

Informe I  
Informe de Resultados Etapa I  
“Preparación Primera Encuesta  
2015”

## Contenido

1. Informe de Resultados Etapa I “Preparación Primera Encuesta 2015” .....	3
1.1. Diseño Muestral .....	4
1.2. Resultados Fase Cualitativa .....	7
1.3. Principales resultados .....	7
2. Resultado Prueba Piloto .....	16
2.1. Diseño muestral del Pre-Test.....	16
2.2. Muestra Piloto .....	17
2.3. Rendimiento de las bases de datos y los cuestionarios .....	17
2.4. Modificaciones Cuestionario a partir de la prueba piloto .....	19
2.5. Carta Gantt.....	21

## 1. Informe de Resultados Etapa I “Preparación Primera Encuesta 2015”

A continuación se presenta el informe de resultados de la etapa I. Este informe, tal como se plantea en las bases técnicas de la licitación y la propuesta técnica elaborada por Cadem, contiene:

- Resultado de la Fase Cualitativa, de focus groups y de otros mecanismos de recolección empleados orientados a determinar la satisfacción por servicio y por empresa evaluada.
- Modelo y estructura de la encuesta y cuestionarios definitivos, por tipo de servicio, para aplicar en prueba piloto.
- Características de las muestras: tamaño muestral por empresa y tipo de servicio, a nivel nacional.
- Resultados y análisis de la prueba piloto.
- Planificación y Carta Gantt del trabajo de campo de la encuesta general.
- Copia de cuestionarios, por tipo de servicio, en versión final aplicados.

## 1.1. Diseño Muestral

La población objetivo que contempla el estudio son personas mayores de 18 años usuarios de los servicios. La representación a nivel nacional, por empresa y tipo de servicio. El tipo de encuesta es telefónica a través de un muestreo de proporciones con representación nacional.

Para el caso de los servicios de telefonía móvil e Internet móvil se determinó que la muestra sea a nivel nacional y por empresa. Los datos relevantes de la población objetivo para la determinación de la muestra son los siguientes:

**Tabla 1: Distribución de Empresas de Telefonía móvil e internet móvil**

Empresa	Contrato	Prepago	Total	%
Telefónica Móviles de Chile	2.568.090	6.248.464	8.816.554	39%
Entel PCS	3.124.344	5.300.278	8.424.622	37%
Claro Chile	1.467.864	3.447.300	4.915.164	22%
VTR Wireless	78.509	19.125	97.634	0,43%
Nextel	231.654	123.090	354.744	2%
Total	7.470.461	15.138.257	22.608.718	100%

(\*) Datos al mes de octubre de 2014. Se consideran abonados a todos aquellos clientes que hayan generado tráfico del mes, es decir, que hayan emitido o recibido una llamada tasable.

Para el caso de los servicios de televisión de pago, la determinación de la muestra es a nivel nacional y por empresas. Los datos relevantes de la participación de mercado por empresa proveedoras de este servicio para la determinación de la muestra es la siguiente:

**Tabla 2: Distribución de Empresas de Televisión de Pago**

Empresa	Suscriptores de Televisión de Pago	%
VTR Banda Ancha	1.009.937	40,2%
Telefónica Chile	581.249	23,2%
Claro Comunicaciones	466.661	18,6%
DirectTV	452.383	18,0%
Total	2.510.230	100%

(\*) Datos al mes de octubre de 2014

Para el caso del servicio internet residencial o fija, se determinó que la muestra sea nivel nacional y por empresas. Los datos relevantes de la población objetivo para la determinación de la muestra son los siguientes:

**Tabla 3: Distribución de conexiones a Internet Fija de Suscriptores residenciales**

Empresa	Conexiones de Internet Fija de Suscriptores Residenciales
Telefónica Chile S.A	783.445
Claro Comunicaciones S.A	256.416
GTD Manquehue	43.589
TELCOY S.A	10.387
TELSUR S.A	135.618
VTR Banda Ancha S.A	877.733
Total	2.109.188

