

Cima g|r|o|u|p



# ***INFORME SEGUNDA ETAPA*** ***“Satisfacción de usuarios de servicios de telecomunicaciones”***

*Preparado para Subsecretaría de Telecomunicaciones*  
por: Cima g|r|o|u|p

**INDICE**

	ÍNDICE DE CUADROS	3
1	INTRODUCCIÓN	4
2	ANTECEDENTES	5
2.1	Fase Cualitativa	5
2.2	Elaboración y Validación del Cuestionario	5
3	OBJETIVOS	6
3.1	Objetivo General	6
3.2	Objetivos Específicos	6
4	RESULTADOS ETAPA CUANTITATIVA	7
4.1	Aspectos Metodológicos	7
4.1.1	Grupo Objetivo	7
4.1.2	Tipo de Investigación	7
4.1.3	Diseño Muestral	7
4.1.3.1	Diseño Muestral por Sexo, Edad y GSE	7
4.1.3.2	Diseño Muestral por Región y Zona	8
4.2	Resultados Generales	9
4.2.1	Presencia de Servicios de Telecomunicaciones en Hogares	9
4.2.2	Satisfacción con servicios de telecomunicaciones: Comparación entre servicios	10
4.2.3	Derechos de los consumidores de Telecomunicaciones y rol de SUBTEL	12
4.2.4	Detalle por servicios: Telefonía Fija	14
4.2.4.1	Contexto	14
4.2.4.2	Satisfacción con Aspectos de Servicio	14
4.2.4.3	Satisfacción con Cobros	15
4.2.4.4	Ocurrencia de Problemas y Resolución	16
4.2.5	Detalle por servicios: Larga Distancia	17
4.2.5.1	Contexto	17
4.2.5.2	Satisfacción con Aspectos de Servicio	17
4.2.5.3	Satisfacción con Cobros	18
4.2.5.4	Ocurrencia de Problemas y Resolución	19
4.2.6	Detalle por servicios: Telefonía Móvil	19
4.2.6.1	Contexto	19
4.2.6.2	Satisfacción con Aspectos de Servicio	20
4.2.6.3	Satisfacción con Cobros	21
4.2.6.4	Ocurrencia de Problemas y Resolución	21
4.2.7	Detalle por servicios: Internet	22
4.2.7.1	Contexto	22
4.2.7.2	Satisfacción con Aspectos de Servicio	23
4.2.7.3	Satisfacción con Cobros	24
4.2.7.4	Ocurrencia de Problemas y Resolución	24
4.2.8	Detalle por servicios: TV Pagada	25
4.2.8.1	Contexto	25
4.2.8.2	Satisfacción con Aspectos de Servicio	26
4.2.8.3	Satisfacción con Cobros	27
4.2.8.4	Ocurrencia de Problemas y Resolución	27
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	29
5.1	Comentarios Generales	29
5.2	Recomendaciones	30
6	ANEXO: DETALLE SATISFACCIÓN POR SEGMENTOS	31

**INDICE DE CUADROS**

<b>Nº</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁG.</b>
1	Combinaciones de servicios de telecomunicaciones en el Hogar.	9
2	Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones.	10
3	Ocurrencia de problemas con servicios de telecomunicaciones en el hogar	11
4	Resolución de Problemas con servicios de telecomunicaciones en el hogar	11
5	Conocimiento de derechos del consumidor de Telecomunicaciones	12
6	Conocimiento de organismos antes los cuales hacer valer estos derechos	13
7	Satisfacción con servicio de Telefonía Fija	14
8	Satisfacción con Cobros Telefonía fija	15
9	Satisfacción con servicio de Larga Distancia	17
10	Satisfacción con cobros Larga Distancia	18
11	Satisfacción con servicio de Telefonía Móvil	20
12	Satisfacción con cobros Telefonía Móvil	21
13	Satisfacción con servicio de Internet	23
14	Satisfacción con cobros Internet	24
15	Satisfacción con servicio de TV Pagada	26
16	Satisfacción con cobros TV Pagada	27

## 1 INTRODUCCIÓN

El Gobierno ha definido para el cuatrienio 2006-2010, como sus tres principales lineamientos estratégicos, a saber, la búsqueda de la equidad, la promoción de la competitividad y la búsqueda de la protección social para el usuario. Dichos objetivos deben fundar y justificar todo proceso de generación de políticas públicas, entre las que se encuentran las materias del sector de telecomunicaciones, cuyas iniciativas se originan desde la Subtel.

En particular, respecto de la búsqueda de la protección social de los usuarios, la Subtel debe asumir un rol preponderante, desde la perspectiva de su función de control y supervigilancia del funcionamiento de los servicios de telecomunicaciones y la protección de los derechos de los usuarios contemplada en la Ley N° 18.168, General de Telecomunicaciones, generando herramientas para la promoción de la disminución de las asimetrías de la información y la difusión de los derechos de los consumidores, en materia de servicios de telecomunicaciones.

El rol fiscalizador de la Subtel se torna especialmente relevante en un sector tan dinámico como el de las telecomunicaciones. En efecto, la velocidad del cambio tecnológico al interior de la industria, los múltiples servicios y su convergencia, la gran cantidad de actores que inciden directa e indirectamente en este sector y la heterogeneidad en los niveles de competencia de los distintos segmentos de la industria, hacen que la protección de los derechos de los consumidores sea uno de los principales objetivos estratégicos de la Subtel.

Como una herramienta relevante para poner en marcha los lineamientos estratégicos descritos es indispensable conocer la opinión de la ciudadanía, como destinatario final de la prestación de los diversos servicios de telecomunicaciones, lo que permitiría focalizar el actuar de este organismo fiscalizador y regulador, en aquello que otorgue mayor bienestar y satisfacción al usuario.

En mérito de lo expuesto, se ha requerido la aplicación de un instrumento que refleje el grado de satisfacción de la ciudadanía respecto de los distintos tipos de servicios de telecomunicaciones que reciben, que permita fortalecer la función del Estado en materia de protección de los derechos de los consumidores de las telecomunicaciones.

## 2 ANTECEDENTES

El presente es el informe de resultados de la Segunda Etapa y Final del estudio “Satisfacción de usuarios de Telecomunicaciones”, encargado por la Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile.

A esta Segunda Etapa le precede una Primera Fase exploratoria, en la cual se utilizó una metodología de tipo cualitativa, como forma de poder analizar las narraciones, discursos, hablas y estilos particulares de los grupos involucrados. La técnica de investigación efectuada fueron 2 grupos focales, los cuales fueron realizados en la ciudad de Santiago, en oficinas del área cualitativa de Cimagroup.

Con esto se identificaron aquellos atributos que los usuarios consideran más relevantes al momento de evaluar la calidad de los servicios de telecomunicaciones. Los atributos encontrados sirvieron como base para el diseño del cuestionario de la fase cuantitativa del estudio, que luego fue evaluado mediante una prueba piloto en condiciones reales.

Los servicios de telecomunicaciones evaluados fueron telefonía móvil, telefonía fija, servicio de larga distancia, servicio de Internet y servicio de televisión pagada.

### 2.1 Fase Cualitativa

Para recabar información de los consumidores, respecto a la opinión que tienen sobre el grado de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones, se optó por priorizar los elementos que emanan de su propia producción lingüística, como una forma de acercamiento directo a su subjetividad.

La metodología de investigación fue cualitativa en la recolección y análisis de datos.

La estrategia de esta investigación cualitativa está orientada a descubrir, captar y comprender el significado. El estudio fue de tipo exploratorio.

El Grupo Objetivo fueron consumidores residenciales hombres y mujeres entre 26 y 65 años, de grupos socio-económicos C2 y C3 que dispusieran de alguno de los servicios de telecomunicaciones señalados y que a la vez fueran usuarios de al menos tres de éstos.

### 2.2 Elaboración y Validación del Cuestionario

Luego de la realización de la etapa cualitativa se diseñó el cuestionario que se aplicó en la fase cuantitativa del estudio. Este fue construido en base a los resultados de la etapa cualitativa y a otros aspectos no evaluados en dicha etapa de acuerdo a la siguiente estructura:

- **Identificación de los servicios de telecomunicaciones** contratados o usados y de las empresas proveedoras de cada uno de éstos.
- **Evaluación calidad del servicio y satisfacción**, para cada servicio y cada proveedor se evalúan los aspectos más relevantes a partir del análisis de los resultados de la etapa cualitativa. Los hogares sólo evalúan los servicios que poseen. A partir de los resultados de la etapa cualitativa se definieron los aspectos por servicio para evaluar la calidad de servicio y satisfacción, el conocimiento de los detalles de cobros de servicios y la resolución de reclamos.

- Asociado a los aspectos de satisfacción, para cada servicio y cada proveedor se consulta si el entrevistado **conoce en detalle los elementos que se incluyen en el cobro del servicio.**
- **Se consulta si el entrevistado ha efectuado reclamos a las empresas proveedoras de servicios de telecomunicaciones,** considerando los aspectos más relevantes de la etapa cualitativa, se identificarán los proveedores y los servicios con el cual tuvo problemas y si sus reclamos han sido resueltos de manera satisfactoria de acuerdo a los resultados de la etapa cualitativa.
- Finalmente se indaga en todos los entrevistados, de forma espontánea y ayudada, el **grado de conocimiento respecto a los derechos del consumidor en materia de telecomunicaciones,** respecto a dónde y cómo hacer valer estos derechos y respecto al **conocimiento y la imagen que se tiene de SUBTEL en este sentido.**

Una vez diseñada la entrevista se sometió a una prueba piloto mediante la aplicación de 20 entrevistas reales en el Gran Santiago, con el fin de evaluar: el entendimiento de los aspectos a medir, la duración de la entrevista, el correcto flujo del cuestionario, el atractivo e interés del instrumento y comparar la calidad de la información que entregan jóvenes y adultos.

### 3 OBJETIVOS

#### 3.1 *Objetivo General*

- Identificar el grado de satisfacción de la ciudadanía respecto de los servicios de telecomunicaciones que le son provistos por las empresas del sector

#### 3.2 *Objetivos Específicos*

- Conocer la opinión y el nivel de satisfacción de los usuarios respecto de los distintos tipos de servicios de telecomunicaciones prestados, tales como, telefonía móvil, telefonía local, servicio de Internet, servicio de larga distancia y servicio de televisión pagada.
- Conocer la percepción respecto del nivel de calidad de las prestaciones recibidas por los usuarios de los distintos tipos de servicios de telecomunicaciones

## 4 RESULTADOS ETAPA CUANTITATIVA

### 4.1 Aspectos Metodológicos

#### 4.1.1 Grupo Objetivo

Hogares de todo Chile que tengan o sean usuarios de algún servicio de telecomunicaciones como: telefonía fija, telefonía móvil, Internet (conmutado o banda ancha), televisión pagada (cable o satelital) y telefonía larga distancia nacional o internacional.

#### 4.1.2 Tipo de Investigación

Investigación Cuantitativa con aplicación de entrevistas mediante cuestionario estructurado en hogares.

#### 4.1.3 Diseño Muestral

Se realizaron 1.888 entrevistas en todo Chile.

