

**“Encuesta de Satisfacción de Usuarios y Medición del Nivel de
Calidad de Servicios de Telecomunicaciones”**

Informe de Resultados Etapa I “Preparación Primera Encuesta 2016”

Contenido

1. Introducción	3
2. Objetivo General	5
2.1. Objetivos Específicos	5
3. Análisis Muestral	6
3.1. Diseño Muestral.....	7
3.2. Tamaño Muestral.....	10
4. Resultados Fase Cualitativa	13
5. Resultado Prueba Piloto.....	25
5.1. Diseño muestral del Pre-Test.....	25
5.2. Muestra Piloto	26
5.3. Rendimiento de las bases de datos y los cuestionarios	26
5.4. Dificultades observadas durante el levantamiento del terreno del piloto	28
5.5. Modificaciones a los cuestionarios respecto de la última medición 2015.....	29
6. Carta Gantt.....	31
7. Cuestionarios Definitivos.....	33

1. Introducción

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

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

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

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

A partir del año 2011, y en virtud de las carencias detectadas en la encuesta que se venía aplicando, se optó por reformularla y levantar un nuevo instrumento destinado a medir el grado de percepción y satisfacción de los usuarios, respecto de la calidad con que son provistos los servicios por cada una

de las compañías sujetas a medición, siendo el objetivo principal el de propiciar un mayor grado de competitividad en el mercado y fortalecer la función del Estado en materia de protección de los derechos de los consumidores.

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

Este instrumento fue aplicado para las encuestas realizadas en el primer y segundo semestre de los años 2011, 2012, 2013 y 2014 y 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. 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.

2.1. Objetivos Específicos

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

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

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

3.1. Diseño Muestral

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

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

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

Empresa	Contrato		Prepago		Total	
	N	%	N	%	N	%
Telefónica Móviles de Chile	1.674.408	32,6%	5.971.310	38,5%	7.645.718	36,9%
Entel PCS	2.110.523	41,1%	4.926.304	31,7%	7.036.827	34,1%
Claro Chile	1.037.464	20,2%	4.027.422	25,9%	5.064.886	24,5%
WOM S.A	191.946	3,7%	194.563	1,3%	386.509	1,9%
Virgin Mobile Chile SPA	-		289.140	1,9%	289.140	1,4%
Otros	123.334	2,4%	118.559	0,8%	241.893	1,2%
Totales	5.137.675	100,0%	15.527.298	100,0%	20.664.973	100

(*) Datos al mes de octubre de 2015. Se consideran abonados a todos aquellos clientes que hayan generado tráfico del mes, es decir, que hayan emitido o recibido una llamada tasable.

Para el caso de los servicios de **internet móvil**, se determinó la muestra **nacional y por empresas**. Los datos relevantes de la participación de mercado por empresa proveedoras de este servicio para la determinación de la muestra es la siguiente:

Tabla 2: Distribución de Empresas de Servicio Internet Móvil

Empresa	Totales	Total %
Telefónica Móviles de Chile	3.307.913	35,3
Entel PCS	2.882.934	30,8
Claro Chile	2.654.891	28,4
WOM S.A	185.528	1,9
VIRGIN Mobile Chile SPA	156.723	1,7
Otros	174.882	1,9
Total	9.362.871	100

(*) Datos al mes de octubre de 2015

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

Tabla 3: Distribución de Empresas de Servicio de Televisión de Pago

Empresa	Totales	Total %
VTR Banda Ancha	1.022.126	34,9
Telefónica Chile	632.390	21,6
DirecTV	512.504	17,5
Claro Comunicaciones	444.000	15,1
Entel S.A	89.489	3,1
Otros	223.631	7,6
Totales	2.924.140	100

Tabla 4: Cobertura Servicio de Televisión de Pago, por Región

Presencia de concesionarias de Telefonía fija por Región datos a octubre 2015					
Región	VTR BANDA ANCHA	TELEFONICA CHILE	DIRECTV	Claro Comunicaciones	Entel S.A
I	X	X	X	X	X
II	X	X	X	X	X
III	X	X	X	X	X
IV	X	X	X	X	X
V	X	X	X	X	X
VI	X	X	X	X	X
VII	X	X	X	X	X
VIII	X	X	X	X	X
IX	X	X	X	X	X
X	X	X	X	X	X
XI	X	X	-	X	X
XII	-	X	X	X	X
RM	X	X	X	X	X
XIV	X	X	X	X	X
XV	X	X	X	X	X

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

Tabla 5: Distribución de conexiones a Internet Fija de Suscriptores residenciales

Empresa	Conexiones de Internet Fija de Suscriptores Residenciales	Total %
VTR Banda Ancha S.A	929.130	39,2%
Telefónica Chile S.A	826.759	34,9%
Claro Comunicaciones S.A	292.707	12,3%
TELCOY S.A	155.929	6,6%
TELSUR S.A	12.760	0,5%
Pacífico Cable	52.056	2,2%
Otros	102.893	4,3%
Total	2.372.234	100,0%