**Tabla 4: Distribución de Empresas de Internet Residencial o Fija**

Presencia de concesionarias de Telefonía fija por Región datos a junio de 2014							
Región	TELSUR	CLARO COMUNI CAC.	TELEFON ICA	GTD MANQU EHUJF	TELCOY	VTR BANDA ANCHA	Empresas por Región
I		X	X			X	3
II		X	X			X	3
III		X	X			X	3
IV		X	X			X	3
V		X	X			X	3
VI		X	X			X	3
VII		X	X			X	3
VIII	X	X	X			X	4
IX	X	X	X			X	4
X	X	X	X			X	4
XI			X		X		2
XII		X	X				2
RM	X	X	X	X		X	5
XIV	X	X	X			X	4
XV		X	X			X	3

Para efectos de la encuesta de todos los servicios considerados, la Subsecretaría proporcionó la base de datos de numeración telefónica por empresas, sujetas a medición, en medios magnéticos (CD) y de cuya información, Cadem mantiene las reservas del caso. Se trabajó en la limpieza y validación de las bases de datos en conjunto con la base de datos, aspecto que se identificó como exitoso al término de la fase piloto.

La cobertura del estudio es a nivel nacional estratificando por servicio y empresa a nivel nacional, donde las empresas tengan operación y ofrezcan el servicio.

El diseño muestral es probabilístico, estratificado, con afijación no proporcional a los estratos (servicio, empresa) de manera de lograr un error muestral absoluto en los segmentos relevantes de

hasta 3,7 puntos porcentuales, que permita la comparación con las versiones anteriores de la encuesta.

## 1.2. Resultados Fase Cualitativa

Para la elaboración y diseño de los cuestionarios finales se propuso una fase considerando los siguientes objetivos:

- Levantar inputs que permitan construir el cuestionario de medición de satisfacción y calidad de servicios de la categoría Televisión Pagada
- Identificar posibles ajustes que se necesiten realizar a los cuestionarios de las categorías Telefonía Móvil, Internet Móvil e Internet Fija

Para este fin, se realizaron dos Focus Groups, con hombres y mujeres de NSE C2 y C3, entre 20 y 55 años, usuarios de TV pagada, mix de usuarios de TV cable y satelital, clientes de Movistar, VTR, Claro, DirecTV y CMET, residentes en Santiago.

Las sesiones fueron segmentadas de acuerdo al siguiente esquema:

	Cientes TV Pagada
20 – 30 años	1
35 – 55 años	1
Total	2

El terreno se llevó a cabo entre los días 15 y 18 de Mayo de 2015.

## 1.3. Principales resultados

- 1. Al indagar en las problemáticas que los usuarios de TV Pagada tienen con el servicio, es posible identificar distintas áreas de problemas, relacionadas con la calidad del servicio, aspectos**

técnicos y aquellos relacionados con la normativa de TV pagada, que influyen en la satisfacción / insatisfacción con el servicio recibido por parte de las compañías.

Los entrevistados mencionan y describen espontáneamente las siguientes problemáticas que afectan la calidad del servicio de TV pagada que tiene actualmente:

a) Problemas relacionados con la señal

- Corte / caída de la señal: *'se cae la señal', 'se corta y se pone la pantalla azul'*  
En este punto, es interesante mencionar que usuarios de TV HD satelital (DirecTV) declaran que, cuando esto ocurre, la imagen puede quedar detenida (“congelarse”): *'la imagen se congela, uno está viendo el partido, cuando van a meter el gol y se queda paralizado'*
- Interferencias: la señal se ve entrecortada o interrumpida, por elementos como cuadros de color gris / negro, o la señal de otros canales (los más mencionados): *'en VTR se mezcla la señal del 13 con la del Etc!, se ven los dos mezclados', 'el Mega se ve como el Nickelodeon, se mezclan las imágenes'*
- Problemas con la cobertura, en que la señal no llega de manera óptima en todo momento, habiendo cortes de la señal de TV: *'hay sectores donde a ratos funciona mal'*

