

Departamento de Economía  
Universidad de Chile



CENTRO  
MICRO  
DATOS

## ***INFORME FINAL***

# ***“Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones”***

*Subsecretaría de Telecomunicaciones*



## Contenido

1	Presentación.....	8
1.1	Introducción.....	8
1.2	Objetivos.....	8
1.2.1	Objetivo General.....	8
1.2.2	Objetivos Específicos .....	8
2	Aspectos Metodológicos .....	10
2.1	Cobertura del Estudio .....	10
2.2	Unidad de Análisis .....	10
2.3	Instrumento de Recolección de Datos .....	10
2.4	Tipo de Aplicación .....	10
2.5	Pretest.....	11
2.6	Descripción del Diseño .....	12
2.7	Muestreo.....	12
2.8	Unidades Muestrales .....	12
2.9	Margen de error muestral .....	13
2.10	Expansión y Corrección Poblacional.....	13
2.11	Descripción de la Muestra .....	13
2.11.1	Muestra entrevistada según Sexo, Edad y GSE .....	14
2.11.2	Muestra por Zonas.....	15
2.11.3	Muestra por Zona: Resto del país.....	15
2.12	Hogares y Usuarios .....	16
3	Resumen General.....	17
4	Resultados Generales .....	18
4.1	Cobertura.....	18
4.2	Servicios por Hogar .....	24
4.3	Combinación de los Servicios .....	26
4.4	Antigüedad de los Servicios.....	28
5	Teléfono Fijo.....	30
5.1	Compañías .....	30
5.2	Servicios Contratados.....	33
5.3	Guía de Teléfono.....	33
6	Servicio de Larga Distancia .....	35
6.1	Compañías .....	35
6.2	Tipo de Uso .....	38
7	Celulares .....	40
7.1	Compañías .....	40
7.2	Servicios.....	43
8	Internet .....	45
8.1	Compañías .....	45
8.2	Servicios.....	47
9	Televisión Pagada .....	50
9.1	Compañías .....	50
10	General.....	54

10.1	Problemas .....	62
10.2	Reclamos.....	65
10.3	¿Contra quien reclamó? .....	67
10.4	Resolución de los problemas .....	68
11	Teléfono.....	70
11.1	Satisfacción .....	70
11.2	Problemas y Reclamos .....	74
11.3	Solución del Problema.....	76
12	Llamadas de Larga Distancia.....	80
12.1	Satisfacción .....	80
12.2	Problemas y Reclamos .....	83
12.3	Solución.....	85
13	Celulares .....	89
13.1	Satisfacción .....	89
13.2	Problemas y Reclamos .....	93
13.3	Solución del Problema.....	95
14	Internet .....	98
14.1	Satisfacción .....	98
14.2	Problemas y Reclamos .....	102
14.3	Solución.....	104
15	Televisión Pagada .....	107
15.1	Satisfacción .....	107
15.2	Problemas y Reclamos .....	111
15.3	Solución.....	113
16	Comparación Internacional .....	116
16.1	Cobertura.....	116
16.2	Satisfacción .....	116
16.3	Otros.....	117
17	Derecho de los Consumidores.....	118
17.1	Conocimiento de Derechos.....	118
17.2	Instituciones.....	119
17.3	Ranking de Instituciones .....	120
18	Televisión Abierta .....	122
19	Superintendencia.....	125
20	Conclusiones y Recomendaciones .....	126
21	Resultados del Trabajo de Campo.....	128
21.1	Cronograma de Actividades.....	128
21.2	Capacitación y Selección de Los Encuestadores .....	128
21.3	Constitución de los Equipos Regionales .....	129
21.4	Perfil de los Encuestadores .....	130
21.5	Nivel Educativo .....	131
21.6	Problemas de Terreno .....	132

## Tablas

Tabla 2.1: Distribución de la Muestra Pretest.....	11
Tabla 2.2: Distribución de la Muestra según Sexo .....	14
Tabla 2.3: Distribución de la Muestra según Tramo de edad .....	14
Tabla 2.4: Distribución de la Muestra según Nivel socioeconómico .....	15
Tabla 2.5: Distribución de la Muestra según Zona de estudio .....	15
Tabla 2.6: Distribución de la Muestra Zona 5 (Resto del país) .....	15
Tabla 2.7: Distribución de Servicios en la Muestra.....	16
Tabla 4.1: Distribución de hogares según Disponibilidad de Servicio.....	18
Tabla 4.2: Distribución de hogares según Disponibilidad de Servicio.....	19
Tabla 4.3: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y.....	21
Tabla 4.4: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Agrupación de regiones (Respuesta Múltiple) .....	22
Tabla 4.5: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Ruralidad .....	23
Tabla 4.6: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y.....	23
Tabla 4.7: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Zona de estudio .....	25
Tabla 4.8: Número de servicios disponibles promedio por hogar según.....	25
Tabla 4.9: Número de servicios disponibles promedio por hogar según Ruralidad.....	25
Tabla 4.10: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y.....	27
Tabla 4.11: Antigüedad promedio de los servicios (en años) según Zona de estudio .....	29
Tabla 4.12: Antigüedad promedio de los servicios (en años) según Ruralidad.....	29
Tabla 5.1: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Proveedor del servicio y Zona de estudio .....	30
Tabla 5.2: Distribución de hogares con Telefonía Fija según .....	32
Tabla 5.3: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Proveedor del servicio y Nivel socioeconómico .....	32
Tabla 5.4: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Plan tarifario contratado y Zona de estudio .....	33
Tabla 5.5: Distribución de usuarios con Telefonía Fija según Consultas a la Guía Telefónica, Tipo de Guía y Zona de estudio.....	34
Tabla 5.6 Distribución de usuarios según Consultas a la Guía Telefónica, Tipo de Guía y Nivel socioeconómico .....	34
Tabla 6.1: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Proveedor y Zona de estudio .....	35
Tabla 6.2: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Proveedor del servicio y Ruralidad.....	37
Tabla 6.3: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Empresa portadora y Destino de la llamada.....	38
Tabla 6.4: Distribución de servicios contratados de larga distancia según Empresa portadora y Modalidad de pago.....	39
Tabla 7.1: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Zona de estudio .....	40
Tabla 7.2: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Ruralidad .....	42

Tabla 7.3: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio de y Nivel socioeconómico.....	42
Tabla 7.4: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Tipo de contrato y Zona de estudio .....	43
Tabla 7.5: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según .....	43
Tabla 7.6: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Tipo de contrato y Nivel socioeconómico .....	44
Tabla 8.1: Distribución de servicios de Internet según Proveedor y Zona de estudio .....	45
Tabla 8.2: Distribución de servicios de Internet según Proveedor y Ruralidad .....	47
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 .....	48
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.....	52
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 Agrupación de regiones .....	53
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.....	54
Tabla 10.2: Distribución de usuarios de servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Tipo de usuario.....	56
Tabla 10.3: Distribución de usuarios de servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Zona de estudio.....	56
Tabla 10.4: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Ruralidad .....	58
Tabla 10.5: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Sexo .....	59
Tabla 10.6: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Grupo Étáreo .....	61
Tabla 10.7: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas .....	62
Tabla 10.8: Distribución de servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas.....	64
Tabla 10.9: Distribución de usuarios que tuvieron problemas según Tipo de Servicio y Reclamo .....	65
Tabla 10.10: Distribución de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de Servicio y Reclamo .....	67
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 de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia que Reclamaron según Tipo de Reclamo y Zonas.....	85
Tabla 12.5: 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.....	98
Tabla 14.2: Distribución de Usuarios de Internet según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Sistema de cobranza.....	100
Tabla 14.3: Distribución de Usuarios de Servicios de Internet según Ocurrencia de Problemas de Servicios de Internet, Reclamos y Zonas.....	102
Tabla 14.4: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Destino del Reclamo y Zona de estudio.....	103
Tabla 14.5: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Tipo de Reclamo y Zona de estudio.....	103
Tabla 14.6: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Resultado del Reclamo, Apelación y Zona de estudio.....	104
Tabla 15.1: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Servicio.....	107
Tabla 15.2: Distribución de Usuarios de Servicios de Televisión Pagada según Aspecto del Servicio (cobros) y Satisfacción con el Servicio.....	109
Tabla 15.3: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada según Ocurrencia de Problemas, Reclamos y Zona de estudio.....	111

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.....	112
Tabla 15.6: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada que reclamaron según Resultado del reclamo y Zona de estudio .....	113
Tabla 15.7: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada que reclamaron según Apelación y Zona de estudio.....	113
Tabla 17.1: Distribución de Usuarios según Conocimiento de los Derechos del Consumidor (Respuesta Espontánea) .....	118
Tabla 17.2: Distribución de Usuarios según Conocimiento de los Derechos del Consumidor (Respuesta Asistida).....	119
Tabla 17.3: Distribución de Usuarios que declaran conocer las instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor (Respuesta Espontánea) .....	120
Tabla 17.4: Distribución de Usuarios que declaran conocer las instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor (Respuesta Asistida).....	120
Tabla 17.5: Distribución de Usuarios que declaran conocer las Instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor según Lugar de importancia .....	121
Tabla 17.6: Índice de importancia .....	121
Tabla 18.1: Distribución de Hogares según Número de Televisores en el hogar y Zona de estudio.....	122
Tabla 18.2 : Distribución de Hogares según Número de televisores en el hogar y Nivel socioeconómico.....	122
Tabla 18.3: Distribución de Hogares según Antigüedad de los televisores y.....	123
Tabla 18.4: Distribución de Hogares según Antigüedad de los televisores y Ruralidad..	123
Tabla 18.5: Distribución de Hogares según Forma de recepción de señal de TV abierta y Zona de estudio .....	124
Tabla 18.6: Distribución de Hogares según Tiempo planeado de reposición de TV y Zona de estudio .....	124
Tabla 19.1: Distribución de Usuarios según Grado de acuerdo con la creación de una Superintendencia y Zona de estudio.....	125
Tabla 21.1: Cronograma de Actividades .....	128
Tabla 21.2: Calendario de Trabajo de Campo.....	128

## 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 segunda “Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones” como un seguimiento a una encuesta similar desarrollada en Noviembre de 2006. Esta encuesta será nuevamente aplicada en Diciembre del presente año y deberá entregar 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**

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.

## 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 de aquél aplicado el año anterior, cuyas revisiones y actualizaciones fueron basadas en los resultados obtenidos en el pretest. Por lo tanto, existe una gran similitud entre ambos instrumentos de tal forma de permitir un grado amplio de comparación entre los resultados de la actual medición con la realizada el año 2006. Los principales cambios fueron: la reducción de los ítemes de satisfacción, la reducción del fraseo de los derechos de los consumidores y mejoras en el fraseo de otras preguntas.<sup>1</sup>

### 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.

---

<sup>1</sup> Más información sobre las correcciones al instrumento puede ser encontrada en el informe del pretest.

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 Pretest

Se aplicaron 50 encuestas en el sector Santiago Urbano, entre los días jueves 24 de mayo y el lunes 28 de mayo de 2007. Las manzanas seleccionadas fueron basadas con criterios socioeconómicos para verificar los niveles de penetración de los servicios según GSE. La determinación de los GSE se realizó en base a estudios anteriores que indicaron niveles de ingresos según Encuesta Casen 2003. La distribución de la muestra fue la siguiente:

**Tabla 2.1: Distribución de la Muestra Pretest**

Muestra Pretest	
Comuna	N
Cerro Navia	10
La Florida	10
Las Condes	10
Maipú	10
Vitacura	10
Total	50

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.

La entrevista se aplicó a los jefes de hogar de las viviendas contenidas en la muestra, este criterio se orientó sobre la base de que el Jefe de Hogar o Sostenedor tendría una visión más global de los servicios.

A partir del análisis de los resultados del pretest se decidió introducir algunos cambios en el diseño metodológico original. Uno de los principales cambios fue optar por la selección aleatoria de un miembro del hogar en vez del jefe de hogar. Con esto se buscaba

circunscribir las respuestas de satisfacción a la experiencia que los entrevistados conocían más (la propia experiencia) y no en la satisfacción general del hogar que podría ser correcta o incorrectamente interpretada por el jefe de hogar.

## **2.6 Descripción del Diseño**

El método aplicado en la encuesta definitiva 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 Junio 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 1.974 encuestas de las 2.000 inicialmente planificadas, divididas en las zonas establecidas. 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.<sup>2</sup>

Debido a que se evitó al máximo el reemplazo de hogares para no alterar la aleatorización del diseño y la introducción de sesgos de selección, no se logró completar la muestra inicialmente sorteada. No obstante, el logro fue del 98,7%.

### 2.11.1 Muestra entrevistada según Sexo, Edad y GSE<sup>3</sup>

**Tabla 2.2: Distribución de la Muestra según Sexo**

SEXO	Distribución de la Muestra		
	Sin ponderar		Ponderada
Hombres	836	42,4%	48,9%
Mujeres	1.138	57,6%	51,1%
Total	1.974	100,0%	100,0%

**Tabla 2.3: Distribución de la Muestra según Tramo de edad**

TRAMO DE EDAD	Distribución de la Muestra		
	Sin ponderar		Ponderada
De 18 a 25 años	325	16,5%	19,2%
De 26 a 35 años	371	18,8%	19,8%
De 36 a 45 años	421	21,3%	22,2%
De 46 a 55 años	337	17,1%	16,4%
De 56 a 65 años	263	13,3%	13,1%
Más de 65 años	257	13,0%	9,3%
Total	1.974	100,0%	100,0%

<sup>2</sup> Debido a que se evitó al máximo el reemplazo de hogares para no alterar la aleatorización del diseño y la introducción de sesgos de selección, no se logró completar la muestra inicialmente sorteada. No obstante, el logro fue casi del 99%.

<sup>3</sup> Los valores ponderados que se presentan en las tablas a continuación corresponden al resultado luego de la corrección y expansión de la muestra realizado de acuerdo al procedimiento descrito en el punto 2.10.

**Tabla 2.4: Distribución de la Muestra según Nivel socioeconómico**

GSE	Distribución de la Muestra		
	Sin ponderar		Ponderada
ABC1	98	5,0%	5,9%
C2	326	16,5%	21,1%
C3	347	17,6%	20,6%
D	847	42,9%	38,5%
E	356	18,0%	14,0%
Total	1.974	100,0%	100,0%

### 2.11.2 Muestra por Zonas

**Tabla 2.5: Distribución de la Muestra según Zona de estudio**

ZONA	Distribución de la Muestra			Margen de error
	Sin ponderar		Ponderada	
1. II Región	350	17,7%	3,1%	± 5,2%
2. V Región	331	16,8%	10,9%	± 5,4%
3. VIII Región	353	17,9%	11,1%	± 5,2%
4. X Región	345	17,5%	7,0%	± 5,3%
5. Resto del país	595	30,1%	68,0%	± 4,0%
Total	1.974	100,0%	100,0%	± 2,2%

### 2.11.3 Muestra por Zona: Resto del país

**Tabla 2.6: Distribución de la Muestra Zona 5 (Resto del país)**

REGIÓN	Distribución de la Muestra			Margen de error
	Sin ponderar		Ponderada	
4ª Región	30	5,0%	11,0%	± 17,2%
6ª Región	36	6,1%	5,9%	± 16,0%
7ª Región	69	11,6%	16%	± 11,8%
9ª Región	29	4,9%	6,4%	± 18,2%
12ª Región	15	2,5%	3,6%	± 25,3%
R. Metropolitana	416	69,9%	57,2%	± 4,8%
Total	595	100,0%	100,0%	± 4,0%

## 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 2.7: Distribución de Servicios en la Muestra  
(Respuesta Múltiple<sup>4</sup>)**

SERVICIOS	Distribución de la Muestra	
	Hogares	Usuarios
Teléfono fijo	989	969
Llamadas de larga distancia	221	202
Celular	1.734	1.643
Internet	415	375
TV Pagada	644	634
Ningún servicio	29	0
Total	4.032	3.823

<sup>4</sup> 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

---

La cobertura de los servicios de telecomunicaciones ha tenido diferentes tendencias. Los servicios de Internet, celular y de televisión pagada han continuado su incremento aunque a un paso moderado con respecto a la encuesta del año 2006. El servicio de teléfono fijo y las llamadas de larga distancia han mostrado un retroceso en su nivel de penetración.

El nivel de satisfacción de los usuarios con los servicios de telecomunicaciones es alto, aunque el porcentaje que se declara no satisfecho es no despreciable y creciendo con respecto a la encuesta del año 2006. El 80% de los usuarios se encuentra algo o muy satisfecho con los servicios de telecomunicaciones que posee. La mayor insatisfacción continúa siendo superior en el teléfono fijo que en los otros servicios.

Internet y el teléfono fijo son los 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. Se estima que en un año hay más de 2,5 millones de problemas con los 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 3,5% del total de reclamos, en términos absolutos representa una gran cantidad.

En general, el porcentaje de la población que conoce los derechos como usuario de servicios de telecomunicaciones es bajo. De hecho, el derecho que es espontáneamente conocido por un mayor porcentaje de la población, sólo alcanza al 19,7%. Aunque la SUBTEL se encuentra bastante detrás de SERNAC dentro de las instituciones en las que los usuarios consideran que pueden hacer valer sus derechos, su posición ha crecido con respecto a la última encuesta.

## 4 Resultados Generales

### 4.1 Cobertura

Los servicios de telecomunicaciones se distribuyen de la siguiente forma en los hogares: el 88,7% poseen teléfono celular, el 57,2% poseen teléfono fijo, el 32,7% servicio de TV pagada, el 25,5% Internet y el 14,4% servicio de llamadas de larga distancia.

**Tabla 4.1: Distribución de hogares según Disponibilidad de Servicio (Respuesta Múltiple<sup>5</sup>)**

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.

Estos datos son relativamente coincidentes con otras fuentes como la Encuesta CASEN 2003 y el estudio de SUBTEL 2006. Por ejemplo, de acuerdo a la Encuesta CASEN 2003, la cobertura de los servicios sería la siguiente:

<sup>5</sup> 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 Múltiple<sup>6</sup>)**

SERVICIO	Hogares
Teléfono fijo	48,4%
Celular Prepago/contrato	67,3%
Conexión Internet (Conmutada)	6,8%
Conexión Internet (Banda Ancha)	6,3%
TV pagada (Cable/Satelital)	23,0%

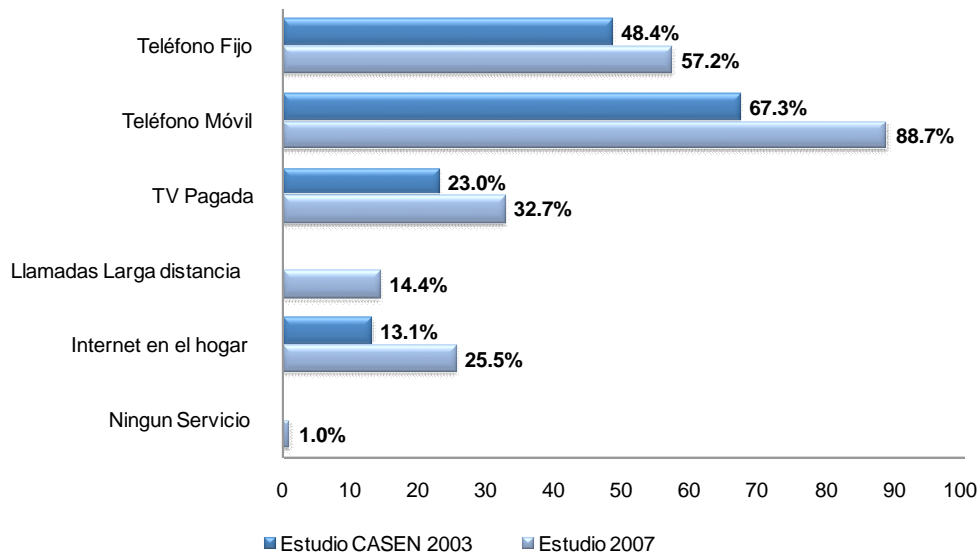
Fuente: Encuesta CASEN 2003

El siguiente gráfico muestra una comparación de las dos encuestas.

**Gráfico 4.1**

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

Base: Total de hogares

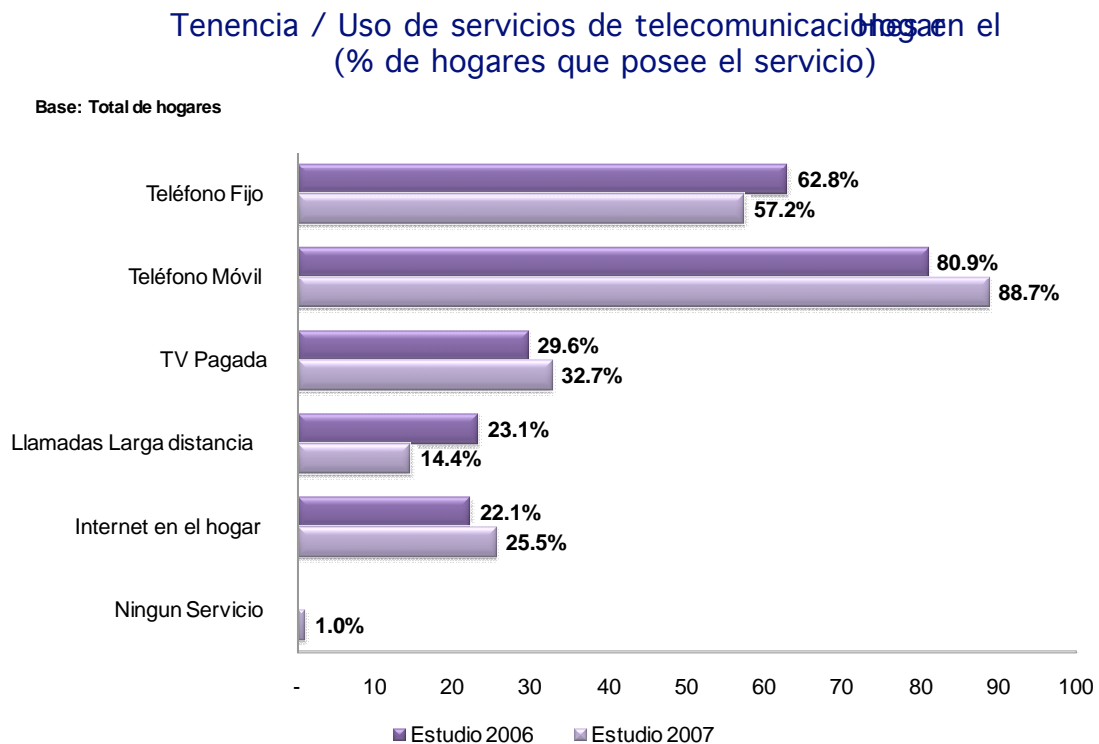


<sup>6</sup> El total suma más de 100% porque los hogares poseen más de un servicio.

Se observa que desde el año 2003 ha habido un incremento en la cobertura en todos los servicios evaluados<sup>7</sup>

Comparando el estudio actual con el desarrollado por la SUBTEL en el año 2006, se observa que todos, menos los servicios asociados a telefonía fija (teléfono y llamados de larga distancia), han continuado creciendo.

**Gráfico 4.2**



La disminución de la cobertura telefónica fija es coincidente con la información reportada por las compañías de teléfono. De acuerdo a los datos de la SUBTEL, las líneas residenciales habían disminuido desde 2.546.295 en Diciembre de 2006 a 2.231.850 en Abril de este año. Es posible que algunos hogares estén reemplazando el teléfono fijo por el celular. En relación a los llamados de larga distancia, dos explicaciones existen: la disminución de la cobertura telefónica afecta directamente el servicio de llamadas de larga distancia y, aún más importante, el desarrollo de medios alternativos de comunicación de larga distancia (uso de Internet).

<sup>7</sup> La Encuesta CASEN 2003 no recoge información sobre servicios de llamados de larga distancia

La cobertura de los servicios muestra una importante variación entre las distintas zonas estudiadas. Por ejemplo, la cobertura telefónica en la Décima Región alcanza 34,6% y en la Segunda Región, el 63,6%. Esta última región, dentro de las regiones estudiadas, presenta la mayor cobertura en telefonía fija, servicio de Internet y de televisión pagada. Por otro lado, la Décima Región presenta los niveles más bajos de cobertura en 4 de los 5 servicios evaluados.

**Tabla 4.3: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Zona de estudio (Respuesta Múltiple<sup>8</sup>)**

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

Dividiendo el país en 3 grandes zonas, se observan también importantes diferencias, especialmente en telefonía fija. La zona norte, por ejemplo supera en aproximadamente 15 puntos porcentuales a la zona sur en cobertura de telefonía fija. Los otros servicios no muestran una fuerte diferencia entre zona sur y norte. La Región Metropolitana mantiene una gran diferencia con las otras zonas en cobertura de telefonía fija y conexión a Internet.