La selección de los casos se realizó en etapas: en primer lugar se sortearon aleatoriamente manzanas según requerimientos de GSE; luego en cada manzana se seleccionarán los hogares mediante salto sistemático, y si el hogar seleccionado no cumple los requerimientos del grupo objetivo se reemplaza y se deja registrado como filtro; finalmente en el hogar se seleccionó al entrevistado entre las personas presentes mayores de 18 años mediante cuotas sociodemográficas, y si en el hogar más de una persona cumplía con este requerimiento de aplicó sorteo aleatorio entre ellas mediante tabla de Kish.

Las entrevistas se distribuyeron por cuotas no proporcionales según variables sociodemográficas. Al definir cuotas no proporcionales el peso de cada segmento en la muestra no corresponde al peso en la población total, por lo tanto los datos fueron ponderados para devolver a cada segmento su peso real según las siguientes variables: el peso de cada región en la población total, sexo, GSE y rango de edad.

##### 4.1.3.1 Diseño Muestral por Sexo, Edad y GSE

SEXO	N absoluto	N ponderado	% según N ponderado
Hombres	950	940	49,8
Mujeres	938	948	50,2
<b>TOTAL</b>	<b>1.888</b>	<b>1.888</b>	<b>100</b>

RANGO DE EDAD	N absoluto	N ponderado	% según N ponderado
18 a 25	337	384	20,4
26 a 35	343	403	21,4
36 a 45	337	344	18,2
46 a 55	339	355	18,8
56 a 65	342	250	13,2
Más de 65	190	152	8,0
<b>TOTAL</b>	<b>1.888</b>	<b>1.888</b>	<b>100</b>

GSE	N absoluto	N ponderado	% según N ponderado
ABC1	359	115	6,1
C2	422	283	15,0
C3	406	406	21,5
D	444	718	38,0
E	257	365	19,3
<b>TOTAL</b>	<b>1.888</b>	<b>1.888</b>	<b>100</b>

#### 4.1.3.2 Diseño Muestral por Región y Zona

REGIÓN	Población	N absoluto	N ponderado	% según N ponderado	Error muestral	ZONA	N absoluto	Error Muestral
Tarapacá	428.594	100	54	2,8	± 9,8	Norte	623	± 3,9
Antofagasta	493.984	111	62	3,3	± 9,3			
Atacama	254.336	106	32	1,7	± 9,5			
Coquimbo	603.210	106	75	4,0	± 9,5			
Valparaíso	1.539.852	200	192	10,2	± 6,9			
Santiago	6.061.185	429	757	40,1	± 4,7	Santiago	429	± 4,7
O'Higgins	780.627	104	98	5,2	± 9,6	Sur	836	± 3,4
Maule	908.097	102	113	6,0	± 9,7			
Bío Bío	1.861.562	219	233	12,3	± 6,6			
Araucanía	869.535	100	109	5,8	± 9,8			
Los Lagos	1.073.135	101	134	7,1	± 9,8			
Aisén	91.492	106	12	0,6	± 9,5			
Magallanes	150.826	104	19	1,0	± 9,6			
<b>TOTAL</b>	<b>15.116.435</b>	<b>1.888</b>	<b>1.888</b>	100	± 2,3	<b>TOTAL</b>	<b>1.888</b>	± 2,3

## 4.2 Resultados Generales

### 4.2.1 Presencia de Servicios de Telecomunicaciones en Hogares

Se consultó respecto a la tenencia o uso de servicios de telecomunicaciones en el hogar en dos instancias: los entrevistados contestaron por ellos mismos y por el resto de los miembros de sus hogares.

Entre los entrevistados la presencia de servicios es: Teléfono Móvil 81%, Teléfono Fijo 63%, TV Pagada 30%, Larga Distancia 23% e Internet en el hogar 22%.

Si se considera a todos los miembros de los hogares de los entrevistados, el 59% tiene Teléfono Móvil, el 14% realiza llamadas de Larga Distancia y el 31% es usuario de Internet. En tanto si se considera sólo a los mayores de 18 años, grupo más cercano al grupo objetivo del estudio, quienes tienen Teléfono Móvil aumentan a 70%, quienes hacen llamadas de Larga Distancia aumentan al 19% y los usuarios de Internet se reducen a un 28%.

El servicio de Telefonía Fija es el más antiguo en los hogares con un promedio de 8,7 años con el mismo proveedor, seguido de Larga Distancia con 6 años y TV pagada con 4,2 años. Entre los servicios más nuevos los entrevistados tienen el mismo proveedor de Teléfono Móvil hace solo 3,3 años, lo cual no le impide ser el de mayor presencia. Finalmente Internet es el servicio de contratación más reciente con 2,3 años de antigüedad en el hogar.

Las combinaciones de servicios en los hogares, tomando en cuenta la declaración de los entrevistados es la siguiente:

**Cuadro 1: Combinaciones de servicios de telecomunicaciones en el Hogar.**  
Base: todos los hogares (1.888)

	ABC1	C2	C3	D	E	
	n=359	n=422	n=406	n=444	n=257	
Sólo Teléfono Móvil	26%	2	7	17	31	51
Sólo teléfono fijo	4%	2	0	4	6	5
Teléfono Fijo y Móvil	20%	5	8	22	27	21
Sólo TV pagada	0%	--	0	0	0	1
Sólo Larga Distancia	0%	--	--	--	1	0
TV Pagada y Móvil	2%	1	1	3	2	2
Teléfono Móvil y Larga Distancia	6%	0	2	7	7	9
Internet y Teléfono Móvil	0%	0	0	0	--	--
TV Pagada y Fijo	1%	--	0	1	1	0
Teléfono fijo y Larga Distancia	0%	0	1	1	1	0
TV Pagada, Móvil y Fijo	7%	3	10	9	7	2
Internet y Teléfono Fijo	0%	1	1	1	--	0
Teléfono Móvil, Larga Distancia y Fijo	6%	1	7	5	7	3
Internet, Teléfono Móvil y Fijo	4%	5	10	6	1	2
TV Pagada, Móvil y Larga Distancia	1%	0	1	1	1	1
TV Pagada, Internet y Móvil	1%	1	1	1	0	--
Internet, Teléfono Móvil y Larga Distancia	0%	0	0	0	--	--
TV Pagada, Larga Distancia y Fijo	0%	0	0	--	0	--
TV Pagada, Internet y Fijo	0%	2	0	1	0	--
TV Pagada, Móvil, Larga Distancia y Fijo	3%	4	7	4	2	0
Internet, Larga Distancia y Fijo	0%	--	--	--	0	--
TV Pagada, Internet, Móvil y Fijo	7%	27	16	7	4	1
Internet, Teléfono Móvil, Larga Distancia y Fijo	2%	8	4	4	1	--
TV Pagada, Internet, Móvil y Larga Distancia	0%	0	0	0	--	--
TV Pagada, Internet, Larga Distancia y Fijo	0%	1	0	0	--	--
Todos los servicios	7%	36	22	6	0	0

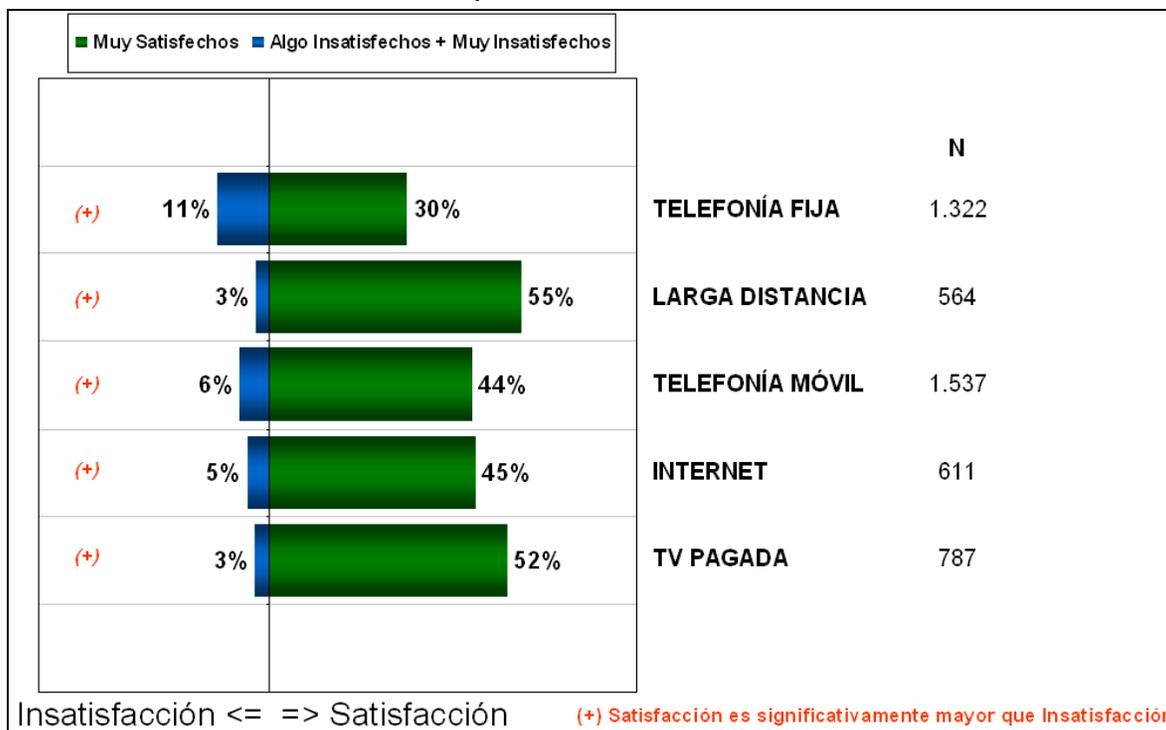
Tal como se aprecia, las combinaciones más básicas están más presentes en los hogares de menor nivel socioeconómico, mientras que en los niveles más altos hay mayor presencia de las combinaciones más completas de servicios.

#### 4.2.2 Satisfacción con servicios de telecomunicaciones: Comparación entre servicios

Como elemento para caracterizar a los entrevistados se indagó respecto a la relación de ellos con cada servicio definiendo 3 categorías no excluyentes: quienes usan los servicios se definen como Usuarios, quienes definen qué proveedor se usa o contrata serán Decisores y quienes se encargan de pagar cada servicio son Pagadores. De acuerdo a estas categorías se tiene que en los servicios que son propiamente del hogar como Telefonía Fija, Internet y TV Pagada, la cantidad de decisores y pagadores de la muestra es cercana a los 2 tercios, mientras que en los servicios de uso personal, Larga Distancia y Telefonía Móvil, esta cantidad sube por tanto los usuarios están más involucrados.