b) Problemas relacionados con la calidad de la imagen

- Efecto borroso, en que la imagen se ve pixelada / con mosaicos: *'se ve pixeleado', 'se borroso, como con mosaicos'*
- Canales cuyos colores se ven más oscuros que otros: *'hay canales que se ven más oscuros que otros'*

c) Problemas relacionados con la calidad / estabilidad del sonido



- Canales que no se escuchan al mismo volumen (algunos más altos y otros más bajos): *'hay canales que se escuchan más bajos, y cuando cambias a otro se escucha súper fuerte y tienes que bajar el volumen'*
- Diferencias de volumen entre programación y comerciales: *'a veces tienes que bajar el volumen de los comerciales, porque hay veces en que se escuchan muy fuerte en comparación a lo que estás viendo'*
- Sonido que interfiere con el audio del canal ("chicharreo"): *'a veces se escucha un chicharreo en algunos canales'*

#### d) Problemas con el decodificador

- Decodificador se reinicia solo: *'el deco de reinicia, la pantalla dice "reiniciando" y no te deja ver la programación'*
- Una vez que se reinicia el decodificador, la señal demora en volver: *'cuando el deco se te resetea, se demora demasiado en volver la señal'*
- Decodificador no responde / se "queda pegado", no respondiendo al cambio de canales desde los botones, ni a las instrucciones del control remoto: *'se queda pegado, no te cambia de canales, nada... tienes que apagarlo para que vuelva a funcionar'*

#### e) Problemas con la asistencia técnica

- No entregan soluciones / no responden a los requerimientos: *'uno llama por un problema y no te lo solucionan', 'no siempre resuelven al tiro los problemas', 'tenían que habilitarme un decodificador y no lo hicieron'*
- Demora en la entrega de soluciones: *'se demoran en arreglarte el problema'*
- Incumplimiento de horarios: *'no van', 'llegan otro día, cuando tú no estás'*
- No hay una pronta respuesta del servicio técnico: *'se demoran en darte una respuesta'*

f) Problemas con cobros / boletas

- Cobros que no corresponden al plan contratado o no informados: *‘me estaban cobrando cosas que no estaban en el pack que contraté’, ‘me estaban cobrando algo que nunca me dijeron’*
- Cobro de servicios que no están funcionando / que nunca funcionaron: *‘estaba pagando una señal que no estaba llegando’*

g) Percepción de no aviso de cambios en la parrilla de canales

- Canales que no aparecen más / “perdidos”, no haciendo sido informado: *‘tengo 50 canales y de pronto me dice que tengo 40’, ‘borra canales sin darme cuenta, no los ves más’*
- No se entrega directamente información respecto al cambio de canales: *‘nunca lo avisan, uno cree que pasa por error’*

h) Problemas con reembolsos / indemnizaciones / compensaciones por suspensión, interrupción o alteración del servicio

- No realización de descuentos o compensaciones por no entrega / falla de servicio: *‘nunca me han descontado por estar sin el servicio’*
- Entrega de reembolsos o compensaciones sólo se hace efectiva tras realizar reclamo en sucursal, no ocurriendo cuando se hacen vía telefónica o correo electrónico: *‘hay que pedirlo en la sucursal... sino, nunca lo hacen’*

i) Problemas con el uso de la herramienta de control parental

- Falta de información respecto de cómo se utiliza: *‘la compañía nunca me informó de cómo se usaba’*
- No ocurre el bloqueo de los canales: *‘los he bloqueado, pero después cuando veo la tele de mis hijas igual les salen esos canales’*

Adicionalmente, al indagar de manera ayudada, se observa que existen otros temas relacionados con la normativa de TV pagada, que a partir del desconocimiento / desinformación, no son percibidos como problemas por los entrevistados.

