

Informe IV
Resultados Segunda Medición
2016

09 de diciembre, 2016

Contenido

1.	Presentación	5
2.	Objetivos del Estudio	7
2.1.	Objetivo General.....	7
2.2.	Objetivos Específicos	7
3.	Descripción Metodológica	9
3.1.	Tipo de Estudio	9
3.2.	Universo.....	9
3.3.	Grupo Objetivo y Cobertura	9
3.4.	Diseño Muestral.....	10
3.5.	Cuestionarios	10
3.6.	Muestras	11
3.7.	Muestras históricas por servicio.....	12
3.8.	Perfil de los Entrevistados	13
3.9.	Principales indicadores usados en el informe	14
4.	Resumen ejecutivo	17
5.	Conocimiento Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones y Rol SUBTEL	21
6.	Resultados Generales	25
6.1.	Satisfacción	25
6.2.	Problemas, Reclamos y Resolución	30
7.	Resultados por servicio.....	39
7.1.	Telefonía Móvil.....	39
7.1.1.	Perfil de los entrevistados	39
7.1.2.	Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil.....	42
7.1.3.	Problemas, reclamos y resolución: Telefonía Móvil.....	48
7.1.4.	Principales indicadores	85

7.2. Internet Móvil.....	88
7.2.1. Perfil de los entrevistados	88
7.2.2. Satisfacción con empresas de Internet Móvil	91
7.2.3. Problemas, reclamos y resolución: Internet Móvil	100
7.2.4. Principales indicadores.....	137
7.3. Internet Fija	140
7.3.1. Perfil de los entrevistados	140
7.3.2. Satisfacción con empresas de Internet Fija.....	143
7.3.3. Problemas, reclamos y resolución: Internet Fija.....	148
7.3.4. Principales indicadores.....	177
7.4. Televisión Pagada	180
7.4.1. Perfil de los entrevistados	180
7.4.2. Satisfacción con empresas de Televisión Pagada.....	183
7.4.3. Problemas, reclamos y resolución: Televisión Pagada.....	187
7.4.4. Principales indicadores.....	216
8. Ranking de Calidad 2016	219
9. Análisis comparativo por Región	233
10. Análisis comparativo 2015 – 2016.....	243
10.1. General para satisfacción, neta y porcentaje de problemas.....	243
10.2. Por servicio y empresa satisfacción, neta y porcentaje de problemas	245
11. Conclusiones.....	253
12. Ponderadores	257
13. Cuestionarios.....	258
13.1. Anexo I: Cuestionario Telefonía Móvil	258
13.2. Anexo II: Cuestionario Internet Móvil	264
13.3. Anexo III: Cuestionario Internet Fija.....	271

13.4. Anexo IV: Cuestionario TV Pagada 278

1. Presentación

El Gobierno de Chile en materia de telecomunicaciones, ha definido como lineamientos estratégicos principales de política pública, la generación de una nueva institucionalidad que propenda hacia la creación de una Superintendencia del sector, brindar un mayor impulso a la agenda digital a fin de otorgar banda ancha para todos, modernizar y actualizar la normativa vigente considerando el avance tecnológico, impulsar la convergencia de los servicios, fomentar la competitividad entre los distintos actores de la industria y orientar a la generación de una mayor calidad en la provisión de los servicios.

En lo que respecta a la Subsecretaría de Telecomunicaciones, en adelante e indistintamente “la Subsecretaría”, la concreción y materialización de estos lineamientos estratégicos le significará jugar un papel fundamental, particularmente, en materia de fomento de la competitividad del mercado, el que se enmarca en su rol fiscalizador, en cuanto a controlar y supervigilar el funcionamiento de los servicios de telecomunicaciones y la protección de los derechos de los usuarios, funciones que se desprenden de la Ley N° 18.168, General de Telecomunicaciones. En este contexto, resulta necesario formular las herramientas que tiendan a disminuir las asimetrías de la información existentes entre los usuarios y las compañías proveedoras de los servicios y a incrementar la difusión de los derechos de los consumidores, bajo el supuesto que mientras más conocimiento y acceso a la información tengan los consumidores, mayores serán las exigencias que impongan a los prestadores de los servicios de telecomunicaciones, hecho que debiera repercutir en un aumento de la competitividad y en una mejor calidad de los servicios.

Precisamente en su rol de protectora de los derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones, la Subsecretaría entre los años 2006 y 2010 aplicó semestralmente una encuesta a nivel nacional denominada “Encuesta de Satisfacción de Usuarios con los Servicios de Telecomunicaciones” destinada a conocer la opinión de la ciudadanía, como destinataria final de la prestación de los diversos servicios, con el propósito de focalizar su tarea fiscalizadora.

El instrumental aplicado fue de carácter presencial con 2.170 encuestas aproximadamente a nivel nacional, destinadas a medir y evaluar sólo a nivel global el grado de satisfacción de los usuarios con los servicios de telefonía fija, larga distancia, telefonía celular, internet y TV pagada.

A partir del año 2011, y en virtud de las carencias detectadas en la encuesta que se venía aplicando, se optó por reformularla y levantar un nuevo instrumento destinado a medir el grado de percepción y satisfacción de los usuarios, respecto de la calidad con que son provistos los servicios por cada una de las compañías sujetas a medición, siendo el objetivo principal el de propiciar un mayor grado de competitividad en el mercado y fortalecer la función del Estado en materia de protección de los derechos de los consumidores.

De esta manera, se diseñó un estudio descriptivo de carácter cuantitativo tomado a través de encuestas telefónicas aplicadas a cada uno de los servicios considerados en la medición y que se indican a continuación, con un muestreo de proporciones con representación nacional y regional y con la utilización de un Sistema de entrevistas telefónicas asistidas por computador (*Computer Assisted Telephone Interview, CATI*).

Este instrumento fue aplicado para las encuestas realizadas en el primer y segundo semestre de los años 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015, y se ejecutó durante el año 2016 con los cuestionarios y metodología que se diseñaron al efecto para los servicios sujetos a medición.

2. Objetivos del Estudio

2.1. Objetivo General

Medir cuantitativamente el grado de satisfacción de los usuarios con los servicios de telefonía móvil, internet móvil, televisión de pago y del servicio de internet residencial, por cada una de las compañías proveedoras y cuya muestra calculada sea estadísticamente confiable y representativa a nivel nacional y regional, de manera que los datos recolectados permitan obtener conclusiones válidas y generar un proceso de comparación o benchmarking entre las mismas empresas.

2.2. Objetivos Específicos

- a) Conocer qué y cuánto saben de sus derechos los usuarios de telecomunicaciones.
- b) Diseñar y proponer un instrumento de encuesta de carácter cuantitativo, con encuestas telefónicas aplicadas a los servicios de telefonía móvil, internet móvil, televisión de pago e internet residencial o fija, con un muestreo de proporciones con representación nacional con utilización de un Sistema de entrevistas telefónicas asistidas por computador (CATI).
- c) Diseñar una metodología que permita efectuar comparaciones de resultados e indicadores con encuestas aplicadas en años anteriores.
- d) Elaborar los indicadores que permitan conocer y evaluar el grado de satisfacción global y de satisfacción neta de los usuarios con relación a los servicios medidos como también la tasa de problema de reclamos y la respectiva resolución de los mismos.
- e) Comparar los niveles de satisfacción entre usuarios de diferentes compañías evaluadas y generar un ranking de las empresas.
- f) Confeccionar y describir los indicadores orientados a evaluar la calidad con que son provistos los servicios objeto del estudio.
- g) Estudiar y analizar los aspectos de mayor relevancia y las variables que explican la satisfacción, insatisfacción y satisfacción neta de los usuarios y la percepción de calidad de los servicios.
- h) Medir el grado de satisfacción que obtienen los usuarios por empresa y tipo de servicios evaluados.
- i) Preparar un análisis de benchmarking con los datos obtenidos, que permita comparar y efectuar un ranking de los servicios por empresa.

- j) Generar informes con el análisis y comentarios de los resultados de las encuestas, tablas y gráficos comparativos entre tipos de servicios, por empresas, grupos socioeconómicos, zonales, regionales, grupos etarios, otros.

3. Descripción Metodológica

3.1. Tipo de Estudio

Estudio descriptivo de carácter cuantitativo, a través de la aplicación de encuestas telefónicas, con un muestreo de proporciones de representación nacional y la utilización de sistema CATI (Entrevistas Telefónicas Asistidas por Computador, según sus siglas en inglés “*Computer Assisted Telephone Interview*”).

3.2. Universo

El universo corresponde a la totalidad de los usuarios que cada operador tiene activos en cada uno de los servicios en los que participa, según sus propias bases de datos, entregadas por oficio, a SUBTEL.

Dado que las muestras fueron diseñadas con afijación no proporcional por compañía, esto es, en cada servicio, cada empresa operadora tiene un número similar de entrevistas y no una cantidad según su participación de mercado, entonces para estimar los totales de cada industria, se hace necesario ponderar los datos (corresponde a dar un peso a cada encuesta, según la cantidad de usuarios que en el universo representa).

En cada servicio, las muestras de cada empresa operadora, fueron diseñadas de manera proporcional a sus propios universos, por lo que, en principio, no se hace necesario ponderar. Sin embargo, para evitar sesgos que en la práctica ocurren, como la realización de una proporción algo menor de encuestas en comunas de la Región Metropolitana, del sector oriente, se optó por incluir un factor de corrección que evitara cualquier efecto de este tipo.

3.3. Grupo Objetivo y Cobertura

Hombres y mujeres, mayores de 18 años, de todos los niveles socioeconómicos (excluida extrema pobreza), con cobertura Nacional. Usuarios de:

- Telefonía Móvil.
- Internet Móvil.
- Internet Fija Residencial.
- Televisión Pagada

3.4. Diseño Muestral

Probabilístico, estratificado, con afijación no proporcional a los estratos (servicio, empresa) con un error muestral máximo por empresa operadora y servicio, de hasta 3,7%, al 95% de confianza.

Cabe destacar que en la primera medición de 2016 la distribución de la muestra en Internet fija consideraba 200 encuestas para Pacífico Cable y para Telcoy y Telsur, en su sumatoria, 900 encuestas. Para la segunda medición, se consensuó en conjunto con la contraparte técnica la re-distribución de estas dos empresas, donde implicó aumentar en 300 casos lo ofertado en principio, quedando Pacifico Cable con una muestra de 700 casos y la sumatoria de Telcoy y Telsur con 700 casos. Es decir, el total de casos para Internet Fija aumentó de 3.200 casos a 3.500 casos.

Al interior de las compañías y sus servicios, las muestras fueron aleatorias, proporcionales por región y tipo de cliente.

3.5. Cuestionarios¹

Se aplicaron 4 cuestionarios, Telefonía Móvil, Internet Móvil, Internet Fija y TV pagada entrevistados independientes. La segunda medición de 2016 mantuvo la misma estructura que el cuestionario aplicado en la primera medición.

¹ Se adjuntan cuestionarios en los Anexos del informe.

3.6. Muestras

Las muestras por servicio y compañía se pueden ver en la siguiente gráfica, con un error muestral máximo por servicio.

Gráfica 1. **Muestra y Error Muestral por Servicio y Compañía**

Empresa	Telefonía Móvil			Internet Móvil			Televisión de Pago			Internet Residencial o Fija		
	Muestra (n)	Margen de Error	Nivel de Confianza	Muestra (n)	Margen de Error	Nivel de Confianza	Muestra (n)	Margen de Error	Nivel de Confianza	Muestra (n)	Margen de Error	Nivel de Confianza
Telefónica Móviles de Chile	700	3,7%	95%	700	3,7%	95%	No opera			No opera		
Entel PCS	700	3,7%	95%	700	3,7%	95%	No opera			No opera		
Claro Chile S.A	700	3,7%	95%	700	3,7%	95%	No opera			No opera		
WOM S.A	700	3,7%	95%	700	3,7%	95%	No opera			No opera		
Virgín Mobile Chile SPA	700	3,7%	95%	700	3,7%	95%	No opera			No opera		
VTR Comunicaciones	No opera			No opera			700	3,7%	95%	700	3,7%	95% (1)
Telefónica Chile	No opera			No opera			700	3,7%	95%	700	3,7%	95% (2)
Claro Comunicaciones	No opera			No opera			700	3,7%	95%	700	3,7%	95% (3)
DirectTV	No opera			No opera			700	3,7%	95%	No opera		
Entel S.A	No opera			No opera			700	3,7%	95%	No opera		
Telefónica del Sur	No opera			No opera			No opera			500	3,7%	95% (4)
Telefónica Coyhaique	No opera			No opera			No opera			200		95% (5)
Pacífico Cable	No opera			No opera			No opera			700	3,7%	95% (6)
TOTAL	3.500	1,7%	95%	3.500	1,7%	95%	3.500	1,7%	95%	3.500	1,7%	95%

(1) Todas las regiones menos en la XI y XII

(2) Está en todas las regiones del país

(3) Todas las regiones menos la XI

(4) Se procesa junto a Telcoy

(5) Solo en XI Región

(6) Solo en VIII, IX y XIV

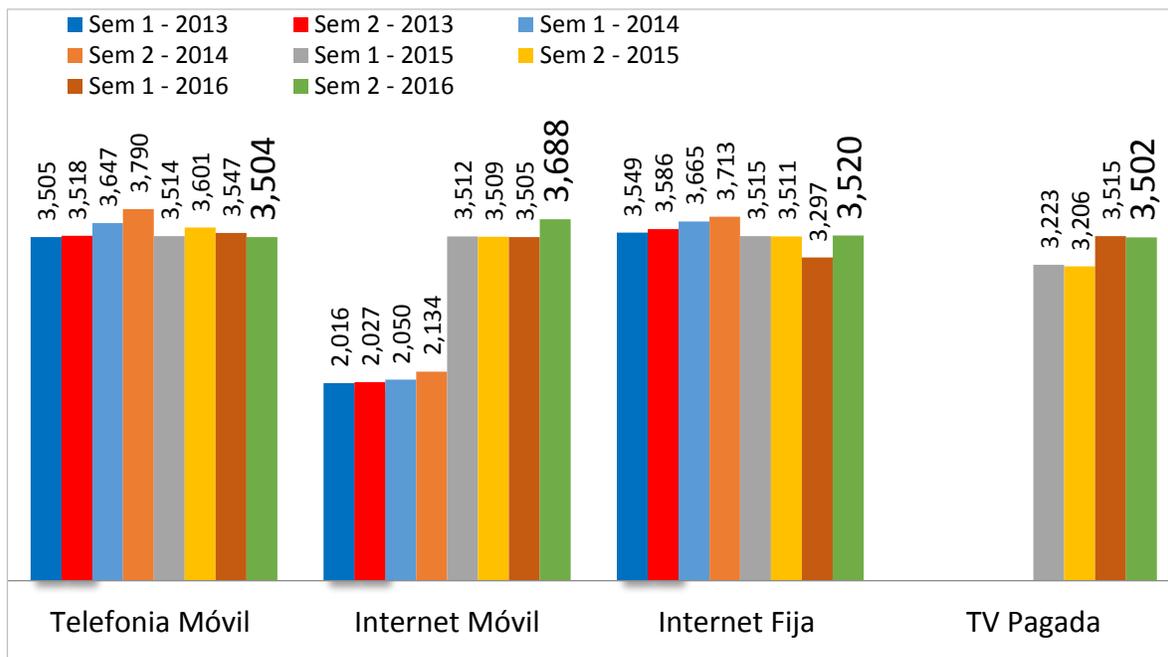
Las ponderaciones por servicio y operador se detallan al final del presente documento.

3.7. Muestras históricas por servicio

El tamaño muestral está determinado por el requisito del error muestral, el que debía ser igual o menor a 3,7% con un nivel de confianza de 95% a nivel nacional, por empresa y para cada uno de los servicios sujetos a evaluación.

Cadem, en base a este requisito, propuso una muestra de 3.500 encuestas semestrales para los servicios de Telefonía Móvil, Internet Móvil, TV de pago y 3.200 casos para la Internet Residencial Fija, cumpliendo así con el requisito de que todos los servicios tengan el mismo error muestral que alcanza a 1,7 puntos porcentuales de error muestral a nivel nacional y 13.700 encuestas semestrales totales. Tal como señaló previamente, la muestra para el segundo semestre de 2016 tuvo modificaciones respecto del primer semestre, redistribuyendo la muestra entre Pacifico Cable y la sumatoria de Telsur-Telcoy, agregando 300 casos adicionales a lo ofertado, aumentando la muestra a nivel de Internet Fija (3.200 a 3.500) y por consecuencia del total del estudio (14.000). La muestra por servicio está distribuida por cada empresa que opera en cada uno de los servicios con errores muestrales desde 3,5 puntos porcentuales a 3,7 puntos porcentuales.

Gráfica 2. Muestras en mediciones desde 2013



3.8. Perfil de los Entrevistados

La siguiente gráfica muestra cómo se distribuyen los entrevistados de cada estudio en esta segunda medición de 2016:

Gráfica 3. **Perfil Demográfico por servicio**

	(%) Telefonía Móvil	(%) Internet Móvil	(%) Internet Fija	(%) TV Pagada
Hombre	54	50	46	48
Mujer	46	50	54	52
18 a 39	43	68	44	37
40 o más	57	32	56	63
RM	35	41	48	42
Otras regiones	65	59	52	58

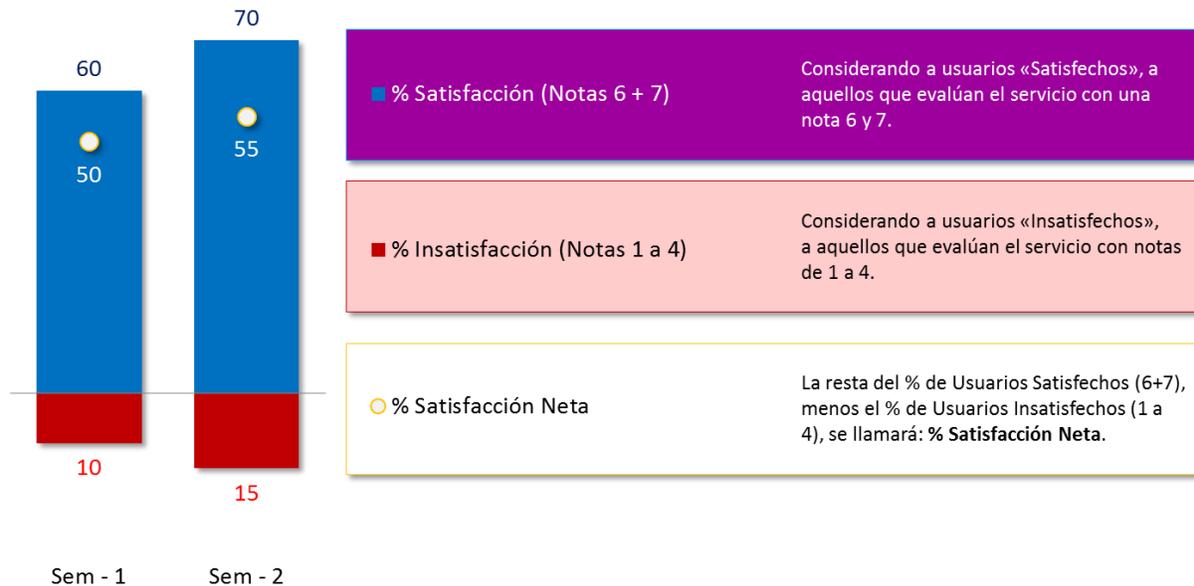
Por ejemplo, los resultados globales de Internet Móvil corresponden a un 50% de mujeres y 50% a hombres. En TV pagada, en cambio, el perfil de los entrevistados corresponde a un 52% de mujeres y 48% de hombres. Por zona geográfica, en Telefonía Móvil un 65% de los entrevistados son de otras regiones distintas a RM. Cabe recordar que este resultado sigue la proporción de conexiones correspondientes por zona, ya que es una variable de ponderación.

3.9. Principales indicadores usados en el informe

En términos del análisis de los resultados, los principales indicadores usados en este informe tienen relación con las preguntas que miden la Satisfacción de los Usuarios de los Servicios de Telecomunicaciones, entendidos a partir de la siguiente gráfica:

Gráfica 4. Principales indicadores

Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de.... que tiene actualmente?



A lo largo del informe se presentarán los principales elementos positivos y negativos de las evaluaciones a los servicios, en los casos en que hay una diferencia superior e inferior a 5 puntos respecto a la primera medición, con marcadores de la siguiente forma:

- Indica aspectos positivos a destacar
- Indica aspectos negativos a destacar

En los casos de que más de un servicio tenga una diferencia de más de cinco puntos respecto al primer semestre, se destaca el servicio con la mayor diferencia.

En el informe también se analizan los distintos indicadores, estos son, tasa de problemas, tasa de reclamos y tasa de resolución.

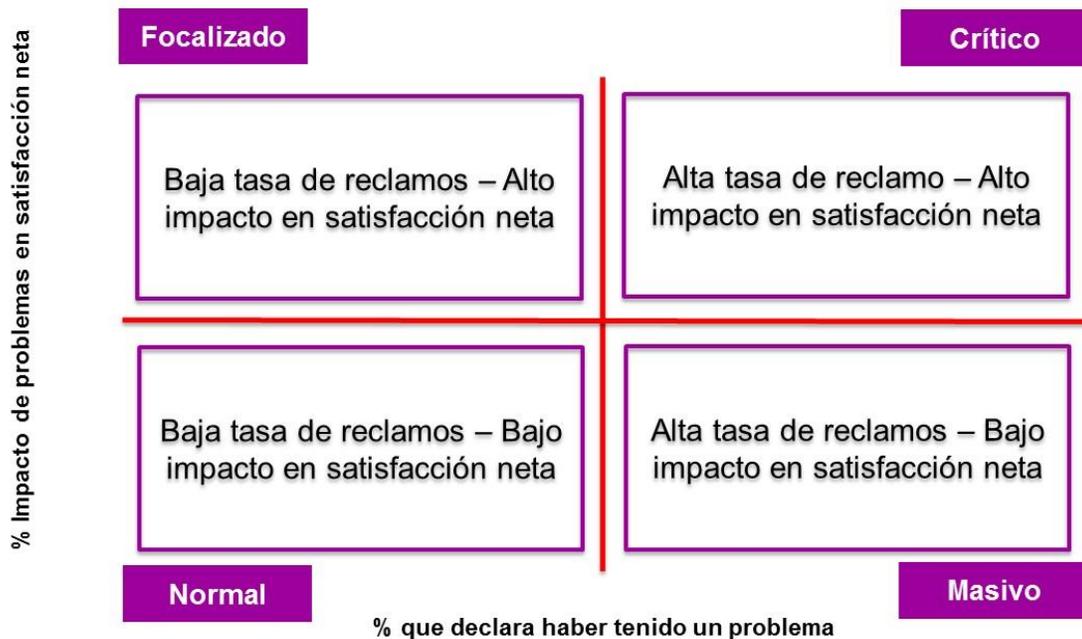
$$\mathbf{Tasa\ de\ problemas} = \frac{\textit{Cantidad de usuarios que dicen haber tenido problemas}}{\textit{Cantidad total de encuestados}}$$

$$\mathbf{Tasa\ de\ reclamos} = \frac{\textit{Cantidad de usuarios que reclamaron}}{\textit{Cantidad total de usuarios con problemas}}$$

$$\mathbf{Tasa\ de\ resolucion} = \frac{\textit{Cantidad de usuarios con problemas resueltos}}{\textit{Cantidad total de usuarios que reclamaron}}$$

Otro indicador relevante que se presenta en este informe son los gráficos de impacto. Los **GRAFICOS DE IMPACTO** son una herramienta de análisis muy útil a la hora de revisar los efectos de una variable sobre otra. Utilizando cuatro cuadrantes se muestra, en este caso, el impacto de la tasa de problemas sobre la satisfacción neta de los usuarios. En el cuadro a continuación se describe lo que significa la ubicación del elemento analizado (servicio, empresa y/o zona geográfica) en cada uno de estos cuadrantes. Para poder visualizar la evolución entre el primer y segundo semestre, este informe presenta la posición de cada servicio, empresa y zona geográfica tanto para la primera medición como para la segunda medición.

Interpretación Gráfico de Impacto



(*) El impacto de los problemas corresponde a la diferencia en Satisfacción Neta, entre quienes no declaran problemas y quienes sí lo hacen.

4. Resumen ejecutivo

A continuación se exponen algunos de los resultados más relevantes de los 4 servicios y Derechos del Consumidor de Servicio de Telecomunicaciones, considerando a nivel total, los siguientes aspectos medidos en el estudio:

- Perfil de Entrevistados.
- Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones.
- Problemas Recientes con el Servicio.
- Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones.

Los resultados a nivel total y por compañía, tanto en esta sección de visión general como en los módulos específicos de cada servicio, son expuestos usando Gráficas, en las cuales se puede comparar la medición actual con las mediciones desde el año 2013, para lo cual se utiliza la siguiente notación:

- Semestre N°1 año 2013: Sem 1 - 2013.
- Semestre N°2 año 2013: Sem 2 - 2013.
- Semestre N°1 año 2014: Sem 1 - 2014.
- Semestre N°2 año 2014: Sem 2 - 2014.
- Semestre N°1 año 2015: Sem 1 - 2015.
- Semestre N°2 año 2015: Sem 2 - 2015.
- Semestre N°1 año 2016: Sem 1 - 2016.
- Semestre N°2 año 2016: Sem 2 - 2016.

En la presente medición se observa que:

a) Derechos del Consumidor de Servicios de Telecomunicaciones:

- Un 92% reconoce al menos un derecho de forma asistida, aumentando un punto porcentual respecto al primer semestre del año 2016.
- Entre los derechos medidos, los más reconocidos son el derecho a “reclamar ante la empresa por disconformidad con el servicio prestado”, y el derecho a “poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento”, con un 71% y 70% de conocimiento respectivamente.
- En términos evolutivos, el derecho a “reclamar ante la empresa por disconformidad”, si bien en el primer semestre de 2016 disminuye su conocimiento a un 68%, este semestre vuelve a niveles de conocimiento como en 2015, con un 71%.
- Sobre la percepción hacia las instituciones que protegen los derechos de los consumidores de servicios de telecomunicaciones, un 62% indica que Sernac es la institución que hace que sus derechos se sientan más protegidos, mientras que un 21% indica que es Subtel, superando la barrera del 20%, hecho que no ocurría desde 2014.

b) Satisfacción:

- Respecto a los servicios móviles – telefonía móvil e internet móvil – este semestre existe una leve caída en la satisfacción neta en telefonía móvil mientras que internet móvil mejora en este indicador:
 - Telefonía Móvil: 49% a 48%.
 - Internet Móvil: 22% a 27%.
- Los usuarios de Internet Fija aumentan su nivel de satisfacción neta con el servicio a un 16%, 5 puntos porcentuales más respecto de la medición anterior.
- La satisfacción neta de los usuarios de TV Pagada es de un 44%, cayendo 3 puntos porcentuales respecto de la medición anterior.

- Telefonía Móvil

- ✓ Satisfacción neta (48%)

- ✓ Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta
 - Entel: 61%
 - Claro: 27%
- ✓ Zona con Mejor y Peor satisfacción neta
 - Centro: 56%
 - RM: 44%
- ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
 - Entel: 19%
 - Claro: 37%

- Internet Móvil:

- ✓ Satisfacción neta (27%)

- ✓ Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta
 - Virgin: 51%
 - Claro: 13%
- ✓ Zona con Mejor y Peor satisfacción neta
 - RM y Norte: 29%
 - Centro: 24%
- ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
 - Virgin: 35%
 - Claro: 47%

- Internet Fija:

- ✓ Satisfacción neta (16%)

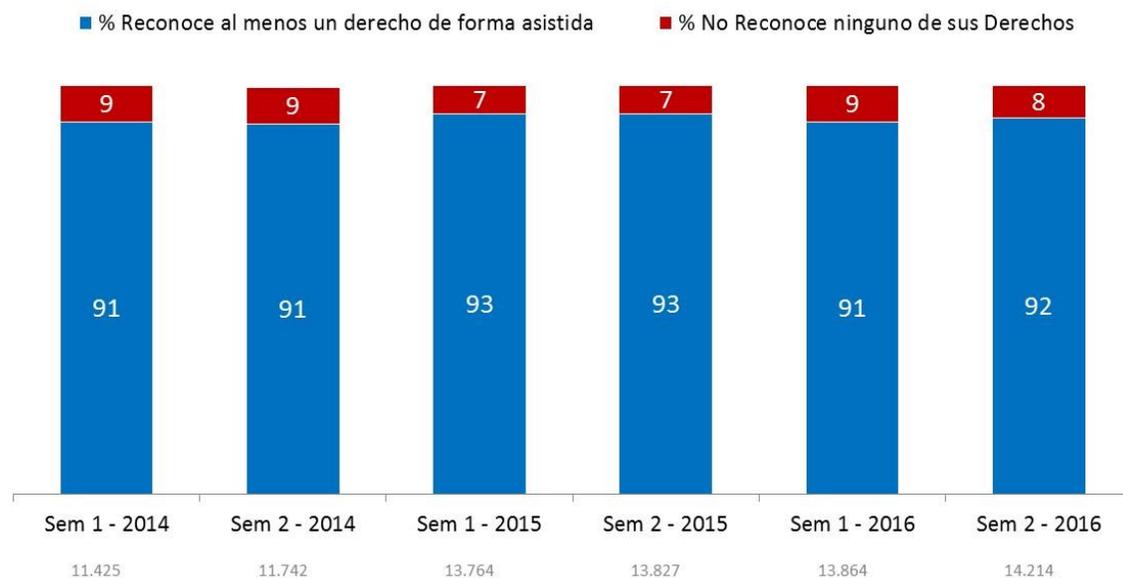
- ✓ Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta
 - Telsur/Telcoy: 39%
 - Movistar: 6%
- ✓ Zona con Mejor y Peor satisfacción neta
 - Sur: 31%
 - RM: 5%

- ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
 - Telsur/Telcoy: 54%
 - VTR y Movistar: 65%
- TV Pagada:
- ✓ Satisfacción neta (44%)
 - ✓ Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta
 - DirecTV: 64%.
 - Movistar: 24%
 - ✓ Zona con Mejor y Peor satisfacción neta
 - Sur: 54%
 - RM: 35%
 - ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
 - DirecTV: 25%
 - Movistar: 50%

5. Conocimiento Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones y Rol SUBTEL

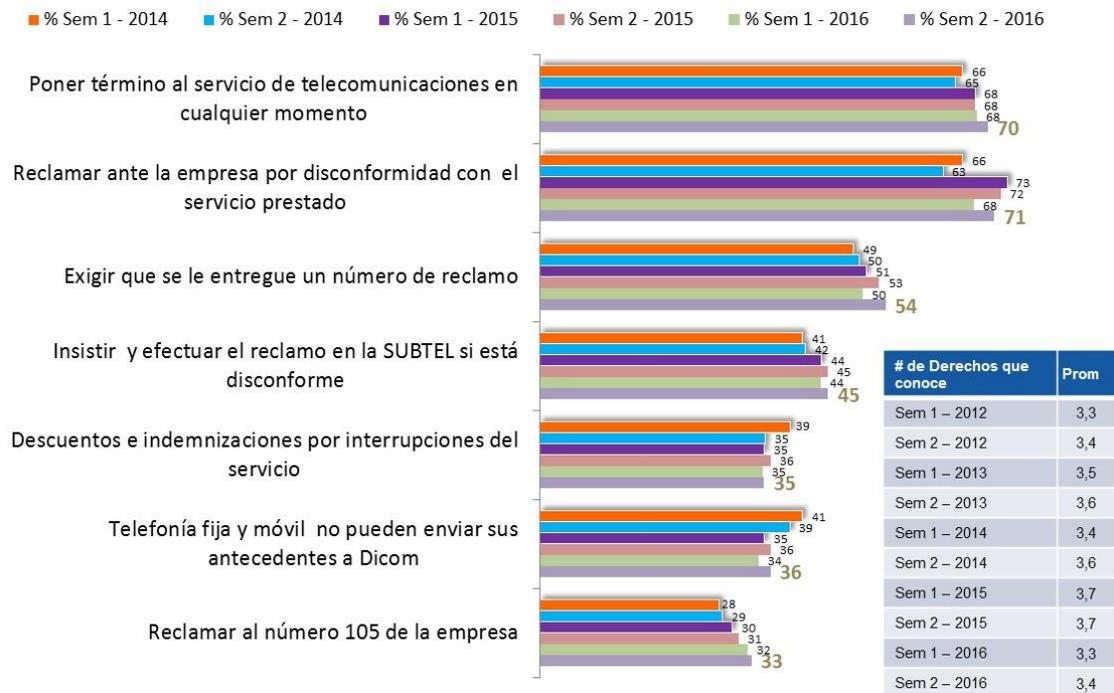
El estudio indaga sobre el conocimiento de los entrevistados sobre derechos del consumidor. La pregunta aplicada fue: *“Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, ¿Sabía usted que tiene derecho a....?”*.

Gráfica 5. **Conocimiento de los usuarios sobre derechos del consumidor de servicios de Telecomunicaciones**



El reconocimiento de al menos un derecho como usuario de telecomunicaciones sube 1 punto respecto a la medición anterior de un 91% a un 92%.

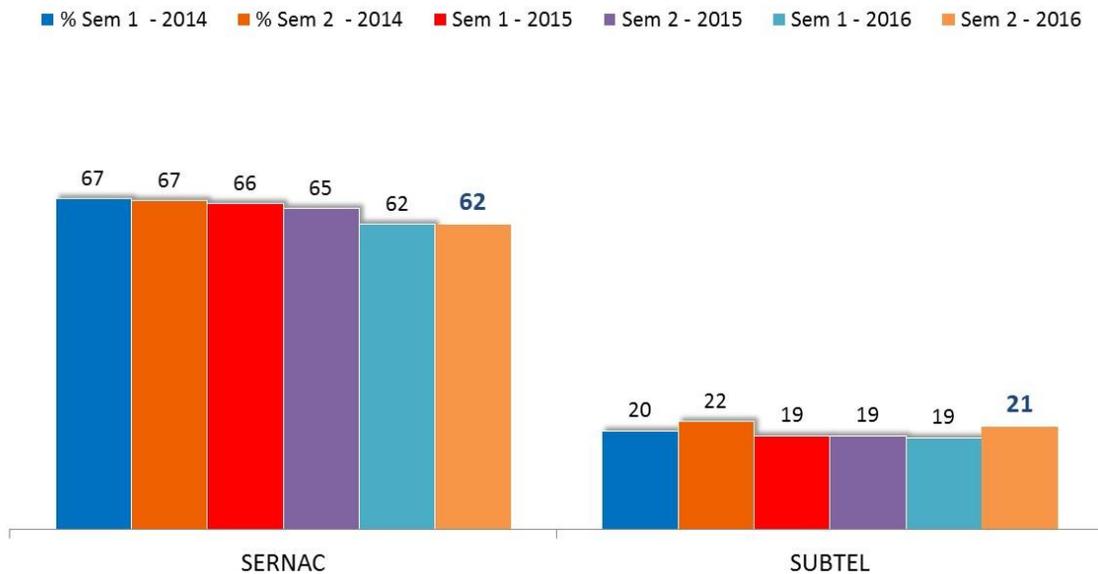
Gráfica 6. Conocimiento de derechos, últimas 6 mediciones



Como es posible observar en el gráfico evolutivo, “reclamar ante la empresa por disconformidad con el servicio prestado” aumenta a un 71% siendo el derecho más mencionado. En cuanto al derecho el realizar un reclamo ante la SUBTEL, aumenta en un punto porcentual respecto de la medición anterior (44% a 45%). Reclamar al número 105 de la empresa continúa aumentando de manera progresiva cada semestre, pero aún muy por debajo del resto de los derechos analizados.

“Y de las Instituciones que le voy a mencionar, ¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones?”

Gráfica 7. Evolutivo Institución con la cual se siente más protegido para hacer valer derechos de telecomunicaciones



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción “Ninguna” (11%); “No sabe/No responde” (5%); “Otras” (1%).

A nivel general, Sernac es la institución que se reconoce mayormente como la que protege los derechos del consumidor en telecomunicaciones (62%). En cuanto al sentimiento de protección por parte de Subtel, el porcentaje aumenta respecto de la medición anterior, alcanzando un 21%.

En concreto, se mantiene una alta percepción subjetiva de conocimiento sobre los derechos como usuarios de telecomunicaciones.

- Un 92% de los entrevistados reconoce al menos uno de los 7 derechos, siendo el derecho a reclamar ante la empresa por disconformidad con el servicio prestado (71%) el más reconocido seguido del derecho a poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento (70%).
- Sin embargo, en promedio los entrevistados reconocen la mitad de los derechos como usuarios de telecomunicaciones (3,4 de 7).
- Sernac se mantiene como la institución que entrega más seguridad para hacer valer los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, y aumenta la percepción por la SUBTEL respecto a la medición anterior.

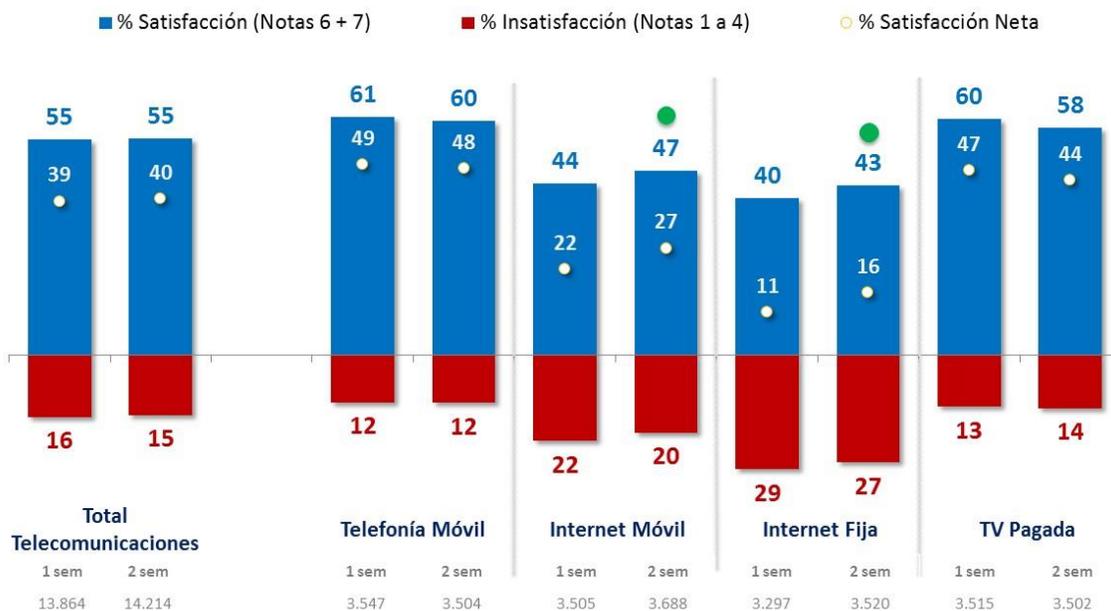
6. Resultados Generales

6.1. Satisfacción

Para la satisfacción de los usuarios se aplicó la siguiente pregunta *“Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de... que le presta actualmente...NOMBRAR PROVEEDOR. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de...?”*.

Los servicios de telecomunicaciones muestran diferentes niveles de satisfacción, lo que se puede apreciar en la siguiente gráfica:

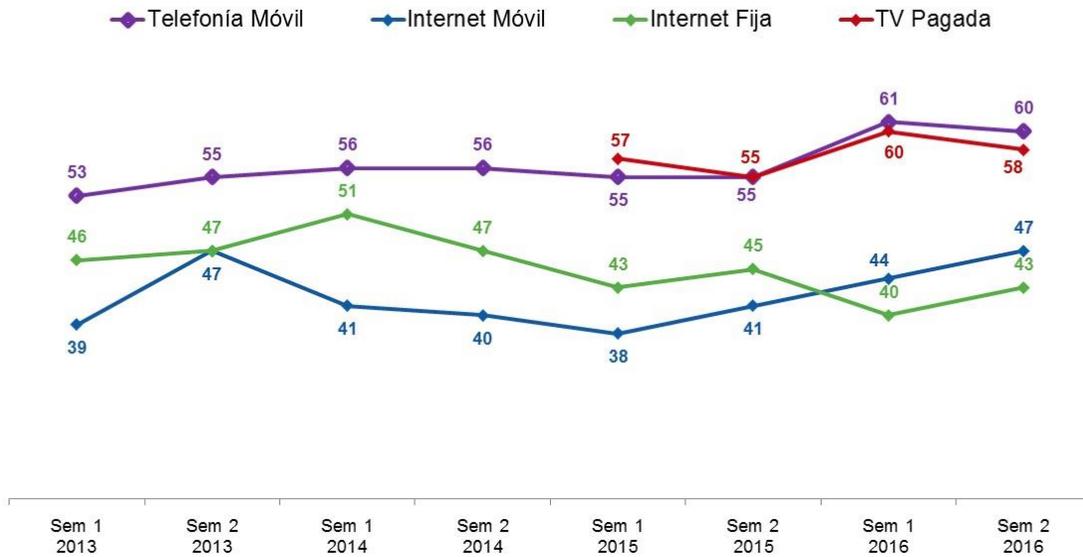
Gráfica 8. Satisfacción General con servicios de telecomunicaciones – Por servicio 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción “5” o “No sabe”.

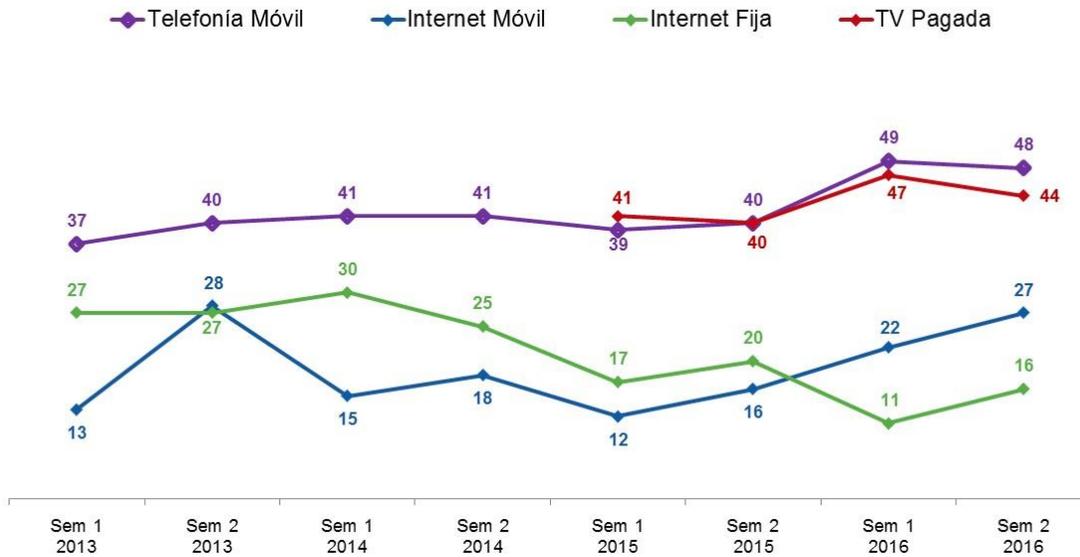
El total de los servicios de telecomunicaciones evaluados alcanza un 40% de satisfacción neta, subiendo 1 punto respecto de la primera medición 2016. Entre los servicios medidos, el mejor evaluado es Telefonía Móvil con 48% de satisfacción neta y el peor es Internet Fija, con 16% de satisfacción neta total. En Internet Fija e Internet Móvil existe un aumento de 5 puntos en este indicador respecto del primer semestre.

Gráfica 9. Satisfacción con servicios de telecomunicaciones – Por servicio y medición.



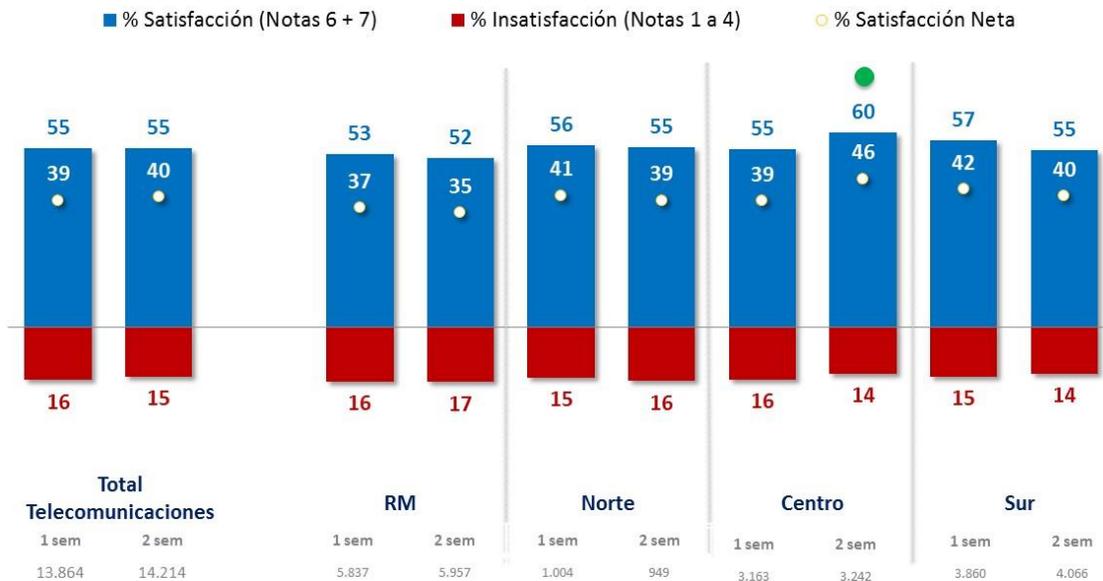
En términos evolutivos, los servicios de Internet Móvil e Internet Fija continúan manteniendo niveles de satisfacción por debajo de Telefonía Móvil y TV Pagada. No obstante, lo que destaca en las últimas mediciones es la mejora constante de Internet Móvil.

Gráfica 10. Satisfacción neta con servicios de telecomunicaciones – Por servicio y medición.



A nivel de satisfacción neta, evolutivamente se identifica el mismo fenómeno que en el evolutivo de satisfacción, donde los servicios de TV Pagada y Telefonía Móvil continúan manteniendo niveles de satisfacción neta por sobre los servicios de Internet Fija y Móvil. Asimismo, continúa la mejora de Internet Móvil.

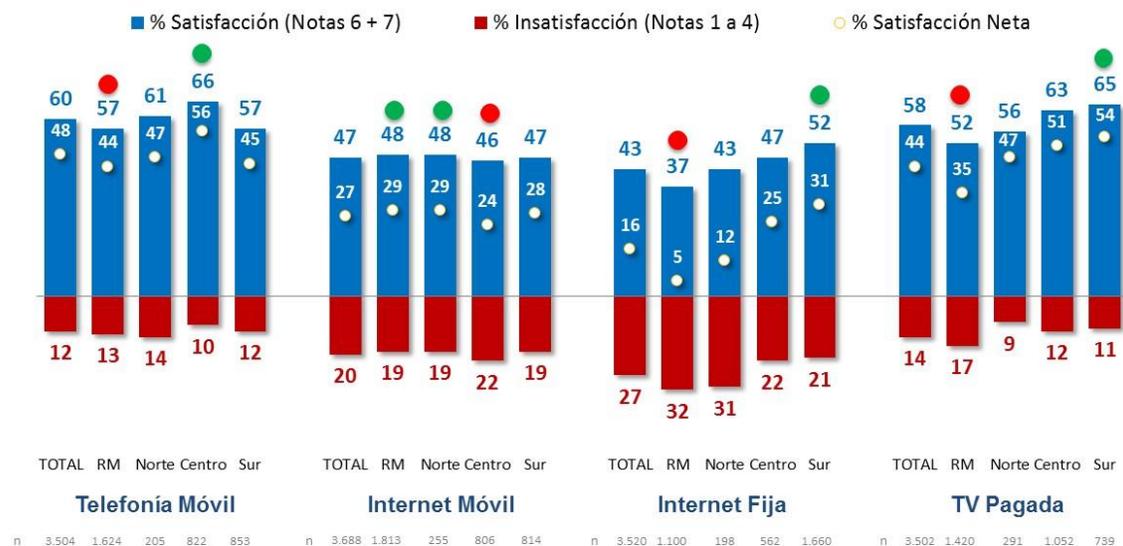
Gráfica 11. Satisfacción neta con servicios de telecomunicaciones – Por zona y medición.



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".
 (**) Zonas: Norte (I a III y XV), Centro (IV, V, VI y VII), Sur (VIII a XII y XIV)

Por zona, la satisfacción neta en el Centro es más alta que el promedio e telecomunicaciones, mientras que RM y Norte están por debajo del promedio y el Sur se posiciona en el promedio. Respecto del primer semestre, la satisfacción neta mejora en el Centro (+8%).

Gráfica 12. Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones – Por Zona.



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".
 (*) Zonas: **RM**: XIII / **Norte**: I – III y XV / **Centro**: IV – VII / **Sur**: VIII – XII y XIV

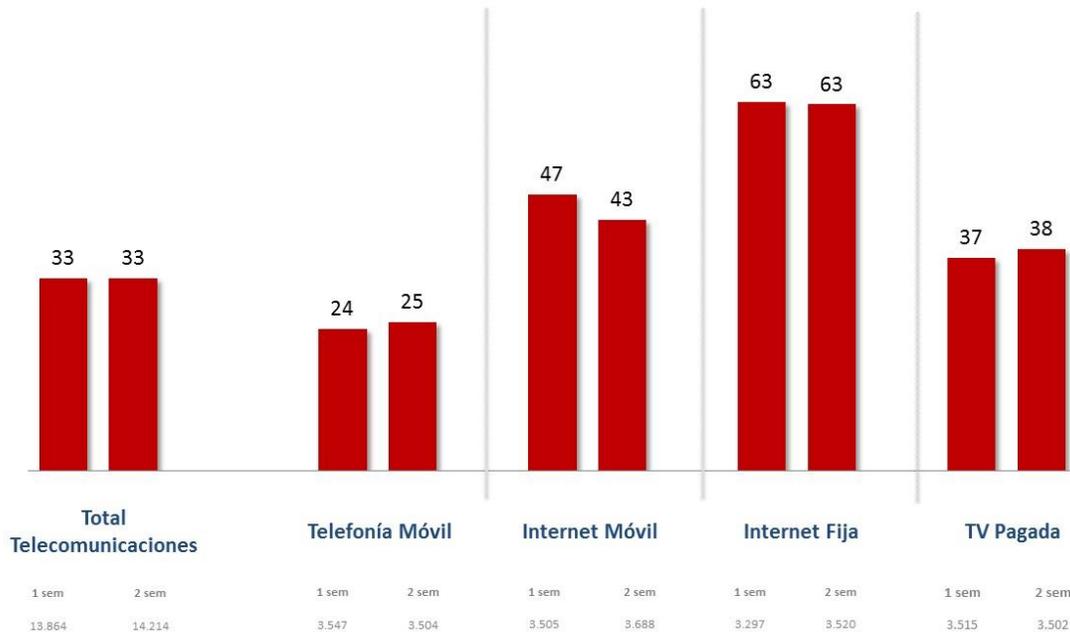
Por servicio, la satisfacción neta tiene variaciones por Zona²:

- Telefonía Móvil: 56% de satisfacción neta en Zona Centro siendo la más alta, y 44% en RM siendo la más baja.
- Internet Móvil: Obtiene evaluaciones similares en la mayoría de las zonas, a excepción del Centro donde la satisfacción neta es más baja (24%) que el promedio del servicio.
- Internet Fija: En Zona Sur la satisfacción neta es la más alta (31%), mientras que la RM obtiene 5% siendo la más baja.
- TV Pagada: 54% de satisfacción neta en Zona Sur, mientras que en la RM se identifica un 35% siendo la más baja.

² Una versión comparativa a nivel de zona se presenta en el capítulo de cada servicio.

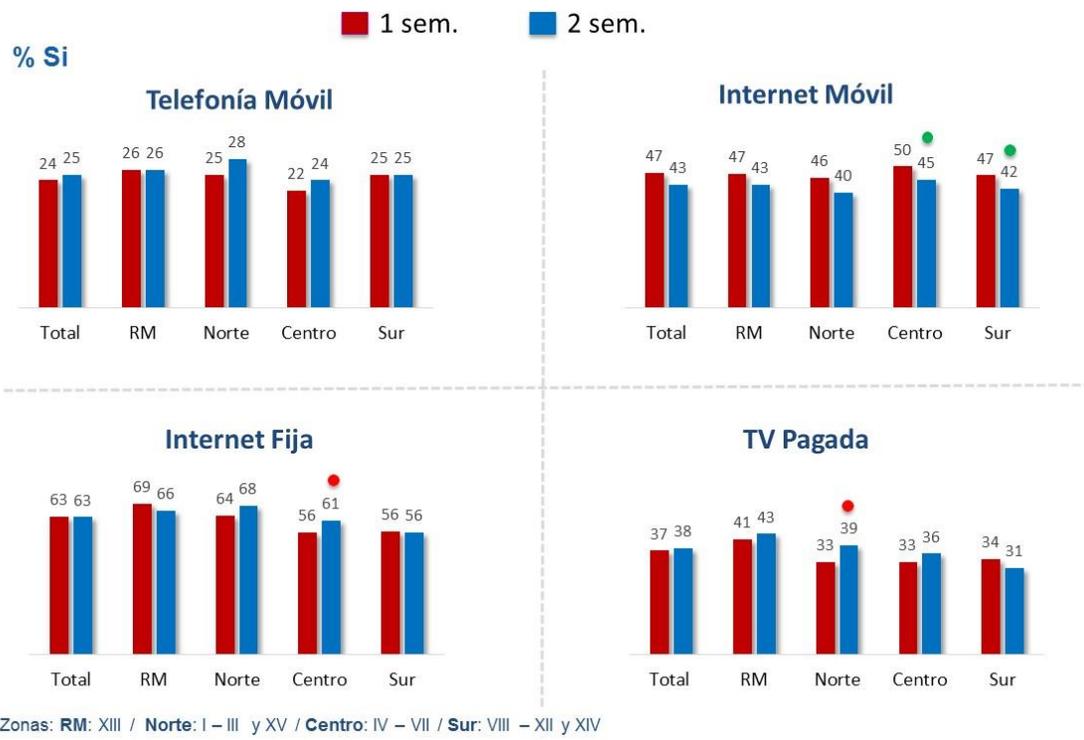
6.2. Problemas, Reclamos y Resolución

Gráfica 13. Tasa de Problemas con servicios de telecomunicaciones – 1 y 2 sem 2016.



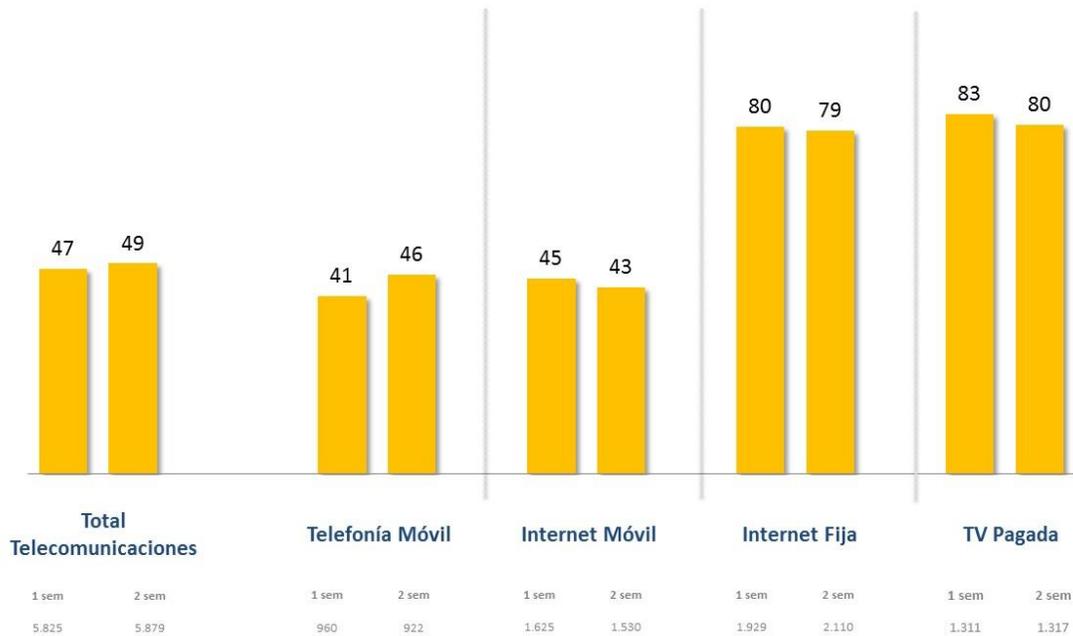
Internet Fija se mantiene como el servicio que cuenta con una tasa de problemas más alta entre los servicios evaluados (63%), manteniendo la misma tasa respecto del primer semestre 2016. Respecto del primer semestre, destaca la disminución de 4 puntos en la tasa de problemas en Internet Móvil.

Gráfica 14. Tasa de Problemas con servicios de telecomunicaciones por Zona – 1 y 2 sem 2016.



En Telefonía Móvil la tasa de problemas más alta es en la zona norte con un 28%, mientras que la tasa más baja se identifica en el centro (24%). En el caso de Internet Móvil, la tasa de problemas más alta es en el centro (45%), mientras la más baja es en el norte. En este servicio en específico se observa que cae la tasa de problemas en todas las zonas respecto del primer semestre. Internet Fija por su parte, presenta la tasa más alta de problemas en la zona norte (68%) y la más baja en la zona sur (56%). Respecto del primer semestre, se identifica un aumento en la tasa de problemas en la zona centro. En TV Pagada la tasa de problemas más alta es en RM (43%), mientras que la zona sur presenta la tasa de problemas más baja (31%). Respecto del primer semestre, aumenta de manera relevante la tasa de problemas en el norte.

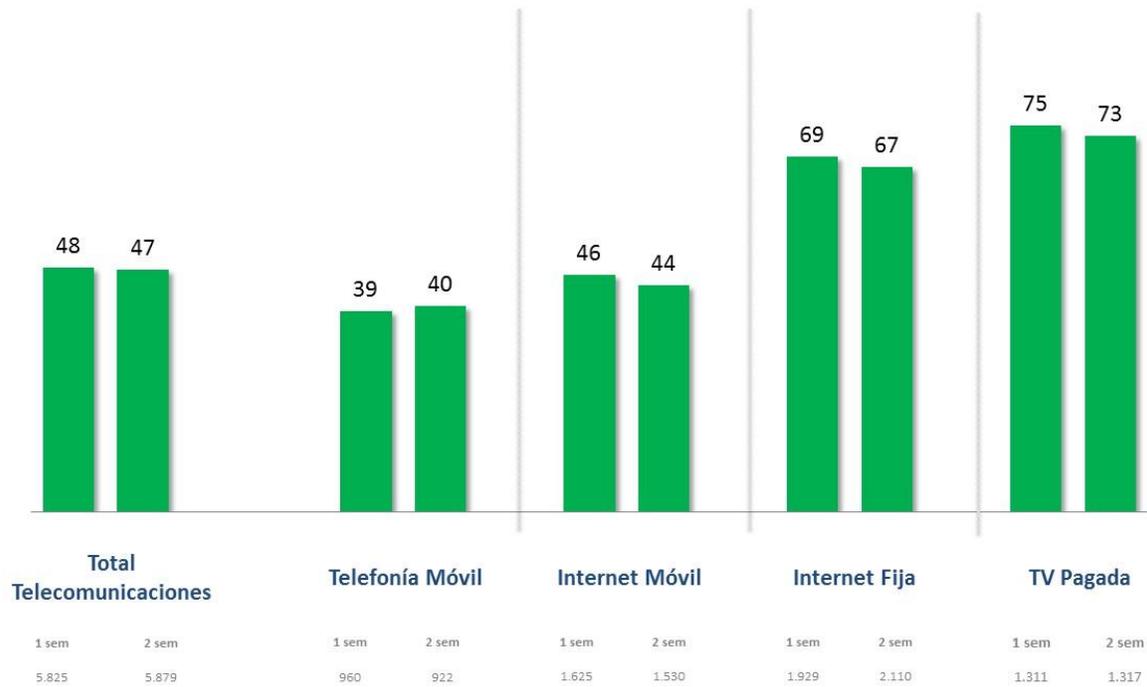
Gráfica 15. Tasa de reclamos con servicios de telecomunicaciones – 1 y 2 sem 2016.



(*) Base: Quiénes han tenido problemas

Respecto de la tasa de reclamos, el total de telecomunicaciones presenta un 49%, siendo TV Pagada el servicio que presenta la mayor tasa con un 80% de reclamos e Internet Móvil la más baja (43%). Respecto del primer semestre, destaca el aumento de 5 puntos porcentuales en telefonía móvil.

Gráfica 16. Tasa de Resolución de problemas con servicios de telecomunicaciones – 1 y 2 sem 2016.

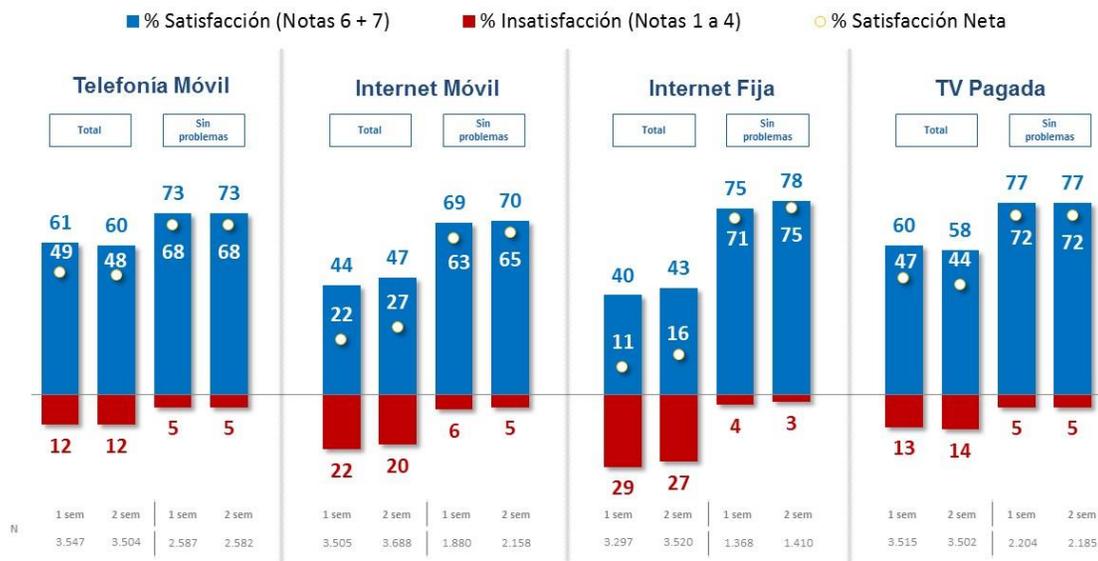


(*) Base: Quiénes han tenido problemas

En el total de telecomunicaciones la tasa de resolución se mantiene estable respecto del primer semestre, donde por servicio TV Pagada registra la tasa de resolución más alta (73%) y Telefonía Móvil la más baja (40%). Tanto en Internet Móvil, Internet Fija y TV Pagada, la tasa de resolución baja 2 puntos.

“Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de...?”.

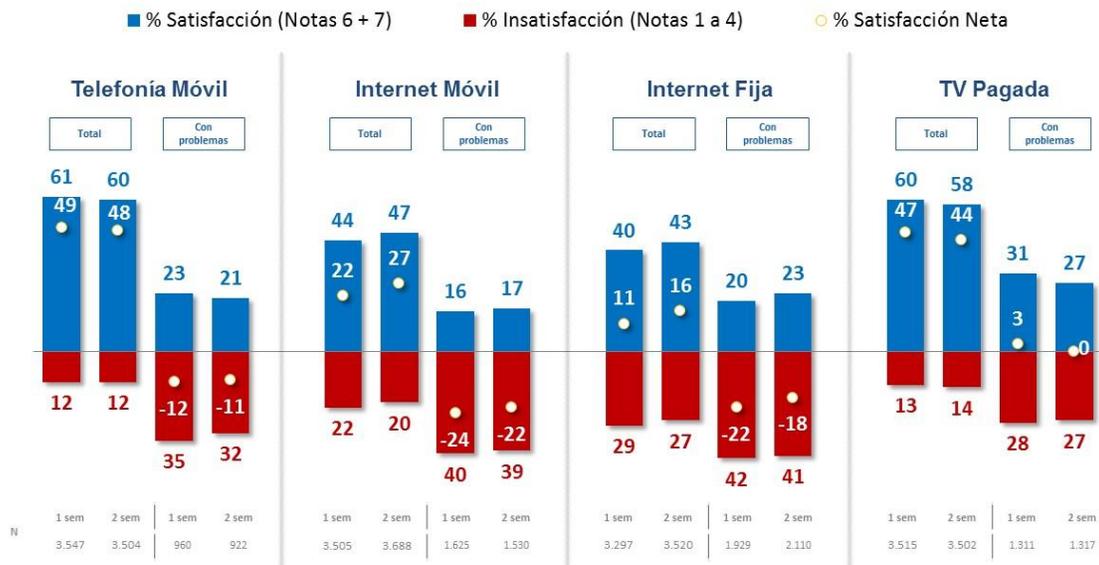
Gráfica 17. Satisfacción con el Servicio entre quienes no tienen problemas – 1 y 2 sem 2016.



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Se observa un fuerte impacto entre quienes no tienen problemas en la satisfacción en los usuarios de Internet Fija.

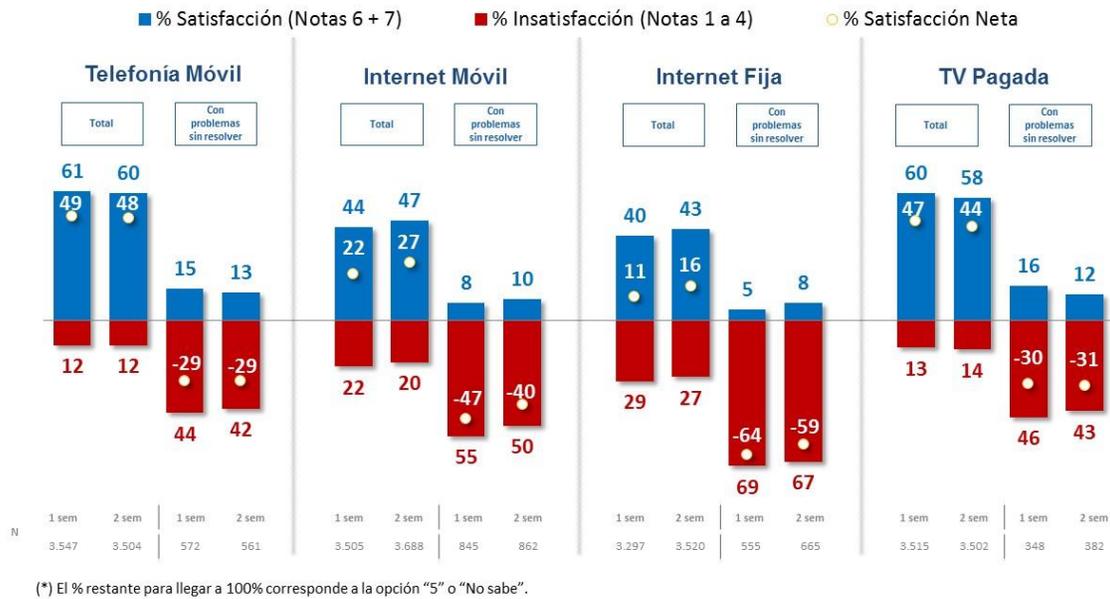
Gráfica 18. Satisfacción con el Servicio entre quienes tienen problemas – 1 y 2 sem 2016.



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

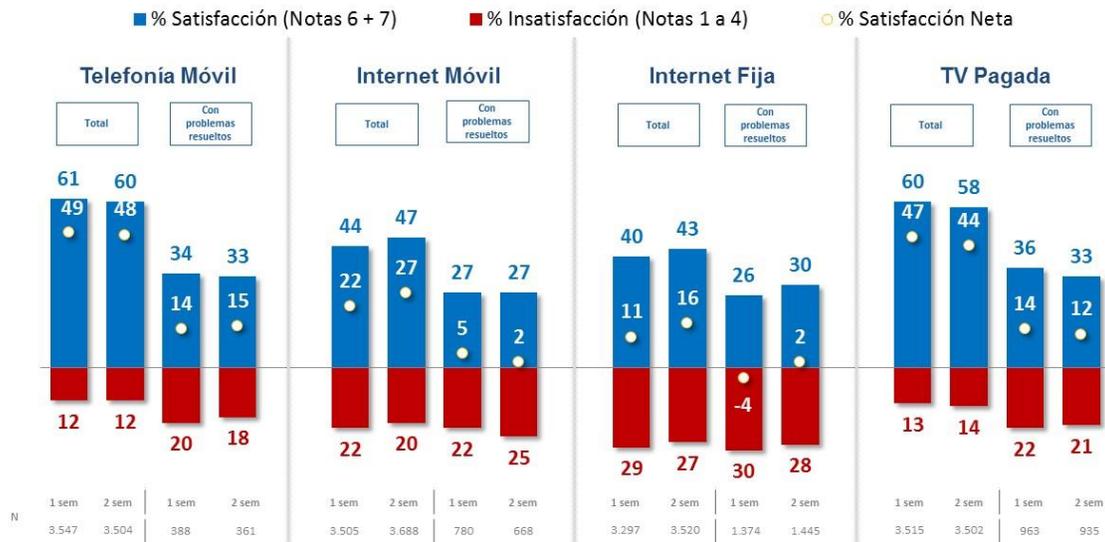
Los problemas impactan fuertemente en la satisfacción de los usuarios de telefonía móvil, donde la satisfacción neta tiene una distancia de -59 puntos respecto del promedio.

Gráfica 19. Satisfacción con el Servicio entre quienes tienen problemas sin resolver – 1 y 2 sem 2016.



Se observa un fuerte impacto entre quienes tienen problemas sin resolver en la satisfacción de todos los servicios.

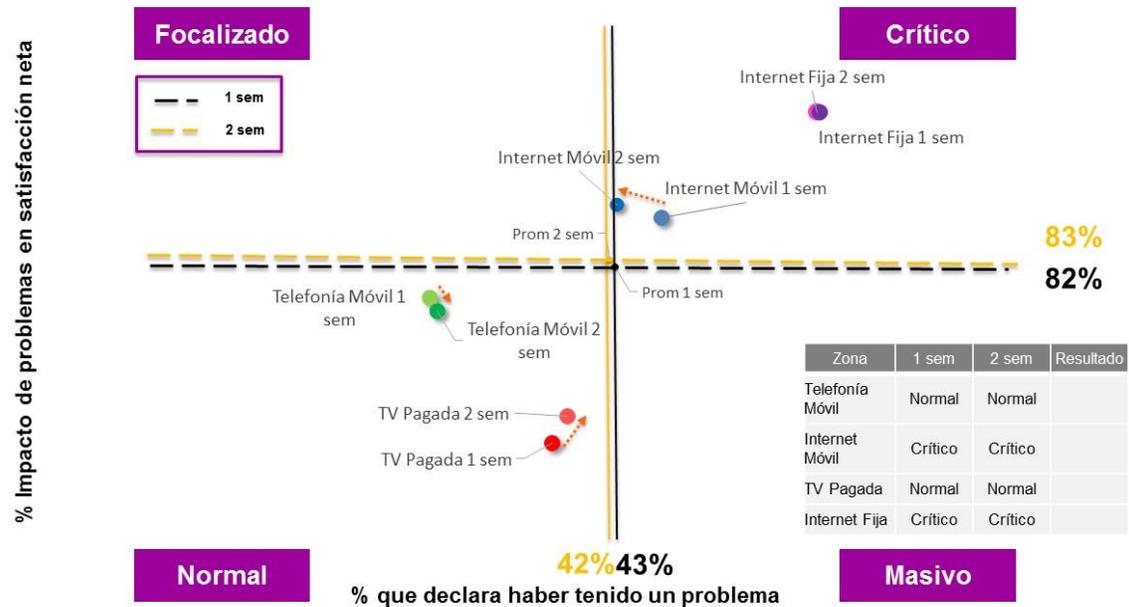
Gráfica 20. Satisfacción con el Servicio entre quienes tienen problemas resueltos – 1 y 2 sem 2016.



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

En telefonía móvil y tv pagada se identifica el mayor impacto sobre la satisfacción entre quienes tienen problemas resueltos.

Gráfica 21. Impacto problemas en la Satisfacción por Servicio, 1 y 2 sem. 2016



(*) El impacto de los problemas corresponde a la diferencia en Satisfacción Neta, entre quienes no declaran problemas y quienes sí lo hacen.

El gráfico anterior presenta el impacto de tener problemas en la satisfacción identificando distintos cuadrantes dependiendo del impacto y la posición del servicio. Respecto del primer semestre todos los servicios mantienen su posición en el cuadrante correspondiente, sin evidenciar mayores variaciones al interior de cada cuadrante. En el cuadrante crítico está el servicio de Internet Móvil e Internet Fija, que mantienen una alta tasa de problemas con un alto impacto en su satisfacción neta, mientras que Telefonía Móvil y TV Pagada se posicionan en el cuadrante normal.

7. Resultados por servicio

7.1. Telefonía Móvil

7.1.1. Perfil de los entrevistados

Gráfica 22. **Ponderación por segmento de los usuarios de Telefonía Móvil**

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.881	52	54	2,3
	Mujer	1.623	48	46	2,4
	<hr/>				
	18 – 39	1.839	53	43	2,3
	Más de 40	1.665	47	57	2,4
	<hr/>				
Santiago	1.624	46	35	2,4	
Regiones	1.880	54	65	2,3	

Gráfica 23. **Características demográficas de usuarios de Telefonía Móvil**



Casos: 3.504

* Caracterización de la Muestra con datos ponderados y expresado en porcentaje.

Al igual que en la primera medición de 2016, en Telefonía Móvil se entrevistaron usuarios de Entel, Movistar, Claro, WOM y Virgin.

En la composición de la muestra la variable género se distribuye en un 54% de hombres y un 46% de mujeres. A su vez, los usuarios con edades que fluctúan entre los 40 años y más es mayor (57%) que los usuarios entre 18 a 39 años (43%). La composición demográfica presenta una proporción mayor en regiones respecto de la región metropolitana.

Gráfica 24. Características demográficas de usuarios de Telefonía Móvil – Por compañía

Género				
Compañía	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total
Entel	700	55	45	100
Movistar	701	48	52	100
Claro	700	51	49	100
WOM	703	59	41	100
Virgin	700	55	45	100
TOTAL	3.504	54	46	100

Tramo Etario				
Compañía	Base (n)	% 18 a 39	% 40 o Más	Total
Entel	700	41	59	100
Movistar	701	35	65	100
Claro	700	54	46	100
WOM	703	69	31	100
Virgin	700	63	37	100
TOTAL	3.504	43	57	100

Zona				
Compañía	Base (n)	% RM	% Regiones	Total
Entel	700	33	67	100
Movistar	701	28	72	100
Claro	700	43	57	100
WOM	703	56	44	100
Virgin	700	60	40	100
TOTAL	3.504	35	65	100

Por empresa y en términos de género, WOM es el proveedor de Telefonía Móvil que alcanza un mayor porcentaje de hombres (59%) respecto de mujeres (41%). En cuanto a edad, WOM y Virgin destacan por tener un grupo etario compuesto mayormente por personas entre los 18 y 39 años, con un 69% y 63% respectivamente. Respecto a la ubicación geográfica, los usuarios de Virgin tienen una mayor presencia en la Región Metropolitana (60%) a diferencia de las otras compañías.

Gráfica 25. Características del servicio de telefonía móvil



* Virgin se mide solo en prepago.

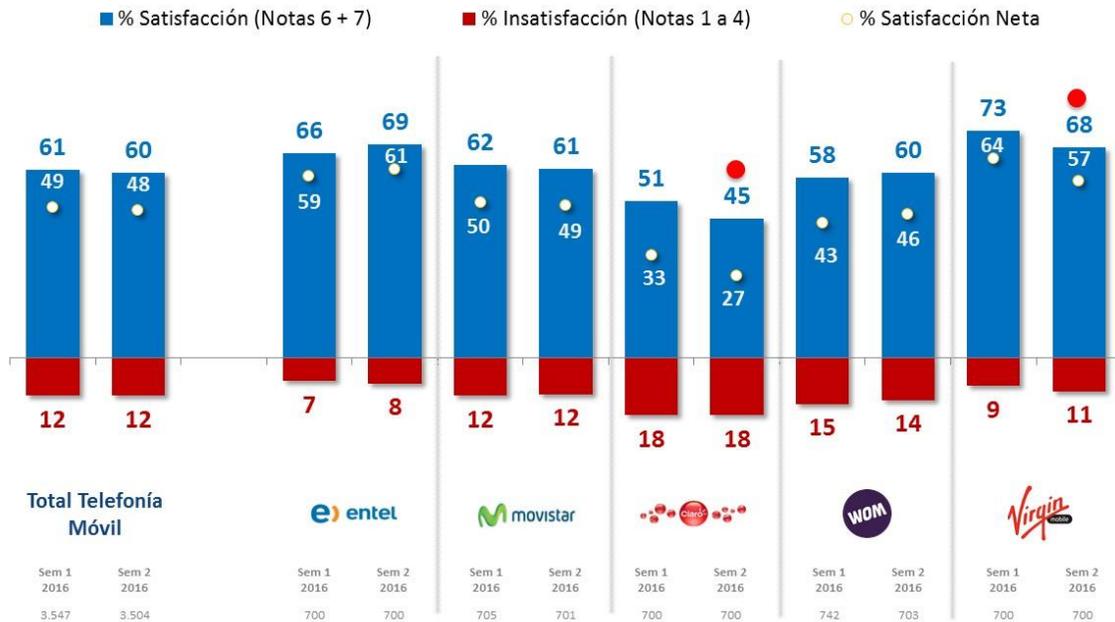
Casos: 3.504

Los usuarios de telefonía móvil en su mayoría utilizan el prepago como sistema de pago de servicios con un 77%. Respecto de la antigüedad de los usuarios en la compañía, un 62% declara estar en la compañía más de 2 años y 28% un año o menos. Al analizar los datos por compañía, WOM destaca por tener un porcentaje mayor de usuarios contrato (41%) respecto de las demás compañías, mientras que Virgin sólo está presente en la modalidad prepago. En cuanto a la antigüedad, WOM y Virgin destacan por tener en su mayoría usuarios de 1 año o menos, con un 79% y 61% respectivamente, mientras que Movistar y Entel por tener usuarios que superan los dos años, con un 68% en cada compañía.

7.1.2. Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil

“En una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de Telefonía Móvil de (Proveedor Telefonía Móvil)?”

Gráfica 26. Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016

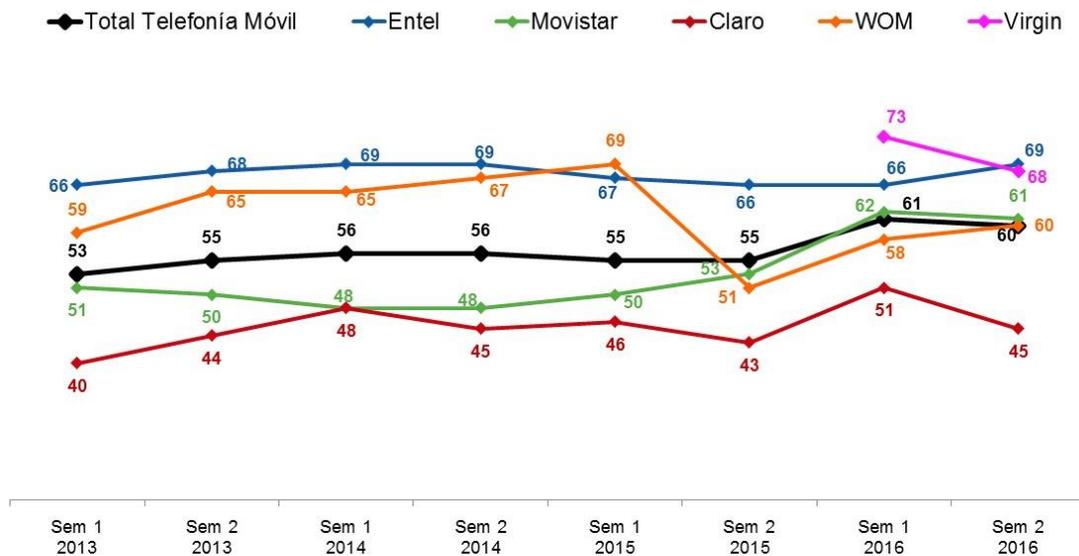


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción “5” o “No sabe”. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.504

En la segunda medición de 2016, el nivel de satisfacción con telefonía móvil alcanza un 48% satisfacción neta, un punto menos respecto del primer semestre. Entel es la compañía proveedora de telefonía móvil que presenta la satisfacción neta más alta (61%). Claro es la compañía que presenta la satisfacción neta más baja con un 27%, cayendo en este indicador 6 puntos respecto del primer semestre. Virgin, que solo se mide en prepago, cae 7 puntos su satisfacción neta respecto del primer semestre.

