		70.1%	52.8%	58.9%	66.2%	75.6%	71.3%
	Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

Los hombres verifican más la velocidad que las mujeres, aunque también sólo una minoría de ellos lo hace.

Tabla 17.29 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según sexo y frecuencia en el desarrollo de pruebas de velocidad

		Sexo del Entrevistado		
		Masculino	Femenino	Total
		%	%	%
¿Realiza Usted algún tipo de prueba para verificar la velocidad de conexión que le	Sí, al menos 1 vez a la semana	15.2%	7.7%	11.5%
	Sí, al menos 1 vez al mes	7.9%	4.3%	6.1%
	Sí, sólo cuando nota problemas de velocidad	9.0%	13.1%	11.0%
	No	67.8%	74.9%	71.3%
	Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

Las personas que realizan más verificación de velocidad son aquéllos entre 36 y 55 años. Tanto los más jóvenes como los más mayores lo hacen con menos frecuencia.

Tabla 17.30 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según edad y frecuencia en el desarrollo de pruebas de velocidad

			Grupos de Edad					
			De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años
			%	%	%	%	%	%
¿Realiza Usted algún tipo de prueba para verificar la velocidad de conexión que le	Sí, al menos 1 vez a la semana		15.6%	8.8%	11.0%	13.4%	5.1%	14.6%
	Sí, al menos 1 vez al mes		5.3%	5.4%	6.2%	5.2%	13.7%	.0%
	Sí, sólo cuando nota problemas de velocidad		8.9%	9.6%	19.2%	14.6%	.0%	.0%
	No		70.2%	76.2%	63.6%	66.8%	81.1%	85.4%
	Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

En general, los niveles socioeconómicos altos realizan más verificación de velocidad que los bajos.

Tabla 17.31 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según nivel socioeconómico y frecuencia en el desarrollo de pruebas de velocidad

			Nivel Socioeconómico				
			ABC1	C2	C3	D	E
			%	%	%	%	%
¿Realiza Usted algún tipo de prueba para verificar la velocidad de conexión que le	Sí, al menos 1 vez a la semana		6.5%	13.2%	13.8%	11.4%	10.4%
	Sí, al menos 1 vez al mes		8.4%	6.6%	7.4%	4.1%	.0%
	Sí, sólo cuando nota problemas de velocidad		12.9%	14.8%	10.5%	7.6%	1.6%
	No		72.3%	65.4%	68.3%	77.0%	88.0%
	Total		100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

17.9 Tipo de Medición de Velocidad

Dentro de los que realizan pruebas de velocidad, una mayoría usa el medidor del proveedor de Internet. Sólo en la Octava Región, se observa un porcentaje significativo que utiliza otro medidor de velocidad.

Tabla 17.32 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según zona y frecuencia en el tipo de pruebas de velocidad

	Zona					
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 10ª Región	Zona 5: Resto País	Total
	%	%	%	%	%	%
¿Con qué sistema Medidor de mi medidor proveedor de Internet Usted prueba la (ISP) velocidad de Otro de conexión? Total	78.0%	87.2%	57.2%	88.2%	72.5%	74.1%
	22.0%	12.8%	42.8%	11.8%	27.5%	25.9%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios que realizan pruebas de velocidad

No se observan importantes diferencias por sexo.

Tabla 17.33 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según sexo y frecuencia en el tipo de pruebas de velocidad

	Sexo del Entrevistado		
	Masculino	Femenino	Total
	%	%	%
¿Con qué sistema Medidor de mi proveedor medidor Usted de Internet (ISP) prueba la velocidad Otro de conexión? Total	70.7%	78.6%	74.1%
	29.3%	21.4%	25.9%
	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios que realizan pruebas de velocidad

Los grupos de edad más jóvenes usan más otros medidores de velocidad que los mayores.

Tabla 17.34 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según edad y frecuencia en el tipo de pruebas de velocidad

		Grupos de Edad						Total
		De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años	
		%	%	%	%	%	%	
¿Con qué sistema medidor Usted prueba la velocidad de conexión?	Medidor de mi proveedor de	69.8%	76.5%	69.0%	72.0%	100%	100%	74.1%
	Internet (ISP)							
	Otro	30.2%	23.5%	31.0%	28.0%	.0%	.0%	25.9%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios que realizan pruebas de velocidad

Lo más destacado en relación al nivel socioeconómico es que en el grupo ABC1 el principal medio de verificación de velocidad es distinto al ofrecido por el proveedor de Internet.