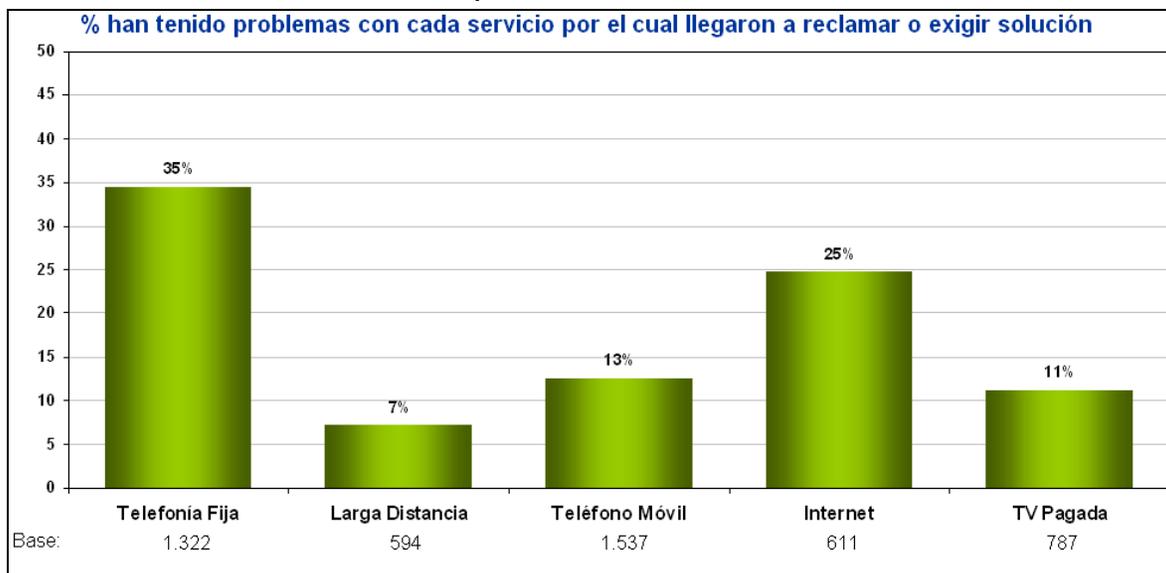
La satisfacción general declarada de los entrevistados con cada uno de los servicios es la siguiente:

**Cuadro 2: Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones.**  
Base: quienes tienen cada servicio

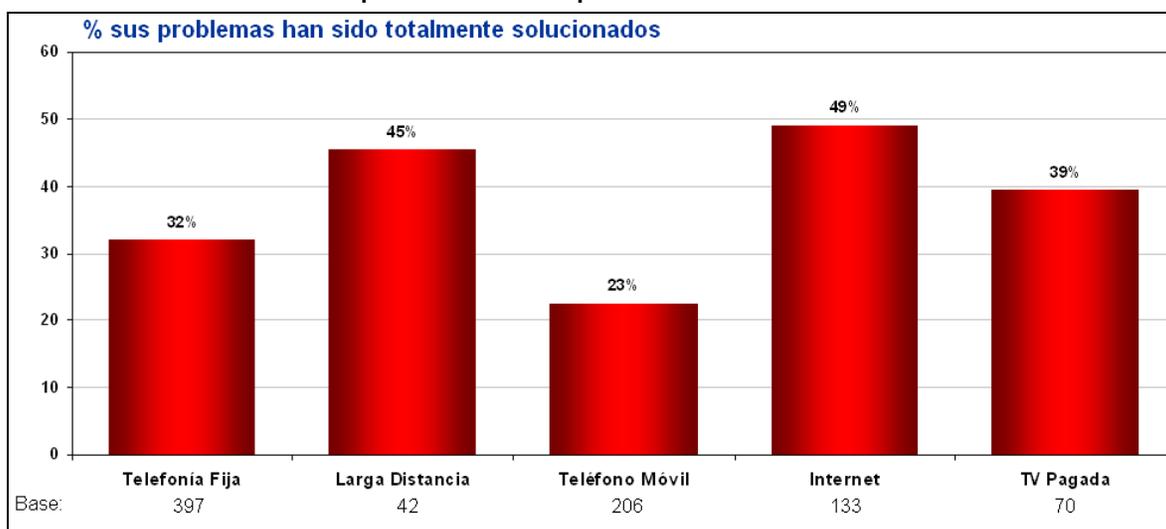


Los 5 servicios evaluados tienen un nivel de satisfacción medio y relativamente similar entre ellos excepto el más tradicional: Telefonía Fija.

**Cuadro 3: Ocurrencia de problemas con servicios de telecomunicaciones en el hogar**  
**Base: quienes tienen cada servicio**



**Cuadro 4: Resolución de Problemas con servicios de telecomunicaciones en el hogar**  
**Base: quienes han tenido problemas con cada servicio**



En los cuadros 3 y 4 se encuentran razones para la baja evaluación de la Telefonía Fija, la alta cantidad de problemas que se generan con este servicio y su baja capacidad de resolución se asocian con menor satisfacción con este servicio. En cambio para el servicio de Internet la cantidad de problemas también es importante, sin embargo su resolución es mucho mejor, por tanto la satisfacción general es también mayor.

#### 4.2.3 Derechos de los consumidores de Telecomunicaciones y rol de SUBTEL.

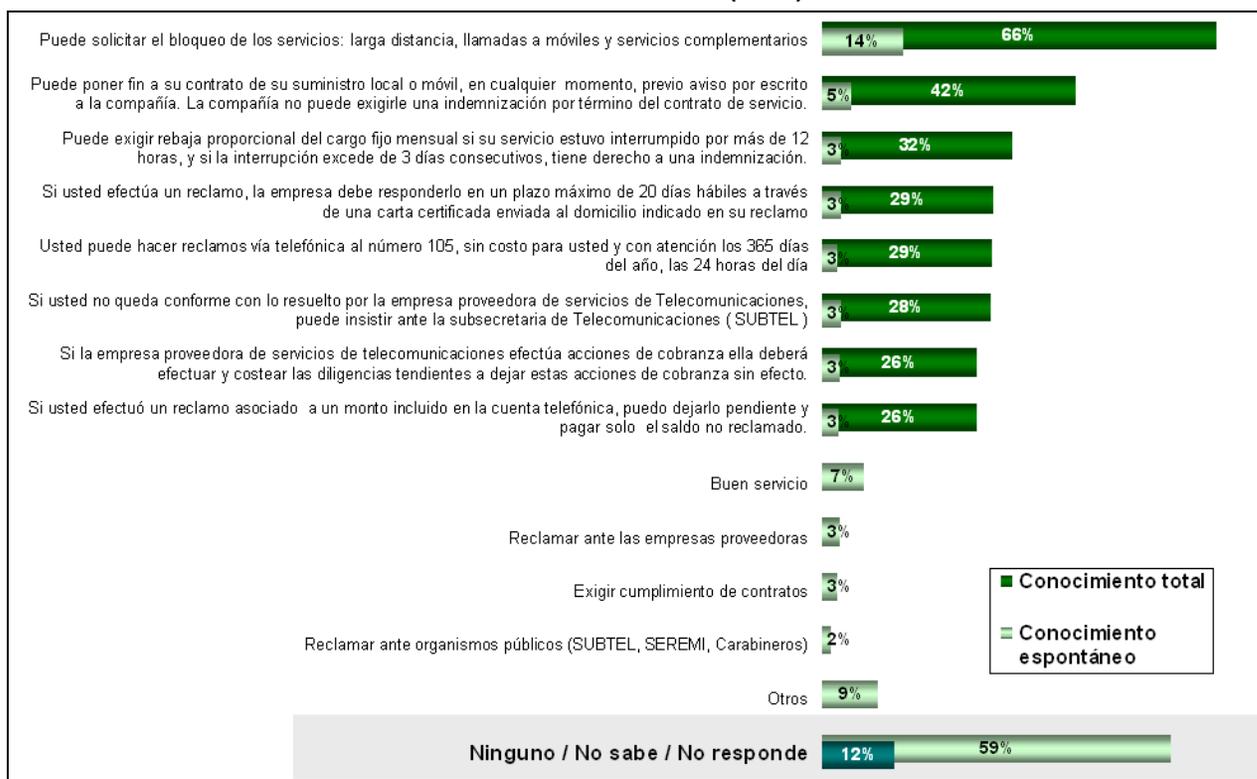
La Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) es el organismo regulador de los servicios de telecomunicaciones de Chile y es quien vela por el cumplimiento de los derechos que tienen los usuarios de servicios de telecomunicaciones. Sin embargo está lejos de ser una institución reconocida en este aspecto.

En el marco de este estudio se indaga respecto a los problemas que los usuarios han tenido con los distintos servicios de telecomunicaciones, los cuales pueden ser resueltos en dos instancias: la primera cuando surge el problema y la segunda cuando el problema no ha sido resuelto por las empresas proveedoras.

En la primera instancia el porcentaje de usuarios que recurre a SUBTEL es muy bajo: sólo un 2% de quienes tienen problemas, excepto en el servicio de Larga Distancia donde la cifra sube a un 17% probablemente porque los operadores de carriers no tienen la cantidad de oficinas que sí tiene el resto de los servicios. En la segunda instancia la cantidad de usuarios que recurre a SUBTEL aumenta, pero no logra superar el 10% de quienes no han visto resueltos sus problemas, excepto en Internet.

Una posible explicación a esta situación, más allá que se recurre directamente a las empresas proveedoras, puede estar en el nivel de conocimiento que los usuarios tienen respecto a sus derechos como consumidores de servicios de telecomunicaciones:

**Cuadro 5: Conocimiento de derechos del consumidor de Telecomunicaciones**  
Base: todos los entrevistados (1.888)



Ante la consulta de cuales son sus derechos, un muy alto 59% de los usuarios responde espontáneamente “ninguno / no sabe / no responde”, e incluso cuando se apoya la respuesta un 12% aún no reconoce ningún derecho. La desinformación de los entrevistados es alta, por tanto no se presentan las condiciones básicas para hacer valer estos derechos ni menos para recurrir a alguna instancia garante de éstos. El que el derecho más conocido sea el bloqueo de servicios confirma esta impresión, ya que éste es justamente el que más se ha comunicado de los que se evaluaron.

**Cuadro 6: Conocimiento de organismos antes los cuales hacer valer estos derechos**  
Base: todos los entrevistados (1.888)



Por tanto no extraña que SUBTEL no sea reconocida como instancia garante de derechos que son ignorados. Y tampoco es inusual que un 31% de los entrevistados mencione espontáneamente que ninguna institución es garante de sus derechos en este ámbito.

Situación distinta es la que ocurre con el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), institución que trabaja con SUBTEL y que tiene un rol más general pero que de todos modos es más reconocida en este sentido, ya que permanentemente comunica a la ciudadanía respecto a la existencia y al respeto de los derechos de los consumidores.

Un resultado que llama la atención es el conocimiento de derechos por nivel

socioeconómico. En un contexto de desconocimiento general, entre los usuarios del GSE ABC1 un 55% menciona espontáneamente conocer por lo menos un derecho como consumidor de telecomunicaciones, cifra que en el C2 es de 53%, en el C3 de 48%, en el D es un 36% y en el E un 32%. Por tanto los grupos sociales más altos, que tienen mayor acceso a la educación y a la información general, son quienes más conocen sus derechos, situación inversa a la que viven los sectores más bajos, acrecentando las desigualdades que se aprecian en otros ámbitos.