Es interesante mencionar que, en la Región Metropolitana, la cobertura de servicios de llamados de larga distancia es la más baja del país aunque la cobertura telefónica es la más alta. Esto le da fuerza a la explicación de que la baja de dicho servicio está asociada al incremento de medios alternativos de comunicación de larga distancia (Internet).

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

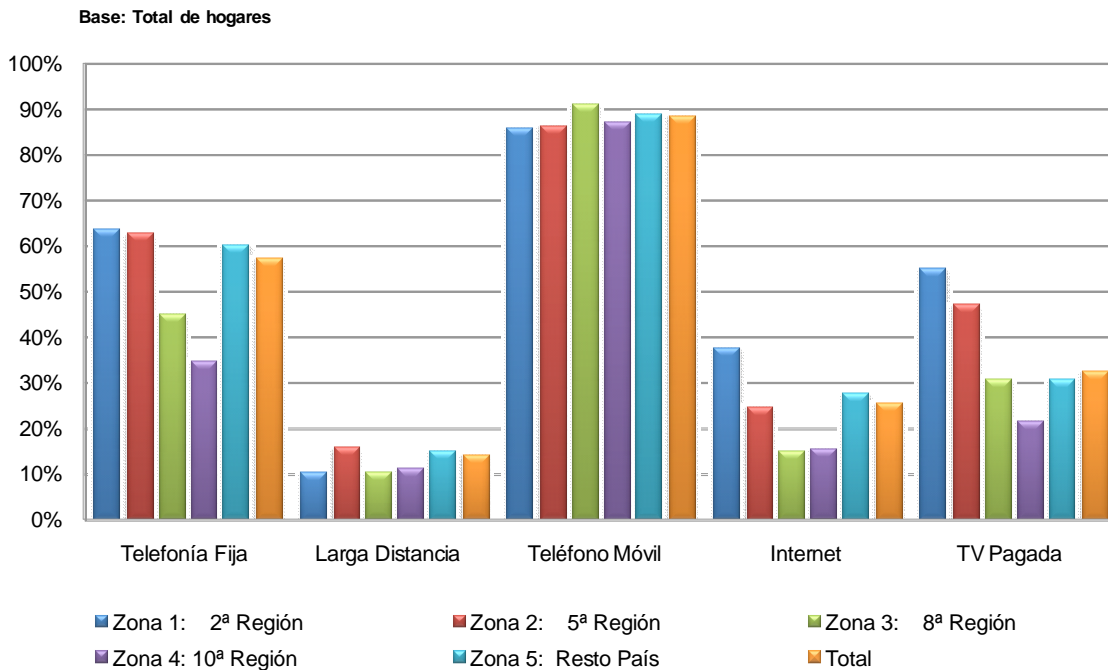
**Tabla 4.4: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Agrupación de regiones (Respuesta Múltiple)<sup>9</sup>**

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

**Gráfico 4.3**

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



<sup>9</sup> El total suma más de 100% porque los entrevistados pueden tener más de un 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% (96%) y superior a la observada en las zonas urbanas.

**Tabla 4.5: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Ruralidad (Respuesta Múltiple<sup>10</sup>)**

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%
Total	232,2%	109,0%	219,5%

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.

**Tabla 4.6: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Nivel socioeconómico (Respuesta Múltiple<sup>11</sup>)**

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.

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

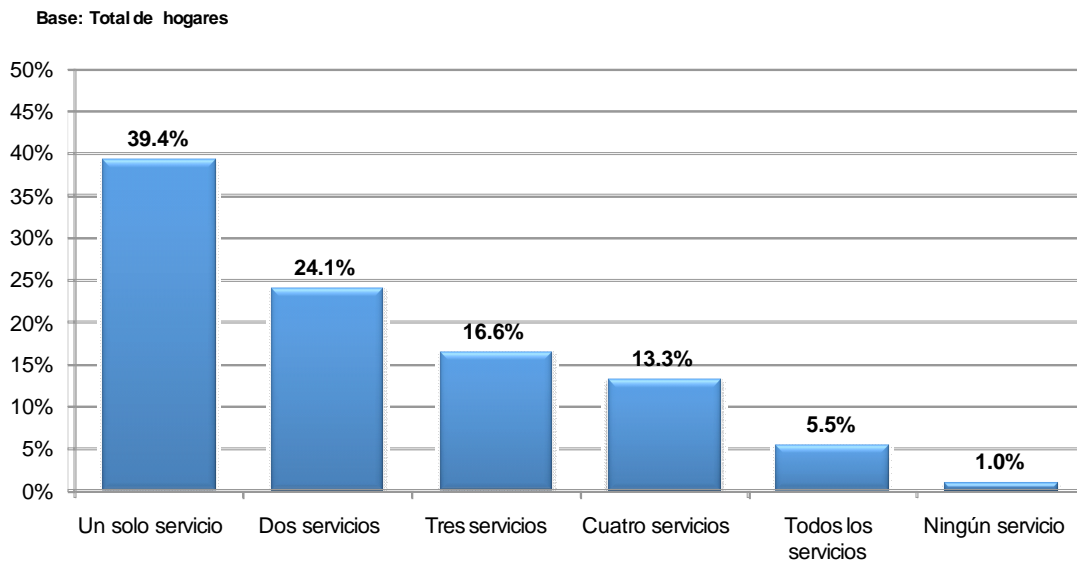
<sup>11</sup> El total es mayor del 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

## 4.2 Servicios por Hogar

Los hogares chilenos tienen un promedio de 2,2 servicios. Un 99% de los hogares tienen al menos un servicio. El 39,4% tienen sólo un servicio mientras que el 5,5% 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 31,9% de los hogares posee un solo servicio, en la Décima región dicho porcentaje alcanza el 61,5%.

**Gráfico 4.4**

Cantidad de servicios de telecomunicaciones por hogar  
(% de hogares según cantidad de servicios)





**Tabla 4.7: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Zona de estudio**

SERVICIOS DISPONIBLES	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
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 2,6 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 4.8: Número de servicios disponibles promedio por hogar según Zona de estudio**

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 4.9: Número de servicios disponibles promedio por hogar según Ruralidad**

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

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

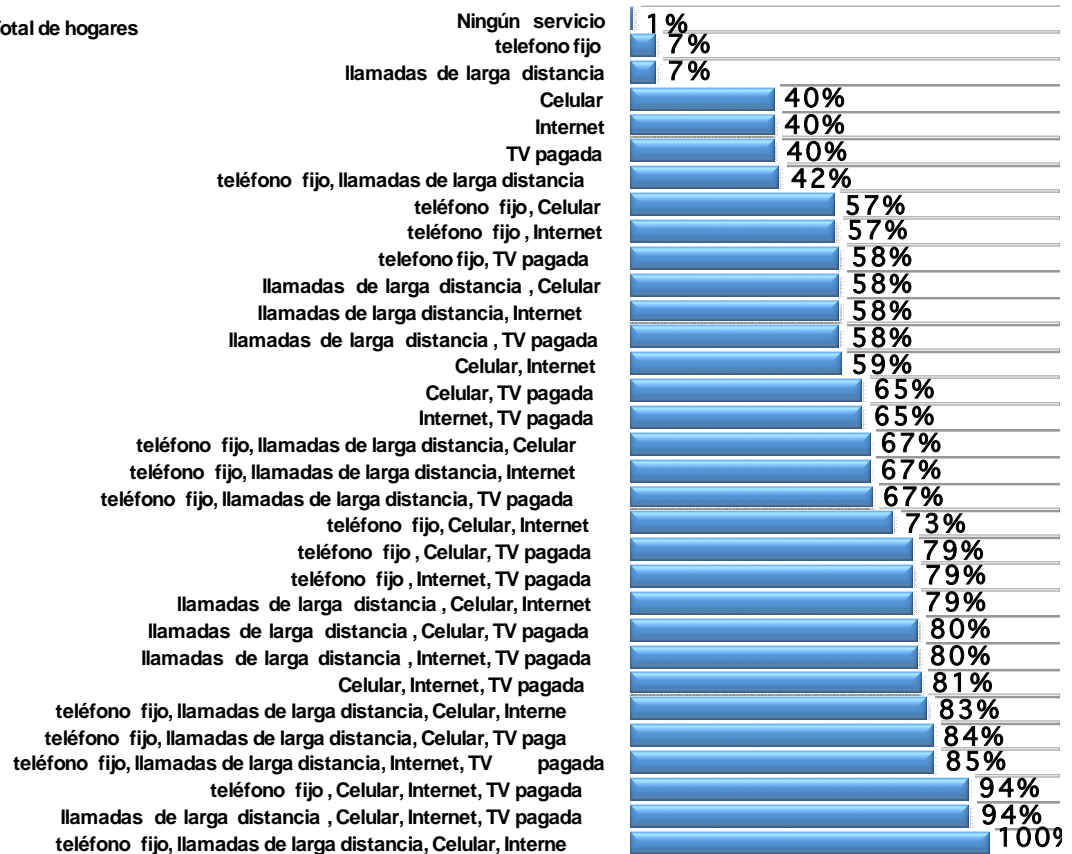
### 4.3 Combinación de los Servicios

El siguiente gráfico muestra una frecuencia acumulada de las posibles combinaciones de los distintos servicios.

**Gráfico 4.5**

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

Base: Total de hogares



De los hogares que poseen un solo servicio, el 83,4% posee solamente celular y un 15,4% solamente teléfono fijo. De los que poseen dos servicios un 63,1% posee teléfono fijo y celular y un 23,7% celular y TV pagada. De los que poseen tres servicios, un 36,5% poseen celular, teléfono fijo e Internet y un 30,7% celular, teléfono fijo y TV pagada.

**Tabla 4.10: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Tipo de servicio**

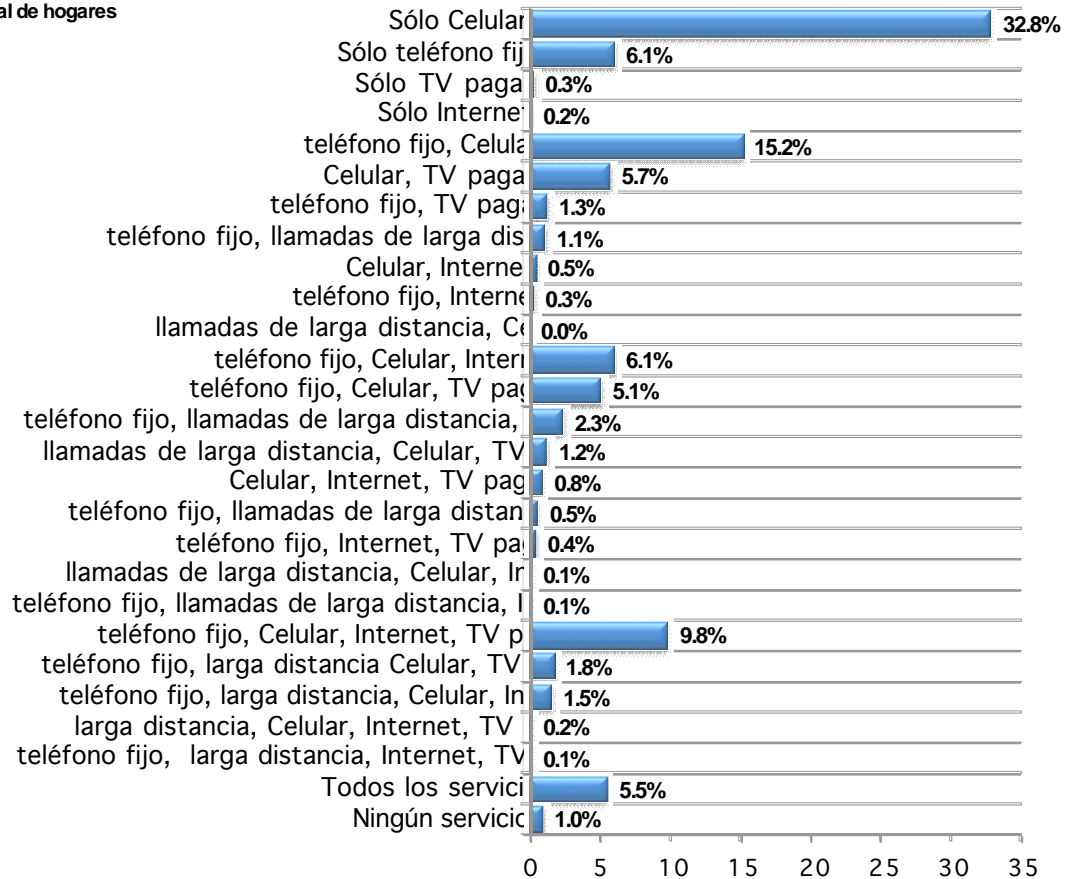
Servicios disponibles		Hogares
Un solo servicio	Sólo Celular	83,4%
	Sólo Teléfono fijo	15,4%
	Sólo TV pagada	,8%
	Sólo Internet	,4%
	Total	100,0%
Dos servicios	Teléfono Fijo, Celular	63,1%
	Celular, TV pagada	23,7%
	Teléfono fijo, TV pagada	5,3%
	Teléfono fijo, Larga distancia	4,6%
	Celular, Internet	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
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 4.6**

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

Base: Total de hogares



### 4.4 Antigüedad de los Servicios

El teléfono fijo es el servicio de mayor antigüedad con 8,39 años promedio con el actual proveedor, seguido por el servicio de larga distancia con 5,41 años. El servicio más nuevo es la conexión a Internet con un promedio de 2,13 años. En cierta medida, la antigüedad con el actual proveedor del servicio está relacionada con el grado de oferta y competitividad del mercado en cuestión. Por ejemplo, en la tabla siguiente puede observarse que la Décima Región es la que presenta la mayor antigüedad en el servicio de telefonía fija y llamadas a larga distancia, con una gran diferencia con el resto de las zonas. En esta zona Telefónica del Sur es empresa dominante en el servicio de Telefonía Local.

**Tabla 4.11: Antigüedad promedio de los servicios (en años) según Zona de estudio**

SERVICIO	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Teléfono Fijo	7,19	5,99	8,38	11,75	8,65	8,39
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	2,50	3,44	4,73	6,91	5,79	5,41
Celular (Prepago/Contrato)	3,66	3,20	2,75	3,21	3,12	3,11
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	2,27	2,44	2,00	2,29	2,08	2,13
TV pagada (Cable/Satelital)	4,91	3,47	3,93	4,69	3,51	3,68

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

La antigüedad del teléfono fijo es mayor en las zonas rurales, lo que expresa un menor cambio de proveedores debido a la menor oferta.

**Tabla 4.12: Antigüedad promedio de los servicios (en años) según Ruralidad**

SERVICIO	Urbano o Rural		
	Urbano	Rural	Total
Teléfono fijo	8,37	9,83	8,39
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	5,42	5,00	5,41
Celular (Prepago/Contrato)	3,16	2,72	3,11
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	2,13	1,07	2,13
TV pagada (Cable/Satelital)	3,70	1,93	3,68

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

## 5 Teléfono Fijo

### 5.1 Compañías

El 69,5% de los hogares con telefonía fija posee teléfono provistos por Telefónica Chile, un 16,8% por VTR y un 6,7% 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 85,6%.

**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	59,2%	66,5%	78,6%	12,8%	72,7%	69,5%
VTR	40,5%	23,4%	10,1%	,0%	16,4%	16,8%
Telefónica del Sur	,0%	,0%	6,7%	85,6%	3,5%	6,7%
CMET	,0%	9,4%	2,9%	,0%	4,0%	4,2%
GTD Manquehue	,0%	,0%	,0%	,0%	1,7%	1,2%
Entelphone	,0%	,0%	1,2%	1,6%	1,0%	,9%
GTD Telesat	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Telefónica de Coyhaique	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Otro	,0%	,0%	,0%	,0%	,2%	,1%
No sabe no responde	,3%	,6%	,7%	,0%	,5%	,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

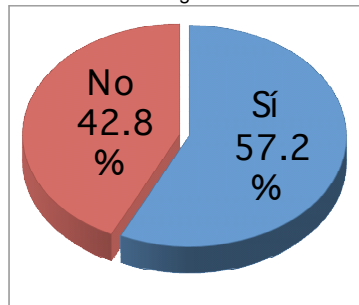
Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

Gráfico 5.1

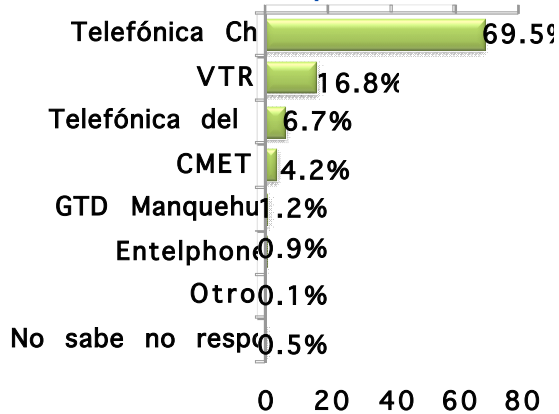
## Presencia de Telefonía Fija en Hogares

### Tenencia del servicio en el hogar

Base: Todos los hogares



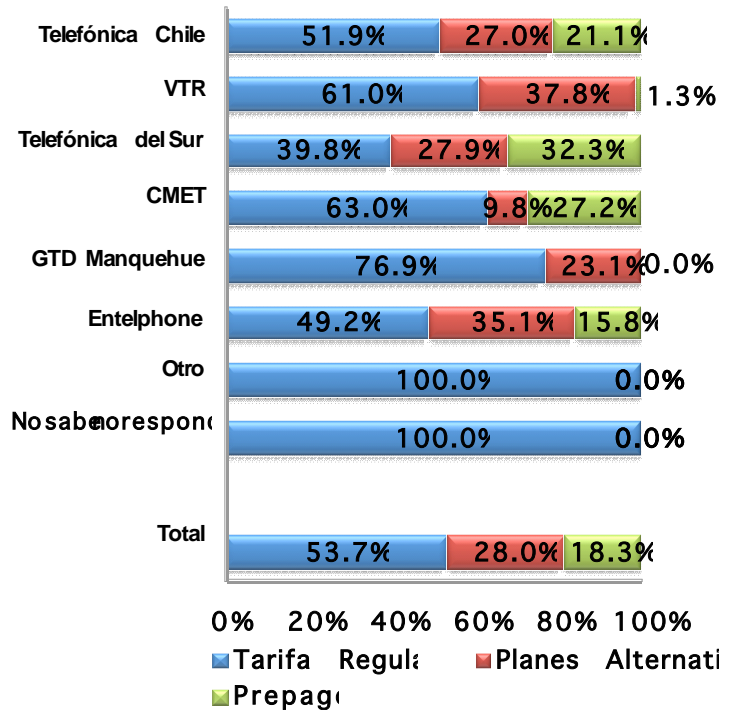
### Cobertura de las Compañías



Base: Todos los hogares con teléfono fijo

### Proveedores según forma de pago

Base: Todos los hogares con teléfono fijo



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 (15,4% y 8,8% 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	69,4%	75,8%	69,5%
VTR	17,0%	,0%	16,8%
Telefónica del Sur	6,7%	15,4%	6,7%
CMET	4,2%	8,8%	4,2%
GTD Manquehue	1,2%	,0%	1,2%
Entelphone	,9%	,0%	,9%
GTD Telesat	,0%	,0%	,0%
Telefónica de Coyhaique	,0%	,0%	,0%
Otro	,1%	,0%	,1%
No sabe no responde	,5%	,0%	,5%
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 y C2 (23% y 24,4% respectivamente) 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	67,7%	56,0%	74,8%	75,5%	76,2%	69,5%
VTR	23,0%	24,4%	17,7%	10,5%	9,2%	16,8%
Telefónica del Sur	6,3%	12,0%	3,7%	5,3%	4,1%	6,7%
CMET	1,1%	4,9%	2,8%	5,7%	3,6%	4,2%
GTD Manquehue	,0%	1,1%	,0%	1,6%	4,4%	1,2%
Entelphone	,0%	1,2%	,7%	1,4%	,0%	,9%
GTD Telesat	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Telefónica de Coyhaique	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Otro	,0%	,5%	,0%	,0%	,0%	,1%
No sabe/No responde	1,9%	,0%	,3%	,0%	2,4%	,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.



## 5.2 Servicios Contratados

Un 53,7% de los servicios de telefonía fija correspondía a tarifa regulada, un 28% a planes alternativos y un 18,3% 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 a los porcentajes reportados por las compañías proveedoras que, de acuerdo a lo informado por la SUBTEL, alcanza aproximadamente el 45%. 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					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Regulada	60,8%	54,5%	42,7%	44,5%	55,0%	53,7%
Planes Alternativos	24,8%	26,0%	21,4%	30,3%	29,1%	28,0%
Prepago	14,4%	19,4%	35,9%	25,2%	15,8%	18,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

## 5.3 Guía de Teléfono

En un 52,4% de los hogares, el entrevistado usaba la guía de teléfonos en papel. El uso de la guía en Internet era hecho en el 24,8% de los hogares. La guía en papel es más consultada en la Octava región con un 73,9% y la de Internet en la Segunda Región con un 36,1%.

**Tabla 5.5: Distribución de usuarios con Telefonía Fija según Consultas a la Guía Telefónica, Tipo de Guía y Zona de estudio**

CONSULTA GUIA TELEFONICA		Zona de estudio					
		1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Consulta la Guía Telefónica (páginas blancas) en papel	Sí, habitualmente	19,7%	17,4%	21,4%	23,2%	11,5%	13,8%
	Sí, ocasionalmente	21,0%	43,7%	52,5%	38,2%	36,9%	38,6%
	No	59,3%	38,8%	26,0%	38,7%	51,6%	47,6%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Consulta la Guía Telefónica (blancas) a través de Internet	Sí, habitualmente	6,8%	8,4%	2,5%	11,2%	8,8%	8,2%
	Sí, ocasionalmente	8,6%	27,7%	11,2%	9,8%	16,2%	16,6%
	No	84,7%	63,9%	86,4%	79,0%	75,0%	75,1%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

La guía en Internet, como era esperable, es más usada en los niveles socioeconómicos altos.

**Tabla 5.6 Distribución de usuarios según Consultas a la Guía Telefónica, Tipo de Guía y Nivel socioeconómico**

CONSULTA GUIA TELEFONICA		Nivel Socioeconómico					Total
		ABC1	C2	C3	D	E	
Consulta la Guía Telefónica (páginas blancas) en papel	Sí, habitualmente	16,7%	13,7%	18,5%	12,6%	4,2%	13,8%
	Sí, ocasionalmente	48,5%	44,8%	31,9%	35,0%	40,0%	38,6%
	No	34,8%	41,5%	49,6%	52,4%	55,8%	47,6%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Consulta la Guía Telefónica (blancas) a través de Internet	Sí, habitualmente	15,4%	8,8%	10,6%	5,7%	2,6%	8,2%
	Sí, ocasionalmente	23,5%	23,2%	13,1%	14,2%	7,4%	16,6%
	No	61,1%	68,0%	76,3%	80,0%	90,0%	75,1%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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 29,7% han sido contratados con Telefónica Mundo, seguido de Entel con un 26,3% y Telmex con un 11,4%.

