

Informe II  
Resultados Primera Medición  
2016

25 de Julio 2016

## Contenido

1.	Presentación .....	4
2.	Objetivos del Estudio .....	6
2.1.	Objetivo General.....	6
2.2.	Objetivos Específicos .....	6
3.	Descripción Metodológica.....	8
3.1.	Tipo de Estudio .....	8
3.2.	Universo.....	8
3.3.	Grupo Objetivo y Cobertura .....	8
3.4.	Diseño Muestral.....	9
3.5.	Cuestionarios .....	9
3.6.	Muestras .....	13
3.7.	Muestras históricas por servicio.....	14
3.8.	Perfil de los Entrevistados .....	15
3.9.	Principales indicadores usados en el informe .....	16
4.	Resumen ejecutivo .....	19
5.	Conocimiento Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones y Rol SUBTEL.....	23
6.	Resultados Generales .....	27
6.1.	Satisfacción .....	27
6.2.	Problemas, Reclamos y Resolución .....	32
7.	Resultados por servicio.....	38
7.1.	Telefonía Móvil.....	38
7.1.1.	Perfil de los entrevistados .....	38
7.1.2.	Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil.....	41
7.1.3.	Problemas, reclamos y resolución: Telefonía Móvil.....	47
7.1.4.	Principales indicadores .....	75

7.2.	Internet Móvil .....	76
7.2.1.	Perfil de los entrevistados .....	76
7.2.2.	Satisfacción con empresas de Internet Móvil .....	79
7.2.3.	Problemas, reclamos y resolución: Internet Móvil .....	88
7.2.4.	Principales indicadores .....	116
7.3.	Internet Fija .....	117
7.3.1.	Perfil de los entrevistados .....	117
7.3.2.	Satisfacción con empresas de Internet Fija .....	120
7.3.3.	Problemas, reclamos y resolución: Internet Fija .....	127
7.3.4.	Principales indicadores .....	150
7.4.	Televisión Pagada .....	151
7.4.1.	Perfil de los entrevistados .....	151
7.4.2.	Satisfacción con empresas de Televisión Pagada .....	154
7.4.3.	Problemas, reclamos y resolución: Televisión Pagada .....	159
7.4.4.	Principales indicadores .....	182
8.	Ranking de Calidad 2016 .....	183
9.	Análisis comparativo por Región .....	189
10.	Conclusiones .....	197
11.	Ponderadores .....	200
12.	Cuestionarios .....	201
12.1.	Anexo I: Cuestionario Telefonía Móvil .....	201
12.2.	Anexo II: Cuestionario Internet Móvil .....	207
12.3.	Anexo III: Cuestionario Internet Fija .....	214
12.4.	Anexo IV: Cuestionario TV Pagada .....	221

## 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, 2014 y 2015, y deberá ser ejecutado durante el año 2016 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) 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. Descripción Metodológica

#### 3.1. 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*”).

#### 3.2. 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.

#### 3.3. 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

### 3.4. 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, a excepción de Pacífico Cable en Internet fija cuyo error es de 6,9% y la sumatoria de Telcoy y Telsur que tiene un error de 3,2%. Al interior de las compañías y sus servicios, las muestras fueron aleatorias, proporcionales por región y tipo de cliente.

### 3.5. Cuestionarios<sup>1</sup>

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

La primera medición de 2016 ha realizado los siguientes ajustes a la Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones:

#### **Sobre empresas y servicios:**

- Producto del análisis de la cantidad de usuarios por cada servicio, se modifica lo siguiente:
  - Se incorpora Virgin en los servicios móviles (telefonía e internet) en reemplazo de VTR.
  - En TV pagada se incorpora Entel debido a su alza significativa de suscriptores.
  - Se incorpora Pacífico cable en reemplazo de GTD en internet fija.

---

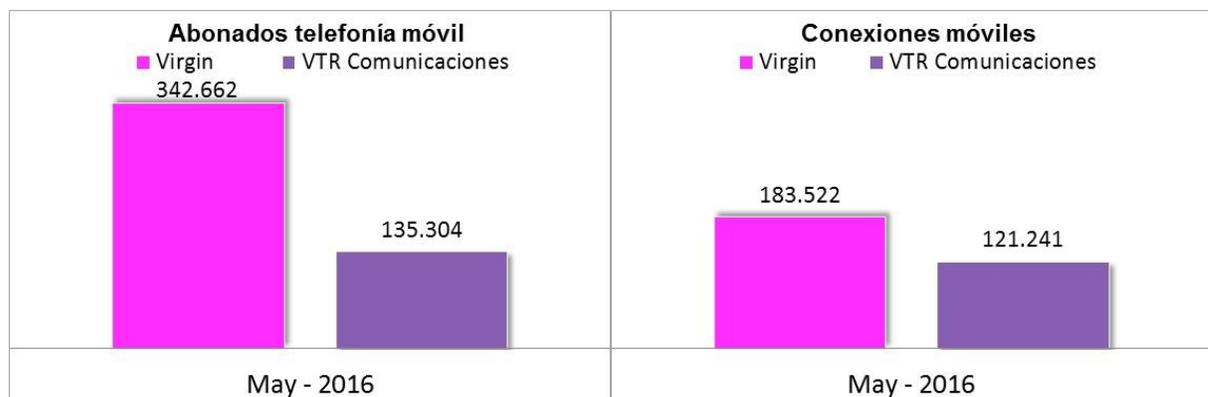
<sup>1</sup> Se adjuntan cuestionarios en los Anexos del informe.

### **Servicios móviles: Telefonía e Internet**

En base a los antecedentes entregados por la contraparte técnica de Subtel, se puede comprobar que el número de abonados y conexiones de Virgin es considerablemente mayor a la de VTR. Es por esto que se justifica incorporar a Virgin en las mediciones, dejando fuera para esta medición a VTR.

Con ello no se aumenta el número de muestras y se continúa evaluando a 5 empresas de servicios móviles. Además, cómo VTR se evalúa igual en los servicios fijos, con este cambio se evalúa a un operador más en el estudio completo sin aumentar la muestra y considerando más usuarios.

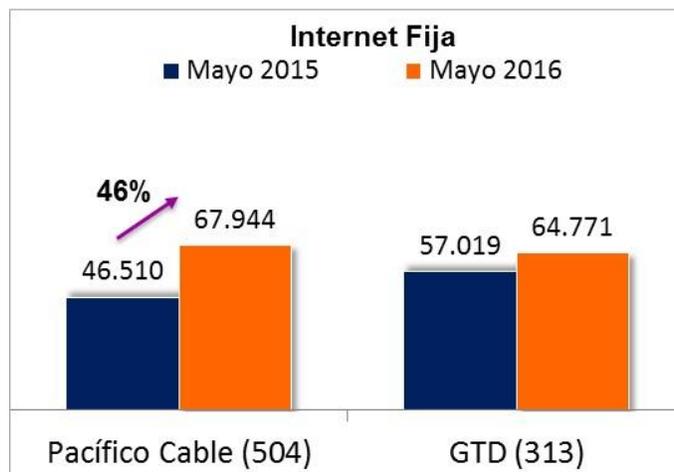
Gráfica 1. **Abonados y conexiones móviles Virgin y VTR Comunicaciones – Mayo 2016**



**Internet fija:**

Con el fin de abarcar una mayor cantidad de regiones a través del territorio nacional, se considera cambiar GTD por Pacífico Cable, ya que GTD sólo está presente en la RM y Pacífico Cable desde la octava región hacia el sur, incorporando así, más usuarios de provincias.

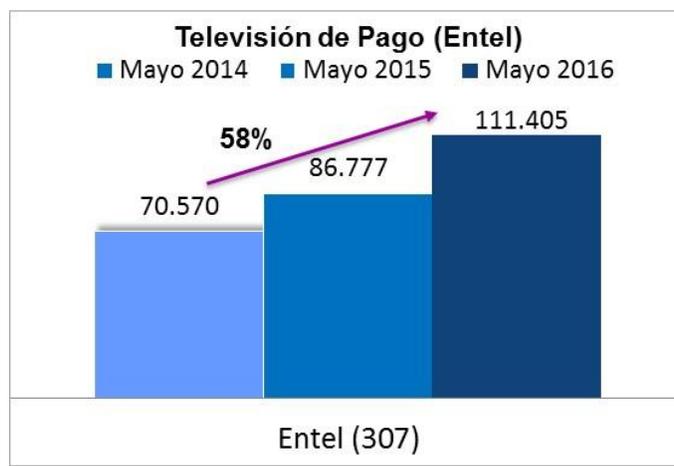
Gráfica 2. Conexiones fijas por empresa



**Televisión pagada:**

En el servicio de TV de pago se consideró importante incluir a Entel, debido al alza significativa de suscripciones que ha incorporado la empresa en el último tiempo. Esto aumentó la cantidad total de encuestas respecto a las mediciones anteriores en 700 casos.

Gráfica 3. Suscriptores de Tv por empresa



**Sobre el cuestionario versión 2016:**

- En el caso en que el entrevistado haya realizado un reclamo y es efectuado en la compañía proveedora del servicio, se incorporaron preguntas con el fin de indagar sobre el canal de reclamo (telefónico/web/presencial) y evaluar la satisfacción al momento de realizar el reclamo (solo telefónico/presencial). Esta pregunta se incorporó para todos los servicios.
- Para los servicios de Internet Fija y TV Pagada, cuando el problema ameritaba un agendamiento del técnico en el hogar, se incorporaron preguntas para evaluar su desempeño.
- Limpieza y ajustes de bases de datos entre la contraparte técnica de Subtel y Cadem.
- Adicionalmente se elaboró una plataforma online para mantener en línea el trabajo de campo realizado, distinguiendo entre los distintos servicios y operadores.

### 3.6. Muestras

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

Gráfica 4. **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	700	3,7%	95%	700	3,7%	95%	No opera			No opera		
Entel PCS	700	3,7%	95%	700	3,7%	95%	No opera			No opera		
Claro Chile S.A	700	3,7%	95%	700	3,7%	95%	No opera			No opera		
WOM S.A	700	3,7%	95%	700	3,7%	95%	No opera			No opera		
Virgin Mobile Chile SPA	700	3,7%	95%	700	3,7%	95%	No opera			No opera		
VTR Comunicaciones	No opera			No opera			700	3,7%	95%	700	3,7%	95% (1)
Telefónica Chile	No opera			No opera			700	3,7%	95%	700	3,7%	95% (2)
Claro Comunicaciones	No opera			No opera			700	3,7%	95%	700	3,7%	95% (3)
DirecTV	No opera			No opera			700	3,7%	95%	No opera		
Entel S.A	No opera			No opera			700	3,7%	95%	No opera		
Telefónica del Sur	No opera			No opera			No opera			700	3,2%	95% (5; 6)
Telefónica Coyhaique	No opera			No opera			No opera			200		
Pacífico Cable	No opera			No opera			No opera			200	6,9%	95% (4)
<b>TOTAL</b>	<b>3.500</b>	<b>1,7%</b>	<b>95%</b>	<b>3.500</b>	<b>1,7%</b>	<b>95%</b>	<b>3.500</b>	<b>1,7%</b>	<b>95%</b>	<b>3.200</b>	<b>1,7%</b>	<b>95%</b>

(1) Todas las regiones menos en la XI y XII

(2) Está en todas las regiones del país

(3) Todas las regiones menos la XI

(4) Solo en VIII, IX y XIV

(5) Se procesa junto a Telcoy

(6) Solo en XI Región

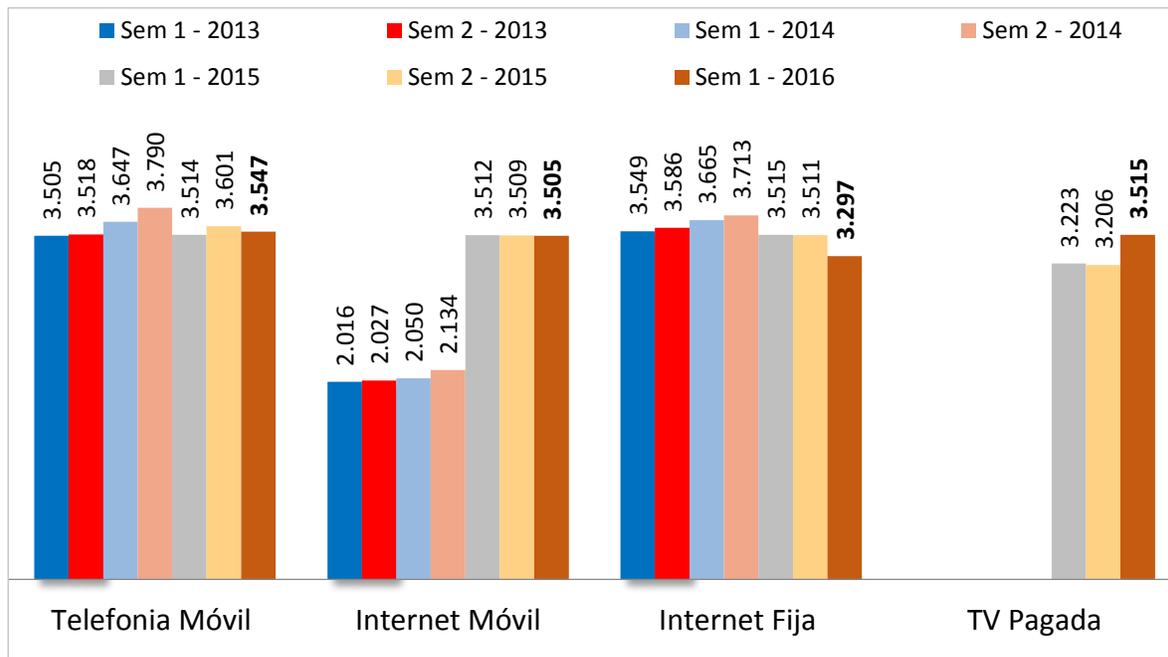
Las ponderaciones por servicio y operador se detallan al final del presente documento.

### 3.7. Muestras históricas por servicio

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

Cadem, en base a este requisito, propuso una muestra de 3.500 encuestas semestrales para los servicios de Telefonía Móvil, Internet Móvil, TV de pago y 3.200 casos para la Internet Residencial Fija, 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, a excepción de Pacífico Cable en Internet fija cuyo error es de 6,9%.

Gráfica 5. Muestras en mediciones desde 2013



### 3.8. Perfil de los Entrevistados

La siguiente gráfica muestra cómo se distribuyen los entrevistados de cada estudio en esta primera medición de 2016:

Gráfica 6. **Perfil Demográfico por servicio**

	(%) Telefonía Móvil	(%) Internet Móvil	(%) Internet Fija	(%) TV Pagada
<b>Hombre</b>	48	52	45	43
<b>Mujer</b>	52	48	55	57
<b>18 a 39</b>	39	39	38	36
<b>40 o más</b>	61	61	62	64
<b>RM</b>	34	42	50	42
<b>Otras regiones</b>	66	58	50	58

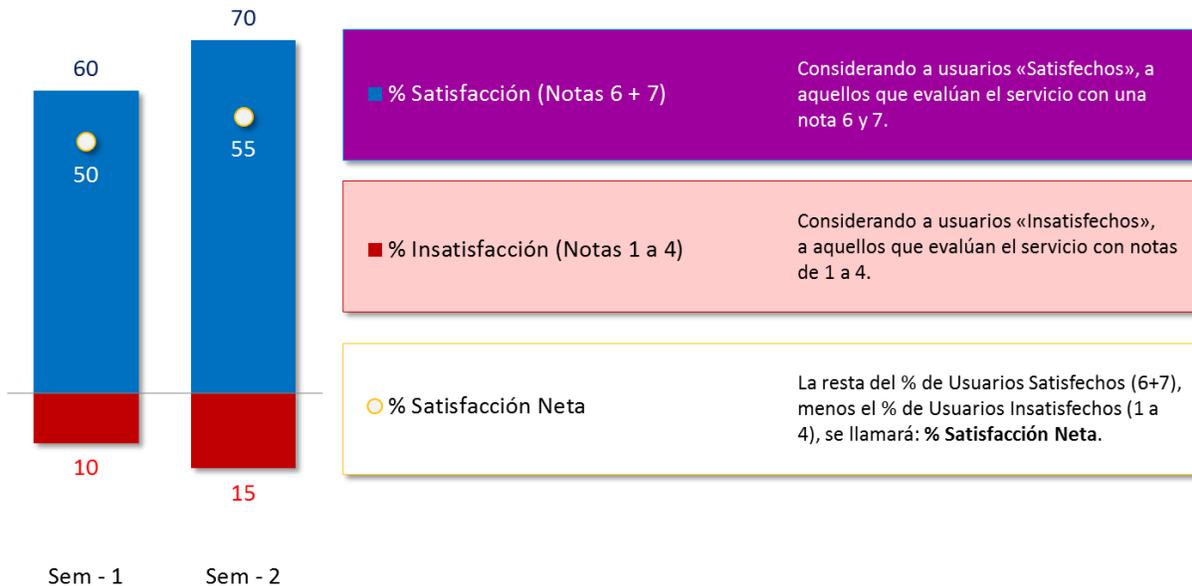
Por ejemplo, los resultados globales de Internet Móvil corresponden a un 48% de mujeres y el 52% restante corresponde a hombres. En TV pagada, en cambio, el perfil de los entrevistados corresponde a un 57% de mujeres y 43% de hombres. Por zona geográfica, en Telefonía Móvil un 66% de los entrevistados son de otras regiones distintas a RM. Cabe recordar que este resultado sigue la proporción de conexiones correspondientes por zona, ya que es una variable de ponderación.

### 3.9. Principales indicadores usados en el informe

En términos del análisis de los resultados, los principales indicadores usados en este 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:

Gráfica 7. **Principales indicadores**

*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 presentarán los principales elementos positivos y negativos de las evaluaciones a los servicios, en los casos en que hay una diferencia superior e inferior a 5 puntos respecto al promedio, con marcadores de la siguiente forma:

- Indica aspectos positivos a destacar
- Indica aspectos negativos a destacar

En los casos de que más de un servicio tenga una diferencia de más de cinco puntos respecto al promedio, se destaca el servicio con la mayor diferencia. En el informe también se analizan los distintos indicadores, estos son, tasa de problemas, tasa de reclamos y tasa de resolución.

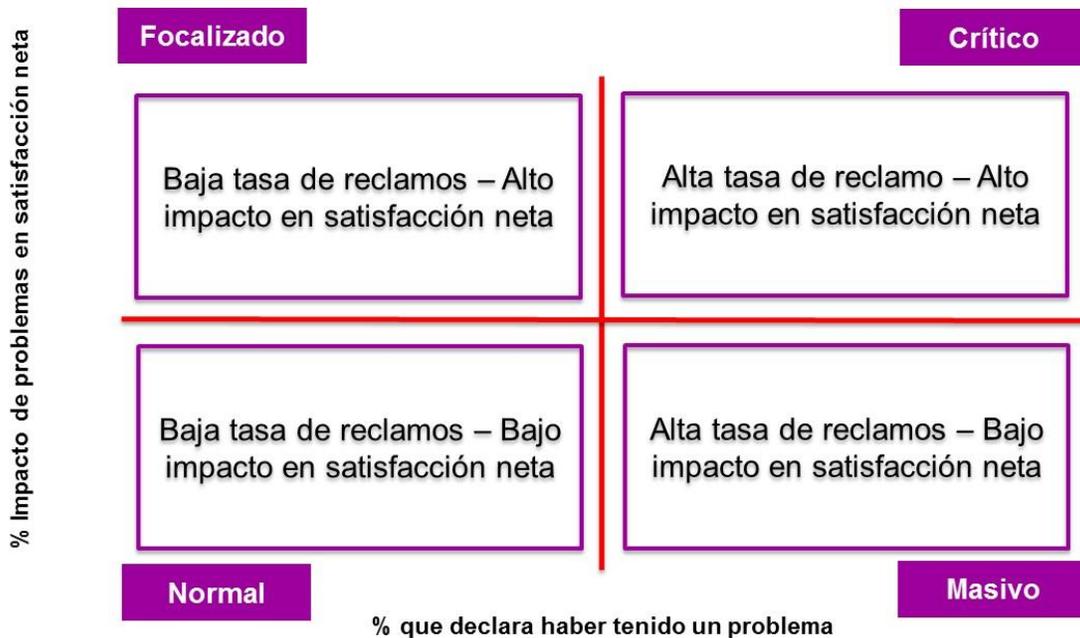
$$\textit{Tasa de problemas} = \frac{\textit{Cantidad de usuarios que dicen haber tenido problemas}}{\textit{Cantidad total de encuestados}}$$

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

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

Otro indicador relevante que se presenta en este informe son los gráficos de impacto. Los **GRAFICOS DE IMPACTO** son una herramienta de análisis muy útil a la hora de revisar los efectos de una variable sobre otra. Utilizando cuatro cuadrantes se muestra en este caso, el impacto de la tasa de problemas sobre la satisfacción neta de los usuarios. En el cuadro a continuación se describe lo que significa la ubicación del elemento analizado (servicio, empresa y/o zona geográfica) en cada uno de estos cuadrantes.

### Interpretación Gráfico de Impacto



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

## 4. Resumen ejecutivo

A continuación se exponen algunos de los resultados más relevantes de los 4 servicios y Derechos del Consumidor de Servicio de Telecomunicaciones, 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, son expuestos usando Gráficas, en los cuales se podrá comparar la medición actual con las mediciones desde el año 2013, para lo cual se utilizará la siguiente notación:

- 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.
- Semestre N°2 año 2015: Sem 2 - 2015.
- Semestre N°1 año 2016: Sem 1 - 2016.

En la presente medición se observa que:

a) Derechos del Consumidor de Servicios de Telecomunicaciones:

- Un 91% reconoce al menos un derecho de forma asistida, bajando dos puntos porcentuales respecto al segundo semestre del año 2015.
- Entre los derechos medidos, los más reconocidos son el derecho a “poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento” y el derecho a “reclamar ante la empresa por disconformidad con el servicio prestado”, ambos presentando un 68% de conocimiento.
- En términos evolutivos, el derecho a “reclamar ante la empresa por disconformidad”, si bien aumentó entre 2014 y 2015, en 2016 disminuye su conocimiento de un 72% a un 68% en comparación a la medición anterior.
- A su vez, de manera consecutiva, continua disminuyendo el conocimiento respecto de que “las compañías de telefonía fija y móvil no pueden enviar sus antecedentes a Dicom” de 36% a 34%. Desde el primer semestre de 2014 ha disminuido un 7%.
- Sobre la percepción hacia las instituciones que protegen los derechos de los consumidores de servicios de telecomunicaciones, un 62% indica que Sernac es la institución que hace que sus derechos se sientan más protegidos, mientras que un 19% indica que es 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: 40% a 49%.
  - Internet Móvil: 16% a 22%.
- Los usuarios de Internet Fija bajan su nivel de satisfacción neta con el servicio de un 20% a un 11%, -9 puntos porcentuales respecto de la medición anterior.
- La satisfacción neta de los usuarios de TV Pagada es de un 47%, subiendo 7 puntos porcentuales respecto de la medición anterior.

- Telefonía Móvil

- ✓ Satisfacción neta (49%)

- ✓ Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta
  - Virgin: 64%
  - Claro: 33%
- ✓ Zona con Mejor y Peor satisfacción neta
  - Norte: 52%
  - Centro: 44%
- ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
  - Entel: 20%
  - WOM: 37%

- Internet Móvil:

- ✓ Satisfacción neta (22%)

- ✓ Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta
  - Virgin: 51%
  - Claro: 3%
- ✓ Zona con Mejor y Peor satisfacción neta
  - Centro: 24%
  - Sur y RM: 21%
- ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
  - Virgin: 36%
  - Claro: 57%

- Internet Fija:

- ✓ Satisfacción neta (11%)

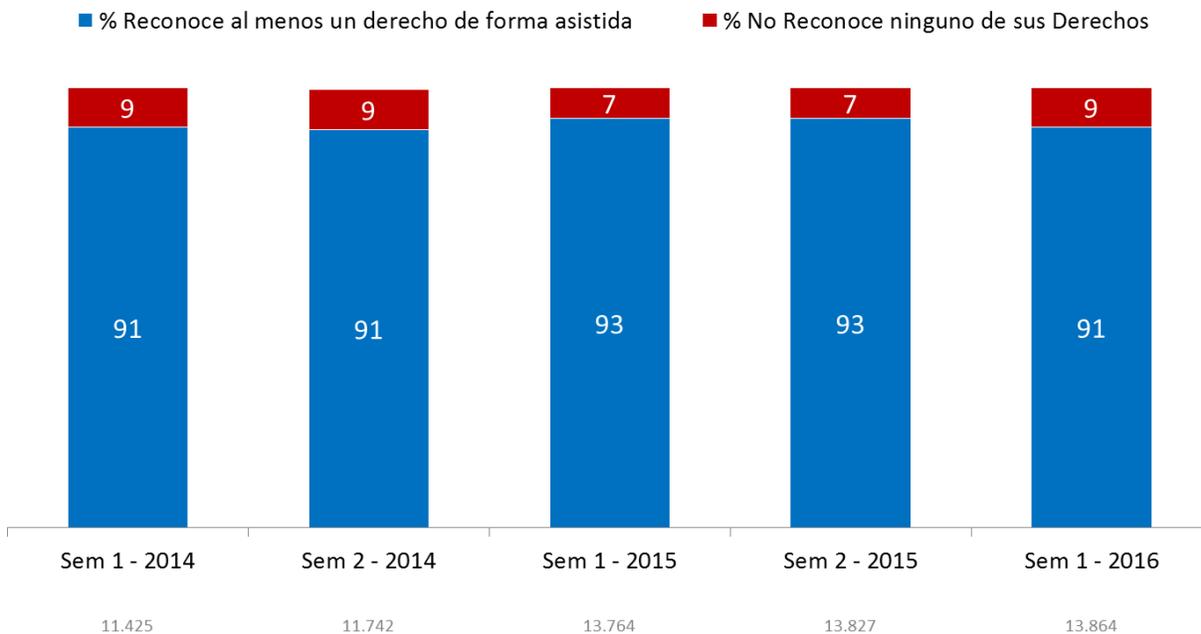
- ✓ Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta
  - Telsur/Telcoy: 46%
  - Movistar: 3%
- ✓ Zona con Mejor satisfacción y Peor satisfacción neta
  - Sur: 26%
  - RM: 5%

- ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
  - VTR: 67%
  - Telsur/Telcoy: 51%
- TV Pagada:
- ✓ Satisfacción neta (47%)
  - ✓ Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta
    - DirecTV: 73%.
    - Movistar: 28%
  - ✓ Zona con Mejor satisfacción y Peor satisfacción neta
    - Sur: 55%
    - RM: 39%
  - ✓ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas
    - DirecTV: 19%
    - Movistar: 47%

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

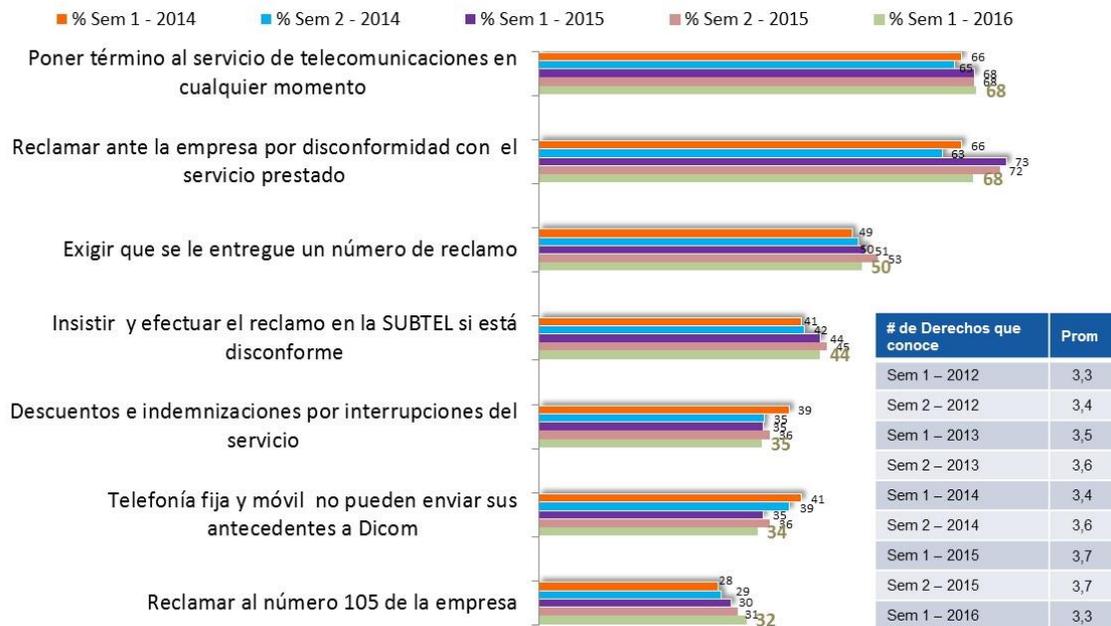
El estudio indaga sobre el conocimiento de los entrevistados sobre derechos del consumidor. La pregunta aplicada fue: *“Le voy a leer algunos derechos que Ud. tiene como consumidor de servicios de Telecomunicaciones y Ud. me dirá si sabía que existía ese derecho. Veamos, ¿Sabía usted que tiene derecho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

Gráfica 8. **Conocimiento de los usuarios sobre derechos del consumidor de servicios de Telecomunicaciones**



El reconocimiento de al menos un derecho como usuario de telecomunicaciones cae respecto a la medición anterior de un 93% a un 91%.

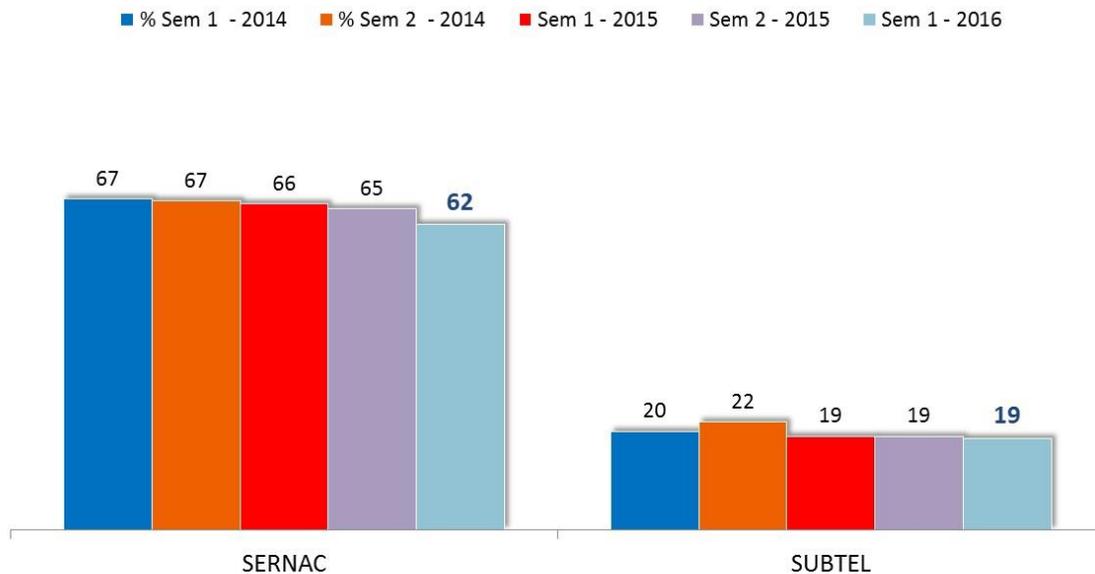
Gráfica 9. Conocimiento de derechos, últimas 3 mediciones



Como es posible observar en el gráfico evolutivo, “reclamar al número 105 de la empresa” es el único derecho del consumidor que sube su nivel de conocimiento respecto a la medición anterior (1 punto porcentual). En cuanto al derecho el realizar un reclamo ante la SUBTEL, cae en un punto porcentual respecto de la medición anterior (45% a 44%).

*“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 10. Evolutivo 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” (3%); “No sabe/No responde” (16%).

A nivel general, Sernac es la institución que se reconoce mayormente como la que protege los derechos del consumidor en telecomunicaciones (62%), obteniendo una baja respecto de la medición anterior (65%). En cuanto al sentimiento de protección por parte de Subtel, el porcentaje se mantiene respecto de la medición anterior, alcanzando un 19%.

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

- Un 91% 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 (68%) 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 (3,3 de 7).
- Sernac se mantiene como la institución que entrega más seguridad para hacer valer los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, y se mantiene la percepción por la SUBTEL respecto a la medición anterior.

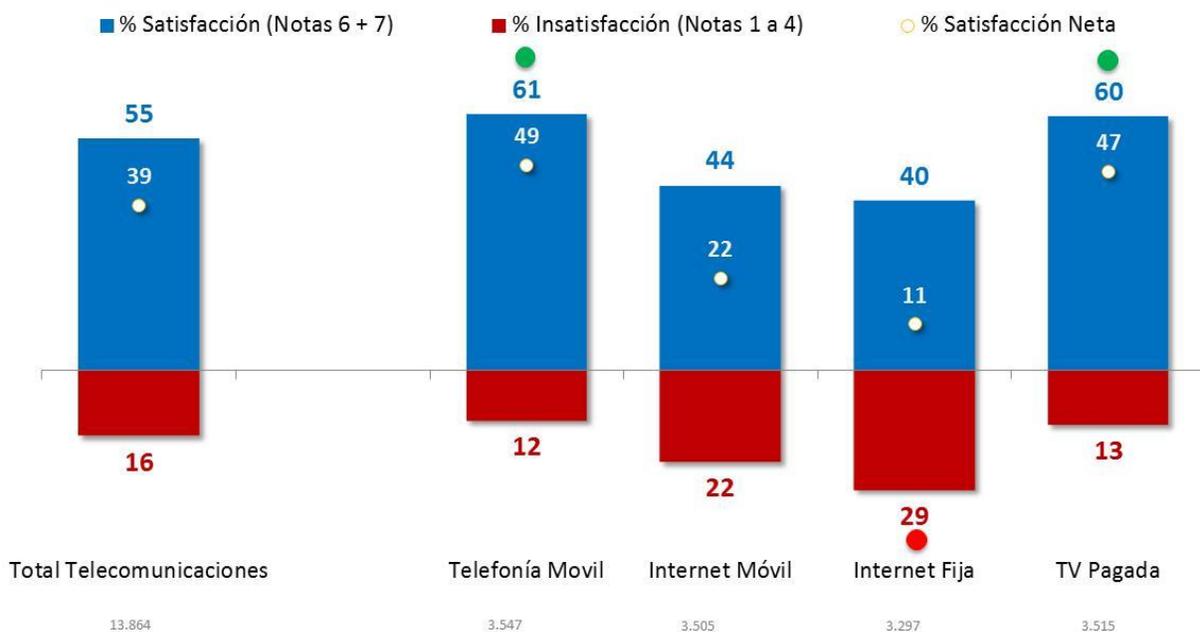
## 6. Resultados Generales

### 6.1. 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...?”*.

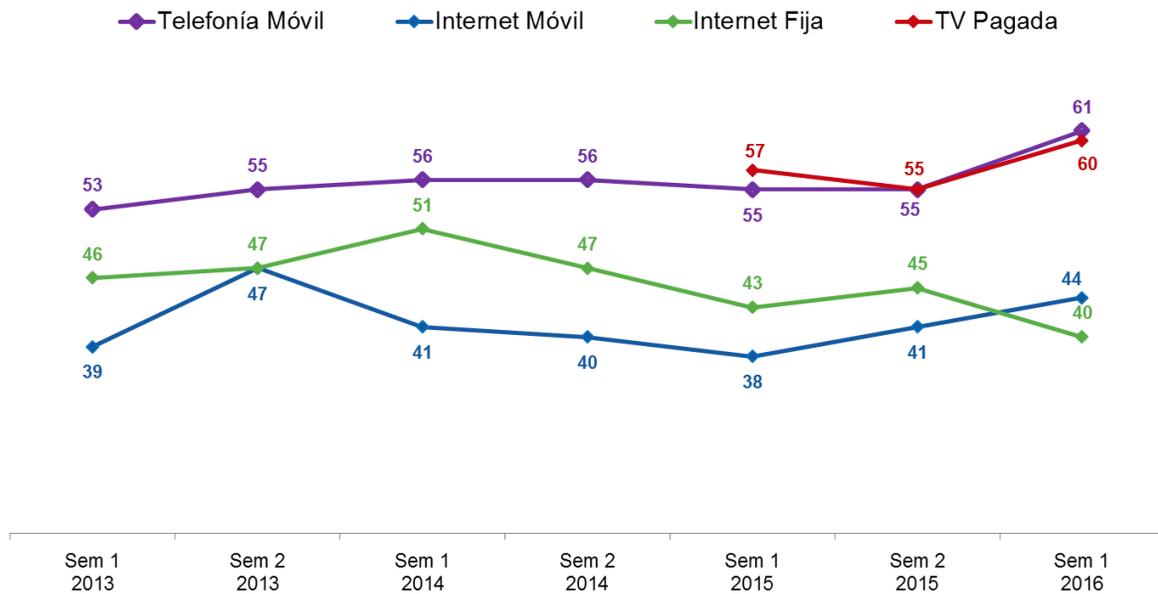
Los servicios de telecomunicaciones muestran diferentes niveles de satisfacción, lo que se puede apreciar en la siguiente gráfica:

Gráfica 11. **Satisfacción General con servicios de telecomunicaciones – Por servicio**



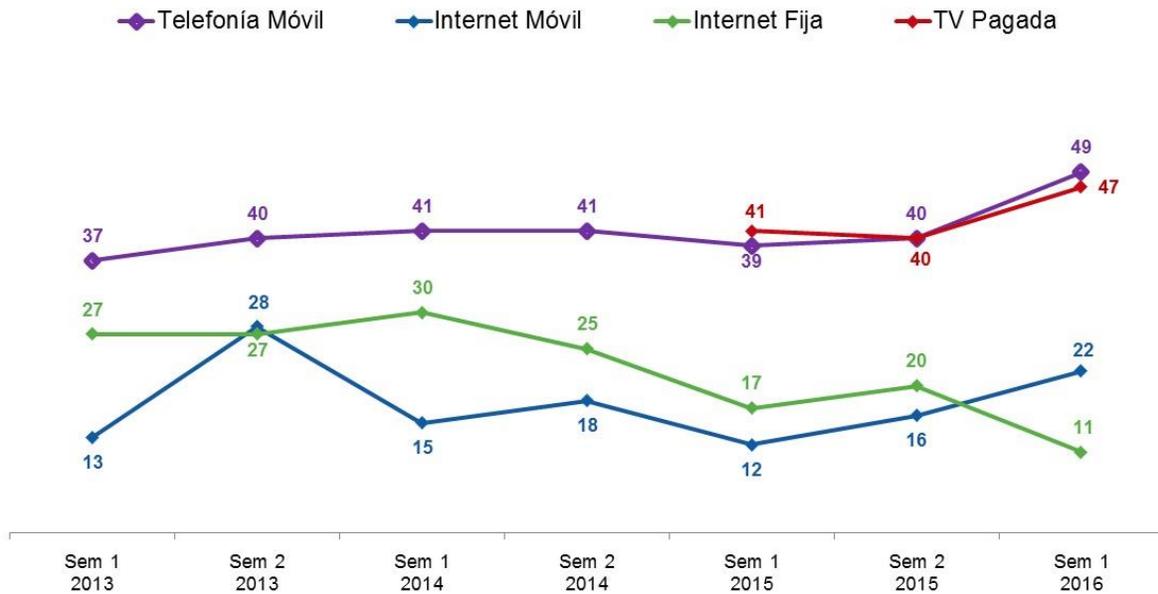
El total de los servicios de telecomunicaciones evaluados alcanza un 39% de satisfacción neta, mientras que de los servicios medidos el mejor evaluado es Telefonía Móvil con 49% de satisfacción neta y el peor es Internet Fija, con 11% de satisfacción neta total.

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



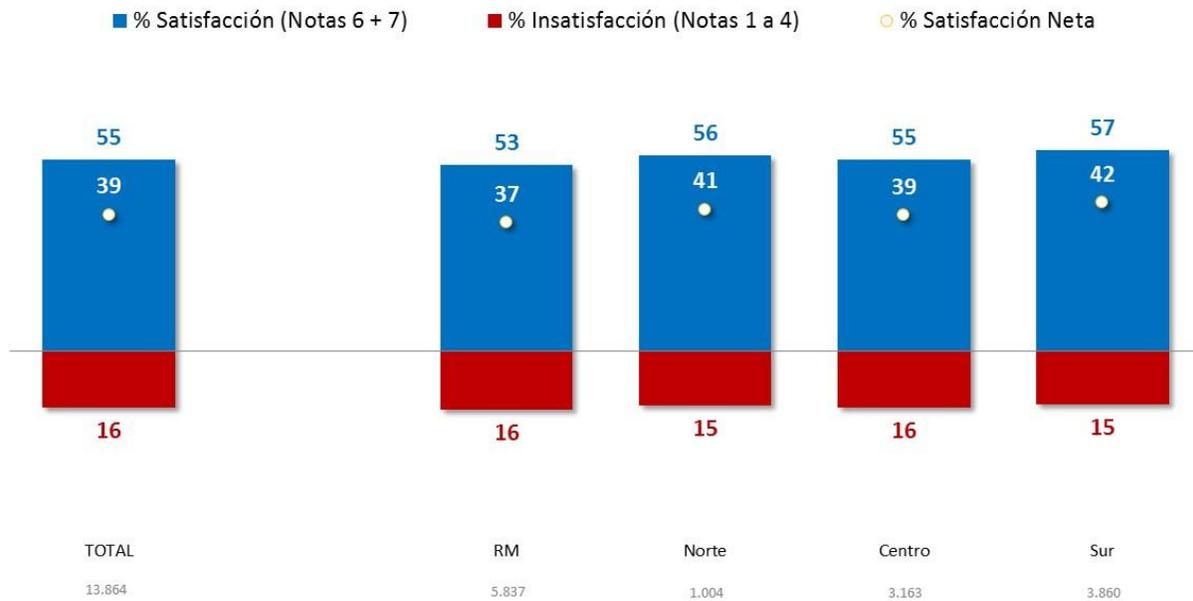
En términos evolutivos, los servicios de Telefonía Móvil, Internet Móvil y TV Pagada obtienen una mejora en su satisfacción total, mientras que Internet Fija es el único servicio que cae respecto de la segunda medición 2015 (45% a 40%).

Gráfica 13. Satisfacción neta con servicios de telecomunicaciones – Por servicio y medición



En el evolutivo de satisfacción neta, Internet Fija es el único servicio que cae en este indicador de un 20% a un 11%. Telefonía Móvil obtiene una mayor alza en su porcentaje de satisfacción neta respecto de los demás servicios evaluados de un 40% a un 49%.

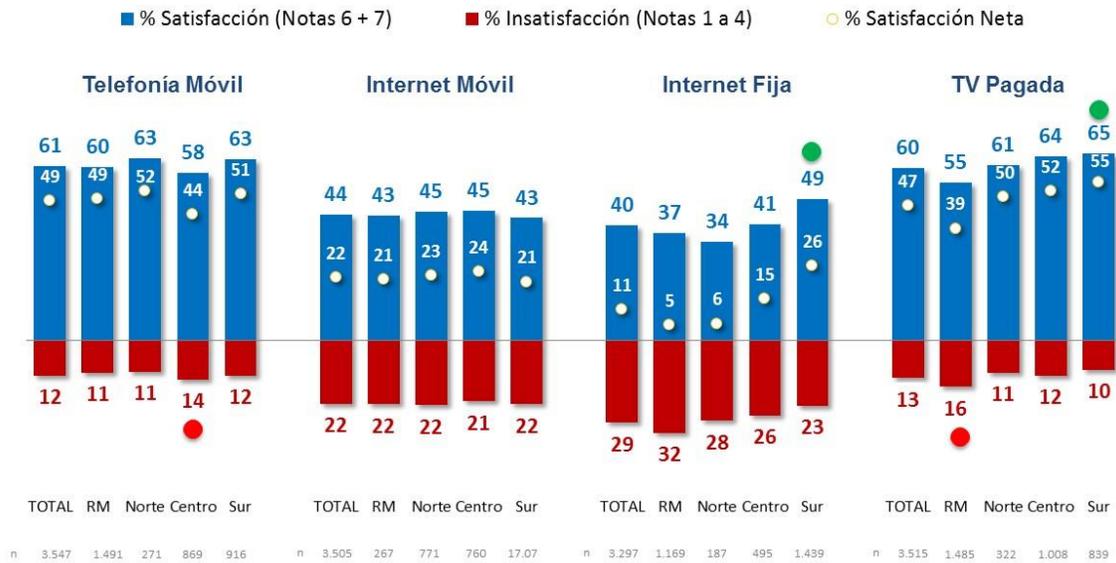
Gráfica 14. Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones – Por Zona



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

Entre las distintas zonas, la satisfacción neta es bastante similar, siendo la Zona Sur la que obtiene una satisfacción neta más alta con 42% y RM una satisfacción neta más baja con 37%.

Gráfica 15. Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones – Por Zona



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

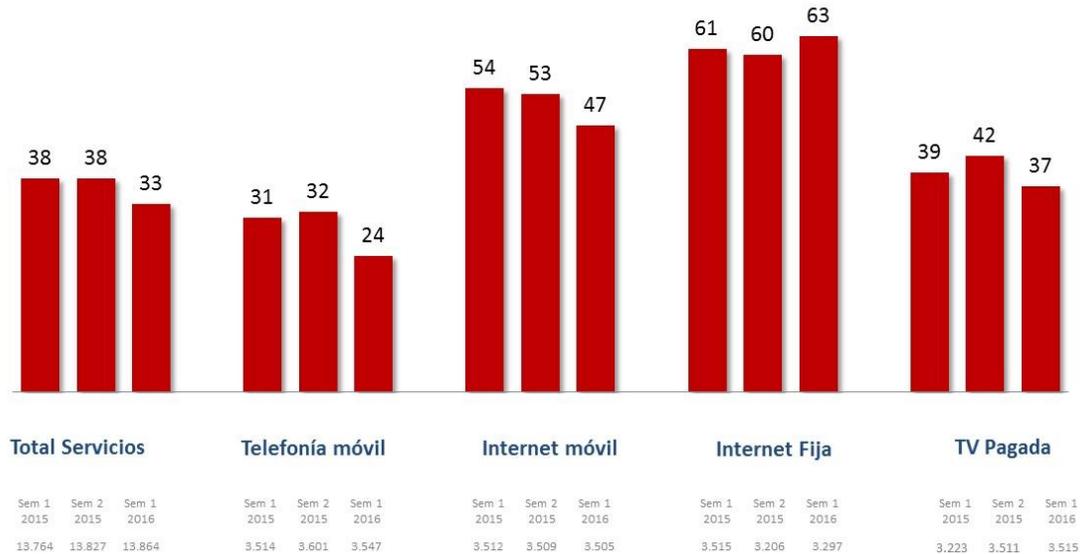
(\*) Zonas: **RM**: XIII / **Norte**: I – III y XV / **Centro**: IV – VII / **Sur**: VIII – XII y XIV

Por servicio, la satisfacción neta tiene variaciones por Zona:

- Telefonía Móvil: 52% de satisfacción neta en Zona Norte siendo la más alta, y 44% en Zona Centro siendo la más baja.
- Internet Móvil: Obtiene evaluaciones similares en todas las zonas.
- Internet Fija: 26% de satisfacción neta en Zona Sur y 5% en la RM.
- TV Pagada: 55% de satisfacción neta en Zona Sur, mientras que en la RM obtiene un 39%.

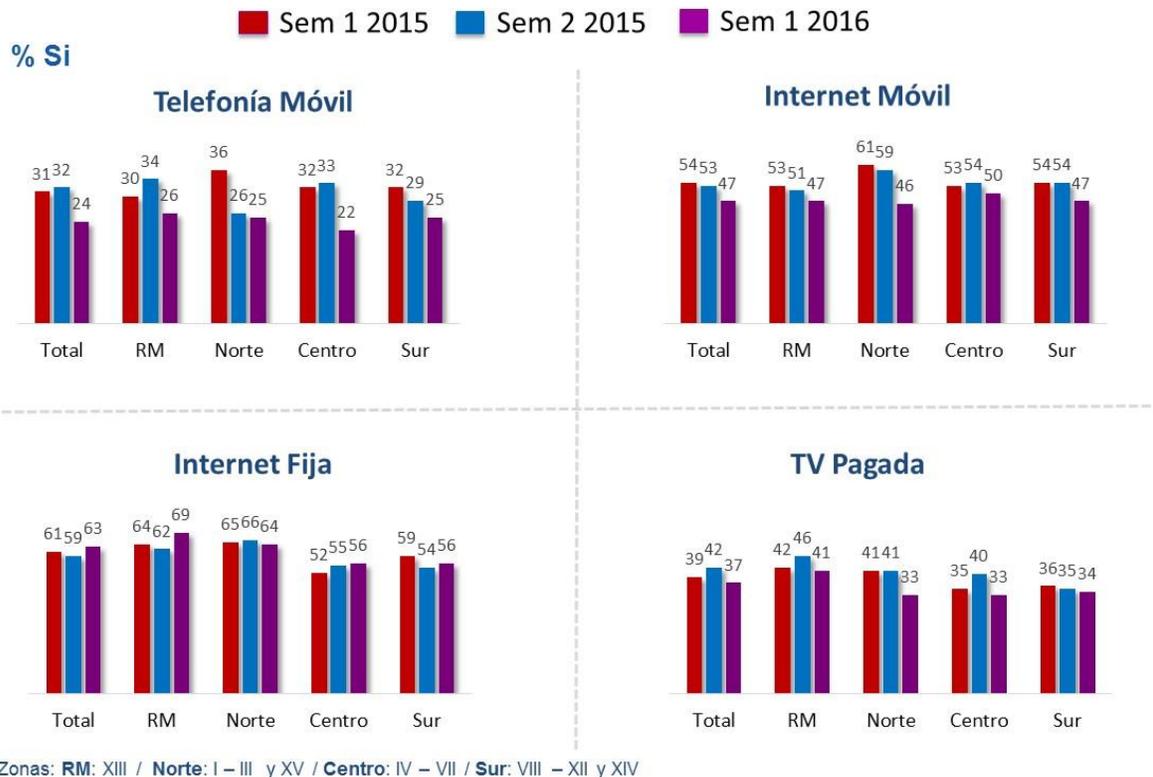
## 6.2. Problemas, Reclamos y Resolución

Gráfica 16. Tasa de Problemas con servicios de telecomunicaciones



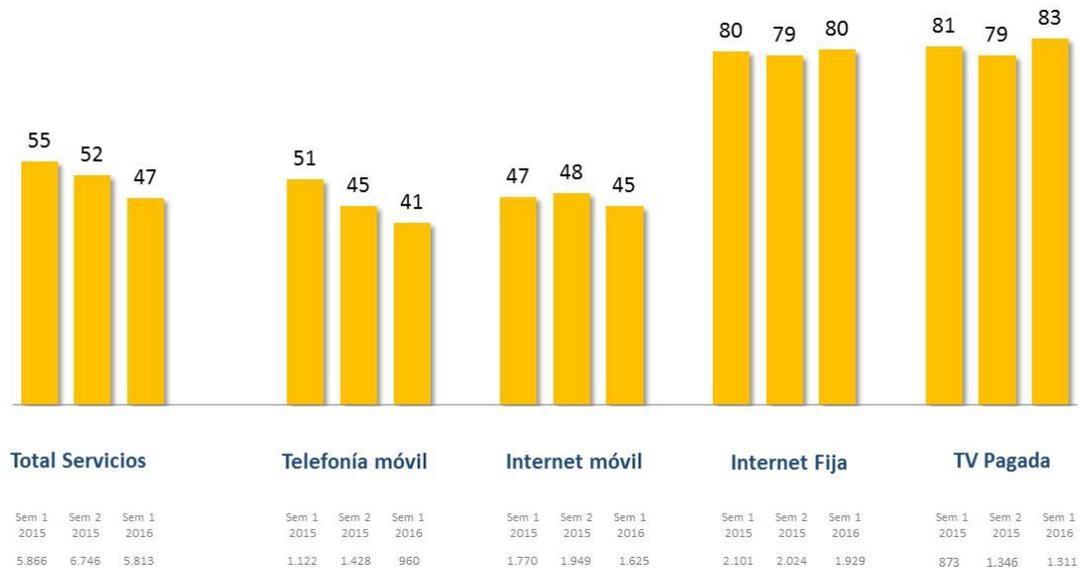
Internet Fija se mantiene como el servicio que cuenta con una tasa de problemas más alta entre los servicios evaluados, siendo esta vez con un 63% del total de menciones, mientras que en Telefonía móvil existe una tasa de problema de solo un 24%.

Gráfica 17. Tasa de problemas con servicios de telecomunicaciones – Por Zona



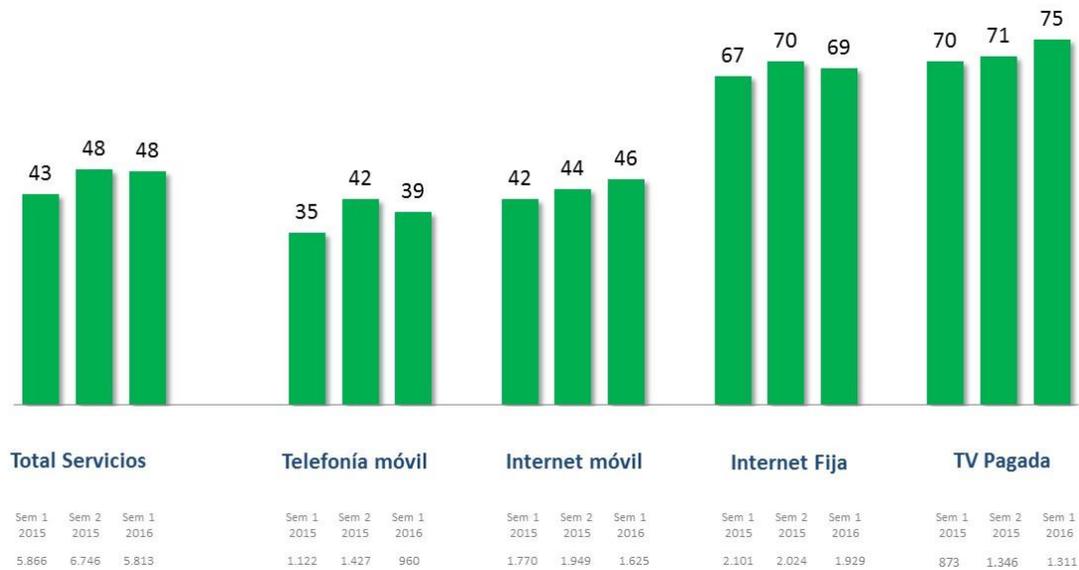
En Telefonía Móvil la tasa de problemas más alta es en la RM con un 26%, mientras que en el Centro hay un 22%. No obstante, la tasa de problemas en Telefonía Móvil ha disminuido en todas las zonas respecto de las últimas mediciones. En el caso de Internet Móvil, la tasa más alta de problemas es en la Zona Centro reportando una tasa de un 50%. De todos modos, la tasa de problemas mejora respecto del 2015. Internet Fija, por su parte, la tasa más alta de problemas se identifica en RM (69%) mientras que en el Centro y Sur se reporta un 56% respectivamente. Entre los usuarios entrevistados de TV Pagada la tasa de problemas es de un 41% en RM, mientras que en el resto de las zonas la tasa de problemas es de alrededor de un 33% en cada zona.

Gráfica 18. Tasa de reclamos con servicios de telecomunicaciones – Evolutivo



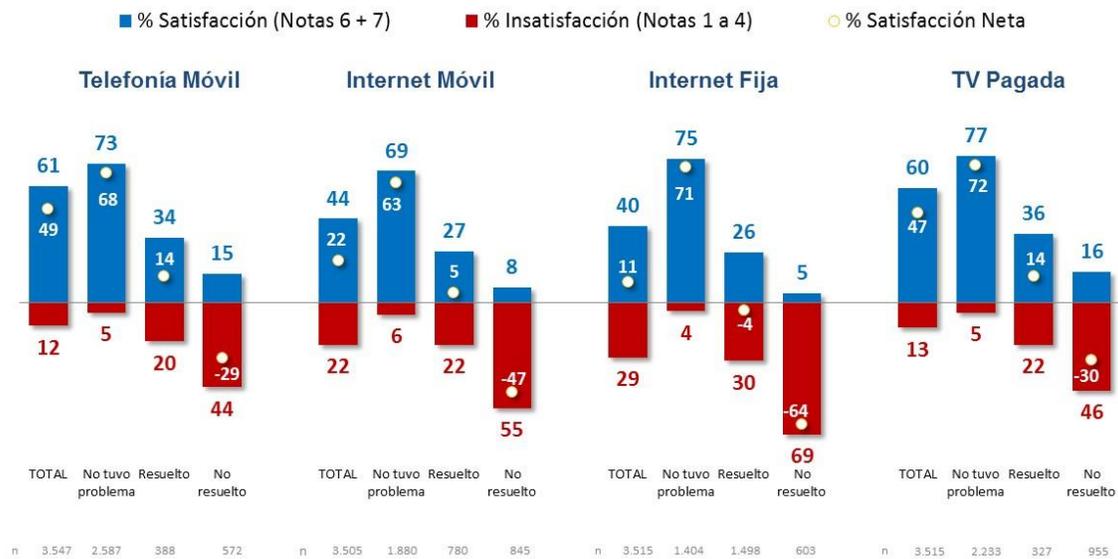
Respecto de la tasa de reclamos, TV Pagada obtiene la mayor tasa con un 83% de reclamos, aumentando respecto de la segunda medición 2015 en 4 puntos. En Telefonía Móvil existe un 41% de reclamos, siendo la más baja desde el primer semestre del 2015, y siendo también la más baja entre los servicios evaluados.

Gráfica 19. Tasa de Resolución de problemas con servicios de telecomunicaciones – Evolutivo



Considerando el total de los servicios, la tasa de resolución entre quienes tuvieron problemas se mantiene respecto de la segunda medición 2015 (48%). En TV Pagada un 75% de quienes tuvieron problemas indican que resolvieron su problema, en Internet Fija es de un 69%, mientras que en Telefonía Móvil es más bajo, alcanzando un 39%.

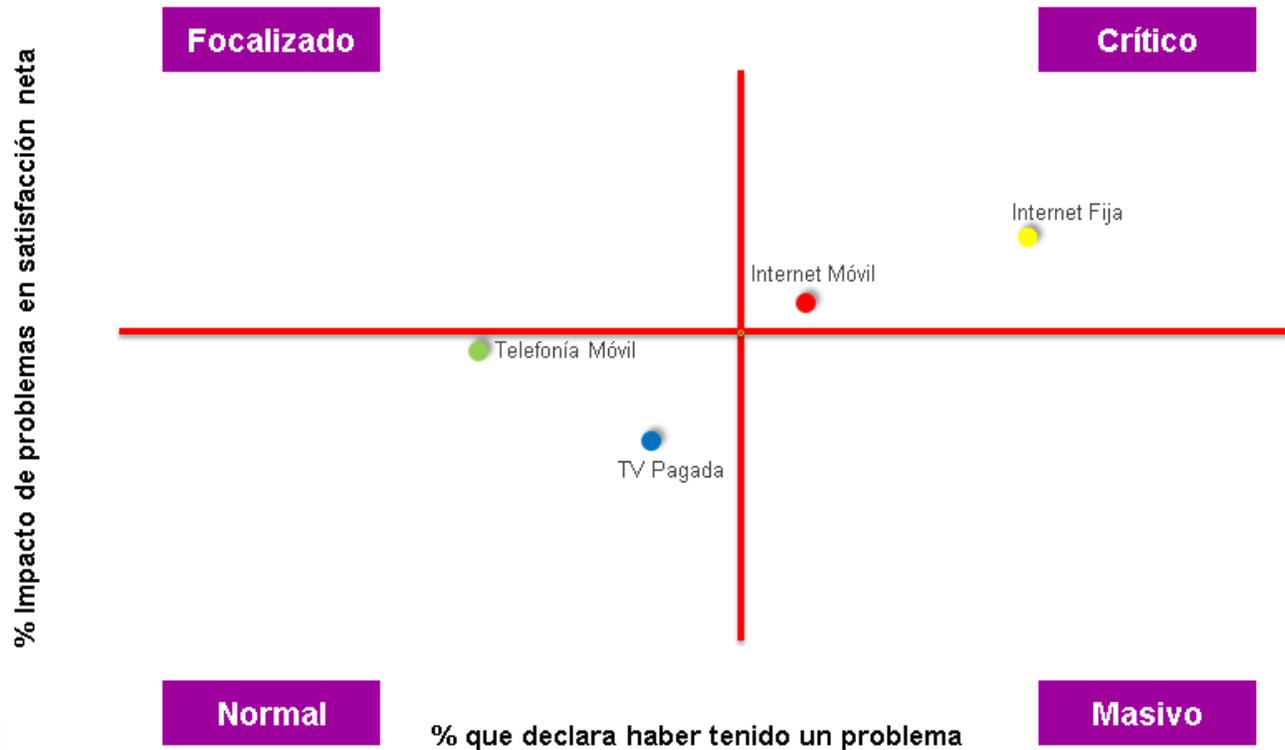
Gráfica 20. Satisfacción con el Servicio entre quienes no han tenido problemas y quienes han tenido problemas resueltos y no resueltos



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

La gráfica presenta la correlación en la satisfacción con el servicio entre quienes han tenido problemas resueltos, sin resolver y quienes no han tenido problemas. Entre quienes no tuvieron problemas la satisfacción es mejor a los que sí tuvieron problemas. En el caso de Internet Fija y TV Pagada, la satisfacción neta es superior al 70% entre quienes no tuvieron problemas con el servicio. En el caso de las personas que tuvieron problemas y estos fueron resueltos, la satisfacción con el servicio es más crítica en Internet Fija, con una satisfacción neta de -4 puntos porcentuales. Entre quienes tuvieron problemas sin resolver, la satisfacción neta en Internet Fija es de -64% y en Internet Móvil de -47, siendo los dos servicios con satisfacción neta más baja.

