

Departamento de Economía  
Universidad de Chile



CENTRO  
MICRO  
DATOS

## ***INFORME FINAL***

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

***Abril 2008***

*Subsecretaría de Telecomunicaciones*



## Contenido

1	Presentación.....	11
2	Objetivos del Estudio.....	12
	Objetivos Generales.....	12
	Objetivos Específicos.....	12
3	Aspectos Metodológicos.....	13
3.1	Cobertura del Estudio.....	13
3.2	Unidad de Análisis.....	13
3.3	Instrumento de Recolección de Datos .....	13
3.4	Tipo de Aplicación .....	13
3.5	Descripción del Diseño.....	14
3.6	Muestreo .....	14
3.7	Unidades muestrales.....	14
3.8	Margen de error muestral.....	15
3.9	Expansión y Corrección Poblacional.....	15
3.10	Descripción de la Muestra.....	15
3.10.1	Muestra entrevistada según Sexo, Edad y GSE .....	15
3.11	Muestra por Zonas .....	16
3.12	Muestra por Zona: Resto del país .....	17
3.13	Hogares y Usuarios.....	17
4	Resumen General .....	18
5	Resultados Generales.....	19
5.1	Penetración .....	19
5.2	Servicios por Hogar.....	25
5.3	Antigüedad de los Servicios .....	32
6	Teléfono Fijo.....	33
6.1	Compañías.....	33
6.2	Servicios Contratados .....	35
6.3	Servicios Contratados según compañías.....	38
6.4	Antigüedad de los Servicios Contratados .....	38
7	Servicio de Larga Distancia.....	40
7.1	Realización de llamadas de larga distancias .....	40
7.2	Compañías.....	41
7.3	Servicios Contratados .....	43
7.4	Tipo de Uso .....	44
8	Celulares .....	47
8.1	Uso de Celulares.....	47
8.2	Compañías.....	48
8.3	Servicios.....	51
9	Internet .....	53
9.1	Compañías.....	53
9.2	Servicios.....	55
10	Televisión Pagada.....	57
10.1	Compañías.....	57
10.2	Tipo de Servicios.....	59
11	SATISFACCIÓN.....	61
11.1	Condición Urbana o Rural .....	65
11.2	Sexo .....	67

11.3	Edad .....	70
11.4	Nivel Socioeconómico .....	71
11.5	Problemas .....	72
11.6	Estimación de problemas .....	74
11.7	Reclamos .....	76
11.8	¿Contra quien reclamó? .....	80
11.9	Resolución de los problemas .....	81
12	Teléfono.....	84
12.1	Satisfacción .....	84
12.2	Satisfacción según tipo de plan.....	86
12.3	Problemas y Reclamos .....	89
12.4	Razones para no reclamar .....	92
12.5	Solución del Problema .....	92
13	Llamadas de Larga Distancia .....	95
13.1	Satisfacción .....	95
13.2	Problemas y Reclamos .....	96
13.3	Tipo de Reclamos .....	98
13.4	Solución.....	99
14	Celulares .....	101
14.1	Satisfacción .....	101
14.2	Satisfacción según Tipo de Pago.....	102
14.3	Problemas y Reclamos .....	103
14.4	Tipo de Reclamos .....	104
14.5	Solución del Problema .....	107
15	Internet .....	109
15.1	Satisfacción .....	109
15.2	Problemas y Reclamos .....	110
15.3	Tipo de Reclamos .....	113
15.4	Solución.....	115
16	Televisión Pagada.....	117
16.1	Satisfacción .....	117
16.2	Problemas y Reclamos .....	118
16.3	Tipo de Problemas .....	120
16.4	Solución.....	121
17	Derecho de los Consumidores .....	123
17.1	Conocimiento de Derechos .....	123
17.2	Instituciones .....	125
17.3	Ranking de Instituciones .....	127
18	Nuevos Temas .....	129
18.1	Portabilidad .....	129
18.2	Radiación .....	132
18.3	Preocupación por la Instalación de antenas. ....	135
18.4	Preocupación por el impacto de las Antenas .....	137
18.5	Televisión Digital .....	140
19	Internet .....	143
19.1	Uso de Internet.....	143
19.2	Cyber Café .....	145
19.3	Tipo de Uso de Internet.....	145
19.4	Tipo de computador .....	146
19.5	Cantidad de Computadores conectados a internet .....	149
19.6	Personas que Usan Internet en el Hogar .....	149

19.7	Velocidad de Conexión .....	150
19.8	Pruebas de Velocidad .....	153
19.9	Tipo de Medición de Velocidad .....	154
19.10	Ocasión en que tiene problemas de velocidad.....	154
19.11	Horario en que hay problemas de lentitud.....	155
19.12	Medidas de Seguridad.....	155
20	Análisis de la Satisfacción y Recomendaciones .....	156
20.1	Recomendaciones:.....	157
21	ANEXOS.....	158
21.1	Formulario .....	158

## Tablas

Tabla 3.1: Distribución de la Muestra según Sexo .....	15
Tabla 3.2: Distribución de la Muestra según Tramo de edad .....	16
Tabla 3.3: Distribución de la Muestra según Nivel socioeconómico.....	16
Tabla 3.4: Distribución de la Muestra según Zona de estudio.....	16
Tabla 3.5: Distribución de la Muestra Zona 7 (Resto del país).....	17
Tabla 3.6: Distribución de Servicios en la Muestra.....	17
Tabla 5.1: Distribución de hogares según Disponibilidad de Servicio .....	19
Tabla 5.2: Distribución de hogares según Disponibilidad de Servicio .....	19
Tabla 5.3: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y .....	21
Tabla 5.4: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y .....	21
Tabla 5.5: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Agrupación de regiones (Respuesta Múltiple) - Abril 2008.....	22
Tabla 5.6: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Agrupación de regiones (Respuesta Múltiple) - Noviembre 2007 .....	22
Tabla 5.7: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Ruralidad .....	24
Tabla 5.8: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Ruralidad .....	24
Tabla 5.9: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y .....	25
Tabla 5.10: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y .....	25
Tabla 5.11: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Zona de estudio- Abril 2008.....	27
Tabla 5.12: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Zona de estudio- Noviembre 2007.....	27
Tabla 5.13: Número de servicios disponibles promedio por hogar según .....	28
Tabla 5.14: Número de servicios disponibles promedio por hogar según .....	28
Tabla 5.15: Número de servicios disponibles promedio por hogar según .....	28
Tabla 5.16: Número de servicios disponibles promedio por hogar según .....	28
Tabla 5.17: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y.....	29
Tabla 5.18: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y.....	31
Tabla 5.19: Antigüedad promedio de los servicios (en años) según Zona de estudio .....	32
Tabla 6.1: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Proveedor del servicio y Zona de estudio .....	33
Tabla 6.2: Distribución de hogares con Telefonía Fija según.....	34
Tabla 6.3: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Proveedor del servicio y Nivel socioeconómico- Abril 2007.....	35
Tabla 6.4: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Tipo de Servicio contratado y Zona de estudio .....	36
Tabla 6.5: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Tipo de Servicio contratado y tipo de Servicio .....	38
Tabla 6.6: Antigüedad de la Telefonía Fija según Tipo de Servicio contratado y Zona de estudio .....	39
Tabla 7.1: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Proveedor y Zona de estudio .....	41
Tabla 7.2: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Proveedor del servicio y Ruralidad .....	43
Tabla 7.3: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Tipo de servicio y Zonas.....	44
Tabla 7.4: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Empresa portadora y Destino de la llamada .....	45

Tabla 8.1: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Zona de estudio (% de hogares por servicio) .....	48
Tabla 8.2: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Zona de estudio (% de celulares por compañía) – Abril 2008 .....	48
Tabla 8.3: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Zona de estudio (% de celulares por compañía)- .....	50
Tabla 8.4: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Ruralidad.....	50
Tabla 8.5: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio de y Nivel socioeconómico- Abril 2008.....	51
Tabla 8.6: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Tipo de contrato y Compañías .....	51
Tabla 8.7: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según .....	52
Tabla 8.8: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Tipo de contrato y Nivel socioeconómico .....	52
Tabla 9.1: Distribución de servicios de Internet según Proveedor y Zona de estudio.....	53
Tabla 9.2: Distribución de servicios de Internet según Proveedor y Ruralidad .....	55
Tabla 9.3: Distribución de servicios de Internet según Tipo de Servicio y .....	55
Tabla 9.4: Distribución de servicios de Internet según Tipo de Servicio y .....	56
Tabla 9.5: Distribución de servicios de Internet según Tipo de Servicio y .....	56
Tabla 10.1: Distribución de servicios de TV Pagada según Proveedor y.....	57
Tabla 10.2: Distribución de servicios de TV Pagada según Proveedor del servicio y.....	58
Tabla 10.3: Distribución de servicios de TV Pagada según Tipo de servicio contratado y Zona de estudio .....	59
Tabla 10.4: Distribución de servicios de TV Pagada según Tipo de servicio contratado y Zona de estudio .....	59
Tabla 10.5: Distribución de servicios de TV Pagada según .....	60
Tabla 11.1: Distribución de usuarios según Tipo de servicio contratado y Nivel de satisfacción- Abril 2008.....	61
Tabla 11.2: Distribución de usuarios según Tipo de servicio contratado y Nivel de satisfacción- Noviembre 2007 .....	62
Tabla 11.3: Distribución de usuarios según Tipo de servicio contratado y Nivel de satisfacción- Junio 2007 .....	62
Tabla 11.4: Distribución de usuarios de servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Zona de estudio .....	64
Tabla 11.5: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Ruralidad - Abril 2008 .....	66
Tabla 11.6: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Ruralidad - Noviembre 2007 .....	66
Tabla 11.7: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Sexo- Abril 2008.....	68
Tabla 11.8: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Sexo- Noviembre 2007 .....	68
Tabla 11.9: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Grupo Étáreo- Abril 2008 .....	70
Tabla 11.10: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Grupo Étáreo- Noviembre 2007 .....	70
Tabla 11.11: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas- Abril 2008.....	72
Tabla 11.12: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas- Noviembre 2007.....	72

Tabla 11.13: Distribución de servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas .....	74
Tabla 11.14: Distribución de usuarios que tuvieron problemas según Tipo de Servicio y Ocurrencia de Reclamo- Abril 2008.....	76
Tabla 11.15: Distribución de usuarios que tuvieron problemas según Tipo de Servicio y Ocurrencia de Reclamo- Noviembre 2007 .....	76
Tabla 11.16: Distribución de usuarios que tuvieron problemas según Zona y Ocurrencia de Reclamo.....	77
Tabla 11.17: Distribución de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de Servicio y Reclamo.....	78
Tabla 11.18: Distribución de los Lugares donde los usuarios dirigieron los reclamos .....	80
Tabla 11.19: Distribución de la resolución de los reclamos presentados.....	81
Tabla 11.20: Distribución de la resolución de los reclamos presentados según servicios	82
Tabla 12.1: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Aspecto y .....	84
Tabla 12.2: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Nivel de satisfacción con los distintos aspectos relacionados con el cobro .....	85
Tabla 12.3: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Tipo de Servicio y.....	86
Tabla 12.4: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Tipo de Servicio y.....	87
Tabla 12.5: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según aspecto, Tipo de Servicio y Nivel de satisfacción .....	88
Tabla 12.6: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Tipo de Servicio y.....	88
Tabla 12.7: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Ocurrencia de problemas, Reclamos y Zona de estudio .....	89
Tabla 12.8: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Ocurrencia de problemas y Tipo de Servicio .....	91
Tabla 12.9: Distribución Usuarios de Telefonía Fija que Reclamaron según Destinatario del reclamo y Zona de estudio.....	91
Tabla 12.10: Distribución de hogares con Telefonía Fija que reclamaron según Tipo de Reclamos y Zona de estudio .....	92
Tabla 12.11: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija que Reclamó según Resultado del Reclamo y Zonas .....	93
Tabla 13.1: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Servicio .....	95
Tabla 13.2: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Sistema de cobranza.....	96
Tabla 13.3: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia según Ocurrencia de Problemas de Telefonía de Larga distancia, Reclamos y Zonas .....	96
Tabla 13.4: Distribución de hogares que reclamaron según Tipo de Reclamos y Zona de estudio .....	98
Tabla 13.5: Distribución Usuarios de Telefonía Larga Distancia que Reclamaron según Destinatario del reclamo y Zona de estudio .....	98
Tabla 13.6: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia que reclamaron según Resultado del reclamo y Zona de estudio.....	99
Tabla 14.1: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Servicio.....	101
Tabla 14.2: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular según Aspecto del Servicio y Nivel de satisfacción con el Sistema de Cobranza.....	102
Tabla 14.3: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular según Aspecto del y Nivel de satisfacción con el Sistema de Cobranza.....	103
Tabla 14.4: Distribución de Usuarios de Celulares según Ocurrencia de problemas, Reclamos y Zona de estudio .....	103

Tabla 14.5: Distribución de hogares que reclamaron según Tipo de Reclamos y Zona de estudio .....	105
Tabla 14.6: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron según Destino del Reclamo y Agrupación de regiones .....	106
Tabla 14.7: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron según Resultado del reclamo y Zona de estudio .....	107
Tabla 15.1: Distribución de Usuarios de Internet según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Servicio .....	109
Tabla 15.2: Distribución de Usuarios de Internet según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Sistema de cobranza .....	110
Tabla 15.3: Distribución de Usuarios de Internet según Tipo de Uso y Nivel de Satisfacción .....	110
Tabla 15.4: Distribución de Usuarios de Servicios de Internet según Ocurrencia de Problemas de Servicios de Internet, Reclamos y Zonas .....	111
Tabla 15.5: Distribución de hogares que reclamaron según Tipo de Reclamos y Zona de estudio .....	113
Tabla 15.6: Distribución de hogares que reclamaron según Tipo de Reclamos y Nivel Socioeconómico .....	114
Tabla 15.7: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Destino del Reclamo y Zona de estudio .....	114
Tabla 15.8: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Resultado del Reclamo, Apelación y Zona de estudio .....	115
Tabla 16.1: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Servicio.....	117
Tabla 16.2: Distribución de Usuarios de Servicios de Televisión Pagada según Aspecto del Servicio (cobros) y Satisfacción con el Servicio .....	118
Tabla 16.3: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada según Ocurrencia de Problemas, Reclamos y Zona de estudio .....	118
Tabla 16.4: Distribución de hogares que reclamaron según Tipo de Reclamos y Zona de estudio .....	120
Tabla 16.5: Distribución de Usuarios de Servicios de Televisión Pagada que reclamaron según Destino del reclamo y Zona de estudio.....	120
Tabla 16.6: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada que reclamaron según Resultado del reclamo y Zona de estudio .....	121
Tabla 17.1: Distribución de Usuarios según Conocimiento de los Derechos del Consumidor (Respuesta Asistida) .....	123
Tabla 17.2: Distribución de Usuarios que declaran conocer las instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor (Respuesta Espontánea).....	125
Tabla 17.3: Distribución de Usuarios que declaran conocer las instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor (Respuesta Asistida) .....	125
Tabla 17.4: Distribución de Usuarios que declaran conocer las Instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor según Lugar de importancia .....	127
Tabla 18.1: Disposición a Pagar por Portabilidad según Zonas.....	129
Tabla 18.2: Disposición a Pagar por Portabilidad según Sexo.....	130
Tabla 18.3: Disposición a Pagar por Portabilidad según Grupos de Edad.....	131
Tabla 18.4: Disposición a Pagar por Portabilidad según Condición de Urbano o Rural .	131
Tabla 18.5: Porcentaje de Usuarios que Considera que son las antenas o los celulares producen más radiación según zonas .....	132
Tabla 18.6: Porcentaje de Usuarios que Considera que son las antenas o los celulares producen más radiación según sexo .....	133

Tabla 18.7: Porcentaje de Usuarios que Considera que son las antenas o los celulares producen más radiación según grupos de edad.....	134
Tabla 18.8: Porcentaje de Usuarios que Considera que son las antenas o los celulares producen más radiación según Condición de Urbano o Rural .....	134
Tabla 18.9: Porcentaje de Usuarios a quienes le preocupa la instalación de antenas según zonas .....	135
Tabla 18.10: Porcentaje de Usuarios a quienes le preocupa la instalación de antenas según sexo .....	135
Tabla 18.11: Porcentaje de Usuarios a quienes le preocupa la instalación de antenas según edad.....	136
Tabla 18.12: Porcentaje de Usuarios a quienes le preocupa la instalación de antenas según condición urbano o rural. ....	136
Tabla 18.13: Porcentaje de Usuarios según tipo de preocupación con la instalación de antenas según zonas.....	137
Tabla 18.14: Porcentaje de Usuarios según tipo de preocupación con la instalación de antenas según Sexo .....	138
Tabla 18.15: Porcentaje de Usuarios según tipo de preocupación con la instalación de antenas según Grupos de edad .....	139
Tabla 18.16: Porcentaje de Usuarios según tipo de preocupación con la instalación de antenas según condición urbano o rural.....	139
Tabla 18.17: Disposición a Pagar por Televisión Abierta Digital según Zonas .....	140
Tabla 18.18: Disposición a Pagar por Televisión Abierta Digital según Sexo .....	141
Tabla 18.19: Disposición a Pagar por Televisión Abierta Digital según Grupos de Edad .....	142
Tabla 18.20: Disposición a Pagar por Televisión Abierta Digital según condición urbano o rural.....	142
Tabla 19.1: Porcentaje que ha usado Internet en el último mes por zona y lugar de uso .....	143
Tabla 19.2 : Porcentaje que ha ido a un Cyber Café para usar Internet en el último mes por zona y frecuencia .....	145
Tabla 19.3 : Porcentaje que ha usado Internet según zona y tipo de uso.....	146
Tabla 19.4 : Porcentaje de hogares que posee computador según zona y tipo de computador- Abril 2008 .....	148
Tabla 19.5 : Porcentaje de hogares que posee computador según zona y tipo de computador- Noviembre 2007 .....	148
Tabla 19.6 : Porcentaje de hogares con computador según zona y cantidad de computadores .....	149
Tabla 19.7 : Porcentaje de personas que usa Internet en el hogar según zona y cantidad de personas .....	149
Tabla 19.8 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según zona y velocidad de conexión- Abril 2008 .....	150
Tabla 19.8 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según zona y velocidad de conexión- Noviembre de 2007.....	152
Tabla 19.9 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según zona y frecuencia en el desarrollo de pruebas de velocidad .....	153
Tabla 19.10 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según zona y frecuencia en el tipo de pruebas de velocidad .....	154
Tabla 19.11 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según zona y ocasión en que hay problemas de lentitud.....	154
Tabla 19.12 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según zona y horario en que hay problemas de lentitud.....	155



# 1 Presentación

---

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

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

En este marco, la SUBTEL ha convocado a una licitación para realizar una “Encuesta de Satisfacción de Usuarios con los Servicios de Telecomunicaciones” como un seguimiento a una encuesta similar desarrollada en Noviembre de 2006 y a otras dos encuestas aplicadas en Junio y Noviembre de 2007. El presente documento corresponde a un Primer Informe de dicho estudio.

## **2 Objetivos del Estudio**

---

Los objetivos del presente estudio son los siguientes:

### ***Objetivos Generales***

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

### ***Objetivos Específicos***

- Conocer la opinión y el nivel de satisfacción de los usuarios de algunos tipos de servicios de telecomunicaciones utilizados, tales como: telefonía móvil, telefonía local, telefonía de larga distancia, acceso a Internet y televisión pagada.
- Conocer la percepción respecto del nivel de calidad comercial y técnica de las prestaciones recibida por los usuarios de los distintos tipos de servicios de telecomunicaciones.
- Realización de dos encuestas presenciales a través de un muestro probabilístico con representación nacional, y con foco particular en las regiones II, V VIII, X, XIV y Región Metropolitana, para la población mayor de 18 años, residentes en zonas urbanas y rurales, con aplicación de método aleatorio sistemático en la selección de las unidades a encuestar, es decir, un diseño probabilístico manteniendo la aleatorización en todas las etapas del procedimiento de selección.

### **3 Aspectos Metodológicos**

---

#### **3.1 Cobertura del Estudio**

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

#### **3.2 Unidad de Análisis**

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

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

#### **3.3 Instrumento de Recolección de Datos**

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

#### **3.4 Tipo de Aplicación**

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

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

### **3.5 Descripción del Diseño**

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

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

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

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

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

### **3.6 Muestreo**

El muestreo fue realizado en forma aleatoria simple dentro de los 14 estratos definidos por el cruce entre las siete zonas geográficas y la condición de urbana o rural de los hogares. Los tamaños muestrales fueron definidos de tal forma de garantizar alta representatividad al interior de cada una de estas zonas. Cabe recalcar que el diseño no fue realizado para extraer conclusiones al interior de las Regiones que no corresponden a algunas de las 7 zonas.

### **3.7 Unidades muestrales**

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

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

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

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

### 3.8 Margen de error muestral

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

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

Donde:

e : error muestral

t : coeficiente de confianza (t = 1,96 para un 95% de confianza)

p : proporción a estimar ( $p = q = 0,5$  considerando varianza máxima)

n : tamaño muestral

### 3.9 Expansión y Corrección Poblacional

Los datos de la muestra fueron expandidos y corregidos según proyecciones oficiales de población del INE a Abril de 2008. La expansión de la muestra consiste en calcular el ponderador correspondiente a cada observación de acuerdo a la probabilidad de selección que tuvo al momento de ser seleccionada. La corrección de población fue realizada en base a dos variables: Sexo y Tramo de edad para reproducir de la mejor forma posible la distribución de la población en estudio observada en las mismas proyecciones censales.

### 3.10 Descripción de la Muestra

Se realizaron 2.174 encuestas en esta aplicación. Con la excepción de la variable de sexo, las otras variables socio demográficas mantuvieron distribuciones en la muestra bastante similares a las existentes en la población, lo que indica que la aleatorización de la selección funcionó razonablemente bien.

#### 3.10.1 Muestra entrevistada según Sexo, Edad y GSE<sup>1</sup>

**Tabla 3.1: Distribución de la Muestra según Sexo**

SEXO	Distribución de la Muestra		
	Sin ponderar		Ponderada
Hombres	891	41,0%	48,9%
Mujeres	1.283	59,0%	51,1%
Total	2.174	100%	100%

<sup>1</sup> Los valores ponderados que se presentan en las tablas a continuación corresponden al resultado luego de la corrección y expansión de la muestra realizados de acuerdo al procedimiento descrito en el punto 3.10.

**Tabla 3.2: Distribución de la Muestra según Tramo de edad**

TRAMO DE EDAD	Distribución de la Muestra		
	Sin ponderar		Ponderada
De 18 a 25 años	348	16,0%	18,8%
De 26 a 35 años	381	17,5%	19,2%
De 36 a 45 años	462	21,3%	21,8%
De 46 a 55 años	402	18,5%	16,4%
De 56 a 65 años	280	12,9%	12,2%
Más de 65 años	301	13,8%	11,5%
Total	2.174	100%	100%

**Tabla 3.3: Distribución de la Muestra según Nivel socioeconómico**

GSE	Distribución de la Muestra		
	Sin ponderar		Ponderada
ABC1	87	4,0%	6,2%
C2	323	14,9%	16,6%
C3	523	24,1%	26,2%
D	905	41,6%	38,7%
E	336	15,5%	12,3%
Total	2.174	100%	100%

### 3.11 Muestra por Zonas

**Tabla 3.4: Distribución de la Muestra según Zona de estudio**

ZONA	Distribución de la Muestra			Margen de error
	Sin ponderar		Ponderada	
1. II Región	307	14,1%	3,3%	+ - 5,6%
2. V Región	307	14,1%	10,7%	+ - 5,6%
3. VIII Región	318	14,6%	12,2%	+ - 5,5%
4. X Región	312	14,4%	4,9%	+ - 5,5%
5. XIV Región	311	14,3%	2,3%	+ - 5,5%
6. Región Metropolitana	312	14,4%	41,6%	+ - 5,5%
. Resto del país	307	14,1%	25%	+ - 5,6%
Total	2.174	100%	100%	+ - 2,1%

### 3.12 Muestra por Zona: Resto del país

**Tabla 3.5: Distribución de la Muestra Zona 7 (Resto del país)**

REGIÓN	Distribución de la Muestra			Margen de error
	Sin ponderar		Ponderada	
1ª Región	21	6,8%	5,8%	+ -21,3%
3ª Región	20	6,5%	5,1%	+ -21,9%
4ª Región	58	18,9%	23,3%	+ -12,9%
6ª Región	50	16,3%	13,0%	+ -13,8%
7ª Región	71	23,1%	27,5%	+ -11,8%
9ª Región	46	15,0%	13,4%	+ -14,4%
12ª Región	20	6,5%	5,4%	+ - 21,9%
15ª Región	21	6,8%	6,5%	+ - 21,3%
Total	307	100%	100%	+ -5,6%

### 3.13 Hogares y Usuarios

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

**Tabla 3.6: Distribución de Servicios en la Muestra (Respuesta Múltiple<sup>2</sup>)**

SERVICIOS	Distribución de la Muestra	
	Hogares	Usuarios
Teléfono fijo	1.028	1.028
Llamadas de larga distancia	196	173
Celular	1.882	1.679
Internet	558	558
TV Pagada	772	772

<sup>2</sup> La suma es mayor que el número total de encuestas porque tanto los hogares como los usuarios disponen de más de un servicio.

## 4 Resumen General

---

En un periodo de casi 6 meses entre las dos encuestas, se observaron leves cambios en el nivel de penetración en los servicios. Sin embargo, todos los servicios, con la excepción de la telefonía móvil, mostraron una pequeña disminución aunque no es estadísticamente significativa.

El nivel de satisfacción de los usuarios con los servicios de telecomunicaciones se mantiene alto y el porcentaje que se declara no satisfecho disminuyó en todos los servicios con respecto a la encuesta de Noviembre, ubicándose dentro de los niveles observados en la encuesta de Junio de 2007. Esto vuelve a darle sustento a una hipótesis de alta volatilidad del fenómeno de la satisfacción.

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

Un alto porcentaje de los usuarios que ha tenido algún problema, reclama o hace alguna petición. La gran mayoría de éstos son dirigidos hacia las empresas proveedoras. Aunque el porcentaje de reclamos que llega a instituciones como SERNAC y SUBTEL es bajo, sólo el 3,4% del total de reclamos, se observa en esta encuesta un relativo mejor posicionamiento de Subtel como institución receptora de reclamos.

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

## 5 Resultados Generales

---

### 5.1 Penetración

Los servicios de telecomunicaciones se distribuyen de la siguiente forma en los hogares: el 89,5% posee teléfono celular, el 54,5% posee teléfono fijo, el 33,5% servicio de TV pagada, el 28,5% Internet y el 7,8% servicio de llamadas de larga distancia.

**Tabla 5.1: Distribución de hogares según Disponibilidad de Servicio (Respuesta Múltiple<sup>3</sup>) – Abril 2008**

SERVICIO	Hogares
Teléfono fijo	54,5%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	7,8%
Celular Prepago/contrato	89,5%
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	28,5%
TV pagada (Cable/Satelital)	33,5%
Ninguna de los anteriores	1,6%
Total Hogares	100%

Base: Todos los hogares.

Comparado con la encuesta realizada en Noviembre de 2007, se observan muy pocas variaciones en la penetración de los servicios. Todos los servicios, con la excepción del celular, muestran un leve descenso en el nivel de penetración, aunque estas diferencias no alcanzan a ser estadísticamente significativas.

**Tabla 5.2: Distribución de hogares según Disponibilidad de Servicio (Respuesta Múltiple<sup>4</sup>) – Noviembre 2007**

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

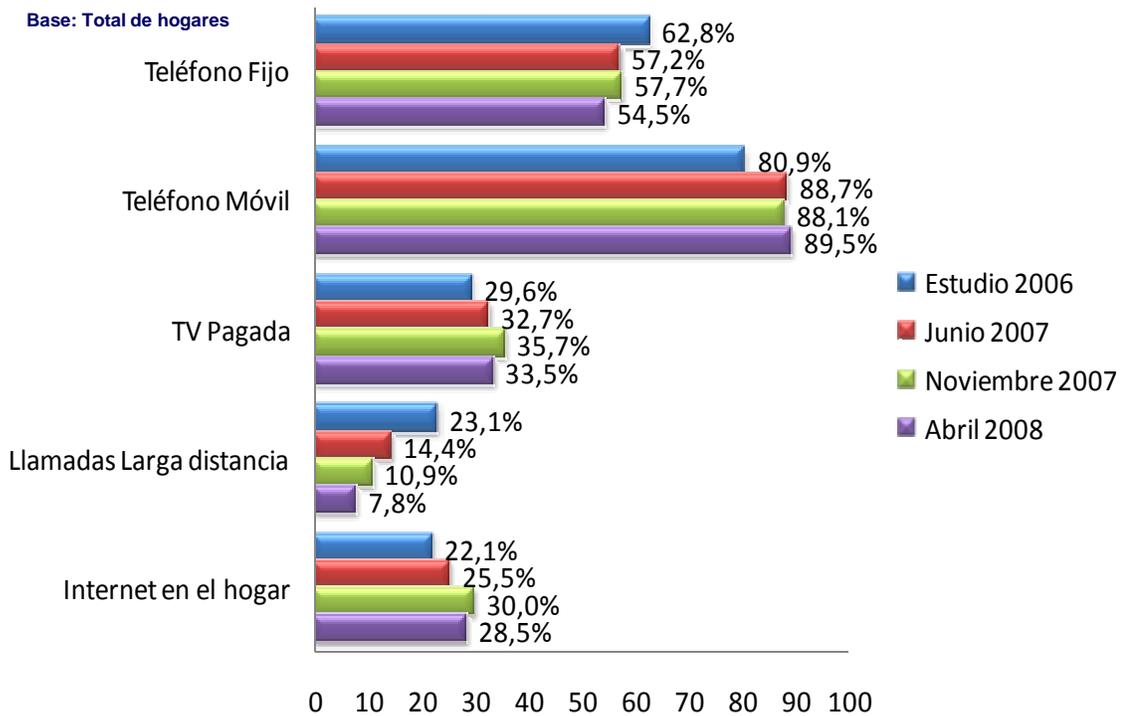
Base: Todos los hogares.

<sup>3</sup> El total suma más de 100% porque los hogares poseen más de un servicio.

<sup>4</sup> El total suma más de 100% porque los hogares poseen más de un servicio.

**Gráfico 5.1**

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



La penetración de los servicios muestra una importante variación entre las distintas zonas estudiadas. Por ejemplo, la cobertura telefónica en la nueva Décima Región alcanza 30,6% y en la Segunda Región, el 63,4%. Esta última región, dentro de las regiones estudiadas, presenta la mayor penetración de telefonía móvil, servicio de Internet y de televisión pagada. La Región Metropolitana lidera en Telefonía Fija. Por otro lado, la Décima Región presenta los niveles más bajos en 3 de los 5 servicios evaluados.

**Tabla 5.3: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Zona de estudio (Respuesta Múltiple<sup>5</sup>)- Abril 2008**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. Metropol itana	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Teléfono fijo	63,4%	54,4%	43,7%	32,1%	30,6%	71,9%	36,4%	54,5%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	19,0%	11,5%	9,6%	6,4%	4,8%	6,2%	7,0%	7,8%
Celular Prepago/contrato	93,9%	87,0%	89,8%	89,6%	93,1%	89,2%	90,1%	89,5%
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	46,5%	30,8%	20,7%	16,4%	15,9%	37,1%	18,1%	28,5%
TV pagada (Cable/Satelital)	62,5%	42,7%	30,9%	27,0%	27,9%	34,6%	27,0%	33,5%
Ninguna de los anteriores	1,2%	1,1%	1,3%	5,6%	,8%	,8%	2,8%	1,6%

Base: Todos los hogares

Comparado con la encuesta de Noviembre, se observa que todas las zonas bajaron levemente los niveles de penetración de la telefonía fija. La telefonía móvil bajó levemente en algunas zonas y subió también levemente en otras. La Quinta Región es la única que incrementó la penetración de Internet. La televisión pagada se incrementó en la segunda región, se redujo en la Quinta y Octava región y se mantuvo estable en las nuevas regiones de la antigua décima región.

**Tabla 5.4: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Zona de estudio (Respuesta Múltiple<sup>6</sup>)- Noviembre 2007**

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

Base: Todos los hogares

<sup>5</sup> El total suma más de 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

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

Dividiendo el país en 3 grandes zonas, se observan también importantes diferencias, especialmente en telefonía fija, conexión a Internet y TV pagada. La zona norte, por ejemplo, supera en aproximadamente 20 puntos porcentuales a la zona sur en cobertura de telefonía fija. También la supera holgadamente en Internet y TV pagada.

**Tabla 5.5: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Agrupación de regiones (Respuesta Múltiple)<sup>7</sup> - Abril 2008**

SERVICIO	Agrupación de Regiones			
	Zona Norte (I a V regiones y XV)	Zona Sur (VI a XII regiones y XIV)	Zona Centro (R. Metropolitana)	Total
Teléfono Fijo	51,5%	35,6%	71,9%	54,5%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	10,1%	8,1%	6,2%	7,8%
Celular (Prepago/Contrato)	89,1%	90,2%	89,2%	89,5%
Conexión Internet (Conmutada/B.Ancha)	29,3%	17,4%	37,1%	28,5%
TV pagada (Cable/Satelital)	42,8%	25,6%	34,6%	33,5%
Ninguna de los anteriores	2,2%	2,2%	,8%	1,6%
Total	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares

Comparada con la encuesta anterior se observan pocos cambios en la zona norte y en la Región Metropolitana. No obstante, en la Zona Sur se observa una disminución en casi todos los servicios.

**Tabla 5.6: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Agrupación de regiones (Respuesta Múltiple)<sup>8</sup> - Noviembre 2007**

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

Base: Todos los hogares

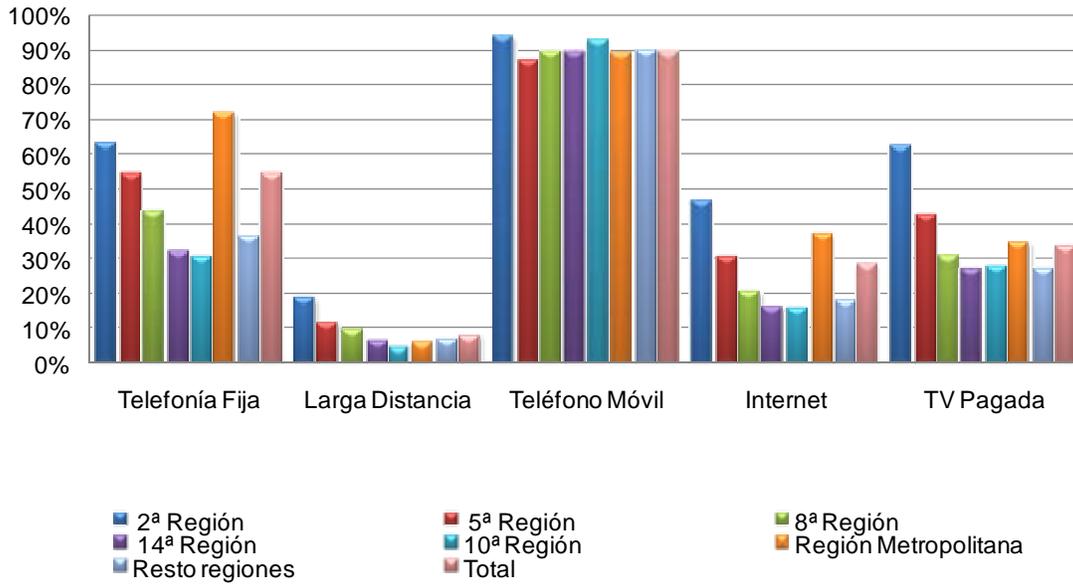
<sup>7</sup> El total suma más de 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

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

## Gráfico 5.2

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

Base: Total de hogares



Como era esperable, hay importantes diferencias en la cobertura de los servicios en relación a la condición urbana o rural del hogar, teniendo estos últimos una menor presencia de servicios. La única excepción es el celular cuya cobertura es muy alta.

**Tabla 5.7: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Ruralidad (Respuesta Múltiple<sup>9</sup>)- Abril 2008**

SERVICIO	Ruralidad		
	Urbano	Rural	Total
Teléfono fijo	61,1%	9,6%	54,5%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	8,9%	,4%	7,8%
Celular Prepago/contrato	89,4%	90,4%	89,5%
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	32,5%	,8%	28,5%
TV pagada (cable/satelital)	36,7%	11,5%	33,5%
Ninguna de los anteriores	,9%	6,3%	1,6%

Base: Todos los hogares

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

**Tabla 5.8: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Ruralidad (Respuesta Múltiple<sup>10</sup>)- Noviembre 2007**

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

Base: Todos los hogares

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

<sup>9</sup> El total es mayor del 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

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

**Tabla 5.9: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Nivel socioeconómico (Respuesta Múltiple<sup>11</sup>)- Abril 2008**

SERVICIO	Nivel Socioeconómico					Total
	ABC1	C2	C3	D	E	
Teléfono fijo	88,2%	79,0%	59,7%	46,2%	19,6%	54,5%
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	21,1%	16,7%	5,6%	4,7%	3,2%	7,8%
Celular Prepago/Contrato	96,0%	91,9%	88,7%	89,0%	86,8%	89,5%
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	75,9%	55,5%	28,8%	16,7%	4,6%	28,5%
TV pagada (Cable/Satelital)	73,3%	54,0%	34,0%	25,9%	8,7%	33,5%
Ninguna de los anteriores	,0%	,2%	,8%	1,9%	5,4%	1,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares.

Comparado con la encuesta anterior, se observa una importante disminución de la penetración de la telefonía fija en el grupo E.

**Tabla 5.10: Distribución de hogares según Disponibilidad de servicio y Nivel socioeconómico (Respuesta Múltiple<sup>12</sup>)- Noviembre 2007**

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

Base: Todos los hogares.

## 5.2 Servicios por Hogar

Los hogares chilenos tienen un promedio de 2,19 servicios. Un 98,4% de los hogares tienen al menos un servicio. El 41,6% tiene sólo un servicio mientras que el 4,3% todos los servicios. En cuanto a la cantidad de servicios por hogar, también se observa una amplia variación a lo largo de las zonas evaluadas. Nuevamente, la Segunda y la Décima región, dentro de las zonas estudiadas, presentan situaciones polares. Por ejemplo,

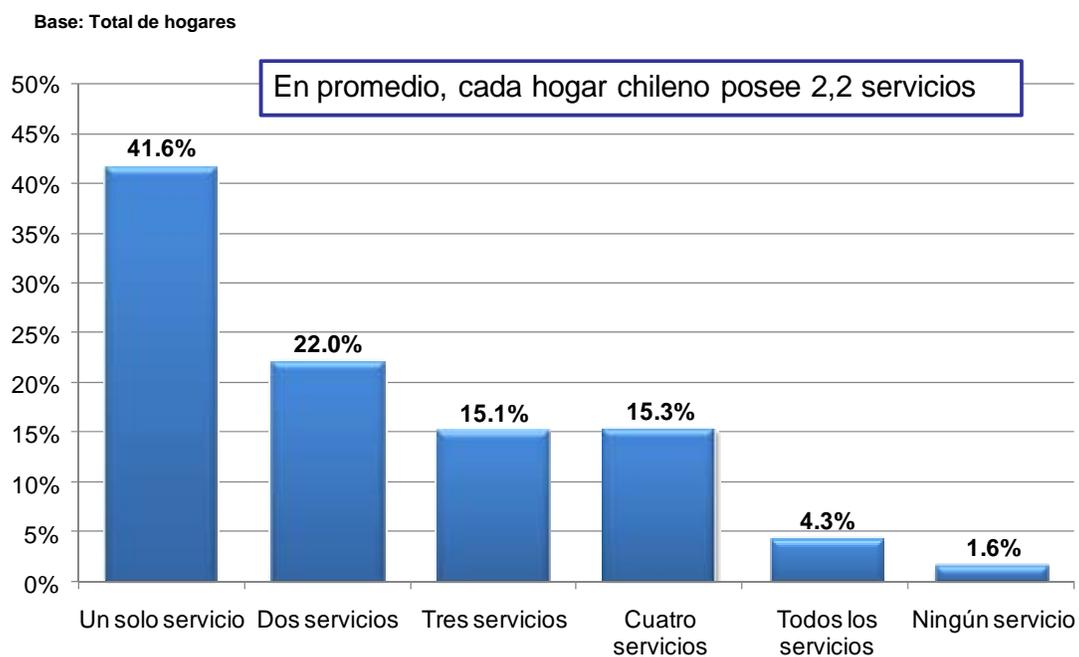
<sup>11</sup> El total es mayor del 100% porque los entrevistados pueden tener más de un servicio.

