

OFICINA DE PARTES 2 FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	12 FEB 2010
Hora	11:25
Nº Ingreso	10.939

27/10/2009

Estudio Cuantitativo Red

Coopesic

*Este Informe corresponde al primer reporte de avance respecto de la
Caracterización Técnica de la Red Coopesic*

Karla Carrasco Jofré



Contenido

Objetivos y Alcances	2
Diseño	2
Muestreo	2
Formulario de Encuesta.....	4
Plan de Aplicación.....	5
Resultados Obtenidos.....	7
Encuestas a Analizar	7
Constitución de los Hogares	7
Situación Ocupacional	11
Caracterización TICs y Uso de Tecnologías.....	14
Telefonía Móvil	14
Computador	19
Internet	24
Gasto en TICs	29
Coopesic	32
Testeo de Nuevos Servicios.....	37
Conclusiones y Recomendaciones.....	41
Anexos.....	43
Anexo N°1: "Formulario de Encuesta"	44
Anexo N°2: "Manual del Encuestador"	53
Anexo N°3: "Manzanas censales Catemu y encuestas por manzana"	57
Anexo N°4: "Localidades y sus respectivos sectores"	59
Anexo N°5: "Tablas Asociadas"	70

Objetivos y Alcances

El objetivo del presente informe es entregar en detalle el diseño y resultados del estudio a nivel cuantitativo de la red Coopesic.

El instrumento utilizado es una encuesta enfocada a hogares, con preguntas a nivel de hogar y a nivel de integrantes del hogar, con objeto de contar con una imagen actualizada sobre los habitantes de la comuna, su correspondiente caracterización socio económica, consumo de servicios de telecomunicaciones, aplicaciones esperadas para la red y disposición de pago para el servicio de internet.

Dentro de l informe se encuentran los detalles a nivel de diseño de formulario de encuesta y muestreo, junto a la planificación en terreno y los resultados esenciales y correspondiente análisis de la encuesta.

Diseño

A continuación se expone el muestreo diseñado, junto al proceso de elaboración del formulario de encuesta a los hogares y su correspondiente plan de aplicación.

Muestreo

Se desarrollará un muestreo para toda la comuna de Catemu, incluyendo a quienes cuentan o no con acceso a la red Coopesic.

Para definir el muestreo por localidad, se trabaja con datos del Censo 2002 y la tasa intercensal comunal anual de crecimiento para proyectar los datos de hogares y población al año 2009. Las 19 localidades que componen la comuna de Catemu, se exponen en la Tabla 1.

Localidad	Hogares 2002	Población 2002	Hogares 2009	Población 2009
Los Cerrillos	243	895	255	940
La Poza	24	102	25	107
El Ñilhue	122	481	128	505
Lo Salas	10	31	11	33
Las Mercedes	34	117	36	123
El Seco	98	304	103	319
Las Compuertas	62	229	65	240
El Cobre	125	365	131	383
La Colonia	115	338	121	355
Las Varillas	96	417	101	438
Los Corrales	34	130	36	137
Santa Rosa	64	231	67	243
Catemu	1.919	6.913	2.015	7.259
El Carmelo	21	81	22	85
Santa Margarita	86	331	90	348
San José	140	515	147	541
Santa Isabel	43	168	45	176
Reinoso	124	453	130	476
Meseta Del Alto	5	11	5	12

Tabla 1: Localidades de la comuna de Catemu

De la tabla anterior, se puede observar que la concentración de la población se produce en la localidad de Catemu y que dada la diferencia de hogares entre esta localidad y otras localidades de la comuna, no se visitarán todas las localidades y se buscará una combinación de encuestas que entregue una confiabilidad del 95%.

Para el cálculo del error muestral se utilizará la fórmula

$$e = z * \sqrt{\frac{p * q}{n}}$$

Donde:

e : Margen de error muestral

z : Coeficiente de confianza (z = 1,96 para un 95% de nivel de confianza)

p : proporción de casos con la característica en estudio, probabilidad de que el hogar cuente con acceso a internet

q : probabilidad de que el hogar no cuente con acceso a internet

n : tamaño muestral.

Dado que se conoce el alcance de la red Coopesic, también constituirán un dato conocido las probabilidades de que un hogar cuente o no con acceso a internet.

$$p = 0,924$$

$$q = 0,076$$

En la Tabla 2, se expone el número de encuestas por localidad, dejando por las consideraciones anteriores y motivos logísticos, fuera de las localidades a encuestas aquellas que cuenten con menos de 50 hogares. A continuación para las localidades restantes se define un número proporcional de encuestas a realizar y se calcula el porcentaje de error muestral.

Localidad	Hogares 2009	Población 2009	Observación	Encuesta Hogares
Los Cerrillos	255	940	Incluir	12
La Poza	25	107	No incluir	0
El Ñilhue	128	505	Incluir	8
Lo Salas	11	33	No incluir	0
Las Mercedes	36	123	No incluir	0
El Seco	103	319	Incluir	8
Las Compuertas	65	240	Incluir	5
El Cobre	131	383	Incluir	8
La Colonia	121	355	Incluir	8
Las Varillas	101	438	Incluir	8
Los Corrales	36	137	No incluir	0

Localidad	Hogares 2009	Población 2009	Observación	Encuesta Hogares
Santa Rosa	67	243	Incluir	5
Catemu	2.015	7.259	Incluir	60
El Carmelo	22	85	No incluir	0
Santa Margarita	90	348	Incluir	5
San José	147	541	Incluir	8
Santa Isabel	45	176	No incluir	0
Reinoso	130	476	Incluir	8
Meseta Del Alto	5	12	No incluir	0
Total	3.533	12.720		143

Tabla 2: Muestreo seleccionado

El error muestral de la muestra alcanza el 4,3%, lo que permite afirmar que la muestra tiene un bajo error muestral y sus resultados son interpretables y representativos a nivel comunal.¹

Formulario de Encuesta

El diseño del formulario de encuesta se desarrolla contando con bibliografía de los estudios realizados por la Subsecretaría de Telecomunicaciones y por el Ministerio de Planificación (Encuesta Casen 2006) para la caracterización de consumo de servicios de telecomunicaciones y caracterización socio-económica de los hogares, respectivamente.