#### 4.2.4 Detalle por servicios: Telefonía Fija.

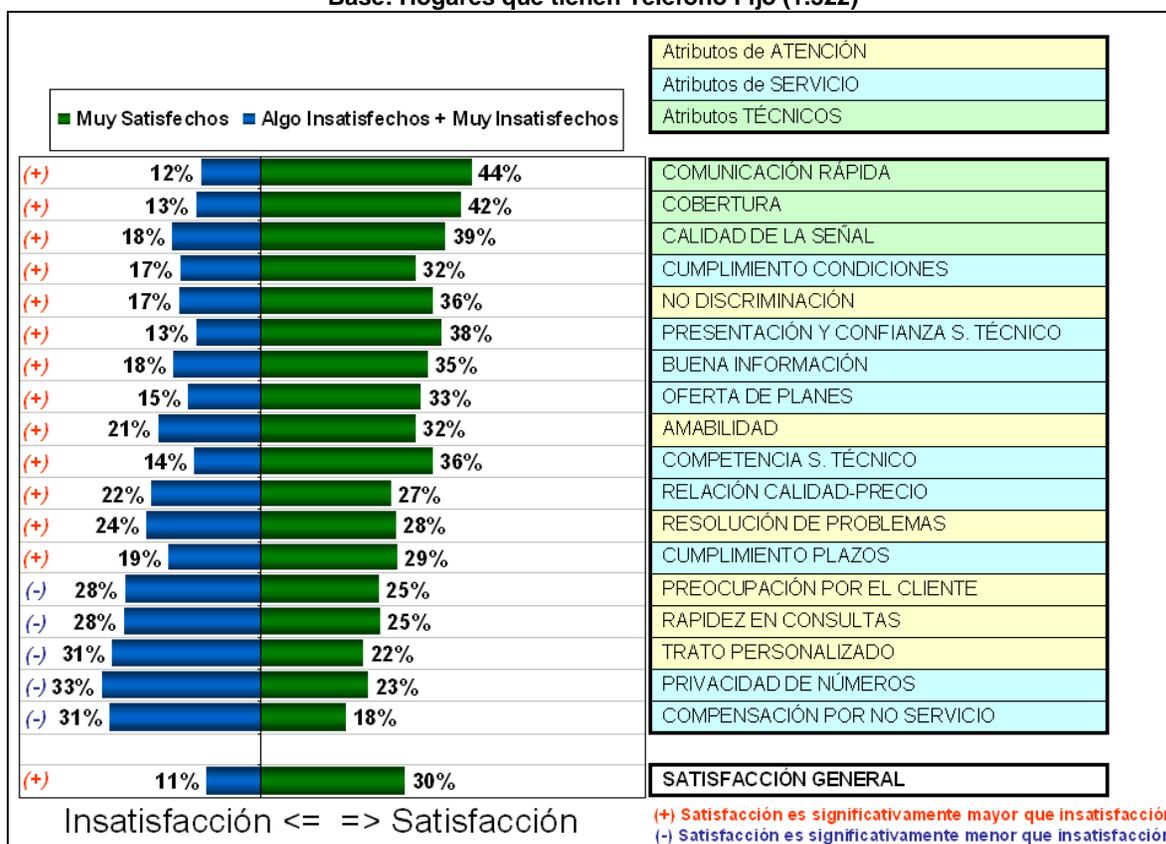
##### 4.2.4.1 Contexto

El servicio está presente en el 63% de los hogares de la muestra. Los proveedores del servicio son en orden decreciente: Telefónica Chile con presencia en el 69% de los hogares que tienen el servicio, VTR con un 19%, Telefónica del Sur con un 7%, CMET con un 3% y otros proveedores con un 4%. Sólo un 1% de los hogares con el servicio tiene más de un proveedor.

Como servicio que contrata el hogar, los jóvenes participan muy poco de la decisión de contratación y de la responsabilidad del pago del servicio, siendo preferentemente solo usuarios.

##### 4.2.4.2 Satisfacción con Aspectos de Servicio

**Cuadro 7: Satisfacción con servicio de Telefonía Fija**  
Base: Hogares que tienen Teléfono Fijo (1.322)



En el servicio menos valorado en general los atributos técnicos relacionados con el funcionamiento del servicio son los que generan mayor satisfacción. Los usuarios de un servicio más maduro tienen más claro lo que pueden esperar en cuanto a desempeño técnico.

Por el contrario entre los aspectos menos valorados están los relacionados con la Atención al cliente y dos muy sensibles: el uso de los números de teléfono para campañas promocionales y políticas vulnerando la privacidad, y la compensación monetaria cuando el servicio se interrumpe. De hecho este servicio es el único en el cual hay aspectos que presentan más insatisfacción que satisfacción

Se aprecian diferencias en la evaluación por edad, los jóvenes son más críticos mientras que los adultos son más complacientes.

Si bien a nivel general no hay diferencias por sexo, sí las hay en aspectos específicos tendientes a una mejor evaluación entre las mujeres.

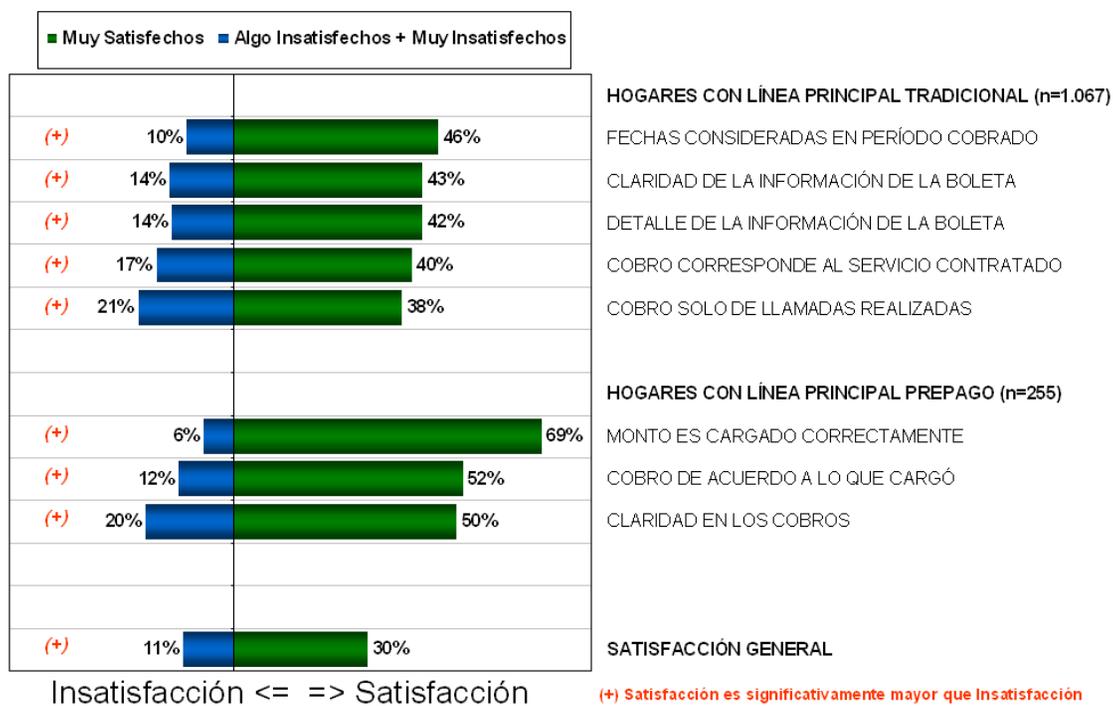
En cuanto a diferencias por GSE la situación es más clara, en los niveles más altos hay mayor satisfacción y en los más bajos menor satisfacción, siempre hablando de aspectos específicos.

Comparando por zona geográfica la tendencia es más clara. Los usuarios de Santiago son más críticos y su satisfacción es menor que la de los usuarios del resto de Chile.

Al comparar entre proveedores hay diferencias clarísimas: el principal proveedor Telefónica Chile es evaluado mucho más bajo que sus dos más cercanos competidores (que de todos modos aún están lejos en cuanto a penetración de marca), VTR y Telefónica del Sur. La evaluación del proveedor principal está determinando al servicio en comparación a estas marcas más jóvenes.

#### 4.2.4.3 Satisfacción con Cobros

**Cuadro 8: % Satisfacción con Cobros Telefonía fija**  
Base: Hogares que tienen Teléfono Fijo (1.322)



A pesar de la baja evaluación del servicio la satisfacción con los cobros del servicio es más alta que la satisfacción general, en especial entre los clientes del emergente servicio de prepago. Los aspectos menos valorados están relacionados con irregularidades en los cobros, que son justamente los problemas más recurrentes.

En cuanto a diferencias por segmentos, las tendencias indicadas en la evaluación de aspectos de servicio se repiten, con igual intensidad en cuanto a Zona y Proveedor, y en menor medida al distinguir variables sociodemográficas como sexo, edad y GSE.

#### **4.2.4.4 Ocurrencia de Problemas y Resolución**

Un alto 35% de los hogares que tienen teléfono fijo ha tenido problemas con el servicio. Quienes han vivido esta situación acuden en su totalidad a la empresa proveedora para solucionarlos en primera instancia, en tanto que un 2% también acude a otras instancias como SERNAC o SUBTEL.

La participación de proveedores entre los reclamos está en relación a la participación de cada marca, excepto VTR que tiene menos reclamos de los esperables y CMET que tiene más.

Los principales problemas reclamados son en orden decreciente:

- Cobro de llamadas no realizadas, denunciado por el 37% de los hogares que han tenido problemas.
- Problemas con la señal con un 14%
- No entendimiento de cobros con un 13%
- Atención al cliente no resuelve problemas ni aclara dudas con un 10%,
- Robo de cables con un 9%
- Cobros injustificados, no respeto de planes contratados y cobro de servicios no contratados con un 8%
- Corte del servicio con un 6%
- Fallas en funcionamiento de aparatos con un 4%
- Cobro de concursos y servicios bloqueados, 3%
- Otros problemas, 13%.

Los problemas denunciados han sido solucionados en su totalidad solo en un 32% de los casos, en tanto que un 39% de los mismos no han tenido solución o ni siquiera han sido considerados por la empresa proveedora. Los problemas con mayor porcentaje de resolución total son los problemas de señal (40%) y corte de servicio (50%), mientras que los menos resueltos son la capacidad de respuesta del servicio de atención al cliente (29%) y los relacionados con los cobros: llamadas no realizadas (28%), no entendimiento de cobros (25%) y cobros injustificados (19%), éstos últimos justamente los más recurrentes.

Entre quienes no han visto resueltos sus problemas por parte de los proveedores, un amplio 92% no recurre a una segunda instancia.

Los proveedores secundarios, VTR y Telefónica del Sur son levemente mejores que Telefónica Chile en cuanto a la resolución de problemas.