Tabla 6: Distribución de Empresas de Internet Residencial o Fija

Presencia de concesionarias de Telefonía fija por Región datos a octubre 2015							
Región	VTR BANDA ANCHA	TELEFONICA CHILE	CLARO COMUNICACIONES	TELCOY	TELSUR	Pacífico Cable	Empresas por Región
I	X	X	X	-	-	-	3
II	X	X	X	-	-	-	3
III	X	X	X	-	-	-	3
IV	X	X	X	-	-	-	3
V	X	X	X	-	-	-	3
VI	X	X	X	-	-	-	3
VII	X	X	X	-	-	-	3
VIII	X	X	X	-	X	X	5
IX	X	X	X	-	X	X	5
X	X	X	X	-	X	-	4
XI	-	X	-	X	X	-	3
XII	-	X	X	-	-	-	2
RM	X	X	X	-	X	-	4
XIV	X	X	X	-	X	X	5
XV	X	X	X	-	-	-	3

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

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

El diseño muestral es probabilístico, estratificado, con afijación no proporcional a los estratos (servicio, empresa) de manera de lograr un error muestral absoluto en los segmentos relevantes de hasta 3,7 puntos porcentuales, que permita la comparación con las versiones anteriores de la encuesta.

3.2. Tamaño Muestral

El tamaño muestral está determinado por el requisito del error muestral, el que de acuerdo a las bases de licitación debe 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, televisión 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, como se muestra en la Tabla 7.

Tabla 7: Distribución de la Muestra Semestral y Errores Muestrales

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	3,70%	95%	700	3,70%	95%	No opera		95%	No opera		95%	
Entel PCS	700	3,70%	95%	700	3,70%	95%	No opera		95%	No opera		95%	
Claro Chile S.A	700	3,70%	95%	700	3,70%	95%	No opera		95%	No opera		95%	
WOM S.A	700	3,70%	95%	700	3,70%	95%							
Virgin Movile Chile SPA	700	3,70%	95%	700	3,70%	95%							
VTR Banda Ancha	No opera		95%	No opera		95%	700	3,70%	95%	700	3,70%	95%	(1)
Telefónica Chile	No opera		95%	No opera		95%	700	3,70%	95%	700	3,70%	95%	(2)
Claro Comunicaciones	No opera		95%	No opera		95%	700	3,70%	95%	700	3,70%	95%	(3)
DirecTV	No opera		95%	No opera		95%	700	3,70%	95%	No opera		95%	
Entel S.A	No opera		95%	No opera		95%	700	3,70%	95%	No opera		95%	
Telefónica del Sur	No opera		95%	No opera		95%	No opera		95%	700	3,70%	95%	(5)
Telefónica Coyhaique	No opera		95%	No opera		95%	No opera		95%	200		95%	(6)
Pacifico Cable	No opera		95%	No opera		95%				200		95%	(4)
TOTAL	3.500	1,70%	95%	3.500	1,70%	95%	3.500	1,70%	95%	3.200	1,70%	95%	

TOTAL POR MEDICIÓN 13.700
TOTAL AÑO 27.400

(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

A continuación se presenta la expresión que relaciona el error muestral con el tamaño de la muestra que fue calculada por celda, bajo los siguientes supuestos:

- Estimador de proporción
- Varianza máxima ($p = q = 0,5$)
- Nivel de Confianza 95% ($z = 1,96$)
- Población finita

$$e = Z(1 - \alpha) * \sqrt{\frac{P * Q}{n}}$$

Siendo:

e : Error muestral

p : Proporción estimada

q : (1 – p)

n : Tamaño muestral

N: Tamaño población objetivo (universo)

La Tabla 7 presenta la muestra distribuida no proporcionalmente en la población lo que implica aumentar el tamaño de la muestra en estratos de menor peso en la población de manera de tener un tamaño muestral que permita realizar análisis estadístico con un nivel de precisión mayor. Luego los ponderadores devolverán el peso original a cada servicio y empresa a nivel nacional de acuerdo a su proporción de participación.

4. Resultados Fase Cualitativa

A continuación se presentan los principales resultados de la fase cualitativa del estudio “Encuesta de satisfacción de usuarios y medición del nivel de calidad de servicios de Telecomunicaciones 2016”, cuyo objetivo fue levantar inputs que permitan identificar posibles ajustes que se necesiten realizar a los cuestionarios de las categorías Televisión Pagada, Telefonía Móvil, Internet Móvil e Internet Fija.

Para este fin, se realizaron dos Focus Groups, con hombres y mujeres de NSE C2 y C3, entre 18 y 60 años, usuarios de servicios de telecomunicaciones (TV Pagada, Telefonía Móvil, Internet Móvil e Internet Fija), mix de clientes de las siguientes compañías: Movistar, VTR, Claro, Entel, WOM, Virgin Mobile y DirecTV, residentes en Santiago.

Las sesiones fueron segmentadas de acuerdo al siguiente esquema:

Tabla 8. Distribución edad Focus Group

	C2 y C3
18 – 34 años	1
35 – 60 años	1
Total	2

El terreno se llevó a cabo entre los días 6 y 7 de Abril de 2016.

PRINCIPALES RESULTADOS

1. Al indagar en las problemáticas que los usuarios de TV Pagada, Telefonía Móvil, Internet Móvil e Internet Fija tienen al utilizar estos servicios, se identifican distintos temas que permiten comprender con mayor detalle los hallazgos de las mediciones realizadas por los actuales cuestionarios, y otras adicionales que permiten realizar ajustes y contemplar nuevas problemáticas a tener en cuenta en la medición 2016.