Además, se agregaron preguntas específicas para la red Coopesic, con respecto a nuevas aplicaciones y servicios factibles de prestar y que fueron recopilados en diversas actividades del presente estudio (talleres, focus group, entre otros).

De lo anterior, se obtuvo un formulario, con la siguiente estructura:

1. Caracterización del hogar:
 - a. Integrantes, parentesco, sexo, edad, educación, situación laboral
 - b. Ingresos
2. TICs
 - a. Tenencia y uso de teléfono móvil
 - b. Tenencia de computador y disposición de pago
 - c. Acceso a internet, caracterización y percepción del servicio, usos
 - d. Gasto en TICs

¹ Dada la alta concentración de hogares en la localidad de Catemu, resultaría en un alto número de encuestas realizar un análisis representativo a nivel de localidad. De lo anterior se desprende que cualquier resultado o análisis debe ser mirado desde un enfoque comunal y que su error muestral fue calculado bajo las probabilidades de acceso a internet de acuerdo a la actual cobertura de la red Coopesic

3. Coopesic:
- a. Reconocimiento de marca
 - b. Servicios de interés (voz ip)
 - c. Disposiciones de pago
 - d. Testeo de aplicaciones

Metodológicamente, el formulario diseñado responde a “saltos”, es decir, en ocasiones dependerá de la respuesta de una pregunta cuál será la próxima pregunta a realizar. El cuestionario contiene 53 preguntas y su aplicación considerada aproximadamente 15 minutos por hogar encuestado.²

Para obtener los resultados esperados de cada entrevista, se recomienda que el entrevistado sea el/la jefe/a de hogar, en caso de no encontrarse la entrevista podría realizarse a su cónyuge o familiar cercano mayor de 18 años.

Dado que algunas secciones se relacionan a usos o a conocer en mayor detalle el comportamiento de cada uno de los miembros del hogar, resulta recomendable que la entrevista sea realizada al jefe de hogar y a uno de sus hijos (o quién sea uno de los principales usuarios de internet).

Plan de Aplicación

Para la aplicación de las encuestas, se expone la relevancia de realizarlas en horario vespertino (entre 18:00 y 20:00 hrs) los días de semana y durante los fines de semana. Lo anterior con objetivo de contar con la presencia del jefe de hogar, quien es el mejor encuestado desde el punto de vista que es quién toma las decisiones de consumo y puede entregar mejores datos al momento de preguntar sobre consumo y disposiciones de pago.

Con objeto de no contar con sesgos al momento de la entrevista, se realizó una capacitación presencial con la revisión de todas las preguntas con los encuestadores y se elaboró un manual con información y posibles dudas que pudieran generarse al momento de realizar encuestas³.

Además, se realizó un pretest de 2 encuestas por cada encuestador en la localidad de Catemu, con objeto de probar el instrumento y encontrar posibles cambios a las preguntas o alternativas de la encuesta.

Por último, un tema relevante al momento de aplicar la encuesta, es la selección del hogar a encuestar y para lo cual se señalaron dos casos:

² El formulario de encuesta se encuentra disponible en el Anexo 1.

³ Anexo 2: Manual del encuestador

1. Localidad Catemu:

Se cuenta con información de las manzanas censales, donde se definirá por manzana censal en mapas impresos el número de encuestas a realizar. Se entregaran mapas con las manzanas y su correspondiente número identificador, junto a una tabla con el número de encuestas por manzana⁴.

Para la selección del hogar, se siguió el orden de las manzanas entregadas, donde para la primera manzana se seleccionó el primer hogar desde una esquina. En la segunda manzana a encuestar, se seleccionó el segundo hogar desde la esquina y así sucesivamente a medida que avanzó el trabajo de campo. En caso de que el hogar seleccionado, no quisiera responder la encuesta o se encuentre deshabitado, se debía pasar al hogar siguiente.

2. Otras localidades:

Se entregaron en Google Earth las zonas donde realizar la toma de encuestas (lo anterior, en reconocimiento al fenómeno de dispersión de los hogares)⁵. Dentro del mapa de cada localidad, se definieron sectores donde se debía realizar una encuesta por sector, siendo labor del encuestador la selección aleatoria dentro del bloque entregado.

⁴ Anexo 3: Manzanas censales Catemu y encuestas por manzana

⁵ Anexo 4: Localidades y sus respectivos sectores

Resultados Obtenidos

Encuestas a Analizar

Se realizaron 143 encuestas, correctamente foliadas y vaciadas e una planilla complementaria a este informe. Sin embargo, a lo largo del análisis presentado a continuación, se trabajará con 142 encuestas, ya que una de ellas no fue respondida íntegramente por el encuestado, lo que puede traer dificultades al momento de realizar análisis y comparaciones entre preguntas.

Constitución de los Hogares

Se analizarán 142 hogares, que corresponden a 562 personas. En el Gráfico 1, se muestran el número de encuestas por localidad, encontrándose una clara concentración en la localidad de Catemu, de acuerdo a la definición del muestreo.