Gráfica 21. Impacto problemas en la Satisfacción por Servicio



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

El gráfico anterior presenta el impacto de tener problemas en la satisfacción identificando distintos cuadrantes dependiendo del impacto y la posición del servicio. En el cuadrante crítico está el servicio de Internet Móvil e Internet Fija, que mantienen una alta tasa de problemas con un alto impacto en su satisfacción neta.

## 7. Resultados por servicio

### 7.1. Telefonía Móvil

#### 7.1.1. Perfil de los entrevistados

Gráfica 22. **Ponderación por segmento de los usuarios de Telefonía Móvil**

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.852	52,2	48,2	2,3
	Mujer	1.695	47,8	51,8	2,4
	18 – 39	1.823	51,4	39,3	2,3
	Más de 40	1.724	48,6	60,7	2,4
Santiago	1.491	42,0	34,0	2,5	
Regiones	2.056	58,0	66,0	2,2	

Gráfica 23. **Características demográficas de usuarios de Telefonía Móvil**



En Telefonía Móvil se entrevistaron clientes de Entel, Movistar, Claro, WOM y Virgin. Cabe destacar que Virgin es la primera vez que se mide en esta categoría.

No existen mayores diferencias en la composición de la muestra para la variable sexo. En cuanto a las distribuciones por edad y geográfica si vemos diferencias, ya que los usuarios con edades que fluctúan entre los 40 años y más entrevistados es notoriamente mayor (61%) que los usuarios entre 18 a 39 años (39%). La composición demográfica presenta una muestra mayoritaria en regiones respecto de la región metropolitana, lo que se explica por la distribución de la población en las regiones.

Gráfica 24. Características demográficas de usuarios de Telefonía Móvil – Por compañía

Sexo					Tramo Etario					Zona				
Compañía	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total	Compañía	Base (n)	% 18 a 39	% 40 o Más	Total	Compañía	Base (n)	% RM	% Regiones	Total
Entel	700	48	52	100	Entel	700	40	60	100	Entel	700	33	67	100
Movistar	705	47	53	100	Movistar	705	37	63	100	Movistar	705	30	70	100
Claro	700	48	52	100	Claro	700	34	66	100	Claro	700	36	64	100
WOM	742	62	38	100	WOM	742	73	27	100	WOM	742	53	47	100
Virgin	700	55	45	100	Virgin	700	70	30	100	Virgin	700	61	39	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.547</b>	<b>48</b>	<b>52</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.547</b>	<b>39</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.547</b>	<b>34</b>	<b>66</b>	<b>100</b>

La distribución muestral de 700 casos por compañía, genera un error muestral de  $\pm 3,7$  puntos porcentuales, a excepción de WOM, con el que se alcanzó un total muestral de 742 casos y un error muestral de  $\pm 3,6$ . La distribución en términos de género, indica que WOM es el proveedor de Telefonía Móvil que alcanza un mayor porcentaje de hombres (62%) respecto de mujeres (38%). En cuanto a edad, WOM y Virgin destacan por tener un grupo etario compuesto mayormente por personas entre los 18 y 39 años, con un 73% y 70% respectivamente. Respecto a la ubicación geográfica, los clientes de Virgin tienen una mayor presencia en la Región Metropolitana, con 61% del total de entrevistados a diferencia de las otras compañías que siguen más o menos la distribución poblacional.

Gráfica 25. Características del servicio de telefonía móvil



Casos: 3.547

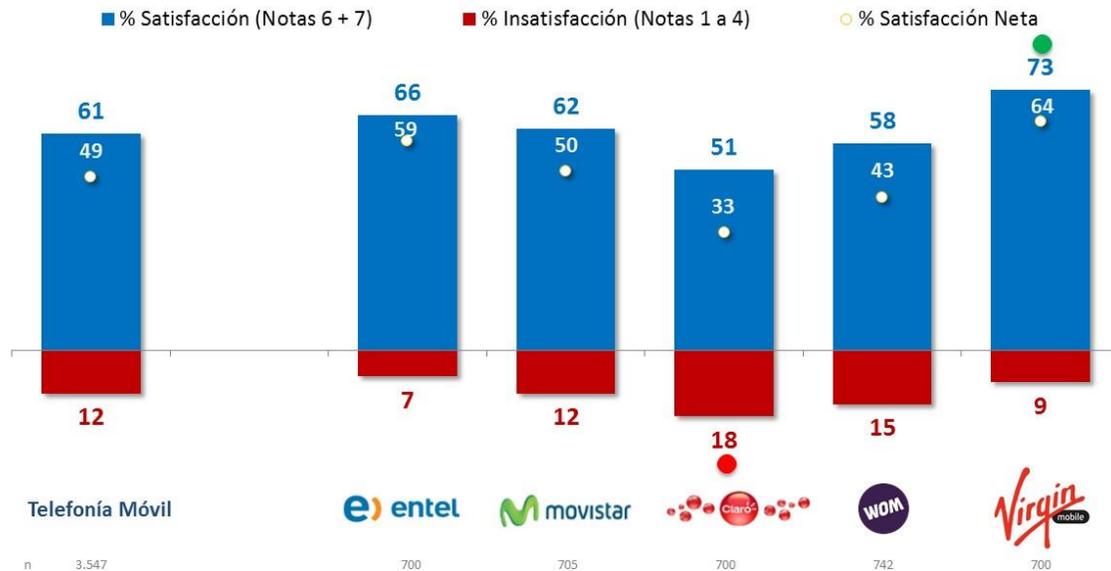
\* Virgin no cuenta con modalidad contrato, por lo que sus aperturas son sólo para prepago.

Los usuarios de telefonía móvil en su mayoría utilizan el prepago como sistema de pago de servicios con un 77%. Respecto de la antigüedad de los clientes en la compañía, un 42% declara estar en la compañía más de 2 años y 43% un año o menos. Al analizar los datos por compañía, WOM destaca por tener un porcentaje mayor de usuarios contrato (41%) respecto de las demás compañías, mientras que Virgin sólo está presente en la modalidad prepago. En cuanto a la antigüedad, WOM y Virgin destacan tener en su mayoría usuarios de 1 año o menos, con un 88% y 55% respectivamente, mientras que Movistar y Entel por tener clientes que superen los dos años, con un 67% y 65% respectivamente.

### 7.1.2. 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 26. **Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil.**

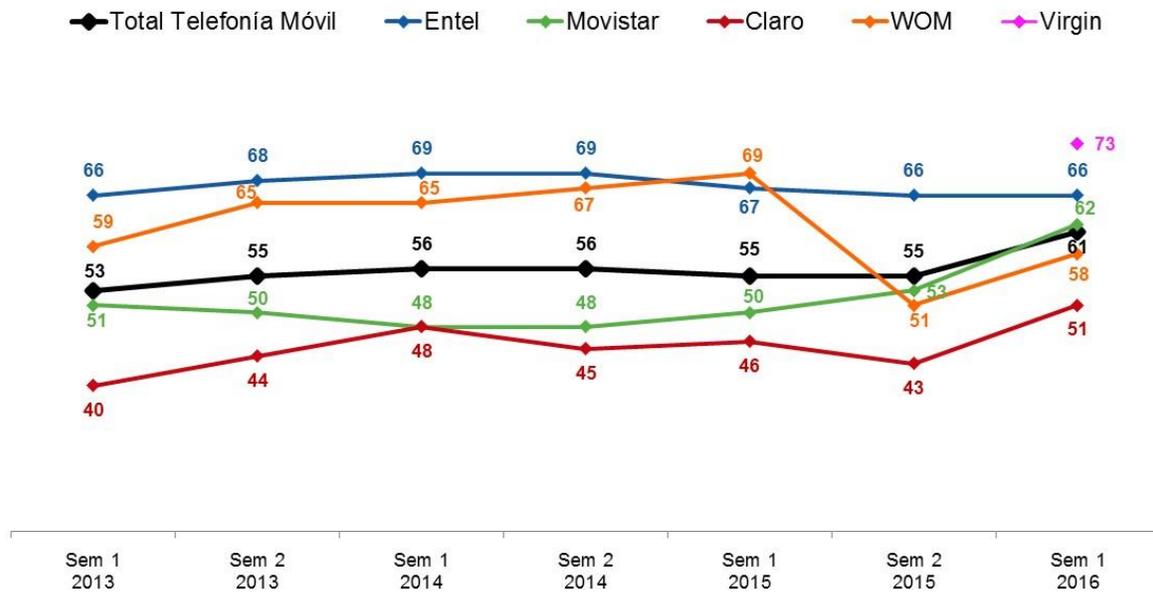


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". \* Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.547

El nivel de satisfacción con la telefonía móvil alcanza un 49% satisfacción neta y Virgin es la compañía proveedora de telefonía móvil que presenta la satisfacción neta más alta (64%). Por el contrario, Claro es la compañía que presenta la satisfacción neta más baja con un 33%.

Gráfica 27. Satisfacción con empresas de telefonía móvil – Evolutivo

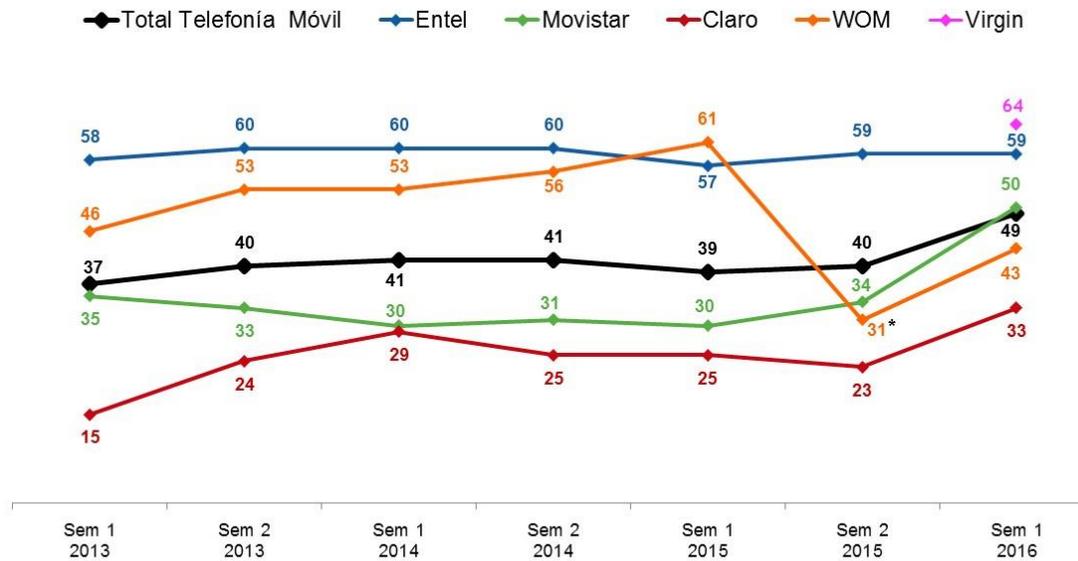


(\*) WOM se mide desde el segundo semestre 2015, anteriormente se mide como Nextel. \* Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.547

Respecto del segundo semestre del 2015, se puede apreciar un aumento en la satisfacción de forma general de 55% a 61% (6 puntos). Este aumento a nivel general se explica ya que todas las compañías evaluadas aumentan o mantienen su nivel de satisfacción, siendo Virgin la que obtienen una mayor satisfacción (73%), Movistar la compañía que incrementa en mayor medida su nivel de satisfacción (53% a 62%), seguida por Claro, quién sube de 43% a 51% su nivel de satisfacción.

Gráfica 28. Satisfacción Neta con empresas de telefonía móvil - Evolutivo

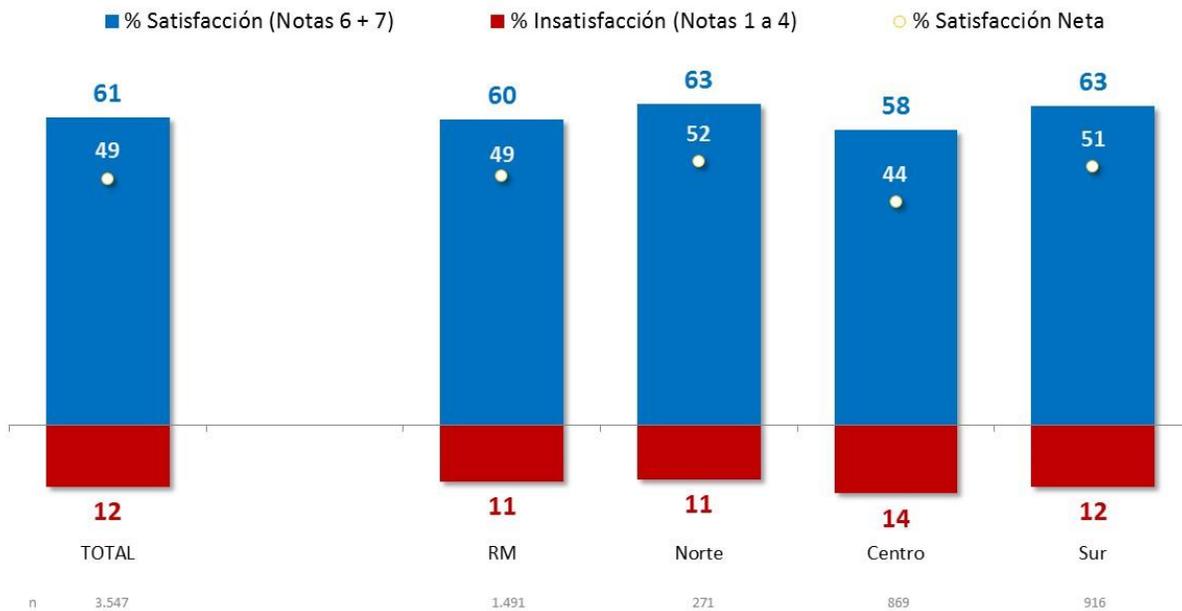


(\*) WOM se mide desde el segundo semestre 2015, anteriormente se mide como Nextel. \* Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.547

Sobre los niveles de satisfacción neta, vemos que a nivel global aumenta significativamente de un 40% a un 49% respecto a la segunda medición del año 2015. Virgin es la compañía mejor evaluada dentro de las empresas medidas (64% de satisfacción neta). Movistar es la empresa que aumenta en mayor medida su satisfacción neta (34% a 50%), seguida de WOM (31% a 43%).

Gráfica 29. Satisfacción por zona en Telefonía Móvil

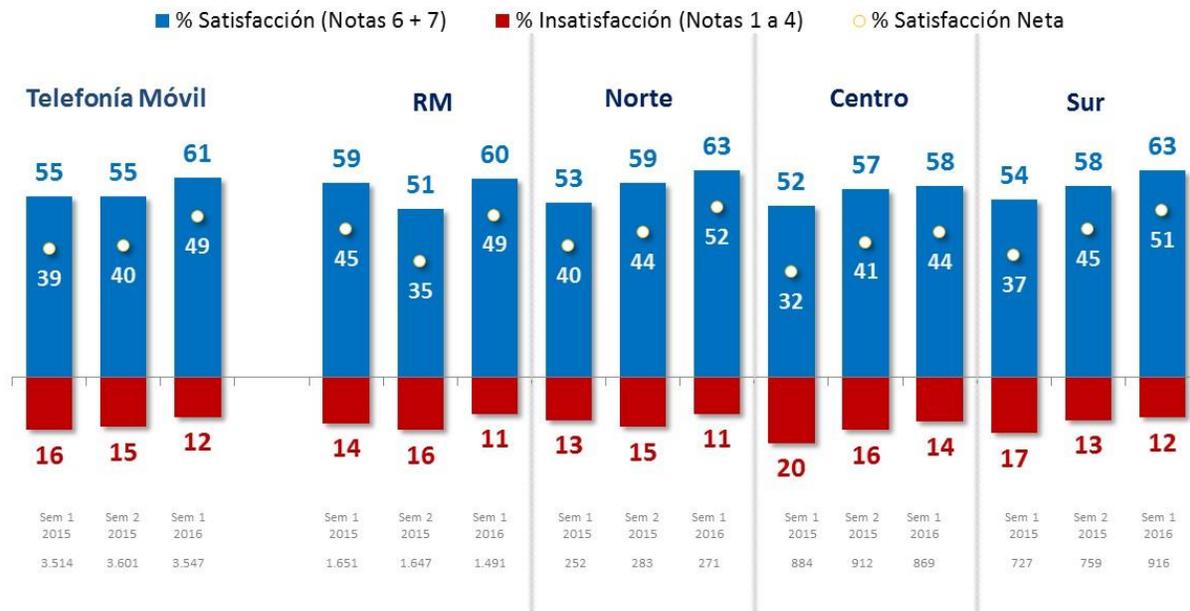


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: 3.547

Las zonas norte y sur alcanzan la satisfacción neta más alta, con 52% y 51% respectivamente. La zona centro es la que alcanza el nivel más bajo de satisfacción neta respecto de las demás zonas con un 44%.

Gráfica 30. Satisfacción con servicio de Telefonía Móvil – Evolutivo por Zona

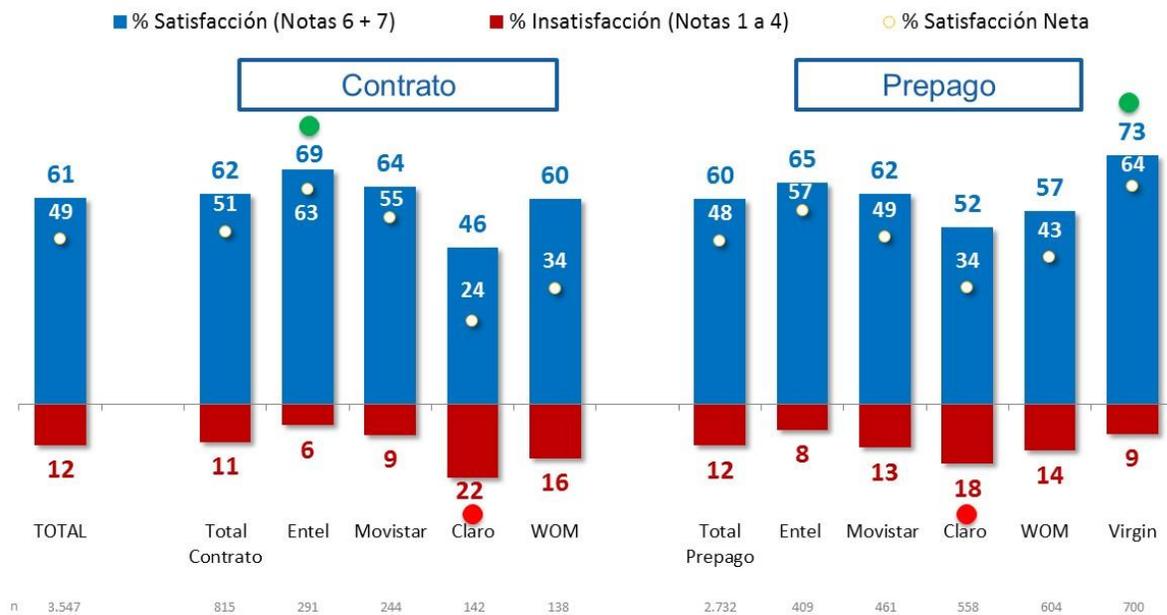


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

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

En relación a la medición del segundo semestre de 2015, en todas las zonas del país hubo un alza en la satisfacción neta con el servicio de telefonía móvil, siendo la mayor alza en RM, aumentando de un 35% a un 49%.

Gráfica 31. Satisfacción con empresas de telefonía móvil por tipo de plan



(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". \* Virgin no cuenta con modalidad contrato, por lo que sus aperturas son sólo para prepago.

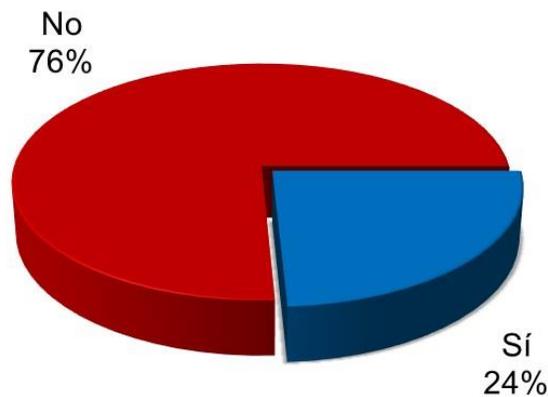
Casos: 3.547

El nivel de satisfacción neta presenta diferencias por tipo de plan, siendo más alta la satisfacción neta entre los usuarios con contrato (51%) que prepago (48%). Entre los usuarios con contrato, Entel alcanza un 63% de satisfacción neta siendo el mejor evaluado, al contrario de lo que sucede con Claro, que obtiene 24% de satisfacción neta. En la modalidad prepago, Virgin se alza como la compañía con un nivel de satisfacción neta más alto alcanzando un 64%, mientras que Claro es el proveedor de telefonía móvil con la satisfacción neta más baja (34%).

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

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

Gráfica 32. Tasa de problemas Telefonía Móvil



Problemas recientes: % que dice Sí

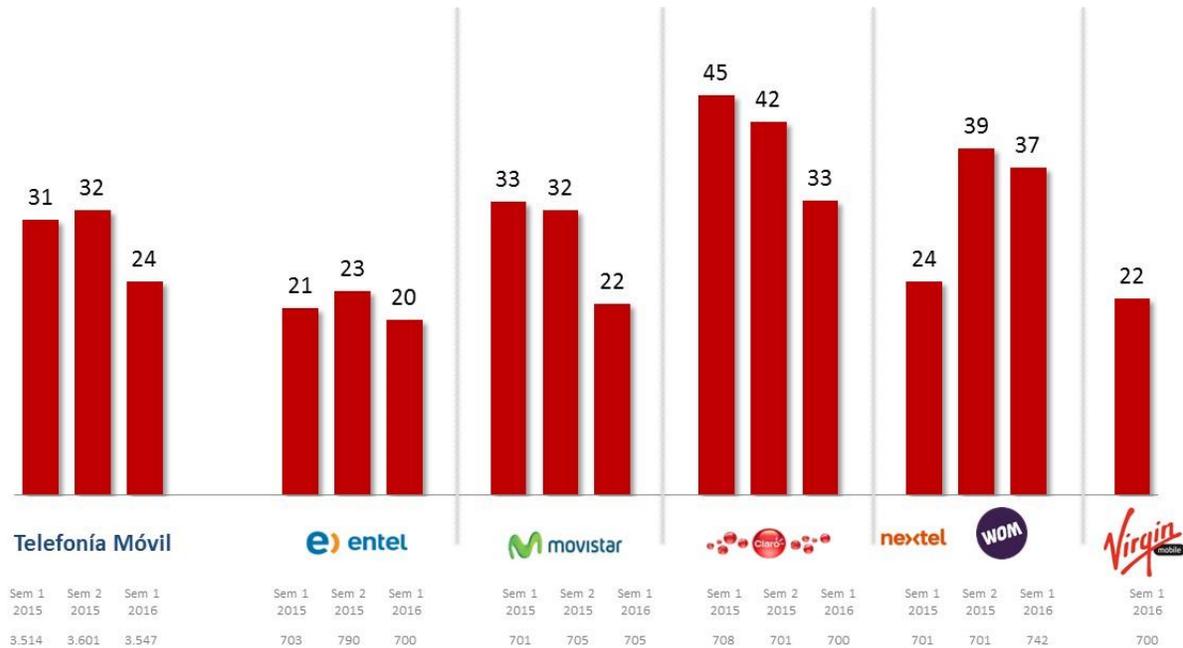
Compañía	Base (n)	% Si	% Contrato	% Prepago
Entel	700	20	24	18
Movistar	705	22	25	21
Claro	700	33	40	32
WOM	742	37	38	36
Virgin	700	22	-	22
<b>TOTAL</b>	<b>3.547</b>	<b>24</b>	<b>28</b>	<b>23</b>

Casos: 3.547

\* Virgin se mide solo en prepago.

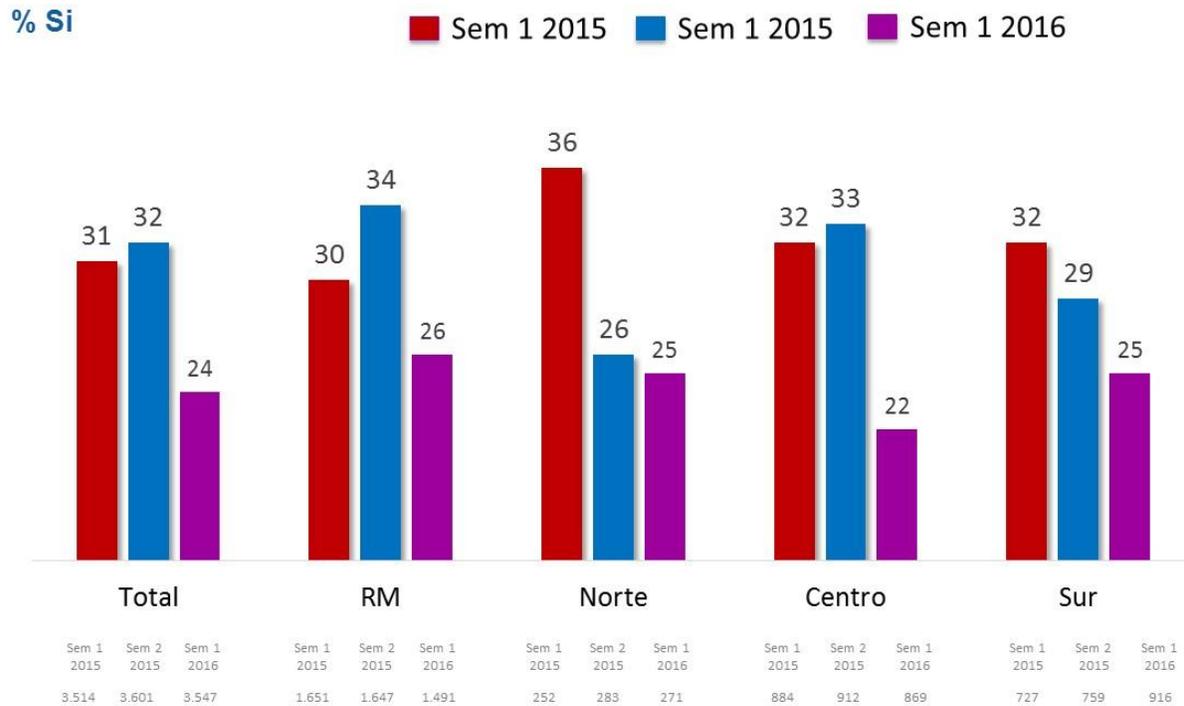
Un 24% de los usuarios de telefonía móvil declara haber tenido un problema con el servicio, siendo los usuarios de WOM y Claro quienes presentan una tasa de problemas más alta, con un 37% y 33% respectivamente. Al desglosar este resultado por tipo de plan, los usuarios de contrato son los que declaran en mayor medida haber tenido problemas con su compañía de telefonía móvil (28%) en comparación a los usuarios con prepago (23%). Entre los clientes con contrato, Claro reporta la mayor tasa de problemas (40%) y WOM reporta la tasa más alta de problemas en la modalidad prepago (36%).

Gráfica 33. Tasa de problemas Telefonía Móvil – Evolutivo



Al mirar evolutivamente la tasa de problemas entre los usuarios de Telefonía Móvil, es posible notar una baja respecto a la medición anterior de un 32% a un 24%. Entre las compañías que más disminuyen su tasa de problemas, en primer lugar se ubica Movistar, que disminuye 10 puntos respecto de la medición anterior, seguida por Claro, que disminuye en 9 puntos porcentuales su tasa de problemas.

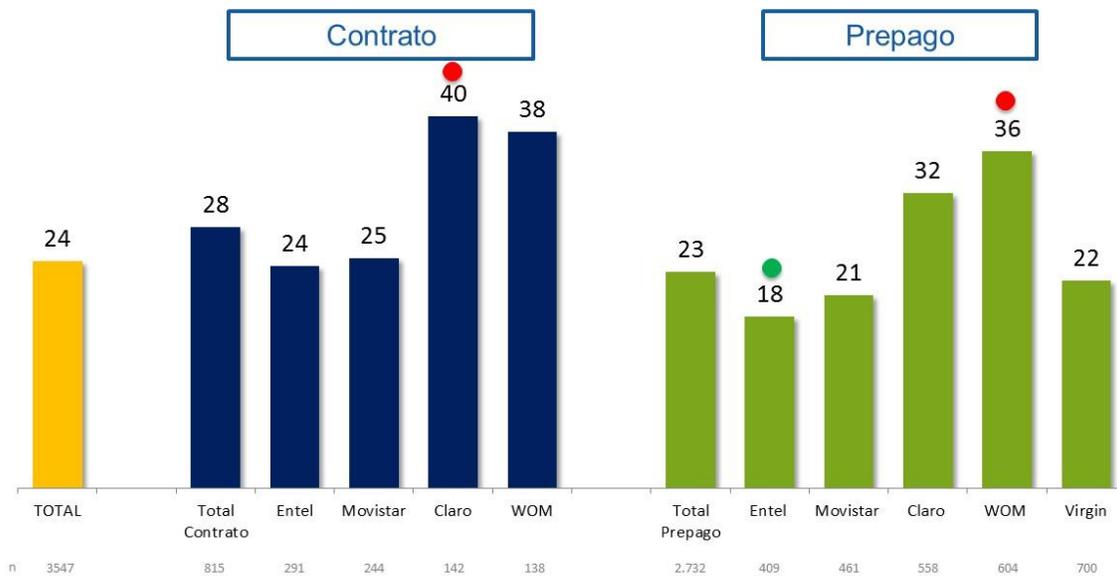
Gráfica 34. Tasa de problemas Telefonía Móvil – Evolutivo por Zona



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

Analizando las tasas de problemas de telefonía móvil a nivel zonal, vemos que disminuyen considerablemente respecto a la medición anterior, sobre todo en la zona centro (11 puntos porcentuales).

Gráfica 35. Tasa de problemas Telefonía Móvil – por tipo de plan



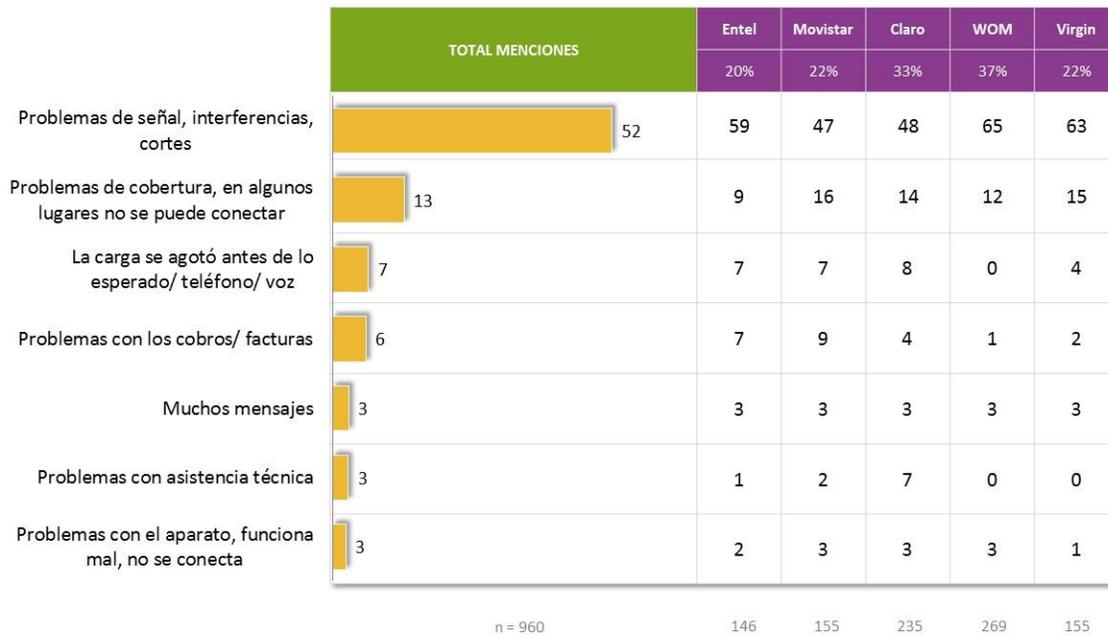
Casos: 3.547

\* Virgin no cuenta con modalidad contrato, por lo que sus aperturas son sólo para prepago.

Al observar la tasa de problemas por tipo de plan, los usuarios con contrato son los que tienen una tasa de problemas más alta en comparación a los usuarios de prepago. Entre los usuarios con contrato, destaca Claro como la empresa con la tasa más alta de problemas (40%). En cuanto a los usuarios prepago, son los clientes WOM quienes reportan en mayor medida haber tenido problemas con el servicio (36%), mientras que Entel es la compañía de Telefonía Móvil en la modalidad prepago que tiene una menor tasa de problemas (18%).

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

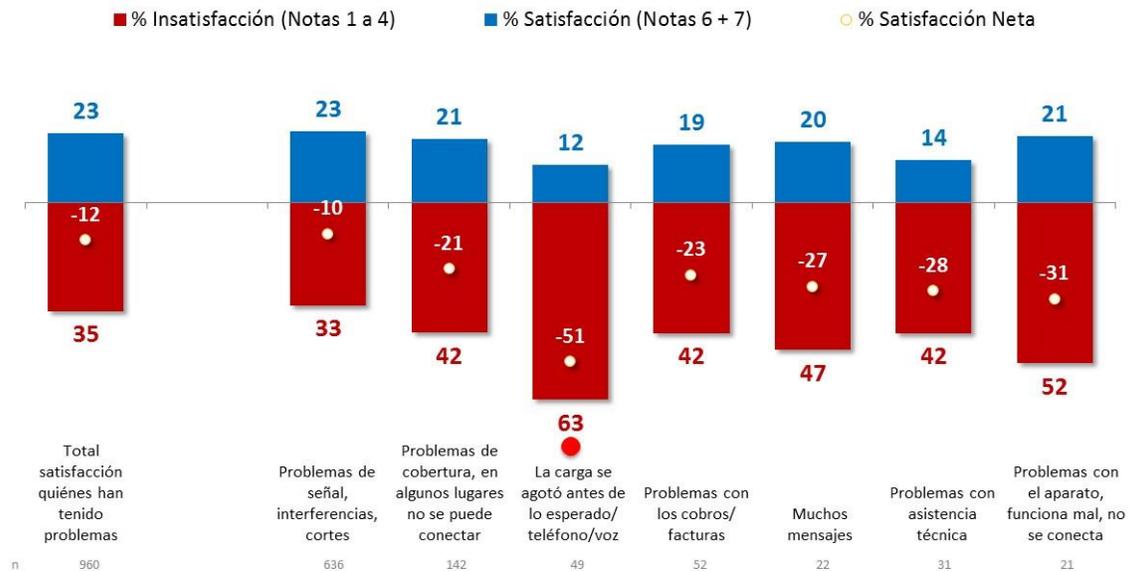
Gráfica 36. **Tipos de problemas de Telefonía Móvil**



*Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (N: 960). En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados. \* Virgin se mide solo en prepago.*

Entre los problemas declarados por los usuarios, el que concentra la mayor cantidad de menciones es “problemas de señal, interferencia, cortes”, con un 52% de menciones, seguido por “problemas de cobertura, en algunos lugares no se puede conectar” con 13% del total de menciones. Al analizar el tipo de problemas por empresa, es posible apreciar que “problemas de señal, interferencias, cortes”, es más declarado por los usuarios de WOM (65%).

Gráfica 37. Satisfacción por tipo de problema en Telefonía Móvil

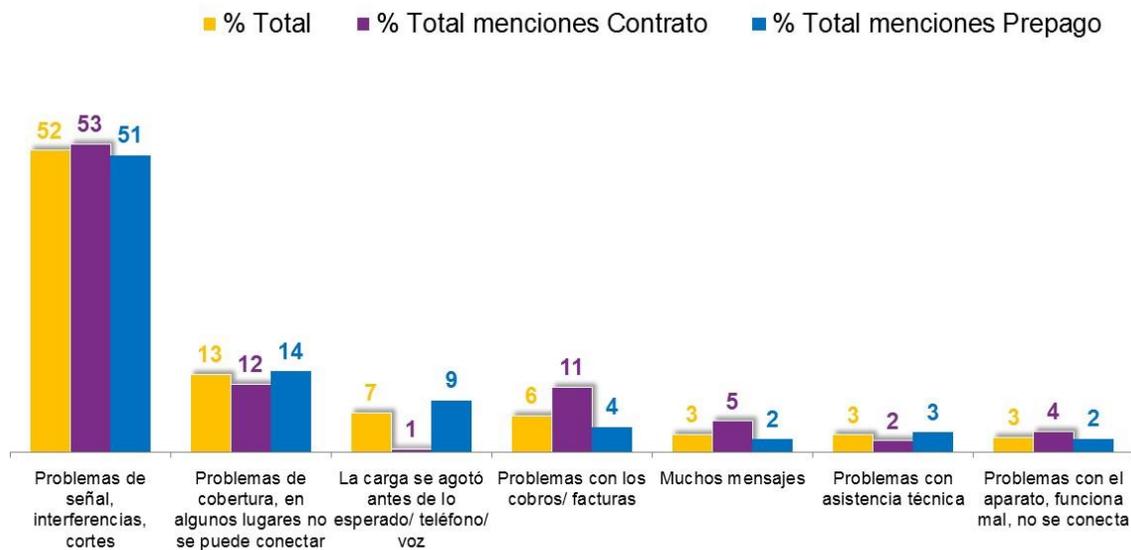


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". \* Virgin se mide solo en prepago. Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (N: 960)

La satisfacción neta entre quienes han tenido problemas es de -12%. El nivel de satisfacción por tipo de problema, se identifica que “la carga se agotó antes de lo esperado” es el problema que tiene un mayor impacto negativo en la satisfacción neta con un -51%, seguido por “problemas con el aparato, funciona mal, no se conecta”, el cual obtiene -31% de satisfacción neta.

Gráfica 38. Tipos de problemas de Telefonía Móvil – Contrato y Prepago

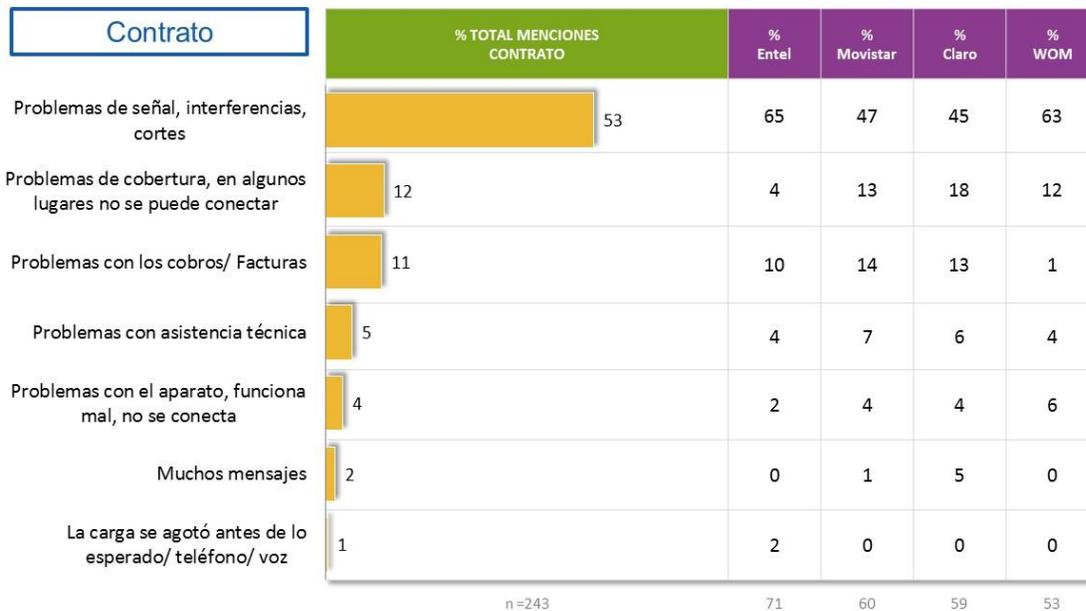


Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (N: 960)

\* Virgin se mide solo en prepago.

Por tipo de plan, entre los usuarios de contrato y prepago se reportan distintos tipos de problemas, siendo en prepago “la carga se agostó antes de lo esperado/ teléfono/voz” significativamente menor en contrato que en prepago, con un 1% y 9% respectivamente. “Problemas con cobros/ facturas” es reportado por el 12% de los usuarios contrato que tuvo algún problema y en un 4% por usuarios prepago.

Gráfica 39. Tipos de problemas de Telefonía Móvil – Contrato



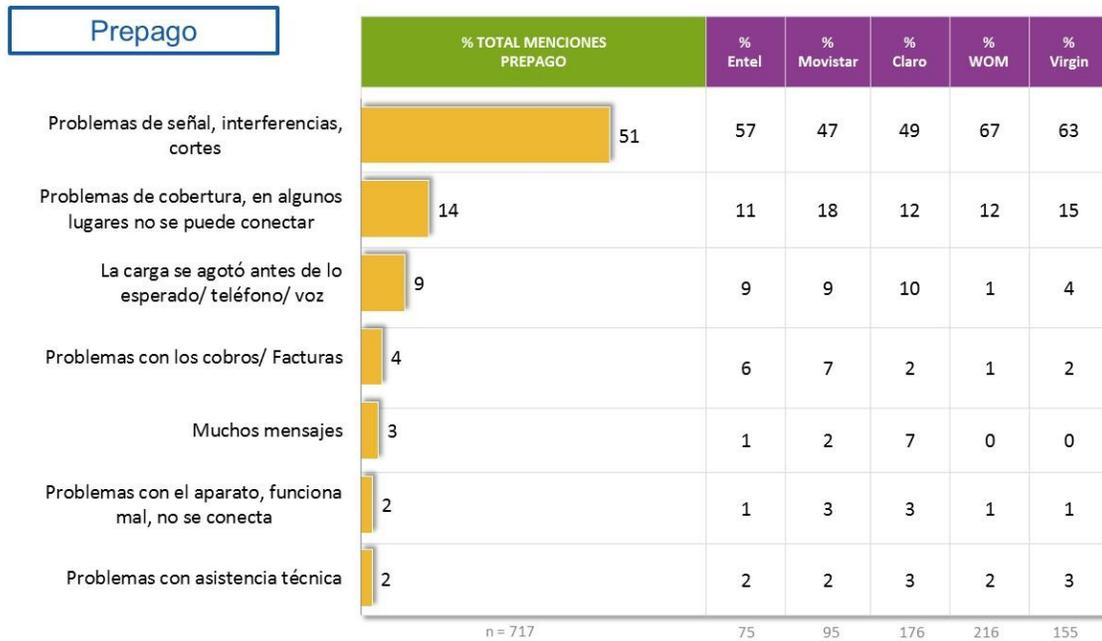
Casos: Usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (N: 243)

\*Categorías se ordenan respecto a tipo de problema más mencionado en Contrato, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

\* Virgin se mide solo en prepago.

El problema más recurrente entre los usuarios con contrato es “problemas de señal, interferencias, cortes” (53%), siendo Entel la empresa que destaca con 65% de menciones sobre este problema entre los usuarios con contrato.

Gráfica 40. Tipos de problemas de Telefonía Móvil - Prepago



Casos: Usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (N: 717)

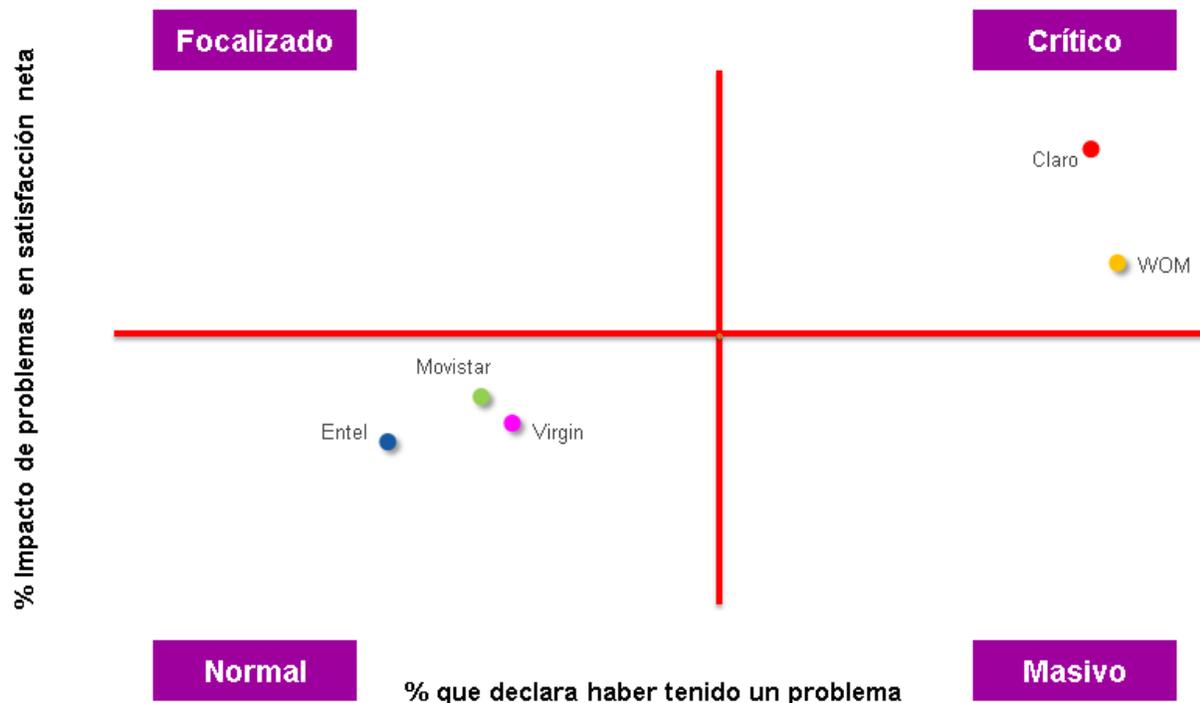
\*Categorías se ordenan respecto a tipo de problema más mencionado en Contrato, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

\* Virgin se mide solo en prepago.

Al ver los resultados de los usuarios de prepago, también se observa que el problema más recurrente es “problemas de señal, interferencias, cortes” con 51% del total de menciones, destacando WOM con un 67% de menciones. En segundo lugar de menciones está “problemas de cobertura, en algunos lugares no se puede conectar” con 14% del total de menciones y no se identifican mayores diferencias a nivel de empresa proveedora.

## Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción

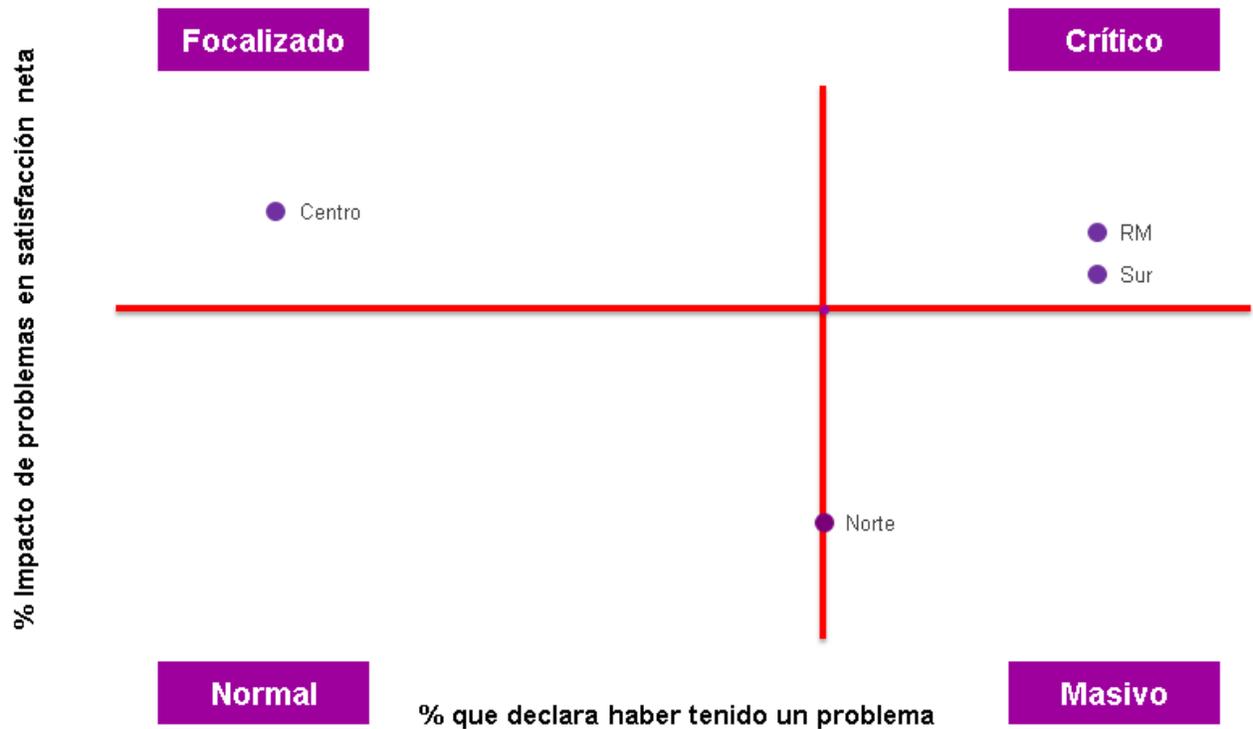
Gráfica 41. Impacto problemas en la Satisfacción de Telefonía Móvil – Por Operador



(\*) 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 podemos apreciar que Claro y WOM son las empresas que se encuentran en el cuadrante crítico con alta tasa de problemas y alto impacto con la satisfacción, a diferencia de Entel, Movistar y Virgin que están en el cuadrante normal.

Gráfica 42. Impacto problemas en la Satisfacción de Telefonía Móvil – Por Zona

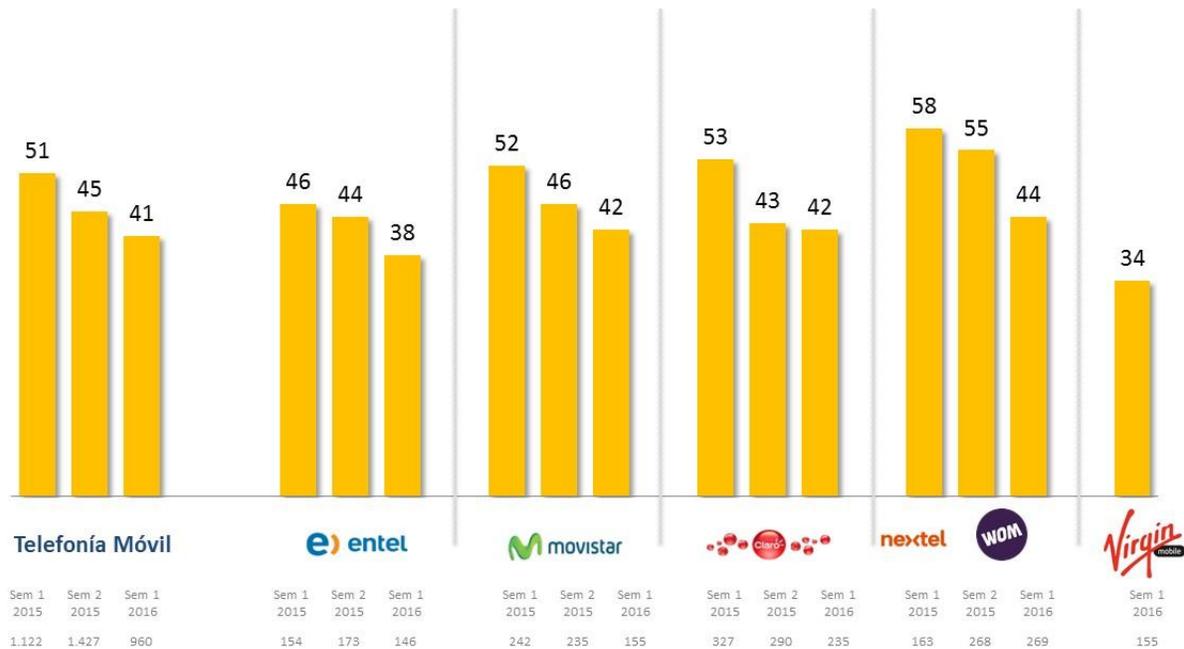


(\*) El impacto de los problemas corresponde a la diferencia en Satisfacción Neta, entre quienes no declaran problemas y quienes sí lo hacen.

Por zona, RM y Sur están en el cuadrante crítico, pues presentan una alta tasa de problemas y alto impacto de esta en la satisfacción. En cambio la zona centro, se posiciona en el cuadrante focalizado, teniendo una baja tasa de problemas pero con un impacto fuerte en la satisfacción.

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

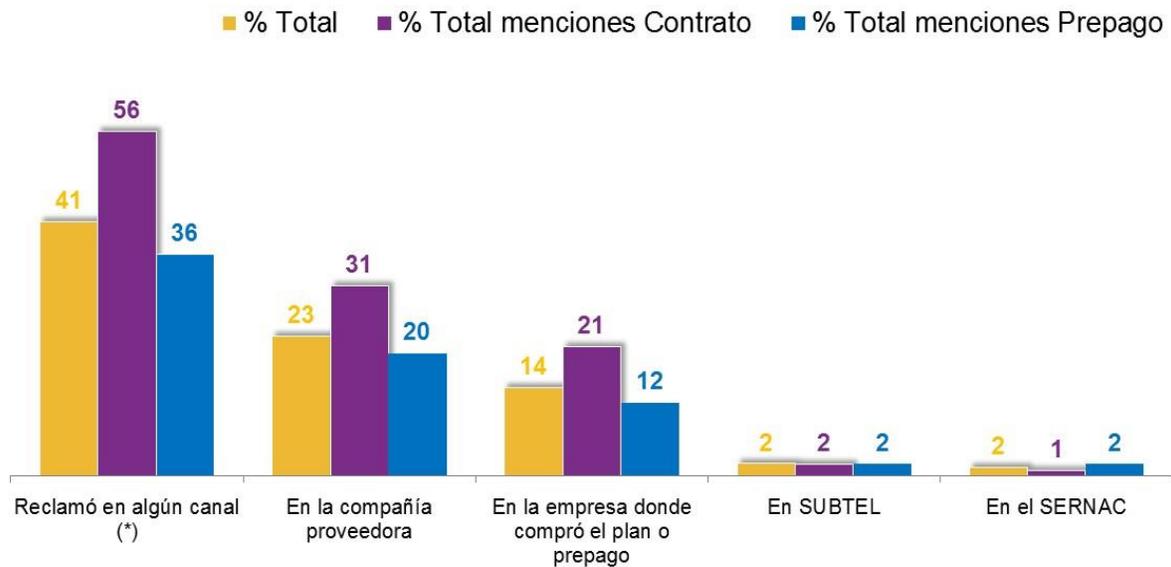
Gráfica 43. Tasa de reclamo Telefonía Móvil



Entre quienes indican haber tenido algún problema, el 41% de los entrevistados declara haber reclamado. La compañía que presenta el nivel más bajo en su tasa de reclamo es Virgin (34%) y la más alta WOM (44%). Todas las empresas bajan en este indicador respecto al segundo semestre del 2015.



Gráfica 45. Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de plan.

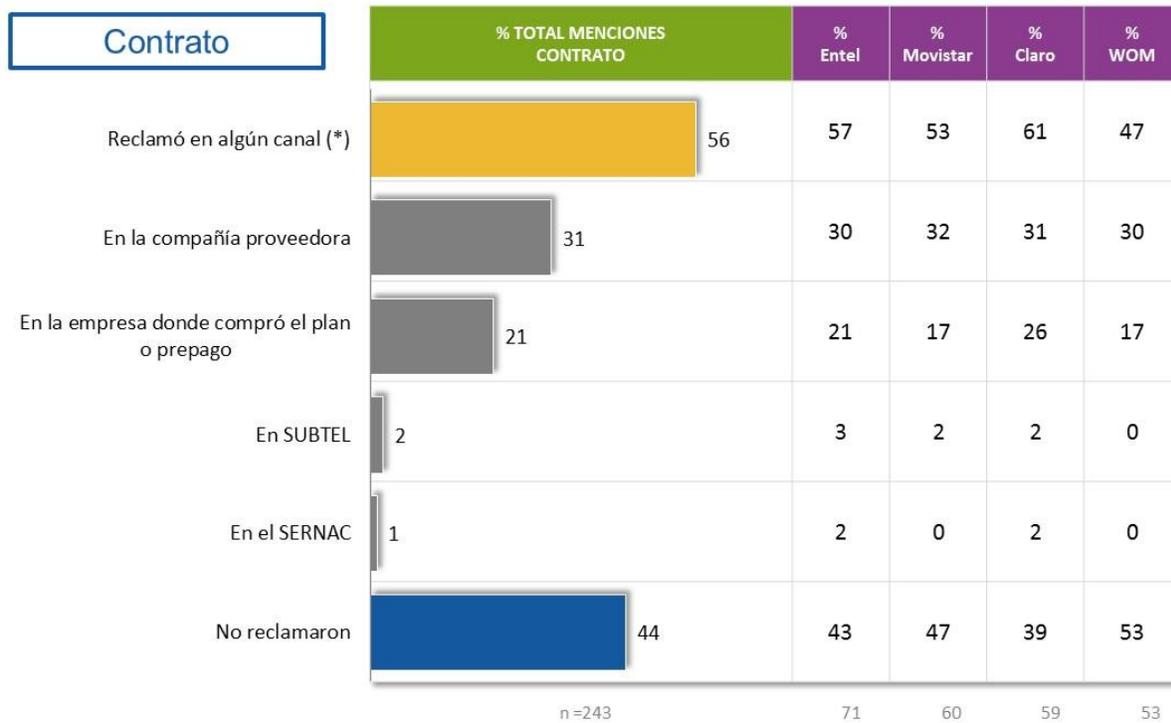


(\*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel.

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (N: 960)

Los usuarios que hacen un mayor uso de los mecanismos disponibles para presentar reclamos son aquellos que cuentan con la modalidad contrato con un 56% en comparación a los usuarios con modalidad de prepago (36%).

Gráfica 46. Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de plan – Contrato.



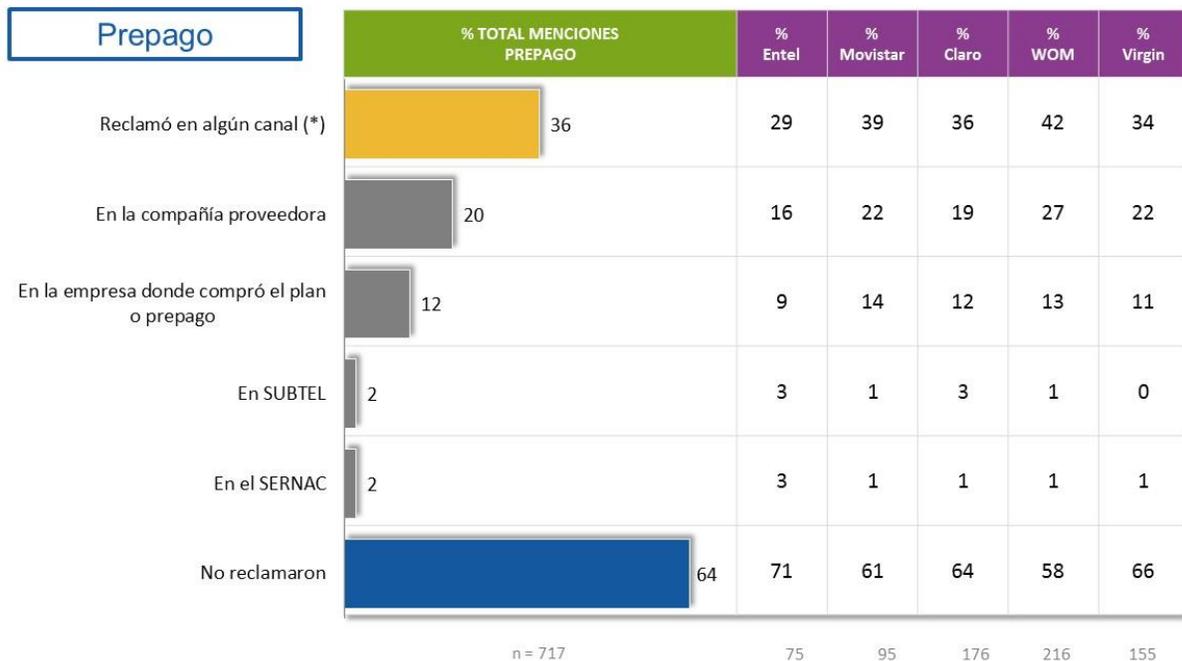
(\*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel.

**Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil, con contrato (N: 243)**

\* Virgin se mide solo en prepago.

Por contrato, es posible ver que un 56% indica haber realizado algún reclamo por alguno de los canales disponibles para ello, siendo la compañía proveedora del servicio la que obtiene un porcentaje más alto (31%) como lugar de reclamo. Por compañía, es Claro la compañía que registra una mayor cantidad de usuarios con contrato que han efectuado algún tipo de reclamo con 61%.

Gráfica 47. Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de plan – Prepago.



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

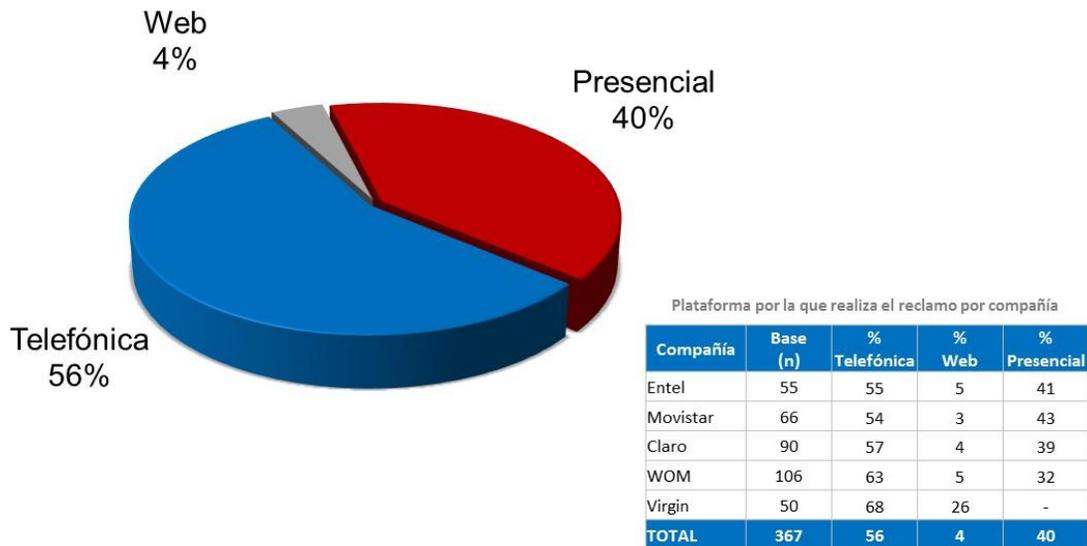
Casos: *Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil, prepago (N: 717)*

\* Virgin se mide solo en prepago.

El porcentaje de personas de la modalidad prepago que declara haber realizado algún tipo de reclamo es menor que en contrato, alcanzando un 36% de menciones a nivel general, siendo los clientes de WOM quienes declaran en mayor medida realizar reclamos (42%). Al ver los lugares a través de los que se realizan los reclamos, la compañía proveedora es la elegida principalmente para realizar el reclamo (20%), destacando en esta categoría WOM (27%).

¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo?

Gráfica 48. Plataforma por la que hizo el reclamo



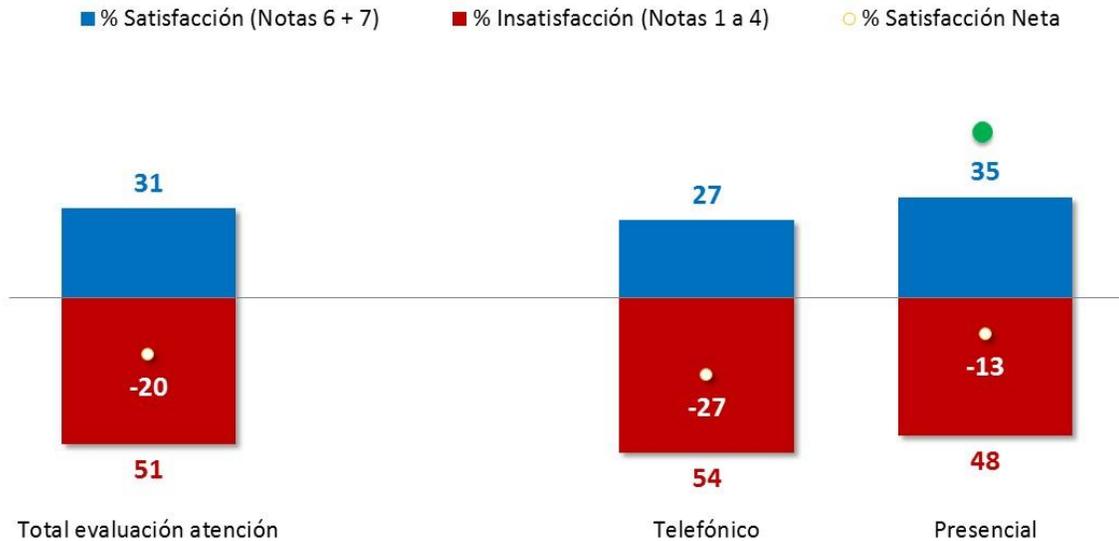
Casos: Usuarios que han reclamado a través de su compañía de Telefonía Móvil (N: 367)

\*Virgin no cuenta con canal presencial para interposición de reclamos

Al indagar sobre cuál es la plataforma utilizada por los clientes para la interposición de reclamos en los distintos canales, la principal es la plataforma telefónica con 56% de menciones. Entre empresas, destaca Virgin por ser la compañía que tiene mayor porcentaje de reclamos a través del call center (68%) y su plataforma web (26%).

¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?

Gráfica 49. Evaluación del proceso de interposición del reclamo

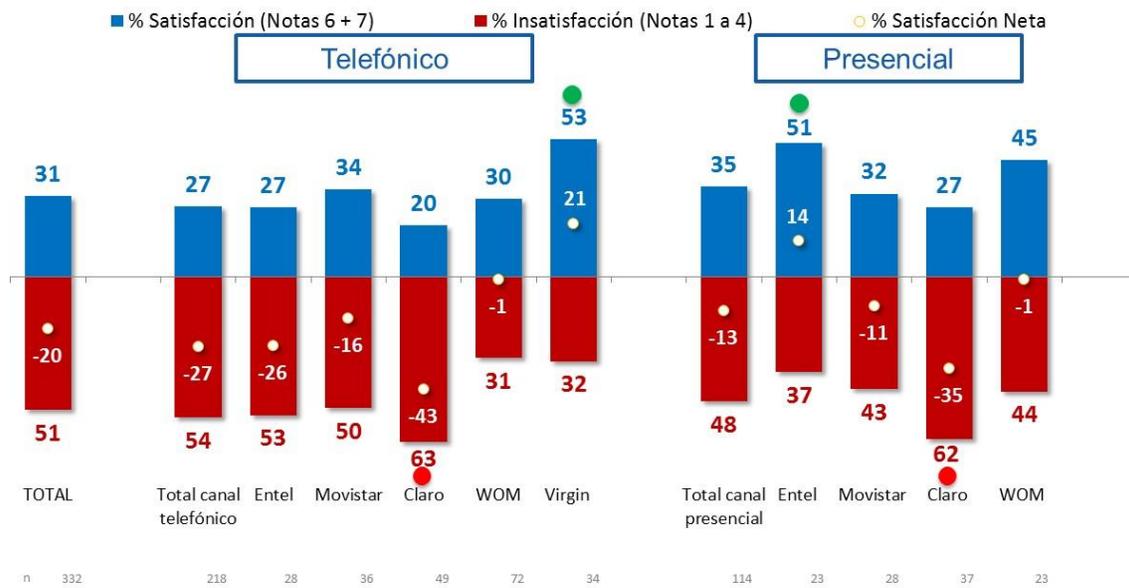


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Telefonía Móvil, canales telefónicos y/o presenciales, no aplica para WEB (N: 367)

Al evaluar la satisfacción neta con el proceso de interposición del reclamo para los canales presencial y telefónico, vemos que es negativa (-20%). Por tipo de canal existen diferencias, donde el canal telefónico obtiene una satisfacción neta más baja (-27%) en comparación al call center (-13%).

Gráfica 50. Evaluación del proceso de interposición del reclamo – por canal

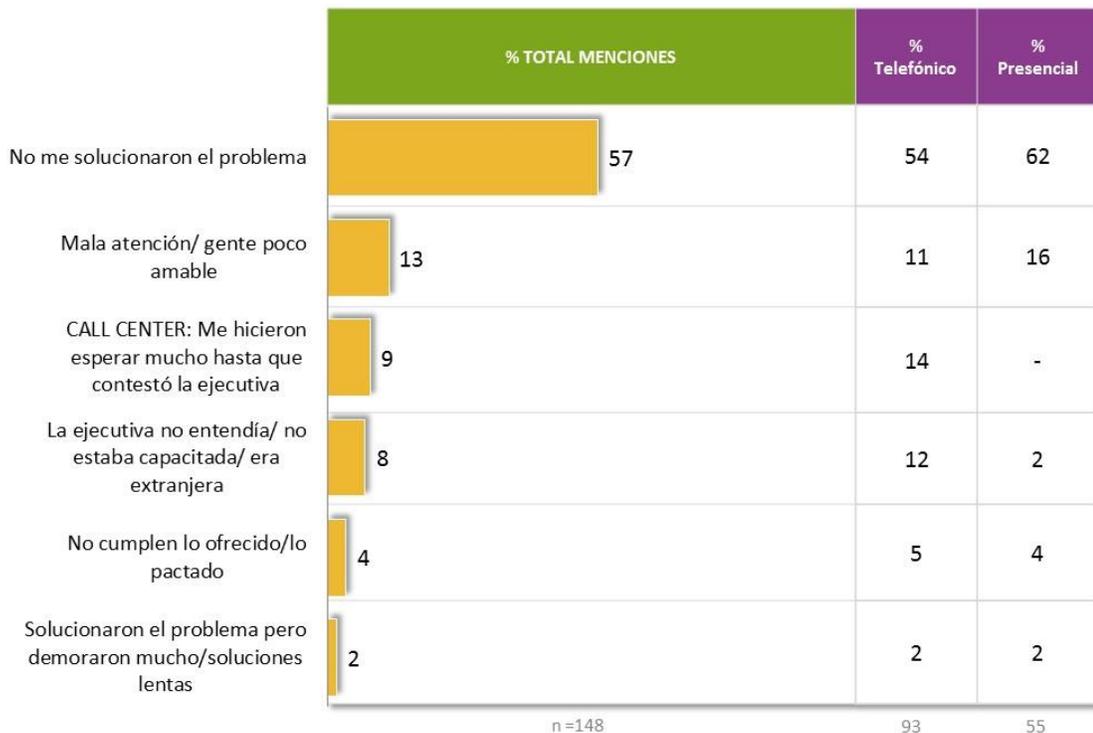


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". (\*) \*Virgin no cuenta con canal presencial para interposición de reclamos  
 Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Telefonía Móvil, canales telefónicos y/o presenciales, no aplica para WEB (N: 367)

Por empresa, en el canal telefónico Virgin es el único proveedor de telefonía móvil que obtiene una satisfacción neta positiva (21%), mientras Claro obtiene la peor satisfacción neta (-23%). En el canal presencial, Entel obtiene una satisfacción neta positiva (37%) y Claro nuevamente recibe la peor satisfacción neta (-8%).

¿Por qué evalúa con nota 4 o menor? ¿Algo más?

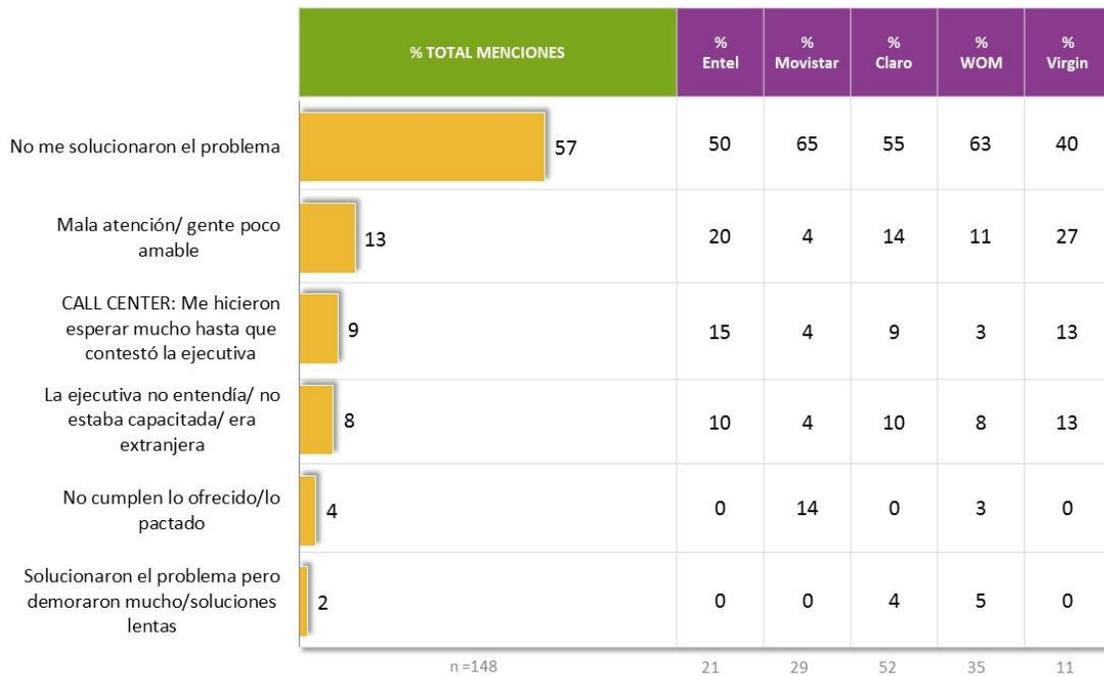
Gráfica 51. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 148)

Entre las personas que se encuentran insatisfechas con la atención al momento de realizar el reclamo (nota 4 o menor), la principal razón de insatisfacción es que su problema no fue resuelto (57%). Por tipo de canal esta razón es más mencionada en el canal presencial (62%) que en el canal telefónico (54%).

Gráfica 52. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por compañía

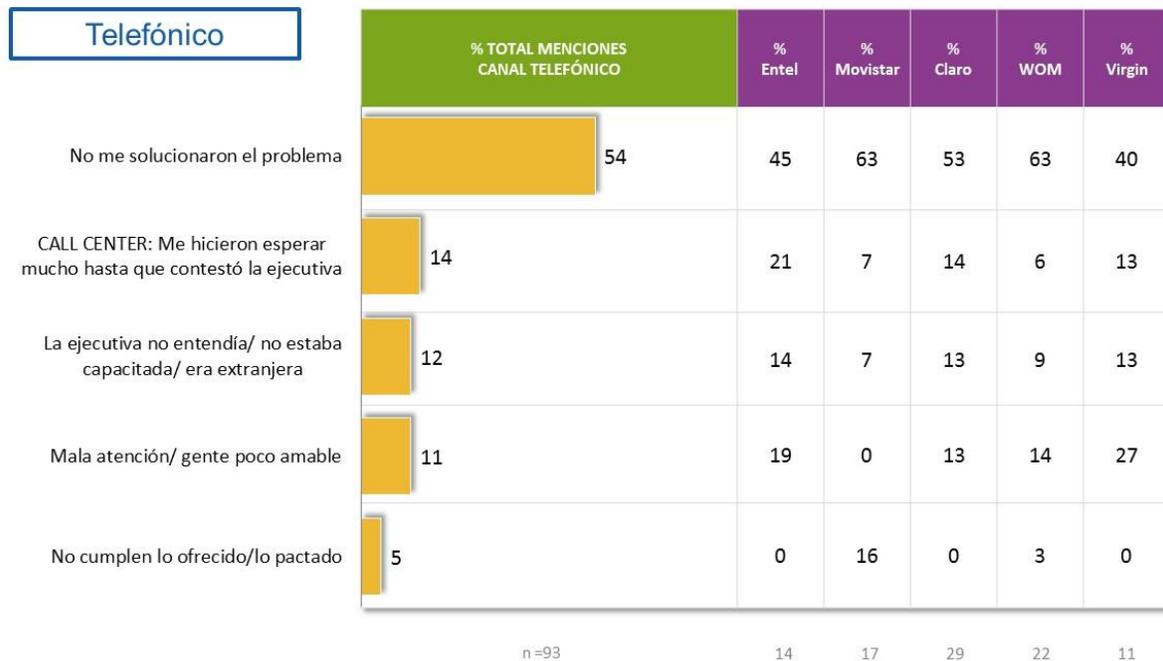


Casos: quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 148)

\* Virgin se mide solo en prepago.

Al analizar las razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo por compañía, “No me solucionaron el problema” es la más mencionada, siendo menor la proporción de menciones en los clientes Virgin (40%) en comparación al resto de las empresas.

Gráfica 53. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Telefónico



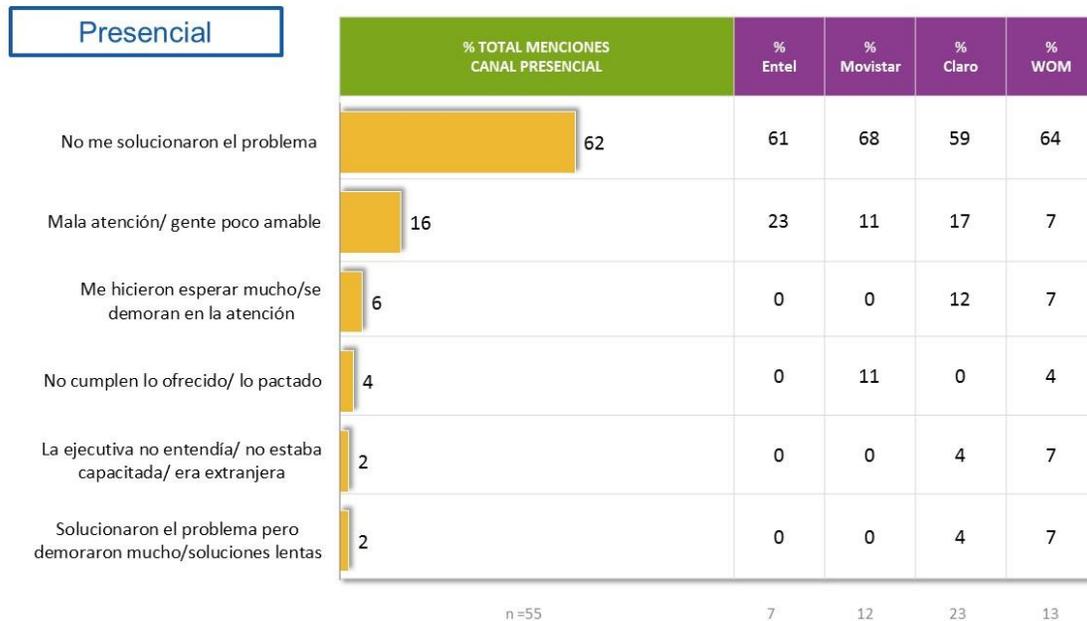
Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal telefónico (N: 93)

\* Virgin se mide solo en prepago.

\*Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal telefónico, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

La principal razón de insatisfacción con el canal telefónico es “No me solucionaron el problema”, en donde WOM y Movistar tienen un porcentaje más alto respecto de las demás compañías (63% en ambas). A su vez, destaca Entel en comparación al resto de las empresas en la razón de insatisfacción “me hicieron esperar mucho hasta que contestó la ejecutiva” (21%).

Gráfica 54. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal presencial (N: 55)

\*Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal presencial, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

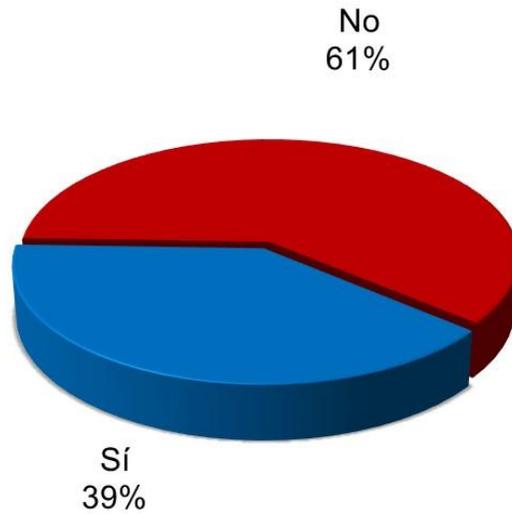
\*\*Virgin no cuenta con canal presencial para interposición de reclamos

\*Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal presencial, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total. Se dejan ver nuevas categorías que no se aprecian a nivel total por su bajo porcentaje, pero si son altas considerando solo canal presencial.

La principal razón de insatisfacción con el canal presencial es, al igual que el telefónico, “No me solucionaron el problema”, donde Movistar destaca con un 68% de menciones en esta razón de insatisfacción en comparación al resto de las empresas. “Mala atención/gente poco amable” es la segunda más mencionada (16%) siendo Entel en comparación al resto de las compañías la que recibe más menciones en esta categoría (23%).

¿Y su problema fue resuelto?

Gráfica 55. Tasa de resolución de problemas



Resolución de problemas Telefonía Móvil: % que dice Sí

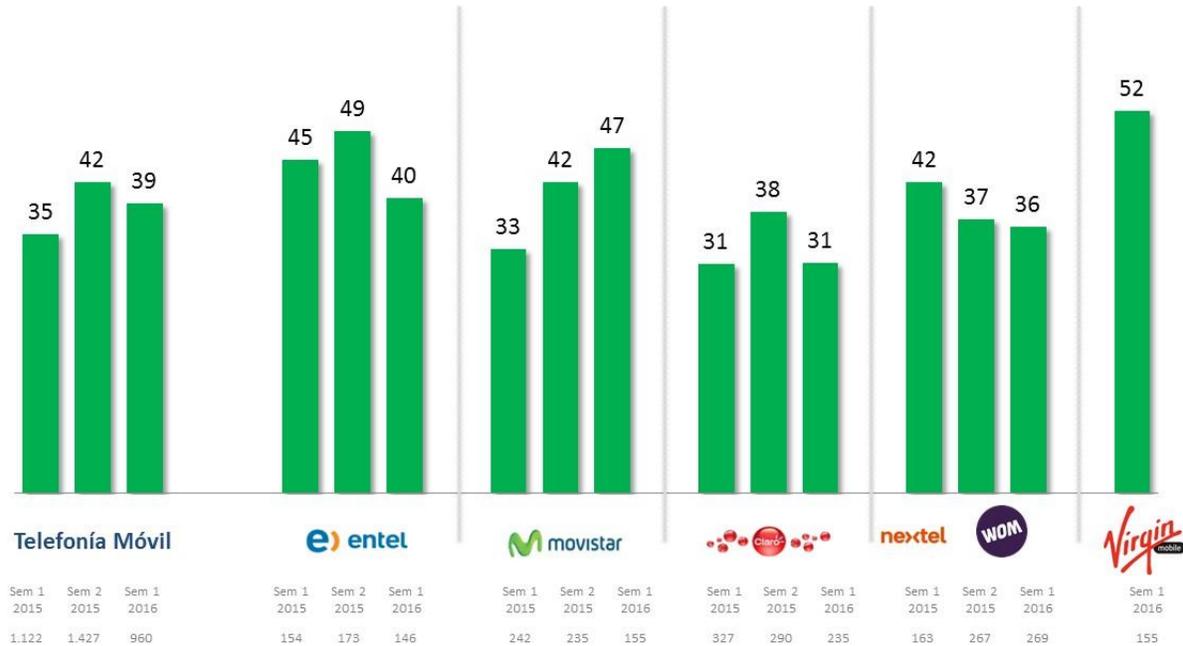
Compañía	Base (n)	% Total	% Contrato	% Prepago
Entel	146	40	55	33
Movistar	155	47	51	45
Claro	235	31	48	26
WOM	269	36	37	35
Virgin	155	52	-	52
<b>TOTAL</b>	<b>960</b>	<b>39</b>	<b>50</b>	<b>35</b>

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil (N: 960)

\* Virgin no cuenta con modalidad contrato, por lo que sus aperturas son sólo para prepago.

De los usuarios que tuvieron problemas con su servicio de Telefonía Móvil, un 39% declara que este fue resuelto, siendo más alto en la modalidad contrato (50%) en comparación a los usuarios de prepago (35%). Al ver los resultados por compañía, los clientes de Virgin son los que declaran en mayor medida que su problema fue resuelto (52%), mientras que Claro alcanza sólo un 31% siendo la compañía con tasa más baja de resolución de problemas.

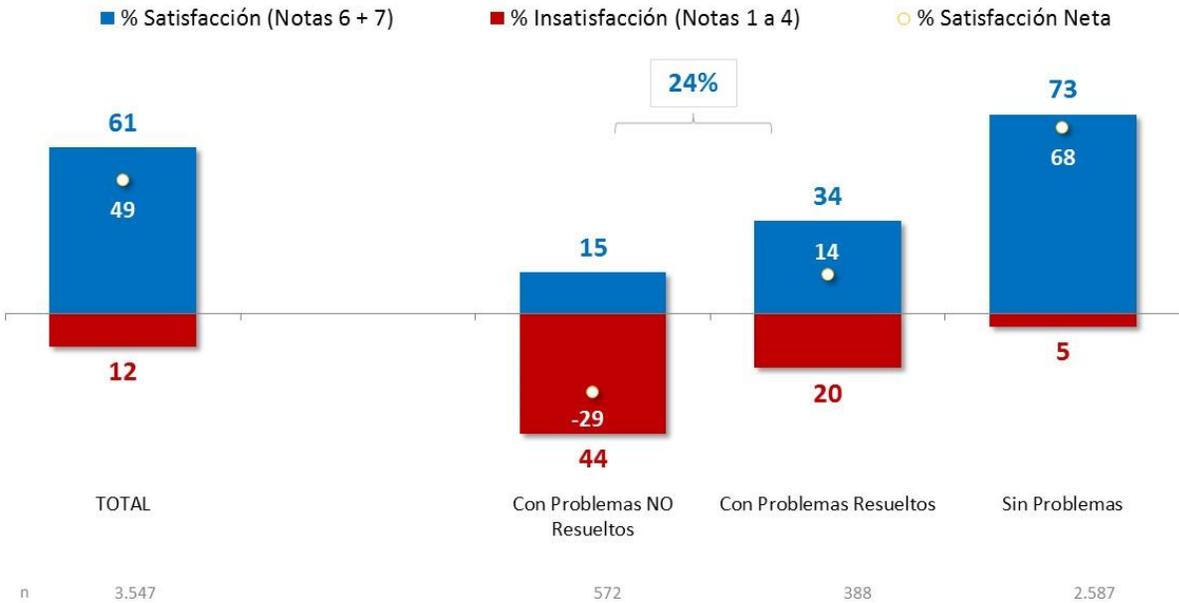
Gráfica 56. Tasa de resolución de problemas<sup>2</sup> – Evolutivo



De forma evolutiva a nivel general, vemos que la tasa de resolución de problemas baja respecto de la medición anterior de un 42% a 39%. Por compañía, Movistar es la única empresa que aumenta su tasa de resolución de problemas (+5%) y Entel es la compañía que más baja su tasa de resolución de problemas (-9 puntos).

<sup>2</sup> Tasa de resolución se calcula en base a las personas que han tenido problemas.

Gráfica 57. Satisfacción con Telefonía Móvil según si le han resuelto problemas

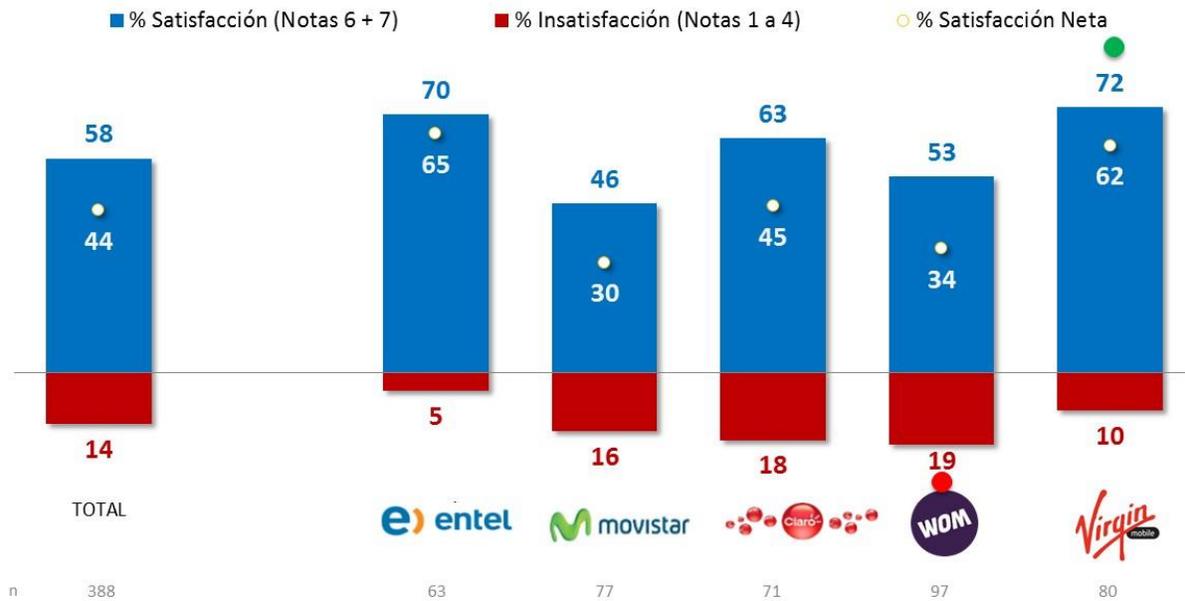


Casos: 3.547. Se señala el número de casos según filtro sobre problemas.

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 es negativa, alcanzando un -29%. Por otro lado, si existieron problemas pero este fue resuelto, la satisfacción neta aumenta alcanzando un 14%, mientras que entre quienes no han tenido problemas la satisfacción neta alcanza un 68%.

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 58. Satisfacción con la Solución de problemas de Telefonía Móvil

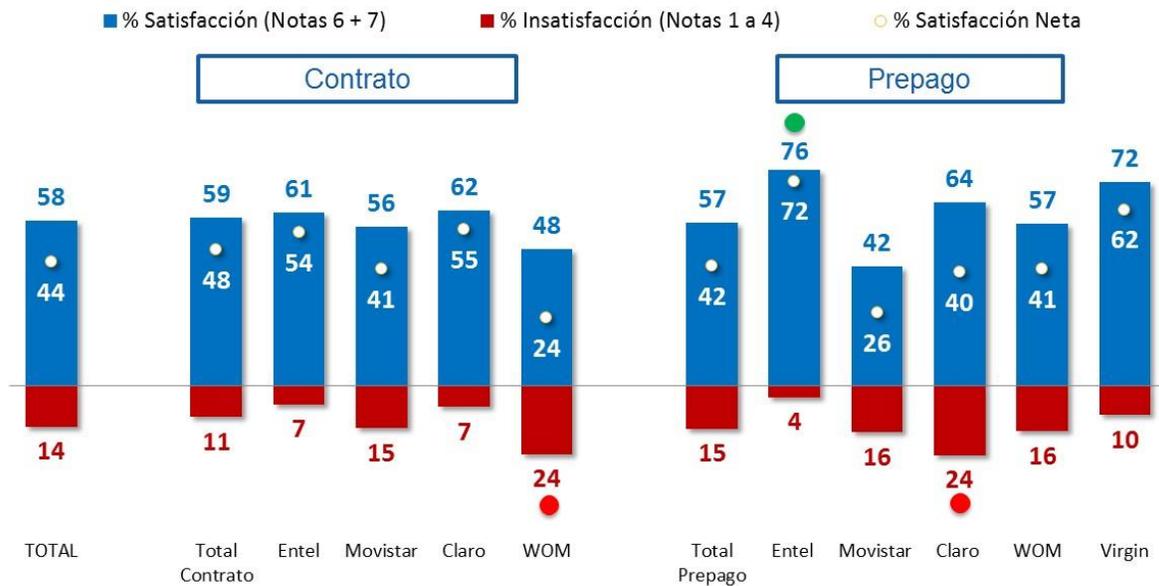


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". \* Virgin se mide solo en prepago.

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil y han resuelto su problema (N: 388)

Al revisar los niveles de satisfacción neta con la solución de problemas de los usuarios a los que si les resolvieron su problema, vemos que alcanza un 44% de satisfacción neta a nivel total. La empresa que alcanza el nivel más alto de satisfacción neta con la tasa de resolución de su problema es Entel (65%) y Movistar es la que presenta un porcentaje más bajo respecto de las demás empresas medidas (30%).

Gráfica 59. Satisfacción con la resolución de problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de contrato y Compañía



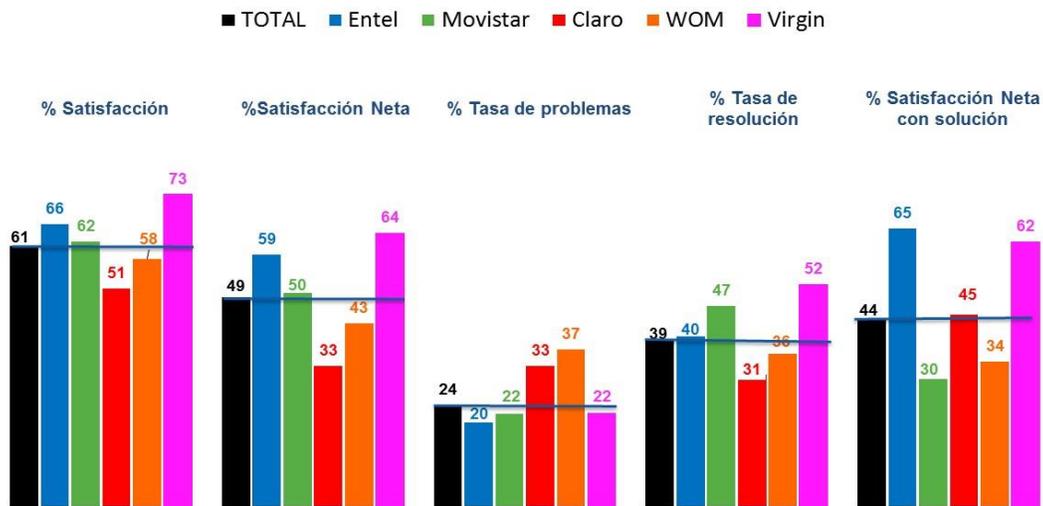
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". \* Virgin no cuenta con modalidad contrato, por lo que sus aperturas son sólo para prepago

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Telefonía Móvil y han resuelto su problema (N: 388)

Por tipo de plan, la satisfacción neta con la resolución de problema es bastante similar tanto entre usuarios prepago como entre usuarios contrato, con 42% y 48% respectivamente. En cuanto a la modalidad contrato, Claro es la empresa que recibe la satisfacción neta más alta en cuanto a la resolución de problemas (55%). Entre los usuarios de prepago, Entel es la empresa que tiene el nivel más alto de satisfacción neta (72%).

### 7.1.4. Principales indicadores

Gráfica 60. Principales indicadores Telefonía Móvil



Casos: 3.547

Gráfica 61. Principales indicadores Telefonía Móvil - Evolutivo

	Total			entel			movistar			claro			nextel			WOM			virgin			
	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	
% Satisfacción	55	55	61	67	66	66	50	53	62	46	43	51	69	52	58	73						
% Satisfacción Neta	39	40	49	57	59	59	30	34	50	25	23	33	61	31	43	64						
% Tasa de Problemas	31	32	24	21	23	20	33	32	22	45	42	33	24	39	37	22						
% Tasa de reclamo	51	45	41	46	44	38	52	46	42	53	43	42	58	55	44	34						
% Tasa de resolución	35	42	39	45	49	40	33	42	47	31	38	31	42	37	36	52						

A modo de resumen, las gráficas anteriores muestran los indicadores principales.

## 7.2. Internet Móvil

### 7.2.1. Perfil de los entrevistados

Gráfica 62. **Ponderación por segmento de los usuarios de Internet Móvil**

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.915	54,6	52,0	2,2%
	Mujer	1.590	45,4	48,0	2,5%
	<hr/>				
	18 – 39	2.533	72,3	69,2	1,9%
	Más de 40	972	27,7	30,8	3,1%
	<hr/>				
	Santiago	1.707	48,7	41,5	2,4%
Regiones	1.798	51,3	58,5	2,3%	

Gráfica 63. **Características Demográficas de usuarios de Internet Móvil**



Las compañías evaluadas en Internet Móvil son Entel, Movistar, Claro, WOM y Virgin. Es importante mencionar que Virgin es la primera vez que se mide en esta categoría.

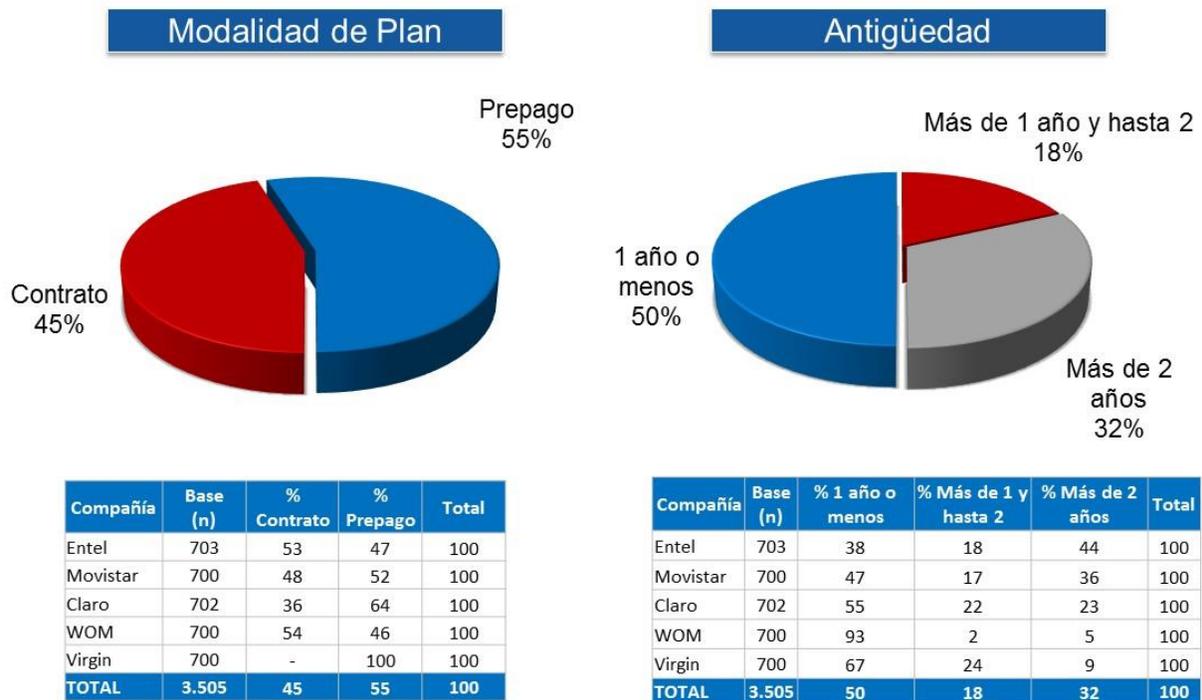
En el servicio de Internet Móvil no se aprecia una gran diferencia de usuarios según su género, siendo la proporción de 52% hombres y 48% mujeres. La principal diferencia entre los usuarios se observa respecto a la edad, ya que se ubican principalmente entre los 18 y los 39 años (69%). Geográficamente también es posible notar diferencias, ya que un 41% de los entrevistados es de la Región Metropolitana, mientras que el restante 59% se distribuye en el resto de las regiones.

Gráfica 64. Características demográficas de usuarios de Internet Móvil – Por compañía

Sexo					Tramo Etario					Zona				
Compañía	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total	Compañía	Base (n)	% 18 a 39	% 40 o Más	Total	Compañía	Base (n)	% RM	% Regiones	Total
Entel	703	51	49	100	Entel	703	63	37	100	Entel	703	43	57	100
Movistar	700	52	48	100	Movistar	700	67	33	100	Movistar	700	35	65	100
Claro	702	50	50	100	Claro	702	75	25	100	Claro	702	42	58	100
WOM	700	63	37	100	WOM	700	80	20	100	WOM	700	53	47	100
Virgin	700	57	43	100	Virgin	700	80	20	100	Virgin	700	67	33	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.505</b>	<b>52</b>	<b>48</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.505</b>	<b>69</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.505</b>	<b>41</b>	<b>59</b>	<b>100</b>

Por compañía, WOM es el proveedor de Internet Móvil que alcanza un mayor porcentaje de hombres respecto de mujeres (63%). En cuanto a edad, WOM y Virgin destacan por tener un grupo etario compuesto mayormente por personas entre los 18 y 39 años (80% respectivamente) y Entel por tener en proporción más clientes de 40 o más años (37%) en comparación al resto de las compañías. Respecto a la ubicación geográfica, los clientes de Virgin se concentran mayormente en la RM (67%) y Movistar destaca por tener en proporción mayor presencia en regiones (65%).

Gráfica 65. Características de servicio de Internet Móvil

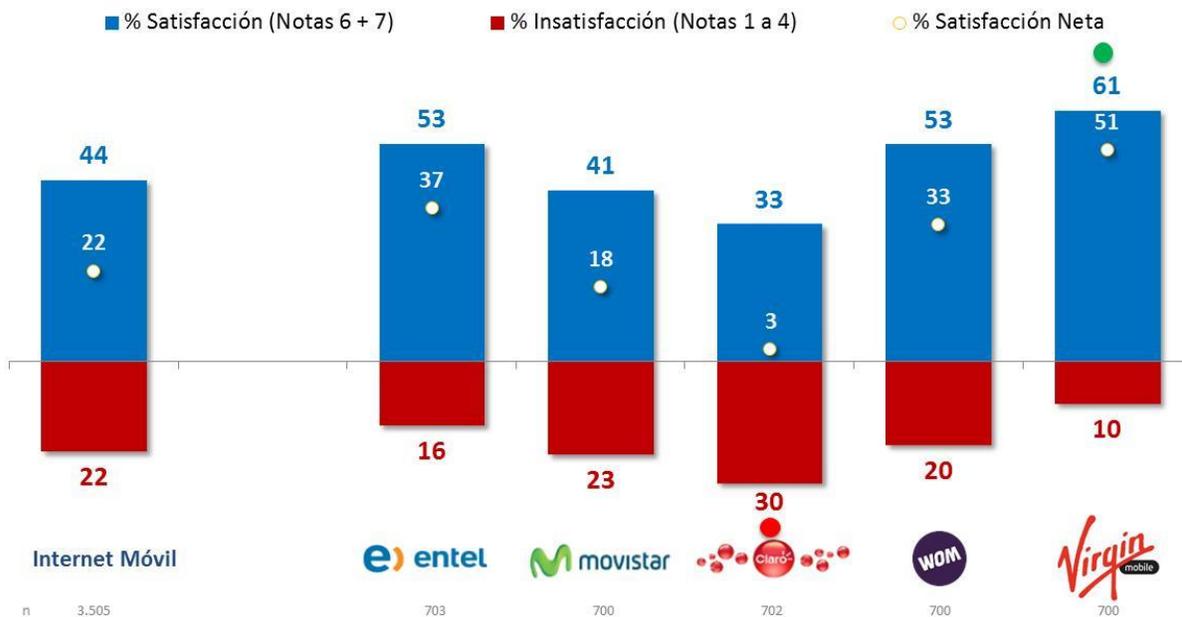


Respecto a las características principales que tienen los usuarios de Internet Móvil, se aprecia que la mayoría son de prepago con un 55%, mientras que el restante 45% corresponde a planes con modalidad contrato, distribución que se desprende debido a la incorporación de Virgin a las compañías a medir de Internet móvil, empresa que sólo cuenta con modalidad prepago. La compañía que destaca por tener más usuarios con contrato es WOM con 54%. Respecto de la antigüedad, el 50% declara ser cliente de su actual compañía hace 1 año o menos y un 32% declaró poseer el plan hace más de dos años. Esto también se debe a la incorporación de empresas jóvenes como Virgin y WOM, mientras que los usuarios de Entel declaran disponer del servicio hace más de 2 años (44%).

### 7.2.2. 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 66. **Satisfacción con empresas de Internet Móvil**

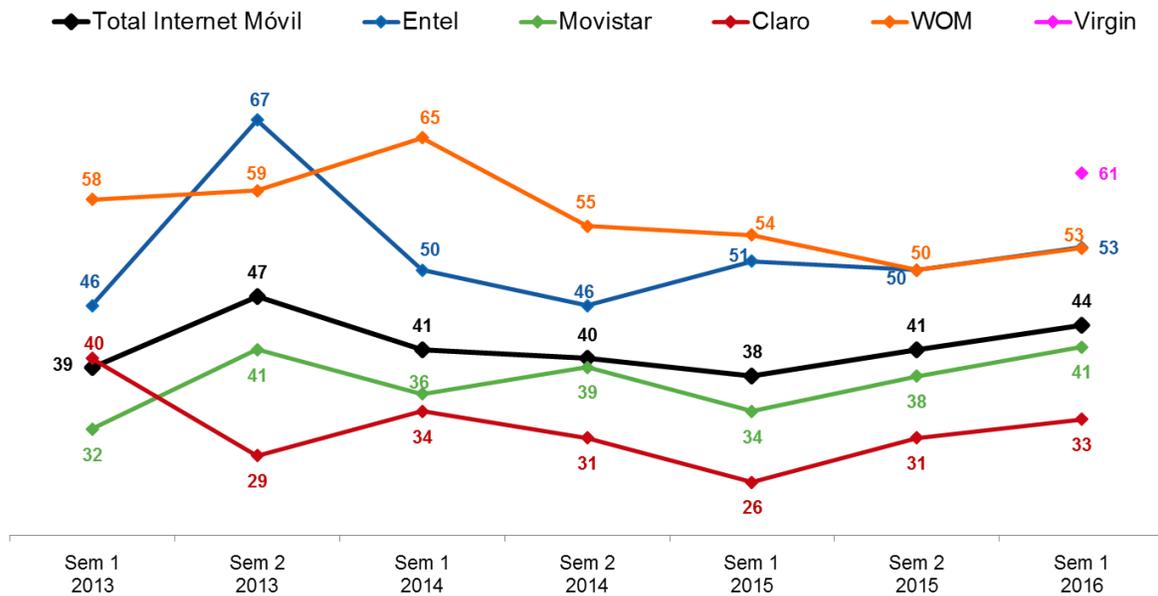


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción “5” o “No sabe”. \* Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.505

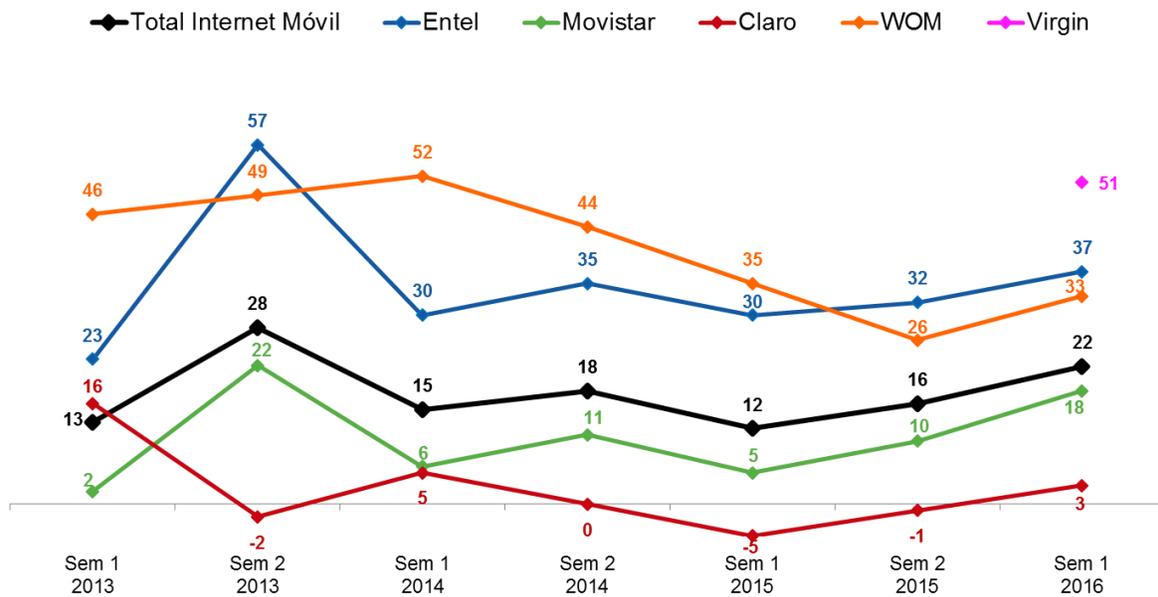
Al revisar el nivel de satisfacción neta en Internet Móvil, se aprecia que existe un 22% de satisfacción neta total, en donde la compañía que destaca por alto nivel de satisfacción neta es Virgin (51%), mientras que Claro obtiene el nivel de satisfacción neta más bajo de las compañías de Internet Móvil medidas, con tan sólo un 3%.

Gráfica 67. Satisfacción con empresas de Internet Móvil – Evolutivo



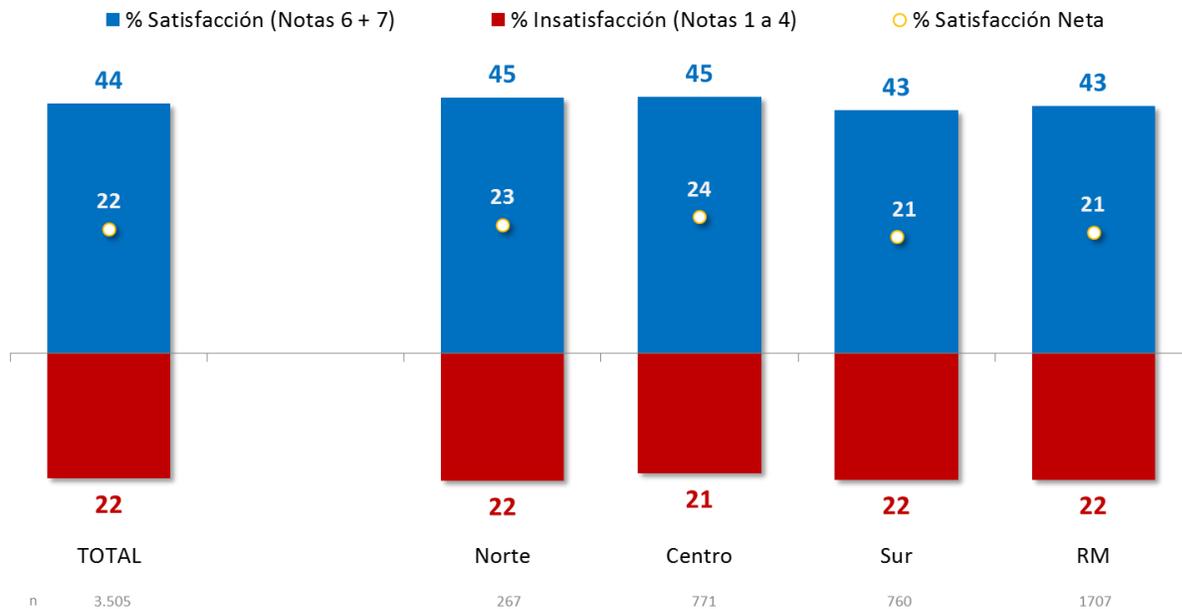
En cuanto al nivel de satisfacción de forma evolutiva, se puede apreciar que ha aumentado en relación a la segunda medición del 2015 en 3 puntos porcentuales (41% a 44%). Con respecto a las distintas empresas, se puede observar que Virgin es la empresa que lidera el nivel de satisfacción con 61%, mientras que Claro es la más baja con 33%. Es importante mencionar que todas las empresas medidas anteriormente aumentan su nivel de satisfacción.

Gráfica 68. Satisfacción Neta con empresas de Internet Móvil – Evolutivo



El total de satisfacción neta en Internet Móvil aumenta 6 puntos respecto del segundo semestre de 2015 (16% a 22%). Virgin es la empresa que destaca por su satisfacción neta en comparación al resto de las empresas (51%). Entre las empresas que reportan un mayor aumento en su satisfacción neta respecto de la medición anterior, destacan Movistar (+8 puntos porcentuales) y WOM (+7 puntos porcentuales).

Gráfica 69. Satisfacción por Zona en Internet Móvil

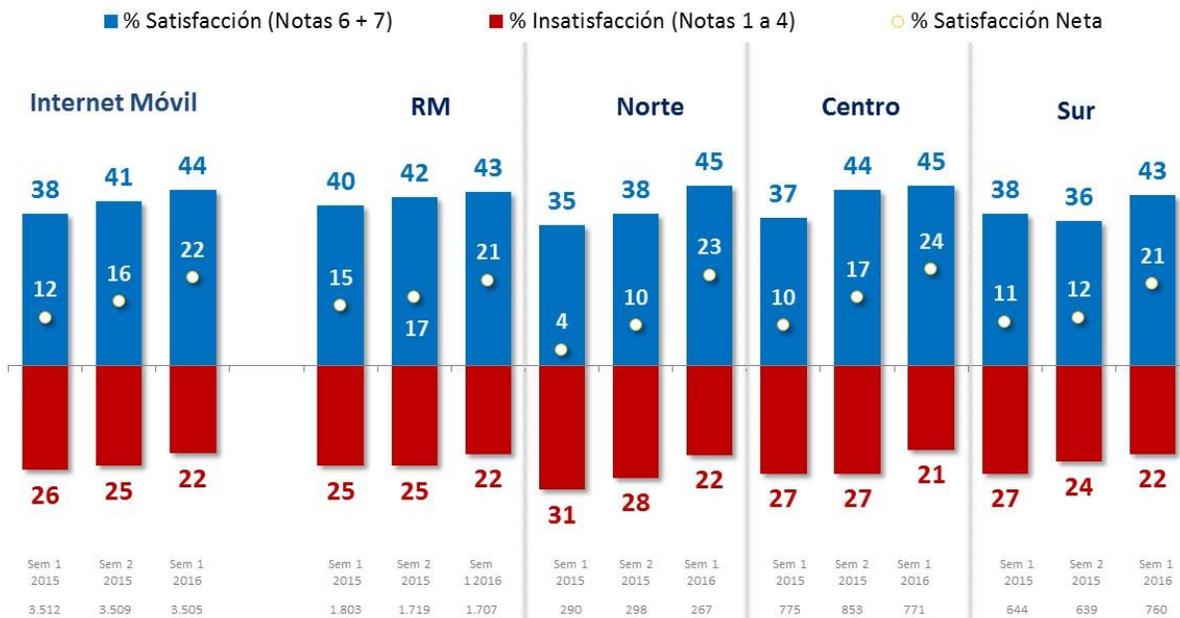


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". \* Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.505

Por zonas, el nivel de satisfacción usuaria con Internet Móvil es bastante similar, siendo sólo un poco más baja en zona sur y RM, con un 21% respectivamente.

Gráfica 70. Satisfacción con servicio de Internet Móvil – Evolutivo por Zona

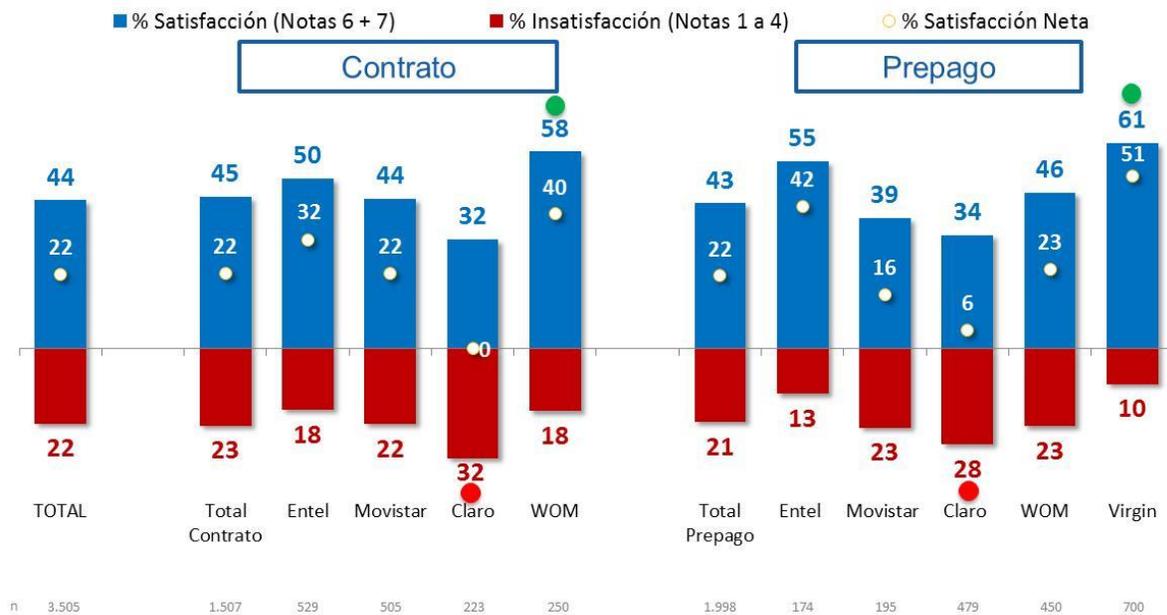


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

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

Comparando los datos del primer semestre de 2016 en relación al segundo semestre de 2015, el aumento en la tasa de satisfacción neta de los usuarios de Internet Móvil es transversal en todas las zonas del país. El alza en la tasa de satisfacción neta destaca en la zona norte del país, donde sube 13 puntos, quedando en un 23%.

Gráfica 71. Satisfacción con servicio de Internet Móvil por tipo de plan

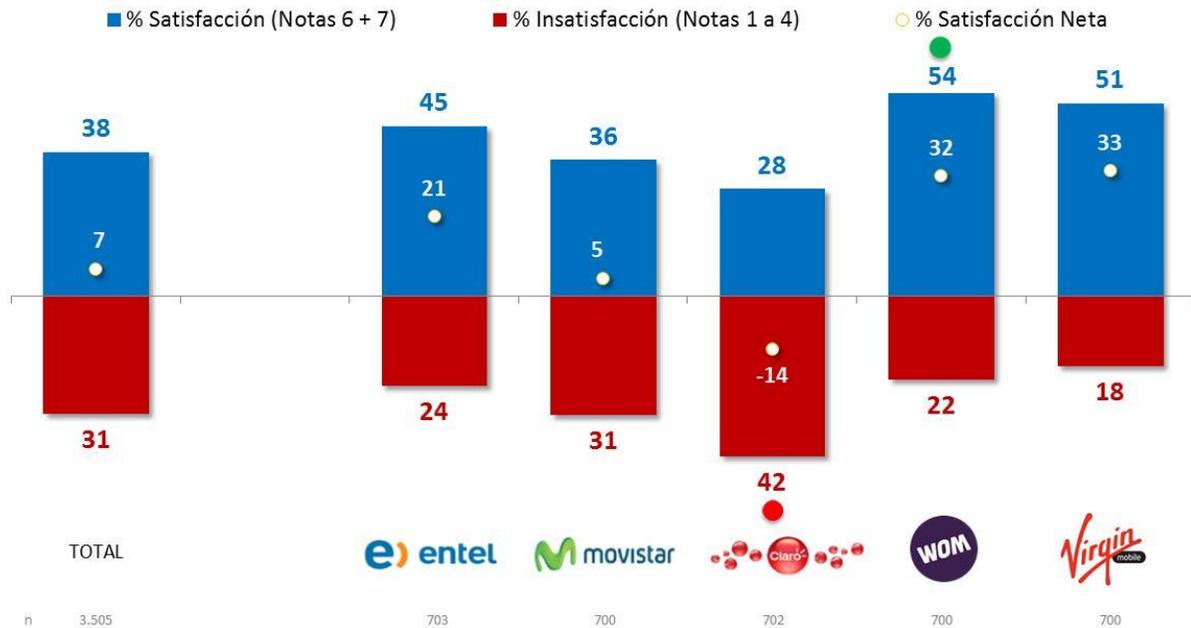


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". \* Virgin no cuenta con modalidad contrato, por lo que sus aperturas son sólo para prepago.  
Casos: 3.505

Por tipo de plan, no existen mayores diferencias en el total de usuarios prepago y contrato en los indicadores de satisfacción. Por compañía, se aprecia que WOM es la compañía que tiene una satisfacción neta más alta entre las empresas contrato (40%) y Claro es la más baja con 0%. Virgin destaca por su alta satisfacción neta entre usuarios prepago (51%) y Claro es el más bajo (6%).

