

Informe IV  
Resultados Segunda Medición  
2015

## Contenido

1.	Presentación .....	5
2.	Objetivos del Estudio .....	7
2.1.	Objetivo General .....	7
2.2.	Objetivos Específicos .....	7
3.	Satisfacción/Reclamos de usuarios en TIC en perspectiva comparada .....	9
4.	Descripción Metodológica .....	13
4.1.	Tipo de Estudio .....	13
4.2.	Universo .....	13
4.3.	Grupo Objetivo y Cobertura .....	13
4.4.	Diseño Muestral .....	14
4.5.	Cuestionarios .....	14
4.6.	Muestras .....	15
4.7.	Muestras históricas por servicio .....	15
4.8.	Perfil de los Entrevistados.....	17
4.9.	Principales indicadores usados en el informe .....	18
5.	Resumen ejecutivo .....	20
6.	Conocimiento Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones y Rol SUBTEL .....	24
7.	Resultados Generales .....	28
7.1.	Satisfacción .....	28
7.2.	Problemas, Reclamos y Resolución.....	34
8.	Resultados por servicio.....	43
8.1.	Telefonía móvil .....	43
8.1.1.	Perfil de los entrevistados .....	43
8.1.2.	Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil.....	46
8.1.3.	Problemas, reclamos y resolución: Telefonía Móvil.....	52

8.1.4.	Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción.....	72
8.1.5.	Principales indicadores .....	74
8.2.	Internet Móvil .....	75
8.2.1.	Perfil de los entrevistados .....	75
8.2.2.	Satisfacción con empresas de Internet Móvil .....	78
8.2.3.	Problemas, reclamos y resolución: Internet Móvil .....	87
8.2.4.	Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción.....	107
8.2.5.	Principales indicadores .....	109
8.3.	Internet Fija.....	110
8.3.1.	Perfil de los entrevistados .....	110
8.3.2.	Satisfacción con empresas de Internet Fija.....	113
8.3.3.	Problemas, reclamos y resolución: Internet Fija .....	118
8.3.4.	Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción.....	128
8.3.5.	Principales indicadores .....	130
8.4.	Televisión Pagada.....	131
8.4.1.	Perfil de los entrevistados .....	131
8.4.2.	Satisfacción con empresas de Televisión Pagada.....	134
8.4.3.	Problemas, reclamos y resolución: Televisión Pagada.....	136
8.4.4.	Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción.....	145
8.4.5.	Principales indicadores .....	147
9.	Ranking de Calidad 2015 .....	148
10.	Análisis comparativo por Región .....	160
11.	Análisis comparativo 2014 – 2015.....	168
11.1.	General para satisfacción, neta y porcentaje de problemas .....	168
11.2.	Por servicio y empresa satisfacción, neta y porcentaje de problemas.....	170
12.	Conclusiones y Recomendaciones.....	178

13. Ponderadores .....	182
14. Cuestionarios .....	184
14.1. Anexo I: Cuestionario Telefonía Móvil .....	184
14.2. Anexo II: Cuestionario Internet Móvil .....	189
14.3. Anexo III: Cuestionario Internet Fija .....	194
14.4. Anexo IV: Cuestionario TV Pagada .....	201

## 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) Conocer qué y cuánto saben de sus derechos los usuarios de telecomunicaciones.
- b) 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).
- c) Diseñar una metodología que permita efectuar comparaciones de resultados e indicadores con encuestas aplicadas en años anteriores.
- d) 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.
- e) Comparar los niveles de satisfacción entre usuarios de diferentes compañías evaluadas y generar un ranking de las empresas.
- f) Confeccionar y describir los indicadores orientados a evaluar la calidad con que son provistos los servicios objeto del estudio.
- g) 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.
- h) Medir el grado de satisfacción que obtienen los usuarios por empresa y tipo de servicios evaluados.
- i) Preparar un análisis de benchmarking con los datos obtenidos, que permita comparar y efectuar un ranking de los servicios por empresa.

- j) 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.
- k) 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 comparables<sup>1</sup>. 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 Demoscopia<sup>2</sup>.

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 internet<sup>3</sup>.

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%).

---

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

<sup>2</sup> [http://sutel.go.cr/sites/default/files/8841-sutel-dgc-014\\_consejo\\_sutel\\_\\_remision\\_resultados\\_percepcion\\_de\\_la.pdf](http://sutel.go.cr/sites/default/files/8841-sutel-dgc-014_consejo_sutel__remision_resultados_percepcion_de_la.pdf)

<sup>3</sup> [http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/reporteencuestasfinalcgpu280415\\_1.pdf](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. Cuestionarios<sup>4</sup>

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:

La segunda medición 2015, presentada en este documento, se han realizado los siguiente ajustes a la Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones:

1. La empresa operadora Nextel del primer semestre cambia su nombre a Wom en el segundo semestre. Se ejecutó un piloto para identificar si los usuarios Nextel/Wom ya identifican a Wom y no Nextel como la empresa que brinda el servicio, antecedentes que se entregaron a la contraparte técnica, sugiriendo que en las preguntas donde el entrevistado debía identificar a su empresa se codificara como “Wom”. En lo que corresponde al informe en su presentación se identifica a Nextel en los evolutivos y en las comparaciones entre la medición 1 y 2 de 2015.
2. Limpieza y ajustes de bases de datos entre la contraparte técnica de Subtel y Cadem.
3. Al igual que en la primera medición, se elaboró una plataforma online para mantener en línea el trabajo de campo realizado, distinguiendo entre los distintos servicios y operadores.
4. A modo de contexto del levantamiento de campo, se debe considerar que a raíz del terremoto ocurrido el 16 de septiembre de 2015 hayan ocurrido problemas vinculados a los servicios medidos. Si bien el trabajo de campo se realizó durante el mes de octubre de 2015, los efectos del terremoto pueden haber afectado en la evaluación de las distintas empresas, tanto en la satisfacción del servicio, como la tasa de problemas y resolución de las distintas soluciones.

---

<sup>4</sup> Se adjuntan cuestionarios en los Anexos del informe.

## 4.6. Muestras

Las muestras por servicio y compañía propuesta 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)
<b>TOTAL</b>	<b>3.500</b>	<b>1,70%</b>	<b>95%</b>	<b>3.500</b>	<b>1,70%</b>	<b>95%</b>	<b>3.200</b>	<b>1,70%</b>	<b>95%</b>	<b>3.500</b>	<b>1,70%</b>	<b>95%</b>	

- (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) Solo en Región Metropolitana.
- (5) Se Procesa junto a Telefónica Coyhaique.
- (6) Solo en XI Región.

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

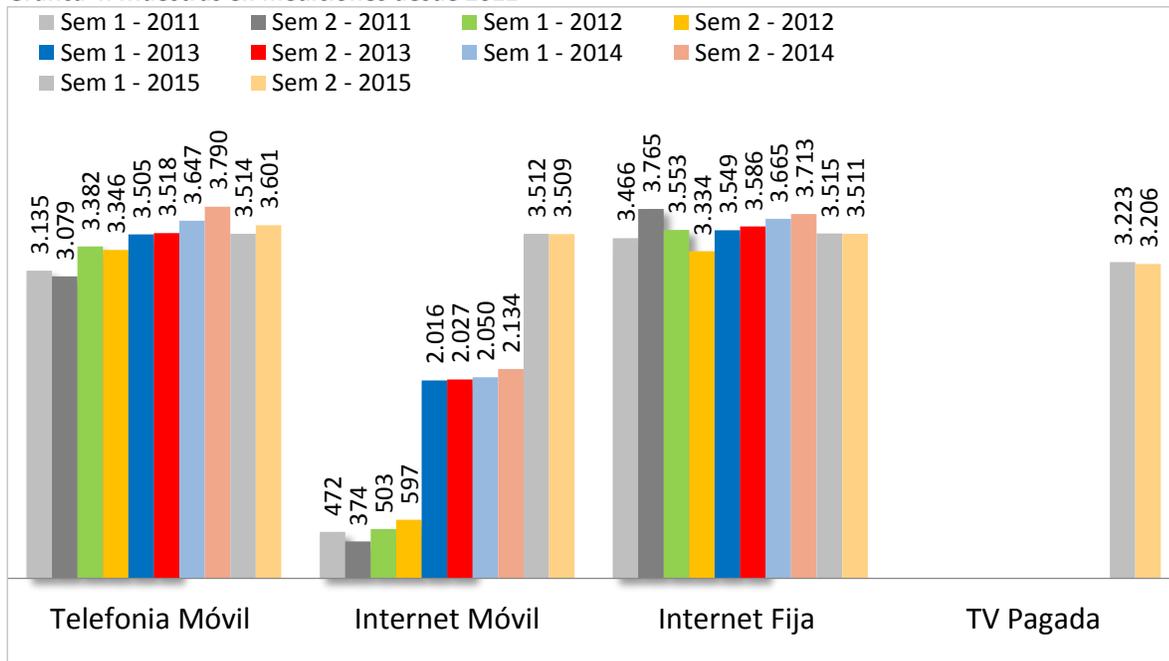
## 4.7. Muestras históricas por servicio<sup>5</sup>

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.

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

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**



#### 4.8. Perfil de los Entrevistados

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

**Gráfica 5: Perfil Demográfico por servicio**

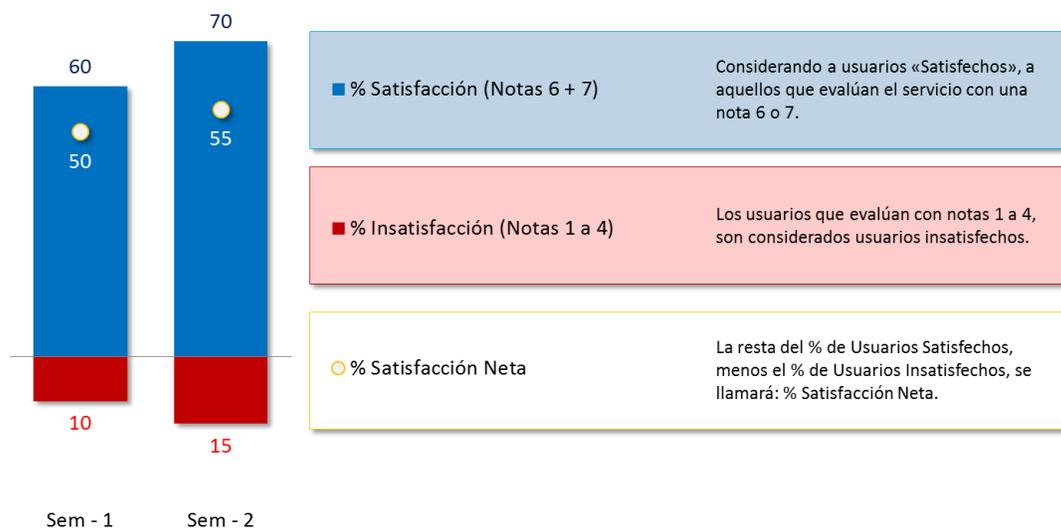
	(%) Telefonía Móvil	(%) Internet Móvil	(%) Internet Fija	(%) TV Pagada
<b>Hombre</b>	47	52	48	48
<b>Mujer</b>	53	48	52	52
<b>18 a 39</b>	48	69	50	38
<b>40 o más</b>	52	31	50	62
<b>RM</b>	37	45	51	43
<b>Otras regiones</b>	63	55	49	57

Por ejemplo, los resultados globales de Telefonía Móvil corresponden en un 47% a hombres y el 53% restante corresponde a mujeres. A su vez, el perfil de los entrevistados de Internet fija corresponde 48% de hombres y un 52% de mujeres, un 50% mayor a 39 años y un 50% 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

#### 4.9. 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?*



A lo largo del informe se presentará las diferencias estadísticamente significativas al 95% de confianza, con indicadores gráficos junto a cada estadística, de la siguiente forma:

- Valor muestra una mejor percepción, estadísticamente significativa comparado con la medición anterior.
- Valor muestra una peor percepción, estadísticamente significativa comparado con la medición anterior.

En el informe también se analizan los distintos indicadores, estos son, tasa de problemas, tasa de reclamos y tasa de resolución.

$$\mathbf{Tasa\ de\ problemas} = \frac{\textit{Cantidad de usuarios que dicen haber tenido problemas}}{\textit{Cantidad total de encuestados}}$$

$$\mathbf{Tasa\ de\ reclamos} = \frac{\textit{Cantidad de usuarios que reclamaron}}{\textit{Cantidad total de usuarios con problemas}}$$

$$\mathbf{Tasa\ de\ resolucion} = \frac{\textit{Cantidad de usuarios con problemas resueltos}}{\textit{Cantidad total de usuarios que reclamaron}}$$

## 5. Resumen ejecutivo

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.
- Semestre N°1 año 2015: Sem 1 - 2015.

Durante la presente medición se observa que:

a) Derechos del Consumidor:

- Un 93% reconoce al menos un derecho de forma asistida manteniéndose este indicador estable respecto de la primera medición 2015.
- Un 72% 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 se mantienen estables en su conocimiento respecto de la última medición.
- El resto de los derechos se mantienen también estables respecto de la primera medición, aunque en el caso de “exigir que se le entregue un número de reclamo” e “insistir y efectuar el reclamo en la SUBTEL si está disconforme” se mantiene una leve alza.
- Sobre la percepción hacia las instituciones que protegen los derechos de los consumidores de servicios de telecomunicaciones, un 65% indica Sernac mientras un 19% indica Subtel.

b) Satisfacción:

- En los servicios móviles – telefonía móvil e internet móvil – existe un aumento en la satisfacción neta respecto de la medición anterior:
  - Telefonía Móvil: 39% a 40%.
  - Internet Móvil: 12% a 16%.
- Los usuarios de internet fija aumentan su percepción respecto de la calidad del servicio recibido, de 17 a un 20 en la satisfacción neta.
- La satisfacción neta de los usuarios de TV Pagada baja de un 41% a un 40% siendo la más alta junto a Telefonía Móvil.

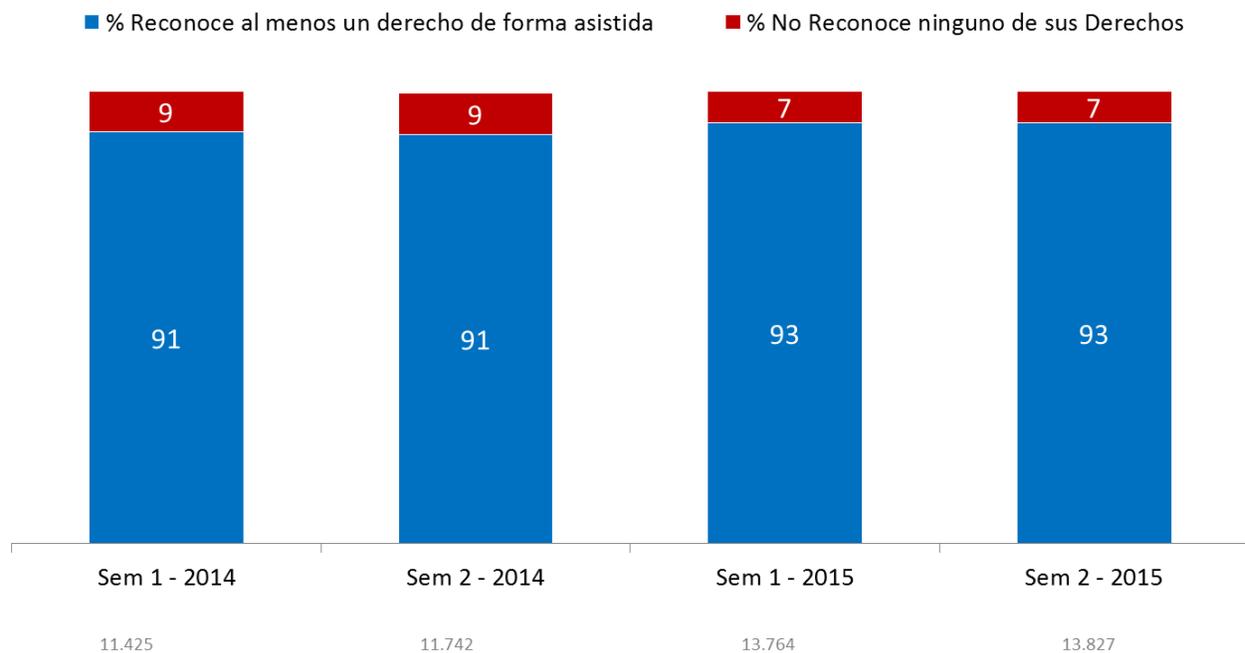
- Telefonía Móvil
  - ✓ Empresa con Mejor y Peor Satisfacción Neta Segundo Semestre 2015
    - Entel: 59%
    - Claro: 23%
  - ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
    - Entel: 23%
    - VTR: 63%
  - ✓ Zona con Mejor satisfacción y Peor satisfacción Neta
    - Sur tiene un 45% satisfacción neta, mientras que el RM 35%.
  
- Internet Móvil:
  - ✓ Empresa con Mejor y Peor Satisfacción Neta
    - Entel: 32%
    - Claro: -1%
  - ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
    - WOM: 46%
    - VTR: 72%
  - ✓ Zona con Mejor satisfacción y Peor satisfacción Neta
    - RM y Centro tiene una satisfacción neta de 17%, mientras que Norte 10%.
  
- Internet Fija:
  - ✓ Empresa con Mejor y Peor Satisfacción Neta
    - Telsur/Telcoy: 44%
    - Movistar: 15%
  - ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
    - Telcoy/Telsur: 50%
    - Movistar: 61%
  - ✓ Zona con Mejor satisfacción y Peor satisfacción Neta
    - Zona sur tiene un 36% y Norte un 6%

- TV Pagada:
  - ✓ Empresa con Mejor y Peor Satisfacción Neta
    - DirecTV: 62%.
    - Claro: 23%.
  - ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
    - DirecTV: 30%
    - Movistar/Claro: 52%
  - ✓ Zona con Mejor satisfacción y Peor satisfacción Neta
    - Zona sur tiene un 47% y RM un 34%

## 6. Conocimiento Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones y Rol SUBTEL

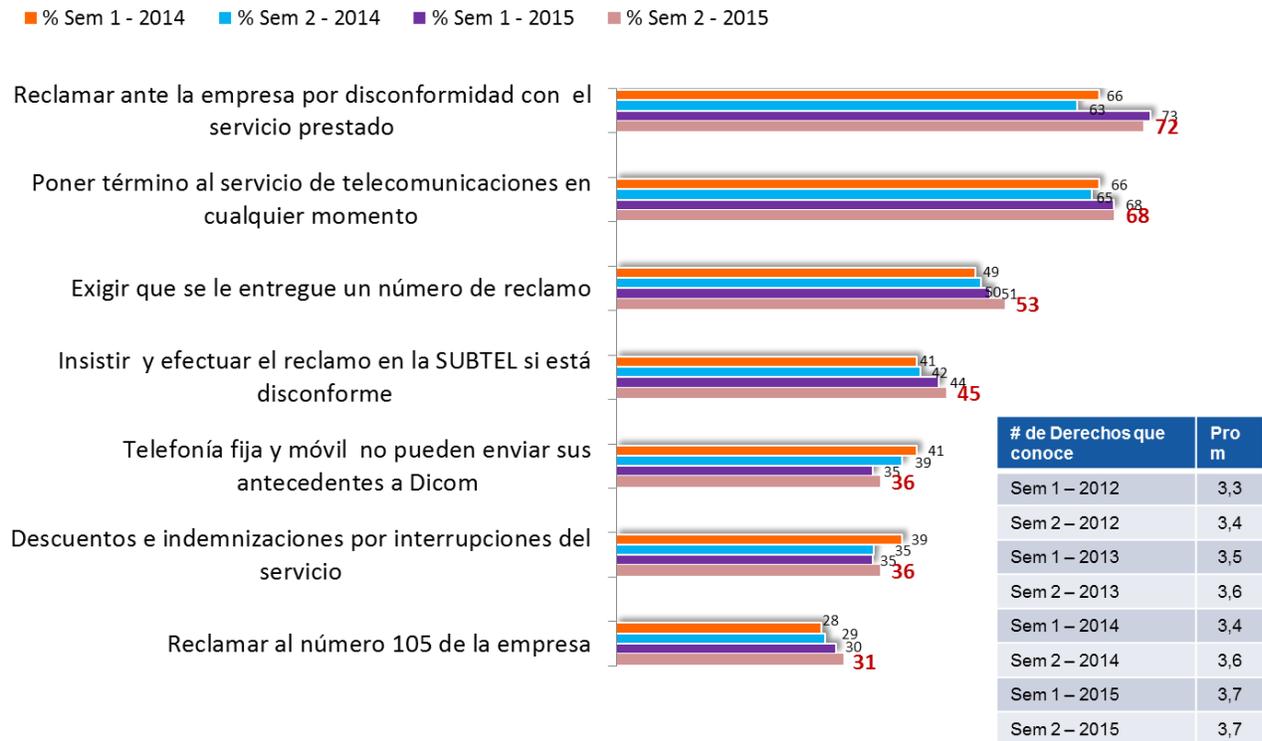
El estudio indaga sobre el conocimiento de los entrevistados sobre derechos del consumidor. La pregunta aplicada fue: *“Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, ¿Sabía usted que tiene derecho 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 se mantiene respecto de la medición del primer semestre de 2015, alcanzando un 93%.

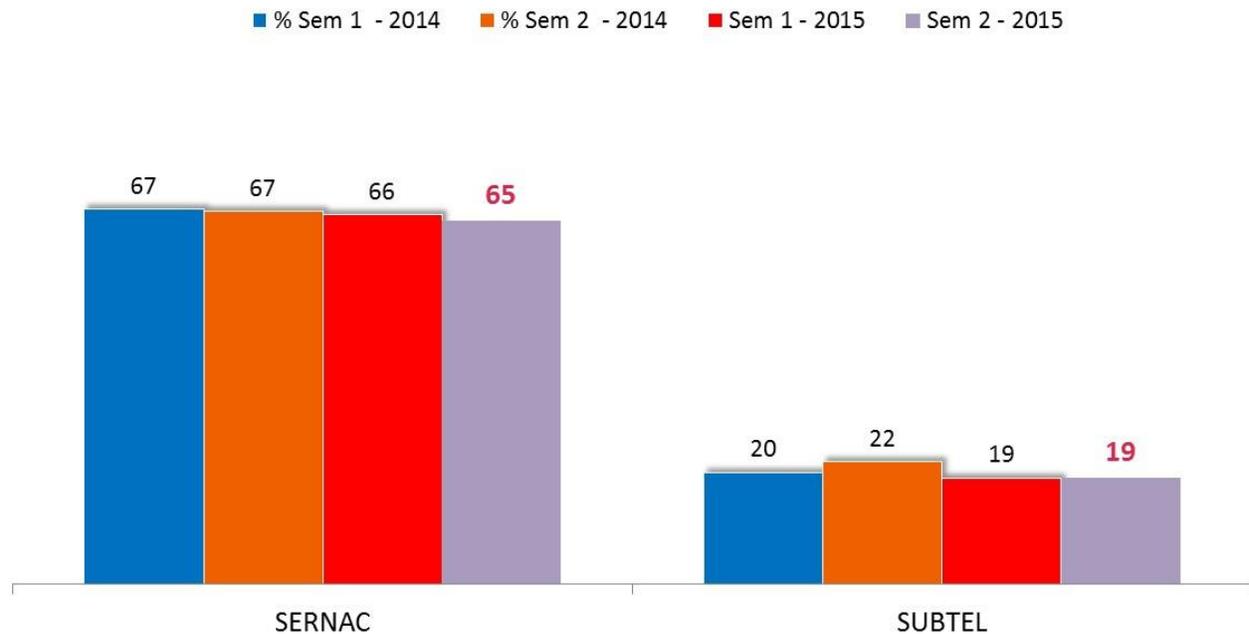
**Gráfica 7: Conocimiento de derechos, últimas 4 mediciones.**



Entre los derechos que tienen mayor número de menciones, en la gráfica 7 se identifica en primer lugar el derecho a reclamar ante la empresa por disconformidad con el servicio prestado (72%), en segundo lugar se encuentra el derecho a poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento (68%). En ambos casos se mantiene estable la identificación de estos derechos respecto del primer semestre de 2015, mientras que en “exigir que se le entregue un número de reclamo” e “insistir y efectuar el reclamo en la SUBTEL si está disconforme” se mantiene un alza leve respecto de las mediciones anteriores.

*“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**



(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción “Otra” (1%); “Ninguna” (2%); “No sabe/No responde” (13%).

En la percepción hacia las instituciones que protegen los derechos de los consumidores de servicios de telecomunicaciones, el SERNAC (65%) es la institución más mencionada. Por su parte la SUBTEL solo alcanza un 19%.

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 (72%) 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 (3,7 de 7).
- Respecto de la medición anterior, SERNAC se mantiene como la institución que entrega más seguridad para hacer valer los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, y se mantiene estable la percepción por la SUBTEL como organismo que proteja a los consumidores de las telecomunicaciones.

## 7. Resultados Generales

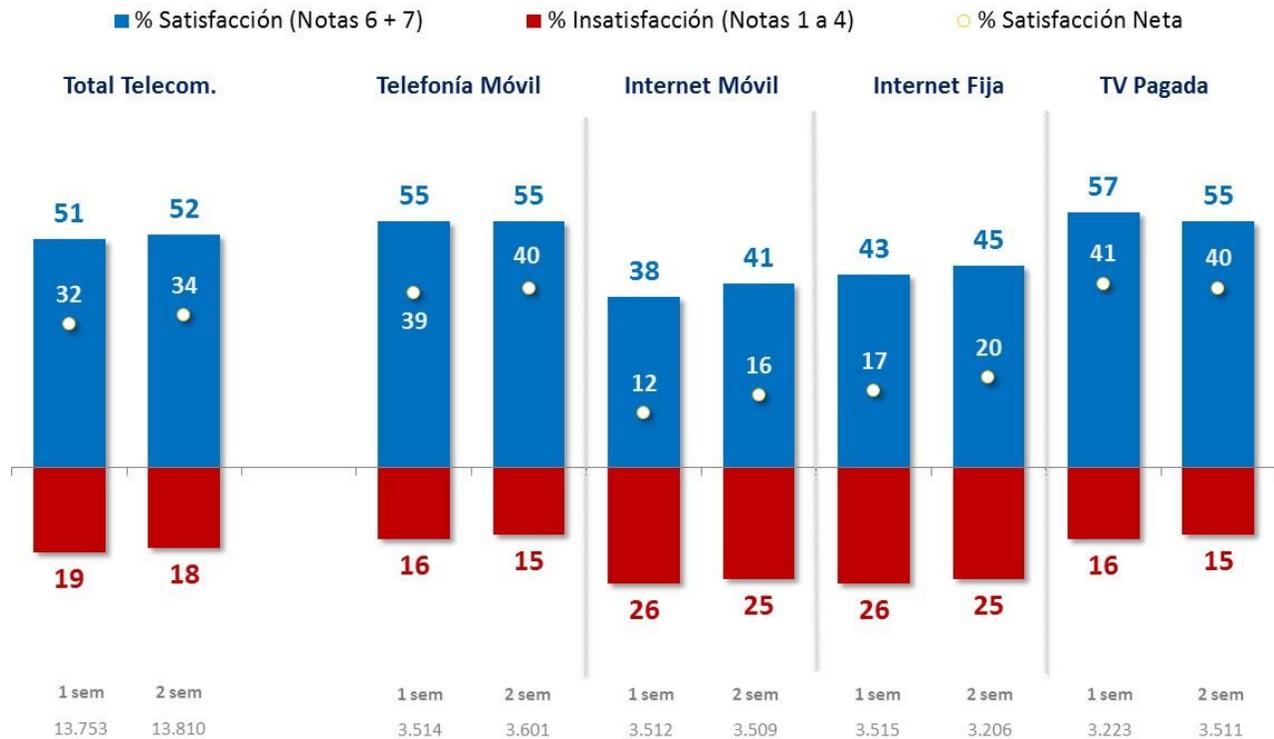
### 7.1. Satisfacción

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:

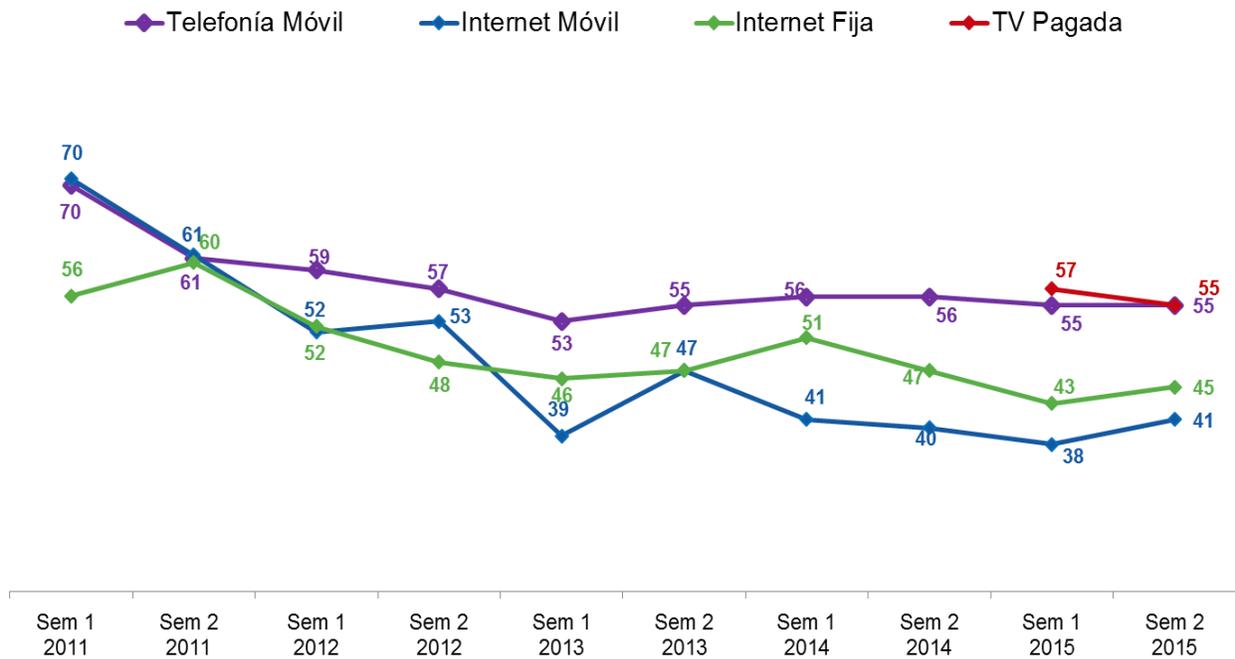
**Gráfica 9: Satisfacción General con servicios de telecomunicaciones – Por servicio.**



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

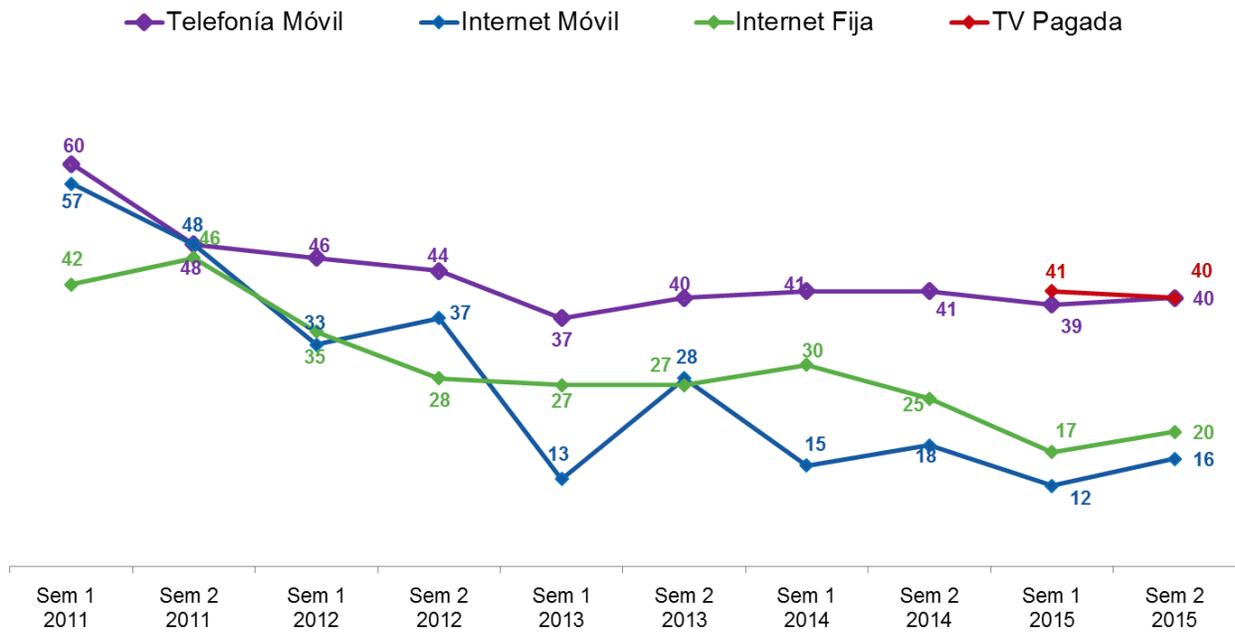
Telefonía Móvil y TV pagada alcanzan un 55% de satisfacción y un 15% de insatisfacción situándose ambos como los mejores evaluados con la más alta satisfacción neta (40%). Por otra parte, el servicio peor evaluado es Internet Móvil con un 41% de satisfacción y un 25% de insatisfacción siendo el servicio que cuenta con la satisfacción neta más baja (16%). Respecto de la medición anterior, no hay cambios significativos.

Gráfica 10: Satisfacción (Notas 6 y 7) con servicios de telecomunicaciones – Por servicio y medición.



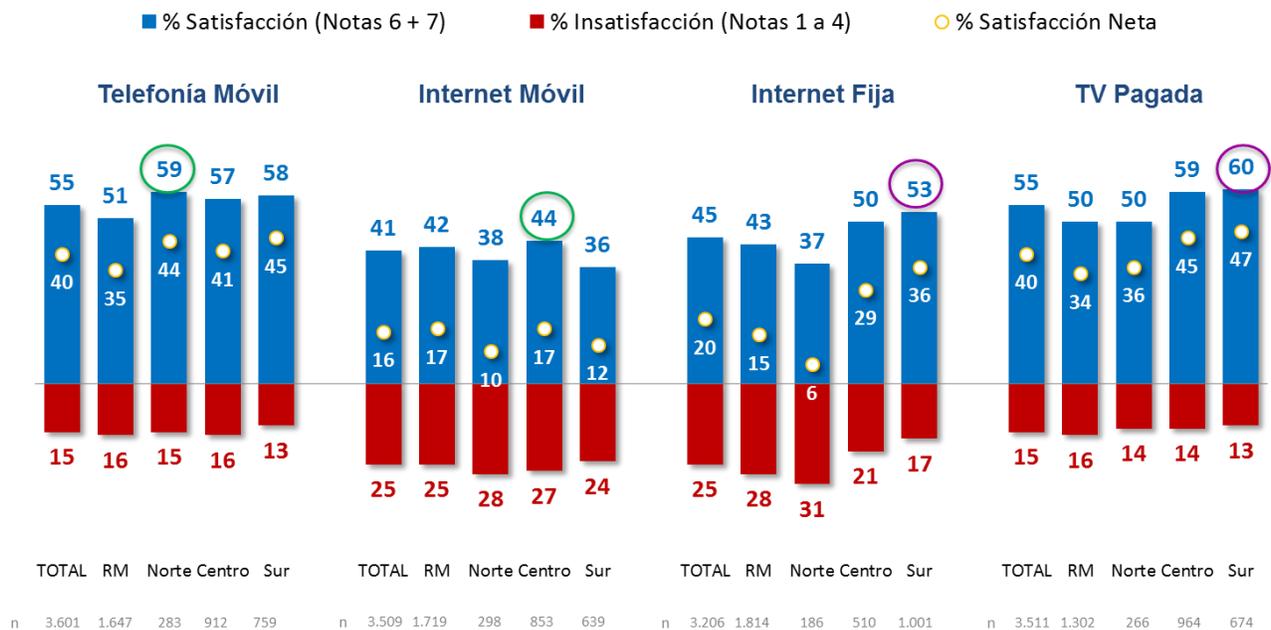
El gráfico anterior refleja lo expuesto anteriormente, en el cual se identifica el aumento en la satisfacción de Internet Móvil e Internet Fija, alza que no ocurría desde el segundo semestre de 2013.

Gráfica 11: Satisfacción neta con servicios de telecomunicaciones – Por servicio y medición.



En el caso de la satisfacción neta el gráfico evolutivo presenta el aumento en Internet Móvil e Internet Fija, aunque muy por debajo del servicio de Telefonía Móvil y TV Pagada.

**Gráfica 12: Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones – Por Zona.**



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

(\*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

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

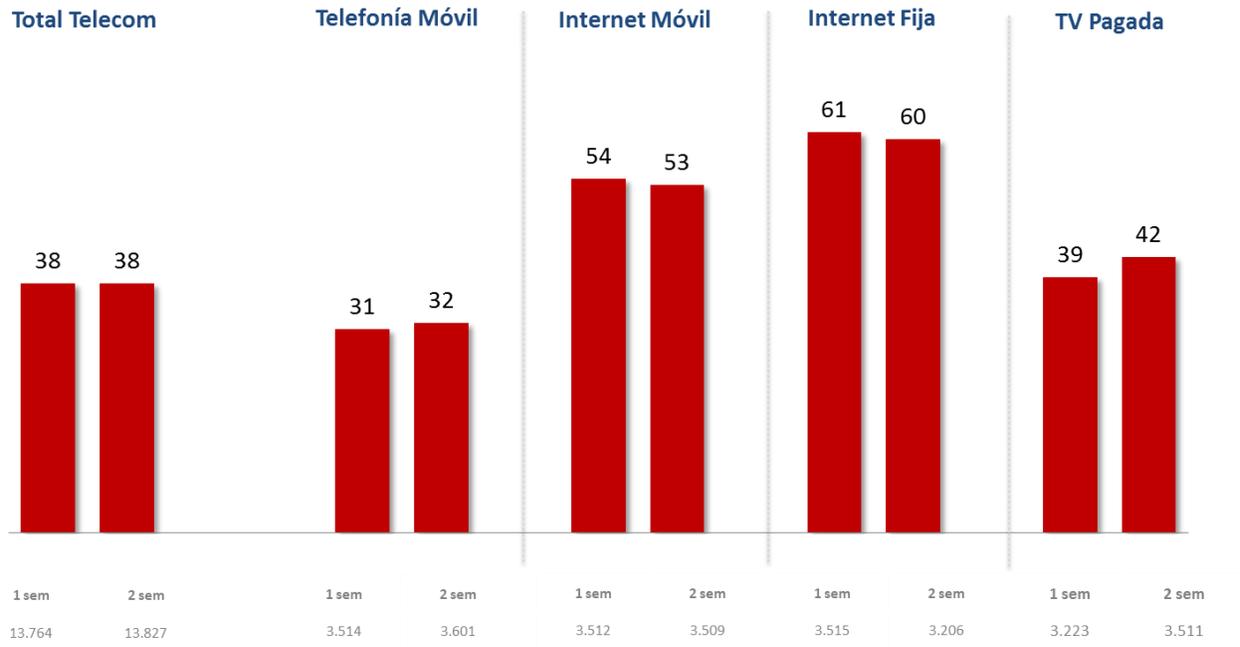
- Telefonía Móvil: 59% de satisfacción en Norte versus un 51% en RM. La mejor satisfacción neta está en el Sur consecuencia a su vez de la baja insatisfacción (13%).
- Internet Móvil: 44% de satisfacción en Centro versus un 36% en Zona Sur. El Norte tiene la insatisfacción más alta (28%) y si bien tiene una satisfacción levemente mayor que el Sur, el Norte cuenta con la satisfacción neta más baja.
- Internet Fija: 53% de satisfacción en Sur versus un 37% en Zona Norte donde a su vez existe un alto porcentaje de insatisfacción.
- TV Pagada: 60% de satisfacción en Sur versus un 50% en RM y Norte. Destaca la satisfacción neta en el sur teniendo también la insatisfacción más baja entre las zonas.

En resumen, se percibe una caída en la satisfacción TV Pagada, mientras que Internet Fija e Internet Móvil mejoran en satisfacción:

- Telefonía Móvil mantiene estable su satisfacción mientras que Internet Móvil mejora (+3) respecto de la primera medición. En la satisfacción neta en el caso de Internet Móvil aumenta +4 llegando a 16% y Telefonía Móvil aumenta +1 llegando a un 40%.
- Telefonía Móvil y TV Pagada son los servicios mejor evaluados con una satisfacción de un 55% y satisfacción neta de 40%.
- Internet Fija mejora su satisfacción respecto de la medición anterior, con una satisfacción de 45% (+2) y satisfacción neta de 20% (+3).

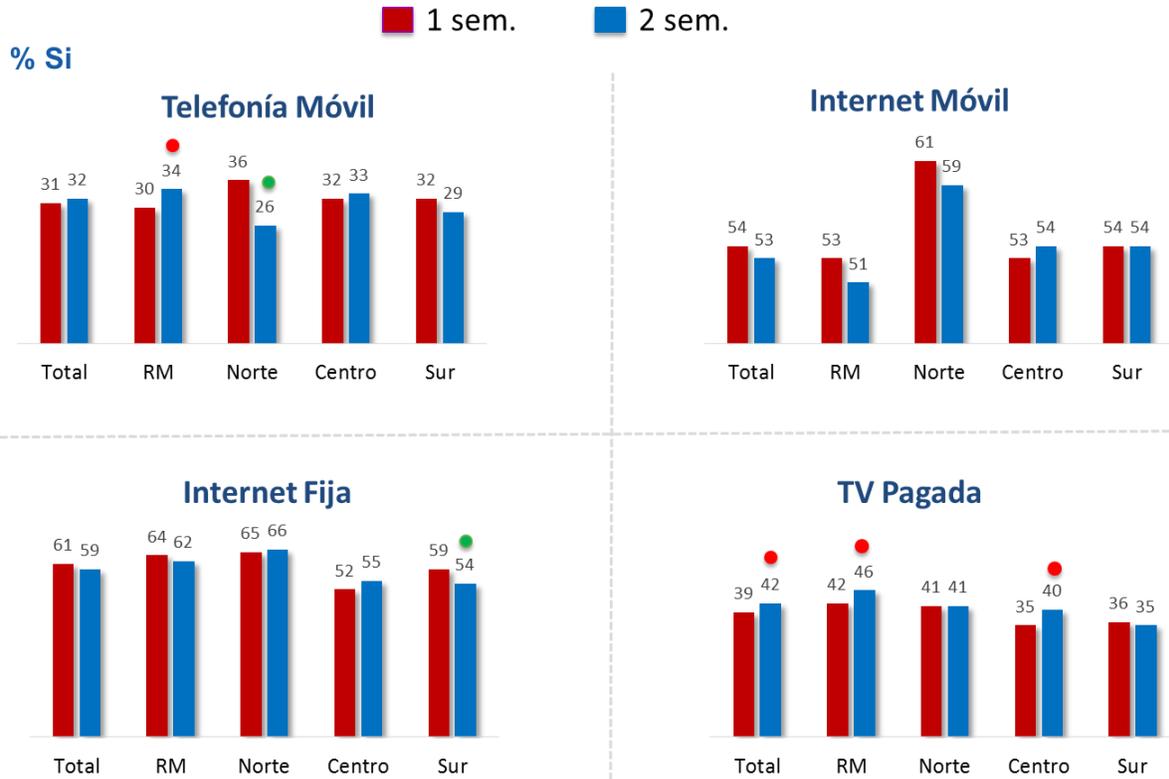
## 7.2. Problemas, Reclamos y Resolución

**Gráfica 13: Problemas con servicios de telecomunicaciones.**



Internet Fija es el servicio que cuenta con mayor cantidad de problemas declarados por los clientes con un 60% del total de la muestra encuestada, mientras que Telefonía Móvil solo un 32%. Existe un aumento respecto de la primera medición en TV Pagada, aumentando de un 39% a un 42%.

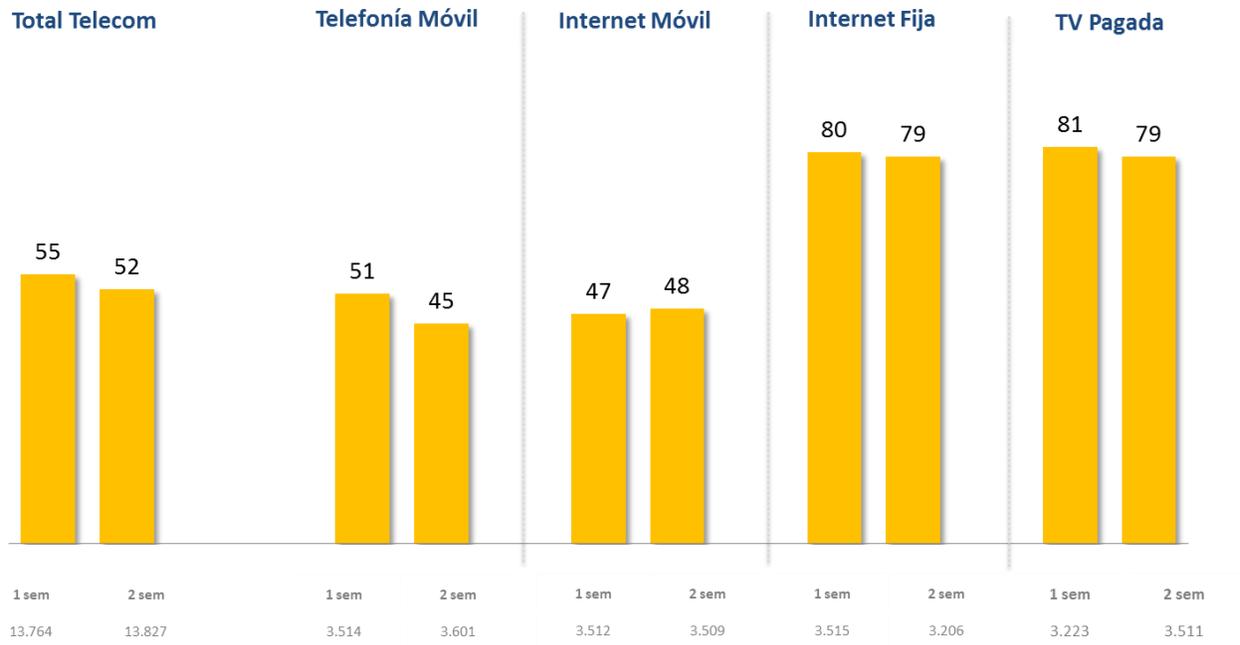
Gráfica 14: Tasa de Problemas con servicios de telecomunicaciones por zona.



(\*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

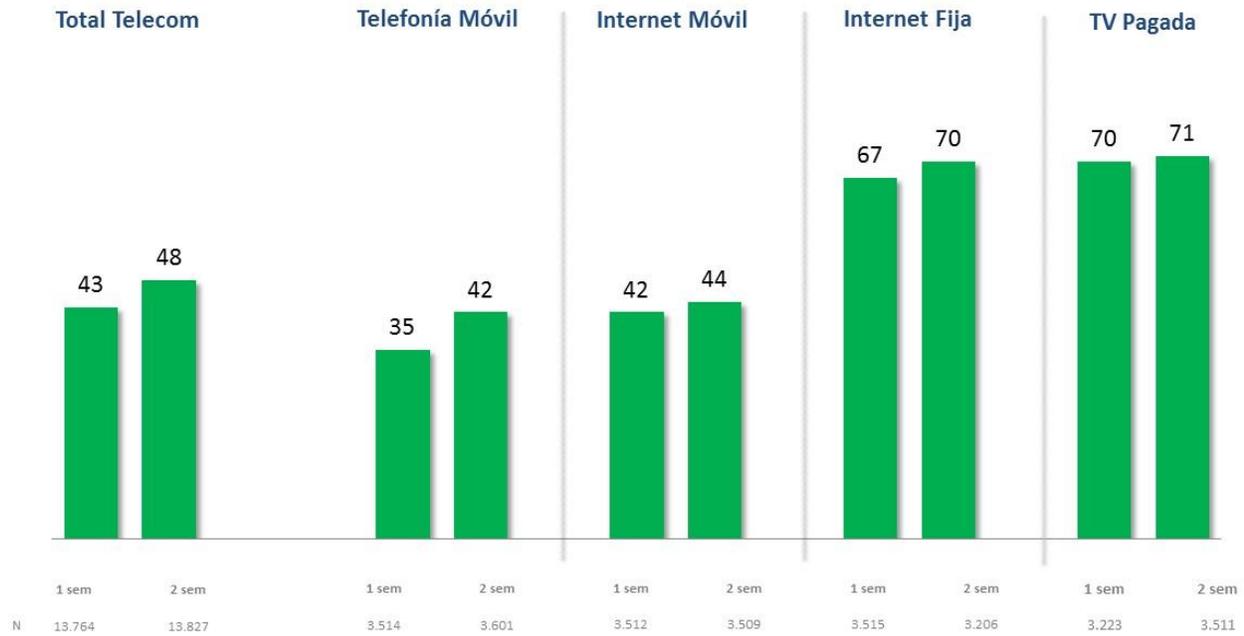
Se identifica un aumento en la tasa de problemas de Telefonía Móvil en la zona RM de un 30% a un 34% mientras que disminuye en el Norte a un 26%. En el caso de Internet Fija disminuye en el sur y en el caso de TV Pagada el aumento se da en RM y en el Centro, siendo significativo el aumento en el total del servicio.

**Gráfica 15: Tasa de Reclamos con servicios de telecomunicaciones.**



Respecto de la tasa de reclamos, disminuye en el total de todos los servicios, destacando el caso de telefonía móvil de un 51% a un 45%.

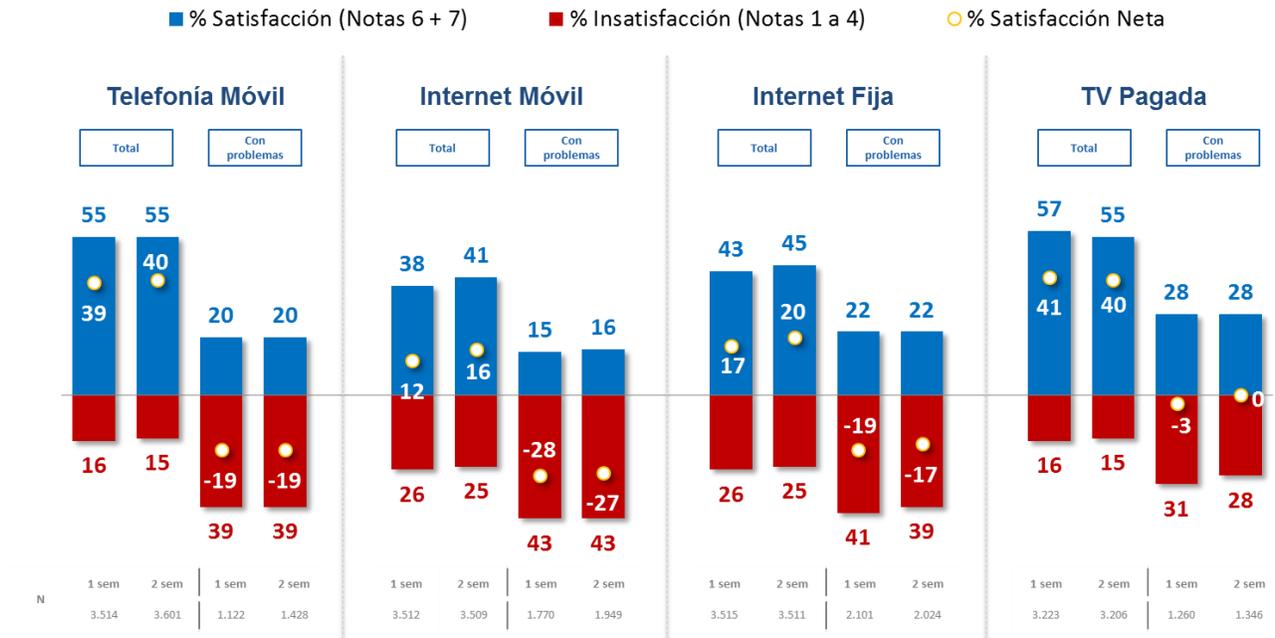
**Gráfica 16: Tasa de Resolución de Problemas con servicios de telecomunicaciones por zona.**



Aumenta el porcentaje de personas que tuvo un problema y se lo resolvieron, de un 43% a un 48% en el total, aumentando en todos los servicios, siendo el más exponencial en telefonía móvil.