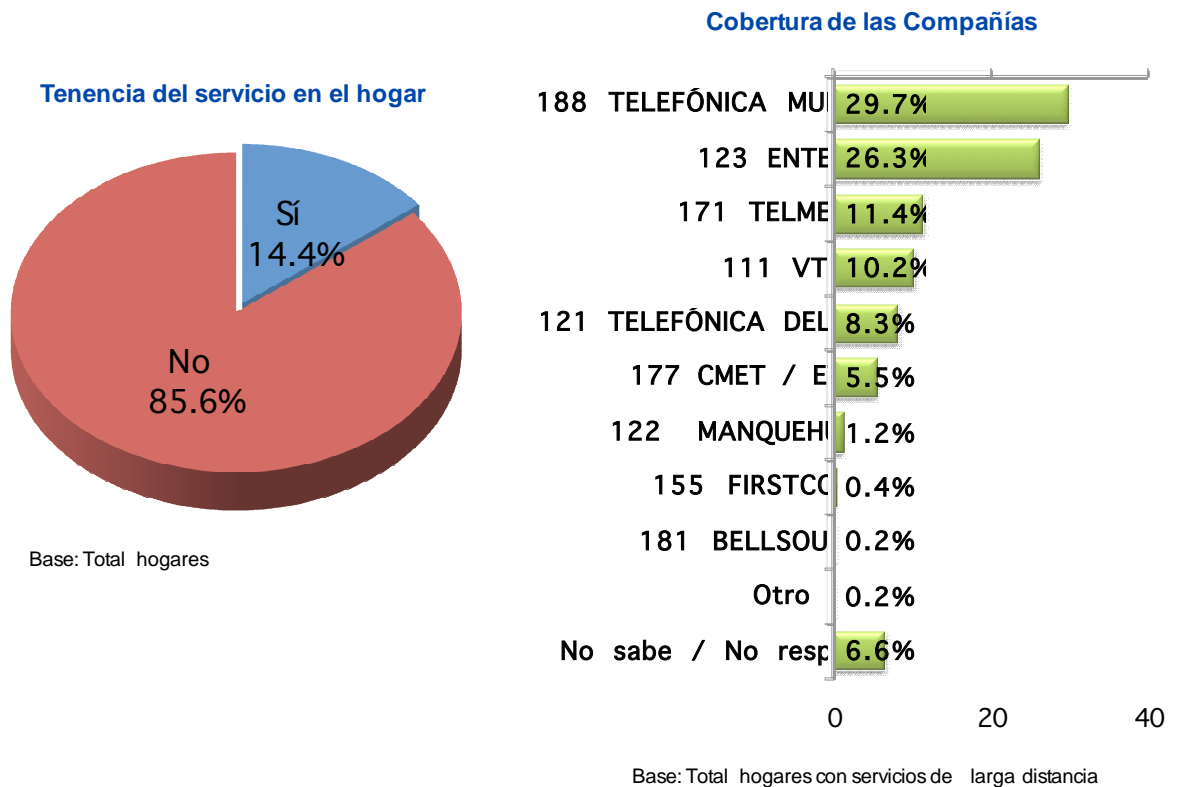
**Tabla 6.1: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Proveedor y Zona de estudio**

PROVEEDOR	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
188 TELEFÓNICA MUNDO	22,1%	31,7%	38,1%	4,7%	30,5%	29,7%
123 ENTEL	19,2%	16,3%	10,8%	5,5%	30,6%	26,3%
171 TELMEX	14,6%	16,0%	22,2%	7,4%	10,0%	11,4%
111 VTR	32,9%	19,6%	13,3%	,0%	8,9%	10,2%
121 TELEFÓNICA DEL SUR	,0%	,0%	13,1%	78,2%	4,6%	8,3%
177 CMET / ETSE	,0%	7,7%	,0%	,0%	6,1%	5,5%
122 MANQUEHUE	,0%	1,7%	,0%	,0%	1,4%	1,2%
155 FIRSTCOM	6,8%	1,2%	,0%	,0%	,2%	,4%
181 BELLSOUTH	,0%	,0%	,0%	4,2%	,0%	,2%
113 TRANSAM	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
120 GLOBUS (1200)	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
127 SUR COMUNICACIONES	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Otro	,0%	,2%	,0%	,0%	,2%	,2%
No sabe / No responde	4,5%	5,5%	2,4%	,0%	7,6%	6,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

**Gráfico 6.1**

**Presencia de Servicios de Larga Distancia en los Usuarios**



En los sectores rurales Telefónica del Sur supera a Entel, aunque en el primer lugar continúa Telefónica Mundo.

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

PROVEEDOR	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
188 TELEFÓNICA MUNDO	29,6%	45,4%	29,7%
123 ENTEL	26,4%	16,3%	26,3%
171 TELMEX	11,4%	11,9%	11,4%
111 VTR	10,3%	,0%	10,2%
121 TELEFÓNICA DEL SUR	8,2%	26,5%	8,3%
177 CMET / ETSE	5,5%	,0%	5,5%
122 MANQUEHUE	1,2%	,0%	1,2%
155 FIRSTCOM	,4%	,0%	,4%
181 BELLSOUTH	,2%	,0%	,2%
113 TRANSAM	,0%	,0%	,0%
120 GLOBUS (1200)	,0%	,0%	,0%
127 SUR COMUNICACIONES	,0%	,0%	,0%
Otro	,2%	,0%	,2%
No sabe / No responde	6,6%	,0%	6,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

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

## 6.2 Tipo de Uso

Un 96,7% de los usuarios que utiliza el servicio de larga distancia lo usa para llamadas nacionales y un 17,2% para llamadas internacionales<sup>12</sup>.

**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	95,1%	4,9%	9,8%	90,2%
121 TELEFÓNICA DEL SUR	96,5%	3,5%	13,7%	86,3%
122 MANQUEHUE	100,0%	,0%	,0%	100,0%
123 ENTEL	98,6%	1,4%	8,5%	91,5%
155 FIRSTCOM	58,8%	41,2%	41,2%	58,8%
171 TELMEX	99,4%	,6%	7,6%	92,4%
177 CMET / ETSE	94,7%	5,3%	7,7%	92,3%
188 TELEFÓNICA MUNDO	97,8%	2,2%	35,4%	64,6%
Otro portador	100,0%	,0%	16,3%	83,7%
Total	96,7%	3,3%	17,2%	82,8%

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

La mayoría de los usuarios de llamadas de largas distancia poseen dicho servicio asociado al teléfono fijo. De hecho, un 74,2% recibe la cuenta en conjunto con la cuenta del teléfono fijo. Sólo el 20,8% 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 4,9% de los usuarios.

<sup>12</sup> El total suma más de 100% porque algunos hogares usan ambos servicios.

**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	14,2%	85,8%	,0%	100,0%
121 TELEFÓNICA DEL SUR	14,4%	70,5%	15,1%	100,0%
122 MANQUEHUE	66,2%	33,8%	,0%	100,0%
123 ENTEL	3,3%	92,7%	4,0%	100,0%
155 FIRSTCOM	34,5%	65,5%	,0%	100,0%
171 TELMEX	37,2%	55,1%	7,8%	100,0%
177 CMET / ETSE	,0%	100,0%	,0%	100,0%
188 TELEFÓNICA MUNDO	26,6%	69,6%	3,7%	100,0%
Otro	83,7%	16,3%	,0%	100,0%
Total	20,8%	74,2%	4,9%	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 42,8% de los celulares y Movistar el 38,3%. La distribución de las compañías a lo largo de las distintas zonas es relativamente similar.

**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	47,0%	47,0%	46,0%	38,2%	41,9%	42,8%
Movistar / Telefónica Móvil	40,3%	37,2%	36,2%	40,3%	38,5%	38,3%
Smartcom / Claro	10,9%	13,6%	15,7%	21,2%	19,1%	18,1%
No sabe proveedor	1,7%	2,2%	2,1%	,4%	,5%	,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

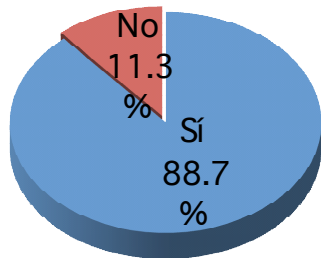


Gráfico 7.1

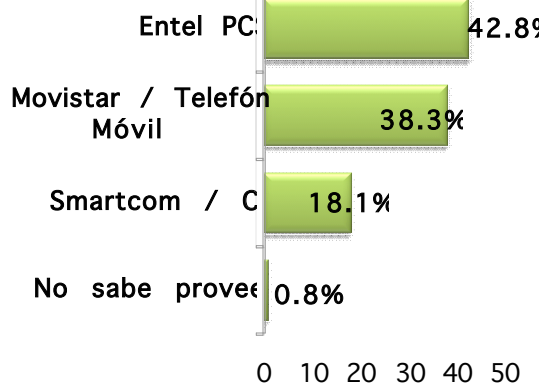
## Presencia de Telefonía Móvil en Hogares

### Tenencia del servicio en el hogar

Base: Total hogares

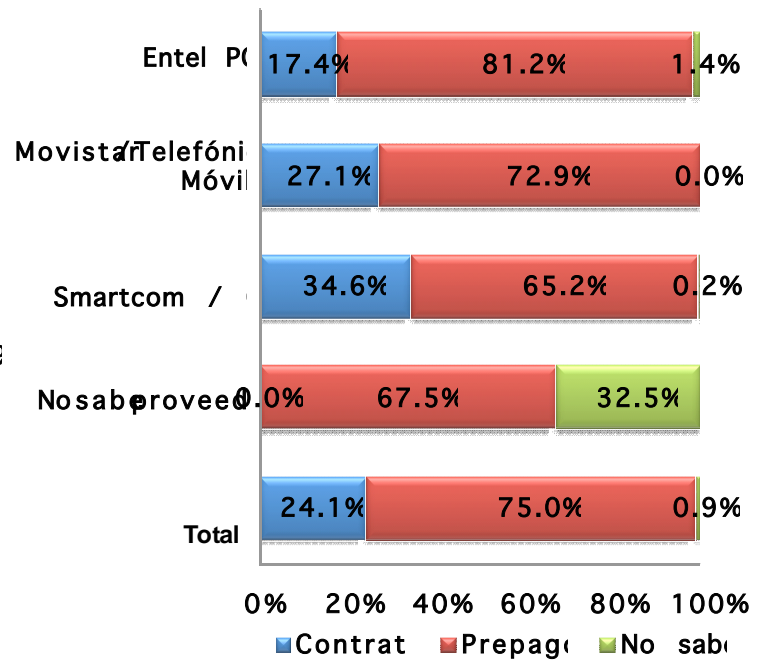


### Cobertura de las Compañías



Base: Total de hogares con celular

### Proveedores según forma de pago



Base: Total de hogares con celular

La relación entre Entel PCS y Movistar se encuentra invertida en la relación entre sectores urbanos y rurales. En los primeros, Entel supera largamente a Movistar y lo contrario ocurre en los sectores rurales.

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

PROVEEDOR	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
Entel PCS	44,1%	34,6%	42,8%
Movistar / Telefónica Móvil	37,0%	46,2%	38,3%
Smartcom / Claro	18,0%	18,7%	18,1%
No sabe proveedor	,9%	,4%	,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

Sólo en el nivel socioeconómico ABC1, Movistar supera a Entel.

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

PROVEEDOR	Nivel socioeconómico					Total
	ABC1	C2	C3	D	E	
ENTEL PCS	41,7%	38,4%	45,9%	41,7%	48,4%	42,8%
Movistar / Telefónica Móvil	44,2%	32,8%	35,1%	43,4%	35,6%	38,3%
Smartcom / Claro	13,2%	28,4%	19,0%	13,8%	13,9%	18,1%
No sabe proveedor	,8%	,4%	,1%	1,0%	2,2%	,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

## 7.2 Servicios

Un 75% de los servicios de celular son usados con prepago y un 24,1% con contrato. De las zonas estudiadas, el prepago es más relevante en las regiones Octava y Décima.

**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	69,0%	70,9%	83,2%	82,9%	73,7%	75,0%
Contrato	29,1%	26,8%	16,7%	17,1%	25,4%	24,1%
No sabe	1,9%	2,3%	,2%	,0%	,9%	,9%
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	73,0%	87,2%	75,0%
Contrato	25,9%	12,8%	24,1%
No sabe	1,0%	,0%	,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

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 estratos D y E, 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					Total
	ABC1	C2	C3	D	E	
Prepago	36,4%	49,7%	78,7%	85,4%	93,9%	75,0%
Contrato	63,6%	50,0%	18,4%	14,1%	5,9%	24,1%
No sabe	,0%	,3%	2,9%	,6%	,2%	,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

## 8 Internet

### 8.1 Compañías

En el 43,7% de los hogares con acceso a Internet existía servicio contratado con Telefónica Internet, seguido de VTR con un 34,4%. En la Segunda y Quinta Región, VTR supera ampliamente a Telefónica, lo que no sucede en el resto de las zonas.

**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	23,2%	38,8%	52,1%	13,9%	46,7%	43,7%
VTR	66,4%	51,8%	33,9%	,0%	31,9%	34,4%
Terra / Terra Libre	5,5%	6,7%	4,7%	4,7%	7,6%	7,1%
Telefónica del Sur / Surnet	,0%	,0%	4,3%	71,1%	3,5%	5,9%
Entel / Entel Will	,5%	1,4%	5,1%	10,3%	2,5%	2,8%
CMET	,0%	1,3%	,0%	,0%	2,7%	2,1%
GTD Manquehue	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	,8%
Netline	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Otro	,0%	,0%	,0%	,0%	,9%	,6%
No sabe / No responde	4,4%	,0%	,0%	,0%	3,2%	2,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

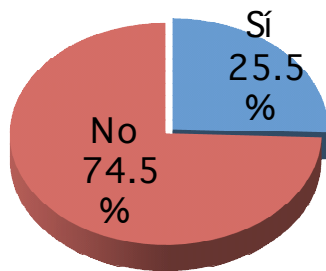
En los sectores rurales, Terra es la principal compañía, existiendo en el 76,5% de los hogares, superando ampliamente a Telefónica Internet.

Gráfico 8.1

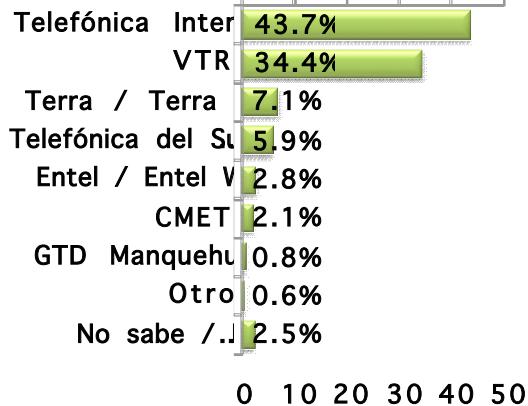
## Presencia de Internet en Hogares

### Tenencia del servicio en el hogar

Base: Total hogares



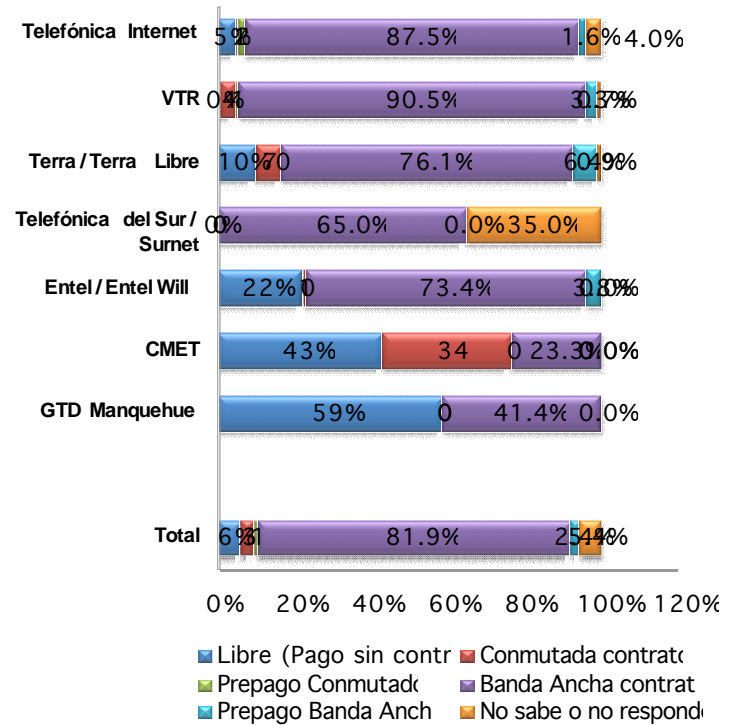
### Cobertura de las Compañías



Base: Total hogares con internet

### Proveedores según forma de pago

Base: Total hogares con internet



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

PROVEEDOR	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
Telefónica Internet	43,8%	23,5%	43,7%
VTR	34,5%	,0%	34,4%
Terra / Terra Libre	6,8%	76,5%	7,1%
Telefónica del Sur / Surnet	5,9%	,0%	5,9%
Entel / Entel Will	2,8%	,0%	2,8%
CMET	2,2%	,0%	2,1%
GTD Manquehue	,8%	,0%	,8%
Netline	,0%	,0%	,0%
Otro	,6%	,0%	,6%
No sabe / No responde	2,6%	,0%	2,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

## 8.2 Servicios

En el 81,9% de los hogares con Internet, existía banda ancha contratada. Sólo en la Zona 1 (Segunda Región), el servicio conmutado con contrato tenía una mayor importancia relativa en relación al resto de las zonas.

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

TIPO DE SERVICIO	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Banda Ancha contrato	64,4%	93,1%	89,8%	92,2%	80,1%	81,9%
Libre (Pago sin contrato)	2,8%	1,6%	,0%	3,7%	7,5%	6,0%
Conmutada contrato	20,9%	2,9%	3,0%	,0%	2,3%	3,2%
Prepago Banda Ancha	,0%	,8%	1,6%	2,9%	2,8%	2,4%
Prepago Conmutado	,2%	,0%	,8%	,0%	1,4%	1,1%
No sabe o no responde	11,8%	1,6%	4,7%	1,2%	5,9%	5,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

En el sector urbano, la banda ancha contratada es más de cinco 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	82,2%	15,7%	81,9%
Libre (Pago sin contrato)	6,0%	7,8%	6,0%
No sabe o no responde	5,5%	,0%	5,4%
Prepago Banda Ancha	2,4%	,0%	2,4%
Prepago Conmutado	1,1%	,0%	1,1%
Conmutada contrato	2,9%	76,5%	3,2%
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.



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

TIPO DE SERVICIO	Nivel socioeconómico					Total
	ABC1	C2	C3	D	E	
Banda Ancha contrato	87,3%	83,8%	83,9%	75,1%	57,4%	81,9%
Libre (Pago sin contrato)	8,9%	2,3%	6,4%	8,6%	15,9%	6,0%
Conmutada contrato	1,5%	4,2%	2,9%	3,4%	,0%	3,2%
Prepago Banda Ancha	2,3%	1,3%	,8%	6,7%	,0%	2,4%
Prepago Conmutado	,0%	,0%	2,9%	,0%	13,8%	1,1%
No sabe o no responde	,0%	8,3%	3,1%	6,2%	12,9%	5,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

## 9 Televisión Pagada

### 9.1 Compañías

De todos los servicios de TV pagada, un 59,6% pertenecen a VTR y un 13,2% 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 89,6% de los contratos de televisión pagada.

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

	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
VTR	89,6%	73,5%	46,8%	59,2%	55,9%	59,6%
Telefónica TV Digital	5,4%	7,9%	13,6%	3,7%	15,7%	13,2%
Direct TV	,7%	1,9%	1,5%	6,6%	6,6%	5,1%
ZAP	1,3%	1,8%	1,4%	5,2%	2,3%	2,2%
Cable Central	2,8%	,0%	6,4%	,0%	,2%	,9%
Otro	,2%	14,7%	26,5%	23,9%	15,5%	16,1%
No sabe / No responde	,0%	,2%	3,7%	1,4%	3,7%	2,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

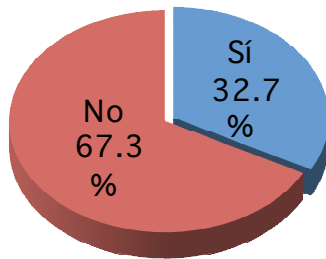
Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

**Gráfico 9.1**

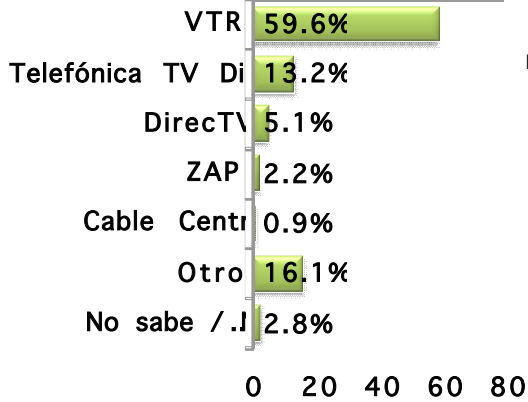
## Presencia de TV pagada en Hogares

### Tenencia del servicio en el hogar

Base: Total hogares



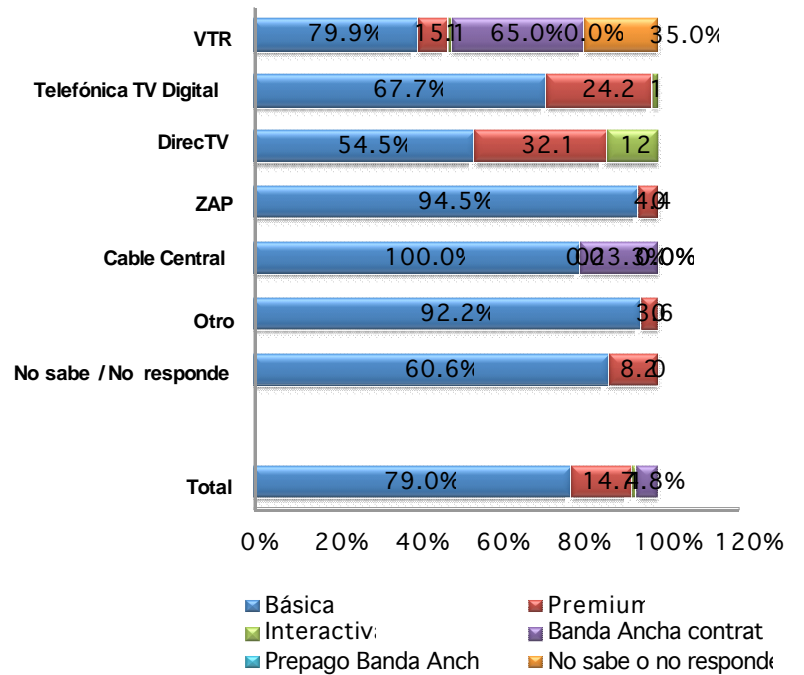
### Cobertura de las Compañías



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**

	Agrupación de regiones			
	Zona Norte (I a V regiones)	Zona Sur (VI a XII regiones)	Zona Centro (R. Metropolitana)	Total
VTR	69,4%	57,5%	55,2%	59,6%
Telefónica TV Digital	10,2%	6,4%	23,5%	13,2%
Direct TV	1,4%	5,1%	7,6%	5,1%
ZAP	1,4%	1,0%	4,4%	2,2%
Cable Central	,6%	1,6%	,4%	,9%
Otro	14,2%	27,4%	3,9%	16,1%
No sabe / No responde	2,7%	1,1%	5,0%	2,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

Un 79% de los hogares con TV pagada, tienen servicios Básicos y 14,7% 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					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Básica	92,5%	88,4%	84,4%	80,5%	74,6%	79,0%
Premium	7,5%	7,7%	9,3%	9,3%	18,3%	14,7%
Interactiva	,0%	1,1%	,4%	6,7%	1,5%	1,5%
No sabe / No responde	,0%	2,8%	5,9%	3,5%	5,6%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

La Región Metropolitana hay un 30,8% de servicios premium, muy por encima del resto de las regiones del país.

**Tabla 9.4: Distribución de servicios de TV Pagada según Tipo de servicio contratado y Agrupación de regiones**

TIPO DE SERVICIO	Agrupación de regiones			
	Zona Norte (I a V regiones)	Zona Sur (VI a XII regiones)	Zona Centro (R. Metropolitana)	Total
Básica	88,3%	91,5%	57,1%	79,0%
Premium	9,1%	4,8%	30,8%	14,7%
Interactiva	,7%	,9%	2,8%	1,5%
No sabe no responde	1,8%	2,8%	9,3%	4,8%
Total	100,0%	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 y es la única que posee un porcentaje relevante de TV interactiva.

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

TIPO DE SERVICIO	Nivel socioeconómico					Total
	ABC1	C2	C3	D	E	
Básica	57,5%	82,1%	84,4%	79,0%	78,7%	79,0%
Premium	29,7%	12,5%	13,9%	12,6%	10,7%	14,7%
Interactiva	5,8%	,4%	,7%	1,9%	,0%	1,5%
No sabe / No responde	7,1%	5,0%	1,0%	6,5%	10,6%	4,8%
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.

Un 37,2% de los usuarios se encuentran muy satisfechos con los servicios de telecomunicaciones y un 5,8% muy insatisfechos.<sup>13</sup> El teléfono fijo es el servicio con el cual existe el mayor porcentaje de usuarios muy o algo insatisfechos, alcanzando el 16,7%. Los otros servicios tienen niveles similares de satisfacción.

