

Informe II

Resultados Primera Medición

2015

Contenido

1.	Presentación	4
2.	Objetivos del Estudio	6
2.1.	Objetivo General	6
2.2.	Objetivos Específicos	6
3.	Satisfacción/Reclamos de usuarios en TIC en perspectiva comparada	8
4.	Descripción Metodológica	12
4.1.	Tipo de Estudio	12
4.2.	Universo	12
4.3.	Grupo Objetivo y Cobertura	12
4.4.	Diseño Muestral	13
4.5.	Cuestionarios	13
4.6.	Muestras	15
4.7.	Principales indicadores usados en el informe	16
5.	Resultados del estudio.....	17
5.1.	Resumen ejecutivo de principales resultados	18
5.2.	Muestras históricas por servicio	21
5.3.	Perfil de los Entrevistados.....	22
5.4.	Resultados Globales para los 4 servicios	23
5.4.1.	Conocimiento Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones y Rol SUBTEL	23
5.4.2.	Satisfacción con servicios de telecomunicaciones	27
5.4.3.	Problemas, reclamos y resolución	30
5.4.4.	Ranking de Calidad 2015	34
6.	Resultados por servicio.....	36
6.1.	Telefonía móvil	36
6.1.1.	Perfil de los entrevistados	36

6.1.2.	Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil.....	39
6.1.3.	Problemas, reclamos y resolución: Telefonía Móvil.....	44
6.2.	Internet Móvil	64
6.2.1.	Perfil de los entrevistados	64
6.2.2.	Satisfacción con empresas de Internet Móvil	66
6.2.3.	Problemas, reclamos y resolución: Internet Móvil	73
6.3.	Internet Fija.....	93
6.3.1.	Perfil de los entrevistados	93
6.3.2.	Satisfacción con empresas de Internet Fija	96
6.3.3.	Problemas, reclamos y resolución: Internet Fija	101
6.4.	Televisión Pagada.....	113
6.4.1.	Perfil de los entrevistados	113
6.4.2.	Satisfacción con empresas de Televisión Pagada.....	116
6.4.3.	Problemas, reclamos y resolución: Televisión Pagada.....	118
7.	Conclusiones y Recomendaciones.....	128
8.	Ponderadores	132
9.	Cuestionarios	137
9.1.	Anexo I: Cuestionario Telefonía Móvil.....	137
9.2.	Anexo II: Cuestionario Internet Móvil.....	142
9.3.	Anexo III: Cuestionario Internet Fija	147
9.4.	Anexo IV: Cuestionario TV Pagada.....	152

1. Presentación

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

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

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

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

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

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

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

2. Objetivos del Estudio

2.1. Objetivo General

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

2.2. Objetivos Específicos

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

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

3. Satisfacción/Reclamos de usuarios en TIC en perspectiva comparada

La satisfacción de los usuarios en cuanto a las tecnologías de información es un tema que está siendo permanentemente monitoreado por países desarrollados y en desarrollo. Algunos ejemplos a mencionar son: La American Customer Service Index (ACSI) presenta una serie de tiempo de satisfacción de distintas industrias de Estados Unidos. Tiene una escala de 0 a 100, donde mientras mayor el valor mayor el nivel de satisfacción con el servicio. Para el Reino Unido, el National Customer Satisfaction Index (NCSI) utiliza la misma metodología de ACSI, por lo que sus indicadores son perfectamente comparables¹. Luego para poder contrastar con un caso más semejante al caso chileno, Costa Rica entrega información sobre satisfacción en esta materia, en particular en 2014 se llevó a cabo una encuesta de satisfacción del usuario en el área del servicio de las telecomunicaciones, elaborado por la empresa Demoscopia².

México solo en 2015 a través de su Instituto Federal de Telecomunicaciones comenzó a medir el comportamiento de los usuarios de servicios de telecomunicaciones, de manera de caracterizarlos y determinar los componentes de la satisfacción pero sin calcular el indicador de satisfacción de cada servicio ni un indicador global de satisfacción con servicios de internet³.

Las comparaciones tienen que ser cuidadosas ya que las metodologías utilizadas para Costa Rica y Chile son distintas a la utilizada en los estudios analizados para el Reino Unido y EEUU, donde ambos estudios ocupan la misma metodología. Luego para ser comparadas con las estadísticas chilenas también deben contemplarse las diversas diferencias en el diseño metodológico de cada uno de los estudios.

1. Internet Móvil

Para el caso de Costa Rica, el nivel de satisfacción es (38%) donde el funcionamiento del servicio (58%) y la reparación de averías (53,3%) son los parámetros peor evaluados por los usuarios, mientras que la facturación es el servicio mejor evaluado (91%).

¹ <http://www.theacsi.org/the-american-customer-satisfaction-index>

² http://sutel.go.cr/sites/default/files/8841-sutel-dgc-014_consejo_sutel__remision_resultados_percepcion_de_la.pdf

³ http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/reporteencuestasfinalcgpu280415_1.pdf

En Chile el nivel de Satisfacción en Internet Móvil alcanza solo el 38%, siendo los problemas más recurrentes los problemas de señal (49% y de velocidad (28%).

2. Telefonía Móvil

En EEUU el promedio de la satisfacción de los servicios de telefonía móvil es de 72 pts., medición igual a la de 2013. La evaluación del servicio al cliente en las oficinas de los proveedores son la característica mejor evaluada (80 pts.) y la facilidad para comprender las facturas (79 pts.) y la cobertura de la red (79 pts). Mientras que la satisfacción con el *call center* (66 pts.) y los servicios inalámbricos de voz y plan de datos disponible (74 pts.) son los peores evaluados.

En el Reino Unido, el servicio de telefonía móvil presenta un puntaje de 74 pts., donde las categorías mejor evaluadas son “cortesía y ayuda del servicio en las tiendas” (79 pts.) y la “facilidad de entender la facturación” (78 pts.). En cambio, la “satisfacción del *call center*” (62 pts.) y “satisfacción del sitio web” (70 pts.), si bien mejoraron respecto a 2013, son las categorías con peor evaluación.

México en su primera encuesta establece que para su población los determinantes fundamentales para la satisfacción con el servicio de telefonía móvil son la Calidad de servicio (28%) y el nivel de precios (27%).

En el caso costarricense, la cobertura es evaluada con un 77,2% de satisfacción, mientras que el sistema de facturación es el que tiene mejor nivel de satisfacción 91,4% aproximadamente. En cuanto a los problemas asociados a la reparación de averías, un 78,18% del total de usuarios indicó no haber sufrido de interrupciones en el servicio.

Hay similitudes entre el caso de EEUU y Reino Unido, donde el servicio al cliente y la facturación son las de mayor satisfacción, mientras que la peor evaluación también coincide en el “*call center*”. En el caso costarricense coincide con los otros dos casos que el servicio al cliente está dentro de las mejores evaluaciones en telefonía móvil. En cambio, la velocidad en el caso de Costa Rica, es la evaluación más baja, situación ajena a los casos de EEUU y Reino Unido.

A diferencia de los países mencionados en el caso Chileno la satisfacción respecto de la telefonía móvil alcanza solo el 55%, donde los principales problemas son de mala señal (41%) y la mala cobertura (14%).

3. Banda Ancha Fija

En el caso de los proveedores de internet fija, el estudio del ACSI en EEUU da como resultado que el promedio de satisfacción en 2014 es de 63 pts. Las características mejor evaluadas son la velocidad de transferencia (76 pts.) y la calidad de *streaming* (72 pts.), mientras que las categorías que son peor evaluadas es la satisfacción con el *call center* (58 pts.) que baja 4 puntos respecto a su evaluación en 2013, y la variedad de los planes de internet (64 pts.) que también baja 2 puntos respecto a 2013.

En el caso del Reino Unido, en 2013 el promedio de satisfacción de los proveedores de internet era de 67 pts., mientras que en 2014 es de 69 pts. Las categorías de mejor evaluación de la industria son la facilidad de entender la facturación (76 pts.) y la habilidad de mantener el servicio sin interrupciones y cortes a un mínimo (73 pts.), mientras que las peores categorías tienen relación con la satisfacción con el *call center* (59 pts.) y la variedad de planes de internet (66 pts.).

En cuanto a lo que establece México en su encuesta de telecomunicaciones, los determinantes más importantes para la satisfacción con el servicio serían la calidad de servicio (32%) y la calidad de reproducción de video (28%).

En el caso costarricense, en la evaluación de banda ancha fija, la mayoría de las evaluaciones están por sobre el 55%, lo que representa un nivel de satisfacción de parte de los usuarios con este servicio. La característica de peor evaluación es la atención telefónica (62%), mientras que la mejor evaluación es facturación y cobro (84,5%).

Mientras en el caso de EEUU y Reino Unido se encuentran algunas similitudes en las peores evaluaciones (*call center* y variedad de planes), no hay similitudes respecto a las categorías positivas. El caso costarricense solo destaca la similitud con el Reino Unido en evaluar bien la facturación, mientras que la peor, si bien no está mal evaluada pero entre todos los atributos es la más baja, es la velocidad del servicio, situación contraria a EEUU donde es una de las categorías mejor evaluadas.

Luego para el caso chileno tenemos que la satisfacción con internet fija alcanza solo el 43% y a diferencia de los países analizados se tiene que los ítems peor evaluados son velocidad (22%) y mala señal (49%), que solo se acerca a lo que se encuentra en el estudio de Costa Rica, a pesar de su alto indicador de satisfacción.

A continuación se presenta una tabla comparada utilizando los casos de Reino Unido, EEUU, Costa Rica y Chile según su fuente para comprar la satisfacción de servicios de internet fija y telefonía móvil:

Tabla comparada de satisfacción según país

País	Fuente	Año	Satisfacción Internet Fija	Internet Movil	Satisfacción Telefonía Móvil	Satisfacción Telefonía por suscripción
Chile	Subtel	2015	43%	38%	55%	57%
Costa Rica	Perspectivas de Desarrollo S.A	2014	69,7%	65%	74,12%	69,7%
Reino Unido	National Costumer Service Index	2010	69 pts. (0-100)	-	74 pts. (0-100)	-
Estados Unidos	American Costumer Service Index	2014	63 pts. (0-100)	-	72 pts. (0-100)	-

Fuente: Elaboración propia en base a datos de cada una de las encuestas de los países mencionados.

4. Descripción Metodológica

4.1. Tipo de Estudio

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

4.2. Universo

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

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

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

4.3. Grupo Objetivo y Cobertura

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

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

4.4. Diseño Muestral

Probabilístico, estratificado, con afijación no proporcional a los estratos (servicio, empresa) con un error muestral máximo por empresa operadora y servicio, de hasta 3,7%, al 95% de confianza. Al interior de las compañías y sus servicios, las muestras fueron aleatorias, proporcionales por región y tipo de cliente.

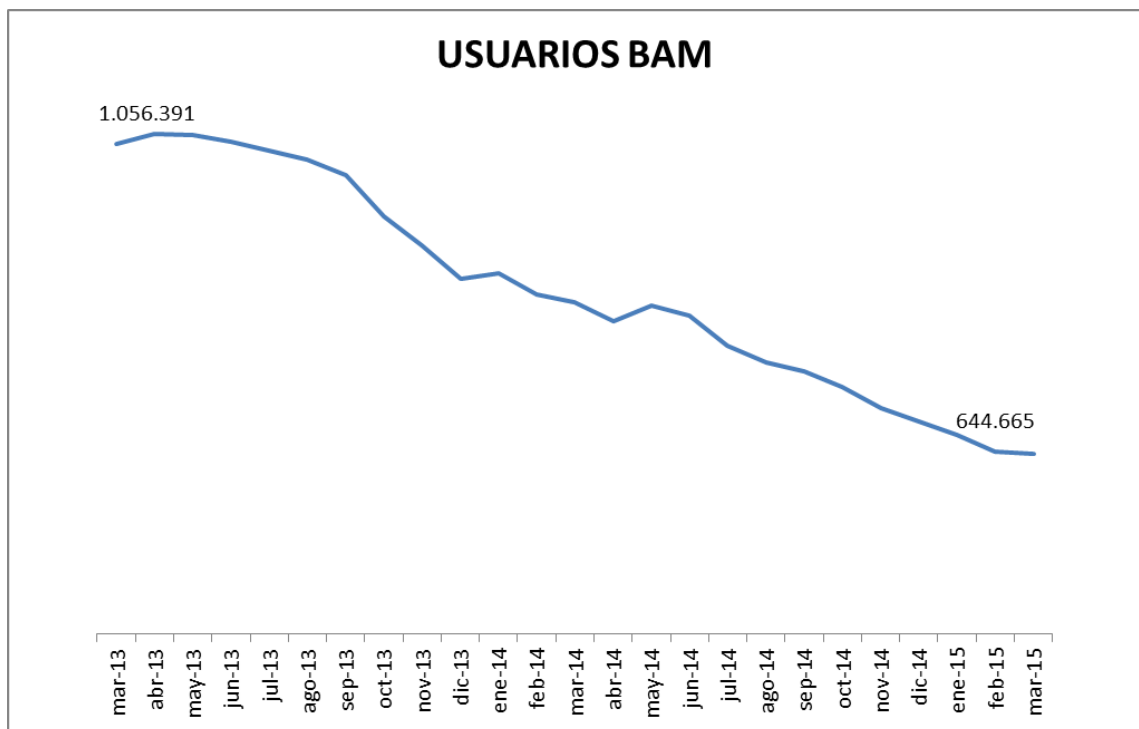
4.5. Cuestionarios⁴

Se aplicaron 4 cuestionarios, Telefonía Móvil, Internet Móvil, Internet Fija y TV pagada entrevistados independientes.

A partir de la medición anterior, se ha convenido realizar los siguiente ajustes a la Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones:

1. Dada la evolución negativa de la cantidad de usuarios BAM, no se realizará la encuesta a usuarios BAM en esta medición. La Gráfica a continuación presenta dicha evolución:

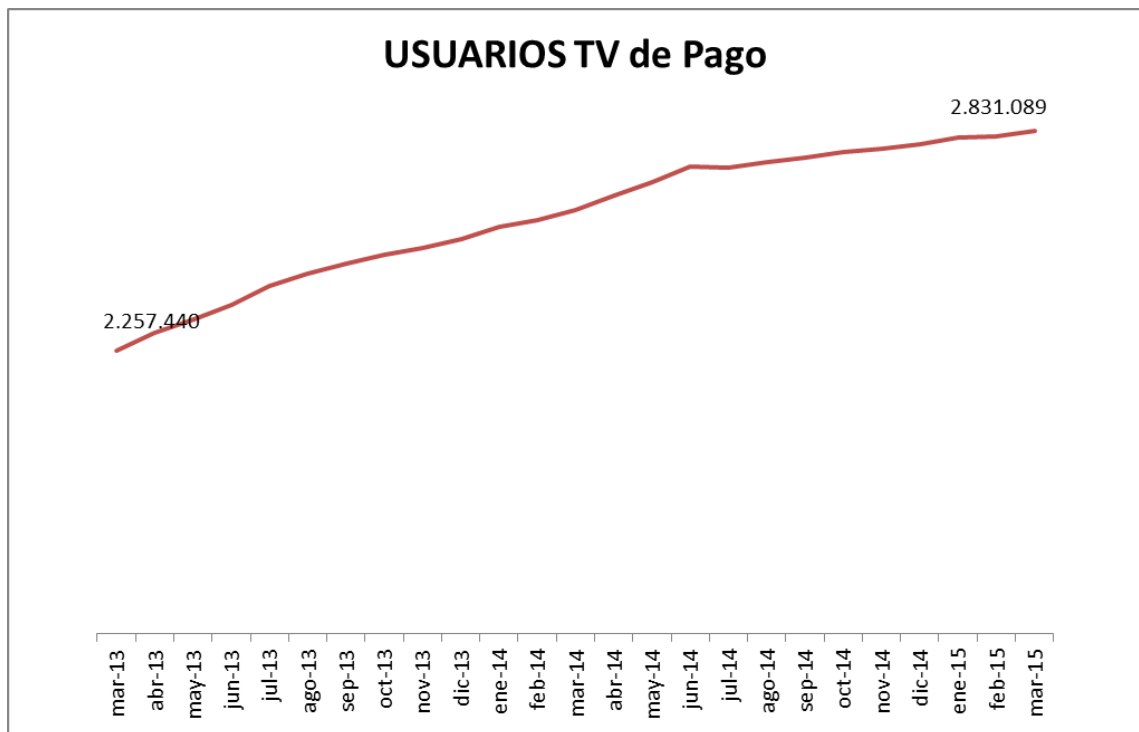
Gráfica 1. Evolución Usuarios BAM, 2013-2015



⁴ Se adjuntan cuestionarios en los Anexos del informe.

2. Se realizará por primera vez una encuesta a usuarios de Televisión Pagada. Lo anterior se justifica considerando la cantidad de usuarios que tiene este servicio y su evolución, tal como se presenta en la gráfica a continuación:

Gráfica 2. Evolución Usuarios BAM, 2013-2015



3. La fase cualitativa generó insumos para apoyar una lista de códigos asociados principalmente a los problemas percibidos en los distintos servicios. De este modo, el cuestionario final y la programación en CATI no se aplica como en mediciones anteriores, donde el encuestador era asistido por una lista de pre-códigos, sino que se registran los problemas literales y luego se procedía a una consolidación de esos problemas a partir de los códigos identificados en la fase cualitativa, los identificados en estudios anteriores y los consensuados con la contraparte técnica.
4. Limpieza y ajustes de bases de datos entre la contraparte técnica de Subtel y Cadem.
5. Adicionalmente se elaboró una plataforma online para mantener en línea el trabajo de campo realizado, distinguiendo entre los distintos servicios y operadores.

4.6. Muestras

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

Gráfica 3: Muestra y Error Muestral por Servicio y Compañía

Empresa	Telefonía Móvil			Internet Móvil			Televisión de Pago			Internet Residencial o Fija			
	Muestra (n)	Margen de Error	Nivel de Confianza	Muestra (n)	Margen de Error	Nivel de Confianza	Muestra (n)	Margen de Error	Nivel de Confianza	Muestra (n)	Margen de Error	Nivel de Confianza	
Telefónica Móviles de Chile (Movistar)	700	3,70%	95%	700	3,70%	95%	No opera		95%	No opera		95%	
Entel PCS (Entel)	700	3,70%	95%	700	3,70%	95%	No opera		95%	No opera		95%	
Claro Chile S.A (Claro)	700	3,70%	95%	700	3,70%	95%	No opera		95%	No opera		95%	
VTR Wireless (VTR)	700	3,70%	95%	700	3,70%	95%	No opera		95%	No opera		95%	
Nextel (Nextel)	700	3,70%	95%	700	3,70%	95%	No opera		95%	No opera		95%	
VTR Banda Ancha (VTR)	No opera		95%	No opera		95%	800	3,50%	95%	700	3,70%	95%	(1)
Telefónica Chile (Movistar)	No opera		95%	No opera		95%	800	3,50%	95%	700	3,70%	95%	(2)
Claro Comunicaciones (Claro)	No opera		95%	No opera		95%	800	3,50%	95%	700	3,70%	95%	(3)
DirecTV (DirecTV)	No opera		95%	No opera		95%	800	3,50%	95%	No opera		95%	
GTD Manquehue (GTD)	No opera		95%	No opera		95%	No opera		95%	700	3,70%	95%	(4)
Telefónica del Sur (Telsur / Telcoy)	No opera		95%	No opera		95%	No opera		95%	500	3,70%	95%	(5)
Telefónica Coyhaique (Telsur / Telcoy)	No opera		95%	No opera		95%	No opera		95%	200		95%	(6)
TOTAL	3.500	1,70%	95%	3.500	1,70%	95%	3.200	1,70%	95%	3.500	1,70%	95%	

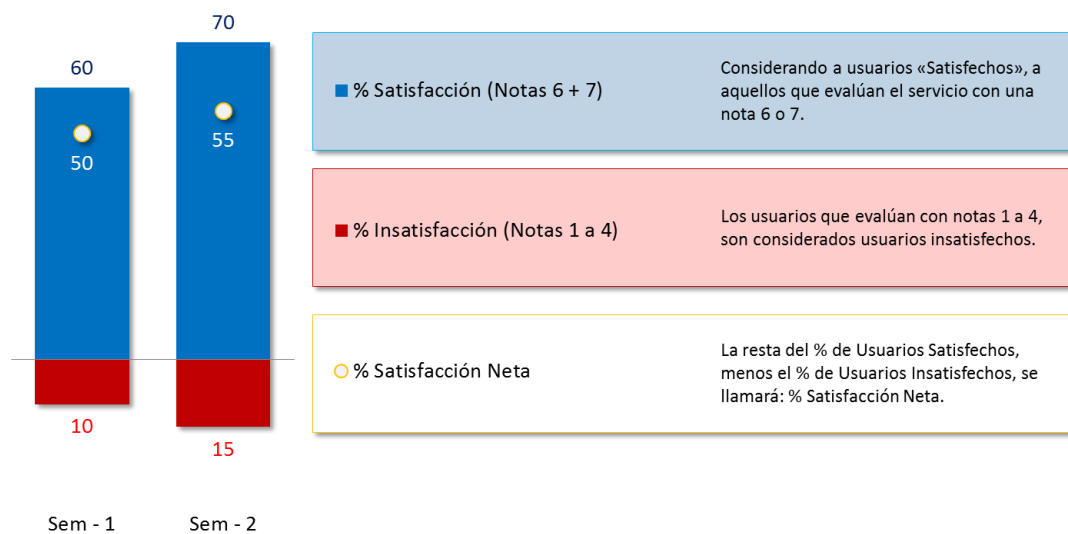
- (1) Todas las regiones menos la XI y XII
- (2) Opera en todas las regiones del País
- (3) Todas las regiones menos la XI
- (4) Se Procesa junto a Telefónica Coyhaique
- (5) Solo en Región Metropolitana
- (6) Solo en XI Región

Las ponderaciones por servicio y operador se detallan en la sección 7, al final del presente documento.

4.7. Principales indicadores usados en el informe

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

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



5. Resultados del estudio

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

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

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

- Semestre N°1 año 2011: Sem 1 - 2011.
- Semestre N°2 año 2011: Sem 2 - 2011.
- Semestre N°1 año 2012: Sem 1 - 2012.
- Semestre N°2 año 2012: Sem 2 - 2012.
- Semestre N°1 año 2013: Sem 1 - 2013.
- Semestre N°2 año 2013: Sem 2 - 2013.
- Semestre N°1 año 2014: Sem 1 - 2014.
- Semestre N°2 año 2014: Sem 2 - 2014.

5.1. Resumen ejecutivo de principales resultados

Durante la presente medición se observa que:

a) Derechos del Consumidor:

- Un 93% reconoce al menos un derecho de forma asistida
- Un 73% indica que conoce el derecho a “reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado”
- En segundo lugar un 68% indica que conoce el derecho de “poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento”
- En términos evolutivos, ambos derechos anteriormente identificados aumentan en su conocimiento respecto de la última medición.
- Baja el conocimiento sobre “telefonía fija y móvil no pueden enviar sus antecedentes a Dicom”.
- Sobre la percepción hacia las instituciones que protegen los derechos de los consumidores de servicios de telecomunicaciones, un 66% indica Sernac mientras un 19% indica Subtel.

b) Servicios con mejor satisfacción:

- En los servicios móviles – telefonía móvil e internet móvil – existe una caída en la satisfacción neta respecto de la medición anterior:
 - Telefonía Móvil: 41% a 39%.
 - Internet Móvil: 18% a 12%.
- Los usuarios de internet fija bajan su percepción respecto de la calidad del servicio recibido, de 25 a un 17 (-8) en la satisfacción neta.
- La satisfacción neta de los usuarios de TV Pagada es de un 41% siendo la más alta en relación al resto de los servicios.

c) Resultados por Servicio

- Telefonía Móvil

- ✓ Empresa con Mejor y Peor Satisfacción Neta
 - Nextel: 61%
 - Claro: 25%
- ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
 - Entel: 21%
 - Claro: 45%
- ✓ Zona con Mejor satisfacción y Peor satisfacción Neta
 - RM tiene un 45% satisfacción neta, mientras que el Centro 32%.

- Internet Móvil:

- ✓ Empresa con Mejor y Peor Satisfacción Neta
 - Nextel: 35%
 - Claro: -5%
- ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
 - Nextel: 37%
 - Claro: 62%
- ✓ Zona con Mejor satisfacción y Peor satisfacción Neta
 - RM tiene una satisfacción neta de 15%, mientras que Norte 4%.

- Internet Fija:

- ✓ Empresa con Mejor y Peor Satisfacción Neta
 - Telsur/Telcoy: 38%
 - Movistar: 9%
- ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
 - VTR: 63%
 - Claro-GTD-Telsur/Telcoy: 59%
- ✓ Zona con Mejor satisfacción y Peor satisfacción Neta
 - Zona sur tiene un 26% y RM un 10%

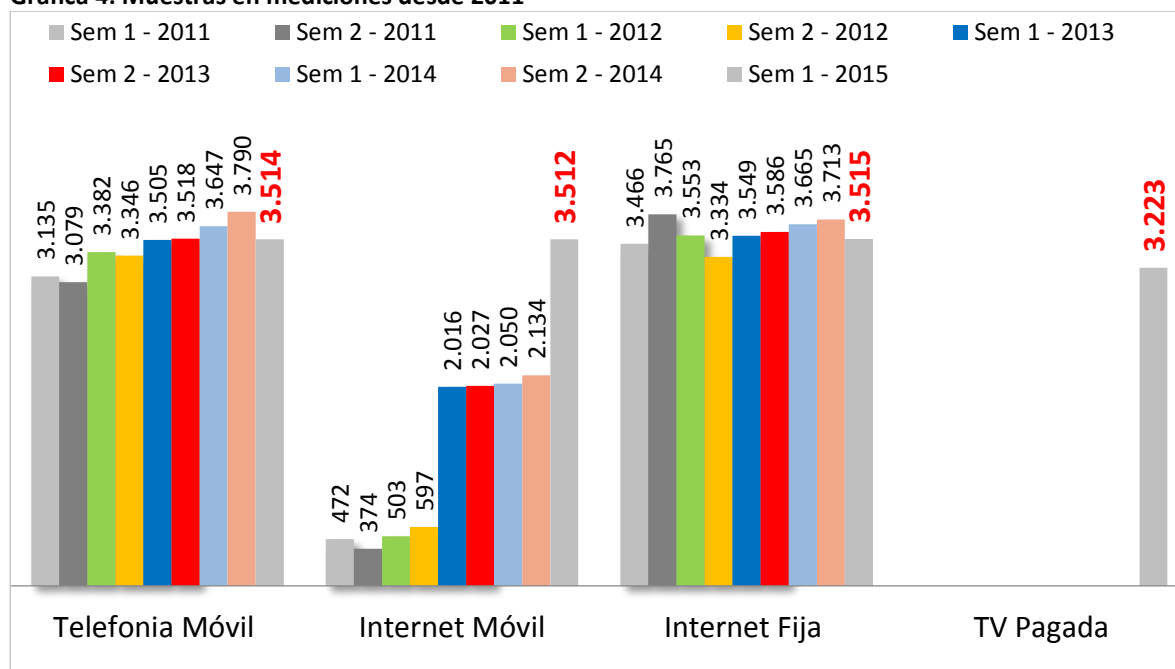
- TV Pagada:
 - ✓ Empresa con Mejor y Peor Satisfacción Neta
 - DirecTV: 65%.
 - Movistar: 28%.
 - ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
 - DirecTV: 23%
 - Claro/Movistar: 51%
 - ✓ Zona con Mejor satisfacción y Peor satisfacción Neta
 - Zona sur tiene un 48% y RM un 33%

5.2. Muestras históricas por servicio⁵

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

Cadem en base a este requisito, propuso una muestra de 3.500 encuestas semestrales para los servicios de Telefonía Móvil, Internet Móvil, Internet Residencial Fija y 3.200 casos para la televisión de pago, cumpliendo así con el requisito de que todos los servicios tengan el mismo error muestral que alcanza a 1,7 puntos porcentuales de error muestral a nivel nacional y 13.700 encuestas semestrales totales. La muestra por servicio está distribuida por cada empresa que opera en cada uno de los servicios con errores muestrales desde 3,5 puntos porcentuales a 3,7 puntos porcentuales.

Gráfica 4: Muestras en mediciones desde 2011



⁵ Se omite la muestra de BAM ya que no se midió durante el primer semestre de 2015.

5.3. Perfil de los Entrevistados

La siguiente gráfica muestra cómo se distribuyen los entrevistados de cada estudio en esta primera medición de 2015:

Gráfica 5: Perfil Demográfico por servicio

	(%) Telefonía Móvil	(%) Internet Móvil	(%) Internet Fija	(%) TV Pagada
Hombre	49	52	45	47
Mujer	51	48	55	53
18 a 39	47	69	45	40
40 o más	53	31	55	60
RM	37	46	51	43
Otras regiones	63	54	49	57

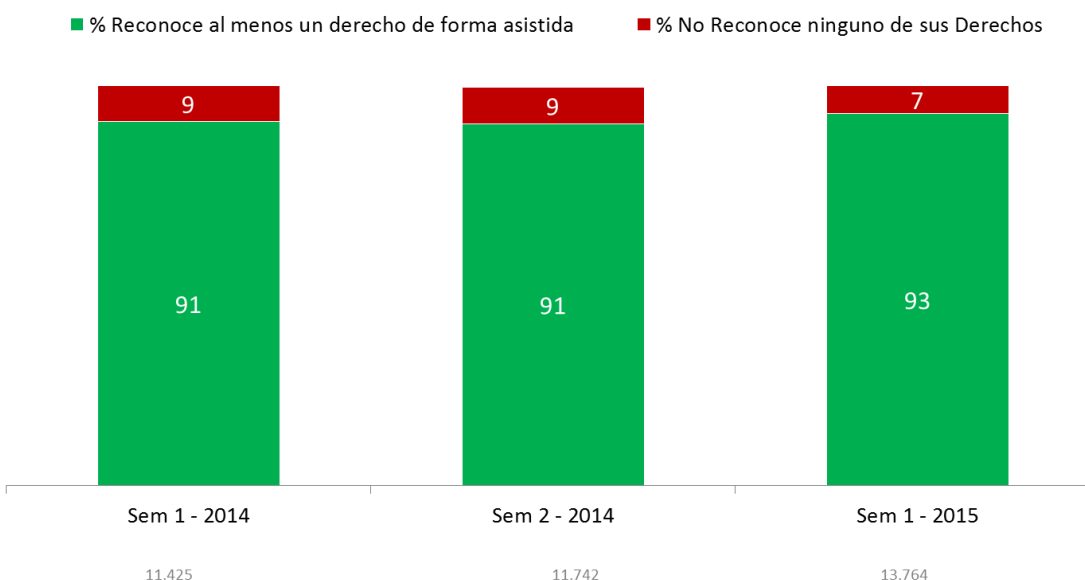
Por ejemplo, los resultados globales de Telefonía Móvil corresponden en un 51% a Hombres y el 49% restante corresponde a Mujeres. A su vez, el perfil de los entrevistados de Internet fija corresponde a un 55% de mujeres y un 45% de hombres, un 55% mayor a 39 años y un 45% entre 18 y 39 años, y el 51% corresponde a la Región Metropolitana, aunque cabe recordar que este resultado sigue la proporción de conexiones correspondientes por zona, ya que es una variable de ponderación

5.4. Resultados Globales para los 4 servicios

5.4.1. Conocimiento Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones y Rol SUBTEL

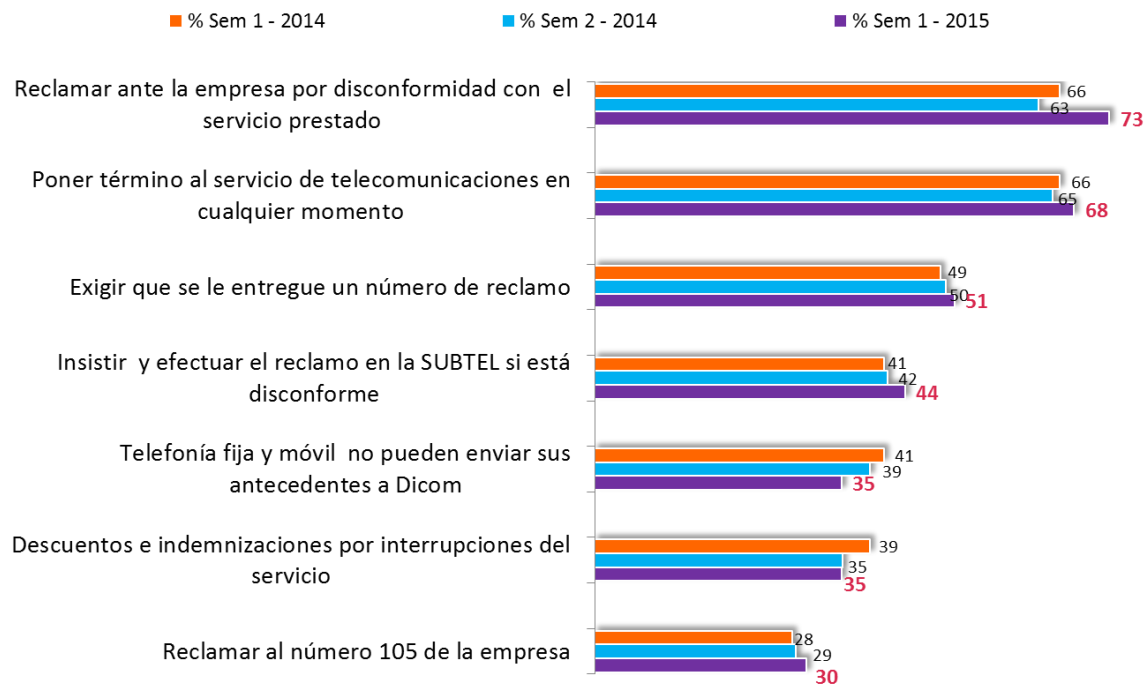
El estudio indaga sobre el conocimiento de los entrevistados sobre derechos del consumidor. La pregunta aplicada fue: *“Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, ¿Sabía usted que tiene derecho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

Gráfica 6: Conocimiento de los usuarios sobre derechos del consumidor de servicios de Telecomunicaciones.



El reconocimiento de al menos un derecho como usuario de telecomunicaciones aumenta en 2 puntos porcentuales respecto de la medición del segundo semestre de 2014, alcanzando un 93%. Entre los derechos que tienen mayor número de menciones, en la gráfica 6 se identifica en primer lugar el derecho a reclamar ante la empresa por disconformidad con el servicio prestado (73%), en segundo lugar se encuentra el derecho a poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento (68%). En ambos casos aumenta la identificación de estos derechos respecto del segundo semestre de 2014, en particular el derecho a reclamar ante la empresa por disconformidad con el servicio prestado (+10) .

Gráfica 7: Conocimiento de derechos, últimas 3 mediciones.

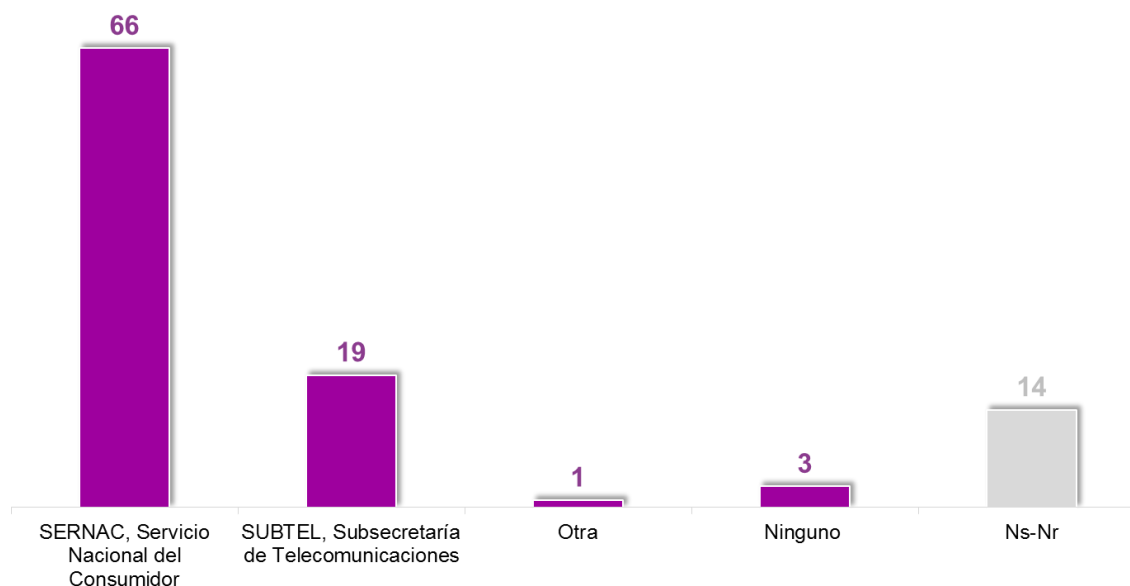


Adicionalmente, un 44% reconoce como un derecho el realizar un reclamo ante la SUBTEL, lo que significa un aumento de 2 puntos porcentuales respecto de la medición anterior.

Lo anterior se midió a través de las respuestas a la siguiente pregunta:

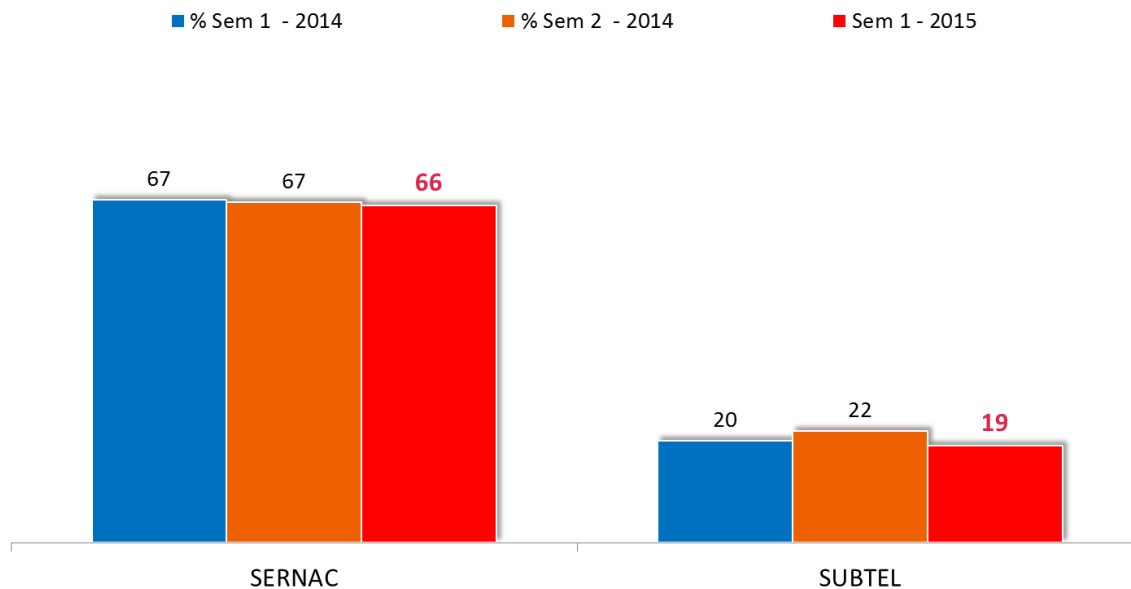
“Y de las Instituciones que le voy a mencionar, ¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones?”

Gráfica 8: Institución con la cual se siente más protegido para hacer valer derechos de telecomunicaciones



En la percepción hacia las instituciones que protegen los derechos de los consumidores de servicios de telecomunicaciones, el SERNAC (66%) es la institución más mencionada. Por su parte la SUBTEL solo alcanza un 19%.

Gráfica 9: Evolutivo Institución con la cual se siente más protegido para hacer valer derechos de telecomunicaciones



Se identifica una baja respecto a la última medición en el caso de Subtel, donde alcanzó un 22% de las menciones.

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

- Un 93% de los entrevistados reconoce al menos uno de los 7 derechos, siendo los más reconocidos el derecho a reclamar ante la empresa por disconformidad con el servicio prestado (73%) y el derecho a poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento (68%).
- Sin embargo, en promedio los entrevistados reconocen la mitad de los derechos como usuarios de telecomunicaciones (3,4 de 7).
- Sernac se mantiene como la institución que entrega más seguridad para hacer valer los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, y baja la percepción por la SUBTEL (-3) como organismo que proteja a los consumidores de las telecomunicaciones.

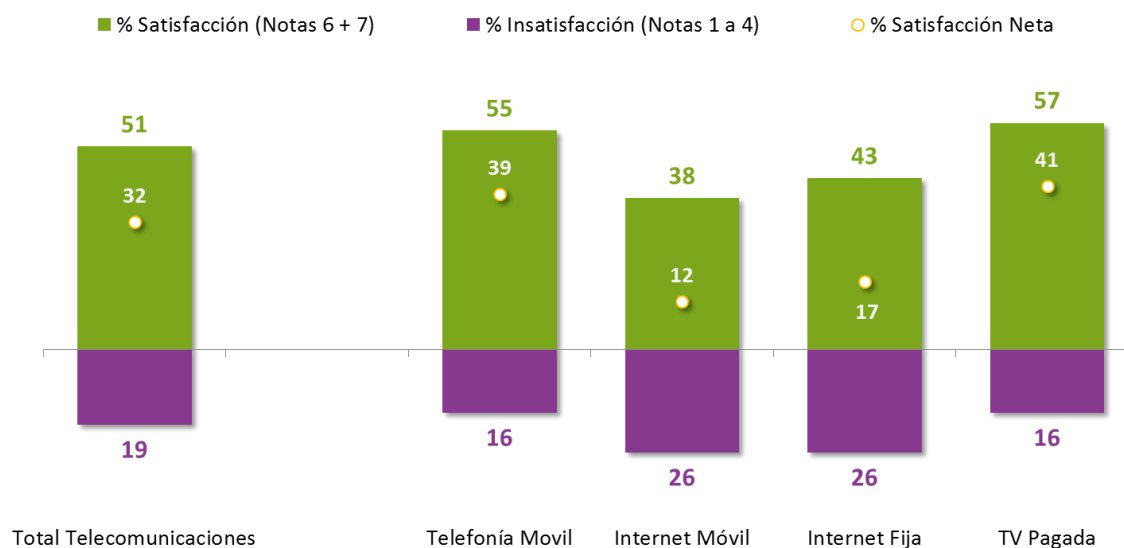
5.4.2. Satisfacción con servicios de telecomunicaciones

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

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. La **Satisfacción Neta** es la resta de la Satisfacción (6+7) con la Insatisfacción (1-4). Quienes califican con nota 5 no son considerados en ninguno de los indicadores.