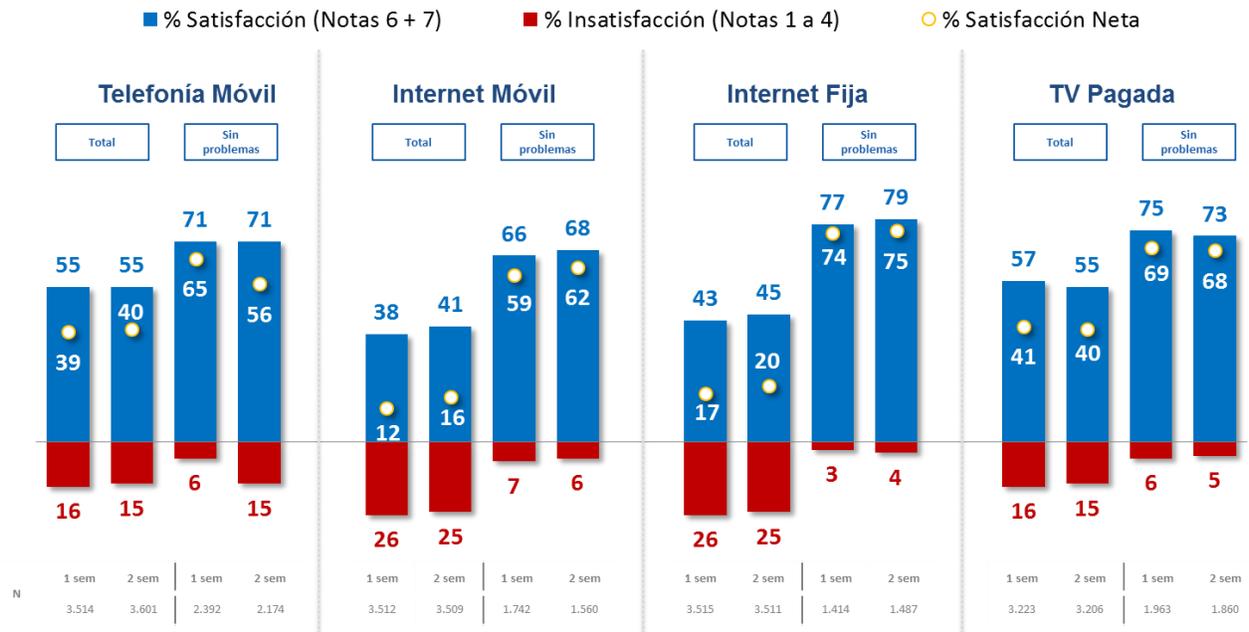
“Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de... que tiene actualmente?”

**Gráfica 17: Satisfacción con el Servicio entre quienes tienen problemas**



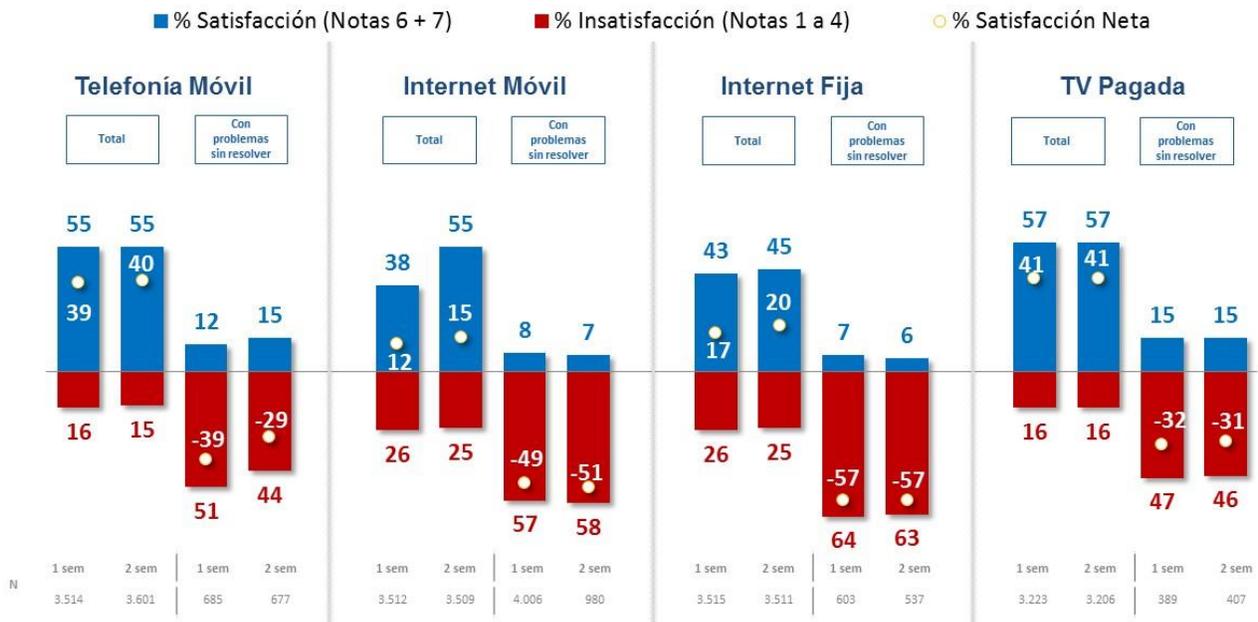
En el caso de las personas que tuvieron problemas, la satisfacción con el servicio disminuye de manera relevante. En comparación al primer semestre solo se identifican variaciones en el neto de TV Pagada, mejorando el indicador de -3 a 0.

**Gráfica 18: Satisfacción con el Servicio entre quienes no tienen problemas**



Entre quienes no tuvieron problemas evidentemente la satisfacción es significativamente mejor a los que si tuvieron problemas. En el gráfico anterior solo se identifican variaciones en la insatisfacción de telefonía móvil aumentando la insatisfacción de un 6% a un 15%.

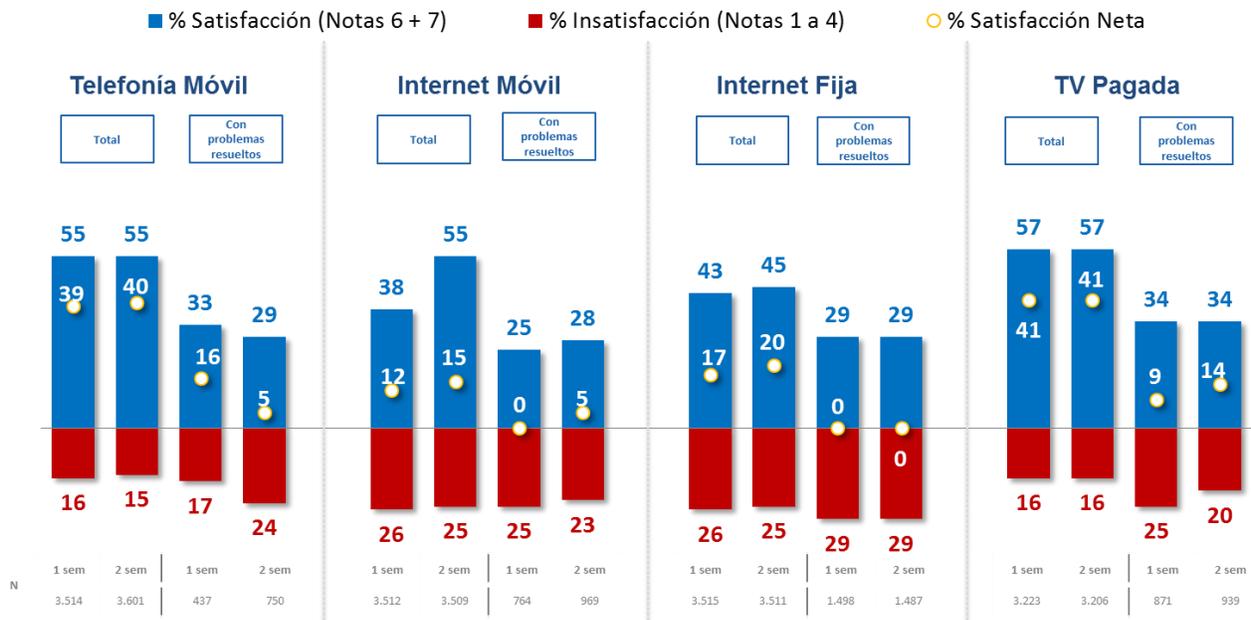
**Gráfica 19: Satisfacción con el Servicio entre quienes tienen problemas sin resolver**



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

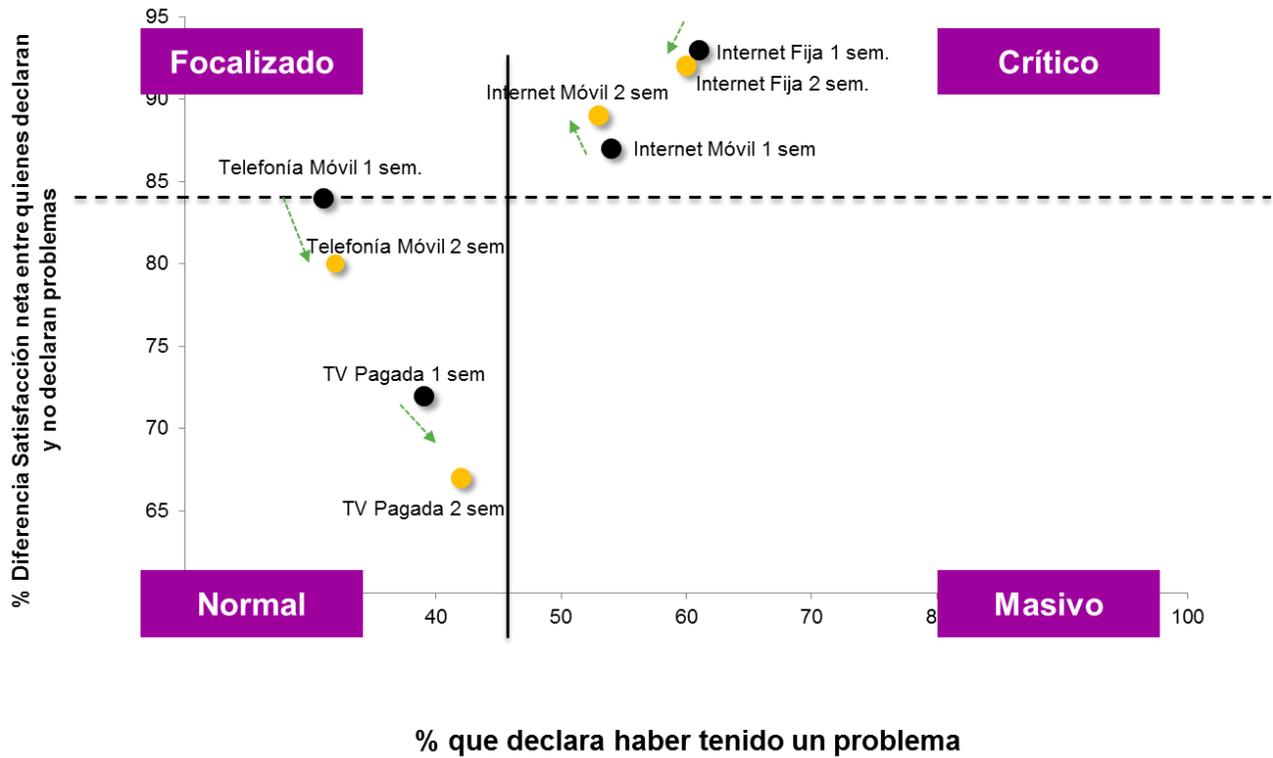
Entre quienes tuvieron problemas sin resolver, disminuye la insatisfacción respecto del primer semestre en telefonía móvil, mientras que en los otros servicios se mantiene estable tani la satisfacción como la insatisfacción.

**Gráfica 20: Satisfacción con el Servicio entre quienes tienen problemas resueltos**



Entre quienes resolvieron sus problemas mejora la satisfacción y disminuye la insatisfacción en Internet Móvil y TV Pagada, aumentando en ambos casos la satisfacción neta. Mientras que en Telefonía Móvil aumenta la insatisfacción y disminuye la satisfacción y la satisfacción neta.

Gráfica A: Impacto problemas en Satisfacción por Servicio



El gráfico anterior presenta el impacto de tener problemas en la satisfacción identificando distintos cuadrantes dependiendo del impacto y la posición del servicio. Se visualiza que en TV Pagada y Telefonía móvil es relevante el incremento en la tasa de problemas, en dirección al cuadrante masivo.

## 8. Resultados por servicio

### 8.1. Telefonía móvil

#### 8.1.1. 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	1.690	1.848	47	2,4
	Mujer	1.911	1.753	53	2,3
	<hr/>				
	18 – 39	1.714	1.871	48	2,4
	Más de 40	1.887	1.730	52	2,3
	<hr/>				
Santiago	1.337	1.647	37	2,7	
Regiones	2.264	1.954	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	705	47	53	100	Movistar	705	45	55	100	Movistar	705	33	67	100
Entel	790	48	52	100	Entel	790	44	56	100	Entel	790	38	62	100
VTR	704	55	45	100	VTR	704	47	53	100	VTR	704	52	48	100
Claro	701	44	56	100	Claro	701	56	44	100	Claro	701	41	59	100
Wom	701	63	37	100	Wom	701	70	30	100	Wom	701	67	33	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.601</b>	<b>47</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.601</b>	<b>48</b>	<b>52</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.601</b>	<b>37</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

Las compañías cuentan con una muestra sobre los 700 casos con un mínimo de 701 para Claro y Wom y un máximo para Entel con 790 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 Wom tienen una mayor proporción de hombres (63%) y personas jóvenes entre 18 y 39 años (70%) y en cuanto a la Zona geográfica tienen mayor presencia en la Región Metropolitana (67%) a diferencia de las otras compañías que siguen más o menos la distribución poblacional.

Gráfica 22: Características del servicio de telefonía móvil.



Compañía	Base (n)	% Contrato	% Prepago	Total
Movistar	705	19	81	100
Entel	790	36	64	100
VTR	704	75	25	100
Claro	701	21	79	100
Wom	701	37	63	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.601</b>	<b>26</b>	<b>74</b>	<b>100</b>



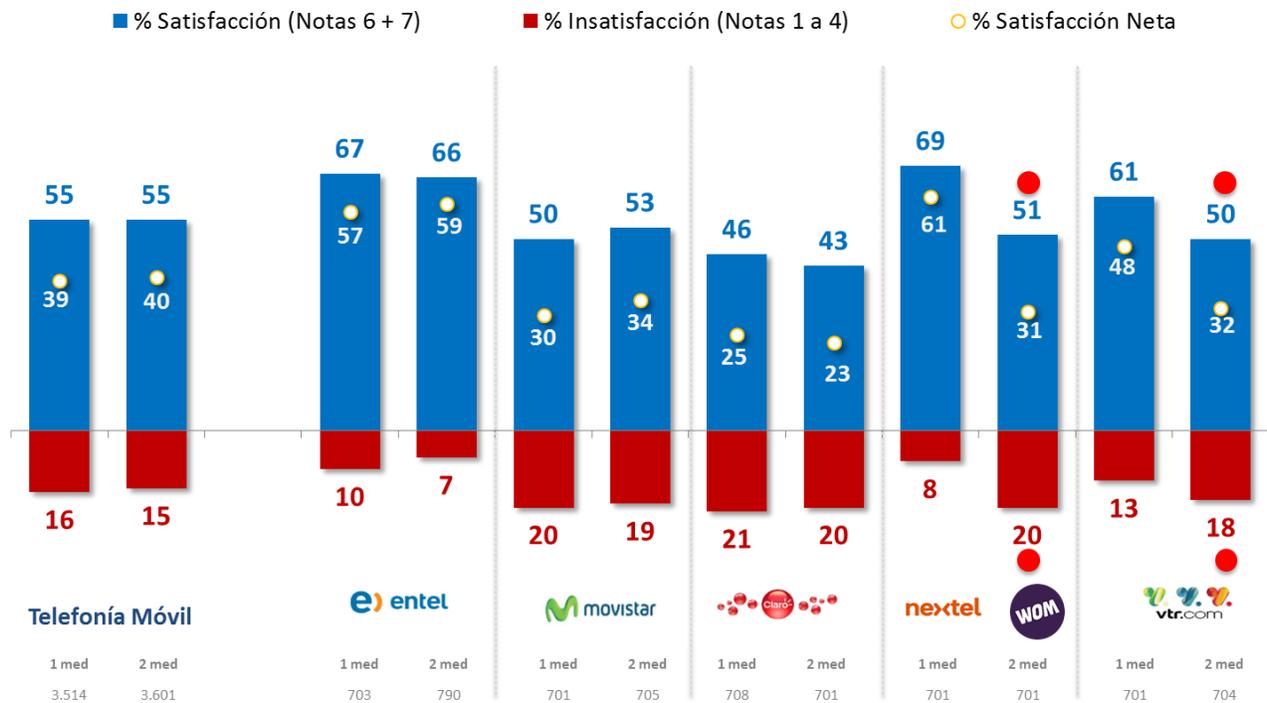
Compañía	Base (n)	% 1 año o menos	% Más de 1 y hasta 2	% Más de 2 años	Total
Movistar	705	18	8	74	100
Entel	790	17	11	72	100
VTR	704	54	23	23	100
Claro	701	32	16	52	100
Wom	701	69	15	16	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.601</b>	<b>11</b>	<b>22</b>	<b>67</b>	<b>100</b>

Mayoritariamente los usuarios de telefonía móvil utilizan el prepago como sistema de pago de servicios con un 74%. En términos de antigüedad un 67% 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 Wom (37%) y Entel (36%). En la antigüedad de los usuarios, Movistar (74%) y Entel (72%) tienen la mayor proporción de usuarios por más de 2 años, mientras que Wom es la compañía que tiene mayor proporción de usuarios nuevos (69%), lo que se explica por lo nuevo de este servicio en la compañía que inició en el año 2012.

### 8.1.2. 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)?”*

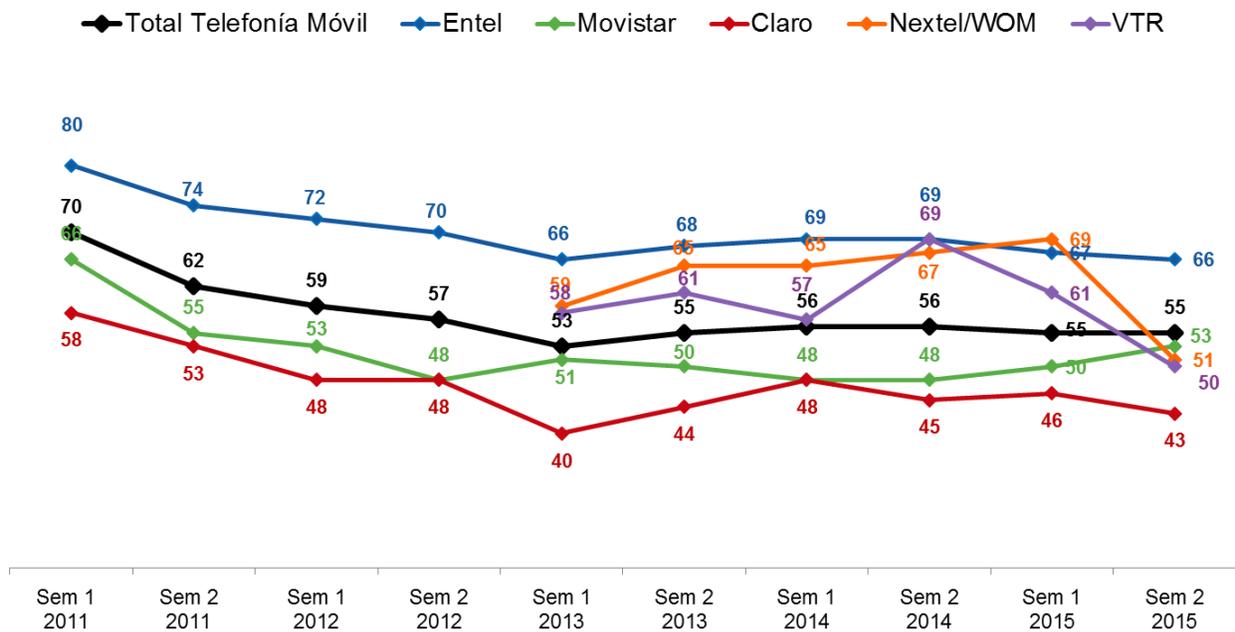
**Gráfica 23: Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil.**



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

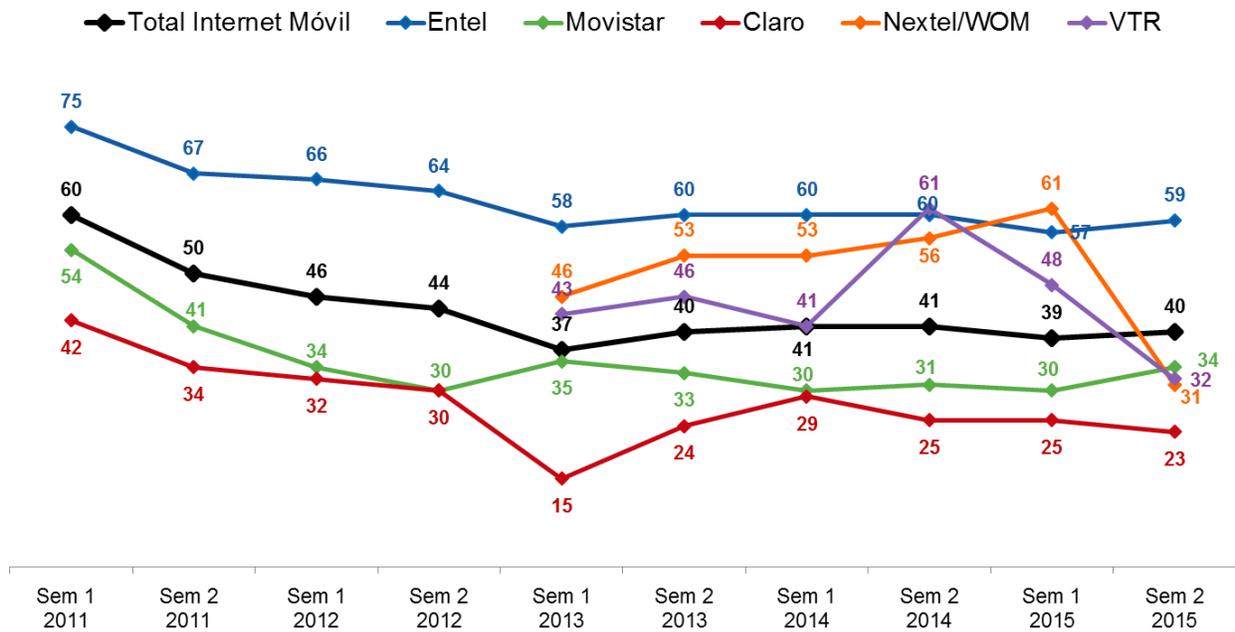
El nivel de satisfacción con la telefonía móvil alcanza un 55% con notas 6 + 7 mientras que la insatisfacción alcanzó un 15%. Entel es la empresa que cuenta con la mejor evaluación, aumentando en este segundo semestre su satisfacción neta de un 57% a un 59% producto de la disminución en la insatisfacción (10% a un 7%). La empresa que cuenta con la peor evaluación es Claro, donde se identifica una caída en la satisfacción. Respecto del primer semestre, en el caso de WOM y VTR aumenta significativamente la insatisfacción mientras que la satisfacción cae también significativamente, teniendo en ambos casos una caída relevante en la satisfacción neta.

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



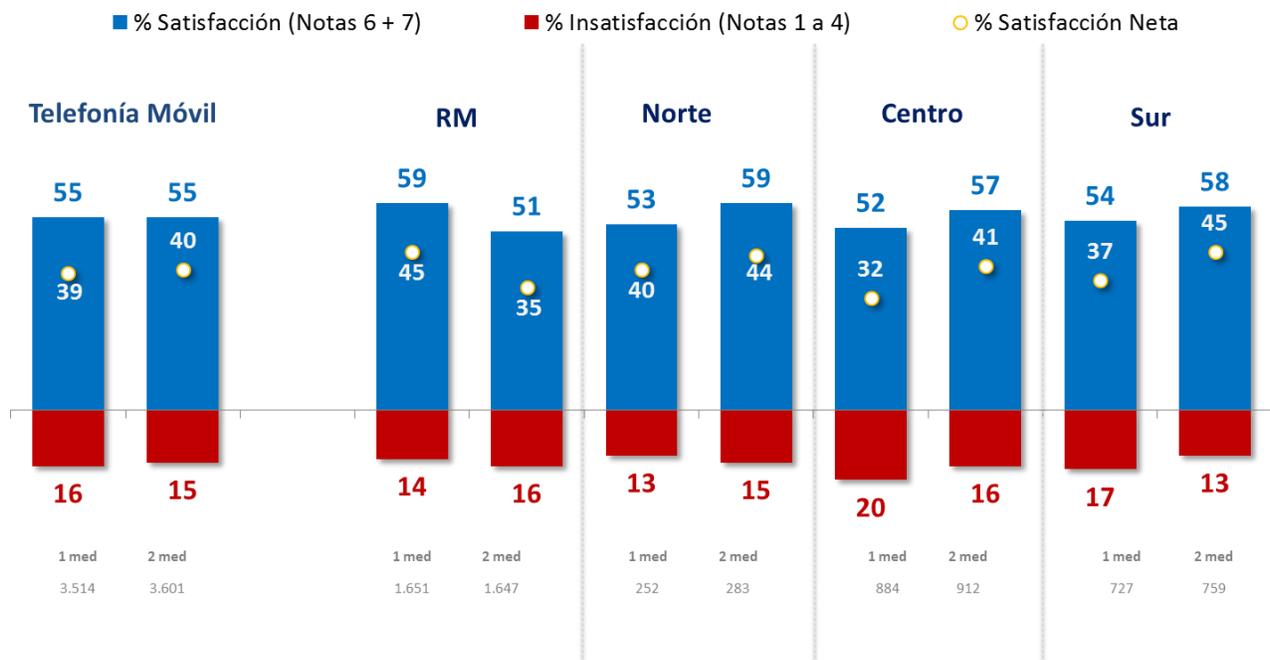
La satisfacción medida desde 2011 en adelante muestra que hasta el primer semestre de 2013 la satisfacción general con telefonía móvil cae sistemáticamente desde un 70% a un 55%, subiendo un punto en los años siguientes para llegar nuevamente al 55% en el primer semestre de 2015 y mantenerse estable durante el segundo semestre de 2015. Al comparar la satisfacción de todas las compañías, la empresa anteriormente denominada Nextel y ahora Wom tiene una caída en su satisfacción de un 69% a un 51%, siendo esta caída significativa. Misma situación de VTR que baja significativamente de un 61% a un 50%. Entel por su parte ha mantenido su nivel de satisfacción en un 66%, mientras que la compañía con menor satisfacción entre los usuarios sigue siendo Claro (43%).

Gráfica 25: Satisfacción Neta con empresas de telefonía móvil



La Gráfica 25, nos muestra los niveles de satisfacción Neta, donde Entel se mantiene liderando el rubro (59%). Movistar mejora su satisfacción neta de un 30% a un 34%. Wom por su parte tiene una fuerte caída de un 61% a un 31% situándose por debajo del promedio de la industria desde que se comenzó la medición de esta compañía. En el caso de Claro, baja la evaluación neta a un 23% de satisfacción.

**Gráfica 26: Satisfacción por zona en Telefonía Móvil**

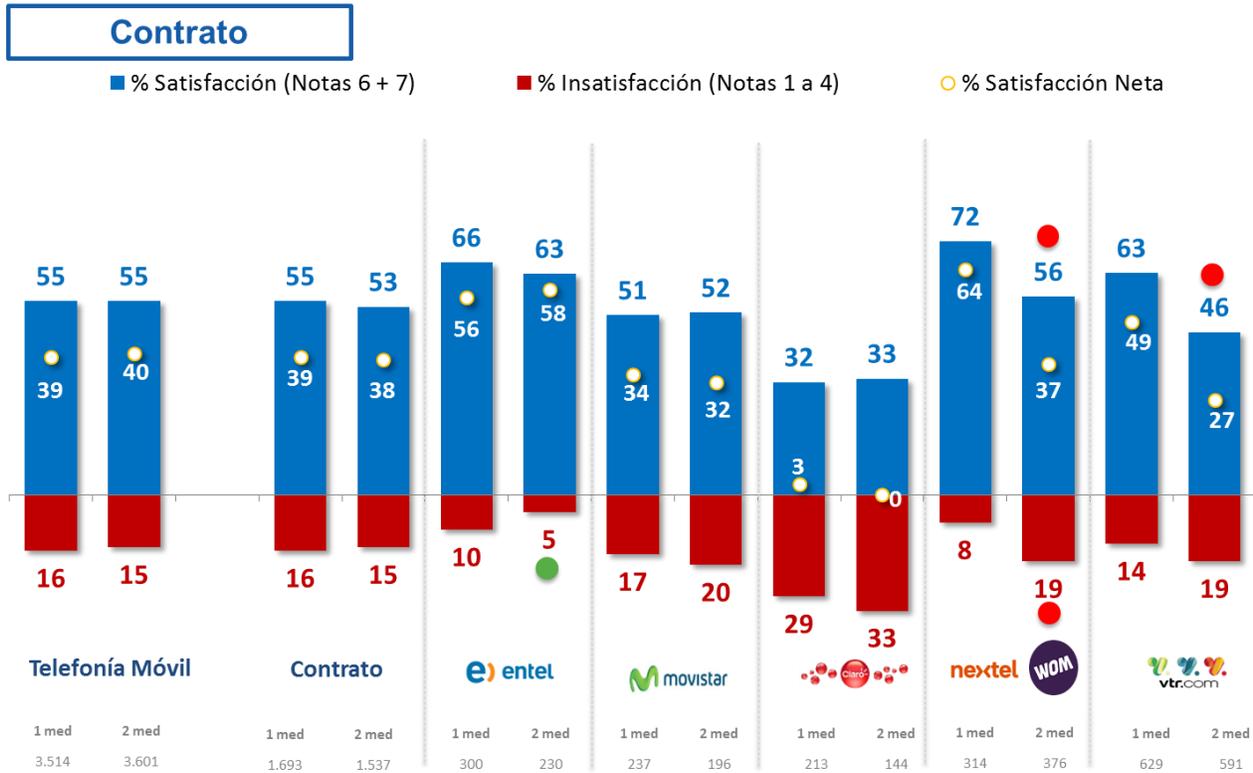


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

(\*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

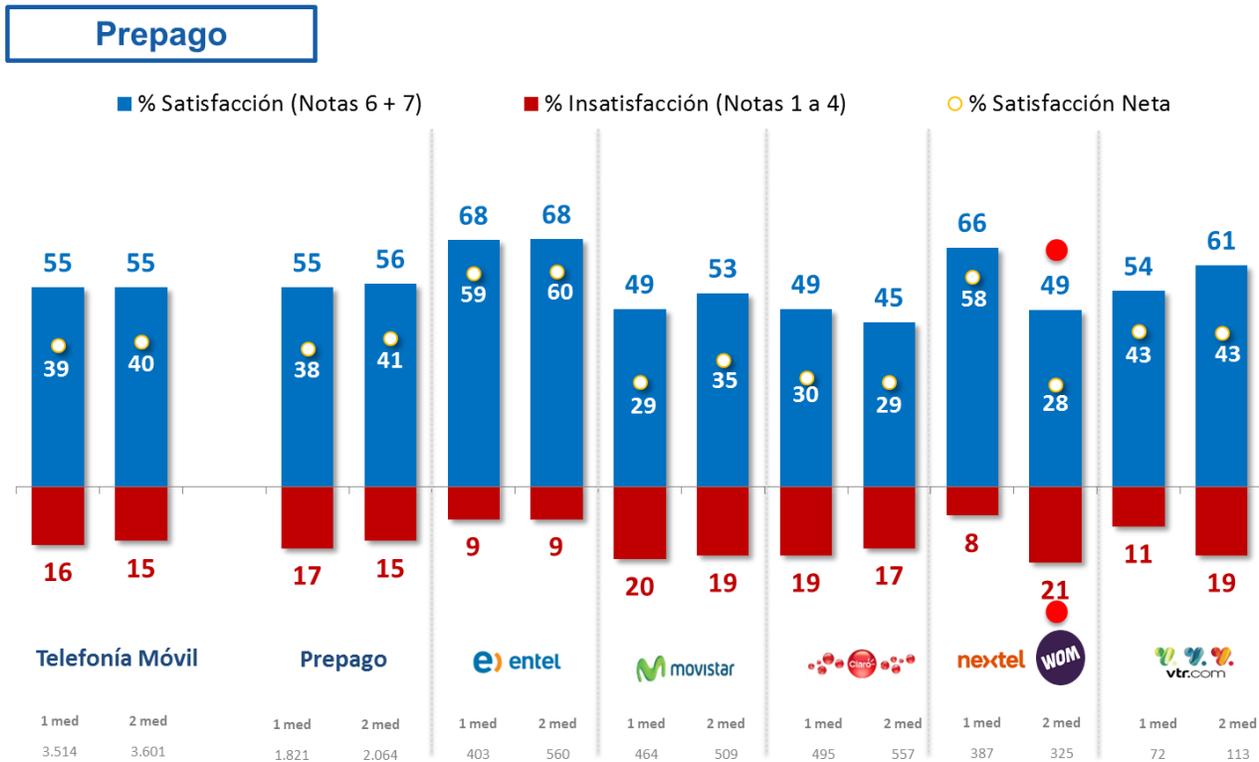
A nivel de zona se identifican diferencias entre la Región Metropolitana y el resto de las zonas (norte, centro y sur) donde RM tiene una satisfacción neta más baja que el resto de las zonas, a diferencia del 1 semestre 2015 donde liderada este indicador. En el caso de RM se produce una caída en la satisfacción y un aumento en la insatisfacción respecto del primer semestre. En el caso de la zona Centro y Sur aumenta la satisfacción y cae la insatisfacción teniendo por consecuencia un aumento en la satisfacción neta.

Gráfica 27: Satisfacción con empresas de telefonía móvil por contrato



En la Gráfica 27 se observan los niveles de satisfacción entre los entrevistados con contrato. Wom y VTR tienen caídas en la satisfacción de manera significativa. Wom cae de un 72% a un 56% siendo también la insatisfacción significativamente más alta que en el primer semestre cuando se midió Nextel. Sin embargo, no es la empresa con peor satisfacción neta. VTR, empresa con la peor satisfacción neta (27%) cae significativamente de un 63% a un 46% en su satisfacción. Entel, por su parte, disminuye su insatisfacción de manera significativa de un 10% a un 5% consolidándose como la empresa con mejor satisfacción (63%) y satisfacción neta (58%) en telefonía móvil.

Gráfica 28: Satisfacción con empresas de telefonía móvil por prepago

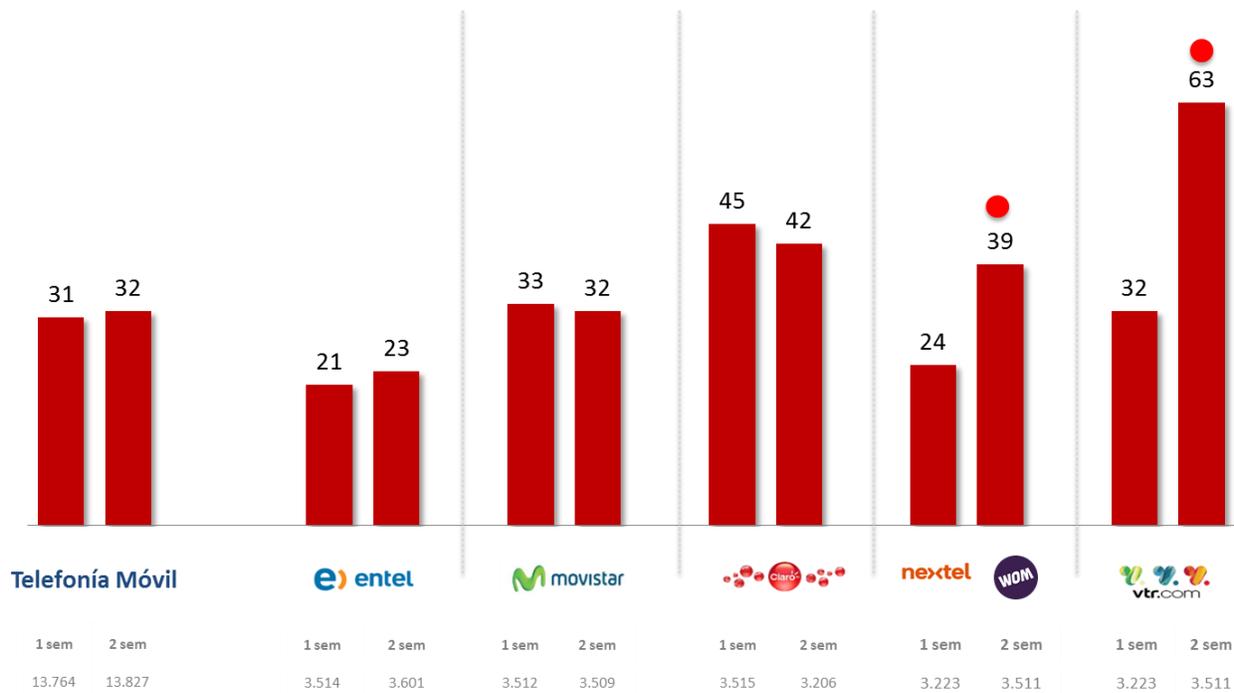


En la Gráfica 28 se observan los niveles de satisfacción entre los entrevistados con prepago. En el caso de Wom nuevamente cae la satisfacción (-17) y aumenta la insatisfacción (+13), en ambos casos de manera significativa siendo la compañía con la satisfacción neta más baja entre los usuarios de prepago. No se identifican aumentos significativos en el resto de las compañías, siendo Entel la empresa con mejor satisfacción (68%), satisfacción neta (60%) y menor insatisfacción (9%).

### 8.1.3. Problemas, reclamos y resolución: Telefonía Móvil

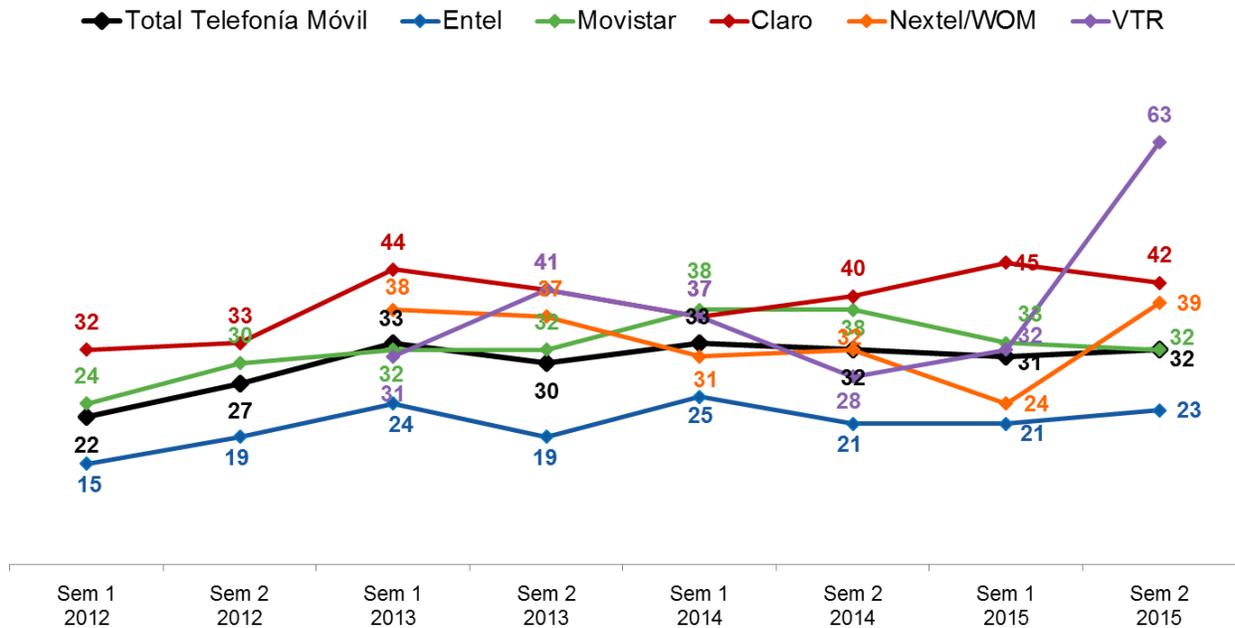
*“En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún problema con su servicio de Telefonía Móvil?”*

**Gráfica 29: Porcentaje de problemas en Telefonía Móvil – Por compañía.**



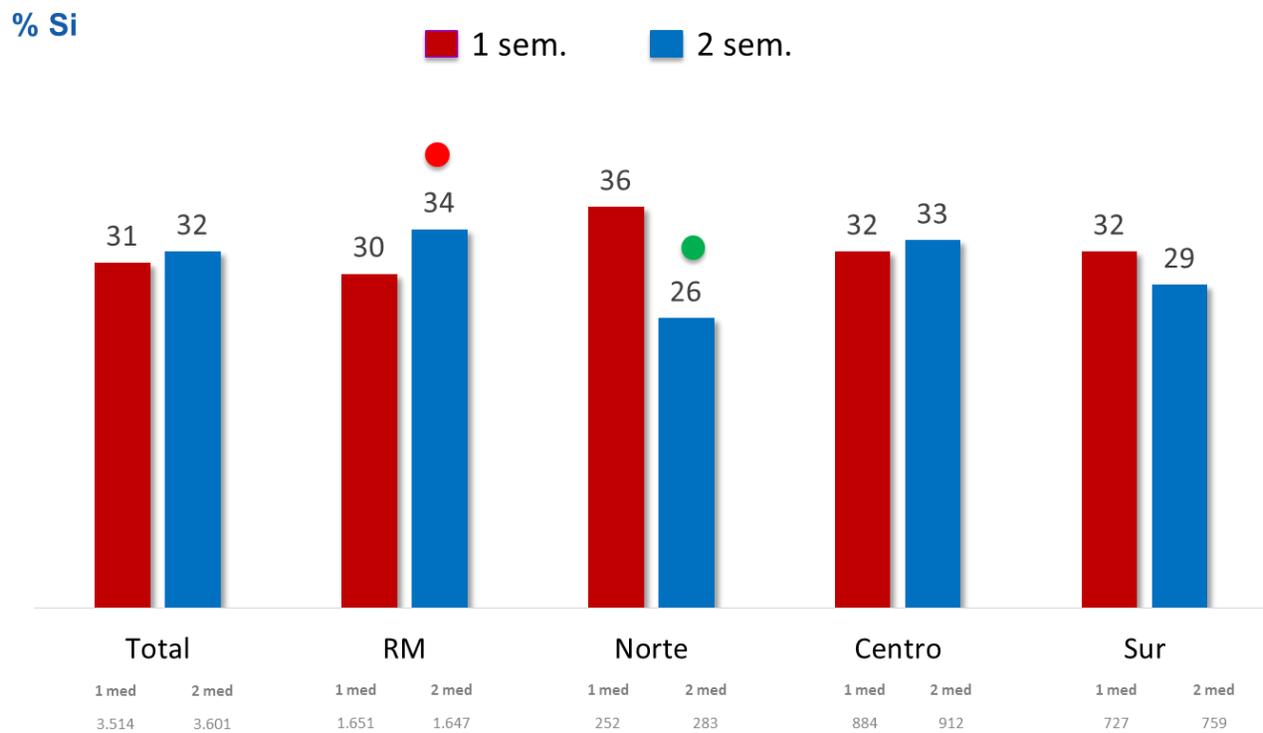
La Gráfica 29, muestra que un 32% de los usuarios declara haber tenido un problema con su compañía de telefonía móvil, un punto porcentual por sobre el primer semestre. Al desglosarlo por compañía se observa que VTR presenta una mayor cantidad de problemas entre los usuarios con un 63%, seguido de Claro (42%) que de todos modos disminuye su tasa de problemas en 3% respecto del primer semestre y finalmente Wom (39%), este último también con un aumento significativo respecto de la primera medición de 2015. Entel es la compañía que presenta menos problemas para los entrevistados (23%), aunque aumenta en dos punto porcentuales respecto de la primera medición. Movistar baja 1% respecto del primer semestre.

Gráfica 30: 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 30, Wom y VTR son las empresas con mayor porcentaje de declaración de problemas, con un aumento de 15% y 31% respectivamente. El resto de las compañías mantienen de manera más estable la cantidad de problemas reportados.

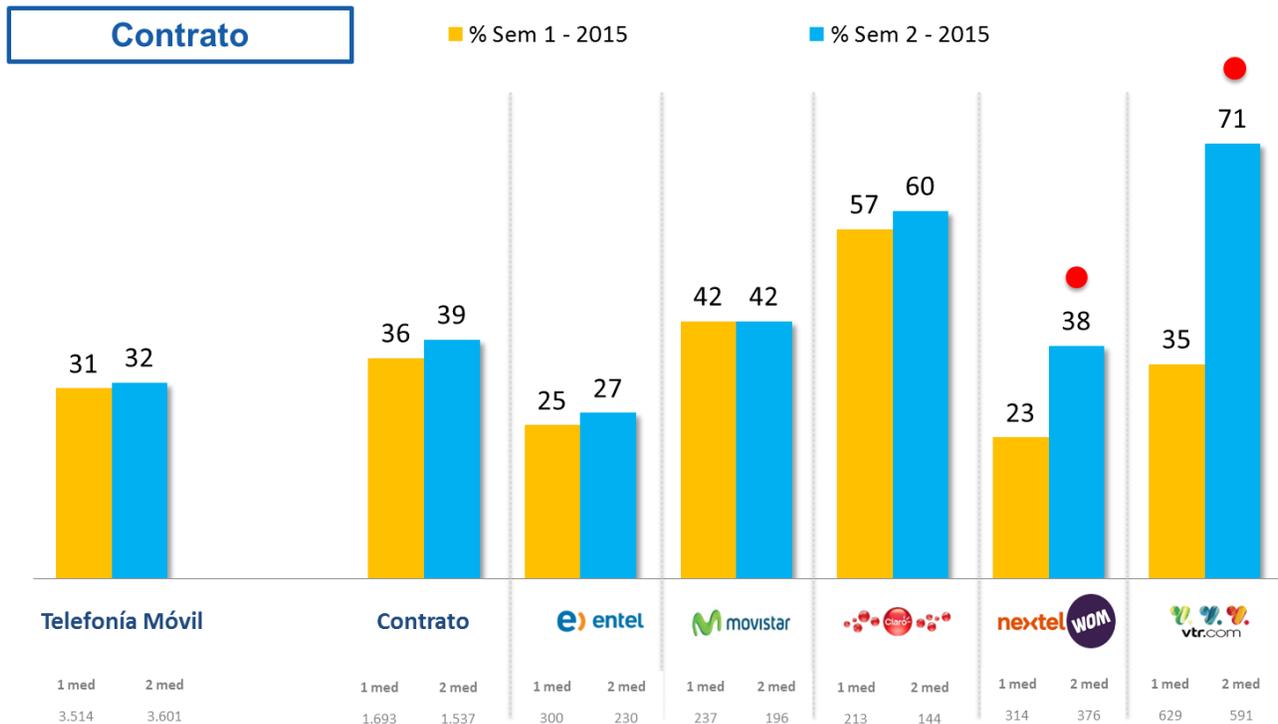
Gráfica 31: Tasa de problemas en Telefonía Móvil – por Zona



(\*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

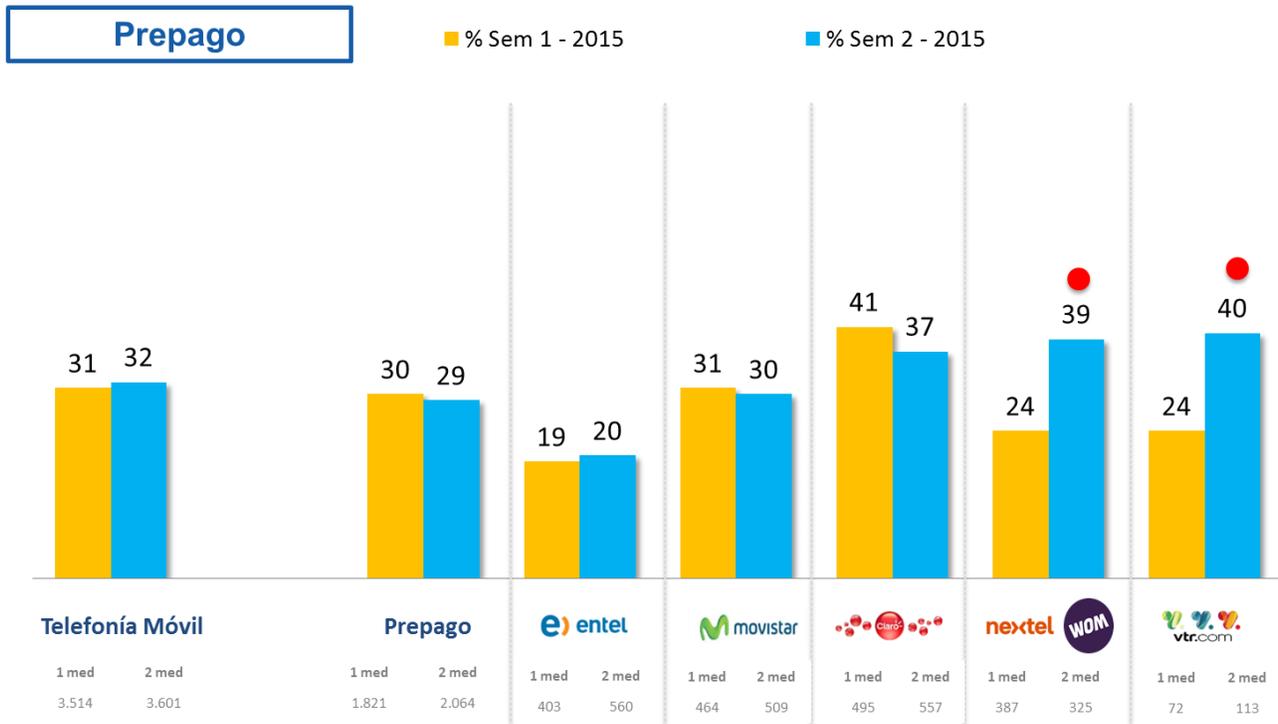
Por zona cae la tasa de declaración de problemas en el Norte de un 36% a un 26% y en RM aumenta de un 30 a un 34%.

Gráfica 31.1: Problemas con servicio de Telefonía Móvil – Contrato



Al desglosar los problemas según usuarios con contrato, la Gráfica 31.1 muestra que en Contrato el porcentaje de usuarios que declara haber tenido problema con el servicio es de un 39%, siendo VTR la compañía con la tasa más alta percibida (71%) y con alza significativa respecto de la medición anterior, misma situación que Nextel aunque con una tasa aún menos considerando el resto de las compañías. Entel se mantiene es la empresa con usuarios de contrato con la menor tasa de problemas (27%), mientras que Claro presenta un alza de +3 puntos pero no de manera significativa y Movistar se mantiene estable respecto de la medición anterior.

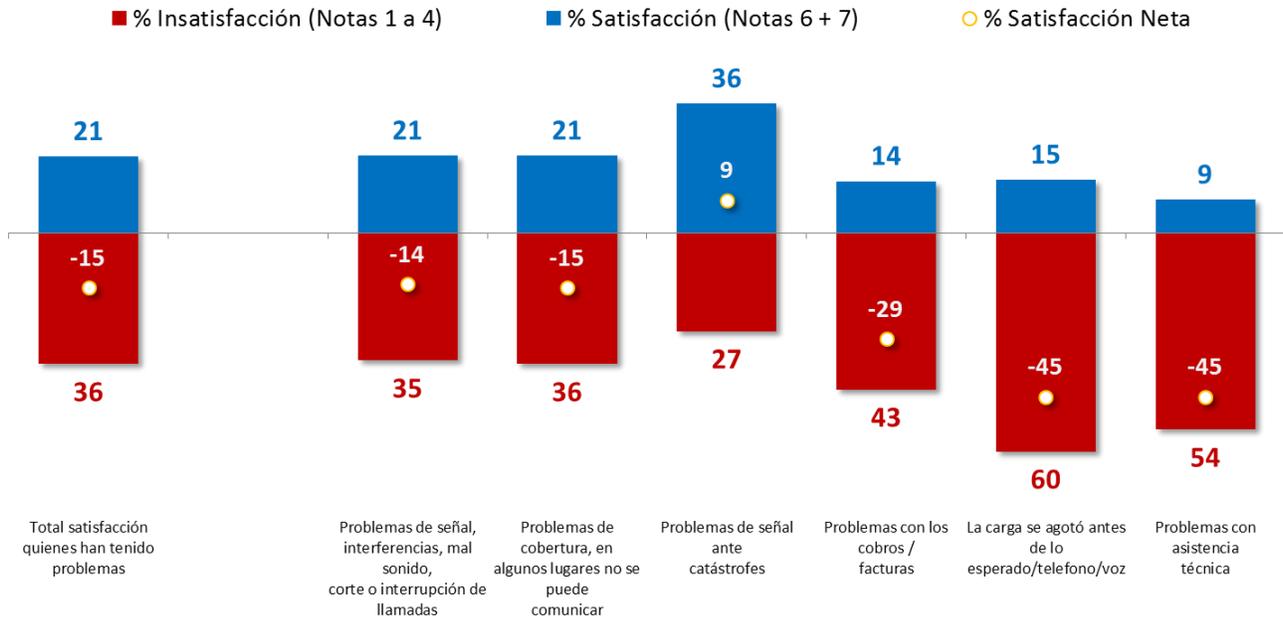
Gráfica 31.2: Problemas con servicio de Telefonía Móvil – Prepago



En el caso de los usuarios de prepago tanto en Wom como VTR existen alzas significativas respecto de la medición anterior, siendo ambas empresas las que presentan el mayor porcentaje con un 39% y 40% respectivamente. Entel se mantiene al igual que en el primer semestre de 2015 con la menor tasa de problemas entre los usuarios de prepago. En Claro se identifica una baja de 4 puntos aunque sin un impacto significativo. Movistar, por su parte, se mantiene estable.

