

Encuesta de Satisfacción de Usuarios de
Telecomunicaciones

Informe N°2
Resultados Primera Medición
2012



Junio 2012

PRESENTACIÓN	5
OBJETIVOS DEL ESTUDIO	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos	6
DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA.....	7
Tipo de Estudio	7
Grupo Objetivo y Cobertura	7
Cuestionarios	7
Diseño muestral: Internet Fija	9
<i>Unidades de muestreo y marco muestral.....</i>	<i>9</i>
<i>Muestra y margen de error muestral</i>	<i>9</i>
Diseño Muestral: Telefonía, Internet y Banda Ancha Móvil.....	10
<i>Unidades de Muestreo y Marco Muestral.....</i>	<i>10</i>
<i>Muestra y margen de error muestral</i>	<i>10</i>
Ponderación	11
<i>Internet Fija</i>	<i>11</i>
<i>Telefonía Móvil / Internet Móvil.....</i>	<i>13</i>
<i>Banda Ancha Móvil.....</i>	<i>15</i>
RESULTADOS DEL ESTUDIO.....	16
Visión General de los 4 servicios de telecomunicaciones.....	16
<i>Perfil de los Entrevistados.....</i>	<i>17</i>
<i>Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones</i>	<i>18</i>
<i>Disposición a Recomendar de los Usuarios de Telecomunicaciones</i>	<i>21</i>
<i>Tasa de Problemas y Resolución.....</i>	<i>22</i>
<i>Conocimiento de los Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones y Rol SUBTEL.....</i>	<i>25</i>
<i>Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones en el contexto Internacional</i>	<i>32</i>
<i>Impacto de las dimensiones de servicio en la Satisfacción Global</i>	<i>34</i>
<i>Índice de Calidad de Servicio (ICS).....</i>	<i>37</i>
RESULTADOS POR SERVICIO	41
1.- Telefonía Móvil	41
<i>Proveedor del Servicio y Sus Características.....</i>	<i>41</i>
<i>Satisfacción con el Servicio</i>	<i>43</i>

<i>Análisis de Atributos y Dimensiones de Servicio: Impacto en la Satisfacción General – Telefonía Móvil con Contrato</i>	51
<i>Satisfacción global con atributos de servicio – Telefonía Móvil con Contrato</i>	52
<i>Análisis de Atributos y Dimensiones de Servicio: Impacto en la Satisfacción General – Telefonía Móvil Prepago</i>	55
<i>Satisfacción global con atributos de servicio – Telefonía Móvil Prepago</i>	56
<i>Problemas Recientes con el Servicio</i>	59
<i>Índice de Calidad de Servicio (ICS): Resultados Telefonía Móvil</i>	65
2.- Internet Móvil	71
<i>Proveedor del Servicio y Sus Características</i>	71
<i>Satisfacción con el Servicio</i>	73
<i>Análisis de Atributos y Dimensiones de Servicio: Impacto en la Satisfacción General</i>	80
<i>Problemas Recientes con el Servicio</i>	81
<i>Índice de Calidad de Servicio (ICS): Resultados Internet Móvil</i>	87
3.- Banda Ancha Móvil	89
<i>Proveedor del Servicio y Sus Características</i>	90
<i>Satisfacción con el Servicio</i>	92
<i>Análisis de Atributos y Dimensiones de Servicio: Impacto en la Satisfacción General</i>	99
<i>Problemas Recientes con el Servicio</i>	100
<i>Índice de Calidad de Servicio (ICS): Resultados Internet Móvil</i>	105
4.- Internet Fija	107
<i>Proveedor del Servicio y Sus Características</i>	107
<i>Satisfacción con el Servicio</i>	109
<i>Análisis de Atributos y Dimensiones de Servicio: Impacto en la Satisfacción General</i>	117
<i>Satisfacción global con atributos de servicio</i>	118
<i>Problemas Recientes con el Servicio</i>	121
<i>Índice de Calidad de Servicio (ICS): Resultados Internet Fija</i>	127
Síntesis son Conclusiones y Recomendaciones	129
Anexo I: Cuestionario Internet Fija	132
Anexo II: Cuestionario Telefonía Móvil	140
ANEXO III: Trabajo de Campo	150
Selección de los entrevistadores.	150
Definición del protocolo y manual del entrevistador.	151
Capacitación de los entrevistadores.	151

Codificación.....	153
Anexo IV: Informe N°1	154
Anexo V: Entrevistas en Profundidad	173

PRESENTACIÓN

El Gobierno de Chile en materia de telecomunicaciones ha definido como lineamientos estratégicos principales de política pública, la creación de una Superintendencia del sector, brindar un mayor impulso a la agenda digital a fin de otorgar banda ancha para todos, modernizar y actualizar la normativa vigente considerando el avance tecnológico, convergencia de los servicios y el fomento de la competitividad entre los distintos actores de la industria, orientada a generar una mayor calidad en la provisión de los servicios y la autorregulación del sistema en su conjunto.

En lo que respecta a la Subsecretaría de Telecomunicaciones, la concreción y materialización de estos lineamientos estratégicos le significará jugar un papel fundamental en lo que se refiere a fomentar la competitividad del mercado, a través de la fiscalización y control del funcionamiento de los servicios de telecomunicaciones y la protección de los derechos de los usuarios.

En este ámbito, se precisa buscar herramientas que tiendan a **disminuir las asimetrías de la información existentes entre los usuarios** y las compañías proveedoras de los servicios y a **incrementar la difusión de los derechos de los consumidores**. La premisa es que mientras más conocimiento y acceso a la información tienen los consumidores, mayor serán las exigencias que impongan a los prestadores de los servicios de telecomunicaciones, hecho que debiera repercutir en un aumento de la competitividad y en una mejor calidad de los servicios.

Precisamente en su rol de protectora de los derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones, la Subsecretaría ha desarrollado en conjunto con ICCOM desde el año 2011 la "Encuesta de satisfacción de usuarios de Servicios de Telecomunicaciones"¹, a través de un instrumento orientado a obtener datos sobre la satisfacción de la ciudadanía respecto de los Servicios de Telecomunicaciones y por esta vía, **propiciar un mayor grado de competitividad** en el mercado y fortalecer la función del Estado en materia de protección de los derechos de los consumidores, cumpliendo de esta forma con el lineamiento estratégico del Gobierno señalado inicialmente. Dicha encuesta es aplicada en 2 mediciones anuales.

El presente informe da cuenta de los resultados obtenidos en la primera medición 2012 de la "Encuesta de satisfacción de usuarios de Servicios de Telecomunicaciones" y sus comparaciones con los resultados de las 2 mediciones del año 2011.

¹ Encuesta aplicada desde el año 2006, que ha sido reformulada el año 2011.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Objetivo General

Medir cuantitativamente el grado de satisfacción de los usuarios de empresas de telecomunicaciones (Telefonía, Internet y Banda Ancha Móvil, e Internet Fija).

Objetivos Específicos

1. Medir la satisfacción general de los usuarios con el servicio recibido.
2. Comparar los niveles de satisfacción entre usuarios de diferentes compañías de telecomunicaciones y generar un ranking de empresas.
3. Comparar los niveles de satisfacción entre usuarios de diferentes zonas geográficas, sexo y edad.
4. Realizar análisis comparativo con mediciones anteriores.
5. Identificar y medir la satisfacción de los usuarios con diferentes aspectos o dimensiones de servicio.
6. Determinar el impacto de los diferentes aspectos y dimensiones de servicio en la satisfacción global de los usuarios de telecomunicaciones, utilizando las dimensiones de modelo SERVQUAL.
7. Calcular un índice de calidad de servicio a partir de indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones para cada servicio.
8. Comparar los resultados de la encuesta con encuestas del mismo tipo realizadas en el país y/o países del mismo desarrollo económico o similar al de Chile.

DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA

Tipo de Estudio

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

Grupo Objetivo y Cobertura

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

- Telefonía Móvil.
- Internet Móvil².
- Banda Ancha Móvil³.
- Internet Fija Residencial.

Cuestionarios

Se aplicaron 2 cuestionarios:

- **Internet Fija:** A personas mayores de 18 años, usuarios de internet fija en su hogar.
- **Telefonía Móvil, Internet Móvil y Banda Ancha Móvil:** A personas mayores de 18 años, usuarios de telefonía móvil. La muestra de Internet Móvil y Banda Ancha Móvil se obtuvo sobre esta base.

² Los usuarios de Internet Móvil se obtienen de la muestra de usuarios de Telefonía Móvil.

³ Los usuarios de Banda Ancha Móvil se obtienen de la muestra de Telefonía Móvil e Internet Fija Residencial.

Para la Medición N°1 del año 2012, se realizó algunos ajustes al cuestionario, siendo los más relevantes⁴:

- La eliminación de las preguntas para determinar el Nivel Socio-Económico del entrevistado en ambos cuestionarios.
- La inclusión de preguntas para conocer la opinión de personas que se han cambiado o han intentado cambiarse en los últimos 12 meses de compañía (evaluación de la portabilidad) en el cuestionario de Telefonía Móvil.
- La inclusión del módulo de Banda Ancha Móvil en cuestionario de Internet Fija

De esta forma, ambos cuestionarios se estructuraron en los siguientes módulos:

- Proveedor del servicio y sus características.
- Evaluación de la portabilidad (sólo a usuarios de Telefonía Móvil).
- Satisfacción con el servicio.
- Problemas Recientes con el Servicio.
- Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones.

Siendo los módulos Clasificación y Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones, generales para todos los entrevistados. Los otros módulos se repiten para los 4 servicios consultados.

⁴ Más detalles respecto de los ajustes realizados en el cuestionario y las pruebas piloto, se pueden ver en ANEXO IV: Informe N°1.

Diseño muestral: Internet Fija

Se aplicó un método de selección aleatorio estratificado por Zona y Compañía Provedora, es decir, cada elemento del marco muestral perteneciente a una misma zona y compañía, tiene la misma posibilidad de ser seleccionado en la muestra, pues se selecciona al azar.

Unidades de muestreo y marco muestral

La unidad básica de muestreo corresponde a los hogares particulares con internet fija y se cuenta con las bases de conexiones por compañía. De todas formas una vez contactado el hogar, se aplicó un pequeño filtro, para determinar si en el hogar existía conexión de internet fija, de qué proveedor era la conexión y asegurarse de que la persona que responderá la encuesta sea usuaria de la conexión de internet fija, al menos de vez en cuando.

Muestra y margen de error muestral

Para este estudio, la muestra real alcanzada fue de **3.553** casos, con la siguiente distribución por compañía:

Gráfica 1: Muestra y Error por Proveedor – Internet Fija

COMPAÑÍA	MUESTRA	%	Margen de Error (%)
Movistar	786	22%	3,5%
VTR	852	24%	3,4%
Claro (Telmex)	637	18%	3,9%
GTD (Manquehue)	407	11%	4,9%
CMET	412	12%	4,8%
Telsur / Telcoy	459	13%	4,6%
TOTAL	3.553	100%	1,6%

Con un error máximo por compañía proveedora del servicio de un 4,9%, y un 1,6% para la muestra total.

Diseño Muestral: Telefonía, Internet y Banda Ancha Móvil

A diferencia de las mediciones efectuadas durante el año 2011, para la medición de este año ICCOM contó con las bases de teléfonos móviles de las compañías proveedoras, de modo que se pudo realizar una muestra que se asimila a la distribución que el universo muestra en cuanto a Compañía Proveedor y Tipo de Relación (Contrato/Prepago). De modo que se aplicó un método de selección aleatorio de personas, estratificado por estas variables.

Unidades de Muestreo y Marco Muestral

La unidad básica de muestreo corresponde a personas con teléfono móvil, puesto que el marco muestral utilizado es la base de datos de teléfonos móviles provista por SUBTEL. Posteriormente a la selección de los teléfonos que participarán en el estudio, se obtiene información del individuo para confirmar su edad y que es el usuario principal del móvil. La posesión de internet móvil y/o banda ancha móvil NO se consideró como requisito para la aplicación de la entrevista. De este modo, todos los entrevistados evaluaron el servicio de telefonía móvil, pero sólo una proporción de ellos evaluaron ya sea el servicio de internet móvil o el servicio de Banda Ancha Móvil (seleccionando uno de ellos al azar).

Muestra y margen de error muestral

Para este estudio la muestra alcanzada fue de **3.382** casos con esta distribución por compañía:

Gráfica 2: Muestra y Margen de Error por Proveedor – Telefonía Móvil

COMPAÑÍA	MUESTRA	%	Margen de Error (%)
Entel	1319	39%	2,7%
Movistar	1167	35%	2,9%
Claro	896	26%	3,3%
TOTAL	3.382	100%	1,7%

Con un error máximo por compañía proveedora del servicio de un 3,3%, y un 1,7% para la muestra total. Estas muestras fueron ponderadas para seguir parámetros de representatividad de la población, de la forma en que se indica en el capítulo siguiente.

Ponderación

Internet Fija

Este estudio fue ponderado de modo que siga la distribución que tienen las conexiones de internet fija a lo largo del país, en base a la siguiente información proporcionada por la Subsecretaría.

Gráfica 3: Conexiones de Internet Fija por Región y Proveedor del Servicio.

Región	Movistar	VTR	Claro	GTD	CMET	Telsur / Telcoy	TOTAL	ZONA
15: De Arica y P.	7.539	14.299	934				22.772	214.742
1: De Tarapacá	11.539	18.999	1.467				32.005	
2: De Antofagasta	16.812	63.897	2.818				83.527	
3: De Atacama	13.544	7.159	3.010				23.713	
4: De Coquimbo	23.185	15.911	13.629				52.725	
5: De Valparaíso	74.385	101.670	15.554		2.732		194.341	284.023
6: Del Lib. B'Ohiggins	21.033	13.313	7.526		1.785		43.657	
7: Del Maule	22.131	13.074	6.717	1	4.102		46.025	
8: Del Bio-Bio	53.720	66.156	18.827		2.466	14.718	155.887	322.368
9: De la Araucanía	21.649	8.080	3.162			17.972	50.863	
14: De los Ríos	2.500	4.554	1.132			23.328	31.514	
10: De Los Lagos	4.851	12.239	2.436			43.543	63.069	
11: De Aysén	68					6.906	6.974	
12: De Magallanes	14.061						14.061	
13: Metropolitana	379.012	398.038	105.420	33.329	2.841	1	918.641	918.641
TOTAL	666.029	737.389	182.632	33.330	13.926	106.468	1.739.774	1.739.774

La fuente de información para contactar a los entrevistados fueron las bases provistas por SUBTEL con los teléfonos con conexión a internet fija de cada compañía.

Guiada por la distribución de conexiones mostrada en la gráfica anterior y buscando obtener tamaños de muestra con errores muestrales inferiores a 5% por macrozona y compañía proveedora, la muestra a lograr en el estudio de Internet Fija fue la siguiente:

Gráfica 4: Muestra Objetivo – Internet Fija.

Región	Movistar	VTR	Claro	GTD	CMET	Telsur / Telcoy	TOTAL	ZONA	Error Muestral
15: De Arica y P.	42	50					92	627	3,9%
1: De Tarapacá	37	62				99			
2: De Antofagasta	34	100				134			
3: De Atacama	49	40				89			
4: De Coquimbo	39	47	127			213			
5: De Valparaíso	51	116	92		64		323	667	3,8%
6: De Lib. B'Ohiggins	46	27	40		56		169		
7: De Maule	36	26			113		175		
8: De Bio-Bio	68	65	105		87	49	374	1.022	3,1%
9: De la Araucanía	36	30				55	121		
14: De los Ríos	21	11				87	119		
10: De Los Lagos	18	38				105	161		
11: De Aysén						135	135		
12: De Magallanes	112						112		
13: Metropolitana	160	218	226	400	80		1.084	1.084	3,0%
TOTAL	749	830	590	400	400	431	3.400	3.400	1,7%

Logrando el cumplimiento de la muestra a nivel total, como muestra la siguiente gráfica:

Gráfica 5: Muestra Lograda – Internet Fija.

Región	Movistar	VTR	Claro	GTD	CMET	Telsur / Telcoy	TOTAL	ZONA	Error Muestral
15: De Arica y P.	42	43					85	606	4,0%
1: De Tarapacá	37	61				98			
2: De Antofagasta	34	100				134			
3: De Atacama	49	27				76			
4: De Coquimbo	39	47	127			213			
5: De Valparaíso	51	116	97		66		330	675	3,8%
6: De Lib. B'Ohiggins	46	27	40		56		169		
7: De Maule	36	26	0		114		176		
8: De Bio-Bio	70	69	106		91	49	385	1.106	2,9%
9: De la Araucanía	43	31				55	129		
14: De los Ríos	26	12				96	134		
10: De Los Lagos	29	47				112	188		
11: De Aysén						147	147		
12: De Magallanes	123						123		
13: Metropolitana	161	246	267	407	85		1.166	1.166	2,9%
TOTAL	786	852	637	407	412	459	3.553	3.553	1,6%

Telefonía Móvil / Internet Móvil

Este estudio fue ponderado de modo que los resultados totales sean representativos del universo de teléfonos proporcionado por SUBTEL para la actual medición:

Gráfica 6: Distribución de Teléfonos Móviles por Compañía y Tipo.

CIA	TOTAL			
	PREPAGO	CONTRATO	TOTAL	% CIA
ENTEL	8.760.025	2.739.436	11.499.461	41%
MOVISTAR	7.148.877	2.688.649	9.837.526	35%
CLARO	5.547.900	1.154.734	6.702.634	24%
TOTAL	21.456.802	6.582.819	28.039.621	100%

De modo que para esta medición fue posible realizar una muestra proporcional a la compañía y tipo (contrato-prepago).

La muestra a lograr en el segmento de Telefonía Móvil fue de 3.400 casos, con un margen de error de 1.7%:

Gráfica 7: Muestra Objetivo - Telefonía Móvil.

COMPAÑÍA	TIPO	HOMBRE		MUJER		TOTAL	TOTAL / CIA	ERROR MUESTRAL
		18 a 39	40 o más	18 a 39	40 o más			
ENTEL	Prepago	266	266	266	266	1.064	1.396	2,6%
	Contrato	83	83	83	83	332		
MOVISTAR	Prepago	217	217	217	217	868	1.196	2,8%
	Contrato	82	82	82	82	328		
CLARO	Prepago	168	168	168	168	672	812	3,4%
	Contrato	35	35	35	35	140		
TOTAL		851	851	851	851	3.404	3.404	1,7%

La muestra lograda en el segmento de Telefonía Móvil fue de 3.382 casos, con un margen de error de 1.7%:

Gráfica 8: Muestra lograda -Telefonía Móvil

	Entel	Movistar	Claro	TOTAL	Error Muestral
Contrato	370	352	172	894	3,3%
Prepago	949	815	724	2.488	2,0%
TOTAL	1.319	1.167	896	3.382	1,7%
Error Muestral	2,7%	2,9%	3,3%	1,7%	

La fuente de información para contactar a los entrevistados fue la siguiente:

- Encuestas a personas con teléfono móvil, de 18 años y más, de todo el país:
 - Usando la base de datos de las compañías provista por SUBTEL.
 - Se aplicó una pregunta filtro, para saber si la persona que respondió la llamada es usuario principal de un móvil. Si no es, se pregunta por el usuario principal.
- Se confirma el proveedor de telefonía móvil. Los principales son:
 - Entel PCS
 - Movistar
 - Claro
 - Si responde otra compañía, se anota en el cuestionario y la encuesta continua.
- Finalizado el módulo de telefonía móvil, se indaga por la tenencia de Internet móvil en el celular y por Banda Ancha móvil (dispositivo BAM), siguiendo este procedimiento de aplicación en cada caso:
 1. Si sólo tiene Internet Móvil o Banda Ancha Móvil, responde por el servicio que tenga.
 2. Si tiene ambos, se selecciona al azar uno de los 2 servicios para ser evaluado.

La selección en el caso de tener ambos servicios se realiza automáticamente en CATI, seleccionando los números de teléfono que terminan en impar para aplicar Módulo de Internet Móvil, dejando los números par para Banda Ancha Móvil.

Banda Ancha Móvil

En el caso de Banda Ancha Móvil, la muestra se compone por los usuarios que responden el módulo correspondiente en la muestra de Telefonía Móvil, sumados a los casos de usuarios de Internet Fija que tienen Banda Ancha Móvil. La distribución de usuarios de Banda Ancha Móvil por compañía, sumando los casos de ambos estudios fue la que se exhibe en la siguiente gráfica:

Gráfica 9: Muestra y Error por Proveedor – Banda Ancha Móvil

COMPAÑÍA	MUESTRA	%	Margen de Error (%)
Entel	374	49%	5,1%
Movistar	241	31%	6,3%
Claro	113	15%	9,2%
Otras	39	5%	15,7%
TOTAL	767	100%	3,5%

Esta distribución fue ajustada de acuerdo a la siguiente información disponible de participación de mercado en Banda Ancha Móvil⁵:

COMPAÑÍA	%
Entel	38%
Movistar	39%
Claro	18%
Otras	5%
TOTAL	100%

⁵ Fuente: Subtel Diciembre 2011 – Información de operadores en BAM e Internet Móvil 3G. la proporción de cada compañía fue ajustada para dar cabida al 5% de “Otras” compañías obtenidas en la muestra.

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Visión General de los 4 servicios de telecomunicaciones

A continuación revisaremos algunos de los resultados más relevantes de los 4 segmentos de usuarios de interés, considerando a nivel total, los siguientes aspectos medidos en el estudio:

- Perfil de Entrevistados de Ambos Estudios.
- Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones.
- Problemas Recientes con el Servicio.
- Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones.
- Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones en el contexto Internacional.
- Impacto de Dimensiones de Servicio en La Satisfacción.

Los resultados a nivel total y por compañía, tanto en esta sección de visión general, como en los módulos específicos de cada servicio, serán expuestos usando Gráficas en los cuales se podrá comparar la medición actual con las mediciones del año 2011, para lo cual se utilizará la siguiente notación:

- Medición N°1 año 2011: Med 1 - 2011.
- Medición N°2 año 2011: Med 2 - 2011.
- Medición N°1 año 2012: Med 1 - 2012.

A su vez, en los casos de los otros niveles de apertura de información utilizados para el análisis de la información, a saber:

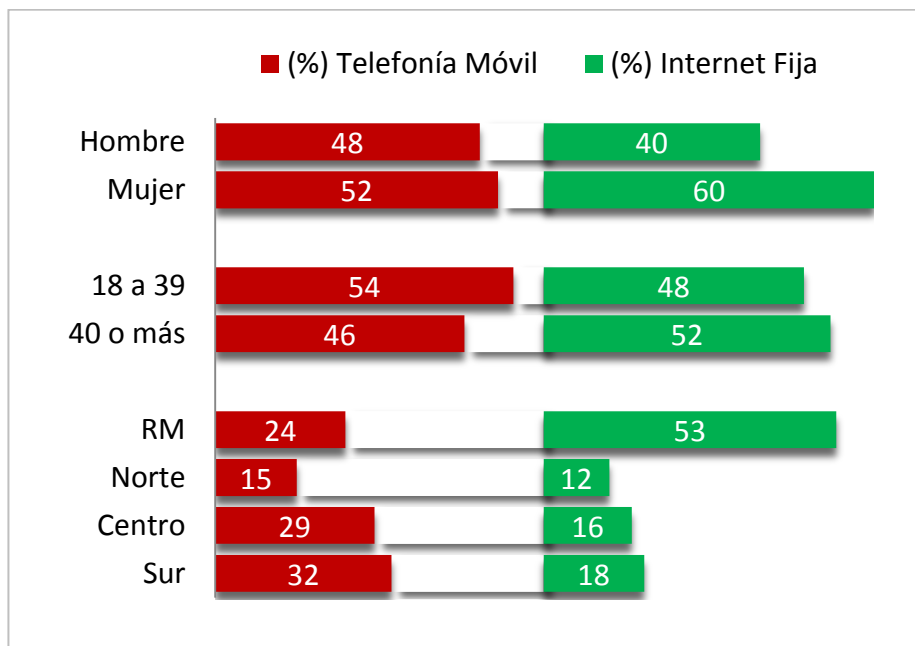
- Sexo: Hombre – Mujer
- Edad: 18 a 39 – 40 o más
- Zona: RM, Norte, Centro, Sur.

Los resultados serán expuestos en tablas estadísticas, indicando oportunamente los principales hallazgos encontrados.

Perfil de los Entrevistados

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

Gráfica 10: Perfil Demográfico (Ambos Estudios)



Por ejemplo, los resultados globales de Telefonía Móvil corresponden en un 48% a Hombres y el 52% restante corresponde a Mujeres.

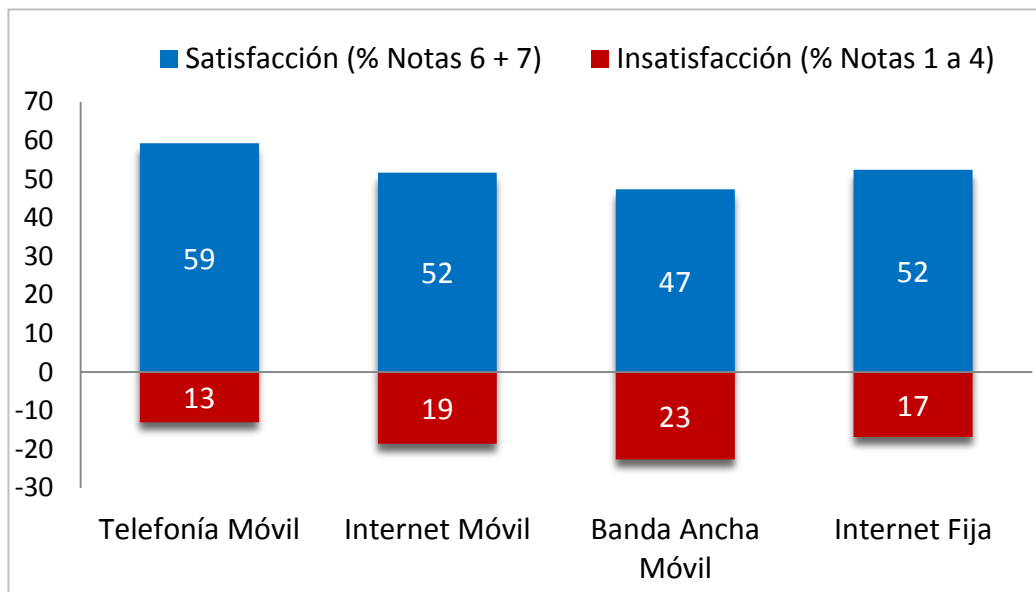
A su vez, el perfil de los entrevistados de internet fija corresponde a un 60% de mujeres y un 40% de hombres, un 52% mayor a 39 años y un 48% entre 18 y 39 años, y el 53% corresponde a la Región Metropolitana, aunque cabe recordar que este resultado sigue la proporción de conexiones correspondientes por zona, pues ésta última es una variable de ponderación.

Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones

La satisfacción de los usuarios se indagó aplicando la siguiente pregunta *“Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de..... que le presta actualmente...NOMBRAR PROVEEDOR. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de...?”*. A lo largo del presente estudio, entenderemos por *“Satisfacción”* el porcentaje de personas que califican el servicio con nota 6 ó 7 y entenderemos por *“Insatisfacción”* al porcentaje de personas que califican el servicio con nota 1 a 4. Quienes califican con nota 5 no son considerados en ninguno de los dos indicadores.

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

Gráfica 11: Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones.



Siendo Telefonía Móvil la que presenta los mejores niveles de satisfacción entre sus usuarios, con una diferencia de 12% respecto de Banda Ancha Móvil, el servicio con el menor nivel de satisfacción de los 4 evaluados.

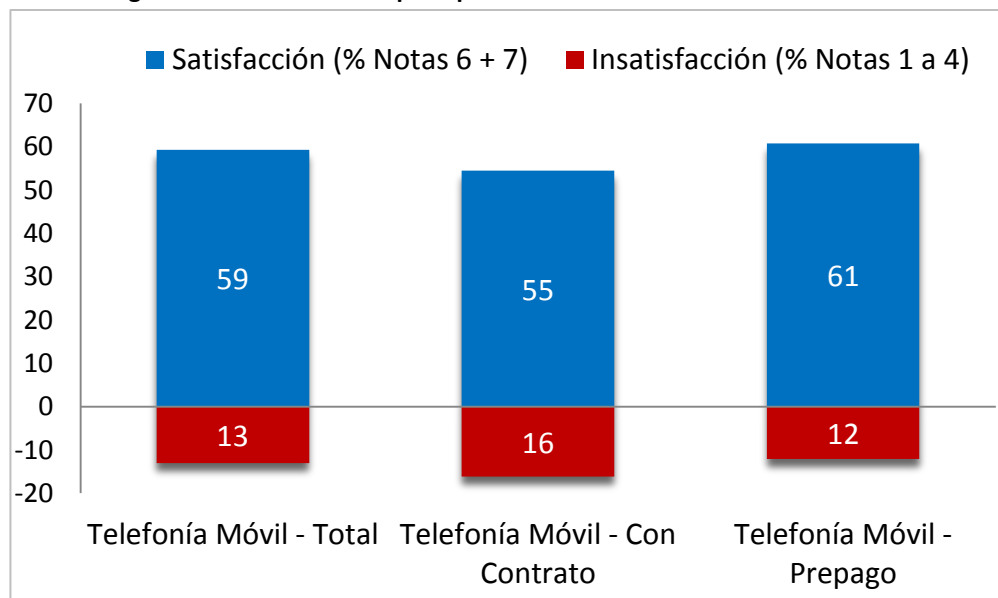
El análisis comparativo por variables demográficas muestra que en la mayor parte de los servicios evaluados, son mujeres y mayores de 40 años quienes se encuentran más satisfechos con los servicios recibidos, y la zona RM es la que se encuentra con los niveles más bajos de satisfacción.

Gráfica 12: Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones por variables demográficas.

% SATISFACCIÓN (Notas 6+7)	TOTAL	SEXO		EDAD		ZONA			
		Hombre	Mujer	18 a 39	40 o +	RM	Norte	Centro	Sur
Telefonía Móvil	59	57	61	56	63	51	64	62	61
Internet Móvil	52	48	57	50	57	51	56	60	44
Banda Ancha Móvil	47	46	49	48	46	42	50	50	49
Internet Fija	52	48	55	50	54	49	54	55	58

La satisfacción de los usuarios de telefonía móvil de prepago es significativamente mayor que la de sus pares con contrato, esto se puede observar en la siguiente gráfica.

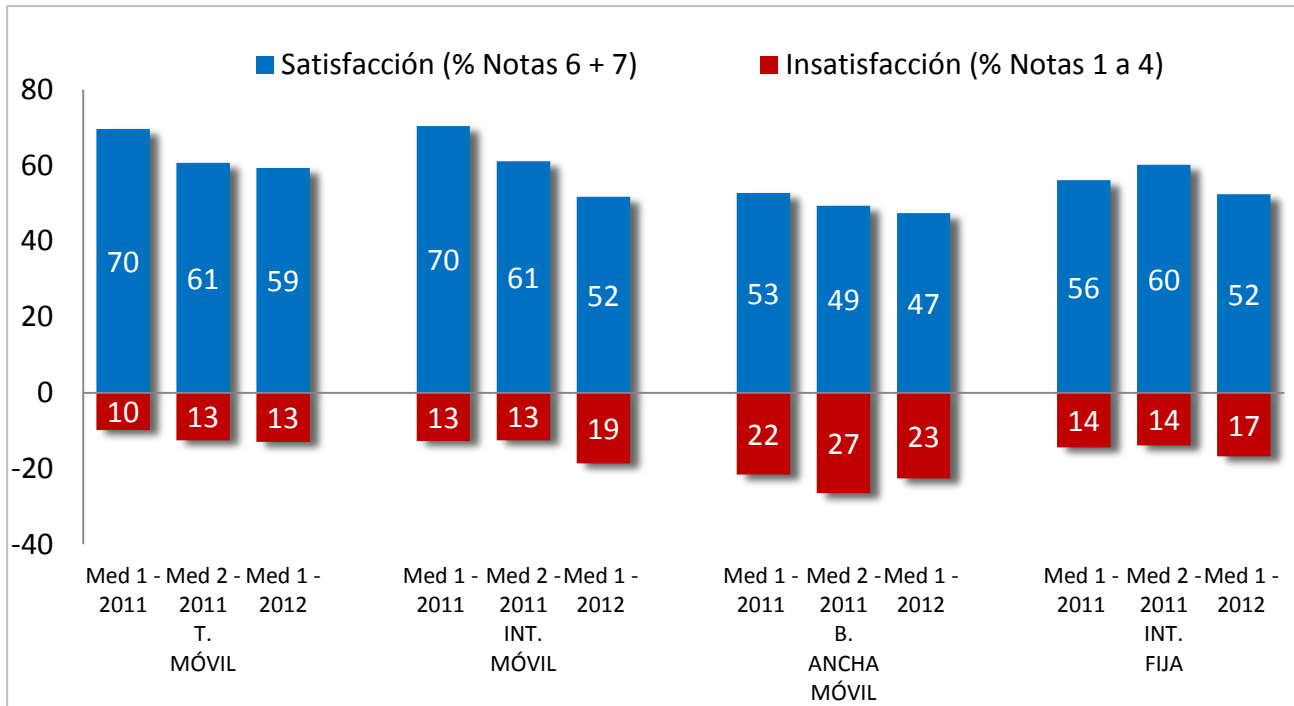
Gráfica 13: Satisfacción general Telefonía Móvil por tipo de relación.



Lo anterior se da con mayor fuerza en el indicador de “Usuarios Satisfechos”.

Si se analiza los resultados comparativos respecto de mediciones anteriores de la encuesta, se observa un estancamiento en los niveles de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones a nivel general, incluyendo una bajas significativas en la evaluación de Internet Móvil y Fija.

Gráfica 14: Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones - Evolución.



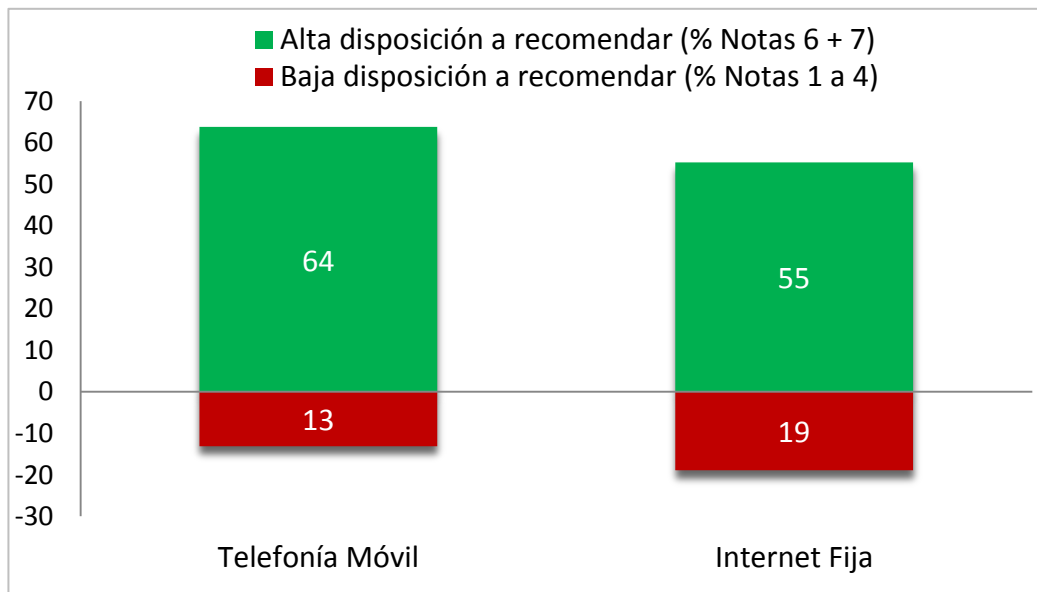
Las evoluciones más destacadas son los 9 puntos porcentuales de baja (61% a 52%) en satisfacción de Internet Móvil y los 8 puntos (60% a 52%) en Internet Fija.

Disposición a Recomendar de los Usuarios de Telecomunicaciones

Uno de los indicadores incluidos en la actual medición es la disposición a recomendar los servicios de telecomunicaciones. Esta disposición a recomendar se midió aplicando la siguiente pregunta *“Si un amigo o alguien cercano busca un servicio de internet fija/Telefonía móvil, en una escala de 1 a 7 donde 1 es “Definitivamente no lo recomendaría” y 7 es “Definitivamente lo recomendaría”, ¿Con qué nota recomendaría a LEER PROVEEDOR ACTUAL?”*. De forma similar a los indicadores de satisfacción, se define “Alta Disposición a Recomendar” a aquellas evaluaciones 6 o 7, y “Baja Disposición a Recomendar” a las evaluaciones 1 a 4.

Los servicios de Telefonía Móvil e Internet Fija muestran diferentes niveles de recomendación, lo que se puede apreciar en la siguiente gráfica:

Gráfica 15: Disposición a Recomendar los servicios de telecomunicaciones.



Siendo Telefonía Móvil el servicio en el cual las personas tienen una mayor disposición a recomendar.

Comparativamente por variables demográficas, nuevamente son las mujeres quienes tienen una mayor disposición a recomendar los servicios, mientras en RM son quienes muestran las disposiciones más bajas a recomendar.

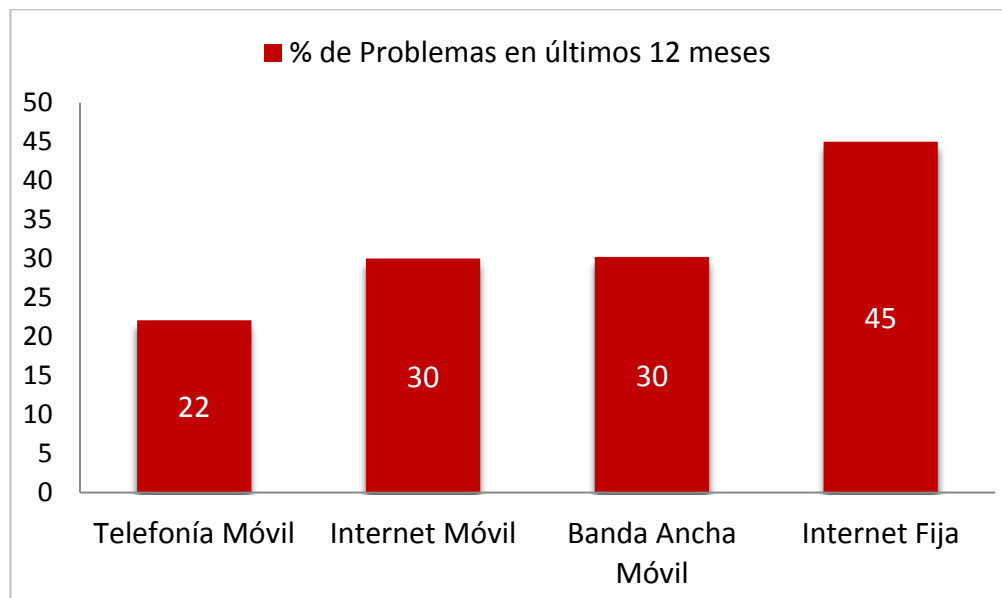
Gráfica 16: Alta disposición a recomendar los servicios de telecomunicaciones por variables demográficas.

% Alta disposición a recomendar (6+7)	TOTAL	SEXO		EDAD		ZONA			
		Hombre	Mujer	18 a 39	40 o +	RM	Norte	Centro	Sur
Telefonía Móvil	64	60	67	61	68	54	69	65	68
Internet Fija	55	51	58	55	56	51	58	61	62

Tasa de Problemas y Resolución

En relación a los problemas que los usuarios de telecomunicaciones declaran haber tenido con cada uno de los servicios en los últimos 12 meses (*“¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con su servicio de...?”*) los usuarios de Internet Fija siguen siendo los que tienen una mayor proporción de problemas (45%).

Gráfica 17: Tasa de Problemas en últimos 12 meses.



Por otra parte, los usuarios de Telefonía Móvil, son quienes ostentan la menor tasa de problemas, con un 22% en los últimos 12 meses.

El análisis comparativo por variables demográficas indica que hombres jóvenes, tienden a ser quienes tienen una mayor proporción de problemas, esto puede deberse a un uso más intensivo de la tecnología.

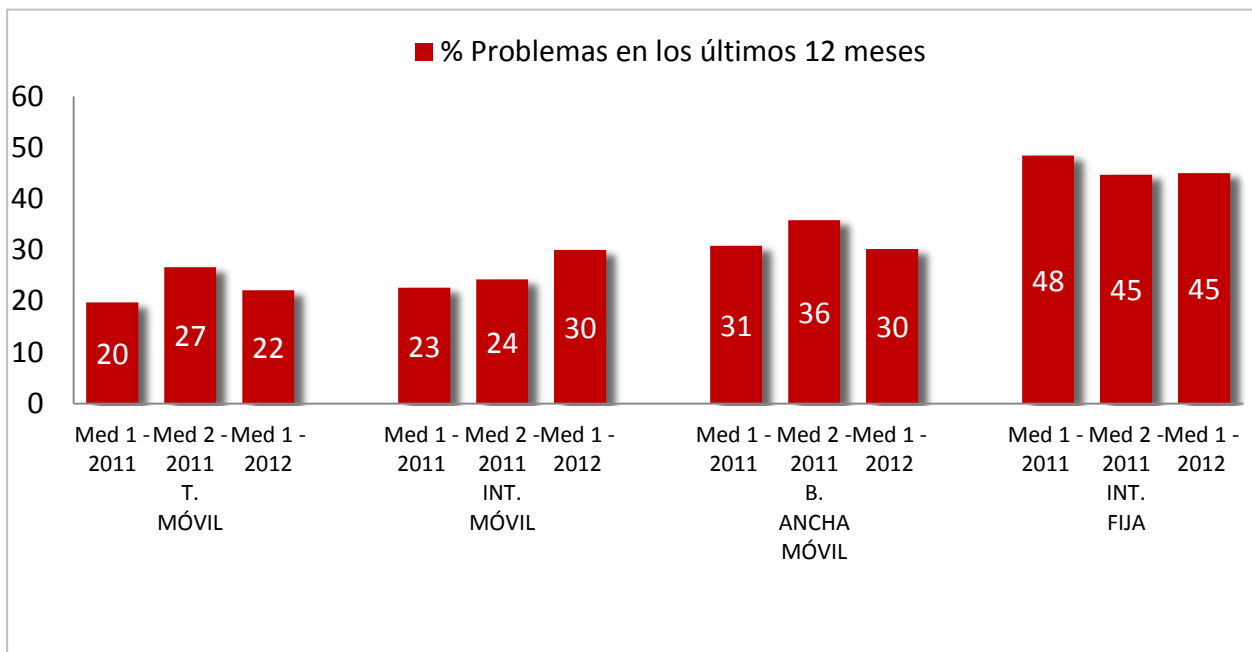
Gráfica 18: Tasa de Problemas en últimos 12 meses por variables demográficas.

% PROBLEMAS	TOTAL	SEXO		EDAD		ZONA			
		Hombre	Mujer	18 a 39	40 o +	RM	Norte	Centro	Sur
Telefonía Móvil	22	22	23	25	18	34	19	18	19
Internet Móvil	30	34	25	33	20	32	22	29	33
Banda Ancha Móvil	30	31	29	32	28	35	29	26	30
Internet Fija	45	49	42	50	41	45	44	46	44

En internet fija se destaca que la mayor proporción de problemas son presentados entre usuarios hombres, de 18 a 39 años.

Consistentemente con las evoluciones mostradas por los niveles de satisfacción de los 4 servicios, es Internet Móvil el servicio que muestra el alza más significativa en este indicador.

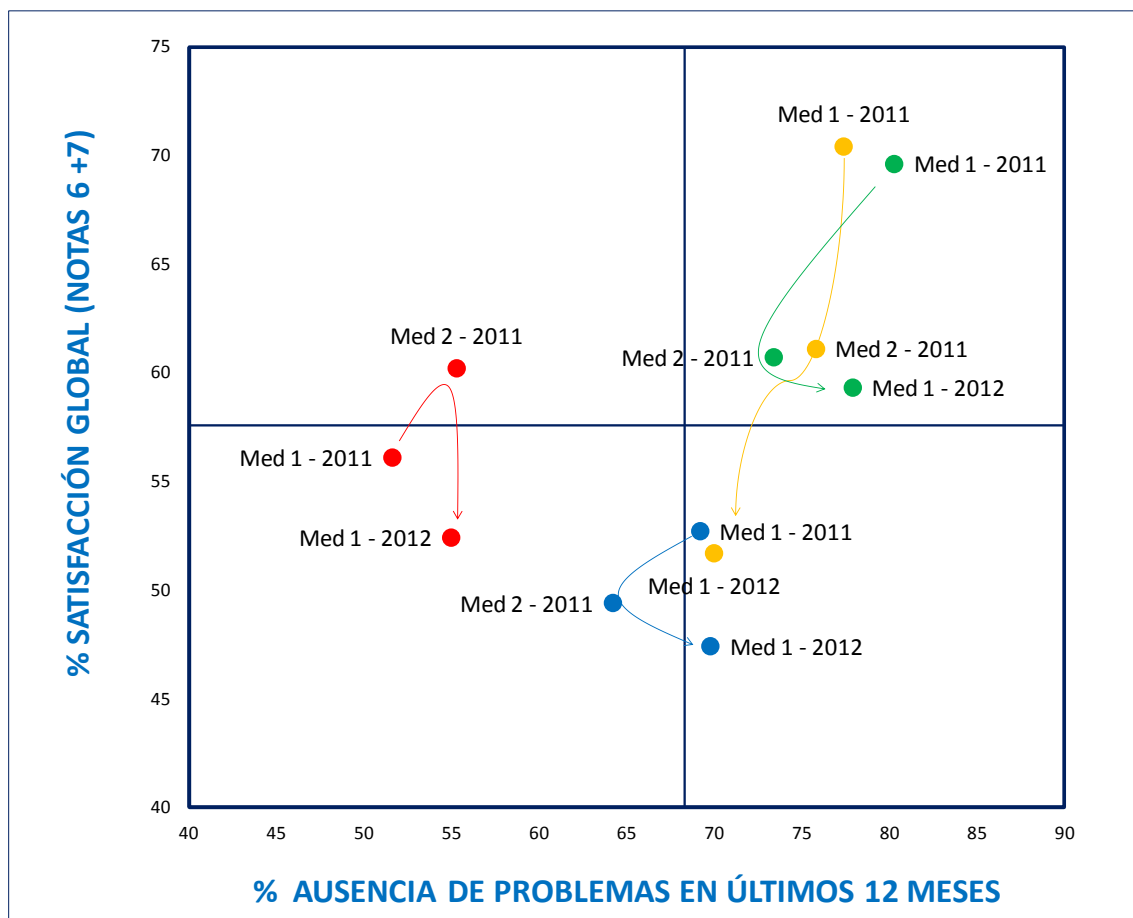
Gráfica 19: Tasa de Problemas en últimos 12 meses - Evolución.