**Tabla 10.1: Distribución de usuarios según Tipo de servicio contratado y Nivel de satisfacción**

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

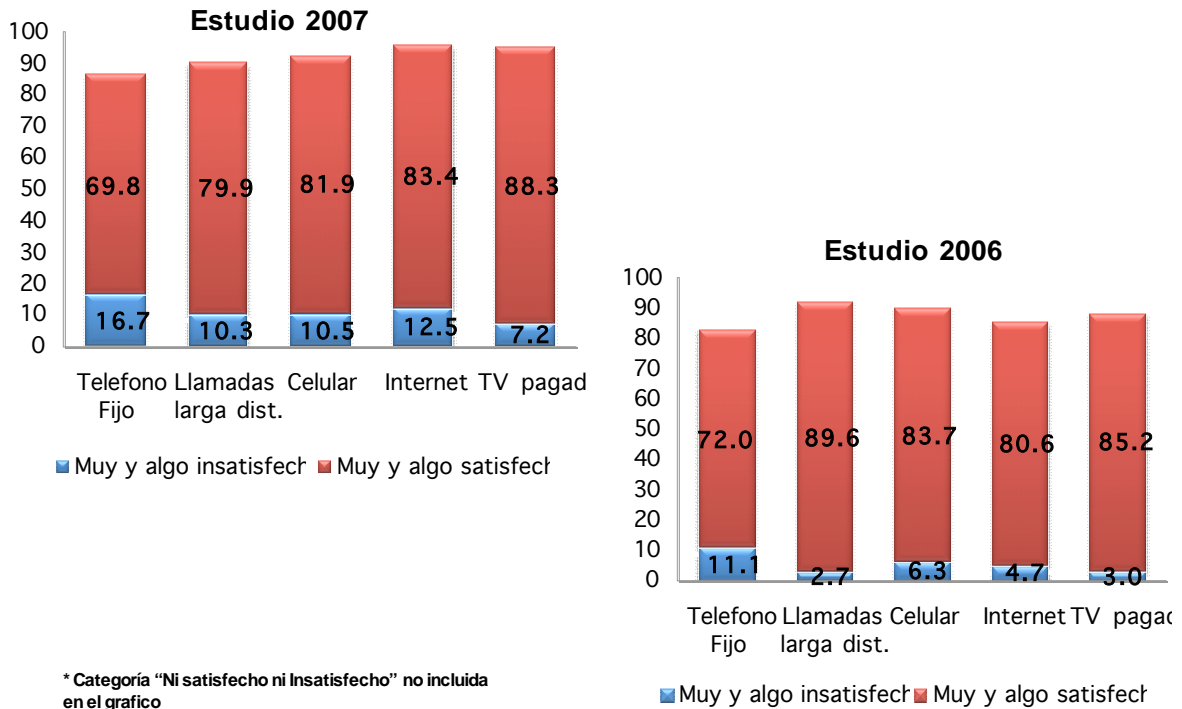
Comparado con el estudio desarrollado por la SUBTEL en el año 2006, se observa un incremento en los niveles de insatisfacción. Todos los servicios incrementan los niveles de insatisfacción de parte de los usuarios. Con todo, los niveles de satisfacción siguen siendo muy superiores a los niveles de insatisfacción.

<sup>13</sup> 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**

**Satisfacción con los Servicios de Telecomunicación  
(% de usuarios\*)**

Base: Total de usuarios de cada servicio



No se observan diferencias sustanciales en el nivel de satisfacción en relación a si el usuario es quien paga el servicio o no, aunque los usuarios que pagan superan los que no pagan en la categoría muy insatisfecho.

**Tabla 10.2: 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	3,8%	5,9%	5,8%
Algo insatisfecho	5,7%	6,0%	5,9%
Ni satisfecho ni insatisfecho	7,0%	7,0%	7,7%
Algo satisfecho	44,2%	43,8%	42,8%
Muy satisfecho	38,0%	36,8%	37,2%
No sabe no responde	1,3%	,6%	,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

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

Con la excepción de la Zona 4 (Décima Región), el resto presenta similares niveles de satisfacción con los servicios de telecomunicaciones. En esta zona, un 28,8% de los usuarios se encuentra muy insatisfecho, lo que supera largamente al resto de las zonas y al total del país.

**Tabla 10.3: Distribución de usuarios de servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Zona de estudio**

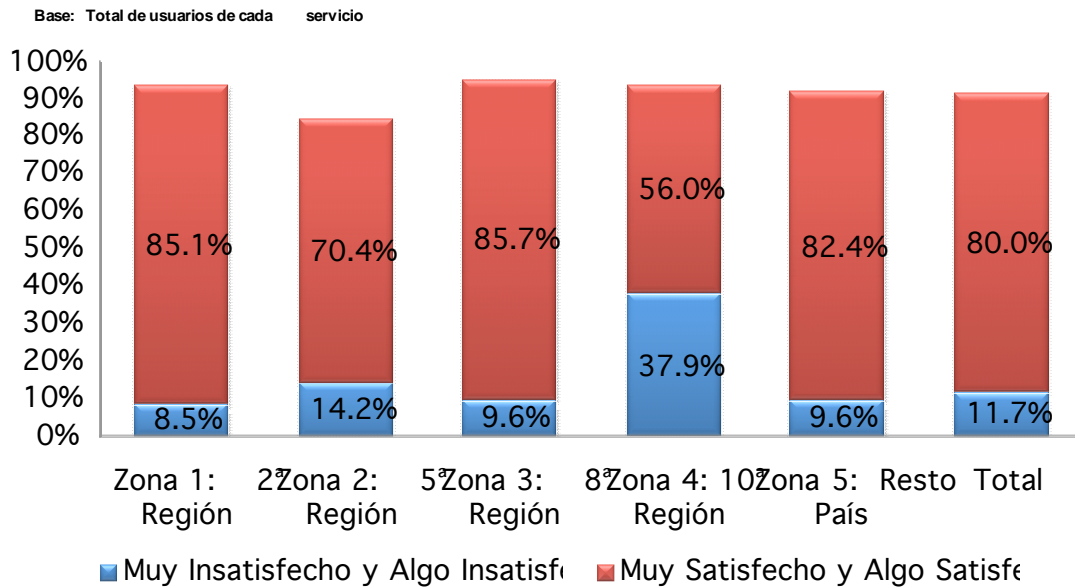
NIVEL DE SATISFACCION	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Muy insatisfecho	5,2%	8,3%	3,7%	28,8%	3,8%	5,8%
Algo insatisfecho	3,3%	5,9%	5,9%	9,1%	5,8%	5,9%
Ni satisfecho ni insatisfecho	4,8%	13,9%	4,4%	6,1%	7,4%	7,7%
Algo satisfecho	43,1%	27,4%	33,1%	21,6%	48,6%	42,8%
Muy satisfecho	42,0%	43,0%	52,6%	34,4%	33,8%	37,2%
No sabe no responde	1,6%	1,4%	,4%	,1%	,6%	,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: todos los usuarios de cada uno de los servicios



**Gráfico 10.2**

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



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

Los usuarios ubicados en zonas rurales muestran un significativamente menor nivel de satisfacción que aquéllos de las zonas urbanas. Por ejemplo, los usuarios que se encuentran muy insatisfechos en las zonas rurales cuadruplican a aquéllos de las zonas urbanas. En el mismo sentido, en los primeros hay un significativamente menor número de personas muy satisfechas con el servicio en comparación con los segundos.

**Tabla 10.4: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Ruralidad**

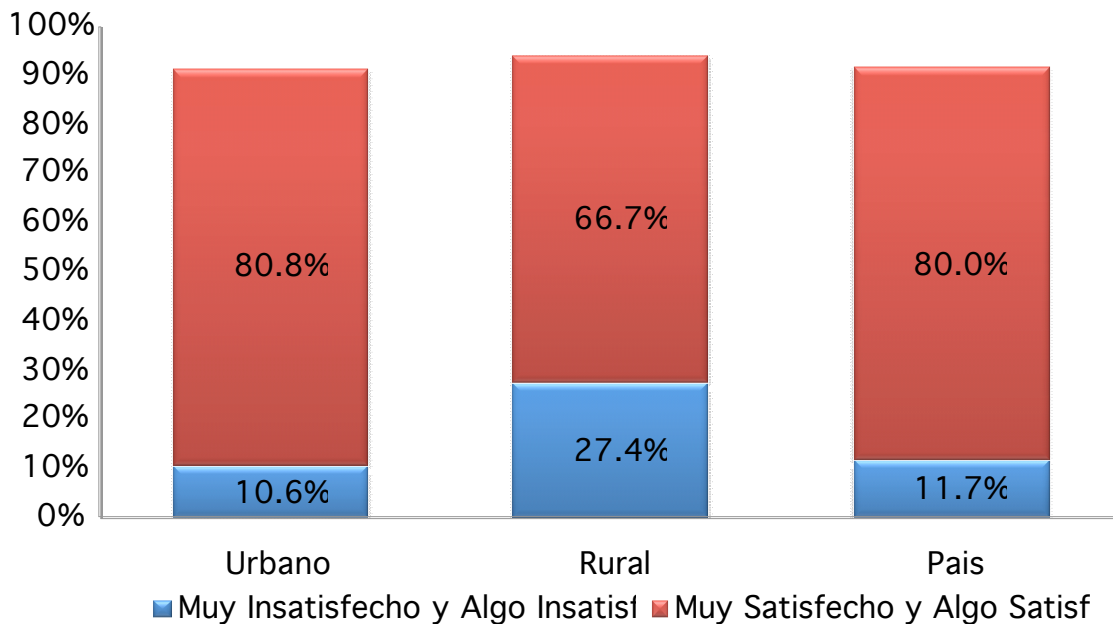
NIVEL DE SATISFACCION	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
Muy insatisfecho	4,8%	20,3%	5,8%
Algo insatisfecho	5,8%	7,1%	5,9%
Ni satisfecho ni insatisfecho	7,8%	5,8%	7,7%
Algo satisfecho	42,7%	44,1%	42,8%
Muy satisfecho	38,1%	22,6%	37,2%
No sabe no responde	,7%	,0%	,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios

**Gráfico 10.3**

Satisfacción con los Servicios de Telecomunicación 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 10.5: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Sexo**

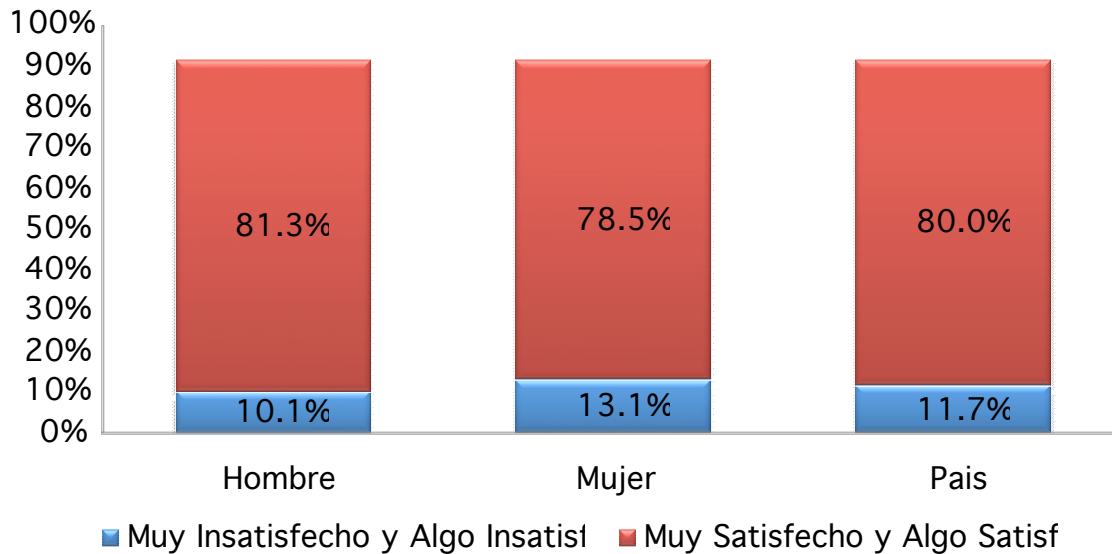
NIVEL DE SATISFACCION	Sexo		
	Masculino	Femenino	Total
Muy insatisfecho	5,4%	6,1%	5,8%
Algo insatisfecho	4,7%	7,0%	5,9%
Ni satisfecho ni insatisfecho	7,7%	7,6%	7,7%
Algo satisfecho	43,4%	42,1%	42,8%
Muy satisfecho	37,9%	36,4%	37,2%
No sabe no responde	,8%	,6%	,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

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

**Gráfico 10.4**

Satisfacción con los Servicios de Telecomunicación 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 con la excepción de los adultos mayores quienes presentan un nivel de insatisfacción bastante mayor que el resto de los grupos de edad. La brecha tecnológica generacional puede jugar algún rol en esta situación. Puede suceder que los adultos mayores confundan la dificultad en el uso de los servicios con la mala calidad del mismo.

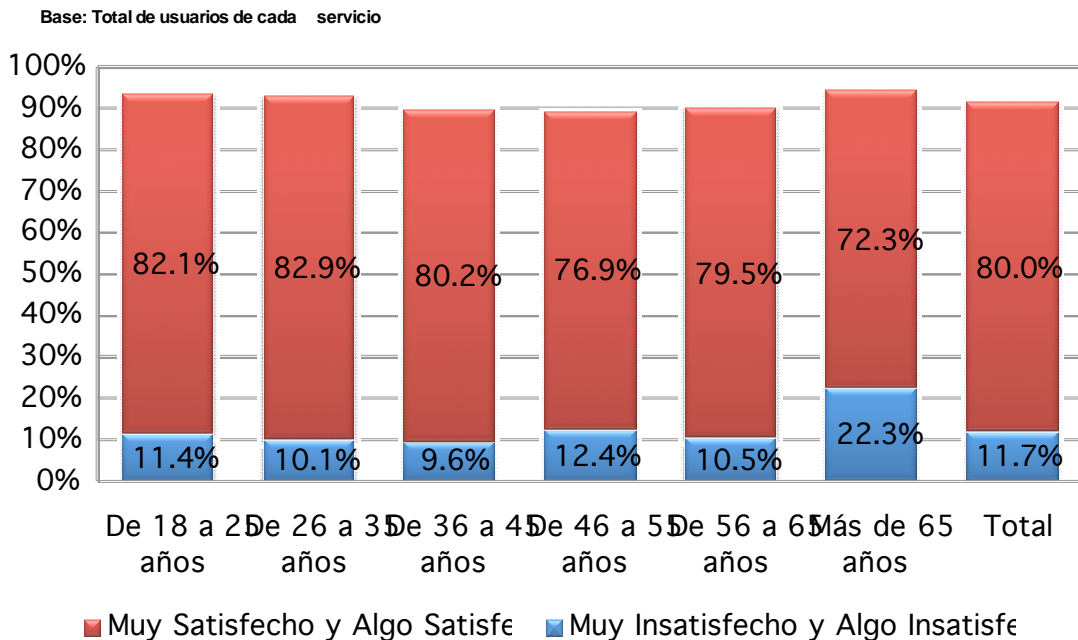
**Tabla 10.6: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Grupo Etéreo**

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	5,1%	4,5%	4,6%	7,4%	4,0%	13,1%	5,8%
Algo insatisfecho	6,3%	5,6%	5,0%	5,0%	6,5%	9,2%	5,9%
Ni satisfecho ni insatisfecho	6,4%	6,8%	9,4%	10,4%	6,9%	4,4%	7,7%
Algo satisfecho	53,4%	42,7%	33,5%	49,7%	38,5%	28,1%	42,8%
Muy satisfecho	28,7%	40,2%	46,7%	27,2%	41,0%	44,2%	37,2%
No sabe no responde	,1%	,2%	,8%	,3%	3,1%	,9%	,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

**Gráfico 10.5**

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



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

### 10.1 Problemas

El 20,3% de los usuarios ha tenido algún problema con los servicios de telecomunicaciones en los últimos 12 meses<sup>14</sup>. Internet es el que posee el mayor porcentaje de de usuarios con problemas en dicho periodo alcanzando el 30%. Le sigue el teléfono fijo con un 28,5% y el celular con un 18,6%.

**Tabla 10.7: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas**

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.

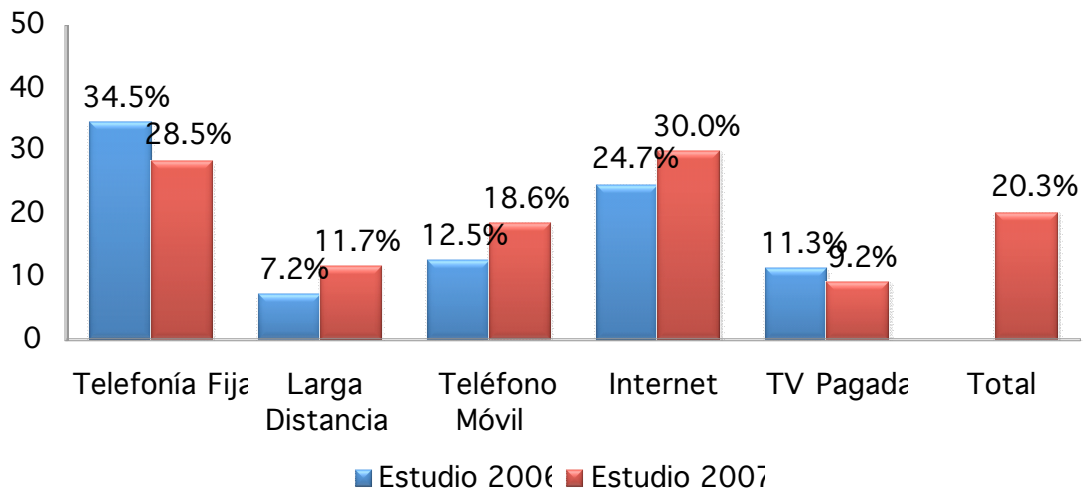
En comparación con la encuesta anterior, puede observarse un incremento en el porcentaje de usuarios con problemas en tres de los cinco servicios. El descenso en la telefonía fija puede ser explicado por la reducción de la cobertura la que puede haber tenido como causa la existencia de problemas.

<sup>14</sup> 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 10.6**

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

Base: Total de usuarios de cada servicio



En relación a la cantidad de problemas, es posible estimar la existencia de 2.791.713 la cantidad de problemas ocurridos en los últimos 12 meses asociados a los servicios de telecomunicaciones.<sup>15</sup> El mayor volumen lo concentra el celular.

<sup>15</sup> 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.

**Tabla 10.8: Distribución de servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas**

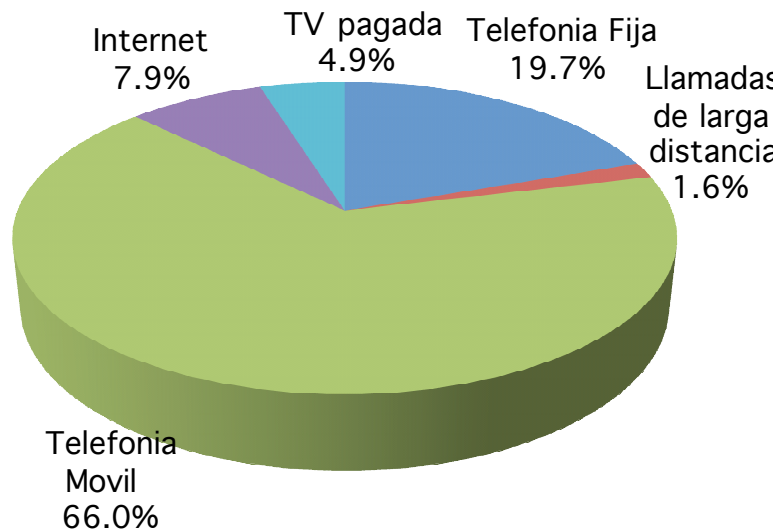
TIPO DE SERVICIO	Número de Servicios			
	Con problemas	Sin problemas	Sin información	Total de Servicios
Teléfono Fijo	549.270	1.711.769	9.417	2.270.456
Larga Distancia	44.672	496.433	5.068	546.173
Celular	1.841.941	7.940.915	96.630	9.879.486
Internet	219.595	703.491	2.173	925.259
TV pagada	136.235	1.151.241	24.297	1.311.773
Total	2.791.713	12.003.848	137.585	14.933.147

Base: todos los usuarios con problemas

**Gráfico 10.7**

Distribución de los problemas con servicios de telecomunicaciones según el (% del total de Problemas)

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas con los servicios





## 10.2 Reclamos

En la amplia mayoría de los casos, 76,9%, los usuarios realizaron un reclamo o petición a raíz de los problemas con el servicio. El servicio de televisión pagada y el teléfono son los que poseen el mayor porcentaje de reclamos por problemas. Es importante mencionar, que en los otros servicios, existe un porcentaje no despreciable de usuarios que no reclaman ante los problemas con sus servicios. Esto puede indicar que no existen adecuados o conocidos canales para reclamar o que los problemas no son de una magnitud tal que motive a reclamar.

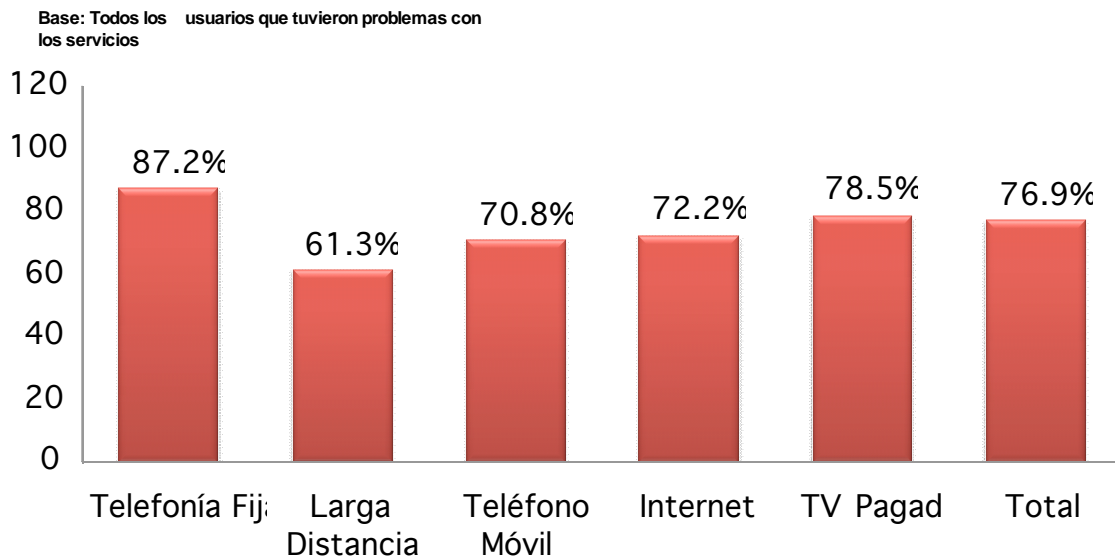
**Tabla 10.9: Distribución de usuarios que tuvieron problemas según Tipo de Servicio y Reclamo**

TIPO DE SERVICIO	Efectuaron un reclamo			Total
	Sí	No	NS/NR	
Teléfono Fijo	87,2%	12,6%	,2%	100,0%
Larga Distancia	61,3%	38,7%	,0%	100,0%
Celular	70,8%	29,1%	,0%	100,0%
Internet	72,2%	27,8%	,0%	100,0%
TV pagada	78,5%	21,5%	,0%	100,0%
Total	76,9%	23,0%	,1%	100,0%

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas

**Gráfico 10.8**

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



En relación a la cantidad de reclamos, es posible estimar que, en los últimos 12 meses, hubo aproximadamente 2.084.153 reclamos o peticiones por problemas en los servicios de telecomunicaciones<sup>16</sup>. De estos, el 62,6% correspondían a reclamos por problemas en la telefonía móvil, seguido de un 22,4% de la telefonía fija.

<sup>16</sup> 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 10.10: Distribución de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de Servicio y Reclamo<sup>17</sup>**

TIPO DE SERVICIO	Número de servicios			Total de servicios
	Servicios con reclamos	Servicios sin reclamos	NS/NR	
Teléfono Fijo	466.066	78.554	4.650	549.270
Larga Distancia	28.012	16.660	0	44.672
Celular	1.304.286	536.867	789	1.841.941
Internet	167.392	52.203	0	219.595
TV pagada	118.399	17.836	0	136.235
Total	2.084.153	702.120	5.438	2.791.713

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas.