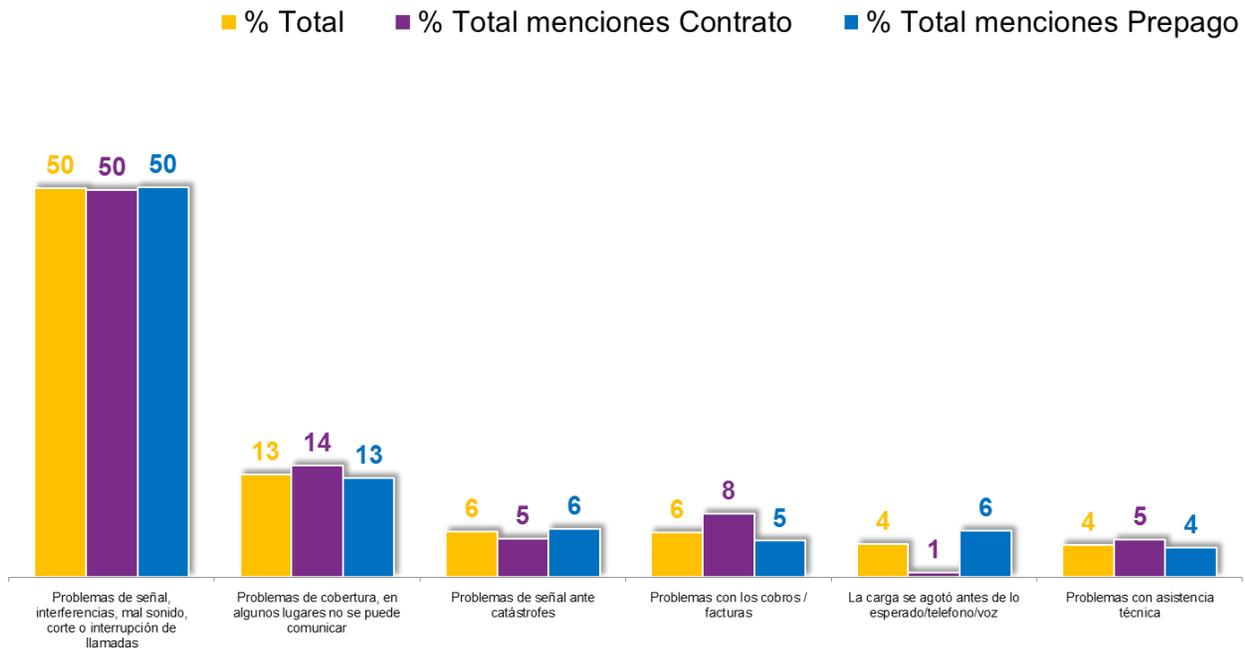


**Gráfica 33: Tipos de problemas de Telefonía Móvil y satisfacción**



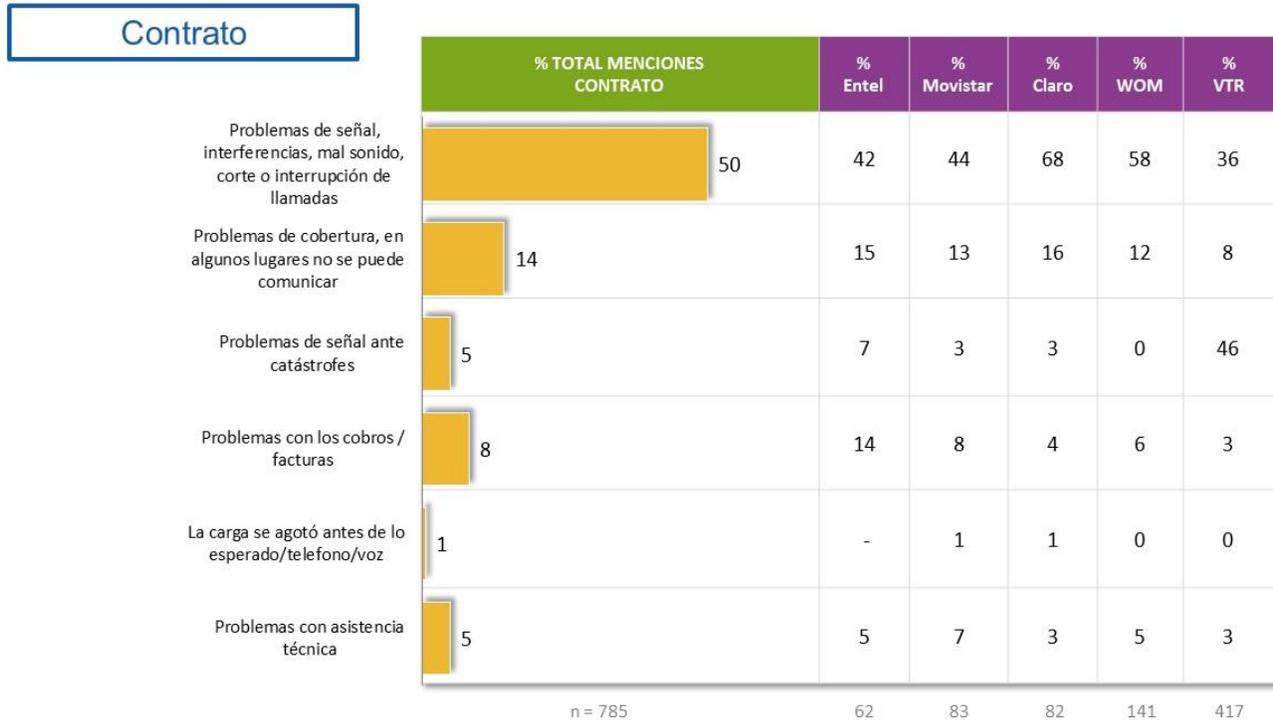
Los usuarios que declaran tener problemas con el servicio de Telefonía Móvil muestran un nivel de satisfacción neta de -15% producto del alto porcentaje de insatisfacción que es superior a la satisfacción. La satisfacción neta en cada uno de los atributos asociado a los problemas indica el impacto que 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 -45 siendo la más crítica, al igual que la asistencia técnica (-45) y como tercer lugar problemas con cobros y facturas (-29).

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



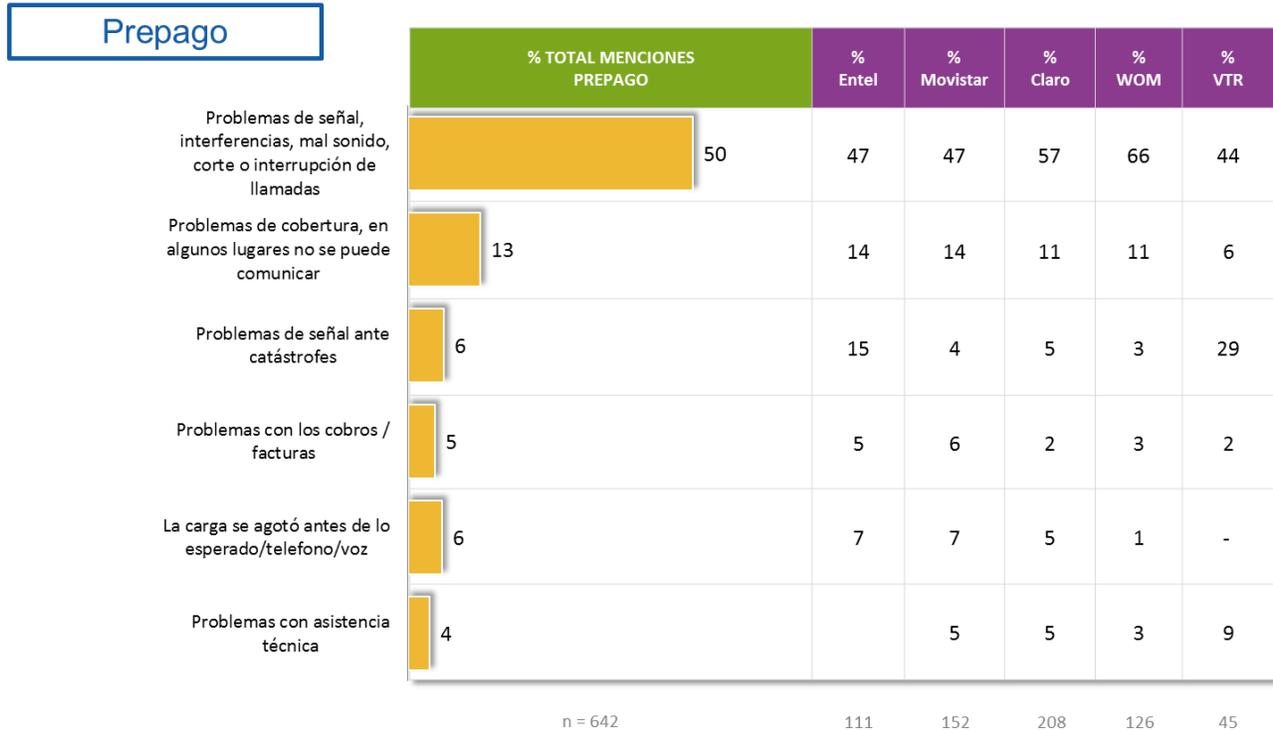
Como muestra la Gráfica 34, no existen mayores diferencias en la tasa de declaración de los problemas por tipo de usuarios (contrato/prepago), aunque se identifican diferencias según la naturaleza del plan, ya que por ejemplo en problemas con cobros y facturas es mayor la tasa de problemas entre quienes utilizan contrato, mientras que problemas con la carga es mayor entre los usuarios de prepago.

**Gráfica 35: Tipos de problemas de Telefonía Móvil - Contrato**



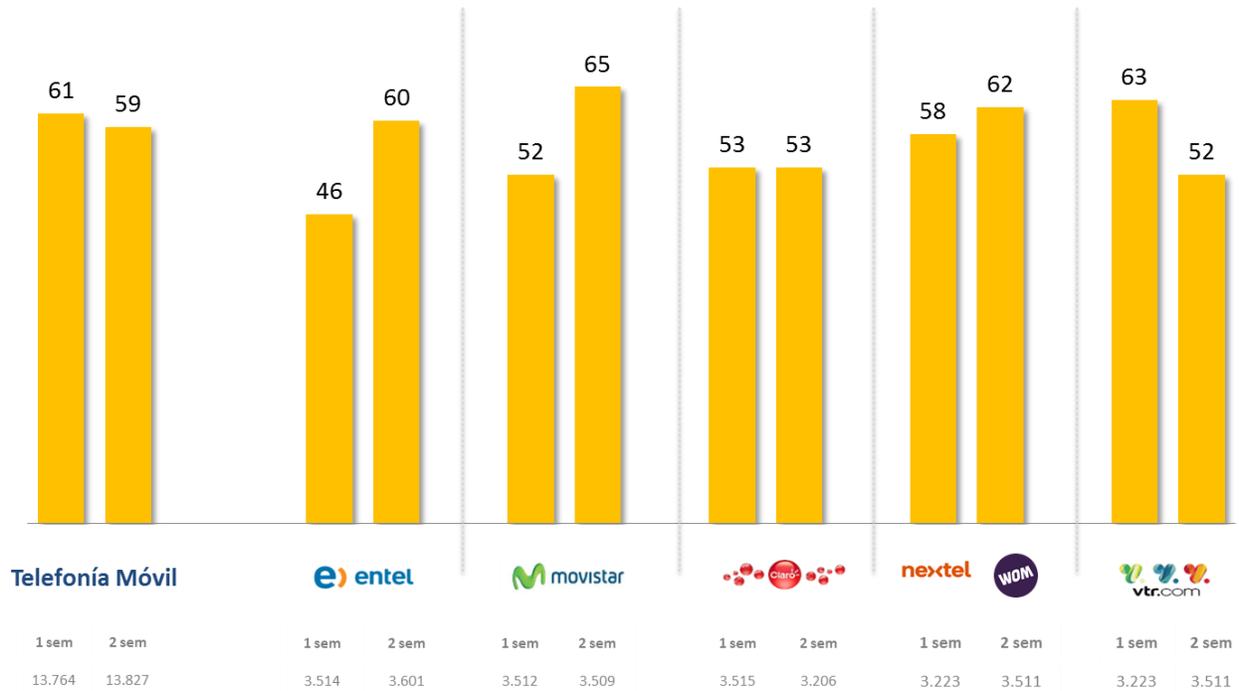
Por tipo de plan, la Gráfica 35 muestra que en los usuarios de contrato los 3 problemas más frecuentes son: “Problemas de señal, interferencia, mal sonido, corte o interrupción de llamadas” (50%), siendo Claro la compañía con mayor mención en este problema (68%). El problema de cobertura alcanza a un (14%) de las menciones, con Claro nuevamente como la empresa con más menciones (16%). En cuanto a los problemas de cobros y facturas (8%), Entel destaca con un 14% de las menciones entre su usuarios con contrato. VTR destaca con un 46% en problemas de señal ante catástrofes.

**Gráfica 36: Tipos de problemas de Telefonía Móvil - Prepago**



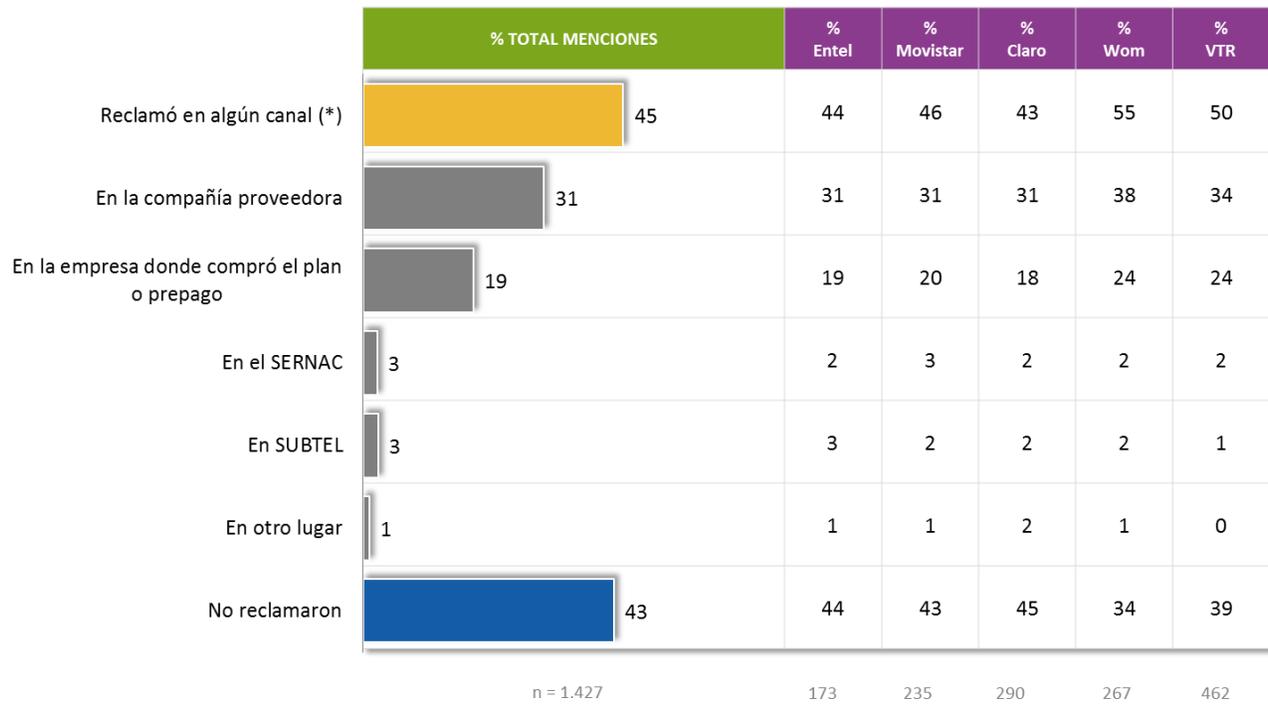
Para usuarios de prepago, según la Gráfica 36, los 3 problemas más frecuentes son: “Problemas de señal, interferencia, mal sonido, corte o interrupción de llamadas” (50%), siendo Wom la compañía con mayor mención en este problema (66%). El problema de cobertura alcanza a un 13% de las menciones, con Entel y Movistar las empresas más mencionadas (14%). En cuanto a “la carga se acabó antes de lo esperado” (6%), un 7% destaca en el caso de Movistar y Entel respectivamente. VTR al igual que entre los usuarios de contrato destaca en problemas de señal ante catástrofes (29%).

**Gráfica 37: Tasa de reclamo para problemas de Telefonía Móvil**



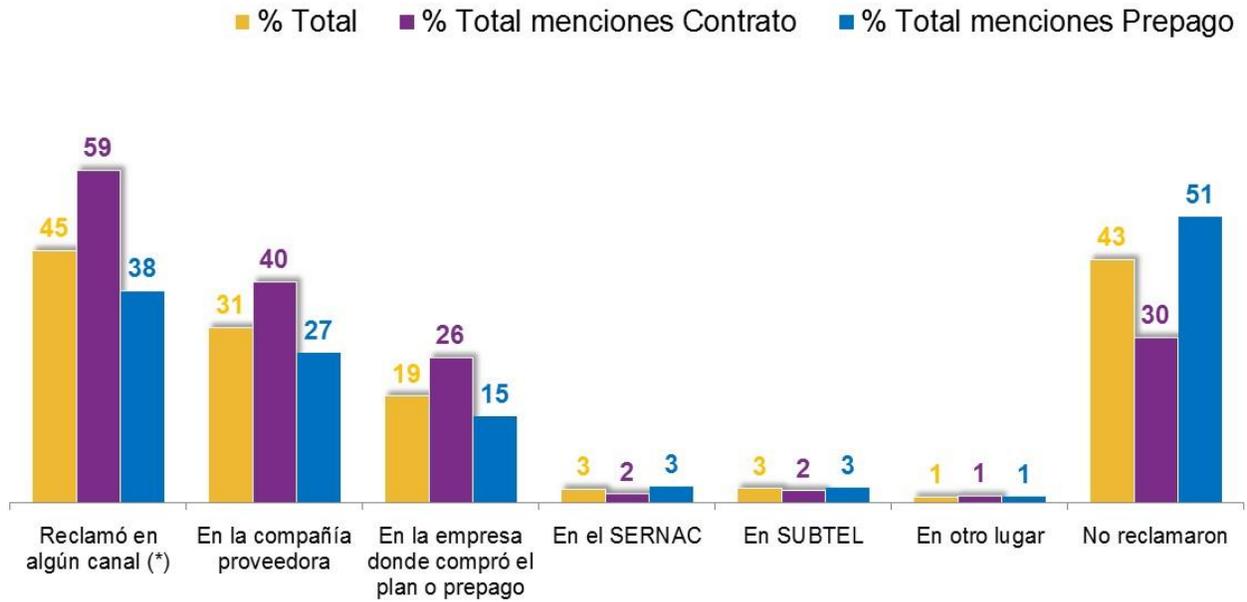
Un 59% reclama en algún lugar, disminuyendo la tasa efectiva de ir a reclamar de un 61% a un 59%. Aumenta de manera relevante en el caso de Entel (+14) y Movistar (+13), mientras que en VTR cae de un 63% a un 52%.

**Gráfica 37.1: Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil**



Los usuarios mencionan como principal lugar de reclamo su compañía proveedora (31%). Entre las compañías, los usuarios de Wom mencionan esta categoría en un 38%. Luego solo un 3% de los usuarios menciona Subtel en el total, siendo similar entre las compañías.

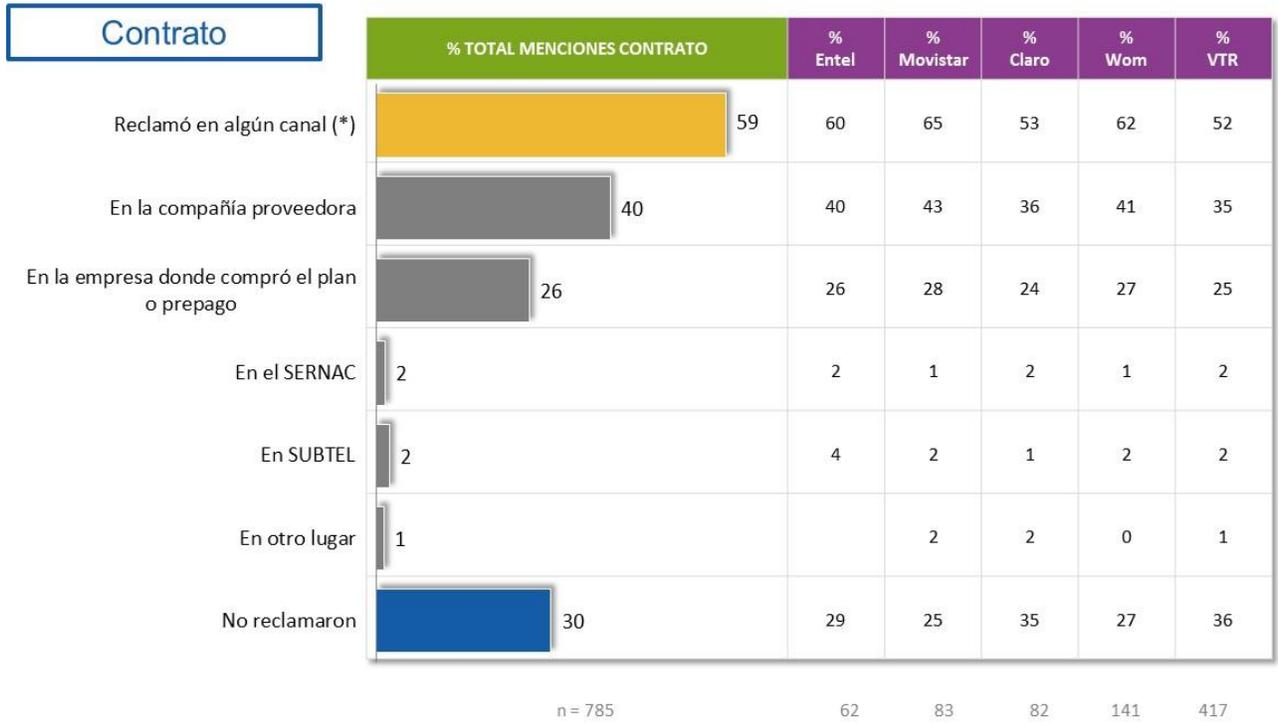
**Gráfica 38: Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de plan.**



(\*) 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 59%, mientras que los usuarios de prepago llegan a un 38%.

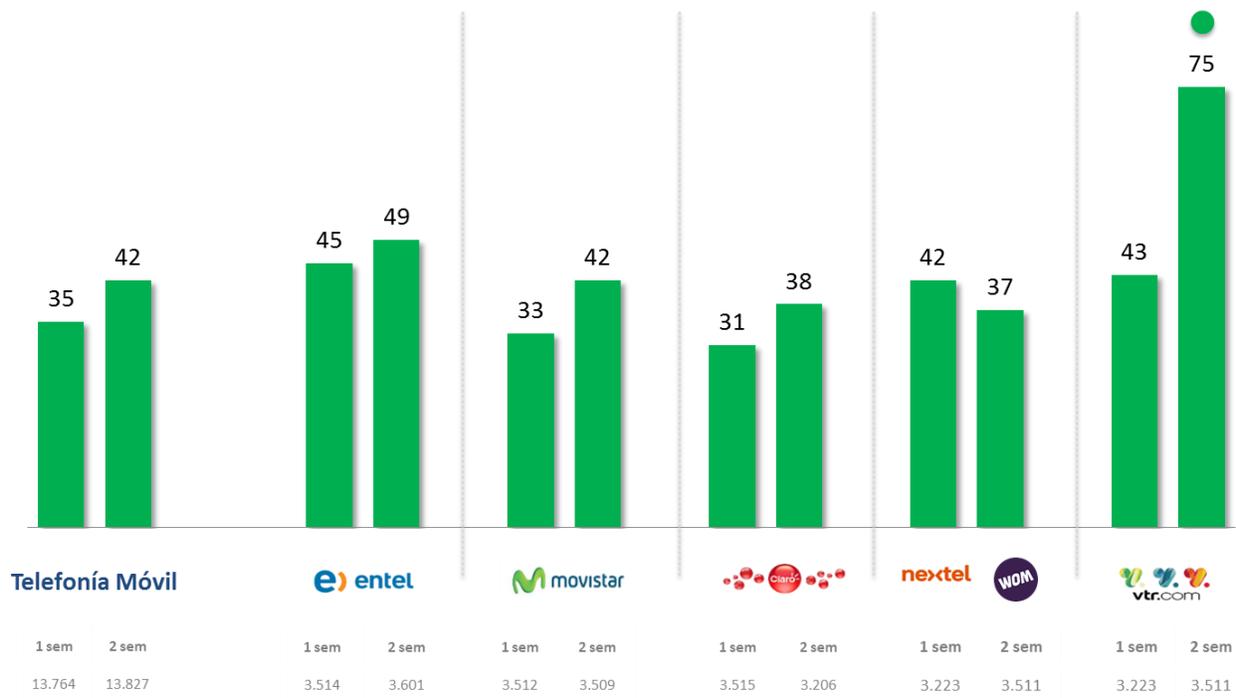
**Gráfica 39: Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Por compañía – Contrato.**



Entre los usuarios de contrato que presentan reclamos, los de mayor frecuencia son los clientes de Movistar alcanzando un 65%. El medio más utilizado para presentar los reclamos es en la compañía proveedora, con un 40%, según se observa en Gráfica 39.

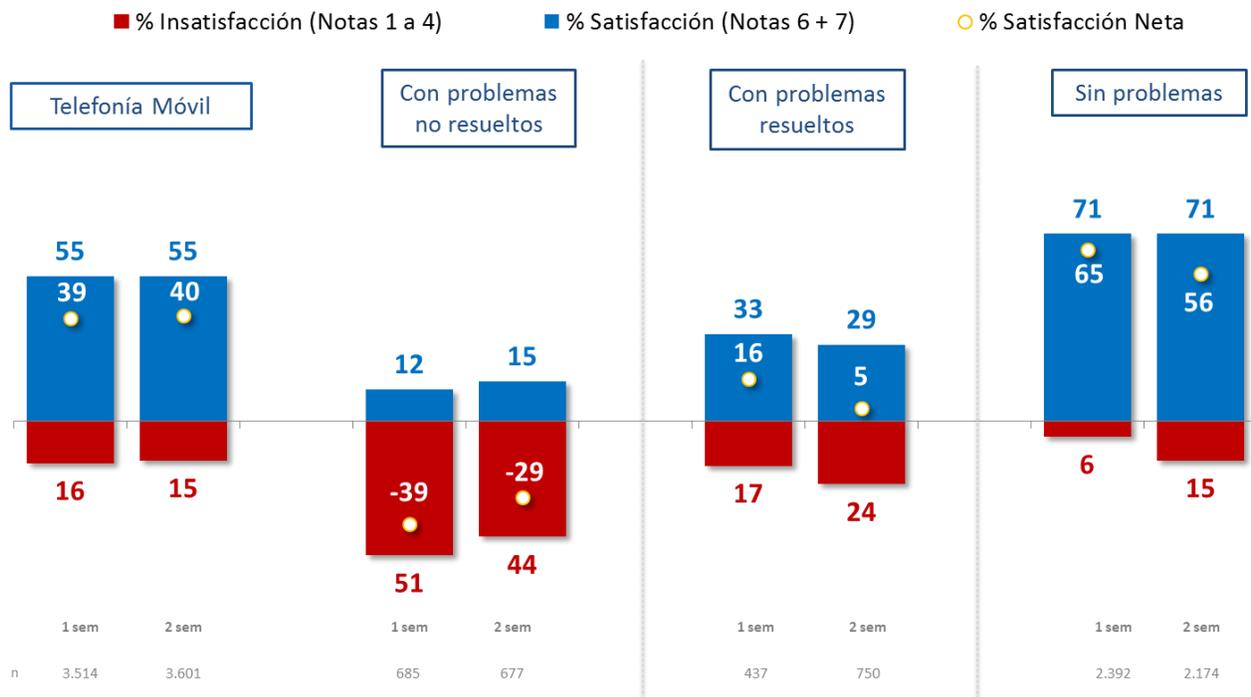


Gráfica 41: Tasa de Resolución del problema Telefonía Móvil



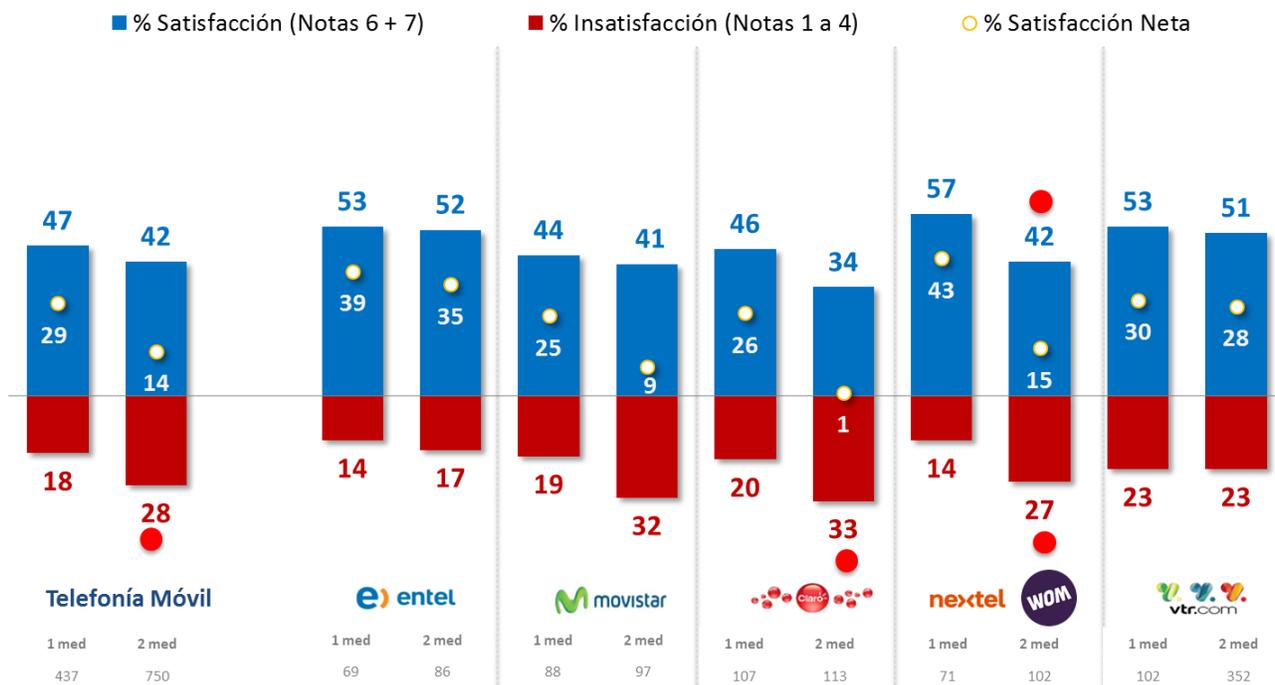
Entre los usuarios que presentan un reclamo, la tasa de resolución es baja, llegando al 42% en total, aumentando esta tasa en 4 de las 5 compañías. VTR es la que más resuelve el problema de sus usuarios aumentando de un 43% a un 75%, mientras Wom es la empresa que menos resuelve los problemas de sus usuarios cayendo de un 41% a un 37%.

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



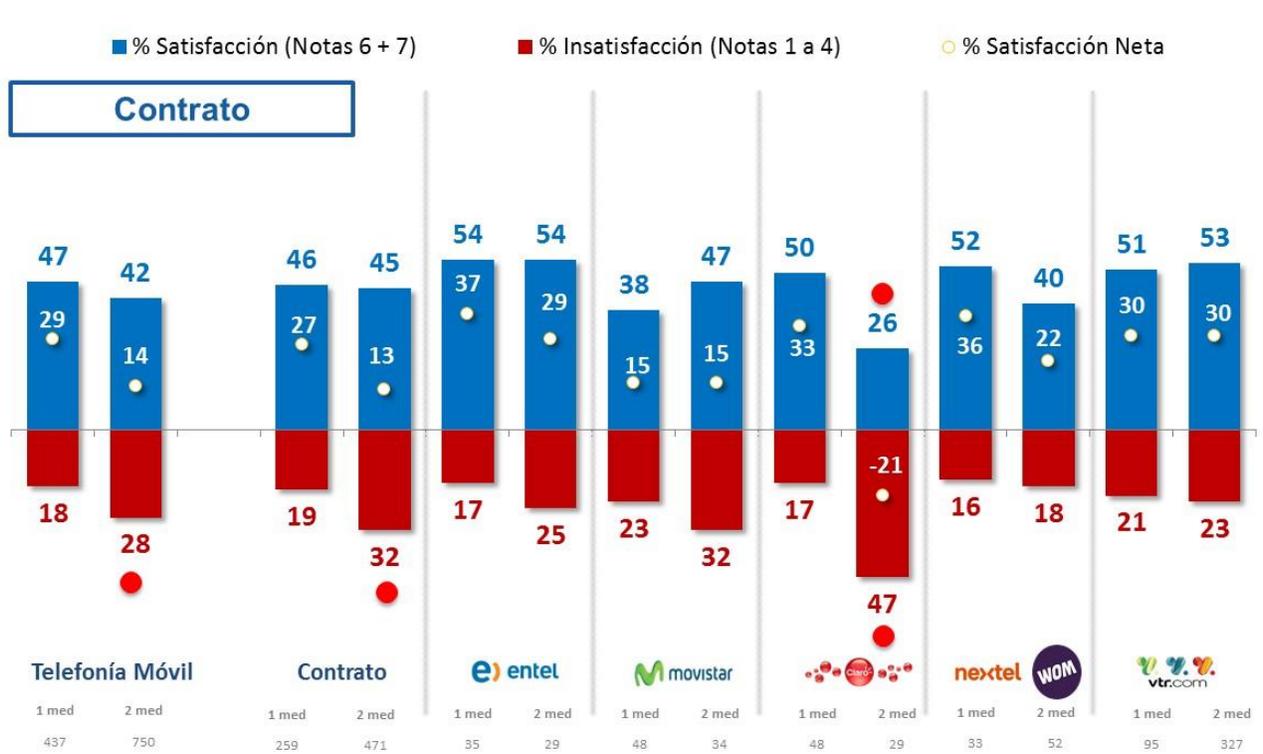
En cuanto a los niveles de satisfacción según resolución de problemas, se observa que si el problema del usuario no ha sido resuelto su nivel de satisfacción neta alcanza -29%, aunque se observa una mejora en la satisfacción y una caída en la insatisfacción respecto del primer semestre. Si el problema es resuelto el nivel de satisfacción aumenta a 5% pero cae respecto de la primera medición ya que quienes tienen problemas resueltos tienen una mayor insatisfacción con el servicio independiente de la resolución, mientras que quienes no tienen problemas alcanzan un nivel de 71% de satisfacción aunque aumenta la insatisfacción afectando la caída de la satisfacción neta en -9 puntos, según muestra la Gráfica 42.

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



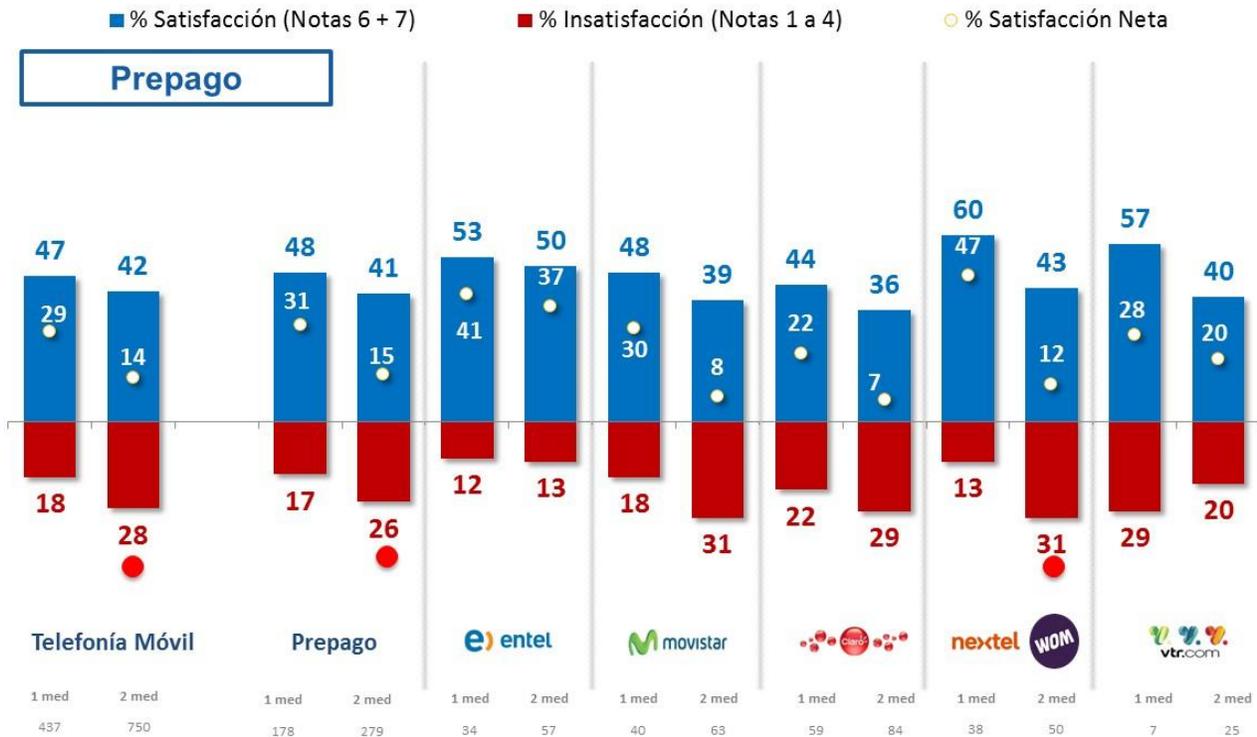
Como se observa en la Gráfica 43, entre los usuarios que resolvieron sus problemas, el nivel de satisfacción neta con la resolución alcanza un 14% cayendo de manera relevante respecto de la primera medición. El efecto principal es el aumento en la insatisfacción con la resolución (+10). El mayor nivel de satisfacción con la resolución es en la empresa Entel con un 52% aunque cae la insatisfacción respecto del primer semestre afectando a su vez una caída en la satisfacción neta, mientras Claro cuenta con el menor nivel de satisfacción neta con un 1%, que cae de manera relevante respecto del primer semestre con una insatisfacción significativamente más alta, misma situación que se identifica en Wom cayendo su satisfacción y aumentando su insatisfacción de manera significativa.

Gráfica 44.1: Satisfacción con la resolución de problemas de Telefonía Móvil – En plan contrato y Compañía



Por tipo de plan, entre los usuarios con contrato aumenta significativamente la insatisfacción de un 19 a un 32%, siendo la caída significativa en Claro, tanto en la satisfacción (-24) como en la insatisfacción (-30) entre la primera medición y la segunda del 2015. Los usuarios con contrato de Entel presentan la satisfacción más alta (54%) y la satisfacción neta más alta se identifica entre los usuarios con contrato de VTR (30%). Es decir, mientras VTR mantiene tasas altas de problemas declarados, la resolución al menos sostiene una satisfacción positiva.

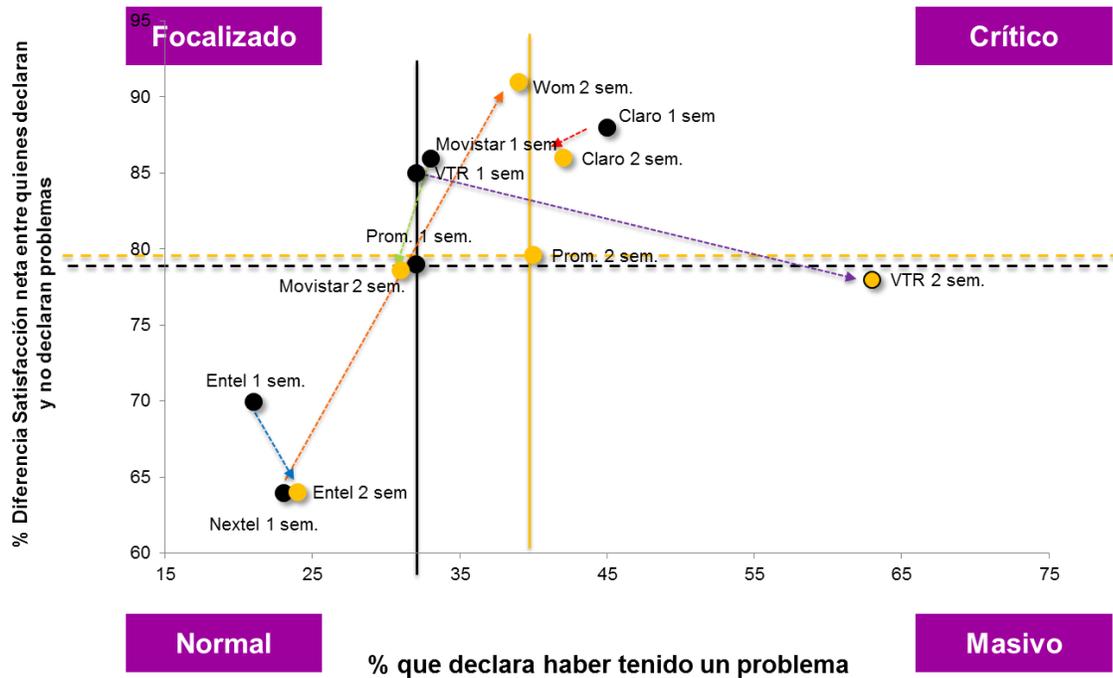
Gráfica 44.2: Satisfacción con la resolución de problemas de Telefonía Móvil – En plan prepago y Compañía



Entre los usuarios de prepago, la insatisfacción también aumenta de manera significativa de un 17% a un 26%, siendo la situación más crítica entre los usuarios de prepago de Wom, aumentando la insatisfacción de un 13% a un 31%. Entel se mantiene liderando la satisfacción con la resolución del problema entre los usuarios de prepago, mientras que Claro tiene la satisfacción neta más bajo entre las compañías (7%).

### 8.1.4. Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción

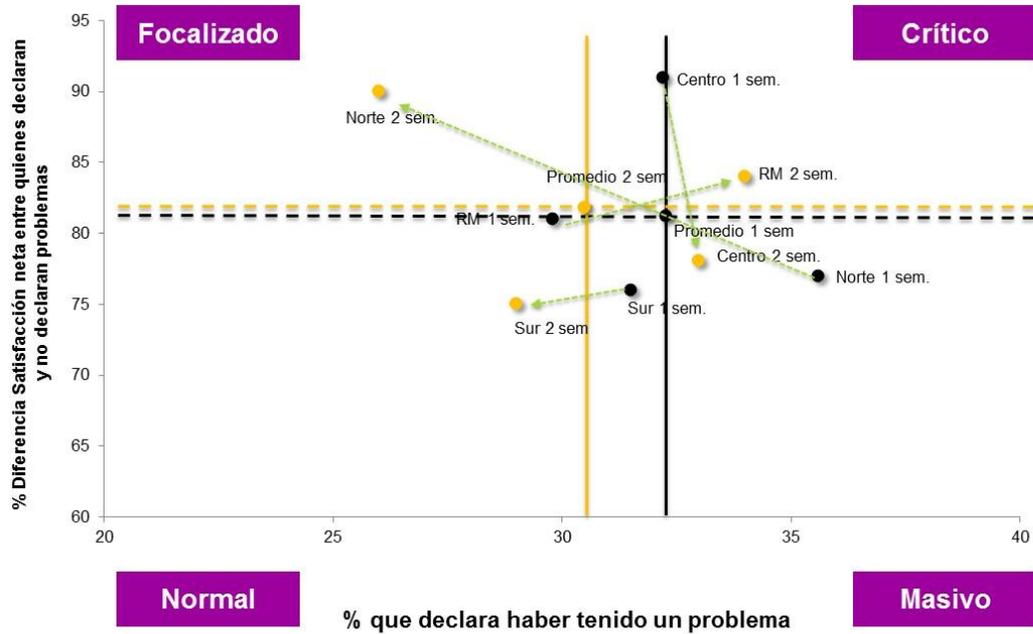
**Gráfica B: Impacto problemas en Satisfacción por Operador de Telefonía Móvil**



(\*) 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 la primera y segunda medición de 2015 donde Wom y VTR se trasladan de cuadrantes, pasando Wom de normal al borde de lo crítico, y VTR de focalizado a crítico. Lo más relevante en VTR es el incremento en la tasa de problemas donde es aproximadamente el doble respecto de la medición anterior. En cambio, en Entel y en Wom el más el efecto en la satisfacción de los clientes con y sin problemas.

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. Existe movilidad en la zona norte, de ser masivo a ser más focalizado el impacto de los problemas sobre la satisfacción, mientras que en RM pasa de normal a crítico, la zona centro de crítico a masivo y la zona sur se mantiene en el cuadrante normal. De este modo, en el norte disminuye el porcentaje de personas que declaran problemas situación distinta que ocurre en RM donde aumentan los problemas, mientras que en el centro el impacto es mayor sobre la satisfacción.

### 8.1.5. Principales indicadores

**Gráfica 45: Principales indicadores Telefonía Móvil**

	TOTAL		entel		movistar		claro		nextel WOM		vtr.com	
	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED
% Satisfacción 6+7	55	55	67	66	50	53	46	43	69	52 ●	61	50 ●
% Satisfacción Neta ((1+4) - (6+7))	39	40	57	59	30	34	25	23	61	31	48	32
% Que indica que ha tenido algún problema con el servicio	31	32	21	23	33	32	45	42	24	39 ●	32	63 ●
% ¿Reclamo?	61	59	46	60	52	65	53	53	58	62	63	52
¿Le han resuelto su problema?	35	42 ●	45	49	33	42	31	38	42	37	43	75 ●
% Si												

Se presentan los indicadores principales de todas las compañías de telefonía móvil. Se observa que en cuanto a satisfacción solo Entel está por sobre el promedio, misma situación que para el indicador de Satisfacción Neta. En cuanto al reporte de problemas, VTR y Wom aumentan de manera significativa su tasa de problemas. Luego en cuanto a la resolución de los mismos, la compañía que resuelve una proporción menor es Claro. Mientras que VTR es la empresa donde se declara la mayor proporción de resoluciones.

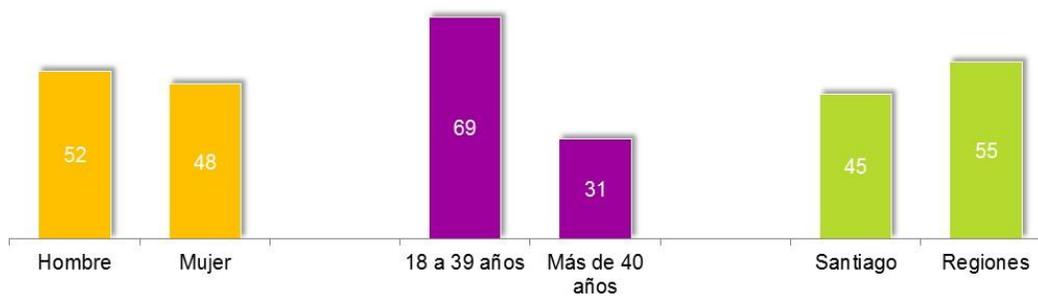
## 8.2. Internet Móvil

### 8.2.1. 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	1.824	54	52	2,3
	Mujer	1.685	46	48	2,4
	<hr/>				
	18 – 39	2.410	69	69	2,0
	Más de 40	1.099	32	31	3,0
	<hr/>				
	Santiago	1.583	51	45	2,4
Regiones	1.926	49	55	2,2	

**Gráfica 46.2: Características Demográficas de usuarios de Internet Móvil.**



Casos: 3.509

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

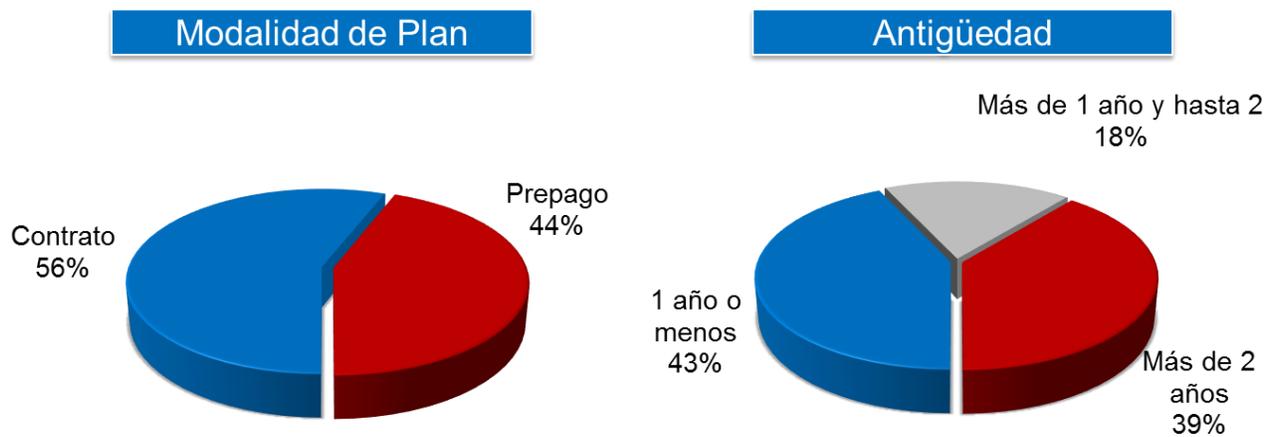
En el servicio de Internet Móvil no se aprecia una gran diferencia de usuarios según su género, siendo la proporción de 52% hombres y 48% mujeres. La principal diferencia entre los usuarios se observa respecto a la edad, ya que éstos se ubican principalmente entre los 18 y los 39 años (69%). En la Región Metropolitana se concentra un 45% de los usuarios de Internet Móvil, mientras que el restante 55% se distribuye en el resto de las regiones del país.

**Gráfica 46.3: Características demográficas de usuarios de Internet 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
Entel	705	51	49	100	Entel	705	66	34	100	Entel	705	52	48	100
Movistar	700	54	46	100	Movistar	700	68	32	100	Movistar	700	39	61	100
Claro	701	50	50	100	Claro	701	72	28	100	Claro	701	42	58	100
WOM	702	60	40	100	WOM	702	72	28	100	WOM	702	64	36	100
VTR	701	53	47	100	VTR	701	60	40	100	VTR	701	52	48	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.509</b>	<b>52</b>	<b>48</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.509</b>	<b>69</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.509</b>	<b>45</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Por compañía, son más los usuarios hombres que mujeres en todas las compañías, mientras que en la edad también son más las personas entre 18 y 39 años. En el caso de la zona, se identifica que en Wom, Entel y VTR es mayor el porcentaje de usuarios en RM que en regiones.

Gráfica 46.4: Características del servicio de Internet Móvil – Por compañía.