Por su parte destaca la baja mostrada por Telefonía Móvil y Banda Ancha Móvil.

La gráfica anterior indica que la tasa de problemas en los últimos 12 meses tiende a mantenerse en el tiempo en niveles en torno al 20% y 50%. Si se considera el indicador inverso (100-%Tasa de Problemas) como la Ausencia de Problemas, y se observa su evolución en el tiempo en conjunto a los niveles de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones, como se muestra en la siguiente gráfica:

Gráfica 20: Ausencia de Problemas en últ. 12 meses y Satisfacción con Servicios de Telecomunicaciones- Evolución.



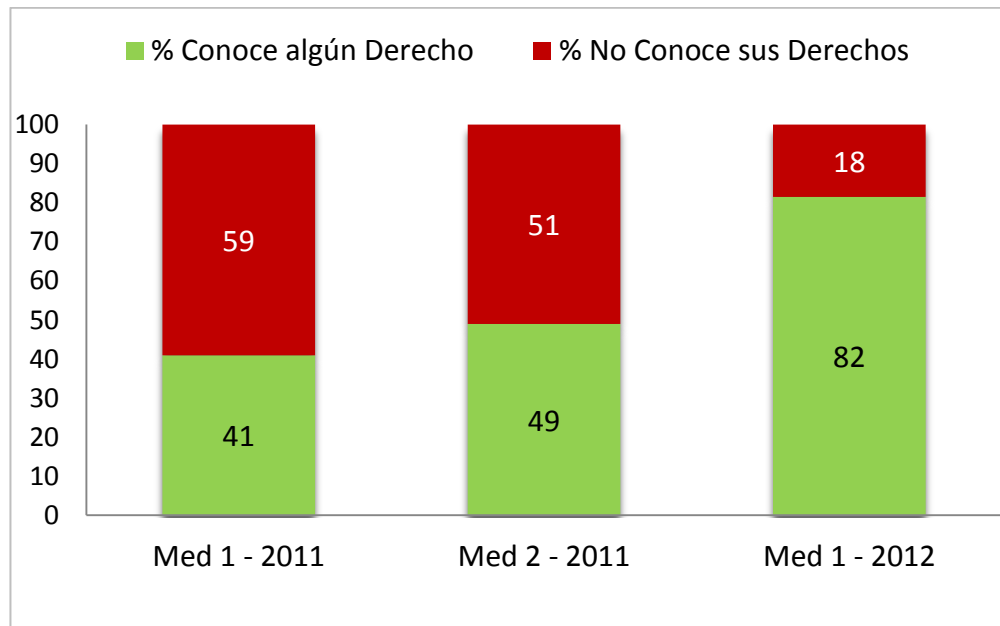
Se puede apreciar que a excepción de Internet Fija, los niveles de satisfacción de los servicios móviles son especialmente sensibles a la Ausencia de Problemas, por ende la Telefonía Móvil se encuentra en un cuadrante positivo de menor tasa de problemas, y evaluaciones superiores a los demás servicios. Por contrapartida, el servicio de Internet Móvil es fuertemente castigado, pues su disminución en 7 puntos en la Ausencia de problemas va de la mano con una baja en 18 puntos de Satisfacción (ambas comparaciones entre Med 1 2011 y Med 1 – 2012).

Conocimiento de los Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones y Rol SUBTEL

Les preguntamos a los entrevistados si conocían algún derecho relacionado con las telecomunicaciones. La pregunta aplicada fue: *“Hablemos ahora de derechos que Ud. posee como consumidor frente a las compañías proveedoras de servicios de telecomunicaciones, tales como de telefonía fija, celular, televisión por cable e Internet. Cuando ud. contrata un servicio de telecomunicaciones tiene derechos como usuario, pero también deberes tales como por ej., la obligación de pagar la cuenta mes a mes. ¿Cuál o cuáles cree ud. que son los derechos que usted tiene como usuario de un servicio de telecomunicaciones? RESPUESTA ESPONTÁNEA. SONDEE ¿Qué otros derechos tiene?”*.

Cabe recordar que esta pregunta fue modificada de modo que su formulación facilite al entrevistado la recordación de sus derechos, a partir de la explicación de sus deberes, por ende, si bien los resultados no son estrictamente comparables con los de la medición anterior, vale la pena mostrar cómo varía el resultado:

Gráfica 21: Conocimiento Espontáneo de Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones.



Espontáneamente, un 82% de los entrevistados menciona al menos un derecho del consumidor, 32 puntos más, respecto de la medición anterior.

Por lejos el derecho más presente entre quienes responden la encuesta es el “Derecho a recibir un buen servicio”, seguido por “Que cumplan con lo ofrecido”, “Derecho a una buena atención” y a “Reclamo” entre otras menciones menores.

Gráfica 22: Derechos mencionados espontáneamente.

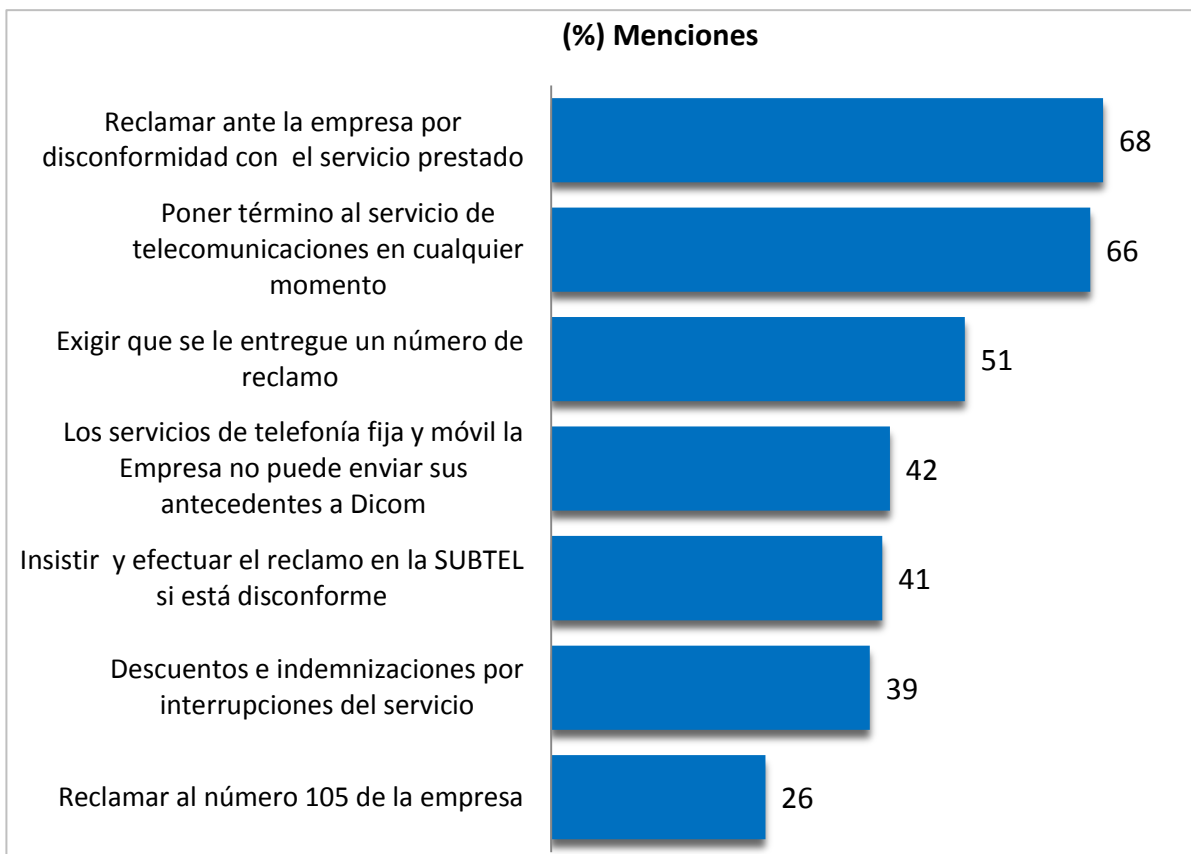


Cabe destacar que esta respuesta se da en forma espontánea y que las personas mencionan en promedio 1,1 derechos del consumidor de telecomunicaciones.

Luego de indagar por el conocimiento de los derechos en forma espontánea, a los entrevistados se le mencionaron un conjunto de derechos y para cada uno, se solicitó responder si lo conocía, o no (*“Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, ¿sabía usted....? LEA UNO A UNO SEGÚN ROTACIÓN”*).

En relación al nivel de conocimiento que los usuarios tienen de sus derechos como un consumidor de servicios de telecomunicaciones, se puede decir que es un conocimiento moderado, tomando en consideración que el derecho más mencionado como conocido (con ayuda, leyéndole la alternativa), es “Reclamar ante disconformidad por el servicio”, con un 68% de las menciones.

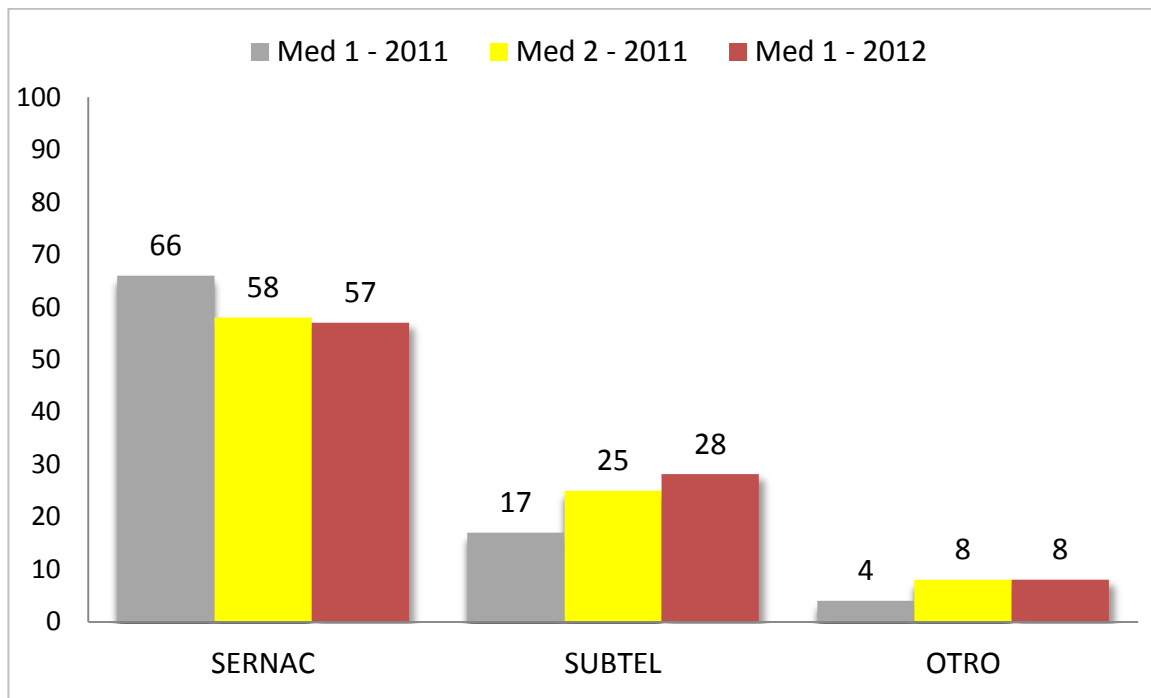
Gráfica 23: Conocimiento asistido de derechos.



Un **92%** de los entrevistados menciona al menos un derecho de forma asistida, y en promedio las personas mencionan 3 derechos.

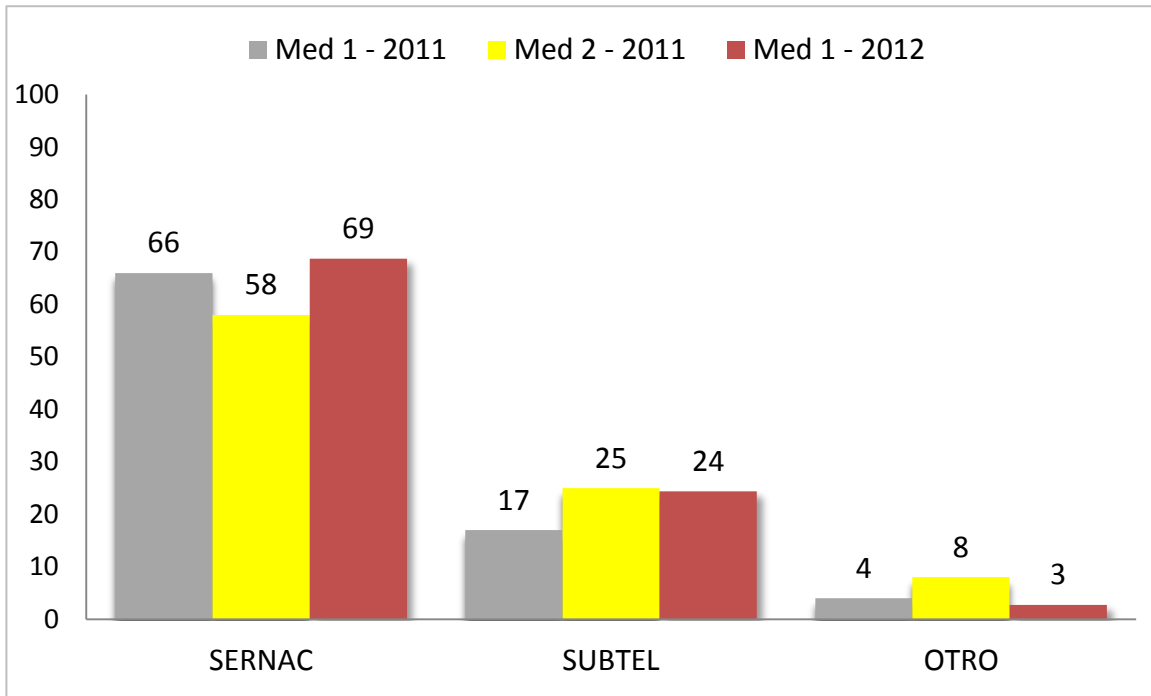
La presencia de SUBTEL como entidad o institución donde se puede dirigir para cursar el reclamo y hacer valer sus derechos aumenta de un 17% a un 28%, respecto de la misma medición del año anterior. Cabe mencionar que la pregunta efectuada para medir este conocimiento fue la siguiente: *“Si usted tiene un problema con algún servicio de telecomunicaciones y la empresa no le responde adecuadamente, ¿a qué Instituciones se puede dirigir para cursar el reclamo y hacer valer sus derechos? RESPUESTA ESPONTÁNEA MULTIPLE”*

Gráfica 24: Instituciones para cursar reclamos y hacer valer derechos.



De estas instituciones, SERNAC se afianza como aquella con la cual las personas se sienten más protegidos, medido a través de la siguiente pregunta: *“Y de las Instituciones que le voy a mencionar, ¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones? LEA INSTITUCIONES. RESPUESTA MULTIPLE”*

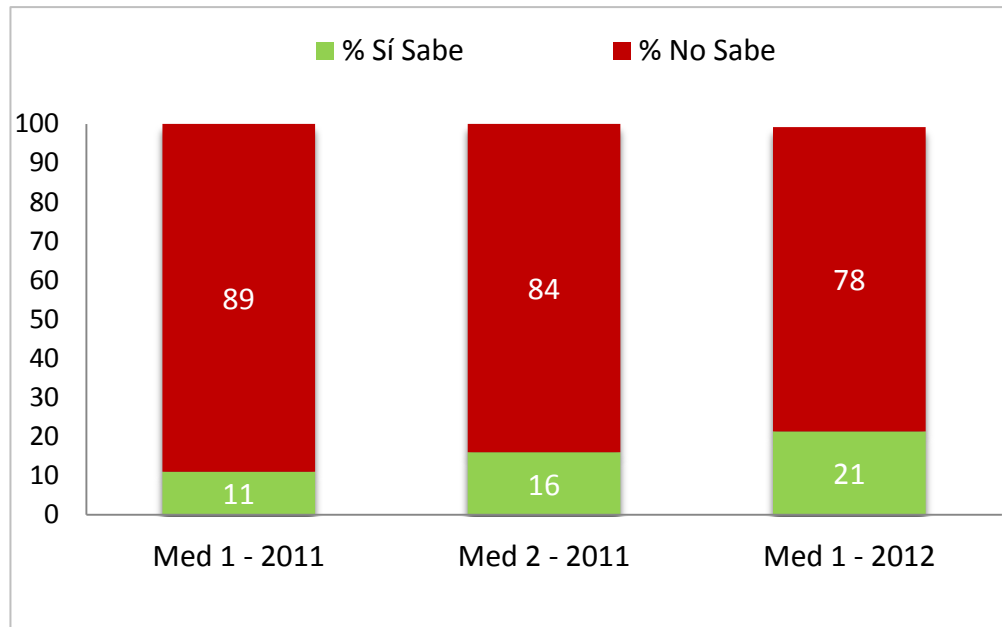
Gráfica 25: Institución donde se siente más protegido.



SUBTEL se mantiene con un 24% de los entrevistados mencionándola como la institución con la que se siente más protegido.

Finalmente, en el estudio de Telefonía Móvil se sondea el conocimiento por parte de los consumidores respecto de temas específicos, como la institución encargada de revisar diferentes temas, a saber, se realizó la siguiente pregunta en ambas mediciones: *“¿Sabía Ud. que en telefonía móvil, si usted tiene problemas de señal o servicio tiene que efectuar el reclamo en Subtel, y que si tiene problemas con su equipo tiene que ir al Sernac?”*

Gráfica 26: Sabe dónde efectuar reclamos por Señal/Servicio y Equipo.

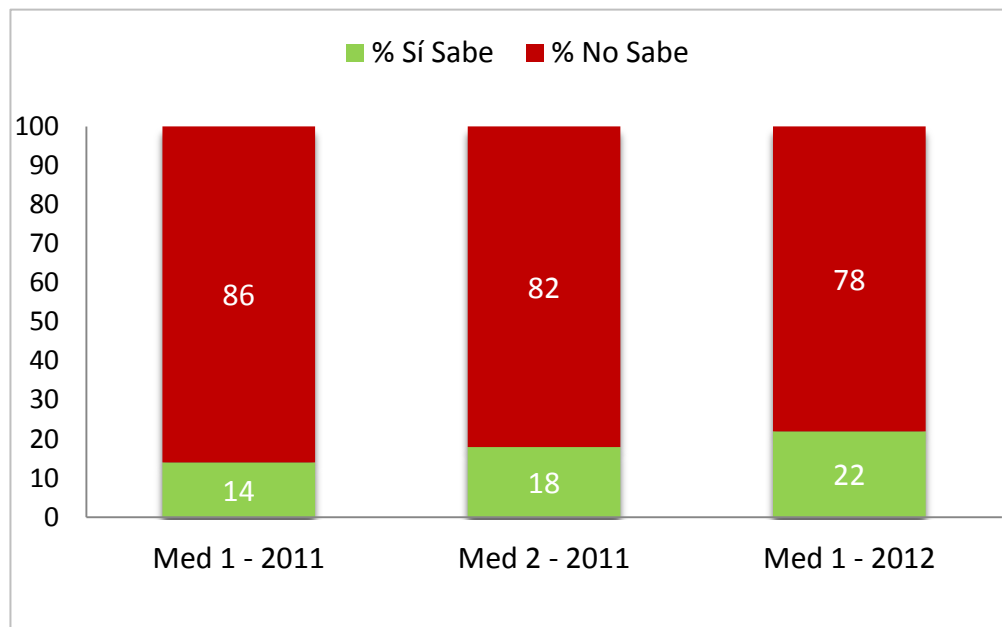


Se observa un aumento significativo en el conocimiento por parte de las personas en este ámbito, pasando de un 16% de conocimiento a un 21%.

Un segundo tema específico de Telefonía Móvil que se sondea es el conocimiento respecto de Internet y banda Ancha Móvil: *¿Sabía usted que en Internet móvil y Banda Ancha Móvil la velocidad máxima de bajada y de subida disminuye respecto de aquella establecida en el plan cuando se agota la cuota de uso dentro del mes?”*

En este caso, el nivel de conocimiento también aumenta significativamente, de 18% a 22%.

Gráfica 27: Sabe de baja de velocidad en Internet Móvil y Banda Ancha Móvil.



Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones en el contexto Internacional

El principal referente de benchmark o comparación respecto de la calidad de servicio y satisfacción percibida, es la propia evolución de los indicadores a lo largo del tiempo. Es decir, se podrá decir que los niveles de satisfacción con los servicios de telecomunicaciones en un minuto del tiempo se encuentran “bien” o “mal”, al ser comparados con los niveles obtenidos con anterioridad.

En el sentido anterior, buena parte del informe permitirá conocer si el nivel de satisfacción con los diferentes servicios de telecomunicaciones evaluados mejora o empeora en relación a las mismas medidas de la evaluación inmediatamente anterior.

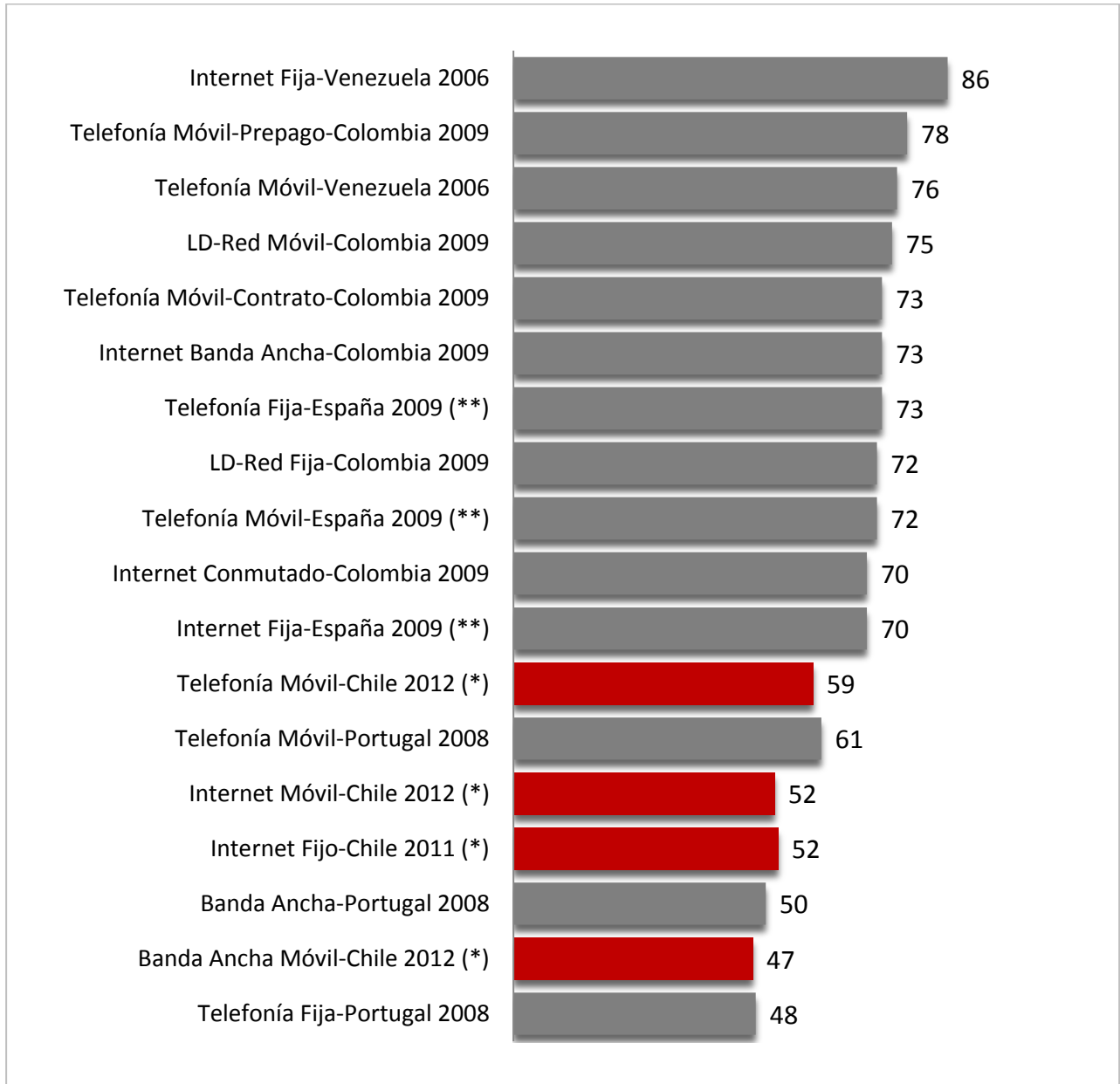
Sin embargo, lo anterior, se ha realizado una búsqueda a través de fuentes secundarias de información, referentes al monitoreo de la satisfacción con servicios de telecomunicaciones en el mundo.

Los resultados obtenidos, si bien son acotados en términos de la cantidad de estadísticas directamente comparables con los indicadores levantados en este estudio, permiten tener una visión comparativa secundaria, por una parte para conocer los mecanismos de levantamiento de información utilizados en otros países y los servicios analizados, y por otra parte para revisar comparativamente los resultados obtenidos por las compañías proveedoras en términos de satisfacción.

Para este Informe ICCOM ha recopilado información de diversas fuentes internacionales a través de la Web, buscando entre Informes y Estudios publicados por organismos de regulación de cada país.

La información recabada que puede usarse como comparación de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones en Chile se muestra en la siguiente Gráfica.

Gráfica 28: Satisfacción en Chile en el Contexto Internacional.



Fuentes: Medición de NSU-Colombia, Estudio de Centro nacional de Consultoría. Movilizadores de la telefonía celular en Venezuela, Estudio de Datanalisis. Estudo Europeu sobre a Satisfação com os serviços de Telecomunicações 2008 – Milward Brown, Estudio satisfacción Usuarios de Telecomunicaciones de la Dirección General de Telecomunicaciones de España.

(*) Información de la Primera Medición 2012.

(**) Corresponde a la evaluación promedio obtenida en pregunta de satisfacción general, dividida por la nota máxima (En escala de 1 a 10).

Impacto de las dimensiones de servicio en la Satisfacción Global

Para cada uno de los servicios evaluados, se definió un set de características a evaluar o atributos, que en su conjunto ayudan a explicar los motivos para que un servicio sea percibido como satisfactorio o no satisfactorio. De acuerdo al modelo aplicado, el conjunto de atributos pertenecen cada uno a una dimensión o aspecto global que los reúne por su similitud. Estas dimensiones no son directamente evaluadas por el entrevistado sino determinadas como variables latentes, mediante la técnica denominada Ecuaciones Estructurales. Luego, cada dimensión así calculada tiene un peso o relevancia que dependerá del servicio en consideración, del segmento de usuario que se esté analizando, el momento del tiempo en que se haya realizado la medición y un largo etcétera.

Las cuatro dimensiones o características de un servicio, de acuerdo al modelo, son:

- **Calidad del Producto:**

Dimensión relativa al funcionamiento mismo del servicio o conexión.

- **Capacidad de Respuesta:**

Dimensión que se relaciona principalmente con la atención oportuna de requerimientos.

- **Confiabilidad:**

Dimensión asociada al cumplimiento de lo ofrecido y la atención confiable de requerimientos.

- **Empatía:**

Dimensión relacionada con la capacidad de los proveedores de entregar servicios y atención adecuados a lo que las personas necesitan.

El modelo determina la importancia relativa de cada dimensión en la satisfacción global y, simultáneamente, la importancia relativa de los atributos en relación a la dimensión a la que pertenecen.

Gráfica 29: Modelo para Identificar Impacto de Dimensiones de Servicio en la Satisfacción.



Los resultados de importancia a nivel de dimensiones, en cada uno de los servicios, es el siguiente:

Gráfica 30: Peso de Dimensiones del ICS

Pesos Dimensiones ICS	Calidad del Producto	Capacidad de Respuesta	Confiabilidad	Empatía	TOTAL
Telef. Móvil Contrato	25,5%	10,0%	39,0%	25,5%	100,0%
Telef. Móvil Prepago	39,1%	8,3%	32,2%	20,4%	100,0%
Internet Móvil	45,6%	3,9%	27,4%	23,1%	100,0%
Banda Ancha Móvil	40,3%	9,0%	30,6%	20,1%	100,0%
Internet Fija Hogar	58,3%	3,2%	24,4%	14,1%	100,0%

Es importante hacer notar que el modelo de análisis no permite detectar fácilmente los denominados Factores Higiénicos, que corresponden a aquellos elementos que el usuario recibe y por los que no muestra especial valoración (no representan un elemento determinante de la satisfacción), sin embargo, si se le quitaran, entonces tenderían a generar insatisfacción. Ese quizás es el fenómeno en los servicios de telecomunicaciones, para la que los elementos de “Capacidad de Respuesta” pesan relativamente poco, recordando que los aspectos relacionados con la capacidad de respuesta tienen que ver con la facilidad para contactarse para realizar un requerimiento o plantear un problema, la solución y rapidez de solución. Podemos hipotetizar, por ahora, que estos elementos de calidad se encuentran presente y son bien evaluados por ellos.

Índice de Calidad de Servicio (ICS)

La definición y medida de la calidad resulta particularmente compleja en el ámbito de los servicios, dado que es un concepto que no tiene una definición única, objetiva y universal. La intangibilidad de los servicios complica su evaluación en cuanto a calidad (GRONROOS, 1994).

En la literatura sobre el tema, el modelo que goza de una mayor difusión es el denominado Modelo de la Deficiencias o de Brechas (PARUSARAMAN, ZEITHAML Y BERRY, 1985,1988) en el que se define la calidad de servicio como una función de la **discrepancia entre las expectativas** de los consumidores sobre el servicio que van a recibir y sus **percepciones sobre el servicio** efectivamente prestado por la empresa. Los autores sugieren que reducir o eliminar dicha diferencia, denominada GAP 5, depende a su vez de la gestión eficiente por parte de la empresa de servicios de otras cuatro deficiencias o discrepancias.

En el presente estudio, se ha aplicado **una parte del modelo**, basado en las percepciones sobre el servicio y **omitiendo la medición de las expectativas**, por las dificultades teóricas y prácticas que representa su aplicación en una encuesta telefónica.

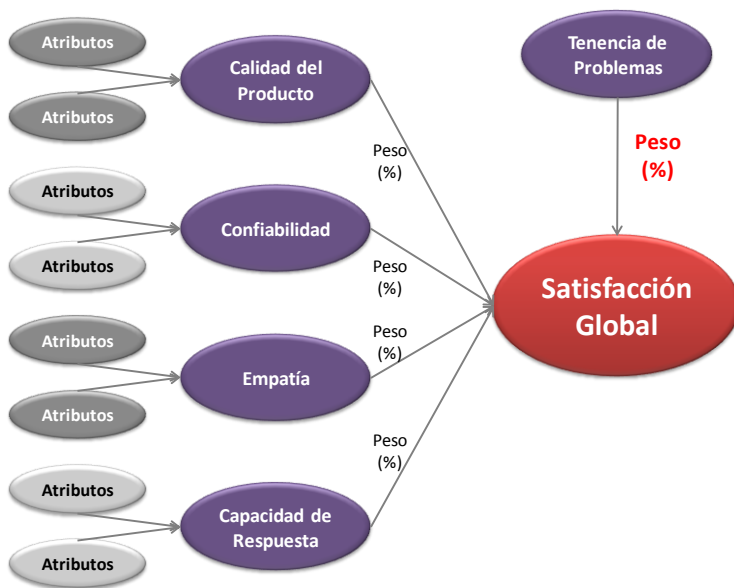
El Modelo de Satisfacción de clientes presentado en el módulo anterior, permite conocer los Impactos de las diferentes Dimensiones de Servicio en la Satisfacción Global del usuario. En otras palabras, conocer cuánto incide cada atributo y la dimensión a la que pertenece en la satisfacción global. El conjunto de atributos corresponden a “Percepciones” de los usuarios, opiniones según sea su experiencia de servicio. Con el conjunto de atributos podemos entonces calcular un indicador de calidad, que será un promedio de todos los atributos, ponderados por la importancia que ellos tengan en la generación de satisfacción de los usuarios. Así, un atributo que “pesa” menos que otro, sea porque su peso es menor en la dimensión a la que pertenece, o bien porque pertenece a una dimensión que en su conjunto tiene poco peso, tendrá una menor participación en el indicador de calidad de servicio, que otro atributo que tenga una importancia mayor sobre la satisfacción.

Sin embargo, y con el objetivo de obtener un Índice de Calidad de Servicio que mida en qué proporción el cliente siente que el servicio que le han prometido se cumple, se extendió el modelo de satisfacción, incluyendo la ausencia de problemas, como una nueva dimensión, directamente relacionada con la satisfacción de los usuarios. Esta variable, objetiva, preguntada de manera directa como (“*¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con su servicio de...?*”), fue considerada como fundamental en la definición del Indicador de Calidad de Servicio de las compañías.

Entonces, para determinar el ICS, realizamos lo siguiente:

A. **Inclusión de la Tasa de Problemas:** En primer lugar, se incluye la existencia de problemas en el modelo de calidad de servicio, a través de Ecuaciones Estructurales, esto permite identificar el impacto de que un cliente tenga inconvenientes de servicio, en su Satisfacción, o inversamente, el efecto positivo que tiene la ausencia de problemas en la Satisfacción Global. Entendiendo que esta situación de servicio puede tener una incidencia importante en la percepción del cumplimiento de la oferta. De este modo, se tiene un nuevo Modelo de Impacto en la Satisfacción, como se muestra en la figura:

Gráfica 31: Impacto de Dimensiones de Servicio en la Satisfacción – Incluyendo la Tasa de Problemas.



Lo que permitió identificar la proporción de influencia de la tasa de problemas, en la Satisfacción Global con el Servicio.

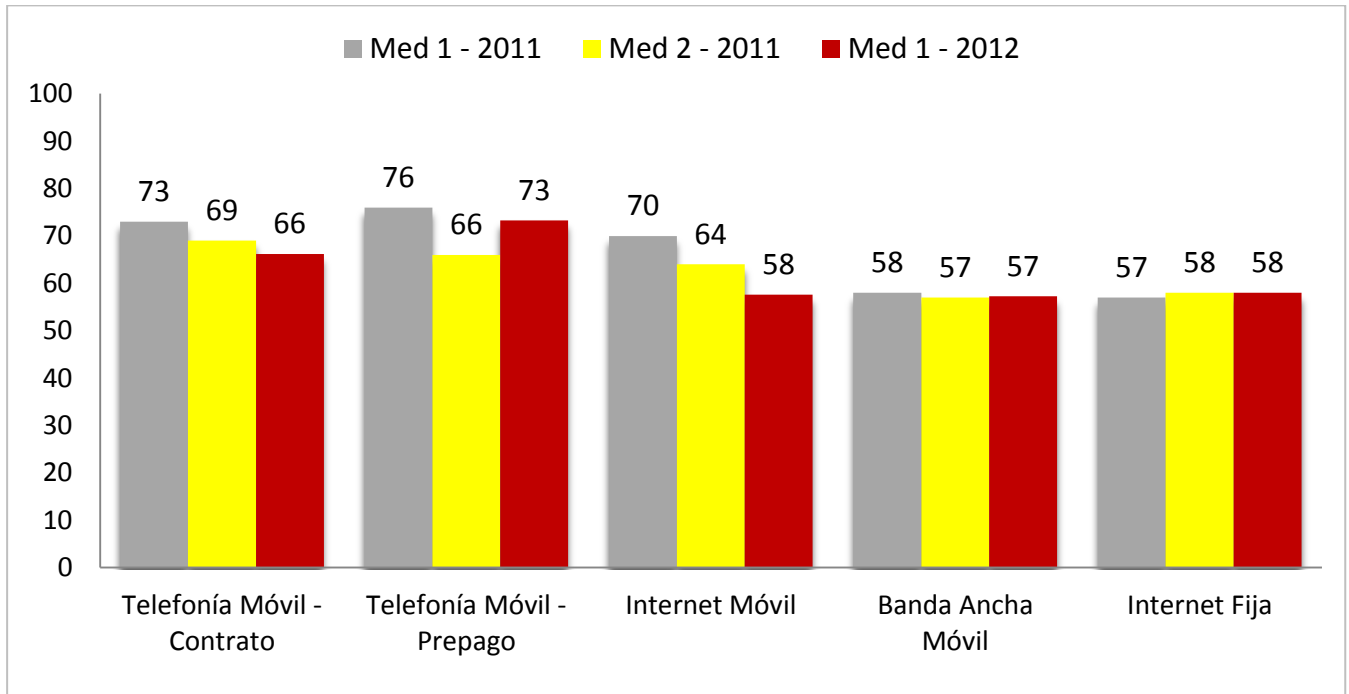
- B. Cumplimiento del Servicio Ofrecido:** El Segundo paso fue la definición de lo que entenderemos por cumplimiento con Calidad de Servicio. Los aspectos de calidad de servicio evaluados en el cuestionario con notas de 1 a 7 fueron re-escalados, de modo que:
- Las evaluaciones que no lograban el nivel de Satisfacción, es decir, aquellas notas de 1 a 5, fueron consideradas un “No Cumplimiento de Calidad de Servicio”.
 - Si un usuario entrevistado evaluó el aspecto de servicio con Nota 6 o 7, se consideró un “Cumplimiento de Calidad de Servicio”.
- C. Cálculo de las dimensiones:** Cada dimensión fue calculada como el promedio ponderado de los atributos que en ella participan, considerando los pesos de los atributos, según el modelo básico de satisfacción. Dado que los atributos fueron transformados en valores 1 (cumplimiento) y 0 (no cumplimiento), el resultado de cada dimensión, corresponde a un valor entre 0 y 1.
- D. Cálculo del Índice de Calidad de Servicio (ICS):** Finalmente se calculó un ICS como el promedio ponderado de las cuatro dimensiones y la existencia de problemas. La ponderación aplicada en cada caso se detalla en la tabla siguiente:

Gráfica 32: Peso de Dimensiones del ICS, incluyendo ausencia de problemas.

Pesos Dimensiones ICS	Calidad del Producto	Capacidad de Respuesta	Confiabilidad	Empatía	Ausencia de Problemas	TOTAL
Telef. Móvil Contrato	17,3%	7,3%	24,0%	18,0%	33,3%	100,0%
Telef. Móvil Prepago	24,6%	4,7%	20,4%	14,5%	35,8%	100,0%
Internet Móvil	40,2%	3,6%	24,0%	21,1%	11,1%	100,0%
Banda Ancha Móvil	30,1%	7,2%	23,4%	16,1%	23,2%	100,0%
Internet Fija Hogar	40,8%	1,7%	19,2%	10,7%	27,6%	100,0%

Los resultados globales del Índice de Calidad de Servicio (ICS) son los siguientes:

Gráfica 33: ICS por Servicio - Evolutivo.



Destacando una importante baja de 6 puntos porcentuales en Internet Móvil y de 3 puntos en Telefonía Móvil con Contrato.

RESULTADOS POR SERVICIO

1.- Telefonía Móvil

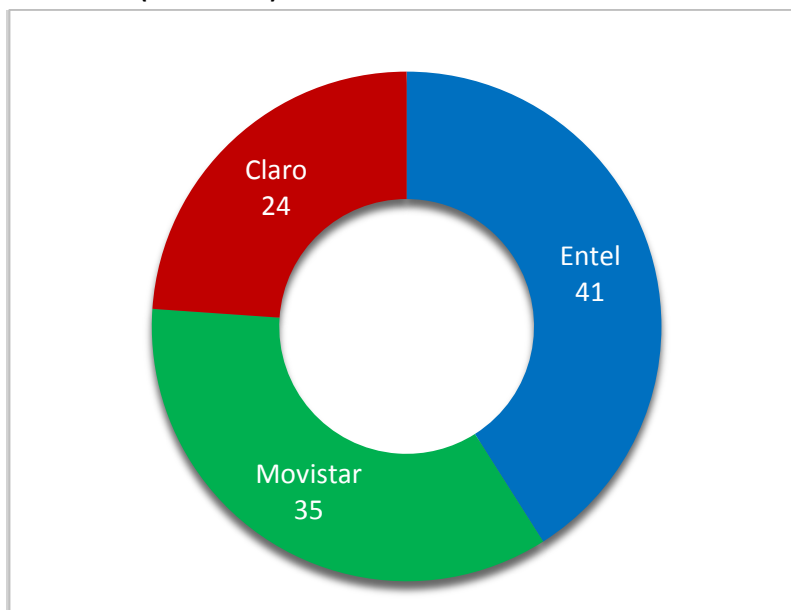
En esta sección revisaremos los resultados obtenidos en el Estudio de Usuarios de Telefonía Móvil, para los diferentes módulos del cuestionario:

- Proveedor del Servicio y sus Características.
- Satisfacción con el Servicio.
- Problemas Recientes con el Servicio.

Proveedor del Servicio y Sus Características

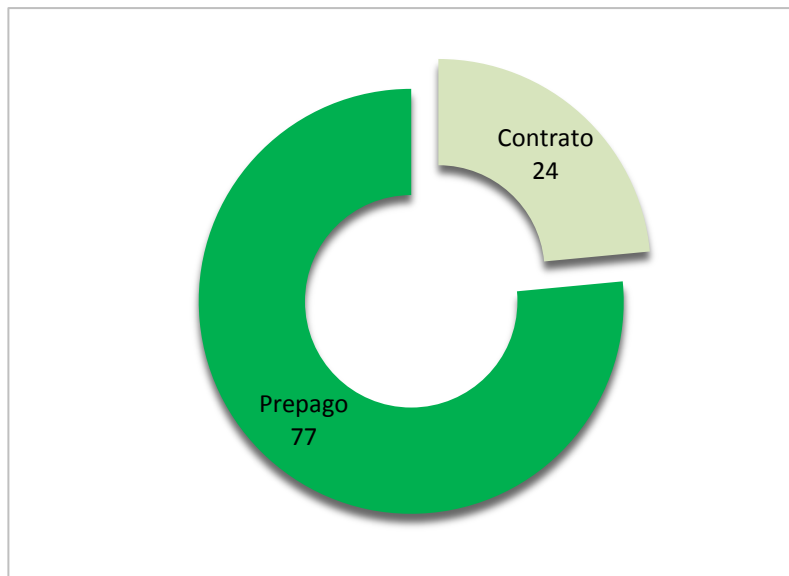
Para este estudio con cuotas por compañía y tipo de relación, la proporción por usuarios por compañía móvil refleja la distribución del marco muestral o base de datos proporcionada por las compañías proveedoras a SUBTEL, tal como se refleja en la siguiente gráfica.

Gráfica 34: Proveedor del Servicio (% del Total).

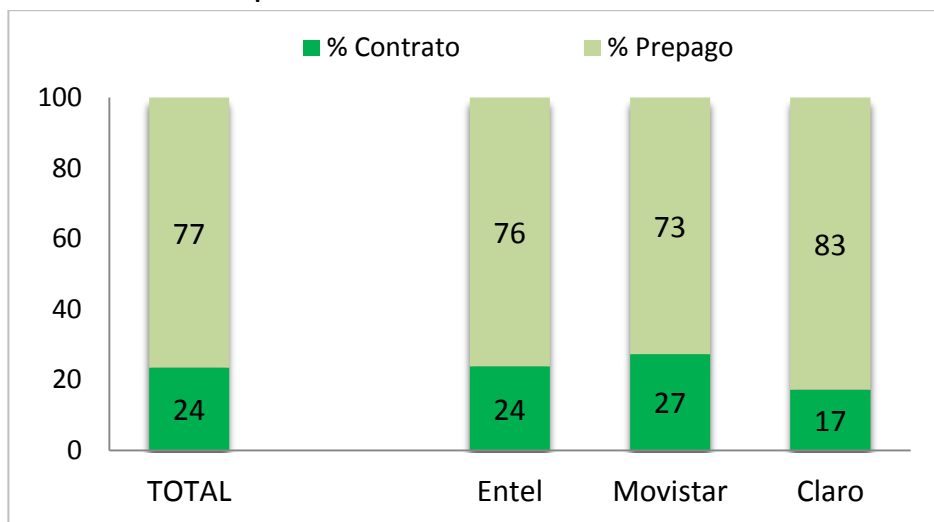


Algo muy similar ocurre según el tipo de relación, un 77% declara usar un teléfono Pre-Pago a nivel total, siendo los usuarios de Claro, aquellos con una mayor proporción de clientes de este tipo en la base de entrevistados, con un 83%.

Gráfica 35: Tipo de Relación.



Gráfica 36: Tipo de relación – Por Compañía



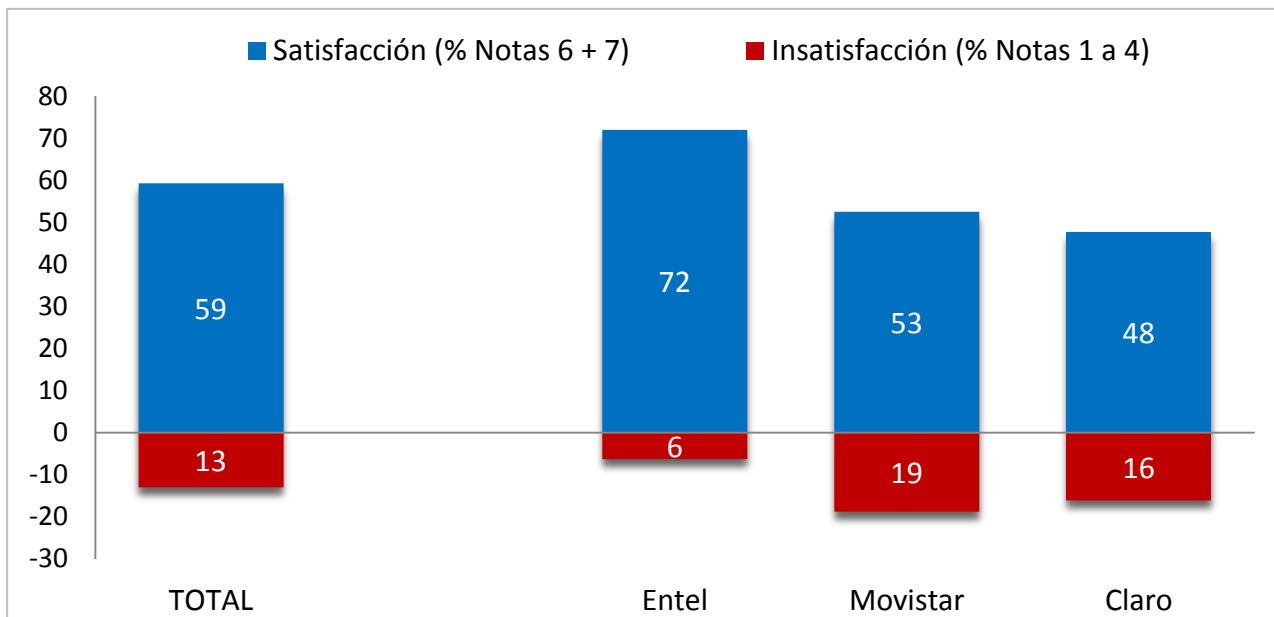
Cabe mencionar que estas proporciones fueron las obtenidas a partir de las bases de teléfonos móviles aportadas por SUBTEL, que a su vez recopiló de los mismos proveedores.