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

mientras en la Segunda Región sólo el 22,2% de los hogares posee un solo servicio, en la Décima región dicho porcentaje alcanza el 59,3%.

**Gráfico 5.3**

Cantidad de servicios de telecomunicaciones en el hogar  
(% de hogares según cantidad de servicios)



**Tabla 5.11: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Zona de estudio- Abril 2008**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Un solo servicio	22,2%	38,5%	50,3%	52,6%	59,3%	30,6%	55,7%	41,6%
Dos servicios	20,9%	22,4%	20,0%	20,2%	20,9%	25,7%	17,5%	22,0%
Tres servicios	16,2%	16,0%	13,8%	11,4%	7,8%	18,1%	11,7%	15,1%
Cuatro servicios	25,0%	14,8%	10,2%	6,9%	7,9%	21,5%	8,7%	15,3%
Todos los servicios	14,6%	7,1%	4,5%	3,4%	3,2%	3,3%	3,6%	4,3%
Ningún servicio	1,2%	1,1%	1,3%	5,6%	,8%	,8%	2,8%	1,6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares

Comparado con la encuesta anterior, lo más notorio es el incremento de la proporción de hogares con dos servicios.

**Tabla 5.12: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Zona de estudio- Noviembre 2007**

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

Base: Todos los hogares

Mientras la zona 1 (Segunda Región) tiene un promedio de 2,9 servicios por hogar, la Zona 5 (Décima Región) tiene un promedio de 1,7. También hay sustantivas diferencias entre los hogares urbanos y los hogares rurales, casi duplicando los primeros en la cantidad de servicios a los segundos.

**Tabla 5.13: Número de servicios disponibles promedio por hogar según Zona de estudio- Abril 2008**

Zonas							
Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
2,9	2,3	2,0	1,8	1,7	2,4	1,8	2,2

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

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

**Tabla 5.14: Número de servicios disponibles promedio por hogar según Zona de estudio- Noviembre 2007**

Zona de estudio					
1 2ª Región	2 5ª Región	3 8ª Región	4 10ª Región	5 Resto País	Total
2.8	2.3	2.1	1.8	2.3	2.2

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

**Tabla 5.15: Número de servicios disponibles promedio por hogar según Ruralidad- Abril 2008**

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

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

Comparado con la encuesta anterior se observa un cierto incrementó en el número de servicios en el sector rural el que se explica por un incrementó en la penetración del teléfono fijo y de la TV pagada.

**Tabla 5.16: Número de servicios disponibles promedio por hogar según Ruralidad- Noviembre 2007**

Urbano o Rural		
Urbano	Rural	Total
2.4	1.1	2.2

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

De los hogares que poseen un solo servicio, el 84,9% posee solamente celular y un 14,5% solamente teléfono fijo. De los que poseen dos servicios un 60,4% posee teléfono fijo y celular y un 26,9% celular y TV pagada. De los que poseen tres servicios, un 48,1% poseen celular, teléfono fijo e Internet y un 32,9% celular, teléfono fijo y TV pagada.

**Tabla 5.17: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Tipo de servicio- Abril 2008**

		%
Un solo servicio	Celular	84,9%
	teléfono fijo	14,5%
	TV pagada	,5%
Dos servicios	teléfono fijo, Celular	60,4%
	Celular, TV pagada	26,9%
	teléfono fijo, TV pagada	5,7%
	Celular, Internet	2,6%
	llamadas de larga distancia, Celular	1,7%
	teléfono fijo, llamadas de larga distancia	1,5%
	teléfono fijo, Internet	1,1%
Tres servicios	llamadas de larga distancia, TV pagada	,0%
	teléfono fijo, Celular, Internet	48,1%
	teléfono fijo, Celular, TV pagada	32,9%
	Celular, Internet, TV pagada	7,8%
	teléfono fijo, llamadas de larga distancia, Celular	5,1%
	teléfono fijo, Internet, TV pagada	2,7%
	teléfono fijo, llamadas de larga distancia, TV pagada	1,7%
	llamadas de larga distancia, Celular, TV pagada	,7%
Cuatro servicios	llamadas de larga distancia, Celular, Internet	,7%
	teléfono fijo, llamadas de larga distancia, Internet	,3%
	teléfono fijo, Celular, Internet, TV pagada	90,3%
	teléfono fijo, llamadas de larga distancia, Celular, TV pagada	6,4%
	teléfono fijo, llamadas de larga distancia, Celular, Internet	3,0%
	llamadas de larga distancia, Celular, Internet, TV pagada	,2%
	teléfono fijo, llamadas de larga distancia, Internet, TV pagada	,1%

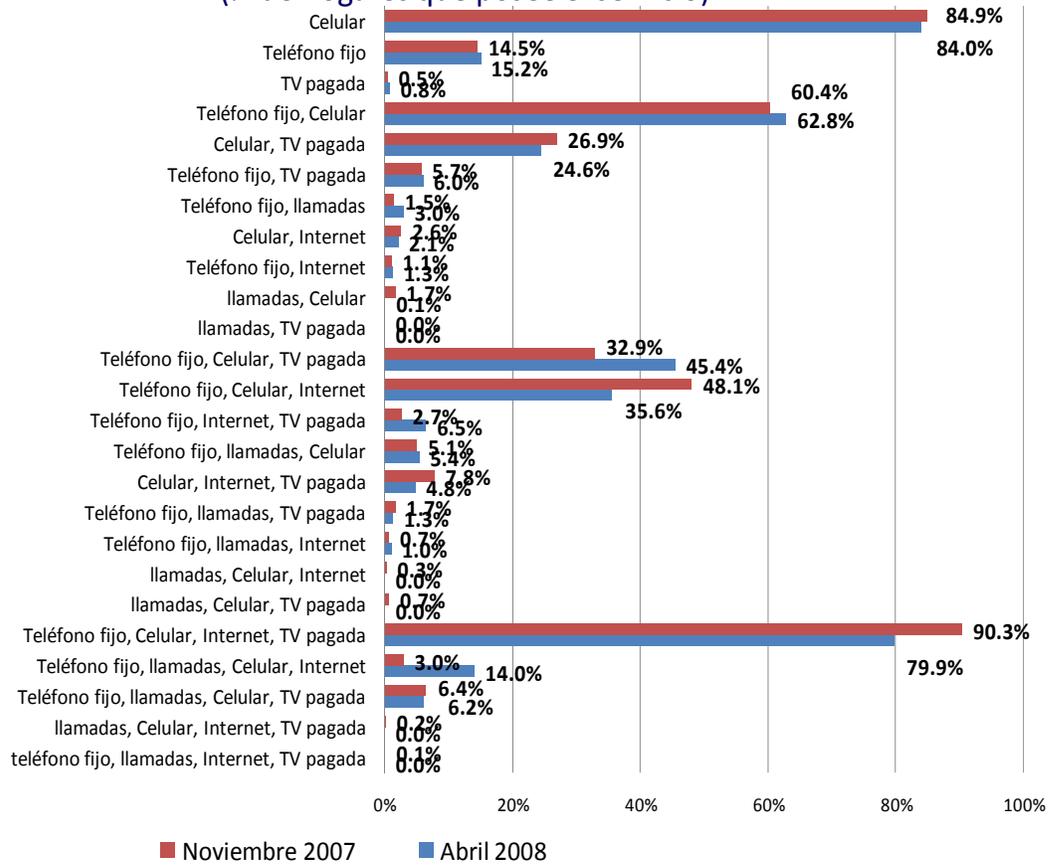
Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio

Comparado con la encuesta de Noviembre, se observan diferencias. Los principales cambios se dan en la distribución de los hogares con 3 servicios, donde se incrementa el porcentaje de los que poseen teléfono fijo, internet y televisión pagada.

**Gráfico 5.4**

Tenencia / Uso de servicios de telecomunicaciones en el Hogar según combinación de servicios

(% de hogares que posee el servicio)



**Tabla 5.18: Distribución de hogares según Número de servicios disponibles y Tipo de servicio- Noviembre 2007**

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

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

### 5.3 Antigüedad de los Servicios

El teléfono fijo es el servicio de mayor antigüedad con 8,42 años promedio con el actual proveedor, seguido por el celular con 4,04 años.

**Tabla 5.19: Antigüedad promedio de los servicios (en años) según Zona de estudio**

	Zonas							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	Cantida d	Cantida d	Cantida d	Cantida d	Cantida d	Cantidad	Cantida d	Cantida d
Teléfono Fijo	5,49	6,54	7,16	6,44	6,88	9,58	7,52	8,42
Larga Distancia (Carrier/Multiportador)	1,17	1,25	1,16	1,22	1,39	1,28	1,16	1,22
Celular (Prepago/Contrato)	3,21	3,84	3,61	4,10	4,04	4,14	4,22	4,04
Conexión Internet (Conmutada/Banda Ancha)	2,87	2,89	1,87	2,79	1,83	2,73	2,29	2,60
TV pagada (Cable/Satelital)	4,96	4,46	3,87	3,79	3,55	3,16	3,44	3,57

Base: Todos los hogares con algún tipo de servicio.

## 6 Teléfono Fijo

### 6.1 Compañías

El 67,2% de los hogares con telefonía fija posee teléfonos provistos por Telefónica Chile, un 23,5% por VTR y un 4,6% por Telefónica del Sur. Esta distribución es relativamente equivalente en las distintas zonas con la excepción de la Décima y Décimocuarta Región en las que Telefónica del Sur posee la mayor penetración. La otra excepción es la Segunda Región, donde VTR supera a Telefónica.

**Tabla 6.1: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Proveedor del servicio y Zona de estudio**

	Zonas							Total
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	
	%	%	%	%	%	%	%	
Telefónica Chile	46.0%	66.3%	70.8%	8.9%	6.6%	69.4%	77.8%	67.2%
VTR	52.9%	19.1%	17.9%	7.2%	15.7%	28.0%	11.9%	23.5%
Telefónica del Sur	0.0%	0.0%	5.5%	74.1%	73.0%	0.0%	5.9%	4.6%
CMET	0.0%	13.3%	2.4%	0.0%	0.0%	0.9%	1.3%	2.4%
Entelphone	1.1%	0.6%	1.2%	0.6%	0.0%	1.2%	0.0%	0.9%
GTD Manquehue	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.3%
TELMEX	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
GTD Telesat	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Telefónica de Coyhaique	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Otro	,0%	,0%	2,2%	9,1%	4,7%	,0%	2,9%	1,0%
No sabe/ no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

Entre los hogares urbanos y rurales, la principal diferencia es la inexistencia de servicios de VTR en los rurales.

**Tabla 6.2: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Proveedor del servicio y Ruralidad**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
Telefónica Chile	67.0%	76.3%	67.2%
VTR	24.1%	0.0%	23.5%
Telefónica del Sur	4.6%	6.1%	4.6%
CMET	2.4%	3.4%	2.4%
Entelphone	0.9%	0.0%	0.9%
GTD Manquehue	0.3%	0.0%	0.3%
TELMEX	0.1%	0.0%	0.1%
GTD Telesat	0.0%	0.0%	0.0%
Telefónica de Coyhaique	0.0%	0.0%	0.0%
Otro	,7%	14,2%	1,0%
No sabe/ no responde	,0%	,0%	,0%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

En relación al nivel socioeconómico, lo más relevante es la relativa mayor presencia de VTR en los hogares ABC1 y C2 comparado con los otros estratos. Telefónica, en cambio, se encuentra ligeramente más orientada hacia los sectores medios y medio bajos.

**Tabla 6.3: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Proveedor del servicio y Nivel socioeconómico- Abril 2007**

	Nivel Socioeconómico					
	ABC1	C2	C3	D	E	Total
	%	%	%	%	%	%
Telefónica Chile	53,7%	57,8%	69,3%	75,5%	73,3%	67,2%
VTR	40,9%	35,0%	20,7%	15,2%	1,5%	23,5%
Telefónica del Sur	2,0%	3,3%	5,0%	4,9%	12,0%	4,6%
CMET	0,9%	3,0%	2,0%	2,3%	5,9%	2,4%
Entelphone	2,4%	0,8%	0,5%	0,8%	1,3%	0,9%
GTD Manquehue	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,3%
TELMEX	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
GTD Telesat	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Telefónica de Coyhaique	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Otro	,0%	,1%	1,1%	1,3%	6,0%	1,0%
No sabe/ no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

## 6.2 Servicios Contratados

Las líneas convencionales están lejos de ser las dominantes en materia de telefonía fija. Sólo el 34,6% de los hogares posee una línea convencional. Los planes y packs ocupan la mayoría de las opciones de la población en cuanto a telefonía. Dentro de los Packs, el pack trío ocupa el primer lugar con el 23,9% de los hogares, seguido por el pack dúo con el 17,3%. Los planes de prepago y los de tope de llamadas alcanzan el 15,6% y 8,3% respectivamente.

**Tabla 6.4: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Tipo de Servicio contratado y Zona de estudio**

	Zonas							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Línea convencional con SLM	34.8%	27.4%	27.5%	8.4%	31.8%	37.3%	39.3%	34.6%
Pack Trío o Triple, es decir teléfono más internet. TV cable o celular	37.9%	24.1%	17.2%	12.6%	26.7%	24.8%	23.3%	23.9%
Pack Dúo o Doble. es decir teléfono más internet o TV cable	10.3%	23.7%	19.6%	33.7%	15.4%	15.8%	15.9%	17.3%
Plan económico con prepago sin otros servicios	10.5%	17.5%	29.4%	25.7%	16.7%	12.1%	17.5%	15.6%
Plan económico con tope mensual sin otros servicios	3.6%	7.9%	9.2%	14.5%	5.4%	8.9%	6.6%	8.3%
Otro	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
No sabe/no responde	4,1%	,6%	,0%	5,2%	4,1%	1,2%	,0%	1,1%

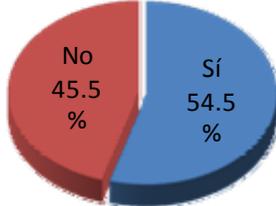
Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

**Gráfico 6.1**

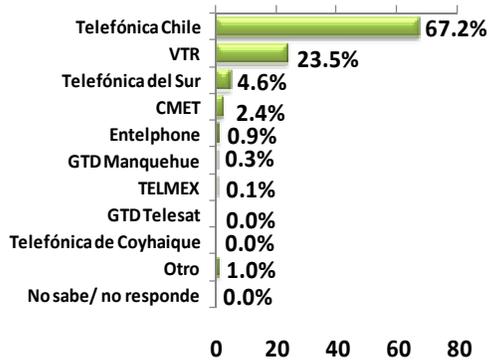
**Presencia de Telefonía Fija en Hogares**

**Tenencia del servicio en el hogar**

Base: Todos los hogares



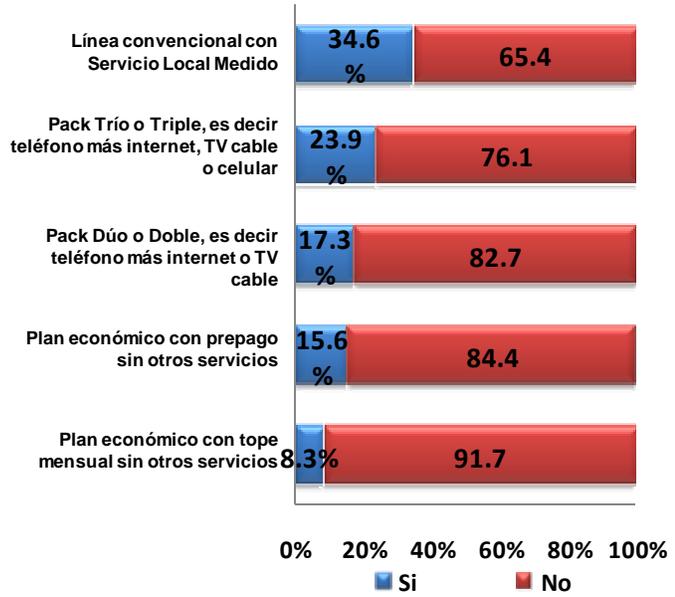
**Cobertura de las Compañías**



Base: Todos los hogares con teléfono fijo

**Provedores según forma de pago**

Base: Todos los hogares con teléfono fijo



### 6.3 Servicios Contratados según compañías

En todos los servicios de telefonías, con la excepción de pack trío, la empresa Telefónica Chile posee una posición dominante. En este último servicio, VTR posee el mayor porcentaje de hogares.

**Tabla 6.5: Distribución de hogares con Telefonía Fija según Tipo de Servicio contratado y tipo de Servicio**

	CMET	Entelphone	GTD Manquehue	GTD Telesat	Telefónica Chile	Telef. Coyhaique	Telefónica del Sur	VTR	TELMEX	Otro	NS/NR	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Línea convencional con SLM	2,3%	1,7%	,0%	,0%	75,3%	,0%	3,2%	15,9%	,3%	1,4%	,0%	100%
Plan económico con prepago sin otros servicios	2,2%	,4%	,0%	,0%	86,2%	,0%	6,7%	2,2%	,0%	2,2%	,0%	100%
Plan económico con tope mensual sin otros servicios	9,8%	,0%	,0%	,0%	76,7%	,0%	7,5%	3,6%	,0%	2,3%	,0%	100%
Pack Dúo o Doble, es decir teléfono más internet o TV cable	1,8%	1,5%	1,7%	,0%	73,7%	,0%	7,6%	13,6%	,0%	,1%	,0%	100%
Pack Trío o Triple, es decir teléfono más internet, TV cable o celular	,6%	,0%	,0%	,0%	34,6%	,0%	1,4%	63,4%	,0%	,0%	,0%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

### 6.4 Antigüedad de los Servicios Contratados

Como era esperable, la línea convencional es el más antiguo de los servicios de telefonía. Es interesante observar que la Segunda Región, a pesar de tener una de las más altas penetraciones de telefonía fija y de otros servicios es la región que posee la más baja antigüedad en 3 de los 5 servicios de telefonía. Esto implica que ha habido una masificación relativamente reciente de los servicios y que existe la participación de empresas telefónicas más nuevas. También llama la atención la diferencia entre las dos nuevas regiones de la antigua Décima Región en la antigüedad de la Telefonía fija convencional. Como se aprecia en el cuadro siguiente, existen más de 3 años de diferencia en la antigüedad del servicio de telefonía convencional entre esas regiones.

**Tabla 6.6: Antigüedad de la Telefonía Fija según Tipo de Servicio contratado y Zona de estudio**

	Zonas							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	Años	Años	Años	Años	Años	Años	Años	Años
Línea convencional con SLM	7.08	9.43	10.79	13.82	10.48	11.97	9.37	11.04
Plan económico con tope mensual sin otros servicios	3.47	7.57	6.89	7.92	3.87	10.58	5.25	8.88
Pack Dúo o Doble. es decir teléfono más internet o TV cable	6.06	4.53	7.19	3.99	6.14	10.59	8.57	8.51
Plan económico con prepago sin otros servicios	4.15	7.38	6.05	6.43	7.55	9.25	5.24	7.43
Pack Trío o Triple, es decir teléfono más internet. TV cable o celular	4.14	4.44	3.18	5.76	3.63	5.62	6.13	5.29

Base: Todos los hogares con servicio de teléfono fijo.

## 7 Servicio de Larga Distancia

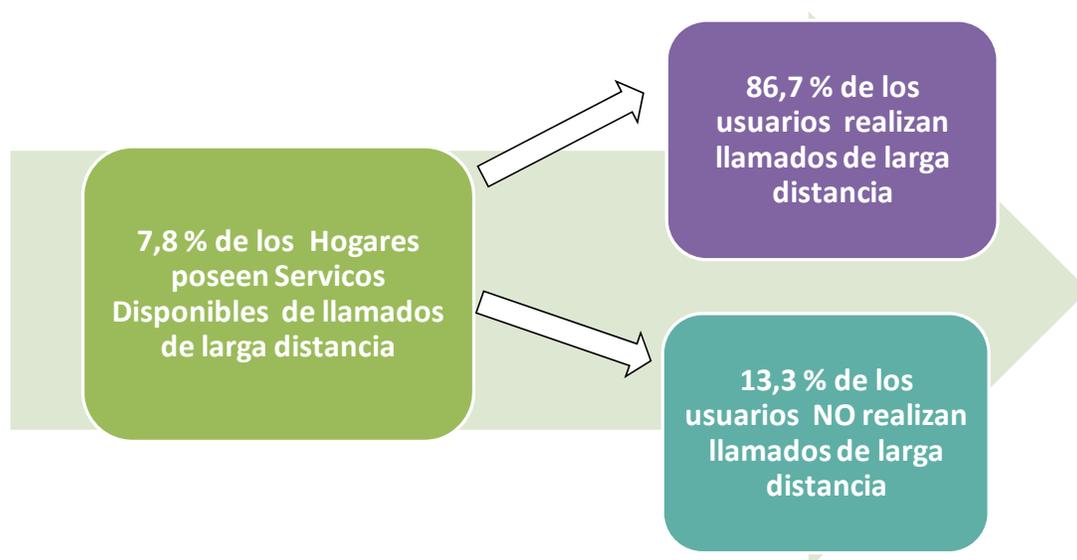
---

### 7.1 Realización de llamadas de larga distancia

Si bien existe un 7,8% de los hogares que poseen servicios de llamadas de larga distancia, sólo el 86,7% de los usuarios de dichos hogares efectivamente realizan llamadas de larga distancia.

Gráfico 7.1

#### Hogares y Usuarios de Servicios de llamadas de larga distancia



## 7.2 Compañías

Del total de servicios de larga distancia usados por los usuarios, un 26,4% han sido contratados con Telefónica Mundo, seguido de VTR, ENTEL y Telmex, todos con un 19%.

**Tabla 7.1: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Proveedor y Zona de estudio**

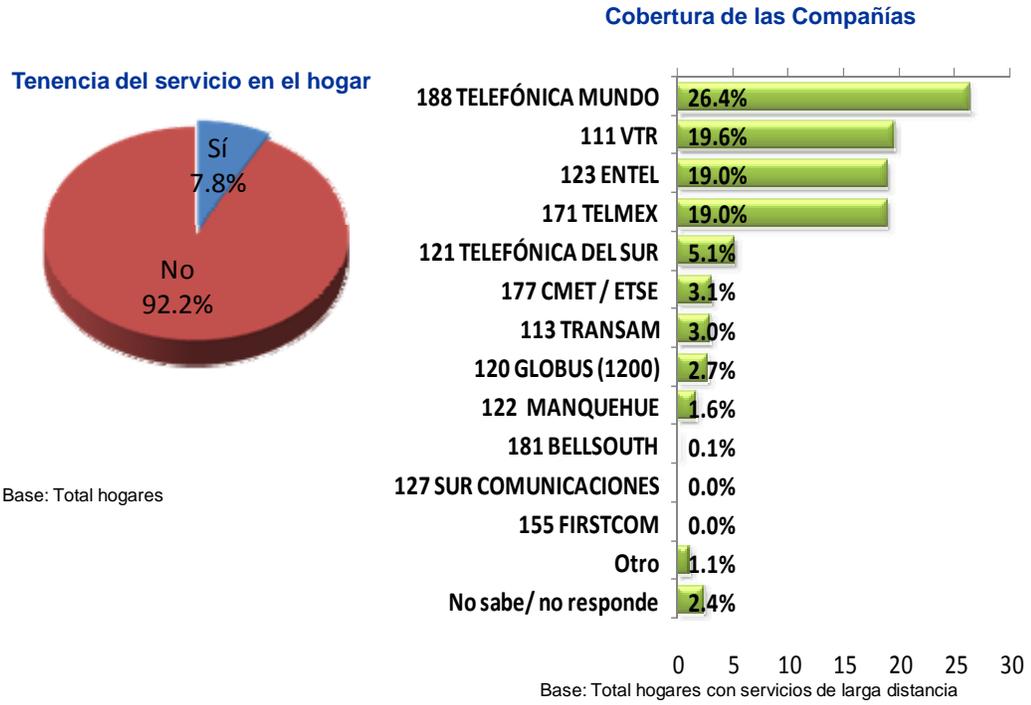
	Zonas							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
188 TELEFÓNICA MUNDO	29,6%	39,5%	29,8%	20,0%	7,0%	8,0%	43,0%	26,4%
111 VTR	39,5%	14,6%	16,2%	12,3%	12,0%	24,8%	11,7%	19,6%
123 ENTEL	13,8%	13,7%	33,4%	11,2%	16,1%	26,4%	7,3%	19,0%
171 TELMEX	17,1%	21,6%	16,4%	0,0%	12,9%	19,5%	22,3%	19,0%
121 TELEFÓNICA DEL SUR	0,0%	0,0%	4,2%	56,4%	52,0%	5,0%	0,0%	5,1%
177 CMET / ETSE	0,0%	10,9%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	3,1%
113 TRANSAM	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	3,0%
120 GLOBUS (1200)	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,3%	0,0%	2,7%
122 MANQUEHUE	0,0%	4,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	1,6%
181 BELLSOUTH	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
127 SUR COMUNICACIONES	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
155 FIRSTCOM	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Otro	2,6%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	3,7%	1,1%
No sabe/ no responde	,0%	9,8%	,0%	,0%	,0%	,0%	4,1%	2,4%

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

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

## Gráfico 7.2

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



**Tabla 7.2: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Proveedor del servicio y Ruralidad**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural <sup>13</sup>	Total
	%	%	%
188 TELEFÓNICA MUNDO	26,2%	54,9%	26,4%
111 VTR	19,7%	0,0%	19,6%
123 ENTEL	18,8%	45,1%	19,0%
171 TELMEX	19,2%	0,0%	19,0%
121 TELEFÓNICA DEL SUR	5,2%	0,0%	5,1%
177 CMET / ETSE	3,2%	0,0%	3,1%
113 TRANSAM	3,0%	0,0%	3,0%
120 GLOBUS (1200)	2,7%	0,0%	2,7%
122 MANQUEHUE	1,6%	0,0%	1,6%
181 BELLSOUTH	0,1%	0,0%	0,1%
127 SUR COMUNICACIONES	0,0%	0,0%	0,0%
155 FIRSTCOM	0,0%	0,0%	0,0%
Otro	1,1%	0,0%	1,1%
No sabe/ no responde	2,5%	0,0%	2,4%

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

### 7.3 Servicios Contratados

Un 45,1% de los usuarios que realizan llamadas de larga distancia, usan un contrato con un portador o carrier, seguido de las personas que usan el discado directo sin ningún contrato (42,5%). Los sistemas de prepago sólo alcanzan el 8,7%.

<sup>13</sup> Las sustantivas diferencias que se observan con respecto a la encuesta anterior en relación a la distribución de las compañías que ofrecen servicios de larga distancia dentro de los hogares rurales, posee dos explicaciones: 1- El tamaño muestral de la población rural que posee y usa servicios de larga distancia en los sectores rurales es muy bajo (alrededor de 20 casos) lo que posibilita fuertes oscilaciones en los resultados. 2-En esta encuesta se seleccionó una muestra rural mejor distribuida nacionalmente, lo que restó el peso relativo de las regiones del sur en la muestra.

**Tabla 7.3: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Tipo de servicio y Zonas**

	Zonas							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Tiene contrato con un portador o carriers	52,0%	57,2%	40,8%	35,3%	38,3%	30,7%	59,4%	45,1%
Usa discado directo, sin contrato con un carriers	40.1%	31.9%	33.6%	41.3%	50.3%	55.4%	36.5%	42.5%
Usa sistema de prepago que incluye llamadas desde teléfonos	6.1%	7.6%	25.5%	17.3%	0.0%	5.9%	4.1%	8.7%
No sabe/no responde	1,8%	3,3%	,0%	6,1%	11,4%	8,0%	,0%	3,7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

#### 7.4 Tipo de Uso

Un 89,6% de los usuarios que utiliza el servicio de larga distancia lo usa para llamadas nacionales y un 28,3% para llamadas internacionales<sup>14</sup>.

**Gráfico 7.3**

Tipo de Llamadas de Larga Distancia



Base: Todos los Usuarios que realizan llamadas de larga distancia



Base: Todos los Usuarios que realizan llamadas de larga distancia

<sup>14</sup> El total suma más de 100% porque algunos hogares usan ambos servicios.

**Tabla 7.4: Distribución de servicios contratados de Larga Distancia según Empresa portadora y Destino de la llamada**

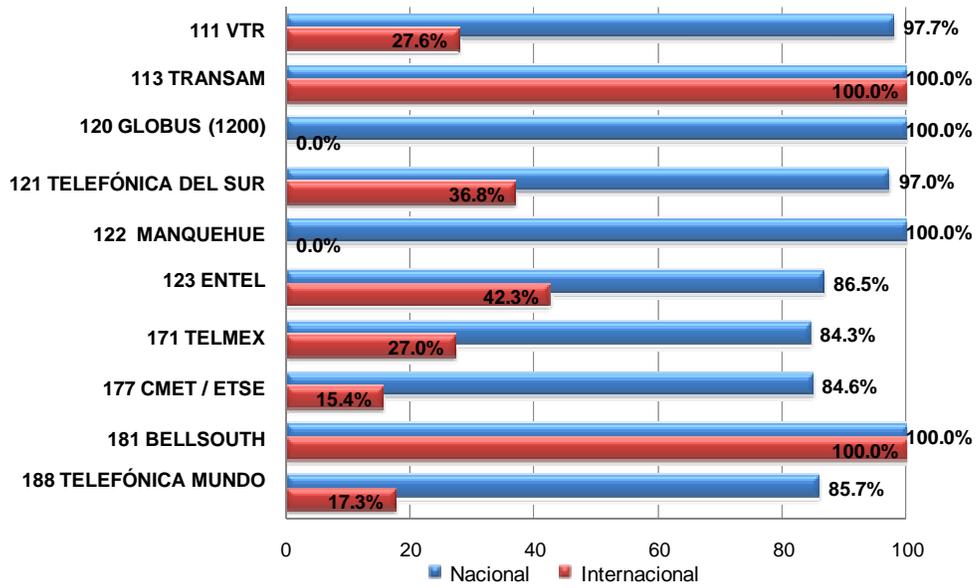
	Larga Distancia Nacional		Larga Distancia Internacional	
	Sí	No	Sí	No
	%	%	%	%
111 VTR	97,7%	2,3%	27,6%	72,4%
113 TRANSAM	100%	,0%	100%	,0%
120 GLOBUS (1200)	100%	,0%	,0%	100%
121 TELEFÓNICA DEL SUR	97,0%	3,0%	36,8%	63,2%
122 MANQUEHUE	100%	,0%	,0%	100%
123 ENTEL	86,5%	13,5%	42,3%	57,7%
127 SUR COMUNICACIONES	,0%	,0%	,0%	,0%
155 FIRSTCOM	,0%	,0%	,0%	,0%
171 TELMEX	84,3%	15,7%	27,0%	73,0%
177 CMET / ETSE	84,6%	15,4%	15,4%	84,6%
181 BELLSOUTH	100%	,0%	100%	,0%
188 TELEFÓNICA MUNDO	85,7%	14,3%	17,3%	82,7%

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

## Gráfico 7.4

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

#### Proveedores según Tipo de Llamadas



Base: Total hogares con servicios de larga distancia

## 8 Celulares

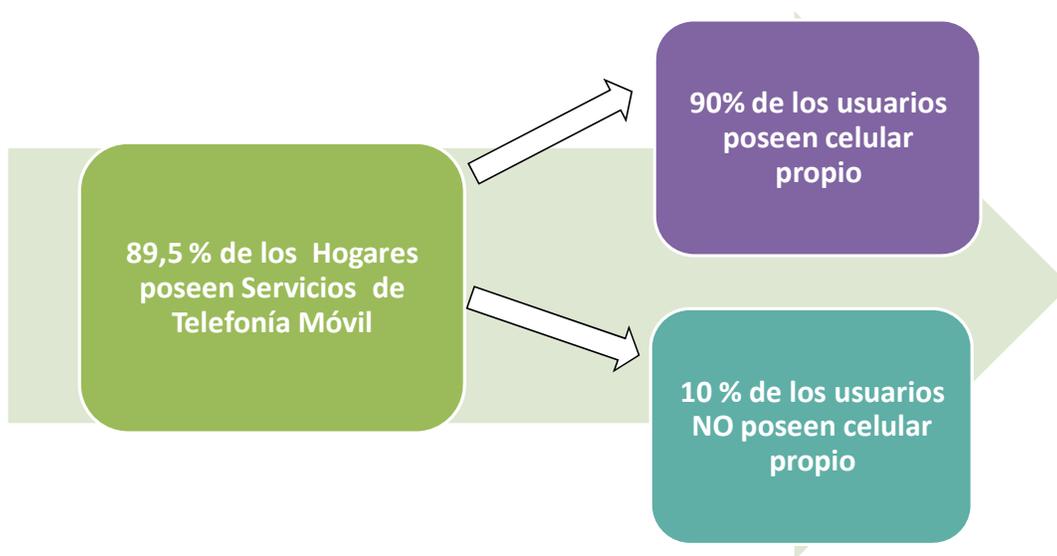
---

### 8.1 Uso de Celulares

Si bien existe un 89,5% de hogares que poseen celular, el 90% de los usuarios de dichos hogares efectivamente posee un celular propio.

**Gráfico 8.1**

#### Hogares y Usuarios de Servicios de Telefonía Móvil



## 8.2 Compañías

Movistar y ENTEL PCS son las compañías de mayor presencia en el servicio de telefonía móvil. Movistar se encuentra presente en el 51,1% de los hogares y ENTEL PCS, en el 38,8%.

**Tabla 8.1: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Zona de estudio (% de hogares por servicio)**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total <sup>15</sup>
	%	%	%	%	%	%	%	%
Movistar/ Telefónica Móvil	34,0%	52,6%	38,0%	49,6%	32,8%	47,6%	66,1%	51,1%
Entel PCS	51,2%	44,3%	45,4%	32,2%	53,1%	42,3%	26,4%	38,8%
Smartcom/ Claro	18,6%	9,4%	16,4%	21,3%	16,6%	18,9%	9,1%	15,1%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

Considerando el total de los celulares existentes, se observa que Movistar es la compañía más prevalente, alcanzando el 48,5% de todos los celulares.

**Tabla 8.2: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Zona de estudio (% de celulares por compañía) – Abril 2008<sup>16</sup>**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Movistar/ Telefónica Móvil	32,7%	49,5%	37,6%	47,7%	31,9%	43,6%	64,8%	48,5%
Entel PCS	49,3%	41,7%	44,9%	30,9%	51,7%	38,7%	25,9%	36,8%
Smartcom/ Claro	18,0%	8,8%	16,2%	20,5%	16,1%	17,3%	8,9%	14,3%
No sabe/ no responde	,0%	,0%	1,3%	1,0%	,3%	,4%	,3%	,4%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

Comparado con la encuesta anterior, se observa un incremento en la presencia de Movistar y un descenso de Entel PCS.

<sup>15</sup> La suma es mayor que 100% porque algunos hogares poseen celulares con más de una compañía.

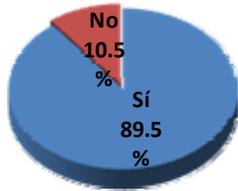
<sup>16</sup> Cada compañía dentro de cada hogar era considerada como un sólo celular. Por lo tanto, este cuadro sólo permite tener una imagen aproximada de la distribución del total de celulares existentes.

## Gráfico 8.2

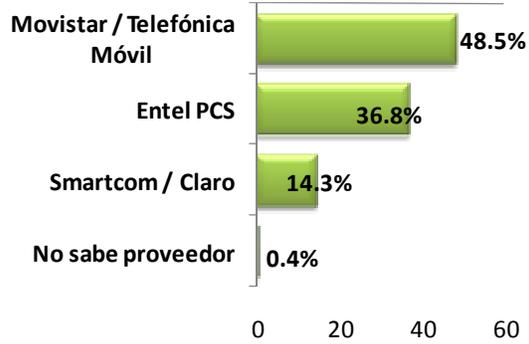
### Presencia de Telefonía Móvil en Hogares

#### Tenencia del servicio en el hogar

Base: Total hogares

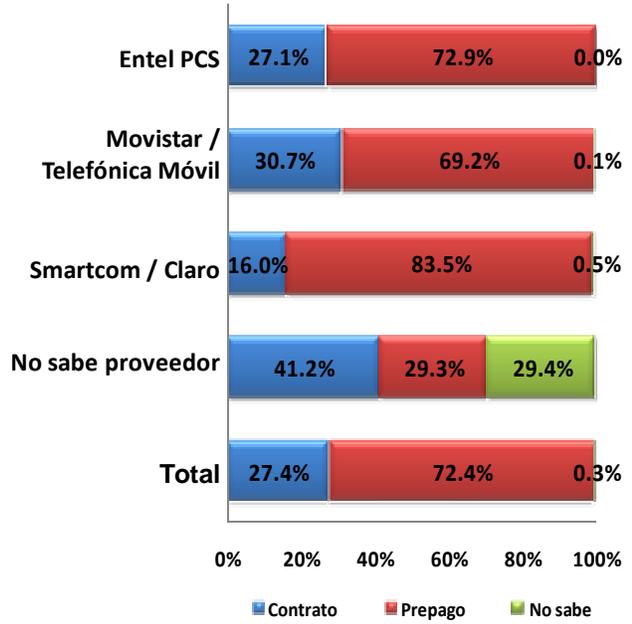


#### Cobertura de las Compañías



Base: Total de hogares con celular

#### Proveedores según forma de pago



Base: Total de hogares con celular

**Tabla 8.3: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Zona de estudio (% de celulares por compañía)- Noviembre 2007**

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

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

En los sectores rurales Movistar supera ampliamente a ENTEL PCS.

**Tabla 8.4: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio y Ruralidad**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
Movistar/ Telefónica Móvil	45,0%	73,4%	48,5%
Entel PCS	39,6%	16,8%	36,8%
Smartcom/ Claro	15,0%	8,9%	14,3%
No sabe/ no responde	,4%	,9%	,4%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

Entel PCS tiende a ser un poco más prevalente en los grupos socioeconómicos altos y Movistar en los bajos. Claro se mantiene más homogéneo en todos los grupos socioeconómicos, aunque con una tendencia hacia los grupos de más bajos ingresos.