Gráfica 27. Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil – Evolutivo

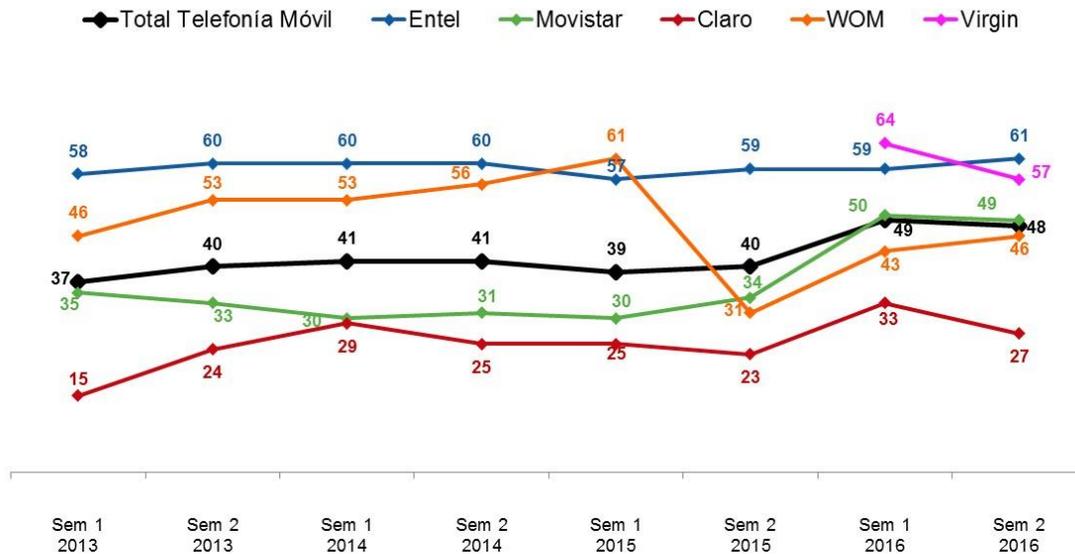


(*) WOM se mide desde el segundo semestre 2015, anteriormente se mide como Nextel. * Virgin se mide sólo en prepago.

Casos: 3.504

Claro se mantiene como la única empresa por debajo de la satisfacción promedio, mientras Entel continúa liderando entre las empresas medidas. Desde 2014, Movistar es la empresa que evolutivamente ha visto mejorar su satisfacción.

Gráfica 28. Satisfacción Neta con empresas de Telefonía Móvil - Evolutivo

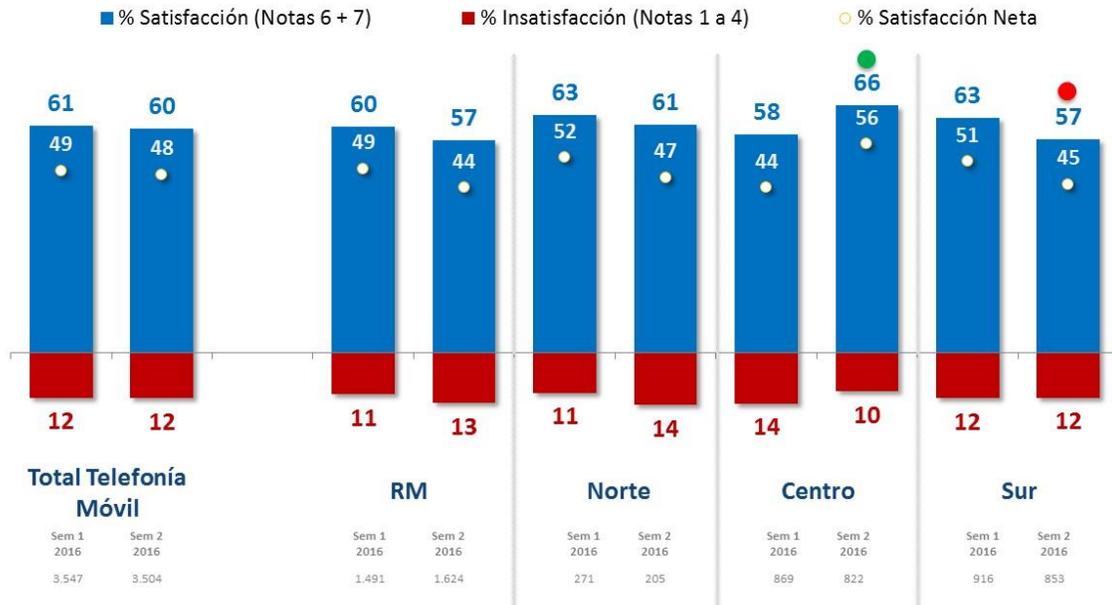


(*) WOM se mide desde el segundo semestre 2015, anteriormente se mide como Nextel. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.504

Sobre la satisfacción neta, Claro y WOM continúan manteniéndose por debajo del promedio, mientras que Movistar logra equilibrarse en el promedio.

Gráfica 29. Satisfacción por zona en Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016

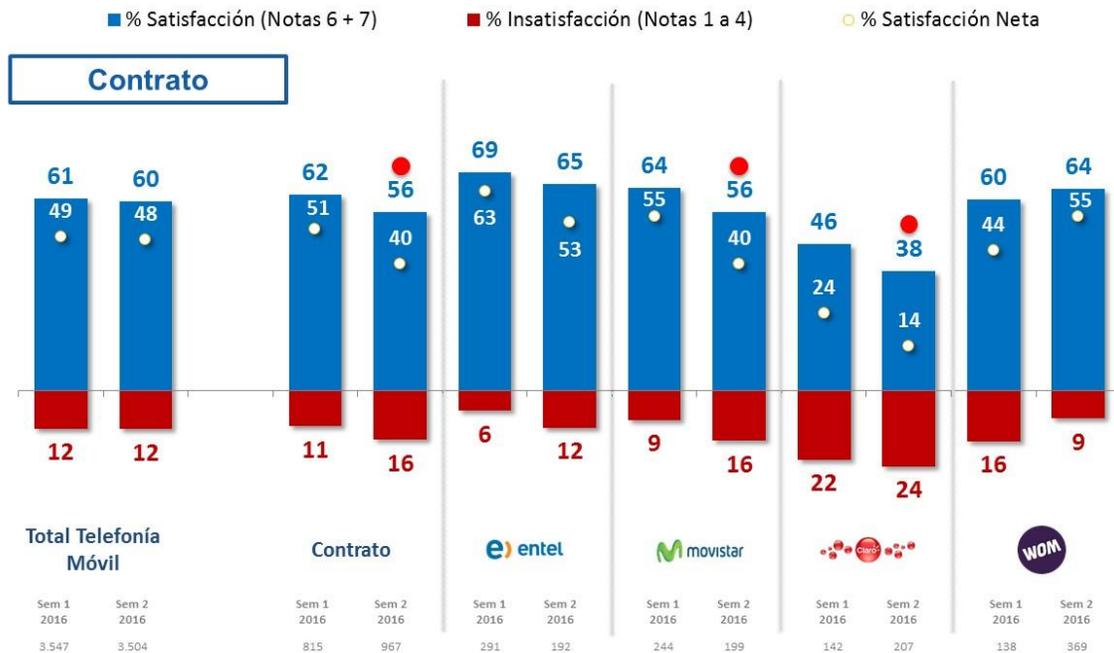


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

(*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

La zona centro alcanza la satisfacción neta más alta (56%) y RM el nivel más bajo (44%). Respecto del primer semestre, se identifica una caída en la satisfacción neta en la zona sur (-6%), mientras que mejora la satisfacción neta en el centro (+12%).

Gráfica 30. Satisfacción con servicio de Telefonía Móvil por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016

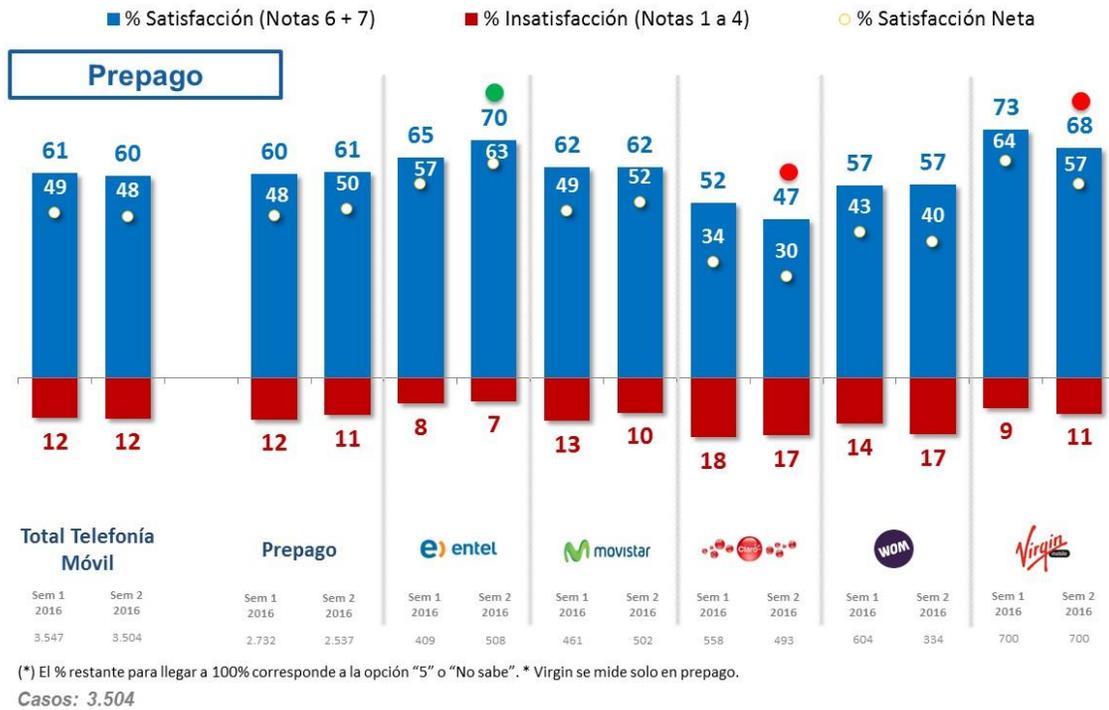


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.504

Entre los usuarios de telefonía móvil con contrato, cae la satisfacción neta respecto del primer semestre de un 51% a un 40%. La satisfacción neta más baja entre los usuarios con contrato es en Claro (14%), mientras que la mejor evaluación la presentan los usuarios con contrato de WOM (55%). Respecto del primer semestre, en Movistar la evaluación de los usuarios con contrato es más crítica con el servicio, cayendo la satisfacción neta 15 puntos, mientras que en Entel y Claro cae 10 puntos. Por otra parte, los usuarios con contrato de WOM evalúan mejor respecto del primer semestre, aumentando la satisfacción neta de un 44% a un 55%.

Gráfica 31. Satisfacción con servicio de Telefonía Móvil por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016

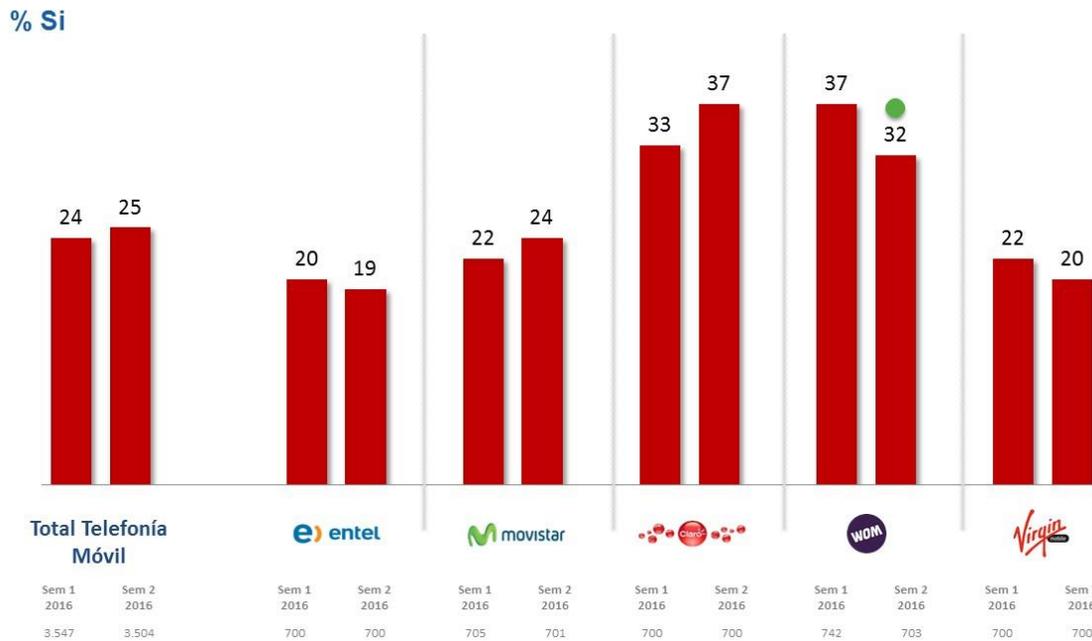


A diferencias de los usuarios con contrato, entre quienes tienen prepago el nivel de satisfacción neta aumenta de un 48% a un 50%. Entel se alza como la compañía con la satisfacción neta más alta alcanzando un 63%, superando este semestre a Virgin (57%), mientras que Claro es el proveedor de telefonía móvil con la satisfacción neta más baja (30%) entre los usuarios con prepago.

7.1.3. Problemas, reclamos y resolución: Telefonía Móvil

“En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún problema con su servicio de Telefonía Móvil?”

Gráfica 32. Tasa de problemas Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016

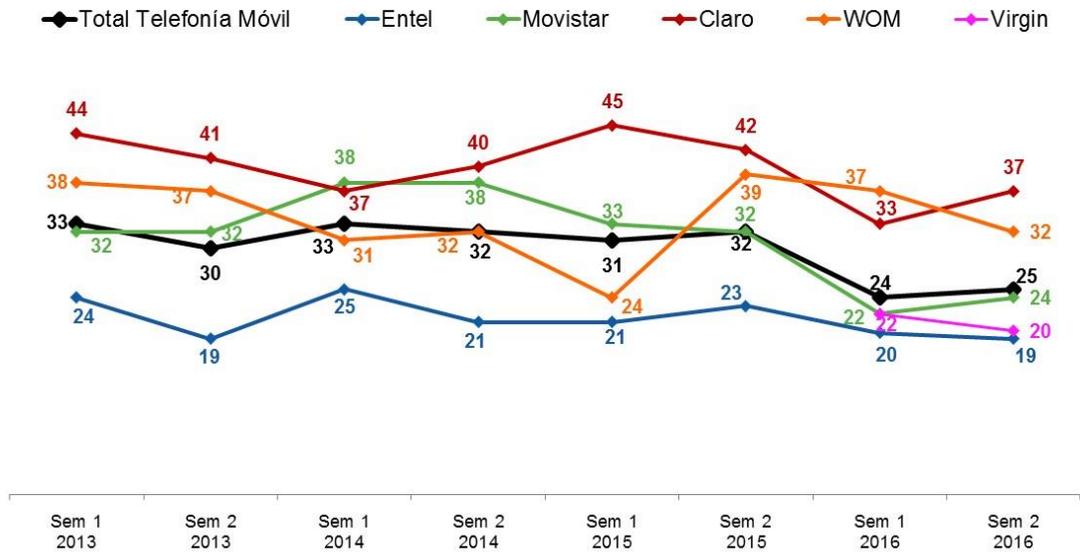


* Virgin se mide solo en prepago.
Casos: 3.504

Un 25% de los usuarios de telefonía móvil declara haber tenido un problema con el servicio en los últimos 12 meses, siendo los usuarios de Claro y WOM quienes presentan una tasa de problemas más alta, con un 37% y 32% respectivamente. En comparación al primer semestre, la tasa de problemas aumenta levemente en el total, mientras que por empresa destaca el aumento en Claro (+4%), mientras que en WOM disminuye de manera importante (-5%).

Gráfica 33. Tasa de problemas Telefonía Móvil – Evolutivo

% Si

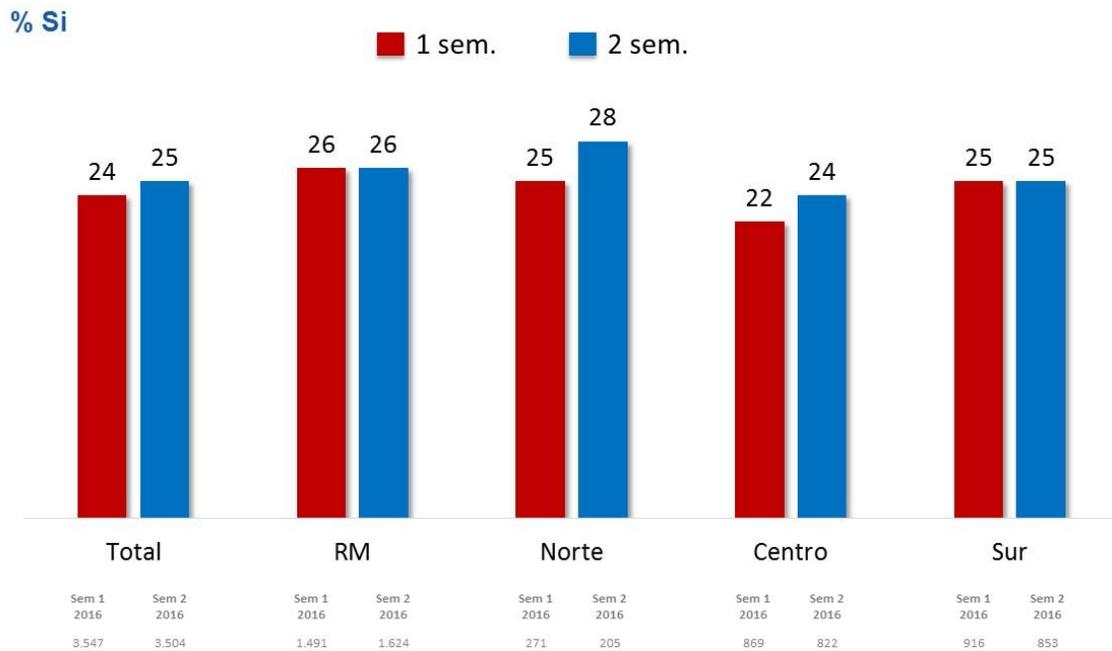


(*) WOM se mide desde el segundo semestre 2015, anteriormente se mide como Nextel. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.504

Luego de la caída de la tasa de problemas entre el segundo semestre de 2015 y el primer semestre de 2016, en esta medición se estabiliza en un 25%, solo un punto por sobre el primer semestre de 2016. WOM y Claro continúan manteniéndose por sobre el promedio de la tasa de problemas del servicio de telefonía móvil.

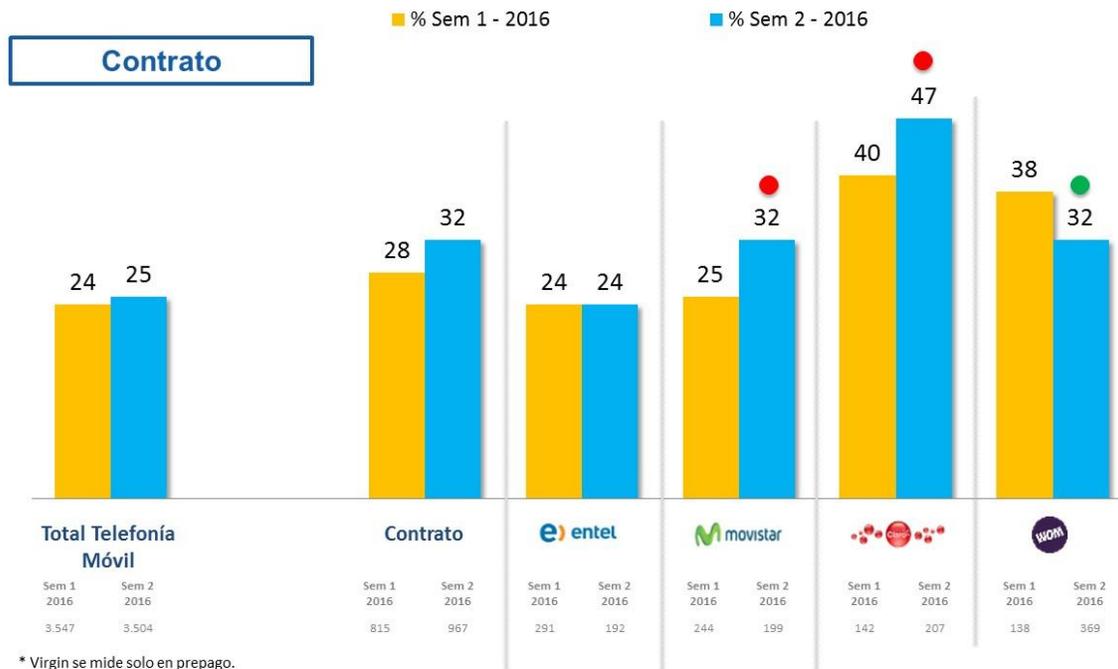
Gráfica 34. Tasa de problemas Telefonía Móvil – por Zona 1 y 2 sem. 2016



(*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

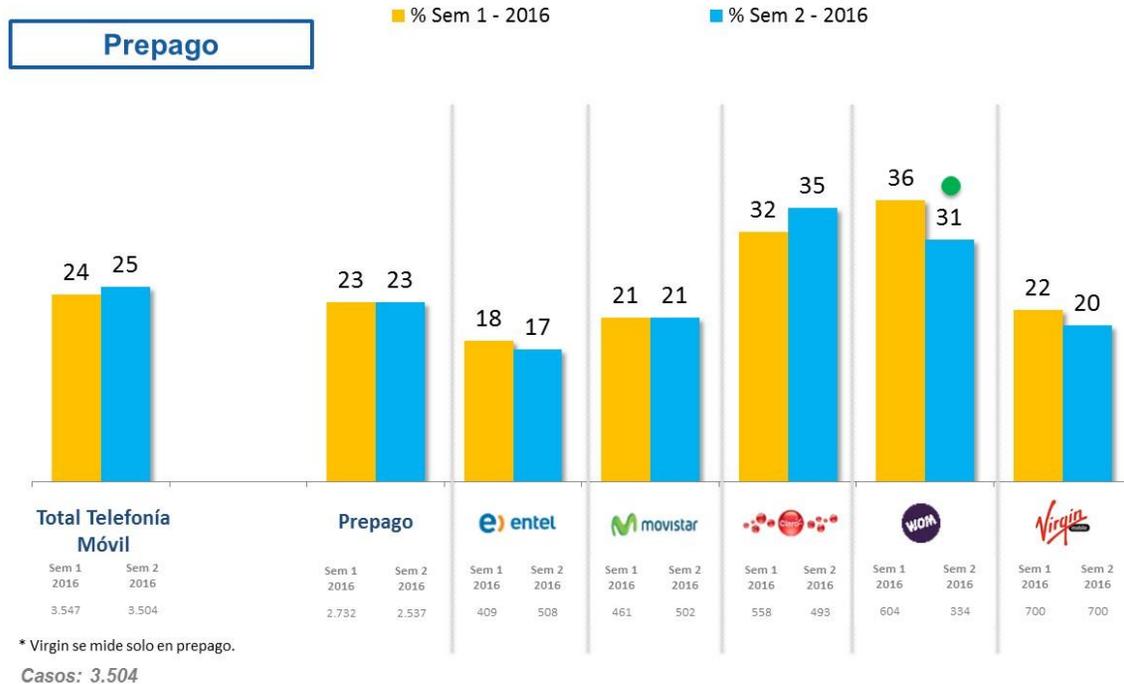
Analizando la tasa de problemas de telefonía móvil a nivel zonal, no se identifican mayores cambios respecto del primer semestre. Solo el norte muestra un aumento (+3%) respecto de la medición anterior y en menor medida el centro (+2%).

Gráfica 35. Tasa de problemas con el servicio de Telefonía Móvil por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016



Por tipo de plan, los usuarios con contrato presentan un aumento en la tasa de problemas respecto de la medición anterior, pasando de un 28% a un 32%. Entel es la compañía de Telefonía Móvil en la modalidad contrato que tiene una menor tasa de problemas (24%), mientras Claro presenta la tasa más alta de problemas entre los usuarios con contrato (47%), aumentando 7 puntos respecto de la medición anterior. Movistar también presenta un aumento en la tasa de problemas entre los usuarios con contrato (+7%), mientras que WOM disminuye 6 puntos porcentuales respecto de la medición anterior. En ambos casos, la tasa de problemas es igual al promedio entre los usuarios con contrato.

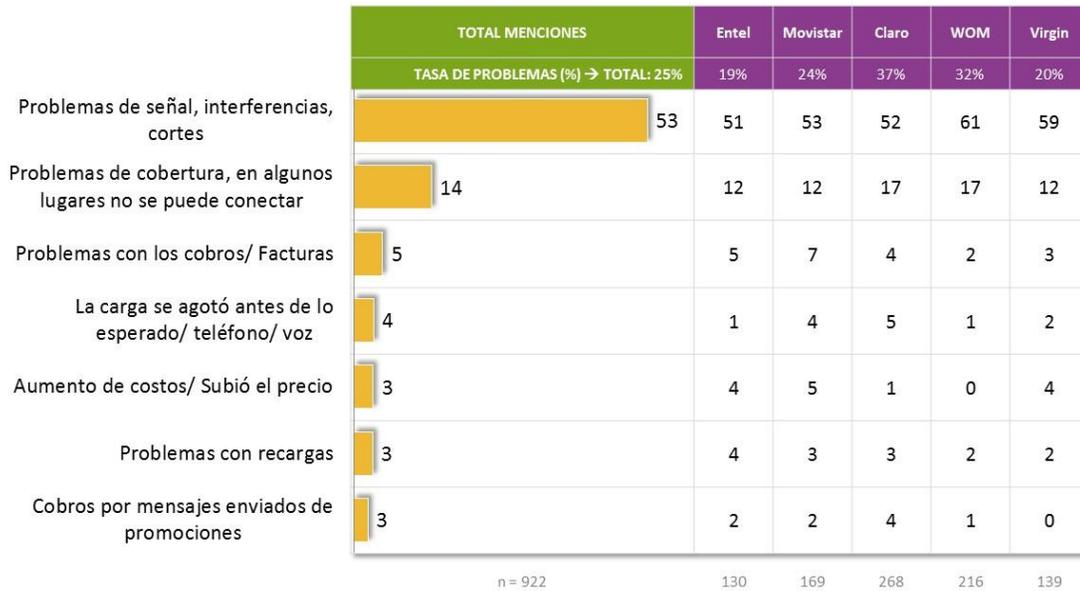
Gráfica 36. Tasa de problemas con servicio de Telefonía Móvil por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016



En cuanto a los usuarios prepago, la tasa de problemas es más baja que entre quienes tienen contrato, manteniéndose estable respecto de la medición anterior (23%). Entel es la compañía de Telefonía Móvil en la modalidad prepago que tiene una menor tasa de problemas (17%). Solo los usuarios de prepago de Claro presentan un aumento en la tasa de problemas respecto del semestre anterior superando en este semestre a los usuarios de prepago de WOM. De hecho, los usuarios de WOM disminuyen en su tasa de problemas a un 31% aunque manteniendo una tasa por sobre el promedio.

¿Qué tipo de problema tuvo? **MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA**

Gráfica 37. **Tipos de problemas de Telefonía Móvil**

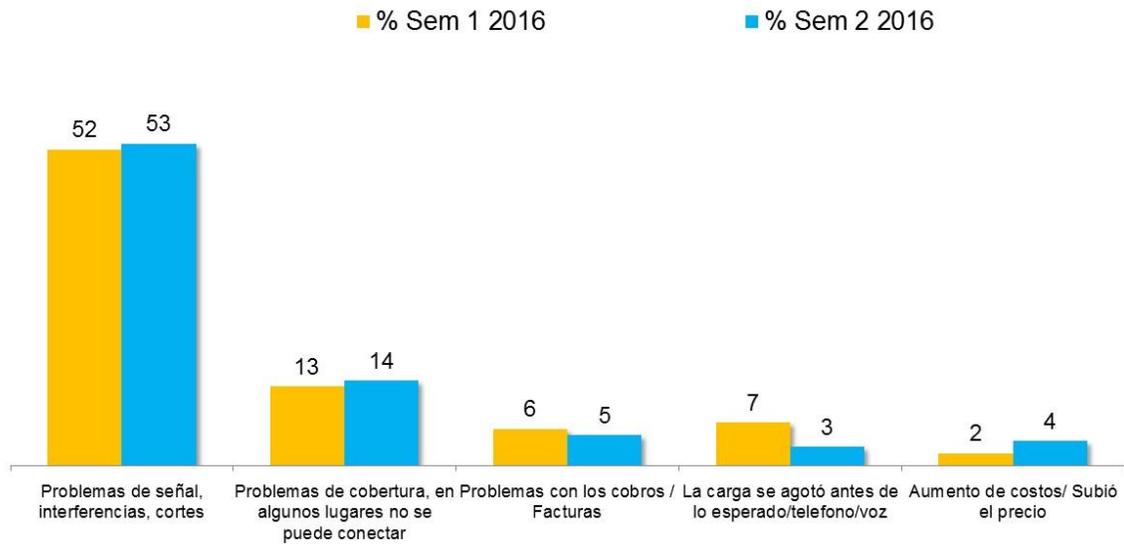


Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (922). En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados.

* Virgin se mide solo en prepago. *Otros problemas: Problemas con el aparato/ Activación de recargas/ Otros.

Entre los problemas declarados por los usuarios, la mayor cantidad de menciones es en “problemas de señal, interferencia, cortes” (53% de menciones), seguido por “problemas de cobertura, en algunos lugares no se puede conectar” (14% de menciones). Al analizar el tipo de problemas por empresa, es posible apreciar que “problemas de señal, interferencias, cortes”, es más declarado por los usuarios de WOM (61%).

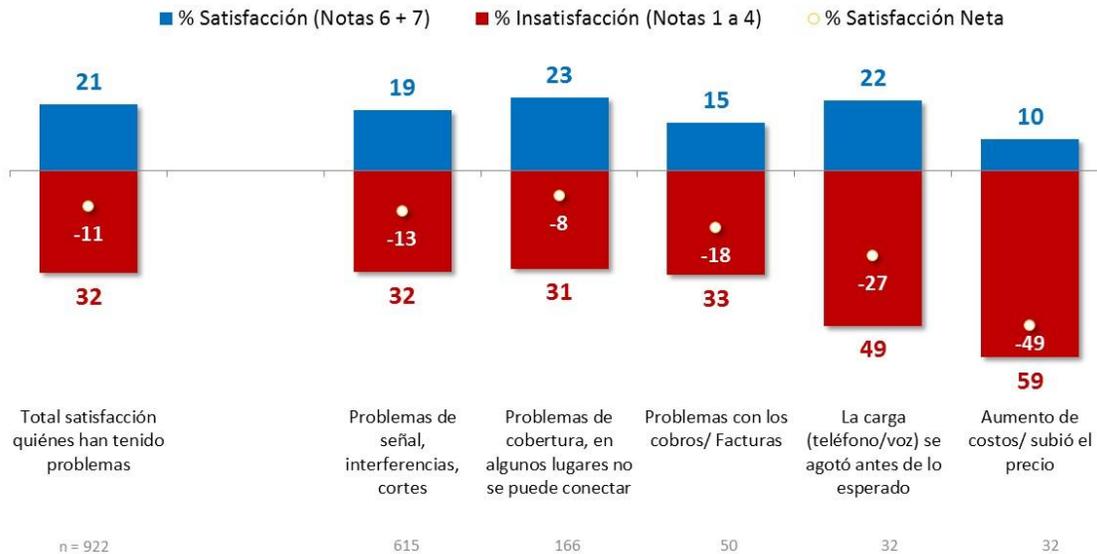
Gráfica 38. Tipos de problemas de Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (960 sem 1 2016; 922 sem 2 2016). Se grafican los problemas más mencionados.

En comparación al primer semestre, no se presentan mayores variaciones respecto a los principales problemas. Disminuyen los problemas asociados a las cargas.

Gráfica 39. Satisfacción por tipo de problema en Telefonía Móvil



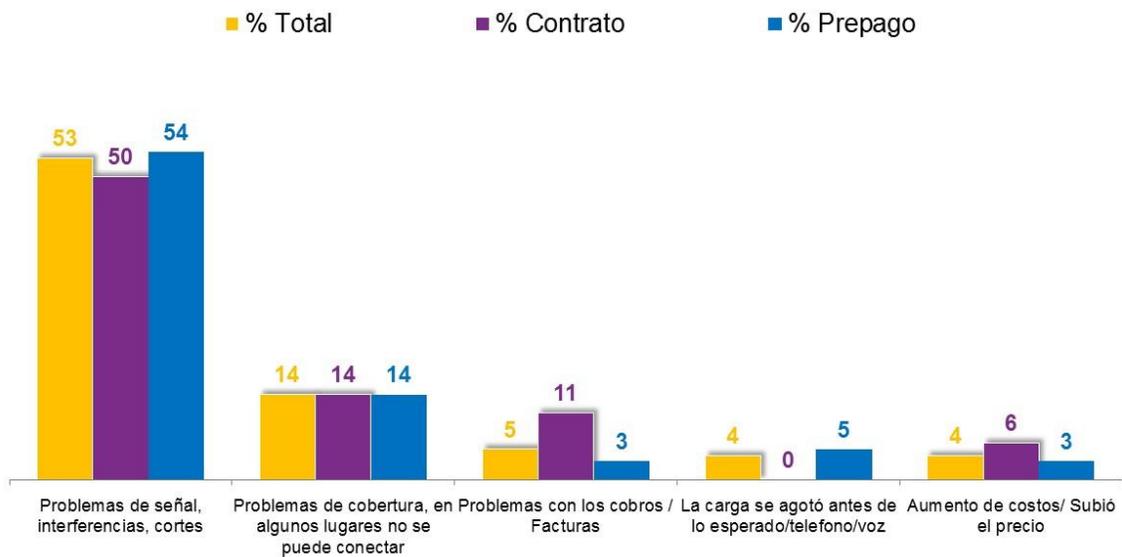
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (922)

La satisfacción neta entre quienes han tenido problemas es de -11%, donde los problemas asociados a platas son los que más impactan la satisfacción.

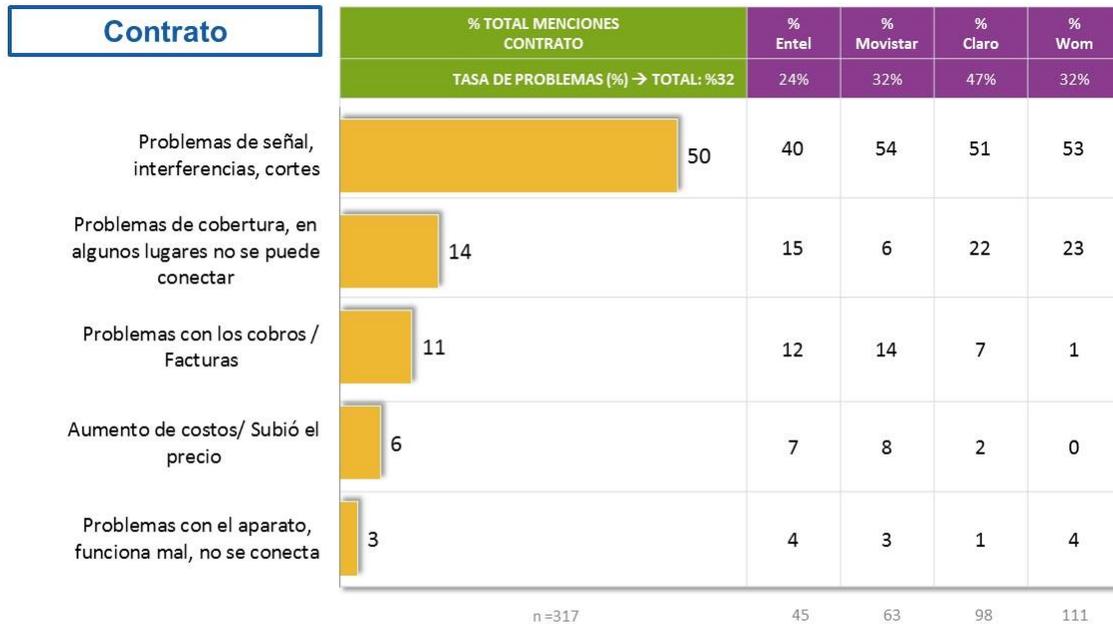
Gráfica 40. Tipos de problemas de Telefonía Móvil – Contrato y Prepago



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (922)

Por tipo de plan, los usuarios de prepago reportan en proporción más problemas asociados con la señal, interferencia y cortes que los usuarios con contrato. “Problemas con cobros/ facturas” es reportado en un 11% por los usuarios con contrato y en un 3% por usuarios prepago.

Gráfica 41. Tipos de problemas de Telefonía Móvil – Contrato

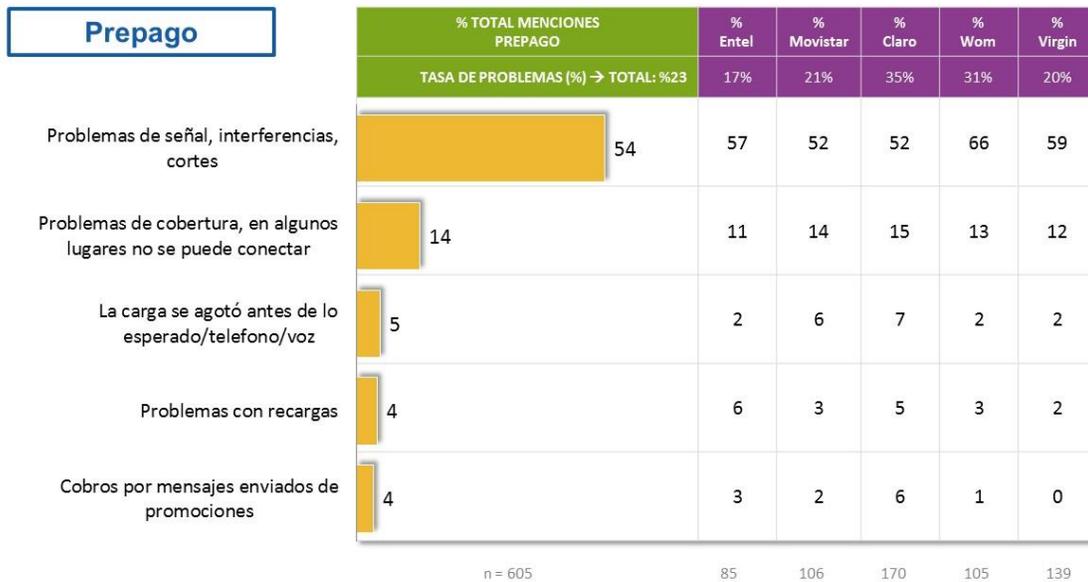


Casos: usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (317).

En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados.
 *Virgin se mide solo en prepago. **Otros problemas: Cortan el servicio estando pagado/ Falta información/ Problemas de atención/ otros.

El problema más recurrente entre los usuarios con contrato es “problemas de señal, interferencias, cortes” (50%), siendo Movistar y WOM las empresas que en proporción tienen más menciones sobre este problema entre sus usuarios con contrato, con un 54% y 53% respectivamente. Los problemas de cobertura se dan principalmente entre usuarios con contrato de WOM (23%) y Claro (22%).

Gráfica 42. Tipos de problemas de Telefonía Móvil - Prepago



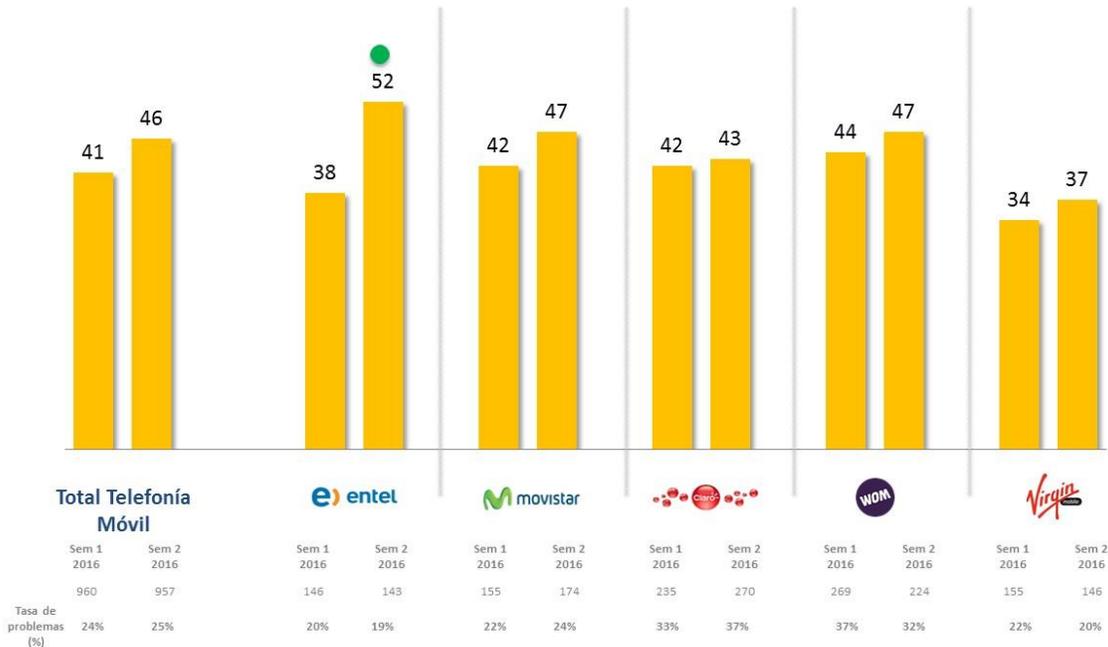
Casos: usuarios prepago que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (605).

En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados.
 *Virgin se mide solo en prepago. **Otros problemas: problemas con los cobros, facturas/ Aumento de costos, subió el precio

Al ver los resultados de los usuarios de prepago, también se observa que el problema más recurrente es “problemas de señal, interferencias, cortes” (54% del total de menciones), destacando WOM que en la proporción de problemas mencionados presenta un 66% de menciones en este problema. En segundo lugar de menciones está “problemas de cobertura, en algunos lugares no se puede conectar” con 14% del total de menciones, donde no se identifican mayores diferencias a nivel de empresa proveedora.

Considerando el último problema que Ud. tuvo con su servicio de Telefonía Móvil ¿Reclamó o pidió alguna solución en...?

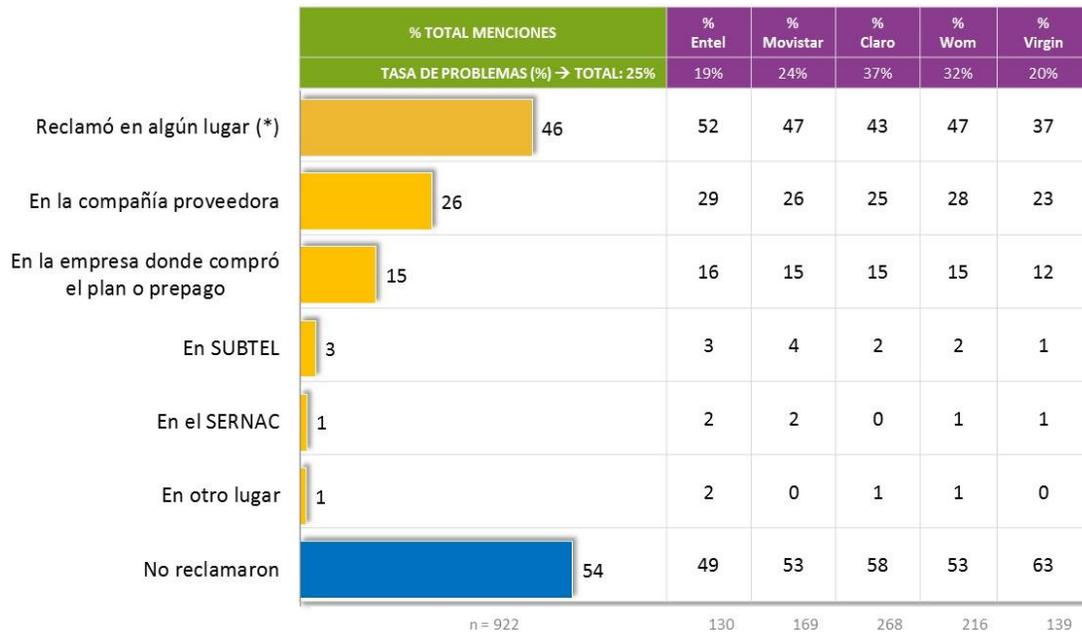
Gráfica 43. Tasa de reclamo Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (922)

Entre quienes indican haber tenido algún problema, el 46% declara haber reclamado, 5 puntos porcentuales por sobre el primer semestre. La compañía que presenta el nivel más bajo en su tasa de reclamo es Virgin (37%) y la tasa más alta Entel (52%). Todas las empresas aumentan en este indicador respecto al primer semestre del 2016, siendo la que más destaca Entel (+14%).

Gráfica 44. Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil

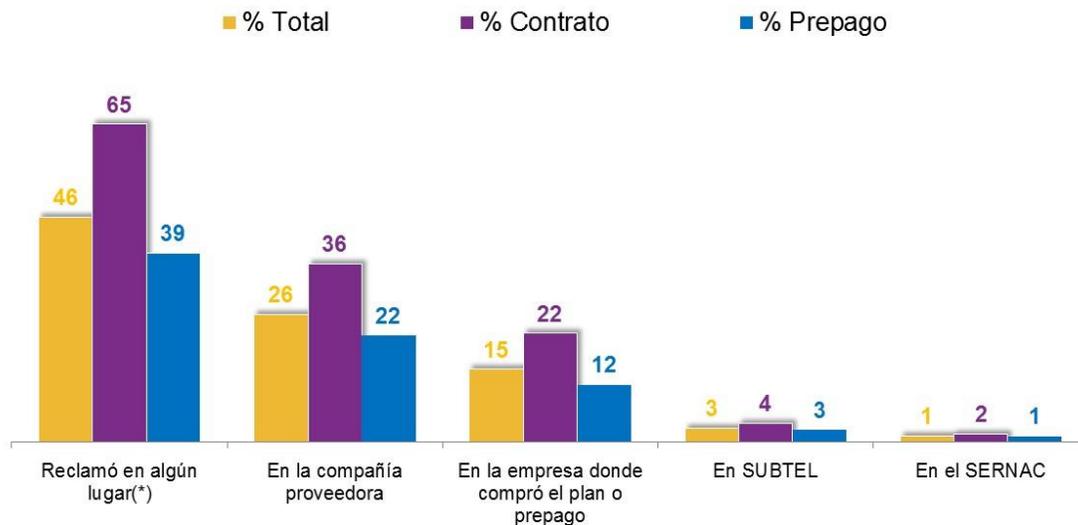


(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (922).

Del total de las personas que tuvieron algún problema con su servicio de telefonía móvil, un 46% declara haber hecho un reclamo en alguno de los canales disponibles para ello, mientras que un 54% dice que no reclamó. De ese 46%, el 26% indica reclama en la compañía proveedora, siendo en Entel la empresa que presenta en proporción una tasa de reclamos más alta en su compañía (29%), seguido de WOM (28%).

Gráfica 45. Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Contrato y Prepago

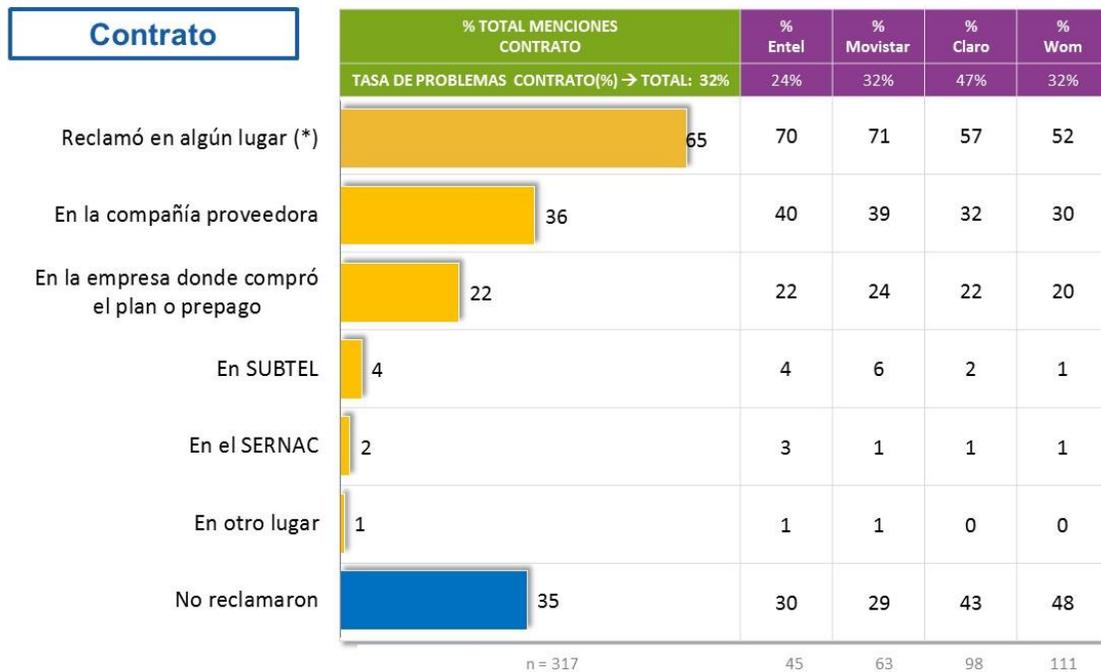


(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (922).

Los usuarios que hacen un mayor uso de los mecanismos disponibles para presentar reclamos son aquellos que cuentan con la modalidad contrato (65%) en comparación a los usuarios con modalidad de prepago (39%). Por tipo de modalidad de reclamo, los usuarios con contrato reclaman en un 36% en la compañía proveedora, mientras un 22% lo realiza en la empresa donde compró el plan.

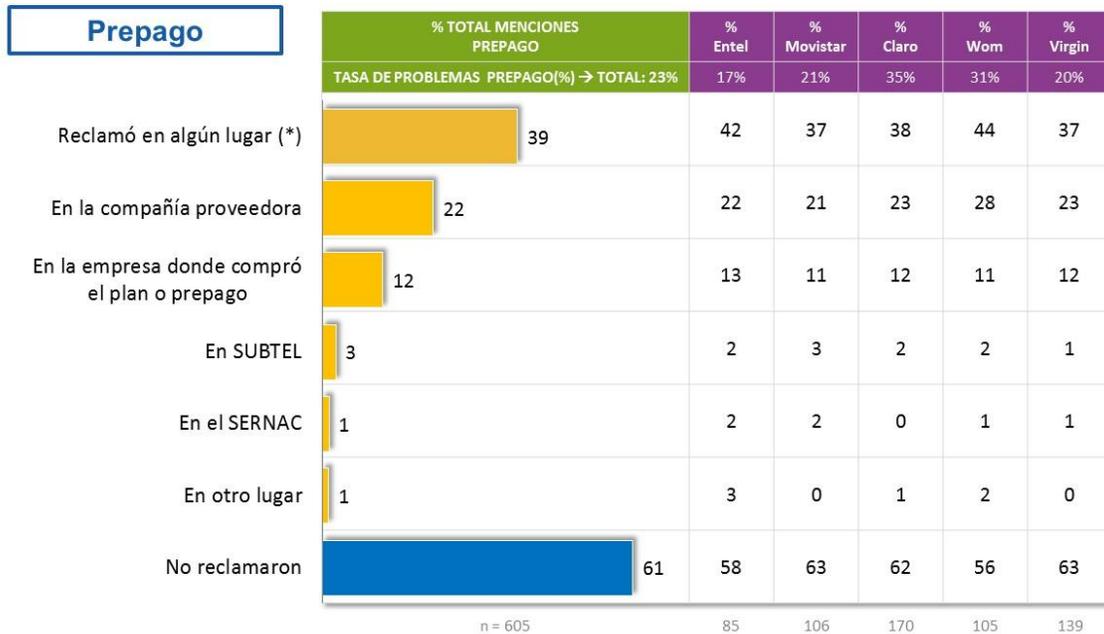
Gráfica 46. Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Contrato por compañía



(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel. * Virgin se mide solo en prepago.

Por contrato, es posible ver que un 65% indica haber realizado algún reclamo por alguno de los canales disponibles para ello, siendo la compañía proveedora del servicio la que obtiene un porcentaje más alto (36%) como lugar de reclamo. Por compañía, es Movistar y Entel son las compañías que registran una mayor tasa de reclamo entre sus usuarios con contrato, con 71 y 70% respectivamente. Entre quienes realizan el reclamo a través de la compañía proveedora, la proporción es mayor en Movistar y Entel en comparación a Claro y WOM.

Gráfica 47. Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Prepago por compañía



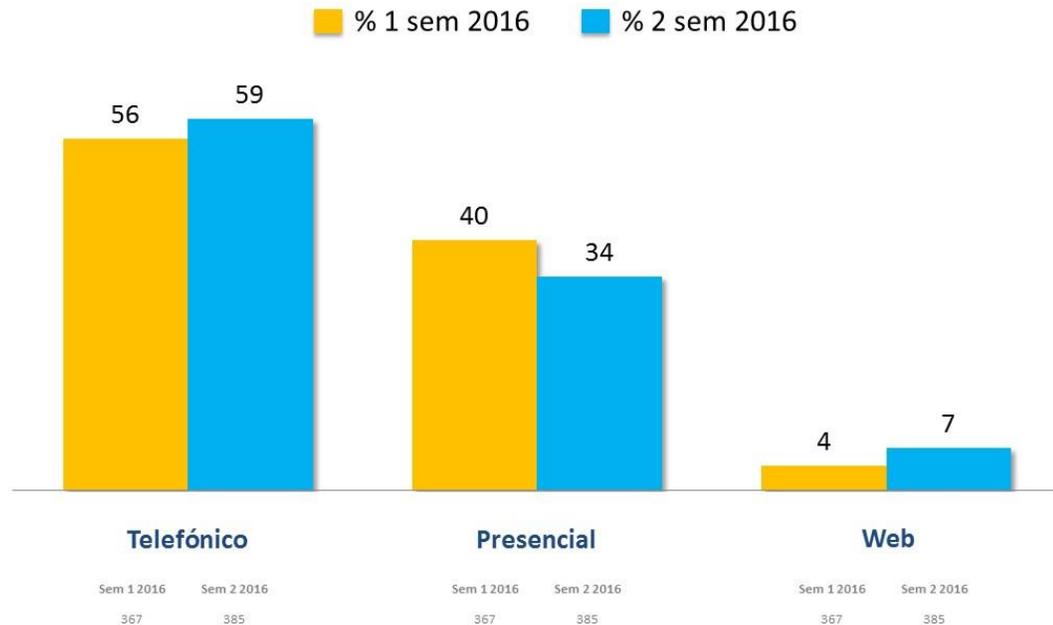
(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios prepago que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (605).

El porcentaje de personas de la modalidad prepago que declara haber realizado algún tipo de reclamo es menor que en contrato, alcanzando un 39% a nivel general, siendo los usuarios de WOM quienes declaran en mayor medida realizar reclamos (44%). Al ver los lugares a través de los que se realizan los reclamos, la compañía proveedora es la elegida principalmente para realizar el reclamo (22%), destacando en esta categoría WOM (28%).

¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo?

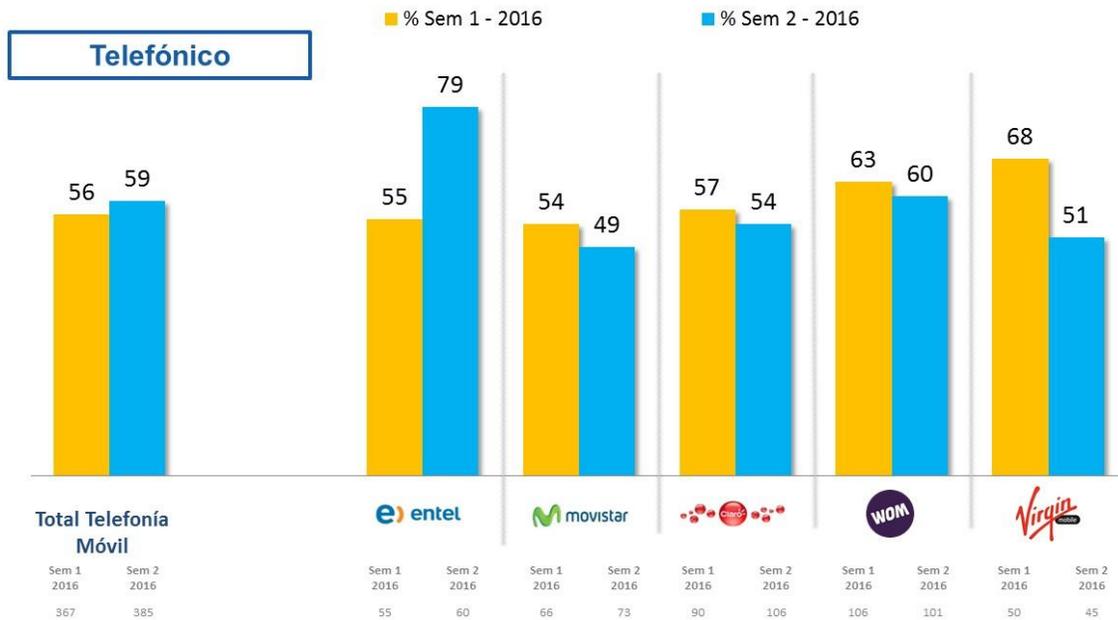
Gráfica 48. Canal por el que hizo el reclamo – 1 y 2 sem. 2016



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Telefonía Móvil (N: 385)

Al indagar sobre cuál es la plataforma utilizada por los usuarios para la interposición de reclamos en los distintos canales, la principal es la plataforma telefónica, con 59% de menciones. Respecto del primer semestre, aumenta la interposición del reclamo a través del canal telefónico y web, mientras que disminuye a nivel presencial.

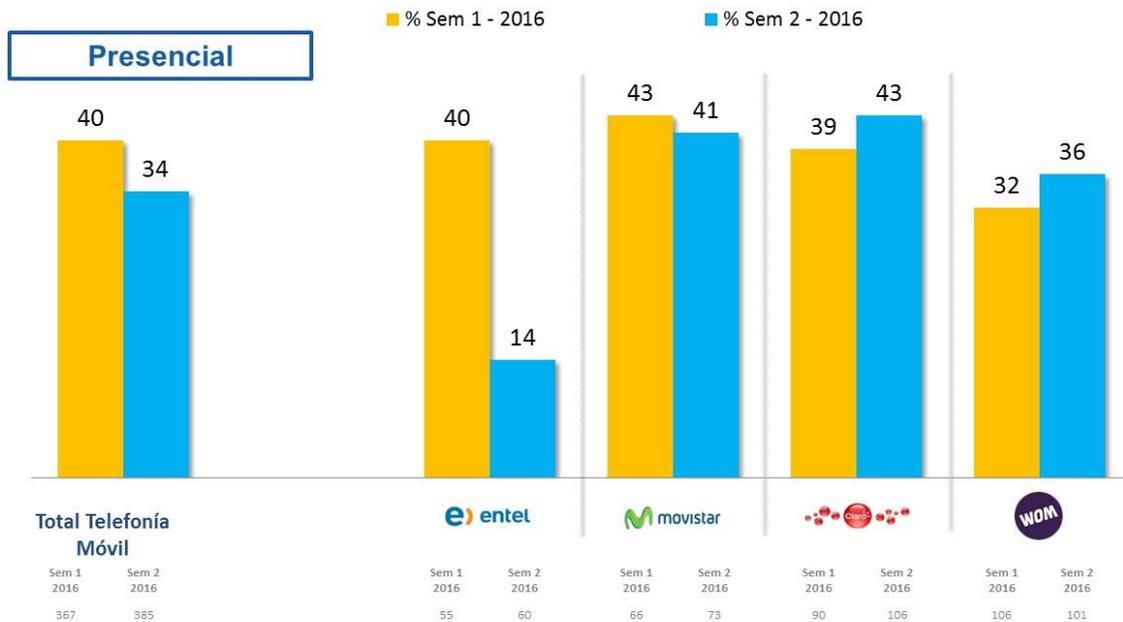
Gráfica 49. Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Telefónico, 1 y 2 sem. 2016



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Telefonía Móvil (N: 385)

Por empresa, el canal telefónico es más utilizado en Entel (79%) y en menor medida en Movistar (49%). Respecto del primer semestre, en la mayoría de las empresas disminuyen los reclamos a través del canal presencial, mientras que solo en Entel existe un aumento importante (+24%). En Virgin disminuye de manera relevante (-17%).

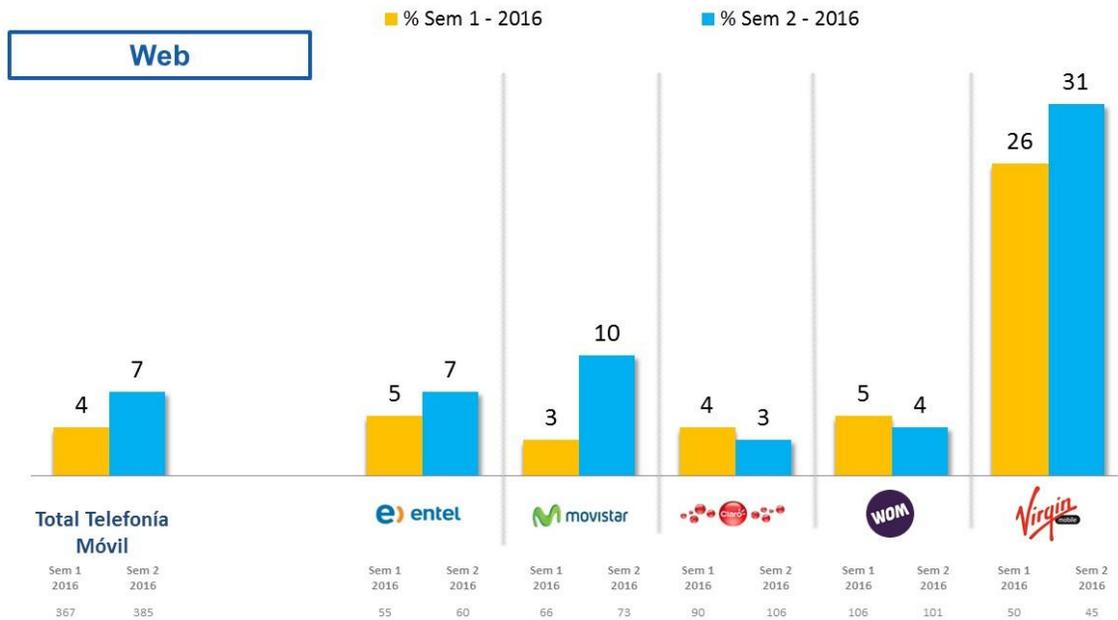
Gráfica 50. Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Presencial, 1 y 2 sem. 2016



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Telefonía Móvil (N: 385)
 *Virgin no cuenta con canal presencial para interposición de reclamos

Por empresa, el canal presencial es más utilizado en Claro (43%) y en menor medida en Entel (14%). Respecto del primer semestre, en Entel cae significativamente la tasa de reclamos a través del canal presencial (-26%).

Gráfica 51. Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Web, 1 y 2 sem. 2016

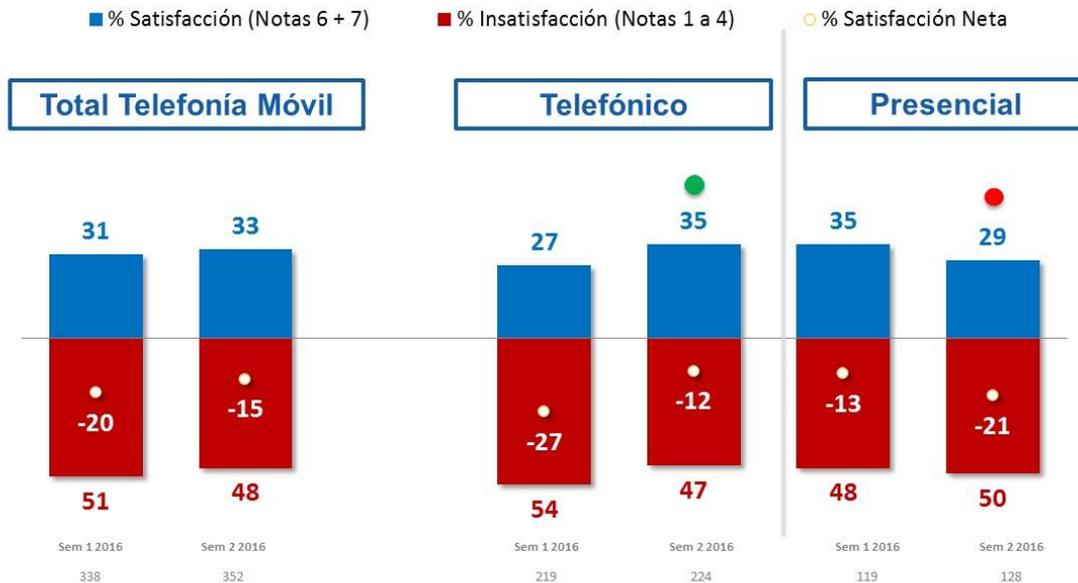


Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Telefonía Móvil (N: 385)

A través del canal web, los reclamos son significativamente más frecuentes en Virgin (31%) en comparación al resto de las empresas. Respecto del primer semestre, aumenta en 7 puntos porcentuales el uso de este canal entre los usuarios de Movistar.

¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?

Gráfica 52. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de canal – 1 y 2 sem. 2016

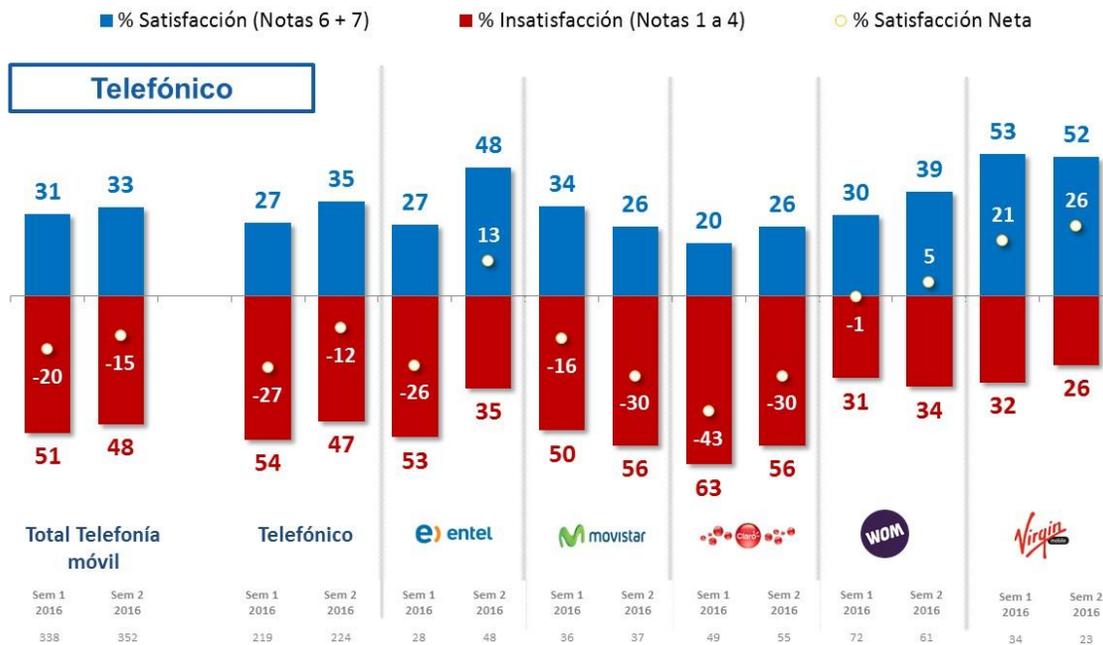


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Telefonía Móvil, canales telefónicos y/o presenciales, no aplica para WEB (N: 352)

Al evaluar la satisfacción neta con el proceso de interposición del reclamo para el canal presencial y telefónico, vemos que a nivel general es negativa (-15%), mientras que separando por tipo de canal la evaluación es mejor en el canal telefónico (-12%) que en el canal presencial (21%). En comparación al primer semestre, la evaluación general mejora, no obstante en este semestre es mejor la evaluación en el canal telefónico en comparación a la presencial.

Gráfica 53. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal telefónico 1 y 2 sem. 2016 por compañía

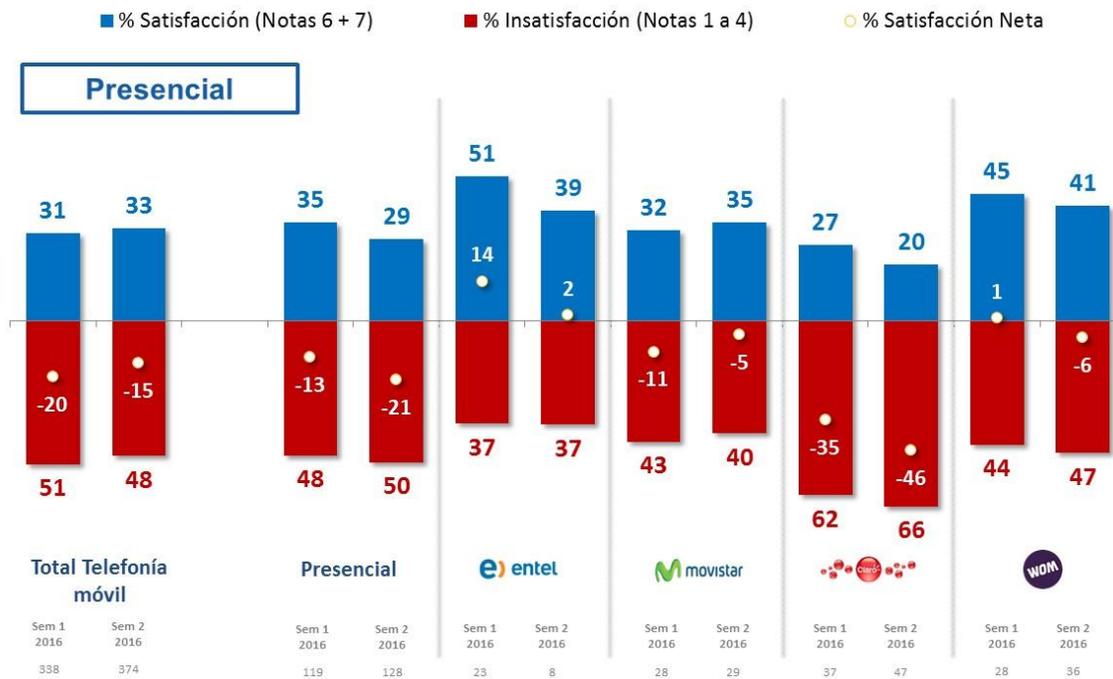


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Telefonía Móvil, canal telefónico (N:238)

La satisfacción neta con el proceso de interposición de reclamo a través del canal telefónico es de -12%, mejorando este indicador respecto del primer semestre. Entel, WOM y Virgin pasan a tener satisfacción neta positiva en este semestre. Claro y Movistar presentan la satisfacción neta más baja (-30%).

Gráfica 54. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial 1 y 2 sem. 2016 por compañía

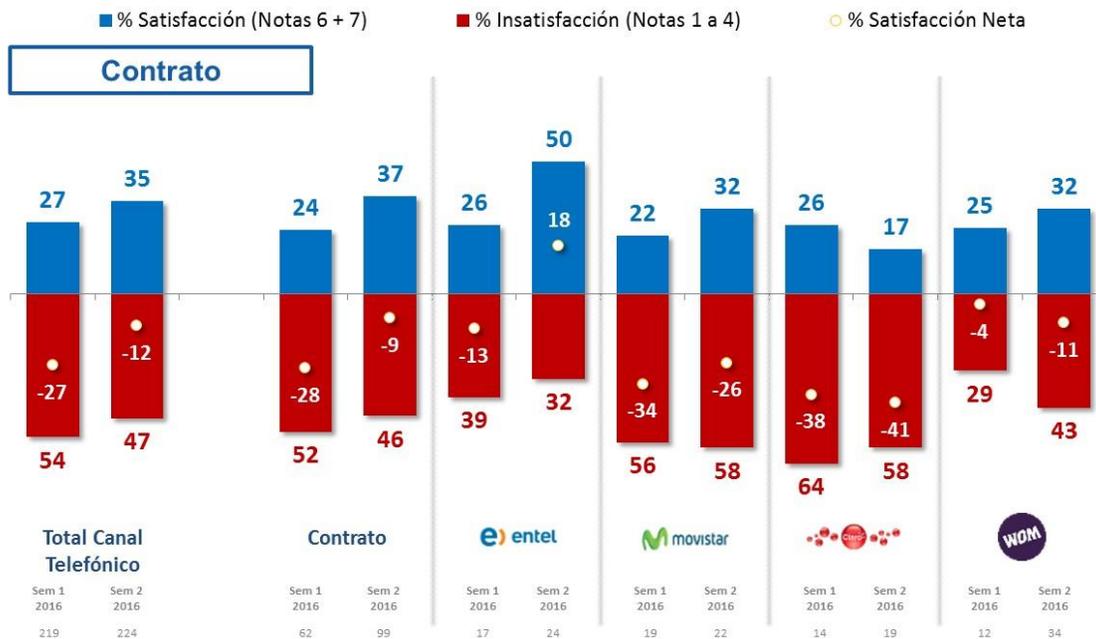


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgín con base insuficiente, 3 y 8 casos en cada medición.

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Telefonía Móvil, canal presencial (N:128)

La satisfacción neta con el proceso de interposición de reclamo a través del canal presencial es de -21%, cayendo este indicador respecto del primer semestre. Entel, aunque cae su evaluación en este semestre, se mantiene como la empresa con mejor evaluación a través de este canal con una satisfacción de 2%, mientras que Claro es la peor evaluada (-46%). Respecto del primer semestre, solo mejora en este indicador Movistar, aunque continúa manteniendo un indicador negativo (-5%). WOM por su parte también obtiene un indicador negativo en este semestre.

Gráfica 55. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016 por compañía

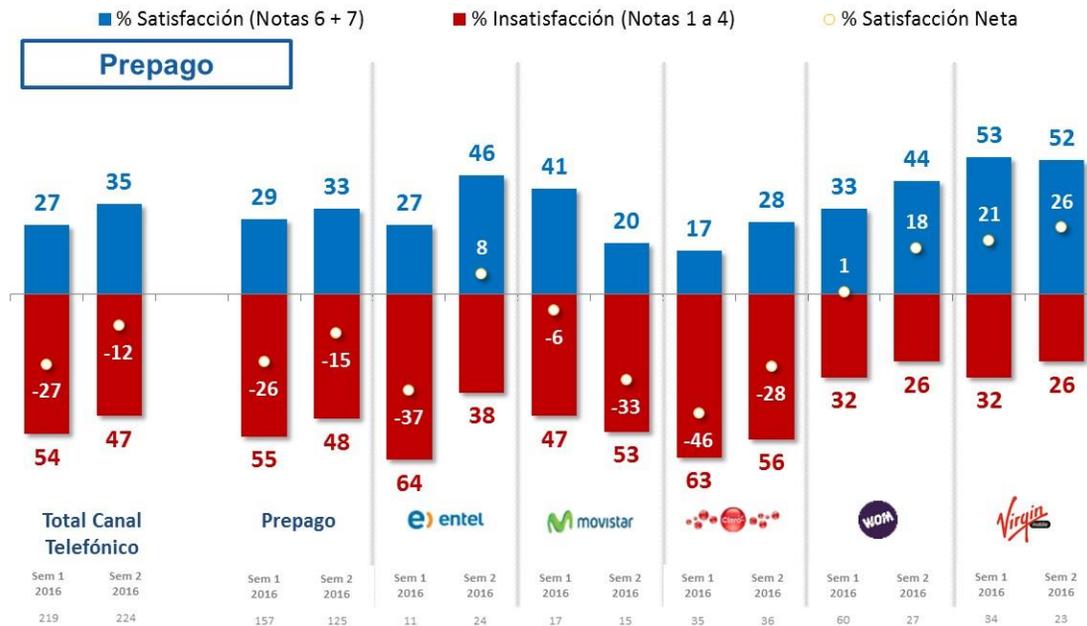


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Telefonía Móvil, canal telefónico modalidad contrato (N: 99)

La satisfacción neta con el proceso de interposición de reclamo a través del canal telefónico entre quienes tienen contrato es de -9%, mejorando este indicador respecto del primer semestre. Los usuarios con contrato de Entel evalúan mejor que el resto de las compañías (18%), mientras que Claro es la peor evaluada (-41%). Respecto del primer semestre, Claro y WOM empeoran su evaluación entre los usuarios con contrato.

Gráfica 56. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016 por compañía



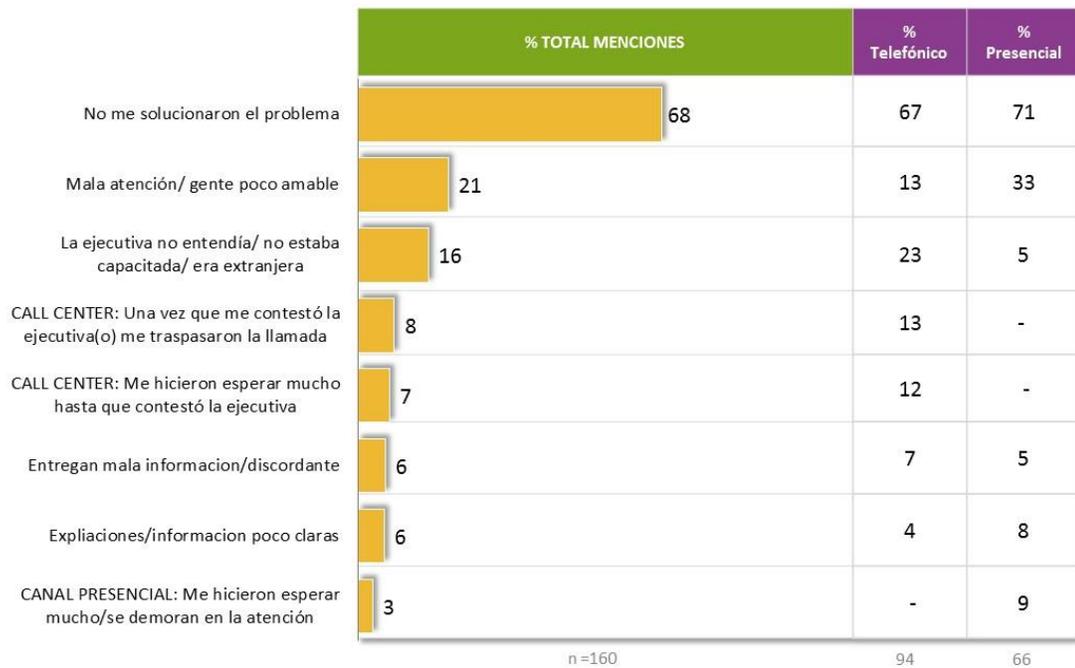
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Telefonía Móvil, canal telefónico modalidad prepago (N: 125)

La satisfacción neta con el proceso de interposición de reclamo a través del canal telefónico entre quienes tienen prepago es de -15%, mejorando este indicador respecto del primer semestre. Los usuarios con prepago de Virgin evalúan mejor que el resto de las compañías (26%), mientras que este semestre Movistar es la peor evaluada (-33%), siendo la única empresa que baja su evaluación entre los usuarios con prepago respecto del primer semestre.

¿Por qué evalúa con nota 4 o menor? ¿Algo más?

