INFORME II V2

Servicio de Encuesta de Satisfacción de Usuarios y Medición del Nivel de Calidad de Servicios de Telecomunicaciones Resultados Medición 2020

Preparada por Ipsos Chile para la Subsecretaría de Telecomunicaciones

Diciembre 15 de 2020

ÍNDICE

SECCIÓN 1	**PRERSENTACION DEL INFORME**	3
1.1	Presentación	3
SECCIÓN 2	**OBJETIVOS DEL ESTUDIO**	4
2.1	Objetivo General	4
2.2	Objetivos Específicos	5
SECCIÓN 3	**DESCRIPCION METODOLOGICA**	6
3.1	Tipo de Estudio	6
3.2	Muestra del Estudio	6
3.3	Grupo Objetivo y Cobertura	7
3.4	Diseño Muestral	7
3.5	Cuestionarios	7
3.6	Tamaño Muestral	8
3.7	Ponderación del Estudio	10
3.8	Muestras Históricas por Servicio	26
3.9	Perfil de los Entrevistados	27
3.10	Indicadores usados	27
SECCIÓN 4	**RESUMEN EJECUTIVO**	30
4.1	Presentacion Resumen	30
4.2	Derechos del consumidor e Telecomunicaciones	30
4.3	Satisfacción	31
4.4	Satisfacción Telefonía Móvil	31
4.5	Satisfacción Internet Móvil	32
4.6	Satisfacción Internet Fija	32
4.7	Satisfacción TV Pagada	33
SECCIÓN 5	**CONOCIMIENTNO DEDRECHOS DEL CONSUMIDOR**	34
SECCIÓN 6	**CONOCIMIENTO TV DIGITAL DE LIBRE RECEPCION**	37
SECCIÓN 7	**PERCEPCION COVID 19**	39
SECCIÓN 8	**CONOCIMIENTO TV EDUCA CHILE**	41
SECCIÓN 9	**RESULTADOS GENERALES**	42
9.1	Satisfacción	42
9.2	Problemas, Reclamos y Resolución de Problemas	44
SECCIÓN 10	**RESULTADOS POR SERVICIO**	51
10.1	Telefonía Móvil	51
10.2	Internet Móvil	74
10.3	Internet Fija	102
10.4	TV Pagada	135
SECCIÓN 11	**RANKING DE CALIDAD**	**165**
SECCIÓN 12	**ANALISIS POR REGION**	**171**
SECCIÓN 13	**EVOLUTIVO RESUMEN INDICADORES**	**175**
SECCIÓN 14	**CONCLUSIONES**	**181**
ANEXO 1	**CUESTIONARIOS**	**184**

SECCIÓN 1. PRESENTACIÓN DEL INFORME

1.1 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 a 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 Nº 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, mayor 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, 2015, 2016, 2017 y en el segundo semestre de 2018 y 2019, y deberá ser ejecutado durante el segundo semestre de 2020 con los cuestionarios y metodología que el contratista diseñe al efecto para los servicios sujetos a medición.

SECCIÓN 2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

2.1 Objetivo General

Los objetivos Generales del estudio son;

a) 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 o fija, 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.

b) Disponer de información relativa al grado de conocimiento que tienen los usuarios de servicios de telecomunicaciones respecto de la entrada en operación de la televisión digital

en Chile.

2.2 Objetivos Específicos

Los objetivos Específicos del estudio son;

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 y 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) Levantar información asociada al grado de conocimiento que tienen los usuarios de servicios de telecomunicaciones respecto de la futura entrada en operación de la televisión digital en Chile.

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, género, zonales, regionales, grupos etarios, otros.

k) Conocer qué y cuánto saben los usuarios de telecomunicaciones respecto de sus derechos.

SECCIÓN 3. DESCRIPCION METODOLÓGICA

3.1 Tipo de Estudio

Investigación de Carácter Cuantitativa, donde las variables a medir son el nivel de satisfacción con el servicio de las empresas de telecomunicaciones y el conocimiento de la entrada en operación de la televisión digital.

Ipsos Chile midió el servicio de **Internet Residencial o Fija, Internet Móvil, Televisión Pagada y Telefonía Móvil** de las principales empresas oferentes en el mercado nacional.

3.2 Muestra de Estudio

La muestra realizada por Ipsos Chile fue de **16.146** entrevistas, totales, que cumplen con las características solicitadas en las Bases Técnicas de la presente licitación. Asegurando el mismo nivel de certeza estadística de los estimadores de satisfacción para cada una de ellas.

Para asegurar la representación de todas las compañías y el nivel de certeza estadística igual en los diferentes servicios evaluados, Ipsos Chile realizó un muestreo probabilístico de proporciones con afijación simple, es decir cada empresa tiene el mismo tamaño de muestra en cada uno de los servicios que ofrece, este es de 702 entrevistas para cada una de las empresas/servicio prestado.

La recolección de los datos se realizó mediante encuestas telefónicas (CATI), y el Marco Muestral fue proporcionado por SUBTEL y fue sometido a los diferentes procedimientos de validación para la correcta ejecución del estudio.

3.3 Grupo Objetivo y Cobertura

El Grupo objetivo en estudio, estuvo compuesto por usuarios de los servicios de telecomunicaciones, hombres y mujeres, mayores de 18 años, residentes en las diferentes regiones del país.

Los segmentos y las compañías medidos en este estudio fueron los siguientes;

a) Internet Fija: Movistar, Entel, VTR, Claro, Telcoy / Telsur, Mundo Pacífico
b) Internet Móvil: Movistar, Entel, VTR, Claro, Virgin, WOM
c) Televisión Pagada: Movistar, Entel, Claro, VTR, DirectTV, Mundo Pacífico
d) Telefonía Movil: Movistar, Entel, Claro, WOM, Virgin

3.4 Diseño Muestral

El diseño muestral aplicado fue probabilístico y estratificado, con afijación no proporcional a los estratos (servicio, empresa), es decir, el número de casos seleccionado para cada estrato es proporcional al número de elementos en de ese estrato dentro la población, con un error muestral máximo por Compañía y Servicio, de hasta 3,7%, y con un nivel de confianza de un 95%.

Al igual que en la mediciones anteriores, se aplicó una muestra aleatoria dentro de las Compañías / Servicios, y una muestra proporcional por región y tipo de cliente.

3.5 Cuestionarios (Ver Anexo 1)

El levantamiento de la informacion se realizó a través de la aplicación de 4 cuestionarios, 1 por cada servicio. Cada uno de ellos mantuvo la estructura de las mediciones anteriores para asegurar su comparabilidad y adicionalmente se agregaron los temas de Contingencia relacionada a Covid 19 y TV Educa Chile.

Se realizaron actualizaciones a los cuestionarios, pre codificando las preguntas abiertas de acuerdo con los tipos de respuesta presentados en las mediciones anteriores, para agilizar su aplicación y reducir los tiempos de codificación manteniendo la comparabilidad de las respuestas.

3.6 Tamaño Muestral

El tamaño muestral fue calculado en base al error muestral y nivel de confianza requeridos por empresa y servicio.

El universo provisto por Subtel fue el siguiente:

Empresa	Servicio					Total Universo (N)
	Telefonía Móvil		Internet Móvil	Internet Fija	Tv Pagada	
	Contrato	Prepago				
Telefónica Móviles de Chile /Telefónica Chile	2.617.056	2.668.465	3.509.486	969.386	488.586	10.252.979
Claro Chile / Claro Comunicaciones	1.990.195	2.546.933	2.867.530	472.007	358.366	8.235.031
Entel PCS / Entel S.A.	3.423.861	2.464.513	5.065.227	191.147	164.816	11.309.564
VTR Comunicaciones Spa			202.200	1.302.519	1.069.627	2.574.346
WOM S.A.	2.453.234	2.493.551	4.723.923			9.670.708
VIRGIN Mobile Chile SPA		178.353	147.143			325.496
DIRECTV					691.372	691.372
Telefónica del Sur / Telefónica Coyhaique				205.097		205.097
Pacífico Cable				298.054	164.450	462.504
Total Universo (N)	**10.484.346**	**10.351.815**	**16.515.509**	**3.438.210**	**2.937.217**	**43.727.097**

La muestra determinada por Servicio y Compañía, cumpliendo con los requisitos de error muestral y nivel de confianza fueron los siguientes:

Empresa	Servicio					Total Muestra (n)
	Telefonía Móvil		Internet Móvil	Internet Fija	Tv Pagada	
	Contrato	Prepago				
Telefónica Móviles de Chile /Telefónica Chile	350	352	702	702	702	2.808
Claro Chile / Claro Comunicaciones	240	462	702	702	702	2.808
Entel PCS / Entel S.A.	385	317	702	702	702	2.808
VTR Comunicaciones Spa			702	702	702	2.106
WOM S.A.	420	282	702			1.404
VIRGIN Mobile Chile SPA		720	702			1.422
DIRECTV					702	702
Telefónica del Sur / Telefónica Coyhaique				702		702
Pacífico Cable				702	702	1.404
Total Muestra (n)	**1.395**	**2.133**	**4.212**	**4.212**	**4.212**	**16.164**
	3.528					

Para asignarle una muestra regional al segmento Prepago, usamos la distribución de registros del segmento Contrato a fin de igualar criterios y asignarle muestra, convirtiéndose en ponderador la proporción de cada una de las regiones.

De acuerdo con lo anterior el universo final se redujo, pero no significativamente, a lo siguiente:

	Servicio					Total Universo (N)
	Telefonía Móvil		Internet Móvil	Internet Fija	Tv Pagada	
Región	**Contrato**	**Prepago**				
I - Tarapacá	198.902	189.318	319.601	64.881	49.676	**822.378**
II - Antofagasta	399.491	370.794	637.737	139.680	126.572	**1.674.274**
III - Atacama	179.240	172.745	284.467	49.544	53.352	**739.348**
IV - Coquimbo	465.941	458.136	724.880	130.587	133.138	**1.912.682**
V - Valparaíso	968.011	978.021	1.564.671	375.779	395.102	**4.281.584**
VI - Libertador General Bernardo O'Higgins	389.276	352.117	612.468	123.771	173.174	**1.650.806**
VII - Maule	542.083	519.466	843.094	139.702	153.186	**2.197.531**
VIII - Biobío	922.203	879.732	1.474.539	312.406	301.920	**3.890.800**
IX - La Araucanía	448.751	452.167	716.067	116.831	129.765	**1.863.581**
X - Los Lagos	457.145	453.119	729.636	122.788	118.586	**1.881.274**
XI - Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	61.495	54.575	94.620	17.530	9.322	**237.542**
XII - Magallanes y de la Antártica Chilena	112.858	113.239	168.596	41.737	18.930	**455.360**
X111 - Región Metropolitana de Santiago	4.803.913	4.879.037	7.556.661	1.637.115	1.144.460	**20.021.186**
XIV - Los Ríos	223.825	221.317	341.411	57.440	51.612	**895.605**
XV - Arica y Parinacota	130.744	126.960	205.907	49.517	34.683	**547.811**
XVI Región Ñuble	116.785	131.072	180.089	42.699	42.324	**512.969**
Total Universo (N)	**10.420.663**	**10.351.815**	**16.454.444**	**3.422.007**	**2.935.802**	**43.584.731**
	20.772.478					

En base a lo anterior la muestra por región y Servicio se distribuyó de la siguiente manera:

	Servicio					Total Muestra (n)
	Telefonía Móvil		Internet Móvil	Internet Fija	Tv Pagada	
Región	**Contrato**	**Prepago**				
I - Tarapacá	35	36	80	54	52	**257**
II - Antofagasta	53	55	156	107	126	**497**
III - Atacama	24	32	60	43	68	**227**
IV - Coquimbo	61	76	158	132	173	**600**
V - Valparaíso	130	227	509	326	470	**1.662**
VI - Libertador General Bernardo O'Higgins	48	75	138	172	264	**697**
VII - Maule	73	99	163	199	259	**793**
VIII - Biobío	119	164	340	487	587	**1.697**
IX - La Araucanía	62	116	158	204	187	**727**
X - Los Lagos	60	81	169	305	157	**772**
XI - Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	8	9	16	60	10	**103**
XII - Magallanes y de la Antártica Chilena	15	24	35	38	30	**142**
X111 - Región Metropolitana de Santiago	644	1.045	2.088	1.822	1.656	**7.255**
XIV - Los Ríos	29	35	68	155	69	**356**
XV - Arica y Parinacota	18	29	32	39	32	**150**
XVI Región Ñuble	16	30	42	69	72	**229**
Total Muestra (n)	**1.395**	**2.133**	**4.212**	**4.212**	**4.212**	**16.164**
	3.528					

3.7 Ponderación del Estudio

A continuación, se presenta el procedimiento realizado para proyectar los resultados (obtenidos con la muestra del estudio 2020), al total de la población de interés.

Para el logro de lo anterior, la investigación de mercados utiliza el Factor de Ponderación. Este factor no es otra cosa que el inverso de las correspondientes probabilidades de selección, es decir Universo dividido por la muestra (N/n), para cada una de las "celdas o microsegmentación" del estudio. Este procedimiento se denomina **Ratio Estimator**.

Para el cálculo del **Factor de Ponderación o Factor de Expansión** se considera la información detallada en el Marco Muestral proporcionado por SUBTEL a través de las bases de datos

entregadas por los diferentes operadores de los servicios de telecomunicaciones considerados en la presente investigación.

Según esta definición, el "Marco Muestral = Universo" sobre el cual se desarrolló la investigación fue el siguiente:

Servicio	Suscriptores (N)
Telefonía Móvil Contrato y Prepago	20.836.161
Internet Móvil	16.515.509
Internet Fija	3.438.210
Tv Pagada	2.937.217
Total Universo (N)	**43.727.097**

Este universo total (N) está segmentado de la siguiente manera por cada una de las compañías:

	Servicio					Total Universo (N)
	Telefonía Móvil		Internet Móvil	Internet Fija	Tv Pagada	
Empresa	Contrato	Prepago				
Telefónica Móviles de Chile /Telefónica Chile	2.617.056	2.668.465	3.509.486	969.386	488.586	10.252.979
Claro Chile / Claro Comunicaciones	1.990.195	2.546.933	2.867.530	472.007	358.366	8.235.031
Entel PCS / Entel S.A.	3.423.861	2.464.513	5.065.227	191.147	164.816	11.309.564
VTR Comunicaciones Spa			202.200	1.302.519	1.069.627	2.574.346
WOM S.A.	2.453.234	2.493.551	4.723.923			9.670.708
VIRGIN Mobile Chile SPA		178.353	147.143			325.496
DIRECTV					691.372	691.372
Telefónica del Sur / Telefónica Coyhaique				205.097		205.097
Pacífico Cable				298.054	164.450	462.504
Total Universo (N)	**10.484.346**	**10.351.815**	**16.515.509**	**3.438.210**	**2.937.217**	**43.727.097**

Adicionalmente, el marco muestral considera la distribución por región para cada una de las compañías, exceptuando para Virgin, para el cual se realizó un tratamiento de los datos para ajustarlo al ponderador general que incluye la cantidad de suscriptores por región. Esto se detallará más adelante.

La distribución por regiones y Servicios es la siguiente:

	Servicio					Total Universo (N)
	Telefonía Móvil		Internet Móvil	Internet Fija	Tv Pagada	
Región	Contrato	Prepago				
I - Tarapacá	198.902	188.327	318.972	64.881	49.676	**820.758**
II - Antofagasta	399.491	367.326	635.222	139.680	126.572	**1.668.291**
III - Atacama	179.240	171.506	283.000	49.545	53.352	**736.643**
IV - Coquimbo	465.941	456.154	723.203	130.587	133.138	**1.909.023**
V - Valparaíso	968.011	957.213	1.548.531	405.731	395.102	**4.274.588**
VI - Libertador General Bernardo O'Higgins	389.276	347.658	608.276	93.820	173.174	**1.612.204**
VII - Maule	542.083	517.237	840.788	139.702	153.186	**2.192.996**
VIII - Biobío	922.203	871.062	1.467.832	312.406	301.920	**3.875.423**
IX - La Araucanía	448.751	444.240	710.827	116.831	129.765	**1.850.414**
X - Los Lagos	457.145	449.899	724.605	122.788	118.586	**1.873.023**
XI - Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	61.495	54.575	94.030	17.837	10.736	**238.673**
XII - Magallanes y de la Antártica Chilena	112.858	112.496	167.793	41.760	18.930	**453.837**
X111 - Región Metropolitana de Santiago	4.803.913	4.761.126	7.459.823	1.637.125	1.144.460	**19.806.447**
XIV - Los Ríos	223.825	219.088	339.734	57.440	51.612	**891.699**
XV - Arica y Parinacota	130.744	126.217	205.697	49.517	34.683	**546.858**
XVI Región Ñuble	116.785	129.338	179.041	58.393	42.324	**525.881**
Sin region	63.683	178.353	208.135	167	1	**450.339**
Total Universo (N)	**10.484.346**	**10.351.815**	**16.515.509**	**3.438.210**	**2.937.217**	**43.727.097**

Existen registros que no pudieron ser clasificados a nivel regional que figuran en la tabla anterior como “Sin región” dado que en la Base de Datos provista por las empresas proveedoras no incluye esa variable.

Existen tres (3) variables que se deben considerar para el cálculo del ponderador:

a) Servicio prestado
b) Compañía o Empresa de Telecomunicaciones
c) Región de residencia del suscrito

Como el estudio tiene por objeto determinar los resultados para cada Servicio y también la evaluación a nivel agregado (Resultados Generales Total Telecomunicaciones), se obtienen cinco Factores de Ponderación, cada uno para representar fielmente el universo compuesto por el Marco muestral antes descrito.

Por ello, a continuación se detalla cómo se determinan los Factores de Ponderación para cada Servicio y de los Resultados Generales Total Telecomunicaciones.

I. Telefonía Móvil
II. Internet Móvil
III. Internet Fija
IV. Tv Pagada
V. Resultados Generales – Total Telecomunicaciones

I. Telefonía Móvil

Para determinar los Factores de Ponderación de la Telefonía Móvil se consideraron las siguientes variables:

a) Compañía o Empresa de Telecomunicaciones

- Telefónica Móviles de Chile /Telefónica Chile
- Claro Chile / Claro Comunicaciones
- Entel PCS / Entel S.A.
- WOM S.A.
- VIRGIN Mobile Chile SPA

b) Región de residencia del suscrito

La distribución de los suscrito de las diferentes compañías es la siguiente:

	TELEFONIA MOVIL					
	Telefónica	Claro	Entel	WOM S.A.	VIRGIN	TOTAL
REGION	5.285.521	4.537.128	5.888.374	4.946.785	178.353	20.836.161
I - Tarapacá	90.788	65.361	131.805	99.275		387.229
II - Antofagasta	172.474	107.720	314.279	172.344		766.817
III - Atacama	95.219	56.681	106.638	92.208		350.746
IV - Coquimbo	342.157	142.507	213.367	224.064		922.095
V - Valparaíso	535.314	446.544	486.906	456.460		1.925.224
VI - Libertador Gral Bernardo O'Higgins	262.300	-	297.169	177.465		736.934
VII - Maule	193.820	248.551	383.231	233.718		1.059.320
VIII - Biobío	291.736	374.594	671.144	455.791		1.793.265
IX - La Araucanía	234.774	187.360	208.650	262.207		892.991
X - Los Lagos	218.917	197.585	232.883	257.659		907.044
XI - Aysén del Gral C. Ibáñez del Campo	25.487	11.998	57.084	21.501		116.070
XII - Magallanes y Antártica Chilena	84.980	57.568	55.702	27.104		225.354
X111 - Región Metropolitana de Santiago	2.413.118	2.422.906	2.490.221	2.238.794		9.565.039
XIV - Los Ríos	159.258	78.035	109.305	96.315		442.913
XV - Arica y Parinacota	59.875	50.683	77.341	69.062		256.961
XVI Región Ñuble	94.270	89.035	-	62.818		246.123
Sin region	11.034	-	52.649		178.353	242.036

Se puede observar que existen 3 compañías que dentro del Marco Muestral no tienen región y para ello se realizó el siguiente tratamiento.

- En caso de Telefónica y Entel no se consideraron esos suscritos en el cálculo del Ponderador de Telefonía Móvil ya que todas las respuestas traen identificado una región y por lo tanto estos no tendrían representación en la muestra. Esta exclusión no es significativa, ya que podría impactar en el resultado total de la siguiente manera:

  - Sin región telefonía. Se excluye un 0,002%
  - Sin región Entel: se excluye un 0,008%.

- Respecto de VIRGIN, como no existía información de Regiones dentro del Marco Muestral y todos los entrevistados respondieron pertenecer a una, para el cálculo del Factor de Ponderación se distribuyó el Universo en igual proporción que la muestra lograda. Esto no altera ningún resultado porque en el caso de esta compañía la representación en el total es igual si se hubiese considerado como que todas las respuestas fuesen sin región. Esta es la razón por la cual no pudieron ser clasificados los registros de Virgin en términos zonales para la determinacion de la muestra.

Finalmente, el Factor de Ponderación se determinó considerando el universo con la siguiente distribución de regiones y compañías:

	TELEFONIA MOVIL					
	Telefónica	Claro	Entel	WOM S.A.	VIRGIN	TOTAL
REGION	**5.274.487**	**4.537.128**	**5.835.725**	**4.946.785**	**178.353**	**20.772.478**
I - Tarapacá	90.788	65.361	131.805	99.275	991	388.220
II - Antofagasta	172.474	107.720	314.279	172.344	3.468	770.285
III - Atacama	95.219	56.681	106.638	92.208	1.239	351.985
IV - Coquimbo	342.157	142.507	213.367	224.064	1.982	924.077
V - Valparaíso	535.314	446.544	486.906	456.460	20.808	1.946.032
VI - Libertador Gral Bernardo O'Higgins	262.300	-	297.169	177.465	4.459	741.393
VII - Maule	193.820	248.551	383.231	233.718	2.229	1.061.549
VIII - Biobío	291.736	374.594	671.144	455.791	8.670	1.801.935
IX - La Araucanía	234.774	187.360	208.650	262.207	7.927	900.918
X - Los Lagos	218.917	197.585	232.883	257.659	3.220	910.264
XI - Aysén del Gral C. Ibáñez del Campo	25.487	11.998	57.084	21.501	-	116.070
XII - Magallanes y Antártica Chilena	84.980	57.568	55.702	27.104	743	226.097
X111 - Región Metropolitana de Santiago	2.413.118	2.422.906	2.490.221	2.238.794	117.911	9.682.950
XIV - Los Ríos	159.258	78.035	109.305	96.315	2.229	445.142
XV - Arica y Parinacota	59.875	50.683	77.341	69.062	743	257.704
XVI Región Ñuble	94.270	89.035	-	62.818	1.734	247.857
Sin region		-				-

El total de suscritos es de 20.772.478.

c) Adicionalmente, el ponderador considera subcategorías con su propio Factor de Ponderación, dependiendo del tipo de suscripción CONTRATO y PREPAGO.

Los Factores de Ponderación se dividen en la modalidad de servicio contratado con la siguiente distribución:

	TELEFONIA MOVIL CONTRATO					
	Telefónica	Claro	Entel	WOM S.A.	VIRGIN	TOTAL
REGION	2.606.022	1.990.195	3.371.212	2.453.234	-	10.420.663
I - Tarapacá	44.857	28.670	76.142	49.233		198.902
II - Antofagasta	85.216	47.251	181.554	85.470		399.491
III - Atacama	47.046	24.863	61.603	45.728		179.240
IV - Coquimbo	169.053	62.510	123.259	111.119		465.941
V - Valparaíso	264.488	195.875	281.278	226.370		968.011
VI - Libertador Gral Bernardo O'Higgins	129.597	-	171.670	88.009		389.276
VII - Maule	95.763	109.026	221.387	115.907		542.083
VIII - Biobío	144.141	164.314	387.710	226.038		922.203
IX - La Araucanía	115.997	82.185	120.534	130.035		448.751
X - Los Lagos	108.163	86.670	134.533	127.779		457.145
XI - Aysén del Gral C. Ibáñez del Campo	12.593	5.263	32.976	10.663		61.495
XII - Magallanes y Antártica Chilena	41.987	25.252	32.178	13.441		112.858
X111 - Región Metropolitana de Santiago	1.192.275	1.062.799	1.438.565	1.110.274		4.803.913
XIV - Los Ríos	78.686	34.230	63.144	47.765		223.825
XV - Arica y Parinacota	29.583	22.232	44.679	34.250		130.744
XVI Región Ñuble	46.577	39.055	-	31.153		116.785
Sin region						-

	TELEFONIA MOVIL PREPAGO					
	Telefónica	Claro	Entel	WOM S.A.	VIRGIN	TOTAL
REGION	2.668.465	2.546.933	2.464.513	2.493.551	178.353	10.351.815
I - Tarapacá	45.931	36.691	55.663	50.042	991	189.318
II - Antofagasta	87.258	60.469	132.725	86.874	3.468	370.794
III - Atacama	48.173	31.818	45.035	46.480	1.239	172.745
IV - Coquimbo	173.104	79.997	90.108	112.945	1.982	458.136
V - Valparaíso	270.826	250.669	205.628	230.090	20.808	978.021
VI - Libertador Gral Bernardo O'Higgins	132.703	-	125.499	89.456	4.459	352.117
VII - Maule	98.057	139.525	161.844	117.811	2.229	519.466
VIII - Biobío	147.595	210.280	283.434	229.753	8.670	879.732
IX - La Araucanía	118.777	105.175	88.116	132.172	7.927	452.167
X - Los Lagos	110.754	110.915	98.350	129.880	3.220	453.119
XI - Aysén del Gral C. Ibáñez del Campo	12.894	6.735	24.108	10.838	-	54.575
XII - Magallanes y Antártica Chilena	42.993	32.316	23.524	13.663	743	113.239
X111 - Región Metropolitana de Santiago	1.220.843	1.360.107	1.051.656	1.128.520	117.911	4.879.037
XIV - Los Ríos	80.572	43.805	46.161	48.550	2.229	221.317
XV - Arica y Parinacota	30.292	28.451	32.662	34.812	743	126.960
XVI Región Ñuble	47.693	49.980	-	31.665	1.734	131.072
Sin region						-

Por lo tanto, se tomaron los datos de todas las entrevistas realizadas: 3.528 casos y que representan la opinión de 20. 772.478 de suscritos.

La fórmula para la obtención del Factor de Ponderación es:

$$Fact(t_mov)_Celda_{xyz} = \frac{N_{xyz}}{n_{xyz}}$$

El factor original de cada celda se compone de las siguientes variables:

N: población de la celda “xyz”
n: muestra de la celda “xyz”
x: Compañía, “x” tomará valores de 1 a 5
y: Región, “y” tomará valores de 1 a 16
z: Modalidad de Suscripción, “z” tomará valores de 1 a 2

Para el total de la muestra, es decir considerando todos los servicios, compañías y regiones,

$$Universo_TelefoníaMóvil = \sum_{x=1}^{5}\sum_{y=1}^{16}\sum_{z=1}^{2} Fact(t_mov)_Celda_{xyz}$$

x: Compañía, “x” tomará valores de 1 a 5
y: Región, “y” tomará valores de 1 a 16
z: Modalidad de Suscripción, “z” tomará valores de 1 a 2

II. Internet Móvil

Los Factores de Ponderación de para la muestra de Internet Móvil consideran las siguientes variables:

a) Compañía o Empresa de Telecomunicaciones (6)

- Telefónica Móviles de Chile /Telefónica Chile
- Claro Chile / Claro Comunicaciones
- Entel PCS / Entel S.A.
- VTR Comunicaciones Spa
- WOM S.A.
- VIRGIN Mobile Chile SPA

b) Región de residencia del suscrito

La distribución de los suscritos de las diferentes compañías es la siguiente:

	Internet Movil						
	Telefónica	Claro	Entel	VTR	WOM S.A.	VIRGIN	TOTAL
REGION	3.509.486	2.867.530	5.065.227	202.204	4.723.923	147.143	16.515.513
I - Tarapacá	60.896	40.536	113.801	7.092	96.647		318.972
II - Antofagasta	116.443	67.268	271.892	11.757	167.862		635.222
III - Atacama	63.860	35.995	91.585	1.927	89.633		283.000
IV - Coquimbo	225.457	90.351	182.706	6.909	217.780		723.203
V - Valparaíso	355.813	284.314	417.580	47.159	443.665		1.548.531
VI - Libertador Gral Bernardo O'Higgins	173.036	-	255.795	7.022	172.423		608.276
VII - Maule	127.991	156.238	324.725	4.809	227.025		840.788
VIII - Biobío	194.217	239.289	573.838	17.428	443.060		1.467.832
IX - La Araucanía	155.475	117.715	178.933	3.624	255.080		710.827
X - Los Lagos	146.560	123.609	197.621	6.171	250.644		724.605
XI - Aysén del Gral C. Ibáñez del Campo	17.084	7.574	48.402	39	20.931		94.030
XII - Magallanes y Antártica Chilena	56.995	36.404	48.000	39	26.359		167.797
X111 - Región Metropolitana de Santiago	1.599.201	1.532.079	2.149.638	87.942	2.090.963		7.459.823
XIV - Los Ríos	105.150	47.916	93.054		93.614		339.734
XV - Arica y Parinacota	40.090	31.913	66.500		67.194		205.697
XVI Región Ñuble	61.669	56.329	-		61.043		179.041
Sin region	9.549		51.157	286	-	147.143	208.135

Al igual que en el servicio anterior, el tratamiento de las compañías que presentaban registros "Sin Región" se dejaron fuera del cálculo del Factor de Ponderación ya que su impacto es mínimo en la representación de los suscritos y todos los entrevistados respondieron por una ciudad de residencia.

Además, según la información proporcionada por las diferentes compañías VTR tendría 39 suscritos en la Región XI y 39 Región XII, pero dentro de la selección aleatoria no se consiguieron muestras en ninguna de esas dos regiones, por lo tanto se rebajó la proyección en 78 suscritos. Por lo tanto, se tomaron los datos de todas las entrevistas realizadas: 4,212 casos y que representan la opinión de 16.454.444 de suscritos:

	Internet Movil						
	Telefónica	Claro	Entel	VTR	WOM S.A.	VIRGIN	TOTAL
REGION	3.499.937	2.867.530	5.014.070	201.840	4.723.923	147.144	16.454.444
I - Tarapacá	60.896	40.536	113.801	7.092	96.647	629	319.601
II - Antofagasta	116.443	67.268	271.892	11.757	167.862	2.515	637.737
III - Atacama	63.860	35.995	91.585	1.927	89.633	1.467	284.467
IV - Coquimbo	225.457	90.351	182.706	6.909	217.780	1.677	724.880
V - Valparaíso	355.813	284.314	417.580	47.159	443.665	16.140	1.564.671
VI - Libertador Gral Bernardo O'Higgins	173.036	-	255.795	7.022	172.423	4.192	612.468
VII - Maule	127.991	156.238	324.725	4.809	227.025	2.306	843.094
VIII - Biobío	194.217	239.289	573.838	17.428	443.060	6.707	1.474.539
IX - La Araucanía	155.475	117.715	178.933	3.624	255.080	5.240	716.067
X - Los Lagos	146.560	123.609	197.621	6.171	250.644	5.031	729.636
XI - Aysén del Gral C. Ibáñez del Campo	17.084	7.574	48.402		20.931	629	94.620
XII - Magallanes y Antártica Chilena	56.995	36.404	48.000		26.359	838	168.596
X111 - Región Metropolitana de Santiago	1.599.201	1.532.079	2.149.638	87.942	2.090.963	96.838	7.556.661
XIV - Los Ríos	105.150	47.916	93.054		93.614	1.677	341.411
XV - Arica y Parinacota	40.090	31.913	66.500		67.194	210	205.907
XVI Región Ñuble	61.669	56.329	-		61.043	1.048	180.089
Sin region					-		-

La fórmula para la obtención del Factor de Ponderación es:

$$Fact(i_mov)_Celda_{xy} = \frac{N_{xy}}{n_{xy}}$$

El factor original de cada celda se compone de las siguientes variables:

N: población de la celda “xy”
n: muestra de la celda “xy”
x: Compañía, “x” tomará valores de 1 a 6
y: Región, “y” tomará valores de 1 a 16

Para el total de la muestra, es decir considerando todos los servicios, compañías y regiones,

$$Universo_Internet\ Móvil = \sum_{x=1}^{6} \sum_{y=1}^{16} Fact(i_mov)_Celda_{xy}$$

x: Compañía, “x” tomará valores de 1 a 6
y: Región, “y” tomará valores de 1 a 16

III.Internet Fija

Los Factores de Ponderación de para la muestra de Internet Fija consideran las siguientes variables:

a) Compañía o Empresa de Telecomunicaciones (6)

a. Telefónica Móviles de Chile /Telefónica Chile
b. Claro Chile / Claro Comunicaciones
c. Entel PCS / Entel S.A.
d. VTR Comunicaciones Spa
e. Telefónica del Sur / Telefónica Coyhaique.
f. Pacífico Cable (Mundo Pacífico)

b) Región de residencia del suscrito

La distribución de los suscritos de las diferentes compañías es la siguiente:

	INTERNET FIJA						
	Telefónica	Claro	Entel	VTR	Tel del Sur / Tel Coyhaique	Pacífico Cable	TOTAL
REGION	969.386	472.007	191.147	1.302.519	205.097	298.054	3.438.210
I - Tarapacá	24.694	4.620	2.324	33.243	-	-	64.881
II - Antofagasta	27.169	11.200	6.100	95.211	-	-	139.680
III - Atacama	25.610	6.393	1.351	16.190	1		49.545
IV - Coquimbo	46.958	29.931	7.265	46.433	-	-	130.587
V - Valparaíso	108.530	46.138	19.392	201.719	1	-	375.780
VI - Libertador Gral Bernardo O'Higgins	29.967	17.594	6.675	38.212	1.372	29.951	123.771
VII - Maule	36.763	27.206	6.460	29.700	3.611	35.962	139.702
VIII - Biobío	62.399	30.818	4.710	86.449	31.376	96.654	312.406
IX - La Araucanía	47.399	8.609	3.487	15.171	35.156	7.009	116.831
X - Los Lagos	10.975	13.631	2.861	20.324	74.997	-	122.788
XI - Aysén del Gral C. Ibáñez del Campo	296	-	11	-	17.530	-	17.837
XII - Magallanes y Antártica Chilena	31.892	9.845	10	-	13	-	41.760
X111 - Región Metropolitana de Santiago	489.017	240.091	127.306	665.083	10	115.618	1.637.125
XIV - Los Ríos	5.048	5.301	541	9.061	36.590	899	57.440
XV - Arica y Parinacota	11.461	5.823	2.204	30.029	-	-	49.517
XVI Región Ñuble	11.208	14.807	283	15.694	4.440	11.961	58.393
Sin region			167				167

Como se ha mencionado anteriormente, el tratamiento de las compañías que presentaban registros “Sin Región” se dejaron fuera del cálculo del Factor de Ponderación, ya que su impacto es mínimo en la representación de los suscritos y todos los entrevistados respondieron por una ciudad de residencia.

También hubo que dejar fuera algunas cedas donde no se consiguieron muestras, pero que según las bbdd entregadas deberían haber suscritos aunque estos son muy pocos. El universo de proyección disminuyó en 16 mil suscritos que representan al 0,47% del total del universo definido a partir del marco muestral entregado.

Por lo tanto, se tomaron los datos de todas las entrevistas realizadas: 4,212 casos y que representan la opinión de 3.422.007 de suscritos.

	INTERNET FIJA						
	Telefónica	Claro	Entel	VTR	Tel del Sur / Tel Coyhaique	Pacífico Cable	TOTAL
REGION	969.090	472.007	190.959	1.286.825	205.072	298.054	3.422.007
I - Tarapacá	24.694	4.620	2.324	33.243	-	-	64.881
II - Antofagasta	27.169	11.200	6.100	95.211	-	-	139.680
III - Atacama	25.610	6.393	1.351	16.190		-	49.544
IV - Coquimbo	46.958	29.931	7.265	46.433	-	-	130.587
V - Valparaíso	108.530	46.138	19.392	201.719		-	375.779
VI - Libertador Gral Bernardo O'Higgins	29.967	17.594	6.675	38.212	1.372	29.951	123.771
VII - Maule	36.763	27.206	6.460	29.700	3.611	35.962	139.702
VIII - Biobío	62.399	30.818	4.710	86.449	31.376	96.654	312.406
IX - La Araucanía	47.399	8.609	3.487	15.171	35.156	7.009	116.831
X - Los Lagos	10.975	13.631	2.861	20.324	74.997	-	122.788
XI - Aysén del Gral C. Ibáñez del Campo		-		-	17.530	-	17.530
XII - Magallanes y Antártica Chilena	31.892	9.845		-		-	41.737
X111 - Región Metropolitana de Santiago	489.017	240.091	127.306	665.083		115.618	1.637.115
XIV - Los Ríos	5.048	5.301	541	9.061	36.590	899	57.440
XV - Arica y Parinacota	11.461	5.823	2.204	30.029	-	-	49.517
XVI Región Ñuble	11.208	14.807	283		4.440	11.961	42.699
Sin region							-

La fórmula para la obtención del Factor de Ponderación es:

$$Fact(i_fija)_Celda_{xy} = \frac{N_{xy}}{n_{xy}}$$

El factor original de cada celda se compone de las siguientes variables:

N: población de la celda “xy”
n: muestra de la celda “xy”
x: Compañía, “x” tomará valores de 1 a 6
y: Región, “y” tomará valores de 1 a 16

Para el total de la muestra, es decir considerando todos los servicios, compañías y regiones,

$$Universo_Internet\ Fija\ = \sum_{x=1}^{6}\sum_{y=1}^{16} Fact(i_fija)_Celda_{xy}$$

x: Compañía, “x” tomará valores de 1 a 6
y: Región, “y” tomará valores de 1 a 16

IV.Tv Pagada

Los Factores de Ponderación de para la muestra de Televisión Pagada consideran las siguientes variables:

a) Compañía o Empresa de Telecomunicaciones (6)

a. Telefónica Móviles de Chile /Telefónica Chile
b. Claro Chile / Claro Comunicaciones
c. Entel PCS / Entel S.A.
d. VTR Comunicaciones Spa
e. DIRECTV.
f. Pacifico Cable (Mundo Pacífico)

b) Región de residencia del suscrito

La distribución de los suscritos de las diferentes compañías es la siguiente:

	TV PAGADA						
	Telefónica	Claro	Entel	VTR	DIRECTV	Pacífico Cable	TOTAL
REGION	488.586	358.366	164.816	1.069.627	691.372	164.450	2.937.217
I - Tarapacá	11.477	3.379	1.420	28.367	5.033	-	49.676
II - Antofagasta	15.190	6.673	3.360	86.717	14.632	-	126.572
III - Atacama	13.505	7.298	1.540	13.191	17.818	-	53.352
IV - Coquimbo	23.023	22.399	6.521	36.891	44.304	-	133.138
V - Valparaíso	57.955	45.088	21.057	195.020	75.982	-	395.102
VI - Libertador Gral Bernardo O'Higgins	19.139	32.553	8.906	36.152	67.570	8.854	173.174
VII - Maule	19.878	31.915	7.470	26.504	52.689	14.730	153.186
VIII - Biobío	34.783	22.489	7.997	82.890	75.079	78.682	301.920
IX - La Araucanía	23.305	22.662	6.287	17.623	52.968	6.920	129.765
X - Los Lagos	6.435	18.632	7.321	22.466	63.732	-	118.586
XI - Aysén del Gral C. Ibáñez del Campo	332	1.082	335	-	8.987	-	10.736
XII - Magallanes y Antártica Chilena	10.061	5.099	410	-	3.360	-	18.930
X111 - Región Metropolitana de Santiago	238.885	116.100	86.097	475.579	180.273	47.526	1.144.460
XIV - Los Ríos	3.301	8.948	2.761	9.365	26.203	1.034	51.612
XV - Arica y Parinacota	4.331	2.339	1.108	24.163	2.742	-	34.683
XVI Región Ñuble	6.986	11.710	2.225	14.699	-	6.704	42.324
Sin region			1				1

En el caso de Televisión Pagada solo Entel tenía un registro sin identificar la Región y en el caso de la XI región el Universo es muy pequeño para Telefónica y Claro, por lo que a partir del sorteo aleatorio no se encontraron muestras. Con esto el Universo para el cálculo del Factor de Ponderación es 2.935.802, que es menor al universo total de Tv pagada en 1,415 suscritos. La distribución final es la siguiente:

	TV PAGADA						
	Telefónica	Claro	Entel	VTR	DIRECTV	Pacífico Cable	TOTAL
REGION	488.254	357.284	164.815	1.069.627	691.372	164.450	2.935.802
I - Tarapacá	11.477	3.379	1.420	28.367	5.033	-	49.676
II - Antofagasta	15.190	6.673	3.360	86.717	14.632	-	126.572
III - Atacama	13.505	7.298	1.540	13.191	17.818	-	53.352
IV - Coquimbo	23.023	22.399	6.521	36.891	44.304	-	133.138
V - Valparaíso	57.955	45.088	21.057	195.020	75.982	-	395.102
VI - Libertador Gral Bernardo O'Higgins	19.139	32.553	8.906	36.152	67.570	8.854	173.174
VII - Maule	19.878	31.915	7.470	26.504	52.689	14.730	153.186
VIII - Biobío	34.783	22.489	7.997	82.890	75.079	78.682	301.920
IX - La Araucanía	23.305	22.662	6.287	17.623	52.968	6.920	129.765
X - Los Lagos	6.435	18.632	7.321	22.466	63.732	-	118.586
XI - Aysén del Gral C. Ibáñez del Campo			335	-	8.987	-	9.322
XII - Magallanes y Antártica Chilena	10.061	5.099	410	-	3.360	-	18.930
X111 - Región Metropolitana de Santiago	238.885	116.100	86.097	475.579	180.273	47.526	1.144.460
XIV - Los Ríos	3.301	8.948	2.761	9.365	26.203	1.034	51.612
XV - Arica y Parinacota	4.331	2.339	1.108	24.163	2.742	-	34.683
XVI Región Ñuble	6.986	11.710	2.225	14.699	-	6.704	42.324
Sin region							-

La muestra total de suscritos a televisión pagada es 4,212 casos.

La fórmula para la obtención del Factor de Ponderación es:

$$Fact(tv_paga)_Celda_{xy} = \frac{N_{xy}}{n_{xy}}$$

El factor original de cada celda se compone de las siguientes variables:

N: población de la celda "xy"
n: muestra de la celda "xy"
x: Compañía, "x" tomará valores de 1 a 6
y: Región, "y" tomará valores de 1 a 16

Para el total de la muestra, es decir considerando todos los servicios, compañías y regiones,

$$Universo_TVPagada = \sum_{x=1}^{6} \sum_{y=1}^{16} Fact(tv_paga)_Celda_{xy}$$

x: Compañía, "x" tomará valores de 1 a 6

y: Región, "y" tomará valores de 1 a 16

V. Resultados Generales – Total Telecomunicaciones

Para analizar los resultados del Total de la industria de las Telecomunicaciones, se tomaron los datos de todas las entrevistas realizadas: 16.164 casos y que representan la opinión de 43.584.731 de suscritos.
Este universo es el resultado de los refinamientos realizados en cada Servicio y que fueron descritos en detalle al momento de exponer la forma de determinar el Factor de Ponderación de cada uno de ellos.

Entonces, el Factor de Ponderación se determinó considerando el total de suscriptores a partir de la combinación (cruces) de las siguientes variables:
Servicio prestado

Compañía o Empresa de Telecomunicaciones
Región de residencia del suscrito

La fórmula para la obtención del Factor de Ponderación es:

$$Fact(total)_Celda_{xyz} = \frac{N_{xyz}}{n_{xyz}}$$

El factor original de cada celda se compone de las siguientes variables:

N: población de la celda "xyz"
n: muestra de la celda "xyz"
x: Servicio, "x" tomará valores de 1 a 5
y: Compañía, "y" tomará valores de 1 a 9
z: Región, "z" tomará valores de 1 a 16

Para el total de la muestra, es decir considerando todos los servicios, compañías y regiones,

$$Universo_Total\ Estudio = \sum_{x=1}^{5}\sum_{y=1}^{9}\sum_{z=1}^{16} Fact(total)_Celda_{xyz}$$

x: Servicio, "x" tomará valores de 1 a 5
y: Compañía, "y" tomará valores de 1 a 9
z: Región, "z" tomará valores de 1 a 16

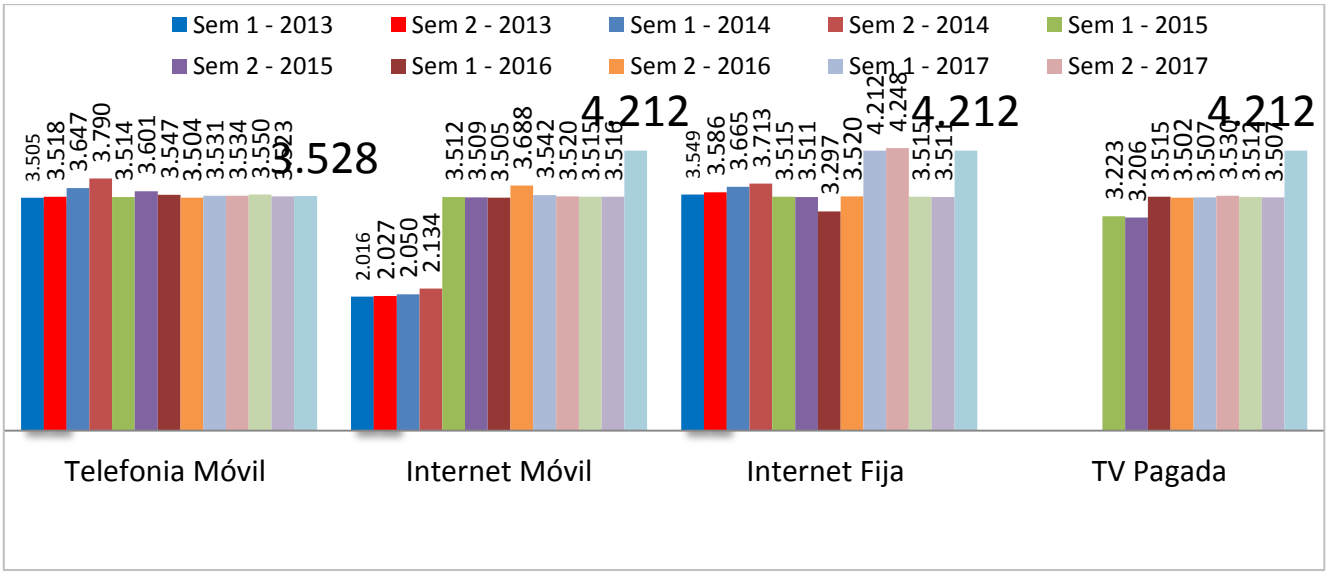
Finalmente, la ponderación dio como resultado el balance de la muestra considerando las variables objeto de la presente investigación que es la evaluación de los diferentes Servicios de Telecomunicación, las Compañías/Empresas que lo proporcionan y las Regiones donde existe la oferta de cada

3.8 Muestras Históricas por servicio

El tamaño de la muestra fue construido en base al Universo de entrevistados y conforme a los requisitos de error muestral (3,7%) y nivel de confianza (95%) solicitados por Subtel. Todo lo anterior calculado por Empresa, servicio y cobertura. Respondiendo a lo anterior Ipsos Chile realizó en 2020 una muestra de 16.164 casos finales segmentados de la siguiente manera por servicio:

a) Internet Fija: N= 4.212
b) Internet Móvil: N= 4.212
c) Televisión Pagada: N= 4.212
d) Telefonía Movil: N= 3.528

Gráfico 1. Comparativo de Muestra realizada entre los años 2013 y 2020:



3.9 Perfil de los entrevistados

El perfil de los entrevistados se grafica a continuación por segmento, género, rango etáreo y cobertura;

Gráfico 2. Perfil Demográfico por Servicio

Perfil	(%) Telefonía Móvil	(%) Internet Móvil	(%) Internet Fija	(%) TV Pagada
Hombre	45%	48%	47%	46%
Mujer	55%	52%	53%	54%
18 a 39	56%	57%	38%	26%
40 o más	44%	43%	62%	74%
RM	47%	46%	48%	39%
Otras regiones	53%	54%	52%	61%

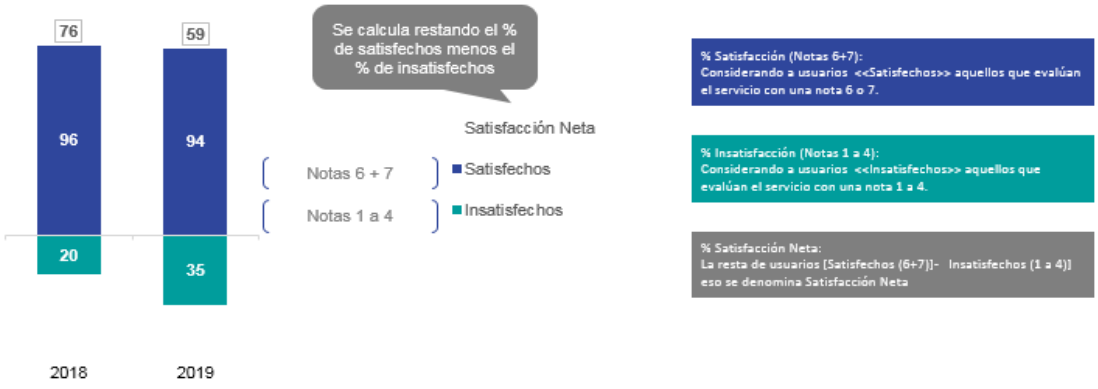
Sin mayores diferencias de género. Se evidencia una mayor proporción de mayores de 40 años para el servicio de Televisión Pagada con un 74% e Internet fija con un 62%. En términos zonales hay mayor presencia de usuarios de Televisión Pagada en regiones con un 61%.

3.10 Indicadores usados para informar resultados

Dado que los resultados se muestran comparados con las mediciones 2018 y 2019, en términos de análisis usaremos los mismo indicadores que en dichas mediciones, para asegurar una completa comparabilidad, de esta forma, el análisis del presente Estudio de Satisfacción de Usuarios se realizará principalmente a través de la calificación de Satisfacción en relacion con las principales preguntas que lo constituyen;

Gráfico 3. Indicadores Principales

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?



En el presente análisis y en concordancia con lo realizado por Cadem en años anteriores, consideramos como diferencia significativa 5 puntos porcentuales, ya sean éstos positivos o negativos. La indicación de estas diferencias significativas se incorporan de acuerdo con lo solicitado como sigue;

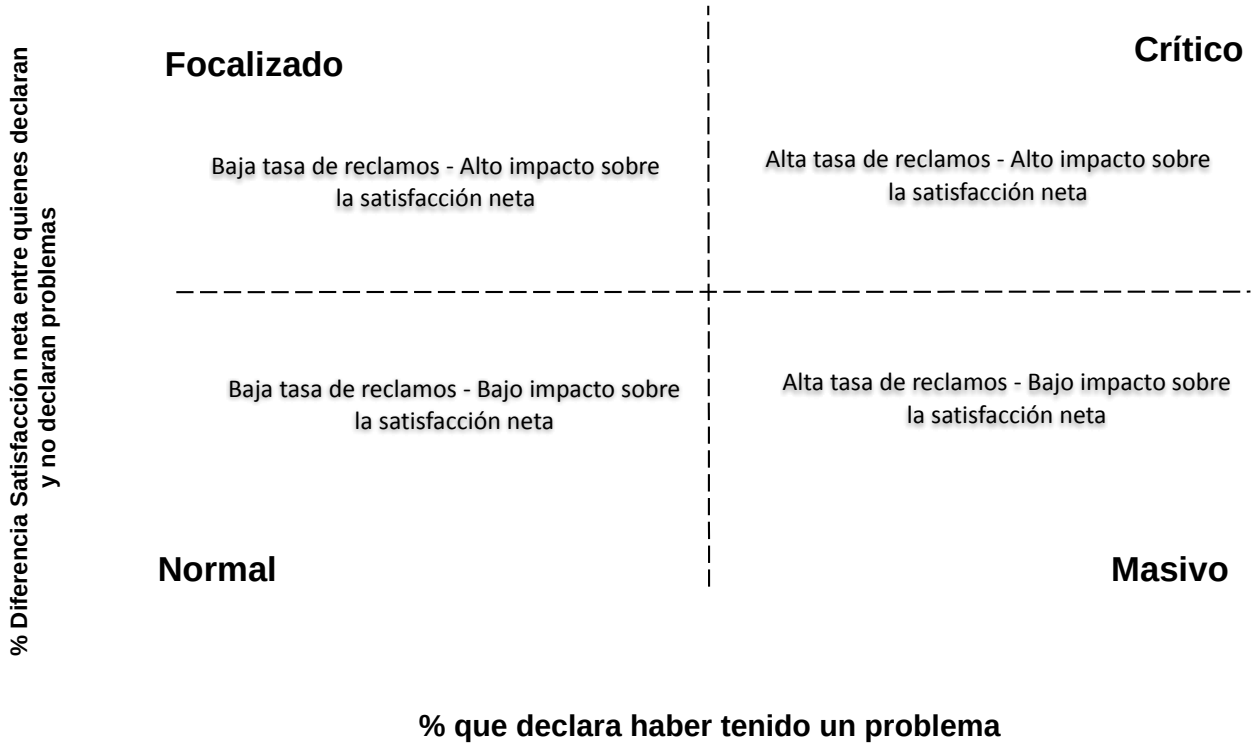
Indica una diferencia significativa POSITIVA

Indica una diferencia significativa NEGATIVA

Los principales Indicadores a analizar son;

- **Satisfacción Neta** : Cantidad de usuarios Satisfechos (Nota 6+7) menos la cantidad de usuarios Insatisfechos (Notas 1 a 4)
- **Tasa de Problemas** : Cantidad de Usuarios que han experimentado problemas dividida en la cantidad total de Usuarios.
- **Tasa de Reclamos**: Cantidad de Usuarios que han reportado su problema dividida en la cantidad de Usuarios que experimentaron problemas.
- **Tasa de Resolución**: Cantidad de Usuarios que indicaron que su problema fue resuelto dividido en la cantidad de usuarios que reportaron su problema.

Dado que con anterioridad Subtel recibió como parte de los entregables, Gráficos de Impacto, los incluimos como parte del informe donde consideramos que eran un aporte al análisis de resultados. Se utilizan cuatro cuadrantes para **graficar el Impacto** de la tasa de problemas sobre la satisfacción de los usuarios.



SECCIÓN 4. RESUMEN EJECUTIVO

4.1 Presentacion Resumen

En el presente apartado se presentarán los principales indicadores para los 4 Servicios objeto del Estudio.

A continuación, se exponen algunos de los resultados más relevantes de los 4 servicios y Derechos del Consumidor de Servicio de Telecomunicaciones, Norma Multibanda y TV Digital 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
- ✓ TV Digital

Los resultados a nivel total y por compañía, analizados en el presente Informe están ordenados de modo tal que puedan compararse las siguientes mediciones en aquellos casos en que los datos efectivamente sean comparables;

- ✓ Medición año 2019
- ✓ Medición año 2020

4.2 Derechos del Consumidor de Servicios de Telecomunicaciones

✓ Un **94%** de los usuarios entrevistados a Nivel Total **reconocen al menos un derecho** de forma asistida, aumentando en 2 puntos respecto de las mediciones 2019 (92%).

✓ Entre los derechos medidos, los más reconocidos son el derecho a **Poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento con un 76%** y el derecho a **Reclamar ante la empresa que le otorga el servicio de Telecomunicaciones por disconformidad con el servicio prestado con un 73%,** aumentando 4 y 2 puntos respectivamente en relacion a la medición anterior.

✓ **Reclamar al servicio 105** de la empresa que entrega el servicio continúa siendo el Derecho menos conocido con un **37%**.

✓ Sobre la percepción sobre las **instituciones que protegen los derechos de los consumidores** en relacion al servicios de telecomunicaciones, un **61%** indica que **Sernac** es la

institución que los hace sentir más protegidos a los usuarios respecto de sus derechos (+4 puntos que en 2019),en tanto que, **Subtel** sube en reconocimiento respecto del año anterior con un **38%** y 16 punto porcentuales por encima de 2019.

4.3 Satisfacción

✓ La satisfacción neta con **Telefonía Móvil** cae 7 puntos y llega a un 50%, respecto a la medición anterior.

✓ La satisfacción neta con el servicio de **Internet Móvil** con un 42%, cae 2 puntos porcentuales respecto de la medición anterior.

✓ La satisfacción neta con **Internet Fija** es de -1%, siendo el servicio peor evaluado. Cae 23 puntos respecto de la medición 2019 (22%).

✓ La satisfacción neta con el servicio de **Televisión Pagada** es de 30%, 3 puntos porcentuales menos respecto la medición anterior.

4.4 Telefonía Móvil - Satisfacción Total neta de 57%

❖ **CONTRATO**: Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta

✓ Entel: 62%
✓ Movistar: 33%

❖ **CONTRATO**: Empresa con Mejor y Peor % de Problemas

✓ Movistar y Claro: 36%
✓ Entel y Wom: 25%

❖ **PREPAGO**: Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta

✓ Virgin: 74%
✓ Movistar: 41%

❖ **PREPAGO**: Empresa con Mejor y Peor % de Problemas

- ✓ Entel y Virgin: 19%
- ✓ Movistar: 24%

4.5 Internet Móvil - Satisfacción neta de 44%

❖ **CONTRATO:** Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta

- ✓ Entel: 51%
- ✓ VTR: 20%

❖ **CONTRATO:** Empresa con Mejor y Peor % de Problemas

- ✓ Entel: 34%
- ✓ VTR: 52%

❖ **PERPAGO:** Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta

- ✓ Entel: 66%
- ✓ VTR: 11%

❖ **PREPAGO:** Empresa con Mejor y Peor % de Problemas

- ✓ Entel y Virgin: 26%
- ✓ VTR: 52%

4.6 Internet Fija - Satisfacción neta de 22%

❖ Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta

- ✓ Telsur/Telcoy: 45%
- ✓ VTR: -33%

❖ Zona con Mejor y Peor satisfacción neta

- ✓ Sur: 13%
- ✓ Norte: -17%

- ❖ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas

- ✓ Telsur/Telcoy: 56%
- ✓ VTR: 85%

4.7 TV Pagada - Satisfacción neta (33%)

- ❖ Empresa con Mejor y Peor satisfacción neta

- ✓ Claro: 49%.
- ✓ Mundo Pacífico: -9%

- ❖ Zona con Mejor y Peor satisfacción neta

- ✓ Centro: 38%
- ✓ RM: 25%

- ❖ Empresa con Mejor y Peor % de Problemas

- ✓ Claro: 28%
- ✓ Mundo Pacífico: 67%

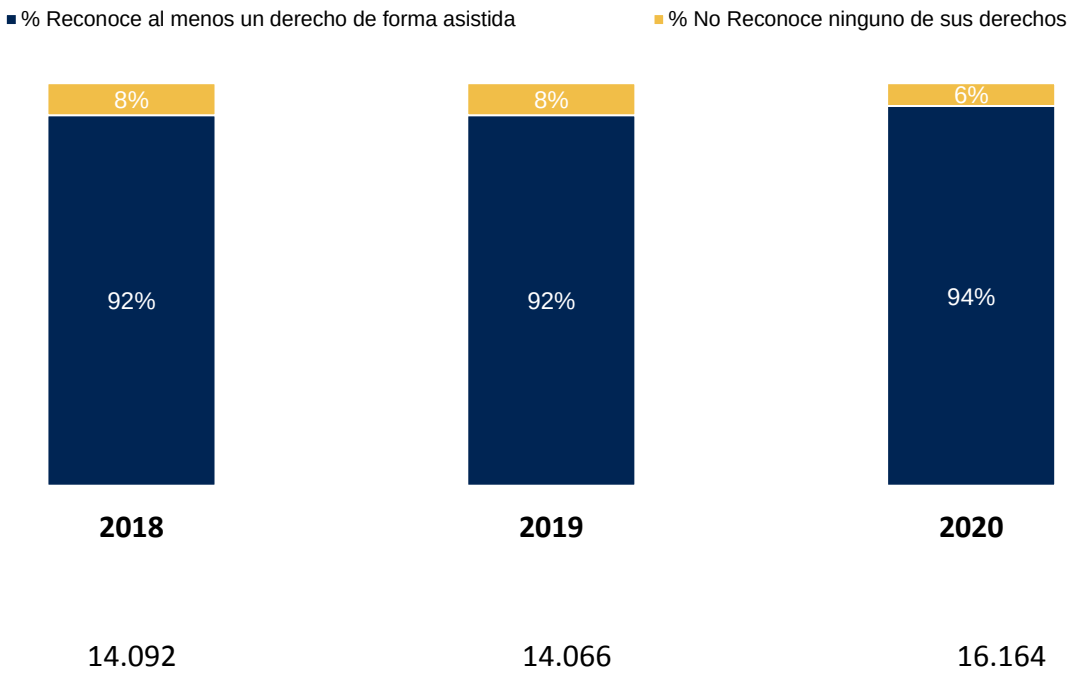
SECCIÓN 5. CONOCIMIENTO DERECHOS DEL CONSUMIDOR DE TELECOMUNICACIONES

El presente estudio tambien busca disponer de información relativa al grado de

conocimiento que tienen los usuarios respecto de sus derechos relativos a las telecomunicaciones.

Para lo anterior se consultó a los entrevistados: *Cuando usted 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….?*

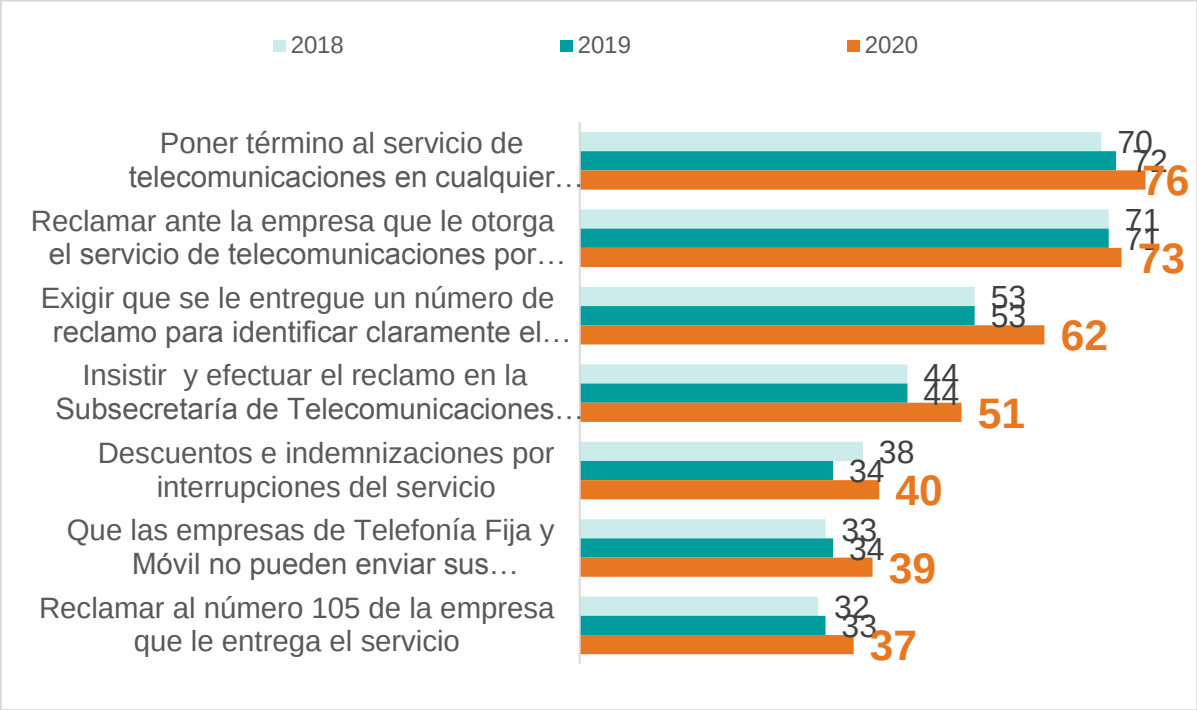
Gráfico 4. Conocimiento de usuarios sobre los derecho del consumidor de servicios de Telecomunicaciones



Aunque hay un leve aumento respecto de los años anteriores la diferencia no es significativa (2 puntos).

Gráfico 5. Conocimiento de usuarios sobre los derecho del consumidor ultimas 3 mediciones:

Al comparar las ultimas 3 mediciones nos encontramos con que hay un aumento en el conocimiento de los derechos del consumidor;

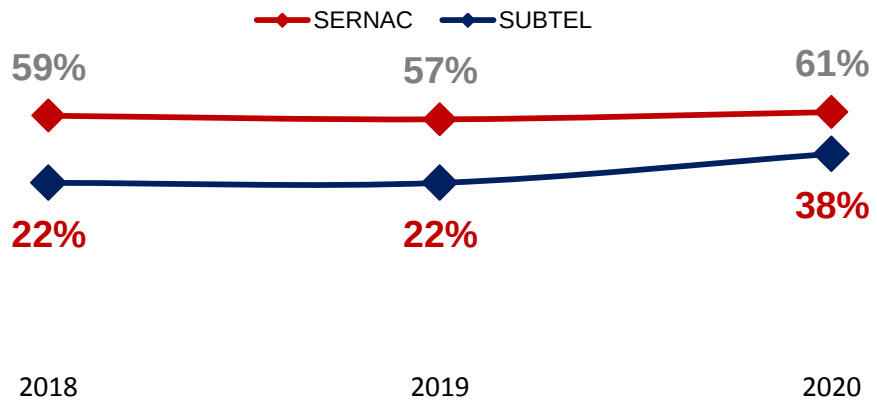


# DE DERECHOS QUE CONOCE	PROMEDIO
2018	3,2
2019	3,2
2020	3,8

La mayoría de los derechos son de conocimiento de los usuarios, percibiéndose un aumento significativo en la **Exigencia de un numero de reclamo** con un 62% (+9 puntos porcentuales) y la **Insistencia efectuando un reclamo a Subtel** con un 51% (+7 puntos porcentuales). Aun cuando aumenta 4 puntos porcentuales **Reclamar al número 105** sigue siendo el derecho con menor conocimiento declarado.

Se indagó tambien en las Instituciones que le hacen sentir más protegido, preguntando: *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?*

Gráfico 6. Evolutivo de Institución que le hace sentir más protegido para hacer valer sus derechos en telecomunicaciones



Sernac se mantiene como la institución con mayor reconocimiento como protectora de los derechos del consumidor en el ámbito de las telecomunicaciones con un 61%. Sin embargo, Subtel muestra un aumento significativo con un 38%, que representa 16 puntos porcentuales más que en la medición anterior.

Como resultado general de esta sección debemos tener en cuenta lo siguiente;

✓ Un 94% de los usuarios entrevistados indica conocer al menos uno de los 7 derechos mencionados, manteniéndose el **Derecho poner término al servicio de telecomunicaciones en cualquier momento** (76%) el más reconocido, seguido al igual que el año anterior, del derecho a **Reclamar ante la empresa por disconformidad con el servicio prestado** (73%). Un derecho que destaca su reconocimiento dado que aumenta en 9 puntos porcentuales es el derecho a **Exigir que se le entregue un número de reclamo** con un 62%.

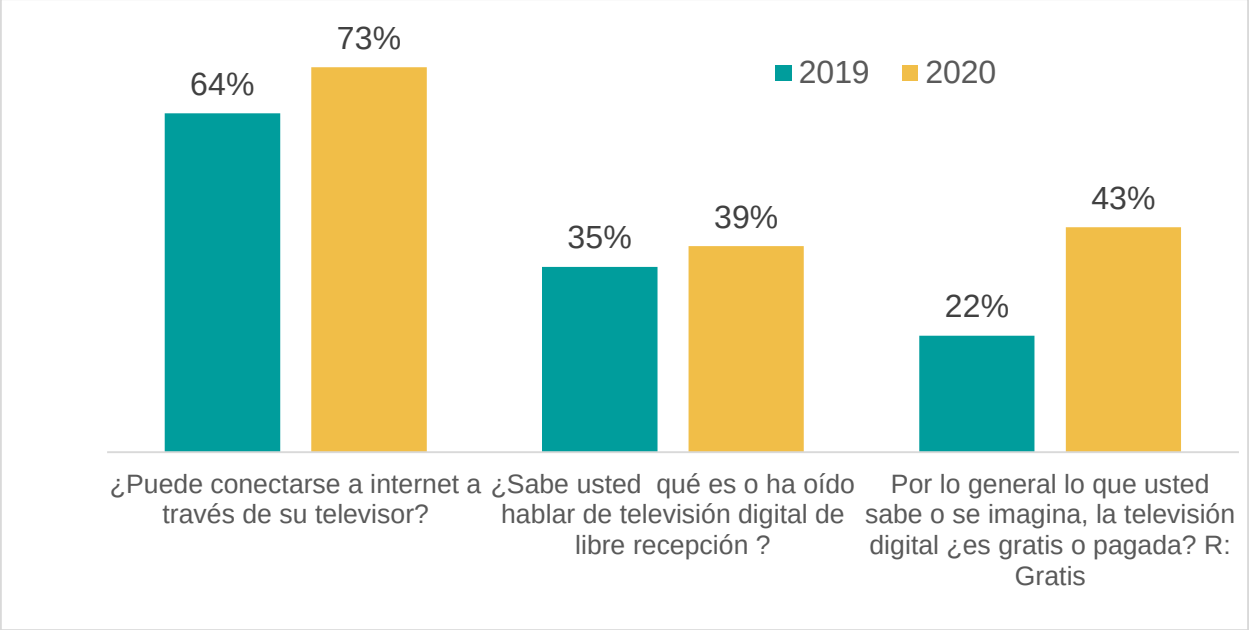
✓ **Aumenta el promedio de derechos reconocidos** de un 3,2 en 2019 a un **3,8,** es decir, más de la mitad de los 7 derechos son reconocidos por los entrevistados.

✓ En línea con las mediciones anteriores Sernac mantiene el mayor reconocimiento como la institución que entrega más seguridad a los usuarios para hacer valer los derechos en el ámbito de las telecomunicaciones, sin embargo, hay un **aumento de 16 puntos porcentuales al reconocimiento de Subtel, con un 38%**.