Compañía	Base (n)	% Contrato	% Prepago	Total
Entel	705	80	20	100
Movistar	700	53	47	100
Claro	701	33	67	100
WOM	702	35	65	100
VTR	701	91	9	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.509</b>	<b>56</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

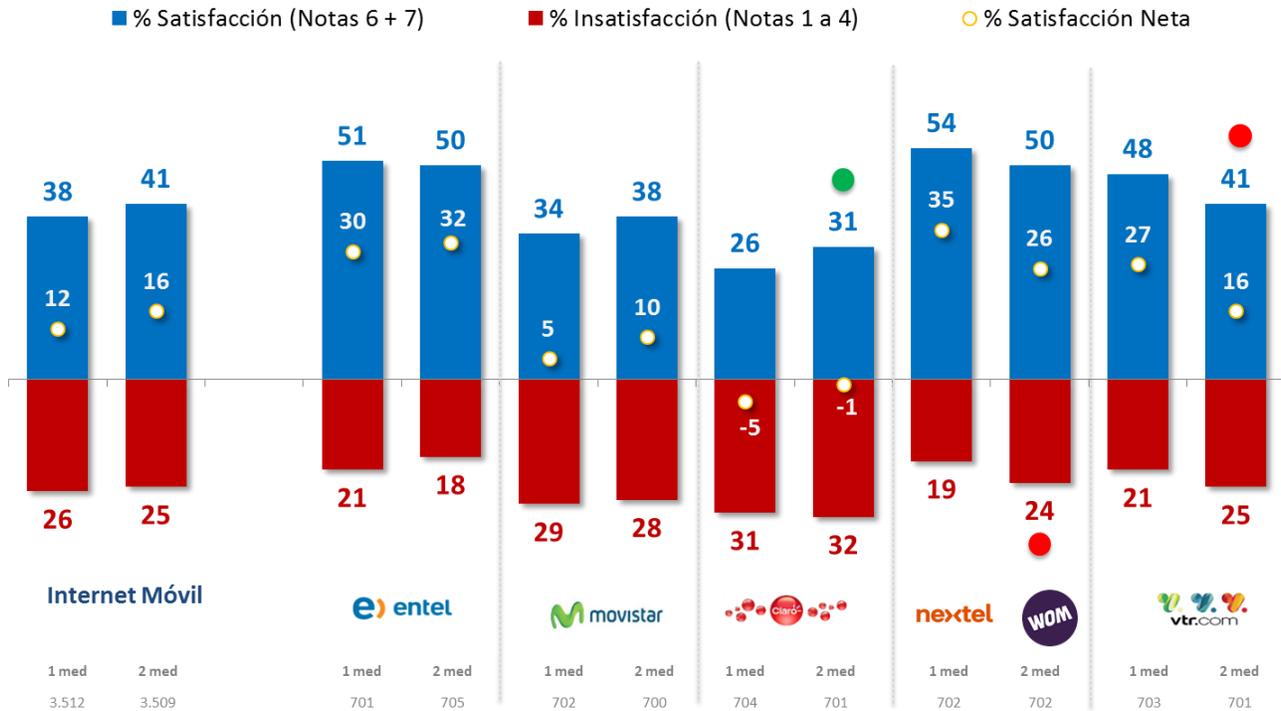
Compañía	Base (n)	% 1 año o menos	% Más de 1 y hasta 2	% Más de 2 años	Total
Entel	705	33	15	52	100
Movistar	700	43	19	38	100
Claro	701	51	21	28	100
WOM	702	70	12	18	100
VTR	701	66	23	11	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.509</b>	<b>43</b>	<b>18</b>	<b>39</b>	<b>100</b>

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 Wom (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 (43%) y que un 39% declaró poseer el plan hace más de dos años. Un 52% 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 WOM (representando un 70% de sus usuarios).

### 8.2.2. 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)?”*

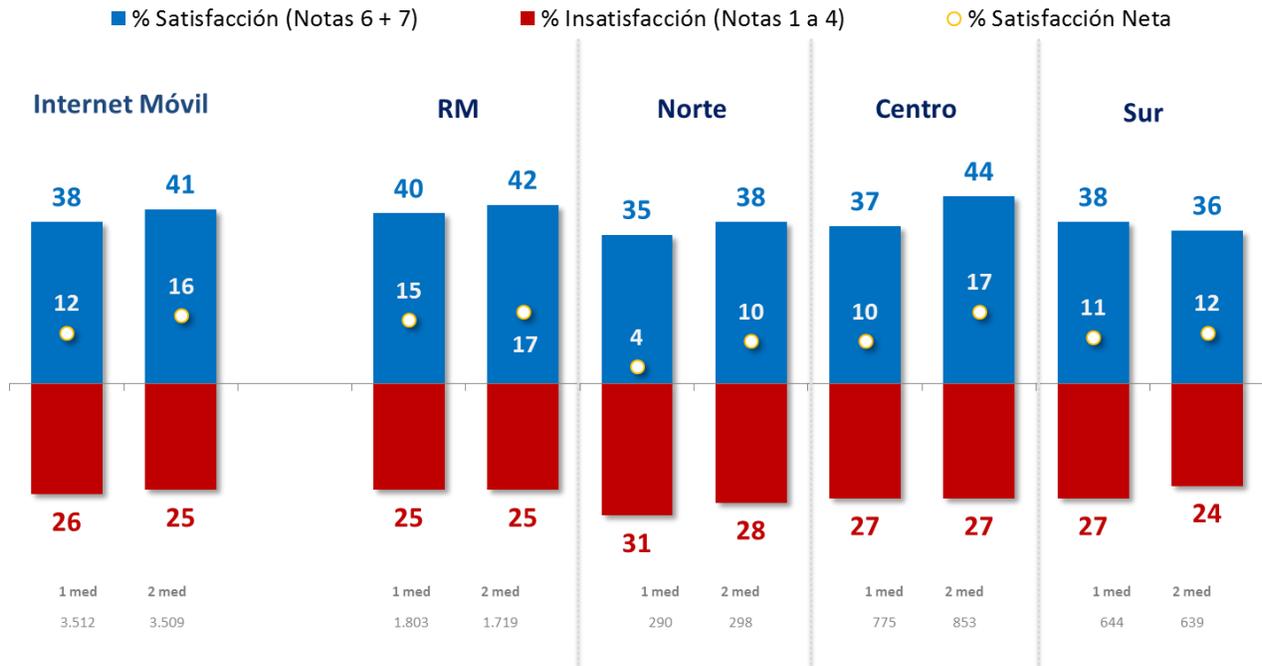
**Gráfica 47: Satisfacción con Internet Móvil.**



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” (41%), mientras que solo un 25% se declara “insatisfecho”, mejorando ambos indicadores respecto de la primera medición aumentando la satisfacción neta de un 12% a un 16%. Entre las compañías que destacan por su nivel de satisfacción están Wom (50%) y Entel (50%), las que a su vez obtienen los índices de satisfacción neta más altos (26, 32 respectivamente). Sin embargo, en Wom cae la insatisfacción a un 24% de manera significativa respecto del primer semestre. Por otro lado, entre las empresas proveedoras con mayores niveles de insatisfacción destacan Claro y Movistar (32% y 28% de notas entre 1 y 4 respectivamente), aunque en el caso de Claro aumenta significativamente su satisfacción. Por último, VTR cae en su

satisfacción de manera significativa aumentando también su insatisfacción y afectando directamente la satisfacción neta.

**Gráfica 48: Satisfacción por Zona con Internet Móvil.**

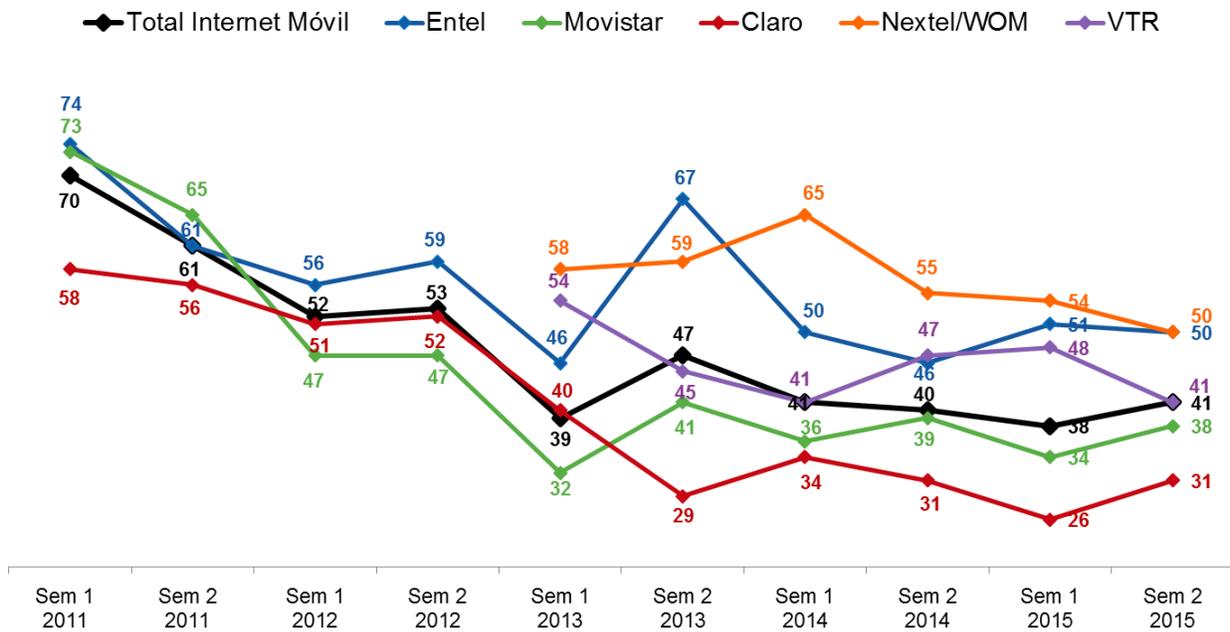


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

(\*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

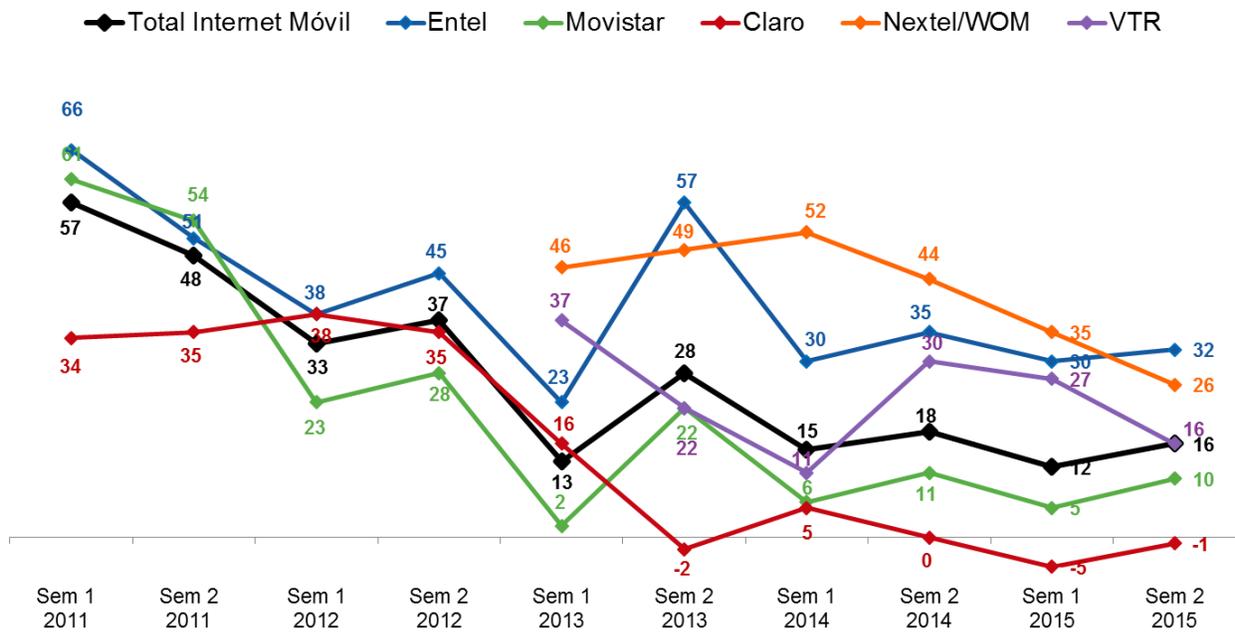
Por zona se identifica que el Centro tiene la más alta satisfacción y que mejora respecto del primer semestre. En términos de satisfacción neta RM y Centro lideran y mejoran su indicador respecto de la primera medición.

Gráfica 49: Satisfacción con Internet Móvil – Evolutivo.



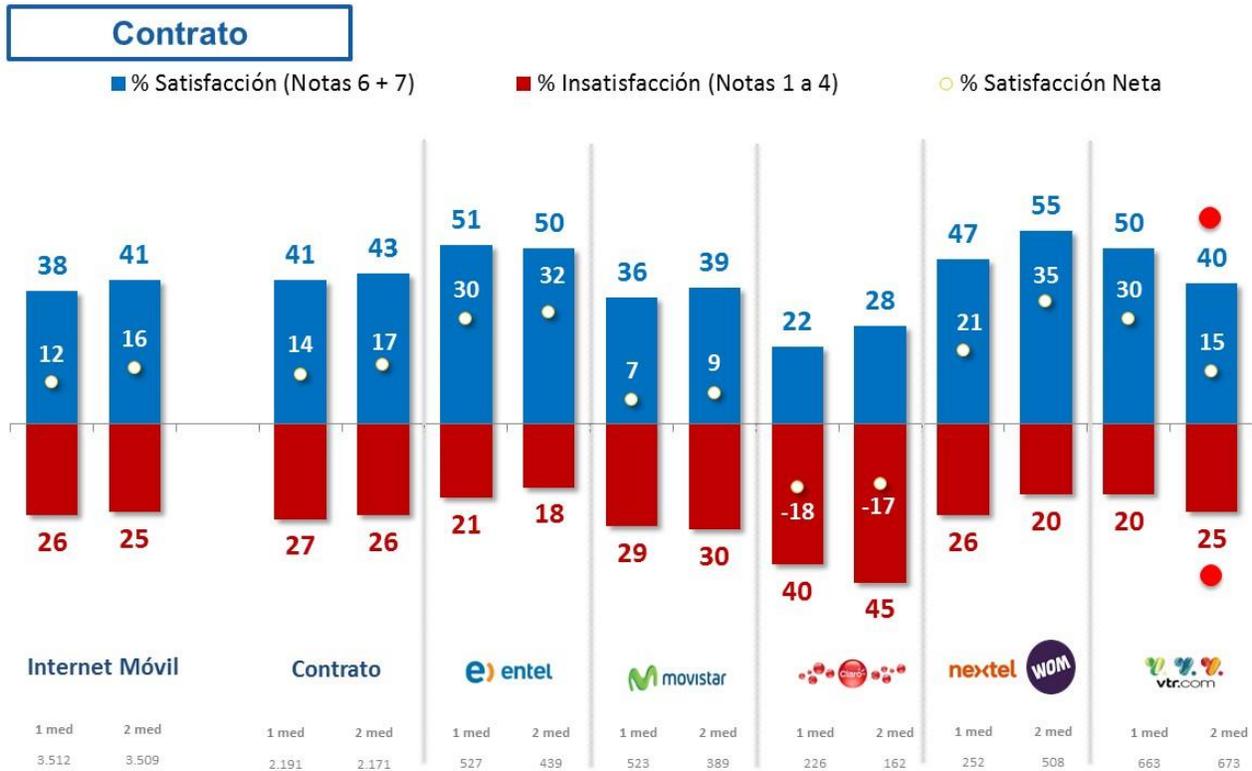
En cuanto al nivel de satisfacción evolutivo, en Internet Móvil se aprecia que hubo un aumento en relación a la medición del primer semestre de este año de 3 puntos porcentuales (38% a 41%). Se da un aumento significativo en la satisfacción de Claro de un 26% a un 31% entre el primer y segundo semestre de 2015, mientras que en VTR disminuye significativamente la satisfacción de un 48% a un 41%. Wom y Entel se mantienen como las empresas con la satisfacción más alta (50%).

Gráfica 50: Satisfacción Neta con Internet Móvil – Evolutivo.



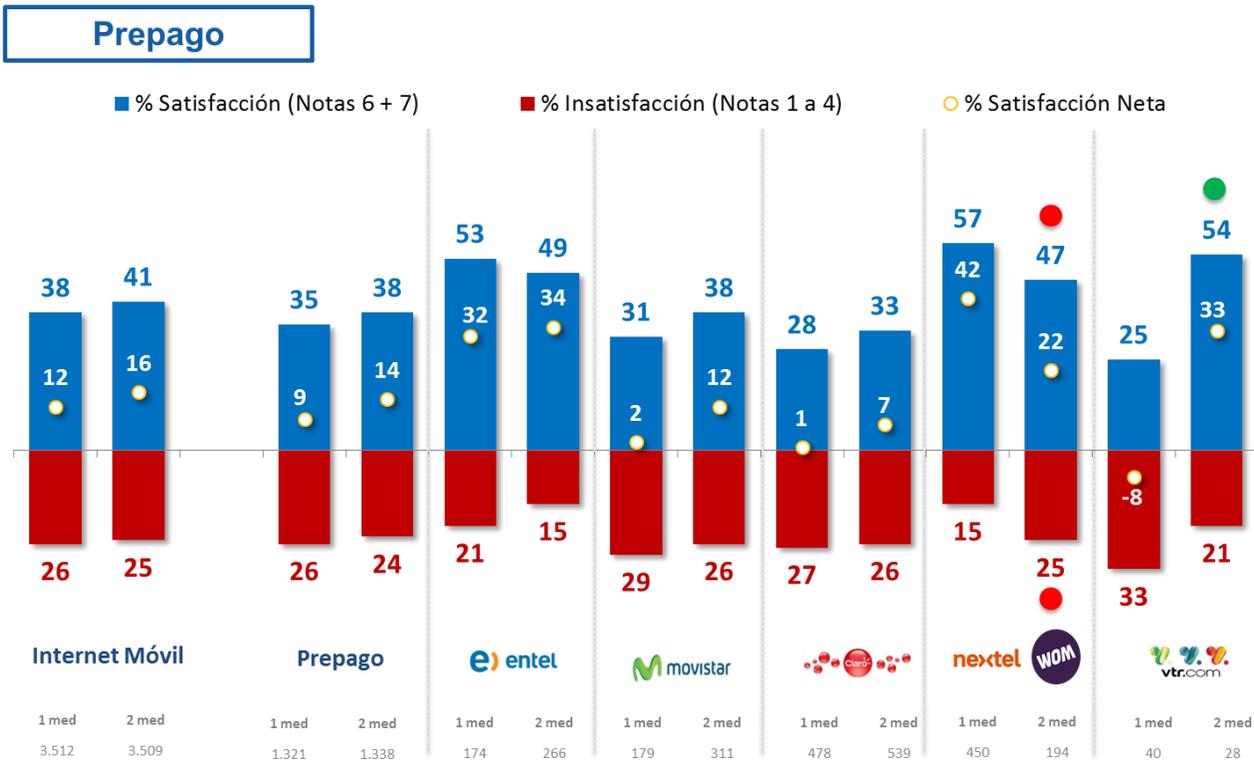
En cuanto a la satisfacción neta vista históricamente, se aprecia un aumento en el total de internet móvil de un 12% a un 16%. Movistar mejora en 5 puntos respecto de la primera medición de 2015, mientras que Claro aumenta en 4 puntos aunque mantiene una satisfacción neta negativa (-1). En el caso de VTR existe una baja en la satisfacción neta de un 27% a un 16%, misma situación que Nextel/Wom que cae de un 35% a un 26%. Entel aumenta levemente dos puntos en su satisfacción neta de un 30 a un 32%.

Gráfica 51. Satisfacción con Internet Móvil – Contrato.



Al analizar los niveles de satisfacción según tipo de plan, la gráfica 51 muestra las diferencias entre la primera y segunda medición, donde VTR cae en su satisfacción de manera significativa (50 a 40%) mientras que su insatisfacción aumenta también de manera significativa (20 a 25%). Wom lidera la satisfacción entre los usuarios de contrato con una satisfacción de un 55%, seguido de Entel (50%). Mientras que la empresa con peor evaluación es Claro, con un neto de -17% y la insatisfacción más alta entre todas las compañías (45%).

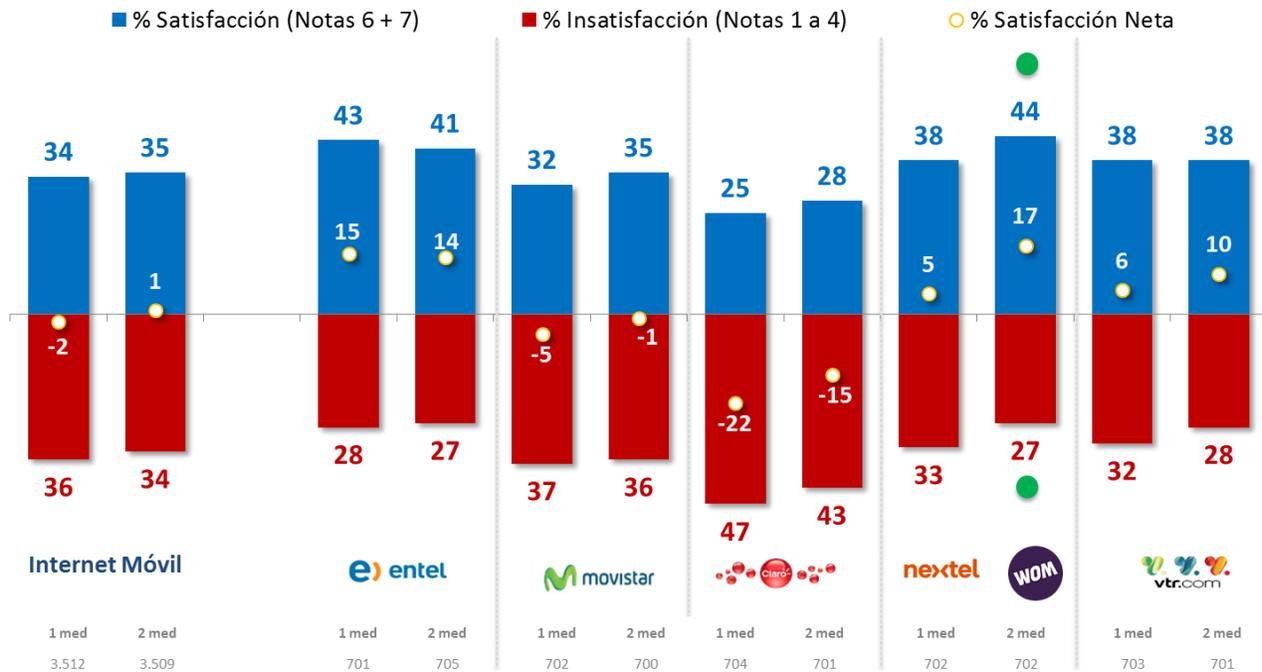
Gráfica 52. Satisfacción con Internet Móvil – Prepago.



En el caso de los usuarios de prepago, en Wom existe una caída en la satisfacción de manera significativa de un 57% en el primer semestre a un 47% en el segundo semestre, mientras que la insatisfacción aumenta de manera significativa de un 15% a un 25%. En el caso de VTR mejora la satisfacción de manera significativa de un 25% a un 54%, transformándose así en la empresa mejor evaluada en satisfacción aunque superada por Entel en la satisfacción neta (34% vs 33%)

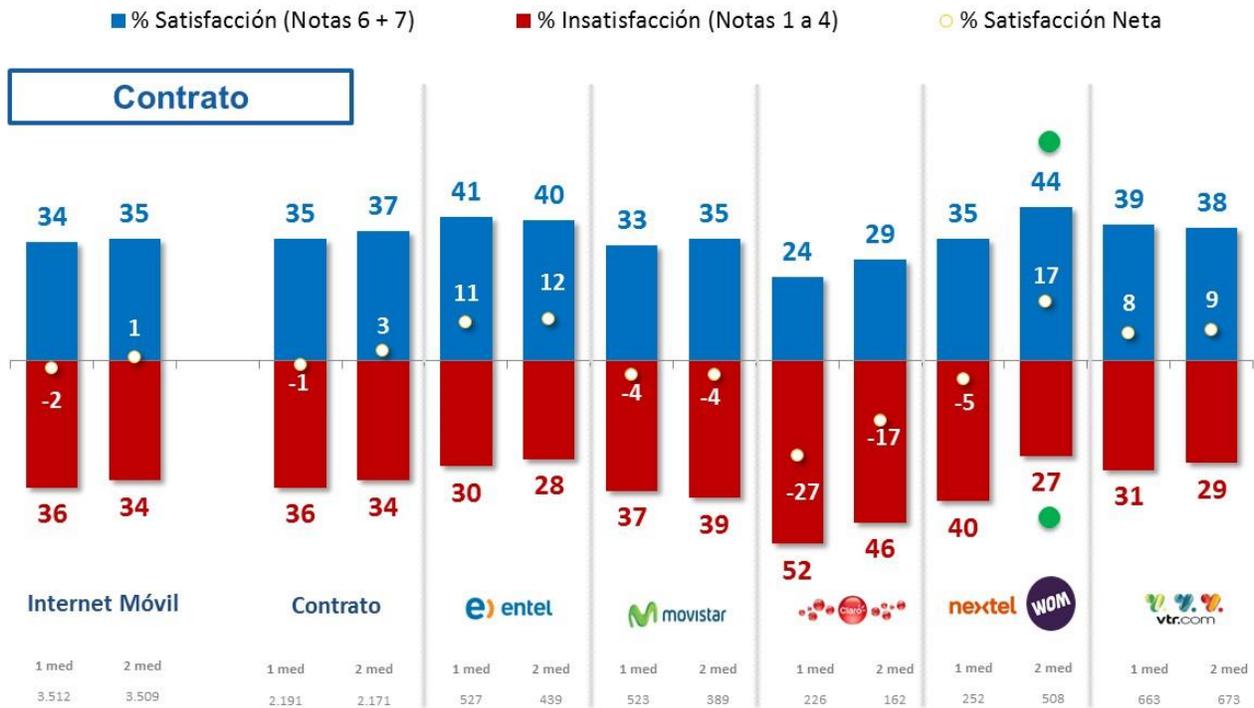
“¿Cuán satisfecho está con la velocidad de Internet Móvil en su celular?”

Gráfica 53: Satisfacción velocidad Internet Móvil: 1 sem vs 2 sem 2015



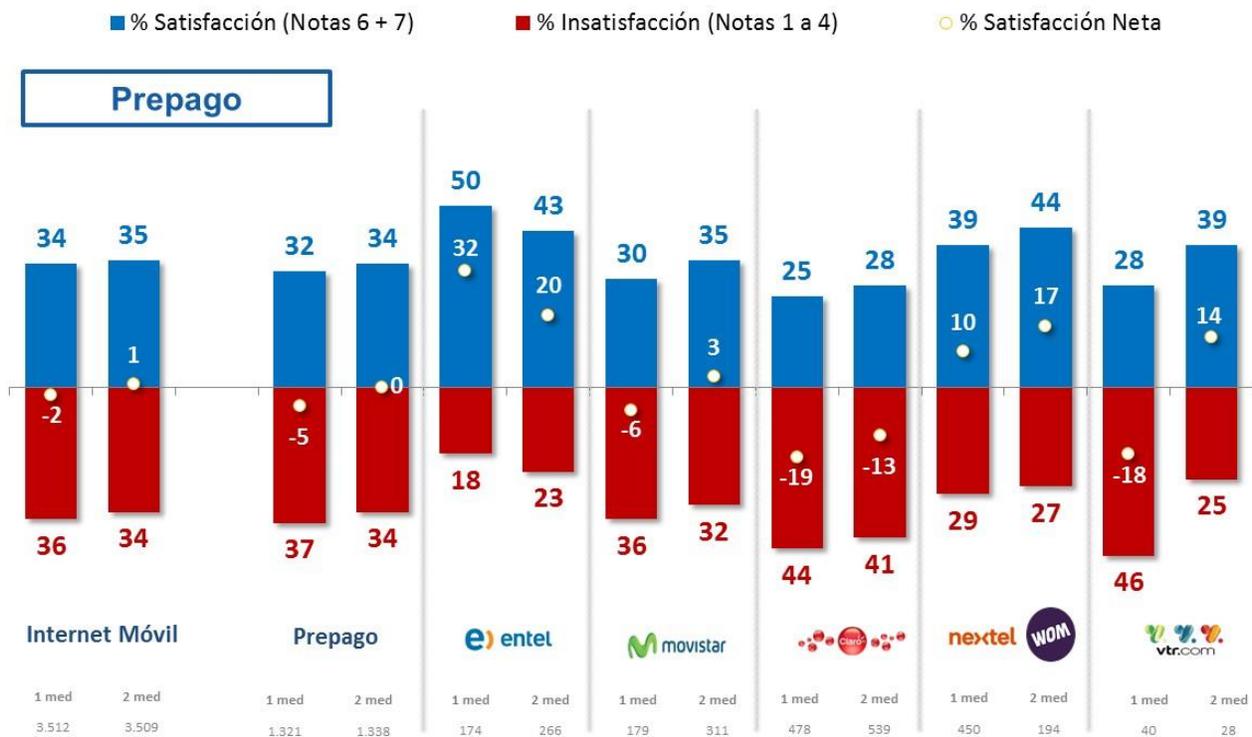
Por otro lado, al evaluar la satisfacción de la velocidad de Internet Móvil, se observa que en el total se obtiene una satisfacción de 35% y una satisfacción neta de 1, mejorando levemente los indicadores respecto del primer semestre. Lidera la evaluación de satisfacción Wom con un 44% que aumenta significativamente en este aspecto respecto de la medición del primer semestre y que coincide también con una mejora significativa en la insatisfacción disminuyendo de un 33% a un 27%. Continúa la lista Entel con un 41% de satisfacción cayendo levemente respecto de la primera medición, mientras que Claro tiene la insatisfacción más alta con un 43%, teniendo por consecuencia la satisfacción neta más alta (-15%), aunque en ambos casos mejora sus indicadores respecto de la primera medición. Claro y Movistar se mantienen como las dos compañías con un neto negativo.

Gráfica 54.1: Satisfacción velocidad Internet Móvil - Contrato 1 sem vs 2 sem



En el caso de los usuarios con contrato, se identifica que en Wom mejora significativamente la satisfacción con la velocidad y a su vez disminuye significativamente la insatisfacción. En comparación al resto de las empresas, Wom lidera en este atributo, mientras que Claro es la empresa peor evaluada, aunque en este último caso mejora la satisfacción y baja la insatisfacción pero de todos modos la satisfacción neta continua siendo negativa.

Gráfica 54.2: Satisfacción velocidad Internet Móvil - Prepago 1 sem vs 2 sem

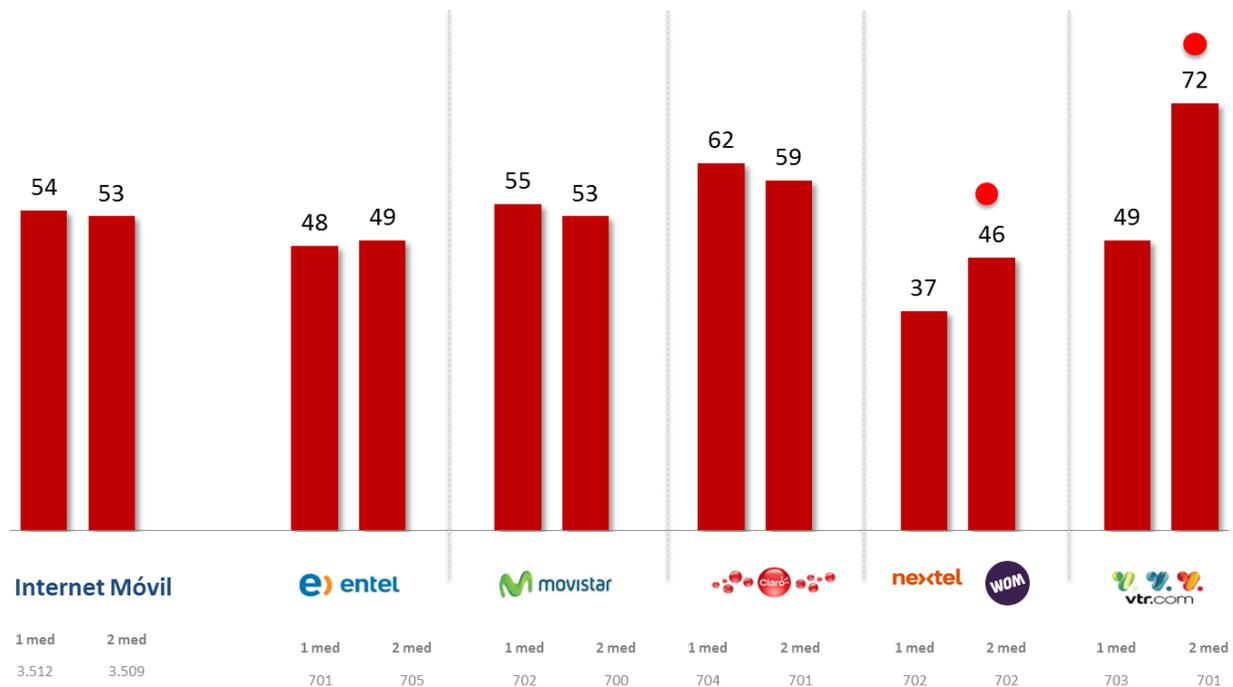


Entre los usuarios de internet móvil que tienen prepago, no se identifican diferencias significativas entre la primera y segunda medición de 2015 sobre la satisfacción con la velocidad, aunque destaca el equilibrio que logra la satisfacción e insatisfacción del total prepago pasando a una satisfacción neta de 0 luego que en el primer semestre fuera negativo (-5). Lidera en este caso Wom con un 44% de satisfacción mejorando su satisfacción respecto del primer semestre, mientras Entel continúa la lista con un 43% de satisfacción que cae de todos modos de un 50% a un 43% en satisfacción aumentando a su vez su insatisfacción y afectando el neto en -12 puntos. Destaca VTR que mejora de manera importante – aunque no significativa – los índices de satisfacción, mientras que Movistar también logra pasar el umbral negativo en la satisfacción neta de un -6 en el primer semestre a un 3% en segundo semestre. Claro continúa siendo el peor evaluado, al igual que en el primer semestre, aunque mejora sus indicadores.

### 8.2.3. Problemas, reclamos y resolución: Internet Móvil

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

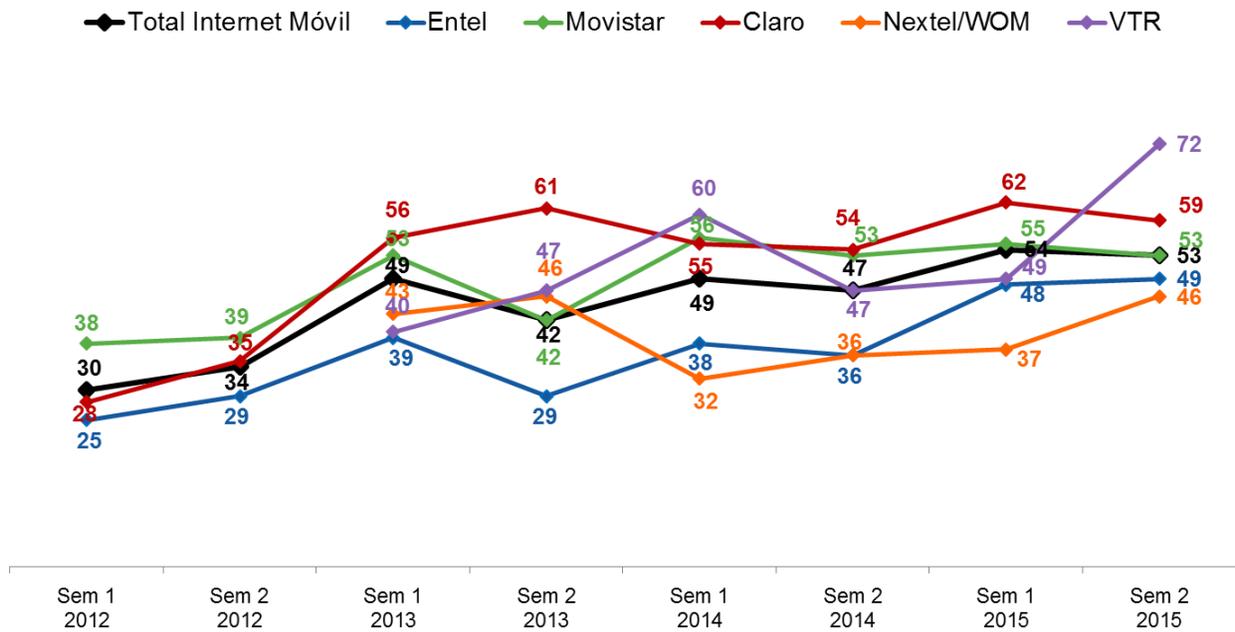
**Gráfica 55: Tasa de Problemas recientes con el servicio de Internet Móvil.**



Entre los clientes de Internet Móvil se aprecia que una mayoría (53%) reporta haber tenido algún problema con su servicio durante los últimos 12 meses manteniéndose estable la tasa respecto del primer semestre. Entre las compañías, VTR (72%), Claro (59%) y Movistar (53%) son las empresas donde la mención “Sí ha tenido algún problema” es mayoritaria (sobre un 50%). Por otro lado, Wom es quien presenta la tasa menor de problemas dentro de todos los proveedores (46%). En el caso de Wom y VTR aumenta significativamente la tasa de problemas.

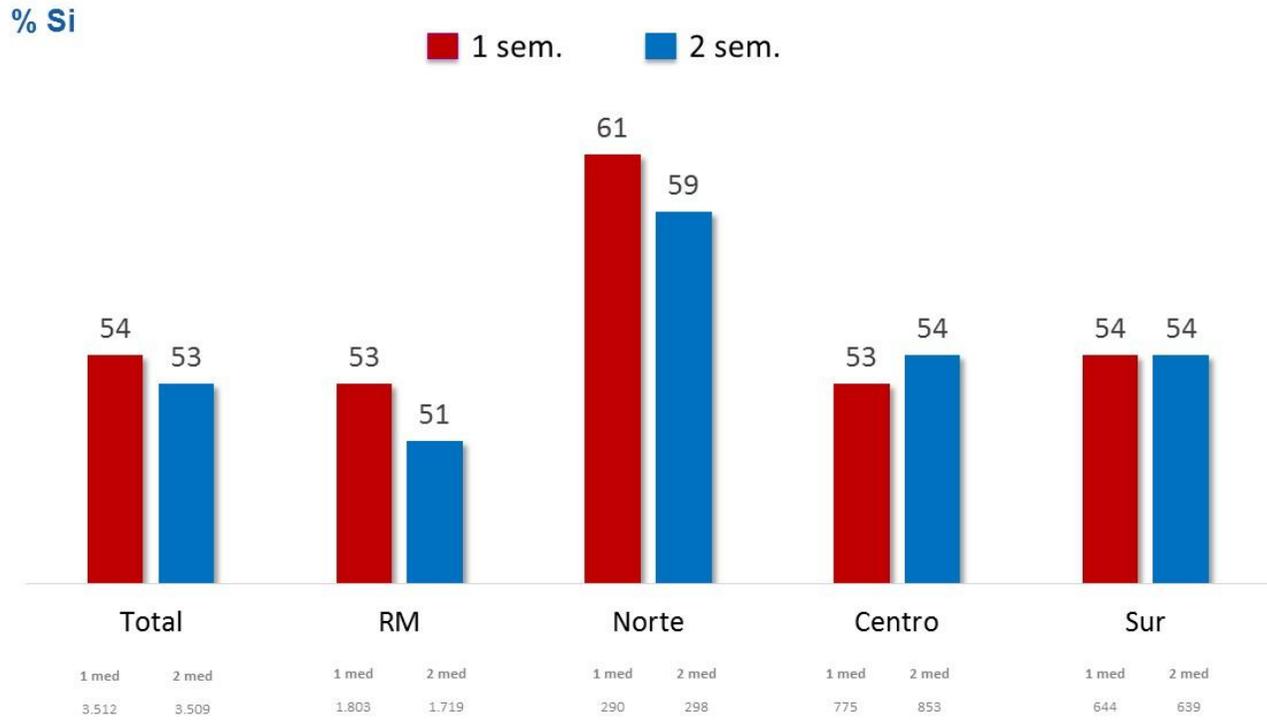
Gráfica 56: Problemas con servicio de Internet Móvil – Evolutivo I.

% Que dice Sí



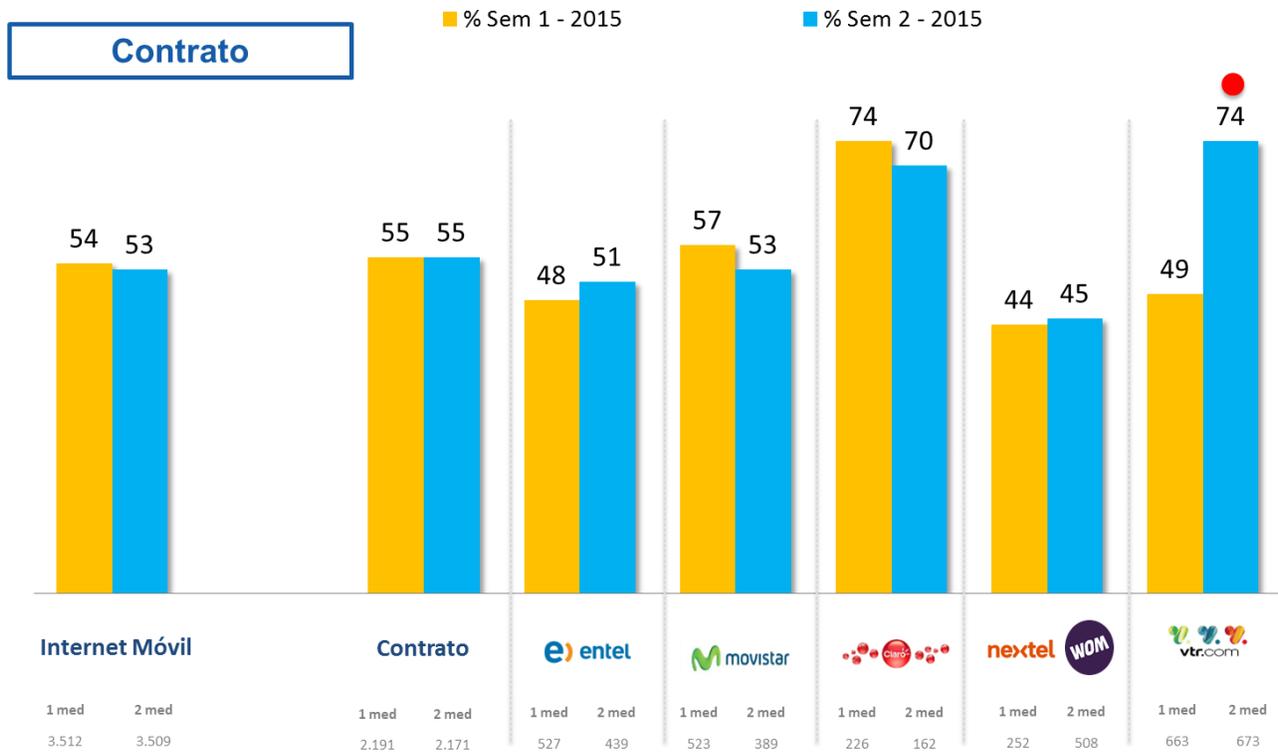
Al ver el evolutivo de los problemas con el servicio de Internet Móvil, se identifica que ha aumentado respecto del primer semestre, siendo significativo el aumento en Nextel/Wom y VTR.

Gráfica 56.1: Problemas recientes con el servicio por zona



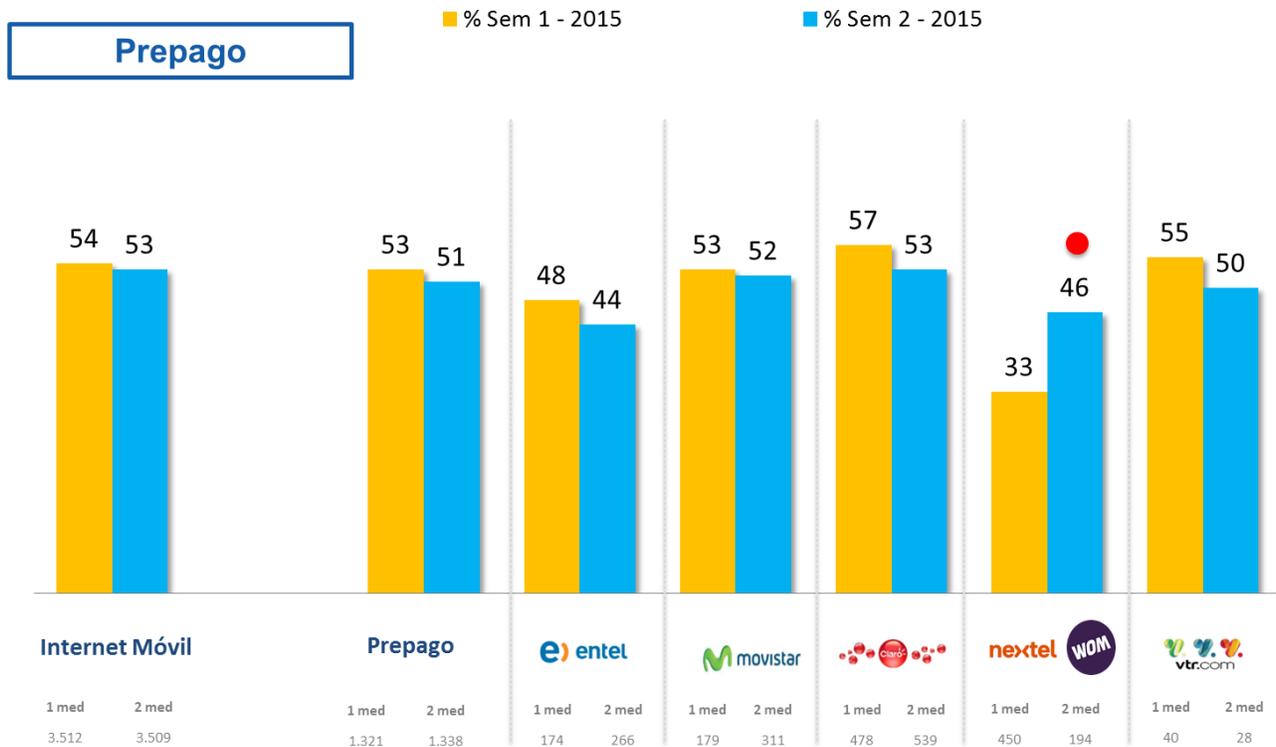
Por zona se identifica una disminución tanto en RM como en el Norte respecto del primer semestre.

Gráfica 57.1: Problemas con servicio de Internet Móvil – Contrato



En el caso de los clientes con contrato se identifica el alza significativa de problemas en VTR, de un 49% a un 74%. La empresa con menos problemas es Nextel/Wom (45%).

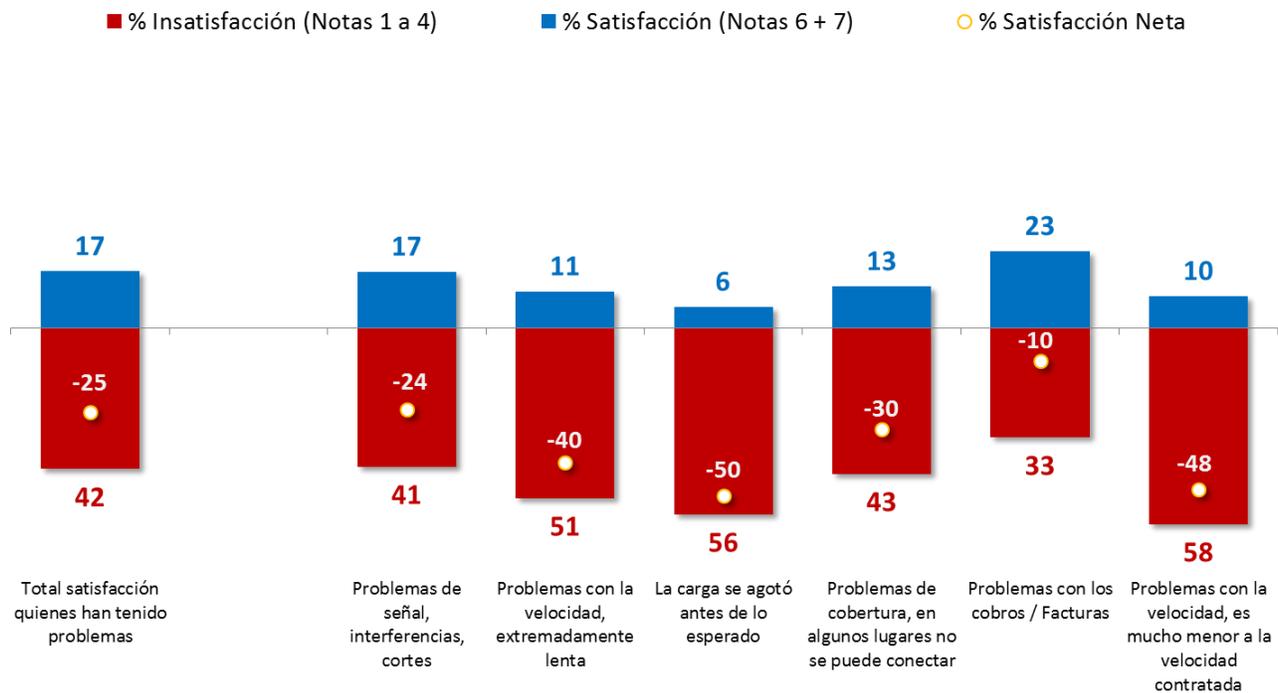
Gráfica 57.2: Problemas con servicio de Internet Móvil – Prepago



Entre los usuarios con prepago destaca el aumento significativo en WOM (33% a un 46%), aunque continúa por debajo del promedio del total. Cabe destacar que en el resto de las otras empresas solo se identifica disminución en los problemas, a diferencia de Wom.



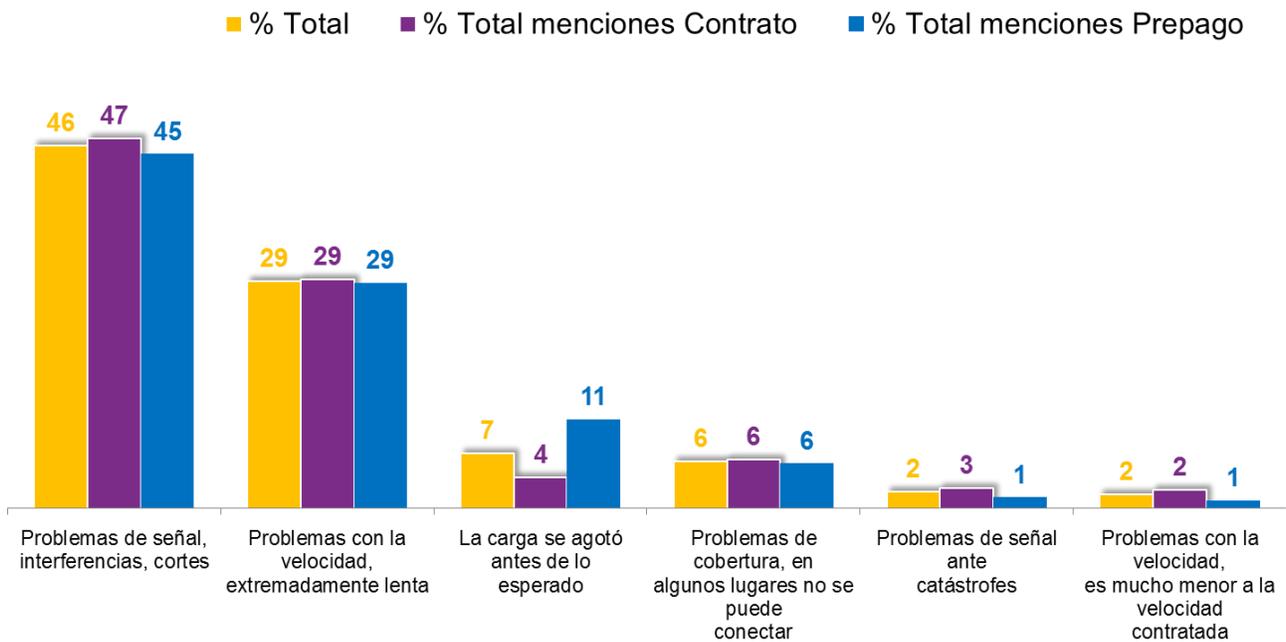
**Gráfica 59: Tipos de problemas de Internet Móvil y satisfacción.**



(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".  
 Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

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 -25 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 (56%) y el menor neto (-50). Otro de los problemas que afectan de manera importante la satisfacción son los relacionados los problemas con la velocidad.