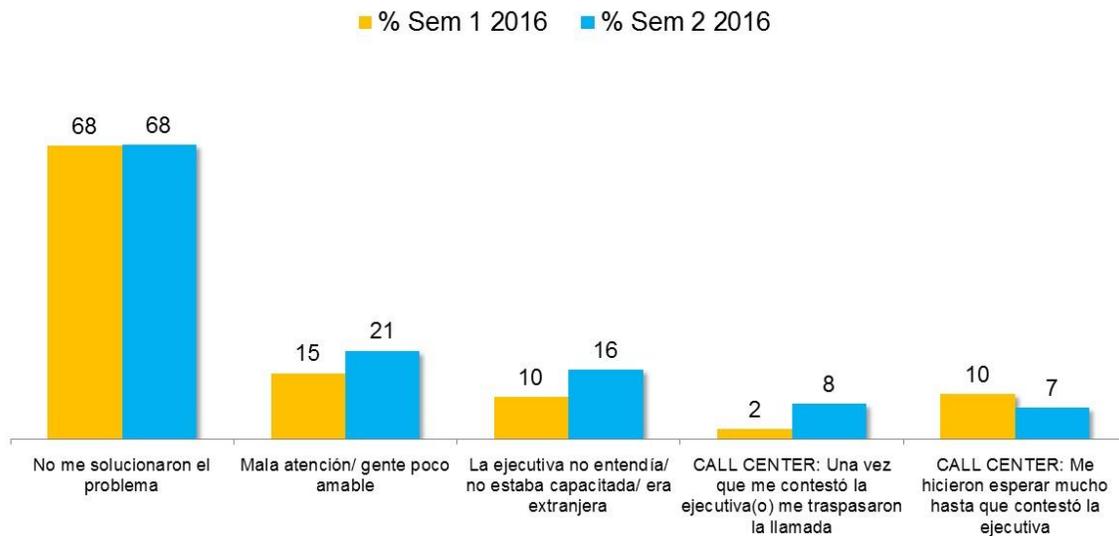
Gráfica 57. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de canal



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 160)

Entre las personas que se encuentran insatisfechas con la interposición del reclamo (nota 4 o menor), la principal razón de insatisfacción es que su problema no fue resuelto (68%). Por tipo de canal esta razón es más mencionada en el canal presencial (71%) que en el canal telefónico (67%).

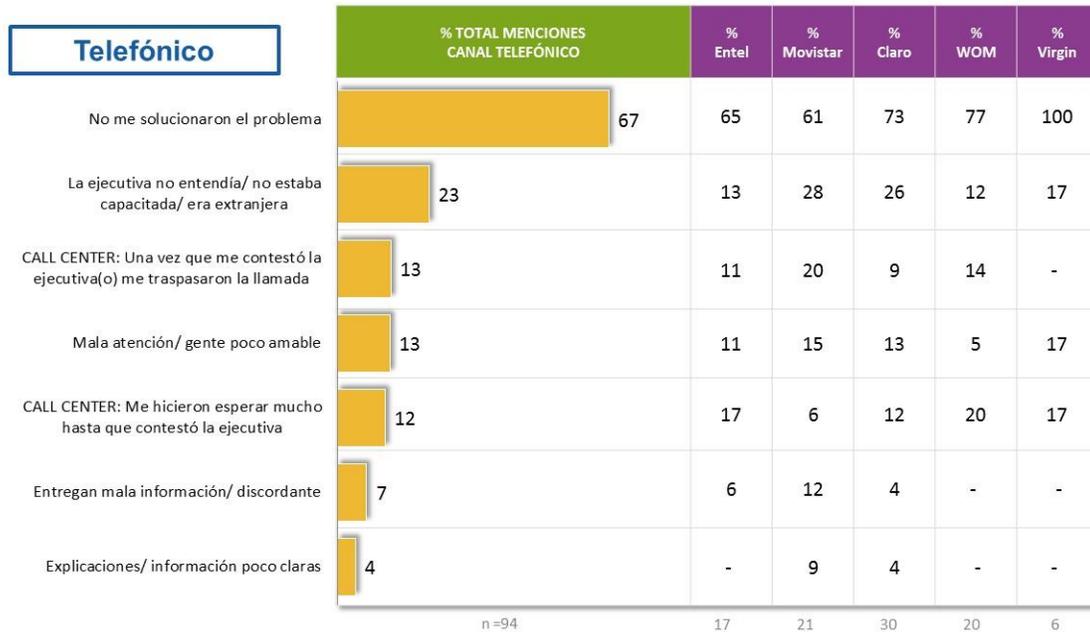
Gráfica 58. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – 1 y 2 sem. 2016



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (148 sem 1 2016; 160 sem 2 2016). Se grafican los problemas más mencionados.

Comparativamente con el primer semestre, aumentan las razones de mala atención y la poca capacitación percibida de la/el ejecutiva/o, mientras que se mantiene estable la primera razón (no me solucionaron el problema). A través del call center aumenta como razón de insatisfacción el traspaso de llamado una vez que contesta la/el ejecutiva/o.

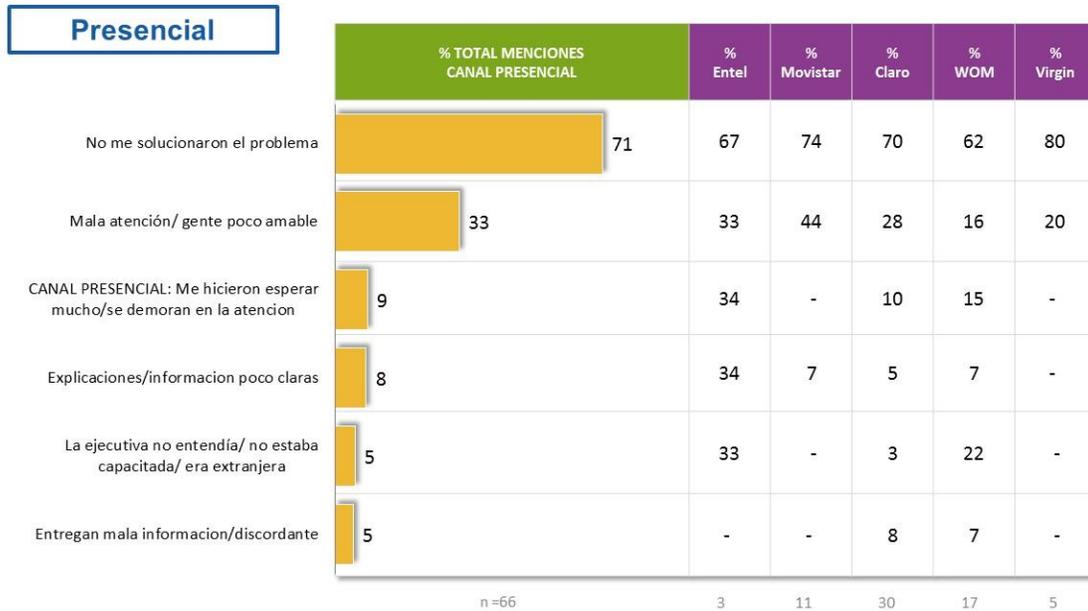
Gráfica 60. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal telefónico por compañía



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal telefónico (N: 94)
 *Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal telefónico, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

La principal razón de insatisfacción con el canal telefónico es “No me solucionaron el problema”, donde WOM y Virgin presentan una proporción de menciones más alto respecto de las demás compañías. A su vez, destaca Movistar en comparación al resto de las empresas en la razón de insatisfacción “la/el ejecutiva/o no entendía/no estaba capacitada/o/era extranjera/o” (28%).

Gráfica 61. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial por compañía



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal presencial (N:66)
 *Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal presencial, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

La principal razón de insatisfacción con el canal presencial es, al igual que el telefónico, “No me solucionaron el problema”⁴. “Mala atención/gente poco amable” es la segunda más mencionada (33%) siendo Movistar, en comparación al resto de las compañías, la que recibe más menciones en esta categoría (44%).

⁴ Si bien Virgin destaca con un 80% de menciones en esta razón de insatisfacción en comparación al resto de las empresas, cabe destacar que Virgin no cuenta con canal presencial por lo que esto puede deberse a reclamos hechos en los centros de pago.

¿Y su problema fue resuelto?

Gráfica 62. Tasa de resolución del problema – 1 y 2 sem. 2016

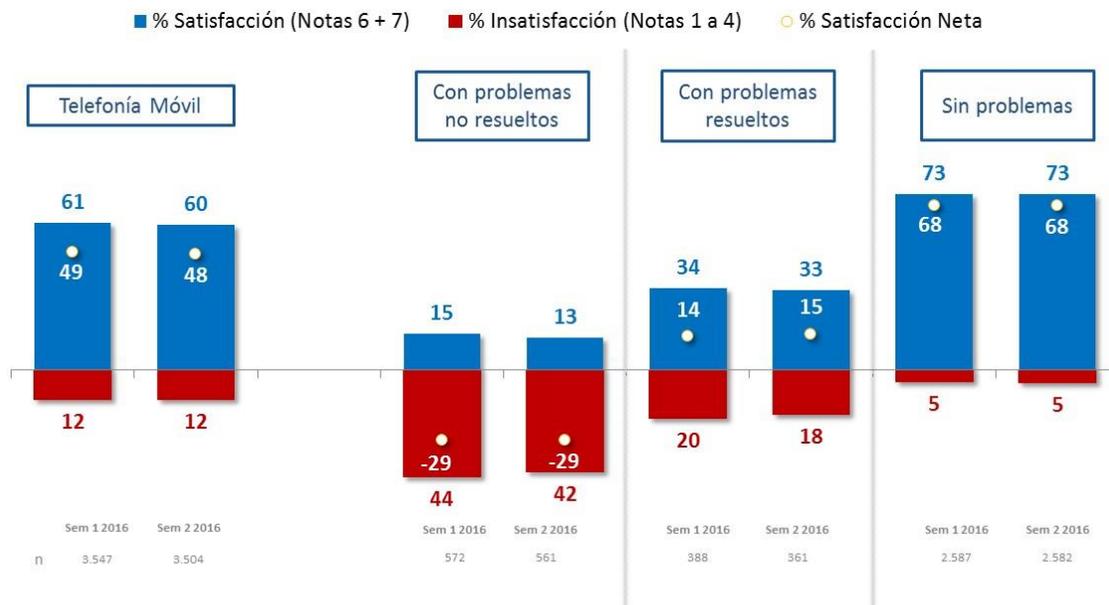


Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (922).

* Virgin se mide solo en prepago.

De los usuarios que tuvieron problemas con su servicio de Telefonía Móvil, un 40% declara que este fue resuelto, aumentando levemente respecto del primer semestre (+1%). Al ver los resultados por compañía, los usuarios de Entel son los que declaran en mayor medida que su problema fue resuelto (49%), mientras que Claro alcanza un 36% siendo la compañía con la tasa más baja de resolución de problemas. En comparación al primer semestre, destacan el aumento en la tasa de resolución en Entel, mientras que la tasa de resolución cae de manera relevante en Movistar y Virgin.

Gráfica 63. Satisfacción con Telefonía Móvil según si le han resuelto problemas – 1 y 2 sem 2016

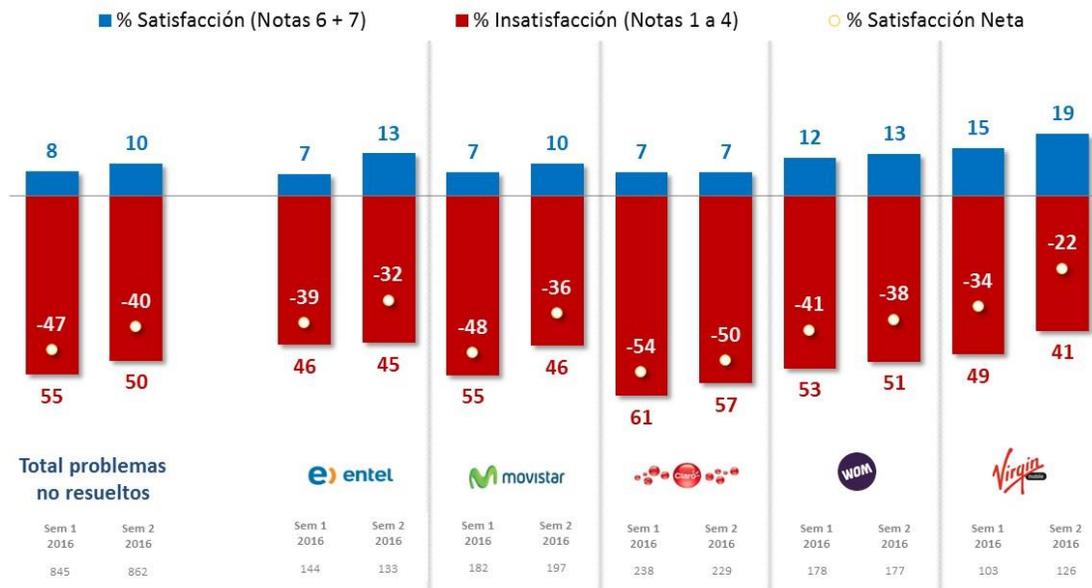


Casos: 3.504. Se señala el número de casos según filtro sobre problemas.

* Quiénes tienen problemas no resueltos y problemas resueltos corresponden al 25% de personas que tienen problemas.

En cuanto a los niveles de satisfacción según resolución de problemas, se observa que si el problema del usuario no ha sido resuelto su nivel de satisfacción neta es negativa, alcanzando un -29%, resultado que es igual al primer semestre. Por otro lado, si existieron problemas pero este fue resuelto, la satisfacción neta aumenta alcanzando un 15%, 1 punto más alto que el primer semestre, mientras que entre quienes no han tenido problemas la satisfacción neta alcanza un 68%, igual resultado que el primer semestre.

Gráfica 64. Satisfacción con Telefonía Móvil entre quienes tuvieron problemas no resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía

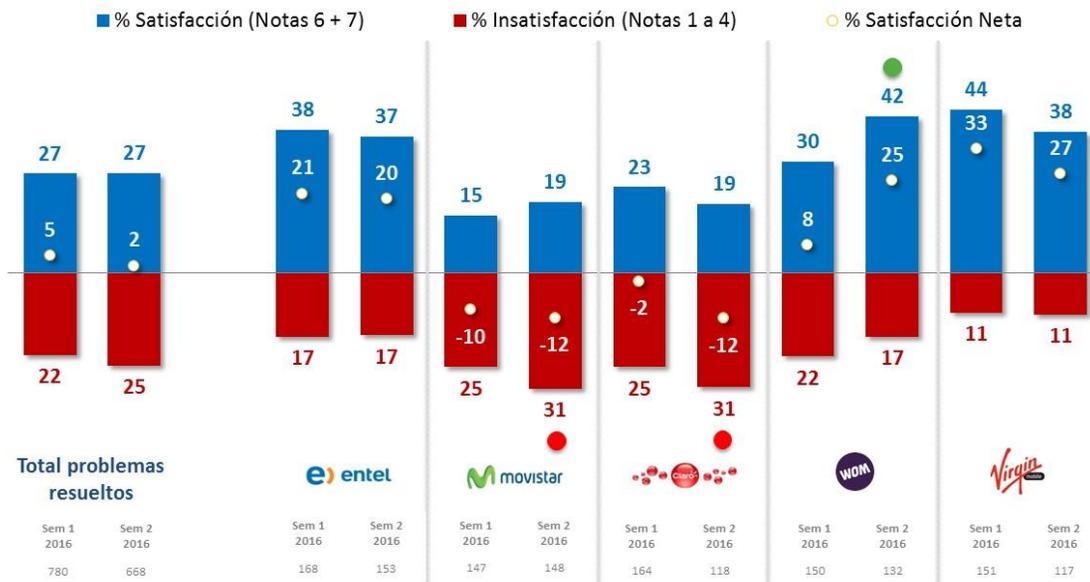


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil y no resolvieron su problema (862)

Entre quienes no tuvieron problemas resueltos, la satisfacción con el servicio de Telefonía Móvil es más crítica entre los usuarios de Claro con una satisfacción neta de -50%, mientras que los usuarios de Virgin presentan una satisfacción neta de -22% registrando la mejor evaluación en este segmento. En comparación al primer semestre, mejora este indicador en todas las compañías, destacando principalmente la mejor evaluación en Virgin.

Gráfica 65. Satisfacción con Telefonía Móvil entre quienes tuvieron problemas resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía



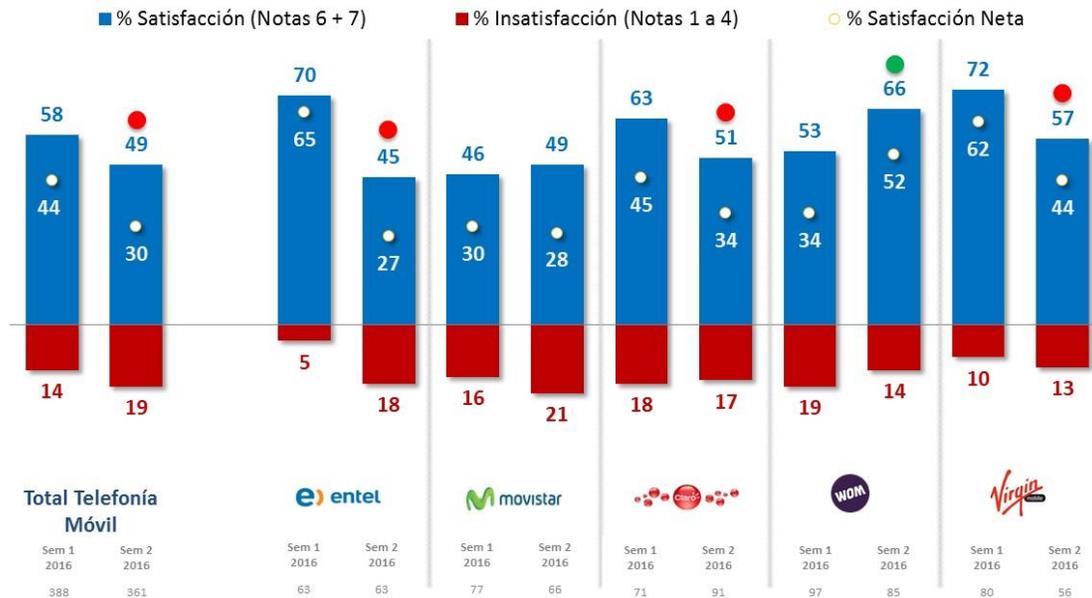
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil y que resolvieron su problema (668)

Entre los usuarios con problemas resueltos, los usuarios de Virgin son los que mejor evalúan el servicio de Telefonía Móvil con una satisfacción neta de 27%, mientras que Movistar y Claro tienen la satisfacción neta más baja (-12%). En estas dos últimas empresas mencionadas la satisfacción neta empeora respecto del primer semestre, mientras que se destaca la mejora en la evaluación del servicio de Telefonía Móvil entre los usuarios con problemas resueltos de WOM donde la satisfacción neta mejora en 17 puntos.

En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?

Gráfica 66. Satisfacción con la Solución de problemas de Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016

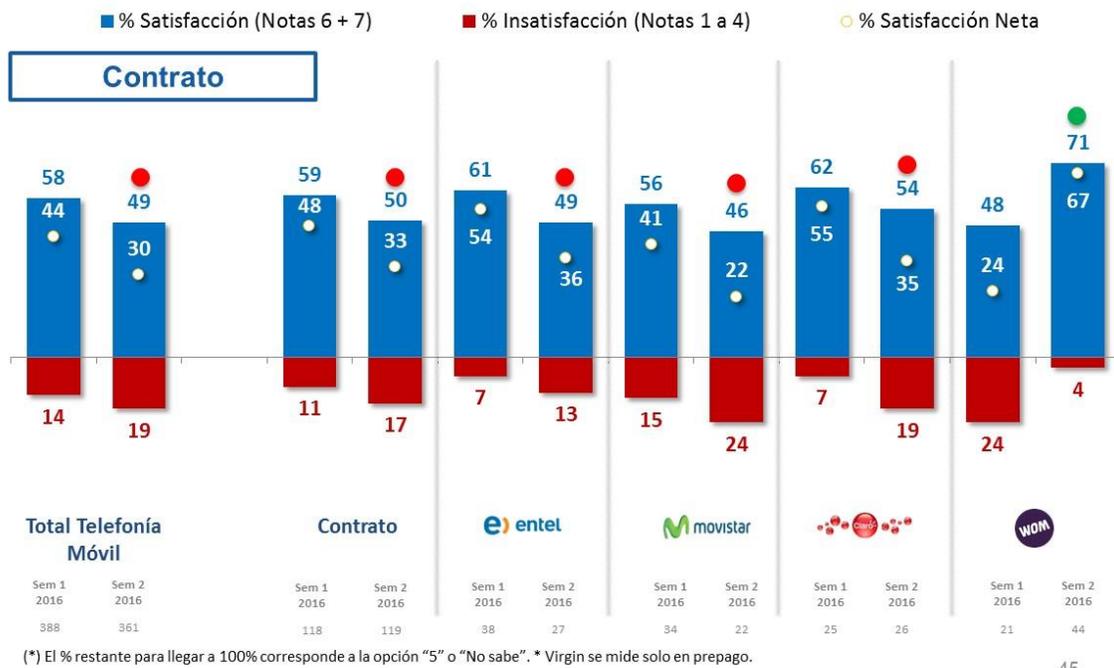


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil y que no resolvieron su problema (361)

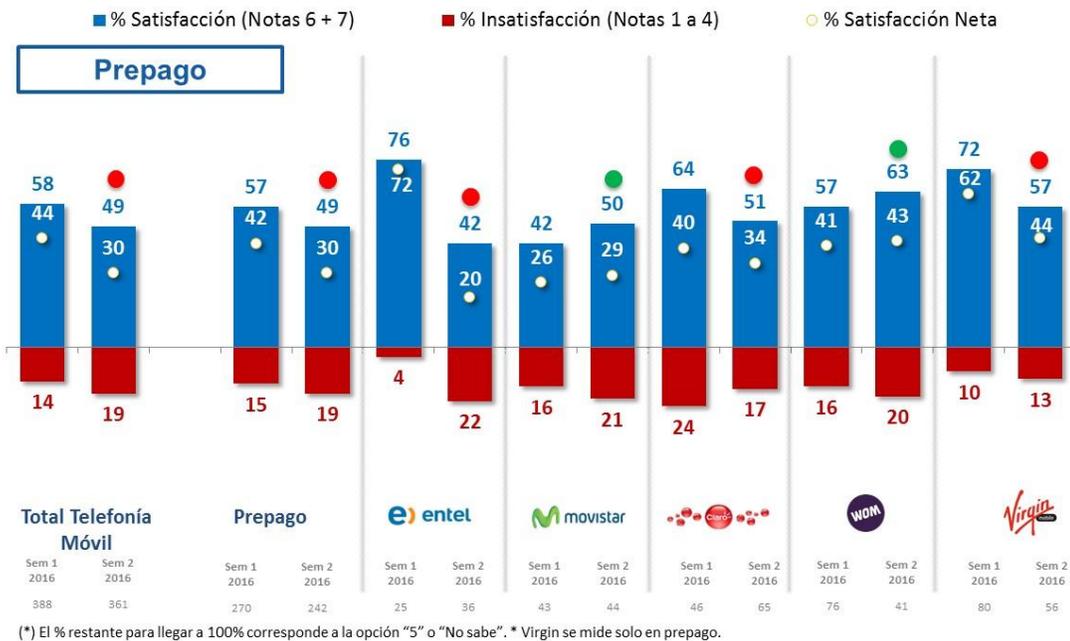
Al revisar los niveles de satisfacción neta con la solución de problemas de los usuarios a los que si les resolvieron su problema, vemos que alcanza un 30% a nivel total, cayendo este indicador en 14 puntos respecto del primer semestre. La empresa que alcanza el nivel más alto de satisfacción neta con la resolución del problema es WOM (52%), mientras Entel presenta un porcentaje más bajo respecto de las demás empresas medidas (27%). Respecto del primer semestre, con excepción de WOM, todas las empresas disminuyen en la satisfacción neta con la resolución del problema de manera relevante.

Gráfica 67. Satisfacción con la resolución de problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de plan, Contrato 1 y 2 sem. 2016



Por tipo de plan, entre los usuarios con contrato existe una satisfacción neta de 33% con la solución de problema, cayendo este indicador respecto del primer semestre a nivel general y en todas las compañías a excepción de WOM. Entre las compañías, WOM presenta una mayor satisfacción neta (67%) entre los usuarios con contrato, pasando a ser la empresa con mejor evaluación en este indicador desplazando a todas las empresas en comparación al primer semestre.

Gráfica 68. Satisfacción con la resolución de problemas de Telefonía Móvil - Por tipo de plan, Prepago 1 y 2 sem. 2016



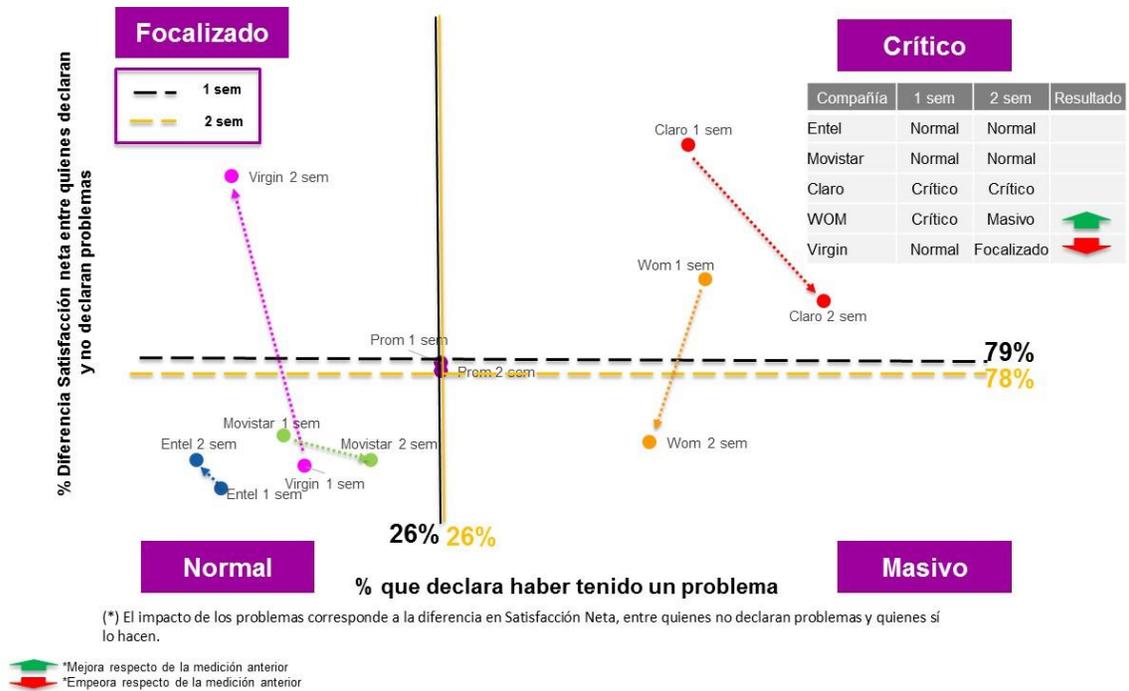
Casos: usuarios prepago que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil y que resolvieron su problema (242)

Entre los usuarios con prepago, la satisfacción neta con la resolución del problema es de un 30% cayendo respecto del primer semestre (-12%). Por compañía, la mejor evaluación la presentan los usuarios de prepago de WOM (43%), mientras que la satisfacción neta más baja recae en Entel (20%). Respecto del primer semestre, se destaca la caída en la satisfacción neta de los usuarios de prepago de Entel, Claro y Virgin.

7.1.4. Principales indicadores

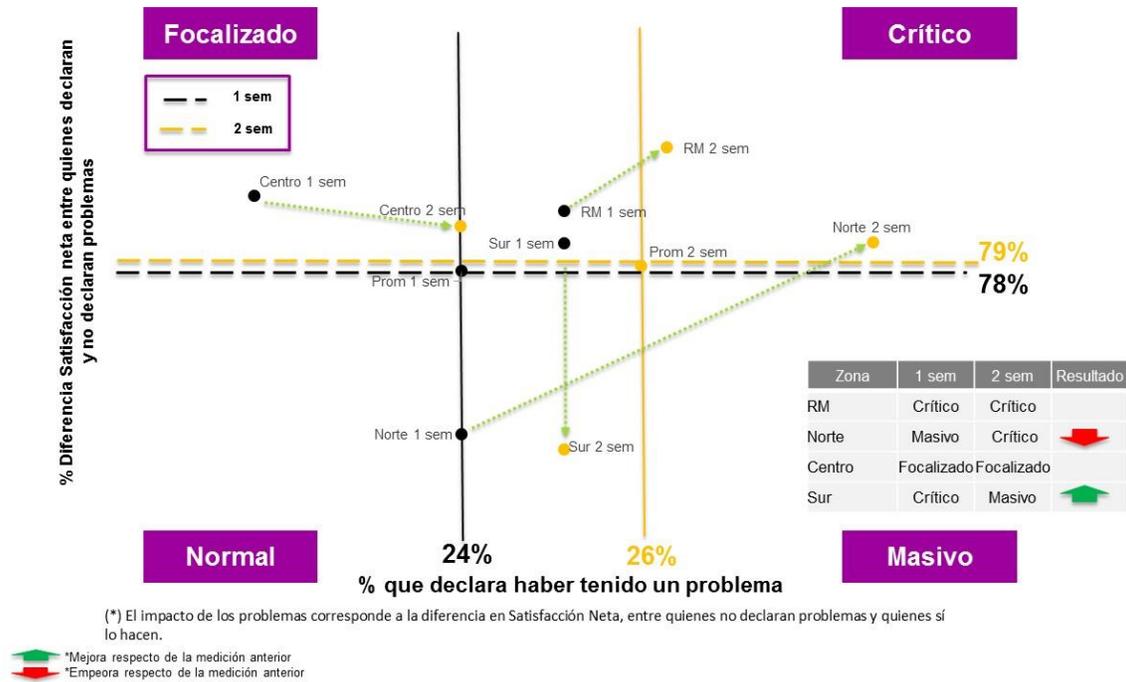
Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción

Gráfica 69. Impacto problemas en Satisfacción por Operador de Telefonía Móvil – 1 y 2 sem 2016



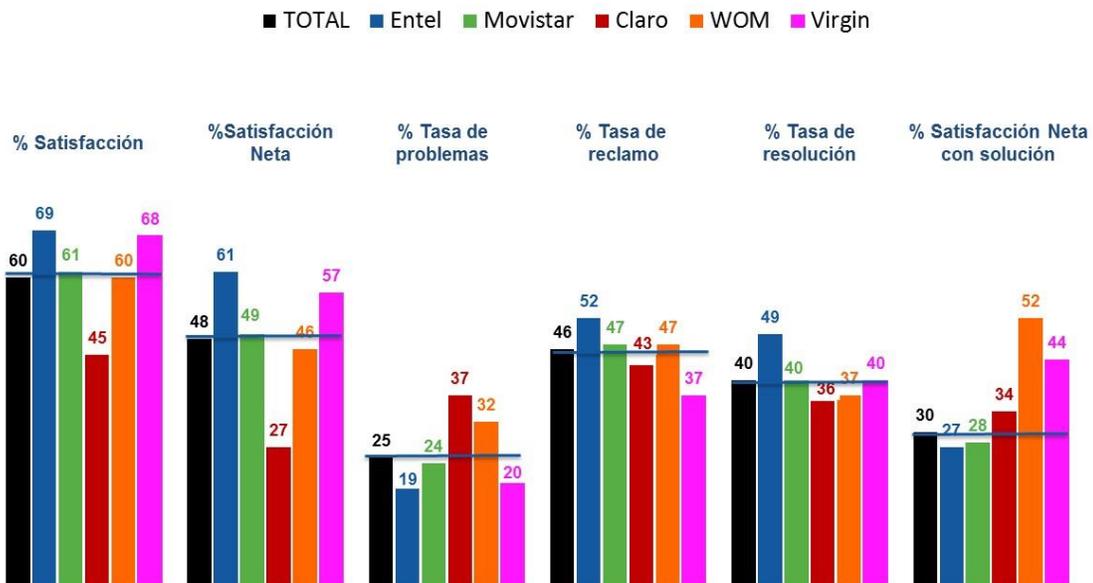
En la gráfica podemos apreciar que respecto del primer semestre, WOM se traslada del cuadrante crítico al cuadrante masivo, estabilizando la tasa de problemas y disminuyendo el impacto en la satisfacción, mientras que Virgin pasa del cuadrante normal al focalizado, donde se identifica que disminuye la tasa de problemas pero aumenta el impacto en la satisfacción. Claro se mantiene en el cuadrante crítico.

Gráfica 70. Impacto problemas en Satisfacción de Telefonía Móvil – Por zona, 1 y 2 sem 2016



Por zona, el Norte se traslada del cuadrante masivo al crítico, donde se ve incrementado el impacto sobre la satisfacción, mientras el sur se traslada al cuadrante masivo, pasando a reducir el impacto sobre la satisfacción. RM se mantiene en el cuadrante crítico.

Gráfica 71. Principales Indicadores Telefonía Móvil, 2 semestre 2016



Gráfica 72. Principales Indicadores Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016

	TOTAL		entel		movistar		Claro		WOM		Virgin	
	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2
% Satisfacción	61	60	66	69	62	61	51	45	58	60	73	68
% Satisfacción Neta	49	48	59	61	50	49	33	27	43	46	64	57
% Tasa de problemas	24	25	20	19	22	24	33	37	37	32	22	20
% Tasa de reclamo	41	46	38	52	42	47	42	43	44	47	34	37
% Tasa de resolución	39	40	40	49	47	40	31	36	36	37	52	40
% Satisfacción neta con solución	44	30	65	27	30	28	45	34	34	52	62	44

A modo de resumen, las gráficas anteriores muestran los indicadores principales.

7.2. Internet Móvil

7.2.1. Perfil de los entrevistados

Gráfica 73. **Ponderación por segmento de los usuarios de Internet Móvil**

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.975	54	50	2,2
	Mujer	1.713	46	50	2,4
	<hr/>				
	18 – 39	2.598	70	68	1,9
	Más de 40	1.090	30	32	3,0
	<hr/>				
	RM	1.813	49	41	2,3
Regiones	1.875	51	59	2,3	

Gráfica 74. **Características Demográficas de usuarios de Internet Móvil**



Casos: 3.688

* Caracterización de la Muestra con datos ponderados y expresado en porcentaje.

Las compañías evaluadas en Internet Móvil son Entel, Movistar, Claro, WOM y Virgin.

En el servicio de Internet Móvil no se aprecian diferencias en la proporción de usuarios según su género. La principal diferencia entre los usuarios se observa respecto a la edad, ya que son mayoritariamente usuarios entre los 18 y los 39 años (68%). Geográficamente también es posible notar diferencias, donde un 41% de los entrevistados son de la Región Metropolitana, mientras que el restante 59% se distribuye en el resto de las regiones.

Gráfica 75. Características demográficas de usuarios de Internet Móvil – Por compañía

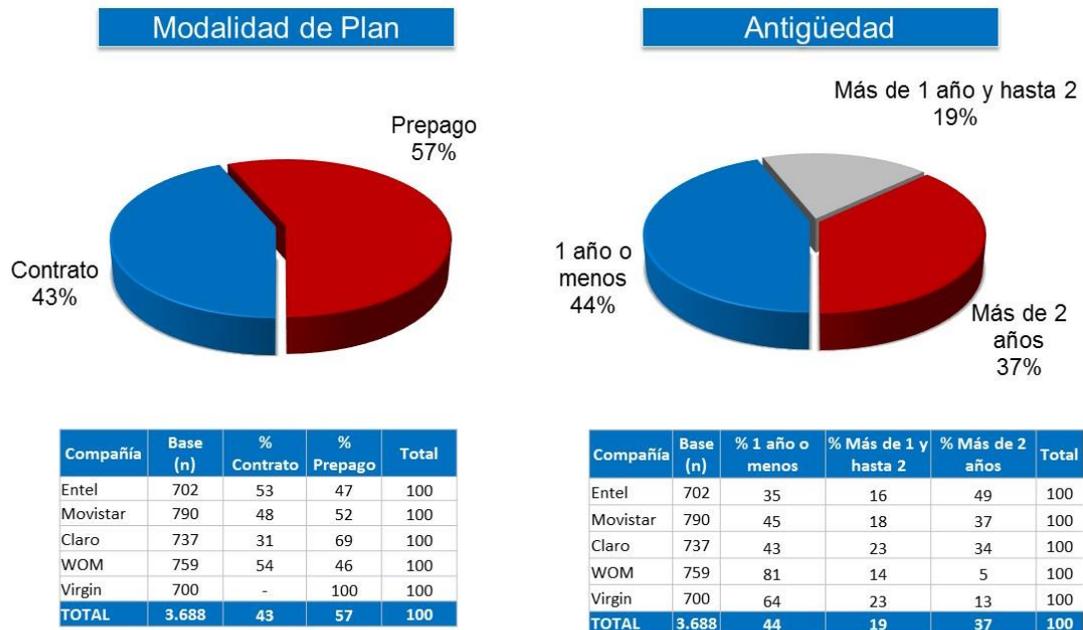
Género				
Compañía	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total
Entel	702	50	50	100
Movistar	790	49	51	100
Claro	737	50	50	100
WOM	759	62	38	100
Virgin	700	57	43	100
TOTAL	3.688	50	50	100

Tramo Etario				
Compañía	Base (n)	% 18 a 39	% 40 o Más	Total
Entel	702	64	36	100
Movistar	790	65	35	100
Claro	737	72	28	100
WOM	759	76	24	100
Virgin	700	78	22	100
TOTAL	3.688	68	32	100

Zona				
Compañía	Base (n)	% RM	% Regiones	Total
Entel	702	42	58	100
Movistar	790	38	62	100
Claro	737	40	60	100
WOM	759	54	46	100
Virgin	700	66	34	100
TOTAL	3.688	41	59	100

Por compañía, WOM y Virgin son los proveedores de Internet Móvil que alcanzan en su composición un mayor porcentaje de hombres que de mujeres. En cuanto a edad, todas las compañías destacan por tener un grupo etario compuesto principalmente por personas entre los 18 y 39 años, siendo WOM y Virgin, en comparación al resto de las compañías, quienes presentan una proporción aún mayor. Respecto a la ubicación geográfica, los usuarios de Virgin se concentran mayoritariamente en la Región Metropolitana (66%), mientras Movistar y Claro destacan por tener en proporción mayor presencia en regiones, con un 62% y 60% respectivamente.

Gráfica 76. Características de servicio de Internet Móvil



* Virgin se mide solo en prepago.

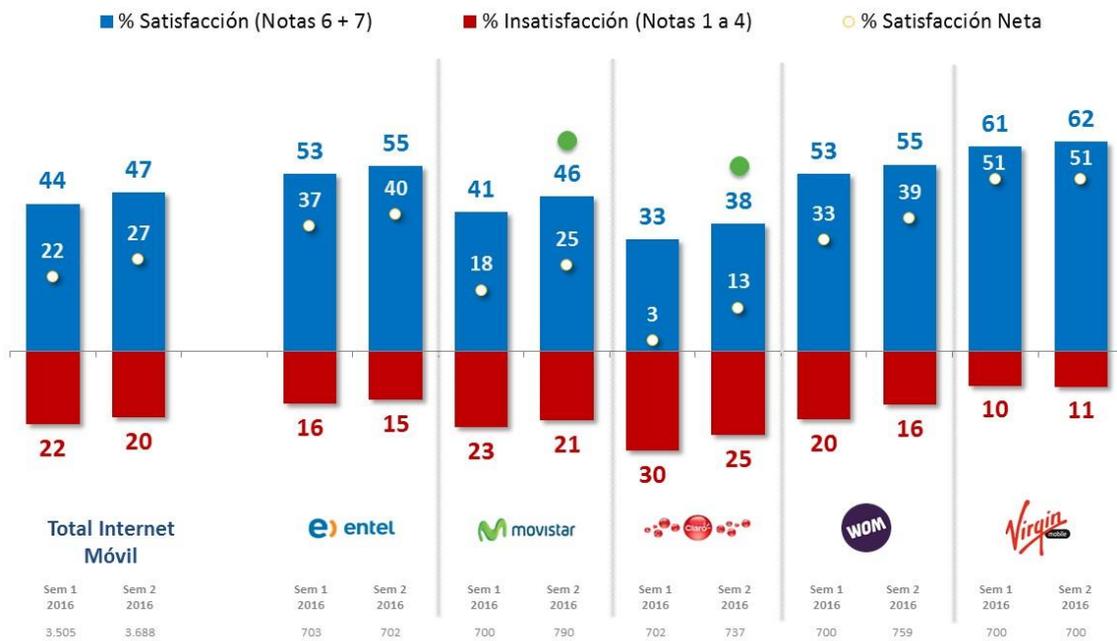
Casos: 3.688

Respecto a las características principales que tienen los usuarios de Internet Móvil, se aprecia que la mayoría son de prepago con un 57%, mientras que el restante 43% corresponde a planes con modalidad contrato, distribución que se desprende debido a Virgin, empresa que sólo cuenta con modalidad prepago. Las compañías que destacan por tener más usuarios con contrato son WOM y Movistar, con 54% y 53% respectivamente. Respecto de la antigüedad, el 44% declara ser cliente de su actual compañía hace 1 año o menos y un 37% declaró ser cliente hace más de dos años. Esto se debe a la incorporación de empresas jóvenes como Virgin y WOM, mientras que los usuarios de Entel declaran en mayor proporción disponer del servicio hace más de 2 años (49%).

7.2.2. Satisfacción con empresas de Internet Móvil

“En una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de Internet Móvil de (Proveedor Internet Móvil)?”

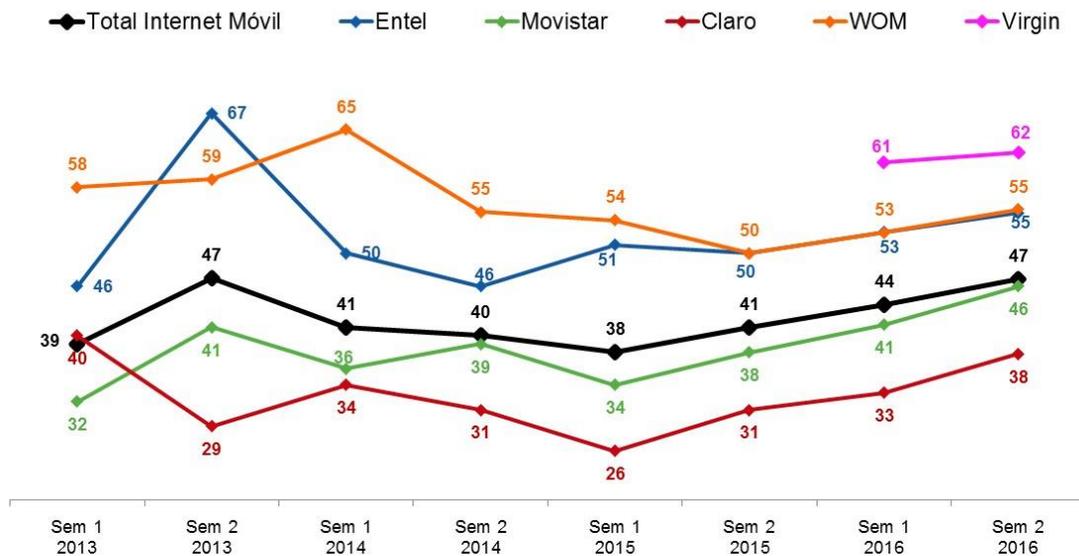
Gráfica 77. Satisfacción con empresas de Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción “5” o “No sabe”. * Virgin se mide solo en prepago.
Casos: 3.688

Existe un 27% de satisfacción neta con el servicio de Internet Móvil, mejorando en este indicador respecto del primer semestre (22%). Virgin lidera en satisfacción neta este semestre, y si bien cae su satisfacción usuaria respecto del primer semestre, se mantiene estable en un 51%. Claro obtiene el nivel de satisfacción neta más bajo de las compañías de Internet Móvil medidas (13%), aunque mejorando de manera importante en este indicador respecto del primer semestre. También se destaca la mejora respecto del primer semestre en Movistar.

Gráfica 78. Satisfacción con empresas de Internet Móvil – Evolutivo

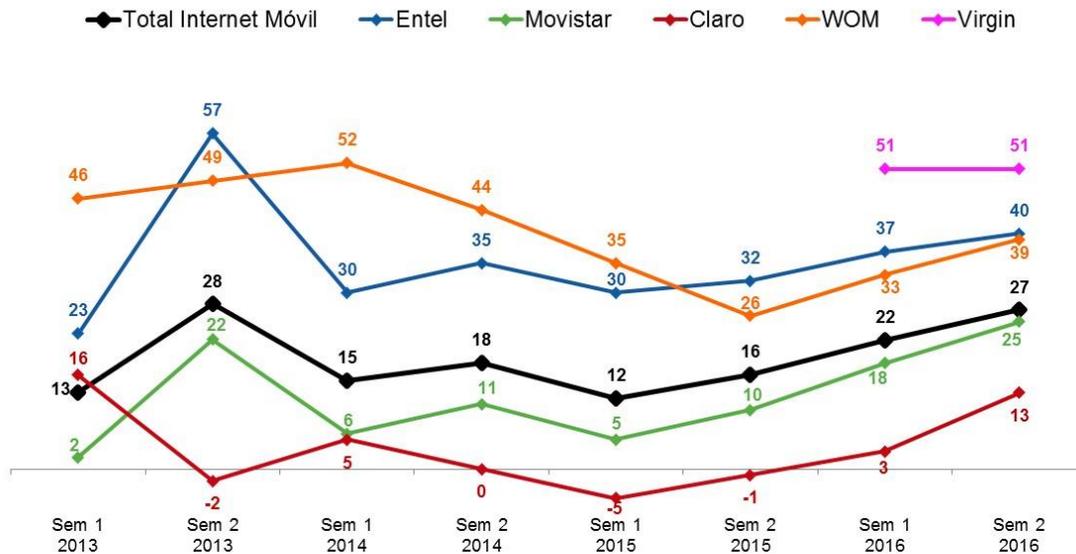


(*) WOM se mide desde el segundo semestre 2015, anteriormente se mide como Nextel. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.688

En cuanto al nivel de satisfacción en internet móvil, se puede apreciar que ha mejorado progresivamente en relación a 2015- Con respecto a las distintas empresas, han mejorado todas en este indicador desde el segundo semestre de 2015. Virgin continúa liderando, mientras Claro se mantiene como la empresa con el nivel de satisfacción más bajo.

Gráfica 79. Satisfacción Neta con empresas de Internet Móvil – Evolutivo

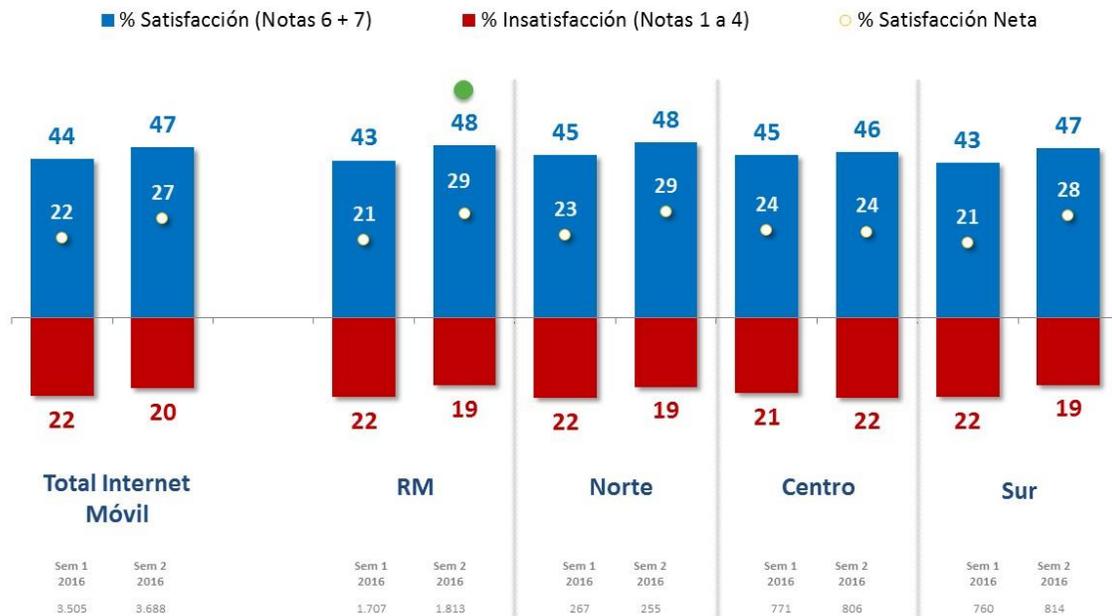


(*) WOM se mide desde el segundo semestre 2015, anteriormente se mide como Nextel. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.688

El total de satisfacción neta en Internet Móvil continúa mejorando desde el primer semestre de 2015. Virgin es la empresa que destaca por su satisfacción neta en comparación al resto de las empresas (51%). Claro y Movistar se mantienen con niveles de satisfacción neta por debajo del promedio.

Gráfica 80. Satisfacción por Zona en Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016

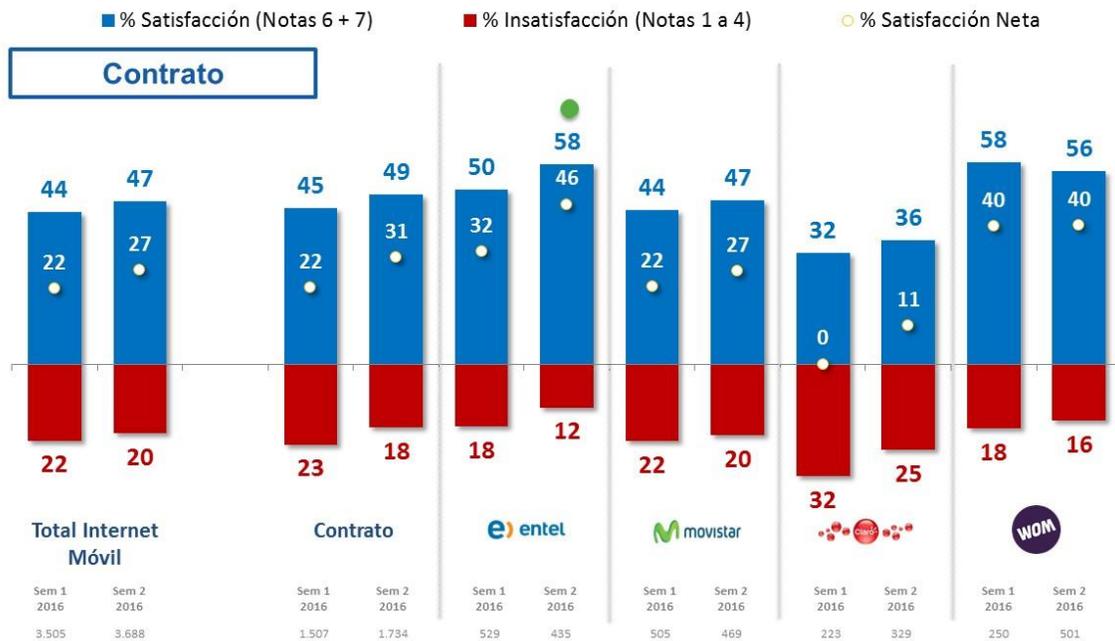


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

(*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

Por zonas, la zona de RM y Norte presentan la satisfacción neta más alta (29%), mientras que la más baja se identifica en el centro (24%). Respecto del primer semestre, se destaca el aumento en la satisfacción neta en RM (+8%), el sur (+7%) y el norte (+6%).

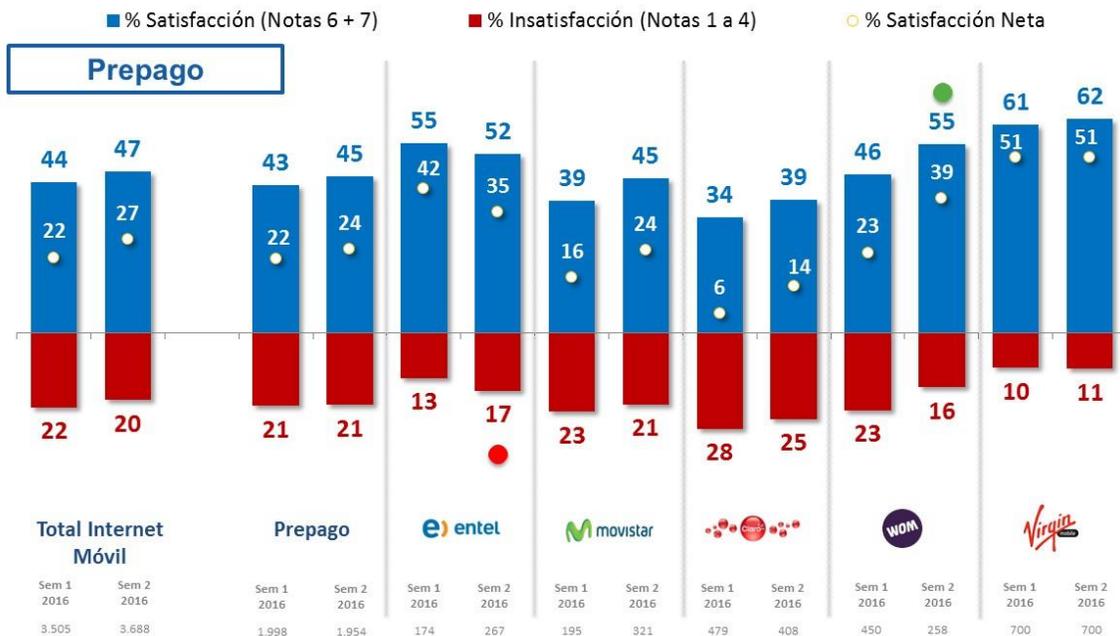
Gráfica 81. Satisfacción con servicio de Internet Móvil por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Entre los usuarios con contrato, mejora en general la satisfacción usuaria, donde la satisfacción neta pasa de un 22% a un 31% entre el primer y segundo semestre. Por compañía, la mejor satisfacción neta se identifica en Entel (46%), mientras que la más baja en Claro (11%). Respecto del primer semestre, se destaca la mejora en Entel (+14%).

Gráfica 69. Satisfacción con servicio de Internet Móvil por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016

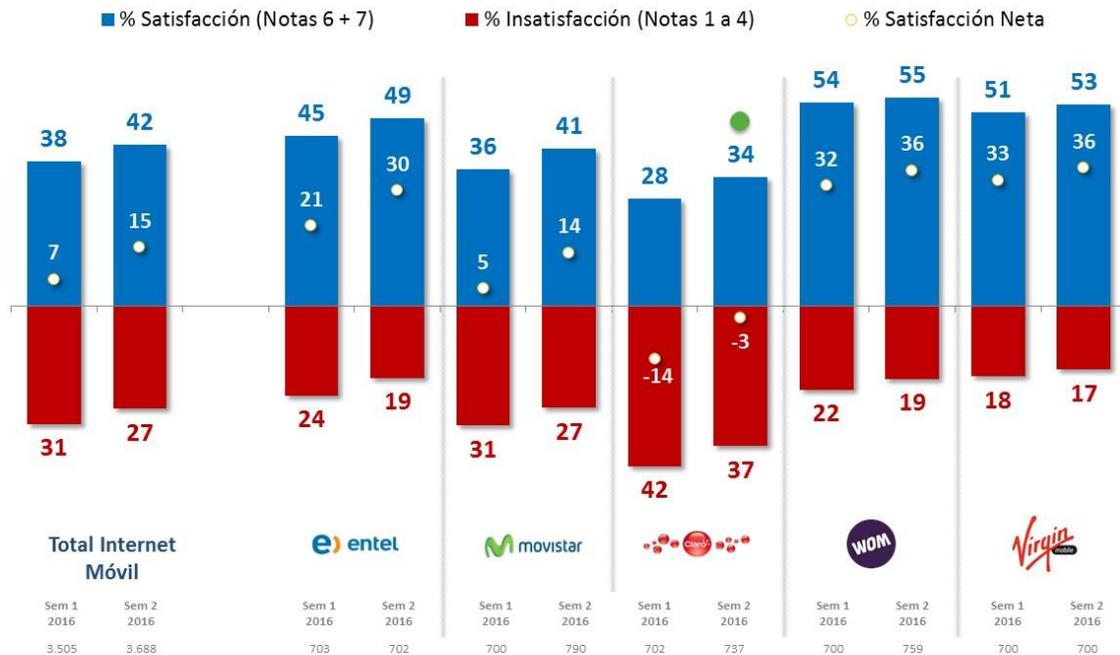


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Entre los usuarios de Internet Móvil con prepago, la satisfacción usuaria en general mejora, aumentando dos puntos en la satisfacción neta respecto del primer semestre. Por compañía, la satisfacción neta más alta se identifica en Virgin (51%) y la más baja en Claro (14%). Respecto del primer semestre, Entel cae en este indicador (-7%), mientras que WOM aumenta la satisfacción neta en 16 puntos.

“¿Cuán satisfecho está con la velocidad de Internet Móvil en su celular?”

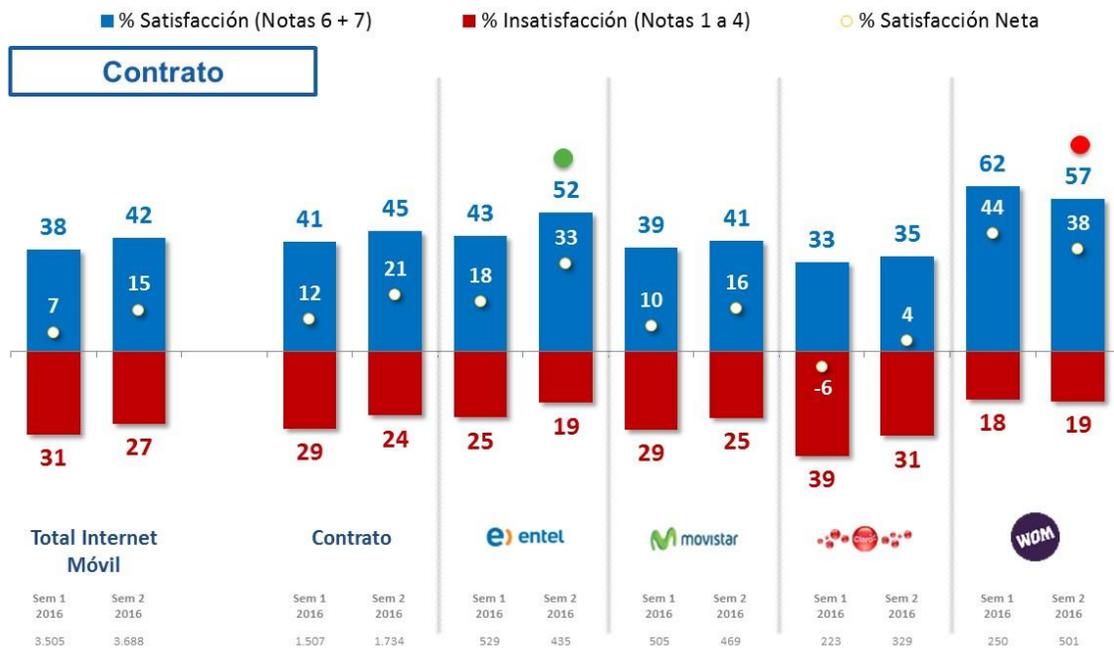
Gráfica 82. Satisfacción velocidad Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción “5” o “No sabe”. * Virgin se mide solo en prepago.

Al evaluar la velocidad de Internet Móvil, se observa que la satisfacción neta total en el segundo semestre mejora a un 15%, 8 puntos porcentuales más que en el primer semestre. Por empresa, se aprecia que todas mejoran en este indicador, siendo Virgin y WOM quienes obtienen la satisfacción neta más alta (36%) en comparación al resto de las empresas medidas. Por su parte, Claro continúa presentando una satisfacción neta negativa (-3%), siendo la empresa con satisfacción neta más baja, aunque mejora de manera importante respecto de la evaluación con la velocidad de internet móvil en el primer semestre.

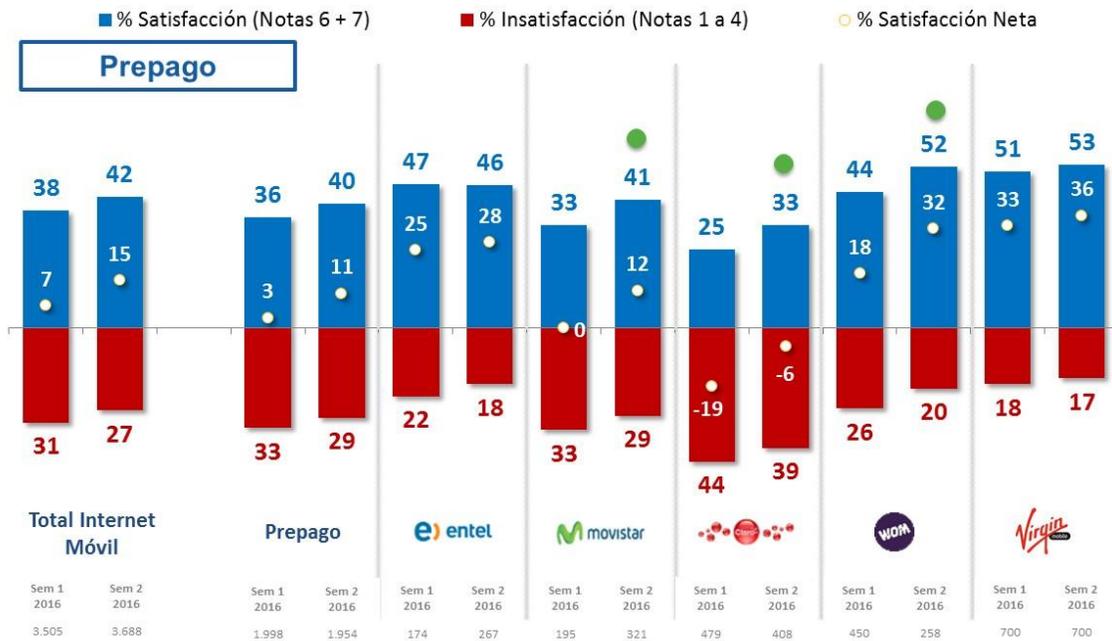
Gráfica 83. Satisfacción velocidad Internet Móvil por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.
Casos: 3.688

Respecto a la velocidad con Internet Móvil los usuarios con contrato presentan una satisfacción neta mejor que en el primer semestre, mejorando en este indicador de un 12% a un 21%. Entre las diferentes empresas proveedoras, WOM continúa presentando la satisfacción neta más alta entre los usuarios con contrato (38%) y Claro la más baja (4%). Entel destaca por su mejora en la satisfacción neta respecto del primer semestre, mientras WOM cae 6 puntos.

Gráfica 84. Satisfacción velocidad Internet Móvil por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016



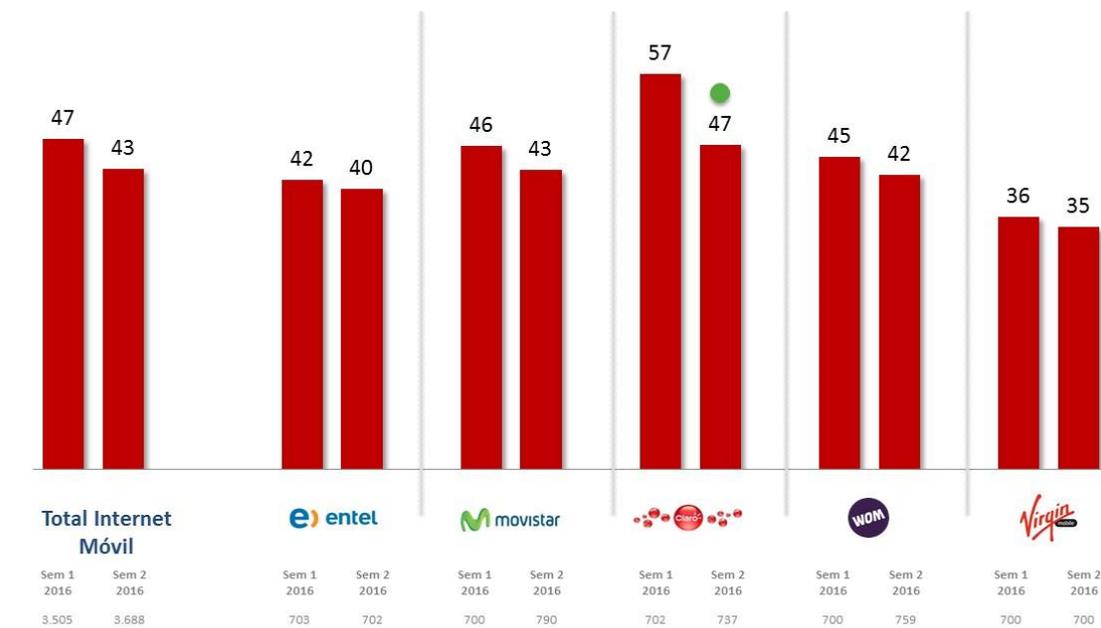
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.
Casos: 3.688

Los usuarios de prepago evalúan mejor este semestre la satisfacción con la velocidad de internet, aunque aún por debajo de quienes tienen contrato. Por empresa, todas mejoran en este indicador respecto del primer semestre, siendo Virgin quien mantiene la satisfacción neta más alta (36%), mientras Claro la más baja (-6%). Destacan las mejoras en la satisfacción neta de los usuarios de prepago de Movistar y Claro, que aumentan en este semestre su satisfacción neta, aunque en el caso de Claro se mantiene aún un neto negativo (-6%).

7.2.3. Problemas, reclamos y resolución: Internet Móvil

“En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún problema con su servicio de Internet Móvil?”

Gráfica 85. Tasa de problemas Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016

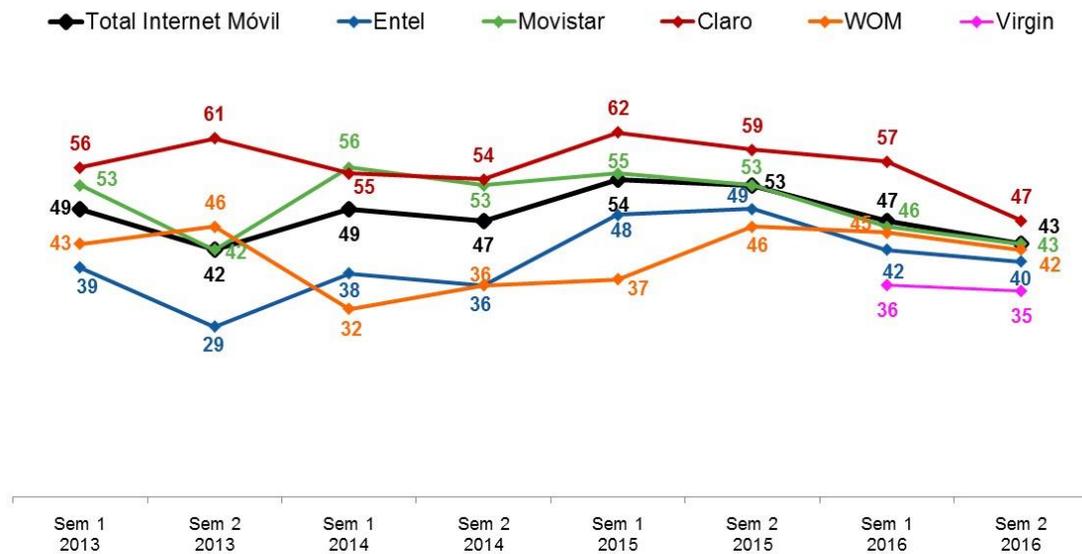


* Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.688

Entre los usuarios de Internet Móvil se aprecia que la tasa de problemas este semestre es de un 43%, disminuyendo en 4 puntos respecto del primer semestre. Virgin se mantiene como la empresa con menor tasa de problemas, mientras Claro reporta la tasa de problemas más alta (47%), aunque esta vez baja de manera relevante respecto del primer semestre (-10%). En todas las compañías disminuye la tasa de problemas respecto del primer semestre.

Gráfica 86. Tasa de problemas Internet Móvil – Evolutivo

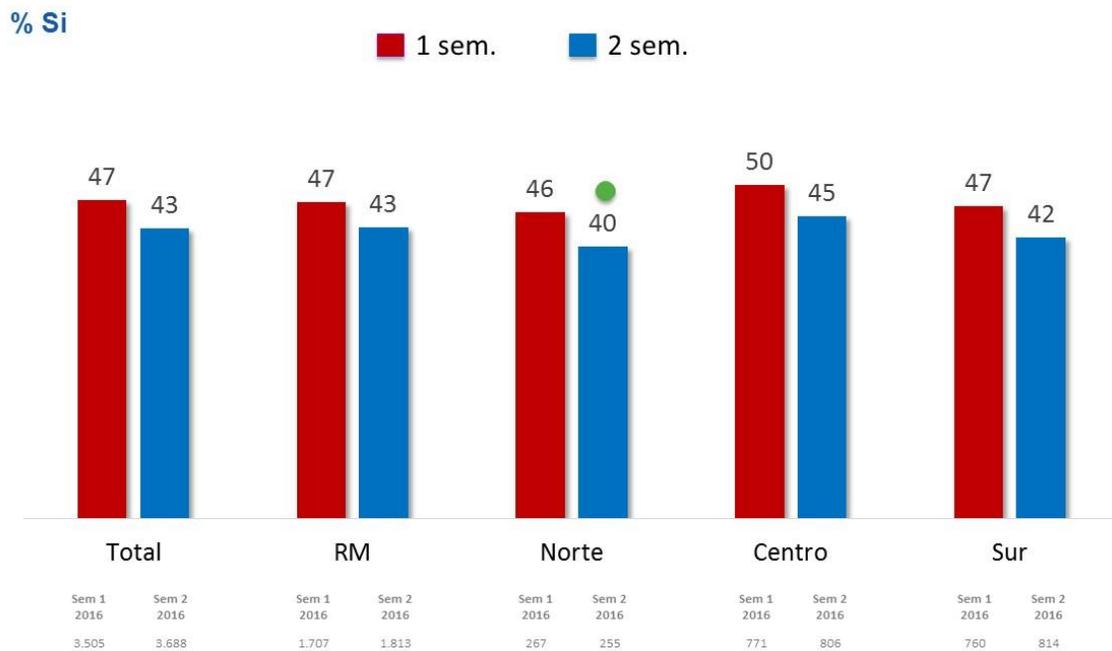


(*) WOM se mide desde el segundo semestre 2015, anteriormente se mide como Nextel. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.688

Claro continúa manteniéndose como la empresa con la tasa de problemas más alta, mientras que Movistar logra su segunda tasa de problemas más baja. Entel, WOM y Virgin continúan manteniendo tasas de problemas por debajo del promedio.

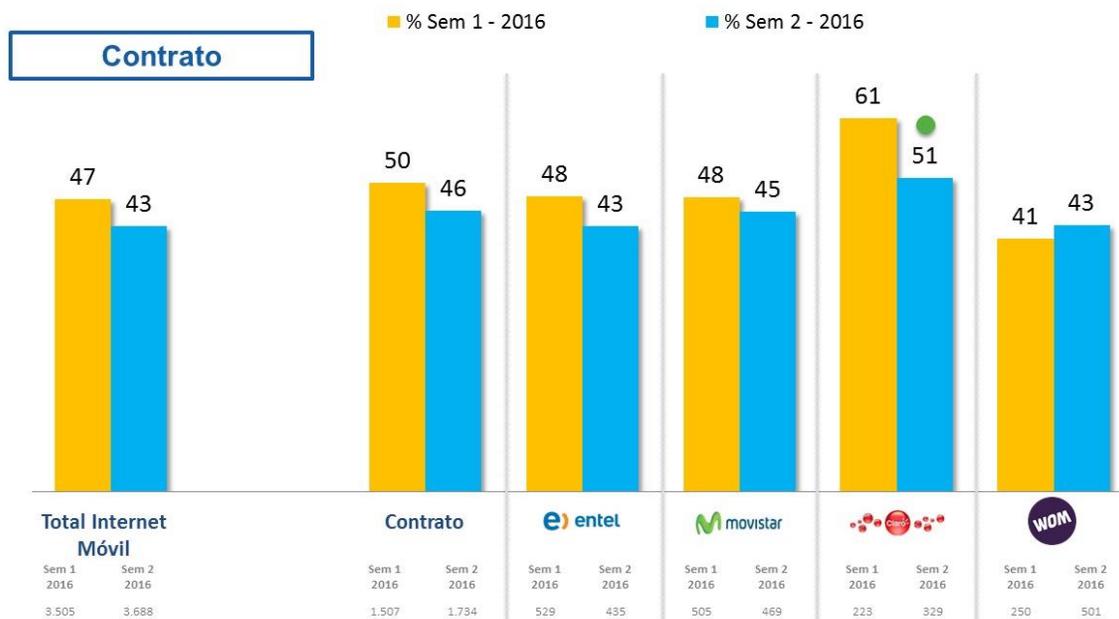
Gráfica 87. Tasa de problemas Internet Móvil – por Zona 1 y 2 sem. 2016



(*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

La tasa de problemas más alta por zona se identifica en el Centro (45%) mientras que la más baja en el norte (40%). En todas las zonas del país existe una disminución en la tasa de problemas en comparación a la primera medición de 2016. La zona norte destaca, disminuyendo un 6%.

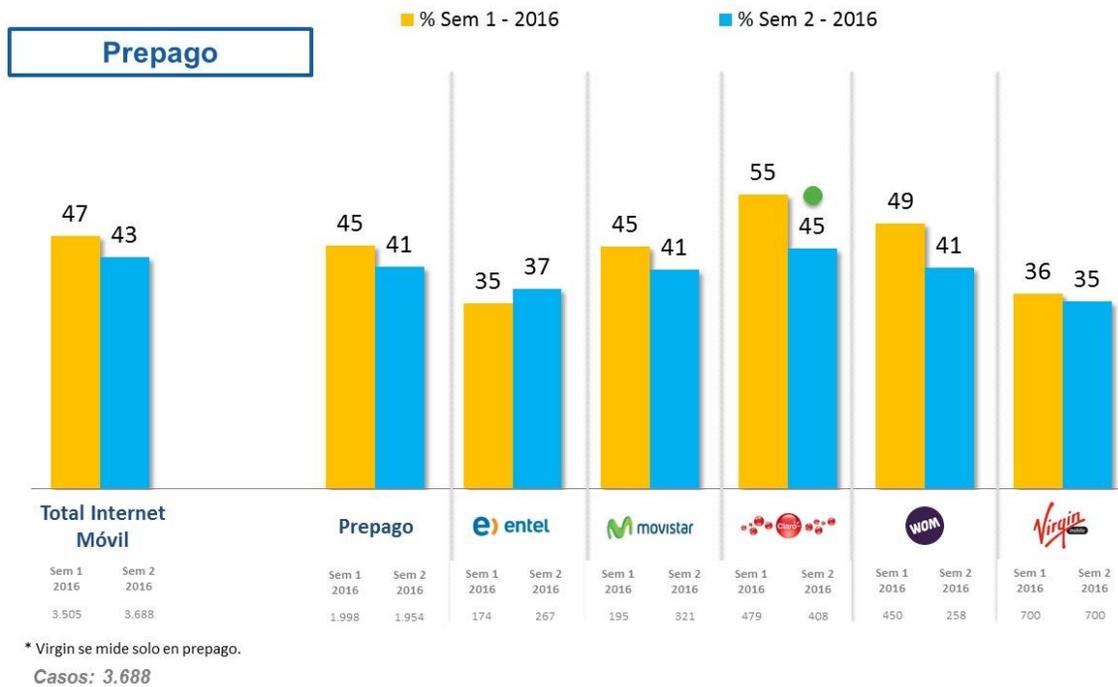
Gráfica 88. Tasa de problemas con servicio de Internet Móvil por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016



* Virgin se mide solo en prepago.
Casos: 3.688

Por tipo de modalidad de plan, se observa una disminución en la tasa de problemas entre los usuarios con contrato entre el primer semestre (50%) y el segundo semestre (46%). Este semestre Claro continúa con la tasa de problemas más alta (51%) y la más baja es en Entel y WOM, ambos con un 43%. La única empresa en la que se identifica un aumento en la tasa de problemas entre los usuarios con contrato es en WOM, que aumenta de un 41% a un 43%, mientras que en todas las otras compañías la tasa de problemas cae, entre las que destaca Claro (-10%).

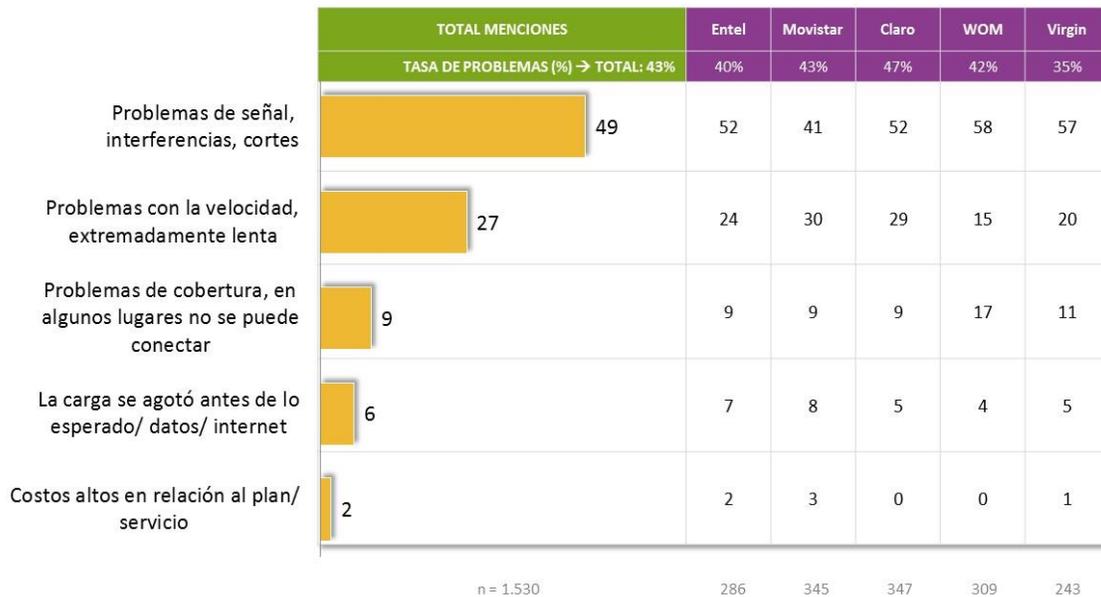
Gráfica 89. Tasa de problemas con servicio de Internet Móvil por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016



Al igual que entre los usuarios con contrato, los usuarios con prepago reportan una disminución en la tasa de problemas, cayendo 4 puntos porcentuales respecto de la medición anterior. Virgin es la empresa que reporta la tasa más baja de problemas entre los usuarios de prepago (35%) y la más alta se registra en Claro (45%). Respecto del primer semestre, Entel es la única que aumenta la tasa de problemas entre los usuarios con prepago (+2%). Claro por su parte, al igual que entre sus usuarios con contrato, destaca disminuyendo la tasa de problemas respecto del semestre anterior (-10%). En WOM también disminuye de manera importante (-8%).

“¿Qué tipo de problema tuvo? MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA”

Gráfica 90. Tipos de problemas de Internet Móvil

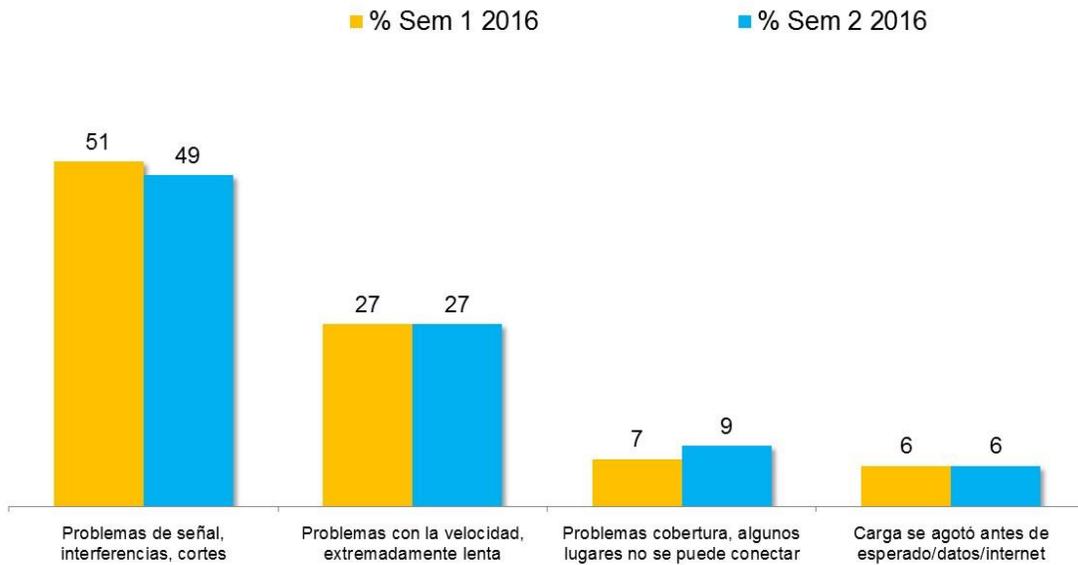


Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (1.530). En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados.