Tabla 17.35 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según nivel socioeconómico y frecuencia en el tipo de pruebas de velocidad

		Nivel Socioeconómico					Total
		ABC1	C2	C3	D	E	
		%	%	%	%	%	
¿Con qué sistema medidor Usted prueba la velocidad de conexión?	Medidor de mi proveedor de	44.0%	81.0%	83.5%	74.3%	92.6%	74.1%
	Internet (ISP)						
	Otro	56.0%	19.0%	16.5%	25.7%	7.4%	25.9%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios que realizan pruebas de velocidad

17.10 Ocasión en que tiene problemas de velocidad

Las principales ocasiones en que los usuarios encuentran problemas de lentitud de Internet son: cuando están bajando archivos (películas, música) o simplemente cuando navegan.

Tabla 17.36 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según zona y ocasión en que hay problemas de lentitud

			Zona					
			Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 10ª Región	Zona 5: Resto País	Total
			%	%	%	%	%	%
Simplemente cuando navega	Sí		26.9%	26.6%	35.3%	30.4%	27.1%	27.9%
	No		73.1%	73.4%	64.7%	69.6%	72.9%	72.1%
	Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%
Juegos	Sí		2.7%	10.4%	9.3%	1.9%	6.4%	6.6%
	No		97.3%	89.6%	90.7%	98.1%	93.6%	93.4%
Cuando baja archivos (música, películas u otros)	Sí		29.9%	42.8%	22.1%	39.6%	31.4%	32.0%
	No		70.1%	57.2%	77.9%	60.4%	68.6%	68.0%
Cuando " Chatea"	Sí		2.6%	12.4%	3.6%	8.0%	11.4%	10.2%
	No		97.4%	87.6%	96.4%	92.0%	88.6%	89.8%
Cuando realiza video/audio llamadas	Sí		8.6%	6.4%	12.3%	6.8%	6.7%	7.2%
	No		91.4%	93.6%	87.7%	93.2%	93.3%	92.8%
Otras	Sí		8.5%	.0%	.0%	20.8%	8.4%	7.5%
	No		91.5%	100%	100%	79.2%	91.6%	92.5%
Velocidad conexión es la contratada	Sí		31.2%	27.6%	40.7%	12.9%	35.4%	33.8%
	No		68.8%	72.4%	59.3%	87.1%	64.6%	66.2%

Base: Todos los usuarios con conexión a internet

A nivel rural se observa un mayor porcentaje que tiene problemas de lentitud al realizar diferentes actividades en Internet.

Tabla 17.37 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según área y ocasión en que hay problemas de lentitud

			Es Urbano o Rural		
			Urbano	Rural	Total
			%	%	%
Simplemente cuando navega	Sí		27.7%	45.8%	27.9%
	No		72.3%	54.2%	72.1%
	Total		100%	100%	100%
Juegos	Sí		6.5%	14.8%	6.6%
	No		93.5%	85.2%	93.4%
Cuando baja archivos (música, películas u otros)	Sí		31.8%	45.8%	32.0%
	No		68.2%	54.2%	68.0%
Cuando " Chatea"	Sí		10.2%	12.2%	10.2%
	No		89.8%	87.8%	89.8%
Cuando realiza video/audio llamadas	Sí		7.2%	11.6%	7.2%
	No		92.8%	88.4%	92.8%
Otras	Sí		7.5%	.0%	7.5%
	No		92.5%	100%	92.5%
Velocidad conexión es la contratada	Sí		34.0%	15.5%	33.8%
	No		66.0%	84.5%	66.2%

Base: Todos los usuarios con conexión a internet

No se observan importantes diferencias por sexo.