En este sentido, resulta relevante incorporarlas al cuestionario, a fin de poder realizar una fiscalización efectiva del cumplimiento de la normativa:

j) Información de canales que incluye el plan y posibles modificaciones: se percibe que, más allá del folleto que se entrega al momento de la contratación del servicio, no hay mayor información respecto a la parrilla de canales. No hay claridad respecto a si el contrato incluye esta información.

Asimismo, tampoco se recuerda si el contrato incorpora información respecto a posibles modificaciones en la parrilla contratada.

k) Reemplazo de canales de la parrilla: se menciona que los cambios no son avisados con anticipación, y que tampoco se informa cuáles fueron los canales por lo que se reemplazan los canales retirados por lo que no es posible saber si éstos son reemplazados por canales similares en calidad y contenido.

l) Información de valores de servicio de bloqueo de contenidos y control parental: no se tiene conocimiento ni se recuerda haber recibido información de este tema.

**2. Respecto a las categorías Telefonía Móvil, Internet Móvil e Internet Fija, al indagar brevemente en problemáticas de carácter técnico, se mencionan y describen algunas que permiten comprender más detalladamente algunas que están en los cuestionarios actuales y adicionalmente realizar algunos ajustes, que permitan una fiscalización de estos servicios aún más fina.**

## Telefonía móvil:

### a) Problemas con la señal

- Corte de llamada / caída de la señal: *‘se me cae la señal’, ‘incluso dentro de un banco se va la señal’, ‘en el metro siempre se va la señal’, ‘a veces estoy hablando, pasan ciertos minutos y se corta la llamada, no sé por qué’*
- Interferencias (chicharreos o voces que interfieren con la llamada): *‘a veces suenan los marcianos’, ‘se escuchan voces raras’, ‘como que te habla un monstruo’, ‘es como un chicharreo’*
- Retorno / eco: *‘uno está hablando y suena mi voz por atrás y no me puedo concentrar, tienes que seguir hablando nomás’, ‘es como un eco de tu voz mientras hablas, te escuchas cuando hablas’*

### b) Problemas de cobertura (en ciertos lugares / espacios, no es posible realizar ni recibir llamadas): *‘a veces tienes que moverte un poquito para que agarre la señal’, ‘no te funciona en todas las ciudades ni en todos lados’*

### c) Recepción / aviso de llamadas

- Llamadas realizadas demoran en entrar / conectar con otro celular (desde el discado del teléfono, se demora en escuchar el tono): *‘a veces se demora mucho en conectar la llamada, te demoras como 10 segundos en escuchar el pip’*
- No entran llamadas a otros celulares, saliendo el buzón de voz cuando el celular del receptor se encuentra encendido y disponible: *‘mi esposa tiene el teléfono encendido, la llamo y no suena, y a veces estamos al lado’, ‘te sale buzón de voz y el teléfono de la otra persona está encendido’*

- No aviso de llamadas perdidas: *'a veces te llaman y no te avisa las llamadas perdidas, nunca supiste que te llamaron', 'te llamaron tres veces y nunca aparecieron las llamadas'*
- d) Problemas con activación de la recarga (sólo clientes prepago): recarga no se activa inmediatamente, requiriendo reiniciar el teléfono (apagar / prender) para hacerla efectiva: *'no te toma la carga al tiro y tienes que reiniciarlo'*
- e) Carga se agota antes de lo esperado (sólo clientes prepago): *'me cortan mis minutos antes de que se acaben, me los roban, y pago todos los días 10, pero me los dan el día 19'*

### **Internet móvil:**

- a) Problemas en relación a la velocidad de navegación
- Percepción de que la velocidad es en general lenta: *'en general lo encuentro lento', 'a veces es muy lento, das vuelta todo el celular pero no hay como solucionarlo'*
  - Velocidad inestable / cambios bruscos: *'el servicio, la velocidad no es constante'*
  - Velocidad de navegación disminuye mucho tras haber alcanzado el límite de MB de navegación del plan contratado: *'cuando alcanzas el umbral, baja la señal y se pone demasiado lento', 'cubres la cuota y deja de ser rápido, y se pone muy lento'*
- b) Problemas de caída de la señal, no permitiendo navegar: *'a veces se va la señal, hay que apagar el celular para que vuelva a funcionar'*
- c) Información respecto a consumo de MB