SECCIÓN 6. CONOCIMIENTO TV DIGITAL DE LIBRE RECEPCION

El conocimiento comparativo sobre la Televisión Digital 2019 – 2020 se refleja en el siguiente gráfico:

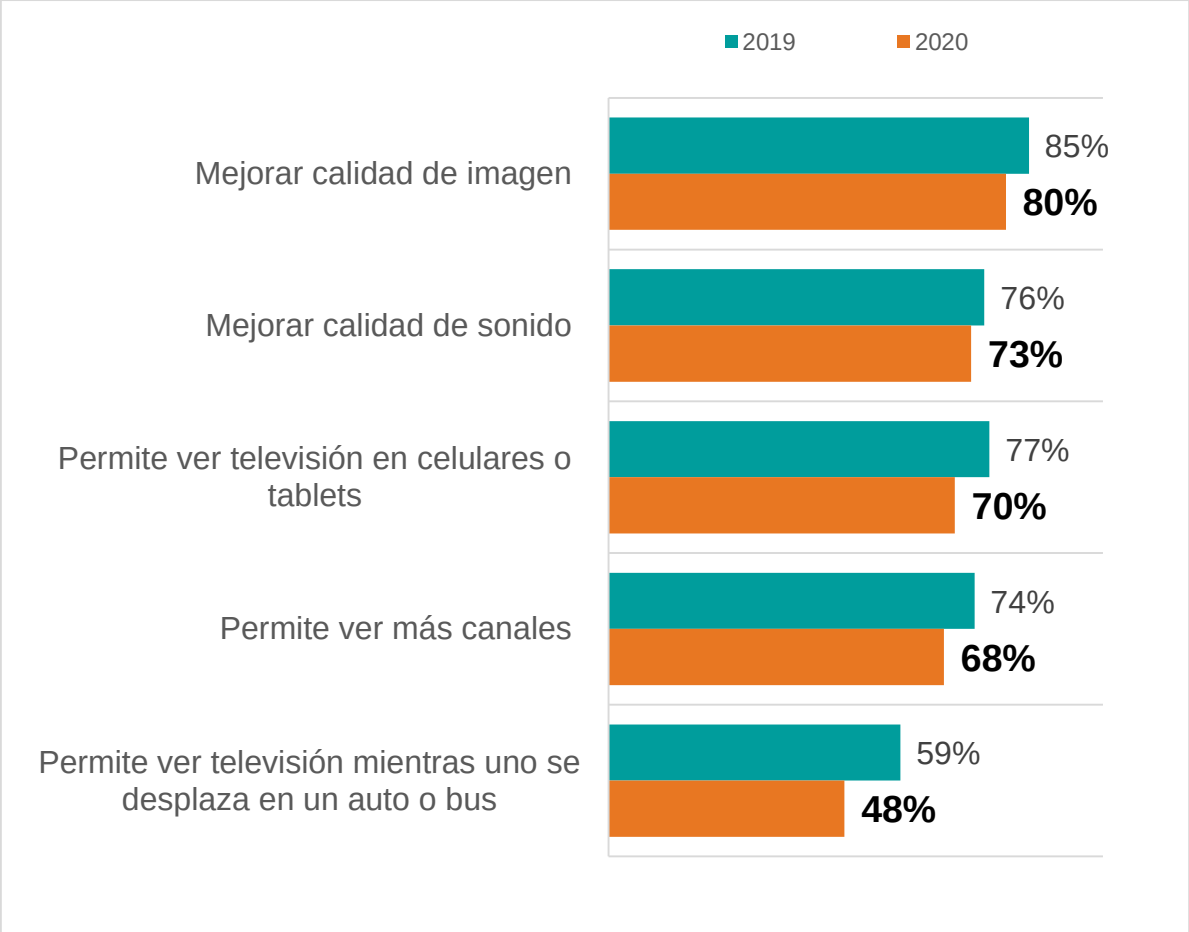
Gráfico 7. Evolutivo de conocimiento sobre TV Digital



Aumenta el porcentaje de entrevistados que indica poder conectarse a Internet a través de su televisor con un 73%, 9 puntos porcentuales de aumento respecto de la medición anterior. Aumenta tambien significativamente la proporción de entrevistados que indican que la televisión digital es gratuita, con un 43%, 21 puntos porcentuales por encima de la medición anterior.

Si nos detenemos en la percepción espontánea con la Televisión digital nos encontramos con los siguiente;

Gráfico 8. Asociación espontánea a Televisión Digital, Comparativo 2019-2020

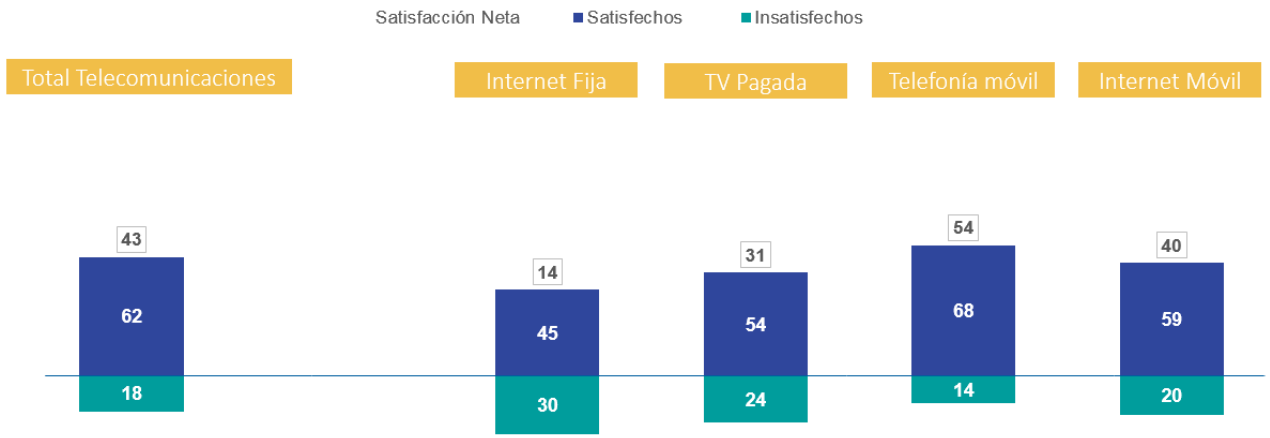


Nos percatamos, que si bien se mantienen las proporciones entre los aspectos evaluados, hay una reducción en los porcentajes de todos los aspectos, en particular en lo relacionado con **Permite ver televisión mientras uno se desplaza en un auto o bus** con un **48%**, -11 puntos porcentuales, **Permite ver televisión en celulares o tablets** con un **70%** con una reducción de -7 puntos porcentuales.

SECCIÓN 7. PERCEPCION COVID 19

En reunión de trabajo se acordó incorporar en la medición 2020 la Percepción general del servicio durante la Pandemia de Covid – 19, el nivel de Satisfacción de los usuarios, a los cuales se les preguntó: *¿Cuán satisfecho está usted con la asistencia, servicio y/o atención que ha tenido de su empresa proveedora durante la pandemia Covid-19?*

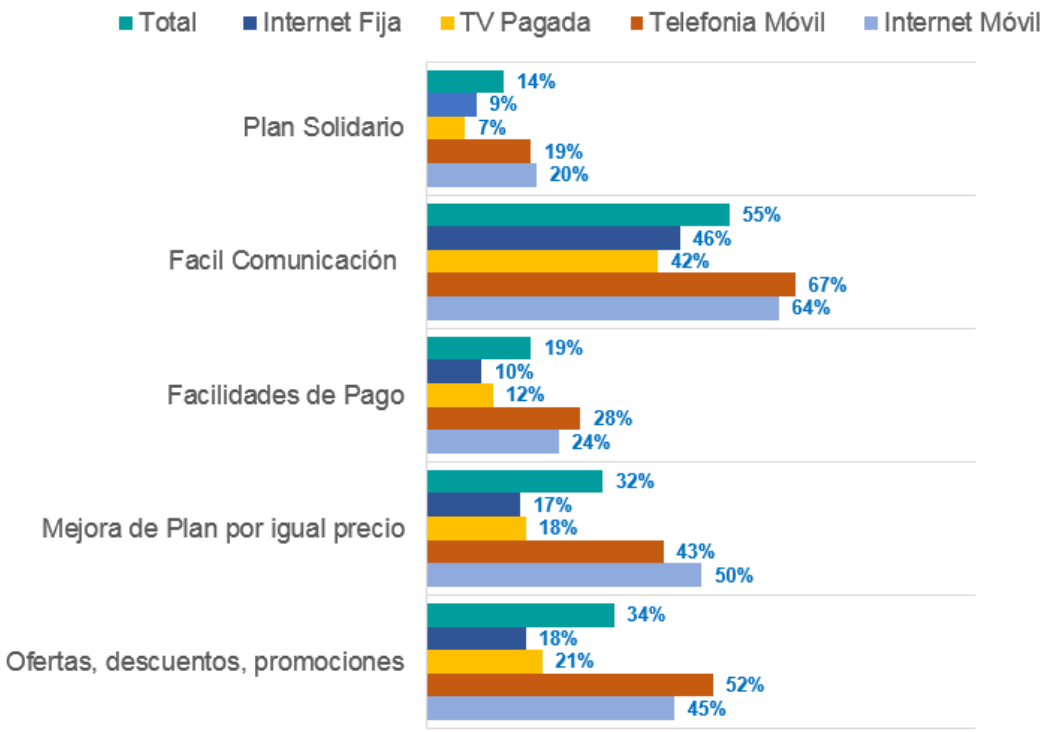
Gráfico 9. Satisfacción con su empresa proveedora durante la Pandemia de Covid-19 – Por Servicio



Evidenciamos que el servicio de **Internet Fija** es el servicio cuyos usuarios indican mayor descontento con la asistencia y/o servicio durante la pandemia, presentando un **14%** de Satisfacción neta, muy or debajo del promedio de **43%**.

Adicionalmente se indagó sobre los beneficios que ofrecieron las empresas a sus usuarios: *Siempre pensando en el periodo de la pandemia ¿Su empresa proveedora le ofreció alguno de los siguientes beneficios en relación con la pandemia Covid.*

Gráfico 10. Beneficios ofrecidos por las compañías de servicios de Telecomunicaciones a sus usuarios



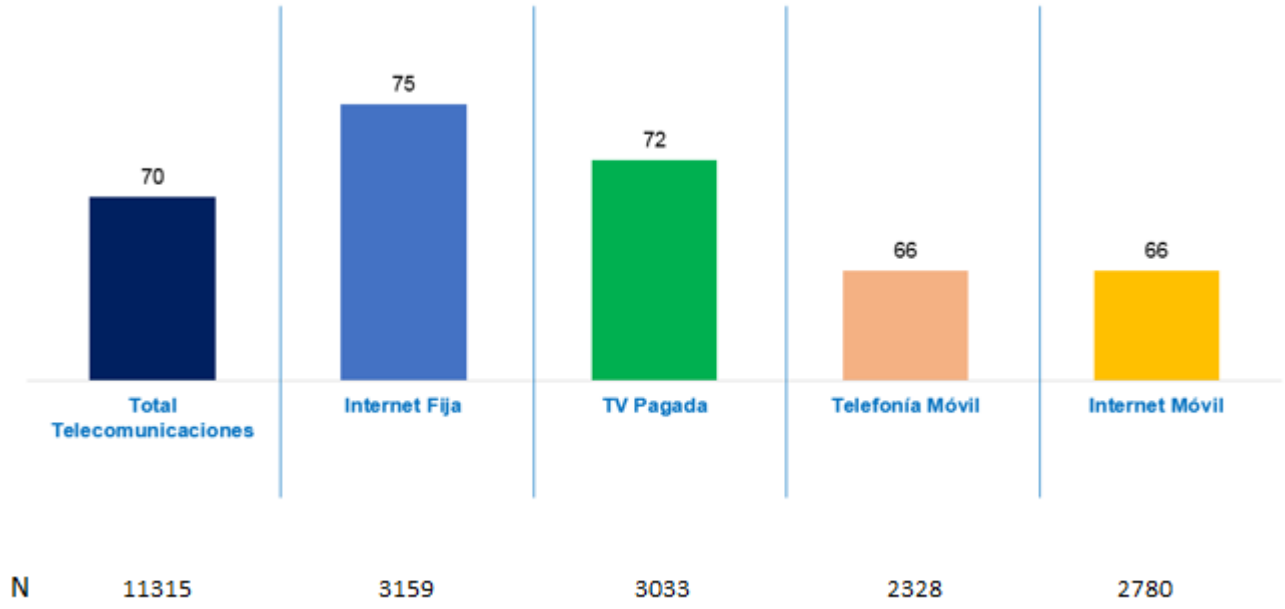
En todos los servicios la **Facil Comunicación** se destaca, **Telefonía Móvil, con un 67%** de las menciones es el más mencionado, le sigue con un alto porcentaje (64%) **Internet Móvil**. Los mismos servicios tienen alta tasa de respuesta en la **Mejora del plan por igual precio y Ofertas , descuentos y Promociones.** El servicio que **menos beneficios ofreció** a sus usuarios durante el período de pandemia fue **Internet Fija.**

Se destaca que los servicio fijos, es decir, **Televisión Pagada e Internet Fija** son los servicios cuyos usuarios indican haber recibido menos ofrecimientos de beneficios durante la Pandemia.

SECCIÓN 8. CONOCIMIENTO TV EDUCA CHILE

Entendiendo el momento que vive nuestro país y la necesidad de la educación a distancia producida por la Pandemia del Covid – 19, Subtel ha solicitado que se incluyera una pregunta relacionada con el conocimiento de TV educa Chile, donde se preguntó: *¿Sabe usted qué es o ha escuchado de TV Educa Chile?*

Gráfico 11. Conocimiento TV Educa Chile



La mayoría de los entrevistados de todos los segmentos declara conocer o haber oído de TV Educa Chile, siendo **Internet Fija con un 75%** de las menciones afirmativas el que supera a los otros servicios.

SECCIÓN 9. RESULTADOS GENERALES

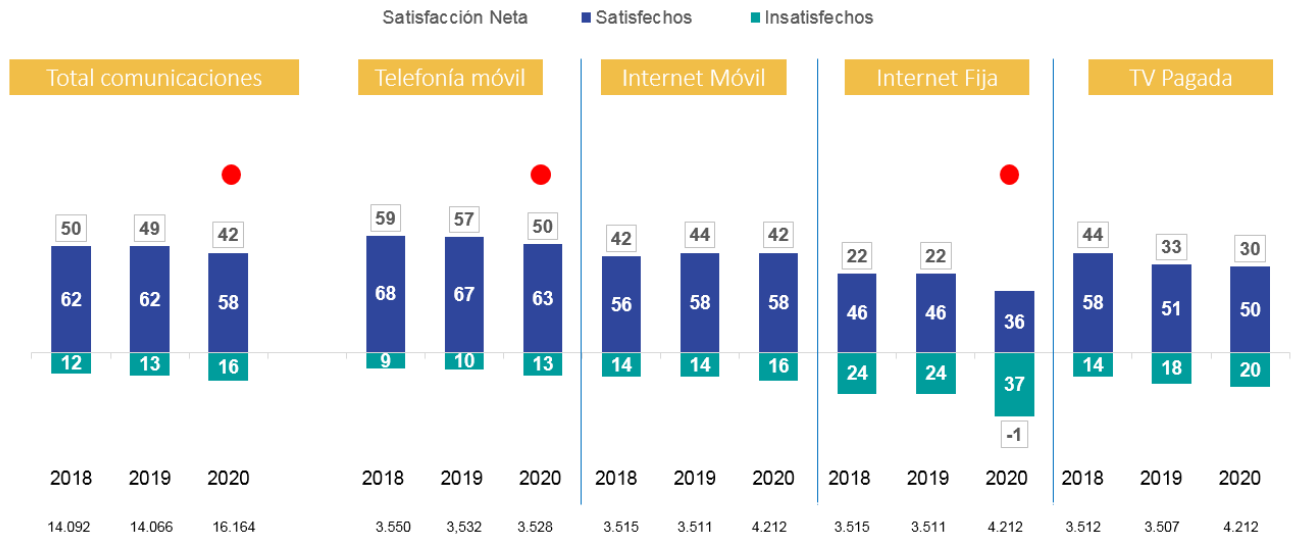
9.1 Satisfacción

Para medir la Satisfacción de los usuarios se usó una escala de 7 puntos donde 1 significa Muy Insatisfecho y 7 significa Muy Satisfecho, esta misma escala se utilizó en todo el cuestionario y por lo tanto los resultados de Satisfacción pueden ser mirados comparativamente.

La siguiente gráfica muestra la Satisfacción general de los Usuarios con los diferentes servicios, se muestra acumulado en conjunto con las mediciones 2018 y 2019.

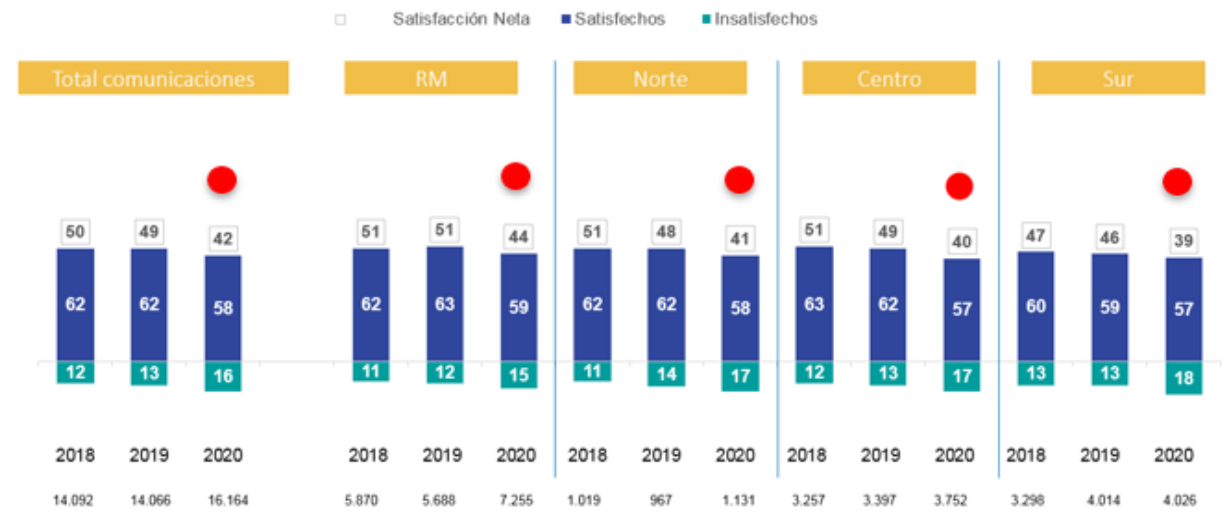
Pregunta: *Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de INTERNET FIJA que le presta actualmente su compañía proveedora. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, en general ¿Qué tan satisfecho está Ud. con el servicio que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

Gráfico 12. Satisfacción General Servicios de Telecomunicaciones 2018-2020



Se evidencia que baja el porcentaje de Satisfacción neta a un **42%** (7 puntos porcentuales), si bien todos los segmentos muestran una tendencia a la baja, las diferencias más marcadas las presentan **Internet fija** que baja su Satisfacción neta a un **-1%** (-23 puntos porcentuales) y **Telefonía Móvil** que baja su Satisfacción neta a **50%** (-7 puntos porcentuales).

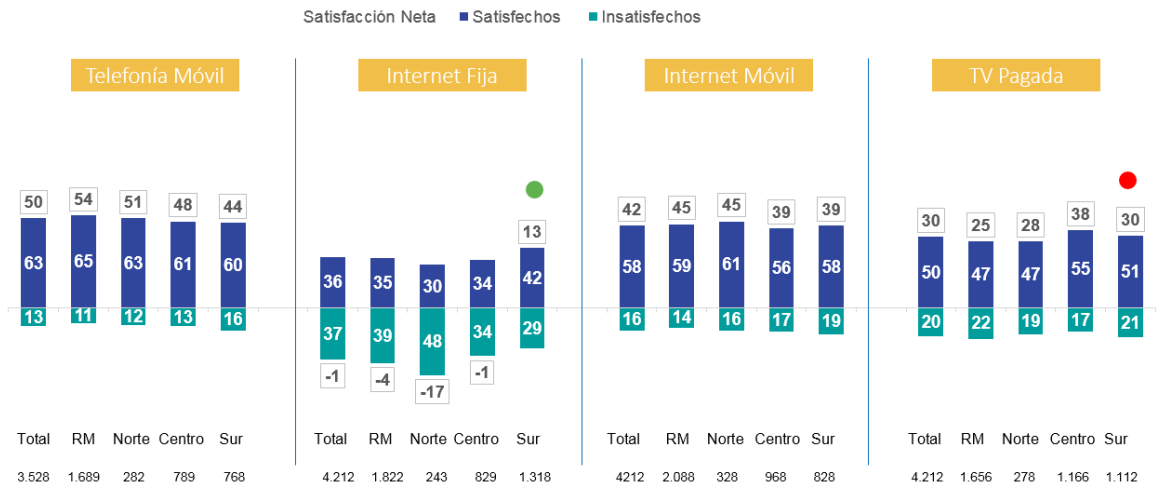
Gráfico 13. Satisfacción Neta con servicios de telecomunicaciones por Zona, 2018-2020



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

Todas las zonas presentan una diferencia significativa a la baja, la Zona mejor evaluada es la **Región Metropolitana con un 44%**, en tanto que la zona peor evaluada es la **Zona Sur con 39%.**

Gráfico 14. Satisfacción Neta Servicios de Telecomunicaciones por Servicio y Zona



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

La peor performance la presenta el Servicio de **Internet Fija que en todas las zonas presenta una Satisfacción Neta negativa**, con la única excepción de la Zona Sur, cuya Satisfacción Neta es de 13%.

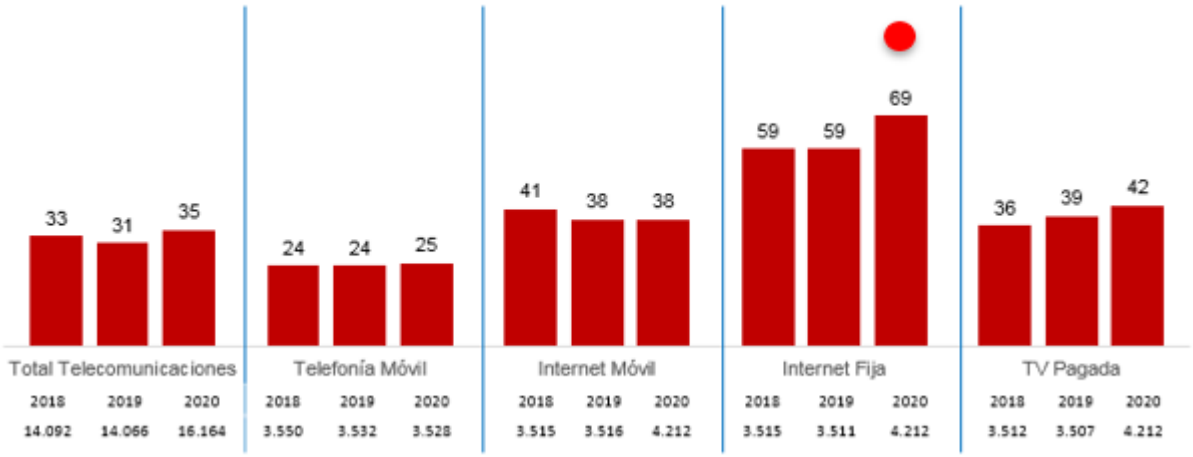
9.2 Problemas, Reclamos y Resolución de Problemas

A continuación una descripción de las Tasa de Problemas, Reclamos y Resolución de Problemas

Para identificar la tasa de problemas hemos preguntado:

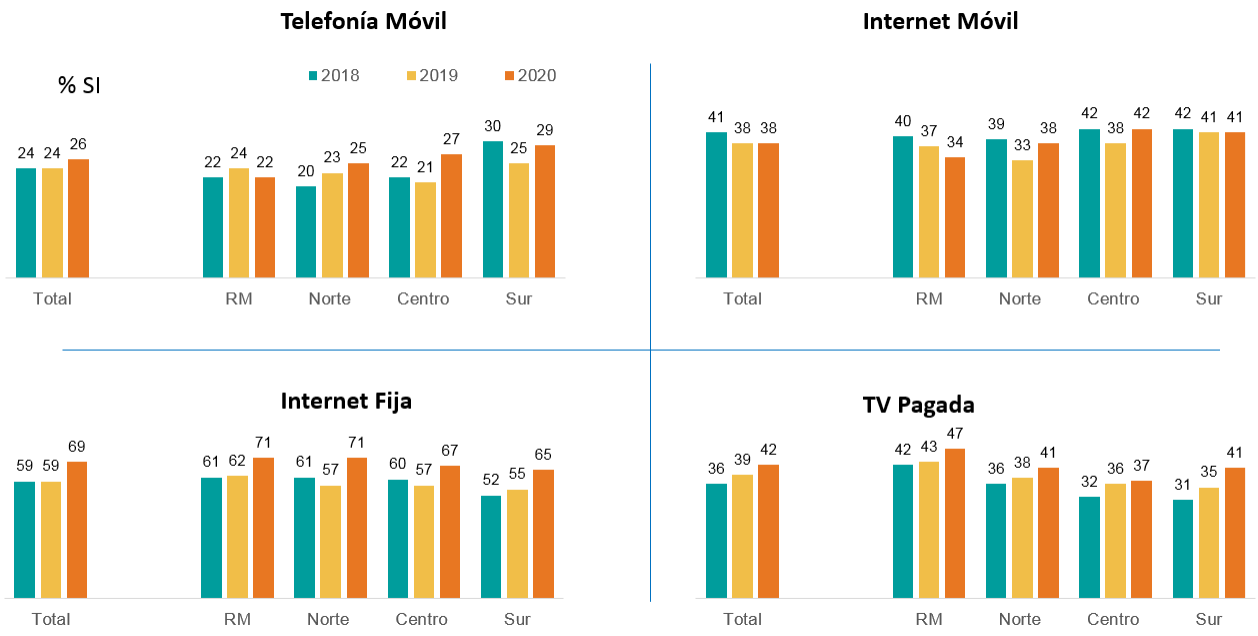
En los últimos 6 meses, ¿ha tenido algún problema con el servicio que le presta su proveedor en el hogar?

Gráfico 15. Tasa de Problemas Servicios de Telecomunicaciones Evolutivo



Internet Fija es el servicio que presenta una mayor Tasa de Problemas con un **69%**, 34 puntos porcentuales por sobre el promedio de los servicios de Telecomunicaciones.

Gráfico 16. Tasa de Problemas por Zona con servicios de Telecomunicaciones Evolutivo



La tasa de problemas se mantiene estable sin diferencias significativas con excepción del segmento **Internet Fija** que sube a **69%** en la medición 2020 (10 puntos porcentuales). Internet Móvil no presenta cambios respecto de la medición anterior con un 38% de Problemas.

A modo de resumen nos encontramos con que;

✓ **Telefonía Móvil**: La mayor tasa de problemas se presenta en la Zona Sur (29%) y la más baja en RM (22%)

✓ **Internet Móvil**: La mayor tasa de problemas se presenta en la Zona Centro (42%) y la más baja en RM (34%)

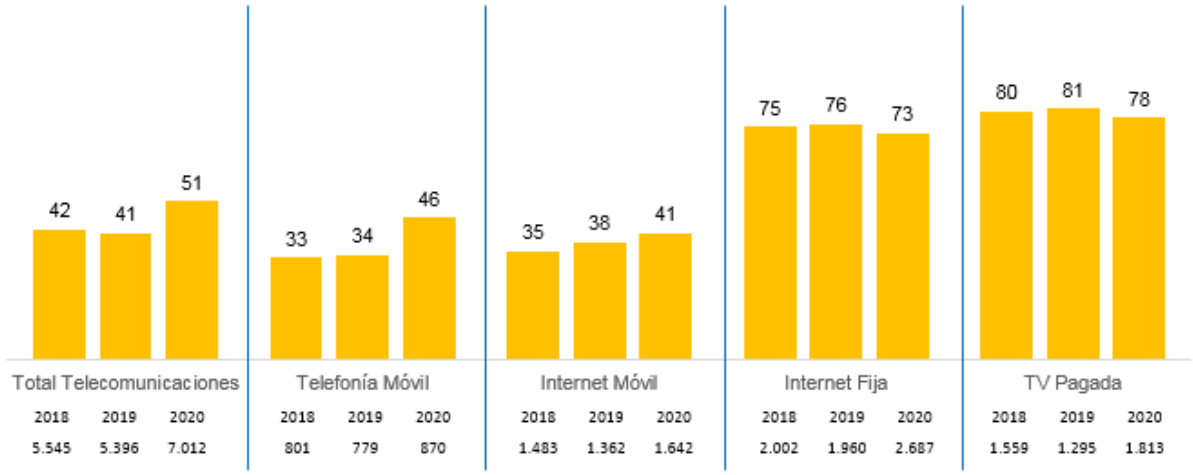
✓ **Internet Fija**: La mayor tasa de problemas se presenta en las Zonas Norte y RM (71%) en tanto que la más baja en la Zona Sur (65%)

✓ **TV Pagada**: La mayor tasa de problemas se presenta en RM (47%) y la más baja en la Zona Centro (37%)

En relacion con la tasa de reclamos sobre los problemas declarados por los entrevistados, ante la pregunta:

Ahora quisiéramos que se enfocara en el último problema que usted tuvo con el servicio de MENCIONE EMPRESA PROVEEDORA ¿Reclamó o pidió alguna solución en…?

Gráfico 17. Tasa de Reclamos con servicios de Telecomunicaciones Evolutivo

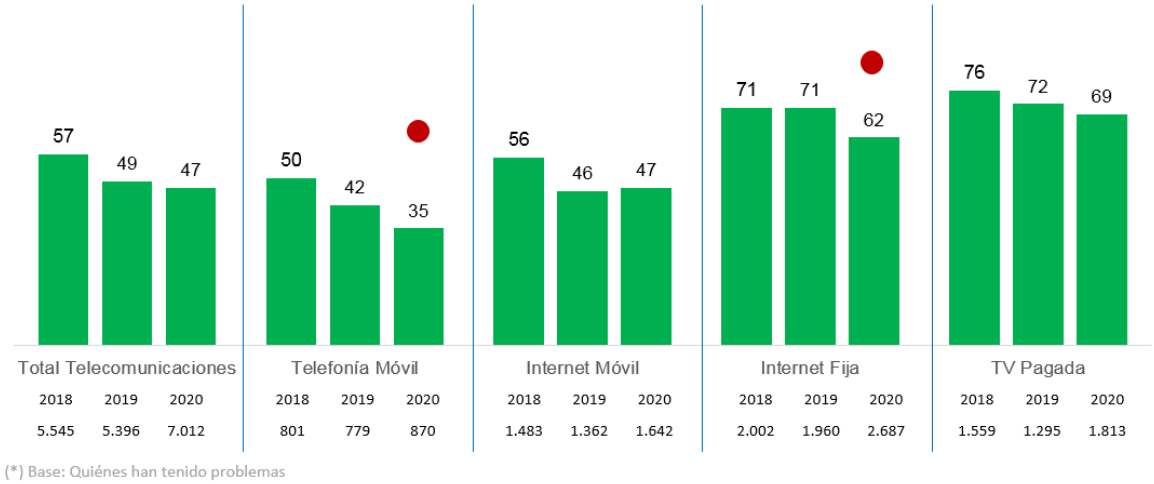


(*) Base: Quiénes han tenido problemas

La Tasa de Reclamos aumento en 10 puntos porcentuales a **51%**, si bien TV Pagada continúa siendo el más alto en Tasa de Reclamos baja en 3 puntos porcentuales respecto de la medición anterior. El servicio de **Telefonía Móvil** es el que muestra la mayor alza con un **46%**, 12 puntos porcentuales por encima de la medición anterior.

En términos de resolución de los problemas declarados, se indagó de la siguiente forma: *¿Y su problema fue resuelto?*

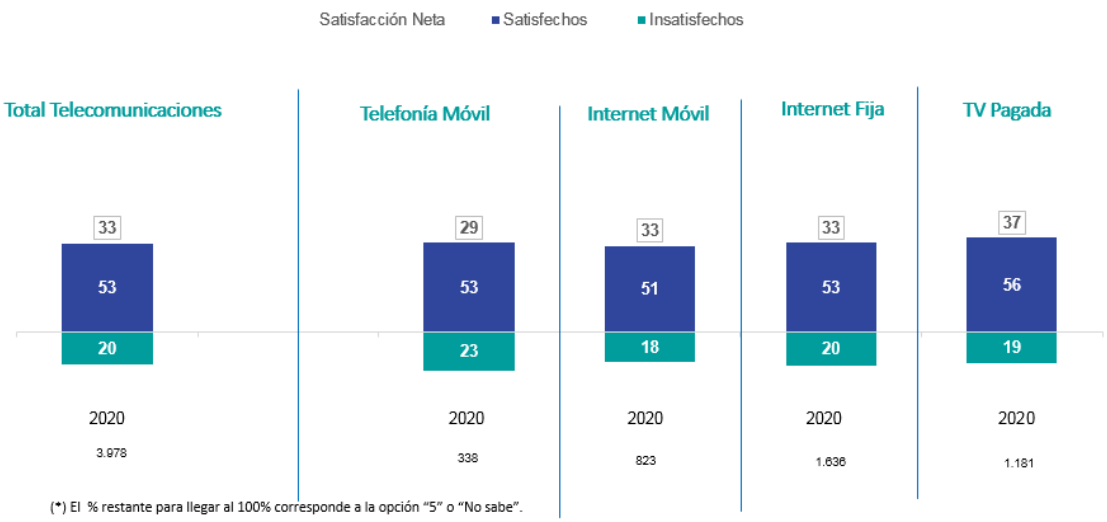
Gráfico 18. Tasa de Resolución de problemas con servicios de Telecomunicaciones Evolutivo



(*) Base: Quiénes han tenido problemas

En el resultado general no hay mayores incidencias. Los servicios que muestran diferencias significativas son **Internet Fija** con un **62%**, -9 puntos porcentuales respecto de la medición anterior y **Telefonía Móvil** con un **35%**, 7 puntos porcentuales respecto de la medición anterior.

Gráfico 19. Tasa de Satisfacción con la Solución, Total por servicio de Telecomunicaciones 2020



El Total Telecomunicaciones presenta un Satisfacción Neta de 33%, no mostrándose diferencias significativas en la Satisfacción Neta por servicio.

Gráfico 20. Comparativo Satisfacción Neta por Servicios en relacion a la ocurrencia de Problemas y su resolución 2018 – 2020

TELEFONÍA MÓVIL	2018	2019	2020
SATISFACCIÓN NETA			
Total	59%	57%	50%
Sin Problemas	77%	76%	72%
Con Problemas	4%	-3%	-16%
C/P Resuelto	28%	20%	15%
C/P No resuelto	-20%	-19%	-33%

INTERNET MÓVIL	2018	2019	2020
SATISFACCIÓN NETA			
Total	42%	44%	42%
Sin Problemas	73%	74%	78%
Con Problemas	-4%	-6%	-16%
C/P Resuelto	18%	24%	13%
C/P No resuelto	-31%	-31%	-42%

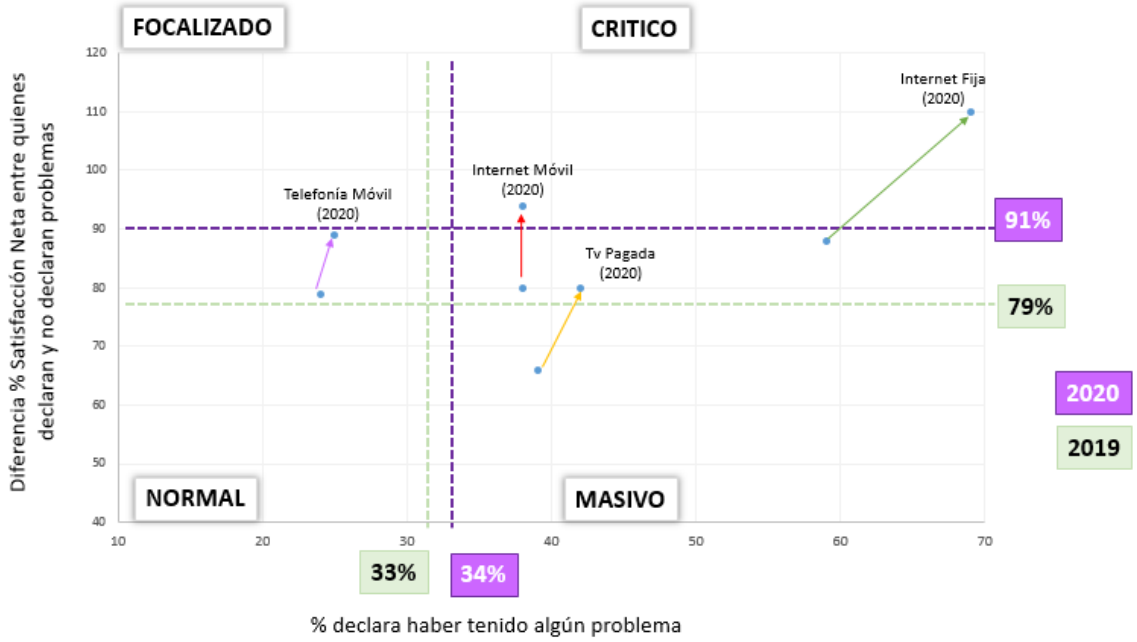
INTERNET FIJA	2018	2019	2020
SATISFACCIÓN NETA			
Total	22%	22%	-1%
Sin Problemas	73%	74%	75%
Con Problemas	-13%	-14%	-35%
C/P Resuelto	4%	3%	-14%
C/P No resuelto	-55%	-53%	-70%

TV PAGADA	2018	2019	2020
SATISFACCIÓN NETA			
Total	44%	33%	30%
Sin Problemas	68%	60%	64%
Con Problemas	2%	-7%	-16%
C/P Resuelto	14%	7%	-5%
C/P No resuelto	-38%	-42%	-42%

Total Telecomunicaciones	2018	2019	2020
SATISFACCIÓN NETA			
Total	51%	49%	42%
Sin Problemas	75%	74%	74%
Con Problemas	-1%	-6%	-19%
C/P Resuelto	20%	17%	6%
C/P No resuelto	-28	-27%	-41%

Es innegable que la ocurrencia de problemas impacta en la Satisfacción de los usuarios, en la presente medición se evidencia el mayor impacto en **Internet fija** que pasa de un 53% en 2019 a un 70% (aumenta 17 puntos porcentuales), seguida por **Telefonía móvil** con un 33% (aumento de 14 puntos porcentuales).

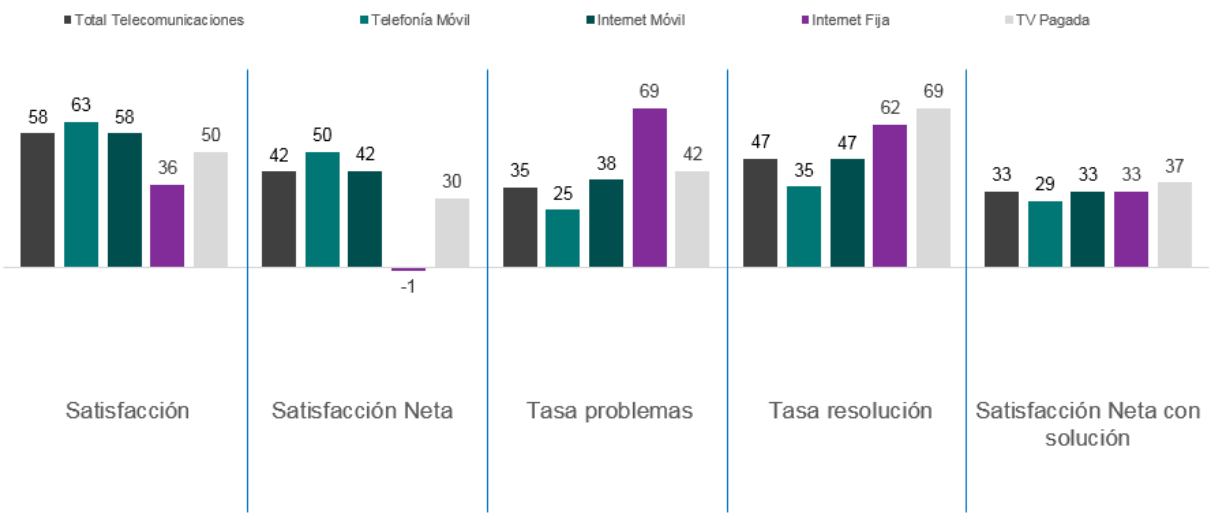
Gráfico 21. Impacto de Problemas en la Satisfacción Total Servicios



Los principales hallazgos son;

- ✓ Internet Móvil: Pasa de Masivo a crítico.
- ✓ Internet Fija: Pasa de Masivo a crítico.

Gráfico 22. Totales por Servicio de Telecomunicaciones 2020



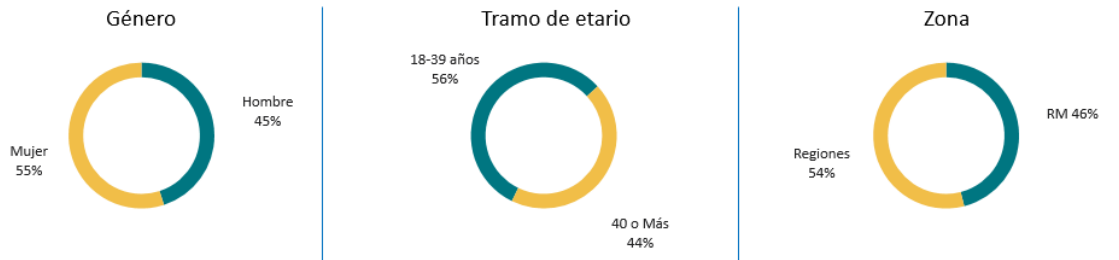
N=16164

SECCIÓN 10. RESULTADOS POR SERVICIO

10.1 Telefonía Móvil

10.1.1 Perfil Entrevistados

Gráfico 23. Características Demográficas de usuarios de Telefonía Móvil



	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total
Entel	702	45	55	100
Movistar	702	44	56	100
Claro	702	45	55	100
WOM	702	45	55	100
Virgin	720	49	51	100
Total	3.528	45	55	100

	Base (n)	% 18-39	% 40+	Total
Entel	702	50	50	100
Movistar	702	51	49	100
Claro	702	61	39	100
WOM	702	65	35	100
Virgin	720	63	37	100
Total	3.528	56	44	100

	Base (n)	% Región	% RM	Total
Entel	702	58	42	100
Movistar	702	54	46	100
Claro	702	50	50	100
WOM	702	55	45	100
Virgin	720	34	66	100
Total	3.528	54	46	100

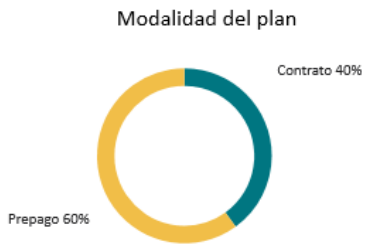
La muestra de Telefonía Móvil está compuesta por un 45% de hombres y un 55% de mujeres. En términos etarios, los usuarios con edades sobre los 40 años es menor (44%) que los usuarios entre 18 y 39 años (56%). La composición demográfica presenta una proporción mayor para Regiones (54%), en tanto que la Región Metropolitana constituye un 46% de la muestra.

De las compañías medidas las principales observaciones son:

- ✓ Entel: Mayor proporción de Mujeres que Hombres, idéntica proporción de Rangos etarios, mayor proporción de entrevistas en Regiones que en RM.
- ✓ Movistar: Mayor proporción de Mujeres que Hombres, equilibrada proporción entre los Rangos etarios, mayor proporción de entrevistas en Regiones que en RM.
- ✓ Claro: Mayor proporción de Mujeres que Hombres, se evidencia una mayor proporción del rango etario inferior **18 a 39 años con un 61**% e idéntica proporción entre RM y Regiones.
- ✓ WOM: Mayor proporción de Mujeres que Hombres, se evidencia una mayor proporción del rango etario inferior **18 a 39 años con un 65**% y con equilibrio entre zonas.

✓ Virgin: Equilibrada proporción de Mujeres y Hombres, una mayor proporción del rango etario inferior **18 a 39 años** con un **63%,** mayor proporción de entrevistas en **RM con un 66%**.

Gráfico 24. Características del Servicio de Telefonía Móvil



	Base (n)	% Contrato	% Prepago	Total
Entel	702	47	53	100
Movistar	702	39	61	100
Claro	702	34	66	100
WOM	702	39	61	100
Virgin	702	0	100	100
Total	3.528	40	60	100

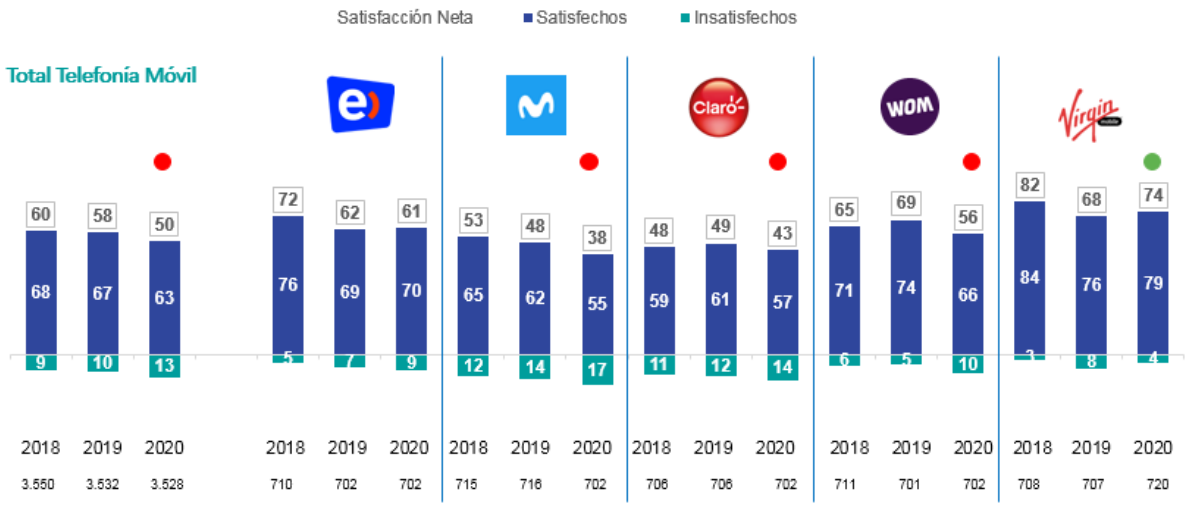
	Base (n)	% 1 año o menos	% Más de 1 año y hasta 2	% Más de 2 años	Total
Entel	702	26	12	62	100
Movistar	702	21	13	66	100
Claro	702	25	16	59	100
WOM	702	28	29	43	100
Virgin	702	1	7	92	100
Total	3.528	20	15	65	100

Los usuarios de Telefonía Móvil en su mayoría utilizan el Prepago, con un 60%. Entel destaca por tener un porcentaje mayor de usuarios contrato (47%) respecto a las otras compañías, mientras que Virgin sólo está presente en la modalidad Prepago.

10.1.2 Satisfacción con las Empresas de Telefonía Móvil

Para determinar la Satisfacción con las compañías proveedoras se preguntó: *Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de TELEFONIA MOVIL que le presta actualmente su compañía proveedora. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, en general ¿Qué tan satisfecho está Ud. con el servicio de TELEFONIA MOVIL?*

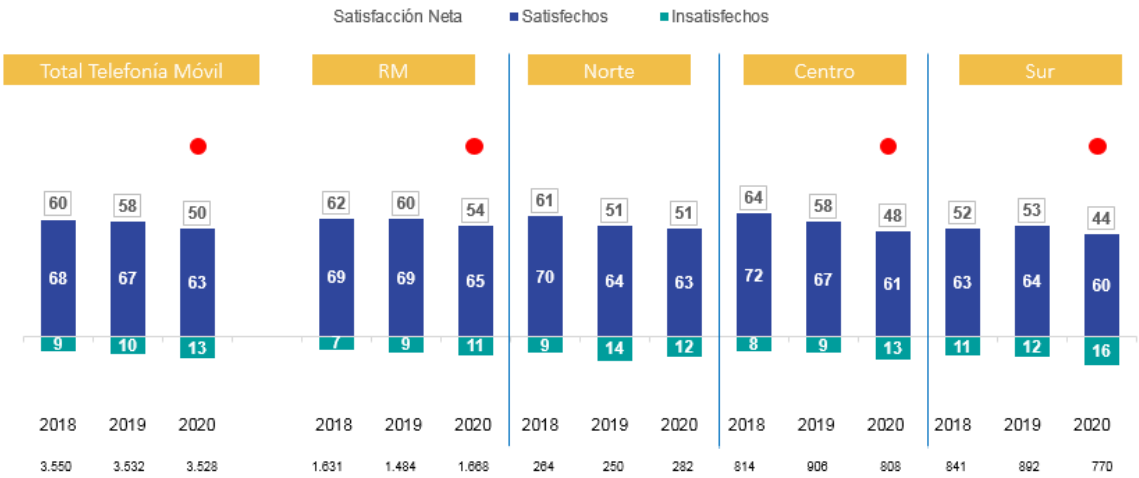
Gráfico 25. Satisfacción con empresas de Telefonía Móvil 2018 – 2020



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

La Satisfacción neta más alta la presenta **Virgin con un 74%** y el peor evaluado es **Movistar con un 38%.**

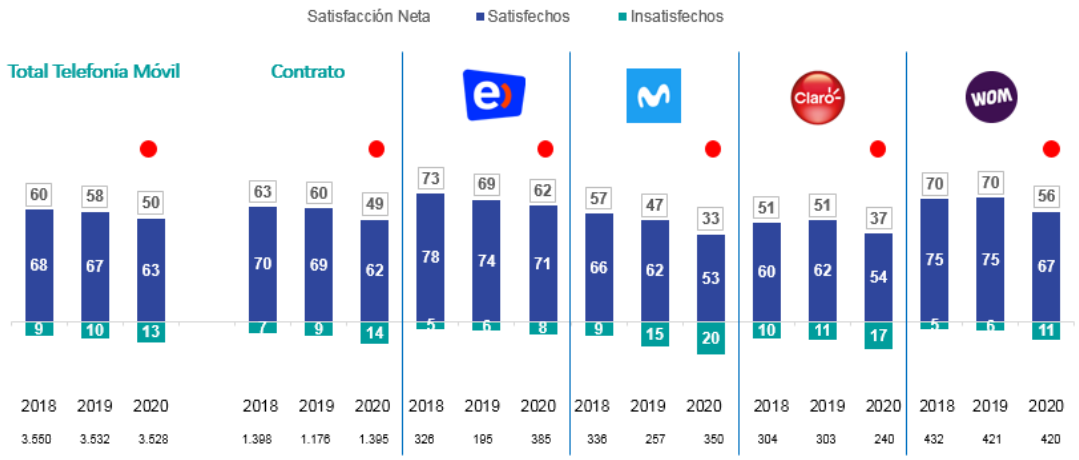
Gráfico 26. Satisfacción por zona con Telefonía Móvil – 2018 – 2020



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

Se visualiza una considerable baja en la Satisfacción de la **Zona Centro con un 48%,** -10 puntos respecto de la medición anterior, asi como tambien en la Zona Sur (-9 puntos), y RM (-6 puntos). La única zona que se mantiene es la Zona Norte.

Gráfico 27. Satisfacción con Telefonía Móvil por Tipo de Plan CONTRATO 2018 – 2020

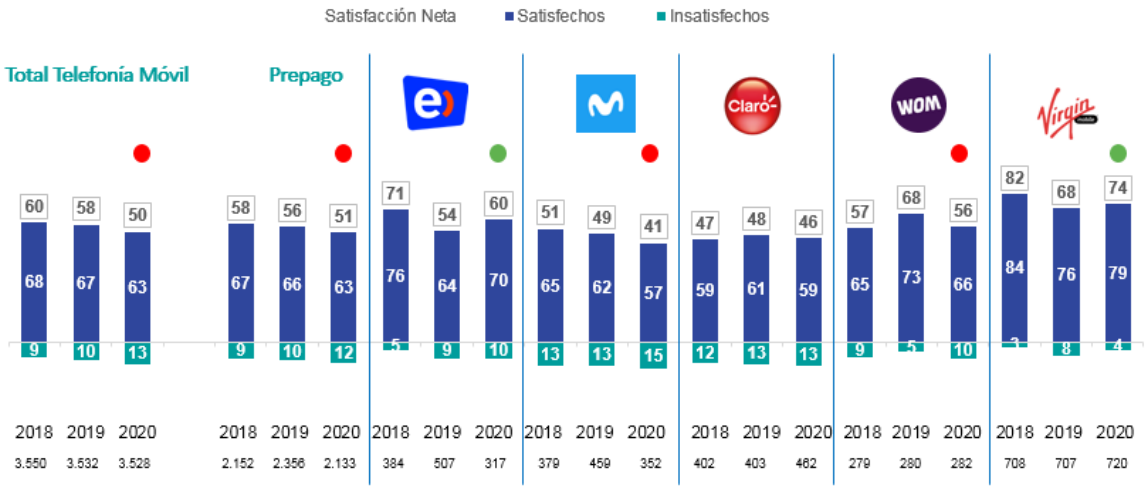


(*) El % restante para llegar al 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

**Se excluye a Virgin dado que solo presta servicios de Prepago*.

La Satisfacción Total Neta del segmento **Contrato** baja a **50%,** -8 puntos menos que la medición anterior. Con diferencias significativas en todas las compañías.

Gráfico 28. Satisfacción con Telefonía Móvil por Tipo de Plan PREPAGO 2018 – 2020



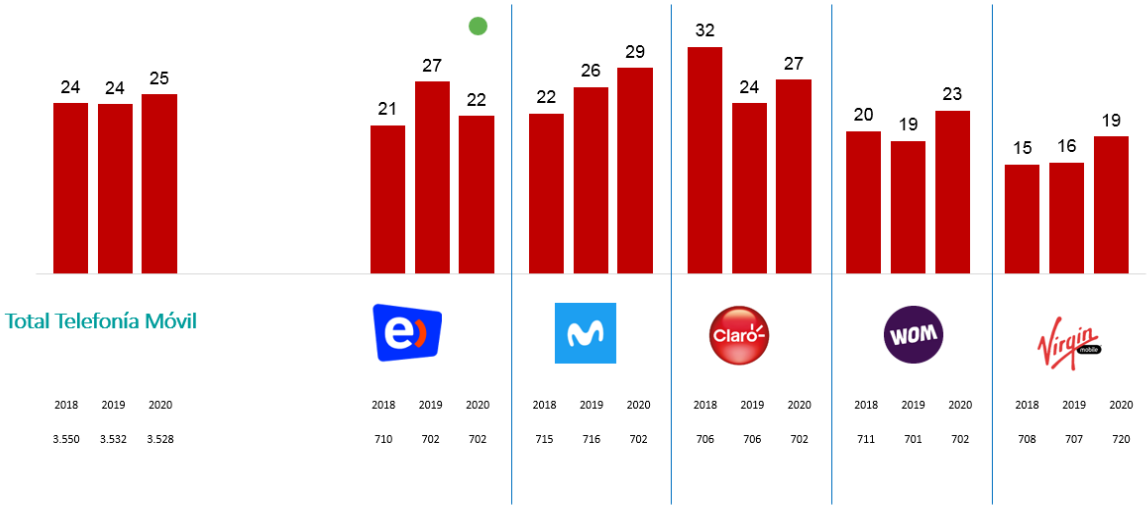
(*) El % restante para llegar al 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Prepago presenta un 51% de Satisfacción, pero nos encontramos que 2 compañías muestran una diferencia significativa positiva **Entel con 60% y Virgin con 74%,** ambas aumentando en 6 puntos porcentuales su performance. Vemos diferencias significativas negativas en **Wom** (56%, -12 puntos porcentuales respecto de la medición anterior) y en **Movistar** (41%, -8 puntos porcentuales respecto de la medición anterior).

10.1.3 Tasa de Problemas, Tasa de Reclamos y Tasa de Resolución Telefonía Móvil

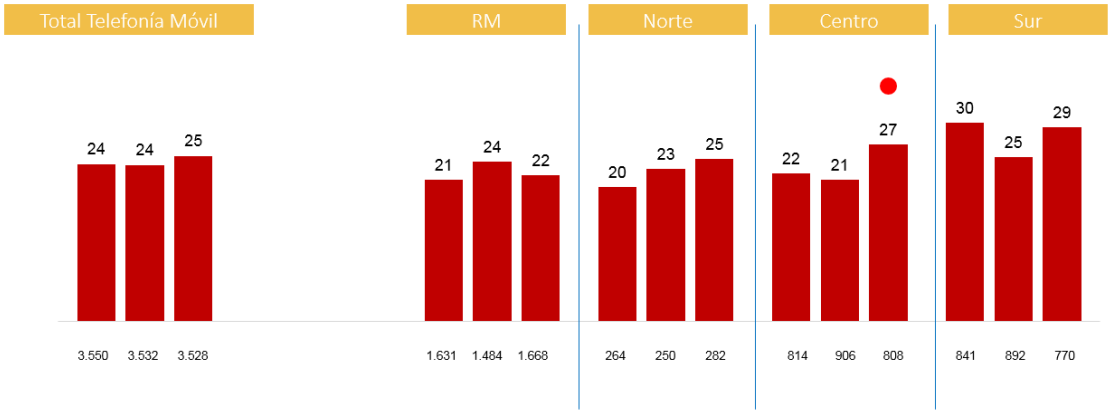
Para levantar la Tasa de Problemas preguntamos: *En los últimos 6 meses, ¿ha tenido algún problema con el servicio de TELEFONIA MOVIL en el hogar?*

Gráfico 29. Tasa de Problemas Telefonía Móvil 2018 – 2020



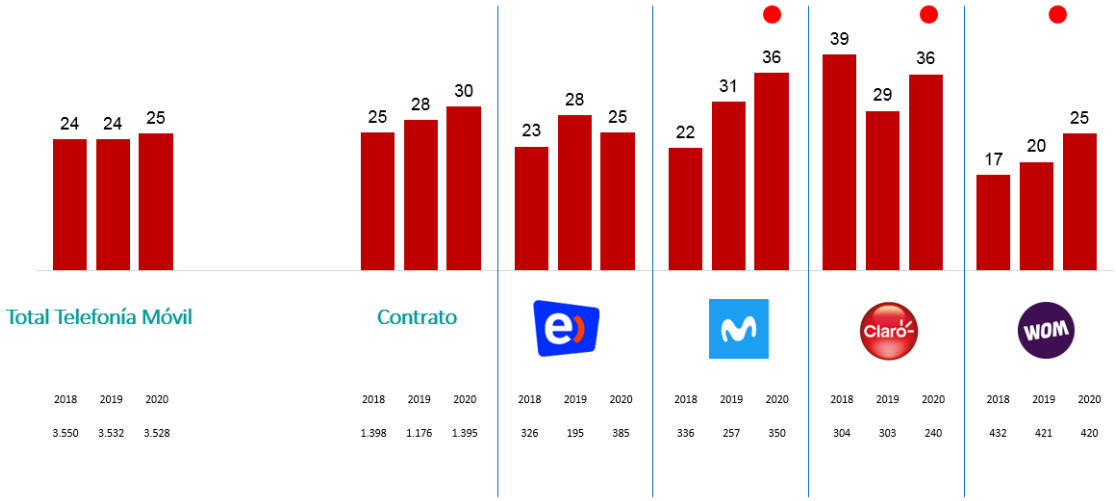
Todas las compañías aumentan su Tasa de Problemas con excepción de **Entel que muestra un 22%**, -5 puntos respecto de la medición anterior.

Gráfico 30. Tasa de Problemas con Telefonía Móvil por Zona 2018 – 2020



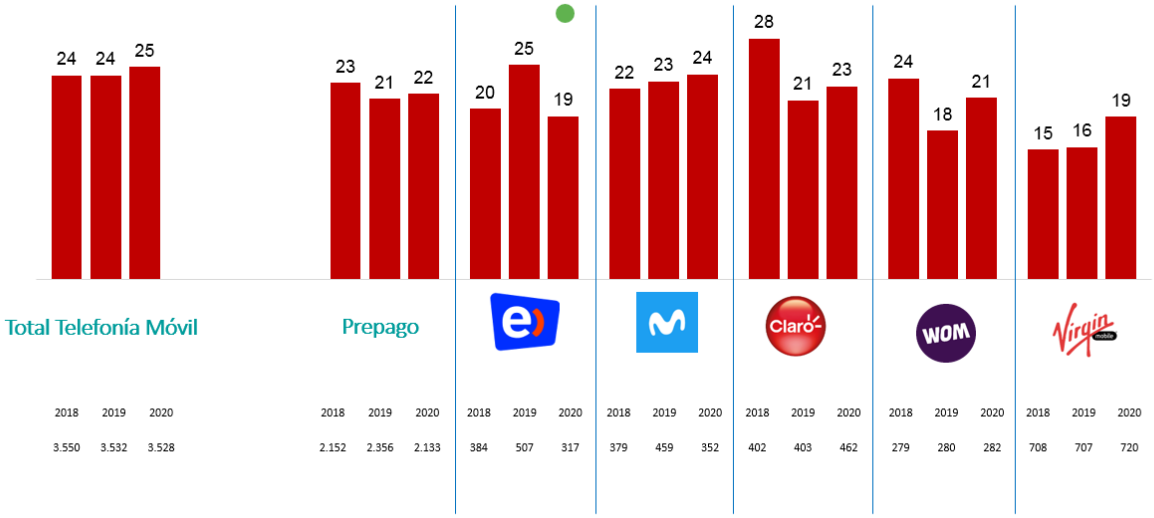
La **Zona Centro** muestra un aumento significativo en la Tasa de problemas **27%** versus un 21% del año anterior.

Gráfico 31. Tasa de Problemas Telefonía Móvil CONTRATO 2018 – 2020



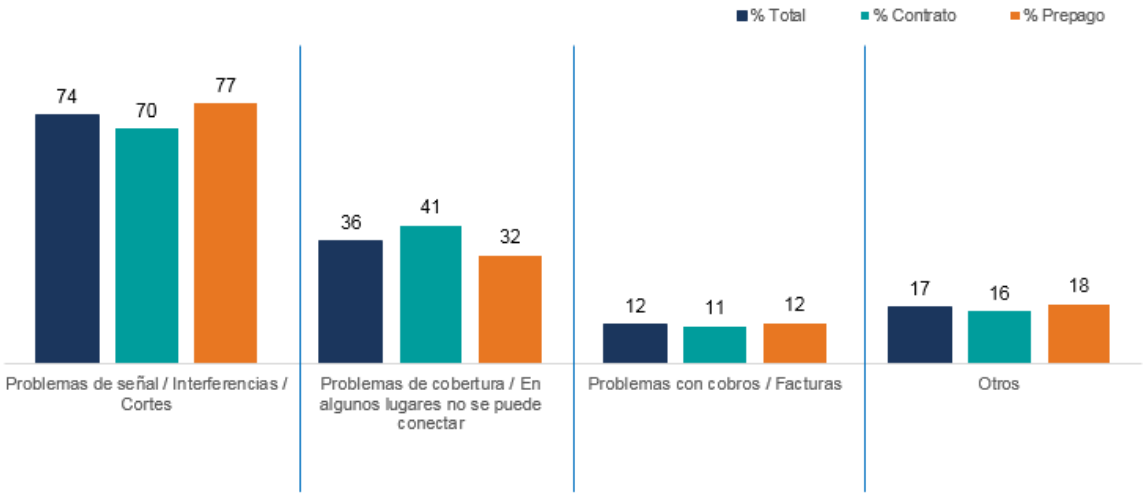
Se evidencia un aumento significativo de la tasa de problemas en el segmento Contrato en Claro 36% (+7), **Movistar 36%** (+5) y **WOM 25%** (+5).

Gráfico 32. Tasa de Problemas Telefonía Móvil PREPAGO 2018-2020



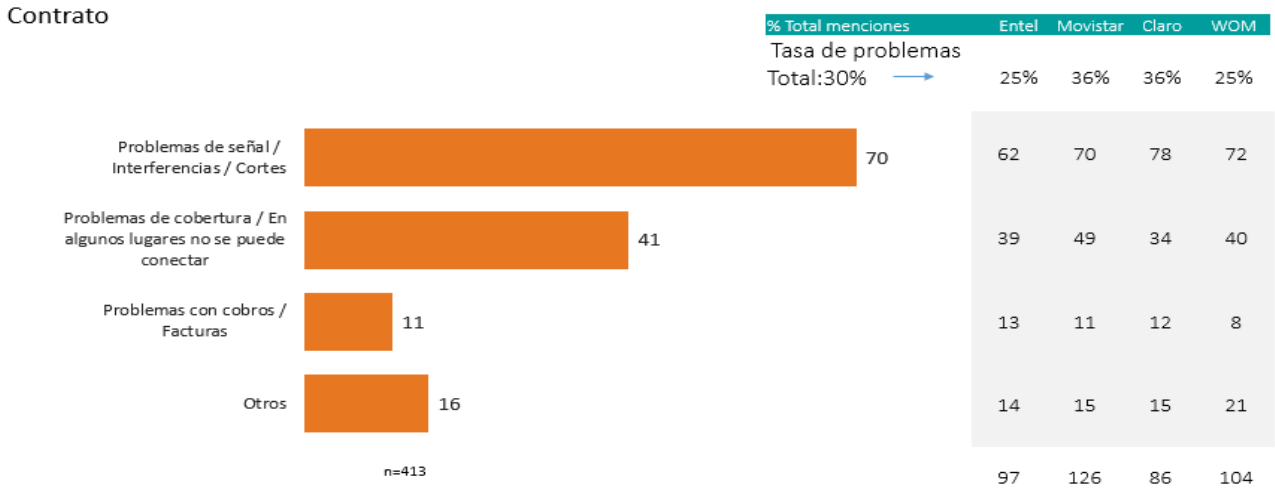
Baja significativamente la tasa de Problemas en **Entel 19%,** -6 puntos respecto de la medición anterior.

Gráfico 33. Tipo de problemas por Tipo de Plan Total



Los problemas de **Señal** son los más mencionados en ambos Tipos de Plan, destacándose Prepago con un **77%**.

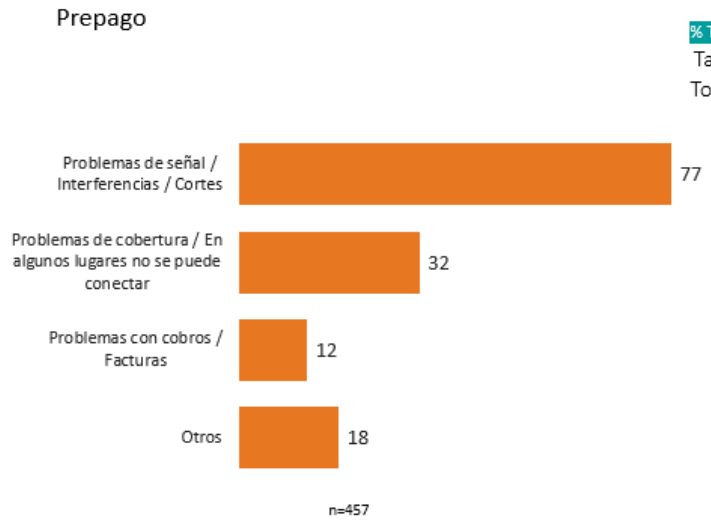
Gráfico 34. Tipo de problemas por Tipo de Plan CONTRATO



Casos: usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de telefonía móvil (413)
En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados.
* Virgin solo presta servicios de prepago.

Viendo en detalle el segmento Contrato **Claro** es quien presenta más problemas de **Señal** con un **78%** atribuible a dicha causal.

Gráfico 35. Tipo de problemas por Tipo de Plan PREPAGO

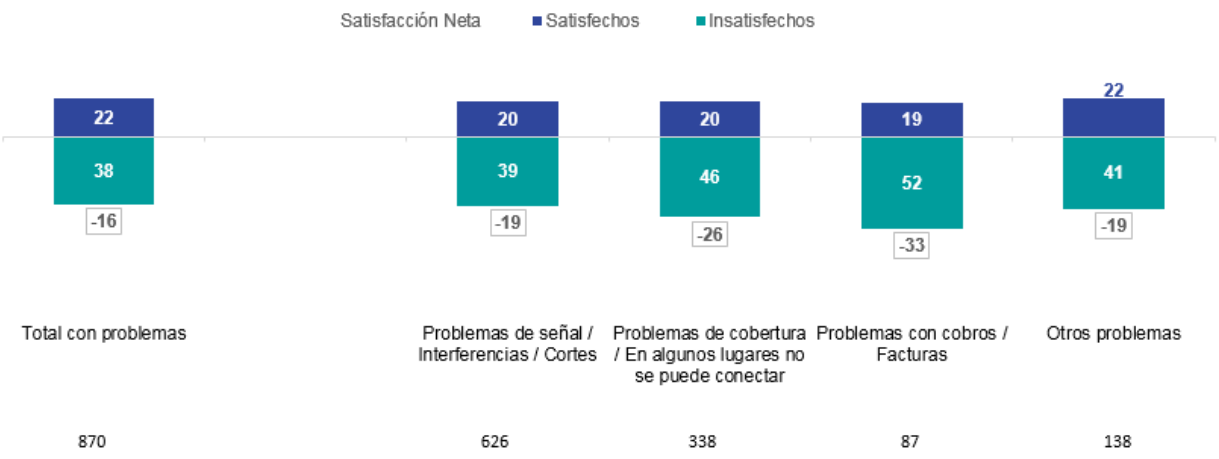


% Total menciones	Entel	Movistar	Claro	WOM	Virgin
Tasa de problemas Total:22%	19%	24%	23%	21%	19%
Problemas de señal / Interferencias / Cortes	77	71	81	83	64
Problemas de cobertura / En algunos lugares no se puede conectar	24	34	24	46	49
Problemas con cobros / Facturas	17	16	11	4	3
Otros	77	19	16	8	11
n=457	65	87	106	61	138

Casos: usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de telefonía móvil (457)
En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados.
* Virgin solo presta servicios de prepago.