### 10.3 ¿Contra quien reclamó?

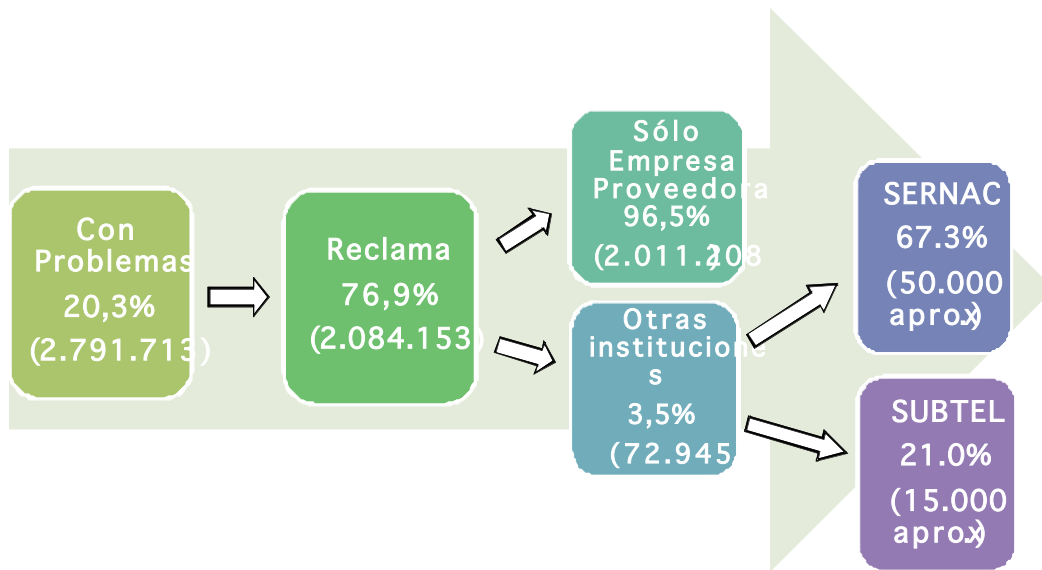
La mayoría de los reclamos fueron realizados sólo ante las empresas proveedoras, alcanzando el 96,5%. Sólo un 3,5% de los reclamos va dirigido conjunta o exclusivamente a otras instituciones como SERNAC y SUBTEL. Sin embargo, debido al gran volumen de reclamos (alrededor de 2 millones al año), ese reducido porcentaje representa un gran volumen para dichas instituciones.

De acuerdo a nuestra estimación, hay aproximadamente 70,000 reclamos presentado a SERNAC. SUBTEL y otras instituciones. Aunque la encuesta no diferenció entre el tipo de institución en la que se presentó el reclamo, es posible hacer una estimación a partir de otra información contenida en la encuesta. Como existe un 21% de los usuarios que ubica a la SUBTEL como la primera que considera que hace valer sus derechos, es posible estimar que aproximadamente 15.000 de esos reclamos fueron presentados a la SUBTEL ya sea exclusiva o conjuntamente con otras instituciones.

<sup>17</sup> 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 10.9**

Flujo de Problemas y Reclamos en Cantidad y Porcentaje



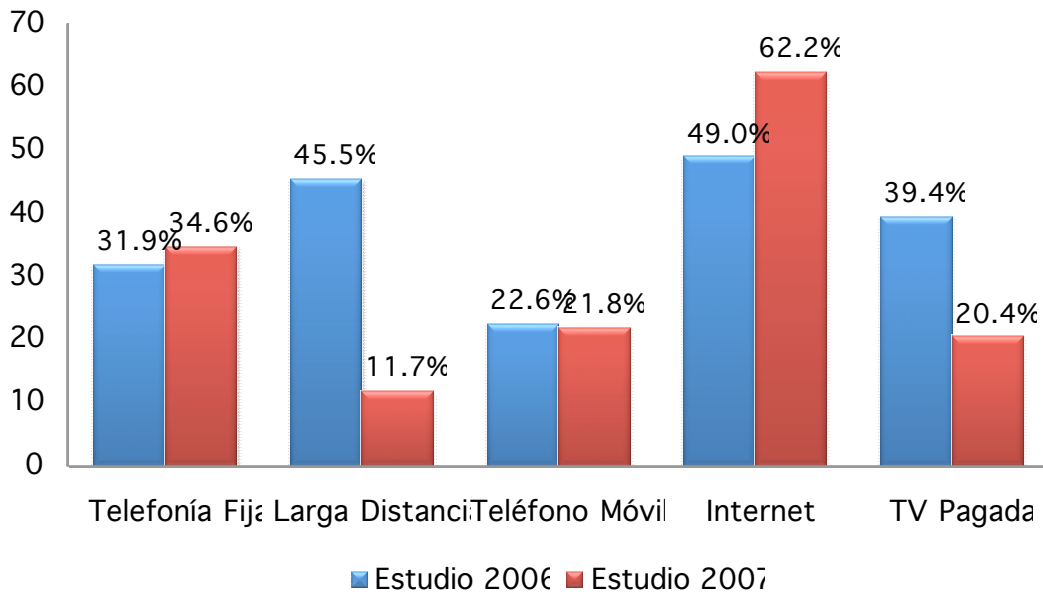
#### 10.4 Resolución de los problemas

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 de alrededor del 30% lo que es coincidente en ambas encuestas. El celular posee una resolución total de aproximadamente 20% y también es coincidente entre ambas encuestas. Internet, en cambio, posee una tasa de resolución más alta y se observa un incremento con respecto a la encuesta anterior.

**Gráfico 10.10**

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 16,7% se encuentran muy o algo insatisfechos. En cambio, un 69,8% 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 cumplimiento en los plazos para reparaciones e instalaciones, y los cobros de llamadas no realizadas. Con todo, incluso es 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						Total
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho o ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS/NR	
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente	5,4%	7,1%	11,7%	29,6%	39,6%	6,6%	100,0%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	11,2%	14,3%	8,6%	25,2%	32,7%	8,0%	100,0%
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	6,8%	11,6%	11,5%	33,9%	30,9%	5,3%	100,0%
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	6,3%	9,1%	8,5%	33,8%	37,8%	4,6%	100,0%
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	5,0%	6,7%	8,8%	28,0%	45,2%	6,3%	100,0%
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio	6,3%	6,8%	8,7%	36,1%	40,4%	1,8%	100,0%
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones e instalaciones	7,2%	9,9%	14,6%	25,1%	35,4%	7,8%	100,0%
Servicio con buena cobertura para poder comunicarse desde y hacia cualquier parte, sin interferencias, cortes ni ruido	4,9%	9,3%	11,4%	23,7%	45,5%	5,1%	100,0%
La capacitación y competencia del personal de servicio técnico	4,1%	5,3%	10,5%	29,8%	40,4%	9,9%	100,0%
Satisfacción General <sup>18</sup>	6,5%	10,2%	13,4%	41,7%	28,1%	,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo.

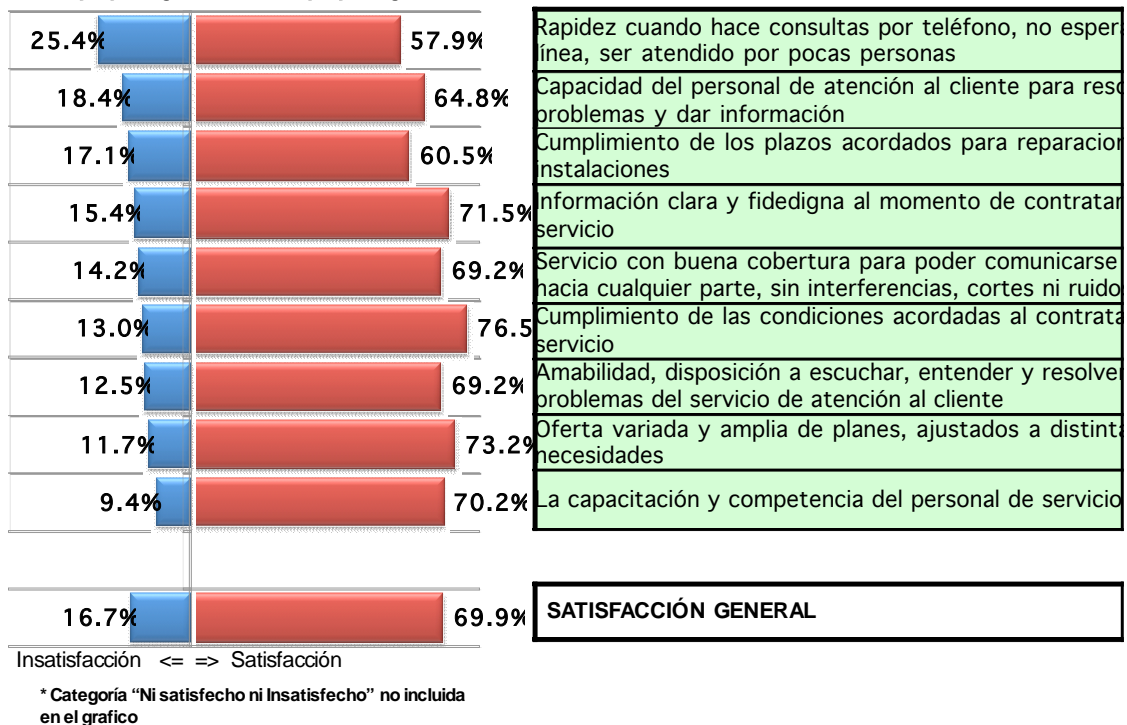
<sup>18</sup> La satisfacción general está puesta al final de cada cuadro como una referencia. No es un valor de resumen del cuadro. En la encuesta fue preguntado sólo una vez como una evaluación general de la satisfacción del servicio.

Gráfico 11.1<sup>19</sup>

### Satisfacción Aspectos de Servicio

Base: Todos los usuarios de Telefonía fija )

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y algo insatisfecho



<sup>19</sup> Los gráficos de satisfacción están ordenados en forma decreciente de acuerdo al nivel de insatisfacción.



**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
<b>CONTRATO</b>						
Claridad de la información que está en la boleta	6,9%	9,1%	5,5%	37,4%	37,1%	4,0%
Detalle de la información que está en la boleta	7,4%	9,7%	5,3%	35,1%	38,8%	3,7%
Cobro sólo de las llamadas que usted efectivamente realizó	13,6%	11,9%	8,8%	28,1%	32,6%	5,0%
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado	9,8%	8,0%	7,3%	33,5%	37,6%	3,9%
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	6,0%	7,7%	9,0%	27,5%	45,6%	4,2%
<b>PREPAGO</b>						
Monto que usted compra es cargado correctamente	3,2%	4,1%	11,4%	18,8%	44,9%	17,7%
Claridad en los cobros	3,5%	1,1%	10,6%	19,3%	47,2%	18,3%
Cobro de los montos que corresponden de acuerdo a lo que cargó.	4,5%	4,9%	11,0%	17,1%	44,7%	17,8%
<b>TOTAL</b>						
Satisfacción General <sup>20</sup>	6,5%	10,2%	13,4%	41,7%	28,1%	,0%

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

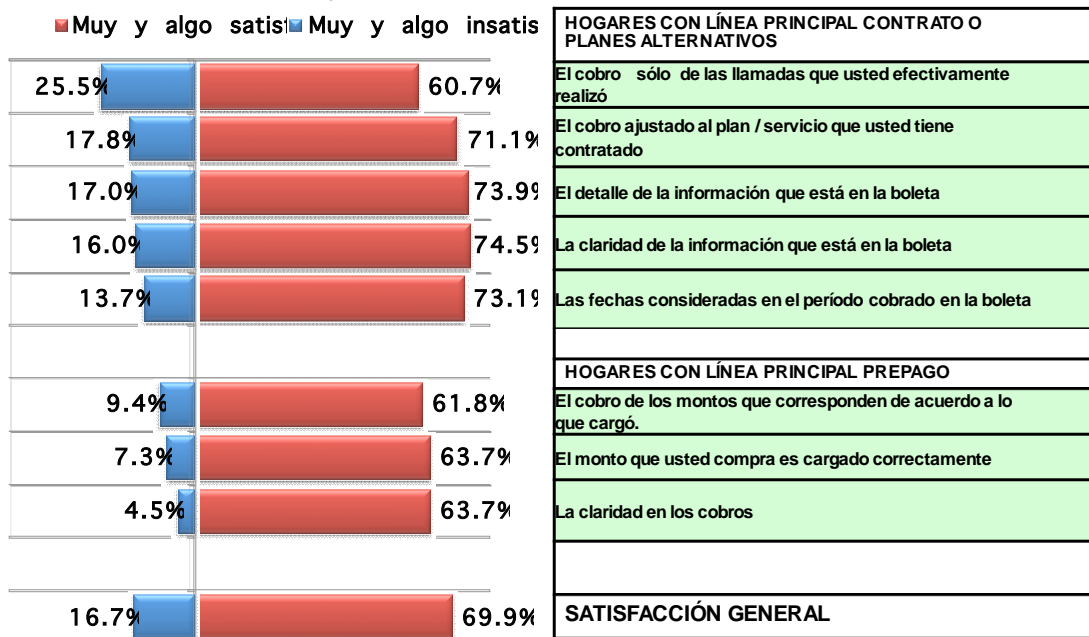
<sup>20</sup> La satisfacción general está puesta al final de cada cuadro como una referencia. No es un valor de resumen del cuadro. En la encuesta fue preguntado sólo una vez como una evaluación general de la satisfacción del servicio.

Gráfico 11.2

### Satisfacción con Cobros

Base: Todos los usuarios de Telefonía fija

■ Muy y algo satis ■ Muy y algo insatis



Insatisfacción <=> Satisfacción

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

### 11.2 Problemas y Reclamos

El 28,6% de usuarios con servicios de telefonía fija ha tenido algún problema en los últimos 12 meses. El 87,2% 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	26,3%	19,9%	22,4%	15,8%	31,8%	28,6%
	No	73,7%	79,2%	77,1%	82,6%	67,9%	71,4%
	No sabe /no responde	,0%	,9%	,4%	1,7%	,3%	,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	100,0%	87,2%	94,7%	80,4%	86,0%	87,2%
	No	,0%	12,8%	5,3%	19,6%	13,7%	12,6%
	No sabe /no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	,3%	,2%
	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 (92%). Sólo en un 8% 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	97,9%	99,4%	92,0%	100,0%	90,7%	92,0%
En la Empresa Proveedora y en SERNAC, SUBTEL u otro organismo.	2,1%	,6%	8,0%	,0%	9,3%	8,0%
Sólo en SERNAC, SUBTEL u otro organismo público.	,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.

Las mayores cantidades de reclamos tenían que ver con el cobro de llamadas no realizadas (32,8%), seguido por la falta de comprensión en los cobros. (21,8%)

**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					Total
	1 2 <sup>a</sup> Región	2 5 <sup>a</sup> Región	3 8 <sup>a</sup> Región	4 10 <sup>a</sup> Región	5 Resto País	
No se entienden los cobros	13,2%	18,9%	10,7%	14,8%	24,0%	21,8%
Cobraron llamadas no realizadas	41,1%	23,4%	22,2%	15,8%	35,0%	32,8%
Cobraron concursos y servicios bloqueados	7,8%	10,0%	4,4%	5,8%	1,5%	2,7%
Personal de atención al cliente no está capacitado para dar atención	9,9%	17,7%	2,6%	13,9%	5,8%	6,7%
Otro Reclamo1	22,7%	30,0%	33,9%	25,3%	19,6%	21,8%
Otro Reclamo2	2,2%	,0%	12,0%	6,0%	7,3%	7,0%
Otro Reclamo3	1,7%	,0%	10,2%	,0%	2,7%	3,1%
No sabe / No responde	1,5%	,0%	3,9%	18,4%	4,1%	4,1%
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 34,6% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras y un 7,2% fue solucionado en gran parte. Un 23% 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 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 11.6: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija que Reclamó según Resultado del Reclamo y Zonas**

RESULTADO Y APELACION POSTERIOR		Zona de estudio					Total
		1 2 <sup>a</sup> Región	2 5 <sup>a</sup> Región	3 8 <sup>a</sup> Región	4 10 <sup>a</sup> Región	5 Resto País	
¿Como diría Ud. que fue solucionado este reclamo por parte de la empresa proveedora?	Ni siquiera intentaron solucionarlo	51,7%	29,8%	13,4%	21,8%	22,2%	23,0%
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	4,2%	9,6%	2,6%	,0%	10,2%	9,0%
	Fue solucionado sólo en parte	6,0%	13,7%	10,2%	14,3%	15,2%	14,3%
	Fue solucionado en gran parte	9,5%	9,0%	14,5%	,8%	6,3%	7,2%
	Fue totalmente solucionado	25,6%	36,1%	51,9%	63,1%	31,8%	34,6%
	No sabe / No responde	3,0%	1,9%	7,3%	,0%	14,2%	12,0%
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	87,9%	77,9%	73,4%	100,0%	74,4%	76,1%
	SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor)	12,1%	19,3%	26,6%	,0%	1,0%	4,3%
	SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones)	,0%	,0%	,0%	,0%	1,3%	1,0%
	Comisión Defensora Ciudadana	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	Tribunales de Justicia / Juzgados	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	Otro	,0%	2,8%	,0%	,0%	23,2%	18,6%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo que reclamaron

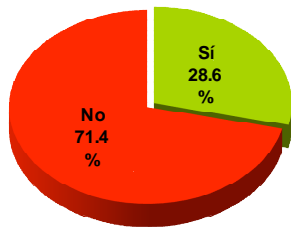
**Gráfico 11.3**

**Ocurrencia de problemas con servicio de Telefonía Fija en Hogares**

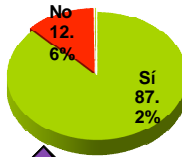
Base: Todos los usuarios de Telefonía fija

Base: Todos los usuarios de Telefonía fija que tuvieron problemas

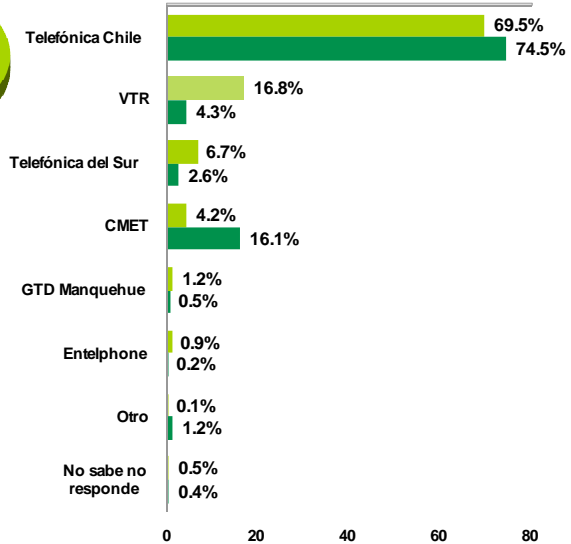
**Ocurrencia de problemas**



**Reclamó?**

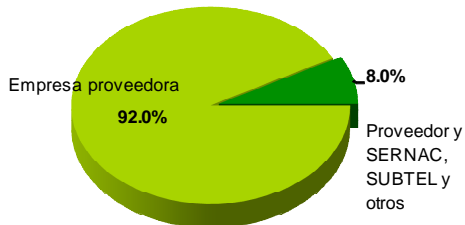


**Proveedores en los que reclamó**



**Ante quien recurrió para solucionar el problema**

Base: Todos los reclamos presentados por usuarios de telefonía fija



■ % de Cobertura de Hogares ■ % de los reclamos

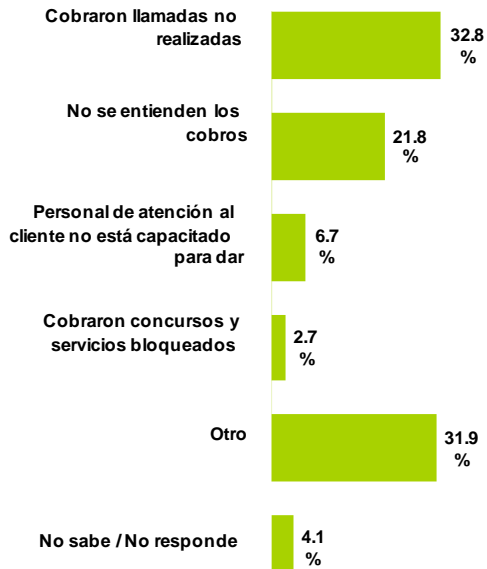
Base cobertura: Todos los hogares con teléfono fijo  
Base reclamos: Todos los usuarios que reclamaron

**Gráfico 11.4**

**Especificación Problemas y Resolución**

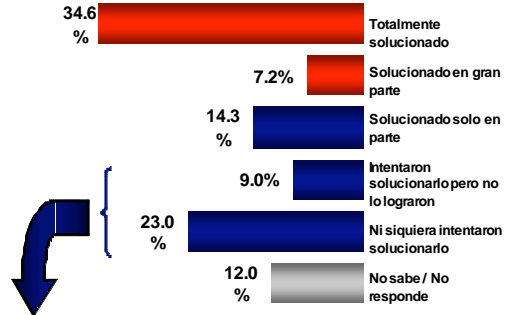
**Tipos de problemas**

Base: Todos los usuarios con problemas con teléfono fijo



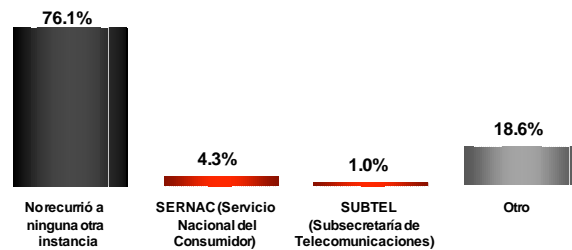
**Respuesta ante problemas de parte de proveedores**

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 79,9% de los usuarios se encuentra muy o algo satisfecho, versus un 10,3% que se encuentran algo o muy insatisfechos. El aspecto que tiene más insatisfecho a los usuarios de llamadas de larga distancia es la existencia de cobro no ajustado al plan contratado.

**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	4,2%	6,8%	11,9%	28,6%	43,3%	5,2%	100,0%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	7,1%	10,8%	11,2%	20,2%	43,7%	7,0%	100,0%
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	4,3%	7,9%	12,1%	23,2%	41,8%	10,7%	100,0%
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	4,2%	6,9%	8,8%	36,1%	42,5%	1,6%	100,0%
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	4,6%	4,4%	16,2%	30,8%	41,4%	2,5%	100,0%
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio	5,4%	6,5%	10,3%	34,0%	41,5%	2,3%	100,0%
Servicio con buena cobertura para poder comunicarse desde y hacia cualquier parte, sin interferencias, cortes ni ruido	4,2%	5,6%	12,5%	26,1%	43,9%	7,6%	100,0%
Satisfacción General	5,5%	4,8%	8,0%	35,5%	44,4%	1,8%	100,0%

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

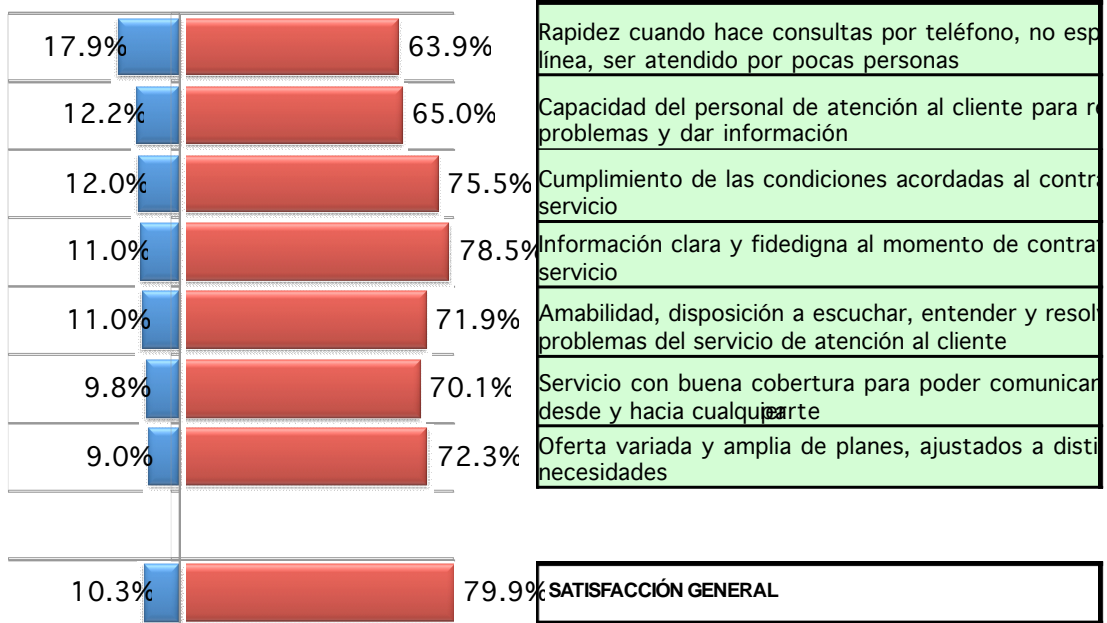


**Gráfico 12.1**

**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						Total
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS/NR	
Claridad de la información que está en la boleta	1,3%	5,5%	8,6%	36,0%	46,2%	2,4%	100,0%
Detalle de la información que está en la boleta	,9%	5,6%	8,8%	33,1%	49,1%	2,6%	100,0%
Cobro sólo de las llamadas que usted efectivamente realizó	2,0%	8,7%	7,8%	35,7%	43,4%	2,3%	100,0%
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado	1,7%	11,1%	12,3%	28,0%	44,6%	2,4%	100,0%
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	,6%	3,1%	9,8%	36,5%	44,8%	5,2%	100,0%
Satisfacción General	5,5%	4,8%	8,0%	35,5%	44,4%	1,8%	100,0%

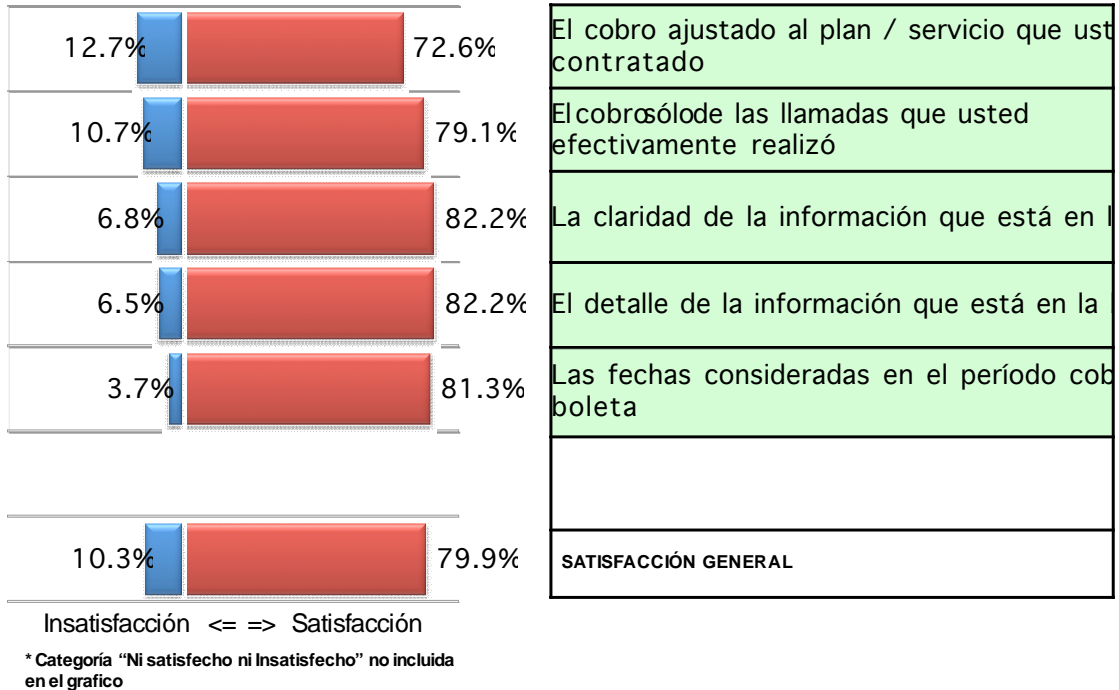
Base: Todos los usuarios de servicios de llamadas de Larga Distancia.