TV PAGADA

Se mencionan y describen espontáneamente las siguientes problemáticas (con foco en aspectos técnicos) que afectan la calidad del servicio de TV Pagada que reciben actualmente:

a) Problemas relacionados con la señal

- **Corte / caída de la señal:** *‘se cae la señal’, ‘se va la señal, te dice No Signal con fondo negro’*
Al igual que en la medición pasada, algunos usuarios de TV HD satelital describen que esto también puede manifestarse a través del “congelamiento” de la imagen: *‘como que queda congelada, justo en el clímax de la película... después retoma, ¡pero te perdiste la mejor parte!’*
- **Problemas con la cobertura**, en que la señal no llega de manera óptima en todo momento, habiendo cortes de la señal de TV: *‘parece que hay sectores donde a veces la señal no llega muy buena’*. Quienes reportan estos problemas, declaran que esto se acentúa generalmente con el mal clima.

b) Problemas relacionados con la calidad de la imagen

- **Efecto “pixelado”**, donde la imagen se visualiza con cuadros / mosaicos: *‘se ve pixeleado’, ‘pixelado, como cuando las fotos son de mala calidad’*
- **Imagen poco nítida de los canales que no son HD**, en contraste a la calidad de la imagen HD: *‘cuando ves los canales que no son HD, se ven como borrosos, oscuros’*. Cabe mencionar que algunos explican esta situación como una diferencia normal entre la señal en alta definición y la analógica.

- c) Problemas relacionados con la calidad / estabilidad del sonido
- **Canales que no se escuchan al mismo volumen** (algunos más altos y otros más bajos): *‘a veces estás haciendo zapping en la noche y de repente hay canales que están más fuerte y tienes que empezar a bajar el volumen pa no despertar al que está al lado’*
 - **Programación de un mismo canal que se escucha a volúmenes distintos:** *‘a veces dentro de la misma película hay diferencias de volumen, y mientras ves tienes que ir ajustándolo’*
 - **Diferencias de volumen entre programación y comerciales:** *‘los comerciales los ponen más fuerte, te estás quedando dormida viendo la película y con los comerciales despertaste altiro’*
- d) **No calce de la programación** señalada por el servidor con la emisión de los canales: *‘muchas veces pasa que ves lo que dice la programación y están dando otra cosa nada que ver’, ‘nunca le achuntan a lo que están dando con lo que te dice la parrilla de programación’*
- e) Problemas con cobros / boletas
- **Cobro de servicios que no están funcionando / que se deshabilitaron:** *‘ya había dado de baja el CDF y me lo seguían cobrando igual’*
 - **Cobros que no corresponden al servicio contratado:** *‘una vez me pasó que me cobraron algo que no tenía idea qué era’*
- f) Problemas con reembolsos / indemnizaciones / compensaciones por suspensión, interrupción o alteración del servicio
- **No realización de descuentos o compensaciones por no entrega / falla de servicio:** *‘nunca me han descontado porque se cayó la señal’*
 - **Entrega de reembolsos o compensaciones sólo se hace efectiva tras realizar reclamo en sucursal,** no ocurriendo cuando se hacen vía telefónica o correo electrónico: *‘si no vas a la sucursal, no te reembolsan nada’*

Adicionalmente, se menciona de manera más puntual:

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

- **Canales que no aparecen más / “perdidos”**, no habiendo sido informado: *‘me pasó con el Utilísima, contraté el cable por ese canal y unos dos más, y de un día para otro me lo sacaron... reclamé y reclamé, pero no lo volvieron a poner’*
- **Reemplazo de canales de la parrilla**: los cambios no son avisados, y que tampoco se informa cuáles fueron los canales por lo que se reemplazan los canales retirados, por lo que no es posible saber si éstos son reemplazados por canales similares en calidad y contenido: *‘ves que aparecen canales nuevos, pero no te dicen que es por reemplazar los otros’*
- **No se entrega directamente información respecto al cambio de canales**: *‘nunca te avisan, te enteraste porque no lo viste más’*

h) **Actualización excesivamente frecuente** de los canales, que impide ver la señal de TV: *‘se me actualizan los canales cada tres días, es una lata porque no puedo ver la tele nunca sin que interrumpa lo que veo’*

Al indagar en posibles **problemas técnicos del decodificador** (que surgió espontáneamente en la medición del año pasado), no se mencionan problemas derivados del funcionamiento de éste.

TELEFONÍA MÓVIL

Se mencionan y describen espontáneamente las siguientes problemáticas, la mayoría consistentes con las levantadas en la medición anterior y algunas nuevas:

a) Problemas de **cobertura** (en ciertos lugares / espacios, no es posible realizar ni recibir llamadas): *‘en algunos lugares se empieza a ir la señal’, ‘hay compañías que tienen mejor cobertura en algunos lugares y otras en otros sectores’*

b) Problemas con la señal

- **Corte de llamada / caída de la señal:** *'se te cae la señal, dejas de escuchar como si te hubieran cortado la llamada'*
- **Interferencias (chicharreos o voces que interfieren con la llamada):** *'se escucha como que te estuvieran llamando otro planeta', 'se escuchan voces raras', 'como que te habla un monstruo, con mis hijos le decimos el demonio'*
- **Retorno / eco:** *'un eco, te escuchas tú mismo mientras hablas'*