El porcentaje aumenta en Prepago donde **WOM** se destaca nuevamente con un **83%** que indica problemas de **Señal.**

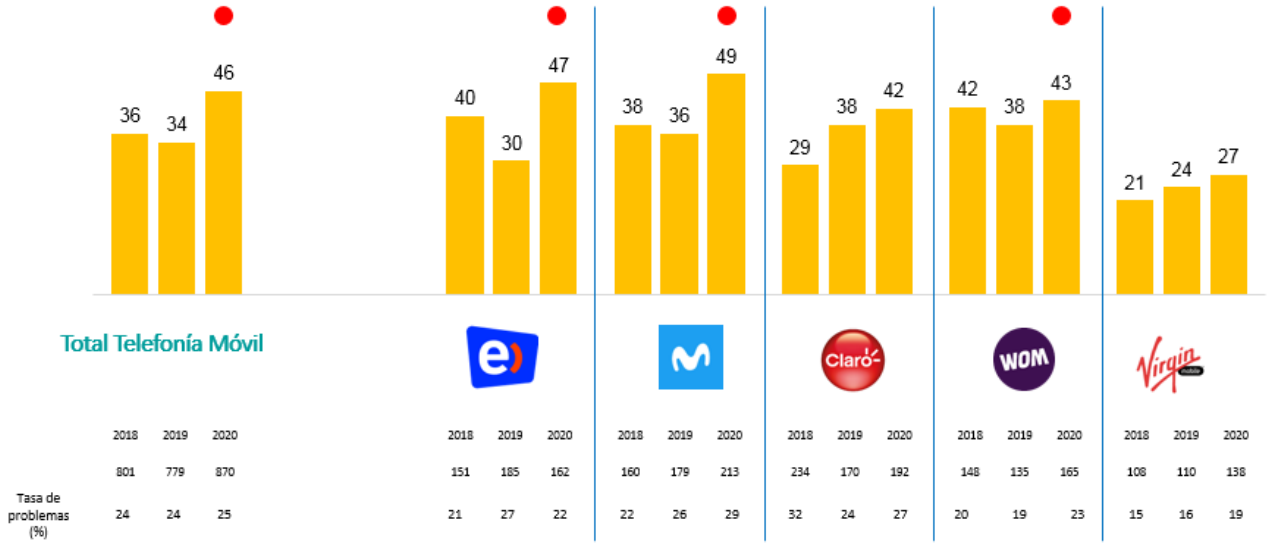
Gráfico 36. Tipo de problemas Telefonía Móvil y Satisfacción con el servicio



La Satisfacción Neta de los Usuarios que han experimentado problemas llega a un -16%, esto implica -13 puntos respecto de la medición 2019. Al igual que en la medición anterior el mayor impacto lo presentan los **Problemas con cobros/Facturas** con una Satisfacción Neta de **-33%.**

A todas aquellas personas que se vieron afectadas por un Problema se les consultó: *Ahora quisiéramos que se enfocara en el último problema que usted tuvo con el servicio de TELEFONIA MOVIL ¿Reclamó o pidió alguna solución en…?*

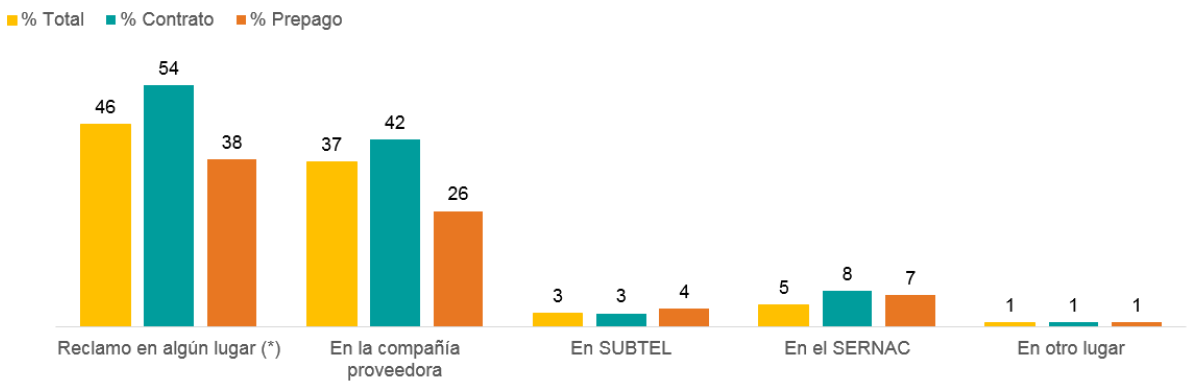
Gráfico 37. Tasa de Reclamo 2018 – 2020



Aumentan los usuarios que reconocen haber realizado un Reclamo a un 46%, (+12). Los usuarios que más reclamaron fueron los usuarios de **Entel con un 47% y un alza de 17 puntos** porcentuales por sobre la medición anterior, otra diferencia significativa la encontramos en **Movistar, con 49%** y un incremento de **13** puntos, a su vez WOM tambien sube significativamente con un 43% y 5 puntos por sobre el año anterior.

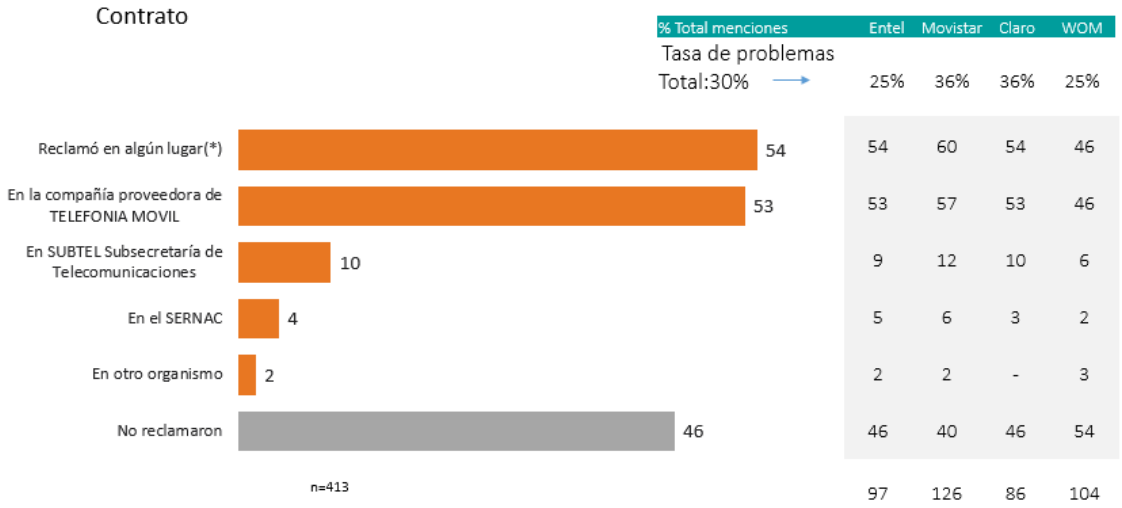
Al consultarles a los entrevistados sobre el *lugar donde interpusieron el reclamo indicaron*:

Gráfico 38. Lugar de reclamo Telefonía Móvil por tipo de plan Contrato y Prepago



Los usuarios de Telefonía móvil prefieren principalmente a la **Compañía proveedora del servicio para interponer sus reclamos** (37%), seguido por **SERNAC** (7%) muy por detrás. Los usuarios de Contrato reclaman en mayor medida que los usuarios de Prepago, con un 42% Versus un 26%. **Los usuarios Contrato reclaman un 16% más que en los usuarios de Prepago.**

Gráfico 39. Lugar de reclamo Telefonía Móvil CONTRATO

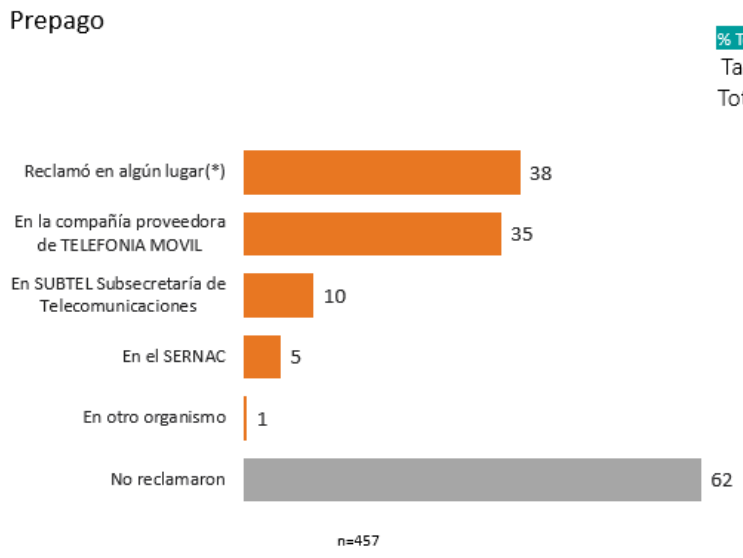


% Total menciones	Entel	Movistar	Claro	WOM
Tasa de problemas Total:30%	25%	36%	36%	25%
Reclamó en algún lugar(*)	54	60	54	46
En la compañía proveedora de TELEFONIA MOVIL	53	57	53	46
En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	9	12	10	6
En el SERNAC	5	6	3	2
En otro organismo	2	2	-	3
No reclamaron	46	40	46	54
	97	126	86	104

*Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía proveedor de telefonía móvil, SERNAC o SUBTEL
Casos: usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de telefonía móvil (413)
En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados.
* Virgin solo presta servicios de prepago.

En la apertura por compañía se evidencia que los usuarios de **Movistar Contrato** son los más inclinados a reclamar a la compañía proveedora, con un **57%.**

Gráfico 40. Lugar de reclamo Telefonía Móvil PREPAGO



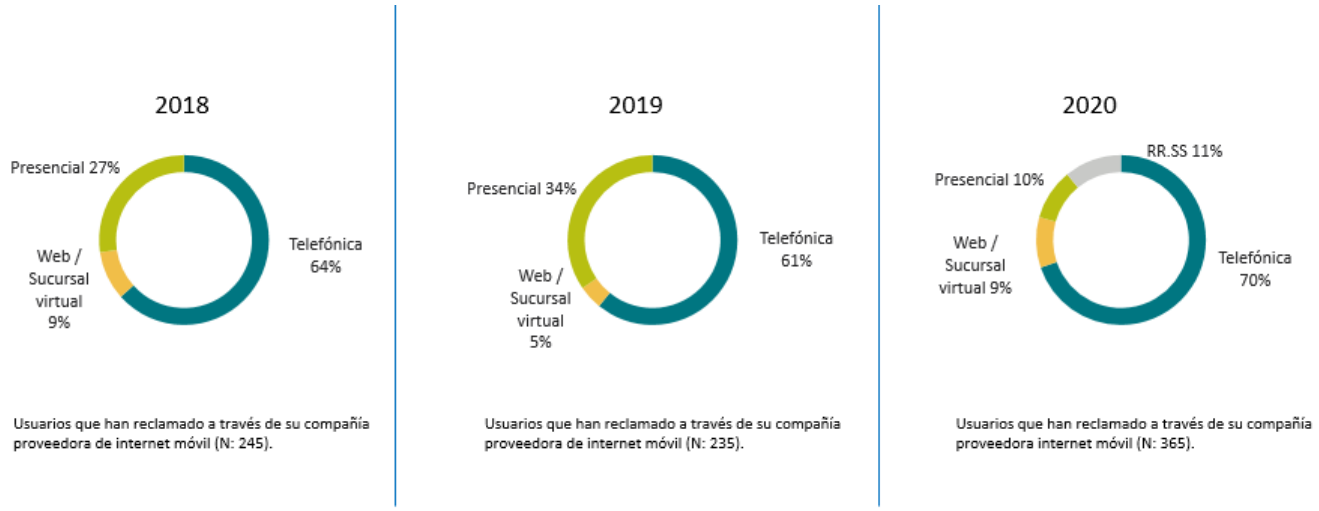
% Total menciones	Entel	Movistar	Claro	WOM	Virgin
Tasa de problemas Total:22% →	19%	24%	23%	21%	19%
Reclamó en algún lugar(*)	39	40	31	42	27
En la compañía proveedora de TELEFONIA MOVIL	34	39	30	38	27
En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	8	9	11	11	1
En el SERNAC	7	3	7	4	3
En otro organismo	-	-	1	2	-
No reclamaron	61	60	69	58	73
n=457	65	87	106	61	138

*Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía proveedor de telefonía móvil, SERNAC o SUBTEL
Casos: usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de telefonía móvil (457)
En la tabla se destaca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados.
**Virgin solo presta servicios de prepago.

Entre los usuarios de **Movistar Prepago** tambien nos encontramos con la tasa más alta de reclamo directo a la compañía proveedora con un **39%.**

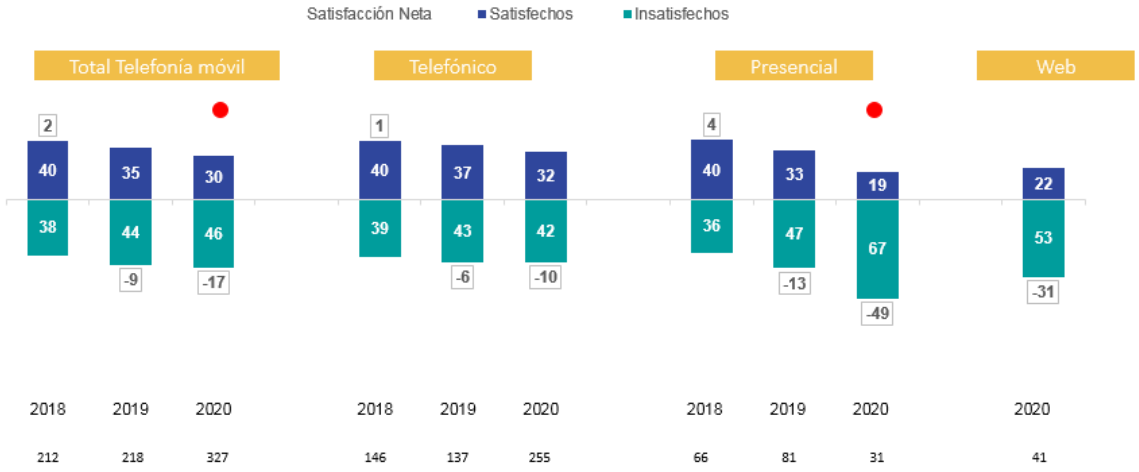
Para comprender que canales prefirió el usuario para realizar su reclamo preguntamos: *¿Cuál fue el canal a través del cual realizó el reclamo?*

Gráfico 41. Canal a través del cual hizo el reclamo 2018 – 2020



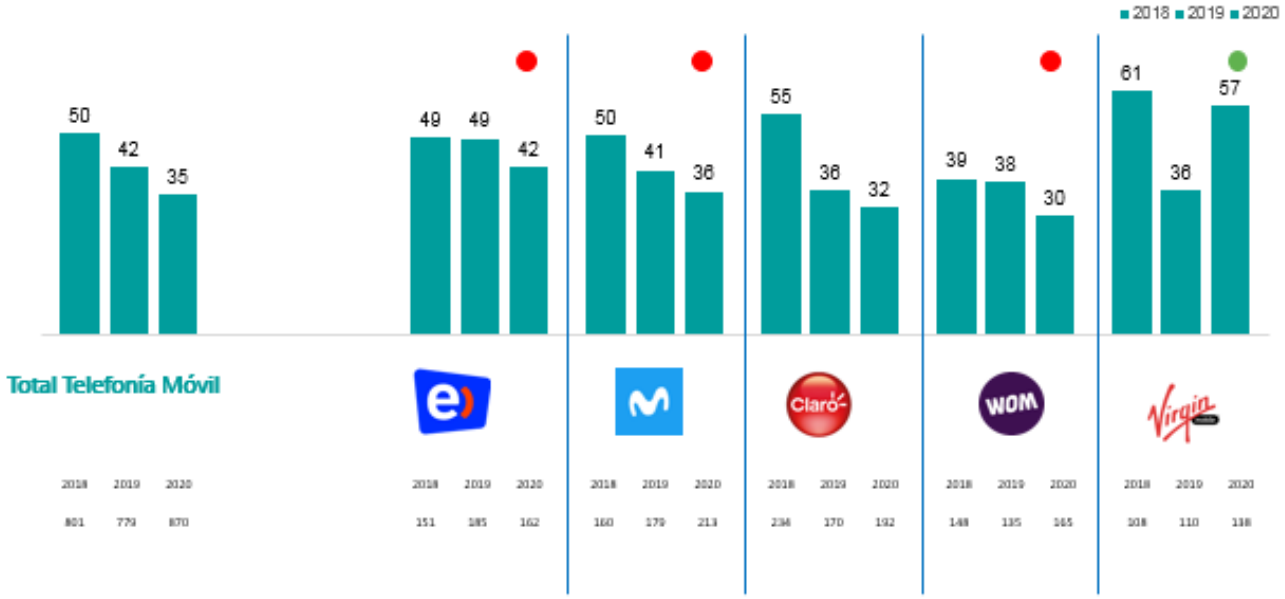
Dado el periodo de medición y el estado de Pandemia del mismo se comprende que en 2020 los **medios no presenciales** tuvieron un aumento a un **90%.**

Gráfico 42. Satisfacción con la Interposición de reclamos, por canal y servicio 2018 - 2020



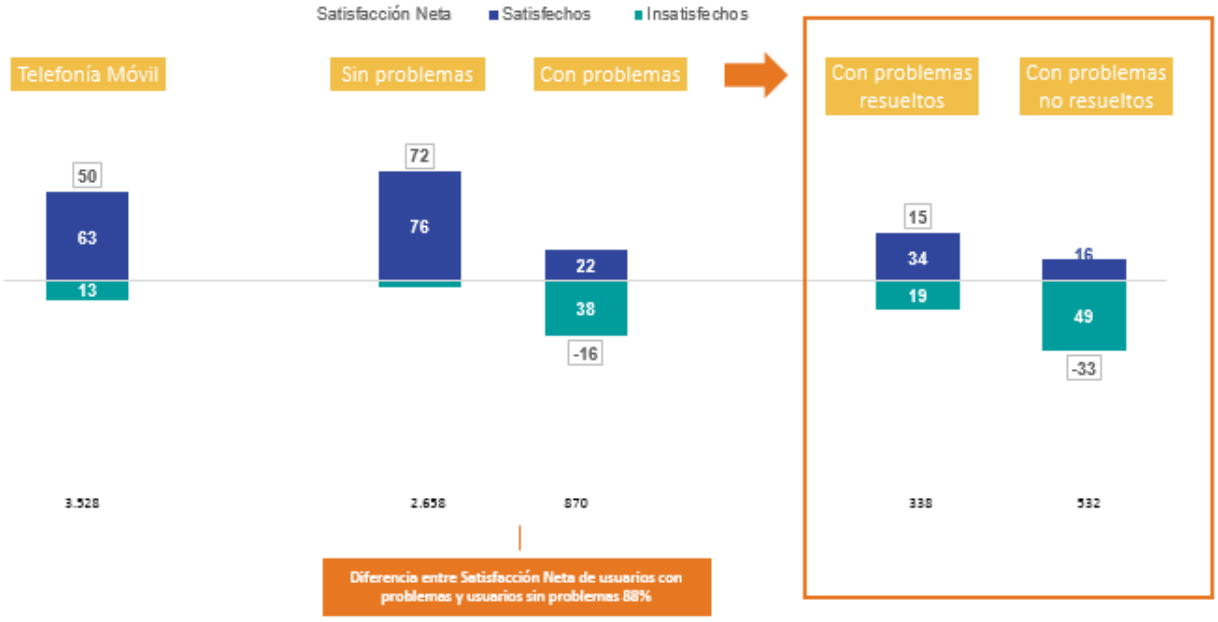
La Satisfacción Neta total cayó 8 puntos porcentuales a -17%, marcado por una diferencia significativa de la Satisfacción neta en el **canal presencial con un -49%.**

Gráfico 43. Tasa de Resolución del Problemas 2018 - 2020



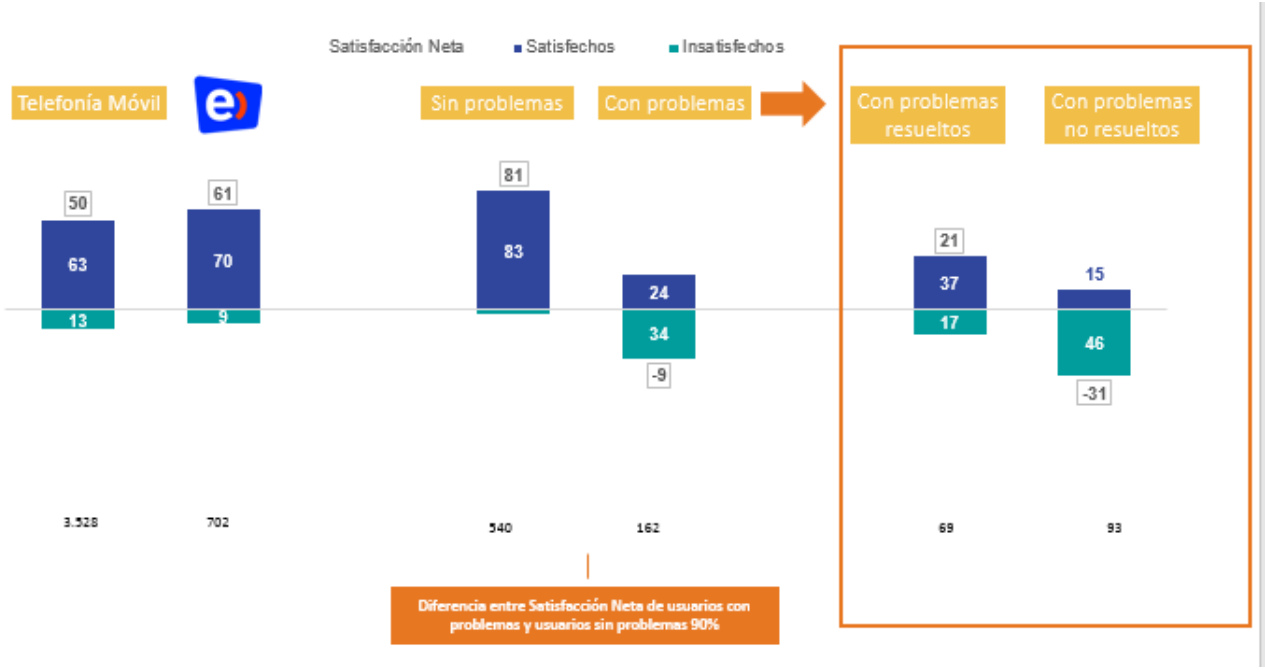
Hay una **caida significativa** para **WOM (-8), Entel (-7) y Movistar (-5).** En tanto que la única empresa que muestra un alza respecto de los años anteriores es **Virgin que sube 21 puntos porcentuales.**

Gráfico 44. Satisfacción con Telefonía Móvil - Según si le han resuelto un problema



Vemos que el **impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema es de un 88%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **9 puntos porcentuales** (79% versus 88% en la actual medición).

Gráfico 45. Satisfacción de usuarios de Entel con Telefonía Móvil, según si le han resuelto un problema

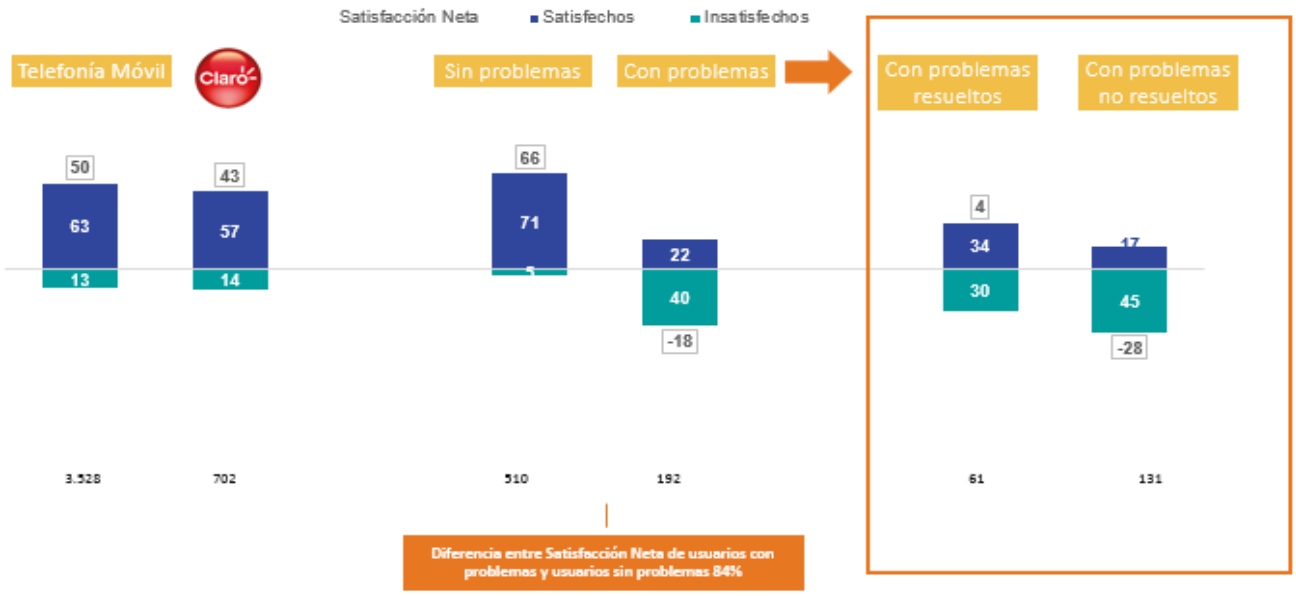


En el caso de **Entel el impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema es de un 90%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **13 puntos porcentuales** (71% versus 90% en la actual medición).

Gráfico 46. Satisfacción de usuarios de Movistar con Telefonía Móvil, según si le han resuelto un problema

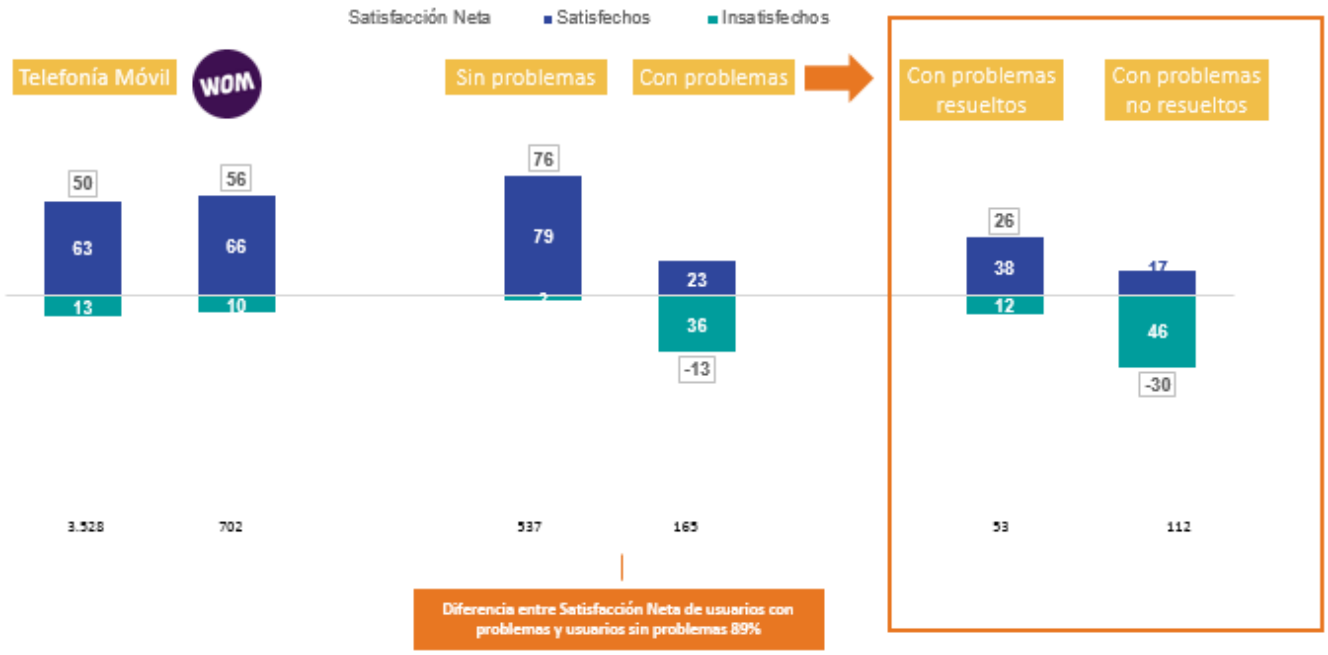
En el caso de **Movistar el impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema es de un 87%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **4 puntos porcentuales** (83% versus 87% en la actual medición).

Gráfico 47. Satisfacción de usuarios de Claro con Telefonía Móvil, según si le han resuelto un problema



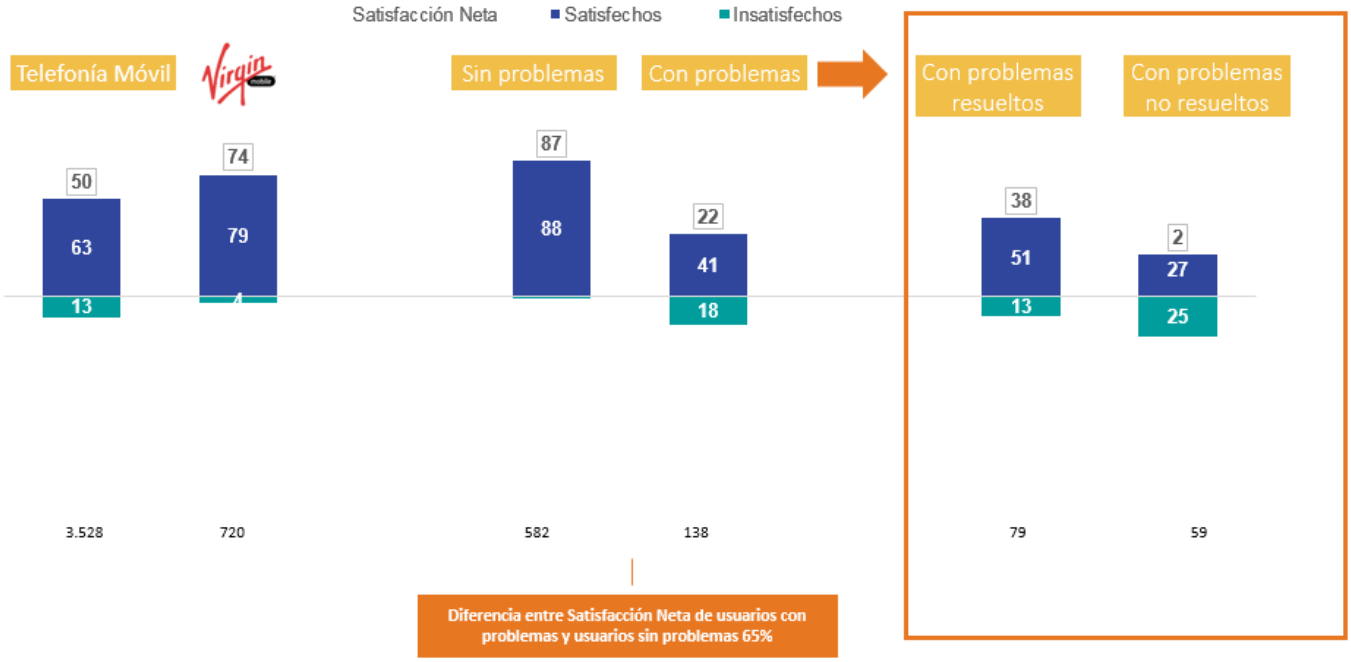
Para **Claro el impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema es de un 84%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **6 puntos porcentuales** (78% versus 84% en la actual medición).

Gráfico 48. Satisfacción de usuarios de WOM con Telefonía Móvil, según si le han resuelto un problema



Si vemos los resultados de **WOM el impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema es de un 89%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **7 puntos porcentuales** (82% versus 89% en la actual medición).

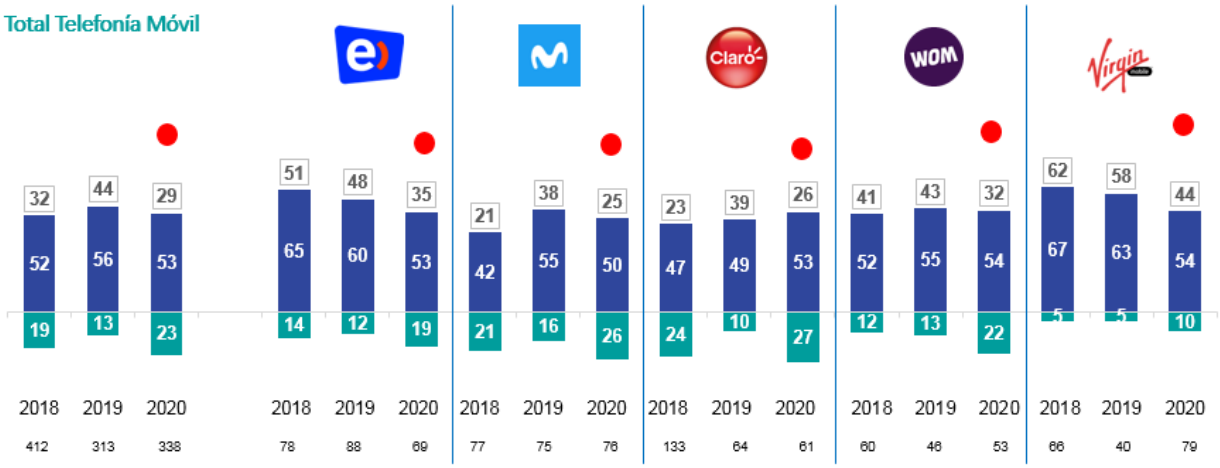
Gráfico 49. Satisfacción de usuarios de Virgin con Telefonía Móvil, según si le han resuelto un problema



Virgin, por su parte en el **impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema tiene un 65%,** presenta la mejor tasa de todas las compañías, bajando comparativamente a la medición anterior en -**16 puntos porcentuales** (81% versus 65% en la actual medición).

Para identificar la Satisfacción con la Resolución de Problemas preguntamos: *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?*

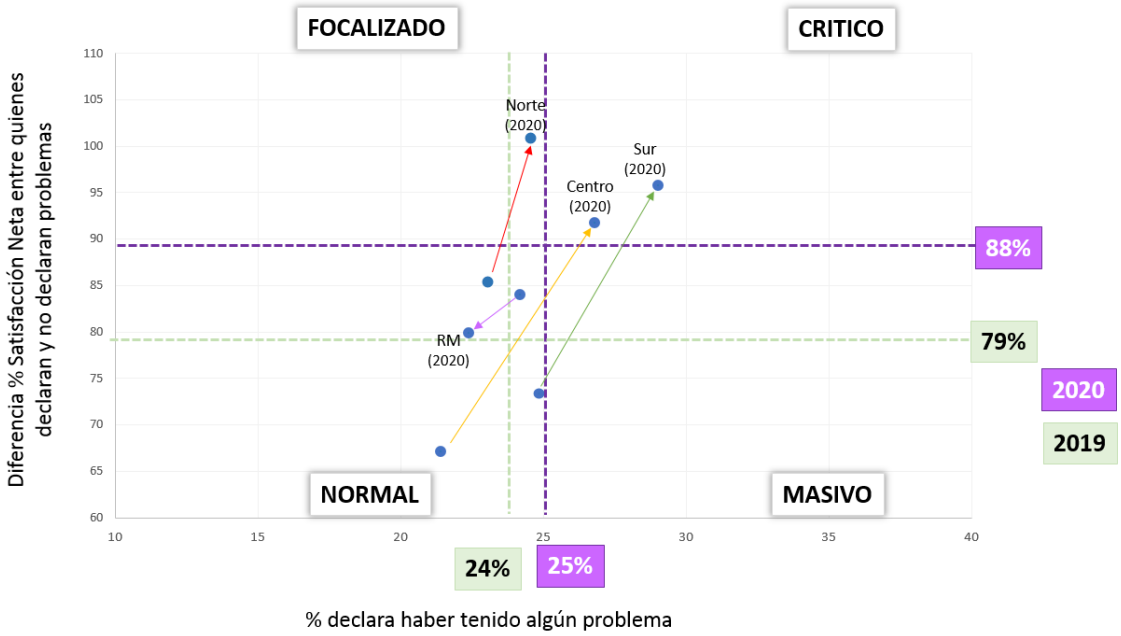
Gráfico 50. Satisfacción con la Solución de Problemas Telefonía Móvil 2018 - 2020



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

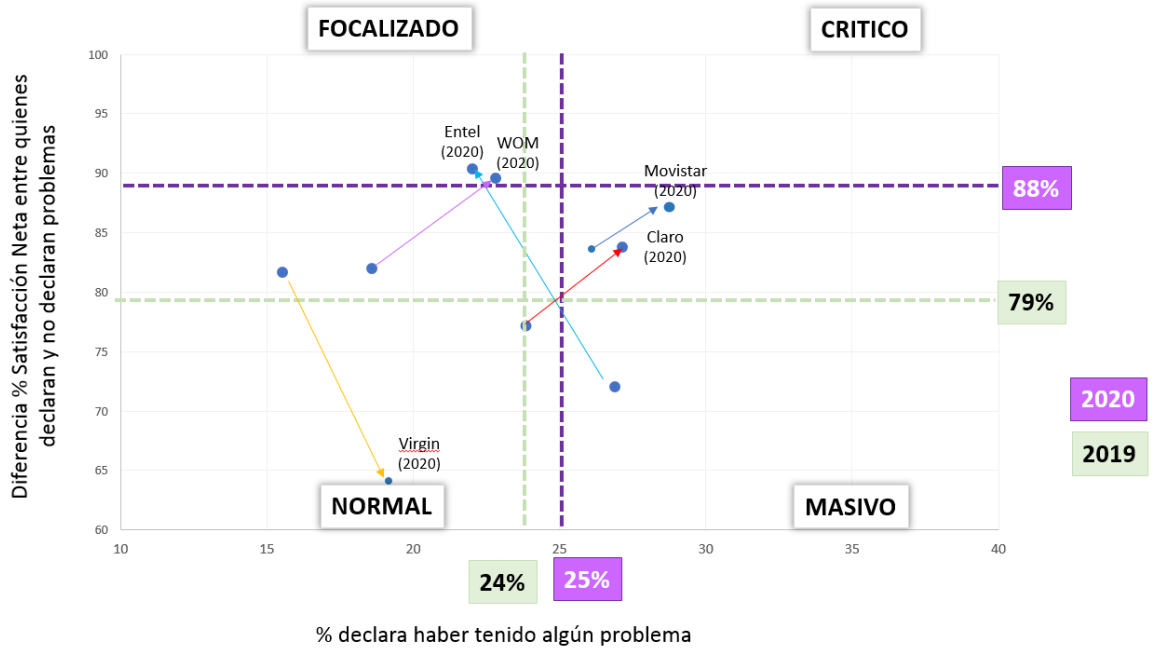
En general **baja la Satisfacción con la solución de problemas a una Satisfacción Neta a 29%,** -15 puntos respecto del año anterior. Todas las compañías tienen una performance semejante sin grandes desviaciones entre ellas.

Gráfico 51. Impacto problemas en la Satisfacción por Zona de Telefonía Móvil 2019 - 2020



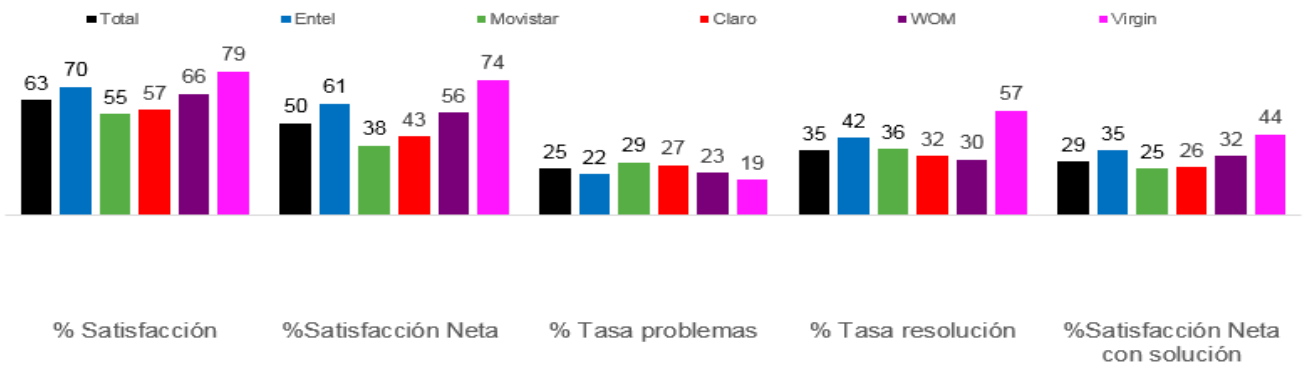
- ✓ RM: Disminuye el impacto de los problemas sobre la satisfacción.
- ✓ Norte: Pasa del cuadrante normal al focalizado.
- ✓ Centro: Aumenta el impacto de los problemas sobre la satisfacción, y pasa del cuadrante normal al crítico.
- ✓ Sur: Aumenta el impacto de los problemas sobre la satisfacción, y pasa del cuadrante normal al crítico.

Gráfico 52. Impacto problemas en la Satisfacción por Compañia de Telefonía Móvil 2019 - 2020



- ✓ Entel: Pasa de masivo a focalizado
- ✓ WOM: Pasa del cuadrante normal al focalizado.
- ✓ Claro: Pasa de Normal a Masivo.

Gráfico 53. Principales indicadores de Telefonía Móvil, Medición 2020

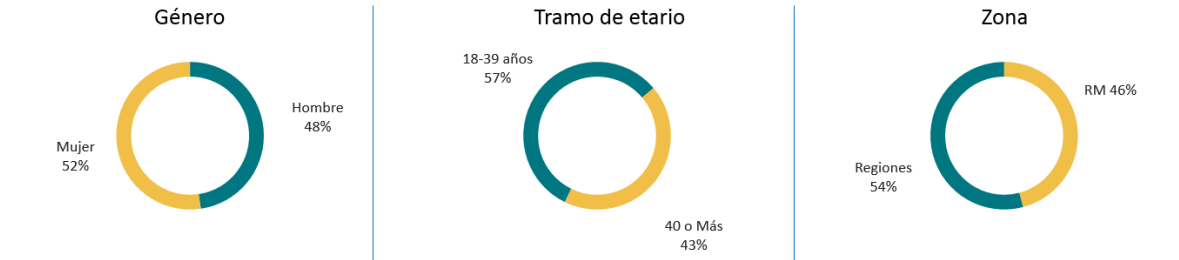


*Virgin se mide solo en Prepago
*Casos N=3528

10.2 Internet Móvil

10.2.1 Perfil Entrevistados

Gráfico 54. Características Demográficas de usuarios de Internet Móvil



	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total
Entel	702	47	53	100
Movistar	702	48	52	100
Claro	702	46	54	100
WOM	702	49	51	100
Virgin	702	57	43	100
VTR	702	42	58	100
Total	4.212	48	52	100

	Base (n)	% 18-39	% 40+	Total
Entel	702	55	45	100
Movistar	702	51	49	100
Claro	702	59	41	100
WOM	702	62	38	100
Virgin	702	67	33	100
VTR	702	38	62	100
Total	4.212	57	43	100

	Base (n)	% Región	% RM	Total
Entel	702	57	43	100
Movistar	702	54	46	100
Claro	702	47	53	100
WOM	702	56	44	100
Virgin	702	34	66	100
VTR	702	57	43	100
Total	4.212	54	46	100

La muestra de Internet Móvil está compuesta por un 48% de hombres y un 52% de mujeres. En términos etarios, los usuarios con edades sobre los 40 años es menor (43%) que los usuarios entre 18 y 39 años (57%). La composición demográfica presenta una proporción mayor para Regiones (54%), en tanto que la Región Metropolitana constituye un 46% de la muestra.

De las compañías medidas las principales observaciones son:

✓ Entel: Mayor proporción de Mujeres que Hombres, mayor proporción de Rangos etarios más jóvenes, mayor proporción de entrevistas en Regiones que en RM.

✓ Movistar: Mayor proporción de Mujeres que Hombres, equilibrada proporción entre los Rangos etarios, mayor proporción de entrevistas en Regiones que en RM.

✓ Claro: Mayor proporción de Mujeres que Hombres, se evidencia una mayor proporción del rango etario inferior **18 a 39 años con un 59**% y equilibrada proporción entre RM y Regiones.

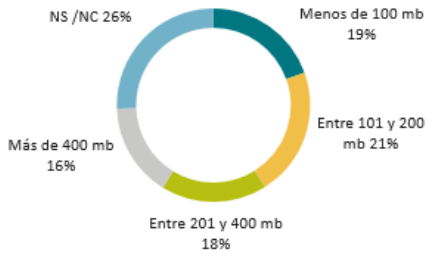
✓ WOM: Equilibrada proporción de Mujeres y Hombres, se evidencia una mayor proporción del rango etario inferior **18 a 39 años con un 62**% y con mayor proporción en regiones.

✓ Virgin: Mayor proporción de Hombres que de Mujeres, una mayor proporción del rango etario inferior **18 a 39 años** con un **67%,** mayor proporción de entrevistas en **RM con un 66%**.

✓ VTR: Equilibrada proporción de Mujeres y Hombres, mayor proporción de entrevistados en el rango etario de **40 años y más con un 62%,** mayor proporción en **Regiones con un 54%.**

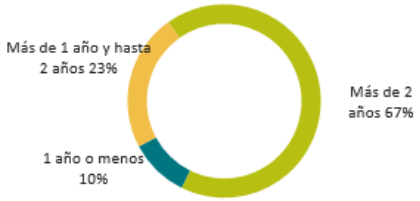
Gráfico 55. Características de contratos de servicio de Internet Móvil

Modalidad del Plan



	Base (n)	% Contrato	% Prepago	Total
Entel	702	92	8	100
Movistar	702	88	12	100
Claro	702	92	8	100
WOM	702	77	23	100
Virgin	702	0	100	100
VTR	702	96	4	100
Total	4.212	86	14	

Antigüedad



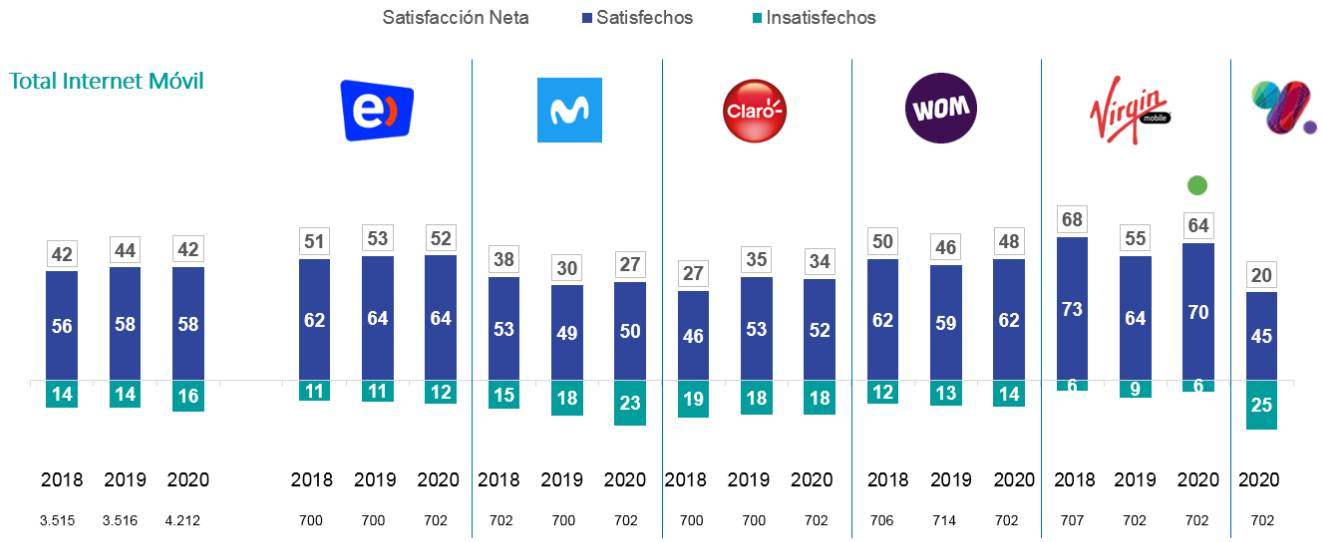
	Base (n)	% 1 año o menos	% Más de 1 año y hasta 2	% Más de 2 años	Total
Entel	702	8	25	67	100
Movistar	702	9	19	72	100
Claro	702	8	36	56	100
WOM	702	8	35	57	100
Virgin	702	20	2	78	100
VTR	702	9	20	71	100
Total	4.212	10	23	67	

La mayoría de los usuarios de Internet Móvil tienen Contrato, con un 86%, mientras que el restante 14% corresponde a modalidad Prepago. Es importante mencionar que Virgin solo cuenta con modalidad Prepago. Respecto a la antigüedad, el 62% de los entrevistados indica ser cliente de su empresa hace más de 2 años, siendo Virgin el que presenta la mayor representación de usuarios con un 78%.

10.2.2 Satisfacción con las Empresas de Internet Móvil

Para determinar la Satisfacción con las compañías proveedoras se preguntó: *Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de INTERNET MOVIL que le presta actualmente su compañía proveedora. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, en general ¿Qué tan satisfecho está Ud. con el servicio de INTERNET MOVIL?*

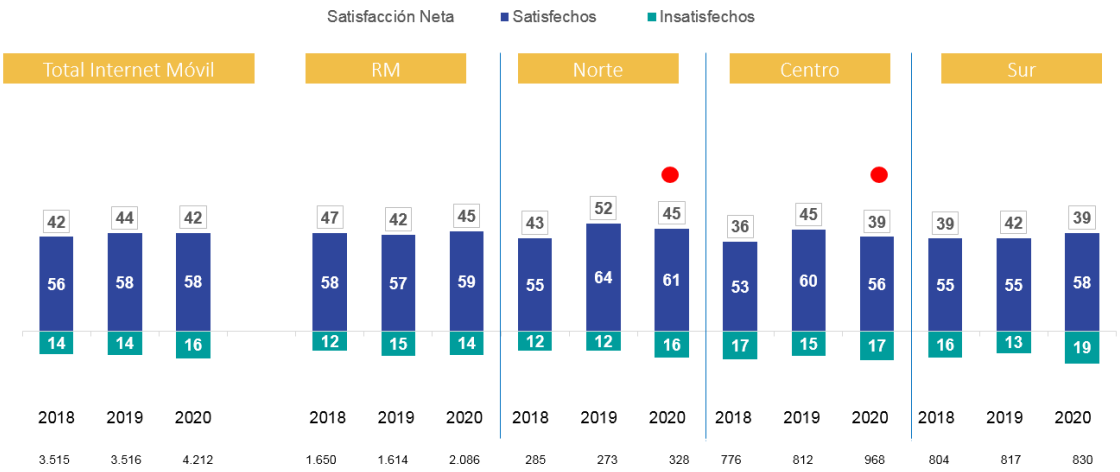
Gráfico 56. Satisfacción con empresas de Internet Móvil 2018 – 2020



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

El mejor evaluado es **Virgin con un 64%,** con +9 puntos respecto de la medición anterior. En tanto que **VTR** es el pero evaluado con un **20%**.

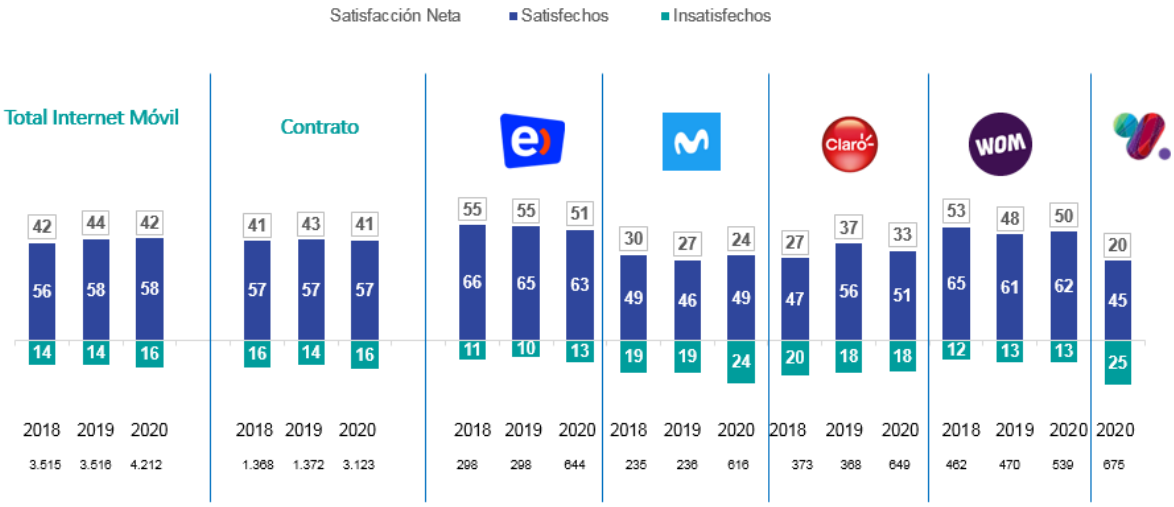
Gráfico 57. Satisfacción por zona con Internet Móvil 2018 – 2020



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

Se visualiza una baja en la Satisfacción de la **Zona Centro con un 39%** (-6)**, y en la Zona Norte con un 45%** (-7).

Gráfico 58. Satisfacción con Internet Móvil por Tipo de Plan CONTRATO 2018 – 2020

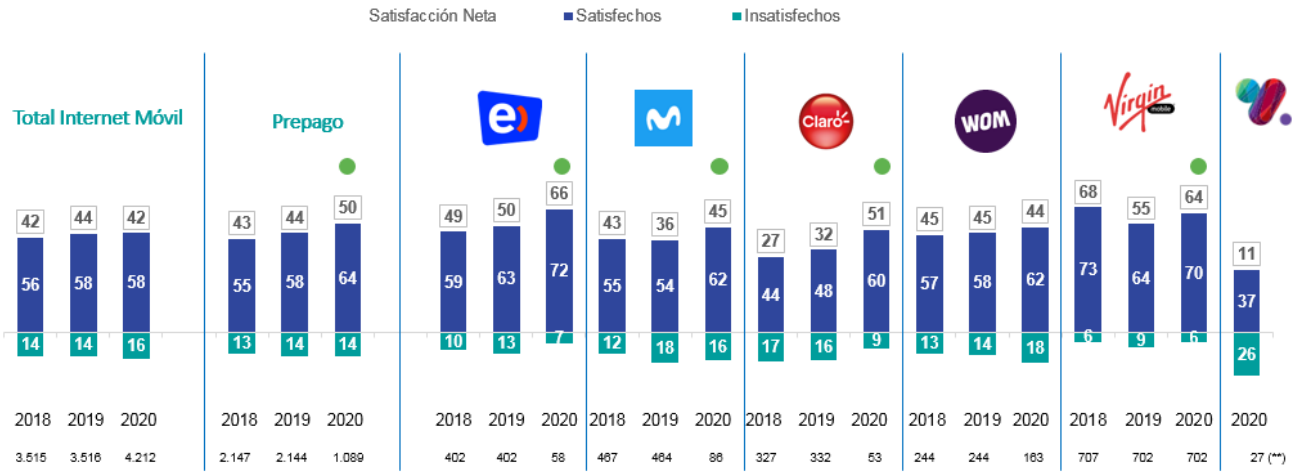


(*) El % restante para llegar al 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

*Se excluye a Virgin dado que solo presta servicios de Prepago.

La Satisfacción Total Neta del segmento se mantiene estable**, sin diferencias significativas para ninguna compañía**.

Gráfico 59. Satisfacción con Internet Móvil por Tipo de Plan PREPAGO 2018 – 2020

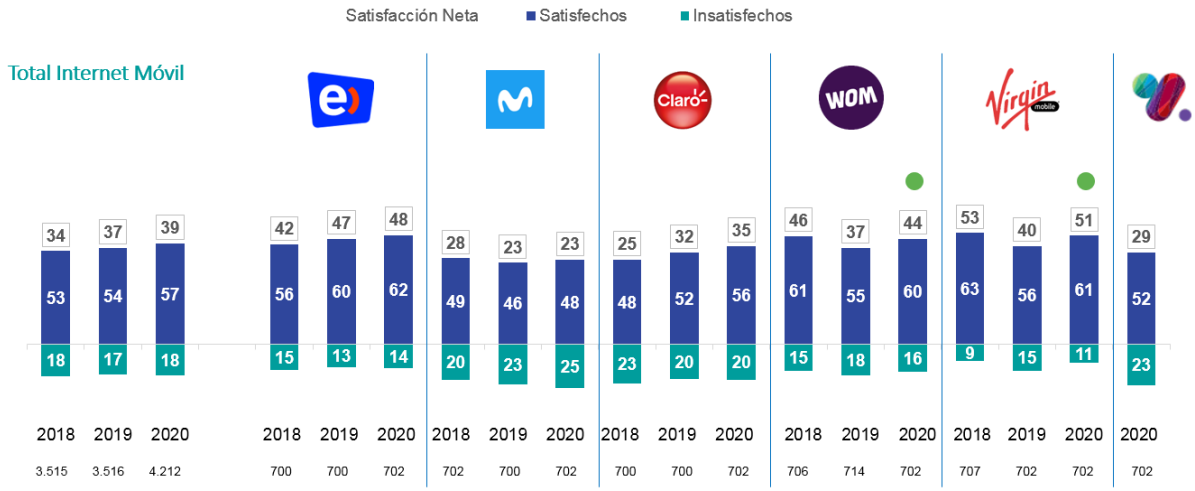


Prepago presenta un 50% de Satisfacción Neta, aumentando 6 puntos respecto de la medición previa. Nos encontramos con que todas las compañías con excepción de 2 experimentan un aumento significativo de la Satisfacción neta;

- ✓ **Claro 51%,** aumenta 19 puntos, presenta el mayor aumento
- ✓ **Entel 66%,** aumenta 16 puntos
- ✓ **Movistar 45%,** aumenta 9 puntos
- ✓ **Virgin 64%,** aumenta 9 puntos

En este segmento particular indagamos en la Satisfacción con la Velocidad de internet, preguntando: *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?*

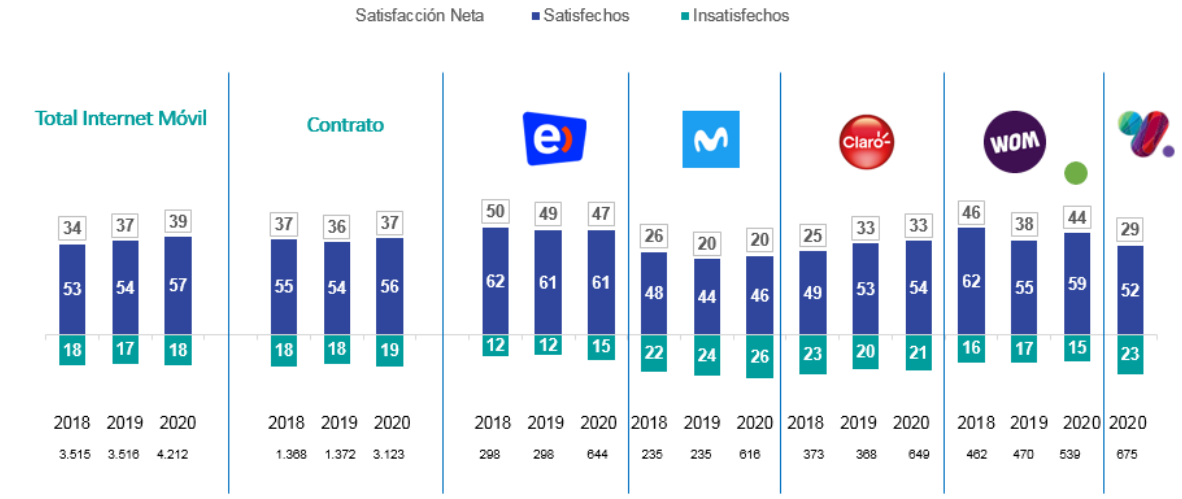
Gráfico 60. Satisfacción con la Velocidad de Internet Móvil 2018 – 2020



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

Los niveles más altos de Satisfacción los presenta **Virgin con 51%** (+11) y **WOM con 44%** (+7)

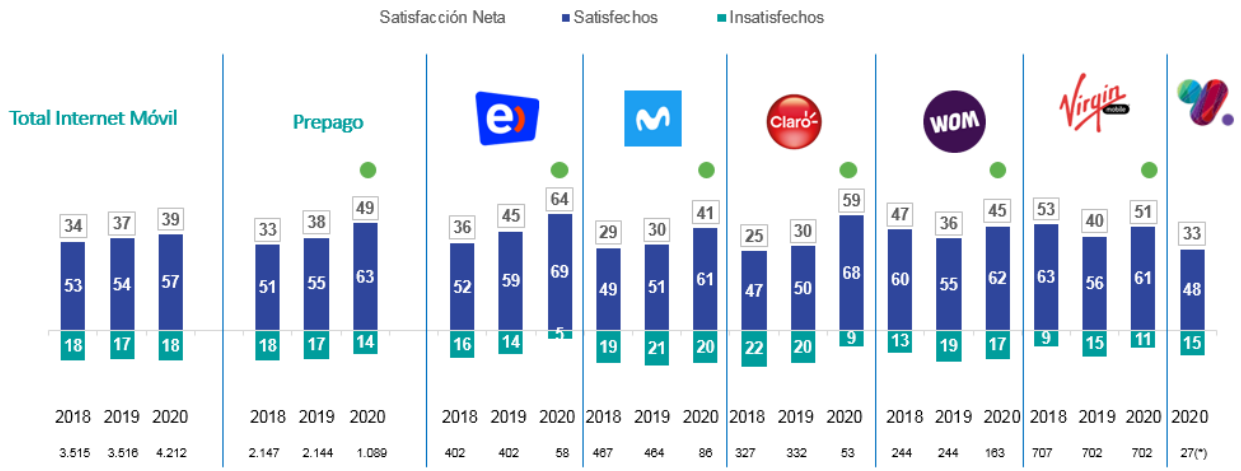
Gráfico 61. Satisfacción con la Velocidad de Internet Móvil por tipo Plan – CONTRATO 2018 – 2020



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

En el segmento Contrato solo **WOM** presenta una diferencia significativa con **44%**, 6 puntos por sobre el año anterior.

Gráfico 62. Satisfacción con la Velocidad de Internet Móvil por tipo Plan – PREPAGO 2018 – 2020



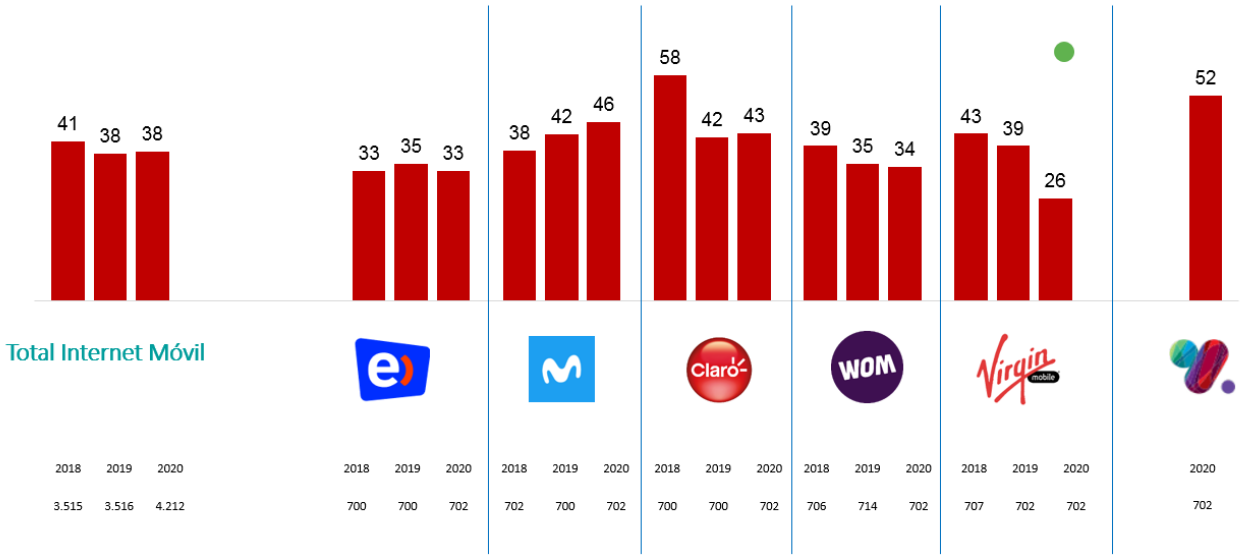
(*) El % restante para llegar al 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Todas las compañías mejoran respecto de 2019, destacándose **Claro con un 59%** mostrando una mejora de **29 puntos** respecto del año anterior. Le sigue **Entel con un 64%,** 19 puntos sobre la medición anterior.

10.2.3 Tasa de Problemas, Tasa de Reclamos y Tasa de Resolución Internet Móvil

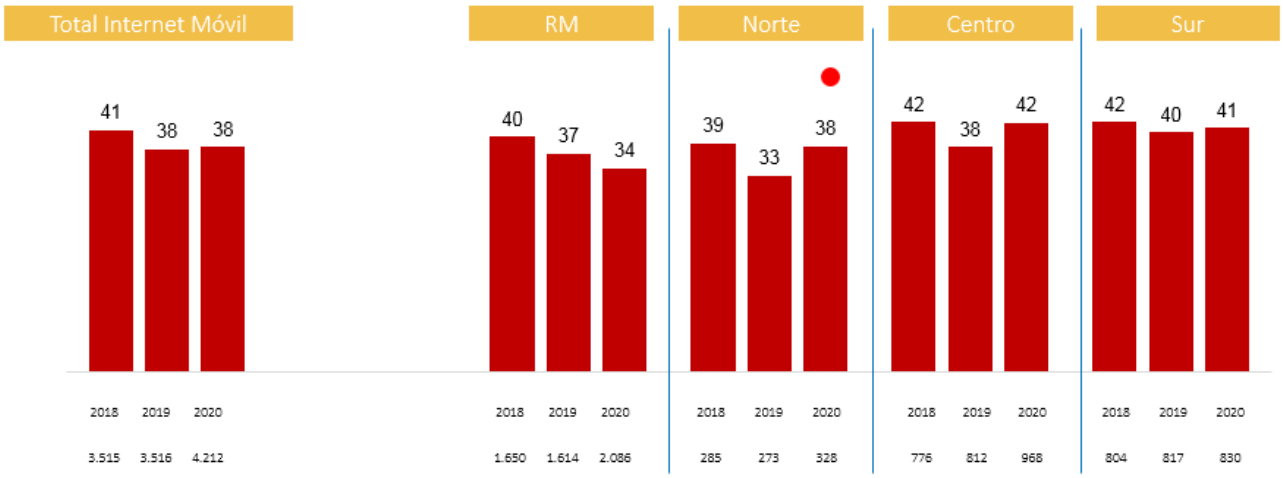
Para levantar la Tasa de Problemas preguntamos: *En los últimos 6 meses, ¿ha tenido algún problema con el servicio de INTERNET MOVIL?*

Gráfico 63. Tasa de Problemas Internet Móvil 2018 – 2020



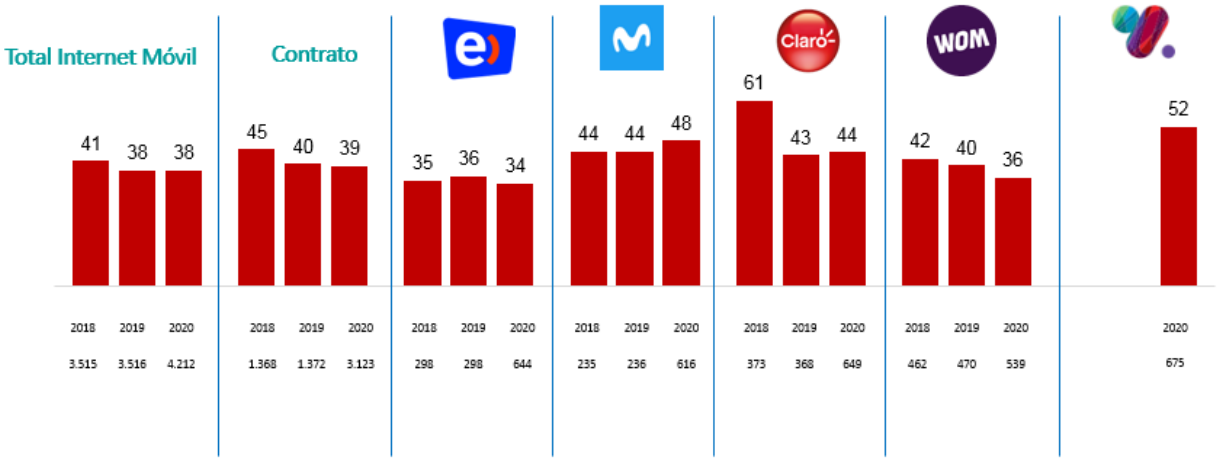
Virgin con un 26% cae significativamente en la Tasa de Problemas, -13 puntos respecto de la medición previa, en tanto que la Tasa de Problemas más alta la presenta VTR con un 52%, dado que comenzó a ser medida el presente año o tiene punto de comparación previa.

Gráfico 64. Tasa de Problemas con Internet Móvil por Zona 2018 – 2020



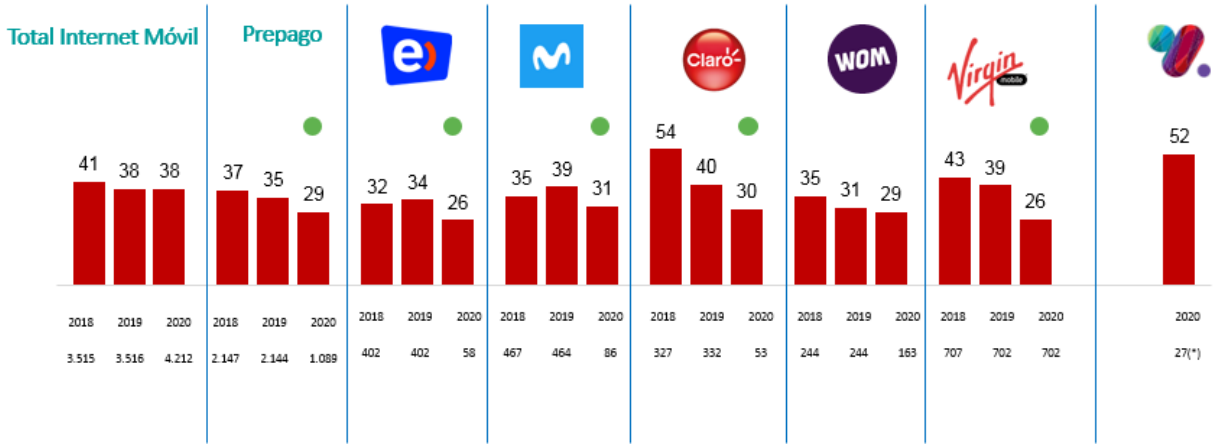
La **Zona Norte** muestra un aumento significativo en la Tasa de problemas con un **38%** versus un 33% del año anterior.