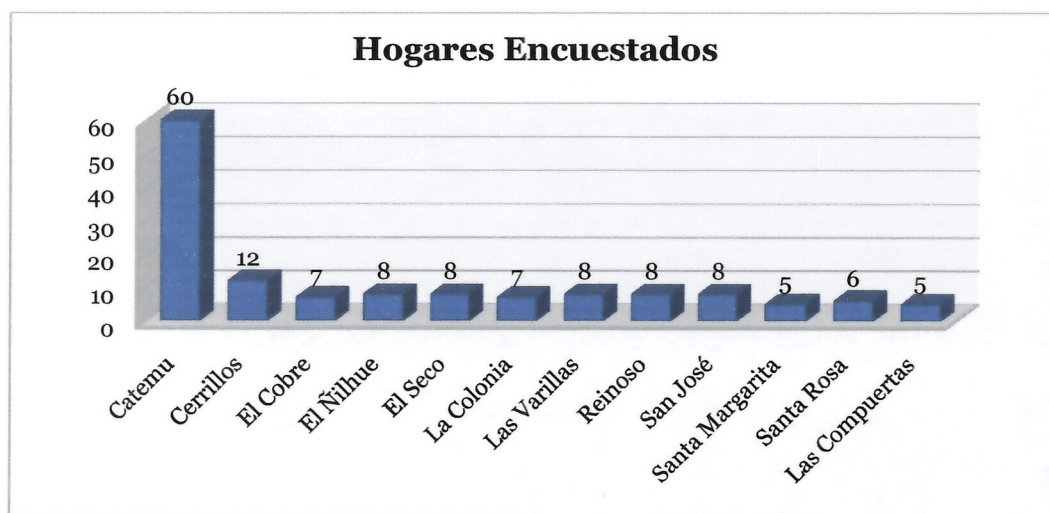


Gráfico 1: N° de hogares encuestados por localidad

La mayoría de los hogares está compuesto por entre 3 a 5 personas, registrándose el mayor número de casos (49 hogares) para 4 integrantes del hogar. En el Gráfico 2, se expresan los resultados a nivel porcentual con respecto al número de hogares. De todas formas se encontraron hogares de 1 integrante, hasta un caso con 10 integrantes.

Por otra parte, de 50,5% de las personas encuestadas fueron del sexo femenino (284 personas) y el 49,5% restante del sexo masculino (278 personas).

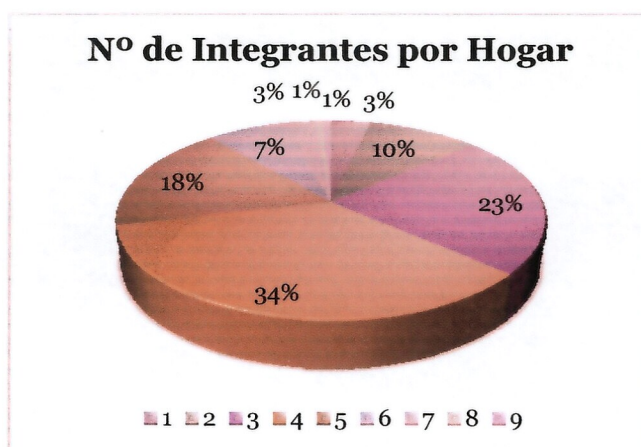


Gráfico 2: N° de Integrantes por Hogar

Con respecto a la edad de los integrantes de los hogares encuestados, se encuentra una concentración de la población entre los 19 a los 55 años (334 personas, que corresponden al 59,4%), encontrando la moda en la población de los 19 a 25 años.

Los menores de edad concentran el 31% de la muestra, mientras que los mayores de 65 años cuentan con el respectivo 9,6% restante.

Como se muestra en la Gráfico 3, la población de la comuna se encuentra en términos generales en los segmentos de adulto joven y adulto.

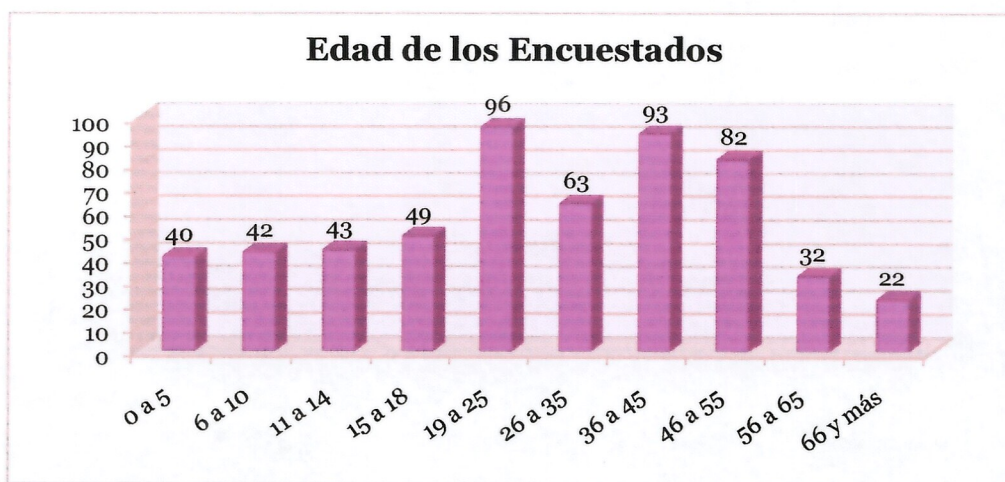


Gráfico 3: Edades de las Personas Encuestadas

De las personas encuestadas, el 29,5% (166 personas) se encuentra actualmente estudiando. Además se preguntó a todos, sobre el último nivel de estudios realizados. Los resultados se exponen en el Gráfico 4 y la moda se encuentra en la educación básica incompleta con un 24,9% (140 personas) de los casos, seguido por la educación científico humanista completa con un 18,7% (105 personas).

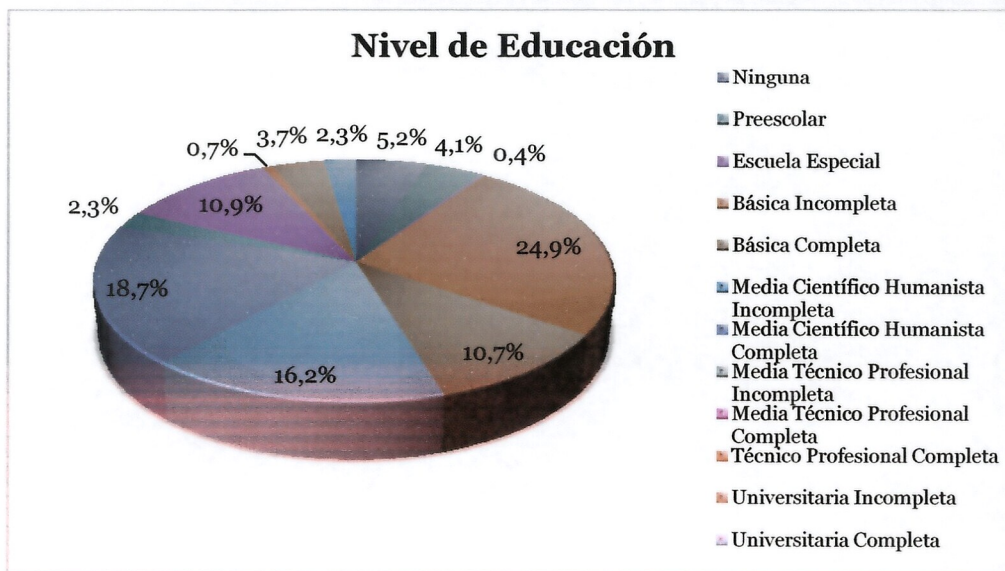


Gráfico 4: Nivel de Estudios (aprobado o en curso)