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

Gráfica 72. Satisfacción velocidad Internet Móvil

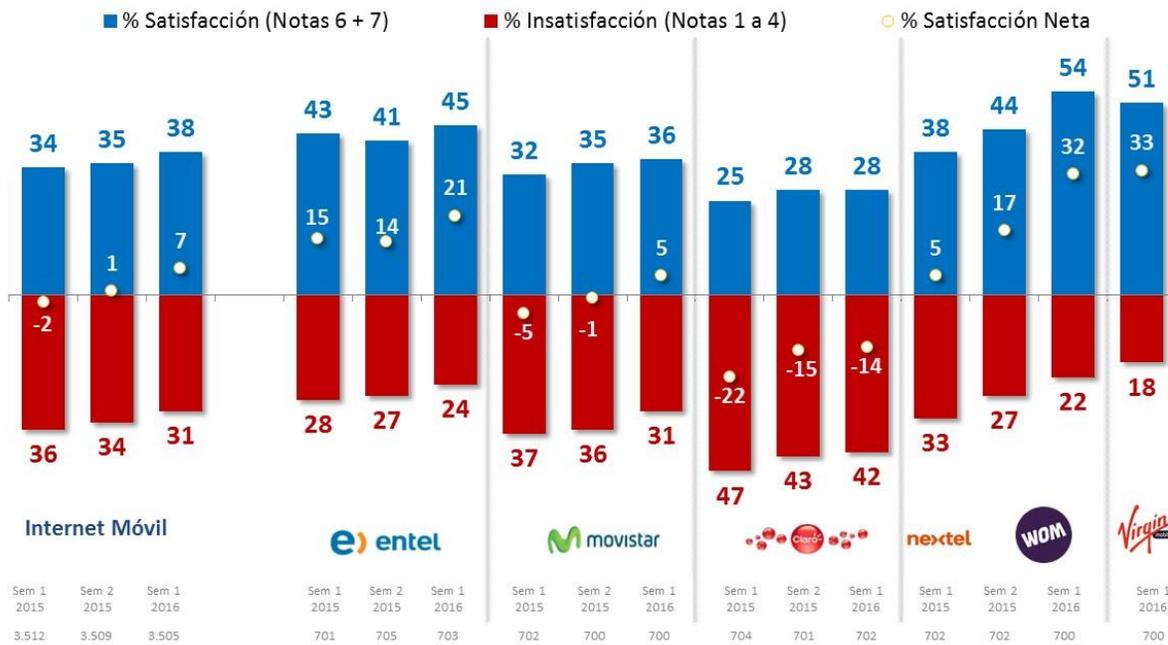


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". \* Virgin se mide solo en prepago.

Casos: 3.505

Al evaluar la velocidad de Internet Móvil, se observa que la satisfacción neta total es de un 7%. Virgin obtiene una satisfacción neta más alta (33%) en comparación al resto de las empresas medidas, mientras que Claro presenta una satisfacción neta negativa (-14%), siendo la empresa con satisfacción neta más baja de las evaluadas.

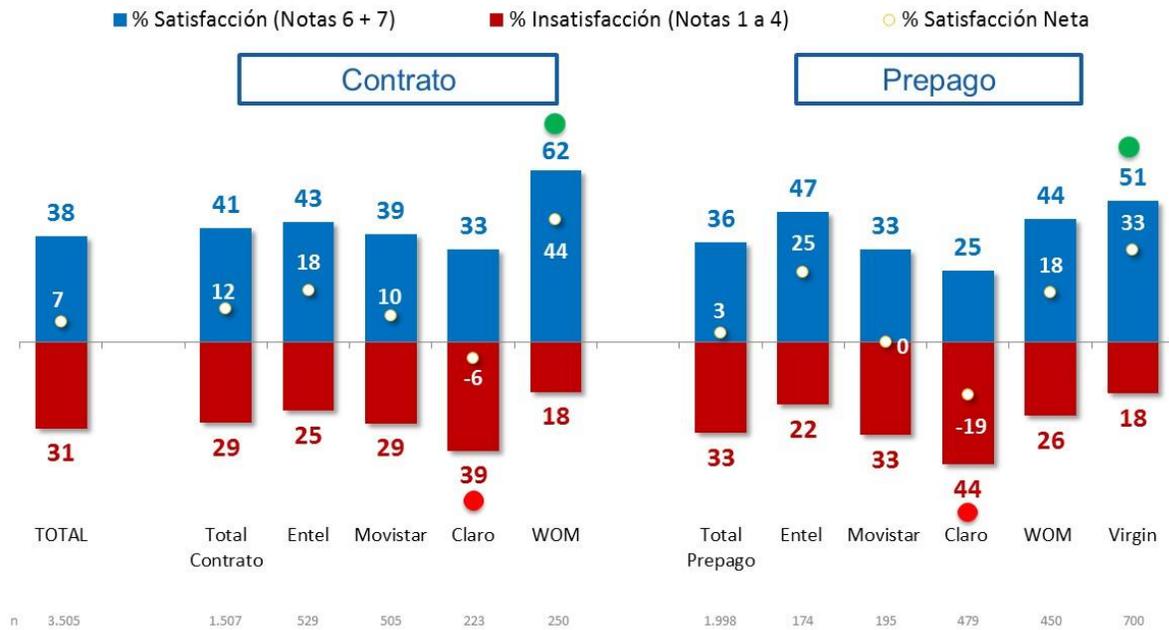
Gráfica 73. Satisfacción velocidad Internet Móvil – Evolutivo



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

En términos evolutivos, WOM presenta un alza importante en la satisfacción neta con la velocidad del servicio de internet, aumentando 15 puntos en la satisfacción neta en comparación al segundo semestre de 2015. Por su parte, Claro es por tercera vez consecutiva la empresa con la satisfacción neta más baja y negativa en comparación al resto de las empresas.

Gráfica 74. Satisfacción velocidad Internet Móvil por tipo de plan



(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". \* Virgin no cuenta con modalidad contrato, por lo que sus aperturas son sólo para prepago.

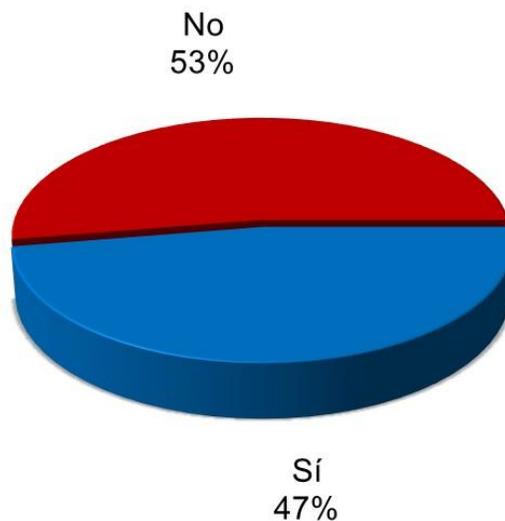
Casos: 3.505

Por tipo de plan, los usuarios de contrato presentan una satisfacción neta mayor que los clientes de prepago respecto a la velocidad de Internet Móvil. Entre las diferentes empresas proveedoras, WOM presenta la satisfacción neta más alta entre los usuarios con contrato (44%) y Virgin obtiene la satisfacción neta más alta entre los usuarios prepago (33%). Claro, en ambas modalidades, presenta la satisfacción neta más baja en comparación al resto de las empresas (-6% en contrato y -19% en prepago).

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

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

Gráfica 75. Tasa de problemas Internet Móvil



Problemas recientes: % que dice Sí

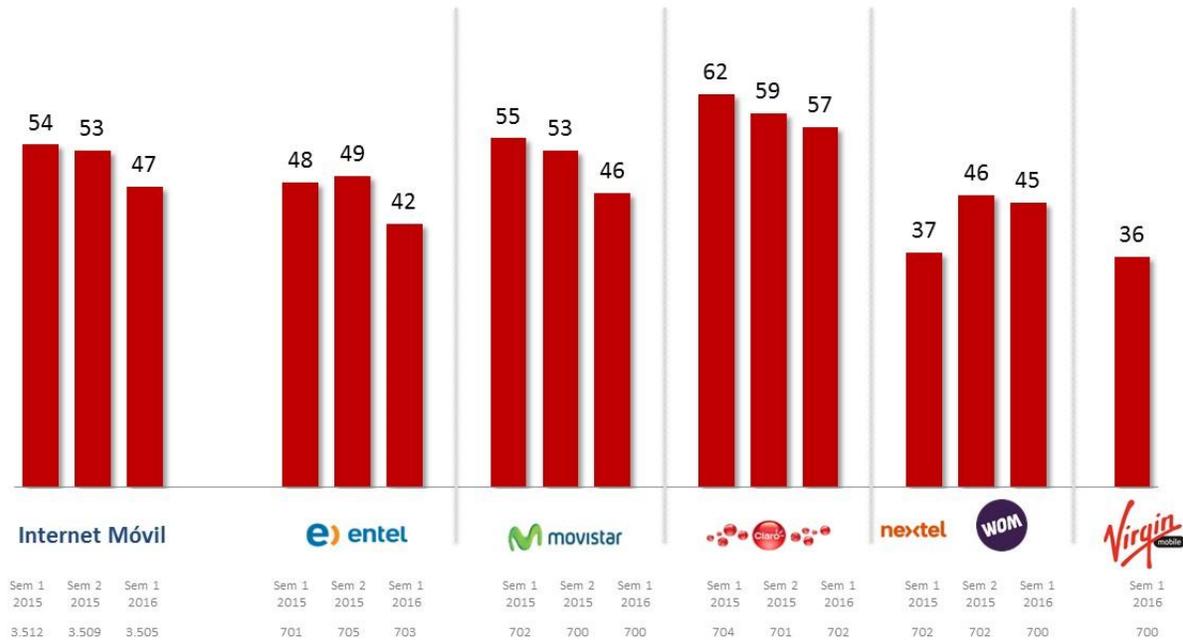
Compañía	Base (n)	% Si	% Contrato	% Prepago
Entel	703	42	48	35
Movistar	700	46	48	45
Claro	702	57	61	55
WOM	700	45	41	49
Virgin	700	36	-	36
<b>TOTAL</b>	<b>3.505</b>	<b>47</b>	<b>50</b>	<b>45</b>

Casos: 3.505

\* Virgin se mide solo en prepago.

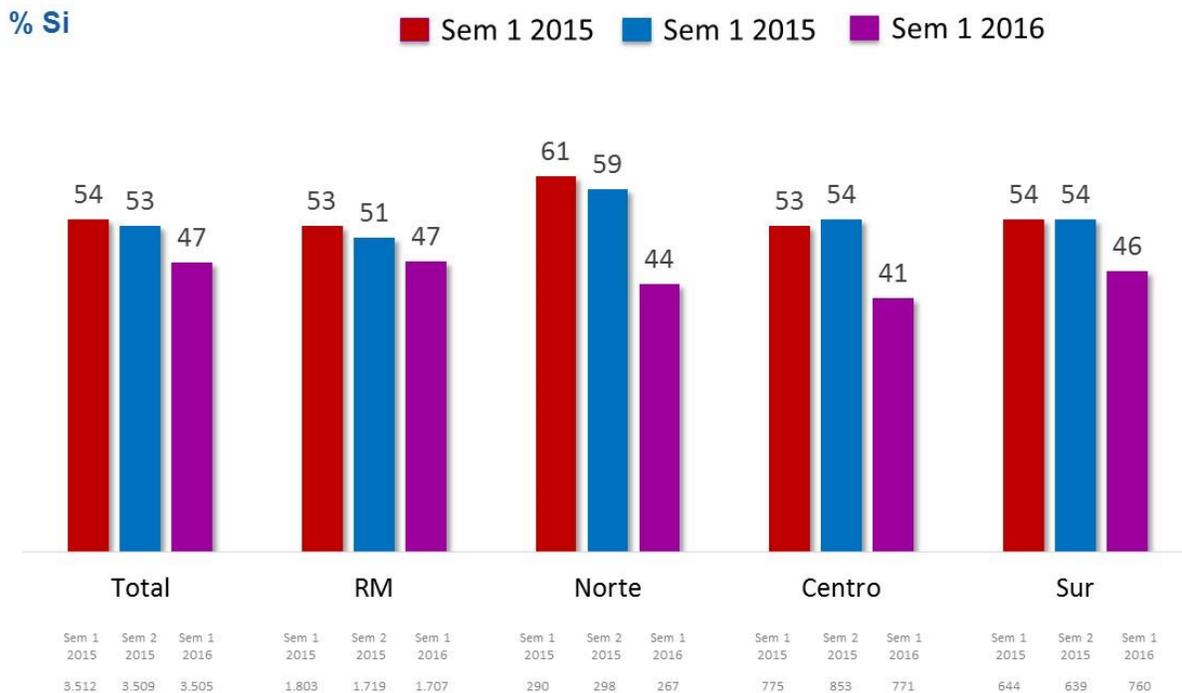
Entre los clientes de Internet Móvil se aprecia que menos de la mitad de las personas entrevistadas declaran haber tenido algún problema (47%) con su servicio durante los últimos 12 meses. Entre las compañías, Claro reporta la tasa de problemas más alta (57%). Por tipo de plan, en contrato y prepago también es Claro la compañía que presenta la tasa problemas más alta con un 61% en contrato y 55% en prepago.

Gráfica 76. Tasa de problemas Internet Móvil – Evolutivo



El total de problemas reportados tuvo una disminución de 6 puntos porcentuales respecto de la última medición, mientras que por empresa quienes disminuyeron en mayor proporción su tasa de reclamos son Entel y Movistar, con una disminución de 7 puntos porcentuales respectivamente.

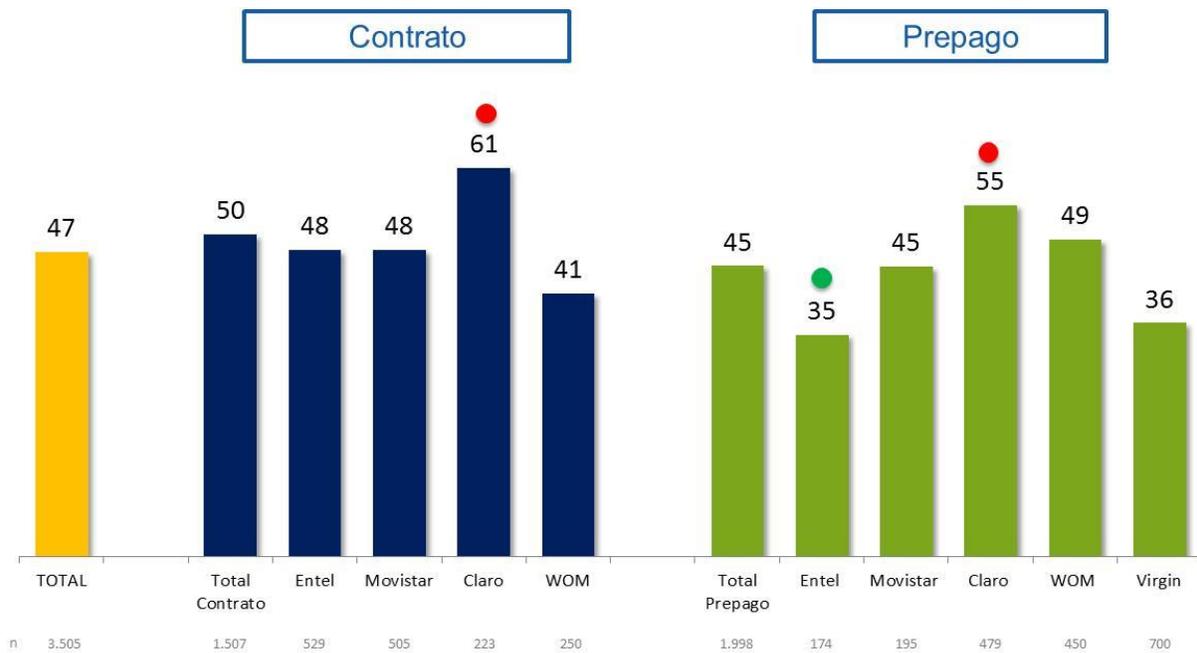
Gráfica 77. Tasa de problemas Internet Móvil – Evolutivo por Zona



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

En todas las zonas del país existe una disminución de al menos 4 puntos porcentuales en comparación a la segunda medición de 2015. En la Zona Norte disminuye de un 59% a un 44%, siendo la más destacada. La Zona Central desplaza a RM como la zona del país con la menor tasa de problemas entre los usuarios de Internet Móvil.

Gráfica 78. Tasa de problemas con servicio de Internet Móvil – Contrato y Prepago.



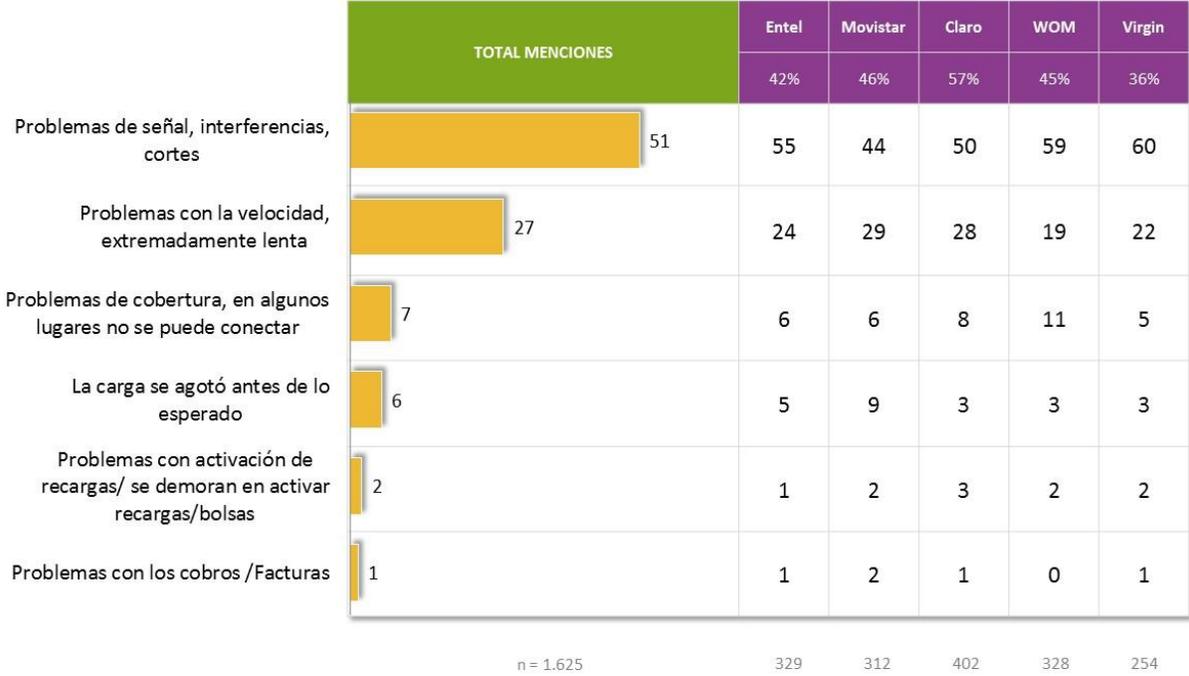
Casos: 3.505

\* Virgin no cuenta con modalidad contrato, por lo que sus aperturas son sólo para prepago.

Por tipo de modalidad de plan, se observa que los clientes con contrato (50%) presentan una mayor tasa de problemas en comparación a los de prepago (45%). En contrato, la tasa más alta de problemas la presenta Claro (61%) y la más baja es WOM (41%). Entre los usuario de prepago, se observa que Entel y Virgin son los que obtienen una menor tasa de problemas, con un 35% y 36% respectivamente, mientras que Claro alcanza un 55%, siendo el porcentaje más alto entre las compañías de prepago.

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

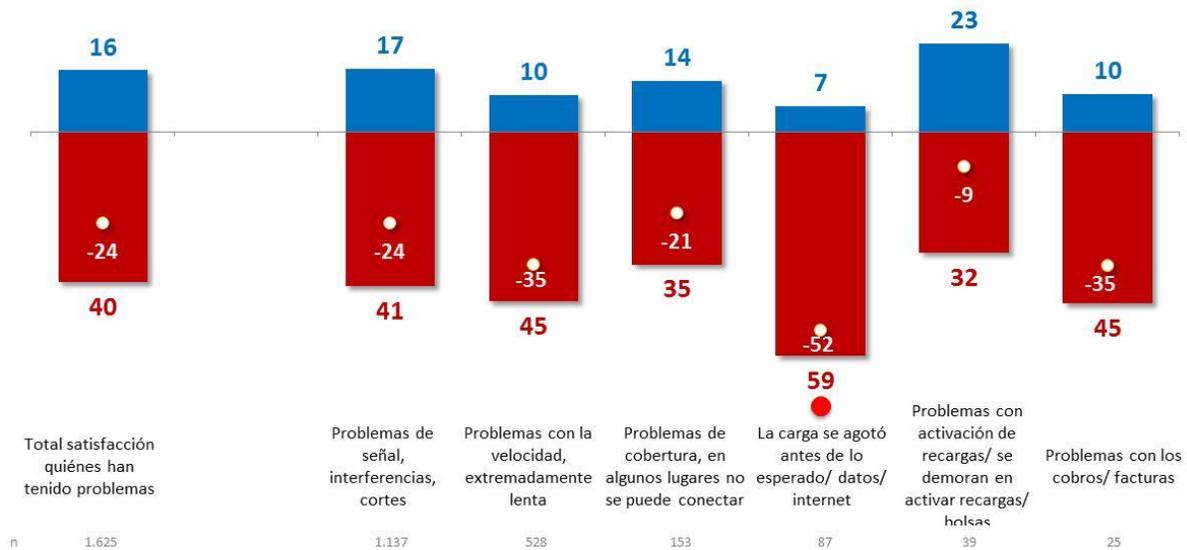
Gráfica 79. Tipos de problemas de Internet Móvil



Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (N: 1.625). En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados. \* Virgin se mide solo en prepago.

Entre los principales problemas con el servicio de Internet Móvil, el principal tiene relación con los problemas de señal, interferencias o cortes (51% del total de menciones), seguido de problemas con la velocidad, extremadamente lenta (27%). Al analizar este resultado por las compañías medidas, los “problemas de señal, interferencias, cortes”, son en proporción más mencionados entre los usuarios de WOM y Virgin, con un 59% y 60% respectivamente.

Gráfica 80. Satisfacción por tipo de problema de Internet Móvil



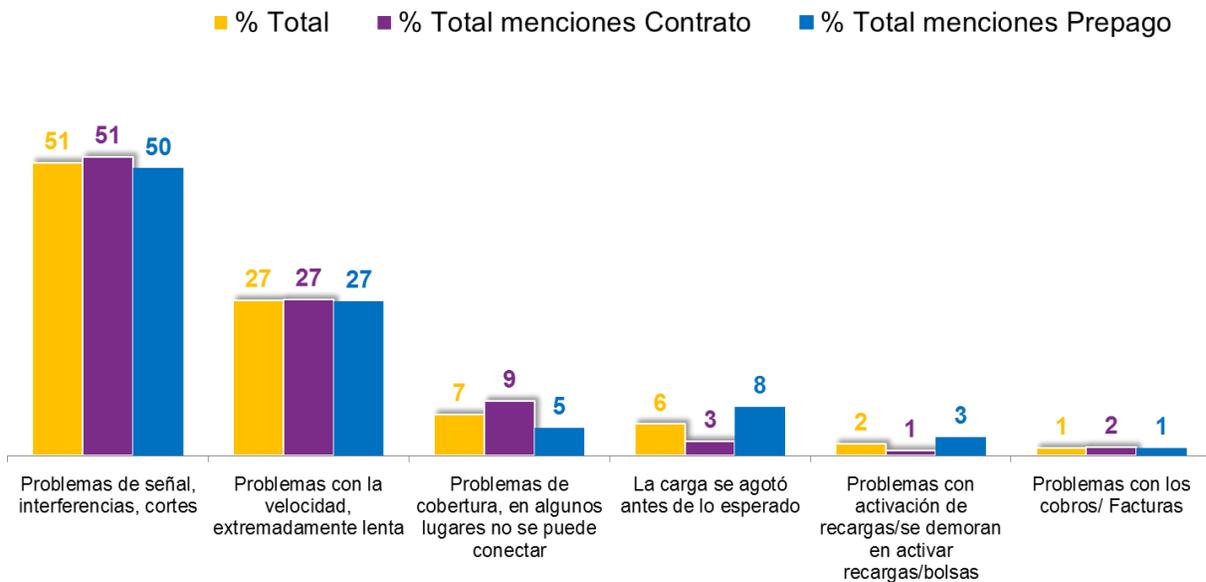
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". \* Virgin se mide solo en prepago.

Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (N: 1.625)

Entre quienes tuvieron problemas, la satisfacción neta es de un -24%. Por tipo de problema, destaca la "Carga se agotó antes de lo esperado/ datos/ internet", en donde el nivel de satisfacción neta es de -52%.

Gráfica 81. Tipos de problemas de Internet Móvil – Contrato y Prepago

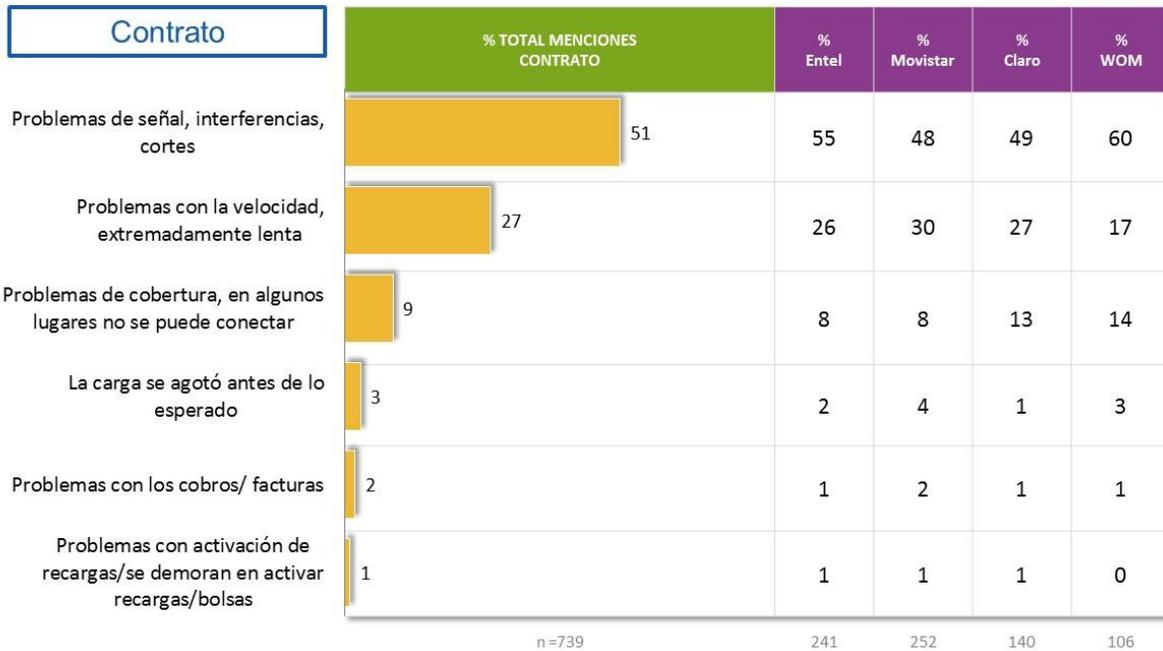


Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (N: 1.625)

\* Virgin se mide solo en prepago.

Identificando los principales problemas según usuarios de contrato y prepago, se observa que el más relevante para ambos tipos de modalidad son los “problemas de señal, interferencias, cortes”. Existe una mayor diferencia por tipo de plan en “problemas de cobertura, en algunos lugares no se puede conectar”, donde el 9% de clientes contrato reporta este problema frente a un 5% de clientes prepago. Por el contrario, “la carga se agotó antes de lo esperado”, es un problema más asociado a los clientes prepago que contrato, con un 8% entre los usuarios de prepago y solo un 3% contrato.

Gráfica 82. Tipos de problemas de Internet Móvil – Contrato



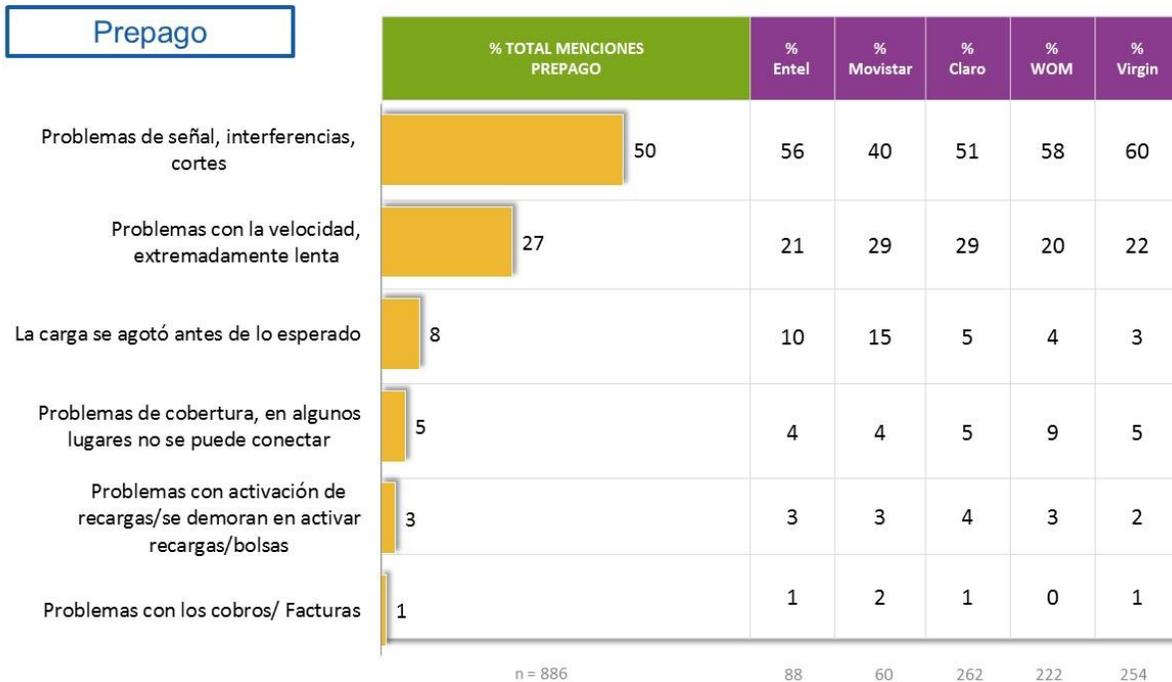
Casos: Usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (N: 739)

\*Categorías se ordenan respecto a tipo de problema más mencionado en Contrato, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

\* Virgin se mide solo en prepago.

En la gráfica, la cual desglosa los problemas presentados por los clientes contrato, se puede observar que WOM tiene un porcentaje más alto respecto de sus similares en “problemas de señal, interferencias, cortes” (60%).

Gráfica 83. Tipos de problemas de Internet Móvil – Prepago



Casos: Usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (N: 886)

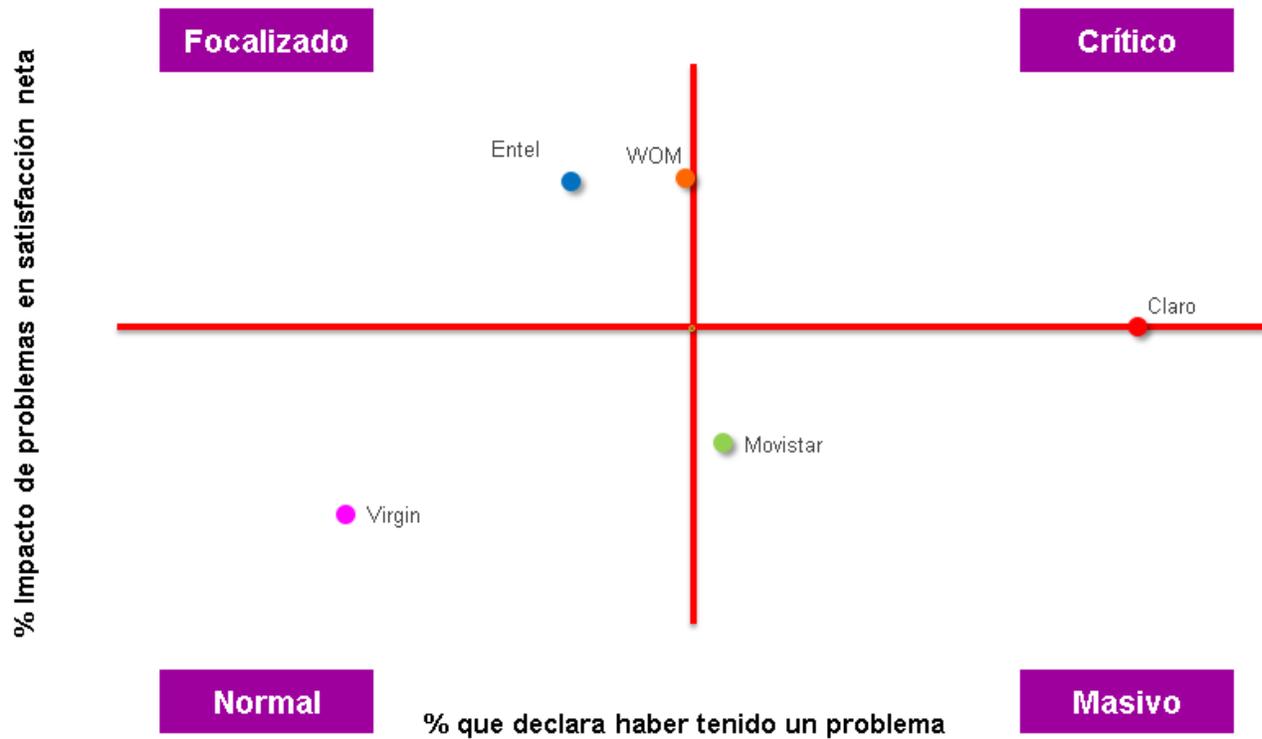
\*Categorías se ordenan respecto a tipo de problema más mencionado en Prepago, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

\* Virgin se mide solo en prepago.

Los usuarios de prepago de WOM y Virgin son los que presentan los porcentajes más elevados respecto de sus similares en relación a “los problemas de señal, interferencias y cortes”, reportando un 58% y 60% respectivamente.

## Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción

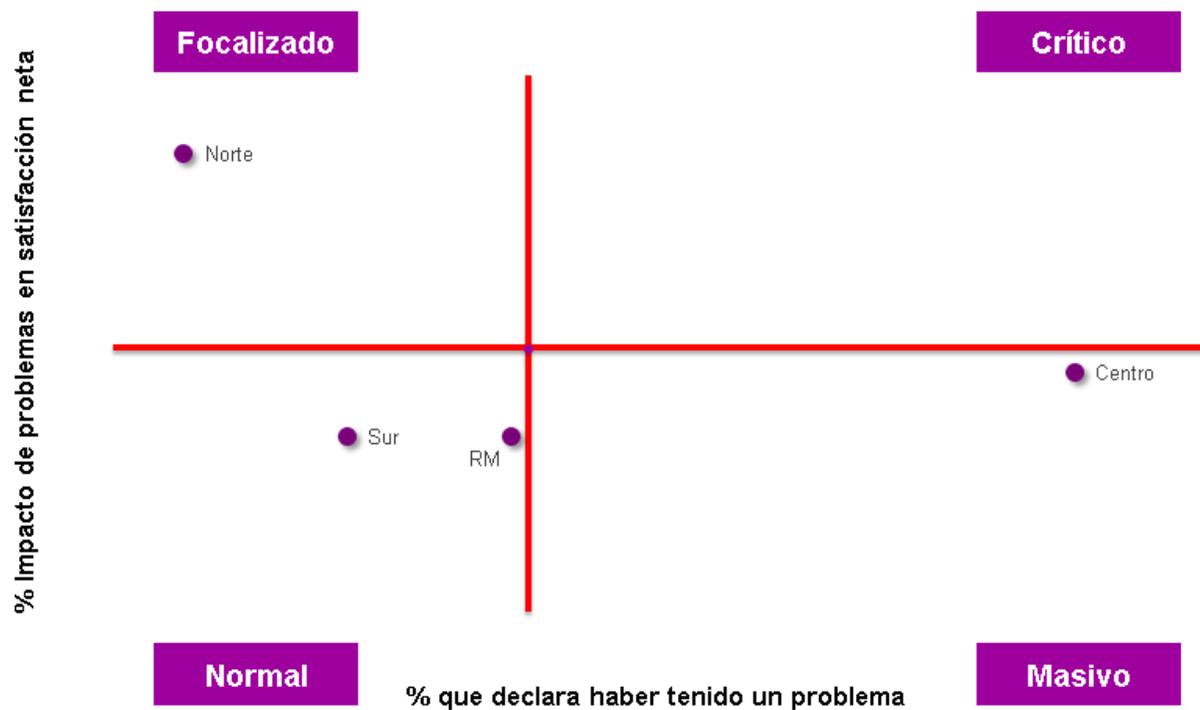
Gráfica 84. Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Móvil – Por Operador



(\*) 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 podemos apreciar que Claro y WOM están al límite de la zona crítica. Claro con alta tasa de problemas pero impacto promedio y WOM con tasa de problemas promedio y alto impacto de problemas sobre la satisfacción. Por su parte, Movistar se posiciona en el cuadrante masivo, siendo alta la tasa de problemas y aún el impacto de problemas en la satisfacción neta controlada. Entel, si bien presenta una tasa de problemas menor, el impacto de problemas en la satisfacción neta es alta, posicionándolo en el cuadrante focalizado.

Gráfica 85. Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Móvil – Por Zona

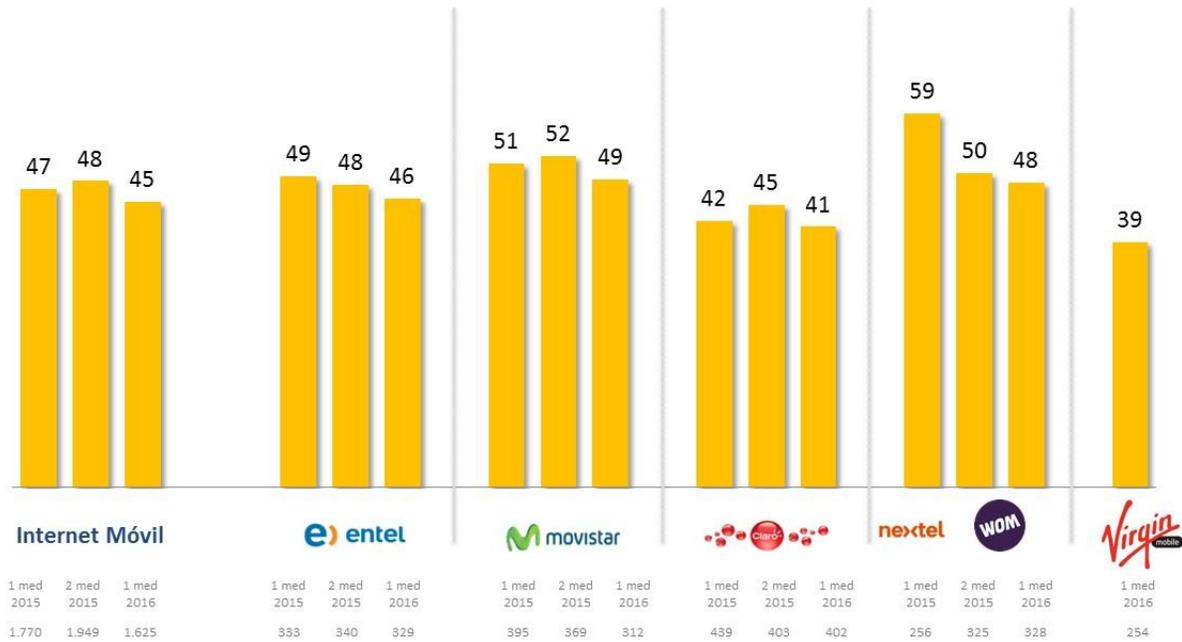


(\*) El impacto de los problemas corresponde a la diferencia en Satisfacción Neta, entre quienes no declaran problemas y quienes sí lo hacen.

No hay zonas que se posicionen en el cuadrante crítico. La zona centro aunque con alta tasa de problemas presenta un impacto de los problemas en la satisfacción neta menor al promedio. En el norte, existe una baja tasa de problemas, pero el impacto de los problemas en la satisfacción neta es alta, posicionándolo en el cuadrante focalizado.

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

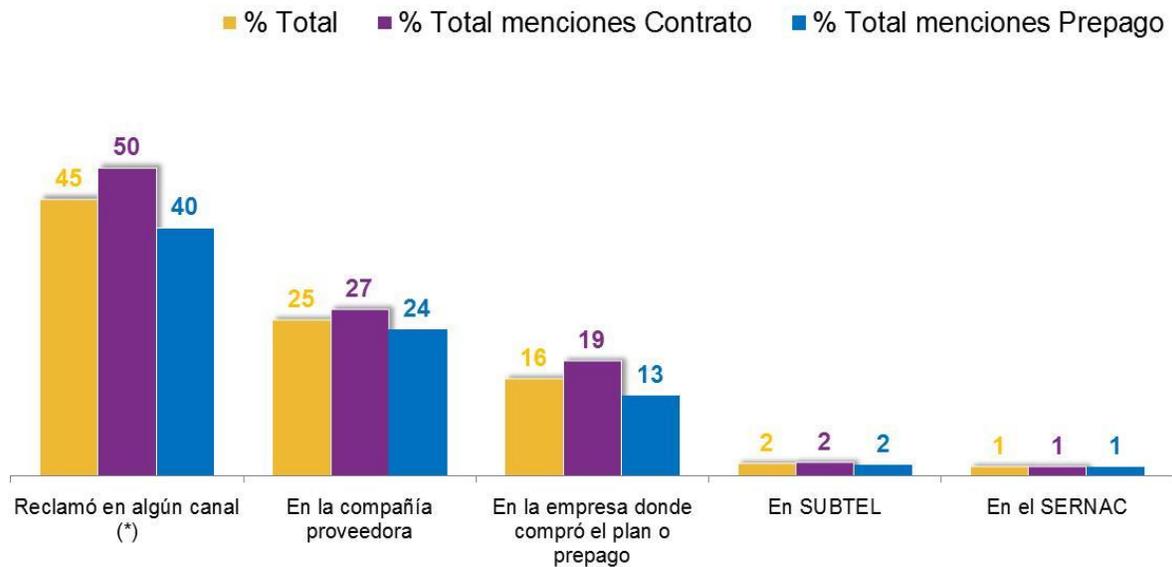
Gráfica 86. Tasa de reclamo Internet Móvil



En Internet Móvil el 45% de los entrevistados declara haber realizado un reclamo. La compañía que presenta el nivel más bajo en su tasa de reclamo es Virgin (39%) y la más alta Movistar (49%). Todas las empresas registran una baja en este indicador respecto al segundo semestre del 2015.



Gráfica 88. Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Contrato y Prepago



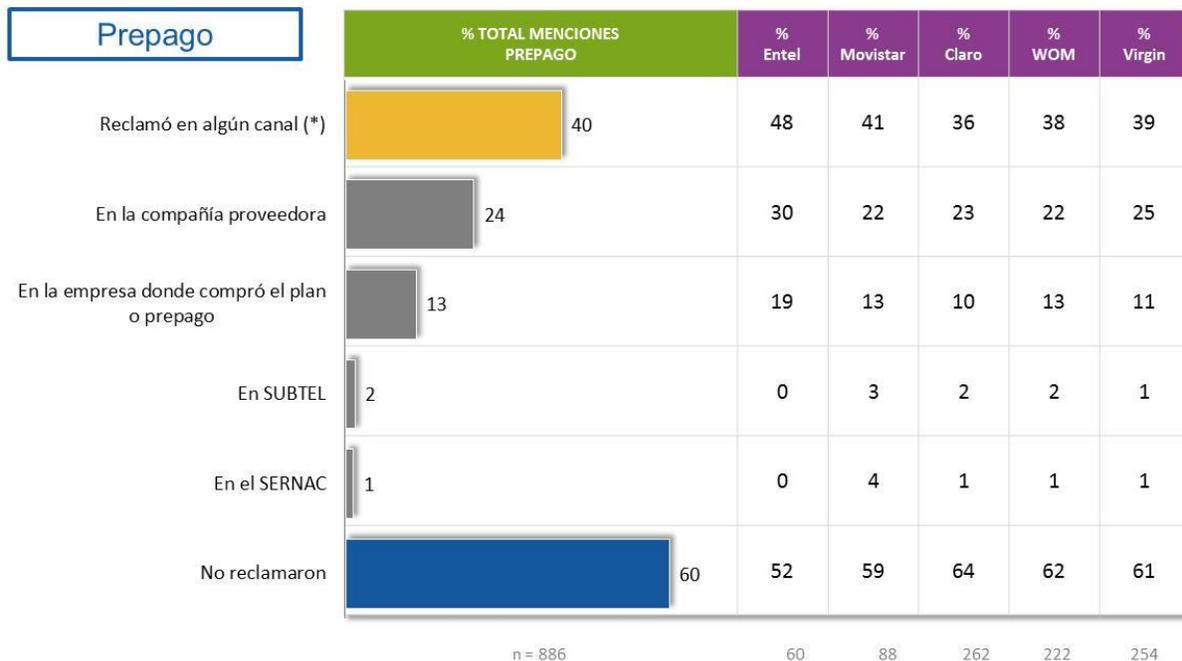
(\*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel.

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (N: 1.625)

Por tipo de plan, se aprecia que entre los usuarios de contrato un 50% reclama en alguno de los canales oficiales que existen para ello, superior al 40% de los usuarios de prepago. En general, los usuarios con contrato son más activos que los usuarios de prepago, tanto a nivel general como por si reclamó en la compañía proveedora o en la empresa donde compró el plan o prepago.



Gráfica 90. Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Prepago



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

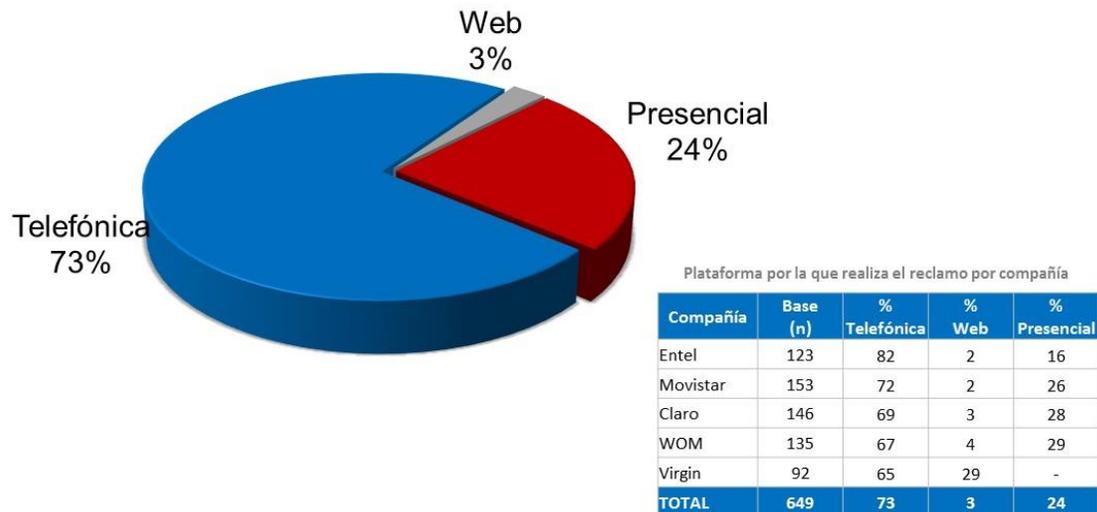
Casos: *Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil, prepago (N: 886)*

\* Virgín se mide solo en prepago.

Entre las personas que tienen prepago y que han presentado algún problema con el servicio de Internet Móvil en el último año, el primer lugar donde se reclama es directamente en la compañía (24%). Entre las distintas compañías, los usuarios de Entel son los que declaran en mayor medida haber reclamado en algún canal (48%), siendo también quienes reclaman más en proporción en la compañía proveedora (30%)

¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo?

Gráfica 91. Plataforma por la que hizo el reclamo

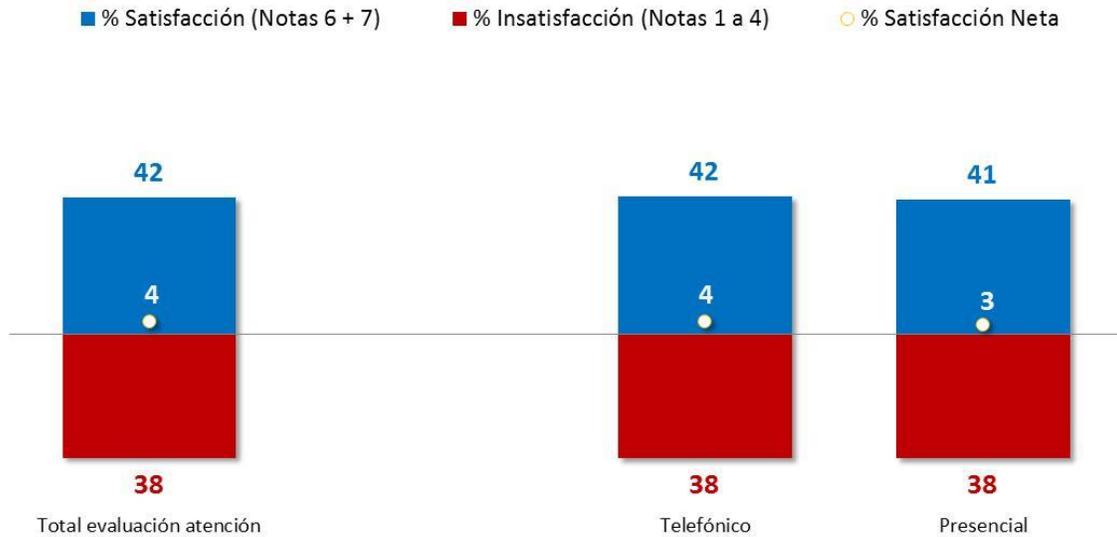


Casos: Usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Móvil (N: 649)  
 \*Virgin no cuenta con canal presencial para interposición de reclamos

Entre las personas que realizaron reclamos dentro de la propia compañía que presta el servicio, un 73% indica haberlo realizado a través de la plataforma telefónica, 24% de forma presencial y sólo un 3% a través de la web. Por compañía, los usuarios de Entel realizan principalmente sus reclamos a través de la plataforma telefónica (82%), WOM en canal presencial (29%) y Virgin a través de la web (29%).

¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?

Gráfica 92. Evaluación del proceso de interposición del reclamo

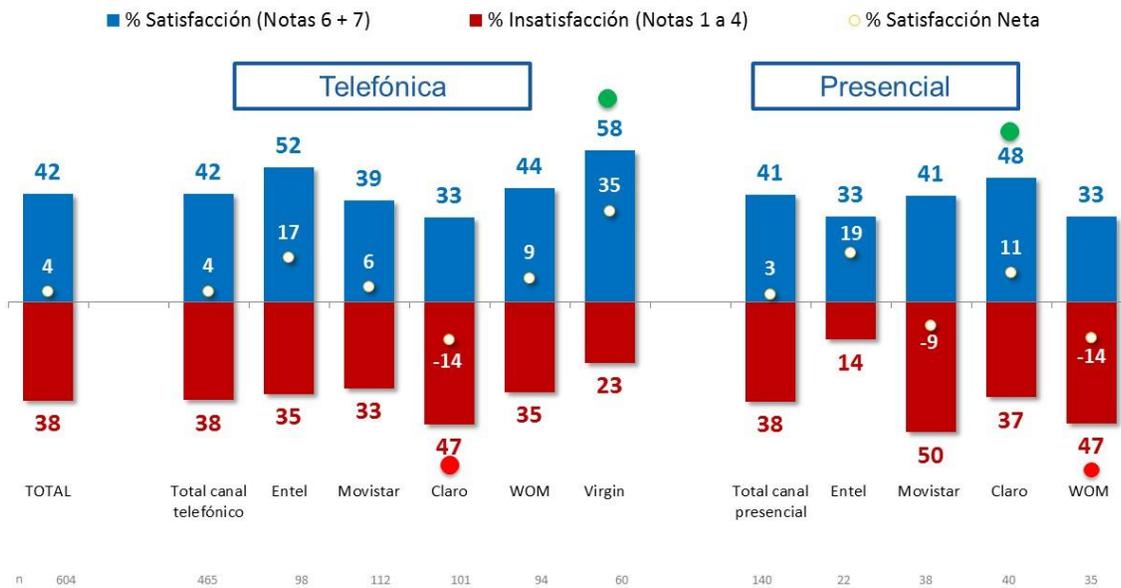


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Móvil, canales telefónicos y/o presenciales, no aplica para WEB (N: 604)

La satisfacción neta total en la evaluación del proceso de interposición del reclamo es de un 4%. Por tipo de canal no existen mayores diferencias.

Gráfica 93. Evaluación del proceso de interposición del reclamo – Por canal



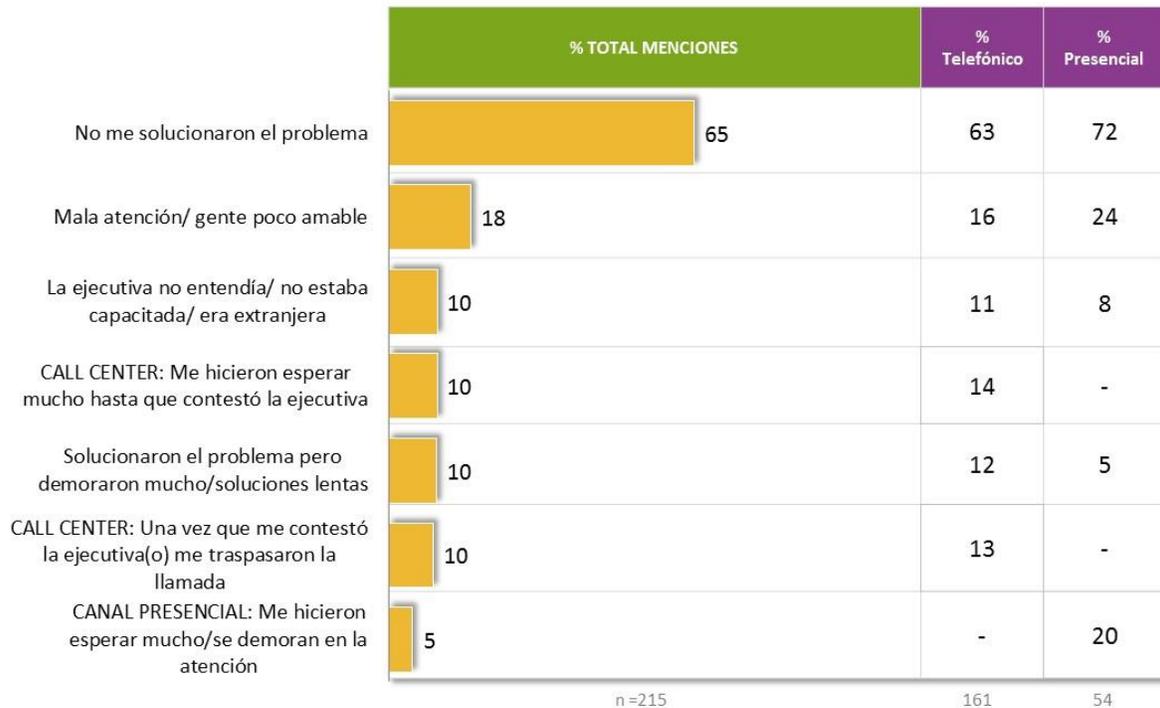
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". (\*) \*Virgin no cuenta con canal presencial para interposición de reclamos.

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Móvil, canales telefónicos y/o presenciales, no aplica para WEB (N: 604)

Virgin es la empresa mejor evaluada entre quienes interponen su reclamo a través del Call Center con un 35% de satisfacción neta, mientras que Claro es el operador con peor satisfacción neta (-14%). En el canal presencial, Entel es la empresa que obtiene la satisfacción neta más alta (19%) y Wom la de peor evaluación con una satisfacción neta de -14%.

¿Por qué evalúa con nota 4 o menor? ¿Algo más?

Gráfica 94. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 215)

Al observar las razones de insatisfacción dependiendo del canal a través del cual se realiza el reclamo, la principal razón es la no solución del problema (65%) y mala atención/gente poco amable (18%). Por tipo de canal, de forma presencial se acentúa más la no solución de problemas, ya que alcanza un 72% versus un 63% en el canal telefónico.

Gráfica 95. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por compañía

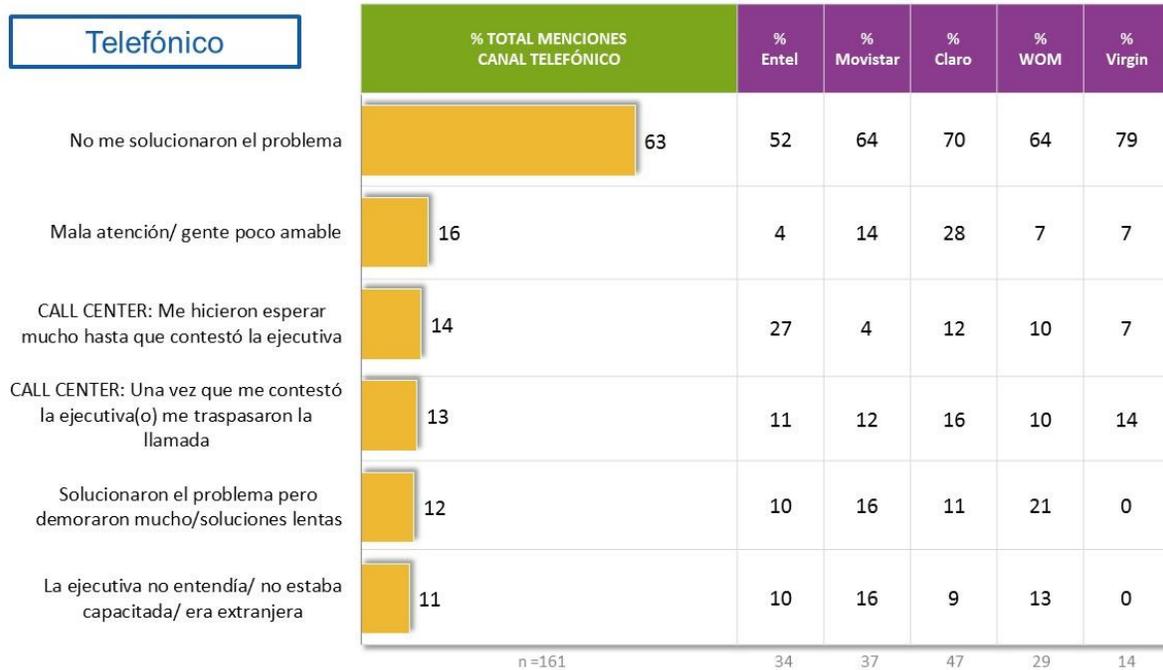


Casos: quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 215)

\* Virgin se mide solo en prepago.

La principal razón de insatisfacción (no solución del problema) es en proporción más mencionada entre los usuarios de Virgin (82%), mientras que la mala atención/gente poco amable es en proporción más mencionada entre los usuarios de Claro (34%). En Entel destaca como principal razón de insatisfacción el tiempo de espera hasta que contesta la ejecutiva a través del Call Center (25%).