Satisfacción con el Servicio

La Satisfacción con el servicio fue evaluada a través de una pregunta redactada de la misma forma para los 4 servicios estudiados: *“Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de telefonía móvil que le presta actualmente...[PROVEEDOR]. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de telefonía móvil que tiene actualmente?”*.

Considerando las Notas 6 y 7 como Satisfactorias y las notas de 1 a 4 como Insatisfactorias, el servicio mejor evaluado de los 4 medidos fue Telefonía Móvil; en esta industria, Entel muestra resultados significativamente mejores que su competencia relevante.

Gráfica 37: Satisfacción e Insatisfacción por compañía proveedora.



En términos de la evolución en el tiempo, Entel mantiene la brecha con respecto a Movistar y la aumenta en relación a Claro, que es el proveedor con la mayor baja en este período.

Gráfica 38: Satisfacción por compañía proveedora – Evolución.

COMPAÑÍA	% SATISFACCIÓN (Notas 6+7)			% INSATISFACCIÓN (Notas 1 a 4)		
	MED 1 - 2011	MED 2 - 2011	MED 1 - 2012	MED 1 - 2011	MED 2 - 2011	MED 1 - 2012
Entel	80	74	72	5	7	6
Movistar	66	55	53	12	14	19
Claro	58	53	48	16	19	16
TOTAL	70	62	59	10	12	13

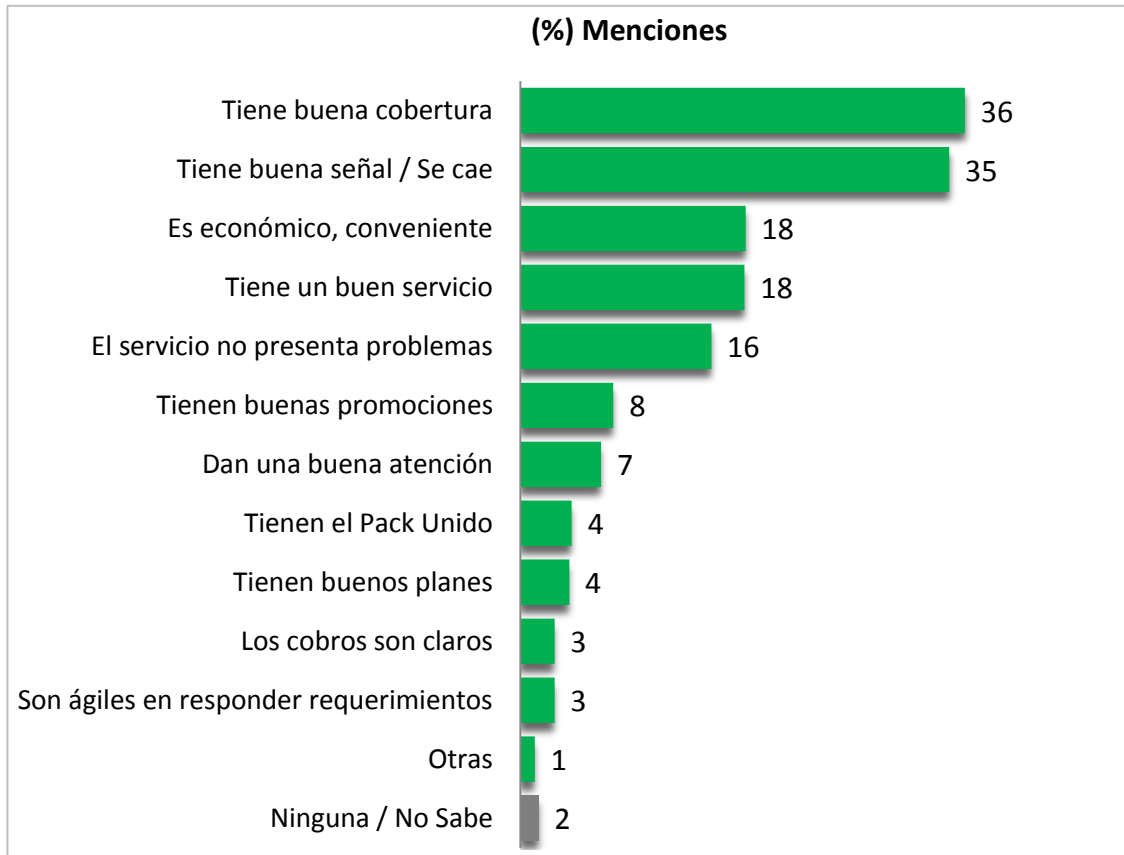
La satisfacción de los usuarios de Entel baja de 74% a 72% (sin ser una baja significativa), mientras Claro baja fuertemente de un 53% a un 48%.

Una de las mejoras realizadas en el cuestionario del año 2012, fue diferenciar la pregunta que indaga el motivo para la evaluación global del servicio, de modo que se formule de forma específica para:

- Usuarios que evalúan el servicio con notas 6 o 7 (Satisfechos)
- Usuarios que evalúan con Nota 5 (Indiferentes)
- Usuarios que evalúan con notas 1 a 4 (Insatisfechos).

La siguiente gráfica muestra los motivos mencionados por los usuarios de Telefonía Móvil para evaluar positivamente su satisfacción con el servicio ante la siguiente pregunta: *¿Cuáles son los aspectos positivos de LEER PROVEEDOR para que usted evalúe con nota (6 o 7) a su servicio de telefonía móvil?*

Gráfica 39: Motivos para evaluar con Nota 6 o 7 la Satisfacción General.



Destacando claramente 5 motivos relacionados con el funcionamiento y el valor del servicio: “Cobertura”, “Señal”, “Economía”, “Buen servicio” y “Ausencia de problemas”.

Si se observan las razones para evaluar con notas 6 o 7 el servicio en términos comparativos por compañía proveedora, se puede apreciar que Entel tiene usuarios que se encuentran satisfechos especialmente debido a una buena cobertura, siendo ésta la debilidad particular de Claro.

Gráfica 40: Motivos para evaluar con Nota 6 o 7 la Satisfacción General por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA		
		Entel	Movistar	Claro
Bases (n)	1983	948	609	426
Tiene buena cobertura	36	41	36	26
Tiene buena señal / No se cae	35	39	35	26
Es económico, conveniente	18	15	23	20
Tiene un buen servicio	18	18	21	16
El servicio no presenta problemas	16	17	14	15
Tienen buenas promociones	8	6	11	6
Dan una buena atención	7	7	7	5
Tienen el Pack Unido	4	1	1	18
Tienen buenos planes	4	4	4	4
Los cobros son claros	3	3	3	3
Son ágiles en responder requerimientos	3	4	2	2
Otras	1	1	1	2
Ninguna / No Sabe	2	1	2	3

Por su parte, destaca el producto de Claro: “Pack Unido” como el motivador para su buena evaluación, y las promociones de Movistar.

La siguiente gráfica muestra los motivos mencionados por los usuarios de Telefonía Móvil para evaluar con nota 5, o indiferente. La pregunta utilizada en este caso fue: *¿Qué aspectos debería mejorar LEER PROVEEDOR de su servicio para que evalúe con nota 6 o 7 su servicio de telefonía móvil?*

Gráfica 41: Motivos para evaluar con Nota 5 la Satisfacción General.



Destacando claramente 2 motivos relacionados con el funcionamiento del servicio: Mejorar la Señal y Cobertura. Luego el precio de los servicios aparece como un factor relevante para evaluar de forma indiferente el servicio de telefonía móvil.

Si se observan las razones para evaluar con nota 5 el servicio en términos comparativos por compañía proveedora, se observa una demanda particularmente urgente de “Mejor Señal y Cobertura” por parte de los usuarios indiferentes de Claro, de “Economía” y “Estabilidad en caso de catástrofes” por parte de los usuarios indiferentes de Entel.

Gráfica 42: Motivos para evaluar con Nota 5 la Satisfacción General por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA		
		Entel	Movistar	Claro
Bases (n)	942	286	333	323
Mejorar la señal	31	25	26	43
Mejorar la cobertura	23	20	22	29
Ser más económicos	19	25	20	12
Mejorar la atención al cliente	9	8	8	11
Tener mejores ofertas / promociones	9	13	10	3
Ser más claros en los cobros	7	5	9	5
Tener servicio estable en caso de catástrofe	5	9	3	4
Tener un mejor servicio	3	2	4	4
Dar Solución a los problemas	3	2	4	3
Mejorar la velocidad	2	2	1	2
No hacer llamadas de promociones	2	2	2	2
Dar buena información	2	2	1	2
Entregar información detallada	2	0	3	1
Otras	1	1	1	-

Se destaca en “Claro” el hecho de ser una alternativa económica, toda vez que sus usuarios indiferentes son los que menos demandan “Economía y Promociones”.

La siguiente gráfica muestra los motivos mencionados por los usuarios de Telefonía Móvil para evaluar con notas 1 a 4 de insatisfacción. La pregunta utilizada en este caso fue: *¿Qué aspectos negativos de LEER PROVEEDOR hacen que evalúe con nota... su servicio de telefonía móvil?*

Gráfica 43: Motivos para evaluar con Notas 1 a 4 la Satisfacción General.



De la misma forma que los motivos mencionados por quienes evalúan con nota 5, destaca claramente la “Mala Señal”, relacionada directamente con el funcionamiento del servicio. Le siguen en importancia como motivos para una mala evaluación: Precio caro, La mala calidad de servicio, y mala cobertura, entre otras razones de menor incidencia.

Si se observan las razones para evaluar con notas 1 a 4 el servicio en términos comparativos por compañía proveedora, se vuelve a destacar la fortaleza de Entel en aspectos referentes a la calidad de su servicio en aspectos técnicos como calidad de la señal y cobertura, sin embargo destaca por la necesidad de un servicio más económico.

Gráfica 44: Motivos para evaluar con Notas 1 a 4 la Satisfacción General por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA		
		Entel	Movistar	Claro
Bases (n)	450	83	222	145
Tienen mala señal / Se cae	36	26	34	47
Su servicio es muy caro	18	27	16	16
Por su mala calidad de servicio	18	13	19	19
Tienen mala cobertura	18	10	19	21
Tienen mala atención	12	7	13	12
Sus cobros son poco claros	8	5	8	9
Hacen cobros indebidos	7	7	7	5
Su servicio es inestable	7	5	8	5
Son lentos en resolver problemas / requerimientos	6	5	7	6
No respetan planes/contratos	6	6	7	5
No solucionan los problemas	3	3	3	4
Tienen pocas promociones	3	6	2	1
Dan información poco clara	2	-	3	4
No cumplen con lo ofrecido	2	2	1	3
Cobran servicios no contratados	2	1	3	1
Dan mala/poca información	2	4	1	1
Su call center es malo	2	1	1	3
Llaman muy seguido para ofrecer productos	2	-	2	1
Otras	1	1	1	1
Ninguna / No Sabe	2	3	3	0

Claro evidentemente tiene usuarios insatisfechos especialmente debido a la menor calidad de su señal.

Análisis de Atributos y Dimensiones de Servicio: Impacto en la Satisfacción General – Telefonía Móvil con Contrato

Para conocer más detalle de la evaluación que los usuarios realizan del servicio que reciben de sus proveedores de Telefonía Móvil, y comprender los motivos para que una compañía muestre mayores o menores niveles de satisfacción global con su servicio, se realiza la siguiente pregunta: *Usando la misma escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos del servicio que le entrega [EMPRESA SEGÚN B1] en Telefonía Móvil?*, cuyos resultados se muestran en la siguiente gráfica a nivel global.

En **Telefonía Móvil Con Contrato** destacan la “Confiabilidad” y la “Calidad del Producto” como los aspectos de mayor impacto en la satisfacción global con el servicio.

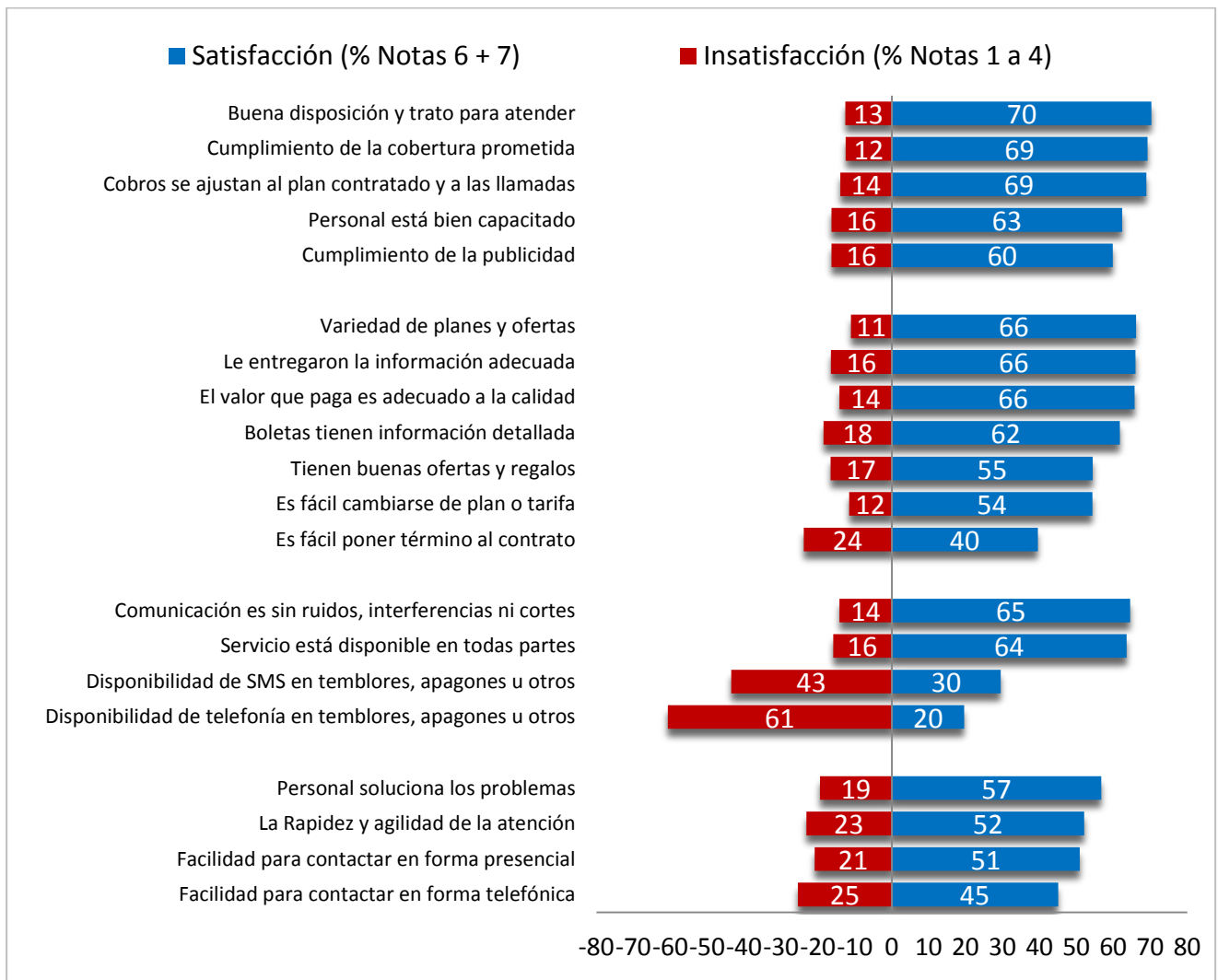
Gráfica 45: Impactos de Dimensiones y Atributos en la Satisfacción General con el Servicio.

DIMENSIÓN	ASPECTO DE SERVICIO	PESO Dimensión	PESO Atributo
CALIDAD DEL PRODUCTO	Servicio está disponible en todas partes	25,5%	53,5%
	Comunicación es sin ruidos, interferencias ni cortes		46,5%
CAPACIDAD DE RESPUESTA	La Rapidez y agilidad de la atención	10,0%	26,9%
	Facilidad para contactar en forma telefónica		28,0%
	Personal soluciona los problemas		22,3%
	Facilidad para contactar en forma presencial		22,9%
CONFIABILIDAD	Buena disposición y trato para atender	39,0%	19,2%
	Cumplimiento de la publicidad		23,1%
	Cobros se ajustan al plan contratado y a las llamadas		18,8%
	Personal está bien capacitado		21,9%
	Cumplimiento de la cobertura prometida		17,0%
EMPATÍA	Variedad de planes y ofertas	25,5%	13,1%
	Es fácil cambiarse de plan o tarifa		13,9%
	El valor que paga es adecuado a la calidad		15,3%
	Es fácil poner término al contrato		16,5%
	Le entregaron la información adecuada		14,0%
	Boletas tienen información detallada		12,7%
	Tienen buenas ofertas y regalos		14,4%

Satisfacción global con atributos de servicio – Telefonía Móvil con Contrato

La siguiente gráfica ilustra los niveles de satisfacción e insatisfacción de los usuarios de Telefonía Móvil con contrato, ordenados de acuerdo a la importancia de la dimensión y atributo de servicio, es decir, en la parte superior se encuentra la dimensión Confiabilidad y sus atributos, y en la parte inferior la dimensión Capacidad de Respuesta y sus atributos.

Gráfica 46: Satisfacción con aspectos de servicio.



Esta gráfica ilustra que los atributos de Confiabilidad se encuentran en una zona delicada, pues si bien los niveles de insatisfacción con estos atributos no es en extremo alto, superan el 10% de los entrevistados. Evidentemente, la disponibilidad en momentos de emergencia es un punto clave a mejorar por el servicio de telefonía móvil.

La siguiente gráfica ilustra los niveles de satisfacción de los usuarios de Telefonía Móvil con Contrato, ordenados de acuerdo a la importancia de la dimensión y atributo de servicio, comparativos entre compañías proveedoras del servicio.

Gráfica 47: Satisfacción con aspectos de servicio por compañía.

DIMENSIÓN/ATRIBUTO	TOTAL	Entel	Movistar	Claro
CONFIABILIDAD – IMPACTO (39%)	66	75	61	57
Cumplimiento de la cobertura prometida	69	81	65	53
Buena disposición y trato para atender	70	80	66	59
Personal está bien capacitado	63	70	58	56
Cumplimiento de la publicidad	60	70	53	52
Cobros se ajustan al plan contratado y a las llamadas	69	76	65	63
EMPATÍA – IMPACTO (25%)	58	65	54	54
El valor que paga es adecuado a la calidad	66	74	61	60
Variedad de planes y ofertas	66	68	66	63
Es fácil cambiarse de plan o tarifa	54	60	52	48
Tienen buenas ofertas y regalos	55	57	52	56
Es fácil poner término al contrato	40	47	37	30
Le entregaron la información adecuada	66	76	60	58
Boletas tienen información detallada	62	73	51	61
PRODUCTO – IMPACTO (25%)	44	52	40	38
Servicio está disponible en todas partes	64	72	59	54
Comunicación es sin ruidos, interferencias ni cortes	65	77	58	50
Disponibilidad de telefonía en temblores, apagones u otros	20	24	17	18
Disponibilidad de SMS en temblores, apagones u otros	30	35	25	29
RESPUESTA – IMPACTO (10%)	51	60	49	36
Facilidad para contactar en forma presencial	51	58	51	36
Facilidad para contactar en forma telefónica	45	56	43	26
La Rapidez y agilidad de la atención	52	63	49	34
Personal soluciona los problemas	57	65	52	48

En rojo se han marcado aquellos aspectos en los cuales la compañía presenta un valor significativamente inferior al promedio de la industria y viceversa en verde. Los aspectos más destacables son fortaleza de Entel en cuanto a la dimensión de mayor impacto como es la Confiabilidad.

La siguiente tabla muestra la evolución en cuanto a la proporción de usuarios satisfechos con cada dimensión y compañía proveedora del servicio.

La satisfacción promedio en una dimensión, para una compañía, es calculada como el promedio simple de la proporción de usuarios satisfechos en una compañía para los atributos que componen la dimensión. Vale decir, para el caso de Entel, su valor promedio en la dimensión confiabilidad, para la medición actual, corresponde al promedio de su satisfacción en 5 atributos: (81%, 80%, 70%, 70%, 76%), correspondiente a 75%.

Así, se puede apreciar que no existen dimensiones en las cuales algún proveedor haya mejorado los indicadores de satisfacción respecto de la segunda medición del año 2011.

Gráfica 48: Satisfacción con dimensiones de servicio por compañía - Evolutivo.

COMPAÑÍA	MEDICIÓN	% DE SATISFACCIÓN PROMEDIO DE LA DIMENSIÓN			
		CONFIABILIDAD	EMPATÍA	PRODUCTO	RESPUESTA
TOTAL	Med 2 - 2011	66	57	65	54
	Med 1 - 2012	66	58	44	51
Entel	Med 2 - 2011	75	65	72	66
	Med 1 - 2012	75	65	52	60
Movistar	Med 2 - 2011	59	51	63	47
	Med 1 - 2012	61	54	40	49
Claro	Med 2 - 2011	63	57	56	47
	Med 1 - 2012	57	54	38	36

Por su parte, destacan las bajas experimentadas por todos los proveedores en la dimensión calidad de producto.

Análisis de Atributos y Dimensiones de Servicio: Impacto en la Satisfacción General – Telefonía Móvil Prepago

En **Telefonía Móvil Prepago** destacan la “Calidad del Producto” y la “Confiabilidad” como los aspectos de mayor impacto en la satisfacción global con el servicio.

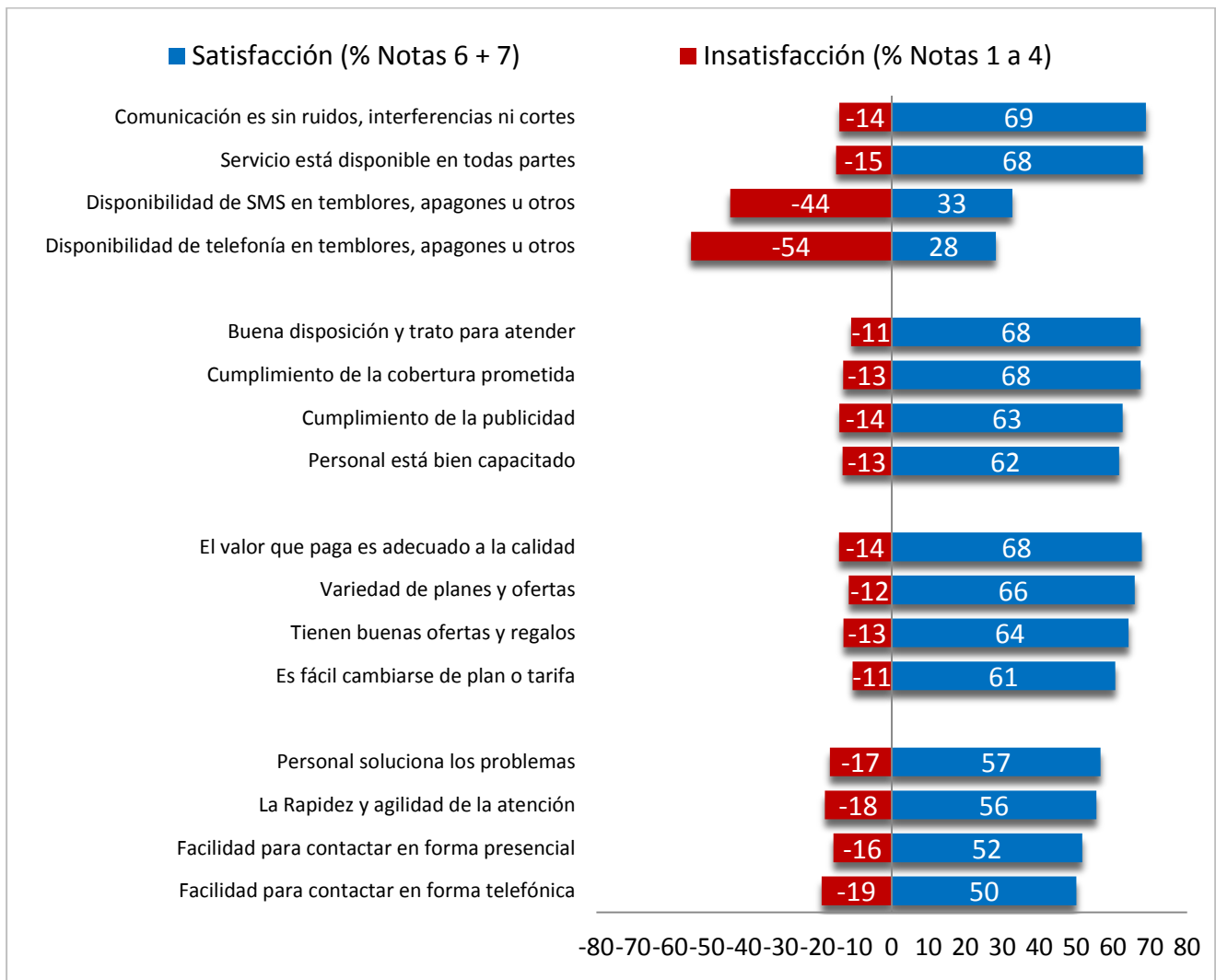
Gráfica 49: Impactos de Dimensiones y Atributos en la Satisfacción General con el Servicio.

DIMENSIÓN	ASPECTO DE SERVICIO	PESO Dimensión	PESO Atributo
CALIDAD DEL PRODUCTO	Servicio está disponible en todas partes	39,1%	53,5%
	Comunicación es sin ruidos, interferencias ni cortes		46,5%
CAPACIDAD DE RESPUESTA	La Rapidez y agilidad de la atención	8,3%	25,6%
	Facilidad para contactar en forma telefónica		26,3%
	Personal soluciona los problemas		23,4%
	Facilidad para contactar en forma presencial		24,6%
CONFIABILIDAD	Buena disposición y trato para atender	32,2%	25,1%
	Cumplimiento de la publicidad		25,7%
	Personal está bien capacitado		27,4%
	Cumplimiento de la cobertura prometida		21,8%
EMPATÍA	Variedad de planes y ofertas	20,4%	26,0%
	Es fácil cambiarse de plan o tarifa		23,6%
	El valor que paga es adecuado a la calidad		25,2%
	Tienen buenas ofertas y regalos		25,2%

Satisfacción global con atributos de servicio – Telefonía Móvil Prepago

La siguiente gráfica ilustra los niveles de satisfacción e insatisfacción de los usuarios de Telefonía Móvil Prepago, ordenados de acuerdo a la importancia de la dimensión y atributo de servicio, es decir, en la parte superior se encuentra la dimensión Calidad de Producto y sus atributos, y en la parte inferior la dimensión Capacidad de Respuesta y sus atributos.

Gráfica 50: Satisfacción con aspectos de servicio.



Esta gráfica ilustra que los atributos de Calidad de Producto que tienen más espacio para mejorar son los que se refieren a la disponibilidad en eventos especiales.

La siguiente gráfica ilustra los niveles de satisfacción de los usuarios de Telefonía Móvil Prepago, ordenados de acuerdo a la importancia de la dimensión y atributo de servicio, comparativos entre compañías proveedoras del servicio.

Gráfica 51: Satisfacción con aspectos de servicio por compañía.

DIMENSIÓN/ATRIBUTO	TOTAL	Entel	Movistar	Claro
PRODUCTO – IMPACTO (25%)	69	78	65	57
Servicio está disponible en todas partes	68	79	63	58
Comunicación es sin ruidos, interferencias ni cortes	69	78	67	57
CONFIABILIDAD – IMPACTO (20%)	65	72	60	59
Cumplimiento de la cobertura prometida	68	77	63	58
Buena disposición y trato para atender	68	73	64	63
Personal está bien capacitado	62	68	58	58
Cumplimiento de la publicidad	63	71	56	58
EMPATÍA – IMPACTO (15%)	65	70	61	61
El valor que paga es adecuado a la calidad	68	73	63	66
Variedad de planes y ofertas	66	70	63	63
Es fácil cambiarse de plan o tarifa	61	68	59	52
Tienen buenas ofertas y regalos	64	68	60	64
RESPUESTA – IMPACTO (5%)	53	61	50	45
Facilidad para contactar en forma presencial	52	59	50	43
Facilidad para contactar en forma telefónica	50	58	47	43
La Rapidez y agilidad de la atención	56	64	51	47
Personal soluciona los problemas	57	65	53	48

En rojo se han marcado aquellos aspectos en los cuales la compañía presenta un valor significativamente inferior al promedio de la industria y viceversa en verde. Los aspectos más destacables son la fortaleza de Entel en todas las dimensiones y la debilidad de Claro en aspectos de Calidad de Producto.

La siguiente tabla muestra la evolución en cuanto a la proporción de usuarios satisfechos con cada dimensión y compañía proveedora del servicio.

La satisfacción promedio en una dimensión, para una compañía, es calculada como el promedio simple de la proporción de usuarios satisfechos en una compañía para los atributos que componen la dimensión. Vale decir, para el caso de Entel, su valor promedio en la dimensión producto, para la medición actual, corresponde al promedio de su satisfacción en atributos: “Servicio disponible en todas partes – 79%” y “Comunicación sin ruidos o cortes – 78%”, cuyo resultado es 78%.

Así, se puede apreciar que la dimensión Empatía mejora significativamente, de la mano de la mejora de Entel.

Gráfica 52: Satisfacción con dimensiones de servicio por compañía - Evolutivo.

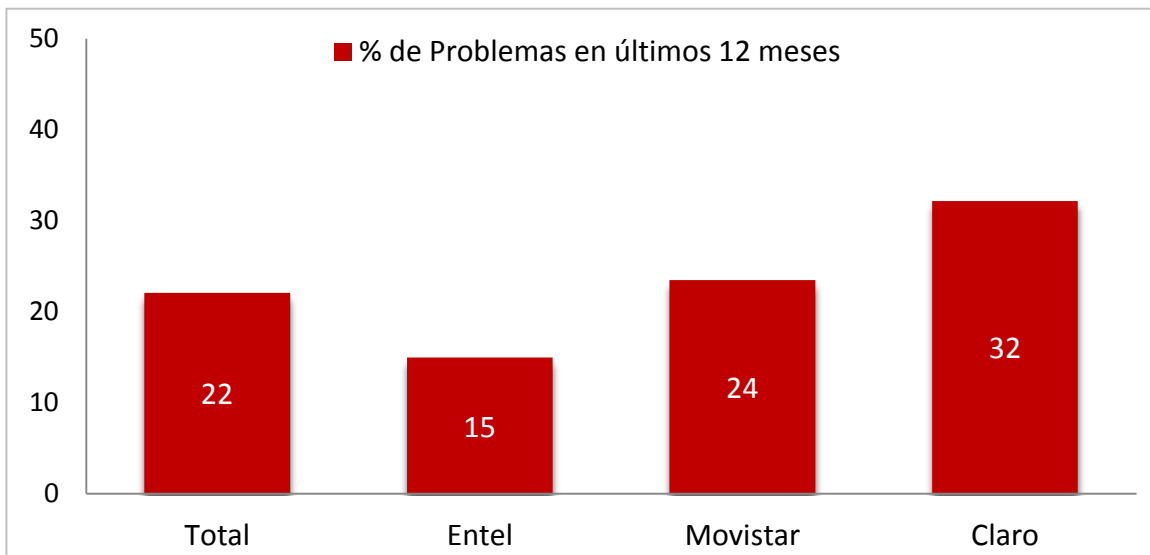
COMPAÑÍA	MEDICIÓN	% DE SATISFACCIÓN PROMEDIO DE LA DIMENSIÓN			
		PRODUCTO	CONFIABILIDAD	EMPATÍA	RESPUESTA
TOTAL	Med 2 - 2011	68	68	59	54
	Med 1 - 2012	69	65	65	53
Entel	Med 2 - 2011	77	74	64	60
	Med 1 - 2012	78	72	70	61
Movistar	Med 2 - 2011	67	68	58	55
	Med 1 - 2012	65	60	61	50
Claro	Med 2 - 2011	58	60	52	46
	Med 1 - 2012	57	59	61	45

Por su parte, destacan en confiabilidad, especialmente en el caso de la compañía Claro.

Problemas Recientes con el Servicio

Para identificar a los usuarios que han tenido algún problema con el servicio de telefonía móvil, se realizó la siguiente pregunta: *“¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con su servicio de telefonía móvil?”*. Del total de entrevistados, un 22% de los entrevistados manifestó haber tenido algún tipo de problema durante los últimos 12 meses.

Gráfica 53: Tasa de Problemas en los últimos 12 meses.



A nivel total este indicador representa una baja respecto de la medición inmediatamente anterior, impulsada principalmente por las mejoras de Entel y Movistar en este punto. Lo anterior se detalla en la siguiente gráfica.

Gráfica 54: Tasa de Problemas en los últimos 12 meses por compañía - Evolución.

% Problemas en últimos 12 meses	MED 1 - 2011	MED 2 - 2011	MED 1 - 2012
TOTAL	20	27	22
Entel	14	19	15
Movistar	20	30	24
Claro	29	33	32

Los tipos de problemas que se tuvieron con el servicio se evaluaron con la pregunta: “¿Qué tipo de problema tuvo?”.

La siguiente gráfica ilustra los problemas mencionados por los usuarios de Telefonía Móvil.

Gráfica 55: Tipos de problemas.



Destacando claramente la presencia 2 aspectos que prevalecen como los de mayor importancia: “Problemas de Señal (Interferencias/mal sonido, corte de llamadas)” y “Problemas de Cobertura”. En segundo lugar en proporción de menciones aparecen otros problemas como “Cobros” y “Problemas con el aparato”.

Los dos principales problemas mencionados por los usuarios de telefonía móvil son transversales por compañía proveedora, sin embargo, como muestra la siguiente gráfica Entel muestra una menor proporción de usuarios con problemas de “Señal, Interferencias, etc” que el resto de los proveedores.

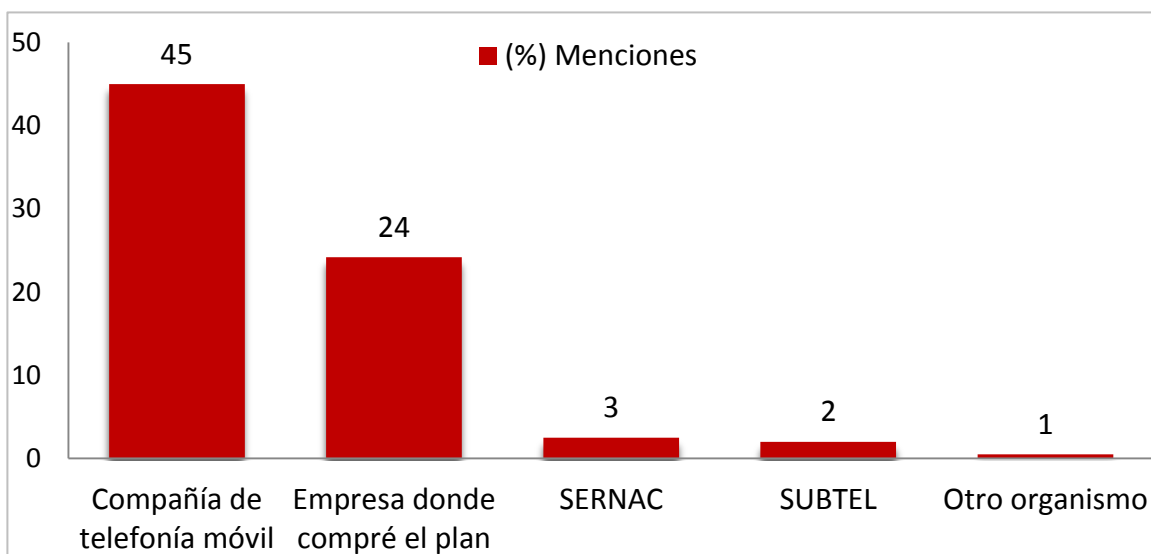
Gráfica 56: Tipos de problemas por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA		
		Entel	Movistar	Claro
Bases (n)	776	205	280	291
Problemas de señal, interferencias, mal sonido, cortes	47	41	49	50
Problemas de Cobertura, en alg. lugares no se puede comunicar	36	33	40	35
Problemas con el aparato, funciona mal, no recibe llamadas	14	18	14	12
Problemas con los cobros/facturas	14	13	17	14
Se activan automáticamente servicios no contratados	4	6	4	3
Las tarjetas de prepago no se cargan correctamente	4	4	3	6
Problemas con las ofertas recibidas por mensajes de texto SMS	4	5	3	4
La carga se agotó antes de lo esperado	4	6	4	3
Problemas con el servicio técnico	3	3	3	3
Perdió minutos al terminar la vigencia de la tarjeta	3	5	3	1

El nivel de reclamos se preguntó de la forma: *“Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de Telefonía Móvil ¿Reclamó o pidió alguna solución...? LEER ALTERNATIVAS – RESPUESTA MÚLTIPLE”*

Los lugares de reclamo habituales corresponden a la misma compañía o bien el lugar donde haya contratado el servicio.

Gráfica 57: Lugar de reclamo de problemas en los últimos 12 meses.



Sólo un 2% de los entrevistados declaró haber reclamado en SUBTEL y un 3% en SERNAC.

Gráfica 58: Lugar de reclamo de problemas en los últimos 12 meses por compañía.

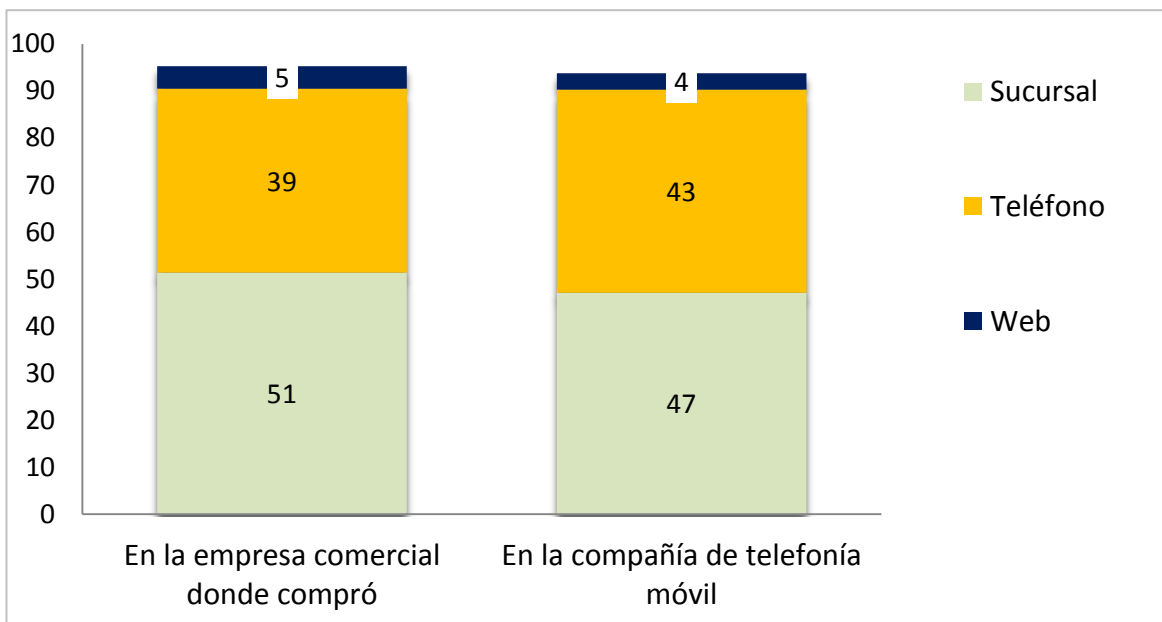
% Menciones	TOTAL	Entel	Movistar	Claro
Compañía de telefonía móvil	45	41	47	47
Empresa donde compré el plan	24	20	21	31
SERNAC	3	2	4	2
SUBTEL	2	2	3	1

La tabla anterior indica los lugares de reclamo por compañía, donde destaca observa que los lugares de reclamo son transversales para las 3 compañías.

Por su parte, se preguntó por el canal o medio para hacer efectivo su reclamo, con la siguiente pregunta: *“Su reclamo efectuado en...LEER SEGÚN PREGUNTA ANTERIOR, lo realizó en una sucursal, en forma telefónica o por Internet?”*

La siguiente gráfica muestra que el canal o medio más utilizado para realizar un reclamo es el canal presencial:

Gráfica 59: Medio de reclamo de problemas en los últimos 12 meses.

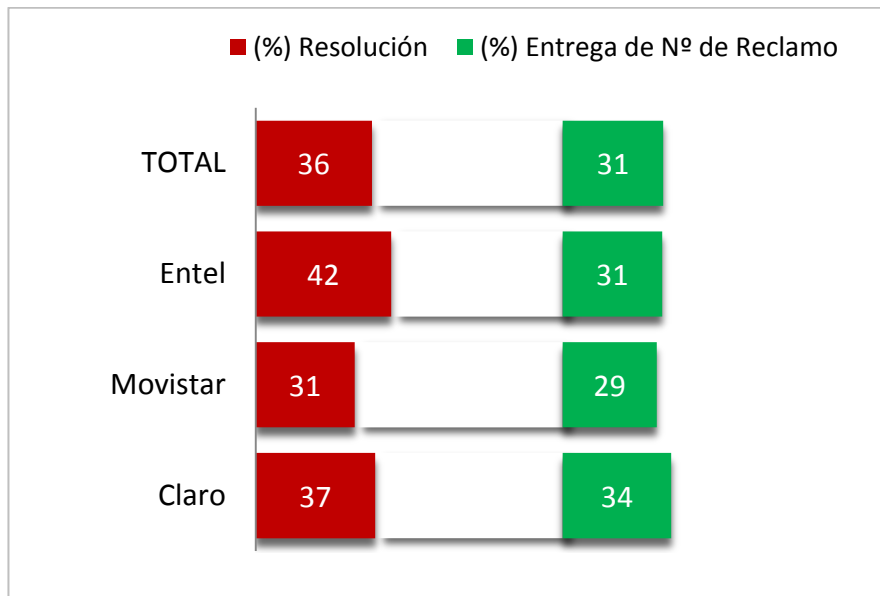


Resolución y entrega de N° de Reclamo:

La tasa percibida de solución de problemas de Telefonía Móvil es baja, tal como lo muestra la siguiente gráfica, en un 36% de los casos los usuarios consideran que su problema fue resuelto, ante la pregunta: *¿Y su problema fue resuelto?*. El indicador exhibido por la gráfica corresponde al porcentaje de respuestas afirmativa a esta pregunta.

Destaca el 42% de resolución mostrado por la empresa Entel, significativamente superior al nivel mostrado por Movistar (31%), mientras claro logra un 37%.

Gráfica 60: % Resolución y entrega de N° de Reclamo.



La misma gráfica muestra que en un 31% de los casos, los entrevistados recuerdan haber sido notificados a través de un número de reclamo, sin diferencias destacables por compañía. Cabe indicar que la pregunta utilizada para calcular este indicador fue: *¿Al reclamar le entregaron un número de reclamo?*. El indicador exhibido por la gráfica corresponde al porcentaje de respuestas afirmativa a esta pregunta.

Índice de Calidad de Servicio (ICS): Resultados Telefonía Móvil

Cabe recordar que el Índice de Calidad de Servicio (ICS) se calcula con el objetivo de obtener un Indicador que mida en qué proporción el cliente siente que el servicio que le han prometido se cumple.

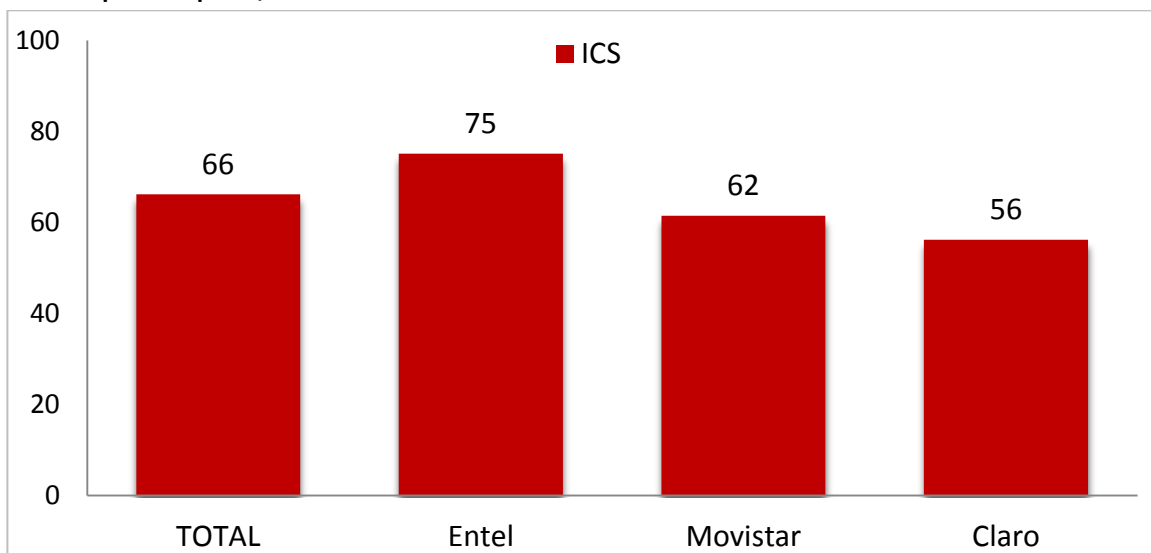
Para ello se calculó el impacto de las dimensiones de servicio y los atributos en cada dimensión, de modo que para Telefonía Móvil con Contrato se tiene los siguientes Ponderadores:

Gráfica 61: Peso de Dimensiones del ICS, incluyendo ausencia de problemas, Telefonía Móvil con Contrato.

Pesos Dimensiones ICS	Calidad del Producto	Capacidad de Respuesta	Confiabilidad	Empatía	Ausencia de Problemas	TOTAL
Telef. Móvil Contrato	17,3%	7,3%	24,0%	18,0%	33,3%	100,0%

Donde destaca un 33,3% de impacto de la Dimensión Ausencia de Problemas Confiabilidad y un 24,0% de dimensión confiabilidad.

Gráfica 62: ICS por Compañía, Telefonía Móvil con Contrato.



Entel logra mantener una brecha significativa respecto de sus competidores.

Gráfica 63: ICS por Compañía, Telefonía Móvil - Evolución.

Compañía	Med 1 -2011	Med 2 - 2011	Med 1 - 2012
TOTAL	74	69	66
Entel	81	78	75
Movistar	75	68	62
Claro	66	62	56

En general se observa una baja generalizada en la calidad percibida por los usuarios para todas las compañías competidoras.