De acuerdo a los resultados anteriores, se realizó un cruce entre la edad de las personas y su nivel de estudios, encontrándose los siguientes hechos a considerar:

- El alto porcentaje de “educación básica incompleta” se encuentra fundamentado en 66 casos que tienen entre 6 y 14 años (es decir, que se encuentran estudiando) y otros 54 casos que tienen entre 36 y 65 años (es decir, un segmento importante de la población que no siguió con sus estudios)
- Los casos de “educación científico humanista completa” se ven explicados por personas entre 19 y 45 años en su mayoría.
- De lo anterior, es posible concluir que personas entre los 19 y 35 años si tuvieron la posibilidad de terminar con sus estudios básicos, mientras que entre los 36 y 45 años se encuentran tanto casos de educación básica incompleta como educación científica humanista completa.

Por otra parte, en el Gráfico 5, se exponen los resultados para el nivel de educación del Jefe de Hogar, donde el 26,1% (37 casos) cuenta con educación básica incompleta, y un 19,7% (28 casos) tiene educación media científico humanista incompleta y el mismo porcentaje educación científico humanista completa.

De los 38 casos registrados con educación superior (técnico profesional o universitaria completa o incompleta), sólo 10 corresponden a jefes de hogares; lo que permite concluir que alcanzar niveles de estudio superior puede estar ligado a los hijos de los hogares encuestados.

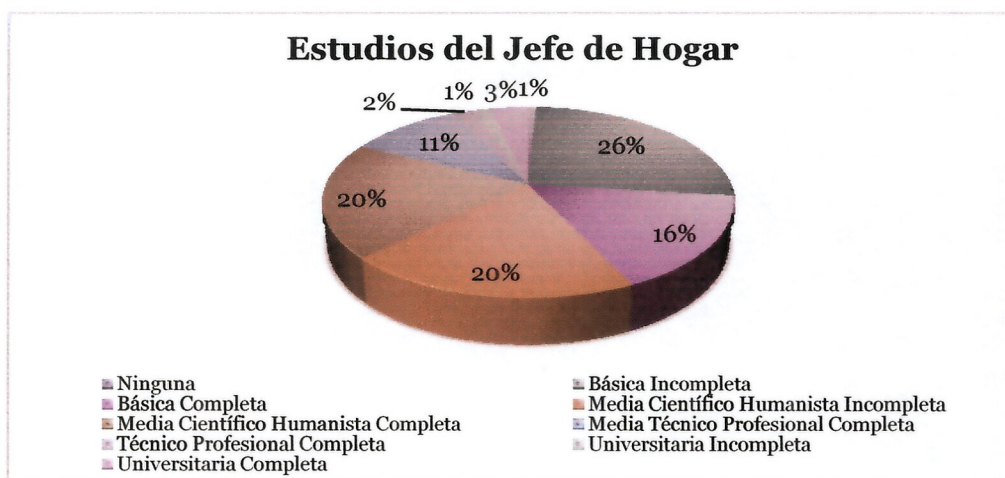


Gráfico 5: Nivel de Estudios del Jefe de Hogar

Por otra parte, también se consultó por el ingreso promedio mensual de cada hogar, concentrándose el 41,5% la muestra entre los \$150.000 a \$250.000, seguido por ingresos desde \$250.001 a \$500.000 en el 29,6% de los casos.

Tal como se señala en el Gráfico 6, sólo un 2,8% de los hogares encuestados cuenta con ingresos superiores a los \$750.000 mensuales.

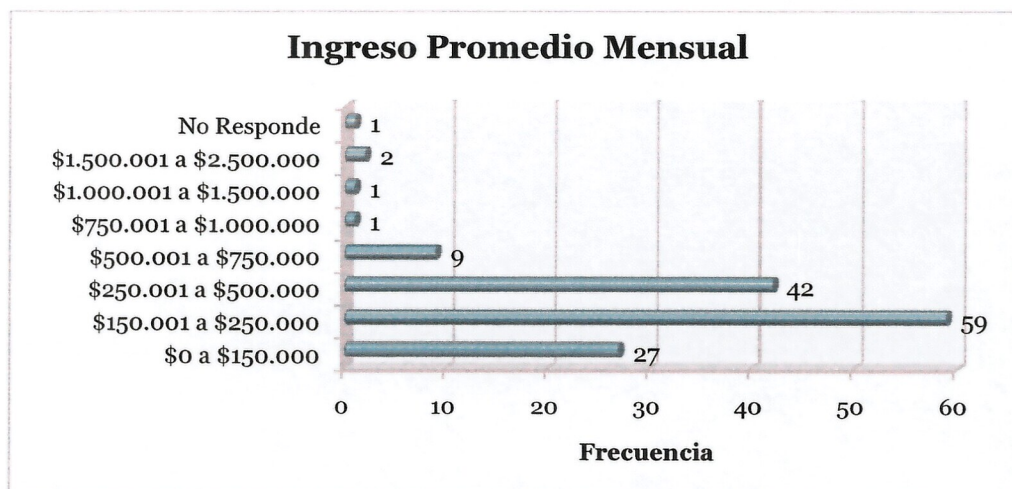


Gráfico 6: Ingreso Promedio Mensual del Hogar

Con los promedios de los intervalos de ingresos se construyeron quintiles de acuerdo a las definiciones entregadas en la Encuesta Casen 2006⁶. De acuerdo a lo señalado en el Gráfico 7, un 46,5% de los hogares (66 casos) pertenecen al quintil más pobre y sólo un 2,1% (3 casos) pertenece al quintil más rico del país.⁷