Gráfica 96. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Telefónico



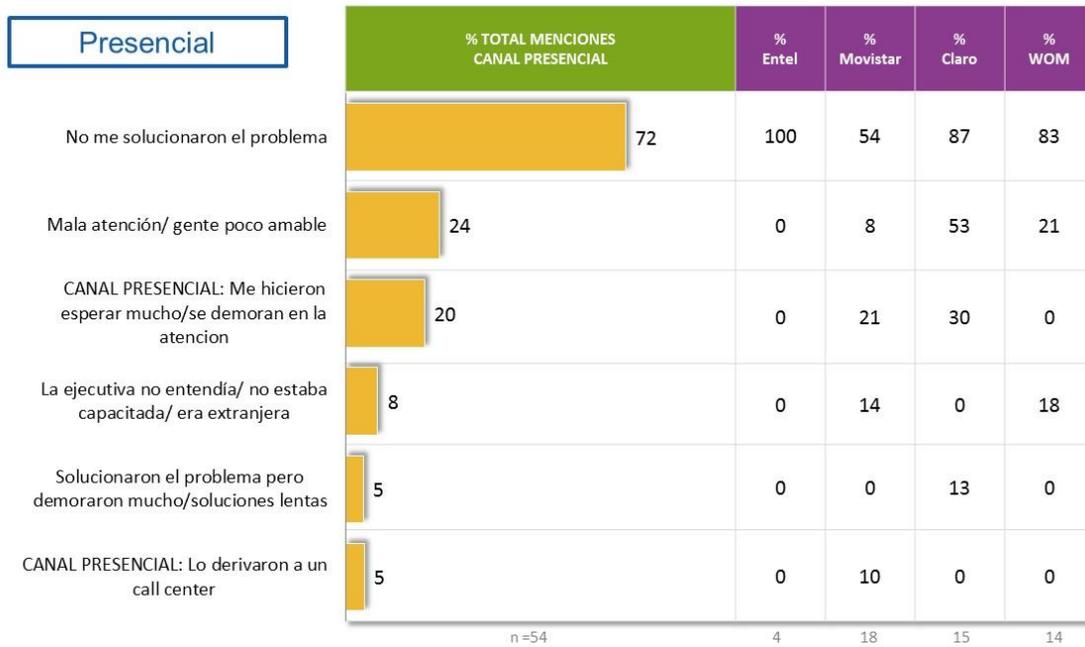
Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal telefónico (N: 161)

\* Virgin se mide solo en prepago.

\*Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal telefónico, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

En el canal telefónico, “no me solucionaron el problema” es la principal razón de insatisfacción con el proceso de interposición de reclamo, siendo mayor esta razón entre los usuarios de Virgin (79%).

Gráfica 97. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal presencial (N: 54)

\*Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal presencial, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

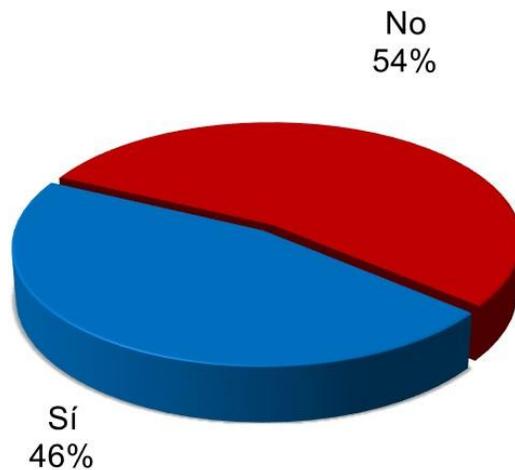
\*\*Virgin no cuenta con canal presencial para interposición de reclamos

\*Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal telefónico, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total. Se dejan ver nuevas categorías que no se aprecian a nivel total por su bajo porcentaje, pero si son altas considerando solo canal presencial.

En el canal presencial, “no me solucionaron el problema” es también la principal razón de insatisfacción. Entre los usuarios de Entel esta es la única razón mencionada.

“¿Y su problema fue resuelto?”

Gráfica 98. Tasa de resolución del problema



Resolución de problemas Internet Móvil: % que dice Sí

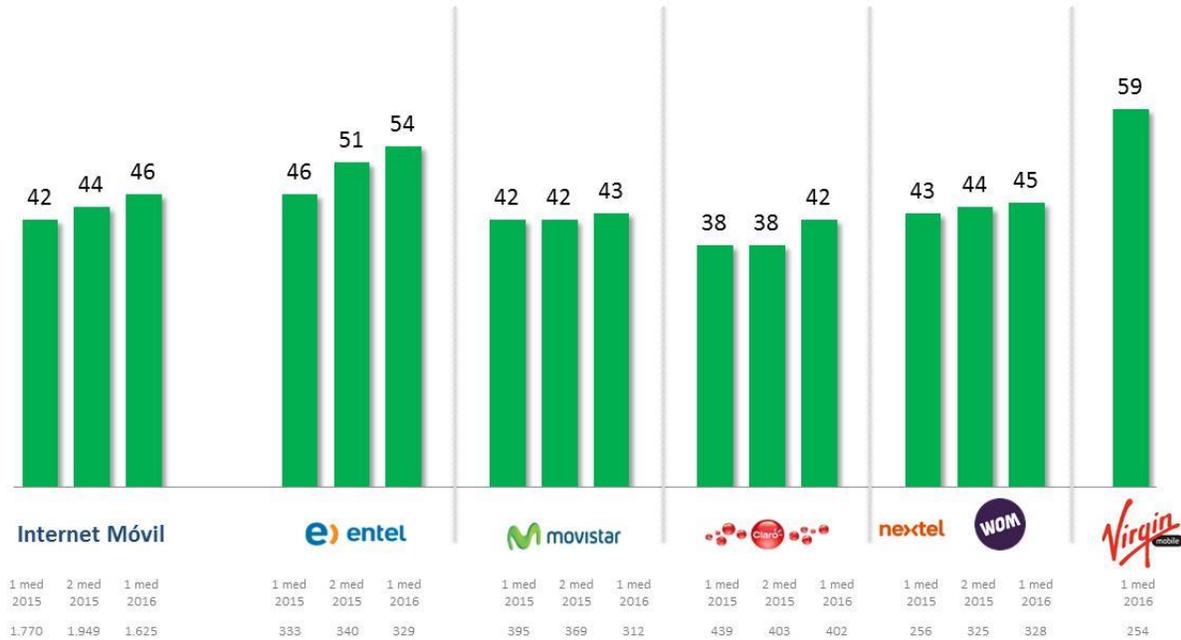
Compañía	Base (n)	% Total	% Contrato	% Prepago
Entel	312	54	55	52
Movistar	329	43	46	40
Claro	402	42	45	40
WOM	328	45	44	46
Virgin	254	59	-	59
<b>TOTAL</b>	<b>1.625</b>	<b>46</b>	<b>49</b>	<b>44</b>

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil (N: 1.625)

\* Virgin no cuenta con modalidad contrato, por lo que sus aperturas son sólo para prepago.

Entre los usuarios que reportaron haber tenido algún problema durante los últimos 12 meses con su servicio de Internet Móvil, un 46% declara que su problema fue resuelto. Por compañía el porcentaje de resolución es más alto entre los usuarios de Virgin (59%). Según tipo de plan, un 49% de los clientes de contrato reportan que resolvieron sus problemas mientras que entre los clientes de prepago un 44% reporta haberlos resuelto.

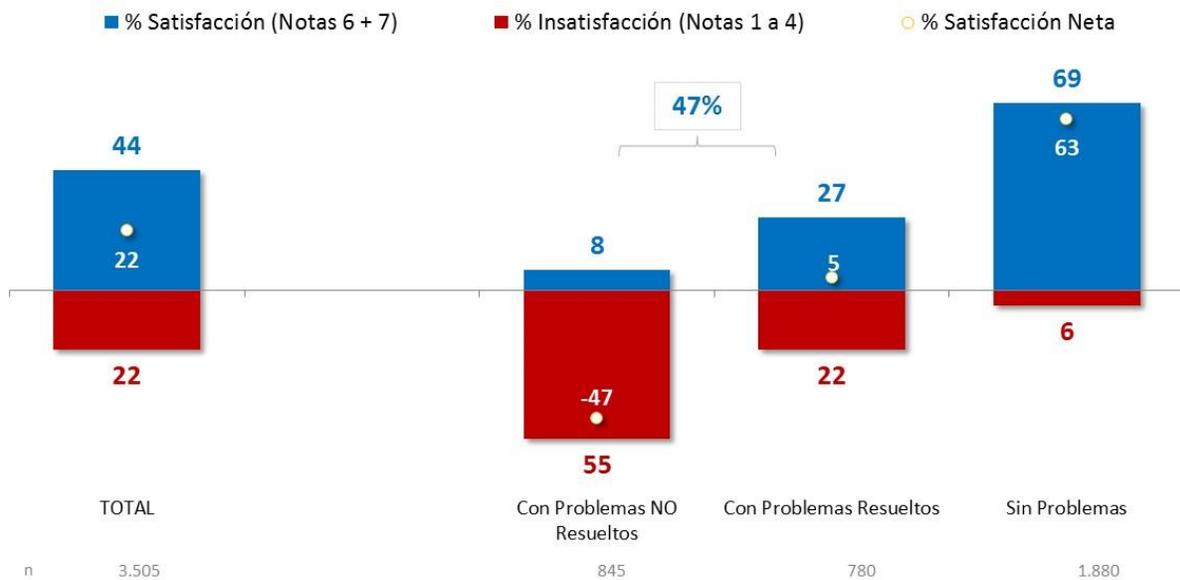
Gráfica 99. Tasa de resolución del problema<sup>3</sup> – Evolutivo



En comparación a las mediciones anteriores, podemos observar que la tasa de resolución de problemas ha aumentado siendo Claro la empresa que ha aumentado más su tasa de resolución (+4 puntos). Virgin presenta la tasa de resolución más alta (59%).

<sup>3</sup> Tasa de resolución se calcula en base a las personas que han tenido problemas.

Gráfica 100. Satisfacción con Internet Móvil según si le han resuelto problemas

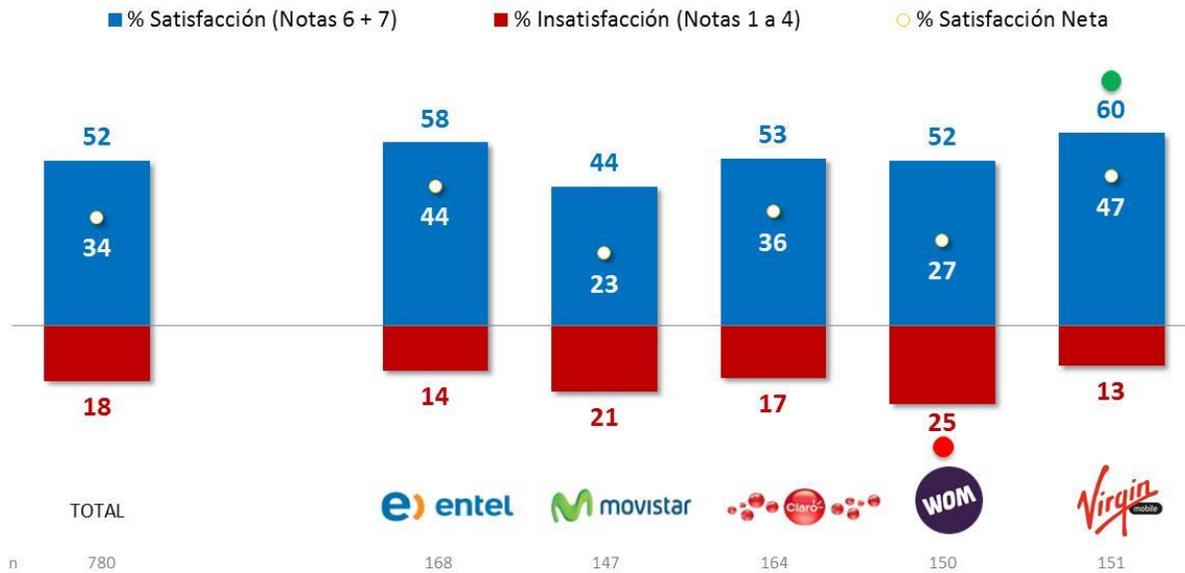


Casos: 3.505. Se señala el número de casos según filtro sobre problemas.

En el gráfico, es posible analizar la satisfacción según la presencia de problemas o no, y la resolución de los mismos. En este sentido, los usuarios que no han presentado problemas con el servicio de Internet Móvil durante el último año, son quienes presentan una mayor satisfacción neta con el servicio (63%). Luego, quienes si han tenido problemas con el servicio de Internet móvil, pero sus problemas han sido resueltos, presentan una satisfacción neta de 5%. Los usuarios que han tenido problemas durante el último año y no han visto su problema resuelto, presentan una satisfacción neta de -47%.

“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 101. Satisfacción con la solución de problemas de Internet Móvil

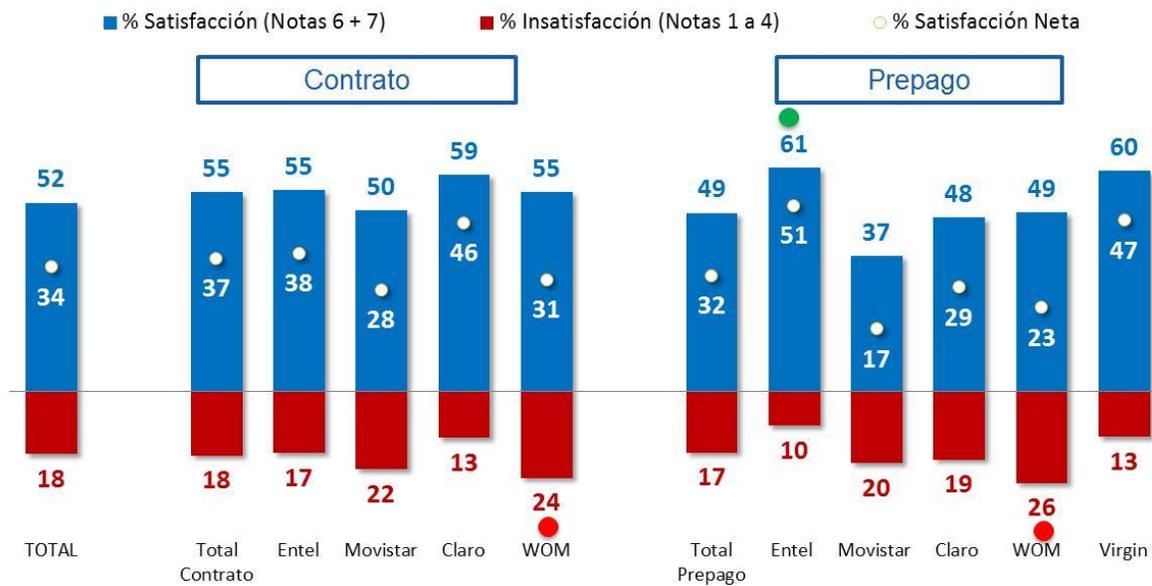


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción “5” o “No sabe”. \* Virgin se mide solo en prepago.

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil y que resolvieron su problema (N: 780)

A nivel general, existe un 34% de satisfacción neta con la resolución del problema entre todos los usuarios de Internet Móvil. Entre las empresas que presentan una mayor satisfacción con la resolución de los problemas, destaca Virgin que obtiene un 47% de satisfacción neta. Movistar y WOM, son los que presentan los niveles más bajos de satisfacción neta con la resolución de problemas, con 23% y 27% respectivamente.

Gráfica 102. Satisfacción con la solución de problemas de Internet Móvil – Por tipo de plan



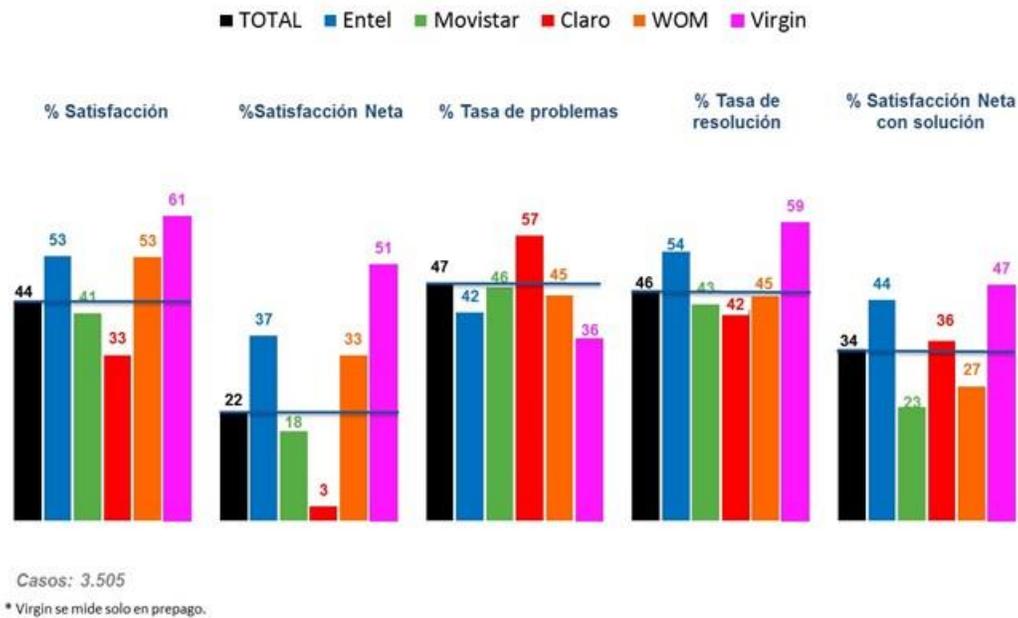
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". \* Virgin no cuenta con modalidad contrato, por lo que sus aperturas son sólo para prepago.

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Móvil y que resolvieron su problema (N: 780)

Por tipo de plan, existe una satisfacción neta de 37% de los usuarios con contrato con la solución de problema, siendo mayor que los usuarios prepago (32%). Entre las compañías, Entel presenta una mayor satisfacción con la resolución de problemas entre los usuarios de prepago (51%). En el caso de los usuarios con contrato, Claro destaca con un mayor nivel de satisfacción neta (46%).

## 7.2.4. Principales indicadores

Gráfica 103. Principales indicadores Internet Móvil



Gráfica 104. Principales indicadores Internet Móvil - Evolutivo

	Total			e entel			M movistar			Claro			nextel WOM		Virgin	
	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	
% Satisfacción	38	41	44	51	50	53	34	38	41	26	31	33	54	50	53	61
% Satisfacción Neta	12	16	22	30	32	37	5	10	18	-5	-1	3	35	26	33	51
% Tasa de Problemas	54	53	47	48	49	42	55	53	46	62	59	57	37	46	45	36
% Tasa de reclamo	47	48	45	49	48	46	51	52	49	42	45	41	59	50	48	39
% Tasa de resolución	42	44	46	46	51	54	42	42	42	38	38	42	43	44	45	59

A modo de resumen, las gráficas anteriores presentan los principales indicadores.

## 7.3. Internet Fija

### 7.3.1. Perfil de los entrevistados

Gráfica 105. **Ponderación por segmentos de usuarios de Internet Fija**

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.437	43,6	45,0	2,6%
	Mujer	1.860	56,4	55,0	2,3%
	18 – 39	1.345	40,8	38,0	2,7%
	Más de 40	1.952	59,2	62,0	2,2%
	Santiago	1.171	35,5	50,0	2,9%
Regiones	2.126	64,5	50,0	2,1%	

Gráfica 106. **Características demográficas de usuarios de Internet Fija**



En Internet Fija, las compañías que fueron medidas son Movistar, VTR, Claro, Telsur/ Telcoy y Pacifico Cable. Es importante mencionar que Pacifico Cable es la primera vez que se mide en esta categoría.

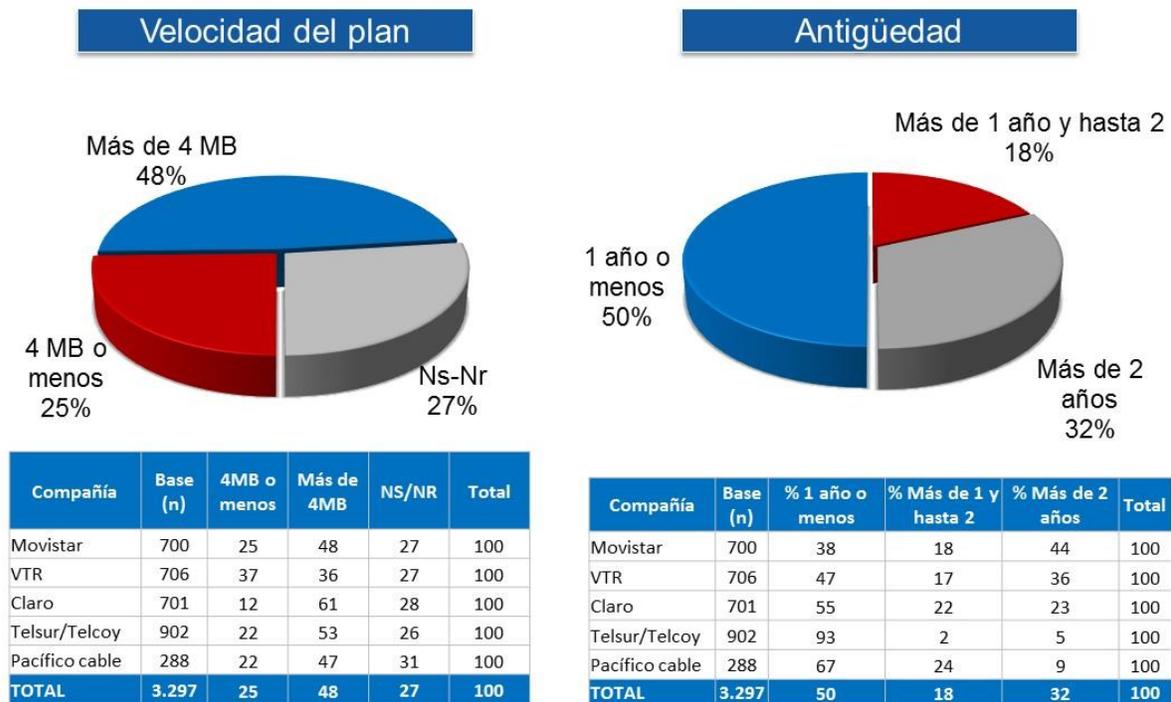
Para el caso de Internet Fija, es posible observar que la composición demográfica presenta diferencias en cuanto a género y edad, con un 45% de hombres y 55% de mujeres entrevistadas, mientras que el tramo etario de 18 a 39 es menor que el de 40 años y más, con un 38% y 62% respectivamente. Los usuarios de Santiago se presentan con un porcentaje similar al de regiones, alcanzando un 50% respectivamente.

Gráfica 107. Características demográficas de los usuarios de Internet Fija – Por compañía

Sexo					Tramo Etario					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	40	60	100	Movistar	700	40	60	100	Movistar	700	55	45	100
VTR	706	51	49	100	VTR	706	34	66	100	VTR	706	52	48	100
Claro	701	42	58	100	Claro	701	46	54	100	Claro	701	57	43	100
Telsur/Telcoy	902	42	58	100	Telsur/Telcoy	902	42	58	100	Telsur/Telcoy	902	-	100	100
Pacífico cable	288	42	58	100	Pacífico cable	288	50	50	100	Pacífico cable	288	-	100	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.297</b>	<b>45</b>	<b>55</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.297</b>	<b>38</b>	<b>62</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.297</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Desglosando la composición demográfica por compañía, en términos de género destaca VTR por ser la única empresa donde los hombres entrevistados son más que las mujeres, con un 51% y 49% respectivamente. En la distribución por edad, todas las compañías cuentan con una inclinación hacia el segmento más adulto (40 años y más), siendo VTR la empresa que en proporción presenta un mayor porcentaje de este segmento (66%), mientras que Pacífico Cable es la empresa que se muestra más equilibrada en términos de edad, con un 50% en cada segmento. Por su parte, Claro cuenta con un porcentaje mayor de usuarios en la Región Metropolitana, mientras Telsur/Telcoy y Pacífico Cable operan sólo en regiones distintas a la Región Metropolitana. 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 108. Características del servicio de Internet Fija



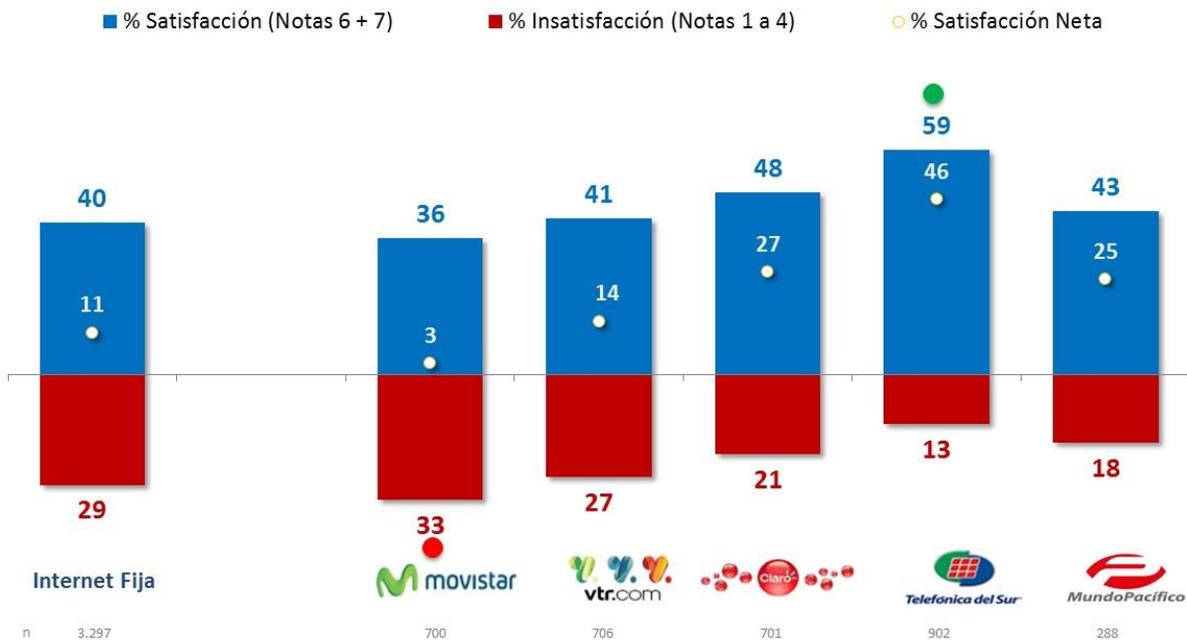
En términos de la velocidad del plan, los usuarios de Internet Fija de Claro (61%), Telsur/Telcoy (53%), Movistar (48%) y Pacífico Cable (47%) cuentan mayoritariamente con una velocidad de conexión de más de 4MB. VTR tiene una distribución más similar entre ambos tipos de velocidades. De todos modos, cabe destacar que un 27% declara no saber o no responder la velocidad de su plan.

Respecto de la antigüedad de los usuarios, existe una clara diferencia entre los clientes de Movistar, VTR y Claro con los usuarios de Telsur/Telcoy y Pacífico Cable ya que los primeros cuentan con un segmento de usuarios más antiguos, mientras que la mayoría de los clientes de Telsur/Telcoy y Pacífico Cable tienen en su mayoría clientes con un antigüedad en la compañía de menos de un año.

### 7.3.2. Satisfacción con empresas de Internet Fija

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 de (Proveedor Internet Fija)?

Gráfica 109. Satisfacción con servicio de Internet Fija

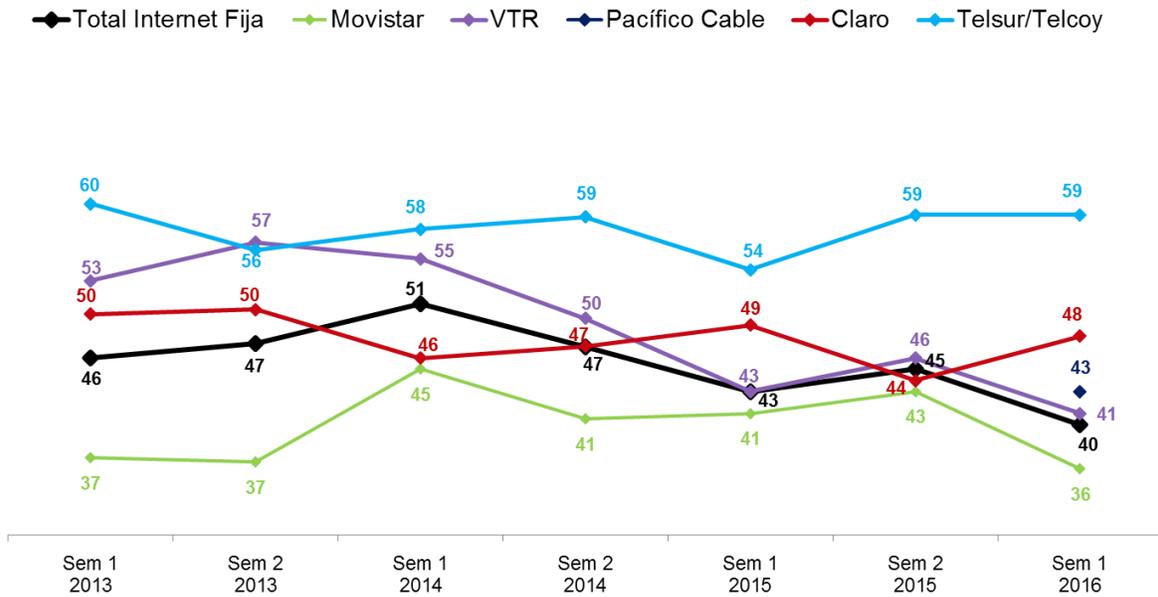


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: 3.297

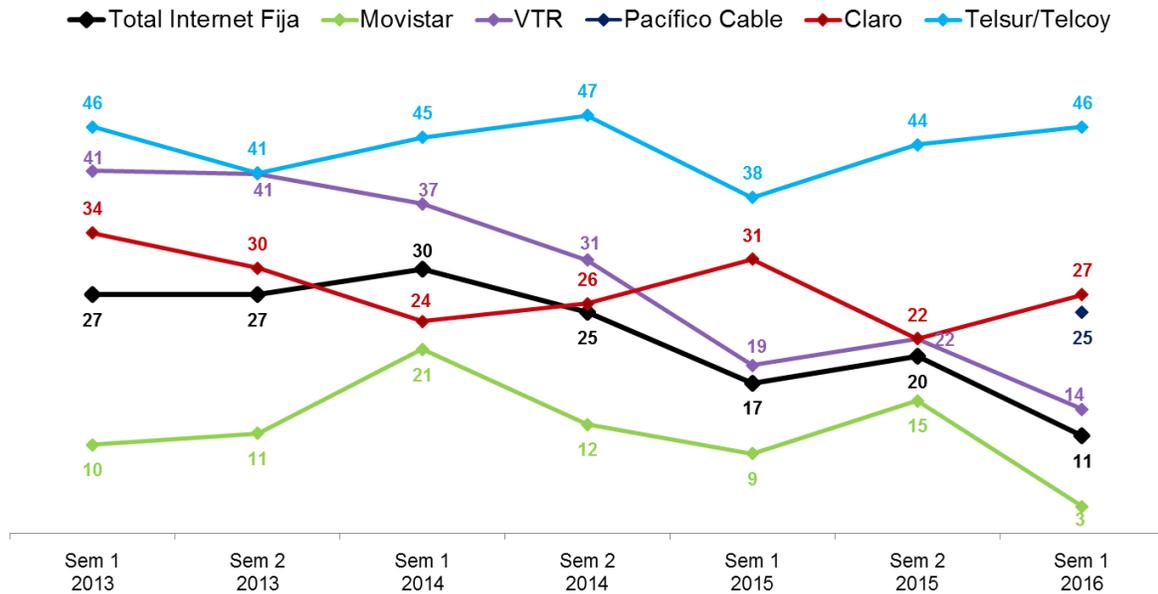
La satisfacción neta con el servicio de Internet Fija es de un 11%, siendo Telsur/Telcoy la compañía que destaca con la satisfacción neta más alta (46%) entre las compañías medidas. Movistar es la única empresa que se encuentra bajo el promedio de satisfacción neta con un 3%. Pacifico Cable debuta en tercer lugar con una satisfacción de un 43% y satisfacción neta de un 25%.

Gráfica 110. Satisfacción con servicio de Internet Fija – Evolutivo



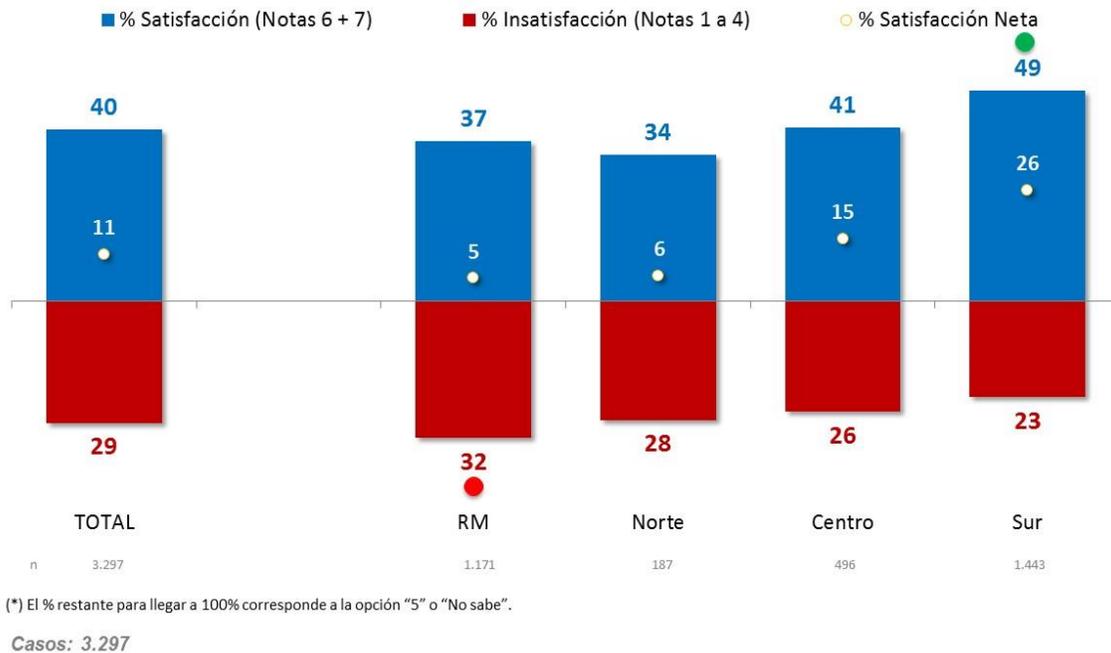
Evolutivamente, Internet Fija cae a su nivel más bajo de satisfacción histórico. Es posible apreciar que en Movistar y VTR la satisfacción disminuye respecto de las mediciones anteriores. Ambas compañías caen a su nivel más bajo de satisfacción desde 2013. Claro es la única compañía que aumenta su nivel de satisfacción respecto de la medición anterior de un 44% a un 48%.

Gráfica 111. Satisfacción neta con servicio de Internet Fija – Evolutivo



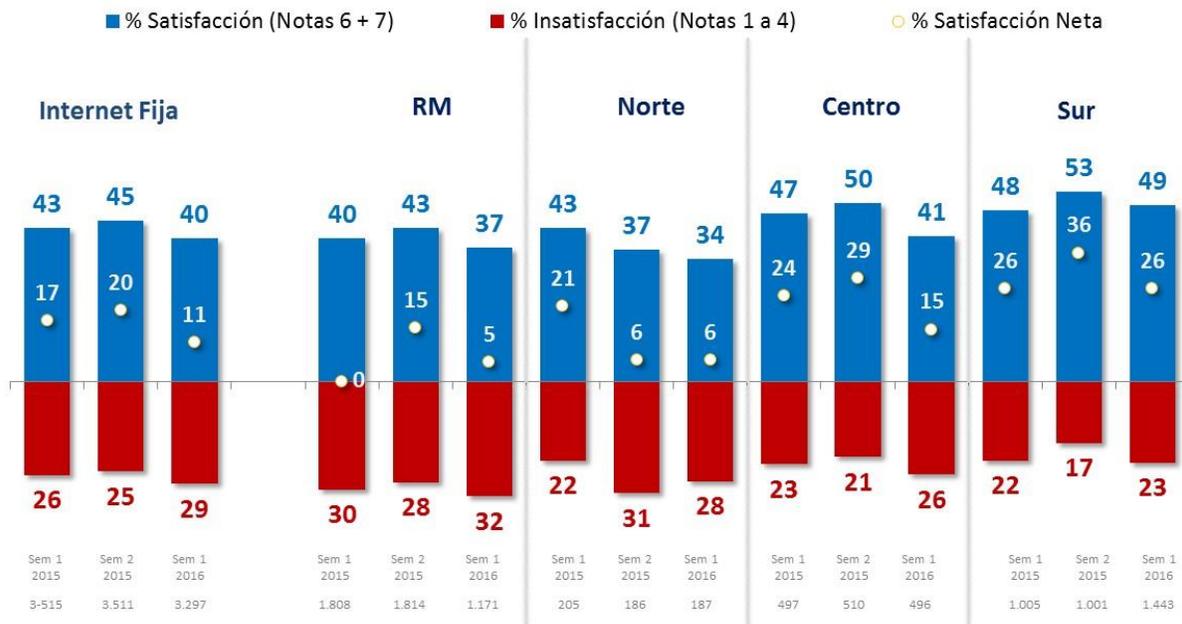
En cuanto a la satisfacción neta, se aprecia una caída a nivel general, llegando al punto más bajo obtenido desde el año 2013 (11%), lo que está claramente dado por la caída que sufre Movistar en este indicador (12 puntos porcentuales menos respecto de la medición anterior). Se suma además una baja considerable de VTR en su satisfacción neta también con 8 puntos por debajo de lo obtenido en el 2° semestre del 2015, cayendo a su nivel histórico más bajo. Claro, en cambio, sube su nivel de satisfacción neta en 5% y Telsur/Telcoy lo hace en 2%.

Gráfica 112. Satisfacción por zona en Internet Fija – por zona



Al analizar la satisfacción por zona, en la zona Sur hay una mejor evaluación, alcanzando 26% de satisfacción neta. La zona norte y RM tienen la satisfacción neta más baja, con un 5% y 6% de respectivamente.

Gráfica 113. Satisfacción con servicio de Internet Fija – Evolutivo por zona



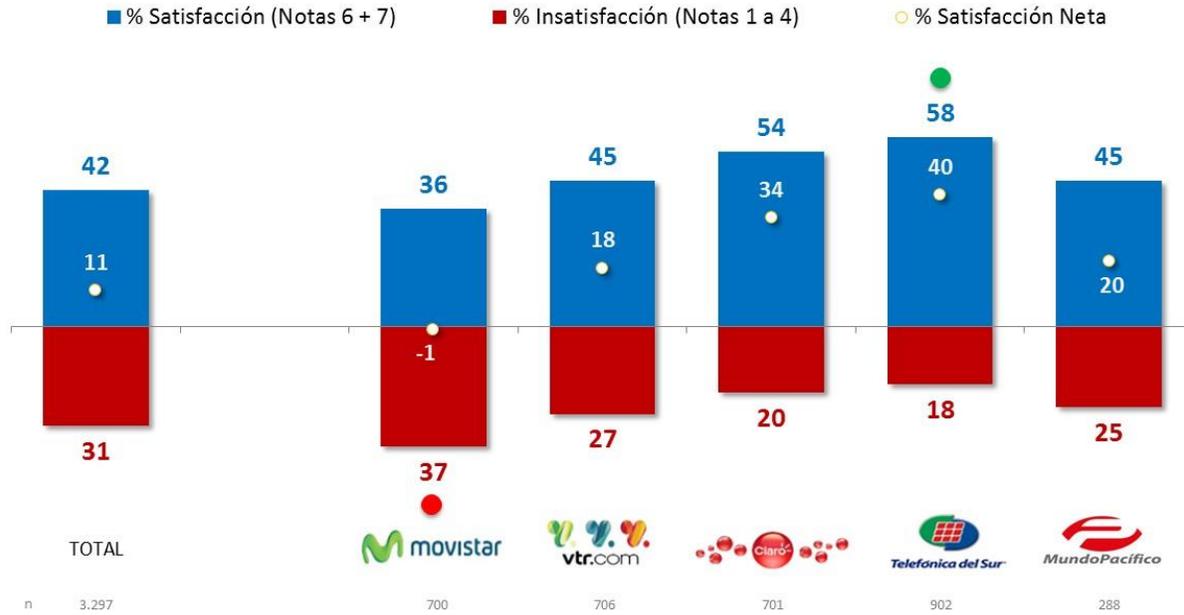
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

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

La satisfacción neta de los usuarios con el servicio de Internet Fija cae en RM (-10) y las Zonas Centro (-14) y Sur (-10) del país, mientras que se mantuvo estable entre los usuarios de la Zona Norte del país.

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

Gráfica 114. Satisfacción con la velocidad de Internet Fija

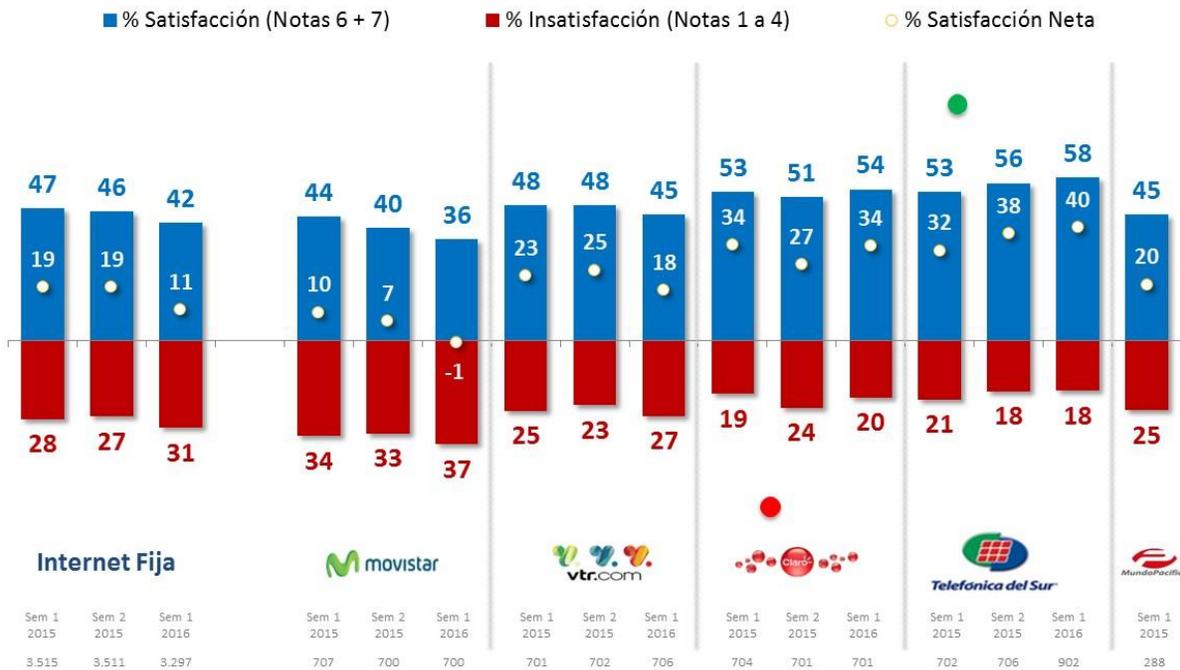


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: 3.297

En la satisfacción neta respecto a la velocidad de Internet Fija en el hogar, los proveedores de este servicio promedian un 11%. Telsur/ Telcoy obtiene la mejor satisfacción neta (40%) entre las compañías medidas, mientras que Movistar presenta la satisfacción neta más baja (-1%), siendo la única con índice negativo.

Gráfica 115. Satisfacción con la velocidad de Internet Fija – Evolutivo



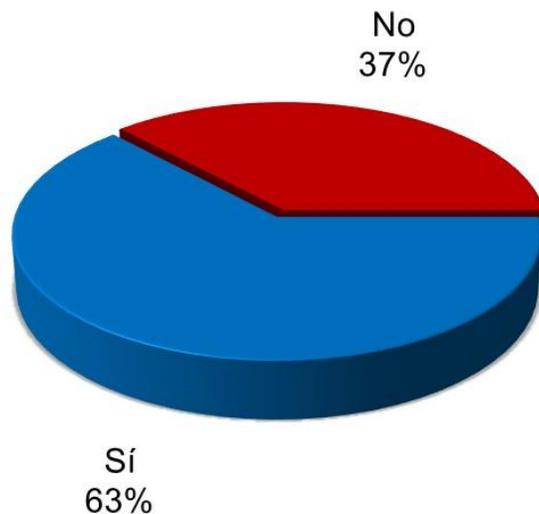
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Respecto de 2015, cae la satisfacción neta de los usuarios de Internet Fija con la velocidad del servicio. Los usuarios de Movistar y VTR compañías presentan una caída en este indicador de 8 y 7 puntos porcentuales respectivamente. Las compañías de Claro y Telsur/Telcoy tienen alzas en la satisfacción neta de sus usuarios con la velocidad de Internet Fija, con un 7% y 2% respectivamente.

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

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

Gráfica 116. Tasa de problemas Internet Fija



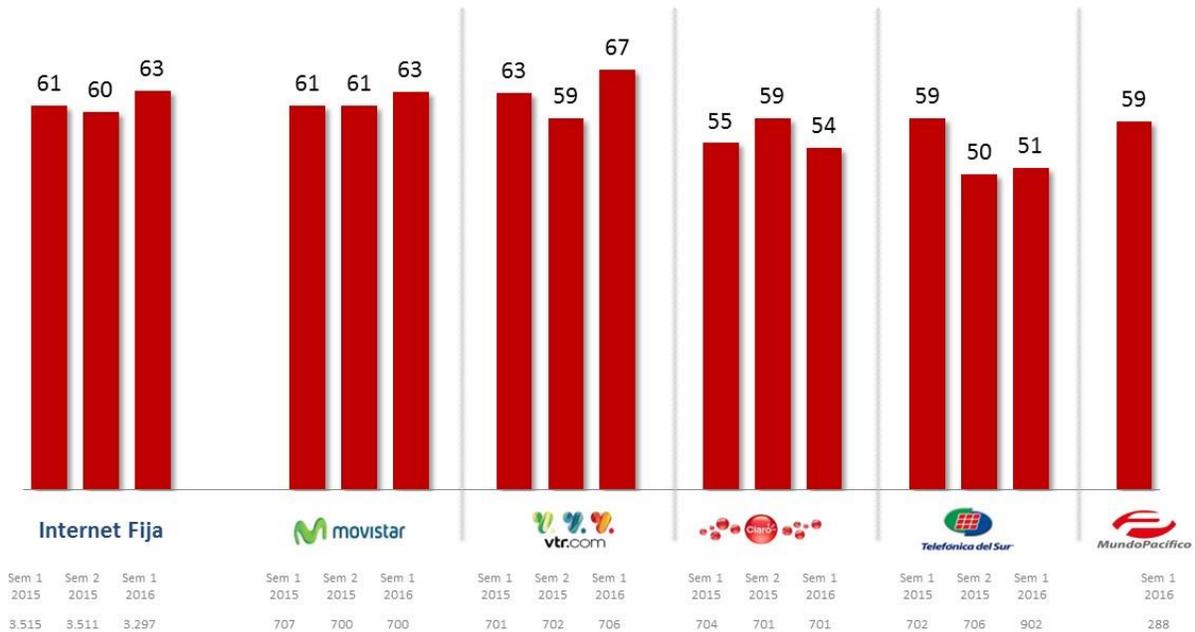
Problemas recientes: % que dice Sí

Compañía	Base (n)	% Si
Movistar	700	63
VTR	706	67
Claro	701	54
Telsur/Telcoy	902	51
Pacífico cable	288	59
<b>TOTAL</b>	<b>3.297</b>	<b>63</b>

Casos: 3.297

Un 63% de los encuestados declara haber tenido algún tipo de problema con su servicio de Internet Fija. Telsur/ Telcoy y Claro son las empresas que obtienen porcentajes más bajos en su tasa de problemas, con 51% y 54% respectivamente.

Gráfica 117. Tasa de problemas Internet Fija – Evolutivo

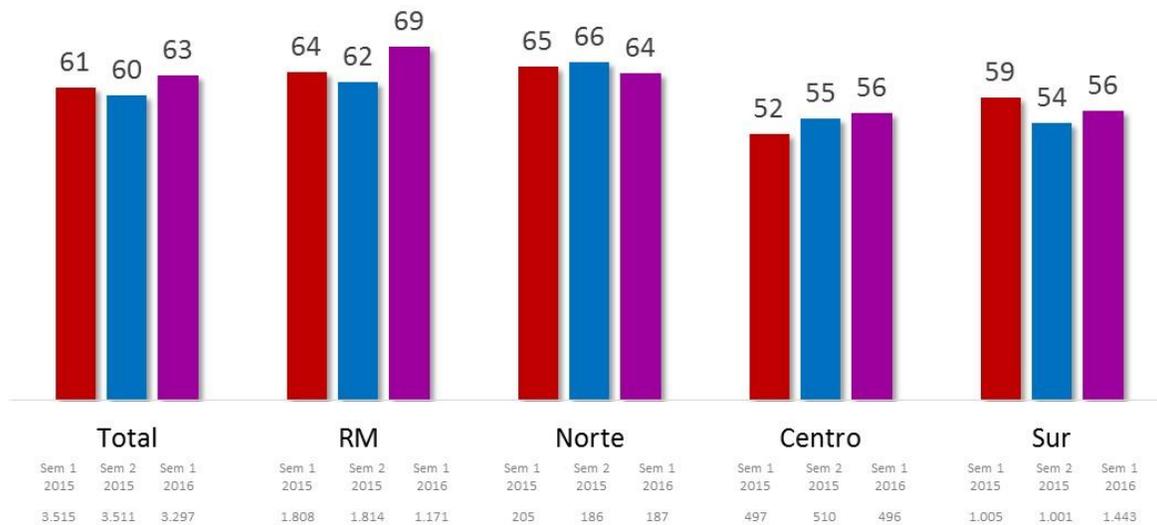


En comparación con las mediciones anteriores, VTR es la compañía que aumenta de forma más significativa la tasa de problemas en Internet Fija, de 59% a 67%. Por su parte, Claro es la única empresa que baja su tasa de problemas en 5 puntos respecto del segundo semestre 2015.

Gráfica 118. Tasa de problemas Internet Fija – Evolutivo por zona

% Si

■ Sem 1 2015 ■ Sem 2 2015 ■ Sem 1 2016

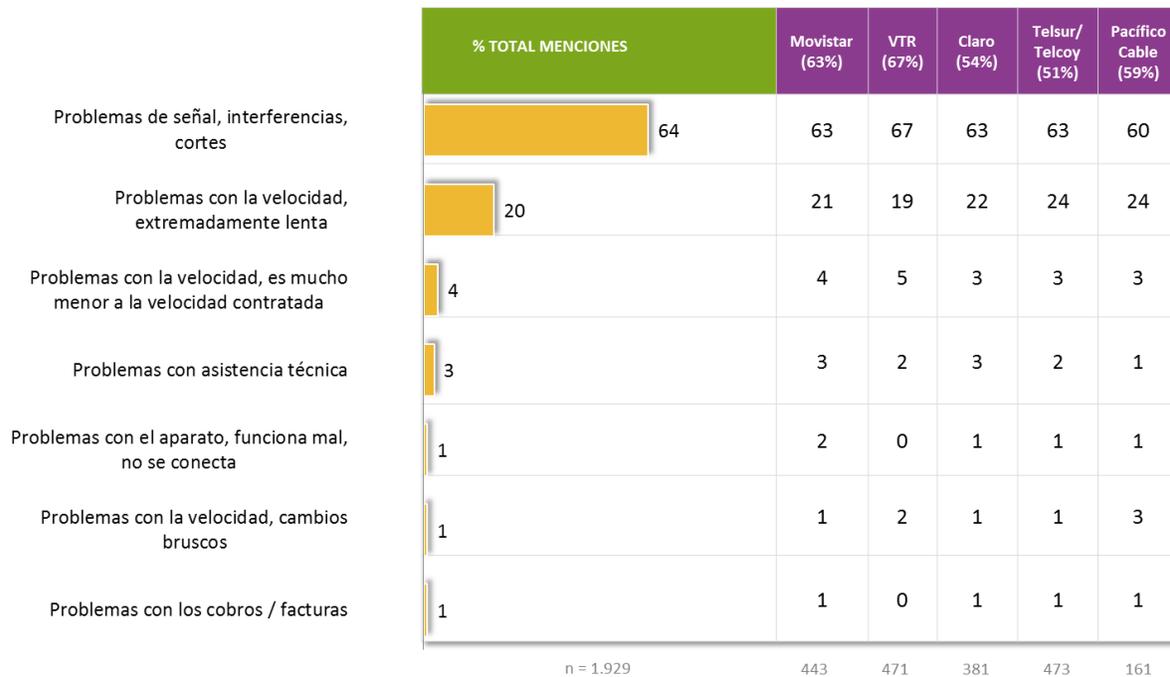


(\*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

Por zona, se observa un aumento en la tasa de problemas en RM, Centro y Sur, siendo RM la zona que mantiene una tasa de problemas mayor en comparación al resto de las zonas. El Centro sigue siendo la zona con menor tasa de problemas, al igual que en el 2015.

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

Gráfica 119. **Tipos de problemas de Internet fija**



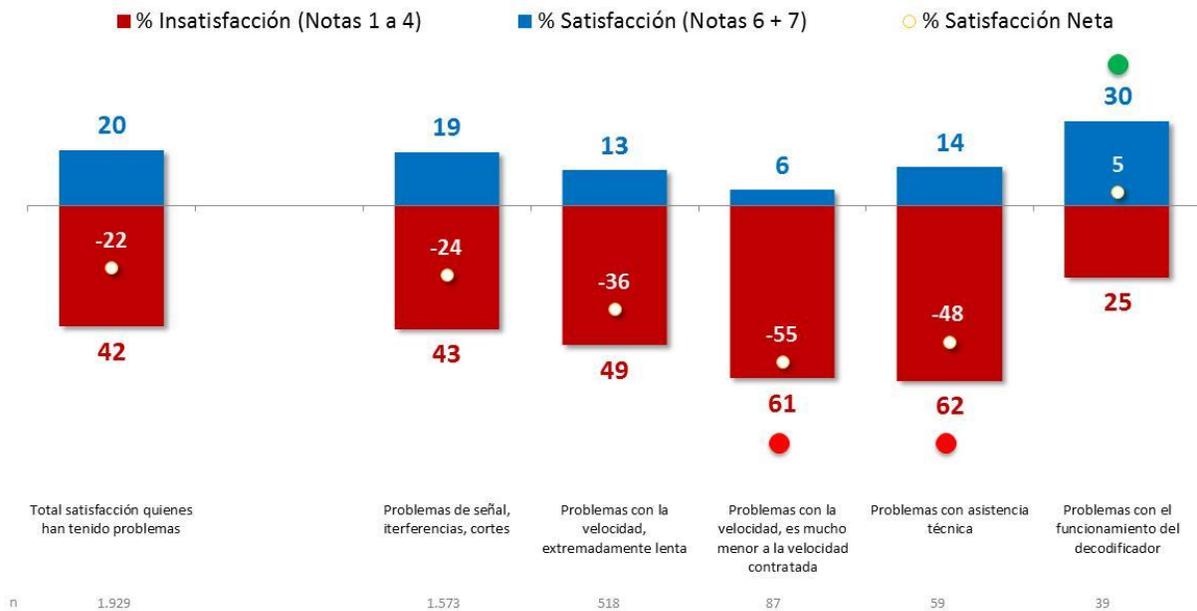
\*Se grafican los principales problemas.

*Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (N: 1.929)*

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

El principal problema mencionado por los entrevistados en Internet Fija es el relacionado a “problemas de señal, interferencias, cortes” con un 64% de menciones, destacando entre las empresas medidas VTR (67%). El segundo problema es “problemas de velocidad/ extremadamente lenta” con 20% de menciones, donde las distintas empresas medidas se comportan de forma similar.

Gráfica 120. Satisfacción por tipo de problema en Internet Fija



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

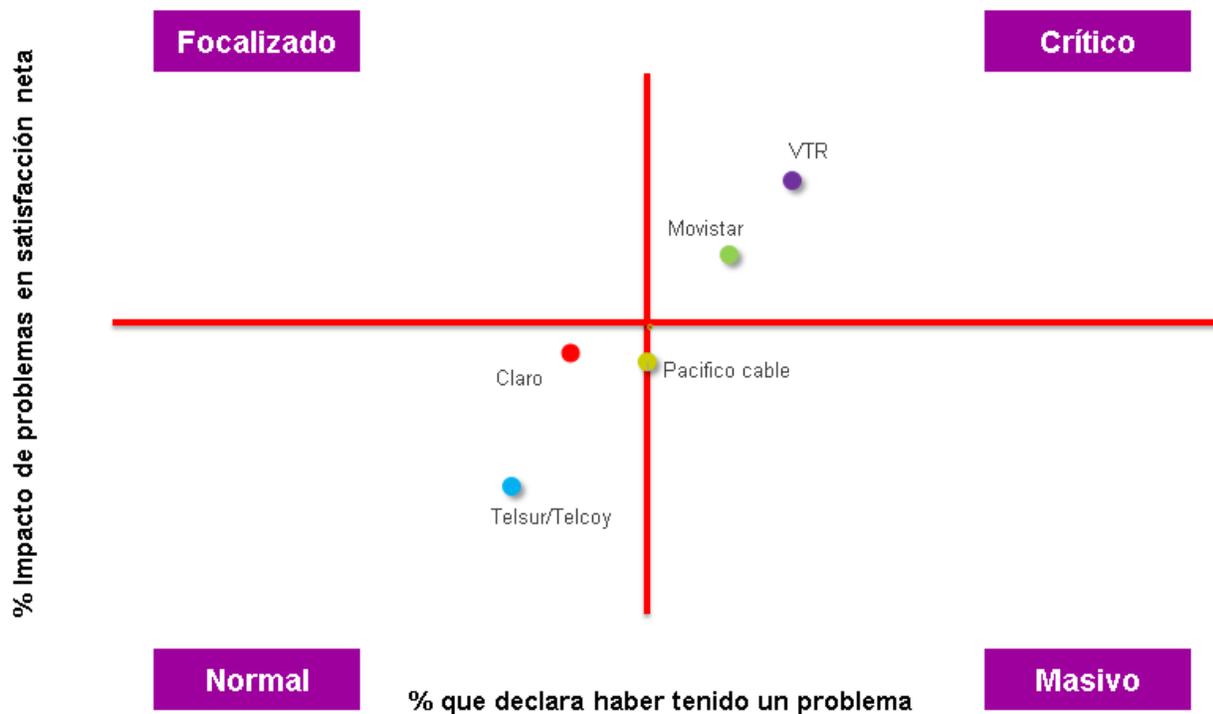
\*\*Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (N: 1.929)

Entre quienes reportan haber tenido algún problema, la satisfacción neta es de -22%. El problema que influye de forma más crítica en la satisfacción neta son los "problemas referentes a la velocidad, es mucho más lenta a la contratada" (-55) y "problemas con asistencia técnica" (-48).

## Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción

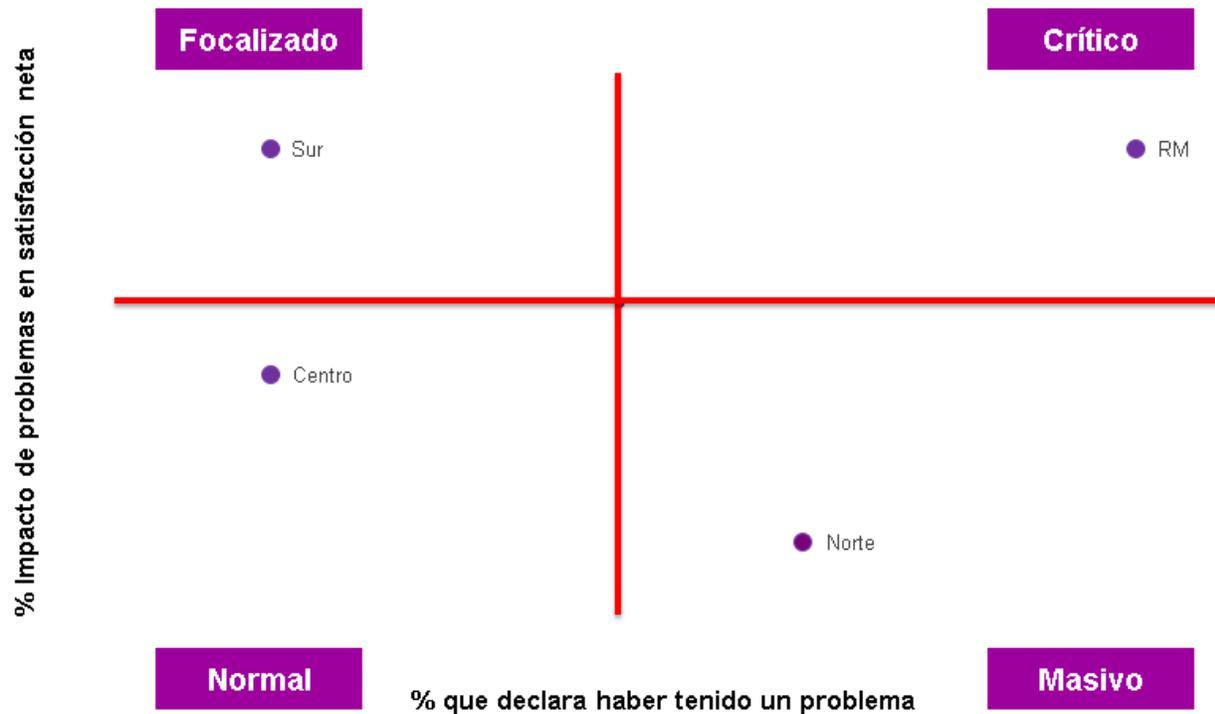
Gráfica 121. Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Fija – Por Operador



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

VTR y Movistar se posicionan en el cuadrante crítico en el servicio de Internet Fija, presentando una alta tasa de problemas y un porcentaje alto en el impacto de problemas en la satisfacción neta.