**Tabla 8.5: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Proveedor del servicio de y Nivel socioeconómico- Abril 2008**

	Nivel Socioeconómico					Total %
	ABC1 %	C2 %	C3 %	D %	E %	
Movistar/ Telefónica Móvil	44,3%	48,0%	46,8%	46,6%	62,2%	48,5%
Entel PCS	51,7%	43,6%	36,0%	35,1%	25,6%	36,8%
Smartcom/ Claro	4,0%	8,4%	16,9%	17,6%	11,6%	14,3%
No sabe/ no responde	,0%	,0%	,3%	,8%	,6%	,4%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

### 8.3 Servicios

Un 72,4% de los servicios de celular son usados con prepago y un 27,4% con contrato. Smartcom/Claro es la compañía que posee el mayor porcentaje de prepago.

**Tabla 8.6: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Tipo de contrato y Compañías**

	Contrato	Prepago	No sabe	Total
	%	%	%	%
Entel PCS	27,1%	72,9%	,0%	100%
Movistar/ Telefónica Móvil	30,7%	69,2%	,1%	100%
Smartcom/ Claro	16,0%	83,5%	,5%	100%
No sabe/ no responde	41,2%	29,3%	29,4%	100%
Total	27,4%	72,4%	0,3%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

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

**Tabla 8.7: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Tipo de contrato y Ruralidad**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
Prepago	71,0%	82,6%	72,4%
Contrato	28,8%	16,9%	27,4%
No sabe	,2%	,4%	,3%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

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

**Tabla 8.8: Distribución de los servicios de Telefonía Celular según Tipo de contrato y Nivel socioeconómico**

	Nivel Socioeconómico					
	ABC1	C2	C3	D	E	Total
	%	%	%	%	%	%
Prepago	23,5%	54,5%	70,0%	84,4%	92,1%	72,4%
Contrato	76,5%	45,5%	29,9%	15,3%	6,9%	27,4%
No sabe	,0%	,0%	,1%	,2%	1,0%	,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de telefonía celular.

## 9 Internet

### 9.1 Compañías

En el 43,7% de los hogares con acceso a Internet existía servicio contratado con VTR, seguido de Telefónica Internet con un 42,2%.

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

	Zonas							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
VTR	70.7%	38.1%	33.9%	17.9%	31.8%	51.1%	24.5%	43.7%
Telefónica Internet	27.9%	53.0%	50.1%	19.2%	7.6%	39.2%	51.8%	42.2%
Telefónica del Sur / Surnet	0.0%	0.0%	4.5%	58.0%	54.1%	1.2%	8.0%	4.6%
Terra / Terra Libre	0.0%	1.0%	3.3%	0.0%	2.1%	3.9%	11.6%	4.4%
Entel / Entel Will	0.7%	1.6%	2.0%	3.0%	2.2%	1.6%	0.0%	1.4%
CMET	0.7%	4.0%	4.7%	0.0%	0.0%	0.0%	2.7%	1.3%
GTD Manquehue	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.6%
Netline	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Otro	,0%	2,2%	1,4%	,0%	,0%	,7%	1,3%	1,0%
No sabe / No responde	,0%	,0%	,0%	1,9%	2,2%	1,3%	1,3%	1,0%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

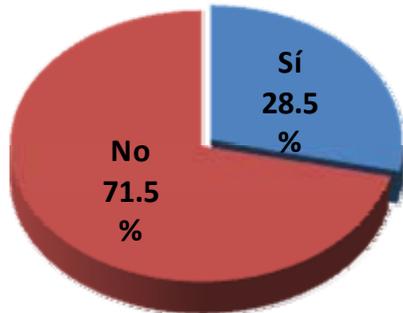
En los sectores rurales, Telefónica Internet y Telefónica del Sur son las principales compañías.

## Gráfico 9.1

### Presencia de Internet en Hogares

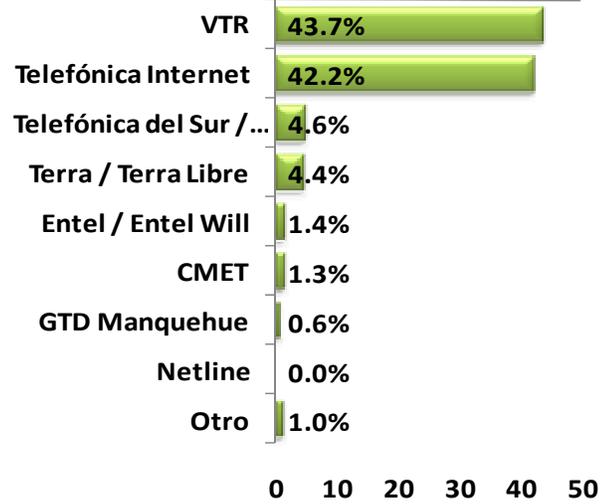
#### Tenencia del servicio en el hogar

Base: Total hogares



#### Cobertura de las Compañías

Base: Total hogares con internet



**Tabla 9.2: Distribución de servicios de Internet según Proveedor y Ruralidad**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
VTR	43.9%	0.0%	43.7%
Telefónica Internet	42.3%	0.0%	42.2%
CMET	4.5%	51.0%	4.6%
Terra / Terra Libre	4.4%	0.0%	4.4%
Entel / Entel Will	1.3%	24.5%	1.4%
GTD Manquehue	1.4%	0.0%	1.3%
Netline	0.6%	0.0%	0.6%
Telefónica del Sur / Surnet	0.0%	0.0%	0.0%
Otro	,9%	24,5%	1,0%
No sabe / No responde	1,0%	,0%	1,0%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

## 9.2 Servicios

En el 88,4% de los hogares con Internet, existía banda ancha contratada.

**Tabla 9.3: Distribución de servicios de Internet según Tipo de Servicio y Zona de estudio**

	Zonas							Total
	Zona 7: Resto regiones	Zona 6: R. M.	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	
	%	%	%	%	%	%	%	
Banda Ancha contrato	81,8%	92,0%	60,1%	62,2%	87,0%	88,2%	95,1%	88,4%
Prepago Banda Ancha	4,1%	2,2%	1,8%	3,9%	,0%	7,1%	2,0%	2,9%
Conmutada contrato	,0%	1,1%	1,8%	16,3%	7,6%	1,3%	,6%	1,9%
Libre (Pago sin contrato)	3,8%	,7%	4,9%	2,3%	1,0%	2,7%	,7%	1,6%
Prepago Conmutado	,0%	,0%	,0%	1,9%	,0%	,0%	,0%	,1%
No sabe o no responde	10,3%	4,0%	31,5%	13,5%	4,4%	,7%	1,6%	5,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

En el sector urbano, la banda ancha contratada es más de 3 veces aquella en los sectores rurales.

**Tabla 9.4: Distribución de servicios de Internet según Tipo de Servicio y Ruralidad**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
Banda Ancha contrato	88,6%	24,5%	88,4%
Prepago Banda Ancha	2,9%	,0%	2,9%
Conmutada contrato	1,7%	51,0%	1,9%
Libre (Pago sin contrato)	1,6%	,0%	1,6%
Prepago Conmutado	,1%	,0%	,1%
No sabe o no responde	5,1%	24,5%	5,2%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

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

**Tabla 9.5: Distribución de servicios de Internet según Tipo de Servicio y Nivel socioeconómico**

	Nivel Socioeconómico					
	ABC1	C2	C3	D	E	Total
	%	%	%	%	%	%
Banda Ancha contrato	95.8%	93.3%	85.9%	81.4%	61.1%	88.4%
Prepago Banda Ancha	3.3%	0.9%	3.7%	4.7%	0.0%	2.9%
Conmutada contrato	0.0%	3.1%	1.5%	2.0%	1.6%	1.9%
Libre (Pago sin contrato)	0.8%	0.2%	2.2%	3.5%	0.0%	1.6%
Prepago Conmutado	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%
No sabe o no responde	,0%	2,5%	6,4%	8,4%	37,3%	5,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de Internet

## 10 Televisión Pagada

### 10.1 Compañías

De todos los servicios de TV pagada, un 58,8% pertenecen a VTR y un 19,8% a Telefónica TV digital.

**Tabla 10.1: Distribución de servicios de TV Pagada según Proveedor y Zona de estudio**

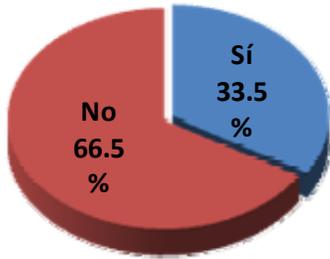
	Zonas							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
VTR	75.7%	63.7%	56.7%	28.1%	65.8%	63.1%	47.5%	58.8%
Telefónica TV Digital	9.0%	17.5%	14.2%	4.5%	3.8%	20.5%	30.8%	19.8%
Direct TV	1.3%	4.2%	1.2%	25.4%	13.3%	5.0%	6.0%	5.4%
ZAP	4.1%	0.9%	0.0%	0.0%	1.2%	2.3%	1.7%	1.7%
Cable Central	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	4.0%	0.0%	0.9%	0.3%
GTD Manquehue	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Otro	9,3%	13,0%	26,5%	36,5%	10,8%	5,9%	13,2%	12,2%
No sabe/ no responde	,5%	,7%	1,3%	3,1%	1,0%	3,1%	,0%	1,7%

Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

### Gráfico 10.1

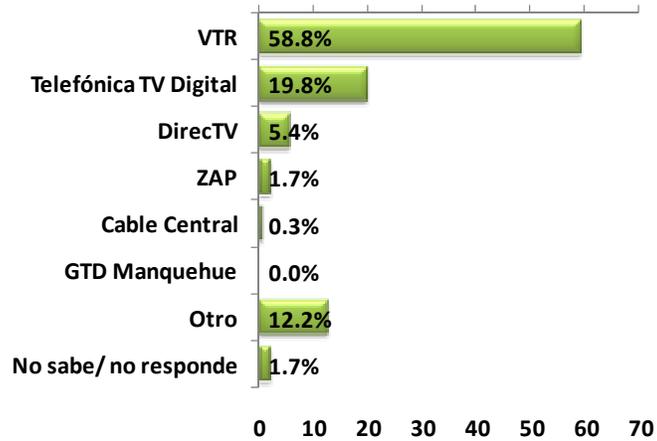
#### Presencia de TV pagada en Hogares

Tenencia del servicio en el hogar



Base: Total hogares

Cobertura de las Compañías



Base: Total hogares con TV pagada

Tabla 10.2: Distribución de servicios de TV Pagada según Proveedor del servicio y Condición urbana o rural

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano %	Rural %	Total %
VTR	61,5%	0,0%	58,8%
Telefónica TV Digital	18,8%	41,0%	19,8%
Directa TV	3,4%	50,7%	5,4%
ZAP	1,7%	2,8%	1,7%
Cable Central	0,4%	0,0%	0,3%
GTD Manquehue	0,0%	0,0%	0,0%
Otro	12,5%	5,6%	12,2%
No sabe/ no responde	1,8%	0,0%	1,7%

Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

Un 70,5% de los hogares con TV pagada, tienen servicios Básicos y 23,7% Premium.

## 10.2 Tipo de Servicios

**Tabla 10.3: Distribución de servicios de TV Pagada según Tipo de servicio contratado y Zona de estudio**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Básica	85,0%	65,7%	81,7%	77,2%	83,1%	66,3%	69,5%	70,5%
Premium	12,1%	31,5%	14,8%	16,8%	12,2%	26,1%	24,3%	23,7%
No sabe no responde	1,0%	,7%	1,6%	1,4%	2,6%	6,8%	5,2%	4,4%
Interactiva	1,9%	2,2%	1,9%	4,6%	2,1%	,8%	1,0%	1,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

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

**Tabla 10.4: Distribución de servicios de TV Pagada según Tipo de servicio contratado y Zona de estudio**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
Básica	70,4%	72,5%	70,5%
Premium	23,6%	26,0%	23,7%
No sabe no responde	4,5%	1,6%	4,4%
Interactiva	1,5%	,0%	1,4%
Total	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

En todos los grupos socioeconómicos, el servicio básico de Televisión es el predominante. Los servicios premium se encuentran presentes en todos los grupos socioeconómicos en niveles relativamente similares con la excepción del grupo E.

**Tabla 10.5: Distribución de servicios de TV Pagada según Tipo de servicio contratado y Nivel socioeconómico**

	Nivel Socioeconómico					
	ABC1	C2	C3	D	E	Total
	%	%	%	%	%	%
Básica	72,0%	64,4%	73,0%	71,6%	84,4%	70,5%
Premium	26,3%	27,0%	21,1%	23,9%	5,2%	23,7%
Interactiva	1,5%	2,7%	,3%	1,2%	,0%	1,4%
No sabe no responde	,2%	5,9%	5,5%	3,3%	10,4%	4,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con servicio de Televisión Pagada

## 11 SATISFACCIÓN

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

Un 44,1% de los usuarios se encuentran muy satisfechos con los servicios de telecomunicaciones y sólo un 3,1% muy insatisfechos.<sup>17</sup> El teléfono fijo es el servicio con el cual existe el mayor porcentaje de usuarios muy o algo insatisfechos, alcanzando el 14,8%. Los otros servicios tienen niveles similares de satisfacción.

**Tabla 11.1: Distribución de usuarios según Tipo de servicio contratado y Nivel de satisfacción- Abril 2008**

TIPO DE SERVICIO	Nivel de satisfacción					
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe no responde
Teléfono Fijo	3,1%	11,7%	15,9%	36,3%	33,0%	,1%
Larga Distancia	,6%	2,2%	7,0%	31,3%	55,2%	3,7%
Celular	3,9%	5,5%	8,5%	35,8%	46,1%	,1%
Internet	2,8%	6,1%	7,5%	35,2%	46,0%	2,4%
TV pagada	1,8%	4,3%	8,5%	30,5%	53,7%	1,2%
Total	3,1%	6,9%	10,3%	34,8%	44,1%	,7%

Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios

Comparado con la encuesta realizada en el mes de Noviembre de 2007, se observa una mejoría en el nivel de satisfacción, que es estadísticamente significativo. De hecho, hay un incremento de aproximadamente 10 puntos porcentuales en el grupo muy o algo satisfecho con los servicios de telecomunicaciones, ubicándolo a niveles similares a los observados en la encuesta aplicada en Junio de 2007. En similar cantidad se redujo el porcentaje de usuarios que se encuentra muy o algo insatisfecho. Es interesante observar que la satisfacción en todos los servicios se movieron en la misma dirección desde la encuesta anterior, es decir, hacia una mayor satisfacción.

Esta información le da sustento a la hipótesis planteada en el informe anterior en el sentido de que la satisfacción es un fenómeno rápidamente cambiante y que existe una fuerte asociación entre los servicios.

<sup>17</sup> Para hacer este cálculo general, se asumió la relación usuario /servicio de telecomunicación como un usuario distinto. Por ejemplo, si un usuario poseía 3 servicios, fue contado como 3 usuarios.

Una posible explicación de esto es que haya una irradiación desde la insatisfacción desde un servicio hacia los otros lo que es especialmente favorecido cuando es la misma compañía la que posee varios de los servicios dentro del hogar. Por lo tanto, puede ser que las personas tengan en mente la compañía más que el servicio mismo al hacer la evaluación del servicio. Este tiene sustento en los datos presentados anteriormente que indican que aproximadamente el 40% de la población posee servicios ‘paquetizados’<sup>18</sup>.

Esto puede tener un asidero en el hecho que parte de la evaluación que se hace del servicio está asociado con la cuenta que tiende a ser común a un paquete de servicio.

El teléfono fijo sigue siendo el servicio que acapara un mayor porcentaje de insatisfechos, pasando de un 16.7% en las categorías “muy y algo insatisfecho” en la encuesta de junio a un 24.8% en la de Noviembre y bajando a 14,9% en la actual encuesta. El celular es el segundo servicio que acapara el mayor porcentaje de usuarios muy o algo insatisfechos.

**Tabla 11.2: Distribución de usuarios según Tipo de servicio contratado y Nivel de satisfacción- Noviembre 2007**

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

Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios

**Tabla 11.3: Distribución de usuarios según Tipo de servicio contratado y Nivel de satisfacción- Junio 2007**

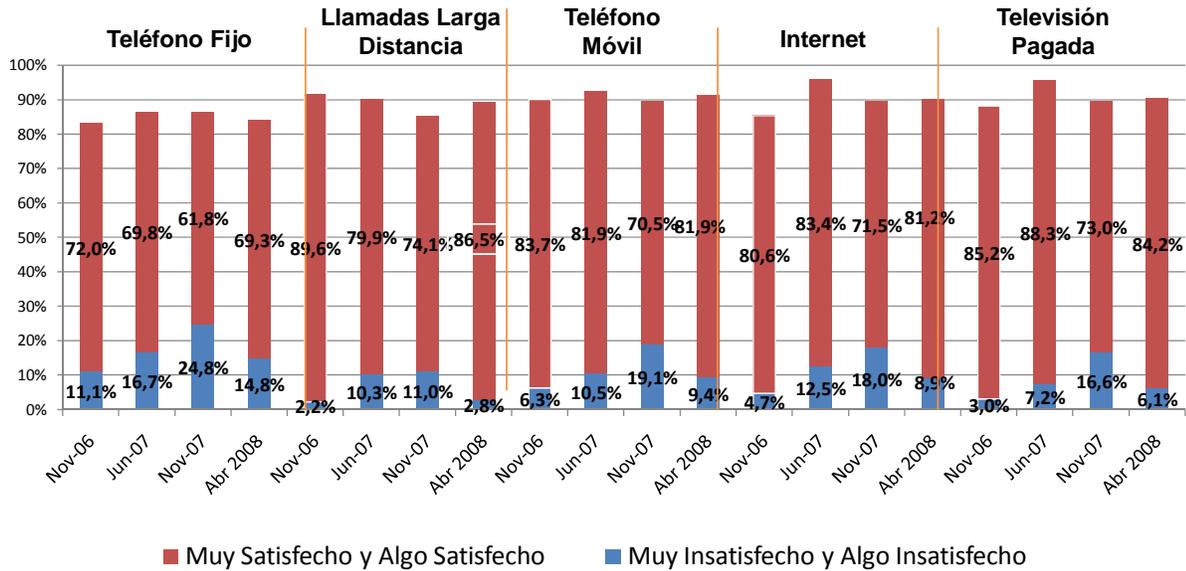
TIPO DE SERVICIO	Nivel de satisfacción					
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe no responde
Teléfono Fijo	6,5%	10,2%	13,4%	41,7%	28,1%	,0%
Larga Distancia	5,5%	4,8%	8,0%	35,5%	44,4%	1,8%
Celular	6,2%	4,3%	6,4%	44,8%	37,1%	1,2%
Internet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

Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios

<sup>18</sup> Ver tabla 6.4 para ver distribución de los servicios paquetizados.

Gráfico 11.1

## Evolución de los niveles de Satisfacción



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

La Zona 1, Segunda Región, es la que presenta los niveles más bajos de insatisfacción. Las regiones Octava, Catorceava y Metropolitana son las que tienen los niveles más altos de insatisfacción. Con todo, en todas las Zonas, la satisfacción supera a la insatisfacción. Es interesante observar la diferencia en el nivel de insatisfacción entre las dos nuevas regiones de la antigua Décima Región.

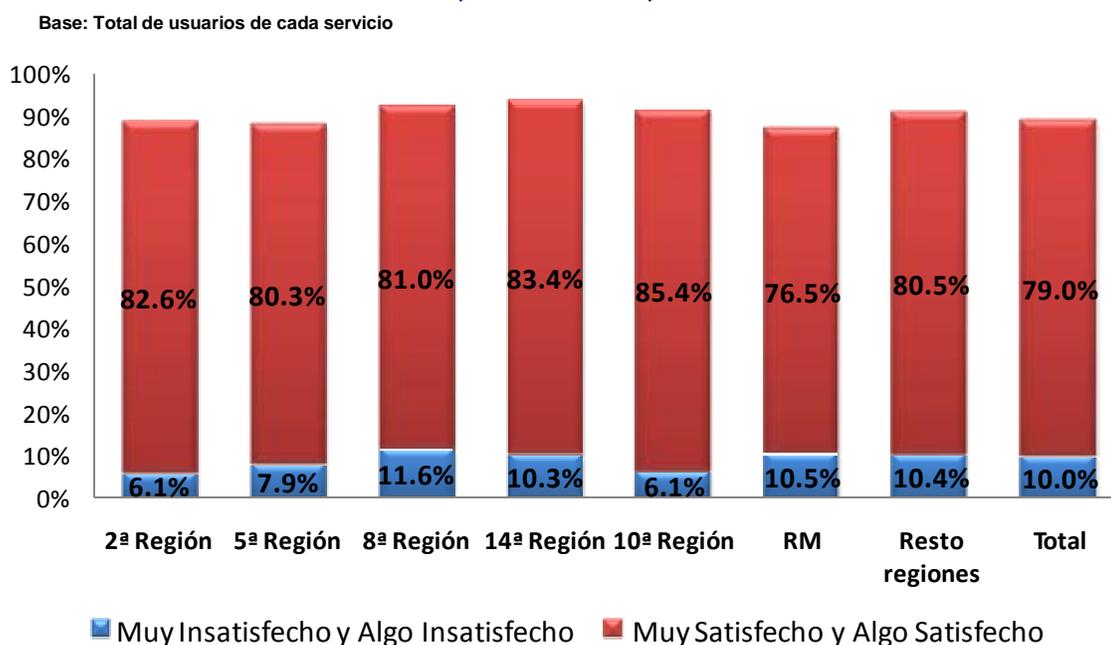
**Tabla 11.4: Distribución de usuarios de servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Zona de estudio**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Muy insatisfecho	1,7%	3,0%	4,7%	2,0%	2,1%	2,2%	4,8%	3,1%
Algo insatisfecho	4,4%	5,0%	6,9%	8,3%	4,1%	8,3%	5,6%	6,9%
Ni satisfecho ni insatisfecho	10,0%	11,2%	7,3%	6,3%	7,6%	12,2%	8,1%	10,3%
Algo satisfecho	29,5%	29,2%	23,4%	25,7%	33,1%	41,6%	31,9%	34,8%
Muy satisfecho	53,1%	51,0%	57,5%	57,7%	52,3%	34,9%	48,6%	44,1%
No sabe/no responde	1,3%	,6%	,2%	,0%	,8%	,8%	1,0%	,7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: todos los usuarios de cada uno de los servicios

**Gráfico 11.2**

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



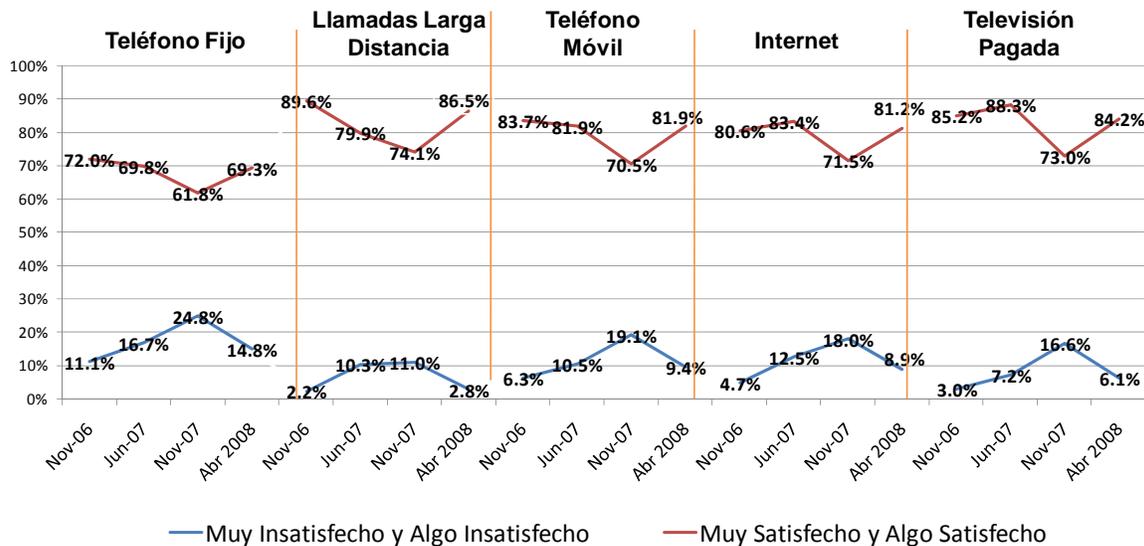
\* Categoría "Ni satisfecho ni Insatisfecho" no incluida en el gráfico

Todas las regiones, con la excepción de la Octava región, observan una tendencia hacia la disminución de la Insatisfacción. En dicha región, los niveles de insatisfacción se encuentran en niveles similares a la encuesta anterior.

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

**Gráfico 11.3**

### Evolución de los niveles de Satisfacción



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

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

#### 11.1 Condición Urbana o Rural

A diferencia de la encuesta anterior, en esta encuesta se observan mayores diferencias entre usuarios residentes en zonas urbanas y rurales en cuanto al nivel de insatisfacción, con una mayor insatisfacción para estos últimos. En todo caso, en ambos grupos se observa una disminución de la insatisfacción aunque es mucho mayor en los habitantes de las zonas urbanas que en los de las zonas rurales.

**Tabla 11.5: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Ruralidad - Abril 2008**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
Muy insatisfecho	2,6%	10,3%	3,1%
Algo insatisfecho	6,8%	9,4%	6,9%
Ni satisfecho ni insatisfecho	10,4%	7,9%	10,3%
Algo satisfecho	35,1%	31,0%	34,8%
Muy satisfecho	44,3%	41,3%	44,1%
No sabe/no responde	,8%	,0%	,7%
Total	100%	100%	100%

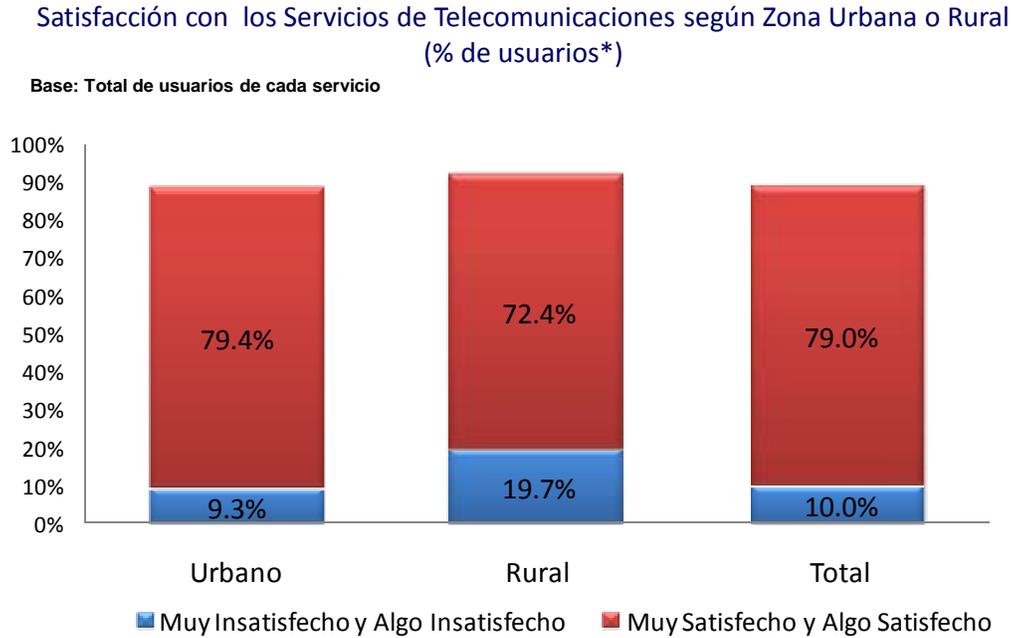
Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios

**Tabla 11.6: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Ruralidad - Noviembre 2007**

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

Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios

## Gráfico 11.4



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

### 11.2 Sexo

El sexo del usuario no parece ser un factor relevante en el nivel de satisfacción con los servicios. La tabla siguiente muestra que los porcentajes de satisfacción son bastante similares. En ambos grupos se produjo una mejoría en la satisfacción con respecto a la encuesta anterior.

**Tabla 11.7: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Sexo- Abril 2008**

	Sexo del Entrevistado		
	Masculino	Femenino	Total
	%	%	%
Muy insatisfecho	2,9%	3,2%	3,1%
Algo insatisfecho	6,5%	7,3%	6,9%
Ni satisfecho ni insatisfecho	10,8%	9,8%	10,3%
Algo satisfecho	35,6%	34,1%	34,8%
Muy satisfecho	44,0%	44,3%	44,1%
No sabe/no responde	,2%	1,3%	,7%
Total	100%	100%	100%

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

**Tabla 11.8: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Sexo- Noviembre 2007**

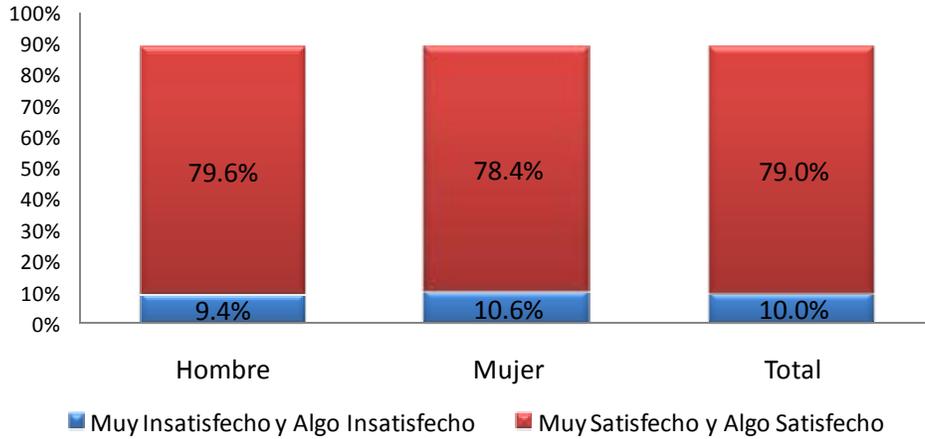
NIVEL DE SATISFACCIÓN	Sexo		
	Masculino	Femenino	Total
Muy insatisfecho	10.1%	8.5%	9.3%
Algo insatisfecho	7.8%	12.8%	10.4%
Ni satisfecho ni insatisfecho	12.5%	9.7%	11.1%
Algo satisfecho	35.4%	29.8%	32.5%
Muy satisfecho	33.8%	38.8%	36.4%
No sabe no responde	.3%	.4%	.4%
Total	100%	100%	100%

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

### Gráfico 11.5

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

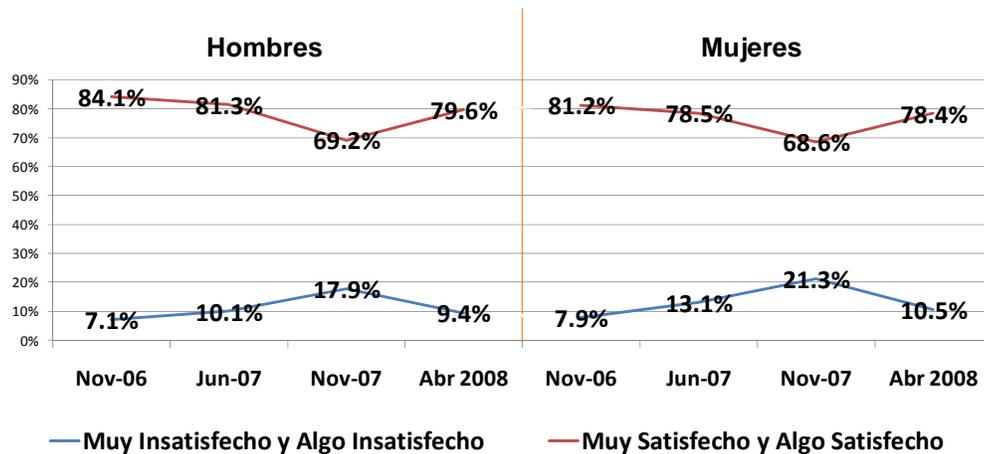
Base: Total de usuarios de cada servicio



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

### Gráfico 11.6

Evolución de los niveles de Satisfacción  
Según sexo



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

### 11.3 Edad

La edad de los usuarios tampoco parece estar fuertemente relacionado con la satisfacción con los servicios de telecomunicaciones. Con todo, en el grupo de 36 a 45 años es donde se observa la mayor insatisfacción. En todos los grupos se observa una mejoría en la satisfacción con respecto a la encuesta anterior.

**Tabla 11.9: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Grupo Etéreo- Abril 2008**

	Grupos de Edad						Total
	18 a 25 años	26 a 35 años	36 a 45 años	46 a 55 años	56 a 65 años	Más de 65 años	
Muy insatisfecho	2,3%	2,1%	5,2%	2,1%	4,2%	1,8%	3,1%
Algo insatisfecho	6,0%	7,5%	7,4%	8,2%	7,6%	3,5%	6,9%
Ni satisfecho ni insatisfecho	15,2%	8,9%	8,2%	10,2%	10,2%	9,0%	10,3%
Algo satisfecho	34,7%	35,5%	32,8%	37,5%	38,5%	29,9%	34,8%
Muy satisfecho	41,8%	45,6%	45,9%	40,5%	38,8%	53,8%	44,1%
No sabe/no responde	,0%	,5%	,5%	1,5%	,7%	2,0%	,7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

**Tabla 11.10: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Nivel de satisfacción y Grupo Etéreo- Noviembre 2007**

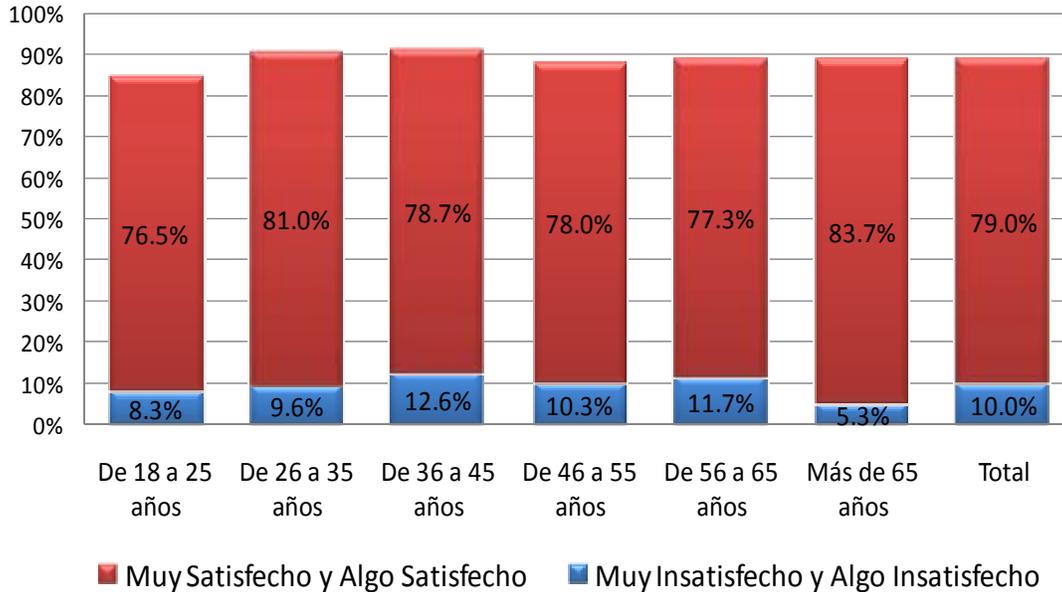
NIVEL DE SATISFACCIÓN	Grupo Etéreo						Total
	De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años	
Muy insatisfecho	7.4%	8.7%	12.4%	9.6%	9.6%	6.0%	9.3%
Algo insatisfecho	9.0%	10.7%	10.3%	11.3%	10.0%	12.3%	10.4%
Ni satisfecho ni insatisfecho	11.6%	15.0%	7.7%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

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

**Gráfico 11.7**

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

Base: Total de usuarios de cada servicio



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

**11.4 Nivel Socioeconómico**

Se observa que los niveles socioeconómicos más bajos son los que acumulan el nivel más alto de insatisfacción.

NIVEL DE SATISFACCIÓN	Nivel Socioeconómico					
	ABC1	C2	C3	D	E	Total
	%	%	%	%	%	%
Muy insatisfecho	2,4%	3,1%	1,8%	2,8%	10,3%	3,1%
Algo insatisfecho	3,5%	6,9%	6,9%	7,8%	8,7%	6,9%
Ni satisfecho ni insatisfecho	6,2%	9,2%	12,6%	11,5%	5,4%	10,3%
Algo satisfecho	27,9%	33,3%	37,2%	36,6%	33,4%	34,8%
Muy satisfecho	59,2%	47,1%	40,5%	40,9%	40,3%	44,1%
No sabe/no responde	,9%	,4%	1,0%	,5%	2,0%	,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

## 11.5 Problemas

El 15,1% de los usuarios ha tenido algún problema con los servicios de telecomunicaciones en los últimos 12 meses<sup>19</sup>. El teléfono fijo es el que posee el mayor porcentaje de de usuarios con problemas en dicho periodo alcanzando el 23%. Le sigue Internet con un 16,3% y el celular con un 12%.

**Tabla 11.11: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas- Abril 2008**

TIPO DE SERVICIO	Ocurrencia de problemas			
	Tuvo problemas	No tuvo problemas	NS/NR	Total
Teléfono Fijo	23,0%	76,8%	,2%	100%
Larga Distancia	2,3%	95,1%	2,7%	100%
Celular	12,0%	87,7%	,3%	100%
Internet	16,3%	82,7%	1,0%	100%
TV pagada	11,4%	87,2%	1,4%	100%
Total	15,1%	84,3%	0,6%	100%

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

Con respecto a la encuesta anterior se observa muy poca variación a nivel general en relación al porcentaje de usuarios que tuvieron problemas con sus servicios de telecomunicaciones. La principal variación fue la disminución de los problemas con internet y un leve incremento en la telefonía fija y la TV pagada.

**Tabla 11.12: Distribución de usuarios de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas- Noviembre 2007**

TIPO DE SERVICIO	Ocurrencia de problemas			
	Tuvo problemas	No tuvo problemas	NS/NR	Total
Teléfono Fijo	21,9%	78,0%	,1%	100%
Larga Distancia	4,8%	95,2%	,0%	100%
Celular	11,1%	88,2%	,6%	100%
Internet	22,0%	77,6%	,4%	100%
TV pagada	9,2%	90,6%	,1%	100%
Total	14,8%	84,8%	,3%	100%

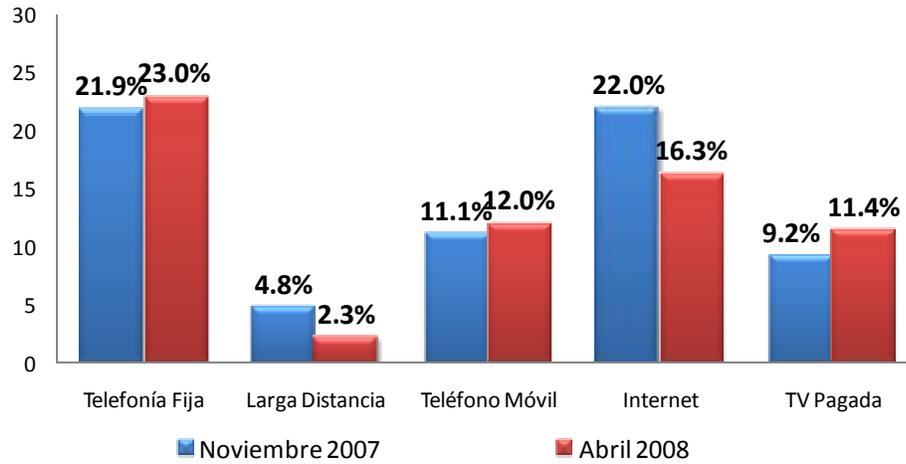
Base: Todos los usuarios de cada uno de los servicios.