Telefonía Móvil Pre-Pago

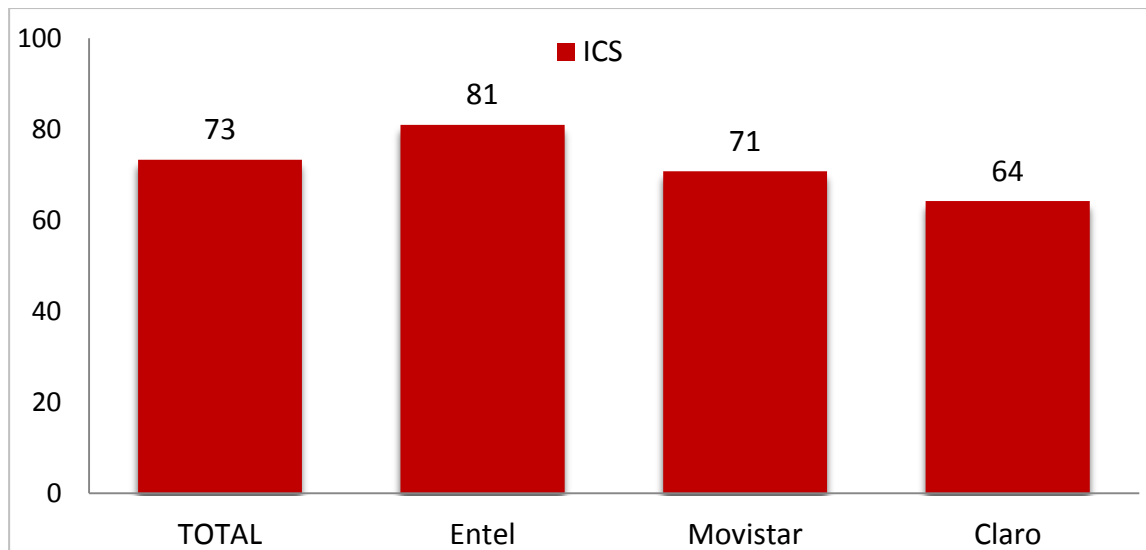
El impacto de las dimensiones utilizado para el cálculo del ICS de Telefonía Móvil Pre-Pago es el siguiente:

Gráfica 64: Peso de Dimensiones del ICS, incluyendo ausencia de problemas, Telefonía Móvil Pre-Pago.

Pesos Dimensiones ICS	Calidad del Producto	Capacidad de Respuesta	Confiabilidad	Empatía	Ausencia de Problemas	TOTAL
Telef. Móvil Prepago	24,6%	4,7%	20,4%	14,5%	35,8%	100,0%

Donde destaca un 35,8% de impacto de la Dimensión usencia de Problemas y el 24,6% de impacto de la Calidad del Producto.

Gráfica 65: ICS por compañía, Telefonía Móvil Pre-Pago.



Gráfica 66: ICS por Compañía, Telefonía Móvil - Evolución.

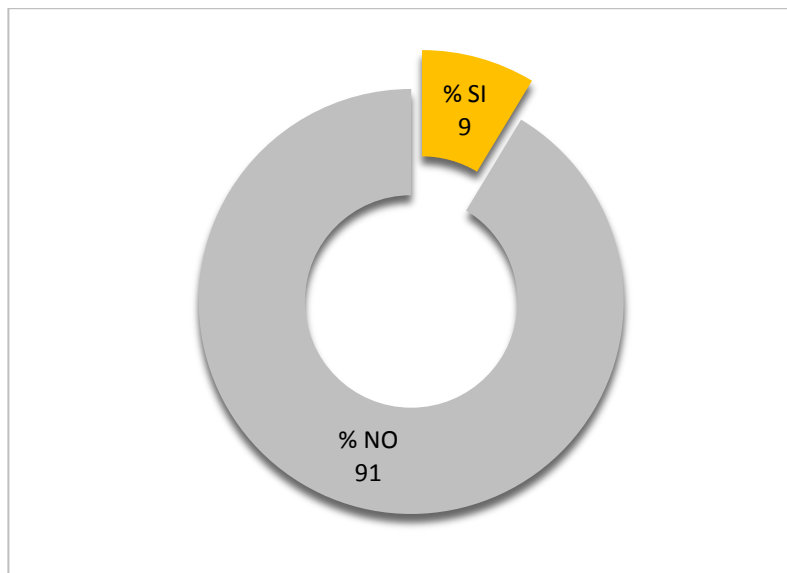
Compañía	Med 1 -2011	Med 2 - 2011	Med 1 – 2012
TOTAL	75	66	73
Entel	83	74	81
Movistar	70	61	71
Claro	58	62	64

El ICS muestra cómo el destacado 81% de Calidad de Servicio de la compañía Entel, que recupera el valor obtenido en la primera medición del año 2011.

Portabilidad

Para esta medición se incluyó un módulo dedicado a evaluar el proceso de portabilidad numérica. Para dicho efecto se realizó la pregunta: *“En los últimos 12 meses... Se ha cambiado o ha intentado cambiarse de compañía móvil?”*, cuyos resultados se muestran en la siguiente gráfica:

Gráfica 67: Cambio o Intención de cambio de compañía en los últimos 12 meses.



Con un 9% de la muestra, que respondió el módulo correspondiente.

Las motivaciones para cambiarse de compañía son diversas, siendo las 2 primera relacionadas con la calidad de servicio, seguidas por motivaciones económicas.

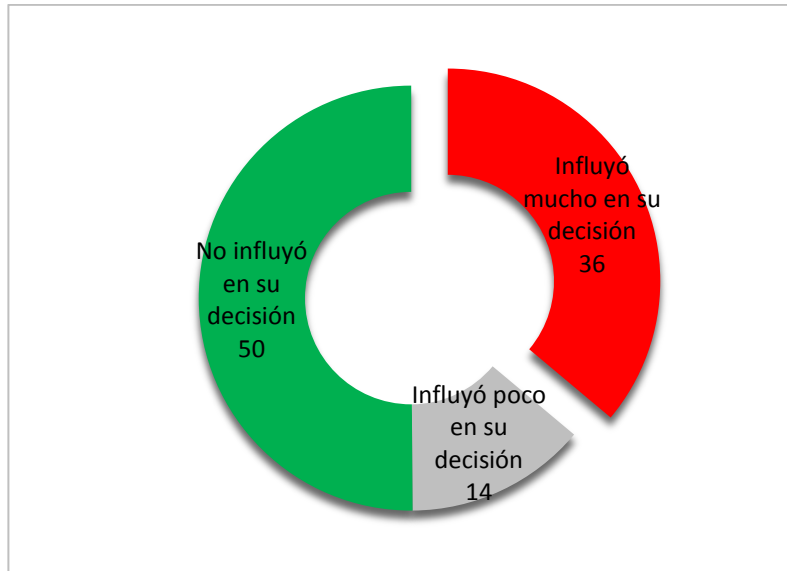
Gráfica 68: Motivaciones para cambiarse de compañía.



Cabe recordar que esta es una pregunta que se formula de modo que las personas respondan de forma espontánea.

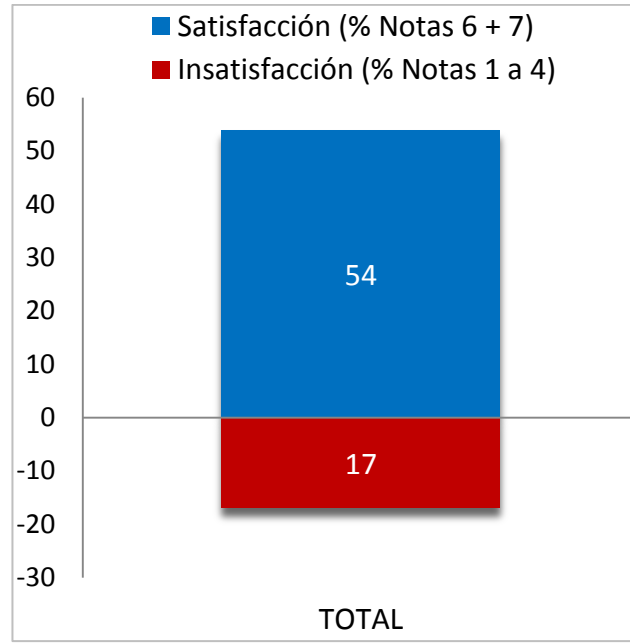
Ante la pregunta: “El hecho de que ahora exista la portabilidad numérica y usted puede mantener su número: *Influyó mucho poco o nada en su decisión de cambiarse de compañía*”, un 36% de los entrevistados indica que la portabilidad influyó mucho en tal decisión, como se observa en la siguiente gráfica.

Gráfica 69: Impacto de Portabilidad en decisión de cambio..



Finalmente, un 54% de los entrevistados califica el proceso como fácil y un 17% como difícil, ante la pregunta: *En una escala donde 1 es “Muy difícil” y 7 es “Muy fácil”. ¿Con qué nota evalúa el proceso de portabilidad?*

Gráfica 70: Evaluación de la facilidad del proceso.



2.- Internet Móvil

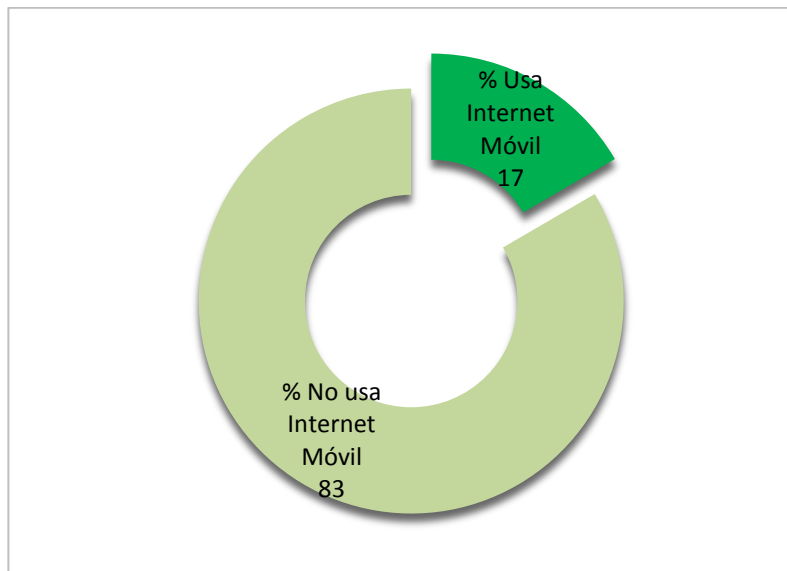
En esta sección revisaremos los resultados obtenidos en el Estudio de Usuarios de Internet Móvil, para los diferentes módulos del cuestionario:

- Proveedor del Servicio y sus Características.
- Satisfacción con el Servicio.
- Problemas Recientes con el Servicio.

Proveedor del Servicio y Sus Características

Para este estudio, la proporción de usuarios que usa Internet Móvil llega a un 17%, como se muestra en la siguiente gráfica, lo que significa un aumento importante respecto del 13% del año anterior.

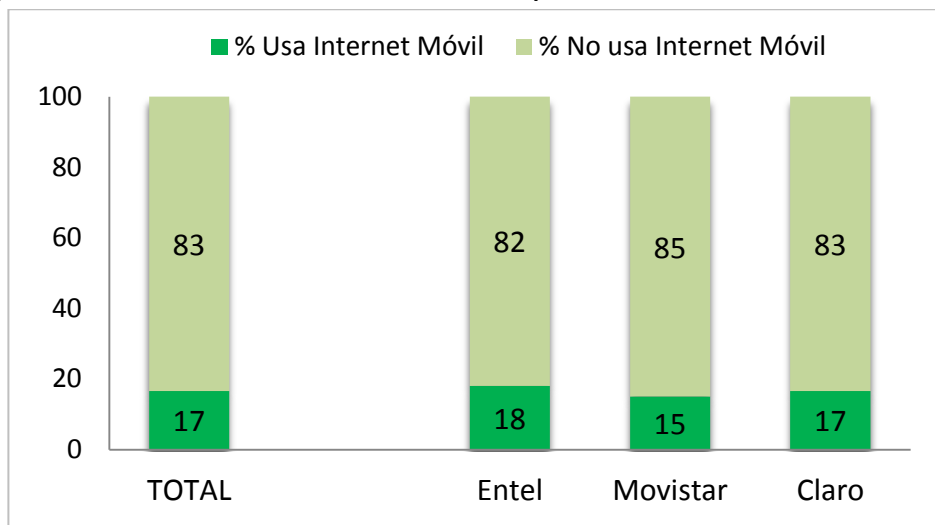
Gráfica 71: Proporción de usuarios de Internet Móvil.



Cabe recordar que esta penetración de uso de Internet Móvil se preguntó de la siguiente forma: *“¿Ud. tiene el servicio de internet móvil en su teléfono celular y lo utiliza al menos de vez en cuando, por ejemplo, para revisar correos, acceder a redes sociales o navegar por internet?”*

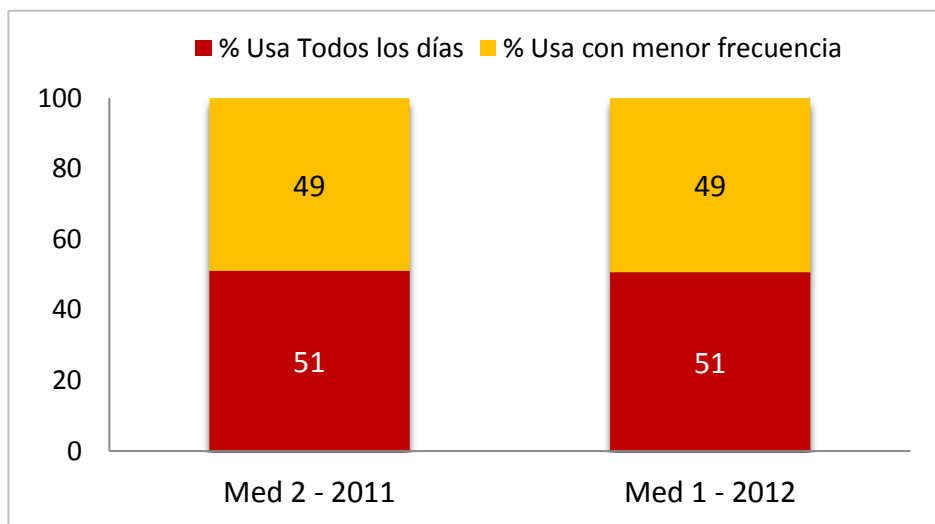
La compañía que muestra una mayor proporción de usuarios de Internet Móvil es Entel, como se puede notar en la siguiente gráfica.

Gráfica 72: Proporción de usuarios de Internet Móvil – Por Compañía



A su vez, la proporción de usuarios que declara utilizar el internet móvil “Todos los días” se mantiene en el mismo nivel de 51% de la medición anterior, como se puede observar en la siguiente gráfica:

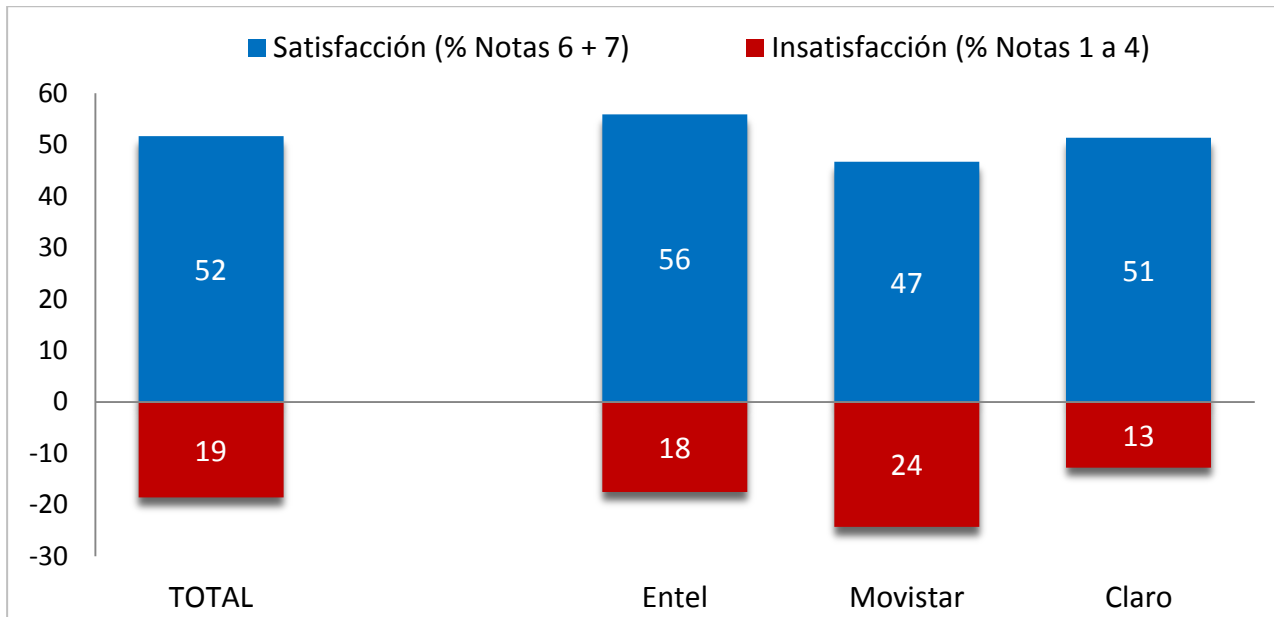
Gráfica 73: Frecuencia de Uso de Internet Móvil.



Satisfacción con el Servicio

Considerando las Notas 6 y 7 como Satisfactorias y las notas de 1 a 4 como Insatisfactorias, el servicio de internet móvil muestra un nivel medio de satisfacción durante la primera medición de 2012, con un 52% de usuarios satisfechos y un 19% de usuarios insatisfechos.

Gráfica 74: Satisfacción e Insatisfacción por compañía proveedora.



En términos de la evolución respecto de la segunda medición del año 2011, todos los proveedores bajan sus niveles de satisfacción, especialmente Claro.

Gráfica 75: Satisfacción por compañía proveedora – Evolución.

COMPAÑÍA	% SATISFACCIÓN (Notas 6+7)			% INSATISFACCIÓN (Notas 1 a 4)		
	MED 1 - 2011	MED 2 - 2011	MED 1 - 2012	MED 1 - 2011	MED 2 - 2011	MED 1 - 2012
Entel	74	61	56	8	10	18
Movistar	73	65	47	12	11	24
Claro	58	56	51	24	21	13
TOTAL	70	61	52	13	13	19

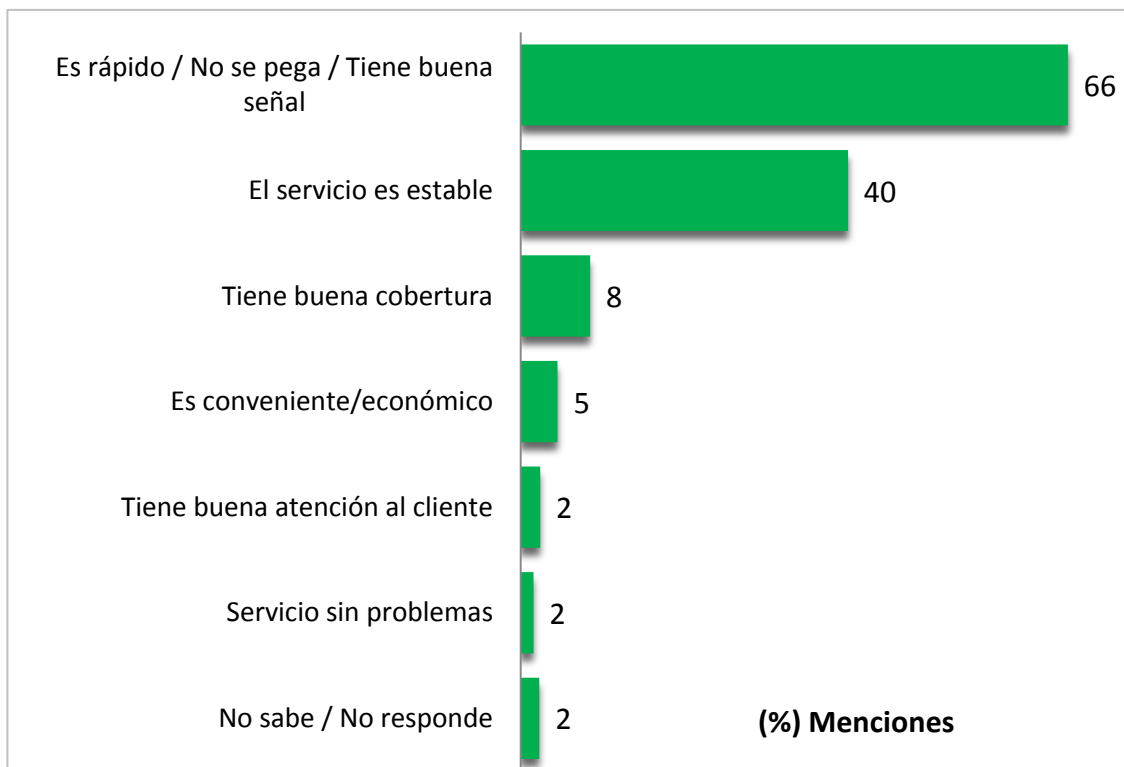
La satisfacción de los usuarios de Entel baja de 61% a 56%, mientras Movistar baja fuertemente de un 65% a un 47%.

Una de las mejoras realizadas en el cuestionario del año 2012, fue diferenciar la pregunta que indaga el motivo para la evaluación global del servicio, de modo que se formule de forma específica para:

- Usuarios que evalúan el servicio con notas 6 o 7 (Satisfechos)
- Usuarios que evalúan con Nota 5 (Indiferentes)
- Usuarios que evalúan con notas 1 a 4 (Insatisfechos).

La siguiente gráfica muestra los motivos mencionados por los usuarios de Telefonía Móvil para evaluar positivamente su satisfacción con el servicio ante la siguiente pregunta: *¿Cuáles son los aspectos positivos de LEER PROVEEDOR para que usted evalúe con nota (6 o 7) a su servicio de internet móvil?*

Gráfica 76: Motivos para evaluar con Nota 6 o 7 la Satisfacción General.



Destacando claramente 2 motivos relacionados con el funcionamiento del servicio: “Velocidad” y “Estabilidad”.

Si se observan las razones para evaluar con notas 6 o 7 el servicio en términos comparativos por compañía proveedora, se puede apreciar que Entel tiene usuarios que se encuentran satisfechos especialmente debido a la velocidad del servicio, siendo ésta una debilidad particular de Movistar.

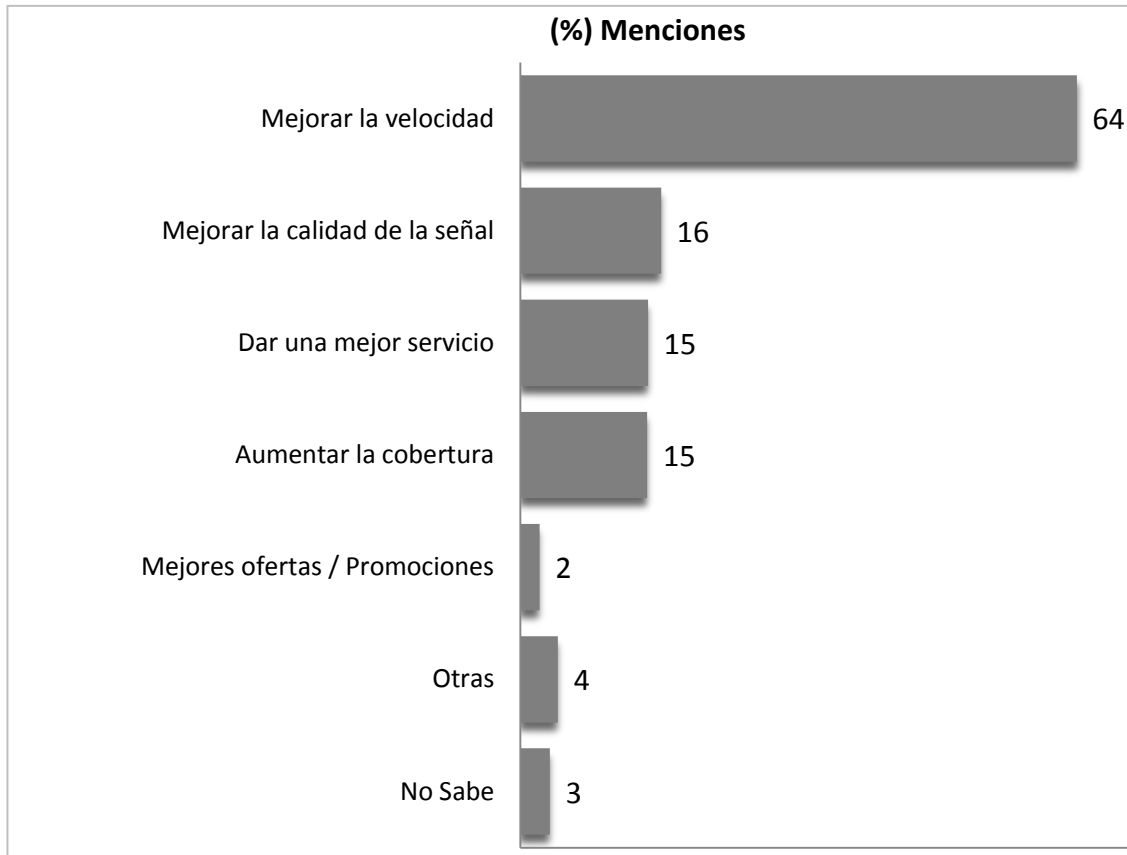
Gráfica 77: Motivos para evaluar con Nota 6 o 7 la Satisfacción General por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA		
		Entel	Movistar	Claro
Bases (n)	260	114	77	69
Es rápido / No se pega	49	55	46	41
El servicio es estable	40	41	42	32
Tiene buena señal	17	18	14	21
Tiene buena cobertura	8	7	6	14
Es conveniente/económico	5	1	3	14
Tiene buena atención al cliente	2	3	4	-
Servicio sin problemas	2	2	3	-
No sabe / No responde	2	2	1	5

Por otra parte destaca que una mayor proporción de usuarios Claro mencionan la “Conveniencia” como motivo para la buena evaluación del servicio.

La siguiente gráfica muestra los motivos mencionados por los usuarios de Internet Móvil para evaluar con nota 5, o indiferente. La pregunta utilizada en este caso fue: *¿Qué aspectos debería mejorar LEER PROVEEDOR de su servicio para que evalúe con nota 6 o 7 su servicio de internet móvil?*

Gráfica 78: Motivos para evaluar con Nota 5 la Satisfacción General.



Destacando claramente 1 motivos relacionados con el funcionamiento del servicio: Mejorar la Velocidad.

Si se observan las razones para evaluar con nota 5 el servicio en términos comparativos por compañía proveedora, se observa una demanda particularmente urgente de “Mejor Señal”, por parte de los usuarios indiferentes de Claro.

Gráfica 79: Motivos para evaluar con Nota 5 la Satisfacción General por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA		
		Entel	Movistar	Claro
Bases (n)	145	54	46	45
Mejorar la velocidad	64	67	58	65
Mejorar la calidad de la señal	16	16	13	20
Dar una mejor servicio	15	8	24	13
Aumentar la cobertura	15	15	17	11
Mejores ofertas / Promociones	2	2	5	-
Otras	4	4	7	2
No Sabe	3	3	4	2

Vuelve a destacar en “Claro” el hecho de ser una alternativa económica, toda vez que sus usuarios indiferentes son los que menos demandan “Economía y Promociones”.

La siguiente gráfica muestra los motivos mencionados por los usuarios de Internet Móvil para evaluar con notas 1 a 4 de insatisfacción. La pregunta utilizada en este caso fue: *¿Qué aspectos negativos de LEER PROVEEDOR hacen que evalúe con nota... su servicio de internet móvil?*

Gráfica 80: Motivos para evaluar con Notas 1 a 4 la Satisfacción General.



De la misma forma que los motivos mencionados por quienes evalúan con nota 5, destacan claramente 2 motivos relacionados con el funcionamiento del servicio: Mejorar la Velocidad y Estabilidad del Servicio.

Si se observan las razones para evaluar con notas 1 a 4 el servicio en términos comparativos por compañía proveedora, se destaca que los usuarios insatisfechos de Entel requieren una mejor velocidad y los de Claro una mejor cobertura y facilidad para acceder o conectarse.

Gráfica 81: Motivos para evaluar con Notas 1 a 4 la Satisfacción General por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA		
		Entel	Movistar	Claro
Bases (n)	92	35	40	17
El servicio es lento	50	62	43	42
Tienen mala señal / Inestable	35	35	39	24
Tienen mala cobertura	13	8	13	24
No es fácil acceder	11	3	12	29
Su servicio es muy caro	9	15	3	12
No respetan planes/contratos	2	-	5	-
Otras	5	9	2	-
No sabe	3	-	8	-

Análisis de Atributos y Dimensiones de Servicio: Impacto en la Satisfacción General

Para conocer más detalle de la evaluación que los usuarios realizan del servicio que reciben de sus proveedores de Internet Móvil y comprender los motivos para que una compañía muestre mayores o menores niveles de satisfacción global con su servicio, se realiza la siguiente pregunta: *Usando la misma escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos del servicio que le entrega [EMPRESA SEGÚN B1] en Internet Móvil?*, cuyos resultados se muestran en la siguiente gráfica a nivel global.

En **Internet Móvil** destacan la “Calidad del Producto” y la “Confiabilidad” como los aspectos de mayor impacto en la satisfacción global con el servicio.

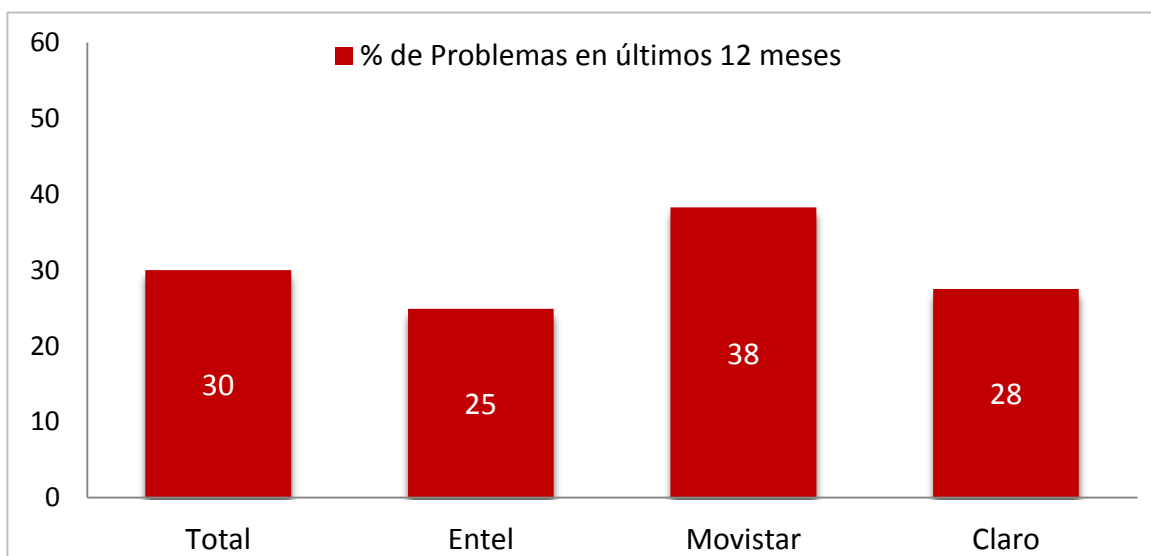
Gráfica 82: Impactos de Dimensiones y Atributos en la Satisfacción General con el Servicio.

DIMENSIÓN	ASPECTO DE SERVICIO	PESO Dimensión	PESO Atributo
CALIDAD DEL PRODUCTO	Conexión sin cortes ni interrupciones	46%	36,4%
	Servicio disponible en todas partes		30,4%
	Velocidad no cambia bruscamente		33,2%
	Rapidez y agilidad de la atención		27,4%
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Personal soluciona problemas	4%	20,8%
	Facilidad para contactar en forma presencial		23,9%
	Facilidad para contactar en forma telefónica		27,9%
	Cumplimiento de la velocidad prometida		27,1%
CONFIABILIDAD	Cumplimiento de la cobertura prometida	27%	26,8%
	Personal está bien capacitado		13,4%
	Cumplimiento de la publicidad		21,0%
	Buena disposición y trato		11,6%
	Hay variedad de planes y ofertas		24,7%
EMPATÍA	Es fácil cambiarse de plan o tarifa	23%	23,4%
	Valor que paga es adecuado a la calidad		26,4%
	Tienen buenas ofertas y regalos		25,4%
	Conexión sin cortes ni interrupciones		36,4%

Problemas Recientes con el Servicio

Para identificar a los usuarios que han tenido algún problema con el servicio de internet móvil, se realizó la siguiente pregunta: “¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con su servicio de internet móvil?”. Del total de entrevistados, un 30% de los entrevistados manifestó haber tenido algún tipo de problema durante los últimos 12 meses.

Gráfica 1: Tasa de Problemas en los últimos 12 meses.



La tasa de problemas en los últimos 12 meses presenta un alza significativa durante la presente medición, particularmente entre usuarios de las compañía Movistar.

Gráfica 83: Tasa de Problemas en los últimos 12 meses por compañía - Evolución.

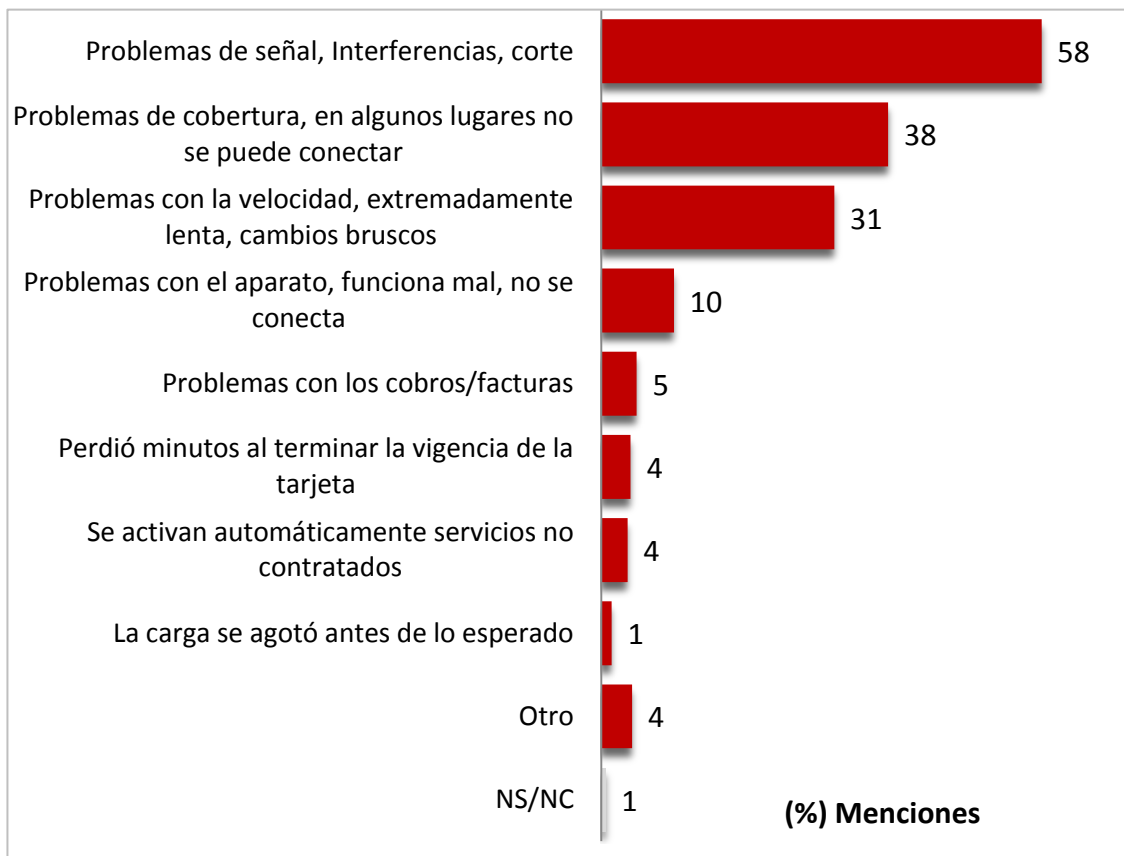
% Problemas en últimos 12 meses	MED 1 - 2011	MED 2 - 2011	MED 1 - 2012
TOTAL	23	24	30
Entel	22	27	25
Movistar	14	24	38
Claro	36	20	28

Por su parte si bien el indicador de Entel baja 2 puntos, esta no representa una diferencia significativa dada la muestra obtenida.

Los tipos de problemas que se tuvieron con el servicio se evaluaron con la pregunta: “¿Qué tipo de problema tuvo?”. En línea con los motivos para evaluar de forma insatisfactoria al servicio, los principales problemas percibidos durante el año corresponden a Cobertura e Interferencias.

La siguiente gráfica ilustra los problemas mencionados por los usuarios de Internet Móvil.

Gráfica 84: Tipos de problemas.



Destacando claramente la presencia de 3 aspectos que prevalecen como los de mayor importancia: “Problemas de Señal (Interferencias/mal sonido, corte de llamadas)”, “Problemas de Cobertura” y “Problemas de Velocidad”. En segundo lugar en proporción de menciones aparecen otros problemas como “Cobros” y “Problemas con el aparato”.

Los 3 principales problemas mencionados por los usuarios de telefonía móvil son transversales por compañía proveedora, sin embargo, como muestra la siguiente gráfica Entel muestra una menor proporción de usuarios con problemas de “Señal, Interferencias, etc” que el resto de los proveedores.

Gráfica 85: Tipos de problemas por compañía.

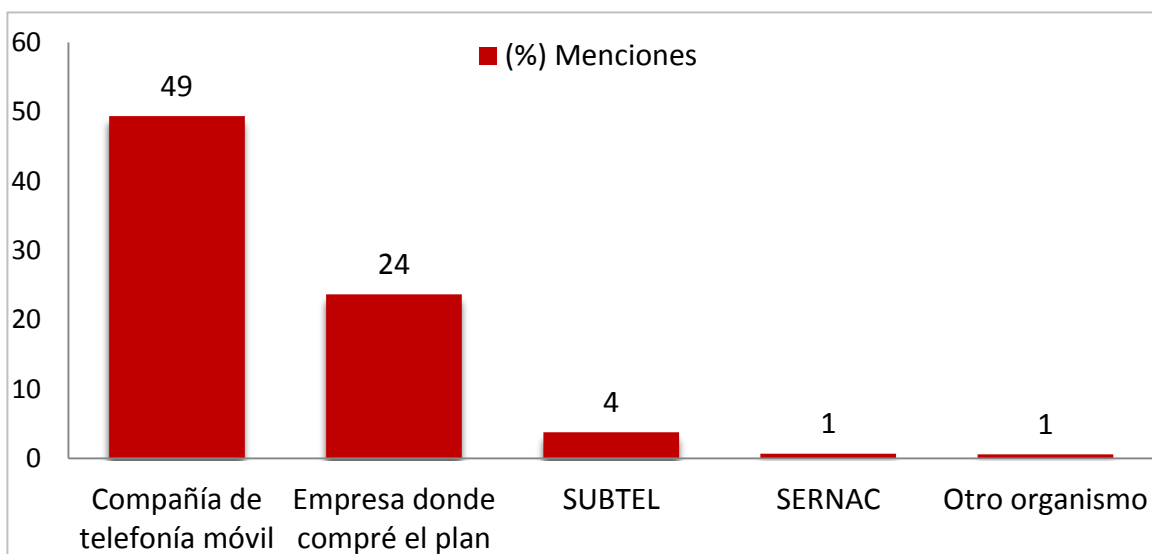
% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA		
		Entel	Movistar	Claro
Bases (n)	152	51	64	37
Problemas de señal, Interferencias, corte	58	52	61	61
Problemas de cobertura, en alg. lugares no se puede conectar	38	48	32	33
Problemas con la velocidad, muy lenta, cambios bruscos	31	36	29	25
Problemas con el aparato, funciona mal, no se conecta	10	18	7	-
Problemas con los cobros/facturas	5	4	6	3
Perdió minutos al terminar la vigencia de la tarjeta	4	2	5	5
Se activan automáticamente servicios no contratados	4	2	5	3
La carga se agotó antes de lo esperado	1	2	-	3
Otro	4	2	7	3
NS/NC	1	-	2	-

Sin embargo, Entel tiene más usuarios que mencionan problemas de Cobertura y con el aparato.

El nivel de reclamos se preguntó de la forma: *“Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de Internet Móvil ¿Reclamó o pidió alguna solución...? LEER ALTERNATIVAS – RESPUESTA MÚLTIPLE”*

Los lugares de reclamo habituales corresponden a la misma compañía o bien el lugar donde haya contratado el servicio.

Gráfica 86: Lugar de reclamo de problemas en los últimos 12 meses.



Sólo un 4% de los entrevistados declaró haber reclamado en SUBTEL y un 1% en SERNAC.

Gráfica 87: Lugar de reclamo de problemas en los últimos 12 meses por compañía.

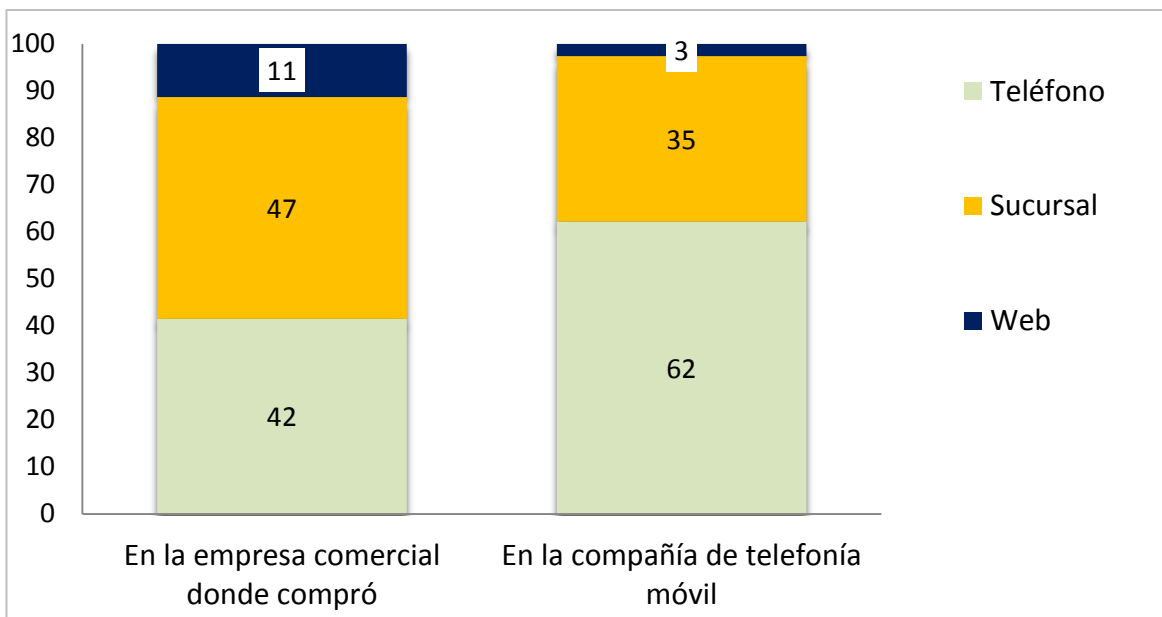
% Menciones	TOTAL	Entel	Movistar	Claro
Compañía de telefonía móvil	49	48	50	50
Empresa donde compré el plan	24	22	26	22
SUBTEL	4	4	4	3
SERNAC	1	-	2	-

La tabla anterior indica los lugares de reclamo por compañía, donde se observa que los lugares de reclamo son transversales para las 3 compañías.

Por su parte, se preguntó por el canal o medio para hacer efectivo su reclamo, con la siguiente pregunta: *“Su reclamo efectuado en...LEER SEGÚN PREGUNTA ANTERIOR, lo realizó en una sucursal, en forma telefónica o por Internet?”*

La siguiente gráfica muestra que el canal o medio más utilizado para realizar un reclamo es el canal presencial en el caso de la empresa donde contrató, y telefónico para la compañía de telefonía móvil.

Gráfica 88: Medio de reclamo de problemas en los últimos 12 meses.

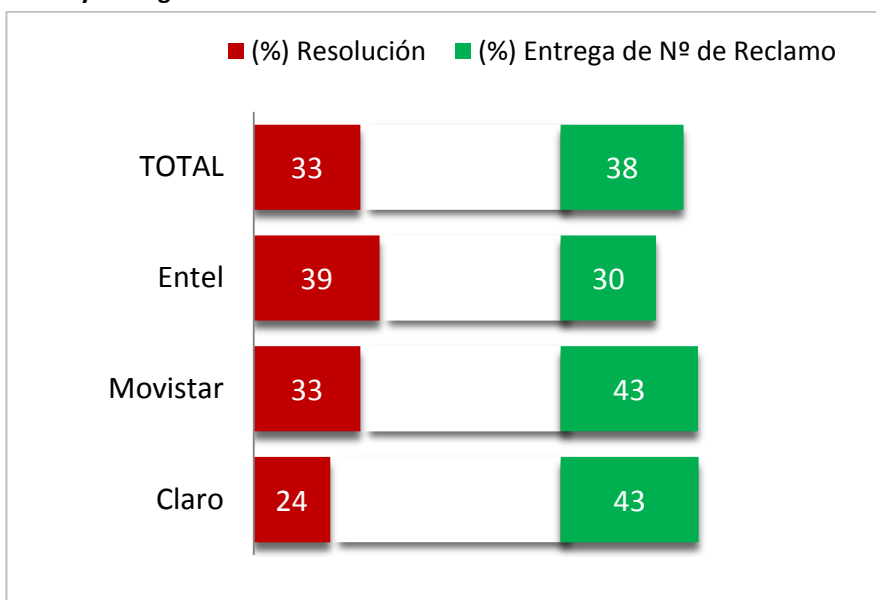


Resolución y entrega de N° de Reclamo:

La tasa percibida de solución de problemas de Internet Móvil es baja, tal como lo muestra la siguiente gráfica, en un 33% de los casos los usuarios consideran que su problema fue resuelto, ante la pregunta: *¿Y su problema fue resuelto?*. El indicador exhibido por la gráfica corresponde al porcentaje de respuestas afirmativa a esta pregunta.

Destaca el 39% de resolución mostrado por la empresa Entel, significativamente superior al nivel mostrado por Movistar (33%) y significativamente superior a Claro (24%).

Gráfica 89: % Resolución y entrega de N° de Reclamo.



La misma gráfica muestra que en un 38% de los casos, los entrevistados recuerdan haber sido notificados a través de un número de reclamo, siendo en este ítem la empresa Entel quien cuenta con una menor tasa de notificaciones declaradas por sus usuarios. Cabe indicar que la pregunta utilizada para calcular este indicador fue: *¿Al reclamar le entregaron un número de reclamo?*. El indicador exhibido por la gráfica corresponde al porcentaje de respuestas afirmativas a esta pregunta.