- Compañía no da información clara del consumo de MB navegados: *‘nunca tengo la seguridad de cuántos MB estoy consumiendo... lo que dice mi teléfono es distinto a lo que dice la compañía, en cambio, en la otra compañía que estaba sí tenía cómo saber’*
- No da aviso de cuando se ha alcanzado / va a alcanzarse el umbral de navegación: *‘a una amiga no le avisan cuando llega al límite’, ‘no te avisa cuándo alcanzaste el umbral, sólo se pone más lento’*

d) Desinformación respecto a zonas de cobertura de sistema 4G al momento del contrato: *‘nunca me avisaron que el 4G no funciona en todas partes, me enteré cuando ya había comprado el teléfono maravilloso’*

### **Internet fija:**

a) Problemas con la velocidad de navegación en ciertos horarios en que se enlentece excesivamente: *‘se me va la señal en la noche, me conecto cuando se supone que no hay nadie y nada’*

b) Información respecto a la velocidad de navegación

- Falta de información respecto a MB de subida / bajada del plan contratado
- No se informa respecto del máximo de velocidad que permite la zona / equipo específico en que se hará la conexión de internet fija: *‘una vez me enteré por un técnico que la cantidad de señal que tenía contratada no llegaba a mi zona y nunca me informaron, entonces contraté un plan con una velocidad que no puedo tener’*

c) Problemas con el módem

- Modem antiguo, que hace que la navegación sea lenta: *‘estaba muy lento el internet y era porque el módem que teníamos en la casa era muy viejo’*
- Módem necesita ser reiniciado para recuperar velocidad de navegación: *‘a veces se pone lento y hay que apagar y prender el módem para que vuelva a estar rápida’*

d) Problemas de seguridad de la red, haciéndola vulnerable a ataques informáticos que permite que otras personas se “cuelguen” de la red (hackers): *‘me lo hackean, de repente entro y veo como a seis personas conectadas a mi red... se pone lento y tengo que cambiar la clave, para que no se ponga tan lento’*

e) Falta de información de costos de reposición de aparatos (módem): *‘me cobraron por la reposición del modem, nunca me dijeron’*

Finalmente, al indagar en las acciones realizadas por los entrevistados ante este tipo de problemáticas, éstos declaran realizar reclamos ante organismos sólo cuando los problemas son persistentes o interfieren de manera importante con el uso del servicio. En este escenario, los principales organismos a los que se recurre son las compañías proveedoras y SERNAC.

Sólo un entrevistado declaró haber realizado un reclamo ante la SUBTEL, en el contexto en que en primer lugar realizó el reclamo ante el proveedor (de internet móvil) y éste no entregó la solución buscada.

En este escenario, al indagar, la mayoría de los entrevistados parece no tener conocimiento de que es posible realizar este tipo de reclamos ante la SUBTEL.

A partir de estos resultados, se realizó una presentación con los principales resultados a fin de completar la fase previa a la elaboración y diseño final del cuestionario. La fase cualitativa fue

relevante para la elaboración de códigos asociados a los problemas de los distintos servicios, los que han sido utilizados para complementar el trabajo de codificación del estudio final.

## 2. Resultado Prueba Piloto

El objetivo principal de las actividades de prueba piloto o Pre-test de instrumentos es evaluar el funcionamiento de las preguntas, las instrucciones a seguir en distintos escenarios de aplicación de los cuestionarios e instrumentos complementarios de recolección de datos y el adecuado funcionamiento del protocolo de trabajo. Otro aspecto importante es el tiempo estimado de aplicación de cada encuesta, por lo que el Pre-test podrá entregar luces del promedio de tiempo. La prueba piloto es fundamental para lograr que los datos de la encuesta sean de calidad y lo más fidedignos posible, midiendo las variables relevantes del estudio y minimizando la cantidad de no respuestas.