#### 4.2.5 Detalle por servicios: Larga Distancia.

##### 4.2.5.1 Contexto

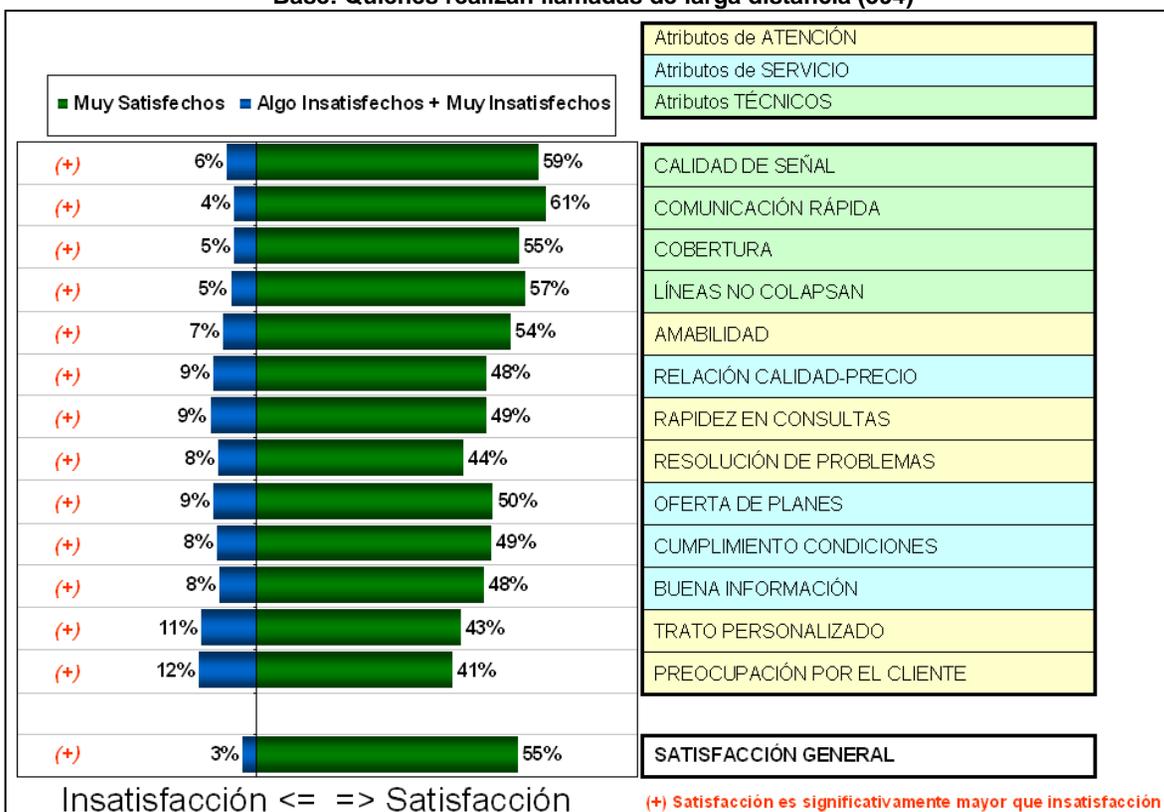
Un 23% de los entrevistados declara usar este servicio. El 22% de quienes usan el servicio declara usar más de un carrier, por tanto hay más uso compartido de proveedores. Los carriers más usados son el 188 de Telefónica Mundo con un 46%, el 123 de Entel con un 29%, el 171 de Telmex con un 21%, el 121 de Telefónica del Sur con un 6% y el 111 de VTR con un 6%, en tanto que una serie de proveedores pequeños tiene un 13% de uso.

El 67% de los usuarios del servicio recibe el detalle junto con su cuenta de teléfono fijo, por tanto se puede decir que estos dos servicios están relacionados. El 34% de los usuarios usa medios de prepago y un 21% recibe facturación directa de parte del operador de carrier, principalmente al tener contratado un plan.

Dado que este es un servicio de uso más personal y además más barato considerando la alternativa del prepago, los jóvenes aumentan su participación como decisores y pagadores.

##### 4.2.5.2 Satisfacción con Aspectos de Servicio

**Cuadro 9: Satisfacción con servicio de Larga Distancia**  
Base: Quienes realizan llamadas de larga distancia (594)



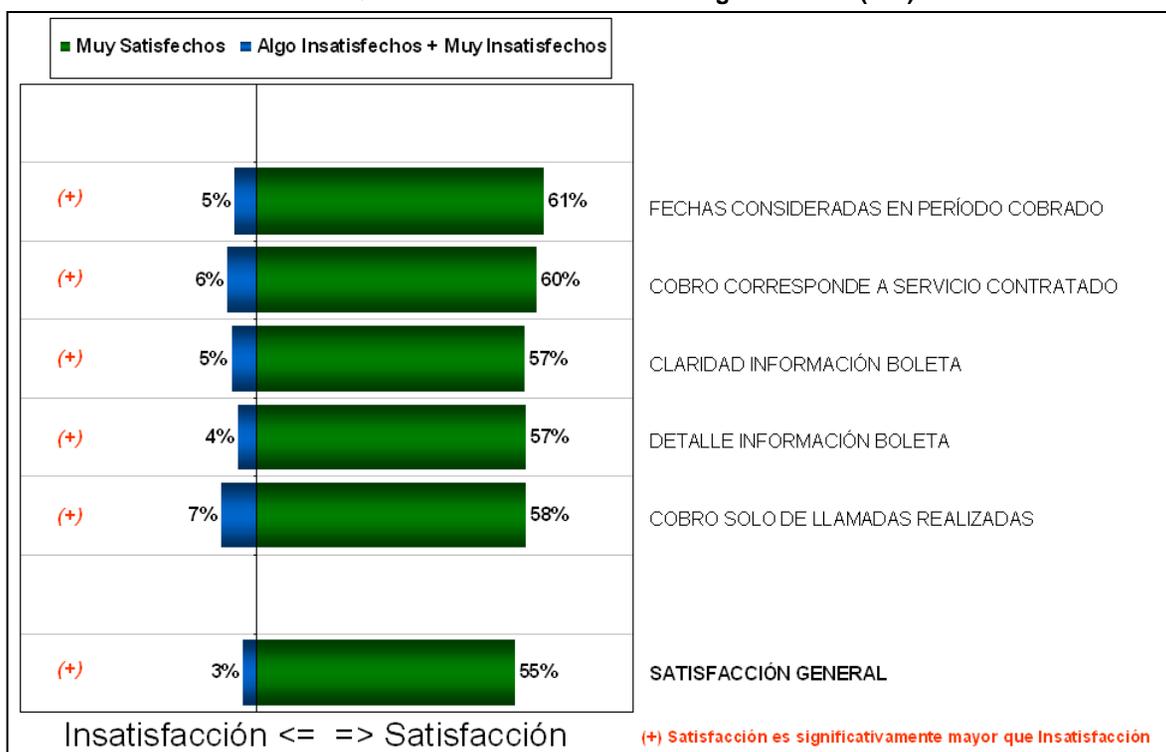
La relación de este servicio con Telefonía Fija se aprecia en que los aspectos mejor evaluados son similares a éste: los técnicos relacionados al funcionamiento, así como los peor evaluados tienen que ver con la atención al cliente, principalmente post venta.

Las tendencias por segmentos son también similares a las que se aprecian en Telefonía Fija, los jóvenes claramente tienen una evaluación más baja del servicio que la de los adultos y los usuarios de Santiago son más críticos que sus pares del resto de Chile. Sin embargo las diferencias apreciadas por GSE están mucho más atenuadas.

La comparación entre los principales proveedores nos indica que el proveedor líder 188 Telefónica Mundo es mejor evaluado que su competidor directo 123 Entel, elemento que guarda relación con su mayor uso.

#### 4.2.5.3 Satisfacción con Cobros

**Cuadro 10: Satisfacción con cobros Larga Distancia**  
Base: Quienes realizan llamadas de larga distancia (594)



En la evaluación de los cobros no se aprecian aspectos débiles. Sin embargo el cobro de llamadas no realizadas vuelve a ser el aspecto que tiene menor satisfacción en este servicio, tal cual ocurre en Telefonía Fija.

En cuanto a diferencias por segmentos, las tendencias que se repiten en relación a Telefonía Fija son la mejor evaluación entre los GSE altos y viceversa y la menor evaluación entre usuarios de la capital. En los otros segmentos no hay diferencias importantes.

#### 4.2.5.4 Ocurrencia de Problemas y Resolución

A diferencia de los otros servicios sólo un 7% de quienes usan el servicio han llegado a reclamar por haber tenido problemas, lo cual lo hace el servicio de mejor desempeño y además el mejor evaluado en general. Sin embargo no es claro si la baja cantidad de problemas denunciados es porque efectivamente ocurren pocas situaciones de este tipo o porque el reclamar a los operadores de carrier que no tienen una presencia importante de oficinas.

Este servicio es el único en el cual no todos los que han tenido problemas acuden directamente al proveedor, justamente porque es más complicado el contacto. De hecho un 9% de éstos acude exclusivamente a SERNAC o SUBTEL en primera instancia..

188 Telefónica Mundo es el único proveedor que presenta menos reclamos que lo esperable según su penetración, mientras que los proveedores pequeños tiene más problemas que lo esperable.

Los problemas declarados son similares a los que tiene la Telefonía Fija:

- El Cobro de llamadas no realizadas es el principal con un 54% entre los hogares que han tenido problemas.
- Llamados con interferencia, ruido y cortes está presente en un 17%
- No entendimiento de cobros tiene un 14%
- Cobros injustificados o no acordados con un 11%
- Demora en el cobro ha ocurrido en un 3%
- En un 3% de los casos la compañía no acepta el paso de otros servicio
- Finalmente un minoritario 1% declara que solo puede usar un carrier.

La resolución de los pocos problemas denunciados es mejor que lo que ocurre en Telefonía Fija, un 45% ha sido solucionado totalmente frente a un 23% para el cual no ha existido solución. El principal problema, el cobro de llamados no realizados tiene un muy satisfactorio 67% de resolución total. Sin embargo para otros problemas menores también asociados a cobros la resolución no es igual: los cobros no acordados sólo han sido resueltos en un 11% de los casos, el no entendimiento de cobros en un 6% y la demora en el cobro nunca ha sido resuelta.

Nuevamente quienes no han ven resueltos sus problemas en primera instancia no recurren a otra instancia (90%).

#### 4.2.6 Detalle por servicios: Telefonía Móvil.

##### 4.2.6.1 Contexto

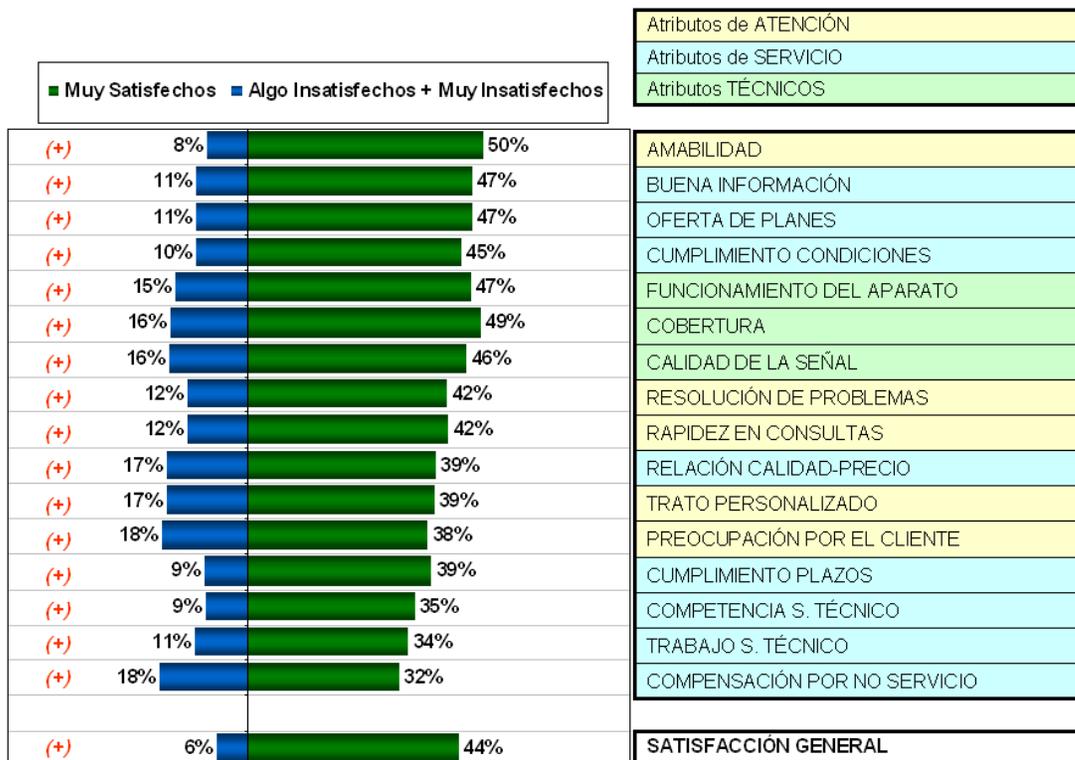
De los 5 servicios evaluados este es el más masivo, usado por el 81% de los entrevistados. La competencia en este mercado es mucho más acotada ya que solo hay 3 proveedores: Movistar y Entel que comparten el liderazgo con un 42% de presencia entre quienes tienen el servicio, y el operador secundario Claro presente en un 19%. Sólo un 4% de los usuarios del servicio usa más de un proveedor.