**Gráfico 12.2**

### Satisfacción con Cobros

Base: Usuarios de Servicios de Larga Distancia

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y algo insatisfecho



### 12.2 Problemas y Reclamos

Un 11,7% de los usuarios de llamados de larga distancia menciona haber tenido algún problema en los últimos 12 meses. El 61,3% 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 2 <sup>a</sup> Región	2 5 <sup>a</sup> Región	3 8 <sup>a</sup> Región	4 10 <sup>a</sup> Región	5 Resto País	Total
¿Ha tenido usted algún problema con el servicio de Larga Distancia, ya sea con su proveedor ...	Sí	,0%	4,0%	7,5%	,6%	14,2%	11,7%
	No	95,4%	96,0%	87,5%	99,4%	85,6%	87,8%
	No sabe / No responde	4,6%	,0%	5,0%	,0%	,2%	,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	,0%	100,0%	42,9%	,0%	60,8%	61,3%
	No	,0%	,0%	57,1%	100,0%	39,2%	38,7%
	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

Las razones para los reclamos han sido: la no comprensión de los cobros (13,2%), el cobro de llamadas no realizadas (37,2%) y el cobro de concursos y servicios bloqueados (37,6%).

En todos 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 2 <sup>a</sup> Región	2 5 <sup>a</sup> Región	3 8 <sup>a</sup> Región	4 10 <sup>a</sup> Región	5 Resto País	Total
Sólo en la Empresa Proveedora	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
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.	,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 que reclamaron.

**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 <sup>a</sup> Región	2 5 <sup>a</sup> Región	3 8 <sup>a</sup> Región	4 10 <sup>a</sup> Región	5 Resto País	Total
No se entienden los cobros	,0%	,0%	,0%	,0%	14,0%	13,2%
Cobro de llamadas no realizadas	,0%	10,3%	100,0%	,0%	37,0%	37,2%
Llamadas con interferencias, ruidos o se cortan	,0%	72,0%	,0%	,0%	37,0%	37,6%
Otro reclamo	,0%	17,6%	,0%	,0%	12,1%	12,0%
Total	,0%	100,0%	100,0%	,0%	100,0%	100,0%

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

### **12.3 Solución**

El 11,7% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras el problema y un 4,9% fue solucionado en gran parte. Un 0,7% 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**

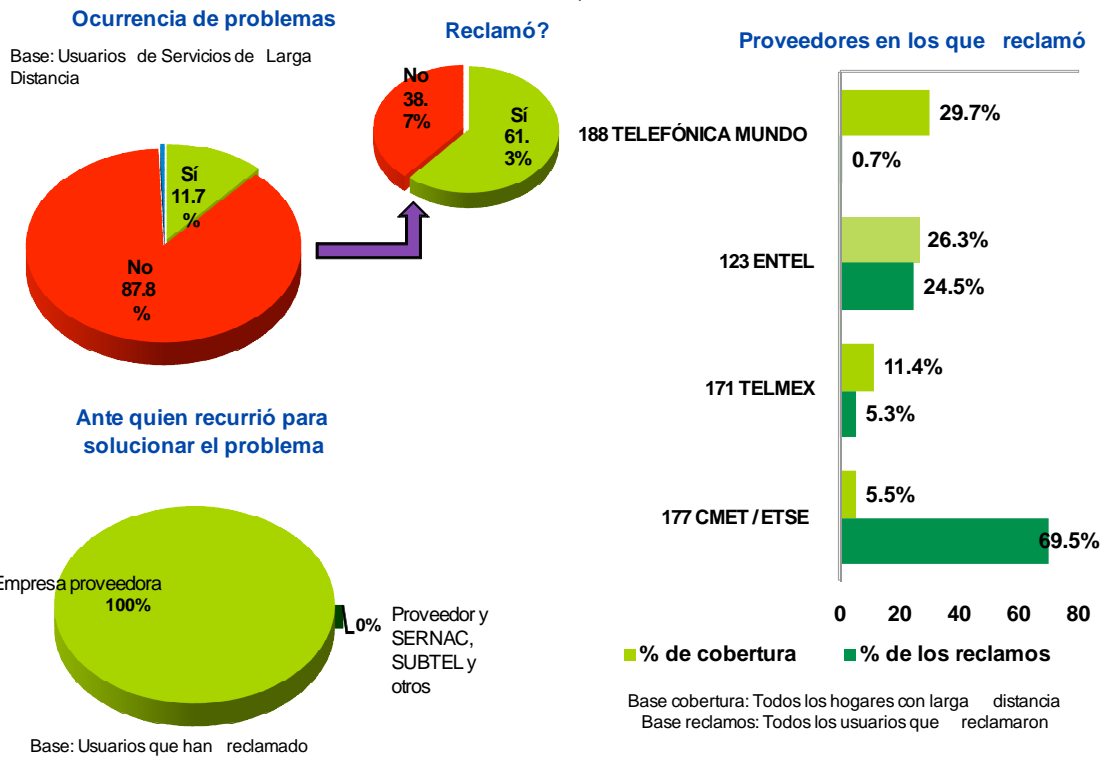
		Zona de estudio					
		1 2 <sup>a</sup> Región	2 5 <sup>a</sup> Región	3 8 <sup>a</sup> Región	4 10 <sup>a</sup> Región	5 Resto País	Total
¿Como diría usted que fue solucionado este reclamo por parte de la empresa proveedora?	Ni siquiera intentaron solucionarlo	,0%	17,6%	,0%	,0%	,0%	,7%
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	Fue solucionado sólo en parte	,0%	,0%	,0%	,0%	51,0%	47,9%
	Fue solucionado en gran parte	,0%	72,0%	100,0%	,0%	,0%	4,9%
	Fue totalmente solucionado	,0%	10,3%	,0%	,0%	12,1%	11,7%
	No sabe / No responde	,0%	,0%	,0%	,0%	37,0%	34,7%
	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	,0%	100,0%	,0%	,0%	,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	,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**

Base: Usuarios con problemas

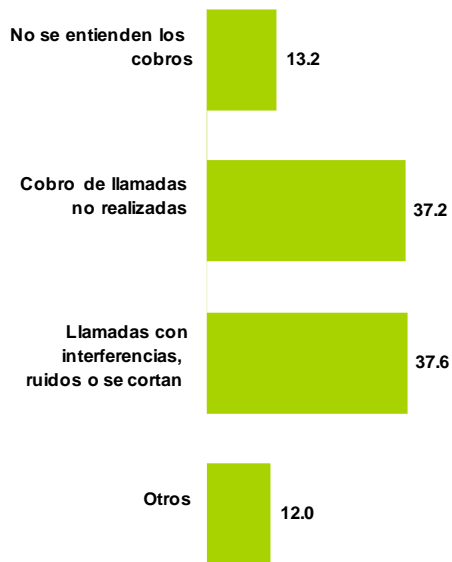


**Gráfico 12.4**

**Especificación Problemas y Resolución**

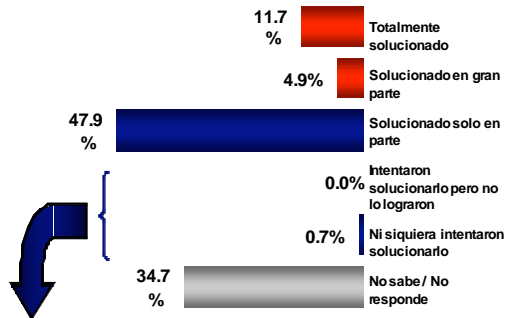
**Tipos de problemas**

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



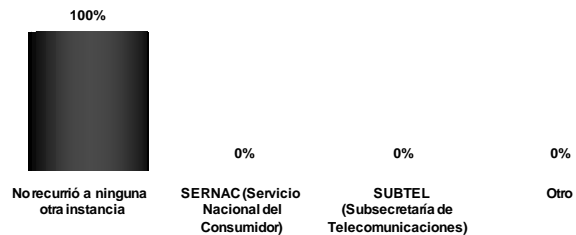
**Respuesta ante problemas de parte de proveedores**

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 81,9% de los usuarios de celulares se encuentran algo o muy satisfechos con el servicio. Un 10,5% de dichos usuario se encuentra algo o muy insatisfecho. Las principales razones de insatisfacción son: la existencia de un cobro no ajustado al plan o servicio contratado, la falta de claridad en la información en la boleta, la falta de detalle en la información en la boleta, el cobro de llamadas no realizadas, 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						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	2,9%	4,6%	7,2%	31,6%	46,3%	7,4%	100,0%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	7,7%	8,5%	9,6%	27,7%	39,0%	7,4%	100,0%
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	6,1%	5,2%	10,2%	31,8%	39,0%	7,8%	100,0%
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	3,8%	8,1%	8,2%	33,5%	40,4%	6,1%	100,0%
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	1,9%	4,9%	9,9%	33,5%	43,7%	6,0%	100,0%
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio	3,5%	7,5%	8,4%	31,2%	42,6%	6,7%	100,0%
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones	3,4%	7,0%	14,2%	21,5%	33,7%	20,2%	100,0%
Servicio con buena cobertura para poder comunicarse desde y hacia cualquier parte, sin interferencias, cortes ni ruido	6,9%	10,5%	5,8%	29,4%	44,6%	2,7%	100,0%
La capacitación y competencia del personal de servicio técnico	4,4%	5,7%	11,7%	24,7%	33,8%	19,7%	100,0%
Satisfacción General	6,2%	4,3%	6,4%	44,8%	37,1%	1,2%	100,0%

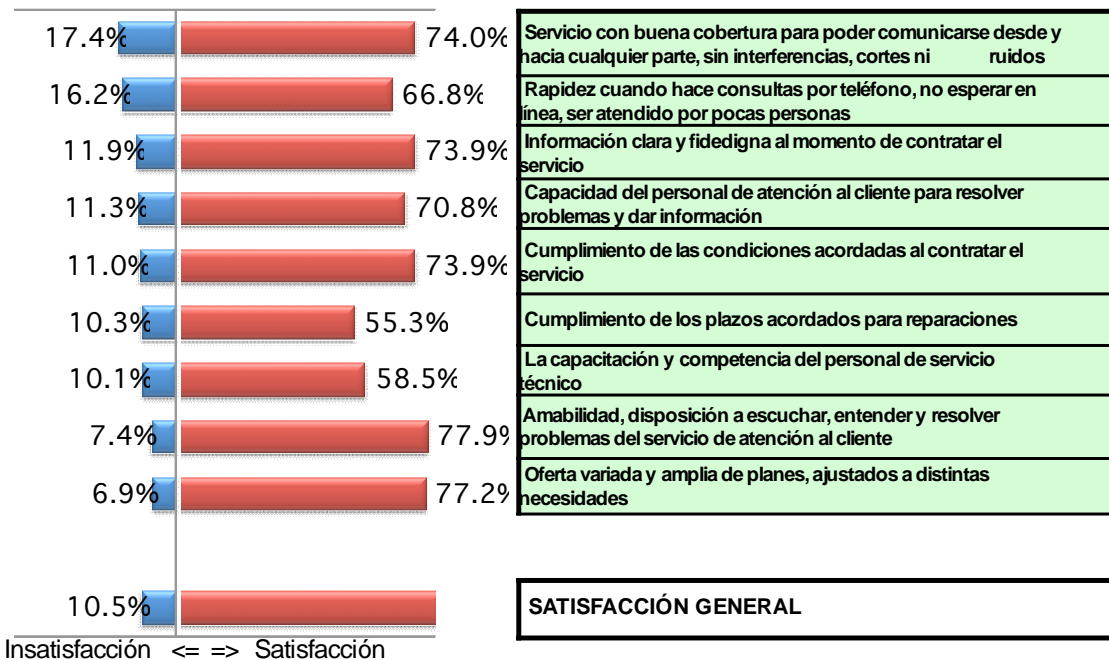
Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular.

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						Total
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS/NR	
Claridad de la información que está en la boleta	5,8%	10,9%	9,2%	30,1%	39,6%	4,4%	100,0%
Detalle de la información que está en la boleta	5,3%	10,7%	7,9%	31,0%	40,7%	4,4%	100,0%
Cobro sólo de las llamadas que usted efectivamente realizó	4,6%	12,2%	7,8%	33,7%	33,3%	8,3%	100,0%
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado	5,2%	14,2%	4,4%	38,6%	32,7%	5,0%	100,0%
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	5,0%	8,2%	5,5%	33,6%	43,5%	4,2%	100,0%
Monto que usted compra es cargado correctamente	1,5%	3,1%	10,7%	20,6%	50,8%	13,3%	100,0%
Claridad en los cobros	3,2%	5,9%	12,2%	20,7%	42,3%	15,6%	100,0%
Cobro de los montos que corresponden de acuerdo a lo que cargó.	1,3%	5,2%	11,2%	21,2%	47,1%	14,0%	100,0%
Satisfacción General	6,2%	4,3%	6,4%	44,8%	37,1%	1,2%	100,0%

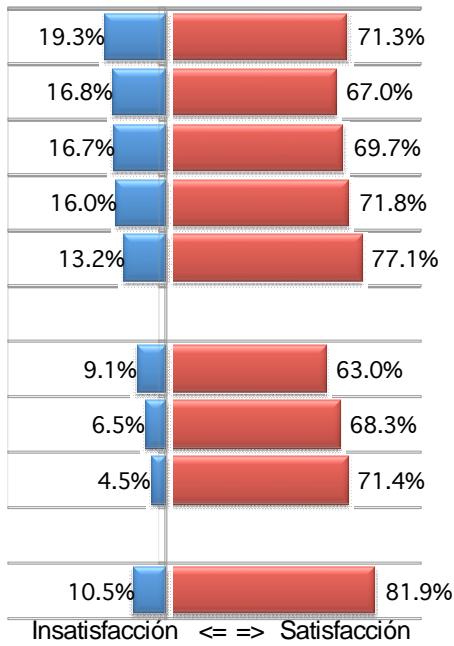
Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular.

**Gráfico 13.2**

### Satisfacción con Cobros

Base: Total de usuarios con celular

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y algo insatisfecho



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

HOGARES CON LÍNEA PRINCIPAL CON CONTRATO
Cobro ajustado al plan / servicio que usted contratado
Cobro de las llamadas que usted efectivizó
Claridad de la información que está en la boleta
Detalle de la información que está en la boleta
Fechas consideradas en el período cobrado
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 18,6% de los usuarios de celulares ha tenido un problema en los últimos 12 meses. De estos, un 70,8% 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 <sup>a</sup> Región	2 5 <sup>a</sup> Región	3 8 <sup>a</sup> Región	4 10 <sup>a</sup> 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	13,3%	13,7%	11,7%	15,6%	21,3%	18,6%
	No	85,7%	84,7%	87,2%	83,4%	77,8%	80,4%
	No sabe / No responde	1,0%	1,6%	1,2%	1,0%	,8%	1,0%
	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	67,8%	49,2%	51,4%	52,9%	76,6%	70,8%
	No	32,2%	50,8%	48,6%	47,1%	23,4%	29,1%
	No sabe / No responde	,0%	,0%	,0%	,0%	,1%	,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular.

El 98,8% de los usuarios que realizaron reclamos lo hicieron sólo ante la empresa proveedora. Solamente un 1,2% 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**

DESTINO DEL RECLAMO	Agrupación de regiones			
	Zona Norte (I a V regiones)	Zona Sur (VI a XII regiones)	Zona Centro (R. Metropolitana)	Total
Sólo en la Empresa proveedora	99,7%	97,5%	100,0%	98,8%
En la Empresa proveedora y en SERNAC, SUBTEL u otros organismos	,3%	2,5%	,0%	1,2%
Sólo en SERNAC, SUBTEL u otro organismo público	,0%	,0%	,0%	,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular que reclamaron.

Las principales razones de reclamo han sido: La falta de comprensión de los cobros y el cobro de llamadas no realizadas.

**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					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Cobertura, en algunos lugares no se puede comunicar	31,0%	14,5%	3,0%	21,5%	25,5%	23,9%
Señal, interferencias	8,0%	8,5%	16,6%	22,5%	19,8%	19,1%
Aparato, funciona mal, no recibe llamadas	2,2%	28,9%	41,1%	29,8%	35,2%	34,3%
Activación automática de servicios no contratados	7,2%	10,0%	10,3%	3,8%	4,5%	5,0%
Tarjetas de prepago no se cargan correctamente	7,5%	9,0%	,0%	2,6%	3,6%	3,8%
Otro Reclamo 1	44,0%	17,0%	29,0%	18,7%	10,7%	12,7%
Otro Reclamo 2	,0%	6,0%	,0%	,0%	,4%	,7%
No sabe / No responde	,0%	6,3%	,0%	1,2%	,2%	,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular que reclamaron.

### 13.3 Solución del Problema

El 21,8% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras y un 14,9% fue solucionado en gran parte. Un 15,4% de los reclamos ni siquiera intentaron ser solucionados y el 23,1% que intentaron pero no lo lograron.

En los casos en que el problema o reclamo no es solucionado, en un 97,9% 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					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Ni siquiera intentaron solucionarlo	55,2%	26,4%	14,2%	43,4%	12,4%	15,4%
Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	,6%	6,2%	24,7%	9,1%	25,3%	23,1%
Fue solucionado sólo en parte	13,3%	5,5%	10,3%	4,4%	9,6%	9,2%
Fue solucionado en gran parte	12,1%	2,5%	16,4%	13,8%	15,7%	14,9%
Fue totalmente solucionado	15,7%	44,7%	33,1%	29,3%	19,5%	21,8%
No sabe / No responde	3,1%	14,7%	1,3%	,0%	17,5%	15,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular que reclamaron.

En los casos en que el problema o reclamo no es solucionado, un 97,9% de los usuarios no recurrió a ninguna otra instancia. Sólo un 0,4% los usuarios recurrió al SERNAC.

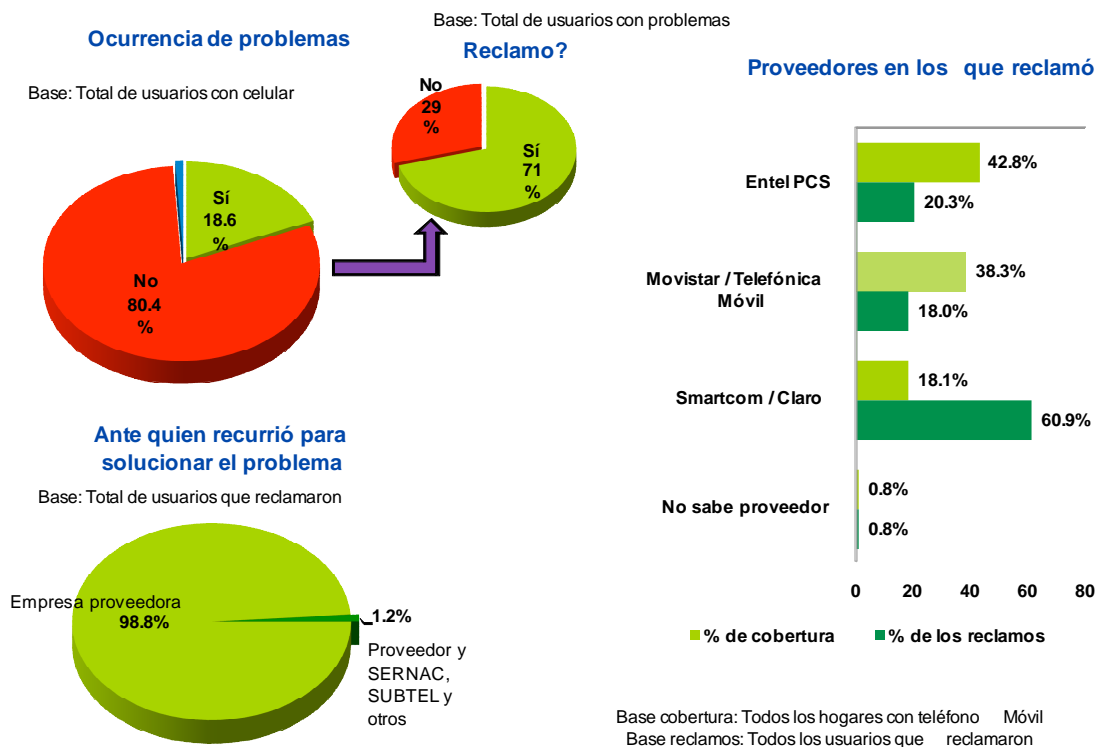
**Tabla 13.7: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron posteriormente según Organismo receptor del reclamo y Zona de estudio**

	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
No recurrió a ninguna otra instancia	96,2%	99,2%	75,2%	89,7%	99,6%	97,9%
SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor)	3,8%	,0%	8,4%	,0%	,0%	,4%
Otro	,0%	,8%	16,4%	10,3%	,4%	1,7%
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**

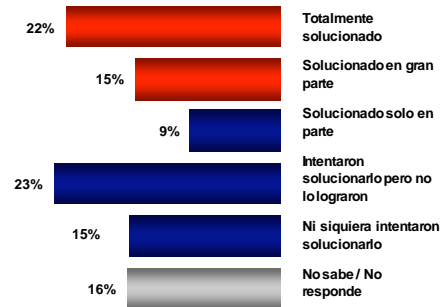
**Tipos de problemas**

Base: usuarios que han tenido problemas con teléfono Móvil



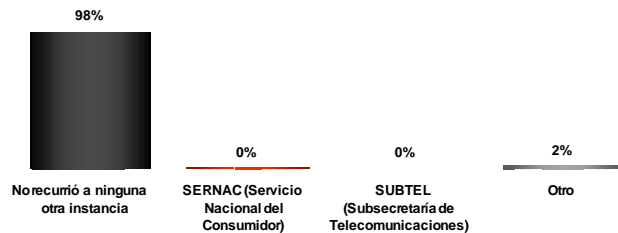
**Respuesta ante problemas de parte de proveedores**

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 83,4% de los usuarios de Internet se encuentran algo o muy satisfecho con el servicio. Un 12,5% de dichos usuario se encuentra algo o muy insatisfecho. Las principales razones de insatisfacción son la capacitación del personal técnico y la rapidez cuando se hacen consultas telefónicas.