Índice de Calidad de Servicio (ICS): Resultados Internet Móvil

Cabe recordar que el Índice de Calidad de Servicio (ICS) se calcula con el objetivo de obtener un Indicador que mida en qué proporción el cliente siente que el servicio que le han prometido se cumple.

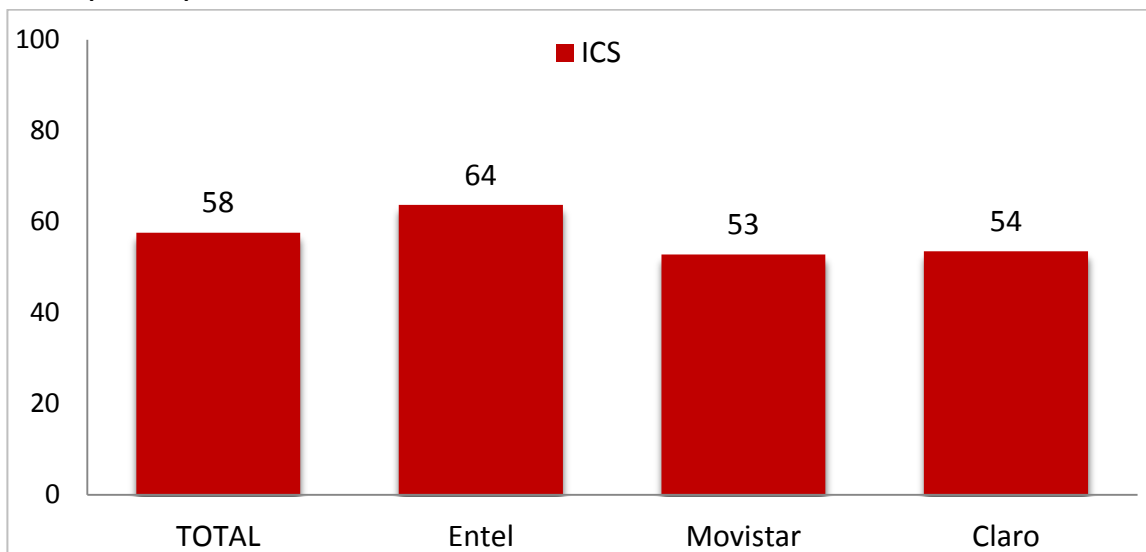
Para ello se calculó el impacto de las dimensiones de servicio y los atributos en cada dimensión, de modo que para Internet Móvil se tiene los siguientes Ponderadores:

Gráfica 90: Peso de Dimensiones del ICS, incluyendo ausencia de problemas, Internet Móvil.

Pesos Dimensiones ICS	Calidad del Producto	Capacidad de Respuesta	Confiabilidad	Empatía	Ausencia de Problemas	TOTAL
Internet Móvil	40,2%	3,6%	24,0%	21,1%	11,1%	100,0%

Donde destaca un 40,2% de impacto de la Dimensión Calidad de Producto y Confiabilidad con un 24,0% de impacto.

Gráfica 2: ICS por Compañía, Internet Móvil.



En general el ICS en Internet Móvil es bajo, con cierta ventaja en el caso de Entel, pero aún con mucho espacio para mejorar.

Durante el período se registra una baja significativa en el índice de calidad de servicio de internet móvil, a partir de las bajas de Movistar y Claro.

Gráfica 3: ICS por Compañía, Internet Móvil - Evolución.

Compañía	Med 1 -2011	Med 2 - 2011	Med 1 - 2012
TOTAL	70	64	58
Entel	74	65	64
Movistar	72	63	53
Claro	56	61	54

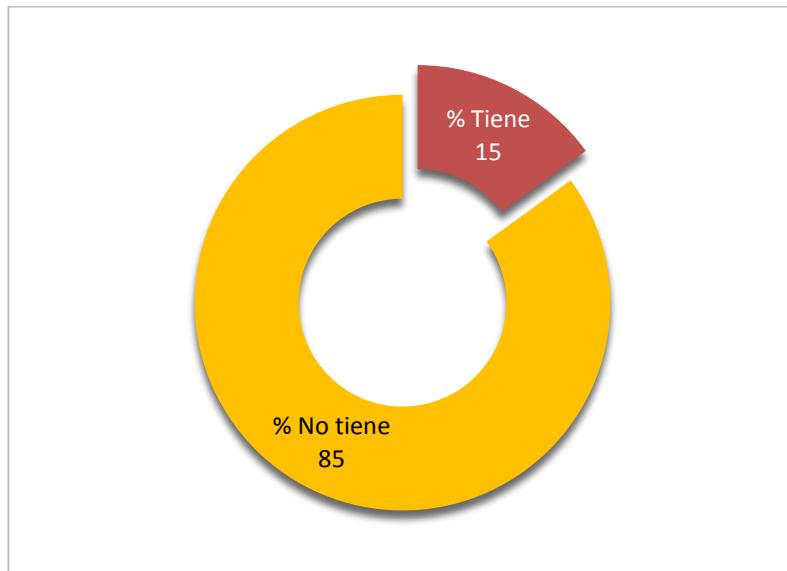
3.- Banda Ancha Móvil

En esta sección revisaremos los resultados obtenidos en el Estudio de Usuarios de Banda Ancha Móvil, para los diferentes módulos del cuestionario:

- Proveedor del Servicio y sus Características.
- Satisfacción con el Servicio.
- Problemas Recientes con el Servicio.

Cabe mencionar que del total de entrevistados (Usuarios de Telefonía Móvil y Usuarios de Internet Fija), un 15% de los entrevistados declaró tener una Banda Ancha Móvil, como se ilustra en la siguiente gráfica.

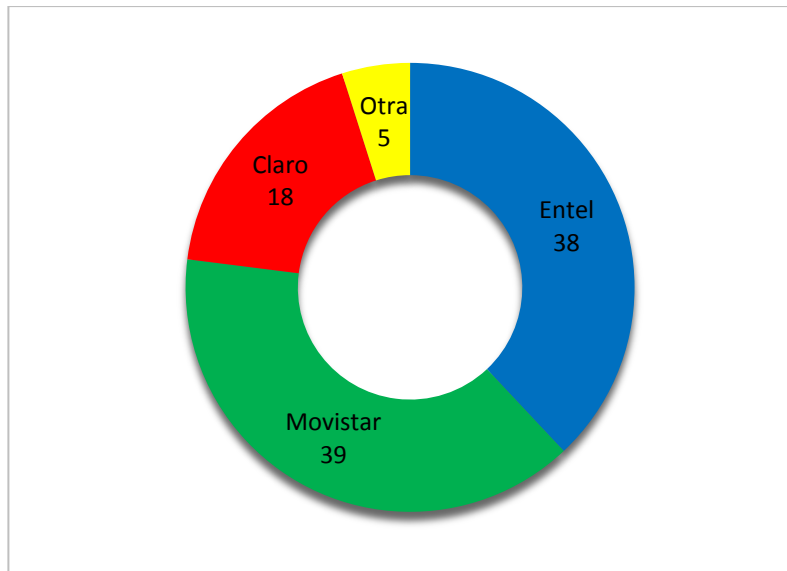
Gráfica 91: Proporción de usuarios con Banda Ancha Móvil.



Proveedor del Servicio y Sus Características

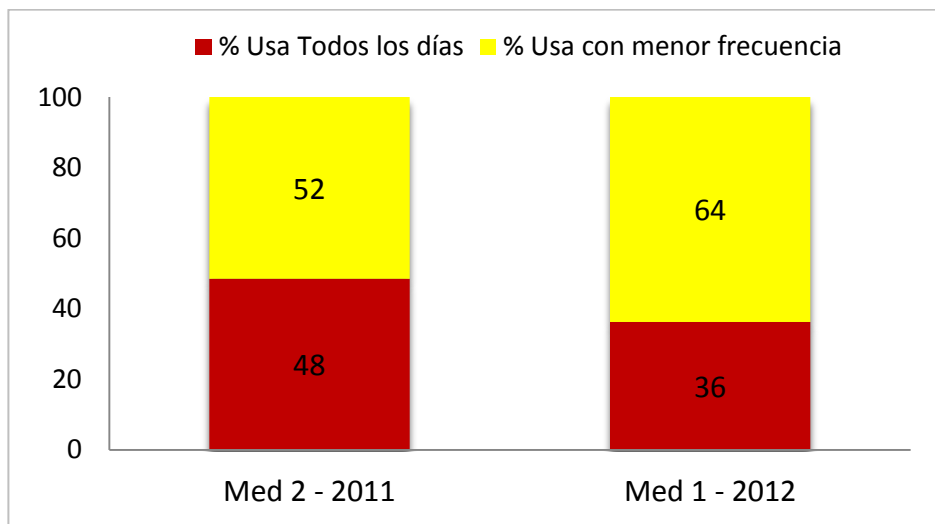
Para este estudio, la distribución de empresas proveedoras del servicio fue ponderada con información disponible de participación de compañías a diciembre del 2011. Lo anterior se refleja en la siguiente gráfica.

Gráfica 92: Proporción de usuarios de Banda Ancha Móvil por compañía.



A su vez, la proporción de usuarios que declara utilizar el Banda Ancha Móvil “Todos los días” disminuye respecto de la medición anterior.

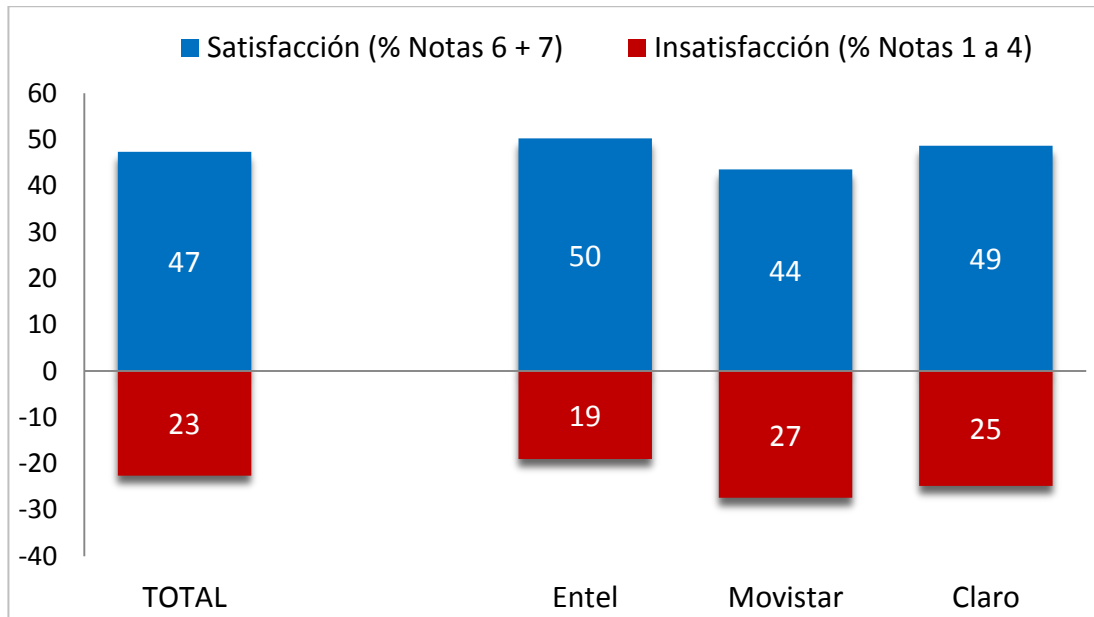
Gráfica 93: Frecuencia de Uso de Banda Ancha Móvil.



Satisfacción con el Servicio

Considerando las Notas 6 y 7 como Satisfactorias y las notas de 1 a 4 como Insatisfactorias, el servicio de banda ancha móvil muestra un nivel bajo de satisfacción durante la primera medición de 2012, con un 47% de usuarios satisfechos y un 23% de usuarios insatisfechos.

Gráfica 94: Satisfacción e Insatisfacción por compañía proveedora.



En términos de la evolución respecto de la segunda medición del año 2011, Entel y Movistar bajan significativamente su nivel de usuarios satisfechos, disminuyendo a cero su brecha con Claro, que sube significativamente durante este período.

Gráfica 95: Satisfacción por compañía proveedora – Evolución.

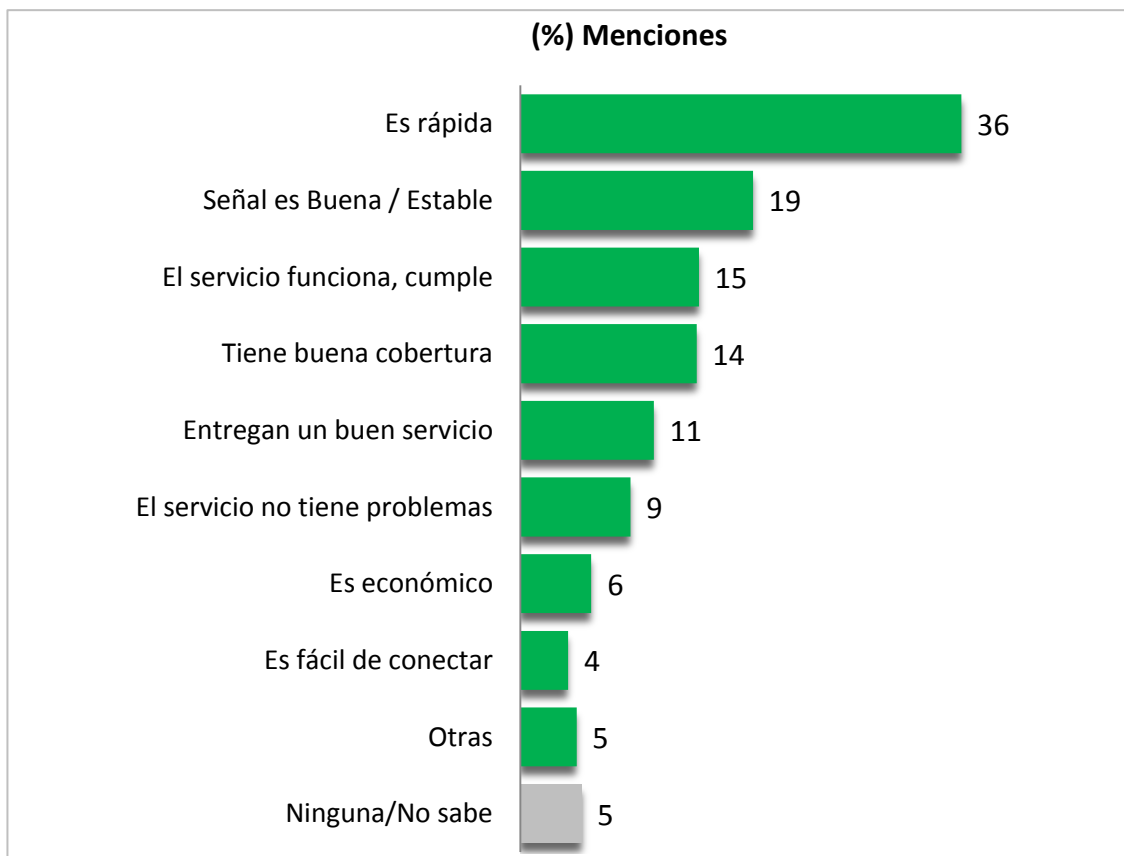
COMPAÑÍA	% SATISFACCIÓN (Notas 6+7)			% INSATISFACCIÓN (Notas 1 a 4)		
	MED 1 - 2011	MED 2 - 2011	MED 1 - 2012	MED 1 - 2011	MED 2 - 2011	MED 1 - 2012
Entel	64	57	50	15	23	19
Movistar	50	50	44	26	21	27
Claro	30	38	49	30	49	25
TOTAL	53	50	47	22	27	23

Una de las mejoras realizadas en el cuestionario del año 2012, fue diferenciar la pregunta que indaga el motivo para la evaluación global del servicio, de modo que se formule de forma específica para:

- Usuarios que evalúan el servicio con notas 6 o 7 (Satisfechos)
- Usuarios que evalúan con Nota 5 (Indiferentes)
- Usuarios que evalúan con notas 1 a 4 (Insatisfechos).

La siguiente gráfica muestra los motivos mencionados por los usuarios de Telefonía Móvil para evaluar positivamente su satisfacción con el servicio ante la siguiente pregunta: *¿Cuáles son los aspectos positivos de LEER PROVEEDOR para que usted evalúe con nota (6 o 7) a su servicio de internet móvil?*

Gráfica 96: Motivos para evaluar con Nota 6 o 7 la Satisfacción General.



Destacando claramente el motivo “Velocidad/Rapidez del servicio”, en segundo nivel de importancia aparecen otros motivos como “Buena Señal, Cobertura”, “El servicio funciona, cumple”, y “Buen servicio”.

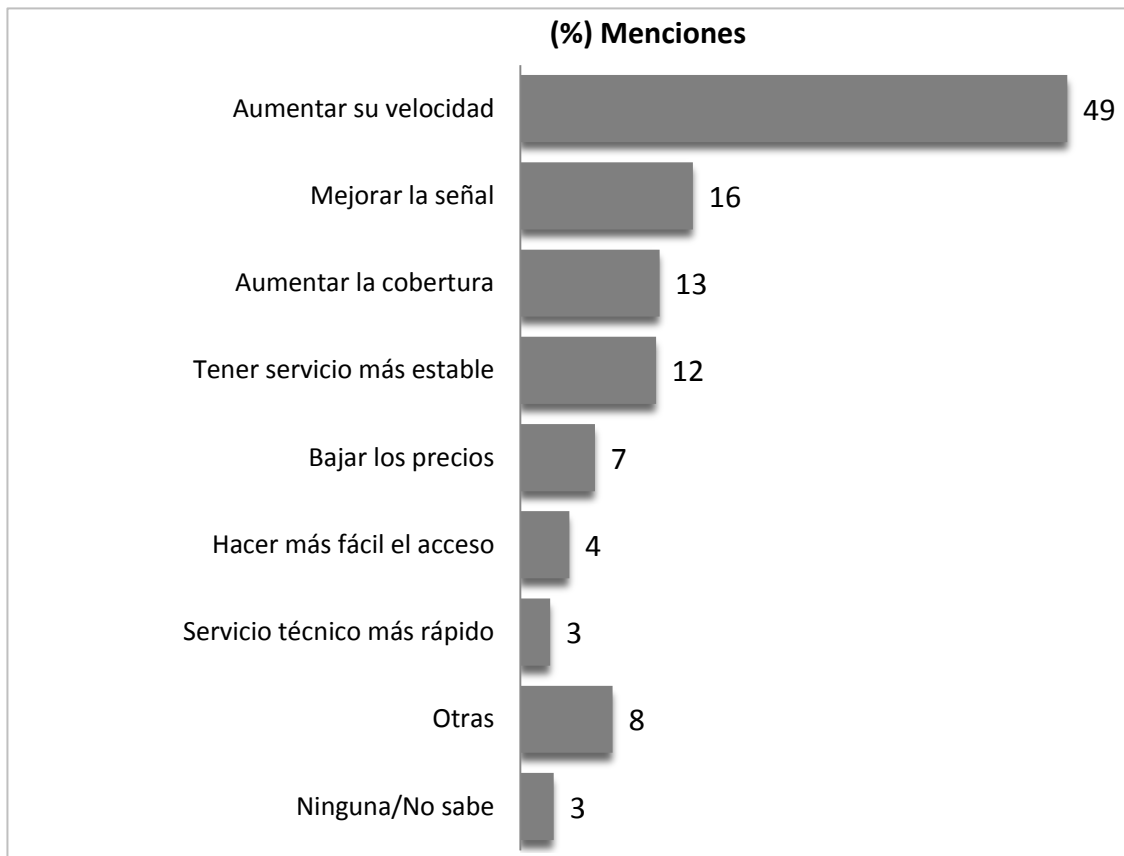
Si se observan las razones para evaluar con notas 6 o 7 el servicio en términos comparativos por compañía proveedora, se puede apreciar en general los motivos para evaluar con buena nota a la Banda Ancha Móvil son transversales, destacando solamente que Claro tiene una mayor proporción de usuarios que se encuentran satisfechos por su velocidad y una menor proporción de usuarios satisfechos por la calidad/estabilidad de su señal.

Gráfica 97: Motivos para evaluar con Nota 6 o 7 la Satisfacción General por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA		
		Entel	Movistar	Claro
Bases (n)	376	188	105	55
Es rápida	36	39	28	47
Señal es Buena /estable	19	25	20	7
El servicio funciona, cumple	15	12	13	16
Tiene buena cobertura	14	20	12	9
Entregan un buen servicio	11	9	11	15
El servicio no tiene problemas	9	8	11	11
Es económico	6	4	9	6
Es fácil de conectar	4	4	4	4
Otras	5	4	6	6
Ninguna/No sabe	5	4	6	4

La siguiente gráfica muestra los motivos mencionados por los usuarios de Internet Móvil para evaluar con nota 5, o indiferente. La pregunta utilizada en este caso fue: *¿Qué aspectos debería mejorar LEER PROVEEDOR de su servicio para que evalúe con nota 6 o 7 su servicio de internet móvil?*

Gráfica 98: Motivos para evaluar con Nota 5 la Satisfacción General.



Destacando claramente 1 motivo relacionados con el funcionamiento del servicio: Mejorar la Velocidad, en segundo término se requiere mejorar la calidad de la señal y la cobertura.

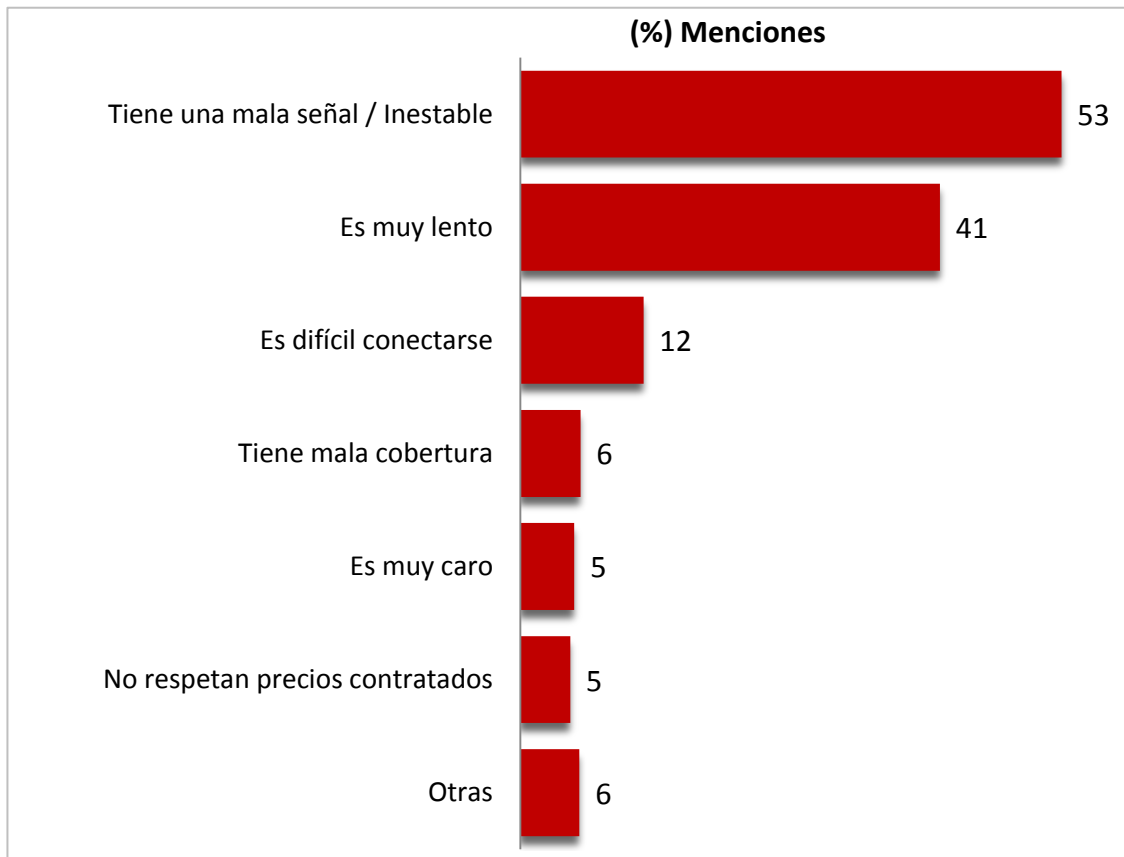
Si se observan las razones para evaluar con nota 5 el servicio en términos comparativos por compañía proveedora, se observa una demanda particularmente urgente de “Mejor Señal”, por parte de los usuarios indiferentes de Claro.

Gráfica 99: Motivos para evaluar con Nota 5 la Satisfacción General por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA		
		Entel	Movistar	Claro
Bases (n)	224	109	65	30
Aumentar su velocidad	49	49	52	47
Mejorar la señal	16	15	15	23
Aumentar la cobertura	13	13	12	17
Tener servicio más estable	12	11	12	7
Bajar los precios	7	8	3	13
Hacer más fácil el acceso	4	5	5	3
Servicio técnico más rápido	3	1	3	3
Otras	8	10	6	7
Ninguna/No sabe	3	1	5	3

La siguiente gráfica muestra los motivos mencionados por los usuarios de Banda Ancha Móvil para evaluar con notas 1 a 4 de insatisfacción. La pregunta utilizada en este caso fue: *¿Qué aspectos negativos de LEER PROVEEDOR hacen que evalúe con nota... su servicio de internet móvil?*

Gráfica 100: Motivos para evaluar con Notas 1 a 4 la Satisfacción General.



Las razones para que un usuario de Banda Ancha Móvil se encuentre insatisfecho son claras: “Lentitud del Servicio”, “Mala calidad de la señal” e “Inestabilidad del servicio”.

Si se observan las razones para evaluar con notas 1 a 4 el servicio en términos comparativos por compañía proveedora, no se observan diferencias destacables.

Gráfica 101: Motivos para evaluar con Notas 1 a 4 la Satisfacción General por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA		
		Entel	Movistar	Claro
Bases (n)	168	71	66	28
Tiene mala señal / Inestable	53	53	58	46
Es muy lento	41	44	42	32
Es difícil conectarse	12	16	12	7
Tiene mala cobertura	6	3	3	18
Es muy caro	5	10	2	7
No respetan precios contratados	5	4	5	7
Otras	6	1	8	7

Análisis de Atributos y Dimensiones de Servicio: Impacto en la Satisfacción General

Para conocer más detalle de la evaluación que los usuarios realizan del servicio que reciben de sus proveedores de Banda Ancha Móvil y comprender los motivos para que una compañía muestre mayores o menores niveles de satisfacción global con su servicio, se realiza la siguiente pregunta: *Usando la misma escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos del servicio que le entrega [EMPRESA SEGÚN B1] de Banda Ancha Móvil?*, cuyos resultados se muestran en la siguiente gráfica a nivel global.

En *Banda Ancha Móvil* destacan la “Calidad del Producto” y la “Confiabilidad” como los aspectos de mayor impacto en la satisfacción global con el servicio.

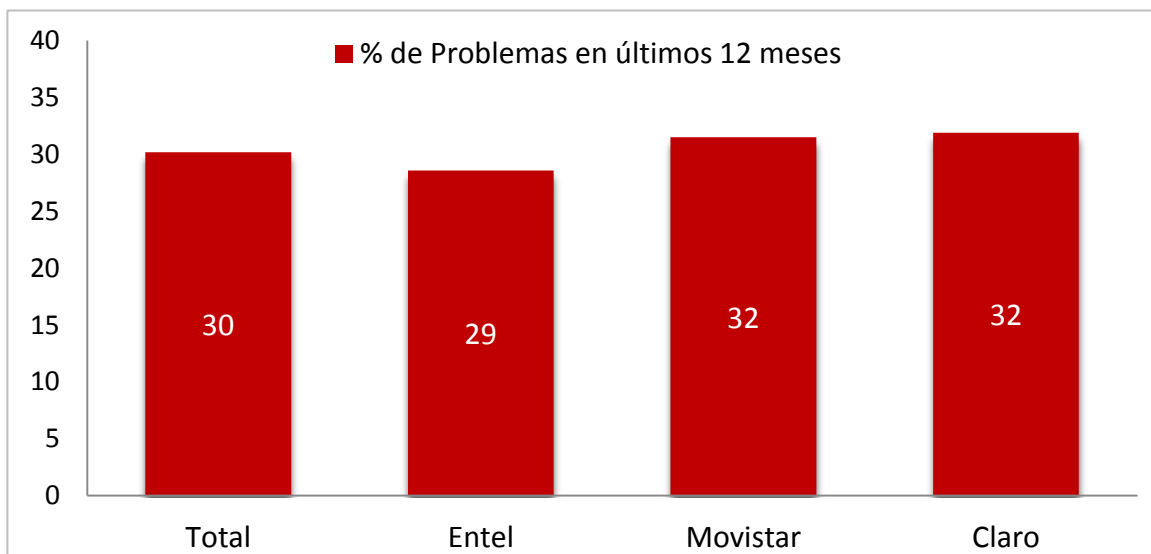
Gráfica 102: Impactos de Dimensiones y Atributos en la Satisfacción General con el Servicio.

DIMENSIÓN	ASPECTO DE SERVICIO	PESO Dimensión	PESO Atributo
CALIDAD DEL PRODUCTO	Conexión sin cortes ni interrupciones	40%	35,8%
	Servicio disponible en todas		30,8%
	Velocidad no cambia bruscamente		33,4%
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Rapidez y agilidad de la atención	9%	25,5%
	Personal soluciona problemas		21,6%
	Facilidad para contactar en forma presencial		23,9%
	Facilidad para contactar en forma telefónica		29,0%
CONFIABILIDAD	Cumplimiento de la velocidad prometida	31%	28,7%
	Cumplimiento de la cobertura prometida		28,2%
	Personal está bien capacitado		9,4%
	Cumplimiento de la publicidad		25,8%
	Buena disposición y trato		7,9%
EMPATÍA	Variedad de planes y ofertas	20%	23,0%
	Fácil cambiarse de plan		22,8%
	Valor que paga es adecuado a la calidad		27,0%
	Buenas ofertas y regalos		27,2%

Problemas Recientes con el Servicio

Para identificar a los usuarios que han tenido algún problema con el servicio de banda ancha móvil, se realizó la siguiente pregunta: “¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con su servicio de banda ancha móvil?”. Del total de entrevistados, un 30% de los entrevistados manifestó haber tenido algún tipo de problema durante los últimos 12 meses.

Gráfica 4: Tasa de Problemas en los últimos 12 meses.



La tasa de problemas en los últimos 12 meses presenta una baja significativa a nivel total respecto de la medición anterior, y se observa una baja destacable en la compañía Claro.

Gráfica 103: Tasa de Problemas en los últimos 12 meses por compañía - Evolución.

% Problemas en últimos 12 meses	MED 1 - 2011	MED 2 - 2011	MED 1 - 2012
TOTAL	31	36	30
Entel	23	25	29
Movistar	31	34	32
Claro	55	63	32

Los tipos de problemas que se tuvieron con el servicio se evaluaron con la pregunta: “¿Qué tipo de problema tuvo?”. En línea con los motivos para evaluar de forma insatisfactoria al servicio, los principales problemas percibidos durante el año corresponden a Cobertura e Interferencias.

La siguiente gráfica ilustra los problemas mencionados por los usuarios de Banda Ancha Móvil.

Gráfica 104: Tipos de problemas.



Destacando claramente la presencia 3 aspectos que prevalecen como los de mayor importancia: “Problemas de señal”, “Problemas de Velocidad” y “Problemas de Cobertura

Los 3 principales problemas mencionados por los usuarios de banda ancha móvil son transversales por compañía proveedora.

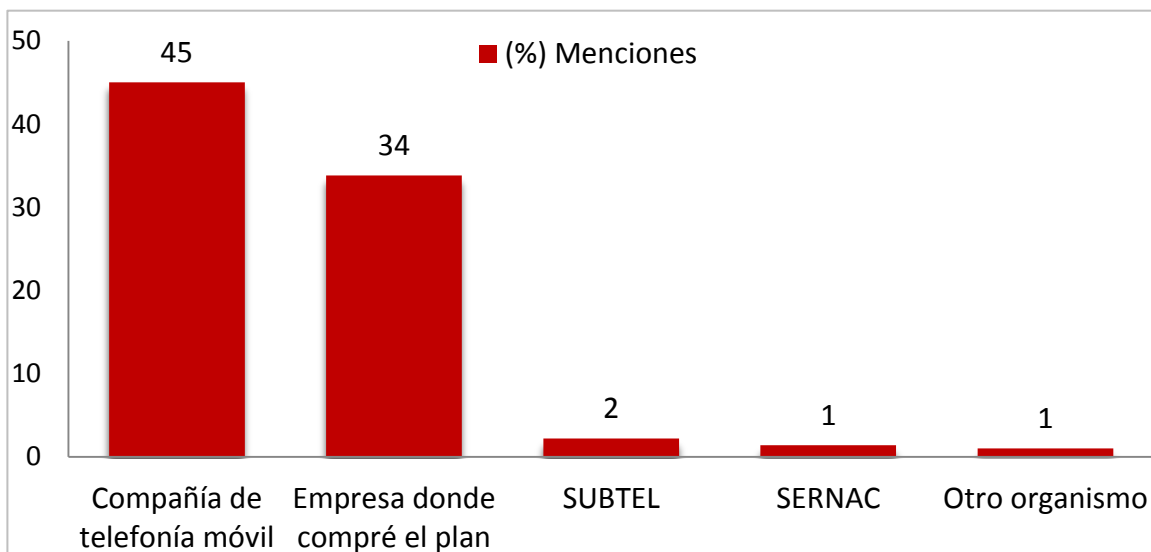
Gráfica 105: Tipos de problemas por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA		
		Entel	Movistar	Claro
Bases (n)	90	31	28	31
Problemas de señal, interferencias, corte	46	49	45	36
Problemas de cobertura, en alg. lugares no se puede conectar	32	40	30	28
Problemas con la velocidad, muy lenta, cambios bruscos	25	26	25	25
Problemas con el aparato, funciona mal, no se conecta	16	13	16	19
Problemas con los cobros / facturas	8	3	11	11
La carga se agotó antes de lo esperado	4	4	4	3
Las tarjetas de pre pago no se cargaron correctamente	2	3	1	3
Problemas con la asistencia técnica	2	1	4	-
Otros	8	9	8	8

El nivel de reclamos se preguntó de la forma: *“Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de Banda Ancha Móvil ¿Reclamó o pidió alguna solución...? LEER ALTERNATIVAS – RESPUESTA MÚLTIPLE”*

Los lugares de reclamo habituales corresponden a la misma compañía o bien el lugar donde haya contratado el servicio.

Gráfica 106: Lugar de reclamo de problemas en los últimos 12 meses.



Sólo un 2% de los entrevistados declaró haber reclamado en SUBTEL y un 1% en SERNAC.

Gráfica 107: Lugar de reclamo de problemas en los últimos 12 meses por compañía.

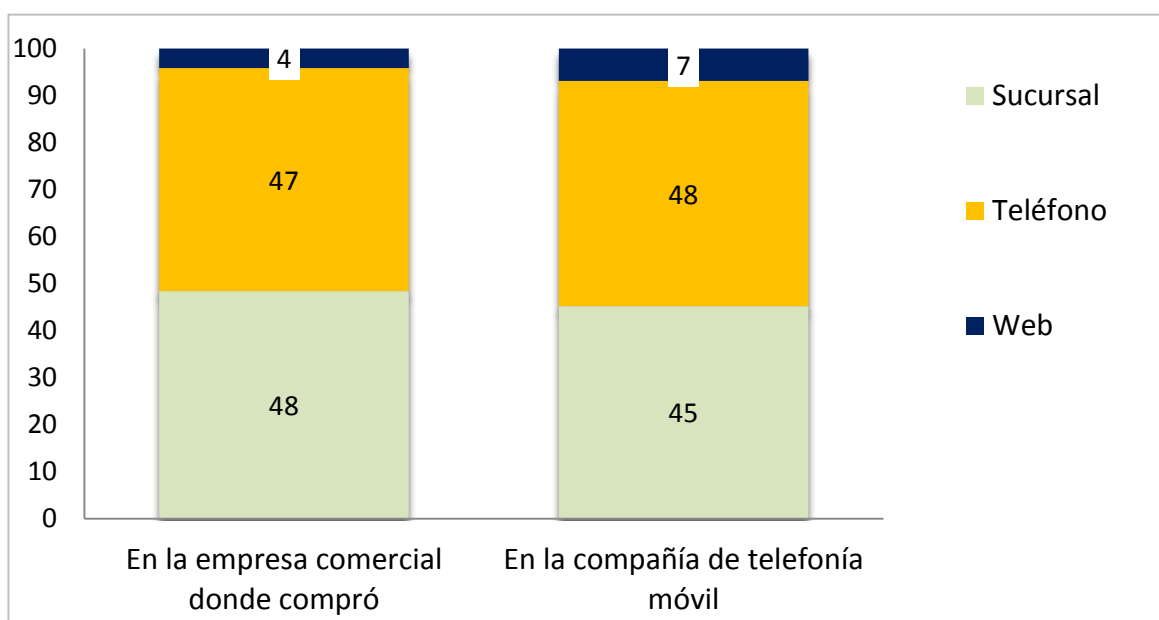
% Menciones	TOTAL	Entel	Movistar	Claro
Compañía de telefonía móvil	45	41	47	44
Empresa donde compré el plan	34	28	34	39
SUBTEL	2	5	1	
SERNAC	1	1	1	3

La tabla anterior indica los lugares de reclamo por compañía, donde se observa que los lugares de reclamo son transversales para las 3 compañías.

Por su parte, se preguntó por el canal o medio para hacer efectivo su reclamo, con la siguiente pregunta: *“Su reclamo efectuado en...LEER SEGÚN PREGUNTA ANTERIOR, lo realizó en una sucursal, en forma telefónica o por Internet?”*

La siguiente gráfica muestra que los canales o medios más utilizados para realizar un reclamo son el canal presencial y telefónico.

Gráfica 108: Medio de reclamo de problemas en los últimos 12 meses.

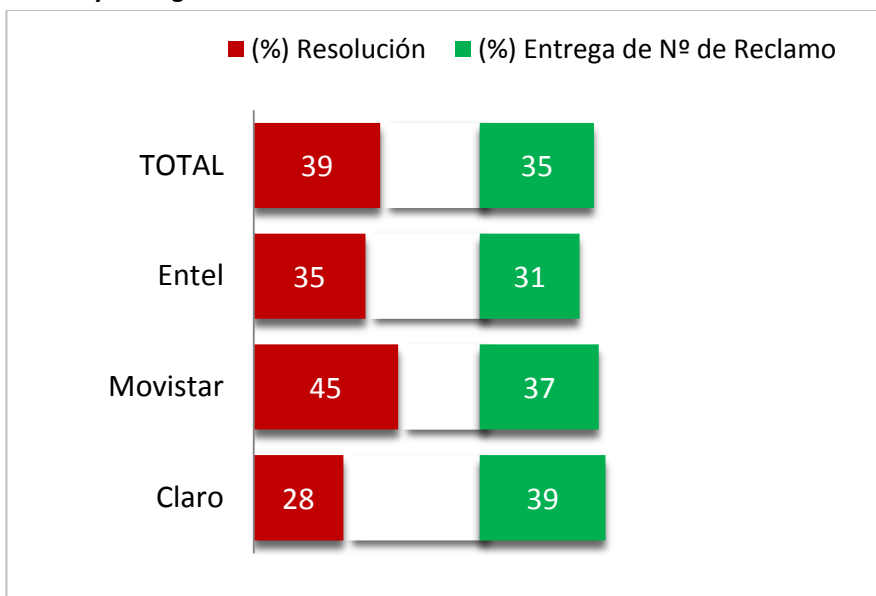


Resolución y entrega de Nº de Reclamo:

La tasa percibida de solución de problemas de Banda Ancha Móvil es baja, tal como lo muestra la siguiente gráfica, en un 39% de los casos los usuarios consideran que su problema fue resuelto, ante la pregunta: *¿Y su problema fue resuelto?*. El indicador exhibido por la gráfica corresponde al porcentaje de respuestas afirmativa a esta pregunta.

Los resultados son similares entre las diferentes compañías.

Gráfica 109: % Resolución y entrega de Nº de Reclamo.



La misma gráfica muestra que en un 35% de los casos, los entrevistados recuerdan haber sido notificados a través de un número de reclamo, sin diferencias por compañías. Cabe indicar que la pregunta utilizada para calcular este indicador fue: *¿Al reclamar le entregaron un número de reclamo?*. El indicador exhibido por la gráfica corresponde al porcentaje de respuestas afirmativas a esta pregunta.

Índice de Calidad de Servicio (ICS): Resultados Internet Móvil

Cabe recordar que el Índice de Calidad de Servicio (ICS) se calcula con el objetivo de obtener un Indicador que mida en qué proporción el cliente siente que el servicio que le han prometido se cumple.

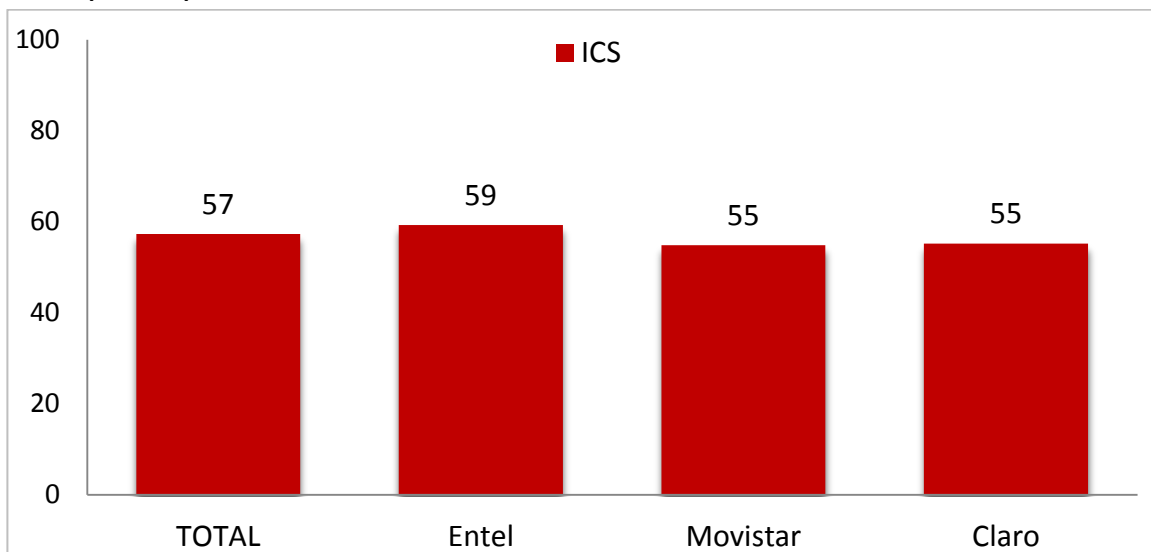
Para ello se calculó el impacto de las dimensiones de servicio y los atributos en cada dimensión, de modo que para Internet Móvil se tiene los siguientes Ponderadores:

Gráfica 110: Peso de Dimensiones del ICS, incluyendo ausencia de problemas, Banda Ancha Móvil.

Pesos Dimensiones ICS	Calidad del Producto	Capacidad de Respuesta	Confiabilidad	Empatía	Ausencia de Problemas	TOTAL
Banda Ancha Móvil	30,1%	7,2%	23,4%	16,1%	23,2%	100,0%

Donde destaca un 30,1% de impacto de la Dimensión Calidad de Producto y un 23,2% de impacto de la Ausencia de Problemas.

Gráfica 5: ICS por Compañía, Banda Ancha Móvil.



No se observan diferencias relevantes entre competidores, en un nivel muy bajo de calidad.

Gráfica 6: ICS por Compañía, Banda Ancha Móvil - Evolución.

Compañía	Med 1 -2011	Med 2 - 2011	Med 1 - 2012
TOTAL	58	57	57
Entel	69	67	59
Movistar	57	56	55
Claro	33	39	55

El ICS muestra Entel y Movistar mantienen su nivel de calidad, mientras Claro mejora de forma relevante.

4.- Internet Fija

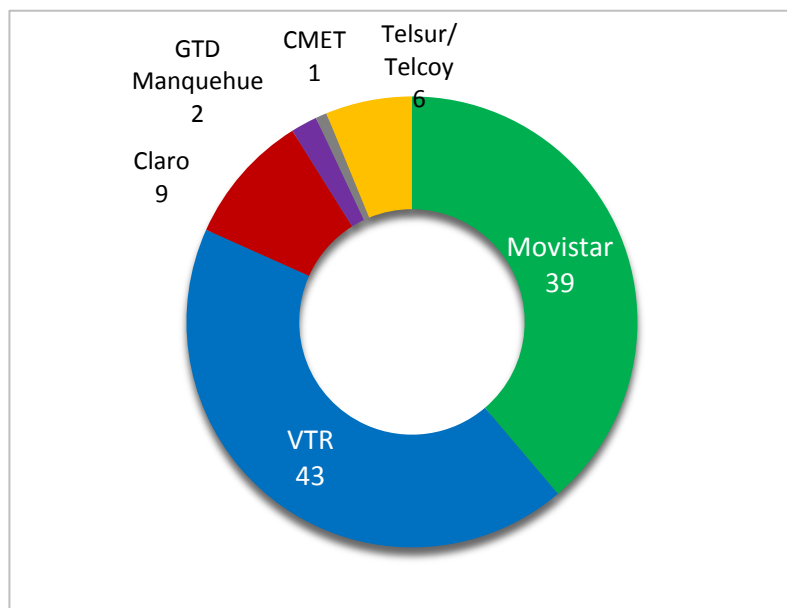
En esta sección revisaremos los resultados obtenidos en el Estudio de Usuarios de Internet Fija, para los diferentes módulos del cuestionario:

- Proveedor del Servicio y sus Características.
- Satisfacción con el Servicio.
- Problemas Recientes con el Servicio.

Proveedor del Servicio y Sus Características

El estudio de Internet Fija es ponderado por conexiones y zona, con la información proporcionada por SUBTEL de conexiones a Enero de 2012, por ende la siguiente proporción de usuarios por compañía refleja las proporciones de la población:

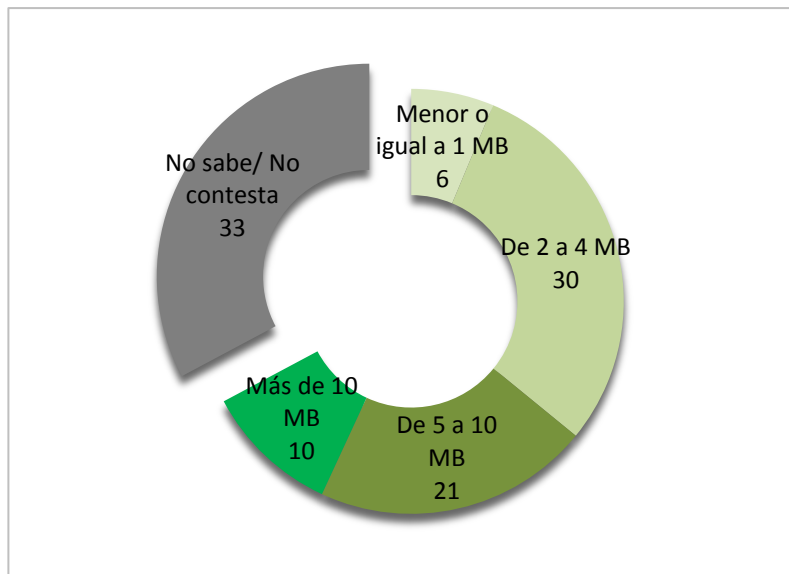
Gráfica 111: Proveedores de Servicio de Internet Fija.