Tabla 17.38 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según sexo y ocasión en que hay problemas de lentitud

			Sexo del Entrevistado		
			Masculino	Femenino	Total
			%	%	%
Simplemente navega	cuando	Sí	31.5%	24.1%	27.9%
		No	68.5%	75.9%	72.1%
		Total	100%	100%	100%
Juegos		Sí	6.3%	6.9%	6.6%
		No	93.7%	93.1%	93.4%
Cuando baja archivos (música, películas u otros)		Sí	33.3%	30.5%	32.0%
		No	66.7%	69.5%	68.0%
Cuando " Chatea"		Sí	9.2%	11.2%	10.2%
		No	90.8%	88.8%	89.8%
Cuando realiza video/audio llamadas		Sí	8.1%	6.4%	7.2%
		No	91.9%	93.6%	92.8%
Otras		Sí	5.8%	9.2%	7.5%
		No	94.2%	90.8%	92.5%
Velocidad conexión es la contratada		Sí	33.2%	34.5%	33.8%
		No	66.8%	65.5%	66.2%

Base: Todos los usuarios con conexión a internet

La lentitud en las distintas áreas está relacionada con los tipos de uso. Por ejemplo, en los más jóvenes, los juegos son una ocasión importante comparado con los otros grupos. Para los mayores de 65 años, los problemas se presentan simplemente cuando chatea.

Tabla 17.39 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según edad y ocasión en que hay problemas de lentitud

		Grupos de Edad						Total
		De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años	
		%	%	%	%	%	%	
Simplemente cuando navega	Sí	21.8%	29.9%	33.4%	21.6%	39.5%	20.5%	27.9%
	No	78.2%	70.1%	66.6%	78.4%	60.5%	79.5%	72.1%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Juegos	Sí	11.3%	9.2%	2.7%	7.8%	.3%	.3%	6.6%
	No	88.7%	90.8%	97.3%	92.2%	99.7%	99.7%	93.4%
Cuando baja archivos (música, películas u otros)	Sí	41.8%	25.3%	43.5%	20.0%	15.2%	48.2%	32.0%
	No	58.2%	74.7%	56.5%	80.0%	84.8%	51.8%	68.0%
Cuando "Chatea"	Sí	11.0%	5.3%	5.9%	14.2%	13.9%	25.1%	10.2%
	No	89.0%	94.7%	94.1%	85.8%	86.1%	74.9%	89.8%
Cuando realiza video/audio llamadas	Sí	11.8%	5.4%	13.0%	3.0%	.3%	.0%	7.2%
	No	88.2%	94.6%	87.0%	97.0%	99.7%	100%	92.8%
Otras	Sí	4.2%	11.3%	6.3%	3.1%	13.2%	14.9%	7.5%
	No	95.8%	88.7%	93.7%	96.9%	86.8%	85.1%	92.5%
Velocidad conexión es la contratada	Sí	32.5%	32.4%	25.3%	50.1%	31.4%	27.5%	33.8%
	No	67.5%	67.6%	74.7%	49.9%	68.6%	72.5%	66.2%

Base: Todos los usuarios con conexión a internet

El grupo E es el que encuentra más problemas de lentitud la realizar diferentes actividades en Internet. Sin embargo, incluso en el grupo ABC1, que posee una mayor velocidad contratada, los porcentaje que mencionan lentitud son bastante cercanos a los del grupo E.

Tabla 17.40 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según nivel socioeconómico y ocasión en que hay problemas de lentitud

		Nivel Socioeconómico					
		ABC1	C2	C3	D	E	Total
		%	%	%	%	%	%
Simplemente cuando navega	Sí	37.7%	25.8%	23.4%	25.2%	37.6%	27.9%
	No	62.3%	74.2%	76.6%	74.8%	62.4%	72.1%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Juegos	Sí	2.3%	2.1%	7.4%	13.8%	9.7%	6.6%
	No	97.7%	97.9%	92.6%	86.2%	90.3%	93.4%
Cuando baja archivos (música, películas u otros)	Sí	30.4%	36.9%	28.5%	29.8%	34.4%	32.0%
	No	69.6%	63.1%	71.5%	70.2%	65.6%	68.0%
Cuando "Chatea"	Sí	12.7%	5.1%	8.3%	13.9%	22.3%	10.2%
	No	87.3%	94.9%	91.7%	86.1%	77.7%	89.8%
Cuando realiza video/audio llamadas	Sí	6.9%	6.9%	7.5%	5.9%	15.7%	7.2%
	No	93.1%	93.1%	92.5%	94.1%	84.3%	92.8%
Otras	Sí	.7%	5.4%	13.2%	11.2%	.8%	7.5%
	No	99.3%	94.6%	86.8%	88.8%	99.2%	92.5%
Velocidad conexión es la contratada	Sí	37.9%	35.9%	33.0%	31.1%	24.9%	33.8%
	No	62.1%	64.1%	67.0%	68.9%	75.1%	66.2%

Base: Todos los usuarios con conexión a internet

17.11 Horario en que hay problemas de lentitud

Un 40,9% considera que los problemas de lentitud se expresan en cualquier hora. El segundo horario con problema de conexión es de 18 a 22 horas.