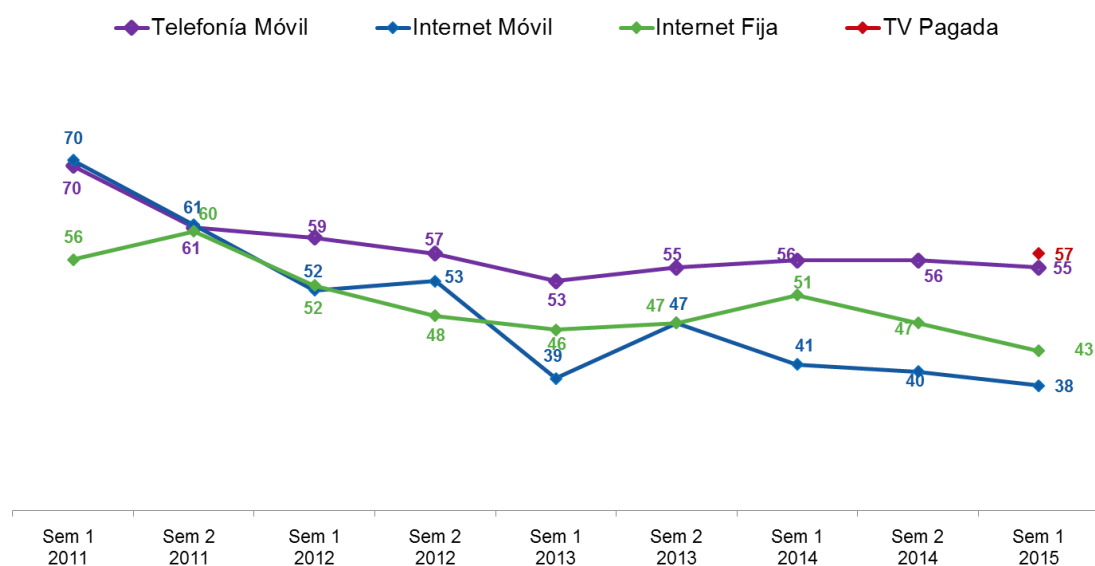
Los servicios de telecomunicaciones muestran diferentes niveles de satisfacción, lo que se puede apreciar en la siguiente gráfica:

Gráfica 10: Satisfacción General con servicios de telecomunicaciones – Por servicio.

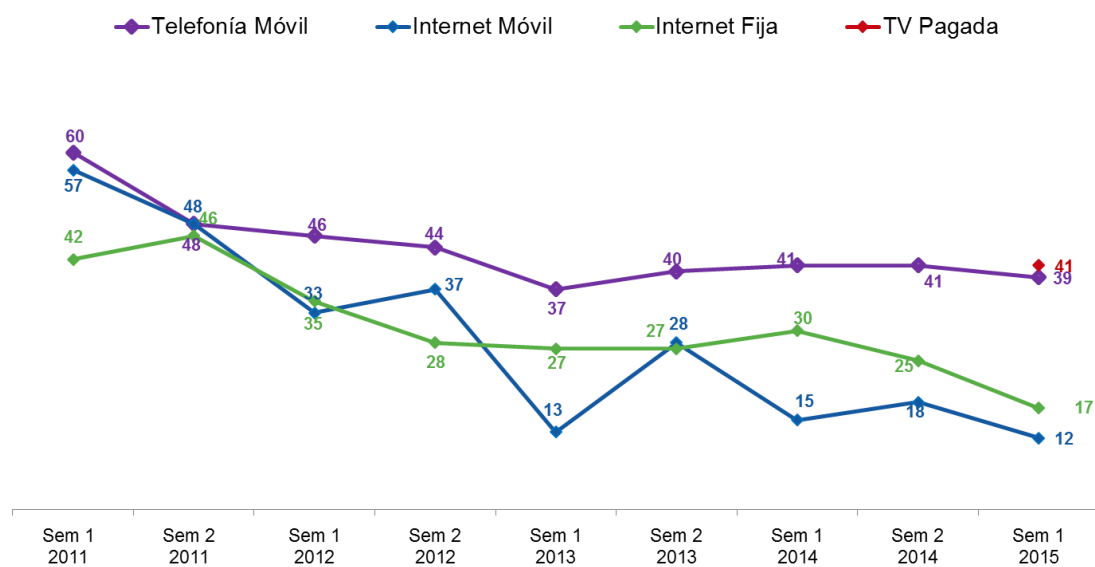


La TV pagada alcanza un 57% de satisfacción y un 16% de insatisfacción situándose como el mejor evaluado con la más alta satisfacción neta (41%). Por otra parte, el servicio peor evaluado es Internet Móvil con un 38% de satisfacción y un 26% de insatisfacción siendo el servicio que cuenta con la satisfacción neta más baja (12%). Respecto de la medición anterior, la caída más fuerte es en la satisfacción con Internet fija (-4) y en la satisfacción neta del mismo servicio (-8). No se observan aumentos en la satisfacción y satisfacción neta de ningún servicio.

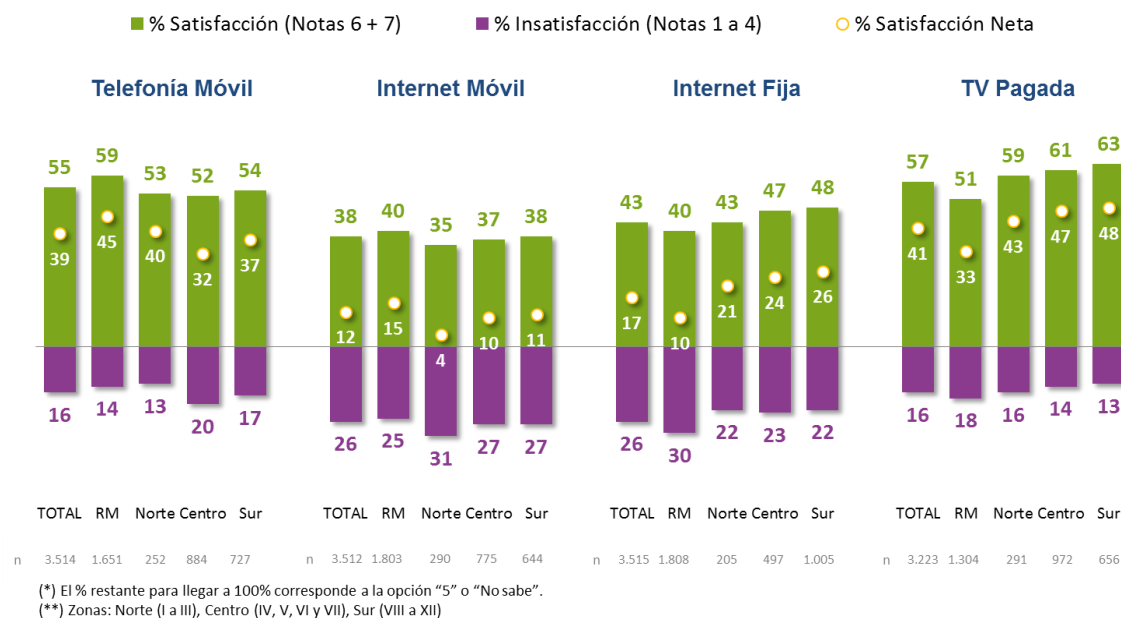
Gráfica 11: Satisfacción (Notas 6 y 7) con servicios de telecomunicaciones – Por servicio y medición.



Gráfica 12: Satisfacción neta con servicios de telecomunicaciones – Por servicio y medición.



Gráfica 13: Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones – Por Zona.



En general, las evaluaciones de cada servicio tienen variaciones por Zona:

- Telefonía Móvil: 59% de satisfacción en RM versus un 52% en Zona Centro.
- Internet Móvil: 40% de satisfacción en RM versus un 35% en Zona Norte.
- Internet Fija: 40% de satisfacción en RM versus un 48% en Zona Sur.
- TV Pagada: 51% de satisfacción en RM versus un 63% en Zona Sur.

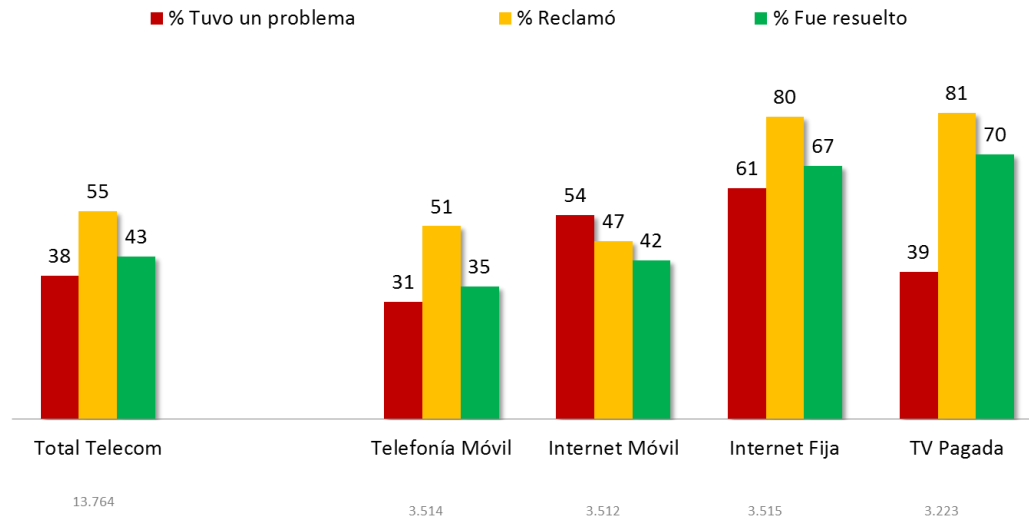
En resumen, se percibe bajan en todos los servicios, sin considerar TV Pagada donde no existe aún una medición comparativa.

- Los servicios móviles evaluados (Telefonía e Internet) disminuyen, aunque de manera leve, su porcentaje de Satisfacción: Telefonía Móvil (-1%) e Internet Móvil (-2%). La caída es mayor en la satisfacción neta, con -6% en el caso de Internet Móvil llegando a un 12%, la más baja de todos los servicios.
- El servicio con mejor evaluación neta es TV Pagada con un 41% aunque no existe antecedente previo para poder identificar una posible baja o alza en la evaluación.
- Internet Fija es el servicio que baja más en su satisfacción neta (-8%) respecto de la medición anterior.

5.4.3. Problemas, reclamos y resolución

“En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún problema con su servicio de LEER SERVICIO en el hogar? / ¿Reclamó o pidió alguna solución? / ¿Y su problema fue resuelto?”.

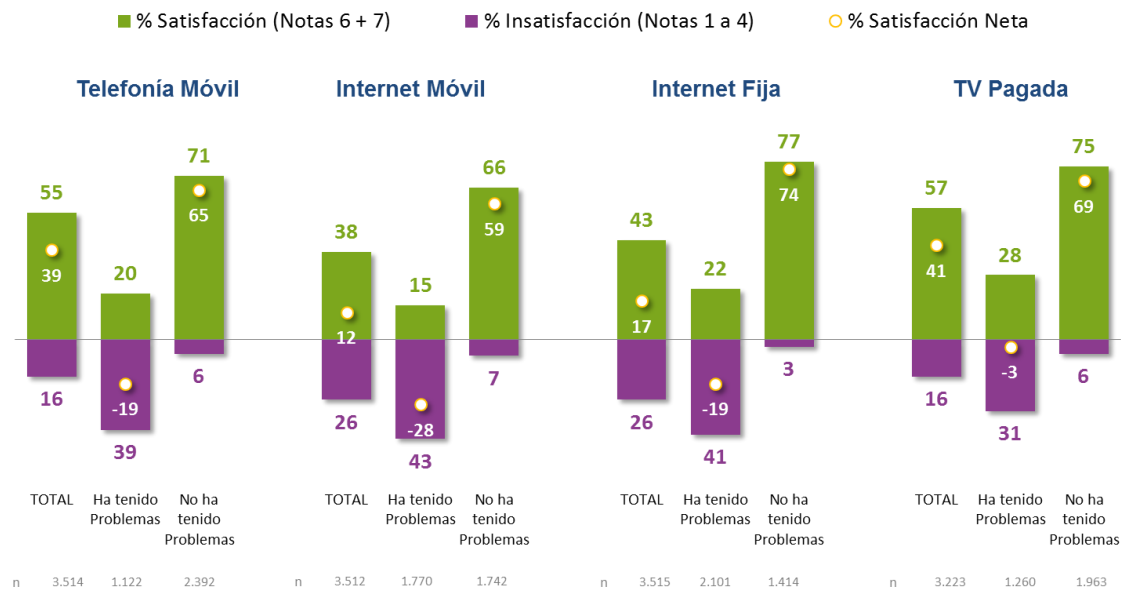
Gráfica 14: Problemas, reclamos y resolución con servicios de telecomunicaciones.



Internet Fija es el servicio que cuenta con mayor cantidad de problemas declarados por los clientes con un 61% del total de la muestra encuestada. Sin embargo del 80% que declara realizar un reclamo, la mayoría (67%) percibe que fue resuelto. La tasa más baja de problemas se registra en telefonía móvil (31%), siendo también el servicio con tasa de resolución más baja (35%).

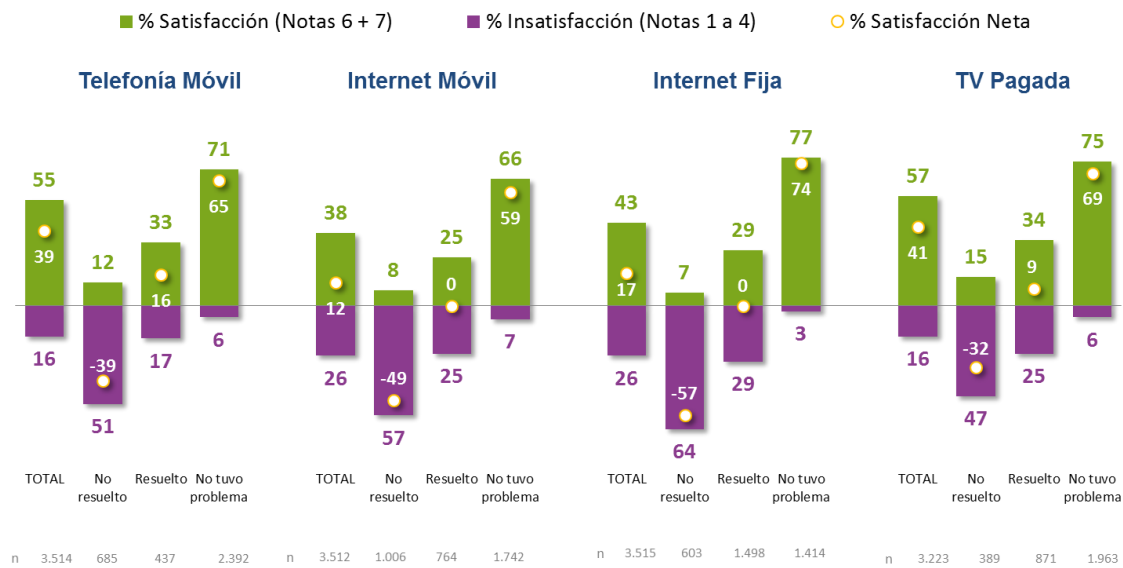
“Pensando en una escala de 1 a 73, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de.... que tiene actualmente?”

Gráfica 15: Satisfacción con el Servicio según si ha tenido problemas.



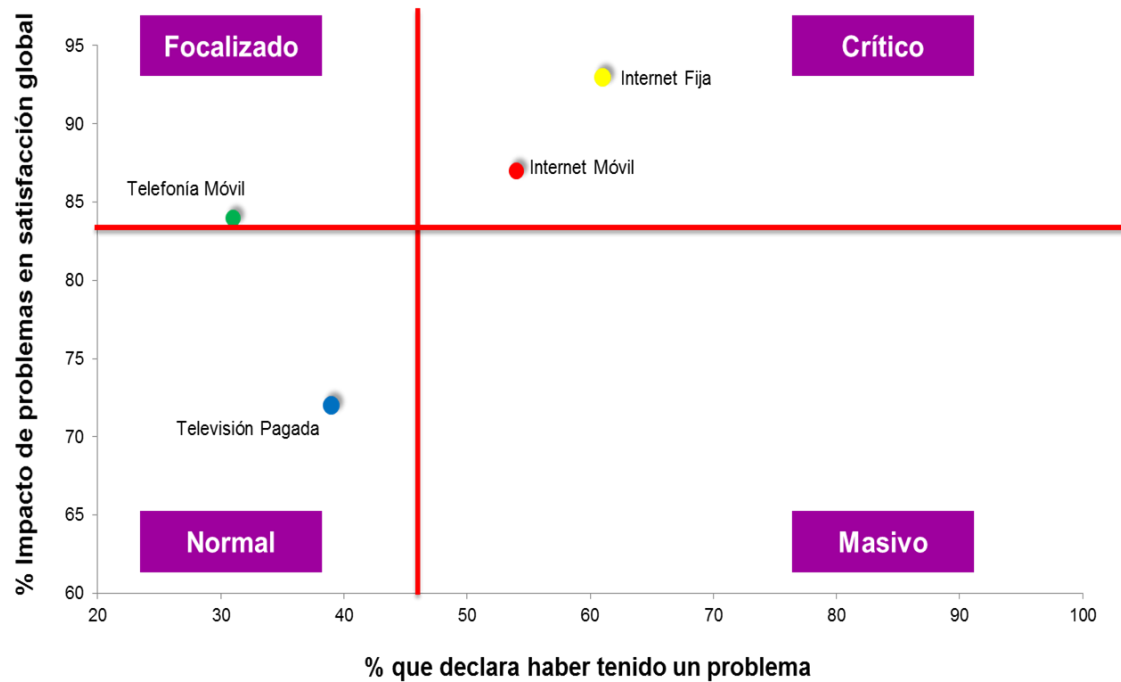
En la gráfica se presenta el nivel de satisfacción según si el usuario ha tenido o no problemas. En general, la satisfacción es significativamente superior entre quienes no han tenido algún problema. Entre los que han tenido algún problema, destaca la baja satisfacción neta en el caso de Internet Móvil (-28%).

Gráfica 16: Satisfacción con el Servicio según si resolvieron su problema.



En el caso de la resolución del problema, se identifica que entre quienes resolvieron el problema la satisfacción aumenta en comparación a quienes no resolvieron. En el caso de la Telefonía Móvil, la satisfacción de quienes resuelven es de un 33% y también es el servicio con la satisfacción neta más alta (16%) entre quienes perciben que logran resolver el problema. Los usuarios que no resuelven y evalúan peor es en el servicio de Internet Fija con un 64% de insatisfacción (notas 1-4) y un -57% en la satisfacción neta.

Gráfica A: Impacto problemas en Satisfacción por Servicio



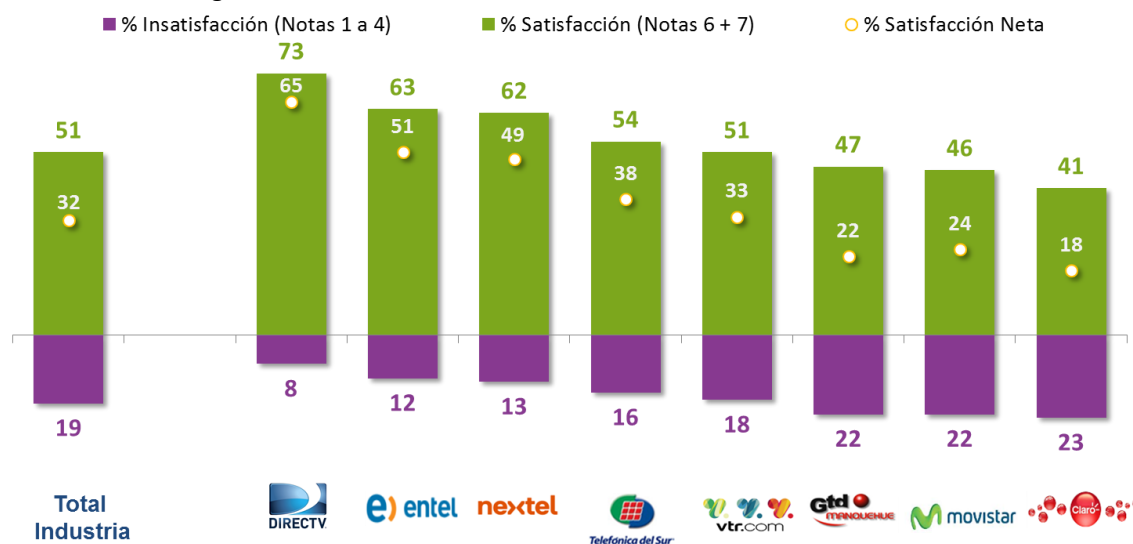
(*) El impacto de los problemas corresponde a la diferencia en Satisfacción Neta, entre quienes no declaran problemas y quienes sí lo hacen.

El gráfico anterior presenta el impacto de tener problemas en la satisfacción identificando distintos cuadrantes dependiendo del impacto y la posición del servicio. Acá se visualiza lo anteriormente expuesto.

5.4.4. Ranking de Calidad 2015

A continuación se presenta el Ranking de Calidad 2015 donde se identifica el nivel de satisfacción de los usuarios para cada Operador considerando el total de los servicios prestados por operador. Se muestra el nivel de satisfacción para cada servicio y los operadores asociados a cada servicio. Luego se presenta el ranking acumulado por operador considerando todos los servicios en los que participa el operador. Adicionalmente se incorpora un ranking para los operadores de servicios móviles.

Gráfica 17: Ranking Satisfacción Usuarios 1 Semestre 2015.

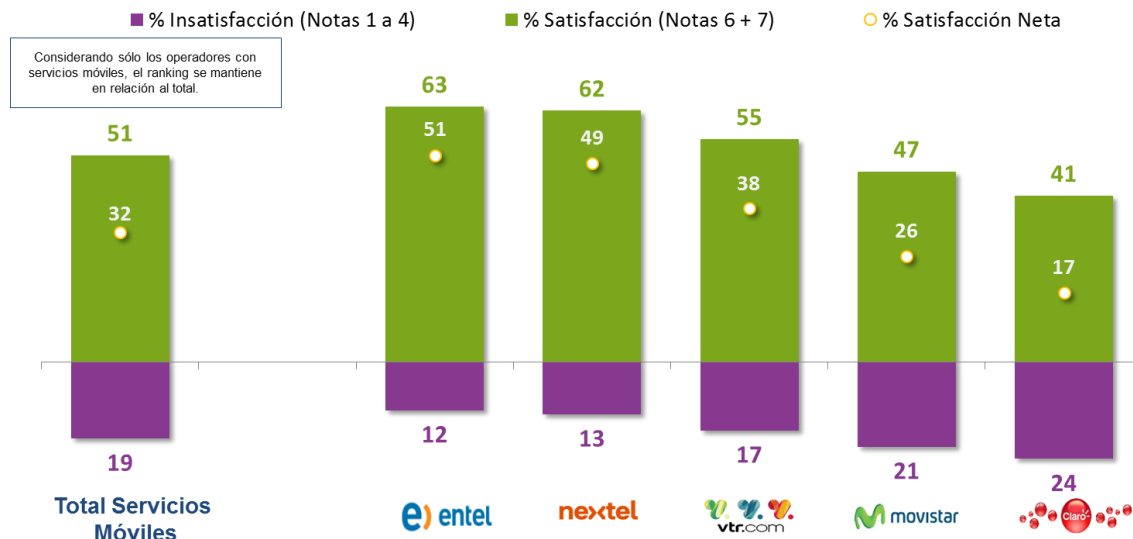


(**) Indicador Único: corresponde a la evaluación de cada operador en el total de los servicios. Debe ser considerado sólo a modo referencial puesto que los operadores no son comparables por los servicios que ofrecen. Es así como DirecTV, el número uno, sólo ofrece servicio de televisión pagada, Entel y Nextel sólo se evalúan en Telefonía e Internet Móvil. GTD y Telcoy/Telsur sólo son evaluados en Internet Fija. VTR, Movistar y Claro: se evalúan en los 4 servicios estudiados.

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

El Indicador Único corresponde a la evaluación de cada operador en el total de los servicios. Debe ser considerado sólo a modo referencial puesto que los operadores no son comparables por los servicios que ofrecen. **Es así como DirecTV, el número uno, sólo ofrece servicio de televisión pagada mientras. Entel y Nextel sólo se evalúan en Telefonía e Internet Móvil. GTD y Telcoy/Telsur sólo son evaluados en Internet Fija. VTR, Movistar y Claro se evalúan en los 4 servicios.**

Gráfica 18: Ranking Satisfacción Usuarios Servicios Móviles 1 Semestre 2015.



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

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

Entre los operadores de servicios móviles (telefonía e internet móvil) el ranking lo lidera Entel con una satisfacción neta de +51. Nextel aparece segundo en la lista con un neto +49, y VTR ocupa el tercer lugar con un neto de +38. La lista la cierra Movistar (+26) y en último lugar Claro (+17). Se reconoce que el total del índice "Servicios Móviles" es muy similar al índice total considerando todos los servicios, ya que el 87% de la información son servicios móviles.

6. Resultados por servicio

6.1. Telefonía móvil

6.1.1. Perfil de los entrevistados

Gráfica 19: Ponderación por segmento de los usuarios de Telefonía Móvil.

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.715	53	49	2,4
	Mujer	1.799	47	51	2,3
	18 – 39	1.642	52	47	2,4
	Más de 40	1.872	48	53	2,3
	Santiago	1.305	47	37	2,7
	Regiones	2.209	53	63	2,1

Gráfica 20: Características demográficas de usuarios de Telefonía Móvil.



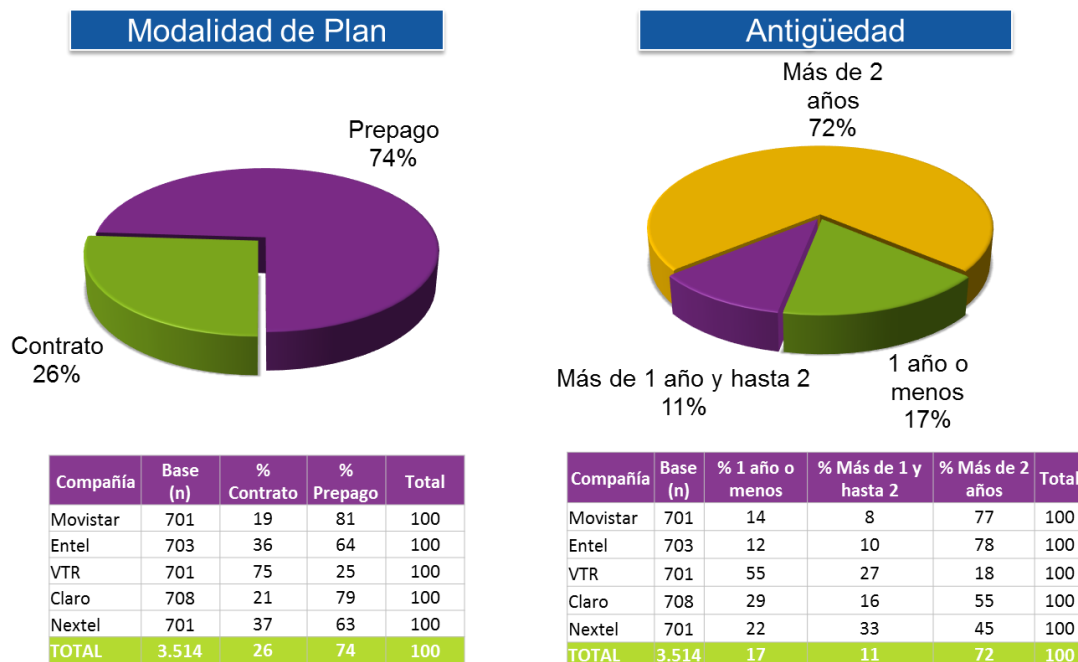
No existen mayores diferencias en la composición de la muestra para las variables sexo y edad. La composición demográfica muestra una mayoría entre los usuarios de regiones con respecto a la región metropolitana, lo que se explica por la distribución de la población en las regiones.

Gráfica 21: Características demográficas de usuarios de Telefonía Móvil – Por compañía.

Género					Edad					Zona				
Compañía	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total	Compañía	Base (n)	% 18 a 39	% 40 o Más	Total	Compañía	Base (n)	% RM	% Regiones	Total
Movistar	701	49	51	100	Movistar	701	43	57	100	Movistar	701	30	70	100
Entel	703	49	51	100	Entel	703	44	56	100	Entel	703	42	58	100
VTR	701	50	50	100	VTR	701	48	52	100	VTR	701	50	50	100
Claro	708	48	52	100	Claro	708	56	44	100	Claro	708	40	60	100
Nextel	701	62	38	100	Nextel	701	66	34	100	Nextel	701	68	32	100
TOTAL	3.514	49	51	100	TOTAL	3.514	47	53	100	TOTAL	3.514	37	63	100

Las compañías cuentan con una muestra sobre los 700 casos con un mínimo de 701 para Movistar, VTR y Nextel y un máximo para Claro con 708 casos, lo que nos entrega un error máximo de estimación de $\pm 3,7$ por cada compañía. La distribución de la muestra en términos de sexo, edad y ubicación geográfica no muestra mayor diferenciación. Sin embargo, cabe destacar que los usuarios de Nextel tienen una mayor proporción de hombres (62%) y personas jóvenes entre 18 y 39 años (66%) y en cuanto a la Zona geográfica tienen mayor presencia en la Región Metropolitana (68%) a diferencia de las otras compañías que siguen más o menos la distribución poblacional.

Gráfica 22: Características del servicio de telefonía móvil.

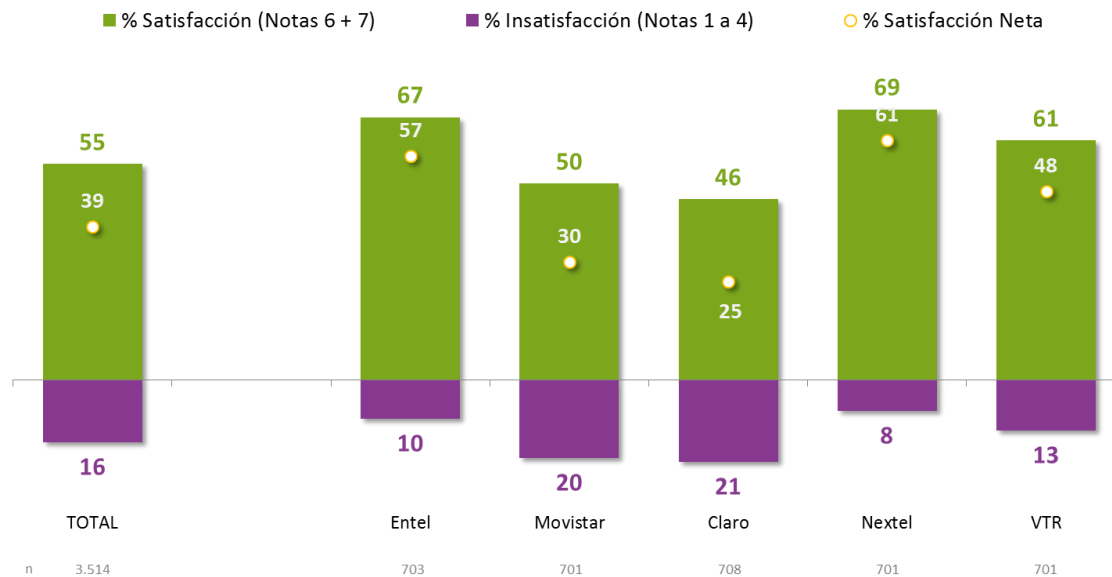


Mayoritariamente los usuarios de telefonía móvil utilizan el prepago como sistema de pago de servicios con un 74%. En terminos de antigüedad un 72% se ubica en más de 2 años. Al analizar los datos por compañía, VTR destaca por tener un 75% de usuarios de Contrato, seguida de Nextel (37%) y Entel (36%). En la antigüedad de los usuarios, Entel (78%) y Movistar(77%) tienen la mayor proporción de usuarios por más de 2 años, mientras que VTR es la compañía que tiene mayor proporción de usuarios nuevos (55%), lo que se explica por lo nuevo de este servicio en la compañía que inicio en el año 2012.

6.1.2. Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil

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

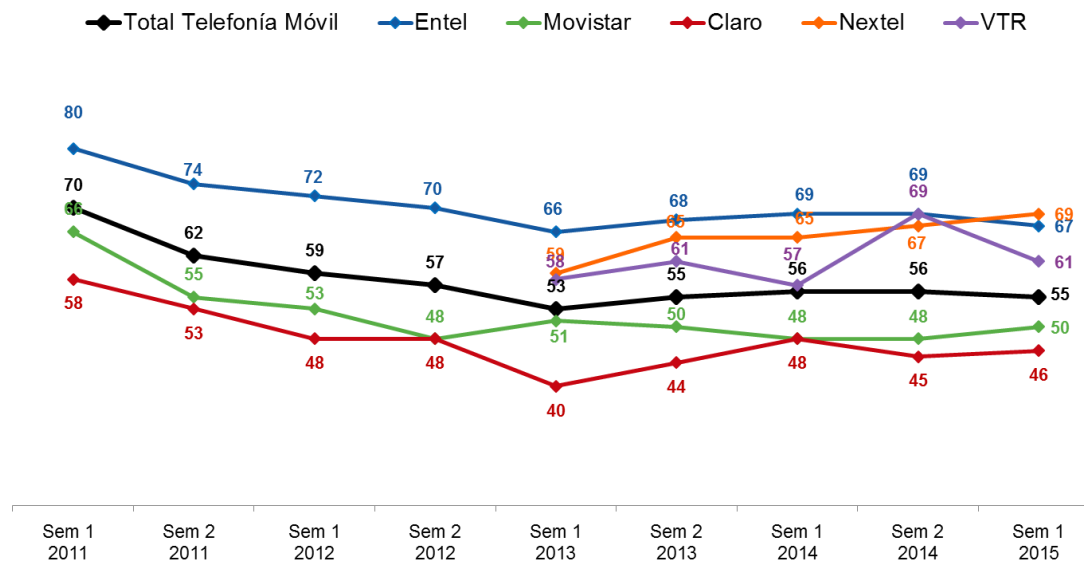
Gráfica 23: Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil.



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

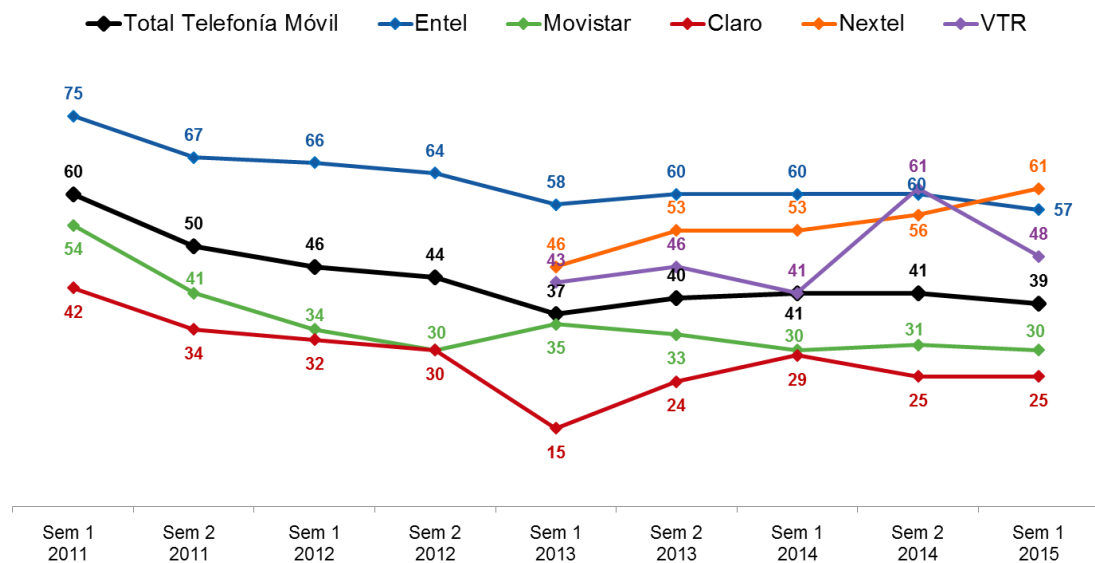
El nivel de satisfacción con la telefonía móvil alcanza un 55% con notas 6 + 7 mientras que la insatisfacción alcanzó un 16%. Nextel es la empresa que cuenta con la mejor evaluación llegando a un 69% de la satisfacción y solo un 8% de insatisfacción. La empresa que cuenta con la peor evaluación es Claro que tiene 46% de satisfacción y un 21% de insatisfacción llegando a un 25% de satisfacción neta.

Gráfica 24: Satisfacción con empresas de telefonía móvil – Por compañía notas 6+7.



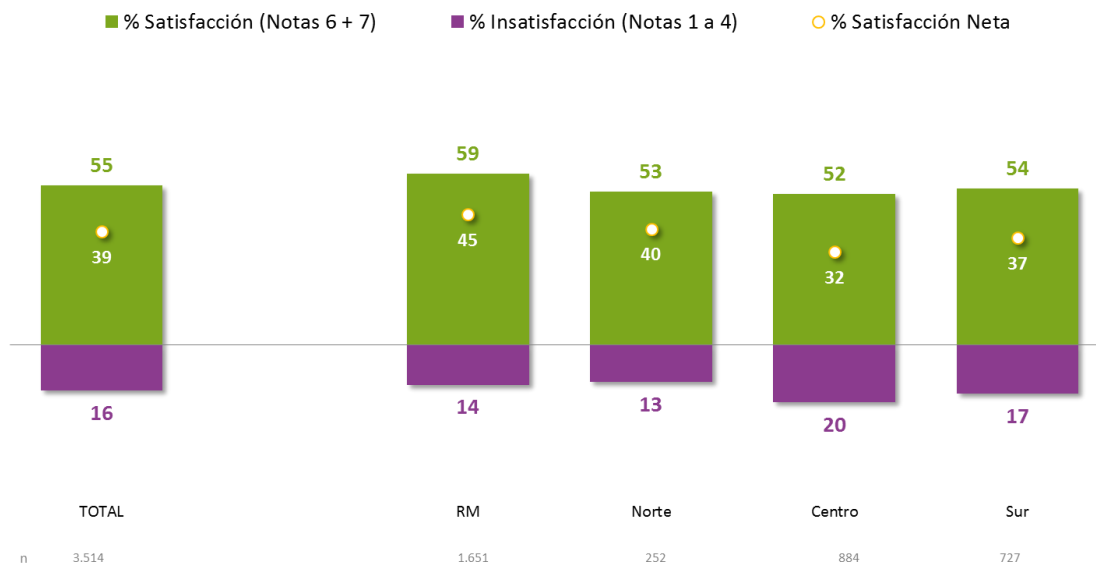
La satisfacción medida desde 2011 en adelante muestra que hasta el primer semestre de 2013 la satisfacción general con telefonía móvil cae sistemáticamente desde un 70% a un 55%, subiendo un punto en los años siguientes para llegar nuevamente al 55% en el primer semestre de 2015. Al comparar la satisfacción de todas las compañías, debemos observar desde el primer semestre de 2013, donde Nextel es la compañía que más ha aumentado sus niveles de satisfacción desde un 59% a un 69%. Entel por su parte ha mantenido su nivel de satisfacción entre un 66% y 67% en el período analizado, mientras que la compañía con menor satisfacción entre los usuarios sigue siendo Claro aunque desde el primer semestre de 2013 a esta última medición ha aumentado 6 puntos porcentuales en su nivel de satisfacción.

Gráfica 25: Satisfacción Neta con empresas de telefonía móvil



La Gráfica 25, nos muestra los niveles de satisfacción Neta, donde se mantienen las compañías mejor evaluadas: Nextel (61%) y Entel (57%). Sin embargo, Nextel muestra un aumento sustantivo en sus niveles de satisfacción Neta, mejorando de un 46% a un 61% desde el primer semestre 2013 al primer semestre 2015. Mientras que Entel mantiene estable sus niveles de satisfacción neta sin mostrar mayores variaciones. En el caso de Claro, presenta su peor evaluación neta a inicios del mismo período con solo un 15% de satisfacción, aumentando a 25% en esta última medición.

Gráfica 26: Satisfacción por zona en Telefonía Móvil

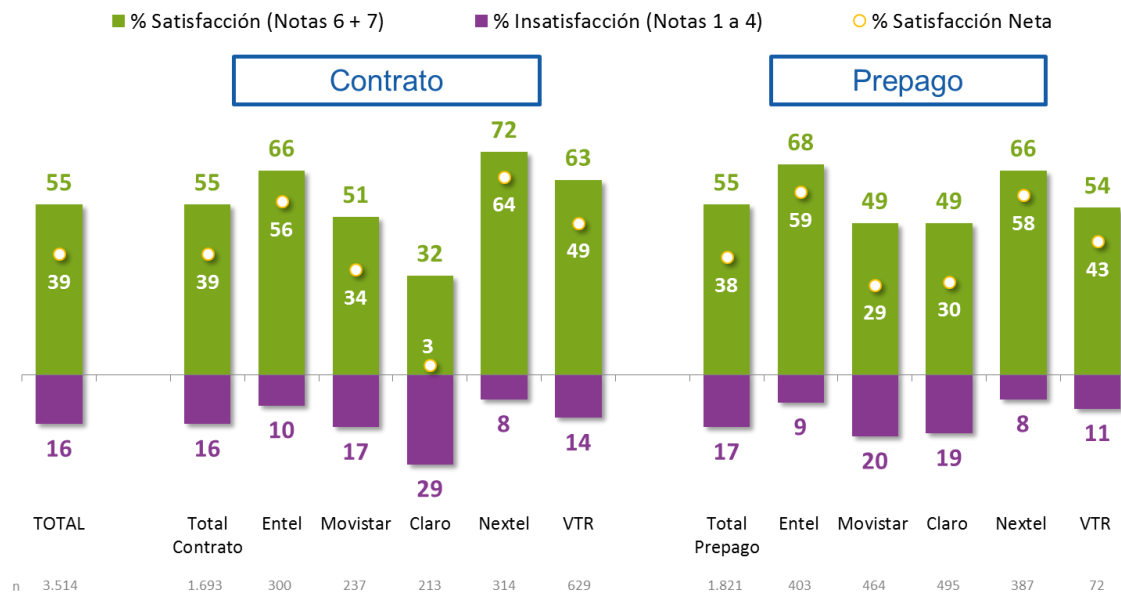


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

(**) Zonas: Norte (I a III), Centro (IV, V, VI y VII), Sur (VIII a XII)

A nivel de zona se identifican diferencias entre la Región Metropolitana y el resto de las zonas (norte, centro y sur) donde RM tiene una satisfacción neta más alta que el resto de las zonas.