* Virgin se mide solo en prepago. *Otros problemas: problemas con cobros/facturas, problemas de atención.

Entre los problemas con el servicio de Internet Móvil, el principal tiene relación con los problemas de “señal, interferencias o cortes” (49% del total de menciones), seguido de problemas con la “velocidad, extremadamente lenta” (27%). Al analizar este resultado por las compañías medidas, los “problemas de señal, interferencias, cortes”, son en proporción más mencionados entre los usuarios de WOM y Virgin, con un 58% y 57% respectivamente, mientras que los problemas con la velocidad están más asociados a Movistar y Claro.

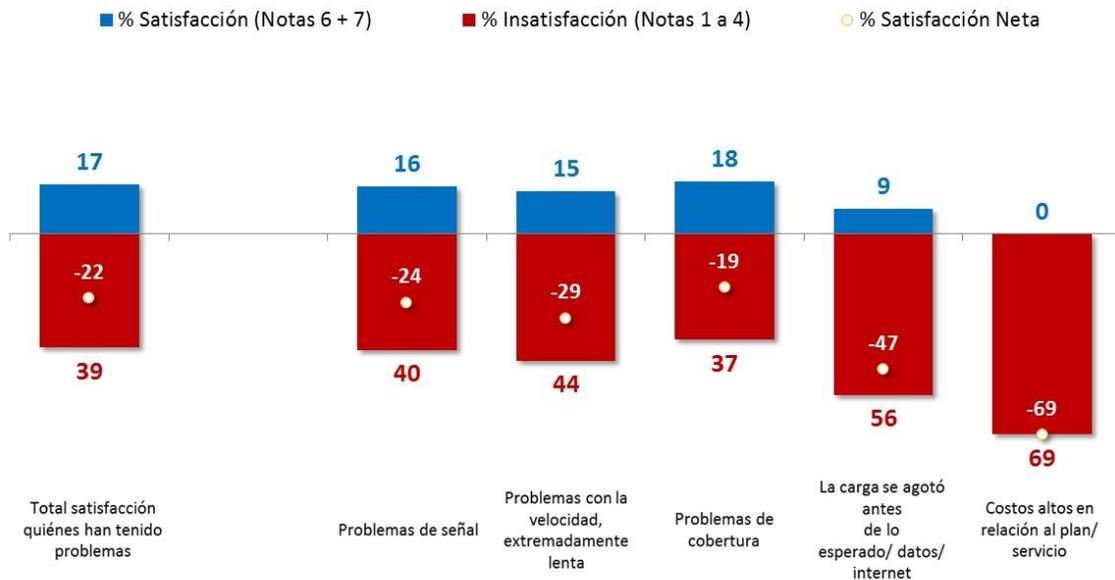
Gráfica 91. Tipos de problemas de Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (1.625 sem 1 2016; 1.530 sem 2 2016). Se grafican los problemas más mencionados.

Entre la primera y segunda medición del 2016, no se perciben mayores diferencias en los problemas reportados en Internet Móvil. Disminuyen levemente los problemas de señal, interferencia y cortes (-2%), mientras que aumentan los problemas asociados a la cobertura (+2%).

Gráfica 92. Satisfacción por tipo de problema de Internet Móvil



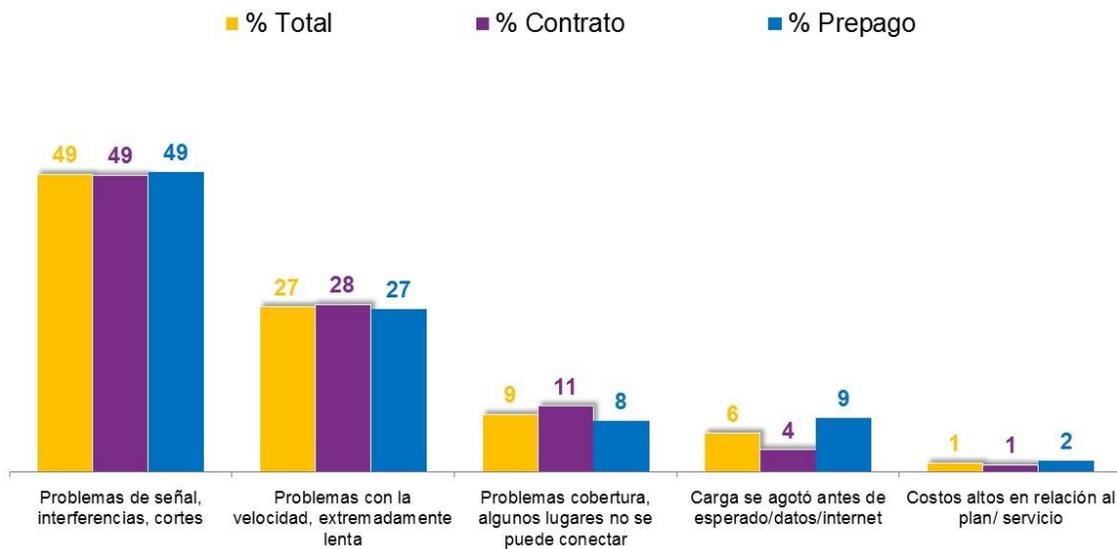
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (1.530)

Entre quienes tuvieron problemas, la satisfacción neta es de un -22%. Por tipo de problema, destaca los "Costos altos en relación al plan/servicio", en donde el nivel de satisfacción neta es de -69%.

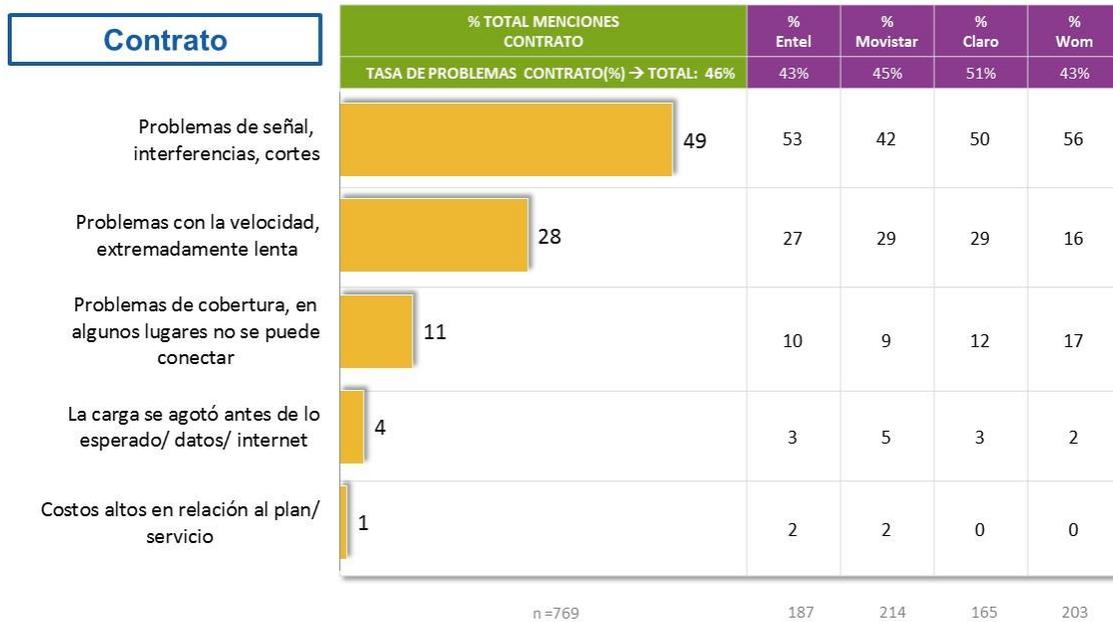
Gráfica 93. Tipos de problemas de Internet Móvil – Contrato y Prepago



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (1.530)

Identificando los principales problemas según usuarios de contrato y prepago, se observa que el más relevante para ambos tipos de modalidad son los “problemas de señal, interferencias, cortes”. Existe una mayor diferencia por tipo de plan en “problemas de cobertura, en algunos lugares no se puede conectar”, donde el 11% de usuarios con contrato reporta este problema frente a un 8% de usuarios prepago. Por el contrario, “la carga se agotó antes de lo esperado”, es un problema más asociado a los usuarios con prepago que quienes tienen contrato, con un 9% entre los usuarios de prepago y solo un 4% contrato.

Gráfica 94. Tipos de problemas de Internet Móvil – Contrato

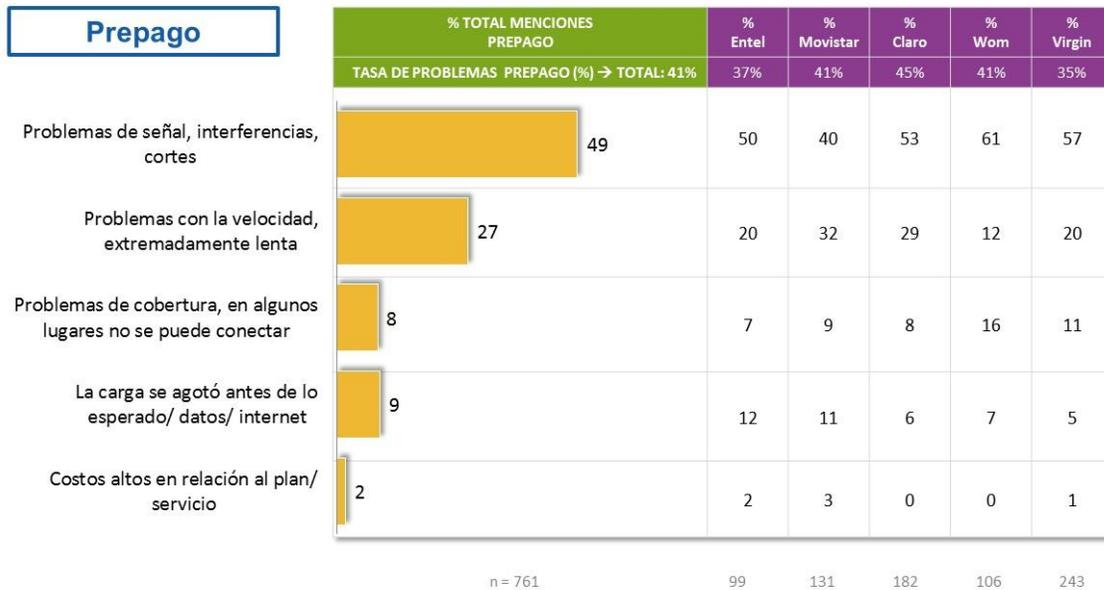


Casos: usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (769).

En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados. * Virgin se mide solo en prepago.

En la gráfica, la cual desglosa los principales problemas presentados por los usuarios contrato, se puede observar que WOM tiene un porcentaje más alto respecto de las otras compañías en “problemas de señal, interferencias, cortes” (56%), no obstante en WOM se reporta en menor medida los problemas asociados a la velocidad (16%) en comparación al resto de las compañías. Movistar es la compañía que presenta en proporción un porcentaje menor en los problemas asociados a la señal, interferencia y cortes, pero junto a Claro tienen el mismo y más alto porcentaje en comparación al resto de las compañías en problemas asociados a la “velocidad, extremadamente lenta”.

Gráfica 95. Tipos de problemas de Internet Móvil – Prepago



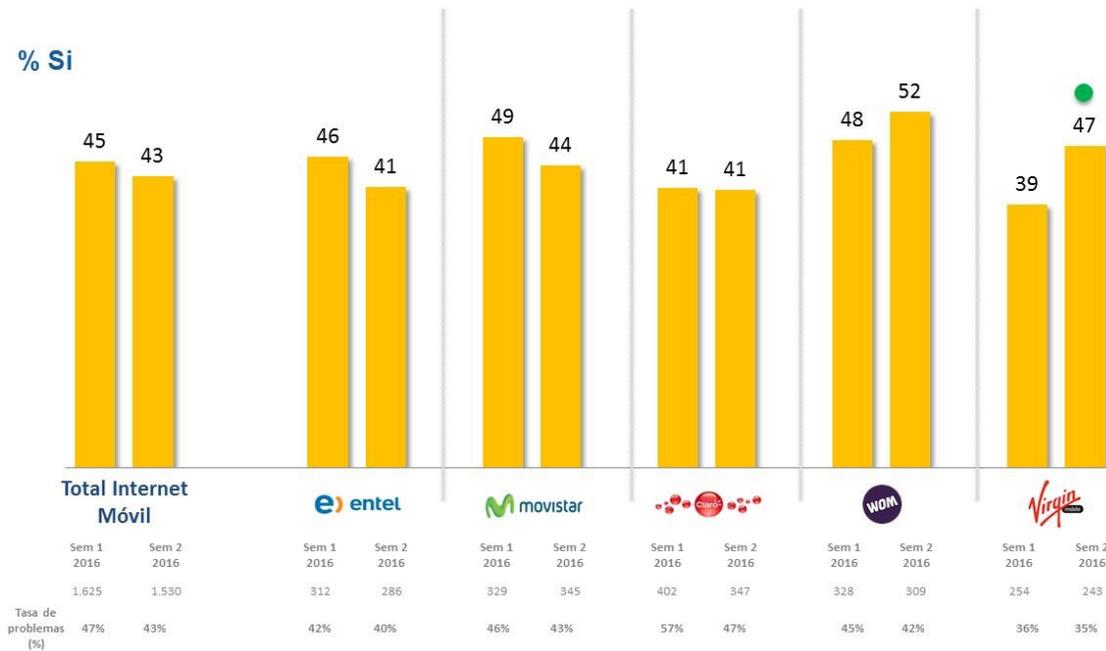
Casos: usuarios prepago que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (761).

En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados. *Virgin se mide solo en prepago

Los usuarios de prepago de WOM y Virgin son los que presentan los porcentajes más elevados respecto del resto de las compañías en relación a “los problemas de señal, interferencias y cortes”, reportando un 61% y 57% respectivamente. Mientras que Movistar y Claro tienen mayor proporción de menciones en problemas asociados a la “velocidad, extremadamente lenta”.

“Considerando el último problema que Ud. tuvo con su servicio de Internet Móvil ¿Reclamó o pidió alguna solución en...?”

Gráfica 96. Tasa de reclamo Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016

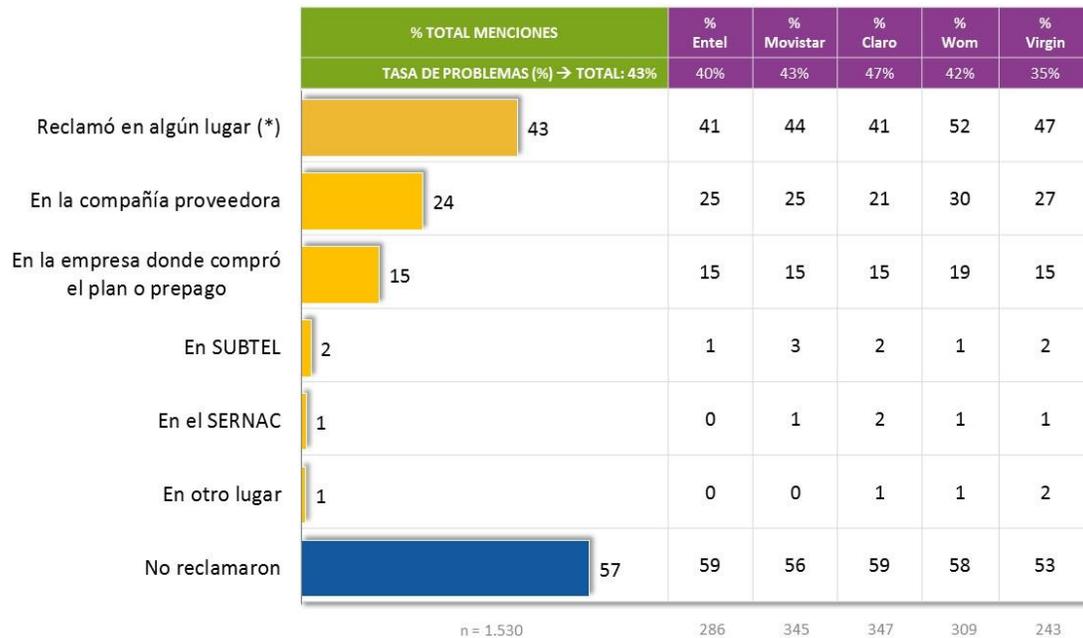


* Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (1.530).

En Internet Móvil el 43% de los entrevistados que tuvo algún problema declara haber realizado un reclamo, lo que significa una disminución de un 2% respecto de la medición anterior. La compañía que presenta el nivel más bajo en su tasa de reclamo es Entel y Claro (ambas en 41%) y la más alta WOM (52%). Respecto del primer semestre, WOM y Virgin presentan un aumento entre quienes tuvieron problemas y reclaman, siendo importante el aumento en Virgin respecto de la medición anterior (+8%), empresa que en el primer semestre registraba el nivel más bajo de reclamo.

Gráfica 97. Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil

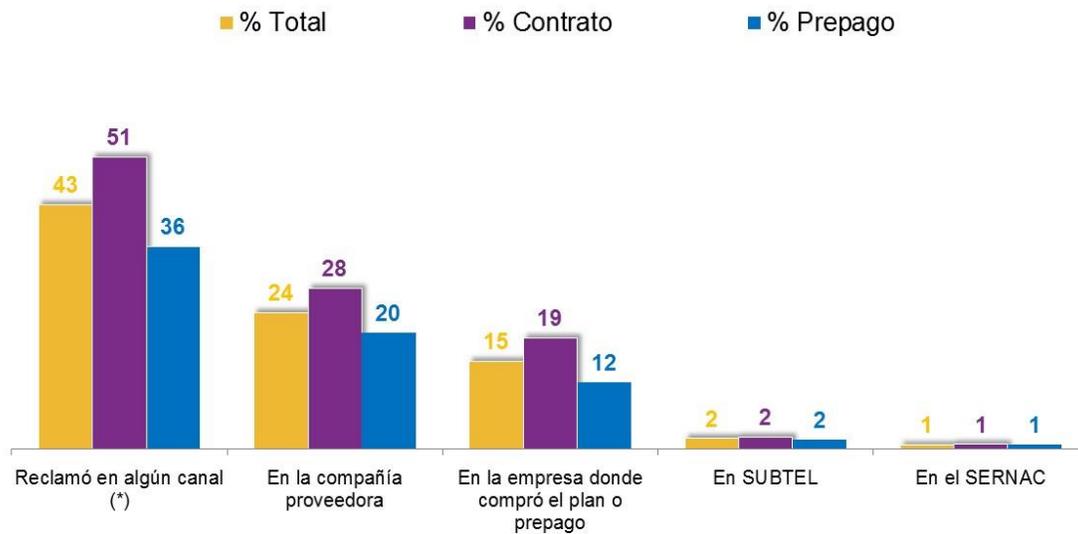


(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (1.530).

Entre los usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil durante los últimos 12 meses, el 43% de ellos indica haber reclamado en alguno de los canales que existen para ello, siendo en la compañía proveedora el canal más utilizado para efectuar el reclamo. Por compañía, WOM es donde más se efectúan reclamos (52%).

Gráfica 98. Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Contrato y Prepago

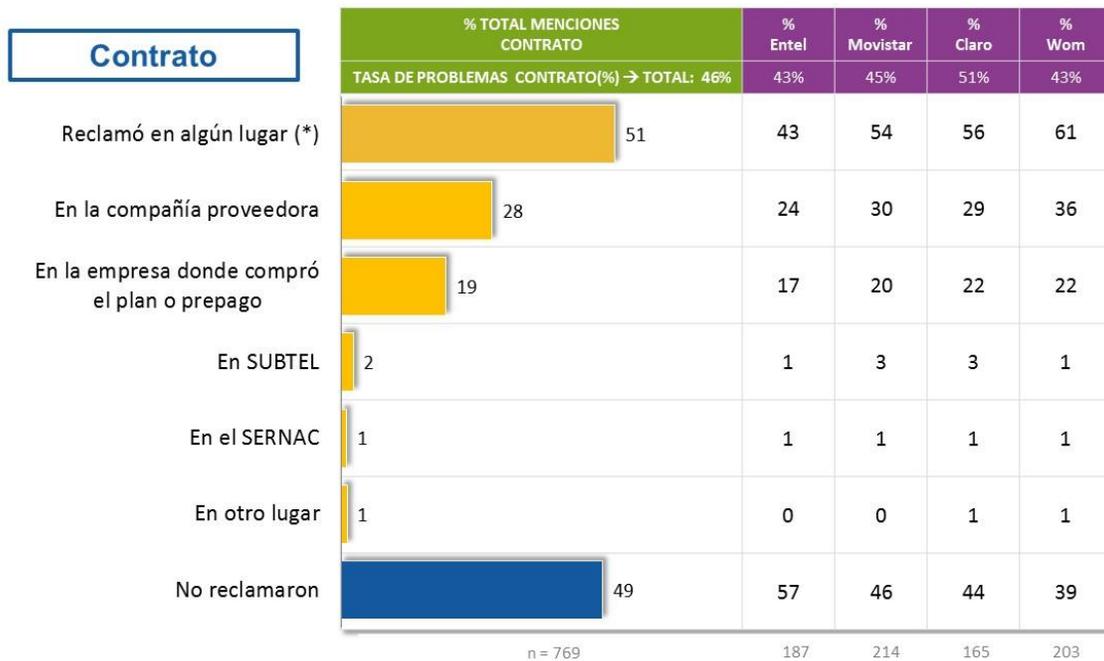


(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (1.530).

Por tipo de plan, los usuarios de contrato reclaman más que los usuarios de prepago, siendo los usuarios con contrato más activos que los de prepago, tanto a nivel general como por si reclamó en la compañía proveedora o en la empresa donde compró el plan o prepago.

Gráfica 99. Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Contrato por compañía

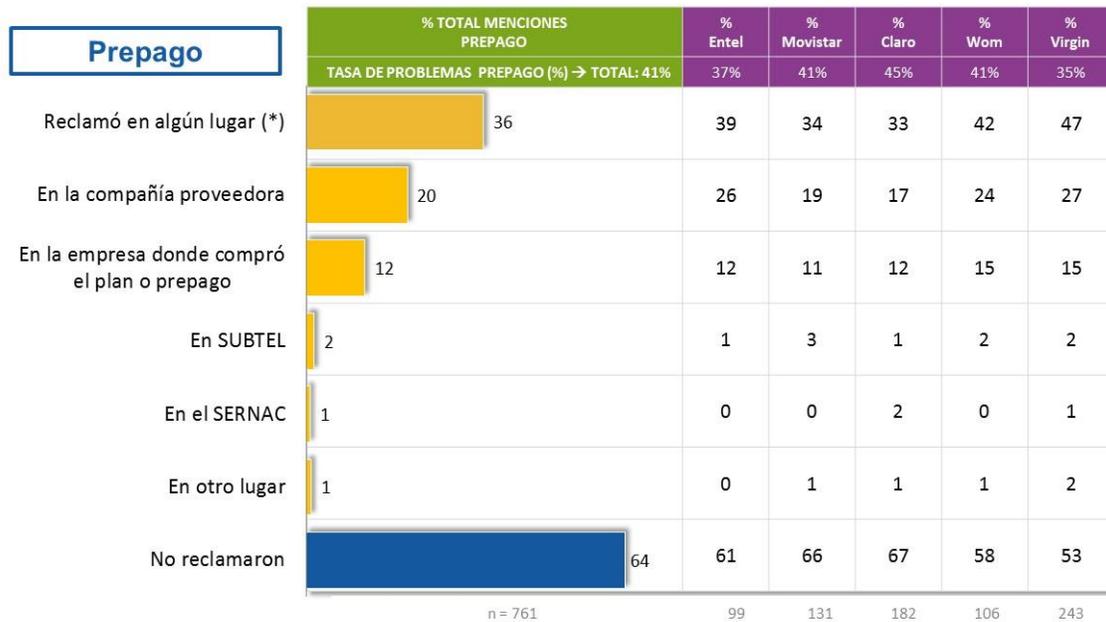


(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (769).

Los usuarios con contrato de WOM son quienes han reclamado en mayor medida (61%), mientras que en Entel sólo el 43% efectúa el reclamo correspondiente. El principal lugar de reclamo es directamente en la compañía proveedora del servicio (28%), donde destaca WOM (36%).

Gráfica 100. Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Prepago por compañía



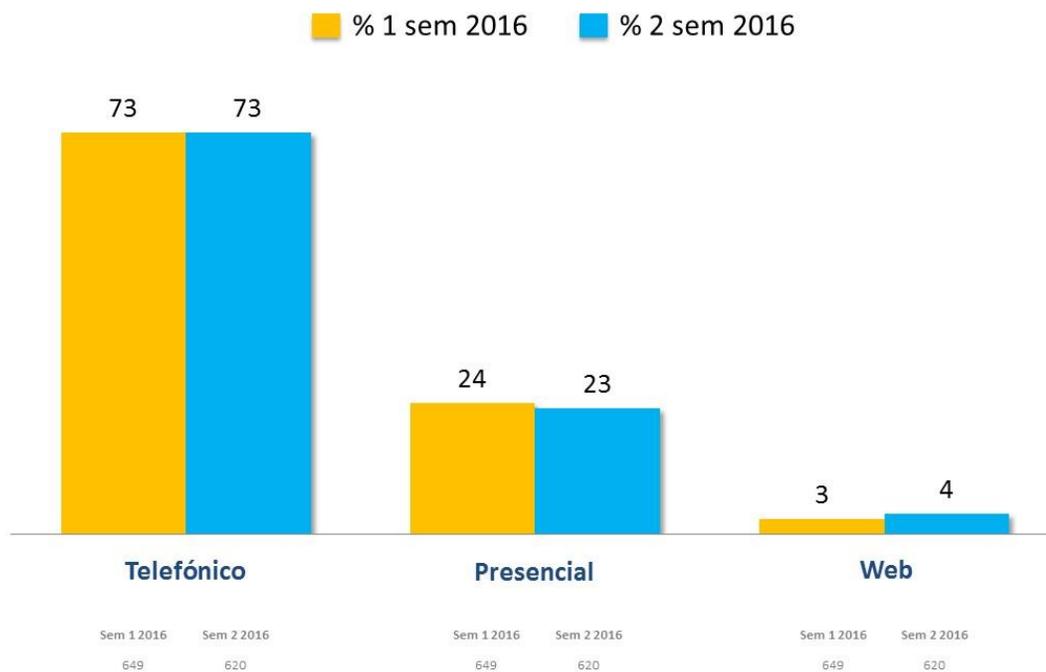
(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios prepago que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (761).

Entre las personas que tienen prepago y que han presentado algún problema con el servicio de Internet Móvil en el último año, el primer lugar donde se reclama es directamente en la compañía (20%). Entre las distintas compañías, los usuarios de Virgin son los que declaran en mayor medida haber reclamado en algún canal (47%), siendo junto a Entel los usuarios que reclaman más en proporción más en la compañía proveedora, con 27% y 26% respectivamente.

¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo?

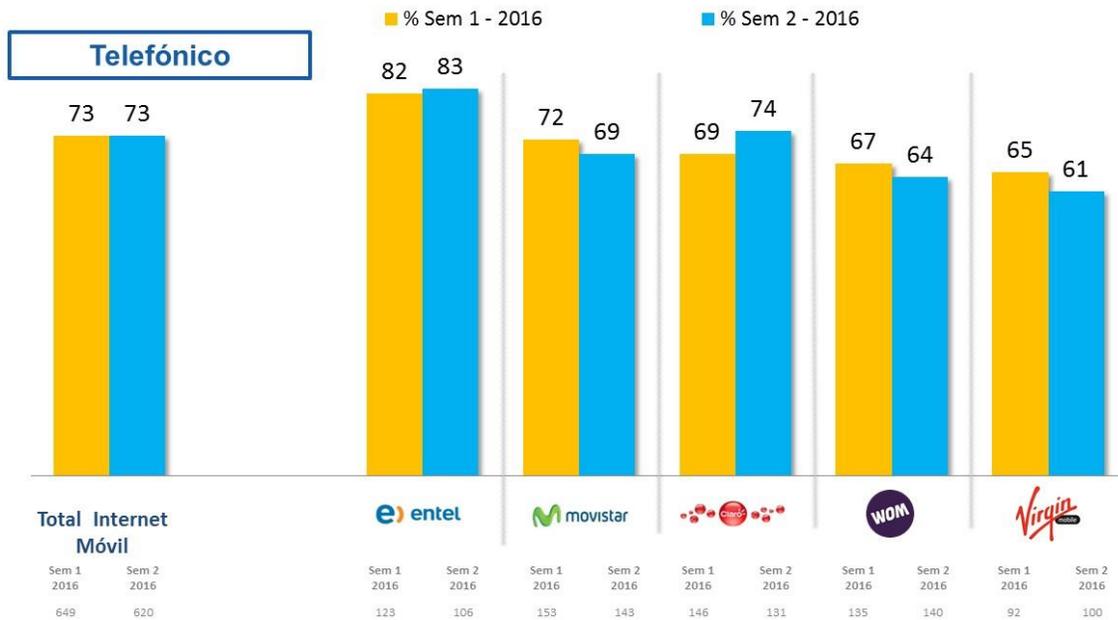
Gráfica 101. Canal por el que hizo el reclamo – 1 y 2 sem. 2016



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Móvil (N: 620)

Entre las personas que realizaron reclamos dentro de la propia compañía que presta el servicio, un 73% indica haberlo realizado a través de la plataforma telefónica, 23% de forma presencial y sólo un 4% a través de la web. Respecto del primer semestre, esta distribución se mantiene estable.

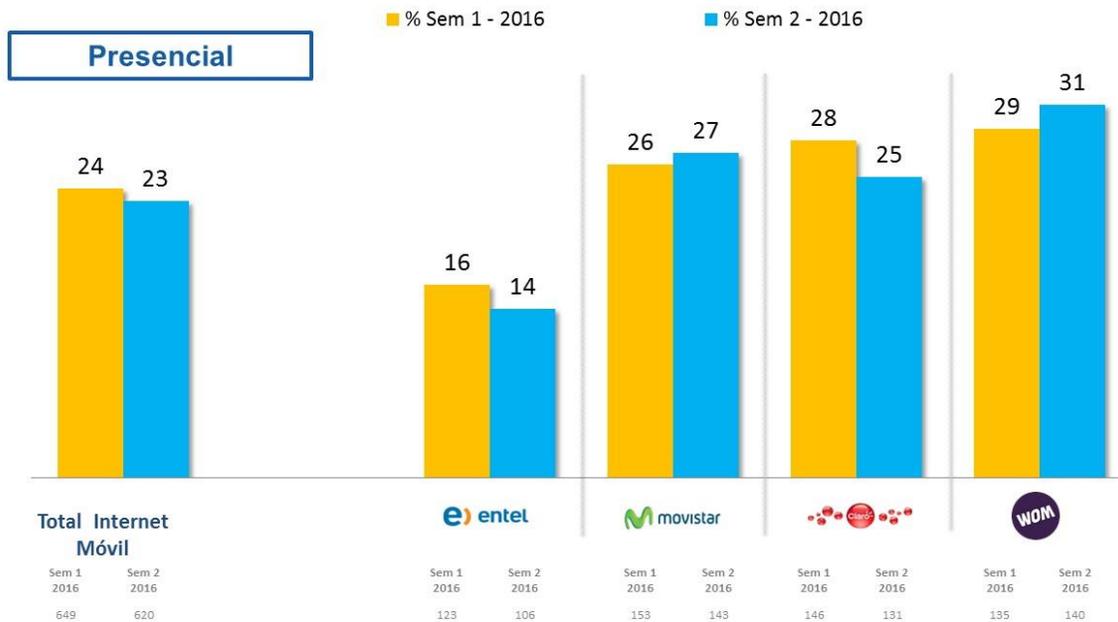
Gráfica 102. Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Telefónico, 1 y 2 sem. 2016



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Móvil (N: 620)

Por empresa, Entel es la compañía a través de la cual los usuarios en mayor proporción utilizan el canal telefónico para realizar el reclamo en la empresa (83%), mientras Virgin es la más baja (61%). Respecto del primer semestre, aumenta el uso de este canal en Claro (+5%), mientras que Virgin baja un 4%.

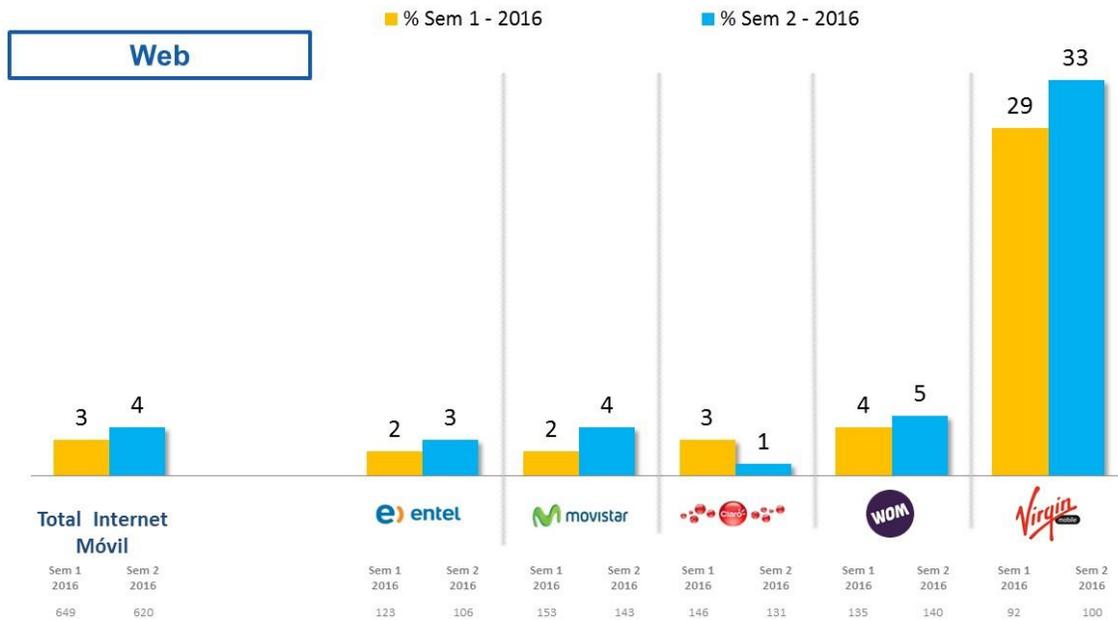
Gráfica 103. Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Presencial, 1 y 2 sem. 2016



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Móvil (N: 620)
 *Virgin no cuenta con canal presencial para interposición de reclamos

WOM es la compañía a través de la cual los usuarios en mayor proporción utilizan el canal presencial para realizar el reclamo en la empresa (31%), mientras Entel es la más baja (14%). Respecto del primer semestre, no se identifican mayores variaciones.

Gráfica 104. Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Web, 1 y 2 sem. 2016

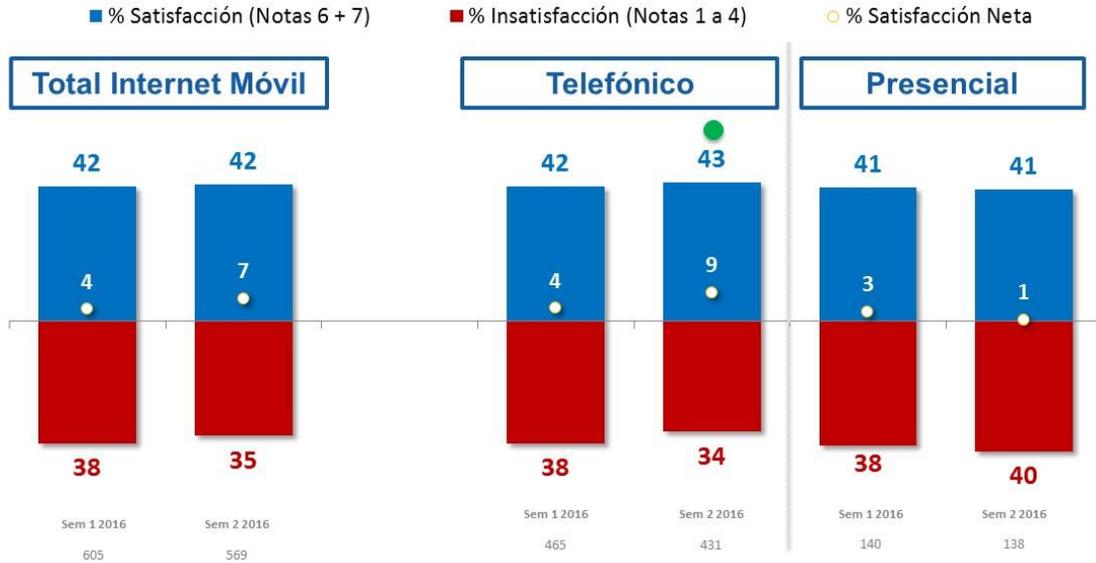


Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Móvil (N: 620)

Virgin es la compañía a través de la cual los usuarios en mayor proporción utilizan el canal web para realizar el reclamo en la empresa (33%), mientras Claro es la más baja (1%). Respecto del primer semestre, en Virgin aumenta un 4% el uso de este canal para interponer el reclamo.

¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?

Gráfica 105. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de canal – 1 y 2 sem. 2016

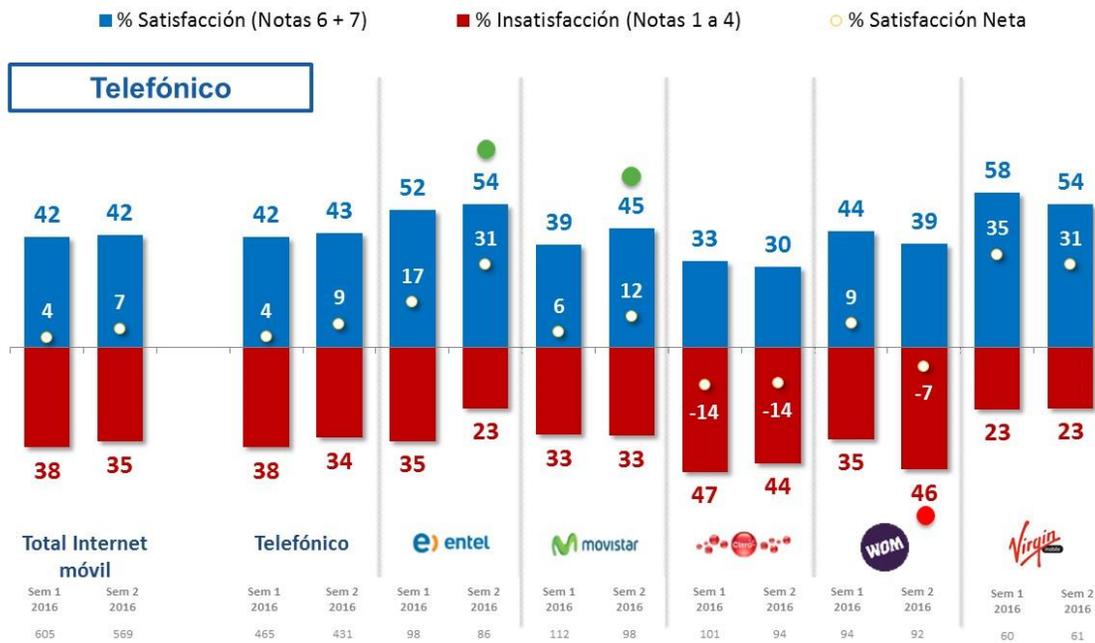


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Móvil, canales telefónicos y/o presenciales, no aplica para WEB (N: 569)

La satisfacción neta total en la evaluación del proceso de interposición del reclamo es de un 7%, mejorando tres puntos respecto del primer semestre. Por tipo de canal, continúa habiendo una mejor evaluación a través del canal telefónico que el presencial, con una satisfacción neta de un 9%, mejorando 5 puntos respecto del primer semestre.

Gráfica 106. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal telefónico 1 y 2 sem. 2016 por compañía

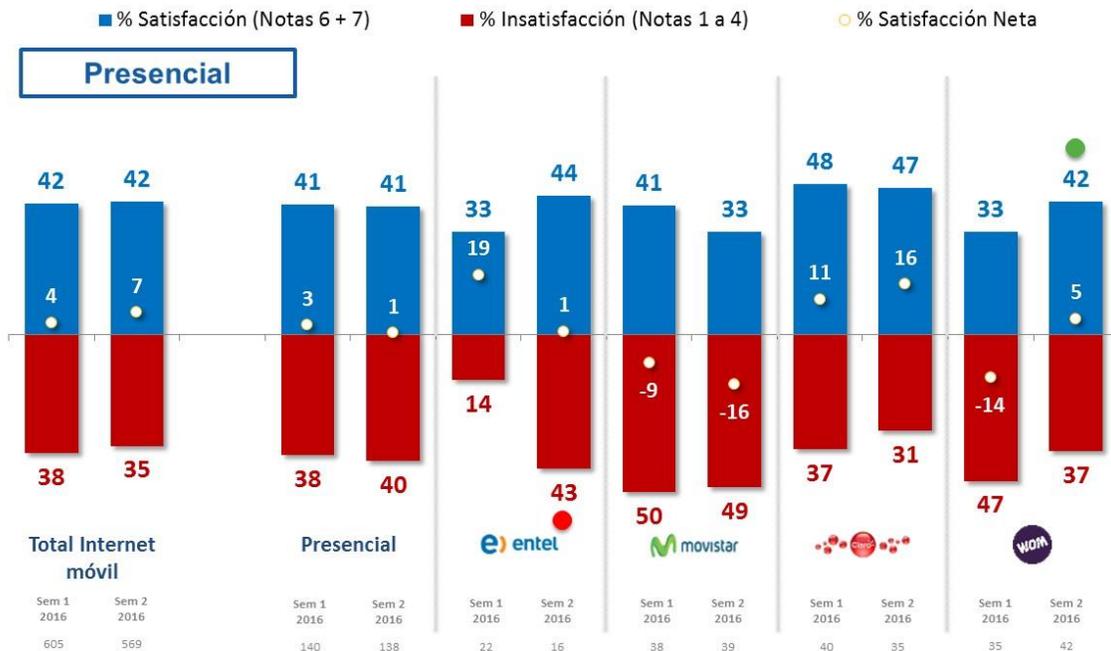


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Móvil, canal telefónico (N: 431)

Entre quienes realizan el reclamo a través del canal telefónico, los usuarios de Virgin y Entel presentan la mejor satisfacción neta (ambos en un 31%) y Claro se mantiene como la empresa con peor evaluación. En Entel este indicador mejora de manera relevante respecto del primer semestre. Movistar también destaca en la satisfacción usuaria respecto del primer semestre, mientras que WOM cae en este indicador reportando una satisfacción neta negativa (-7%).

Gráfica 107. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial 1 y 2 sem. 2016⁵ por compañía



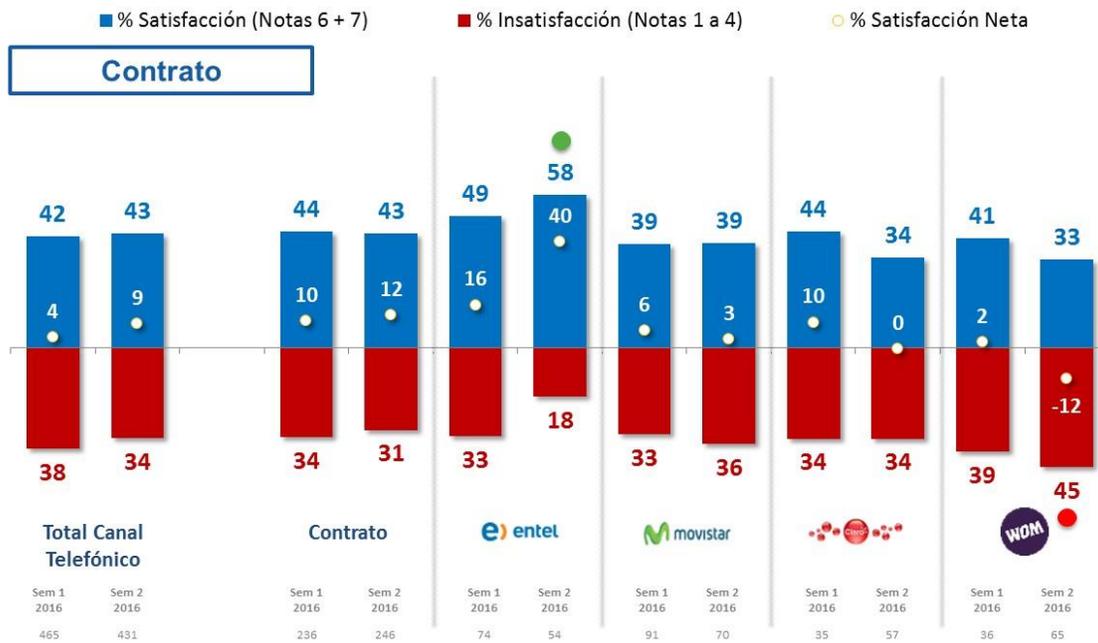
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin con base insuficiente, 5 y 6 casos en cada medición.

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Móvil, canal presencial (N: 138)

Entre quienes realizan el reclamo a través del canal presencial, los usuarios de Claro presentan la mejor satisfacción neta (16%) y los usuarios de Movistar evalúan peor (-16%). WOM por su parte mejora en este indicador, alcanzando su satisfacción neta un 5%, luego que en el primer semestre la evaluación fuera negativa (-14%). Entel en cambio empeora su evaluación respecto del primer semestre.

⁵ Cabe destacar que si bien Entel mejora en este indicador, el análisis debe verse de manera cuidadosa ya que la evaluación en el primer y segundo semestre son con muestras muy pequeñas.

Gráfica 108. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016 por compañía

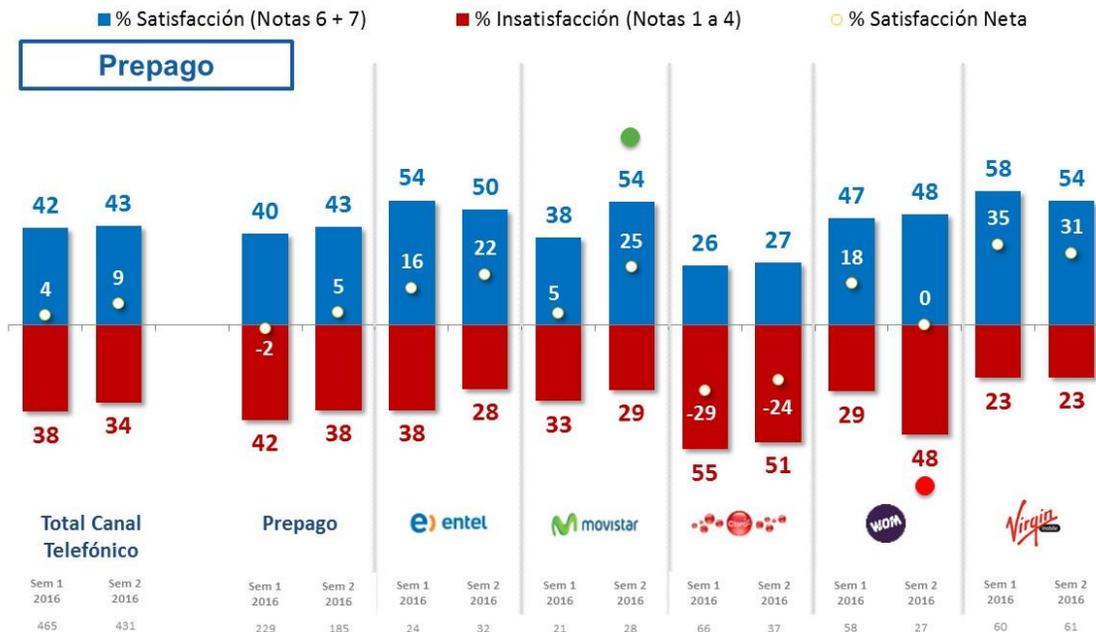


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Móvil, canal telefónico modalidad contrato (N: 246)

En la apertura del segmento por tipo de plan entre los reclaman a través del canal telefónico, entre los usuarios con contrato la satisfacción neta (12%) es levemente más alta que el promedio total (9%). Por empresa, la satisfacción neta es mejor en Entel (40%), mientras que WOM reporta la evaluación más baja en este indicador (-12%). En este último caso, la satisfacción cae de manera relevante respecto del primer semestre.

Gráfica 109. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016 por compañía

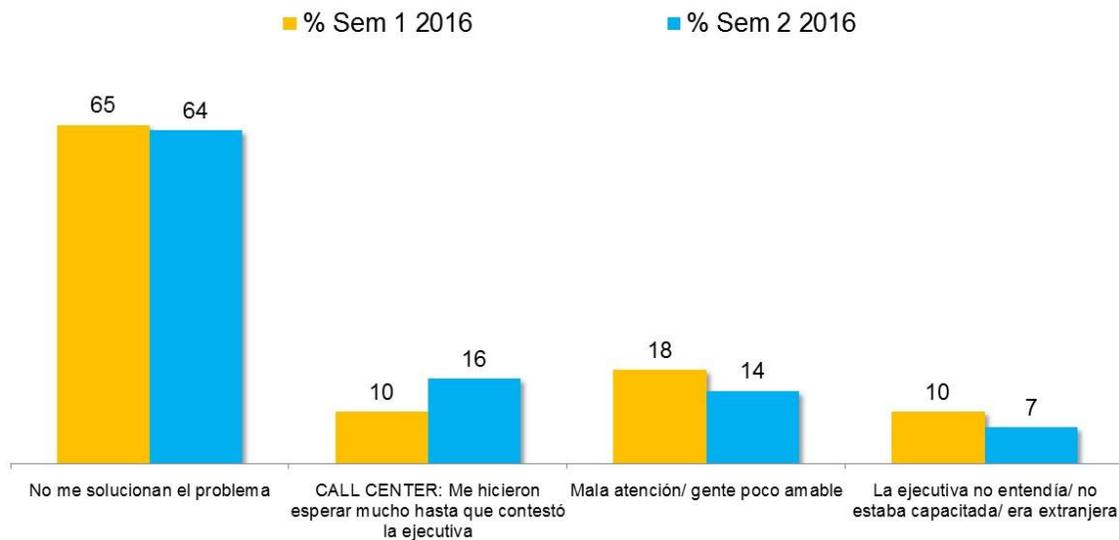


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Móvil, canal telefónico modalidad prepago (N: 185)

Entre los usuarios con prepago y que reclaman a través del canal telefónico, la satisfacción neta (5%) es menor que el promedio total (9%). Por empresa, la satisfacción neta es mejor en Virgin (31%), mientras que Claro reporta la evaluación más baja en este indicador (-24%). Respecto del primer semestre destaca la mejora de Movistar y la caída de WOM.

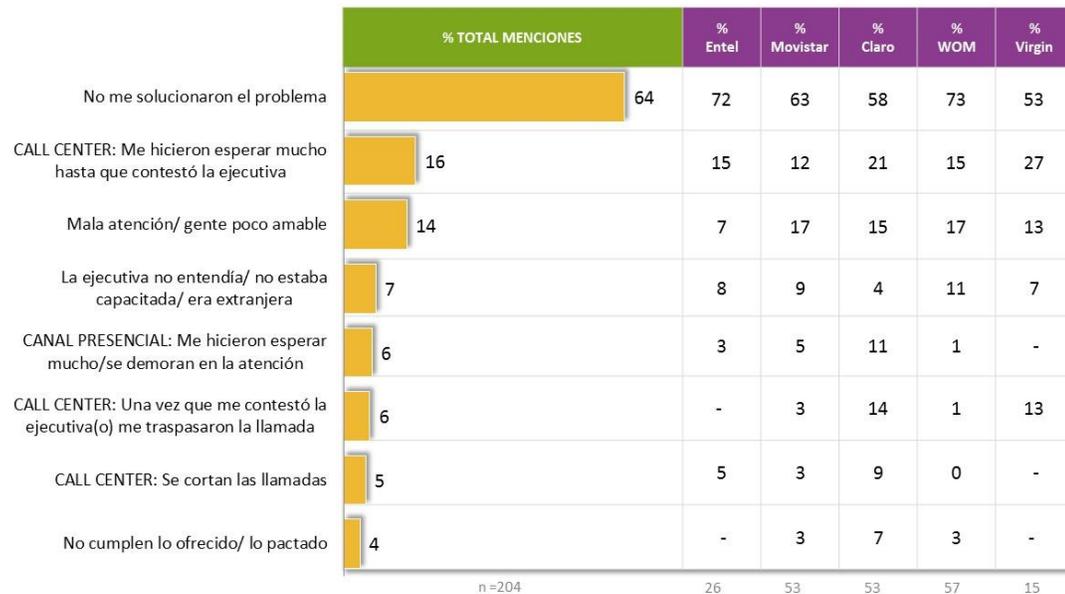
Gráfica 111. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – 1 y 2 sem. 2016



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (215 sem 1 2016; 204 sem 2 2016).
Se grafican los problemas más mencionados.

Respecto del primer semestre, se mantiene como la principal razón de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo la no solución del problema (64%) y aumentan las razones de insatisfacción asociado a la espera a través del canal telefónico, aumentando en 6 puntos porcentuales, mientras que la “mala atención/gente poco amable” baja un 4%.

Gráfica 112. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por compañía

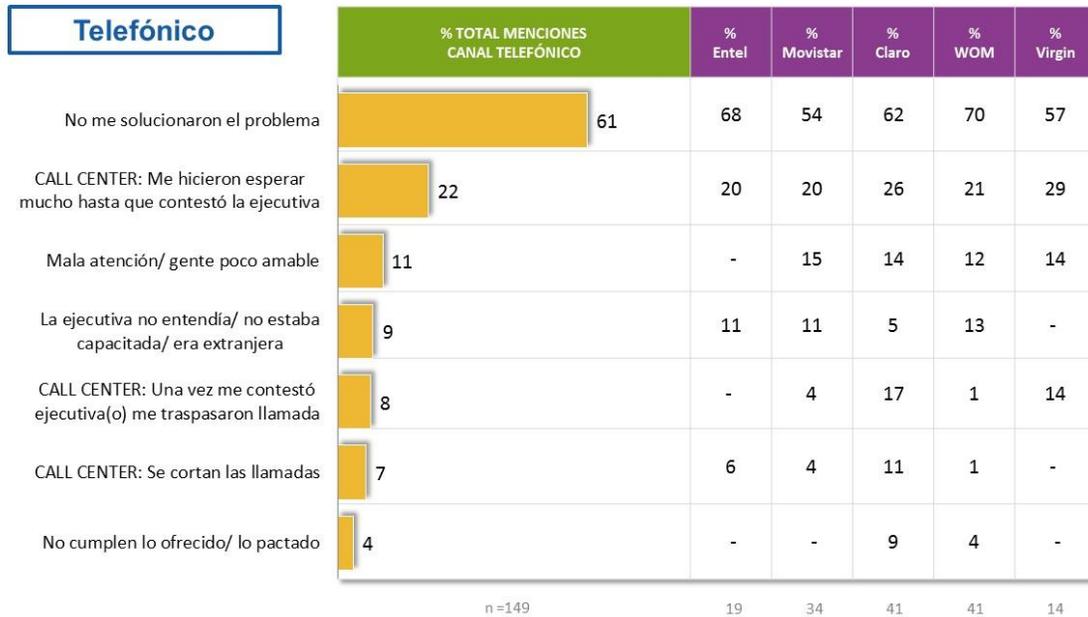


Casos: quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 204)

* Virgin se mide solo en prepago. *Se grafican los problemas más mencionados.

La principal razón de insatisfacción (no solución del problema) es en proporción más mencionada entre los usuarios de WOM y Entel (73% y 72% respectivamente), mientras que la espera a través del canal telefónico en proporción es más mencionada entre los usuarios de Virgin (27%).

Gráfica 113. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Telefónico por compañía



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal telefónico (N: 149)

*Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal telefónico, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

* Virgin se mide solo en prepago.

En el canal telefónico, “no me solucionaron el problema” es la principal razón de insatisfacción con el proceso de interposición de reclamo, siendo mayor esta razón entre los usuarios de WOM y Entel, con un 70% y 68% respectivamente.

Gráfica 114. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial por compañía



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal presencial (N: 55)

*Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal presencial, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

* Virgin sólo obtuvo 1 mención.

En el canal presencial, “no me solucionaron el problema” es también la principal razón de insatisfacción. Entre los usuarios de Entel esta es la razón más mencionada (86%), mientras que la espera es más mencionada entre los usuarios de Claro (58%).

“¿Y su problema fue resuelto?”

Gráfica 115. Tasa de resolución del problema – 1 y 2 sem. 2016⁶



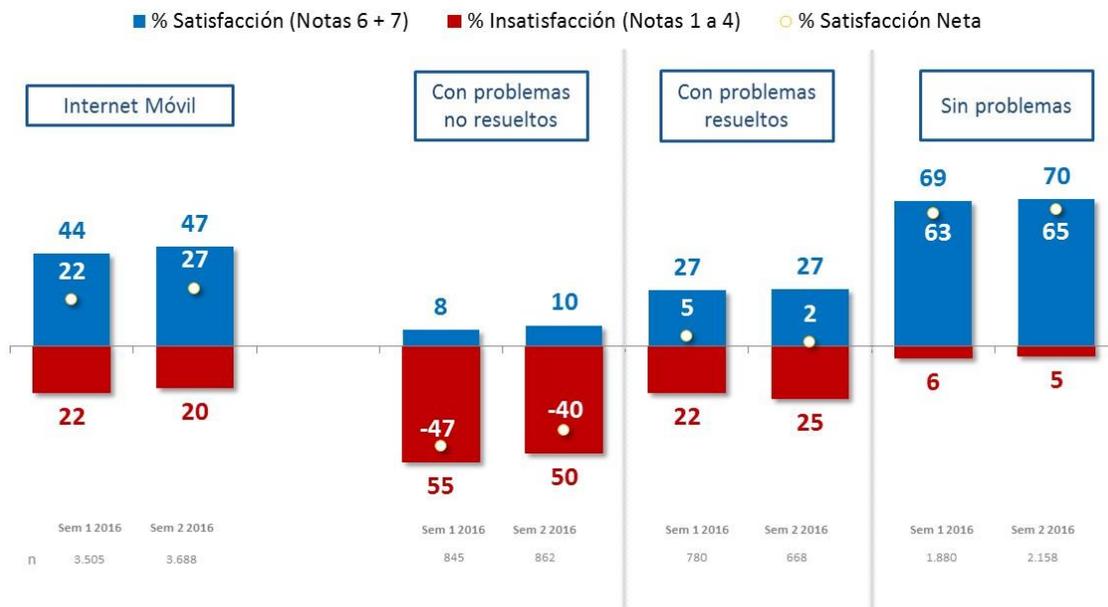
Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (1.530).

* Virgin se mide solo en prepago.

Entre los usuarios que reportaron haber tenido algún problema durante los últimos 12 meses con su servicio de Internet Móvil, un 44% declara que su problema fue resuelto, 2 puntos porcentuales menos que en el primer semestre. Por compañía el porcentaje de resolución es más alto entre los usuarios de Entel (54%), superando a Virgin este semestre, empresa que cae de 59% a un 48% la tasa de resolución. Claro se mantiene como la empresa con la tasa de resolución más baja (35%).

⁶ Tasa de resolución se calcula en base a las personas que han tenido problemas.

Gráfica 116. Satisfacción con Internet Móvil según si le han resuelto problemas – 1 y 2 sem 2016

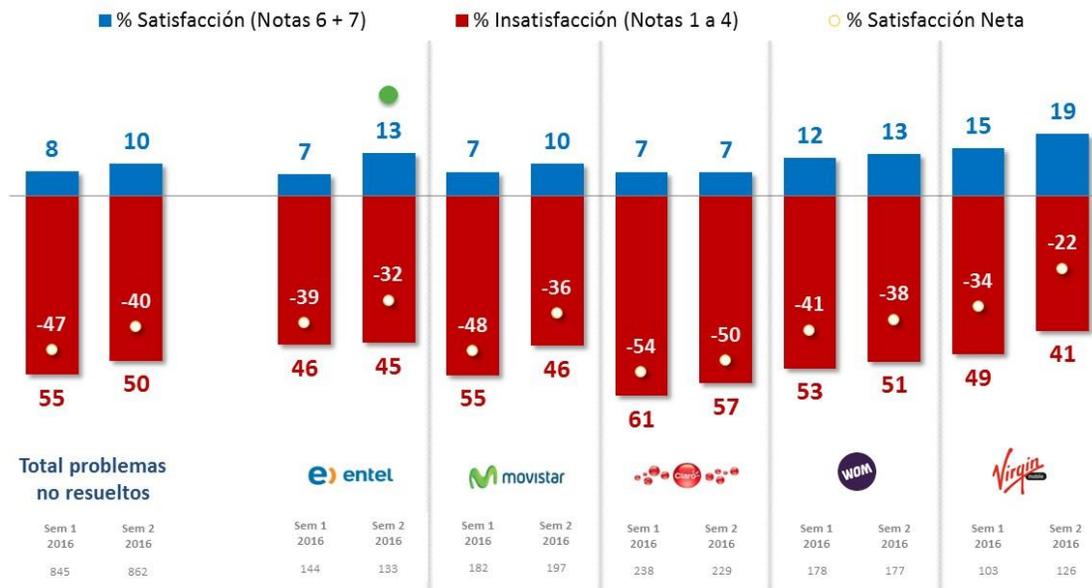


Casos: 3.688. Se señala el número de casos según filtro sobre problemas.

* Quiénes tienen problemas no resueltos y problemas resueltos corresponden al 43% de personas que tienen problemas.

En el gráfico, es posible analizar la satisfacción según la presencia de problemas o no, y la resolución de los mismos. Los usuarios que no han presentado problemas con el servicio de Internet Móvil durante los últimos 12 meses, son quienes presentan la mejor satisfacción neta con el servicio (65%) y quienes han tenido problemas y no han visto su problema resuelto, presentan una satisfacción neta de -40%. Comparativamente con el primer semestre, la tendencia se mantiene similar, siendo quienes no tienen problemas los que mantienen niveles de satisfacción usuaria más altos que quienes tienen problemas resueltos y no resueltos.

Gráfica 117. Satisfacción con Internet Móvil entre quienes tuvieron problemas no resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía

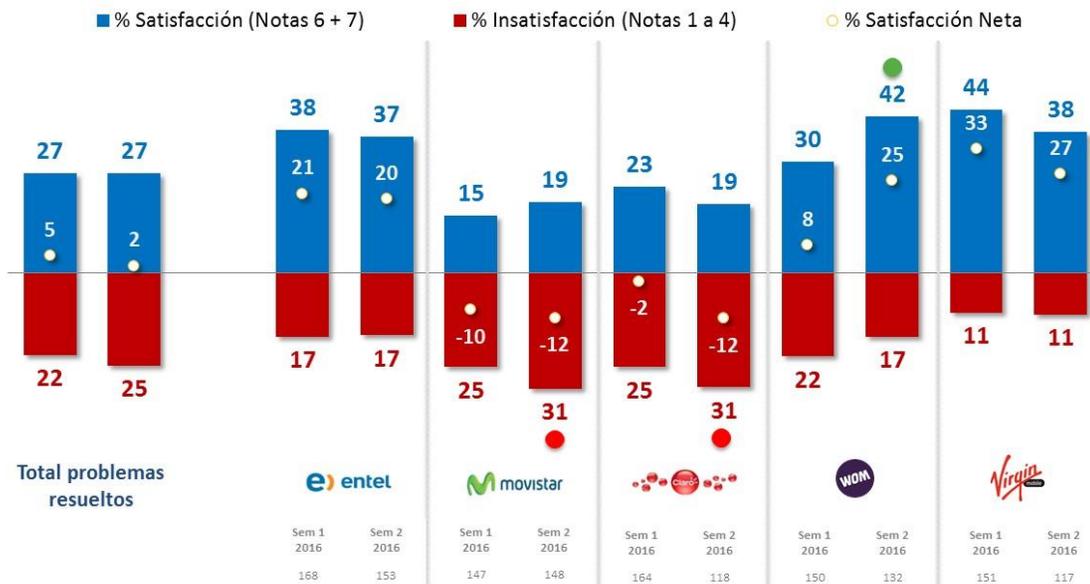


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil y no resolvieron su problema (862)

Entre quienes no tuvieron problemas resueltos, la satisfacción con el servicio de Internet Móvil es más crítica entre los usuarios de Claro, con una satisfacción neta de -50%, mientras que los menos críticos son los usuarios de Virgin, que presentan una satisfacción neta de -22%. En comparación al primer semestre, mejora el indicador en Movistar y Virgin donde la satisfacción neta disminuye en 12 puntos respectivamente.

Gráfica 118. Satisfacción con Internet Móvil entre quienes tuvieron problemas resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía



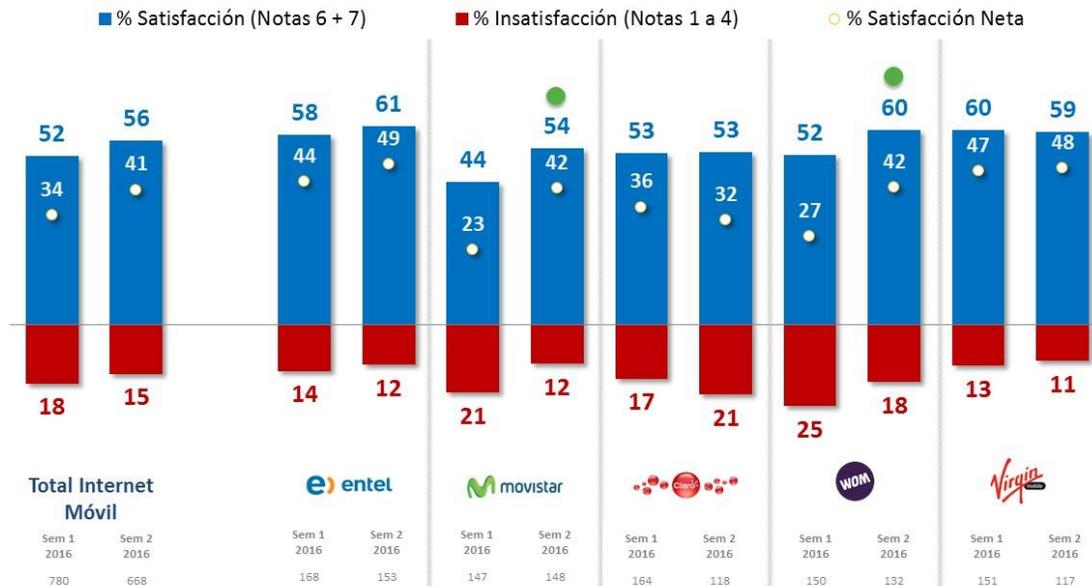
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil y resolvieron su problema (668)

Entre los usuarios con problemas resueltos, los usuarios de Virgin son los que mejor evalúan el servicio de Internet Móvil, con una satisfacción neta de 27%, mientras que Movistar y Claro tienen la satisfacción neta más baja (-12%). En estas dos últimas empresas mencionadas, la satisfacción neta cae respecto del primer semestre, mientras que se destaca la mejora en la evaluación del servicio de Internet Móvil entre los usuarios con problemas resueltos de WOM, donde la satisfacción neta mejora en 17 puntos.

“En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?”

Gráfica 119. Satisfacción con la solución de problemas de Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016

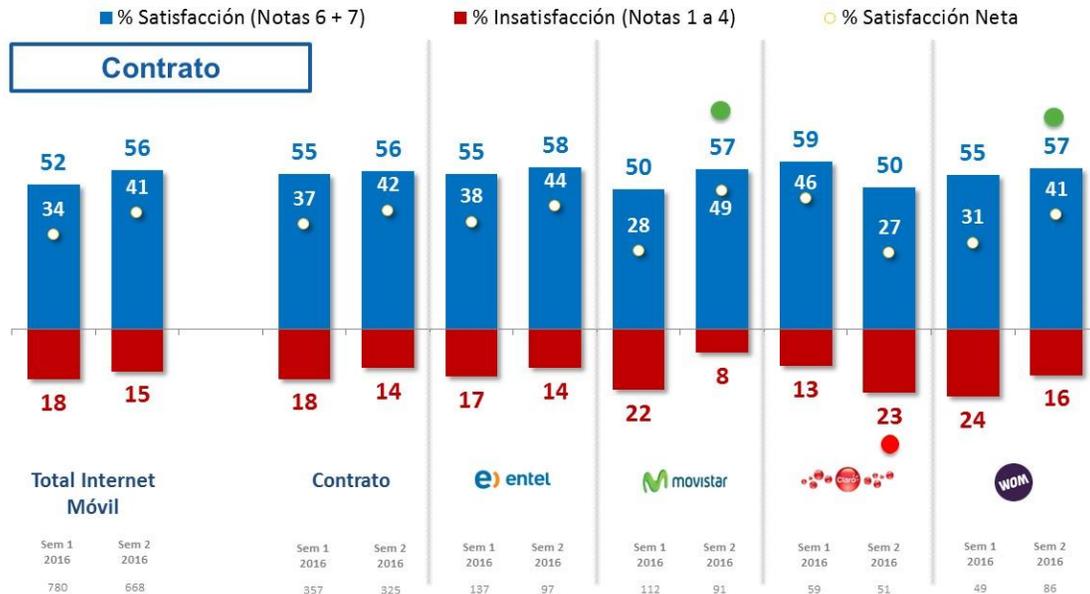


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción “5” o “No sabe”. * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil y resolvieron su problema (668)

Entre quienes resolvieron su problema, existe un 41% de satisfacción neta con la resolución, indicador que mejora en 7 puntos respecto del primer semestre. Entre las empresas que presentan una mayor satisfacción con la resolución de los problemas, destaca Entel que obtiene un 49% de satisfacción neta, desplazando a Virgin (48%) a un segundo lugar en este semestre. Claro, por su parte, presenta el nivel más bajo de satisfacción neta con la resolución de problemas (32%). Movistar y WOM mejoran en este indicador respecto del primer semestre, presentando un 42% de satisfacción neta en ambos casos.

Gráfica 120. Satisfacción con la resolución de problemas de Internet Móvil – Por tipo de plan, Contrato 1 y 2 sem. 2016

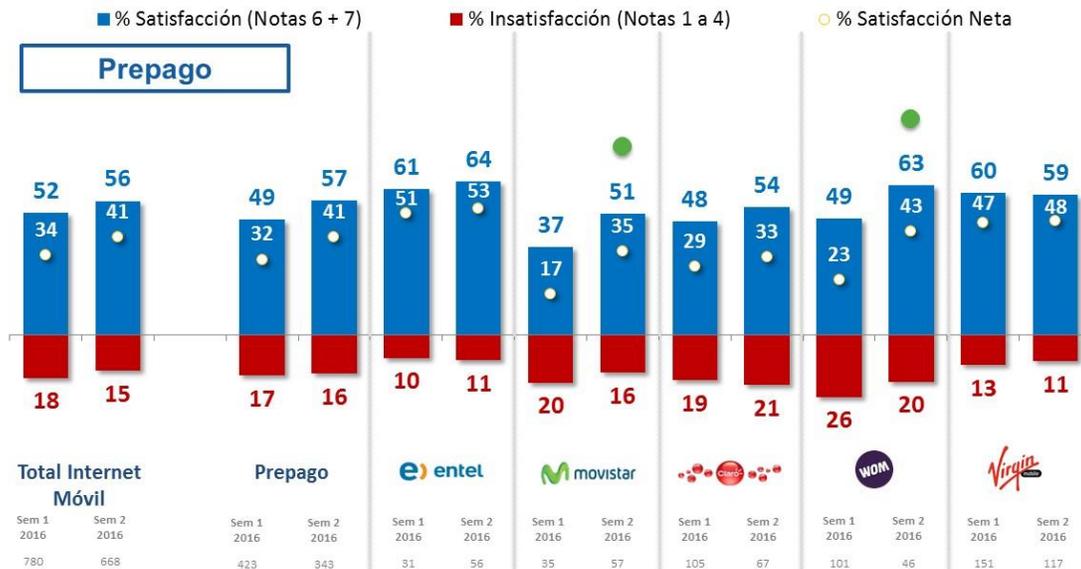


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

Casos: usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil y resolvieron su problema (325)

Por tipo de plan, entre los usuarios con contrato existe una satisfacción neta de 42% con la solución de problema, mejorando en este indicador respecto del primer semestre. Entre las compañías, Movistar presenta una mayor satisfacción neta (49%), desplazando a Claro en comparación al primer semestre. De hecho, Claro cae de manera importante en esta evaluación, pasando a un 27% de satisfacción neta entre usuarios con contrato.

Gráfica 121. Satisfacción con la resolución de problemas de Internet Móvil – Por tipo de plan, Prepago 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". * Virgin se mide solo en prepago.

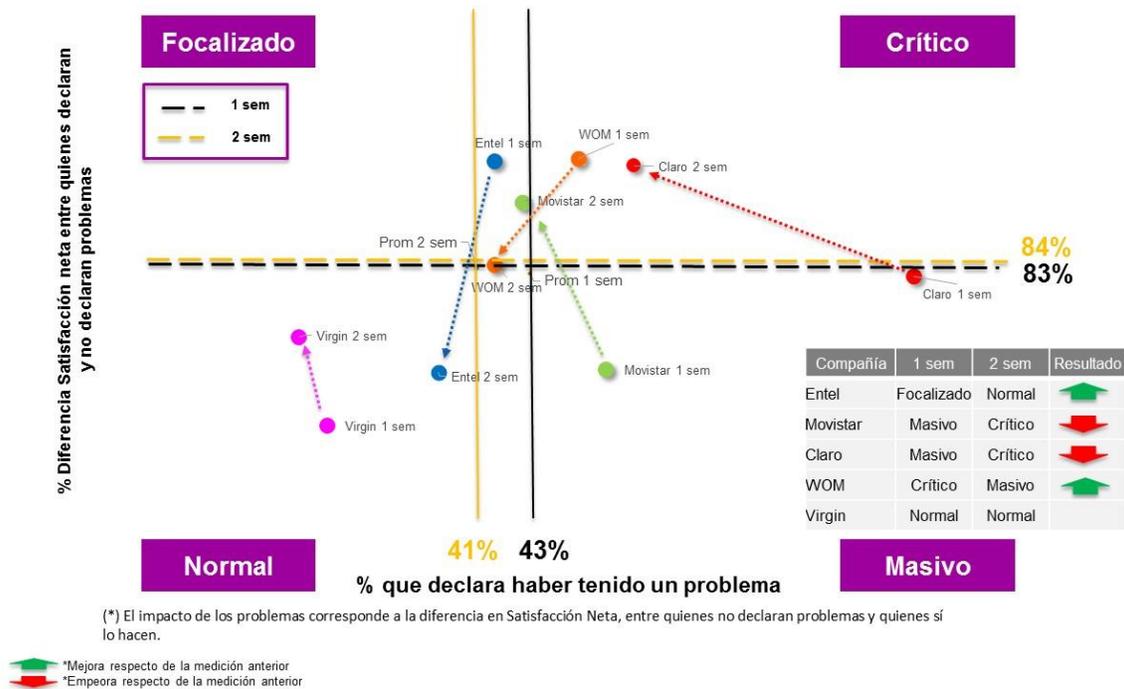
Casos: usuarios prepago que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil y resolvieron su problema (343)

Entre los usuarios con prepago, la satisfacción neta con la resolución del problema es de un 41% mejorando en este indicador respecto del primer semestre. Por compañía, la mejor evaluación la presentan los usuarios de prepago de Entel (53%) y la más baja en Claro (33%). Respecto del primer semestre se destaca la mejora en la satisfacción neta de los usuarios de prepago de WOM (+20) y Movistar (+18) con la evaluación en la resolución del problema.

7.2.4. Principales indicadores

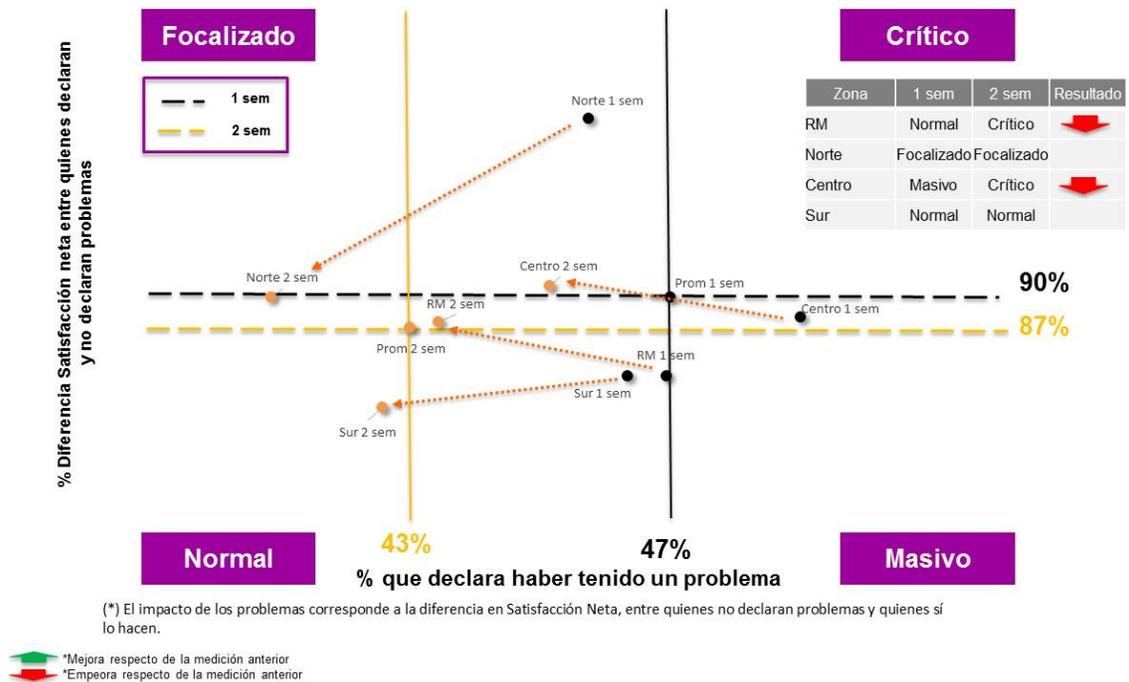
Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción

Gráfica 122. Impacto problemas en la Satisfacción por Operador de Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016



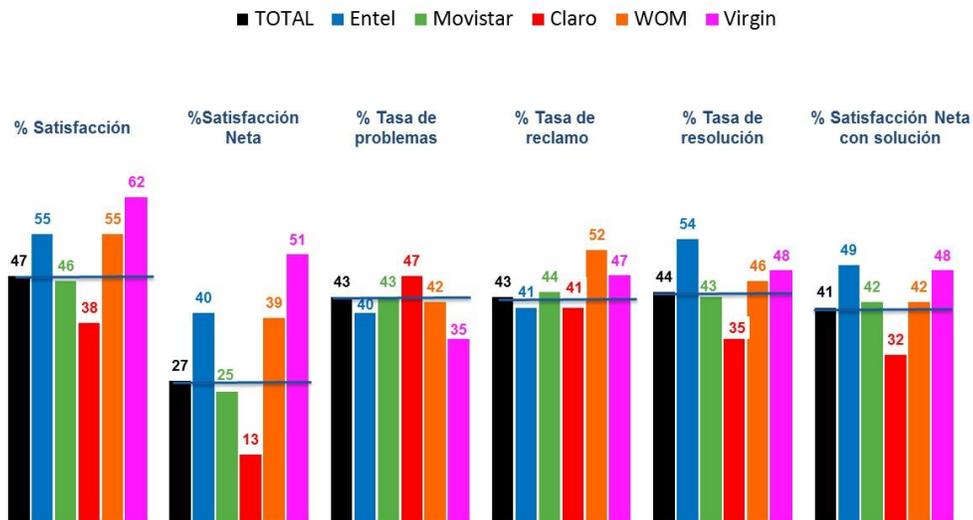
En la gráfica podemos apreciar el movimiento de cuadrante de cada empresa entre el primer semestre y el segundo semestre. Se identifica que Movistar y Claro se trasladan del cuadrante masivo al crítico entre el primer y segundo semestre. Si bien en ambos casos la tasa de problemas disminuyó, el impacto sobre la satisfacción aumentó. Entel, en cambio, se traslada del cuadrante focalizado al normal y WOM desde el cuadrante crítico al masivo.

Gráfica 123. Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Móvil – Por Zona 1 y 2 sem. 2016



Tanto la zona centro como la zona RM se posicionan este semestre en el cuadrante crítico. En el primer caso hubo un movimiento desde lo masivo a crítico, mientras que en RM el movimiento fue desde el normal a lo crítico.