Tabla 17.41 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según zona y horario en que hay problemas de lentitud

		Zona					
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 10ª Región	Zona 5: Resto País	Total
		%	%	%	%	%	%
¿Preferentemente en que horario(s) se le presentan los problemas de lentitud?	Cualquier hora	57.9%	33.2%	46.2%	18.6%	42.2%	40.9%
	En horario laboral (de 8 a 18 horas)	17.7%	10.6%	2.5%	19.5%	4.0%	6.3%
	De 18 a 22 horas	10.8%	27.6%	33.7%	37.1%	31.9%	30.8%
	De 22 a 8 horas	13.6%	28.6%	17.7%	24.8%	21.8%	22.0%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios con conexión a internet que han observado problemas de lentitud

Los grupos socioeconómicos no difieren mucho en los horarios en que encuentran problemas de conexión, con la excepción del grupo E que en un mayor porcentaje expresa encontrar problemas durante la noche (22pm a 8am).

Tabla 17.42 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según nivel socioeconómico y horario en que hay problemas de lentitud

		Nivel Socioeconómico					
		ABC1	C2	C3	D	E	Total
		%	%	%	%	%	%
¿Preferentemente en qué horario(s) se le presentan los problemas de lentitud?	Cualquier hora	40.6%	36.6%	39.5%	49.1%	33.0%	40.9%
	En horario laboral (de 8 a 18 horas)	2.9%	9.7%	5.1%	3.0%	18.1%	6.3%
	De 18 a 22 horas	35.2%	37.3%	32.6%	23.6%	11.3%	30.8%
	De 22 a 8 horas	21.3%	16.4%	22.8%	24.3%	37.6%	22.0%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios con conexión a internet

18 Análisis de la Satisfacción y Recomendaciones

- La satisfacción es un estado cambiante. Por lo tanto, no se puede pensar en ella como una entidad estable ni tampoco como una entidad que tenga una tendencia necesariamente predecible. Esta volatilidad en la satisfacción ha quedado claramente demostrada en esta encuesta que aunque no era una encuesta panel, ofrecía condiciones de alta equivalencia entre las muestras.
- En esta encuesta pudo observarse un significativo cambio en el nivel de satisfacción en un corto periodo de tiempo. Este cambio en los niveles de satisfacción también se explica por los cambios en los niveles de penetración de los servicios. El área de los servicios de telecomunicaciones es altamente dinámico por varias razones. Los servicios tienen tendencias distintas en los niveles de penetración. Por lo tanto los universos cambian rápidamente entre una medición y otra. Incluso en aquellos servicios que tengan una nivel de penetración relativamente estable, por ejemplo el celular con porcentaje de penetración de cerca del 90%, se produce un cambio inter-empresas que hace que la base de medición también cambie en periodos relativamente cortos
- La satisfacción, como era esperable, aparece estar fuertemente asociado a la existencia de problemas dentro del periodo precedente (en la encuesta, en los 12 meses previos a la entrevista). Las personas que han tenido problemas con el servicio muestran una significativa mayor grado de insatisfacción que los que no lo tuvieron. De hecho, los tests de independencia (chi cuadrado) fueron estadísticamente significativos al 95% de confianza en todos los servicios y dentro de todas las zonas estudiadas.
- Aunque era esperable que una mayor proporción de problemas esté asociado con mayor proporción de insatisfechos, esta encuesta no logró verificar esto. De esta forma, algunas zonas con mayor proporción de problemas tienen menor proporción de usuarios muy o algo insatisfechos. Esto también se observa al comparar la encuesta de Noviembre con la de Junio. Una explicación para esto es que en la encuesta no permite establecer la gravedad del problema lo que debiera estar asociado más directamente con la intensidad de la insatisfacción. De esta forma, pocos problemas pero graves es esperable que generen más insatisfacción que muchos problemas pero no graves.
- Los niveles de solución de los problemas también afectan la satisfacción aunque, incluso en los casos en que los problemas fueron totalmente solucionados, los



niveles de satisfacción son muy inferiores a los observados en los casos en que no ha existido problemas. Con todo, la no solución de los problemas origina en general más altos niveles de insatisfacción que en los casos en que ha habido problemas pero han sido solucionados. Por lo tanto, la satisfacción es directamente dependiente de la calidad de los servicios y luego, depende del comportamiento de las empresas proveedoras.