En términos operativos, la prueba de campo permite medir diversos parámetros que se pueden ajustar antes del levantamiento de la encuesta, tales como, total de encuestadores requerido en función del rendimiento promedio por servicio y empresa; total de jefes de grupo requerido y otros aspectos relevantes a considerar en la definición del perfil ideal del encuestador y del proceso de capacitación de encuestadores definitivo, basado en los principales hallazgos de esta prueba.

### 2.1. Diseño muestral del Pre-Test

La tabla 6 identifica la muestra cuantitativa y la selección de la muestra para el Pre-Test contemplada en 100 casos. Los casos de la prueba piloto quedan excluidos del total de la muestra.



Tabla 6. Muestra Pre-Test

	Tamaño Muestral
Telefonía Móvil	25
Internet Móvil	25
Televisión de Pago	25
Internet Residencial o Fija	25
Total por cada medición	100

Entre el 22 y 25 de mayo de 2015 se realizaron 100 entrevistas con el objetivo de medir el rendimiento del cuestionario y de la base datos de contacto de cada servicio, y por otra parte validar que las preguntas sean comprendidas por el entrevistado.

## 2.2. Muestra Piloto

Los 100 casos de la muestra piloto se distribuyeron equitativamente por servicio de la siguiente forma:

Tabla 7: Muestra de prueba Piloto.

SERVICIO	Claro	Entel	Movistar	Nextel	VTR	GTD	Telsur/ Telcoy	DirecTV	Total
Telefonía Móvil	8	7	10	0	0	0	0	0	25
Internet Móvil	9	8	8	0	0	0	0	0	25
TV Pagada	0	0	9	0	8	0	0	8	25
Internet Fija	0	0	13	0	12	0	0	0	25
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>40</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100</b>

## 2.3. Rendimiento de las bases de datos y los cuestionarios

En términos de aplicación, para internet fija se marcaron 310 números para lograr 25 encuestas, en internet móvil 314, telefonía móvil 284 y televisión pagada 184. De este modo, la base de datos que tuvo mejor rendimiento fue televisión pagada ya que cada 7.36 llamadas se logró una encuesta. Con respecto a la compañía que viene por base de datos versus lo que indica el entrevistado para televisión pagada y telefonía móvil coincidió en un 100%, para internet fija e internet móvil solo un caso respectivamente no

coincide con la compañía que viene por base versus lo que indicó el entrevistado. Las bases, acorde a la experiencia durante el piloto, son contundentes y su uso desde la perspectiva de nuestro jefe de terreno y los encuestadores es positivo.

**Tabla 8. Promedio de llamadas para logro de encuesta**

SERVICIO	TOTAL LLAMADAS	Promedio de llamadas para lograr una encuesta
Internet Fija	310	12,4
Internet Móvil	314	12,56
Telefonía Móvil	284	11,36
Televisión Pagada	184	7,36
<b>TOTAL</b>	<b>1.092</b>	<b>10,92</b>

Los resultados generales de cada cuestionario fueron los siguientes, siendo los esperados en términos de la duración del cuestionario:

**Tabla 9: Rendimiento (Duración y Encuestas por Hora) por Cuestionario**

SERVICIO	Duración (Minutos)
Telefonía Móvil	7,2
Internet Móvil	7,2
TV Pagada	6,6
Internet Fija	7,8

Los resultados de las llamadas realizadas en cada cuestionario:

**Tabla 10: Resultado de llamadas realizadas**

Resultado de la llamada / Servicio	TV Pagada		Internet Móvil		Telefonía Móvil		Internet Fija	
	N	%	N	%	N	%	N	%
ENTREVISTA CORRECTA	25	14%	25	8%	25	9%	25	8%
PENDIENTES	124	67%	164	52%	174	61%	159	51%
BUZÓN O GRABADORA	65	35%	96	31%	141	50%	57	18%
FONO NO CONTESTA	42	23%	54	17%	28	10%	76	25%
LLAMAR MÁS TARDE / OTRO DIA	17	9%	14	4%	5	2%	26	8%
RECHAZO	32	17%	99	32%	74	26%	115	37%
RECHAZO CLIENTE	25	14%	71	23%	46	16%	83	27%
FONO FUERA DE SERVICIO/ NO EXISTE/ AVERIADO	7	4%	28	9%	28	10%	32	10%
CIERRE POR FILTRO	3	2%	26	8%	11	4%	11	4%
NO TIENE EL SERVICIO EN EL HOGAR*	3	2%	0	0%	0	0%	5	2%
NO CUMPLE RANGO DE EDAD	0	0%	2	1%	3	1%	0	0%
TELEFONO ES DE OTRA COMPAÑIA	0	0%	0	0%	1	0%	0	0%
SERVICIO LO PAGA UNA EMPRESA*	0	0%	4	1%	2	1%	1	0%
NO UTILIZA SERVICIO *	0	0%	15	5%	0	0%	2	1%
NO ES EL USUARIO PRINCIPAL Y NO ESTA DISPONIBLE	0	0%	5	2%	5	2%	0	0%
NO VIVE EN EL HOGAR Y NO HAY PERSONA DISPONIBLE	0	0%	0	0%	0	0%	3	1%
<b>TOTAL</b>	<b>184</b>	<b>100%</b>	<b>314</b>	<b>100%</b>	<b>284</b>	<b>100%</b>	<b>310</b>	<b>100%</b>

En la tabla anterior se puede ver que la mayor proporción de las llamadas quedó en un estado de espera o pendiente: Buzón, No contesta, Agendada, Ocupado o llamar otro día. El piloto se ejecutó durante un sábado y domingo principalmente entre horarios 11:00 y 16:00 hrs, por lo que la aplicación en el campo final, utilizando días de semana y en horarios distintos podrá dar resultados distintos y probablemente con menor proporción de incidencias “pendientes”.

#### 2.4. Modificaciones Cuestionario a partir de la prueba piloto

Luego del trabajo de campo del piloto, se resolvieron modificaciones para los cuestionarios finales.

En terminos generales, se decidió en conjunto con la contraparte técnica aplicar a través de una pregunta abierta la pregunta sobre los problemas identificados con los servicios, sin pre-codificación.

En específico, en el caso de internet fija y TV pagada se eliminó la pregunta de si la persona “vivía en este hogar”, pregunta que no aplicaba para los usuarios ya que se contactaba a través de teléfono móvil y el usuario podía no estar en su hogar al recibir el llamado por lo que era confuso.

En la sección de TV y Radio, se generó un filtro en la pregunta sobre a través de qué aparatos las personas escuchaban la radio, para de este modo consultar sobre los principales problemas cuando se escucha radio entre quienes solo escuchaban radio desde la casa o en el auto.

## 2.5. Carta Gantt

La carta gantt que se presenta a continuación es una elaboración en conjunto con la contraparte técnica. Si bien los tiempos no varían sobre lo que se ofreció en un principio en la propuesta técnica de la licitación, se implementó una estrategia que implica ir cerrando el trabajo de campo en algunos servicios primero y luego de los restantes, a fin de avanzar en la elaboración de los informes en los servicios finalizados. No obstante, se avanza paralelamente en todos los servicios. De esta manera se incluyen dos reuniones con la contraparte técnica para presentar los resultados preliminar del estudio, una vinculada a los dos primeros servicios que cierren campo primero, y luego uno final con el total de servicios finalizados. De este modo, la planificación contempla un trabajo en conjunto con la contraparte técnica que implica la presentación de los resultados y luego con los comentarios y sugerencias que surgan de estas reuniones, se trabajará en el informe final.

A su vez se diseñó una plataforma web donde se puede revisar en línea y de manera actualizada el trabajo de campo diario que realiza Cadem.

El link es [http://argus.cadem.cl/subtel\\_campo/web/app.php/avance\\_subtel](http://argus.cadem.cl/subtel_campo/web/app.php/avance_subtel)