**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	8,7%	4,2%	7,2%	27,8%	44,6%	7,4%	100,0%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	11,1%	5,5%	3,3%	32,9%	41,1%	6,0%	100,0%
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	6,6%	2,4%	6,7%	33,3%	43,7%	7,5%	100,0%
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	8,4%	1,7%	5,9%	37,7%	43,0%	3,3%	100,0%
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	3,9%	8,6%	12,4%	21,5%	51,4%	2,3%	100,0%
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio en especial en cuanto a la velocidad	7,2%	5,1%	7,8%	27,2%	50,5%	2,1%	100,0%
Servicio sin interferencia ni cortes	5,2%	7,4%	12,0%	30,0%	44,8%	,6%	100,0%
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones e instalaciones	8,9%	2,9%	4,4%	37,8%	39,4%	6,5%	100,0%
La capacitación y competencia del personal de servicio técnico	6,2%	10,7%	4,6%	30,6%	39,4%	8,6%	100,0%
Satisfacción General	5,7%	6,8%	4,1%	41,0%	42,4%	,0%	100,0%

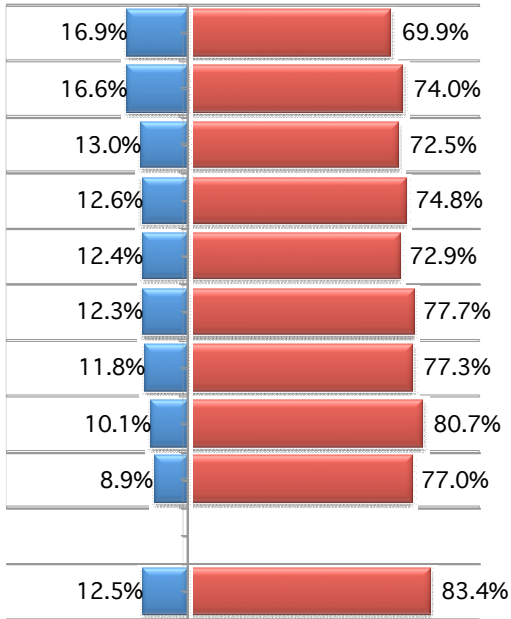
Base: Todos los usuarios de Internet.

Gráfico 14.1

### Satisfacción Aspectos de Servicio

Base: Usuarios con internet

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y Algo insatisfecho



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

**SATISFACCIÓN GENERAL**

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	4,0%	8,9%	5,2%	25,7%	45,2%	11,1%	100,0%
Detalle de la información que está en la boleta	2,8%	1,3%	3,8%	30,5%	52,5%	9,1%	100,0%
Cobro de conexiones no realizadas	1,4%	3,6%	5,0%	29,4%	45,9%	14,7%	100,0%
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado	5,4%	2,0%	4,6%	29,9%	49,4%	8,8%	100,0%
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	,6%	9,8%	7,3%	26,9%	51,0%	4,4%	100,0%
Satisfacción General	5,7%	6,8%	4,1%	41,0%	42,4%	,0%	100,0%

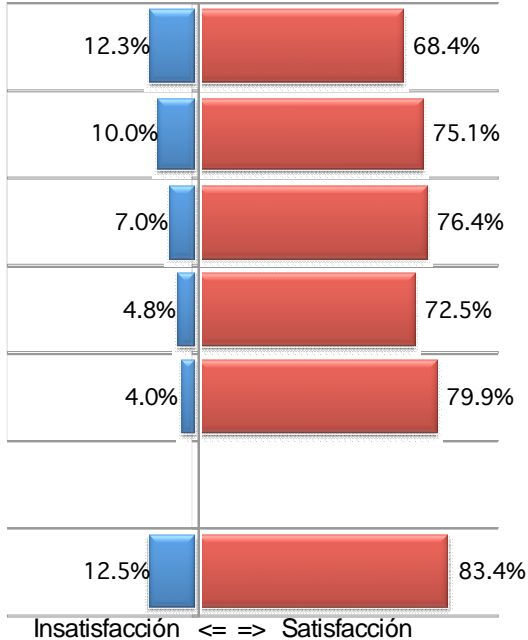
Base: Todos los usuarios de Internet.

**Gráfico 14.2**

## Satisfacción con Cobros

Base: Usuarios con internet

■ Muy y algo satisfech ■ Muy y algo insatisfech



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

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
El detalle de la información que está en la boleta
<b>Satisfacción General</b>

## 14.2 Problemas y Reclamos

El 30% de los usuarios de Internet declara haber tenido un problema con el servicio en los últimos 12 meses. De estos, un 72,2% reclamó o pidió una solución al problema. De estos reclamos, el 95,7 fueron dirigidos a las empresas proveedoras y sólo el 4,3% a otras instituciones como SERNAC o SUBTEL.

**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 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
¿Ha tenido usted algún problema con el servicio de Internet en el hogar?	Sí	18,8%	19,1%	20,1%	12,2%	34,3%	30,0%
	No	75,5%	80,9%	79,9%	87,8%	65,7%	69,8%
	No sabe / No responde	5,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	,2%
	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	81,7%	93,7%	100,0%	89,3%	68,1%	72,2%
	No	18,3%	6,3%	,0%	10,7%	31,9%	27,8%
	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	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	94,6%	95,7%
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%	5,4%	4,3%
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 que el servicio se corta, se cae o no funciona (52,8%), la lentitud y saturación (18,3%) y el cobro de periodos en que no hubo servicios (9%)

**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	,0%	3,9%	12,8%	,0%	9,8%	9,0%
Lentitud, saturación	10,4%	,0%	25,8%	25,0%	19,7%	18,3%
La velocidad no es la contratada	2,0%	,0%	16,5%	9,4%	1,4%	2,8%
El servicio se corta, se cae, no funciona	80,4%	84,9%	23,6%	49,9%	51,3%	52,8%
Otro Reclamo 1	7,1%	,0%	14,7%	,0%	13,3%	11,6%
Otro Reclamo 2	,0%	,0%	,0%	,0%	1,8%	1,3%
No sabe / No responde	,0%	11,1%	6,6%	15,6%	2,7%	4,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de Internet que reclamaron.

### 14.3 Solución

El 62,2% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras el problema y un 11,1% fue solucionado en gran parte. Un 7% de los reclamos ni siquiera intentaron ser solucionados y el 6,9% 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	25,7%	6,6%	19,8%	,0%	5,4%	7,0%
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	,0%	3,3%	29,5%	,0%	5,3%	6,9%
	Fue solucionado sólo en parte	,0%	16,9%	24,4%	3,9%	7,7%	9,7%
	Fue solucionado en gran parte	2,0%	25,7%	7,1%	1,8%	10,3%	11,1%
	Fue totalmente solucionado	63,5%	47,5%	19,3%	66,0%	68,6%	62,2%
	No sabe / No responde	8,8%	,0%	,0%	28,3%	2,7%	3,2%
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%

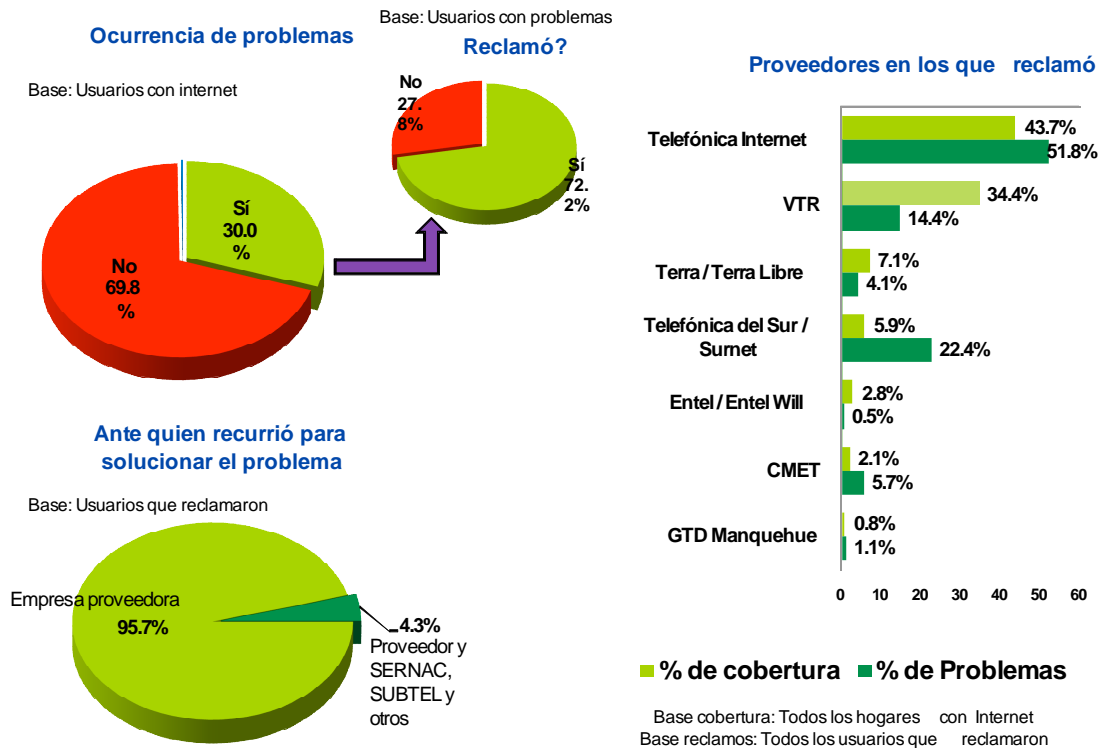
Base: Todos los usuarios de Internet que reclamaron.



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

**Gráfico 14.3**

Ocurrencia de problemas con servicio de Internet en Hogares



**Gráfico 14.4**

**Especificación Problemas y Resolución**

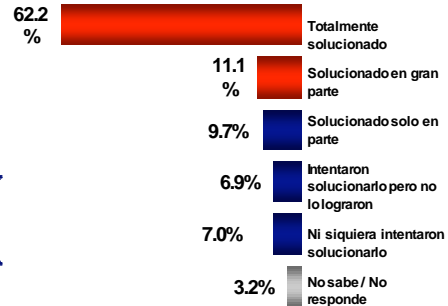
**Tipos de problemas**

Base: Usuarios que han tenido problemas con Internet



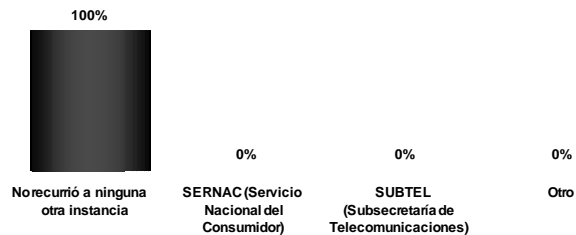
**Respuesta ante problemas de parte de proveedores**

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 88,3% de los usuarios de TV pagada se encuentran algo o muy satisfecho con el servicio. Sólo un 7,2% se encuentra algo o muy insatisfechos. Las principales áreas de insatisfacción son: la variedad de la programación y problemas con la señal (corte en interferencias).

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

ASPECTO DEL SERVICIO	Nivel de satisfacción						NS/NR	Total
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho			
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente	2,9%	2,1%	7,2%	28,2%	52,9%	6,7%	100,0%	
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	4,1%	2,3%	9,1%	23,4%	47,1%	14,0%	100,0%	
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	2,9%	2,0%	5,0%	28,0%	53,2%	8,9%	100,0%	
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	1,4%	3,1%	5,4%	30,6%	53,0%	6,3%	100,0%	
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	3,5%	2,9%	9,5%	28,4%	52,3%	3,4%	100,0%	
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio en especial en cuanto a programas contratados	1,7%	2,6%	3,8%	33,4%	55,3%	3,2%	100,0%	
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones e instalaciones	2,3%	2,6%	3,1%	37,7%	49,6%	4,7%	100,0%	
Calidad y atractivo de la programación, de los canales y programas.	1,7%	3,1%	12,8%	26,3%	54,6%	1,5%	100,0%	
Señal sin interferencias ni cortes	1,9%	5,6%	10,3%	28,4%	51,7%	2,2%	100,0%	
La capacitación y competencia del personal del servicio técnico	2,0%	1,4%	5,3%	32,7%	52,1%	6,6%	100,0%	
Satisfacción General	3,9%	3,3%	4,5%	43,9%	44,4%	,0%	100,0%	

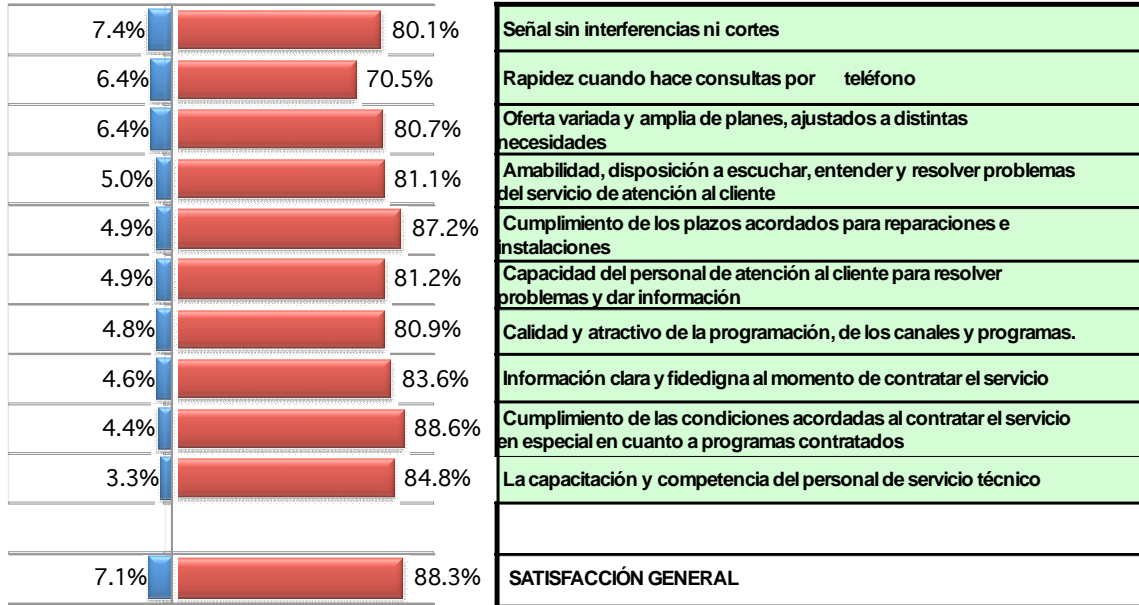
Base: Todos los usuarios de TV pagada.

Gráfico 15.1

## Satisfacción Aspectos de Servicio

Base: Usuarios que tienen TV pagada

■ Muy y algo satisfecho ■ Muy y Algo insatisfecho



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						Total
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS/NR	
Claridad de la información que está en la boleta	1,4%	2,5%	1,9%	38,3%	51,5%	4,3%	100,0%
Detalle de la información que está en la boleta	1,7%	1,9%	4,3%	32,2%	51,5%	8,4%	100,0%
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado	1,5%	4,1%	2,9%	33,4%	54,0%	4,2%	100,0%
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	1,0%	1,6%	1,5%	38,8%	53,0%	4,0%	100,0%
Satisfacción General	3,9%	3,3%	4,5%	43,9%	44,4%	,0%	100,0%

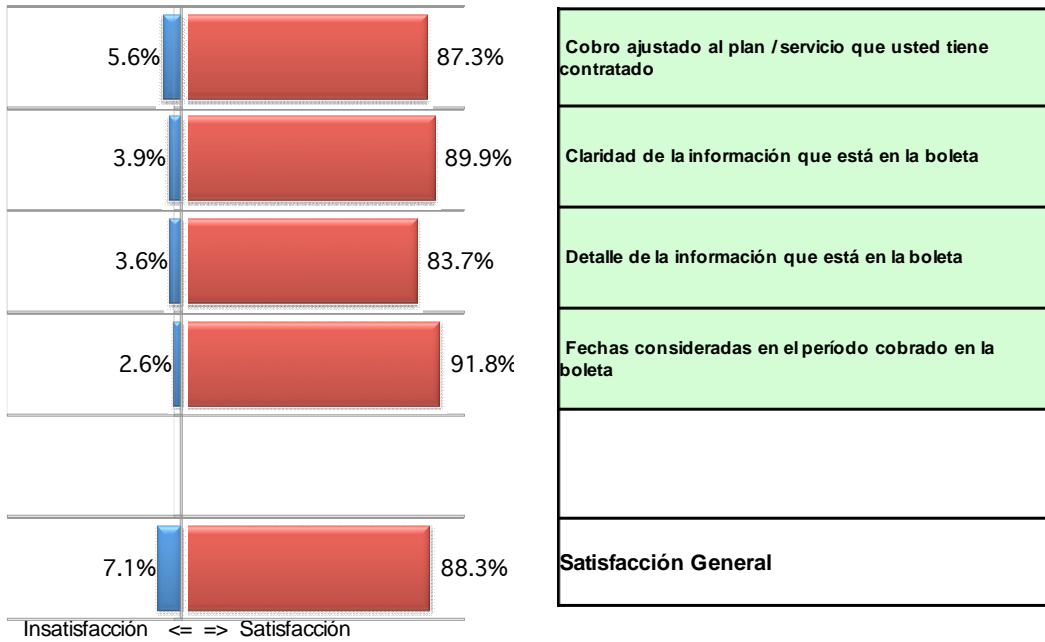
Base: Todos los usuarios de TV pagada.

**Gráfico 15.2**

### Satisfacción con Cobros

Base: Usuarios que tienen TV pagada

■ Muy y algo satisfac ■ Muy y algo insatisfec



\* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el grafico

## 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 78,5% reclamó o pidió una solución al problema. Un 98,1% de estas peticiones o reclamos fueron a la empresa proveedora y sólo un 1,9% 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	4,5%	8,5%	13,0%	2,9%	9,5%	9,2%
	No	92,8%	91,0%	87,0%	96,3%	85,9%	87,5%
	No sabe / No responde	2,7%	,5%	,0%	,8%	4,6%	3,2%
	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	100,0%	89,3%	100,0%	100,0%	70,4%	78,5%
	No	,0%	10,7%	,0%	,0%	29,6%	21,5%
	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 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					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Sólo en la empresa proveedora	100,0%	87,9%	100,0%	100,0%	100,0%	98,1%
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%	12,1%	,0%	,0%	,0%	1,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de TV pagada que reclamaron.

Las principales causas de los reclamos son: problemas con la señal (79,7%) y los cambios en la programación sin avisar (3,2%).

**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					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Cobran períodos en que no hubo servicio	36,9%	5,3%	,0%	,0%	,0%	2,3%
Programación no es atractiva, repiten programas	7,7%	13,6%	,0%	,0%	,0%	2,8%
Cambian programación sin avisar	13,3%	5,3%	7,8%	,0%	,0%	3,2%
Problemas con la señal	22,9%	62,2%	64,8%	100,0%	94,9%	79,7%
Otro	9,6%	,0%	17,3%	,0%	2,1%	5,3%
No sabe / No responde	9,6%	13,6%	10,1%	,0%	3,0%	6,7%
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 20,4% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras el problema y un 14,7% fue solucionado en gran parte. Un 7,7% de los reclamos ni siquiera intentaron ser solucionados y el 0,2% 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	35,0%	3,7%	,0%	,0%	10,5%	7,7%
Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	4,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	,2%
Fue solucionado sólo en parte	11,3%	23,0%	26,6%	47,2%	,0%	11,2%
Fue solucionado en gran parte	,0%	51,4%	23,2%	,0%	,0%	14,7%
Fue totalmente solucionado	39,6%	21,9%	37,6%	52,8%	10,8%	20,4%
No sabe / No responde	9,6%	,0%	12,5%	,0%	78,6%	45,9%
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 100% de los usuarios no recurrió a ninguna otra instancia.

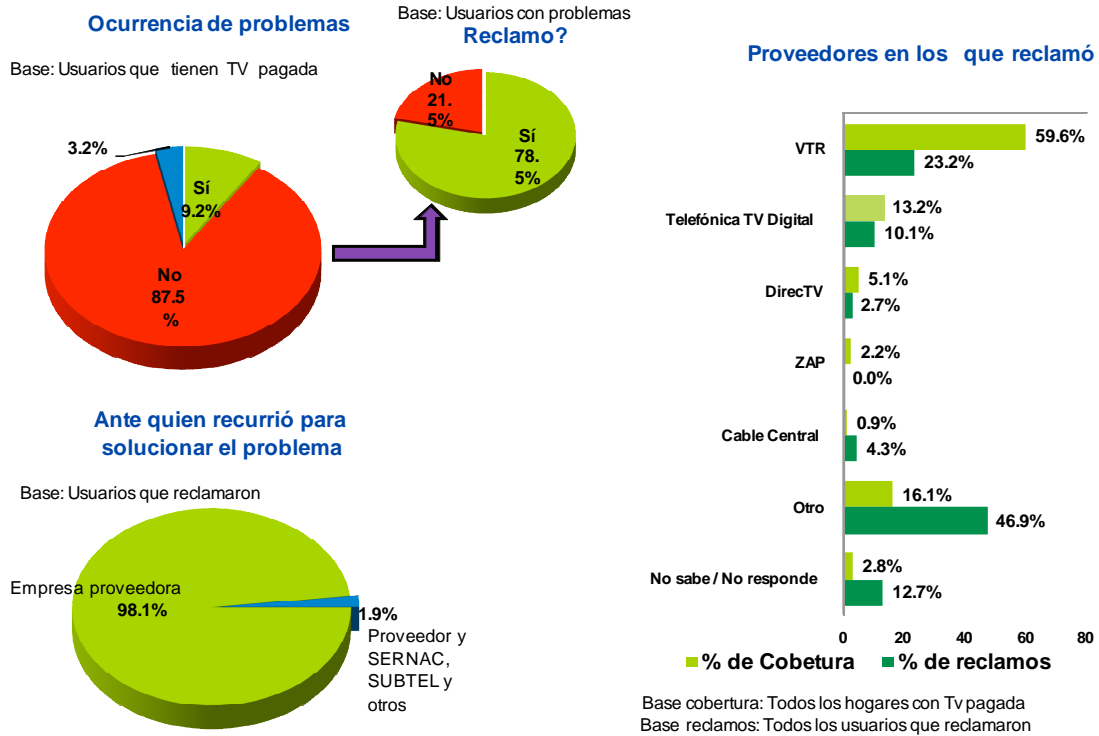
**Tabla 15.7: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada que reclamaron según Apelación y Zona de estudio**

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	100,0%	100,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
Total	100,0%	100,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%

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**

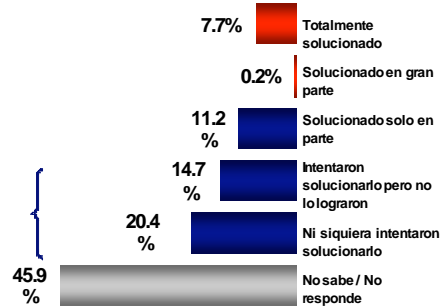
**Tipos de problemas**

Base: Usuarios que han tenido problemas con TV pagada



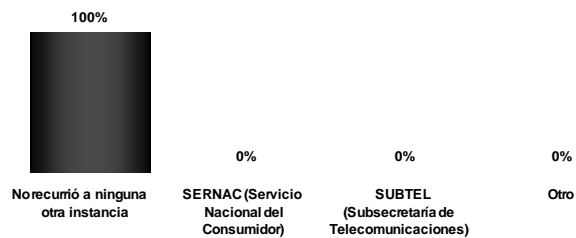
**Respuesta ante problemas de parte de proveedores**

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 Comparación Internacional

---

Con el objeto de poner en perspectiva internacional los resultados obtenidos en la presente encuesta, se analizaron dos encuestas de satisfacción en el ámbito de los servicios de telecomunicaciones. La primera fue una encuesta aplicada en el Estado de Nueva York en Estados Unidos y la segunda en Inglaterra<sup>21</sup>. Ambas encuestas cumplen aceptables estándares metodológicos.

Los aspectos más importantes que se pueden rescatar de estas encuestas son:

### 16.1 Cobertura

En cuanto a la evolución de la cobertura en la cobertura de los servicios, la encuesta de Nueva York corrobora algunos aspectos observados en esta encuesta en relación a la reducción de la cobertura telefónica. En dicha encuesta se observa que un 20% de los entrevistados mencionan que cambiarán el teléfono fijo para quedarse sólo con el celular en los próximos años. Además, un 40% indicaron que en los próximos años cambiarían la telefonía tradicional por telefonía por cable.

### 16.2 Satisfacción

En relación a la satisfacción, los datos de ambas encuestas muestran que los niveles de satisfacción con los servicios de telecomunicaciones se encuentran por sobre los niveles chilenos. Tanto en la encuesta de USA como en la de Inglaterra, los niveles de satisfacción están por sobre o muy cercanos al 90%. Por ejemplo, el teléfono fijo posee sólo un 7% de los usuarios muy o insatisfechos y un 92% que se encuentran algo o muy satisfechos. En el caso chileno, estos datos son 16,7% y 69,8% respectivamente para el teléfono fijo. La encuesta inglesa, por su parte, muestra una satisfacción general con los servicios de telefonía fija que alcanza el 91%.