18.1 Recomendaciones:

- Si se piensa en la satisfacción como en un estado cambiante dependiente tanto de los cambios en la base de medición (cambios en la penetración de servicios y cambios inter-empresas) y dependiente del comportamiento de las empresas de telecomunicaciones, mediciones en diferentes periodos de tiempo es altamente probable que producirán informaciones diferentes sobre el estado de la satisfacción de los usuarios.
- Luego, es muy probable que dos mediciones al año no produzcan informaciones redundantes. Puede ser que en el futuro, cuando se produzca una mayor estabilidad en los niveles de penetración de los servicios, se observe una mayor estabilidad en los niveles de satisfacción en ciclo más largos de tiempo. Sin embargo, esto es una hipótesis a testear debido a que la volatilidad en la satisfacción, como se ha mencionado, no es sólo dependiente de los cambios en la penetración de los servicios.
- Un ciclo de un año puede ser demasiado largo como para tener información sobre la satisfacción de los usuarios lo que sirva como un feedback hacia las empresas proveedoras. Desde un punto de vista de política pública un ciclo de un año es un periodo demasiado extenso como para tomar acciones en este aspecto central de la defensa de los derechos de los consumidores.
- Por lo tanto, se recomienda realizar dos mediciones anuales de la satisfacción de los usuarios.

19 ANEXOS

19.1 Cambios En El Formulario Aplicación Julio – Octubre

El formulario de la segunda aplicación correspondiente al mes de octubre, ver anexo 1, sufrió modificaciones respecto de la primera aplicación, estos cambios fueron acordados por los equipos técnicos del Centro de Microdatos y de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, los cuales Acordaron los siguientes Cambios:

Acción	Preguntas Eliminadas	Preguntas Agregadas o Modificadas
Se eliminó la pregunta a6d y a6e	A6d. Consulta la Guía Telefónica (páginas blancas) en papel A6e. Consulta la Guía Telefónica (páginas blancas) a través de Internet	
Se modificó las preguntas D7_6	Decía: Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio especialmente en cuanto a la velocidad del servicio	Dice: "Está usted conforme con Velocidad REAL obtenida en comparación a la CONTRATADA de la conexión"
Se Incorporaron las preguntas d1, d2 y d3.		d1.- ¿En qué lugares han utilizado Internet en el último mes? ☐ En el trabajo ☐ En la universidad ☐ En el colegio ☐ En casa de amigos o familiares ☐ Telecentro comunitario o Infocentro ☐ En <i>cyber</i>-cafés ☐ Otros No utilizó → d3 ó D17 (sin conexión) d2.- ¿Cuántas veces ha acudido a un <i>cyber</i>-café para navegar por Internet en el último mes? Sólo si d1 marca 6 ☐ 1 vez ☐ Entre 2 y 5 veces ☐ Entre 6 y 10 veces Más de 10 veces d3.- ¿Cuál o cuáles son los mayores usos que le dan a Internet las