Gráfica 27: Satisfacción con empresas de telefonía móvil por tipo de plan

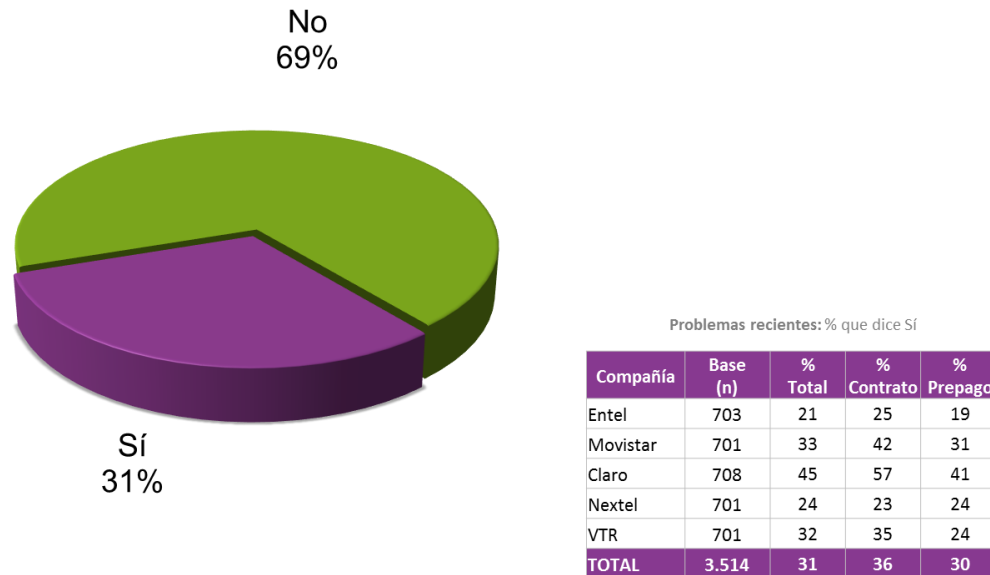


En la Gráfica 27 se observan los niveles de satisfacción por tipo de plan. En cuanto a los usuarios con **contrato**, Nextel tiene un 64% de satisfacción neta siendo el mejor evaluado entre los usuarios, mientras que Claro es el peor evaluado con solo un 3% de satisfacción neta. En el segmento de **prepago** Claro tiene una satisfacción neta de 30%, un punto más alto que Movistar (29%), siendo las compañías peor evaluadas. Entel es la compañía que presenta el mejor nivel de satisfacción neta en este segmento (59%).

6.1.3. Problemas, reclamos y resolución: Telefonía Móvil

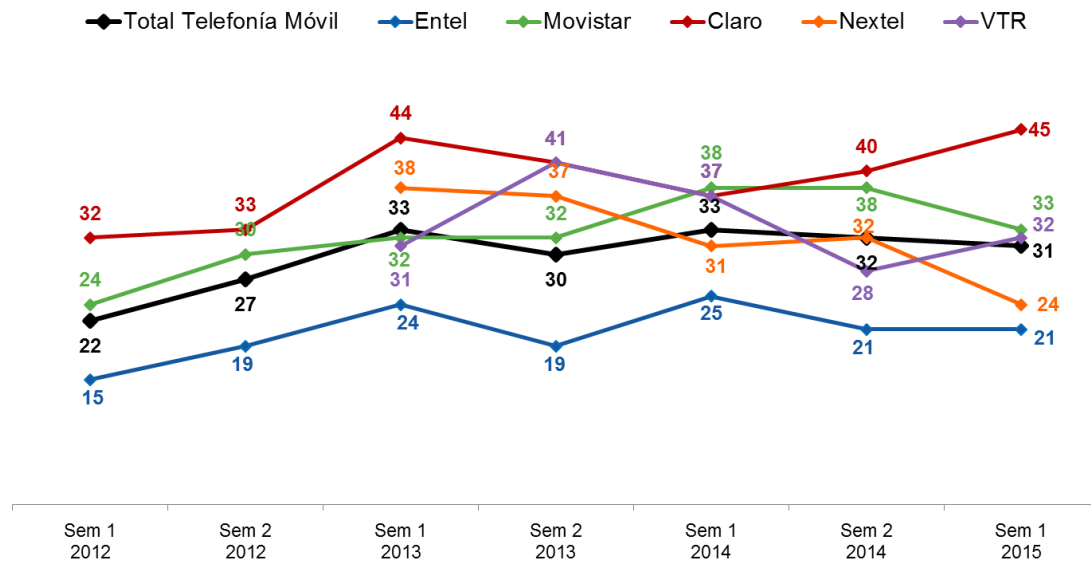
“En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún problema con su servicio de Telefonía Móvil?”

Gráfica 28: Porcentaje de problemas en Telefonía Móvil – Por compañía.



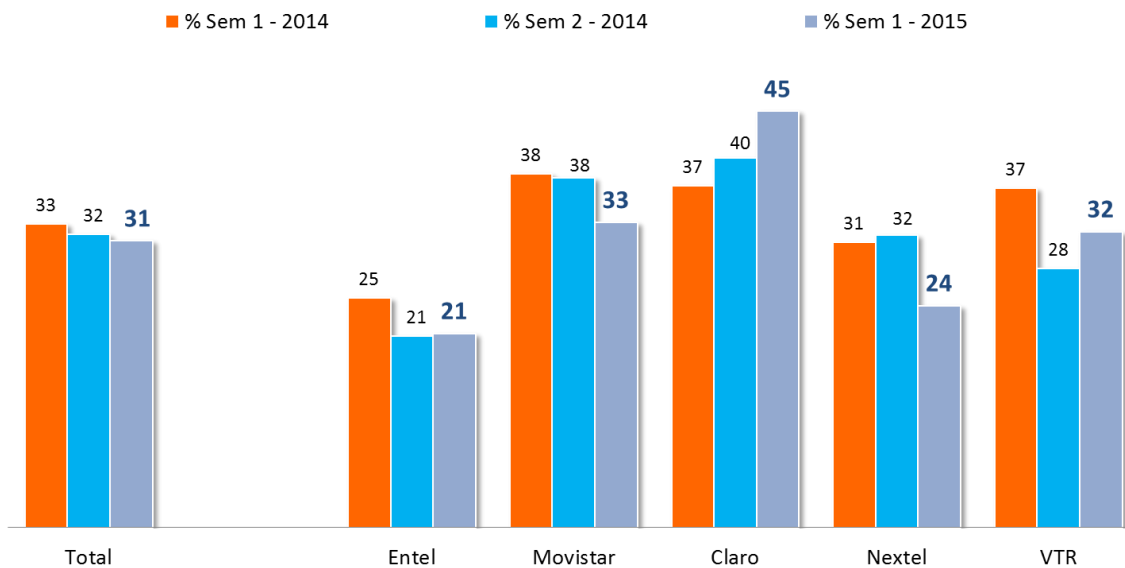
La Gráfica 28, muestra que un 31% de los usuarios declara haber tenido un problema con su compañía de telefonía móvil. Al desglosarlo por compañía se observa que Claro presenta una mayor cantidad de problemas entre los usuarios con un 45%, lo que se agudiza en los contratos (57%), seguido de Movistar (33%) y VTR (32%). Entel es la compañía que presenta menos problemas para los entrevistados (21%), sin embargo, al igual que las otras compañías, muestra mayores problemas entre los usuarios de telefonía con contrato.

Gráfica 29: Problemas con servicio de Telefonía Móvil – Evolutivo I. % Que dice Sí



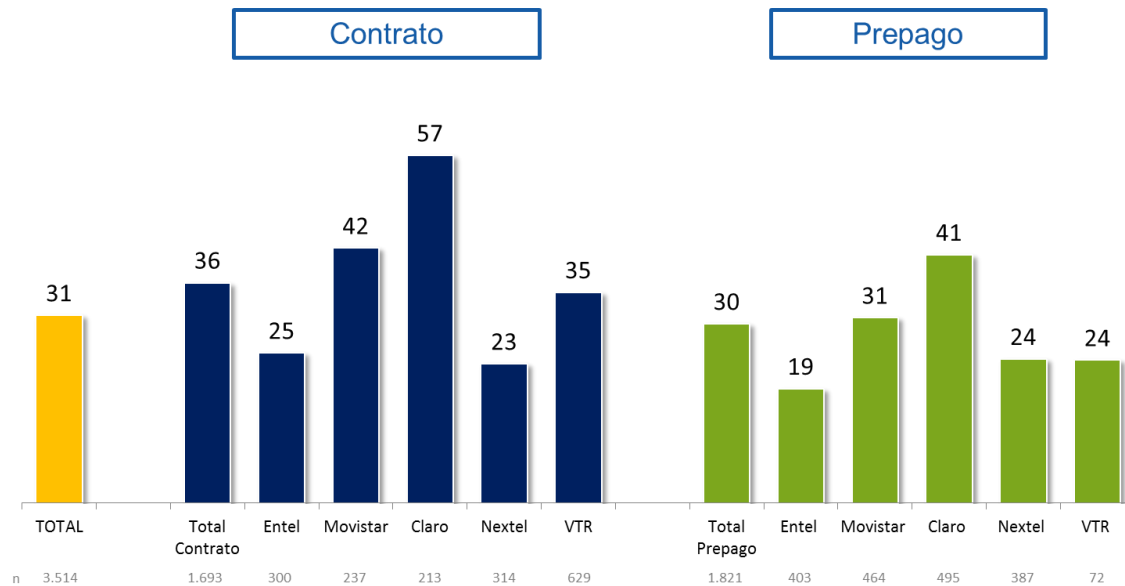
La evolución de los usuarios que han tenido problemas con su compañía es consistente con los niveles de satisfacción mostrados anteriormente, ya que como muestra la Gráfica 29, Claro es quien muestra un aumento sostenido desde el primer semestre de 2014 de 37% a 45%, mientras que Nextel siendo la compañía con mejor nivel de satisfacción muestra una caída de 31% a 24% en el mismo período. Como se observa en el evolutivo anterior casi todas las compañías han bajado sus niveles de problemas en este servicio. Solo Claro ha aumentado en los tres períodos que muestra la Gráfica 29, desde un 37% a un 45%, mientras que VTR ha aumentado 4% desde la última medición.

Gráfica 30: Tasa de problemas en Telefonía Móvil – Por compañía.



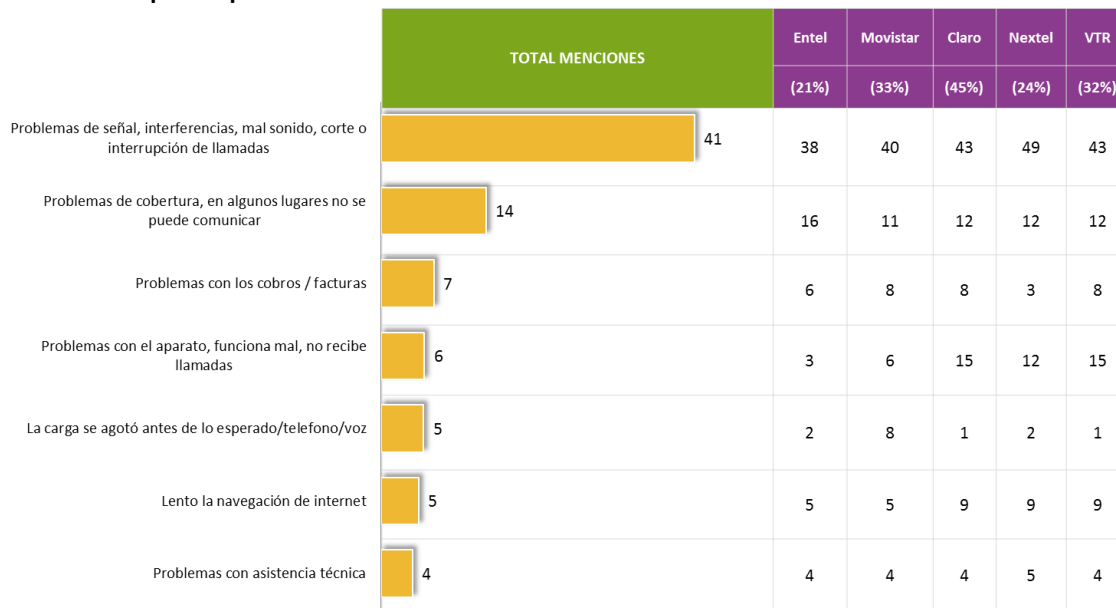
La gráfica 30 presenta los mismos datos evolutivos de la gráfica anterior, aunque esta vez se puede identificar la evolución por operador, es decir, visualmente se puede identificar mejor la evolución por compañía y además la comparación con el total. Vemos como efectivamente Entel disminuye en la tasa de problemas desde 2014, mismo registro que presenta Nextel. Movistar y VTR también presentan una disminución, aunque aún se mantiene por sobre el promedio de todas las compañías. La única compañía que presenta un aumento, y que se mantiene de manera uniforme en el tiempo, es Claro, con un 45% de tasa de problemas.

Gráfica 31: Problemas con servicio de Telefonía Móvil – Contrato y Prepago



Al desglosar los problemas según tipo de contrato, la Gráfica 31 muestra que en Contrato el porcentaje de usuarios que declara haber tenido problema con el servicio es de un 36%, siendo Claro la compañía con la tasa más alta percibida (57%) y Nextel la compañía con un menor número de usuarios que declara tener problemas con el servicio (23%). En cuanto al Prepago, un 30% de sus usuarios declara haber tenido problemas, siendo Claro nuevamente la compañía que presenta más problemas (41%) y Entel se muestra con menor cantidad de usuarios con problemas de servicios (19%).

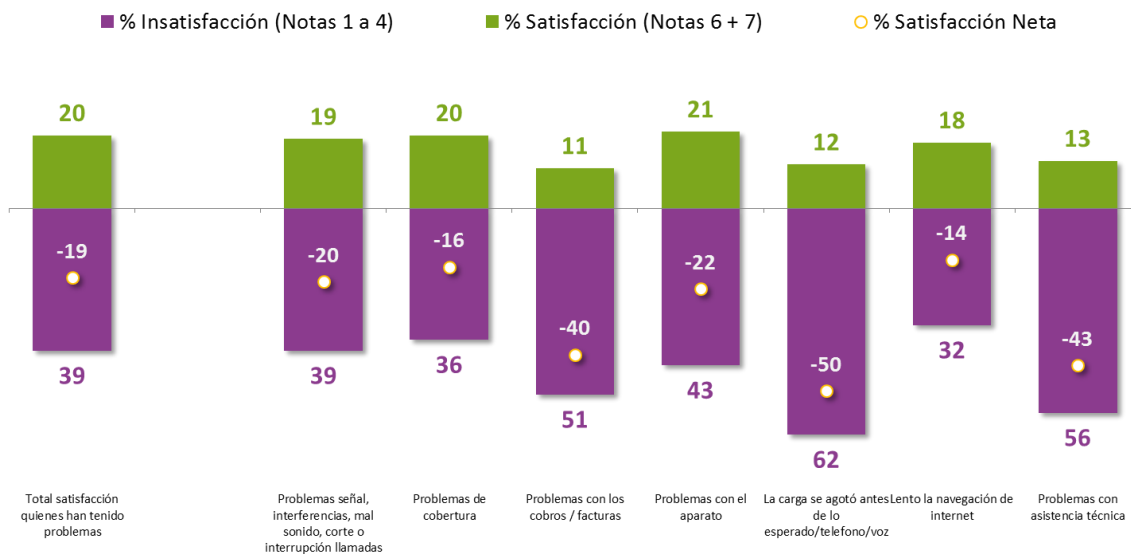
Gráfica 32: Tipos de problemas de Telefonía Móvil



**En el total se grafican los problemas más importantes.

Luego, al analizar los tipos de problemas declarados por los usuarios el problema que concentra la mayor cantidad de menciones es en “problemas de señal, interferencia, mal sonido, corte o interrupción de las llamadas” (41%), siendo este problema más frecuente en la compañía Nextel (49%) y menos frecuente en Entel (38%). El segundo problema que reportan los usuarios es “cobertura en algunos lugares, no se puede comunicar” (14%), donde la situación es pareja para casi todas las compañías, excepto Entel que presenta un 16%, 4 y 5 puntos por sobre el resto de las compañías.

Gráfica 33: Tipos de problemas de Telefonía Móvil y satisfacción



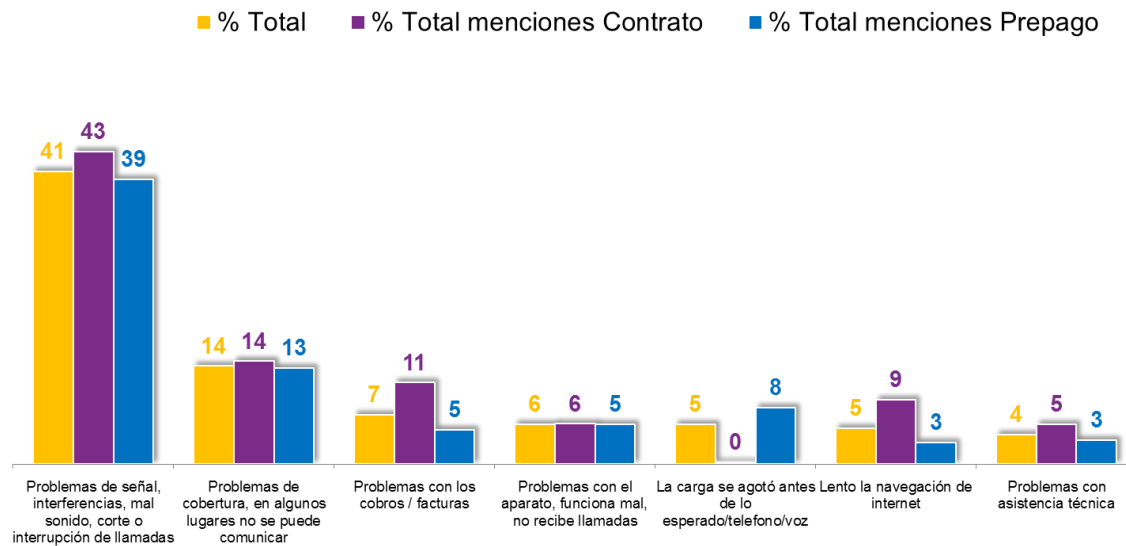
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (31%)

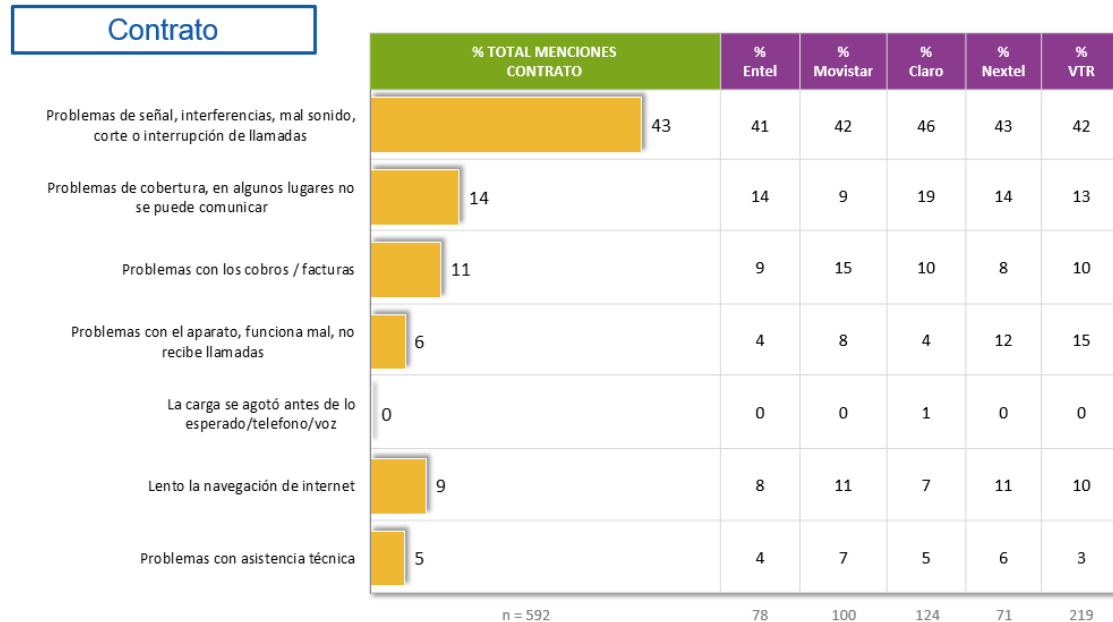
Los usuarios que declaran tener problemas con el servicio de Telefonía Móvil muestran un nivel de satisfacción neta de -19%. La satisfacción neta en cada uno de los atributos asociado a los problemas indica el impacto que tienen los tipos de problemas en la evaluación en la satisfacción del servicio. Los que indican como problema que "La carga se agotó antes de lo esperado" tienen una satisfacción neta de -50 siendo la más crítica, seguido de problemas con la asistencia técnica (-43) y como tercer lugar problemas con cobros y facturas (-40).

Gráfica 34: Tipos de problemas de Telefonía Móvil – Contrato y Prepago



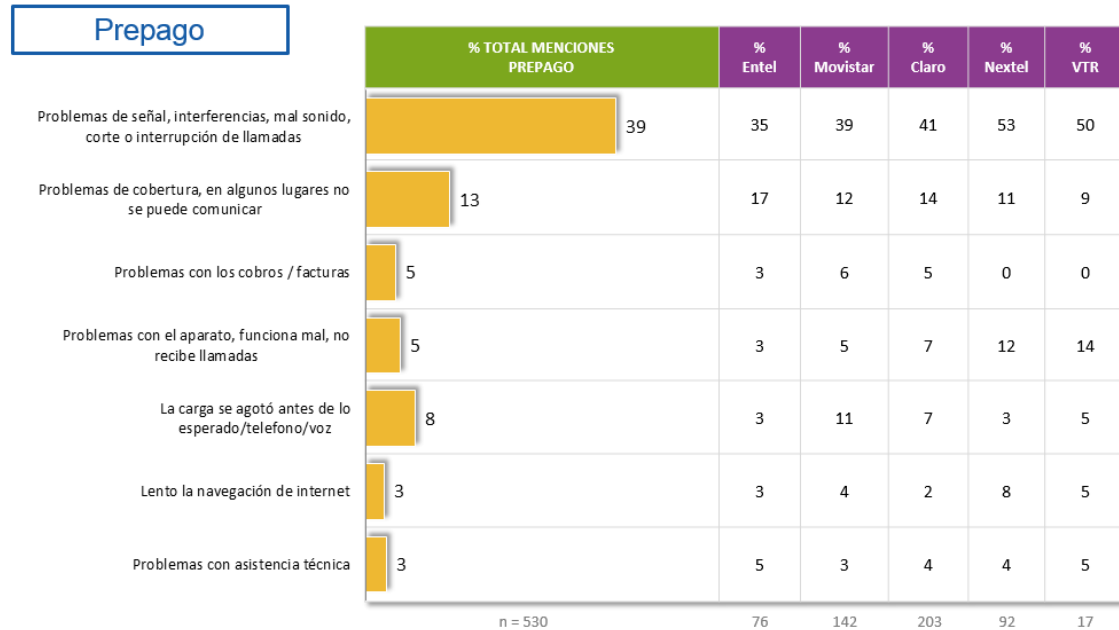
Como muestra la Gráfica 34, los usuarios de Contrato son quienes reportan mayor cantidad de problemas, excepto en que la carga se agotó antes de los esperado donde muestra un 0%.

Gráfica 35: Tipos de problemas de Telefonía Móvil - Contrato



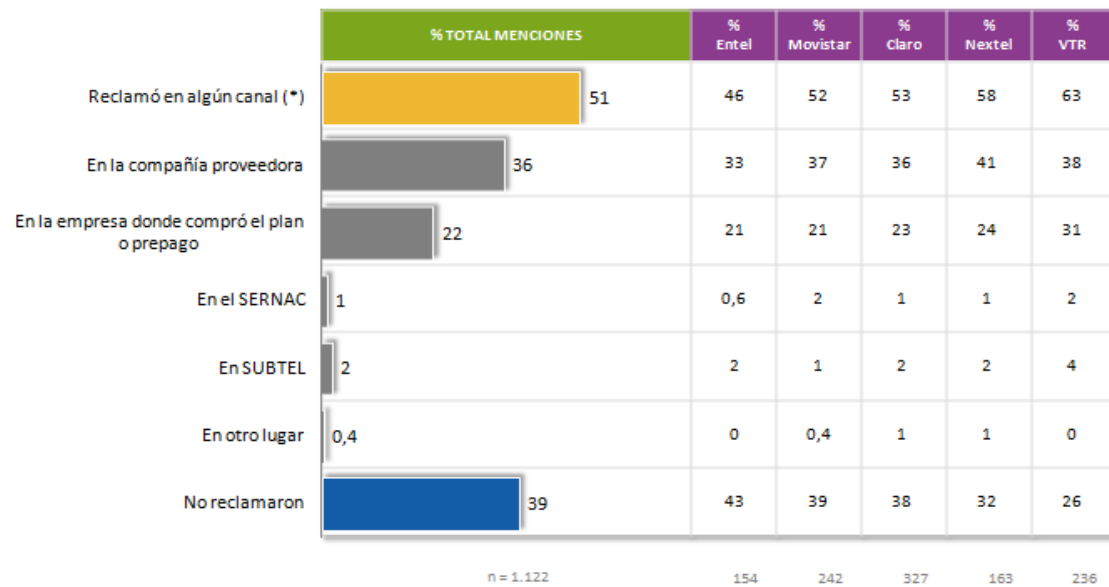
Por tipo de plan, la Gráfica 35 muestra que en los usuarios de contrato los 3 problemas más frecuentes son: “Problemas de señal, interferencia, mal sonido, corte o interrupción de llamadas” (43%), siendo Claro la compañía con mayor mención en este problema (46%). El problema de cobertura alcanza a un (14%) de las menciones, con Claro nuevamente como la empresa con más menciones (19%). En cuanto a los problemas de cobros y facturas (11%), Movistar destaca con un 15% de las menciones entre su usuarios con contrato.

Gráfica 36: Tipos de problemas de Telefonía Móvil - Prepago



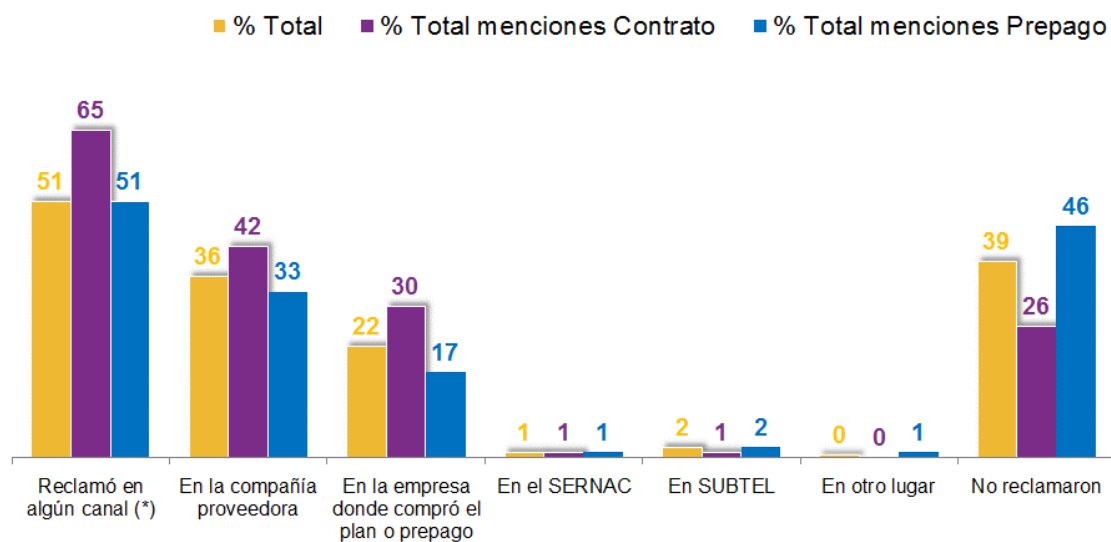
Para usuarios de prepago, según la Gráfica 36, los 3 problemas más frecuentes son: “Problemas de señal, interferencia, mal sonido, corte o interrupción de llamadas” (39%), siendo Nextel la compañía con mayor mención en este problema (53%). El problema de cobertura alcanza a un 13% de las menciones, con Entel como la empresa más mencionada (17%). En cuanto a “la carga se acabó antes de lo esperado” (8%), un 11% destaca en el caso de Movistar.

Gráfica 37: Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil



Los usuarios mencionan como principal lugar de reclamo su compañía proveedora (36%). Entre las compañías, los usuarios de Nextel mencionan esta categoría en un 41%. Luego solo un 2% de los usuarios menciona Subtel, donde entre los usuarios VTR un 4% de ellos lo menciona.

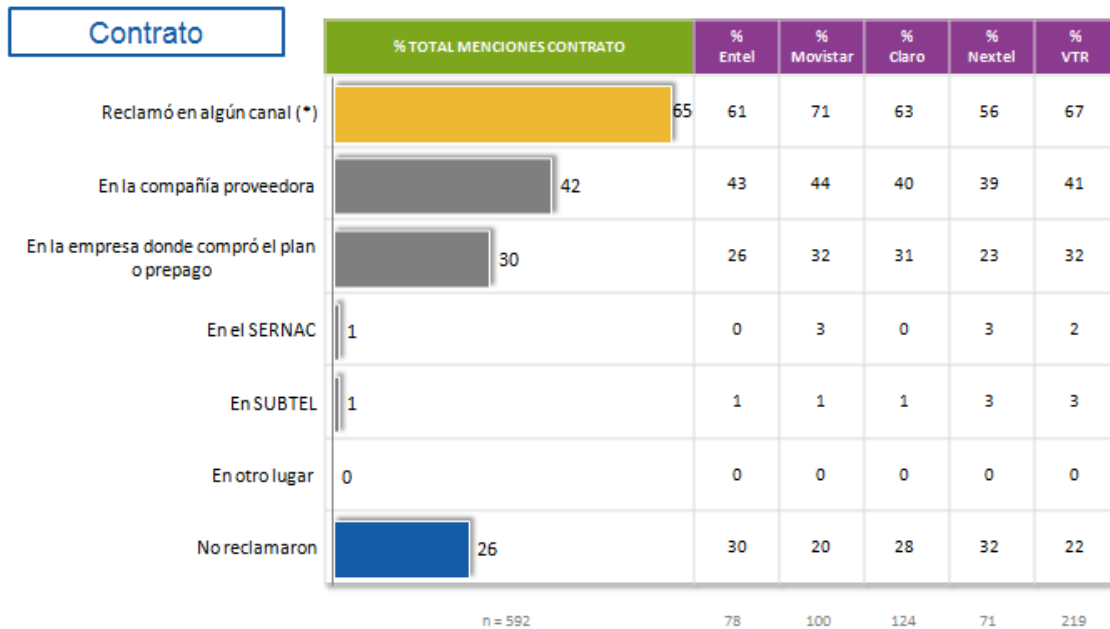
Gráfica 38: Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de plan.



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

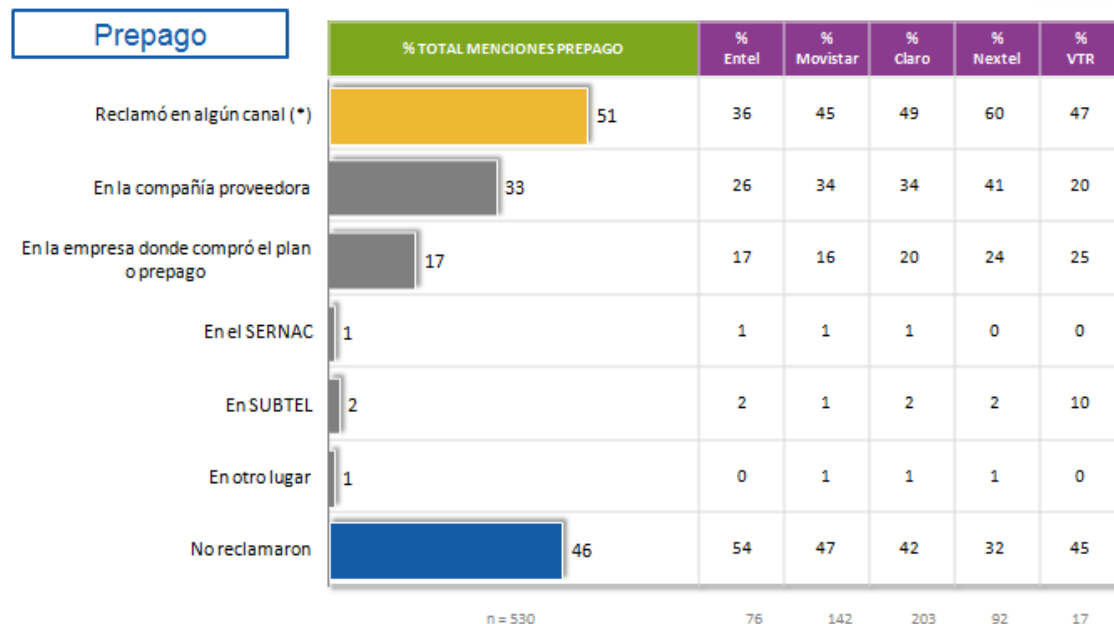
Los clientes que hacen un mayor uso de los mecanismos disponibles para presentar reclamos son aquellos que cuentan con un contrato con la compañía proveedora alcanzando un 65%, mientras que los usuarios de prepago llegan a un 51%.

Gráfica 39: Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Por compañía – Contrato.



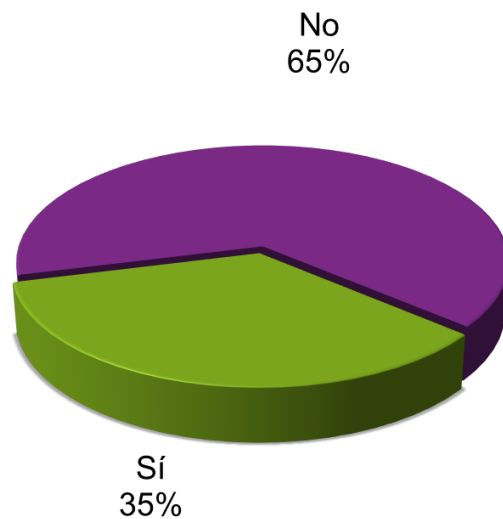
Entre los usuarios de contrato que presentan reclamos, los de mayor frecuencia son los clientes de Movistar alcanzando un 71%. El medio más utilizado para presentar los reclamos es en la compañía proveedora, con un 42%, según se observa en Gráfica 39.

Gráfica 40: Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Por compañía – Prepago.



Al igual que en el caso anterior, los usuarios de telefonía móvil con prepago que tienen problemas con el servicio presentan reclamos en la compañía proveedora. Nextel es la compañía que tiene mayor tasa de reclamo en sucursal con un 41% de las menciones.

Gráfica 41: Resolución del problema

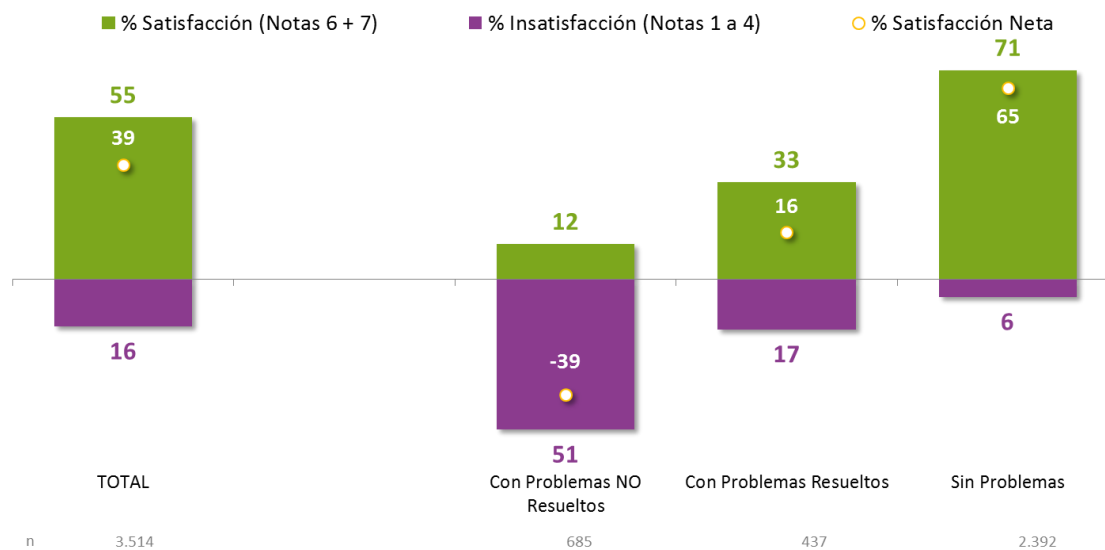


Resolución de problemas Telefonía Móvil: % que dice Sí

Compañía	Base (n)	% Total	% Contrato	% Prepago
Entel	154	45	45	45
Movistar	242	33	48	28
Claro	327	31	36	29
Nextel	163	42	43	41
VTR	236	43	43	41
TOTAL	1.122	35	43	32

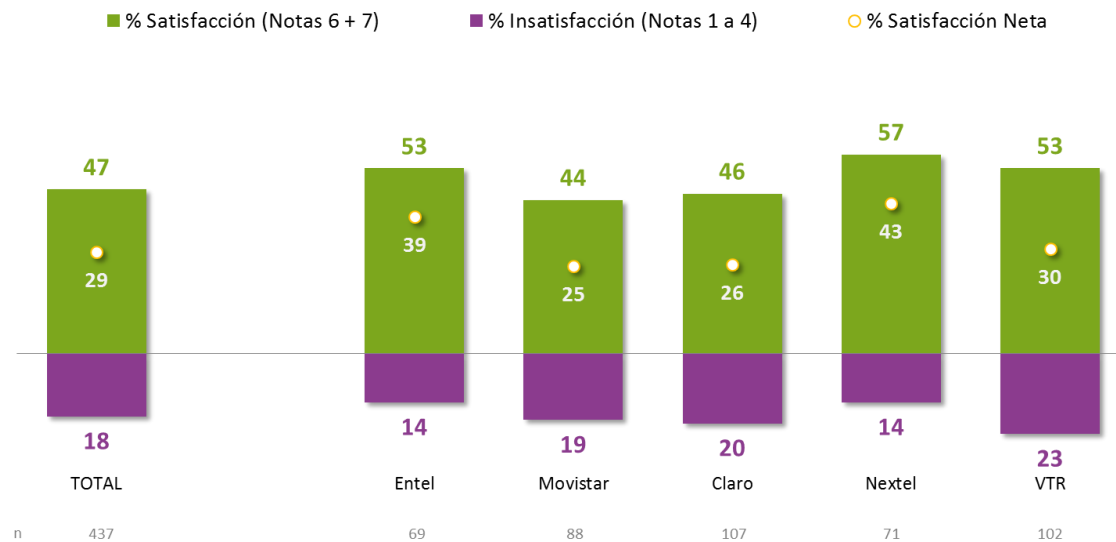
Entre los usuarios que presentan un reclamo, la tasa de resolución es baja, llegando al 35% en total. Al revisar los resultados por compañía, Entel es la que más resuelve el problema de sus usuarios (45%), mientras Claro es la empresa que menos resuelve los problemas de sus usuarios (31%).

Gráfica 42: Satisfacción con Telefonía Móvil según si le han resuelto problemas



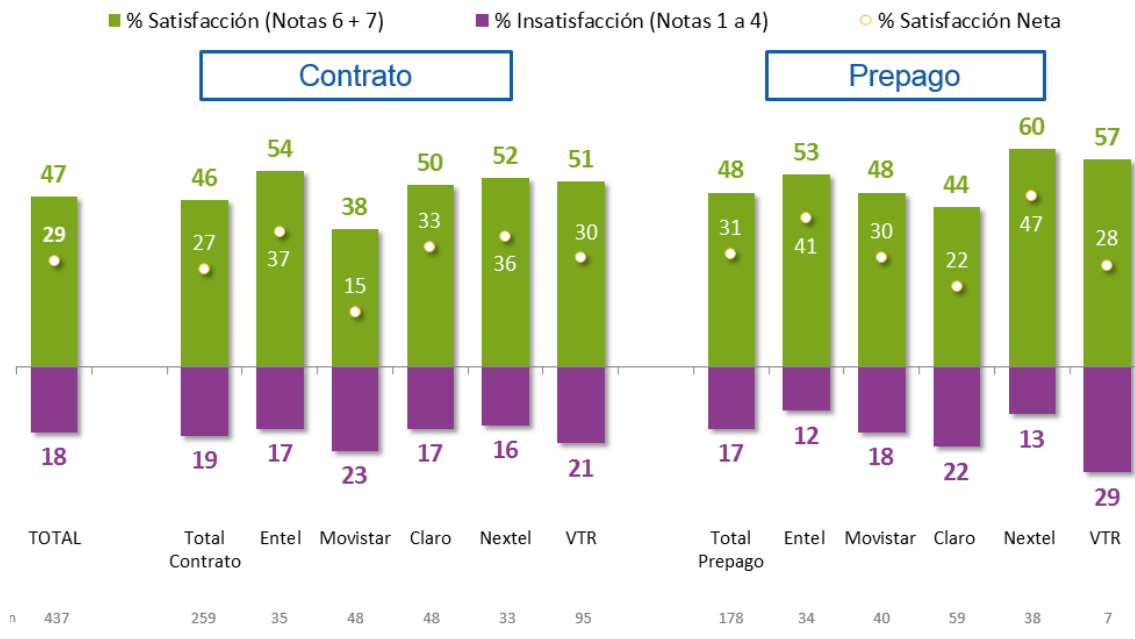
En cuanto a los niveles de satisfacción según resolución de problemas, se observa que si el problema del usuario no ha sido resuelto su nivel de satisfacción neta alcanza -39%. Si el problema es resuelto el nivel de satisfacción aumenta a 16%, mientras que quienes no tienen problemas alcanzan un nivel de 65% de satisfacción según muestra la Gráfica 42.