En cuanto a forma de pago, un muy amplio 85% de los usuarios tiene Prepago, mientras que un 18% tiene un plan contratado. Esta característica le ha permitido a este servicio un despegue explosivo en los últimos años, llegando a ser el servicio más masivo a pesar de su corta antigüedad. Esta masividad permite y a la vez se basa en la participación mayor

de los jóvenes como decisores y pagadores del servicio que usan, más que en ningún otro servicio de telecomunicaciones.

#### 4.2.6.2 Satisfacción con Aspectos de Servicio

**Cuadro 11: Satisfacción con servicio de Telefonía Móvil**  
Base: Quienes tiene teléfono móvil (1.537)



Insatisfacción <= => Satisfacción

(+) Satisfacción es significativamente mayor que insatisfacción

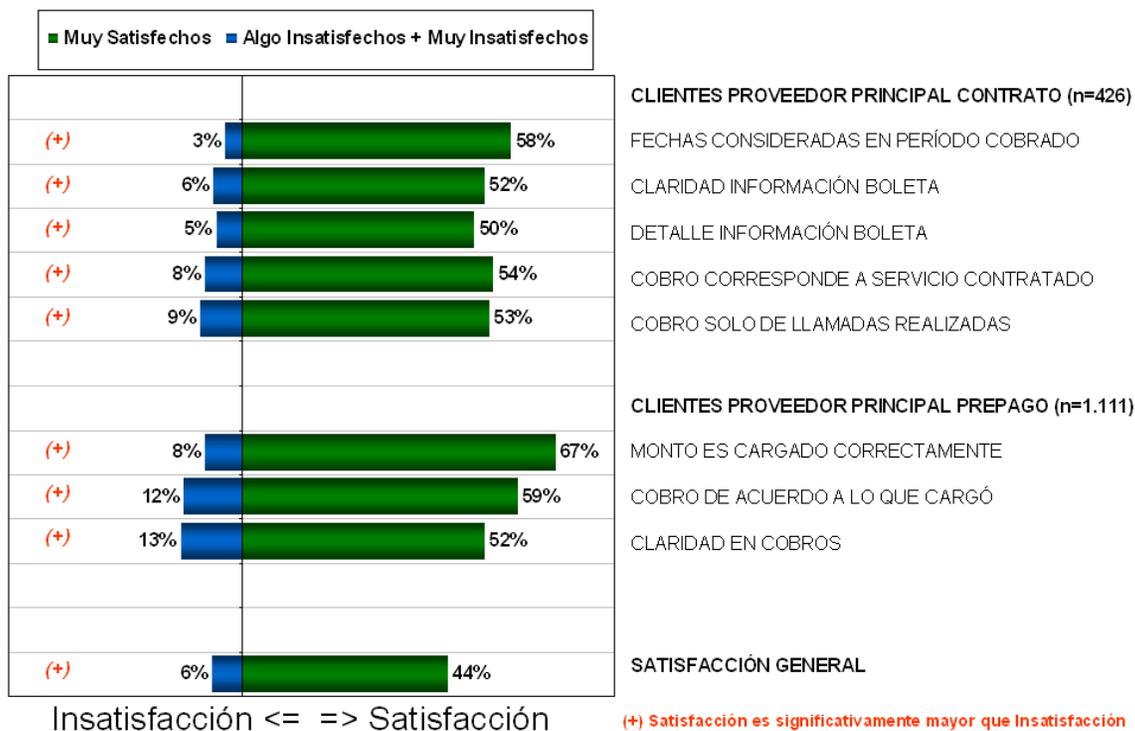
En este servicio los aspectos mejor evaluados son distintos a los dos anteriores, destacando la Amabilidad, seguido de otros aspectos relacionados con el servicio en general. Aunque los aspectos técnicos siguen estando entre los mejor evaluados, en este servicio generan mayor insatisfacción, junto a la evaluación del servicio técnico, elemento externalizado por los proveedores.

La tendencia a evaluar mejor a mayor edad también está presente en Telefonía Móvil, a excepción de los más jóvenes (18 a 25 años) quienes seguramente se ven beneficiados de actividades promocionales y por su condición como usuarios deseables del servicio. A nivel de GSE por el contrario no hay diferencias notorias. En cuanto a la evaluación por zona geográfica nuevamente los santiaguinos evalúan peor.

A pesar que no hay tendencias claras en cuanto a la existencia de un proveedor destacable, Movistar es quien presenta más debilidades específicas.

#### 4.2.6.3 Satisfacción con Cobros

**Cuadro 12: Satisfacción con cobros Telefonía Móvil**  
Base: Quienes tiene teléfono móvil (1.537)



La evaluación de los cobros diferenciada por forma de pago es mejor que la evaluación de aspectos de servicio. Entre los usuarios de plan el aspecto más débil es el detalle de la boleta, mientras que entre los mayoritarios usuarios de prepago la debilidad nuevamente está en la claridad de los cobros

Las diferencias por segmentos son similares a las que se aprecian en la evaluación de aspectos de servicio.

#### 4.2.6.4 Ocurrencia de Problemas y Resolución

La ocurrencia de problemas en este servicio es baja, alcanzando a sólo un 13% de los usuarios. El 99% de los afectados recurre directamente a la empresa proveedora y el 1% restante acude a SERNAC o SUBTEL en primera instancia..

Los problemas por proveedor son los esperables según su penetración de marca, excepto para Claro que presenta una cifra de problemas levemente menor.

Los problemas declarados en esta ocasión guardan relación con los aspectos que generan más insatisfacción y se asocian a problemas en el funcionamiento del mismo:

- Aparato funciona mal, no recibe llamadas tiene un 36%
- Problemas de señal, interferencias, alcanza a un 30%

- Problemas de cobertura, cuando en algunos lugares no es posible comunicarse, ocurren en un 24%
- Las tarjetas de prepago no se cargan correctamente en un 7%
- Cobro de plan erróneo en un 5%
- Cobros injustificados o excesivos en un 5%
- Activación automática de servicios no contratados en un 3%
- Problemas de configuración en aparatos antiguos, 3%
- Otros problemas con cuentas y tarifas, 2%
- Otros problemas, 7%

Dado que los principales problemas con este servicio son de carácter más estructural, relacionados con cobertura, señal y características de los aparatos, su resolución no es tan fácil y por tanto es baja, tanto que a pesar que la ocurrencia de problemas es menor, la resolución satisfactoria en solo un 23% de los casos afecta la evaluación general del servicio.

En específico los problemas de cobertura son solucionados satisfactoriamente en un muy bajo 10%, los de señal en un 20% y los relacionados al aparato en un 29%. El resto de los problemas no tiene un nivel de resolución mayor.

Movistar es el proveedor que presenta más problemas de cobertura, mientras Claro tiene más inconvenientes que el resto en la activación automática de servicios no contratados y tiene menor resolución satisfactoria.

Nuevamente quienes no han ven resueltos sus problemas en primera instancia no recurren a otra instancia (91%).

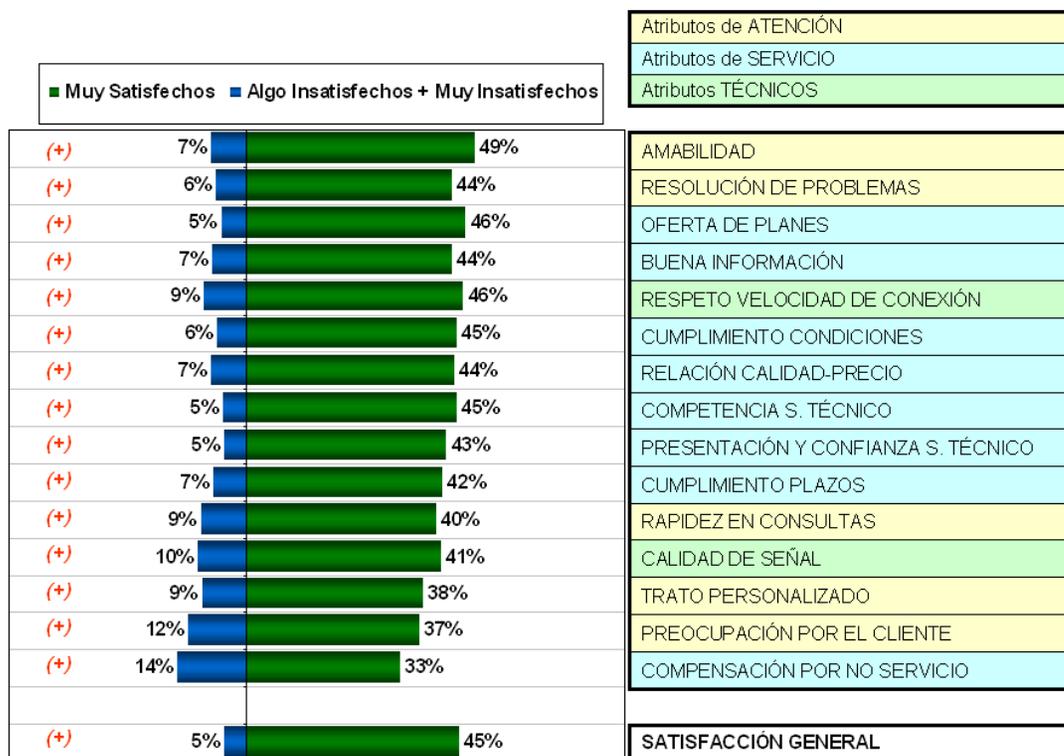
#### **4.2.7 Detalle por servicios: Internet.**

##### **4.2.7.1 Contexto**

El servicio de aparición más reciente aún tiene un bajo 22% de presencia en hogares. Las conexiones de Banda Ancha que alcanza a un 72% de los hogares conectados es la norma, mientras que las conexiones conmutadas ya sea por Contrato (17%) y Libre (6%) son minoritarias. Los principales proveedores son VTR con presencia en 49% de los hogares conectados, Telefónica Internet en un 29%, Terra con un 11%, Telefónica del Sur con un 4% y otros con un 7%. En la muestra no hay hogares que tengan más de un proveedor de Internet.