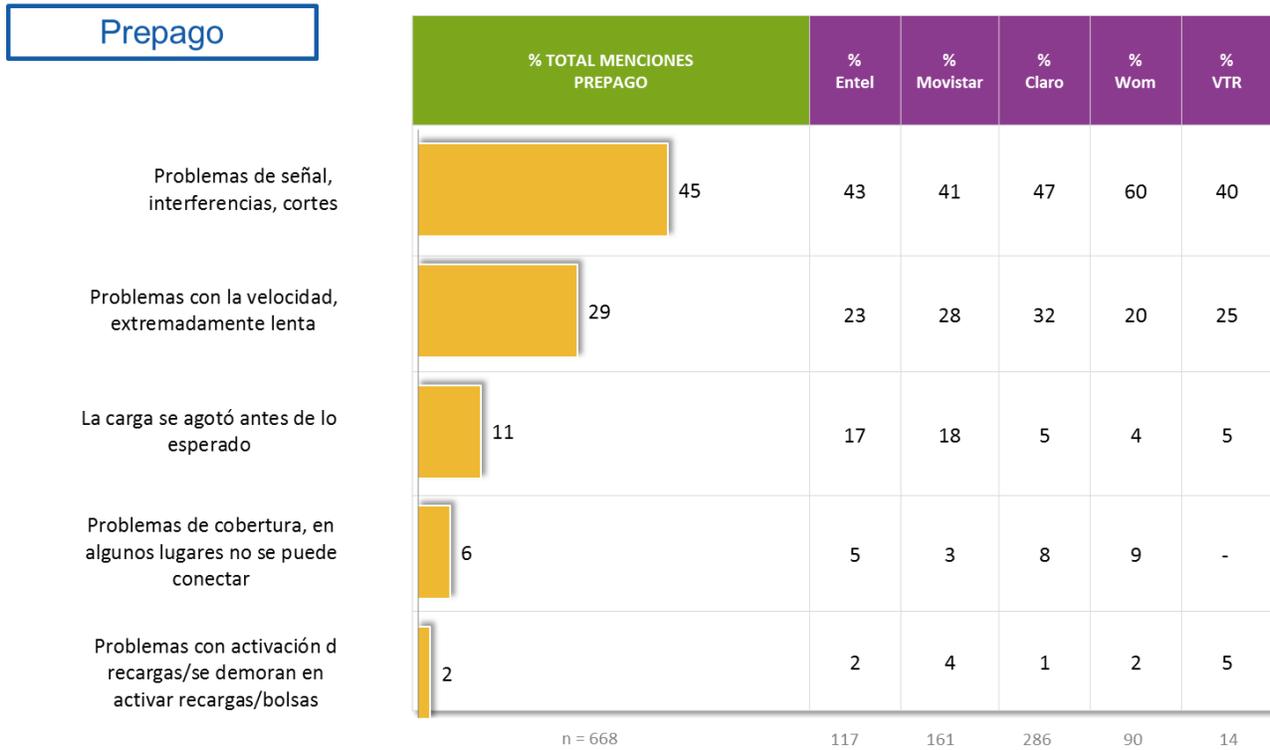
Gráfica 60: Tipos de problemas de Internet Móvil – Contrato y Prepago.



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”.



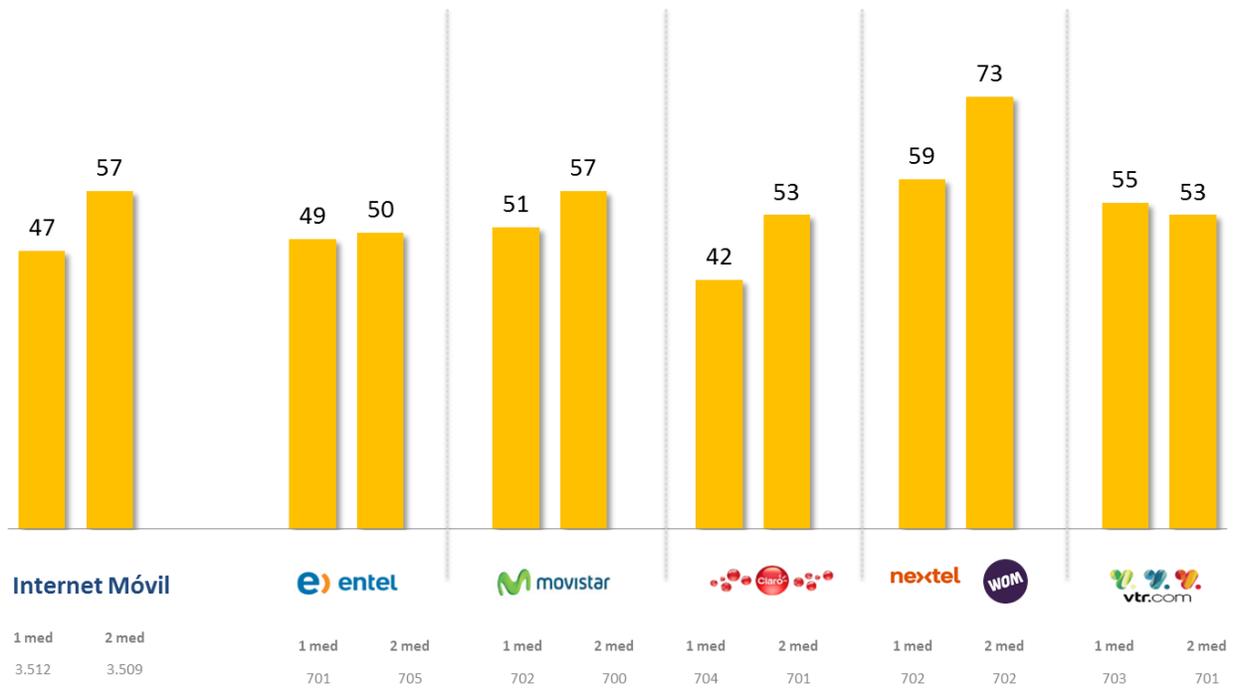
**Gráfica 62: Tipos de problemas de Internet Móvil – Prepago.**



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 (11% en el total de menciones), siendo este problema mayor en Entel y Movistar.

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

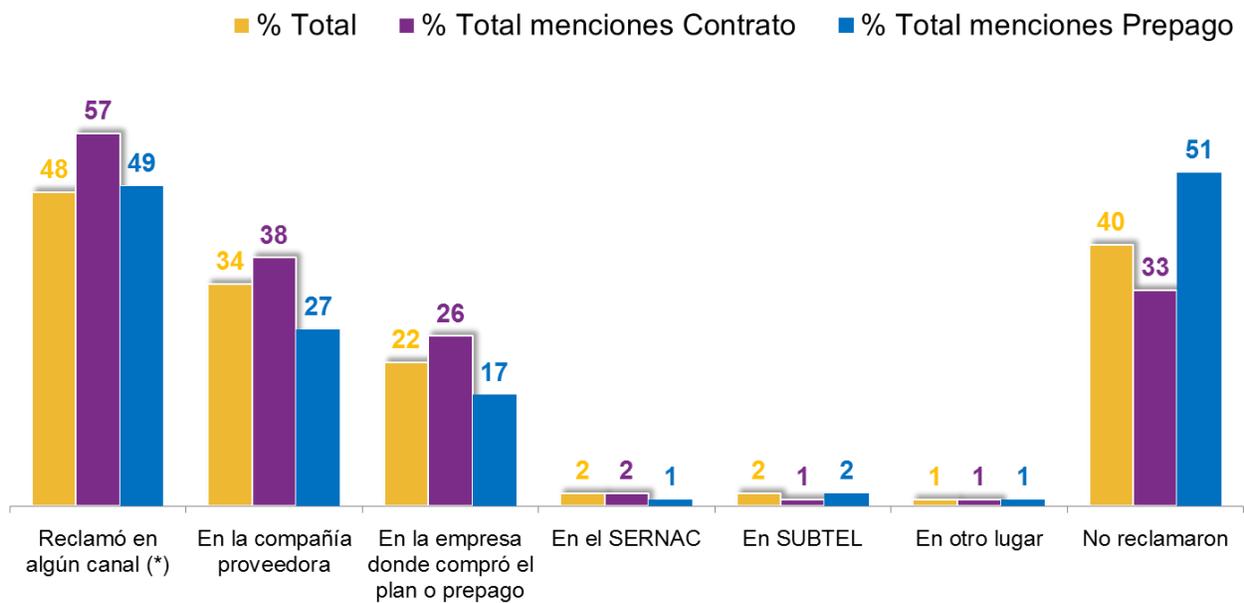
**Gráfica 63: Tasa de reclamos Internet Móvil.**  
% Que dice Sí



Entre los usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil durante los últimos 12 meses, se aprecia que un 57% ha reclamado en algún lugar o canal, donde se identifica un aumento en Wom, Claro y Movistar respecto del primer semestre



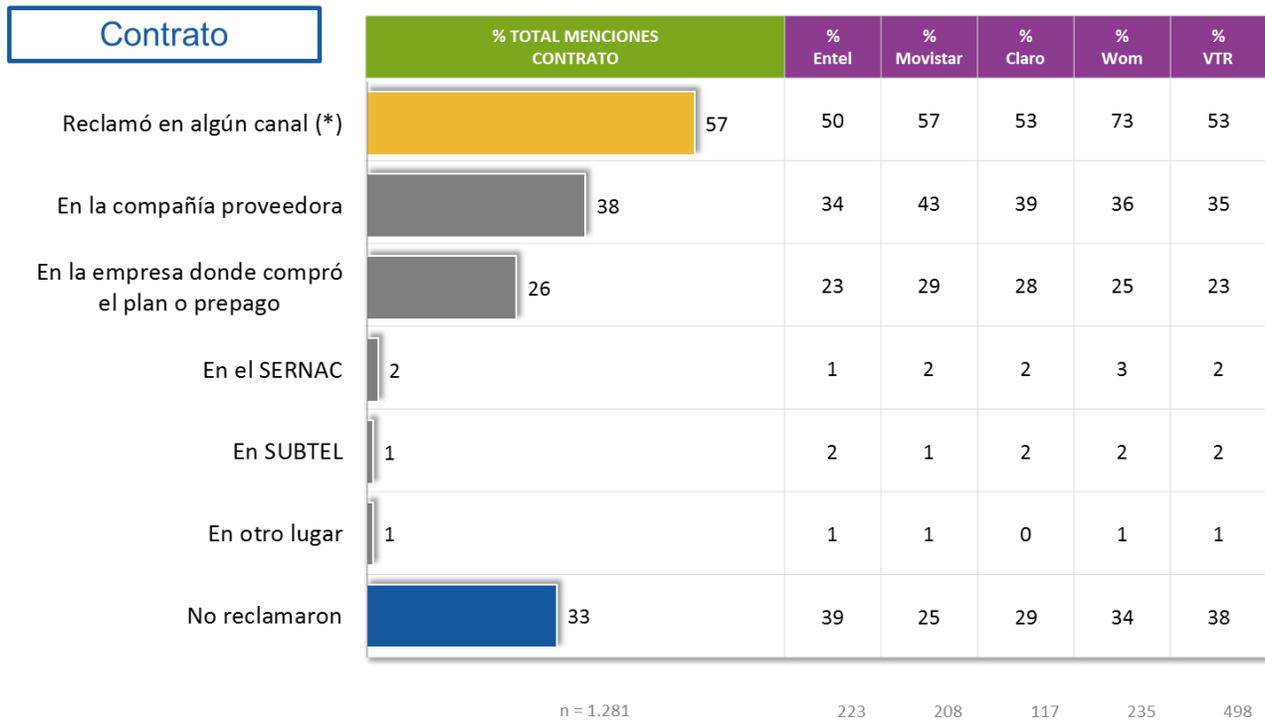
Gráfica 65: Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Contrato y Prepago .



(\*) 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.

En los resultados del lugar de reclamo separando a los usuarios entre quienes tienen contrato y prepago, se aprecia que un 57% de las personas que tienen contrato reclaman cuando han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil, mientras que un 49% de los usuarios de prepago lo hacen. Un 51% de los usuarios de prepago afirma que no reclamaron a pesar de haber tenido problemas con el servicio en el último año.

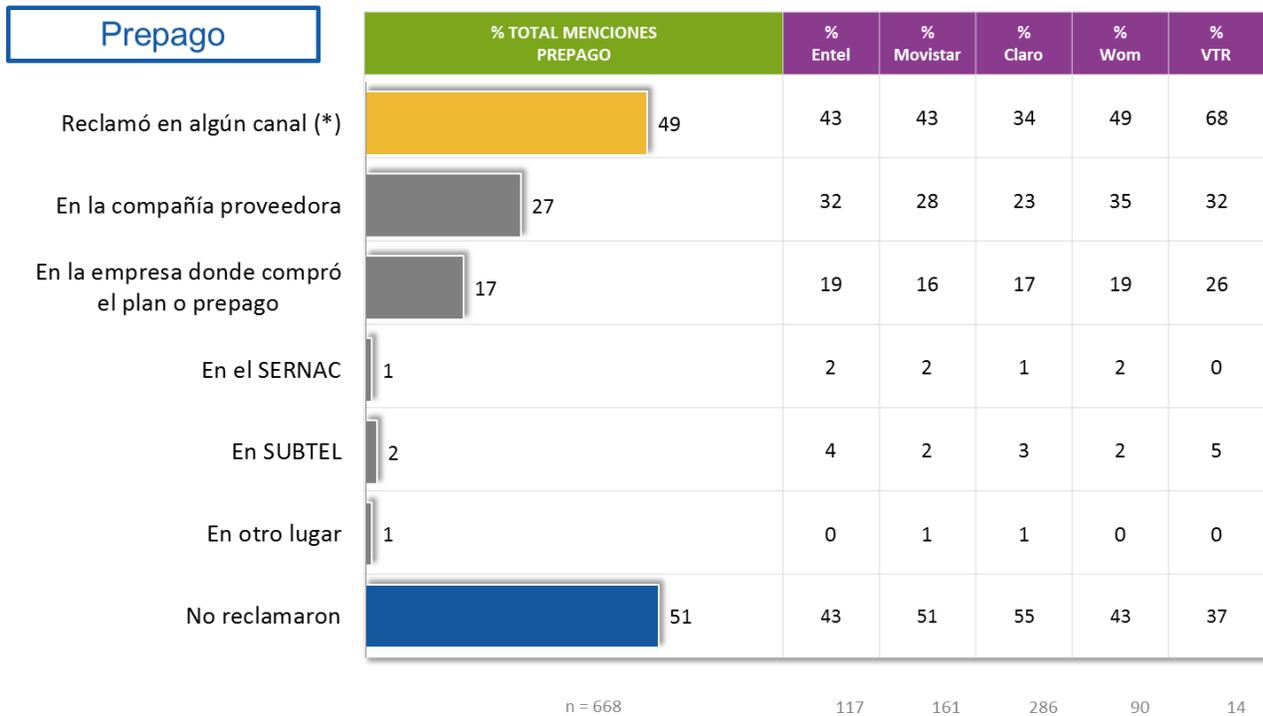
**Gráfica 66: Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Contrato.% Que dice Sí**



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 Wom son quienes presentan la tasa mayor de ir a reclamar (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.**

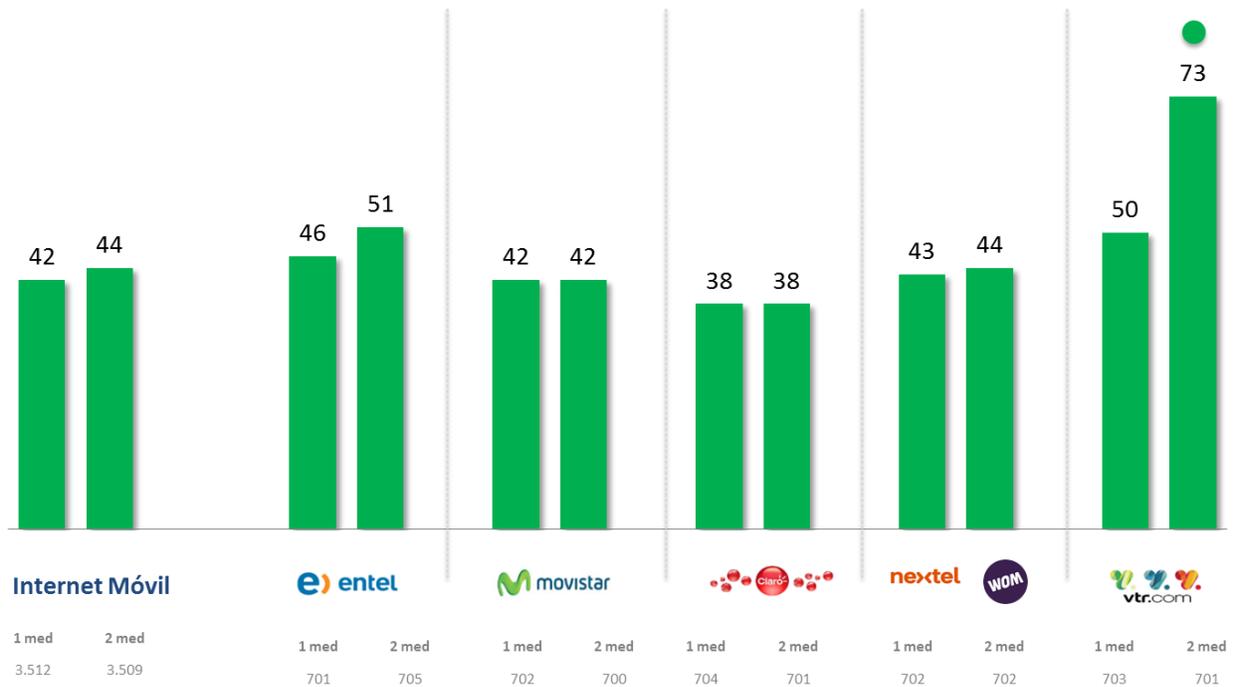
**% Que dice Sí**



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 identifica 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.

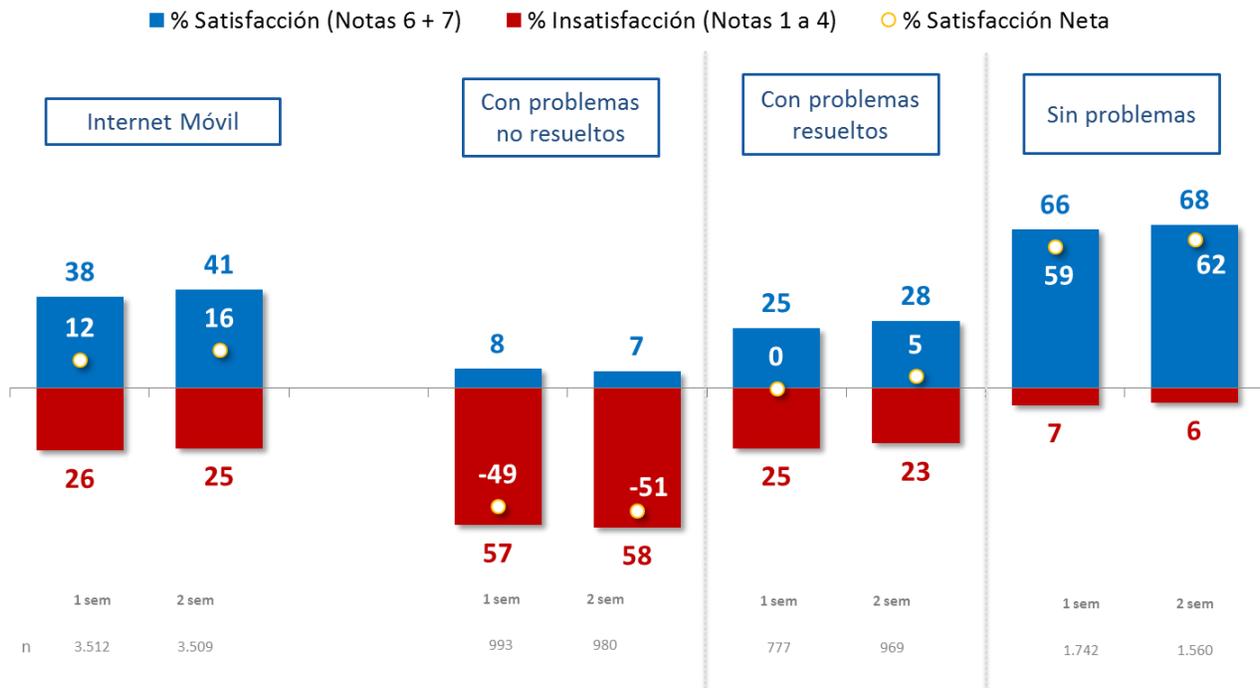
“¿Y su problema fue resuelto?”

Gráfica 68: Tasa de Resolución del problema Internet Móvil.



Entre los usuarios que reportaron haber tenido algún problema durante los últimos 12 meses con su servicio de Internet Móvil, un 44% declaró que su problema fue resuelto. Dentro de las compañías proveedoras que más destacan en la resolución de problemas, destacan VTR (73%) y Entel (51%) en ambos casos aumentando respecto de la primera medición.

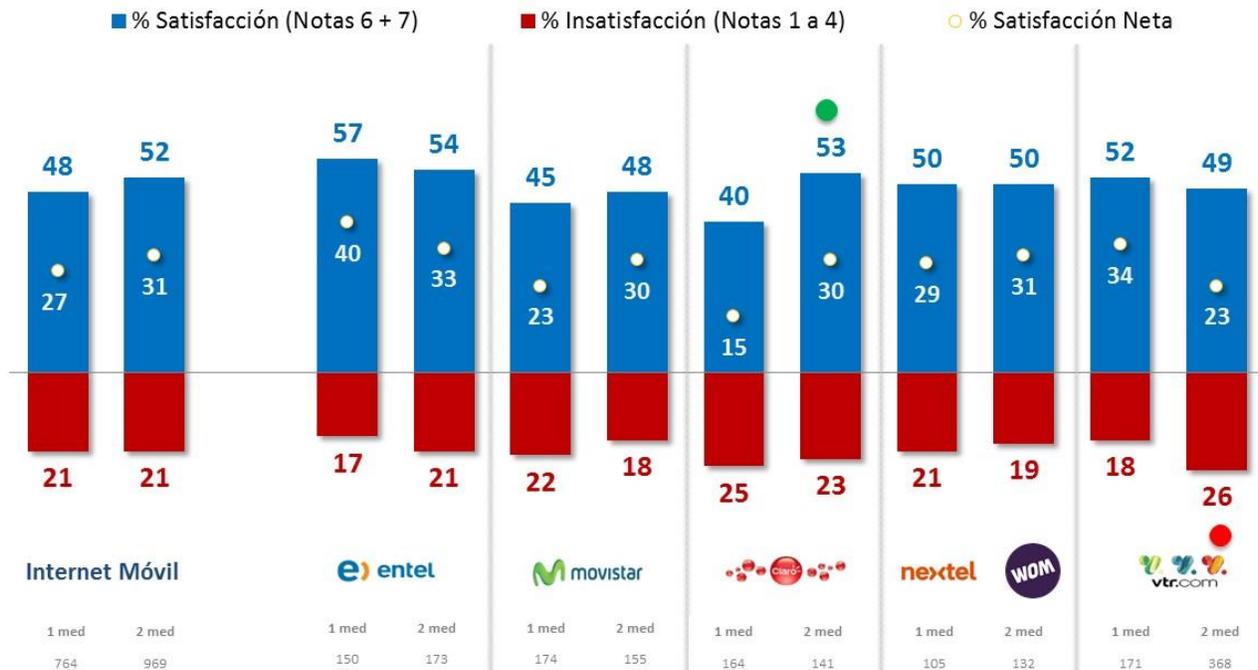
**Gráfica 69: Satisfacción con Internet Móvil según si le han resuelto problemas.**



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 68% y una satisfacción neta de 62 aumentando dos y tres puntos porcentuales respecto de la primera medición respectivamente. 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 58% de insatisfacción (notas de 1 a 4) y una satisfacción neta de -51 cayendo levemente respecto de la primera medición. Finalmente entre quienes resolvieron su problema mejora la satisfacción del servicio entre el primer y segundo semestre, obteniendo un 5% de satisfacción neta producto de la mejora en satisfacción y caída en insatisfacción.

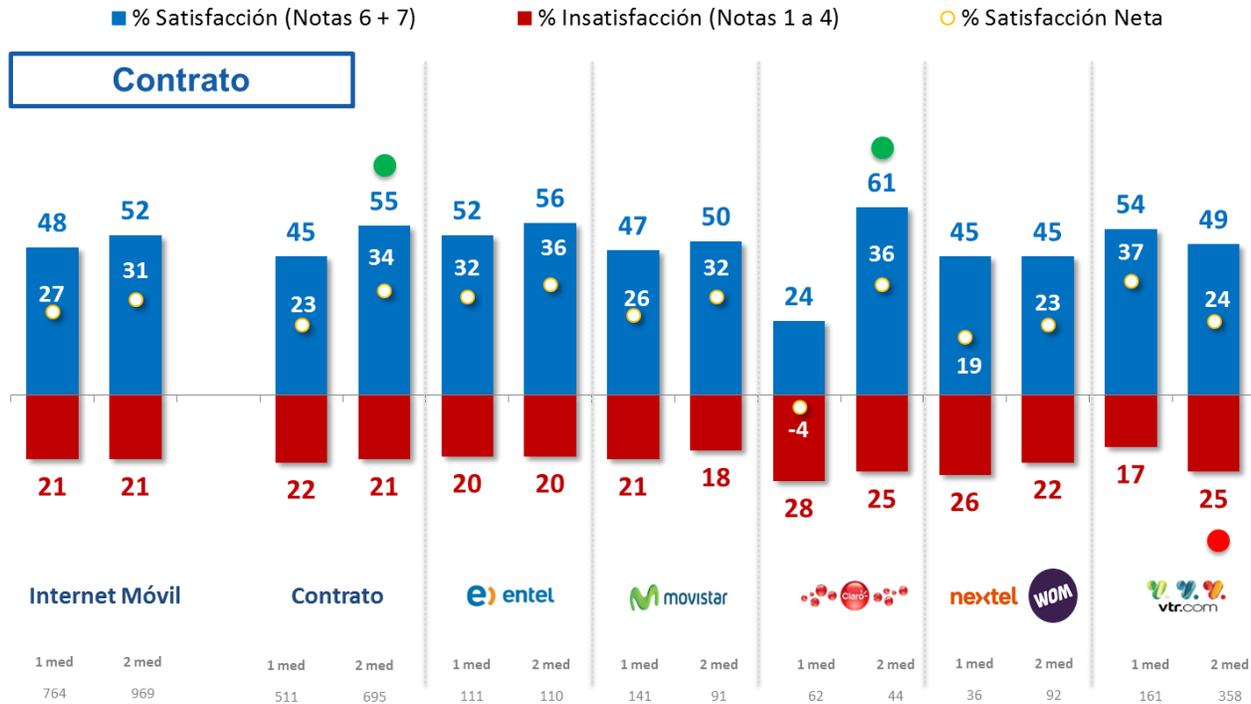
“En una escala de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Cuán satisfecho quedó con la resolución de su problema?”

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



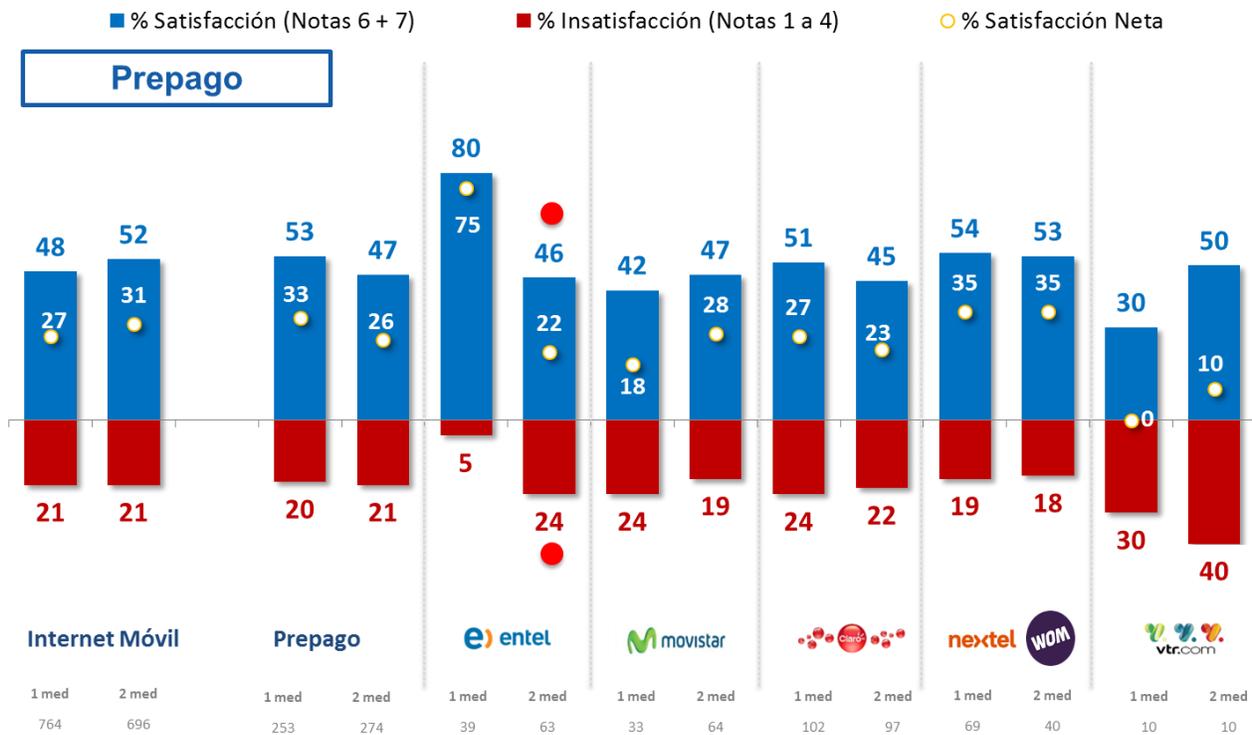
Entre las empresas que presentan una mayor satisfacción con la resolución de los problemas, destacan Entel y Wom, teniendo este último una satisfacción significativamente más alta que la medición anterior, mientras que Entel cae su satisfacción y aumenta la insatisfacción respecto del primer semestre aunque no significativamente. En el caso de VTR aumenta significativamente la insatisfacción de un 18% a un 26%. Claro mejora significativamente en su satisfacción de un 40% a un 53%.

**Gráfica 71: Satisfacción con la resolución de problemas de Internet Móvil: Contrato 1 sem vs 2 sem**



En el caso de los usuarios con contrato, hay un aumento significativo en la satisfacción total de un 45% a un 55%, siendo por empresa significativo el aumento en la satisfacción en Claro, que pasa de un 24% a un 61% presentando la mejor satisfacción en la resolución de los problemas de los usuarios con contrato. Mientras que en el caso de VTR disminuye significativamente de un 17% a un 25% la insatisfacción.

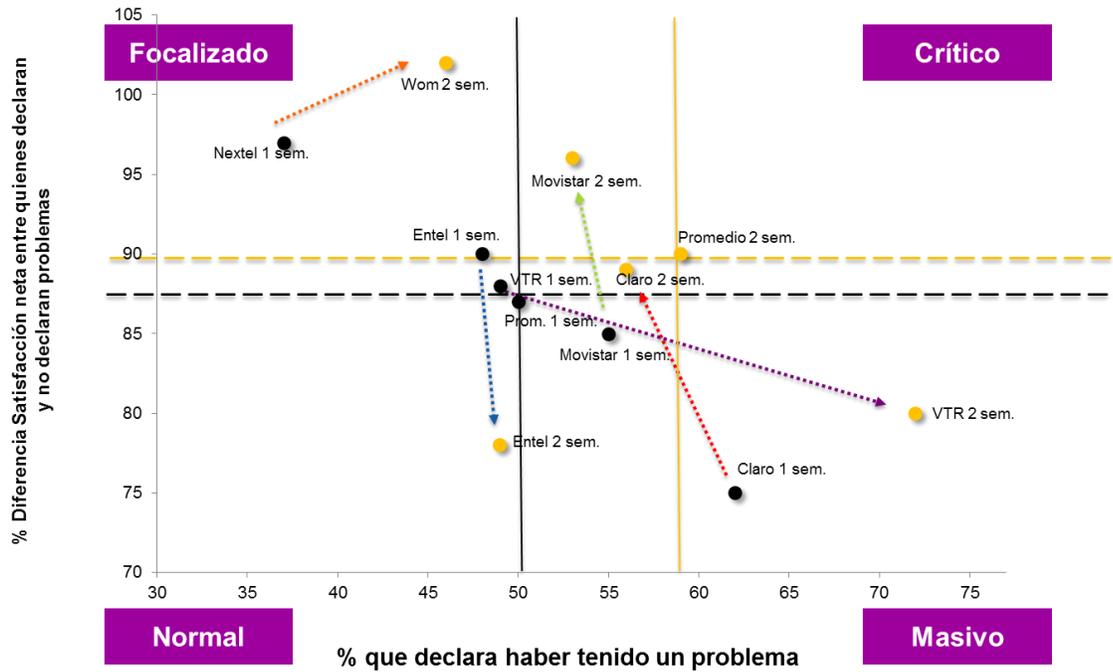
**Gráfica 71.1: Satisfacción con la resolución de problemas de Internet Móvil: Prepago 1 sem vs 2 sem**



Entre los usuarios de internet móvil con prepago, disminuye significativamente la satisfacción en los clientes de Entel de un 80% a un 46%, mientras que aumenta significativamente la insatisfacción de un 5% a un 24%. En terminos de satisfacción la mejor evaluación la tiene Wom con un 53%, mientras que la peor evaluación corre por cuenta de VTR con una insatisfacción de 40% y un neto de 10%.

### 8.2.4. Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción

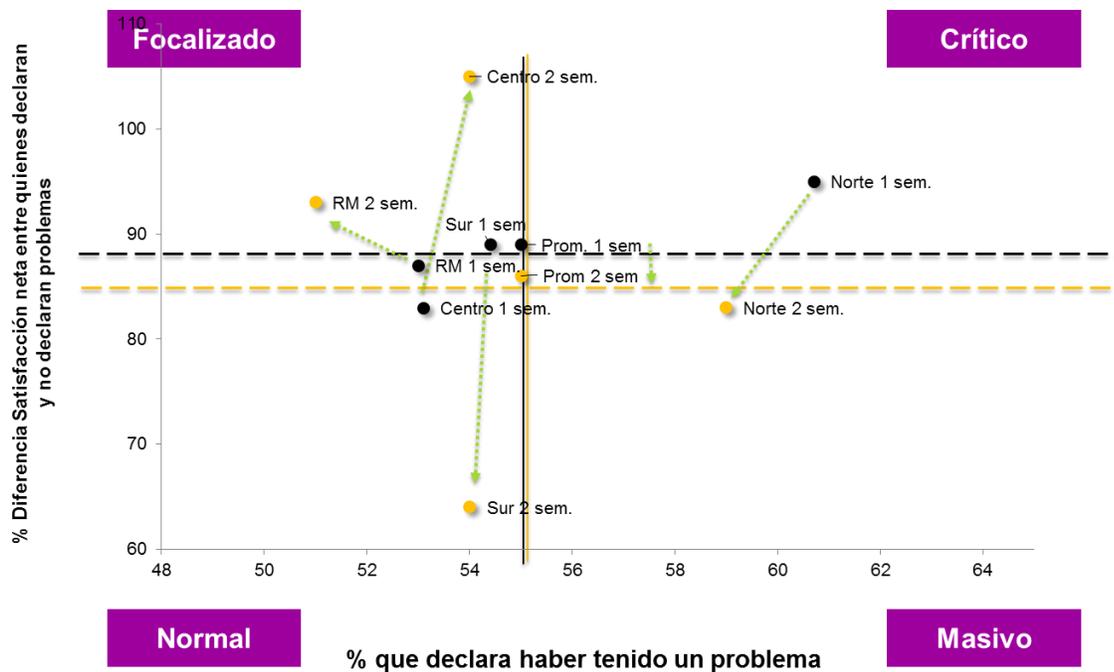
**Gráfica C: Impacto problemas en Satisfacción por Operador de Internet Móvil**



(\*) 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. En el caso de VTR aumenta la declaración de problemas pero no existe un impacto sobre la satisfacción, mientras que Claro reduce la declaración de problemas y aumenta el impacto sobre la satisfacción, misma situación que Movistar.

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 reduce el impacto sobre la satisfacción considerando que disminuye la tasa de problemas, situación distinta en el Centro donde aumenta el impacto sobre la satisfacción pero sin aumentar la tasa de problemas.

## 8.2.5. Principales indicadores

**Gráfica 72: Principales indicadores Internet Móvil.**

	TOTAL		entel		movistar		claro		nextel WOM		vtr.com	
	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED
<b>Satisfacción 6+7</b>	38	41	51	50	34	38	26	31 	54	50	48	41 
<b>Satisfacción Neta ((1+4) - (6+7))</b>	12	16	30	32	5	10	-5	-1	35	26	27	16
<b>% Que indica que ha tenido algún problema con el servicio</b>	54	53	48	49	55	53	62	59	37	46 	49	72 
<b>% ¿Reclamo?</b>	47	57	49	50	51	57	42	53	59	73	55	53
<b>¿Le han resuelto su problema?</b>	42	44	46	51	42	42	38	38	43	44	50	73 
<b>% Si</b>												

A modo de resumen la gráfica 72 presenta los principales indicadores del Servicio de Internet Móvil. Se identifican aumentos significativos en Claro sobre su satisfacción aumentando de un 26% a un 31% mientras que VTR cae de un 48% a un 41%. Por su parte Nextel/Wom aumenta significativamente su tasa de problemas de un 37% a un 46%, mientras que en VTR también aumenta de un 49% a un 72% aunque su tasa de resolución también aumenta de manera significativa.

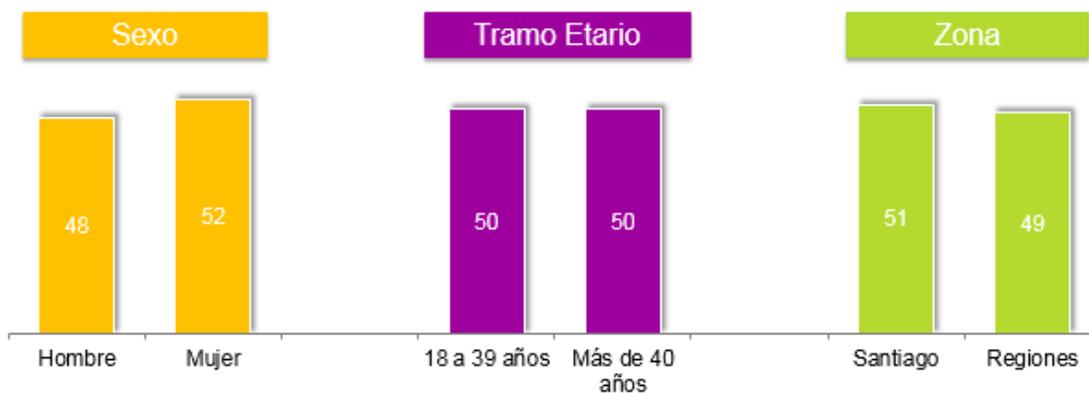
### 8.3. Internet Fija

#### 8.3.1. Perfil de los entrevistados

**Gráfica 73: Ponderación por segmentos de usuarios de Internet Fija**

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.680	1.705	48	2,6
	Mujer	1.831	1.806	52	2,2
	18 – 39	1.681	1.652	50	2,5
	Más de 40	1.830	1.859	50	2,2
	Santiago	1.791	1.814	51	2,3
	Regiones	1.720	1.697	49	2,4

**Gráfica 74: Características demográficas de usuarios de Telefonía Móvil.**



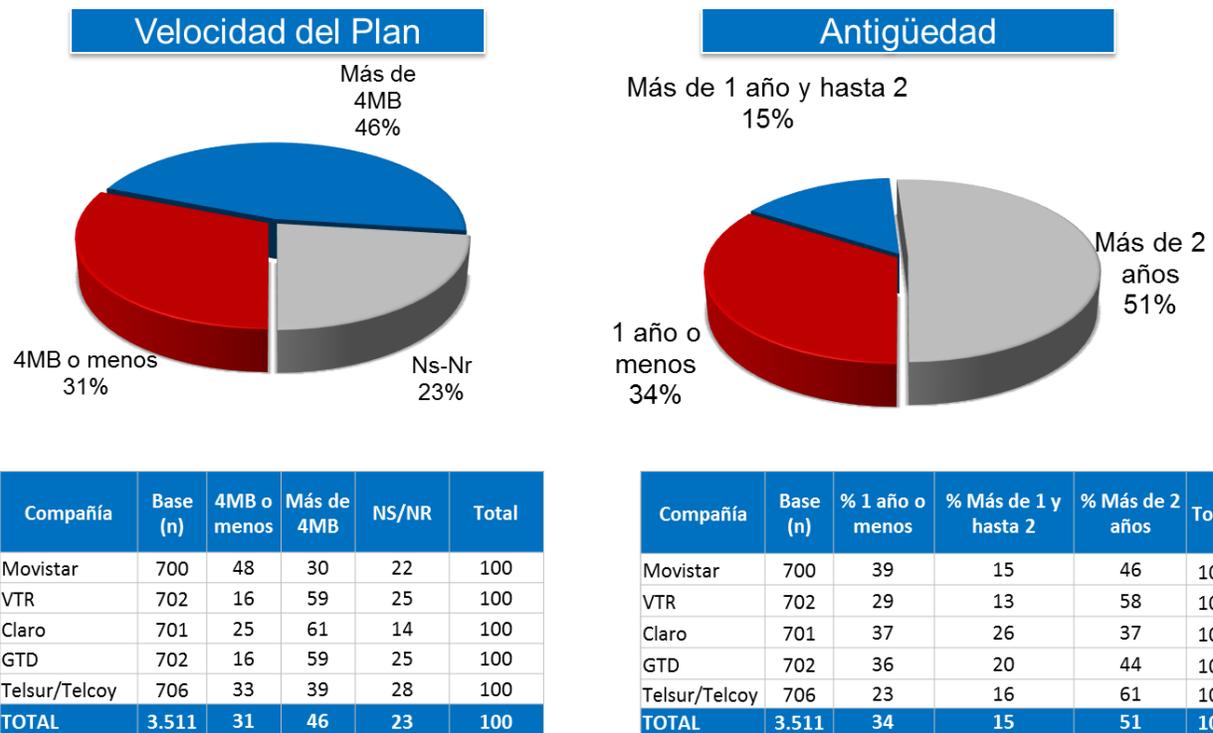
En el caso de Internet Fija, podemos observar que en la composición de la muestra demográfica la muestra por edad no presenta diferencias. En el caso del género, las mujeres (52%) muestran una mayoría respecto de los hombres (48%). Los usuarios de Santiago se presentan con un porcentaje bastante similar 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	700	45	55	100	Movistar	700	50	50	100	Movistar	700	55	45	100
VTR	702	52	48	100	VTR	702	46	54	100	VTR	702	52	48	100
Claro	701	46	54	100	Claro	701	50	50	100	Claro	701	50	50	100
GTD	702	56	44	100	GTD	702	48	52	100	GTD	702	100	0	100
Telsur/Telcoy	706	43	57	100	Telsur/Telcoy	706	40	60	100	Telsur/Telcoy	706	0	100	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.511</b>	<b>48</b>	<b>52</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.511</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.511</b>	<b>51</b>	<b>49</b>	<b>100</b>

En términos de género por compañía, destaca que VTR y GTD son aquellas donde los hombres superan a las mujeres, 52% vs. 48% y 56% vs. 44% respectivamente, mientras que en Telsur/Telcoy las mujeres son, comparativamente con el resto de las compañías, un mayor porcentaje respecto a los hombres (57% vs. 43%). En la distribución por edad, todas las compañías cuentan con una inclinación hacia el segmento más adulto (40 años y más); es en Claro y Movistar donde la distribución es más pareja, con un 50% entre 18 y 39 años y un 50% 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.

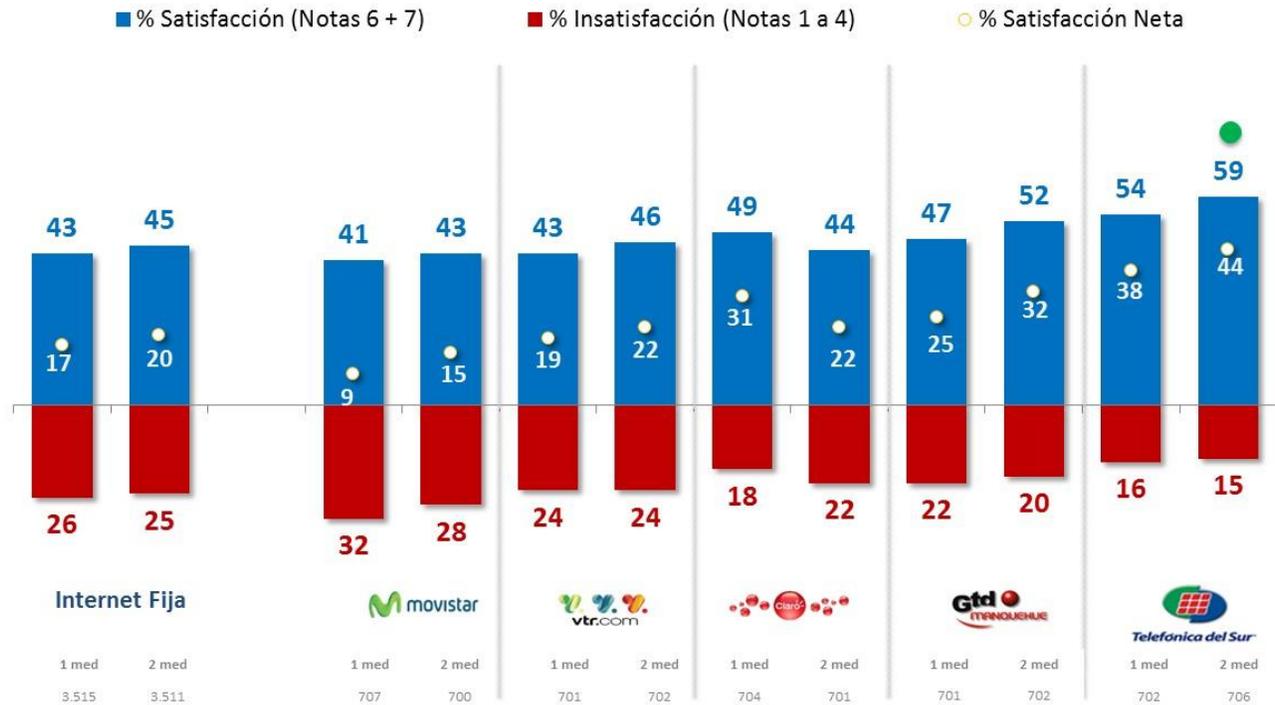


En términos de la velocidad del plan, los usuarios encuestados de internet fija de VTR (59%), Claro (61%) y GTD (59%) cuentan mayoritariamente con una velocidad de conexión de más de 4MB. En Movistar se da la situación contraria, ya que la mayoría de las personas que conocen su velocidad de navegación declaran que esta es de 4MB o menos (48%). Telsur/Telcoy tiene una distribución más similar entre ambos tipos de velocidades. De todos modos, cabe destacar que un 23% declara no saber o no responder la velocidad de su plan.

Respecto de la antigüedad de los usuarios, existe una clara diferencia entre los clientes de Movistar, GTD, VTR y Telsur con los usuarios de Claro y Movistar, ya que los primeros cuentan con una antigüedad como cliente mucho mayor, mientras que la mayoría de los clientes de Claro y Movistar tienen en su mayoría clientes con una antigüedad en la compañía de menos de un año.

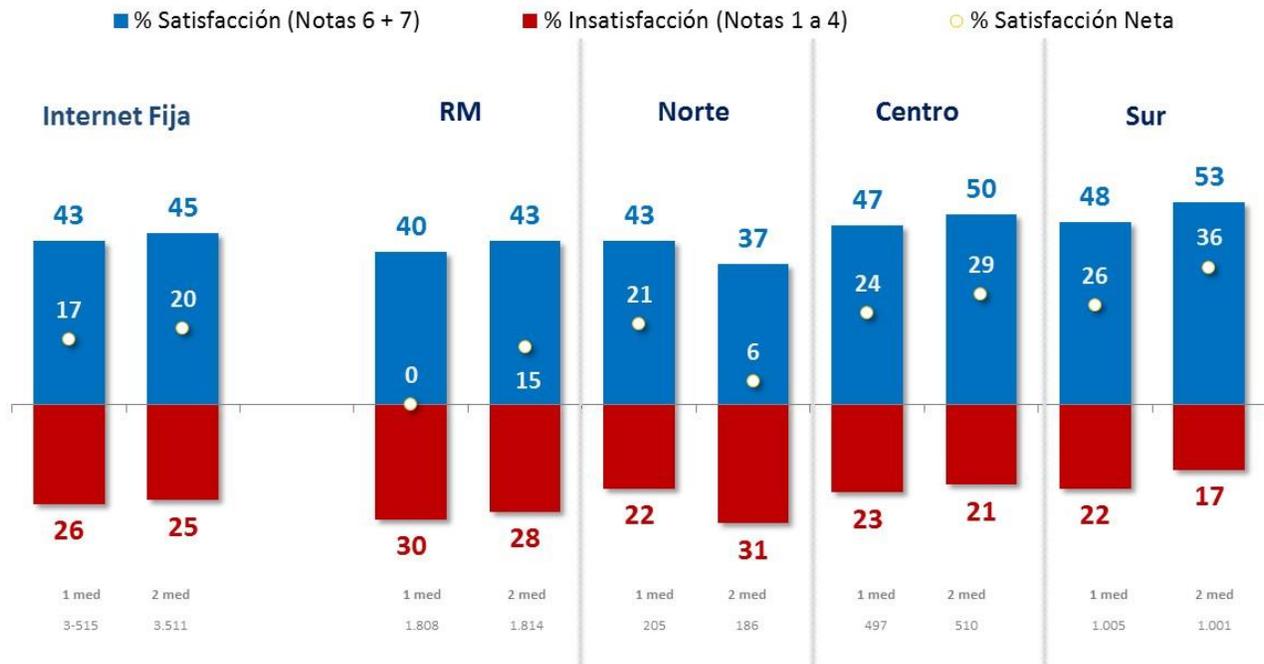
### 8.3.2. Satisfacción con empresas de Internet Fija

**Gráfica 78: Satisfacción con servicio de Internet Fija.**



En la comparación de la satisfacción general vemos que aumenta 2% en el segundo semestre de 2015, siendo esta diferencia no estadísticamente significativa. En cuanto a las compañías, la única que muestra un aumento en la satisfacción de usuarios que es estadísticamente significativa es Telcoy/Telsur que aumenta un 5% en satisfacción general. Claro cae en todos sus indicadores, aunque sin diferencia significativa en su satisfacción como insatisfacción.

**Gráfica 78.1: Satisfacción con servicio de Internet Fija por zona: 1 sem vs 2 sem**

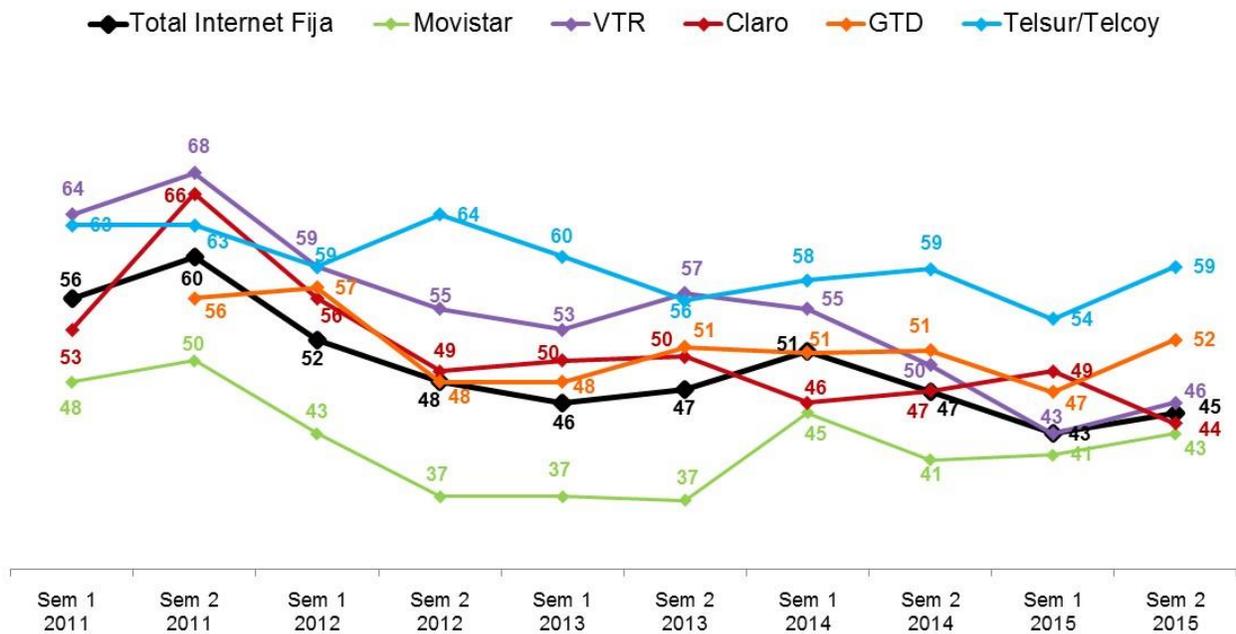


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

(\*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

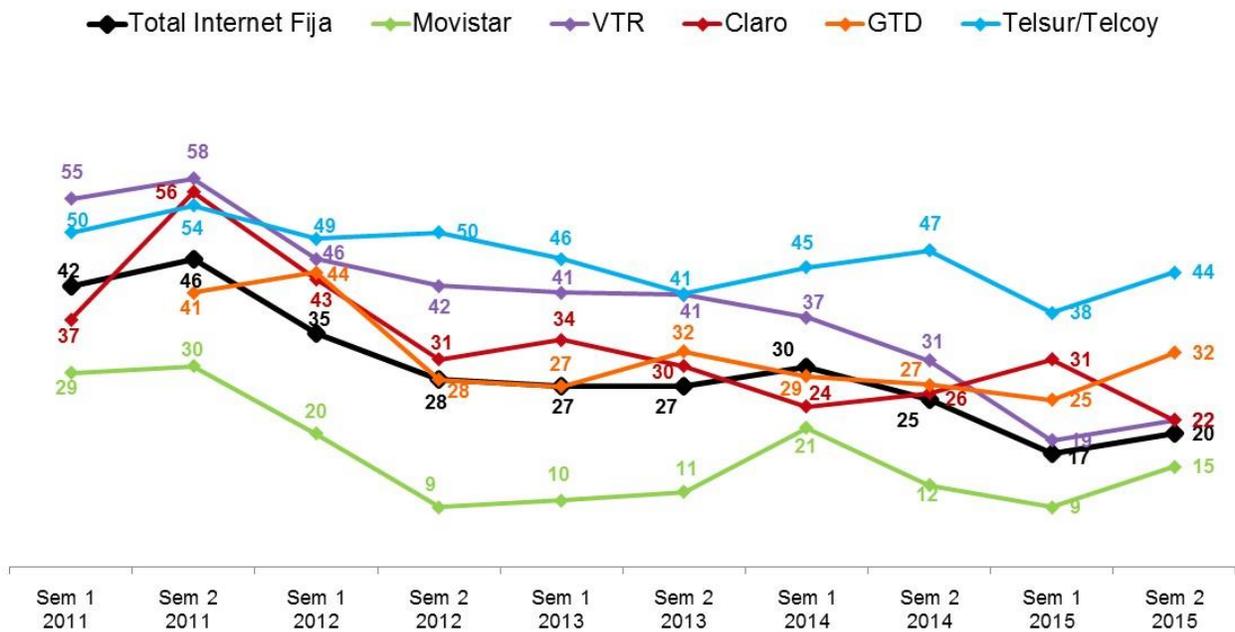
La zona sur obtiene la mayor satisfacción y satisfacción neta e insatisfacción más baja, mejorando en todos sus indicadores respecto del primer semestre. La zona norte cae en su evaluación en comparación al primer semestre, aumentando la insatisfacción, cayendo la satisfacción y por consecuencia cayendo en 15 puntos la satisfacción neta.