Gráfica 122. Impacto problemas en la 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, es la RM la única zona que se encuentra en el cuadrante crítico, con una alta tasa de problemas y alto impacto de problemas en la satisfacción neta. El Sur está focalizado, es decir, mantiene una tasa de problemas baja pero el impacto de problemas en la satisfacción neta es alta. En cambio, la zona norte se presenta en el cuadrante masivo, esto es, con alto porcentaje de problemas y con un impacto menor en la satisfacción neta.

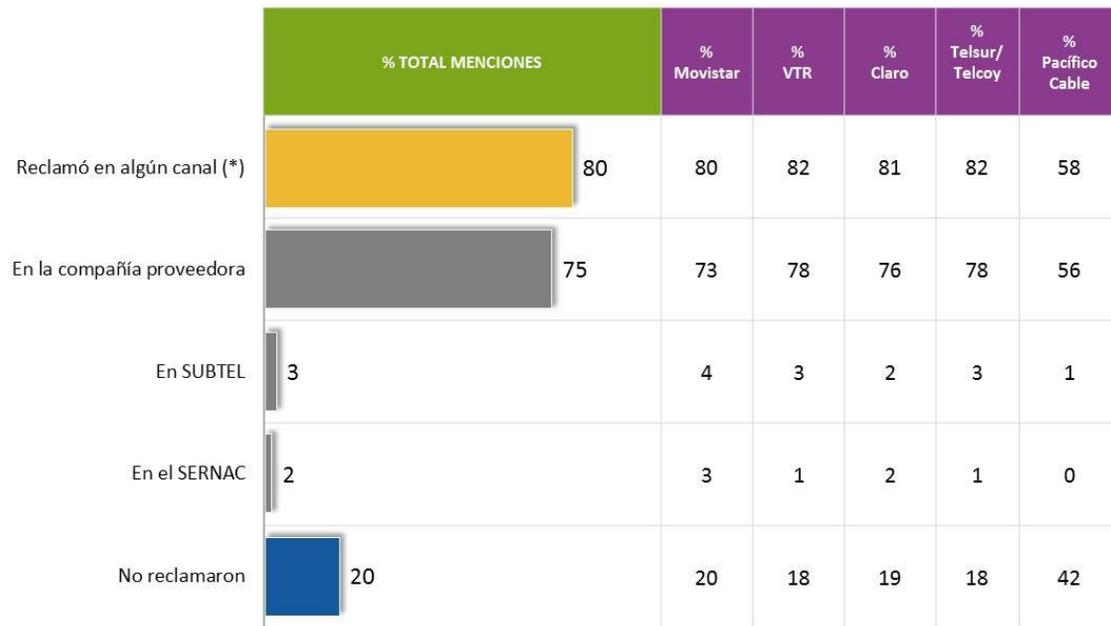
Considerando el último problema que Ud. tuvo con su servicio de Internet Fija ¿Reclamó o pidió alguna solución en...?

Gráfica 123. Tasa de reclamo Internet Fija



El 80% de los entrevistados declara haber ido a reclamar. La compañía que presenta el nivel más bajo en su tasa de reclamo es Pacifico Cable (58%). Movistar y VTR registran un alza en este indicador en relación a la segunda medición realizada en 2015. Por su parte, hubo una menor tasa de reclamos entre los usuarios de Claro y Telsur/Telcoy en comparación al segundo semestre de 2015.

Gráfica 124. Lugar de reclamo para problemas de Internet fija



n = 1.929

443

471

381

473

161

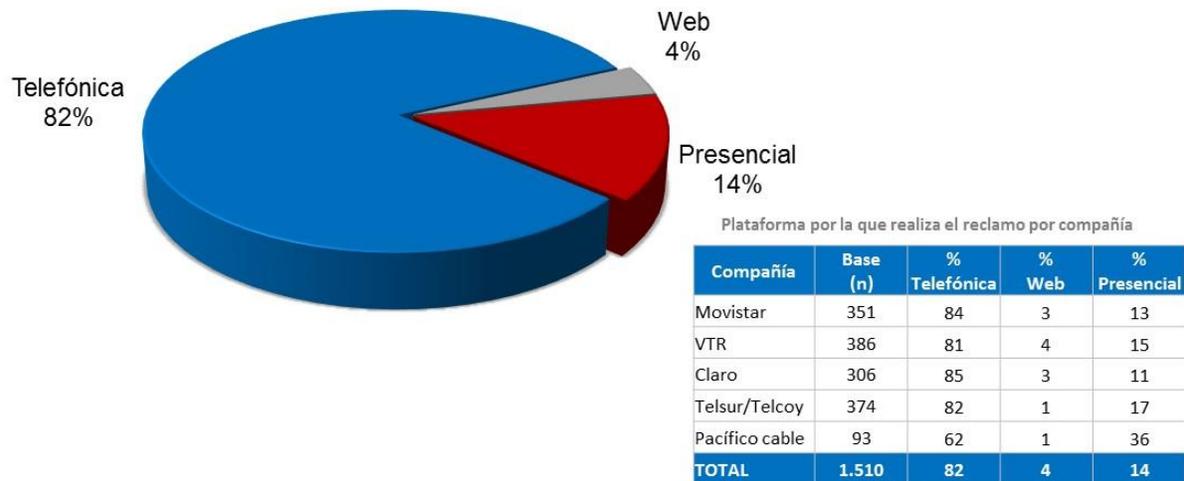
(\*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde compró plan/prepago, Sernac o Subtel.

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (N: 1.929)

Entre los lugares de reclamo, el principal lugar es en la compañía proveedora del servicio (75%). Descartando la baja tasa de reclamos de Pacifico Cable en comparación al resto de las empresas, no se identifican mayores diferencias por tipo de canal de reclamo.

¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo?

Gráfica 125. Plataforma por la que hizo el reclamo

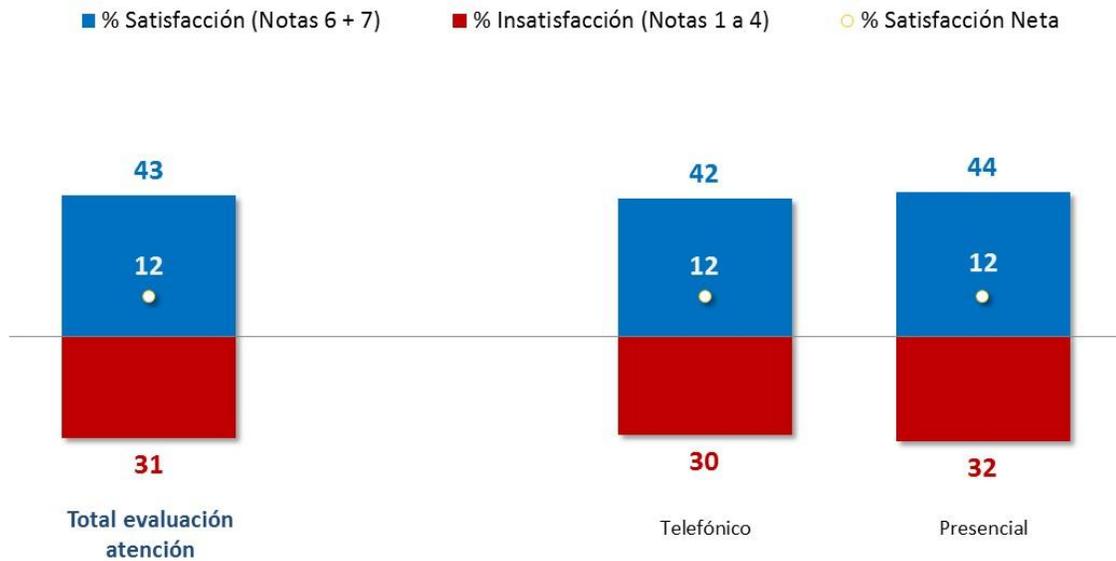


Casos: Usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Fija (N: 1.510)

Al indagar respecto de las plataformas a través de la cual se realizan los reclamos, una amplia mayoría la realiza de manera telefónica (82%). Respecto de las compañías, la única que presenta una mayor variación respecto del promedio es Pacífico Cable, presentando un porcentaje más alto de reclamo a través del canal presencial (36%).

¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?

Gráfica 126. Evaluación del proceso de interposición del reclamo

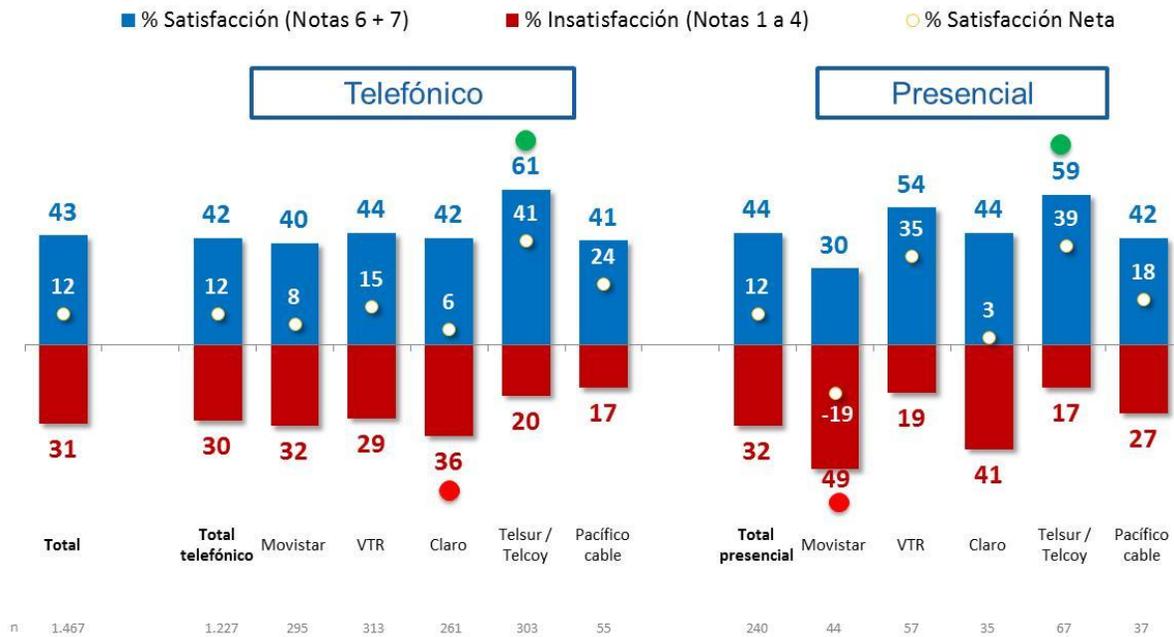


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Fija, en canales telefónicos y/o presenciales, no aplica para WEB (N: 1.467)

Entre quienes realizaron reclamos ya sea a través del Call Center o de manera presencial el nivel de satisfacción neta con la atención es de un 12%, sin presentar diferencias por tipo de canal.

Gráfica 127. Evaluación del proceso de interposición del reclamo – por canal



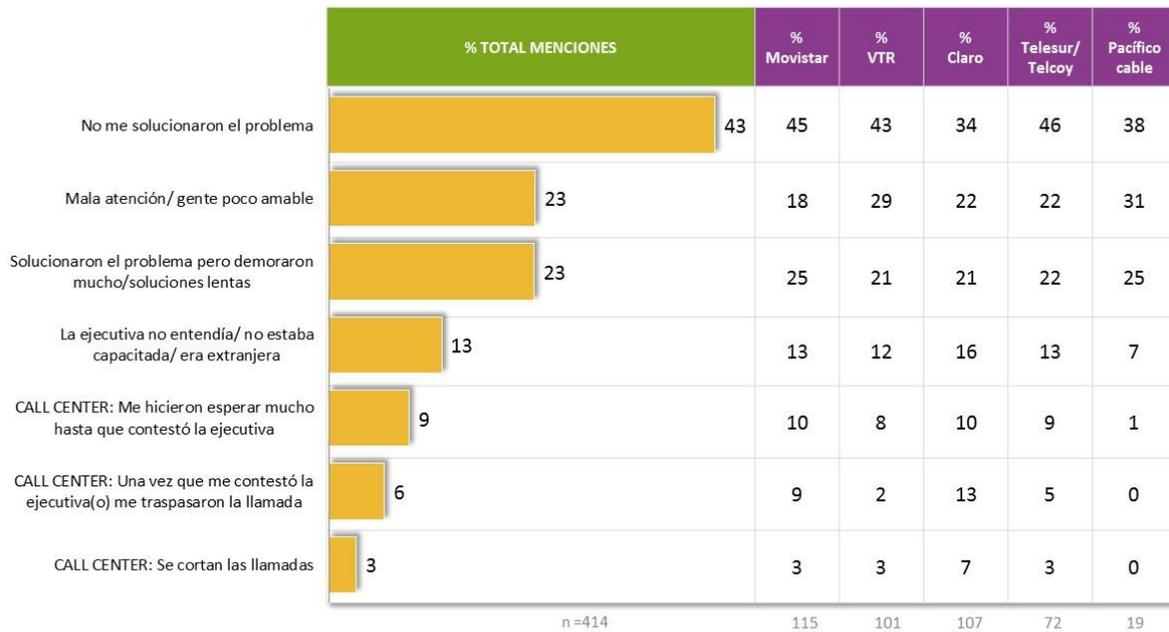
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Fija, en canales telefónicos y/o presenciales, no aplica para WEB (N: 1.467)

En ambos canales, Telsur/Telcoy obtiene la mejor evaluación, con 41% de satisfacción neta en el canal telefónico y 39% en el canal presencial. En el canal telefónico la evaluación más baja es en Claro (6% de satisfacción neta) y Movistar presenta la satisfacción neta más baja en el canal presencial, con un -19% de satisfacción neta.



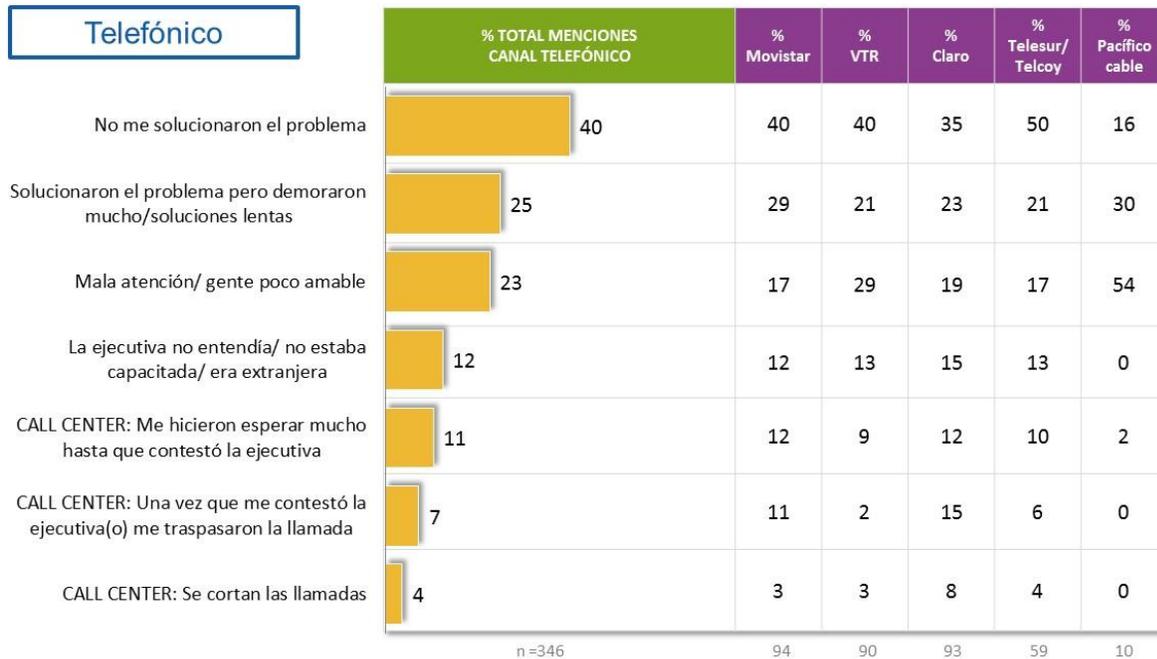
Gráfica 129. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por compañía



Casos: quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 414)

Al analizar las mismas razones de insatisfacción antes expuestas, pero esta vez por compañía proveedora de servicio, “no me solucionaron el problema” es más mencionada Telsur/Telcoy y Movistar, con un 46% y 45% respectivamente, mientras que “mala atención/ gente poco amable” es más alta entre los entrevistados de Pacifico Cable (31%).

Gráfica 130. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Telefónico

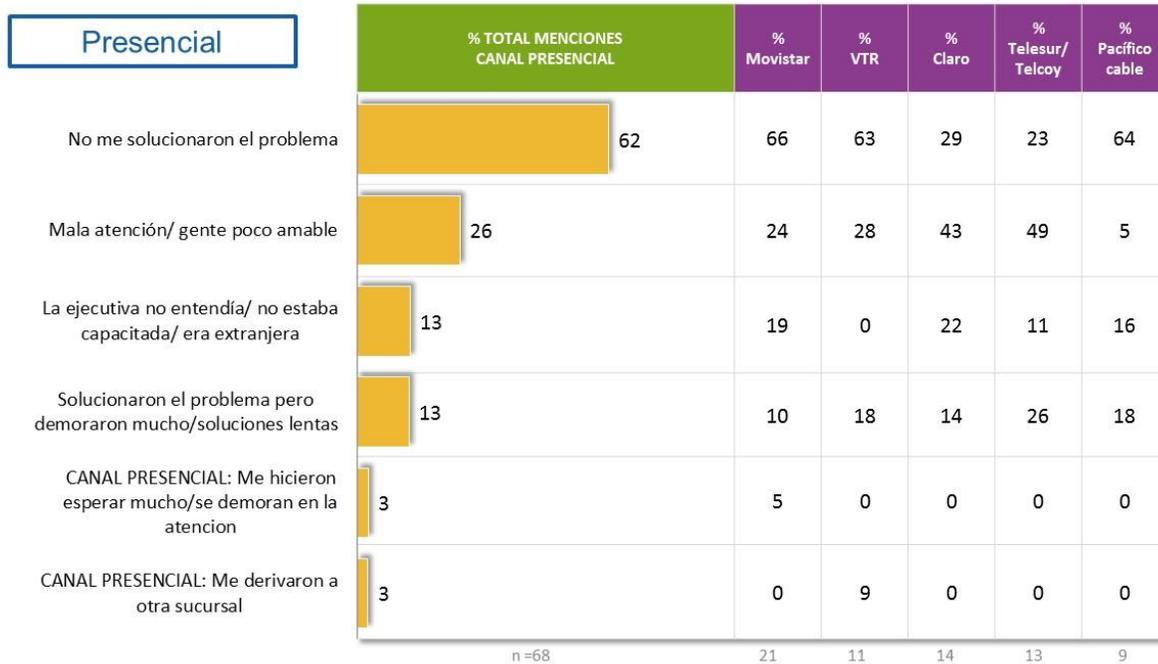


Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal telefónico (N: 346)

\*Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal telefónico, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total

Por canal telefónico, “no me solucionaron el problema” es la principal razón de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo (40%), siendo mayor entre los usuarios de Telsur/Telcoy (50%). En el caso de Pacífico Cable, un 30% declara que “le solucionaron el problema pero demoraron mucho / soluciones lentas”, siendo la compañía que en proporción tiene más menciones en el canal telefónico sobre esta razón.

Gráfica 131. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial



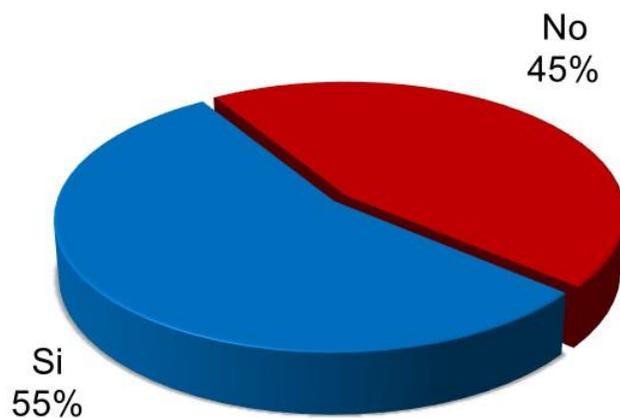
Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal presencial (N: 68)

\*Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal presencial, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total. Se dejan ver nuevas categorías que no se aprecian a nivel total por su bajo porcentaje, pero si son altas considerando solo canal presencial.

En el canal presencial “no me solucionaron el problema” aparece como la principal razón de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo (62%), siendo más alto en Movistar (66%).

Y estos problemas, ¿dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar?

Gráfica 132. Usuarios que tuvieron problemas y agendaron visita técnica



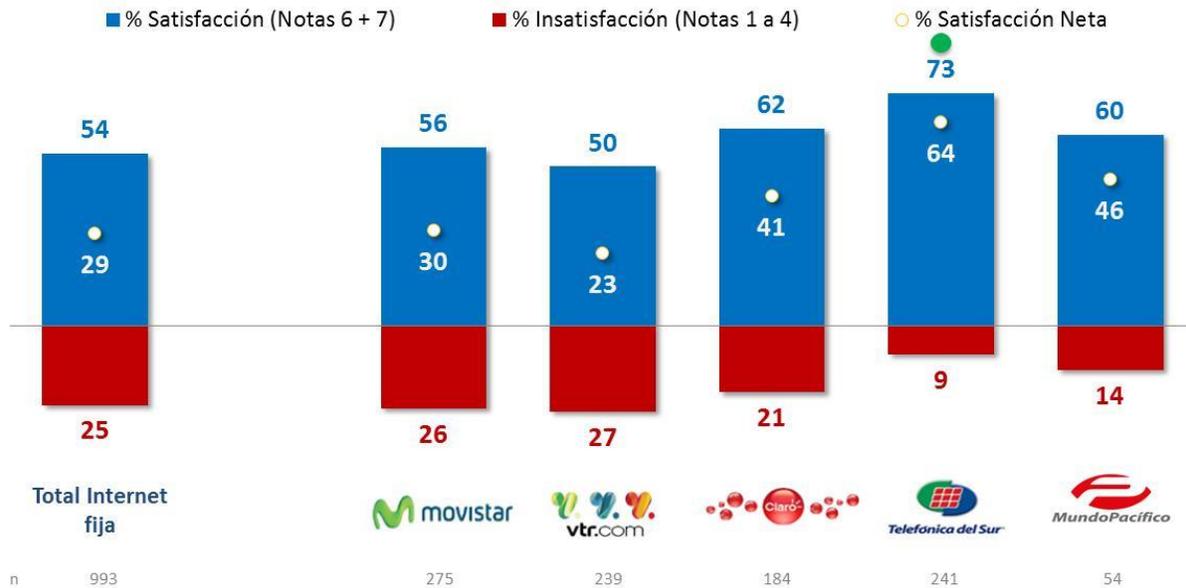
Compañía	Base (n)	% Si
Movistar	443	62
VTR	471	51
Claro	381	48
Telsur/ Telcoy	473	52
Pacífico cable	161	33
<b>TOTAL</b>	<b>1.929</b>	<b>55</b>

Casos: Usuarios que han reclamado a través de su compañía de Internet Fija (N: 1.929)

Un 55% de los entrevistados que tuvo problema en el servicio de internet fija y reclamó, agendó visita técnica en hogar, siendo este porcentaje más alto en Movistar y más bajo en Pacifico Cable, con un 62% y 33% respectivamente.

Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿Cómo evaluaría usted el servicio técnico que le prestaron?

Gráfica 133. Evaluación del servicio técnico



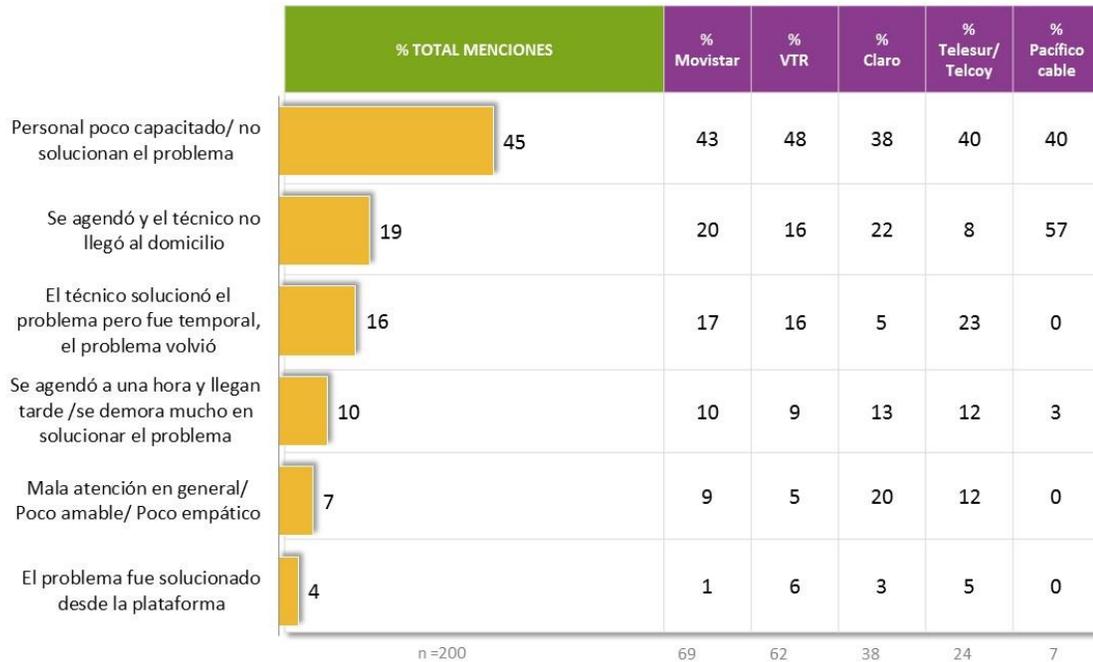
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Usuarios que han tenido problemas y han recibido la visita de un técnico a su hogar (N: 993)

En el total de internet fija, la evaluación del servicio técnico prestado presenta un 29% de satisfacción neta. La empresa prestadora de servicio de Internet Fija mejor evaluada es Telsur/ Telcoy con 64% de satisfacción neta, mientras que VTR es la compañía que obtiene la satisfacción neta con el servicio técnico más bajo (23%).

¿Por qué evalúa con nota 4 o menor? ¿Algo más?

Gráfica 134. Razones de Insatisfacción con el servicio técnico

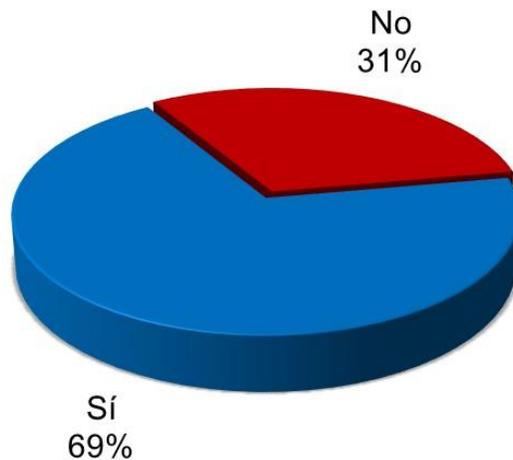


Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 200)

Ahora, respecto de las razones de insatisfacción con el servicio técnico, la principal razón mencionada es que “el personal es poco capacitado/ no solucionan el problema” con 45% de menciones, seguida por “se agendó el técnico y no llegó al domicilio” con 19% de menciones. Esto último es significativamente más alto en Pacifico Cable (57% de menciones).

¿Y su problema fue resuelto?

Gráfica 135. Tasa de resolución del problema



Resolución de problemas Internet Fija: % que dice Sí

Compañía	Base (n)	% Si
Movistar	443	69
VTR	471	67
Claro	381	75
Telsur/Telcoy	473	75
Pacífico cable	161	60
<b>TOTAL</b>	<b>1.929</b>	<b>69</b>

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (N: 1.929)

El 69% de las personas entrevistadas que tuvieron algún problema con su servicio de Internet Fija declara que su problema fue resuelto. Entre las compañías, Claro y Telsur/ Telcoy son las que más resuelven los problemas de sus usuarios, con un 75% respectivamente.

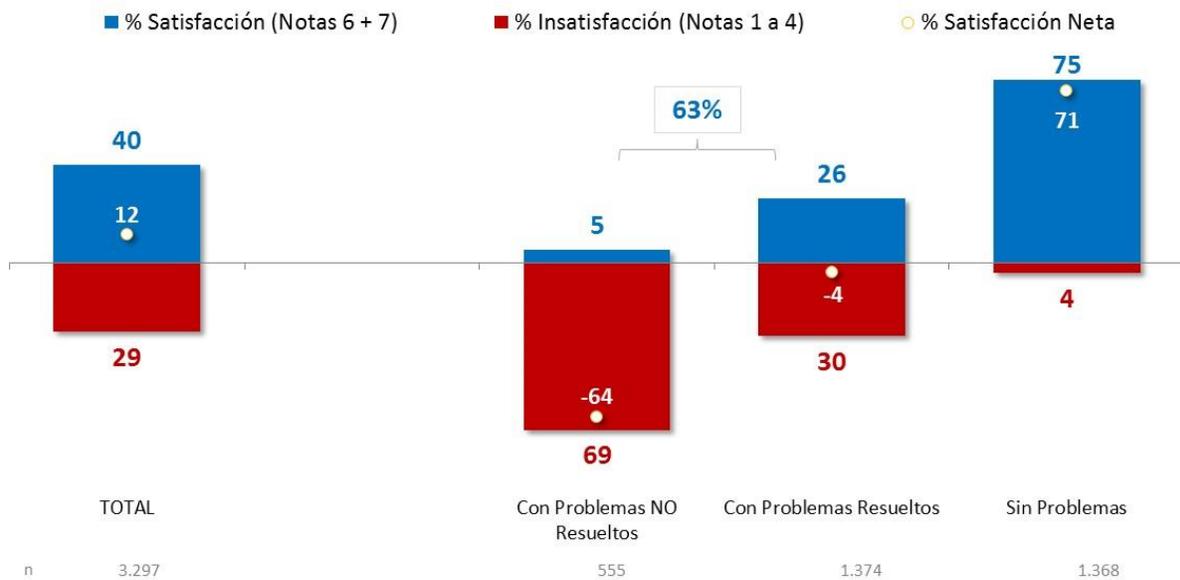
Gráfica 136. Tasa de resolución del problema<sup>4</sup> - Evolutivo



En la serie, la tasa de resolución de problemas a nivel general es estable, bajando sólo 1 punto porcentual respecto de la segunda medición 2015. A nivel de compañía Telsur/Telcoy baja dos puntos respecto de la medición anterior aunque se mantiene junto a Claro como las compañías que más resuelven los problemas de sus usuarios.

<sup>4</sup> Tasa de resolución se calcula en base a las personas que han tenido problemas.

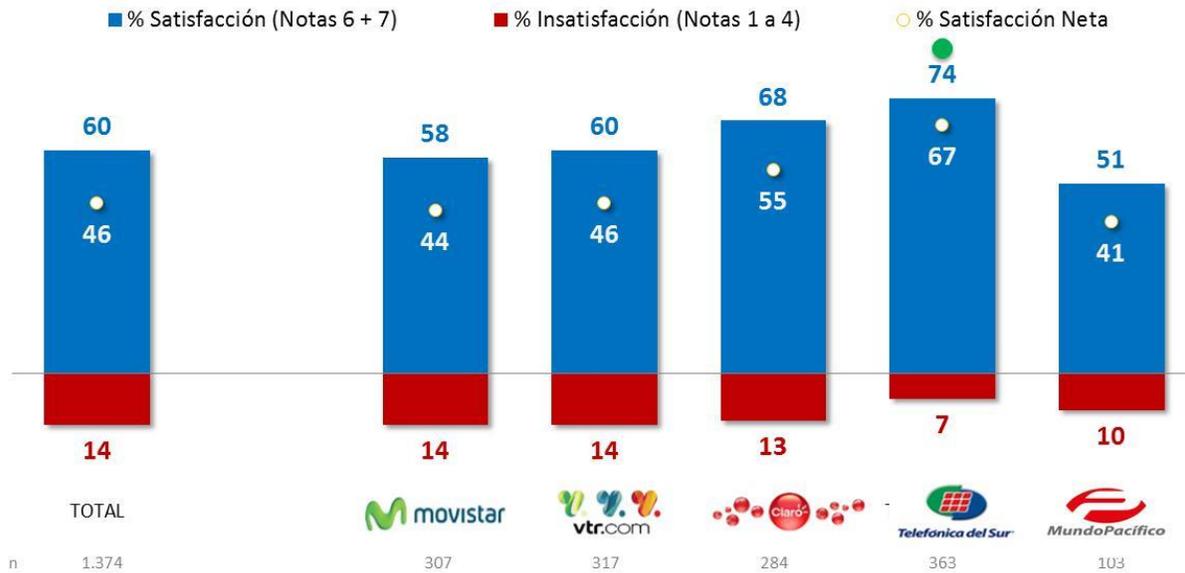
Gráfica 137. Satisfacción con Internet Fija según si le han resuelto problemas



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 tienen un índice de satisfacción neta más alto con 71%. Quiénes han tenido problemas y estos han sido resueltos presentan -4% de satisfacción neta. Las personas que han declarado haber tenido algún tipo de problema con su servicio de Internet Fija y este problema no fue resuelto, presentan un índice de satisfacción neta negativo y bastante alto (-64 puntos).

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 138. Satisfacción con la solución de problemas de Internet Fija



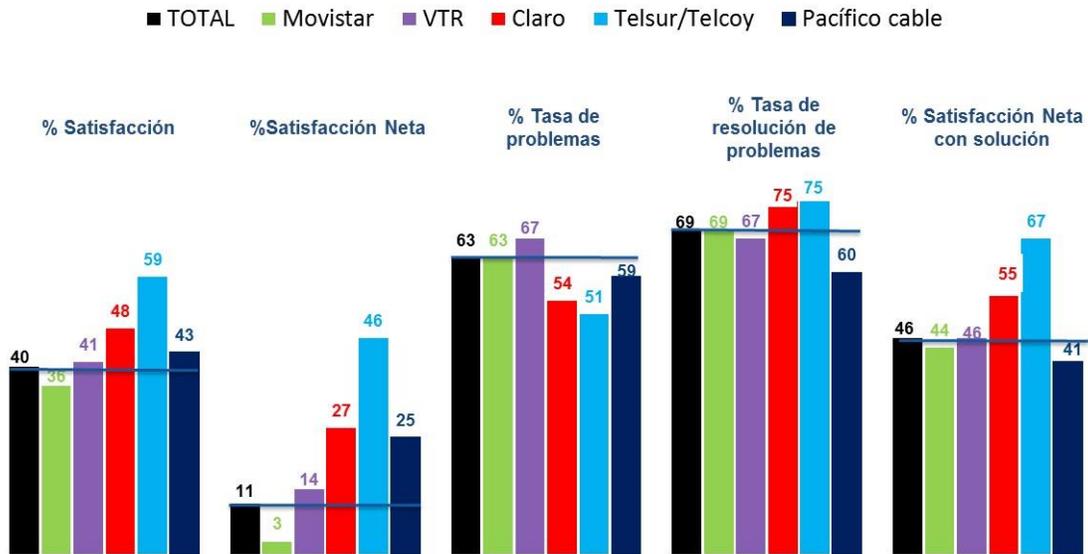
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija y que resolvieron su problema (N: 1.374)

Los entrevistados que lograron resolver su problema evalúan la resolución de forma positiva, con una satisfacción neta de 46%. Entre las compañías proveedoras de Internet Fija, Telsur/ Telcoy presenta la satisfacción neta más alta (67%), mientras que Pacífico Cable es la compañía de Internet Fija que presenta el nivel más bajo de satisfacción neta en cuanto a la resolución de problemas (41%).

### 7.3.4. Principales indicadores

Gráfica 139. Indicadores de Internet Fija



Gráfica 140. Indicadores de Internet Fija - Evolutivo

	Total			M movistar			vtr.com			Claro			Telefónica del Sur			MundoPacífico
	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2016
% Satisfacción	43	45	40	41	43	36	43	46	41	49	44	48	54	59	59	43
% Satisfacción Neta	17	20	11	9	15	3	19	22	14	31	22	27	38	44	46	25
% Tasa de Problemas	61	60	63	61	61	63	63	59	67	55	59	54	59	50	51	59
% Tasa de reclamo	80	79	80	78	78	80	80	77	82	84	83	81	79	84	82	58
% Tasa de resolución	67	70	69	66	70	69	66	68	67	70	71	75	79	77	75	60

Los gráficos 139 y 140 nos muestran de forma resumida los resultados obtenidos en el módulo de Internet Fija.

## 7.4. Televisión Pagada

### 7.4.1. Perfil de los entrevistados

Gráfica 141. **Ponderación por segmento de los usuarios de Televisión Pagada**

		N	% No ponderado	% Ponderado	Error Muestral
Variables de clasificación	Hombre	1.495	43	43	2,5
	Mujer	2.020	57	57	2,2
	<hr/>				
	18 – 39	1.292	40	36	2,7
	Más de 40	2.223	60	64	2,1
	<hr/>				
	Santiago	1.468	41	42	2,6
Regiones	2.047	59	58	2,2	

Gráfica 142. **Características demográficas de usuarios de Televisión Pagada**



En Televisión Pagada, las compañías que fueron medidas son Entel, Movistar, VTR, Claro y DirecTV. Es importante mencionar que Entel es la primera vez que se mide en esta categoría.

En relación a la distribución y características demográficas de los usuarios de Televisión Pagada, se identifica un mayor porcentaje de mujeres (57%) que hombres (43%), y de una mayor proporción de mayores de 40 años (64%) comparado con las personas entre 18 y 39 años (36%). Finalmente, un 42% de los usuarios del servicio vive en la Región Metropolitana y un 58% en el resto de las regiones del país.

Gráfica 143. Características demográficas de usuarios de Televisión Pagada – Por compañía

Sexo					Tramo Etario					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	38	62	100	Entel	705	36	64	100	Entel	705	46	54	100
Movistar	702	38	62	100	Movistar	702	42	58	100	Movistar	702	54	46	100
VTR	705	42	58	100	VTR	705	32	68	100	VTR	705	46	54	100
Claro	703	42	58	100	Claro	703	41	59	100	Claro	703	33	67	100
DirecTV	700	53	47	100	DirecTV	700	33	67	100	DirecTV	700	28	72	100
<b>TOTAL</b>	<b>3.515</b>	<b>43</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.515</b>	<b>36</b>	<b>64</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>3.515</b>	<b>42</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

Entre las compañías medidas para este servicio, en Entel y Movistar destaca una proporción mayor de mujeres (62%) por sobre los hombres (38%). El caso de DirecTV, en cambio, hay una mayor proporción de hombres que de mujeres, con un 53% y 47% respectivamente. Por tramo etario, vemos que Movistar y Claro destacan por tener una proporción mayor de usuarios entre 18 a 39 años. Por su lado, Movistar es la única compañía que presenta mayor presencia en RM (54%), mientras que DirecTV destaca por tener mayor presencia de usuarios en regiones (72%).

Gráfica 144. Características del servicio de Televisión Pagada

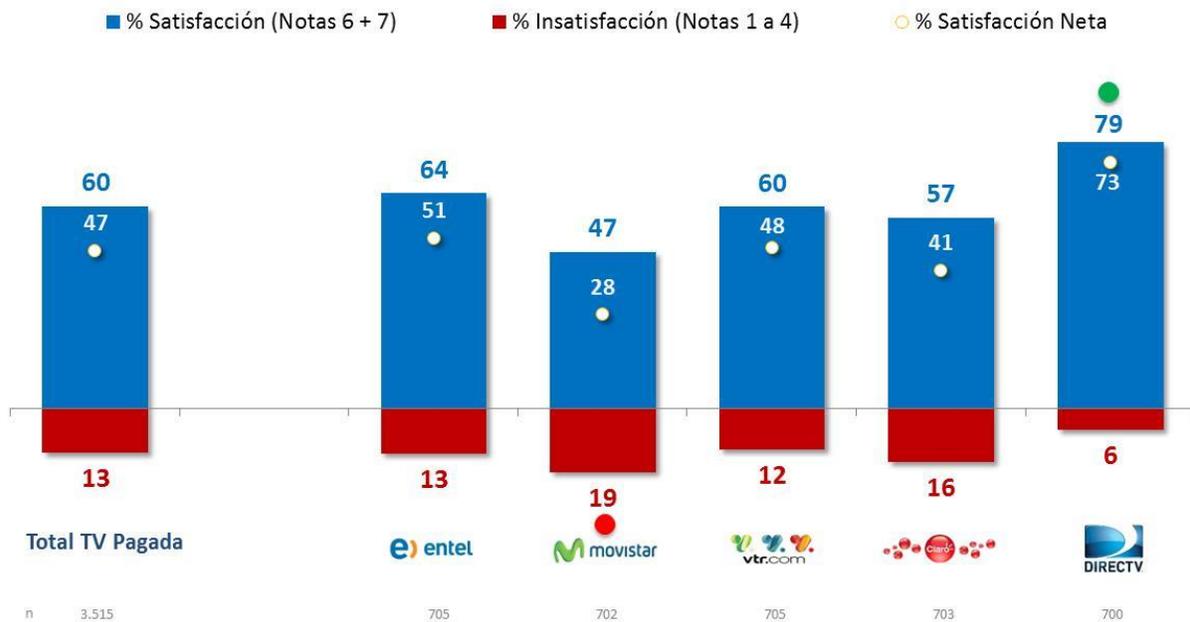


En relación a la antigüedad de los usuarios, un 57% indica que tiene una antigüedad superior a 2 años, destacando los usuarios de VTR (69%). En el caso de usuarios que tienen menos de 1 año de antigüedad, Entel tiene un 65% de sus usuarios en dicha categoría.

### 7.4.2. 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 145. **Satisfacción con empresas de Televisión Pagada**

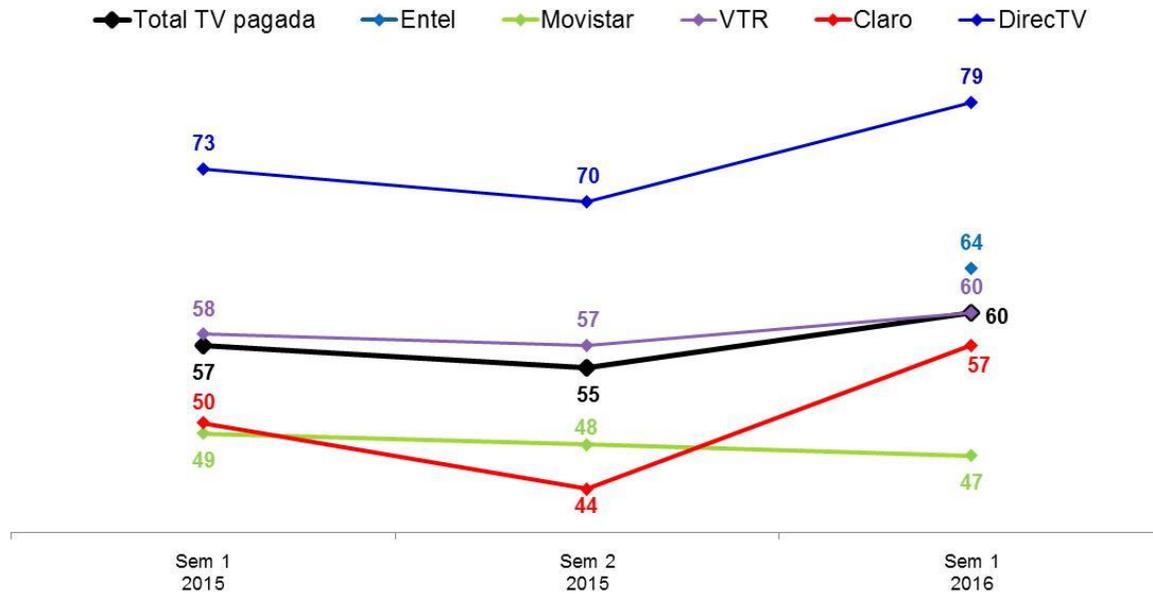


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción “5” o “No sabe”.

Casos: 3.515

La satisfacción neta con el servicio de Televisión Pagada es de un 47%. La compañía que cuenta con el mayor nivel de satisfacción neta por parte de sus usuarios es DirecTV (73%), mientras que Movistar es la compañía con menor nivel de satisfacción neta (28%).

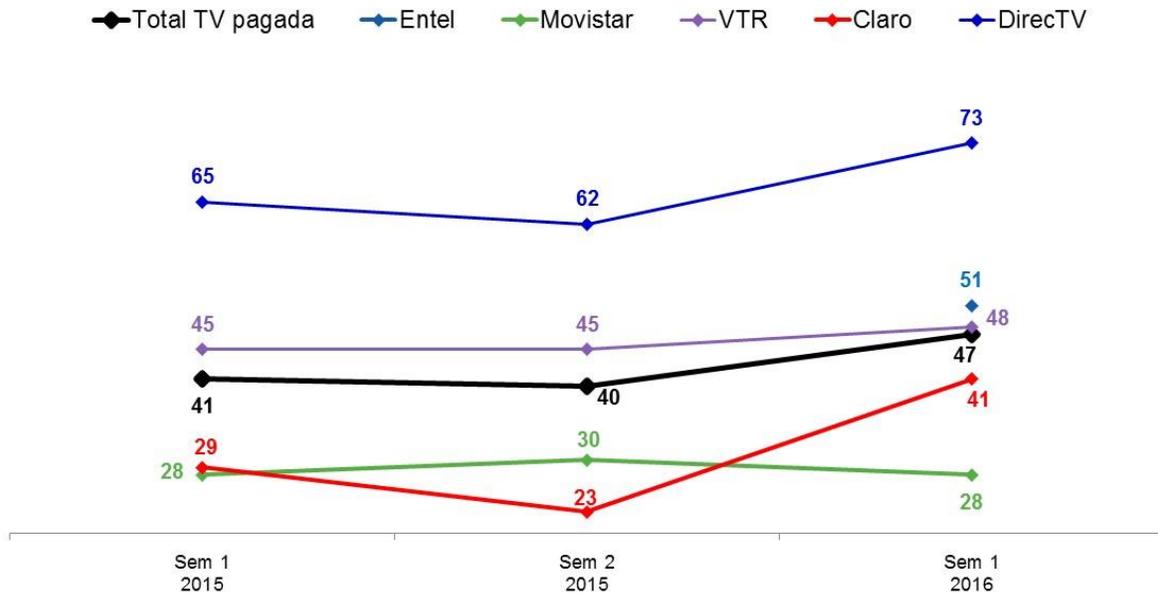
Gráfica 146. Satisfacción con empresas de Televisión Pagada – Evolutivo



(\*) Entel comenzó a medirse el primer semestre de 2016.

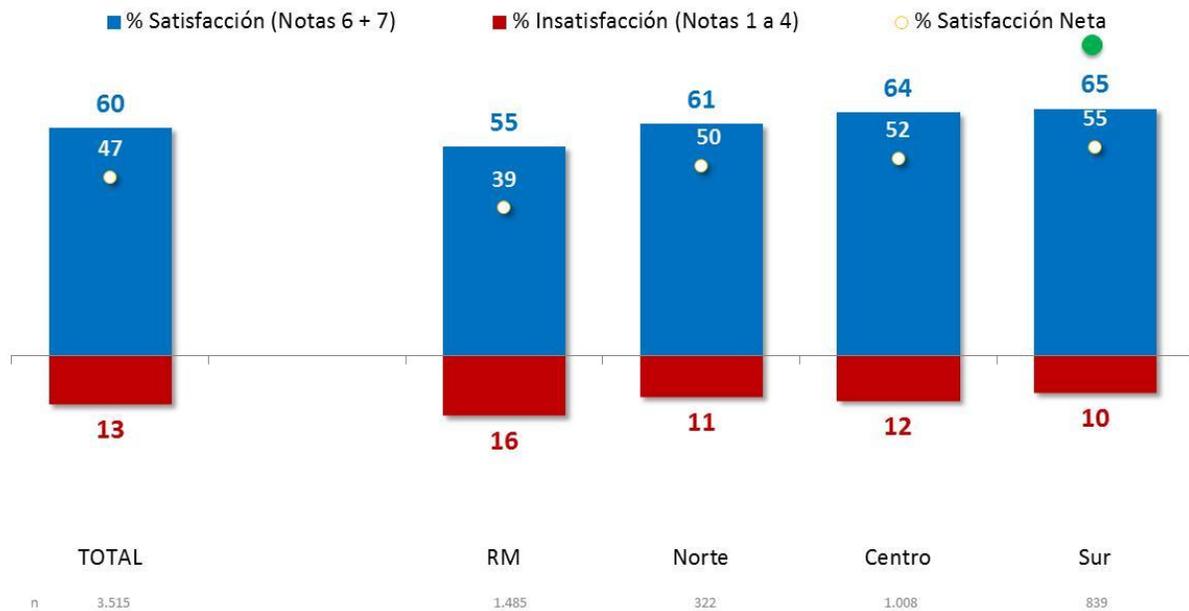
Continúa DirecTV liderando el nivel de satisfacción entre las empresas proveedoras de TV Pagada con un 79%. En contraste, Movistar es la empresa con la satisfacción más baja (47%) siendo desplazado en esta medición por Claro (57%).

Gráfica 147. Satisfacción Neta con empresas de Televisión Pagada – Evolutivo



En relación a la satisfacción neta de los usuarios con sus compañías proveedoras, DirecTV es la empresa con la satisfacción neta más alta (73%). En un contexto en que los usuarios de la Televisión Pagada mejoraron su evaluación de su servicio en 7%, Claro mejora considerablemente en 18 puntos porcentuales respecto a la medición del segundo semestre de 2015. Por su parte, Movistar tiene la satisfacción neta más baja (28%) con una caída de 2% respecto a la última medición de 2015.

Gráfica 148. Satisfacción por zona en Televisión Pagada



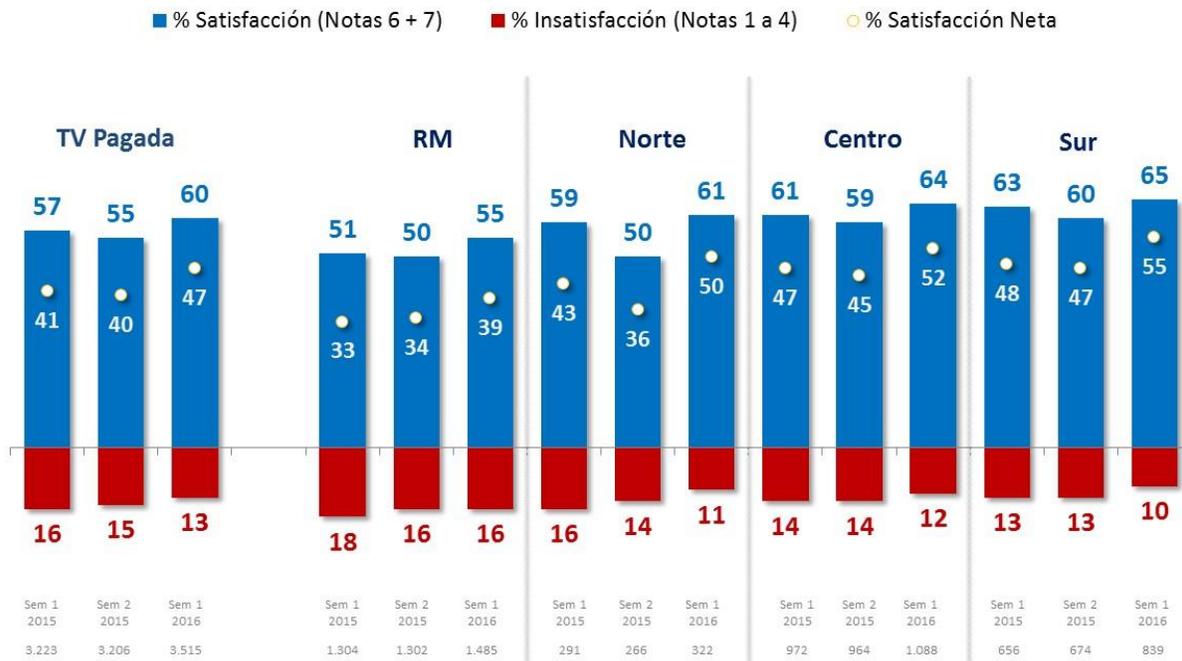
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

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

Casos: 3.515

La zona sur del país presenta una satisfacción neta de un 55%, superior al resto de las zonas del país. La Región Metropolitana tiene la satisfacción neta más baja con un 39%.

Gráfica 149. Satisfacción con el servicio de Televisión Pagada – Evolutivo por zona



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

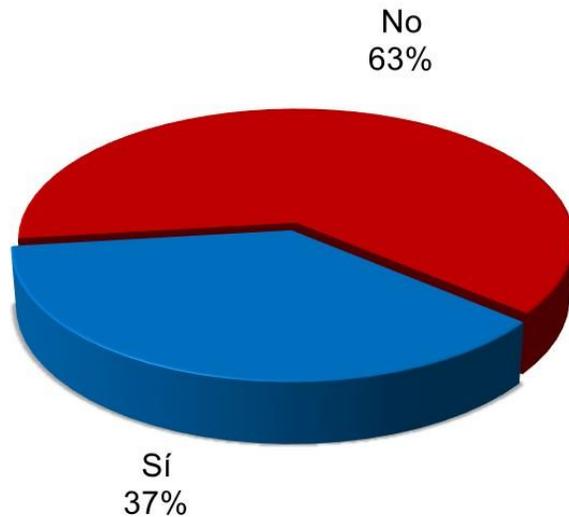
(\*) Zonas: RM: XIII / Norte: I – III y XV / Centro: IV – VII / Sur: VIII – XII y XIV

Si bien en todas las zonas mejora la evaluación del servicio al comparar evolutivamente con el segundo semestre de 2015, lo más destacable es el aumento en la satisfacción neta en la Zona Norte (+ 14 puntos).

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

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

Gráfica 150. Tasa de Problemas Televisión Pagada



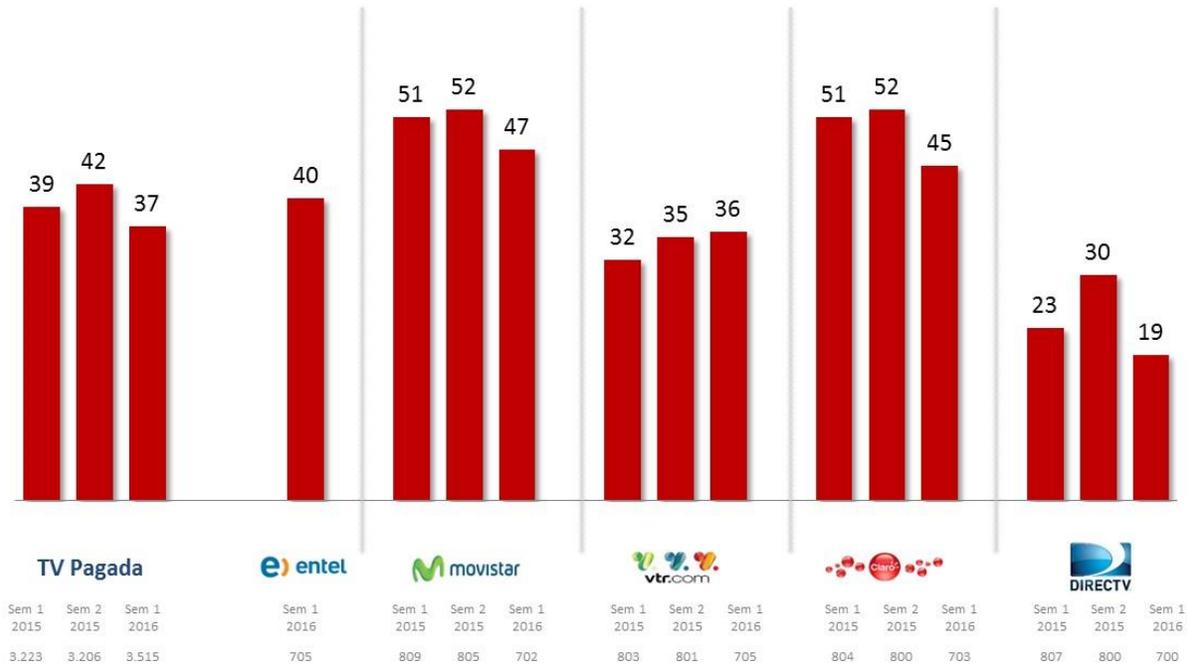
Problemas recientes: % que dice Sí

Compañía	Base (n)	% Sí
Entel	705	40
Movistar	702	47
VTR	705	36
Claro	703	45
DirecTV	700	19
<b>TOTAL</b>	<b>3.515</b>	<b>37</b>

Casos: 3.515

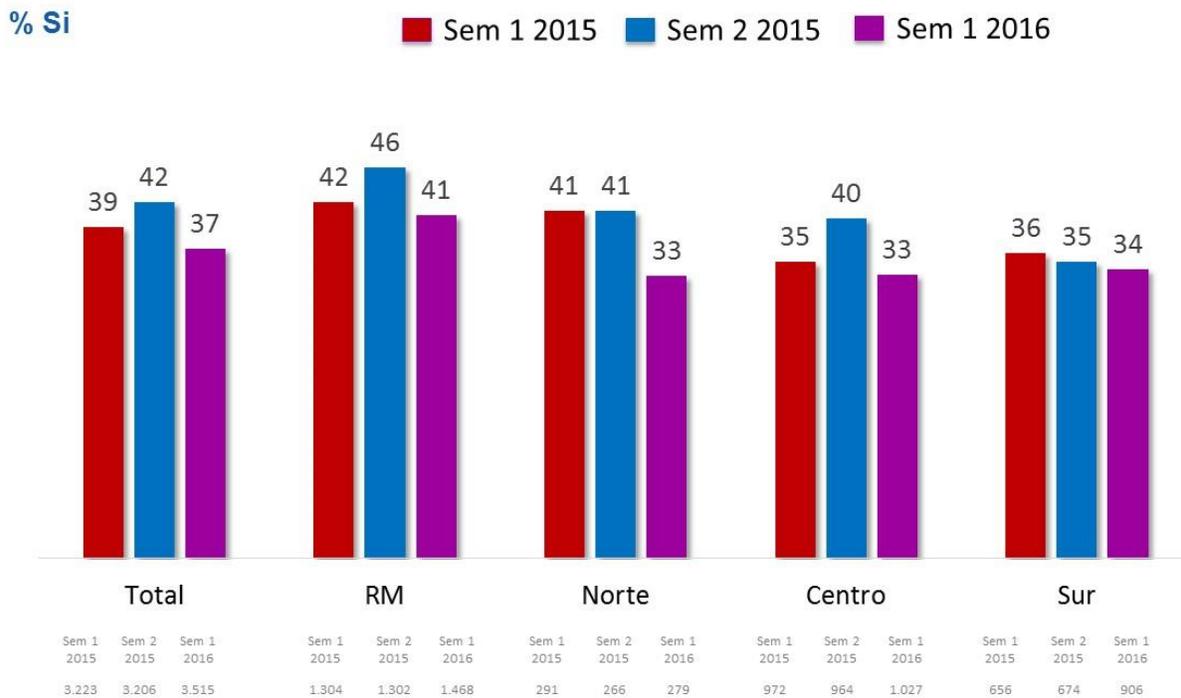
La tasa de problemas alcanza un 37%, siendo Movistar la compañía con la mayor tasa de problemas (47%). DirecTV, en cambio, es la empresa en la que sus usuarios declaran en menor proporción el haber tenido algún problema (19%). Entel debuta en el servicio de la Televisión Pagada con una tasa de problemas del 40% entre sus usuarios.

Gráfica 152. Tasa de Problemas en Televisión Pagada – Evolutivo



La tasa de problemas disminuye en Televisión Pagada respecto del semestre anterior, de un 42% a un 37%. Entre las empresas, DirecTV disminuye de un 30% a un 19% su tasa de problemas. Por otra parte, Movistar si bien disminuye su tasa de problemas respecto de la medición anterior (-5%), continúa siendo la empresa con la tasa más alta de problemas.