Gráfica 43: Satisfacción con la Solución de problemas de Telefonía Móvil



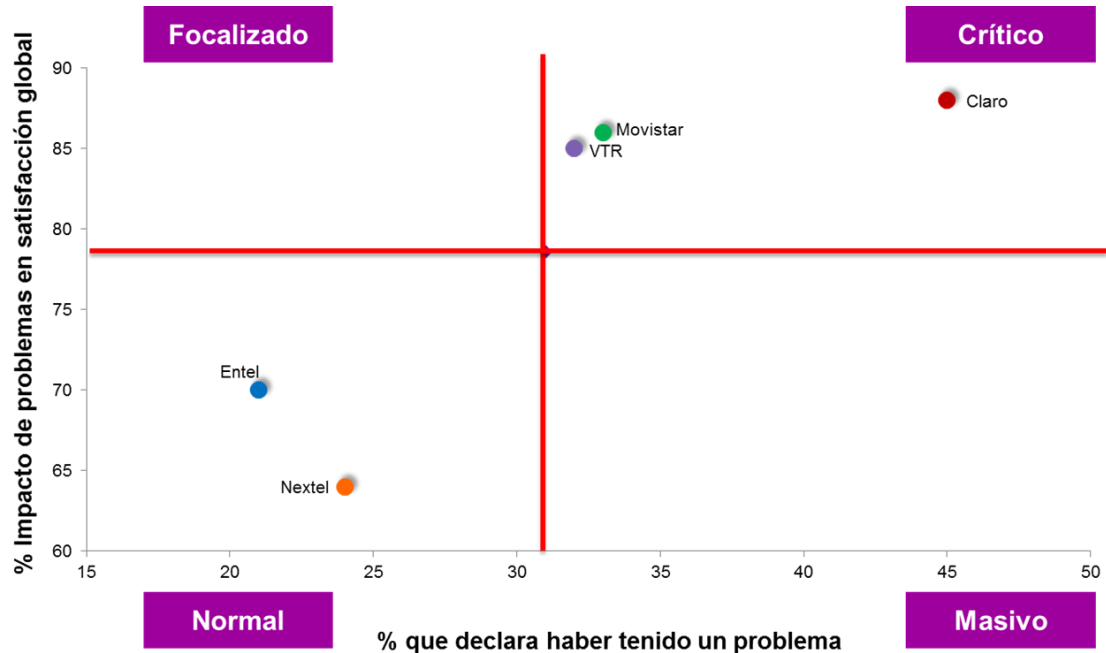
Como se observa en la Gráfica 43, entre los usuarios que resolvieron sus problemas, el nivel de satisfacción neta alcanza un 29%. El mayor nivel de satisfacción neta es en la empresa Nextel con un 44%, mientras Claro cuenta con el menor nivel de satisfacción neta con un 26%.

Gráfica 44: Satisfacción con la resolución de problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de contrato y Compañía



El promedio de satisfacción neta frente a la resolución de problemas cuando estos existen llega a un 29%, mostrando mejores niveles cuando la relación entre el cliente y la empresa es de **prepago** (31%). Para este grupo de usuarios las compañías que obtienen mejores evaluaciones son Nextel y Entel. Por otra parte, los usuarios de tipo contrato tienen una satisfacción neta de 27%, siendo nuevamente Entel (37%) y Nextel (36%) las compañías con la satisfacción neta más alta.

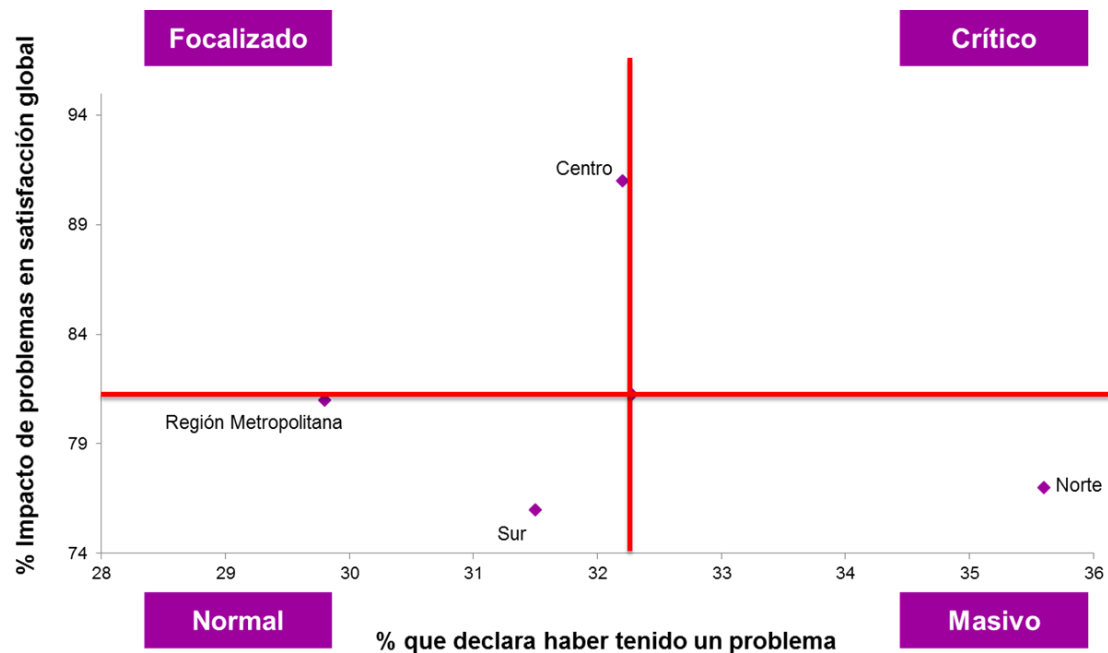
Gráfica B: Impacto problemas en Satisfacción por Operador de Telefonía Móvil



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

El gráfico anterior presenta el impacto de tener problemas en la satisfacción identificando distintos cuadrantes dependiendo del impacto y la posición del operador. Acá se visualiza lo anteriormente expuesto, es decir, donde Claro tiene un impacto mayor en su satisfacción mientras Nextel y Entel mantienen una satisfacción normal junto a la declaración de haber tenido un problema.

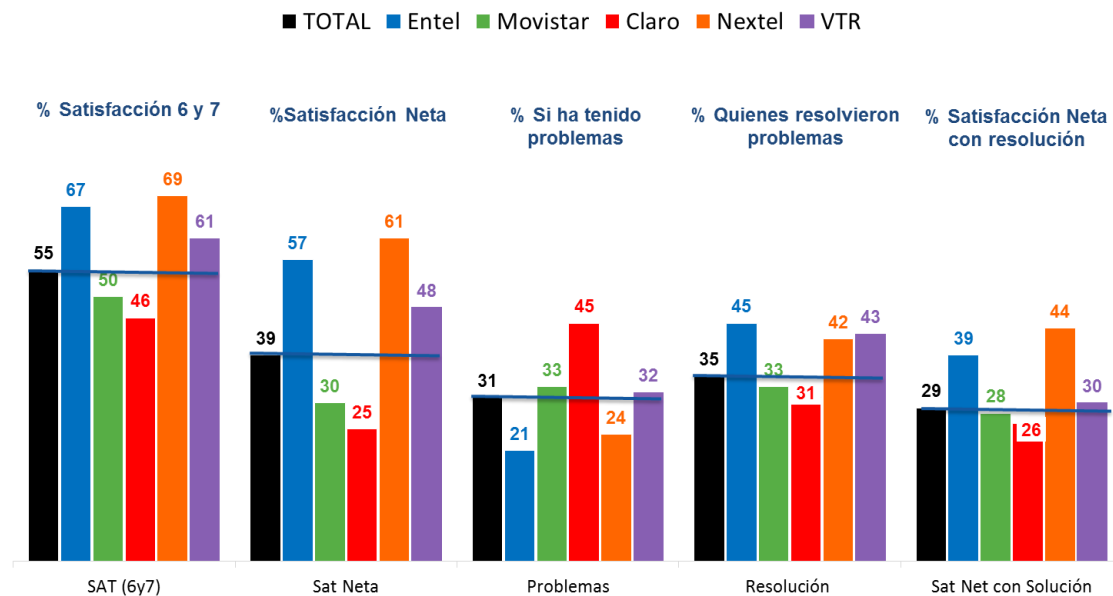
Gráfica B.1: Impacto problemas en Satisfacción de Telefonía Móvil – Por Zona



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

El gráfico anterior presenta el impacto de tener problemas en la satisfacción identificando distintos cuadrantes dependiendo del impacto y la posición de la zona.

Gráfica 45: Principales indicadores Telefonía Móvil



La Gráfica 45, muestra los indicadores principales de todas las compañías, los que se desarrollaran por separado a continuación. Se observa que en cuanto a satisfacción, las compañías Movistar y Claro obtienen la peor evaluación en comparación el resto de las compañías, lo que se mantiene para el indicador de Satisfacción Neta. En cuanto al reporte de problemas, Claro (45%) es la compañía con más problemas y que destaca por sobre el promedio de todas las compañías. Luego en cuanto a la resolución de los mismos, la compañía que resuelve una proporción menor es Claro, teniendo a su vez también la más baja satisfacción neta.

6.2. Internet Móvil

6.2.1. Perfil de los entrevistados

Gráfica 46.1: Ponderación por segmento de los usuarios de Telefonía Móvil.

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.810	54	52	2,3
	Mujer	1.702	46	48	2,4
	18 – 39	2.429	67	69	2,0
	Más de 40	1.083	33	31	3,0
	Santiago	1.601	51	46	2,4
	Regiones	1.911	49	54	2,2

Gráfica 46.2: Características Demográficas de usuarios de Internet Móvil.

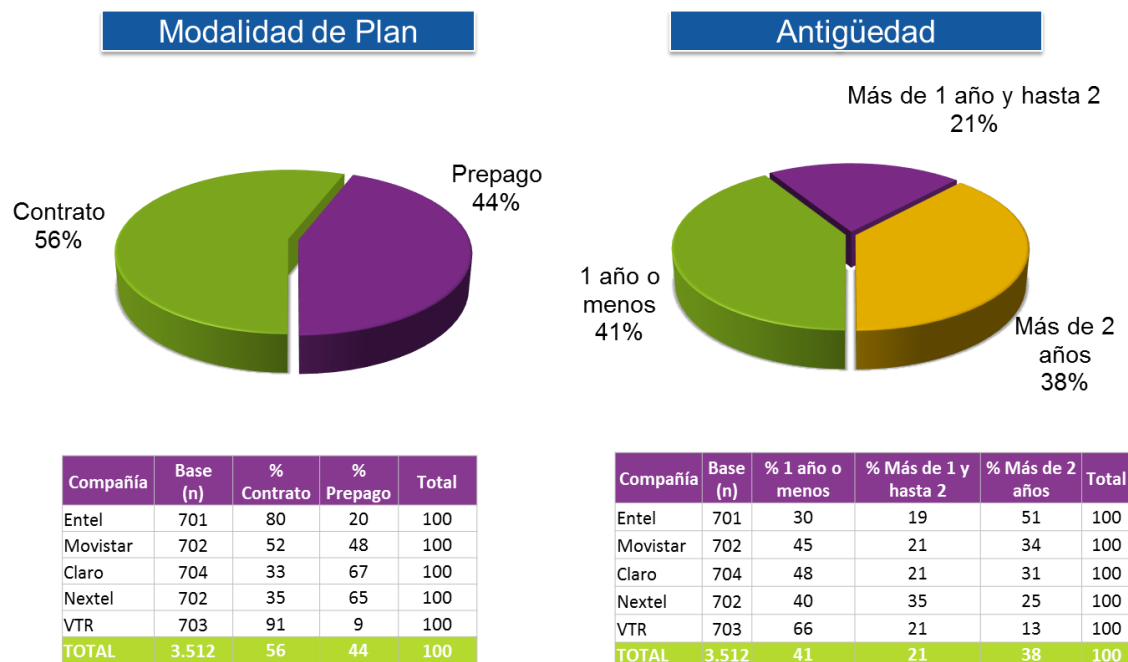


Casos: 3.512

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

En el servicio de Internet Móvil no se aprecia una gran diferencia de usuarios según su género, siendo la proporción de 52% hombres y 48% mujeres. La principal diferencia entre los usuarios se observa respecto a la edad, ya que éstos se ubican principalmente entre los 18 y los 39 años (69%). En la Región Metropolitana se concentra un 46% de los usuarios de Internet Móvil, mientras que el restante 54% se distribuye en el resto de las regiones del país.

Gráfica 47: Características de contratos del servicio de Internet Móvil.

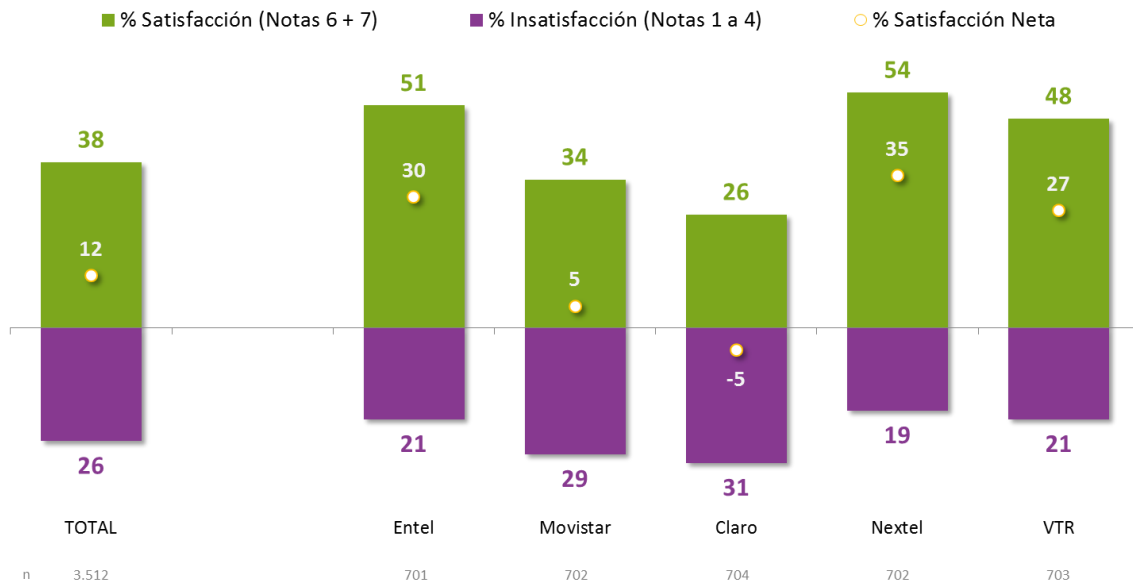


Con respecto a las características principales que tienen los planes de Internet Móvil, se aprecia que en su mayoría son de Contrato (56%), mientras que el restante 44% corresponde a planes con modalidad Prepago. Entre las compañías en las que se identifican más usuarios con contrato destacan VTR y Entel, con un 91% y 80% respectivamente. Mientras que Claro (67%) y Nextel (65%) son las compañías que cuentan con una mayor proporción de planes de Internet Móvil en modalidad Prepago. Por otro lado, y con respecto a la antigüedad, se puede apreciar que la mayoría de los usuarios del servicio de Internet Móvil lo tienen hace 1 año o menos (41%) y que un 38% declaró poseer el plan hace más de dos años. Un 51% de los usuarios de Entel declaran disponer del servicio hace más de 2 años. En el resto de las compañías operadoras predomina la opción 1 año o menos, siendo esta respuesta más alta en VTR (representando un 66% de sus usuarios).

6.2.2. Satisfacción con empresas de Internet Móvil

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

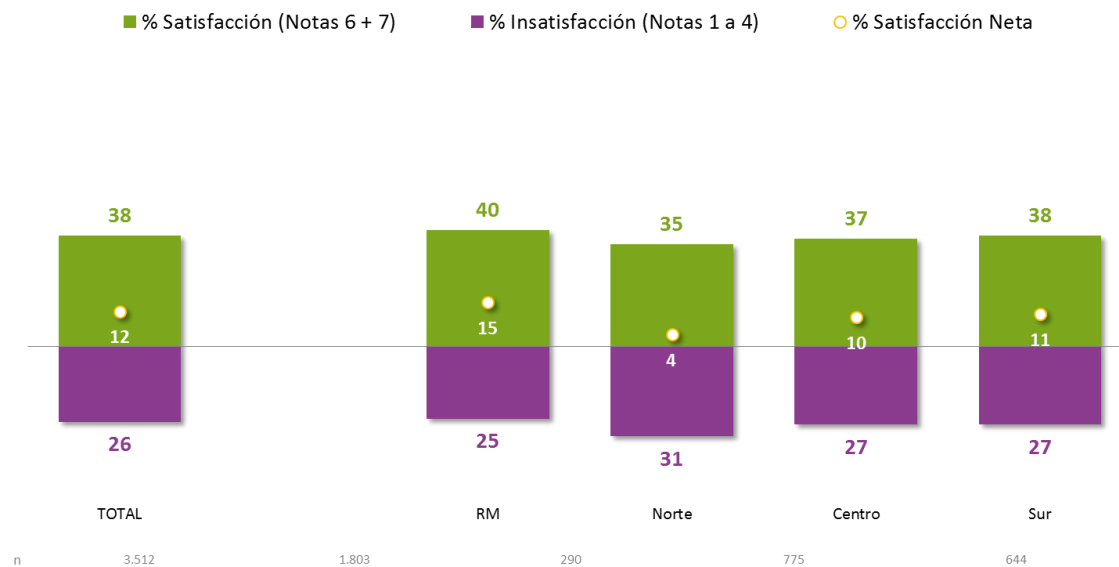
Gráfica 48: Satisfacción con Internet Móvil.



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

Al revisar el nivel de satisfacción desagregado entre “Satisfacción (Notas 6 + 7)” e “Insatisfacción (Notas 1 a 4)” se aprecia que entre todos los usuarios del servicio de Internet Móvil existe una mayor proporción de clientes “satisfechos” (38%), mientras que solo un 26% se declara “insatisfecho”. Entre las compañías que destacan por su nivel de satisfacción están Nextel (54%), Entel (51%) y VTR (48%), las que a su vez obtienen los índices de satisfacción neta más altos (35, 30 y 27 respectivamente). Por otro lado, entre las empresas proveedoras con mayores niveles de insatisfacción destacan Claro y Movistar (31% y 29% de notas entre 1 y 4 respectivamente). Por último, se aprecia que la única compañía que obtiene una satisfacción neta negativa es Claro (-5).

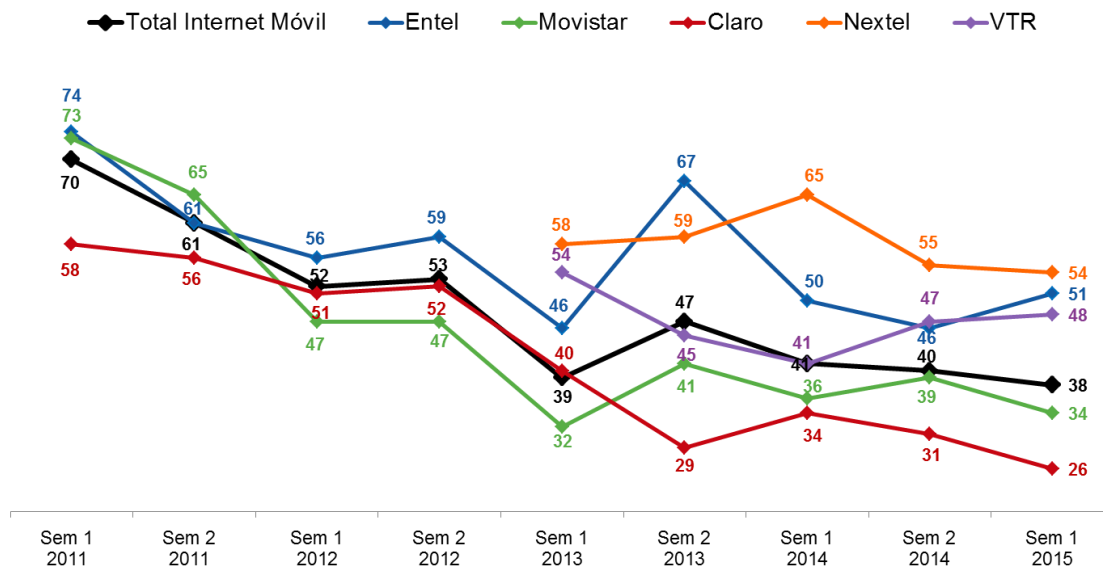
Gráfica 49: Satisfacción por Zona con Internet Móvil.



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

Por zona se identifica que el Norte es la zona con satisfacción neta más baja, mientras que RM tiene la satisfacción 6+7 y neta más alta y la insatisfacción más baja, aunque con pocas diferencias en esto último con la zona Centro y Sur.

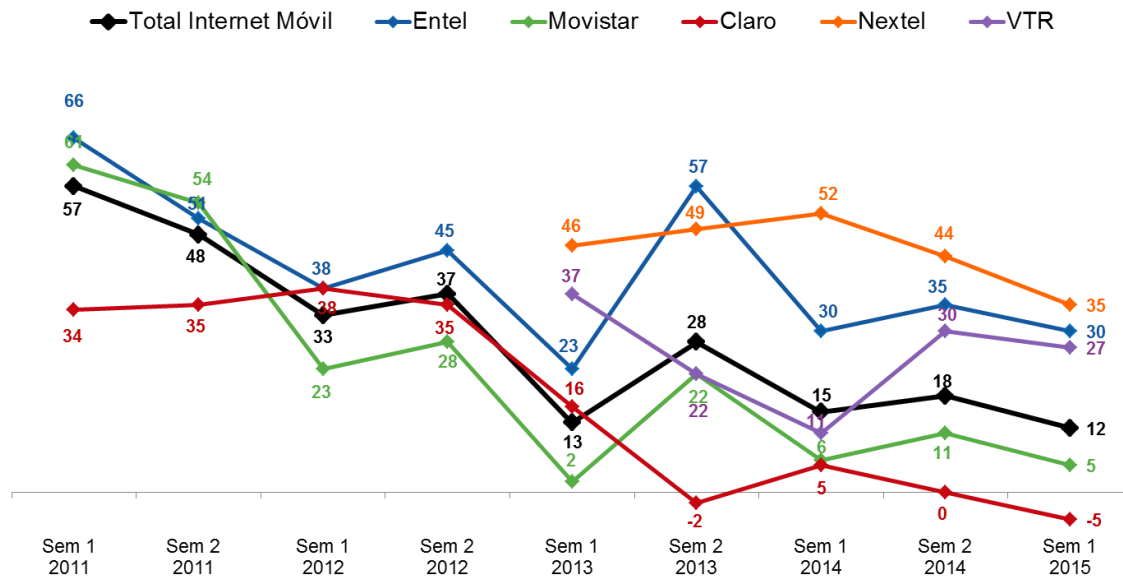
Gráfica 50: Satisfacción con Internet Móvil – Evolutivo.



En cuanto al nivel de satisfacción evolutivo, se aprecia que hubo una disminución en relación a la medición del segundo semestre del año pasado de dos puntos porcentuales (40% a 38%), ubicándose en el nivel más bajo reportado por el servicio de Internet Móvil desde el año 2011. Con respecto a las distintas empresas operadoras, se puede observar que Entel es la única que reporta una mejoría en sus niveles de satisfacción con respecto a la última medición, aumentando 5 puntos porcentuales (46% a 51%). De todos modos Nextel es la compañía que se posiciona en el primer lugar como la empresa con mayor satisfacción, disminuyendo solo 1 punto con respecto al 2014 (55% a 54%).

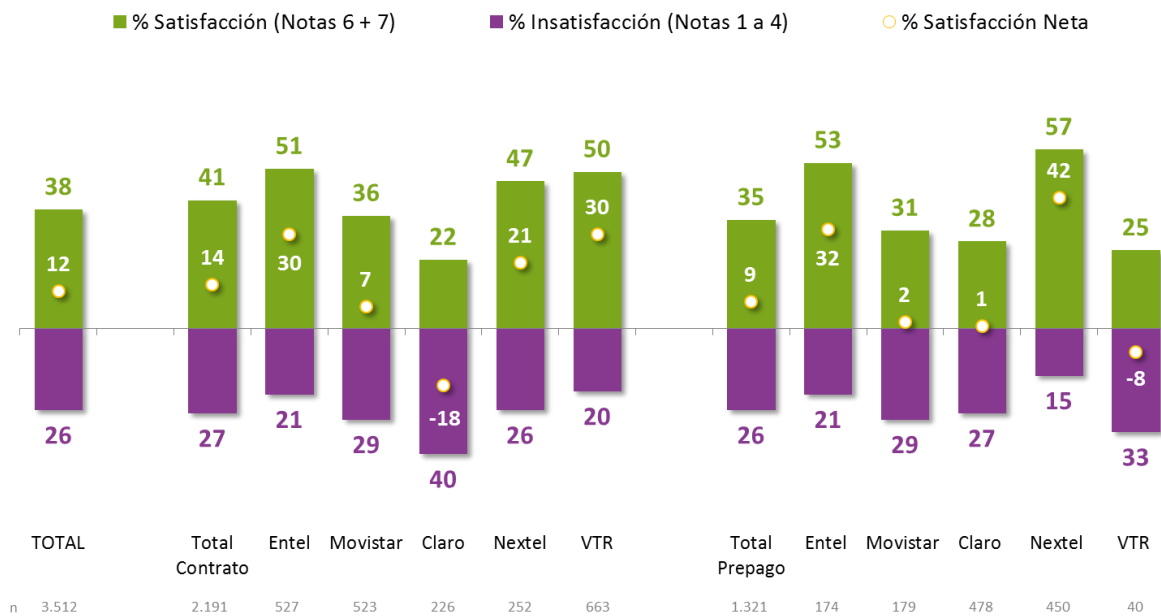
Entre las empresas con menor satisfacción se observa que Movistar y Claro vieron disminuido su nivel de satisfacción en 5 puntos. En el caso de Movistar de un 39% a 34% y en el caso de Claro de un 31% a 26% llegando a la satisfacción más baja desde el segundo semestre de 2013.

Gráfica 51: Satisfacción Neta con Internet Móvil – Evolutivo.



En cuanto a la satisfacción neta vista históricamente, se aprecia que en todos los casos hubo una disminución respecto del segundo semestre del año 2014. En el total de usuarios de Internet Móvil se aprecia una disminución neta de 6 puntos entre la última medición (18%) y la actual (12%). Entre las empresas que reportan una mayor disminución, destacan 4 de las 5 en esta medición: Nextel (9 puntos), Movistar (6 puntos), Entel y Claro (5 puntos cada una).

Gráfica 52. Satisfacción con Internet Móvil – Contrato y Prepago.

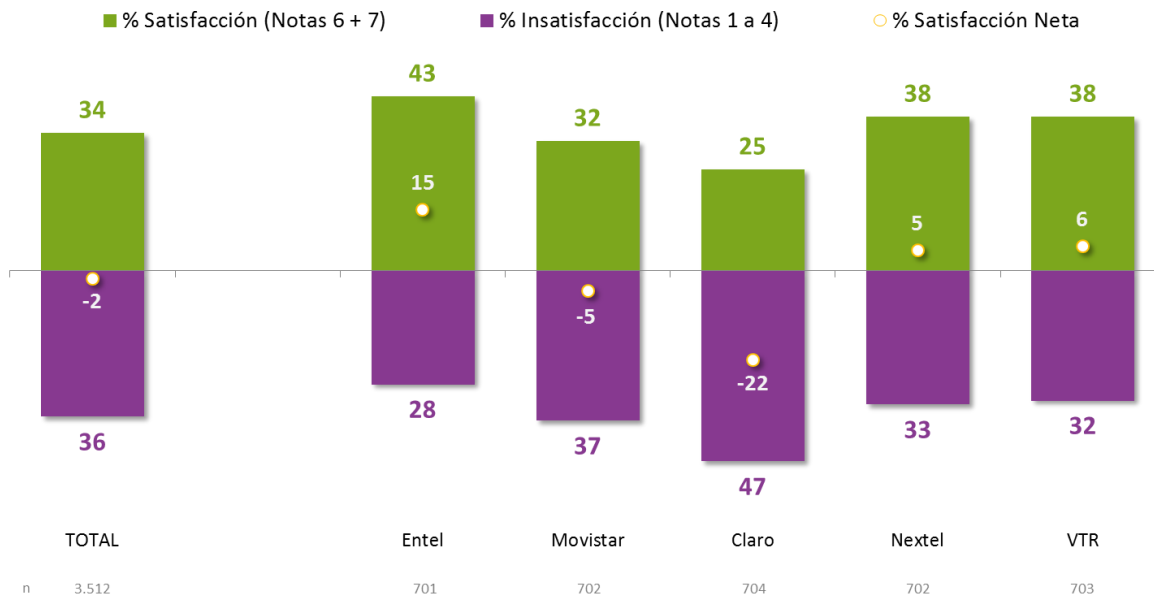


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Al analizar los niveles de satisfacción según tipo de contrato, se aprecia que en el total los usuarios de contrato presentan una satisfacción mayor (41% con un neto de 14) en relación a los clientes de prepago (35% con un neto de 9). Pero al revisar los datos por compañía, se aprecia que en las empresas Entel, Nextel y Claro los usuarios de prepago presentan una satisfacción neta mayor que los usuarios de contrato. En cuanto a la empresa Movistar, existe una satisfacción neta menor por parte de los usuarios de prepago. Finalmente se observa que los usuarios contrato de VTR también presentan una mayor satisfacción que los clientes de prepago, la cual se ve duplicada al analizar las notas 6 y 7, mientras que la satisfacción neta es de -8 para usuarios de prepago y de 30 para contrato.

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

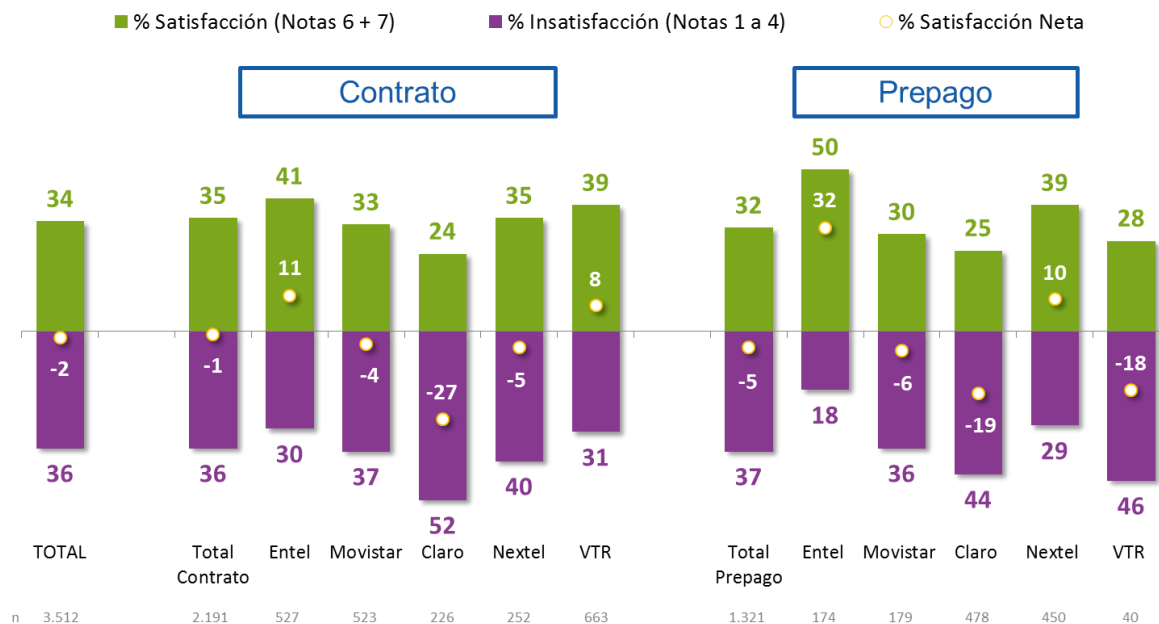
Gráfica 53: Satisfacción velocidad Internet Móvil.



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

Por otro lado, al evaluar la satisfacción de la velocidad de Internet Móvil, se observa que en el total obtiene una satisfacción de 34% y una satisfacción neta de -2. Esta situación se repite en las empresas Claro y Movistar, quienes presentan los niveles más bajos de satisfacción con la velocidad de Internet Móvil y además una satisfacción neta negativa (siendo Claro la que presenta el neto más bajo, -22 puntos porcentuales). En cuanto a las demás compañías proveedoras, se aprecia que Entel es quien recibe la mejor evaluación según satisfacción, ya que no solo presenta la satisfacción más alta (43% de notas 6 y 7), sino que además el neto más alto con 15 puntos porcentuales.

Gráfica 54: Satisfacción velocidad Internet Móvil - Contrato y Prepago.



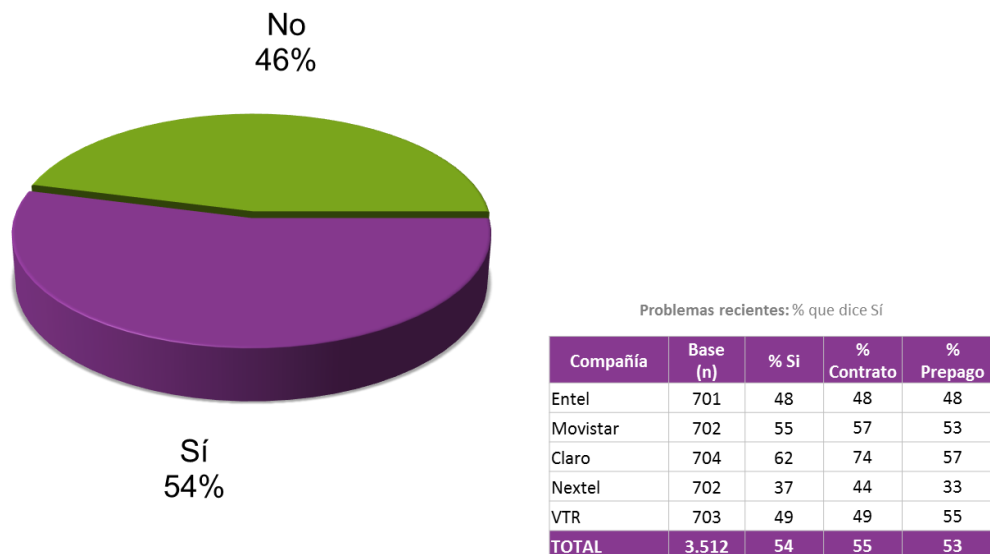
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Al hacer la distinción según contrato o prepago, se aprecia que nuevamente los usuarios de contrato (total) presentan una satisfacción mayor que los clientes de prepago, aunque la satisfacción neta es negativa en ambos casos. Entre las diferentes empresas proveedoras, se identifica que Entel (41%) y VTR (39%) son quienes obtienen una satisfacción mayor por parte de los usuarios con contrato con la velocidad de Internet Móvil, aunque en Entel los usuarios de prepago presentan una satisfacción más alta que los usuarios de Entel en contrato. Cabe destacar que Claro es quien presenta la insatisfacción y la satisfacción neta más baja, aunque con particularidad en contrato donde hace bajar de manera más significativa la insatisfacción total de los usuarios con contrato.

6.2.3. Problemas, reclamos y resolución: Internet Móvil

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

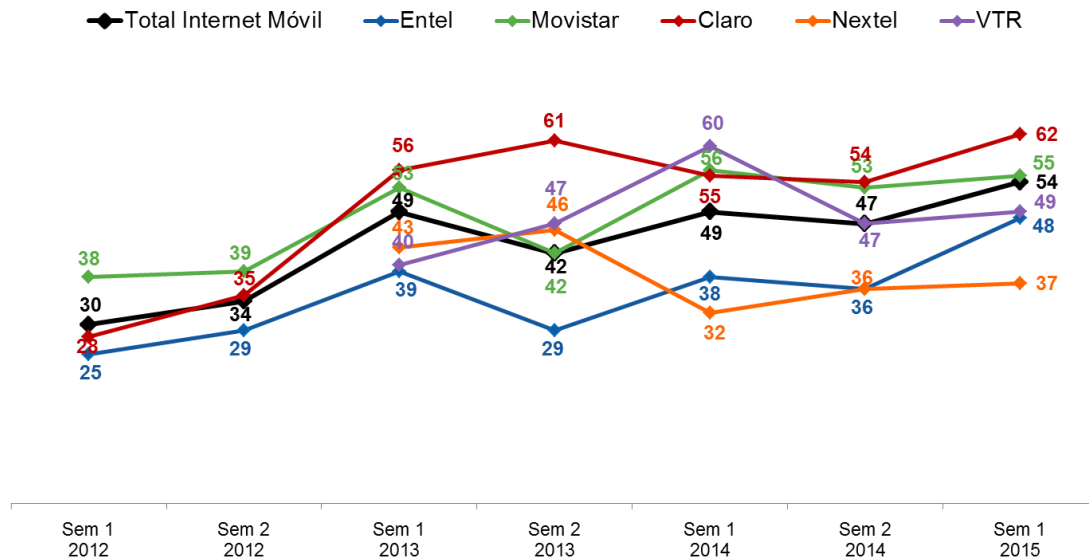
Gráfica 55: Problemas recientes con el servicio.



Entre los clientes de Internet Móvil se aprecia que una mayoría (54%) reporta haber tenido algún problema con su servicio durante los últimos 12 meses. Entre las compañías, Claro (62%) y Movistar (55%) son las únicas en donde la mención “Sí ha tenido algún problema” es mayoritaria. Por otro lado, Nextel es quien presenta la tasa menor de problemas dentro de todos los proveedores (37%). Al analizar esta información según el tipo de modalidad de plan del usuario, se aprecia que en general quienes tienen contrato presentan una tasa mayor de problemas que quienes tienen prepago (55% vs 53% en el total), destacando esta diferencia en las empresas Claro, Nextel y Movistar. VTR por su parte es la única compañía que presenta mayor porcentaje de problemas percibidos por usuarios de prepago (55%) que de contrato (49%).

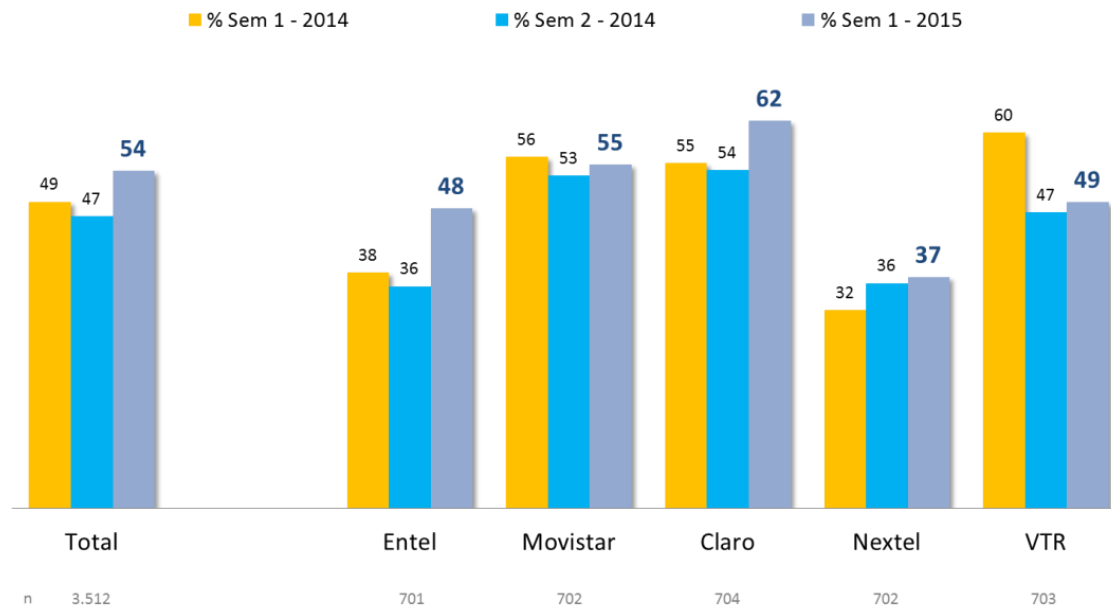
Gráfica 56: Problemas con servicio de Internet Móvil – Evolutivo I.