Algo similar ocurre con los otros servicios. El celular alcanza una satisfacción en USA de 91%, 92% en Inglaterra y 81,9% en Chile. Internet alcanza una satisfacción en USA de 94%, 90% en Inglaterra y 83,4% en Chile. Los servicios de TV pagada alcanzan una satisfacción en USA de 89%, 88% en Inglaterra y 88,4% en Chile.

Sin embargo, es importante hacer algunas precisiones metodológicas con respecto a dichos estudios. En el caso de la encuesta de Estados Unidos, la satisfacción cuenta con tres categorías de respuesta (algo, muy y extremadamente satisfecho) y en la chilena sólo dos (algo y muy satisfecho) con una categoría intermedia de respuesta (Ni satisfecho

---

<sup>21</sup> Estas son las referencias de los estudios: NEW YORK STATE RESIDENTIAL TELECOMMUNICATIONS CONSUMER SURVEY .Prepared by the New York State Department of Public Service Abril de 2007. The Consumer Experience. Telecoms, Internet and Digital Broadcasting. Policy Evaluation. Prepared by Offcom . Inglaterra, Noviembre de 2006

ni insatisfecho). La insatisfacción en cambio está medida en ambas encuestas con dos categorías (muy y algo insatisfecho) lo que las hace algo más comparables. En insatisfacción con la telefonía fija, Chile más que duplica el porcentaje de usuarios observado en la encuesta de US.

No obstante, el panorama en los otros servicios es distinto. En el caso del celular, la insatisfacción llega al 9%, sólo ligeramente inferior a nuestro 10,5%. Con Internet, un 18% de los usuarios se encuentra insatisfecho, lo que es superior al 12,5% observado en Chile. (Es importante mencionar que en Chile se evaluaron todos los servicios de Internet y en US sólo los servicios High Speed). La televisión pagada alcanza un 11% de insatisfacción para la TV por cable y un 9% para TV por satélite en US y un 7,2% en Chile para todos los servicios de TV pagada.

Sin embargo, el hecho de que la presente encuesta tenía una categoría intermedia (Ni Satisfecho Ni insatisfecho) que bordea el 8% total (va desde el 4% en Internet al 13% en teléfono fijo) dificulta un poco la comparación. Por ejemplo, si, en ausencia de dicha opción, la mitad de los usuarios hubieran optado hacia la insatisfacción y la mitad hacia la satisfacción la realidad sería distinta: un incremento de la diferencia en insatisfacción en la telefonía fija y un emparejamiento en los otros servicios.

La encuesta Inglesa en cambio, fue medida con similares categorías de respuesta para satisfacción y la insatisfacción a las usadas en Chile. Por lo tanto, los resultados pueden ser más concluyentes en cuanto a la mayor satisfacción de los usuarios con los servicios de telecomunicaciones.

No obstante, aunque estas comparaciones son útiles, es importante tomarlas con cautela. Estados Unidos e Inglaterra son países acostumbrados a una alta calidad en todos sus servicios por lo que los estándares de satisfacción pueden ser diferentes. Puede ser el caso que un estándar de servicio que mantiene plenamente satisfecho a un cliente chileno tenga insatisfecho a un cliente americano o inglés.

### **16.3 Otros**

El estudio de USA coincide con el estudio chileno en mostrar una asociación entre cantidad de oferta y satisfacción. En Nueva York, los clientes que estaban en áreas con más ofertas de servicio telefónico se encontraban más satisfechos que los que tenían sólo una. En el caso de Chile, esta situación es más que evidente en la Décima Región.

Otra diferencia importante con el caso chileno, es que en ambos casos analizados, USA e Inglaterra, se menciona una tendencia hacia la mejora de la satisfacción con los servicios de telecomunicaciones en los últimos años. Por ejemplo, en el caso del estudio de Inglaterra se menciona que la satisfacción con los servicios de telecomunicaciones ha crecido sustantivamente desde 2004 ubicándola en línea con la satisfacción con los servicios provistos por los bancos y por sobre aquélla con los servicios relacionados con energía. En Chile en cambio, se verifica una reducción en el porcentaje de usuarios satisfechos con respecto a la encuesta anterior.

## 17 Derecho de los Consumidores

### 17.1 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 (19,7%) y el derecho a poner fin al servicio previo aviso (12,3%). Un 49,6% dice no conocer ningún derecho.

**Tabla 17.1: Distribución de Usuarios según Conocimiento de los Derechos del Consumidor (Respuesta Espontánea)**

DERECHOS DEL CONSUMIDOR	Conoce sus Derechos		
	Sí	No	NS/NR
Al contratar servicio telefónico se puede bloquear acceso a ciertos servicios.	19,7%	80,3%	,0%
Rebaja del cargo fijo mensual por interrupción de servicio o indemnización si ésta excede de 3 días consecutivos.	7,1%	92,8%	,0%
Al efectuar un reclamo la empresa debe responder en carta certificada antes de 20 días hábiles, con fundamentos y plazos de resolución.	7,9%	92,0%	,0%
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.	6,6%	93,4%	,0%
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%	87,6%	,0%
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%	95,2%	,0%
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%	89,8%	,0%
De no quedar conforme con lo resuelto por la empresa de servicios de telecomunicaciones, puede insistir ante la SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones).	7,6%	92,4%	,0%

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 17.2: Distribución de Usuarios según Conocimiento de los Derechos del Consumidor (Respuesta Asistida)**

DERECHOS DEL CONSUMIDOR	Conoce sus Derechos		
	Sí	No	NS/NR
Al contratar servicio telefónico se puede bloquear acceso a ciertos servicios.	55,6%	44,4%	,0%
Rebaja del cargo fijo mensual por interrupción de servicio o indemnización si ésta excede de 3 días consecutivos.	36,9%	63,1%	,0%
Al efectuar un reclamo la empresa debe responder en carta certificada antes de 20 días hábiles, con fundamentos y plazos de resolución.	38,8%	61,2%	,0%
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%	67,1%	,0%
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%	56,9%	,0%
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%	63,0%	,0%
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%	59,9%	,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%	58,1%	,0%

Base: Todos los entrevistados.

### 17.2 Instituciones

En relación a las instancias ante las cuales los usuarios pueden hacer valer sus derechos, la institución más conocida es SERNAC con un 58% en respuesta espontánea, seguido por la SUBTEL (22%). Estos porcentajes suben con las preguntas asistidas a 77,9% y 45,2% respectivamente.

**Tabla 17.3: Distribución de Usuarios que declaran conocer las instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor (Respuesta Espontánea)**

INSTUTUCIONES	Conoce las Instituciones	
	Sí	No
SUBTEL, Subsecretaría de Telecomunicaciones	22,0%	78,0%
SEREMI, Se Regionales Ministeriales de Transportes y Telecomunicaciones	4,6%	95,4%
SERNAC, Servicio Nacional del Consumidor	58,0%	42,0%
Municipalidades	2,3%	97,7%
Comisión de Defensa Ciudadana	,2%	99,8%

Base: Todos los entrevistados.

**Tabla 17.4: Distribución de Usuarios que declaran conocer las instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor (Respuesta Asistida)**

INSTITUCIONES	Conoce las Instituciones	
	Sí	No
SUBTEL, Subsecretaría de Telecomunicaciones	45,2%	54,8%
SEREMI, Se Regionales Ministeriales de Transportes y Telecomunicaciones	30,2%	69,8%
SERNAC, Servicio Nacional del Consumidor	77,9%	22,1%
Municipalidades	10,6%	89,4%
Comisión de Defensa Ciudadana	4,4%	95,5%

Base: Todos los entrevistados.

### **17.3 Ranking de Instituciones**

Un 24,6% 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 (68,9%).



**Tabla 17.5: 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°	Total
SUBTEL, Subsecretaría de Telecomunicaciones	24,6%	41,3%	34,1%	100,0%
SEREMI, Se Regionales Ministeriales de Transportes y Telecomunicaciones	5,8%	43,2%	51,0%	100,0%
SERNAC, Servicio Nacional del Consumidor	68,9%	19,7%	11,4%	100,0%
Municipalidades	21,2%	32,7%	46,1%	100,0%
Comisión de Defensa Ciudadana	12,2%	27,6%	60,3%	100,0%

Base: Todos los entrevistados.

Si se le asigna puntaje a las posiciones (3 a los que mencionan un primer lugar, 2 al segundo lugar, 1 al tercero y 0 a los que no mencionan a la institución), se obtiene que SERNAC se ubica lejos en el primer lugar con 2,5 puntos seguido de SUBTEL con 1,6.

**Tabla 17.6: Índice de importancia**

	SUBTEL, Subsecretaría de Telecomunicaciones	SEREMI, Se Regionales Ministeriales de Transportes y Telecomunicaciones	SERNAC, Servicio Nacional del Consumidor	Municipalidades	Comisión de Defensa Ciudadana
Puntajes	1,6	1,2	2,5	0,4	0,2

Base: Todos los entrevistados.

## 18 Televisión Abierta

La mayoría de los usuarios tiene más de un televisor en su hogar. Sólo un 19,7% posee un televisor y un 0,2% ninguno. En el sector urbano se concentra un mayor número de televisores que en el sector rural, como era esperable.

**Tabla 18.1: Distribución de Hogares según Número de Televisores en el hogar y Zona de estudio**

NÚMERO DE TELEVISORES EN EL HOGAR	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
0 No tiene	,4%	1,0%	,2%	1,1%	,0%	,2%
1 televisor	12,5%	19,5%	36,6%	42,6%	14,7%	19,7%
2 televisores	37,7%	38,1%	36,8%	32,8%	42,6%	40,6%
3 televisores	23,7%	29,8%	18,5%	16,5%	29,5%	27,2%
Más de 3 televisores	19,7%	11,5%	7,9%	7,1%	13,0%	12,0%
No sabe o no responde	6,0%	,0%	,0%	,0%	,2%	,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares.

El nivel socioeconómico es un fuerte predictor del número de televisores. Los estratos altos poseen más televisores que los estratos bajos. Sin embargo, es interesante remarcar que el porcentaje de hogares de niveles bajos que poseen más de 3 televisores es sólo un poco inferior al de los estratos más altos.

**Tabla 18.2 : Distribución de Hogares según Número de televisores en el hogar y Nivel socioeconómico**

NÚMERO DE TELEVISORES EN EL HOGAR	Nivel socioeconómico				Total
	ABC1/C2	C3	D	E	
0 No tiene	,2%	,0%	,1%	,9%	,2%
1 televisor	6,5%	11,8%	26,8%	37,2%	19,7%
2 televisores	48,5%	41,7%	37,0%	33,8%	40,6%
3 televisores	29,7%	32,3%	26,2%	17,5%	27,2%
Más de 3 televisores	15,0%	14,2%	9,4%	10,2%	12,0%
No sabe / No responde	,1%	,0%	,6%	,2%	,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares

La antigüedad de los televisores presenta un comportamiento relativamente similar a los largo de los estratos. Esto indica que la renovación de televisores tiene un patrón bastante común. Un 31,7% de los televisores poseen menos de 5 años y un 35,9 más de 6.

**Tabla 18.3: Distribución de Hogares según Antigüedad de los televisores y Zona de estudio**

ANTIGÜEDAD PROMEDIO	Zona de estudio					
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
Menos de 2 años	14,4%	8,2%	8,0%	15,3%	6,0%	7,4%
Entre 2 y 4 años	20,9%	19,5%	24,3%	18,5%	25,8%	24,3%
Entre 4 y 6 años	27,6%	32,0%	25,6%	22,6%	33,3%	31,4%
Más de 6 años	27,6%	39,3%	41,6%	43,1%	33,9%	35,9%
No sabe / No responde	9,5%	,9%	,5%	,5%	,9%	1,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares.

En relación a la antigüedad de los televisores, los datos son bastante similares entre los sectores rurales y urbanos.

**Tabla 18.4: Distribución de Hogares según Antigüedad de los televisores y Ruralidad**

ANTIGÜEDAD PROMEDIO	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
Menos de 2 años	7,0%	9,9%	7,4%
Entre 2 y 4 años	24,4%	23,8%	24,3%
Entre 4 y 6 años	31,6%	29,4%	31,4%
Más de 6 años	35,8%	36,3%	35,9%
No sabe o no responde	1,2%	,5%	1,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Base: todos los entrevistados

La antena del televisor es el principal medio de recepción de la señal de televisión con un 45,9%. Sin embargo el uso de otros medios como la antena en el techo y el cable alcanza una mayoría.

**Tabla 18.5: Distribución de Hogares según Forma de recepción de señal de TV abierta y Zona de estudio**

	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Con antena propia del televisor (al interior de su vivienda)	27,6%	39,9%	39,6%	55,0%	47,9%	45,9%
Con antena exterior, en techo o lado de vivienda	17,5%	13,8%	37,5%	34,3%	24,8%	25,7%
No tiene antena, sólo recibe señal por cable o satélite	54,9%	46,3%	22,9%	10,8%	27,2%	28,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares

Sólo un porcentaje reducido de la población está pensando en renovar su televisor este año (5,5%)

**Tabla 18.6: Distribución de Hogares según Tiempo planeado de reposición de TV y Zona de estudio**

TIEMPO DE REPOSICION	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
En este año (2007)	2,5%	5,2%	7,6%	4,5%	5,5%	5,6%
El próximo año (2008)	2,2%	3,7%	5,3%	7,0%	3,1%	3,7%
En 2 años más	3,9%	2,0%	5,1%	2,2%	2,7%	2,9%
En 4 años más	4,3%	2,7%	,3%	2,5%	1,9%	1,9%
No me interesa o no puedo	57,5%	60,0%	71,7%	63,7%	69,1%	67,7%
No sabe o no responde	27,6%	25,4%	9,6%	20,2%	17,5%	17,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: Todos los hogares.

## 19 Superintendencia

***¿Está Ud. 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?***

La mayoría de los usuarios son partidarios de la creación de una superintendencia. Entre los que están muy de acuerdo y de acuerdo alcanzan el 95,6%. Esta mayoría se expresa a nivel de los distintos grupos de edad, sexo, nivel socioeconómico y ubicación geográfica.

**Tabla 19.1: Distribución de Usuarios según Grado de acuerdo con la creación de una Superintendencia y Zona de estudio**

GRADO DE ACUERDO	Zona de estudio					Total
	1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	
Muy de acuerdo	44,9%	36,2%	68,3%	84,5%	56,8%	57,0%
De acuerdo	37,8%	54,1%	23,1%	11,5%	41,1%	38,6%
En desacuerdo	3,9%	3,0%	,8%	2,7%	,2%	,9%
No sabe no responde	13,4%	6,8%	7,9%	1,3%	1,9%	3,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base: todos los entrevistados

## 20 Conclusiones y Recomendaciones

---

- La cobertura de los servicios de telecomunicaciones ha tenido diferentes tendencias. Los servicios de Internet, celular y de televisión pagada han continuado su incremento aunque a un paso moderado con respecto a la encuesta del año 2006. El servicio de teléfono fijo y las llamadas de larga distancia han mostrado un retroceso en su nivel de penetración.
- Aunque los niveles de satisfacción con los servicios de telecomunicaciones son mayores que los de insatisfacción, el porcentaje de estos últimos es bastante alto especialmente en algunos servicios y zonas. Particular preocupación debe seguir poniéndose en el teléfono fijo que concentra el nivel más alto de insatisfacción dentro de los servicios. Otra preocupación es la situación de la Décima Región en que la insatisfacción está muy por sobre el nivel observado en el resto de las zonas.
- Si se comprueba en una nueva evaluación que la tendencia de la insatisfacción es creciente, como sucedió en la comparación con la encuesta del año 2006, el tema debiera tener un especial interés.
- El celular seguirá concentrando el mayor volumen de problemas y reclamos debido a su gran nivel de penetración.
- Es importante observar la situación de Internet. Aunque este servicio no concentra el nivel más alto de insatisfacción, es el que posee el mayor porcentaje con problemas en los últimos 12 meses. Este hecho puede tener impactos en el futuro sobre el nivel de satisfacción y la cantidad y tipo de reclamos.
- El porcentaje de problemas que llegan a las instituciones como SUBTEL y SERNAC es sólo una pequeña fracción de todos los problemas que ocurren. El desconocimiento, falta de acceso y/o desconfianza de parte de la población puede estar mediando este hecho. Una campaña de publicidad puede mejorar este aspecto, no obstante, puede tener una gran incidencia en las cargas de trabajo de dichas instituciones.
- Con todo, la comparación con la encuesta 2006 muestra que el porcentaje de la población que confía en SUBTEL para defender sus derechos está creciendo, lo que seguramente tendrá un efecto en los volúmenes de reclamos.
- La gran mayoría de la población (95,5%) apoya la idea de crear una superintendencia de telecomunicaciones.

# ***ANEXOS***

## 21 Resultados del Trabajo de Campo

### 21.1 Cronograma de Actividades

Aquí presentamos un cronograma detallado de las etapas más relevantes del proyecto que se incluyen en este informe, se estipula la fecha de inicio de la tarea y fecha de término, más el tiempo utilizado para cumplirla.

**Tabla 21.1: Cronograma de Actividades**

	Tarea	Fecha de Inicio	Fecha de Término	Duración (Días)
1	Capacitación Coordinadores de Grupo	17-6-2007	17-6-2007	1
2	Capacitación Encuestadores	19-6-2007	25-6-2007	7
3	Trabajo de Campo	20-6-2007	11-6-2007	22
4	Análisis de Datos e Informe 1era Encuesta	5-6-2007	12-6-2007	8

### 21.2 Capacitación y Selección de Los Encuestadores

El reclutamiento de los encuestadores para la 1era encuesta de SUBTEL, se realizó a través de la página WEB [www.microdatos.cl](http://www.microdatos.cl), en este sitio los encuestadores postularon y con posterioridad fueron avisados a sus correos electrónicos de las fechas de retiro de material y las fechas de las capacitaciones.

Las capacitaciones fueron realizadas en cada una de las zonas que concentraban la muestra de la encuesta, es así como se realizaron 5 capacitaciones que se detallan a continuación.

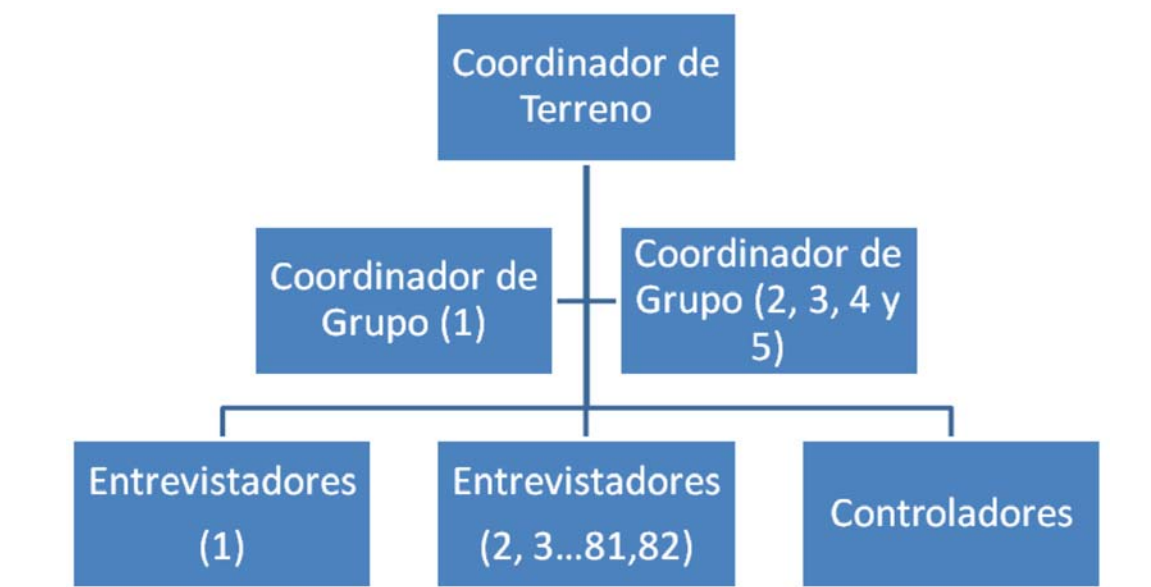
**Tabla 21.2: Calendario de Trabajo de Campo**

Región	Zona	Encuestadores			Fecha de Capacitación	Trabajo de Campo	
		Inscritos	Capacitados	Seleccionados		Inicio	Término
2	Antofagasta	30	10	8	25-Jun	26-Jun	11-Julio
5	Valparaíso	27	21	17	19-Jun	20-Jun	11-Julio
13	Santiago Resto de Chile	41	30	27	19-Jun	19-Jun	11-Julio
8	Concepción	23	18	16	23-Jun	24-Jun	11-Julio
10	Puerto Montt	44	20	14	24-Jun	25-Jun	11-Julio
Total		165	99	82			



### 21.3 Constitución de los Equipos Regionales

Los equipos se estructuraron de la siguiente forma



A continuación se presenta la conformación de los equipos para las distintas sedes a lo largo del país y para las distintas etapas de la encuesta.

**Tabla 21.3: Equipo de Trabajo de Campo**

Región	Zona	Sede	Muestra de Diseño	Coordinador de Terreno	Coordinador Grupo	Entrevistadores	Controladores
2	Zona 1	Antofagasta	350	1	1	8	1
5	Zona 2	Valparaíso	350		1	17	4
8	Zona 3	Concepción	350		1	16	3
10	Zona 4	Puerto Montt	350		1	14	2
4,6,7,9,12, RM	Zona 5	Santiago	600		1	27	6
Total			2000	1	5	82	16

## 21.4 Perfil de los Encuestadores

Como señalamos anteriormente los encuestadores debían registrarse en el sitio WEB [www.microdatos.cl](http://www.microdatos.cl), en donde debían llenar un formulario de postulación, este formulario contenía información sociodemográfica y de experiencia en los distintos proyectos tanto en el Centro de Microdatos como otras instituciones. Gracias a este procedimiento pudimos realizar un perfil de los participantes en el proyecto, a continuación describimos algunas variables que pueden describir a la población que participó como encuestador.

### Sexo y Edad

Los resultados de esta variable nos muestran que un 78% de los que realizaron esta encuesta son mujeres y un 22% son Hombres. En la distribución por edad se distribuye equitativamente entre las distintas edades destacando el tramo de 40 y 49 años en donde la diferencia aumenta de un 50% a más de un 85%.

**Tabla 21.4: Perfil de Encuestadores - Sexo y Edad**

			S		T
	H	M	H	M	
E	E	C	1	3	2
		%			0%
		%	0%		
E	E	C	4	3	7
		%	0%	0%	0%
		%	0%	0%	0%
E	E	C	1	3	4
		%	7%	0%	0%
		%	0%	0%	7%
E	E	C	2	7	9
		%	0%		%
		%	0%	0%	
E	E	C	3	6	2
		%	0%	0%	0%
		%			0%

### 21.5 Nivel Educativo

Respecto del nivel educativo de los encuestadores podemos apreciar que en un 47,5% posee estudios universitarios incompletos, además podemos concluir que el 59,7% de los encuestadores posee estudios universitarios, y el 70,7% posee estudios superiores, ya sean técnicos o profesionales.

**Tabla 21.5 Perfil Encuestadores - Tipo de Enseñanza**

		a		b			
E	D	C	0	2	2		
		%	0%	%	0%		
	P	C	0	6	6		
		%	0%	%	0%		
	R	C	0	1	1		
		%	0%	0%	0%		
	M	C	0	2	2		
		%	0%	0%	0%		
M	C	0	3	3			
	%	0%	0%	0%			
W	C	0	0	0			
	%	0%	0%	0%			
b	C	2	7	9			
	%	%	%	%			
T	C	2	0	2			
	%	%	%	%			

De las personas que poseen estudios técnicos o universitarios el área de estudios se distribuyen de la siguiente manera.

**Tabla 21.6: Perfil de Encuestadores - Área de Estudio**

			E			
W	0	9	6	0	0	0
En	6		0	7	7	8
En	8		7	8	8	6
En	7		7	2	2	0
En	7		5	2	2	2
En	5		3	6	6	9
En	3		1	2	2	0
En	1		1	7	7	9
En	1		8	7	7	
En	8			0		

### 21.6 Problemas de Terreno

El levantamiento de los datos se llevo a cabo con los inconvenientes naturales de la época, lluvia, olas polares, menor luz día etc. Si bien estos factores no provocaron un retraso estructural para el proyecto, el levantamiento fue más lento que lo planificado. Consideramos que estos imponderables no estarán presentes en la segunda aplicación debido a la fecha de aplicación.