Gráfica 79: Satisfacción con servicio de Internet Fija – Evolutivo.



En el tiempo el promedio de satisfacción aumentó respecto a la medición del primer semestre 2015. Luego al ver los resultados históricos por compañía, Telsur/Telcoy (+5), VTR (+3), GTD (+5) y Movistar (+2) también aumentan sus índices de satisfacción, aunque en diferentes grados. Claro, por su parte, disminuye su índice de satisfacción de 49% a 44%.

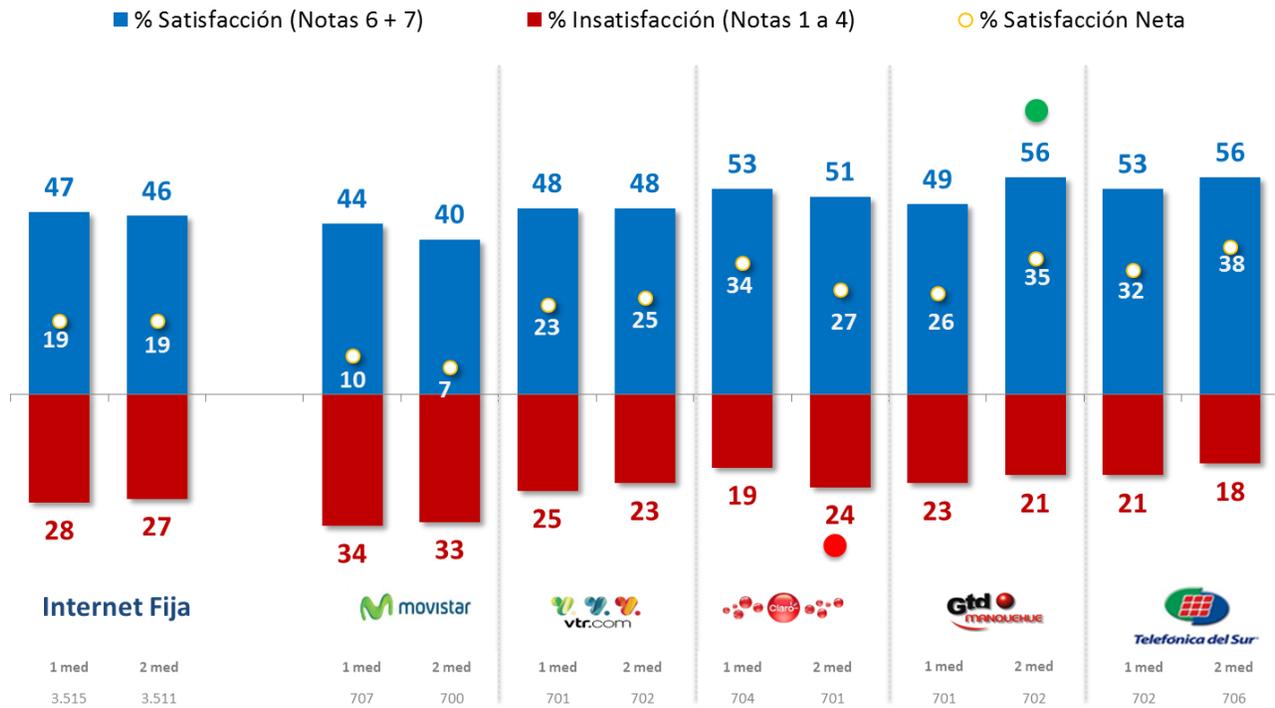
Gráfica 80: Satisfacción neta con servicio de Internet Fija – Evolutivo.



En cuanto al neto de satisfacción, también vemos una aumento a nivel general, llegando a un 20% desde su **punto más bajo (17%)** en el primer semestre del 2015. Al igual que las mediciones anteriores, Movistar sigue siendo el proveedor de Internet fija que tiene un menor índice de satisfacción neta (15%), aumentando 6 puntos respecto a las mediciones anteriores. Telsur/Telcoy lidera este indicador con 44% con un aumento de 6 puntos, mientras que GTD lo secunda y mejora respecto a las mediciones anteriores (+7), alcanzando una satisfacción neta de 32%.

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

Gráfica 81: Satisfacción con la velocidad de Internet Fija – Evolutivo.

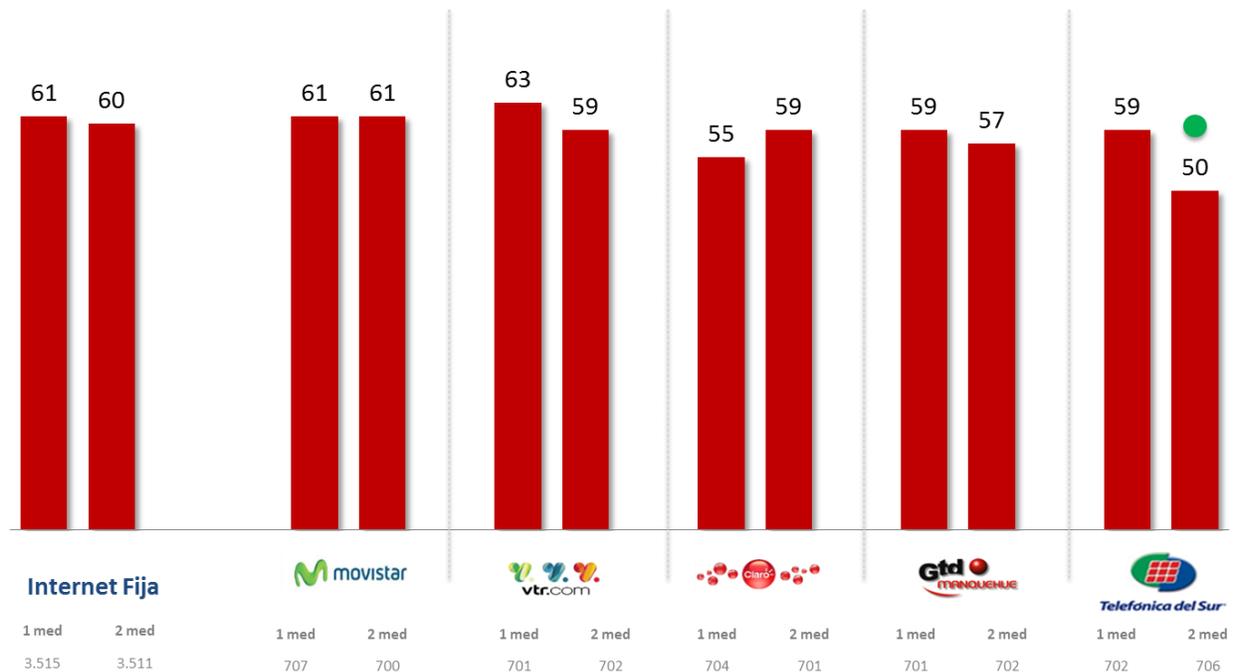


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

En la satisfacción respecto a la velocidad de Internet fija en el hogar, los proveedores de este servicio promedian un 46%. Telsur/ Telcoy y GTD tienen la mejor satisfacción en la velocidad de navegación con un 56% mejorando a su vez respecto del primer semestre, siendo significativo el aumento en GTD. Movistar es la que tiene un mayor índice insatisfacción y menor índice de satisfacción, con un 33% y 40% respectivamente cayendo su satisfacción neta respecto del primer semestre. Claro tuvo una caída significativa en su insatisfacción de un 19% a un 24%, provocando una caída de 7 puntos en su satisfacción neta respecto del primer semestre.

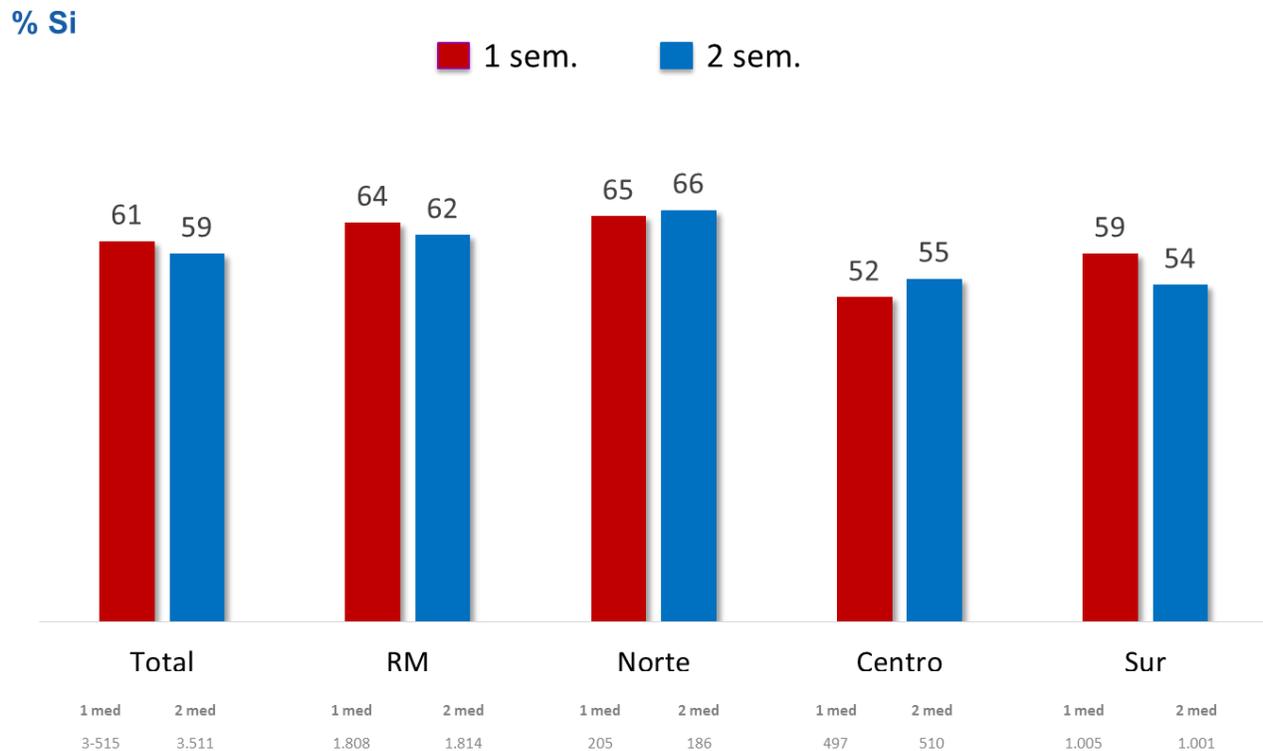
### 8.3.3. Problemas, reclamos y resolución: Internet Fija

**Gráfica 83: Tasa de Problemas con el servicio Internet Fija**



En la gráfica 83 podemos observar que un 60% declara haber tenido algún tipo de problema con su servicio de Internet fija cayendo un punto porcentual respecto del primer semestre. Podemos observar que Movistar alcanza el porcentaje más alto con un 61% aunque se mantiene estable respecto del primer semestre, y el más bajo Telsur/Telcoy con un 50% teniendo una caída significativa y positiva en la tasa de reclamos de un 59% a un 50% .

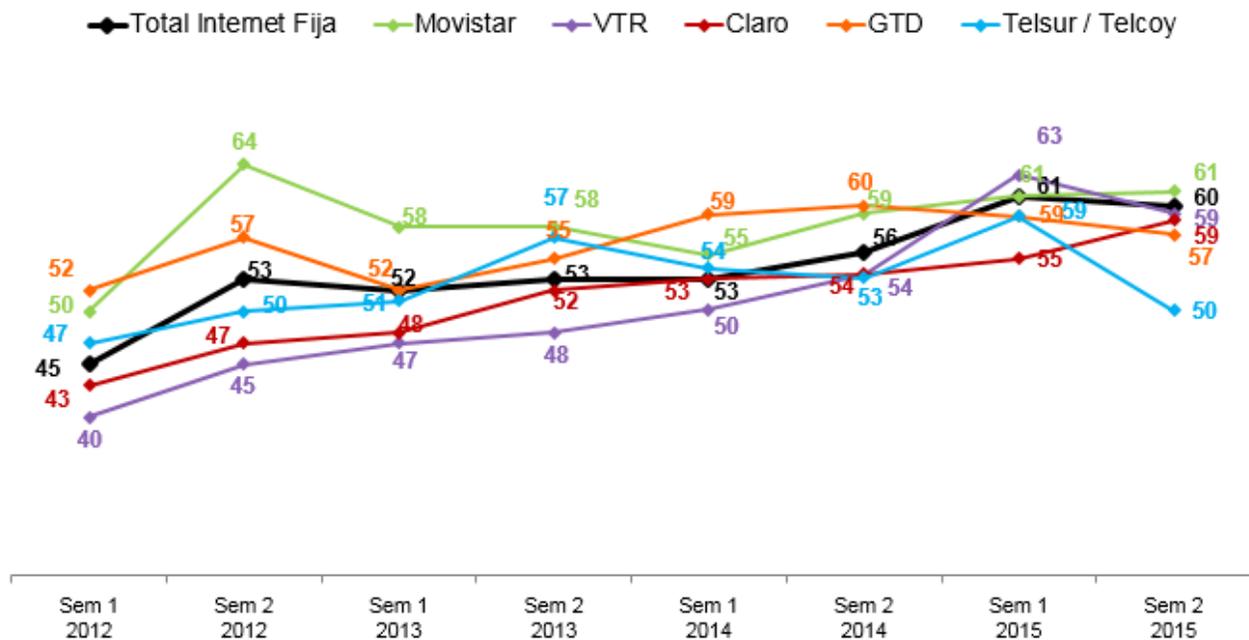
Gráfica 83.1: Problemas con el servicio de Internet fija – por zona



(\*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

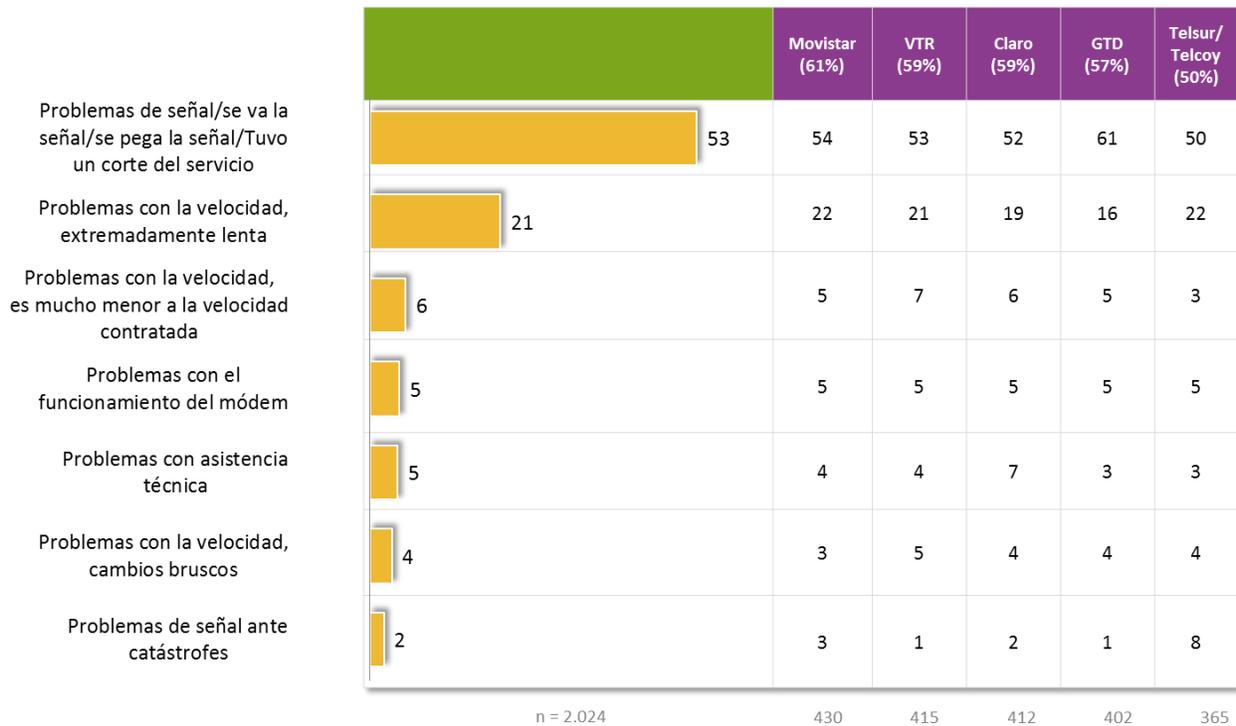
Por zona, se observa una caída en la tasa de problemas en RM y el Sur, siendo la zona Sur la que mantiene una tasa de problemas menor en comparación al resto de las zonas. De todos modos, el Centro sigue siendo la zona con menor tasa de problemas, al igual que en el primer semestre.

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



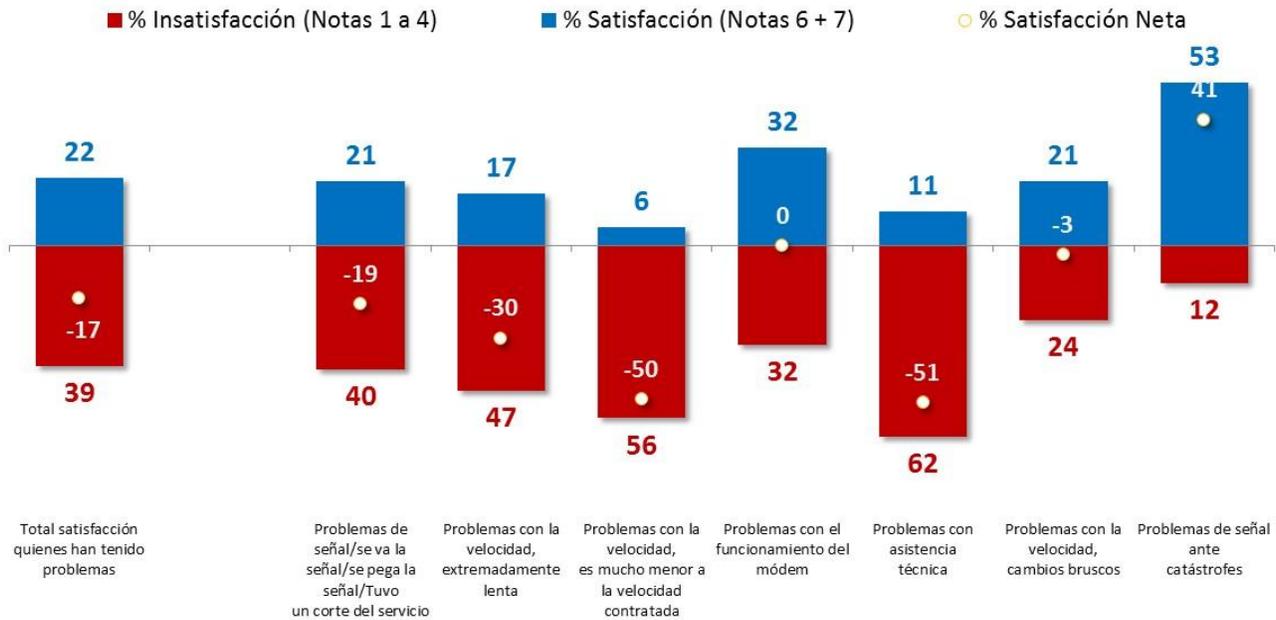
En la serie de datos, vemos un baja a nivel general en el porcentaje de personas que ha tenido problemas con su servicio de Internet fija. Respecto de la medición anterior las compañías que tienen un mayor alza son Claro, subiendo de un 55% a 59%. Mientras que la compañía que más disminuye el porcentaje de reclamos, es Telsur/Telcoy de un 59% a un 50%.

**Gráfica 85: Tipos de problemas de Internet fija**



El primer problema mencionado por los entrevistados es “problemas de señal/se va la señal/ se pega la señal/tuvo un corte del servicio” con un 53% donde destacan GTD (61%) seguido de Movistar (54%). Luego, vemos que “problemas de velocidad/ extremadamente lenta” es el segundo problema con mayor mención, alcanzando el 21%. Entre las compañías destacan Movistar y Telsur/Telcoy (22%) como las que tienen una mayor proporción de menciones en este problema.

**Gráfica 86: Tipos de problemas de Internet fija y satisfacción.**

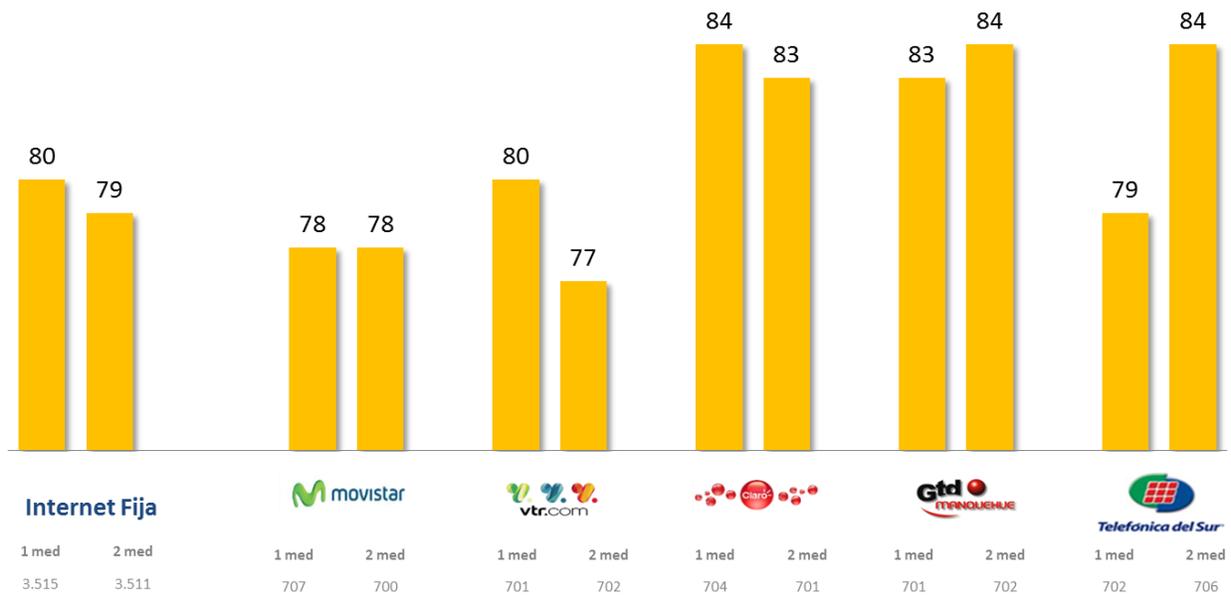


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

\*\*Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Al revisar los problemas que han tenido los usuarios de Internet fija, vemos que el nivel de satisfacción entre quienes han tenido problemas alcanza un bajo 22% y la insatisfacción un 39%. El problema con una satisfacción neta más crítico son los referentes a problemas con asistencia técnica (-51). Quiénes reconocen haber tenido "problemas con la velocidad/es mucho menor a la velocidad contratada", son quiénes se presentan como segundo en el nivel de insatisfacción, con un neto de -50 puntos porcentuales y en tercer lugar están los usuarios que han tenido problemas "con la velocidad extremadamente lenta" con un neto de -30 puntos porcentuales.

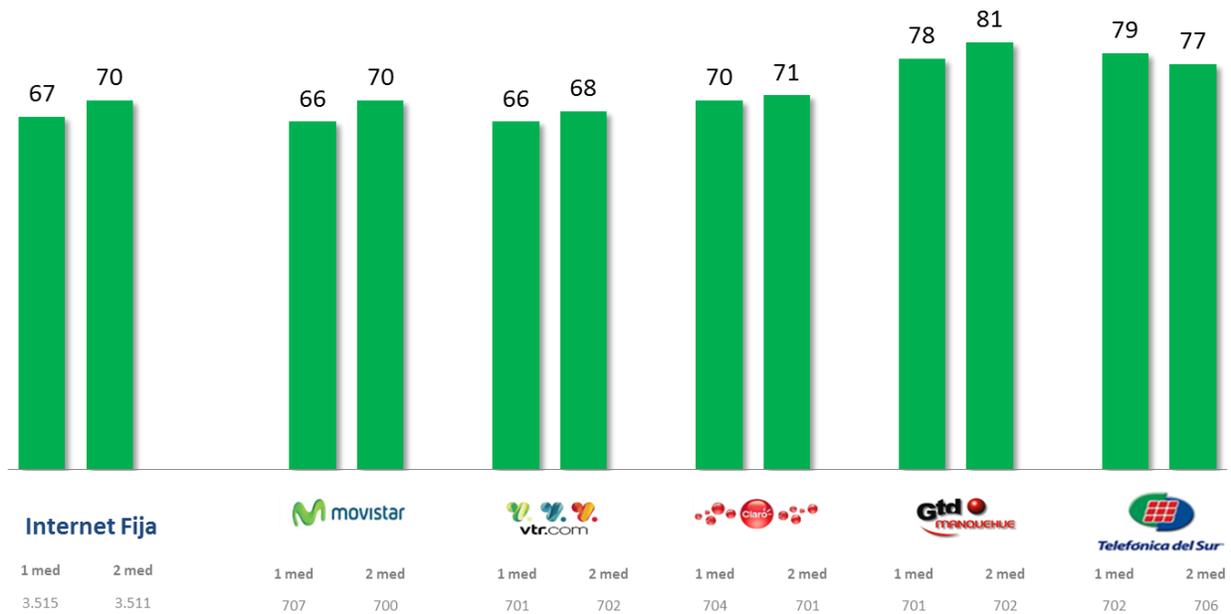
Gráfica 87: Tasa de reclamo de Internet fija



Un 79% de los entrevistados declara haber ido a reclamar, disminuyendo en 1% lo observado en el primer semestre. A nivel de empresa, los entrevistados de VTR y Claro disminuyen su tasa de reclamo entre el primer y segundo semestre, mientras que en GTD y Telsur/Telcoy aumenta. La tasa más alta al registra estos dos últimos con un 84%.

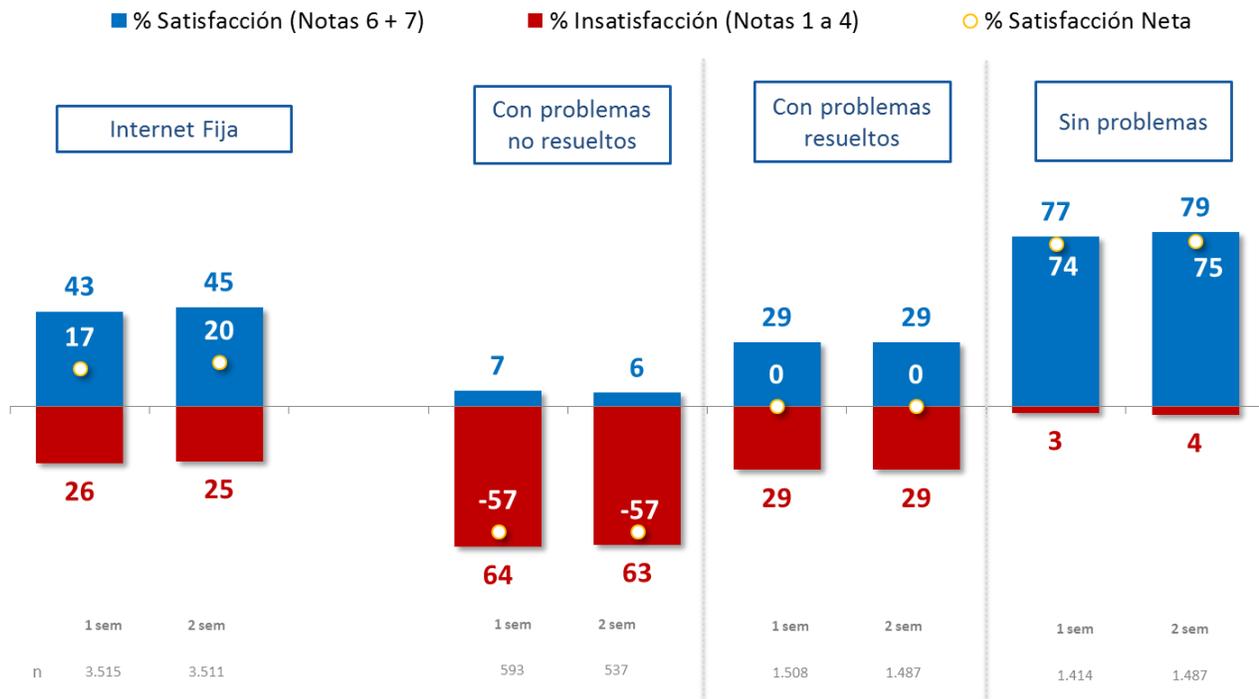


Gráfica 89: Tasa de Resolución del problema Internet Fija



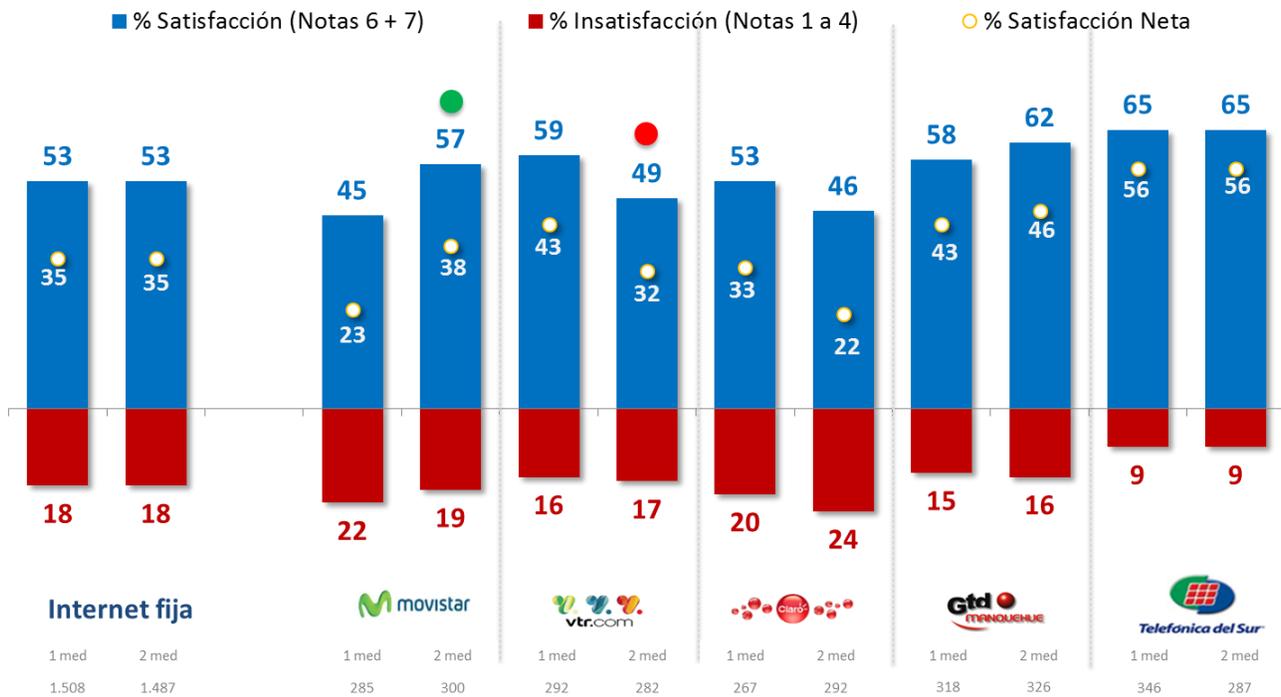
En la Gráfica 89 se identifica que el 70% de los usuarios que efectuaron algún reclamo respecto a su servicio de Internet fija, su problema fue resuelto. Entre las compañías proveedoras de este servicio, las más efectivas en este punto, son GTD con un 81% y Telsur/ Telcoy con un 77%.

**Gráfica 90: Satisfacción con Internet fija según si le han resuelto 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 79% y 75% de satisfacción neta. Se mantiene estable respecto del primer semestre. 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) siendo similar al del primer semestre. Mientras quienes han visto su problema resuelto presenta una satisfacción neta de 0 manteniendos estable respecto del primer semestre.

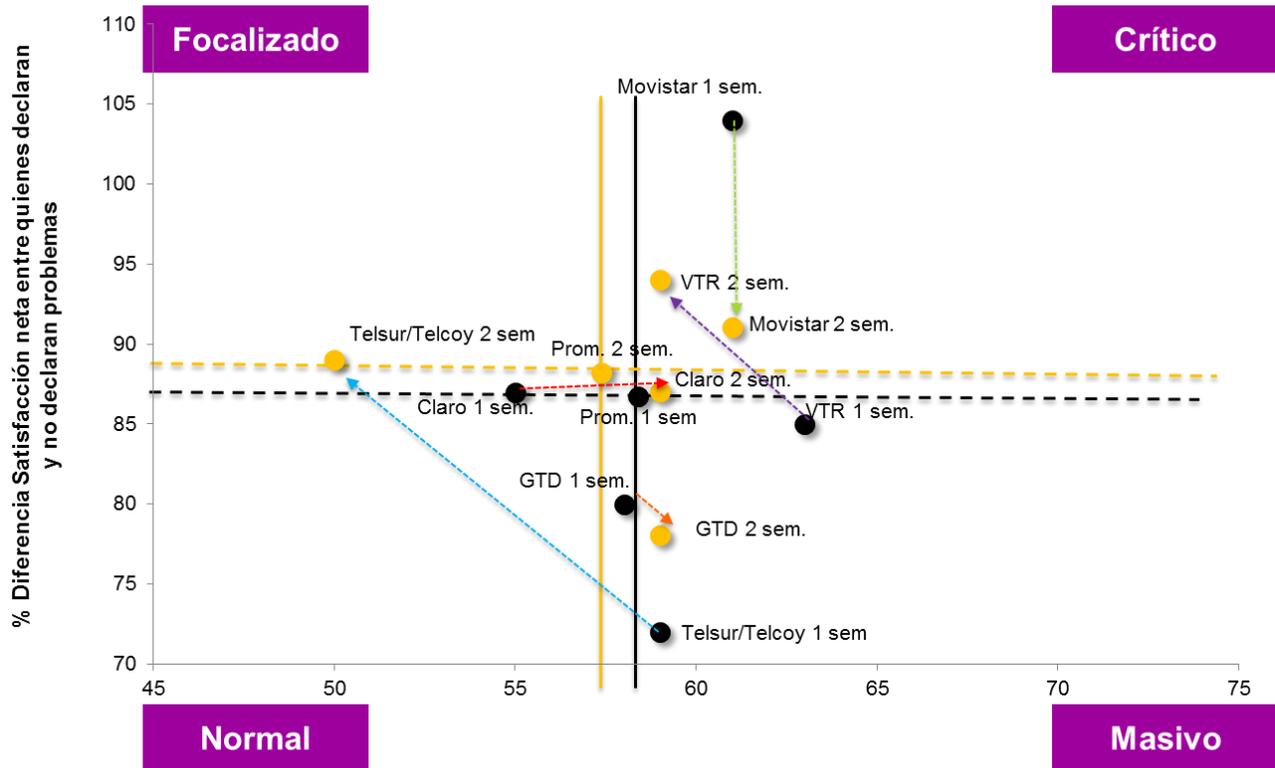
**Gráfica 91: Satisfacción con la Solución de problemas de Internet Fija**



Entre las personas que 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%, manteniéndose estable la evaluación respecto del primer semestre. Entre las compañías proveedoras de Internet fija, Telsur/Telcoy presenta un mayor porcentaje satisfacción (65%) y satisfacción neta (56%), seguido por GTD con un índice de satisfacción de un 62% y, con una satisfacción neta de 46%. Claro aparece como la compañía con satisfacción más baja en la resolución (46%) y el más alto de insatisfacción (24%). Movistar por su parte tiene un aumento significativo en la satisfacción de un 45% a un 57%, mientras que VTR cae en su satisfacción de manera significativa de un 59% a un 49% transformándose éste último en la segunda compañía con peor satisfacción luego de haber obtenido el segundo lugar con la mejor satisfacción en el primer semestre.

### 8.3.4. Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción

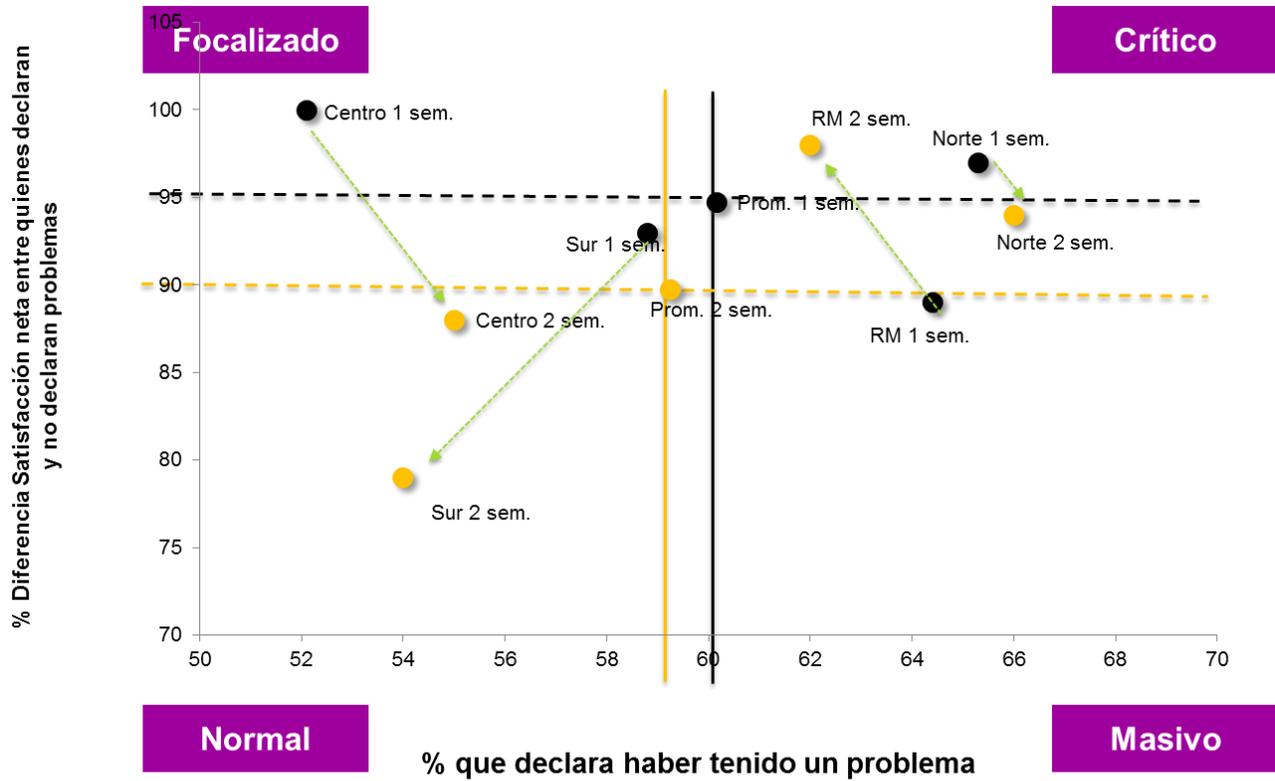
**Gráfica D: Impacto problemas en Satisfacción por Operador de Internet Fija**



(\*) 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 Compañía, donde por ejemplo Movistar presentaba un estado crítico en el primer semestre y si bien sigue estando en el mismo cuadrante, se está acercando a masivo. Mientras Telsur/Telcoy pasa del cuadrante Masivo a Focalizado.

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



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

Por zona, el impacto sigue siendo crítico en la zona Norte y RM al igual que en el primer semestre. Mientras la zona Centro pasa de tener un impacto focalizado a normal lo mismo que la zona sur.

### 8.3.5. Principales indicadores

**Gráfica 92: Satisfacción con empresas de Internet Fija.**

	Total											
	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED
<b>Satisfacción 6+7</b>	43	45	41	43	43	46	49	44	47	52	54	59 
<b>Satisfacción Neta ((1+4) - (6+7))</b>	17	20	9	15	19	22	31	22	25	32	38	44
<b>% Que indica que ha tenido algún problema con el servicio</b>	61	60	61	61	63	59	55	59	59	57	59	50 
<b>% ¿Reclamó?</b>	80	79	78	78	80	77	84	83	83	84	79	84
<b>¿Le han resuelto su problema? % Si</b>	67	70	66	70	66	68	70	71	78	81	79	77

El Gráfico 92, muestra los principales indicadores para todas las compañías, en donde a nivel general, Telsur/ Telcoy (59%) y GTD (52%) son los que muestran mejores resultados, siendo este último significativo. Lo mismo pasa con las satisfacción neta con ambas compañías, donde lideran el servicio aunque sin avances significativos. Movistar presenta la satisfacción neta más baja (15%) aunque aumentando respecto del primer semestre (+3). En términos de la tasa de problemas, los usuarios de Telcoy/Telsur son los que tienen una menor proporción (50%) cayendo respecto del primer semestre de manera significativa y positiva (-9). En el resto de los indicadores no se evidencian mayores cambios respecto del primer semestre.

## 8.4. Televisión Pagada

### 8.4.1. 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	1.547	48	48	2,5
	Mujer	1.659	52	52	2,4
	<hr/>				
	18 – 39	1.224	40	38	2,7
	Más de 40	1.982	60	62	2,2
	<hr/>				
	Santiago	1.368	41	43	2,6
Regiones	1.838	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 (52%) que hombres (48%), mientras que en el tramo etario son más los mayores de 40 años (62%) que las personas entre 18 y 39 años (38%). 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	805	43	57	100	Movistar	805	39	61	100	Movistar	805	55	45	100
VTR	801	51	49	100	VTR	801	33	67	100	VTR	801	46	54	100
Claro	800	44	56	100	Claro	800	44	56	100	Claro	800	32	68	100
DirecTV	800	54	46	100	DirecTV	800	42	58	100	DirecTV	800	30	70	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.206</b>	<b>48</b>	<b>52</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.206</b>	<b>38</b>	<b>62</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.206</b>	<b>43</b>	<b>57</b>	<b>100</b>

Entre las compañías medidas para este servicio hay más hombres en DirecTV y VTR, mientras que en Claro y Movistar es mayor la proporción de mujeres. 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 67% y entre 18 y 49 años un 33%. Por zona, finalmente, una mayoría de usuarios destaca en otras regiones en el caso de Claro (68%) y DirecTV (70%). Movistar es la única compañía que presenta mayor presencia en RM con un 55% vs 45% en regiones, mientras que en VTR hay mayor presencia en regiones (54%).

Gráfica 96: Características del servicio de Televisión Pagada.



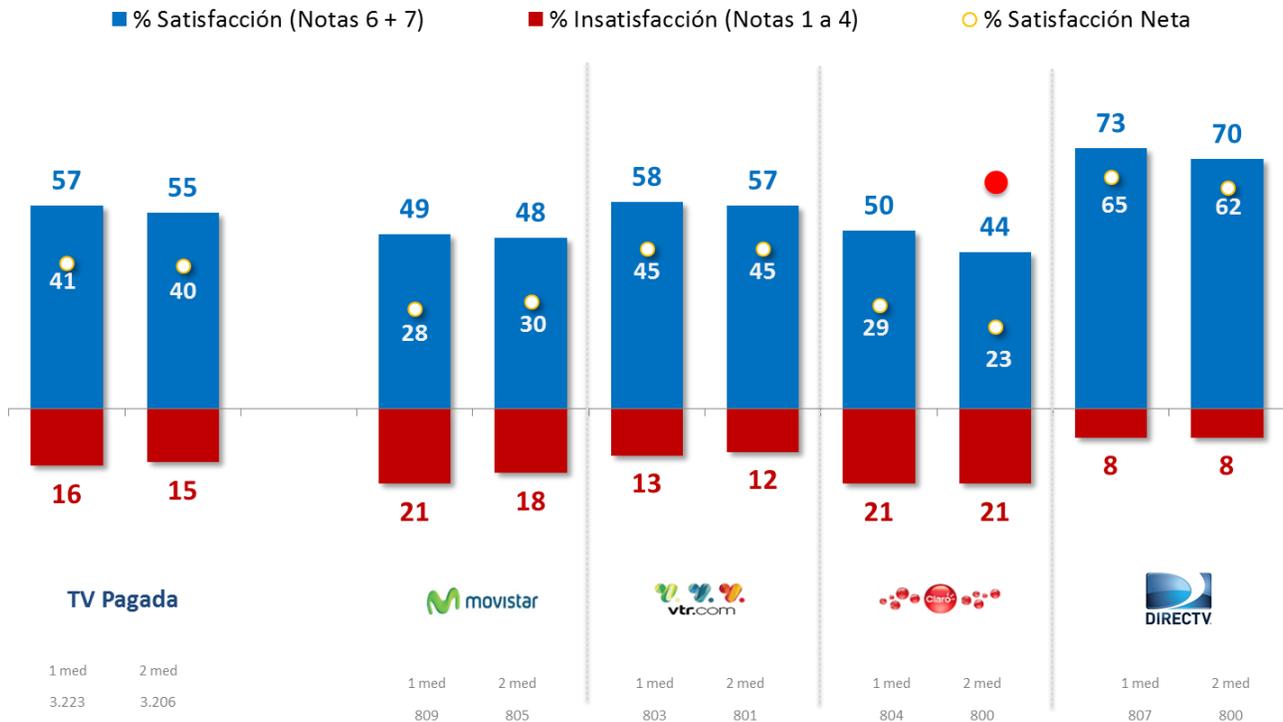
Compañía	Base (n)	% 1 año o menos	% Más de 1 y hasta 2	% Más de 2 años	Total
Movistar	805	34	17	49	100
VTR	801	21	11	68	100
Claro	800	37	19	44	100
DirectTV	800	41	22	37	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.206</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>54</b>	<b>100</b>

En antigüedad de usuario, un 54% indica que es usuario hace más de 2 años, destacando los usuarios de VTR en esta categoría (68%). En el caso de menos de 1 año, DirectTV tiene un 41% de usuarios en dicha categoría.

### 8.4.2. Satisfacción con empresas de Televisión Pagada

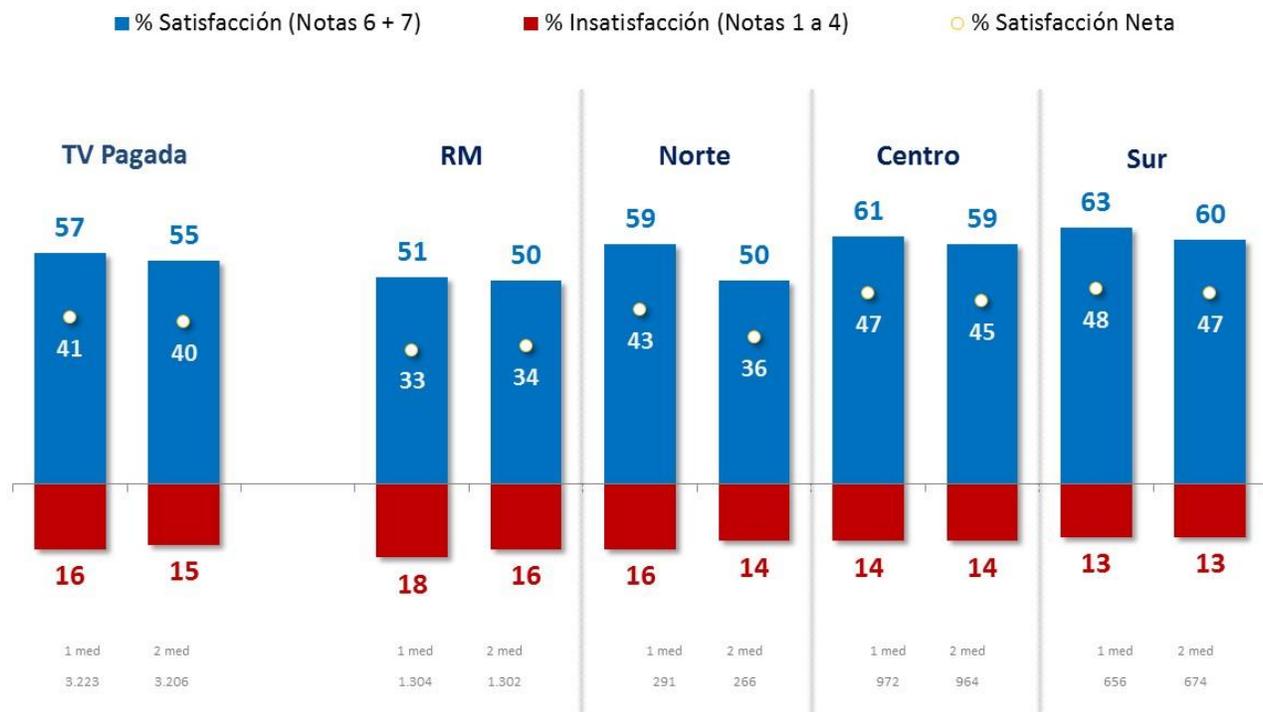
*“En una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Qué tan satisfecho está Ud. en general con el servicio de Televisión Pagada de (Proveedor Televisión Pagada)?”*

**Gráfica 97: Satisfacción con empresas de Televisión Pagada: 1 sem y 2 sem 2015**



La satisfacción del servicio de Televisión Pagada es de un 55% mientras que la insatisfacción alcanza un 15% resultando en una satisfacción neta de un 40%, un punto menor que en la medición del primer semestre 2015. Al igual que en el primer semestre, las compañías mejor evaluadas son DirecTV y VTR, con un 70% y 57% de satisfacción respectivamente. Se identifica en Claro una baja significativa en satisfacción de un 50% a un 44%. Además Claro obtiene la insatisfacción más alta (21%) y la satisfacción neta más alta (23%).