% Que dice Sí



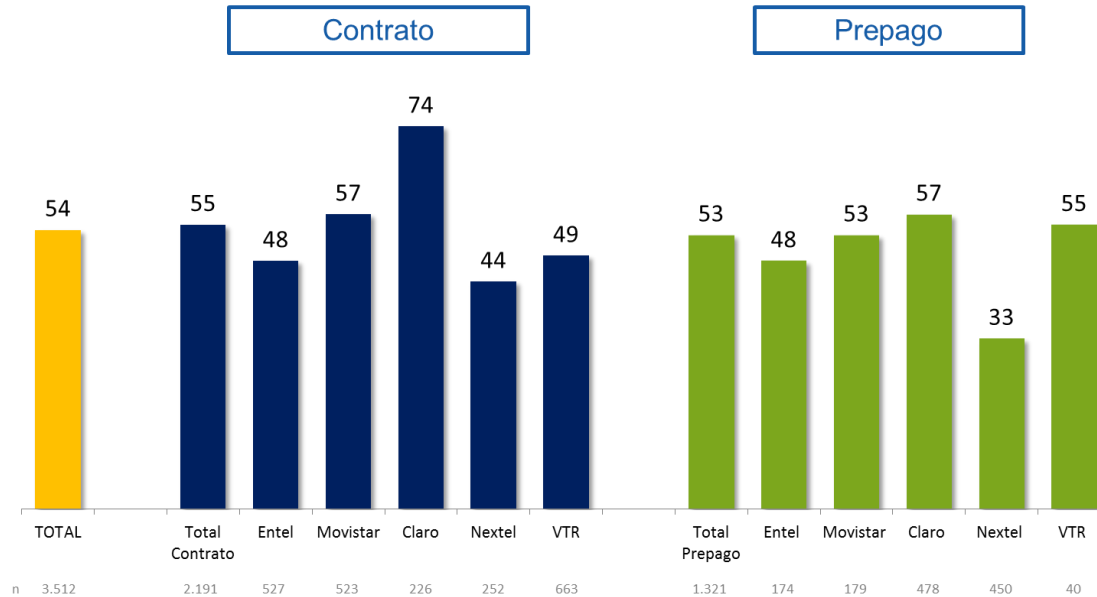
Al ver el evolutivo de los problemas con el servicio de Internet Móvil, se identifica que ha aumentado en relación a la última medición del año 2014. El total de problemas reportados tuvo un aumento de 7 puntos porcentuales y las empresas proveedoras que más aumentaron su nivel de problemas son Entel (12 puntos porcentuales) y Claro (8 puntos porcentuales). En relación a las demás compañías no se observan diferencias mayores entre las últimas dos mediciones, aunque sí una tendencia al alza (para Movistar, VTR y Nextel).

Gráfica 57: Problemas con servicio de Internet Móvil – Evolutivo II.



La gráfica anterior presenta también los datos de manera evolutiva aunque con una visualización distinta. Acá se identifica mejor el alza en la tasa de problemas con Internet Móvil, siendo Movistar y Claro las dos compañías con mayor aumento desde la medición anterior.

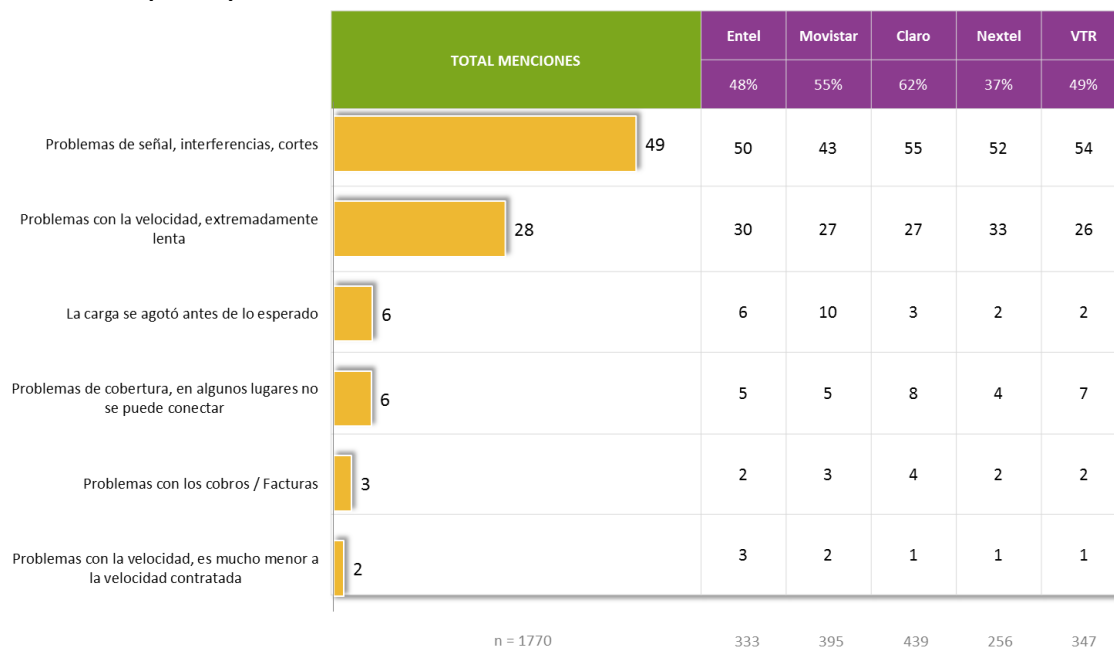
Gráfica 58: Problemas con servicio de Internet Móvil – Contrato y Prepago.



Por tipo de modalidad de plan y tal como se resumió anteriormente, se observa que los clientes con contrato (55%) presentan una mayor tasa de problemas en comparación a los de prepago (53%). Las principales diferencias se encuentran en los proveedores Claro (74% con contrato vs 57% con prepago) y Nextel (44% con contrato vs 33% con prepago). VTR es la única en donde se observa que hay un porcentaje mayor de problemas reportados entre los usuarios de prepago (55%) que contrato (49%).

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

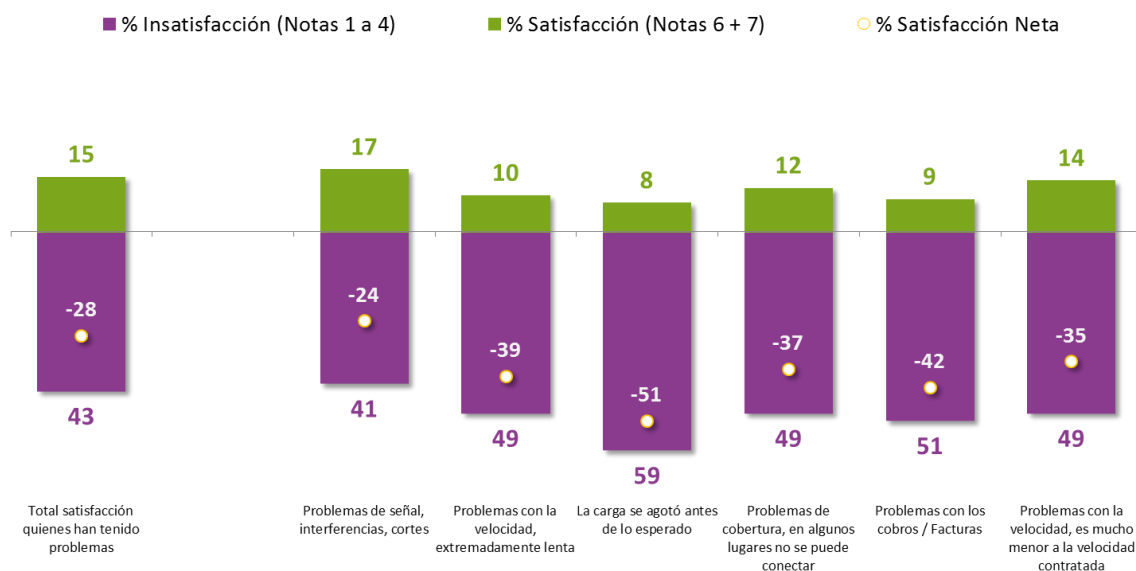
Gráfica 59: Tipos de problemas de Internet Móvil.



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (54%). En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador.

Dentro de los principales problemas con el servicio de Internet Móvil, se reconoce que el principal son los problemas de señal, interferencias o cortes (49% del total de menciones), seguido de problemas con la velocidad, servicio extremadamente lento (28%). Al analizar los tipos de problemas según las distintas compañías, se aprecia que los problemas de señal, interferencias y cortes destacan como el problema prioritario sin diferencias por operador.

Gráfica 60: Tipos de problemas de Internet Móvil y satisfacción.



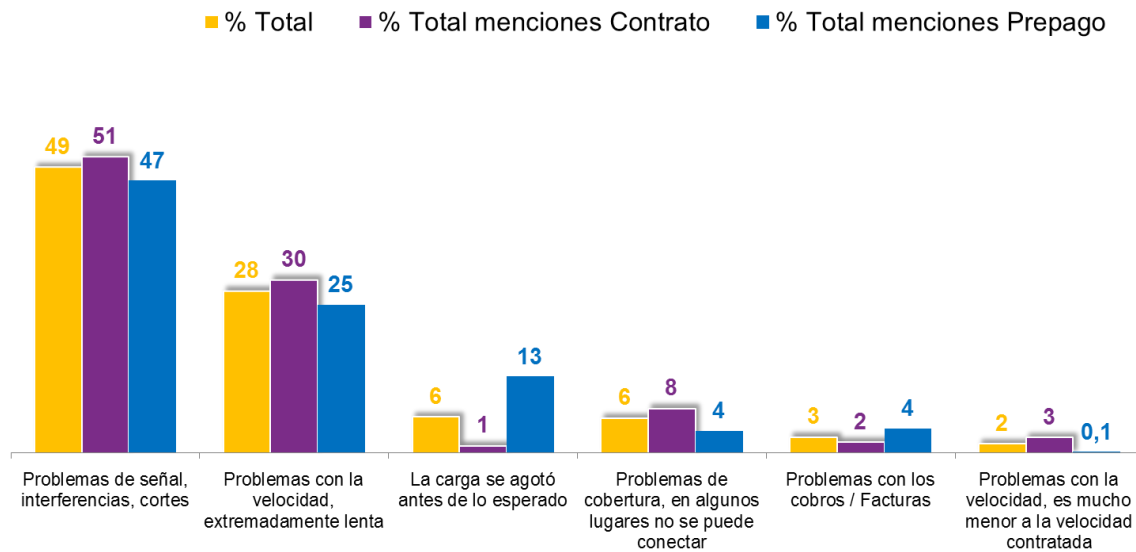
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (54%)

Al revisar la satisfacción de los usuarios que reportan haber tenido alguno de los principales problemas con el servicio de Internet Móvil, se reconoce que en general presentan niveles bajos de satisfacción, siendo el neto de -28 puntos porcentuales en el total. Dentro de los problemas que más afectan la satisfacción, destaca la "Carga se agotó antes", en donde se presenta un mayor nivel de insatisfacción (59%) y el menor neto (-51). Otro de los problemas que afectan de manera importante la satisfacción son los relacionados a los cobros / facturas y a problemas con la velocidad (net -42).

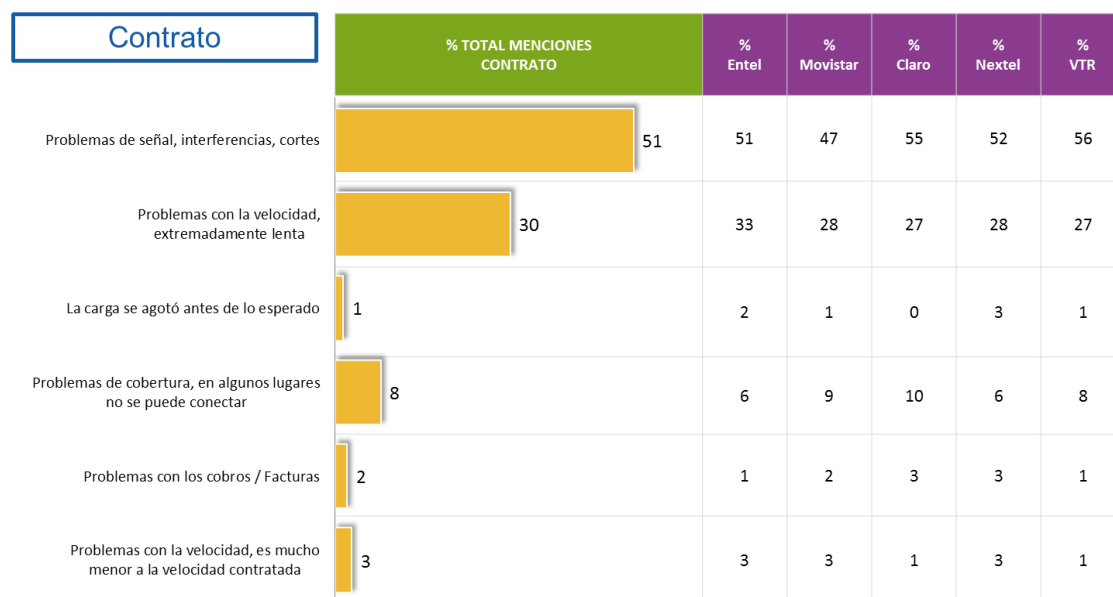
Gráfica 61: Tipos de problemas de Internet Móvil – Contrato y Prepago.



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (54%)

Identificando los principales problemas según usuarios de contrato y prepago, se observa que los más relevantes son comunes para los dos tipos de clientes: problemas de señal, interferencias y cortes y Problemas con la velocidad, extremadamente lenta. Un problema que aparece principalmente entre los usuarios de prepago y que ocupa el tercer lugar dentro de los problemas que aquejan a estos usuarios, está “La carga se agotó antes de los esperado”.

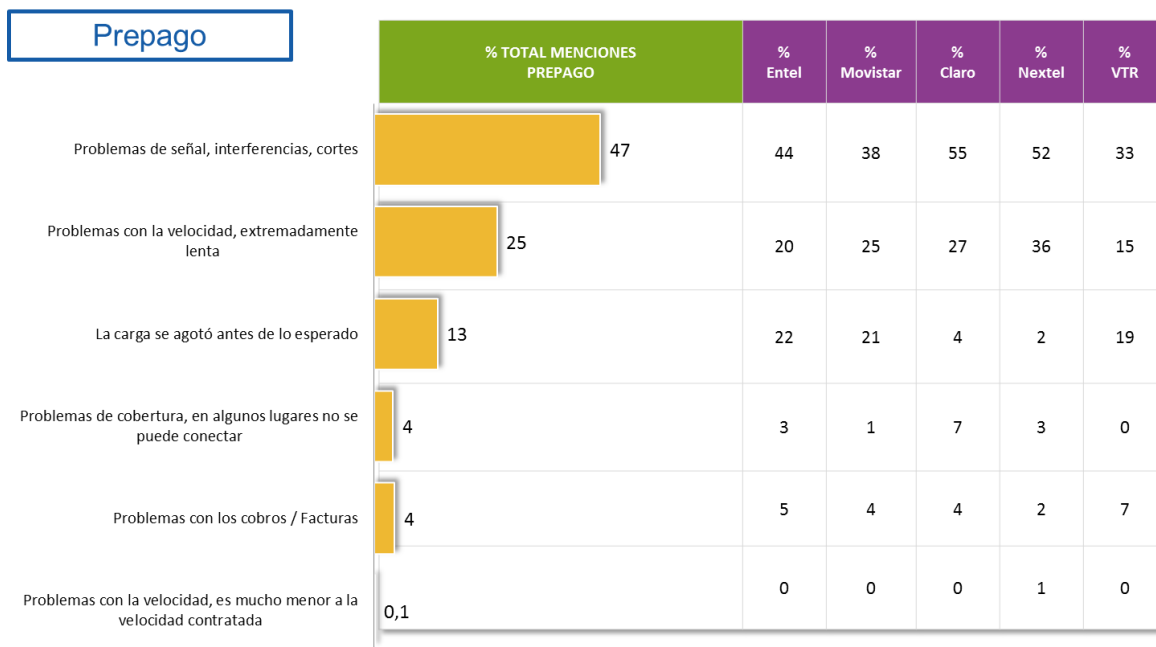
Gráfica 62: Tipos de problemas de Internet Móvil – Contrato.



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (54%)

En la gráfica 62 no se reconocen mayores diferencias entre los usuarios con contrato de las distintas empresas proveedoras del servicio de Internet Móvil. En todas destacan los problemas de señal, interferencias y cortes como la principal problemática, seguido de los problemas de velocidad. En tercer lugar, se aprecia que aparece el problema de cobertura y la dificultad para conectarse en algunos lugares (8%).

Gráfica 63: Tipos de problemas de Internet Móvil – Prepago.



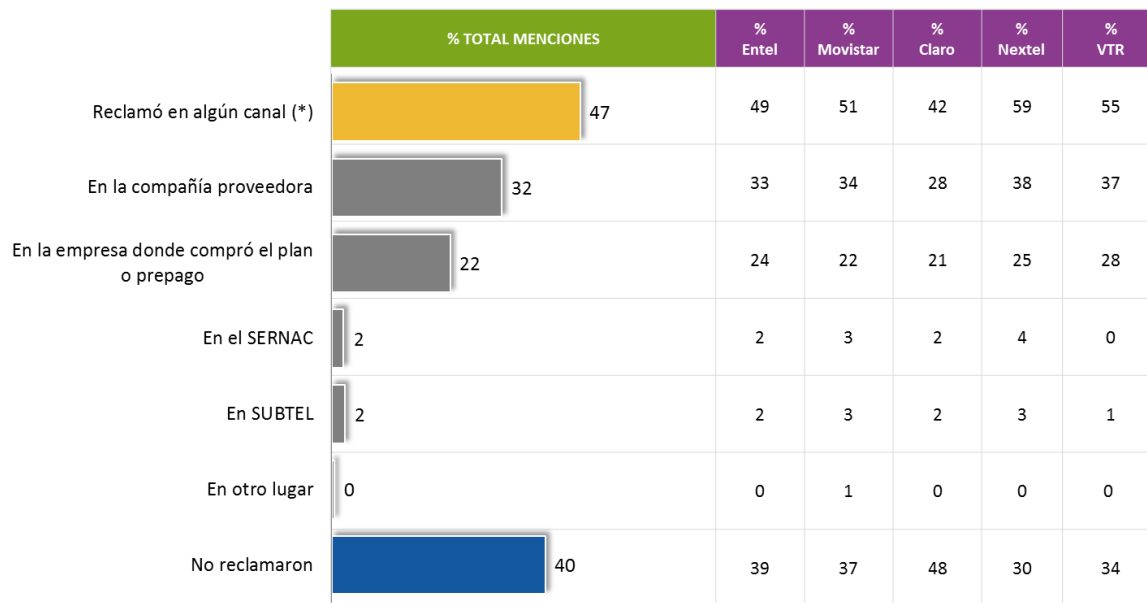
Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (54%)

Los problemas de señal, interferencias y cortes se posicionan también como el principal problema que sufren los usuarios de prepago de las distintas empresas proveedoras del servicio de Internet Móvil. En tercer lugar, y a diferencia de los usuarios de contrato, se observa que uno de los problemas es que la carga se agotó antes de lo esperado (13% en el total de menciones), siendo este problema el **segundo** con mayor menciones (después del problema de señal) en las empresas Entel y VTR, mientras que en Movistar, Claro y Nextel, el **segundo** problema con más menciones es el relacionado a los problemas con la velocidad de Internet.

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

Gráfica 64: Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil.

% Que dice Sí

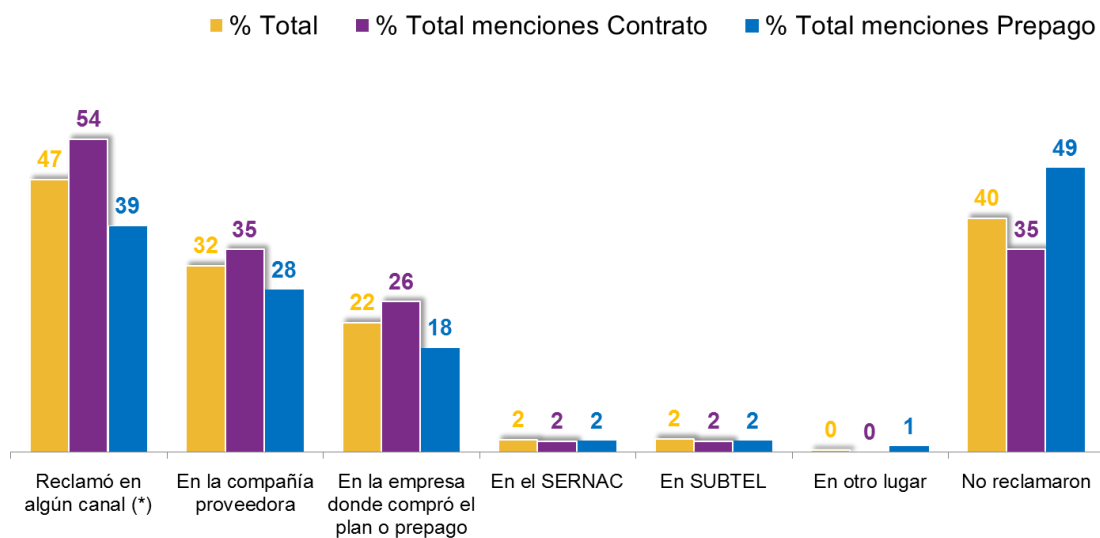


(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (54%)

Entre los usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil durante los últimos 12 meses, se aprecia que un 47% ha reclamado en algún lugar o canal, destacando los clientes de Nextel, VTR y Movistar, todos con reclamos que sobrepasan el 50% de los usuarios que han tenido problemas. Dentro de los lugares donde más se reclama, se reconoce que la compañía proveedora del servicio es el principal agente donde se efectúan los reclamos (32%) y en segundo lugar, aparece la empresa donde compró el plan o prepago (22%). De todos modos, una parte importante de los usuarios que tuvieron algún problema con el servicio de Internet Móvil no realiza reclamo o pide solución en algunas de las opciones (40%). En cuanto a la Subsecretaría de Telecomunicaciones, solo un 2% de los entrevistados acudió y presentó algún reclamo o pidió alguna solución en la SUBTEL considerando el último problema que tuvo.

Gráfica 65: Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Contrato y Prepago .

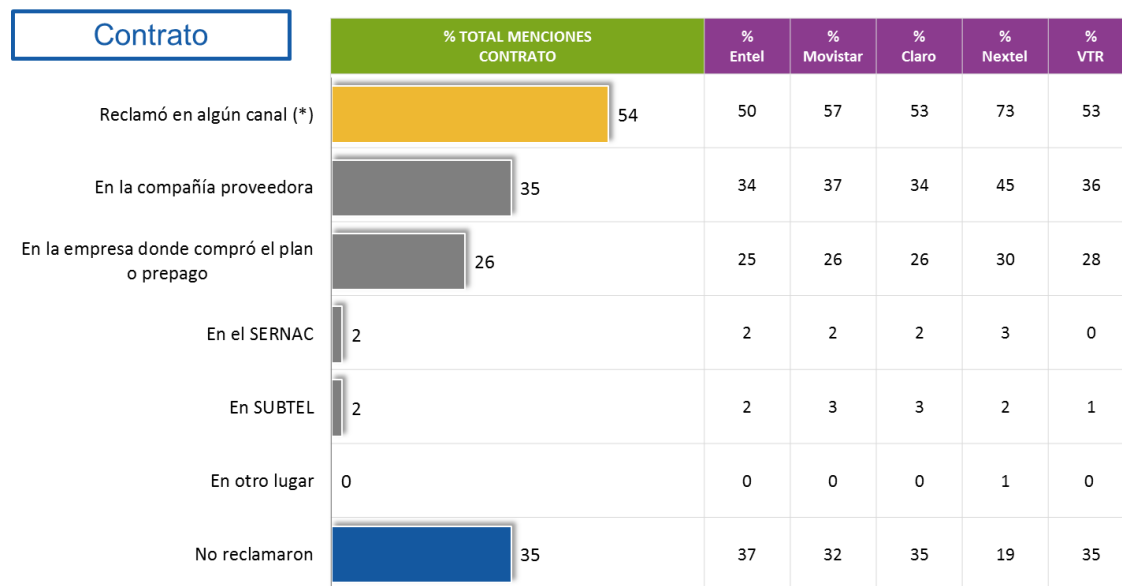


(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (54%)

Al momento de revisar los resultados del lugar de reclamo separando a los usuarios entre quienes tienen contrato y prepago, se aprecia que un 54% de las personas que tienen contrato reclaman cuando han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil, mientras que un 39% de los usuarios de prepago lo hacen. Un 49% de los usuarios de prepago afirma que no reclamaron a pesar de haber tenido problemas con el servicio en el último año.

Gráfica 66: Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Contrato.% Que dice Sí



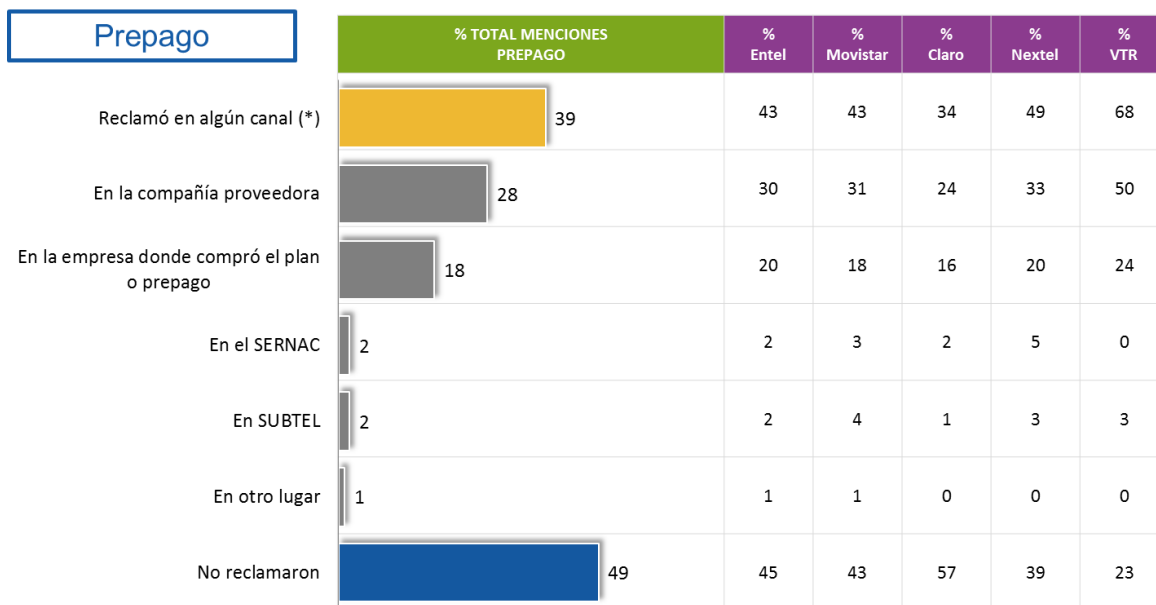
(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (54%)

Entre las personas que tienen contrato y que han presentado algún problema con el servicio de Internet Móvil en el último año, se identifica que los usuarios de Nextel son quienes presentan la tasa mayor de reclamo (en cualquier canal) ascendiendo a un 73% de los usuarios que han tenido problemas. Por otro lado se aprecia que independiente de la compañía proveedora, el primer lugar donde se reclaman los problemas, es directamente en la compañía, seguido de la empresa donde se compró el plan.

Gráfica 67: Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Prepago.

% Que dice Sí



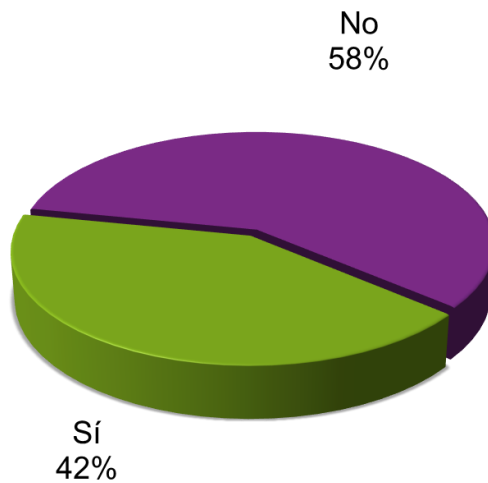
(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (54%)

Entre las personas que tienen prepago y que han presentado algún problema con el servicio de Internet Móvil en el último año, los usuarios de VTR son quienes presentan la tasa mayor de reclamo (en cualquier canal) ascendiendo a un 68% de los usuarios que han tenido problemas y que tienen Internet Móvil en formato prepago. Nuevamente y al igual que como se aprecia entre los usuarios con contrato, se aprecia que independiente de la compañía proveedora, el primer lugar donde se reclaman los problemas, es directamente en la compañía, seguido de la empresa donde se compró el plan.

“¿Y su problema fue resuelto?”

Gráfica 68: Resolución del problema.

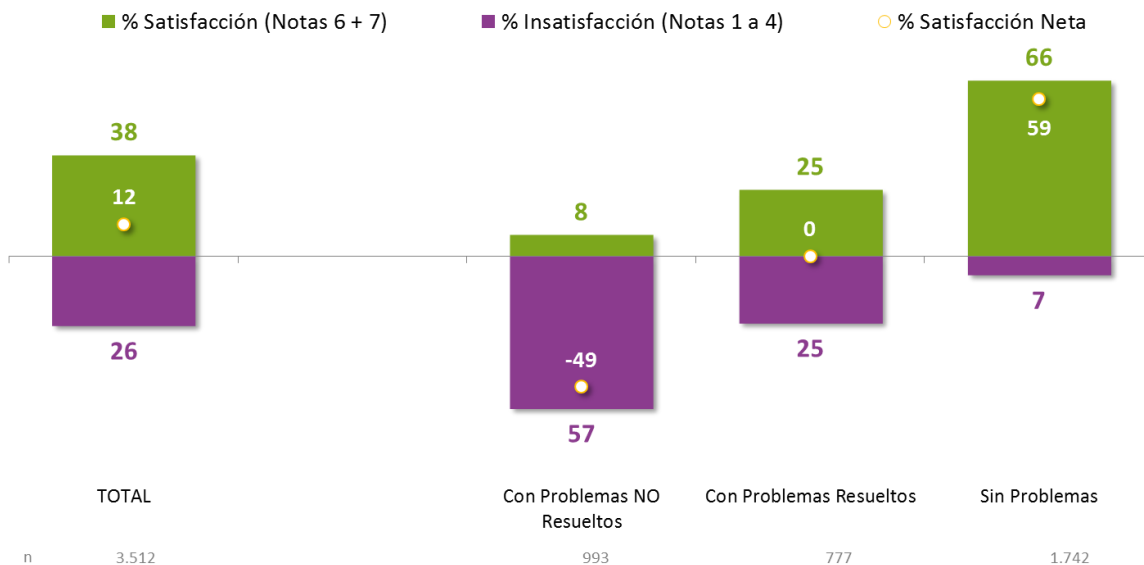


Resolución de problemas Internet Móvil: % que dice Sí

Compañía	Base (n)	% Total	% Contrato	% Prepago
Entel	333	46	46	46
Movistar	395	42	48	35
Claro	439	38	40	38
Nextel	256	43	39	47
VTR	347	50	51	46
TOTAL	1.770	42	45	38

Entre los usuarios que reportaron haber tenido algún problema durante los últimos 12 meses con su servicio de Internet Móvil, un 42% declaró que su problema fue resuelto. Dentro de las compañías proveedoras que más destacan en la resolución de problemas, destacan VTR (50%) y Entel (46%). Al revisar la modalidad (contrato – prepago), se aprecia que en general, los clientes de contrato reportan en mayor medida que sus problemas son resueltos, a excepción de los usuarios de Nextel, donde los usuarios prepago declaran que se les resuelve en mayor medida sus problemas que los de contrato.

Gráfica 69: Satisfacción con Internet Móvil según si le han resuelto problemas.

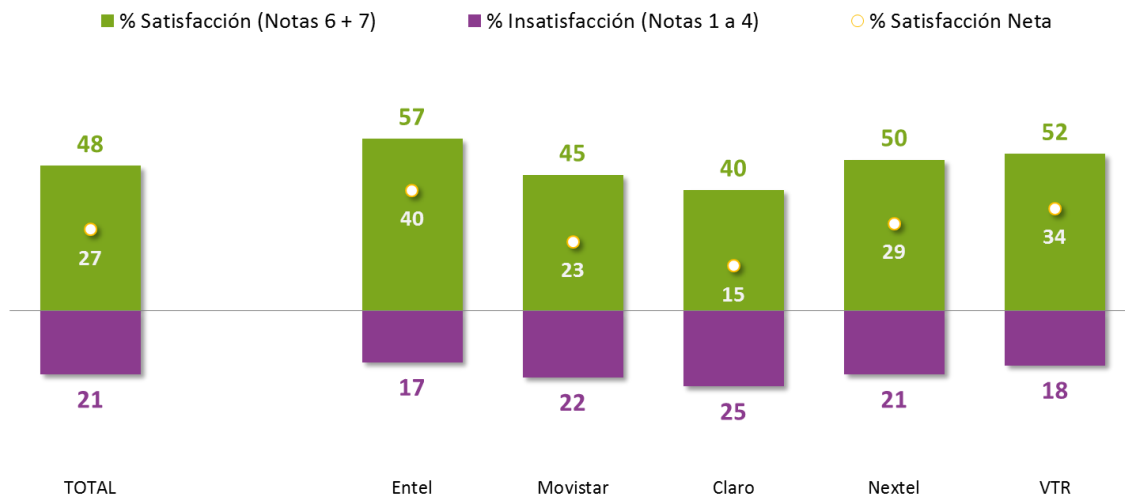


Casos: 3.512. Se señala el número de casos según filtro sobre problemas.

Al analizar la satisfacción según la presencia de problemas o no, y la resolución de los mismos, se puede apreciar que los usuarios que no han presentado problemas con el servicio de Internet Móvil durante el último año, son quienes presentan una mayor satisfacción, y por ende, una mayor satisfacción neta con el servicio, con una satisfacción de un 66% y una satisfacción neta de 59. Por otro lado, entre quienes han tenido problemas durante el último año, quienes no han visto su problema resuelto, presentan el nivel de satisfacción más bajo, con un 57% de insatisfacción (notas de 1 a 4) y una satisfacción neta de -49. El nivel de satisfacción con la resolución de los problemas presentados alcanza un 48% de satisfacción y un neto de 27 puntos porcentuales.

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

Gráfica 70: Satisfacción con la Solución de problemas de Internet Móvil.

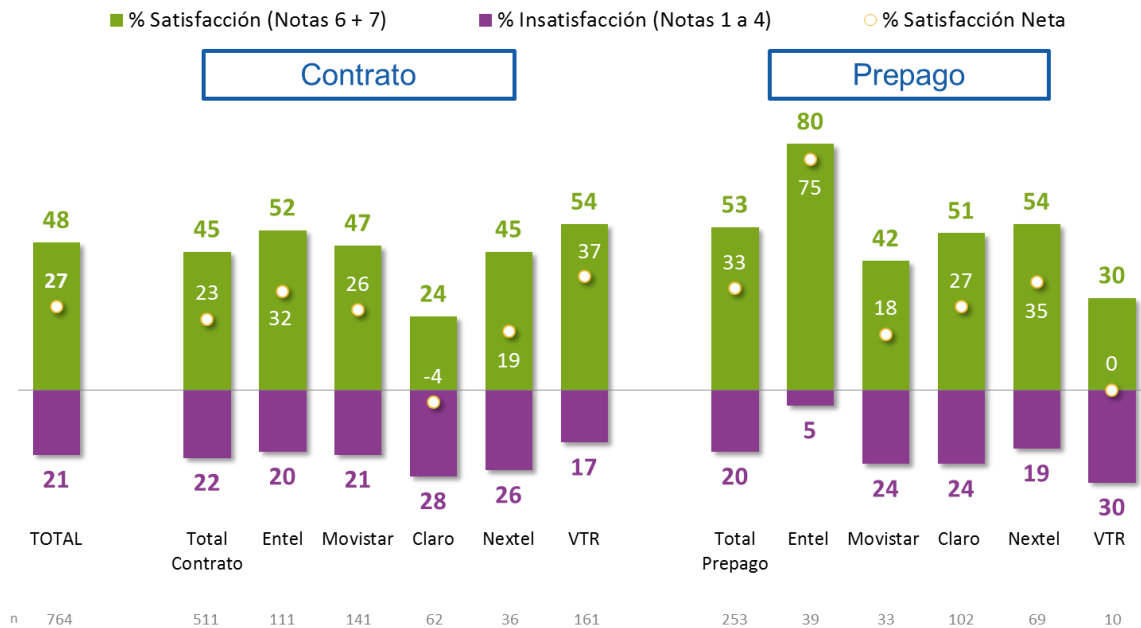


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción “5” o “No sabe”.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil y que resolvieron su problema (22%)

Entre las empresas que presentan una mayor satisfacción con la resolución de los problemas, destacan Entel, VTR y Nextel, todas con niveles de satisfacción iguales o superiores al 50%. Movistar y Claro, por su parte, presentan los niveles más altos de insatisfacción con la resolución de los problemas del servicio de Internet Móvil, con un 22% y 25% respectivamente, aunque de todas formas el neto de satisfacción resulta positivo en ambos casos.

Gráfica 71: Satisfacción con la resolución de problemas de Internet Móvil.

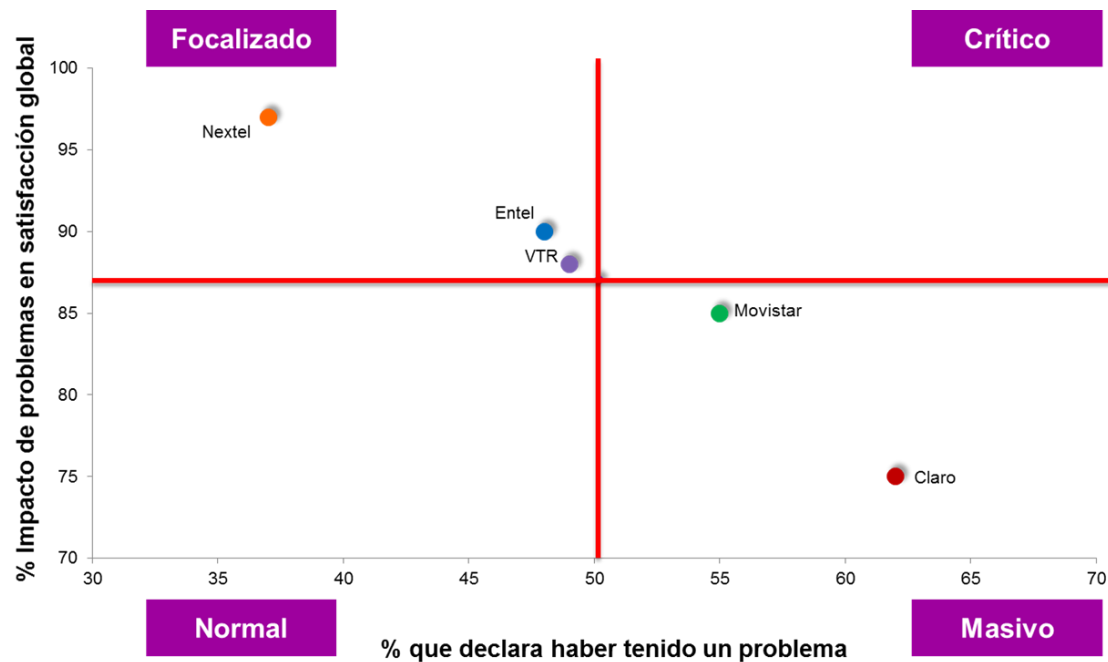


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil y que resolvieron su problema (22%)

Con respecto a la resolución que tuvieron los usuarios de acuerdo a los problemas presentados con el servicio de Internet Móvil, se aprecia que en el total existe una satisfacción de 48%, siendo mayor entre los usuarios de prepago, con un 53% vs un 45% en contrato. Entre las compañías, Entel (80%), Nextel (54%) y Claro (51%) presentan una mayor satisfacción con la resolución de problemas entre los usuarios de prepago. En el caso de los usuarios con contrato, VTR (54%) y Movistar (52%) presentan mayor satisfacción con la resolución de problemas. En específico solo los usuarios de contrato de Claro presentan una satisfacción neta negativa, mientras que los usuarios de prepago de VTR presentan un neto de cero. Todas las demás empresas proveedoras, en su formato contrato o prepago presentan un neto de satisfacción positivo.

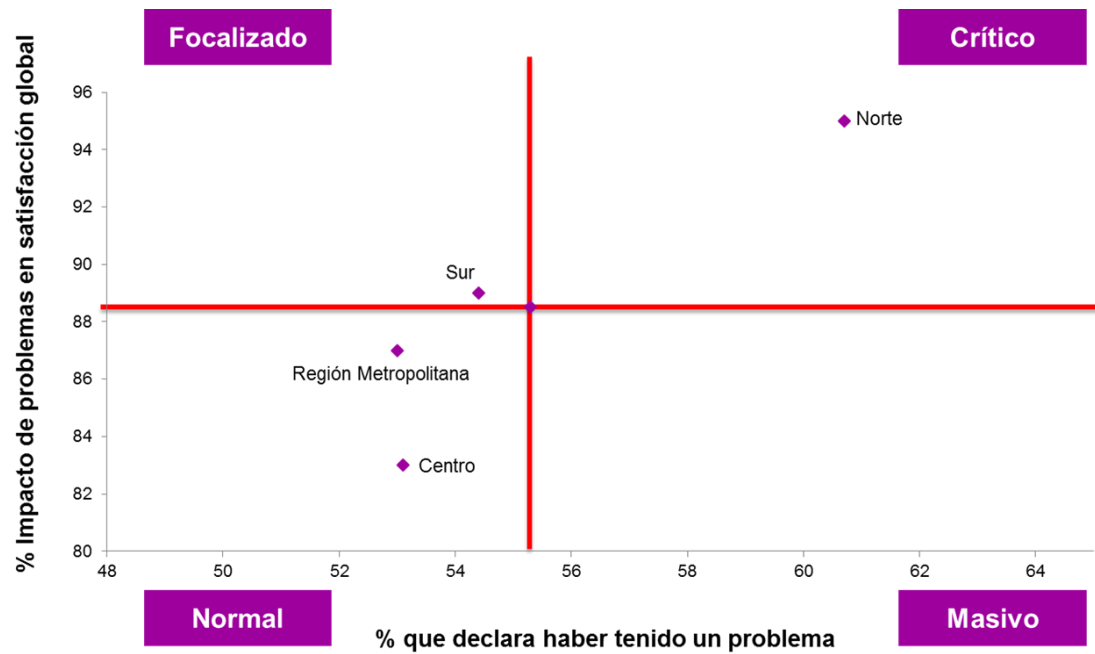
Gráfica C: Impacto problemas en Satisfacción por Operador de Internet Móvil



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

El gráfico anterior presenta el impacto de tener problemas en la satisfacción identificando distintos cuadrantes dependiendo del impacto y la posición del operador. Acá se visualiza lo anteriormente expuesto, es decir, donde Claro tiene un impacto masivo en su satisfacción.