<sup>19</sup> Para hacer este cálculo general, se asumió la relación usuario /servicio de telecomunicación como un usuario distinto. Por ejemplo, si un usuario poseía 3 servicios, fue contado como 3 usuarios.

**Gráfico 11.8**

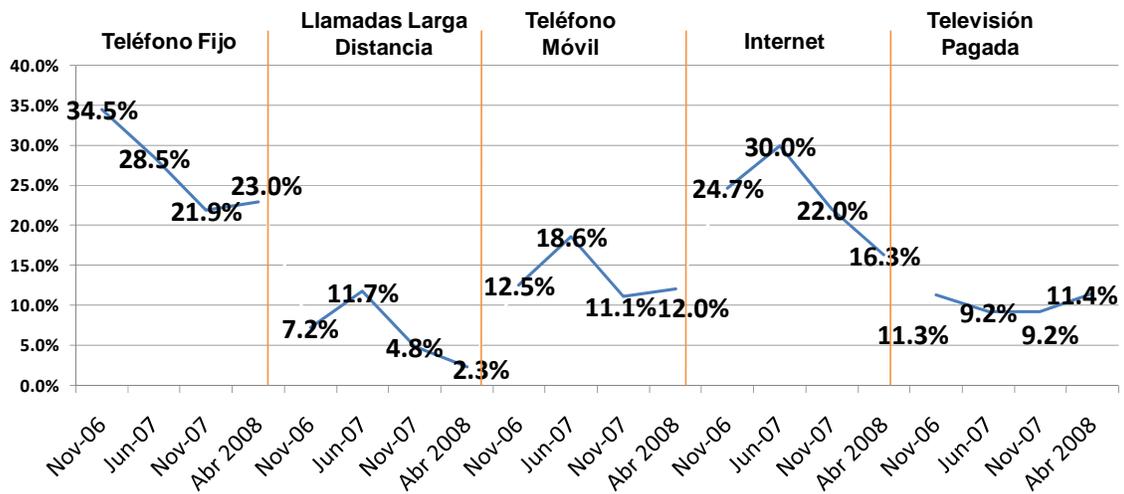
Ocurrencia de problemas con servicios de telecomunicaciones en el hogar  
(% de usuarios con problemas)

Base: Total de usuarios de cada servicio



**Gráfico 11.9**

Evolución de la Ocurrencia de Problemas



## 11.6 Estimación de problemas

Del total estimado de servicios de más de 14 millones, existen 1.935.773 de servicios con problemas ocurridos en los últimos 12 meses.<sup>20</sup> El mayor volumen lo concentra el celular.

**Tabla 11.13: Distribución de servicios de telecomunicaciones según Tipo de servicio y Ocurrencia de problemas**

TIPO DE SERVICIO	Número de Servicios			
	Con problemas	Sin problemas	Sin información	Total de Servicios
Teléfono Fijo	391.127	1.306.027	3.401	1.700.556
Larga Distancia	5.588	230.843	6.561	242.993
Celular	1.256.772	9.184.912	31.419	10.473.104
Internet	144.794	734.632	8.883	888.309
TV pagada	119.245	912.121	14.644	1.046.010
Total <sup>21</sup>	1.917.529	12.368.535	64.908	14.350.972

Base: todos los usuarios con problemas

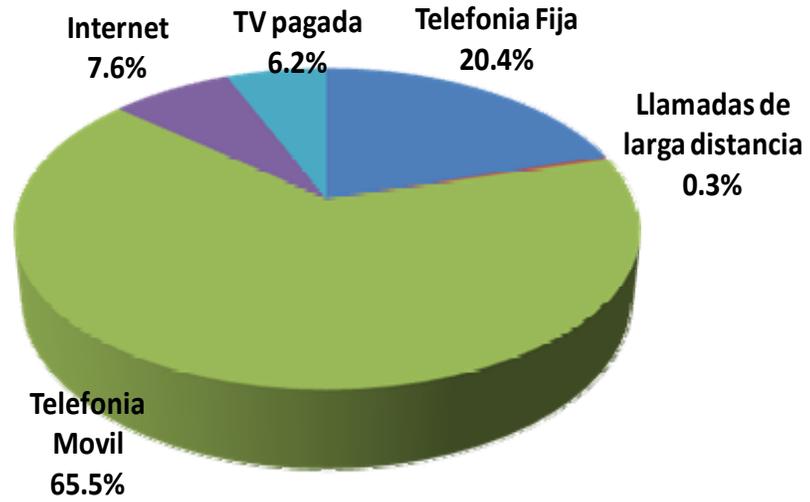
<sup>20</sup> Para estimar la cantidad de problemas ocurridos en los últimos 12 meses se realizó el siguiente procedimiento: Los problemas asociados a servicios del hogar: teléfono fijo, Internet, televisión por cable fueron estimados por hogar (expandidos por hogar). Esto significa que si un usuario decía que había tenido un problema con el teléfono fijo en los últimos 12 meses, este problema era contado una sola vez. Con las llamadas de larga distancia, se siguió el mismo procedimiento debido a que, aunque las llamadas de larga distancia podrían estar asociadas al individuo y no al hogar, es sabido que en la mayoría de los casos dicho servicio está asociado al hogar. Los problemas relacionados con el celular en cambio fueron considerados a nivel de personas expandiéndose por la variable personas debido a que este es en la infinita mayoría de los casos un servicio persona.

<sup>21</sup> La estimación de servicios con problemas no es coincidente a la estimación de usuarios que han declarado por el procedimiento explicado en la nota al pie anterior.

**Gráfico 11.10**

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

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas con los servicios



## 11.7 Reclamos

En la amplia mayoría de los casos, 81,1%, los usuarios realizaron un reclamo o petición a raíz de los problemas con el servicio.

**Tabla 11.14: Distribución de usuarios que tuvieron problemas según Tipo de Servicio y Ocurrencia de Reclamo- Abril 2008**

TIPO DE SERVICIO	Efectuaron un reclamo			Total
	Sí	No	NS/NR	
Teléfono Fijo	86,2%	13,8%	,0%	100%
Larga Distancia	88,5%	11,5%	,0%	100%
Celular	74,8%	25,2%	,0%	100%
Internet	84,5%	15,5%	,0%	100%
TV pagada	75,7%	24,3%	,0%	100%
Total	81,1%	18,9%	0%	100%

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas

Comparado con la encuesta anterior, el mayor cambio se observa en los celulares los que incrementan sustantivamente la tasa de reclamo.

**Tabla 11.15: Distribución de usuarios que tuvieron problemas según Tipo de Servicio y Ocurrencia de Reclamo- Noviembre 2007**

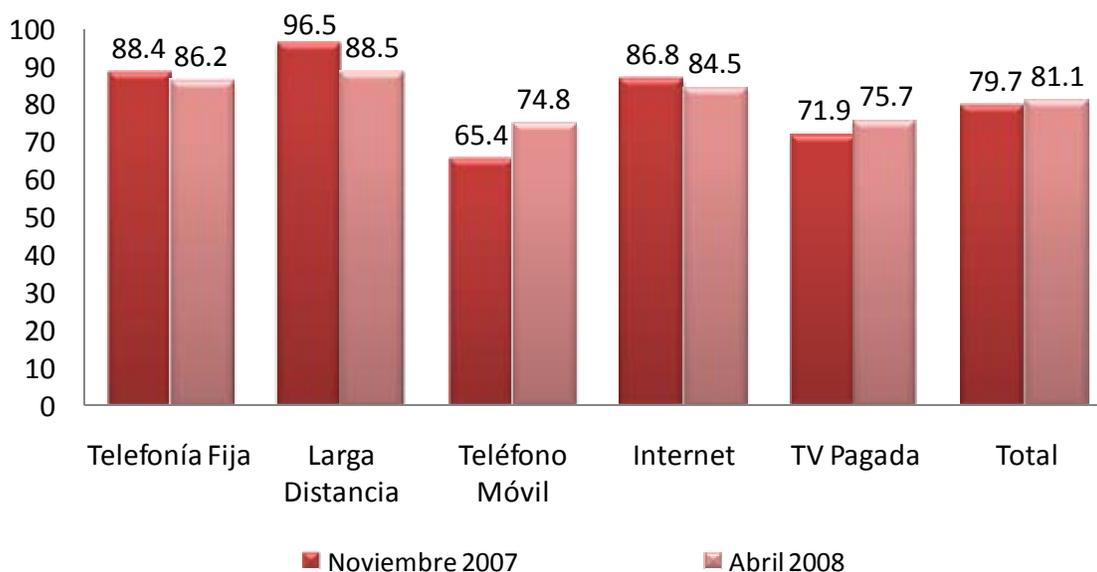
TIPO DE SERVICIO	Efectuaron un reclamo			Total
	Sí	No	NS/NR	
Teléfono Fijo	88,4%	11,0%	,6%	100%
Larga Distancia	96,5%	3,5%	,0%	100%
Celular	65,4%	34,3%	,3%	100%
Internet	86,8%	13,2%	,0%	100%
TV pagada	71,9%	27,4%	,6%	100%
Total	79,7%	19,9%	,4%	100%

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas

**Gráfico 11.11**

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

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas con los servicios



La Octava, la Catorceava y la Décima son las que poseen los niveles más bajos de reclamos. Esto podría explicarse por la mayor ruralidad que puede ofrecer dificultades para acceder a las oficinas donde hacer dichos reclamos.

**Tabla 11.16: Distribución de usuarios que tuvieron problemas según Zona y Ocurrencia de Reclamo**

	Zonas							Total
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	
	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí	81,5%	81,8%	75,3%	69,0%	56,5%	81,9%	85,6%	81,1%
No	18,5%	18,2%	24,7%	31,0%	43,5%	18,1%	14,4%	18,9%
No sabe/ no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas

En relación a la cantidad de reclamos, es posible estimar que, en los últimos 12 meses, hubo aproximadamente 1.494.784 reclamos o peticiones por problemas en los servicios de telecomunicaciones<sup>22</sup>. De estos, el 60,4% correspondían a reclamos por problemas en la telefonía móvil, seguido de un 21,7% de la telefonía fija.

**Tabla 11.17: Distribución de Servicios de telecomunicaciones según Tipo de Servicio y Reclamo**

TIPO DE SERVICIO	Número de servicios con problemas			
	Servicios con reclamos	Servicios sin reclamos	NS/NR	Total de servicios
Teléfono Fijo	337.152	53.976	0	391.128
Larga Distancia	4.946	643	0	5.589
Celular	940.066	316.707	0	1.256.772
Internet	122.351	22.443	0	144.794
TV pagada	90.269	28.977	0	119.245
Total	1.494.784	422.746	0	1.917.529

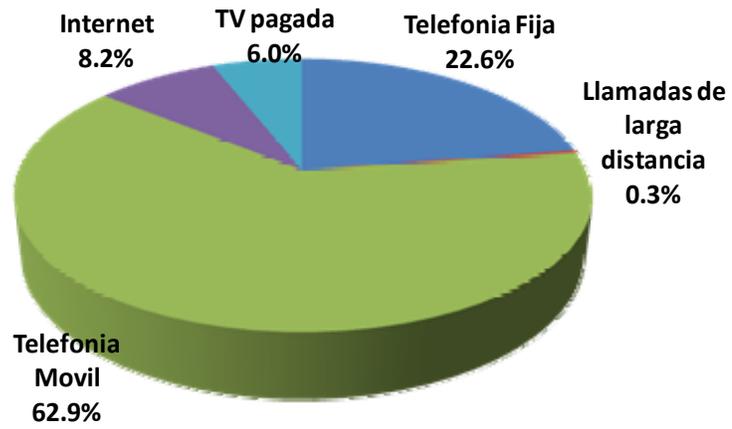
Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas.

<sup>22</sup> Para estimar la cantidad de reclamos, se procedió de similar forma que para la estimación de la cantidad de problemas (explicado anteriormente). Debido a que los usuarios podían reportar más de un reclamo, los porcentajes de reclamos sobre el total de problemas, no corresponde al porcentaje de usuarios que reclamaron.

### Gráfico 11.12

Distribución de los Reclamos con servicios de telecomunicaciones en el hogar  
(% del total de Reclamos)

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas con los servicios



### 11.8 ¿Contra quien reclamó?

La mayoría de los reclamos fueron realizados sólo ante las empresas proveedoras, alcanzando el 96,5%. Sólo un 2,7% de los reclamos va dirigido conjunta o exclusivamente a otras instituciones como SERNAC y SUBTEL.

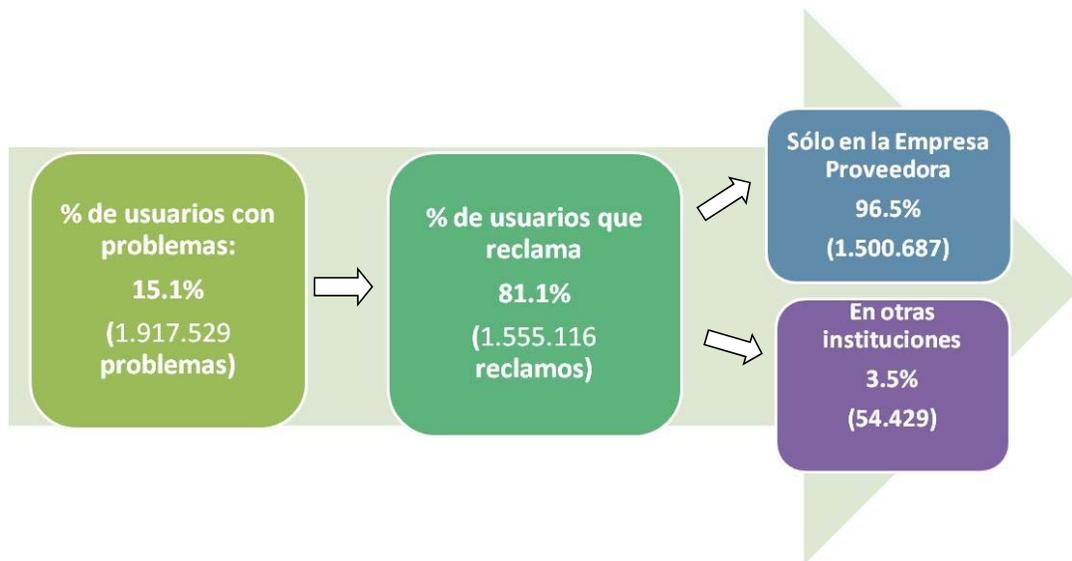
**Tabla 11.18: Distribución de los Lugares donde los usuarios dirigieron los reclamos**

	%
Empresa proveedora	96,5%
Subtel	1,3%
Sernac	1,4%
Otros organismos	,7%
Total	100%

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas.

**Gráfico 11.13<sup>23</sup>**

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



Problemas y Reclamos son sólo estimaciones

19

<sup>23</sup> Debido a que los usuarios podían reportar más de un reclamo, los porcentajes de reclamos sobre el total de problemas, no corresponde al porcentaje de usuarios que reclamaron.

### 11.9 Resolución de los problemas

De acuerdo a los usuarios, los niveles de solución total de los problemas son relativamente bajos, especialmente para algunos servicios. El teléfono fijo tiene una resolución total de alrededor del 48% lo que es más alto de lo observado en la encuesta anterior. El celular posee una resolución total de aproximadamente 35% similar al observado en la encuesta anterior. Internet, en cambio, posee una tasa de resolución de 31% que es menor al observado en la encuesta anterior.

**Tabla 11.19: Distribución de la resolución de los reclamos presentados**

<b>Todos los Servicios</b>	<b>%</b>
Ni siquiera intentaron solucionarlo	22,9%
Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	17,9%
Fue solucionado solo en parte	12,5%
Fue solucionado en gran parte	8,4%
Fue totalmente solucionado	35,3%
No sabe/no responde	3,0%
Total	100%

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas.

A continuación se pueden observar los niveles de solución por servicio.

**Tabla 11.20: Distribución de la resolución de los reclamos presentados según servicios**

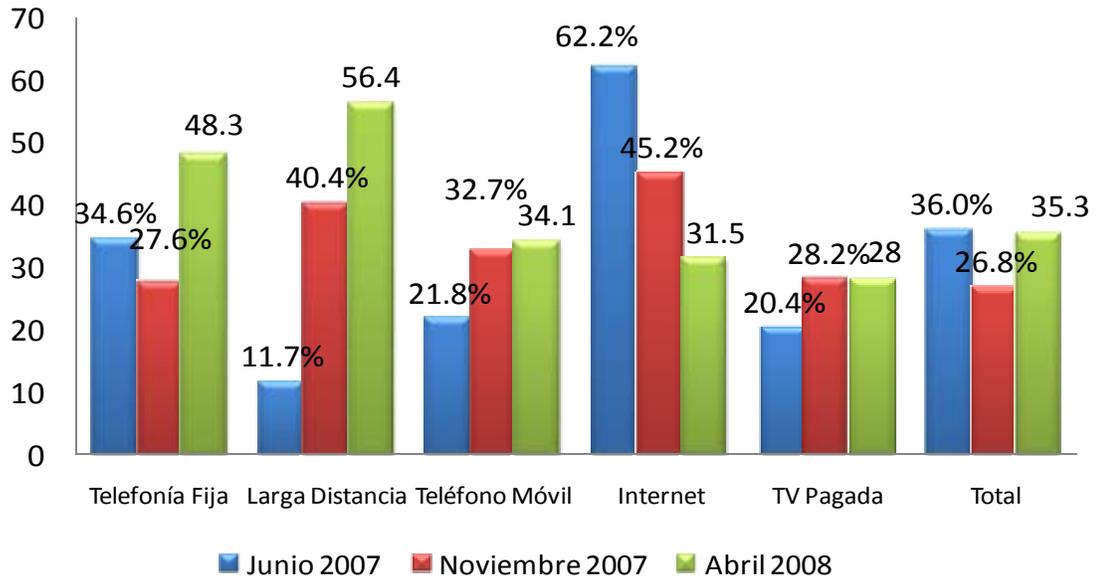
		%
Teléfono Fijo	Ni siquiera intentaron solucionarlo	19,8%
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	15,1%
	Fue solucionado solo en parte	10,0%
	Fue solucionado en gran parte	6,7%
	Fue totalmente solucionado	48,3%
	No sabe/no responde	,0%
Larga Distancia	Ni siquiera intentaron solucionarlo	,0%
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	,0%
	Fue solucionado solo en parte	28,4%
	Fue solucionado en gran parte	15,2%
	Fue totalmente solucionado	56,4%
	No sabe/no responde	,0%
Celular	Ni siquiera intentaron solucionarlo	30,1%
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	17,6%
	Fue solucionado solo en parte	5,5%
	Fue solucionado en gran parte	9,9%
	Fue totalmente solucionado	34,1%
	No sabe/no responde	2,8%
Internet	Ni siquiera intentaron solucionarlo	12,1%
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	21,7%
	Fue solucionado solo en parte	19,6%
	Fue solucionado en gran parte	6,9%
	Fue totalmente solucionado	31,5%
	No sabe/no responde	8,2%
TV pagada	Ni siquiera intentaron solucionarlo	26,6%
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	25,2%
	Fue solucionado solo en parte	8,9%
	Fue solucionado en gran parte	11,3%
	Fue totalmente solucionado	28,0%
	No sabe/no responde	,0%

Base: Todos los usuarios que tuvieron problemas.

**Gráfico 11.14**

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

Base: Todos los entrevistados que han reclamado



## 12 Teléfono

### 12.1 Satisfacción

En general, los usuarios de los servicios se encuentran más satisfechos que insatisfechos con los servicios de telefonía fija. La evaluación general muestra que sólo un 14,8% se encuentran muy o algo insatisfechos. En cambio, un 69,3% se encuentran algo o muy satisfechos.

Los tres hechos que tienen más insatisfechos a los usuarios de telefonía fija son: la falta de rapidez en las consultas por teléfono, la falta de capacidad del personal para resolver problemas y la falta de amabilidad del servicio de atención. Con todo, incluso en dichos aspectos, la satisfacción supera a la insatisfacción.

**Tabla 12.1: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Aspecto y Nivel de satisfacción con el servicio**

	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe/no responde
	%	%	%	%	%	%
Amabilidad, disposición a escuchar, del Servicio de Atención al cliente	7,2%	12,0%	11,6%	34,9%	32,7%	1,6%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono,	9,4%	13,6%	14,6%	30,0%	28,6%	3,7%
Capacidad del personal de atención al cliente	5,3%	12,5%	15,9%	30,4%	32,9%	3,1%
Información clara y fidedigna al momento de contratar	6,2%	10,5%	10,0%	33,4%	37,5%	2,4%
Oferta variada y amplia de planes	4,5%	9,5%	14,5%	31,7%	35,3%	4,5%
Qué tan satisfecho está Cumplimiento de las condiciones del contrato	7,0%	10,4%	12,3%	31,4%	36,8%	2,0%
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones	7,1%	10,6%	12,2%	30,9%	33,8%	5,4%
Servicio con buena cobertura	4,3%	6,9%	13,9%	46,2%	28,3%	,3%
La capacitación y competencia del personal	4,5%	5,3%	10,8%	29,3%	42,3%	7,9%
La calidad y funcionamiento de los equipos	4,0%	7,3%	10,2%	31,0%	45,1%	2,4%
Satisfacción general <sup>24</sup>	3,1%	11,7%	15,9%	36,3%	33,0%	,1%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo.

<sup>24</sup> La satisfacción general está puesta al final de cada cuadro como una referencia. No es un valor de resumen del cuadro. En la encuesta fue preguntado sólo una vez como una evaluación general de la satisfacción del servicio.

Se observa que existe un porcentaje comparativamente alto de insatisfacción de los usuarios de los packs y planes en relación al nivel de ahorro que dichos servicios permiten y a la flexibilidad de los mismos. Aproximadamente uno de cada 5 usuarios se encuentra muy o algo insatisfechos con dichos aspectos, lo que representa un número absoluto alto de usuarios considerando lo masivo de dichos servicios.

**Tabla 12.2: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Nivel de satisfacción con los distintos aspectos relacionados con el cobro**

	Muy insatisfecho o %	Algo insatisfecho o %	Ni satisfecho ni insatisfecho o %	Algo satisfecho o %	Muy satisfecho o %	No sabe/no responde o %
<b>Todos los Servicios menos prepago</b>						
Claridad de la información que está en la boleta	5,7%	11,1%	10,9%	35,0%	34,2%	3,1%
Detalle de la información que está en la boleta	5,8%	10,3%	10,2%	35,3%	35,2%	3,1%
Cobro sólo de las llamadas que usted efectivamente realizó	6,6%	10,6%	11,8%	31,5%	36,6%	2,9%
Cobro ajustado al plan / servicio que usted tiene contratado	7,6%	9,2%	11,4%	34,8%	34,2%	2,7%
Fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	5,1%	9,4%	11,7%	32,3%	39,0%	2,5%
<b>Sólo Prepago</b>						
Monto que usted compra es cargado correctamente	4,9%	5,9%	15,6%	24,2%	40,7%	8,6%
Claridad en los cobros	4,3%	10,4%	10,5%	28,4%	37,2%	9,3%
Cobro de los montos que corresponden de acuerdo a lo que cargó.	7,9%	8,3%	11,8%	26,0%	35,7%	10,3%
<b>Sólo Packs y Planes</b>						
Precio o tarifa del plan que le permita ahorros	6,1%	14,9%	13,4%	32,9%	30,3%	2,4%
Flexibilidad del plan ,es decir la posibilidad de cambiarse en cualquier momento sin trabas	5,5%	13,0%	11,9%	36,5%	27,4%	5,7%
La calidad y funcionamiento de los equipos	4,3%	10,7%	11,1%	35,0%	36,9%	1,9%
<b>Satisfacción General</b>	<b>2,5%</b>	<b>10,1%</b>	<b>13,1%</b>	<b>38,1%</b>	<b>35,5%</b>	<b>,6%</b>

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

## 12.2 Satisfacción según tipo de plan.

Se observa que los niveles de satisfacción varían de acuerdo el tipo de servicio contratado. La menor satisfacción se encuentra en el plan económico de llamadas con tope mensual. La diferencia con los otros tipos de servicios es muy sustantiva como para concluir que existen problemas reales asociados a dicho servicio.

El Segundo servicio que obtiene el mayor nivel de insatisfacción es el pack dúo. Los otros servicios poseen similares niveles de insatisfacción, no obstante, los que poseen los niveles más bajos son el servicio de prepago y el pack trío. Es interesante observar que entre los dos servicios de pack evaluadas, el dúo y el trío, éste último logra una sustantiva mayor satisfacción.

**Tabla 12.3: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Tipo de Servicio y Nivel de satisfacción con el servicio en aspectos generales**

	Satisfacción en Aspectos Generales del Servicio					
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe/no responde
	o %	o %	o %	%	%	%
Línea convencional con Servicio Local Medido	6,3%	8,8%	13,8%	31,8%	35,0%	4,3%
Plan económico con prepago sin otros servicios	4,6%	8,6%	14,1%	34,5%	34,4%	3,8%
Plan económico con tope mensual sin otros servicios	12,7%	10,5%	14,4%	27,6%	32,1%	2,7%
Pack Dúo o Doble, es decir teléfono más internet o TV cable	3,9%	16,4%	11,0%	38,9%	27,6%	2,3%
Pack Trío o Triple, es decir teléfono más internet, TV cable o celular	5,7%	7,8%	10,0%	32,1%	43,2%	1,3%
Otro. Especificar	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
No sabe/no responde	,0%	1,1%	12,7%	12,1%	41,8%	32,4%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo.

**Tabla 12.4: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Tipo de Servicio y Nivel de satisfacción con el servicio en aspectos relacionados al cobro**

	Satisfacción en Aspectos Generales del Cobro y Cuenta					
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe/no responde
	%	%	%	%	%	%
Línea convencional con Servicio Local Medido	7,4%	9,2%	11,7%	34,0%	35,2%	2,5%
Plan económico con tope mensual sin otros servicios	8,1%	12,7%	8,7%	25,9%	34,2%	10,4%
Pack Dúo o Doble, es decir teléfono más internet o TV cable	4,6%	14,0%	13,3%	36,4%	30,1%	1,7%
Pack Trío o Triple, es decir teléfono más internet, TV cable o celular	5,4%	7,8%	8,4%	34,9%	42,9%	,6%
Otro. Especificar	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
No sabe/no responde	1,0%	11,4%	36,0%	10,8%	14,9%	25,9%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo.

En general, no se observan importantes diferencias en relación a la satisfacción relacionada con el servicio y la relacionada con el sistema de cobro o pago. Esto, por lo tanto, implica que la insatisfacción está asociada a ambos aspectos del servicio.

Es interesante observar que entre el pack dúo y el pack trío la principal diferencia está asociada con la calidad de los equipos donde la insatisfacción es mayor en el primero que en el segundo. En cambio, cuando se analiza la relación entre ambos servicios en relación a aspectos generales del servicio y de aquellos relacionados con el cobro, sí se observan diferencias más consistentes e importantes.

**Tabla 12.5: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según aspecto, Tipo de Servicio y Nivel de satisfacción**

		El precio o tarifa del plan que le permita ahorros o descuentos	La calidad y funcionamiento de los equipos	La flexibilidad del plan, es decir la posibilidad de cambiarse en cualquier momento sin trabas
Plan económico con tope mensual sin otros servicios	Muy insatisfecho	7,9%	8,6%	7,0%
	Algo insatisfecho	13,1%	6,7%	15,1%
	Ni satisfecho ni insatisfecho	19,1%	18,0%	13,0%
	Algo satisfecho	33,7%	28,4%	41,7%
	Muy satisfecho	25,0%	36,9%	21,1%
	No sabe/no responde	1,2%	1,3%	2,1%
Pack Dúo o Doble, es decir teléfono más internet o TV cable	Muy insatisfecho	3,1%	3,8%	5,6%
	Algo insatisfecho	19,3%	15,6%	15,4%
	Ni satisfecho ni insatisfecho	14,3%	12,1%	17,6%
	Algo satisfecho	40,0%	37,8%	36,0%
	Muy satisfecho	20,8%	29,8%	21,1%
	No sabe/no responde	2,4%	,9%	4,4%
Pack Trío o Triple, es decir teléfono más internet, TV cable o celular	Muy insatisfecho	9,0%	3,8%	5,4%
	Algo insatisfecho	11,6%	7,5%	13,7%
	Ni satisfecho ni insatisfecho	8,2%	8,0%	7,7%
	Algo satisfecho	31,2%	37,3%	36,4%
	Muy satisfecho	39,7%	43,3%	33,3%
	No sabe/no responde	,2%	,1%	3,5%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo.

**Tabla 12.6: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Tipo de Servicio y Nivel de satisfacción general con el servicio en aspectos generales**

	Satisfacción General					
	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe/no responde
	%	%	%	%	%	%
Plan económico con tope mensual sin otros servicios	6,4%	15,2%	11,3%	30,5%	36,7%	,0%
Pack Dúo o Doble, es decir teléfono más internet o TV cable	1,2%	13,0%	17,4%	40,3%	28,1%	,0%
Pack Trío o Triple, es decir teléfono más internet, TV cable o celular	3,6%	8,1%	8,7%	37,8%	41,7%	,1%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo.

### 12.3 Problemas y Reclamos

El 23% de usuarios con servicios de telefonía fija ha tenido algún problema en los últimos 12 meses. El 86,2% de éstos realizó un reclamo o pidió una solución al problema.

**Tabla 12.7: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Ocurrencia de problemas, Reclamos y Zona de estudio**

		Zonas							Total
		Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	
		%	%	%	%	%	%	%	
En los últimos 12 meses, ¿ha tenido Ud. algún problema con el servicio de Telefonía Fija, ya sea con su proveedor	Sí	24,5%	17,0%	20,4%	12,3%	14,6%	25,1%	23,4%	23,0%
	No	73,8%	82,5%	78,7%	87,7%	85,4%	74,9%	76,6%	76,8%
	No sabe/ no responde	1,6%	,6%	,9%	,0%	,0%	,0%	,0%	,2%
¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	Sí	80,5%	85,2%	85,7%	82,1%	74,7%	84,0%	96,8%	86,2%
	No	19,5%	14,8%	14,3%	17,9%	25,3%	16,0%	3,2%	13,8%
	No sabe/ no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

Base: Todos los usuarios de teléfono.

Se observa una importante asociación entre la existencia de problemas dentro de cada servicio de telefonía y la satisfacción con el mismo. Como puede observarse, los servicios de planes económicos de llamadas con tope y el Pack dúo son los que concentran el mayor porcentaje de usuarios con problemas en los últimos 12 meses y, son precisamente, en los que se verifica la mayor insatisfacción.

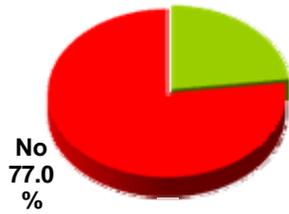
Se observa que los packs y planes concentran un significativo mayor porcentaje de problemas en los últimos 12 meses que los servicios de prepago y convencional.

## Gráfico 12.1

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

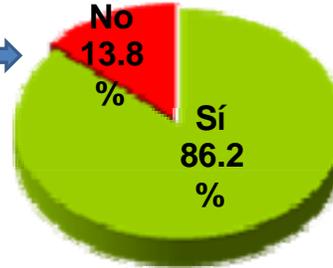
Base: Todos los usuarios de Telefonía fija

#### Ocurrencia de problemas



Sí  
23.0  
%

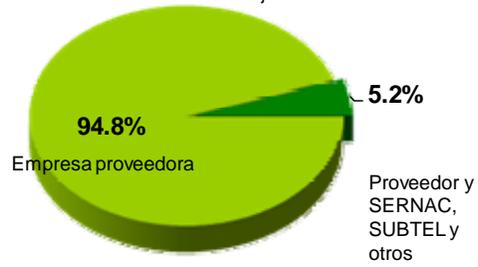
Reclamó?



Base: Todos los usuarios de Telefonía fija que tuvieron problemas

#### Ante quien recurrió para solucionar el problema

Base: Todos los reclamos presentados por usuarios de telefonía fija



**Tabla 12.8: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija según Ocurrencia de problemas y Tipo de Servicio**

	En los últimos 12 meses, ¿ha tenido Ud. algún problema con el servicio de Telefonía Fija, ya sea con su proveedor			
	Sí	No	No sabe/ no responde	Total
	%	%	%	%
Línea convencional con Servicio Local Medido	22,4%	77,2%	,4%	100%
Plan económico con prepago sin otros servicios	14,4%	85,6%	,0%	100%
Plan económico con tope mensual sin otros servicios	33,5%	66,5%	,0%	100%
Pack Dúo o Doble, es decir teléfono más internet o TV cable	30,7%	69,3%	,0%	100%
Pack Trío o Triple, es decir teléfono más internet, TV cable o celular	20,7%	79,3%	,0%	100%
Otro. Especificar	,0%	,0%	,0%	,0%
No sabe/no responde	1,7%	90,8%	7,5%	100%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo.

En la amplia mayoría de los casos, el reclamo es hecho sólo ante la compañía proveedora (94,8%). Sólo en un 5,1% el reclamo llega a otras instituciones como SERNAC o SUBTEL.

**Tabla 12.9: Distribución Usuarios de Telefonía Fija que Reclamaron según Destinatario del reclamo y Zona de estudio**

	Zonas							Total
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	
	%	%	%	%	%	%	%	
Empresa proveedora	89,6%	96,6%	100%	94,5%	100%	93,4%	97,1%	94,8%
Subtel	4,8%	,0%	,0%	,0%	,0%	4,9%	,0%	3,0%
Sernac	5,6%	3,4%	,0%	5,5%	,0%	,0%	2,9%	1,1%
Otros organismos	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,7%	,0%	1,0%

Base: Todos los usuarios de teléfono fijo que reclamaron.

El cobro de llamadas no realizadas es la principal razón para reclamar con un 24,6% de todos los hogares que reclamaron. Le sigue el corte injustificado del servicio y la existencia de problemas técnicos con los equipos y. No obstante, esta distribución varía dentro de los diferentes servicios de telefonía contratados.

Es interesante observar que en los dos servicios que poseen poco equipamiento es en los que se encuentran los mayores porcentajes de reclamos concentrados en problemas con los equipos. En el caso del pack dúo, el cobro de llamadas no realizadas es la principal razón para reclamar.

**Tabla 12.10: Distribución de hogares con Telefonía Fija que reclamaron según Tipo de Reclamos y Zona de estudio<sup>25</sup>**

	Zona							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: Región Metropolitana	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
No se entienden los cobros	11.2%	23.2%	17.1%	36.9%	.0%	23.5%	6.4%	19.2%
Cobraron llamadas no realizadas	41.0%	26.6%	35.5%	25.1%	22.6%	24.4%	24.6%	26.3%
Cobraron concursos y servicios bloqueados	1.8%	8.0%	.0%	11.9%	.0%	2.6%	5.2%	3.4%
Problemas con el personal de atención al cliente	7.6%	11.8%	7.9%	.0%	.0%	2.6%	9.7%	5.3%
Problemas técnicos con los equipos	31.6%	49.7%	39.6%	20.9%	45.3%	19.8%	14.6%	23.6%
Corte injustificado del servicio	18.0%	20.8%	15.9%	19.0%	14.8%	25.9%	18.8%	22.7%
Incumplimiento de contrato	10.0%	28.0%	17.4%	23.1%	8.4%	11.7%	14.3%	14.1%
Publicidad engañosa	5.8%	4.5%	6.8%	.0%	18.5%	4.7%	13.6%	6.7%
Otro	7.4%	14.6%	9.2%	11.6%	17.3%	4.8%	21.0%	9.4%
No sabe/ no responde	11.5%	.0%	.0%	17.4%	.0%	5.3%	5.2%	4.8%

Base: todos los hogares de telefonía fija que reclamaron

#### **12.4 Razones para no reclamar**

La principal razón para no reclamar en la primera instancia es el trámite engorroso. El tema del desconocimiento de los derechos emerge como la principal razón para no reclamar cuando la empresa proveedora no ha solucionado el reclamo planteado.

#### **12.5 Solución del Problema**

El 43,3 % de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras y un 6,3% fue solucionado en gran parte. Un 20,8% de los reclamos ni siquiera intentaron ser solucionados y el 14,5%, intentaron pero no lo lograron.

<sup>25</sup> El porcentaje es mayor que 100 porque muchos hogares realizan mas de un reclamo.

En los casos en que el problema o reclamo no es solucionado, en un 94,8% de los casos los usuarios no recurrieron a alguna otra instancia. Sólo un 3,6% de los usuarios recurrieron al SERNAC, un 0,8% a Subtel y otro 0,8% a otras instancias.

**Tabla 12.11: Distribución de Usuarios de Telefonía Fija que Reclamó según Resultado del Reclamo y Zonas**

	Zonas							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Ni siquiera intentaron solucionarlo	27,4%	23,5%	26,2%	27,9%	22,5%	20,7%	14,8%	20,8%
Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	,0%	4,3%	27,9%	22,9%	17,0%	10,5%	27,0%	14,5%
Fue solucionado solo en parte	3,0%	28,0%	13,7%	,0%	11,7%	14,9%	8,7%	14,3%
Fue solucionado en gran parte	11,2%	10,1%	6,0%	29,6%	,0%	4,0%	7,1%	6,2%
Fue totalmente solucionado	54,4%	34,1%	23,5%	16,1%	48,8%	49,9%	40,0%	43,3%
No sabe/no responde	4,0%	,0%	2,7%	3,5%	,0%	,0%	2,4%	1,0%
No recurrió a ninguna otra instancia	100%	81,6%	75,6%	100%	100%	100%	100%	94,8%
SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor)	,0%	8,6%	19,4%	,0%	,0%	,0%	,0%	3,6%
SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones)	,0%	,0%	5,1%	,0%	,0%	,0%	,0%	,8%
Comisión Defensora Ciudadana	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Tribunales de Justicia / Juzgados	,0%	9,8%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,8%
Otro	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

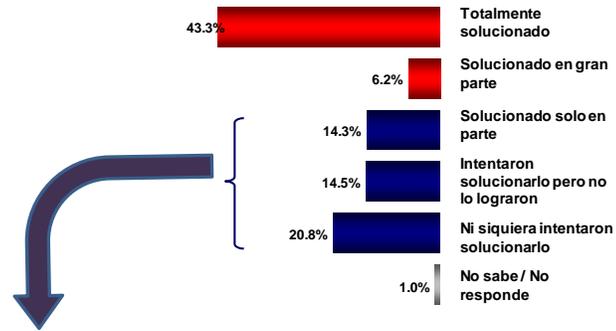
Base: Todos los usuarios de teléfono fijo que reclamaron

## Gráfico 12.2

### Especificación Problemas y Resolución

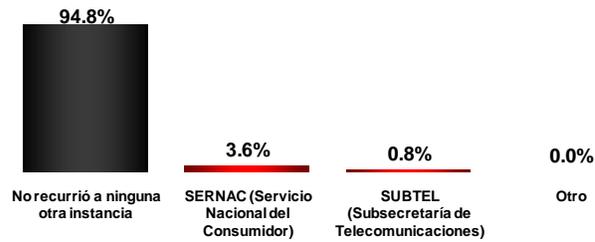
#### Respuesta ante problemas de parte de proveedores

Base: Usuarios que presentaron reclamos a proveedores )



#### Otras instancias de reclamo ante no solución de problemas

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



## 13 Llamadas de Larga Distancia

### 13.1 Satisfacción

Al igual que con el servicio de telefonía fija, la mayoría de los usuarios de servicio de llamadas de larga distancia se encuentran satisfechos. Un 86,5% de los usuarios se encuentra muy o algo satisfecho, versus un 2,8% que se encuentran algo o muy insatisfechos. El aspecto que tiene más insatisfecho a los usuarios de llamadas de larga distancia es la falta de rapidez cuando se hacen consultas telefónicas, seguido de la falta de capacidad del personal de atención al cliente.