Gráfico 65. Tasa de Problemas Internet Móvil CONTRATO 2018 – 2020



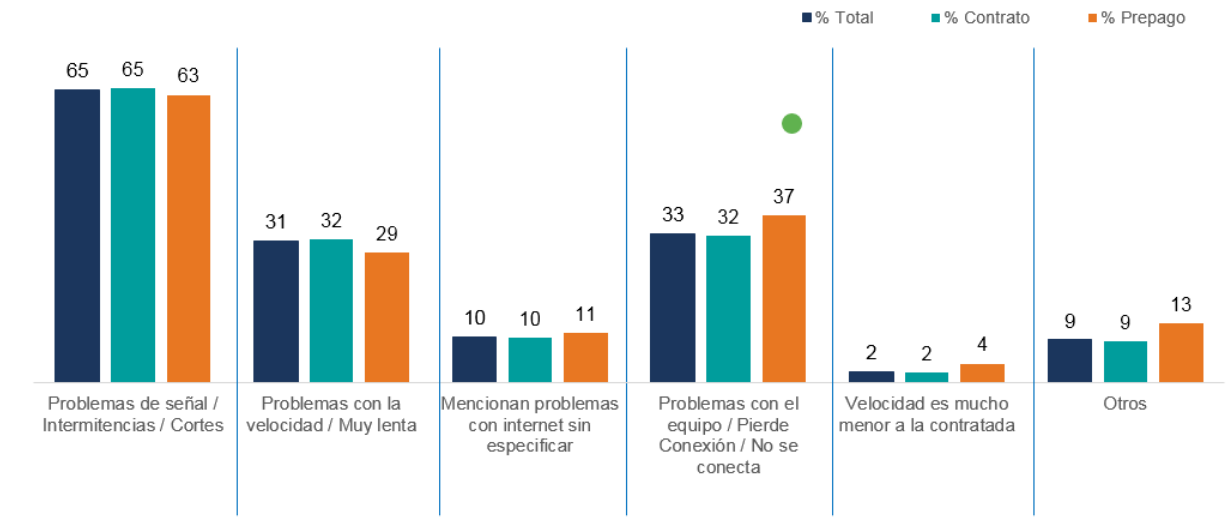
VTR que se incorpora a la medición este año muestra la Tasa de Problemas más alta en el segmento Contrato con un **52%.**

Gráfico 66. Tasa de Problemas Internet Móvil PREPAGO 2018-2020



Todas las compañías con **excepción de WOM** bajan su tasa de problema significativamente. **VTR presenta la Tasa de Problemas más alta también en el segmento Prepago** con un 52%, 26 puntos porcentuales más que la compañía que le sigue.

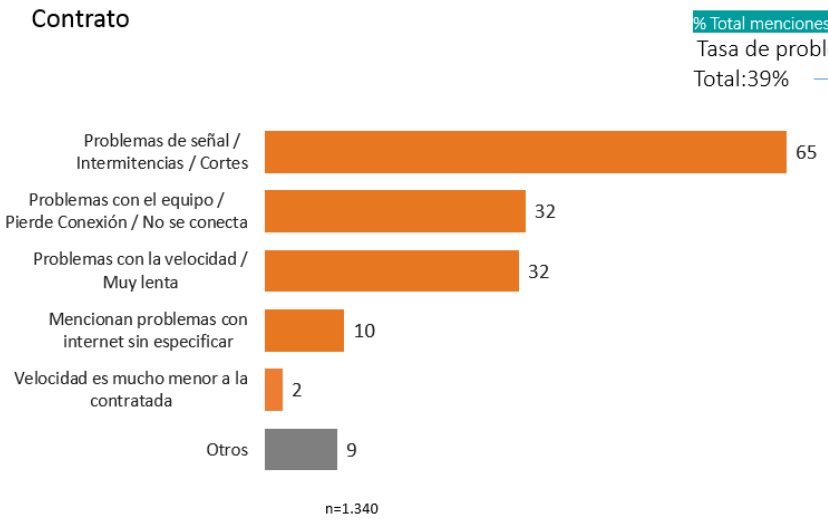
Gráfico 67. Tipo de problemas Internet Móvil por Tipo de Plan Total



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de internet móvil (1. 642)

Los problemas de **Señal** son los más mencionados en ambos Tipos de Plan.

Gráfico 68. Tipo de problemas por Tipo de Plan CONTRATO

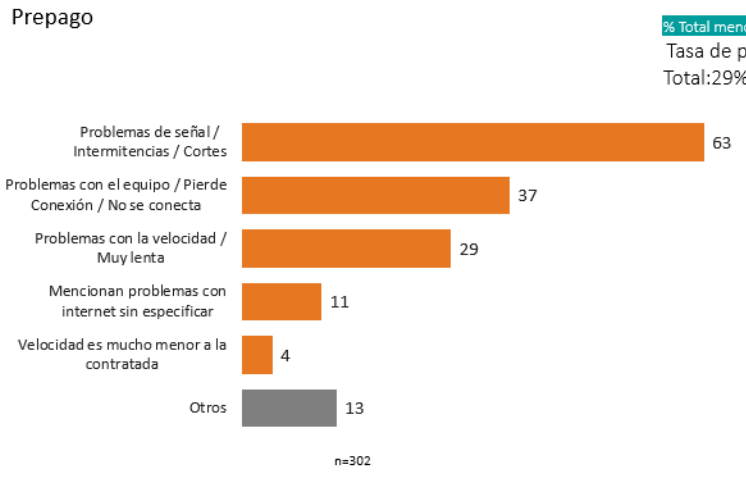


% Total menciones	Entel	Movistar	Claro	WOM	VTR
Tasa de problemas Total:39%	34%	48%	44%	36%	52%
Problemas de señal / Intermitencias / Cortes	59	65	71	66	64
Problemas con el equipo / Pierde Conexión / No se conecta	30	35	33	31	38
Problemas con la velocidad / Muy lenta	36	28	25	35	30
Mencionan problemas con internet sin especificar	9	11	12	7	12
Velocidad es mucho menor a la contratada	2	3	1	2	3
Otros	10	8	13	6	8
	217	294	284	192	353

(*) Casos: usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de internet móvil (1.340)

Viendo en detalle el segmento **CONTRATO**, **Claro** es quien presenta más problemas de **Señal** con un **71%**.

Gráfico 69. Tipo de problemas por Tipo de Plan PREPAGO

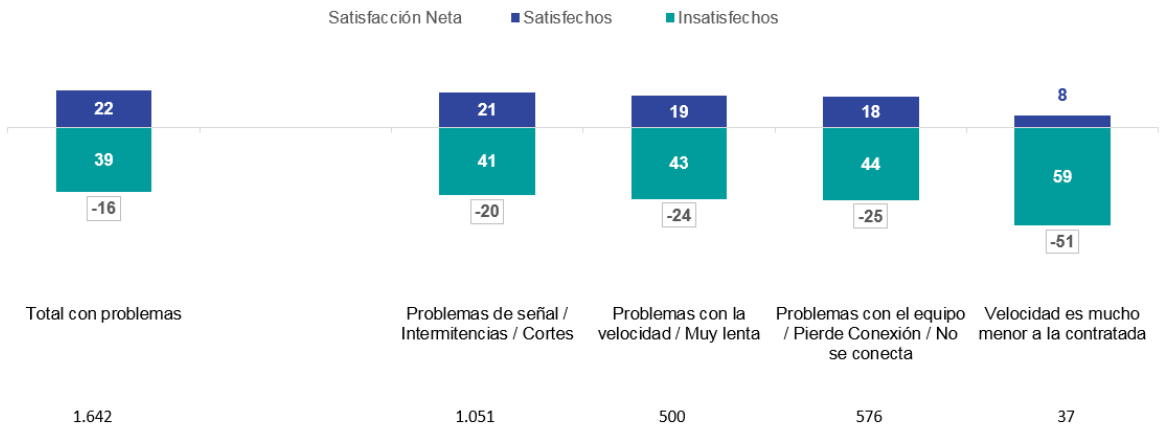


% Total menciones	Entel	Movistar	Claro	WOM	Virgin	VTR
Tasa de problemas Total:29%	26%	31%	30%	29%	26%	52%
Problemas de señal / Intermitencias / Cortes	60	59	69	66	56	72
Problemas con el equipo / Pierde Conexión / No se conecta	33	48	37	32	40	50
Problemas con la velocidad / Muy lenta	27	15	13	38	33	21
Mencionan problemas con internet sin especificar	-	22	6	10	12	29
Velocidad es mucho menor a la contratada	-	7	6	4	1	-
Otros	13	18	18	11	7	-
	15(**)	27(**)	16(**)	47	183	14

(*) Casos: usuarios prepago que han tenido problemas con el servicio de internet móvil (302)
(**) Bases referenciales

Siguiendo con el principal tipo de problema enunciado para el segmento de **Señal** para el segmento **PREPAGO,** es **VTR** quien presenta la mayor tasa de reclamos sobre este tipo de problema con un 72%.

Gráfico 70. Tipo de problemas Internet Móvil y Satisfacción con el servicio

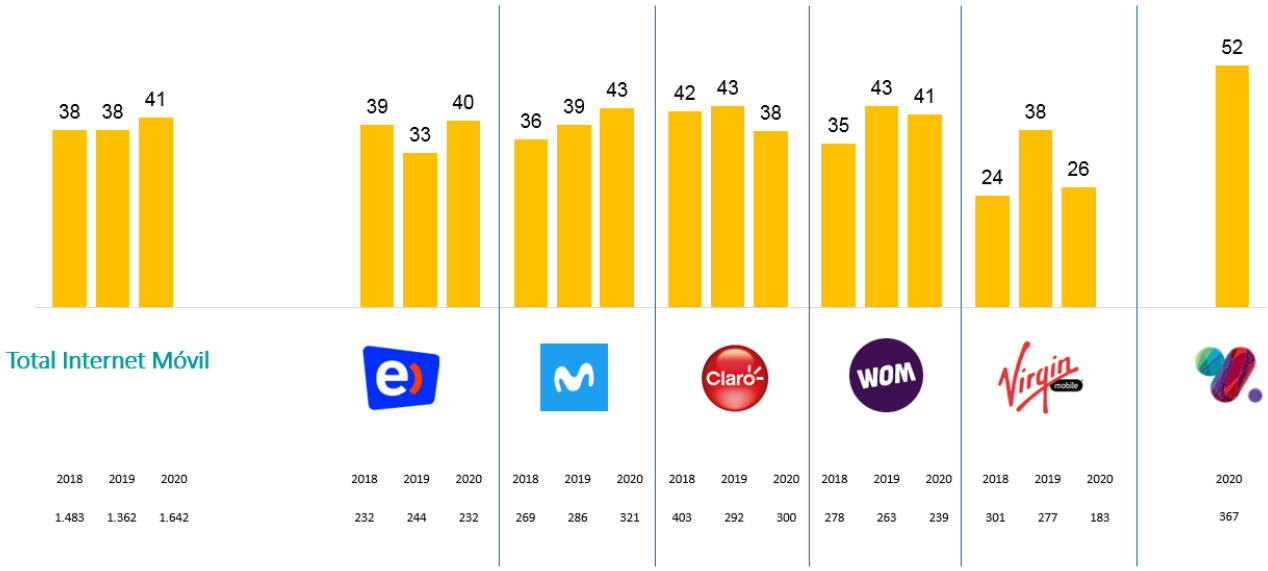


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".
Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de internet móvil (1.642)

La Satisfacción Neta de los Usuarios que han experimentado problemas llega a un -16%, esto implica -10 puntos respecto de la medición 2019. Al igual que en la medición anterior el mayor impacto lo presentan los **Problemas con la Velocidad** con una Satisfacción Neta de **-51%**

A todas aquellas personas que se vieron afectadas por un Problema se les consultó: *Ahora quisiéramos que se enfocara en el último problema que usted tuvo con el servicio de INTERNET MOVIL ¿Reclamó o pidió alguna solución en…?*

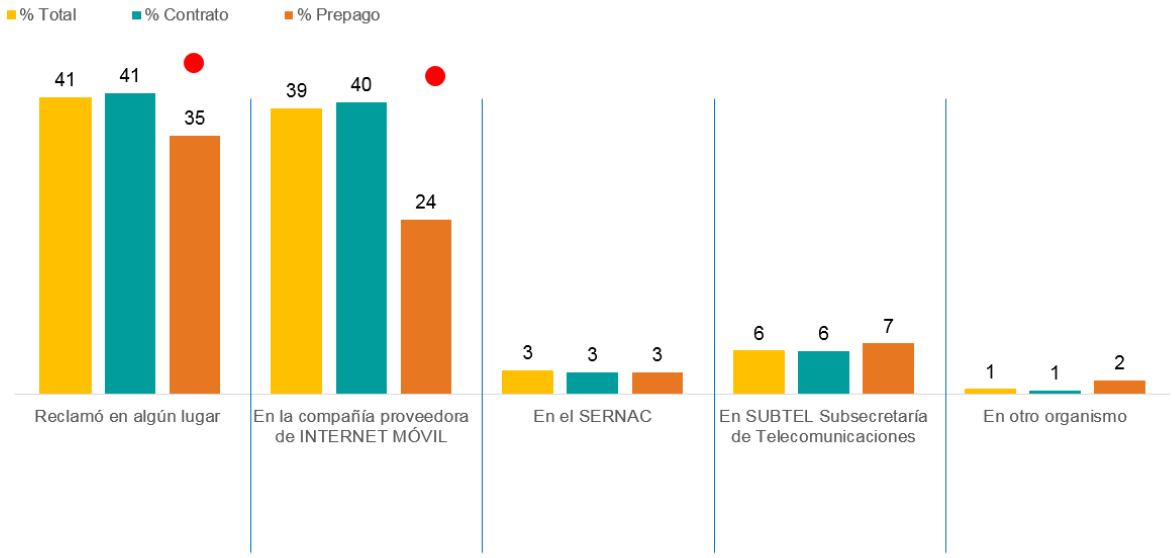
Gráfico 71. Tasa de Reclamo 2018 – 2020



Los usuarios que más reclamaron fueron los usuarios de **VTR con un 52%**. Bajan los reclamos de Virgin (-12) y Claro (-5).

Al consultarles a los entrevistados sobre el *lugar donde interpusieron el reclamo indicaron*:

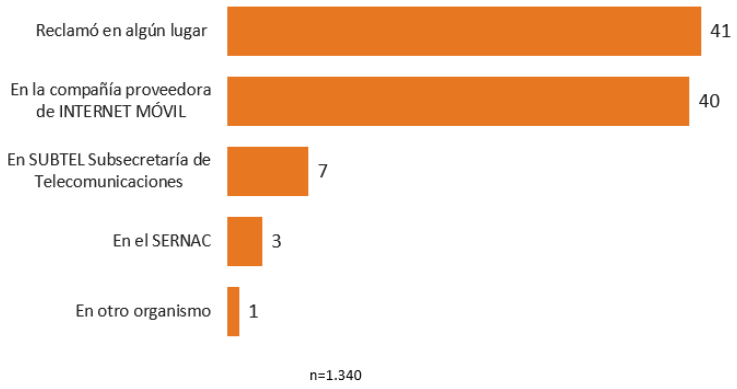
Gráfico 72. Lugar de reclamo Internet Móvil por tipo de plan Contrato y Prepago



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de internet móvil (1. 642)

Los usuarios de Internet Móvil prefieren principalmente a la **Compañía proveedora del servicio para interponer sus reclamos** (41%). **Los usuarios Contrato reclaman un 6% más que en los usuarios de Prepago.**

Gráfico 73. Lugar de reclamo Internet Móvil CONTRATO

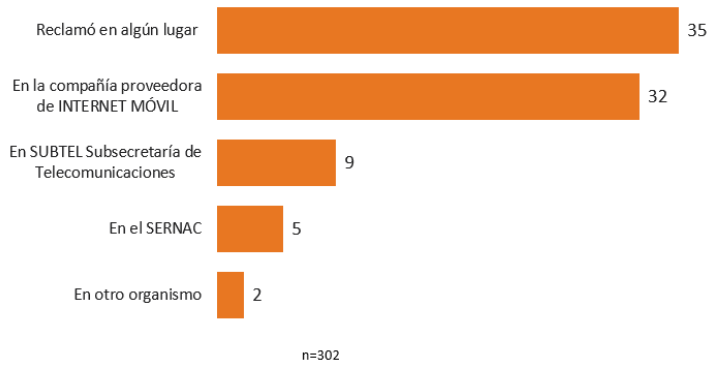


% Total menciones	Entel	Movistar	Claro	WOM	VTR
Tasa de problemas Total:39% →	34%	48%	44%	36%	52%
	41	42	38	44	50
	40	39	37	43	49
	8	7	6	8	7
	3	4	3	2	4
	1	1	0	0	1
	217	294	284	192	353

(*) Casos: usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de internet móvil (1.340)

En la apertura por compañía se evidencia que los usuarios de **VTR Contrato** son los más inclinados a reclamar a la compañía proveedora, con un **50%.**

Gráfico 74. Lugar de reclamo Internet Móvil PREPAGO



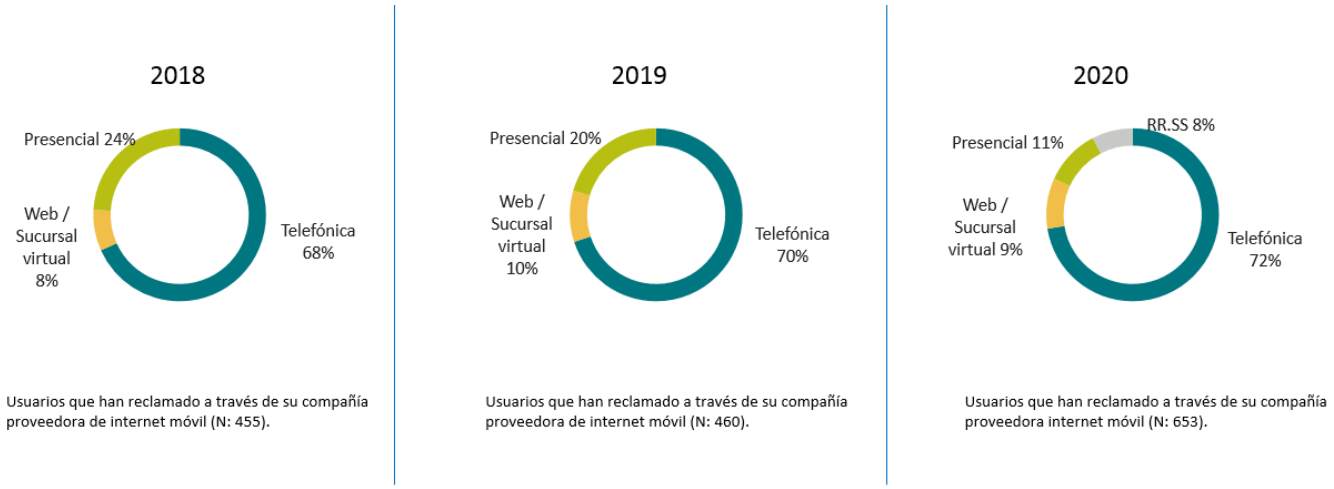
% Total menciones	Entel	Movistar	Claro	WOM	Virgin	VTR
Tasa de problemas Total:29% →	26%	31%	30%	29%	26%	52%
Reclamó en algún lugar	27	55	31	32	26	93
En la compañía proveedora de INTERNET MÓVIL	20	51	31	30	25	71
En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	-	22	18	6	1	22
En el SERNAC	-	11	12	2	1	14
En otro organismo	7	4	-	-	2	7
	15(**)	27(**)	16(**)	47	183	14(**)

(*) Casos: usuarios prepago que han tenido problemas con el servicio de internet móvil (302)
(**) Bases referenciales

Entre los usuarios de **VTR Prepago** al igual que en el segmento Contrato nos encontramos con la tasa más alta de reclamo directo a la compañía proveedora con un **71%.**

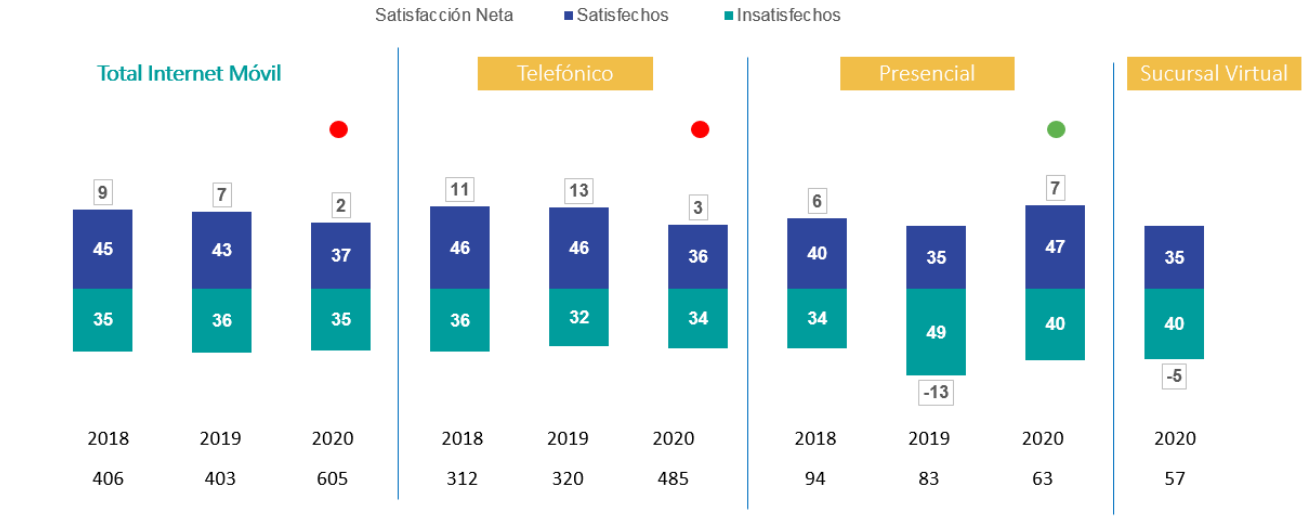
Para comprender que canales prefirió el usuario para realizar su reclamo preguntamos: *¿Cuál fue el canal a través del cual realizó el reclamo?*

Gráfico 75. Canal a través del cual hizo el reclamo 2018 – 2020



Al igual que en el segmento Telefonía Móvil es atribuible al estado de Pandemia el uso mayoritario de **medios no presenciales**, totalizando un **89%**.

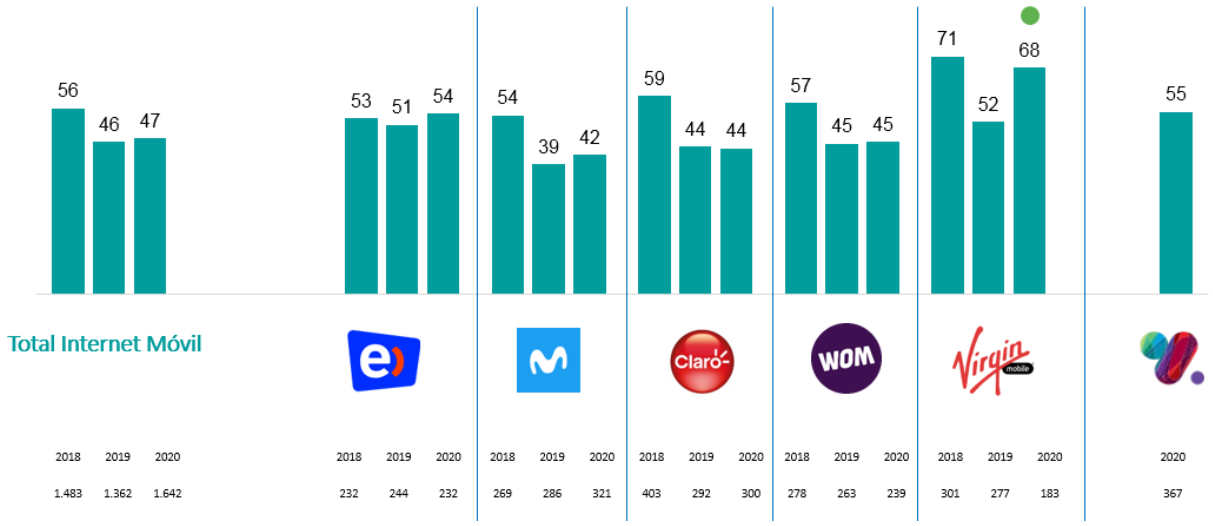
Gráfico 76. Satisfacción con la Interposición de reclamos, por canal 2018 - 2020



(*)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 a través de teléfono y presencial (N:605)

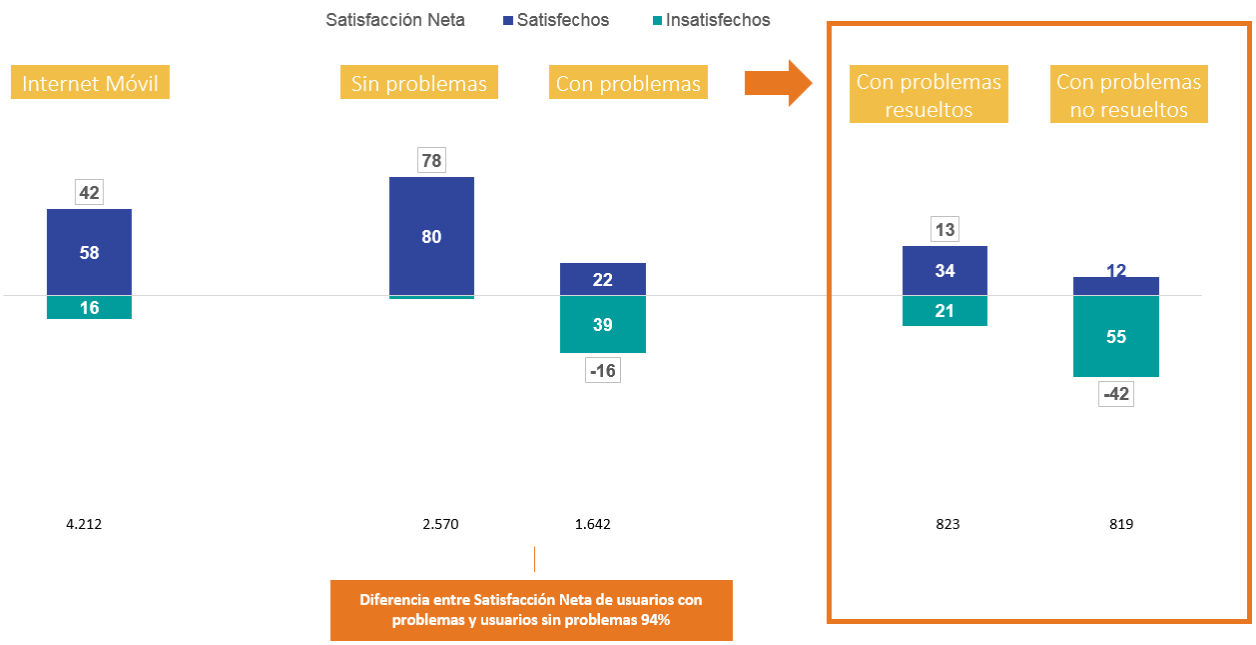
La Satisfacción Neta total cayó 5 puntos porcentuales a 2%, marcado por una diferencia significativa de la Satisfacción neta en el **Canal Telefónico con un 3%,** en tanto que el **Canal Presencial** aumenta significativamente a un **7%** en la presente medición**,** con 20 puntos de mejora respecto de la medición anterior.

Gráfico 77. Tasa de Resolución del Problemas 2018 - 2020



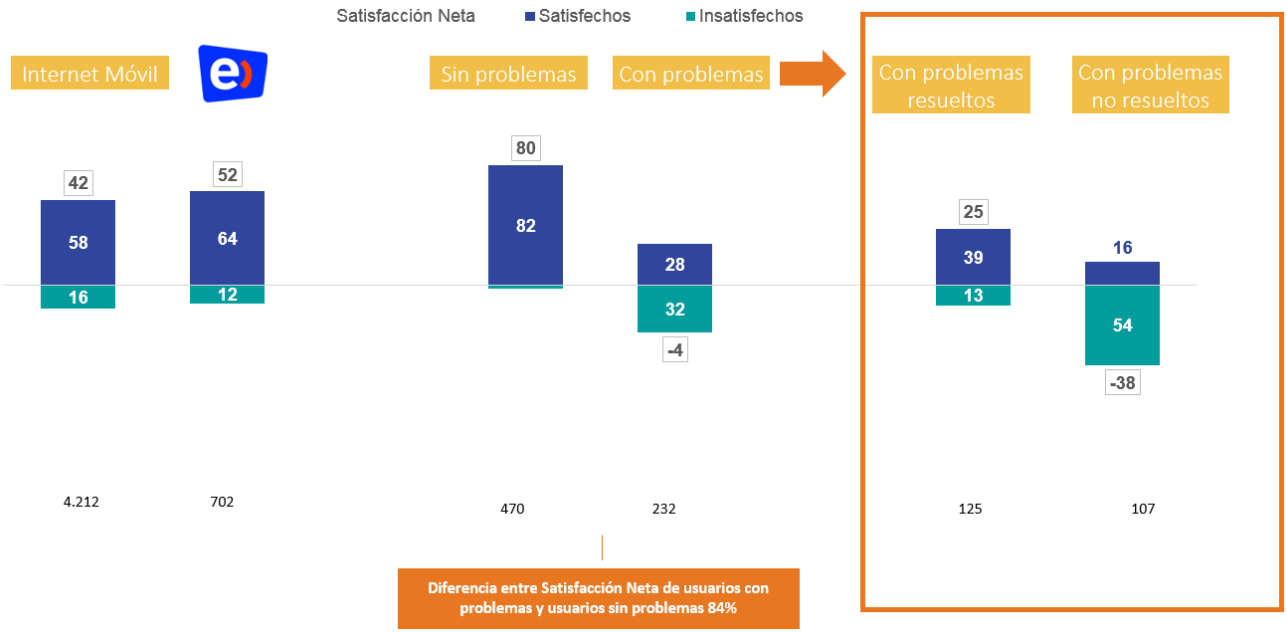
Hay un **aumento significativo** para la compañía **Virgin con 68%** que sube 16 puntos porcentuales respecto de la medición anterior.

Gráfico 78. Satisfacción con Internet Móvil - Según si le han resuelto un problema



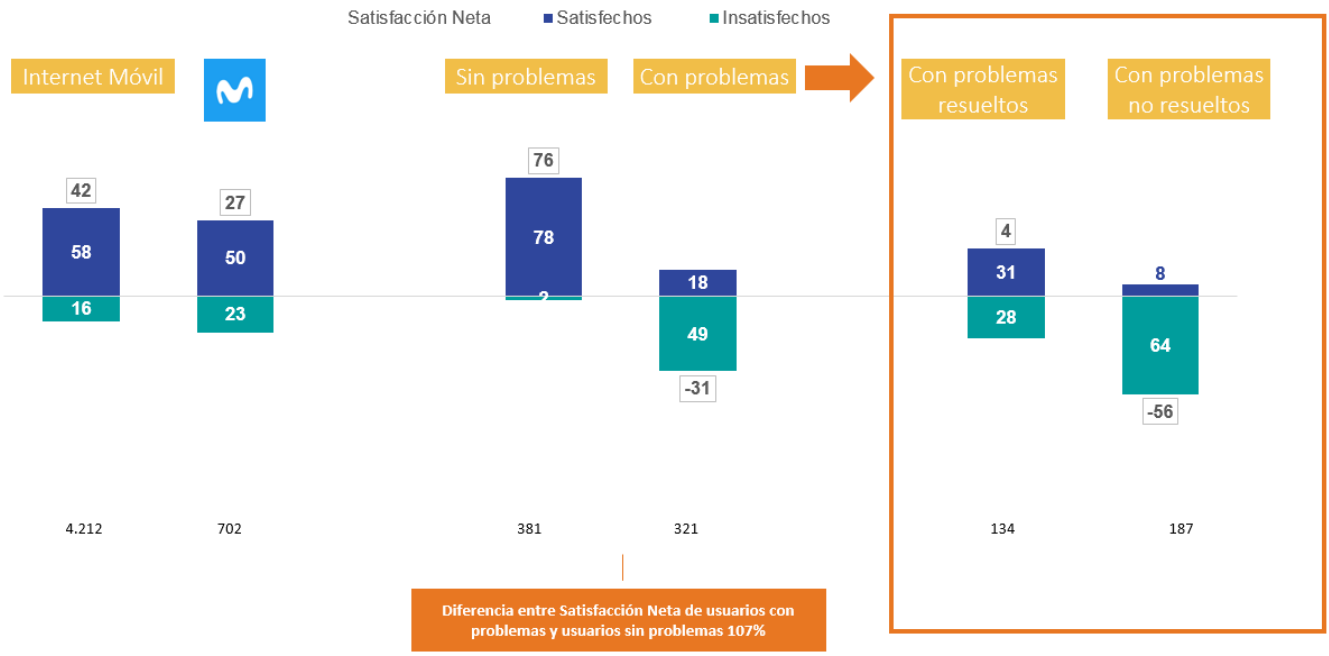
Vemos que el **impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema es de un 94%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **14 puntos porcentuales** (80% versus 94% en la actual medición).

Gráfico 79. Satisfacción de usuarios de Entel con Internet Móvil - Según si le han resuelto un problema



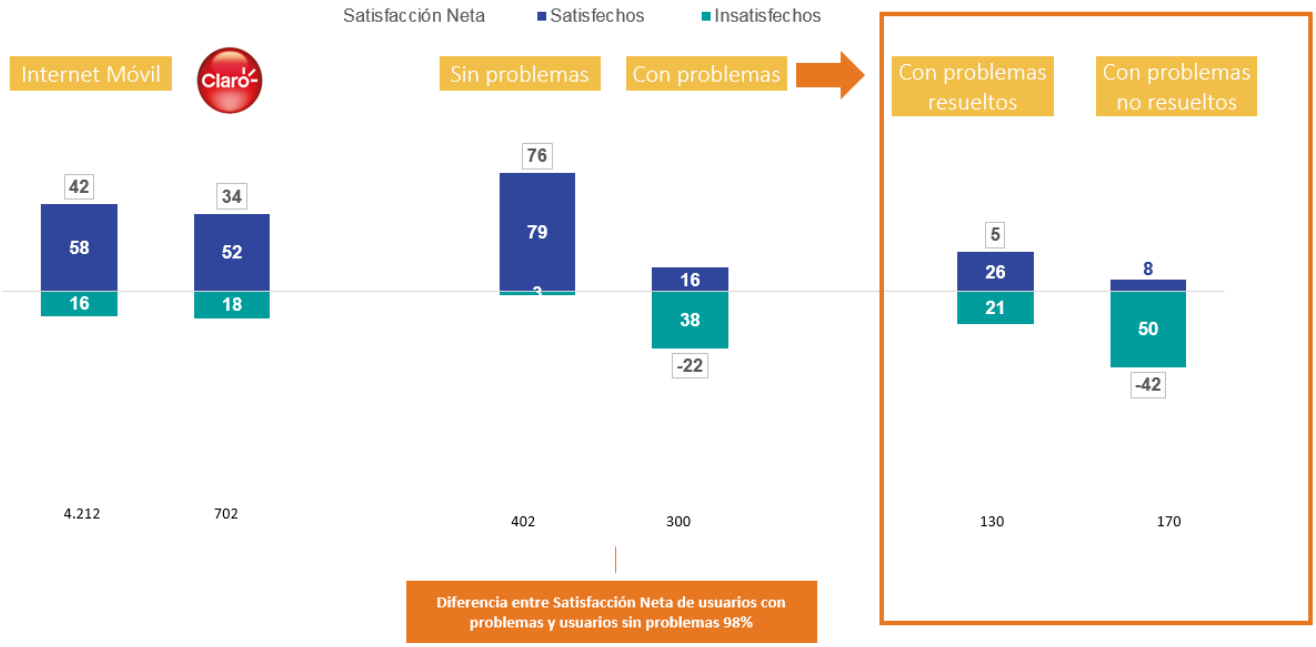
En el caso de **Entel el impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema es de un 84%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **11 puntos porcentuales** (73% versus 84% en la actual medición).

Gráfico 80. Satisfacción de usuarios de Movistar con Internet Móvil, según si le han resuelto un problema



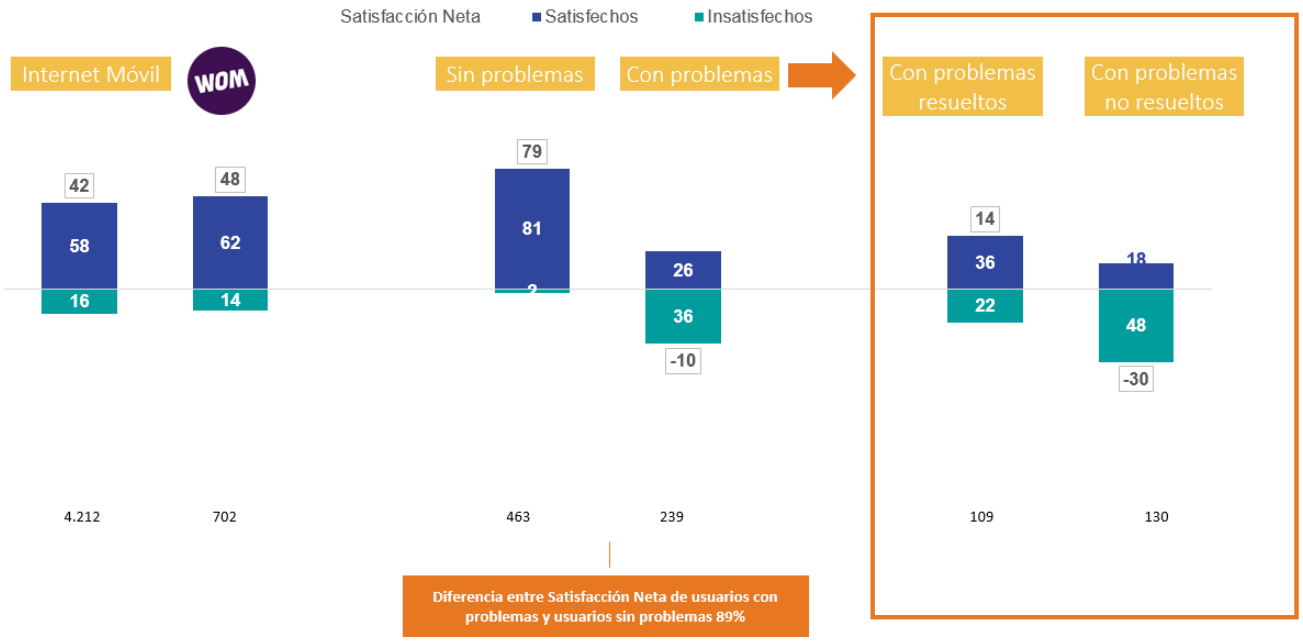
En el caso de **Movistar el impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema es de un 107%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **23 puntos porcentuales** (84% versus 107% en la actual medición).

Gráfico 81. Satisfacción de usuarios de Claro con Internet Móvil según si le han resuelto un problema



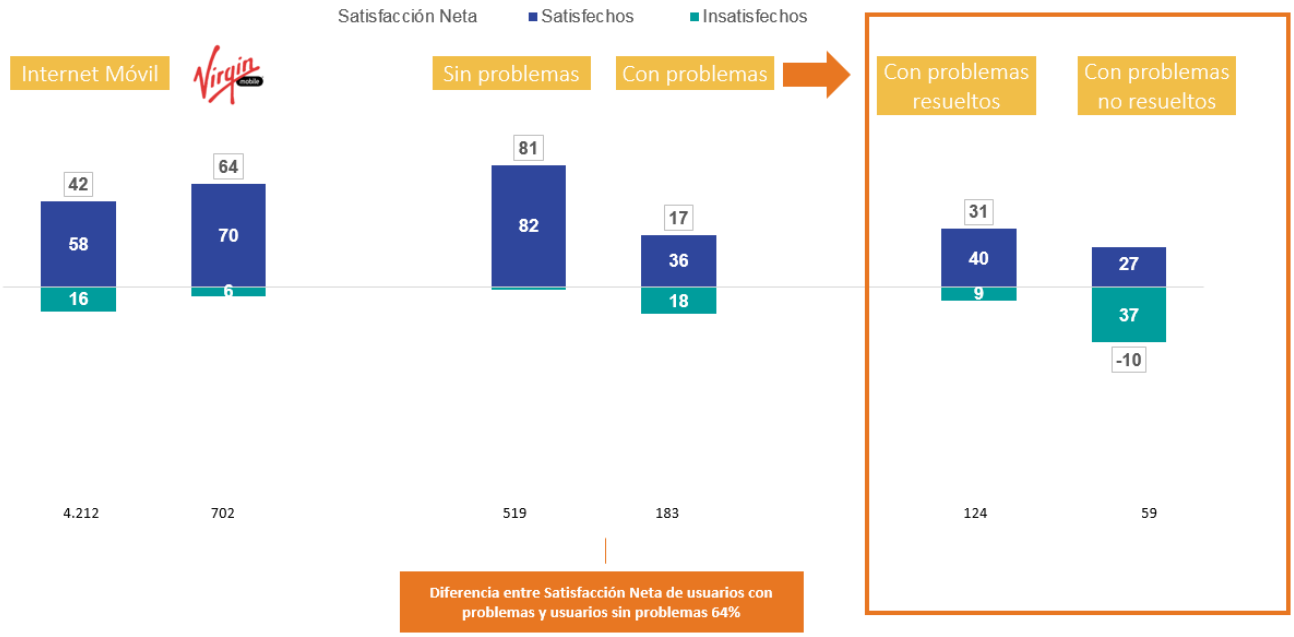
Para **Claro el impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema es de un 98%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **10 puntos porcentuales** (88% versus 98% en la actual medición).

Gráfico 82. Satisfacción de usuarios de WOM con Internet Móvil, según si le han resuelto un problema



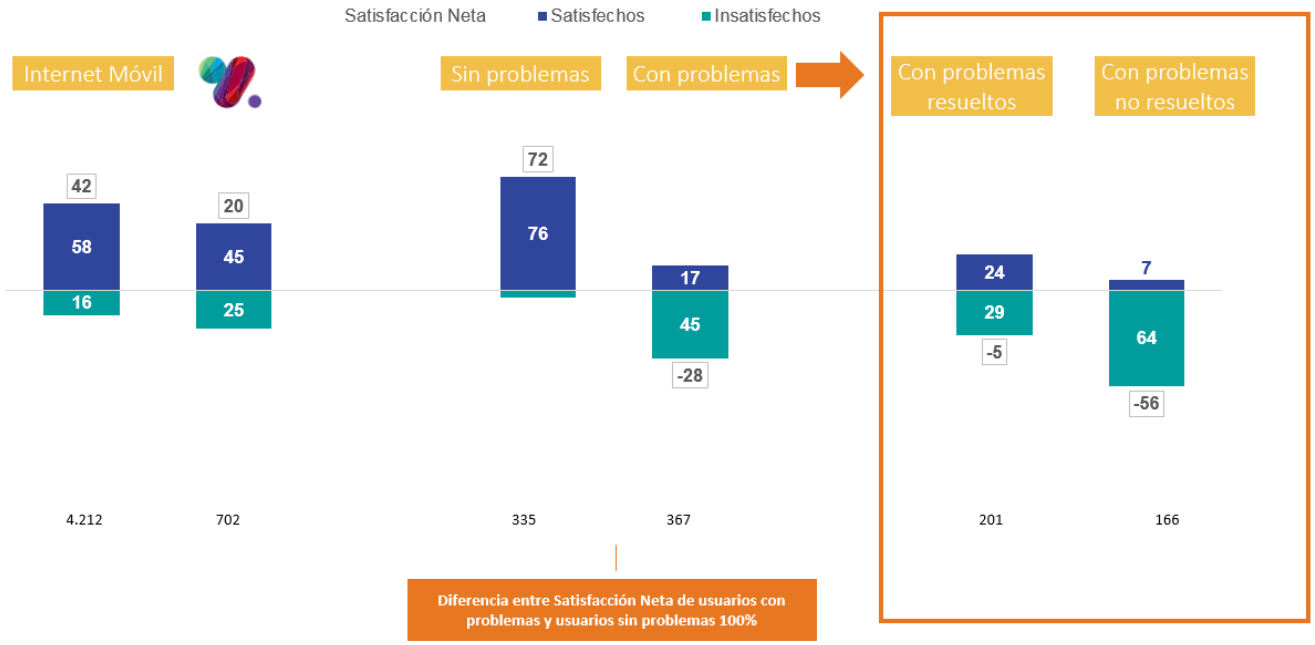
Si vemos los resultados de **WOM el impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema es de un 89%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **10 puntos porcentuales** (79% versus 89% en la actual medición).

Gráfico 83. Satisfacción de usuarios de Virgin con Internet Móvil, según si le han resuelto un problema



Virgin, por su parte en el **impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema tiene un 64%,** se mantiene como la mejor tasa de todas las compañías, bajando comparativamente a la medición anterior en -**3 puntos porcentuales** (67% versus 64% en la actual medición).

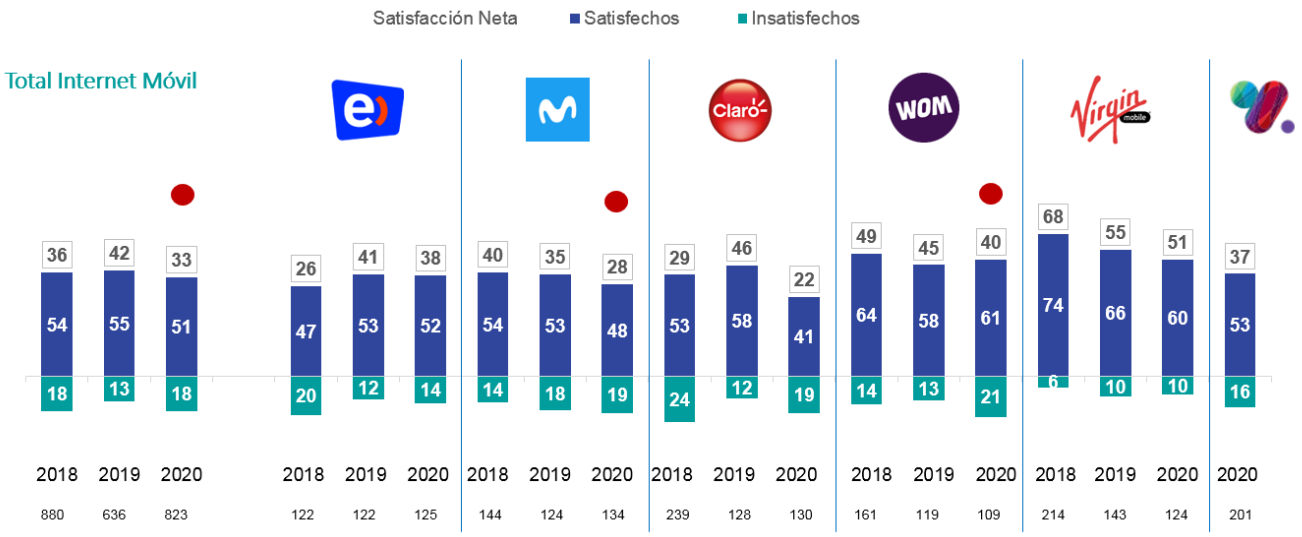
Gráfico 84. Satisfacción de usuarios de VTR con Internet Móvil, según si le han resuelto un problema



Si bien **VTR** se incorpora a la medición resulta interesante que el impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema tiene un **100%.**

Para identificar la Satisfacción con la Resolución de Problemas preguntamos: *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?*

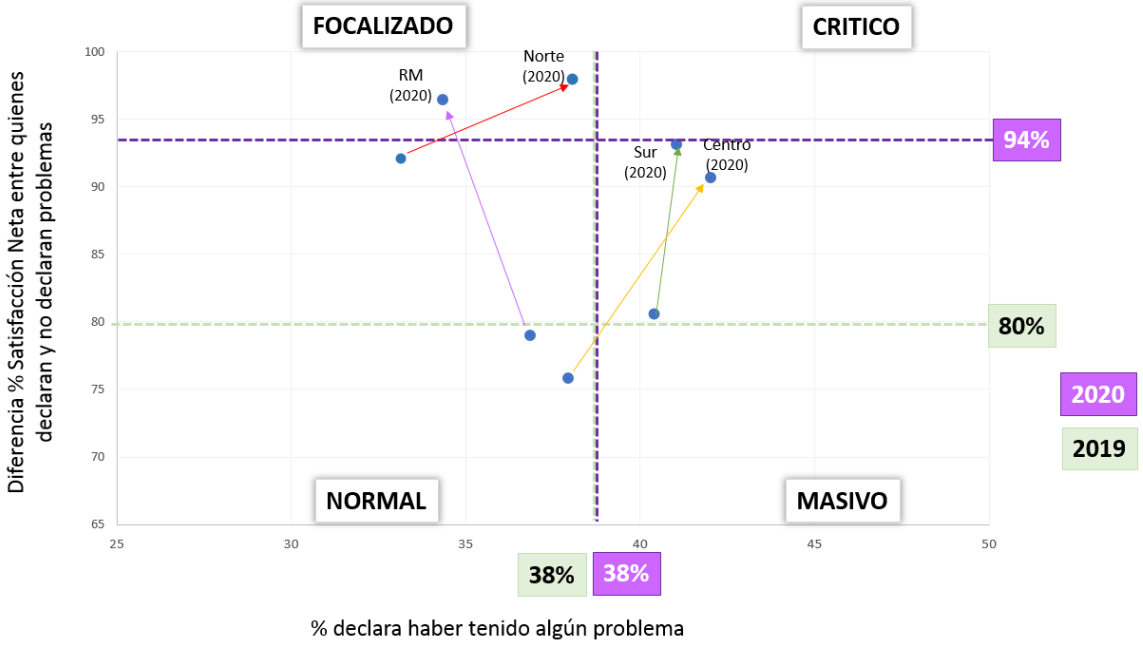
Gráfico 85. Satisfacción con la Solución de Problemas Internet Móvil 2018 - 2020



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

En general **baja la Satisfacción con la solución de problemas a una Satisfacción Neta de 33%,** -9 puntos respecto del año anterior.

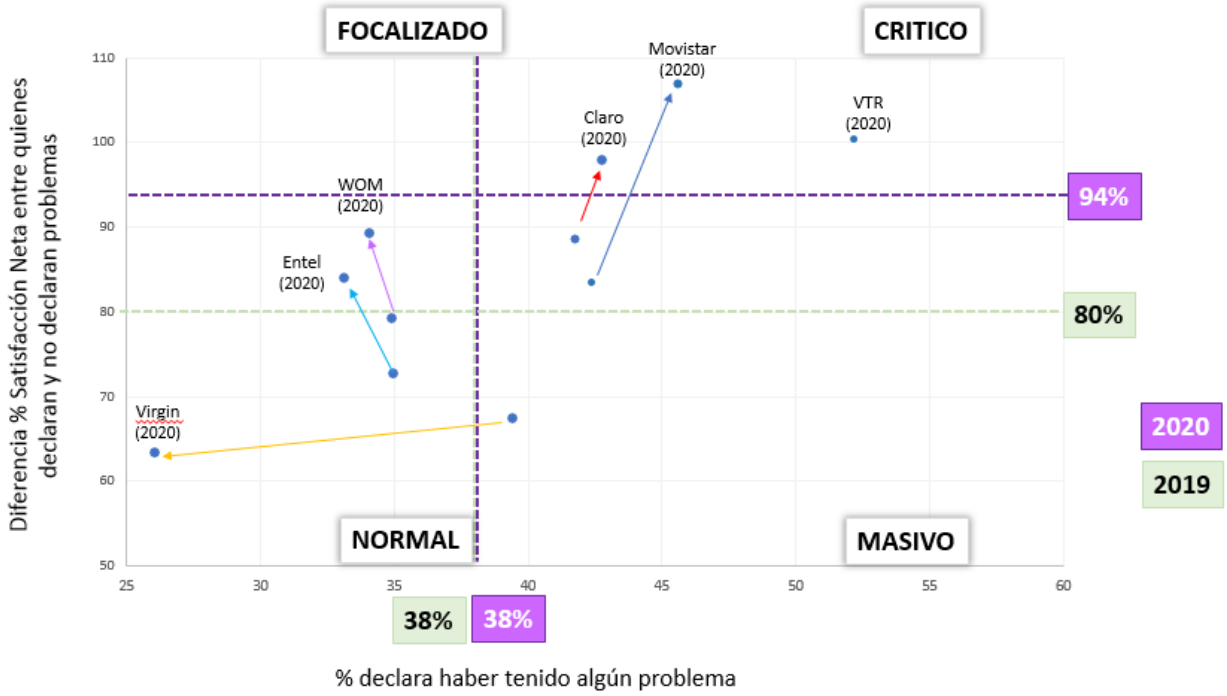
Gráfico 86. Impacto problemas en la Satisfacción por Zona de Internet Móvil 2019 - 2020



✓ RM: Aumenta el impacto de los problemas pasando del cuadrante normal al focalizado.

- ✓ Norte: Pasa del cuadrante normal al focalizado.
- ✓ Centro: Aumenta el impacto de los problemas sobre la satisfacción, y pasa del cuadrante normal al Masivo acercándose al crítico.
- ✓ Sur: Aumenta el impacto de los problemas sobre la satisfacción, y pasa del cuadrante normal al masivo acercándose al crítico.

Gráfico 87. Impacto problemas en la Satisfacción por Compañia Internet Móvil 2019 – 2020

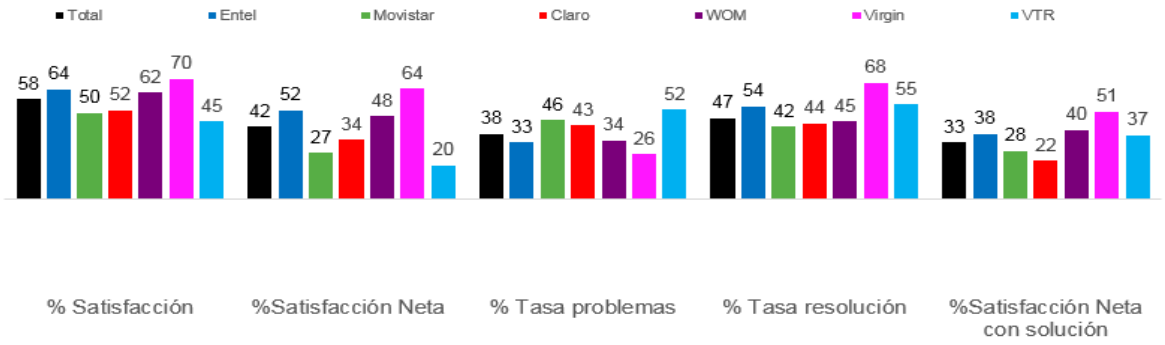


✓ Claro y Movistar Aumenta el impacto de los problemas sobre la satisfacción, y pasa del cuadrante Masivo a Critico.

✓ Virgin: Baja el impacto de los problemas sobre la satisfacción, y pasa del cuadrante masivo al normal.

Los principales indicadores del segmento son;

Gráfico 88. Principales indicadores de Internet Móvil Medición 2020

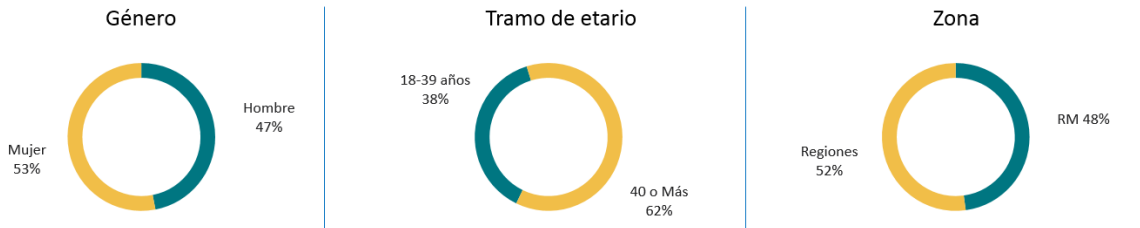


*Casos N=4212

10.3 Internet Fija

10.3.1 Perfil Entrevistados

Gráfico 89. Características Demográficas de usuarios de Internet Fija



	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total
Movistar	702	47	53	100
VTR	702	50	50	100
Claro	702	39	61	100
Telsur / Telcoy	702	51	49	100
Pacífico Cable	702	49	51	100
Entel	702	38	62	100
Total	4.212	47	53	100

	Base (n)	% 18-39	% 40+	Total
Movistar	702	40	60	100
VTR	702	43	57	100
Claro	702	25	75	100
Telsur / Telcoy	702	39	61	100
Pacífico Cable	702	45	55	100
Entel	702	16	84	100
Total	4.212	38	62	100

	Base (n)	% RM	% Región	Total
Movistar	702	50	50	100
VTR	702	48	52	100
Claro	702	49	51	100
Telsur / Telcoy	702	-	100	100
Pacífico Cable	702	61	39	100
Entel	702	33	67	100
Total	4.212	52	48	100

La muestra de Internet Fija está compuesta por un 47% de hombres y un 53% de mujeres. En términos etarios, los usuarios con edades sobre los 40 años es mayor (62%) que los usuarios entre 18 y 39 años (38%). La composición demográfica presenta una proporción mayor para Regiones (52%), en tanto que la Región Metropolitana constituye un 48% de la muestra.

De las compañías medidas las principales observaciones son:

✓ Movistar: Mayor proporción de Mujeres que Hombres, con tendencia al rango etario sobre los 40 años (60%), igual proporción de entrevistas en Regiones que en RM.

✓ VTR: Equilibrada proporción de Mujeres y Hombres, mayor proporción de entrevistados en el rango etario de **40 años y más con un 57%,** mayor proporción en **Regiones con un 52%.**

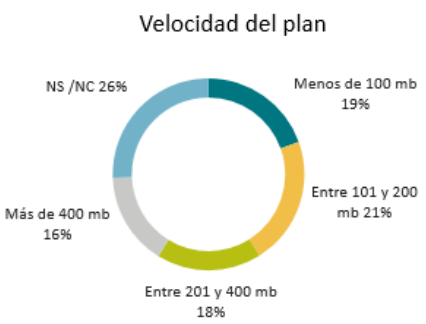
✓ Claro: Mayor proporción de Mujeres que Hombres (**61%**), se evidencia una mayor proporción del rango etario mayor de **40 años con un 75%** y equilibrada proporción entre RM y Regiones.

✓ Telcoy / Telsur: Equilibrada proporción de Mujeres y Hombres, mayor proporción del rango etario mayor de **40 años con un 61%, con la totalidad de la muestra en regiones.**

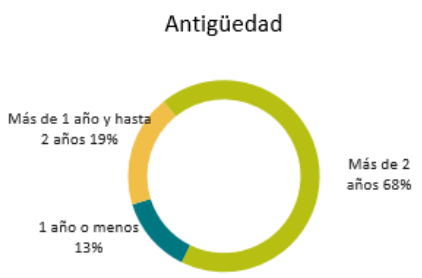
✓ Pacífico Cable: Equilibrada proporción de Mujeres y Hombres, mayor proporción de entrevistados en el rango etario de **40 años y más con un 55%,** mayor proporción en **RM con un 61%.**

✓ Entel: Mayor proporción de **Mujeres con un 62%** que Hombres con un 38%, mayor proporción de Rangos etarios de **más de 40 años con un 62%**, equilibrada proporción de entrevistas en Regiones / RM.

Gráfico 90. Características Demográficas de usuarios de Internet Fija – Velocidad y Antigüedad



	Base (n)	% Menos de 100 mb	% Entre 101 y 200 mb	% Entre 201 y 400 mb	% Más de 400 mb	% NS / NC	Total
Movistar	702	23	20	11	14	32	100
VTR	702	9	25	24	25	18	100
Claro	702	39	17	9	3	32	100
Telsur / Telcoy	702	14	29	23	11	23	100
Pacífico Cable	702	21	20	30	11	19	100
Entel	702	32	10	9	6	43	100
Total	4.212	20	22	18	16	26	100

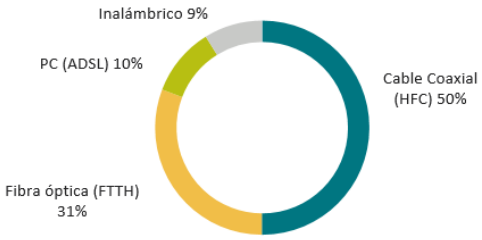


	Base (n)	% 1 año o menos	% Más de 1 año y hasta 2	% Más de 2 años	Total
Entel	702	18	16	66	100
Movistar	702	25	19	56	100
Claro	702	13	26	61	100
WOM	702	3	29	68	100
Virgin	702	10	6	84	100
VTR	702	10	19	71	100
Total	4.212	13	19	68	

La mayoría de los usuarios de Internet Fija no sabe que velocidad tiene su plan (26%). Respecto a la antigüedad, el 68% de los entrevistados indica ser cliente de su empresa hace más de 2 años, siendo Virgin el que presenta la mayor cantidad de usuarios con una antigüedad superior a los 2 años con un 84%.

Gráfico 91. Tecnología utilizada por usuarios de Internet Fija – Por compañía

Tecnología



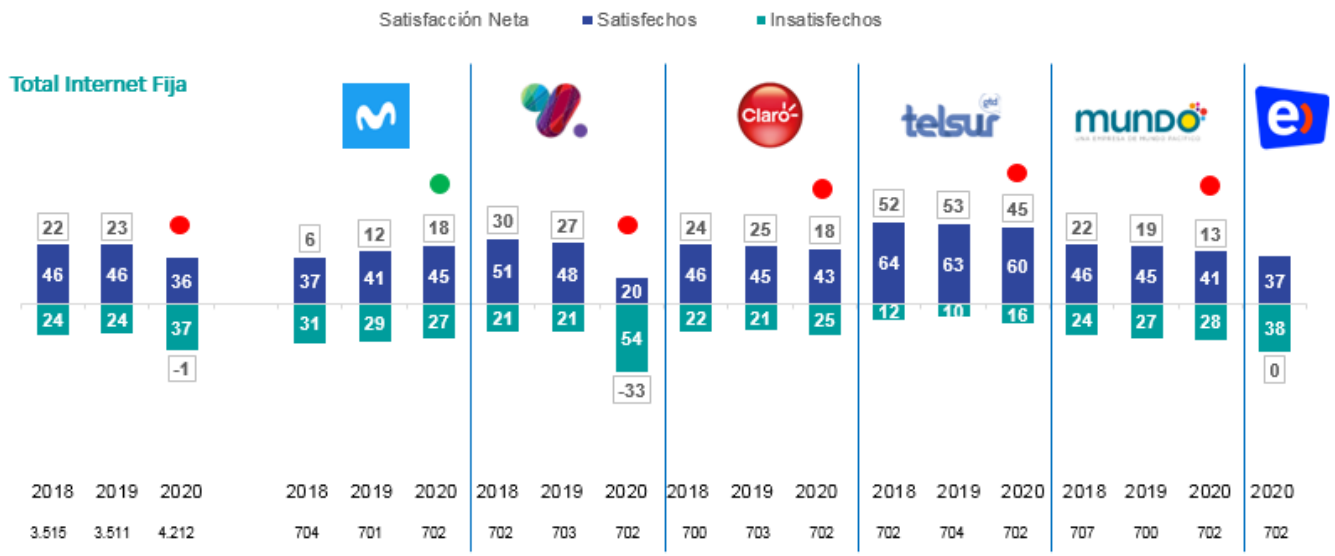
	Base (n)	% Cable Coaxial (HFC)	% Fibra óptica (FTTH)	% Inalámbrico	% ADSL	% Otras tecnologías	Total
Movistar	702	14	52	3	31	0	100
VTR	702	82	8	6	3	0	100
Claro	702	96	2	1	1	0,1	100
Telsur / Telcoy	702	2	91	0	6	0	100
Pacífico Cable	702	16	79	4	1	0	100
Entel	702	5	3	91	1	0	100
Total	4.212	50	31	9	10	0	100

El 50% de los usuarios usan la tecnología de Cable Coaxial. Los usuarios Los usuarios de **VTR** y **Claro** mayoritariamente usan tecnología HFC, en tanto que los de **Telcoy/Telsur**, **Mundo Pacífico** y **Movistar** usan mayoritariamente Fibra Óptica. Por otra parte, los usuarios de **Entel** usan casi exclusivamente la tecnología Inalámbrica.

10.3.2 Satisfacción con las Empresas de Internet Fija

Para determinar la Satisfacción con las compañías proveedoras se preguntó: *Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de INTERNET FIJA que le presta actualmente su compañía proveedora. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, en general ¿Qué tan satisfecho está Ud. con el servicio de INTERNET FIJA?*

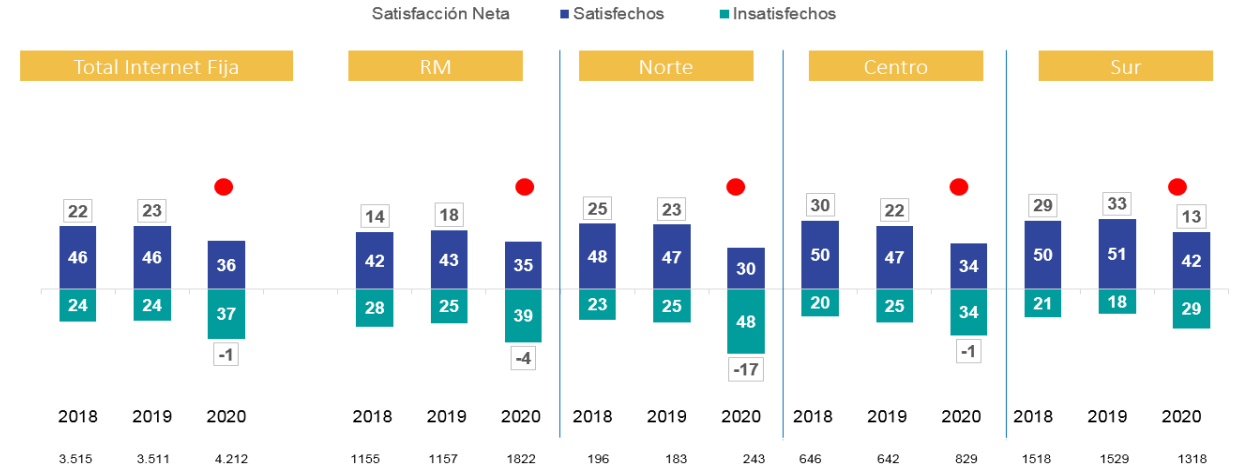
Gráfico 92. Satisfacción con empresas de Internet Fija 2018 – 2020



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

En términos Totales la satisfacción con Internet Móvil **cae significativamente de un 23% a un -1%.** Esta baja total está influenciada por el desempeño de la Satisfacción de **VTR que presenta un -33% de Satisfacción Neta.** Entel, que se incorpora a la medición del segmento tiene 0 en Satisfacción Neta.

Gráfico 93. Satisfacción por zona con Internet Fija 2018 – 2020

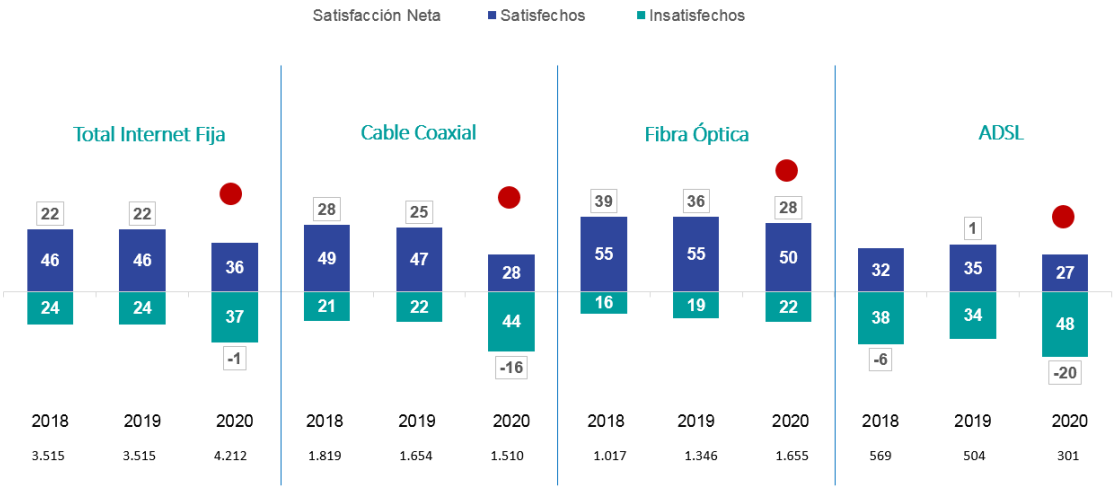


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe"
(**) Zonas: Norte (I a III y XV), Centro (IV, V, VI, VII), Sur (VIII a XII, XIV, XVI)

Se visualiza una baja en la Satisfacción de **Todas las Zonas, la caida más significativa es la de la Zona Norte con un -17%**.

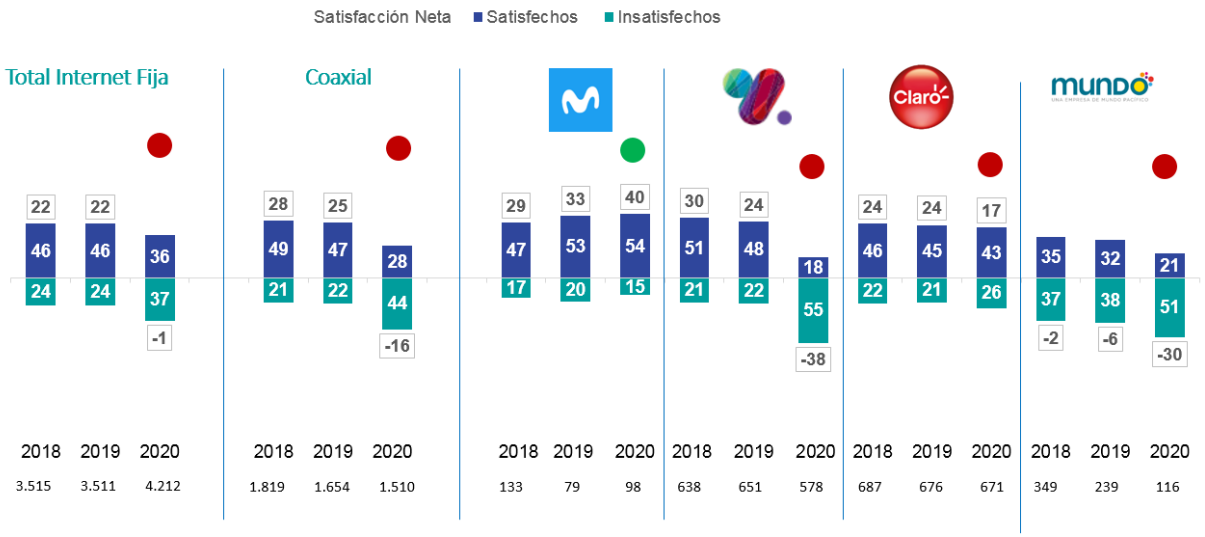
En este segmento particular indagamos en la Satisfacción con la Velocidad de internet, preguntando: *Usando la misma escala, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, ¿Cuán satisfecho está con la velocidad de INTERNET FIJA en su hogar?*

Gráfico 94. Satisfacción de Internet Fija por Tecnología 2018 – 2020



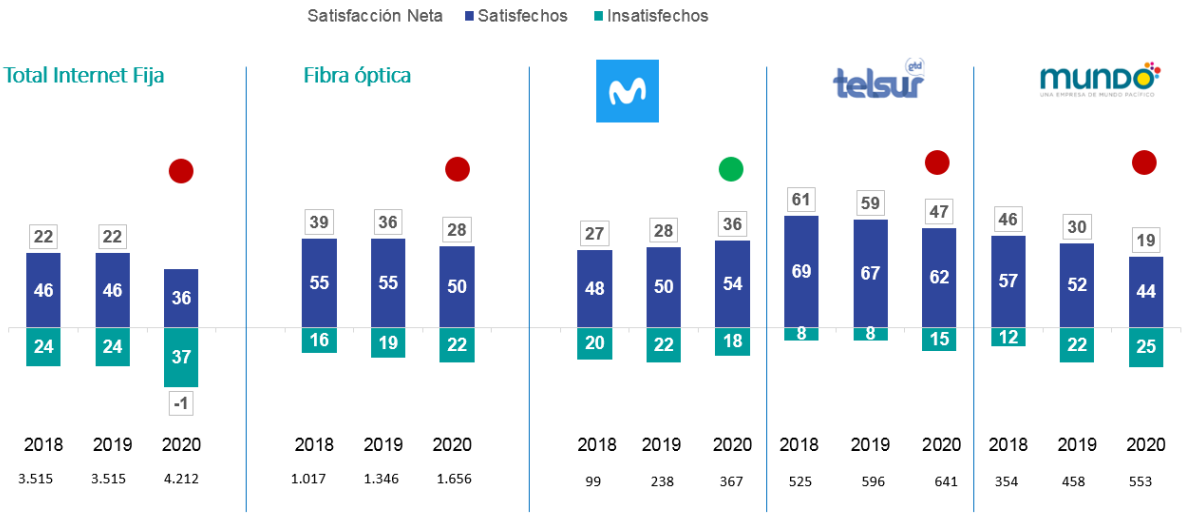
La satisfacción Neta Total baja a -1 en 2020, la tecnología **peor evaluada es ADSL** con -20 y la mejor evaluada es **Fibra Óptica** con 28.