Al igual que en la segunda medición del año 2012, se contó con el listado de teléfonos con conexión a internet de las compañías, lo que permite contar con bases suficientes para realizar análisis para empresas GTD y CMET, no así para la compañía Entel que cuenta con una base muy pequeña de clientes residenciales.

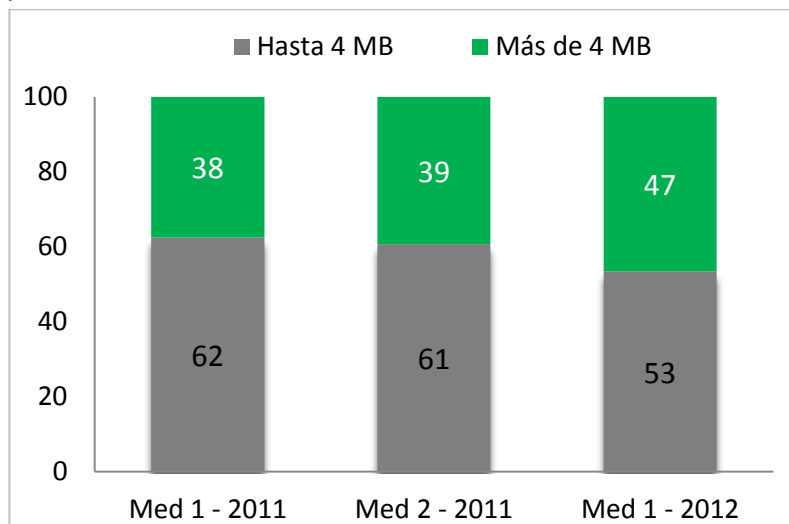
Existe un 33% de los entrevistados que no recuerda la velocidad de su plan de internet fija, prevaleciendo las conexiones de 2 a 4 MB con un 30% de los entrevistados, seguida por conexiones de 5 a 10 MB con un 21% de los entrevistados, esto se puede observar en la siguiente gráfica.

Gráfica 112: Velocidad de la Conexión a Internet Fija (% sobre Base Total Entrevistados).



Comparativamente con mediciones anteriores, se puede observar un alza en la proporción de conexiones de mayor ancho de banda, lo que se puede observar en la siguiente gráfica.

Gráfica 113: Velocidad de la Conexión a Internet Fija – Evolución (% sobre la Base de Entrevistados que Recuerdan su velocidad de conexión).

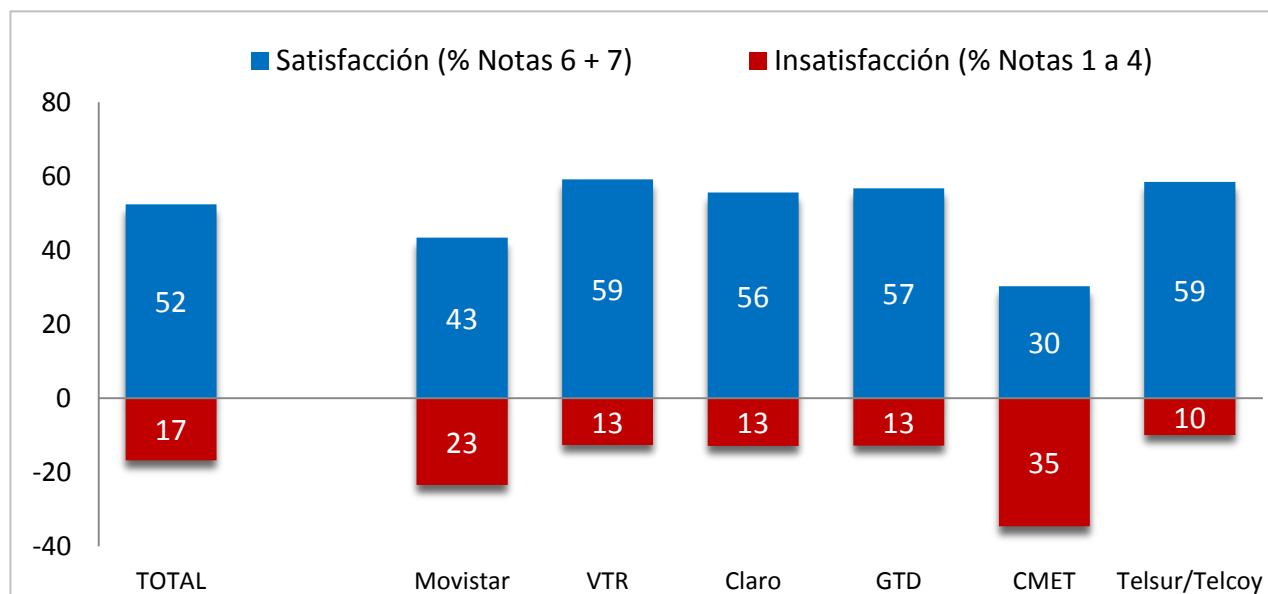


Satisfacción con el Servicio

La Satisfacción con el servicio fue evaluada a través de una pregunta redactada de la misma forma para los 4 servicios estudiados: *“Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de telefonía móvil que le presta actualmente...[PROVEEDOR]. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de internet fija que tiene actualmente?”*.

Considerando las Notas 6 y 7 como Satisfactorias y las notas de 1 a 4 como Insatisfactorias, Internet Fija es uno de los servicios con menor satisfacción, llegando a un 52% de usuarios satisfechos y a un 17% de usuarios satisfechos a nivel total, como lo muestra la siguiente gráfica.

Gráfica 114: Satisfacción e Insatisfacción por compañía proveedora.



En términos comparativos por compañía proveedora, se puede observar 3 niveles de evaluación, siendo el primero de ellos compuesto por VTR, Claro, GTD y Telsur/Telcoy, las compañías con mejores niveles de evaluación global (cerca del 60% de satisfacción y 10% de insatisfacción). El segundo nivel lo compone Movistar, con un 43% de satisfacción y 23% de insatisfacción, finalmente la compañía CMET es quien obtiene la evaluación más baja por parte de sus usuarios, con un 35% de usuarios insatisfechos, porcentaje que supera al de usuarios satisfechos que llegan al 30%.

En términos evolutivos por compañía proveedora, la siguiente gráfica muestra los resultados comparativos respecto de mediciones anteriores:

Gráfica 115: Satisfacción por compañía proveedora – Evolución.

COMPAÑÍA	% SATISFACCIÓN (Notas 6+7)			% INSATISFACCIÓN (Notas 1 a 4)		
	MED 1 - 2011	MED 2 - 2011	MED 1 - 2012	MED 1 - 2011	MED 2 - 2011	MED 1 - 2012
Movistar	48	50	43	19	20	23
VTR	64	68	59	9	10	13
Claro	53	66	56	16	10	13
GTD (*)	-	56	57	-	15	13
CMET (*)	-	38	30	-	29	35
Telsur / Telcoy	63	63	59	13	9	10

(*) Compañías sin base suficiente para análisis en medición 1 de 2011.

Destacando bajas significativas en 4 de las 6 compañías evaluadas, a saber: Movistar, VTR, Claro y CMET.

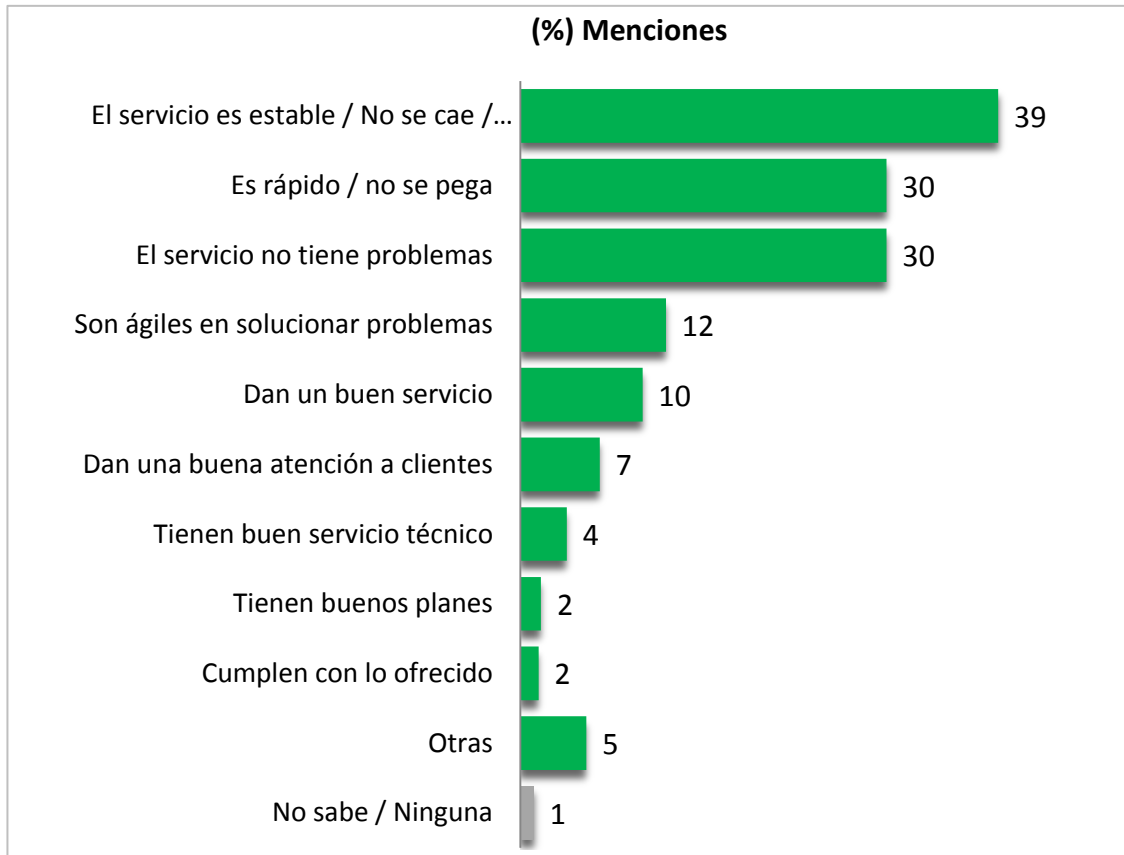
En este último caso, la evolución es aún más negativa puesto que la proporción de usuarios insatisfechos también aumenta de forma significativa, de 29% a 35%.

Una de las mejoras realizadas en el cuestionario del año 2012, fue diferenciar la pregunta que indaga el motivo para la evaluación global del servicio, de modo que se formule de forma específica para:

- Usuarios que evalúan el servicio con notas 6 o 7 (Satisfechos)
- Usuarios que evalúan con Nota 5 (Indiferentes)
- Usuarios que evalúan con notas 1 a 4 (Insatisfechos).

La siguiente gráfica muestra los motivos mencionados por los usuarios de Internet Fija para evaluar positivamente su satisfacción con el servicio de internet fija, ante la siguiente pregunta: *¿Cuáles son los aspectos positivos de LEER PROVEEDOR para que usted evalúe con nota (6 o 7) a su servicio de internet fija en el hogar?.*

Gráfica 116: Motivos para evaluar con Nota 6 o 7 la Satisfacción General.



Destacando claramente 3 motivos relacionados con el funcionamiento del servicio: Estabilidad/Que no se caiga, Rapidez y ausencia de problemas.

Si se observan las razones para evaluar con notas 6 o 7 el servicio en términos comparativos por compañía proveedora, en general las razones tienden a ser similares entre compañías, destacando que las compañías cuyos usuarios mencionan preferentemente la estabilidad como el motivo para su evaluación positiva del servicio son: Claro, Movistar y GTD.

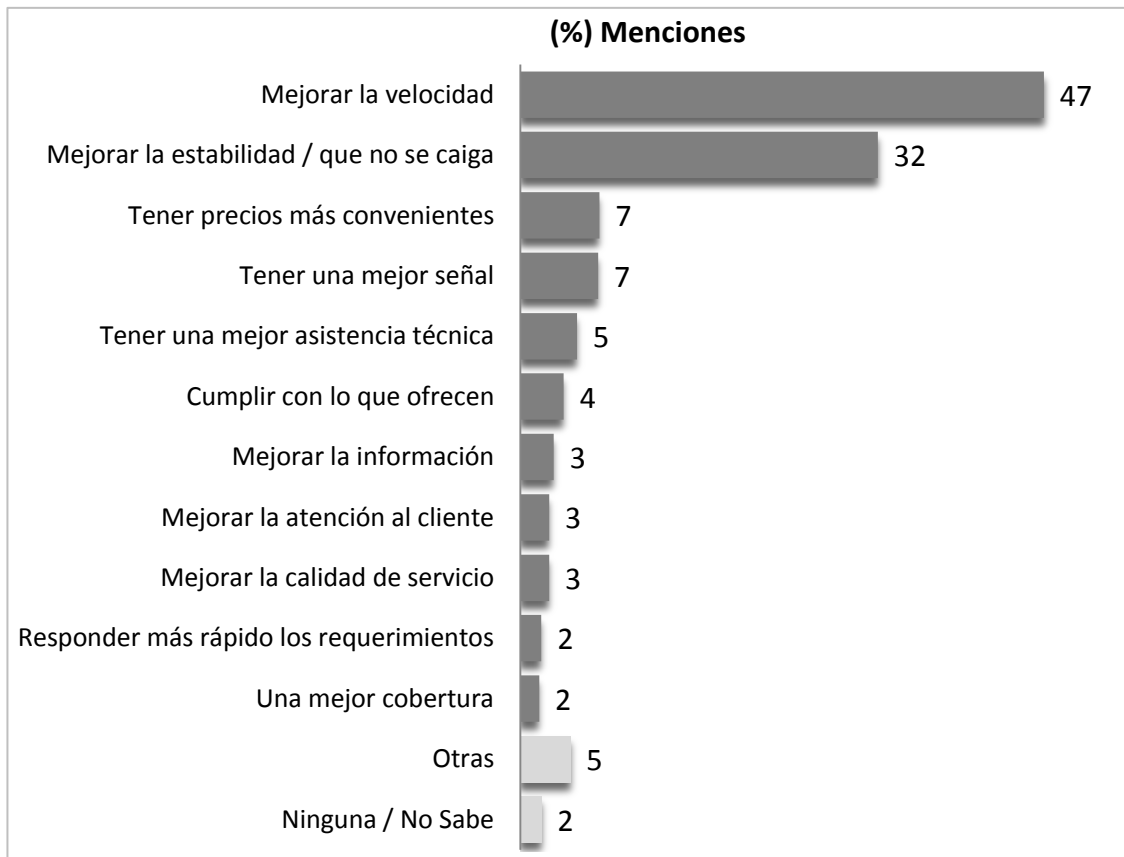
Gráfica 117: Motivos para evaluar con Nota 6 o 7 la Satisfacción General por compañía.

% Menciones	TOT AL	COMPAÑÍA					
		Movistar	VTR	Claro	GTD	CMET	Telsur/ Telcoy
Bases (n)	1820	786	852	637	407	412	459
Servicio estable/No se cae/Buena Señal	39	45	34	46	44	40	37
Es rápido / no se pega	30	32	29	34	34	21	26
El servicio no tiene problemas	30	28	32	31	24	24	22
Ágiles en solucionar problemas	12	9	14	10	17	12	15
Dan un buen servicio	10	8	11	9	12	10	12
Buena atención a clientes	7	5	8	5	7	5	9
Tienen buen servicio técnico	4	4	4	2	2	3	7
Tienen buenos planes	2	1	2	3	0	3	3
Cumplen con lo ofrecido	2	2	2	2	3	1	0
Otras	5	6	5	4	3	11	7
No sabe / Ninguna	1	0	2	1	0	0	1

Por otra parte destaca una menor cantidad de menciones relativas a la velocidad entre usuarios de la compañía CMET y una menor cantidad de menciones relativas a la Ausencia de Problemas en la compañías Telcoy/Telsur.

La siguiente gráfica muestra los motivos mencionados por los usuarios de Internet Fija para evaluar con nota 5, o indiferente. La pregunta utilizada en este caso fue: *¿Qué aspectos debería mejorar LEER PROVEEDOR de su servicio para que evalúe con nota 6 o 7 su servicio de internet fija en el hogar?*

Gráfica 118: Motivos para evaluar con Nota 5 la Satisfacción General.



Destacando claramente 2 motivos relacionados con el funcionamiento del servicio: Mejorar la Velocidad y Estabilidad del Servicio.

Si se observan las razones para evaluar con nota 5 el servicio en términos comparativos por compañía proveedora, se encuentra una mayor demanda de velocidad en particular para la compañía VTR, lo cual sin dudas ha incidido en la evolución negativa de la satisfacción entre sus usuarios.

Gráfica 119: Motivos para evaluar con Nota 5 la Satisfacción General por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA					
		Movistar	VTR	Claro	GTD	CMET	Telsur/ Telcoy
Bases (n)	1095	255	228	200	123	143	146
Mejor velocidad	47	46	52	39	48	31	43
Mejor estabilidad/no se caiga	32	29	34	37	34	57	32
Tener precios más convenientes	7	9	7	3	3	0	1
Tener una mejor señal	7	5	7	9	13	15	14
Mejor asistencia técnica	5	6	4	5	7	6	6
Cumplir con lo que ofrecen	4	5	4	3	2	0	1
Mejorar la información	3	5	2	1	0	1	0
Mejorar la atención al cliente	3	2	2	5	5	3	2
Mejorar la calidad de servicio	3	2	3	4	7	8	2
Responder rápido requerimien.	2	2	2	3	1	2	0
Una mejor cobertura	2	1	2	1	1	1	3
Otras	5	6	4	3	2	1	4
Ninguna / No Sabe	2	2	2	1	0	0	3

Por su parte, es claro que los usuarios de la compañía CMET se encuentran especialmente disconformes con la estabilidad del servicio recibido por parte de esta compañía.

La siguiente gráfica muestra los motivos mencionados por los usuarios de Internet Fija para evaluar con notas 1 a 4 de insatisfacción. La pregunta utilizada en este caso fue: *¿Qué aspectos negativos de LEER PROVEEDOR hacen que evalúe con nota... su servicio de internet fija en el hogar?*

Gráfica 120: Motivos para evaluar con Notas 1 a 4 la Satisfacción General.



De la misma forma que los motivos mencionados por quienes evalúan con nota 5, destacan claramente 2 motivos relacionados con el funcionamiento del servicio: Mejorar la Velocidad y Estabilidad del Servicio.

Si se observan las razones para evaluar con notas 1 a 4 el servicio en términos comparativos por compañía proveedora, se encuentra una demanda transversal de mayor velocidad, y una demanda específica de mayor estabilidad por parte de los usuarios de la compañía CMET, GTD y Telsur/Telcoy, en particular la primera de las tres.

Gráfica 121: Motivos para evaluar con Notas 1 a 4 la Satisfacción General por compañía.

% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA					
		Movistar	VTR	Claro	GTD	CMET	Telsur/ Telcoy
Bases (n)	626	183	95	77	52	141	78
Se corta servicio / se cae / mala señal	53	53	50	47	68	87	56
Es muy lento	44	44	47	43	39	40	44
Dan un mal servicio	8	6	12	10	10	6	1
No solucionan problemas	6	6	6	7	8	5	6
Son lentos en servicio técnico	5	8	3	1	0	2	0
El servicio técnico es malo	5	8	3	5	2	1	0
Dan una mala atención	5	7	3	1	0	2	0
No se cumple la velocidad	4	3	7	5	2	2	5
Ha tenido problemas	4	5	3	6	0	1	0
No se cumple lo que ofrece	4	4	6	0	0	1	0
No funciona	2	2	4	0	2	1	3
Cobros indebidos	2	2	2	7	0	0	0
Otras	2	2	2	2	0	0	1

Análisis de Atributos y Dimensiones de Servicio: Impacto en la Satisfacción General

Para conocer más detalle de la evaluación que los usuarios realizan del servicio que reciben de sus proveedores de Internet Fija, y comprender los motivos para que una compañía muestre mayores o menores niveles de satisfacción global con su servicio, se realiza la siguiente pregunta: *Usando la misma escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos del servicio que le entrega [EMPRESA SEGÚN B1] en Internet Fija en su hogar?*, cuyos resultados se muestran en la siguiente gráfica a nivel global. A continuación revisaremos el impacto de las diferentes dimensiones de servicio en la Satisfacción Global con el Servicio.

En Internet Fija destacan la “Calidad del Producto” y la “Confiabilidad” como los aspectos de mayor impacto en la satisfacción global con el servicio.

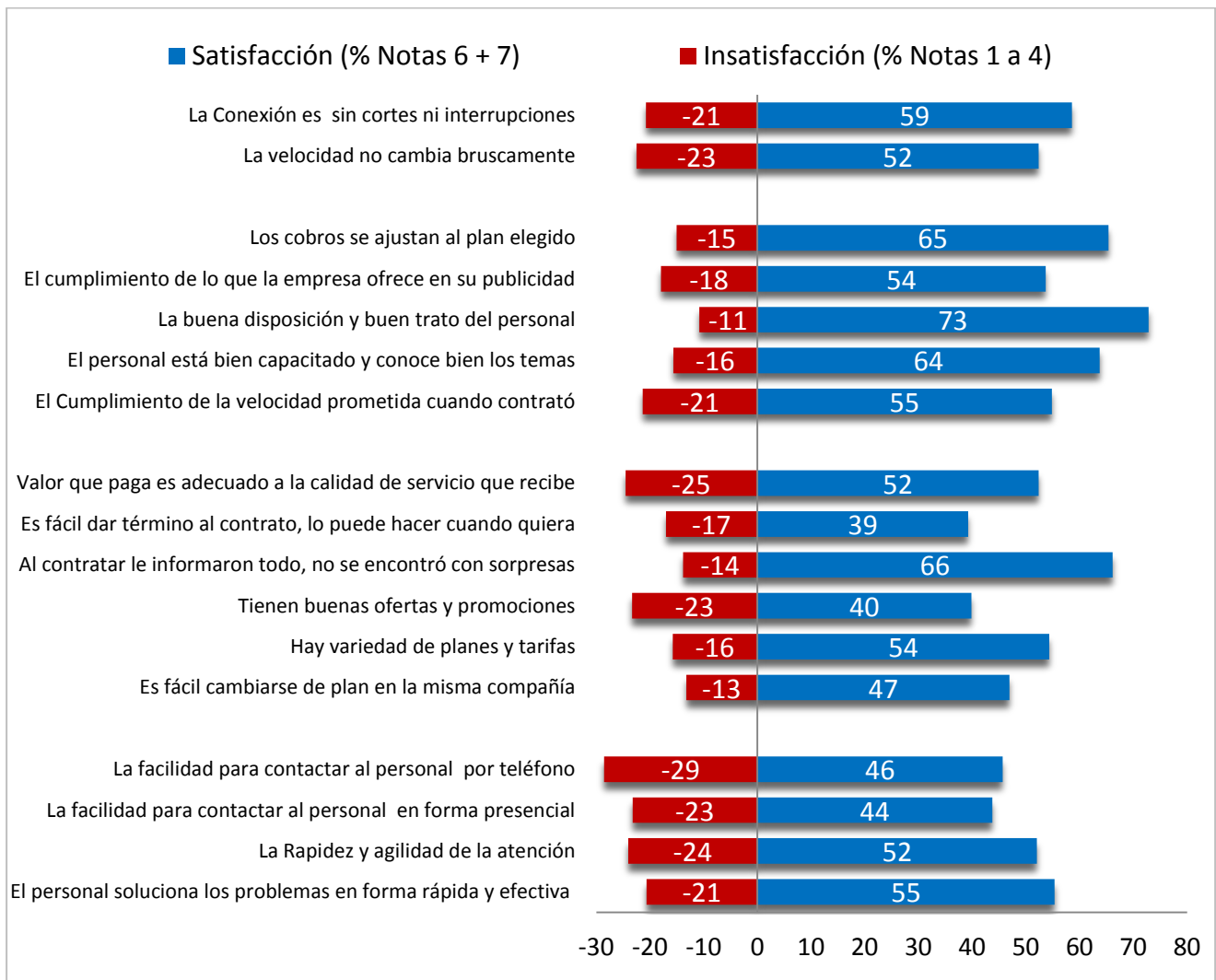
Gráfica 122: Impactos de Dimensiones y Atributos en la Satisfacción General con el Servicio.

DIMENSIÓN	ASPECTO DE SERVICIO	PESO Dimensión	PESO Atributo
CALIDAD DEL PRODUCTO	Conexión sin cortes ni interrupciones	58%	53,0%
	Velocidad no cambia bruscamente		47,0%
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Facilidad para contactar al personal (teléfono)	3%	25,6%
	Facilidad para contactar al personal (oficina)		24,8%
	Rapidez y agilidad de la atención		25,1%
	Personal soluciona los problemas		24,5%
CONFIABILIDAD	Los cobros se ajustan al plan elegido	25%	18,7%
	El cumplimiento de lo que la empresa ofrece en su publicidad		23,7%
	La buena disposición y buen trato del personal para atender		16,0%
	El personal está bien capacitado y conoce bien los temas en los que tiene		19,3%
	El Cumplimiento de la velocidad prometida cuando contrató el servicio		22,3%
EMPATÍA	El valor que pago por este servicio es adecuado para la calidad que le	14%	18,7%
	Es fácil poner término al contrato, lo puede hacer cuando quiera		16,5%
	Le entregaron la información adecuada para comprender bien las		14,0%
	Tienen buenas ofertas y regalos que agregan valor al servicio		18,0%
	Hay variedad de planes y ofertas que se ajustan a sus necesidades		16,8%
	Es fácil cambiarse de plan		16,1%

Satisfacción global con atributos de servicio

La siguiente gráfica ilustra los niveles de satisfacción e insatisfacción de los usuarios de Internet Fija, ordenados de acuerdo a la importancia de la dimensión y atributo de servicio, es decir, en la parte superior se encuentra la dimensión Calidad de Producto y sus atributos, y en la parte inferior la dimensión Capacidad de Respuesta y sus atributos.

Gráfica 123: Satisfacción con aspectos de servicio.



Esta gráfica ilustra que los atributos de Calidad de Producto tienen un espacio importante de mejora, pues 1 de cada 5 entrevistados se encuentra insatisfecho ya sea con la velocidad o la estabilidad del servicio.

La siguiente gráfica ilustra los niveles de satisfacción de los usuarios de Internet Fija, ordenados de acuerdo a la importancia de la dimensión y atributo de servicio, comparativos entre compañías proveedoras del servicio.

Gráfica 124: Satisfacción con aspectos de servicio por compañía.

DIMENSIÓN/ATRIBUTO	TOTAL	Movistar	VTR	Claro	GTD	CMET	Telsur/Telcoy
PRODUCTO – IMPACTO (58%)	56	50	59	59	57	33	60
La Conexión es sin cortes ni interrupciones	59	52	64	61	57	30	62
La velocidad no cambia bruscamente	52	48	54	57	56	36	58
CONFIABILIDAD – IMPACTO (25%)	62	56	66	65	65	58	73
Los cobros se ajustan al plan elegido	65	61	66	71	74	72	76
El cumplimiento de lo que la empresa ofrece en su publicidad	54	45	59	59	54	52	63
La buena disposición y buen trato del personal	73	65	79	71	74	62	84
El personal está bien capacitado y conoce bien los temas	64	58	68	60	67	56	76
El Cumplimiento de la velocidad prometida cuando contrató	55	49	56	66	56	49	64
EMPATÍA – IMPACTO (14%)	50	45	52	56	45	52	56
Valor que paga es adecuado a la calidad de servicio que recibe	52	47	54	60	51	61	63
Es fácil dar término al contrato, lo puede hacer cuando quiera	39	35	41	46	30	53	46
Al contratar le informaron todo, no se encontró con sorpresas	66	62	68	71	73	66	73
Tienen buenas ofertas y promociones	40	36	41	49	29	43	45
Hay variedad de planes y tarifas	54	50	57	61	50	53	59
Es fácil cambiarse de plan en la misma compañía	47	39	53	50	40	40	51
RESPUESTA – IMPACTO (3%)	49	41	56	46	52	40	63
La facilidad para contactar al personal por teléfono	46	36	52	43	54	35	62
La facilidad para contactar al personal en forma presencial	44	36	50	42	36	42	59
La Rapidez y agilidad de la atención	52	44	59	48	59	41	65
El personal soluciona los problemas en forma rápida y efectiva	55	47	62	50	57	44	68

En rojo se han marcado aquellos aspectos en los cuales la compañía presenta un valor significativamente inferior al promedio de la industria y viceversa en verde. Los aspectos más destacables son la debilidad de Movistar y CMET en sus evaluaciones relativas a la calidad del producto, sin encontrar una compañía que destaque significativamente en esta dimensión.

La siguiente tabla muestra la evolución en cuanto a la proporción de usuarios satisfechos con cada dimensión y compañía proveedora del servicio.

La satisfacción promedio en una dimensión, para una compañía, es calculada como el promedio simple de la proporción de usuarios satisfechos en una compañía para los atributos que componen la dimensión. Vale decir, para el caso de Movistar, su valor promedio en la dimensión producto, para la medición actual, corresponde al promedio de su satisfacción en atributos: “La Conexión es sin cortes ni interrupciones – 52%” y “La velocidad no cambia bruscamente – 48%”, cuyo resultado es 50%.

Así, se puede apreciar que no existen dimensiones en las cuales algún proveedor haya mejorado los indicadores de satisfacción respecto de la segunda medición del año 2011.

Gráfica 125: Satisfacción con dimensiones de servicio por compañía - Evolutivo.

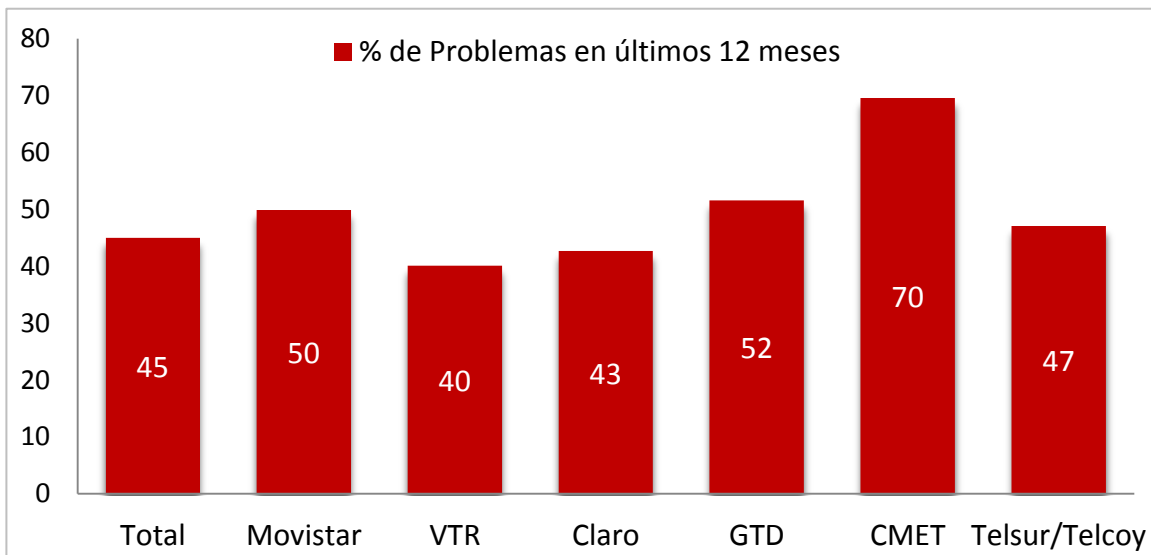
COMPAÑÍA	MEDICIÓN	% DE SATISFACCIÓN PROMEDIO DE LA DIMENSIÓN			
		PRODUCTO	CONFIABILIDAD	EMPATÍA	RESPUESTA
TOTAL	Med 2 - 2011	60	68	59	60
	Med 1 - 2012	56	62	50	49
Movistar	Med 2 - 2011	53	61	52	50
	Med 1 - 2012	50	56	45	41
VTR	Med 2 - 2011	65	74	65	68
	Med 1 - 2012	59	66	52	56
Claro	Med 2 - 2011	63	69	63	55
	Med 1 - 2012	59	65	56	46
GTD	Med 2 - 2011	57	73	59	63
	Med 1 - 2012	57	65	45	52
CMET	Med 2 - 2011	39	59	56	49
	Med 1 - 2012	33	58	52	40
Telsur/Telcoy	Med 2 - 2011	61	70	62	66
	Med 1 - 2012	60	73	56	63

Por su parte, destacan las bajas experimentadas por los proveedores VTR y CMET en la dimensión de mayor relevancia (Calidad de Producto), y de Movistar, VTR, Claro y CMET en la segunda dimensión en importancia (Confiabilidad).

Problemas Recientes con el Servicio

Para identificar a los usuarios que han tenido algún problema con el servicio de telefonía móvil, se realizó la siguiente pregunta: “¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con su servicio de internet fija?”. Del total de entrevistados un 45% declaró haber tenido algún problema en los últimos 12 meses, destacando las compañías VTR y Claro con una menor tasa de problemas.

Gráfica 126: Tasa de Problemas en los últimos 12 meses por compañía.



Si bien a nivel total no hay una variación en este indicador, hay compañías como VTR y CMET cuya tasa de problemas sube de forma significativa. Lo anterior se detalla en la siguiente gráfica.

Gráfica 127: Tasa de Problemas en los últimos 12 meses por compañía - Evolución.

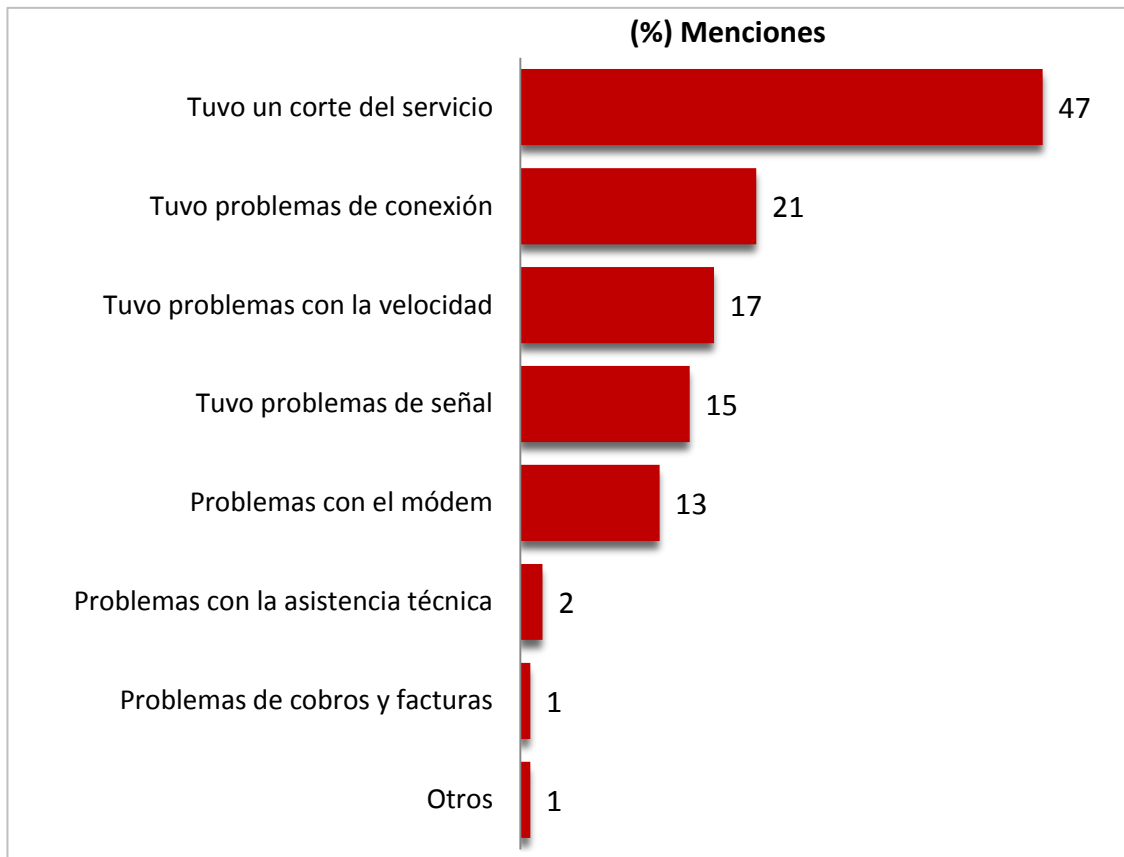
% Problemas en últimos 12 meses	MED 1 - 2011	MED 2 - 2011	MED 1 - 2012
TOTAL	48	45	45
Movistar	55	56	50
VTR	40	34	40
Claro	56	44	43
GTD (*)	-	53	52
CMET (*)	-	65	70
Telsur / Telcoy	53	48	47

Por su parte, la tasa de problemas de la compañía Movistar mejora, de 56% a 50%.

Los tipos de problemas que se tuvieron con el servicio se evaluaron con la pregunta: “¿Qué tipo de problema tuvo?”.

La siguiente gráfica ilustra los problemas mencionados por los usuarios de Internet Fija.

Gráfica 128: Tipos de problemas.



Destacando claramente la presencia de cortes de servicio con un 47% de los usuarios. Lo anterior es un indicador relevante, pues vale decir que 1 de cada 5 usuarios (21%) ha tenido al menos un corte de servicio en el último año. Lo anterior se calcula considerando un 45% que ha tenido un problema, y un 47% de ellos ha tenido un corte. En segundo lugar aparecen otros problemas para conectarse y con la velocidad de la conexión (cambios bruscos y/o extremadamente lenta)

Las tres compañías cuyos usuarios presentan una mayor proporción de problemas por “Corte del servicio” son CMET, GTD y Claro, siendo la primera de ellas quien destaca por este tipo de problemas.

Gráfica 129: Tipos de problemas por compañía.

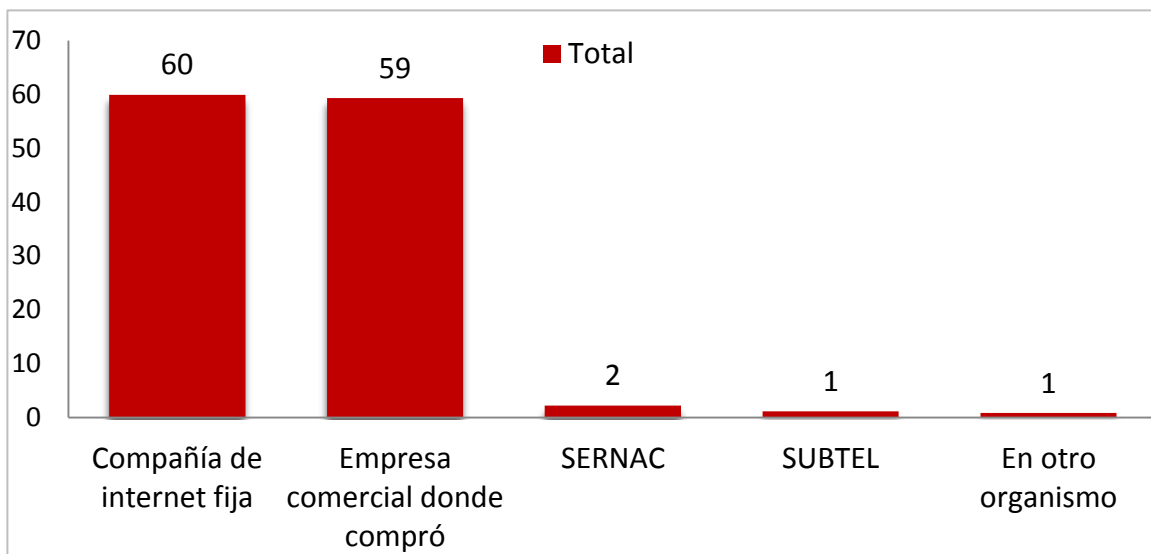
% Menciones	TOTAL	COMPAÑÍA					
		Movistar	VTR	Claro	GTD	CMET	Telsur/ Telcoy
Bases (n)	1750	413	328	261	210	284	254
Tuvo un corte del servicio	47	49	42	52	54	65	48
Tuvo problemas de conexión	21	20	24	19	21	12	23
Problemas con la velocidad	17	14	22	20	16	9	12
Tuvo problemas de señal	15	14	16	16	13	17	20
Problemas con el módem	13	15	12	10	6	5	7
Problemas asistencia técnica	2	2	2	1	1	2	3
Problemas de cobros y facturas	1	1	1	1	1	1	2
Otros	1	1	1	0	3	1	0

Por su parte, VTR es la compañía que presenta una mayor proporción de problemas relacionados con la velocidad de sus servicio.

El nivel de reclamos se preguntó de la forma: *“Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de Internet Fija ¿Reclamó o pidió alguna solución...? LEER ALTERNATIVAS – RESPUESTA MÚLTIPLE”*

Los lugares de reclamo habituales corresponden a la misma compañía o bien el lugar donde haya contratado el servicio.

Gráfica 130: Lugar de reclamo de problemas en los últimos 12 meses.



Sólo un 2% de los entrevistados declaró haber reclamado en SERNAC y un 1% en SUBTEL.

Gráfica 131: Lugar de reclamo de problemas en los últimos 12 meses por compañía.

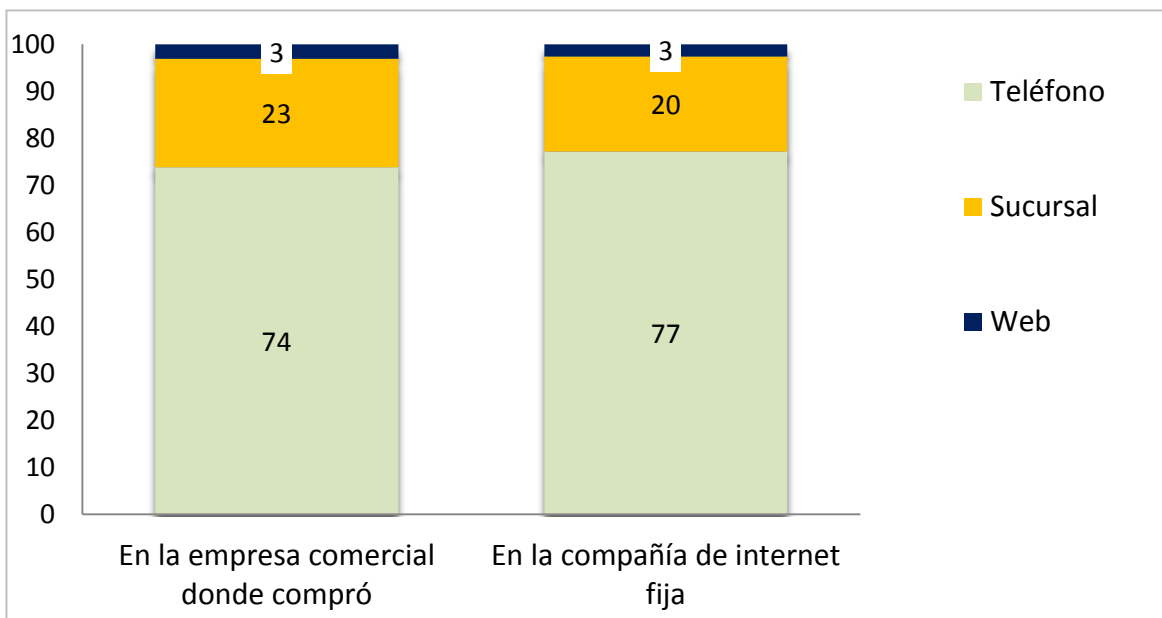
% Menciones	TOTAL	Movistar	VTR	Claro	GTD	CMET	Telsur/ Telcoy
Compañía de internet fija	60	64	53	70	58	65	60
Empresa comercial donde compró	59	59	58	66	58	66	59
SERNAC	2	2	3	3	1	2	1
SUBTEL	1	1	1	1	1	1	2
Promedio Lugares de Reclamo	1,2	1,3	1,1	1,4	1,2	1,3	1,2

La tabla anterior indica los lugares de reclamo por compañía, donde destaca la mayor cantidad de lugares reclamados en la compañía Claro.

Por su parte, se preguntó por el canal o medio para hacer efectivo su reclamo, con la siguiente pregunta: *“Su reclamo efectuado en...LEER SEGÚN PREGUNTA ANTERIOR, lo realizó en una sucursal, en forma telefónica o por Internet?”*

La siguiente gráfica muestra que el canal o medio más utilizado para realizar un reclamo es el telefónico:

Gráfica 132: Medio de reclamo de problemas en los últimos 12 meses.

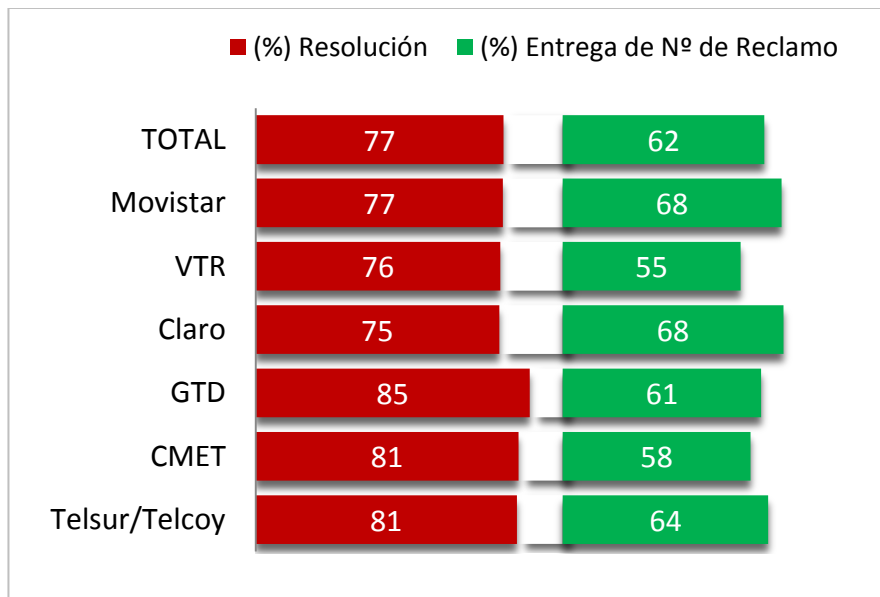


Resolución y entrega de N° de Reclamo:

La tasa de solución de problemas de Internet Fija es alta, tal como lo muestra la siguiente gráfica, en un 77% de los casos los usuarios consideran que su problema fue resuelto, ante la pregunta: *¿Y su problema fue resuelto?*. El indicador exhibido por la gráfica corresponde al porcentaje de respuestas afirmativa a esta pregunta.