Este servicio tiene un ciclo distinto al resto, dado que es de uso esencialmente de jóvenes pero es un servicio del hogar, por tanto se excluyen de las decisiones los jóvenes y los más adultos. Además es aún un servicio concentrado en los GSE altos; está presente en el 81% de los hogares ABC1, mientras que en los hogares D y E sólo tiene un 6% y 4% de presencia respectivamente.

## 4.2.7.2 Satisfacción con Aspectos de Servicio

Cuadro 13: Satisfacción con servicio de Internet  
Base: Hogares con conexión a Internet (611)

Insatisfacción &lt;= =&gt; Satisfacción

(+) Satisfacción es significativamente mayor que insatisfacción

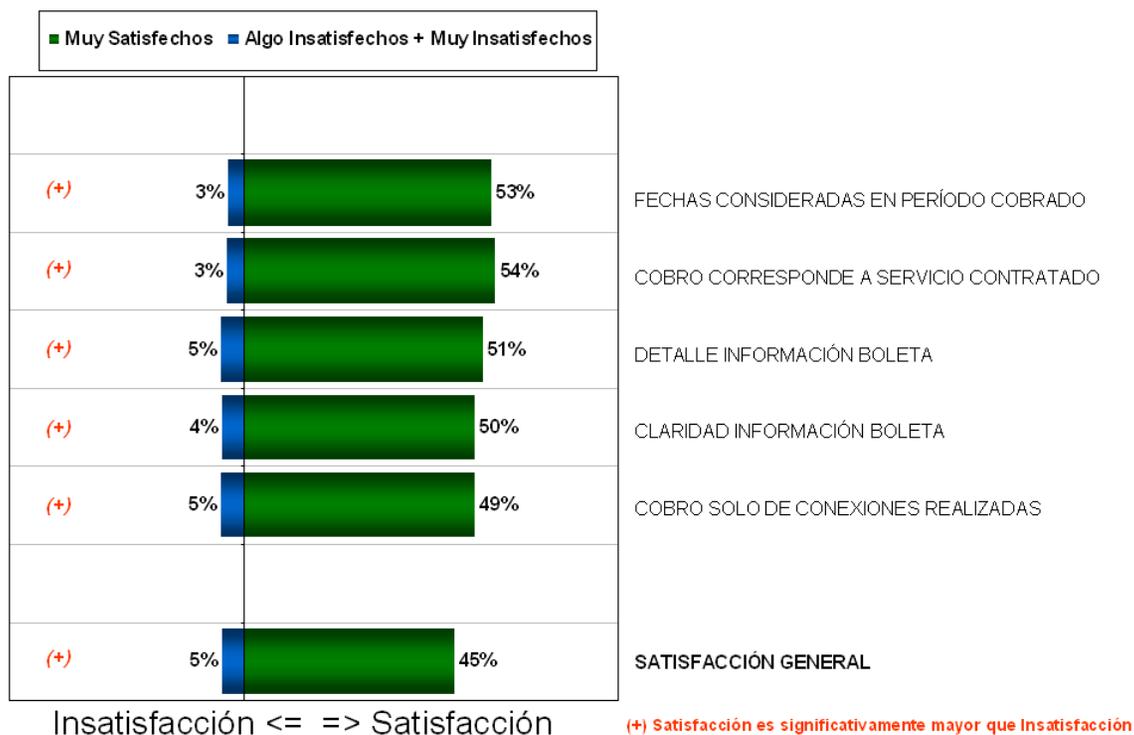
La evaluación de aspectos se aprecia pareja, siendo la Amabilidad el de mejor desempeño, mientras que entre los más bajos vuelve a aparecer el trato personalizado y la Preocupación por el cliente. La compensación por corte de servicio como aspecto peor evaluado y la Calidad de la Señal son aspectos clave.

Hay tendencias que se repiten en relación a otros servicios pero que en este caso se dan de manera más específica: la evaluación es más baja sólo entre los más jóvenes y sólo en el GSE más bajo. La evaluación más baja en Santiago sí se repite como una constante.

Entre los proveedores se aprecia que hay dos bien valorados (VTR y Telefónica del Sur) y dos más criticados (Telefónica y Terra).

#### 4.2.7.3 Satisfacción con Cobros

**Cuadro 14: Satisfacción con cobros Internet**  
Base: Hogares con conexión a Internet (611)



El tema del cobro de conexiones no realizadas vuelve a surgir como un inconveniente, al igual que en otros servicios del hogar. Las diferencias por segmentos son similares a las que se aprecian en la evaluación de aspectos de servicio.

#### 4.2.7.4 Ocurrencia de Problemas y Resolución

Este servicio es, luego de Telefonía Fija, el que presenta mayores problemas con una ocurrencia en un 25% de los hogares conectados. Al igual que en Telefonía Fija todos los que tienen problemas acuden directamente al proveedor y un pequeño 2% recurre además a SERNAC o SUBTEL en primera instancia..

El proveedor mayoritario VTR tiene menos problemas que los esperables según su penetración en hogares, mientras que los proveedores menores que ofrecen principalmente conexiones conmutadas tiene más problemas que los esperables.

A pesar de la alta ocurrencia de problemas, el tipo de éstos es bastante acotado:

- El servicio se corta, cae o no funciona en el 76% de los casos con problemas.
- En el 17% de los casos hay lentitud o saturación
- La velocidad no es la contratada en un 13%
- Cobran períodos en que no hubo servicio en un 12%

Estos problemas se dan por igual entre los hogares conectados a Banda Ancha y a otro tipo de conexión.

Como se aprecia el problema recurrente es bastante claro y por ello al tener claro su origen la resolución es más satisfactoria, y de hecho los problemas son resueltos totalmente en un 49% de los casos mientras que sólo en un 17% no hay solución. Para cortes de servicio la resolución total es de un 48%, para la diferencia entre velocidad contratada y real es de 46% y para la lentitud es de un 33%.

A pesar que se trata de un problema aún menor en este servicio, la compensación ante cortes de servicio es el que tiene menos resolución (en un 52% no hay solución). Es necesario dar solución a éste antes que se extienda al nivel de lo que ocurre en Telefonía Fija.

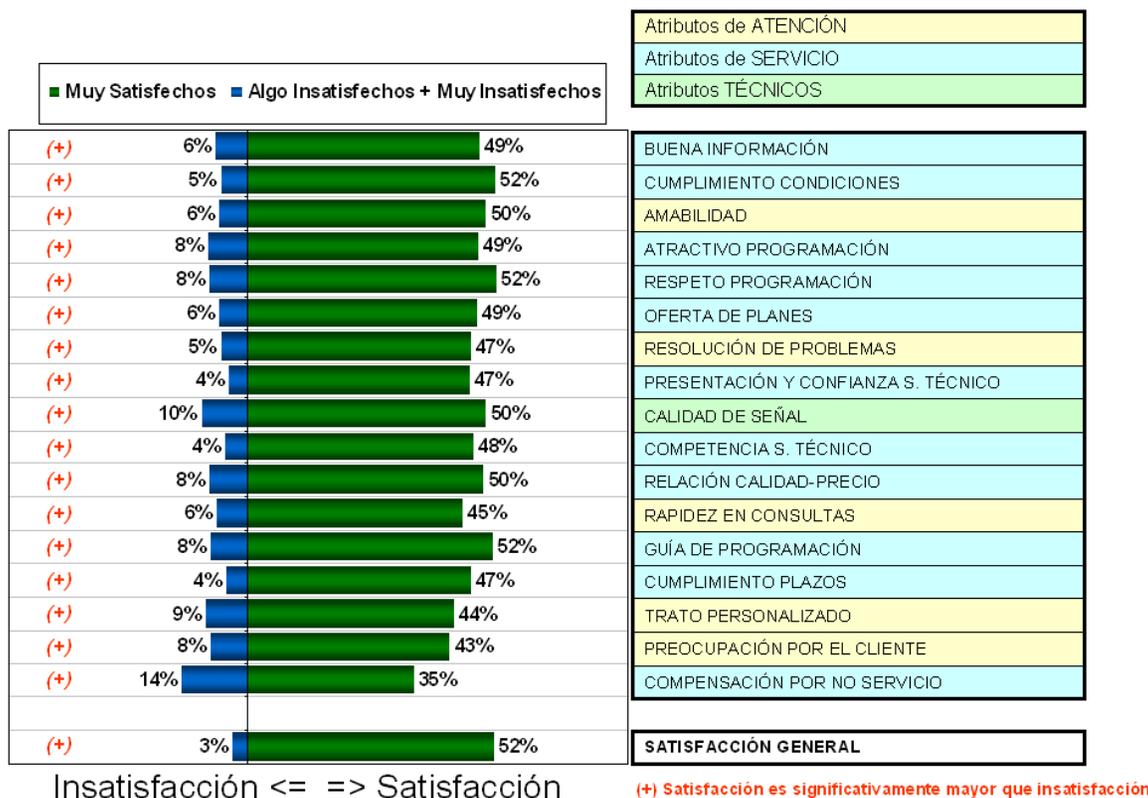
#### **4.2.8 Detalle por servicios: TV Pagada.**

##### **4.2.8.1 Contexto**

A pesar que no es un servicio tan nuevo, su presencia en hogares alcanza aún a un bajo 30%. El servicio que se ofrece aún es mayoritariamente básico (76%), las alternativas de mayor valor como canales Premium (14%) y programación Digital (5%) están en una etapa muy incipiente. En este caso hay solo un proveedor mayoritario, VTR, que acapara el 85% de las conexiones, por tanto hablar del servicio es prácticamente hablar de la marca.

Este es un servicio eminentemente de hogar, por tanto los jóvenes al igual que en Teléfono Fijo no participan de la decisión ni se encargan de pagar.