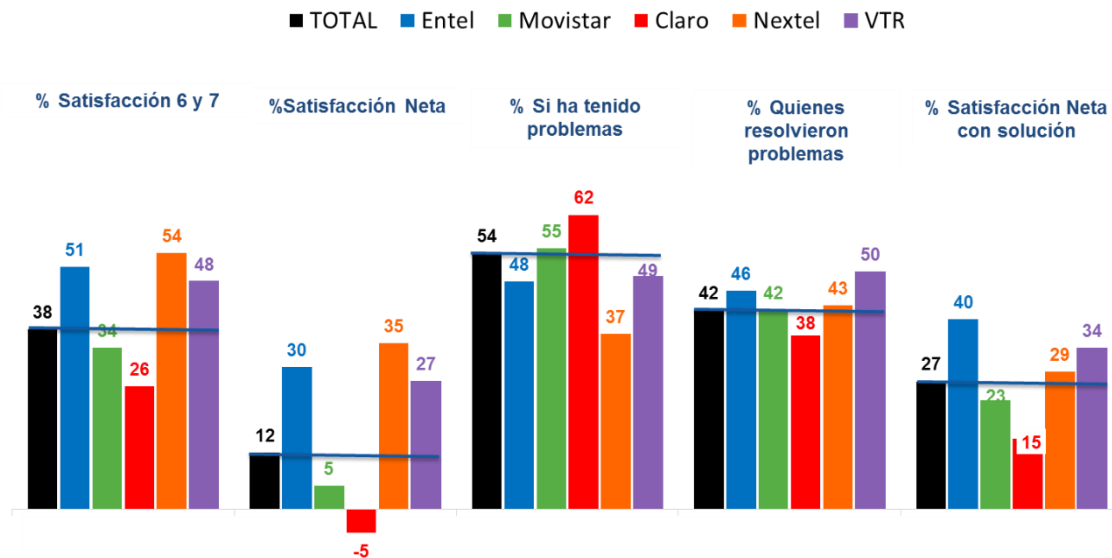
Gráfica C.1: Impacto problemas en Satisfacción de Internet Móvil – ZONA



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

La zona norte presenta el impacto más importante sobre la satisfacción considerando la tasa de problemas.

Gráfica 72: Principales indicadores Internet Móvil.



A modo de resumen la gráfica 72 presenta los principales indicadores del Servicio de Internet Móvil. Con respecto a la Satisfacción (evaluación con nota 6 o 7) se aprecia que en comparación a la satisfacción total de todos los servicios Claro es la empresa que tiene el más bajo porcentaje. También Claro es la única empresa de Internet Móvil que presenta una satisfacción neta negativa con -5, siendo la más baja de la industria junto a Movistar. En relación a la presentación de problemas del servicio, la empresa que reporta una mayor tasa de problemas es Claro.

Según la tasa de resolución de problemas, se puede apreciar que en su mayoría todas las empresas que tienen este servicio se ubican muy cercanas o superan al porcentaje total de respuesta (42%). Solamente Claro queda por debajo del total, con una diferencia de 4 puntos porcentuales (38% de sus usuarios que han tenido problemas declaran que éstos se resolvieron). Finalmente y de acuerdo a la satisfacción neta con la resolución del problema, se observa que los clientes de Claro nuevamente reportan el peor resultado, al tener una satisfacción neta de la resolución de 15 puntos. También destaca la baja satisfacción de Movistar.

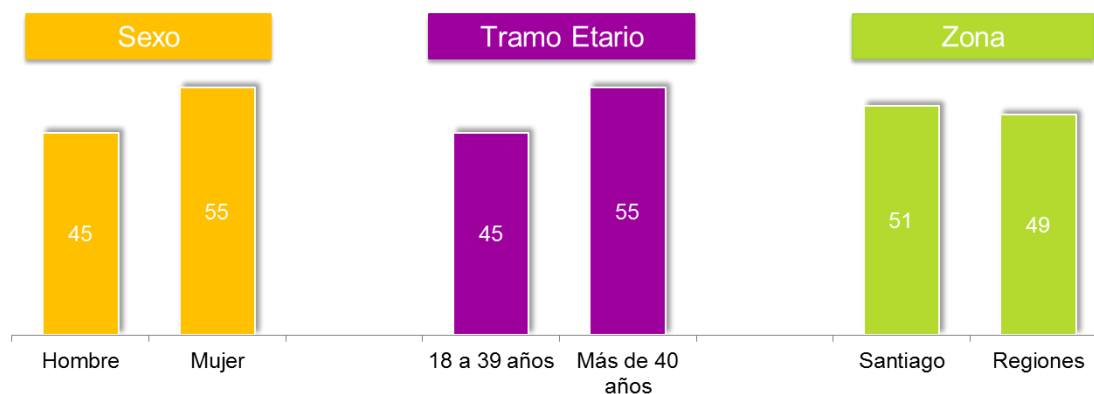
6.3. Internet Fija

6.3.1. Perfil de los entrevistados

Gráfica 73: Ponderación por segmentos de usuarios de Internet Fija

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.463	42	45	2,6
	Mujer	2.052	58	55	2,2
	18 – 39	1.577	45	45	2,5
	Más de 40	1.938	55	55	2,2
	Santiago	1.808	51	51	2,3
	Regiones	1.707	49	49	2,4

Gráfica 74: Características demográficas de usuarios de Telefonía Móvil.



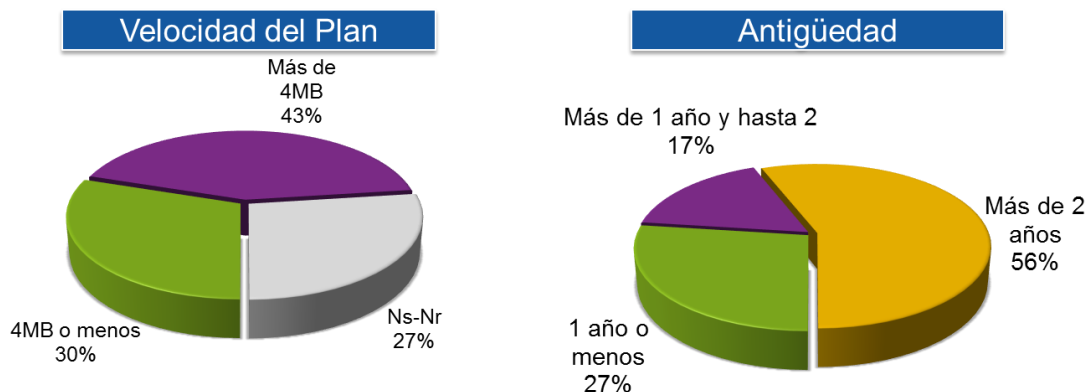
En el caso de Internet Fija, podemos observar que en la composición de la muestra demográfica la muestra por edad presenta diferencias, donde las personas de más de 40 (55%) superan a las de entre 18 y 39 (45%). En el caso del género, las mujeres (55%) muestran una mayoría respecto de los hombres (45%). Los usuarios de Santiago se presentan con un porcentaje bastante similar al de regiones, alcanzando un 51% y 49% respectivamente.

Gráfica 75: Características demográficas de los usuarios de Internet Fija – Por compañía.

Género					Edad					Zona				
Compañía	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total	Compañía	Base (n)	% 18 a 39	% 40 o Más	Total	Compañía	Base (n)	% RM	% Regiones	Total
Movistar	707	41	59	100	Movistar	707	44	56	100	Movistar	707	55	45	100
VTR	701	51	49	100	VTR	701	44	56	100	VTR	701	52	48	100
Claro	704	42	58	100	Claro	704	49	51	100	Claro	704	50	50	100
GTD	701	33	67	100	GTD	701	43	57	100	GTD	701	100	0	100
Telsur/Telcoy	702	41	59	100	Telsur/Telcoy	702	44	56	100	Telsur/Telcoy	702	0	100	100
TOTAL	3.515	45	55	100	TOTAL	3.515	45	55	100	TOTAL	3.515	51	49	100

En términos de género por compañía, destaca que VTR es la única donde los hombres superan a las mujeres (51% vs. 49%), mientras que en GTD las mujeres son, comparativamente con el resto de las compañías, un mayor porcentaje respecto a los hombres (67% vs. 33%). En la distribución por edad, todas las compañías cuentan con una inclinación hacia el segmento más adulto (40 años y más); es en Claro donde la distribución es más pareja, con un 49% entre 18 y 39 años y un 51% en mayores de 40 años. Movistar y VTR cuentan con una distribución mayor de usuarios similar en la región metropolitana que en regiones, mientras que Claro tiene una distribución del 50% en regiones y 50% en RM. Por su parte, GTD solo cuenta con clientes en la región metropolitana mientras que la totalidad de los clientes de Telesur/Telcoy son de regiones. Tal como se presentó al comienzo del informe en la distribución de la muestra, estas compañías solo entregan su servicio en las zonas identificadas.

Gráfica 76: Características del servicio de Internet Fija.



Gráfica 77: Características del servicio de Internet Fija – Por compañía.

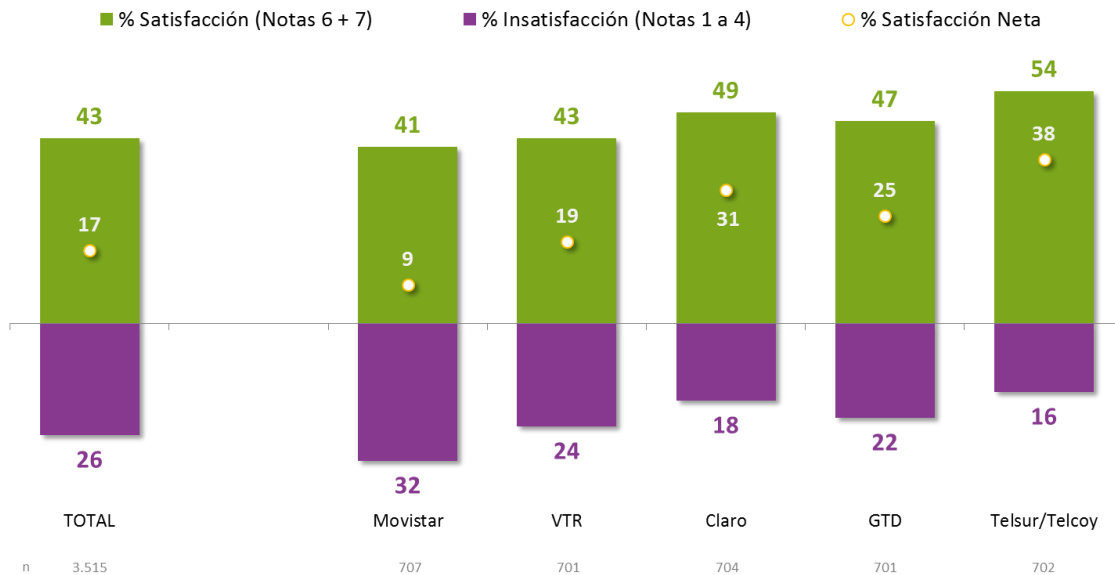
Compañía	Base (n)	4MB o menos	Más de 4MB	NS/NR	Total
Movistar	707	45	27	28	100
VTR	701	14	59	27	100
Claro	704	25	55	20	100
GTD	701	16	39	45	100
Telsur/Telcoy	702	35	37	28	100
TOTAL	3.515	30	43	27	100

Compañía	Base (n)	% 1 año o menos	% Más de 1 y hasta 2	% Más de 2 años	Total
Movistar	707	29	18	53	100
VTR	701	23	14	63	100
Claro	704	40	26	34	100
GTD	701	18	18	64	100
Telsur/Telcoy	702	18	19	63	100
TOTAL	3.515	27	17	56	100

En terminos de la velocidad del plan, los usuarios de internet fija de VTR (59%), Claro (55%) y GTD (39%) cuentan mayoritariamente con una velocidad de conexión de más de 4MB. En Movistar se da la situación contraria, ya que la mayoría de las personas que conocen su velocidad de navegación declaran que esta de de 4MB o menos (45%). Telsur/Telcoy tiene una distribución más similar entre ambos tipos de velocidades. De todos modos, cabe destacar que un 27% declara no saber o no responder la velocidad de su plan. Respecto de la antigüedad de los usuarios, existe una clara diferenciaa entre los clientes de Movistar, GTD, VTR y Telsur con los usuarios de Claro, ya que los primeros cuentan con una antigüedad como cliente mucho mayor, mientras que la mayoría de los clientes de Claro lo son hace menos de un año.

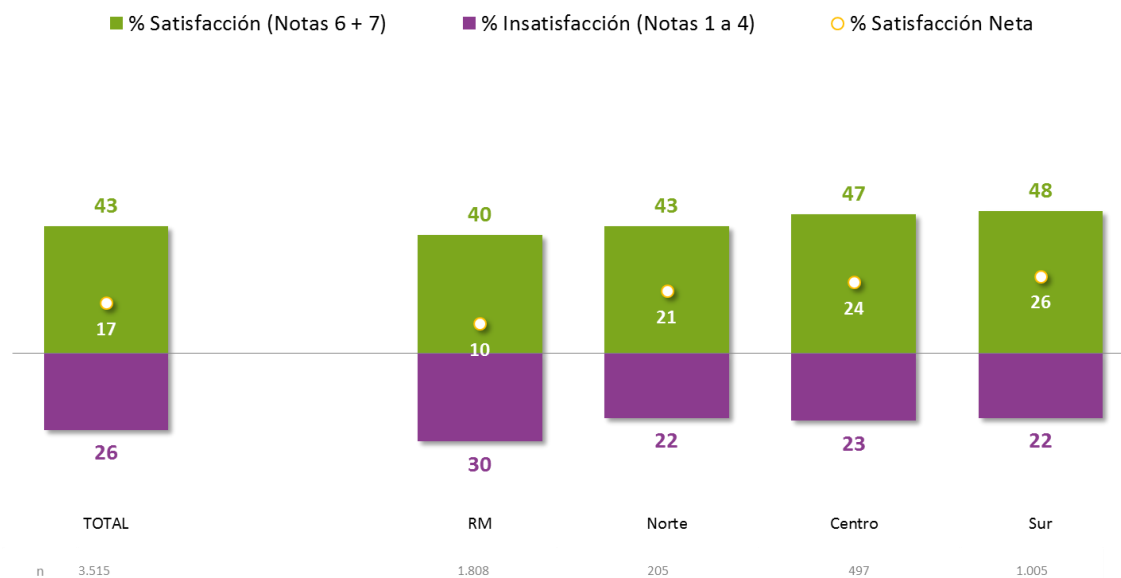
6.3.2. Satisfacción con empresas de Internet Fija

Gráfica 78: Satisfacción con servicio de Internet Fija.



El promedio de satisfacción para el servicio alcanza a un 43%, destacando Telsur/Telcoy y Claro, con un 54% y 49% respectivamente de satisfacción. La única compañía que está por debajo del total es Movistar con un 41%. La insatisfacción llega a un 26% en el total del servicio, siendo Movistar quién cuenta con un mayor nivel de insatisfacción, alcanzando un 32%.

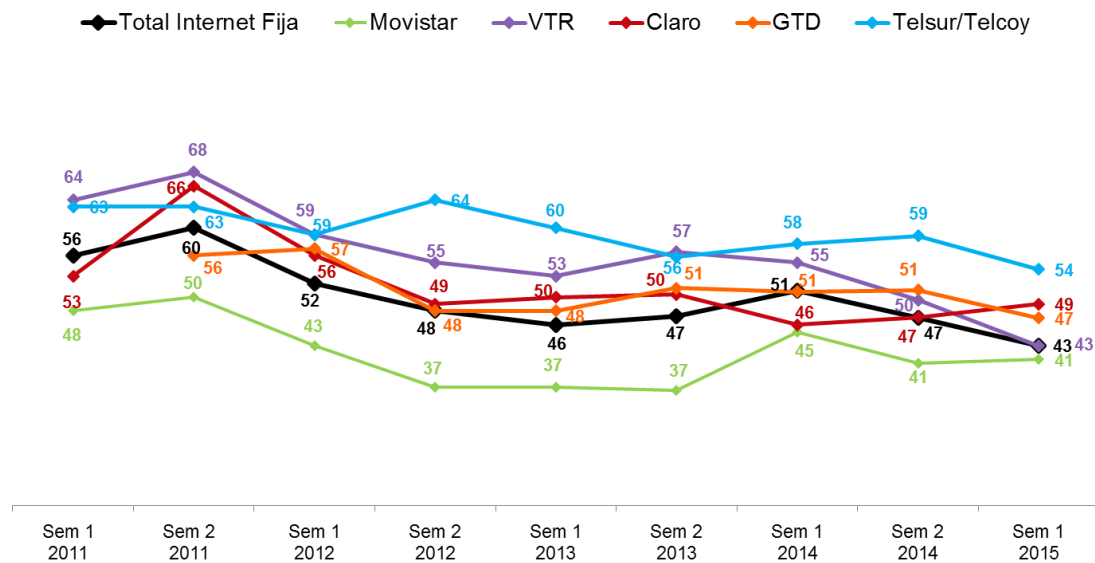
Gráfica 79: Satisfacción con Internet Fija por zona.



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

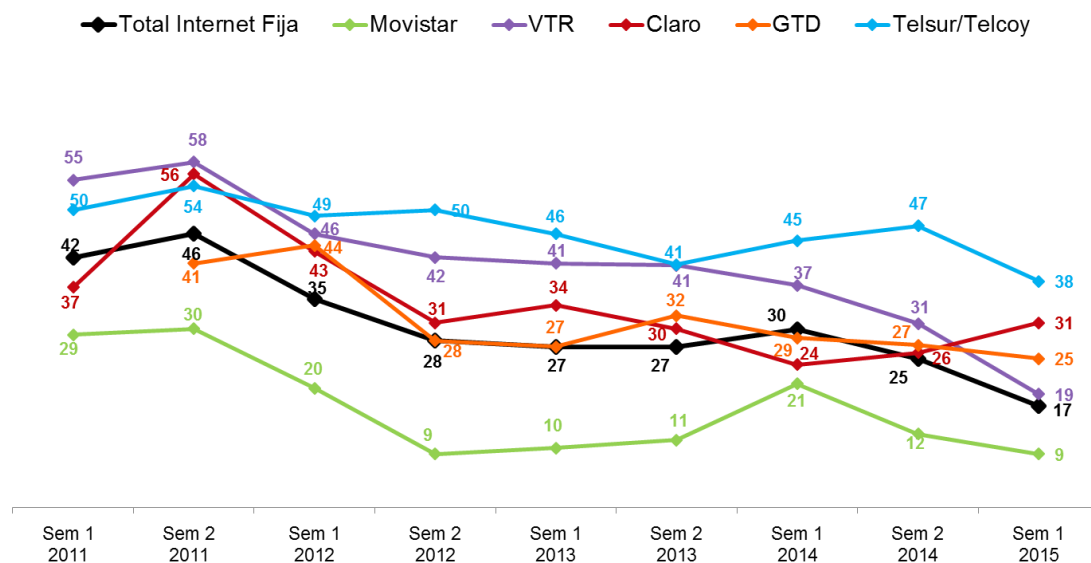
Por zona se identifica que en RM la satisfacción neta y satisfacción es más baja en el resto de las zonas, siendo también la insatisfacción más alta. La zona sur tiene la mayor satisfacción y satisfacción neta, y comparte junto a la zona norte el menor porcentaje de insatisfacción.

Gráfica 80: Satisfacción con servicio de Internet Fija – Evolutivo.



En el tiempo el promedio de satisfacción disminuyó respecto a las mediciones anteriores, alcanzando incluso, su **punto más bajo** desde 2011 con un 43%. Al ver los resultados históricos por compañía, Telsur/Telcoy (-5) VTR y (-7) GTD (-4) también disminuyen sus índices de satisfacción, aunque en diferentes grados. Claro, por su parte, aumenta su índice de satisfacción de forma leve de 47% a 49%, mientras que Movistar se mantiene (41%).

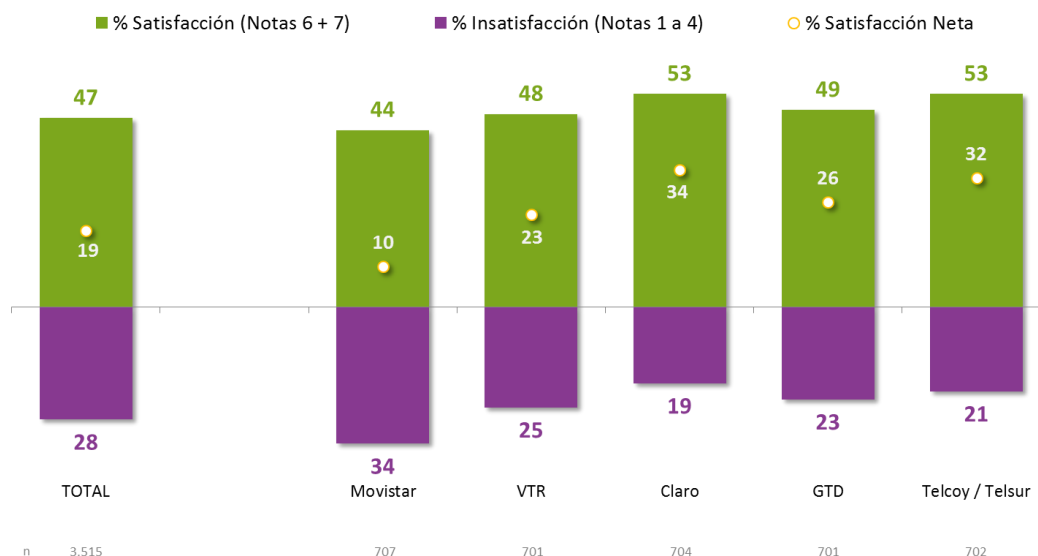
Gráfica 81: Satisfacción neta con servicio de Internet Fija – Evolutivo.



En cuanto al neto de satisfacción, también vemos una caída a nivel general, llegando al **punto más bajo (17%)** desde el primer semestre del 2011. Al igual que las mediciones anteriores, Movistar sigue siendo el proveedor de Internet fija que tiene un menor índice de satisfacción neta (9%), cayendo 3 puntos respecto a las mediciones anteriores. Telsur/Telcoy lidera este indicador con 38% aunque con una caída de 9 puntos, mientras que Claro lo secunda y mejora respecto a las mediciones anteriores (+5), alcanzando una satisfacción neta de 31%.

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

Gráfica 82: Satisfacción con la velocidad de Internet Fija – Evolutivo.

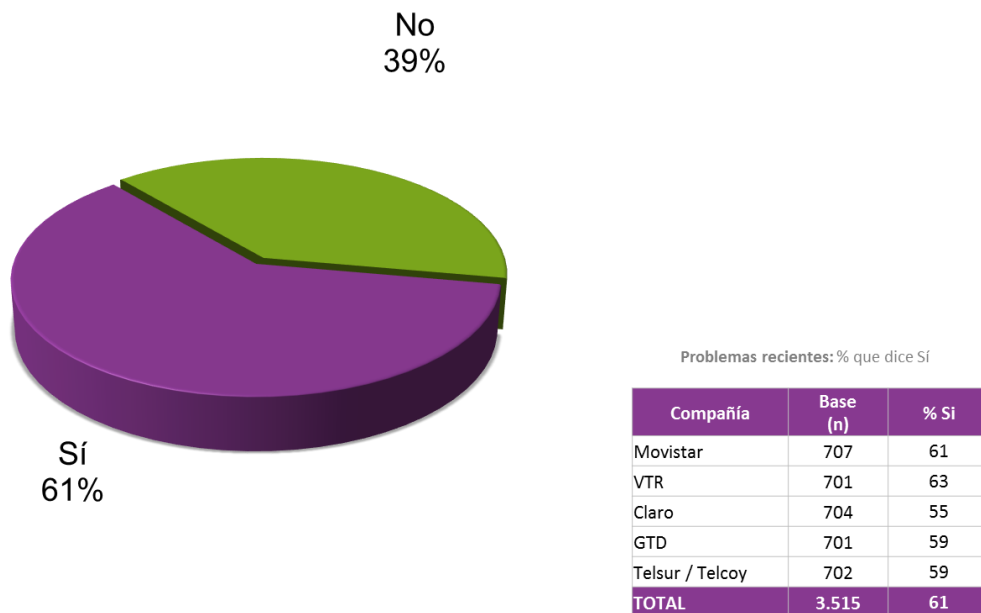


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

En la satisfacción respecto a la velocidad de Internet fija en el hogar, los proveedores de este servicio promedian un 47%. Telsur/ Telcoy y Claro tienen la mejor satisfacción en la velocidad de navegación con un 53%. Movistar es la que tiene un mayor índice insatisfacción y menor índice de satisfacción, con un 34% y 44% respectivamente.

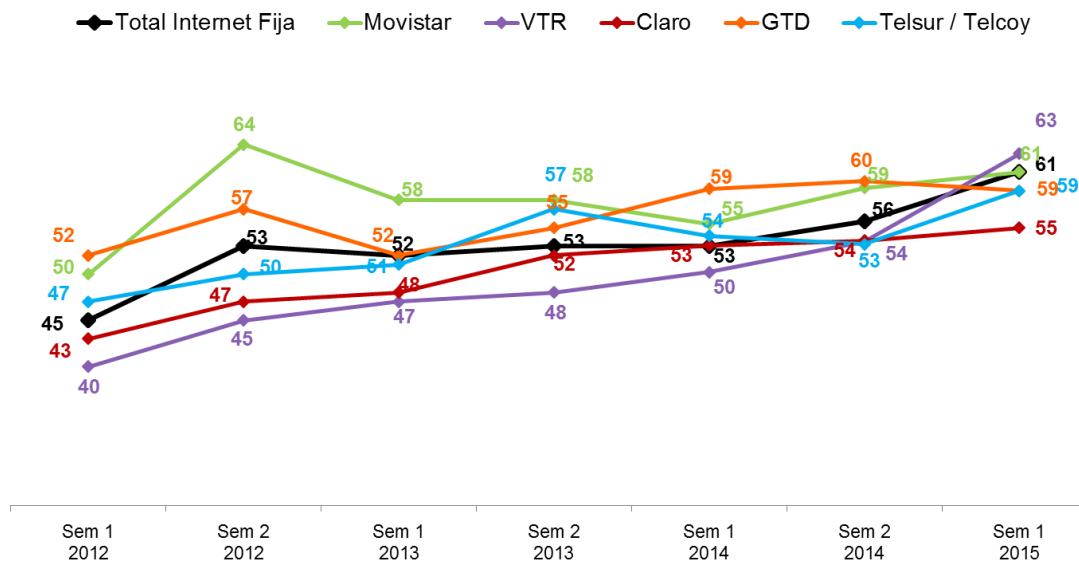
6.3.3. Problemas, reclamos y resolución: Internet Fija

Gráfica 83: Problemas recientes con el servicio



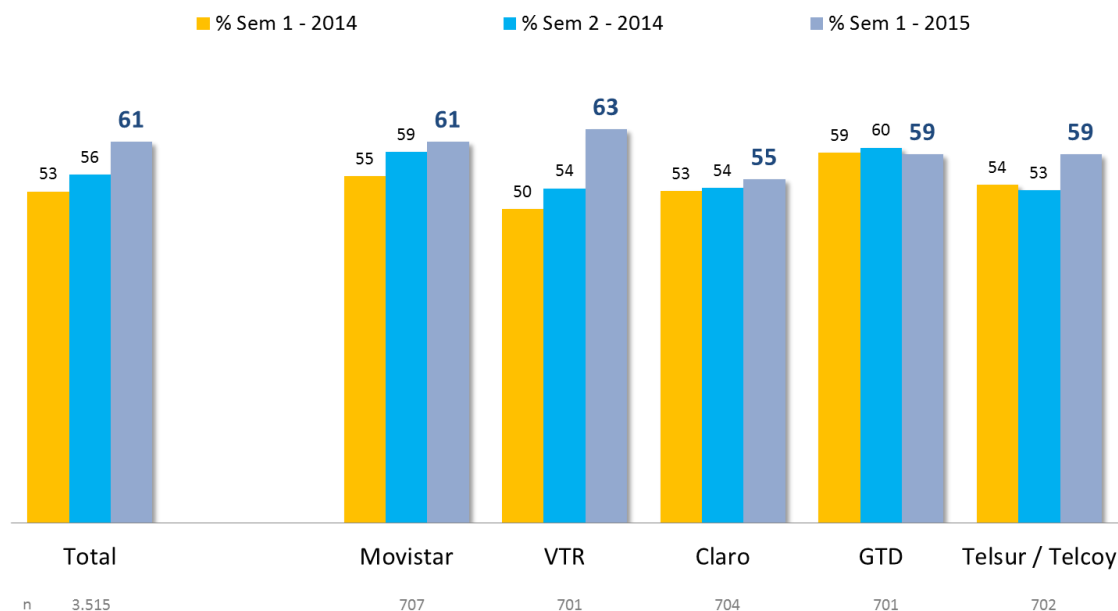
En la gráfica 83 podemos observar que un 61% declara haber tenido algún tipo de problema con su servicio de Internet fija. No se ven grandes diferencias entre las compañías proveedoras en este indicador. Podemos observar que VTR alcanza el porcentaje más alto con un 63% y el más bajo Claro con un 55%.

Gráfica 84: Problemas con el servicio de Internet fija – Evolutivo I



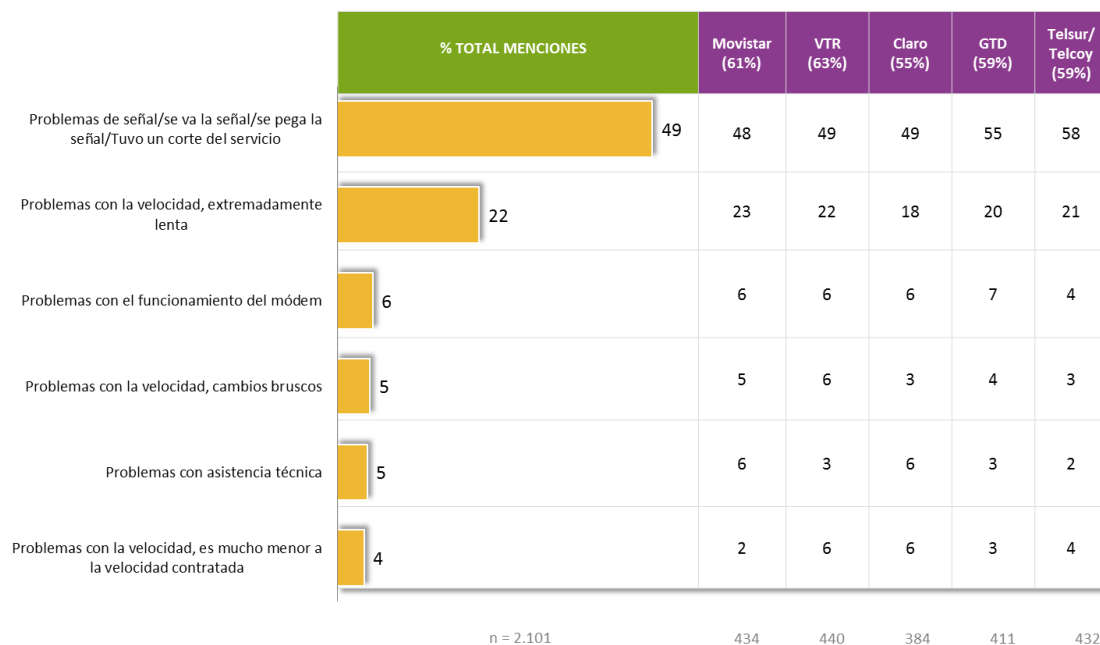
En la serie de datos, vemos un alza a nivel general en el porcentaje de personas que ha tenido problemas con su servicio de Internet fija, siendo una constante desde el primer semestre de 2012. Respecto de la medición anterior las compañías que tienen un mayor alza son VTR y Telsur/ Telcoy, subiendo de un 54% a 63% y de 53% a 59% respectivamente. Mientras que la compañía que disminuye el porcentaje de reclamos, aunque de manera leve, es GTD de un 60% a un 59%.

Gráfica 85: Problemas con el servicio de Internet fija – Evolutivo II



Dentro de los principales problemas con el servicio de Internet fija, se ven los problemas asociados a la señal/ se va la señal/ se pega la señal/ tuvo un corte de servicio (49% del total de menciones), siendo más alto en Telsur/ Telcoy (58% de menciones) y GTD (55% de menciones).

Gráfica 86: Tipos de problemas de Internet fija

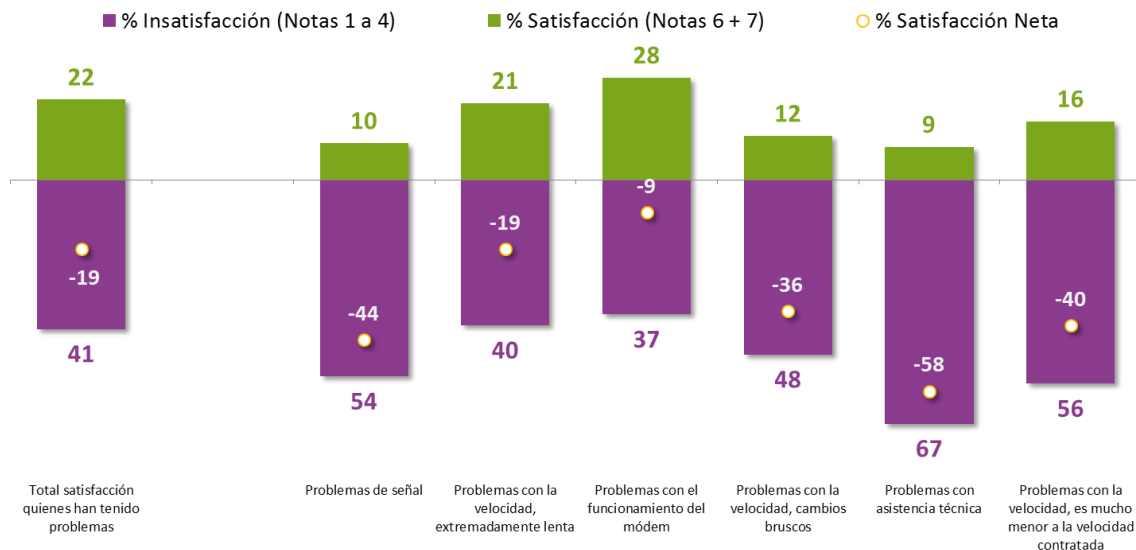


Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (61%).

En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador.

Luego, vemos que “problemas de velocidad/ extremadamente lenta” es el segundo problema con mayor mención, alcanzando el 22%. Entre las compañías destaca Movistar (23%) seguido de VTR (22%) como las que tienen una mayor proporción de menciones en este problema.

Gráfica 87: Tipos de problemas de Internet fija y satisfacción.



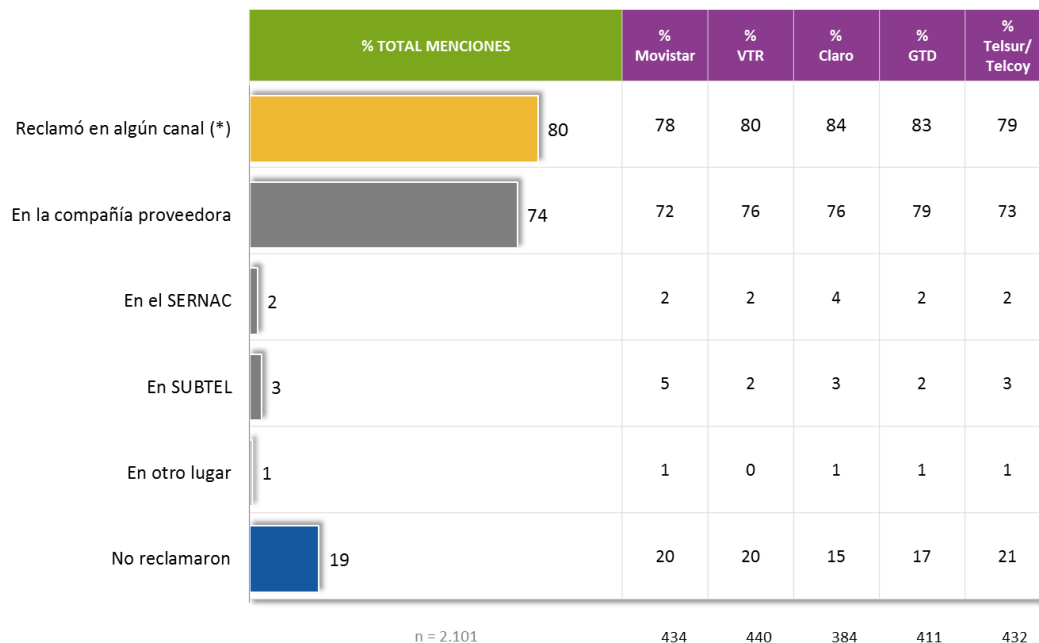
(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

**Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (61%)

Al revisar los problemas que han tenido los usuarios de Internet fija, vemos que el nivel de satisfacción alcanza un bajo 22% y la insatisfacción un 41%. El problema con una satisfacción neta más crítico son los referentes a problemas con asistencia técnica (-58). Quiénes reconocen haber tenido problemas con la señal, son quiénes se presentan como segundo en el nivel de insatisfacción, con un neto de -44 puntos porcentuales y en tercer lugar están los usuarios que han tenido problemas "con la velocidad/ es mucho menor a la velocidad contratada" con un neto de -40 puntos porcentuales.

Gráfica 88: Lugar de reclamo para problemas de Internet fija

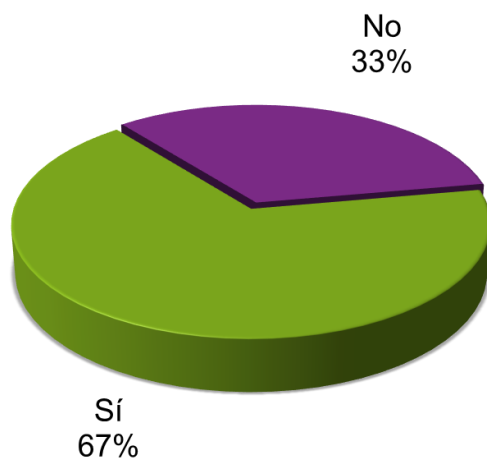


(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Sernac o Subtel u otro lugar.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (61%)

Entre los usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet fija, el 80% reclamó en algún canal de los indicados. Destaca levemente Claro (84%) y GTD (83%) por sobre las demás compañías. Dentro de los lugares donde más se reclama, se declara que es en la compañía proveedora del servicio el principal sitio en donde se efectúan dichos reclamos (74%). La SUBTEL y Sernac obtienen un 3% y 2% respectivamente.

Gráfica 89: Resolución del problema

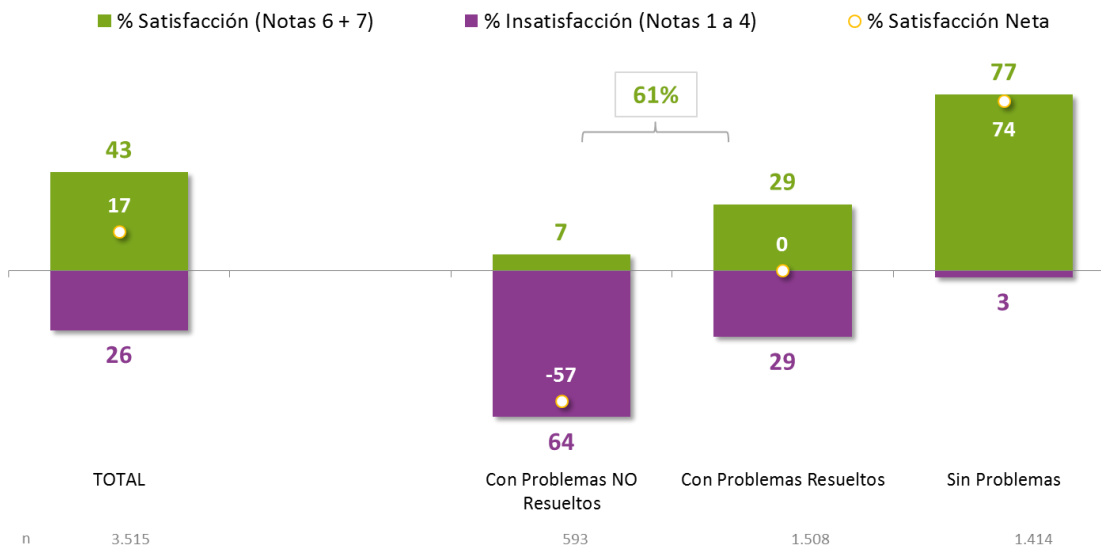


Resolución de problemas Internet Fija: % que dice Sí

Compañía	Base (n)	% Si
Movistar	434	66
VTR	440	66
Claro	384	70
GTD	411	78
Telsur / Telcoy	432	79
TOTAL	2.101	67

En la Gráfica 89 se identifica que el 67% de los usuarios que efectuaron algún reclamo respecto a su servicio de Internet fija, su problema fue resuelto. Entre las compañías proveedoras de este servicio las más efectivas en este punto, son Telsur/ Telcoy con un 79% y GTD con un 78%.

Gráfica 90: Satisfacción con Internet fija según si le han resuelto problemas.