Destaca el 85% de resolución mostrado por la empresa GTD.

Gráfica 133: % Resolución y entrega de N° de Reclamo.



La misma gráfica muestra que en un 62% de los casos, los entrevistados recuerdan haber sido notificados a través de un número de reclamo, siendo en este ítem la empresa VTR quien cuenta con una menor tasa de notificaciones declaradas por sus usuarios. Cabe indicar que la pregunta utilizada para calcular este indicador fue: *¿Al reclamar le entregaron un número de reclamo?*. El indicador exhibido por la gráfica corresponde al porcentaje de respuestas afirmativa a esta pregunta.

Índice de Calidad de Servicio (ICS): Resultados Internet Fija

Cabe recordar que el Índice de Calidad de Servicio (ICS) se calcula con el objetivo de obtener un Indicador que mida en qué proporción el cliente siente que el servicio que le han prometido se cumple.

Para ello se calculó el impacto de las dimensiones de servicio y los atributos en cada dimensión, de modo que para Internet Fija se tiene los siguientes Ponderadores:

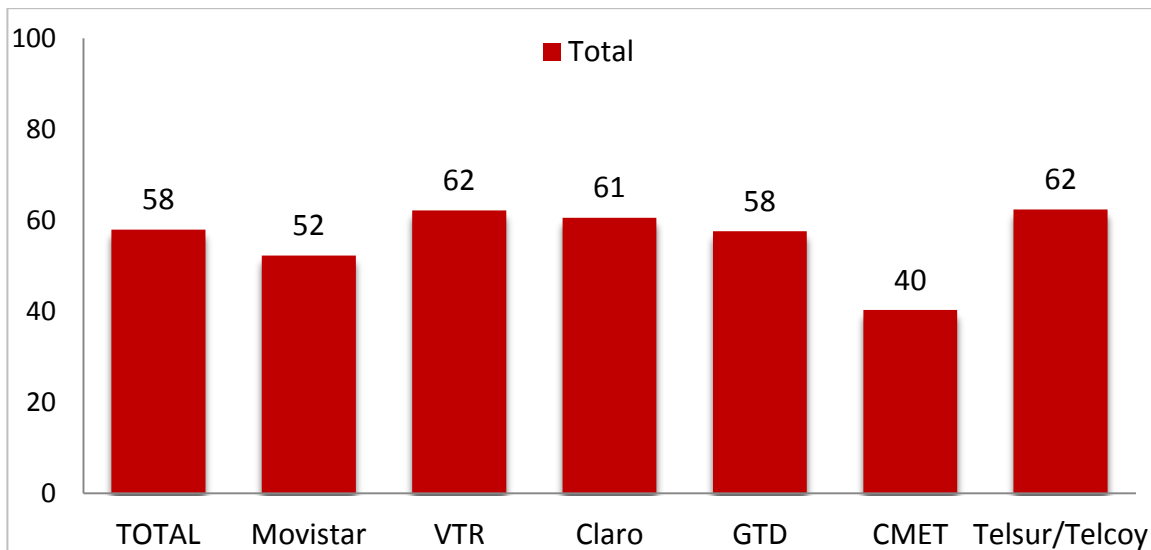
Gráfica 134: Peso de Dimensiones del ICS, incluyendo ausencia de problemas, Internet Fija.

Pesos Dimensiones ICS	Calidad del Producto	Capacidad de Respuesta	Confiabilidad	Empatía	Ausencia de Problemas	TOTAL
Internet Fija Hogar	40,8%	1,7%	19,2%	10,7%	27,6%	100,0%

Donde destaca un 40,8% de impacto de la Dimensión “Calidad de Producto” y un 27,6% de impacto de la Tenencia de Problemas.

Con estos ponderadores, se calcula el Índice de Calidad de Servicio (ICS) como un promedio ponderado de estos indicadores, de la forma en que se presentó en apartados anteriores.

Gráfica 135: ICS por Compañía, Internet Fija.



La que destaca por su bajo indicador de calidad a la empresa CMET.

Gráfica 136: ICS por Compañía, Internet Fija - Evolución.

Compañía	Med 1 - 2011	Med 2 - 2011	Med 1 - 2012
TOTAL	57	58	58
Movistar	50	51	52
VTR	64	63	62
Claro	55	59	61
GTD	-	58	58
CMET	-	41	40
Telsur/Telcoy	59	58	62

A su vez, la evolución del indicador de calidad es marginal, sólo destacando una mejora significativa de la empresa Telcoy/Telsur.

Síntesis son Conclusiones y Recomendaciones

Las principales conclusiones de la medición Nº 1 de la Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Telecomunicaciones se pueden resumir en los siguientes puntos:

1. Los servicios de telecomunicaciones tienen claros espacios para mejorar los niveles de satisfacción percibida por parte de sus usuarios, lo anterior se desprende del hecho de que ninguno de los servicios evaluados tiene un nivel superior al 70% de Satisfacción y todos superan el 10% de Insatisfacción.
2. En particular, los servicios de Internet Móvil, Banda Ancha Móvil e Internet Fija son los que muestran los mayores niveles de insatisfacción, siendo servicios de mejora prioritaria, más aún considerando su alto crecimiento actual y esperado. Cabe recordar que dados los tamaños de muestra para Internet Móvil y BAM, se sugiere la publicación de resultados a nivel total y no por compañía.
3. En términos evolutivos, los servicios de telecomunicaciones no muestran una mejora en la evaluación de sus usuarios. En particular, Internet Móvil e Internet Fija presentan niveles de satisfacción inferiores a los mostrados en la medición anterior, disminuyendo de 61% a 52% los usuarios satisfechos con Internet Móvil y de 60% a 52% los usuarios satisfechos con Internet Fija, respecto de la medición anterior.
4. Lo anterior se presenta en un escenario de usuarios informados respecto de sus derechos como usuarios de telecomunicaciones, quienes ven al SERNAC como la principal institución protectora de los mismos y a SUBTEL aumentando su presencia en este mismo sentido.

El monitoreo permanente de los indicadores de calidad de servicio, ya sea en cuanto a los aspectos **tangibles y cuantificables**, como aquellos relacionados con la **percepción de los usuarios de telecomunicaciones** debe perseguir la generación de competencia por parte de los proveedores de servicios de telecomunicaciones, bajo la premisa que esta competencia implicará mejoras y la entrega de servicios de mayor calidad hacia los usuarios.

En este sentido, la propuesta de ICCOM para incluir indicadores de esta encuesta en el Modelo de Calidad de Servicio de SUBTEL ha sido preparada en función de la identificación de indicadores que cumplan con los siguientes requisitos:

1. Sean objetivos e incuestionables desde el punto de vista metodológico.
2. Representen indicadores relevantes o de alto impacto en la satisfacción percibida por los usuarios de telecomunicaciones.
3. Generen un ranking de alto impacto en el usuario de telecomunicaciones.

En este sentido, las recomendaciones de Iccom en cuanto a los indicadores sugeridos para incluir en Modelo de calidad de Servicio SUBTEL son los siguientes:

1. Satisfacción global con el servicio.
2. Tasa de problemas en los últimos 12 meses.
3. Evaluación de atributos específicos de alto impacto.

Considerando el seguimiento de los siguientes atributos para Telefonía Móvil⁶:

- El servicio está disponible en todas partes donde usted se encuentra.
- La Comunicación es sin ruidos, interferencias ni cortes.
- La buena disposición y buen trato del personal para atender.
- Los cobros se ajustan al plan contratado y a las llamadas realizadas (Sólo contrato).
- El personal está bien capacitado y conoce bien los temas en los que tiene que ayudar.
- El valor que paga es adecuado a la calidad de servicio que usted recibe.
- Al contratar el servicio le informaron todo lo que necesitaba saber, no se encontró con sorpresas (Sólo contrato).
- La Rapidez y agilidad de la atención.
- Facilidad para contactar en forma telefónica.
- El Cumplimiento de la cobertura prometida cuando contrató el servicio.


Y los siguientes atributos para Internet Fija⁷:

- Las Conexión es sin cortes ni interrupciones.
- La velocidad no cambia bruscamente.
- El Cumplimiento de la velocidad prometida cuando contrató el servicio.
- La buena disposición y buen trato del personal para atender.
- El personal está bien capacitado y conoce bien los temas en los que tiene que ayudar.
- El valor que paga es adecuado a la calidad de servicio que usted recibe.
- Al contratar el servicio le informaron todo lo que necesitaba saber, no se encontró con sorpresas.

⁶ Este grupo de atributos explica el 68% de la satisfacción global con el servicio.

⁷ (*) Este grupo de atributos explica el 77% de la satisfacción global con el servicio.

Anexo I: Cuestionario Internet Fija

 RICARDO MATTE PÉREZ 488 - FONDO: 439 85 00 PROVIDENCIA - SANTIAGO		Nº ESTUDIO 2 0 1 2 5 8 3 7							Nº FILTRO								
DATOS DE IDENTIFICACION				CÓD.ENC													
NOMBRE ENTREVISTADO/A : _____ DIRECCIÓN ENTREVISTADO/A : _____ TELÉFONO: _____ TELÉFONO CELULAR : _____ CASA: _____ TRABAJO: _____ OBS. REFERENCIAS : _____ HORARIO MÁS PROB.ENCONTRAR: _____ FECHA: ____/____/2012 HORA :INICIO: _____ TERMINO: _____ DURACIÓN _____																	
INTRODUCCION. Buenos días/tardes, mi nombre es NOMBRE y represento a la empresa → ICCOM, quien por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, está realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de Internet Fija. ¿Me permite hacerle unas breves preguntas? Gracias. NOTA: SOLO SI LA PERSONA PREGUNTA POR LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS, DIGA: "Los datos que usted nos entregue son de carácter confidencial y están resguardados por la Ley del Secreto Estadístico Número 17.374, por lo tanto sus respuestas sólo serán utilizadas en forma agregada junto al resto de los entrevistados y en ningún caso en forma individual"																	
CONTACTE EN EL HOGAR A SUJETOS DE 18 AÑOS Y MÁS (SE EXCLUYE EL SERVICIO DOMÉSTICO)																	
F1	¿Vive usted en este hogar?	SI	1	PASE A F.2													
	NOTA: Se excluye el servicio doméstico	NO	2														
→ Si NO, pregunte por alguien del hogar de 18 años y más que le pueda atender.																	
→ A. MODULO A CLASIFICACIÓN																	
F2	¿Tienen Internet fijo en su hogar?	SI	1	AGRADEZCA Y CIERRE													
		NO	2														
F3	¿Y Ud. usa Internet Fija en su hogar al menos de vez en cuando?	SI	1	PASE A F.5													
		NO	2														
→ PIDA HABLAR CON UN USUARIO DE INTERNET, SI NO AGRADEZCA Y CIERRE																	
F4	¿Podría hablar con algún usuario de Internet fija en este hogar mayor de 18 años?	SI	1	CONTINUE													
		NO	2								AGRADEZCA Y CIERRE						
F.5	¿Qué edad tiene Ud.?	Registre Edad Exacta: _____		AGRADEZCA Y CIERRE													
		18 – 39									1						
		40 y más															
		Menor de 18 años		3													

F. 6	¿Ud. Vive en un área urbana o rural?	URBANA	1
		RURAL	2
F.7	Clasifique género	HOMBRE	1
		MUJER	2

CUESTIONARIO “CALIDAD DE SERVICIO DE INTERNET FIJA”

MÓDULO B: DATOS DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO DE INTERNET FIJA

Ahora le voy a pedir que hablemos respecto al servicio de INTERNET FIJA que tiene en su hogar:

B1. ¿Qué empresa le da el servicio de internet fija actualmente?

Entel 1
 Movistar (Telefónica)..... 2
 VTR..... 3
 Claro (Telmex)..... 4
 GTD (GTD Manquehue)..... 5
 CMET..... 6
 Telsur / Telcoy..... 7
 Otra (Especificar)_____ 8

B2. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de internet fija con esta empresa?

REGISTRE AÑOS/MESES: _____

B3. ¿De qué velocidad es el plan que tienen actualmente para su internet fija?

Menor o igual a 1 mega..... 1
 De 2 a 4 megas..... 2
 De 5 a 10 megas..... 3
 Más de 10 Megas 4
 No sabe / No Contesta..... 9

B4.1 ¿Cuántos computadores tienen en su hogar? CANTIDAD: _____

B4.2 ¿Cuántos de esos computadores tienen acceso a internet? CANTIDAD: _____ (VERIFICAR IGUAL O MENOR A B4.1)

MÓDULO C: CALIDAD DEL SERVICIO DE INTERNET FIJA

C1. Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de internet fija que le presta actualmente...**NOMBRAR PROVEEDOR DE B1**. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de Internet fija que tiene actualmente en su hogar?**

C1	C1 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN GENERAL							NS/NC
Satisfacción general con el servicio actual de internet fija en el hogar	1	2	3	4	5	6	7	9

SI NOTA 6 O MENOS EN C1.

C1a. SI NOTA ES 6 O 7 **¿Cuáles son los aspectos positivos de LEER PROVEEDOR para que usted evalúe con nota (6 o 7) a su servicio de internet fija en el hogar?** MÚLTIPLE, SONDEAR

C1b. SI NOTA ES 5 **¿Qué aspectos debería mejorar LEER PROVEEDOR de su servicio para que evalúe con nota 6 o 7 su servicio de internet fija en el hogar?** MÚLTIPLE, SONDEAR

C1c. SI NOTA ES 4 o MENOS **¿Qué aspectos negativos de LEER PROVEEDOR hacen que evalúe con nota... su servicio de internet fija en el hogar?** MÚLTIPLE, SONDEAR

C2. Si un amigo o alguien cercano busca un servicio de internet fija, en una escala de 1 a 7 donde 1 es "Definitivamente no lo recomendaría" y 7 es "Definitivamente lo recomendaría", **¿Con qué nota recomendaría a LEER PROVEEDOR ACTUAL?**

C2	C2 RECOMENDACIÓN							NS /NC
Recomendación del servicio de internet fija	1	2	3	4	5	6	7	9

C2a. En los últimos 12 meses...LEER ALTERNATIVAS

		SI	NO	NS/NR (No leer)
1	Ha solicitado atención en oficinas de su actual compañía?	1	2	9
2	Ha solicitado atención por teléfono en su actual compañía?	1	2	9
3	Ha solicitado servicio técnico?	1	2	9
4	Ha solicitado un cambio de plan o tarifa en su misma compañía?	1	2	9
5	Ha visitado el sitio web de su actual compañía?	1	2	9
6	Se ha cambiado o ha intentado cambiarse de compañía de internet fija?	1	2	9

C3. Usando la misma escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos del servicio que le entrega [EMPRESA SEGÚN B1] en Internet Fija en su hogar? LEA ATRIBUTOS SEGÚN ROTACION

ROT	ATRIBUTOS	C3 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN							NS/NC
1	Las Conexión es sin cortes ni interrupciones	1	2	3	4	5	6	7	9
2	La velocidad no cambia bruscamente	1	2	3	4	5	6	7	9
3	El Cumplimiento de la velocidad prometida cuando contrató el servicio	1	2	3	4	5	6	7	9
4	La buena disposición y buen trato del personal para atender	1	2	3	4	5	6	7	9
5	La facilidad para contactar al personal para hacer una consulta o reclamo en forma presencial	1	2	3	4	5	6	7	9
6	La facilidad para contactar al personal para hacer una consulta o reclamo por teléfono	1	2	3	4	5	6	7	9
7	La Rapidez y agilidad de la atención	1	2	3	4	5	6	7	9
8	El personal soluciona los problemas en forma rápida y efectiva	1	2	3	4	5	6	7	9
9	El personal está bien capacitado y conoce bien los temas en los que tiene que ayudar.	1	2	3	4	5	6	7	9
10	Hay variedad de planes y tarifas que se ajustan a sus necesidades	1	2	3	4	5	6	7	9
11	Es fácil cambiarse de plan en la misma compañía	1	2	3	4	5	6	7	9
12	El valor que paga es adecuado a la calidad de servicio que usted recibe	1	2	3	4	5	6	7	9
13	Los cobros se ajustan al plan elegido	1	2	3	4	5	6	7	9
14	Es fácil poner término al contrato, lo puede hacer cuando quiera	1	2	3	4	5	6	7	9
15	Al contratar el servicio le informaron todo lo que necesitaba saber, no se encontró con sorpresas	1	2	3	4	5	6	7	9
16	Tienen buenas ofertas y promociones	1	2	3	4	5	6	7	9
17	El cumplimiento de lo que la empresa ofrece en su publicidad	1	2	3	4	5	6	7	9

MÓDULO D: PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

D1. ¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con su servicio de internet fija en el hogar?

1. SI **SEGUIR** 2. NO **PASE A MÓDULO E**

D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? **MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA**

ENCUESTADOR REGISTRE EN FORMA TEXTUAL Y CLASIFIQUE EL PROBLEMA. SI NO LO ENCUENTRA, CLASIFIQUE EN OTRO.

1. Corte del servicio
2. Problemas con la velocidad, extremadamente lenta, cambios bruscos
3. Problemas con los cobros / facturas
4. Problemas con asistencia técnica
5. Otro (Especificar) _____

D3. Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de Internet Fija ¿Reclamó o pidió alguna solución...? **LEER ALTERNATIVAS – RESPUESTA MÚLTIPLE**

D4. Su reclamo efectuado en...LEER SEGÚN D3, lo realizó en una sucursal, en forma telefónica o por Internet?

LUGAR DEL RECLAMO	D3. Dónde	D4. Canal
1 En la empresa comercial donde compré el plan (Ej. multi tienda)	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web
2 En la compañía de telefonía móvil	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web
3 En el SERNAC	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web
4 En SUBTEL	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web
5 En otro organismo (describir)	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web

D5. ¿Y su problema fue resuelto?
 1. SI 2. NO

D6. ¿Al reclamar le entregaron un número de reclamo?.
 1. SI 2. NO

MÓDULO J: BANDA ANCHA MÓVIL

J1. ¿Tiene el servicio de banda ancha móvil, que es un dispositivo tipo pendrive o USB que lo conecta a Internet?
 1. SI 2. NO

J2. Pensando en el servicio de banda ancha móvil, la que usted tiene usando el aparato tipo pendrive, ¿Qué empresa le da el servicio de banda ancha móvil actualmente?
 1. Entel PCS 2. Movistar 3. Claro 4. Otra J2.1 ¿Cuál? _____

J3. ¿Tiene este servicio con contrato o con tarjetas de pre pago?
 1. Contrato 2. Pre pago

J4. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de banda ancha móvil con esta Empresa?
 REGISTRE AÑOS/MESES: _____
 NS/NC=9

J4.2 ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de Banda Ancha Móvil?

Todos los días.....	1
Algunos días a la semana.....	2
Unos pocos días al mes.....	3
Casi nunca.....	4
No sabe / No Contesta.....	9

J5. ¿De qué velocidad es el plan que tiene contratado para su banda ancha móvil?

Menor o igual a 1 mega.....	1
De 2 a 4 megas.....	2
De 5 a 10 megas.....	3
Más de 10 Megas	4
No sabe / No Contesta.....	9

MÓDULO K: CALIDAD DEL SERVICIO DE BANDA ANCHA MÓVIL

K1. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio banda ancha móvil que tiene actualmente?**

K1	K1 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN GENERAL							NS / NC
Satisfacción general del servicio actual de banda ancha móvil	1	2	3	4	5	6	7	9

K1a.SI NOTA ES 6 O 7 ¿Cuáles son los aspectos positivos de LEER PROVEEDOR para que usted evalúe con nota (6 o 7) a su servicio de banda ancha móvil? MÚLTIPLE, SONDEAR

K1b.SI NOTA ES 5 ¿Qué aspectos debería mejorar LEER PROVEEDOR de su servicio para que evalúe con nota 6 o 7 su servicio de banda ancha móvil? MÚLTIPLE, SONDEAR

K1c.SI NOTA ES 4 o MENOS ¿Qué aspectos negativos de LEER PROVEEDOR hacen que evalúe con nota... su servicio de banda ancha móvil? MÚLTIPLE, SONDEAR

K3. Usando la misma escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos del servicio que le entrega [EMPRESA SEGÚN J2] en Banda ancha móvil? LEA ATRIBUTOS SEGÚN ROTACION**

ROT	ATRIBUTOS	K3 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN							NS / NC
1	El servicio está disponible en todas partes donde usted se encuentra	1	2	3	4	5	6	7	9
2	La Conexión es sin cortes ni interrupciones	1	2	3	4	5	6	7	9
3	La velocidad no cambia bruscamente	1	2	3	4	5	6	7	9
4	El Cumplimiento de la velocidad prometida cuando contrató el servicio	1	2	3	4	5	6	7	9
5	El Cumplimiento de la cobertura prometida cuando contrató el servicio	1	2	3	4	5	6	7	9
6	Hay variedad de planes y tarifas que se ajustan a sus necesidades	1	2	3	4	5	6	7	9
7	Es fácil cambiarse de plan o tarifa en la misma compañía	1	2	3	4	5	6	7	9
8	El valor que paga por este servicio es adecuado para la calidad que le entrega	1	2	3	4	5	6	7	9
9	Tienen buenas ofertas y promociones	1	2	3	4	5	6	7	9
10	El cumplimiento de lo que la empresa ofrece en su publicidad	1	2	3	4	5	6	7	9

APLIQUE K4 ATRIBUTOS 17 A 19 SOLO SI TIENEN CONTRATO (J3=1)
K4. De 1 a 7 ¿Y qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos?

ROT	ATRIBUTOS	K4 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CONTRATO							NS / NC
11	Los cobros se ajustan al plan elegido	1	2	3	4	5	6	7	9
12	Es fácil poner término al contrato, lo puede hacer cuando quiera	1	2	3	4	5	6	7	9
13	Al contratar el servicio le informaron todo lo que necesitaba saber, no se encontró con sorpresas	1	2	3	4	5	6	7	9

MÓDULO L: PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

L1. ¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con su servicio de banda ancha móvil?

1. SI SEGUIR 2. NO PASAR A MÓDULO "M"

L2. ¿Qué tipo de problema tuvo? MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA

ENCUESTADOR REGISTRE EN FORMA TEXTUAL Y CLASIFIQUE EL PROBLEMA. SI NO LO ENCUENTRA, CLASIFIQUE EN OTRO.

1. Problemas de cobertura, en algunos lugares no se puede conectar
2. Problemas de señal, interferencias, corte
3. Problemas con la velocidad, extremadamente lenta, cambios bruscos
4. Problemas con el aparato, funciona mal, no se conecta
5. Se activan automáticamente servicios no contratados
6. Las tarjetas de pre pago no se cargaron correctamente
7. Problemas con los cobros / facturas
8. Problemas con la asistencia técnica
9. La carga se agotó antes de lo esperado
10. Perdió minutos al terminar la vigencia de la tarjeta
11. Otro (describir) _____

L3. Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de Banda Ancha Móvil ¿Reclamó o pidió alguna solución...? LEER ALTERNATIVAS – RESPUESTA MÚLTIPLE

L4. Su reclamo efectuado en...LEER SEGÚN D3, lo realizó en una sucursal, en forma telefónica o por Internet?

LUGAR DEL RECLAMO	D3. Dónde	D4. Canal
1 En la empresa comercial donde compré el plan (Ej. multi tienda)	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web
2 En la compañía de telefonía móvil	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web
3 En el SERNAC	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web
4 En SUBTEL	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web
5 En otro organismo (describir)	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web

L5. ¿Y su problema fue resuelto?

1. SI 2. NO

L6. ¿Al reclamar le entregaron un número de reclamo?.

1. SI 2. NO

MÓDULO E: DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES.

Hablemos ahora de derechos que Ud. posee como consumidor frente a las compañías proveedoras de servicios de telecomunicaciones, tales como de telefonía fija, celular, televisión por cable e Internet.

E.1 Cuando ud. contrata un servicio de telecomunicaciones tiene derechos como usuario, pero también deberes tales como por ej., la obligación de pagar la cuenta mes a mes. **¿Cuál o cuáles cree ud. que son los derechos que usted tiene como usuario de un servicio de telecomunicaciones? RESPUESTA ESPONTÁNEA. SONDEE ¿Qué otros derechos tiene?**

E.2 Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, ¿sabía usted....? **LEA UNO A UNO SEGÚN ROTACIÓN**

	DERECHOS	SI	NO
1	Que tiene derecho a descuentos e indemnizaciones por interrupciones del servicio?	1	2
2	Que tiene derecho a poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento?	1	2
5	Que en los servicios de telefonía fija y móvil la Empresa no puede enviar sus antecedentes a Dicom.	1	2
6	Que tiene derecho a reclamar al número 105 de la empresa que le entrega el servicio?	1	2
7	Que tiene derecho a reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado.	1	2
8	Que tiene derecho a exigir que se le entregue un número de reclamo para identificar claramente el reclamo realizado?	1	2
9	Que si está disconforme con la respuesta de la empresa puede insistir y efectuar el reclamo en la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL?	1	2


E3. Si usted tiene un problema con algún servicio de telecomunicaciones y la empresa no le responde adecuadamente, **¿a qué Instituciones se puede dirigir para cursar el reclamo y hacer valer sus derechos? RESPUESTA ESPONTÁNEA MULTIPLE**

E4. Y de las Instituciones que le voy a mencionar, **¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones? LEA INSTITUCIONES. RESPUESTA MULTIPLE**

	Instituciones	E3 Espontánea	E4 Guiada
1	SUBTEL , Subsecretaria de telecomunicaciones	1	1
2	SERNAC, Servicio nacional del consumidor	2	2
3	Otra (Especifique) _____	3	3
4	No sabe / No contesta	9	9

AGRADEZCA Y CIERRE

Anexo II: Cuestionario Telefonía Móvil

		N° ESTUDIO 2 0 1 2 5 8 3 7							N° FILTRO	
RICARDO MATTE PÉREZ 488 FONO: 439 85 00 PROVIDENCIA - SANTIAGO										
CUESTIONARIO TELEFONÍA MÓVIL- INTERNET MÓVIL-BANDA ANCHA MÓVIL										
DATOS DE IDENTIFICACION				CÓD.ENC						
NOMBRE ENTREVISTADO/A : _____ DIRECCIÓN ENTREVISTADO/A : _____ TELÉFONO: _____ TELÉFONO CELULAR : _____ CASA: _____ TRABAJO: _____ OBS. REFERENCIAS : _____ HORARIO MÁS PROB.ENCONTRAR: _____ FECHA: ____/____/2012 HORA :INICIO: _____ TERMINO: _____ DURACIÓN _____										
→ INTRODUCCION. Buenos días/tardes, mi nombre es NOMBRE y represento a la empresa ICCOM, quien por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, está realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de la Telefonía móvil y otros servicios móviles. ¿Me permite hacerle unas breves preguntas? Gracias. NOTA: SOLO SI LA PERSONA PREGUNTA POR LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS, DIGA: "Los datos que usted nos entregue son de carácter confidencial y están resguardados por la Ley del Secreto Estadístico Número 17.374, por lo tanto sus respuestas sólo serán utilizadas en forma agregada junto al resto de los entrevistados y en ningún caso en forma individual"										
A.		¿Es usted el usuario principal de este teléfono móvil?					SI		1	
							NO		2	
→ Si NO pregunte por el usuario principal. Si no está disponible Agradezca y Cierre										
A1.		¿Es usted o alguien de su hogar quien paga la cuenta de este teléfono móvil, o la paga una empresa?					Él(Ella) o alguien del hogar		1	
							Una empresa		2	
→ Si NO pregunte por el usuario principal. Si no está disponible Agradezca y Cierre										
MODULO A CLASIFICACIÓN										
B		¿Qué edad tiene Ud.?					Registre Edad Exacta: _____			
							18 – 39		1	
							40 y más		2	
							SI MENOR DE 18 AÑOS		6	
AGRADÉZCA Y CIERRE										
C		¿Ud. Vive en un área urbana o rural?					URBANA		1	
							RURAL		2	

D	Clasifique género		HOMBRE	1
			MUJER	2

CUESTIONARIO “CALIDAD DE SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL - INTERNET MÓVIL - BANDA ANCHA MÓVIL”

I. TELEFONÍA MÓVIL

MÓDULO B: DATOS DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL

En primer lugar vamos a hablar respecto a su servicio de Telefonía Móvil:

B1. ¿Qué empresa le da el servicio de telefonía móvil que tiene actualmente?
RESPUESTA ÚNICA. SI TIENE MÁS DE UNA PREGUNTAR POR LA QUE USA EN FORMA MÁS FRECUENTE

1. Entel PCS 2. Movistar 3. Claro 4. Otra B1.1 ¿Cuál? _____

B2. ¿Tiene este servicio con contrato o con tarjetas de pre pago?

1. Contrato 2. Pre pago

B3. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de telefonía móvil con esta Empresa?
 REGISTRE AÑOS/MESES: _____

MÓDULO C: CALIDAD DEL SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL

C1. Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de telefonía móvil que le presta actualmente...
[NOMBRAR PROVEEDOR DE B1]. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de telefonía móvil que tiene actualmente?

C1	C1 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN GENERAL							NS /NC
Satisfacción general con el servicio actual de telefonía móvil	1	2	3	4	5	6	7	9

C1a.SI NOTA ES 6 O 7 ¿Cuáles son los aspectos positivos de LEER PROVEEDOR para que usted evalúe con nota (6 o 7) a su servicio de telefonía móvil? MÚLTIPLE, SONDEAR

C1b.SI NOTA ES 5 ¿Qué aspectos debería mejorar LEER PROVEEDOR de su servicio para que evalúe con nota 6 o 7 su servicio de telefonía móvil? MÚLTIPLE, SONDEAR

C1c.SI NOTA ES 4 o MENOS ¿Qué aspectos negativos de LEER PROVEEDOR hacen que evalúe con nota... su servicio de telefonía móvil? MÚLTIPLE, SONDEAR

C2. Si un amigo o alguien cercano busca un servicio de telefonía móvil, en una escala de 1 a 7 donde 1 es "Definitivamente no lo recomendaría" y 7 es "Definitivamente lo recomendaría", **¿Con qué nota recomendaría a LEER PROVEEDOR ACTUAL?**

C2	C2 RECOMENDACIÓN							NS/NC
Recomendación del servicio de telefonía móvil	1	2	3	4	5	6	7	9

C2a. En los últimos 12 meses...LEER ALTERNATIVAS

		SI	NO	NS/NR (No leer)
1	Ha solicitado atención en oficinas de su actual compañía?	1	2	9
2	Ha solicitado atención por teléfono en su actual compañía?	1	2	9
3	Ha solicitado que su aparato sea arreglado/revisado por el servicio técnico?	1	2	9
4	Ha solicitado un cambio de plan o tarifa en su misma compañía?	1	2	9
5	Ha visitado el sitio web de su actual compañía?	1	2	9
6	Se ha cambiado o ha intentado cambiarse de compañía móvil?	1	2	9

C3. Usando la misma escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos del servicio que le entrega [EMPRESA SEGÚN B1] en telefonía móvil? LEA ATRIBUTOS SEGÚN ROTACION**

ROT	ATRIBUTOS	C3 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN								NS/NC
1	El servicio está disponible en todas partes donde usted se encuentra	1	2	3	4	5	6	7	9	
2	La Comunicación es sin ruidos, interferencias ni cortes	1	2	3	4	5	6	7	9	
3	El Cumplimiento de la cobertura prometida cuando contrató el servicio	1	2	3	4	5	6	7	9	
4	La buena disposición y buen trato del personal para atender	1	2	3	4	5	6	7	9	
5	La facilidad para contactar al personal para hacer una consulta o reclamo en forma presencial	1	2	3	4	5	6	7	9	
6	La facilidad para contactar al personal para hacer una consulta o reclamo por teléfono	1	2	3	4	5	6	7	9	
7	La Rapidez y agilidad de la atención	1	2	3	4	5	6	7	9	
8	El personal le soluciona los problemas en forma real	1	2	3	4	5	6	7	9	
9	El personal está bien capacitado y conoce bien los temas en los que tiene que ayudar	1	2	3	4	5	6	7	9	
10	El valor que paga es adecuado a la calidad de servicio que usted recibe	1	2	3	4	5	6	7	9	
11	Hay variedad de planes y tarifas que se ajustan a sus necesidades	1	9	3	4	5	6	7	9	
12	Es fácil cambiarse de plan o tarifa en la misma compañía	1	2	3	4	5	6	7	9	
13	Tienen buenas ofertas y promociones	1	2	3	4	5	6	7	9	
14	El cumplimiento de lo que la empresa ofrece en su publicidad	1	2	3	4	5	6	7	9	
15	La disponibilidad del servicio de telefonía en situaciones especiales como temblores, apagones o eventos masivos	1	2	3	4	5	6	7	9	
16	La disponibilidad del servicio de mensajería en situaciones especiales como temblores, apagones o eventos masivos	1	2	3	4	5	6	7	9	

APLIQUE C4 ATRIBUTOS 17 A 20 SOLO SI TIENEN CONTRATO (B2=1)

C4. De 1 a 7 ¿Y qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos?

ROT	ATRIBUTOS	C4 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CONTRATO								NS/NC
17	Los cobros se ajustan al plan contratado y a las llamadas realizadas	1	2	3	4	5	6	7	9	
18	Es fácil poner término al contrato, lo puedo hacer cuando quiera	1	2	3	4	5	6	7	9	
19	Al contratar el servicio le informaron todo lo que necesitaba saber, no se encontró con sorpresas	1	2	3	4	5	6	7	9	
20	Las boletas tienen información detallada que explica el consumo	1	2	3	4	5	6	7	9	

PASAR A MÓDULO D

A TODOS

MÓDULO D: PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

D1. ¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con su servicio de telefonía móvil?

1. SI **SEGUIR** 2. NO **PASE A F1**

D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? **MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA**

ENCUESTADOR REGISTRE EN FORMA TEXTUAL Y CLASIFIQUE EL PROBLEMA. SI NO LO ENCUENTRA, CLASIFIQUE EN OTRO.

1. Problemas de cobertura, en algunos lugares no se puede comunicar
2. Problemas de señal, interferencias, mal sonido, corte o interrupción de llamadas
3. Problemas con el aparato, funciona mal, no recibe llamadas
4. Se activan automáticamente servicios no contratados
5. Las tarjetas de pre pago no se cargaron correctamente
6. Problemas con las ofertas recibidas a través de mensajes de texto SMS
7. Problemas con los cobros / facturas
8. Problemas con el servicio técnico
9. La carga se agotó antes de lo esperado
10. Perdió minutos al terminar la vigencia de la tarjeta
11. Otro (describir) _____

D2a **SÓLO SI MENCIONA PROBLEMAS DE COBERTURA** (en algunos lugares no se puede comunicar), **SEÑAL** (interferencias, mal sonido, corte o interrupción de llamadas)

¿Hay algún lugar de la ciudad donde estos problemas de comunicación con su teléfono móvil se den con más frecuencia?

1. SI **SEGUIR** 2. NO **PASE A D3**

D2b ¿En qué lugar de la ciudad tiene problemas de comunicación con mayor frecuencia?

D3. Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de Telefonía móvil **¿Reclamó o pidió alguna solución...? LEER ALTERNATIVAS – RESPUESTA MÚLTIPLE**

D4. Su reclamo efectuado en...LEER SEGÚN D3, **lo realizó en una sucursal, en forma telefónica o por Internet?**

LUGAR DEL RECLAMO		D3. Dónde		D4. Canal		
1	En la empresa comercial donde compré el plan (Ej. multi tienda)	1 SI	2 NO	1 Sucursal	2 Teléfono	3 Web
2	En la compañía de telefonía móvil	1 SI	2 NO	1 Sucursal	2 Teléfono	3 Web
3	En el SERNAC	1 SI	2 NO	1 Sucursal	2 Teléfono	3 Web
4	En SUBTEL	1 SI	2 NO	1 Sucursal	2 Teléfono	3 Web
5	En otro organismo (describir)	1 SI	2 NO	1 Sucursal	2 Teléfono	3 Web

D5. **¿Y su problema fue resuelto?**

1. SI 2. NO

D6. **¿Al reclamar le entregaron un número de reclamo?.**

1. SI 2. NO

**MÓDULO N: EVALUACIÓN DE PORTABILIDAD
SÓLO A QUIENES RESPONDEN SI EN C2A_6**

N1. Usted me comentó que en los últimos 12 meses se cambió de compañía o intentó cambiarse de compañía. **¿Qué lo motivó a querer cambiarse de compañía?**

N2. El hecho de que ahora exista la portabilidad numérica y usted puede mantener su número...LEER ALTERNATIVAS

1. Influyó mucho en su decisión de cambio 2. Influyó poco 3. No influyó en su decisión de cambio

N2a. En una escala donde 1 es "Muy difícil" y 7 es "Muy fácil". **¿Con qué nota evalúa el proceso de portabilidad?**

N3. **¿Finalmente usted...LEER ALTERNATIVAS?**

1. Se cambió de compañía 2. No se cambió de compañía (PASAR A N6) 3. Está en proceso para cambiarse (PASAR A N7)

N4. **¿Qué compañía móvil tenía anteriormente?**

1. Entel PCS 2. Movistar 3. Claro 4. Otra B1.1 ¿Cuál? _____

N5. **¿Qué le ofreció LEER ACTUAL COMPAÑÍA para cambiarse?**

PASAR A MÓDULO SIGUIENTE: F1

N6. **¿Por qué motivo no se cambió de compañía?**

PASAR A MÓDULO SIGUIENTE: F1

N7. **¿A qué compañía piensa cambiarse?**

1. Entel PCS 2. Movistar 3. Claro 4. Otra B1.1 ¿Cuál? _____

A TODOS

F1. **¿Ud. tiene el servicio de internet móvil en su teléfono celular y lo utiliza al menos de vez en cuando, por ejemplo, para revisar correos, acceder a redes sociales o navegar por internet?**

1. SI 2. NO

J1. **¿Y tiene el servicio de banda ancha móvil, que es un dispositivo tipo pendrive o USB que lo conecta a Internet?**

1. SI 2. NO

Encuestador SI NINGUNO COD. 2 EN F1 Y J1 PASE A MÓDULO "M" DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES.

SI SOLO CÓDIGO 1 EN F.1 APLIQUE MODULO INTERNET MÓVIL (F A H)

SI SOLO CÓDIGO 1 EN J.1 APLIQUE MODULO BANDA ANCHA MÓVIL (J A L)

AMBOS: SI NÚMERO DE TELÉFONO TERMINA EN IMPAR APLIQUE MÓDULO INTERNET MÓVIL , SI ES PAR APLIQUE MÓDULO BANDA ANCHA MÓVIL .

II. INTERNET MÓVIL

MÓDULO F: DATOS DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO DE INTERNET MÓVIL EN SU TELEFONO MÓVIL

F2. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de internet móvil con su actual compañía?

REGISTRE AÑOS/MESES _____
NS/NC =9

F2.2 ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de Internet Móvil?

- Todos los días 1
- Algunos días a la semana 2
- Unos pocos días al mes 3
- Casi nunca 4
- No sabe / No Contesta..... 9

MÓDULO G: CALIDAD DEL SERVICIO DE INTERNET MÓVIL EN SU TELÉFONO MÓVIL

G1. Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de Internet móvil que le presta actualmente... [NOMBRAR PROVEEDOR DE B1]. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de Internet móvil que tiene actualmente?

G1	G1 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN GENERAL							NS/NC
	1	2	3	4	5	6	7	
Satisfacción general con el servicio actual de internet móvil en su teléfono móvil								9

G1a.SI NOTA ES 6 O 7 ¿Cuáles son los aspectos positivos de LEER PROVEEDOR para que usted evalúe con nota (6 o 7) a su servicio de internet móvil? MÚLTIPLE, SONDEAR

G1b.SI NOTA ES 5 ¿Qué aspectos debería mejorar LEER PROVEEDOR de su servicio para que evalúe con nota 6 o 7 su servicio de internet móvil? MÚLTIPLE, SONDEAR

G1c.SI NOTA ES 4 o MENOS ¿Qué aspectos negativos de LEER PROVEEDOR hacen que evalúe con nota... su servicio de internet móvil? MÚLTIPLE, SONDEAR

G3. Usando la misma escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos del servicio que le entrega [EMPRESA SEGÚN B1] en Internet Móvil en su teléfono celular? LEA ATRIBUTOS SEGÚN ROTACION

ROT	ATRIBUTOS	G3 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN							NS / NC
1	El servicio está disponible en todas partes donde usted se encuentra	1	2	3	4	5	6	7	9
2	La Conexión es sin cortes ni interrupciones	1	2	3	4	5	6	7	9
3	La velocidad no cambia bruscamente	1	2	3	4	5	6	7	9
4	El Cumplimiento de la velocidad prometida cuando contrató el servicio	1	2	3	4	5	6	7	9
5	El Cumplimiento de la cobertura prometida cuando contrató el servicio	1	2	3	4	5	6	7	9
6	Hay variedad de planes y ofertas claras que se ajustan a sus necesidades	1	2	3	4	5	6	7	9
7	Es fácil cambiarse de plan o tarifa	1	2	3	4	5	6	7	9

8	El valor que paga por este servicio es adecuado para la calidad que le entrega	1	2	3	4	5	6	7	9
9	Tienen buenas ofertas y regalos que agregan valor al servicio	1	2	3	4	5	6	7	9
10	El cumplimiento de lo que la empresa ofrece en su publicidad	1	2	3	4	5	6	7	9

APLIQUE G4 ATRIBUTOS 11 A 13 SOLO SI TIENEN CONTRATO (B2=1)
G4. De 1 a 7 ¿Y qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos?

ROT	ATRIBUTOS	G4 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CONTRATO							NS / NC
11	Los cobros se ajustan al plan elegido	1	9	3	4	5	6	7	9
12	Es fácil poner término al contrato, lo puedo hacer cuando quiera	1	9	3	4	5	6	7	9
13	Al contratar el servicio le informaron todo lo que necesitaba saber, no se encontró con sorpresas	1	9	3	4	5	6	7	9

PASAR A MÓDULO H

A TODOS
MÓDULO H: PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

H1. ¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con el servicio de internet en su teléfono celular?

1. SI SEGUIR 2. NO PASAR A MÓDULO "M"

H2. ¿Qué tipo de problema tuvo? **MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA**
ENCUESTADOR REGISTRE EN FORMA TEXTUAL Y CLASIFIQUE EL PROBLEMA. SI NO LO ENCUENTRA, CLASIFIQUE EN OTRO.

1. Problemas de cobertura, en algunos lugares no se puede conectar
2. Problemas de señal, interferencias, corte
3. Problemas con la velocidad, extremadamente lenta, cambios bruscos
4. Problemas con el aparato, funciona mal, no se conecta
5. Se activan automáticamente servicios no contratados
6. Las tarjetas de pre pago no se cargaron correctamente
7. Problemas con los cobros / facturas
8. La carga se agotó antes de lo esperado
9. Perdió minutos al terminar la vigencia de la tarjeta
10. Otro (describir) _____

H3. Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de Internet móvil ¿Reclamó o pidió alguna solución...? **LEER ALTERNATIVAS – RESPUESTA MÚLTIPLE**

H4. Su reclamo efectuado en...LEER SEGÚN D3, lo realizó en una sucursal, en forma telefónica o por Internet?

LUGAR DEL RECLAMO	H3. Dónde		H4. Canal		
1 En la empresa comercial donde compré el plan (Ej. multi tienda)	1 SI	2 NO	1 Sucursal	2 Teléfono	3 Web
2 En la compañía de telefonía móvil	1 SI	2 NO	1 Sucursal	2 Teléfono	3 Web
3 En el SERNAC	1 SI	2 NO	1 Sucursal	2 Teléfono	3 Web
4 En SUBTEL	1 SI	2 NO	1 Sucursal	2 Teléfono	3 Web
5 En otro organismo (describir)	1 SI	2 NO	1 Sucursal	2 Teléfono	3 Web

H5. ¿Y su problema fue resuelto?

1. SI 2. NO

H6. ¿Al reclamar le entregaron un número de reclamo?.

1. SI 2. NO

III. BANDA ANCHA MÓVIL
APLIQUE MÓDULO J A L SOLO SI BANDA ANCHA MÓVIL EN J.1 SI NO PASE A MÓDULO "M"

MÓDULO J: DATOS DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO DE BANDA ANCHA MÓVIL

J2. Pensando en el servicio de banda ancha móvil, la que usted tiene usando el aparato tipo pendrive, ¿Qué empresa le da el servicio de banda ancha móvil actualmente?

Entel PCS 2. Movistar 3. Claro 4. Otra J2.1 ¿Cuál? _____

J3. ¿Tiene este servicio con contrato o con tarjetas de pre pago?

1. Contrato 2. Pre pago

J4. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de banda ancha móvil con esta Empresa?

REGISTRE AÑOS/MESES: _____
NS/NC=9

J4.2 ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de Banda Ancha Móvil?

- Todos los días..... 1
Algunos días a la semana..... 2
Unos pocos días al mes..... 3
Casi nunca..... 4
No sabe / No Contesta..... 9

J5. ¿De qué velocidad es el plan que tiene contratado para su banda ancha móvil?

- Menor o igual a 1 mega..... 1
De 2 a 4 megas..... 2
De 5 a 10 megas..... 3
Más de 10 Megas 4
No sabe / No Contesta..... 9

MÓDULO K: CALIDAD DEL SERVICIO DE BANDA ANCHA MÓVIL

K1. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio banda ancha móvil que tiene actualmente?

K1	K1 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN GENERAL							NS / NC
Satisfacción general del servicio actual de banda ancha móvil	1	2	3	4	5	6	7	9

K1a.SI NOTA ES 6 O 7 ¿Cuáles son los aspectos positivos de LEER PROVEEDOR para que usted evalúe con nota (6 o 7) a su servicio de banda ancha móvil? MÚLTIPLE, SONDEAR

K1b.SI NOTA ES 5 ¿Qué aspectos debería mejorar LEER PROVEEDOR de su servicio para que evalúe con nota 6 o 7 su servicio de banda ancha móvil? MÚLTIPLE, SONDEAR

K1c.SI NOTA ES 4 o MENOS ¿Qué aspectos negativos de LEER PROVEEDOR hacen que evalúe con nota... su servicio de banda ancha móvil? MÚLTIPLE, SONDEAR

K3. Usando la misma escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos del servicio que le entrega [EMPRESA SEGÚN J2] en Banda ancha móvil? LEA ATRIBUTOS SEGÚN ROTACION**

ROT	ATRIBUTOS	K3 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN							NS / NC
1	El servicio está disponible en todas partes donde usted se encuentra	1	2	3	4	5	6	7	9
2	La Conexión es sin cortes ni interrupciones	1	2	3	4	5	6	7	9
3	La velocidad no cambia bruscamente	1	2	3	4	5	6	7	9
4	El Cumplimiento de la velocidad prometida cuando contrató el servicio	1	2	3	4	5	6	7	9
5	El Cumplimiento de la cobertura prometida cuando contrató el servicio	1	2	3	4	5	6	7	9
6	Hay variedad de planes y ofertas claras que se ajustan a sus necesidades	1	2	3	4	5	6	7	9
7	Es fácil cambiarse de plan o tarifa	1	2	3	4	5	6	7	9
8	El valor que paga por este servicio es adecuado para la calidad que le entrega	1	2	3	4	5	6	7	9
9	Tienen buenas ofertas y regalos que agregan valor al servicio	1	2	3	4	5	6	7	9
10	El cumplimiento de lo que la empresa ofrece en su publicidad	1	2	3	4	5	6	7	9

APLIQUE K4 ATRIBUTOS 11 A 13 SOLO SI TIENEN CONTRATO (J3=1)

K4. De 1 a 7 ¿Y qué tan satisfecho está Ud. con los siguientes aspectos?