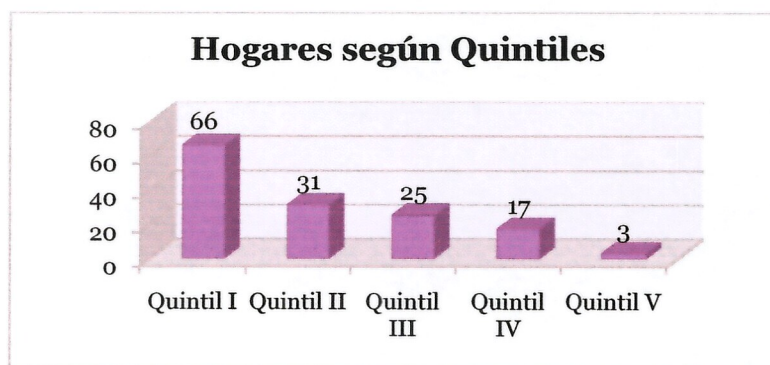


Gráfico 7: Número de Hogares, según Quintil

Situación Ocupacional

El siguiente análisis, se realiza sólo para la **población mayor a 15 años**. De acuerdo a los resultados expuestos en el Gráfico 8, el 36% de los encuestados (159 casos) son trabajadores dependientes versus un 9% que se declara trabajador independiente.

El 21% de las personas mayores de 15 años son dueñas de casa y llama la atención el alto porcentaje de cesantes, que alcanza el 13%.

⁶ La construcción de los quintiles se realiza en función del cálculo del ingreso per cápita familiar

⁷ Se debe mencionar, que existía una pregunta asociada a la tenencia de bienes, con objeto de clasificar a los hogares encuestados de acuerdo a su Nivel Socio Económico (NSE); sin embargo de las recomendaciones por parte de los encuestadores, se recomendó no realizar la pregunta dada su relación con la elaboración de la Ficha de Protección Social.

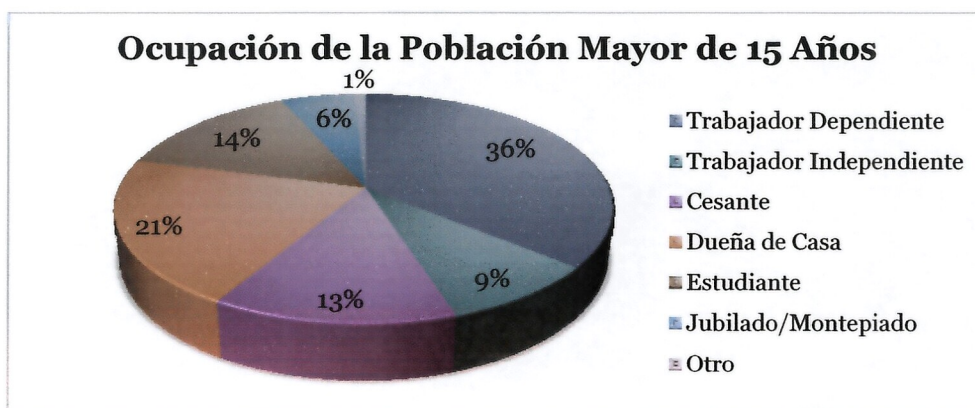


Gráfico 8: Situación Ocupacional de la Población Mayor de 15 Años

Al consultar, **sólo a los trabajadores dependientes e independientes**, sobre la categoría ocupacional en la que se desempeñan y de acuerdo a lo señalado en el Gráfico 9, un 70% de los trabajadores se declara empleado u obrero, mientras que un 13% es dueño de una mediana o pequeña empresa.

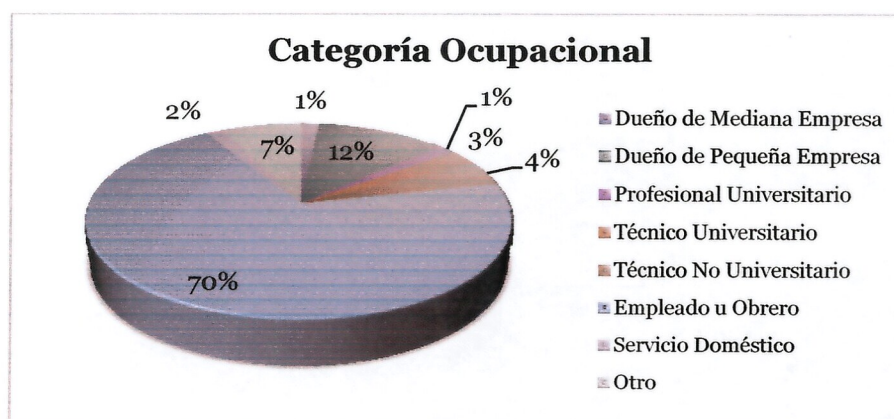


Gráfico 9: Categoría Ocupacional de los Empleados

Además, se indagó sobre la actividad económica a la cual se dedica la empresa para la cual trabaja o es dueño. En el Gráfico 10, se observa que un 23% está dedicado a la actividad agropecuaria-silvícola, seguido por un 18% ligado a la Administración Pública, 14% a áreas de comercio y un 13% a la Minería.

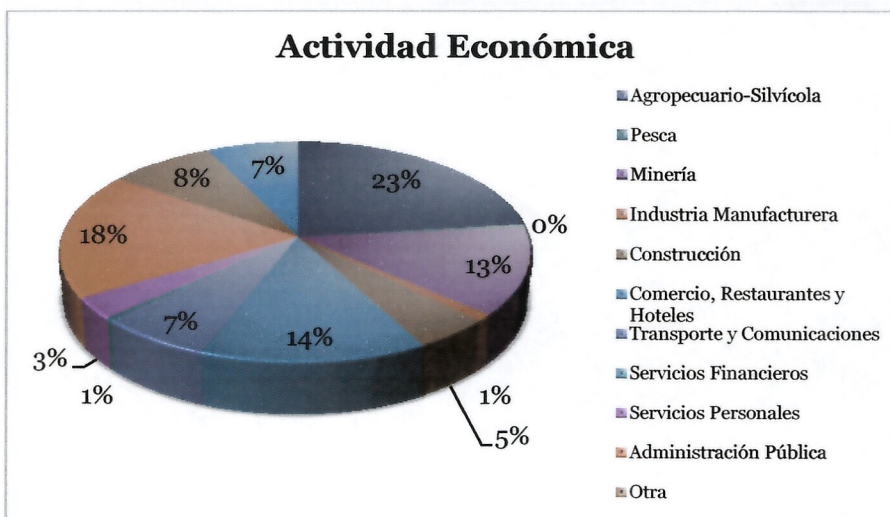


Gráfico 10: Actividad Económica a la que se dedica la Empresa para la cual trabaja

Por último, se consultó sobre el lugar donde realiza su trabajo, como se señala en el Gráfico 11, donde un 63% trabaja dentro de la comuna de Catemu y un 9% en su hogar. Este 72% representa un grupo de especial interés en el desarrollo de los servicios de telecomunicaciones a ofertar, tales como internet y voz sobre internet.