**Tabla 13.1: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Servicio**

	Muy insatisfecho %	Algo insatisfecho %	Ni satisfecho ni insatisfecho %	Algo satisfecho %	Muy satisfecho %	No sabe/no responde %
Amabilidad, disposición a escuchar, entender	2,0%	1,6%	10,6%	24,3%	53,5%	7,9%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono	1,5%	5,3%	10,5%	30,2%	44,8%	7,7%
Capacidad del personal de atención al cliente	,6%	6,0%	11,3%	26,6%	47,3%	8,2%
Información clara y fidedigna al momento de contratar	1,5%	4,1%	8,9%	26,3%	51,8%	7,4%
Oferta variada y amplia de planes	,6%	3,4%	10,6%	31,6%	47,0%	6,8%
Cumplimiento de las condiciones acordadas en el contrato	1,1%	3,2%	10,9%	32,7%	45,9%	6,2%
Servicio con buena cobertura	,6%	3,4%	11,8%	52,0%	30,9%	1,3%
Satisfacción General	,6%	2,2%	7,0%	31,3%	55,2%	3,7%

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

**Tabla 13.2: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Sistema de cobranza**

	Muy insatisfecho %	Algo insatisfecho %	Ni satisfecho ni insatisfecho %	Algo satisfecho %	Muy satisfecho %	No sabe/no responde %
La claridad de la información que está en la boleta	1,0%	5,7%	8,2%	38,6%	30,9%	15,5%
El detalle de la información que está en la boleta	1,0%	5,7%	8,1%	34,8%	34,8%	15,5%
El cobro solo de las llamadas que Ud. efectivamente realizó	1,0%	8,4%	7,4%	35,9%	31,2%	16,2%
El cobro ajustado al plan / servicio que Ud. tiene contratado	1,0%	7,0%	9,8%	35,7%	31,0%	15,5%
Las fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	1,8%	6,8%	7,1%	40,2%	28,5%	15,6%
Satisfacción General	,6%	2,2%	7,0%	31,3%	55,2%	3,7%

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

### 13.2 Problemas y Reclamos

Un 2,3% de los usuarios de llamados de larga distancia menciona haber tenido algún problema en los últimos 12 meses. El 88,5% de éstos realizó un reclamo o petición.

**Tabla 13.3: Distribución de Usuarios de Telefonía de Larga Distancia según Ocurrencia de Problemas de Telefonía de Larga distancia, Reclamos y Zonas**

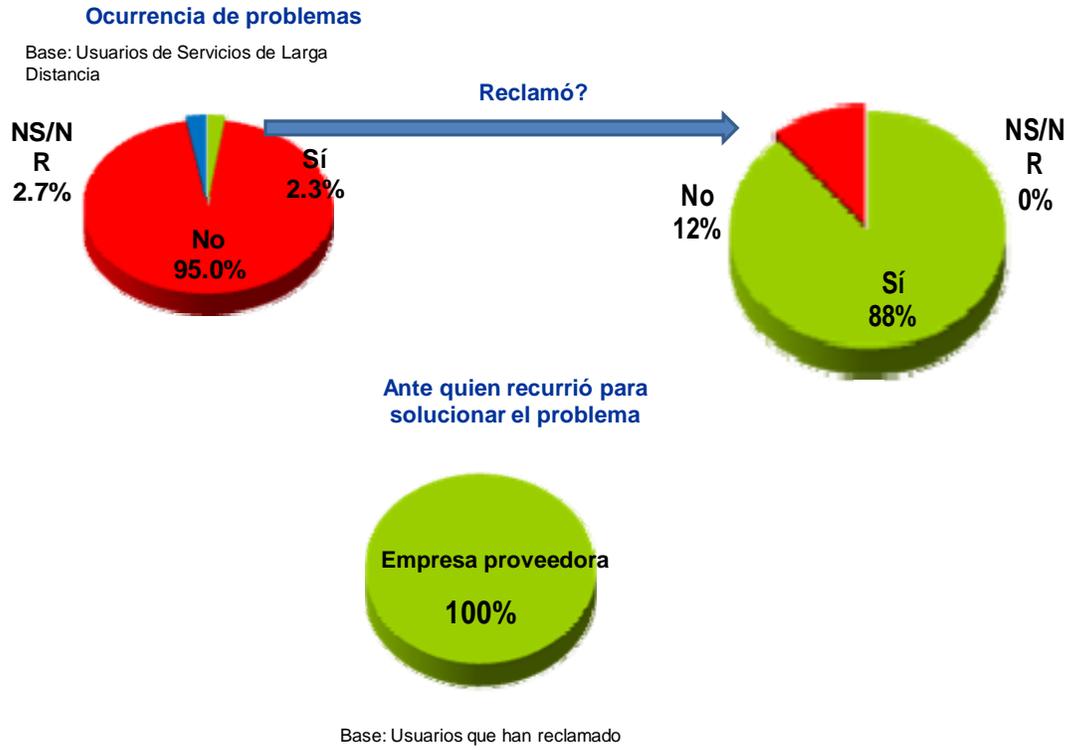
		Zonas							Total %
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	
		%	%	%	%	%	%	%	
En los últimos 12 meses, ¿ha tenido Ud. algún problema con el servicio de Larga Distancia, ya sea con su proveedor	Sí	5,2%	,0%	4,2%	4,0%	7,0%	,0%	4,0%	2,3%
	No	94,8%	100%	95,8%	96,0%	85,9%	100%	85,4%	95,1%
	No sabe/ no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	7,0%	,0%	10,6%	2,7%
¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	Sí	68,7%	,0%	100%	100%	,0%	,0%	100%	88,5%
	No	31,3%	,0%	,0%	,0%	100%	,0%	,0%	11,5%
	No sabe/ no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

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

**Gráfico 13.1**

**Ocurrencia de problemas con servicio de Larga Distancia en Hogares**

Base: Usuarios con problemas



### 13.3 Tipo de Reclamos<sup>26</sup>

Dentro de las razones para reclamar mencionadas, el cobro de llamadas no realizadas es la que alcanzó el mayor porcentaje de hogares.

**Tabla 13.4: Distribución de hogares que reclamaron según Tipo de Reclamos y Zona de estudio<sup>27</sup>**

	Zona							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: Región Metropolitana	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
No se entienden los cobros	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Cobraron llamadas no realizadas	50.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	.0%	.0%	15.2%
Los llamados tienen interferencia, ruidos, se cortan	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Otro	50.0%	.0%	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	84.8%
No sabe/no responde	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%

Base: todos los hogares con servicios de larga distancia que reclamaron

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

**Tabla 13.5: Distribución Usuarios de Telefonía Larga Distancia que Reclamaron según Destinatario del reclamo y Zona de estudio**

	Zonas							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Empresa proveedora	100%	,0%	100%	100%	,0%	,0%	,0%	100%
Subtel	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Sernac	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Otros organismos	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

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

<sup>26</sup> Debido a que sólo un porcentaje muy bajo de la muestra les correspondía contestar esta pregunta, el resultado observado tiene ese 'extraño' comportamiento.

<sup>27</sup> El porcentaje es mayor que 100 porque muchos hogares realizan más de un reclamo.

### 13.4 Solución

El 56,4% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras el problema. Un 15,2% de los reclamos fueron solucionados en gran parte.

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

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

	Zonas							Total
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	
	%	%	%	%	%	%	%	
Ni siquiera intentaron solucionarlo	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Fue solucionado solo en parte	,0%	,0%	100%	,0%	,0%	,0%	,0%	28,4%
Fue solucionado en gran parte	50,0%	,0%	,0%	100%	,0%	,0%	,0%	15,2%
Fue totalmente solucionado	50,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100%	56,4%
No sabe/no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
No recurrió a ninguna otra instancia	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor)	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones)	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Comisión Defensora Ciudadana	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Tribunales de Justicia / Juzgados	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Otro	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

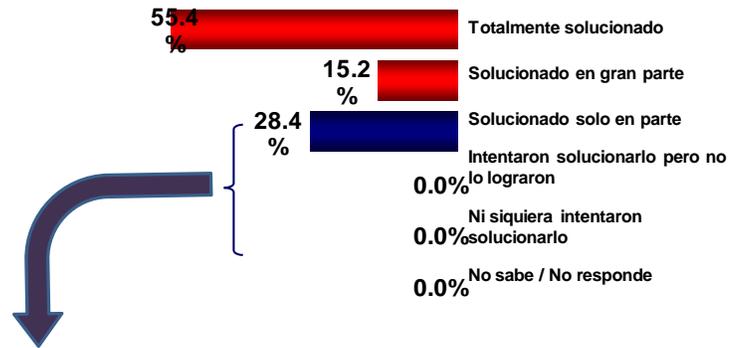
Base: todos los usuarios de servicios de llamadas de larga distancia que reclamaron

## Gráfico 13.2

### Especificación Problemas y Resolución

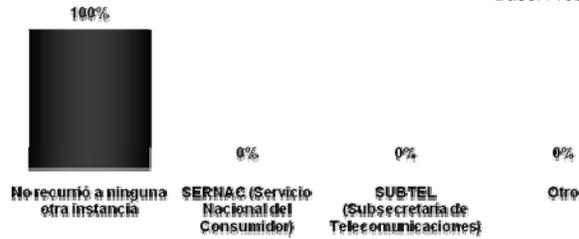
#### Respuesta ante problemas de parte de proveedores

Base Usuarios que presentaron reclamos a proveedores



#### Otras instancias de reclamo ante no solución de problemas

Base: Problemas sin solución



## 14 Celulares

### 14.1 Satisfacción

Un 81,9% de los usuarios de celulares se encuentran algo o muy satisfechos con el servicio. Un 9,4% de dichos usuario se encuentra algo o muy insatisfecho. Las principales razones de insatisfacción son: problemas de cobertura y la falta de rapidez en la atención telefónica.

**Tabla 14.1: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Servicio**

	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe/no responde
	%	%	%	%	%	%
Amabilidad, disposición a escuchar, entender del personal de atención al cliente	5,1%	5,5%	9,7%	30,3%	45,1%	4,2%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono	7,2%	7,4%	9,8%	28,7%	42,1%	4,8%
Capacidad del personal de atención al cliente	5,1%	6,2%	9,2%	29,6%	45,0%	4,9%
Información clara y fidedigna al momento de contratar	4,4%	6,4%	7,5%	28,7%	47,6%	5,4%
Oferta variada y amplia de planes	3,7%	5,5%	7,6%	31,6%	46,7%	4,9%
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar	4,8%	4,3%	8,2%	28,5%	47,3%	6,9%
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones	4,4%	4,4%	10,6%	24,8%	37,9%	17,7%
Servicio con buena cobertura	5,7%	9,4%	8,7%	41,4%	34,6%	,2%
La capacitación y competencia del personal	2,4%	3,6%	10,6%	21,0%	40,4%	22,0%
Satisfacción General	3,9%	5,5%	8,5%	35,8%	46,1%	,1%

Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular.

**Tabla 14.2: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular según Aspecto del Servicio y Nivel de satisfacción con el Sistema de Cobranza**

	Muy insatisfecho %	Algo insatisfecho %	Ni satisfecho ni insatisfecho %	Algo satisfecho %	Muy satisfecho %	No sabe/no responde %
<b>LINEA CON CONTRATO</b>						
La claridad de la información que está en la boleta	3,1%	4,2%	5,3%	33,6%	47,3%	6,5%
El detalle de la información que está en la boleta	3,7%	4,1%	6,2%	32,1%	47,1%	6,8%
El cobro solo de las llamadas que Ud. efectivamente realizó	3,5%	2,5%	8,9%	36,3%	42,0%	6,8%
El cobro ajustado al plan / servicio que Ud. tiene contratado	3,1%	3,6%	7,2%	34,1%	45,8%	6,1%
Las fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	3,4%	3,3%	7,0%	31,5%	48,5%	6,3%
<b>LINEA CON PREPAGO</b>						
Que el monto que Ud. compra se cargue correctamente	3,3%	4,0%	10,3%	33,2%	46,7%	2,5%
Que exista claridad en el descuento de la tarjeta	3,2%	6,4%	10,5%	33,2%	42,4%	4,4%
Que el descuento a la tarjeta sea de acuerdo a lo que cargó	3,2%	5,3%	9,6%	34,8%	43,4%	3,7%

Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular.

#### **14.2 Satisfacción según Tipo de Pago**

Se observan algunas diferencias en los niveles de satisfacción según el tipo de pago, aunque estas diferencias son mayores en algunas compañías que en otras. En el caso de Entel PCS, se observa una significativa mayor insatisfacción en los usuarios de prepago. En Movistar y Claro, se constata un mayor equilibrio entre ambos tipos de servicios.

**Tabla 14.3: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular según Aspecto del y Nivel de satisfacción con el Sistema de Cobranza**

		C9. ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio ofrecido por en Telefonía Móvil?						
		Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe/n o responde (NO LEER)	Total
		%	%	%	%	%	%	%
[Entel PCS]	Contrato	1,0%	1,4%	2,3%	35,8%	59,5%	,0%	100,0%
	Prepago	4,0%	5,5%	5,9%	32,5%	52,1%	,0%	100,0%
[Movistar/ Telefónica Móvil]	Contrato	3,6%	6,9%	12,2%	34,5%	42,9%	,0%	100,0%
	Prepago	6,2%	4,7%	9,0%	35,3%	44,6%	,2%	100,0%
[Smartcom/ Claro]	Contrato	5,2%	6,8%	10,3%	40,2%	37,5%	,0%	100,0%
	Prepago	2,7%	8,4%	12,0%	39,5%	37,3%	,0%	100,0%

Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular.

### 14.3 Problemas y Reclamos

El 12% de los usuarios de celulares ha tenido un problema en los últimos 12 meses. De Éstos, un 74,8% ha realizado un reclamo o pedido una solución.

**Tabla 14.4: Distribución de Usuarios de Celulares según Ocurrencia de problemas, Reclamos y Zona de estudio**

		Zonas							
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
		%	%	%	%	%	%	%	%
En los últimos 12 meses, ¿ha tenido Ud. algún problema con el servicio de Telefonía Móvil (celular), ya sea con su ¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	Sí	14,8%	10,2%	10,5%	13,8%	11,9%	12,6%	11,8%	12,0%
	No	84,6%	88,7%	88,5%	85,4%	87,9%	87,4%	88,2%	87,7%
	No sabe/ no responde	,6%	1,0%	1,0%	,8%	,2%	,0%	,0%	,3%
	Sí	75,3%	81,9%	54,5%	64,2%	39,5%	79,3%	78,6%	74,8%
	No	24,7%	18,1%	45,5%	35,8%	60,5%	20,7%	21,4%	25,2%
	No sabe/ no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

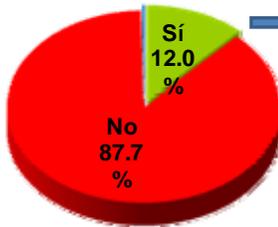
Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular.

## Gráfico 14.1

### Ocurrencia de problemas con servicio de Telefonía Móvil en Hogares

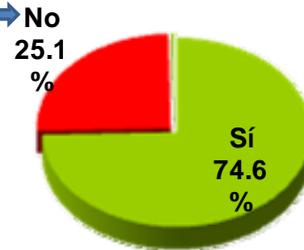
#### Ocurrencia de problemas

Base: Total de usuarios con celular



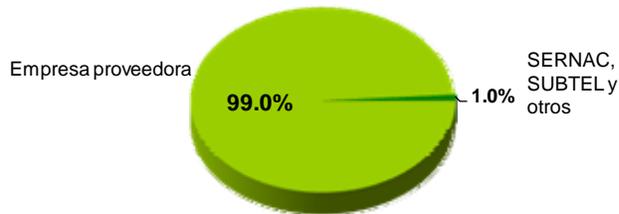
Reclamo?

Base: Total de usuarios con problemas



#### Ante quien recurrió para solucionar el problema

Base: Total de usuarios que reclamaron



#### 14.4 Tipo de Reclamos

Los problemas con el aparato es la principal razón para reclamar dentro de los hogares que reclamaron por problemas de telefonía móvil alcanzando al 35.2% de los hogares. El problema de cobertura es la segunda razón.

**Tabla 14.5: Distribución de hogares que reclamaron según Tipo de Reclamos y Zona de estudio<sup>28</sup>**

	Zona							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: Región Metropolitan a	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Problemas de cobertura, en algunos lugares no se puede comunicar	11.8%	28.6%	37.4%	9.5%	25.2%	8.4%	13.5%	14.4%
Problemas de señal, interferencias	26.7%	17.1%	24.5%	4.5%	61.1%	10.0%	8.7%	12.6%
Problemas con el aparato, funciona mal, no recibe llamadas	11.8%	44.1%	54.7%	70.6%	53.0%	19.9%	48.9%	35.2%
Se activan automáticamente servicios no contratados	10.3%	9.1%	.0%	3.0%	16.3%	4.1%	.0%	3.5%
Las tarjetas de prepago no se cargan correctamente	2.0%	9.9%	4.7%	.0%	5.3%	4.5%	12.1%	6.8%
Otro	53.9%	21.5%	11.2%	31.9%	33.5%	48.5%	36.3%	39.0%
No sabe/no responde	15.6%	.0%	.0%	10.4%	.0%	4.5%	.0%	3.2%

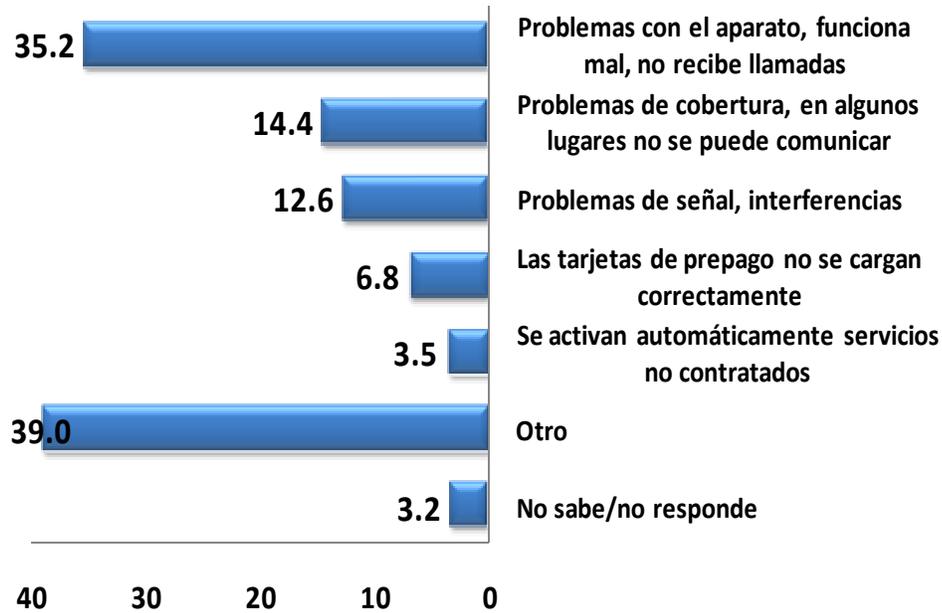
Base: todos los hogares de telefonía móvil que reclamaron

<sup>28</sup> El porcentaje es mayor que 100 porque muchos hogares realizan más de un reclamo.

**Gráfico 14.2**

**Tipos de Reclamos por Problemas de Telefonía Móvil**

% de Hogares que Reclamaron



El 98,9% de los usuarios que realizaron reclamos lo hicieron sólo ante la empresa proveedora. Solamente un 1,1% reclamo ante otra institución como el SERNAC o la SUBTEL.

**Tabla 14.6: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron según Destino del Reclamo y Agrupación de regiones**

	Zonas							Total
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	
	%	%	%	%	%	%	%	
Empresa proveedora	100%	100%	100%	97,2%	100%	100%	96,6%	98,9%
Subtel	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Sernac	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	3,4%	1,0%
Otros organismos	,0%	,0%	,0%	2,8%	,0%	,0%	,0%	,1%

### 14.5 Solución del Problema

El 30,7% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras y un 10,1% fue solucionado en gran parte. Un 29,3% de los reclamos ni siquiera intentaron ser solucionados

En los casos en que el problema o reclamo no es solucionado, en un 93,2% de los casos los usuarios no recurrieron a alguna otra instancia. Sólo en un 3,5% y un 2,7% de los casos, los usuarios recurren al Subtel o Sernac respectivamente.

**Tabla 14.7: Distribución de Usuarios de Telefonía Celular que reclamaron según Resultado del reclamo y Zona de estudio**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Ni siquiera intentaron solucionarlo	28,6%	13,8%	24,9%	17,3%	30,0%	34,6%	31,6%	29,3%
Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	25,8%	17,8%	18,8%	58,7%	11,0%	15,5%	26,6%	21,8%
Fue solucionado solo en parte	8,0%	7,3%	,0%	18,0%	17,0%	4,5%	2,8%	5,1%
Fue solucionado en gran parte	5,7%	14,5%	11,8%	,0%	20,1%	8,6%	11,9%	10,1%
Fue totalmente solucionado	26,0%	42,0%	20,0%	6,0%	21,9%	36,8%	27,1%	30,7%
No sabe/no responde	5,9%	4,6%	24,5%	,0%	,0%	,0%	,0%	2,9%
No recurrió a ninguna otra instancia	78,3%	100%	91,9%	100%	100%	90,9%	95,3%	93,2%
SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor)	21,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	4,7%	2,7%
SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones)	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	9,1%	,0%	3,5%
Comisión Defensora Ciudadana	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Tribunales de Justicia / Juzgados	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Otro	,0%	,0%	8,1%	,0%	,0%	,0%	,0%	,6%

Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular que reclamaron.

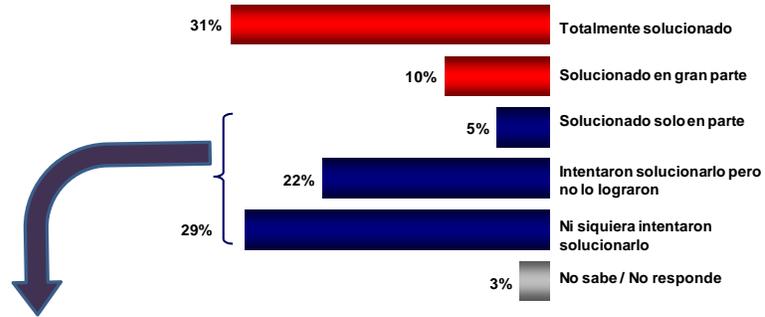
Base: Todos los usuarios de Telefonía Celular que reclamaron y no solucionaron el problema.

### Gráfico 14.3

#### Especificación Problemas y Resolución

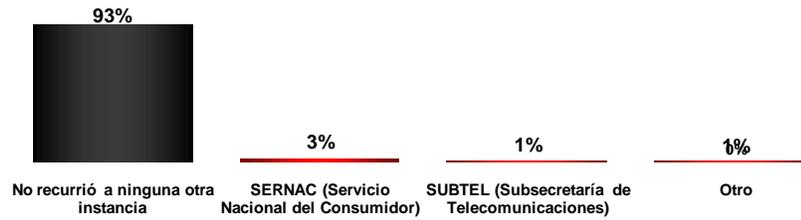
#### Respuesta ante problemas de parte de proveedores

Base: Usuarios que presentaron reclamos a proveedores



#### Otras instancias de reclamo ante no solución de problemas

Base: Usuarios con problemas no resueltos



## 15 Internet

### 15.1 Satisfacción

Un 81,2% de los usuarios de Internet se encuentran algo o muy satisfecho con el servicio. Un 8,9% de dichos usuario se encuentra algo o muy insatisfecho. Las principales fuentes de insatisfacción son los problemas de velocidad del servicio y la existencia de interferencias y cortes.

**Tabla 15.1: Distribución de Usuarios de Internet según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Servicio**

	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe/no responde
	%	%	%	%	%	%
Amabilidad, disposición a escuchar, entender	3,2%	5,1%	5,0%	32,6%	50,4%	3,7%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono,	3,4%	6,2%	5,7%	36,0%	44,9%	3,8%
Capacidad del personal de atención al cliente	2,7%	5,8%	7,6%	33,0%	46,0%	4,9%
Información clara y fidedigna al momento de contratar	4,7%	2,5%	6,3%	34,4%	48,9%	3,2%
Oferta variada y amplia de planes	3,5%	4,2%	7,7%	35,2%	45,3%	4,1%
Velocidad REAL obtenida	4,1%	7,5%	5,3%	31,0%	47,1%	4,9%
Servicio sin interferencias ni cortes	3,6%	8,8%	5,9%	27,0%	51,1%	3,7%
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones	3,3%	5,3%	8,7%	33,5%	44,1%	5,0%
La capacitación y competencia del personal	3,6%	3,0%	6,3%	29,1%	49,3%	8,7%
Satisfacción General	2,8%	6,1%	7,5%	35,2%	46,0%	2,4%

Base: Todos los usuarios de Internet.

**Tabla 15.2: Distribución de Usuarios de Internet según Aspecto y Nivel de Satisfacción con el Sistema de cobranza**

	Muy insatisfecho %	Algo insatisfecho %	Ni satisfecho ni insatisfecho %	Algo satisfecho %	Muy satisfecho %	No sabe/no responde %
La claridad de la información que está en la boleta	2,3%	3,6%	11,9%	32,2%	45,2%	4,7%
El detalle de la información que está en la boleta	2,7%	4,1%	10,8%	32,7%	44,9%	4,9%
El cobro de conexiones no realizadas	3,7%	3,8%	10,9%	30,5%	45,6%	5,4%
El cobro ajustado al plan/ servicio que Ud. tiene contratado	3,4%	4,5%	8,1%	35,1%	44,5%	4,4%
Las fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	3,5%	4,1%	7,8%	32,4%	47,6%	4,7%

Base: Todos los usuarios de Internet.

Se observa en general altos niveles de satisfacción con todas las tareas de internet evaluadas.

**Tabla 15.3: Distribución de Usuarios de Internet según Tipo de Uso y Nivel de Satisfacción**

	Muy insatisfecho o %	Algo insatisfecho o %	Ni satisfecho ni insatisfecho o %	Algo satisfecho o %	Muy satisfecho o %	No realiza o %	No sabe/no responde o %
Enviar y recibir correos	,9%	1,7%	5,4%	22,9%	56,2%	8,3%	4,5%
Chatear	,7%	,9%	3,6%	22,9%	40,2%	21,9%	9,9%
Hablar (telefonía IP, Skype)	,9%	,3%	7,0%	12,0%	21,9%	45,2%	12,6%
Trabajar/ estudiar/ tareas	,5%	1,4%	3,8%	19,4%	59,9%	11,3%	3,6%
Jugar en línea	1,0%	,8%	6,5%	13,2%	24,1%	40,2%	14,3%
Bajar música y/o películas	1,1%	2,7%	7,6%	15,0%	34,8%	29,2%	9,5%
Buscar información de interés personal (no laboral ni estudio)	,6%	,6%	3,4%	21,1%	61,7%	7,8%	4,8%
Revisar estados de cuenta o cartolas bancarias	,6%	2,2%	3,9%	13,1%	40,7%	29,9%	9,6%
Pagar servicios comerciales y solicitar certificados	,5%	,8%	7,3%	12,8%	27,0%	40,7%	10,9%

Base: Todos los usuarios de Internet.

## 15.2 Problemas y Reclamos

El 16,3% de los usuarios de Internet declara haber tenido un problema con el servicio en los últimos 12 meses. De estos, un 84,5% reclamo o pidió una solución al problema. De estos reclamos, el 94,4% fueron dirigidos a las empresas proveedoras.

**Tabla 15.4: Distribución de Usuarios de Servicios de Internet según Ocurrencia de Problemas de Servicios de Internet, Reclamos y Zonas Problemas con el Servicio y Reclamos**

		Zonas							
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
		%	%	%	%	%	%	%	%
En los últimos 12 meses, ¿ha tenido Ud. algún problema con el servicio de Internet en el hogar	Sí	18,4%	16,5%	27,2%	11,7%	4,3%	15,8%	12,9%	16,3%
	No	80,3%	83,5%	71,4%	88,3%	95,7%	82,7%	87,1%	82,7%
	No sabe/ no responde	1,3%	,0%	1,4%	,0%	,0%	1,5%	,0%	1,0%
¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	Sí	89,8%	76,3%	93,1%	58,0%	65,4%	80,7%	100%	84,5%
	No	10,2%	23,7%	6,9%	42,0%	34,6%	19,3%	,0%	15,5%
	No sabe/ no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

Base: Todos los usuarios de Internet.

**Gráfico 15.1**

Ocurrencia de problemas con servicio de Internet en Hogares

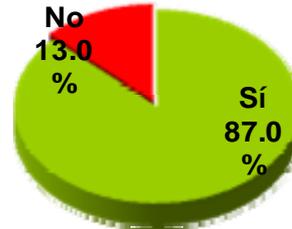
**Ocurrencia de problemas**

Base: Usuarios con internet



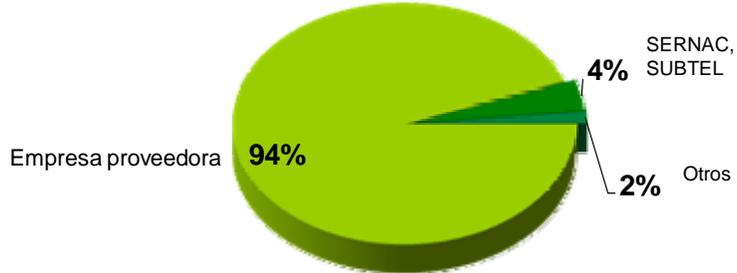
Reclamó?

Base: Usuarios con problemas



**Ante quien recurrió para solucionar el problema**

Base: Usuarios que reclamaron



### 15.3 Tipo de Reclamos

Una mayoría de los hogares que reclamaron lo hicieron porque el servicio de Internet se corta o 'cae'. Le siguen los problemas de lentitud y saturación.

**Tabla 15.5: Distribución de hogares que reclamaron según Tipo de Reclamos y Zona de estudio<sup>29</sup>**

	Zona							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: Región Metropolitana	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Cobran períodos en que no hubo servicio	34.1%	7.3%	17.3%	.0%	.0%	7.5%	34.6%	14.4%
Lentitud, saturación	12.4%	15.1%	23.9%	27.3%	.0%	19.5%	23.1%	19.8%
La velocidad no es la contratada	9.4%	16.8%	17.9%	55.5%	47.2%	12.5%	11.5%	14.2%
El servicio se corta, se cae, no funciona	35.9%	57.9%	63.8%	.0%	52.8%	54.8%	44.9%	53.3%
Otro	23.6%	36.5%	13.0%	17.2%	.0%	5.7%	32.0%	15.1%
No sabe/no responde	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	41.0%	5.5%

Base: todos los hogares con Internet que reclamaron

Se observa que existe una prevalencia de los problemas de forma destinadas según nivel socioeconómico. Sin embargo, en todos los grupos, la principal razón para reclamar es que el servicio se corta o 'cae'.

<sup>29</sup> El porcentaje es mayor que 100 porque muchos hogares realizan más de un reclamo.

**Tabla 15.6: Distribución de hogares que reclamaron según Tipo de Reclamos y Nivel Socioeconómico<sup>30</sup>**

	Nivel Socioeconómico					
	ABC1	C2	C3	D	E <sup>31</sup>	Total
	%	%	%	%	%	%
Cobran períodos en que no hubo servicio	17.0%	23.5%	2.1%	25.0%	.0%	14.4%
Lentitud, saturación	.0%	21.4%	19.5%	28.7%	.0%	19.8%
La velocidad no es la contratada	31.8%	9.6%	6.9%	31.1%	.0%	14.2%
El servicio se corta, se cae, no funciona	51.1%	39.1%	73.5%	32.1%	100.0%	53.3%
Otro	.0%	20.8%	7.9%	18.0%	.0%	13.0%
No sabe/no responde	30.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.8%

Base: Todos los usuarios de Internet que reclamaron.

**Tabla 15.7: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Destino del Reclamo y Zona de estudio**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Empresa proveedora	100%	100%	100%	100%	100%	100%	67,0%	94,4%
Subtel	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Sernac	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	24,3%	4,1%
Otros organismos	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	8,7%	1,5%

Base: Todos los usuarios de Internet que reclamaron.

<sup>30</sup> El porcentaje es mayor que 100 porque muchos hogares realizan más de un reclamo.

<sup>31</sup> El tamaño muestral del grupo E es muy pequeño lo que permite que se produzca este extraño resultado.

## 15.4 Solución

El 28,3% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras el problema y un 8,2% fue solucionado en gran parte. Un 10,2% de los reclamos ni siquiera intentaron ser solucionados y el 19,4% que intentaron pero no lo lograron.

En los casos en que el problema o reclamo no es solucionado, en un 75,7% de los casos los usuarios no recurrieron a alguna otra instancia, en un 7,6% a Subtel y en un 2,8% a Sernac.

**Tabla 15.8: Distribución de Usuarios de Internet que reclamaron según Resultado del Reclamo, Apelación y Zona de estudio**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Ni siquiera intentaron solucionarlo	19,2%	13,0%	7,3%	,0%	,0%	14,8%	,0%	10,2%
Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	13,1%	5,4%	26,9%	55,5%	,0%	24,2%	11,0%	19,4%
Fue solucionado solo en parte	3,7%	32,3%	34,7%	27,3%	52,8%	15,9%	25,3%	22,7%
Fue solucionado en gran parte	24,5%	16,8%	8,8%	,0%	,0%	7,5%	,0%	8,2%
Fue totalmente solucionado	39,6%	32,5%	22,3%	17,2%	47,2%	21,6%	41,8%	28,3%
No sabe/no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	16,1%	21,9%	11,2%
No recurrió a ninguna otra instancia	84,8%	61,3%	100%	100%	,0%	76,7%	,0%	75,7%
SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor)	,0%	38,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	2,8%
SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones)	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100%	7,6%
Comisión Defensora Ciudadana	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Tribunales de Justicia / Juzgados	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Otro	15,2%	,0%	,0%	,0%	,0%	23,3%	,0%	13,8%

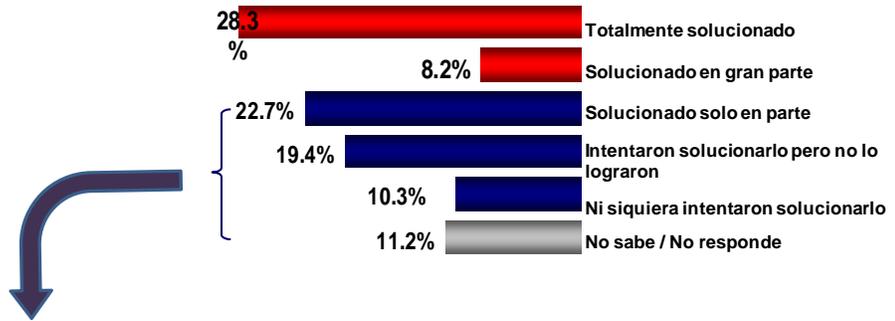
Base: Todos los usuarios de Internet que reclamaron.

## Gráfico 15.2

### Especificación Problemas y Resolución

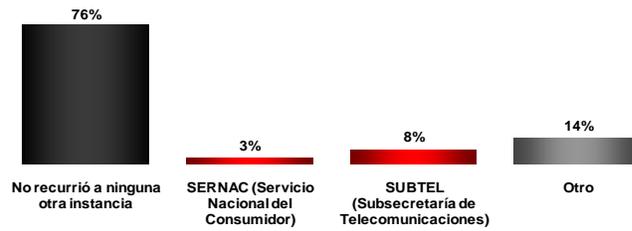
#### Respuesta ante problemas de parte de proveedores

Base: Usuarios que presentaron reclamos a los proveedores



#### Otras instancias de reclamo ante no solución de problemas

Base: Usuarios que no tuvieron el problema resuelto



## 16 Televisión Pagada

### 16.1 Satisfacción

Un 84% de los usuarios de TV pagada se encuentran algo o muy satisfecho con el servicio. Un 6,1% se encuentra algo o muy insatisfechos. La principal área de insatisfacción es la existencia de señal con interferencias y cortes y el no cumplimiento de las condiciones del contrato.

**Tabla 16.1: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada según Aspecto y Nivel de satisfacción con el Servicio**

	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe/no responde
	%	%	%	%	%	%
Amabilidad, disposición a escuchar, entender	1,8%	3,8%	7,9%	28,9%	54,4%	3,1%
Rapidez cuando hace consultas por teléfono	1,5%	6,0%	8,3%	28,9%	50,2%	5,1%
Capacidad del personal de atención al cliente	1,8%	4,8%	7,9%	27,9%	54,1%	3,5%
Información clara y fidedigna al momento de contratar	2,2%	4,5%	7,2%	25,4%	58,3%	2,4%
Oferta variada y amplia de planes	1,6%	4,4%	10,4%	28,2%	53,3%	2,1%
Cumplimiento de las condiciones acordadas al con	1,8%	5,9%	10,8%	50,7%	29,2%	1,5%
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones	1,7%	5,3%	9,1%	25,6%	52,2%	6,1%
Calidad y atractivo de la programación	2,3%	4,2%	9,7%	25,5%	57,1%	1,2%
Señal sin interferencias ni cortes	2,1%	7,3%	7,5%	27,4%	54,6%	1,0%
La capacitación y competencia del personal	2,3%	4,2%	5,9%	26,1%	53,9%	7,6%
Satisfacción General	1,8%	4,3%	8,5%	30,5%	53,7%	1,2%

Base: Todos los usuarios de TV pagada.

**Tabla 16.2: Distribución de Usuarios de Servicios de Televisión Pagada según Aspecto del Servicio (cobros) y Satisfacción con el Servicio**

	Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	No sabe/no responde
	%	%	%	%	%	%
La claridad de la información que está en la boleta	1,3%	2,9%	10,0%	27,5%	54,2%	4,1%
El detalle de la información que está en la boleta	1,7%	2,5%	10,2%	29,4%	51,2%	4,9%
El cobro ajustado al plan/ servicio que Ud. tiene contratado	1,8%	4,8%	8,7%	27,6%	53,3%	3,8%
Las fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	2,7%	2,3%	9,3%	28,6%	53,1%	4,1%

Base: Todos los usuarios de TV pagada.

## 16.2 Problemas y Reclamos

El 11,4% de los usuarios de TV pagada declara haber tenido un problema con el servicio en los últimos 12 meses. De estos, un 75,7% reclamo o pidió una solución al problema. Un 100% de estas peticiones o reclamos fueron a la empresa proveedora.