c) Recepción / aviso de llamadas

- **Llamadas realizadas demoran en "entrar" / conectar con otro celular** (desde el discado del teléfono, se demora en escuchar el tono): *'a veces pasa que marcaste el número pero se demora en entrar la llamada, como que hay un silencio antes de escuchar el tuuuut'*
- **No entran llamadas hacia / desde otros celulares:**
 - Hacia otros celulares: **al llamar, suena el buzón de voz**, cuando el celular del receptor se encuentra encendido y disponible: *'te sale buzón de voz y el teléfono de la otra persona está encendido'*
 - Desde otros celulares: **las llamadas no entran**, apareciendo un mensaje de texto que reporta llamadas perdidas, cuando el celular está encendido y aparece con señal: *'también puede pasar que te están tratando de llamar, pero te llegan mensajes avisando llamadas perdidas'*

d) **Carga se agota antes de lo esperado** (sólo clientes prepago): *'yo creo que tenemos contadores distintos, no puede ser que siempre la carga se acabe antes de lo que yo llevo anotado'*

INTERNET MÓVIL

Se mencionan y describen espontáneamente las siguientes problemáticas, consistentes con las descritas por los entrevistados en la medición anterior:

- a) Problemas en relación a la velocidad de navegación
 - **Percepción de que la velocidad es en general lenta:** *‘en general es lento’, ‘no es acorde a los megabytes que tengo, debería ser mucho más rápido’*
 - **Velocidad de navegación disminuye notoriamente tras haber alcanzado el límite de MB de navegación del plan contratado:** *‘cuando alcanzas el límite, se pone demasiado lento’*
- b) Información respecto a consumo de MB
 - **Compañía no da información clara del consumo de MB navegados:** *‘nunca es claro cuántos megas llevas usados’*
 - **No da aviso de cuando se ha alcanzado / va a alcanzarse el umbral de navegación:** *‘no te avisan de cuándo llegaste al límite’*
- c) **Problemas de caída de la señal**, no permitiendo navegar: *‘a veces se va el internet, hay que apagar y prender el celular y ahí se soluciona’*
- d) **Problemas de cobertura en zonas determinadas** (usualmente comunas lejanas, metro, zonas con cerros): *‘te metiste al metro y perdiste el internet’, ‘en la zona sur hay más problemas’*
- e) **Carga se agota antes de lo esperado** (sólo clientes prepago): *‘siempre se me acaban antes los megas’*
- i) **Problemas con cobros de uso de MB adicionales al plan contratado**, que no son avisados: *‘si me paso en los MB que uso navegando, me los cobran... el problema es que siempre es raro lo que te cobran extra, nunca calza’*

- e) **Mala cobertura de 4G** (un entrevistado): *‘el 4G me funciona mal, hay partes donde sencillamente no funciona, y me compré el teléfono sólo por eso’*. Se indagó en si en la compañía se le había informado cómo funciona a red 4G al momento del contrato y menciona que sí le fue explicado, pero alega que no le funciona en todas partes.

INTERNET FIJA

Se mencionan y describen espontáneamente las siguientes problemáticas, algunas que refieren a problemas señalados en la medición anterior y otras nuevas:

- a) **Caída de la señal de internet**, no pudiendo utilizar el servicio: *‘a veces se cae y te quedaste sin internet’*
- b) **Problemas con la velocidad de navegación en ciertos horarios en que se enlentece excesivamente** (declaran que esto ocurre especialmente en las noches, donde se proyecta un alto flujo de usuarios): *‘en la noche se pone lentísimo, debe ser porque todo el mundo se conecta a esa hora’*
- c) **Velocidad fluctúa**, pasando de momentos de rapidez a lentitud: *‘a veces funciona mal, primero anda bien y después se pone lento’*
- d) **Compañías no informan respecto del máximo de velocidad que permite la zona / equipo específico en que se hará la conexión de internet fija**, siendo esto conocido de manera informal por los técnicos cuando van al hogar y les explican por qué el internet no funciona más rápido: *‘es que te ofrecen planes con una velocidad que por tu zona nunca vas a alcanzar... el técnico me lo explicó cuando fue a la casa’*
- e) Problemas con módem / routers
- **Modem / router antiguo o en mal estado**, que hace que la navegación sea lenta: *‘estaba muy lento el internet y era porque el módem que teníamos en la casa era muy viejo’, ‘el router que teníamos no era de los más actuales, pero cuando lo cambiaron llegaba mucho mejor la señal’*
 - **Router necesita ser reiniciado para recuperar la señal**: *‘puede pasar que deja de funcionar, pero si lo apagas y prendes vuelve la señal’*

- f) **Problemas de seguridad / privacidad de la red**, haciéndola vulnerable a otras personas que se “cuelgan” de la red y enlentecen la señal contratada: *‘alegaba siempre porque estaba muy lento, hasta que un día me fueron a ver y era que la red que tenía era abierta, entonces tenía a no sé cuánta gente colgada a mi señal’*

Adicionalmente, se indagó de manera ayudada en algunos temas relacionados con un incremento en los reclamos realizados por los usuarios de estos servicios de telecomunicaciones, con el fin de explorar si los entrevistados los perciben como un problema y si se han enfrentado a éstos:

- **Eliminación de canales de la parrilla de VTR:** sólo algunos entrevistados puntuales tenían conocimiento de que se eliminaría Vía X, a través de lo que ha aparecido en noticias y los comentarios en Redes Sociales (sin saber que adicionalmente se eliminarían Zona Latina y ArTV). Al indagar, no tienen conocimiento si esta eliminación está dentro de lo permitido por la normativa, ni de las acciones que debe realizar VTR para compensar esta eliminación.
- **Conocimiento respecto al cobro por desactivación del servicio de TV de Movistar:** usuarios Movistar declaran estar en conocimiento de este cobro, en tanto es explicitado en el contrato del servicio. Declaran también saber que pueden eximirse de este cobro si devuelven el decodificador y los controles que son entregados por la compañía, aduciendo que este cobro se debe a lo que le cuesta a la compañía esos elementos. Ahora bien, no tienen conocimiento si esta medida está avalada o no por la normativa, aunque sí lo perciben como un obstáculo que pone la compañía para dejar de estar en la compañía.
- **Vencimiento de las bolsas de minutos:** entrevistados que mencionan utilizar bolsas de minutos, declaran estar en conocimiento que éstas tienen un vencimiento. Sin embargo, al indagar en lo que ocurre con el saldo no utilizado, declaran que éste se pierden, no reactivándose con la recarga siguiente.
- **Evaluación general del servicio de WOM:** al indagar en usuarios WOM, éstos declaran encontrarse satisfechos, no habiendo tenido problemas en los distintos ámbitos del servicio (cobertura, asistencia técnica, etc.). Sólo algunos entrevistados puntuales que son no usuarios WOM declararon haber escuchado que el servicio de WOM no es tan bueno para quienes se han portado con su propio equipo traído desde la compañía anterior.

- **Portabilidad desde Claro hacia otras compañías:** los dos entrevistados que habían realizado este proceso declararon no haber tenido problemas, pudiendo portarse de manera rápida (24 horas) y no percibiendo obstáculos desde Claro hacia sus actuales compañías. Los demás entrevistados declaran no haber escuchado quejas al respecto.
- **Agrupación de cuentas de Entel:** los dos entrevistados que declararon recibir cuentas agrupadas de Entel tiene percepciones diferenciadas hacia esta práctica:
 - **Positiva**, en tanto facilita el pago de todas las cuentas cuando se tiene distintos números / servicios contratados con Entel.
 - **Negativa**, en tanto cuando existe algún problema con la facturación, el proceso de pago es complejo y enredado, percibiéndose como un obstáculo para no pagar el servicio con el que se está disconforme o donde se ha realizado un reclamo.

2. Al indagar en las soluciones buscadas por los entrevistados cuando se han enfrentado a las problemáticas anteriormente descritas, se observa que en los servicios de Internet Hogar y TV Pagada es donde habitualmente se suele recurrir a los proveedores en busca de soluciones.

En este escenario, las acciones de reclamo sólo son realizadas cuando las soluciones intentadas por ellos y por los proveedores no resuelven el problema o cuando no son satisfactorias.

Los entrevistados declaran tender a buscar soluciones en sus proveedores de Internet Fija y TV Pagada, en tanto declaran no saber cómo resolver las problemáticas de índole técnica que se presentan en estos servicios –a diferencia de Telefonía e Internet Móvil, donde los resuelven ellos mismos: perciben que muchos problemas se resuelven apagando y prendiendo el equipo–.

Sin embargo, al recurrir a los proveedores por estas soluciones, también se perciben diversos problemas en la entrega de esta asistencia técnica:

- **Demora en la entrega de soluciones / habilitación de servicios**, lo que deriva en la percepción de que no entregan soluciones “reales”: *‘llevo un mes tratando que me cambien la antena’, ‘a veces se demoran tres días en habilitarte un canal que en realidad se demora 20 minutos’*
- **Incumplimiento de horarios**, lo que hace muy difícil recibir las soluciones ofrecidas por las compañías: *‘no van’, ‘siempre llegan cuando tú no estás, al final tienes que dedicarte un día entero a esperarlos’*
- **Soluciones mal aplicadas**: *‘tenía un problema con la antena de Movistar, y la primera vez que la fueron a cambiar la dejaron mal... y todavía no lo arreglan’*

Al indagar en las **acciones de reclamo** realizadas por los entrevistados ante estas problemáticas, declaran realizar este tipo de acciones sólo cuando los problemas son persistentes (no los pudieron solucionar ellos o la solución implementada por el proveedor no fue efectiva) o interfieren de manera importante con el uso del servicio. Esto, en tanto existe una percepción generalizada de que los procedimientos de reclamo son lentos y engorrosos, debiéndose insistir mucho para poder obtener una solución o indemnización. De esta forma, en caso que no sea un reclamo por una falla que no permite utilizar el servicio, se suele desistir de hacer los reclamos.

Las principales entidades a las que se recurre para efectuar los reclamos son las **compañías proveedoras** y **SERNAC**, buscándose:

- Solución técnica de la falla
- Compensación en dinero por incapacidad de utilizar el servicio adecuadamente

Sólo una entrevistada declaró haber realizado un reclamo en la SUBTEL ante la disconformidad con la solución entregada por el proveedor de telecomunicaciones. Al indagar con los demás entrevistados el conocimiento de la posibilidad de realizar reclamos ante la SUBTEL, sólo muy puntualmente algunos declararon saber que esto es posible de ser realizado.