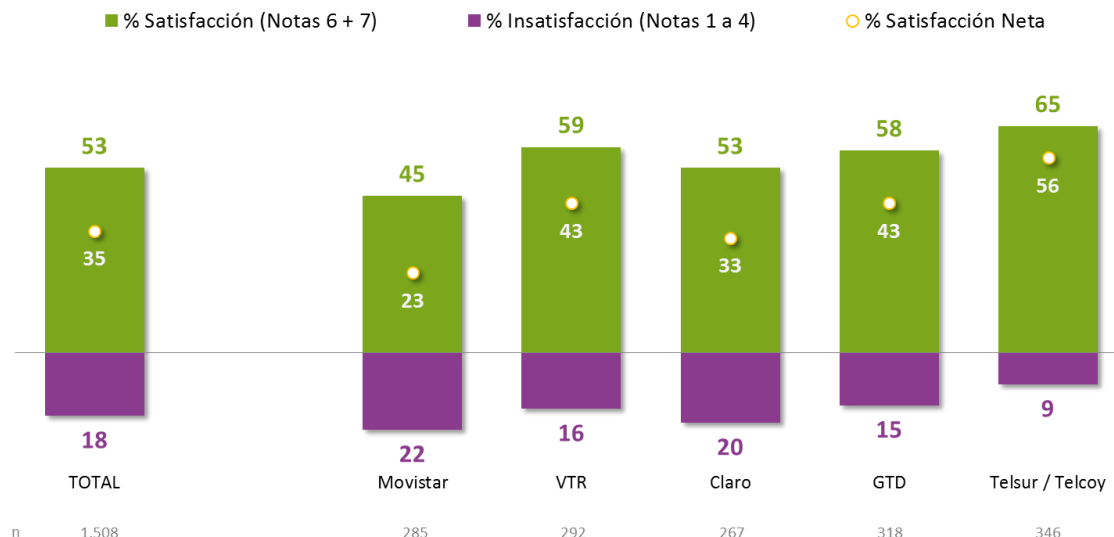


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: 3515. Se señala el número de casos según filtro sobre problemas.

Al realizar el cruce entre la satisfacción con el servicio de Internet fija con la presencia o no de problemas y la resolución de los mismos, se puede observar que los usuarios que no han tenido problemas con el servicio de Internet fija son los que presentan un índice más alto de satisfacción con un 77% y 74% de satisfacción neta. En cambio, las personas que han declarado haber tenido algún tipo de problema con su servicio de Internet fija y además este problema no fue resuelto, presentan un índice de satisfacción neta negativo y bastante alto (-57 puntos). Mientras quiénes han visto su problema resuelto presenta una satisfacción neta de 0.

Gráfica 91: Satisfacción con la Solución de problemas de Internet Fija

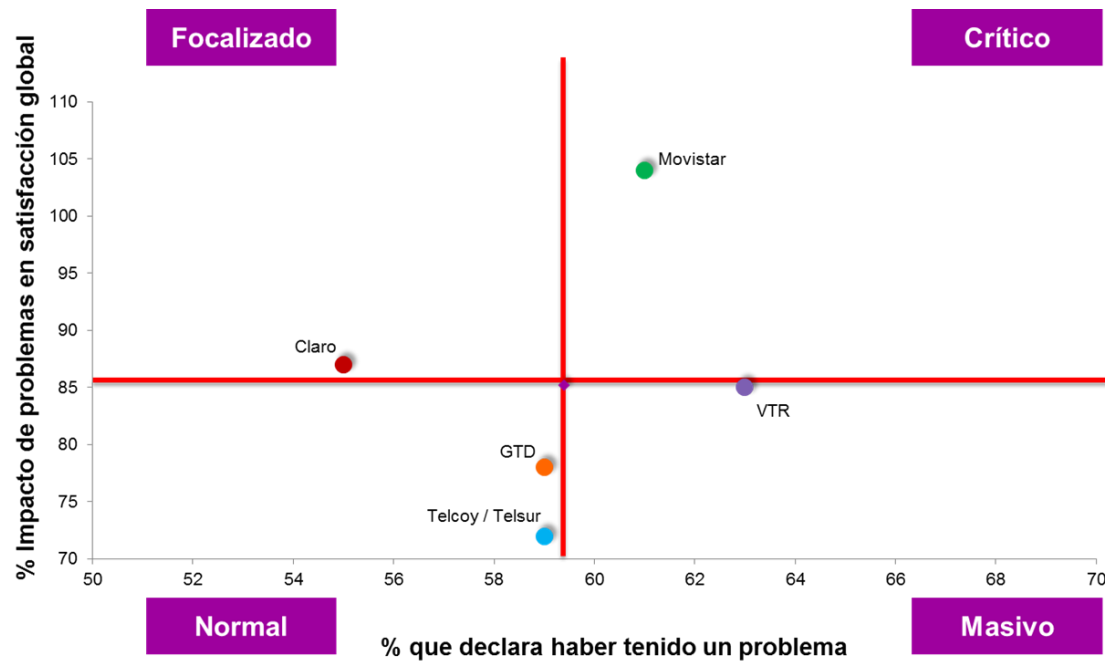


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija y que resolvieron su problema (43%)

Entre quienes lograron resolver su problema la satisfacción con la resolución es de un 53% y un 18% de insatisfacción, con una satisfacción neta de un 35%. Entre las compañías proveedoras de Internet fija, Telsur/ Telcoy presenta un mayor porcentaje satisfacción (65%) y satisfacción neta (56%), seguido por VTR y GTD con índices de satisfacción de un 59% y 58% respectivamente, con una satisfacción neta de 43% en ambas. Claro aparece como la 4 compañía con satisfacción más baja en la resolución (33%) y Movistar obtiene la satisfacción más baja (45%) y el más alto de insatisfacción (22%).

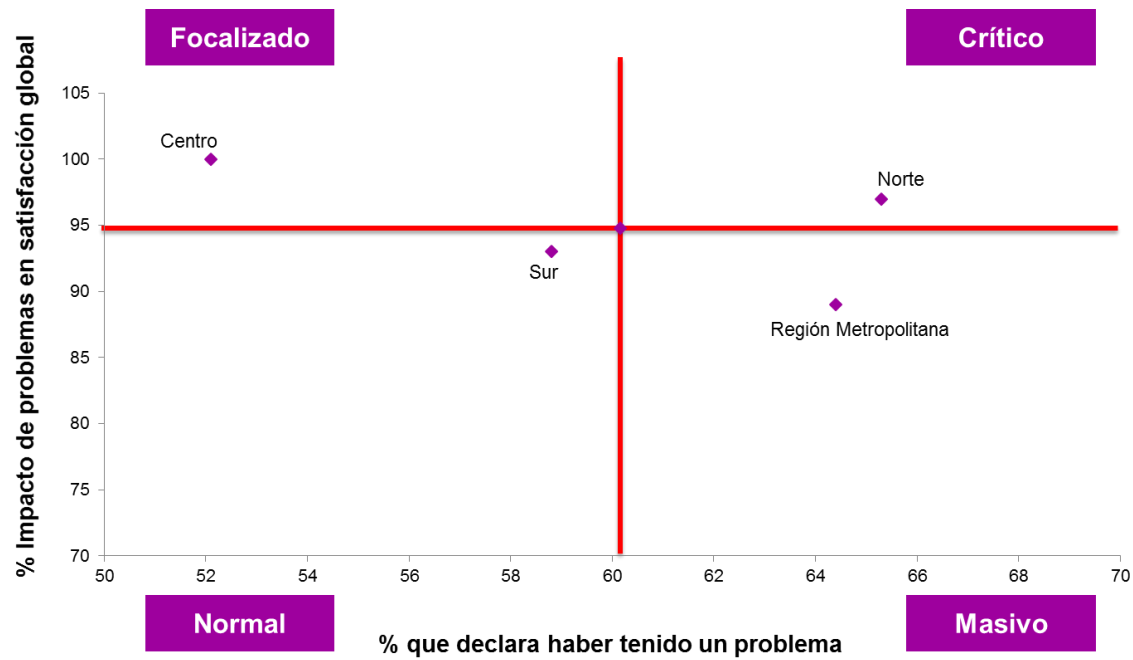
Gráfica D: Impacto problemas en Satisfacción por Operador de Internet Fija



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

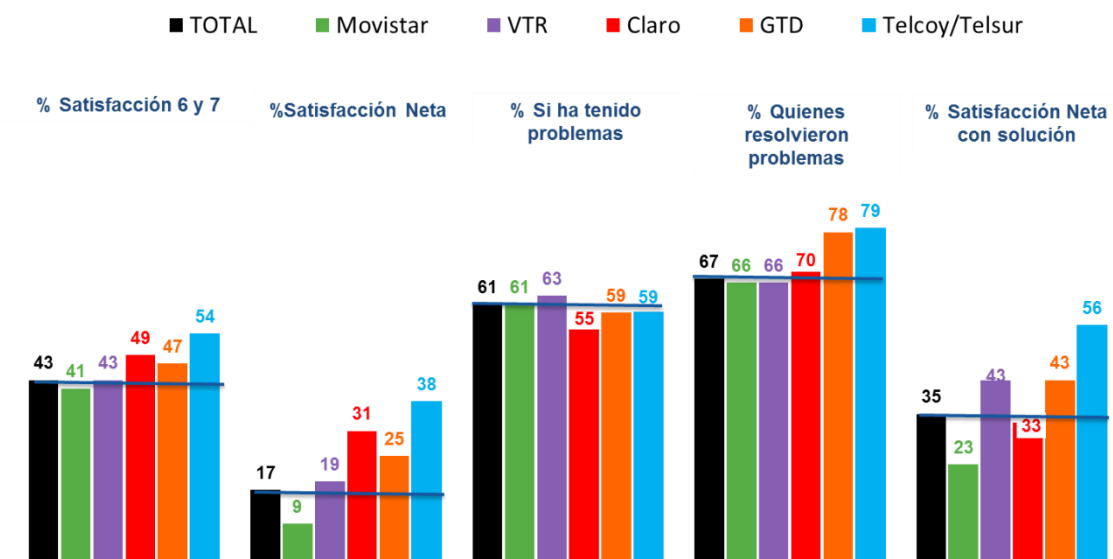
El gráfico identifica el impacto de haber tenido problemas por Operador, donde Movistar presenta un estado crítico.

Gráfica D.1: Impacto problemas en Satisfacción de Internet Fija – Por Zona



Por zona, el impacto es crítico en la zona Norte y RM.

Gráfica 92: Satisfacción con empresas de Internet Fija.



El Gráfico 92, muestra la satisfacción para todas las compañías, en donde a nivel general, Telsur/ Telcoy (54%) y Claro (49%) son los que muestran mejores resultados. Lo mismo pasa con las satisfacción neta con ambas compañías. Movistar presenta la satisfacción neta más baja (9%). En términos de la tasa de problemas, los usuarios de Claro son los que tienen una menor proporción (55%). En cuanto a la resolución de problemas, Telsur/Telcoy (79%) y GTD (78%) muestran un alto porcentaje de resolución entre quienes tuvieron algún problema. En la satisfacción neta entre los usuarios que lograron resolver sus problemas destacan ambas compañías – GTD y Telcoy/Telsur – y VTR también. Movistar y Claro muestran los índices más bajos de satisfacción neta con resolución de problemas.

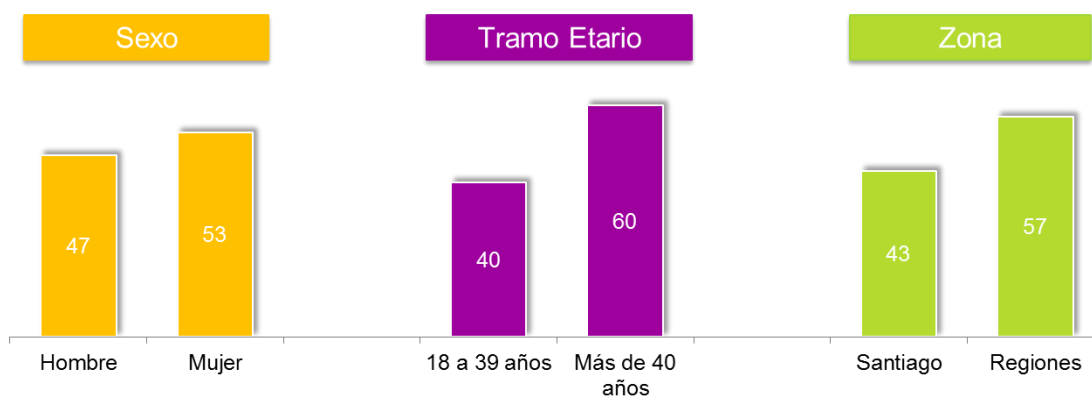
6.4. Televisión Pagada

6.4.1. Perfil de los entrevistados

Gráfica 93: Ponderación por segmento de los usuarios de Televisión Pagada.

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.522	47	47	2,5
	Mujer	1.701	53	53	2,4
	18 – 39	1.283	41	40	2,7
	Más de 40	1.940	59	60	2,2
	Santiago	1.375	41	43	2,6
	Regiones	1.848	59	57	2,3

Gráfica 94: Características demográficas de usuarios de Televisión Pagada.



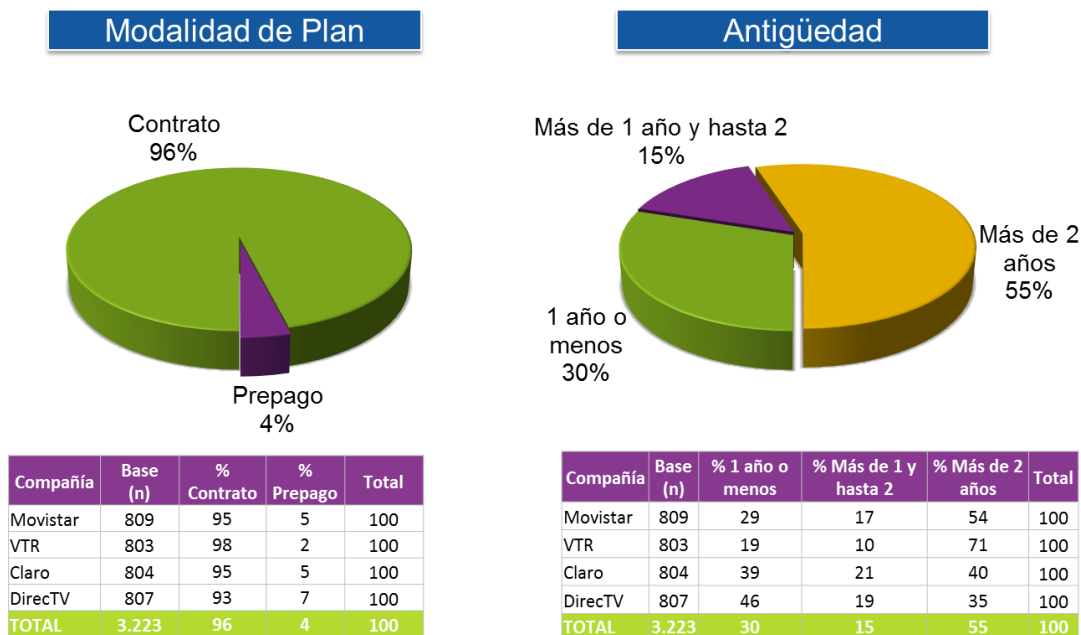
La gráfica 93 y 94 presentan la distribución y características demográficas de los usuarios de Televisión Pagada. En el total, se identifica un mayor porcentaje de mujeres (53%) que hombres (47%), mientras que en el tramo etario son más los mayores de 40 años (60%) que las personas entre 18 y 39 años (40%). Finalmente por zona un 43% es de la Región Metropolitana y un 57% de otras regiones.

Gráfica 95: Características demográficas de usuarios de Televisión Pagada – Por compañía.

Género					Edad					Zona				
Compañía	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total	Compañía	Base (n)	% 18 a 39	% 40 o Más	Total	Compañía	Base (n)	% RM	% Regiones	Total
Movistar	809	41	59	100	Movistar	809	40	60	100	Movistar	809	55	45	100
VTR	803	50	50	100	VTR	803	35	65	100	VTR	803	46	54	100
Claro	804	44	56	100	Claro	804	45	55	100	Claro	804	32	68	100
DirecTV	807	53	47	100	DirecTV	807	44	56	100	DirecTV	807	30	70	100
TOTAL	3.223	47	53	100	TOTAL	3.223	40	60	100	TOTAL	3.223	43	57	100

Entre las compañías medidas para este servicio, la proporción en el género del entrevistado es similar entre hombres y mujeres en Movistar y VTR, mientras que en Claro destaca una mayor proporción de mujeres (56%) por sobre los hombres (44%) y en DirecTV se da lo contrario siendo más los hombres (53%) que mujeres (47%). Por grupo de edad, la proporción es similar a nivel general entre las compañías, teniendo un mayor porcentaje de personas mayores de 40 años. Esta diferencia es mayor en el caso de VTR donde los mayores de 40 años son un 65% y entre 18 y 49 años un 35%. Por zona, finalmente, una mayoría de usuarios destaca en otras regiones en el caso de Claro (68%) y DirecTV (70%). En Movistar es la única compañía que presenta mayor presencia en RM (55% vs 45% en regiones), mientras que en VTR hay mayor presencia en regiones (54%) pero menor a Claro y DirecTV.

Gráfica 96: Características del servicio de Televisión Pagada.

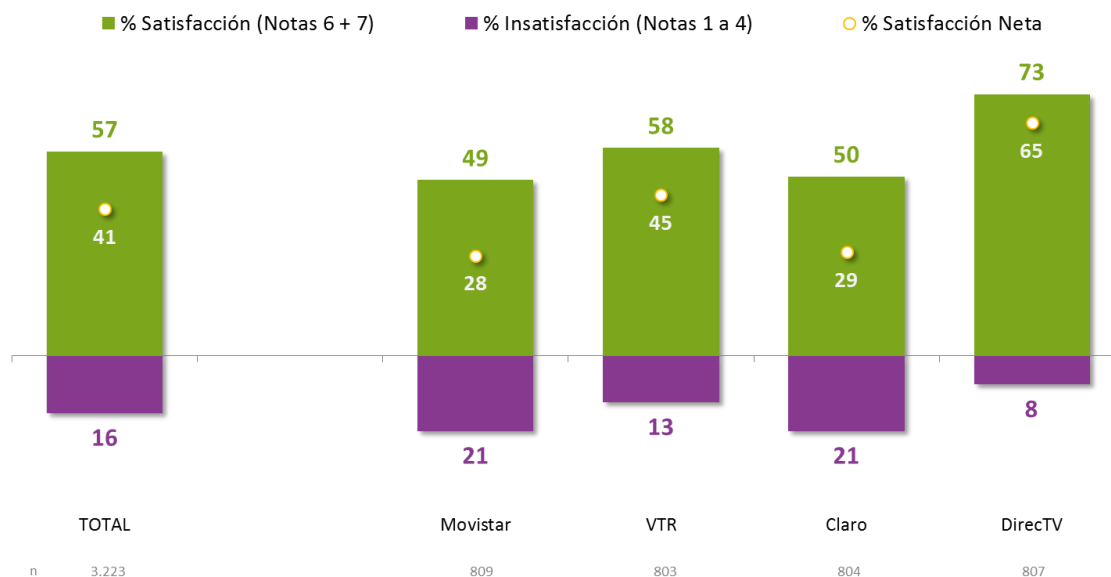


En la modalidad de plan, solo un 4% es de prepago, siendo DirecTV la compañía con más prepago (7%). En antigüedad de usuario, un 55% indica que es usuario hace más de 2 años, destacando los usuarios de VTR en esta categoría (71%). En el caso de menos de 1 año, DirecTV tiene un 46% de usuarios en dicha categoría.

6.4.2. Satisfacción con empresas de Televisión Pagada

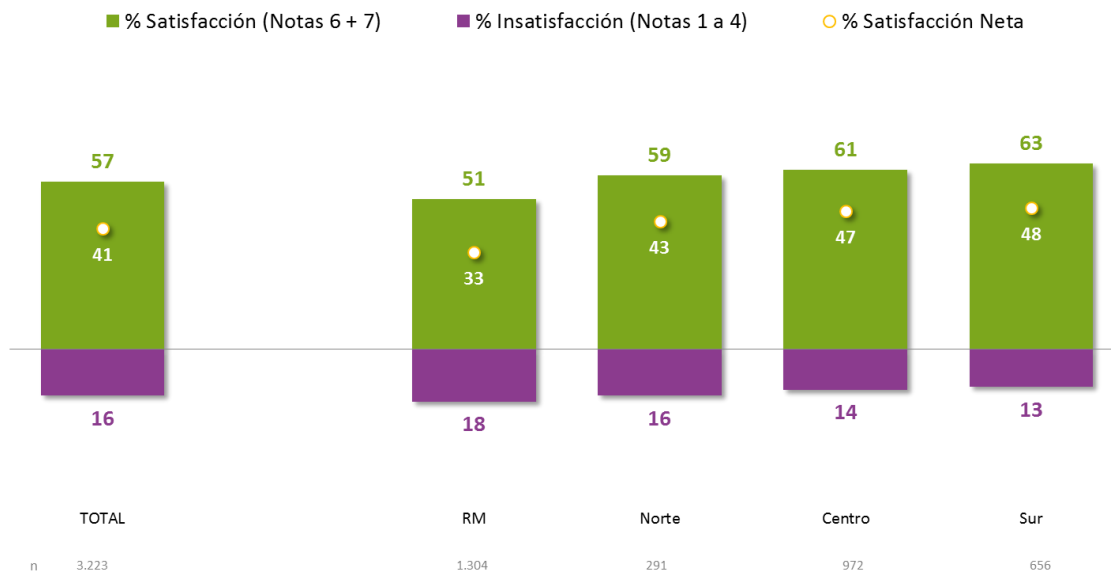
“En una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de Televisión Pagada de (Proveedor Televisión Pagada)?”

Gráfica 97: Satisfacción con empresas de Televisión Pagada.



Como se señalaba anteriormente la satisfacción del servicio de Televisión Pagada es de un 57% mientras que la insatisfacción alcanza un 16% resultando en una una satisfacción neta de un 41%. Las compañías mejor evaluadas con DirecTV y VTR.

Gráfica 98: Satisfacción con Televisión Pagada por zona.



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

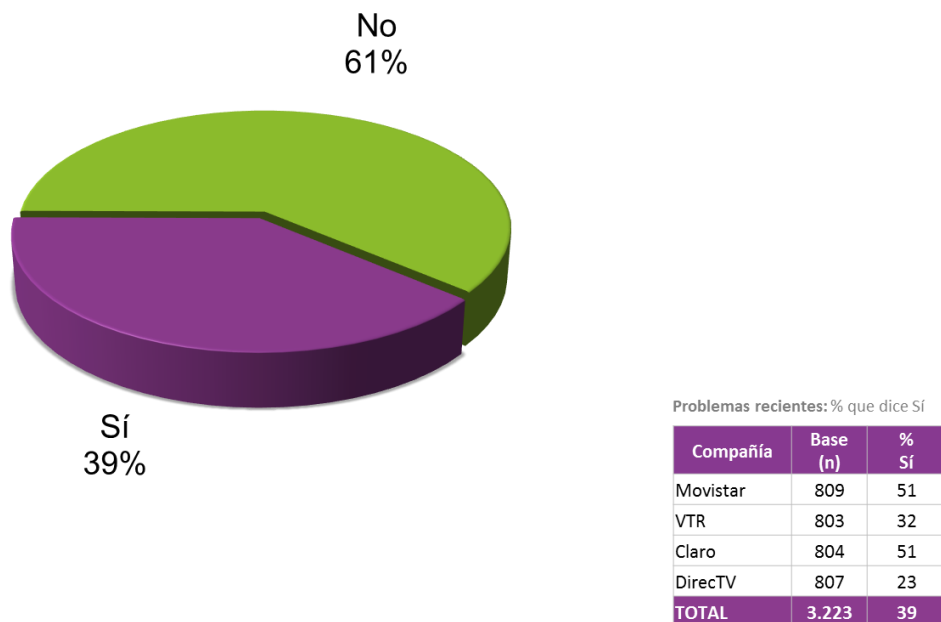
(**) Zonas: Norte (I a III), Centro (IV, V, VI y VII), Sur (VIII a XII)

En términos de las diferencias en la satisfacción con TV Pagada por zona, se identifica que en regiones distintas a la Región Metropolitana, la satisfacción y la satisfacción neta son más altas. En el caso de la RM la insatisfacción es más alta que en otras regiones.

6.4.3. Problemas, reclamos y resolución: Televisión Pagada

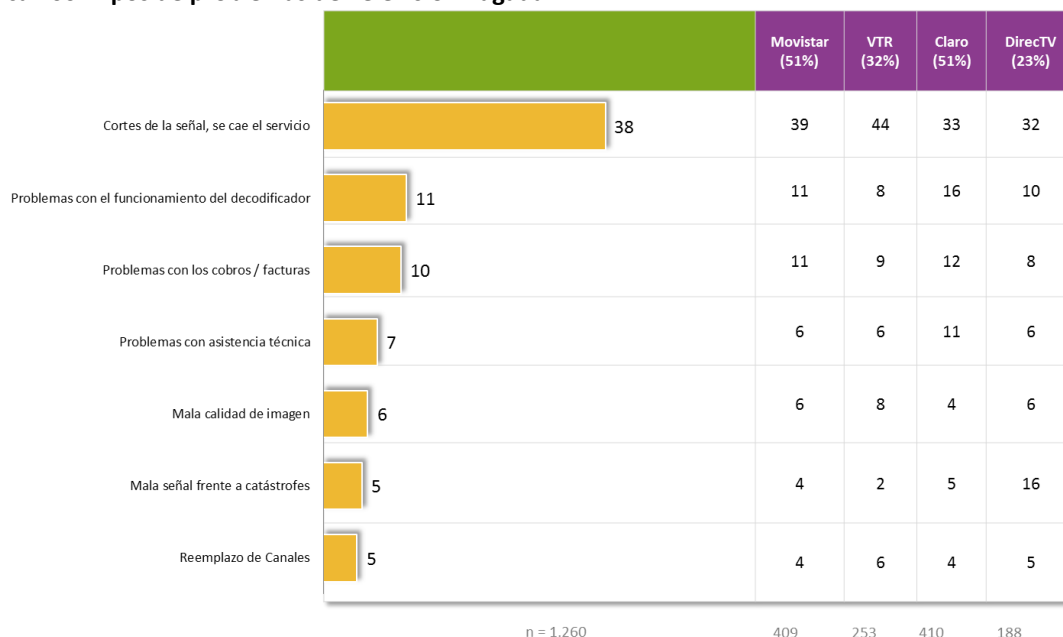
“En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún problema con su servicio de Televisión Pagada?”

Gráfica 99: Porcentaje de problemas en Televisión Pagada – Por compañía.



En el caso de los problemas ya se había destacado que un 39% declara haber tenido un problema con el servicio de TV Pagada, siendo Claro y Movistar las compañías con la tasa más alta de identificación de problemas.

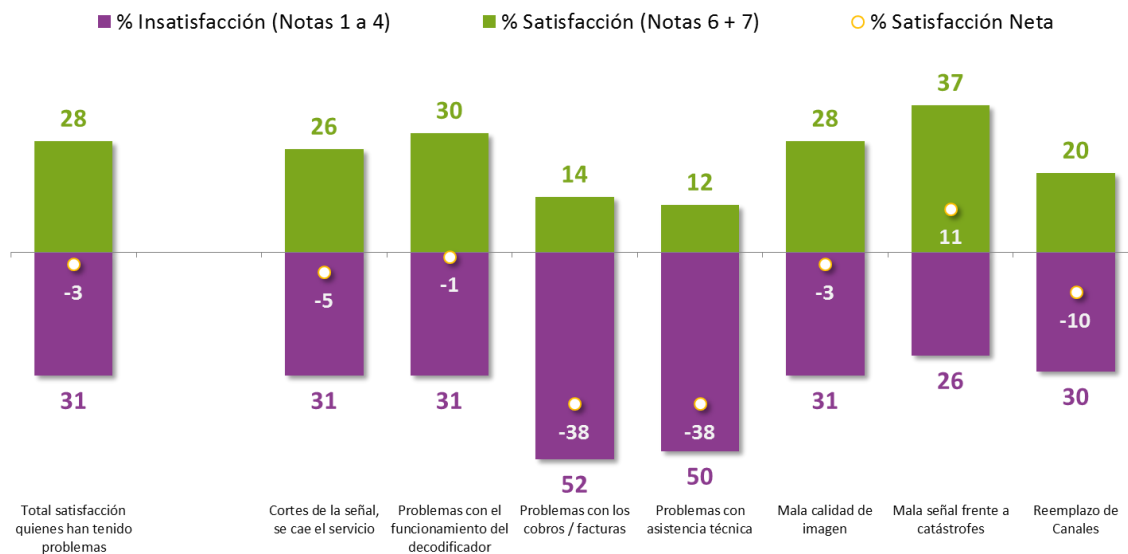
Gráfica 100: Tipos de problemas de Televisión Pagada



*Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (39%).
En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador*

Entre los tipos de problemas, se identifica como el de mayor recurrencia “cortes de la señal, se cae el servidor” (38%) con VTR como la compañía con una proporción mayor en este problema (44%). El segundo problema es “problemas con el funcionamiento del decodificador” (11%) donde los usuarios de Claro declaran en un 16% haber tenido este problemas. El tercer problema más mencionado es “problemas con los cobros /facturas”, siendo Claro nuevamente la compañía que cuenta más menciones entre sus usuarios (12%).

Gráfica 101: Tipos de problemas de Televisión Pagada y satisfacción

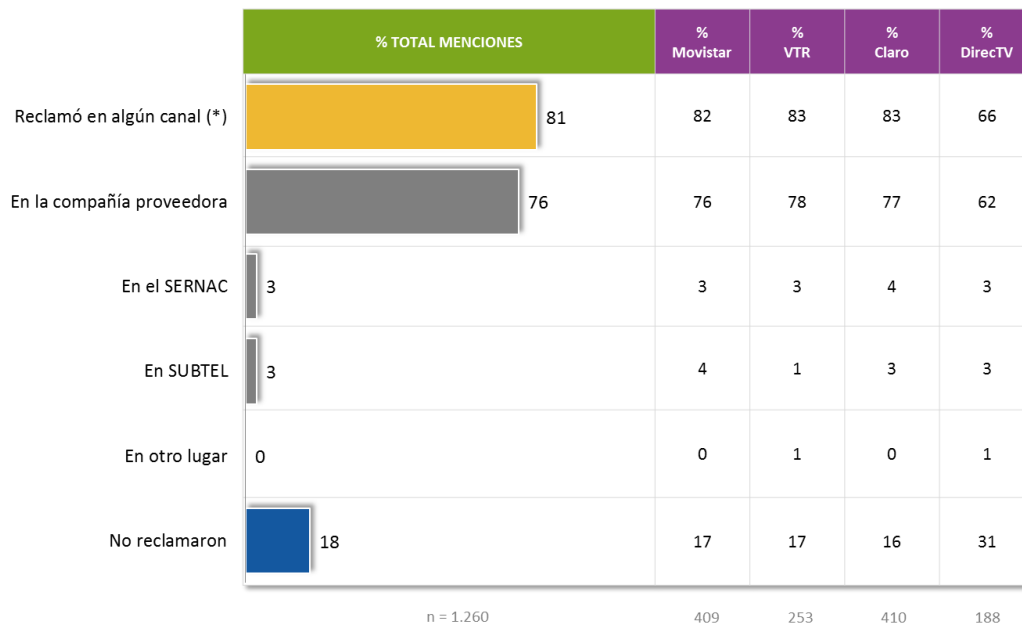


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (39%)

Entre quienes tuvieron algún problema, la satisfacción con el servicio de Televisión Pagada alcanza un 28% e insatisfacción de 31% alcanzando una satisfacción neta negativa de -3%. Si analizamos estos problemas según la satisfacción con el servicio de Televisión Pagada, vemos que los problemas con los cobros y facturas y los problemas con la asistencia técnica tienen un impacto importante en la insatisfacción con el servicio, con un 52% y 50% de insatisfacción respectivamente.

Gráfica 102: Lugar de reclamo para problemas de Televisión Pagada.

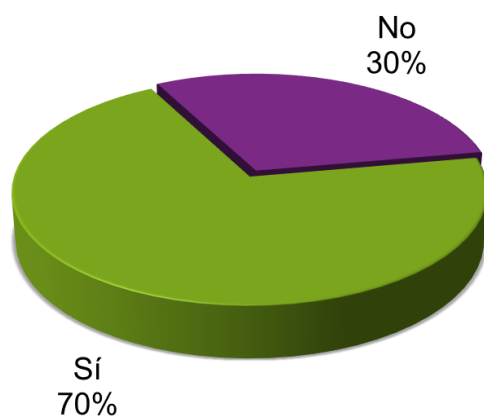


(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Sernac o Subtel.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (39%)

Sobre el lugar de reclamo para los problemas con Televisión Pagada, la gráfica 102 identifica que el 81% de todos los que tuvieron algún problema reclamaron en alguna de las instancias enunciadas, donde lo que más resalta entre las compañías es el bajo 66% de los usuarios de DirecTV. La compañía proveedora es la que se identifica con una mayor cantidad de menciones (76%). El Sernac y la SUBTEL obtienen un 3% respectivamente, siendo la SUBTEL más solicitada que Sernac por usuarios de Movistar (4% vs 3%) y en Sernac más que SUBTEL por usuarios de Claro (4% vs 3%).

Gráfica 103: Resolución del problema

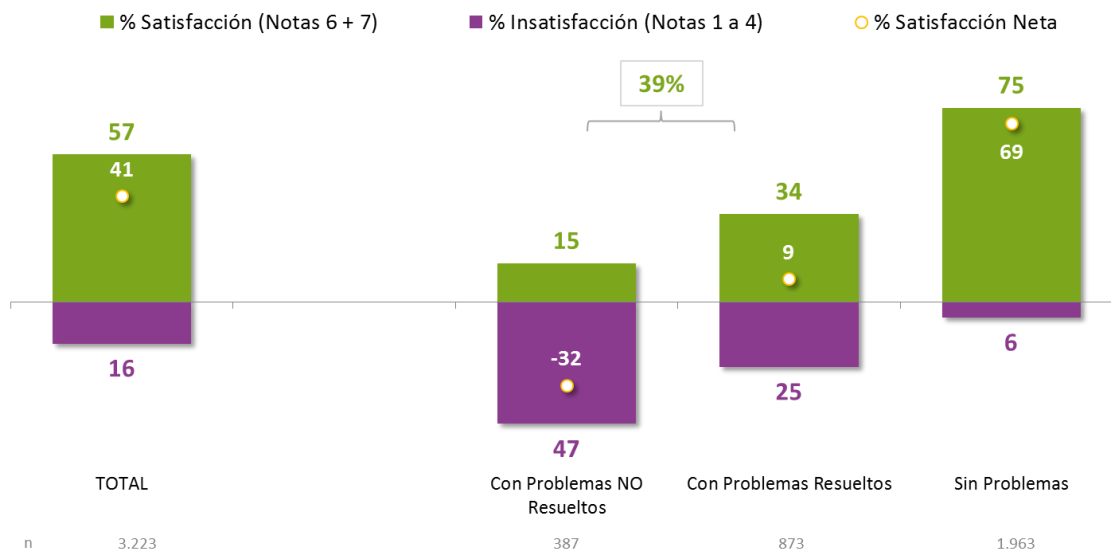


Resolución de problemas Televisión Pagada: % que dice Sí

Compañía	Base (n)	% Sí
Movistar	295	72
VTR	186	74
Claro	272	66
DirecTV	120	64
TOTAL	873	70

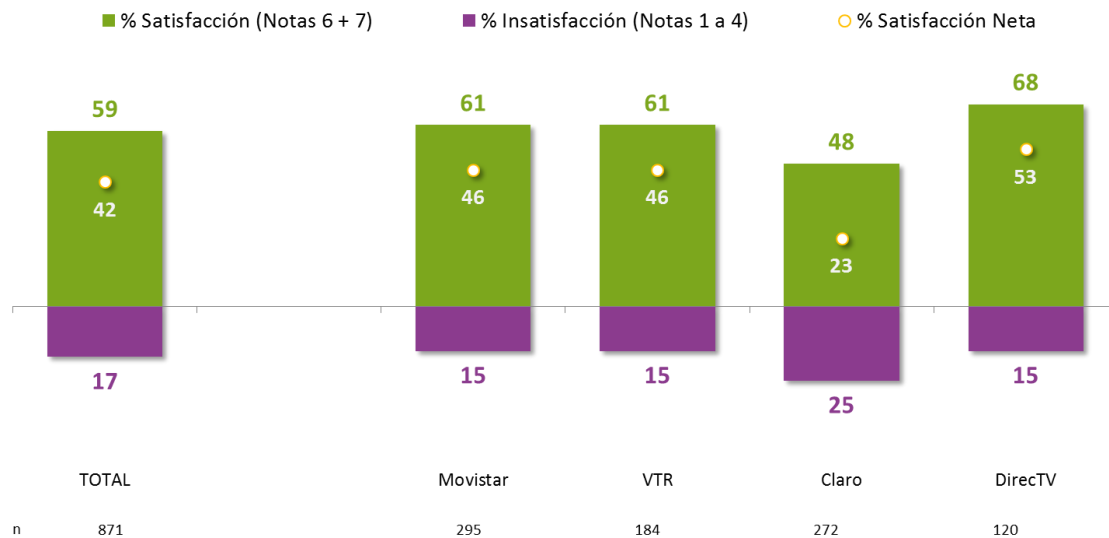
Considerando la resolución del problema, un 70% señala que lo resolvió, siendo más alta esta percepción entre los usuarios de VTR (74%) y más baja entre los usuarios de DirecTV (64%).

Gráfica 104: Satisfacción con Televisión Pagada según si le han resuelto problemas



En el caso de la satisfacción con el servicio dependiendo del tipo de resolución, si es que fue o no resuelto, la gráfica 104 presenta los resultados que identifican una mayor insatisfacción entre quienes no logran resolver el problema (-32%) que entre quienes resuelven sus problemas (25%). La satisfacción neta entre quienes no resuelven sus problemas es negativa debido al bajo nivel de satisfacción (15%). En cambio la satisfacción neta entre quienes logran resolver sus problemas logra ser positiva (+9).

Gráfica 105: Satisfacción con la Solución de problemas de Televisión Pagada

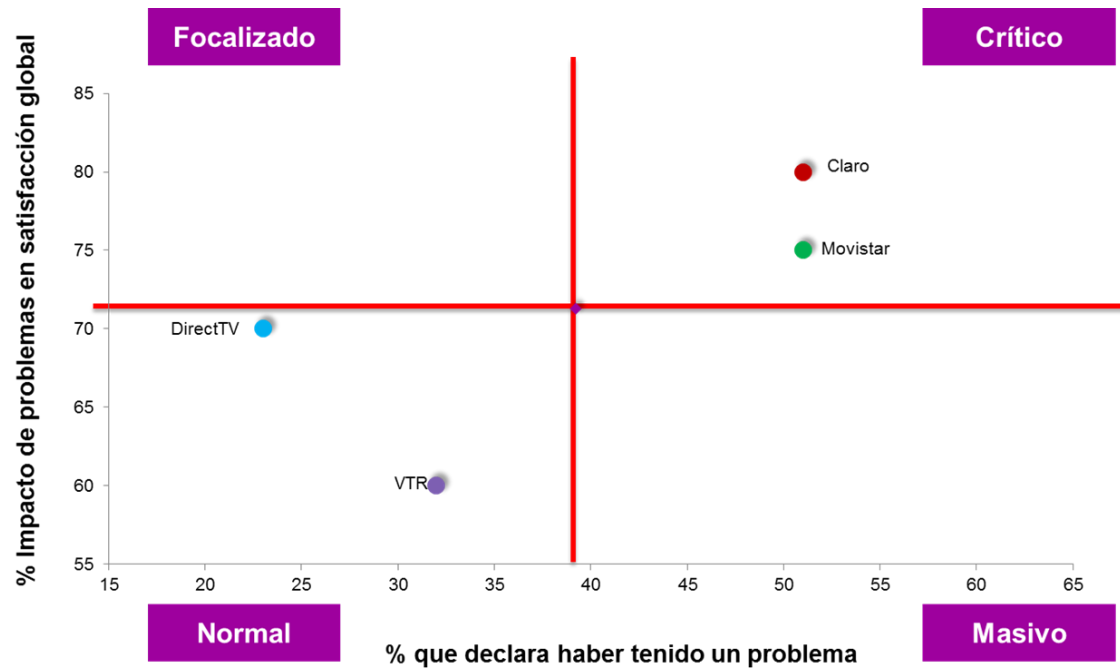


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada y que resolvieron su problema (27%)

Por su parte la satisfacción con la resolución de los problemas de Televisión Pagada, es decir, solo entre quienes indicaron que resolvieron su problema, llega a una satisfacción de 59% con una satisfacción neta de un 42%. Entre las compañías, destaca la satisfacción en los usuarios de DirecTV (68%) y Movistar y VTR, estos dos últimos con una satisfacción del 61%. Los usuarios de Claro presentan una satisfacción de 48% con la resolución del problema, teniendo a su vez la insatisfacción más alta en comparación al resto de las compañías (25%) y por consecuencia la satisfacción neta más baja (23%).

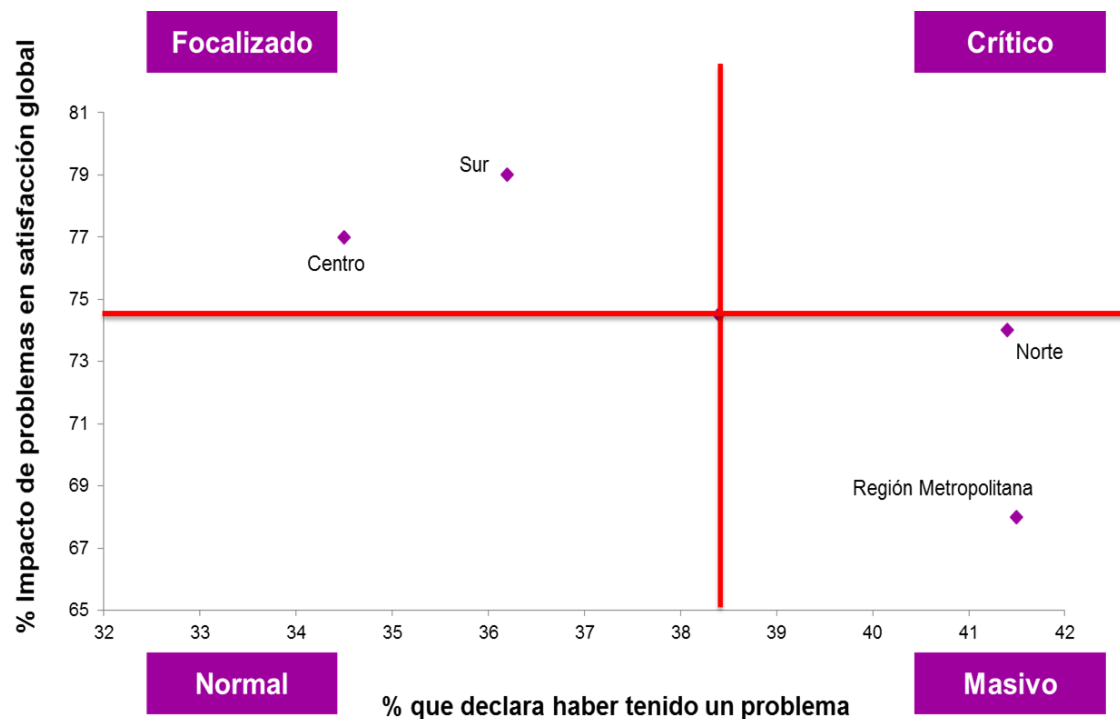
Gráfica D: Impacto problemas en Satisfacción por Operador de TV Pagada



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

El gráfico anterior presenta el impacto de tener problemas en la satisfacción identificando distintos cuadrantes dependiendo del impacto y la posición del operador. Acá se visualiza lo anteriormente expuesto, es decir, donde Claro y Movistar tiene un impacto crítico en su satisfacción.