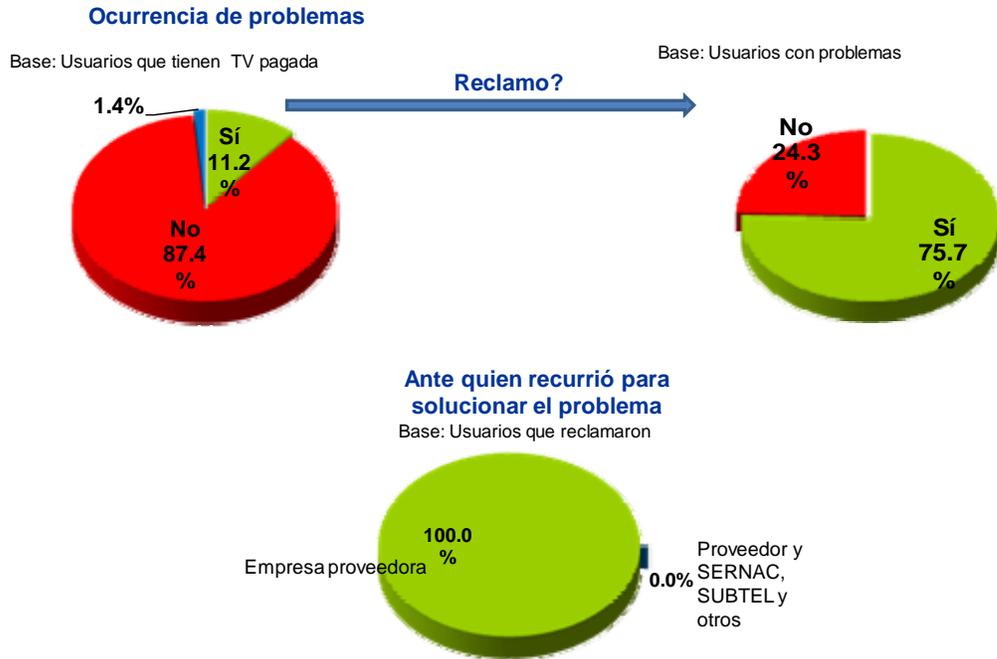
**Tabla 16.3: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada según Ocurrencia de Problemas, Reclamos y Zona de estudio**

		Zonas							Total
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	
		%	%	%	%	%	%	%	
En los últimos 12 meses, ¿ha tenido Ud. algún problema con el servicio de TV Pagada, ya sea con su proveedor actual	Sí	10,7%	15,8%	24,0%	5,5%	8,9%	8,3%	9,7%	11,4%
	No	89,3%	84,2%	76,0%	94,5%	90,1%	89,8%	87,7%	87,2%
	No sabe/ no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,9%	2,7%	1,4%
¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	Sí	86,9%	81,4%	71,4%	79,4%	100%	79,4%	62,1%	75,7%
	No	13,1%	18,6%	28,6%	20,6%	,0%	20,6%	37,9%	24,3%
	No sabe/ no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

Base: Todos los usuarios de TV pagada.

**Gráfico 16.1**

Ocurrencia de problemas con servicio de TV pagada en Hogares



### 16.3 Tipo de Problemas

Los problemas con la señal es la razón más prevalente para reclamar dentro de los hogares que reclamaron. Le sigue el cobro de períodos en que no hubo servicios.

**Tabla 16.4: Distribución de hogares que reclamaron según Tipo de Reclamos y Zona de estudio<sup>32</sup>**

	Zona							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: Región Metropolitana	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Cobran períodos en que no hubo servicio	31.7%	7.3%	14.5%	16.9%	47.6%	38.0%	.0%	20.5%
Programación no es atractiva, repiten programas	22.6%	7.3%	.0%	.0%	.0%	18.9%	.0%	9.2%
Cambian programación sin avisar	13.7%	.0%	7.3%	16.9%	9.5%	48.0%	.0%	18.7%
Problemas con la señal	43.8%	71.6%	72.4%	100.0%	79.2%	32.9%	54.2%	55.5%
Otro	7.5%	13.9%	27.6%	.0%	40.0%	11.8%	45.8%	20.6%
No sabe no responde	20.3%	.0%	.0%	16.9%	.0%	.0%	.0%	1.7%

Base: todos los hogares con Televisión pagada fija que reclamaron

**Tabla 16.5: Distribución de Usuarios de Servicios de Televisión Pagada que reclamaron según Destino del reclamo y Zona de estudio**

	Zonas							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Empresa proveedora	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Subtel	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Sernac	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Otros organismos	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

Base: Todos los usuarios de TV pagada que reclamaron.

<sup>32</sup> El porcentaje es mayor que 100 porque muchos hogares realizan más de un reclamo.

## 16.4 Solución

El 22,3% de los reclamos presentados por los usuarios fueron solucionados totalmente por parte de las compañías proveedoras y un 13,3% fue solucionado en gran parte. Un 34% de los reclamos ni siquiera intentaron ser solucionados y el 21,5% que intentaron pero no lo lograron.

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

**Tabla 16.6: Distribución de Usuarios de Televisión Pagada que reclamaron según Resultado del reclamo y Zona de estudio**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Ni siquiera intentaron solucionarlo	8,4%	23,1%	45,4%	33,7%	6,4%	40,2%	29,7%	34,0%
Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	3,9%	,0%	23,7%	22,5%	16,3%	31,0%	27,9%	21,5%
Fue solucionado solo en parte	31,6%	24,7%	3,2%	22,0%	37,2%	,0%	,0%	8,5%
Fue solucionado en gran parte	17,6%	7,3%	10,8%	11,2%	16,1%	7,9%	42,4%	13,3%
Fue totalmente solucionado	38,4%	44,9%	16,8%	10,6%	7,8%	20,9%	,0%	22,3%
No sabe/no responde	,0%	,0%	,0%	,0%	16,3%	,0%	,0%	,4%
No recurrió a ninguna otra instancia	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor)	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones)	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Comisión Defensora Ciudadana	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Tribunales de Justicia / Juzgados	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
Otro	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

Base: Todos los usuarios de TV pagada que reclamaron.

Base: Todos los usuarios de TV pagada que reclamaron.

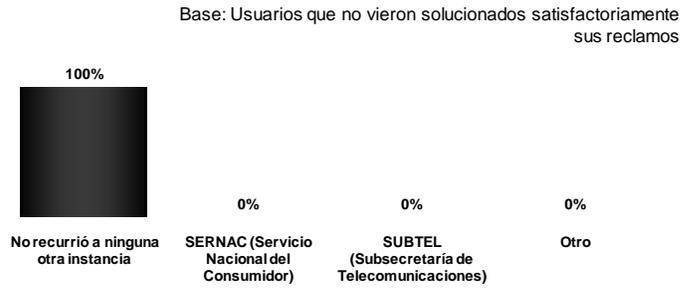
## Gráfico 16.2

### Especificación Problemas y Resolución

#### Respuesta ante problemas de parte de proveedores



#### Otras instancias de reclamo ante no solución de problemas



## 17 Derecho de los Consumidores

### 17.1 Conocimiento de Derechos

Los derechos que son conocidos por un mayor porcentaje de los usuarios son: el derecho a bloquear ciertos servicios (58,4%) y el derecho a poner fin al servicio previo aviso (46%). Un 13,4% dice no conocer ningún derecho. Se observa un incremento en el conocimiento de los derechos con respecto a la encuesta anterior.

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

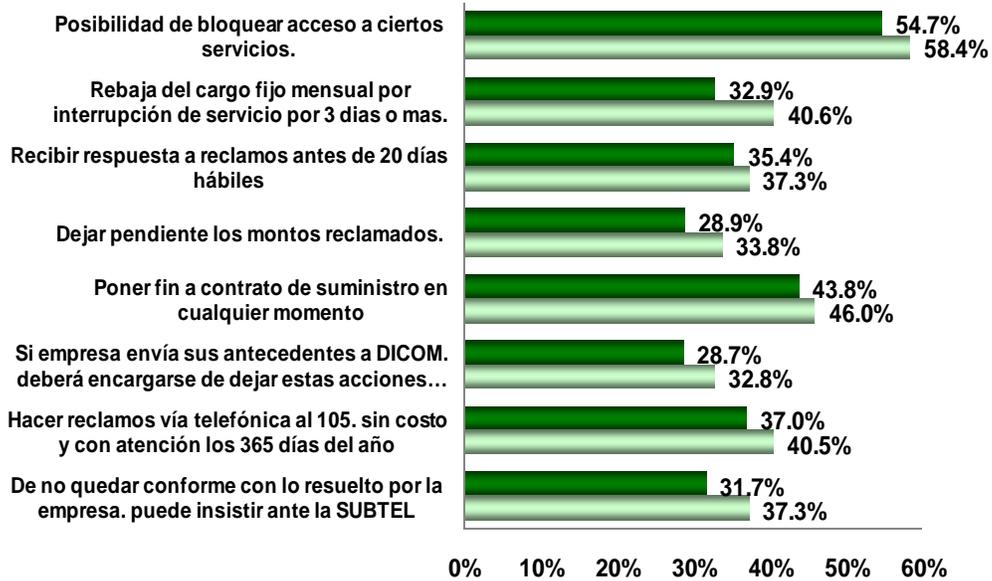
DERECHOS DEL CONSUMIDOR	Conoce sus Derechos	
	Encuesta Abril 2008	Encuesta Noviembre 2007
Al contratar servicio telefónico se puede bloquear acceso a ciertos servicios.	58,4%	54.7%
Rebaja del cargo fijo mensual por interrupción de servicio o indemnización si ésta excede de 3 días consecutivos.	40,6%	32.9%
Al efectuar un reclamo la empresa debe responder en carta certificada antes de 20 días hábiles, con fundamentos y plazos de resolución.	37,3%	35.4%
Si reclama un monto incluido en cuenta telefónica, éste queda pendiente y Usted paga <i>sólo</i> no reclamado. La empresa no podrá cortar el servicio por no pago de parte impugnada en su cuenta.	33,8%	28.9%
Poner fin a contrato de suministro local o móvil, en cualquier momento, previo aviso escrito a la compañía. Ésta no puede exigir indemnización por término del contrato de servicio.	46,0%	43.8%
Si empresa efectúa acciones de cobranza, y envía sus antecedentes a DICOM, deberá efectuar y costear las diligencias para dejar estas acciones sin efecto. Esto sin perjuicio de las acciones que usted quiera realizar por eventuales perjuicios provocados por tales cobranzas.	32,8%	28.7%
Hacer reclamos vía telefónica al 105, sin costo y con atención los 365 días del año, las 24 horas del día. Al momento de interponer su reclamo debe exigir un n° que lo identifica. De esta forma se evita una eventual negativa de la recepción de su reclamo.	40,5%	37.0%
De no quedar conforme con lo resuelto por la empresa de servicios de telecomunicaciones, puede insistir ante la SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones).	37,3%	31.7%

Base: Todos los entrevistados.

**Gráfico 17.1**

**Conocimiento Asistido de Derechos del consumidor de Telecomunicaciones**

Base: Total de entrevistados



## 17.2 Instituciones

En relación a las instancias ante las cuales los usuarios pueden hacer valer sus derechos, la institución más conocida es SERNAC con un 59% en respuesta espontánea, seguido por la SUBTEL (25,3%). Estos porcentajes suben con las preguntas asistidas a 74,3% y 46,6% respectivamente.

**Tabla 17.2: Distribución de Usuarios que declaran conocer las instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor (Respuesta Espontánea)**

INSTITUCIONES	Conoce las Instituciones	
	Encuesta Abril	Encuesta Noviembre
SUBTEL, Subsecretaría de Telecomunicaciones	25,3%	22.9%
SEREMI, Se Regionales Ministeriales de Transportes y Telecomunicaciones	6,9%	3.8%
SERNAC, Servicio Nacional del Consumidor	59,0%	66.8%
Municipalidades	3,9%	1.9%
Comisión de Defensa Ciudadana	1,3%	.3%

Base: Todos los entrevistados.

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

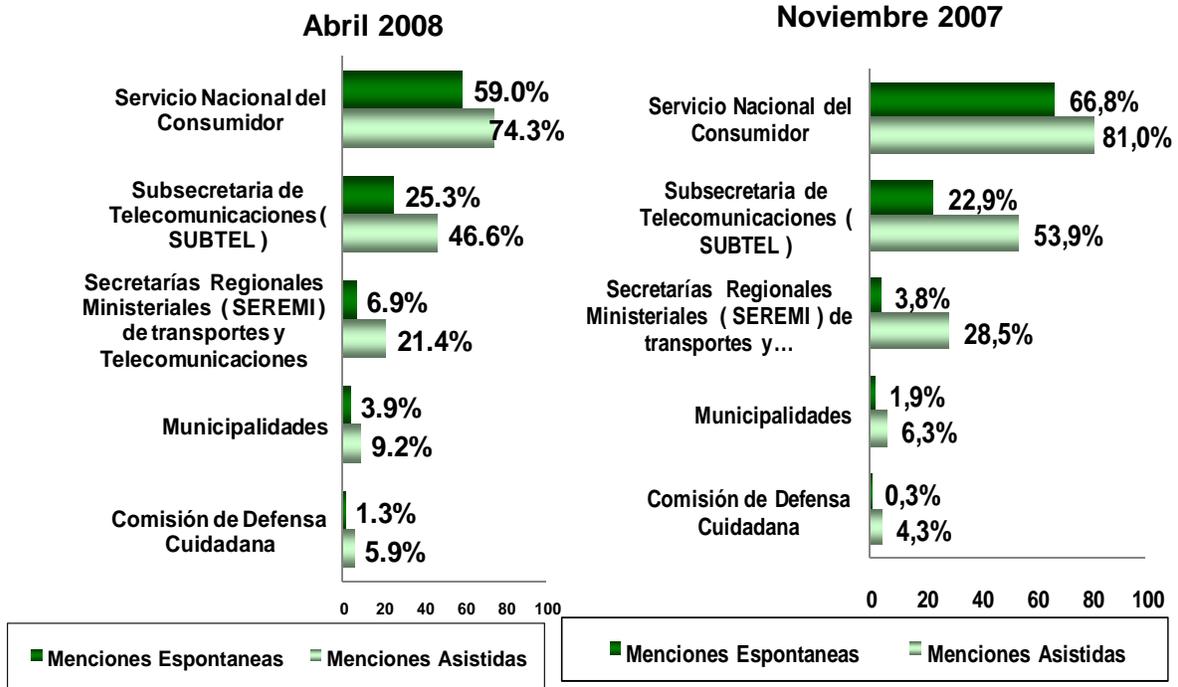
INSTITUCIONES	Conoce las Instituciones	
	Encuesta Abril	Encuesta Noviembre
SUBTEL, Subsecretaría de Telecomunicaciones	46,6%	53.9%
SEREMI, Se Regionales Ministeriales de Transportes y Telecomunicaciones	21,4%	28.5%
SERNAC, Servicio Nacional del Consumidor	74,3%	81.0%
Municipalidades	9,2%	6.3%
Comisión de Defensa Ciudadana	5,9%	4.3%

Base: Todos los entrevistados.

## Gráfico 17.2

### Conocimiento de organismos ante los cuales hacer valer derechos

Base: Total de entrevistados



### 17.3 Ranking de Instituciones

Un 29,9% de los usuarios ubican a la SUBTEL en el primer lugar dentro de las instituciones en las que pueden hacer valer sus derechos en caso de problemas con los servicios de telecomunicaciones. SERNAC, en todo caso, es la que acapara el mayor porcentaje (60,9%).

**Tabla 17.4: Distribución de Usuarios que declaran conocer las Instituciones defensoras de los Derechos del Consumidor según Lugar de importancia**

	1º	2º	3º	No sabe/NR	Total
	%	%	%	%	%
SUBTEL, Subsecretaría de Telecomunicaciones	29,9%	33,9%	21,3%	14,9%	100%
SEREMI, Sec. Regionales Ministeriales de Transportes y Telecomunicaciones	6,1%	30,9%	38,8%	24,2%	100%
SERNAC, Servicio Nacional del Consumidor	60,9%	22,1%	8,8%	8,2%	100%
Municipalidades	14,4%	24,9%	36,9%	23,8%	100%
Comisión de Defensa Ciudadana	14,9%	24,6%	44,6%	15,8%	100%

Base: Todos los entrevistados.

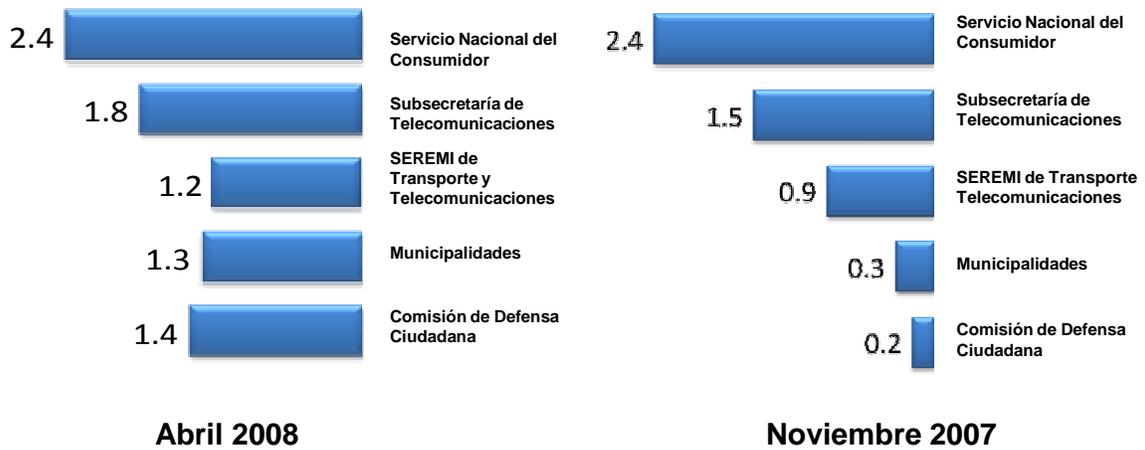
### Gráfico 17.3

Conocimiento de organismos ante los cuales hacer valer derechos  
(Nota a cada organismo)

#### Ranking organismos ante quienes se siente más protegido en sus derechos de consumidor de Telecomunicaciones

A 3 de los 5 organismos se les asigna puntaje según se percibe como aquel ante el cual los entrevistados se sienten más protegidos:

- 3 puntos, 1º lugar
- 2 puntos, 2º lugar
- 1 punto, 3º lugar
- 0 punto, no fue mencionado



## 18 Nuevos Temas

### 18.1 Portabilidad

Una mayoría no está dispuesta a pagar por mantener el número de teléfono celular en caso de cambiarse hacia otra compañía. Un 28%, sin embargo declara que está dispuesta a pagar para mantener su número, aunque la mayoría está dispuesta a pagar valores relativamente bajos.

Estos bajos porcentajes y cantidades pueden interpretarse como que la portabilidad incumbe a un grupo bastante reducido de la población, para quienes la mantención del número posee un valor especial, probablemente relacionado con el trabajo.

En todas las zonas existe una mayoría que no está dispuesta a pagar por la portabilidad. En la Región Metropolitana es donde existe el mayor porcentaje dispuesto a pagar.

**Tabla 18.1: Disposición a Pagar por Portabilidad según Zonas**

	Zonas							Total
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	
	%	%	%	%	%	%	%	
No estoy dispuesto a pagar	65,7%	68,0%	71,8%	70,1%	66,2%	61,8%	67,2%	65,7%
Menos de 5.000	20,2%	20,6%	16,0%	17,6%	22,2%	22,5%	18,1%	20,1%
De 5.000 a 10.000	8,3%	6,4%	2,5%	11,5%	5,9%	9,9%	3,2%	6,9%
Más de 10.000	2,5%	,5%	,2%	,4%	,0%	1,8%	,3%	1,0%
No sabe/ no responde	3,3%	4,5%	9,5%	,5%	5,7%	3,9%	11,1%	6,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

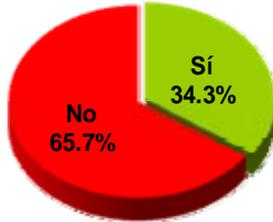
Los hombres superan a las mujeres en el porcentaje que están dispuestos a pagar por la portabilidad de su número celular.

**Gráfico 18.1**

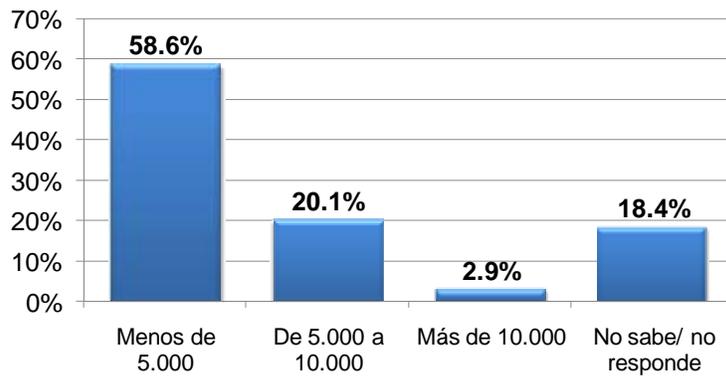
**Disposición a Pagar por Portabilidad**

**Disposición a Pagar**

Base: Todos los entrevistados



**Montos que se está dispuesto a pagar**



Base : Todos los entrevistados que están dispuestos a pagar por portabilidad

**Tabla 18.2: Disposición a Pagar por Portabilidad según Sexo**

	Sexo del Entrevistado		
	Masculino	Femenino	Total
	%	%	%
No estoy dispuesto a pagar	63,8%	67,5%	65,7%
Menos de 5.000	21,5%	18,7%	20,1%
De 5.000 a 10.000	7,1%	6,7%	6,9%
Más de 10.000	1,8%	,3%	1,0%
No sabe/ no responde	5,8%	6,8%	6,3%
Total	100%	100%	100%

Tiende a existir una correspondencia entre la edad y la disponibilidad a pagar por la portabilidad. Mientras más joven se es, se está más dispuesto a pagar y las cantidades son mayores. Esto puede tener que ver con la mayor socialización con la tecnología de las nuevas generaciones y una mayor utilidad asociada con ésta.

**Tabla 18.3: Disposición a Pagar por Portabilidad según Grupos de Edad**

	Grupos de Edad						
	De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años	Total
	%	%	%	%	%	%	%
C17. En relación a la portabilidad de su número telefónico celular, es decir, la posibilidad de cambiarse de compañía y	57,2%	62,4%	66,8%	68,4%	70,4%	74,2%	65,7%
No estoy dispuesto a pagar							
Menos de 5.000	25,6%	21,3%	23,5%	18,9%	15,7%	9,3%	20,1%
De 5.000 a 10.000	10,2%	11,7%	5,9%	4,4%	4,5%	1,3%	6,9%
Más de 10.000	2,1%	1,1%	1,3%	,5%	,1%	,2%	1,0%
No sabe/ no responde	4,9%	3,5%	2,6%	7,9%	9,3%	15,0%	6,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

No se observan importantes diferencias entre los habitantes de los sectores urbanos y los rurales.

**Tabla 18.4: Disposición a Pagar por Portabilidad según Condición de Urbano o Rural**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
C17. En relación a la portabilidad de su número telefónico celular, es decir, la posibilidad de cambiarse de compañía y	65,5%	66,7%	65,7%
No estoy dispuesto a pagar			
Menos de 5.000	20,2%	19,6%	20,1%
De 5.000 a 10.000	7,3%	3,7%	6,9%
Más de 10.000	1,1%	,0%	1,0%
No sabe/ no responde	5,8%	10,0%	6,3%
Total	100%	100%	100%

## 18.2 Radiación

Una mayoría considera que las antenas producen más radiación que los celulares. Esta posición es más marcada en la Quinta Región.

**Tabla 18.5: Porcentaje de Usuarios que Considera que son las antenas o los celulares producen más radiación según zonas**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Antena de telefonía celular	50,2%	70,5%	55,0%	52,6%	64,6%	57,2%	57,2%	58,1%
Teléfono celular	29,8%	8,5%	18,8%	23,5%	16,2%	23,8%	14,8%	19,3%
No sabe/ no responde	20,0%	20,9%	26,2%	23,9%	19,2%	19,0%	28,0%	22,6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

**Gráfico 18.2**

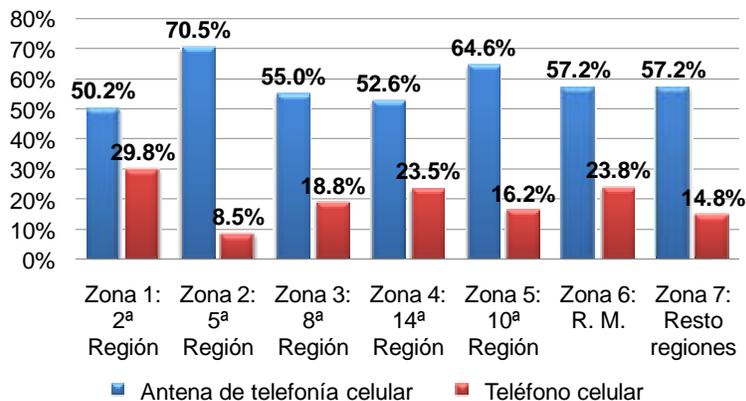
### Percepción de Emisión de Radiación

#### ¿Qué emite mas radiación?

Base: Todos los entrevistados



#### ¿Qué emite mas radiación? Según zonas de estudio\*



Base: Todos los entrevistados

\* No sabe/ No responde excluido del grafico por lo que la suma es inferior a 100%

Esta posición es compartida tanto por hombres como por mujeres, aunque en mayor proporción por los primeros.

**Tabla 18.6: Porcentaje de Usuarios que Considera que son las antenas o los celulares producen más radiación según sexo**

	Sexo del Entrevistado		
	Masculino	Femenino	Total
	%	%	%
Antena de telefonía celular	60,5%	55,7%	58,1%
Teléfono celular	19,0%	19,5%	19,3%
No sabe/ no responde	20,4%	24,7%	22,6%
Total	100%	100%	100%

A mayor edad tiende a haber un mayor desconocimiento sobre esta materia. En todo caso, en todos los grupos de edad existe una mayoría que considera que las antenas producen más radiación que los celulares.

**Tabla 18.7: Porcentaje de Usuarios que Considera que son las antenas o los celulares producen más radiación según grupos de edad**

	Grupos de Edad						Total
	De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años	
	%	%	%	%	%	%	
Antena de telefonía celular	56,4%	60,9%	62,7%	57,8%	58,8%	46,9%	58,1%
Teléfono celular	24,2%	21,3%	20,3%	17,8%	12,6%	15,2%	19,3%
No sabe/ no responde	19,3%	17,8%	17,0%	24,4%	28,6%	37,8%	22,6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

En los sectores urbanos existen un mayor porcentaje de personas que considera que las antenas producen más radiación que los celulares.

**Tabla 18.8: Porcentaje de Usuarios que Considera que son las antenas o los celulares producen más radiación según Condición de Urbano o Rural**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
Antena de telefonía celular	58,8%	53,2%	58,1%
Teléfono celular	20,2%	12,8%	19,3%
No sabe/ no responde	21,0%	34,0%	22,6%
Total	100%	100%	100%

### 18.3 Preocupación por la Instalación de antenas.

Una mayoría de la población señala que le preocupa el tema de la instalación de antenas.

**Tabla 18.9: Porcentaje de Usuarios a quienes le preocupa la instalación de antenas según zonas**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí	62,0%	65,5%	64,6%	56,9%	62,6%	73,1%	52,5%	64,7%
No	26,3%	25,6%	25,9%	28,6%	26,3%	21,7%	32,4%	25,9%
No sabe/ no responde	11,8%	8,9%	9,5%	14,5%	11,1%	5,2%	15,1%	9,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Esto es común a hombres y mujeres.

**Tabla 18.10: Porcentaje de Usuarios a quienes le preocupa la instalación de antenas según sexo**

	Sexo del Entrevistado		
	Masculino	Femenino	Total
	%	%	%
Sí	63,9%	65,5%	64,7%
No	28,6%	23,3%	25,9%
No sabe/ no responde	7,4%	11,3%	9,4%
Total	100%	100%	100%

Existe una mayor preocupación en las personas dentro de rangos medios de edad que dentro de los más jóvenes y mayores. A los más jóvenes es a los que menos les preocupa el tema de la instalación de antenas.

**Tabla 18.11: Porcentaje de Usuarios a quienes le preocupa la instalación de antenas según edad**

	Grupos de Edad						Total
	De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años	
	%	%	%	%	%	%	
Sí	53,2%	71,7%	71,3%	63,5%	66,7%	59,0%	64,7%
No	37,0%	19,9%	23,2%	27,2%	22,9%	24,3%	25,9%
No sabe/ no responde	9,8%	8,5%	5,5%	9,2%	10,4%	16,7%	9,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

A los habitantes de los sectores urbanos les preocupa más el tema de la instalación de antenas que a los de los sectores rurales. En este último grupo, existe una mitad que le preocupa y una mitad que no le preocupa.

**Tabla 18.12: Porcentaje de Usuarios a quienes le preocupa la instalación de antenas según condición urbano o rural.**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
Sí	67,5%	45,6%	64,7%
No	23,0%	46,0%	25,9%
No sabe/ no responde	9,5%	8,4%	9,4%
Total	100%	100%	100%

#### 18.4 Preocupación por el impacto de las Antenas

A un 79,9% de los que le preocupa el tema de la instalación de antenas, el problema de la generación de radiación, es lo que más le preocupa en relación con la instalación de antenas. La desvalorización de las propiedades y el problema estético es la preocupación de sólo un 6,9% y 7,2% respectivamente.

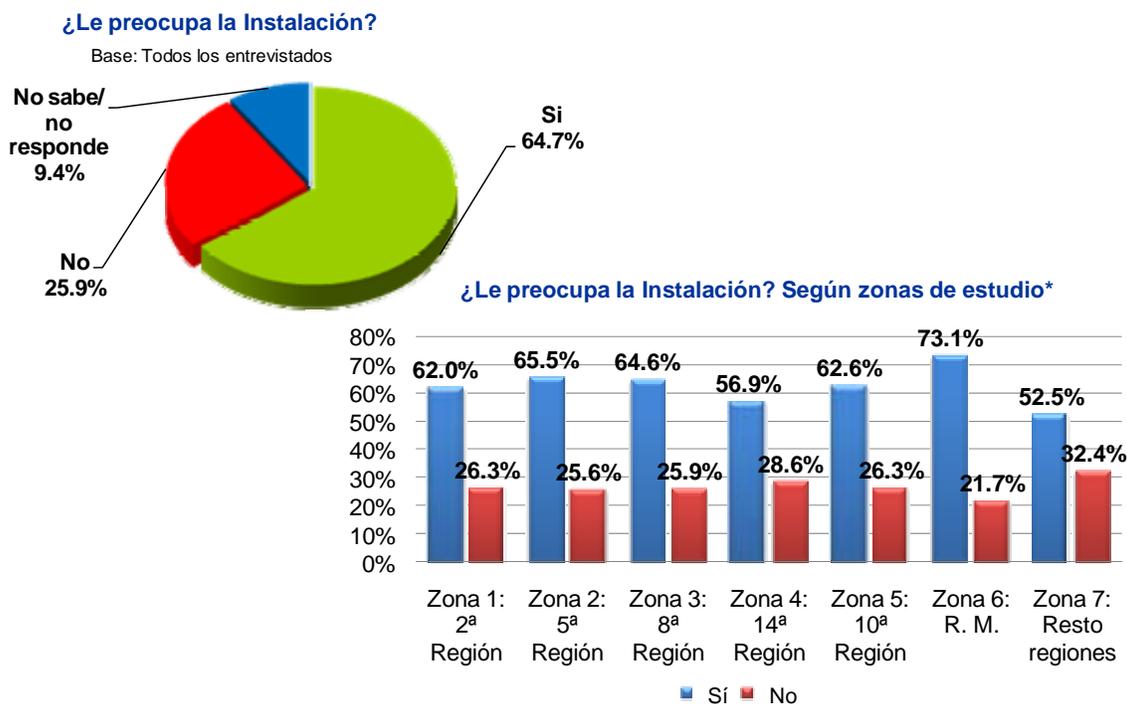
**Tabla 18.13: Porcentaje de Usuarios según tipo de preocupación con la instalación de antenas según zonas**

	Zonas							
	Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
Que su propiedad se desvalorice	2,8%	7,1%	5,7%	3,8%	12,5%	5,8%	10,3%	6,9%
Que son feas o antiestéticas	5,4%	4,6%	3,7%	5,0%	2,8%	8,1%	9,9%	7,2%
Que generan radiación	89,6%	83,0%	76,0%	77,7%	76,6%	83,5%	73,2%	79,9%
Otra	2,2%	5,3%	14,5%	13,5%	8,1%	2,7%	6,6%	5,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

No se observan sustantivas diferencias en relación con el sexo del entrevistado.

**Gráfico 18.3**

**Preocupación por la Instalación de Antenas**



Base: Todos los entrevistados

\* No sabe/ No responde excluido del grafico por lo que la suma es inferior a 100%

**Tabla 18.14: Porcentaje de Usuarios según tipo de preocupación con la instalación de antenas según Sexo**

	Sexo del Entrevistado		
	Masculino	Femenino	Total
	%	%	%
Que su propiedad se desvalorece	8,4%	5,4%	6,9%
Que son feas o antiestéticas	6,3%	8,2%	7,2%
Que generan radiación	79,2%	80,5%	79,9%
Otra	6,0%	5,9%	5,9%
Total	100%	100%	100%

En todos los grupos de edad, el problema de la generación de radiación, es lo que más preocupa en relación con la instalación de antenas. La desvalorización de las propiedades es más importante en los mayores de 65 años que en los otros grupos

**Tabla 18.15: Porcentaje de Usuarios según tipo de preocupación con la instalación de antenas según Grupos de edad**

	Grupos de Edad						
	De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años	Total
	%	%	%	%	%	%	%
Que su propiedad se desvalorice	7,6%	4,4%	4,3%	8,3%	8,8%	11,9%	6,9%
Que son feas o antiestéticas	11,4%	5,5%	4,9%	5,1%	9,4%	9,0%	7,2%
Que generan radiación	76,0%	85,0%	86,4%	78,0%	76,6%	70,0%	79,9%
Otra	5,0%	5,0%	4,5%	8,7%	5,2%	9,1%	5,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

A los habitantes de los sectores urbanos les preocupa más el tema la radiación de las antenas que a los de los sectores rurales.

**Tabla 18.16: Porcentaje de Usuarios según tipo de preocupación con la instalación de antenas según condición urbano o rural.**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
Que su propiedad se desvalorice	6,5%	9,6%	6,9%
Que son feas o antiestéticas	7,0%	8,7%	7,2%
Que generan radiación	81,9%	66,5%	79,9%
Otra	4,6%	15,3%	5,9%
Total	100%	100%	100%

## 18.5 Televisión Digital

Un 36,8% está dispuesto a pagar por un decodificador para tener acceso a la Televisión Abierta Digital. No obstante, un 31% está dispuesto a pagar menos de 20.000 pesos.

**Tabla 18.17: Disposición a Pagar por Televisión Abierta Digital según Zonas**

	Zonas							
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%
No está dispuesto a pagar	61,2%	66,1%	60,2%	66,2%	79,2%	53,2%	57,4%	58,1%
Menos de \$20.000	29,1%	24,6%	30,8%	24,6%	17,7%	33,5%	33,4%	31,0%
Entre \$20.000 y \$50.000	4,2%	7,6%	3,2%	8,1%	,0%	5,1%	2,6%	4,7%
Más de \$50.000	,7%	,9%	,0%	,0%	,0%	1,9%	,9%	1,1%
No sabe/ no responde	4,8%	,8%	5,8%	1,1%	3,0%	6,3%	5,7%	5,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

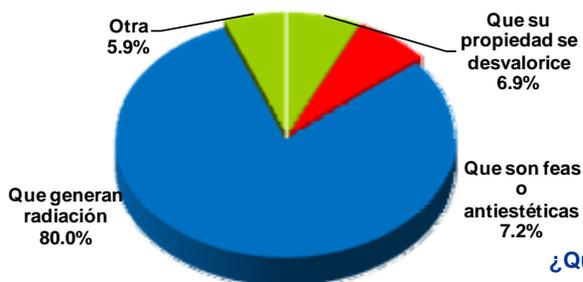
Los hombres están más dispuestos a pagar que las mujeres.

**Gráfico 18.4**

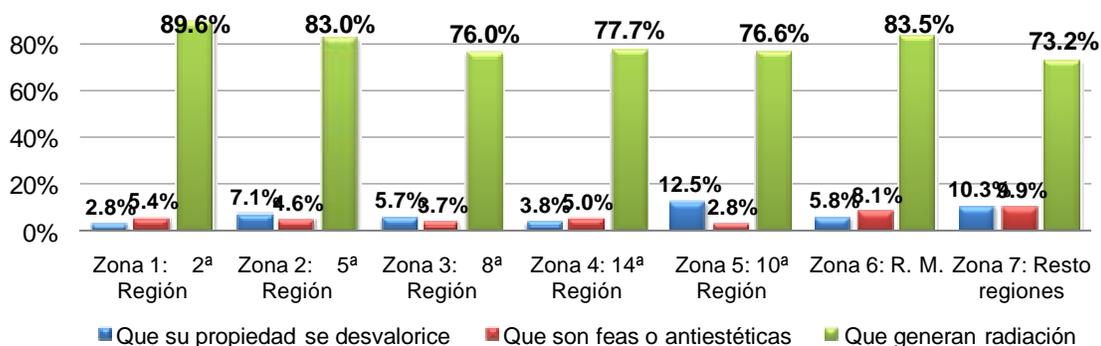
### Tipo de Preocupación por la Instalación de Antenas

¿Qué le preocupa más por la Instalación?

Base: Todos los entrevistados a los que les preocupa la instalación de antenas



¿Qué le preocupa más por la Instalación? Según zonas de estudio\*



Base: Todos los entrevistados a los que les preocupa la instalación de antenas

\* No sabe/ No responde excluido del gráfico por lo que la suma es inferior a 100%

**Tabla 18.18: Disposición a Pagar por Televisión Abierta Digital según Sexo**

	Sexo del Entrevistado		
	Masculino	Femenino	Total
	%	%	%
No está dispuesto a pagar	53,4%	63,2%	58,1%
Menos de \$20.000	37,7%	23,9%	31,0%
Entre \$20.000 y \$50.000	3,6%	5,8%	4,7%
Más de \$50.000	1,6%	,6%	1,1%
No sabe/ no responde	3,7%	6,5%	5,1%
Total	100%	100%	100%

El grupo de 36 a 45 años es el que está en mayor porcentaje dispuesto a pagar para acceder a la Televisión Abierta Digital. De hecho, en dicho grupo, una mayoría está dispuesta a pagar. Los mayores de 65 años son los que están menos dispuestos a pagar.

**Tabla 18.19: Disposición a Pagar por Televisión Abierta Digital según Grupos de Edad**

	Grupos de Edad						
	De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 65 años	Más de 65 años	Total
	%	%	%	%	%	%	%
No está dispuesto a pagar	57,5%	59,7%	48,5%	62,4%	59,6%	69,2%	58,1%
Menos de \$20.000	35,1%	30,2%	43,2%	21,4%	29,7%	15,7%	31,0%
Entre \$20.000 y \$50.000	1,7%	5,0%	7,6%	4,8%	,0%	6,2%	4,7%
Más de \$50.000	1,1%	,0%	,0%	,2%	4,0%	5,1%	1,1%
No sabe/ no responde	4,7%	5,0%	,7%	11,1%	6,7%	3,9%	5,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

En los sectores rurales existe un mayor porcentaje de personas que están dispuestos a pagar por tener acceso a la televisión abierta digital. Esta mayor preocupación por tener acceso a una televisión diferente en los sectores rurales, puede deberse a la carencia de ofertas de televisión por cable.

**Tabla 18.20: Disposición a Pagar por Televisión Abierta Digital según condición urbano o rural**

	¿Es Urbano o Rural?		
	Urbano	Rural	Total
	%	%	%
No está dispuesto a pagar	58,7%	45,2%	58,1%
Menos de \$20.000	30,7%	37,5%	31,0%
Entre \$20.000 y \$50.000	4,6%	6,8%	4,7%
Más de \$50.000	1,2%	,0%	1,1%
No sabe/ no responde	4,8%	10,5%	5,1%
Total	100%	100%	100%

## 19 Internet

### 19.1 Uso de Internet

Un 59,2% de las personas de 18 años y más ha usado Internet en el último mes. Este porcentaje es bastante superior al cerca del 30% que posee Internet en el hogar. El lugar donde un mayor porcentaje ha usado Internet es la propia casa, los cyber cafés y el trabajo.