Gráfica 124. Principales indicadores Internet Móvil, 2 semestre 2016



* Virgin se mide solo en prepago.
Casos: 3.688

Gráfica 125. Principales indicadores Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016

	TOTAL		entel		movistar		claro		WOM		Virgin	
	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2
% Satisfacción	44	47	53	55	41	46	33	38	53	55	61	62
% Satisfacción Neta	22	27	37	40	18	25	3	13	33	39	51	51
% Tasa de problemas	47	43	42	40	46	43	57	47	45	42	36	35
% Tasa de reclamo	45	43	46	41	49	44	41	41	48	52	39	47
% Tasa de resolución	46	44	54	54	43	43	42	35	45	46	59	48
% Satisfacción neta con solución	34	41	44	49	23	42	36	32	27	42	47	48

A modo de resumen, las gráficas anteriores presentan los principales indicadores.

7.3. Internet Fija

7.3.1. Perfil de los entrevistados

Gráfica 126. **Ponderación por segmentos de usuarios de Internet Fija**

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.488	42	46	2,5%
	Mujer	2.032	58	54	2,2%
	18 – 39	1.546	44	44	2,5%
	Más de 40	1.974	56	56	2,2%
	RM	1.100	31	48	3,0%
Regiones	2.420	69	52	2,0%	

Gráfica 127. **Características demográficas de usuarios de Internet Fija**



Casos: 3.520

* Caracterización de la Muestra con datos ponderados y expresado en porcentaje.

En Internet Fija, las compañías que fueron medidas son Movistar, VTR, Claro, Telsur/ Telcoy y Pacifico Cable.

Para el caso de Internet Fija, es posible observar que la composición demográfica presenta diferencias en cuanto a género y edad, con un 46% de hombres y 54% de mujeres entrevistadas, mientras que el tramo etario de 18 a 39 es menor que el de 40 años y más, con un 44% y 56% respectivamente. Los usuarios de RM (48%) se presentan con un porcentaje similar al de regiones (52%).

Gráfica 128. Características demográficas de los usuarios de Internet Fija – Por compañía

Género					Tramo Etario					Zona				
Compañía	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total	Compañía	Base (n)	% 18 a 39	% 40 o Más	Total	Compañía	Base (n)	% RM	% Regiones	Total
Movistar	701	46	54	100	Movistar	701	48	52	100	Movistar	701	55	45	100
VTR	703	49	51	100	VTR	703	41	59	100	VTR	703	52	48	100
Claro	702	36	64	100	Claro	702	41	59	100	Claro	702	49	51	100
Telsur/ Telcoy	713	42	58	100	Telsur/ Telcoy	713	41	59	100	Telsur/ Telcoy	713	-	100	100
Pacífico cable	701	39	61	100	Pacífico cable	701	51	49	100	Pacífico cable	701	1	99	100
TOTAL	3.520	46	54	100	TOTAL	3.520	44	56	100	TOTAL	3.520	48	52	100

Desglosando la composición demográfica por compañía, en términos de género, todas las compañías se componen más por mujeres que hombres, destacando Claro y Pacífico Cable por ser quienes se componen en proporción con más mujeres, con un 64% y 61% respectivamente. En la distribución por edad, la mayoría de las compañías cuentan con una inclinación hacia el segmento más adulto (40 años y más). Pacífico Cable es la empresa que se muestra más equilibrada en términos de edad, con un 51% entre 18 y 39 años de edad y 49% mayores de 39. Por su parte, Telsur/Telcoy operan sólo en regiones distintas a la Región Metropolitana. Tal como se presentó al comienzo del informe en la distribución de la muestra, estas compañías solo entregan su servicio en las zonas identificadas.

Gráfica 129. Características del servicio de Internet Fija

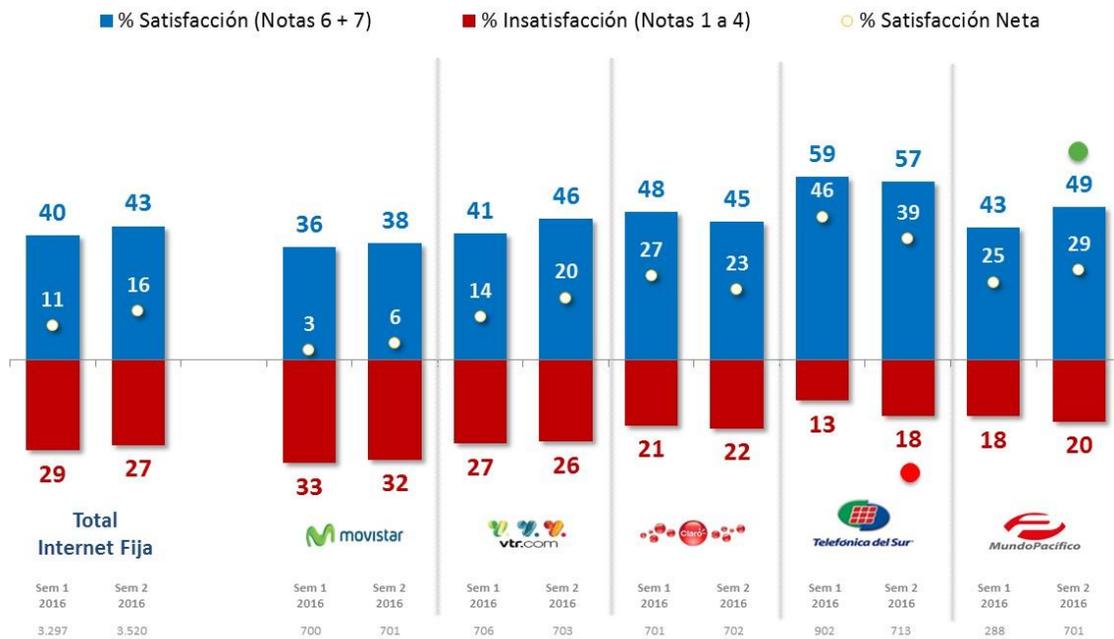


En términos de la velocidad del plan, los usuarios de Internet Fija de VTR (63%), Pacífico Cable (59%), Claro (57%), Telsur/Telcoy (48%), Movistar (42%) cuentan mayoritariamente con una velocidad de conexión de más de 4MB. De todos modos, cabe destacar que un 25% declara no saber o no responder la velocidad de su plan. Respecto de la antigüedad de los usuarios, los de VTR (68%) y Telsur/Telcoy (67%) reportan principalmente tener contratos de más de 2 años, mientras que Pacífico Cable reporta un segmento de mayor proporción en 1 año o menos (45%).

7.3.2. Satisfacción con empresas de Internet Fija

En una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de Internet Fija de (Proveedor Internet Fija)?

Gráfica 130. Satisfacción con empresas de Internet Fija - 1 y 2 sem. 2016

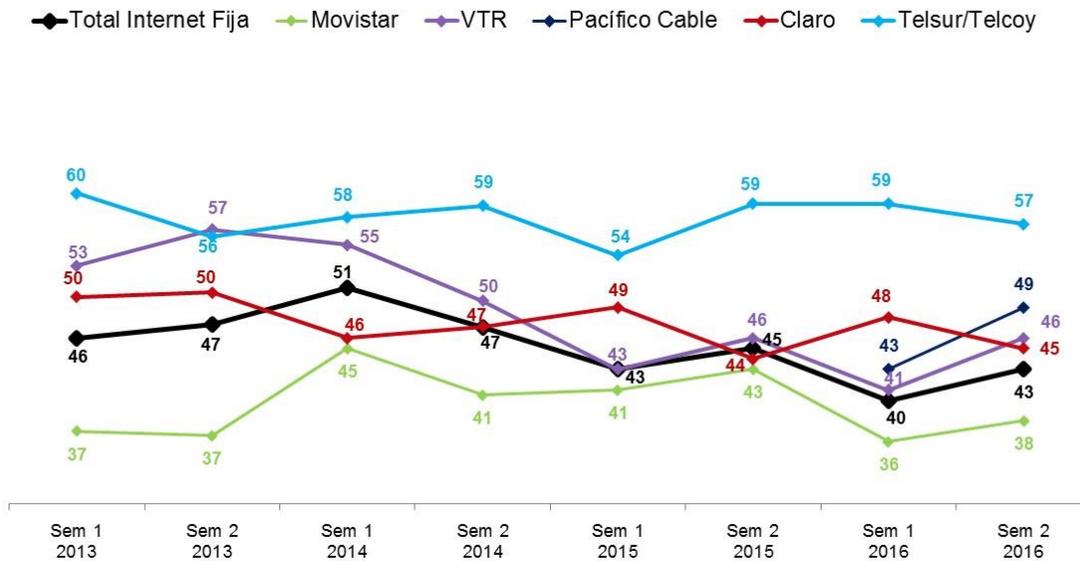


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: 3.520

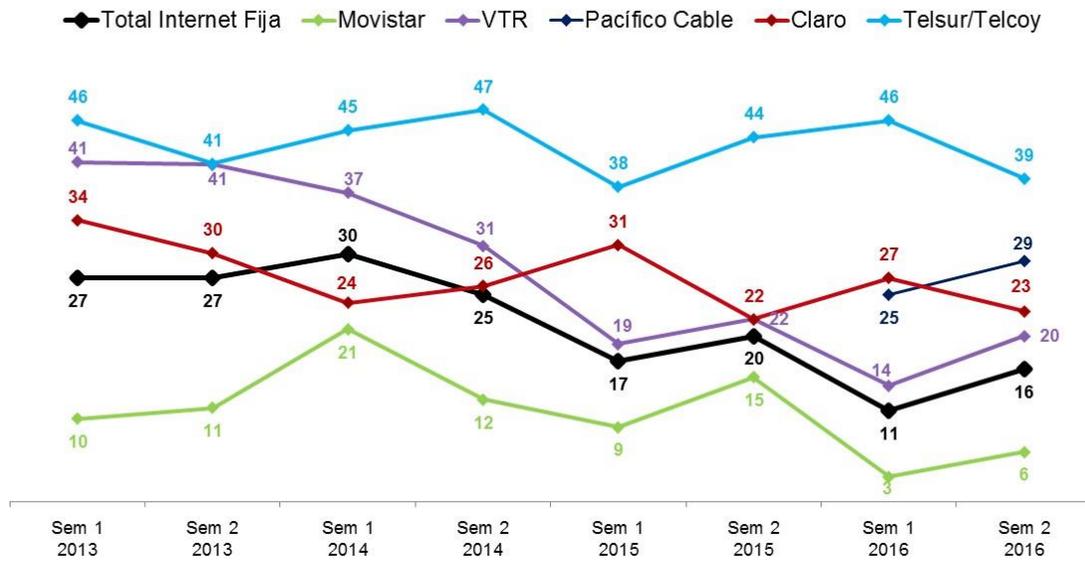
La satisfacción neta con el servicio de Internet Fija es de un 16%, mejorando en este indicador respecto del primer semestre. Entre las compañías medidas, Telsur/Telcoy es la compañía que destaca con la satisfacción neta más alta (39%). Movistar es la única empresa que se encuentra bajo el promedio de satisfacción neta con un 6%. Pacífico Cable, en su segunda medición, mejora en su satisfacción neta aumentando de un 25% a un 29%, superando este semestre a Claro (23%) y quedando como la segunda empresa mejor evaluada entre las medidas.

Gráfica 131. Satisfacción con empresas de Internet Fija – Evolutivo



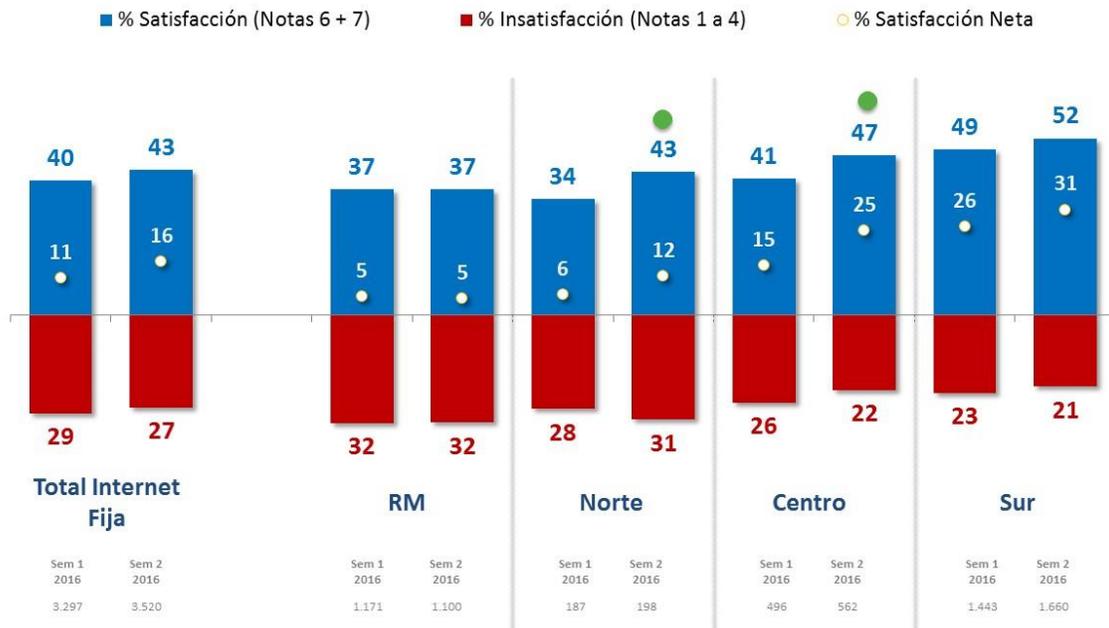
Evolutivamente, el servicio de Internet Fija, después de haber caído a la satisfacción más baja en el semestre anterior, alcanza su segundo registro más bajo. VTR y Claro vuelven a niveles de satisfacción similares al segundo semestre 2015. Telsur/Telcoy continúa liderando, mientras que Movistar, si bien se recupera en dos puntos luego de la evaluación más baja registrada entre mediciones, se mantiene como la empresa con la evaluación más baja entre las medidas.

Gráfica 132. Satisfacción neta con empresas de Internet Fija – Evolutivo



En cuanto a la satisfacción neta, Movistar continúa por debajo del promedio, mientras que Telsur/Telcoy continúa manteniéndose como el servicio mejor evaluado.

Gráfica 133. Satisfacción por Zona en Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016



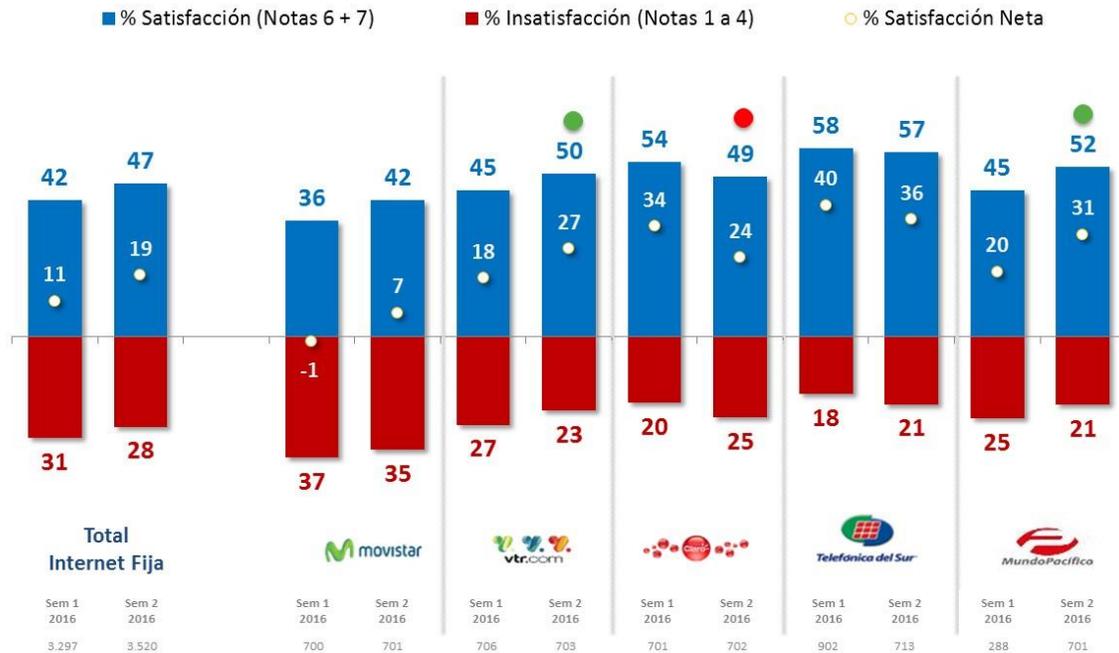
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

(*) Zonas: **RM**: XIII / **Norte**: I – III y XV / **Centro**: IV – VII / **Sur**: VIII – XII y XIV

Al analizar la satisfacción por zona, el sur obtiene la mejor evaluación alcanzando un 31% de satisfacción neta, mientras que RM es la peor evaluada con un 5%. Respecto del primer semestre, la zona centro y norte mejoran de manera relevante.

¿Cuán satisfecho está con la velocidad de Internet Fija en su hogar?

Gráfica 134. Satisfacción con la velocidad de Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016



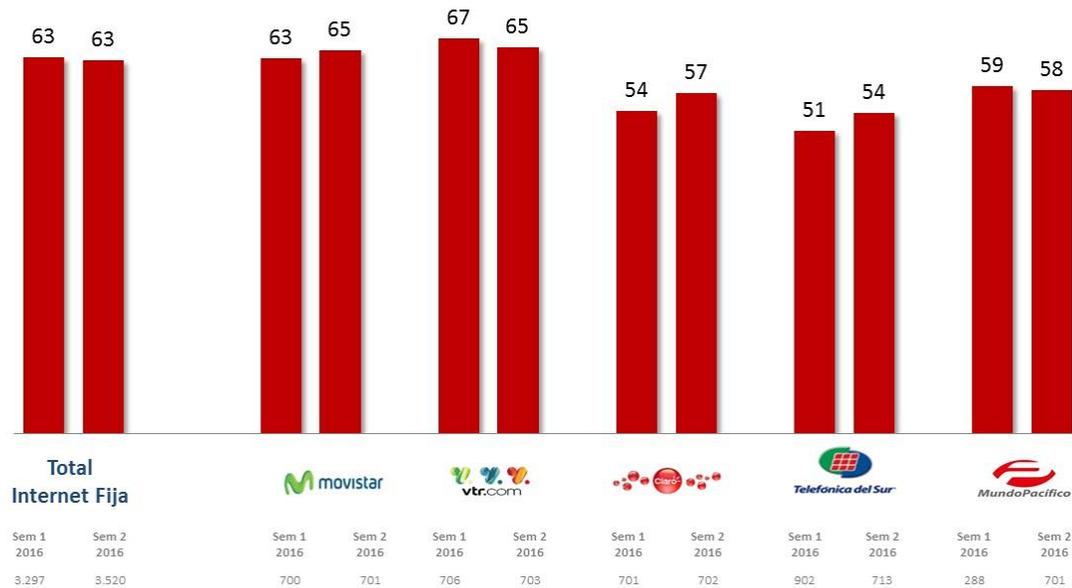
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".
Casos: 3.520

Entre las empresas medidas, la satisfacción neta respecto a la velocidad de Internet Fija en el hogar es de un 19%, mejorando respecto del primer semestre (+8). Telsur/ Telcoy se mantiene como la empresa con la mejor satisfacción neta (36%), mientras que Movistar presenta la satisfacción neta más baja (7%). Respecto del primer semestre, mejora la satisfacción con la velocidad en Pacifico Cable (+11) y VTR (+9), mientras que cae en Claro (-10).

7.3.3. Problemas, reclamos y resolución: Internet Fija

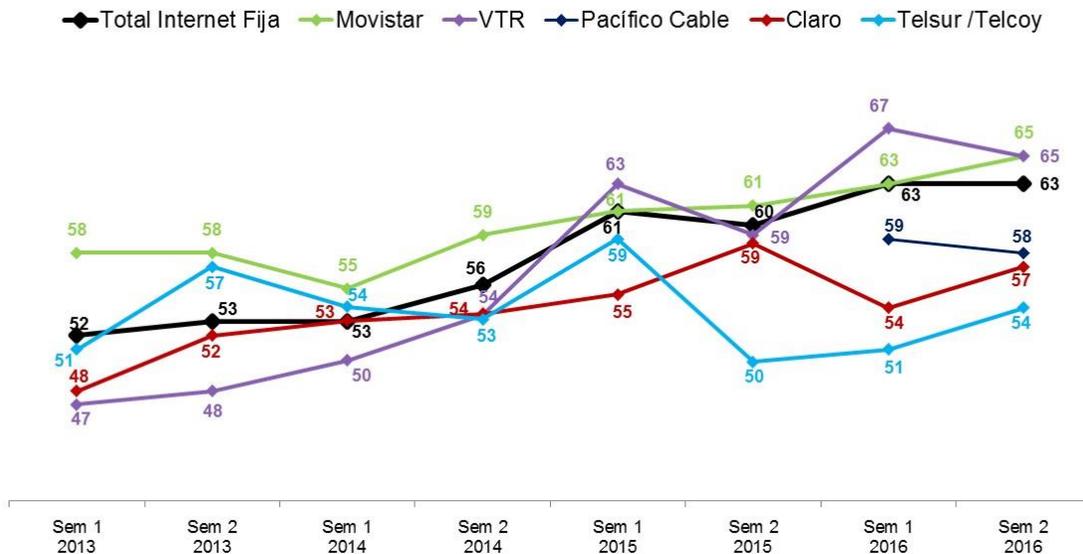
En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún problema con su servicio de Internet Fija?

Gráfica 135. Tasa de problemas Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016



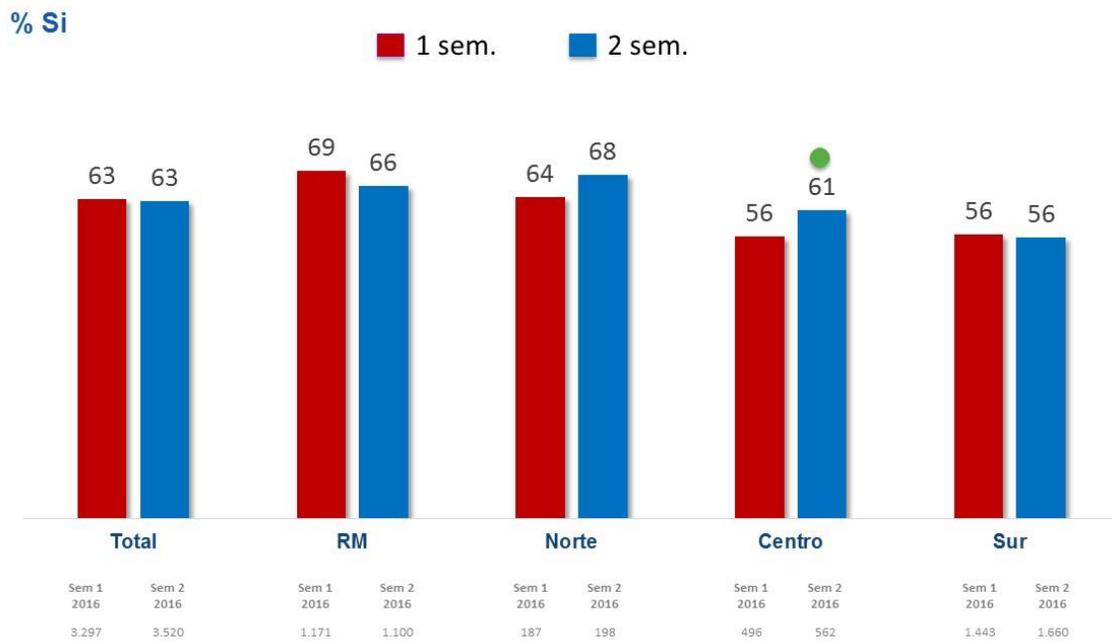
Un 63% de los encuestados declara haber tenido algún tipo de problema con su servicio de Internet Fija, manteniéndose estable esta tasa respecto del primer semestre. Telsur/ Telcoy y Claro son las empresas que obtienen porcentajes más bajos en su tasa de problemas, con 54% y 57% respectivamente, aunque en ambas empresas aumenta la tasa de problemas en un 3% respecto del primer semestre.

Gráfica 136. Tasa de problemas Internet Fija – Evolutivo



En comparación con las mediciones anteriores, VTR y Movistar son las compañías que continúan manteniendo una tasa de problemas en Internet Fija por sobre el resto de las compañías y el promedio. En el caso de Movistar este aumento ha sido progresivo sin registrar bajas hace 5 mediciones.

Gráfica 137. Tasa de problemas Internet Fija – por Zona 1 y 2 sem. 2016

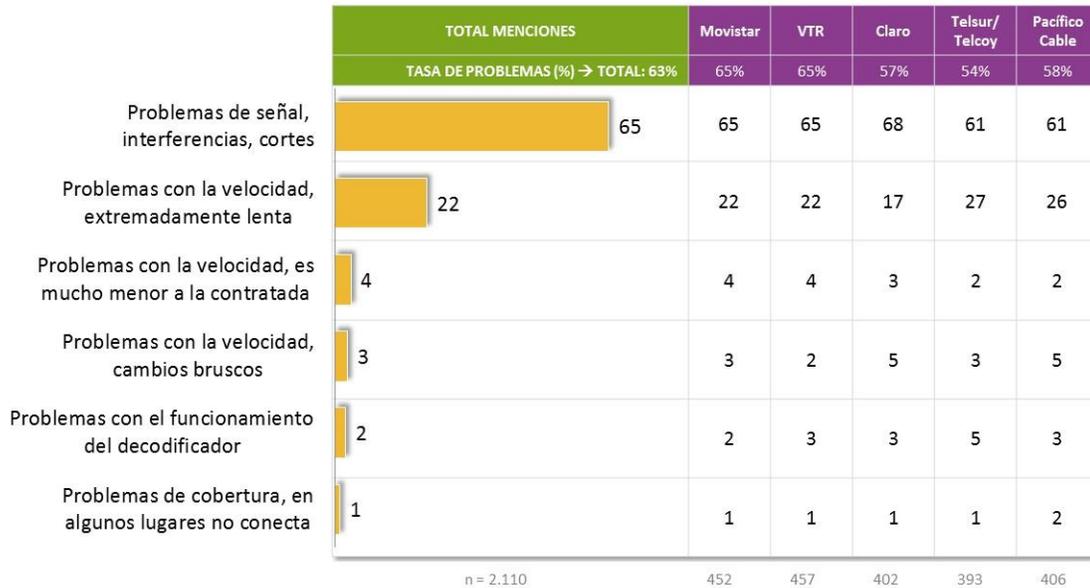


(*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

Por zona, el norte tiene la tasa de problemas más alta (68%) y el sur la más baja (56%). Se observa un aumento en la tasa de problemas en el centro y el norte respecto del primer semestre

¿Qué tipo de problema tuvo? **MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA**

Gráfica 138. **Tipos de problemas de Internet fija**

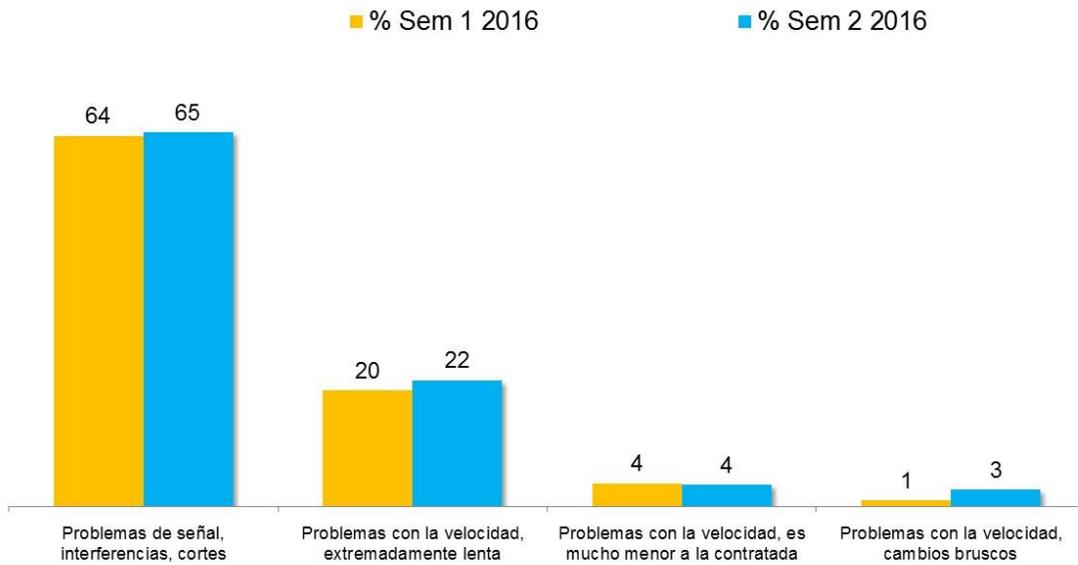


(*) Se grafican los principales problemas

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (2.110). En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados.

El principal problema mencionado por los entrevistados en Internet Fija es el relacionado a “problemas de señal, interferencias, cortes” con un 65% de menciones, destacando este problema en proporción más en Claro (68%). El segundo problema está asociado a “problemas de velocidad/ extremadamente lenta” con 22% de menciones, donde Telsur/Telcoy y Pacifico Cable presentan una proporción mayor de menciones y por sobre la media, con un 27% y 26% respectivamente.

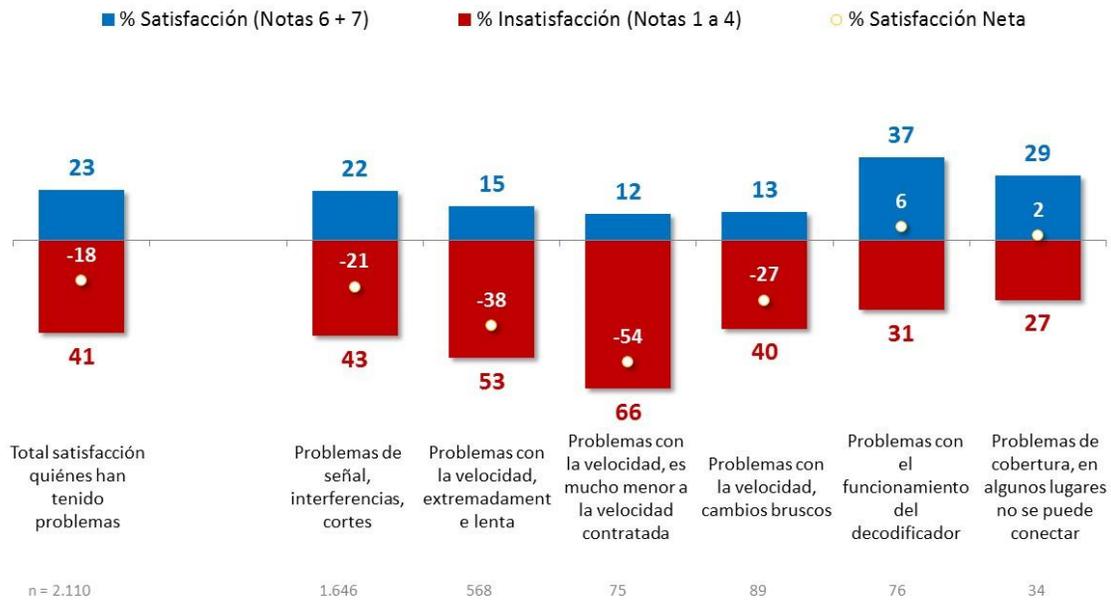
Gráfica 139. Tipos de problemas de Internet fija – 1 y 2 sem. 2016



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (1.929 sem 1 2016; 2.110 sem 2 2016).
Se grafican los problemas más mencionados.

Comparativamente con el primer semestre, los problemas más mencionados se mantienen estables.

Gráfica 140. Satisfacción por tipo de problema en Internet Fija



n = 2.110

1.646

568

75

89

76

34

(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

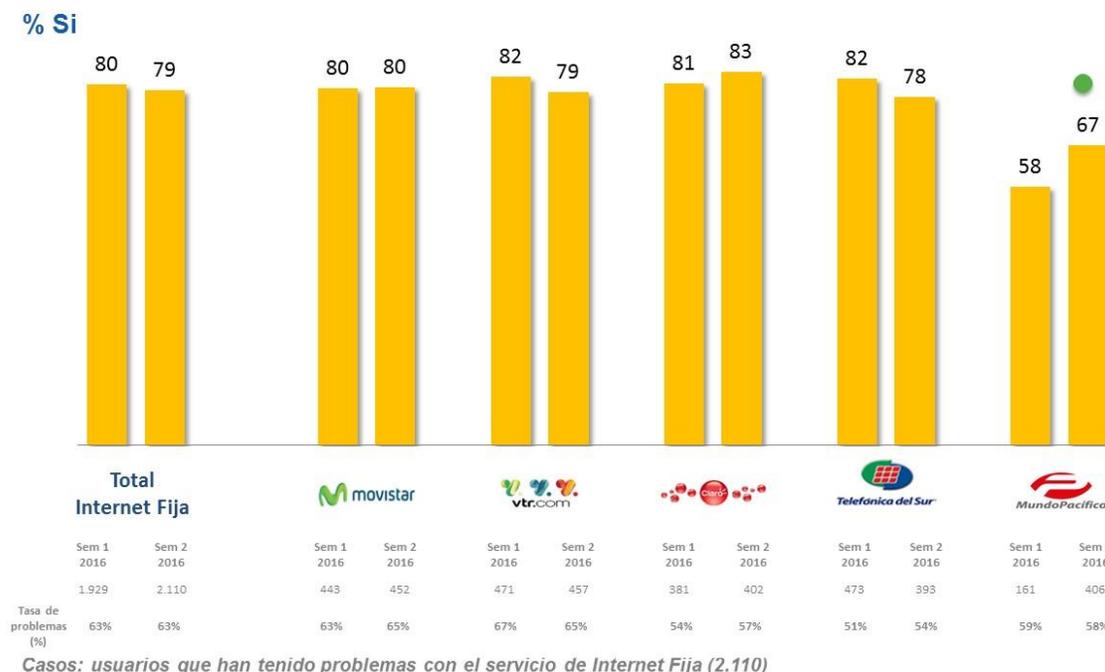
(**) Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (2.110)

Entre quienes reportan haber tenido algún problema, los problemas asociados a la velocidad son los que provocan mayor insatisfacción.

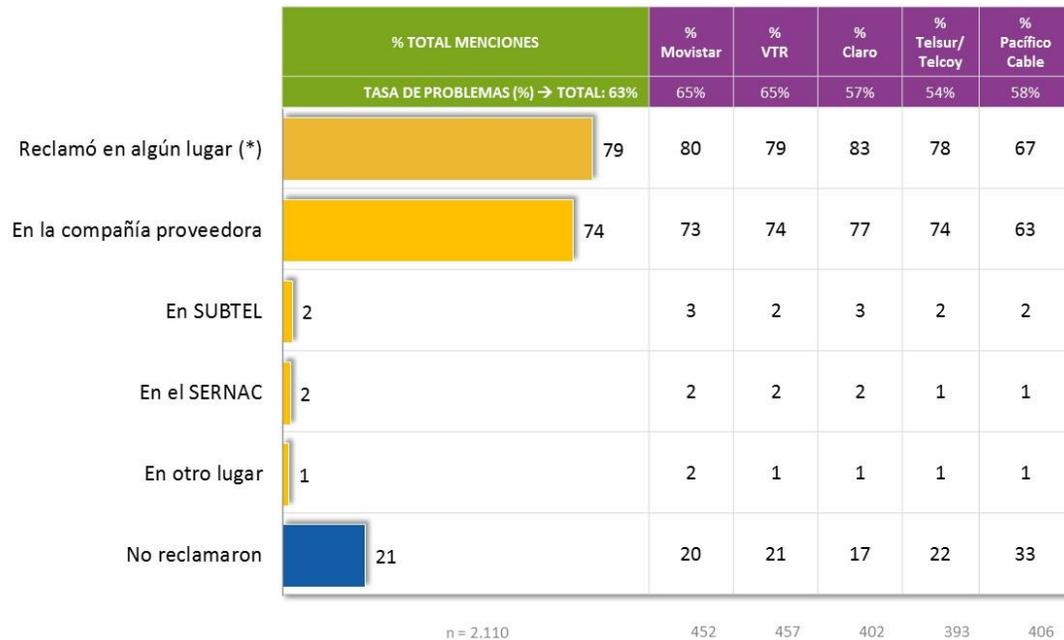
Considerando el último problema que Ud. tuvo con su servicio de Internet Fija ¿Reclamó o pidió alguna solución en...?

Gráfica 141. Tasa de reclamo Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016



El 79% de los entrevistados que reportaron que habían tenido problemas con el servicio de Internet Fija, declaran haber ido a reclamar. La compañía que presenta el nivel más bajo en su tasa de reclamo continúa siendo Pacifico Cable (67%), aunque esta tasa aumenta en un 9% respecto del primer semestre. Claro es la empresa con la tasa más alta de reclamo (83%).

Gráfica 142. Lugar de reclamo para problemas de Internet fija



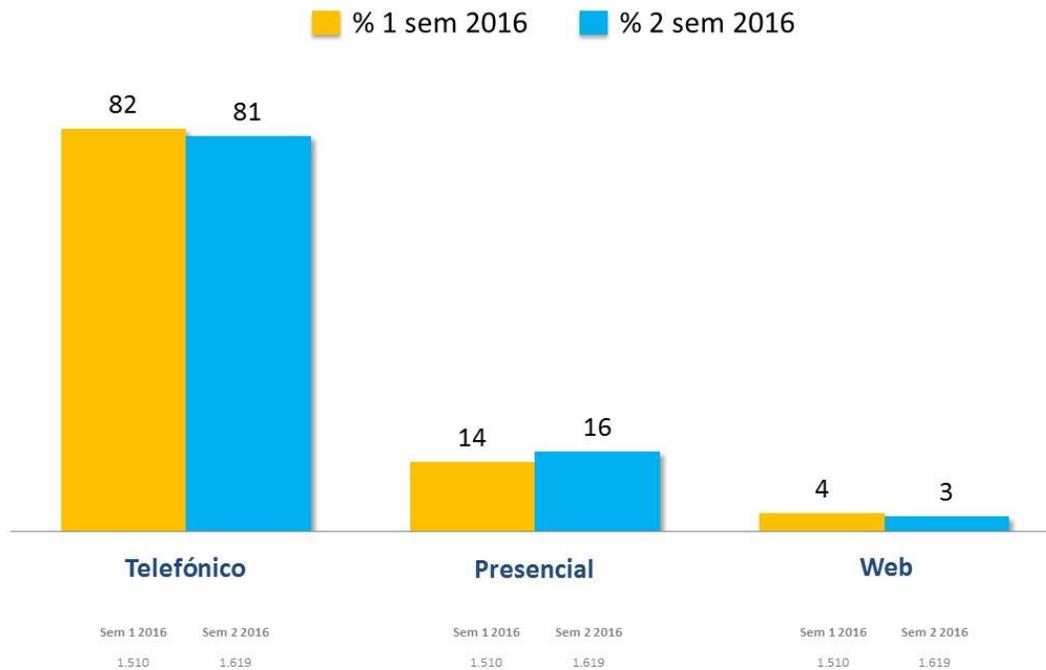
(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (2.110)

Entre los lugares de reclamo, el principal lugar es en la compañía proveedora del servicio (74%). Con la excepción de Pacifico Cable, no se identifican mayores diferencias por tipo de canal de reclamo.

¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo?

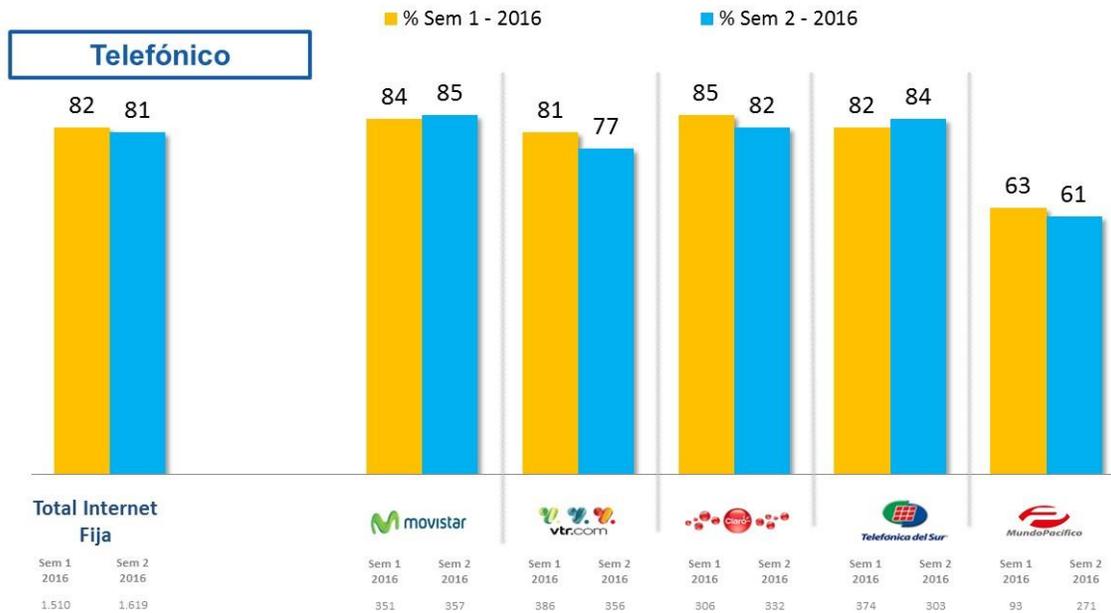
Gráfica 143. Canal por el que hizo el reclamo – 1 y 2 sem. 2016



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Fija (N: 1.619)

Entre quienes reclaman a través de la compañía de Internet Fija, una amplia mayoría lo realiza de manera telefónica (81%). En comparación al primer semestre no existen mayores variaciones respecto de los canales a través de los cuales se realizan los reclamos en la compañía.

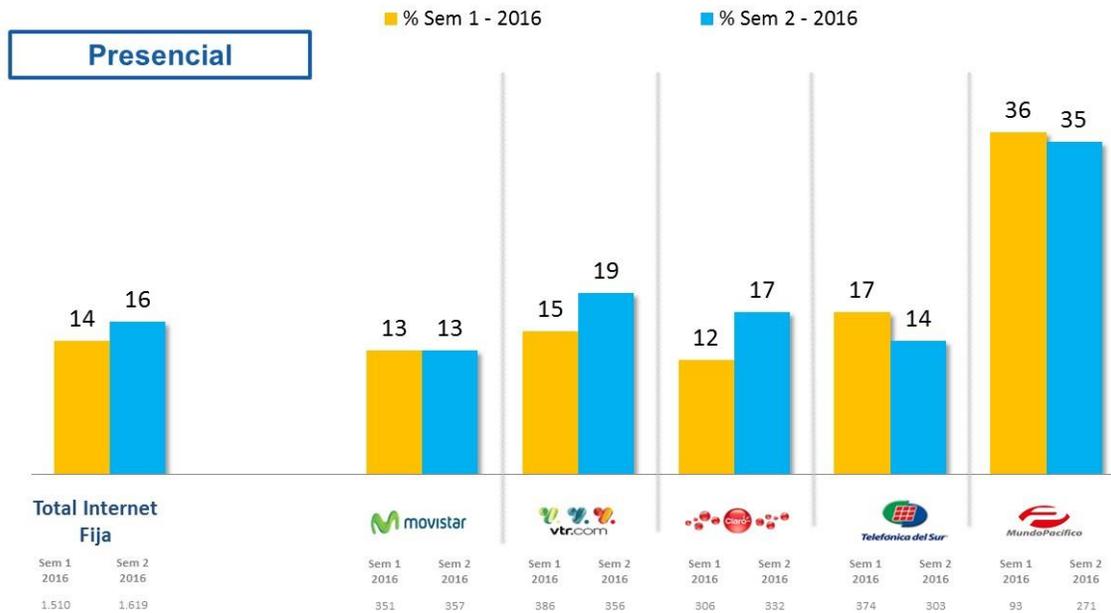
Gráfica 144. Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Telefónico, 1 y 2 sem. 2016



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Fija (N: 1.619)

Por empresa, Movistar y Telsur/Telcoy son las empresas a través de la cual los usuarios en mayor proporción utilizan el canal telefónico para realizar el reclamo en la empresa, con un 85% y 84% respectivamente. Pacifico Cable es la más baja (61%). Respecto del primer semestre, baja el uso del canal telefónico en VTR (-4%).

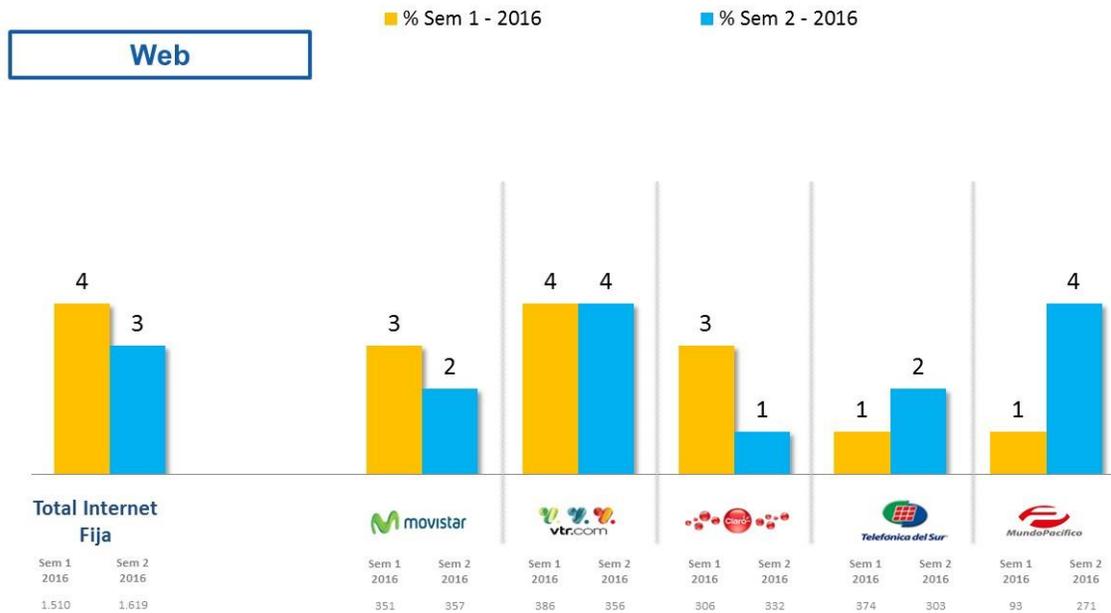
Gráfica 145. Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Presencial, 1 y 2 sem. 2016



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Fija (N: 1.619)

Por empresa, Pacifico Cable es la compañía a través de la cual los usuarios en mayor proporción utilizan el canal presencial para realizar el reclamo en la empresa (35%), mientras Movistar es la más baja (13%). Respecto del primer semestre, aumenta el uso de este canal en Claro (+5%), mientras que Telsur/Telcoy baja un 3%.

Gráfica 146. Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Web, 1 y 2 sem. 2016

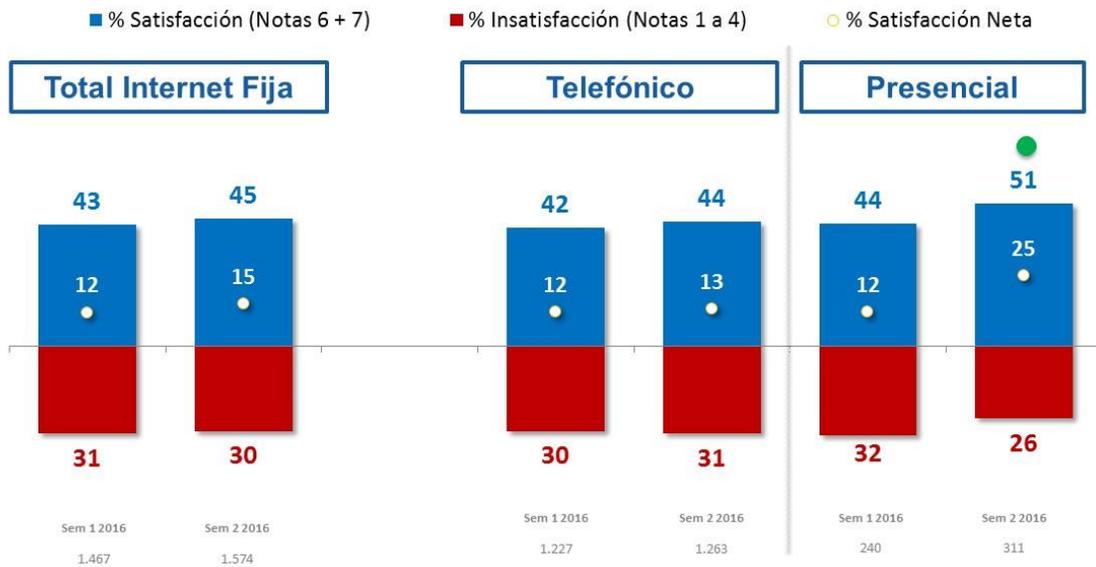


Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Fija (N: 1.619)

VTR y Pacífico Cable son las compañías a través de la cual los usuarios en mayor proporción utilizan el canal web para realizar el reclamo en la empresa, ambas en un 4%, mientras que en Claro es mínimo su uso (2%).

¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?

Gráfica 147. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de canal – 1 y 2 sem. 2016

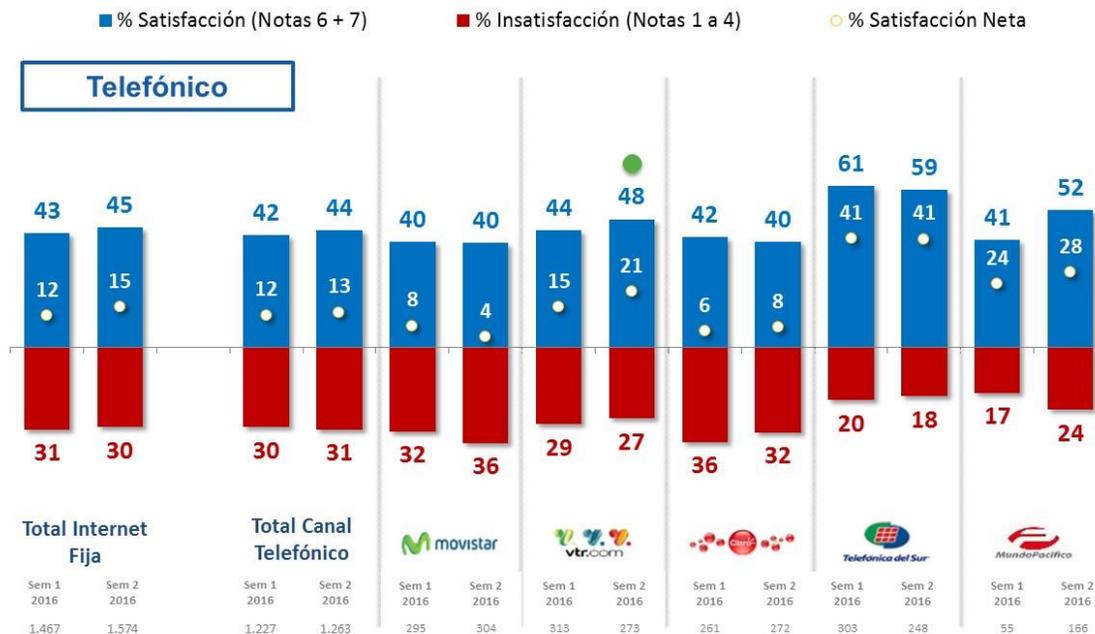


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Fija, canales telefónicos y/o presenciales, no aplica para WEB (N: 1.574)

Entre quienes realizaron reclamos, el nivel de satisfacción neta con la atención es de un 15%, donde quienes realizan el reclamo de manera presencial presentan una satisfacción neta más alta (25%) en comparación a quienes lo realizan de manera telefónica (13%). Respecto del primer semestre, mejora la evaluación a través del canal presencial.

Gráfica 148. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal telefónico 1 y 2 sem. 2016 por compañía

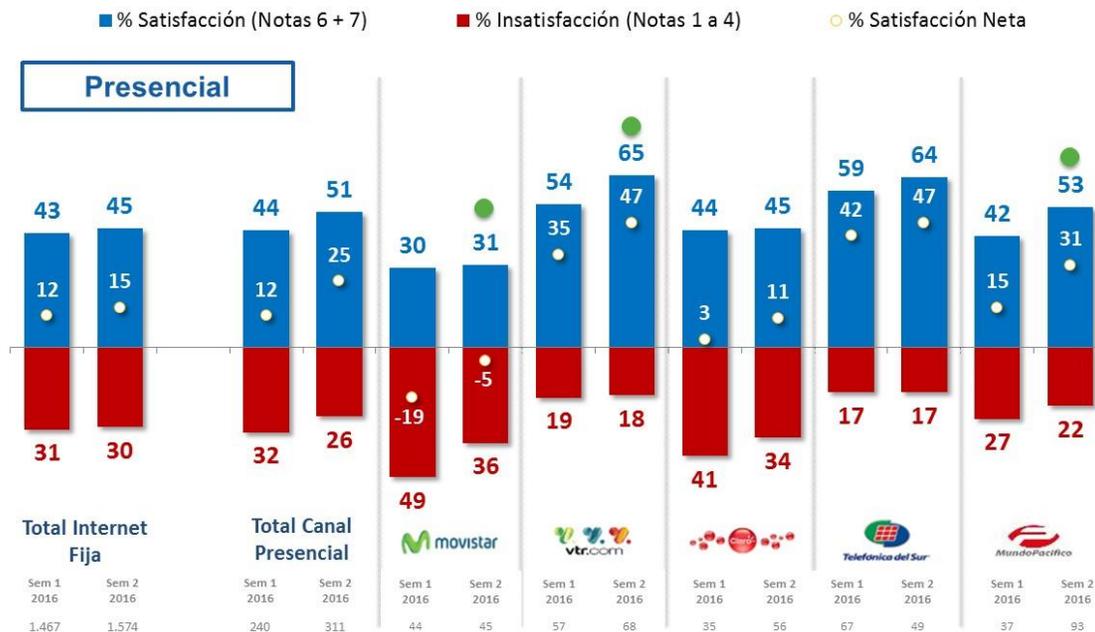


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Fija, canal telefónico (N: 1.263)

Entre quienes realizan el reclamo a través del canal telefónico de la empresa, los usuarios de Telsur/Telcoy presentan la mejor evaluación, con un 41% de satisfacción neta. La evaluación más baja es en Movistar (4% de satisfacción neta). VTR mejora de manera importante en este indicador en comparación al primer semestre, mientras que Movistar cae en cuatro puntos su satisfacción neta.

Gráfica 149. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial 1 y 2 sem. 2016 por compañía

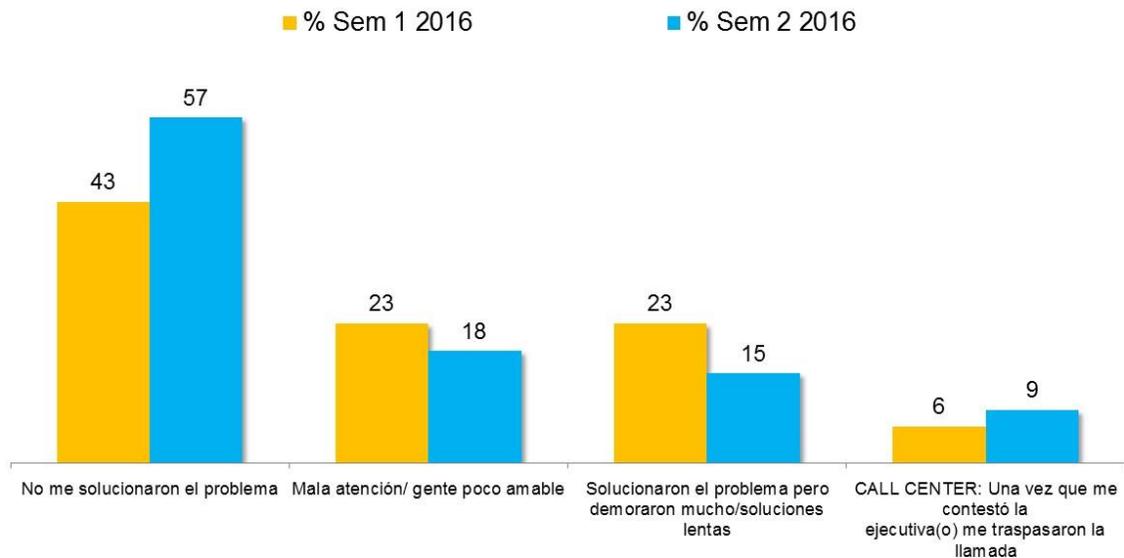


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Fija, canal presencial (N: 311)

Entre quienes realizan el reclamo a través del canal presencial, la evaluación mejora a nivel general y en todas las compañías respecto del primer semestre. Los usuarios de VTR y Telsur/Telcoy presentan la mejor evaluación, con una satisfacción neta de un 47% en ambos casos. Movistar, si bien mejora en este indicador respecto del primer semestre, aún mantiene una satisfacción neta negativa (-5%). También se destaca la mejora en la evaluación de los usuarios de Pacifico Cable y VTR, aumentando en 16 y 12 puntos la satisfacción neta respectivamente.

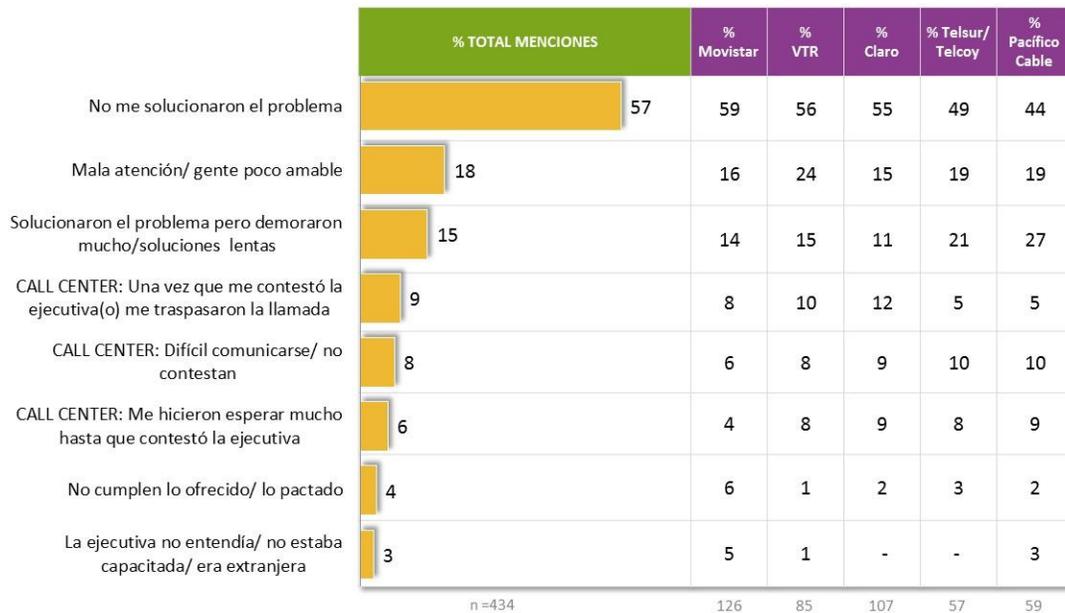
Gráfica 151. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – 1 y 2 sem. 2016



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (414 sem 1 2016; 434 sem 2 2016).
Se grafican los problemas más mencionados.

Respecto del primer semestre, entre las razones de insatisfacción aumentan las menciones sobre la no solución del problema de un 43% a un 57%, mientras que disminuyen la mala atención/gente poco amable y la demora en la solución.

Gráfica 152. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por compañía

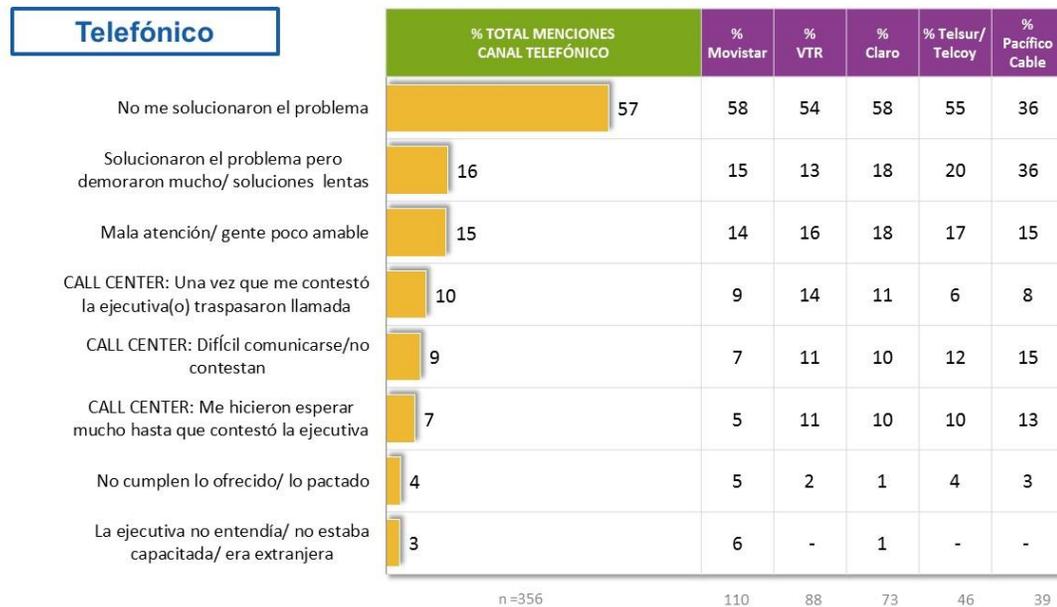


Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 434)

*Se grafican los problemas más mencionados

Al analizar las mismas razones de insatisfacción antes expuestas, pero esta vez por compañía proveedora de servicio, “no me solucionaron el problema” es más mencionada entre los usuarios de Movistar (59%), mientras que “mala atención/ gente poco amable” es más alta entre los entrevistados de VTR (24%).

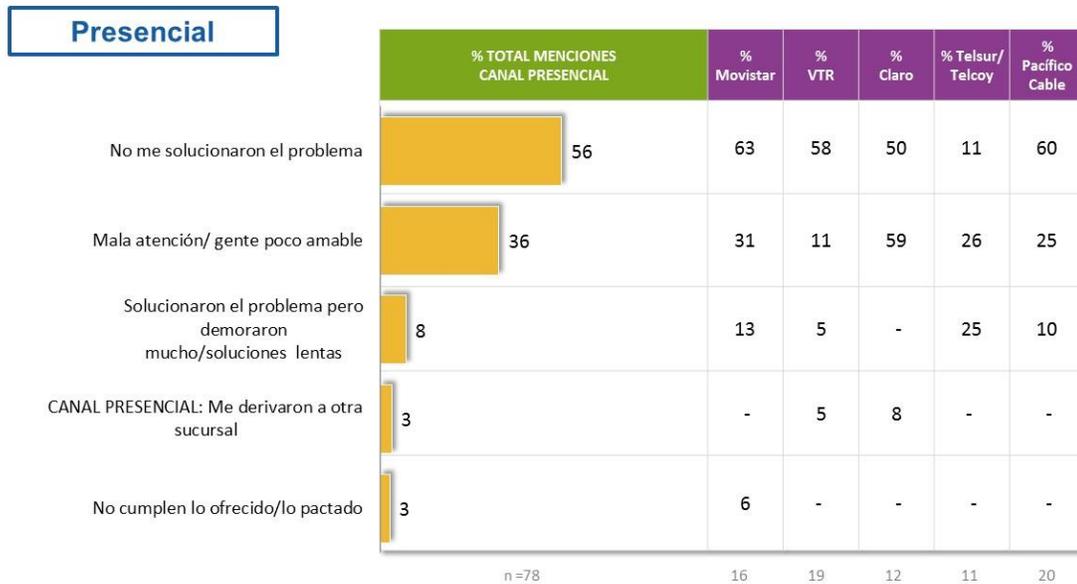
Gráfica 153. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Telefónico por compañía



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal telefónico (N: 356)
 *Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal telefónico, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

Por canal telefónico, “no me solucionaron el problema” es la principal razón de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo (57%), siendo mayor entre los usuarios de Claro y Movistar, ambos con un 58%. En el caso de Pacífico Cable, un 36% declara que “le solucionaron el problema pero demoraron mucho/soluciones lentas”, siendo la compañía que en proporción tiene más menciones en el canal telefónico sobre esta razón.

Gráfica 154. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial por compañía



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal presencial (N: 78)
 *Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal presencial, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

En el canal presencial “no me solucionaron el problema” aparece como la principal razón de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo (56%), siendo más mencionado en Movistar (63%). La mala atención/gente poco amable es más mencionada en proporción entre los usuarios de Claro (59%).

Y estos problemas, ¿dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar?

Gráfica 155. Usuarios que tuvieron problemas y agendaron visita técnica – 1 y 2 sem. 2016

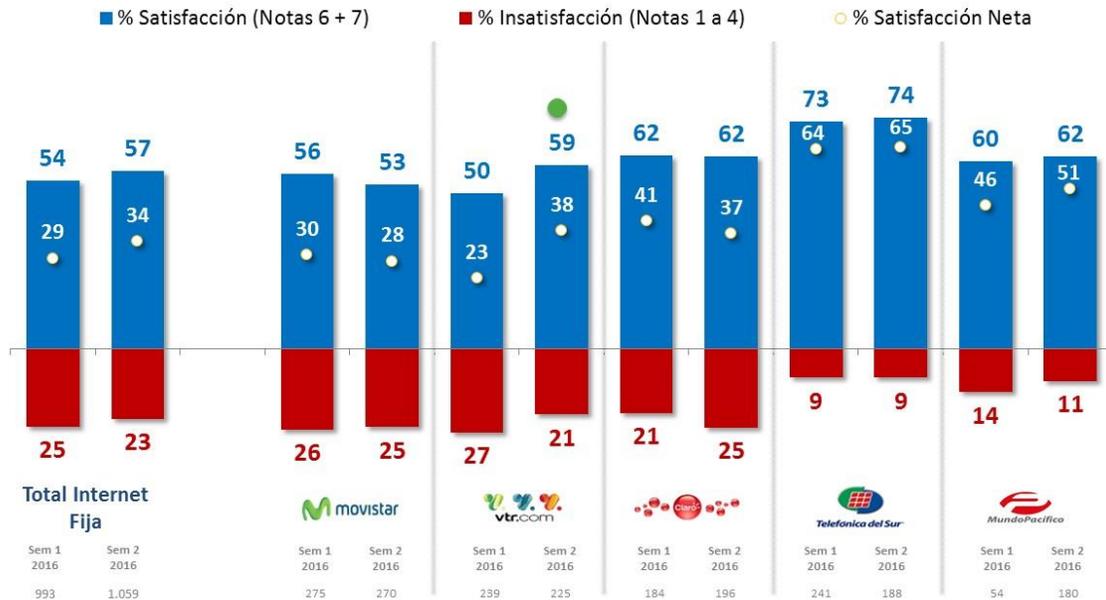


Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (2.110)

Un 53% de los entrevistados que tuvo problema en el servicio de Internet Fija y reclamó, agendó visita técnica en hogar, siendo este porcentaje más alto en Movistar (60%) y más bajo en Pacifico Cable (44%). En el caso de Pacifico Cable aumentan los agendamientos en 9 puntos porcentuales en comparación al primer semestre, mientras que disminuye 5 puntos porcentuales en Telsur/Telcoy.

Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿Cómo evaluaría usted el servicio técnico que le prestaron?

Gráfica 156. Evaluación del servicio técnico – 1 y 2 sem. 2016



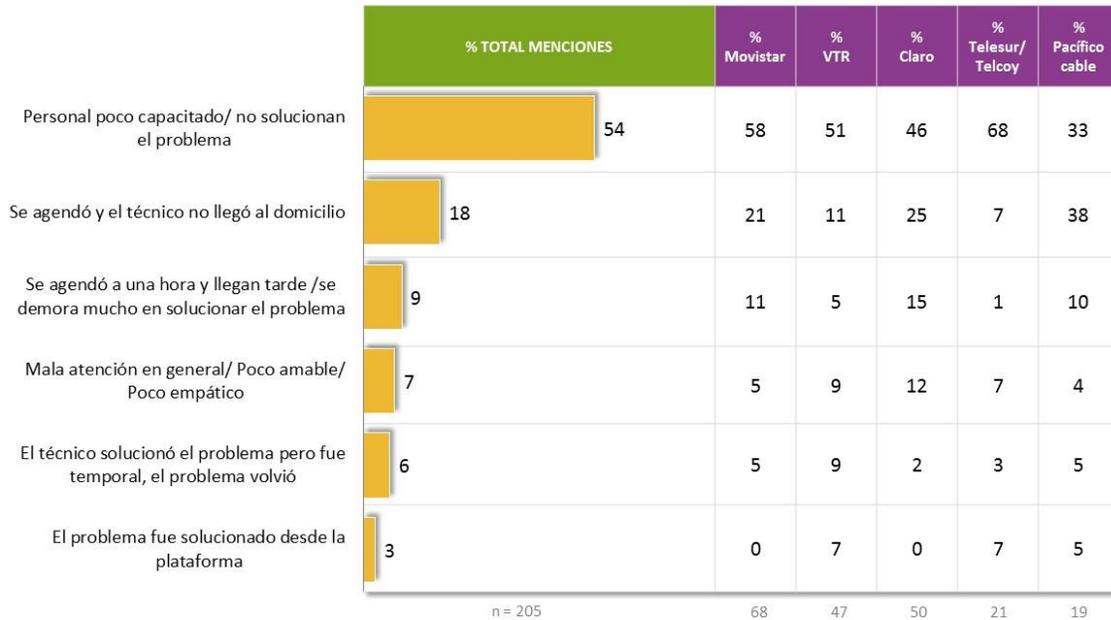
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Usuarios que han tenido problemas y han recibido la visita de un técnico a su hogar (N: 1.059)

En el total de internet fija, la evaluación del servicio técnico presenta un 34% de satisfacción neta, mejorando en 5 puntos respecto del primer semestre. La empresa mejor evaluada es Telsur/ Telcoy con 65% de satisfacción neta, mientras que Movistar en esta medición es la compañía que obtiene la satisfacción neta más baja (28%). Respecto del primer semestre, mejora en este indicador la satisfacción neta de VTR (+15%).

¿Por qué evalúa con nota 4 o menor? ¿Algo más?

Gráfica 157. Razones de Insatisfacción con el servicio técnico

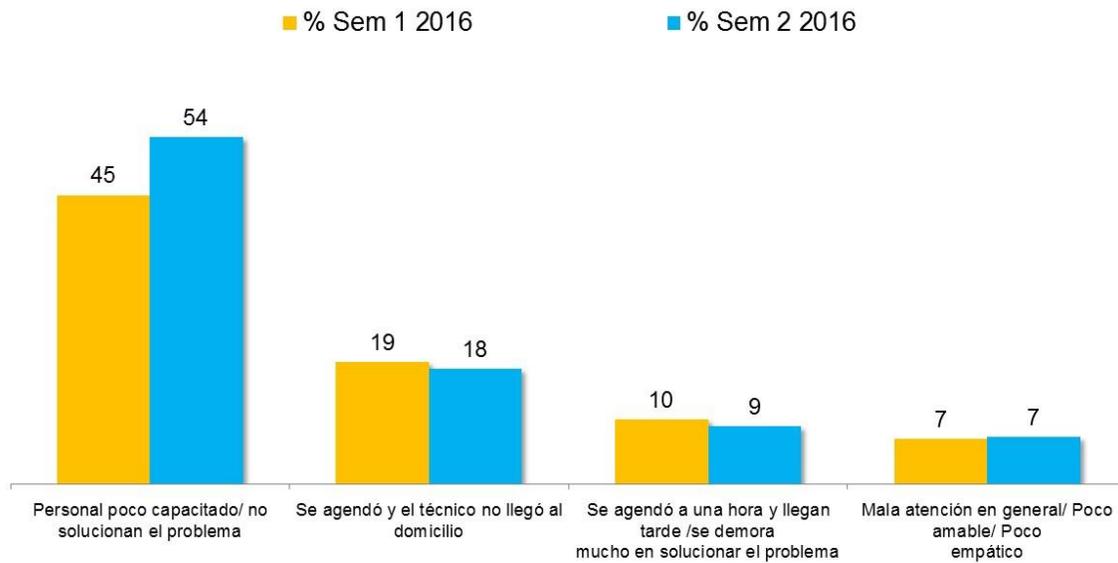


(*) Se grafican principales razones de insatisfacción.

Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención del servicio técnico (N: 205)

Respecto de las razones de insatisfacción con el servicio técnico, la principal razón mencionada es que “el personal es poco capacitado/no solucionan el problema” con 54% de menciones, siendo más alto entre los usuarios de Telsur/Telcoy (68%). La segunda razón más mencionada es “se agendó el técnico y no llegó al domicilio” con 18% de menciones, siendo más alta la proporción de menciones sobre esta razón en Pacifico Cable (38% de menciones).

Gráfica 158. Razones de Insatisfacción con el servicio técnico – 1 y 2 sem. 2016



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención técnica (200 sem 1 2016; 205 sem 2 2016).
Se grafican los problemas más mencionados.

Respecto del primer semestre, aumentan las razones de insatisfacción con la atención técnica respecto del “personal poco capacitado/no solucionan problema”, de un 45% a un 54%. El resto de las razones se mantienen estables respecto del primer semestre.

¿Y su problema fue resuelto?

Gráfica 159. Tasa de resolución del problema – 1 y 2 sem. 2016⁷

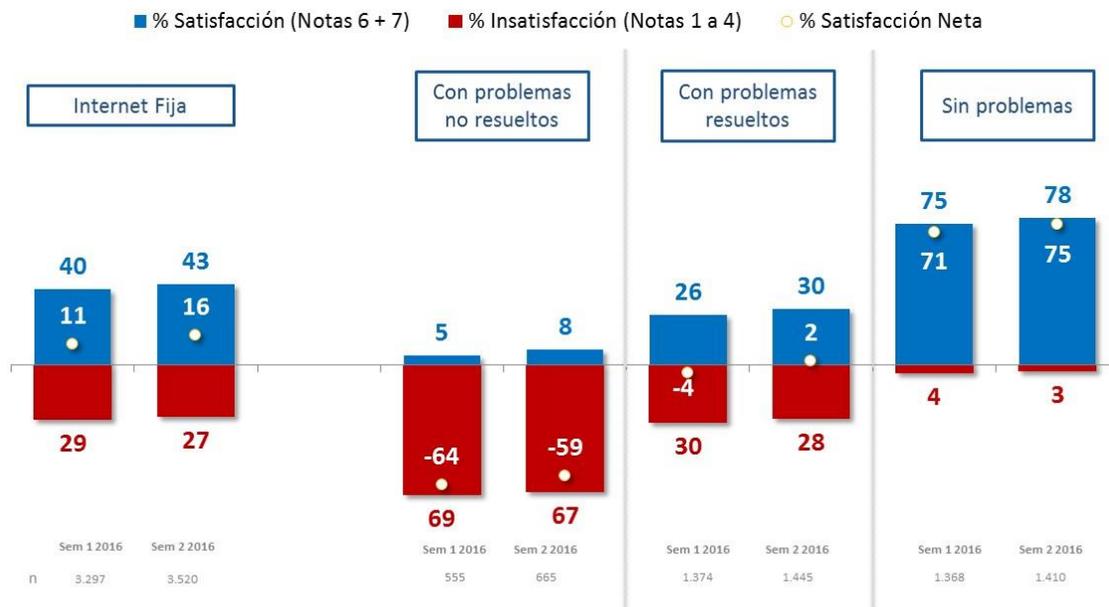


Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (2.110)

El 67% de las personas entrevistadas que tuvieron algún problema con su servicio de Internet Fija declara que su problema fue resuelto, bajando en dos puntos porcentuales respecto del primer semestre. Entre las compañías, Telsur/Telcoy y Claro son las que más resuelven en proporción los problemas de sus usuarios, con un 77% y 70% respectivamente. En comparación al primer semestre, Claro disminuye en su tasa de resolución mientras que Pacifico Cable aumenta.

⁷ Tasa de resolución se calcula en base a las personas que han tenido problemas.

Gráfica 161. Satisfacción con Internet Fija según si le han resuelto problemas – 1 y 2 sem. 2016

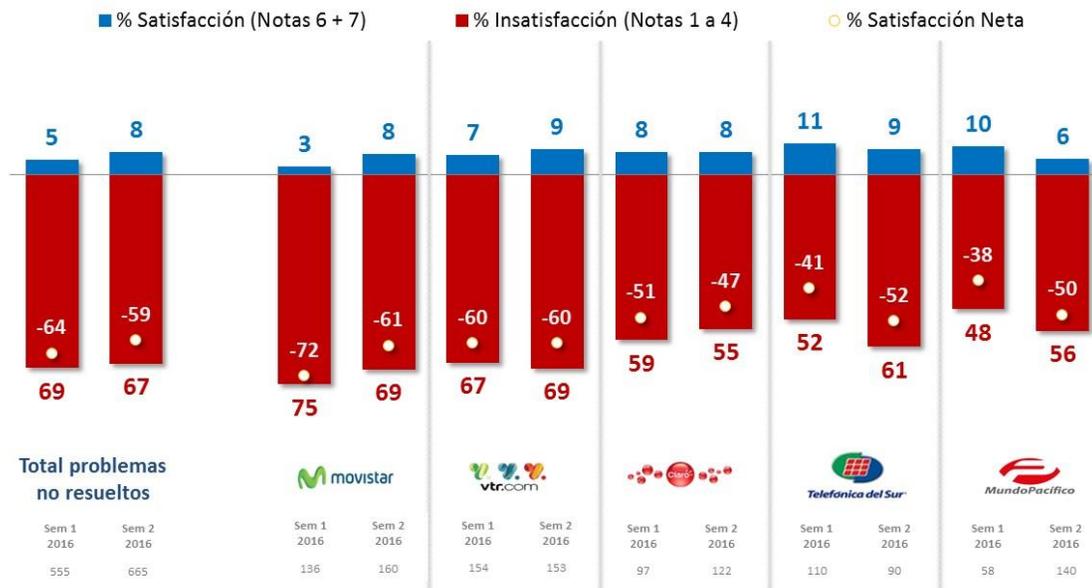


Casos: 3.520. Se señala el número de casos según filtro sobre problemas.

* Quiénes tienen problemas no resueltos y problemas resueltos corresponden al 63% de personas que tienen problemas.

Al realizar el cruce entre la satisfacción con el servicio de Internet Fija con la presencia o no de problemas y la resolución de los mismos, se puede observar que los usuarios que no han tenido problemas con el servicio de Internet Fija son los que tienen una satisfacción neta más alta con 75%, y entre quiénes este problema no fue resuelto, presentan una satisfacción neta negativa y bastante alta (-59 puntos). Se mantiene la tendencia respecto del primer semestre.

Gráfica 162. Satisfacción con Internet Fija entre quienes tuvieron problemas no resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía

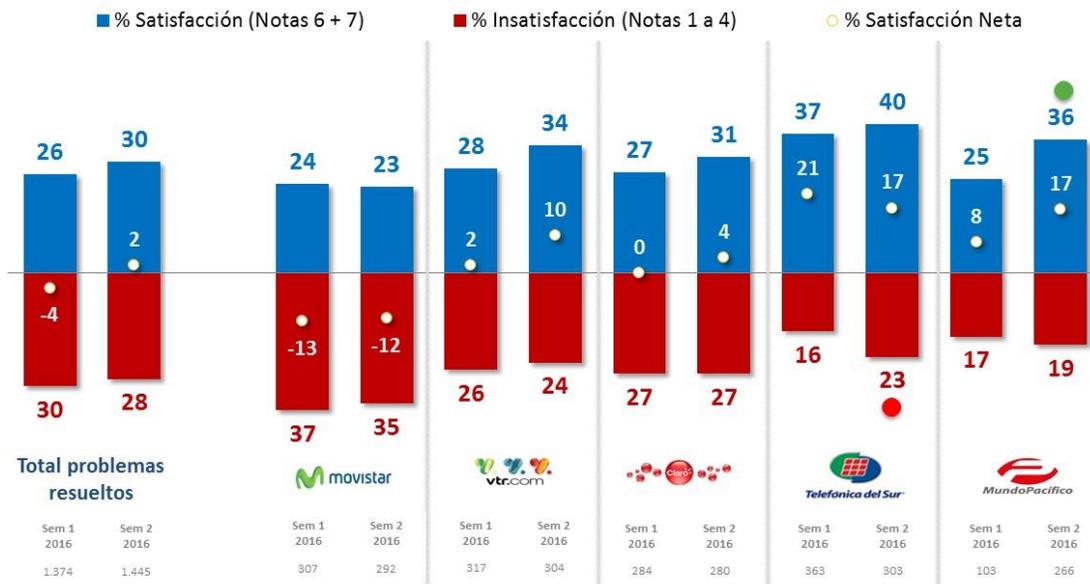


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija y no resolvieron su problema (665)

Por compañía se identifica que entre quienes han tenido problemas sin resolver, los usuarios de Movistar y VTR son más críticos al evaluar la satisfacción con el servicio, con una satisfacción neta de -61% y -60% respectivamente. Respecto del primer semestre, cae la satisfacción neta en Pacífico Cable (-12 puntos) y mejora 11 puntos en Movistar.