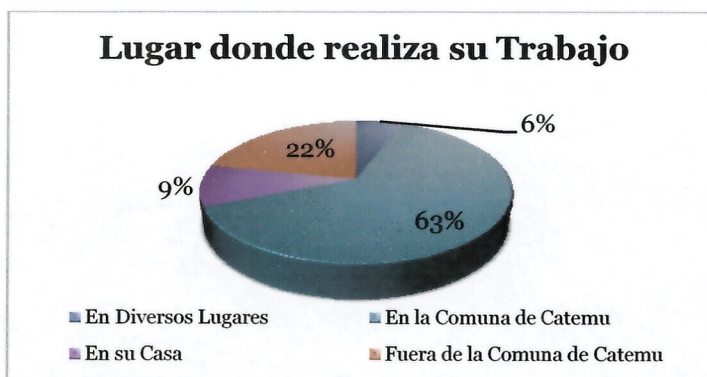


Gráfico 11: Lugar donde ejecuta su trabajo

Caracterización TICs y Uso de Tecnologías

A continuación se exponen los resultados sobre la penetración y caracterización de los servicios de Telefonía Móvil (a nivel de personas), junto a una revisión sobre la tenencia de computador y acceso a internet (a nivel de hogares)

Por último, se entregan resultados sobre el gasto realizado en servicios de telecomunicaciones en el hogar, considerando telefonía fija, telefonía móvil de todos los integrantes del hogar, internet, televisión satelital y televisión por cable.

Telefonía Móvil

Considerando a todos los integrantes del hogar con 6 años y más, se obtiene el Gráfico 12, donde de un universo de 522 personas, 189 de ellas (72,4%) cuenta con un teléfono móvil.

La mayoría de los encuestados, que alcanzan el 60% de la muestra tiene un servicio de prepago.

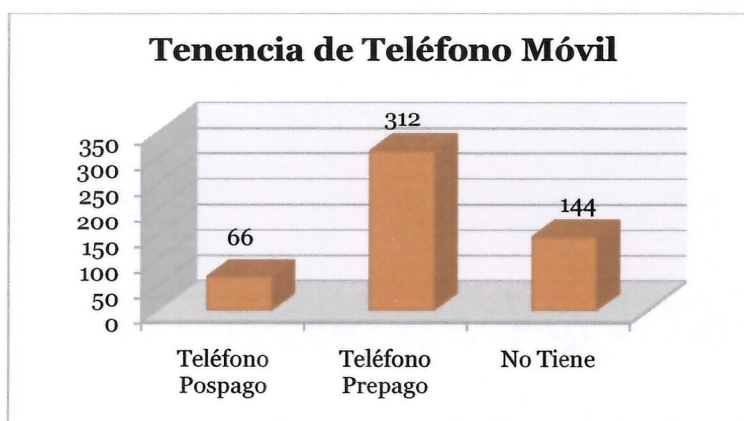


Gráfico 12: Tenencia de Teléfono Móvil (Personas)

Al comparar el porcentaje de personas que tiene teléfono con contrato (pospago) versus prepago, se obtiene que un 83% tiene prepago, cifra mayor a las estadísticas nacionales de Subtel, que para el mes de junio del 2009, donde se declara que un 72% de los teléfonos móviles son de modalidad prepago⁸.

Al analizar la información por quintiles, como se refleja en el Gráfico 13, en el quintil más pobre existe una preponderancia del prepago (89%), la diferencia entre contratar un teléfono móvil en prepago versus pospago, va disminuyendo a medida se avanza por los quintiles, ya en el quintil más rico las cantidades se igualan.

⁸ Fuente: http://www.subtel.cl/prontus_subtel/site/artic/20070212/pags/20070212182348.html

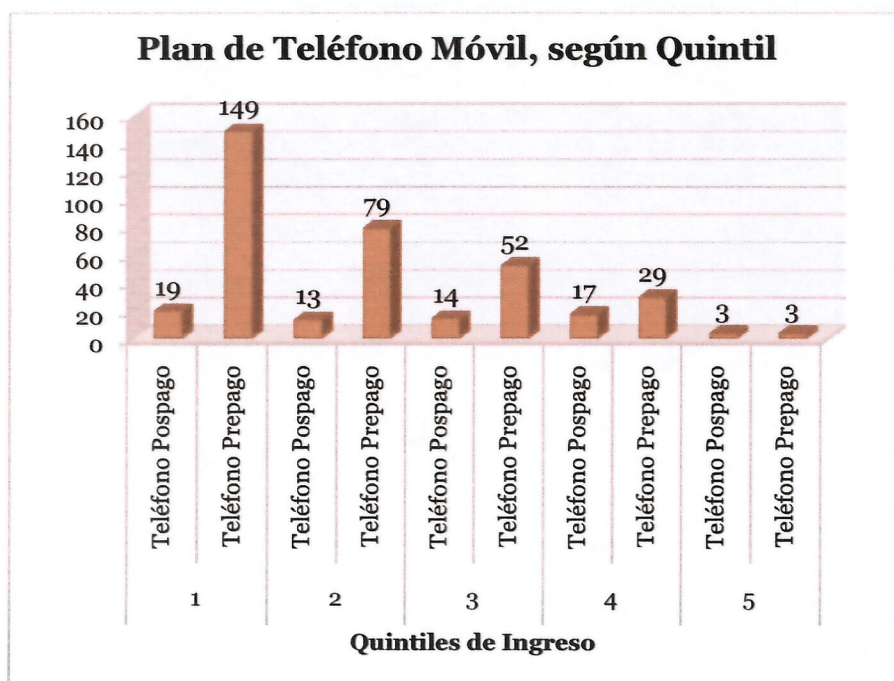


Gráfico 13: Plan de Telefonía Móvil, según Quintil

Al consultar sobre el principal uso del teléfono móvil, el 96% de los encuestados declara que lo utiliza para hablar.