Las zonas difieren en el porcentaje de la población de 18 y más años que ha usado Internet en el último mes. La zona 1 (Segunda Región) es la que tiene el mayor porcentaje y la zona 4 (Región de los Ríos), el menor.

Con respecto a la encuesta anterior, se observa un incremento en el porcentaje que ha usado internet en el último mes.

**Tabla 19.1: Porcentaje que ha usado Internet en el último mes por zona y lugar de uso**

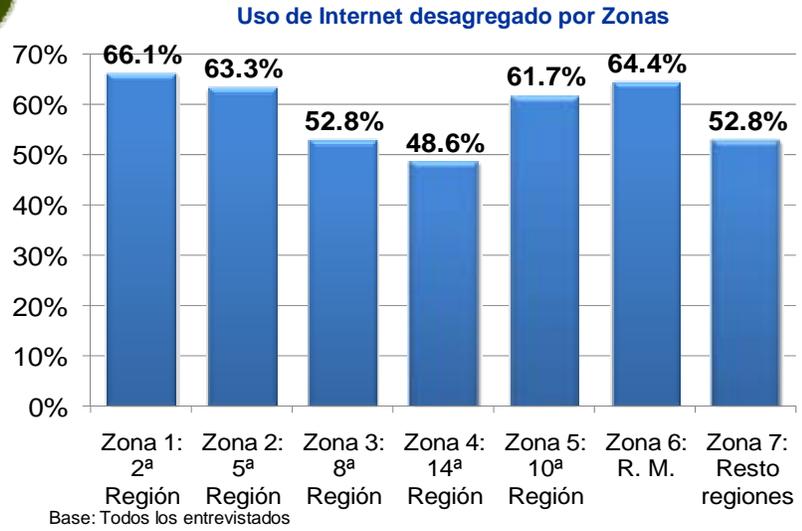
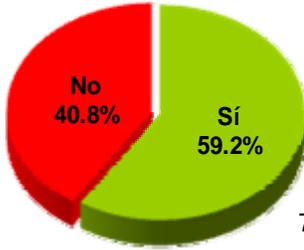
	Zonas							Total
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	
	%	%	%	%	%	%	%	
En su casa	45,0	31,7	20,0	16,0	16,5	35,9	17,1	27,7
En el trabajo	14,7	19,3	14,0	6,3	14,1	22,5	14,0	17,7
En la universidad	6,9	7,4	5,8	4,4	5,1	6,0	7,4	6,4
En el colegio	8,6	10,2	16,5	18,0	22,8	3,0	16,8	10,2
En casa de amigos o familiares	7,3	8,8	4,3	7,1	8,8	6,3	6,5	6,5
Telecentro comunitario o Infocentro	1,5	,0	,7	1,0	1,2	1,2	1,2	1,0
En cyber café	10,7	20,8	18,0	16,9	31,9	14,6	25,0	18,6
Otros	,0	,5	1,9	,6	,0	,0	1,1	,6
No utilizó	33,9	36,7	47,2	51,4	38,3	35,6	47,2	40,8

Base: Todos los entrevistados.

**Gráfico 19.1**

**Uso de Internet en el ultimo mes**

**Uso de Internet**  
Base: Todos los entrevistados



## 19.2 Cyber Café

La mayoría de las personas que han visitado un cyber café en el último mes, lo han hecho más de una vez. De hecho, sólo un 11% ha ido sólo un vez y un 29,1% lo ha hecho más de 10 veces. La segunda región es la que posee la más baja frecuencia de visita a los cyber cafés. Esto se puede deber al hecho de que la posesión de internet en el hogar es más alto que en el resto de las regiones.

**Tabla 19.2 : Porcentaje que ha ido a un Cyber Café para usar Internet en el último mes por zona y frecuencia**

		Zonas							Total
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	
		%	%	%	%	%	%	%	
. En el último mes, ¿cuántas veces ha acudido a un cyber-café para navegar por Internet?	1 vez	26,9%	12,5%	9,3%	9,9%	5,1%	17,8%	4,5%	11,0%
	Entre 2 y 5 veces	34,3%	36,0%	42,6%	43,9%	24,9%	54,2%	24,6%	38,7%
	Entre 6 y 10 veces	15,8%	17,5%	18,8%	13,5%	25,4%	9,5%	12,5%	13,5%
	Más de 10 veces	16,0%	24,9%	21,9%	25,5%	39,3%	13,7%	48,1%	29,1%
	No sabe/ no responde	7,1%	9,0%	7,5%	7,2%	5,3%	4,8%	10,4%	7,6%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

## 19.3 Tipo de Uso de Internet

Un 80,1% de las personas que han usado Internet, lo hacen para trabajar o estudiar. Un 63,1% para enviar y recibir correos y un 50,6% para chatear. En general, no se observan importantes diferencia en los tipos de uso en relación a las zonas.

**Tabla 19.3 : Porcentaje que ha usado Internet según zona y tipo de uso**

	Zonas							Total
	Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	
Enviar y recibir correos (mail)	76,0%	79,1%	59,4%	62,2%	54,6%	55,3%	71,6%	63,1%
Chatea	58,9%	54,6%	49,9%	51,1%	36,0%	46,4%	57,8%	50,6%
Hablar (telefonía IP, Skype)	1,0%	9,0%	6,0%	8,4%	3,5%	9,2%	5,7%	7,6%
Trabajar / Estudiar / Tareas	65,0%	77,6%	75,8%	80,4%	87,6%	81,2%	82,8%	80,1%
Jugar en línea	16,3%	11,5%	18,5%	14,6%	3,5%	14,1%	18,3%	15,1%
Bajar música y/o películas	39,7%	26,9%	39,7%	33,4%	26,2%	30,8%	31,3%	31,8%
Buscar información de interés personal (no laboral ni de estudio)	69,2%	51,5%	48,9%	55,4%	50,0%	42,6%	46,7%	46,9%
Revisar estados de cuenta o cartolas bancarias	9,9%	11,9%	5,7%	5,9%	7,4%	11,9%	7,3%	9,8%
Pago servicios, comerciales, solicitud de certificados	4,2%	1,6%	3,2%	,6%	1,6%	5,6%	3,3%	4,0%
Otra	,0%	,6%	,0%	,6%	,0%	1,3%	,9%	,9%
No sabe/ no responde	1,3%	2,8%	3,7%	1,1%	,8%	1,6%	,9%	1,8%

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

#### **19.4 Tipo de computador**

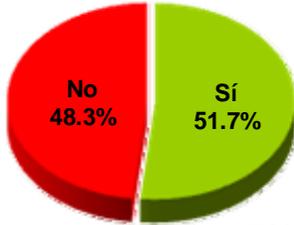
Un 51,7% de los hogares posee computador. En su mayoría se trata de computadores de escritorio. Un 8,9% de los hogares posee un computador portátil. En la segunda Región y la Región Metropolitana es donde el menor porcentaje no tiene computador en el hogar y en la Décima Región, donde el mayor porcentaje no lo tiene.

## Gráfico 19.2

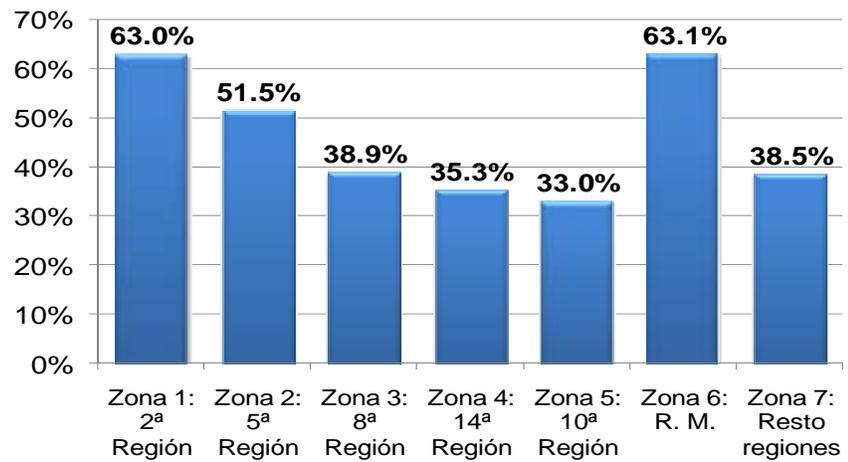
### Tenencia de Computador en el Hogar

#### Tenencia de computador

Base: Todos los entrevistados



#### Tenencia de computador desagregado por Zonas



**Tabla 19.4 : Porcentaje de hogares que posee computador según zona y tipo de computador- Abril 2008**

		Zonas							Total
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	
		%	%	%	%	%	%	%	
¿Qué computador dispone en su hogar?	De escritorio (tradicional)	43,4%	39,3%	30,1%	25,9%	25,7%	50,0%	29,2%	39,3%
	Portátil (Notebook)	5,8%	3,6%	4,4%	3,2%	4,4%	6,1%	3,9%	4,9%
	Ambos	13,7%	8,6%	4,4%	6,2%	2,9%	7,0%	5,4%	6,5%
	No tiene	37,0%	48,5%	61,1%	64,7%	67,0%	36,9%	61,5%	49,3%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares

Con respecto a la encuesta anterior, se observa un leve incremento, especialmente en lo que respecta a la mayor presencia de los computadores portátiles. En prácticamente todas las zonas se observa un incremento en el porcentaje de hogares con computador.

**Tabla 19.5 : Porcentaje de hogares que posee computador según zona y tipo de computador- Noviembre 2007**

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

Base: Todos los hogares

### 19.5 Cantidad de Computadores conectados a internet

Un 23,7% de los hogares que tienen conexión a internet, posee más de un computador conectado o que se puede conectar a internet.

**Tabla 19.6 : Porcentaje de hogares con computador según zona y cantidad de computadores**

		Zonas							
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
		%	%	%	%	%	%	%	%
¿Cuántos computadores tienen conexión a Internet?	1 PC	66,5%	76,9%	79,0%	58,3%	81,1%	77,5%	62,3%	74,1%
	2 PC	25,3%	19,2%	17,7%	31,7%	11,5%	15,6%	26,8%	18,9%
	3 PC	6,2%	,9%	,0%	6,8%	2,1%	3,0%	2,8%	2,8%
	Más de 3 PC	2,0%	3,0%	1,9%	1,1%	2,1%	1,2%	4,1%	2,0%
	Ninguno	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	No sabe/no responde	,0%	,0%	1,4%	2,0%	3,1%	2,7%	4,0%	2,3%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

### 19.6 Personas que Usan Internet en el Hogar

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

**Tabla 19.7 : Porcentaje de personas que usa Internet en el hogar según zona y cantidad de personas**

		Zonas							
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regiones	Total
		%	%	%	%	%	%	%	%
¿Cuántas personas utilizan Internet en su hogar?	1 persona	18,1%	12,8%	16,0%	6,5%	5,6%	16,6%	15,5%	15,6%
	2 personas	22,1%	23,5%	22,9%	19,3%	32,1%	37,1%	24,8%	30,9%
	3 personas	29,4%	37,0%	27,0%	33,0%	20,2%	18,1%	26,2%	23,4%
	Más de 3 personas	30,4%	26,7%	31,1%	41,3%	42,1%	28,2%	33,5%	29,8%
	No sabe/ no responde	,0%	,0%	2,9%	,0%	,0%	,0%	,0%	,3%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

### 19.7 Velocidad de Conexión

Un 71% de los usuarios que posee Internet en el hogar, conoce la velocidad de la conexión. Un 13% posee conexión entre 256 a 512 Kbps. Un 10% posee velocidades superiores a 2Mbps

**Tabla 19.8 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según zona y velocidad de conexión- Abril 2008**

		Zonas							
		Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	Total
		%	%	%	%	%	%	%	%
¿Cuál es la velocidad que tiene la conexión a Internet en su hogar?	Menor o igual a 256 Kbps	,7%	10,0%	10,8%	18,2%	9,9%	5,7%	5,1%	6,7%
	> 256 Kbps y 512 Kbps	11,6%	31,9%	6,8%	3,2%	1,3%	9,4%	18,3%	13,0%
	> 512 Kbps y 1.024 Kbps (Mbps)	16,1%	15,8%	21,4%	36,4%	9,1%	21,6%	15,8%	19,9%
	> 1 Mbps y 2 Mbps	16,4%	7,8%	31,4%	11,8%	28,9%	20,5%	29,1%	21,0%
	Mayor a 2 Mbps	8,6%	7,1%	10,7%	12,4%	4,9%	11,1%	10,0%	10,3%
	No la conoce, no responde	46,6%	27,4%	18,9%	18,1%	45,8%	31,6%	21,6%	29,0%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 19.3

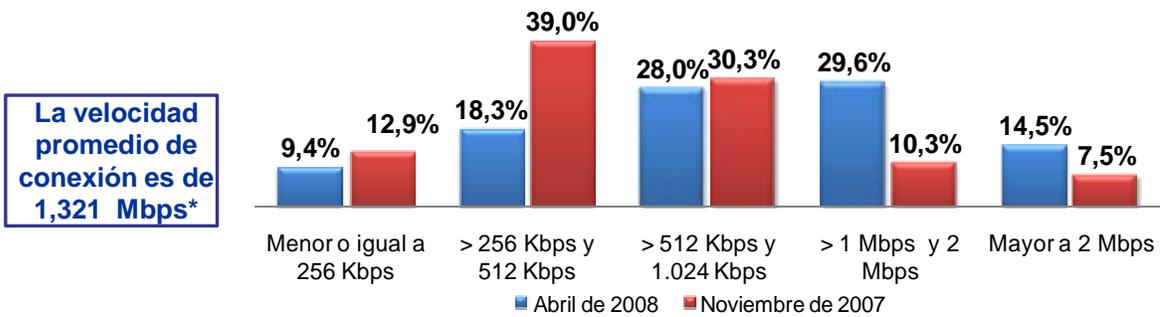
### Velocidad de la Conexión

#### Conoce la Velocidad?

Base: Todos los usuarios que tienen Internet en el hogar



Tipo de Velocidad



\* La velocidad promedio es una estimación a partir de la ponderación de la velocidad media de cada rango y en el caso de los mayores a 2 Megas, se consideró 4 megas

Base: Todos los entrevistados que conocen la velocidad 13

Con respecto a la encuesta anterior, se observa un incremento en las velocidades, lo que se relaciona directamente con las ofertas de duplicación de velocidades ofertadas por la mayoría de las compañías.

**Tabla 19.9 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según zona y velocidad de conexión- Noviembre de 2007**

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

Base: Todos los hogares con internet

### 19.8 Pruebas de Velocidad

Una 54% de los usuarios de Internet no realiza algún tipo de medida de verificación de velocidad. Los que lo hacen, las realizan o una vez a la semana o cuando notan problemas de velocidad.

**Tabla 19.10 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según zona y frecuencia en el desarrollo de pruebas de velocidad**

		Zonas							Total
		Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	
		%	%	%	%	%	%	%	
1. ¿Realiza Ud. algún tipo de prueba para verificar la velocidad de conexión que le entrega su proveedor?	Sí, al menos 1 vez a la semana	14,7%	12,9%	8,4%	6,9%	9,3%	15,1%	9,0%	12,9%
	Sí, al menos 1 vez al mes	8,9%	3,3%	15,5%	3,0%	6,3%	9,1%	13,8%	9,5%
	Sí, sólo cuando nota problemas de velocidad	2,0%	10,8%	12,1%	16,6%	5,7%	10,5%	18,2%	11,6%
	No	71,3%	61,6%	53,1%	66,3%	51,4%	50,2%	53,8%	54,0%
	No responde	3,1%	11,5%	10,9%	7,2%	27,2%	15,1%	5,3%	12,0%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los hogares con internet

### 19.9 Tipo de Medición de Velocidad

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

**Tabla 19.11 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según zona y frecuencia en el tipo de pruebas de velocidad**

		Zonas							Total
		Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	
		%	%	%	%	%	%	%	
2. ¿Con qué sistema Medidor de mi proveedor de Internet (ISP) prueba la velocidad de conexión? Otro No sabe/ no responde Total	Medidor de mi proveedor de Internet (ISP)	69,5%	76,4%	67,7%	54,3%	83,5%	69,0%	70,7%	69,7%
	Otro	16,7%	16,0%	25,3%	21,8%	10,1%	23,3%	15,9%	21,0%
	No sabe/ no responde	13,8%	7,6%	7,0%	23,9%	6,3%	7,6%	13,4%	9,3%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: Todos los usuarios que realizan pruebas de velocidad

### 19.10 Ocasión en que tiene problemas de velocidad

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

**Tabla 19.12 : Porcentaje de personas con Internet en el hogar según zona y ocasión en que hay problemas de lentitud**

		Zonas							Total
		Zona 1: 2 <sup>a</sup> Región	Zona 2: 5 <sup>a</sup> Región	Zona 3: 8 <sup>a</sup> Región	Zona 4: 14 <sup>a</sup> Región	Zona 5: 10 <sup>a</sup> Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	
		%	%	%	%	%	%	%	
Simplemente cuando navega Juegos Cuando baja archivos (música, películas u otros) Cuando " Chatea" Cuando realiza video/audio llamadas Otras Velocidad conexión es la contratada	Simplemente cuando navega	33,0%	29,6%	20,3%	19,1%	14,4%	31,8%	12,5%	27,0%
	Juegos	4,1%	4,9%	5,9%	8,7%	,0%	5,6%	4,1%	5,2%
	Cuando baja archivos (música, películas u otros)	13,7%	27,1%	18,3%	21,6%	7,2%	19,9%	22,1%	20,5%
	Cuando " Chatea"	4,1%	5,5%	4,4%	4,3%	1,3%	3,8%	,0%	3,4%
	Cuando realiza video/audio llamadas	,6%	6,6%	8,1%	12,8%	9,5%	3,2%	4,1%	4,4%
	Otras	,0%	,0%	1,5%	,0%	2,2%	,0%	2,7%	,6%
No Sabe/No responde	18,0%	14,2%	14,8%	14,9%	25,0%	10,4%	24,4%	14,2%	
No Sabe/No responde	33,2%	48,4%	41,7%	45,0%	35,8%	39,4%	39,4%	37,4%	

Base: Todos los usuarios con conexión a internet

### 19.11 Horario en que hay problemas de lentitud

Un 35,7% considera que los problemas de lentitud se expresan en cualquier hora. El segundo horario con problema de conexión es de 18 a 22 horas.

**Tabla 19.13 : Porcentaje de hogares con Internet en el hogar según zona y horario en que hay problemas de lentitud**

		Zonas							Total
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	
		%	%	%	%	%	%	%	
¿Preferentem ente en que horario(s) se le presentan los problemas de lentitud?	Cualquier hora	30,2%	30,4%	52,4%	35,8%	4,9%	38,4%	22,5%	35,7%
	En horario laboral (de 8 a 18 horas)	8,2%	8,8%	11,0%	12,9%	13,3%	10,0%	21,2%	11,2%
	De 18 a 22 horas	28,1%	51,6%	22,1%	27,1%	64,9%	32,0%	15,3%	31,8%
	De 22 a 8 horas	28,8%	5,0%	6,8%	16,8%	16,9%	11,7%	33,1%	14,2%
	No sabe/ no responde	4,7%	4,2%	7,8%	7,4%	,0%	7,9%	7,8%	7,2%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

### 19.12 Medidas de Seguridad

Una mayoría toma medidas de seguridad cuando navega por internet.

		Zonas							Total
		Zona 1: 2ª Región	Zona 2: 5ª Región	Zona 3: 8ª Región	Zona 4: 14ª Región	Zona 5: 10ª Región	Zona 6: R. M.	Zona 7: Resto regione s	
		%	%	%	%	%	%	%	
5. Cuando Ud. navega por Internet, ¿toma alguna medida de seguridad para proteger sus datos y programas de virus	Sí	69,9%	92,4%	70,9%	79,7%	54,3%	74,8%	83,9%	77,5%
	No	18,9%	2,1%	15,0%	16,2%	17,3%	15,6%	9,2%	13,1%
	No sabe/ no responde	11,2%	5,6%	14,2%	4,2%	28,3%	9,7%	7,0%	9,3%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

## 20 Análisis de la Satisfacción y Recomendaciones

---

- La satisfacción es un estado cambiante. Por lo tanto, no se puede pensar en ella como una entidad estable ni tampoco como una entidad que tenga una tendencia necesariamente predecible. Esta volatilidad en la satisfacción ha quedado nuevamente demostrada en esta encuesta.
- En esta encuesta pudo observarse un importante cambio en el nivel de satisfacción en un corto periodo de tiempo. Este cambio en los niveles de satisfacción también se explica por los cambios en los niveles de penetración de los servicios. El área de los servicios de telecomunicaciones es altamente dinámico por varias razones. Los servicios tienen tendencias distintas en los niveles de penetración. Por lo tanto los universos cambian rápidamente entre una medición y otra. Incluso en aquellos servicios que tengan una nivel de penetración relativamente estable, por ejemplo el celular con porcentaje de penetración de cerca del 90%, se produce un cambio inter-compañías que hace que la base de medición también cambie en periodos relativamente cortos
- La satisfacción, como era esperable, aparece estar fuertemente asociado a la existencia de problemas dentro del periodo precedente (en la encuesta, en los 12 meses previos a la entrevista). Las personas que han tenido problemas con el servicio muestran una significativa mayor grado de insatisfacción que los que no lo tuvieron. De hecho, los tests de independencia (chi cuadrado) fueron estadísticamente significativos al 95% de confianza en todos los servicios y dentro de todas las zonas estudiadas.
- Los niveles de solución de los problemas también afectan la satisfacción aunque, incluso en los casos en que los problemas fueron totalmente solucionados, los niveles de satisfacción son muy inferiores a los observados en los casos en que no ha existido problemas. Con todo, la no solución de los problemas origina en general más altos niveles de insatisfacción que en los casos en que ha habido problemas pero han sido solucionados. Por lo tanto, la satisfacción es directamente dependiente de la calidad de los servicios y luego, depende del comportamiento de las empresas proveedoras. Esto también fue verificado a través de tests de independencia (chi cuadrado) que fueron estadísticamente significativos al 95% de confianza en todos los servicios y dentro de todas las zonas estudiadas.

### **20.1 Recomendaciones:**

- Si se piensa en la satisfacción como en un estado cambiante dependiente tanto de los cambios en la base de medición (cambios en la penetración de servicios y cambios inter-compañías) y dependiente del comportamiento de las empresas de telecomunicaciones, mediciones en diferentes periodos de tiempo es altamente probable que producirán informaciones diferentes sobre el estado de la satisfacción de los usuarios.
- Puede ser que en el futuro, cuando se produzca una mayor estabilidad en los niveles de penetración de los servicios, se observe una mayor estabilidad en los niveles de satisfacción en ciclo más largos de tiempo. Sin embargo, esto es una hipótesis a testear debido a que la volatilidad en la satisfacción, como se ha mencionado, no es sólo dependiente de los cambios en la penetración de los servicios.
- Desde un punto de vista de la ejecución de una política pública, la encuesta es una herramienta útil para monitorear los cambios en la satisfacción de los usuarios y para orientar acciones en este aspecto central de la defensa de los derechos de los consumidores.

## 21 ANEXOS



### Formulario

## ENCUESTA "CALIDAD DE SERVICIO EN SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES"

Universidad de Chile

Centro de Microdatos

FOLIO				Zona	Región	Área	Comuna	Fecha Entrevista			Hora Inicio			Hora Término		
			-					Día	Mes	2008						
Zn (rg)	n°	Comuna		n°	Comuna		n°	Comuna		n°	Comuna		n°	Comuna		
1 (2ª)	1	Tocopilla		2	Calama		3	Antofagasta		4	Mejillones		5	Sierra Gorda		
	6	Taltal														
2 (5ª)	7	Cabildo		8	San Felipe		9	Quillota		10	Hijuelas		11	Valparaíso		
	12	Viña del Mar		13	Quilpué		14	Villa Alemana		15	Concón		16	San Antonio		
3 (8ª)	17	Chillán		18	San Nicolás		19	Chillán Viejo		20	Los Angeles		21	Concepción		
	22	Talcahuano		23	Penco		24	Coronel		25	San Pedro la Paz		26	Chiguayante		
	27	Cañete														
4 (10ª)	28	Valdivia		29	Mariquina		30	Lanco		31	Futrono		32	Panguipulli		
	33	Paillaco														
5 (10ª)	34	Osorno		35	Río Negro		36	Puerto Montt		37	Los Muermos		38	Llanquihue		
	39	Ancud														
6 (RM)	40	Santiago		41	Independencia		42	Recoleta		43	Providencia		44	Las Condes		
	45	Ñuñoa		46	Peñalolén		47	La Florida		48	La Granja		49	San Ramón		
	50	La Cisterna		51	P. Aguirre Cerda		52	Estación Central		53	Maipú		54	Lo Prado		
	55	Pudahuel		56	Renca		57	Lampa		58	Tiltil		59	Puente Alto		
	60	San Bernardo		61	María Pinto		62	Talagante								
7 Resto	63	Arica (1ra)		64	Iquique (1ra)		65	Copiapó (3ra)		66	La Serena (4ta)		67	Coquimbo (4ta)		
	68	Río Hurtado (4ta)		69	Rancagua (6ta)		70	Mostazal (6ta)		71	San Fernando (6)		72	Curicó (7ma)		
	73	Talca (7ma)		74	Yerbas Buenas 7		75	Longaví (7ma)		76	Victoria (9na)		77	Temuco (9na)		
	78	Gorbea (9na)		79	Punta Arenas 12											

<b>Filtro:</b> En su hogar, ¿Ud. o algún integrante de su hogar tiene: <i>Leer Alternativas</i>			Para Resultado de Visitas considere	
Teléfono fijo con contrato o prepago?		Aplica Módulo <b>A</b>	1	Si y acepta la entrevista
Larga Distancia con contrato, prepago o discado directo no bloqueado?		Aplica Módulo <b>B</b>	2	Si, pero no lo puede atender
Celular con contrato o prepago?		Aplica Módulo <b>C</b>	3	No, no se encuentra
Conexión Internet Conmutada o Banda Ancha?		Aplica Módulo <b>D</b>	4	En el hogar se rechazó la
TV pagada Cable o Satelital?		Aplica Módulo <b>E</b>	5	Otra especificar

Ninguna de los anteriores (No leer)

No aplica Kish, Pase a **d1**

5e ¿Qué otra?

**Tabla de Kish**  
 Considere letra asignada y cantidad de personas de **18 años y más** (ver Módulo G\_Hogar) para seleccionar **QUIÉN** debe ser el ENTREVISTADO

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>A</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>B</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2
<b>C</b>	1	1	1	1	2	2	2	2	3
<b>D</b>	1	1	1	2	2	1	2	2	2
<b>E</b>	1	1	1	2	1	2	3	3	2
<b>F</b>	1	1	2	2	2	3	3	3	5
<b>G</b>	1	1	2	3	3	3	4	4	4
<b>H</b>	1	2	2	3	3	4	5	5	6
<b>I</b>	1	2	2	3	4	4	5	6	5
<b>J</b>	1	2	3	3	5	5	4	6	8
<b>K</b>	1	2	3	3	4	6	6	7	8
<b>L</b>	1	2	3	4	4	5	6	7	7
<b>M</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	8
<b>N</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9

**Resultado Visita**

Consulte por la persona seleccionada y registre: fecha y resultado de la visita (para resultado marque con un x)

Nº	Fecha	1	2	3	4	5	5e. Especifique
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							

## Módulo A: Teléfono Fijo

A1. ¿En su hogar tienen teléfono fijo con contrato o prepago?	Si	1	⇒ Continuar
	No	2	⇒ Pasar a Módulo B
	No sabe/ no responde	9	

<p><b>A2.</b> ¿Qué tipo de servicio tiene contratado en su hogar? <b>RESPUESTA MÚLTIPLE</b></p> <p><b>A3.</b> ¿Cuál es el proveedor del servicio contratado?</p> <p><b>MOSTRAR TARJETA TELEFONÍA FIJA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. CMET</li> <li>2. ENTELFONE</li> <li>3. GTD MANQUEHUE</li> <li>4. GTD TELESAT</li> <li>5. TELEFÓNICA CHILE</li> <li>6. TELEFÓNICA DE COYHAIQUE</li> <li>7. TELEFÓNICA DEL SUR</li> <li>8. VTR</li> <li>9. TELMEX</li> <li>10. OTRO</li> <li>99. NO SABE/ NO RESPONDE</li> </ol>	<p><b>A4.</b> Si tiene más de un PROVEEDOR de Telefonía Fija. De los proveedores de Telefonía Fija que hay en su hogar, ¿con cuál de ellos realiza <b>mayor cantidad</b> de llamadas telefónicas?</p> <p><b>RESPUESTA ÚNICA</b></p> <p><b>SI TIENE SOLO UN PROVEEDOR DE TELEFONÍA, TRASPÁSELO a A4</b></p>
--	--

Tipo de servicio	A2	A3	A4
Línea convencional con Servicio Local Medido	1		
Plan económico con prepago sin otros servicios	2		
Plan económico con tope mensual sin otros servicios	3		
Pack Dúo o Doble, es decir teléfono más internet o TV cable	4		
Pack Tríó o Triple, es decir teléfono más internet, TV cable o celular	5		
Otros. Especificar	6		
No sabe / no responde	9		

A5. ¿Hace cuánto tiempo es cliente de (PROVEEDOR en A4)...? (Si no recuerda anote 99, si no responde anote 88) <b>ANOTE CANTIDAD</b>	<b>AÑOS</b>	<b>MESES</b>

<p><b>A6.</b> Ud. me ha dicho que es cliente de (PROVEEDOR en A4) en Telefonía Fija. Ahora le solicito que evalúe algunos aspectos relacionados con el servicio y la atención que ha recibido. De acuerdo con esta tarjeta, ¿qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos como cliente de (PROVEEDOR en A4)? <b>LEER ATRIBUTOS ROTANDO. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b></p> <p><b>Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR</b></p>							
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente	1	2	3	4	5	9	
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	1	2	3	4	5	9	
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	1	2	3	4	5	9	
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	1	2	3	4	5	9	
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	1	2	3	4	5	9	
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio	1	2	3	4	5	9	
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones e instalaciones	1	2	3	4	5	9	
Servicio con buena cobertura para poder comunicarse desde y hacia cualquier parte, sin interferencias, cortes ni ruidos	1	2	3	4	5	9	
La capacitación y competencia del personal de servicio técnico	1	2	3	4	5	9	
La calidad y funcionamiento de los equipos	1	2	3	4	5	9	

### SÓLO A QUIEN TIENE LÍNEA DE PROVEEDOR PRINCIPAL CONVENCIONAL, PLAN O PACK; LUEGO PASAR a A9

<p><b>A7.</b> Respecto a la boleta de pagos por las llamadas locales que realiza con (PROVEEDOR en A4), ¿qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos relacionados con el cobro del servicio? <b>ROTAR ATRIBUTOS. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b></p> <p><b>Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR</b></p>							
La claridad de la información que está en la boleta	1	2	3	4	5	9	
El detalle de la información que está en la boleta	1	2	3	4	5	9	
El cobro solo de las llamadas que Ud. efectivamente realizó	1	2	3	4	5	9	
El cobro ajustado al plan / servicio que Ud. tiene contratado	1	2	3	4	5	9	
Las fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	1	2	3	4	5	9	

**SÓLO A QUIEN TIENE LÍNEA DE PROVEEDOR PRINCIPAL CON PREPAGO**

<b>A8.</b> Respecto a los cobros de <b>(PROVEEDOR en A4)</b> , ¿qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos del servicio? <b>LEER ATRIBUTOS ROTANDO. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b>						
<b>Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR</b>						
Que el monto que Ud. compra se cargue correctamente	1	2	3	4	5	9
Que exista claridad en el descuento de la tarjeta	1	2	3	4	5	9
Que el descuento a la tarjeta sea de acuerdo a lo que cargó	1	2	3	4	5	9

**TODOS**

<b>A9.</b> En relación a la Telefonía Fija, ¿qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de telefonía ofrecido por <b>(PROVEEDOR en A4)</b> ? <b>MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b>					
Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS /NR
1	2	3	4	5	9

**SÓLO A QUIEN DECLARA TENER CONTRATADO PLAN O PACK DE MINUTOS**

<b>A10a.</b> Ud. me ha dicho que es cliente de <b>(PROVEEDOR en A2 A4)</b> . Ahora le solicito que evalúe algunos aspectos relacionados con el servicio <b>LEER ATRIBUTOS ROTANDO. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b>						
<b>Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR</b>						
El precio o tarifa del plan que le permita ahorros o descuentos	1	2	3	4	5	9
La flexibilidad del plan ,es decir la posibilidad de cambiarse en cualquier momento sin trabas	1	2	3	4	5	9
La calidad y funcionamiento de los equipos	1	2	3	4	5	9

<b>A10b.</b> En relación al <b>(PROVEEDOR en A2 A4)</b> , ¿qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio ofrecido? <b>MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b>					
Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS /NR
1	2	3	4	5	9

**TODOS**

<b>A11a.</b> En los últimos 12 meses, ¿ha tenido Ud. algún problema con el servicio de Telefonía Fija, ya sea con su proveedor actual u otro?	Sí	1	⇒ Continuar	<b>A11b.</b> ¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	Sí	1	⇒ Pasar a A12
	No	2	⇒ Pasar a Módulo B		No	2	⇒ Continuar
	NS / NR	9			NS / NR	9	⇒ Pasar a Módulo B

<b>A11c.</b> ¿Por qué razón NO efectuó el reclamo?	Desinformación acerca de los derechos	1	⇒ Todos pasan a Módulo B
	Trámite engorroso	2	
	Otra razón (no leer) <b>A11ce.</b> Especificar	3	
	No sabe / no responde (no leer)	9	

<b>A12.</b> ¿Ante quien efectuó el reclamo o exigió la solución a su problema? <b>LEER ALTERNATIVAS RESPUESTA MÚLTIPLE</b>	En la empresa proveedora	1	⇒ Continuar
	EN SUBTEL	2	
	En SERNAC	3	
	En otros organismos públicos	4	⇒ Pasar a Módulo B

<b>A13.</b> ¿En qué consistió el reclamo? <b>RESPUESTA ESPONTÁNEA</b> <b>ESPECIFIQUE CADA RECLAMO EN UNA COLUMNA DISTINTA</b>	<b>Anote hasta 3 reclamos</b>		
	<b>Reclamo 1</b>	<b>Reclamo 2</b>	<b>Reclamo 3</b>
No se entienden los cobros	1	1	1
Cobraron llamadas no realizadas	2	2	2
Cobraron concursos y servicios bloqueados	3	3	3
Problemas con el personal de atención al cliente no resuelven problemas	4	4	4
Problemas técnicos con los equipos	5	5	5
Corte injustificado del servicio	6	6	6
Incumplimiento de contrato	7	7	7
Publicidad engañosa	8	8	8
Otro. <b>A13e</b> Especifique	9	9	9
No sabe / no responde	99	99	99
<b>A14.</b> ¿Contra qué compañía efectuó el reclamo? <b>RESPUESTA ÚNICA</b> <b>ANOTE SEGÚN CÓDIGOS USADOS EN A2</b>			

<b>A15.</b> ¿Cómo diría Ud. que fue solucionado este reclamo por parte de la empresa proveedora?  <b>LEER ALTERNATIVAS RESPUESTA ÚNICA</b>	No sabe / no responde (NO LEER)	99	99	99	<b>⇒ Pasar a Módulo B</b>
	Fue totalmente solucionado	5	5	5	
	Fue solucionado en gran parte	4	4	4	
	Fue solucionado solo en parte	3	3	3	
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	2	2	2	<b>⇒ Continuar</b>
	Ni siquiera intentaron solucionarlo	1	1	1	
<b>A16.</b> Dado que su reclamo no fue solucionado satisfactoriamente, ¿recurrió Ud. a otra instancia para lograr una solución?, ¿dónde recurrió?  <b>RESPUESTA ESPONTÁNEA</b>	No recurrió a ninguna otra instancia	1	1	1	<b>⇒ Continuar</b>
	Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)	2	2	2	<b>⇒ Pasar a Módulo B</b>
	Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL)	3	3	3	
	Comisión Defensora Ciudadana	4	4	4	
	Tribunales de Justicia / Juzgados	5	5	5	
	Otro. <b>A16e</b> Especifique	6	6	6	
<b>A17.</b> ¿Por qué razón NO recurrió a otra instancia?	Desinformación acerca de los derechos	1	1	1	
	Trámite engorroso	2	2	2	
	Otra razón (no leer) <b>A17e.</b> Especificar	3	3	3	
	No sabe / no responde (no leer)	9	9	9	

### Módulo B: Larga Distancia

<b>B1.</b> ¿Realiza Ud. llamadas de larga distancia, ya sea desde el teléfono fijo de su hogar o desde otros teléfonos (excluyendo celular)?	Sí	1	<b>⇒ Continuar</b>
	No	2	<b>⇒ Pasar a Módulo C</b>
	No sabe /no responde	9	

<b>B2.</b> ¿Cuál es la modalidad principal que usa Ud. para llamar a larga distancia?  <b>LEER ALTERNATIVAS. RESPUESTA ÚNICA</b>	Tiene contrato con un portador o carriers	1
	Usa sistema de prepago que incluye llamadas desde teléfonos públicos	2
	Usa discado directo, sin contrato con un carriers	3
	No sabe /no responde (NO LEER)	9

<b>B3.</b> ¿Qué empresas o carriers utiliza Ud. en las llamadas de larga distancia? <b>RESPUESTA MÚLTIPLE</b>  <b>MOSTRAR TARJETA LARGA DISTANCIA</b>	<b>B4.</b> Si llama por más de un CARRIER, ¿cuál diría Ud. que es el principal, considerando por ejemplo el que más usa? <b>RESPUESTA ÚNICA</b>  <b>SI LLAMA POR SOLO UN CARRIER TRASPÁSELO a B3.</b>					
111 VTR	1	155 FIRSTCOM	8	<b>B3. Carrier Principal</b>	1	8
113 TRANSAM	2	171 TELMEX	9		2	9
120 GLOBUS (1200)	3	177 CMET / ETSE	10		3	10
121 TELEFÓNICA DEL SUR	4	181 BELLSOUTH	11		4	11
122 MANQUEHUE	5	188 TELEFÓNICA MUNDO	12		5	12
123 ENTEL	6	OTRO. <b>B3e</b> Especifique	13		6	13
127 SUR COMUNICACIONES	7	NO SABE / NO RESPONDE	99		7	99

<b>B5.</b> ¿Qué tipo de llamadas de larga distancia realiza Ud.?  <b>LEER ALTERNATIVAS</b>  <b>RESPUESTA MÚLTIPLE</b>	LARGA DISTANCIA NACIONAL	1
	LARGA DISTANCIA INTERNACIONAL	2
	No sabe / no responde (NO LEER)	99

<b>B6.</b> ¿Hace cuánto tiempo es cliente de (PROVEEDOR en B4)...? (Si no recuerda anote 99, si no responde anote 88) <b>ANOTE CANTIDAD</b>	<b>Años</b>	<b>Meses</b>

<b>B7.</b> Ud. me ha dicho que es cliente de (PROVEEDOR en B4) en Llamadas de Larga Distancia. Ahora le solicito que evalúe algunos aspectos relacionados con el servicio y la atención que ha recibido. De acuerdo con esta tarjeta, ¿qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos como cliente de (PROVEEDOR en B4)? <b>ROTAR ATRIBUTOS. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b> <b>Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR</b>						
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente	1	2	3	4	5	9
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	1	2	3	4	5	9
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	1	2	3	4	5	9
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	1	2	3	4	5	9
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	1	2	3	4	5	9
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio	1	2	3	4	5	9
Servicio con buena cobertura para poder comunicarse desde y hacia cualquier parte, sin interferencias, cortes ni ruidos	1	2	3	4	5	9