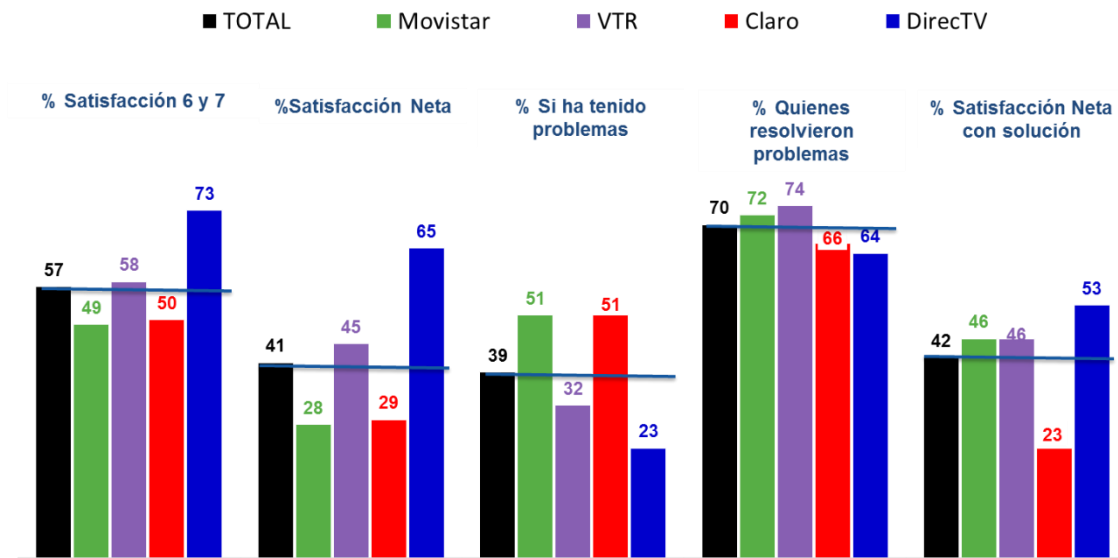
Gráfica D.1: Impacto problemas en Satisfacción de TV Pagada– Por Zona



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

En la gráfica anterior se presenta el impacto de problemas en la satisfacción por zona donde en el norte y RM se identifica un efecto masivo en la satisfacción.

Gráfica 106: Principales indicadores Televisión Pagada



La gráfica 106 presenta los principales indicadores de Televisión Pagada. Respecto al total del servicio, DirecTV es la compañía con la mejor satisfacción (73%) y satisfacción neta (65%), mientras que es la compañía con menor tasa de problemas (23%). Las compañías con satisfacción más baja son Claro (50%) y Movistar (49%) siendo también las con más bajo satisfacción neta, con un 29 y 28% respectivamente. VTR esta por sobre el total en satisfacción (+1) y satisfacción neta (+4), aunque más bajo que DirecTV.

En el caso de la tasa de problemas, Movistar (51%) y Claro (51%) son las compañías con mayor tasa de problemas, mientras que DirecTV destaca por tener el porcentaje más bajo (23%). En la resolución de problemas, tanto Movistar como VTR tienen altas tasas de resolución con una satisfacción neta en la resolución de un 46% en ambas. Claro, en cambio, tiene una tasa de resolución por debajo del promedio (66%) aunque mayor que DirecTV (64%). De todos modos, en Claro la satisfacción neta con la resolución es muy baja (23%), mientras que DirecTV tiene la satisfacción neta más alta (53%) en comparación al resto de las compañías.

7. Conclusiones y Recomendaciones

Las principales **conclusiones** de la medición 1 de la Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Telecomunicaciones se pueden resumir en los siguientes puntos:

Satisfacción con Servicios de Telecomunicaciones

- ✓ La satisfacción con los servicios móviles de voz, si bien ha disminuido en el tiempo, esta disminución, al menos en los últimos 3 años, es menor a otros servicios, con sólo 4 puntos porcentuales. Si bien ha habido un explosivo crecimiento en el número de usuarios, el creciente uso de smartphones ha llevado a que la demanda crezca fuertemente en servicios de datos y no tanto de voz, lo que ha aliviado un tanto a este segmento de la industria. Hoy los datos móviles representan entre un 25 y 35% de los ingresos de las compañías. Internet, tanto fija como móvil, muestra un deterioro sistemático en el tiempo, con una caída de más de 10 puntos porcentuales en los últimos 3 años. Televisión pagada se ubica sobre los otros servicios de telecomunicaciones, en esta, su primera medición.
- ✓ La satisfacción neta con los servicios de telecomunicaciones, comparada con la satisfacción total, muestra mayores bajas en el tiempo, dando cuenta no sólo de la disminución de la satisfacción, sino también de un aumento de la insatisfacción. Los servicios de voz caen 7 puntos en el neto mientras que sólo 4 en satisfacción. Internet, fija y móvil, que en satisfacción caen algo más de 10 puntos, en el neto la caída llega a cerca de 20.
- ✓ En términos relativos, los servicios móviles obtienen mejores resultados en la Región Metropolitana. Por el contrario, los servicios fijos obtienen menores calificaciones en esta Región.

Satisfacción Compañías

- ✓ Telefonía Móvil
 - Entel destaca entre los operadores grandes. Claro muestra malos desempeños en sus servicios móviles de voz y también de datos. Por el contrario, como se verá más adelante, tiene buenos resultados en sus servicios fijos, de internet y televisión.
- ✓ Internet Móvil
 - Todos los operadores son peor evaluados en sus servicios de datos móviles con netos que caen cerca de 25 puntos porcentuales en relación a los servicios móviles de voz. La mayor diferencia se aprecia en Claro, con un neto que es 30 puntos menor.
- ✓ Internet Fija
 - Entre los operadores grandes destaca negativamente el nivel de insatisfacción de clientes Movistar, lo que incide en un neto bastante bajo, de sólo un 9 porciento. Claro muestra mejores indicadores en los servicios fijos que móviles
- ✓ Televisión Pagada
 - En Televisión Pagada destaca DirecTV, único operador dedicado exclusivamente a este servicio. Los demás operadores ofrecen, además de televisión, servicios de internet y telefonía.
- Problemas, Reclamos y Resolución
- ✓ Internet, tanto fija como móvil, tiene mayor tasa de problemas que los demás servicios de telecomunicaciones. En los servicios fijos de internet y televisión, se observa mayor tasa de reclamos. Se incluye el % de resolución, que corresponde al porcentaje de clientes que tuvieron un problema y este fue resuelto. El porcentaje de resolución aumenta si la tasa de reclamo es mayor y/o la resolución del problema es mayor. En el total, al 24% de los clientes que tuvieron un problema, se lo resolvieron.
 - Derechos del consumidor
- ✓ Sernac se mantiene percibida como la institución que entrega más seguridad para hacer valer los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, mientras que baja la percepción en 3

puntos porcentuales respecto de la medición anterior con SUBTEL como organismo que proteja a los consumidores del sector.

- ✓ Los antecedentes expuestos se identifican en un escenario de usuarios informados respecto de sus derechos como usuarios de telecomunicaciones (93%), quienes ven al SERNAC como la principal institución protectora de los mismos y a SUBTEL aumentando su presencia en este mismo sentido. De todos modos, aún se requieren esfuerzos en la difusión y mayor educación en cuanto a sus derechos: en promedio sólo se reconoce la mitad de los derechos.

Las **recomendaciones** de mejora para los operadores de telecomunicaciones son las siguientes en orden de jerarquía de relevancia, considerando tanto la fase cualitativa como cuantitativa de este estudio:

1. Mejoramiento de la Calidad Técnica

a) Promover la Calidad:

- Si bien los usuarios identifican como derecho poner término al servicio en cualquier momento, los obstáculos que encuentran los consumidores hoy cuando quieren cambiar de compañía debilitan la competencia, produciendo una inercia que arrastra consigo la calidad de los servicios y por ende su baja evaluación.
- De aquí que sea relevante poder fomentar la competencia eliminando las barreras de cambio para los usuarios en todos los servicios. Luego todo debe ir acompañado de campañas que aumenten el conocimiento de los usuarios ya que solo así se puede promover a un usuario informado, crítico y consciente de sus derechos.

b) Educación y Campañas de difusión:

- Uno de los factores que influyen en la baja satisfacción de los usuarios con lo técnico es que evalúan su satisfacción con los servicios sin saber bien qué es lo que contratan (y sus limitaciones).
- En general no existe mayor información sobre el nivel de cobertura de los distintos servicios. Fomentar la claridad en las limitaciones tanto en la cobertura como en la velocidad y calidad de cada servicio al momento de ser contratado permitirá que los

usuarios tengan más elementos para elegir el operador adecuado y así poder construir un criterio informado a la hora de evaluar la satisfacción.

2. Mejoramiento de la Calidad de atención

a) Presencial:

- Mejorar los tiempos y la calidad general de la atención de post-venta de las sucursales en general (todas las compañías).
- Reforzar la fiscalización sobre las empresas para evitar que se vulneren los derechos de los clientes en la atención en sucursales.

a) No Presencial:

- Por servicio se puede identificar que los problemas asociados a la atención con el cliente tienen un impacto importante en la evaluación y satisfacción con el servicio, por lo mismo hay que poner esfuerzos en reducir el número de derivaciones máximas en la solución de un problema..

3. Transparencia:

- Especialmente en teléfono móvil, pero en todos los servicios de costo variable, es importante mantener la claridad con los cobros, para no generar sensación de injusticia.
- Las especificaciones deben ser claras: cuánto dura la carga, cuando se cobrará el presta luca, son ejemplos de detalles que el target necesita saber de antemano para tener una sensación de control de su consumo.

4. Mayor Competencia:

- Si se generan las condiciones para que –como en toda competencia- los usuarios puedan castigar o premiar a las marcas con su fidelidad / infidelidad, la competencia de precios también debiera reactivarse.
- Se debe incentivar la competencia para que los usuarios cuenten con un entorno de mercado más satisfactorio, menos desfavorable.

8. Ponderadores

El proceso de Ponderación se realiza cuando la muestra no es proporcional a la población, y consisten en la asignación de un “peso” a cada encuesta, que permita corregir y recuperar la proporcionalidad, similar al universo.

Dado que las muestras fueron diseñadas con afijación no proporcional por compañía, esto es, en cada servicio, cada empresa operadora tiene un número similar de entrevistas y no una cantidad según su participación de mercado, entonces para estimar los totales de cada industria, se hace necesario ponderar los datos por la participación de mercado de cada compañía, esto es, según el número de líneas o clientes que cada una tiene.

Las muestras de cada empresa operadora, en cada servicio, fueron diseñadas de manera proporcional a sus propios universos, por lo que, en principio, para calcular el total de cada empresa operadora, no sería necesario ponderar. Sin embargo, para corregir sesgos que en la práctica ocurren, como la realización de una proporción algo menor de encuestas en comunas del sector oriente, en la Región Metropolitana, se optó por incluir un factor que corrigiera cualquier desviación muestral, por pequeña que esta sea.

Por otra parte, las pregunta sobre derechos del consumidor es aplicada en todas las encuestas del estudio: en las evaluaciones de los servicios de Telefonía Móvil, Internet Móvil, Internet Fija y Televisión Pagada. Para procesar los Derechos del Consumidor, se acumulan todas las encuestas, de todos los servicios, manteniendo sus pesos o ponderaciones originales. De esta manera, la Telefonía Móvil tiene una incidencia de un 66.8% en el total, Internet Móvil un 19.8%, Televisión Pagada un 6.9% y, finalmente, Internet Fija un 6.5%.

Las ponderaciones por servicio y operador se detallan a continuación.

Ponderación Telefonía Móvil

	CLIENTES (Para Ponderar)		DIST.INDUSTRIA		ENCUESTAS		DIST.ENCUESTAS	
	CON	PRE	CON	PRE	CON	PRE	CON	PRE
1. Movistar								
Regiones Provincia	1,066,102		56.49%		129		54.43%	
Metro Altas	398,143		21.10%		49		20.68%	
Metro Bajas	423,117		22.42%		59		24.89%	
TOTAL		7,801,461	7.86%	32.49%		464	6.74%	13.20%
2. Entel								
Regiones Provincia	1,333,234		44.98%		117		39.00%	
Metro Altas	519,229		17.52%		108		36.00%	
Metro Bajas	1,111,682		37.50%		75		25.00%	
TOTAL		5,255,050	12.35%	21.89%		403	8.54%	11.47%
3. VTR								
Regiones Provincia	46,859		48.63%		291		46.26%	
Metro Altas	27,603		28.65%		207		32.91%	
Metro Bajas	21,900		22.73%		131		20.83%	
TOTAL		32,233	0.40%	0.13%		72	17.90%	2.05%
4. Claro								
Regiones Provincia	579,651		48.46%		116		54.46%	
Metro Altas	486,741		40.69%		43		20.19%	
Metro Bajas	129,764		10.85%		54		25.35%	
TOTAL		4,415,628	4.98%	18.39%		495	6.06%	14.09%
5. Nextel								
Regiones Provincia	25,889		19.49%		103		32.80%	
Metro Altas	63,221		47.59%		97		30.89%	
Metro Bajas	43,727		32.92%		114		36.31%	
TOTAL		228,197	0.55%	0.95%		387	8.94%	11.01%
	6,276,862	17,732,569	26.14%	73.86%	1,693	1,821	48.18%	51.82%
	24,009,431		100%		3,514		100%	

Ponderación Internet Móvil

	CLIENTES (Para Ponderar)		DIST.INDUSTRIA		ENCUESTAS		DIST.ENCUESTAS	
	CON	PRE	CON	PRE	CON	PRE	CON	PRE
1. Movistar								
Regiones Provincia	659,891		53.37%		270		51.63%	
Metro Altas	283,654		22.94%		120		22.94%	
Metro Bajas	292,893		23.69%		133		25.43%	
TOTAL		1,116,478	17.35%	15.67%		179	14.89%	5.10%
2. Entel								
Regiones Provincia	845,521		43.91%		211		40.04%	
Metro Altas	684,188		35.53%		179		33.97%	
Metro Bajas	395,872		20.56%		137		26.00%	
TOTAL		473,260	27.02%	6.64%		174	15.01%	4.95%
3. VTR								
Regiones Provincia	41,978		48.22%		299		45.10%	
Metro Altas	21,372		24.55%		201		30.32%	
Metro Bajas	23,704		27.23%		163		24.59%	
TOTAL		8,145	1.22%	0.11%		40	18.88%	1.14%
4. Claro								
Regiones Provincia	310,825		47.66%		102		45.13%	
Metro Altas	264,615		40.57%		48		21.24%	
Metro Bajas	76,793		11.77%		76		33.63%	
TOTAL		1,326,260	9.15%	18.61%		478	6.44%	13.61%
5. Nextel								
Regiones Provincia	22,982		22.09%		109		43.25%	
Metro Altas	46,061		44.27%		48		19.05%	
Metro Bajas	35,006		33.64%		95		37.70%	
TOTAL		195,903	1.46%	2.75%		450	7.18%	12.81%
	4,005,355	3,120,046	56.21%	43.79%	2,191	1,321	62.39%	37.61%
	7,125,401		100%		3,512		100%	

Ponderación Internet Fija

		CLIENTES (Para Ponderar)		ENCUESTAS (Antes de Ponderar)	
		N	DIST. INDUSTRIA	N	DIST. ENCUESTAS
1. Movistar					
	Regiones Provincia	436,182	45.03%	319	45.12%
	Metro Altas	234,850	24.24%	150	21.22%
	Metro Bajas	297,636	30.73%	238	33.66%
			41.78%		20.11%
3. VTR					
	Regiones Provincia	431,058	47.55%	333	47.50%
	Metro Altas	324,556	35.80%	248	35.38%
	Metro Bajas	150,922	16.65%	120	17.12%
			39.10%		19.94%
4. CLARO					
	Regiones Provincia	125,424	50.09%	353	50.14%
	Metro Altas	52,776	21.08%	153	21.73%
	Metro Bajas	72,195	28.83%	198	28.13%
			10.80%		20.03%
6. GTD					
	Regiones Provincia	-	0.00%	-	0.00%
	Metro Altas	28,424	59.30%	359	51.21%
	Metro Bajas	19,511	40.70%	342	48.79%
			2.07%		19.94%
7. Telsur/Telcoy					
	Telsur				
	8	21,394	14.77%	83	11.82%
	9	22,660	15.65%	92	13.11%
	10	59,575	41.14%	204	29.06%
	14	30,435	21.02%	123	17.52%
	Telcoy	10,748	0.00%	200	0.00%
			6.25%		19.97%
		2,318,346	100.00%	3,515	100.00%

Ponderación Televisión Pagada

		CLIENTES (Para Ponderar)		ENCUESTAS	
		N	DIST.INDUSTRIA	N	DIST.ENCUESTAS
1. Movistar	Regiones Provincia	279,614	45.22%	366	45.24%
	Metro Altas	147,167	23.80%	167	20.64%
	Metro Bajas	191,512	30.97%	276	34.12%
			25.03%		25.10%
3. VTR	Regiones Provincia	527,762	54.26%	436	54.30%
	Metro Altas	306,631	31.52%	246	30.64%
	Metro Bajas	138,346	14.22%	121	15.07%
			39.38%		24.91%
4. CLARO	Regiones Provincia	314,769	68.48%	552	68.66%
	Metro Altas	32,660	7.11%	81	10.07%
	Metro Bajas	112,197	24.41%	171	21.27%
			18.61%		24.95%
8. DirecTV	Regiones Provincia	295,335	70.36%	565	70.01%
	Metro Altas	32,714	7.79%	60	7.43%
	Metro Bajas	91,710	21.85%	182	22.55%
			16.99%		25.04%
		2,470,417	100.00%	3,223	100.00%

9. Cuestionarios

9.1. Anexo I: Cuestionario Telefonía Móvil

 RANCAGUA 0333 - FONO: 27572800 PROVIDENCIA - SANTIAGO	Nº ESTUDIO										Nº FILTRO
	1	3	1	9	0	E	X	8	0	2	

ESTUDIO "CALIDAD DE SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL"

INTRODUCCION

Buenos días/tardes, mi nombre es NOMBRE y represento a la empresa de estudios de mercado Cadem. Por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, estamos realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de la TELEFONÍA MÓVIL. ¿Me permite hacerle unas breves preguntas? Gracias.

NOTA: SOLO SI LA PERSONA PREGUNTA POR LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS, DIGA:

"Los datos que usted nos entregue son de carácter confidencial y están resguardados por la Ley del Secreto Estadístico Número 17.374, por lo tanto sus respuestas sólo serán utilizadas en forma agregada junto al resto de los entrevistados y en ningún caso en forma individual"

CONTACTE A PERSONAS DE 18 AÑOS Y MÁS

FILTRO

1. ¿Es usted el usuario principal de este teléfono móvil?

SI 1 → SIGA

NO 2 → PREGUNTE POR USUARIO PRINCIPAL. SI NO ESTÁ DISPONIBLE AGRADEZCA Y CIERRE

2. ¿Es usted o alguien de su hogar quien paga la cuenta de este teléfono móvil, o la paga una empresa?

Entrevistado (a) o alguien del hogar 1 → PASE A A1

Una empresa 2 → CIERRE

DATOS DE CLASIFICACIÓN

A1. ¿En qué región vive usted? VALIDAR CUOTAS

A2. ¿Qué edad tiene Ud.?

REGISTRE EDAD EXACTA: _____ LUEGO CODIFIQUE:

Menos de 18 0 CIERRE

18 – 39 1

40 y más 2

A3. CLASIFIQUE GÉNERO

HOMBRE 1

MUJER 2

DATOS DEL PROVEEDOR

Ahora le voy a pedir que hablemos respecto al servicio de TELEFONÍA MÓVIL que usted tiene:

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

Movistar	1
Entel	2
VTR	3
Claro	4
Nextel	5
Otra (Especificar) _____	9 CIERRE

B2. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de TELEFONÍA MÓVIL con esta empresa?

REGISTRE AÑOS: _____
REGISTRE MESES: _____

B3. ¿Tiene este servicio con contrato o con prepago?

Contrato	1
Prepago	2

SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO

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

	NOTA							NS/NC
Satisfacción general con el servicio de TELEFONÍA MÓVIL	1	2	3	4	5	6	7	9

PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

D1. En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún problema con su servicio de TELEFONÍA MÓVIL?

SI	1	→	SEGUIR
NO	2	→	PASE A E1

D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? REGISTRE TEXTUAL. Sondee: ¿Algún otro problema? REGISTRE. Y finalmente, ¿algún otro? REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

D3. Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de TELEFONÍA MÓVIL ¿Reclamó o pidió alguna solución en...? LEER LUGARES DE RECLAMO – RESPUESTA MÚLTIPLE

LUGARES DEL RECLAMO	D3. Dónde
1) En la compañía proveedora de TELEFONÍA MÓVIL	1 SI 2 NO
2) En la empresa donde compró el plan o prepago (Ej: Multitienda)	1 SI 2 NO
3) En el SERNAC	1 SI 2 NO
4) En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	1 SI 2 NO
5) En otro organismo (Especificar)	1 SI 2 NO

D4. ¿Y su problema fue resuelto?

SI 1 → SEGUIR
NO 2 → PASE A E1

D5. En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?

	NOTA							NS/NC
Satisfacción con la resolución de su problema	1	2	3	4	5	6	7	9

DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

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

E1. Cuando Ud. contrata un servicio de telecomunicaciones tiene derechos como usuario, pero también deberes tales como por ej., la obligación de pagar la cuenta mes a mes. Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, ¿Sabía usted que tiene derecho a....? LEA UNO A UNO SEGÚN ROTACIÓN

	DERECHOS - ROTAR	SI	NO
1	Descuentos e indemnizaciones por interrupciones del servicio?	1	2
2	Poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento?	1	2
3	Que las empresas de Telefonía Fija y Móvil no pueden enviar sus antecedentes a Dicom?	1	2
4	Reclamar al número 105 de la empresa que le entrega el servicio?	1	2
5	Reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado.	1	2
6	Exigir que se le entregue un número de reclamo para identificar claramente el reclamo realizado?	1	2
7	Insistir y efectuar el reclamo en la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL si está disconforme con la respuesta de la empresa?	1	2

E2. De las Instituciones que le voy a mencionar, ¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones? LEA INSTITUCIONES. RESPUESTA MULTIPLE

EVALUACION CALIDAD TÉCNICA RADIO Y TELEVISIÓN

F1. ¿Tienen en su casa contratado un servicio de Televisión por Cable y/o Satelital?

SI	1	→	PASE A G1
NO	2	→	SIGA

F2. ¿Cuáles serían para usted los problemas principales cuando usted mira televisión en su hogar? Le voy a leer algunos ejemplos y usted me dirá si son o no un problema. **MÚLTIPLE, LEA PROBLEMAS. AL FINAL PREGUNTE: ¿Y hay algún otro problema que considere importante cuando mira televisión en su hogar?**

	PROBLEMAS (ROTAR)	SI	NO	No Sabe
1	Mala calidad de los colores	1	2	9
2	Falta de nitidez en la imagen	1	2	9
3	No se escucha bien	1	2	9
4	La publicidad se escucha más fuerte que el programa que se está viendo	1	2	9
5	OTRO PROBLEMA? Anote textual	1	2	9

G1. ¿Escucha usted radio habitualmente?

SI	1	→	SIGA
NO	2	→	TERMINAR

G2. ¿A través de que aparatos escucha usted radio? RESPUESTA MÚLTIPLE.

Radio de la casa	1	→	SIGA
Radio del auto	2	→	SIGA
Por internet con un computador o Tablet	3	→	TERMINAR
Por el teléfono móvil	4	→	TERMINAR
Otro (Especificar)	5	→	TERMINAR

G3. ¿Cuáles serían para usted los problemas principales cuando usted escucha radio? Le voy a leer algunos ejemplos y usted me dirá si son o no un problema. MÚLTIPLE, LEA PROBLEMAS. AL FINAL PREGUNTE: **¿Y hay algún otro problema que considere importante cuando escucha radio?**

	PROBLEMAS (ROTAR)	SI	NO	No Sabe
1	No puede sintonizar todas las radios	1	2	9
2	No se escucha bien	1	2	9
3	Se sobreponen 2 o más emisoras a la vez	1	2	9
4	La publicidad se escucha más fuerte que el programa que se está escuchando	1	2	9
5	OTRO PROBLEMA? Anote textual _____	1	2	9

AGRADEZCA Y CIERRE

9.2. Anexo II: Cuestionario Internet Móvil

 RANCAGUA 0333 - FONOS: 27572800 PROVIDENCIA - SANTIAGO	Nº ESTUDIO										Nº FILTRO
	1	3	1	9	0	E	X	8	0	2	

ESTUDIO “CALIDAD DE SERVICIO DE INTERNET MÓVIL”

INTRODUCCION

Buenos días/tardes, mi nombre es NOMBRE y represento a la empresa de estudios de mercado Cadem. Por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, estamos realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de INTERNET MÓVIL, que es el servicio de internet que usted tiene en su celular. ¿Me permite hacerle unas breves preguntas? Gracias.

NOTA: SOLO SI LA PERSONA PREGUNTA POR LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS, DIGA:
 “Los datos que usted nos entregue son de carácter confidencial y están resguardados por la Ley del Secreto Estadístico Número 17.374, por lo tanto sus respuestas sólo serán utilizadas en forma agregada junto al resto de los entrevistados y en ningún caso en forma individual”

CONTACTE A PERSONAS DE 18 AÑOS Y MÁS

FILTRO

1. ¿Es usted el usuario principal de este teléfono móvil?

SI 1 → SIGA
 NO 2 → **PREGUNTE POR USUARIO PRINCIPAL. SI NO ESTÁ DISPONIBLE AGRADEZCA Y CIERRE**

2. ¿Es usted o alguien de su hogar quien paga la cuenta de este teléfono móvil, o la paga una empresa?

Entrevistado (a) o alguien del hogar 1 → SIGA
 Una empresa 2 → **CIERRE**

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

SI 1 → PASE A A1
 NO 2 → **CIERRE**

DATOS DE CLASIFICACIÓN

A1. ¿En qué región vive usted? VALIDAR CUOTAS

A2. ¿Qué edad tiene Ud.?

REGISTRE EDAD EXACTA: _____ LUEGO CODIFIQUE:

Menos de 18	0 CIERRE
18 – 39	1
40 y más	2

A3. CLASIFIQUE GÉNERO

HOMBRE	1
MUJER	2

DATOS DEL PROVEEDOR

Ahora le voy a pedir que hablemos respecto al servicio de INTERNET MÓVIL que usted tiene:

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

Movistar	1
Entel	2
VTR	3
Claro	4
Nextel	5
Otra (Especificar) _____	9 CIERRE

B2. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de INTERNET MÓVIL con esta empresa?

REGISTRE AÑOS: _____
REGISTRE MESES: _____

B3. ¿Tiene este servicio con contrato o con prepago?

Contrato	1
Prepago	2

SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO

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

	NOTA							NS/NC
Satisfacción general con el servicio de INTERNET MÓVIL	1	2	3	4	5	6	7	9

PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

D1. En los últimos 12 meses, **¿ha tenido algún problema con su servicio de INTERNET MÓVIL?**

SI 1 → SEGUIR
NO 2 → **PASE A E1**

D2. **¿Qué tipo de problema tuvo? REGISTRE TEXTUAL.** Sondee: **¿Algún otro problema? REGISTRE.** Y finalmente, **¿algún otro? REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA.** REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

--

D3. Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de INTERNET MÓVIL **¿Reclamó o pidió alguna solución en...?** LEER LUGARES DE RECLAMO – RESPUESTA MÚLTIPLE

LUGARES DEL RECLAMO	D3. Dónde
1) En la compañía proveedora de INTERNET MÓVIL	1 SI 2 NO
2) En la empresa donde compró el plan (Ej: Multitienda)	1 SI 2 NO
3) En el SERNAC	1 SI 2 NO
4) En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	1 SI 2 NO
5) En otro organismo (Especificar)	1 SI 2 NO

D4. **¿Y su problema fue resuelto?**

SI 1 → SEGUIR
NO 2 → **PASE A P E1**

D5. En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?**

	NOTA							NS/NC
Satisfacción con la resolución de su problema	1	2	3	4	5	6	7	9

USOS ESPECÍFICOS DE INTERNET MÓVIL

E1. Y usando la misma escala, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Cuán satisfecho está con la velocidad de INTERNET MOVIL en su celular?**

	NOTA							NS/NC
Satisfacción con la velocidad de Internet Móvil	1	2	3	4	5	6	7	9

DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

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

F1. Cuando Ud. contrata un servicio de telecomunicaciones tiene derechos como usuario, pero también deberes tales como por ej., la obligación de pagar la cuenta mes a mes. Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, **¿Sabía usted que tiene derecho a....?** LEA UNO A UNO SEGÚN ROTACIÓN

	DERECHOS – ROTAR	SI	NO
1	Descuentos e indemnizaciones por interrupciones del servicio?	1	2
2	Poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento?	1	2
3	Que las empresas de Telefonía Fija y Móvil no pueden enviar sus antecedentes a Dicom?	1	2
4	Reclamar al número 105 de la empresa que le entrega el servicio?	1	2
5	Reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado.	1	2
6	Exigir que se le entregue un número de reclamo para identificar claramente el reclamo realizado?	1	2
7	Insistir y efectuar el reclamo en la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL si está disconforme con la respuesta de la empresa?	1	2

F2. De las Instituciones que le voy a mencionar, **¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones?** LEA INSTITUCIONES. RESPUESTA MULTIPLE

	Instituciones	G2
1	SUBTEL, Subsecretaría de telecomunicaciones	1
2	SERNAC, Servicio nacional del consumidor	2
3	Otra (Especifique) _____	3
4	No sabe / No contesta	9

9.3. Anexo III: Cuestionario Internet Fija

 RANCAGUA 0333 - FONO: 27572800 PROVIDENCIA - SANTIAGO	Nº ESTUDIO										Nº FILTRO
	1	3	1	9	0	E	X	8	0	2	

ESTUDIO “CALIDAD DE SERVICIO DE INTERNET FIJA”

INTRODUCCION

Buenos días/tardes, mi nombre es NOMBRE y represento a la empresa de estudios de mercado Cadem. Por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, estamos realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de INTERNET FIJA de su hogar. ¿Me permite hacerle unas breves preguntas? Gracias.

NOTA: SOLO SI LA PERSONA PREGUNTA POR LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS, DIGA:

“Los datos que usted nos entregue son de carácter confidencial y están resguardados por la Ley del Secreto Estadístico Número 17.374, por lo tanto sus respuestas sólo serán utilizadas en forma agregada junto al resto de los entrevistados y en ningún caso en forma individual”

CONTACTE EN EL HOGAR A PERSONAS DE 18 AÑOS Y MÁS

FILTRO

1. ¿Tienen INTERNET FIJA en su hogar?

SI 1 → SIGA
 NO 2 → AGRADEZCA Y CIERRE

2. ¿Y Ud. usa INTERNET FIJA en su hogar al menos una vez por semana?

SI 1 → PASE A A1
 NO 2 → PODRÍA HABLAR CON ALGÚN MIEMBRO DEL HOGAR QUE USE HABITUALMENTE INTERNET FIJA EN SU HOGAR

DATOS DE CLASIFICACIÓN

A1. ¿En qué región vive usted? VALIDAR CUOTAS

A2. ¿Qué edad tiene Ud.?

REGISTRE EDAD EXACTA: _____ LUEGO CODIFIQUE:

Menos de 18	0 CIERRE
18 – 39	1
40 y más	2

A3. CLASIFIQUE GÉNERO

HOMBRE	1
MUJER	2

DATOS DEL PROVEEDOR

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

B1. ¿Qué empresa le da el servicio de INTERNET FIJA actualmente?

Movistar	1
VTR	3
Claro	4
GTD (Manquehue)	6
Telsur / Telcoy	7
Otra (Especificar) _____	9 CIERRE

B2. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de INTERNET FIJA con esta empresa?

REGISTRE AÑOS: _____
REGISTRE MESES: _____

B3. ¿De qué velocidad es el plan que tienen actualmente para su INTERNET FIJA?

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

SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO

C1. Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de INTERNET FIJA que le presta actualmente... [PROVEEDOR SEGÚN B1]. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de INTERNET FIJA que tienen en su hogar con [PROVEEDOR SEGÚN B1]?**

	NOTA							NS/NC
Satisfacción general con el servicio de INTERNET FIJA	1	2	3	4	5	6	7	9

PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

D1. En los últimos 12 meses, **¿ha tenido algún problema con su servicio de INTERNET FIJA en el hogar?**

SI 1 → SEGUIR
NO 2 → PASE A E1

D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? REGISTRE TEXTUAL. Sondee: ¿Algún otro problema? REGISTRE. Y finalmente, ¿algún otro? REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

D3. Considerando el último problema que Ud. Tuvo con su servicio de INTERNET FIJA **¿Reclamó o pidió alguna solución en...?** LEER LUGARES DE RECLAMO – RESPUESTA MÚLTIPLE

LUGARES DEL RECLAMO	D3. Dónde	
1) En la compañía proveedora de INTERNET FIJA	1 SI	2 NO
2) En el SERNAC	1 SI	2 NO
3) En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	1 SI	2 NO
4) En otro organismo (Especificar)	1 SI	2 NO

D4. ¿Y su problema fue resuelto?

SI 1 → SEGUIR
NO 2 → PASE A E1

D5. En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?**

	NOTA							NS/NC
Satisfacción con la resolución de su problema	1	2	3	4	5	6	7	9

USOS ESPECÍFICOS DE INTERNET FIJA

E1. Y usando la misma escala, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Cuán satisfecho está con la velocidad de INTERNET FIJA en su hogar?**

	NOTA							NS/NC
Satisfacción con la velocidad de Internet Fija	1	2	3	4	5	6	7	9

DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

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

F1. Cuando Ud. contrata un servicio de telecomunicaciones tiene derechos como usuario, pero también deberes tales como por ej., la obligación de pagar la cuenta mes a mes. Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, **¿Sabía usted que tiene derecho a....?** LEA UNO A UNO SEGÚN ROTACIÓN

	DERECHOS – ROTAR	SI	NO
1	Descuentos e indemnizaciones por interrupciones del servicio?	1	2
2	Poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento?	1	2
3	Que las empresas de Telefonía Fija y Móvil no pueden enviar sus antecedentes a Dicom?	1	2
4	Reclamar al número 105 de la empresa que le entrega el servicio?	1	2
5	Reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado.	1	2
6	Exigir que se le entregue un número de reclamo para identificar claramente el reclamo realizado?	1	2
7	Insistir y efectuar el reclamo en la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL si está disconforme con la respuesta de la empresa?	1	2

F2. De las Instituciones que le voy a mencionar, **¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones?** LEA INSTITUCIONES. RESPUESTA MULTIPLE

	Instituciones	G2
1	SUBTEL, Subsecretaría de telecomunicaciones	1
2	SERNAC, Servicio nacional del consumidor	2
3	Otra (Especifique) _____	3
4	No sabe / No contesta	9

9.4. Anexo IV: Cuestionario TV Pagada

 RANCAGUA 0333 - FON0: 27572800 PROVIDENCIA - SANTIAGO	Nº ESTUDIO										Nº FILTRO
	1	3	1	9	0	E	X	8	0	2	

ESTUDIO “CALIDAD DE SERVICIO TELEVISIÓN PAGADA”

INTRODUCCION

Buenos días/tardes, mi nombre es NOMBRE y represento a la empresa de estudios de mercado Cadem. Por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, estamos realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de la TELEVISIÓN PAGADA de su hogar, que puede ser por cable o satelital. ¿Me permite hacerle unas breves preguntas? Gracias.

NOTA: SOLO SI LA PERSONA PREGUNTA POR LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS, DIGA:

“Los datos que usted nos entregue son de carácter confidencial y están resguardados por la Ley del Secreto Estadístico Número 17.374, por lo tanto sus respuestas sólo serán utilizadas en forma agregada junto al resto de los entrevistados y en ningún caso en forma individual”

CONTACTE EN EL HOGAR A PERSONAS DE 18 AÑOS Y MÁS

FILTRO

1. ¿Tienen TELEVISIÓN PAGADA, por cable o satelital, en su hogar?

SI	1	→	SIGA
NO	2	→	AGRADEZCA Y CIERRE

DATOS DE CLASIFICACIÓN

A1. ¿En qué región vive usted? VALIDAR CUOTAS

A2. ¿Qué edad tiene Ud.?

REGISTRE EDAD EXACTA: _____ LUEGO CODIFIQUE:

Menos de 18	0 CIERRE
18 – 39	1
40 y más	2

A3. CLASIFIQUE GÉNERO

HOMBRE	1
MUJER	2

DATOS DEL PROVEEDOR

Ahora le voy a pedir que hablemos respecto al servicio de la TELEVISIÓN PAGADA que tiene en su hogar:

B1. ¿Qué empresa le da el servicio de TELEVISIÓN PAGADA actualmente?

Movistar	1
VTR	3
Claro	4
DirecTV	8
Otra (Especificar) _____	9 CIERRE

B2. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de TELEVISIÓN PAGADA con esta empresa?

REGISTRE AÑOS: _____
 REGISTRE MESES: _____

B3. ¿Tiene este servicio con contrato o con prepago?

Contrato	1
Prepago	2

SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO

C1. Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de TELEVISIÓN PAGADA que le presta actualmente... [PROVEEDOR SEGÚN B1]. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, **¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de TELEVISIÓN PAGADA que tienen en su hogar con [PROVEEDOR SEGÚN B1]?**

	NOTA							NS/NC
Satisfacción general con el servicio de TELEVISIÓN PAGADA	1	2	3	4	5	6	7	9

PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

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

SI 1 → SEGUIR
NO 2 → PASE A E1

D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? REGISTRE TEXTUAL. Sondee: ¿Algún otro problema? REGISTRE. Y finalmente, ¿algún otro? REGISTRE. MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

--

D3. Considerando el último problema que Ud. tuvo con su servicio de TELEVISIÓN PAGADA ¿Reclamó o pidió alguna solución en...? LEER LUGARES DE RECLAMO – RESPUESTA MÚLTIPLE

LUGARES DEL RECLAMO	D3. Dónde
1) En la compañía proveedora de TELEVISIÓN PAGADA	1 SI 2 NO
2) En el SERNAC	1 SI 2 NO
3) En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	1 SI 2 NO
4) En otro organismo (Especificar)	1 SI 2 NO

D4. ¿Y su problema fue resuelto?

SI 1 → SEGUIR
NO 2 → PASE A E1

D5. En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?

	NOTA							NS/NC
Satisfacción con la resolución de su problema	1	2	3	4	5	6	7	9

DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

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

E1. Cuando Ud. contrata un servicio de telecomunicaciones tiene derechos como usuario, pero también deberes tales como por ej., la obligación de pagar la cuenta mes a mes. Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, **¿Sabía usted que tiene derecho a....?** LEA UNO A UNO SEGÚN ROTACIÓN

	DERECHOS – ROTAR	SI	NO
1	Descuentos e indemnizaciones por interrupciones del servicio?	1	2
2	Poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento?	1	2
3	Que las empresas de Telefonía Fija y Móvil no puedan enviar sus antecedentes a Dicom?	1	2
4	Reclamar al número 105 de la empresa que le entrega el servicio?	1	2
5	Reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado.	1	2
6	Exigir que se le entregue un número de reclamo para identificar claramente el reclamo realizado?	1	2
7	Insistir y efectuar el reclamo en la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL si está disconforme con la respuesta de la empresa?	1	2

E2. De las Instituciones que le voy a mencionar, **¿con cuáles se siente más protegido para hacer valer sus derechos como consumidor de servicios de telecomunicaciones?** LEA INSTITUCIONES. RESPUESTA MULTIPLE

	Instituciones	E2
1	SUBTEL, Subsecretaría de telecomunicaciones	1
2	SERNAC, Servicio nacional del consumidor	2
3	Otra (Especifique) _____	3
4	No sabe / No contesta	9

EVALUACION CALIDAD TÉCNICA RADIO

G1. ¿Escucha usted radio habitualmente?

SI	1	→	SIGA
NO	2	→	TERMINAR

G2. ¿A través de que aparatos escucha usted radio? RESPUESTA MÚLTIPLE.

Radio de la casa	1	→	SIGA
Radio del auto	2	→	SIGA
Por internet con un computador o Tablet	3	→	TERMINAR
Por el teléfono móvil	4	→	TERMINAR
Otro (Especificar) _____	5	→	TERMINAR

G3. ¿Cuáles serían para usted los problemas principales cuando usted escucha radio? Le voy a leer algunos ejemplos y usted me dirá si son o no un problema. MÚLTIPLE, LEA PROBLEMAS. AL FINAL PREGUNTE: **¿Y hay algún otro problema que considere importante cuando escucha radio?**

	PROBLEMAS (ROTAR)	SI	NO	No Sabe
1	No puede sintonizar todas las radios	1	2	9
2	No se escucha bien	1	2	9
3	Se sobreponen 2 o más emisoras a la vez	1	2	9
4	La publicidad se escucha más fuerte que el programa que se está escuchando	1	2	9
5	OTRO PROBLEMA? Anote textual _____	1	2	9

AGRADEZCA Y CIERRE