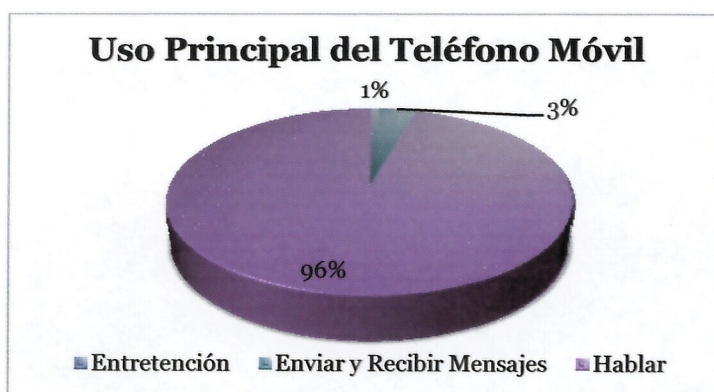


Gráfico 14: Uso Principal del Teléfono Móvil

Al momento de agrupar, todos los usos que las personas ejercen con sus teléfonos móviles, se obtiene que si bien el principal uso es hablar, un alto número de entrevistados también envía y recibe mensajes (237) y otro segmento de más de un tercio, también lo utiliza con fines de entretención, tales como escuchar música, jugar, sacar fotografías, entre otros.

Del Gráfico 15, también queda en evidencia, el bajo uso del teléfono móvil para navegar por internet (sólo 3 casos)

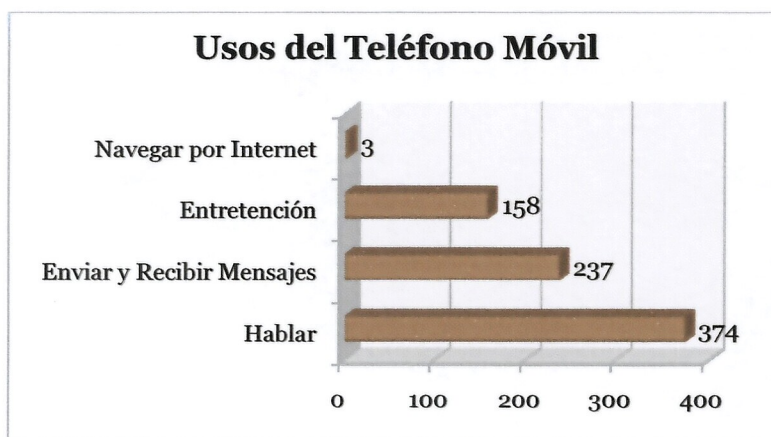


Gráfico 15: Usos del Teléfono Móvil

Al observar el Gráfico 16, en la comuna predomina la participación de mercado de Movistar con un 48%, seguido por Entel PCS con un 42% de presencia en la zona.

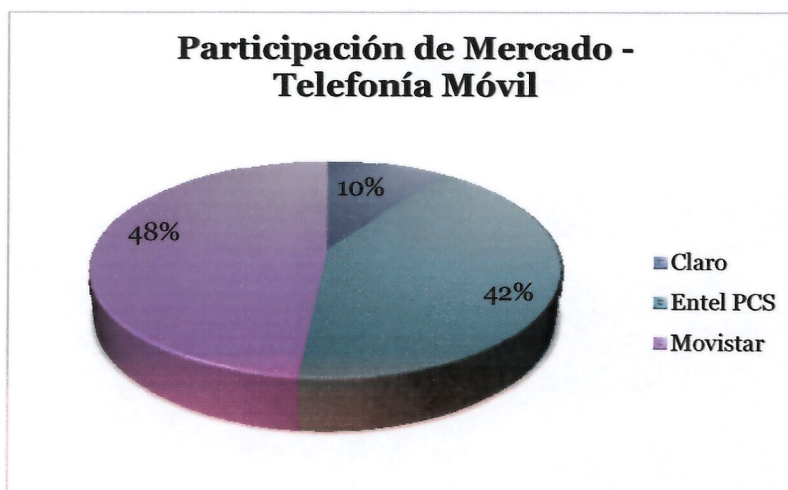


Gráfico 16: Participación de Mercado, Telefonía Móvil

Al analizar las participaciones de mercado según quintiles, se observa del Gráfico 17 que en los Quintiles I y II sobresale Entel PCS, mientras que en los quintiles III, IV y V cambia la empresa predominante a Movistar.

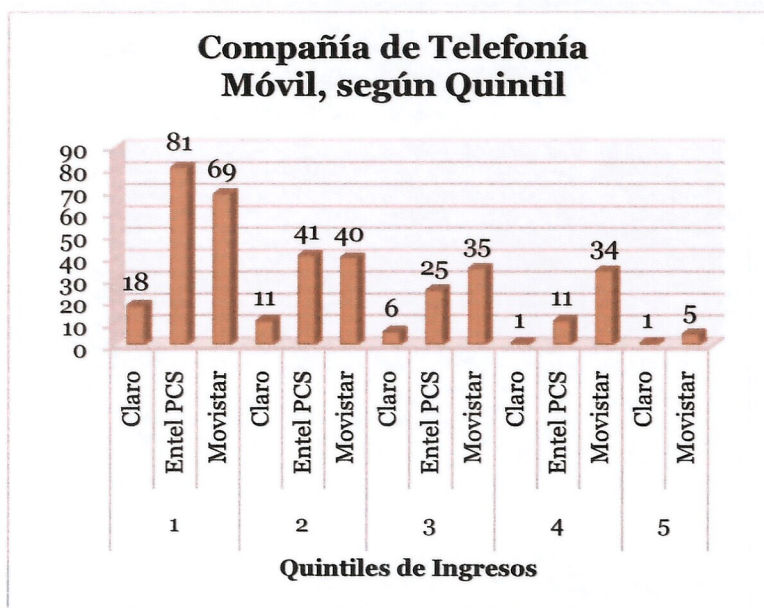


Gráfico 17: Participación de Mercado Telefonía Móvil, según Quintil

También se analizó dentro de cada empresa el tipo de plan contratado, donde Claro es la empresa con la que cuenta con menos clientes pero su relación clientes prepago versus clientes pospago alcanza 5 veces, mientras que en los casos de Entel PCS y Movistar, dicha razón alcanza 15 y 3 veces respectivamente.