Gráfica 163. Satisfacción con Internet Fija entre quienes tuvieron problemas resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía



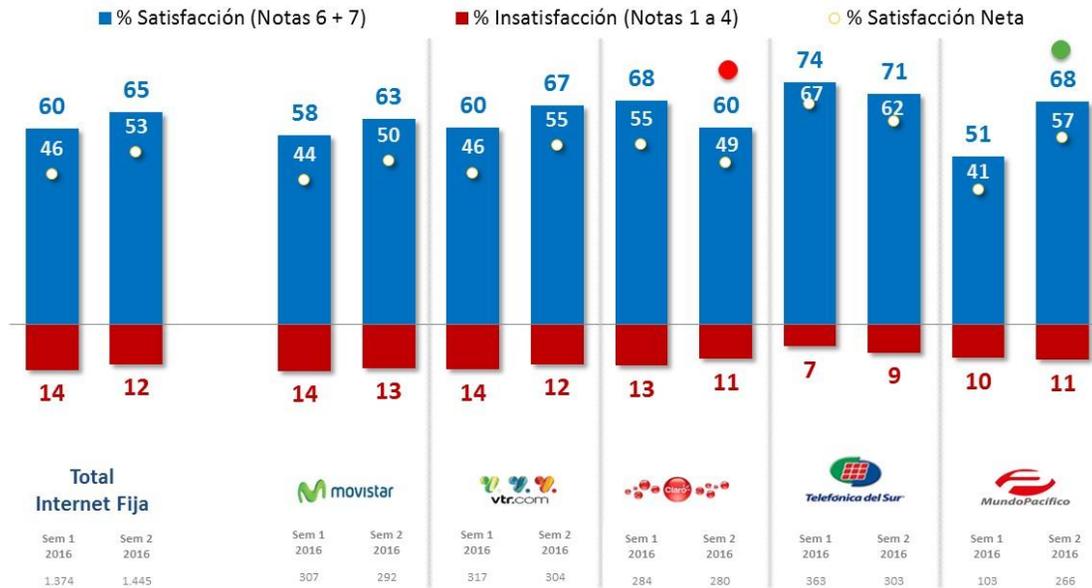
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija y resolvieron su problema (1.445)

Entre quienes tienen problemas resueltos, los usuarios de Movistar presentan una satisfacción neta negativa (-12%), siendo los más críticos en comparación a la evaluación que reciben las otras compañías. En comparación al primer semestre, los usuarios de Pacifico Cable que tuvieron problemas resueltos evalúan mejor que en el primer semestre, aumentando la satisfacción neta en 9 puntos, mientras que Telsur/Telcoy cae 4 puntos.

En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?

Gráfica 164. Satisfacción con la Solución de problemas de Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

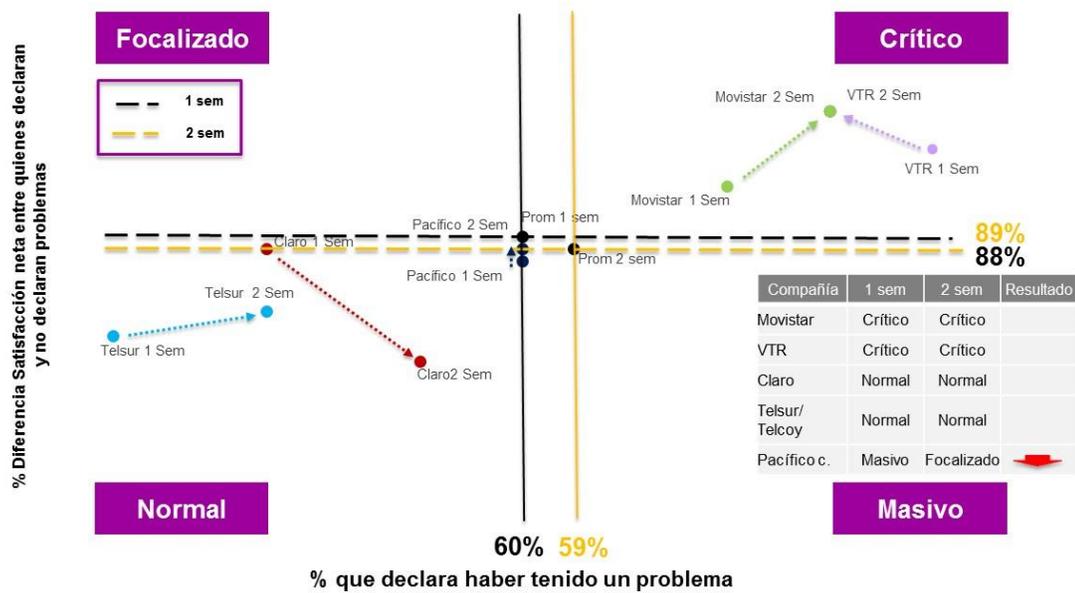
Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija y que resolvieron su problema (1.445)

Los entrevistados que lograron resolver su problema evalúan la resolución de forma positiva, con una satisfacción neta de 53%, mostrando una mejora en este indicador respecto del primer semestre. Entre las compañías, Telsur/ Telcoy presenta la satisfacción neta más alta (62%), mientras que Claro es la compañía de Internet Fija que presenta la peor evaluación (49%). Respecto del primer semestre, Pacifico Cable, Movistar y VTR mejoran su satisfacción neta, mientras que Claro cae 6 puntos.

7.3.4. Principales indicadores

Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción

Gráfica 165. Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Fija – Por Operador, 1 y 2 sem. 2016

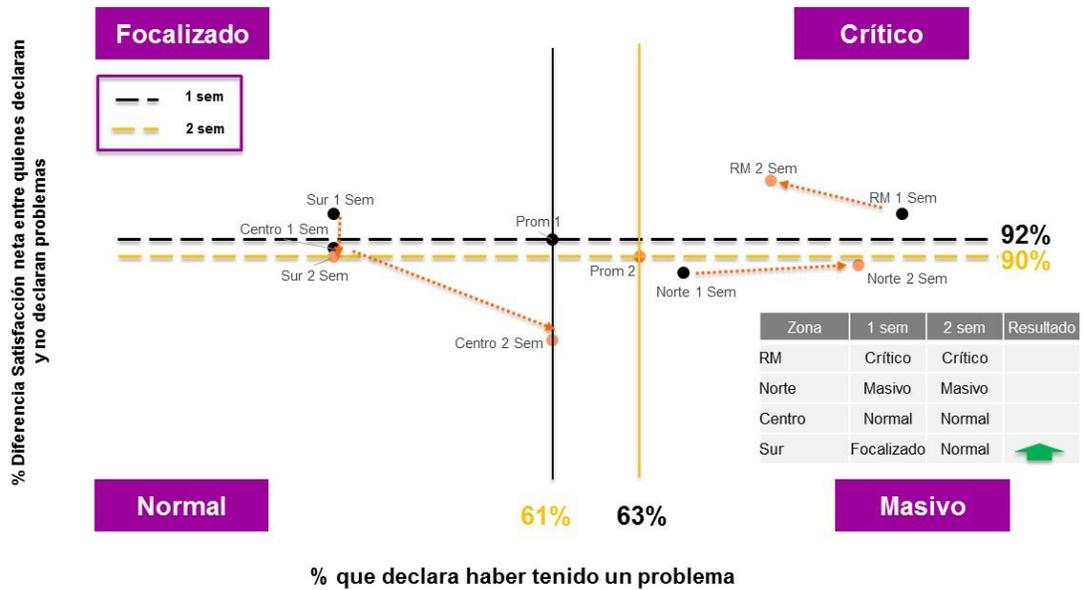


(*) El impacto de los problemas corresponde a la diferencia en Satisfacción Neta, entre quienes no declaran problemas y quienes sí lo hacen.

*Mejora respecto de la medición anterior
 *Empeora respecto de la medición anterior

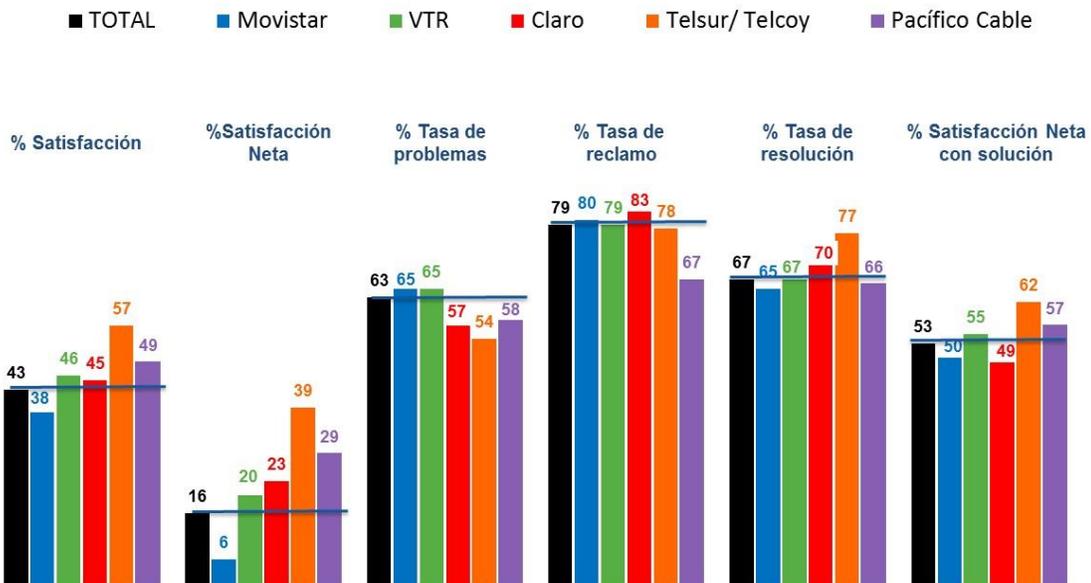
En el segundo semestre, Pacífico Cable pasa del cuadrante masivo al focalizado, manteniendo su tasa de problemas pero aumentando el impacto de ellos, mientras que VTR y Movistar continúan en el cuadrante crítico, presentando una alta tasa de problemas y un porcentaje alto en el impacto de problemas en la satisfacción neta.

Gráfica 166. Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Fija – Por Zona, 1 y 2 sem. 2016



Por zona, el sur mejora en su cuadrante trasladándose del focalizado al normal. RM continúa manteniéndose como la única zona que se encuentra en el cuadrante crítico, con una alta tasa de problemas y alto impacto de problemas en la satisfacción neta.

Gráfica 167. Indicadores de Internet Fija, 2 semestre 2016



Gráfica 168. Indicadores de Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016

	TOTAL		M ovistar		vtr.com		Claro		Telefónica del Sur		MundoPacífico	
	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2
% Satisfacción	40	43	36	38	41	46	48	45	59	57	43	49
% Satisfacción Neta	11	16	3	6	14	20	27	23	46	39	25	29
% Tasa de problemas	63	63	63	65	67	65	54	57	51	54	59	58
% Tasa de reclamo	80	79	80	80	82	79	81	83	82	78	58	67
% Tasa de resolución	69	67	69	65	67	67	75	70	75	77	60	66
% Satisfacción neta con solución	46	53	44	50	46	55	55	49	67	62	41	57

Los gráficos 158 y 159 nos muestran de forma resumida los resultados obtenidos en el módulo de Internet Fija.

7.4. Televisión Pagada

7.4.1. Perfil de los entrevistados

Gráfica 169. **Ponderación por segmento de los usuarios de Televisión Pagada**

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.602	46	48	2,4
	Mujer	1.900	54	52	2,2
	<hr/>				
	18 – 39	1.288	37	37	2,7
	Más de 40	2.214	63	63	2,1
	<hr/>				
	RM	1.420	41	42	2,6
	Regiones	2.082	59	58	2,1

Gráfica 170. **Características demográficas de usuarios de Televisión Pagada**



Casos: 3.502

* Caracterización de la Muestra con datos ponderados y expresado en porcentaje.

En Televisión Pagada, las compañías que fueron medidas son Entel, Movistar, VTR, Claro y DirecTV.

En relación a la distribución y características demográficas de los usuarios de Televisión Pagada, se identifica un mayor porcentaje de mujeres (52%) que hombres (48%), y de una mayor proporción de mayores de 40 años (63%) comparado con las personas entre 18 y 39 años (37%). Finalmente, un 42% de los usuarios del servicio vive en la Región Metropolitana y un 58% en el resto de las regiones del país.

Gráfica 171. Características demográficas de usuarios de Televisión Pagada – Por compañía

Género				
Compañía	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total
Entel	700	36	64	100
Movistar	700	44	56	100
VTR	700	52	48	100
Claro	701	42	58	100
Direct TV	701	55	45	100
TOTAL	3.502	48	52	100

Tramo Etario				
Compañía	Base (n)	% 18 a 39	% 40 o Más	Total
Entel	700	33	67	100
Movistar	700	38	62	100
VTR	700	37	63	100
Claro	701	39	61	100
Direct TV	701	38	62	100
TOTAL	3.502	37	63	100

Zona				
Compañía	Base (n)	% RM	% Regiones	Total
Entel	700	43	57	100
Movistar	700	54	46	100
VTR	700	46	54	100
Claro	701	32	68	100
Direct TV	701	28	72	100
TOTAL	3.502	42	58	100

Entre las compañías medidas para este servicio, en Claro, Movistar y Entel es mayor la proporción de mujeres que hombres. El caso de DirecTV y VTR, en cambio, hay una mayor proporción de hombres que de mujeres, con un 55% y 52% respectivamente. Por tramo etario, si bien todas las empresas tienen una proporción mayor de usuarios mayores de 40, Entel destaca por tener un tramo etario en proporción mayor en ese segmento en comparación al resto de las compañías medidas. Por su lado, Movistar es la única compañía que presenta mayor presencia en RM (54%), mientras que DirecTV destaca por tener mayor presencia de usuarios en regiones (72%).

Gráfica 172. Características del servicio de Televisión Pagada



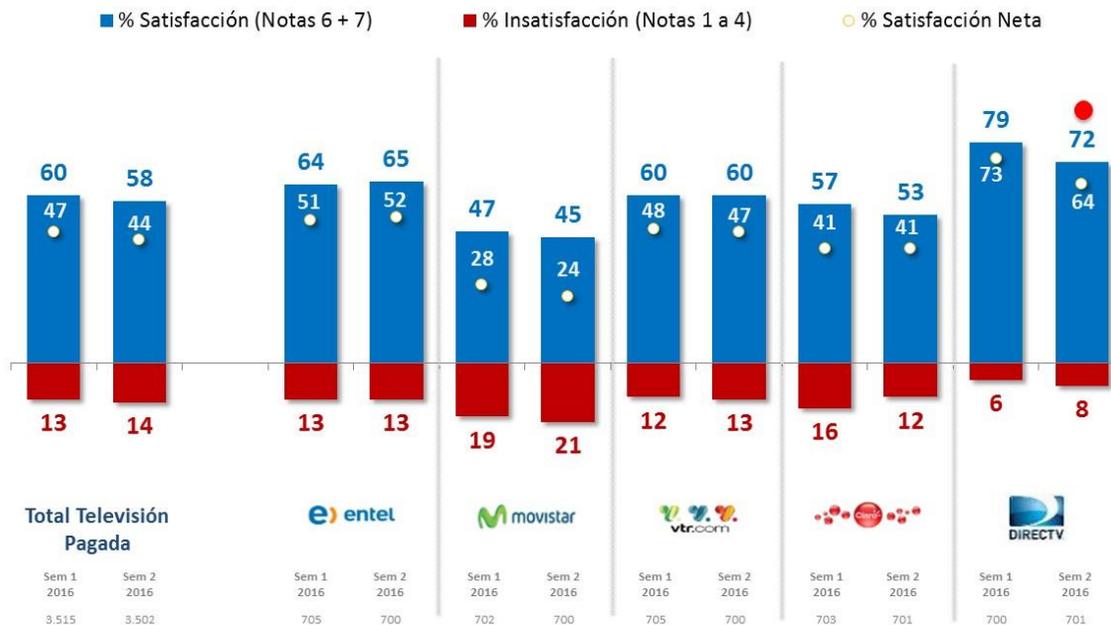
Compañía	Base (n)	% 1 año o menos	% Más de 1 y hasta 2	% Más de 2 años	Total
Entel	700	62	18	20	100
Movistar	700	24	20	56	100
VTR	700	19	10	71	100
Claro	701	29	21	50	100
Direct TV	701	26	23	51	100
TOTAL	3.502	25	17	58	100

En relación a la antigüedad de los usuarios, un 58% indica que tiene una antigüedad superior a 2 años, destacando los usuarios de VTR (71%). En el caso de usuarios que tienen menos de 1 año de antigüedad, Entel tiene un 62% de sus usuarios en dicha categoría.

7.4.2. Satisfacción con empresas de Televisión Pagada

“En una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de Televisión Pagada de (Proveedor Televisión Pagada)?”

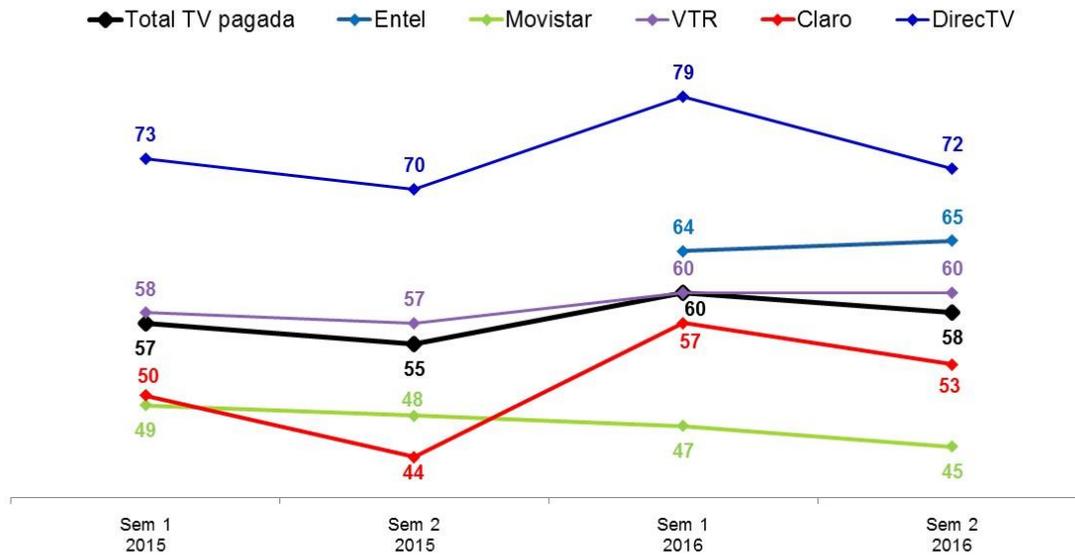
Gráfica 173. Satisfacción con empresas de Televisión Pagada – 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción “5” o “No sabe”.
Casos: 3.502

La satisfacción neta con el servicio de Televisión Pagada es de un 44%, bajando 3 puntos respecto del primer semestre. La compañía que cuenta con la satisfacción neta más alta es DirecTV (64%), mientras que Movistar es la compañía la satisfacción neta más baja (24%). En comparación al primer semestre, DirecTV, si bien se mantiene liderando este servicio, cae en su satisfacción usuaria. La única compañía que mejora en su satisfacción neta es Entel, aunque levemente (+1%).

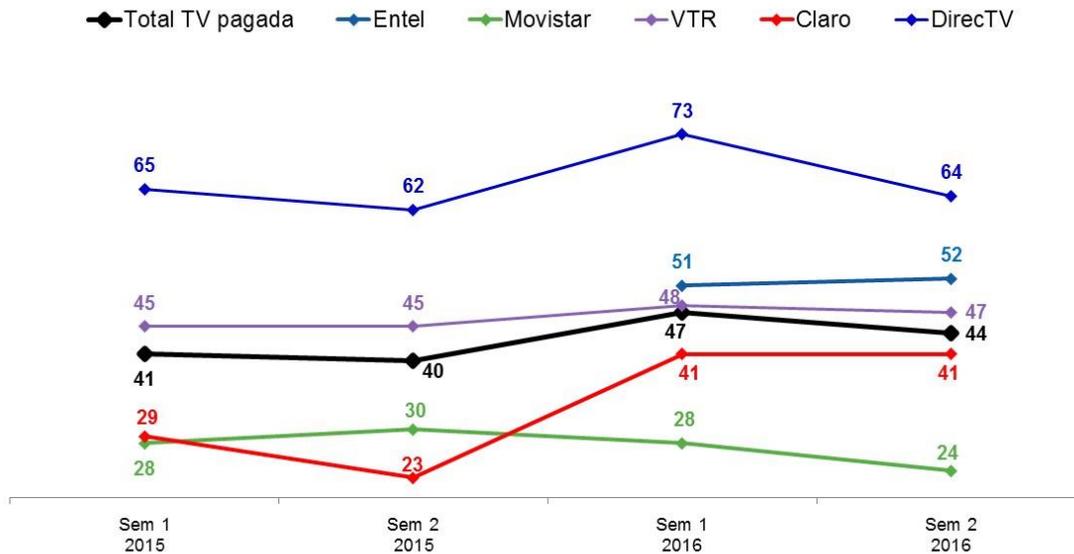
Gráfica 174. Satisfacción con empresas de Televisión Pagada – Evolutivo



(*) Entel comenzó a medirse el primer semestre de 2016.

Evolutivamente, Movistar es la única empresa que continúa cayendo en su satisfacción desde la primera medición y DirecTV continúa liderando.

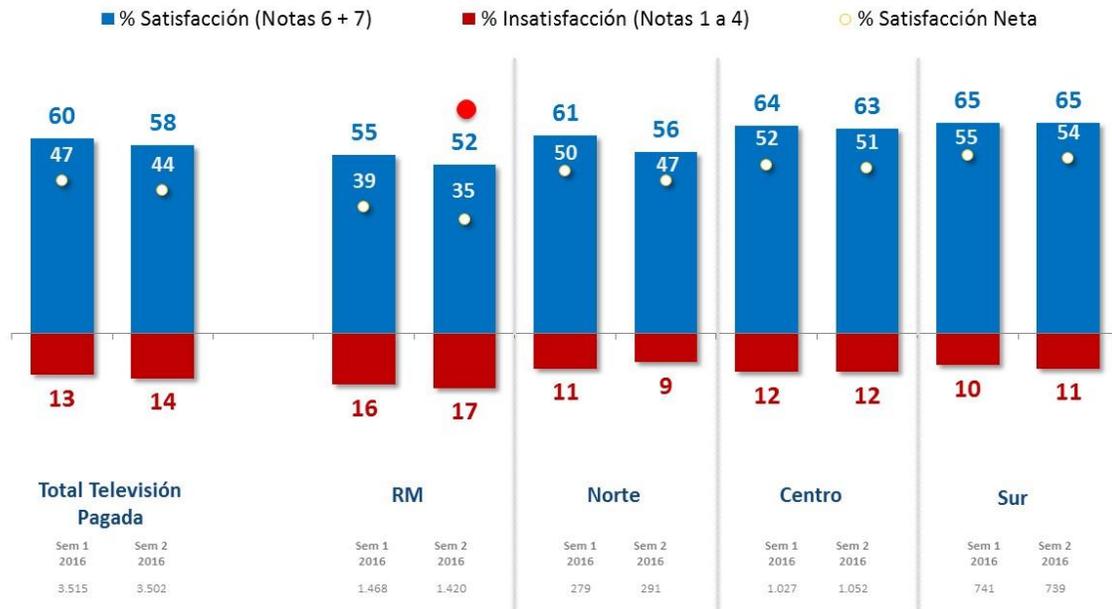
Gráfica 175. Satisfacción neta con empresas de Televisión Pagada – Evolutivo



(*) Entel comenzó a medirse el primer semestre de 2016.

DirecTV continúa siendo la empresa con la satisfacción neta más alta, mientras que Movistar cae a su registro más bajo.

Gráfica 176. Satisfacción por Zona en Televisión Pagada – 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

(*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

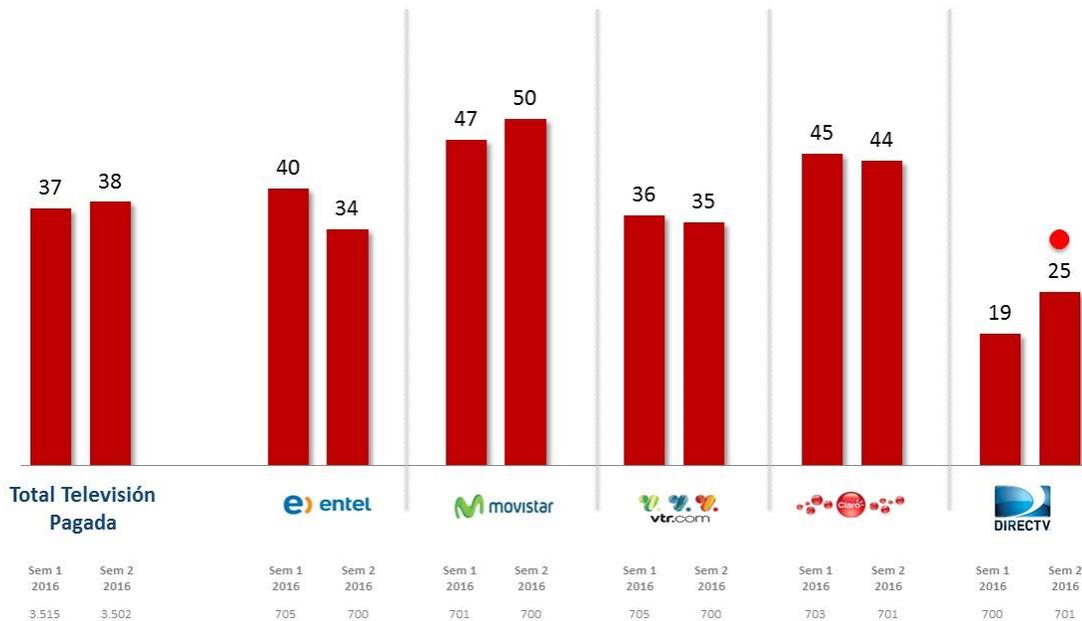
La zona sur del país presenta la mejor satisfacción neta (54%), mientras la Región Metropolitana continúa manteniendo la satisfacción neta más baja con un 35%. Respecto del primer semestre, se identifica una caída en la satisfacción neta en RM (-4%).

7.4.3. Problemas, reclamos y resolución: Televisión Pagada

“En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún problema con su servicio de Televisión Pagada?”

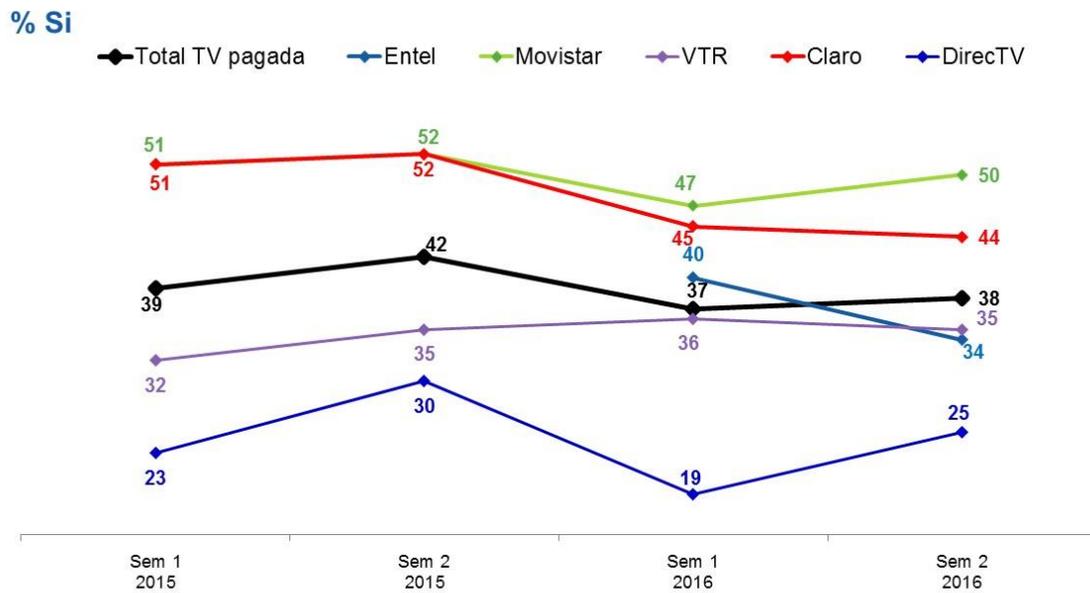
Gráfica 177. Tasa de Problemas Televisión Pagada – 1 y 2 sem. 2016

% Si



La tasa de problemas alcanza un 38%, siendo Movistar la compañía con la mayor tasa de problemas (50%) y DirecTV la empresa en la que sus usuarios declaran en menor proporción el haber tenido algún problema (25%). Entel baja en 6 puntos su tasa de reclamo en comparación al primer semestre, mientras DirecTV aumenta en 6 puntos porcentuales.

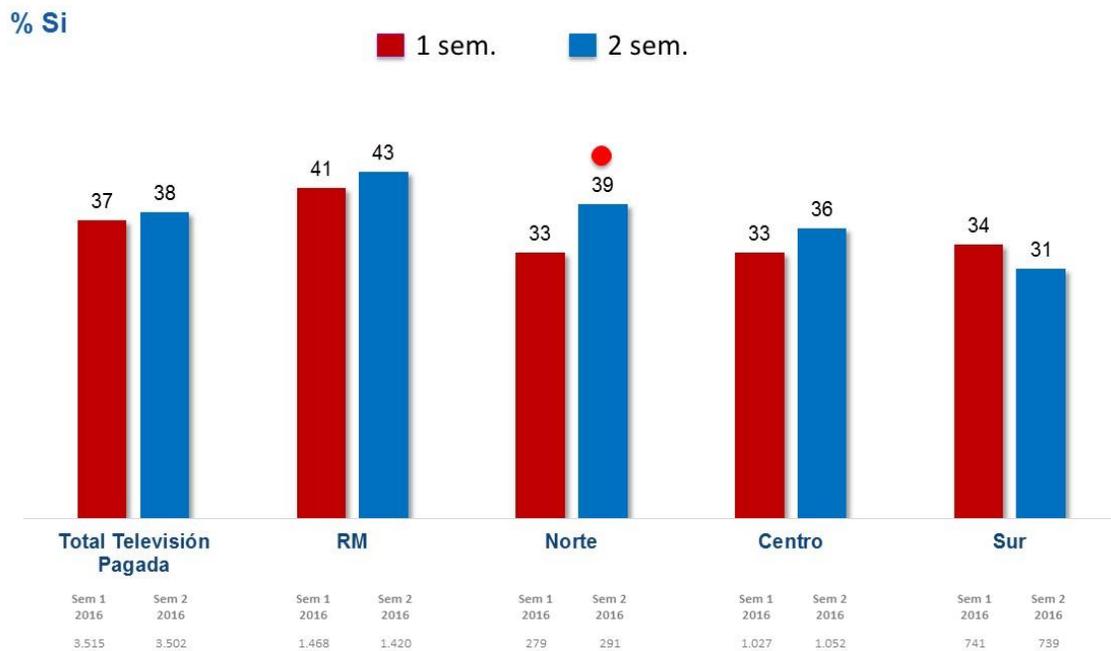
Gráfica 179. Tasa de Problemas en Televisión Pagada – Evolutivo



(*) Entel comenzó a medirse el primer semestre de 2016.

La tasa de problemas se mantiene estable en Televisión Pagada. Entre las empresas, Claro es la única empresa que ha disminuido su tasa de problemas desde hace 3 mediciones.

Gráfica 180. Tasa de Problemas en Televisión Pagada – Por Zona 1 y 2 sem. 2016

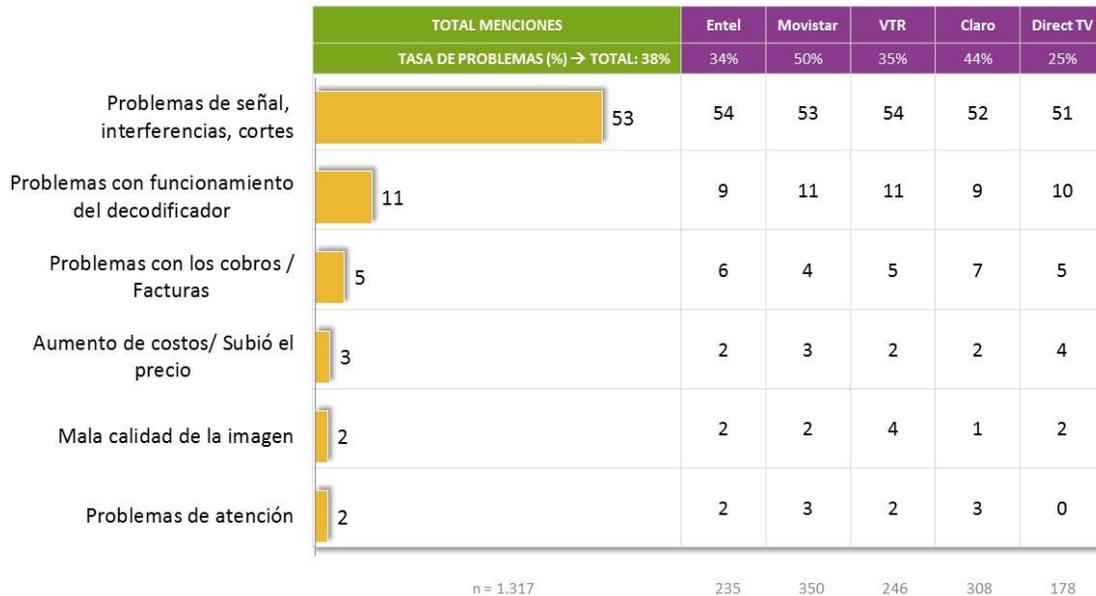


(*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

RM es la zona con mayor tasa de problemas (43%). En tres de las cuatro zonas aumenta la tasa de problemas respecto del primer semestre, siendo más crítico el aumento en el norte (+6%). En la zona sur se evidencia la única disminución en la tasa de problemas respecto del semestre anterior (-3%).

¿Qué tipo de problema tuvo? MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA

Gráfica 181. Tipos de problemas de Televisión Pagada

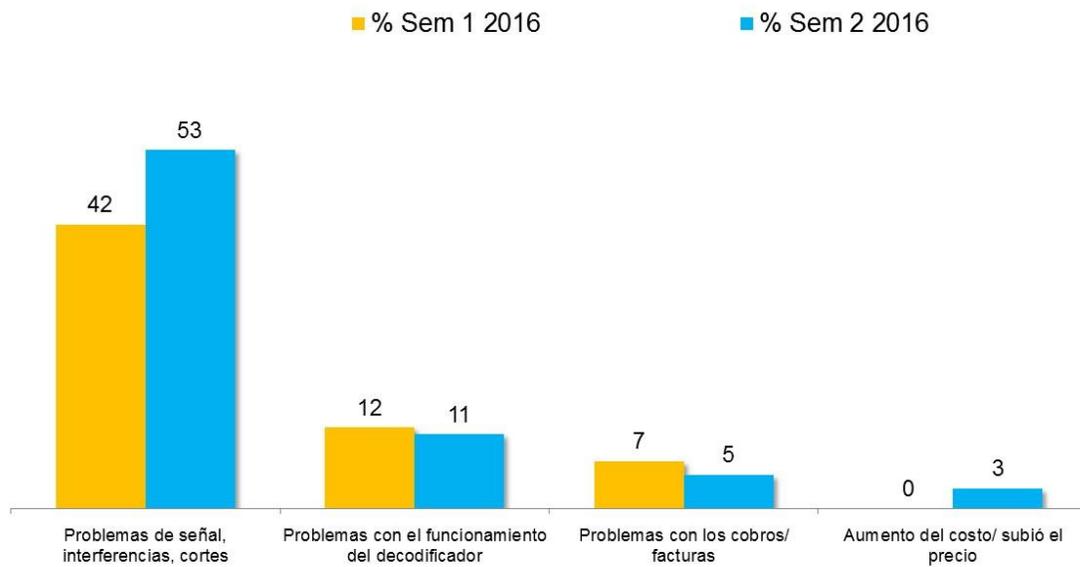


Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (1.317). En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados.

*Otros problemas: Problemas de asistencia técnica, Programación poco variada, Mala calidad del servicio s/e.

Entre los tipos de problemas, el más mencionado es “problemas de la señal, interferencias, cortes” (53%), seguido por “problemas con el funcionamiento del decodificador” (11%). En relación a los problemas de señal, interferencias y cortes, no se identifican mayores diferencias entre las empresas.

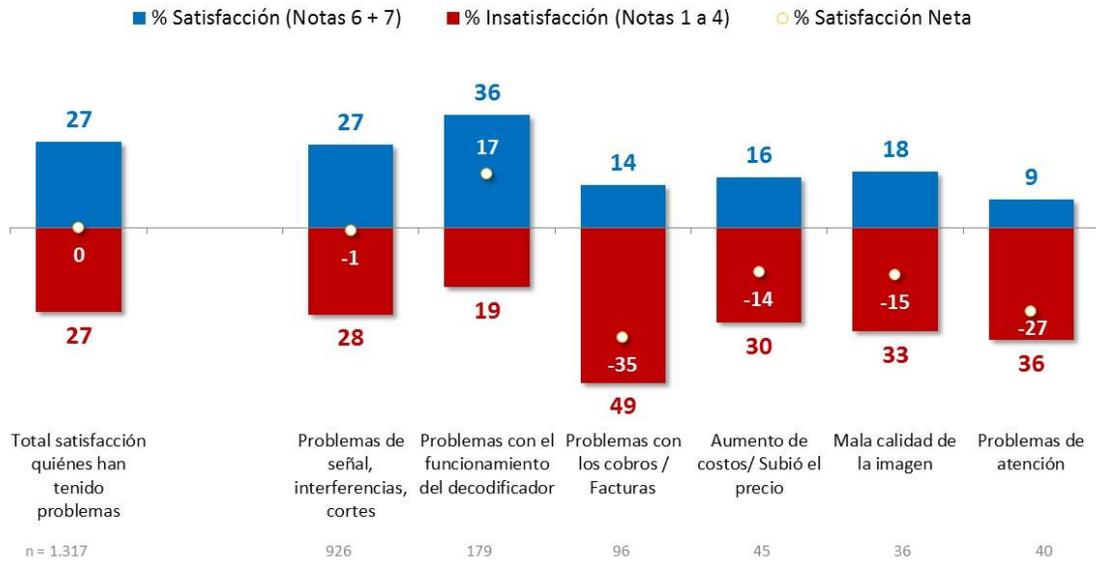
Gráfica 182. Tipos de problemas de Televisión Pagada – 1 y 2 sem. 2016



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de televisión pagada (1.311 sem 1 2016; 1.317 sem 2 2016). Se grafican los problemas más mencionados.

Los problemas asociados a la señal, interferencia y cortes aumentan respecto del primer semestre, de un 42% a un 53%, mientras que los otros problemas se reportan en proporción de manera similar.

Gráfica 183. Satisfacción por tipo de problema de Televisión Pagada



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

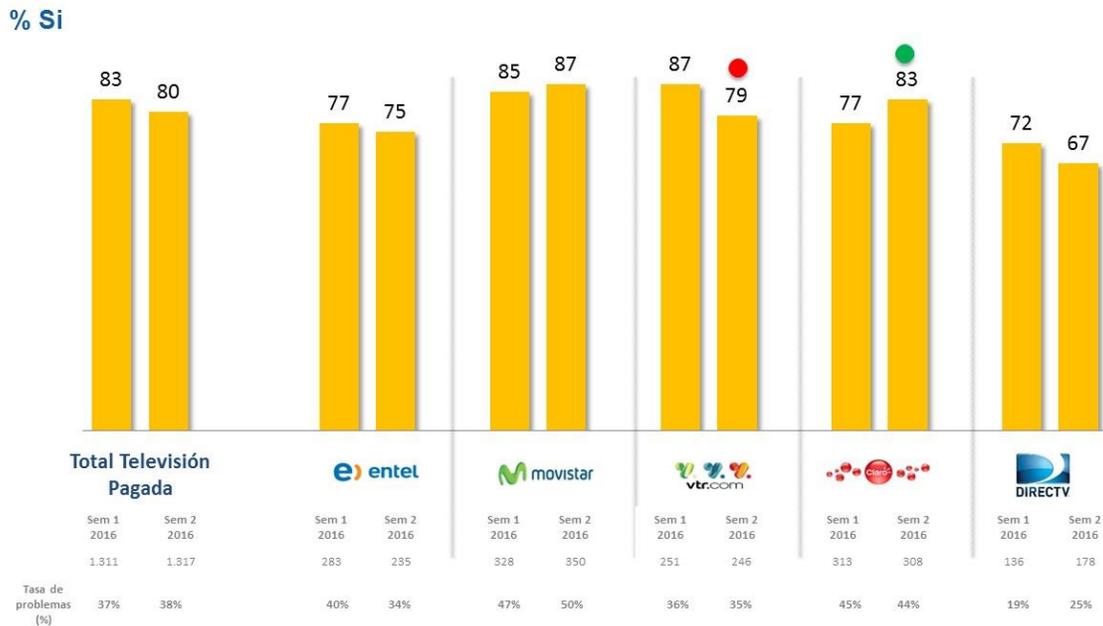
Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (1.317)

Entre los usuarios que tuvieron algún problema con el servicio de Televisión Pagada, la satisfacción neta con el servicio es de un 0%. Al revisar la satisfacción con el servicio por tipo de problema, los problemas de cobros y factura son los que más impactan la satisfacción.

Considerando el último problema que Ud. tuvo con su servicio de Televisión Pagada ¿Reclamó o pidió alguna solución en...?

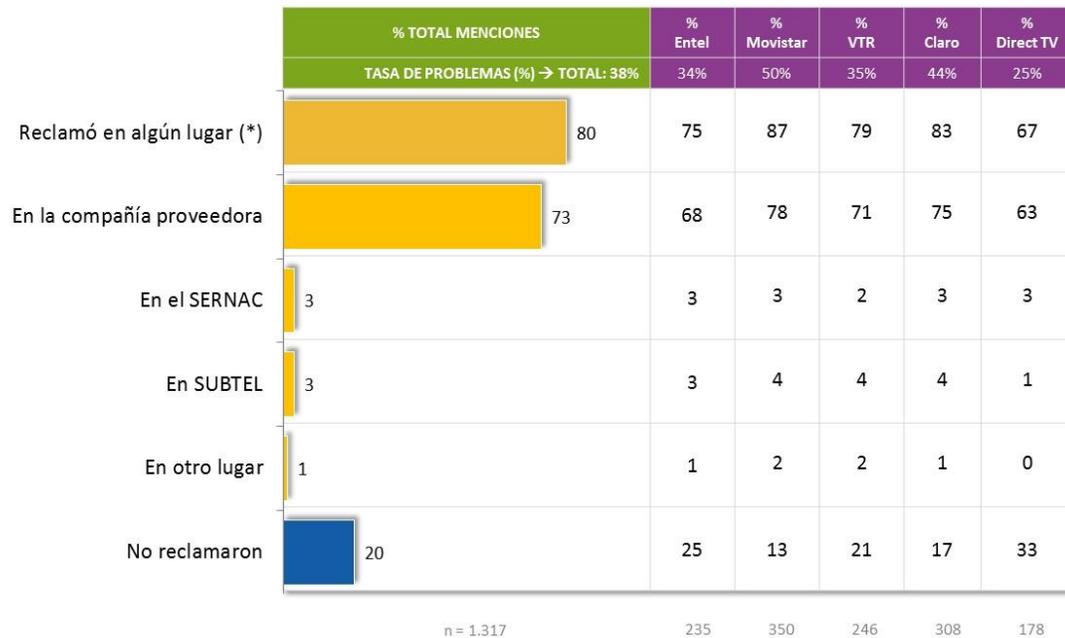
Gráfica 184. Tasa de reclamos TV Pagada – 1 y 2 sem. 2016



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (1.317).

En esta medición se registra un 80% de tasa de reclamos, bajando un 3% respecto de la medición anterior. La tasa más alta de reclamo se identifica en Movistar (87%), mientras que la más baja en DirecTV (67%). Entre los usuarios de VTR es donde se identifica la mayor disminución en la tasa de reclamos respecto del primer semestre (-8%). En Claro, en cambio, aumenta la tasa de reclamo de un 77% a un 83%.

Gráfica 185. Lugar de reclamo para problemas de Televisión Pagada



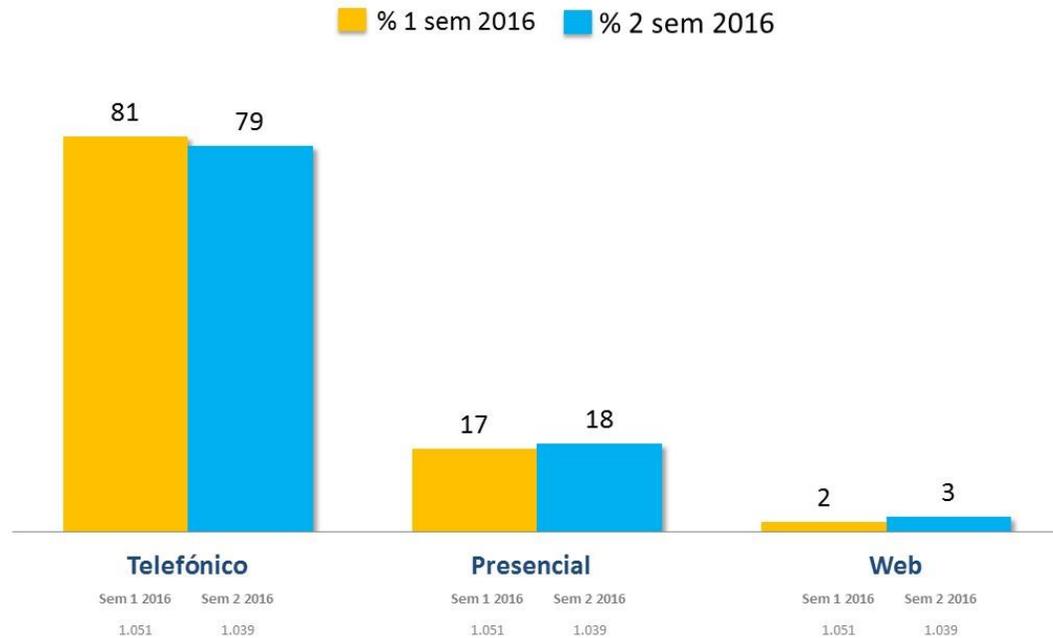
(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Sernac o Subtel.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (1.317).

En general, del total de personas que tuvo algún problema con su servicio de Televisión Pagada, un 73% declaró haber realizado un reclamo ante la compañía proveedora. Ante Subtel o Sernac, solo un 3% realizan reclamos respectivamente en esos organismos. Entre las compañías, los usuarios de Movistar son los que realizaron en mayor medida reclamos ante su empresa (78%).

¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo?

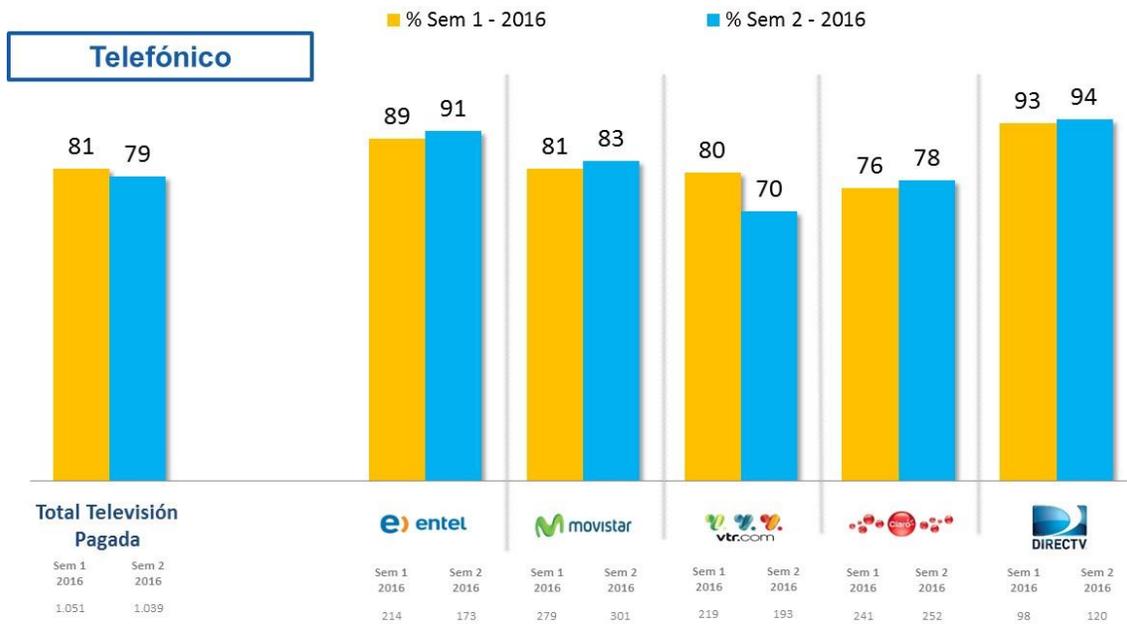
Gráfica 186. Canal por el que hizo el reclamo – 1 y 2 sem. 2016



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Televisión Pagada (N: 1.039)

Entre los usuarios de Televisión Pagada que declararon haber tenido un problema con su servicio y que interpusieron un reclamo en la compañía, un 79% lo hizo a través del canal telefónico y un 18% presencialmente. En ambos casos, esta distribución se mantiene estable respecto del primer semestre.

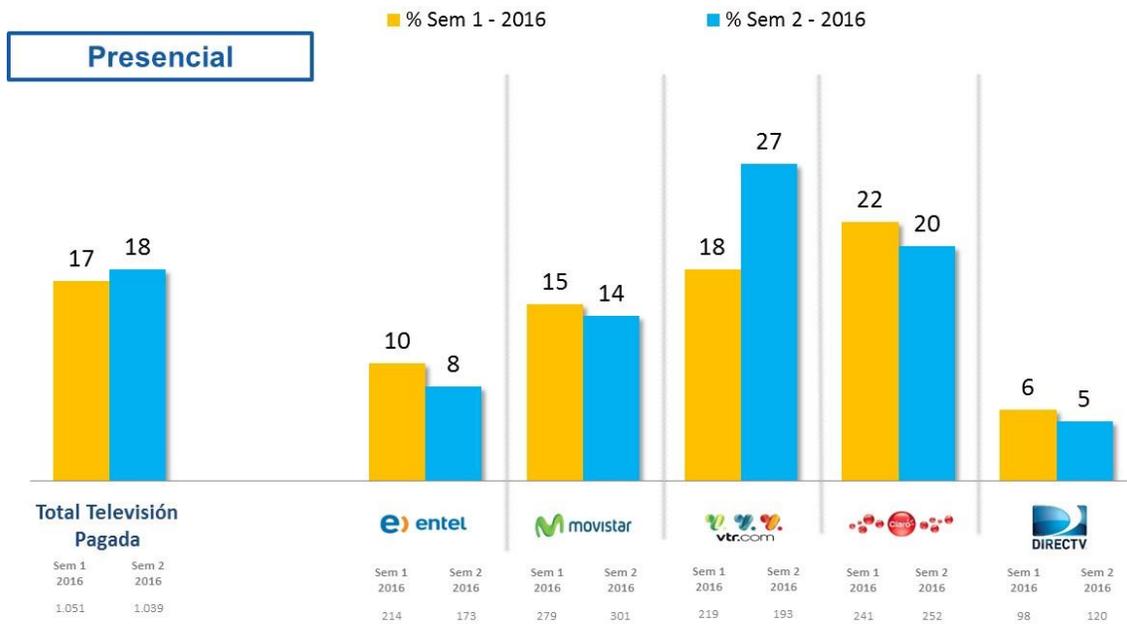
Gráfica 187. Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Telefónico, 1 y 2 sem. 2016



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Televisión Pagada (N: 1.039)

Por empresa, DirecTV y Entel son las empresas a través de la cual los usuarios en mayor proporción utilizan el canal telefónico para realizar el reclamo en la empresa, con un 94% y 91% respectivamente. VTR es la más baja (70%). Respecto del primer semestre, baja el uso del canal telefónico en VTR (-10%).

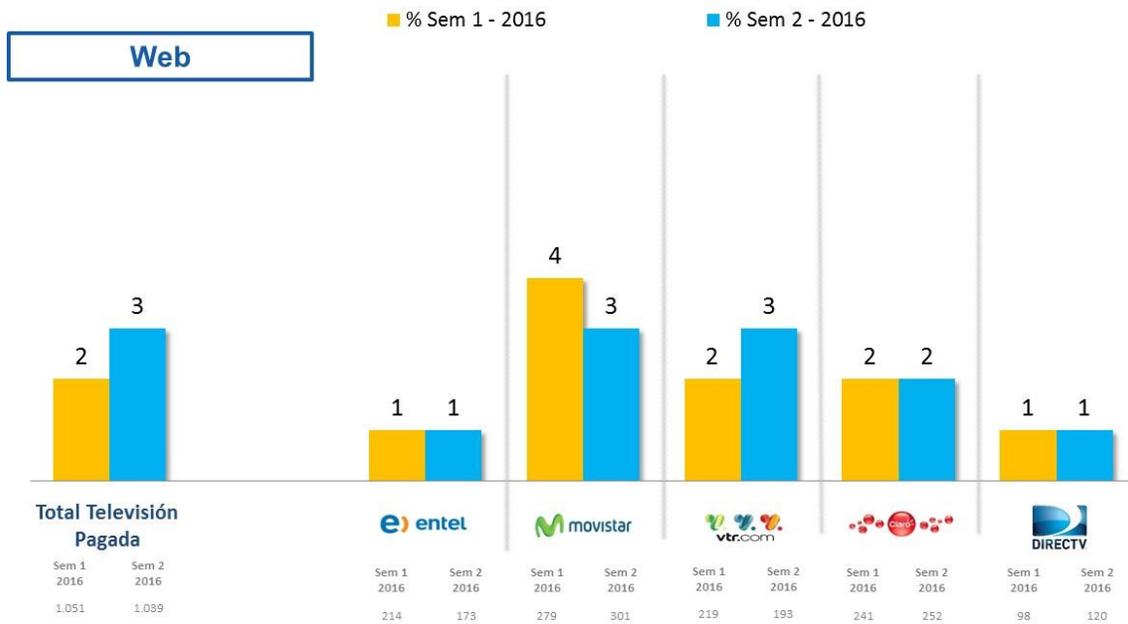
Gráfica 188. Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Presencial, 1 y 2 sem. 2016



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Televisión Pagada (N: 1.039)

VTR es la empresa a través de la cual los usuarios en mayor proporción utilizan el canal presencial para realizar el reclamo (27%). DirectTV es la más baja (5%). Respecto del primer semestre, aumenta el uso del canal presencial en VTR (+9%).

Gráfica 189. Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Web, 1 y 2 sem. 2016

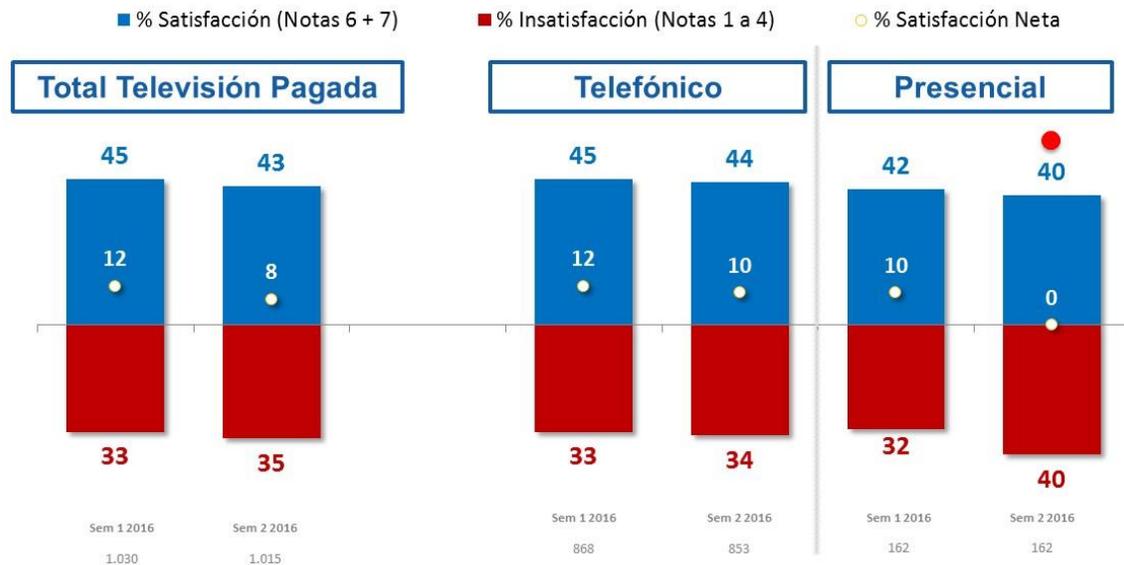


Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Televisión Pagada (N: 1.039)

Movistar y VTR son las empresas a través de la cual los usuarios en mayor proporción utilizan el canal web para realizar el reclamo en la empresa (3%). No se identifican mayores variaciones respecto del primer semestre.

¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?

Gráfica 190. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por tipo de canal 1 y 2 sem. 2016

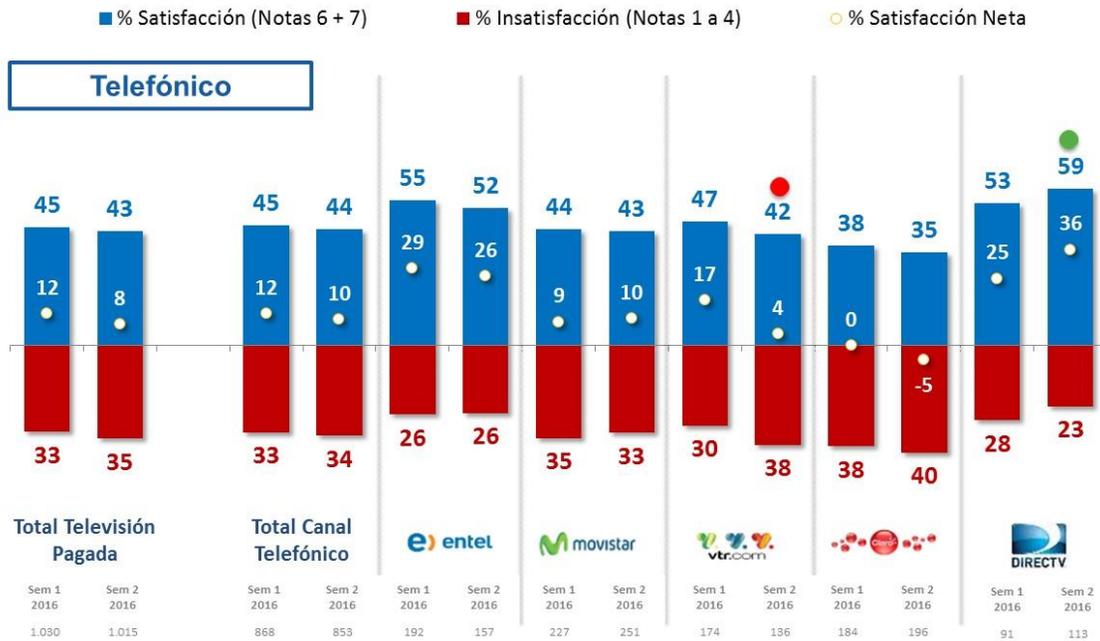


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Televisión Pagada, canales telefónicos y/o presenciales, no aplica para WEB (N: 1.015)

Se reporta un 8% de satisfacción neta con el proceso de interposición del reclamo, cayendo la satisfacción respecto del primer semestre. La evaluación es mejor en el canal presencial que en el telefónico. No obstante, cae la satisfacción neta a través del canal presencial, de 10% a un 0%, mientras que en el canal telefónico la satisfacción cae solo dos puntos.

Gráfica 191. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo - Canal telefónico 1 y 2 sem. 2016 por compañía

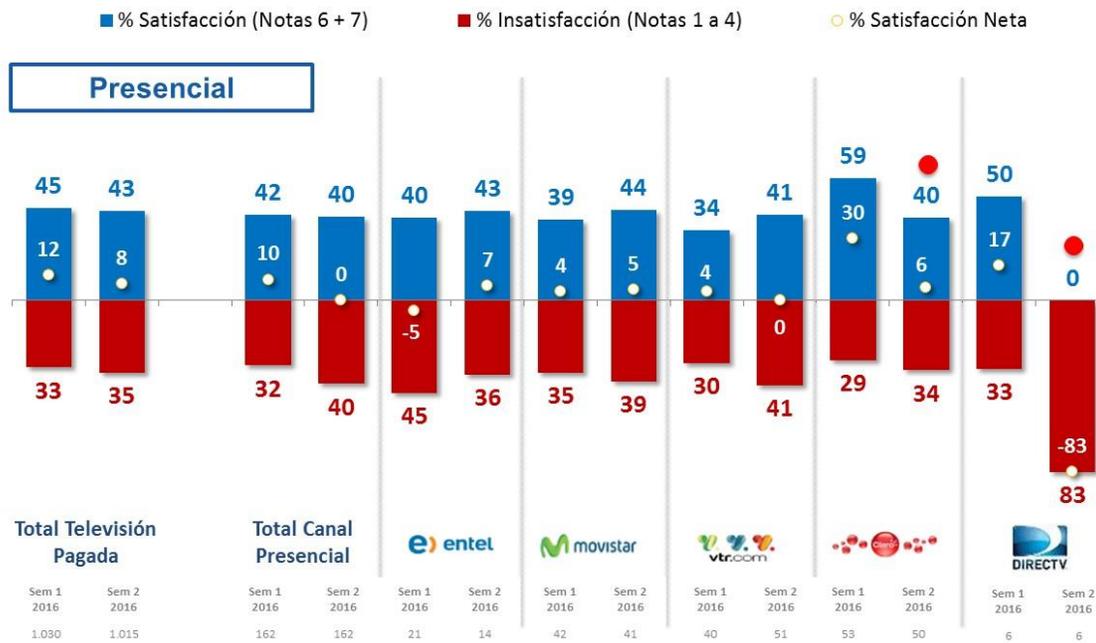


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Televisión Pagada, canal telefónico (N: 853)

Respecto de la evaluación del proceso de interposición del reclamo a través del canal telefónico, la satisfacción neta más alta se identifica en DirecTV (36%), mientras que la más baja en Claro (-5%). Los usuarios de VTR evalúan de manera más crítica respecto del primer semestre, disminuyendo la satisfacción neta en 13 puntos. DirecTV mejora en este indicador, aumentando su satisfacción neta en 11 puntos.

Gráfica 192. Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo - Canal presencial 1 y 2 sem. 2016 por compañía



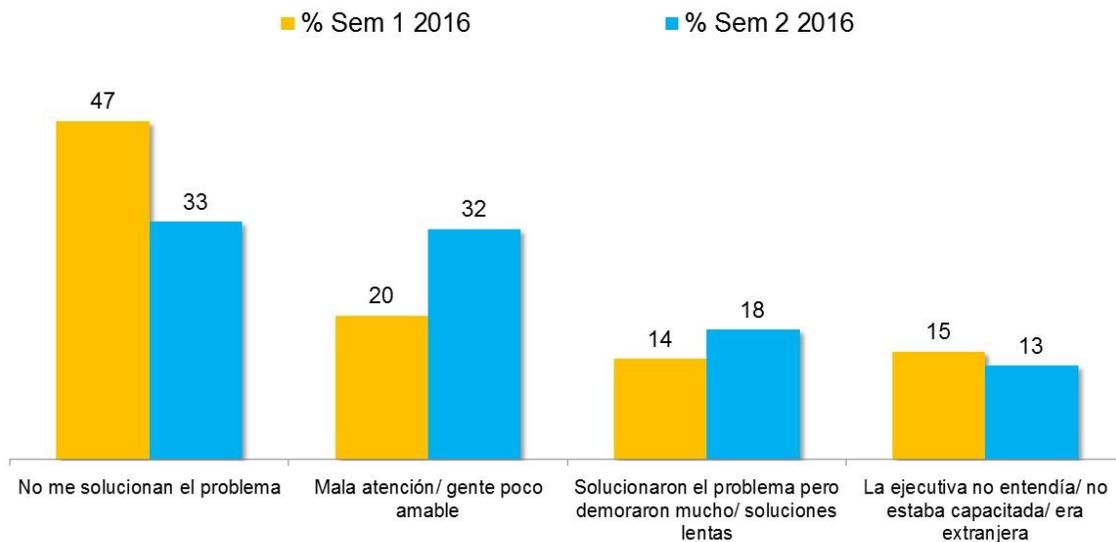
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Televisión Pagada, canal presencial (N: 162)

Entre quienes realizan el reclamo en la compañía de TV Pagada a través del canal presencial, la mejor evaluación es en Entel con una satisfacción neta de 7%, mejorando respecto de su indicador negativo del primer semestre⁸.

⁸ Cabe destacar que hay que tomar en consideración el número de casos en este segmento en DirecTV (6), por lo tanto, hay que analizar esta información de manera cuidadosa.

Gráfica 194. Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo – 1 y 2 sem. 2016

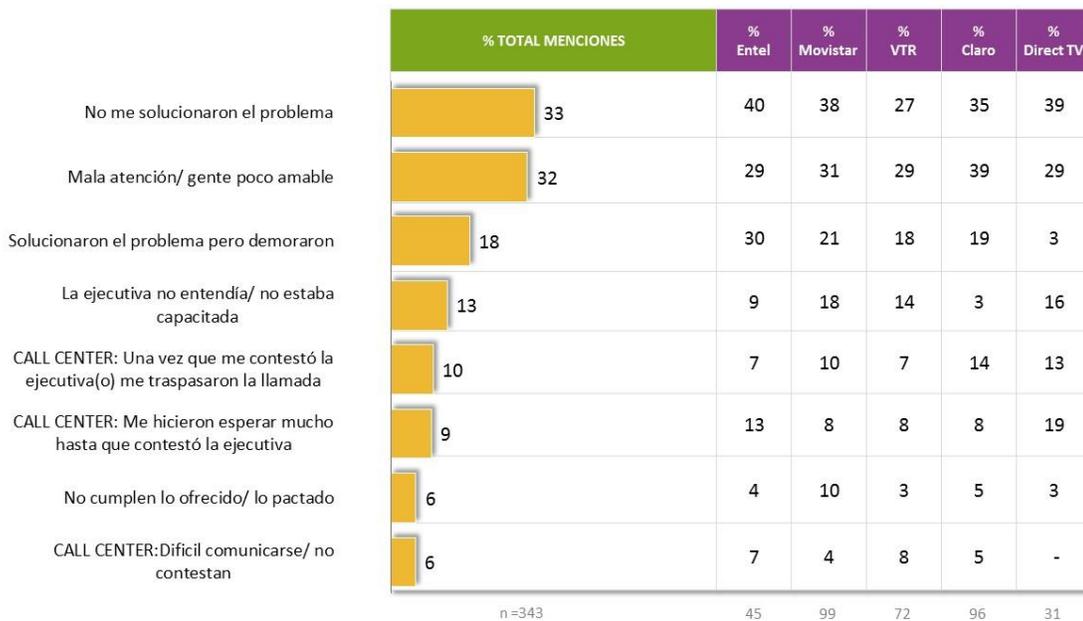


Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (331 sem 1 2016; 343 sem 2 2016).
Se grafican los problemas más mencionados.

En comparación al primer semestre, disminuyen las menciones sobre la no solución del problema como razón de insatisfacción (47% a un 33%) y aumentan las menciones de “mala atención/gente poco amable” de un 20% a un 32%.

¿Por qué evalúa con nota 4 o menor? ¿Algo más?

Gráfica 195. Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo - por compañía

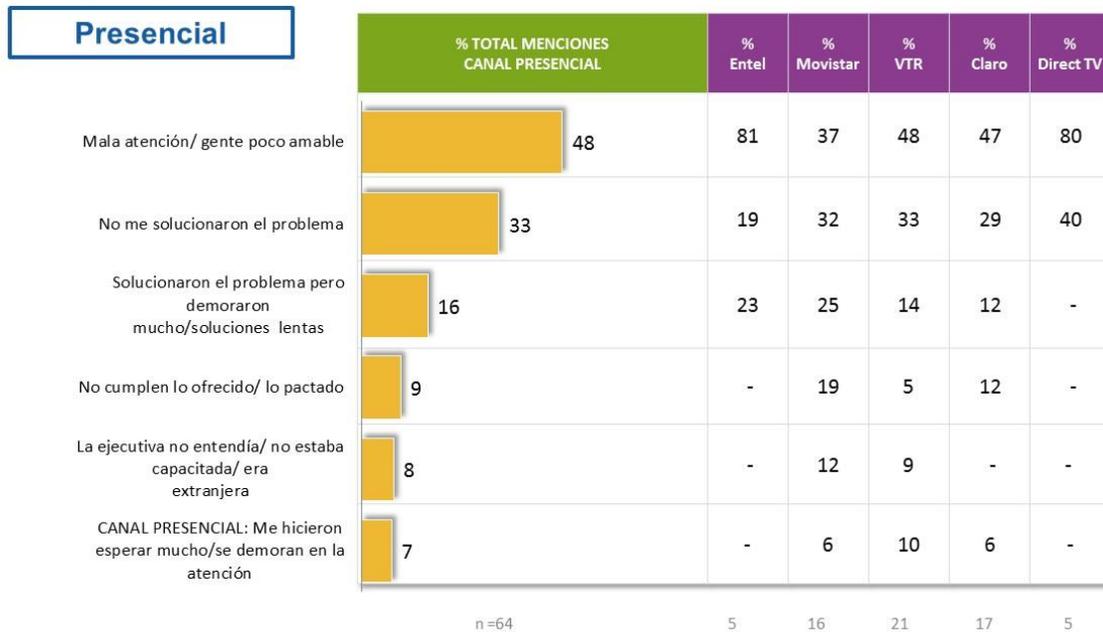


Casos: quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 343)

*Se grafican las razones más mencionados

Por empresa, en VTR se presenta en menor medida que la mala evaluación por la atención recibida se debe a que no le solucionaron el problema (27%), en comparación a las otras empresas que presentan menciones por sobre el 35%. La mala atención es más mencionada en Claro (39%), mientras que “solucionaron el problema pero demoraron” es más mencionada en proporción en Entel (30%).

Gráfica 197. Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo - Canal presencial por compañía



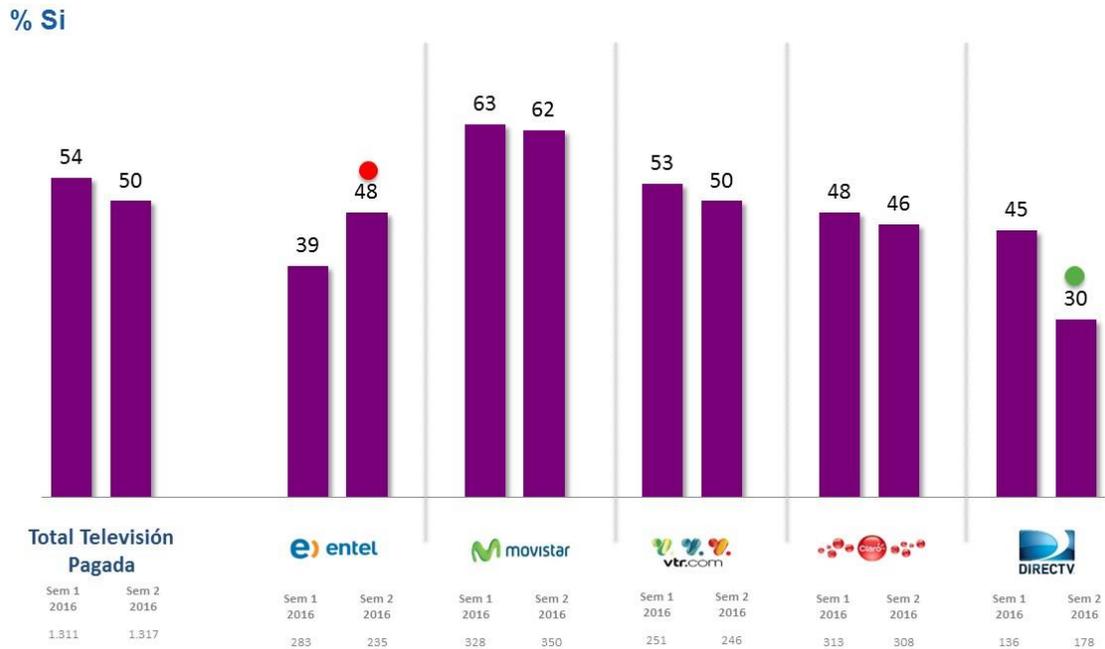
Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal presencial (N: 64)
 *Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal presencial, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

En el canal presencial, “mala atención/gente poco amable” es lo más mencionado como razón de insatisfacción (48%), siendo en proporción más alto en Entel (81%) y DirectTV (80%)⁹. “No me solucionaron el problema” es la segunda razón con más menciones (33%) siendo los usuarios de DirectTV quienes en proporción más mencionan esta razón (40%).

⁹ Considerar que son pocos casos en esta apertura para Entel y DirectTV en particular.

Y estos problemas ¿Dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar?

Gráfica 198. Usuarios que tuvieron problemas y agendaron visita técnica – 1 y 2 sem. 2016

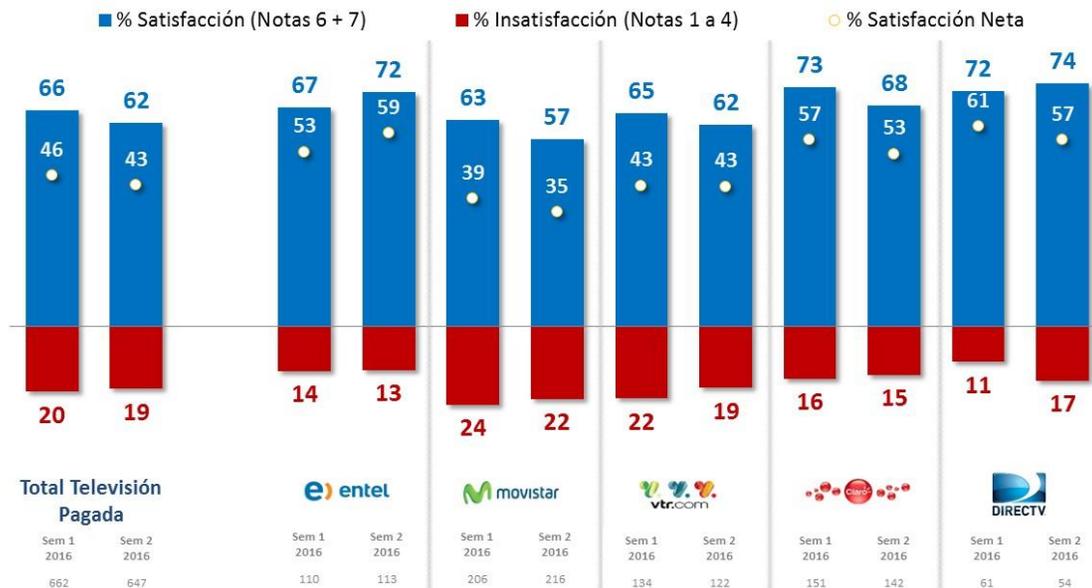


Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (1.317).

Un 50% de los usuarios que han tenido problemas con su servicio de Televisión Pagada mencionó que agendaron una visita técnica, disminuyendo los agendamientos en un 4% respecto del semestre anterior. El agendamiento es mayor entre los usuarios de Movistar (62%) en relación al resto de las compañías proveedoras del servicio y más baja en DirecTV (30%). Aumenta este semestre de manera importante el agendamiento en Entel (+9%) y cae el agendamiento en DirecTV (-15%).

Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿Cómo evaluaría usted el servicio técnico que le prestaron?

Gráfica 199. Evaluación del servicio técnico – 1 y 2 sem. 2016



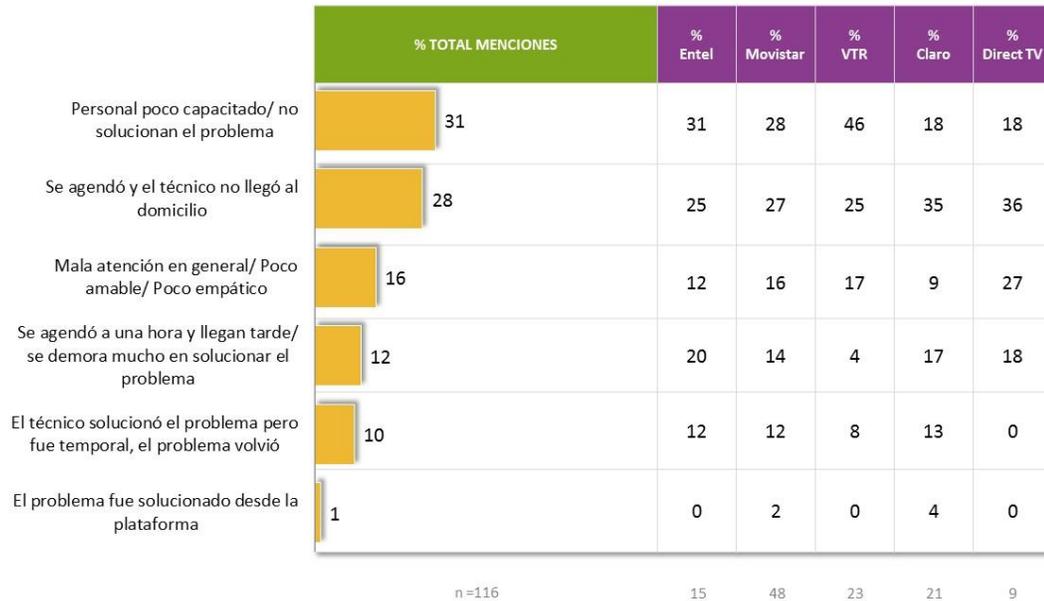
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Usuarios que han tenido problemas y han recibido la visita de un técnico a su hogar (647)

A nivel total, la satisfacción neta con el servicio técnico recibido en el hogar es de un 43%, cayendo tres puntos respecto del semestre anterior. Por empresa destaca Entel con un 59% de satisfacción neta, superando este semestre a DirecTV (57%). La satisfacción neta más baja se identifica en Movistar (35%). Respecto del primer semestre, aumenta en 6 puntos la satisfacción neta en Entel, siendo la única empresa que mejora en este indicador respecto del primer semestre.

¿Por qué evalúa con nota 4 o menor? ¿Algo más?

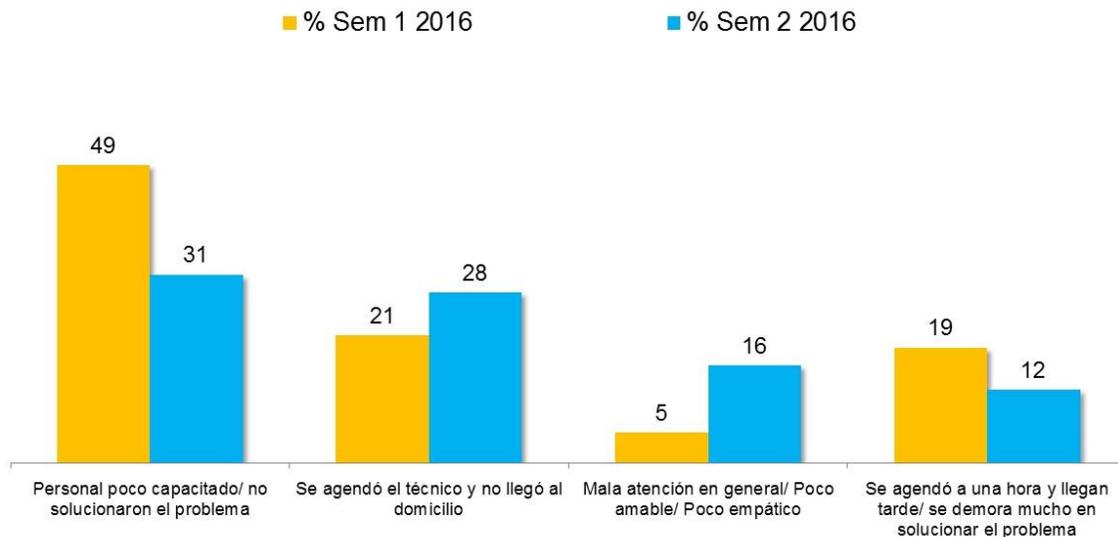
Gráfica 200. Razones de insatisfacción con el servicio técnico



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención del servicio técnico (N: 116)

Entre las razones que mencionan los usuarios insatisfechos con la visita del técnico al hogar, destaca “el personal estaba poco capacitado/no solucionan el problema” (31%). Los usuarios de VTR son los que más mencionan esta razón (46%) en comparación al resto de las empresas. Sobre la segunda razón con más menciones (“se agendó y el técnico no llegó al domicilio”) destaca DirectTV (36%) y Claro (35%).