Gráfico 95. Satisfacción de Internet Fija, Tecnología Coaxial 2018 – 2020



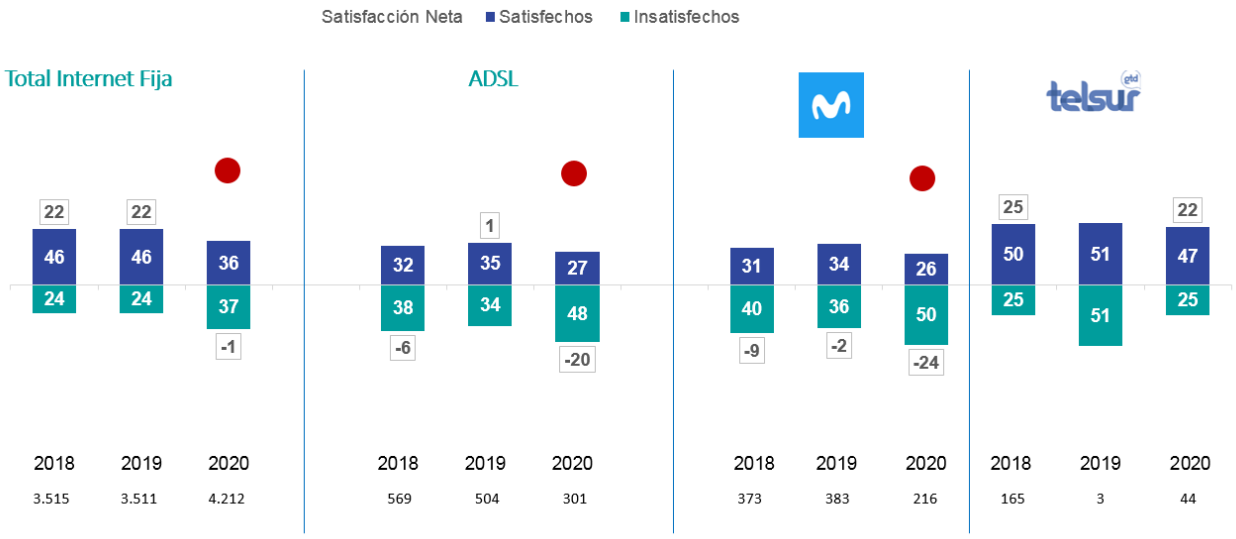
La empresa peor evaluada en esta tecnología **es VTR con -38%**, en tanto que la mejor evaluada **es Movistar con 40%.**

Gráfico 96. Satisfacción de Internet Fija, Tecnología Fibra Óptica 2018 – 2020



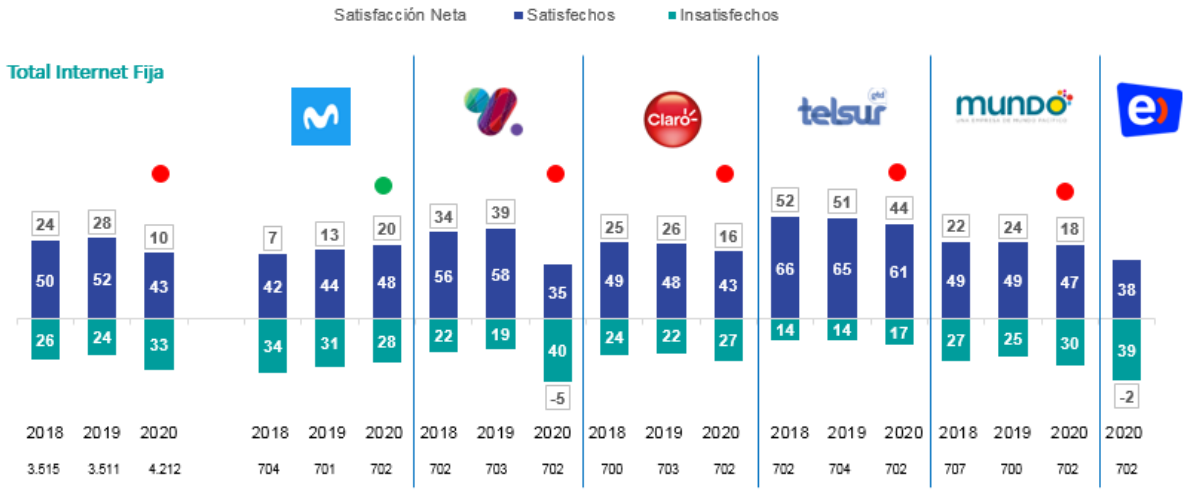
En tecnología de Fibra Óptica hay una baja significativa respecto del período anterior, siendo **Mundo Pacífico** quien presenta la peor Satisfacción Neta con un **19%** y **Movistar** quien tiene la mejor evaluación con un **36%**.

Gráfico 97. Satisfacción de Internet Fija, Tecnología ADSL 2018 – 2020



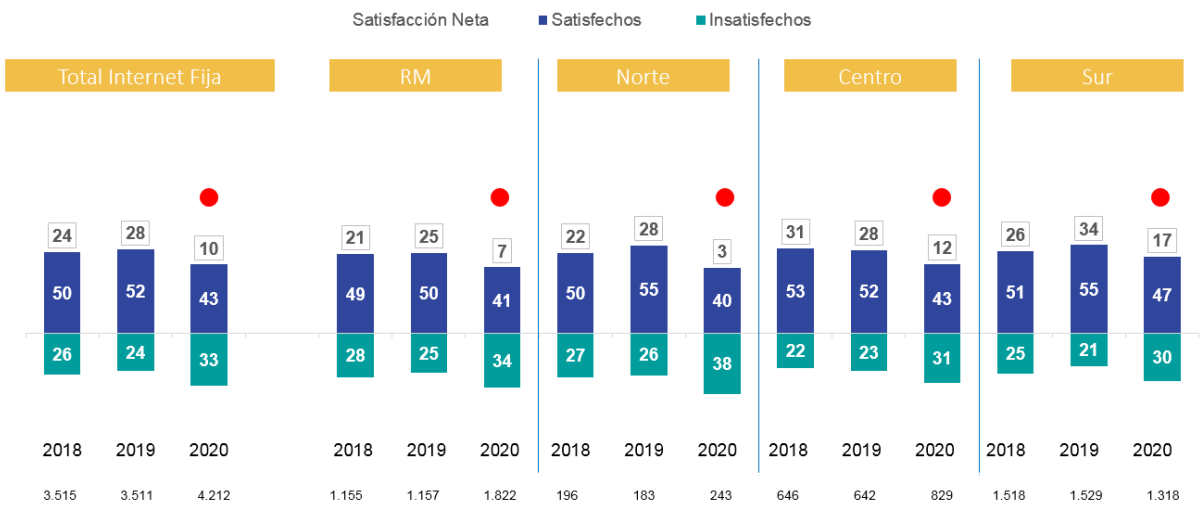
En lo que respecta a la tecnología ADSL los usuarios de **Movistar** son los que presentan una Satisfacción Neta más baja, con un -**24%**, en tanto que los usuarios de Telsur tienen la mejor evaluación con un **22%.**

Gráfico 98. Satisfacción con la Velocidad de Internet Fija 2018 – 2020



VTR baja significativamente desde un 39% en 2019 a un **-5% en 2020. Movistar** es la única empresa que muestra una Satisfacción al alza con un **20%.**

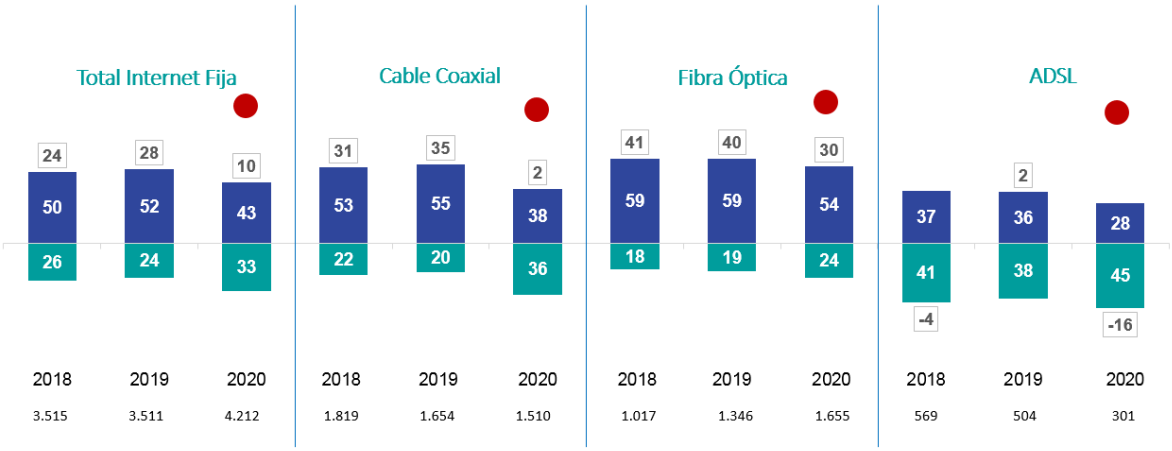
Gráfico 99. Satisfacción con la Velocidad de Internet Fija por Zona 2018 – 2020



(*) Zonas: RM: XIII / Norte I- III y XV /Centro: IV-VII / Sur: VIII – XII, XIV y XVI
(**) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe". Se omite la categoría "Otras tecnologías" .

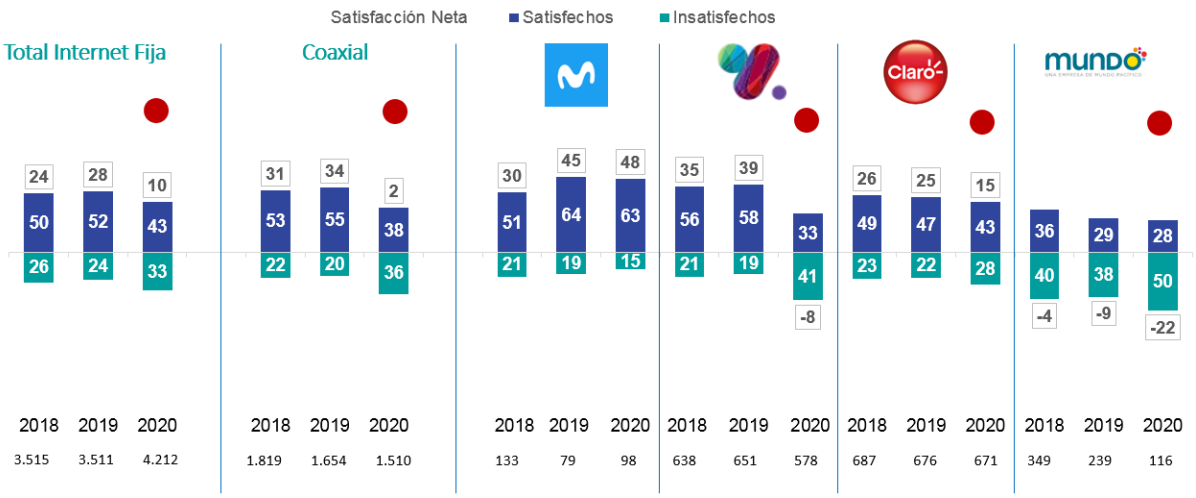
Baja la Satisfacción neta en 18 puntos respecto del año anterior, dado que todas las zonas muestran una disminución en la Satisfacción Neta, la más importante es la presentada por la **Zona Norte** que **baja 15 puntos porcentuales**.

Gráfico 100. Satisfacción con Velocidad de Internet Fija, por Tecnología 2018 – 2020



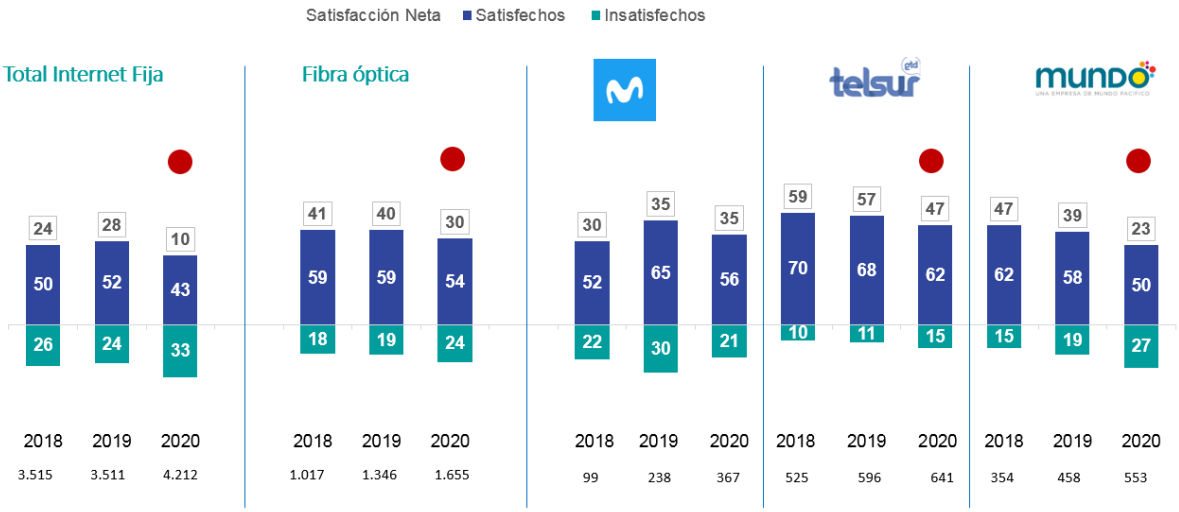
La Satisfacción neta con la Velocidad de Internet fija cae a nivel general respecto de las mediciones anteriores, sin embargo quien muestra la peor Satisfacción Neta es **ADSL con un -16%.**

Gráfico 101. Satisfacción con Velocidad de Internet Fija, por Tecnología Coaxial 2018 – 2020



La Satisfacción con la Velocidad con la tecnología de Cable Coaxial presenta una peor calificación en **Mundo Pacífico con un -22%.** En tanto que el mejor desempeño lo muestra **Movistar con un 48%.**

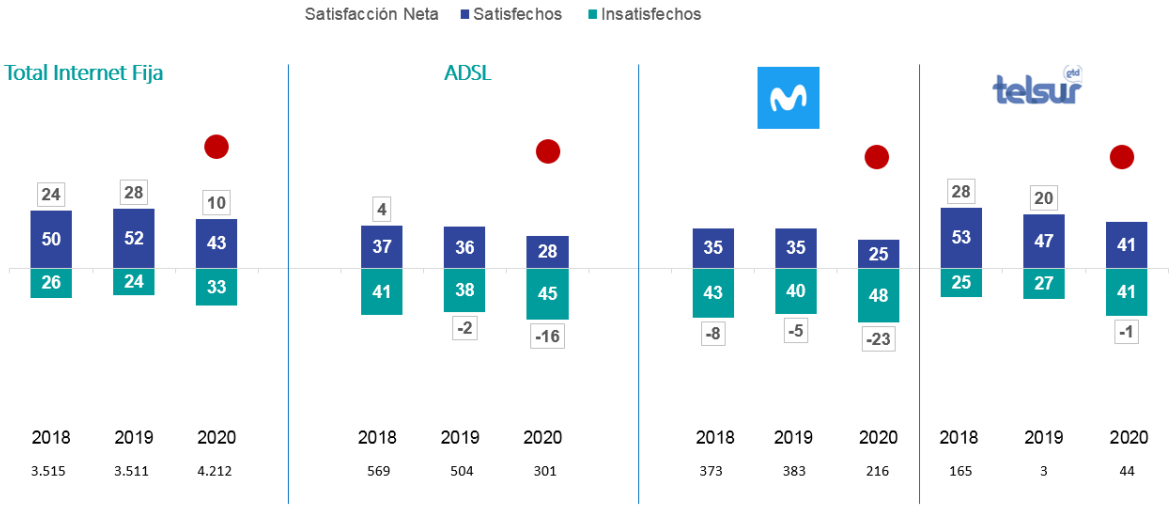
Gráfico 102. Satisfacción con Velocidad de Internet Fija, por Tecnología Fibra Óptica 2018 – 2020



Fibra Óptica, la mejor evaluada de las tecnologías muestra una reducción en la satisfacción Neta con la velocidad respecto de los años anteriores, siendo la compañía más afectada **Mundo**

Pacífico con una Satisfacción Neta de 23%, en tanto que, la mejor evaluada es **Movistar**, quien se mantiene en el mismo nivel del año anterior **35%**

Gráfico 103. Satisfacción con Velocidad de Internet Fija, por Tecnología ADSL 2018 – 2020

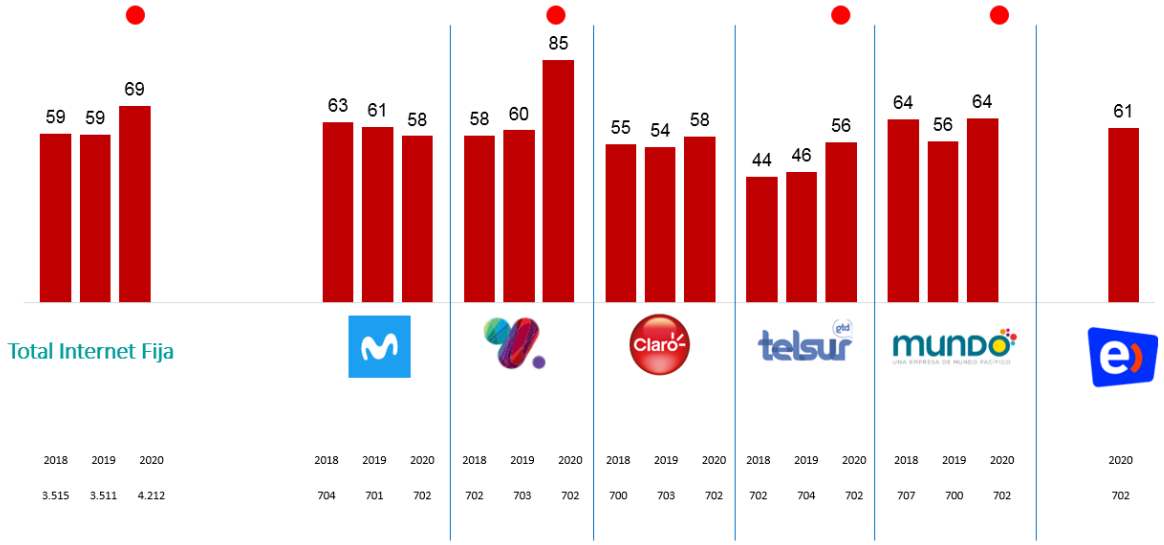


ADSL baja significativamente, siendo Movistar la peor evaluada con -23%.

10.3.3 Tasa de Problemas, Tasa de Reclamos y Tasa de Resolución Internet Fija

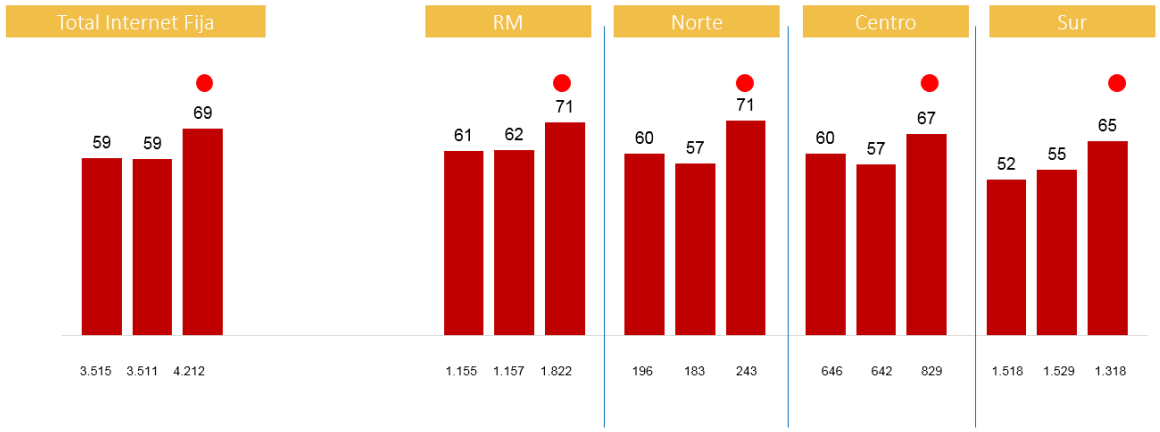
Para levantar la Tasa de Problemas preguntamos: *En los últimos 6 meses, ¿ha tenido algún problema con el servicio de INTERNET FIJA?*

Gráfico 104. Tasa de Problemas Internet Fija 2018 – 2020



VTR provoca el aumento en 10 puntos de la Tasa de Problemas dado que un **85%** de los usuarios entrevistados indica haber tenido un problema con el servicio. Asi mismo Telsur y Mundo pacífico muestran alzas significativas con +10 y +8 puntos porcentuales respectivamente.

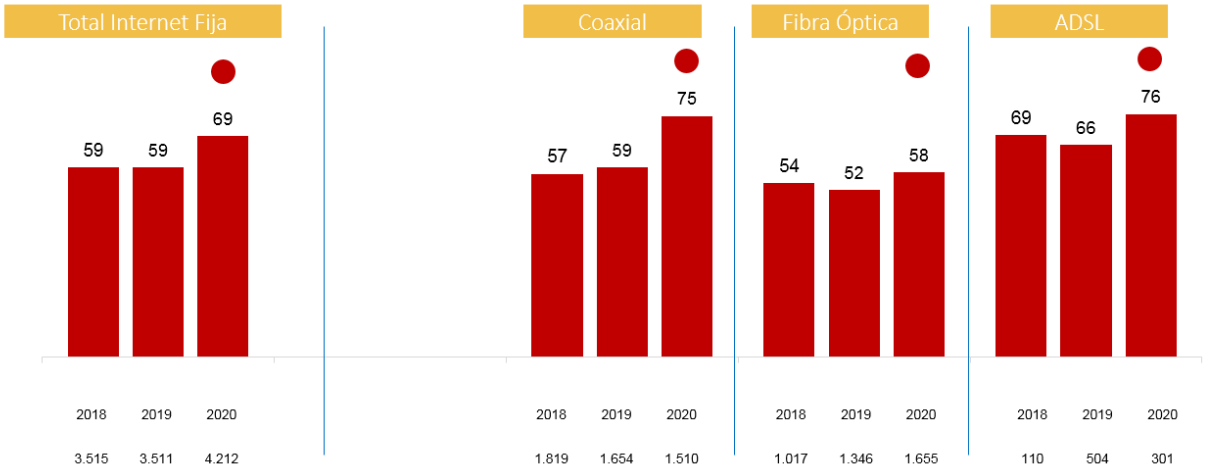
Gráfico 105. Tasa de Problemas con Internet Fija por Zona 2018 – 2020



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

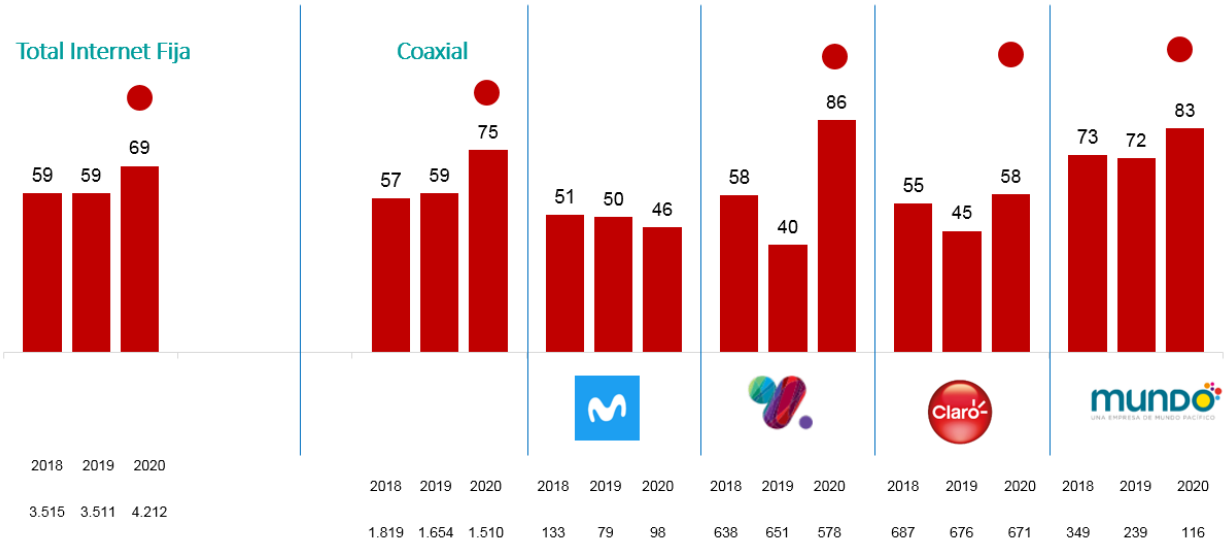
Todas las Zonas muestran un aumento significativo en la Tasa de Problemas, sin embargo las más notoria es la **Zona Norte** con un **71%**, +14 puntos respecto de la medición anterior.

Gráfico 106. Tasa de Problemas con Internet Fija por Tecnología 2018 – 2020



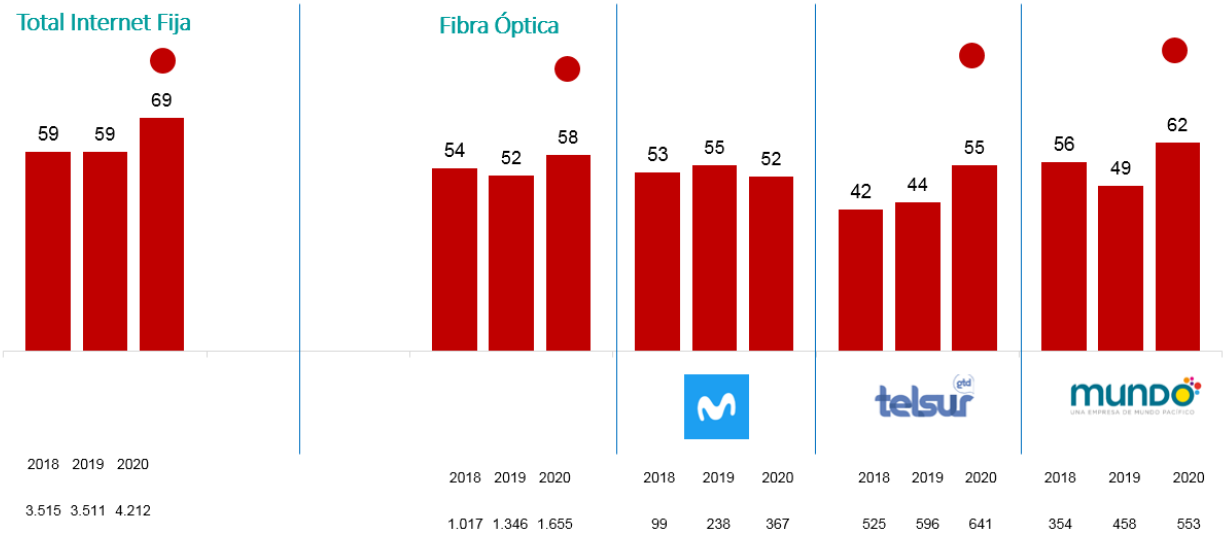
La Tasa de problemas aumenta significativamente para todas las tecnologías, pero en especial en Cable Coaxial, con 16 puntos por sobre el año anterior.

Gráfico 107. Tasa de Problemas con Internet Fija por Tecnología, Coaxial 2018 – 2020



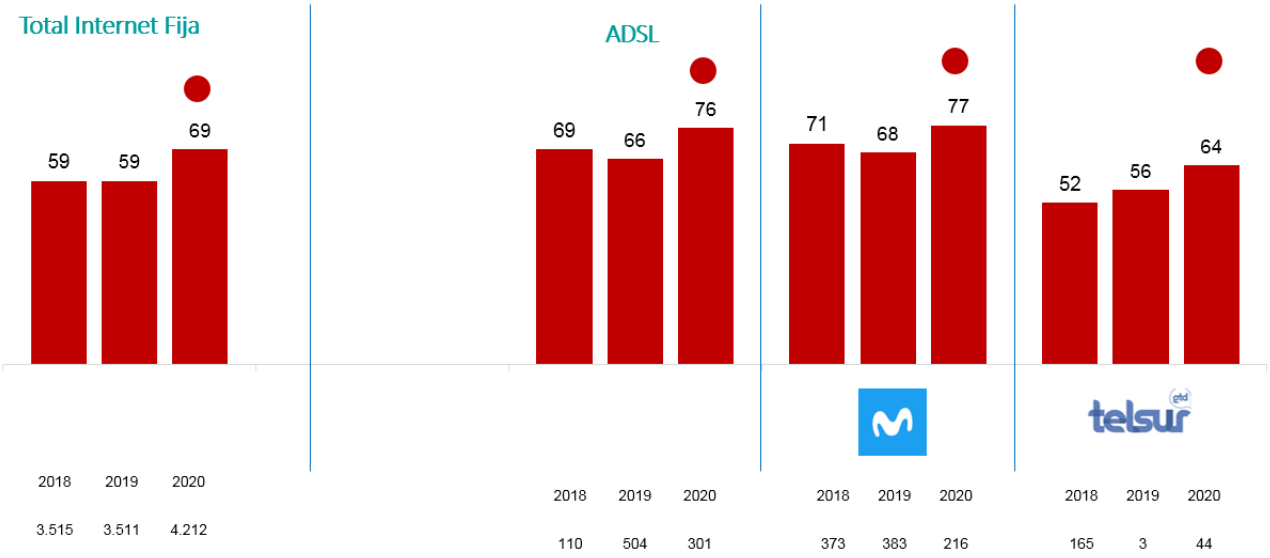
VTR presenta la mayor alza respecto del año anterior con un 46% por sobre 2019.

Gráfico 108. Tasa de Problemas con Internet Fija por Tecnología, Fibra Óptica 2018 – 2020



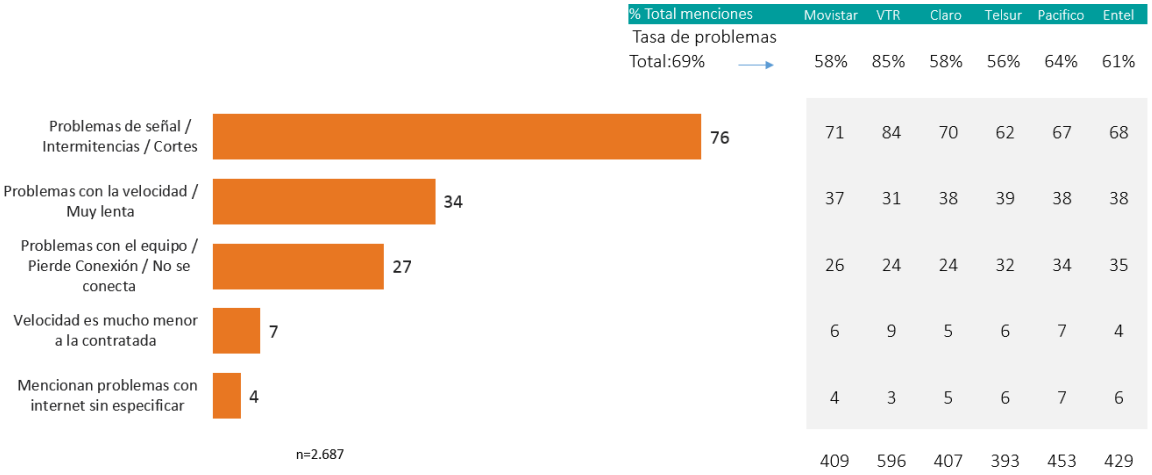
Mundo Pacífico muestra el mayor alza en la Tasa de Problemas respecto del año anterior con 13 puntos por sobre el año 2019 (62% en 2020).

Gráfico 109. Tasa de Problemas con Internet Fija por Tecnología, ADSL 2018 – 2020



En la tecnología ADSL la tasa de problemas tambien aumenta significativamente.

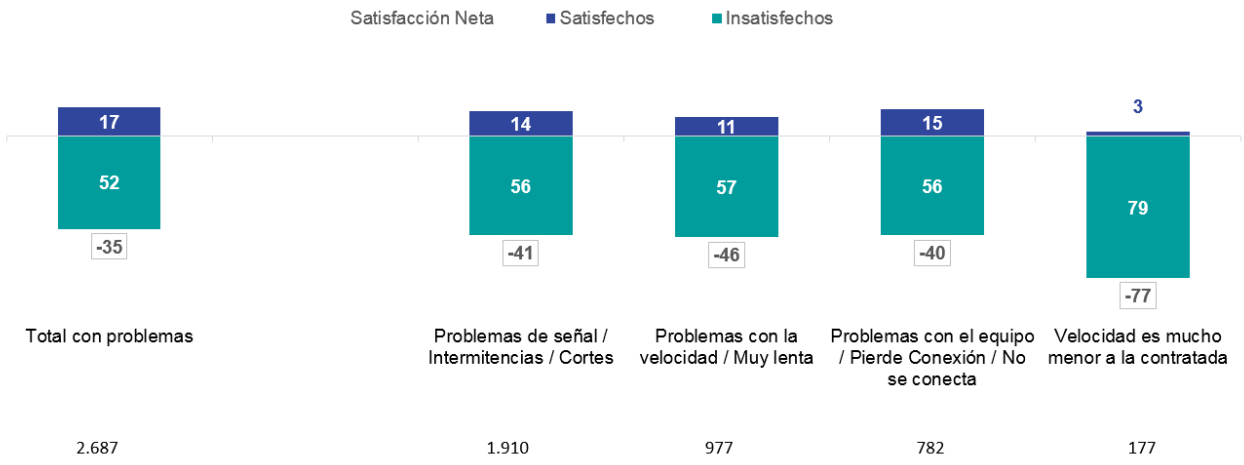
Gráfico 110. Tipo de Problemas Internet Fija 2018 – 2020



(*) Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (2.687)
En la tabla se destaca el % de personajes que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados.

Los problemas de **Señal** son tambien los más mencionados en este segmento**, VTR** es la compañía que se destaca con **la Tasa más alta de problemas de este tipo, con un 84%** del total de las respuestas**.**

Gráfico 111. Tipo de problemas Internet Fija y Satisfacción con el servicio

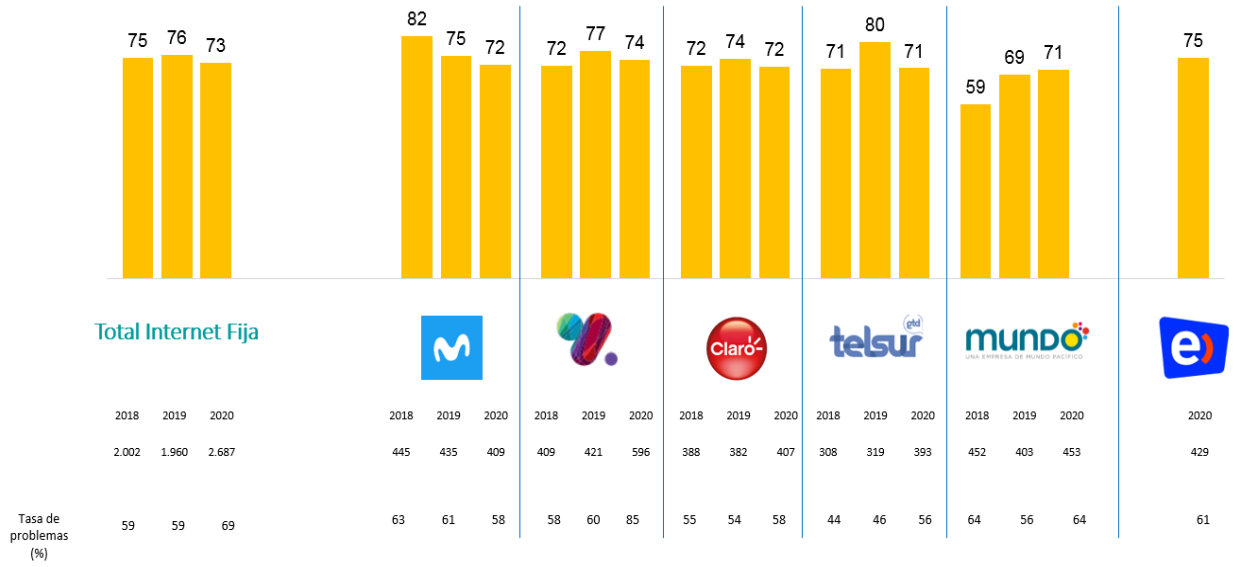


(*) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".
Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de internet fija (2.687)

La Satisfacción Neta de los Usuarios que han experimentado problemas llega a un -35% en este segmento, esto implica -21 puntos respecto de la medición 2019. Al igual que en la medición anterior el mayor impacto lo presentan los **Problemas con la Velocidad** con una Satisfacción Neta de **-77%**

A todas aquellas personas que se vieron afectadas por un Problema se les consultó: *Ahora quisiéramos que se enfocara en el último problema que usted tuvo con el servicio de INTERNET FIJAL ¿Reclamó o pidió alguna solución en…?*

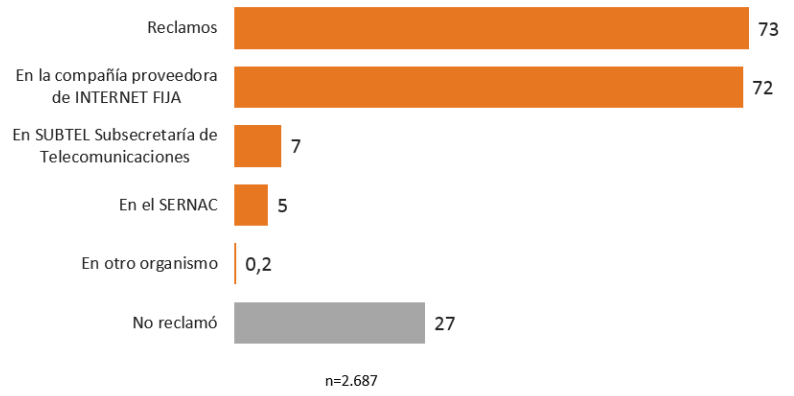
Gráfico 112. Tasa de Reclamo 2018 – 2020



Evidenciamos una diferencia significativa en **Telsur/ Telcoy, dado que se redujo la Tasa de Reclamo** a un **71%**, -9 puntos especto de la medición anterior.

Al consultarles a los entrevistados sobre el *lugar donde interpusieron el reclamo indicaron*:

Gráfico 113. Lugar de reclamo Internet Fija



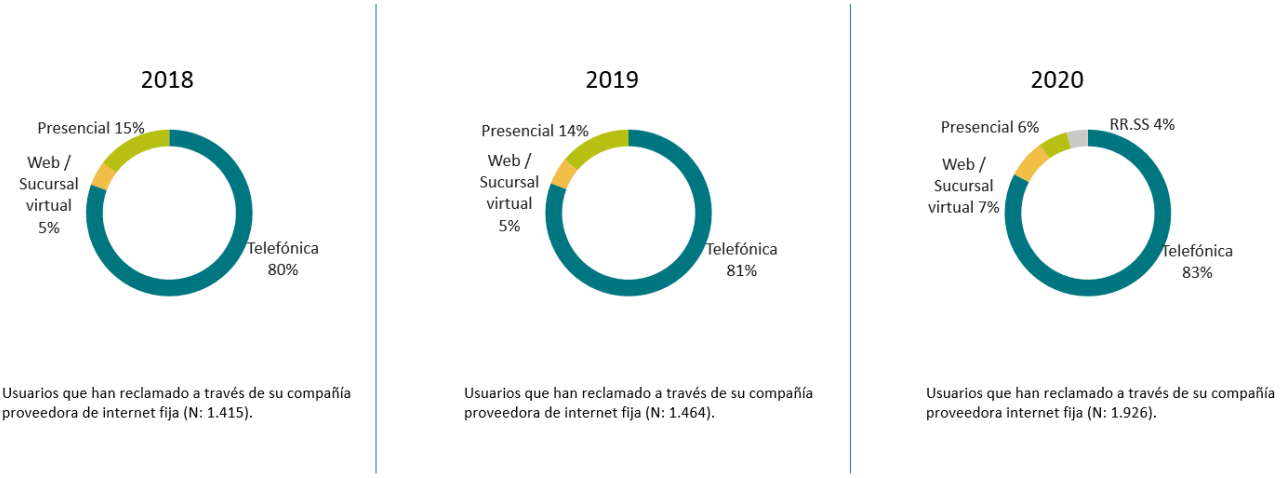
% Total menciones	Movistar	VTR	Claro	Telsur	Pacifico	Entel
Tasa de problemas Total:69%	58%	85%	58%	56%	64%	61%
Reclamos	72	74	72	71	71	75
En la compañía proveedora de INTERNET FIJA	71	73	71	71	69	74
En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	6	6	6	9	10	8
En el SERNAC	5	6	2	3	5	5
En otro organismo	0	0	0	1	1	1
No reclamó	28	26	28	29	29	25
	409	596	407	393	453	429

(*) Corresponde al % de los entrevistados que declara haber reclamado su problema, en alguno de los canales indicados: Compañía Proveedora, Empresa donde contrato, SERNAC o SUBTEL. Casos: usuarios contrato que han tenido problemas con el servicio de Internet Fija (2.687).

En este segmento la **interposición a la Compañía Proveedora** es la opción elegida mayoritariamente con un **72%**.

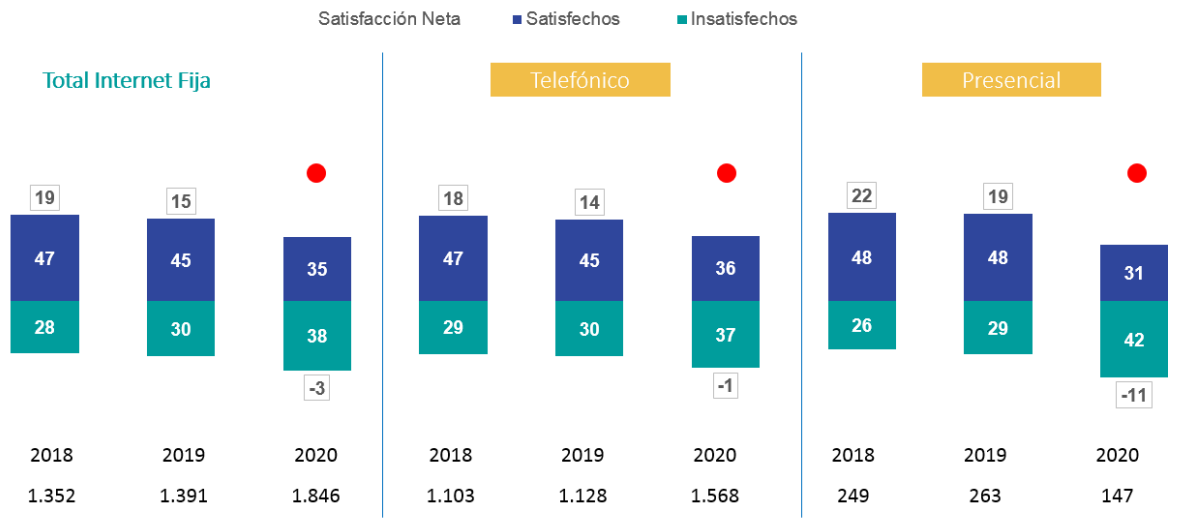
Para comprender que canales prefirió el usuario para realizar su reclamo preguntamos: *¿Cuál fue el canal a través del cual realizó el reclamo?*

Gráfico 114. Canal a través del cual hizo el reclamo 2018 – 2020



Al igual que en los otros segmentos en estudio, se evidencia el uso mayoritario de **medios no presenciales**, totalizando un **94%**.

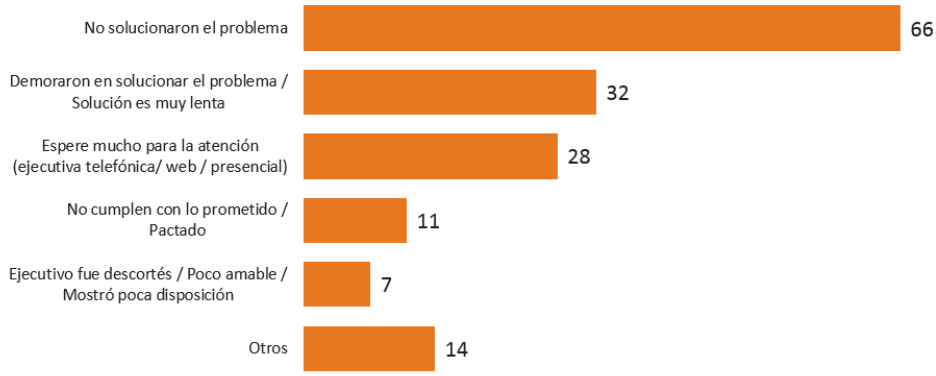
Gráfico 115. Satisfacción con la Interposición de reclamos, por canal 2018 - 2020



(*)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 a través de teléfono y presencial (N:1.846)

La Satisfacción Neta total **cayó a -3%,** marcado por una diferencia significativa de la Satisfacción neta en el en ambos canales, pero mayoritariamente en el **Canal Presencial** donde baja a un -**11%**.

Gráfico 116. Razones de Insatisfacción con el proceso de Interposición de reclamos, por canal 2018 - 2020



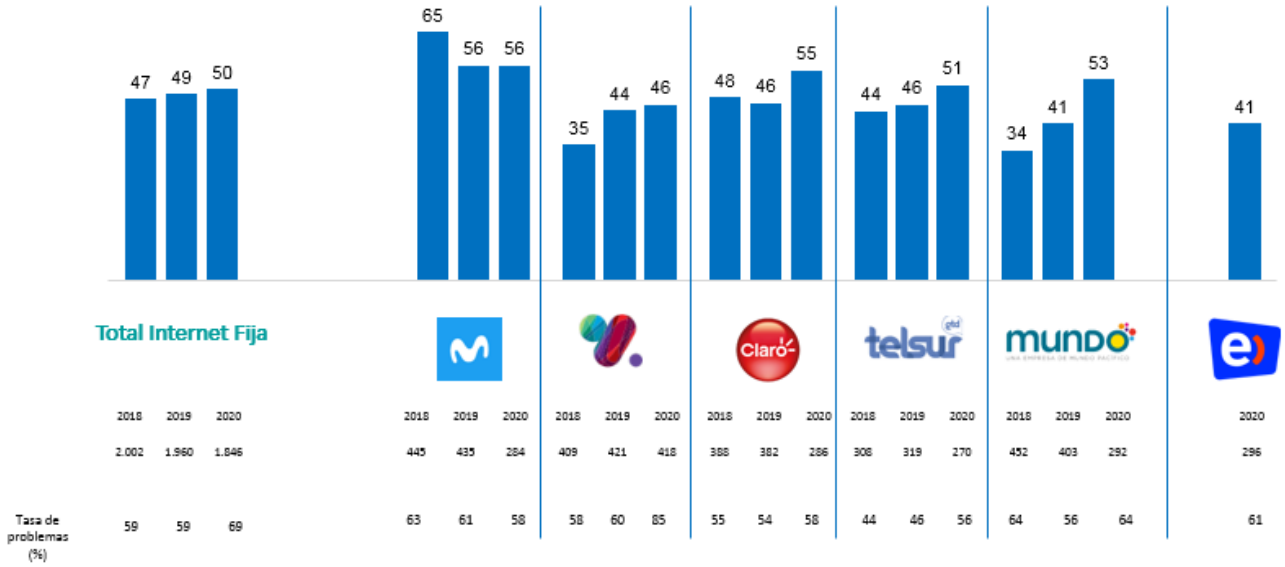
	% Total menciones	Telefónico	Presencial	Web
No solucionaron el problema	66	65	68	74
Demoraron en solucionar el problema / Solución es muy lenta	32	33	28	31
Espere mucho para la atención (ejecutiva telefónica/ web / presencial)	28	29	28	20
No cumplen con lo prometido / Pactado	11	11	16	8
Ejecutivo fue descortés / Poco amable / Mostró poca disposición	7	8	10	3
Otros	14	15	15	13
	n=688	562	61	65

Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (N: 688)
(*) Se grafican los problemas más mencionados.

La principal razón de insatisfacción en ambos canales de Interposición de Reclamos es la **No Solución de Problemas** que promedia un **66%** del total de respuestas.

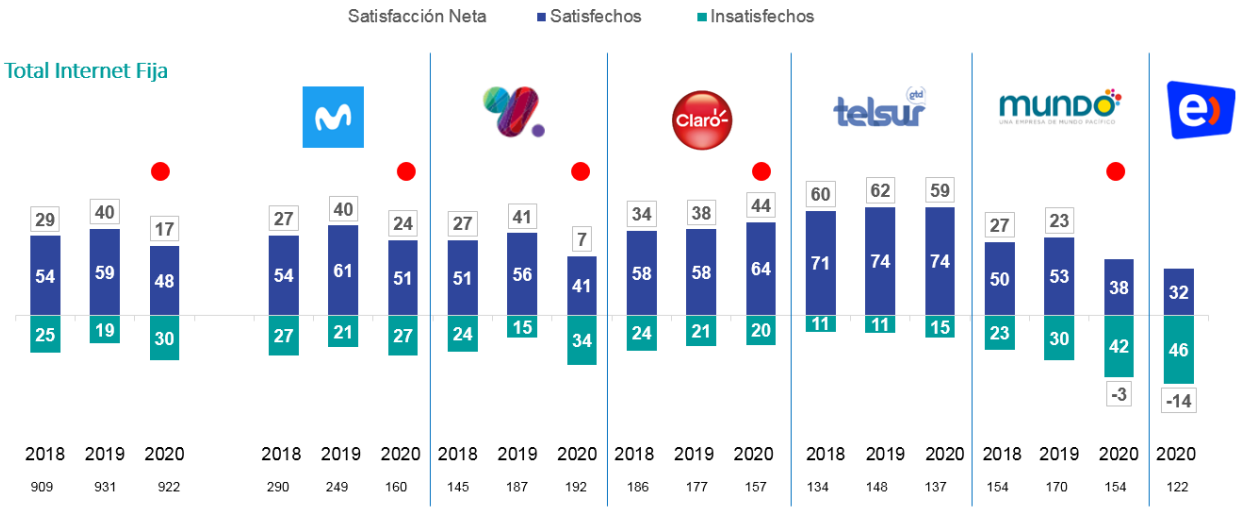
Dado que Internet Fija es un servicio susceptible de visita técnica, a quienes realizaron una reclamación de problema le preguntamos: *Estos problemas, ¿dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar?*

Gráfico 117. Asistencia Técnica 2018 - 2020



La tasa de agendamiento de visitas técnicas en esta medición es un 50%, un punto porcentual más que en la medición anterior. **Movistar fue la compañía que más agendo Visita Técnica**, con un **56%**, sin embargo, fue **Mundo Pacífico la compañía más aumentó su porcentaje de visitas**, de un 41% en 2019 a un 53% en 2020.

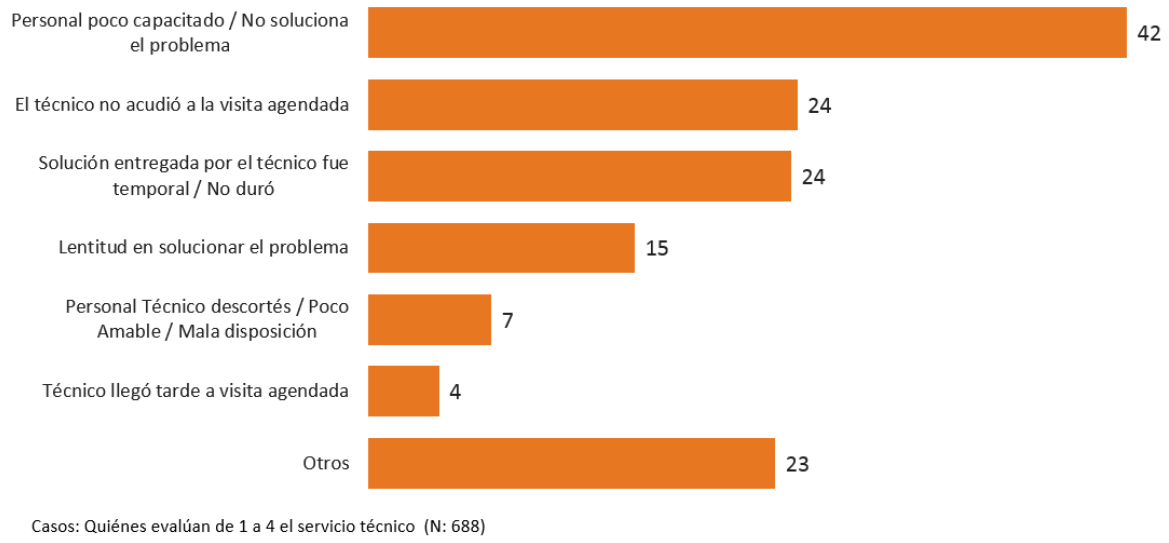
Gráfico 118. Satisfacción con la Asistencia Técnica de Internet Fija 2018 - 2020



Vemos que la Satisfacción con la Asistencia Técnica **baja significativamente en todos las compañías con excepción de Telsur / Telcoy. Entel,** siendo nueva en la medición no tiene rango de comparación, sin embargo **en la que presenta una Satisfacción Neta más baja, con un -14%.**

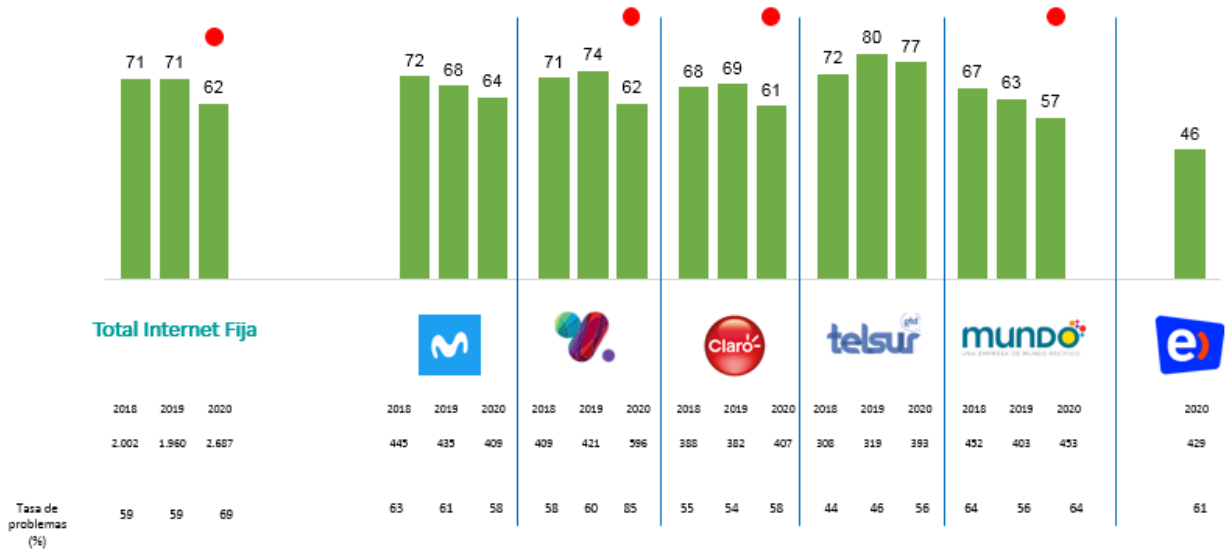
Para indagar en las razones por las cuales el entrevistado se encuentra insatisfecho con la Atención Técnica Preguntamos: *¿Por qué evalúa con esa nota? (Notas de 1 a 4 en una escala de 7 puntos)*

Gráfico 119. Razones de Insatisfacción con la Asistencia Técnica 2020



Las razones relacionadas a la **Falta de Capacitación del Servicio Técnico y la Falta de Solución a los problemas** representan un **42%** del total de respuestas, **+4 puntos respecto de la medición anterior**.

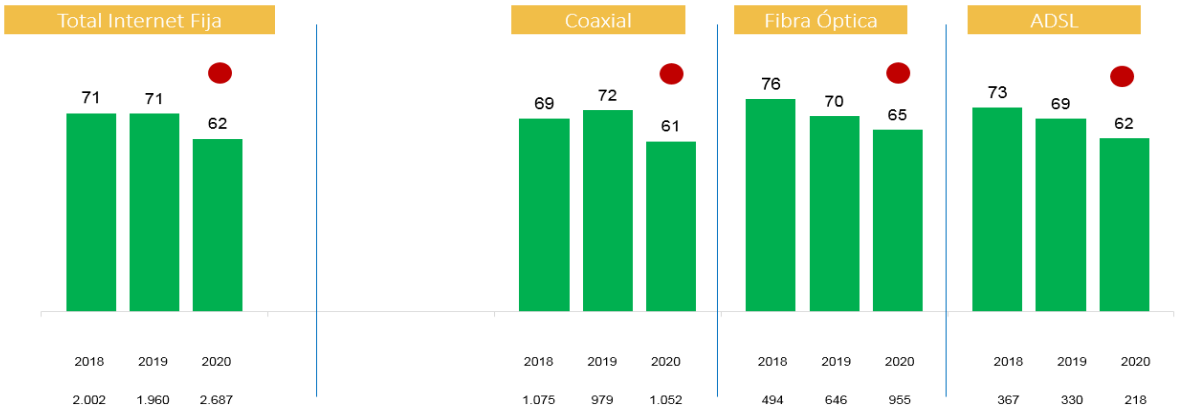
Gráfico 120. Tasa de Resolución de Problemas Internet Fija 2018 - 2020



Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de internet fija (2. 687)

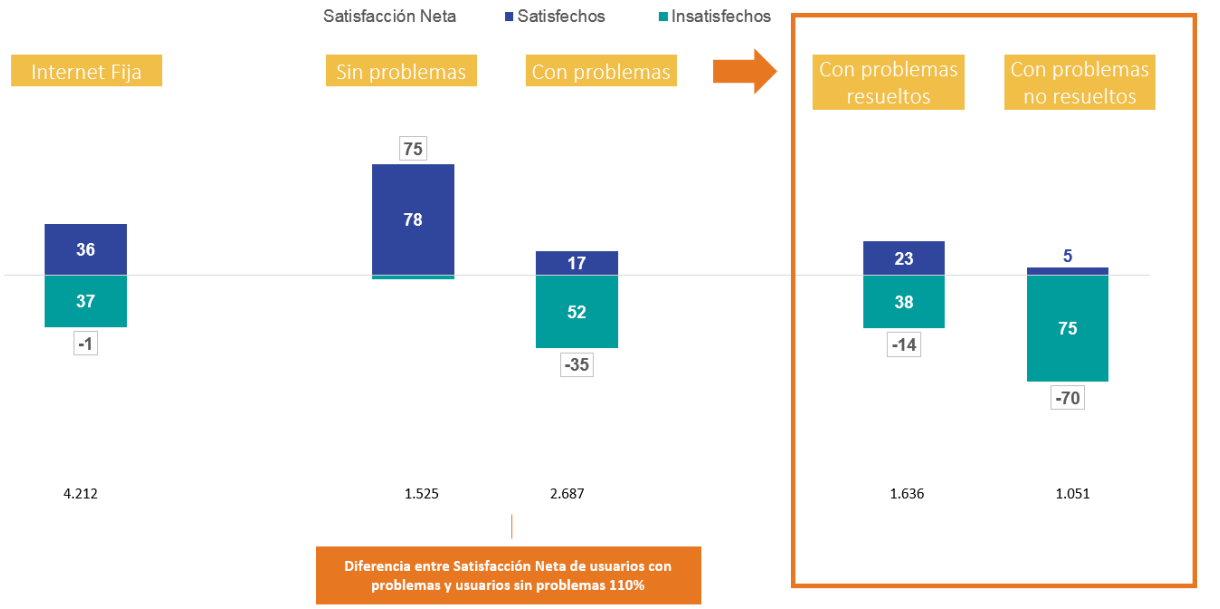
Baja la Tasa de Resolución de Problemas a un 62%, -9 puntos respecto de las mediciones previas (2018 y 2019) **VTR, Claro y Mundo Pacífico** muestran diferencias significativas, siendo la más alta **VTR con -12 puntos porcentuales.**

Gráfico 121. Tasa de Resolución de Problemas Internet Fija, Por Tecnología 2018 – 2020



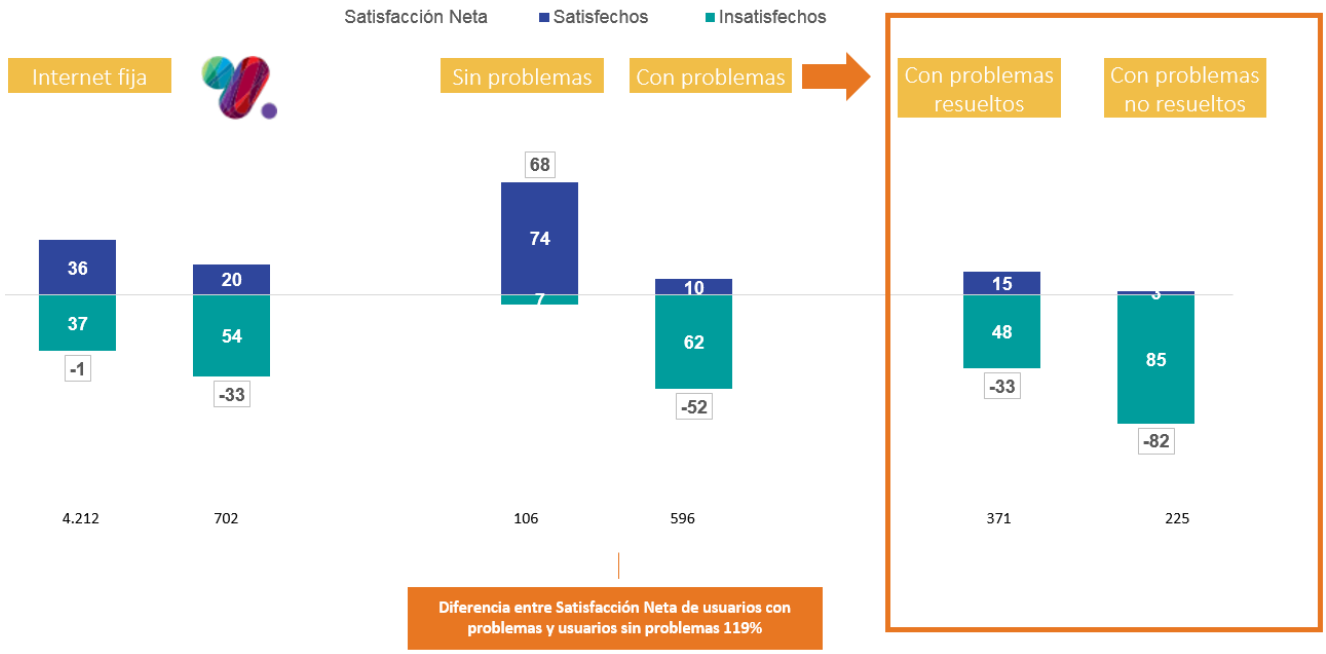
La Tasa de resolución de reclamo baja para todas las tecnologías siendo más notorio en **Cable Coaxial** que cae en 11 puntos respecto de la medición anterior.

Gráfico 122. Satisfacción con Internet Fija según si le han resuelto problemas



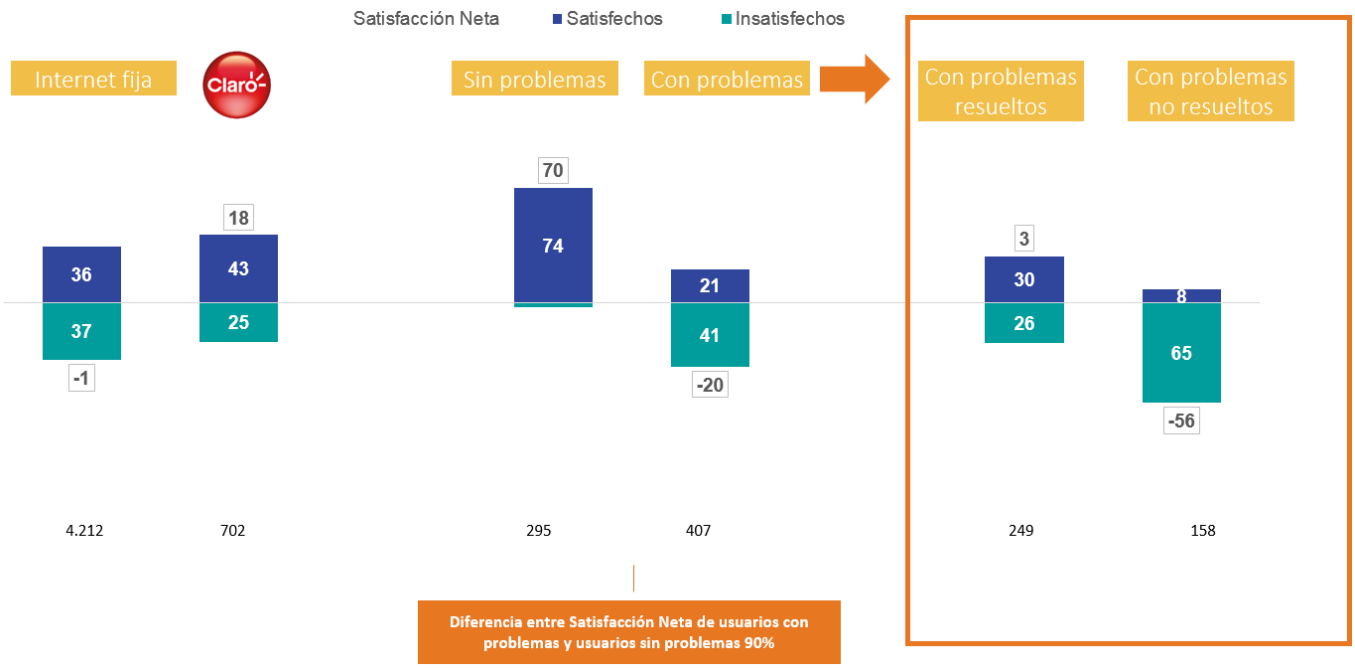
El **Impacto total en la Satisfacción, de la experiencia de algún problema es de un 110%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **21 puntos porcentuales** (89% versus 110% en la actual medición).

Gráfico 123. Satisfacción de usuarios de VTR con Internet Fija según si le han resuelto un problema



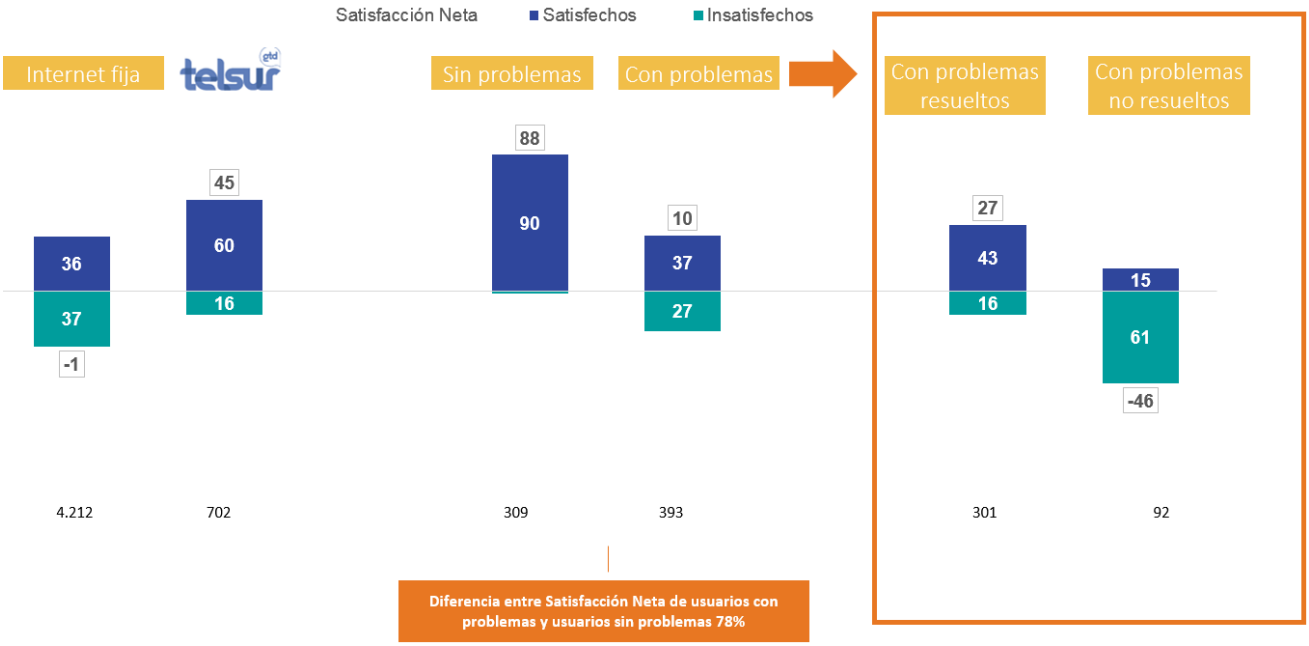
Si vemos los resultados de **VTR el impacto en la Satisfacción, de la experiencia de algún problema es de un 119%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **32 puntos porcentuales** (87% versus 119% en la actual medición).