ROT	ATRIBUTOS	K4 EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CONTRATO							NS / NC
11	Los cobros se ajustan al plan elegido	1	2	3	4	5	6	7	9
12	Es fácil poner término al contrato, lo puede hacer cuando quiera	1	2	3	4	5	6	7	9
13	Al contratar el servicio le informaron todo lo que necesitaba saber, no se encontró con sorpresas	1	2	3	4	5	6	7	9

PASAR A MÓDULO L

MÓDULO L: PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

L1. **¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con su servicio de banda ancha móvil?**

1. SI SEGUIR 2. NO PASAR A MÓDULO "M"

L2. **¿Qué tipo de problema tuvo? MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA**

ENCUESTADOR REGISTRE EN FORMA TEXTUAL Y CLASIFIQUE EL PROBLEMA. SI NO LO ENCUENTRA, CLASIFIQUE EN OTRO.

1. Problemas de cobertura, en algunos lugares no se puede conectar
2. Problemas de señal, interferencias, corte
3. Problemas con la velocidad, extremadamente lenta, cambios bruscos
4. Problemas con el aparato, funciona mal, no se conecta
5. Se activan automáticamente servicios no contratados
6. Las tarjetas de pre pago no se cargaron correctamente
7. Problemas con los cobros / facturas
8. Problemas con la asistencia técnica
9. La carga se agotó antes de lo esperado
10. Perdió minutos al terminar la vigencia de la tarjeta
11. Otro (describir) _____

L3. Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de Banda Ancha Móvil **¿Reclamó o pidió alguna solución...? LEER ALTERNATIVAS – RESPUESTA MÚLTIPLE**

L4. Su reclamo efectuado en...LEER SEGÚN D3, **lo realizó en una sucursal, en forma telefónica o por Internet?**

LUGAR DEL RECLAMO	H3. Dónde	H4. Canal
1 En la empresa comercial donde compré el plan (Ej. multi tienda)	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web
2 En la compañía de telefonía móvil	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web
3 En el SERNAC	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web
4 En SUBTEL	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web
5 En otro organismo (describir)	1 SI 2 NO	1 Sucursal 2 Teléfono 3 Web

L5. ¿Y su problema fue resuelto?
1. SI 2. NO

L6. ¿Al reclamar le entregaron un número de reclamo?.
1. SI 2. NO

A TODOS

MÓDULO M: CONOCIMIENTO DE DERECHOS Y RECLAMOS

Hablemos de derechos que Ud. posee como consumidor frente a las compañías proveedoras de servicios de telecomunicaciones, tales como telefonía fija, celular, Televisión por cable e Internet.

M.1 Cuando ud. contrata un servicio de telecomunicaciones tiene derechos como usuario, pero también deberes tales como por ej., la obligación de pagar la cuenta mes a mes. ¿Cuál o cuáles cree ud. que son los derechos que usted tiene como usuario de un servicio de telecomunicaciones? RESPUESTA ESPONTÁNEA. SONDEE ¿Qué otros derechos tiene?

M.2 Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, ¿sabía usted....? LEA UNO A UNO SEGÚN ROTACIÓN

DERECHOS		SI	NO
1	Que tiene derecho a descuentos e indemnizaciones por interrupciones del servicio?	1	2
2	Que tiene derecho a poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento?	1	2
5	Que en los servicios de telefonía fija y móvil la Empresa no puede enviar sus antecedentes a Dicom.	1	2
6	Que tiene derecho a reclamar al número 105 de la empresa que le entrega el servicio?	1	2
7	Que tiene derecho a reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado.	1	2
8	Que tiene derecho a exigir que se le entregue un número de reclamo para identificar claramente el reclamo realizado?	1	2
9	Que si está disconforme con la respuesta de la empresa puede insistir y efectuar el reclamo en la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL?	1	2

M3. Si usted tiene un problema con algún servicio de telecomunicaciones y la empresa no le responde adecuadamente, ¿a qué Instituciones se puede dirigir para cursar el reclamo y hacer valer sus derechos? RESPUESTA ESPONTÁNEA MULTIPLE

M4. Y de las Instituciones que le voy a mencionar, ¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones? LEA INSTITUCIONES. RESPUESTA MULTIPLE

	Instituciones	M3 Espontánea	M4 Guiada
1	SUBTEL , Subsecretaria de telecomunicaciones	1	1
2	SERNAC, Servicio nacional del consumidor	2	2
3	Otra (Especifique) _____	3	3
4	No sabe / No contesta	9	9

M5. ¿Sabía Ud. que en telefonía móvil, si usted tiene problemas de señal o servicio tiene que efectuar el reclamo en Subtel, y que si tiene problemas con su equipo tiene que ir al Sernac?

1. SI 2. NO

M6. ¿Sabía usted que en Internet móvil y Banda Ancha Móvil la velocidad máxima de bajada y de subida disminuye respecto de aquella establecida en el plan cuando se agota la cuota de uso dentro del mes?

1. SI 2. NO

AGRADEZCA Y CIERRE

ANEXO III: Trabajo de Campo

Para el éxito en la recolección de la información, ICCOM realizó las siguientes actividades:

- Selección de los entrevistadores.
- Definición del protocolo y manual del entrevistador.
- Capacitación de los entrevistadores.
- Supervisión y Control de Calidad de los Datos
- Codificación.

Selección de los entrevistadores.

Los encuestadores fueron personas mayores de 18 años, con experiencia previa en aplicación de encuestas, con más de 3 años de experiencia en estudios de mercado, encuestas telefónicas a nivel nacional, en empresas y/o personas.

ICCOM posee amplia experiencia en estudios nacionales, realizando un importante número de ellos anualmente, lo que permite contar con equipos experimentados y consolidados, con encuestadores y tutores especializados.

Definición del protocolo y manual del entrevistador.

Los entrevistadores siguieron las siguientes etapas al contactar al entrevistado:

- Contactar al entrevistado y persuadirlo con recursos de interacción social (identificándose adecuadamente y usando argumentos para que el entrevistado entregue su opinión).
- Identificar a la institución que levanta los datos para dar confianza al entrevistado. Los encuestadores deberán estar identificados y respaldados por la institución que levanta los datos o por alguna institución académica si es que estuviese involucrada en el proyecto.
- Leer cláusulas de confidencialidad.
- Concertar citas con los entrevistados en el caso que no se encuentre o no esté disponible para la entrevista telefónica.

Para la realización de los llamados se utilizó Bases de Datos, con 3 insistencias y agendamiento en el mismo día.

Capacitación de los entrevistadores.

La capacitación de los encuestadores es una de las partes fundamentales de los procesos de levantamiento de información a través de las encuestas. Según la literatura de metodología de encuestas uno de los errores no asociados a la muestra más recurrentes es el error de medición en que incurre el encuestador, que por no recibir una capacitación adecuada o por no tener una buena supervisión, induce al entrevistado a errores al responder o bien incurre en errores al codificar en terreno las respuestas que está entregando el entrevistado al momento de la entrevista.

El proceso de capacitación de los encuestadores debe constar de dos partes: La primera está asociada a la comprensión del rol de los encuestadores en el proceso de levantamiento de datos, técnicas generales de acercamiento al entrevistado, manejo de la base de datos y la administración

de ella, comportamiento frente al entrevistado, entre otros aspectos generales que son transversales a los estudios complejos.

La segunda parte de la capacitación consta de los aspectos específicos al estudio, tales como: objetivos de la encuesta, cobertura, tipo de entrevistado, contenido de la encuesta, flujo del cuestionario, fraseo y codificación de las preguntas. Todo esto con énfasis en la confidencialidad.

El proceso de capacitación de los encuestadores contiene:

1. Descripción general de la encuesta y sus objetivos, apoyada por presentación de diapositivas y por la contraparte técnica.
2. Definiciones y conceptos relevantes para la aplicación del instrumento.
3. Técnicas de introducción a la entrevista, apoyada por presentación de diapositivas.
4. Lectura comprensiva del cuestionario, pregunta a pregunta, apoyada por presentación de diapositivas.
5. Énfasis en aquellos aspectos más relevantes de cada pregunta, apoyada por presentación de diapositivas.
6. Ronda de preguntas y respuestas.
7. Evaluación Escrita Final
8. Temas administrativos, apoyados por presentación de diapositivas.

La capacitación principal se realizó en nuestras oficinas centrales, en Santiago, en forma conjunta por el Director de Campo y Jefe de Estudio. Realizadas en Iccom, siguiendo la siguiente estructura:

- En la capacitación se explicó el procedimiento general, el manejo de la Base de Datos y las indicaciones para el momento de la aplicación (preguntas que se pueden responder, aclaraciones, etc).
- Se revisó cada ítem del instrumento, explicando todas las definiciones y conceptos implicados.
- Además se les entregaron herramientas para resolver posibles problemas a los cuales los encuestadores puedan ver enfrentados.

Supervisión y Control de Calidad de los Datos

La supervisión fue realizada mediante la intercepción aleatoria de llamadas, observando además la pantalla del encuestador en forma remota. La codificación fue realizada por codificadores expertos y supervisada por un jefe de supervisión, en Santiago. La persona jefe de procesamiento, quien realiza los cruces para realizar el análisis, controla los rangos de cada variable y analiza la consistencia interna de las encuestas.

Finalmente, el director de proyectos realiza la revisión final de los resultados.

Codificación

El material fue codificado en oficinas Iccom, por un equipo de experiencia destinado exclusivamente a esta tarea.

Anexo IV: Informe N°1

Presentación

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

En lo que respecta a la Subsecretaría de Telecomunicaciones, en adelante e indistintamente "la Subsecretaría", la concreción y materialización de estos lineamientos estratégicos le significará jugar un papel fundamental, particularmente, con el que se refiere al fomento de la competitividad del mercado, el cual se enmarca en su rol fiscalizador, respecto de controlar y supervigilar el funcionamiento de los servicios de telecomunicaciones y la protección de los derechos de los usuarios, consignada en la Ley N° 18.168, General de Telecomunicaciones.

En este ámbito, se precisa buscar las herramientas que tiendan a disminuir las asimetrías de la información existentes entre los usuarios y las compañías proveedoras de los servicios y a **incrementar la difusión de los derechos de los consumidores**. La premisa es que mientras más conocimiento y acceso a la información tienen los consumidores, mayor serán las exigencias que impongan a los prestadores de los servicios de telecomunicaciones, hecho que debiera repercutir en un aumento de la competitividad y en una mejor calidad de los servicios.

Precisamente en su rol de protectora de los derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones, la Subsecretaría desde el año 2006 ha aplicado anualmente una encuesta a nivel nacional destinada a conocer la opinión de la ciudadanía, como destinataria final de la prestación de los diversos servicios, con el propósito de focalizar su tarea fiscalizadora. Sin embargo, el objetivo de esta encuesta se ha orientado esencialmente a recoger en un contexto global, información sobre el nivel de percepción y satisfacción de los usuarios respecto de dichos servicios y no ha profundizado en aspectos de medición de la calidad con que son provistos por cada una de las empresas, tanto del punto de vista técnico como de post-venta, no permitiendo, en consecuencia, realizar comparaciones entre las distintas compañías prestadoras.

Asimismo, el instrumento antes utilizado tampoco entregaba datos correspondientes a un nivel geográfico de ciudades o comunas, sin que se recogiera información con algún grado de validez estadística local, sobre la calidad de los servicios y la satisfacción de los usuarios en cuanto a los mismos.

Dadas las carencias detectadas en la "Encuesta de satisfacción de usuarios de Servicios de Telecomunicaciones", aplicada hasta el año 2010, se optó por reformular ésta y levantar un nuevo instrumento orientado a medir el grado de percepción y satisfacción de los usuarios respecto de la calidad con que son provistos los Servicios por cada una de las compañías y con una muestra tal por compañías que recogiera los datos a nivel regional, de comunas o ciudades en lo posible.

De esta manera los resultados obtenidos serán puestos en conocimiento de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones, a fin de propiciar un mayor grado de competitividad en el mercado y fortalecer la función del Estado en materia de protección de los derechos de los consumidores, cumpliendo con el lineamiento estratégico del Gobierno señalado anteriormente.

De esta forma se diseñó un estudio descriptivo de carácter cuantitativo tomado a través de encuestas telefónicas aplicadas a cada uno de los servicios considerados en la medición, con un muestreo de proporciones con representación nacional y regional y con la utilización de un sistema de entrevistas telefónicas CATI. Este instrumento fue aplicado para las encuestas realizadas en el primer y segundo semestre del año 2011, el que deberá ser replicado durante el año 2012 con los cuestionarios que el contratista diseñe para tal efecto.

Medir cuantitativamente el grado de satisfacción de los usuarios y la calidad de los servicios de Telefonía Móvil, Internet Móvil, Internet Banda Ancha móvil y del servicio de Internet Residencial, por cada una de las compañías proveedoras y cuya muestra calculada sea estadísticamente confiable y representativa a nivel nacional y regional, de manera que los datos recolectados permitan obtener conclusiones válidas y generar un proceso de comparación o benchmarking entre las mismas empresas.

En particular, este informe da cuenta de la atapa de preparación de la primera medición para el año 2012, que de acuerdo a las bases de licitación y a la propuesta técnica entregada por Iccom, cuenta con la siguiente información.

- Revisión y ajuste de cuestionarios.
- Resultados de la validación del instrumento (cuestionario) en una prueba piloto.
- Cronograma con planificación del trabajo de campo hasta la entrega de resultados.
- Diseño de la muestra, indicando error muestral y ponderaciones.
- Diseño metodológico indicando las variables y dimensiones de análisis a utilizar.

Revisión y ajuste de cuestionarios

El estudio considera la aplicación de 2 cuestionarios:

- Internet Fija
- Telefonía Móvil

Para la primera medición del año 2012, se ha considerado 3 fuentes para ajustar los cuestionarios:

- 1) Experiencia previa, tanto de parte de Iccom como de la contraparte técnica.
- 2) Reuniones de panel de expertos Iccom, liderado por su Gerente General y compuesto por Gerente de Área Cualitativa y Sub-Gerente de Área Cuantitativa.
- 3) Realización de Focus Groups para profundizar en los aspectos relevantes para el usuario de telecomunicaciones.

Resumen de resultados de Focus Groups

En general se percibe que los niveles de satisfacción con servicios de telecomunicaciones son de nivel medio, y los aspectos que generan insatisfacción en los servicios de telecomunicaciones, son los siguientes:

- Sensación de cumplimiento unilateral de contratos:
- Fallas injustificadas en el servicio, especialmente en BAM y telefonía celular.
- Poca transparencia en los contratos.

Respecto de las dimensiones de evaluación de servicio, se puede decir lo siguiente:

- 1. Calidad de producto:** Se tiende a entender como calidad de servicio → Calidad de producto se puede mal entender como respecto de los equipos y no del servicio que entregan las compañías.
- 2. Confiabilidad:** Anclada a transparencia y cumplimiento con la entrega del servicio que se promete, se considera una dimensión de alta relevancia para los usuarios. Una empresa confiable, no es abusiva con sus clientes.
- 3. Empatía:** No aparece como concepto espontáneo/de relevancia. No obstante, sería un indicador de calidad de atención al cliente, surgiendo éste como un elemento clave para la categoría telecomunicaciones.
- 4. Capacidad de respuesta:** En relación con la misma temática, lo que se levanta espontáneamente es la SOLUCIÓN RÁPIDA Y EFECTIVA DE PROBLEMAS. Si bien aluden a temáticas similares, se observa que la solución de problemas no sólo se asocia a la capacidad, sino también a la disposición.
- 5. Tenencia de problemas:** En asociación a las expectativas de servicio: Los problemas que se tienen en la categoría se relaciona con la transparencia y la no obtención del servicio por el cual se siente que se paga. También se relaciona con atención al cliente, cuando no se tiene solución a los conflictos → Es un 'problema sobre problema'.

Ajustes al cuestionario

De este modo, los ajustes a los cuestionarios para la medición 2012 fueron los siguientes:

- 1) En ambos cuestionarios (Telefonía Móvil e Internet Fija) se eliminan las preguntas para determinar el Nivel Socio-Económico del entrevistado, a solicitud de la contraparte técnica de SUBTEL, toda vez que los resultados que se requerirán para la difusión, serán a nivel total. Por otra parte, la eliminación de estas preguntas permitirá realizar otras preguntas de mayor relevancia, tales como Portabilidad.
- 2) En cuestionario de Telefonía Móvil se incluyen preguntas para conocer la opinión de personas que se han cambiado o intentado cambiarse en los últimos 12 meses de compañía:
 - Motivación para cambiarse (respuesta espontánea)
 - Impacto de la existencia de la portabilidad numérica en la decisión de cambio.
 - Evaluación de la facilidad para realizar el proceso de portabilidad.
 - Resultado final: Se cambió, No se cambió, Está en proceso de cambio.
 - Si ya se cambió: Compañía anterior, qué le ofrecieron para cambiarse.
 - Si no se cambió: ¿Por qué motivo no se cambió?
 - Si está en proceso de cambio: ¿A qué compañía quiere cambiarse?
- 3) Se incluye módulo de Banda Ancha Móvil en cuestionario de Internet Fija, de modo que la base de entrevistados que evalúe este producto, se sume a la base de entrevistados que evalúa Banda Ancha Móvil en cuestionario de Telefonía Móvil.
- 4) En ambos cuestionarios (Telefonía Móvil e Internet Fija), los atributos:
 - La buena disposición y buen trato del personal para atender.
 - La facilidad para contactar al personal para hacer una consulta o reclamo en forma presencial.

- La facilidad para contactar al personal para hacer una consulta o reclamo en forma telefónica.
 - La Rapidez y agilidad de la atención.
 - El personal le solucionan los problemas en forma rápida y eficiente.
 - El personal está bien capacitado y conoce bien los temas en los que tiene que ayudar.
- Serán medidos sólo en parrilla de atributos de Telefonía Móvil o Internet Fija, dado que las respuestas se repiten cuando son realizadas en Internet Móvil y BAM.
- 5) En ambos cuestionarios (Telefonía Móvil e Internet Fija) se modifica la pregunta de reconocimiento espontáneo de derechos, de modo que se facilite la comprensión por parte del entrevistado del concepto de derechos, en base a lo que se vio en fase cualitativa.
 - 6) En ambos cuestionarios (Telefonía Móvil e Internet Fija) se realizan ajustes de redacción que ayudan a la comprensión de algunos atributos del cuestionario.
 - 7) En ambos cuestionarios (Telefonía Móvil e Internet Fija) se incluye el canal de comunicación del reclamo (Sucursal, Teléfono, Web) para cada lugar de realización de reclamo (Compañías, Subtel, Sernac).
 - 8) En cuestionario de Telefonía Móvil se incluyen preguntas para conocer si existen zonas de mayor tenencia de problemas con la red móvil:
 - ¿Hay algún lugar de la ciudad donde estos problemas de comunicación con su teléfono móvil se den con más frecuencia? Esta pregunta la responderán personas que indicaron tener problemas de Cobertura o Señal.
 - ¿En qué lugar de la ciudad tiene problemas de comunicación con mayor frecuencia?
 - 9) En ambos cuestionarios (Telefonía Móvil e Internet Fija) se modifica la forma de preguntar por los motivos para la evaluación general de los servicios, de modo que:
 - Si evalúa con nota 6 o 7, se preguntará de esta forma: **¿Cuáles son los aspectos positivos de LEER PROVEEDOR para que usted evalúe con nota (6 o 7) a su servicio de...?**

- Si evalúa con nota 5, se preguntará de esta forma: ¿Qué aspectos debería mejorar LEER PROVEEDOR de su servicio para que evalúe con nota 6 o 7 su servicio de...?
 - Si evalúa con nota 4 o menos, se preguntará de esta forma: ¿Qué aspectos negativos de LEER PROVEEDOR hacen que evalúe con nota... su servicio de...?
- 10) En ambos cuestionarios (Telefonía Móvil e Internet Fija) se modifica la forma de registrar las respuestas a la pregunta: ¿Qué tipo de problema tuvo?, de modo que se registre de forma textual el problema que el usuario tuvo.
- 11) En ambos cuestionarios (Telefonía Móvil e Internet Fija) se incluye una pregunta para medir el nivel de recomendación del servicio de telecomunicaciones evaluado..
- 12) En ambos cuestionarios (Telefonía Móvil e Internet Fija) se incluye una pregunta para medir el uso de canales de atención.

Diseño de las Muestras

Internet Fija

La muestra de Internet Fija tendrá mínimos cambios en relación a la muestra de la segunda medición del año 2011, y se considerará el logro de las siguientes cuotas por Región y proveedor de Internet Fija.

Tabla: Muestra Internet Fija Segunda Medición.

Región	Movistar	VTR	Claro	GTD	CMET	Telsur / Telcoy	TOTAL	ZONA	Error Muestral
15: De Arica y P.	42	50					92	627	3,9%
1: De Tarapacá	37	62				99			
2: De Antofagasta	34	100				134			
3: De Atacama	49	40				89			
4: De Coquimbo	39	47	127			213			
5: De Valparaíso	51	116	92		64		323	667	3,8%
6: Del Lib. B'Ohiggins	46	27	40		56		169		
7: Del Maule	36	26			113		175		
8: Del Bio-Bio	68	65	105		87	49	374	1.022	3,1%
9: De la Araucanía	36	30				55	121		
14: De los Ríos	21	11				87	119		
10: De Los Lagos	18	38				105	161		
11: De Aysén						135	135		
12: De Magallanes	112						112		
13: Metropolitana	160	218	226	400	80		1.084	1.084	3,0%
TOTAL	749	830	590	400	400	431	3.400	3.400	1,7%

Con un margen de error de 1.7%.

Este estudio será ponderado de modo que siga la distribución que tienen las conexiones de internet fija a lo largo del país, en base a la siguiente información proporcionada por SUBTEL.

Tabla: Datos Poblacionales para Ponderación.

Región	Movistar	VTR	Claro	GTD	CMET	Telsur / Telcoy	TOTAL	ZONA
15: De Arica y P.	7.539	14.299	934				22.772	214.742
1: De Tarapacá	11.539	18.999	1.467				32.005	
2: De Antofagasta	16.812	63.897	2.818				83.527	
3: De Atacama	13.544	7.159	3.010				23.713	
4: De Coquimbo	23.185	15.911	13.629				52.725	
5: De Valparaíso	74.385	101.670	15.554		2.732		194.341	284.023
6: Del Lib. B'Ohiggins	21.033	13.313	7.526		1.785		43.657	
7: Del Maule	22.131	13.074	6.717	1	4.102		46.025	
8: Del Bio-Bio	53.720	66.156	18.827		2.466	14.718	155.887	322.368
9: De la Araucanía	21.649	8.080	3.162			17.972	50.863	
14: De los Ríos	2.500	4.554	1.132			23.328	31.514	
10: De Los Lagos	4.851	12.239	2.436			43.543	63.069	
11: De Aysén	68					6.906	6.974	
12: De Magallanes	14.061						14.061	
13: Metropolitana	379.012	398.038	105.420	33.329	2.841	1	918.641	918.641
TOTAL	666.029	737.389	182.632	33.330	13.926	106.468	1.739.774	1.739.774

La fuente de información para contactar a los entrevistados será la siguiente:

- **Movistar:** Base de hogares con internet fija, entregada por Subtel.
- **VTR:** Base de teléfonos VTR, aplicaremos filtro (no disponemos de la identificación con internet).
- **Claro:** Igual que VTR, con base de teléfonos.
- **GTD:** Usaremos base Subtel de hogares con internet.
- **CMET:** Similar a GTD.
- **Telsur/Telcoy:** La base de hogares con internet venía con muchos problemas. Vamos a usar la base de teléfonos.

Telefonía Móvil

Para esta medición, a diferencia del año 2011, SUBTEL entregó la base de teléfonos móviles de las tres principales compañías, con la siguiente cantidad de números por compañía y tipo:

Tabla: Teléfonos Móviles por Compañía y Tipo.

CIA	TOTAL			
	PREPAGO	CONTRATO	TOTAL	% CIA
ENTEL	8.760.025	2.739.436	11.499.461	41%
MOVISTAR	7.148.877	2.688.649	9.837.526	35%
CLARO	5.547.900	1.154.734	6.702.634	24%
TOTAL	21.456.802	6.582.819	28.039.621	100%

De modo que para esta medición, será posible realizar una muestra proporcional a la compañía y tipo (contrato-prepago).

La muestra a lograr en el segmento de Telefonía Móvil es de 3.400 casos, con un margen de error de 1.7%:

Tabla: Muestra Telefonía Móvil Primera Medición - 2012.

COMPAÑÍA	TIPO	HOMBRE		MUJER		TOTAL	TOTAL / CIA	ERROR MUESTRAL
		18 a 39	40 o más	18 a 39	40 o más			
ENTEL	Prepago	266	266	266	266	1.064	1.396	2,6%
	Contrato	83	83	83	83	332		
MOVISTAR	Prepago	217	217	217	217	868	1.196	2,8%
	Contrato	82	82	82	82	328		
CLARO	Prepago	168	168	168	168	672	812	3,4%
	Contrato	35	35	35	35	140		
TOTAL		851	851	851	851	3.404	3.404	1,7%

Resultado Pruebas Piloto

El día 27 de abril de 2012, se realizaron 106 entrevistas piloto, 51 correspondientes a cuestionario de Internet Fija y 55 correspondientes a cuestionario de Telefonía Móvil. Los principales resultados fueron los siguientes.

Tiempos promedio de aplicación

El cuestionario de **Internet Fija** tuvo una duración promedio de 14,5 minutos, con una adecuada comprensión por parte del entrevistado y fluyendo de manera más rápida

Este cuestionario de **Telefonía Móvil** tuvo una duración promedio de 16 minutos, con las siguientes duraciones promedio dependiendo del tipo de cuestionario aplicado:

Empresas Proveedoras

Las 51 encuestas piloto de **Internet Fija**, tuvieron la siguiente distribución por compañía proveedora:

EMPRESA	ENCUESTAS
Movistar (Telefónica)	2
VTR	25
Claro (Telmex)	21
Otra	3
TOTAL	51

Las 55 encuestas piloto de **Telefonía Móvil** tuvieron la siguiente distribución por compañía proveedora:

EMPRESA	ENCUESTAS
Entel PCS	25
Movistar	14
Claro	16
TOTAL	55

Algunos resultados de las pruebas piloto:

Los resultados de esta prueba piloto son referenciales, considerando la baja cantidad de encuestas, por lo tanto no son comparables con resultados de 2011.

Gráfico: Satisfacción Global (%)

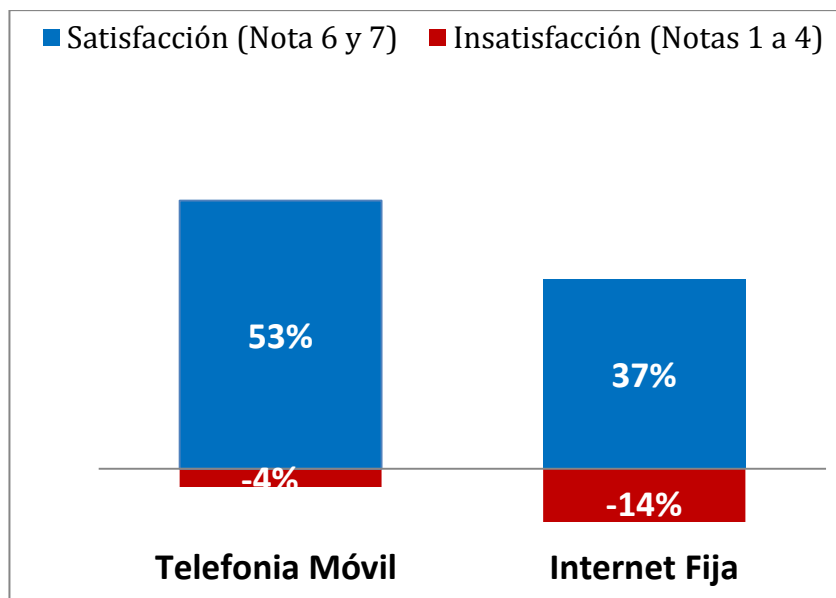


Tabla: Compañía actual (n)

TELEFONÍA MÓVIL	
Compañía	n
Entel	25
Movistar	14
Claro	16
Total	55
INTERNET FIJA	
Compañía	n
Entel	2
Movistar (Telefónica)	25
VTR	21
Claro (Telmex)	2
GTD (GTD Manquehue)	1
Total	51

Gráfico: Disposición a Recomendar (%)

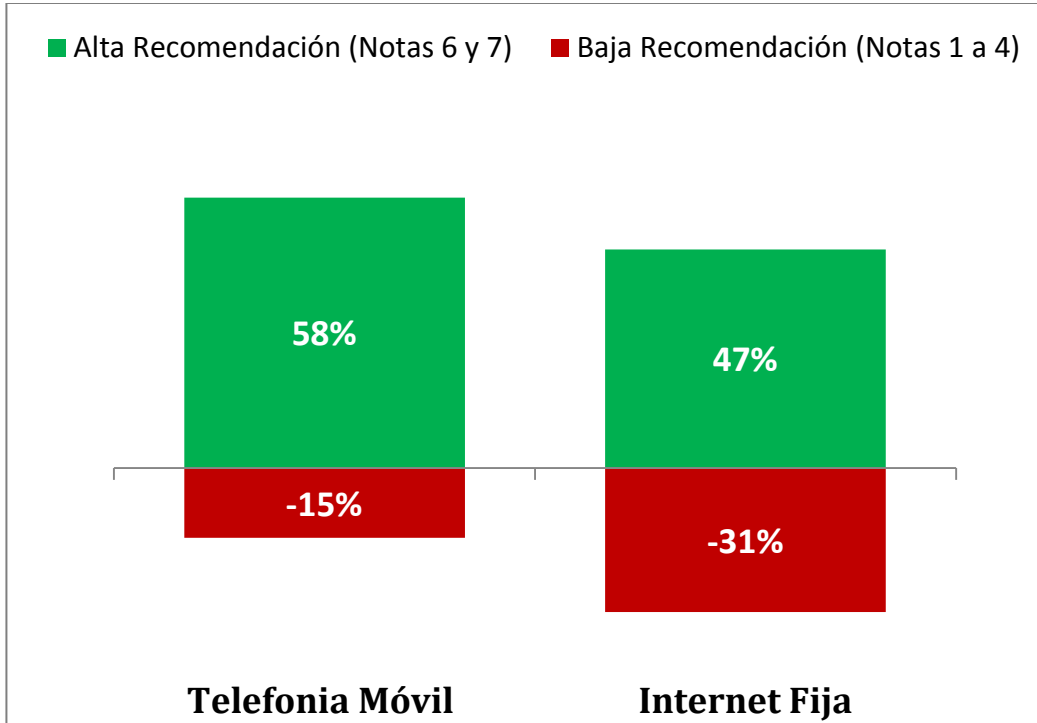


Gráfico: Tasa de Problemas (%)

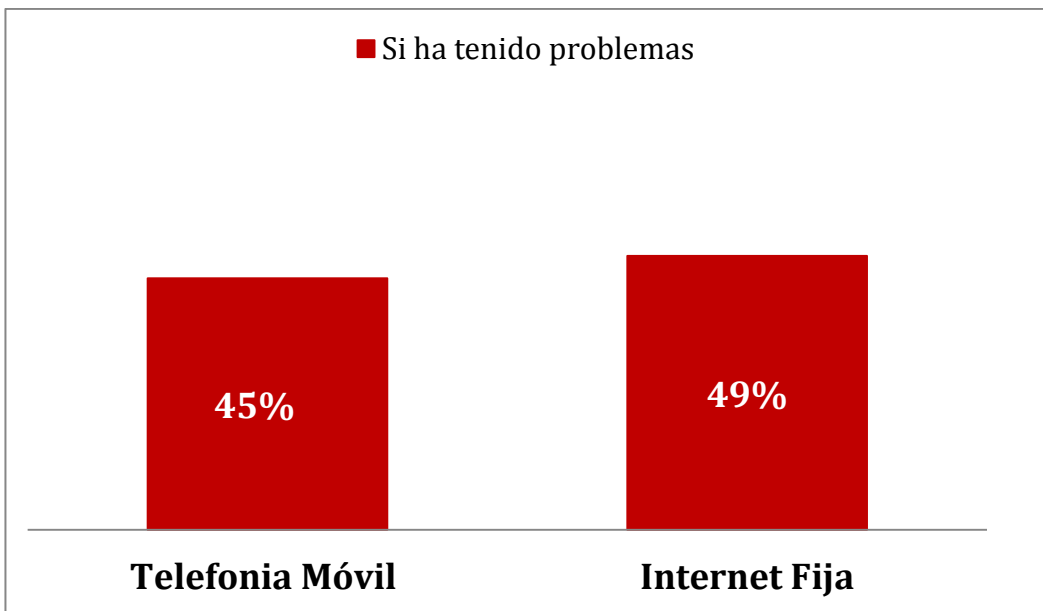


Gráfico: Tasa de solicitudes de cambio de compañía proveedora, atención web, telefónica y/o presencial (%)

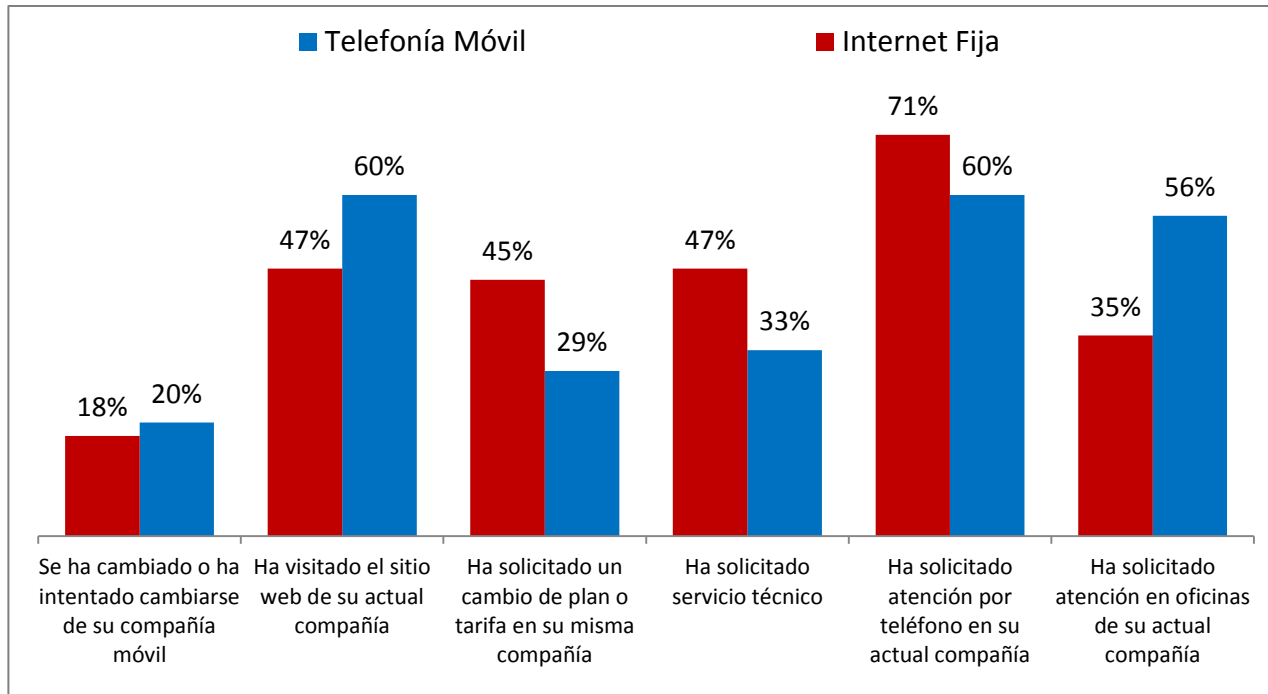
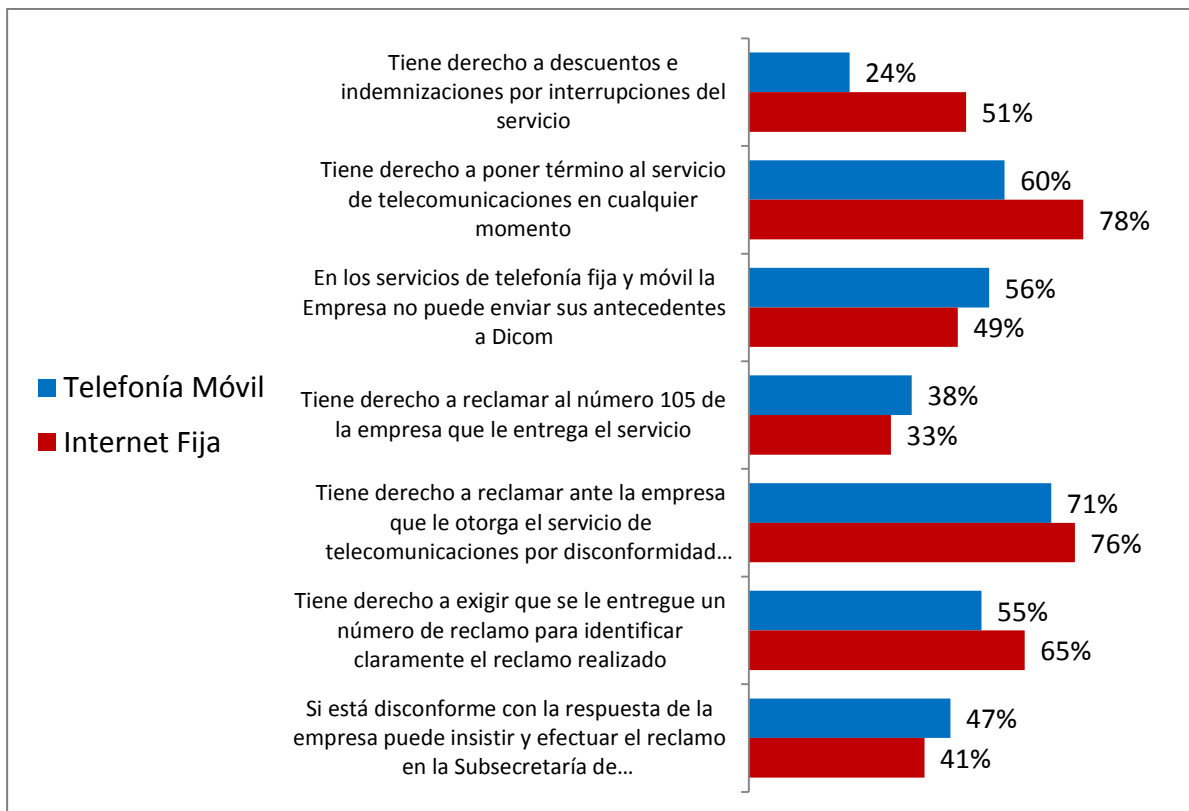


Gráfico: Conocimiento de Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones (%)



Modelos de Satisfacción y Calidad 2012

Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

La satisfacción de los usuarios se indagará de la misma forma que en la medición 2011, aplicando la siguiente pregunta:

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

Entendiendo por “Satisfacción” el porcentaje de personas que califican el servicio con nota 6 ó 7 y entendiendo por “Insatisfacción” al porcentaje de personas que califican el servicio con nota 1 a 4. Quienes califican con nota 5 no son considerados en ninguno de los dos indicadores.

Índice de Calidad de Servicio (ISC)

El Modelo de Satisfacción de clientes presentado en el módulo anterior, permite conocer los Impactos de las diferentes Dimensiones de Servicio en la Satisfacción Global del usuario. En otras palabras, conocer cuánto incide cada atributo y la dimensión a la que pertenece en la satisfacción global. El conjunto de atributos corresponden a “Percepciones” de los usuarios, opiniones según sea su experiencia de servicio. Con el conjunto de atributos se calcula un Indicador de Calidad de Servicio, que es un promedio de todos los atributos, ponderados por la importancia que ellos tengan en la generación de satisfacción de los usuarios.

Así, un atributo que “pesa” menos que otro, sea porque su peso es menor en la dimensión a la que pertenece, o bien porque pertenece a una dimensión que en su conjunto tiene poco peso, tiene una menor participación en el indicador de calidad de servicio, que otro atributo que tiene una importancia mayor sobre la satisfacción.

Sin embargo, y con el objetivo de obtener un Índice de Calidad de Servicio que mida en qué proporción el cliente siente que el servicio que le han prometido se cumple, se extendió el modelo de satisfacción, incluyendo la existencia de problemas, como una nueva dimensión, directamente relacionada con la satisfacción de los usuarios. Esta variable, objetiva, preguntada de manera directa como (“*¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con su servicio de...?*”), fue considerada como fundamental en la definición del Indicador de Calidad de Servicio de las compañías.

Entonces, para determinar el ICS, realizamos lo siguiente:

- E. **Inclusión de la Tenencia de Problemas:** En primer lugar, se incluye la existencia de problemas en el modelo de calidad de servicio, a través de Ecuaciones Estructurales, esto permite identificar el impacto de que un cliente tenga inconvenientes de servicio, en su Satisfacción. Entendiendo que esta situación de servicio puede tener una incidencia importante en la percepción del cumplimiento de la oferta.
- F. **Cumplimiento del Servicio Ofrecido:** El Segundo paso fue la definición de lo que entenderemos por cumplimiento con Calidad de Servicio. Los aspectos de calidad de servicio evaluados en el cuestionario con notas de 1 a 7 fueron re-escalados, de modo que:
 - a. Las evaluaciones que no lograban el nivel de Satisfacción, es decir, aquellas notas de 1 a 5, fueron consideradas un “No Cumplimiento de Calidad de Servicio”.
 - b. Si un usuario entrevistado evaluó el aspecto de servicio con Nota 6 o 7, se consideró un “Cumplimiento de Calidad de Servicio”.

G. Cálculo de las dimensiones: Cada dimensión fue calculada como el promedio ponderado de los atributos que en ella participan, considerando los pesos de los atributos, según el modelo básico de satisfacción. Dado que los atributos fueron transformados en valores 1 (cumplimiento) y 0 (no cumplimiento), el resultado de cada dimensión, corresponde a un valor entre 0 y 1.

Cálculo del Índice de Calidad de Servicio (ICS): Finalmente se calculó un ICS como el promedio ponderado de las cuatro dimensiones y la existencia de problemas.

Anexo V: Entrevistas en Profundidad

Con el objetivo de profundizar el conocimiento sobre las razones por los cuales un usuario de telecomunicaciones se encuentra insatisfecho con el servicio recibido, se realizó un estudio cualitativo con las siguientes características:

Objetivo General

Conocer las razones que explican la evaluación de los insatisfechos.

Técnica

Entrevistas en profundidad, aplicadas por psicólogo en base a una pauta guía de moderación no estructurada.

Grupo Objetivo

Hombres y mujeres, mayores de 18 años, usuarios internet fija y telefonía móvil, que evaluaron con nota 1 a 4 el servicio recibido.

Muestra de Entrevistas

Se realizaron 11 entrevistas en profundidad:

- Usuarios Internet Fija, N=6
- Usuarios Telefonía Móvil, N=5

Los principales problemas manifestados por los entrevistados fueron relativos a:

- Los cobros / facturación.
- La señal.
- La cobertura.
- Con el equipo.
- La velocidad.
- La estabilidad del servicio.

Siendo el Call Center la primera alternativa al momento informar el problema a las compañías en busca de soluciones. En este sentido, la primera conclusión es que la insatisfacción de estos usuarios con los servicios de telecomunicaciones se centra en una **atención que se aleja bastante de sus expectativas, lo cual marca afectivamente al cliente de la forma en que plantean algunos de los entrevistados:**

“Tu llamas y no te pescan altiro... esperan a que este todo muy malo y tu enojado para recién hacer algo... no les interesa el cliente” Hombre 19 años, VTR

“Teníamos problemas, internet se caía a cada rato y llame varias veces para reclamar y la respuesta era: estamos revisando, pruebe en una hora... así como 3 veces, para que te dicen algo si saben que no se va a arreglar” Mujer, 36 años, GTD

“Tu quieres hacer un reclamo y pasas por 10 personas antes... al final sientes que nadie te esta escuchando” Mujer, 52 años, Movistar

En particular, existe un rechazo hacia la atención a través de IVR's:

- ‘Una máquina impersonal’ - ‘un menú tras otro...’
- ‘Largos períodos de tiempo de espera’ - Música aburrida

Y las críticas a los ejecutivos de atención se centran en los siguientes aspectos:

- Se perciben mal capacitados en general
- Algunos con problemas de ‘amabilidad’
- La mayoría con escaso conocimiento técnico, ‘repiten protocolos que no saben explicar’
- Sin lenguaje acorde al usuario – ‘peor si es extranjero’
- Plazos de solución inaceptables: 24 – 48 hrs para visita de técnico

■

Destacando las siguientes frases textuales de un entrevistado:

“Prefiero arreglarlo solo porque tengo amigos que me dan mejores soluciones que los técnicos”

“llama mi papá y le hablan de router, de modem...no cacha na” *Hombre, 21 años, VTR*

En conjunto, estos problemas terminan por generar una sensación de “indignación”, una **Sensación de vulneración de derechos como cliente, transformándose en** frustración y en un castigo en la evaluación de la empresa que le entrega el servicio.

Lo anterior manifiesta una sensación de que no se cumple con lo prometido, se abusa y existe sólo un afán de lucro, sin interés real en la satisfacción del cliente. Algunas frases representativas de este tipo de sensaciones son las siguientes:

“Uno deja de confiar en estos servicios, siempre piensas que te pueden estar cobrando de más ...”

Mujer, 52 años, Movistar

“lleve me celular al servicio técnico y me dieron un equipo del año 1, que no podía conectarse a internet y yo estaba pagando un plan multimedia...” *Hombre, 28 años, Claro*

“más de un mes en que la conexión se caía a cada rato... andaba mal genio con todo el mundo, me tenía fuera de quicio... sacaba fotos a la velocidad, reclamaba, 24 hrs, venían técnicos y no pudieron solucionarlo... hasta el día de hoy con problemas, lo único que quiero es liberarme” *Mujer, 38 años, Movistar*