Gráfica 201. Razones de insatisfacción con el servicio técnico – 1 y 2 sem. 2016

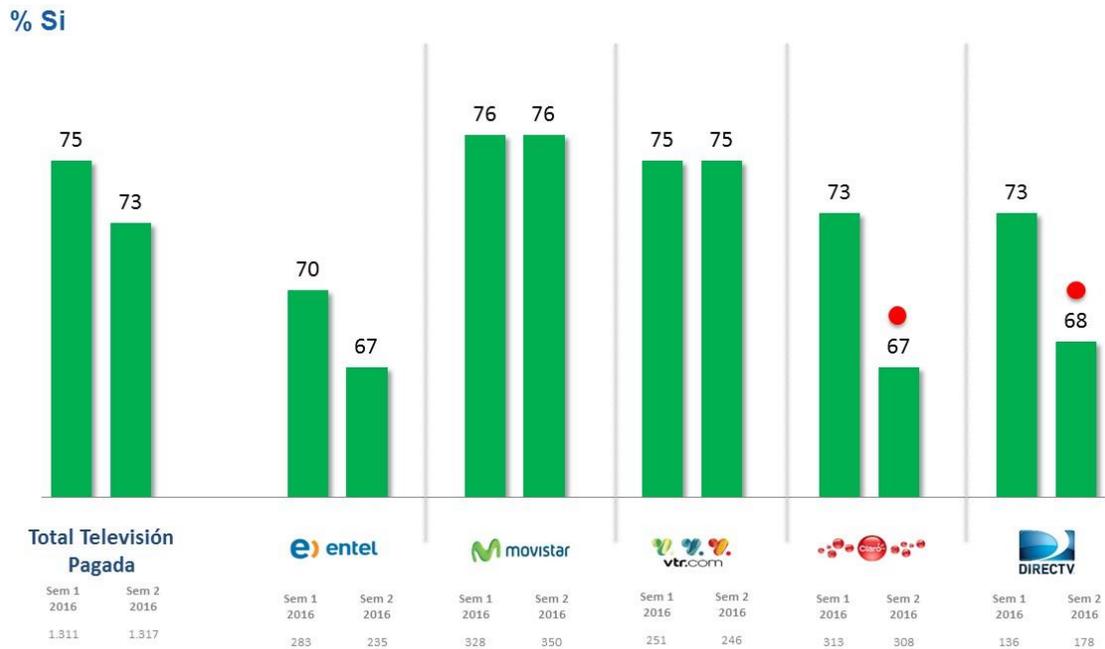


Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención técnica (127 sem 1 2016; 116 sem 2 2016).
Se grafican los problemas más mencionados.

En contraste con el primer semestre, aumentan las menciones en “se agendó el técnico y no llega al domicilio” (+7%) y “mala atención en general/poco amable/poco empático” (+11%), mientras bajan las menciones de “personal poco capacitado/no solucionaron el problema” (-18%) y “se agendó a una hora y llegan tarde/y se demora mucho en solucionar el problema” (-7%).

¿Y su problema fue resuelto?

Gráfica 202. Tasa de Resolución del problema¹⁰ - 1 y 2 sem. 2016

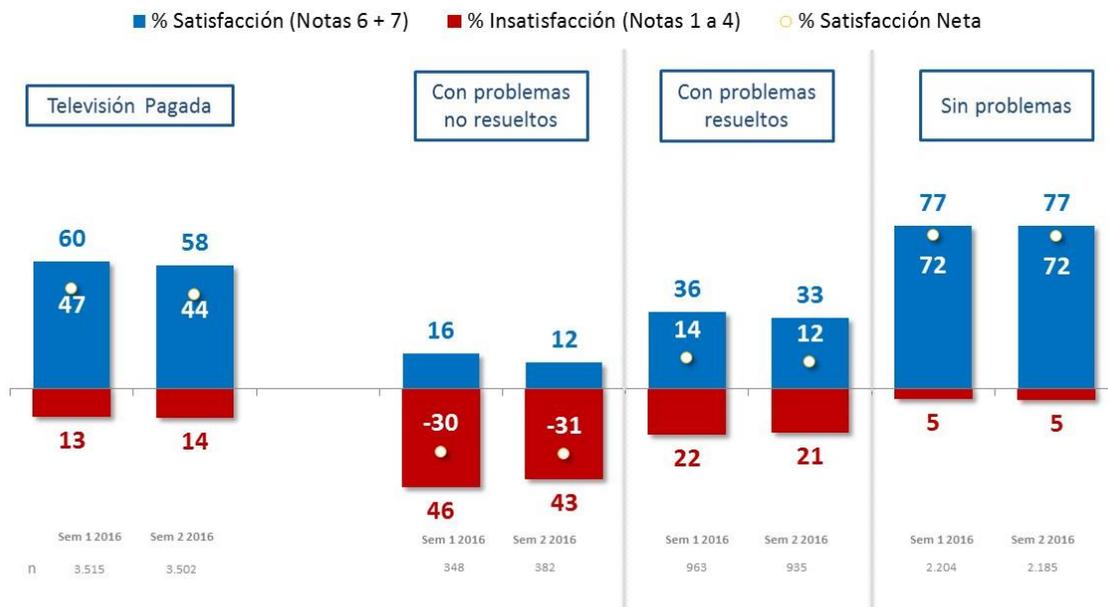


Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (1.317).

Entre los usuarios que mencionaron haber tenido un problema en los últimos 12 meses, un 73% declaró que el problema fue resuelto, cayendo la tasa de resolución respecto del primer semestre en dos puntos porcentuales. Movistar tiene la tasa de resolución del problema más alta (76%), mientras que Entel y Claro la más baja (67%). Respecto del primer semestre, caen las tasas de resolución en Claro (-6%) y DirecTV (-5%).

¹⁰ Tasa de resolución se calcula en base a las personas que han tenido problemas.

Gráfica 203. Satisfacción con Televisión Pagada según si le han resuelto problemas – 1 y 2 sem. 2016

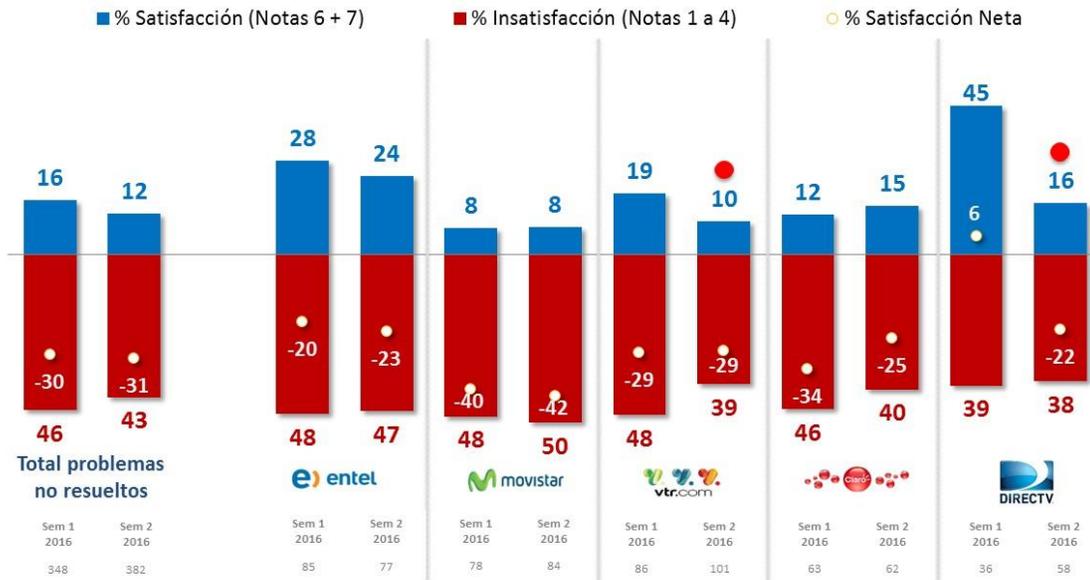


Casos: 3.502. Se señala el número de casos según filtro sobre problemas.

* Quiénes tienen problemas no resueltos y problemas resueltos corresponden al 38% de personas que tienen problemas.

En el caso de la satisfacción con el servicio dependiendo del tipo de resolución, si es que fue o no resuelto, los resultados presentan una satisfacción neta más baja entre quienes no logran resolver el problema (-31%) que entre quienes resuelven sus problemas (12%). En ambos casos no se presentan mayores variaciones en comparación al primer semestre.

Gráfica 204. Satisfacción con Televisión Pagada entre quienes tuvieron problemas no resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía

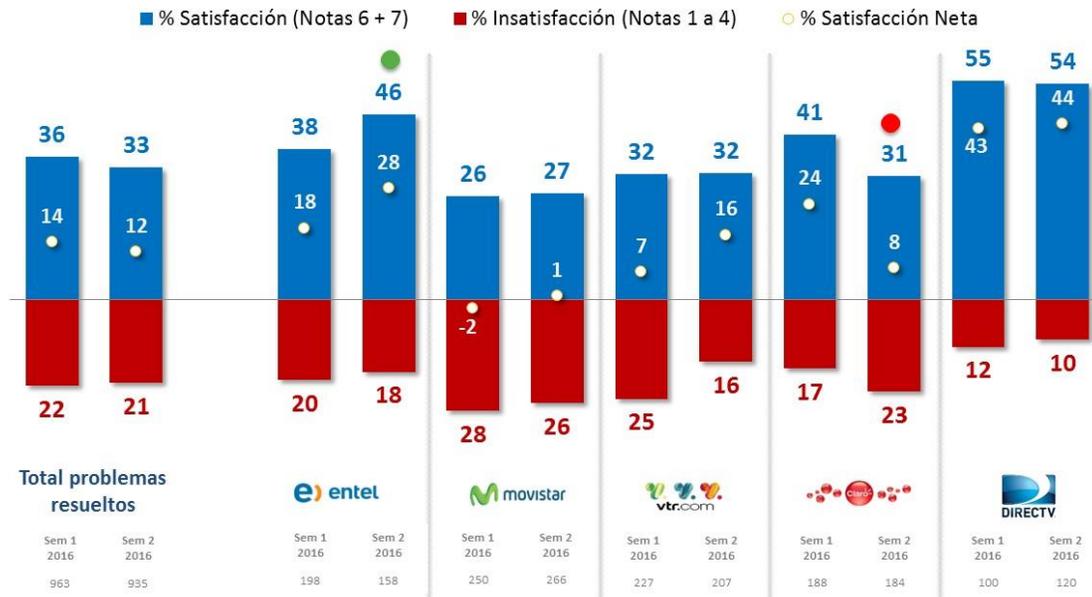


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión pagada y no resolvieron su problema (382)

Entre quienes tienen problemas no resueltos, los usuarios de Movistar son los más críticos en evaluar el servicio de televisión pagada, con una satisfacción neta de -42%. En comparación al primer semestre, cae la satisfacción neta entre los usuarios de DirecTV después de haber tenido un indicador positivo (6%) a una satisfacción neta negativa (-22%).

Gráfica 205. Satisfacción con Televisión Pagada entre quienes tuvieron problemas resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía



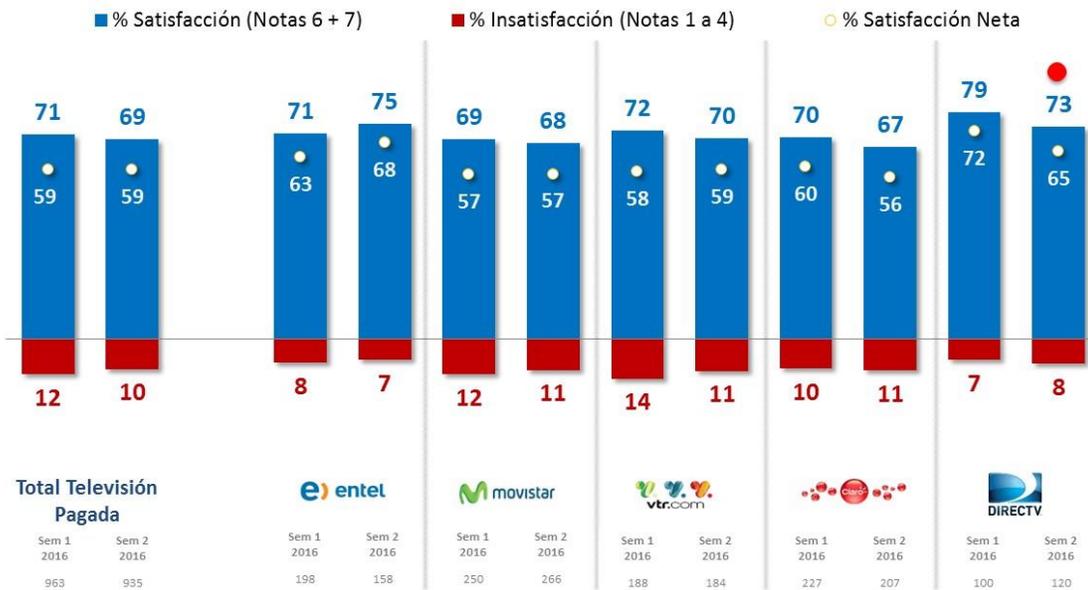
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión pagada y resolvieron su problema (935)

Entre los usuarios con problemas resueltos, la mejor evaluación con el servicio de TV Pagada es en DirecTV con una satisfacción neta de 44%, mientras que la peor evaluación se identifica en Movistar (1%). Respecto del primer semestre, destaca la mejora en esta indicador en Entel, con un aumento de 10 puntos en su satisfacción neta, mientras que en Claro se registra una caída de 16 puntos en la satisfacción neta.

En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?

Gráfica 206. Satisfacción con la solución de problemas de Televisión Pagada – 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

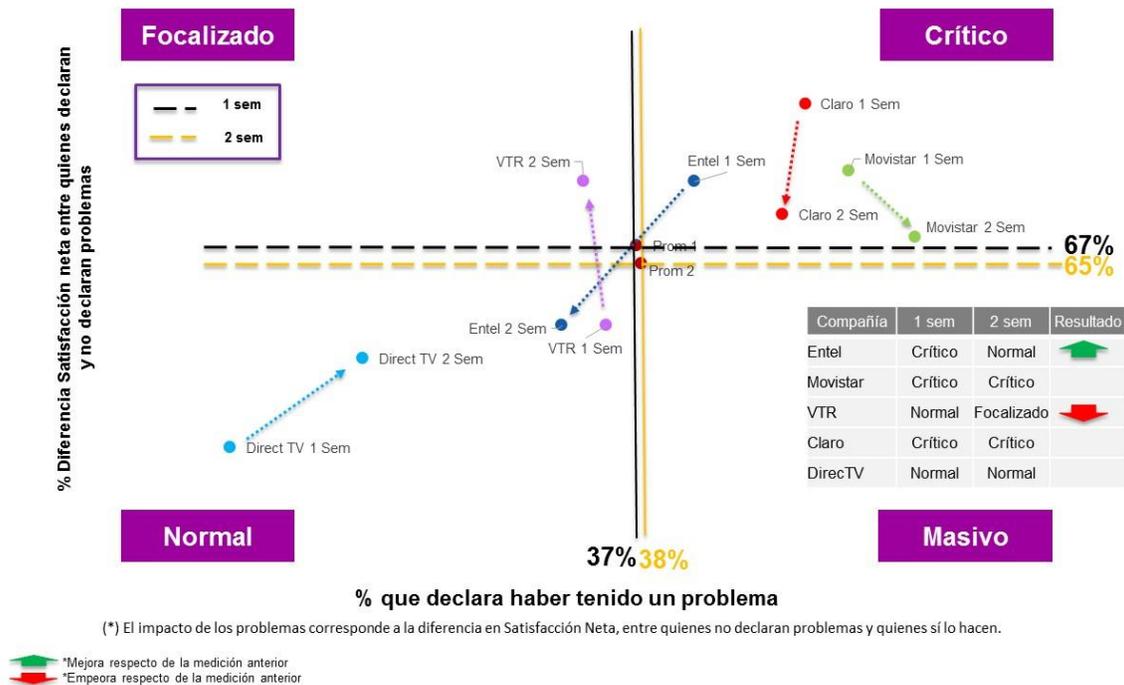
Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada y resolvieron su problema (935)

Por su parte la satisfacción neta con la resolución de los problemas de Televisión Pagada, es decir, solo entre quienes indicaron que resolvieron su problema, se estabiliza en un 59% al igual que en el primer semestre. Entre las compañías, destaca la satisfacción neta en los usuarios de Entel (68%), mientras Claro presenta la satisfacción neta más baja (56%). En comparación al primer semestre, cae 7 puntos la satisfacción neta en DirecTV.

7.4.4. Principales indicadores

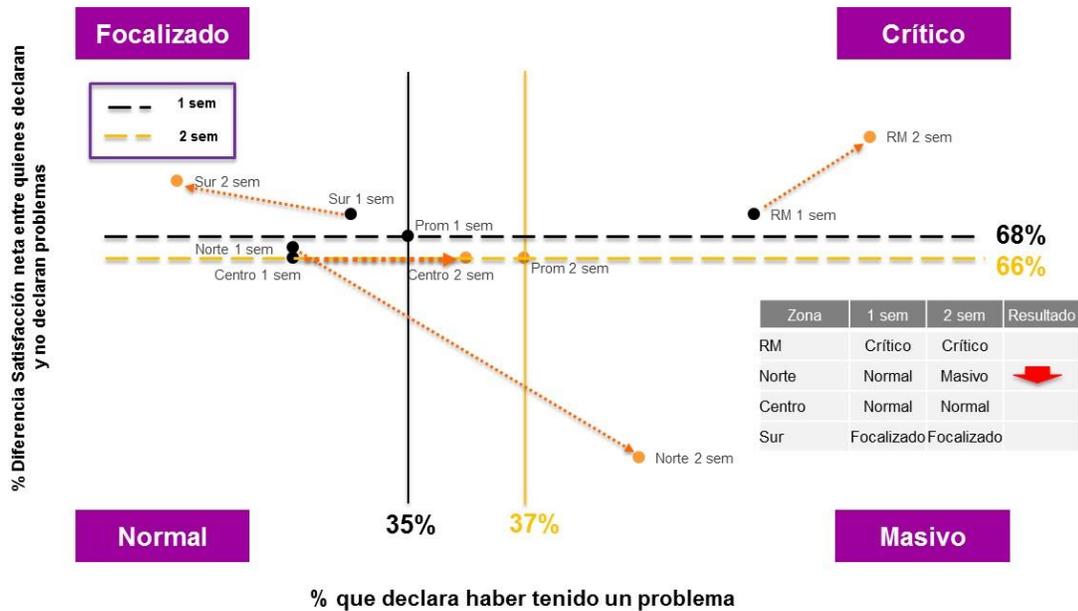
Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción

Gráfica 207. Impacto problemas en la Satisfacción de Televisión de Pago – Por Operador, 1 y 2 sem. 2016



Respecto del primer semestre, Entel se traslada del cuadrante crítico al normal, disminuyendo tanto su tasa de problemas como el impacto de problemas sobre la satisfacción neta, mientras que VTR se traslada del cuadrante normal al focalizado, aumentando el impacto de problemas sobre la satisfacción neta. Claro y Movistar se mantienen en el cuadrante crítico ya que poseen una alta tasa de problemas y un alto impacto de los problemas en la satisfacción neta.

Gráfica 208. Impacto problemas en la Satisfacción de la Televisión de Pago – Por Zona, 1 y 2 sem. 2016

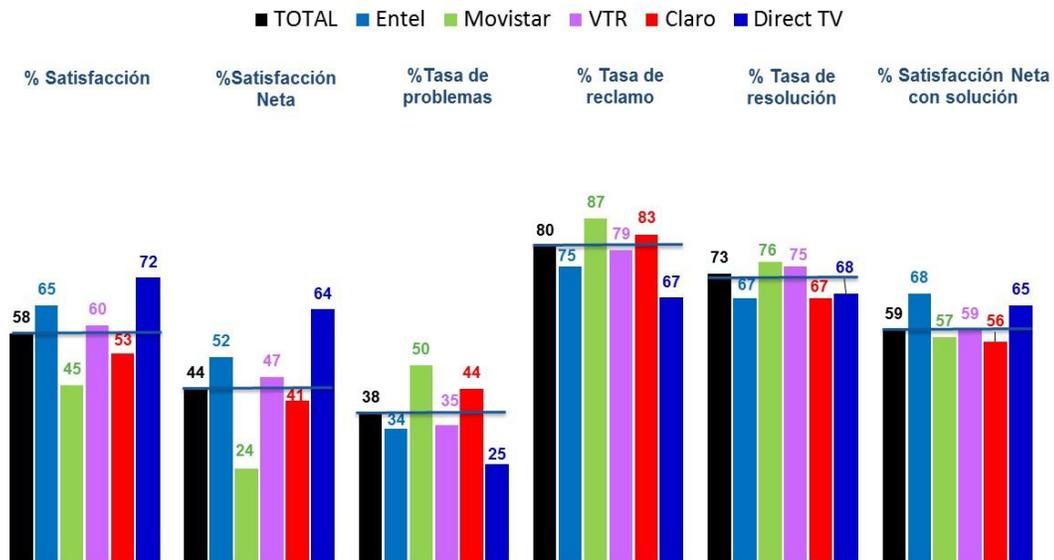


(*) El impacto de los problemas corresponde a la diferencia en Satisfacción Neta, entre quienes no declaran problemas y quienes sí lo hacen.

⬆️ *Mejora respecto de la medición anterior
 ⬇️ *Empeora respecto de la medición anterior

Por zona, RM se mantiene en el cuadrante crítico, mientras que el Norte se traslada hacia el cuadrante masivo, es decir, tiene un alto nivel de problemas y bajo impacto de los problemas en la satisfacción neta.

Gráfica 209. Principales indicadores Televisión Pagada, 2 semestre 2016



Gráfica 210. Principales indicadores Televisión Pagada – 1 y 2 sem. 2016

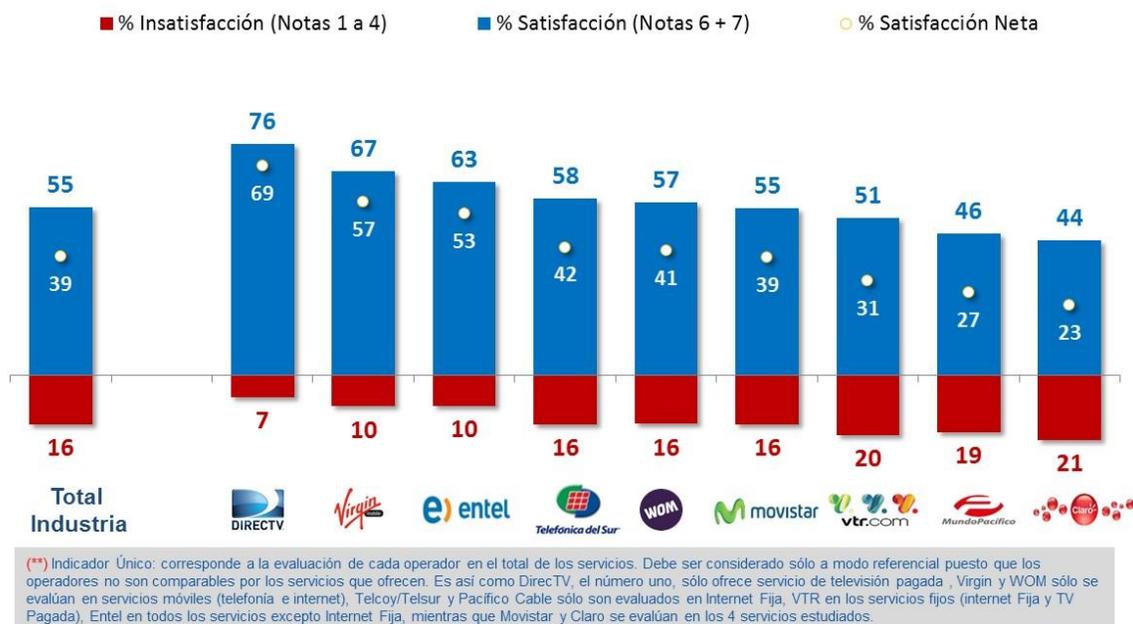
	TOTAL		entel		movistar		vtr.com		Claro		DIRECTV	
	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2	SEM 1	SEM 2
% Satisfacción	60	58	64	65	47	45	60	60	57	53	79	72
% Satisfacción Neta	47	44	51	52	28	24	48	47	41	41	73	64
% Tasa de problemas	37	38	40	34	47	50	36	35	45	44	19	25
% Tasa de reclamo	83	80	77	75	85	87	87	79	77	83	72	67
% Tasa de resolución	75	73	70	67	76	76	75	75	73	67	73	68
% Satisfacción neta con solución	59	59	63	68	57	57	58	59	60	56	72	65

A modo de resumen, las gráficas anteriores presentan los principales indicadores de Televisión Pagada.

8. Ranking de Calidad 2016

A continuación se presenta el Ranking de Calidad 2016 donde se identifica el nivel de satisfacción de los usuarios para cada Operador considerando el total de los servicios prestados por operador. Se muestra el nivel de satisfacción para cada servicio y los operadores asociados a cada servicio. Luego se presenta el ranking acumulado por operador considerando todos los servicios en los que participa el operador. Adicionalmente se incorpora un ranking para los operadores de servicios móviles.

Gráfica 211. Ranking Satisfacción Usuarios Año 2016

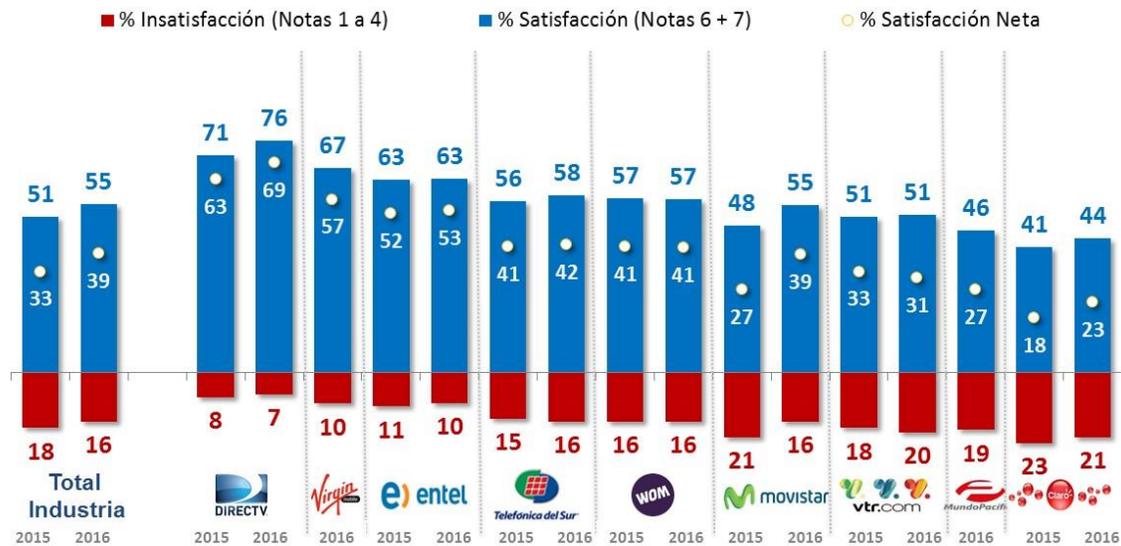


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

El Indicador Único¹¹ corresponde a la evaluación en el total de los servicios de cada operador. Cabe destacar, que cada operador ofrece distintos servicios y participan en diferentes categorías, por lo que esta comparación es a modo referencial. DirecTV, la empresa mejor evaluada por sus usuarios, sólo opera en TV Pagada, Virgin (el segundo mejor evaluado) sólo participa en servicios móviles (Telefonía e Internet) y en categoría prepago, mientras que Entel, proveedor que obtiene la tercera mejor evaluación, presta servicios en todas las categorías evaluadas excepto en Internet Fija.

¹¹ DirecTV sólo ofrece servicio de televisión pagada; Virgin y WOM sólo se evalúan en servicios móviles y Virgin además sólo prepago; Telcoy/Telsur y Pacífico Cable sólo son evaluados en Internet Fija; VTR en los servicios fijos; Entel en todos los servicios excepto Internet Fija; mientras que Movistar y Claro se evalúan en los 4 servicios estudiados.

Gráfica 212. Ranking Satisfacción Usuarios 2015 vs 2016

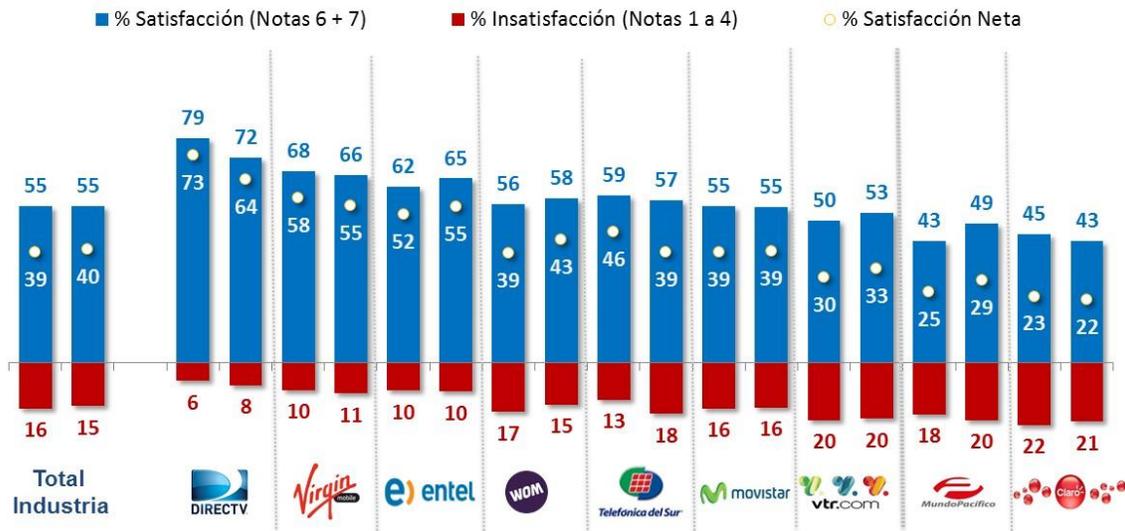


(**) Indicador Único: corresponde a la evaluación de cada operador en el total de los servicios. Debe ser considerado sólo a modo referencial puesto que los operadores no son comparables por los servicios que ofrecen. Es así como DirecTV, el número uno, sólo ofrece servicio de televisión pagada, Virgin y WOM sólo se evalúan en servicios móviles (telefonía e internet), Telcoy/Telsur y Pacífico Cable sólo son evaluados en Internet Fija, VTR en los servicios fijos (internet Fija y TV Pagada), Entel en todos los servicios excepto Internet Fija, mientras que Movistar y Claro se evalúan en los 4 servicios estudiados.

(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". (**) Virgin y Pacífico Cable se comenzaron a medir en 2016

En el total industria, se identifica una mejora de 6 puntos en la satisfacción neta respecto de 2015, mientras que por empresa mejora en este indicador Movistar (+12%).

Gráfica 213. Ranking Satisfacción Usuarios - 1 y 2 sem. 2016

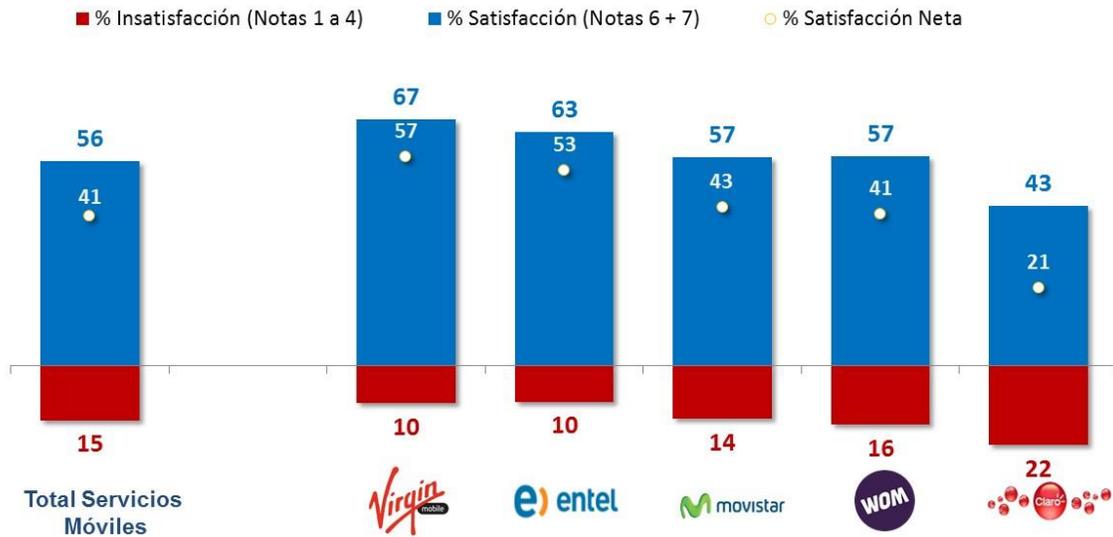


(**) Indicador Único: corresponde a la evaluación de cada operador en el total de los servicios. Debe ser considerado sólo a modo referencial puesto que los operadores no son comparables por los servicios que ofrecen. Es así como DirecTV, el número uno, sólo ofrece servicio de televisión pagada, Virgin y WOM sólo se evalúan en servicios móviles (telefonía e internet), Telcoy/Telsur y Pacífico Cable sólo son evaluados en Internet Fija, VTR en los servicios fijos (internet Fija y TV Pagada), Entel en todos los servicios excepto Internet Fija, mientras que Movistar y Claro se evalúan en los 4 servicios estudiados.

(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Por semestre, vemos que por empresa, WOM y Pacifico Cable mejoran en su satisfacción neta en 4 puntos respecto del primer semestre 2016, mientras Entel mejora en 3 puntos. La caída más abrupta se da en DirecTV que cae de un neto de 73% a un 64% y en segunda instancia Telsur/Telcoy (-7%).

Gráfica 214. **Ranking Satisfacción Usuarios Servicios Móviles Año 2016**

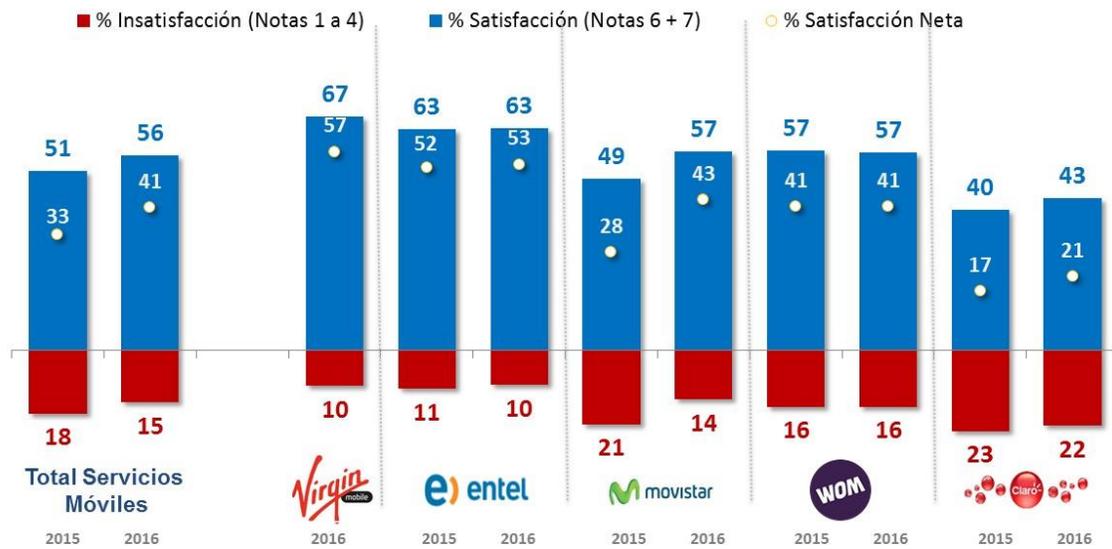


(*) El 87,3% de la información son servicios móviles, por lo tanto el total del índice es muy similar al índice total considerando todos los servicios.

(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Entre los operadores de servicios móviles (Telefonía e Internet), Virgin lidera el ranking anual de 2016 con 57% de satisfacción neta, seguido por Entel con 53%. La satisfacción más baja la obtiene Claro.

Gráfica 215. Ranking Satisfacción Usuarios Servicios Móviles 2015 vs 2016

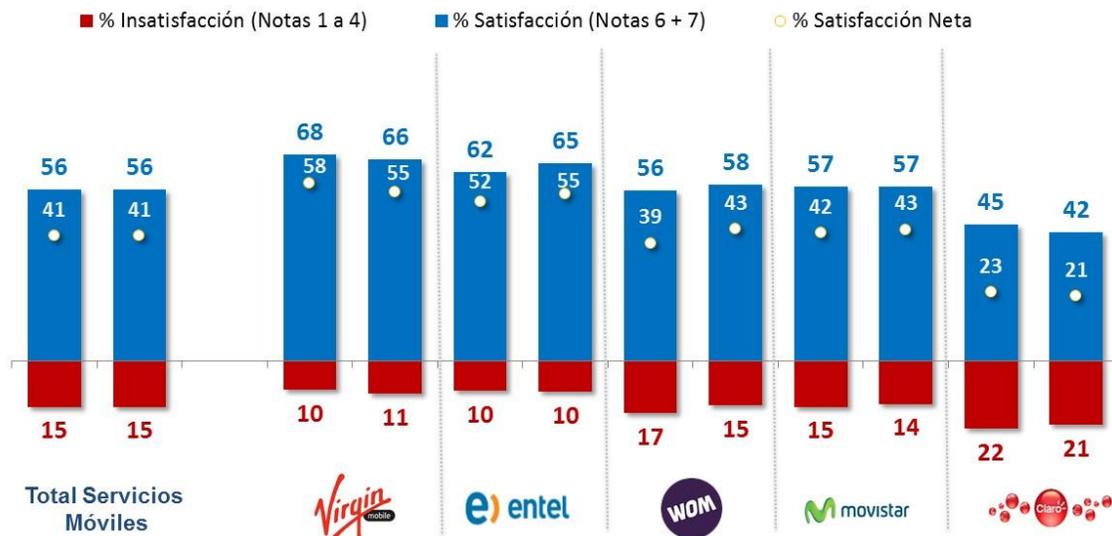


(*) El 87,3% de la información son servicios móviles, por lo tanto el total del índice es muy similar al índice total considerando todos los servicios.

(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". (**) Virgin y Pacífico Cable se comenzaron a medir en 2016

Respecto del 2015, mejora la satisfacción neta en 7 puntos a nivel total de servicios móviles, mientras que por empresa se destaca la mejora en Movistar (+15).

Gráfica 216. **Ranking Satisfacción Usuarios Servicios Móviles - 1 y 2 sem 2016**

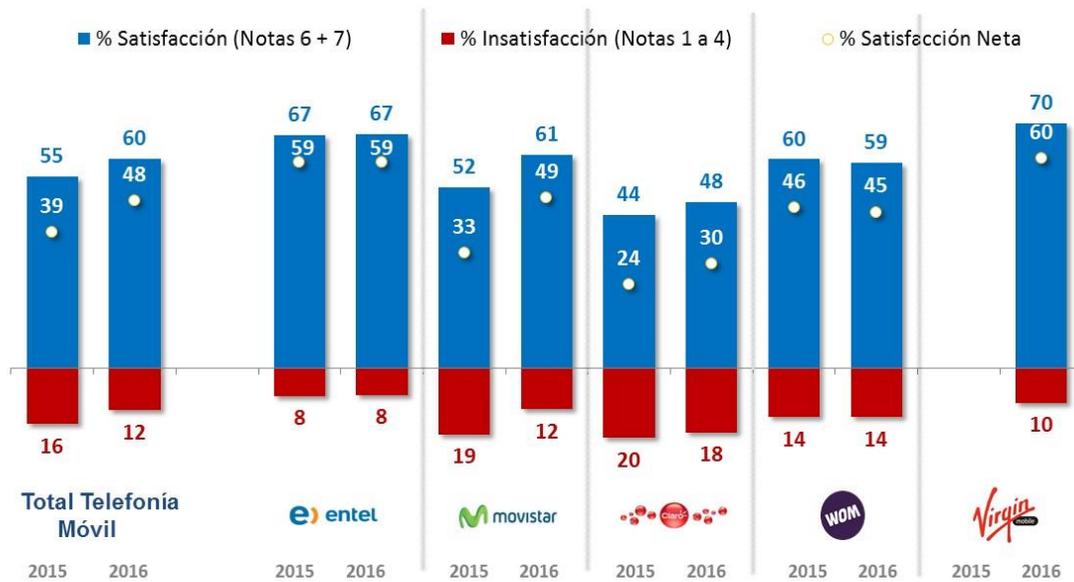


(*) El 87,3% de la información son servicios móviles, por lo tanto el total del índice es muy similar al índice total considerando todos los servicios.

(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Respecto del primer semestre, la evaluación general de los servicios móviles se mantiene estable en este segundo semestre. Por empresa, WOM mejora en 4 puntos su satisfacción neta mientras que Virgin cae en tres puntos.

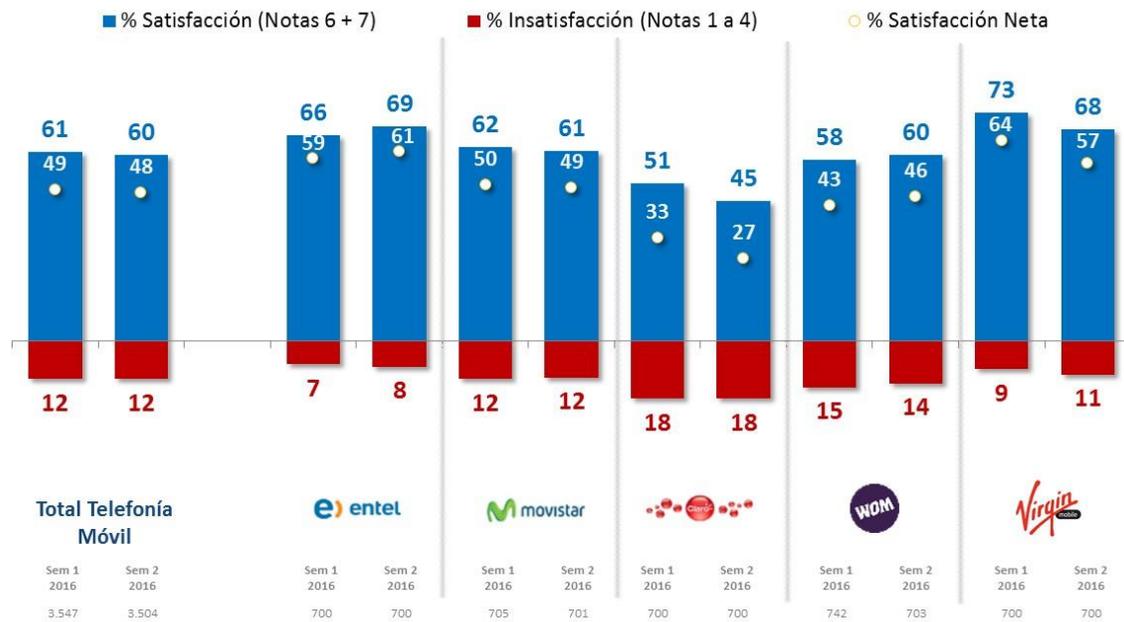
Gráfica 217. Satisfacción Usuarios Telefonía Móvil – 2015 vs 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". (**) Virgin sólo se mide desde el año 2016.

En relación al año 2015, en telefonía móvil mejora el indicador de satisfacción neta, aumentando de un 39% a un 48%. Virgin cierra el año con la satisfacción neta más alta (60%), en comparación al resto de las empresas. Claro se mantiene con la satisfacción neta más baja. Respecto del 2015, mejora 16 puntos la satisfacción neta en Movistar.

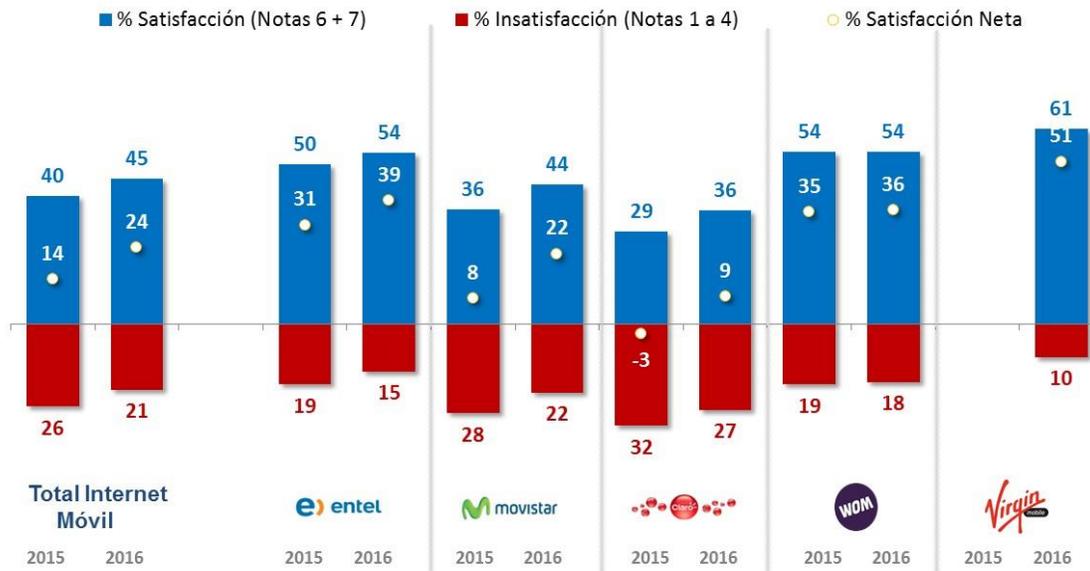
Gráfica 218. Satisfacción Usuarios Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Por semestre, Entel lidera este indicador entre las compañías medidas de telefonía móvil. Respecto del primer semestre, se destaca la caída de la satisfacción neta en Claro y Virgin.

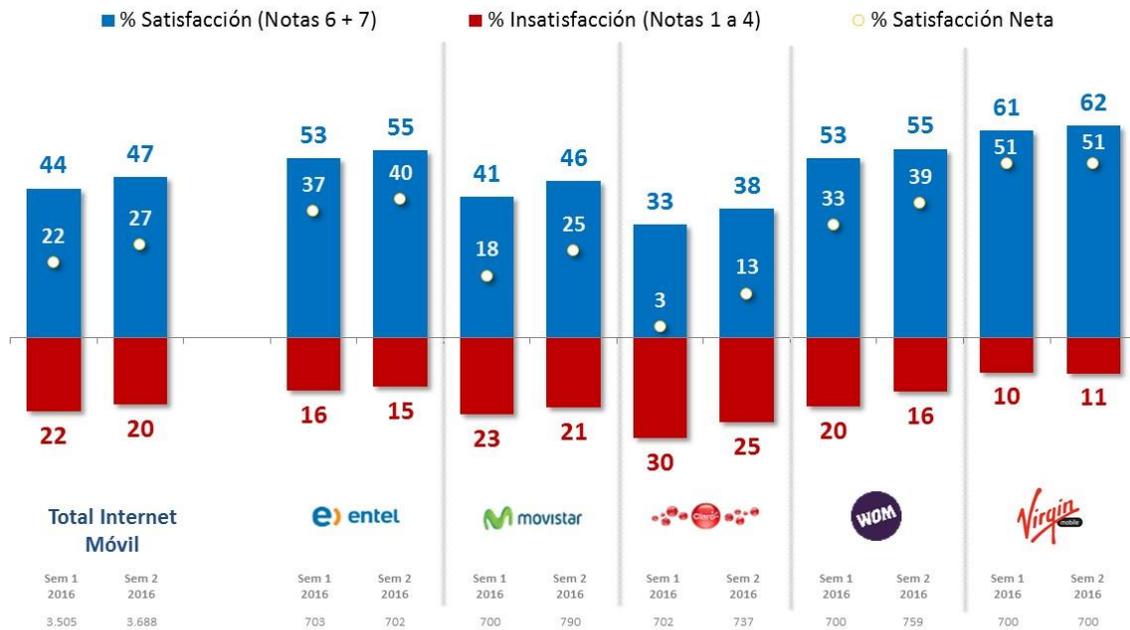
Gráfica 219. Satisfacción Usuarios Internet Móvil – 2015 vs 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". (**) Virgin sólo se mide desde el año 2016.

En Internet Móvil, mejora la satisfacción neta general en 2016 respecto de 2015 (+10%). Respecto del primer semestre, el incremento que más destaca en la satisfacción neta es en Movistar (+14%), mientras que Claro aumenta en 12 puntos su satisfacción neta, saliendo del indicador negativo de 2015.

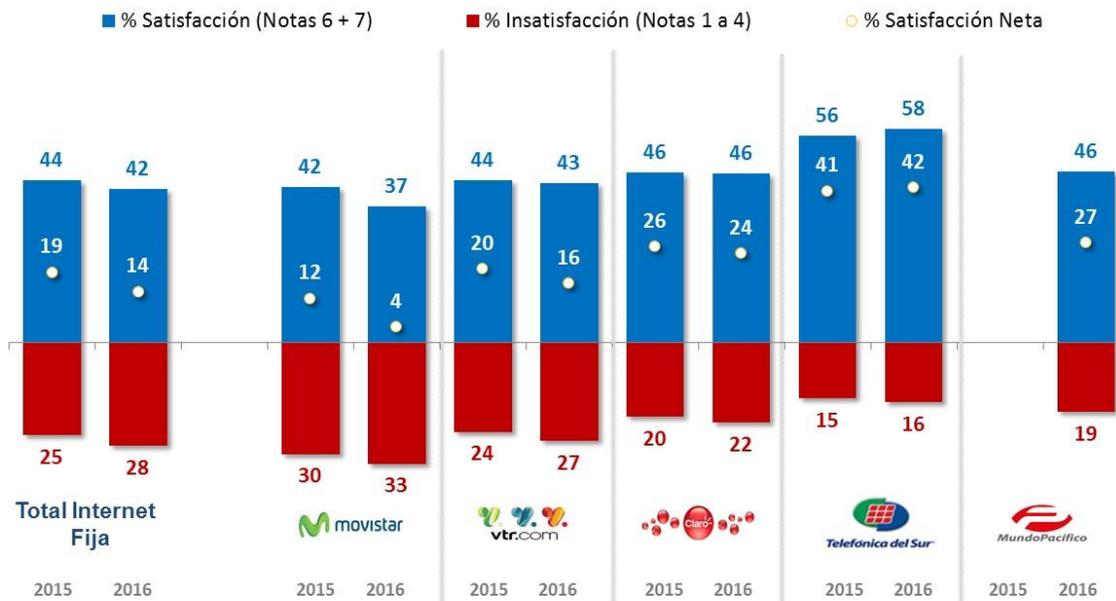
Gráfica 220. Satisfacción Usuarios Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Por semestre, en Internet Móvil la satisfacción usuaria mejora a nivel general y en todas las empresas medidas. Movistar y Claro destacan mejorando su satisfacción usuaria de manera significativa.

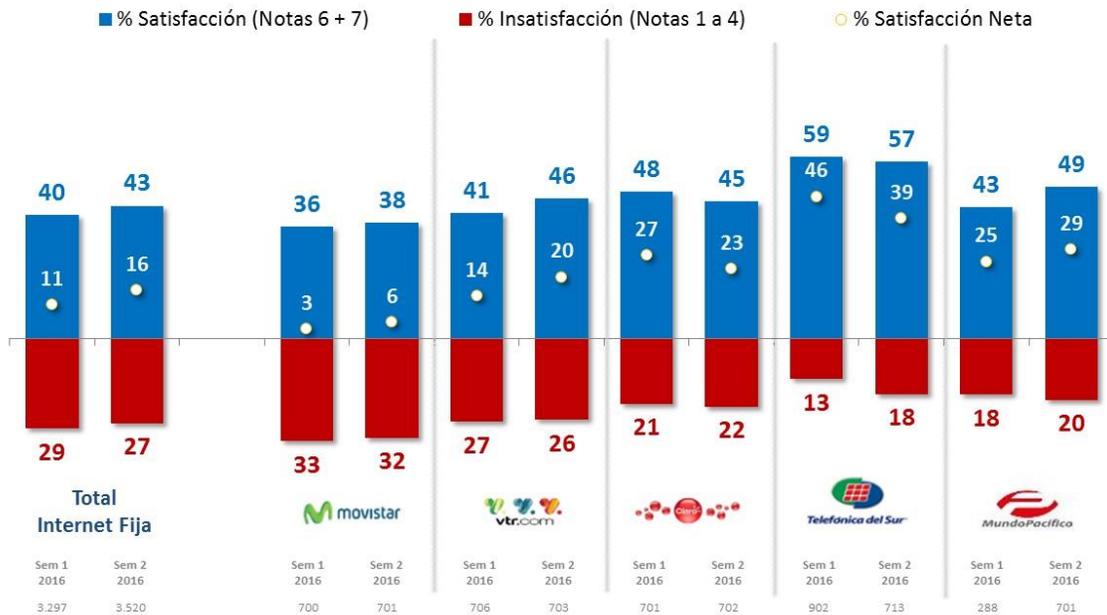
Gráfica 221. Satisfacción Usuarios Internet Fija – 2015 vs 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". (**) Pacífico cable sólo se mide desde el año 2016.

Respecto del 2015, la satisfacción usuaria en Internet Fija cae en 2016, bajando la satisfacción neta en 5 puntos. Por empresa, Telsur/Telcoy lidera en 2016, mientras que respecto de 2015 la caída más importante en la satisfacción neta se da en Movistar (-8%) y en segundo lugar en VTR (-4%).

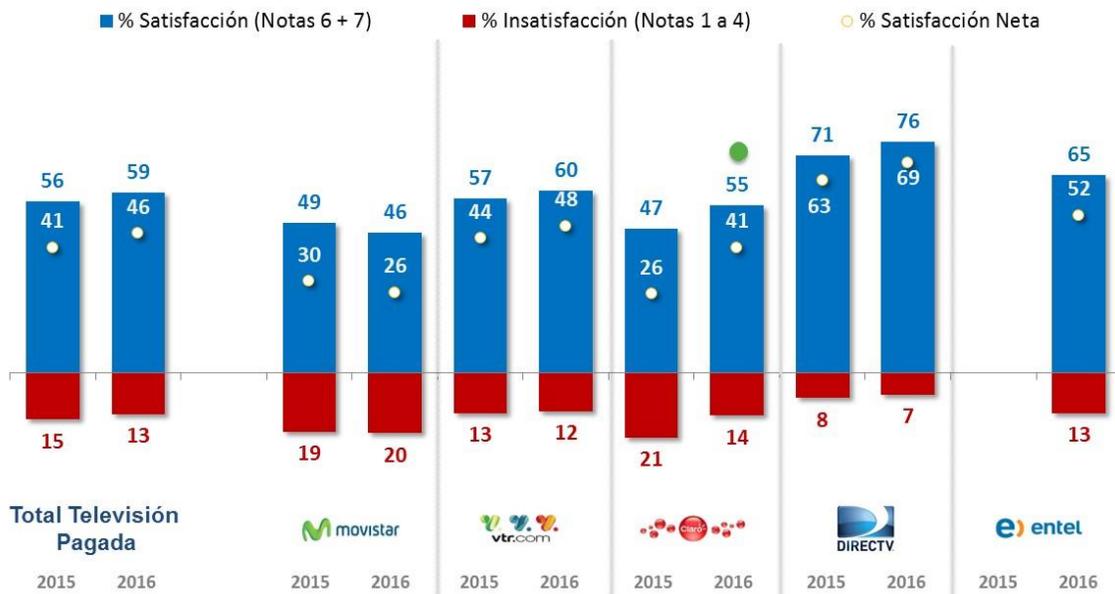
Gráfica 222. Satisfacción Usuarios Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Entre el primer y segundo semestre, mejora la satisfacción neta a nivel general en el servicio de Internet Fija. Por empresa mejoran en este indicador VTR (+6%), Pacifico Cable (+4%) y Movistar (+3%). La caída más relevante se da en Telsur/Telcoy, disminuyendo su satisfacción neta en 7 puntos, aunque se mantiene como la compañía mejor evaluada.

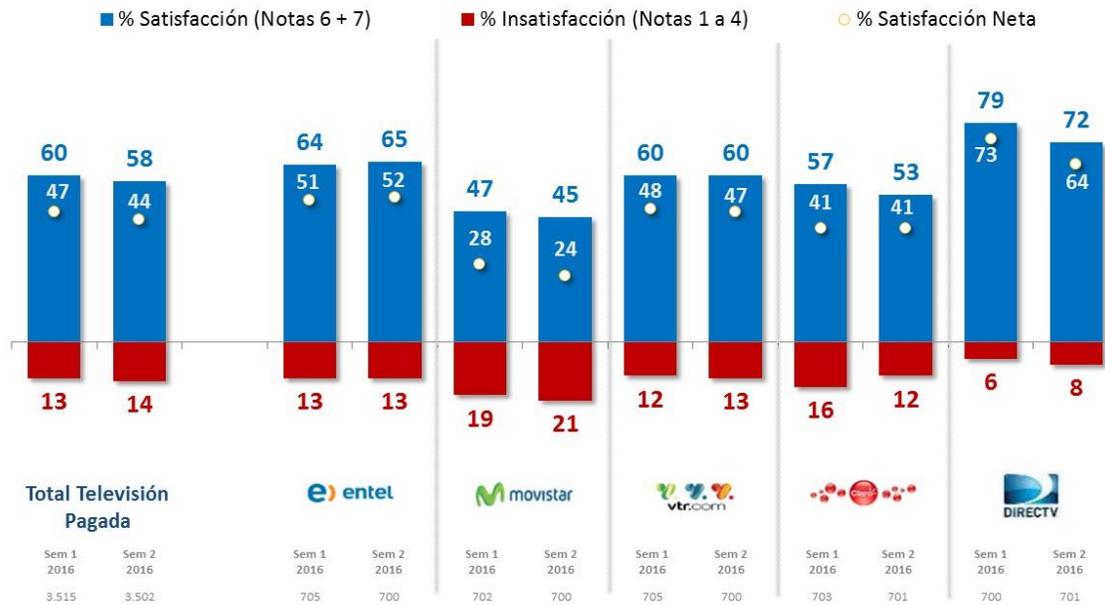
Gráfica 223. Satisfacción Usuarios TV Pagada – 2015 vs 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". (**) Entel sólo se mide desde el año 2016.

En el caso de TV Pagada, entre 2015 y 2016 mejora la satisfacción usuaria, aumentando la satisfacción neta en 5 puntos. Entre empresas, lidera la satisfacción neta en 2016 DirecTV (69%) y la empresa peor evaluada es Movistar con una satisfacción neta de 26%. Respecto del 2015, en el caso de Claro aumenta en 15 puntos la satisfacción neta.

Gráfica 224. Satisfacción Usuarios TV Pagada – 1 y 2 sem. 2015



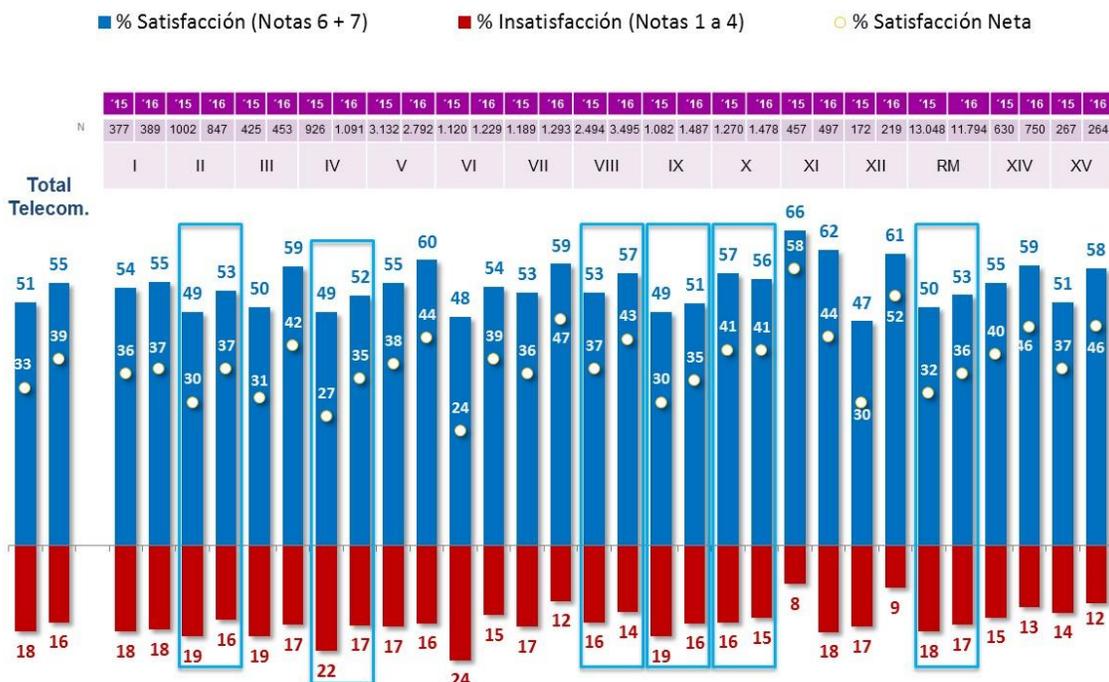
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Respecto del primer semestre, a nivel general cae la satisfacción neta en el segundo semestre (-3%), mientras que por empresa, DirecTV cae 9 puntos.

9. Análisis comparativo por Región

A continuación se presenta un análisis por región de los principales indicadores de satisfacción de los usuarios con cada uno de los servicios contemplados en este estudio, comparando los resultados obtenidos en esta medición con los del primer semestre de 2016. Se exponen descripciones de los principales resultados en las regiones II (Antofagasta), IV (Coquimbo), VIII (Biobío), IX (Araucanía), X (Los Lagos) y RM (Metropolitana), en conformidad a lo indicado en las bases técnicas de la licitación. Para el resto de las regiones, si bien se exponen los datos, no se realizan menciones.

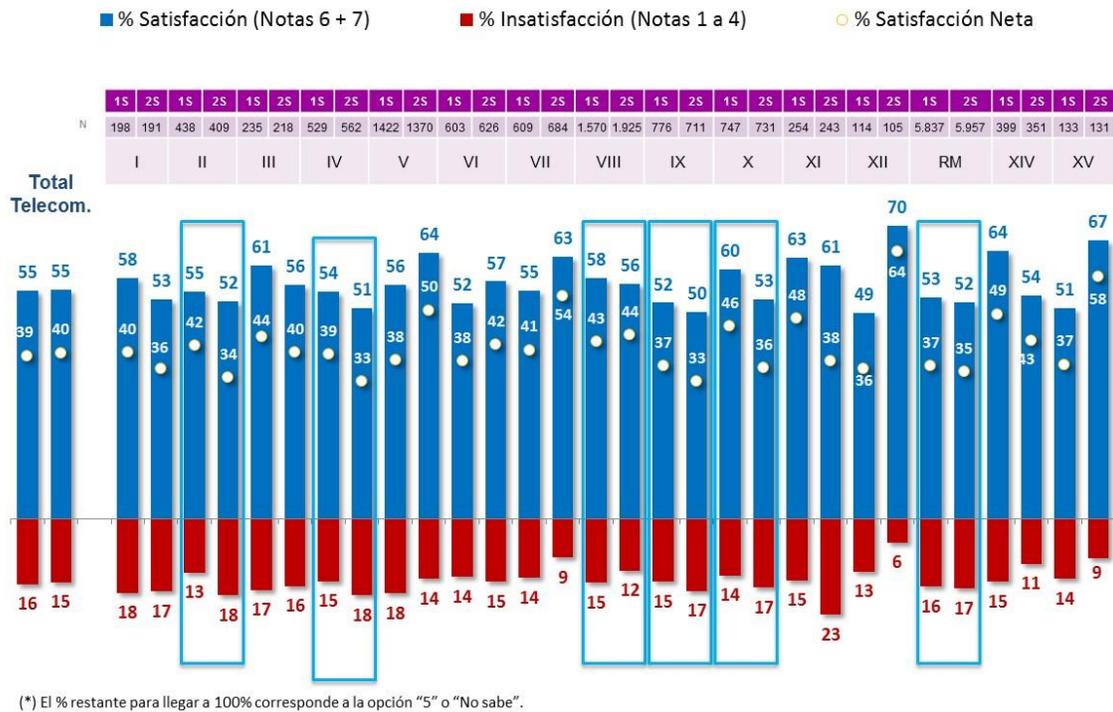
Gráfica 225. Satisfacción telecomunicaciones por región – 2015 vs 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

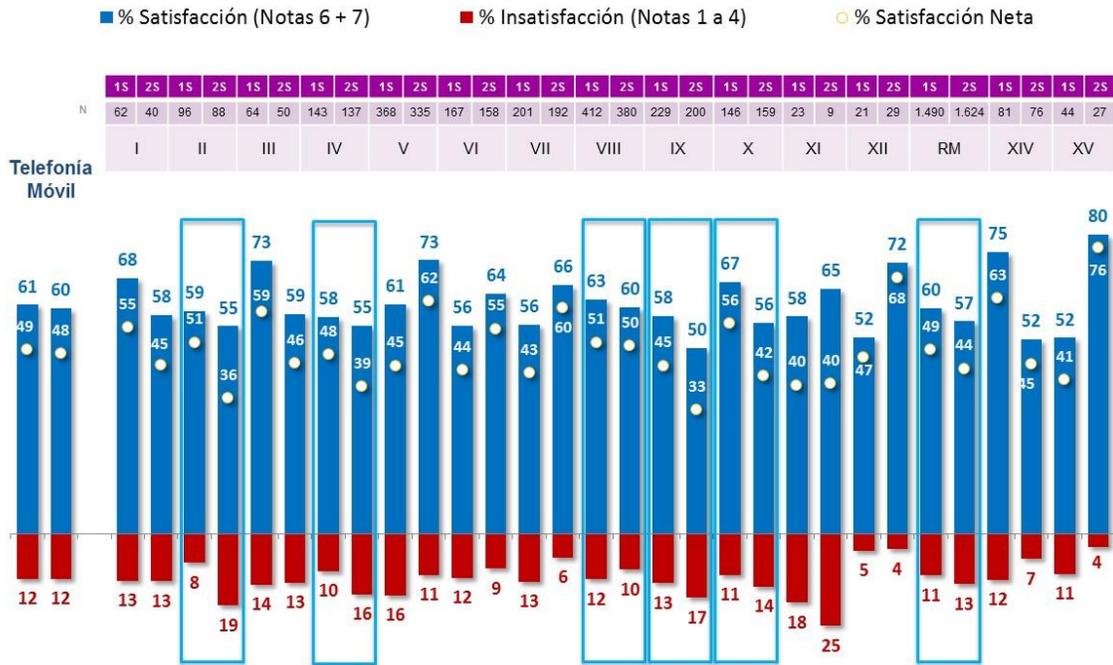
A nivel acumulado anual, en las regiones destacadas la mejor evaluación se identifica en la VIII (43% satisfacción neta) y la más baja en la IV y la IX, ambas con un 35% de satisfacción neta. Se identifica una mejora en la satisfacción usuaria en la región de Antofagasta (II), Coquimbo (IV), Biobío (VIII), la Araucanía (IX) y RM, mientras que en la región de Los Lagos (X) se mantiene estable.

Gráfica 226. Satisfacción telecomunicaciones por región – 1 sem vs 2 sem 2016.



A nivel semestral en 2016, en el segundo semestre en las regiones destacadas la mejor evaluación se identifica en la VIII (44% satisfacción neta) y la más baja en la IV y la IX, ambas con un 33% de satisfacción neta. Respecto del primer semestre, se identifica una mejora en la satisfacción usuaria en solo en la región de Biobío (VIII), mientras que en las demás cae la satisfacción, siendo mayor la caída en la X región (-10%).

Gráfica 227. Satisfacción Telefonía Móvil por región – 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

En Telefonía Móvil, a nivel semestral en 2016, en el segundo semestre en las regiones destacadas la mejor evaluación se identifica en la VIII (50% satisfacción neta) y la más baja en la IX con un 33% de satisfacción neta. Respecto del primer semestre, se identifican caídas en la satisfacción usuaria en todas las regiones, siendo mayor la caída en la II región (-15%).

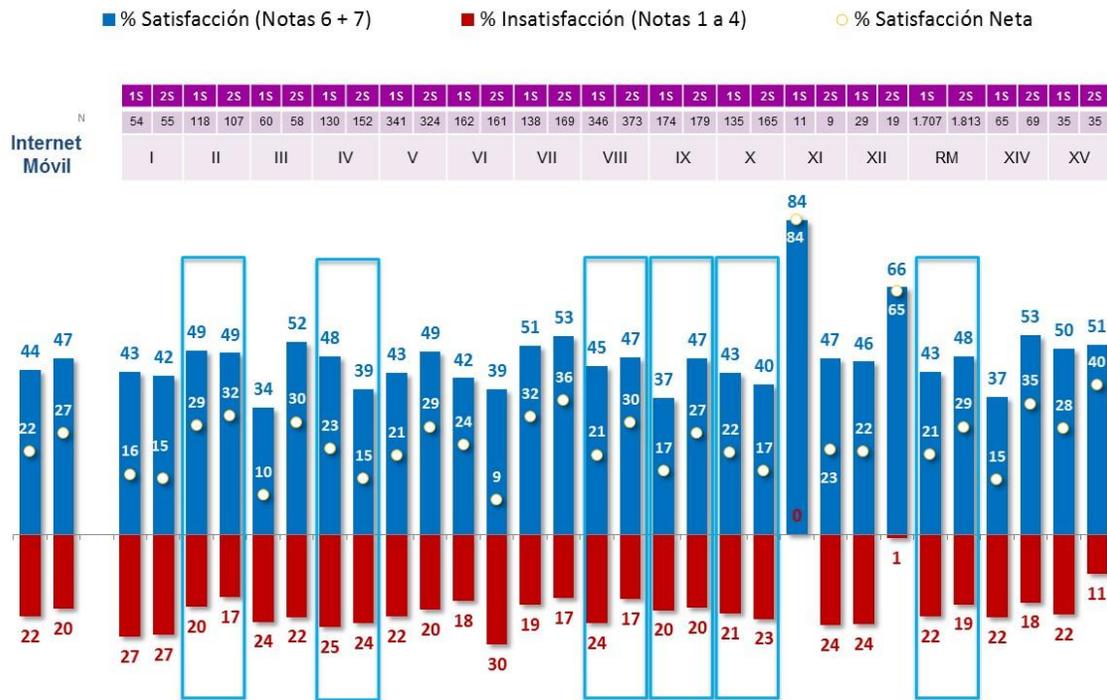
Gráfica 228. Indicadores Telefonía Móvil por región¹² – 1 y 2 sem. 2016

	N		% Satisfacción		% Satisfacción Neta		% Tasa de problemas		% Tasa de resolución		% Satisfacción neta con solución	
	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016
I - Región de Tarapacá	62	40	68	58	55	45	23	21	40	44	52	-50
II - Región de Antofagasta	96	88	59	55	51	36	28	35	18	44	81	30
III - Región de Atacama	64	50	73	59	59	46	17	36	29	38	84	32
IV - Región de Coquimbo	143	137	58	55	48	39	22	29	54	39	49	13
V - Región de Valparaíso	368	335	61	73	45	62	19	24	36	40	29	42
VI - Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	167	158	56	64	44	55	21	23	52	38	36	-9
VII - Región del Maule	201	192	56	66	43	60	27	21	49	48	31	23
VIII - Región del Biobío	412	380	63	60	51	51	27	24	50	45	44	46
IX - Región de La Araucanía	229	200	58	50	45	33	27	32	38	43	39	16
X - Región de Los Lagos	146	159	67	56	56	42	20	21	30	38	44	8
XI - Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	23	9	58	65	40	40	22	33	48	31	-4	-
XII - Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	21	29	52	72	47	68	14	28	30	71	0	69
RM - Región Metropolitana de Santiago	1.490	1.624	60	57	49	44	26	26	34	37	50	41
XIV - Región de Los Ríos	81	76	75	52	63	45	22	19	34	42	72	20
XV - Región de Arica y Parinacota	44	27	52	80	41	76	31	6	34	-	62	-
TOTAL NACIONAL	3.547	3.504	61	60	49	48	24	25	39	40	44	37

La tasa de problemas en telefonía móvil aumenta en 4 de las 6 regiones consideradas. Aumenta principalmente en Antofagasta (+7%) y Coquimbo (+7%). Solo disminuye en la VIII región (-3%). En cuanto a la tasa de resolución de problemas, en relación al primer semestre aumenta de manera relevante en Antofagasta (+26%), mientras que disminuye 15 puntos porcentuales en la Región de Coquimbo.

¹² Las bases presentadas son las totales. La tasa de resolución se calcula sobre la tasa de problema y la satisfacción neta con la resolución sobre aquellos que han tenido problemas y han sido resueltos, por lo que las bases son más pequeñas.

Gráfica 229. Satisfacción Internet Móvil por región – 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

En Internet Móvil, a nivel semestral en 2016, en el segundo semestre en las regiones destacadas la mejor evaluación se identifica en la II (32% satisfacción neta) y la más baja en la IV con un 15% de satisfacción neta. Respecto del primer semestre, se identifican caídas en la satisfacción usuaria en 2 regiones (IV y la X), siendo mayor la caída en la IV región (-8%). En contraste, mejora de manera relevante la satisfacción neta en la IX región (+10%).

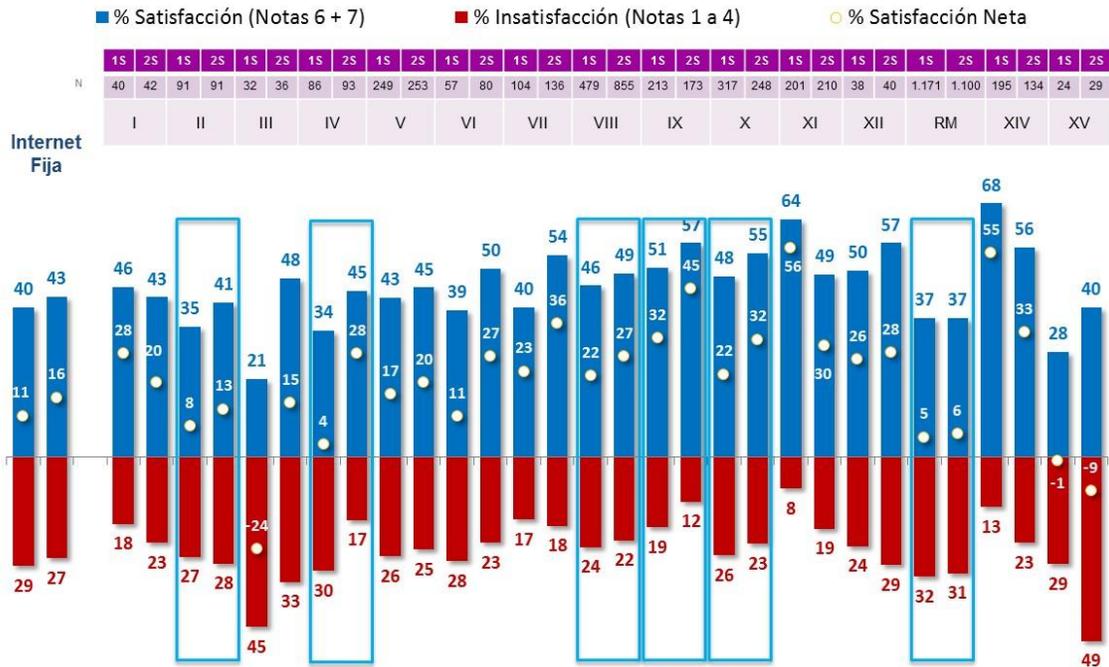
Gráfica 230. Indicadores Internet Móvil por región¹³ – 1 y 2 sem. 2016

	N		% Satisfacción		% Satisfacción Neta		% Tasa de problemas		% Tasa de resolución		% Satisfacción neta con solución	
	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016
I - Región de Tarapacá	54	55	43	42	16	15	35	41	16	43	-47	-36
II - Región de Antofagasta	118	107	49	49	29	32	49	45	56	41	1	49
III - Región de Atacama	60	58	34	52	10	30	49	37	52	42	39	48
IV - Región de Coquimbo	130	152	48	39	23	15	43	45	32	47	48	39
V - Región de Valparaíso	341	324	43	49	21	29	53	43	53	47	30	55
VI - Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	162	161	42	39	24	9	56	48	41	29	23	69
VII - Región del Maule	138	169	51	53	32	36	42	45	48	29	57	45
VIII - Región del Biobío	346	373	45	47	21	30	47	42	44	47	40	51
IX - Región de La Araucanía	174	179	37	47	17	27	52	38	40	42	32	37
X - Región de Los Lagos	135	165	43	40	22	17	41	46	28	32	67	48
XI - Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	11	9	84	47	84	23	43	52	63	34	100	-
XII - Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	29	19	46	66	22	65	57	36	51	44	3	65
RM - Región Metropolitana de Santiago	1.707	1.813	43	48	21	29	47	43	49	47	35	36
XIV - Región de Los Ríos	65	69	37	53	15	35	38	36	29	42	55	-15
XV - Región de Arica y Parinacota	35	35	50	51	28	40	48	31	59	87	52	57
TOTAL NACIONAL	3.505	3.688	44	47	22	27	47	43	46	44	34	41

A nivel de indicadores, la tasa de problemas baja respecto del primer semestre 2016 en las regiones II, VIII, IX y RM, mientras que aumenta en la IV y X región. La región que experimenta una mayor disminución en la tasa de problemas es la IX región (-14%). En relación a la tasa de resolución de problemas, aumenta la tasa en las regiones IV, VIII, IX y X, mientras que baja en la II y RM. Respecto del primer semestre, en la IV región se da el aumento de la tasa de resolución más significativo (+15%), mientras que en la II región se da la caída más importante (-15%).

¹³ Las bases presentadas son las totales. La tasa de resolución se calcula sobre la tasa de problema y la satisfacción neta con la resolución sobre aquellos que han tenido problemas y han sido resueltos, por lo que las bases son más pequeñas.

Gráfica 231. Satisfacción Internet Fija por región – 1 y 2 sem. 2016



Sobre la satisfacción usuaria en Internet Fija, en el segundo semestre la satisfacción neta más alta a nivel regional es en la IX región (45%) y la más baja en RM (6%). Respecto del primer semestre, aumenta la satisfacción neta en todas las regiones destacadas, siendo más relevante la mejora en la IV región (+24%).