Gráfico 124. Satisfacción de usuarios de Claro con Internet Fija según si le han resuelto un problema



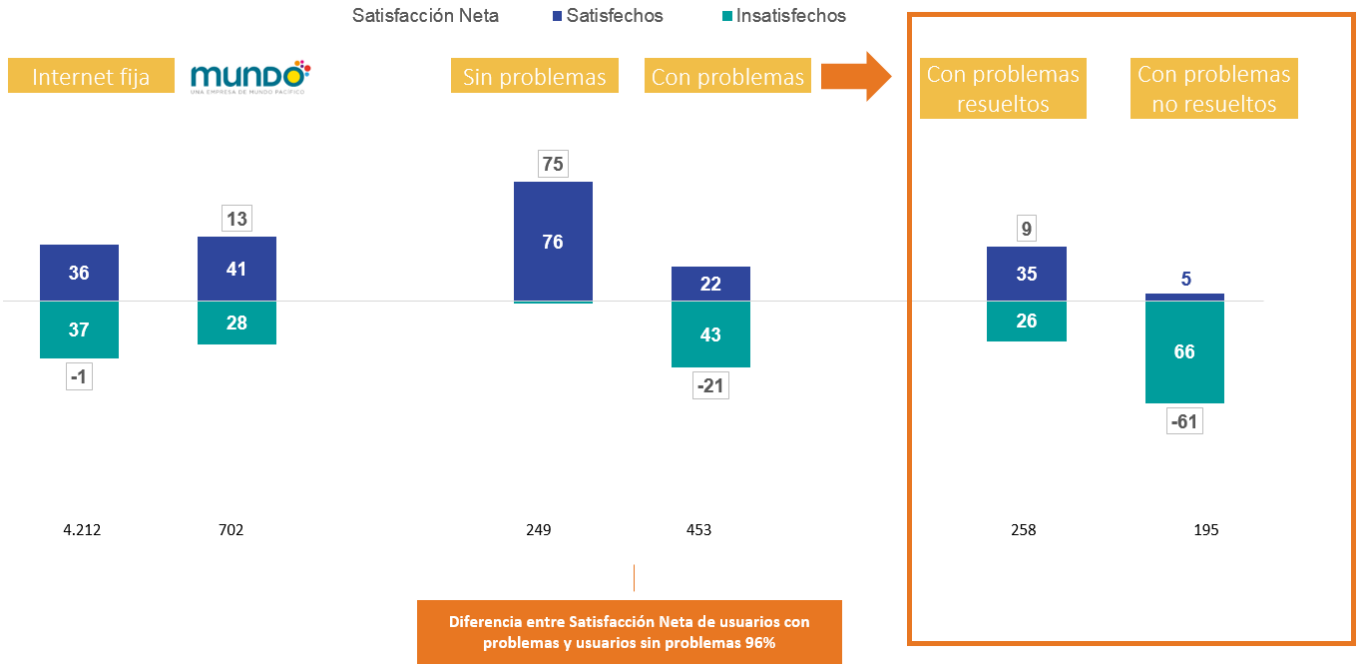
Claro, por su parte en el **impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema tiene un 90%,** aumentando en **7 puntos porcentuales** (83% versus 90% en la actual medición).

Gráfico 125. Satisfacción de usuarios Telsur / Telcoy con Internet Fija, según si le han resuelto un problema



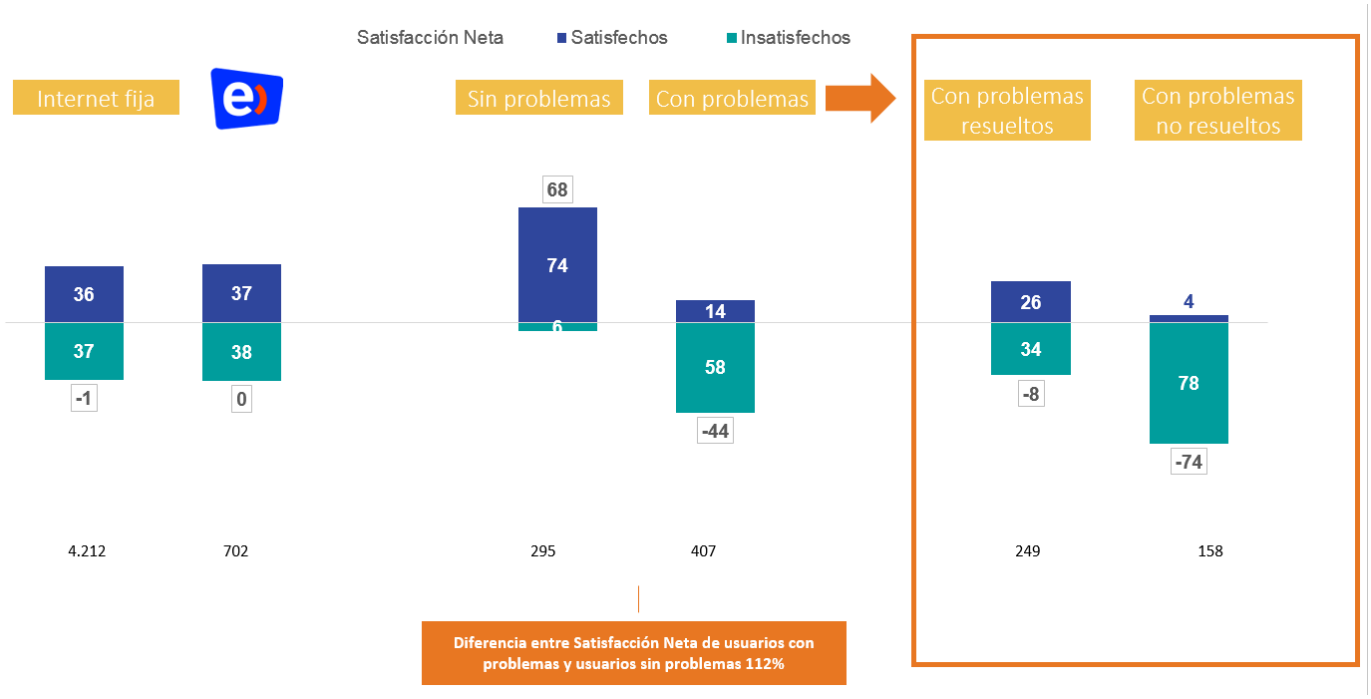
Telcoy / Telsur presenta una impacto de la Tasa de Problemas sobre la Satisfacción de un **78%**, **4 puntos sobre la medición 2019** (74% versus 78% en la actual medición).

Gráfico 126. Satisfacción de usuarios Mundo Pacífico con Internet Fija, según si le han resuelto un problema



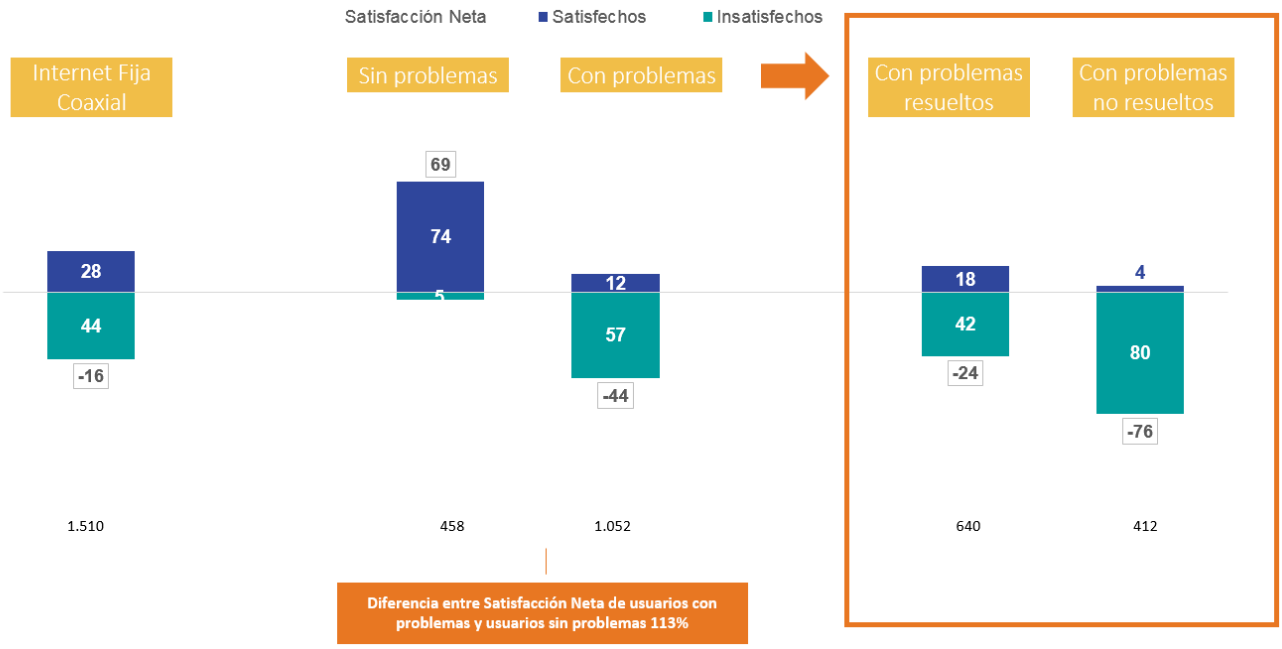
Mundo Pacífico presenta una impacto de la Tasa de Problemas sobre la Satisfacción de un **96%, siendo la única empresa que baja respecto de la medición previa en -2 puntos** (98% versus 96% en la actual medición).

Gráfico 127. Satisfacción de usuarios Entel con Internet Fija, según si le han resuelto un problema



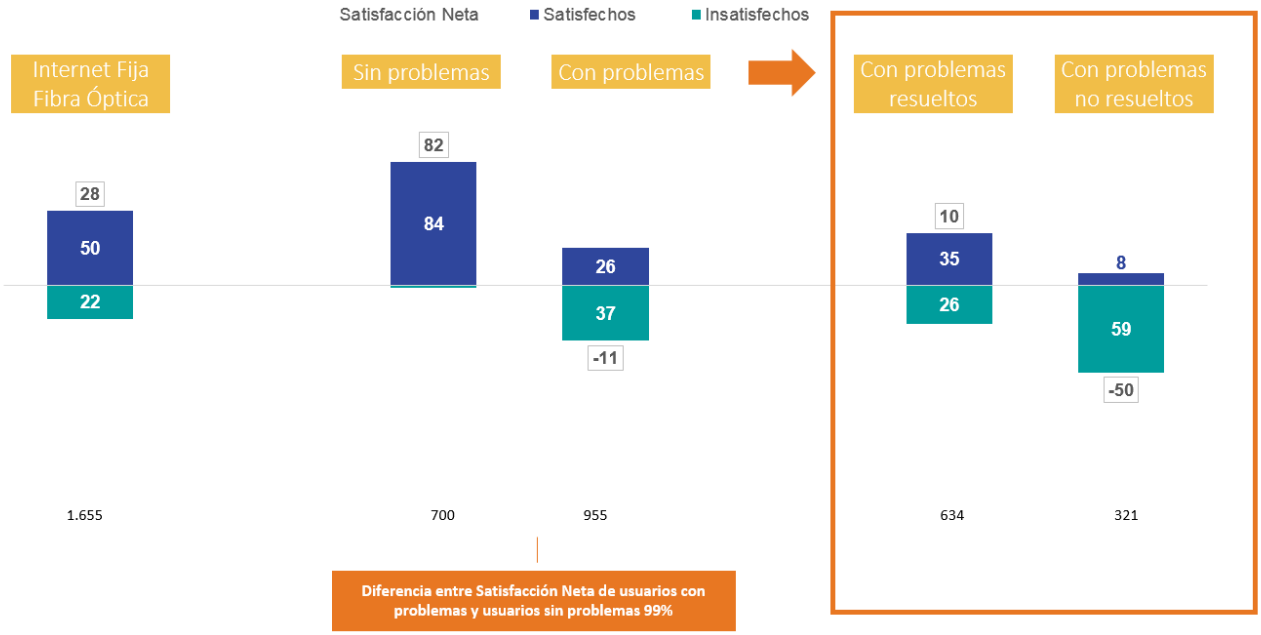
Si bien **Entel se incorpora en esta medición al segmento**, presenta un Impacto en la Satisfacción de un **112%**, lo cual posiciona a la compañía entre las empresas que más impacta la ocurrencia de Problemas en la Satisfacción de los Usuarios.

Gráfico 128. Satisfacción con Internet Fija, según si le han resuelto problemas, Tecnología Coaxial



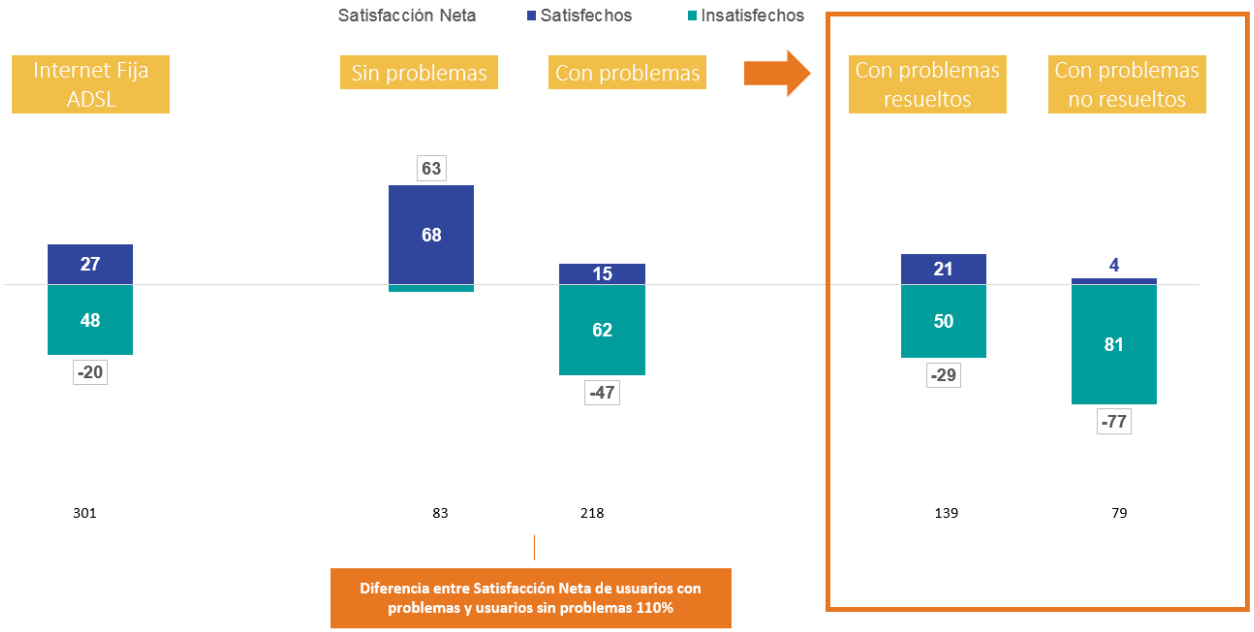
Los usuarios cuyos problemas no han sido resueltos tienen una gran incidencia sobre la Satisfacción Neta de la tecnología de Cable Coaxial.

Gráfico 129. Satisfacción con Internet Fija, según si le han resuelto problemas, Tecnología F. Óptica



Lo que se presenta en cable coaxial tambien se identifica en Fibra Óptica aunque en menor medida.

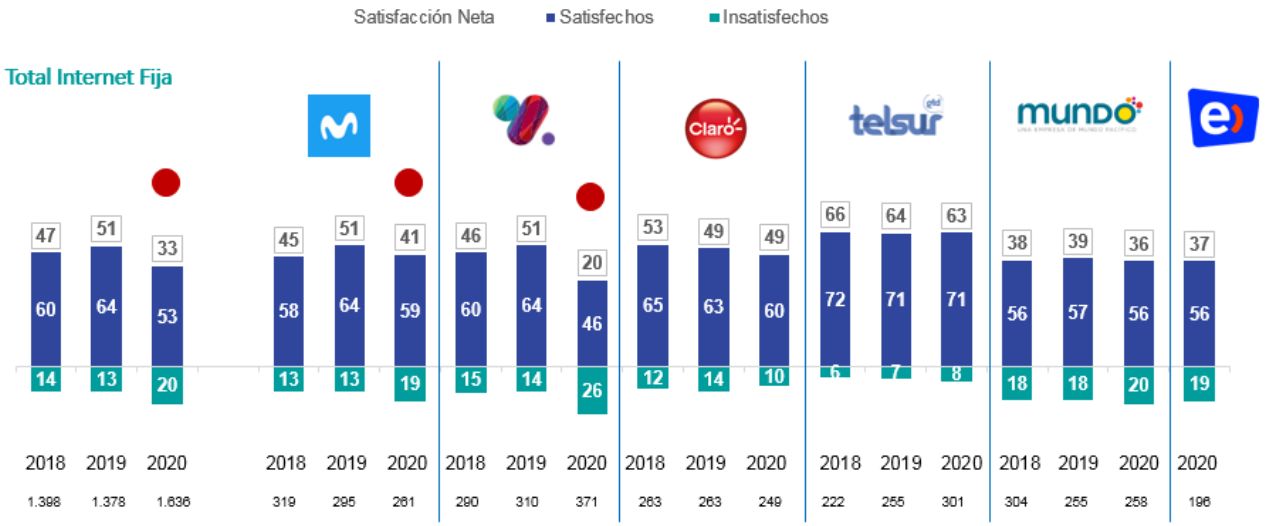
Gráfico 130. Satisfacción con Internet Fija, según si le han resuelto problemas, Tecnología ADSL



Mismo caso que las tecnologías anteriores, hay una alta incidencia de la resolución de problemas sobre la satisfacción neta de los usuarios.

Para identificar la Satisfacción con la Resolución de Problemas preguntamos: *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?*

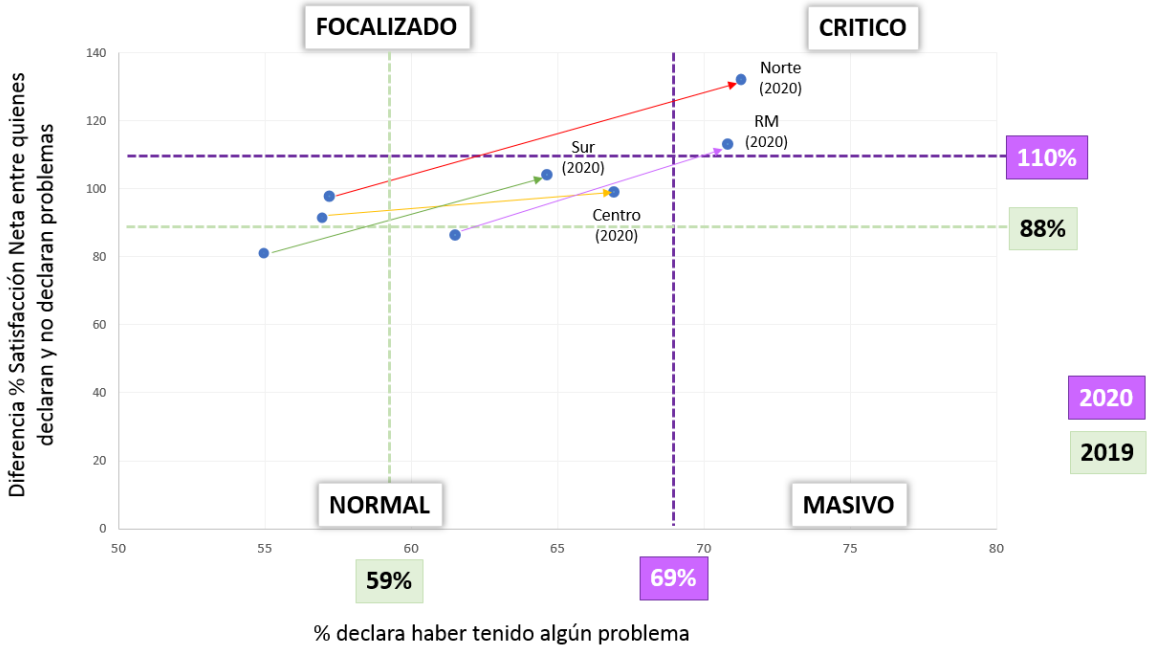
Gráfico 131. Satisfacción con la Solución de Problemas Internet Fija 2018 – 2020



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

VTR con un 20% presenta la Satisfacción neta co la Solución de problemas más, en tanto que **Telsur/Telcoy** presentan la más alta con un **63%**.

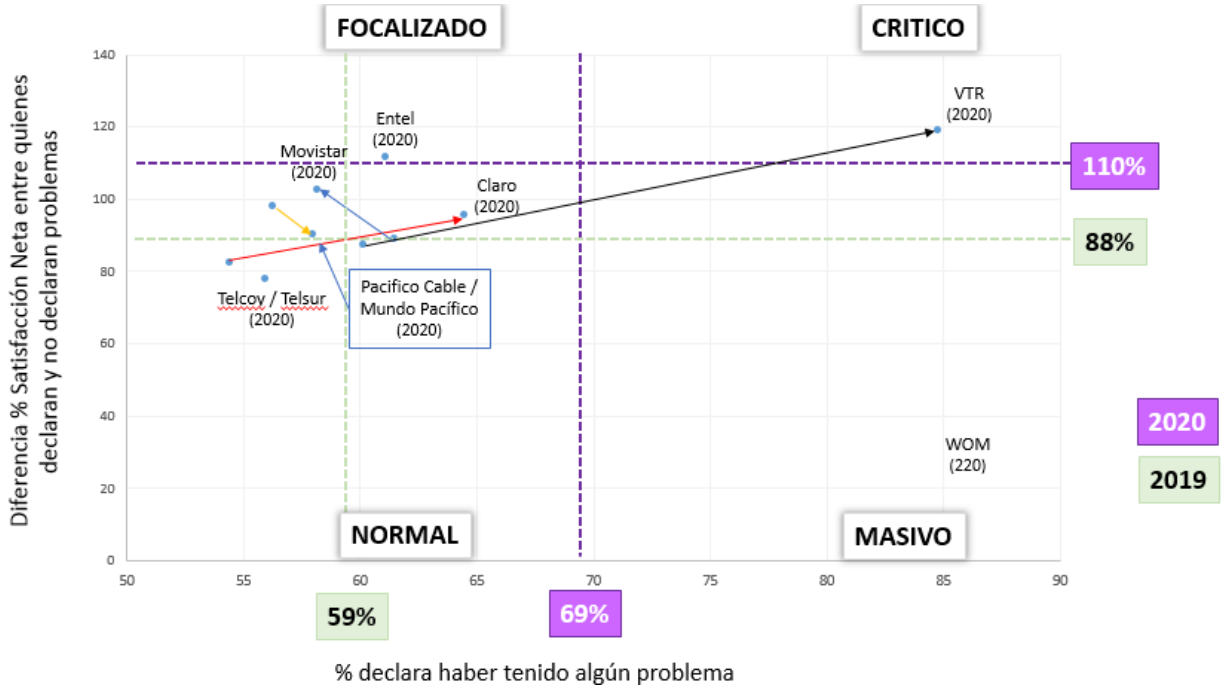
Gráfico 132. Impacto de problemas en la Satisfacción por Zona de Internet Fija 2019 - 2020



Podemos evidenciar lo siguiente:

- ✓ RM: Aumenta el impacto de los problemas pasando del cuadrante normal al crítico.
- ✓ Norte: Aumenta el impacto de los problemas pasando del cuadrante normal al crítico.
- ✓ Centro: Se mantiene dentro del cuadrante Normal acercándose al masivo.
- ✓ Sur: Se mantiene dentro del cuadrante Normal acercándose rápidamente al focalizado.

Gráfico 133. Impacto de problemas en la Satisfacción por Compañia de Internet Fija 2019 - 2020

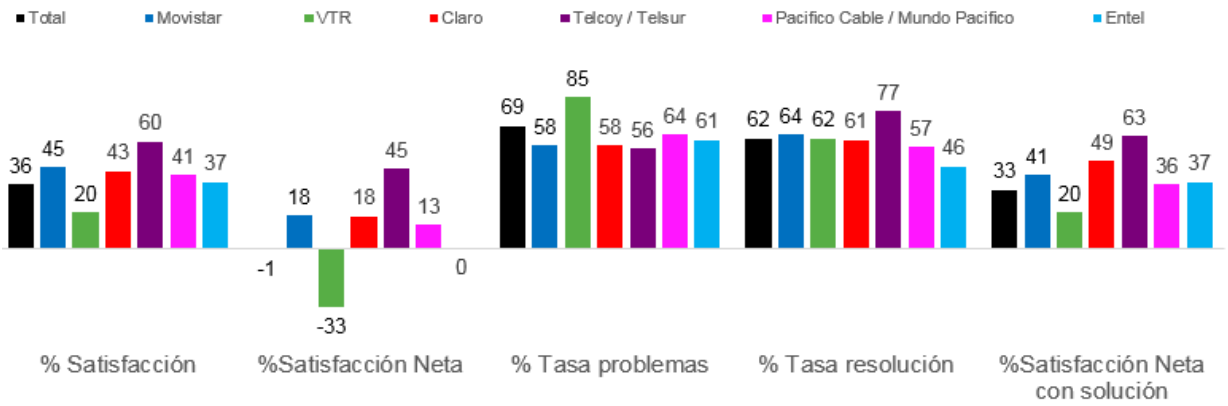


Lo más destacable es;

✓ VTR Pasa del cuadrante Normal a Crítico aumentando el Impacto de los problemas sobre la satisfacción.

Los principales indicadores del segmento son;

Gráfico 134. Principales indicadores de Internet Fija Medición 2020

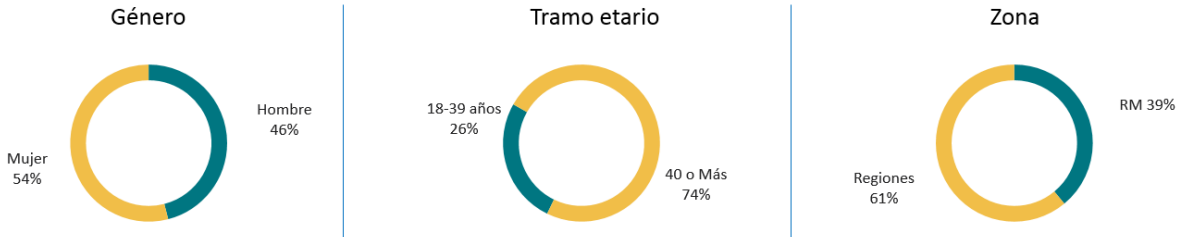


*Casos N=4212

10.4 Televisión Pagada

10.4.1 Perfil Entrevistados

Gráfico 135. Características Demográficas de usuarios de Televisión Pagada



	Base (n)	% Hombre	% Mujer	Total
Entel	702	40	60	100
Movistar	702	38	62	100
VTR	702	53	47	100
Claro	702	43	57	100
DirecTV	702	45	55	100
Pacifico Cable	702	37	63	
Total	4.212	46	54	100

	Base (n)	% 18-39	% 40+	Total
Entel	702	28	72	100
Movistar	702	28	72	100
VTR	702	12	88	100
Claro	702	29	71	100
DirecTV	702	42	58	100
Pacifico Cable	702	41	59	100
Total	4.212	26	74	

	Base (n)	% Región	% RM	Total
Entel	702	48	52	100
Movistar	702	51	49	100
VTR	702	56	44	100
Claro	702	68	32	100
DirecTV	702	74	26	100
Pacifico Cable	702	71	29	100
Total	4.212	61	39	

La muestra de Televisión Pagada está compuesta por un 46% de hombres y un 54% de mujeres. En términos etarios, los usuarios con edades sobre los 40 años es mayor (74%) que los usuarios entre 18 y 39 años (26%). La composición demográfica presenta una proporción mayor para Regiones (61%), en tanto que la Región Metropolitana constituye un 39% de la muestra.

De las compañías medidas las principales observaciones son:

✓ Entel: Mayor proporción de **Mujeres con un 60%** que Hombres con un 40%, mayor proporción de Rangos etarios de **más de 40 años con un 72%**, equilibrada proporción de entrevistas en Regiones / RM.

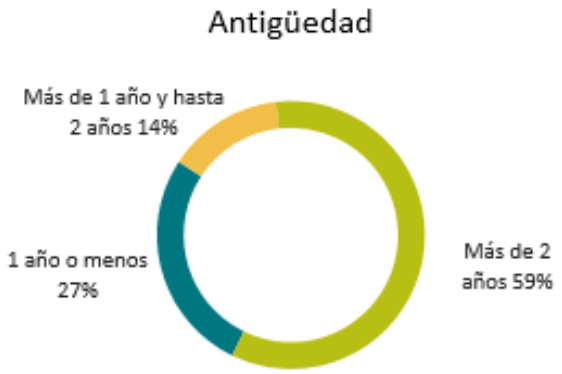
✓ Movistar: Mayor proporción de Mujeres que Hombres **62% versus 38%,** con tendencia al rango etario sobre los 40 años (72%), equilibrada proporción de entrevistas en Regiones que en RM.

✓ VTR: Menor proporción de Mujeres que de Hombres (53%), **mucho mayor proporción** de entrevistados en el rango etario de **40 años y más con un 88%,** mayor proporción en **Regiones con un 56%.**

✓ DirecTV: Mayor proporción de Mujeres que Hombres (**55%)**, se evidencia una mayor proporción del rango etario mayor de **40 años con un 58%** y mayor proporción en **Regiones con un 74%.**

✓ Pacífico Cable: Mayor proporción de Mujeres que Hombres **(55%)**, mayor proporción de entrevistados en el rango etario de **40 años y más con un 59%,** mayor proporción en **Regiones con un 71%.**

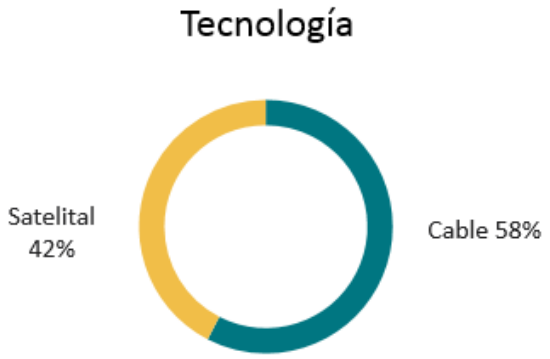
Gráfico 136. Características Demográficas de usuarios de Televisión Pagada – Antigüedad



	Base (n)	% 1 año o menos	% Más de 1 año y hasta 2	% Más de 2 años	Total
Entel	702	40	22	38	100
Movistar	702	18	10	72	100
VTR	702	10	5	85	100
Claro	702	36	18	46	100
DirecTV	702	14	12	74	100
Pacifico Cable	702	45	16	39	100
Total	4.212	27	14	59	100

La mayor antigüedad, es decir, sobre los 2 años como cliente la presentan los clientes de **VTR con un 85%.**

Gráfico 137. Televisión Pagada – Tipo de Tecnología



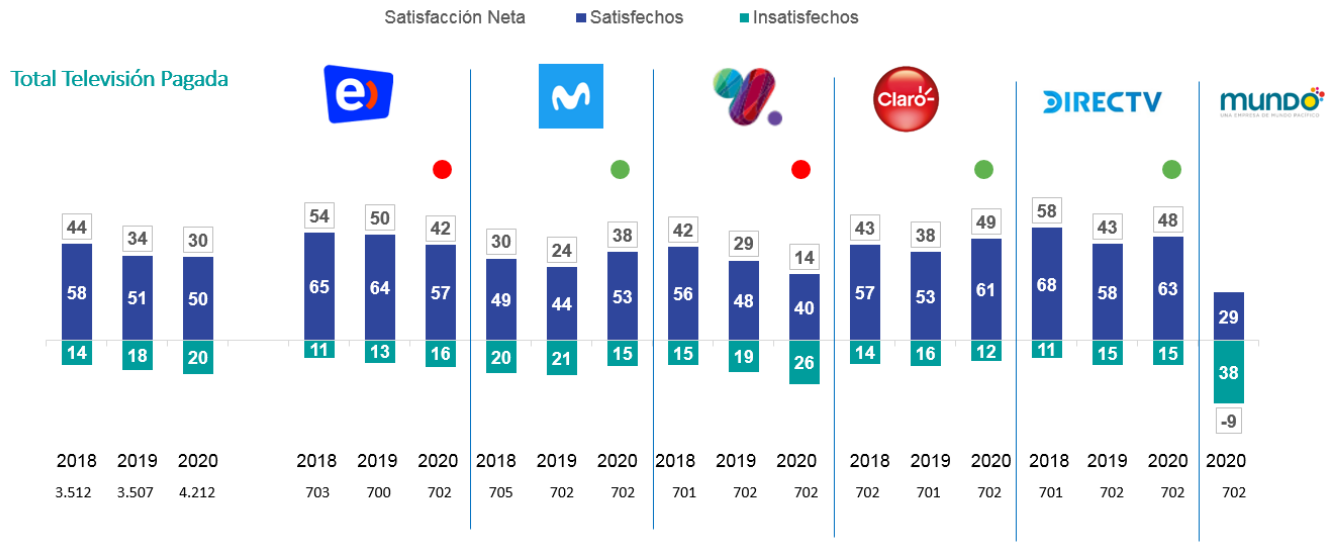
	Base (n)	% Cable	% Satelital	Total
Entel	702	27%	73%	100%
Movistar	702	4%	96%	100%
VTR	702	94%	6%	100%
Claro	702	92%	8%	100%
DirecTV	702	9%	91%	100%
Pacifico Cable	702	98%	2%	100%
Total	4.212	58%	42%	100%

La mayor proporción de Televisión Pagada por Cable la presentan los usuarios de **Mundo Pacifico, VTR y Claro,** , en tanto que la tecnología Satelital se presenta en los usuarios de las compañías **Movistar, DirecTV, y Entel**.

10.4.2 Satisfacción con las Empresas de Televisión Pagada

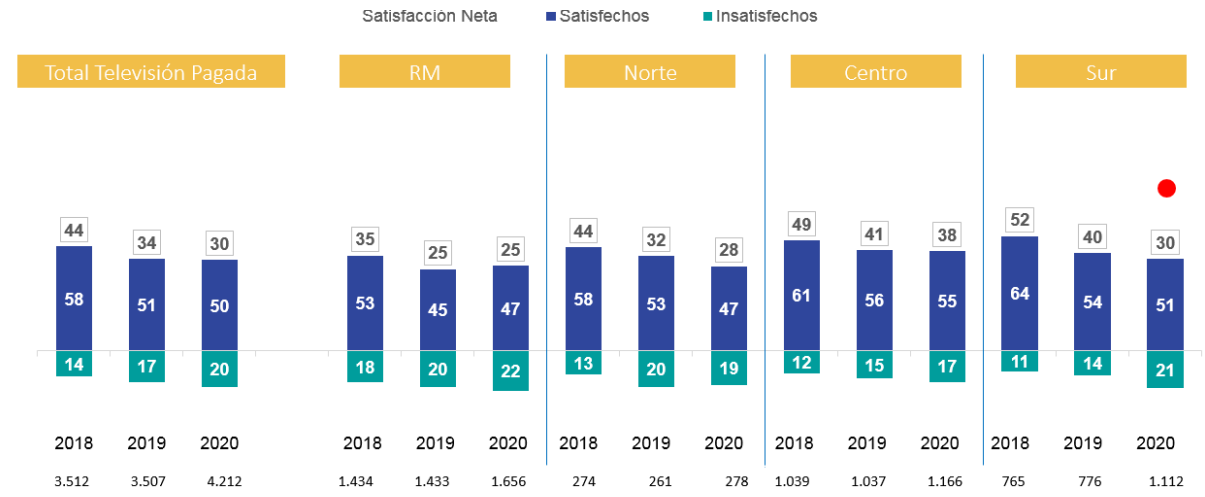
Para determinar la Satisfacción con las compañías proveedoras se preguntó: *Quisiera pedirle que evalúe su satisfacción general con el servicio de TELEVISION PAGADA que le presta actualmente su compañía proveedora. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, en general ¿Qué tan satisfecho está Ud. con el servicio de TELEVISION PAGADA?*

Gráfico 138. Satisfacción con empresas de Televisión Pagada 2018 – 2020



En términos Totales la satisfacción con Televisión Pagada no presenta una diferencia significativa respecto de la medición anterior, sin embargo se destacan una caida en la Satisfacción Neta de **-15 puntos para VTR y -12 puntos para Entel. Mundo Pacífico** es la compañía peor evaluada con un **-9%,** en tanto que la mejor evaluada fue **Claro con un 49%.**

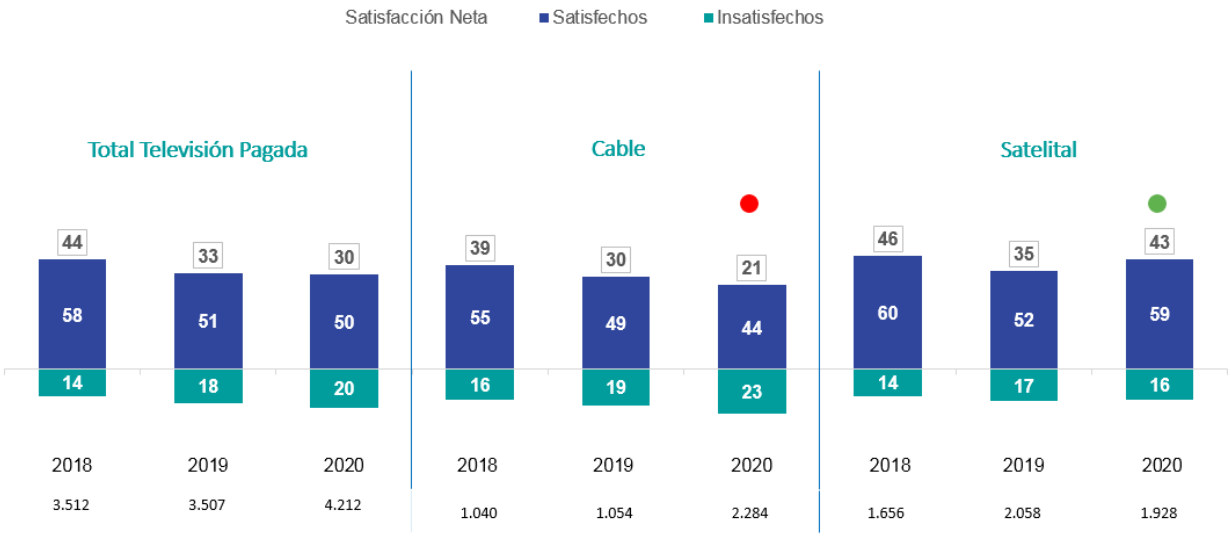
Gráfico 139. Satisfacción con Televisión Pagada por Zona 2018 – 2020



(*) Zonas: RM: XIII / Norte I- III y XV /Centro: IV-VII / Sur: VIII – XII, XIV y XVI
(**) El % restante para llegar a 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

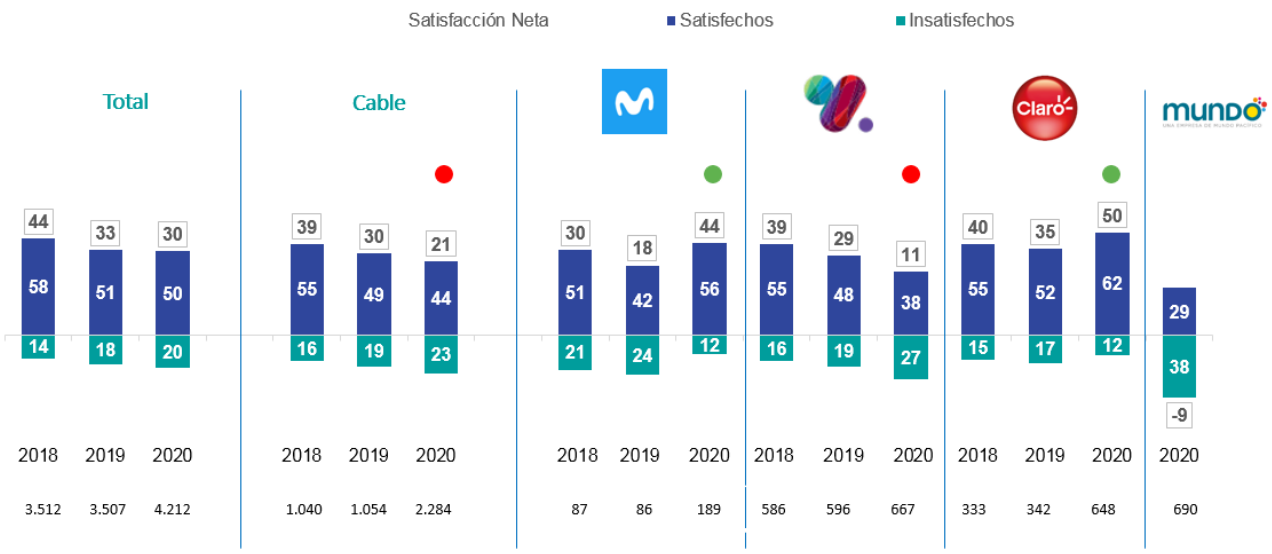
Baja la Satisfacción en la **Zona Sur a 30%**, -10 puntos respecto de la medición previa.

Gráfico 140. Satisfacción con Televisión Pagada por Tecnología 2018 – 2020



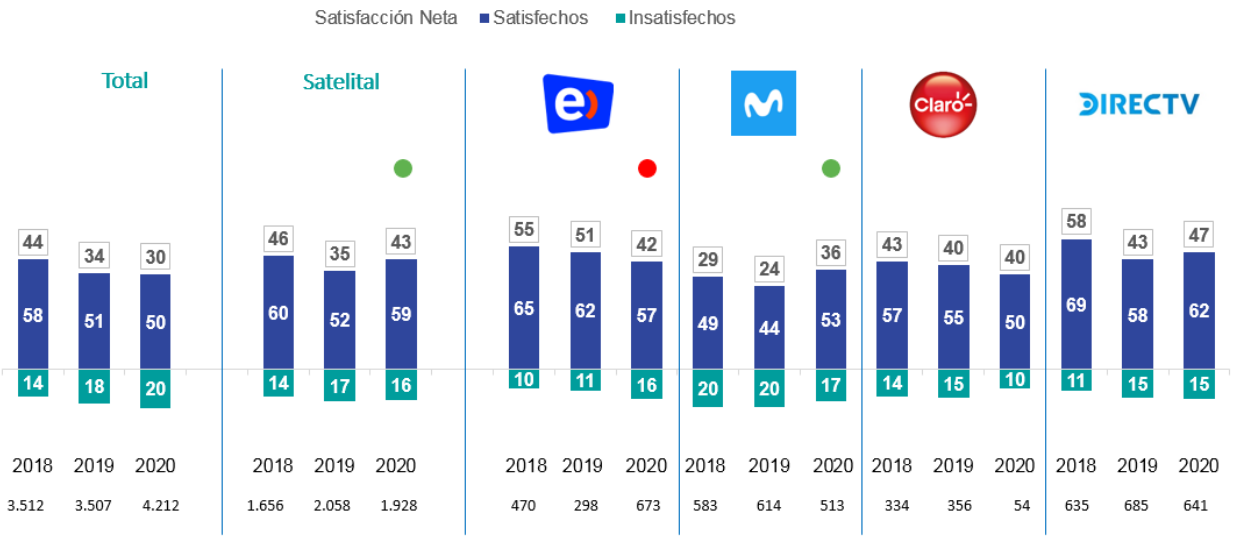
Aumenta la Satisfacción Neta de la **Televisión Satelital en 8 puntos** y disminuye la de la tecnología por Cable en 9 puntos.

Gráfico 141. Satisfacción con Televisión Pagada por Tecnología, Cable, 2018 – 2020



Mundo Pacífico presenta la Satisfacción Neta más baja con un **-9%,** en tanto que la más alta la posee **Claro**, con un **50%** de Satisfacción Neta.

Gráfico 142. Satisfacción con Televisión Pagada por Tecnología, Satelital, 2018 – 2020

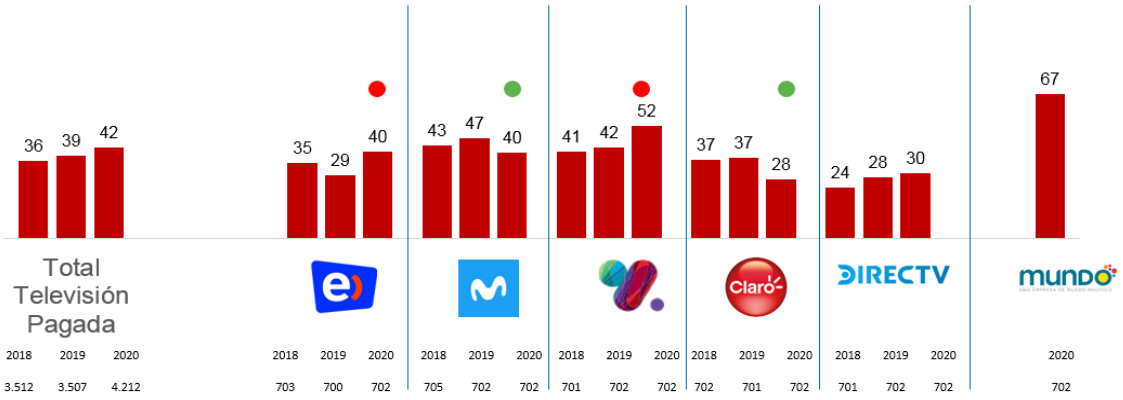


Respecto de Televisión Satelital, la peor Satisfacción Neta la presenta **Movistar, con un 36%** y la más alta es DirecTV con un 47%.

10.4.3 Tasa de Problemas, Tasa de Reclamos y Tasa de Resolución Televisión Pagada

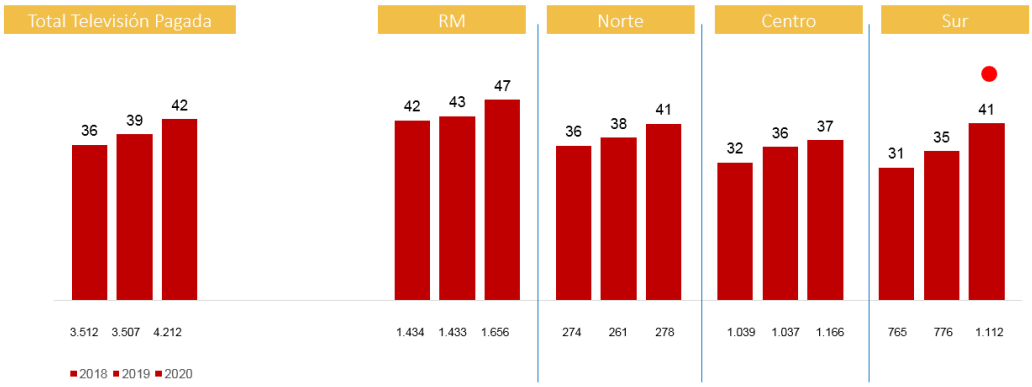
Para levantar la Tasa de Problemas preguntamos: *En los últimos 6 meses, ¿ha tenido algún problema con el servicio de TELEVISIÓN PAGADA?*

Gráfico 143. Tasa de Problemas Televisión Pagada 2018 – 2020



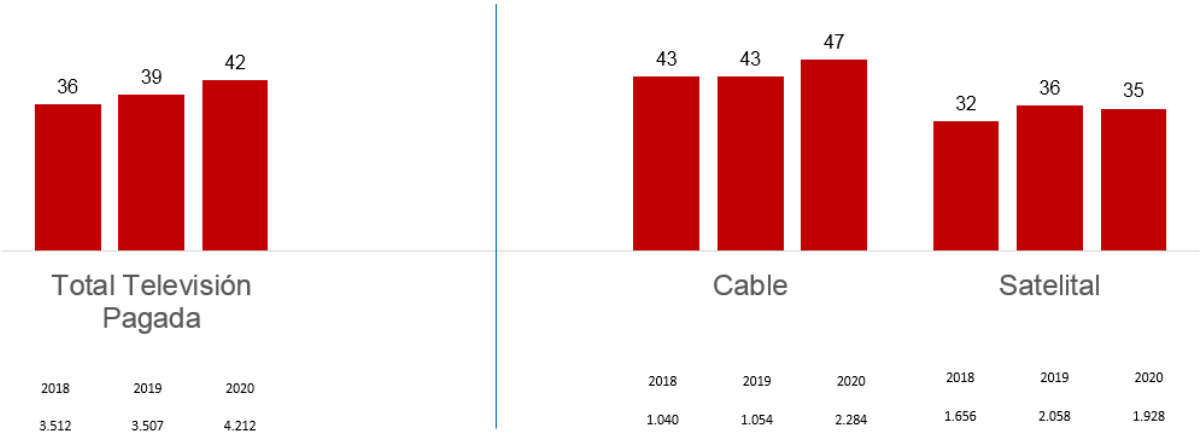
Destaca Mundo Pacífico, recién incorporado con la Tasa de problemas más alta, un **67%.** En términos de diferencias significativas **Entel** presenta la desviación más alta respecto del año anterior con **+11 puntos** porcentuales**, seguido por VTR con +10.** Bajan por su parte **Claro** a un **28%** (-9) y **Movistar con 40% (-7).**

Gráfico 144. Tasa de Problemas con Televisión Pagada por Zona 2018 – 2020



La **Zona Sur** muestra un aumento de **+6** puntos porcentuales en la presente medición, respecto del año anterior.

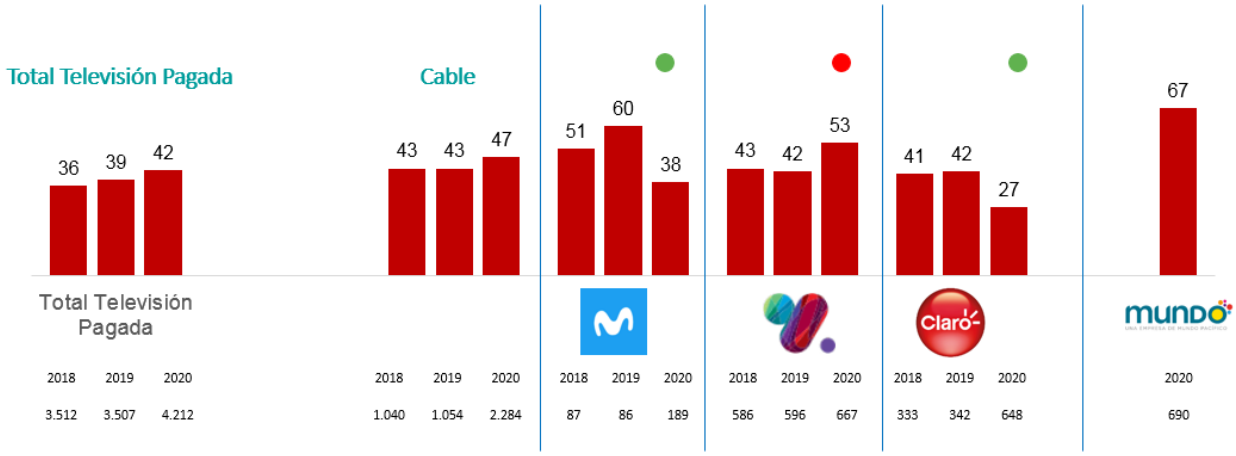
Gráfico 145. Tasa de Problemas con Televisión Pagada por Tecnología 2018 – 2020



(*) Cabe señalar que el tipo de tecnología por usuario fue entregado por las distintas compañías a Subtel.

Aumenta la Tasa de Problemas en la Tecnología Cable (4 puntos) y reduce en 1 punto la Tasa de Problemas en la Tecnología Satelital.

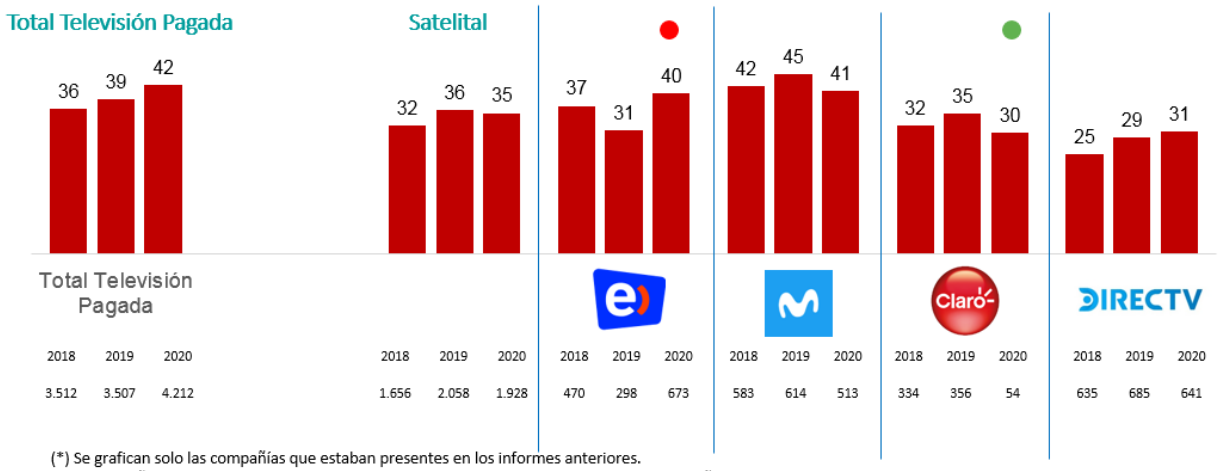
Gráfico 146. Tasa de Problemas con Televisión Pagada por Tecnología, Cable, 2018 – 2020



(*) Se grafican solo las compañías que estaban presentes en los informes anteriores.
(**) Cabe señalar que el tipo de tecnología por usuario fue entregado por las distintas compañías a Subtel.

En lo que respecta a la tecnología Cable, es **Mundo Pacifico** la compañía que presenta la mayor tasa de problemas de sus usuarios, con un **67%.** En tanto que la tasa de problemas más baja la tiene **Claro con un 27%.**

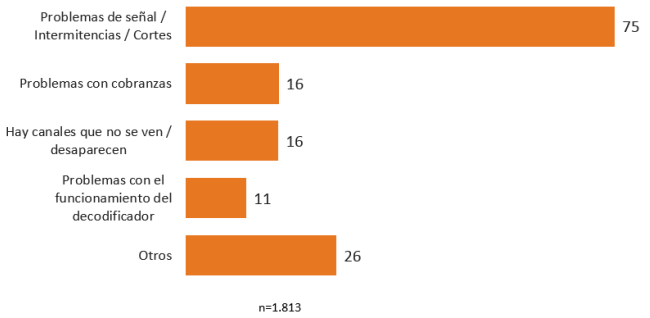
Gráfico 147. Tasa de Problemas con Televisión Pagada por Tecnología, Satelital, 2018 – 2020



(*) Se grafican solo las compañías que estaban presentes en los informes anteriores.
(**) Cabe señalar que el tipo de tecnología por usuario fue entregado por las distintas compañías a Subtel.

En cuanto a la tecnología Satelital, la mayor tasa de problemas la presenta **Movistar con un 41%**, en tanto que la más baja la tiene **Claro, con un 30%.**

Gráfico 148. Tipo de Problemas Televisión Pagada 2018 – 2020

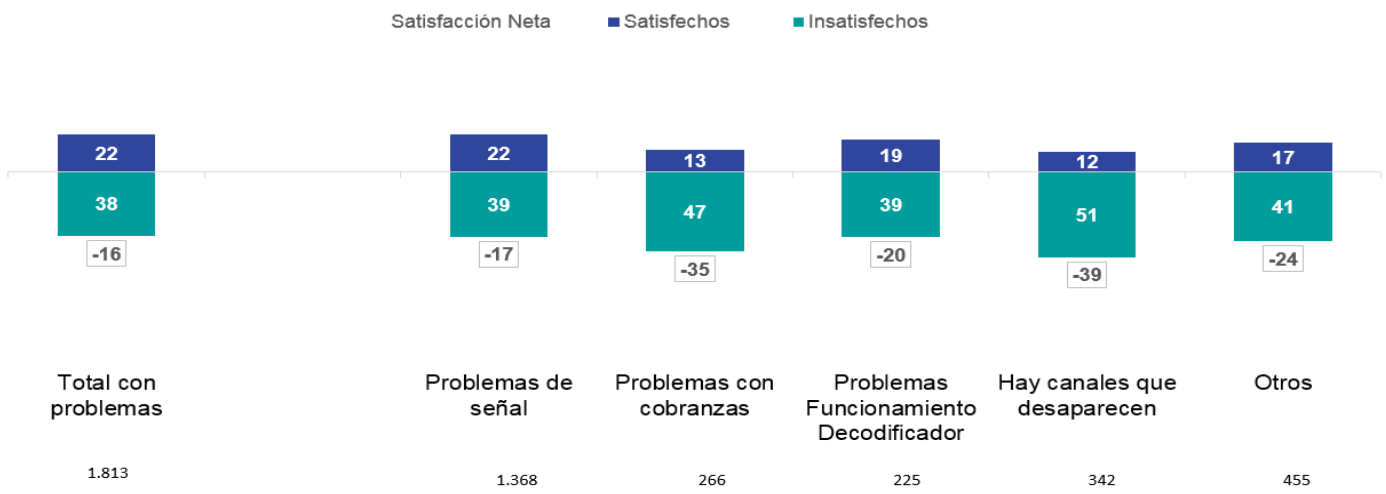


% Total menciones	Entel	Movistar	VTR	Claro	DirecTV	Pacífico
Tasa de problemas Total:42%	40%	40%	52%	28%	30%	67%
Problemas de señal / Intermitencias / Cortes	68	70	84	67	57	88
Problemas con cobranzas	14	10	10	20	42	6
Hay canales que no se ven / desaparecen	21	13	16	11	14	28
Problemas con el funcionamiento del decodificador	19	19	8	17	4	10
	284	280	371	193	214	471

Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (1.813)
En la tabla se desataca el % de personas que indicaron haber tenido problemas por operador. Se grafican los problemas más mencionados.

Los problemas de **Señal** son tambien los más mencionados en este segmento**, Mundo Pacífico** es la compañía que se destaca con **la Tasa más alta de problemas** de este tipo, con un **88%,** seguido por **VTR con un 84%** de las menciones.

Gráfico 149. Tipo de problemas Televisión Pagada y Satisfacción con el servicio

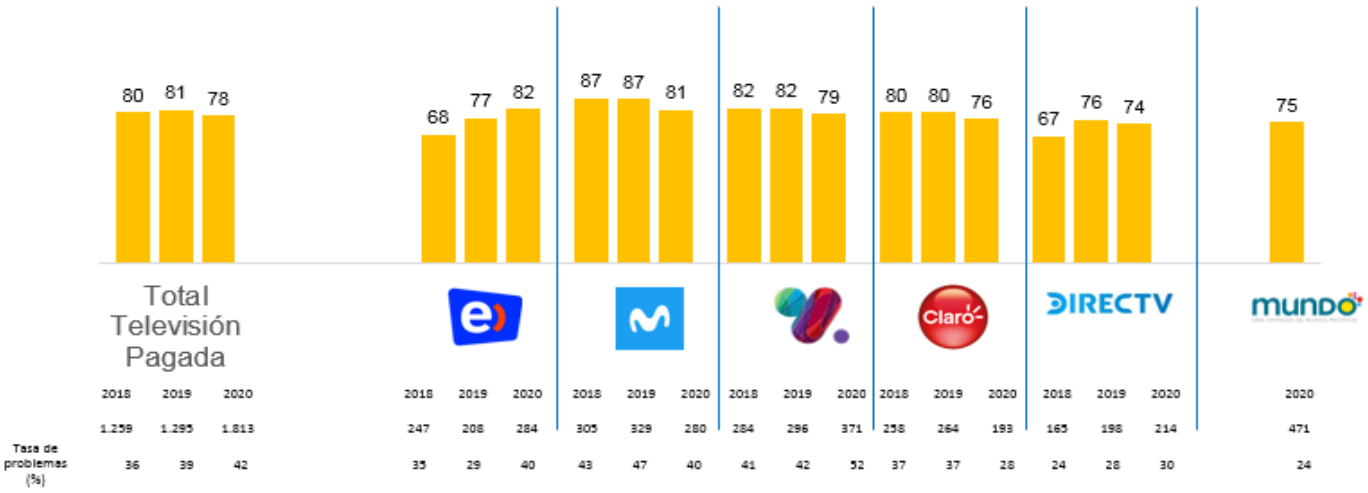


(*) El % restante para llegar al 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".
Casos: usuarios que han tenido problemas con el servicio de televisión pagada (1.813).

La Satisfacción Neta de los Usuarios que han experimentado problemas llega a un -16% en este segmento, esto implica -9 puntos respecto de la medición 2019. Aumenta el porcentaje de **Problemas con los cobros / Facturas** de -28% a -**35%**, pero se incorpora una nueva categoría, liderando el Tipo de Problemas, **Hay Canales que desaparecen con un -39%**.

A todas aquellas personas que se vieron afectadas por un Problema se les consultó: *Ahora quisiéramos que se enfocara en el último problema que usted tuvo con el servicio de TELEVISION PAGADA ¿Reclamó o pidió alguna solución en…?*

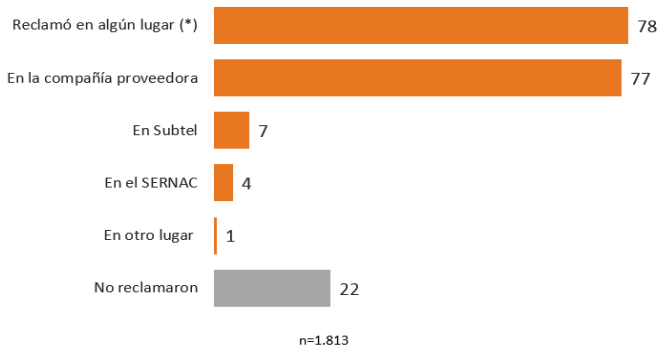
Gráfico 150. Tasa de Reclamos 2018 – 2020



Evidenciamos una diferencia significativa en **Movistar** que disminuye su tasa de Reclamos a un **81%, -6 puntos** respecto del año anterior**.**

Al consultarles a los entrevistados sobre el *lugar donde interpusieron el reclamo indicaron*:

Gráfico 151. Lugar de Interposición de Reclamo Televisión Pagada



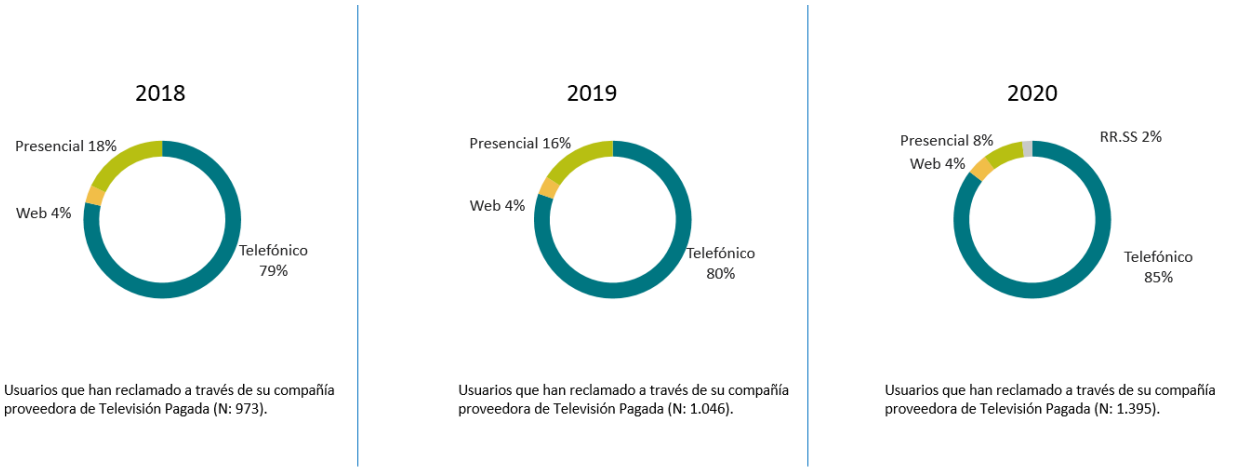
% Total menciones	Entel	Movistar	VTR	Claro	DirecTV	Pacifico
Tasa de problemas Total:42%	40%	40%	52%	28%	30%	67%
Reclamó en algún lugar (*)	82	81	79	76	74	75
En la compañía proveedora	81	81	77	75	74	74
En Subtel	11	6	6	6	7	8
En el SERNAC	4	3	4	4	2	3
En otro lugar	1	-	1	0,5	0,4	0,4
No reclamaron	18	19	21	24	26	25
	284	280	371	193	214	471

(*) 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 contrato que han tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada (1.813)

En este segmento la **interposición a la Compañía Proveedora** es la opción elegida mayoritariamente con un **77%**.

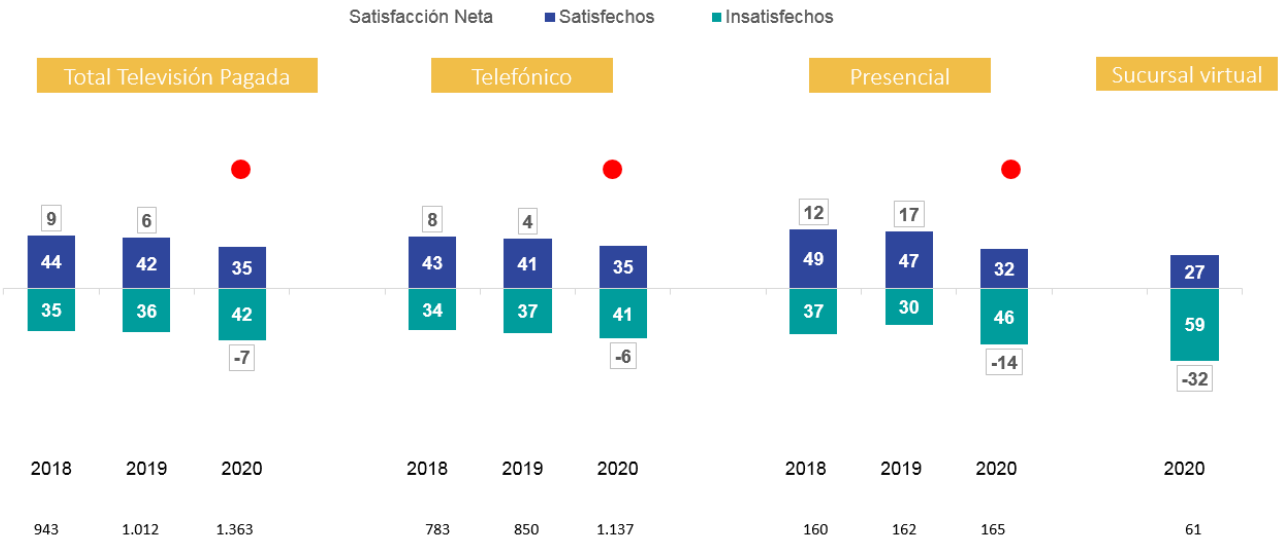
Para comprender que canales prefirió el usuario para realizar su reclamo preguntamos: *¿Cuál fue el canal a través del cual realizó el reclamo?*

Gráfico 152. Canal a través del cual hizo el reclamo 2018 – 2020



Al igual que en los otros segmentos en estudio, se evidencia el uso mayoritario de **medios no presenciales**, totalizando un **91%**.

Gráfico 153. Satisfacción con Proceso de Interposición de reclamos por Canal 2018 – 2020

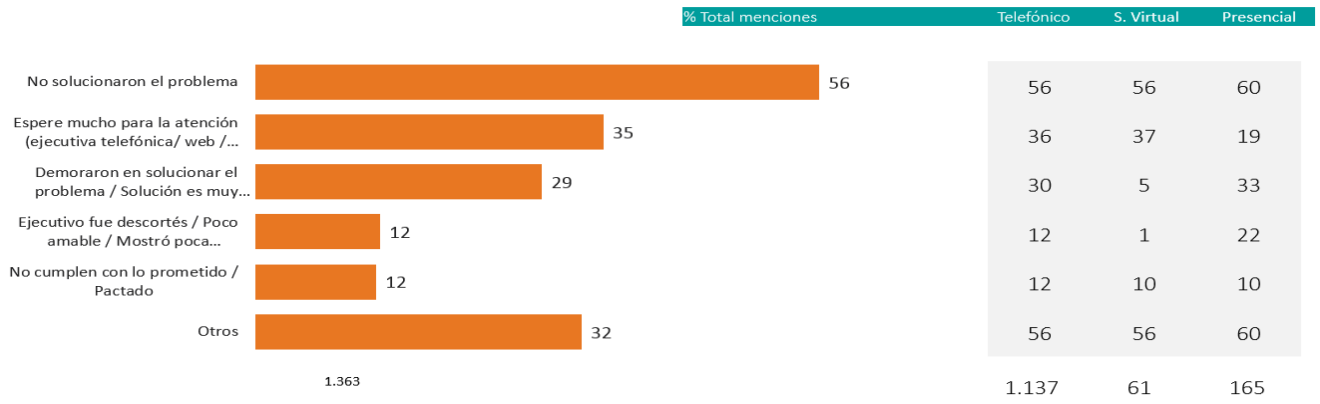


(*) El % restante para llegar al 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

Casos: Solo usuarios que han reclamado a través de su compañía de Televisión Pagada a través de teléfono y presencial (N:1.363)

La Satisfacción Neta total **cayó a -7%,** marcado por una diferencia significativa de la Satisfacción neta en ambos canales, pero mayoritariamente en el **Canal Presencial** donde baja a un -**14%**.

Gráfico 154. Razones de Insatisfacción con el proceso de Interposición de reclamos por Canal

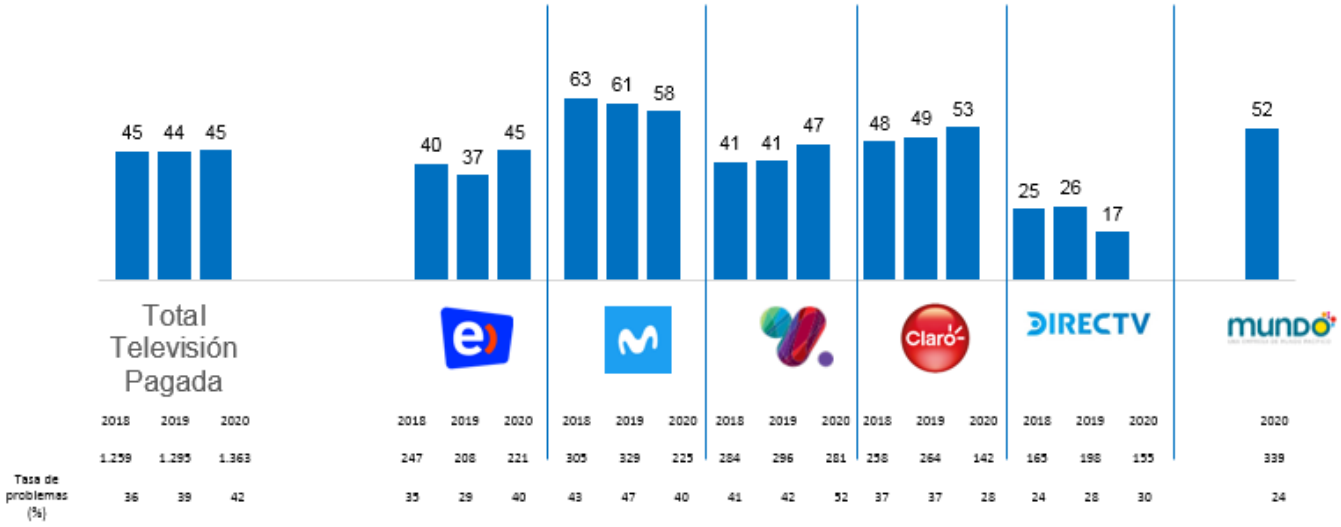


Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 la atención cuando hizo el reclamo (1.363)
(*) Se grafican los problemas más mencionados.