<b>B8.</b> Respecto a la boleta de pagos por las llamadas de Larga Distancia que realiza con <b>(PROVEEDOR en B4)</b> , ¿qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos relacionados con el cobro del servicio? <b>ROTAR ATRIBUTOS. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b>							
<b>Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR</b>							
La claridad de la información que está en la boleta	1	2	3	4	5	9	
El detalle de la información que está en la boleta	1	2	3	4	5	9	
El cobro solo de las llamadas que Ud. efectivamente realizó	1	2	3	4	5	9	
El cobro ajustado al plan / servicio que Ud. tiene contratado	1	2	3	4	5	9	
Las fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	1	2	3	4	5	9	
<b>B9.</b> Finalmente y de acuerdo a esta misma escala, ¿qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio ofrecido por <b>(PROVEEDOR en B3)</b> en Larga Distancia? <b>MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b>							
Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS /NR		
1	2	3	4	5	9		
<b>. En los últimos 12 meses, ¿Ha tenido Ud. algún problema con el servicio de Larga Distancia, ya sea con su proveedor actual u otro?</b>	Sí	1	⇒ Continuar	¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	Sí	1	⇒ Pasar a B11
	No	2	⇒ Pasar a Módulo C		No	2	⇒ Continuar
	NS / NR	9			NS / NR	9	⇒ Pasar a Módulo C
<b>B10c.</b> ¿Por qué razón NO efectuó el reclamo?	Desinformación acerca de los derechos		1	⇒ Todos pasan a Módulo C			
	Trámite engorroso		2				
	Otra razón (no leer) <b>B10ce.</b> Especificar		3				
	No sabe / no responde (no leer)		9				
<b>B11.</b> ¿Ante quien efectuó el reclamo o exigió la solución a su problema? <b>LEER ALTERNATIVAS RESPUESTA MULTIPLE</b>	En la empresa proveedora		1	⇒ Continuar			
	EN SUBTEL		2				
	En SERNAC		3				
	En otros organismos públicos		4	⇒ Pasar a Módulo C			
<b>B12.</b> ¿En qué consistió el reclamo? <b>RESPUESTA ESPONTÁNEA ESPECIFIQUE CADA RECLAMO EN UNA COLUMNA DISTINTA</b>			<b>Anote hasta 3 reclamos</b>				
			<b>Reclamo 1</b>	<b>Reclamo 2</b>	<b>Reclamo 3</b>		
No se entienden los cobros			1	1	1		
Cobraron llamadas no realizadas			2	2	2		
Los llamados tienen interferencia, ruidos, se cortan			3	3	3		
Otro. <b>B12e</b> Especifique			4	4	4		
No sabe /no responde			99	99	99		
<b>B13.</b> ¿Contra qué compañía efectuó este reclamo? <b>RESPUESTA ÚNICA ANOTE SEGÚN CÓDIGOS USADOS en B3</b>							
<b>B14.</b> ¿Cómo diría Ud. que fue solucionado este reclamo por parte de la empresa proveedora? <b>LEER ALTERNATIVAS RESPUESTA ÚNICA</b>	No sabe / no responde (NO LEER)		99	99	99	⇒ Pasar a Módulo C	
	Fue totalmente solucionado		5	5	5		
	Fue solucionado en gran parte		4	4	4		
	Fue solucionado solo en parte		3	3	3		
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron		2	2	2	⇒ Continuar	
	Ni siquiera intentaron solucionarlo		1	1	1		
<b>B15.</b> Dado que su reclamo no fue solucionado satisfactoriamente, ¿recurrió Ud. a otra instancia para lograr una solución? ¿dónde recurrió? <b>RESPUESTA ESPONTÁNEA</b>	No recurrió a ninguna otra instancia		1	1	1	⇒ Continuar	
	Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)		2	2	2	⇒ Pasar a Módulo C	
	Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL)		3	3	3		
	Comisión Defensora Ciudadana		4	4	4		
	Tribunales de Justicia / Juzgados		5	5	5		
	Otro. <b>B15e</b> Especifique		6	6	6		
<b>B16.</b> ¿Por qué razón NO recurrió a otra instancia?	Desinformación acerca de los derechos		1	1	1		
	Trámite engorroso		2	2	2		
	Otra razón (no leer) <b>B16e.</b> Especificar		3	3	3		
	No sabe / no responde (no leer)		9	9	9		

## Módulo C: Teléfono Celular

C1. ¿Tiene Ud. un Teléfono Móvil, es decir, celular?	Sí	1	⇒ Continuar
	No	2	⇒ Pasar a C17
	No sabe / no responde	9	

C2. ¿Cuál es el proveedor(es) de su Teléfono Móvil? <b>RESPUESTA MÚLTIPLE</b>  <b>MOSTRAR TARJETA TELEFONÍA MÓVIL</b>		C3. Para cada <b>PROVEEDOR</b> , ¿su Teléfono Móvil (celular) es con Contrato o con Prepago?			C4. Si tiene más de un <b>PROVEEDOR</b> de Telefonía Móvil. De los proveedores de Telefonía Móvil que hay en su hogar, ¿cuál diría Ud. que es el principal, considerando por ejemplo el que más usa? <b>RESPUESTA ÚNICA</b>  <b>SI TIENE SÓLO UN PROVEEDOR DE TELEFONÍA MÓVIL, TRASPÁSELO a C4</b>
		Contrato	Prepago	No sabe	
ENTEL PCS	1	1	2	9	1
MOVISTAR / TELEFÓNICA MÓVIL	2	1	2	9	2
SMARTCOM / CLARO	3	1	2	9	3
NO SABE / NO RESPONDE	99	1	2	9	99

C5. ¿Hace cuánto tiempo es cliente de ( <b>PROVEEDOR en C4</b> )...?  (Si no recuerda anote 99, si no responde anote 88) <b>ANOTE CANTIDAD</b>	<b>AÑOS</b>	<b>MESES</b>

C6. Ud. me ha dicho que es cliente de ( <b>PROVEEDOR en C4</b> ) en Telefonía Móvil. Ahora le solicito que evalúe algunos aspectos relacionados con el servicio y la atención que ha recibido. De acuerdo con esta tarjeta, ¿qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos como cliente de ( <b>PROVEEDOR en C4</b> )? <b>ROTAR ATRIBUTOS. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b> <b>Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR</b>							
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente	1	2	3	4	5	9	
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	1	2	3	4	5	9	
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	1	2	3	4	5	9	
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	1	2	3	4	5	9	
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	1	2	3	4	5	9	
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio	1	2	3	4	5	9	
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones	1	2	3	4	5	9	
Servicio con buena cobertura para poder comunicarse desde y hacia cualquier parte, sin interferencias, cortes ni ruidos	1	2	3	4	5	9	
La capacitación y competencia del personal de servicio técnico	1	2	3	4	5	9	

### SÓLO A QUIEN TIENE LÍNEA DE PROVEEDOR PRINCIPAL CON CONTRATO, LUEGO PASAR a C9

C7. Respecto a la boleta de pagos de su CELULAR con ( <b>PROVEEDOR en C4</b> ), ¿qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos relacionados con el cobro del servicio? <b>ROTAR ATRIBUTOS. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b> <b>Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR</b>							
La claridad de la información que está en la boleta	1	2	3	4	5	9	
El detalle de la información que está en la boleta	1	2	3	4	5	9	
El cobro solo de las llamadas que Ud. efectivamente realizó	1	2	3	4	5	9	
El cobro ajustado al plan / servicio que Ud. tiene contratado	1	2	3	4	5	9	
Las fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	1	2	3	4	5	9	

**SÓLO A QUIENES TIENEN LÍNEA DE PROVEEDOR PRINCIPAL CON PREPAGO**

<b>C8. Respecto a los cobros de (PROVEEDOR EN C4), ¿qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos del servicio? ROTAR ATRIBUTOS. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b>										
<b>Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR</b>										
El monto que Ud. compra se cargue correctamente	1	2	3	4	5	9				
Que exista claridad en el descuento de la tarjeta	1	2	3	4	5	9				
Que el descuento a la tarjeta sea de acuerdo a lo que se cargó	1	2	3	4	5	9				
<b>C9. Finalmente y de acuerdo a esta misma escala ¿qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio ofrecido por (PROVEEDOR EN C4) en Telefonía Móvil? MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b>										
Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS /NR					
1	2	3	4	5	9					
<b>C10a. En los últimos 12 meses, ¿Ha tenido Ud. algún problema con el servicio de Telefonía Móvil, ya sea con su proveedor actual u otro?</b>	Sí	1	⇒ Continuar		<b>C10b. ¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?</b>	Sí	1	⇒ Pasar a C11		
	No	2	⇒ Pasar a C17			No	2	⇒ Continuar		
	NS / NR	9				NS / NR	9	⇒ Pasar a C17		
<b>C10c. ¿Por qué razón NO efectuó el reclamo?</b>	Desinformación acerca de los derechos		1		⇒ Todos pasan a C17					
	Trámite engorroso		2							
	Otra razón (no leer) C10ce. Especificar		3							
	No sabe / no responde (no leer)		9							
<b>C11. ¿Ante quien efectuó el reclamo o exigió la solución a su problema? LEER ALTERNATIVAS RESPUESTA MULTIPLE</b>	En la empresa proveedora			1		⇒ Continuar				
	EN SERNAC			2						
	En SUBTEL			3						
	En otros organismos públicos			4		⇒ Pasar a C17				
<b>C12. ¿En qué consistió el reclamo?</b>		<b>RESPUESTA ESPONTÁNEA ESPECIFIQUE CADA RECLAMO EN UNA COLUMNA DISTINTA</b>			<b>Anote hasta 3 reclamos</b>					
					<b>Reclamo 1</b>		<b>Reclamo 2</b>		<b>Reclamo 3</b>	
Problemas de cobertura, en algunos lugares no se puede comunicar.					1		1		1	
Problemas de señal, interferencias.					2		2		2	
Problemas con el aparato, funciona mal, no recibe llamadas					3		3		3	
Se activan automáticamente servicios no contratados					4		4		4	
Las tarjetas de prepago no se cargan correctamente					5		5		5	
Otro. C12e Especifique					6		6		6	
No sabe / No responde					99		99		99	
<b>C13. ¿Contra qué compañía efectuó este reclamo?</b>		<b>RESPUESTA ÚNICA ANOTE SEGÚN CÓDIGOS USADOS EN C2</b>								
<b>C14. ¿Cómo diría Ud. que fue solucionado este reclamo por parte de la empresa proveedora? LEER ALTERNATIVAS RESPUESTA ÚNICA</b>	No sabe / no responde (NO LEER)			99		99		99		⇒ Pasar a C17
	Fue totalmente solucionado			5		5		5		
	Fue solucionado en gran parte			4		4		4		
	Fue solucionado solo en parte			3		3		3		
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron			2		2		2		⇒ Continuar
	Ni siquiera intentaron solucionarlo			1		1		1		
<b>C15. Dado que su reclamo no fue solucionado satisfactoriamente, ¿recurrió Ud. a otra instancia para lograr una solución?, ¿dónde recurrió? RESPUESTA ESPONTÁNEA</b>	No recurrió a ninguna otra instancia			1		1		1		⇒ Pasar a C17
	Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)			2		2		2		
	Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL)			3		3		3		
	Comisión Defensora Ciudadana			4		4		4		
	Tribunales de Justicia / Juzgados			5		5		5		
	Otro. C15e. Especifique			6		6		6		

<b>C16.</b> ¿Por qué razón NO recurrió a otra instancia?	Desinformación acerca de los derechos	1	1	1
	Trámite engorroso	2	2	2
	Otra razón (no leer) <b>C16e.</b> Especificar	3	3	3
	No sabe / no responde (no leer)	9	9	9

### PORTABILIDAD DEL NÚMERO CELULAR

<b>C17.</b> En relación a la portabilidad de su número telefónico celular, es decir, la posibilidad de cambiarse de compañía y mantener el mismo número, ¿cuanto estaría Ud. dispuesto a pagar por una sola vez para la mantención de dicho número?  <b>RESPUESTA ÚNICA</b>	No estoy dispuesto a pagar	1
	Menos de 5.000	2
	De 5.000 a 10.000	3
	Más de 10.000	4
	No sabe/ no responde	9

### ANTENAS DE TELEFONÍA CELULAR

<b>C18.</b> ¿Cuál de los siguientes elementos cree Ud. que emite mayor radiación? <b>RESPUESTA ÚNICA</b>	Antena de telefonía celular	1
	Teléfono celular	2
	No sabe/ no responde	9

<b>C19.</b> En términos generales, ¿diría Ud. que le preocupa como cliente la instalación de antenas cercanas a su barrio o entorno domiciliario?  <b>RESPUESTA ÚNICA</b>	Sí	1	⇒ Pasar a Módulo D
	No	2	
	No sabe/ no responde	9	

<b>C20.</b> ¿Cuáles de las siguientes situaciones le preocupa más respecto a la instalación de las antenas? <b>Leer Alternativas RESPUESTA ÚNICA</b>	Que su propiedad se desvalorece	1
	Que son feas o antiestéticas	2
	Que generan radiación	3
	Otra (No leer). <b>C20e</b> Especificar	4

### Módulo D: Internet

<b>d1.</b> En el último mes, ¿en qué lugares ha utilizado Internet? 1. [ ] En su casa 2. [ ] En el trabajo 3. [ ] En la universidad 4. [ ] En el colegio 5. [ ] En casa de amigos o familiares 6. [ ] Telecentro comunitario o Infocentro 7. [ ] En <i>cyber</i> -cafés 8. [ ] Otros. <b>d1e.</b> Especifique 9. [ ] No utilizó → <b>d3 ó D17</b>	<b>d2.</b> En el último mes, ¿cuántas veces ha acudido a un <i>cyber</i> -café para navegar por Internet? <b>SÓLO SI d1 MARCA 7</b> 1. [ ] 1 vez 2. [ ] Entre 2 y 5 veces 3. [ ] Entre 6 y 10 veces 4. [ ] Más de 10 veces 9. [ ] No sabe/NR	<b>d3.</b> ¿Cuál o cuáles son los mayores usos que le dan a Internet las personas en su hogar? <b>INDIQUE MÁXIMO 5</b> 1. [ ] Enviar y recibir correos 2. [ ] Chatea 3. [ ] Hablar (telefonía IP, Skype) 4. [ ] Trabajar / Estudiar / tareas 5. [ ] Jugar en línea 6. [ ] Bajar música y/o películas 7. [ ] Buscar información de interés personal (no laboral / ni de estudio) 8. [ ] Revisar estados de cuenta o cartolas bancarias 9. [ ] Pago servicios, comerciales, solicitud de certificados 10. [ ] Otra. <b>d3e</b> Especifique 99. [ ] No sabe/ no responde
--	--	--

<b>D1.</b> ¿Dispone Ud. de Conexión Internet Conmutada o Banda Ancha en su hogar, aunque Ud. no la utilice?	Sí	1	⇒ Continuar
	No	2	⇒ Pasar a D17
	No sabe / no responde	9	

<b>D2.</b> ¿Con qué empresa(s) se conecta a Internet en su hogar? <b>RESPUESTA MÚLTIPLE</b>  <b>MOSTRAR TARJETA INTERNET</b>	<b>D3. Para cada Proveedor, ¿Qué tipo de conexión a Internet tiene con (Proveedor) en su hogar, acceso libre (sin costo fijo), Plan contratado (valor fijo Conmutada o Banda ancha) o Prepago?</b>						<b>D4. Si tiene más de un Proveedor.</b> De los proveedores de INTERNET que hay en su hogar, ¿cuál diría Ud. que es el principal, considerando por ejemplo el que más usa? <b>RESPUESTA ÚNICA</b>  <b>SI TIENE SÓLO UN PROVEEDOR DE INTERNET, TRASPÁSELO a D4</b>
	<b>CONMUTADA</b>			<b>BANDA ANCHA</b>			
	Libr	Contrato	Prepag	Contrato	Prepag		
CMET	1	1	2	3	4	5	1
ENTEL / ENTEL WILL	2	1	2	3	4	5	2
GTD MANQUEHUE	3	1	2	3	4	5	3
NETLINE	4	1	2	3	4	5	4
TELEFÓNICA DEL SUR/ SURNET	5	1	2	3	4	5	5
TELEFÓNICA INTERNET	6	1	2	3	4	5	6
TERRA / TERRA LIBRE	7	1	2	3	4	5	7
VTR	8	1	2	3	4	5	8
OTRO. <b>D2e</b> Especifique	9	1	2	3	4	5	9
NO SABE / NO RESPONDE	99	1	2	3	4	5	99

<b>D5. ¿Hace cuánto tiempo es cliente de (PROVEEDOR en D4)...?</b>  (Si no recuerda anote 99, si no responde anote 88) <b>ANOTE CANTIDAD</b>	<b>AÑOS</b>			<b>MESES</b>		

**D6. Ud. me ha dicho que es cliente de (PROVEEDOR en D4) en Internet. Ahora le solicito que evalúe algunos aspectos relacionados con el servicio y la atención que ha recibido. De acuerdo con esta tarjeta, ¿qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos como cliente de (PROVEEDOR en D4)?** **ROTAR ATRIBUTOS. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN**

**Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR**

Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente	1	2	3	4	5	9
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	1	2	3	4	5	9
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	1	2	3	4	5	9
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	1	2	3	4	5	9
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	1	2	3	4	5	9
Está Ud. conforme con Velocidad REAL obtenida en comparación a la CONTRATADA de la conexión	1	2	3	4	5	9
Servicio sin interferencias ni cortes	1	2	3	4	5	9
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones e instalaciones	1	2	3	4	5	9
La capacitación y competencia del personal de servicio técnico	1	2	3	4	5	9

**D7. Respecto a la boleta de pagos de Internet que recibe de (PROVEEDOR en D4), ¿qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos relacionados con el cobro del servicio?** **ROTAR ATRIBUTOS. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN**

**Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR**

La claridad de la información que está en la boleta	1	2	3	4	5	9
El detalle de la información que está en la boleta	1	2	3	4	5	9
El cobro de conexiones no realizadas	1	2	3	4	5	9
El cobro ajustado al plan / servicio que Ud. tiene contratado	1	2	3	4	5	9
Las fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	1	2	3	4	5	9

**D8. Finalmente y de acuerdo a esta misma escala ¿qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio ofrecido por (PROVEEDOR en D4) en Internet?** **MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN**

Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS /NR
1	2	3	4	5	9

**D9. ¿Cuán satisfecho está Ud. con la calidad de los siguientes servicios que realiza con su conexión de Internet?:** **ROTAR ATRIBUTOS. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN**

**Use (1)Muy insatisfecho (2)Algo insatisfecho (3)Ni satisfecho ni insatisfecho (4)Algo satisfecho (5)Muy satisfecho (8)No realiza (9) NS/NR**

Enviar y recibir correos	1	2	3	4	5	8	9
Chatear	1	2	3	4	5	8	9
Hablar (telefonía IP, Skype)	1	2	3	4	5	8	9
Trabajar / Estudiar / tareas	1	2	3	4	5	8	9
Jugar en línea	1	2	3	4	5	8	9
Bajar música y/o películas	1	2	3	4	5	8	9
Buscar información de interés personal (no laboral / ni de estudio)	1	2	3	4	5	8	9
Revisar estados de cuenta o cartolas bancarias	1	2	3	4	5	8	9
Pagar servicios, comerciales y solicitar certificados	1	2	3	4	5	8	9

<b>D10a. En los últimos 12 meses, ¿ha tenido Ud. algún problema con el servicio de Internet, ya sea con su proveedor actual u otro?</b>	Sí	1	⇒ Continuar	<b>D10b. ¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?</b>	Sí	1	⇒ Pasar a D11
	No	2	⇒ Pasar a D17		No	2	⇒ Continuar
	No sabe / NR	9			NS/NR	9	⇒ Pasar a D17

<b>D10c. ¿Por qué razón NO efectuó el reclamo?</b>	Desinformación acerca de los derechos	1	⇒ Pasar a D17
	Trámite engorroso	2	
	Otra razón (no leer) <b>D10ce. Especificar</b>	3	
	No sabe / no responde (no leer)	9	

<b>D11. ¿Ante quien efectuó el reclamo o exigió la solución a su problema?</b>  <b>LEER ALTERNATIVAS RESPUESTA MÚLTIPLE</b>	En la empresa proveedora	1	⇒ Continuar
	EN SERNAC	2	
	En SUBTEL	3	
	En otros organismos públicos	4	⇒ Pasar a D17

D12. ¿En qué consistió el reclamo? RESPUESTA ESPONTÁNEA ESPECIFIQUE CADA RECLAMO EN UNA COLUMNA DISTINTA	Anote hasta 3 reclamos		
	Reclamo 1	Reclamo 2	Reclamo 3
Cobran períodos en que no hubo servicio	1	1	1
Lentitud, saturación	2	2	2
La velocidad no es la contratada	3	3	3
El servicio se corta, se cae, no funciona	4	4	4
Otro. D12e Especifique	5	5	5
No sabe / No responde	99	99	99

D13. ¿Contra qué compañía efectuó este reclamo? RESPUESTA ÚNICA ANOTE SEGÚN CÓDIGOS USADOS en D2			

D14. ¿Cómo diría Ud. que fue solucionado este reclamo por parte de la empresa proveedora?  LEER ALTERNATIVAS RESPUESTA ÚNICA	No sabe / no responde (NO LEER)	99	99	99	⇒ Pasar a D17
	Fue totalmente solucionado	5	5	5	
	Fue solucionado en gran parte	4	4	4	
	Fue solucionado solo en parte	3	3	3	⇒ Continuar
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron	2	2	2	
	Ni siquiera intentaron solucionarlo	1	1	1	

D15. Dado que su reclamo no fue solucionado satisfactoriamente, ¿recurrió Ud. a otra instancia para lograr una solución? ¿dónde recurrió?  RESPUESTA ESPONTÁNEA	No recurrió a ninguna otra instancia	1	1	1	⇒ Continuar
	Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)	2	2	2	⇒ Pasar a D17
	Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL)	3	3	3	
	Comisión Defensora Ciudadana	4	4	4	
	Tribunales de Justicia / Juzgados	5	5	5	
	Otro. D15e Especifique	6	6	6	

D16. ¿Por qué razón NO recurrió a otra instancia?	Desinformación acerca de los derechos	1	1	1
	Trámite engorroso	2	2	2
	Otra razón (no leer) D16e. Especificar	3	3	3
	No sabe / no responde (no leer)	9	9	9

### Equipamiento, usuarios y velocidad

<b>D17.</b> ¿Qué computador dispone en su hogar? 1. <input type="checkbox"/> De escritorio (tradicional) 2. <input type="checkbox"/> Portátil (Notebook) 3. <input type="checkbox"/> Ambos 4. <input type="checkbox"/> No tiene → Pasar a E1 Si NO dispone de Internet (D1=2, 9) → Pase a E1	<b>D18.</b> ¿Cuántos computadores tienen conexión a Internet? 1. <input type="checkbox"/> 1 PC 2. <input type="checkbox"/> 2 PC 3. <input type="checkbox"/> 3 PC 4. <input type="checkbox"/> Más de 3 PC 5. <input type="checkbox"/> Ninguno 9. <input type="checkbox"/> No sabe/ no responde	<b>D19.</b> ¿Cuántas personas utilizan Internet en su hogar? 1. <input type="checkbox"/> 1 persona 2. <input type="checkbox"/> 2 personas 3. <input type="checkbox"/> 3 personas 4. <input type="checkbox"/> Más de 3 persona 9. <input type="checkbox"/> No sabe/ no responde
---	---	---

<b>D20.</b> ¿Cuál es la velocidad que tiene la conexión a Internet en su hogar? 1. <input type="checkbox"/> Menor o igual a 256 Kbps 2. <input type="checkbox"/> > 256 Kbps y 512 Kbps 3. <input type="checkbox"/> > 512 Kbps y 1.024 Kbps (Mbps) 4. <input type="checkbox"/> > 1 Mbps y 2 Mbps 5. <input type="checkbox"/> Mayor a 2 Mbps 9. <input type="checkbox"/> No la conoce, no responde	<b>D21.</b> ¿Realiza Ud. algún tipo de prueba para verificar la velocidad de conexión que le entrega su proveedor? 1. <input type="checkbox"/> Sí, al menos 1 vez a la semana 2. <input type="checkbox"/> Sí, al menos 1 vez al mes 3. <input type="checkbox"/> Sí, sólo cuando nota problemas de velocidad 4. <input type="checkbox"/> No → Pasar a D23 9. <input type="checkbox"/> No responde → Pasar a D23	<b>D22.</b> ¿Con que sistema medidor Ud. prueba la velocidad de conexión? 1. <input type="checkbox"/> Medidor de mi proveedor de Internet (ISP) → Pase a D23 2. <input type="checkbox"/> Otro 9. <input type="checkbox"/> No sabe/ NR → Pase a D23 <b>D22e.</b> ¿Qué otro sistema?
--	---	--

<b>D23.</b> ¿En qué tipo(s) de aplicaciones Ud. siente que la velocidad de su conexión a Internet no es la contratada? 1. <input type="checkbox"/> Simplemente cuando navega 2. <input type="checkbox"/> Juegos 3. <input type="checkbox"/> Cuando baja archivos (música, películas u otros) 4. <input type="checkbox"/> Cuando "chatea" 5. <input type="checkbox"/> Cuando realiza video/audio llamadas 6. <input type="checkbox"/> Otras 7. <input type="checkbox"/> Velocidad conexión es la contratada → Pasar a D25 9. <input type="checkbox"/> No sabe/ no responde → Pasar a D25	<b>D24.</b> ¿Preferentemente en que horario(s) se le presentan los problemas de lentitud? 1. <input type="checkbox"/> Cualquier hora 2. <input type="checkbox"/> En horario laboral (de 8 a 18 horas) 3. <input type="checkbox"/> De 18 a 22 horas 4. <input type="checkbox"/> De 22 a 8 horas 9. <input type="checkbox"/> No sabe/ no responde	<b>D25.</b> Cuando Ud. navega por Internet, ¿toma alguna medida de seguridad para proteger sus datos y programas de virus malintencionados? 1. <input type="checkbox"/> Sí 2. <input type="checkbox"/> No 9. <input type="checkbox"/> No sabe /no responde
---	--	---

## Módulo E: TV Pagada

E1. ¿Tiene Ud. Televisión Pagada en su hogar, por cable o satelital?	Sí	1	⇒ Continuar	E1e. ¿De qué tipo? Especifique:
	No	2	⇒ Pasar a Módulo F	
	No sabe / no responde	9		

E2. ¿Cuál es su proveedor (es) de TV pagada en el hogar?  RESPUESTA MÚLTIPLE  MOSTRAR TARJETA INTERNET	E3. PARA CADA PROVEEDOR. ¿Qué tipo de plan de TV pagada tiene con (PROVEEDOR) en su hogar, Plan Básico, Premium o programación Interactiva?					E4. SI TIENE MÁS DE UN PROVEEDOR. ¿Y cuál diría Ud. que es el principal, considerando por ejemplo el que más usa? RESPUESTA ÚNICA  SI TIENE SÓLO UN PROVEEDOR DE TV PAGADA, TRASPÁSELO a E4
	Básico	Premium	Interactiva	NS/NR		
CABLE CENTRAL	1	1	2	3	9	1
DIRECTV	2	1	2	3	9	2
TELFÓNICA TV DIGITAL	3	1	2	3	9	3
VTR	4	1	2	3	9	4
ZAP	5	1	2	3	9	5
GTD Manquehue	6	1	2	3	9	6
OTRO. E2e Especifique	7	1	2	3	9	7
NO SABE / NO RESPONDE	99	1	2	3	9	99

E5. ¿Hace cuánto tiempo es cliente de (PROVEEDOR en E4)...? (Si no recuerda anote 99, si no responde anote 88) ANOTE CANTIDAD	AÑOS	MESES

E6. Si para ver la nueva televisión abierta digital que es la televisión que permitirá una mejor calidad de imagen y mayor cantidad de canales, debiera comprar un aparato decodificador, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar?  Respuesta Espontánea	No está dispuesto a pagar	1
	Menos de \$20.000	2
	Entre \$20.000 y \$50.000	3
	Más de \$50.000	4
	No sabe/ no responde	9

E7. Ud. me ha dicho que es cliente de (PROVEEDOR en E4) en TV Pagada. Ahora le solicito que evalúe algunos aspectos relacionados con el servicio y la atención que ha recibido. De acuerdo con esta tarjeta, ¿qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos como cliente de (PROVEEDOR en E4)? ROTAR ATRIBUTOS. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN  Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR						
Amabilidad, disposición a escuchar, entender y resolver problemas del servicio de atención al cliente	1	2	3	4	5	9
Rapidez cuando hace consultas por teléfono, no esperar en línea, ser atendido por pocas personas	1	2	3	4	5	9
Capacidad del personal de atención al cliente para resolver problemas y dar información	1	2	3	4	5	9
Información clara y fidedigna al momento de contratar el servicio	1	2	3	4	5	9
Oferta variada y amplia de planes, ajustados a distintas necesidades	1	2	3	4	5	9
Cumplimiento de las condiciones acordadas al contratar el servicio especialmente en cuanto a los programas contratados	1	2	3	4	5	9
Cumplimiento de los plazos acordados para reparaciones e instalaciones	1	2	3	4	5	9
Calidad y atractivo de la programación, de los canales y programas	1	2	3	4	5	9
Señal sin interferencias ni cortes	1	2	3	4	5	9
La capacitación y competencia del personal de servicio técnico	1	2	3	4	5	9

E8. Respecto a la boleta de pagos de TV Pagada que Ud. recibe de (PROVEEDOR en E4), ¿qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos relacionados con el cobro del servicio? ROTAR ATRIBUTOS. MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN  Use escala (1) Muy insatisfecho (2) Algo insatisfecho (3) Ni satisfecho ni insatisfecho (4) Algo satisfecho (5) Muy satisfecho (9) NS/NR						
La claridad de la información que está en la boleta	1	2	3	4	5	9
El detalle de la información que está en la boleta	1	2	3	4	5	9
El cobro ajustado al plan / servicio que Ud. tiene contratado	1	2	3	4	5	9
Las fechas consideradas en el período cobrado en la boleta	1	2	3	4	5	9

E9. Finalmente y de acuerdo a esta misma escala, ¿qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio ofrecido por (PROVEEDOR en E4) en TV Pagada? <b>MOSTRAR TARJETA SATISFACCIÓN</b>						
Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo satisfecho	Muy satisfecho	NS /NR	
1	2	3	4	5	9	
E10a. En los últimos 12 meses, ¿Ha tenido Ud. algún problema con el servicio de TV Pagada, ya sea con su proveedor actual u otro?	Sí	1	⇒ Continuar		E10b. ¿Reclamó o pidió una solución, ya sea en sucursal o por teléfono?	
	No	2	⇒ Pasar a Módulo F			
	NS / NR	9				
E10c. ¿Por qué razón NO efectuó el reclamo?	Desinformación acerca de los derechos		1	⇒ Todos pasan a Módulo F		
	Trámite engorroso		2			
	Otra razón (no leer) E10ce. Especificar		3			
	No sabe / no responde (no leer)		9			
E11. ¿Ante quien efectuó el reclamo o exigió la solución a su problema? <b>LEER ALTERNATIVAS RESPUESTA ÚNICA</b>	En la empresa proveedora		1	⇒ Continuar		
	EN SERNAC		2			
	En SUBTEL		3			
	En otros organismos públicos		4	⇒ Pasar a Módulo F		
E12. ¿En qué consistió el reclamo? <b>RESPUESTA ESPONTÁNEA ESPECIFIQUE CADA RECLAMO EN UNA COLUMNA DISTINTA</b>			<b>Anote hasta 3 reclamos</b>			
			<b>Reclamo 1</b>	<b>Reclamo 2</b>	<b>Reclamo 3</b>	
Cobraron períodos en que no hubo servicio			1	1	1	
La programación no es atractiva, repiten programas			2	2	2	
Cambian la programación sin avisar			3	3	3	
Problemas con la señal			4	4	4	
Otro. E12e Especifique			5	5	5	
No sabe / No responde			99	99	99	
E13. ¿Contra qué compañía efectuó este reclamo? <b>RESPUESTA ÚNICA ANOTE SEGÚN CÓDIGOS USADOS en E2</b>						
E14. ¿Cómo diría Ud. que fue solucionado este reclamo por parte de la empresa proveedora? <b>LEA ALTERNATIVAS RESPUESTA ÚNICA</b>	No sabe / no responde (NO LEER)		99	99	99	⇒ Pasar a Módulo F
	Fue totalmente solucionado		5	5	5	
	Fue solucionado en gran parte		4	4	4	
	Fue solucionado solo en parte		3	3	3	
	Intentaron solucionarlo pero no lo lograron		2	2	2	⇒ Continuar
	Ni siquiera intentaron solucionarlo		1	1	1	
E15. Dado que su reclamo no fue solucionado satisfactoriamente, ¿recurrió Ud. a otra instancia para lograr una solución? ¿dónde recurrió? <b>RESPUESTA ESPONTÁNEA</b>	No recurrió a ninguna otra instancia		1	1	1	⇒ Pasar a Módulo F
	Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)		2	2	2	
	Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL)		3	3	3	
	Comisión Defensora Ciudadana		4	4	4	
	Tribunales de Justicia / Juzgados		5	5	5	
	Otro. E15e Especifique		6	6	6	
E16. ¿Por qué razón NO recurrió a otra instancia?	Desinformación acerca de los derechos		1	1	1	
	Trámite engorroso		2	2	2	
	Otra razón (no leer) E16e. Especificar		3	3	3	
	No sabe / no responde (no leer)		9	9	9	

## Módulo F: Derechos y Rol de la SUBTEL

F1. Ahora, en relación con los servicios de los cuales hemos hablado, ¿cuáles sabe o cree Ud. que son sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones? <b>RESPUESTA ESPONTÁNEA</b>	
Derecho 1	Especificar
Derecho 2	Especificar
Derecho 3	Especificar
Derecho 4	Especificar

F2. Ahora, de los que aparecen en este listado, ¿cuáles sabe o cree Ud. que son sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones? <b>MOSTRAR TARJETAS DERECHOS DEL CONSUMIDOR.</b>	
Al contratar servicio telefónico se puede bloquear acceso a ciertos servicios.	1
Rebaja del cargo fijo mensual por interrupción de servicio o indemnización si ésta excede de 3 días consecutivos.	2
Al efectuar un reclamo la empresa debe responder en carta certificada antes de 20 días hábiles, con fundamentos y plazos de resolución.	3
Si reclama un monto incluido en cuenta telefónica, éste queda pendiente y Ud. paga <i>sólo</i> no reclamado. La empresa no podrá cortar el servicio por no pago de parte impugnada en su cuenta.	4
Poner fin a contrato de suministro local o móvil, en cualquier momento, previo aviso escrito a la compañía. Ésta no puede exigir indemnización por término del contrato de servicio.	5
Si empresa efectúa acciones de cobranza, y envía sus antecedentes a DICOM, deberá efectuar y costear las diligencias para dejar estas acciones sin efecto. Esto sin perjuicio de las acciones que Ud. quiera realizar por eventuales perjuicios provocados por tales cobranzas.	6
Hacer reclamos vía telefónica al 105, sin costo y con atención los 365 días del año, las 24 horas del día. Al momento de interponer su reclamo debe exigir un n° que lo identifica. De esta forma se evita una eventual negativa de la recepción de su reclamo.	7
De no quedar conforme con lo resuelto por la empresa de servicios de telecomunicaciones, puede insistir ante la SUBTEL (Subsecretaría de Telecomunicaciones).	8
Ninguno	99

F3. Ante qué instituciones u organismos públicos cree Ud. que se pueden hacer valer estos derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones? <b>RESPUESTA ESPONTÁNEA y MÚLTIPLE</b>	F4. Y de las que aparecen en este listado, ¿Ante cuáles cree Ud. que se pueden hacer valer estos derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones? <b>RESPUESTA MÚLTIPLE MOSTRAR TARJETA INSTITUCIONES</b>	F5. Evalúe con cuáles de estas instituciones se siente Ud. más protegido para hacer valer y respetar sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones? <b>MOSTRAR TARJETA INSTITUCIONES</b>			
<i>Para ranking, marque con un 1 la Institución con la cual Ud. se siente más protegido en este sentido, luego con un 2 la que le sigue y con un 3 la siguiente</i>	<b>F3 Espontánea</b>	<b>F4 Tarjeta</b>	<b>F5 Ranking</b>		
			<b>1°</b>	<b>2°</b>	<b>3°</b>
SUBTEL, Subsecretaría de Telecomunicaciones	1	1	1	1	1
SEREMI, Secretarías Regionales Ministeriales de Transportes y Telecomunicaciones	2	2	2	2	2
SERNAC, Servicio Nacional del Consumidor	3	3	3	3	3
Municipalidades	4	4	4	4	4
Comisión de Defensa Ciudadana	5	5	5	5	5
Otro. <b>F3e</b> Especificar	6	6	6	6	6
No sabe / No responde	99	99			

**Identificación del Jefe de Hogar** o Sostenedor Principal del Hogar (de la persona que aporta los mayores ingresos al hogar)

11. N° de orden Jefe de Hogar o [Sostenedor Principal del Hogar]	12. Tramo de Edad de orden Jefe de Hogar o [Sostenedor Principal del Hogar]					
	18 a 25 años	26 a 35 años	36 a 45 años	46 a 55 años	56 a 65 años	66 años y más
	1	2	3	4	5	6

13. ¿Cuál es el Nivel Educativo del Sostenedor Principal (de la persona que aporta los mayores ingresos al hogar)?									
Sin estudios	Básica incompleta	Básica completa	Media CH TP incompleta	Media CH TP completa	Técnica CFT ó IP incompleta	Técnica CFT ó IP completa	Universitaria incompleta	Universitaria completa	Postgrado (Magister, Doctorado)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

14. ¿Cuál es la actividad o cargo del Sostenedor Principal (de la persona que aporta los mayores ingresos al hogar)? <i>En caso de Cesante o Jubilado refiérase a la última actividad</i>	
1	Trabajos menores ocasionales e informales
2	Oficio menor, obrero no calificado, jornalero, servicio doméstico con contrato
3	Obrero calificado, capataz, junior, microempresario
4	Empleado administrativo medio y bajo, vendedor, secretaria, jefe de sección. Técnico especializado. Profesional independiente de carreras técnicas. Profesor Primario o Secundario
5	Ejecutivo medio (Gerente, subgerente), gerente general de empresa media o pequeña. Profesional independiente de carreras tradicionales (abogado, médico, arquitecto, ingeniero, agrónomo)
6	Alto ejecutivo (Gerente General) de empresa grande. Directores de grandes empresas. Empresarios propietarios de empresas medianas y grandes. Profesionales independientes de gran prestigio.
7	Inactivos (Dueña de casa, Estudiante) cuyo ingreso proviene de mesada de persona ajena al hogar

15. Especifique Ocupación del Sostenedor Principal (de la persona que aporta los mayores ingresos al hogar)?	

16. Registre Tipo de Vivienda			17. Clasificación visual GSE, sólo Referencial				
Casa	Departamento	Cité / Otro	ABC1	C2	C3	D	E
1	2	3	1	2	3	4	5

Dir_calle:	Dir_n°:	Dir_dpto: Dpto/Casa

Nom_enc: Nombre	Pat_enc: Apellido Paterno	Mat_enc: Apellido Materno	RUT_enc: RUT Encuestador	dv
				-

**Observaciones**

---

---

---

---

---

---

---

---