## 4.2.8.2 Satisfacción con Aspectos de Servicio

Cuadro 15: Satisfacción con servicio de TV Pagada  
Base: Hogares con conexión a TV pagada (787)

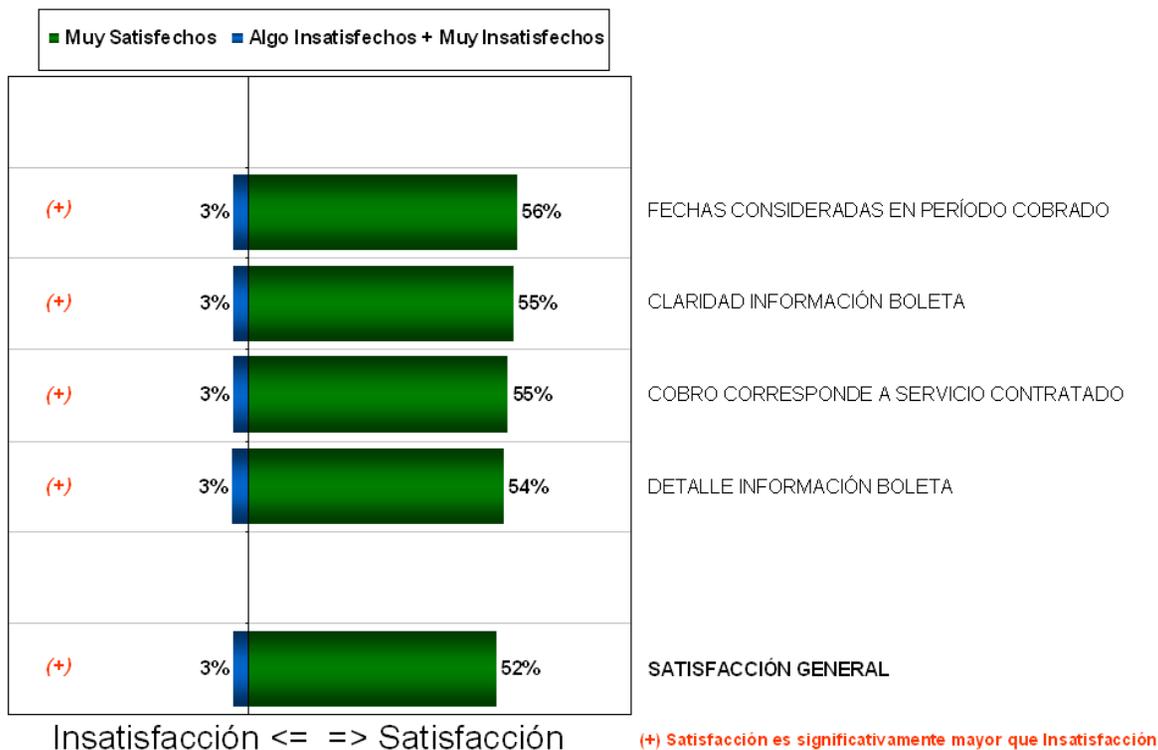
La evaluación de aspectos es pareja, sin embargo los aspectos peor evaluados nuevamente son el Trato Personalizado y la Preocupación por el Cliente, relacionados a post venta, y la recurrente Compensación por no servicio. Otro aspecto que genera insatisfacción es la Calidad de la Señal.

La tendencia de evaluación por edad se rompe con la mejor evaluación entre los 36 y 45 años, tal vez al estar en una situación parecida a los jóvenes en Telefonía Móvil. Además los más adultos no evalúan mejor, lo cual se puede asociar a su menor cercanía con el servicio. Vuelven a aparecer además tendencias de servicios de hogar: mejor evaluación en GSE altos y entre las mujeres.

Llama la atención la mucho mejor evaluación de los usuarios del Sur, donde hay mayor presencia de otros proveedores, en especial en la región de Magallanes.

#### 4.2.8.3 Satisfacción con Cobros

**Cuadro 16: Satisfacción con cobros TV Pagada**  
Base: Hogares con conexión a TV pagada (787)



La evaluación de los aspectos específicos de Cobros es muy pareja y no difiere de la evaluación general del servicio.

Las diferencias por segmentos son similares a las que se aprecian en la evaluación de aspectos de servicio.

#### 4.2.8.4 Ocurrencia de Problemas y Resolución

La ocurrencia de problemas es baja alcanzando a sólo un 11% de los hogares conectados, quienes al igual que en otros servicios concurren en su totalidad directamente al proveedor del servicio, aunque un 2% recurre además a SERNAC o SUBTEL en primera instancia..

El proveedor mayoritario VTR tiene nuevamente menos problemas que los esperables según su penetración en hogares, mientras que los proveedores menores como CMET y DirecTV tienen más problemas que los esperables.

Los principales problemas del servicio son

- Problemas con la señal en un 50% de los hogares con problemas.
- Cobro de períodos en que no hubo servicio en un 16%
- Cambios sin aviso en la programación en un 11%

## Cima g|r|o|u|p

- Programación poco atractiva en un 8%
- Problemas de instalación en un 6%
- Cobro de períodos duplicados en un 4%
- Cortes sin aviso en un 4%
- Mala atención del personal en un 3%
- Cobro de otro valor distinto al contratado en un 3%
- Otros en un 5%

El principal problema, relacionado con la señal, tiene una resolución satisfactoria en un 46% de los casos, lo cual contribuye a que la resolución de los problemas. En cuanto a la programación la resolución es menor, ante cambios sin aviso es de un 29% y ante bajo atractivo lamentablemente es de un 0%, pero dado que son quejas menores no inciden mayormente en la evaluación general.

Lo que llama la atención es nuevamente el tema del cobro de períodos en que no hubo servicio, tema que tiene una resolución satisfactoria muy baja (16%) y que puede constituirse como un problema importante, de hecho en este servicio es la segunda queja.

## 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 Comentarios Generales

- El desconocimiento de los derechos de consumidores de telecomunicaciones es el principal obstáculo para que SUBTEL logre posicionarse y cumplir con su rol en este ámbito.
- El Servicio de Telefonía Fija, el más tradicional de los evaluados, es el que presenta más problemas y que los resuelve de peor manera. Por tanto no extraña que sea evaluado por debajo del resto.
- En los servicios más antiguos (Fijo y Larga Distancia) los atributos técnicos y de funcionamiento del servicio son los mejor evaluados, mientras que los de Atención al Cliente son débiles.
- En cambio entre los servicios más nuevos (Móvil, Internet y TV) los atributos técnicos generan menos satisfacción y la Amabilidad es lo mejor evaluado es la Atención. Sin embargo el Trato y la Preocupación siguen siendo puntos bajos.
- La Compensación ante interrupción del servicio es el aspecto peor evaluado siempre en los distintos servicios medidos, situación que preocupa ya que se trata de uno de los derechos del consumidor importantes, por lo menos en Telefonía Fija, y que no se está respetando.
- Entre los proveedores, VTR es el que tiene mejor desempeño en general, es mejor evaluado, presenta menos problemas de los que debiera y destaca en la disposición a resolver problemas mientras que las marcas asociadas a Telefónica tienen menores niveles de satisfacción.
- Al diferenciar por edad la tendencia general es que los más jóvenes son más críticos en general con los servicios mientras que los más adultos evalúan mejor. Esto puede tener que ver al mismo tiempo con que los adultos en base a su mayor experiencia de uso tienen más claras sus expectativas con éstos, y además con la emergencia de un grupo joven más informado y que exige más el cumplimiento de un buen servicio.
- La tendencia en evaluación por edad se rompe en situaciones específicas: con los jóvenes en telefonía móvil, con los usuarios de 36 a 45 años en TV pagada y en general al evaluar cobros, aspecto en el cual las diferencias se atenúan.
- Entre los servicios de hogar tradicionales (teléfono y TV) las mujeres tienden a evaluar mejor que los hombres, no así en los otros servicios.
- Los GSE más altos están más satisfechos que los más bajos, lo cual indicaría trato diferenciado según nivel social y disconformidad con esta situación.
- La principal diferencia se da entre los usuarios de Santiago que evalúan todos los servicios peor que los del resto de Chile. Más allá de ser más críticos, los capitalinos están en contacto con una gama mayor de servicios, lo cual les permite comparar entre más alternativas.

## 5.2 Recomendaciones

La principal tarea para SUBTEL es dar a conocer los derechos de los consumidores de telecomunicaciones y darse a conocer como organismo garante de los mismos. El ejemplo de SERNAC puede dar resultados: presencia constante en medios de comunicación, implementación o fortalecimiento de línea directa a través de teléfono o Internet y campañas informativas.

La Compensación ante interrupción del servicio es un aspecto sensible, pero sólo es derecho en el servicio de Telefonía Fija. Es necesario implementar junto a las empresas proveedoras mecanismos para monitorear cuando ocurran estos eventos (más allá de las fallas de señal) y avanzar en el sentido de consagrar esta situación como derecho en otros servicios.

Del mismo modo se debe fortalecer el aspecto Atención al Cliente entre las empresas proveedoras, en especial el servicio de post venta.

En cuanto al estudio y a eventuales mejoras se recomienda:

- Los distintos atributos evaluados se consideran igualmente importantes, sin embargo es notorio que algunos impactan más que otros en la Satisfacción General. Es importante establecer jerarquías entre atributos, lo cual se puede obtener mediante análisis estadísticos. Esto con el fin de evaluar si los servicios está cumpliendo en lo que realmente importa.
- Al establecer esta jerarquía es posible llegar a un Índice también calculado de Satisfacción General, que supere la Evaluación General estableciendo objetivamente cómo se “pondera” cada atributo. Con esto se debiera llegar a un modelo de Satisfacción.
- La Satisfacción con los servicios puede cambiar por mejoras en el servicio, solución a los problemas detectados, ocurrencia de nuevos inconvenientes, etc. Es deseable monitorear estas variaciones, para lo cual este estudio de Satisfacción puede convertirse en la primera medición de una actividad continua. En este caso en cada medición se podrían revisar los atributos medidos mediante los procedimientos señalados.

**6 ANEXO: DETALLE SATISFACCIÓN POR SEGMENTOS**

% Satisfacción Servicio Telefonía fija por EDAD	32
% Satisfacción Servicio Telefonía Fija por SEXO y GSE	33
% Satisfacción Servicio Telefonía Fija por ZONA	34
% Satisfacción Servicio Telefonía Fija por PROVEEDOR	35
% Satisfacción Cobros Telefonía fija por EDAD	36
% Satisfacción Cobros Telefonía Fija por SEXO y GSE	37
% Satisfacción Cobros Telefonía Fija por ZONA	38
% Satisfacción Cobros Telefonía Fija por PROVEEDOR	39
% Satisfacción Servicio Larga Distancia por EDAD	40
% Satisfacción Servicio Larga Distancia por SEXO y GSE	41
% Satisfacción Servicio Larga Distancia por ZONA	42
% Satisfacción Servicio Larga Distancia por PROVEEDOR	43
% Satisfacción Cobros Larga Distancia por EDAD	44
% Satisfacción Cobros Larga Distancia por SEXO y GSE	45
% Satisfacción Cobros Larga Distancia por ZONA	46
% Satisfacción Cobros Larga Distancia por PROVEEDOR	47
% Satisfacción Servicio Telefonía Móvil por EDAD	48
% Satisfacción Servicio Telefonía Móvil por SEXO y GSE	49
% Satisfacción Servicio Telefonía Móvil por ZONA	50
% Satisfacción Servicio Telefonía Móvil por PROVEEDOR	51
% Satisfacción Cobros Telefonía Móvil por EDAD	52
% Satisfacción Cobros Telefonía Móvil por SEXO y GSE	53
% Satisfacción Cobros Telefonía Móvil por ZONA	54
% Satisfacción Cobros Telefonía Móvil por PROVEEDOR	55
% Satisfacción Servicio Internet por EDAD	56
% Satisfacción Servicio Internet por SEXO y GSE	57
% Satisfacción Servicio Internet por ZONA	58
% Satisfacción Servicio Internet por PROVEEDOR	59
% Satisfacción Cobros Internet por EDAD	60
% Satisfacción Cobros Internet por SEXO y GSE	61
% Satisfacción Cobros Internet por ZONA	62
% Satisfacción Cobros Internet por PROVEEDOR	63
% Satisfacción Servicio TV Pagada por EDAD	64
% Satisfacción Servicio TV Pagada por SEXO y GSE	65
% Satisfacción Servicio TV Pagada por ZONA	66
% Satisfacción Cobros TV Pagada por EDAD	67
% Satisfacción Cobros TV Pagada por SEXO y GSE	68
% Satisfacción Cobros TV Pagada por ZONA	69