La principal razón de insatisfacción en ambos canales de Interposición de Reclamos es la **No Solución de Problemas** que promedia un **56%** del total de respuestas.

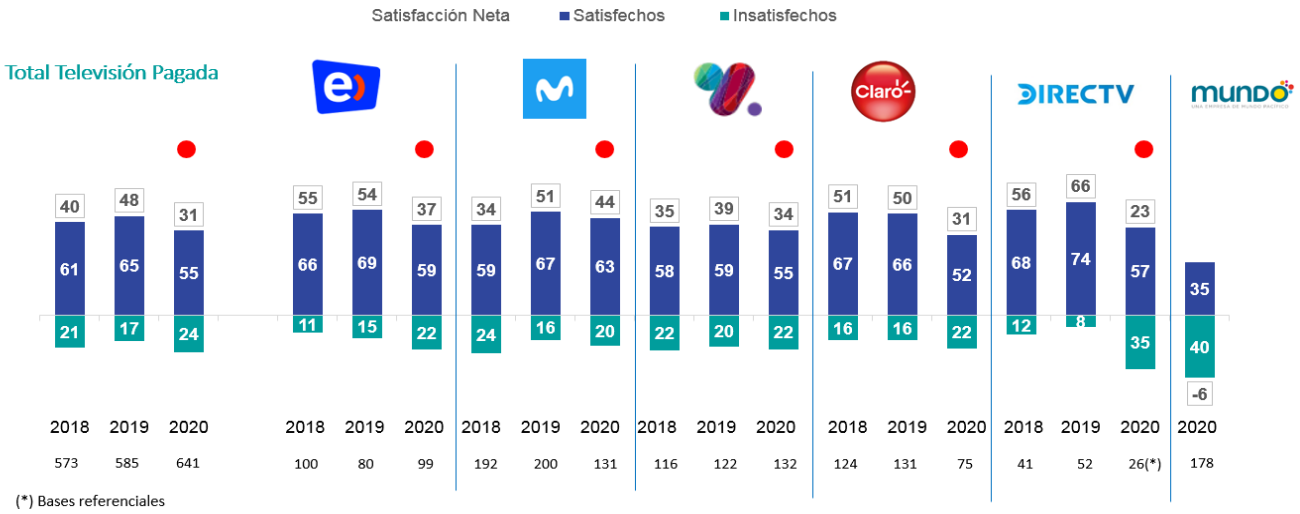
Dado que Televisión Pagada es un servicio susceptible de visita técnica, a quienes realizaron una reclamación de problema le preguntamos: *Estos problemas, ¿dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar?*

Gráfico 155. Asistencia Técnica 2018 – 2020



La tasa de agendamiento de visitas técnicas en esta medición es de un 45%, un punto porcentual más que en la medición anterior. Si bien **Movistar fue la compañía que más agendo Visita Técnica**, con un **58%**, sin embargo, fue **Entel la compañía que más aumentó su porcentaje de visitas**, de un 37% en 2019 a un 45% en 2020.

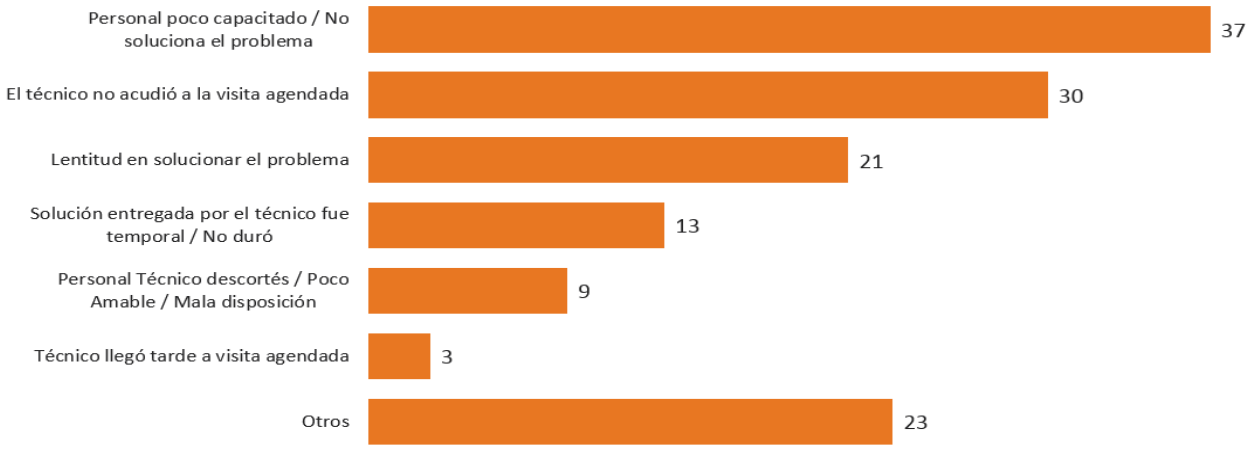
Gráfico 156. Satisfacción con la Asistencia Técnica de Televisión Pagada 2018 - 2020



Vemos que la Satisfacción con la Asistencia Técnica **baja significativamente en todos las compañías, Mundo Pacífico,** siendo nueva en la medición no tiene rango de comparación, sin embargo **es la compañía que presenta una Satisfacción Neta más baja, con un -6%.**

Para indagar en las razones por las cuales el entrevistado se encuentra insatisfecho con la Atención Técnica Preguntamos: *¿Por qué evalúa con esa nota? (Notas de 1 a 4 en una escala de 7 puntos)*

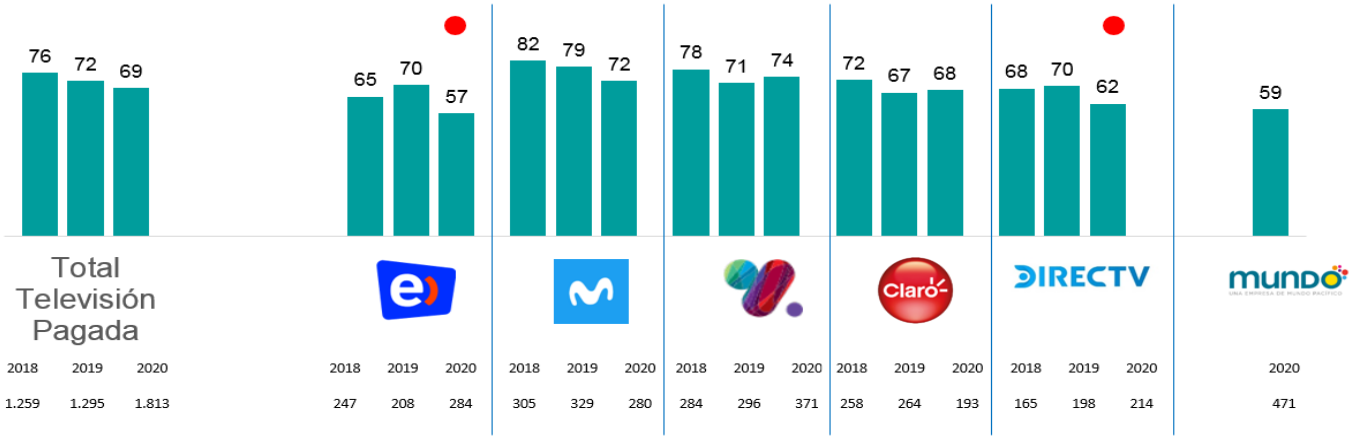
Gráfico 157. Razones de Insatisfacción con la Asistencia Técnica 2020



Casos: Quiénes evalúan de 1 a 4 el servicio técnico (N: 1.363)
(*) Se grafican los problemas mencionados.

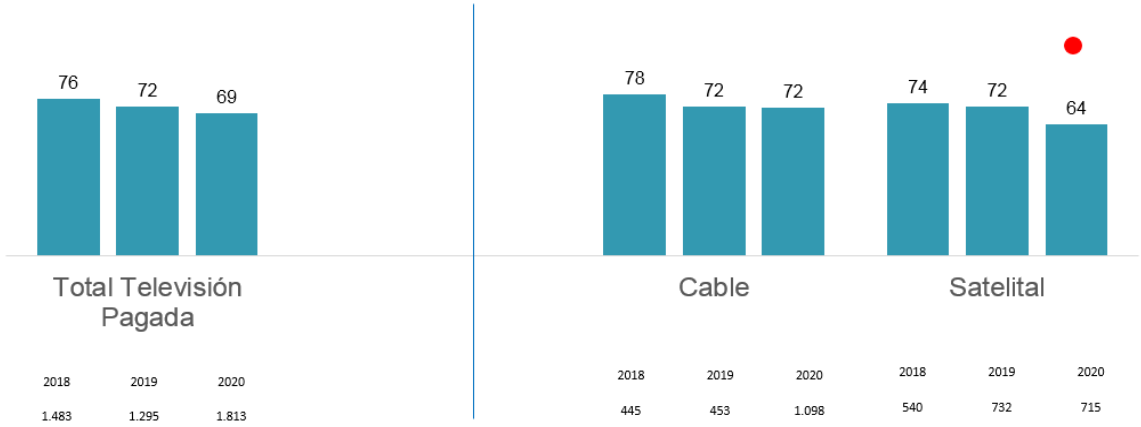
Las razones relacionadas a la **Falta de Capacitación del Servicio Técnico y la Falta de Solución a los problemas** representan un **37%** del total de respuestas, **+4 puntos respecto de la medición anterior**.

Gráfico 158. Tasa de Resolución de Problemas Televisión Pagada 2018 - 2020



Baja la Tasa de Resolución de Problemas a un 69%, -3 puntos respecto de la medición anterior. **Entel** muestra una diferencia significativa de **-13 puntos porcentuales,** en tanto que **DirecTV** presenta **-8 puntos** de diferencia significativa**. Mundo Pacifico,** se encuentra **-10 puntos por debajo del Promedio.**

Gráfico 159. Tasa de Resolución de Problemas Televisión Pagada, por Tecnología, 2018-2020

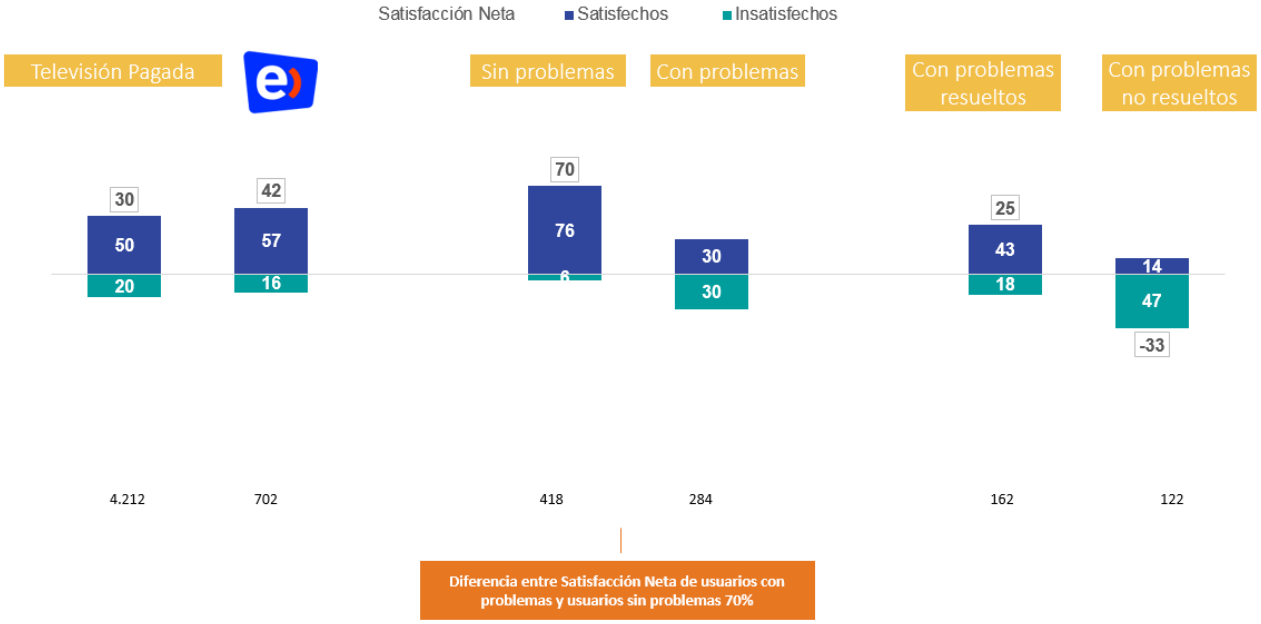


Disminuye significativamente la Tasa de resolución de problemas para la tecnología Satelital a un 64% (8 puntos).

Gráfico 160. Satisfacción con TV Pagada según si le han resuelto problemas

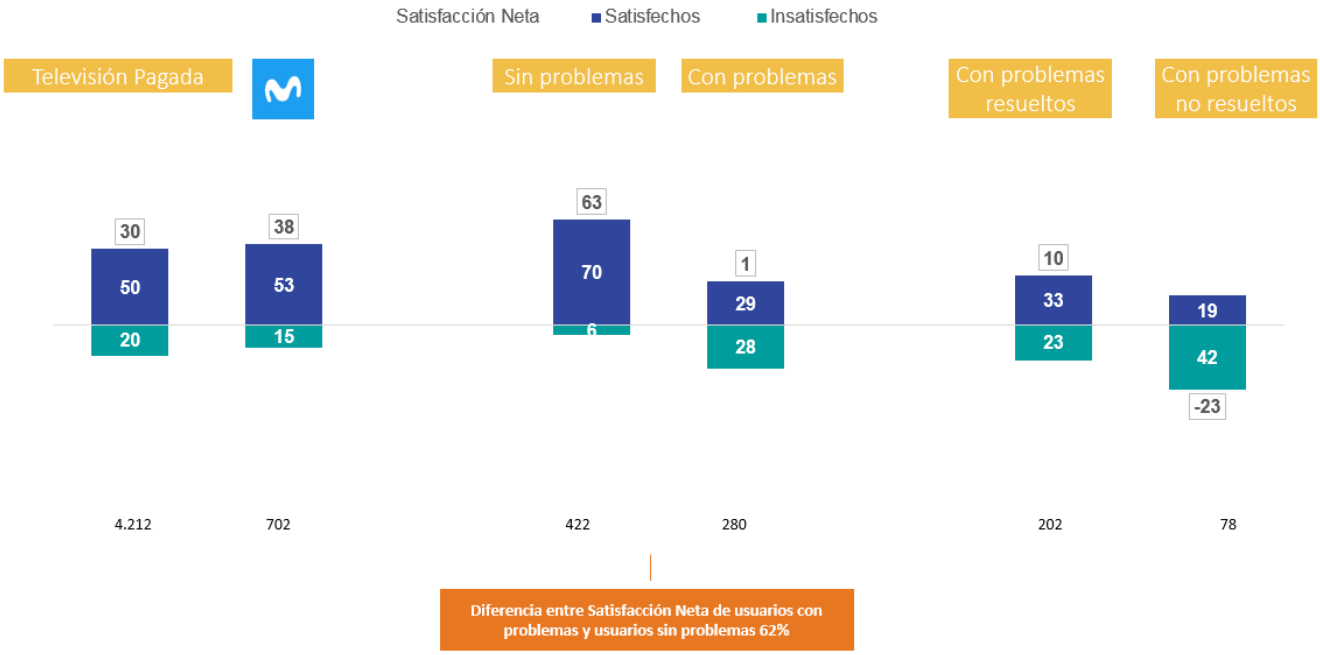
El **Impacto total en la Satisfacción, de la experiencia de algún problema es de un 80%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **13 puntos porcentuales** (67% versus 80% en la actual medición).

Gráfico 161. Satisfacción de usuarios de Entel con TV Pagada según si le han resuelto un problema



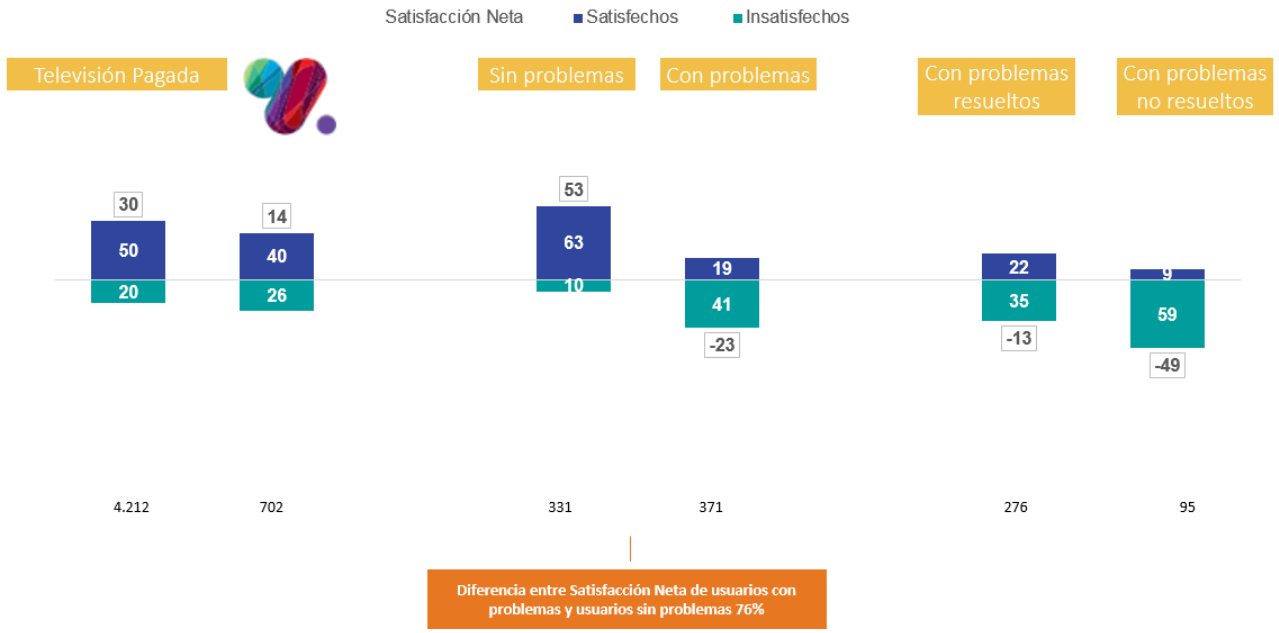
Si vemos los resultados de **Entel el impacto en la Satisfacción, de la experiencia de algún problema es de un 100%,** comparativamente a la medición anterior esta Tasa sube **26 puntos porcentuales** (74% versus 100% en la actual medición).

Gráfico 162. Satisfacción de usuarios de Movistar con TV Pagada según si le han resuelto un problema



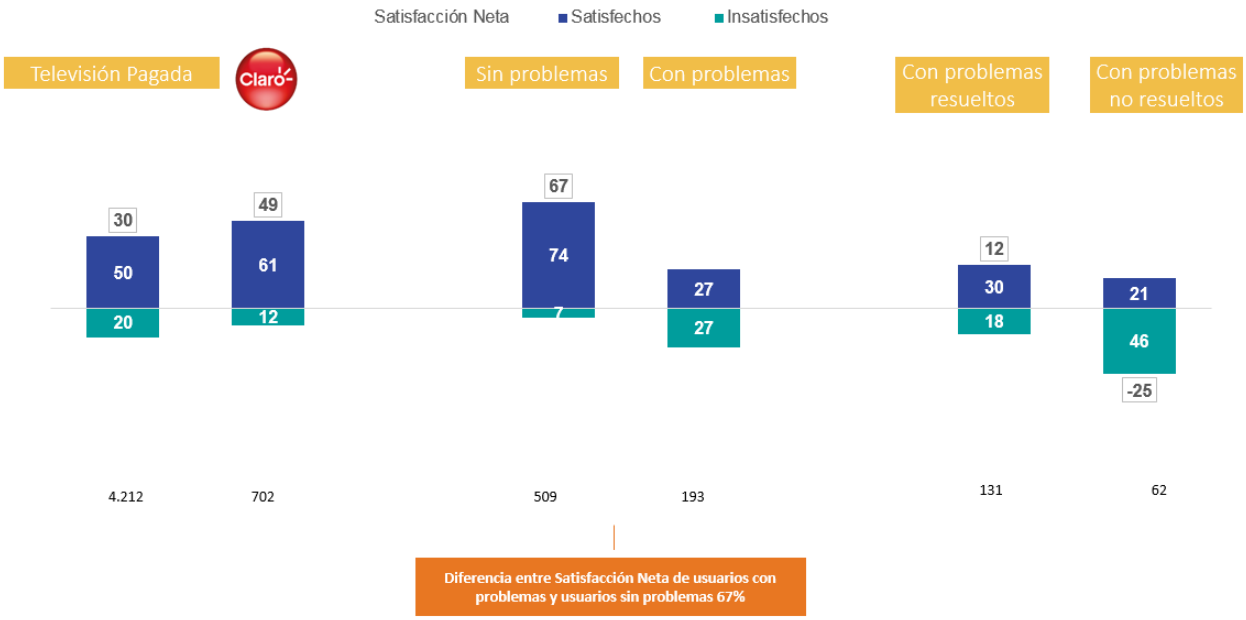
Movistar, por su parte en el **impacto en la Satisfacción de la experiencia de algún problema tiene un 91%,** aumentando en **19 puntos porcentuales** (72% versus 91% en la actual medición).

Gráfico 163. Satisfacción de usuarios VTR con TV Pagada, según si le han resuelto un problema



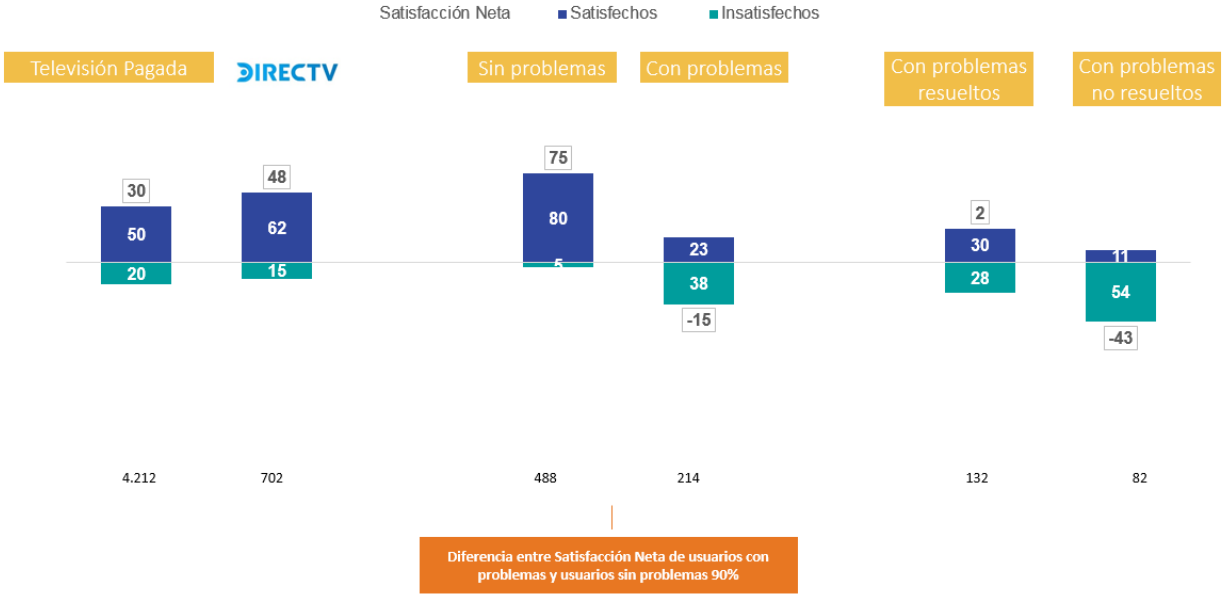
VTR presenta una impacto de la Tasa de Problemas sobre la Satisfacción de un **76%**, **16 puntos sobre la medición 2019** (60% versus 76% en la actual medición).

Gráfico 164. Satisfacción de usuarios Claro con TV Pagada, según si le han resuelto un problema



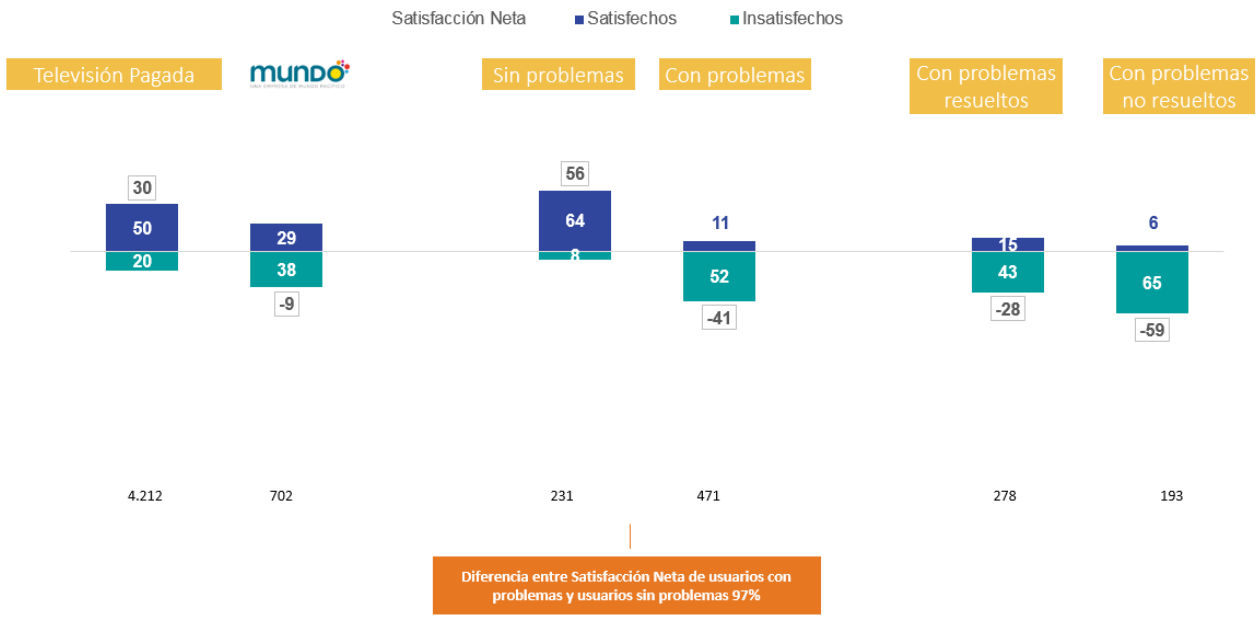
Mundo Pacífico presenta una impacto de la Tasa de Problemas sobre la Satisfacción de un **94%**, **aumentando respecto de la medición previa en 29 puntos** (65% versus 94% en la actual medición).

Gráfico 165. Satisfacción de usuarios Entel con TV Pagada, según si le han resuelto un problema



DirecTV presenta una impacto de la Tasa de Problemas sobre la Satisfacción de un **90%**, aumentando respecto de la medición previa en **26 puntos** (64% versus 90% en la actual medición).

Gráfico 166. Satisfacción de usuarios Mundo Pacífico con TV Pagada, según si le han resuelto un problema



Mundo Pacífico se incorpora a la medición con un impacto de la Tasa de Problemas sobre la Satisfacción de un **97%**.

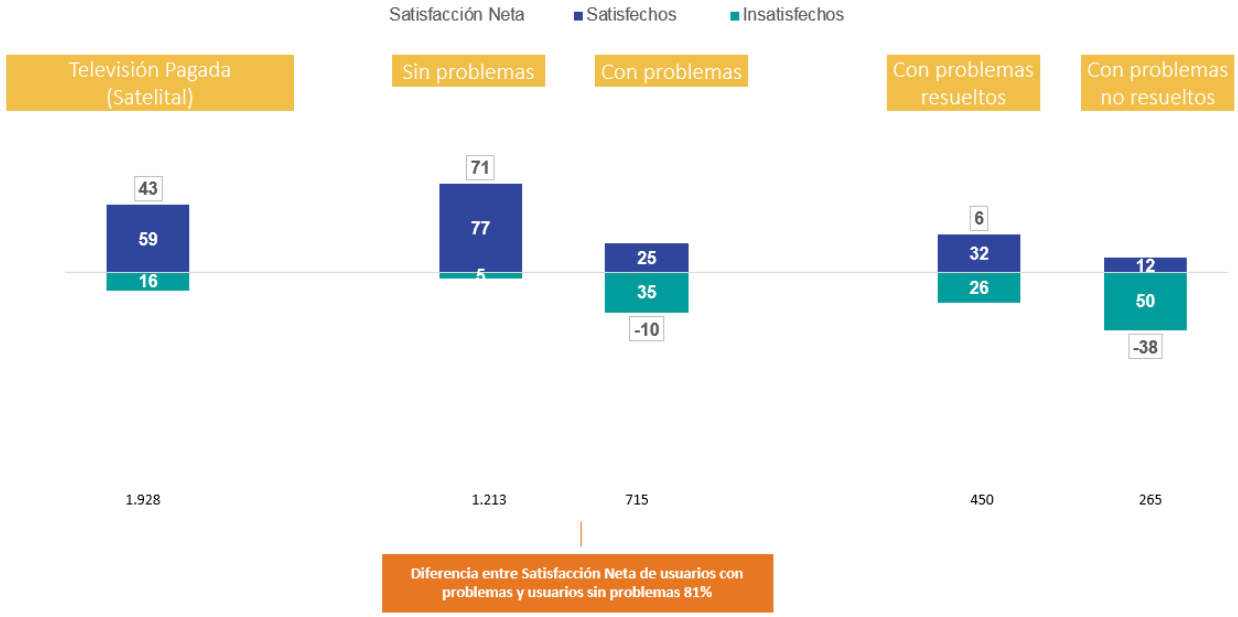
El resumen de lo anterior es el siguiente;

TV PAGADA	2018	2019	2020
SATISFACCIÓN NETA			
Total	44%	33%	30%
Sin Problemas	68%	60%	64%
Con Problemas	2%	-7%	-16%
C/P Resuelto	14%	7%	-5%
C/P No resuelto	-38%	-42%	-42%

Gráfico 167. Satisfacción de usuarios con TV Pagada, según si le han resuelto un problemas, por Tecnología, Cable

La Satisfacción neta de usuarios con y sin problemas presenta una diferencia del 78% en la modalidad Cable.

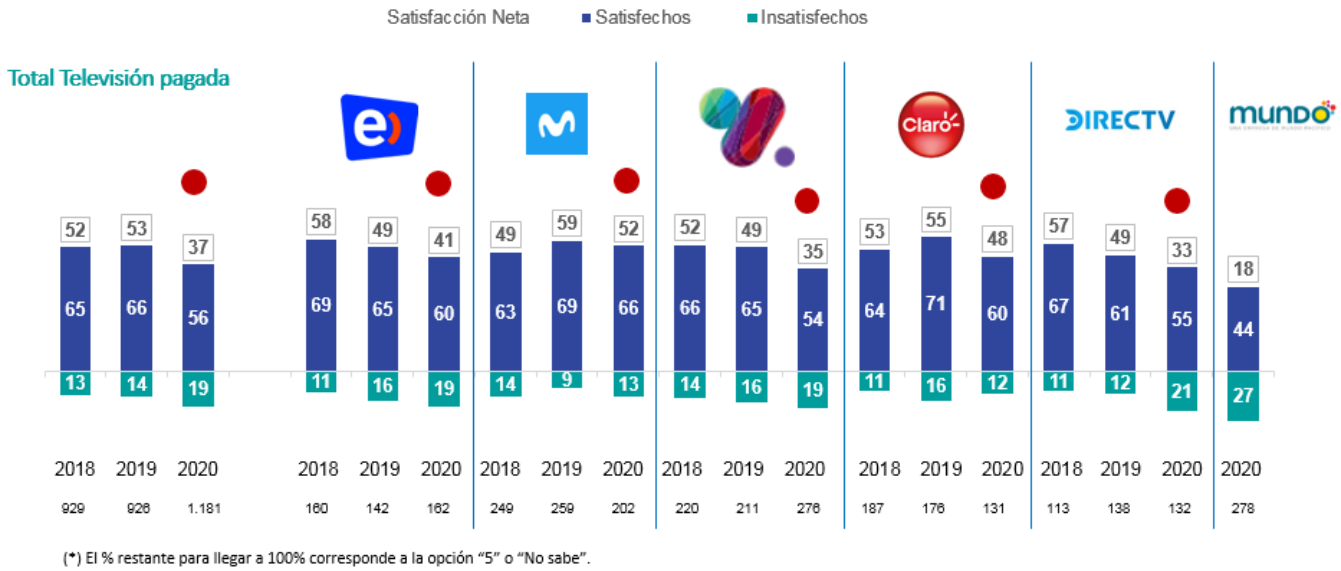
Gráfico 168. Satisfacción de usuarios con TV Pagada, según si le han resuelto un problemas, por Tecnología, Satelital



Los usuarios de Televisión Pagada en modalidad Satelital presentan una diferencia en la satisfacción neta entre los usuarios con y sin problemas de un 81%.

Para identificar la Satisfacción con la Resolución de Problemas preguntamos: *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?*

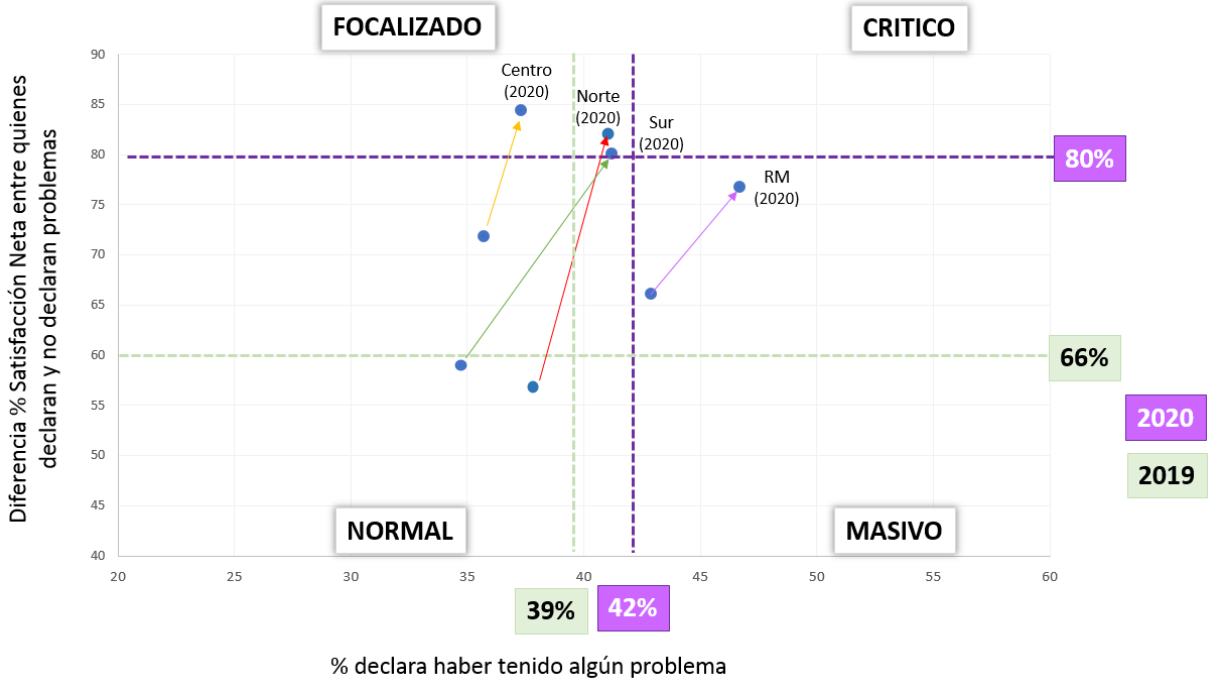
Gráfico 169. Satisfacción con la Solución de Problemas TV Pagada Evolutivo



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

Todas las compañías muestran una **disminución en la Satisfacción Neta** con la Solución a los problemas, la compañía que tiene una mayor baja es **DirecTV con un 33**%, 16 puntos por debajo del año anterior.

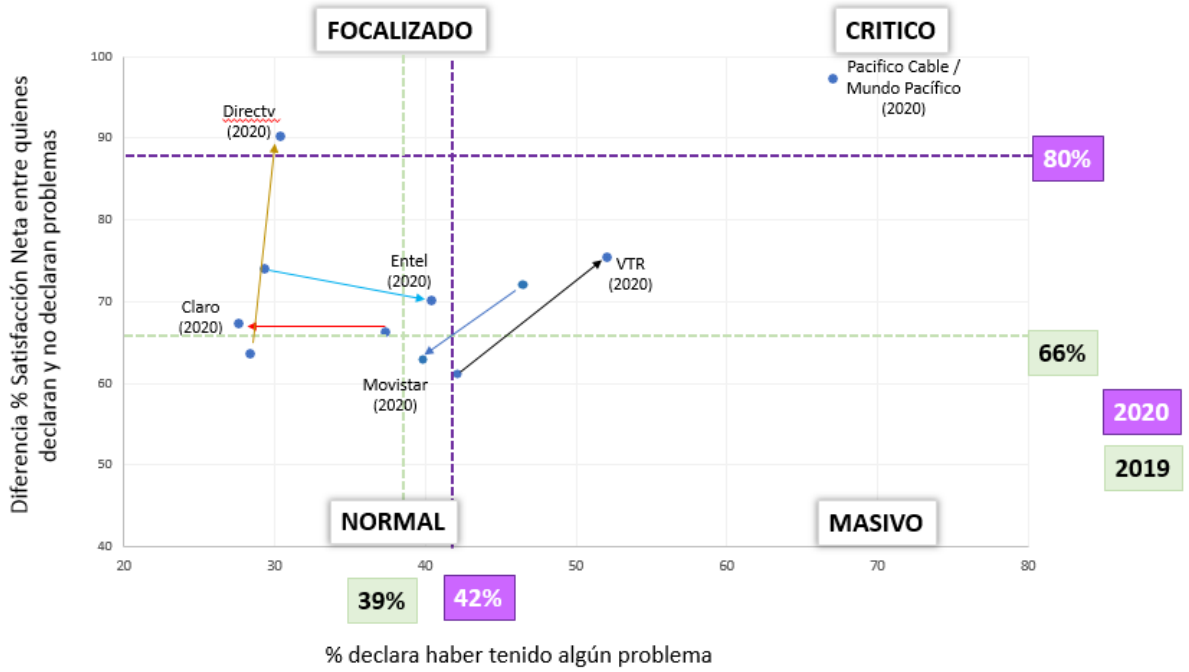
Gráfico 170. Impacto de problemas en la Satisfacción por Zona de TV Pagada 2019 - 2020



Podemos evidenciar lo siguiente:

- ✓ RM: Aumenta el impacto de los problemas manteniéndose en el cuadrante masivo.
- ✓ Norte: Aumenta el impacto de los problemas pasando al cuadrante focalizado.
- ✓ Centro: Pasa del cuadrante normal al focalizado.
- ✓ Sur: Se acerca al cuadrante focalizado desde el cuadrante normal.

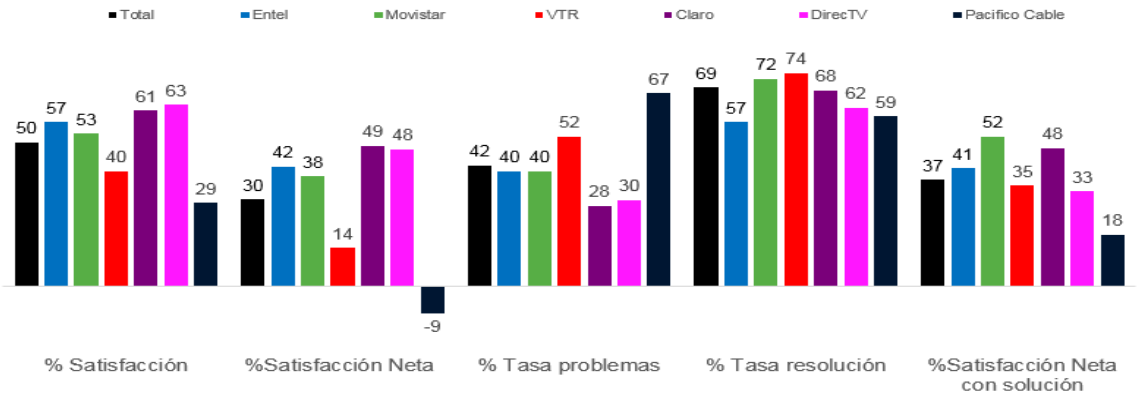
Gráfico 171. Impacto de problemas en la Satisfacción por Compañia de TV Pagada 2019 - 2020



- ✓ DirecTV Aumenta Impacto de Normal a Focalizado
- ✓ Mundo Pacífico: Con esta única Medición se encuentra en el cuadrante crítico

Los principales indicadores del segmento son;

Gráfico 172. Principales indicadores de TV Pagada Medición 2020

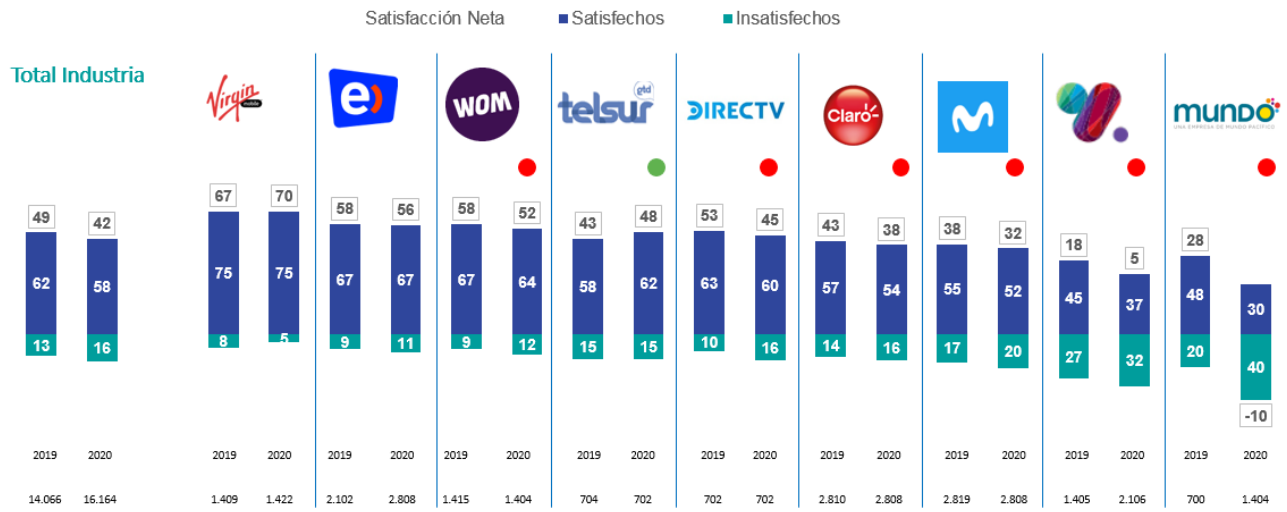


*Casos N=4212

SECCIÓN 11. RANKING DE CALIDAD

Al igual que en mediciones previas se construyó un ranking de calidad para asegurar la comparabilidad de los resultados. En este ranking se identifica el nivel de Satisfacción de los Usuarios para cada uno de los operadores del mercado de las Telecomunicaciones, luego de lo cual se presenta un Ranking acumulado por operador considerando todos los servicios en los que participa. Para los Operadores de Servicios móviles se construyó un ranking adicional.

Gráfico 173. Ranking Satisfacción de Usuarios 2019- 2020



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

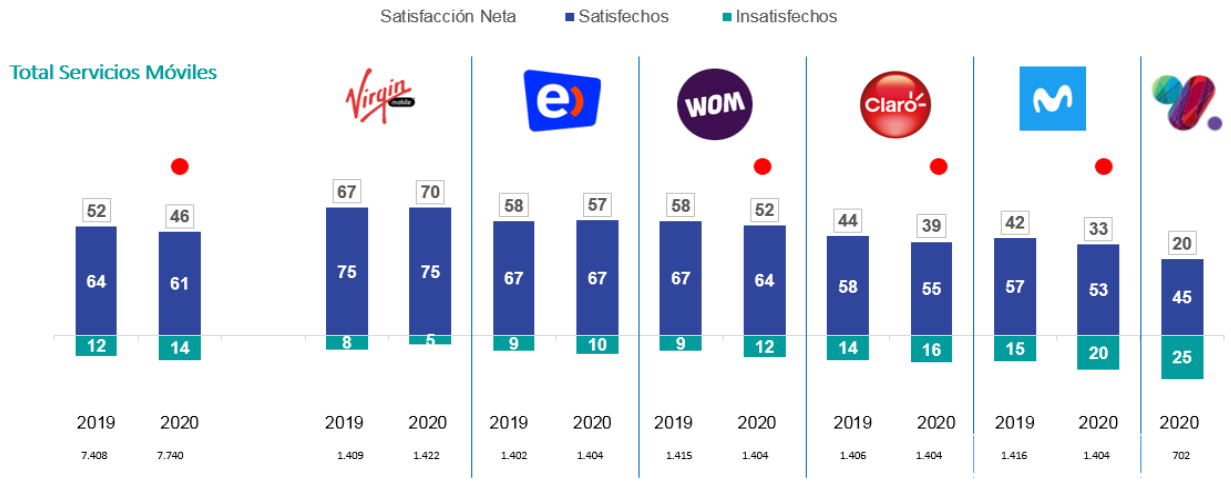
Se consideró la evaluación en el total de los servicios de cada operador. Cada operador ofrece distintos servicios y participan en diferentes categorías, por lo que esta comparación es a modo referencial. Virgin, la empresa mejor evaluada por sus usuarios sólo participa en servicios móviles (Telefonía e Internet) y en categoría prepago, mientras que Entel, proveedor que obtiene la segunda mejor evaluación, presta servicios en todas las categorías evaluadas. WOM figura en tercer lugar, pero solo presta servicios móviles.

A modo de resumen los servicios evaluados para cada empresa son los siguientes;

- ✓ Movistar, Entel y Claro: Fueron evaluadas para todos los servicios.
- ✓ WOM: Fue evaluado sólo en Internet Móvil y Telefonía Móvil.
- ✓ Virgin: Fue evaluado sólo en Internet Móvil y Telefonía Móvil en la modalidad Prepago.
- ✓ VTR: Fue evaluado en los servicios de Internet Fija, Internet Móvil y TV Pagada

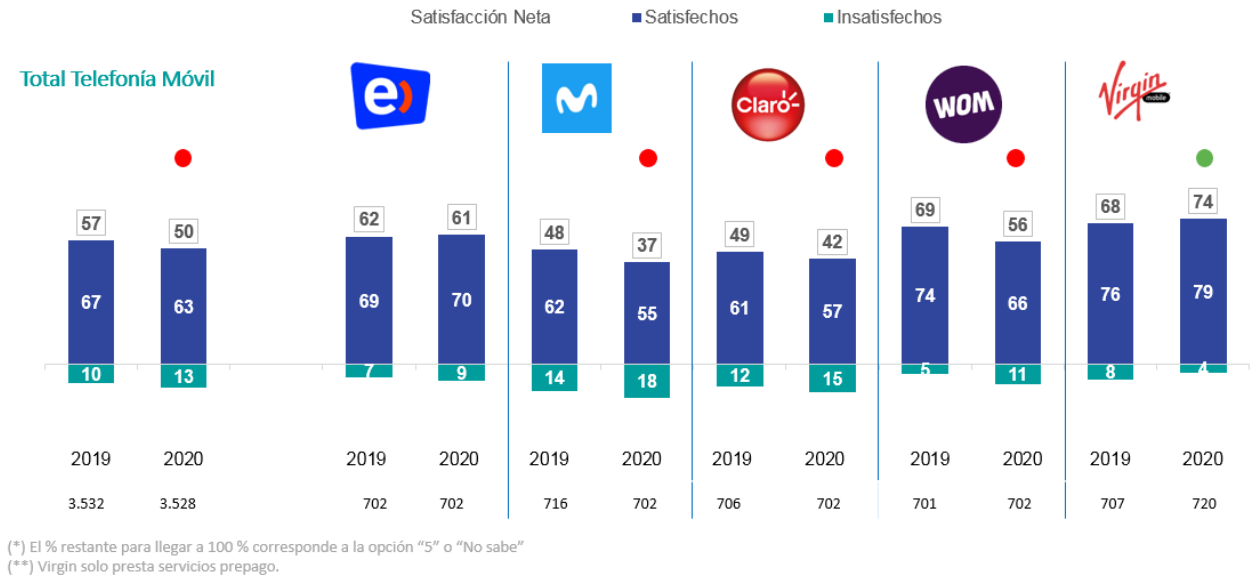
- ✓ Mundo Pacífico: Fue evaluado en los Servicios Internet Fija y TV Pagada.
- ✓ Telcoy / Telsur: Fue evaluada sólo en el Servicio Internet Fija.
- ✓ DirecTV: Fue Evaluad sólo en el segmento de TV Pagada.

Gráfico 174. Ranking Satisfacción Usuarios Servicios Móviles Año 2019 – 2020



Al igual que el año anterior en servicios móviles **Virgin** que solo presta servicios de Prepago, es el Líder de la Tabla con un **70%**. **VTR,** compañía que fue incluida sólo en la medición del servicio de Internet Móvil**,** es quien presenta la Satisfacción Neta más baja con un **20%**.

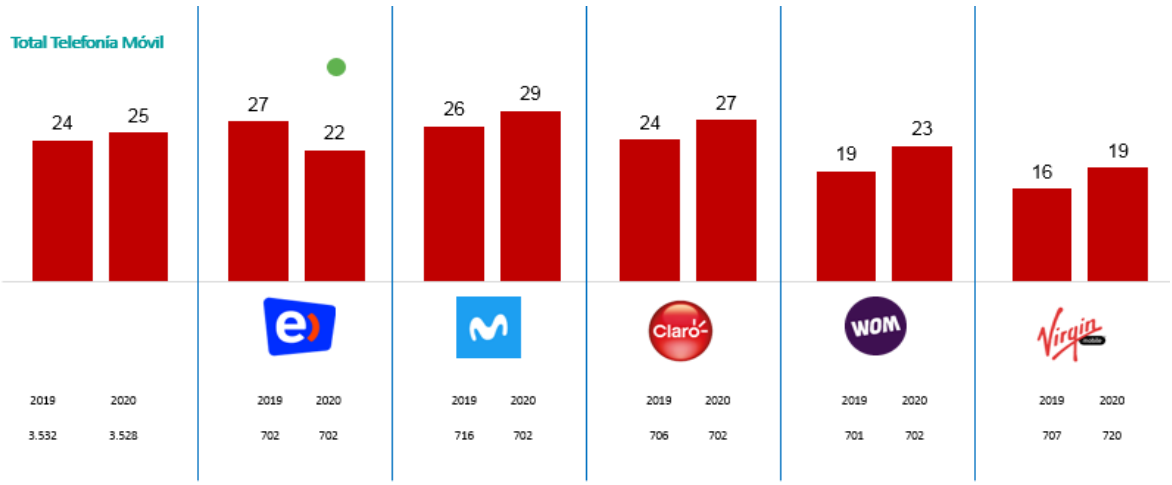
Gráfico 175. Satisfacción Usuarios Telefonía Móvil 2019 – 2020



(*) El % restante para llegar a 100 % corresponde a la opción "5" o "No sabe"
(**) Virgin solo presta servicios prepago.

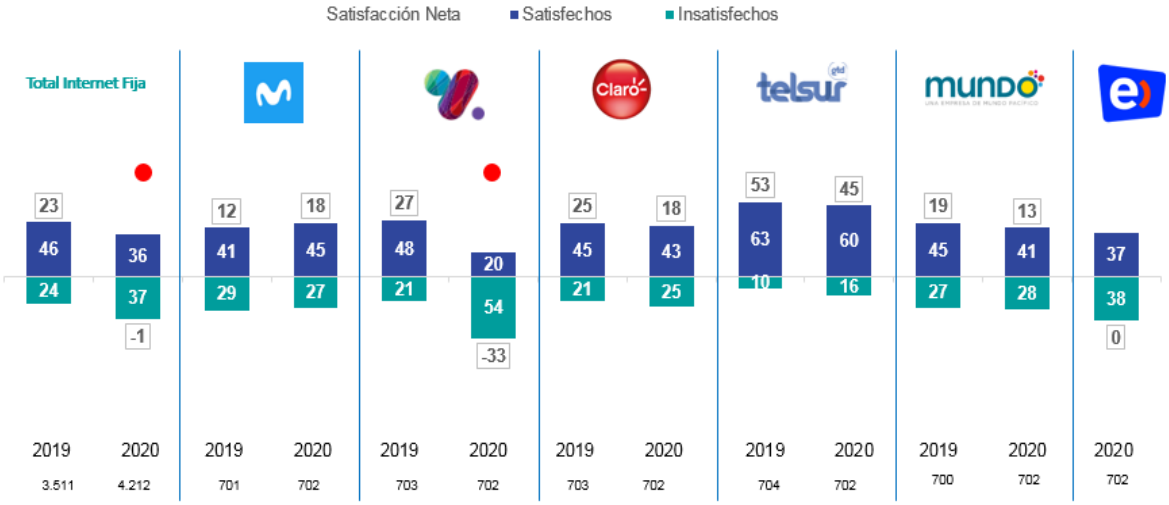
El nivel de satisfacción con Telefonía Móvil en 2020 alcanza un 50% de satisfacción neta, -7 puntos respecto de la medición anterior. Por compañía, vemos que Virgin presenta la satisfacción neta más alta (74%), seguido de Entel (61%). Movistar permanece como la compañía que presenta la satisfacción neta más baja, con un 37%.

Gráfico 176. Tasa de Problemas Telefonía Móvil 2019 – 2020



Baja la tasa de Problemas significativamente en **Entel a un 22%**

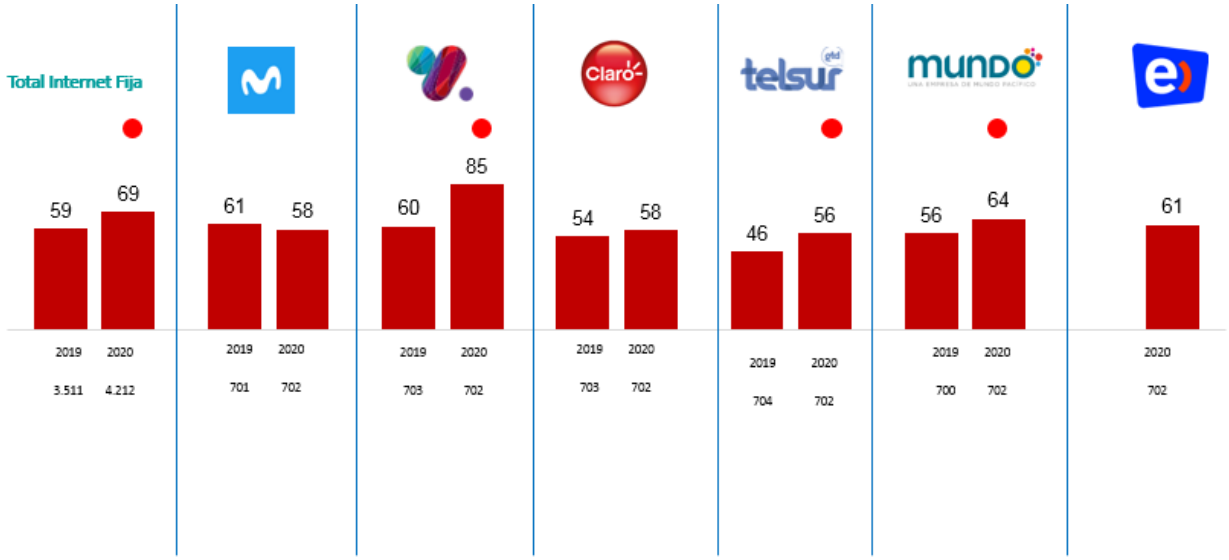
Gráfico 177. Satisfacción Usuarios Internet Fija 2019 – 2020



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

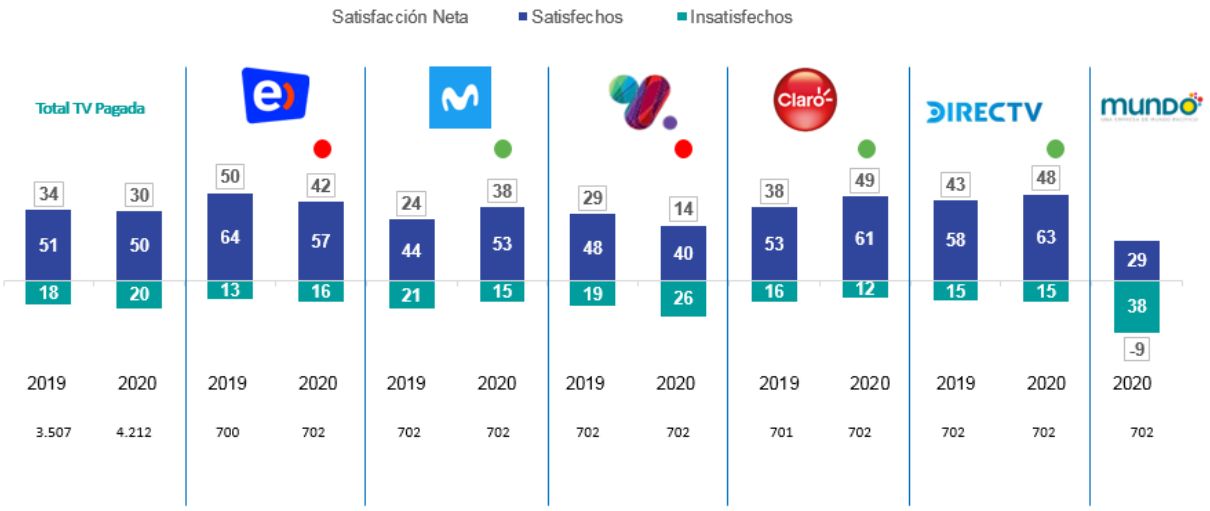
Baja La Satisfacción Neta de **VTR a un -33%**

Gráfico 178. Tasa de Problemas Internet Fija 2019 – 2020



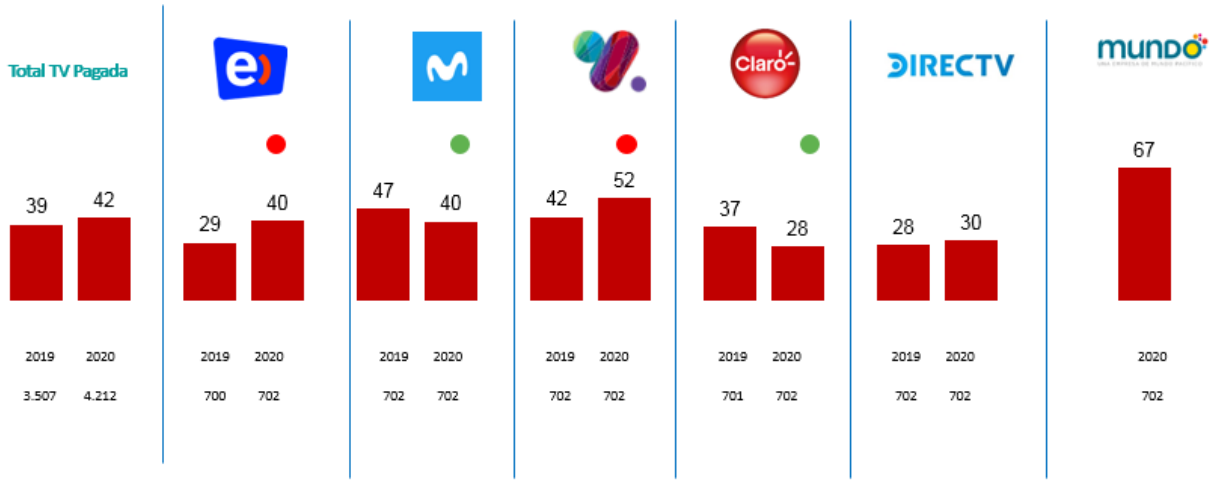
Aumenta la Tasa de problemas de **VTR a u 85%.**

Gráfico 179. Satisfacción Usuarios TV Pagada 2019 – 2020



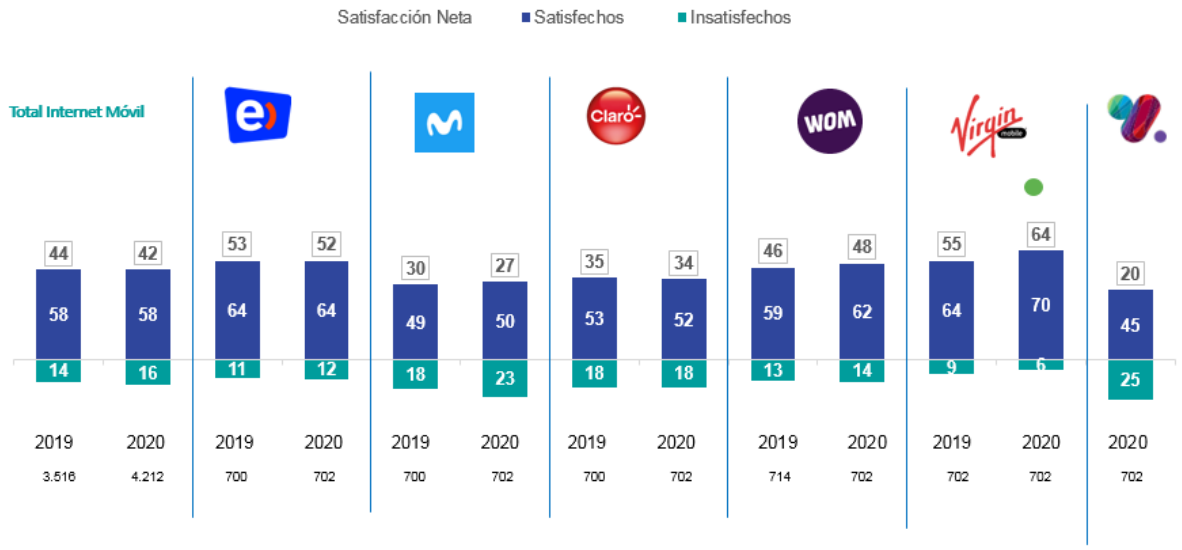
Aumenta la Satisfacción neta de los usuarios de **Claro a un 49%** y baja la de **VTR a un 14%**

Gráfico 180. Tasa de Problemas TV Pagada 2019 – 2020



Mundo Pacífico presenta una Tasa de Problemas de un **67%.** La tasa de problemas más baja es la de **Claro con un 28%.**

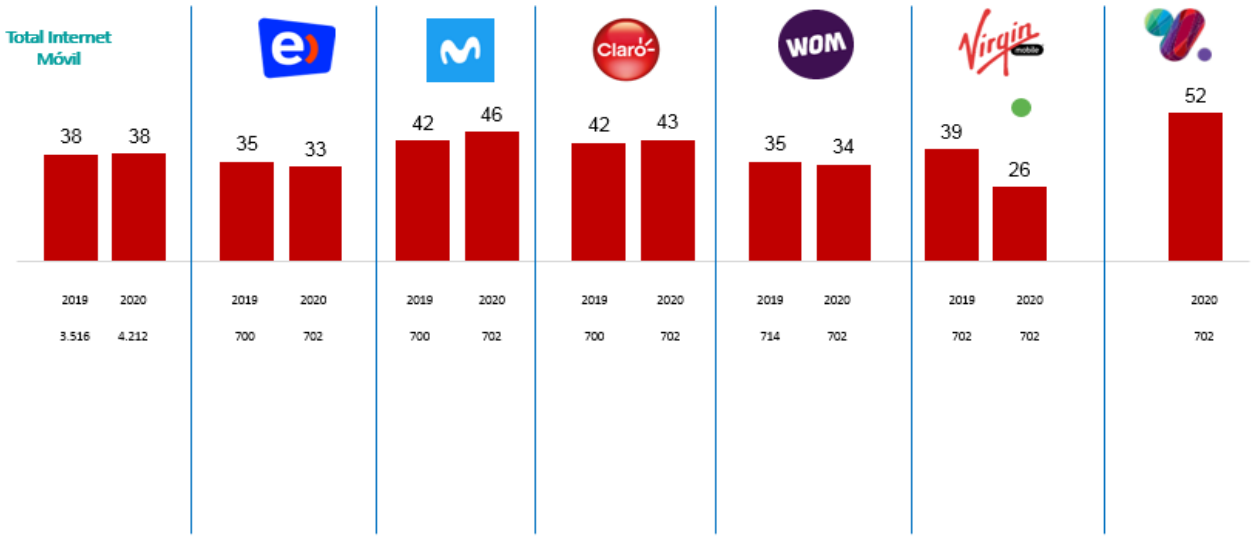
Gráfico 181. Satisfacción Usuarios Internet Móvil 2019 – 2020



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

La mejor Satisfacción Neta la presenta **Virgin con un 64%,** en tanto que la peor es **VTR con un 20%.**

Gráfico 182. Tasa de Problemas Internet Móvil 2019 – 2020



La Tasa de problemas más baja corresponde a **Virgin con un 26%,** en tanto que la más alta la presenta **VTR con un 52%.**

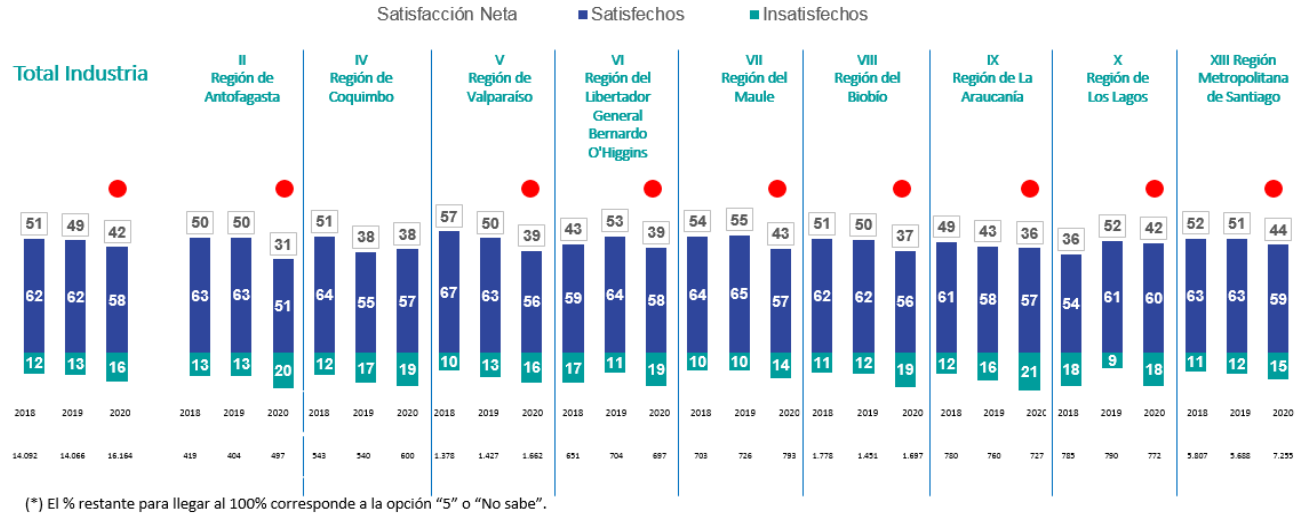
SECCIÓN 12. ANALISIS POR REGIÓN

En este apartado se analizarán los principales indicadores por región. La selección de estas 9 regiones fue realizada por Subtel debido a que corresponden a las regiones con mayor representatividad poblacional del país. Las regiones incluidas son:

- ✓ II Región de Antofagasta
- ✓ IV Región de Coquimbo
- ✓ V Región de Valparaíso
- ✓ VI Región del Libertador Bernardo O'Higgins
- ✓ VII Región del Maule
- ✓ VIII Región del Biobío
- ✓ IX Región de La Araucanía
- ✓ X Región de Los Lagos
- ✓ XIII Region Metropolitana de Santiago

Todos los gráficos se presentarán a continuación serán Evolutivos respecto de las mediciones 2018 y 2019.