Gráfica 153. Tasa de Problemas en Televisión Pagada – Evolutivo Por zona

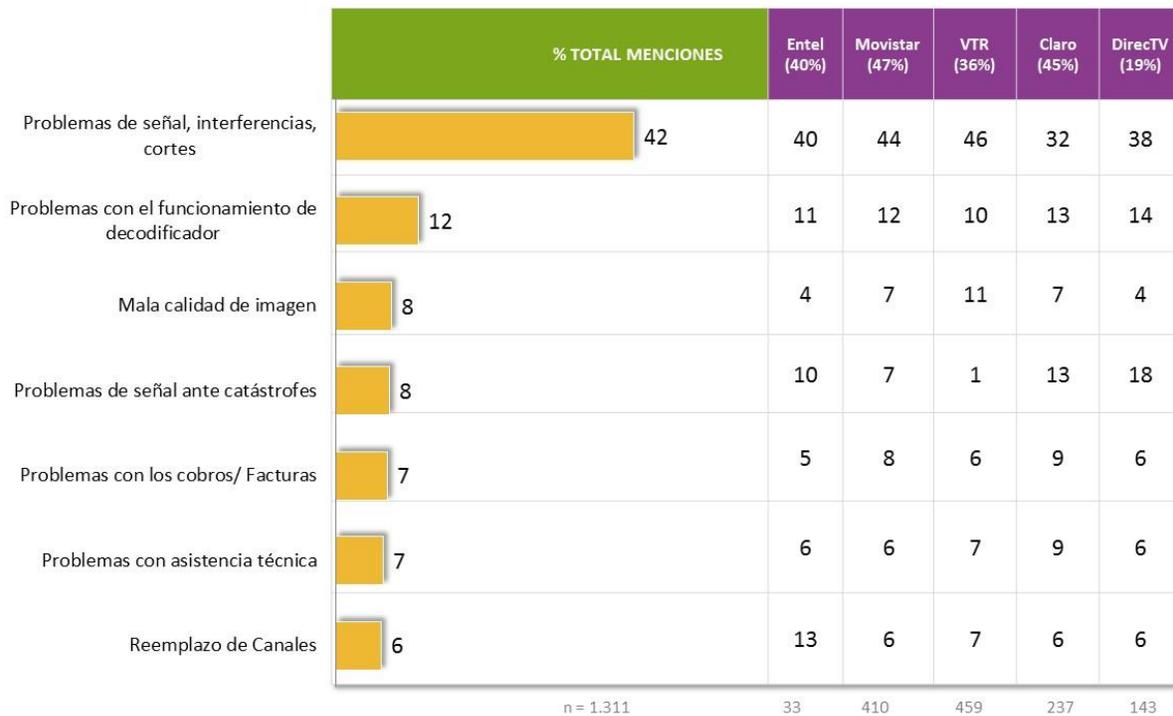


(\*) Zonas: **RM:** XIII / **Norte:** I – III y XV / **Centro:** IV – VII / **Sur:** VIII – XII y XIV

RM es la zona con mayor tasa de problemas (41%) aunque disminuye respecto de la última medición en 5 puntos porcentuales. En las Zonas Norte y Centro del país también disminuyen 8 y 7 puntos porcentuales, respectivamente.

¿Qué tipo de problema tuvo? MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA

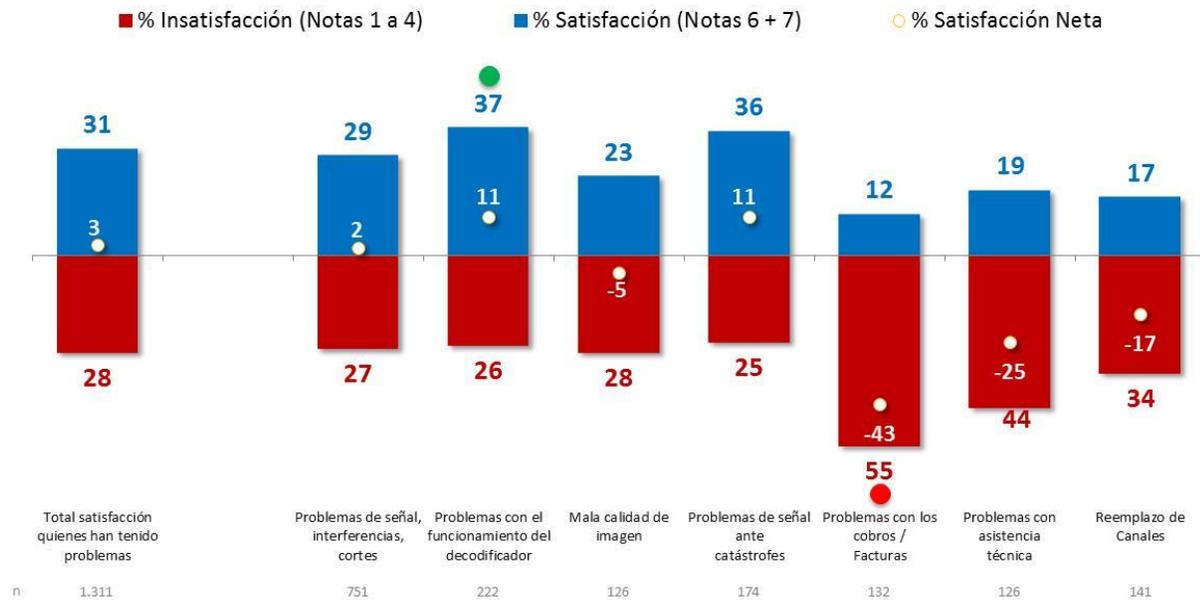
Gráfica 154. Tipos de problemas de Televisión Pagada



Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (N: 1.311)  
 En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador

Entre los tipos de problemas, el más mencionado es “problemas de la señal, interferencias, cortes” (42%), seguido por “problemas con el funcionamiento del decodificador” (12%). En relación a los problemas de señal, interferencias y cortes, VTR es la empresa que presenta un porcentaje de menciones más alto (46%).

Gráfica 155. Satisfacción por tipo de problema de Televisión Pagada



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

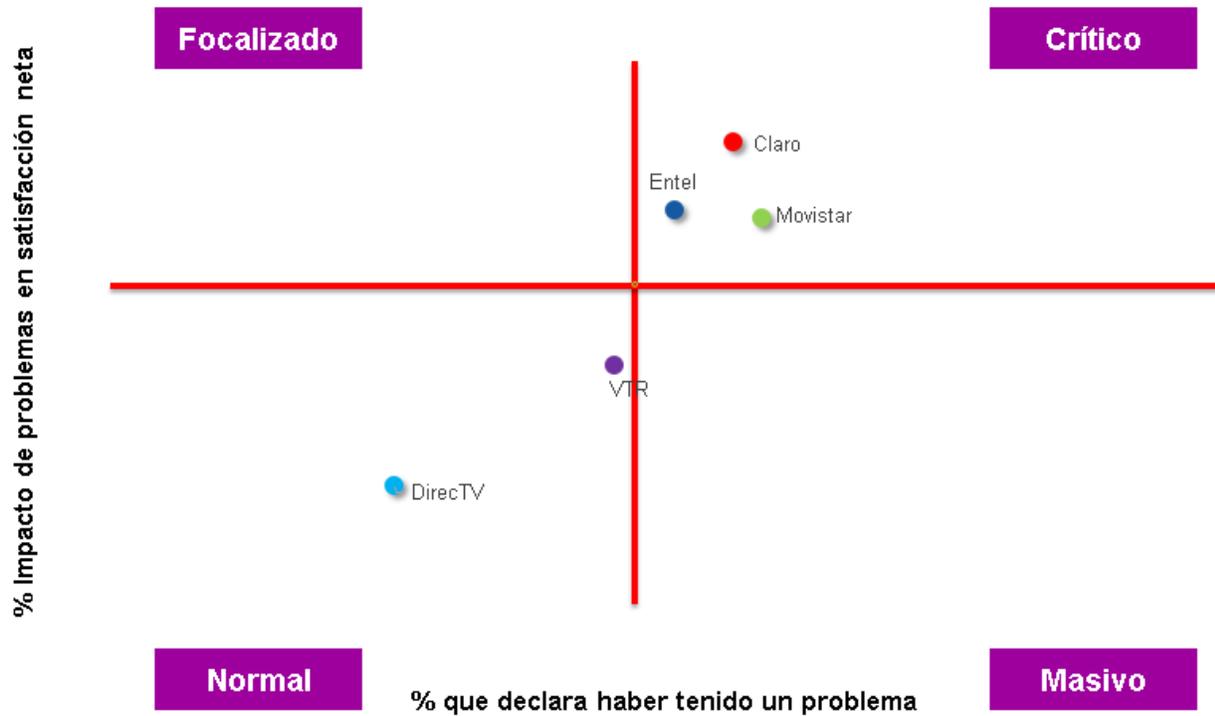
Se grafican los principales problemas descritos anteriormente.

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (N: 1.311)

Entre los usuarios que tuvieron algún problema con el servicio de Televisión Pagada, la satisfacción neta con el servicio es de un 3%. Al revisar la satisfacción con el servicio por tipo de problema, aquellos que indicaron "problemas con los cobros/facturas" son quienes tienen la peor satisfacción neta con el servicio (-43%).

## Análisis impacto de los problemas sobre la satisfacción

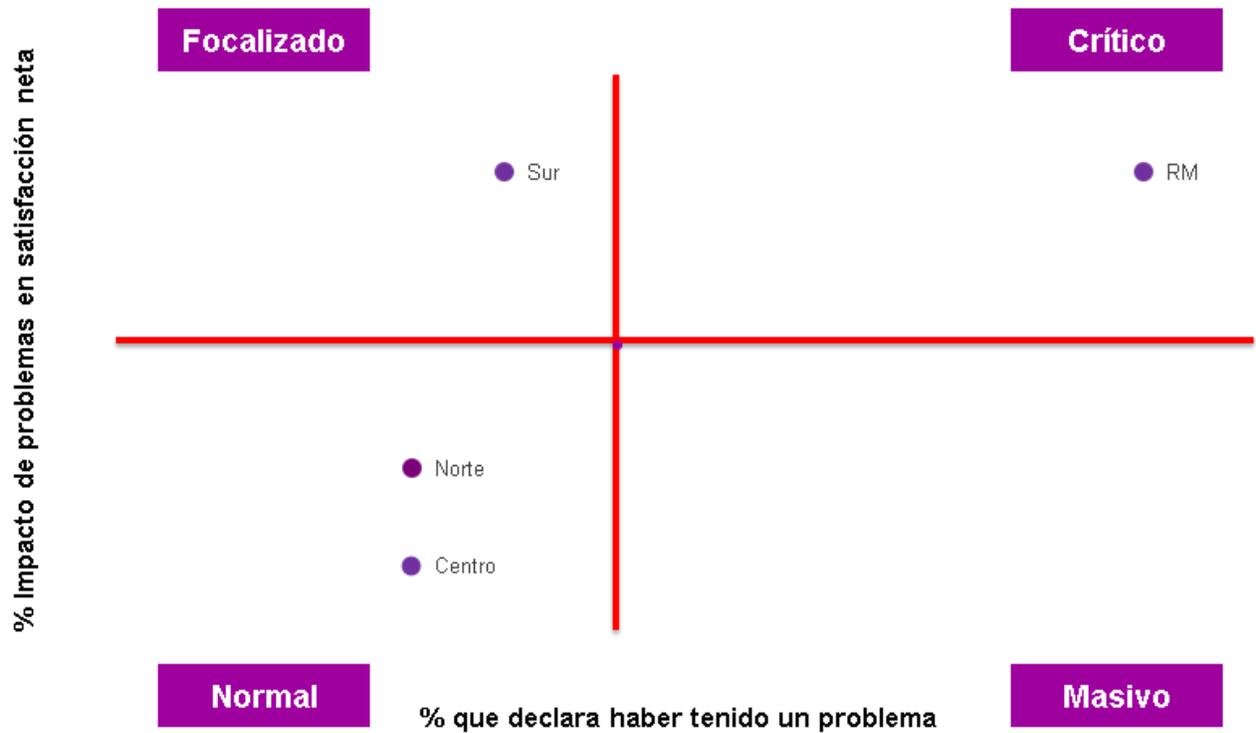
Gráfica 156. Impacto problemas en la Satisfacción de Televisión de Pago – Por Operador



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

Claro, Movistar y Entel se presentan en el cuadrante crítico ya que poseen una alta tasa de problemas y un alto impacto de problemas en la satisfacción neta.

Gráfica 157. Impacto problemas en la Satisfacción de la Televisión de Pago – Por Zona

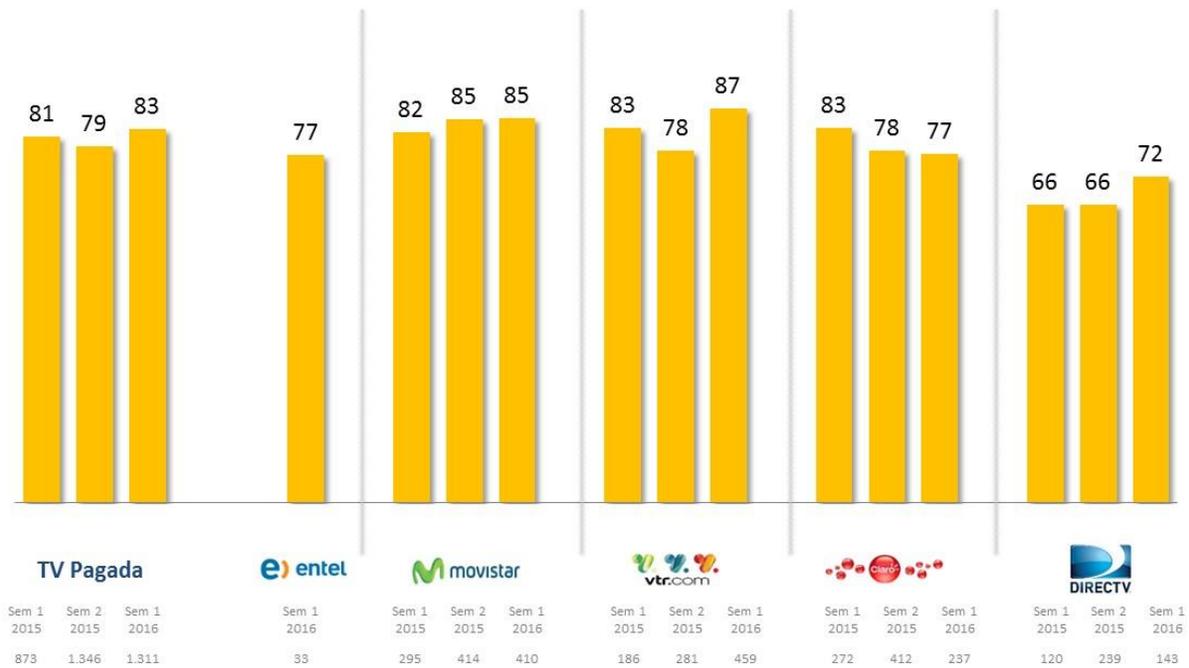


(\*) El impacto de los problemas corresponde a la diferencia en Satisfacción Neta, entre quienes no declaran problemas y quienes sí lo hacen.

Por zona, RM se posiciona en el cuadro crítico, es decir, tiene un alto nivel de problemas y alto impacto de problemas en la satisfacción neta. La zona sur aparece en el cuadrante focalizado, es decir, obtiene una alta tasa de problemas, pero el impacto de problemas en la satisfacción neta es alta.

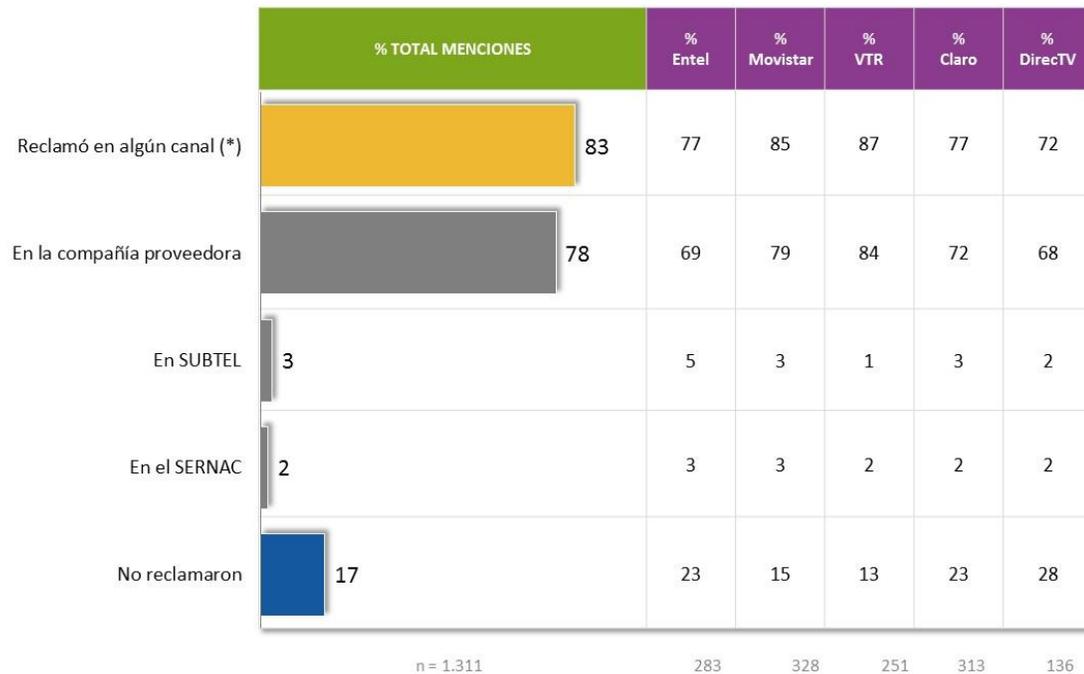
Considerando el último problema que Ud. tuvo con su servicio de Televisión Pagada ¿Reclamó o pidió alguna solución en...?

Gráfica 158. Tasa de reclamos TV Pagada



Existe un aumento en la tasa de reclamos de los usuarios de Televisión pagada de un 79% a un 83%. Entre los usuarios de VTR y DirecTV es donde se identifica el mayor aumento, con un aumento de un 9% y 6% respectivamente.

Gráfica 159. Lugar de reclamo para problemas de Televisión Pagada



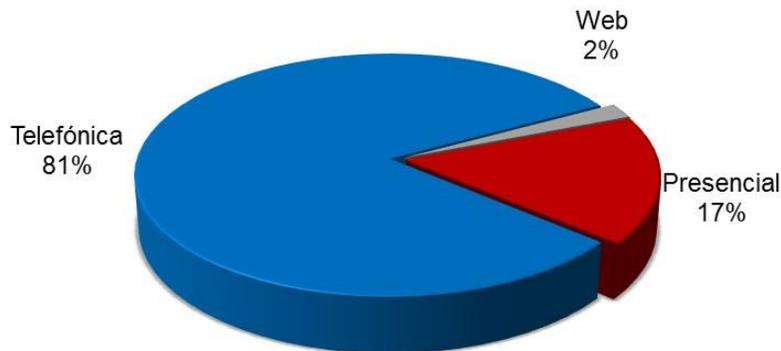
(\*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Sernac o Subtel.

*Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (N: 1.311)*

En general, del total de personas que tuvo algún problema con su servicio de Televisión Pagada, un 78% declaró haber realizado un reclamo ante la compañía proveedora. Ante Subtel o Sernac, solo un 3% y 2% realizan reclamos respectivamente en esos organismos. Es importante destacar que, entre las compañías, los usuarios de VTR son los que realizaron en mayor medida reclamos ante su empresa (84%).

¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo?

Gráfica 160. Plataforma por la que hizo el reclamo



Plataforma por la que realiza el reclamo por compañía

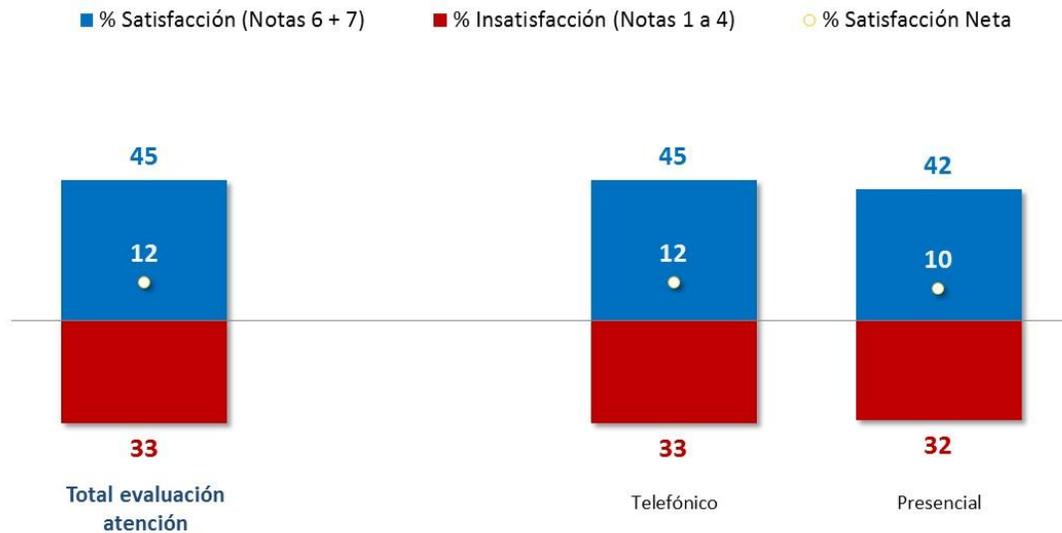
Compañía	Base (n)	% Telefónica	% Web	% Presencial
Entel	214	90	1	10
Movistar	279	81	4	15
VTR	219	80	2	18
Claro	241	77	2	22
DIRECTV	98	93	1	6
<b>TOTAL</b>	<b>1.051</b>	<b>81</b>	<b>2</b>	<b>17</b>

Casos: Usuarios que han reclamado a través de su compañía de Televisión Pagada (N: 1.051)

Entre los usuarios de Televisión Pagada que declararon haber tenido un problema con su servicio y que interpusieron un reclamo por ello, un 81% declaró que lo hizo a través de una plataforma telefónica y un 17% de manera presencial. A nivel de compañías proveedoras, DirectTV presenta el mayor porcentaje de reclamos a través de la plataforma telefónica (93%), mientras que la mayor proporción de reclamos presenciales los realizaron los clientes de Claro (22%).

¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?

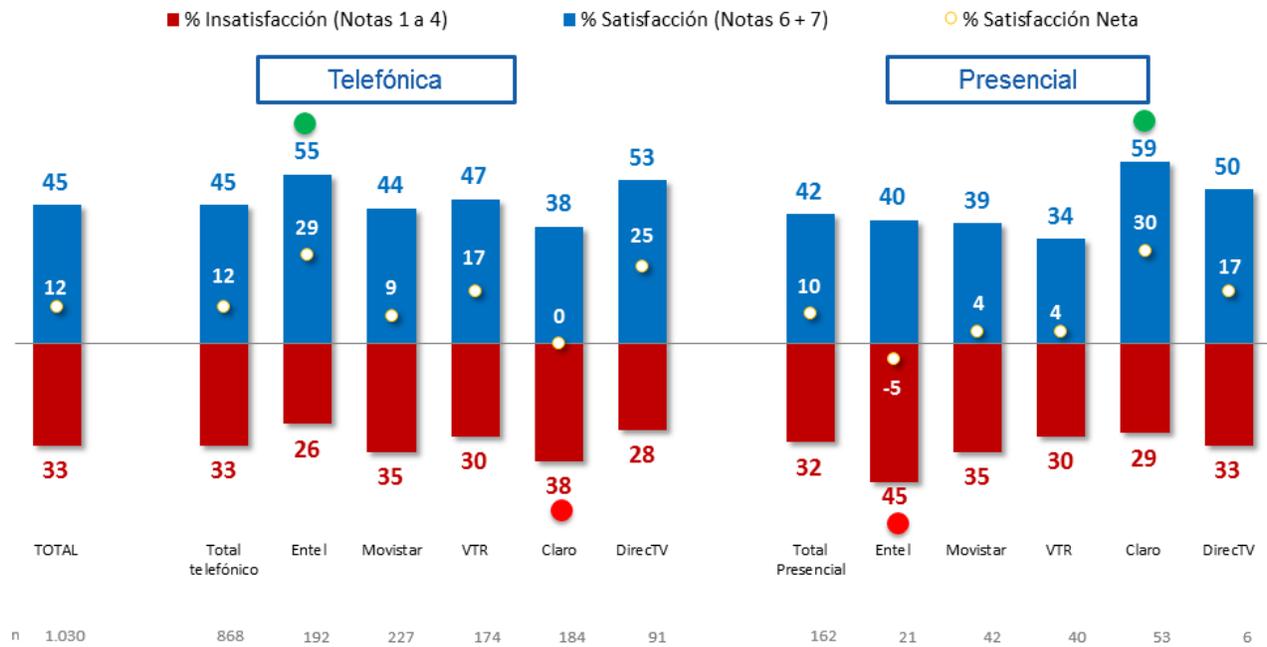
Gráfica 161. Evaluación del proceso de interposición del reclamo



Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Televisión Pagada, canales telefónicos y/o presenciales, no aplica para WEB (N: 1.030)

Hay un 12% de satisfacción neta con el proceso de interposición del reclamo. No se identifican mayores diferencias en la satisfacción neta distinguiendo por tipo de plataforma.

Gráfica 162. Evaluación del proceso de interposición del reclamo - por canal



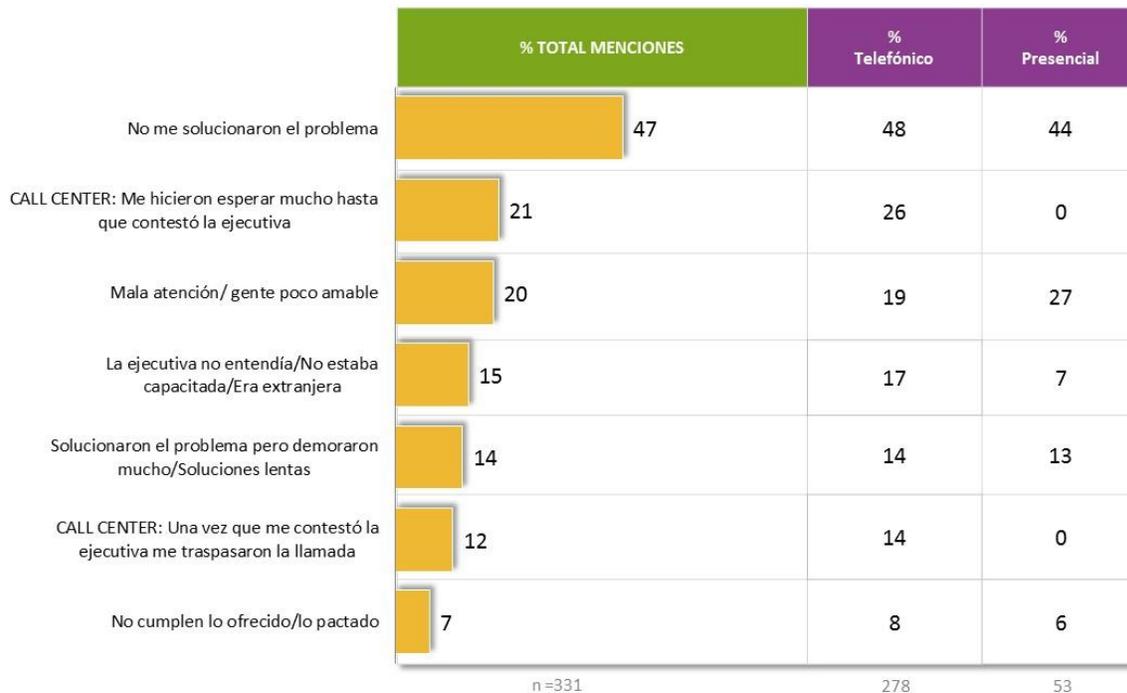
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

**Casos:** Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Televisión Pagada, canales telefónicos y/o presenciales, no aplica para WEB (N: 1.030)

En el canal telefónico, la satisfacción neta más baja respecto de la evaluación del proceso de interposición del reclamo es en Claro (0%), mientras que en el presencial es Entel (-5%). Situación inversa entre quienes mejor evalúan la satisfacción con este proceso, ya que Entel en el canal telefónico tiene un 29% de satisfacción neta y Claro un 30% de satisfacción neta en el canal presencial.

¿Por qué evalúa con nota 4 o menor? ¿Algo más?

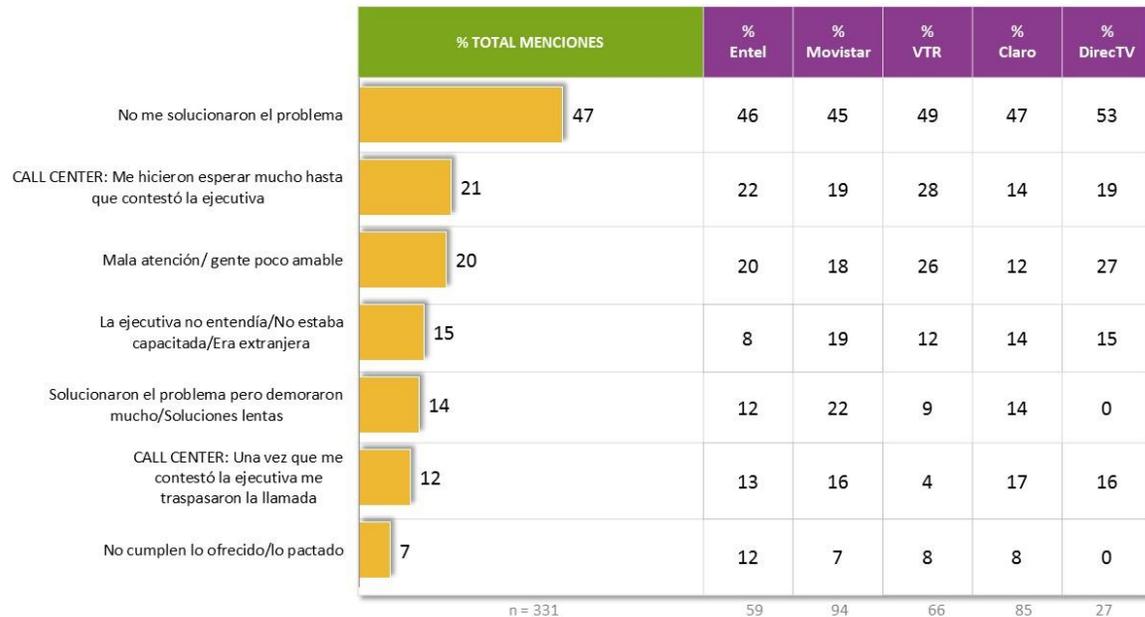
Gráfica 163. Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 331)

Entre las principales razones de la insatisfacción con la atención recibida al momento de interponer un reclamo, un 47% declara que la razón de esto es que “no le solucionaron el problema”, siendo más alto entre quienes reclamaron de manera telefónica (48%) que presencial (44%).

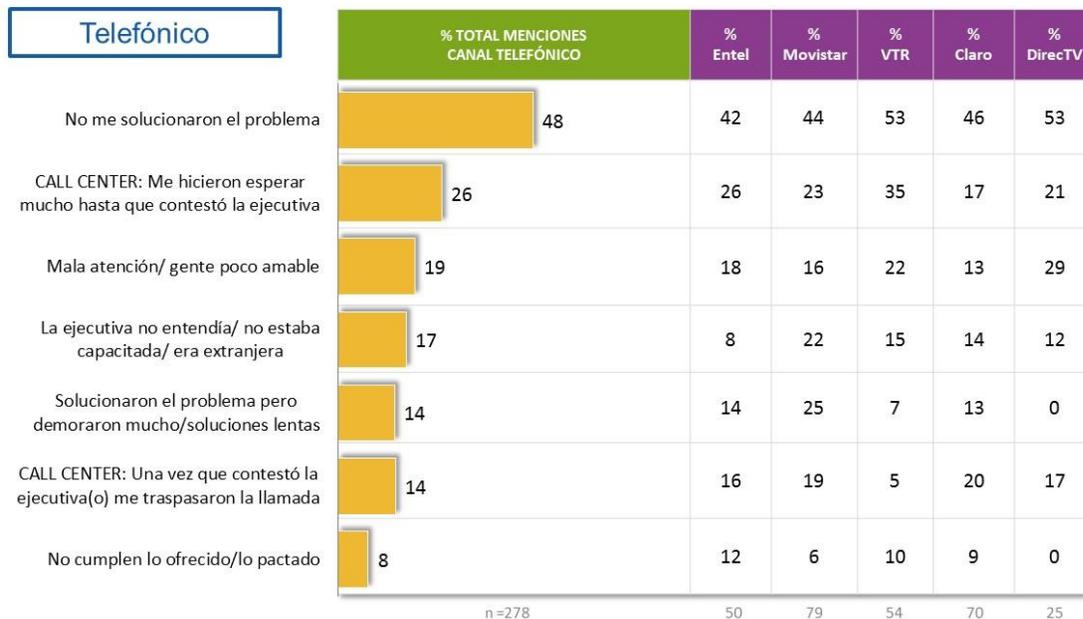
Gráfica 164. Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo - por compañía



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 331)

Por empresa, en DirecTV se presenta en mayor medida que su mala evaluación por la atención recibida se debe a que no le solucionaron el problema (53%). Otro elemento importante a destacar es que hay una proporción alta de clientes de VTR que lo “hicieron esperar mucho hasta que lo atendió una ejecutiva” (28%). De la misma manera, también destaca una proporción mayor de clientes de DirecTV que reportan haber sido “mal atendidos/por gente poco amable” (27%).

Gráfica 165. Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo - por canal

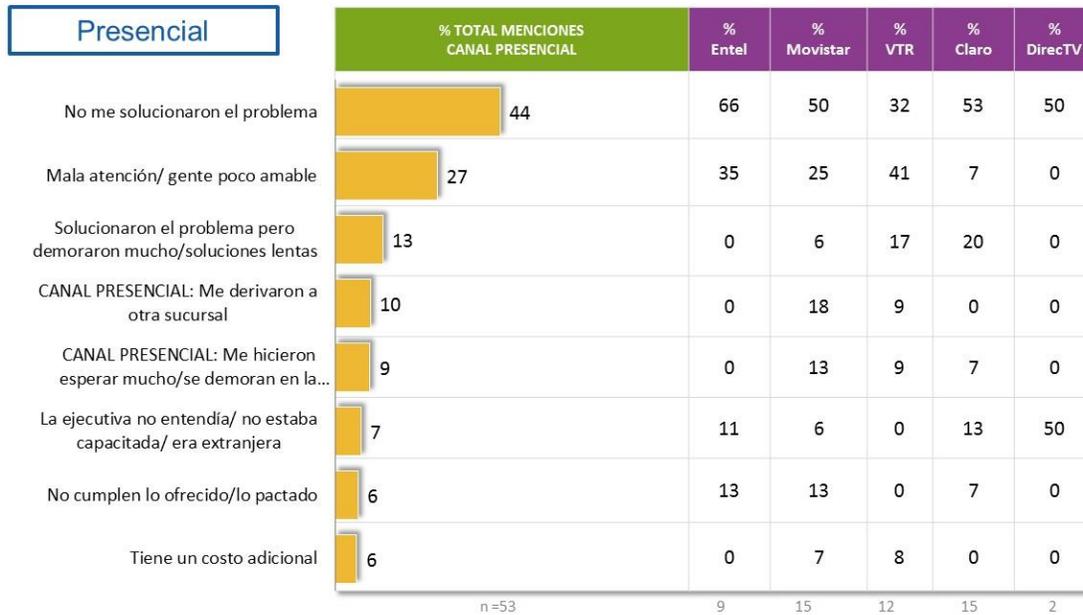


Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo a través del canal telefónico (N: 278)

\*Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal presencial, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total.

Entre las personas que interpusieron su reclamo a través del canal telefónico y que se encuentran insatisfechas con el proceso de interposición del reclamo, “no me solucionaron el problema” (48%) y “me hicieron esperar mucho hasta que contestó la ejecutiva” (26%), son las principales razones de insatisfacción. VTR y DirecTV son las empresas que en proporción destacan más en “no me solucionaron el problema”, ambas con un 53% de menciones.

Gráfica 166. Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo - por canal



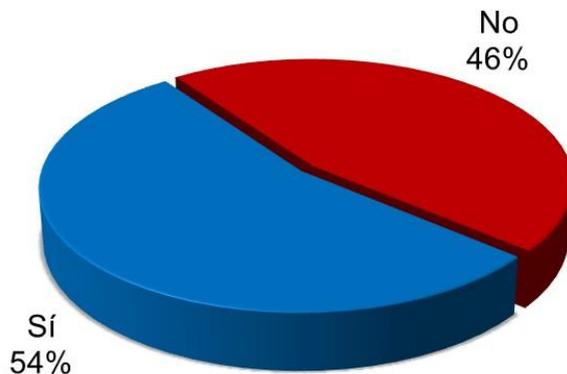
Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 53)

\*Categorías se ordenan respecto razones de insatisfacción en canal presencial, por lo tanto no se mantiene orden anterior considerando el total. Se dejan ver nuevas categorías que no se aprecian a nivel total por su bajo porcentaje, pero si son altas considerando solo canal presencial.

En el canal presencial, “no me solucionaron el problema” es lo más mencionado como razón de insatisfacción (44%), siendo en proporción más alto en Entel (66%). La “mala atención/gente poco amable” es la segunda razón con más menciones (27%) siendo los clientes de VTR quienes en proporción más mencionan esta razón (41%).

*Y estos problemas ¿Dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar?*

Gráfica 167. Usuarios que tuvieron problemas y agendaron visita técnica



Clientes con problemas que recibieron visita técnica

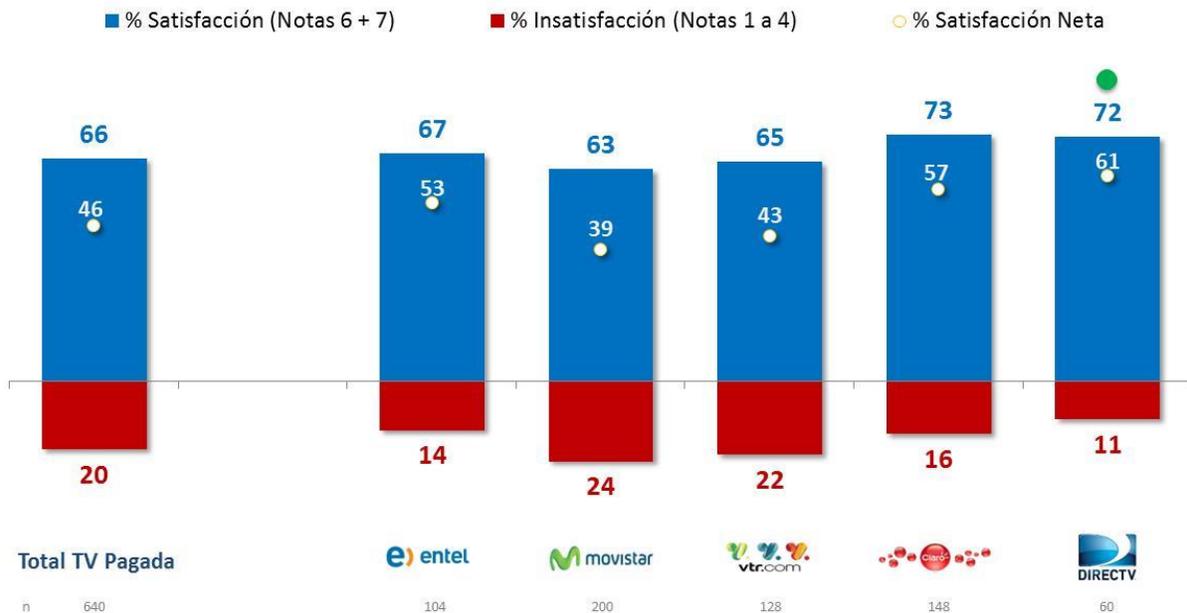
Compañía	Base (n)	% Sí
Entel	283	39
Movistar	328	63
VTR	251	53
Claro	313	48
DirecTV	136	45
<b>TOTAL</b>	<b>1.311</b>	<b>54</b>

*Casos: Usuarios que han tenido problemas con su servicio de Televisión Pagada (N: 1.311)*

Un 54% de los clientes que han tenido un problema con su servicio de Televisión Pagada mencionó que agendaron una visita técnica, siendo mayor entre los clientes de Movistar (63%) en relación al resto de las compañías proveedoras del servicio.

Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿Cómo evaluaría usted el servicio técnico que le prestaron?

Gráfica 168. Evaluación del servicio técnico



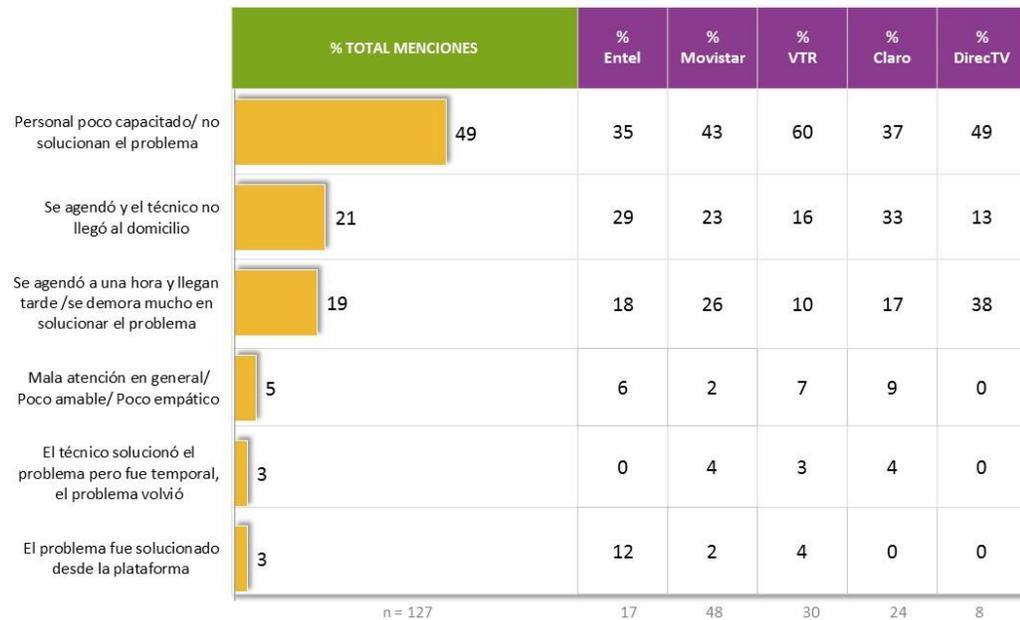
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Usuarios que han tenido problemas y han recibido la visita de un técnico a su hogar (N: 640)

A nivel total, la satisfacción neta con el servicio técnico recibido en el hogar es de un 46%. Por empresa destaca DirecTV con un 61% de satisfacción neta. En contraste, los clientes de Movistar que recibieron la visita de un técnico producto del reclamo interpuesto son quienes tienen la menor tasa de satisfacción neta (39%).

¿Por qué evalúa con nota 4 o menor? ¿Algo más?

Gráfica 169. Razones de insatisfacción con el servicio técnico

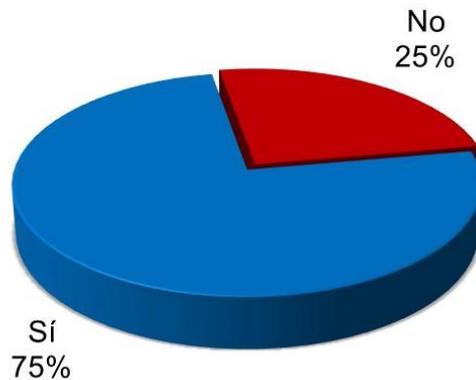


Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la visita de un técnico al su hogar (N: 127)

Entre las razones que mencionan los clientes insatisfechos con la visita del técnico al hogar, destaca “el personal estaba poco capacitado/no solucionan el problema” (49%). Los usuarios de VTR son los que más mencionan esta razón (60%) en comparación al resto de las empresas. Sobre la segunda razón con más menciones (“se agendó y el técnico no llegó al domicilio) destaca Claro (33%) y en la tercera mención de las causas de la insatisfacción con la visita del técnico (“se agendó a una hora y llegan tarde/demoran en solucionar el problema”) se identifica a DirecTV (38%).

¿Y su problema fue resuelto?

Gráfica 170. Tasa de Resolución del problema



Resolución de problemas Televisión Pagada: % que dice Sí

Compañía	Base (n)	% Sí
Entel	283	70
Movistar	328	76
VTR	251	75
Claro	313	73
DirecTV	136	73
<b>TOTAL</b>	<b>1.311</b>	<b>75</b>

Casos: Usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (N: 1.311)

Entre los usuarios que mencionaron haber tenido un problema en los últimos 12 meses, un 75% declaró que el problema fue resuelto. Por compañía, una menor proporción de los usuarios de Entel declaró haber resuelto su problema (70%), en comparación con los usuarios del resto de las compañías.

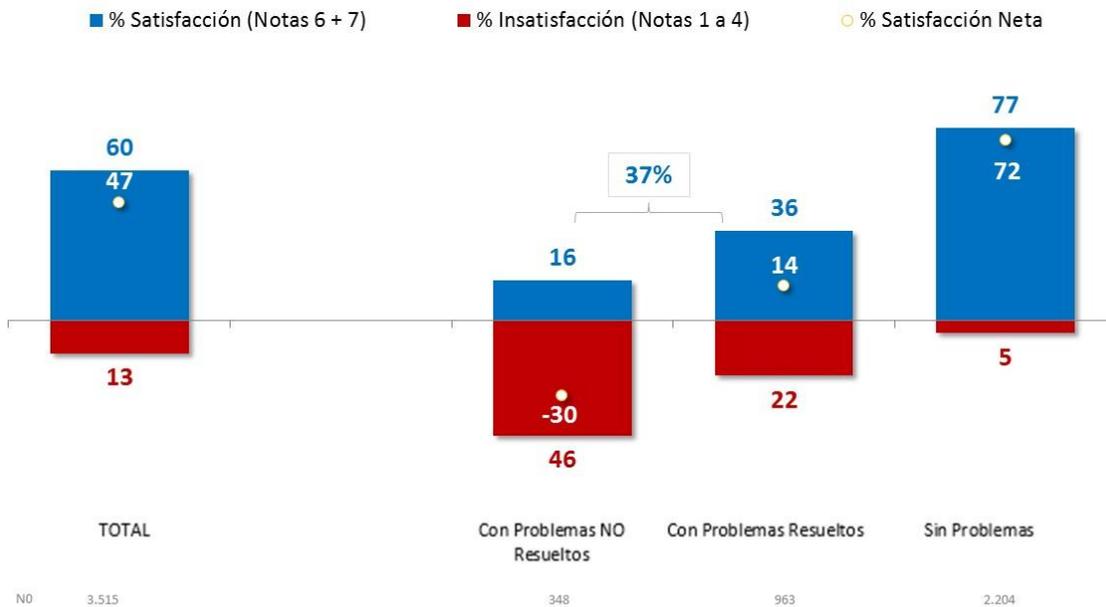
Gráfica 171. Tasa de Resolución del problema<sup>5</sup> – Evolutivo



Las empresas proveedoras del servicio de Televisión pagada presentan un alza en la tasa de resolución de problemas. Respecto del segundo semestre de 2015, la mayor alza se identifica en Claro (+10%).

<sup>5</sup> Tasa de resolución se calcula en base a las personas que han tenido problemas.

Gráfica 172. Satisfacción con Televisión Pagada según si le han resuelto problemas

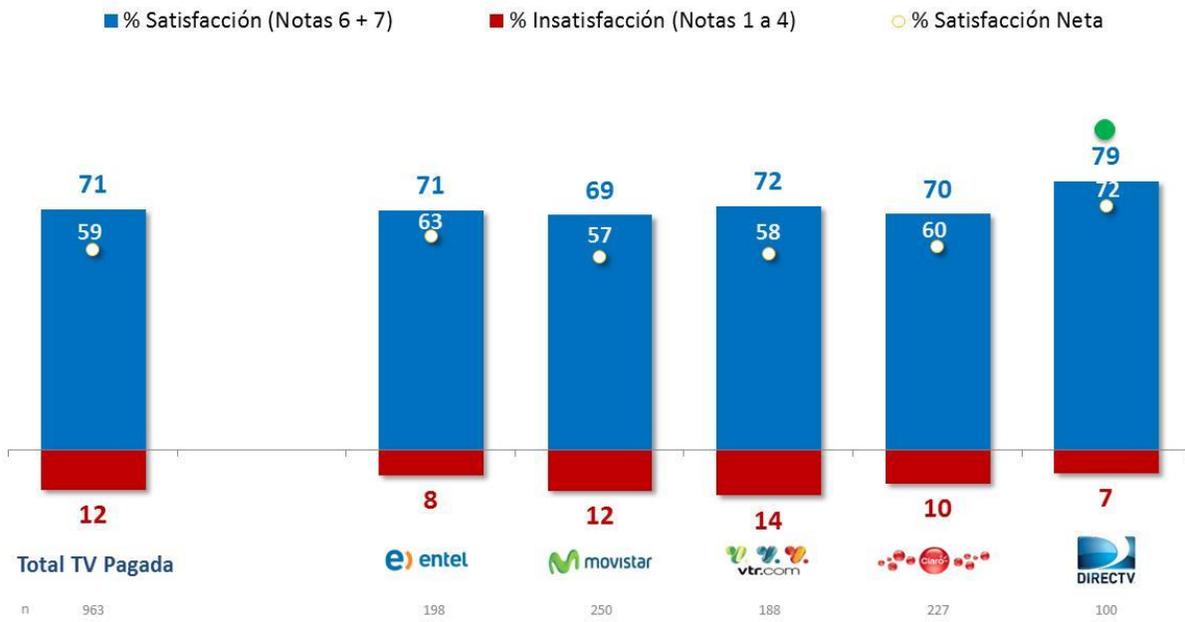


Casos: 3.515. Se señala el número de casos según filtro sobre problemas.

En el caso de la satisfacción con el servicio dependiendo del tipo de resolución, si es que fue o no resuelto, los resultados presentan una satisfacción neta más baja entre quienes no logran resolver el problema (-30%) que entre quienes resuelven sus problemas (14%).

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 173. Satisfacción con la solución de problemas de Televisión Pagada



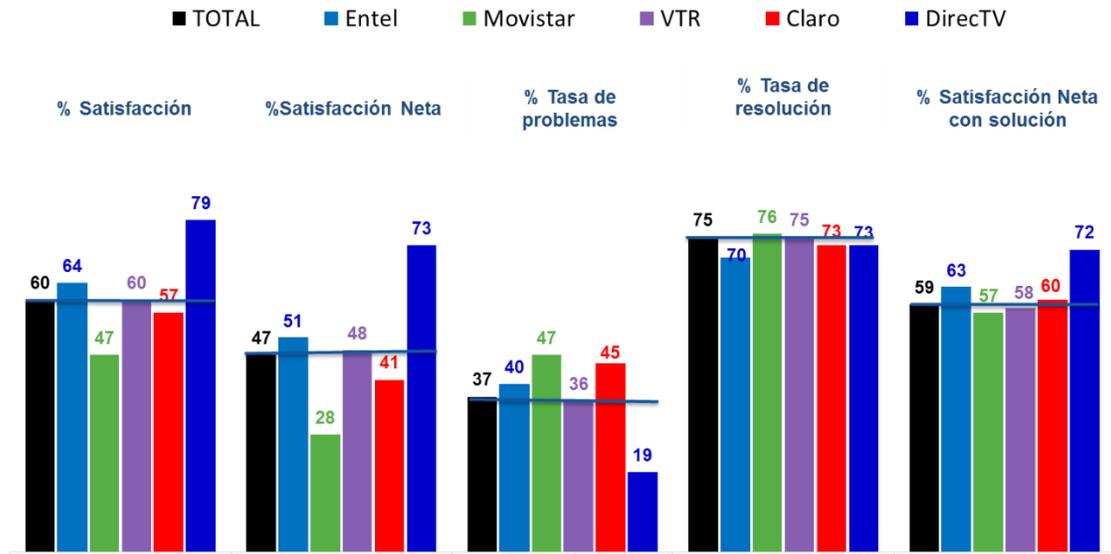
Casos: Usuarios que declaran que su problema fue resuelto (N: 963)

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

Por su parte la satisfacción neta con la resolución de los problemas de Televisión Pagada, es decir, solo entre quienes indicaron que resolvieron su problema, llega a un 59%. Entre las compañías, destaca la satisfacción neta en los usuarios de DirecTV (72%). Movistar y VTR tienen la satisfacción neta más baja en comparación al resto de las empresas, con un 57% y 58% respectivamente.

#### 7.4.4. Principales indicadores

Gráfica 174. Principales indicadores Televisión Pagada



Gráfica 175. Principales indicadores Televisión Pagada – Evolutivo

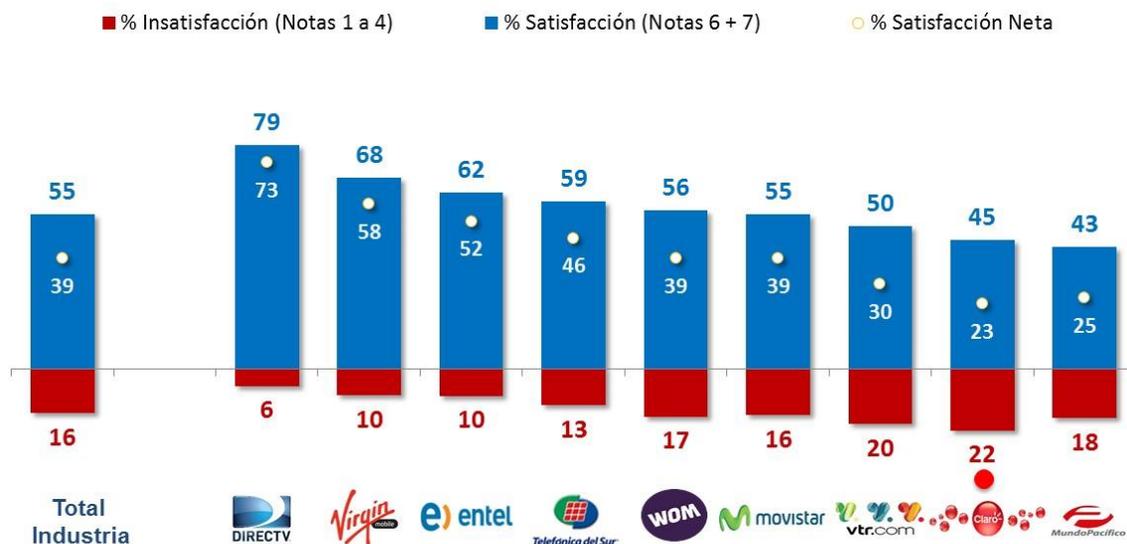
	Total		entel		movistar		vtr.com		Claro		DIRECTV					
	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 1 2015	SEM 2 2015	SEM 1 2016			
% Satisfacción	57	55	60	64	49	48	47	58	57	60	50	44	57	73	70	79
% Satisfacción Neta	41	40	47	51	28	30	28	45	45	48	29	23	41	65	62	73
% Tasa de Problemas	39	42	37	40	51	52	47	32	35	36	51	52	45	23	30	19
% Tasa de reclamo	81	79	83	77	82	85	85	83	78	87	83	78	77	66	66	72
% Tasa de resolución	70	71	75	70	72	76	76	74	73	75	66	63	73	64	68	73

A modo de resumen, las gráficas anteriores presentan los principales indicadores de Televisión Pagada.

## 8. Ranking de Calidad 2016

A continuación se presenta el Ranking de Calidad 2016 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 176. **Ranking Satisfacción Usuarios – 1 Semestre 2016.**

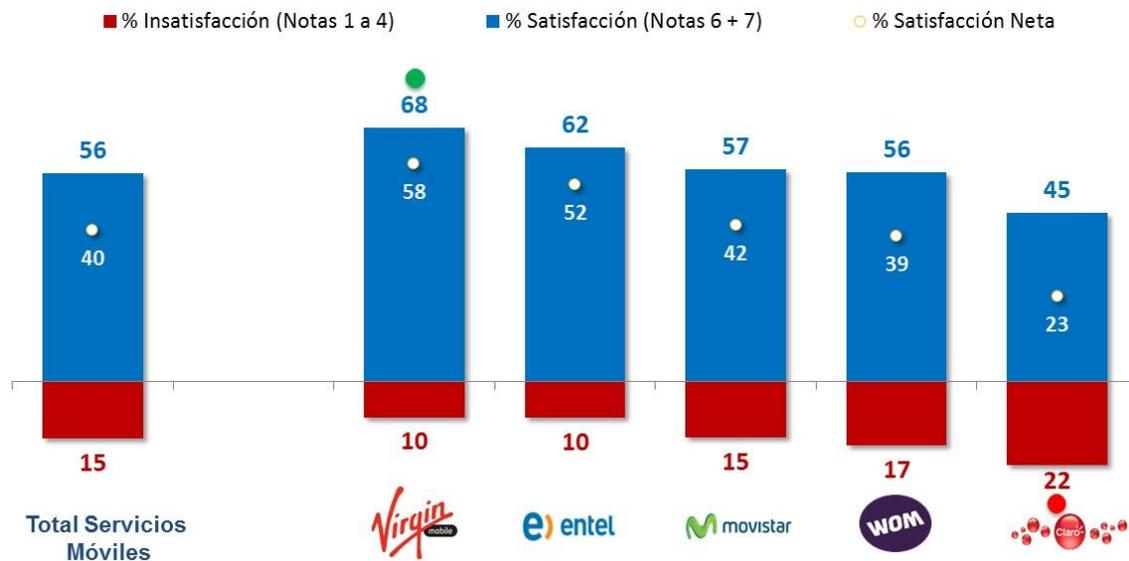


(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

El Indicador Único<sup>6</sup> corresponde a la evaluación en el total de los servicios de cada operador. Cabe destacar, que cada operador ofrece distintos servicios y participan en diferentes categorías, por lo que esta comparación es a modo referencial. DirecTV, la empresa mejor evaluada por sus clientes, sólo opera en TV Pagada, Virgin (el segundo mejor evaluado), sólo participa en servicios móviles (Telefonía e Internet) y en categoría prepago, mientras que Entel, proveedor que obtiene la tercera mejor evaluación, presta servicios en todas las categorías evaluadas excepto en Internet Fija.

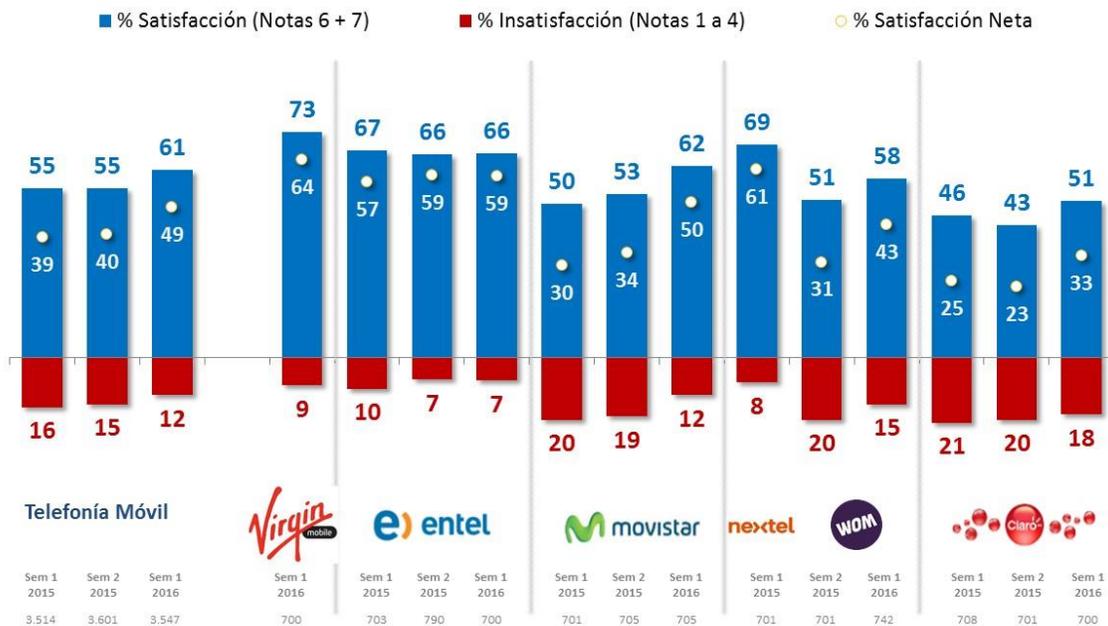
<sup>6</sup> DirecTV sólo ofrece servicio de televisión pagada; Virgin y WOM sólo se evalúan en servicios móviles y Virgin además sólo prepago; Telcoy/Telsur y Pacífico Cable sólo son evaluados en Internet Fija; VTR en los servicios fijos; Entel en todos los servicios excepto Internet Fija; mientras que Movistar y Claro se evalúan en los 4 servicios estudiados.