Gráfica 232. Indicadores Internet Fija por región¹⁴ – 1 y 2 sem. 2016

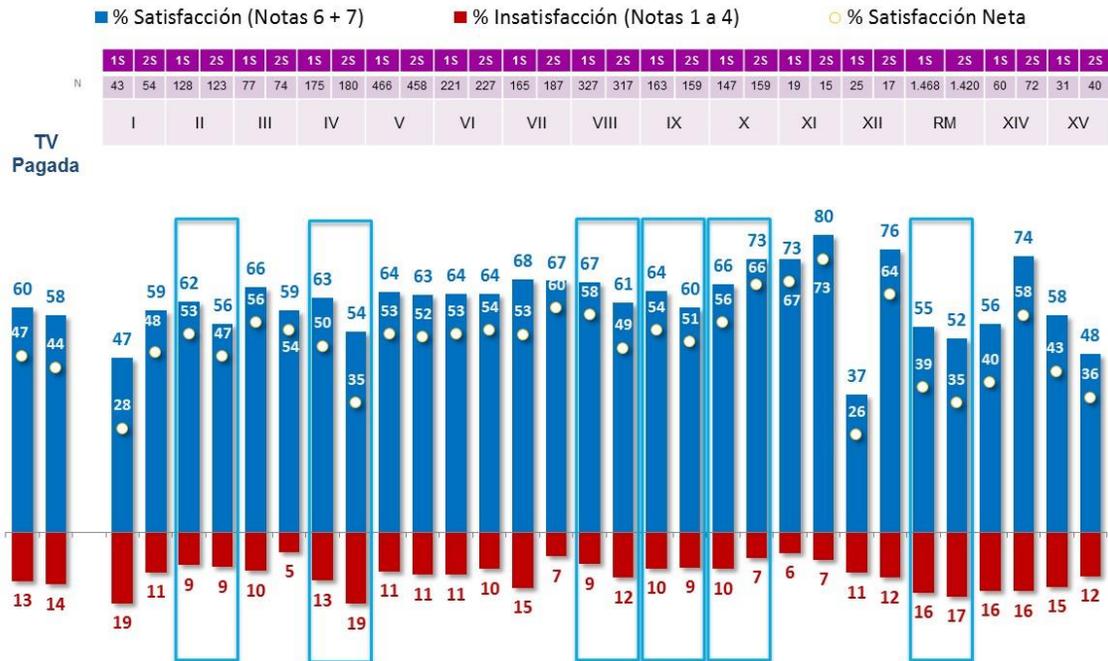
	N		% Satisfacción		% Satisfacción Neta		% Tasa de problemas		% Tasa de resolución		% Satisfacción neta con solución	
	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016
I - Región de Tarapacá	40	42	46	43	28	20	55	63	73	74	78	22
II - Región de Antofagasta	91	91	35	41	8	13	68	67	64	62	63	56
III - Región de Atacama	32	36	21	48	-24	15	61	69	79	58	42	81
IV - Región de Coquimbo	86	93	34	45	4	28	51	62	59	74	65	86
V - Región de Valparaíso	249	253	43	45	17	20	57	65	65	66	57	72
VI - Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	57	80	39	50	11	27	63	65	69	59	57	68
VII - Región del Maule	104	136	40	54	23	36	53	45	72	62	47	20
VIII - Región del Biobío*	479	855	46	49	22	27	58	60	62	73	46	51
IX - Región de La Araucanía	213	173	51	57	32	45	55	45	69	67	68	81
X - Región de Los Lagos	317	248	48	55	22	32	57	55	66	74	66	65
XI - Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	201	210	64	49	56	30	45	58	82	79	69	56
XII - Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	38	40	50	57	26	28	64	59	78	77	40	38
RM - Región Metropolitana de Santiago	1.171	1.100	37	37	5	6	69	66	71	66	39	44
XIV - Región de Los Ríos	195	134	68	56	55	33	39	52	74	66	65	56
XV - Región de Arica y Parinacota	24	29	28	40	-1	-9	67	78	75	44	24	62
TOTAL NACIONAL	3.297	3.520	40	43	11	16	63	63	69	67	46	52

*Cabe destacar que la muestra en la VIII región aumenta en el segundo semestre por la redistribución de la muestra, aumentando en Pacífico Cable

En relación a los indicadores principales, respecto del primer semestre aumenta de manera relevante la tasa de problemas en la IV región (+11%), mientras que cae de manera importante en la IX región (-10%). Respecto de la tasa de resolución de problemas, el aumento más significativo es en la IV región (+15%). Destacamos también el aumento en la tasa de resolución en la región del Biobío (+11%).

¹⁴ Las bases presentadas son las totales. La tasa de resolución se calcula sobre la tasa de problema y la satisfacción neta con la resolución sobre aquellos que han tenido problemas y han sido resueltos, por lo que las bases son más pequeñas.

Gráfica 233. Satisfacción TV Pagada por región – 1 y 2 sem. 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

En TV Pagada, a nivel semestral en 2016, en el segundo semestre en las regiones destacadas la mejor evaluación se identifica en la X (66% satisfacción neta) y la más baja en RM y la IV, ambas con un 35% de satisfacción neta. Respecto del primer semestre, se identifican caídas en la satisfacción usuaria en 5 de las 6 regiones destacadas, siendo mayor la caída en la IV región (-15%). En contraste, mejora de manera relevante la satisfacción neta en la X región (+10%).

Gráfica 234. Indicadores TV Pagada por región¹⁵ – 1 y 2 sem. 2016

	N		% Satisfacción		% Satisfacción Neta		% Tasa de problemas		% Tasa de resolución		% Satisfacción neta con solución	
	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016	Sem 1 2016	Sem 2 2016
I - Región de Tarapacá	43	54	47	59	28	48	42	53	71	90	62	76
II - Región de Antofagasta	128	123	62	56	53	47	32	38	75	63	71	50
III - Región de Atacama	77	74	66	59	56	54	30	33	70	73	79	74
IV - Región de Coquimbo	175	180	63	54	50	35	36	36	66	71	32	55
V - Región de Valparaíso	466	458	64	63	53	52	32	38	78	74	65	70
VI - Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	221	227	64	64	53	54	33	32	67	83	55	65
VII - Región del Maule	165	187	68	67	53	60	36	35	77	74	69	59
VIII - Región del Biobío	327	317	67	61	58	49	32	32	74	70	59	50
IX - Región de La Araucanía	163	159	64	60	54	51	40	35	60	65	73	65
X - Región de Los Lagos	147	159	66	73	56	66	29	22	74	74	86	85
XI - Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	19	15	73	80	67	73	34	40	100	86	82	39
XII - Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	25	17	37	76	26	64	52	41	74	77	17	53
RM - Región Metropolitana de Santiago	1.468	1.420	55	52	39	35	41	43	77	73	56	55
XIV - Región de Los Ríos	60	72	56	74	40	58	34	31	63	55	76	23
XV - Región de Arica y Parinacota	31	40	58	48	43	36	35	32	83	62	83	45
TOTAL NACIONAL	3.515	3.502	60	58	47	44	37	38	75	73	59	59

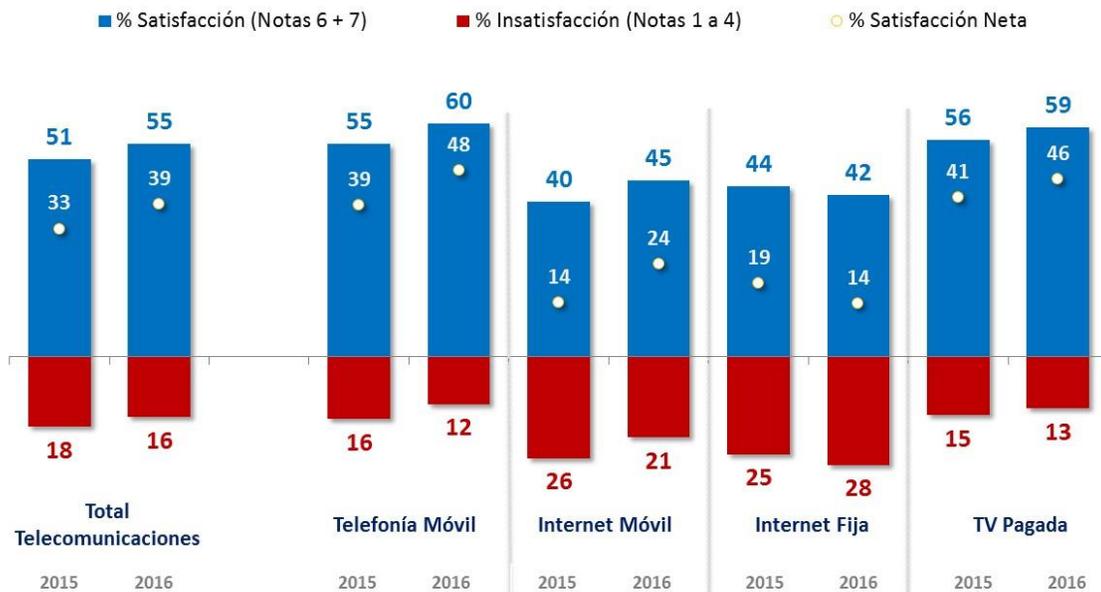
Respecto a la Televisión Pagada, en las regiones II y RM aumenta la tasa de problemas, se mantiene en la IV y la VIII y disminuye en la IX y en la X. Destaca la baja en la X región de 7 puntos respecto del primer semestre y el aumento de 6 puntos en la región II. Sobre la tasa de resolución, baja la tasa de resolución en la II, VIII región y RM, mientras que aumentó la tasa en la IV y IX. Destacamos la caída en la tasa de resolución en la II región (-12%).

¹⁵ Las bases presentadas son las totales. La tasa de resolución se calcula sobre la tasa de problema y la satisfacción neta con la resolución sobre aquellos que han tenido problemas y han sido resueltos, por lo que las bases son más pequeñas.

10. Análisis comparativo 2015 – 2016

10.1. General para satisfacción, neta y porcentaje de problemas

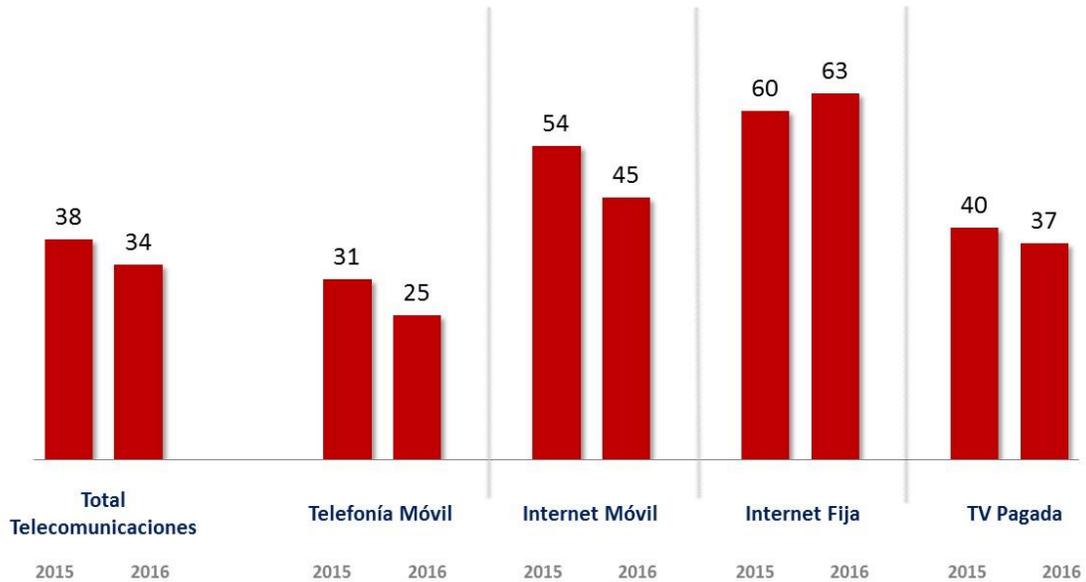
Gráfica 235. **Satisfacción con servicios 2015 vs 2016**



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

A nivel general, mejora la satisfacción neta anual en el total de telecomunicaciones, donde por servicio se evidencia la mejora en la satisfacción usuaria de telefonía móvil, internet móvil y televisión pagada, mientras que cae la satisfacción usuaria en Internet Fija.

Gráfica 236. Tasa de Problemas con servicios 2015 vs 2016

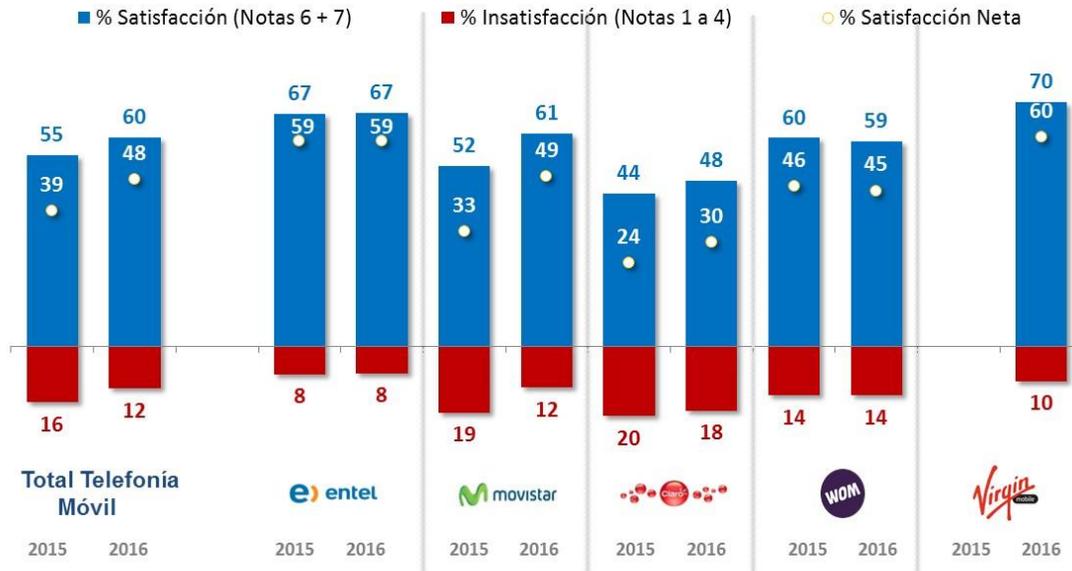


La tasa de reclamos disminuye en 2016, bajando de un 38% a un 34% en relación al 2015. A nivel de servicio, se identifica una caída en la tasa de reclamos en Telefonía Móvil (-6%), Internet Móvil (-9%) y TV Pagada (-3%), mientras que existe un aumento en Internet Fija (+3%).

10.2. Por servicio y empresa satisfacción, neta y porcentaje de problemas

A continuación se presentan los resultados comparados 2015 vs 2016 por servicio y empresa según servicio.

Gráfica 237. Satisfacción con Telefonía Móvil 2015 vs 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". (**) Virgin sólo se mide desde el año 2016.

En relación al año 2015, en telefonía móvil mejora el indicador de satisfacción neta, aumentando de un 39% a un 48%. Virgin cierra el año con la satisfacción neta más alta (60%), en comparación al resto de las empresas. Mejora de manera importante la satisfacción neta Movistar (+17%) y Claro mejora en 6 puntos respecto del 2015.

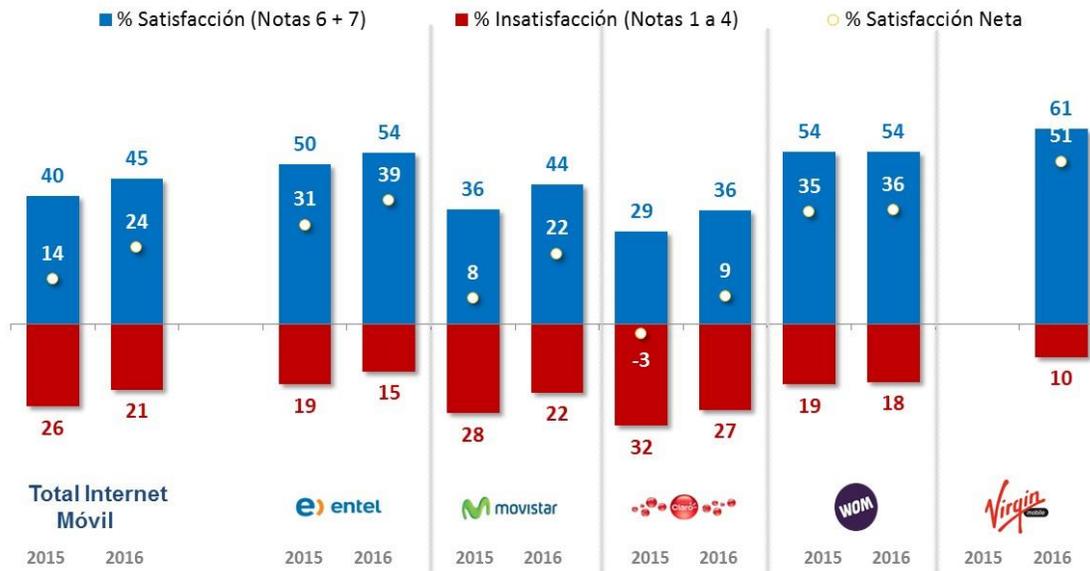
Gráfica 238. Principales indicadores con Telefonía Móvil 2015 vs 2016

	TOTAL										
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2016
% Satisfacción	55	60	67	67	52	61	44	48	60	59	70
% Satisfacción neta	39	48	59	59	33	49	24	30	46	45	60
% Tasa de problemas	31	25	22	23	33	19	43	35	31	34	21
% Tasa de resolución	39	40	47	43	38	44	35	34	39	37	46

(*) Virgin sólo se mide desde el año 2016.

A nivel general, en 2016 la tabla anterior identifica mejoras en los 4 indicadores respecto de 2015. Por empresa, mejora la satisfacción y satisfacción neta en Movistar y Claro. La tasa de problemas disminuye en Movistar, Claro y WOM, mientras aumenta levemente en Entel (+1%). Por otra parte, se identifican caídas en la tasa de resolución de Entel, Claro y WOM, pero mejora este indicador en Movistar.

Gráfica 239. Satisfacción con Internet Móvil 2015 vs 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". (**) Virgin sólo se mide desde el año 2016.

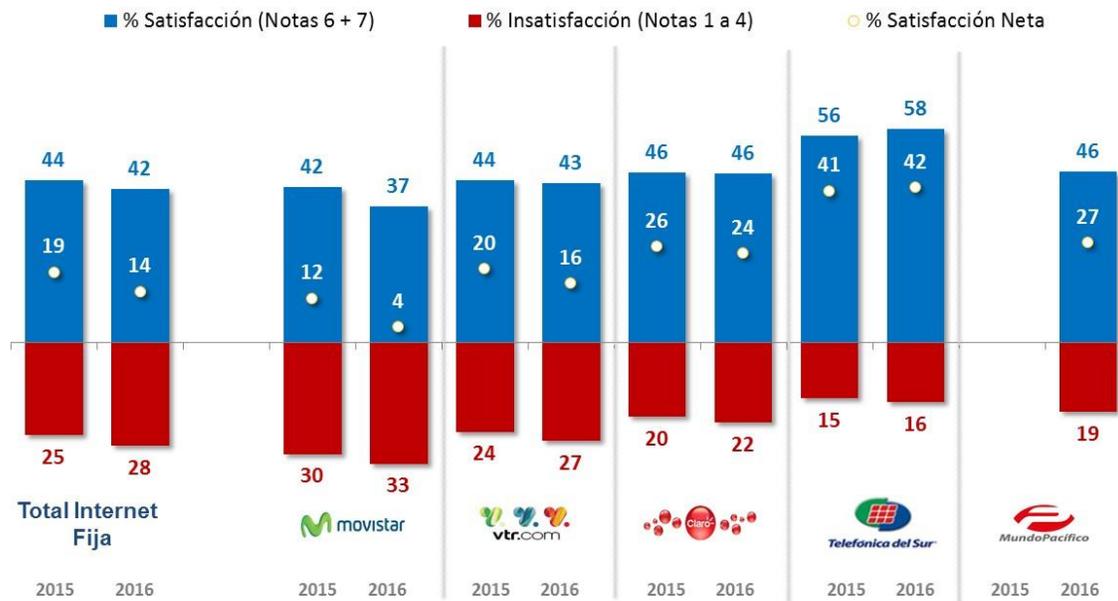
En Internet Móvil, mejora la satisfacción neta general en 2016 respecto de 2015 (+10%). El incremento que más destaca en al satisfacción neta es en Movistar (+14%), mientras que Claro aumenta en 12 puntos su satisfacción neta, saliendo del indicador negativo de 2015.

Gráfica 240. Principales indicadores con Internet Móvil 2015 vs 2016

	TOTAL										
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2016
% Satisfacción	40	45	50	54	36	44	29	36	54	54	61
% Satisfacción neta	14	24	31	39	8	22	-3	9	35	36	51
% Tasa de problemas	54	45	49	45	54	41	61	51	40	44	36
% Tasa de resolución	44	45	49	43	43	54	38	39	44	45	55

A nivel general, en 2016 la tabla anterior identifica mejoras en los 4 indicadores respecto de 2015. Por empresa (sin considerar Virgin que solo presenta el global 2016), mejora la satisfacción y satisfacción neta en todas las empresas a excepción de WOM que se mantiene estable. La tasa de problemas disminuye en todas las empresas. Por otra parte, se identifican caídas en la tasa de resolución de Entel, mientras mejora este indicador en Movistar y levemente en Claro y WOM.

Gráfica 241. Satisfacción con Internet Fija 2015 vs 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". (**) Pacífico cable sólo se mide desde el año 2016.

Respecto del 2015, la satisfacción usuaria en Internet Fija cae en 2016, bajando la satisfacción neta en 5 puntos. Por empresa, la caída más importante en la satisfacción neta se da en Movistar (-8%) y en segundo lugar en VTR (-4%).

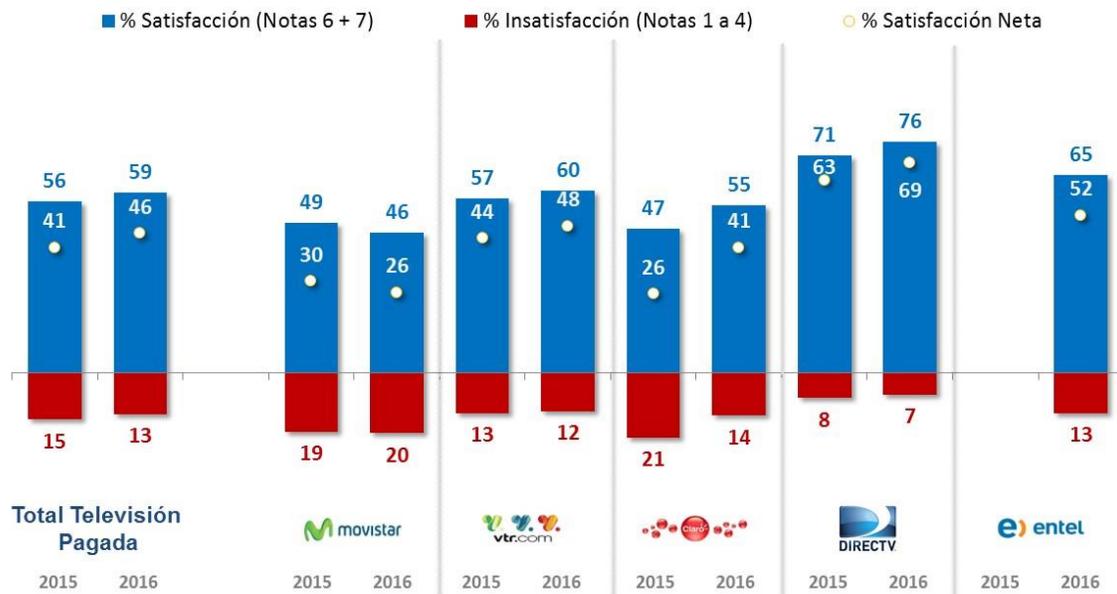
Gráfica 242. Principales indicadores con Internet Fija 2015 vs 2016

	TOTAL										
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2016
% Satisfacción	44	42	42	37	44	43	46	46	56	58	46
% Satisfacción neta	19	14	12	4	20	16	26	24	41	42	27
% Tasa de problemas	60	63	61	64	61	66	57	56	54	53	58
% Tasa de resolución	69	68	68	67	67	67	70	71	78	76	63

(*) Pacífico cable sólo se mide desde el año 2016.

A nivel general, en 2016 la tabla anterior identifica peores evaluaciones y caídas en los 4 indicadores respecto de 2015. Por empresa, mejora la satisfacción y satisfacción neta solamente en Telsur/Telcoy. La tasa de problemas aumenta en Movistar y VTR. Por otra parte, se identifican caídas leves (-2%) en la tasa de resolución de Movistar y Telsur/Telcoy.

Gráfica 243. Satisfacción con Televisión Pagada 2015 vs 2016



(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". (**) Entel sólo se mide desde el año 2016.

En el caso de TV Pagada, entre 2015 y 2016 mejora la satisfacción usuaria, aumentando la satisfacción neta. En el caso de Claro aumenta en 15 puntos la satisfacción neta, mientras que DirecTV aumenta en 6 puntos manteniéndose como la empresa mejor evaluada. La empresa peor evaluada es Movistar con una satisfacción neta de 26%, bajando 4 puntos respecto del año 2015.

Gráfica 244. Principales indicadores con Televisión Pagada 2015 vs 2016

	TOTAL										
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2016
% Satisfacción	56	59	49	46	57	60	47	55	71	76	65
% Satisfacción neta	41	46	30	26	44	48	26	41	63	69	52
% Tasa de problemas	40	37	51	48	33	36	51	35	27	44	22
% Tasa de resolución	71	74	74	76	73	68	65	75	66	70	70

(*) Entel sólo se mide desde el año 2016.

A nivel general, en 2016 la tabla anterior resume los distintos indicadores, donde a nivel de satisfacción y satisfacción neta se presentan mejoras a nivel general, mientras que la tasa de problemas disminuye y la tasa de resolución aumenta. Por empresa (sin considerar Entel que solo presenta el global 2016), mejora la satisfacción y satisfacción neta en todas las empresas a excepción de Movistar que cae en ambos indicadores. La tasa de problemas solo disminuye en Movistar y Claro, en este último caso destacando de un 51% a un 35%. Por otra parte, la tasa de resolución aumenta en Movistar, Claro y DirecTV, mientras que cae 5 puntos en VTR.

11. Conclusiones

Las principales **conclusiones** de la segunda medición del 2016 de la Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Telecomunicaciones se pueden resumir en los siguientes puntos:

Satisfacción con Servicios de Telecomunicaciones

- a. Los Servicios mejor evaluados son **Telefonía Móvil** con una satisfacción neta de 48% en el 2do semestre 2016 y **Televisión de Pago** en el segundo lugar con un 44%.
- b. El servicio de **Internet** es mal evaluado por sus usuarios, presentando en el caso de la satisfacción neta de Internet Fija un 16% en el 2do semestre y un 27% en Internet Móvil, sin embargo en esta última medición, en ambos casos se presentó una mejora en la satisfacción neta de 5 puntos porcentuales respecto a la primera medición del 2016.
- c. Respecto a la Satisfacción de los usuarios por zona geográfica, la **Zona Centro (IV a VII región)** presenta la mejor satisfacción de usuario, con un neto de 46% y la Región Metropolitana la peor con un 35%, donde los usuarios de Internet Móvil de la RM presentan la satisfacción neta más baja con un 5%.

Satisfacción con las compañías por servicio

- ✓ Telefonía Móvil
 - **Entel** (61% de satisfacción neta) es la compañía que presenta el mejor desempeño entre las empresas evaluadas, mientras que **Claro** es la que obtiene la peor evaluación (27% satisfacción neta). Respecto del primer semestre, cae la evaluación de manera relevante en Claro y Virgin. Es importante destacar que Virgin solo opera en servicios móviles y en la modalidad prepago.
- ✓ Internet Móvil
 - En Internet Móvil, **Virgin** lidera la satisfacción (62%) y satisfacción neta (51%) entre las compañías evaluadas, mientras que la evaluación más baja es en **Claro** (13% satisfacción neta). Respecto del primer semestre, todas las empresas evaluadas

mejoran su nivel de satisfacción y satisfacción neta, destacando la mejora en **Movistar** y **Claro**.

✓ Internet Fija

- **Telsur/Telcoy** es la empresa con la mejor satisfacción usuaria, con un 57% de satisfacción y 39% de satisfacción neta, mientras que la evaluación más baja es en **Movistar**, con un 38% de satisfacción y 6% de satisfacción neta. Respecto del primer semestre, **Telsur/Telcoy** cae de manera importante en su satisfacción usuaria, mientras que **Pacifico Cable** en su segunda medición aumenta.

✓ Televisión Pagada

- En Televisión Pagada destaca **DirecTV** por su nivel de satisfacción (72%), único operador dedicado exclusivamente a este servicio. **Movistar** es el operador que en este servicio obtiene una satisfacción (45%) y neto más bajo (24%). Respecto del primer semestre, **DirecTV** presenta la caída más importante en la satisfacción neta (-9%).

Tasa de Problemas por servicio y empresa

- ✓ En el segundo semestre de 2016, Telefonía móvil obtiene la tasa de problemas más baja de los servicios evaluados (25%), mientras que Internet Fija mantiene la tasa de problemas más alta (63%).
- ✓ Por servicio, en telefonía móvil la tasa de problemas más alta en este segundo semestre se registra en Claro (37%), mientras que la más baja en Entel (19%). Respecto del primer semestre, cae de manera relevante la tasa de problemas en WOM (-5%).
- ✓ En el caso de internet móvil, la tasa de problemas más alta es en Claro (47%), mientras que la más baja en Virgin (35%), empresa que solo se mide en prepago. Respecto del primer semestre, cae de manera importante la tasa de problemas en Claro (-10%).
- ✓ En Internet Fija, la empresa con la tasa de problemas más alta registrada es en Movistar y VTR, ambas en un 65%, mientras que la más baja es en Telsur/Telcoy (54%). Respecto del primer semestre no se identifican mayores variaciones.

- ✓ Finalmente en TV Pagada, la tasa de problemas más alta se registra en Movistar (50%), mientras que la más baja en DirecTV (25%). Respecto del primer semestre, cae la tasa de problemas en Entel (-6%), mientras que aumenta en 6 puntos porcentuales en DirecTV.

Tasa de Resolución por servicio y empresa

- ✓ En el segundo semestre de 2016, TV Pagada obtiene la tasa de resolución más alta de los servicios evaluados (73%), mientras que Telefonía Móvil mantiene la tasa de resolución más baja (40%).
- ✓ Por servicio, en telefonía móvil la tasa de resolución más alta en este segundo semestre se registra en Entel (49%), mientras que la más baja en Claro (36%). Respecto del primer semestre, cae de manera relevante la tasa de resolución en Movistar y en Virgin (-7% en ambas), siendo esta última empresa medida solo entre usuarios de prepago.
- ✓ En el caso de internet móvil, la tasa de resolución más alta es en Entel (54%), mientras que la más baja en Claro (35%). Respecto del primer semestre, cae de manera importante la tasa de resolución en Virgin (-9%), empresa que solo se mide entre usuarios prepago.
- ✓ En Internet Fija, la empresa con la tasa de resolución más alta registrada es en Telsur/Telcoy (77%), mientras que la más baja es en Movistar (65%). Respecto del primer semestre, cae la tasa de resolución en 5 puntos porcentuales en Claro, mientras que aumenta en 6 puntos porcentuales en Pacifico Cable.
- ✓ En el caso de TV Pagada, la tasa de resolución más alta se registra en Movistar (76%), mientras que la más baja en Claro y Entel, ambas en un 67%. Respecto del primer semestre, cae la tasa de resolución en Claro (-6%) y DirecTV (-5%).

Derechos del consumidor

- En esta ocasión el conocimiento de al menos uno de los derechos medidos de manera asistida aumenta de un 91% a un 92%. Los servicios más reconocidos por los consumidores es el derecho a reclamar ante la empresa por disconformidad con el servicio prestado (71%) y siendo los más reconocidos el derecho a poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento (70%).

- ✓ En cuanto a la percepción hacia las Instituciones que protegen los derechos de los consumidores de servicios de telecomunicaciones, Sernac (62%) se mantiene con una percepción más alta respecto de Subtel, la que se mantiene con un 21%.
- ✓ Lo antes expuesto deja ver que aún hacen falta esfuerzos por parte de SUBTEL en cuanto a difusión y mayor educación en cuanto a sus derechos: en promedio sólo se reconoce la mitad de los derechos.

12. Ponderadores

El proceso de Ponderación se realiza cuando la muestra no es proporcional a la población, y consisten en la asignación de un “peso” a cada encuesta, que permita corregir y recuperar la proporcionalidad, similar al universo.

Dado que las muestras fueron diseñadas con afijación no proporcional por compañía, esto es, en cada servicio, cada empresa operadora tiene un número similar de entrevistas y no una cantidad según su participación de mercado, entonces para estimar los totales de cada industria, se hace necesario ponderar los datos por la participación de mercado de cada compañía, esto es, según el número de líneas o usuarios que cada una tiene.

Las muestras de cada empresa operadora, en cada servicio, fueron diseñadas de manera proporcional a sus propios universos, por lo que, en principio, para calcular el total de cada empresa operadora, no sería necesario ponderar. Sin embargo, para corregir sesgos que en la práctica ocurren, como la realización de una proporción algo menor de encuestas en comunas del sector oriente, en la Región Metropolitana, se optó por incluir un factor que corrigiera cualquier desviación muestral, por pequeña que esta sea.

Por otra parte, la pregunta sobre derechos del consumidor es aplicada en todas las encuestas del estudio: en las evaluaciones de los servicios de Telefonía Móvil, Internet Móvil, Internet Fija y Televisión Pagada. Para procesar los Derechos del Consumidor, se acumulan todas las encuestas, de todos los servicios, manteniendo sus pesos o ponderaciones originales. De esta manera, la Telefonía Móvil tiene una incidencia de un 60.0% en el total, Internet Móvil un 27.3%, Televisión Pagada un 6.5% y, finalmente, Internet Fija un 6.2%.

13. Cuestionarios

13.1. Anexo I: Cuestionario Telefonía Móvil

 RESEARCH INSIGHT INNOVATION RANCAGUA 0333 - FONO: 27572800 PROVIDENCIA - SANTIAGO	Nº ESTUDIO					Nº FILTRO
	1	3	5	8	1	

ESTUDIO “CALIDAD DE SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL”

INTRODUCCION

Buenos días/tardes, mi nombre es NOMBRE y represento a la empresa de estudios de mercado Cadem. Por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, estamos realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de la TELEFONÍA MÓVIL. ¿Me permite hacerle unas breves preguntas? Gracias.

NOTA: SOLO SI LA PERSONA PREGUNTA POR LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS, DIGA:
 “Los datos que usted nos entregue son de carácter confidencial y están resguardados por la Ley del Secreto Estadístico Número 17.374, por lo tanto sus respuestas sólo serán utilizadas en forma agregada junto al resto de los entrevistados y en ningún caso en forma individual”

CONTACTE A PERSONAS DE 18 AÑOS Y MÁS

FILTRO

1. ¿Es usted el usuario principal de este teléfono móvil?

SI 1 → SIGA

NO 2 → PREGUNTE POR USUARIO PRINCIPAL. SI NO ESTÁ DISPONIBLE AGRADEZCA Y CIERRE

2. ¿Es usted o alguien de su hogar quien paga la cuenta de este teléfono móvil, o la paga una empresa?

Entrevistado (a) o alguien del hogar 1 → PASE A A1

Una empresa 2 → CIERRE

DATOS DE CLASIFICACIÓN

A1. ¿En qué región vive usted? VALIDAR CUOTAS

A2. ¿Qué edad tiene Ud.?

REGISTRE EDAD EXACTA: _____ LUEGO CODIFIQUE:

Menos de 18	0 CIERRE
18 – 39	1
40 y más	2

A3. CLASIFIQUE GÉNERO

HOMBRE	1
MUJER	2

DATOS DEL PROVEEDOR

Ahora le voy a pedir que hablemos respecto al servicio de TELEFONÍA MÓVIL que usted tiene:

B1. ¿Qué empresa le da el servicio de TELEFONÍA MÓVIL actualmente? RESPUESTA ÚNICA. SI TIENE MÁS DE UNA EMPRESA PROVEEDORA, PREGUNTAR POR LA QUE PAGA LA PERSONA O ALGUIEN DEL HOGAR (NO UNA EMPRESA), O ES LA QUE USA EN FORMA MÁS FRECUENTE

Movistar	1	
Entel	2	
Claro	4	
Wom	5	
Virgin	9	→ SOLO APLICAR B2 Y LUEGO SALTE A C1
Otra (Especificar) _____	98	CIERRE

B2. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de TELEFONÍA MÓVIL con esta empresa?

REGISTRE AÑOS: _____
 REGISTRE MESES: _____

B3. ¿Tiene este servicio con contrato o con prepago?

Contrato	1	
Prepago	2	

SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO

C1. Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de TELEFONÍA MÓVIL que le presta actualmente... [PROVEEDOR SEGÚN B1]. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de TELEFONÍA MÓVIL DE [PROVEEDOR SEGÚN B1]?**

	NOTA							NS/N C
	1	2	3	4	5	6	7	
Satisfacción general con el servicio de TELEFONÍA MÓVIL	1	2	3	4	5	6	7	9

PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

D1. En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún problema con su servicio de TELEFONÍA MÓVIL?

SI 1 → SEGUIR
 NO 2 → PASE A E1

D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? REGISTRE TEXTUAL. Sondee: ¿Algún otro problema? REGISTRE. Y finalmente, ¿algún otro? REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

D3. Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de TELEFONÍA MÓVIL ¿Reclamó o pidió alguna solución en...? LEER LUGARES DE RECLAMO – RESPUESTA MÚLTIPLE

LUGARES DEL RECLAMO	D3. Dónde
1) En la compañía proveedora de TELEFONÍA MÓVIL	1 SI 2 NO
2) En la empresa donde compró el plan o prepago (Ej: Multitienda)	1 SI 2 NO
3) En el SERNAC	1 SI 2 NO
4) En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	1 SI 2 NO
5) En otro organismo (Especificar)	1 SI 2 NO

→ TODOS QUIÉNES CONTESTAN **SÍ** EN D3.1, CONTINUAR CON D3.1.a Y HASTA D3.1.c RESTO PASAR A D4

D3.1.a Considerando también este último reclamo que usted hizo en la compañía proveedora de TELEFONÍA MÓVIL, ¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo? LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RESPUESTA UNICA

	Canales de reclamo	D3.1.a	
1	De forma telefónica	1	→ CONTINUAR
2	A través de la web	2	→ PASAR A D4
3	De forma presencial, a través de una sucursal	3	→ CONTINUAR

D3.1.b Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?**

	NOTA							NS/N C
Evaluación proceso interposición del reclamo	1	2	3	4	5	6	7	9

→ SI EVALÚA DE 5 A 9 PASAR A D4

→ SI EVALÚA DE 1 A 4, CONTINUAR

D3.1.c SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D3.1.b **¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más??** REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

D4. ¿Y su problema fue resuelto?

SI 1 → SEGUIR
NO 2 → PASE A E1

D5. En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?**

	NOTA							NS/N C
Satisfacción con la resolución de su problema	1	2	3	4	5	6	7	9

DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

Hablemos ahora de los derechos que Ud. posee como consumidor frente a las compañías proveedoras de servicios de telecomunicaciones, tales como de telefonía fija, celular, televisión pagada e Internet.

E1. Cuando Ud. contrata un servicio de telecomunicaciones tiene derechos como usuario, pero también deberes tales como por ej., la obligación de pagar la cuenta mes a mes. Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, **¿Sabía usted que tiene derecho a...?** LEA UNO A UNO SEGÚN ROTACIÓN

	DERECHOS – ROTAR	SI	NO
1	Descuentos e indemnizaciones por interrupciones del servicio?	1	2
2	Poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento?	1	2
3	Que las empresas de Telefonía Fija y Móvil no pueden enviar sus antecedentes a Dicom?	1	2
4	Reclamar al número 105 de la empresa que le entrega el servicio?	1	2
5	Reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado.	1	2
6	Exigir que se le entregue un número de reclamo para identificar claramente el reclamo realizado?	1	2
7	Insistir y efectuar el reclamo en la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL si está disconforme con la respuesta de la empresa?	1	2

E2. De las Instituciones que le voy a mencionar, **¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones?** LEA INSTITUCIONES. RESPUESTA MULTIPLE

	Instituciones	E2
1	SUBTEL , Subsecretaria de telecomunicaciones	1
2	SERNAC, Servicio nacional del consumidor	2
3	Otra (Especifique)_____	3
4	No sabe / No contesta	9

AGRADEZCA Y CIERRE

13.2. Anexo II: Cuestionario Internet Móvil

 RANCAGUA 0333 - FONO: 27572800 PROVIDENCIA - SANTIAGO	Nº ESTUDIO					Nº FILTRO
	1	3	5	8	1	

ESTUDIO “CALIDAD DE SERVICIO DE INTERNET MÓVIL”

INTRODUCCION

Buenos días/tardes, mi nombre es NOMBRE y represento a la empresa de estudios de mercado Cadem. Por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, estamos realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de INTERNET MÓVIL, que es el servicio de internet que usted tiene en su celular. ¿Me permite hacerle unas breves preguntas? Gracias.

NOTA: SOLO SI LA PERSONA PREGUNTA POR LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS, DIGA:
 “Los datos que usted nos entregue son de carácter confidencial y están resguardados por la Ley del Secreto Estadístico Número 17.374, por lo tanto sus respuestas sólo serán utilizadas en forma agregada junto al resto de los entrevistados y en ningún caso en forma individual”

CONTACTE A PERSONAS DE 18 AÑOS Y MÁS

FILTRO

1. ¿Es usted el usuario principal de este teléfono móvil?

SI 1 → SIGA
 NO 2 → **PREGUNTE POR USUARIO PRINCIPAL. SI NO ESTÁ DISPONIBLE AGRADEZCA Y CIERRE**

2. ¿Es usted o alguien de su hogar quien paga la cuenta de este teléfono móvil, o la paga una empresa?

Entrevistado (a) o alguien del hogar 1 → SIGA
 Una empresa 2 → **CIERRE**

3. ¿Ud. tiene el servicio de internet móvil en su teléfono celular y lo utiliza al menos de vez en cuando, por ejemplo, para revisar correos, acceder a redes sociales o navegar por internet?

SI 1 → PASE A A1
 NO 2 → **CIERRE**

DATOS DE CLASIFICACIÓN

A1. ¿En qué región vive usted? VALIDAR CUOTAS

A2. ¿Qué edad tiene Ud.?

REGISTRE EDAD EXACTA: _____ LUEGO CODIFIQUE:

Menos de 18	0 CIERRE
18 – 39	1
40 y más	2

A3. CLASIFIQUE GÉNERO

HOMBRE	1
MUJER	2

DATOS DEL PROVEEDOR

Ahora le voy a pedir que hablemos respecto al servicio de INTERNET MÓVIL que usted tiene:

B1. ¿Qué empresa le da el servicio de INTERNET MÓVIL actualmente? RESPUESTA ÚNICA. SI TIENE MÁS DE UNA EMPRESA PROVEEDORA, PREGUNTAR POR LA QUE PAGA LA PERSONA O ALGUIEN DEL HOGAR (NO UNA EMPRESA), O ES LA QUE USA EN FORMA MÁS FRECUENTE

- Movistar 1
- Entel 2
- Claro 4
- Wom 5
- Virgin 9 → SOLO APLICAR B2 Y LUEGO SALTE A C1

- Otra (Especificar) _____ 98 CIERRE

B2. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de INTERNET MÓVIL con esta empresa?

REGISTRE AÑOS: _____
 REGISTRE MESES: _____

B3. ¿Tiene este servicio con contrato o con prepago?

- Contrato 1
- Prepago 2

SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO

C1. Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de INTERNET MÓVIL que le presta actualmente... [PROVEEDOR SEGÚN B1]. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de INTERNET MÓVIL DE [PROVEEDOR SEGÚN B1]?**

	NOTA							NS/N C
Satisfacción general con el servicio de INTERNET MÓVIL	1	2	3	4	5	6	7	9

PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

D1. En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún problema con su servicio de INTERNET MÓVIL?

SI 1 → SEGUIR
 NO 2 → PASE A E1

D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? REGISTRE TEXTUAL. Sondee: ¿Algún otro problema? REGISTRE. Y finalmente, ¿algún otro? REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

D3. Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de INTERNET MÓVIL ¿Reclamó o pidió alguna solución en...? LEER LUGARES DE RECLAMO – RESPUESTA MÚLTIPLE

LUGARES DEL RECLAMO	D3. Dónde
1) En la compañía proveedora de INTERNET MÓVIL	1 SI 2 NO
2) En la empresa donde compró el plan (Ej: Multitienda)	1 SI 2 NO
3) En el SERNAC	1 SI 2 NO
4) En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	1 SI 2 NO
5) En otro organismo (Especificar)	1 SI 2 NO

→ TODOS QUIÉNES CONTESTAN SÍ EN D3.1, CONTINUAR CON D3.1.a Y HASTA D3.1.c RESTO PASAR A D4

D3.1.a Considerando también este último reclamo que usted hizo en la compañía proveedora de INTERNET MÓVIL, ¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo? LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RESPUESTA UNICA

	Canales de reclamo	D3.1. a	
1	De forma telefónica	1	→ CONTINUAR
2	A través de la web	2	→ PASAR A D4
3	De forma presencial, a través de una sucursal	3	→ CONTINUAR

D3.1.b Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?**

	NOTA							NS/N C
Evaluación proceso interposición del reclamo	1	2	3	4	5	6	7	9

- ➔ SI EVALÚA DE 5 A 9 PASAR A D4
- ➔ SI EVALÚA DE 1 A 4, CONTINUAR

D3.1.c SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D3.1.b **¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más??** REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

D4. ¿Y su problema fue resuelto?

- | | | | |
|----|---|---|--------------------|
| SI | 1 | ➔ | SEGUIR |
| NO | 2 | ➔ | PASE A P E1 |

D5. En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?**

	NOTA							NS/N C
Satisfacción con la resolución de su problema	1	2	3	4	5	6	7	9

USOS ESPECÍFICOS DE INTERNET MÓVIL

E1. Y usando la misma escala, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Cuán satisfecho está con la velocidad de INTERNET MOVIL en su celular?**

	NOTA							NS/N C
Satisfacción con la velocidad de Internet Móvil	1	2	3	4	5	6	7	9

DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

Hablemos ahora de los derechos que Ud. posee como consumidor frente a las compañías proveedoras de servicios de telecomunicaciones, tales como de telefonía fija, celular, televisión pagada e Internet.

F1. Cuando Ud. contrata un servicio de telecomunicaciones tiene derechos como usuario, pero también deberes tales como por ej., la obligación de pagar la cuenta mes a mes. Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, **¿Sabía usted que tiene derecho a....?** LEA UNO A UNO SEGÚN ROTACIÓN

	DERECHOS – ROTAR	SI	NO
1	Descuentos e indemnizaciones por interrupciones del servicio?	1	2
2	Poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento?	1	2
3	Que las empresas de Telefonía Fija y Móvil no pueden enviar sus antecedentes a Dicom?	1	2
4	Reclamar al número 105 de la empresa que le entrega el servicio?	1	2
5	Reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado.	1	2
6	Exigir que se le entregue un número de reclamo para identificar claramente el reclamo realizado?	1	2
7	Insistir y efectuar el reclamo en la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL si está disconforme con la respuesta de la empresa?	1	2

F2. De las Instituciones que le voy a mencionar, **¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones?** LEA INSTITUCIONES.
RESPUESTA MULTIPLE

	Instituciones	G2
1	SUBTEL , Subsecretaria de telecomunicaciones	1
2	SERNAC, Servicio nacional del consumidor	2
3	Otra (Especifique)_____	3
4	No sabe / No contesta	9

CERRAR Y AGRADECER

13.3. Anexo III: Cuestionario Internet Fija

 RESEARCH INSIGHT INNOVATION RANCAGUA 0333 - FONONO: 27572800 PROVIDENCIA - SANTIAGO	Nº ESTUDIO					Nº FILTRO
	1	3	5	8	1	

ESTUDIO “CALIDAD DE SERVICIO DE INTERNET FIJA”

INTRODUCCION

Buenos días/tardes, mi nombre es NOMBRE y represento a la empresa de estudios de mercado Cadem. Por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, estamos realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de INTERNET FIJA de su hogar. ¿Me permite hacerle unas breves preguntas? Gracias.

NOTA: SOLO SI LA PERSONA PREGUNTA POR LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS, DIGA:
 “Los datos que usted nos entregue son de carácter confidencial y están resguardados por la Ley del Secreto Estadístico Número 17.374, por lo tanto sus respuestas sólo serán utilizadas en forma agregada junto al resto de los entrevistados y en ningún caso en forma individual”

CONTACTE EN EL HOGAR A PERSONAS DE 18 AÑOS Y MÁS

FILTRO

1. ¿Tienen INTERNET FIJA en su hogar?

SI 1 → SIGA
 NO 2 → **AGRADEZCA Y CIERRE**

2. ¿Y Ud. usa INTERNET FIJA en su hogar al menos una vez por semana?

SI 1 → **PASE A A1**
 NO 2 → PODRÍA HABLAR CON ALGÚN MIEMBRO DEL HOGAR QUE
 USE HABITUALMENTE INTERNET FIJA EN SU HOGAR

DATOS DE CLASIFICACIÓN

A1. ¿En qué región vive usted? VALIDAR CUOTAS

A2. ¿Qué edad tiene Ud.?

REGISTRE EDAD EXACTA: _____ LUEGO CODIFIQUE:

Menos de 18	0 CIERRE
18 – 39	1
40 y más	2

A3. CLASIFIQUE GÉNERO

HOMBRE	1
MUJER	2

DATOS DEL PROVEEDOR

Ahora le voy a pedir que hablemos respecto al servicio de INTERNET FIJA que tiene en su hogar:

B1. ¿Qué empresa le da el servicio de INTERNET FIJA actualmente?

Movistar	1			
VTR			3	
Claro	4			
Telsur / Telcoy	7			
Pacífico cable	10			
Otra (Especificar) _____	98			CIERRE

B2. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de INTERNET FIJA con esta empresa?

REGISTRE AÑOS: _____
 REGISTRE MESES: _____

B3. ¿De qué velocidad es el plan que tienen actualmente para su INTERNET FIJA?

Menor o igual a 1 mega	1			
De 2 a 4 megas		2		
De 5 a 10 megas	3			
Más de 10 Megas		4		
No sabe / No Contesta			9	

SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO

C1. Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de INTERNET FIJA que le presta actualmente... [PROVEEDOR SEGÚN B1]. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de INTERNET FIJA que tienen en su hogar con [PROVEEDOR SEGÚN B1]?**

	NOTA							NS/N C
Satisfacción general con el servicio de INTERNET FIJA	1	2	3	4	5	6	7	9

PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

D1. En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún problema con su servicio de INTERNET FIJA en el hogar?

SI 1 → SEGUIR
 NO 2 → PASE A E1

D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? REGISTRE TEXTUAL. Sondee: ¿Algún otro problema? REGISTRE. Y finalmente, ¿algún otro? REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

D3. Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de INTERNET FIJA ¿Reclamó o pidió alguna solución en...? LEER LUGARES DE RECLAMO – RESPUESTA MÚLTIPLE

LUGARES DEL RECLAMO	D3. Dónde
1) En la compañía proveedora de INTERNET FIJA	1 SI 2 NO
2) En el SERNAC	1 SI 2 NO
3) En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	1 SI 2 NO
4) En otro organismo (Especificar)	1 SI 2 NO

→ TODOS QUIÉNES CONTESTAN SÍ EN D3.1, CONTINUAR CON D3.1.a Y HASTA D3.1.c RESTO PASAR A D3.1d

D3.1.a Considerando también este último reclamo que usted hizo en la compañía proveedora de INTERNET FIJA, ¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo? LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RESPUESTA UNICA

	Canales de reclamo	D3.1.a	
1	De forma telefónica	1	→ CONTINUAR
2	A través de la web	2	→ PASAR A D3.1d
3	De forma presencial, a través de una sucursal	3	→ CONTINUAR

D3.1.b Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?

→ SI EVALÚA DE 5 A 9 PASAR A D3.1d
 → SI EVALÚA DE 1 A 4, CONTINUAR

	NOTA							NS/N C
Evaluación proceso interposición del reclamo	1	2	3	4	5	6	7	9

D3.1.c SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D3.1.b **¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más?**
REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

CONTESTAN TODOS LOS QUE DICEN SI EN D1

D3.1d Y estos problemas, ¿dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar?

SI 1 → SEGUIR
 NO 2 → **PASE A D4**

D3.1e Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted el servicio técnico que le prestaron?**

	NOTA							NS/N C
Evaluación servicio técnico	1	2	3	4	5	6	7	9

- SI EVALÚA DE 5 A 9 PASAR A D4
- SI EVALÚA DE 1 A 4, CONTINUAR

D3.1f SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D3.1e **¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más??**
REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

D4. ¿Y su problema fue resuelto?

SI 1 → SEGUIR
 NO 2 → **PASE A E1**

D5. En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?

	NOTA							NS/N C
Satisfacción con la resolución de su problema	1	2	3	4	5	6	7	9

USOS ESPECÍFICOS DE INTERNET FIJA

E1. Y usando la misma escala, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Cuán satisfecho está con la velocidad de INTERNET FIJA en su hogar?

	NOTA							NS/N C
Satisfacción con la velocidad de Internet Fija	1	2	3	4	5	6	7	9

DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

Hablemos ahora de los derechos que Ud. posee como consumidor frente a las compañías proveedoras de servicios de telecomunicaciones, tales como de telefonía fija, celular, televisión pagada e Internet.

F1. Cuando Ud. contrata un servicio de telecomunicaciones tiene derechos como usuario, pero también deberes tales como por ej., la obligación de pagar la cuenta mes a mes. Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, **¿Sabía usted que tiene derecho a...?** LEA UNO A UNO SEGÚN ROTACIÓN

	DERECHOS – ROTAR	SI	NO
1	Descuentos e indemnizaciones por interrupciones del servicio?	1	2
2	Poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento?	1	2
3	Que las empresas de Telefonía Fija y Móvil no pueden enviar sus antecedentes a Dicom?	1	2
4	Reclamar al número 105 de la empresa que le entrega el servicio?	1	2
5	Reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado.	1	2
6	Exigir que se le entregue un número de reclamo para identificar claramente el reclamo realizado?	1	2
7	Insistir y efectuar el reclamo en la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL si está disconforme con la respuesta de la empresa?	1	2

F2. De las Instituciones que le voy a mencionar, **¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones?** LEA INSTITUCIONES. RESPUESTA MULTIPLE

	Instituciones	G2
1	SUBTEL , Subsecretaria de telecomunicaciones	1
2	SERNAC, Servicio nacional del consumidor	2
3	Otra (Especifique)_____	3
4	No sabe / No contesta	9

AGRADEZCA Y CIERRE

13.4. Anexo IV: Cuestionario TV Pagada

 RANCAGUA 0333 - FONO: 27572800 PROVIDENCIA - SANTIAGO	Nº ESTUDIO					Nº FILTRO
	1	3	5	8	1	

ESTUDIO “CALIDAD DE SERVICIO TELEVISIÓN PAGADA”

INTRODUCCION

Buenos días/tardes, mi nombre es NOMBRE y represento a la empresa de estudios de mercado Cadem. Por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, estamos realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de la TELEVISIÓN PAGADA de su hogar, que puede ser por cable o satelital. ¿Me permite hacerle unas breves preguntas? Gracias.

NOTA: SOLO SI LA PERSONA PREGUNTA POR LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS, DIGA:
 “Los datos que usted nos entregue son de carácter confidencial y están resguardados por la Ley del Secreto Estadístico Número 17.374, por lo tanto sus respuestas sólo serán utilizadas en forma agregada junto al resto de los entrevistados y en ningún caso en forma individual”

CONTACTE EN EL HOGAR A PERSONAS DE 18 AÑOS Y MÁS

FILTRO

1. ¿Tienen TELEVISIÓN PAGADA, por cable o satelital, en su hogar?

SI 1 → SIGA
 NO 2 → **AGRADEZCA Y CIERRE**

DATOS DE CLASIFICACIÓN

A1. ¿En qué región vive usted? VALIDAR CUOTAS

A2. ¿Qué edad tiene Ud.?

REGISTRE EDAD EXACTA: _____ LUEGO CODIFIQUE:

Menos de 18	0 CIERRE
18 – 39	1
40 y más	2

A3. CLASIFIQUE GÉNERO

HOMBRE	1
MUJER	2

DATOS DEL PROVEEDOR

Ahora le voy a pedir que hablemos respecto al servicio de la TELEVISIÓN PAGADA que tiene en su hogar:

B1. ¿Qué empresa le da el servicio de TELEVISIÓN PAGADA actualmente?

Movistar	1		
Entel		2	
VTR			3
Claro		4	
DirecTV	8		
Otra (Especificar) _____		98	CIERRE

B2. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de TELEVISIÓN PAGADA con esta empresa?

REGISTRE AÑOS: _____
 REGISTRE MESES: _____

SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO

C1. Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de TELEVISIÓN PAGADA que le presta actualmente... [PROVEEDOR SEGÚN B1]. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa

muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de TELEVISIÓN PAGADA que tienen en su hogar con [PROVEEDOR SEGÚN B1]?**

	NOTA							NS/N C
Satisfacción general con el servicio de TELEVISIÓN PAGADA	1	2	3	4	5	6	7	9

PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

D1. En los últimos 12 meses, **¿ha tenido algún problema con su servicio de TELEVISIÓN PAGADA en el hogar?**

SI 1 → SEGUIR
 NO 2 → PASE A E1

D2. **¿Qué tipo de problema tuvo? REGISTRE TEXTUAL. Sondee: ¿Algún otro problema? REGISTRE. Y finalmente, ¿algún otro? REGISTRE. MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.**

D3. Considerando el último problema que Ud. tuvo con su servicio de TELEVISIÓN PAGADA **¿Reclamó o pidió alguna solución en...? LEER LUGARES DE RECLAMO – RESPUESTA MÚLTIPLE**

LUGARES DEL RECLAMO	D3. Dónde
1) En la compañía proveedora de TELEVISIÓN PAGADA	1 SI 2 NO
2) En el SERNAC	1 SI 2 NO
3) En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	1 SI 2 NO
4) En otro organismo (Especificar)	1 SI 2 NO

➔ TODOS QUIÉNES CONTESTAN **SÍ** EN D3.1, CONTINUAR CON D3.1.a Y HASTA D3.1.c RESTO PASAR A D3.1d

D3.1.a Considerando también este último reclamo que usted hizo en la compañía proveedora de TV PAGADA, **¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo?** LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RESPUESTA UNICA

	Canales de reclamo	D3.1. a	
1	De forma telefónica	1	➔ CONTINUAR
2	A través de la web	2	➔ PASAR A D3.1d
3	De forma presencial, a través de una sucursal	3	➔ CONTINUAR

D3.1.b Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?**

	NOTA							NS/N C
Evaluación proceso interposición del reclamo	1	2	3	4	5	6	7	9

→ SI EVALÚA DE 5 A 9 PASAR A D3.1d

→ SI EVALÚA DE 1 A 4, CONTINUAR

→

D3.1.c SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D3.1.b **¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más??**
REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

CONTESTAN TODOS LOS QUE DICEN SI EN D1.

D3.1d Y estos problemas, ¿dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar?

SI 1 → SEGUIR
NO 2 → PASE A D4

D3.1e Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted el servicio técnico que le prestaron?**

	NOTA							NS/N C
Evaluación servicio técnico	1	2	3	4	5	6	7	9

→ SI EVALÚA DE 5 A 9 PASAR A D4

→ SI EVALÚA DE 1 A 4, CONTINUAR

D3.1f SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D3.1e ¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más??
REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

D4. ¿Y su problema fue resuelto?

SI 1 → SEGUIR
 NO 2 → **PASE A E1**

D5. En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?

	NOTA							NS/N C
Satisfacción con la resolución de su problema	1	2	3	4	5	6	7	9

DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

Hablemos ahora de los derechos que Ud. posee como consumidor frente a las compañías proveedoras de servicios de telecomunicaciones, tales como de telefonía fija, celular, televisión pagada e Internet.

E1. Cuando Ud. contrata un servicio de telecomunicaciones tiene derechos como usuario, pero también deberes tales como por ej., la obligación de pagar la cuenta mes a mes. Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, **¿Sabía usted que tiene derecho a...?** LEA UNO A UNO SEGÚN ROTACIÓN

	DERECHOS – ROTAR	SI	NO
1	Descuentos e indemnizaciones por interrupciones del servicio?	1	2
2	Poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento?	1	2
3	Que las empresas de Telefonía Fija y Móvil no pueden enviar sus antecedentes a Dicom?	1	2
4	Reclamar al número 105 de la empresa que le entrega el servicio?	1	2
5	Reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado.	1	2
6	Exigir que se le entregue un número de reclamo para identificar claramente el reclamo realizado?	1	2
7	Insistir y efectuar el reclamo en la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL si está disconforme con la respuesta de la empresa?	1	2

E2. De las Instituciones que le voy a mencionar, **¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones?** LEA INSTITUCIONES. RESPUESTA MULTIPLE

	Instituciones	E2
1	SUBTEL , Subsecretaria de telecomunicaciones	1
2	SERNAC, Servicio nacional del consumidor	2
3	Otra (Especifique)_____	3
4	No sabe / No contesta	9

AGRADEZCA Y CIERRE

Gráfica 1.	Muestra y Error Muestral por Servicio y Compañía	11
Gráfica 2.	Muestras en mediciones desde 2013.....	12
Gráfica 3.	Perfil Demográfico por servicio	13
Gráfica 4.	Principales indicadores.....	14
Gráfica 5.	Conocimiento de los usuarios sobre derechos del consumidor de servicios de Telecomunicaciones	21
Gráfica 6.	Conocimiento de derechos, últimas 6 mediciones	22
Gráfica 7.	Evolutivo Institución con la cual se siente más protegido para hacer valer derechos de telecomunicaciones.....	23
Gráfica 8.	Satisfacción General con servicios de telecomunicaciones – Por servicio 1 y 2 sem. 2016 25	
Gráfica 9.	Satisfacción con servicios de telecomunicaciones – Por servicio y medición.....	26
Gráfica 10.	Satisfacción neta con servicios de telecomunicaciones – Por servicio y medición.....	27
Gráfica 11.	Satisfacción neta con servicios de telecomunicaciones – Por zona y medición.	28
Gráfica 12.	Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones – Por Zona.....	29
Gráfica 13.	Tasa de Problemas con servicios de telecomunicaciones – 1 y 2 sem 2016.....	30
Gráfica 14.	Tasa de Problemas con servicios de telecomunicaciones por Zona – 1 y 2 sem 2016.	31
Gráfica 15.	Tasa de reclamos con servicios de telecomunicaciones – 1 y 2 sem 2016.	32
Gráfica 16.	Tasa de Resolución de problemas con servicios de telecomunicaciones – 1 y 2 sem 2016. 33	
Gráfica 17.	Satisfacción con el Servicio entre quienes no tienen problemas – 1 y 2 sem 2016.....	34
Gráfica 18.	Satisfacción con el Servicio entre quienes tienen problemas – 1 y 2 sem 2016.....	35
Gráfica 19.	Satisfacción con el Servicio entre quienes tienen problemas sin resolver – 1 y 2 sem 2016. 36	
Gráfica 20.	Satisfacción con el Servicio entre quienes tienen problemas resueltos – 1 y 2 sem 2016. 37	
Gráfica 21.	Impacto problemas en la Satisfacción por Servicio, 1 y 2 sem. 2016.....	38

Gráfica 22.	Ponderación por segmento de los usuarios de Telefonía Móvil	39
Gráfica 23.	Características demográficas de usuarios de Telefonía Móvil	39
Gráfica 24.	Características demográficas de usuarios de Telefonía Móvil – Por compañía	40
Gráfica 25.	Características del servicio de telefonía móvil	41
Gráfica 26.	Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016	42
Gráfica 27.	Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil – Evolutivo.....	43
Gráfica 28.	Satisfacción Neta con empresas de Telefonía Móvil - Evolutivo.....	44
Gráfica 29.	Satisfacción por zona en Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016.....	45
Gráfica 30.	Satisfacción con servicio de Telefonía Móvil por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016 46	
Gráfica 31.	Satisfacción con servicio de Telefonía Móvil por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016 47	
Gráfica 32.	Tasa de problemas Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016	48
Gráfica 33.	Tasa de problemas Telefonía Móvil – Evolutivo.....	49
Gráfica 34.	Tasa de problemas Telefonía Móvil – por Zona 1 y 2 sem. 2016.....	50
Gráfica 35.	Tasa de problemas con el servicio de Telefonía Móvil por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016	51
Gráfica 36.	Tasa de problemas con servicio de Telefonía Móvil por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016	52
Gráfica 37.	Tipos de problemas de Telefonía Móvil	53
Gráfica 38.	Tipos de problemas de Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016	54
Gráfica 39.	Satisfacción por tipo de problema en Telefonía Móvil	55
Gráfica 40.	Tipos de problemas de Telefonía Móvil – Contrato y Prepago	56
Gráfica 41.	Tipos de problemas de Telefonía Móvil – Contrato	57
Gráfica 42.	Tipos de problemas de Telefonía Móvil - Prepago.....	58
Gráfica 43.	Tasa de reclamo Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016.....	59
Gráfica 44.	Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil.....	60

Gráfica 45.	Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Contrato y Prepago	61
Gráfica 46.	Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Contrato por compañía	62
Gráfica 47.	Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Prepago por compañía	63
Gráfica 48.	Canal por el que hizo el reclamo – 1 y 2 sem. 2016	64
Gráfica 49.	Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Telefónico, 1 y 2 sem. 2016...	65
Gráfica 50.	Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Presencial, 1 y 2 sem. 2016 ...	66
Gráfica 51.	Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Web, 1 y 2 sem. 2016	67
Gráfica 52.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de canal – 1 y 2 sem. 2016	68
Gráfica 53.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal telefónico 1 y 2 sem. 2016 por compañía.....	69
Gráfica 54.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial 1 y 2 sem. 2016 por compañía.....	70
Gráfica 55.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016 por compañía	71
Gráfica 56.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016 por compañía	72
Gráfica 57.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de canal	73
Gráfica 58.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – 1 y 2 sem. 2016	74
Gráfica 59.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por compañía	75
Gráfica 60.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal telefónico por compañía.....	76
Gráfica 61.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial por compañía.....	77
Gráfica 62.	Tasa de resolución del problema – 1 y 2 sem. 2016	78

Gráfica 63.	Satisfacción con Telefonía Móvil según si le han resuelto problemas – 1 y 2 sem 2016	79
Gráfica 64.	Satisfacción con Telefonía Móvil entre quienes tuvieron problemas no resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía	80
Gráfica 65.	Satisfacción con Telefonía Móvil entre quienes tuvieron problemas resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía	81
Gráfica 66.	Satisfacción con la Solución de problemas de Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016	82
Gráfica 67.	Satisfacción con la resolución de problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de plan, Contrato 1 y 2 sem. 2016.....	83
Gráfica 68.	Satisfacción con la resolución de problemas de Telefonía Móvil - Por tipo de plan, Prepago 1 y 2 sem. 2016.....	84
Gráfica 69.	Impacto problemas en Satisfacción por Operador de Telefonía Móvil – 1 y 2 sem 2016	85
Gráfica 70.	Impacto problemas en Satisfacción de Telefonía Móvil – Por zona, 1 y 2 sem 2016 ..	86
Gráfica 71.	Principales Indicadores Telefonía Móvil, 2 semestre 2016	87
Gráfica 72.	Principales Indicadores Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016.....	87
Gráfica 73.	Ponderación por segmento de los usuarios de Internet Móvil	88
Gráfica 74.	Características Demográficas de usuarios de Internet Móvil.....	88
Gráfica 75.	Características demográficas de usuarios de Internet Móvil – Por compañía.....	89
Gráfica 76.	Características de servicio de Internet Móvil	90
Gráfica 77.	Satisfacción con empresas de Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016	91
Gráfica 78.	Satisfacción con empresas de Internet Móvil – Evolutivo	92
Gráfica 79.	Satisfacción Neta con empresas de Internet Móvil – Evolutivo.....	93
Gráfica 80.	Satisfacción por Zona en Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016	94
Gráfica 81.	Satisfacción con servicio de Internet Móvil por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016	95
Gráfica 82.	Satisfacción velocidad Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016	97
Gráfica 83.	Satisfacción velocidad Internet Móvil por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016 ...	98

Gráfica 84.	Satisfacción velocidad Internet Móvil por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016	99
Gráfica 85.	Tasa de problemas Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016	100
Gráfica 86.	Tasa de problemas Internet Móvil – Evolutivo.....	101
Gráfica 87.	Tasa de problemas Internet Móvil – por Zona 1 y 2 sem. 2016.....	102
Gráfica 88.	Tasa de problemas con servicio de Internet Móvil por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016	103
Gráfica 89.	Tasa de problemas con servicio de Internet Móvil por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016	104
Gráfica 90.	Tipos de problemas de Internet Móvil	105
Gráfica 91.	Tipos de problemas de Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016.....	106
Gráfica 92.	Satisfacción por tipo de problema de Internet Móvil	107
Gráfica 93.	Tipos de problemas de Internet Móvil – Contrato y Prepago.....	108
Gráfica 94.	Tipos de problemas de Internet Móvil – Contrato	109
Gráfica 95.	Tipos de problemas de Internet Móvil – Prepago.....	110
Gráfica 96.	Tasa de reclamo Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016	111
Gráfica 97.	Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil	112
Gráfica 98.	Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Contrato y Prepago	113
Gráfica 99.	Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Contrato por compañía	114
Gráfica 100.	Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Prepago por compañía	115
Gráfica 101.	Canal por el que hizo el reclamo – 1 y 2 sem. 2016	116
Gráfica 102.	Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Telefónico, 1 y 2 sem. 2016	117
Gráfica 103.	Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Presencial, 1 y 2 sem. 2016	118
Gráfica 104.	Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Web, 1 y 2 sem. 2016	119
Gráfica 105.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de canal – 1 y 2 sem. 2016	120
Gráfica 106.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal telefónico 1 y 2 sem. 2016 por compañía.....	121

Gráfica 107.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial 1 y 2 sem. 2016 por compañía.....	122
Gráfica 108.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de plan – Contrato 1 y 2 sem. 2016 por compañía	123
Gráfica 109.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de plan – Prepago 1 y 2 sem. 2016 por compañía	124
Gráfica 110.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de canal	125
Gráfica 111.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – 1 y 2 sem. 2016	126
Gráfica 112.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por compañía	127
Gráfica 113.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Telefónico por compañía.....	128
Gráfica 114.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial por compañía	129
Gráfica 115.	Tasa de resolución del problema – 1 y 2 sem. 2016.....	130
Gráfica 116.	Satisfacción con Internet Móvil según si le han resuelto problemas – 1 y 2 sem 2016	131
Gráfica 117.	Satisfacción con Internet Móvil entre quienes tuvieron problemas no resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía	132
Gráfica 118.	Satisfacción con Internet Móvil entre quienes tuvieron problemas resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía	133
Gráfica 119.	Satisfacción con la solución de problemas de Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016...	134
Gráfica 120.	Satisfacción con la resolución de problemas de Internet Móvil – Por tipo de plan, Contrato 1 y 2 sem. 2016.....	135
Gráfica 121.	Satisfacción con la resolución de problemas de Internet Móvil – Por tipo de plan, Prepago 1 y 2 sem. 2016.....	136

Gráfica 122.	Impacto problemas en la Satisfacción por Operador de Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016	137
Gráfica 123.	Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Móvil – Por Zona 1 y 2 sem. 2016	138
Gráfica 124.	Principales indicadores Internet Móvil, 2 semestre 2016	139
Gráfica 125.	Principales indicadores Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016.....	139
Gráfica 126.	Ponderación por segmentos de usuarios de Internet Fija.....	140
Gráfica 127.	Características demográficas de usuarios de Internet Fija.....	140
Gráfica 128.	Características demográficas de los usuarios de Internet Fija – Por compañía	141
Gráfica 129.	Características del servicio de Internet Fija	142
Gráfica 130.	Satisfacción con empresas de Internet Fija - 1 y 2 sem. 2016.....	143
Gráfica 131.	Satisfacción con empresas de Internet Fija – Evolutivo	144
Gráfica 132.	Satisfacción neta con empresas de Internet Fija – Evolutivo	145
Gráfica 133.	Satisfacción por Zona en Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016	146
Gráfica 134.	Satisfacción con la velocidad de Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016	147
Gráfica 135.	Tasa de problemas Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016	148
Gráfica 136.	Tasa de problemas Internet Fija – Evolutivo	149
Gráfica 137.	Tasa de problemas Internet Fija – por Zona 1 y 2 sem. 2016.....	150
Gráfica 138.	Tipos de problemas de Internet fija.....	151
Gráfica 139.	Tipos de problemas de Internet fija – 1 y 2 sem. 2016	152
Gráfica 140.	Satisfacción por tipo de problema en Internet Fija	153
Gráfica 141.	Tasa de reclamo Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016	154
Gráfica 142.	Lugar de reclamo para problemas de Internet fija	155
Gráfica 143.	Canal por el que hizo el reclamo – 1 y 2 sem. 2016.....	156
Gráfica 144.	Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Telefónico, 1 y 2 sem. 2016	157
Gráfica 145.	Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Presencial, 1 y 2 sem. 2016	158

Gráfica 146.	Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Web, 1 y 2 sem. 2016	159
Gráfica 147.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de canal – 1 y 2 sem. 2016	160
Gráfica 148.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal telefónico 1 y 2 sem. 2016 por compañía.....	161
Gráfica 149.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial 1 y 2 sem. 2016 por compañía.....	162
Gráfica 150.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo por tipo de canal	163
Gráfica 151.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – 1 y 2 sem. 2016	164
Gráfica 152.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por compañía	165
Gráfica 153.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Telefónico por compañía.....	166
Gráfica 154.	Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial por compañía	167
Gráfica 155.	Usuarios que tuvieron problemas y agendaron visita técnica – 1 y 2 sem. 2016 .	168
Gráfica 156.	Evaluación del servicio técnico – 1 y 2 sem. 2016	169
Gráfica 157.	Razones de Insatisfacción con el servicio técnico.....	170
Gráfica 158.	Razones de Insatisfacción con el servicio técnico – 1 y 2 sem. 2016	171
Gráfica 159.	Tasa de resolución del problema – 1 y 2 sem. 2016.....	172
Gráfica 161.	Satisfacción con Internet Fija según si le han resuelto problemas – 1 y 2 sem. 2016	173
Gráfica 162.	Satisfacción con Internet Fija entre quienes tuvieron problemas no resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía	174
Gráfica 163.	Satisfacción con Internet Fija entre quienes tuvieron problemas resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía.....	175

Gráfica 164.	Satisfacción con la Solución de problemas de Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016	176
Gráfica 165.	Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Fija – Por Operador, 1 y 2 sem. 2016 177	
Gráfica 166.	Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Fija – Por Zona, 1 y 2 sem. 2016	178
Gráfica 167.	Indicadores de Internet Fija, 2 semestre 2016	179
Gráfica 168.	Indicadores de Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016.....	179
Gráfica 169.	Ponderación por segmento de los usuarios de Televisión Pagada.....	180
Gráfica 170.	Características demográficas de usuarios de Televisión Pagada.....	180
Gráfica 171.	Características demográficas de usuarios de Televisión Pagada – Por compañía .	181
Gráfica 172.	Características del servicio de Televisión Pagada.....	182
Gráfica 173.	Satisfacción con empresas de Televisión Pagada – 1 y 2 sem. 2016	183
Gráfica 174.	Satisfacción con empresas de Televisión Pagada – Evolutivo	184
Gráfica 175.	Satisfacción neta con empresas de Televisión Pagada – Evolutivo.....	185
Gráfica 176.	Satisfacción por Zona en Televisión Pagada – 1 y 2 sem. 2016	186
Gráfica 177.	Tasa de Problemas Televisión Pagada – 1 y 2 sem. 2016	187
Gráfica 179.	Tasa de Problemas en Televisión Pagada – Evolutivo	188
Gráfica 180.	Tasa de Problemas en Televisión Pagada – Por Zona 1 y 2 sem. 2016.....	189
Gráfica 181.	Tipos de problemas de Televisión Pagada.....	190
Gráfica 182.	Tipos de problemas de Televisión Pagada – 1 y 2 sem. 2016.....	191
Gráfica 183.	Satisfacción por tipo de problema de Televisión Pagada	192
Gráfica 184.	Tasa de reclamos TV Pagada – 1 y 2 sem. 2016.....	193
Gráfica 185.	Lugar de reclamo para problemas de Televisión Pagada	194
Gráfica 186.	Canal por el que hizo el reclamo – 1 y 2 sem. 2016	195
Gráfica 187.	Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Telefónico, 1 y 2 sem. 2016	196
Gráfica 188.	Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Presencial, 1 y 2 sem. 2016	197
Gráfica 189.	Canal por el que hizo el reclamo por empresa – Canal Web, 1 y 2 sem. 2016	198

Gráfica 190.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por tipo de canal 1 y 2 sem. 2016	199
Gráfica 191.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo - Canal telefónico 1 y 2 sem. 2016 por compañía.....	200
Gráfica 192.	Satisfacción con el proceso de interposición del reclamo - Canal presencial 1 y 2 sem. 2016 por compañía.....	201
Gráfica 193.	Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo – Por tipo de canal	202
Gráfica 194.	Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo – 1 y 2 sem. 2016	203
Gráfica 195.	Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo - por compañía	204
Gráfica 196.	Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo – Canal telefónico por compañía	205
Gráfica 197.	Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo - Canal presencial por compañía	206
Gráfica 198.	Usuarios que tuvieron problemas y agendaron visita técnica – 1 y 2 sem. 2016 ..	207
Gráfica 199.	Evaluación del servicio técnico – 1 y 2 sem. 2016.....	208
Gráfica 200.	Razones de insatisfacción con el servicio técnico.....	209
Gráfica 201.	Razones de insatisfacción con el servicio técnico – 1 y 2 sem. 2016	210
Gráfica 202.	Tasa de Resolución del problema - 1 y 2 sem. 2016.....	211
Gráfica 203.	Satisfacción con Televisión Pagada según si le han resuelto problemas – 1 y 2 sem. 2016	212
Gráfica 204.	Satisfacción con Televisión Pagada entre quienes tuvieron problemas no resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía	213
Gráfica 205.	Satisfacción con Televisión Pagada entre quienes tuvieron problemas resueltos – 1 y 2 sem. 2016 por compañía	214
Gráfica 206.	Satisfacción con la solución de problemas de Televisión Pagada – 1 y 2 sem. 2016	215

Gráfica 207.	Impacto problemas en la Satisfacción de Televisión de Pago – Por Operador, 1 y 2 sem. 2016	216
Gráfica 208.	Impacto problemas en la Satisfacción de la Televisión de Pago – Por Zona, 1 y 2 sem. 2016	217
Gráfica 209.	Principales indicadores Televisión Pagada, 2 semestre 2016	218
Gráfica 210.	Principales indicadores Televisión Pagada – 1 y 2 sem. 2016	218
Gráfica 211.	Ranking Satisfacción Usuarios Año 2016	219
Gráfica 212.	Ranking Satisfacción Usuarios 2015 vs 2016	220
Gráfica 213.	Ranking Satisfacción Usuarios - 1 y 2 sem. 2016	221
Gráfica 214.	Ranking Satisfacción Usuarios Servicios Móviles Año 2016	222
Gráfica 215.	Ranking Satisfacción Usuarios Servicios Móviles 2015 vs 2016	223
Gráfica 216.	Ranking Satisfacción Usuarios Servicios Móviles - 1 y 2 sem 2016	224
Gráfica 217.	Satisfacción Usuarios Telefonía Móvil – 2015 vs 2016	225
Gráfica 218.	Satisfacción Usuarios Telefonía Móvil – 1 y 2 sem. 2016	226
Gráfica 219.	Satisfacción Usuarios Internet Móvil – 2015 vs 2016	227
Gráfica 220.	Satisfacción Usuarios Internet Móvil – 1 y 2 sem. 2016	228
Gráfica 221.	Satisfacción Usuarios Internet Fija – 2015 vs 2016	229
Gráfica 222.	Satisfacción Usuarios Internet Fija – 1 y 2 sem. 2016	230
Gráfica 223.	Satisfacción Usuarios TV Pagada – 2015 vs 2016	231
Gráfica 224.	Satisfacción Usuarios TV Pagada – 1 y 2 sem. 2015	232
Gráfica 225.	Satisfacción telecomunicaciones por región – 2015 vs 2016	233
Gráfica 226.	Satisfacción telecomunicaciones por región – 1 sem vs 2 sem 2016	234
Gráfica 227.	Satisfacción Telefonía Móvil por región – 1 y 2 sem. 2016	235
Gráfica 228.	Indicadores Telefonía Móvil por región – 1 y 2 sem. 2016	236
Gráfica 229.	Satisfacción Internet Móvil por región – 1 y 2 sem. 2016	237
Gráfica 230.	Indicadores Internet Móvil por región – 1 y 2 sem. 2016	238

Gráfica 231.	Satisfacción Internet Fija por región – 1 y 2 sem. 2016.....	239
Gráfica 232.	Indicadores Internet Fija por región – 1 y 2 sem. 2016.....	240
Gráfica 233.	Satisfacción TV Pagada por región – 1 y 2 sem. 2016.....	241
Gráfica 234.	Indicadores TV Pagada por región – 1 y 2 sem. 2016.....	242
Gráfica 235.	Satisfacción con servicios 2015 vs 2016	243
Gráfica 236.	Tasa de Problemas con servicios 2015 vs 2016	244
Gráfica 237.	Satisfacción con Telefonía Móvil 2015 vs 2016	245
Gráfica 238.	Principales indicadores con Telefonía Móvil 2015 vs 2016	246
Gráfica 239.	Satisfacción con Internet Móvil 2015 vs 2016.....	247
Gráfica 240.	Principales indicadores con Internet Móvil 2015 vs 2016.....	248
Gráfica 241.	Satisfacción con Internet Fija 2015 vs 2016.....	249
Gráfica 242.	Principales indicadores con Internet Fija 2015 vs 2016	250
Gráfica 243.	Satisfacción con Televisión Pagada 2015 vs 2016	251
Gráfica 244.	Principales indicadores con Televisión Pagada 2015 vs 2016	252