3. Al indagar en el conocimiento de acciones a realizar por los consumidores frente a desastres naturales, no existe una percepción unívoca ni total claridad respecto a qué se puede exigir a las compañías ante la falla de los servicios de telecomunicaciones.

Los entrevistados tienen percepciones diferenciadas ante la situación de desastres naturales:

- Quienes declaran que es una situación de excepción, donde “se entiende” que los servicios fallen dado que los desastres naturales sobrepasan la capacidad de entrega de un servicio normal y son situaciones excepcionales.
- Quienes declaran que es un deber de las compañías mantener el servicio activo ante estas situaciones, pudiendo reclamar ante las fallas que ocurren en estas circunstancias y optar a una indemnización por el servicio fallido / no recibido.

4. Finalmente, al indagar brevemente en el conocimiento de los derechos del consumidor de telecomunicaciones, se observa que la mayoría de los entrevistados tiene un conocimiento parcial de éstos.

Durante los grupos, se enunciaron a los entrevistados los derechos del consumidor de telecomunicaciones, habiendo diferencias en el conocimiento de los distintos derechos:

La mayoría declara conocer:

- *Reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado:* existe claridad que se puede reclamar por el servicio cuando no hay conformidad con éste.
- *Descuentos de indemnizaciones por interrupciones de servicio:* saben que pueden acceder a indemnizaciones / compensaciones cuando el servicio se ve interrumpido. Ahora bien, no existe claridad de que éstas no necesariamente deben ser en dinero. Asimismo, es interesante mencionar que muchas veces se opta por prescindir de estas indemnizaciones, dado lo engorrosos que perciben los procedimientos de reclamo.

Algunos declaran conocer:

- *Poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento:* algunos mencionan saber que es posible poner fin unilateral al servicio, sin importar lo difícil del proceso por parte del proveedor.
- *Las empresas de telefonía fija y móvil no pueden enviar sus antecedentes a DICOM:* algunos declaran saberlo, en tanto tienen la percepción de que funciona igual que en otras categorías (por ej., isapres).

Sólo puntualmente se menciona conocer:

- *Exigir que se le entregue un número de reclamo para identificar claramente el reclamo realizado:* aunque todos tienen conocimiento de que las compañías entregan este número al reclamar, sólo algunos sabían que la entrega de éste es parte de sus derechos.
- *Insistir y efectuar el reclamo en la SUBTEL si está disconforme con la respuesta de la empresa:* muchos desconocían que es posible hacer reclamos en la SUBTEL cuando se reciben respuestas insatisfactorias por parte de los proveedores. Quienes declararon haberlo hecho, mencionan haber tenido una muy buena experiencia y quedar satisfechos con la solución entregada.
- *Reclamar al número 105 de la empresa que le entrega el servicio:* en general no existe conocimiento de este número.

5. Resultado Prueba Piloto

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

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

5.1. Diseño muestral del Pre-Test

La tabla 8 identifica la muestra cuantitativa y la selección de la muestra para el Pre-Test contemplada en 100 casos. Los casos de la prueba piloto quedan excluidos del total de la muestra.

Tabla 9. Muestra Pre-Test

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

El día 21 de Abril se realizaron 115 entrevistas con el objetivo de medir el rendimiento del cuestionario y de la base datos de contacto de cada servicio, y por otra parte validar que las preguntas sean comprendidas por el entrevistado.

5.2. Muestra Piloto

Los 115 casos de la muestra piloto se distribuyeron equitativamente por servicio de la siguiente forma:

Tabla 10: Muestra obtenida de prueba Piloto.

SERVICIO	Claro	Entel	Movistar	Wom	VTR	GTD	Telsur/ Telcoy	DirecTV	Virgin	Pacífico cable	Total
Telefonía Móvil	3	3	5	6	-	-	-	-	10	-	27
Internet Móvil	4	5	5	7	-	-	-	-	10	-	31
TV Pagada	6	12	3	-	3	-	-	4	-	-	28
Internet Fija	3	-	3	-	5	-	8	-	-	10	29
TOTAL	16	20	16	13	8	0	8	4	20	10	115

5.3. Rendimiento de las bases de datos y los cuestionarios

En términos de aplicación, para internet fija se marcaron 242 números para lograr 29 encuestas, 201 números en internet móvil para lograr 31 encuestas, telefonía móvil se hicieron 502 marcaciones para lograr 27 encuestas y televisión pagada 157 para lograr 28 encuestas. De este modo, la base de datos que tuvo mejor rendimiento fue televisión pagada ya que de cada 5,6 llamadas se logró una encuesta. La base que tuvo un menor rendimiento, o más difícil de lograr es telefonía móvil, en donde de cada 18,6 números marcados se pudo concretar sólo una encuesta. Con respecto a la compañía que viene por base de datos versus lo que indica el entrevistado, sólo en internet móvil existe un 100% de consistencia, en los demás servicios, telefonía móvil, internet fija y TV pagada, se encontraron tres inconsistencias para cada servicio. Las bases, acorde a la experiencia durante el piloto, son contundentes y su uso desde la perspectiva de nuestro jefe de terreno y los encuestadores es positivo.