**Gráfica 98: Satisfacción con Televisión Pagada por zona.**



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

(\*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

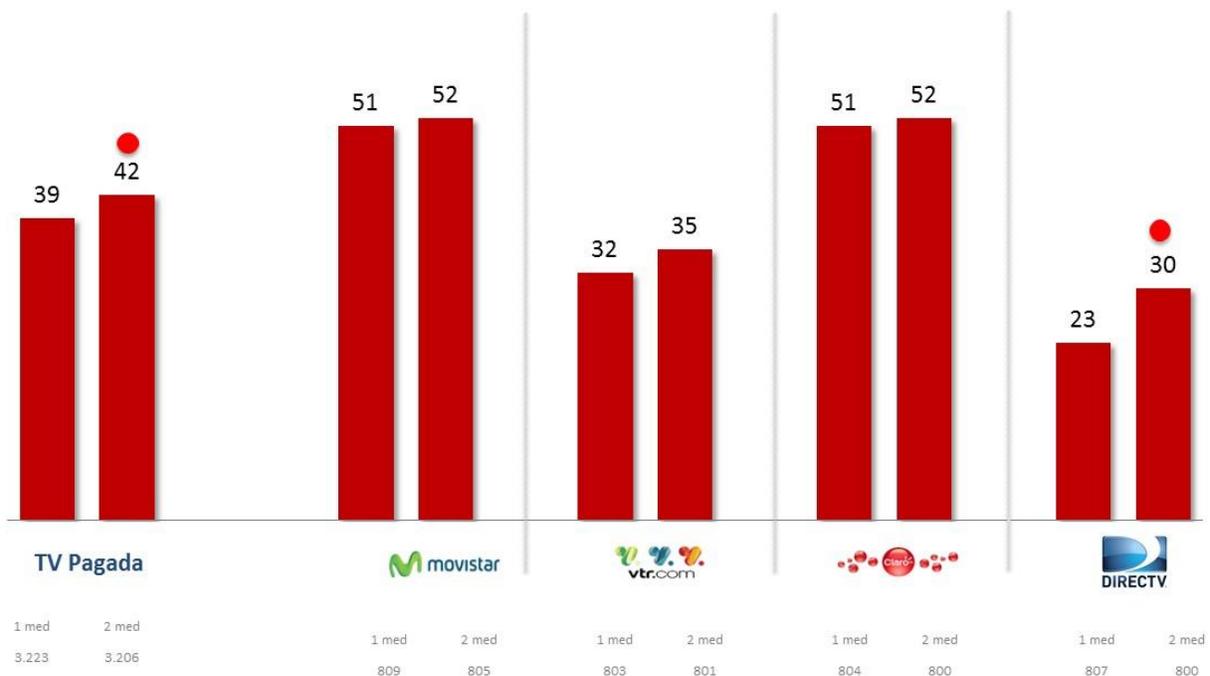
En términos de las diferencias en la satisfacción con TV Pagada por zona, se identifica una caída en la satisfacción en el norte de un 59% a un 50%. En el caso de la RM la insatisfacción (16%) es más alta que en las otras zonas, mientras que el neto es más alto en la zona sur.

### 8.4.3. Problemas, reclamos y resolución: Televisión Pagada

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

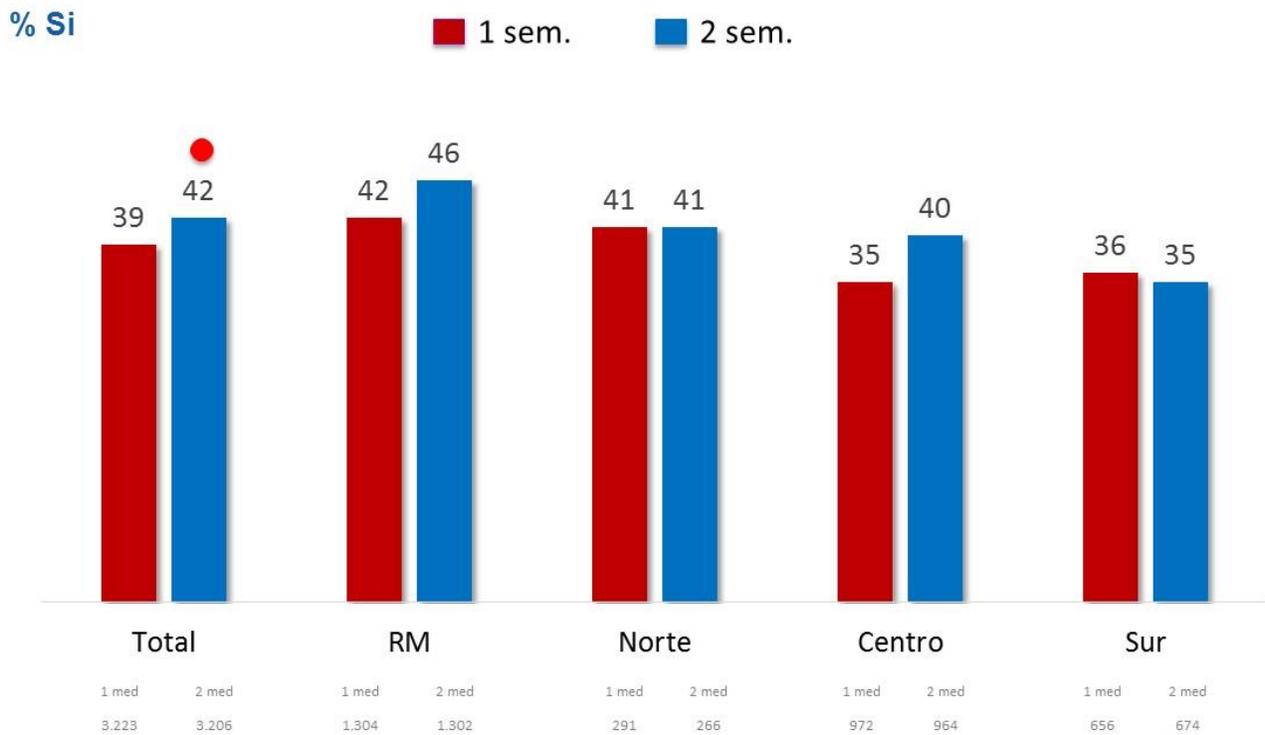
**Gráfica 99: Tasa de problemas en Televisión Pagada**

**% Si**



Respecto a la tasa de problemas, se identifica un aumento en el servicio en general de un 39% a un 42%, siendo DirecTV la empresa que aumenta también de manera significativa respecto del primer semestre.

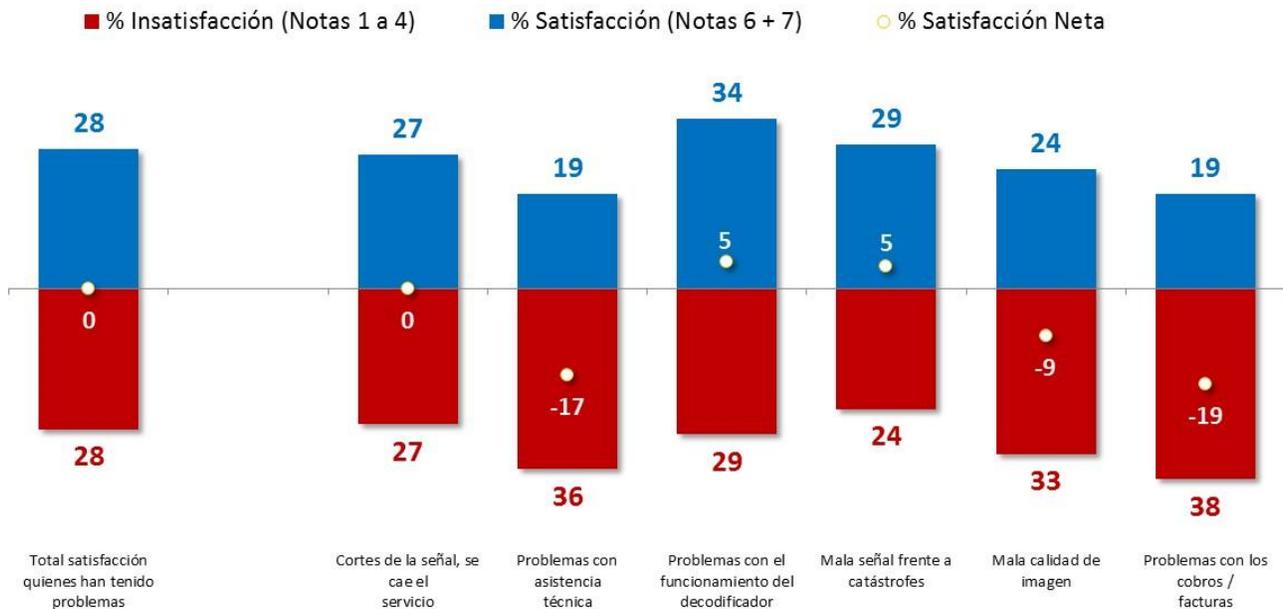
Gráfica 99.1: Tasa de problemas en Televisión Pagada



Por zona, se identifica que en el Centro y en RM existen aumentos aunque no de manera significativa respecto del primer semestre. En RM es donde se identifica la tasa más alta en comparación al resto de las zonas, siendo la del sur la que mantiene la tasa de problemas más baja.



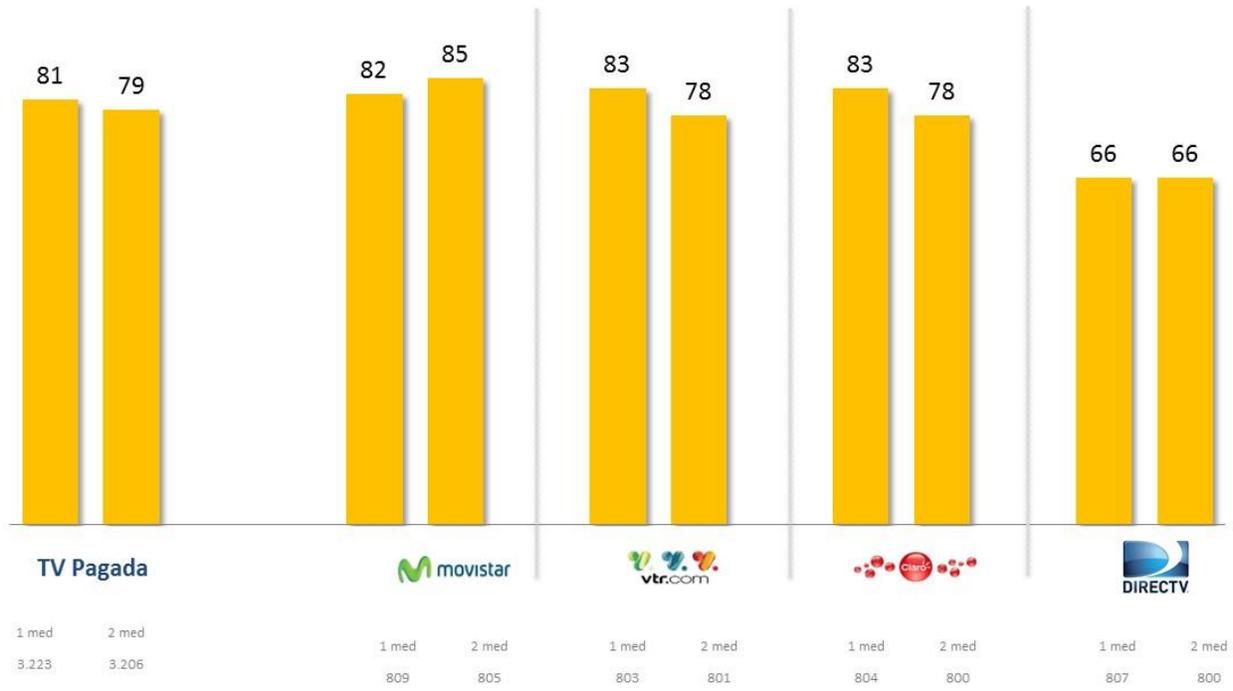
**Gráfica 101: Tipos de problemas de Televisión Pagada y satisfacción**



(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".  
Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Entre quienes tuvieron algún problema, la satisfacción con el servicio de Televisión Pagada alcanza un 28% e insatisfacción de 28% alcanzando una satisfacción neta 0%. 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 38% y 36% de insatisfacción respectivamente.

Gráfica 101.1: Tasa de reclamo TV Pagada



La tasa de reclamos en TV Pagada es de un 79% entre quienes tuvieron algún problema, siendo mayor la tasa de reclamos en Movistar (85%).

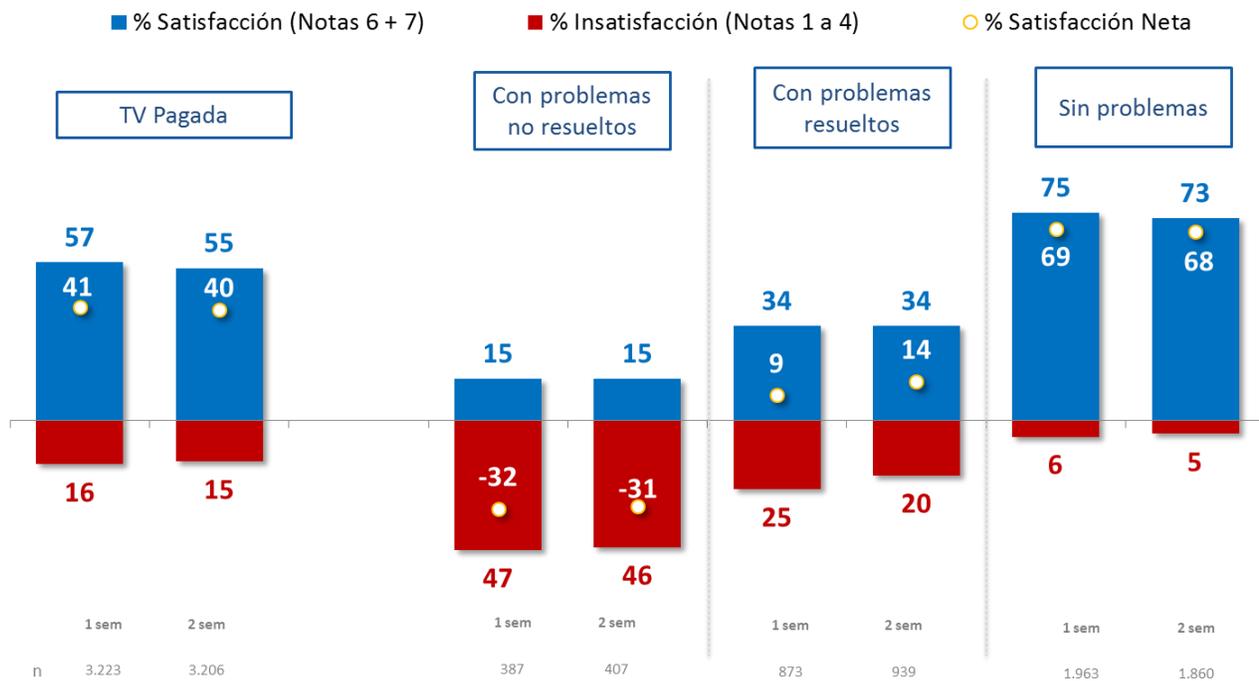


Gráfica 103: Tasa de Resolución del problema



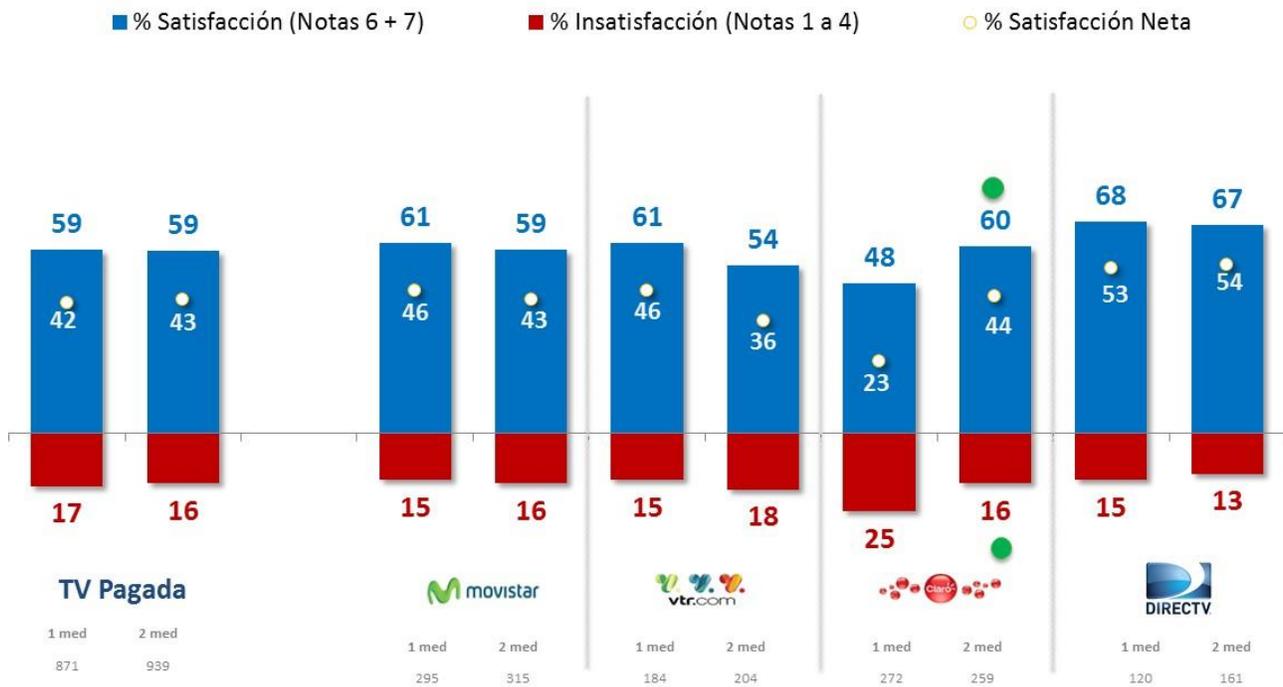
Considerando la resolución del problema, un 71% señala que lo resolvió, siendo esta percepción más alta y mayor respecto del primer semestre entre los usuarios de Mvoistar (76%) y más baja entre los usuarios de Claro (63%) cayendo este último respecto del primer semestre.

**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 (-46%) que entre quienes resuelven sus problemas (20%). 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 (14%), caso en el que se da un aumento respecto del primer semestre. Los usuarios sin problemas tienen una satisfacción de un 73%.

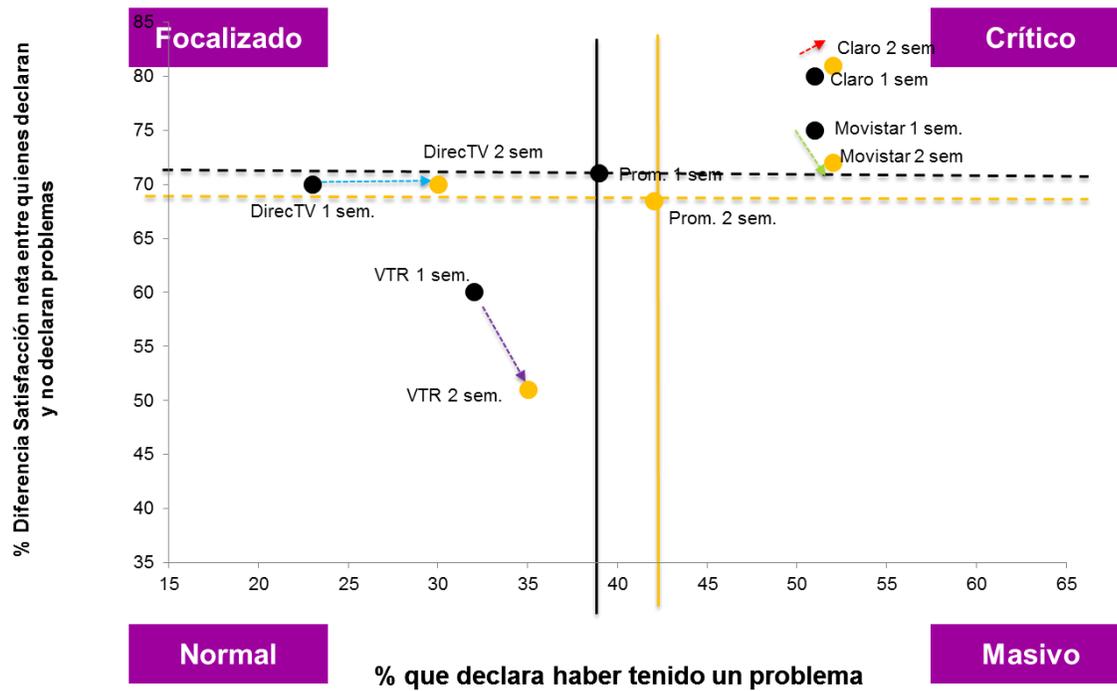
**Gráfica 105: Satisfacción con la Solución de problemas de Televisión Pagada**



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 43%, levemente superior a la primera medición. Entre las compañías, destaca la satisfacción en los usuarios de DirecTV (67%) teniendo a su vez una satisfacción neta de 54% aumentando un punto porcentual respecto al primer semestre. Claro mejora respecto al primer semestre de manera significativa de un 48% a un 60% en su satisfacción. Obtiene la segunda mejor satisfacción neta entre las compañías, cuando en la primera medición había obtenido la peor evaluación entre las compañías.

### 8.4.4. Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción

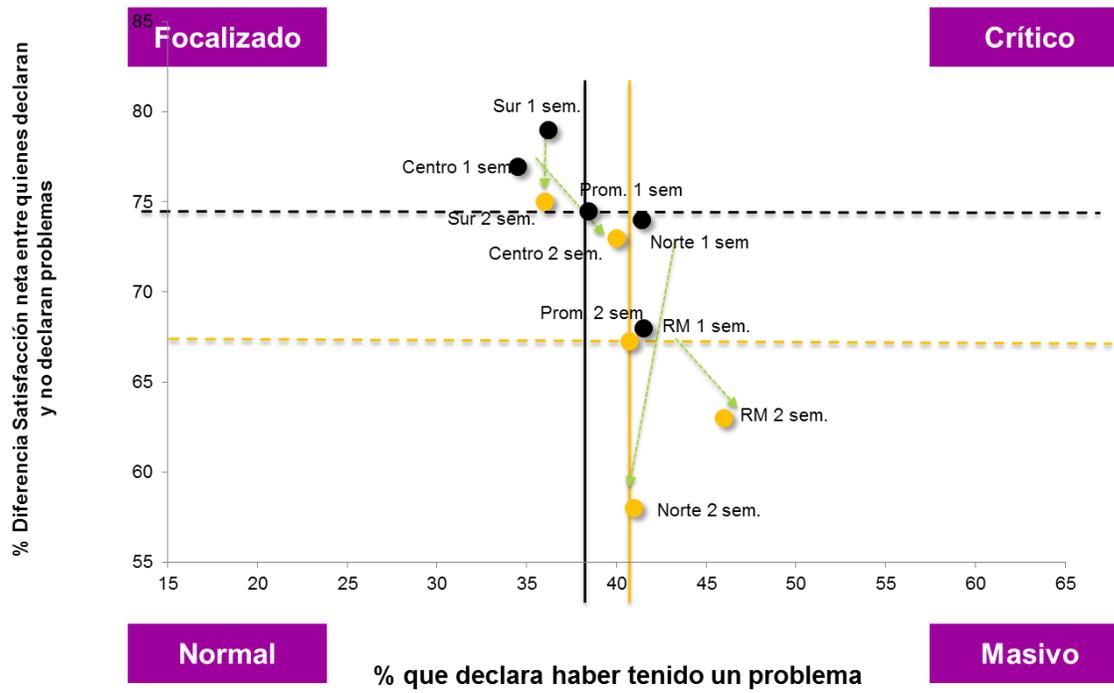
**Gráfica D: Impacto problemas en Satisfacción por Operador de TV Pagada**



(\*) 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 identifica que en Movistar impacta más la declaración de problemas mientras que DirecTV y VTR se mantienen en el cuadrante normal aunque con aumento en declaración de problemas respecto de la medición anterior.

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.

### 8.4.5. Principales indicadores

**Gráfica 106: Principales indicadores Televisión Pagada**

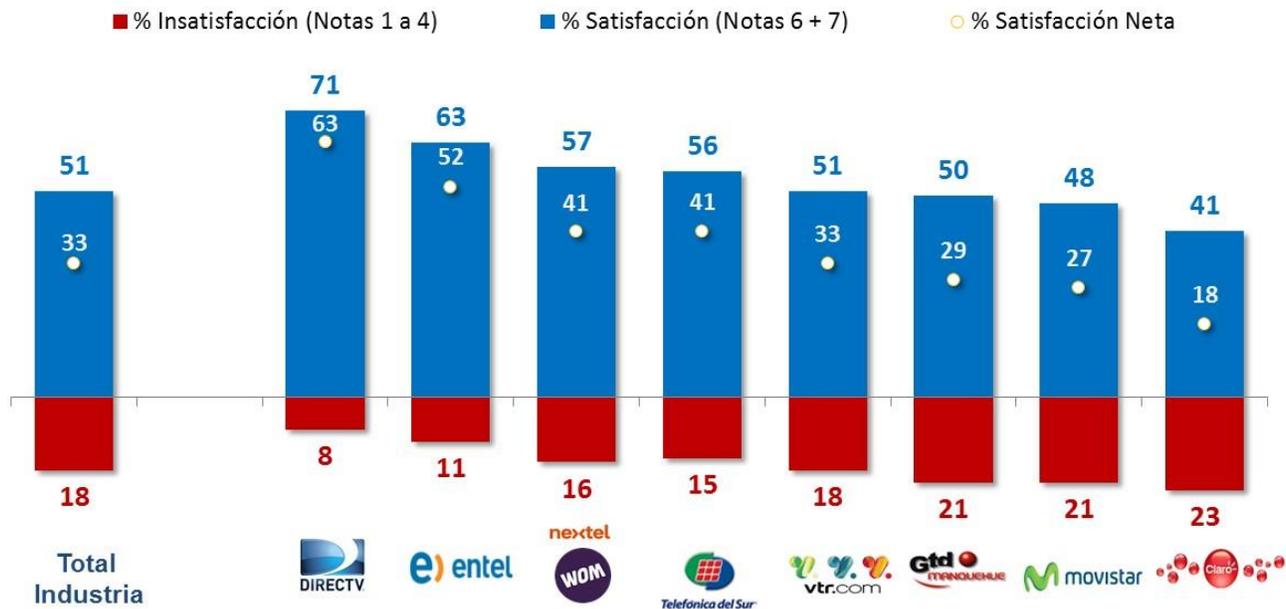
	Total									
	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED
<b>Satisfacción 6+7</b>	57	55	49	48	58	57	50	44 ●	73	70
<b>Satisfacción Neta ((1+4) - (6+7))</b>	41	40	28	30	45	45	29	23	65	62
<b>% Que indica que ha tenido algún problema con el servicio</b>	39	42 ●	51	52	32	35	51	52	23	30 ●
<b>% ¿Reclamó?</b>	81	79	82	85	83	78	83	78	66	66
<b>¿Le han resuelto su problema? % Si</b>	70	71	72	76	74	73	66	63	64	68

La gráfica 106 presenta los principales indicadores de Televisión Pagada. Respecto al total del servicio, DirecTV es la compañía con la mejor satisfacción (70%) y satisfacción neta (62%), mientras que es la compañía con menor tasa de problemas (30%) aunque aumentando de manera significativa respecto del primer semestre. Las compañías con satisfacción más baja son Claro (44% y con caída significativa respecto del primer semestre) y Movistar (48%) siendo también las con más bajo satisfacción neta, con un 23 y 30% respectivamente. VTR esta por sobre el total en satisfacción (+2) y satisfacción neta (+5), aunque más bajo que DirecTV.

## 9. 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 107: Ranking Satisfacción Usuarios Año 2015.**

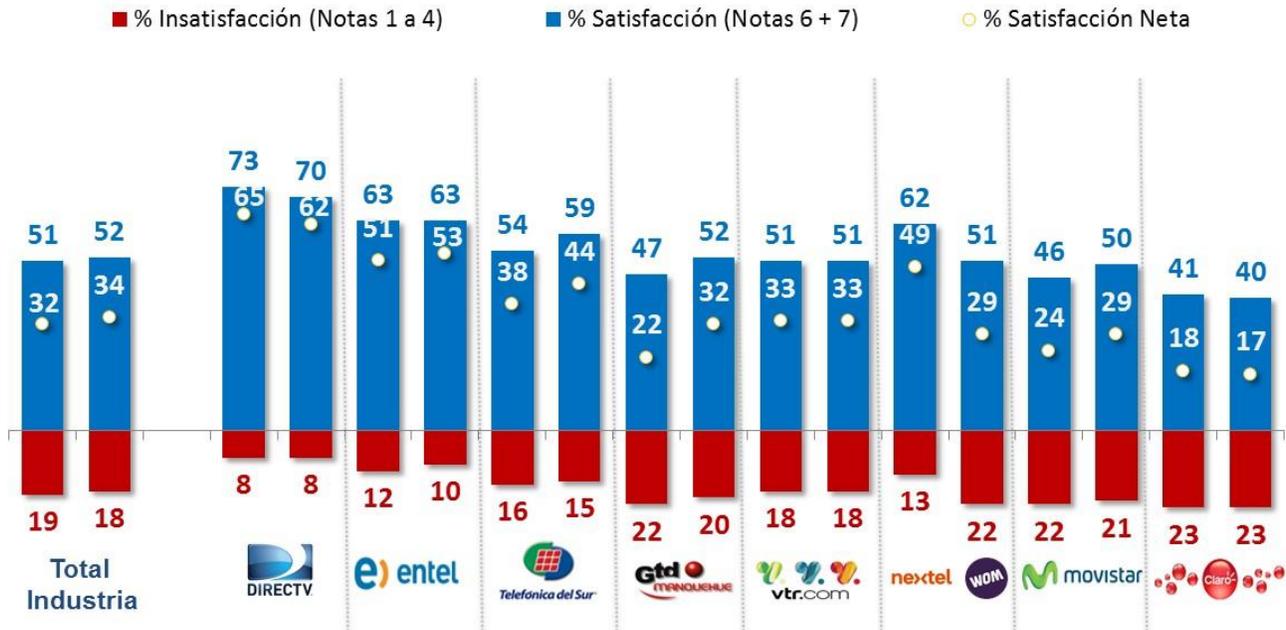


(\*\*) Indicador Único: corresponde a la evaluación de cada operador en el total de los servicios. Debe ser considerado sólo a modo referencial puesto que los operadores no son comparables por los servicios que ofrecen. Es así como DirecTV, el número uno, sólo ofrece servicio de televisión pagada, Entel y Nextel sólo se evalúa 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/Wom 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.**

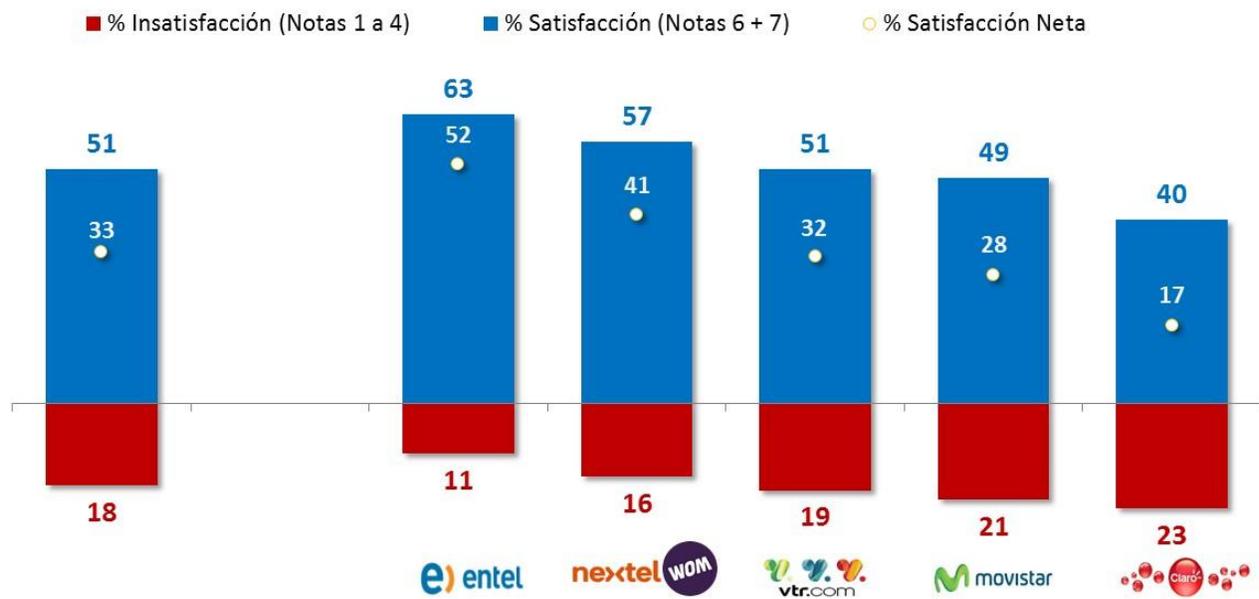
Gráfica 107.1: Ranking Satisfacción Usuarios 1 Sem vs 2 sem 2015<sup>6</sup>.



El ranking que se presenta en la gráfica 107.1 indica que DirecTV lidera la industria con una satisfacción de 70%, seguido de Entel (63%) y Telefónica del Sur (59%).

<sup>6</sup> Las empresas se ordenan respecto al ranking anual 2015.

**Gráfica 108: Ranking Satisfacción Usuarios Servicios Móviles Año 2015.**

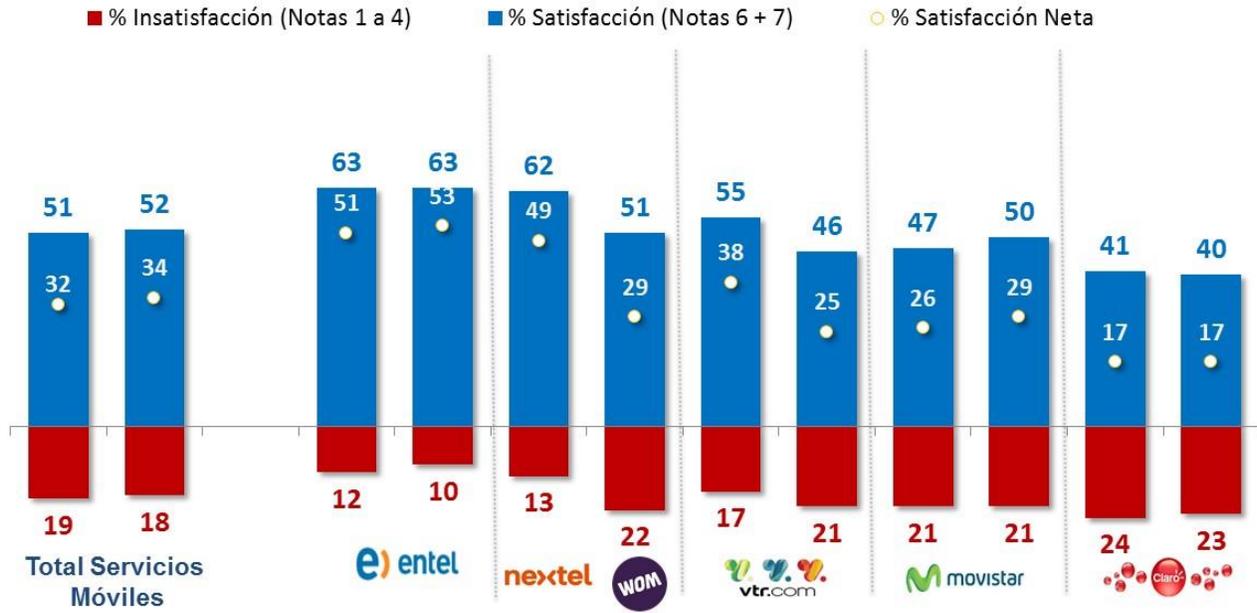


(\*) El 87% de la información son servicios móviles, por lo tanto el total del índice es muy similar al índice total considerando todos los servicios. En las décimas se identifican las diferencias.

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

En el caso de los usuarios de servicios móviles – telefonía móvil e internet móvil – el análisis consolidado del año 2015 muestra que Entel continúa liderando la industria móvil, seguido de Nextel/Wom.

**Gráfica 108.1: Ranking Satisfacción Usuarios Servicios Móviles 1 sem vs 2 sem.**

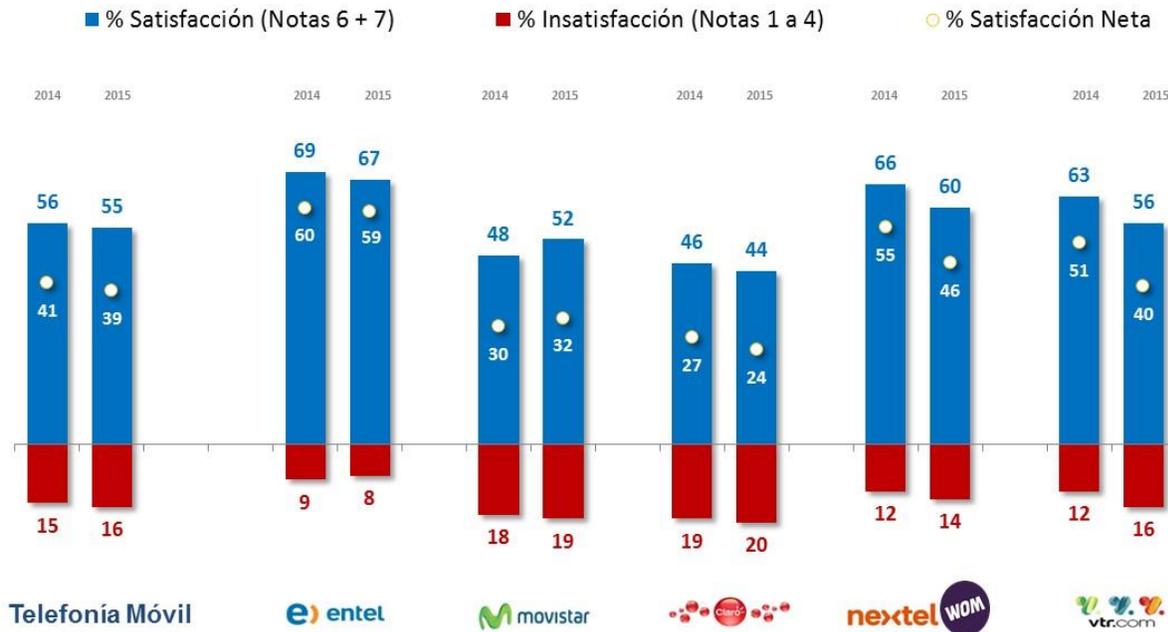


(\*) El 87% de la información son servicios móviles, por lo tanto el total del índice es muy similar al índice total considerando todos los servicios. En las décimas se identifican las diferencias.

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

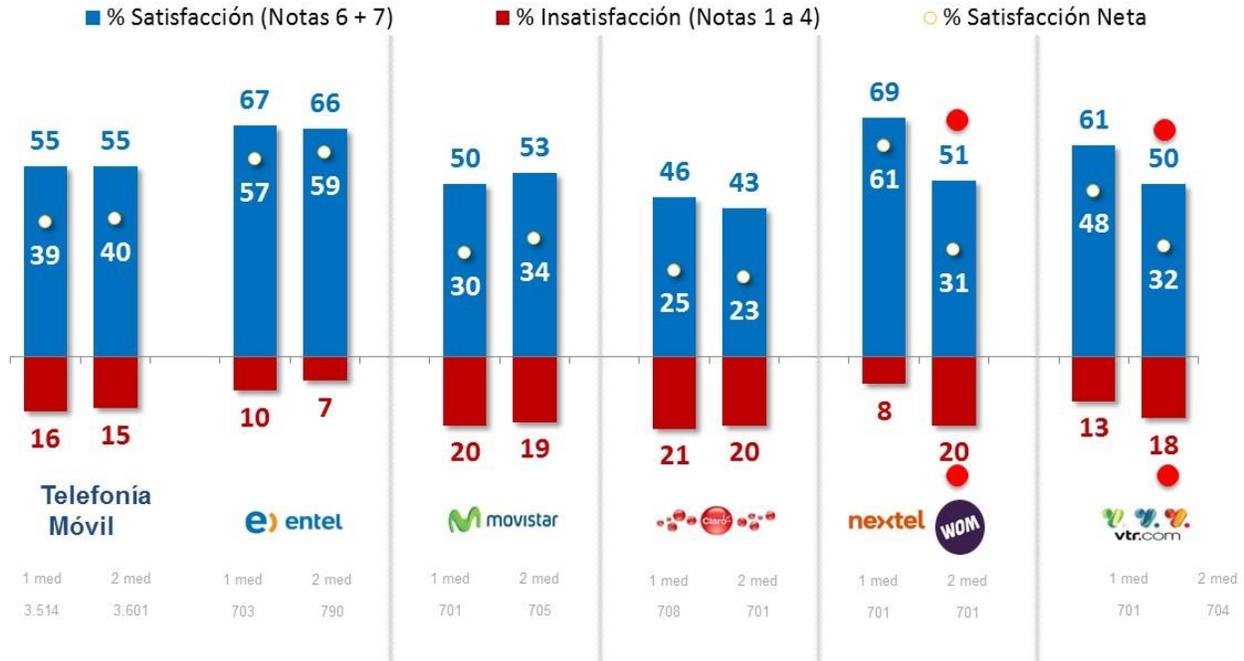
La caída de satisfacción entre el primer y segundo semestre se da más pronunciadamente en Nextel/Wom y VTR.

Gráfica 108.2: Satisfacción Usuarios Telefonía Móvil 2014 vs 2015.



En telefonía móvil, entre 2014 y 2015, los datos consolidados por año muestran que la evaluación cayó en su satisfacción 1% y en su insatisfacción aumentó 1%, disminuyendo al satisfacción neta en 2 puntos. La única empresa que mejora en satisfacción es Movistar de un 48% a un 52%. Nextel/Wom cae de un 66% a un 60% en satisfacción y VTR de un 63% a un 56%.

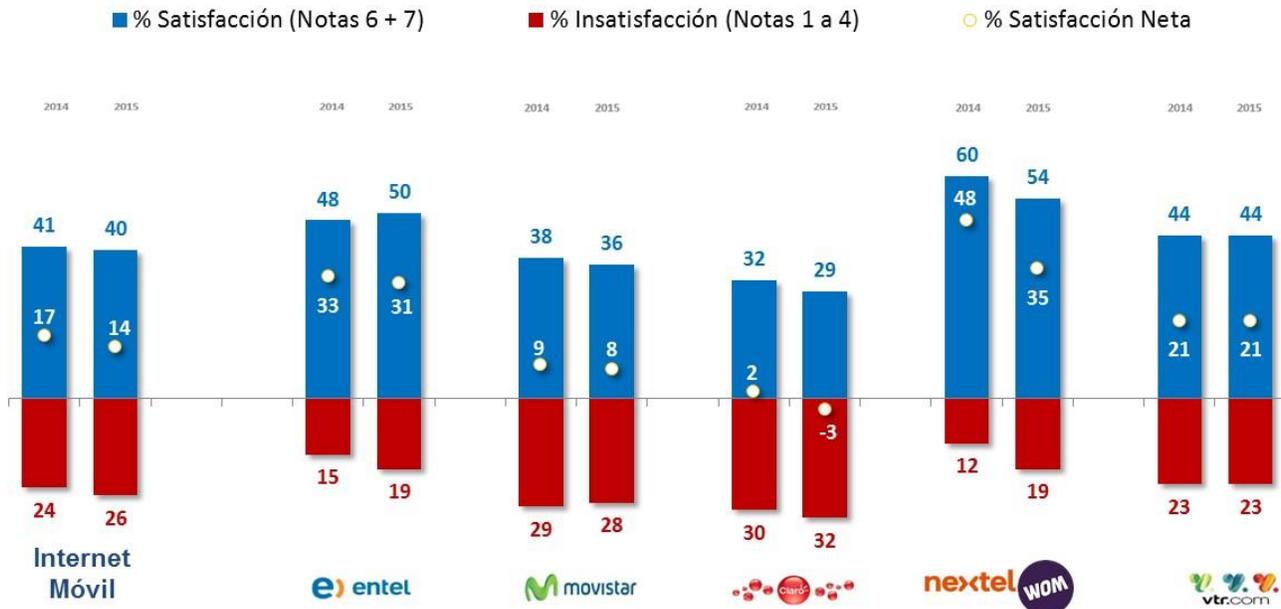
Gráfica 108.3: Satisfacción Usuarios Telefonía Móvil 1 sem vs 2 sem 2015



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

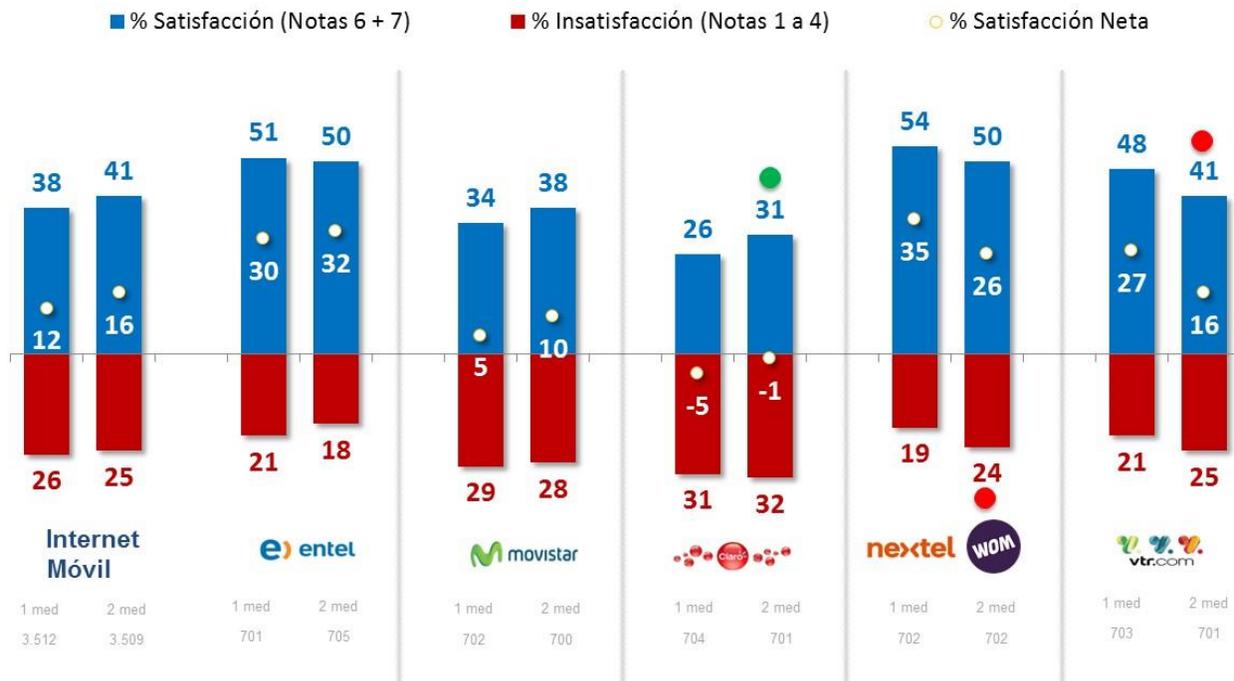
Por semestre, en 2015 cae significativamente la satisfacción en Nextel/Wom y VTR, mientras que en ambos casos aumenta la insatisfacción también de manera significativa.

**Gráfica 108.4: Satisfacción Usuarios Internet Móvil 2014 vs 2015.**



En Internet Móvil, entre 2014 y 2015 se identifica un caída leve en la satisfacción (41% a un 40%) en el servicio general, mientras que aumenta de un 24% a un 26% la insatisfacción cayendo así la insatisfacción de 17 a 14. En Claro se ve afectada la satisfacción neta que cae a registros negativos de 2% a un 3%, resultado de una caída en satisfacción (-3%) y aumento en insatisfacción (+2). El servicio lo lidera en satisfacción Nextel/Wom en 2015, aunque es la empresa que más baja en su satisfacción de un 60% a un 54% y aumenta en 7% la insatisfacción, y por consecuencia una caíad de 13 puntos en su satisfacción neta.

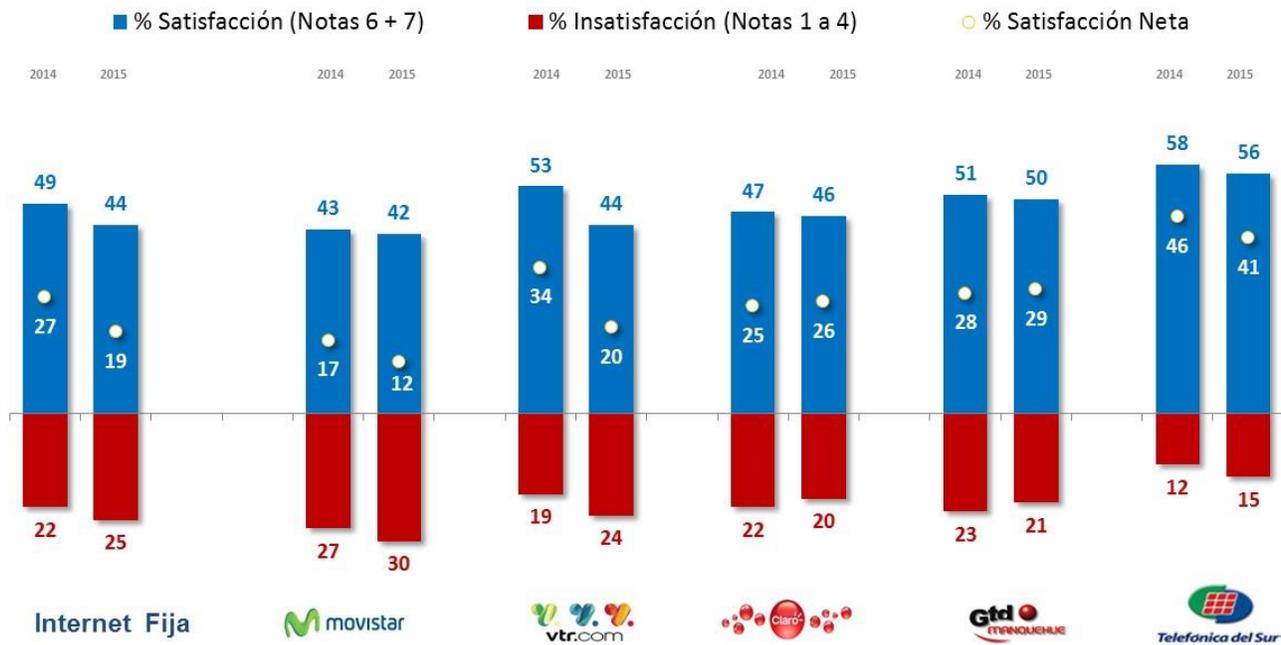
Gráfica 108.5: Satisfacción Usuarios Internet Móvil 1 sem vs 2 sem 2015



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

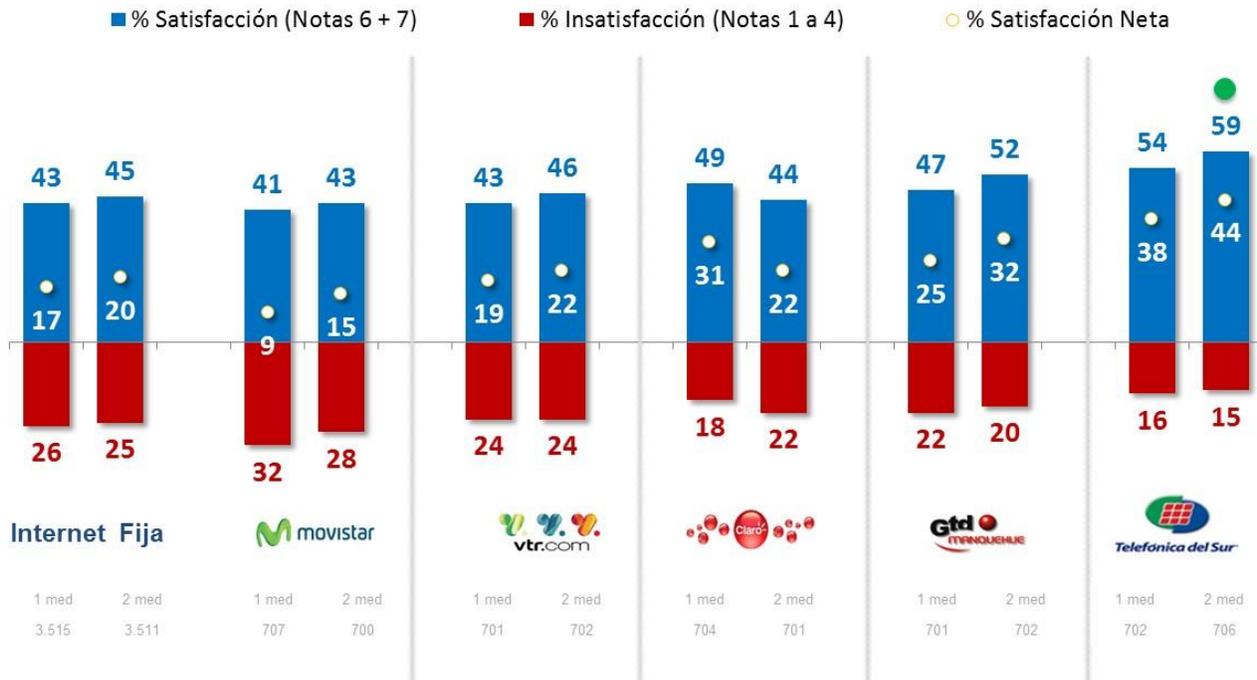
En el segundo semestre de 2015, aumenta significativamente la satisfacción en Claro, mientras que en VTR cae la satisfacción de manera significativa. Por su parte, Nextel/WOM aumenta significativamente en su insatisfacción.