Acción	Preguntas Eliminadas	Preguntas Agregadas o Modificadas
		personas de su hogar? Indique máx. 5 ☐ Enviar y recibir correos ☐ Chatea ☐ Hablar (telefonía IP, Skype) ☐ Trabajar / Estudiar / tareas ☐ Jugar en línea ☐ Bajar música y/o películas ☐ Buscar información de interés personal (no laboral / ni de estudio) ☐ Revisar estados de cuenta o cartolas bancarias ☐ Pago servicios, comerciales, solicitud de certificados Otra. Especifique
Se Incorporaron las siguientes preguntas: D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25.		D17.- ¿Qué computador dispone en su hogar? ☐ De escritorio (tradicional) ☐ Portátil (Notebook) ☐ Ambos ☐ No tiene → pasa a E1 D18.- ¿Cuántos computadores tienen conexión a Internet, o se pueden conectar? ☐ 1 PC ☐ 2 PC ☐ 3 PC Más de 3 PC D19.- ¿Cuántas personas utilizan Internet en su hogar? ☐ 1 persona ☐ 2 personas ☐ 3 personas Más de 3 personas D20.- ¿Cuál es la velocidad que tiene la conexión a Internet en su hogar? ☐ Menor o igual a 256 Kbps ☐ [> 256 Kbps y 512 Kbps] ☐ [> 512 Kbps y 1.024 Kbps (Mbps)] ☐ [> 1 Mbps y 2 Mbps] ☐ Mayor a 2 Mbps ☐ No la conoce D21.- ¿Realiza Usted algún tipo de prueba para verificar la velocidad de conexión que le entrega su proveedor? ☐ Sí, al menos 1 vez a la semana ☐ Sí, al menos 1 vez al mes ☐ Sí, sólo cuando nota problemas de velocidad ☐ No → pasa a D23

Acción	Preguntas Eliminadas	Preguntas Agregadas o Modificadas
		D22.- ¿Con que sistema medidor Ud. prueba la velocidad de conexión? 1. ☐ Medidor de mi proveedor de Internet (ISP) 2. ☐ Otro D23.- ¿En qué tipo de aplicaciones Usted siente que la velocidad de su conexión a Internet no es la contratada? 1. ☐ Simplemente cuando navega 2. ☐ Juegos 3. ☐ Cuando baja archivos (música, películas u otros) 4. ☐ Cuando "chatea" 5. ☐ Cuando realiza video/audio llamadas 6. ☐ Otras 7. ☐ Velocidad conexión es la contratada→ pasa a D25 D24.- ¿Preferentemente en que horario(s) se le presentan los problemas de lentitud? 1. ☐ Cualquier hora 2. ☐ En horario laboral (de 8 a 18 horas) 3. ☐ De 18 a 22 horas 4. ☐ De 22 a 8 horas D25.- ¿Cuando Usted navega por Internet, toma alguna medida de seguridad para proteger sus datos y programas de virus malintencionados? 1. ☐ Sí 2. ☐ No 3. ☐ No sabe / NR
Se eliminó el Sub Módulo de Televisión Abierta	e1.- ¿Cuántos televisores posee en su hogar? 1. ☐ No tiene→ pase a e4 2. ☐ 1 televisor 3. ☐ 2 televisores 4. ☐ 3 televisores 5. ☐ Más de 3 televisores e2.- ¿Qué antigüedad tiene(n) su(s) televisor (es), (en promedio)? 1. ☐ Menos de 2 años 2. ☐ Entre 2 y 4 años 3. ☐ Entre 4 y 6 años 4. ☐ Más de 6 años e3.- ¿Cómo recibe en su televisor la señal abierta?	

Acción	Preguntas Eliminadas	Preguntas Agregadas o Modificadas
	1. [] Con antena propia del televisor (al interior de su vivienda) 2. [] Con antena exterior, ubicada en el techo o al lado de su vivienda 3. [] No tiene antena, recibe señal por cable o satélite e4.- ¿En cuánto tiempo más Usted planea comprar un televisor? 1. [] En este año 2. [] El próximo año 3. [] En 2 años más 4. [] En 4 años más 5. [] No me interesa o no puedo → a e6 e5.- Al momento de comprar un televisor, ¿En qué característica se fija más? 1. [] Precio 2. [] Tamaño (pulgadas) 3. [] Tecnología (Tipo pantalla, calidad sonido, etc.) e6.- Si tuviese que elegir entre los siguientes servicios del mismo precio que alternativa prefiere? 1. [] Un servicio que ofrece 5 canales, con mejor calidad de imagen y sonido que la actual. Ej: en formato CINE o alta definición. 2. [] Un servicio que ofrece 25 canales, con calidad de imagen y sonido similar a lo que ve actualmente	
Se eliminó la pregunta F6	F6.- ¿Está Usted de acuerdo con la creación de una Superintendencia para el Sector de las Telecomunicaciones cuyas funciones serían: Fiscalizar a las empresas operadoras y proteger los derechos de estos usuarios? (Telefonía, Internet, Televisión pagada, etc.)	