Tabla 11. Promedio de llamadas para logro de encuesta

SERVICIO	TOTAL LLAMADAS	Promedio de llamadas para lograr una encuesta
Internet Fija	242	8,34
Internet Móvil	201	6,48
Telefonía Móvil	502	18,59
Televisión Pagada	157	5,61
TOTAL	1.102	9,58

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

Tabla 12: Rendimiento (Duración y Encuestas por Hora) por Cuestionario

SERVICIO	Duración (Minutos)
Telefonía Móvil	5,21
Internet Móvil	5,08
TV Pagada	4,51
Internet Fija	6,22

Los resultados de las llamadas realizadas en cada cuestionario:

Tabla 13: Resultado de llamadas realizadas

Resultado de la llamada / Servicio	Telefonía Móvil		Internet fijo		Internet Móvil		TV Pagada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
ENTREVISTA CORRECTA	27	5%	29	12%	31	15%	28	18%
PENDIENTES	353	70%	145	60%	129	64%	78	50%
Buzón o grabadora	79	16%	14	6%	79	39%	14	9%
Fono no contesta	59	12%	116	48%	47	23%	0	0%
Llamar más tarde / nueva cita	215	43%	15	6%	3	1%	64	41%
RECHAZO	90	18%	54	22%	33	16%	46	29%
Rechazo cliente	60	12%	48	20%	29	14%	33	21%
Fono fuera de servicio/ no existe/ averiado	30	6%	6	2%	4	2%	13	8%
CIERRE POR FILTRO	32	6%	14	6%	8	4%	5	3%
No tiene el servicio en el hogar*	0	0%	8	3%	7	3%	5	3%
No cumple rango de edad	3	1%	3	1%	0	0%	0	0%
Teléfono es de otra compañía	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Servicio lo paga una empresa*	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Fallecido	4	1%	0	0%	0	0%	0	0%
No es el usuario principal y no está disponible	20	4%	0	0%	1	0%	0	0%
Otros (problemas de lenguaje, físicos, otros)	4	1%	3	1%	0	0%	0	0%
TOTAL	502	100%	242	100%	201	100%	157	100%

En la tabla anterior se puede ver que la mayor proporción de las llamadas quedó en un estado de espera o pendiente: Buzón, No contesta, Agendada, Ocupado o llamar otro día. El piloto se ejecutó durante el día jueves 21 de abril de 2016, desde las 16:00 a las 22:00 horas, por lo que la aplicación en el campo final, utilizando horarios AM podrá dar resultados distintos y probablemente con menor proporción de incidencias “pendientes”.

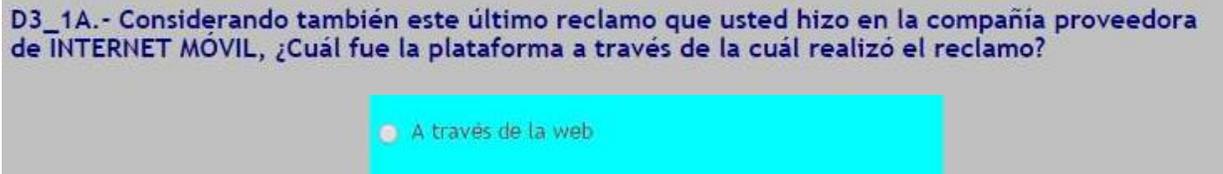
5.4. Dificultades observadas durante el levantamiento del terreno del piloto

El levantamiento del terreno del estudio se dio sin mayores complicaciones en cuanto a aplicación, fluidez y tiempos de aplicación.

No obstante, y en base a los resultados observados debemos hacer notar que:

- **Telefonía móvil:** las cuotas a cumplir en Virgin y Wom fueron más difícil de lograr, ya que se tuvieron que marcar una mayor cantidad de números que el resto de las compañías para lograr la muestra comprometida.

- **Pregunta D31_A:** Se levantó la duda respecto a lo que englobaba la opción “realizó reclamo a través de la web”, esto al momento de preguntar por cuál fue la plataforma a través de la cuál realizó el reclamo. La duda específica es si esta opción “a través de la web” es si incluía o no las redes sociales.



La pregunta sobre la plataforma de reclamo es solamente considerando la página web ya que hay 2 canales obligatorios: telefónico y pagina web. Las redes sociales son opcionales. Se decidió por ende no incluir a las redes sociales como alternativa a parte y no se considera como parte de la página web.

5.5. Modificaciones a los cuestionarios respecto de la última medición 2015

Las modificaciones al cuestionario se han hecho en base a los resultados obtenidos en la fase cualitativa del estudio, como así también en lo obtenido durante el pilotaje del instrumento.