Gráfica 177. Ranking Satisfacción Usuarios Servicios Móviles – 1 Semestre 2016



Entre los operadores de servicios móviles (Telefonía e Internet), Virgin lidera el ranking con 58% de satisfacción neta, seguido por Entel con 52%. Los porcentajes más bajos los obtiene Claro y WOM, con 23% y 39% respectivamente en satisfacción neta. Se observa que al evaluar sólo servicios móviles, Movistar supera a WOM en satisfacción total y neta respecto del análisis con todos los servicios.

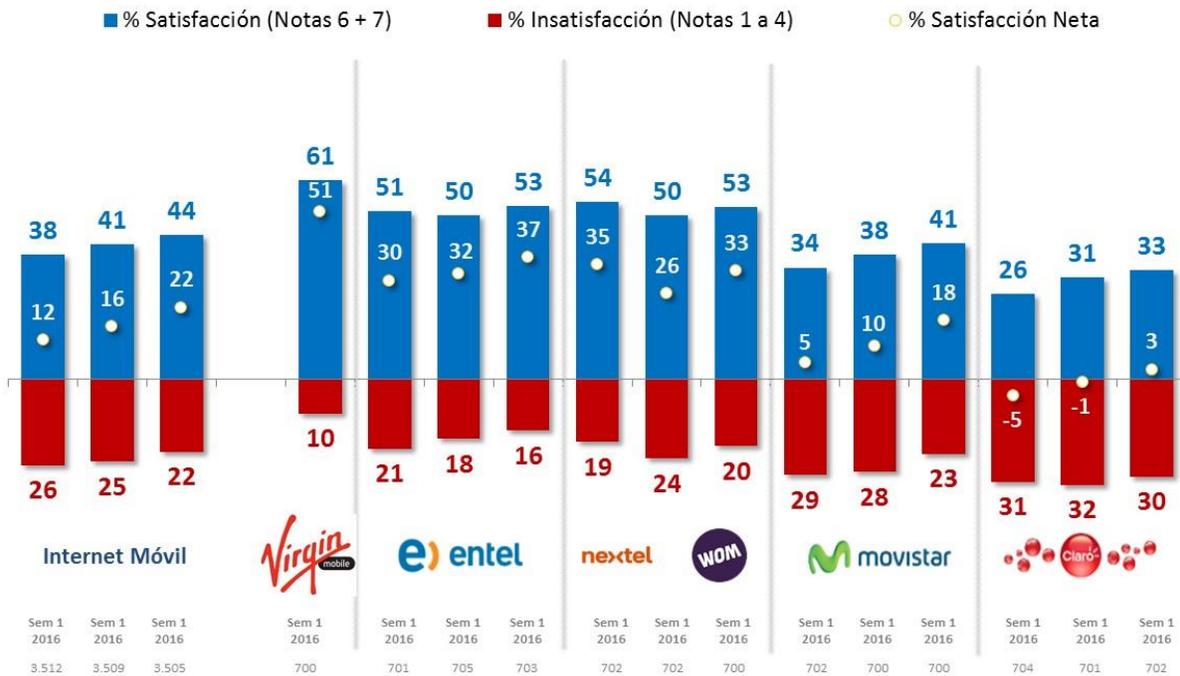
Gráfica 178. Satisfacción Usuarios Telefonía Móvil Sem 1 y 2 2015 – Sem 1 2016



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

Por semestre, vemos que Telefonía Móvil aumenta en 6 puntos porcentuales su satisfacción respecto de las tres últimas mediciones. Por empresa, Entel mantiene su nivel de satisfacción neta en 59% respecto de la segunda medición de 2015, mientras Movistar, WOM y Claro aumentan en 16, 12 y 10 puntos porcentuales respectivamente.

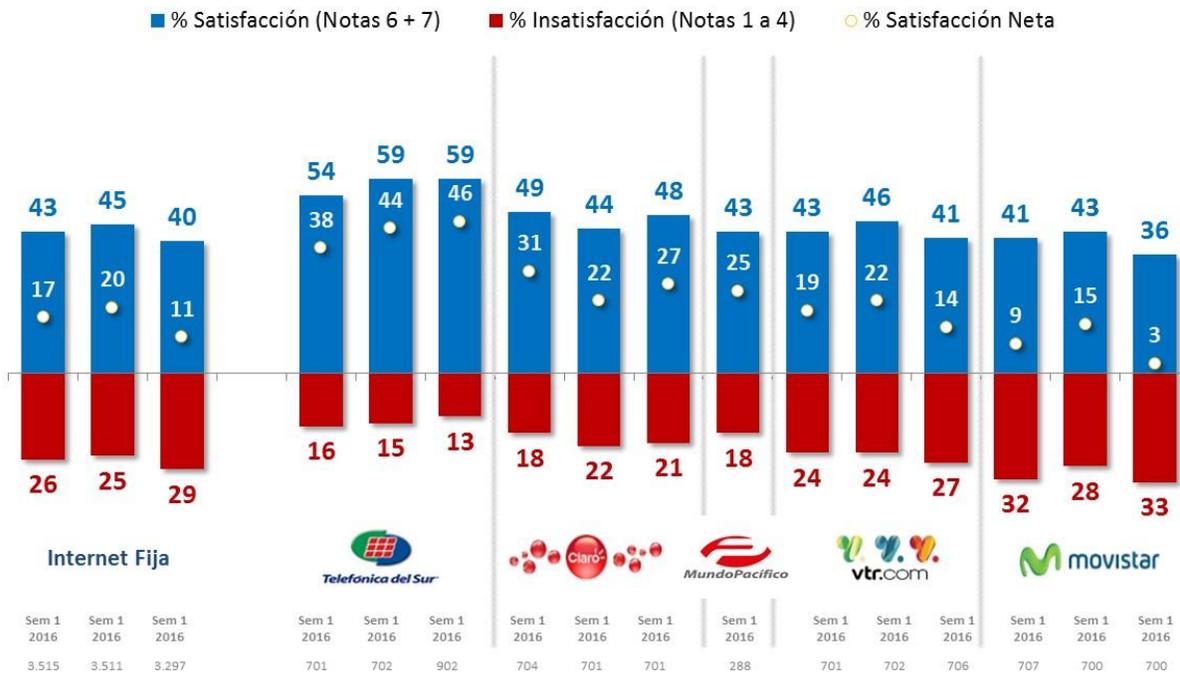
Gráfica 179. Satisfacción Usuarios Internet Móvil Sem 1 y 2 2015 – Sem 1 2016



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

Respecto del año de 2015, Internet Móvil aumenta su nivel de satisfacción de un 41% a un 44%. En términos de satisfacción neta y por empresa, Movistar es quién presenta una mejoría más notoria con 8 puntos porcentuales.

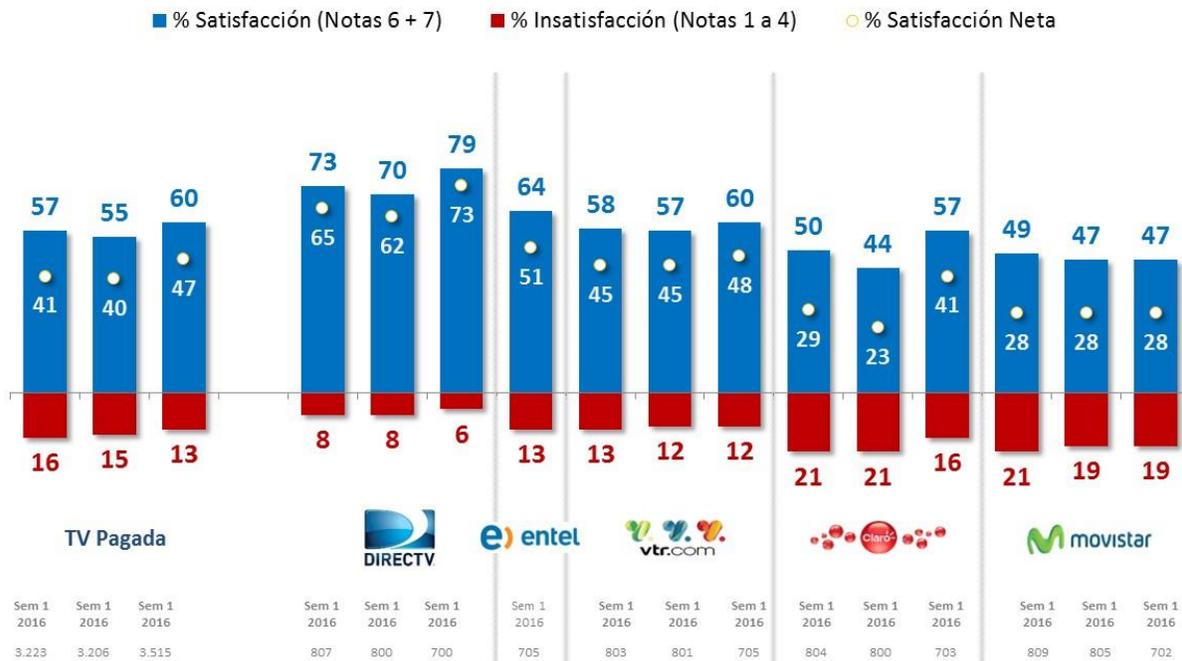
Gráfica 180. Satisfacción Usuarios Internet Fija Sem 1 y 2 2015 – Sem 1 2016



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

Entre los tres semestre que se muestran en la gráfica, la medición actual es la que presenta niveles de satisfacción más bajo con un 40%. La caída más importante en la satisfacción neta por empresa se identifica en Movistar (-12 puntos).

Gráfica 181. Satisfacción Usuarios TV Pagada Sem 1 y 2 2015 – Sem 1 2016



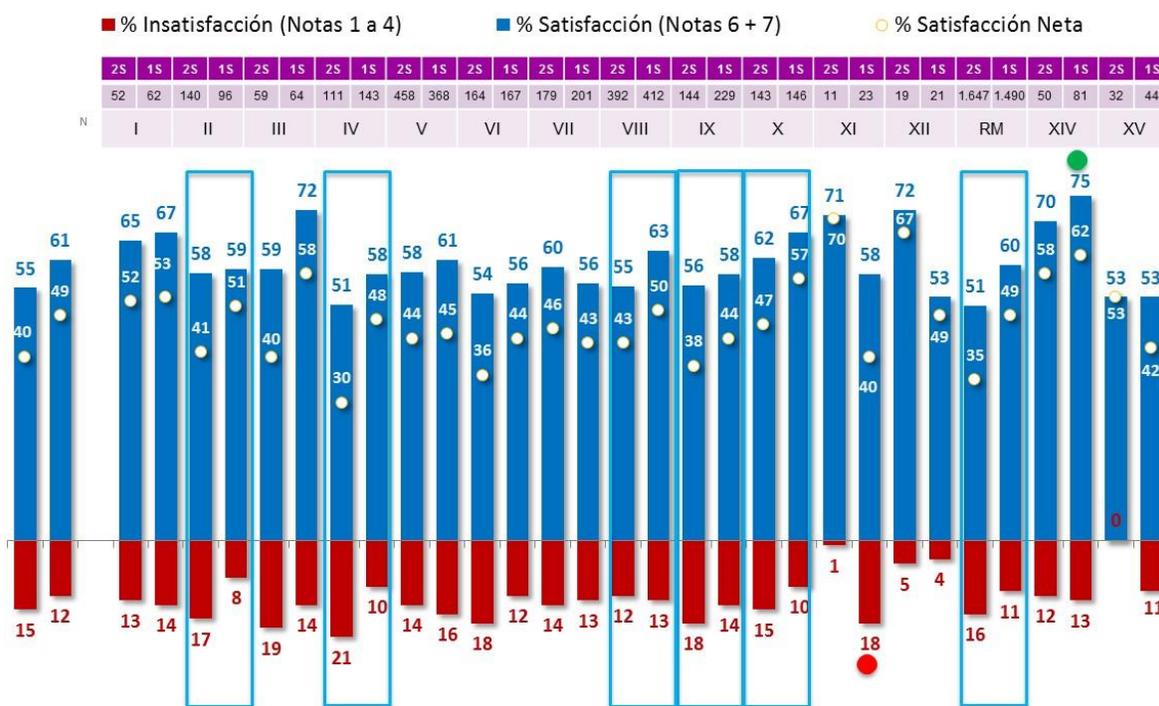
(\*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

En TV Pagada se registra un aumento en la satisfacción neta respecto de las mediciones anteriores (7 puntos respecto de la segunda medición 2015). Por empresa, se identifica un aumento importante en la satisfacción neta de Claro de un 23% a 41%.

## 9. Análisis comparativo por Región

A continuación se presenta un análisis por región de los principales indicadores de satisfacción de los usuarios con cada uno de los servicios contemplados en este estudio, comparándose los resultados obtenidos en esta medición con los obtenidos el segundo semestre de 2015. Se exponen descripciones de los principales resultados en las regiones II (Antofagasta), IV (Coquimbo), VIII (Biobío), IX (Araucanía), X (Los Lagos) y RM (Metropolitana), en conformidad a lo indicado en las bases técnicas de la licitación. Para el resto de las regiones, si bien se exponen los datos, no se realizan menciones.

Gráfica 182. Satisfacción Telefonía Móvil por región – Sem 2 2015 – Sem 1 2016



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

En primer lugar, al revisar el nivel de satisfacción con el servicio de telefonía móvil de los usuarios por región, en las regiones de Antofagasta, Coquimbo, Biobío, Araucanía, Los Lagos y Metropolitana es posible notar un alza importante en la tasa de satisfacción neta entre las mediciones del segundo semestre de 2015 y el primer semestre de 2016. En la IV región es donde se identifica la mejora más significativa de este indicador, en 18 puntos porcentuales, seguida por la RM con 14 puntos porcentuales.

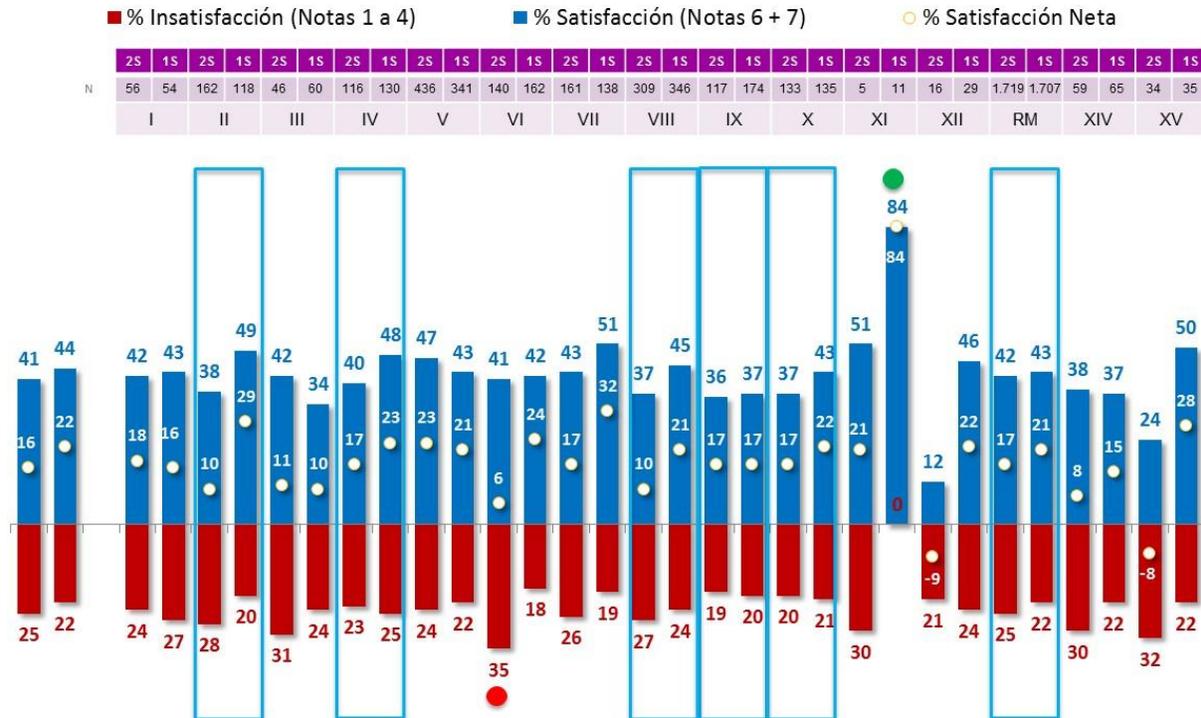
Gráfica 183. Indicadores Telefonía Móvil por región<sup>7</sup> - Sem 2 2015 – Sem 1 2016

	N		% Satisfacción		% Satisfacción Neta		% Tasa de problema		% Tasa de resolución		% Satisfacción neta con solución	
	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016
I - Región de Tarapacá	52	62	65	68	52	55	26	23	27	40	0	52
II - Región de Antofagasta	140	96	58	59	41	51	24	28	52	18	-8	81
III - Región de Atacama	59	64	59	73	40	59	31	17	58	29	0	84
IV - Región de Coquimbo	111	143	51	58	30	48	39	22	47	54	43	49
V - Región de Valparaíso	458	368	58	61	44	45	29	19	44	36	8	29
VI - Región de O'Higgins	164	167	54	56	36	44	38	21	45	52	11	36
VII - Región del Maule	179	201	60	56	46	43	29	27	52	49	30	31
VIII - Región del Biobío	392	412	55	63	43	51	28	27	39	50	14	44
IX - Región de La Araucanía	144	229	56	58	38	45	31	27	37	38	-26	39
X - Región de Los Lagos	143	146	62	67	47	56	34	20	44	30	36	44
XI - Región de Aysén	11	23	71	58	70	40	20	22	100	48	-33	-4
XII - Región de Magallanes	19	21	72	52	67	47	13	14	50	30	100	0
RM - Región Metropolitana	1647	1490	51	60	35	49	34	26	39	34	14	50
XIV - Región de Los Ríos	50	81	70	75	58	63	27	22	59	34	10	72
XV - Región de Arica y Parinacota	32	44	53	52	53	41	22	31	63	34	20	62
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>3.601</b>	<b>3.547</b>	<b>55</b>	<b>61</b>	<b>40</b>	<b>49</b>	<b>32</b>	<b>24</b>	<b>43</b>	<b>39</b>	<b>14</b>	<b>44</b>

La tasa de problemas en telefonía móvil disminuye en todas las regiones consideradas, a excepción de la Región de Antofagasta. Esta menor tasa de problemas es especialmente destacada en las regiones IV (que pasa de 39% a 22%) y X (pasando de 34% a 20%). En cuanto a la tasa de resolución de problemas, ésta aumenta en las regiones IV, VIII y IX, en relación al segundo semestre del 2015. En sentido contrario, en la II región este indicador cae considerablemente en 34 puntos porcentuales, mientras que en las regiones de Los Lagos y Metropolitana se exhiben caídas moderadas, de 14 y 5 puntos porcentuales, respectivamente.

<sup>7</sup> Las bases presentadas son las totales. La tasa de resolución se calcula sobre la tasa de problema y la satisfacción neta con la resolución sobre aquellos que han tenido problemas y han sido resueltos, por lo que las bases son más pequeñas.

Gráfica 184. Satisfacción Internet Móvil por región – Sem 2 2015 – Sem 1 2016



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

En relación al servicio de Internet Móvil, la tasa de satisfacción neta en las regiones destacadas aumenta (en el caso de las regiones II, IV, VIII, X y RM) o se mantiene (en el caso de la IX Región). El aumento más significativo en este indicador se produce en la II región, en donde la satisfacción neta sube en el periodo desde un 10% a un 29% (9 puntos porcentuales), seguida por la VIII región (11 puntos porcentuales). La IX región mantiene su índice de satisfacción neta respecto de la segunda medición 2015, en un 17%.

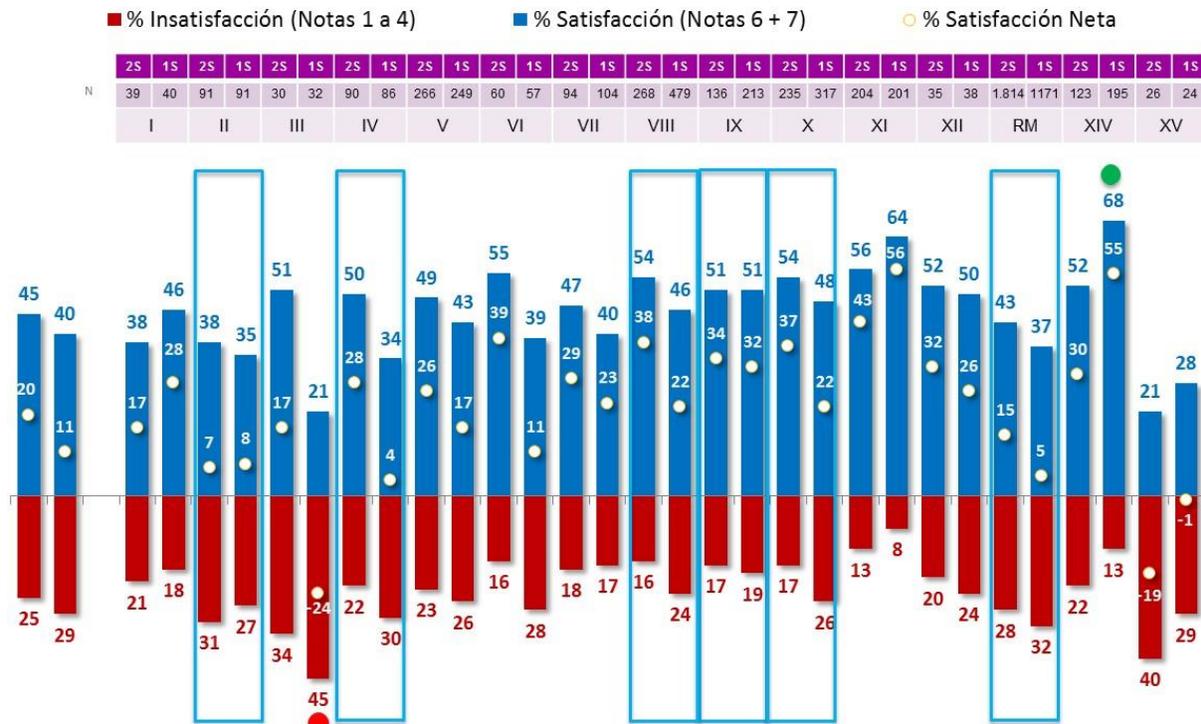
Gráfica 185. Indicadores Internet Móvil por región<sup>8</sup> - Sem 2 2015 – Sem 1 2016

	N		% Satisfacción		% Satisfacción Neta		% Tasa de problema		% Tasa de resolución		% Satisfacción neta con solución	
	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016
I - Región de Tarapacá	56	54	42	43	18	16	53	35	39	16	23	-47
II - Región de Antofagasta	162	118	38	49	10	29	60	49	38	56	8	1
III - Región de Atacama	46	60	42	34	11	10	53	49	37	52	37	39
IV - Región de Coquimbo	116	130	40	48	17	23	63	43	49	32	31	48
V - Región de Valparaíso	436	341	47	43	23	21	46	53	40	53	9	30
VI - Región de O'Higgins	140	162	41	42	6	24	56	56	37	41	23	23
VII - Región del Maule	161	138	43	51	17	32	60	42	44	48	19	57
VIII - Región del Biobío	309	346	37	45	10	21	54	47	41	44	22	40
IX - Región de La Araucanía	117	174	36	37	17	17	52	52	47	40	41	32
X - Región de Los Lagos	133	135	37	43	17	22	51	41	39	28	31	67
XI - Región de Aysén	5	11	51	84	21	84	50	43	-	63		100
XII - Región de Magallanes	16	29	12	46	-9	22	67	57	61	51	67	3
RM - Región Metropolitana	1719	1707	42	43	17	21	51	47	46	49	37	35
XIV - Región de Los Ríos	59	65	38	37	8	15	55	38	54	29	52	55
XV - Región de Arica y Parinacota	34	35	24	50	-8	28	69	48	64	59	44	52
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>3.509</b>	<b>3.505</b>	<b>41</b>	<b>44</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>53</b>	<b>47</b>	<b>44</b>	<b>46</b>	<b>31</b>	<b>34</b>

A nivel de indicadores, la tasa de problemas baja respecto del segundo semestre 2015 en las regiones II, IV, VIII, X y RM, mientras que se mantiene en la IX región (52%). La región que experimenta una mayor disminución en la tasa de problemas es en la IV región de Coquimbo, con 20 puntos porcentuales, seguida por la II región, con 11%. En relación a la tasa de resolución de problemas hay un escenario dispar, en tanto en las regiones II, VIII y RM aumenta la tasa de resolución de problemas respecto al segundo semestre de 2015, en las regiones IV, IX y X esta tasa disminuye.

<sup>8</sup> Las bases presentadas son las totales. La tasa de resolución se calcula sobre la tasa de problema y la satisfacción neta con la resolución sobre aquellos que han tenido problemas y han sido resueltos, por lo que las bases son más pequeñas.

Gráfica 186. Satisfacción Internet Fija por región – Sem 2 2015 – Sem 1 2016



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

Sobre la satisfacción en Internet Fija, en las regiones IV, VIII y X hay importantes caídas en la tasa de satisfacción neta (disminuciones de 24, 16 y 15 puntos, respectivamente) entre las mediciones del segundo semestre de 2015 y el primer semestre de 2016. Por su parte, en las regiones Metropolitana y de la Araucanía hay una caída moderada en la tasa de satisfacción neta. Finalmente, en la región de Antofagasta, la tasa de satisfacción neta aumenta en un punto porcentual.

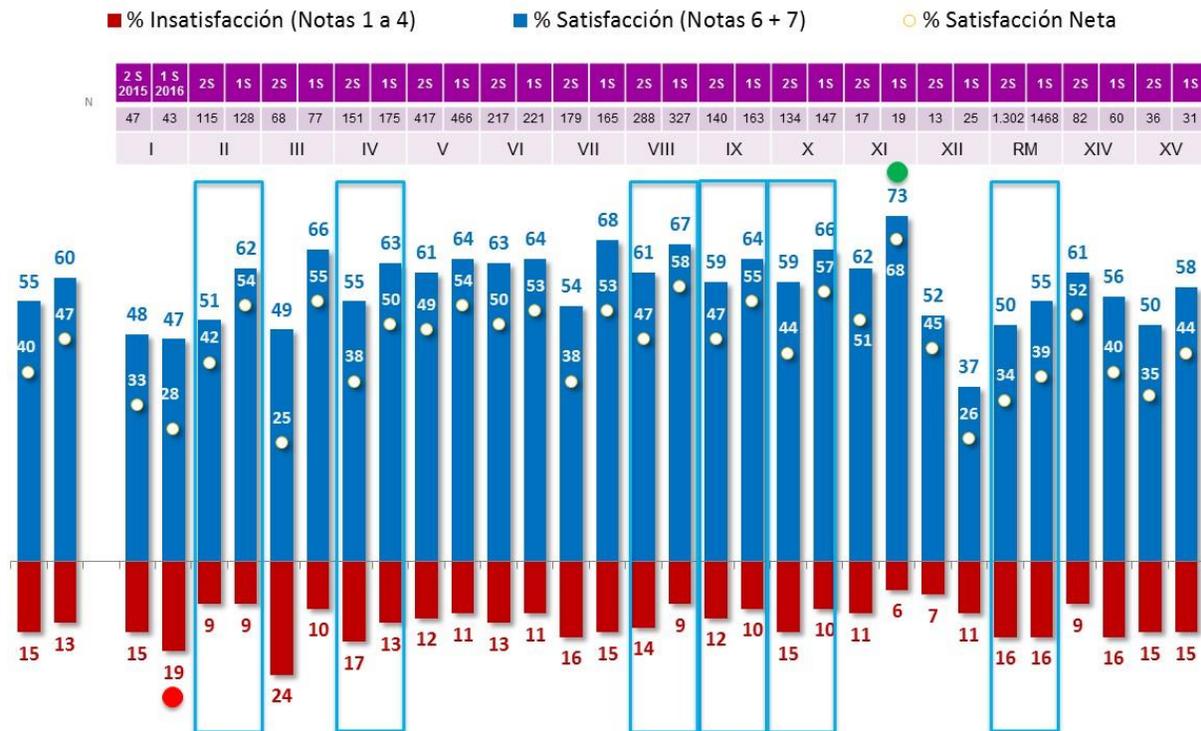
Gráfica 187. Indicadores Internet Fija por región<sup>9</sup> - Sem 2 2015 – Sem 1 2016

	N		% Satisfacción		% Satisfacción Neta		% Tasa de problema		% Tasa de resolución		% Satisfacción neta con solución	
	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016
I - Región de Tarapacá	39	40	38	46	17	28	57	55	90	73	26	78
II - Región de Antofagasta	91	91	38	35	7	8	63	68	50	64	34	63
III - Región de Atacama	30	32	51	21	17	-24	65	61	75	79	12	42
IV - Región de Coquimbo	90	86	50	34	28	4	49	51	86	59	22	65
V - Región de Valparaíso	266	249	49	43	26	17	56	57	70	65	45	57
VI - Región de O'Higgins	60	57	55	39	39	11	63	63	77	69	37	57
VII - Región del Maule	94	104	47	40	29	23	55	53	61	72	65	47
VIII - Región del Biobío	268	479	54	46	38	22	52	58	65	62	49	46
IX - Región de La Araucanía	136	213	51	51	34	32	57	55	72	69	43	68
X - Región de Los Lagos	235	317	54	48	37	22	54	57	78	66	48	66
XI - Región de Aysén	204	201	56	64	43	56	56	45	80	82	71	69
XII - Región de Magallanes	35	38	52	50	32	26	60	64	36	78	22	40
RM - Región Metropolitana	1.814	1.171	43	37	15	5	62	69	71	71	29	39
XIV - Región de Los Ríos	123	195	52	68	30	55	56	39	69	74	58	65
XV - Región de Arica y Parinacota	26	24	21	28	-19	-1	93	67	61	75	24	24
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>3.511</b>	<b>3.297</b>	<b>45</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>11</b>	<b>60</b>	<b>63</b>	<b>70</b>	<b>69</b>	<b>35</b>	<b>46</b>

En los indicadores principales del estudio para Internet Fija y las regiones en que se realizan los análisis de este apartado, todas las regiones, a excepción de la IX, aumentan su tasa de problemas respecto al II semestre 2015. En particular, la RM es la que tiene la mayor alza, de 7 puntos porcentuales. Respecto de la tasa de resolución de problemas, todas las regiones en cuestión tienen un menor indicador, con las excepciones de la Región de Antofagasta (que incluso tiene un alza de 14%) y la Región Metropolitana (donde la tasa de resolución de problemas se mantiene).

<sup>9</sup> Las bases presentadas son las totales. La tasa de resolución se calcula sobre la tasa de problema y la satisfacción neta con la resolución sobre aquellos que han tenido problemas y han sido resueltos, por lo que las bases son más pequeñas.

Gráfica 188. Satisfacción TV Pagada por región – Sem 2 2015 – Sem 1 2016



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

La satisfacción neta con el servicio de Televisión Pagada aumenta en todas las regiones revisadas, siendo en particular Los Lagos la región con la mayor alza en este indicador (13 puntos porcentuales). En tanto, en la Región Metropolitana se produce un aumento en la satisfacción neta de 5 puntos porcentuales).

Gráfica 189. Indicadores TV Pagada por región<sup>10</sup> - Sem 2 2015 – Sem 1 2016

	N		% Satisfacción		% Satisfacción Neta		% Tasa de problema		% Tasa de resolución		% Satisfacción neta con solución	
	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016	SEM 2 2015	SEM 1 2016
I - Región de Tarapacá	47	43	48	47	33	28	56	42	65	71	31	62
II - Región de Antofagasta	115	128	51	62	42	53	32	32	67	75	55	71
III - Región de Atacama	68	77	49	66	25	56	42	30	77	70	27	79
IV - Región de Coquimbo	151	175	55	63	38	50	42	36	76	66	48	32
V - Región de Valparaiso	417	466	61	64	49	53	36	32	70	78	44	65
VI - Región de O'Higgins	217	221	63	64	50	53	40	33	68	67	50	55
VII - Región del Maule	179	165	54	68	38	53	48	36	53	77	53	69
VIII - Región del Biobío	288	327	61	67	47	58	36	32	68	74	44	59
IX - Región de La Araucanía	140	163	59	64	47	54	37	40	61	60	53	73
X - Región de Los Lagos	134	147	59	66	44	56	33	29	73	74	37	86
XI - Región de Aysén	17	19	62	73	51	67	46	34	86	100	50	82
XII - Región de Magallanes	13	25	52	37	45	26	36	52	100	74	25	17
RM - Región Metropolitana	1.302	1.468	50	55	34	39	46	41	74	77	39	56
XIV - Región de Los Ríos	82	60	61	56	52	40	30	34	65	63	43	76
XV - Región de Arica y Parinacota	36	31	50	58	35	43	49	35	68	83	-7	83
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>3.206</b>	<b>3.515</b>	<b>55</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>47</b>	<b>42</b>	<b>37</b>	<b>71</b>	<b>75</b>	<b>42</b>	<b>59</b>

Respecto a la Televisión Pagada, en las regiones IV, VIII, X y RM hay una baja la tasa de problemas, de entre 3 y 6 puntos porcentuales, mientras que en la región de Antofagasta este indicador se mantiene y en la región de la Araucanía sube 3 puntos porcentuales. En relación a la tasa de resolución de problemas, es posible visualizar una mejora en los indicadores de las regiones II, VIII, X y RM, en las cuales aumenta la tasa de resolución de problemas, lo que no ocurre en las regiones IX (donde el indicador se reduce un punto porcentual) y IV (donde el indicador baja diez puntos porcentuales).

<sup>10</sup> Las bases presentadas son las totales. La tasa de resolución se calcula sobre la tasa de problema y la satisfacción neta con la resolución sobre aquellos que han tenido problemas y han sido resueltos, por lo que las bases son más pequeñas.

## 10. Conclusiones

Las principales **conclusiones** de la primera medición del 2016 de la Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Telecomunicaciones se pueden resumir en los siguientes puntos:

### Satisfacción con Servicios de Telecomunicaciones

- ✓ Los servicios móviles (Telefonía e Internet) y TV pagada, han incrementado su nivel de satisfacción respecto de la última medición, logrando en el caso de Telefonía Móvil y TV pagada, el mejor porcentaje de satisfacción desde el año 2013 (61% y 60% respectivamente). Por el contrario, en el caso de Internet Fija, podemos apreciar que su nivel de satisfacción baja abruptamente (-5 puntos porcentuales respecto de la medición anterior), siendo el porcentaje más bajo obtenido desde el año 2013. Es importante mencionar el gran aumento de usuarios que ha tenido Internet Móvil en el último tiempo, siendo de 4 millones de personas usuarias de este servicio.
- ✓ La satisfacción neta con los servicios de telecomunicación comparada con la satisfacción total muestra tendencias bastante similares, ya que Televisión Pagada (47%) y Telefonía Móvil (49%) son los servicios que se muestran con un nivel más alto de satisfacción neta. Internet móvil también presenta un aumento en su satisfacción neta de 6 puntos porcentuales respecto de la medición anterior, siendo el más alto presentado desde el año 2013. Internet Fija cae en 9 puntos en este indicador respecto del segundo semestre 2015, siendo el más bajo visto en la serie histórica.
- ✓ A nivel zonal no se aprecian grandes diferencias respecto del total de los servicios de telecomunicaciones, siendo la zona sur (57%) la que tiene un porcentaje mínimamente más alto en cuanto a la satisfacción global con todos los servicios (55%) respecto de las demás zonas.

## Satisfacción con las compañías por servicio

### ✓ Telefonía Móvil

- Virgin (64% de satisfacción neta) es la compañía que presenta el mejor desempeño entre las empresas evaluadas, mientras que Claro es la que obtiene un peor desempeño (33% satisfacción neta). Todos los operadores de telefonía móvil suben o mantienen su nivel de satisfacción en la presente medición. Es importante destacar que Virgin solo opera en servicios móviles y en la modalidad prepago.

### ✓ Internet Móvil

- En Internet Móvil, Virgin lidera la satisfacción (61%) y satisfacción neta (51%) entre las compañías evaluadas. En segundo lugar considerando la satisfacción neta, tenemos a Entel (37%) y WOM (33%) como las compañías mejores evaluadas en este indicador, y Claro es nuevamente la empresa que tiene una satisfacción neta más baja en este servicio (3%). Al igual que en Telefonía Móvil, en esta medición todas las empresas evaluadas suben su nivel de satisfacción y satisfacción neta.

### ✓ Internet Fija

- Movistar obtiene solo un 3% de satisfacción neta. Respecto de las mediciones anteriores son Movistar y VTR los que sufren una caída más abrupta respecto de la medición anterior, con -12 y -8 puntos de satisfacción neta respectivamente, haciendo caer además el porcentaje de satisfacción total del servicio.

### ✓ Televisión Pagada

- En Televisión Pagada destaca DirecTV por su buen nivel de satisfacción (79%), único operador dedicado exclusivamente a este servicio. Movistar es el operador que en este servicio obtiene una satisfacción neta más baja (28%) y además es la única compañía proveedora de TV Paga que registra una caída en su satisfacción neta respecto de las mediciones anteriores (-2 puntos), mientras que Claro sube significativamente su nivel de satisfacción neta a un 41% (+18%).

### Problemas, Reclamos y Resolución

- ✓ Telefonía móvil obtiene una la tasa de problemas más baja de los servicios evaluados (24%), bajando 8 puntos respecto de la medición anterior.
- ✓ Internet Móvil se presenta con un 47% de personas que dicen tener problemas y también baja en 8 puntos respecto de la medición anterior, siendo su tasa de resolución de un 46%.
- ✓ La tasa de problema en Internet Fija es la más alta de todos los servicios mencionados con 63% a nivel general, pero su tasa de resolución también es alta y alcanza un 69%.
- ✓ En Televisión Pagada el porcentaje de personas que dice haber tenido problemas es de 37%, y de ésta quiénes dicen que este se ha resuelto suma 75 puntos porcentuales.

### Derechos del consumidor

- ✓ En esta ocasión el conocimiento de al menos uno de los derechos medidos de manera asistida cae de un 93% a un 91%. Los servicios más reconocidos por los consumidores es “poner términos al servicio en cualquier momento” y “reclamar ante la empresa que otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad por el servicio prestado” con un 68% respectivamente.
- ✓ En cuanto a la percepción hacia las Instituciones que protegen los derechos de los consumidores de servicios de telecomunicaciones, Sernac (62%) se mantiene con una percepción más alta respecto de Subtel, la que se mantiene con un 19%.
- ✓ Lo antes expuesto deja ver que aún hacen falta esfuerzos por parte de SUBTEL en cuanto a difusión y mayor educación en cuanto a sus derechos: en promedio sólo se reconoce la mitad de los derechos.

## 11. 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 61.1% en el total, Internet Móvil un 26.7%, Televisión Pagada un 6.4% y, finalmente, Internet Fija un 5.8%.

## 12. Cuestionarios

### 12.1. Anexo I: Cuestionario Telefonía Móvil

 RESEARCH INSIGHT INNOVATION RANCAGUA 0333 - FONO: 27572800 PROVIDENCIA - SANTIAGO	Nº ESTUDIO					Nº FILTRO
	1	3	5	8	1	

### 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	
Claro	4	
Wom	5	
Virgin	9	→ SOLO APLICAR B2 Y LUEGO SALTE A C1
Otra (Especificar) _____	98	<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	1	2	3	4	5	6	7	9

**PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO**

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

SI                      1        →        SEGUIR  
 NO                     2        →        PASE A E1

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

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

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

→ TODOS QUIÉNES CONTESTAN **SÍ** EN D3.1, CONTINUAR CON D3.1.a Y HASTA D3.1.c RESTO PASAR A D4

**D3.1.a** Considerando también este último reclamo que usted hizo en la compañía proveedora de TELEFONÍA MÓVIL, ¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo? LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RESPUESTA UNICA

	Canales de reclamo	D3.1.a	
<b>1</b>	De forma telefónica	1	→ CONTINUAR
<b>2</b>	A través de la web	2	→ PASAR A D4
<b>3</b>	De forma presencial, a través de una sucursal	3	→ CONTINUAR

**D3.1.b** Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?**

	NOTA							NS/N C
Evaluación proceso interposición del reclamo	1	2	3	4	5	6	7	9

→ SI EVALÚA DE 5 A 9 PASAR A D4

→ SI EVALÚA DE 1 A 4, CONTINUAR

**D3.1.c** SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D3.1.b **¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más??** REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

**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

12.2. Anexo II: Cuestionario Internet Móvil

 RANCAGUA 0333 - FONO: 27572800 PROVIDENCIA - SANTIAGO	Nº ESTUDIO					Nº FILTRO
	1	3	5	8	1	

**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
Claro	4
Wom	5
Virgin	9 → SOLO APLICAR B2 Y LUEGO SALTE A C1
Otra (Especificar)_____	98 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/N C
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

→ TODOS QUIÉNES CONTESTAN **SÍ** EN D3.1, CONTINUAR CON D3.1.a Y HASTA D3.1.c RESTO PASAR A D4

**D3.1.a** Considerando también este último reclamo que usted hizo en la compañía proveedora de INTERNET MÓVIL, **¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo?** LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RESPUESTA UNICA

	Canales de reclamo	D3.1. a	
<b>1</b>	De forma telefónica	1	→ CONTINUAR
<b>2</b>	A través de la web	2	→ PASAR A D4
<b>3</b>	De forma presencial, a través de una sucursal	3	→ CONTINUAR

**D3.1.b** Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?**

	NOTA							NS/N C
Evaluación proceso interposición del reclamo	1	2	3	4	5	6	7	9

- ➔ SI EVALÚA DE 5 A 9 PASAR A D4
- ➔ SI EVALÚA DE 1 A 4, CONTINUAR

**D3.1.c** SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D3.1.b **¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más??** REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.


**D4. ¿Y su problema fue resuelto?**

- |    |   |   |                    |
|----|---|---|--------------------|
| SI | 1 | ➔ | SEGUIR             |
| NO | 2 | ➔ | <b>PASE A P E1</b> |

**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

## 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/N C
Satisfacción con la velocidad de Internet Móvil	1	2	3	4	5	6	7	9

## DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

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

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

	DERECHOS – ROTAR	SI	NO
<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**

12.3. Anexo III: Cuestionario Internet Fija

 RESEARCH INSIGHT INNOVATION RANCAGUA 0333 - FONONO: 27572800 PROVIDENCIA - SANTIAGO	Nº ESTUDIO					Nº FILTRO
	1	3	5	8	1	

**ESTUDIO “CALIDAD DE SERVICIO DE INTERNET FIJA”**

**INTRODUCCION**

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

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

**CONTACTE EN EL HOGAR A PERSONAS DE 18 AÑOS Y MÁS**

**FILTRO**

**1. ¿Tienen INTERNET FIJA en su hogar?**

SI            1            →    SIGA  
 NO            2            →    **AGRADEZCA Y CIERRE**

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

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

**DATOS DE CLASIFICACIÓN**

**A1. ¿En qué región vive usted? VALIDAR CUOTAS**

**A2. ¿Qué edad tiene Ud.?**

REGISTRE EDAD EXACTA: \_\_\_\_\_ LUEGO CODIFIQUE:

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

**A3. CLASIFIQUE GÉNERO**

HOMBRE	1
MUJER	2

### DATOS DEL PROVEEDOR

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

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

Movistar	1	
VTR		3
Claro	4	
Telsur / Telcoy	7	
Pacífico cable	10	
Otra (Especificar) _____	98	<b>CIERRE</b>

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

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

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

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

### SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO

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

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

→ TODOS QUIÉNES CONTESTAN **SÍ** EN D3.1, CONTINUAR CON D3.1.a Y HASTA D3.1.c RESTO PASAR A D3.1d

**D3.1.a** Considerando también este último reclamo que usted hizo en la compañía proveedora de INTERNET FIJA, **¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo?** LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RESPUESTA UNICA

	Canales de reclamo	D3.1.a	
<b>1</b>	De forma telefónica	1	→ CONTINUAR
<b>2</b>	A través de la web	2	→ PASAR A D3.1d
<b>3</b>	De forma presencial, a través de una sucursal	3	→ CONTINUAR

**D3.1.b** Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?**

- SI EVALÚA DE 5 A 9 PASAR A D3.1d
- SI EVALÚA DE 1 A 4, CONTINUAR

	NOTA							NS/N
	1	2	3	4	5	6	7	C
Evaluación proceso interposición del reclamo								9

**D3.1.c** SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D3.1.b ¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más? **REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.**

**CONTESTAN TODOS LOS QUE DICEN SI EN D1**

**D3.1d** Y estos problemas, ¿dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar?

SI                      1        →    SEGUIR  
 NO                     2        →    **PASE A D4**

**D3.1e** Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿Cómo evaluaría usted el servicio técnico que le prestaron?

	NOTA							NS/N
	1	2	3	4	5	6	7	C
Evaluación servicio técnico								9

- SI EVALÚA DE 5 A 9 PASAR A D4
- SI EVALÚA DE 1 A 4, CONTINUAR

**D3.1f** SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D3.1e ¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más?? **REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.**

**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

**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

12.4. Anexo IV: Cuestionario TV Pagada

 RANCAGUA 0333 - FONO: 27572800 PROVIDENCIA - SANTIAGO	Nº ESTUDIO					Nº FILTRO
	1	3	5	8	1	

**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
Entel	2
VTR	3
Claro	4
DirecTV	8
Otra (Especificar) _____	98 CIERRE

**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

➔ TODOS QUIÉNES CONTESTAN **SÍ** EN D3.1, CONTINUAR CON D3.1.a Y HASTA D3.1.c RESTO PASAR A D3.1d

**D3.1.a** Considerando también este último reclamo que usted hizo en la compañía proveedora de TV PAGADA, **¿Cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo?** LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RESPUESTA UNICA

	Canales de reclamo	D3.1. a	
<b>1</b>	De forma telefónica	1	➔ CONTINUAR
<b>2</b>	A través de la web	2	➔ PASAR A D3.1d
<b>3</b>	De forma presencial, a través de una sucursal	3	➔ CONTINUAR

**D3.1.b** Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted la atención cuando hizo el reclamo por esta plataforma?**

	NOTA							NS/N C
Evaluación proceso interposición del reclamo	1	2	3	4	5	6	7	9

→ SI EVALÚA DE 5 A 9 PASAR A D3.1d

→ SI EVALÚA DE 1 A 4, CONTINUAR

→

**D3.1.c** SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D3.1.b **¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más??**  
REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

**CONTESTAN TODOS LOS QUE DICEN SI EN D1.**

**D3.1d** Y estos problemas, ¿dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar?

SI                    1        →    SEGUIR  
NO                    2        →    PASE A D4

**D3.1e** Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted el servicio técnico que le prestaron?**

	NOTA							NS/N C
Evaluación servicio técnico	1	2	3	4	5	6	7	9

→ SI EVALÚA DE 5 A 9 PASAR A D4

→ SI EVALÚA DE 1 A 4, CONTINUAR

**D3.1f SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D3.1e ¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más??**  
**REGISTRE MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.**

**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

- Gráfica 1. Abonados y conexiones móviles Virgin y VTR Comunicaciones – Mayo 2016
- Gráfica 2. Conexiones fijas por empresa
- Gráfica 3. Suscriptores de Tv por empresa
- Gráfica 4. Muestra y Error Muestral por Servicio y Compañía
- Gráfica 5. Muestras en mediciones desde 2013
- Gráfica 6. Perfil Demográfico por servicio
- Gráfica 7. Principales indicadores
- Gráfica 8. Conocimiento de los usuarios sobre derechos del consumidor de servicios de Telecomunicaciones
- Gráfica 9. Conocimiento de derechos, últimas 3 mediciones
- Gráfica 10. Evolutivo Institución con la cual se siente más protegido para hacer valer derechos de telecomunicaciones
- Gráfica 11. Satisfacción General con servicios de telecomunicaciones – Por servicio
- Gráfica 12. Satisfacción con servicios de telecomunicaciones – Por servicio y medición
- Gráfica 13. Satisfacción neta con servicios de telecomunicaciones – Por servicio y medición
- Gráfica 14. Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones – Por Zona
- Gráfica 15. Satisfacción general con servicios de telecomunicaciones – Por Zona
- Gráfica 16. Tasa de Problemas con servicios de telecomunicaciones
- Gráfica 17. Tasa de problemas con servicios de telecomunicaciones – Por Zona
- Gráfica 18. Tasa de reclamos con servicios de telecomunicaciones – Evolutivo
- Gráfica 19. Tasa de Resolución de problemas con servicios de telecomunicaciones – Evolutivo
- Gráfica 20. Satisfacción con el Servicio entre quienes no han tenido problemas y quienes han tenido problemas resueltos y no resueltos
- Gráfica 21. Impacto problemas en la Satisfacción por Servicio
- Gráfica 22. Ponderación por segmento de los usuarios de Telefonía Móvil
- Gráfica 23. Características demográficas de usuarios de Telefonía Móvil

- Gráfica 24. Características demográficas de usuarios de Telefonía Móvil – Por compañía
- Gráfica 25. Características del servicio de telefonía móvil
- Gráfica 26. Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil.
- Gráfica 27. Satisfacción con empresas de telefonía móvil – Evolutivo
- Gráfica 28. Satisfacción Neta con empresas de telefonía móvil - Evolutivo
- Gráfica 29. Satisfacción por zona en Telefonía Móvil
- Gráfica 30. Satisfacción con servicio de Telefonía Móvil – Evolutivo por Zona
- Gráfica 31. Satisfacción con empresas de telefonía móvil por tipo de plan
- Gráfica 32. Tasa de problemas Telefonía Móvil
- Gráfica 33. Tasa de problemas Telefonía Móvil – Evolutivo
- Gráfica 34. Tasa de problemas Telefonía Móvil – Evolutivo por Zona
- Gráfica 35. Tasa de problemas Telefonía Móvil – por tipo de plan
- Gráfica 36. Tipos de problemas de Telefonía Móvil
- Gráfica 37. Satisfacción por tipo de problema en Telefonía Móvil
- Gráfica 38. Tipos de problemas de Telefonía Móvil – Contrato y Prepago
- Gráfica 39. Tipos de problemas de Telefonía Móvil – Contrato
- Gráfica 40. Tipos de problemas de Telefonía Móvil - Prepago
- Gráfica 41. Impacto problemas en la Satisfacción de Telefonía Móvil – Por Operador
- Gráfica 42. Impacto problemas en la Satisfacción de Telefonía Móvil – Por Zona
- Gráfica 43. Tasa de reclamo Telefonía Móvil
- Gráfica 44. Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil
- Gráfica 45. Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de plan.
- Gráfica 46. Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de plan – Contrato.
- Gráfica 47. Lugar de reclamo para problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de plan – Prepago.
- Gráfica 48. Plataforma por la que hizo el reclamo
- Gráfica 49. Evaluación del proceso de interposición del reclamo

- Gráfica 50. Evaluación del proceso de interposición del reclamo – por canal
- Gráfica 51. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo
- Gráfica 52. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por compañía
- Gráfica 53. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Telefónico
- Gráfica 54. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial
- Gráfica 55. Tasa de resolución de problemas
- Gráfica 56. Tasa de resolución de problemas – Evolutivo
- Gráfica 57. Satisfacción con Telefonía Móvil según si le han resuelto problemas
- Gráfica 58. Satisfacción con la Solución de problemas de Telefonía Móvil
- Gráfica 59. Satisfacción con la resolución de problemas de Telefonía Móvil – Por tipo de contrato y Compañía
- Gráfica 60. Principales indicadores Telefonía Móvil
- Gráfica 61. Principales indicadores Telefonía Móvil - Evolutivo
- Gráfica 62. Ponderación por segmento de los usuarios de Internet Móvil
- Gráfica 63. Características Demográficas de usuarios de Internet Móvil
- Gráfica 64. Características demográficas de usuarios de Internet Móvil – Por compañía
- Gráfica 65. Características de servicio de Internet Móvil
- Gráfica 66. Satisfacción con empresas de Internet Móvil
- Gráfica 67. Satisfacción con empresas de Internet Móvil – Evolutivo
- Gráfica 68. Satisfacción Neta con empresas de Internet Móvil – Evolutivo
- Gráfica 69. Satisfacción por Zona en Internet Móvil
- Gráfica 70. Satisfacción con servicio de Internet Móvil – Evolutivo por Zona
- Gráfica 71. Satisfacción con servicio de Internet Móvil por tipo de plan
- Gráfica 72. Satisfacción velocidad Internet Móvil

- Gráfica 73. Satisfacción velocidad Internet Móvil – Evolutivo
- Gráfica 74. Satisfacción velocidad Internet Móvil por tipo de plan
- Gráfica 75. Tasa de problemas Internet Móvil
- Gráfica 76. Tasa de problemas Internet Móvil – Evolutivo
- Gráfica 77. Tasa de problemas Internet Móvil – Evolutivo por Zona
- Gráfica 78. Tasa de problemas con servicio de Internet Móvil – Contrato y Prepago.
- Gráfica 79. Tipos de problemas de Internet Móvil
- Gráfica 80. Satisfacción por tipo de problema de Internet Móvil
- Gráfica 81. Tipos de problemas de Internet Móvil – Contrato y Prepago
- Gráfica 82. Tipos de problemas de Internet Móvil – Contrato
- Gráfica 83. Tipos de problemas de Internet Móvil – Prepago
- Gráfica 84. Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Móvil – Por Operador
- Gráfica 85. Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Móvil – Por Zona
- Gráfica 86. Tasa de reclamo Internet Móvil
- Gráfica 87. Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil
- Gráfica 88. Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Contrato y Prepago
- Gráfica 89. Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Contrato. % Que dice Sí
- Gráfica 90. Lugar de reclamo para problemas de Internet Móvil – Prepago
- Gráfica 91. Plataforma por la que hizo el reclamo
- Gráfica 92. Evaluación del proceso de interposición del reclamo
- Gráfica 93. Evaluación del proceso de interposición del reclamo – Por canal
- Gráfica 94. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo
- Gráfica 95. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por compañía
- Gráfica 96. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Telefónico

- Gráfica 97. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial
- Gráfica 98. Tasa de resolución del problema
- Gráfica 99. Tasa de resolución del problema – Evolutivo
- Gráfica 100. Satisfacción con Internet Móvil según si le han resuelto problemas
- Gráfica 101. Satisfacción con la solución de problemas de Internet Móvil
- Gráfica 102. Satisfacción con la solución de problemas de Internet Móvil – Por tipo de plan
- Gráfica 103. Principales indicadores Internet Móvil
- Gráfica 104. Principales indicadores Internet Móvil - Evolutivo
- Gráfica 105. Ponderación por segmentos de usuarios de Internet Fija
- Gráfica 106. Características demográficas de usuarios de Internet Fija
- Gráfica 107. Características demográficas de los usuarios de Internet Fija – Por compañía
- Gráfica 108. Características del servicio de Internet Fija
- Gráfica 109. Satisfacción con servicio de Internet Fija
- Gráfica 110. Satisfacción con servicio de Internet Fija – Evolutivo
- Gráfica 111. Satisfacción neta con servicio de Internet Fija – Evolutivo
- Gráfica 112. Satisfacción por zona en Internet Fija – por zona
- Gráfica 113. Satisfacción con servicio de Internet Fija – Evolutivo por zona
- Gráfica 114. Satisfacción con la velocidad de Internet Fija
- Gráfica 115. Satisfacción con la velocidad de Internet Fija – Evolutivo
- Gráfica 116. Tasa de problemas Internet Fija
- Gráfica 117. Tasa de problemas Internet Fija – Evolutivo
- Gráfica 118. Tasa de problemas Internet Fija – Evolutivo por zona
- Gráfica 119. Tipos de problemas de Internet fija
- Gráfica 120. Satisfacción por tipo de problema en Internet Fija
- Gráfica 121. Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Fija – Por Operador

- Gráfica 122. Impacto problemas en la Satisfacción de Internet Fija – Por Zona
- Gráfica 123. Tasa de reclamo Internet Fija
- Gráfica 124. Lugar de reclamo para problemas de Internet fija
- Gráfica 125. Plataforma por la que hizo el reclamo
- Gráfica 126. Evaluación del proceso de interposición del reclamo
- Gráfica 127. Evaluación del proceso de interposición del reclamo – por canal
- Gráfica 128. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo
- Gráfica 129. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Por compañía
- Gráfica 130. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Telefónico
- Gráfica 131. Razones de insatisfacción con el proceso de interposición del reclamo – Canal Presencial
- Gráfica 132. Usuarios que tuvieron problemas y agendaron visita técnica
- Gráfica 133. Evaluación del servicio técnico
- Gráfica 134. Razones de Insatisfacción con el servicio técnico
- Gráfica 135. Tasa de resolución del problema
- Gráfica 136. Tasa de resolución del problema - Evolutivo
- Gráfica 137. Satisfacción con Internet Fija según si le han resuelto problemas
- Gráfica 138. Satisfacción con la solución de problemas de Internet Fija
- Gráfica 139. Indicadores de Internet Fija
- Gráfica 140. Indicadores de Internet Fija - Evolutivo
- Gráfica 141. Ponderación por segmento de los usuarios de Televisión Pagada
- Gráfica 142. Características demográficas de usuarios de Televisión Pagada
- Gráfica 143. Características demográficas de usuarios de Televisión Pagada – Por compañía
- Gráfica 144. Características del servicio de Televisión Pagada

- Gráfica 145. Satisfacción con empresas de Televisión Pagada
- Gráfica 146. Satisfacción con empresas de Televisión Pagada – Evolutivo
- Gráfica 147. Satisfacción Neta con empresas de Televisión Pagada – Evolutivo
- Gráfica 148. Satisfacción por zona en Televisión Pagada
- Gráfica 149. Satisfacción con el servicio de Televisión Pagada – Evolutivo por zona
- Gráfica 150. Tasa de Problemas Televisión Pagada
- Gráfica 152. Tasa de Problemas en Televisión Pagada – Evolutivo
- Gráfica 153. Tasa de Problemas en Televisión Pagada – Evolutivo Por zona
- Gráfica 154. Tipos de problemas de Televisión Pagada
- Gráfica 155. Satisfacción por tipo de problema de Televisión Pagada
- Gráfica 156. Impacto problemas en la Satisfacción de Televisión de Pago – Por Operador
- Gráfica 157. Impacto problemas en la Satisfacción de la Televisión de Pago – Por Zona
- Gráfica 158. Tasa de reclamos TV Pagada
- Gráfica 159. Lugar de reclamo para problemas de Televisión Pagada
- Gráfica 160. Plataforma por la que hizo el reclamo
- Gráfica 161. Evaluación del proceso de interposición del reclamo
- Gráfica 162. Evaluación del proceso de interposición del reclamo - por canal
- Gráfica 163. Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo
- Gráfica 164. Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo - por compañía
- Gráfica 165. Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo - por canal
- Gráfica 166. Razones de insatisfacción del proceso de interposición del reclamo - por canal
- Gráfica 167. Usuarios que tuvieron problemas y agendaron visita técnica
- Gráfica 168. Evaluación del servicio técnico
- Gráfica 169. Razones de insatisfacción con el servicio técnico
- Gráfica 170. Tasa de Resolución del problema
- Gráfica 171. Tasa de Resolución del problema – Evolutivo

- Gráfica 172. Satisfacción con Televisión Pagada según si le han resuelto problemas
- Gráfica 173. Satisfacción con la solución de problemas de Televisión Pagada
- Gráfica 174. Principales indicadores Televisión Pagada
- Gráfica 175. Principales indicadores Televisión Pagada – Evolutivo
- Gráfica 176. Ranking Satisfacción Usuarios – 1 Semestre 2016.
- Gráfica 177. Ranking Satisfacción Usuarios Servicios Móviles – 1 Semestre 2016
- Gráfica 178. Satisfacción Usuarios Telefonía Móvil Sem 1 y 2 2015 – Sem 1 2016
- Gráfica 179. Satisfacción Usuarios Internet Móvil Sem 1 y 2 2015 – Sem 1 2016
- Gráfica 180. Satisfacción Usuarios Internet Fija Sem 1 y 2 2015 – Sem 1 2016
- Gráfica 181. Satisfacción Usuarios TV Pagada Sem 1 y 2 2015 – Sem 1 2016
- Gráfica 182. Satisfacción Telefonía Móvil por región – Sem 2 2015 – Sem 1 2016
- Gráfica 183. Indicadores Telefonía Móvil por región - Sem 2 2015 – Sem 1 2016
- Gráfica 184. Satisfacción Internet Móvil por región – Sem 2 2015 – Sem 1 2016
- Gráfica 185. Indicadores Internet Móvil por región - Sem 2 2015 – Sem 1 2016
- Gráfica 186. Satisfacción Internet Fija por región – Sem 2 2015 – Sem 1 2016
- Gráfica 187. Indicadores Internet Fija por región - Sem 2 2015 – Sem 1 2016
- Gráfica 188. Satisfacción TV Pagada por región – Sem 2 2015 – Sem 1 2016
- Gráfica 189. Indicadores TV Pagada por región - Sem 2 2015 – Sem 1 2016