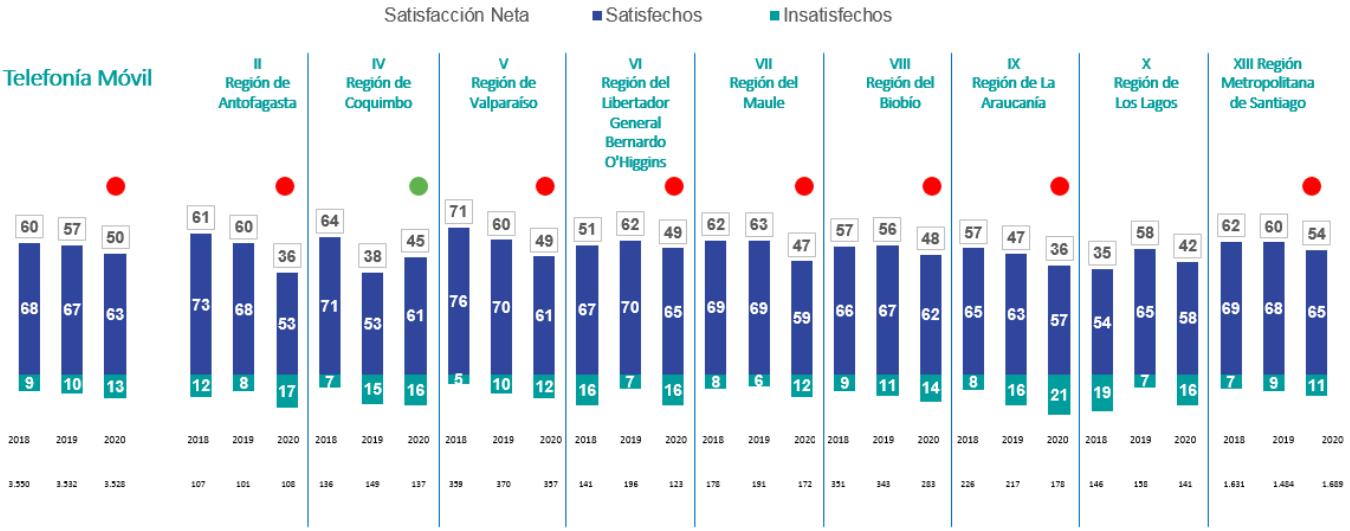
Gráfico 183. Satisfacción Telecomunicaciones por región 2018-2020



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

La **Región Metropolitana** con **44%** es la que presenta la mejor **Satisfacción Neta en la Industria de Telecomunicaciones**, con sólo 2 puntos por arriba del promedio. La peor Satisfacción Neta corresponde a la **Región de Antofagasta, con un 31%.**

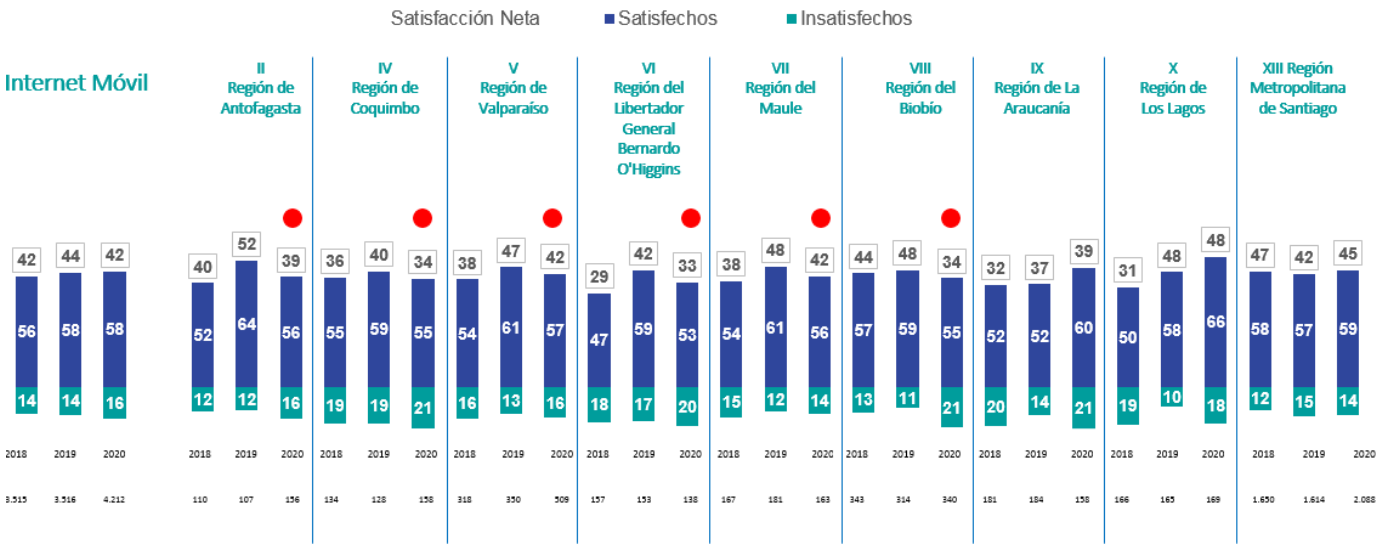
Gráfico 184. Satisfacción Telefonía Móvil por Región 2018-2020



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

La **Región Metropolitana** con un **54%** es la que presenta la mejor **Satisfacción Neta para el Servicio de Telefonía Móvil,** con sólo 4 puntos por arriba del promedio, en tanto que el peor desempeño lo comparten las **Regiones de Antofagasta y De La Araucanía con un 36%.**

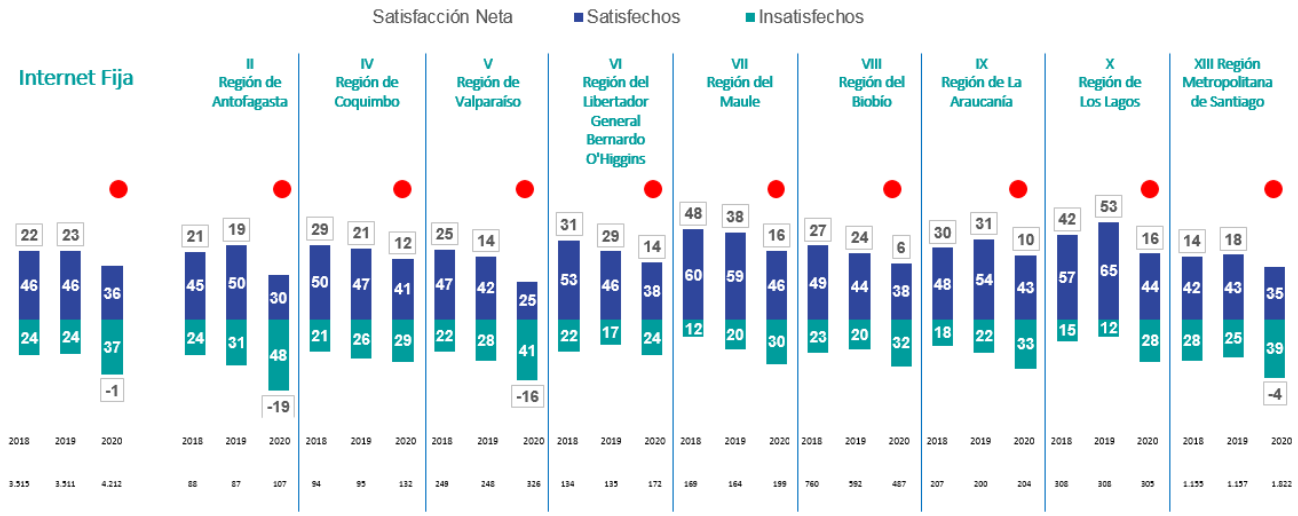
Gráfico 185. Satisfacción Internet Móvil por Región 2018-2020



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

La **Región de Los Lagos** con un **48%** es la que presenta la mejor **Satisfacción Neta para el Servicio de Internet Móvil,** con 6 puntos por arriba del promedio, en tanto que, la **Región del Libertador General Bernardo O'Higgins** es la peor evaluada con un **33%.**

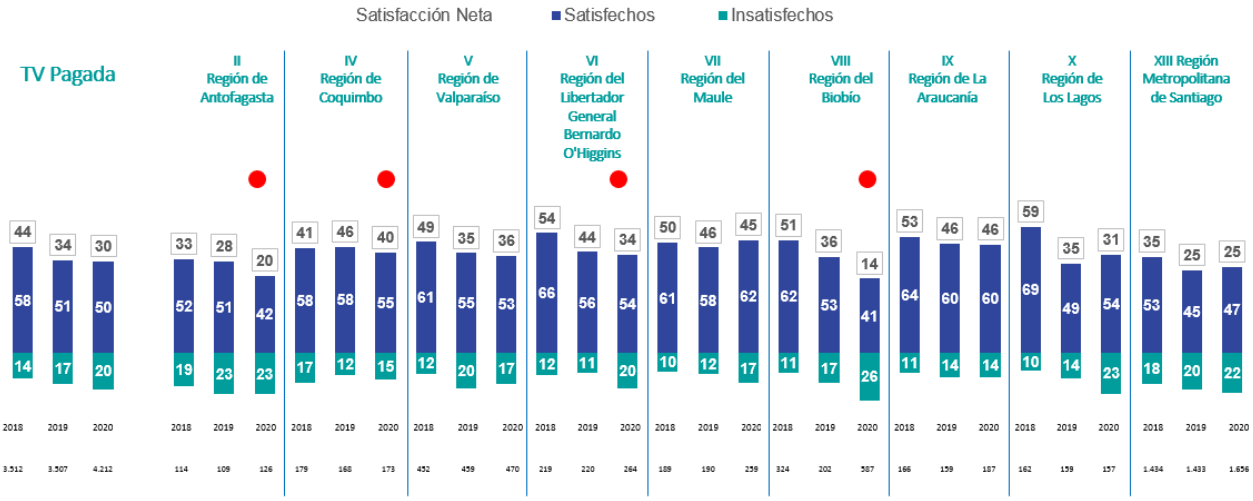
Gráfico 186. Satisfacción Internet Fija por Región 2018-2020



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

A nivel general Internet Fija es el segmento que presenta un peor desempeño, en términos regionales se destacan en Satisfacción Neta la **Región del Maule y la Región de los Lagos** ambas con **16%**, sin embargo cabe destacar que la región de **Antofagasta presenta la peor Satisfacción Neta con un -19%, seguida de la Region de Valparaíso con un -16%.**

Gráfico 187. Satisfacción TV Pagada por Región 2018-2020

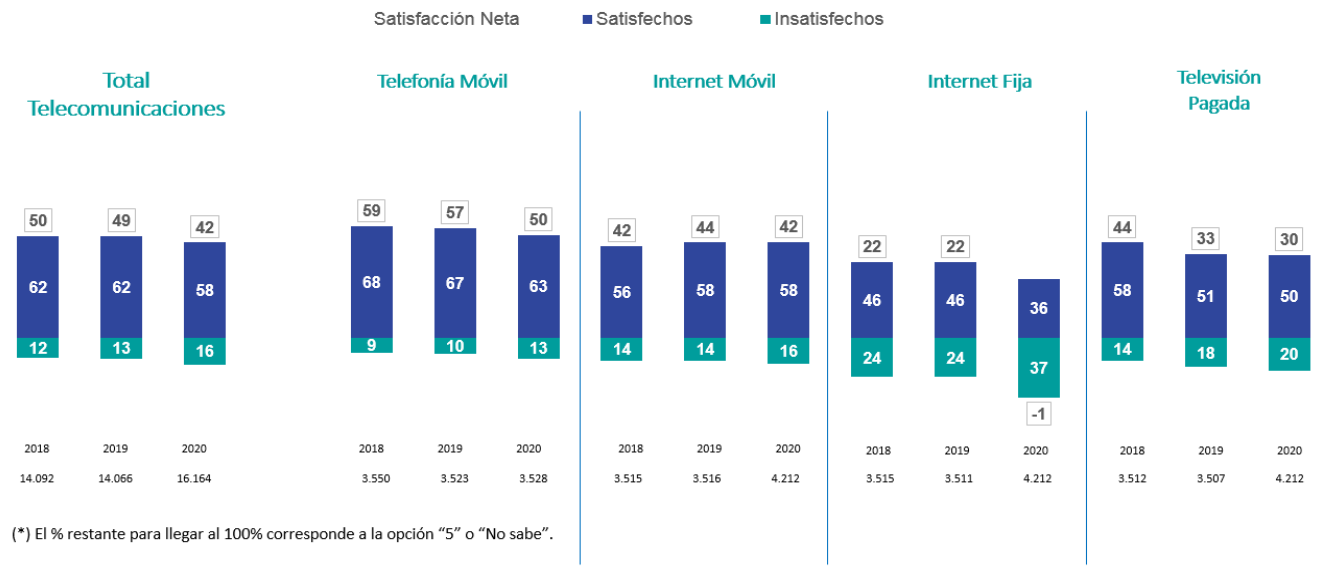


(*) El % restante para llegar al 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

La **Región del Maule** con un **45%** es la que presenta la mejor **Satisfacción Neta para el Servicio de Televisión Pagada,** con **15 puntos** porcentuales sobre el promedio. Respecto de la peor evaluación, esta la tiene la **Región del Biobío con un 14%** de Satisfacción Neta.

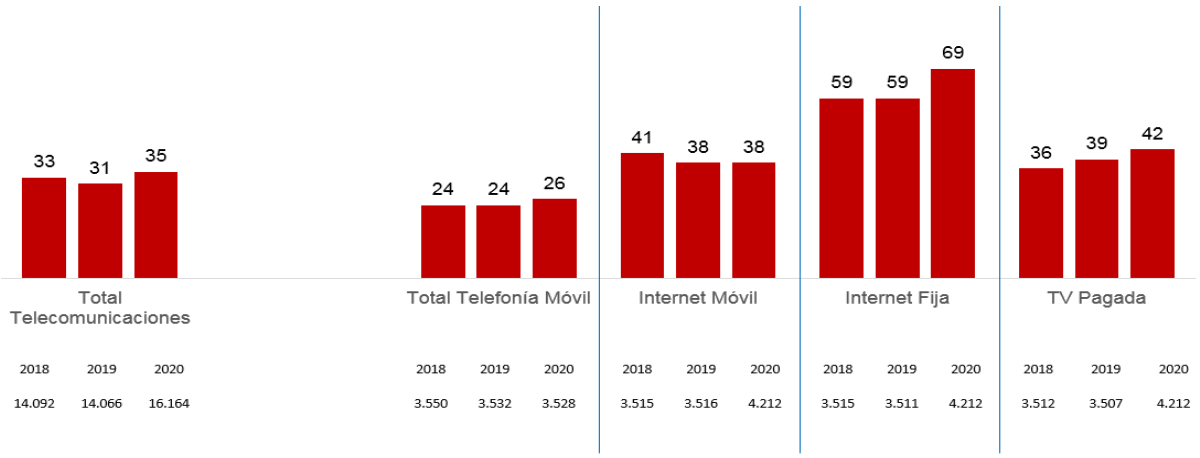
SECCIÓN 13. EVOLUTIVO RESUMEN DE INDICADORES 2018 – 2020

Gráfico 188. Satisfacción con servicios 2018 - 2020



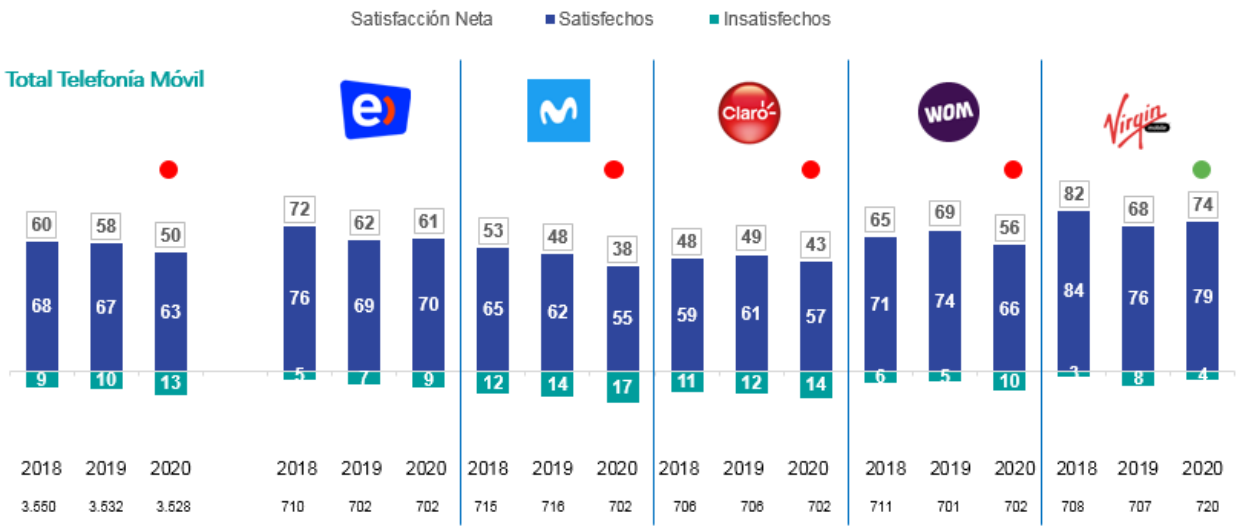
Cae en **7 puntos** la Satisfacción Neta en el Total Telecomunicaciones, es el servicio de **Internet Fija** el que impulsa esta caida con un **-1% de Satisfacción Neta**.

Gráfico 189. Tasa de Problemas con Servicios 2018 – 2020



Internet Fija es el servicio que presenta una tasa de problemas más alta con un 69%, en tanto que, Telefonía móvil es el servicio que presenta una menor tasa de problemas con un 26%.

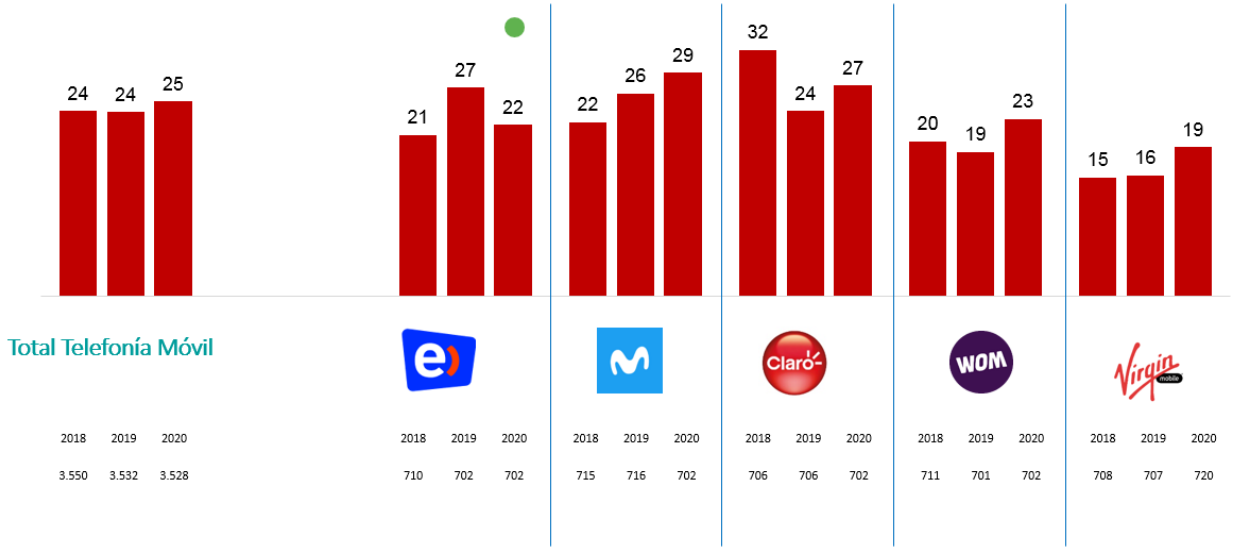
Gráfico 190. Satisfacción con Telefonía Móvil 2018 – 2020



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

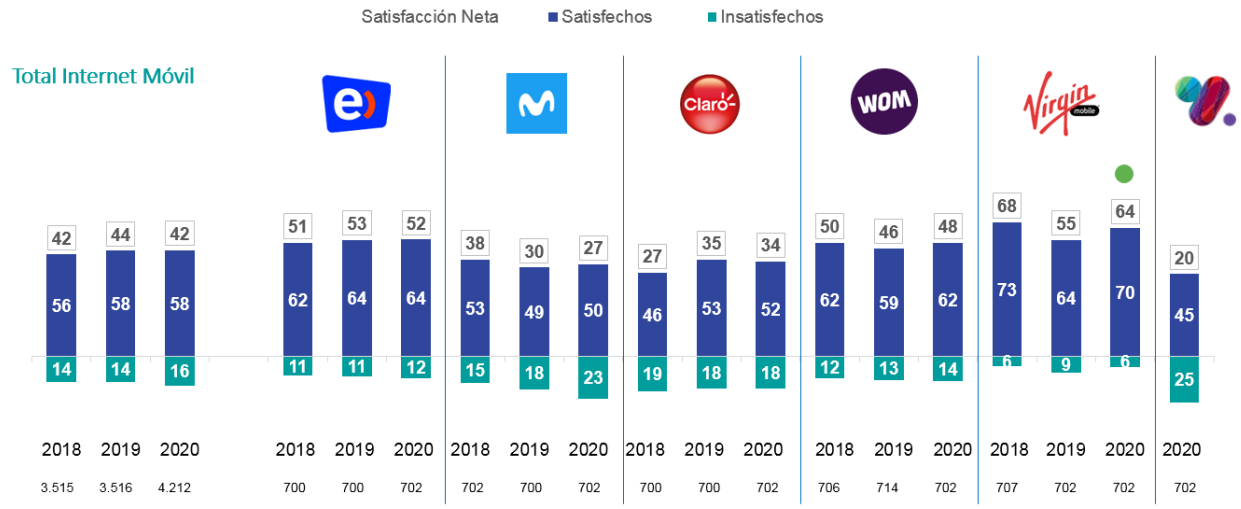
En términos Totales la satisfacción con Telefonía Móvil **baja en 8** puntos respecto de la medición anterior llegando a un 50%. En el detalle por compañía, la Satisfacción neta más alta la presenta **Virgin con un 74%.** Nos encontramos con diferencias significativas en **Movistar (38%, con -10 puntos), Claro (43%, con -6 puntos) y WOM (56%, con -13 puntos).**

Gráfico 191. Tasa de Problemas Telefonía Móvil 2018 – 2020



Todas las compañías aumentan su Tasa de Problemas con excepción de **Entel que muestra un 22%**, -5 puntos respecto de la medición anterior.

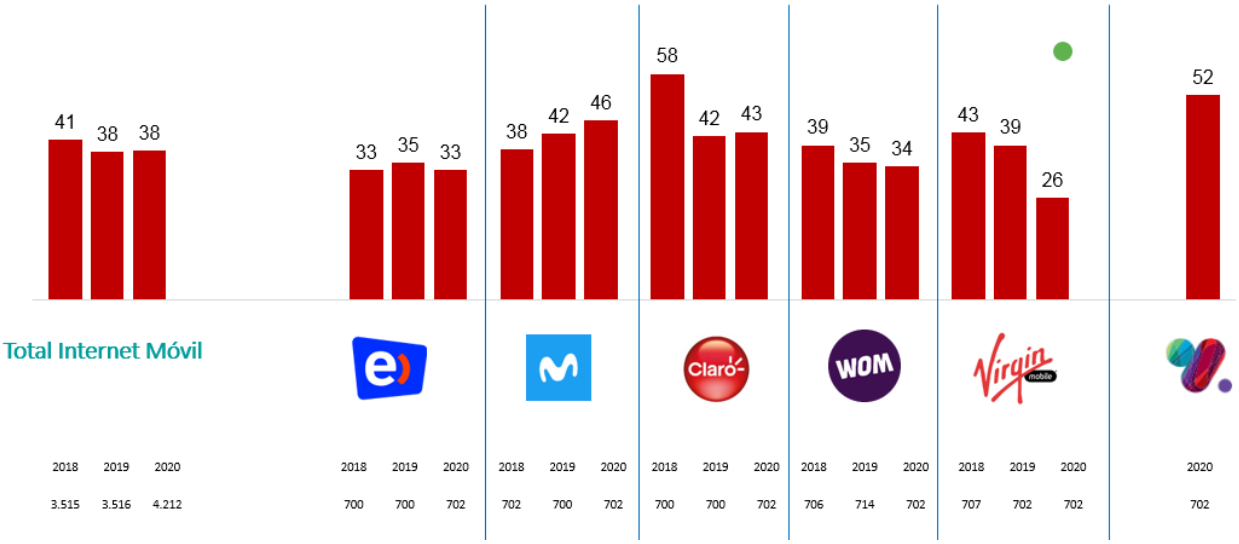
Gráfico 192. Satisfacción con Internet Móvil 2018 – 2020



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

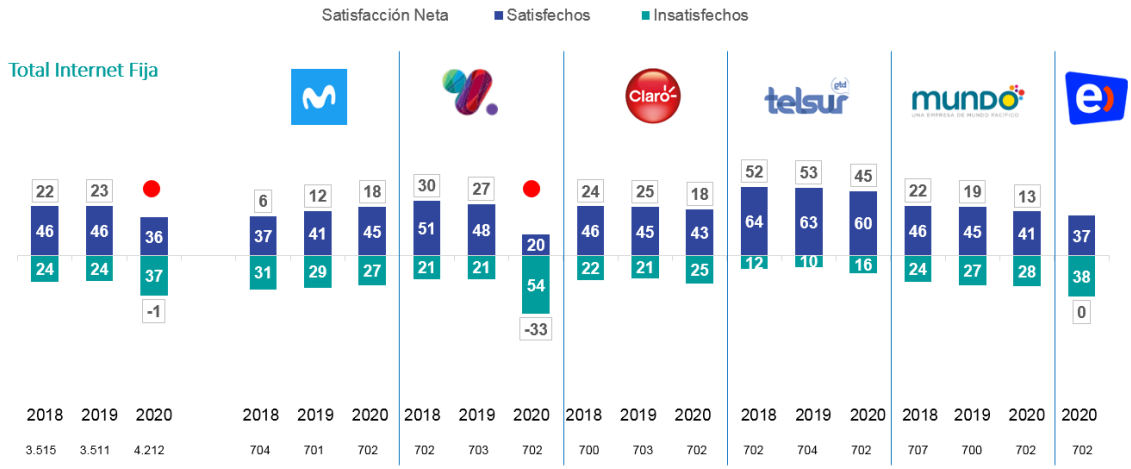
En términos Totales la satisfacción con Internet Móvil **no cambia significativamente.** La **única diferencia significativa** en la Satisfacción neta la presenta **Virgin con un 64%,** con +9 puntos respecto de la medición anterior.

Gráfico 193. Tasa de Problemas Internet Móvil 2018 – 2020



Virgin con un 26% cae significativamente en la Tasa de Problemas, -13 puntos respecto de la medición previa, en tanto que la Tasa de Problemas más alta la presenta VTR con un 52%, dado que comenzó a ser medida el presente año o tiene punto de comparación previa.

Gráfico 194. Satisfacción con Internet Fija 2018 – 2020

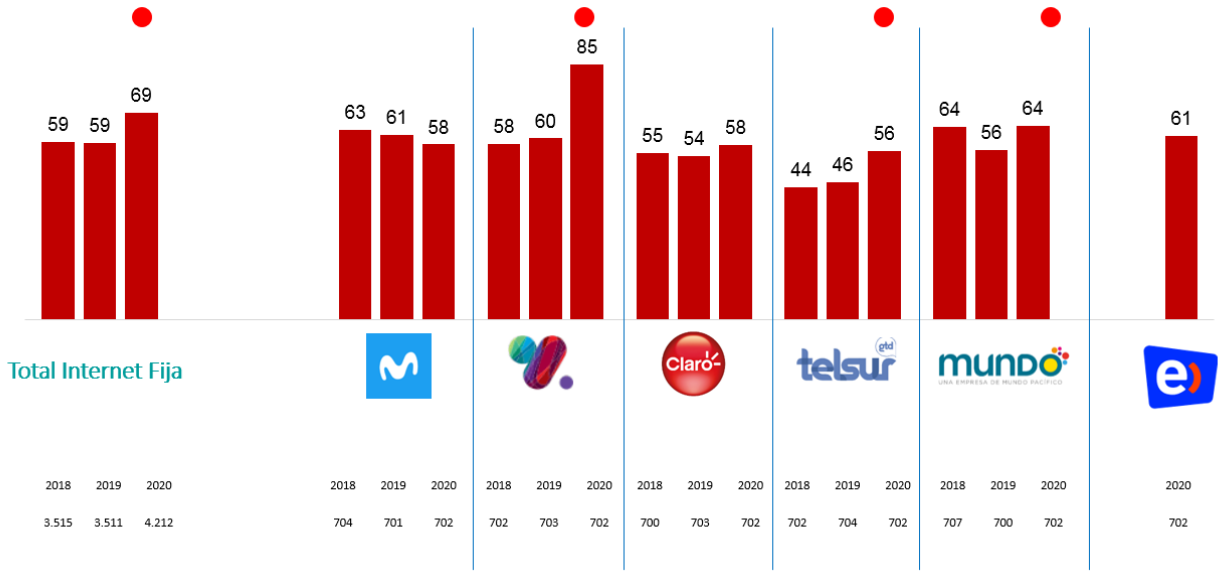


(*) El % restante para llegar al 100% corresponde a la opción "5" o "No sabe".

En términos Totales la satisfacción neta con Internet Móvil **cae significativamente de un 23% a un -1%.** Esta baja total está influenciada por el desempeño de la Satisfacción de **VTR que**

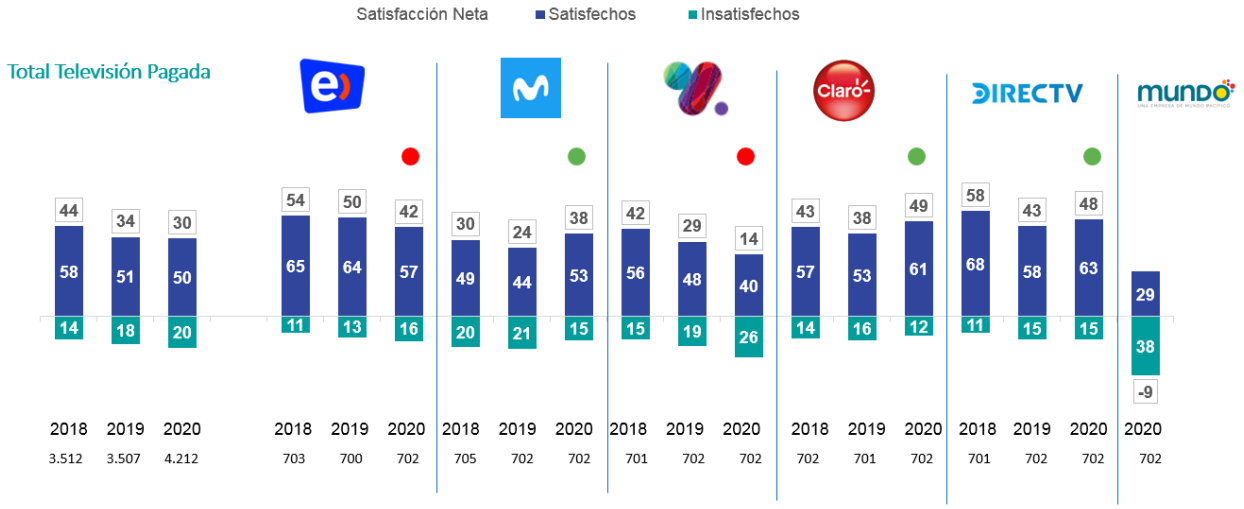
presenta un -33% de Satisfacción Neta. Entel, que se incorpora a la medición del segmento tiene 0 en Satisfacción Neta.

Gráfico 195. Tasa de Problemas Internet Fija 2018 – 2020



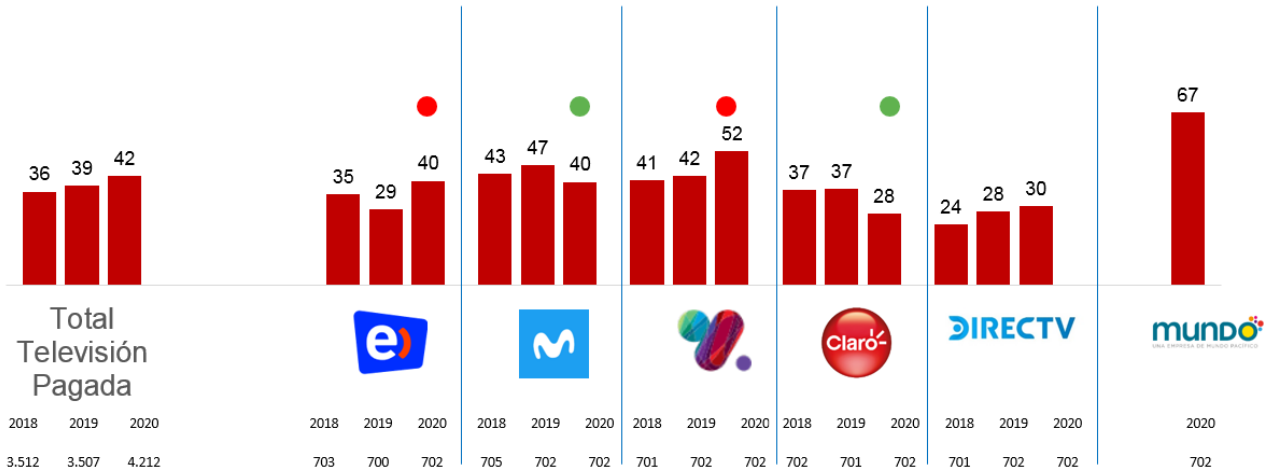
VTR provoca el aumento en 10 puntos de la Tasa de Problemas dado que un **85%** de los usuarios entrevistados indica haber tenido un problema con el servicio. Asi mismo Telsur y Mundo pacífico muestran alzas significativas con +10 y +8 puntos porcentuales respectivamente.

Gráfico 196. Satisfacción con TV Pagada 2018 – 2020



En términos Totales la satisfacción con Televisión Pagada no presenta una diferencia significativa respecto de la medición anterior, sin embargo se destacan una caida en la Satisfacción Neta de **-15 puntos para VTR y -12 puntos para Entel,** el resto de las compañías presentan **diferencias significativas POSITIVAS,** siendo la que mejor performance tuvo **DirecTV con 48%,** en tanto que la que más mejoró en Satisfacción neta fue **Movistar con +14 puntos porcentuales. Mundo Pacífico** presenta una performance muy por debajo del resto de las compañías con una **Satisfacción Neta de -9%.**

Gráfico 197. Tasa de Problemas TV Pagada 2018 – 2020



Destaca Mundo Pacífico, recién incorporado con la Tasa de problemas más alta, un **67%.** En términos de diferencias significativas **Entel** presenta la desviación más alta respecto del año anterior con **+11 puntos** porcentuales**, seguido por VTR con +10.** Bajan por su parte **Claro** a un **28%** (-9) y **Movistar con 40% (-7).**

SECCION 14. CONCLUSIONES MEDICIÓN 2020

14.1 Satisfacción con los Servicios de Telecomunicaciones en General

✓ El servicio mejor evaluado es el de **Telefonía Móvil** con una satisfacción neta de 50%, el servicio peor evaluado es **Internet Fija** con un -1%.

✓ Se mantiene la evaluación desfavorable respecto del año anterior para los servicios Fijos donde **Internet Fija** con un **-1%**, baja considerablemente respecto de las mediciones anteriores donde se mantenía en un estable 22%. En tanto que **Televisión Pagada** bajó levemente respecto de la medición anterior a un 30% (3 puntos).

✓ Respecto a la Satisfacción de los usuarios por zona geográfica, la **Región Metropolitana** presenta la mejor satisfacción de usuario, con un neto de **44%**, siendo la **Zona Sur la peor evaluada con un 39%** y bajando 7 puntos respecto de la medición anterior. **Internet Fija** en todas las zonas presenta una Satisfacción Neta negativa, con la única excepción de la Zona Sur, cuya Satisfacción Neta es de 13%.

14.2 Satisfacción con las Compañías por Servicio de Telecomunicaciones

Telefonía Móvil

Satisfacción Neta Total 50%

✓ **Virgin** lidera la Satisfacción Neta con un **74%**, es el “best in class” del segmento

✓ **Movistar y Claro** continúan, al igual que el año anterior siendo las peor evaluadas, con un 38% y 43% de satisfacción neta respectivamente. Lo destacable es la calificación que logra Virgin en circunstancias de que opera solo en la modalidad de Prepago.

Internet Móvil

Satisfacción Neta Total 42%

✓ En este segmento de Móvil nuevamente es **Virgin** quien posee la mejor satisfacción neta con un **64%,** muestra un alza respecto de la medición de 2019 de +9 puntos**.**

✓ En la parte más baja de la tabla encontramos a **VTR q**ue se incorpora a la medición este año con un **20%,** en tanto que **Movistar y Claro,** al igual que en la medición 2019 siguen siendo las peor evaluadas, con un **27% y 34%** de satisfacción neta respectivamente.

Internet Fija

Satisfacción Neta Total -1%

✓ **Telsur/Telcoy** al igual que el año anterior**,** es la empresa con la mejor satisfacción usuaria, con un **45%**.

✓ Esta medición **VTR** es quien presenta el peor desempeño, con **-33%** de Satisfacción Neta seguido por **Entel**, que debuta en la medición del servicio con un **0%** de Satisfacción Neta.

Televisión Pagada

Satisfacción Neta Total 30%

✓ **Claro** desplaza a Entel con una Satisfacción Neta de **49%** seguida por **DirecTV** muy de cerca con un **48%**.

✓ La recién incorporada **Mundo Pacífico** es la compañía que presenta la peor Satisfacción Neta, con un **-9%. Entel** por su parte, perdió el primer lugar que ostentó el año 2019 (50%) bajando a **42%.**

14.3 Tasa de Problemas por Servicio y Empresa

✓ **Telefonía Móvil** se consolida como el Servicio que posee la tasa de problemas más baja de los servicios evaluados con un **25%**, mientras que **Internet Fija**, al igual que el año anterior, presenta la **mayor Tasa de Problemas con un 69%**, 10 puntos por arriba de la medición 2019.

✓ En términos de servicio, en Telefonía móvil **Entel** logró superar los malos resultados del año anterior disminuyendo en **5 puntos** porcentuales la tasa de problemas y es junto con **Virgin**

(que tiene un 19%) los que menos problemas presentan. La mayor Tasa de problemas la presenta **Movistar con un 29%,** seguida por **Claro** con un **27%**.

✓ Para el servicio de **Internet Móvil**, en la tasa de problemas más alta encontramos a la empresa recién incorporada al segmento **VTR con un 52%** , seguida por **Movistar y Claro**, en línea con los resultados del año anterior, esta vez con un **46% y 43%** respectivamente.

✓ En el servicio de Internet Móvil la compañía que presenta una Tasa de Problemas menor es **Virgin con un 26%** mejorando 13 puntos respecto de la medición anterior.

✓ En **Internet Fija**, la empresa con la tasa de problemas más alta registrada es **VTR** con un 85%, 16 puntos por arriba del promedio del servicio.

✓ Para **Internet Fija** la empresa que presenta la Tasa de Problemas más baja es **Telcoy / Telsur, con un 56%**, un porcentaje relativamente alto si consideramos el resto de los servicios.

✓ Cerramos las conclusiones con el servicio de **Televisión Pagada** donde la sorpresa la da **Mundo Pacífico**, empresa incorporada en la presente medición, pero que presenta la **mayor tasa de problemas** con un **67%**, 25 puntos por sobre el promedio del servicio. En tanto que **VTR** le sigue con un **52%**.

✓ En **TV Pagada**, la tasa de problemas más baja la presenta **Claro con un 28%,** seguida por **DirecTV con un 30%.**

SECCION 15. ANEXO 1 CUESTIONARIOS

15.1 Cuestionario Encuesta General Telefonía Móvil

ESTUDIO "CALIDAD DE SERVICIO DE TELEFONIA MOVIL"

INTRO:
Buenos días/tardes, mi nombre es _____ y le llamo por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, estamos realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de TELEFONIA MOVIL.
¿Nos respondería esta corta entrevista?

SOLO INDICAR EN CASO DE QUE EL ENCUESTADO PREGUNTE:
La información que nos brinde será confidencial, utilizada únicamente para fines de la investigación. Sus datos personales serán confidenciales.

Filtro

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

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**PIDA HABLAR CON EL USUARIO PRINCIPAL, SI NO ESTA DISPONIBLE AGRADEZCA Y TERMINE**

2. ¿Es usted o alguien del hogar quien paga la cuenta de este teléfono móvil, o lo paga una Empresa? RU

1	*Entrevistado o alguien del hogar*	**PASA A A1**
2	Una Empresa	**AGRADEZCA Y TERMINE**

Datos de Clasificación

A1. ¿En qué región vive usted?
PROG: INSERTE LISTADO DE REGIONES Y VALIDE CUOTAS

A2. ¿Qué edad tiene Ud.?
EDAD EXACTA: _____ **Si rehúsa contestar preguntar**
PROG: CODIFIQUE DE ACUERDO CON A2
¿En qué rango de edad se encuentra usted? RU

0	Menos de 18	**AGRADEZCA Y TERMINE**
1	18 – 29	**CONTINUE**
2 3 4	30 a 39 40 a 49 50 o más	**CONTINUE** **CONTINUE** **CONTINUE**

A3. Clasifique Género

Hombre	1
Mujer	2

Datos del Proveedor

Ahora le voy a pedir que hablemos respecto al servicio de TELEFONIA MOVIL que usted posee:

B1. ¿Qué empresa le presta el servicio de TELEFONIA MOVIL actualmente? RU

Movistar	1	**CONTINUE**
ENTEL	2	**CONTINUE**
Claro	4	**CONTINUE**
WOM	5	**CONTINUE**
Virgin	9	**CONTINUE**
Otra (Especificar_____)	98	**AGRADEZCA Y TERMINE**

B2. ¿Hace cuánto tiempo tiene el servicio de TELEFONIA MOVIL con esta empresa? RU

Registre Años	
Registre Meses	
No Sabe / No recuerda	99

PROG: B1=1,2,4 O 5 DE LO CONTRARIO PASAR A C1

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 TELEFONIA MOVIL que le presta actualmente **[INSERTAR B1]**. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, en general **¿Qué tan satisfecho está Ud. con el servicio de TELEFONIA MOVIL de [INSERTAR B1]? RU**

Calificación							
NS/NC							
1	2	3	4	5	6	7	9

PROG: PREGUNTAR A TODOS

C2. ¿Si usted tuviera la oportunidad de cambiarse de empresa proveedora de TELEFONIA MOVIL, usted se cambiaría? **RU**

1	*Si*
2	*No*

Problemas recientes con el servicio

D1. En los últimos 6 meses, **¿ha tenido algún problema con el servicio de TELEFONIA MOVIL en el hogar? RU1**

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**PASA A I1**

D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? CLASIFICAR DE ACUERDO CON LAS RESPUESTAS DEL ENTREVISTADO – ESPONTANEA RM

1	Problemas de señal / Interferencias / Cortes
2	Problemas de cobertura / En algunos lugares no se puede conectar
3	Problemas con cobros / Facturas
6	Otros : (Especificar _____)

D3. Ahora quisiéramos que se enfocara en el último problema que usted tuvo con el servicio de TELEFONIA MOVIL ¿Reclamó o pidió alguna solución en…? LEER LUGARES DE RECLAMO – RU

ROTAR OPCIONES DE 1 a 3		SI	NO
1	En la compañía proveedora de TELEFONIA MOVIL	1	2
2	En el SERNAC	1	2
3	En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	1	2
4	En otro organismo (Especificar: _____)	1	2

PROG: D3 OPCION 1 = 1 PASAR A D3.1a DE LO CONTRARIO PASAR A D4

D3.1.a Considerando también este último reclamo que usted hizo en la compañía proveedora de TELEFONIA MOVIL, ¿Cuál fue el canal a través del cual realizó el reclamo? LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RU

1	De forma telefónica	**CONTINUE**
2	A través de la web / Sucursal virtual	**CONTINUE**
3	De forma presencial, a través de una sucursal	**CONTINUE**
4	Redes sociales de la empresa (Facebook / Twitter, etc.)	**PASA A D4**

D3.1.b En una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿Cómo evaluaría usted la Atención recibida cuando hizo el reclamo por este canal?

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

PROG: NOTA 1 a 4 CONTINUA, NOTA 5 a 9 PASAR A D4

D3.1.c ¿Por qué evalúa con esa nota? CLASIFICAR DE ACUERDO CON LAS RESPUESTAS DEL ENTREVISTADO – ESPONTANEA RM

1	No solucionaron el problema
2	Espere mucho para la atención (ejecutiva telefónica/ web / presencial)
3	Demoraron en solucionar el problema / Solución es muy lenta
4	No cumplen con lo prometido / Pactado
5	Ejecutivo fue descortés / Poco amable / Mostró poca disposición
6	Otros : Especificar _____

D4. ¿Y su problema fue resuelto? RU

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**PASA A I1**

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? RU

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

Percepción Covid – 19

El siguiente conjunto de preguntas se refiere a su evaluación de **[INSERTAR B1]** durante la pandemia de COVID-19.

I1. ¿Cuán satisfecho está usted con la asistencia, servicio y/o atención que ha tenido de [INSERTAR B1] durante la pandemia Covid-19?. Califique de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho RU

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

I6. Siempre pensando en el periodo de la pandemia ¿[INSERT BRAND] le ofreció alguno de los siguientes beneficios en relación con la pandemia Covid.19 RU

ROTAR LISTA	SI	NO	No Sabe
Le ofreció el plan solidario por alguno de sus canales de atención	1	2	99
Durante esta pandemia se ha podido comunicar fácilmente con su empresa	1	2	99
Le ofrecieron facilidades de pago	1	2	99
Le mejoraron su plan por el mismo precio	1	2	99
Le ofrecieron otras ofertas, descuentos o promociones	1	2	99

Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones

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

F1. Cuando usted. 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 OPCIONES SEGÚN ROTACIÓN

	ROTAR LISTADO	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 y hacer seguimiento	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 RM

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

Televisión Digital de Libre Recepción

G1. ¿Qué tipo de televisión tiene en su casa? LEER OPCIONES RM

1	Televisor antiguo (de los grandes y profundos)	1
2	Televisor moderno (de los planos)	2
3	Televisor digital o Smart TV (con sello TVD)	3
4	No sabe / No contesta	9

G2. ¿Puede conectarse a internet a través de su televisor? Esto quiere decir que usted puede acceder, por ejemplo, a Netflix o YouTube a través de su televisor. RU

1	Sí	1
2	No	2
3	No sabe / No contesta	9

G3. ¿Sabe usted qué es o ha oído hablar de Televisión Digital de libre recepción? RU

1	Sí	1
2	No	2
3	No sabe / No contesta	9

G4. Por lo que usted sabe o se imagina, la Televisión Digital de libre recepción, ¿es gratis o pagada? RU

1	Gratis	1
2	Pagada	2
3	No sabe / No contesta	9

G5. ¿Con cuál de los siguientes atributos relaciona usted la Televisión Digital de libre recepción? RU

	ROTAR LISTA	SI	NO
1	Mejor calidad de imagen	1	2
2	Mejor calidad de sonido	1	2
3	Permite ver televisión mientras uno se desplaza en auto o bus	1	2
4	Permite ver televisión en celulares y Tablets	1	2
5	Permite ver más canales	1	2

Percepción TV Educa

H1. ¿Sabe usted qué es o ha escuchado de TV Educa Chile? RU

1	Sí	1	AGRADECER Y TERMINAR
2	No	2	
3	No sabe / No contesta	9	

AGRADECER Y TERMINAR

15.2 Cuestionario Encuesta General Internet Móvil

ESTUDIO "CALIDAD DE SERVICIO DE INTERNET MOVIL"

INTRO:
Buenos días/tardes, mi nombre es _____ y le llamo por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, estamos realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de INTERNET MOVIL de su hogar.
¿Nos respondería esta corta entrevista?
SOLO INDICAR EN CASO DE QUE EL ENCUESTADO PREGUNTE:
La información que nos brinde será confidencial, utilizada únicamente para fines de la investigación. Sus datos personales serán confidenciales.

Filtro

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

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**PREGUNTE POR EL USUARIO PRINCIPAL, SI NO ESTA DISPONIBLE AGRADEZCA Y TERMINE**

2. ¿Es usted o alguien del hogar quien paga la cuenta de este teléfono móvil, o lo paga una Empresa? RU

1	*Entrevistado o alguien del hogar*	**PASA A 3**
2	Una Empresa	**AGRADEZCA Y TERMINE**

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? RU

1	Si	**PASA A A1**
2	No	**AGRADEZCA Y TERMINE**

Datos de Clasificación

A1. ¿En qué región vive usted? RU
PROG: INSERTE LISTADO DE REGIONES Y VALIDE CUOTAS
A2. ¿Qué edad tiene Ud.?
EDAD EXACTA: _____ **Si rehúsa contestar preguntar**
PROG: CODIFIQUE DE ACUERDO CON A2

¿En qué rango de edad se encuentra usted?

0	Menos de 18	**AGRADEZCA Y TERMINE**
1	18 – 29	**CONTINUE**
2 3 4	30 a 39 40 a 49 50 o más	**CONTINUE** **CONTINUE** **CONTINUE**

A3. Clasifique Género

Hombre	1
Mujer	2

Datos del Proveedor

Ahora le voy a pedir que hablemos respecto al servicio de INTERNET MOVIL. Entendemos por internet Movil las conexiones que realiza desde su celular sin hacer uso de WIFI.

B1. ¿Qué empresa le presta el servicio de INTERNET MOVIL actualmente? RU

Movistar	1	**CONTINUE**
Entel	2	**CONTINUE**
Claro	4	**CONTINUE**
WOM	5	**CONTINUE**
Virgin	9	**CONTINUE**
VTR	10	**CONTINUE**
Otra (Especificar_____)	98	**AGRADEZCA Y TERMINE**

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

Registre Años	
Registre Meses	
No Sabe / No recuerda	99

PROG: PREGUNTAR SI B1=1, 2, 4, 5 o 10 DE LO CONTRARIO PASE A C1

B3. Su actual plan de INTERNET MOVIL ¿Es Contrato o Prepago?

Contrato	1
Prepago	2

Satisfacción con el Servicio

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

Calificación							
NS/NC							
1	2	3	4	5	6	7	9

PROG: PREGUNTAR A TODOS

C2. ¿Si usted tuviera la oportunidad de cambiarse de empresa proveedora de INTERNET MOVIL, usted se cambiaría? **RU**

1	*Si*
2	*No*

Problemas recientes con el servicio

D1. En los últimos 6 meses, **¿ha tenido algún problema con el servicio de INTERNET MOVIL?**

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**PASA A E1**

D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? CLASIFICAR DE ACUERDO CON LAS RESPUESTAS DEL ENTREVISTADO – ESPONTANEA RM

1	Problemas de señal / Intermitencias / Cortes
2	Problemas con la velocidad / Muy lenta
3	Mencionan problemas con internet sin especificar
4	Problemas con el equipo / Pierde Conexión / No se conecta
5	Velocidad es mucho menor a la contratada
6	Otros : (Especificar _____)

D3. Ahora quisiéramos que se enfocara en el último problema que usted tuvo con el servicio de INTERNET MOVIL ¿Reclamó o pidió alguna solución en…? LEER LUGARES DE RECLAMO – RU

ROTAR OPCIONES DE 1 a 3		SI	NO
1	En la compañía proveedora de INTERNET MOVIL	1	2
2	En el SERNAC	1	2
3	En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	1	2
4	En otro organismo (Especificar: _____)	1	2

PROG: D3 OPCION 1 = 1 PASAR A D3.1a DE LO CONTRARIO PASAR A D4

D3.1.a Considerando también este último reclamo que usted hizo en la compañía proveedora de INTERNET MOVIL, ¿Cuál fue el canal a través del cual realizó el reclamo?
LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RU

1	De forma telefónica	**CONTINUE**
2	A través de la web / Sucursal virtual	**CONTINUE**
3	De forma presencial, a través de una sucursal	**CONTINUE**
4	Redes sociales de la empresa (Facebook / Twitter, etc.)	**PASA A D4**

D3.1.b En una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿Cómo evaluaría usted la Atención recibida cuando hizo el reclamo por este canal?

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

PROG: NOTA 1 a 4 CONTINUA, NOTA 5 a 9 PASAR A D4

D3.1.c ¿Por qué evalúa con esa nota? CLASIFICAR DE ACUERDO CON LAS RESPUESTAS DEL ENTREVISTADO – ESPONTANEA RM

1	No solucionaron el problema
2	Espere mucho para la atención (ejecutiva telefónica/ web / presencial)
3	Demoraron en solucionar el problema / Solución es muy lenta
4	No cumplen con lo prometido / Pactado
5	Ejecutivo fue descortés / Poco amable / Mostró poca disposición
6	Otros : Especificar _____

D4. ¿Y su problema fue resuelto? RU

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**PASA 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? RU

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

Velocidad Internet Móvil

E1. 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? RU

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

Percepción Covid – 19

El siguiente conjunto de preguntas se refiere a su evaluación de **[INSERTAR B1]** durante la pandemia de COVID-19.

I1. ¿Cuán satisfecho está usted con la asistencia, servicio y/o atención que ha tenido de [INSERTAR B1] durante la pandemia Covid-19?. Califique de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

I6. Siempre pensando en el periodo de la pandemia ¿[INSERT BRAND] le ofreció alguno de los siguientes beneficios en relación con la pandemia Covid.19

ROTAR LISTA	SI	NO	No Sabe
Le ofreció el plan solidario por alguno de sus canales de atención	1	2	99
Durante esta pandemia se ha podido comunicar fácilmente con su empresa	1	2	99
Le ofrecieron facilidades de pago	1	2	99
Le mejoraron su plan por el mismo precio	1	2	99
Le ofrecieron otras ofertas, descuentos o promociones	1	2	99

Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones

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

F1. Cuando usted. 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 OPCIONES SEGÚN ROTACIÓN RU

	ROTAR LISTADO	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	1	2

	Dicom		
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 y hacer seguimiento	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 RM

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

Televisión Digital de Libre Recepción

G1. ¿Qué tipo de televisión tiene en su casa? LEER ALTERNATIVAS RM

1	Televisor antiguo (de los grandes y profundos)	1
2	Televisor moderno (de los planos)	2
3	Televisor digital o Smart TV (con sello TVD)	3
4	No sabe / No contesta	9

G2. ¿Puede conectarse a internet a través de su televisor? Esto quiere decir que usted puede acceder, por ejemplo, a Netflix o YouTube a través de su televisor. RU

1	Sí	1
2	No	2
3	No sabe / No contesta	9

G3. ¿Sabe usted qué es o ha oído hablar de Televisión Digital de libre recepción? RU

1	Sí	1
2	No	2
3	No sabe / No contesta	9

G4. Por lo que usted sabe o se imagina, la Televisión Digital de libre recepción, ¿es gratis o pagada? RU

1	Gratis	1
2	Pagada	2
3	No sabe / No contesta	9

G5. ¿Con cuál de los siguientes atributos relaciona usted la Televisión Digital de libre recepción? RU

	ROTAR LISTA	SI	NO
1	Mejor calidad de imagen	1	2
2	Mejor calidad de sonido	1	2
3	Permite ver televisión mientras uno se desplaza en auto o bus	1	2
4	Permite ver televisión en celulares y Tablets	1	2
5	Permite ver más canales	1	2

Percepción TV Educa

H1. ¿Sabe usted qué es o ha escuchado de TV Educa Chile? RU

1	Sí	1	AGRADECER Y TERMINAR
2	No	2	
3	No sabe / No contesta	9	

AGRADECER Y TERMINAR

15.3 Cuestionario Encuesta General Internet Fija

ESTUDIO "CALIDAD DE SERVICIO DE INTERNET FIJA"

INTRO:
Buenos días/tardes, mi nombre es _____ y le llamo por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, estamos realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de INTERNET FIJA / BANDA ANCHA en su hogar.
¿Nos respondería una corta entrevista?

SOLO INDICAR EN CASO DE QUE EL ENCUESTADO PREGUNTE:
La información que nos brinde será confidencial, utilizada únicamente para fines de la investigación. Sus datos personales serán confidenciales.

Filtro

1. ¿Poseen INTERNET FIJA / BANDA ANCHA en su hogar? RU

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**AGRADEZCA Y TERMINE**

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

1	*Si*	**PASA A A1**
2	*No*	**PASA A 2.1**

2.1 ¿Podría hablar con algún miembro del hogar, que sea mayor de edad, que use habitualmente Internet Fija en su hogar? RU

1	*Si*	**PASA A A1**
2	*Si pero no mayor de edad*	**AGRADEZCA Y TERMINE**
3	*No*	**AGRADEZCA Y TERMINE**

Datos de Clasificación

A1. ¿En qué región vive usted?
PROG: INSERTE LISTADO DE REGIONES Y VALIDE CUOTAS
A2. ¿Qué edad tiene Ud.?
EDAD EXACTA: _____ **Si rehúsa contestar preguntar**

PROG: CODIFIQUE DE ACUERDO CON A2
¿En qué rango de edad se encuentra usted?

0	Menos de 18	**AGRADEZCA Y TERMINE**
1	18 – 29	**CONTINUE**
2	30 a 39	**CONTINUE**
3	40 a 49	**CONTINUE**
4	50 o más	**CONTINUE**

A3. Clasifique Género

Hombre	1
Mujer	2

Datos del Proveedor

Ahora le voy a pedir que hablemos respecto al servicio de INTERNET FIJA / BANDA ANCHA. Entendemos por internet Fija las conexiones que realiza en el hogar, ya sea por cable o por WIFI.

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

Movistar	1	**CONTINUE**
ENTEL	2	**CONTINUE**
VTR	3	**CONTINUE**
Claro	4	**CONTINUE**
Telcoy / Telsur	9	**CONTINUE**
Pacifico Cable / Mundo Pacífico	10	**CONTINUE**
Otra (Especificar_____)	98	**AGRADEZCA Y TERMINE**

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

Registre Años	
Registre Meses	
No Sabe / No recuerda	99

B3. Su actual plan de INTERNET FIJA ¿qué velocidad tiene? LEER LISTA RU

Menos de 100 megabits	1
Entre 101 y 200 megabits	2
Entre 201 y 400 megabits	3
Más de 400 megabits	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 **[INSERTAR B1]**. Pensando en una escala de 1 a 7, donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho, en general **¿Qué tan satisfecho está Ud. con el servicio de INTERNET FIJA que tienen en su hogar con [INSERTAR B1]?**

Calificación							
NS/NC							
1	2	3	4	5	6	7	9

PROG: PREGUNTAR A TODOS

C2. ¿Si usted tuviera la oportunidad de cambiarse de empresa proveedora de INTERNET FIJA, usted se cambiaría? **RU**

1	*Si*
2	*No*

Problemas recientes con el servicio

D1. En los últimos 6 meses, **¿ha tenido algún problema con el servicio de INTERNET FIJA en el hogar?**

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**PASA A E1**

D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? CLASIFICAR DE ACUERDO CON LAS RESPUESTAS DEL ENTREVISTADO – ESPONTANEA RM

1	Problemas de señal / Intermitencias / Cortes
2	Problemas con la velocidad / Muy lenta
3	Mencionan problemas con internet sin especificar
4	Problemas con el equipo / Pierde Conexión / No se conecta
5	Velocidad es mucho menor a la contratada
6	Otros : (Especificar _____)

D3. Ahora quisiéramos que se enfocara en el último problema que usted tuvo con el servicio de INTERNET FIJA ¿Reclamó o pidió alguna solución en…? LEER LUGARES DE RECLAMO – RU

ROTAR OPCIONES DE 1 a 3		SI	NO
1	En la compañía proveedora de INTERNET FIJA	1	2
2	En el SERNAC	1	2
3	En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	1	2
4	En otro organismo (Especificar: _____)	1	2

PROG: D3 OPCION 1 = 1 PASAR A D3.1a DE LO CONTRARIO PASAR A D4

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

1	De forma telefónica	**CONTINUE**
2	A través de la web / Sucursal virtual	**CONTINUAR**
3	De forma presencial, a través de una sucursal	**CONTINUE**
4	Redes sociales de la empresa (Facebook / Twitter, etc.)	**PASA A D4**

D3.1.b En una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿Cómo evaluaría usted la Atención recibida cuando hizo el reclamo por este canal?

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

PROG: NOTA 1 a 4 CONTINUA, NOTA 5 a 9 PASAR A D3.1d

D3.1.c ¿Por qué evalúa con esa nota? CLASIFICAR DE ACUERDO CON LAS RESPUESTAS DEL ENTREVISTADO – ESPONTANEA RM

1	No solucionaron el problema
2	Espere mucho para la atención (ejecutiva telefónica/ web / presencial)
3	Demoraron en solucionar el problema / Solución es muy lenta
4	No cumplen con lo prometido / Pactado
5	Ejecutivo fue descortés / Poco amable / Mostró poca disposición
6	Otros : Especificar _____

D3.1d Estos problemas, ¿dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar? RU

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**PASA A D4**

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

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

PROG: NOTA 1 a 4 CONTINUA, NOTA 5 a 9 PASAR A D4

D3.1f ¿Por qué evalúa con esa nota? CLASIFICAR DE ACUERDO CON LAS RESPUESTAS DEL ENTREVISTADO – ESPONTANEA RM

1	Personal poco capacitado / No soluciona el problema
2	El técnico no acudió a la visita agendada
3	Técnico llegó tarde a visita agendada
4	Lentitud en solucionar el problema
5	Solución entregada por el técnico fue temporal / No duró
6	Personal Técnico descortés / Poco Amable / Mala disposición
7	Otros : Especificar _____

D4. ¿Y su problema fue resuelto? RU

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**PASA 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? RU

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

Velocidad Internet Fija

E1. 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? RU

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

Percepción Covid - 19

El siguiente conjunto de preguntas se refiere a su evaluación de **[INSERTAR DE B1]** durante la pandemia de COVID-19.

I1. ¿Cuán satisfecho está usted con la asistencia, servicio y/o atención que ha tenido de [INSERTAR DE B1] durante la pandemia Covid-19? Califique de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho RU

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

I6. Siempre pensando en el periodo de la pandemia ¿ [INSERTAR DE B1] le ofreció alguno de los siguientes beneficios en relación con la pandemia Covid.19 RU

ROTAR LISTA	SI	NO	No Sabe
Le ofreció el plan solidario por alguno de sus canales de atención	1	2	99
Durante esta pandemia se ha podido comunicar fácilmente con su empresa	1	2	99
Le ofrecieron facilidades de pago	1	2	99
Le mejoraron su plan por el mismo precio	1	2	99
Le ofrecieron otras ofertas, descuentos o promociones	1	2	99

Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones

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

F1. Cuando usted. 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 OPCIONES SEGÚN ROTACIÓN RU

	ROTAR LISTADO	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 y hacer seguimiento	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 RM

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

Televisión Digital de Libre Recepción

G1. ¿Qué tipo de televisión tiene en su casa? LEER OPCIONES RM

1	Televisor antiguo (de los grandes y profundos)	1
2	Televisor moderno (de los planos)	2
3	Televisor digital o Smart TV (con sello TVD)	3
4	No sabe / No contesta	9

G2. ¿Puede conectarse a internet a través de su televisor? Esto quiere decir que usted puede acceder, por ejemplo, a Netflix o YouTube a través de su televisor. RU

1	Sí	1

2	No	2
3	No sabe / No contesta	9

G3. ¿Sabe usted qué es o ha oído hablar de Televisión Digital de libre recepción? RU

1	Sí	1
2	No	2
3	No sabe / No contesta	9

G4. Por lo que usted sabe o se imagina, la Televisión Digital de libre recepción, ¿es gratis o pagada? RU

1	Gratis	1
2	Pagada	2
3	No sabe / No contesta	9

G5. ¿Con cuál de los siguientes atributos relaciona usted la Televisión Digital de libre recepción? RU

	ROTAR LISTA	SI	NO
1	Mejor calidad de imagen	1	2
2	Mejor calidad de sonido	1	2
3	Permite ver televisión mientras uno se desplaza en auto o bus	1	2
4	Permite ver televisión en celulares y Tablets	1	2
5	Permite ver más canales	1	2

Percepción TV Educa

H1. ¿Sabe usted qué es o ha escuchado de TV Educa Chile? RU

1	Sí	1	AGRADECER Y TERMINAR
2	No	2	
3	No sabe / No contesta	9	

AGRADECER Y TERMINAR

15.4 Cuestionario Encuesta General Televisión Pagada

ESTUDIO "CALIDAD DE SERVICIO DE TELEVISION PAGADA"

INTRO:
Buenos días/tardes, mi nombre es _____ y le llamo por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL, estamos realizando una encuesta para medir la calidad de servicio de TELEVISION PAGADA de su hogar (cable o satelital)
¿Nos respondería una corta entrevista?

SOLO INDICAR EN CASO DE QUE EL ENCUESTADO PREGUNTE:
La información que nos brinde será confidencial, utilizada únicamente para fines de la investigación. Sus datos personales serán confidenciales.

Filtro

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

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**AGRADEZCA Y TERMINE**

Datos de Clasificación

A1. ¿En qué región vive usted?
PROG: INSERTE LISTADO DE REGIONES Y VALIDE CUOTAS
A2. ¿Qué edad tiene Ud.?
EDAD EXACTA: _____ **Si rehúsa contestar preguntar**
PROG: CODIFIQUE DE ACUERDO CON A2
¿En qué rango de edad se encuentra usted?

0	Menos de 18	**AGRADEZCA Y TERMINE**
1	18 – 29	**CONTINUE**
2	30 a 39	**CONTINUE**
3	40 a 49	**CONTINUE**
4	50 o más	**CONTINUE**

A3. Clasifique Género

Hombre	1
Mujer	2

Datos del Proveedor

Ahora le voy a pedir que hablemos respecto al servicio de TELEVISION PAGADA que tiene en su hogar.
B1. ¿Qué empresa le presta el servicio de TELEVISION PAGADA actualmente? RU

Movistar	1	**CONTINUE**
Entel	2	**CONTINUE**
VTR	3	**CONTINUE**
Claro	4	**CONTINUE**
DirecTV	8	**CONTINUE**
Pacifico Cable / Mundo Pacífico	9	**CONTINUE**
Otra (Especificar_____)	98	**AGRADEZCA Y TERMINE**

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

Registre Años	
Registre Meses	
No Sabe / No recuerda	99

Satisfacción con el Servicio

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

Calificación							
NS/NC							
1	2	3	4	5	6	7	9

PROG: PREGUNTAR A TODOS

C2. ¿Si usted tuviera la oportunidad de cambiarse de empresa proveedora de TELEVISION PAGADA, usted se cambiaría? **RU**

1	*Si*
2	*No*

Problemas recientes con el servicio

D1. En los últimos 6 meses, **¿ha tenido algún problema con el servicio de TELEVISION PAGADA en el hogar? RU**

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**PASA A I1**

D2. ¿Qué tipo de problema tuvo? CLASIFICAR DE ACUERDO CON LAS RESPUESTAS DEL ENTREVISTADO – ESPONTANEA RM

1	Problemas de señal / Intermitencias / Cortes
2	Problemas con cobranzas
3	Problemas con el funcionamiento del decodificador
4	Hay canales que no se ven / desaparecen
5	Otros : (Especificar _____)

D3. Ahora quisiéramos que se enfocara en el último problema que usted tuvo con el servicio de TELEVISION PAGADA ¿Reclamó o pidió alguna solución en…? LEER LUGARES DE RECLAMO – RU

ROTAR OPCIONES DE 1 a 3		SI	NO
1	En la compañía proveedora de TELEVISION PAGADA	1	2
2	En el SERNAC	1	2
3	En SUBTEL Subsecretaría de Telecomunicaciones	1	2
4	En otro organismo (Especificar: _____)	1	2

PROG: D3 OPCION 1 = 1 PASAR A D3.1 a DE LO CONTRARIO PASAR A D4

D3.1.a Considerando también este último reclamo que usted hizo en la compañía proveedora de TELEVISION PAGADA, ¿Cuál fue el canal a través de la cual realizó el reclamo? LEER OPCIONES DE RESPUESTA – RU

1	De forma telefónica	**CONTINUE**
2	A través de la web / Sucursal virtual	**CONTINUE**
3	De forma presencial, a través de una sucursal	**CONTINUE**
4	Redes sociales de la empresa (Facebook / Twitter, etc.)	**PASA A D4**

D3.1.b En una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿Cómo evaluaría usted la Atención recibida cuando hizo el reclamo por este canal? RU

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

PROG: NOTA 1 a 4 CONTINUA, NOTA 5 a 9 PASAR A D3.1d

D3.1.c ¿Por qué evalúa con esa nota? CLASIFICAR DE ACUERDO CON LAS RESPUESTAS DEL ENTREVISTADO – ESPONTANEA RM

1	No solucionaron el problema

2	Espere mucho para la atención (ejecutiva telefónica/ web / presencial)
3	Demoraron en solucionar el problema / Solución es muy lenta
4	No cumplen con lo prometido / Pactado
5	Ejecutivo fue descortés / Poco amable / Mostró poca disposición
6	Otros : Especificar _____

D3.1d Estos problemas, ¿dieron origen a un agendamiento para una visita técnica a su hogar? RU

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**PASA A D4**

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

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

PROG: NOTA 1 a 4 CONTINUA, NOTA 5 a 9 PASAR A D4

D3.1f ¿Por qué evalúa con esa nota? CLASIFICAR DE ACUERDO CON LAS RESPUESTAS DEL ENTREVISTADO – ESPONTANEA RM

1	Personal poco capacitado / No soluciona el problema
2	El técnico no acudió a la visita agendada
3	Técnico llegó tarde a visita agendada
4	Lentitud en solucionar el problema
5	Solución entregada por el técnico fue temporal / No duró
6	Personal Técnico descortés / Poco Amable / Mala disposición
7	Otros : Especificar _____

D4. ¿Y su problema fue resuelto? RU

1	*Si*	**CONTINUE**
2	*No*	**PASA A I1**

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? RU

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

Percepción Covid - 19

El siguiente conjunto de preguntas se refiere a su evaluación de **[INSERTAR B1]** durante la pandemia de COVID-19.

I1. ¿Cuán satisfecho está usted con la asistencia, servicio y/o atención que ha tenido de [INSERTAR B1] durante la pandemia Covid-19?. Califique de 1 a 7 donde 1 significa muy insatisfecho y 7 significa muy satisfecho RU

Calificación							NS/NC
1	2	3	4	5	6	7	9

I6. Siempre pensando en el periodo de la pandemia ¿[INSERT BRAND] le ofreció alguno de los siguientes beneficios en relación con la pandemia Covid.19 RU

ROTAR LISTA	SI	NO	No Sabe
Le ofreció el plan solidario por alguno de sus canales de atención	1	2	99
Durante esta pandemia se ha podido comunicar fácilmente con su empresa	1	2	99
Le ofrecieron facilidades de pago	1	2	99
Le mejoraron su plan por el mismo precio	1	2	99
Le ofrecieron otras ofertas, descuentos o promociones	1	2	99

Derechos del Consumidor de Telecomunicaciones

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

F1. Cuando usted. 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 OPCIONES SEGÚN ROTACIÓN RU

	ROTAR LISTADO	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 y hacer seguimiento	1	2
7	Insistir y efectuar el reclamo en la Subsecretaría de Telecomunicaciones SUBTEL si	1	2

	está disconforme con la respuesta de la empresa		

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 RM

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

Televisión Digital de Libre Recepción

G1. ¿Qué tipo de televisión tiene en su casa? LEER OPCIONES RM

1	Televisor antiguo (de los grandes y profundos)	1
2	Televisor moderno (de los planos)	2
3	Televisor digital o Smart TV (con sello TVD)	3
4	No sabe / No contesta	9

G2. ¿Puede conectarse a internet a través de su televisor? Esto quiere decir que usted puede acceder, por ejemplo, a Netflix o YouTube a través de su televisor. RU

1	Sí	1
2	No	2
3	No sabe / No contesta	9

G3. ¿Sabe usted qué es o ha oído hablar de Televisión Digital de libre recepción? RU

1	Sí	1
2	No	2
3	No sabe / No contesta	9

G4. Por lo que usted sabe o se imagina, la Televisión Digital de libre recepción, ¿es gratis o pagada? RU

1	Gratis	1
2	Pagada	2
3	No sabe / No contesta	9

G5. ¿Con cuál de los siguientes atributos relaciona usted la Televisión Digital de libre recepción? RU

	ROTAR LISTA	SI	NO
1	Mejor calidad de imagen	1	2
2	Mejor calidad de sonido	1	2
3	Permite ver televisión mientras uno se desplaza en auto o bus	1	2
4	Permite ver televisión en celulares y Tablets	1	2
5	Permite ver más canales	1	2

Percepción TV Educa

H1. ¿Sabe usted qué es o ha escuchado de TV Educa Chile? RU

1	Sí	1	AGRADECER Y TERMINAR
2	No	2	
3	No sabe / No contesta	9	

AGRADECER Y TERMINAR