En términos generales, se decidió tomar los resultados obtenidos en la fase cualitativa para codificar las respuestas de las preguntas abiertas, de modo de unificar así los criterios de respuestas que se presentarán en los informes finales de resultados. Algunos ejemplos de codificación para preguntas abiertas son:

- **(TV PAGADA) Pregunta D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? REGISTRE TEXTUAL. Sondee: ¿Algún otro problema? REGISTRE. Y finalmente, ¿algún otro?**
Ejemplos de codificación:
 - Corte / caída de la señal
 - Problemas con la cobertura
 - La imagen se ve pixelada
 - Imagen poco nítida de los canales que no son HD
 - Canales que no se escuchan al mismo volumen
 - Programación de un mismo canal que se escucha a volúmenes distintos
 - Diferencias de volumen entre programación y comerciales
- **(TV PAGADA) Pregunta D3.1f ¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más? REGISTRE. MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA.**
Ejemplos de codificación:
 - Demora en la entrega de soluciones / habilitación de servicios

- Incumplimiento de horarios
- Soluciones mal aplicadas

No obstante lo anterior, igualmente se revisarán minuciosamente los códigos de respuestas, para que en el caso de haber temas no encontrados en la fase cualitativa, se puedan agregar para el informe final.

Por otro lado, las nuevas preguntas agregadas en los cuestionarios del primer semestre del año 2016 por la contraparte técnica del Ministerio, se consideran aceptables desde el punto de vista de la aplicación y comprensión tanto del entrevistado como del encuestador, y no implican un mayor tiempo adicional en la encuestas, por lo que se recomienda conservarlas. Esto significará adicionar más resultados al informe final por lo que se requiere conciliar la presentación de los resultados con la contraparte técnica.

6. Carta Gantt

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

A su vez, se está trabajando en el diseño de una plataforma web donde se puede revisar en línea y de manera actualizada el trabajo de campo diario que realiza Cadem, de la misma forma que se hizo el año anterior.

7. Cuestionarios Definitivos

 RANCAGUA 0333 - FONOS: 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 CIERRE

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

REGISTRE AÑOS: _____

REGISTRE MESES: _____

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

Contrato 1

Prepago 2

SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO

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

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

PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

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

SI 1 → SEGUIR
 NO 2 → PASE A E1

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

--

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

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

➔ 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 principal plataforma a través de la cuál realizó el reclamo? LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RESPUESTA UNICA

	Canales de reclamo	D3.1.a
1	De forma telefónica	1
2	A través de la web	2
3	De forma presencial, a través de una sucursal	3

D3.1.b Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted el proceso de interposición del reclamo?**

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

DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

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

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

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

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

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

AGRADEZCA Y CIERRE

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

PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

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

SI	1	→	SEGUIR
NO	2	→	PASE A E1

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

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

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

→ 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 principal plataforma a través de la cuál realizó el reclamo? LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RESPUESTA ÚNICA

	Canales de reclamo	D3.1.a
1	De forma telefónica	1
2	A través de la web	2
3	De forma presencial, a través de una sucursal	3

D3.1.b Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted el proceso de interposición del reclamo?**

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

→ SI EVLAÚA 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 P E1**

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

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

USOS ESPECÍFICOS DE INTERNET MÓVIL

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

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

DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

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

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

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

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

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

CERRAR Y AGRADECER

 RANCAGUA 0333 - FONO: 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 CIERRE

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

REGISTRE AÑOS: _____
 REGISTRE MESES: _____

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

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

SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO

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

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

PROBLEMAS RECIENTES CON EL SERVICIO

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

SI	1	→	SEGUIR
NO	2	→	PASE A E1

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

D2.2 Y estos problemas, ¿dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar?

SI	1	→	SEGUIR
NO	2	→	PASE A D3

D2.3 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/NC
Evaluación servicio técnico	1	2	3	4	5	6	7	9

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

D2.4 SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN C2.3 ¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más?? **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 D4

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

	Canales de reclamo	D3.1.a
1	De forma telefónica	1
2	A través de la web	2
3	De forma presencial, a través de una sucursal	3

D3.1.b Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, **¿Cómo evaluaría usted el proceso de interposición del reclamo?**

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

➔ SI EVLAÚA 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/NC
Satisfacción con la resolución de su problema	1	2	3	4	5	6	7	9

USOS ESPECÍFICOS DE INTERNET FIJA

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

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

DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

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

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

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

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

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

AGRADEZCA Y CIERRE

 RANCAGUA 0333 - FONDO: 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

D2.1 ¿Qué tipo de problema tuvo? **REGISTRE TEXTUAL.** Sondee: **¿Algún otro problema? REGISTRE.** Y finalmente, **¿algún otro? REGISTRE.** MÚLTIPLE, ESPONTÁNEA. REGISTRE EN FORMA TEXTUAL.

D2.2 Y estos problemas, ¿dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar?

SI	1	→	SEGUIR
NO	2	→	PASE A D3

D2.3 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/NC
Evaluación servicio técnico	1	2	3	4	5	6	7	9

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

D2.4 SOLO QUIÉNES EVALÚAN DE 1 A 4 EN D2.3 **¿Por qué evalúa con esa nota? ¿Algo más??** **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 D4

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

	Canales de reclamo	D3.1.a
1	De forma telefónica	1
2	A través de la web	2
3	De forma presencial, a través de una sucursal	3

D3.1.b Y en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿Cómo evaluaría usted el proceso de interposición del reclamo?

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

→ SI EVLAÚA 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/NC
Satisfacción con la resolución de su problema	1	2	3	4	5	6	7	9

DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

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

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

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

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

RESPUESTA MULTIPLE

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

AGRADEZCA Y CIERRE