**Gráfica 108.6: Satisfacción Usuarios Internet Fija 2014 vs 2015.**



En Internet Fija, entre 2014 y 2015 cae la satisfacción 5% y aumenta la insatisfacción en 3% cayendo así la satisfacción neta 8 puntos. Entre las empresas hay una caída en la satisfacción de VTR de un 53% a un 44%, aumentando a su vez la insatisfacción de un 19% a un 24%, cayendo de este modo 14 puntos la satisfacción neta.

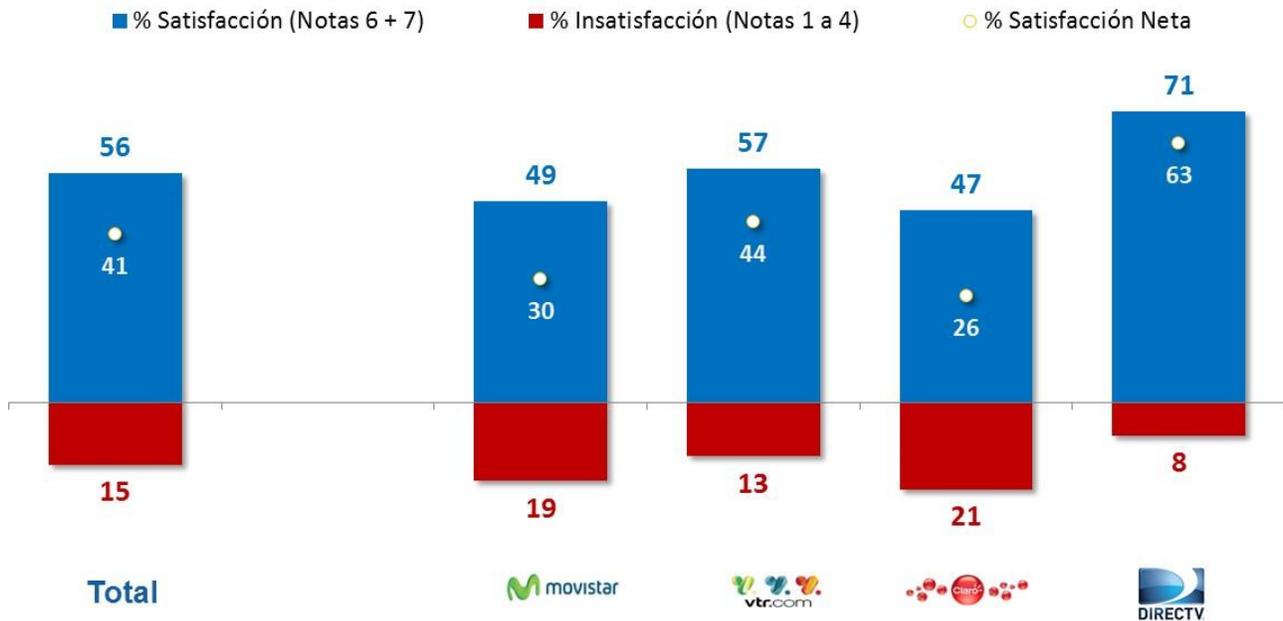
**Gráfica 108.7: Satisfacción Usuarios Internet Fija 1 sem vs 2 sem 2015**



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

Entre el primer y segundo semestre, Telsur/Telcoy aumenta su satisfacción de un 54% a un 59% siendo este aumento significativo.

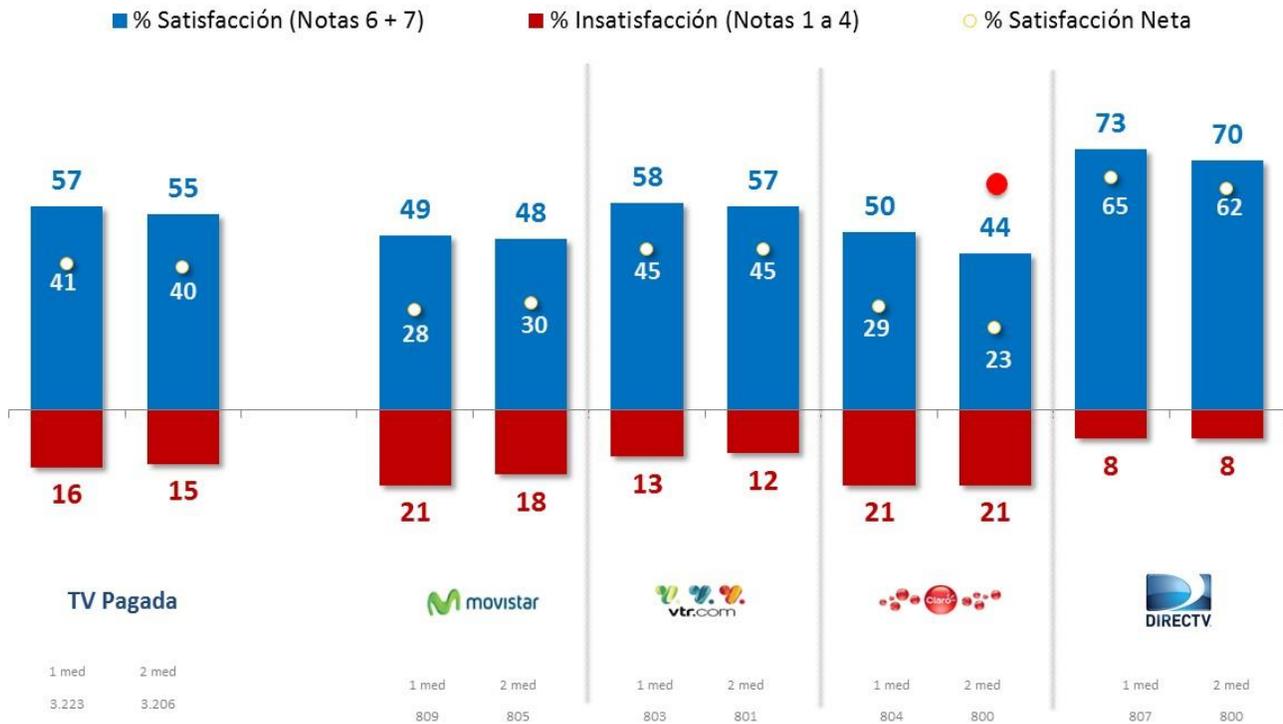
**Gráfica 108.8: Satisfacción Usuarios TV Pagada 2014 vs 2015.**



(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".  
 (\*\*) TV Pagada no fue medida durante el año 2014.

En TV Pagada, en 2015 la satisfacción es de un 56% y la insatisfacción de un 15% teniendo como resultado una satisfacción neta de un 41%. El servicio en 2015 la lidera DirecTV con una satisfacción de 71% e insatisfacción de 8% teniendo como resultado un 63% de satisfacción neta.

Gráfica 108.9: Satisfacción Usuarios TV Pagada 1 sem vs 2 sem 2015

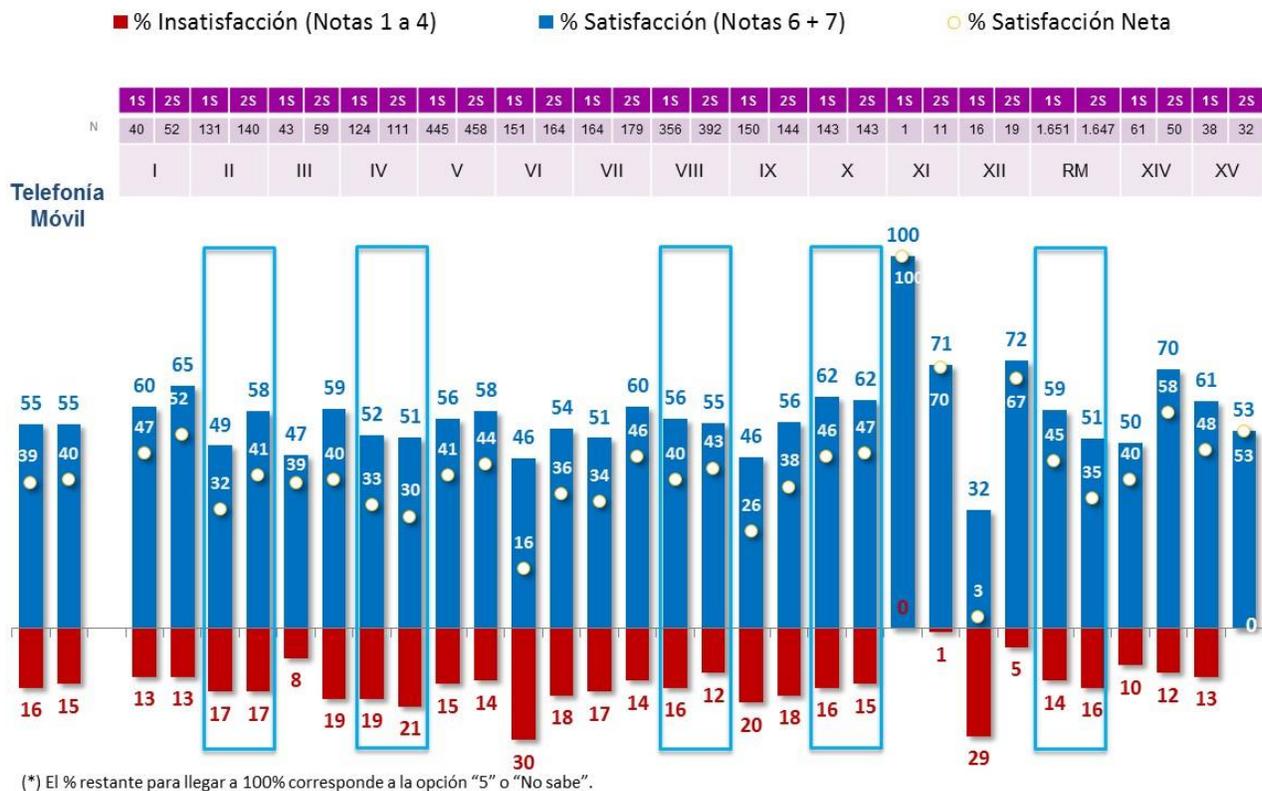


Por semestre, se identifica una caída significativo en la satisfacción de Claro de un 50% a un 44%, manteniendo su insatisfacción estable pero cayendo su satisfacción neta de un 29% a un 23%.

## 10. Análisis comparativo por Región

A continuación se presenta un análisis por región según servicio para observar la satisfacción con el servicio distribuido por región además de analizar los principales indicadores del estudio. Se destacan en el análisis las regiones II, IV, VIII, X y RM tal como indican las bases técnicas de la licitación.

**Gráfica 109: Satisfacción Telefonía Móvil por región 1 y 2 semestre 2015**



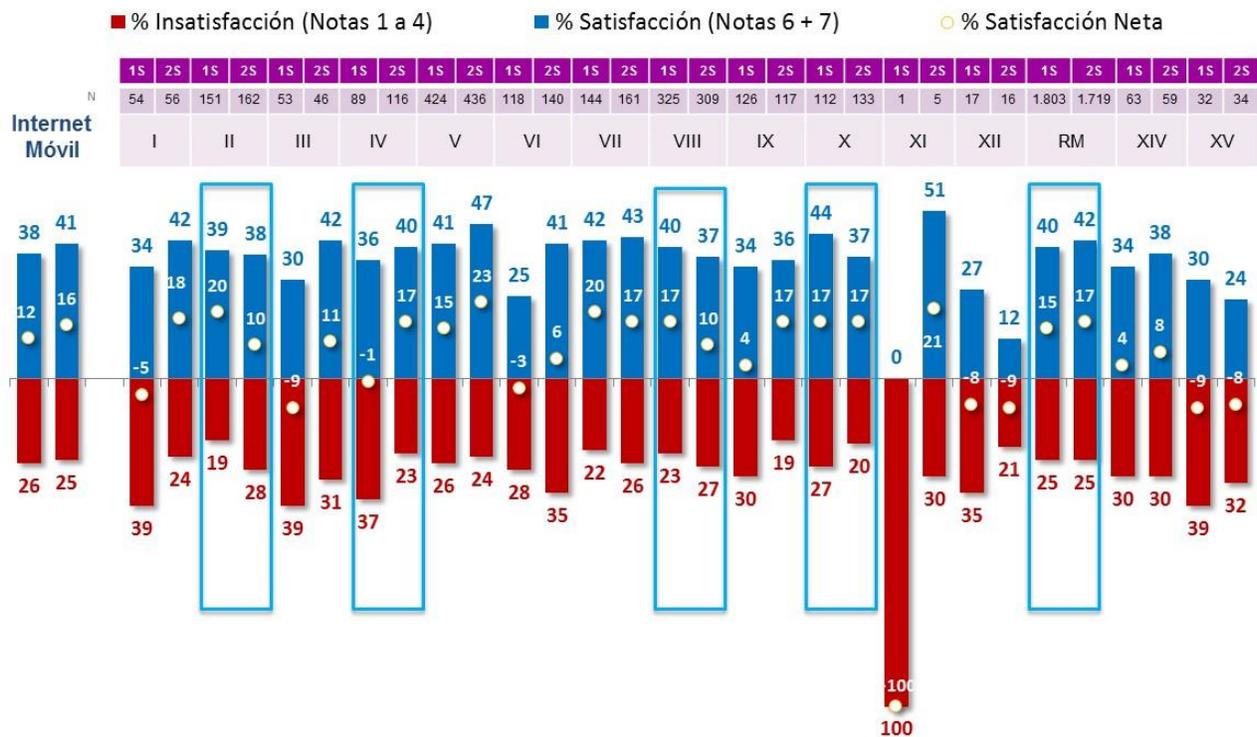
En telefonía móvil, y tal como presenta la gráfica anterior, existe una caída en la satisfacción en RM, mientras que la II región mejora el indicador de satisfacción de un 49% a un 58. La VIII región destaca por disminuir su insatisfacción de un 16% a un 12%.

Gráfica 110. Indicadores Telefonía Móvil por región

	Satisfacción 6+7		Satisfacción Neta ((1+4) - (6+7))		% Que indica que ha tenido algún problema con el servicio		¿Le han resuelto su problema? % Si		Satisfacción neta con resolución del problema	
	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED
I - Región de Tarapacá	60	65	47	52	34	26	50	27	0	0
II - Región de Antofagasta	49	58	32	41	38	24	27	52	10	-8
III - Región de Atacama	47	59	39	40	36	31	60	58	40	0
IV - Región de Coquimbo	52	51	33	30	31	39	20	47	-8	43
V - Región de Valparaíso	56	58	41	44	26	29	30	44	36	8
VI - Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	46	54	16	36	39	38	44	45	32	11
VII - Región del Maule	51	60	34	46	34	29	30	52	46	30
VIII - Región del Biobío	56	55	40	43	29	28	36	39	22	14
IX - Región de La Araucanía	46	56	26	38	32	31	31	37	57	-26
X - Región de Los Lagos	62	62	46	47	32	34	33	44	50	36
XI - Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	100	71	100	70	-	20	-	100	-51	-33
XII - Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	32	72	3	67	29	13	50	50	-	100
RM - Región Metropolitana de Santiago	59	51	45	35	29	34	37	39	32	14
XIV - Región de Los Ríos	50	70	40	58	34	27	33	59	-11	10
XV - Región de Arica y Parinacota	61	53	48	53	29	22	36	63	0	20

En el caso de los indicadores de problemas y resolución del problema, solo aumenta en la II región de manera relevante, mientras que en general en las regiones analizadas aumenta la tasa de resolución entre un semestre u otro.

**Gráfica 111: Satisfacción Internet Móvil por región 1 y 2 semestre 2015**



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

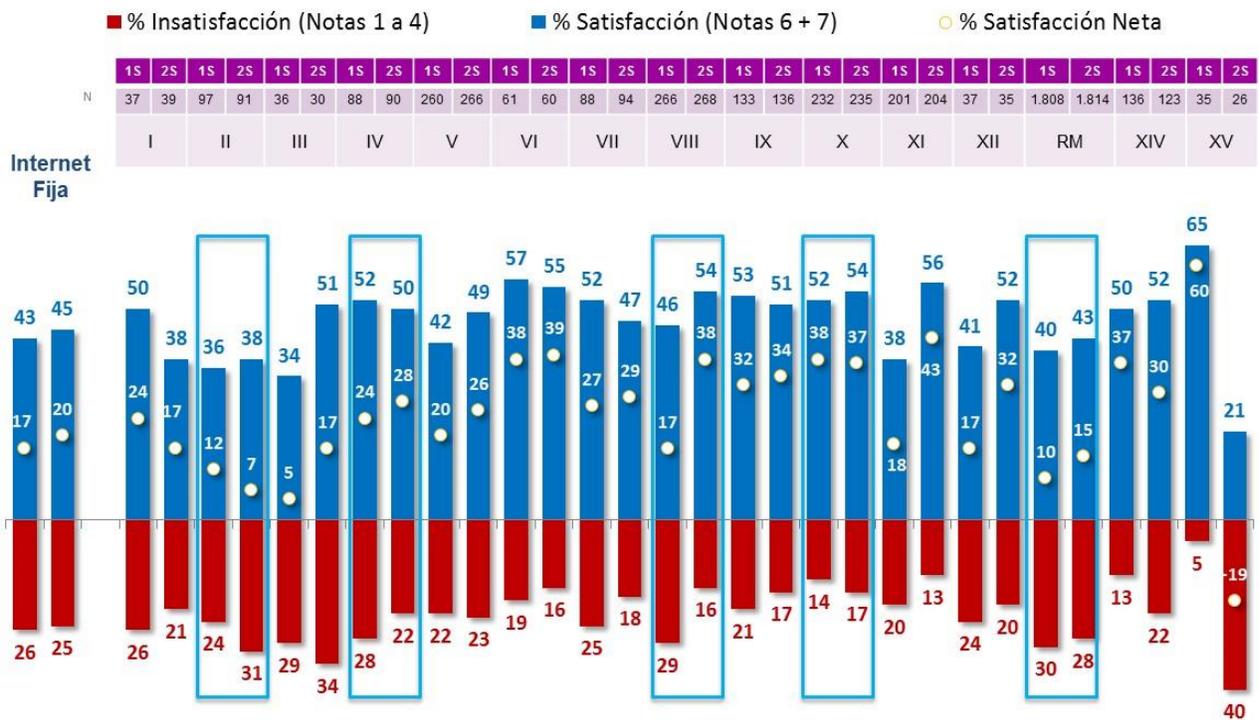
Sobre la satisfacción en Internet Móvil, en las regiones destacadas se identifican distintas situaciones. Por ejemplo, en la segunda región se mantiene la satisfacción pero aumenta la insatisfacción, mientras que en la IV aumenta la satisfacción en 4 puntos y cae la insatisfacción en 14%. La VIII región se mantiene más estable, aunque con caídas de 3 puntos en su satisfacción y aumento de un 4% en su insatisfacción. Misma situación en la X región aunque con un aumento en la insatisfacción de 7 puntos y caída de la satisfacción de 7%. Finalmente, en RM la situación se mantiene estable respecto del primer semestre.

Gráfica 112. Indicadores Internet Móvil por región

	Satisfacción 6+7		Satisfacción Neta ((1+4) - (6+7))		% Que indica que ha tenido algún problema con el servicio		¿Le han resuelto su problema? % Si		Satisfacción neta con resolución del problema	
	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED
I - Región de Tarapacá	34	42	-5	18	47	53	47	39	6	23
II - Región de Antofagasta	39	38	20	10	57	60	63	38	9	8
III - Región de Atacama	30	42	-9	11	74	53	28	37	35	37
IV - Región de Coquimbo	36	40	-1	17	46	63	21	49	8	31
V - Región de Valparaíso	41	47	15	23	53	46	44	40	39	9
VI - Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	25	41	-3	6	61	56	45	37	29	23
VII - Región del Maule	42	43	20	17	48	60	39	44	44	19
VIII - Región del Biobío	40	37	17	10	52	54	41	41	21	22
IX - Región de La Araucanía	34	36	4	17	60	52	42	47	47	41
X - Región de Los Lagos	44	37	17	17	51	51	32	39	48	31
XI - Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	-	51	-100	21	100	50	-	-	-	-
XII - Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	27	12	-8	-9	54	67	71	61	-25	67
RM - Región Metropolitana de Santiago	40	42	15	17	53	51	43	46	22	37
XIV - Región de Los Ríos	34	38	4	8	54	55	36	54	22	52
XV - Región de Arica y Parinacota	30	24	-9	-8	70	69	50	64	39	44

A nivel de indicadores, en las regiones del norte aumenta la tasa de problemas, y cae la tasa de resolución en la II y aumenta en la IV, lo que por consecuencia en este último caso aumenta la satisfacción neta con la resolución. En el caso de la VIII y la X se mantienen estables ambos indicadores respecto de la primera medición, aunque cae la satisfacción neta con la resolución en la X región. En RM también se mantiene estable la tasa de problemas y de resolución, pero mejora la satisfacción neta con la resolución del problema.

**Gráfica 113. Satisfacción Internet Fija por región 1 y 2 semestre 2015**



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

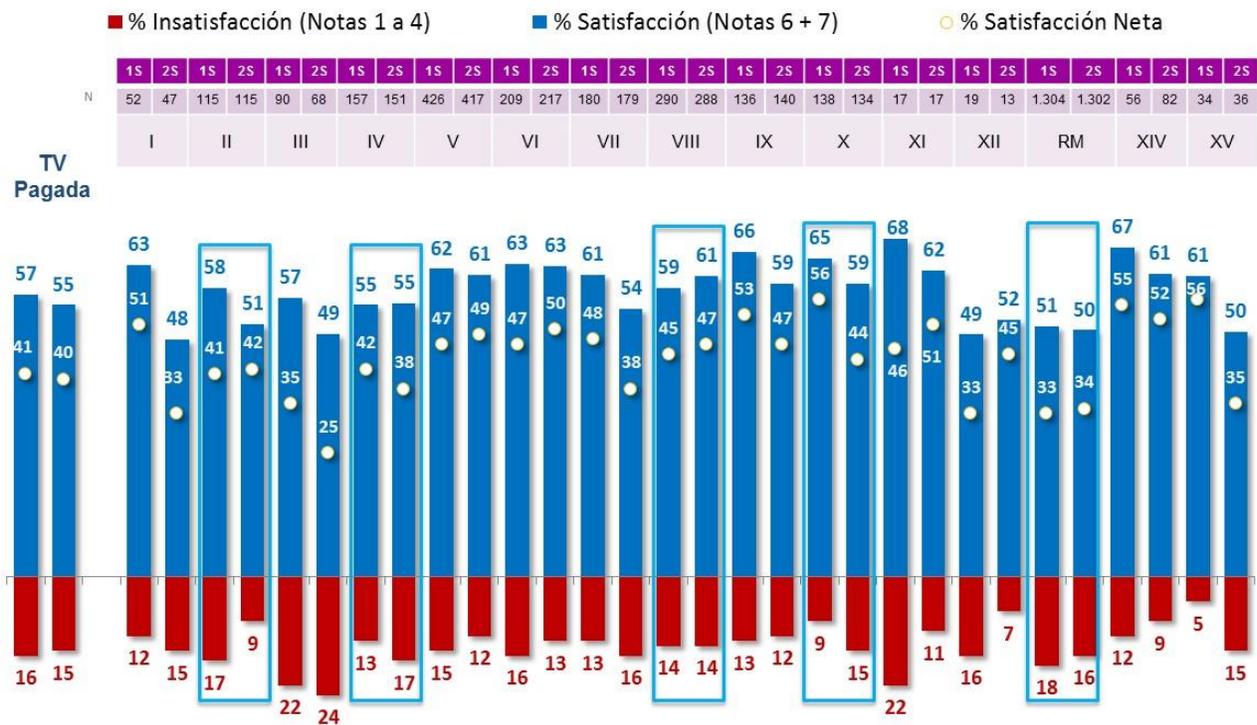
Sobre la satisfacción en Internet Fija, la satisfacción se mantiene estable en las regiones destacadas del norte, pero aumenta la insatisfacción en la II y cae la insatisfacción en la IV mejorando en esta última la satisfacción neta respecto del primer semestre. En la VIII y X también mejora la satisfacción, pero en la VIII cae la satisfacción mientras que en la X aumenta en 3 puntos. En RM la situación es más estable, aumentando 3 puntos la satisfacción y cayendo 2 puntos la insatisfacción mejorando así la satisfacción neta en 5 puntos respecto de la primera medición.

**Gráfica 114. Indicadores Internet Fija por región**

	Satisfacción 6+7		Satisfacción Neta ((1+4) - (6+7))		% Que indica que ha tenido algún problema con el servicio		¿Le han resuelto su problema? % Si		Satisfacción neta con resolución del problema	
	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED
I - Región de Tarapacá	50	38	24	17	71	57	67	90	37	26
II - Región de Antofagasta	36	38	12	7	70	63	61	50	33	34
III - Región de Atacama	34	51	5	17	62	65	66	75	24	12
IV - Región de Coquimbo	52	50	24	28	47	49	57	86	23	22
V - Región de Valparaíso	42	49	20	26	55	56	67	70	39	45
VI - Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	57	55	38	39	46	63	88	77	56	37
VII - Región del Maule	52	47	27	29	51	55	60	61	38	65
VIII - Región del Biobío	46	54	17	38	62	52	57	65	40	49
IX - Región de La Araucanía	53	51	32	34	51	57	72	72	24	43
X - Región de Los Lagos	52	54	38	37	59	54	76	78	47	48
XI - Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	38	56	18	43	74	56	86	80	42	71
XII - Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	41	52	17	32	58	60	50	36	46	22
RM - Región Metropolitana de Santiago	40	43	10	15	64	62	69	71	31	29
XIV - Región de Los Ríos	50	52	37	30	54	56	71	69	44	58
XV - Región de Arica y Parinacota	65	21	60	-19	48	93	68	61	53	24

En los indicadores principales del estudio, todas las regiones a excepción de la II disminuyen su tasa de problemas respecto del primer semestre. En la resolución, mejoran los niveles de resolución en todas las regiones menos en la II que cae 11 puntos respecto del primer semestre. Finalmente, la satisfacción neta se mantiene estable en todas las regiones destacadas.

**Gráfica 115. Satisfacción TV pagada por región 1 y 2 semestre 2015**



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

Sobre la distribución de las regiones y su satisfacción en TV Pagada, en las regiones destacadas en general no hay mayores variaciones, a excepción de la II donde cae la satisfacción de un 58% a un 51% y la insatisfacción también disminuye de un 17% a un 9% manteniendo estable la satisfacción neta. En el resto de las regiones destacadas no se identifican mayores variaciones.

Gráfica 116. Indicadores TV Pagada por región

	Satisfacción 6+7		Satisfacción Neta ((1+4) - (6+7))		% Que indica que ha tenido algún problema con el servicio		¿Le han resuelto su problema? % Si		Satisfacción neta con resolución del problema	
	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED	1 MED	2 MED
I - Región de Tarapacá	63	48	51	33	42	56	89	65	43	31
II - Región de Antofagasta	58	51	41	42	39	32	72	67	27	55
III - Región de Atacama	57	49	35	25	44	42	69	77	33	27
IV - Región de Coquimbo	55	55	42	38	41	42	67	76	48	48
V - Región de Valparaíso	62	61	47	49	32	36	60	70	53	44
VI - Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	63	63	47	50	32	40	61	68	44	50
VII - Región del Maule	61	54	48	38	41	48	73	53	44	53
VIII - Región del Biobío	59	61	45	47	37	36	79	68	43	44
IX - Región de La Araucanía	66	59	53	47	31	37	67	61	54	53
X - Región de Los Lagos	65	59	56	44	34	33	67	73	30	37
XI - Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	68	62	46	51	64	46	56	86	80	50
XII - Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	49	52	33	45	44	36	43	100	25	25
RM - Región Metropolitana de Santiago	51	50	33	34	42	46	72	74	38	39
XIV - Región de Los Ríos	67	61	55	52	36	30	71	65	73	43
XV - Región de Arica y Parinacota	61	50	56	35	46	49	85	68	41	-7

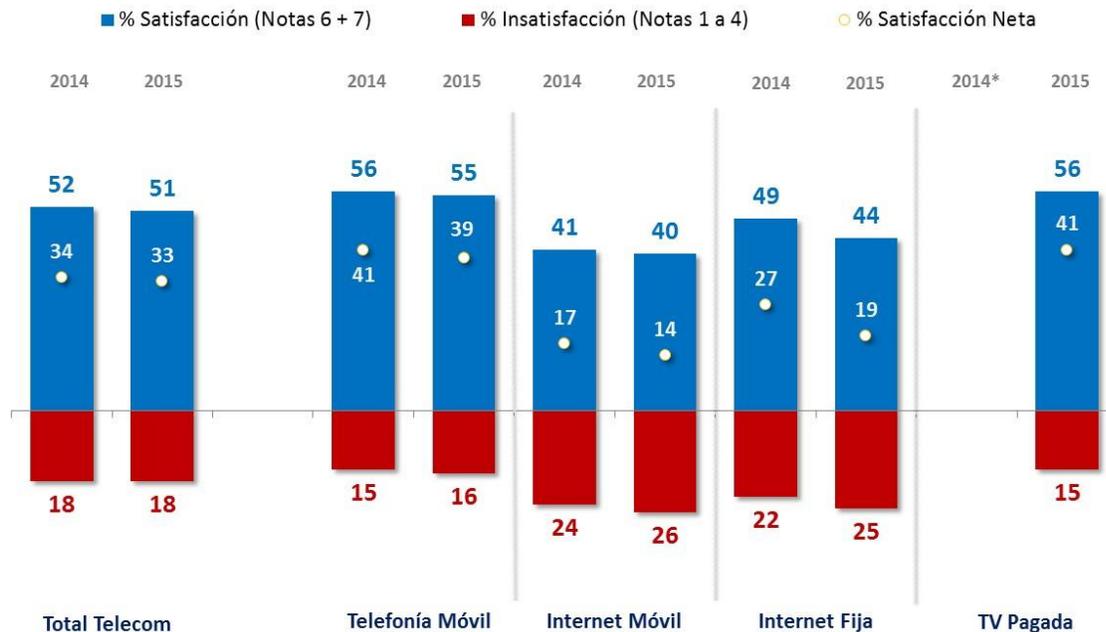
Respecto a los indicadores de TV Pagada, a nivel de las regiones destacadas se mantiene la tasa de problemas en la mayoría de las regiones a excepción de la segunda que disminuye de un 39% a un 32%. Mientras que en la tasa de resolución, baja respecto del primer semestre en la II y VIII región, mientras que aumenta en la X y en la IV. La satisfacción neta con la resolución aumenta en la II y X región, mientras se mantiene estable en las otras regiones destacadas.

## 11. Análisis comparativo 2014 – 2015

En este capítulo se analiza en perspectiva comparada 2014 vs 2015, a nivel general y por servicio observando diferencias a su vez por empresa. Hay que considerar que TV Pagada no se midió en 2014 pero se presenta el consolidado de 2015 de este servicio a modo de referencia.

### 11.1. General para satisfacción, neta y porcentaje de problemas

**Gráfica 117. Satisfacción con servicios 2014 vs 2015**

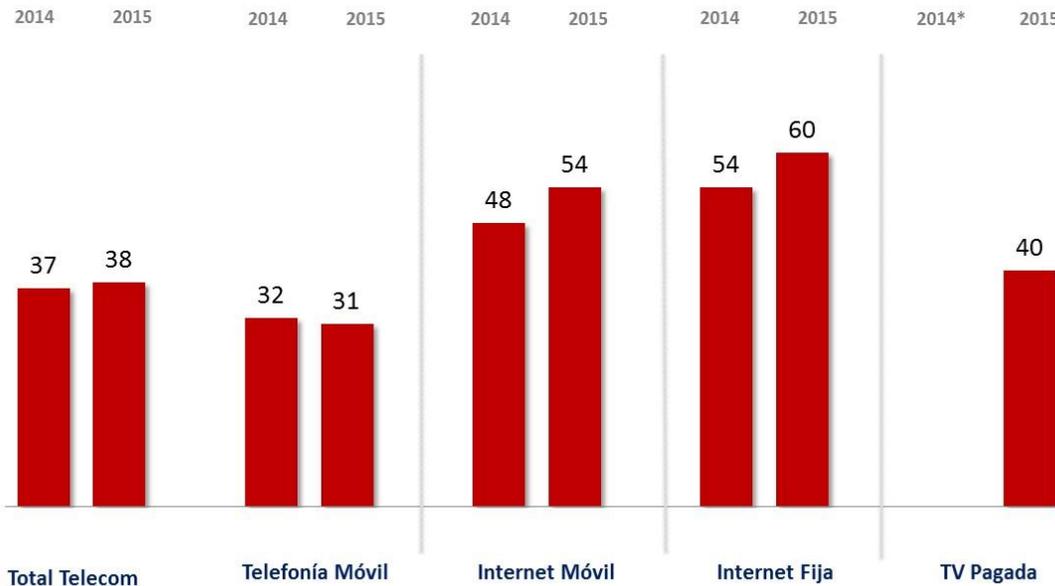


(\*) No se mide TV Pagada en 2014

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

La gráfica 117 muestra que el servicio que sufre una caída más importante entre 2014 y 2015 es internet fija, cayendo su satisfacción de un 49% a un 44% y aumentando la insatisfacción de un 22 a un 25%, afectando así en la satisfacción neta que baja de un 27% a un 19%. En Internet Móvil destaca el aumento en la insatisfacción de un 22% a un 26% cayendo así la satisfacción neta de un 17% a un 14%.

**Gráfica 118. Tasa de problemas con servicios 2014 vs 2015**



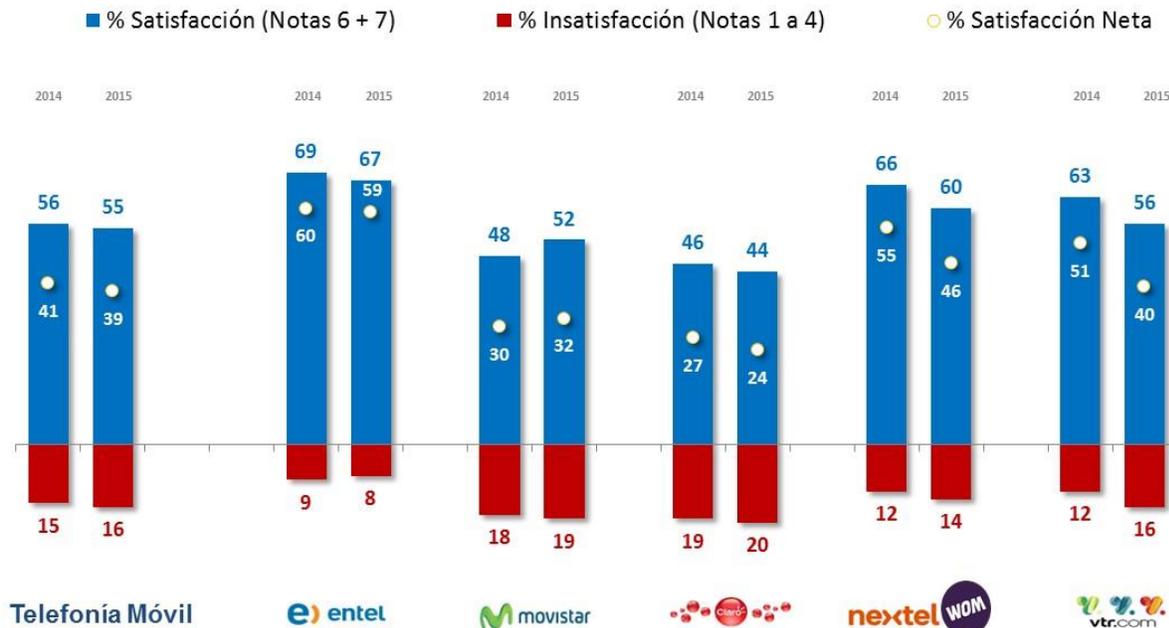
(\*) No se mide TV Pagada en 2014

En terminos de tasa de problemas, solo disminuye en telefonía móvil 1% entre 2014 y 2015, mientras que en Internet Móvil e Internet Fija aumenta en un 6% en ambos casos.

## 11.2. Por servicio y empresa satisfacción, neta y porcentaje de problemas

A continuación se presentan los resultados comparados 2014 vs 2015 por servicio y empresa según servicio. En el caso de TV Pagada se destaca unicamente la medición del año 2015.

**Gráfica 118. Satisfacción con Telefonía Móvil 2014 vs 2015**



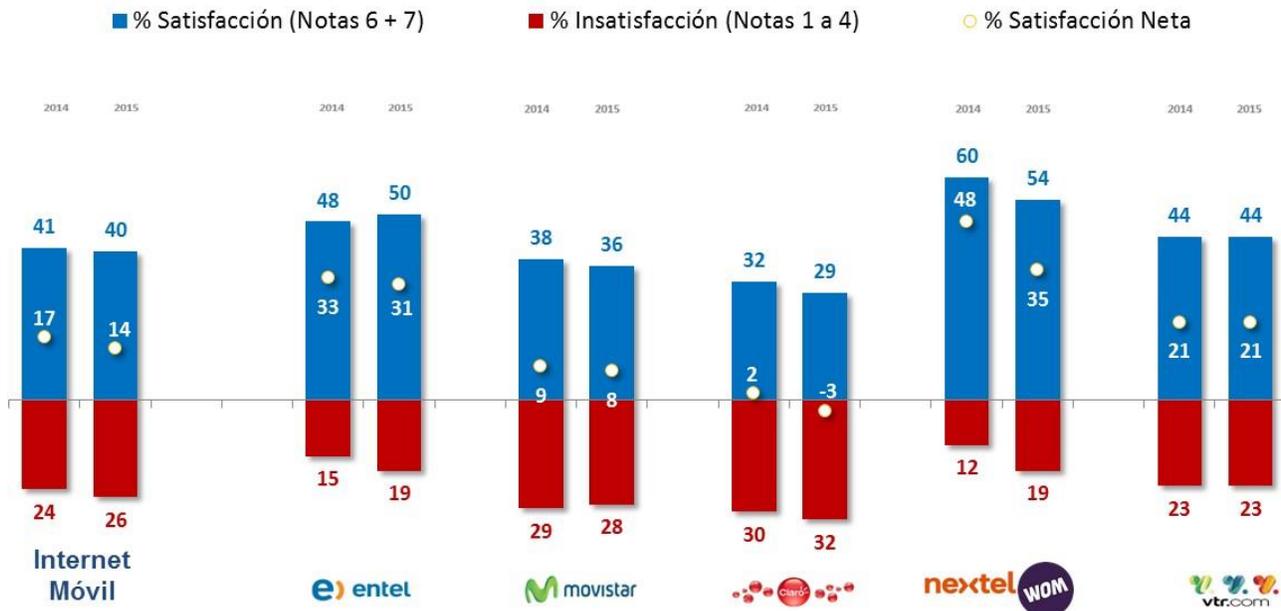
En el caso de telefonía móvil cae entre 2014 y 2015 la satisfacción en Entel y Claro en un 2%, mientras Nextel/Wom y VTR caen 6 y 7% respectivamente, aumentando solo la satisfacción en Movistar. En terminos de insatisfacción solo aumenta de manera importante VTR de un 12% a un 16%, cayendo así la satisfacción neta de un 51% a un 40%, siendo junto a Nextel/Wom (-9) las dos compañías que más caen en su satisfacción neta.

Gráfica 119. Principales indicadores con Telefonía Móvil 2014 vs 2015

	TOTAL											
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
<b>Satisfacción 6+7</b>	<b>56</b>	<b>55</b>	69	67	48	52	46	44	66	60	63	56
<b>Satisfacción Neta ((1+4) - (6+7))</b>	<b>42</b>	<b>39</b>	60	59	30	32	27	24	55	46	48	40
<b>% Que indica que ha tenido algún problema con el servicio</b>	<b>32</b>	<b>31</b>	23	22	38	33	39	43	31	31	32	47
<b>¿Le han resuelto su problema? % Si</b>	<b>43</b>	<b>39</b>	45	47	44	38	40	35	54	39	49	64

En los principales indicadores, se destaca que en Movistar la tasa de problemas baja aunque disminuye a su vez la tasa de resolución. En cambio en VTR aumenta la tasa de problemas y aumenta la tasa de resolución. En general en todas las compañías a excepción de VTR cae la tasa de resolución.

Gráfica 120. Satisfacción con Internet Móvil 2014 vs 2015



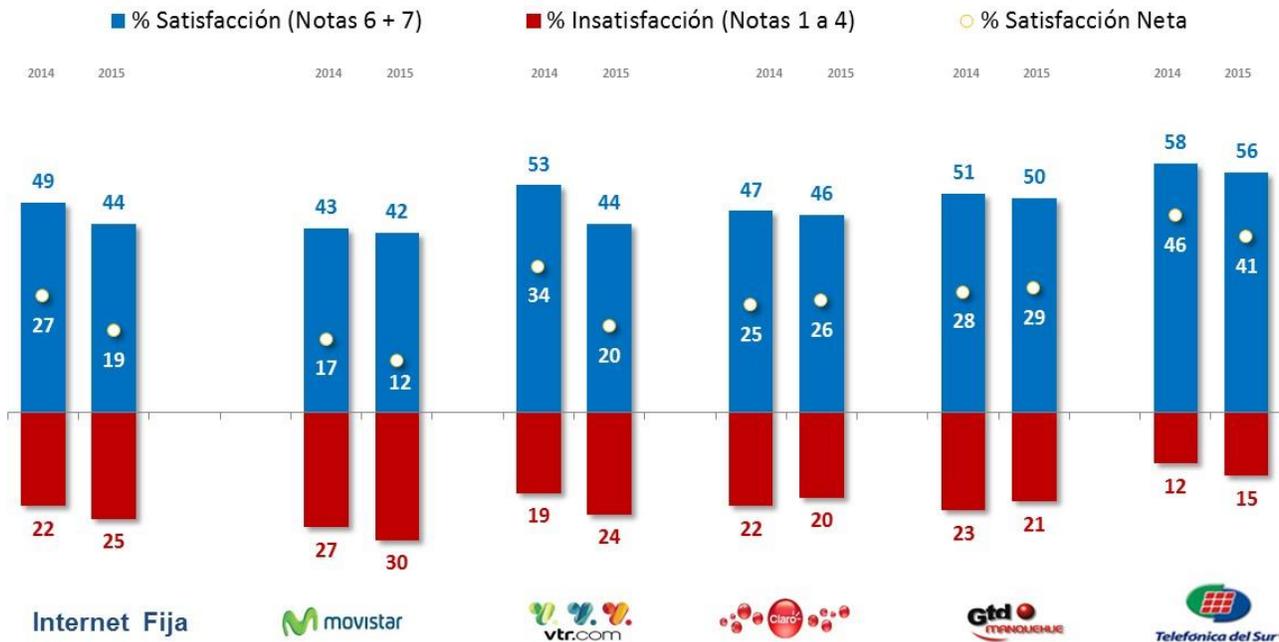
En el caso de Internet Móvil cae la satisfacción neta en Claro producto de la caída en la satisfacción (-3) y aumento en la insatisfacción (+3) entre 2014 y 2015. Aumenta a su vez la insatisfacción en Entel (+4) aunque con un bajo efecto en la satisfacción neta producto del aumento leve en la satisfacción (+2). La mayor caída entre las empresas proveedoras de este servicio es en Nextel/Wom que cae su satisfacción de un 60% a un 54% y aumentando su insatisfacción de un 12% a un 19%, cayendo la satisfacción neta de un 48% a un 35% entre 2014 y 2015. VTR y Movistar se mantienen estables

Gráfica 121. Principales indicadores con Internet Móvil 2014 vs 2015

	TOTAL											
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Satisfacción 6+7	41	40	48	50	38	36	32	29	60	54	44	44
Satisfacción Neta ((1+4) - (6+7))	17	14	33	31	9	8	2	-3	48	35	21	21
% Que indica que ha tenido algún problema con el servicio	48	54	36	49	55	54	55	61	34	40	54	61
¿Le han resuelto su problema? % Si	44	44	53	49	37	43	44	38	56	44	56	64

Respecto a los principales indicadores, aumenta de manera general, a excepción de Movistar, la tasa de problemas entre 2014 y 2015 en el resto de las compañías. Solo VTR y Movistar aumentan en su tasa de resolución.

Gráfica 122. Satisfacción con Internet Fija 2014 vs 2015



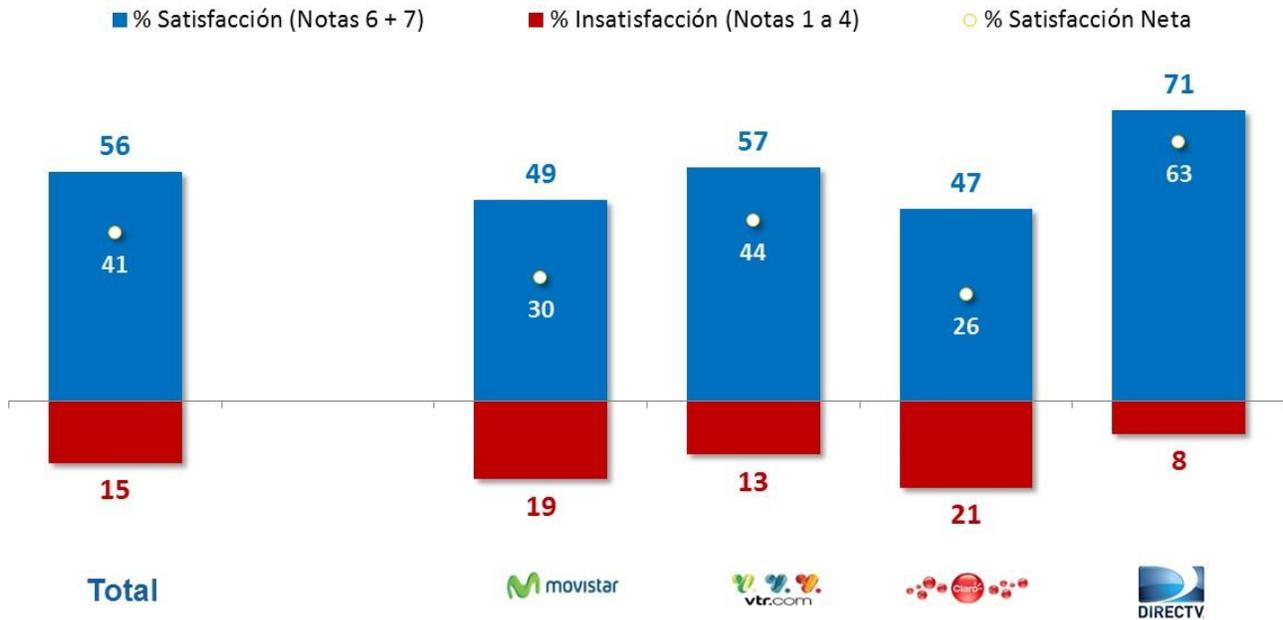
En Internet Fija, aumenta la insatisfacción en tres (Movistar, VTR, Telsur/Telcoy) de las 5 empresas, mientras que disminuye la satisfacción de manera importante solo en VTR, afectando a su vez la caída en su satisfacción neta entre 2014 y 2015, bajando de un 34% a un 20%.

Gráfica 123. Principales indicadores con Internet Fija 2014 vs 2015

	Total											
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Satisfacción 6+7	49	44	43	42	53	44	47	46	51	50	58	56
Satisfacción Neta ((1+4) - (6+7))	27	19	17	12	34	20	25	26	28	29	46	41
% Que indica que ha tenido algún problema con el servicio	54	60	57	61	53	61	52	57	60	58	54	54
¿Le han resuelto su problema? % Si	76	69	74	68	72	67	78	70	79	79	84	78

Entre los principales indicadores, destaca que aumenta la tasa de problemas en Movistar, VTR y Claro, mientras que en GTD y Telsur/Telcoy se mantiene estable. A excepción de GTD, la tasa de resolución cae en el resto de las compañías entre 2014 y 2015, siendo Claro la de mayor caída (-8).

**Gráfica 124. Satisfacción con Televisión Pagada 2014 vs 2015**



(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".  
 (\*\*) TV Pagada no fue medida durante el año 2014.

En el caso de TV Pagada, y como se ha destacado anteriormente, solo se presenta la información consolidada en 2015, siendo DirecTV la empresa con mejor satisfacción del año (71%) y Claro la de peor evaluación de satisfacción (47%) y más alta insatisfacción (21%).

Gráfica 125. Principales indicadores con TV Pagada 2014 vs 2015

	Total	 movistar	 vtr.com	 claro	 DIRECTV
	2015	2015	2015	2015	2015
<b>Satisfacción 6+7</b>	56	49	57	47	71
<b>Satisfacción Neta ((1+4) - (6+7))</b>	41	30	44	26	63
<b>% Que indica que ha tenido algún problema con el servicio</b>	40	51	33	51	27
<b>¿Le han resuelto su problema? % Si</b>	71	74	73	65	66

En los indicadores principales, se destaca el alto porcentaje de problemas en Claro y Movistar ambos con un 51%. Aunque mientras la tasa de resolución en Claro es la más baja comparativamente con las otras empresas (65%) y Movistar la más alta (74%).

## 12. Conclusiones y Recomendaciones

Las principales **conclusiones** de la medición 2 de la Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Telecomunicaciones de 2015 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 segunda 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 y el Norte. Por el contrario, los servicios fijos obtienen mejores calificaciones en el Sur

## Satisfacción Compañías

- ✓ Telefonía Móvil
  - Entel lidera en su satisfacción entre las compañías de telefonía móvil, mientras Claro presenta el peor desempeño.
- ✓ Internet Móvil
  - Entel lidera en satisfacción y satisfacción neta entre las compañías de internet móvil. Movistar mejora en el segundo semestre en su satisfacción y satisfacción neta al igual que Claro, aunque este último mantiene una satisfacción neta negativa (-1). Nextel/Wom cae en el segundo semestre, misma situación que VTR.
- ✓ Internet Fija
  - Todas las compañías a excepción de Claro mejoran en su satisfacción y satisfacción neta, siendo Telsur/Telcoy quienes lideran la evaluación entre las empresas en Internet Fija.
- ✓ Televisión Pagada
  - En Televisión Pagada destaca DirectTV, único operador dedicado exclusivamente a este servicio. Los demás operadores ofrecen, además de televisión, servicios de internet y telefonía. Cae la satisfacción de Claro entre el primer y segundo semestre 2015.
  - 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 48% 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 SUBTEL se mantiene en un 19%.
- ✓ 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 manteniendo su presencia como institución protectora. 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.

Se enfatizan las **recomendaciones** de mejora para los operadores de telecomunicaciones respecto de la primera medición y se complementa con lo realizado en esta segunda medición. Se ordenan a continuación según jerarquía de relevancia, considerando tanto la primera y segunda medición de 2015:

### 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.

#### 5. Preparación para posibles catástrofes:

- Chile al ser un país sísmico y que a lo largo y ancho de su geografía también puede tener otro tipo de catástrofes de la naturaleza lo que puede sufrir consecuencias en los servicios que proporcionan las telecomunicaciones. Es así como a modo de recomendación se sugiere que Subtel pueda intensificar recomendaciones ante estas situaciones, identificando experiencia internacional ante futuras catástrofes.

## 13. 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, la 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%.

## 14. Cuestionarios

### 14.1. Anexo I: Cuestionario Telefonía 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 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 EMPRESA PROVEEDORA, PREGUNTAR POR LA QUE PAGA LA PERSONA O ALGUIEN DEL HOGAR (NO UNA EMPRESA), O ES LA QUE USA EN FORMA MÁS FRECUENTE

Movistar	1			
Entel	2			
VTR		3		
Claro	4			
Wom	5			
Otra (Especificar)_____	9			<b>CIERRE</b>

**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/N C
	1	2	3	4	5	6	7	
Satisfacción general con el servicio de TELEFONÍA MÓVIL								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
	1	2	3	4	5	6	7	
Satisfacción con la resolución de su problema								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

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

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

## AGRADEZCA Y CIERRE

14.2. Anexo II: Cuestionario Internet 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 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 EMPRESA PROVEEDORA, PREGUNTAR POR LA QUE PAGA LA PERSONA O ALGUIEN DEL HOGAR (NO UNA EMPRESA), O ES LA QUE USA EN FORMA MÁS FRECUENTE

Movistar	1
Entel	2
VTR	3
Claro	4
Wom	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

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

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

## CERRAR Y AGRADECER

14.3. Anexo III: Cuestionario Internet Fija

	Nº ESTUDIO	Nº FILTRO
--	------------	-----------



1	3	1	9	0	E	X	8	0	2	4
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

## 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	→	<b>AGRADEZCA Y CIERRE</b>

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

SI	1	→	<b>PASE A A1</b>
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/N C
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/ N C
	1	2	3	4	5	6	7	
Satisfacción con la resolución de su problema								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/N C
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

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

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

## AGRADEZCA Y CIERRE

14.4. Anexo IV: Cuestionario TV Pagada

 RANCAGUA 0333 - FONOS: 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	<b>CIERRE</b>

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

REGISTRE AÑOS: \_\_\_\_\_

REGISTRE MESES: \_\_\_\_\_

### 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/N C
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/N C
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

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

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

## AGRADEZCA Y CIERRE