De lo anterior, Movistar sería la empresa que más clientes con contrato en modalidad pospago tiene.

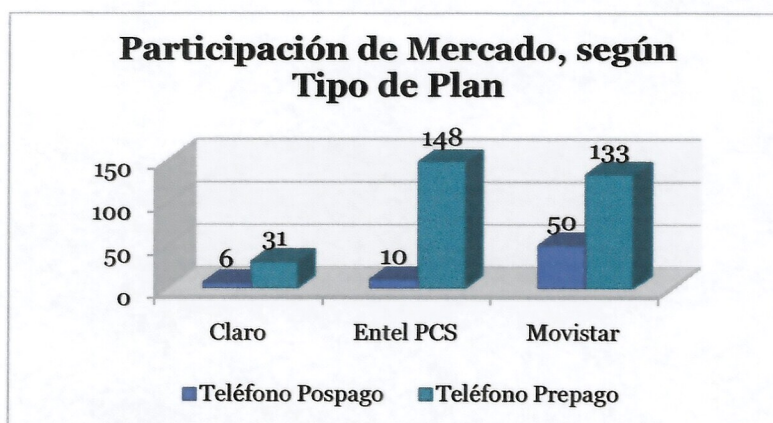


Gráfico 18: Participación de Mercado Telefonía Móvil, según tipo de Plan

Por otra parte, se consultó sobre la percepción de cobertura en su hogar del teléfono móvil, donde en la mayoría de los casos se califica como buena, sólo 10 usuarios declaran que nunca tienen cobertura y por lo tanto, deben desplazarse de su hogar para el uso de su teléfono móvil.

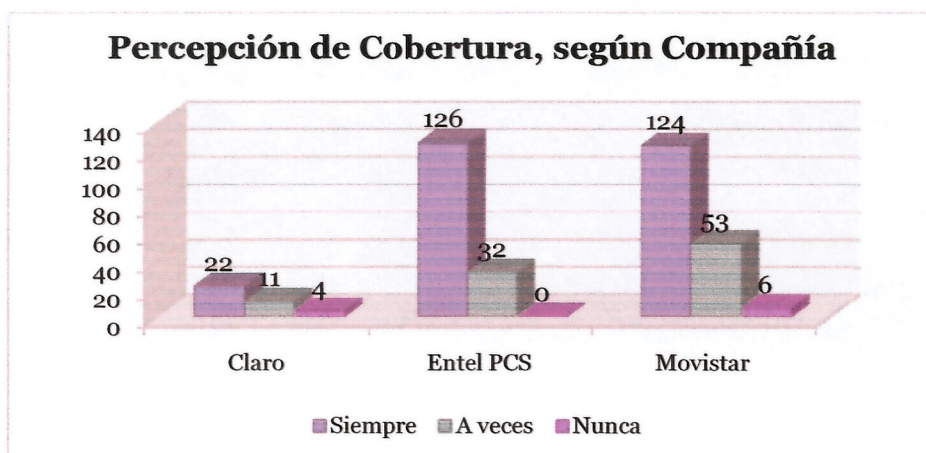


Gráfico 19: Percepción de Cobertura, según Compañía

Por último, se consultó por el gasto mensual en telefonía móvil; tanto para los clientes con contrato y para prepago (donde se preguntó sobre un monto aproximado de compra de tarjetas al mes)

De acuerdo al Gráfico 20, el 42% de las personas que tienen teléfono móvil gasta mensualmente entre \$2.501 y \$5.000 mensuales, al analizar los datos el 85% gasta hasta \$10.000 al mes. De lo anterior, se desprende que el gasto mensual en telefonía móvil es bajo.

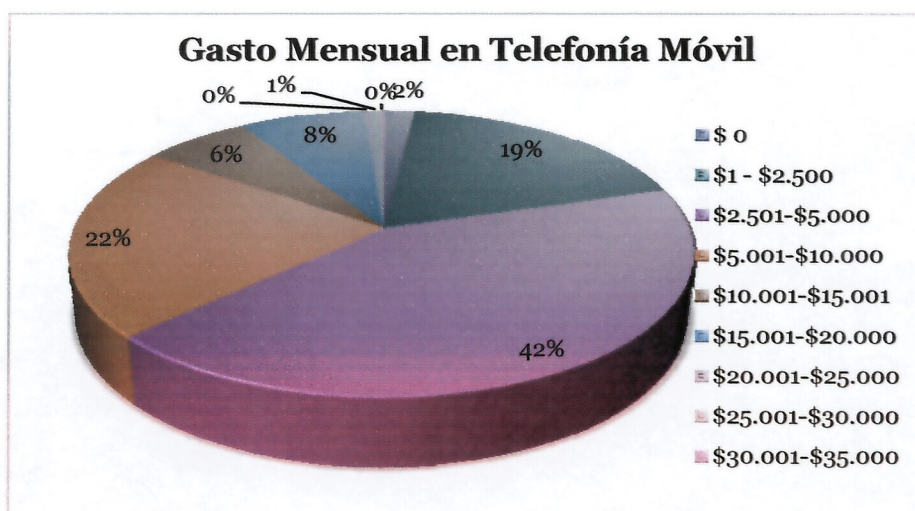


Gráfico 20: Gasto Mensual en Telefonía Móvil (por Equipo, no por Hogar)

Computador

Al consultar sobre la tenencia de computador, el 70% de los hogares. Porcentaje muy superior al 34,4% a nivel nacional de tenencia de computador en el hogar presentado como resultado nacional de la Encuesta Casen 2006.

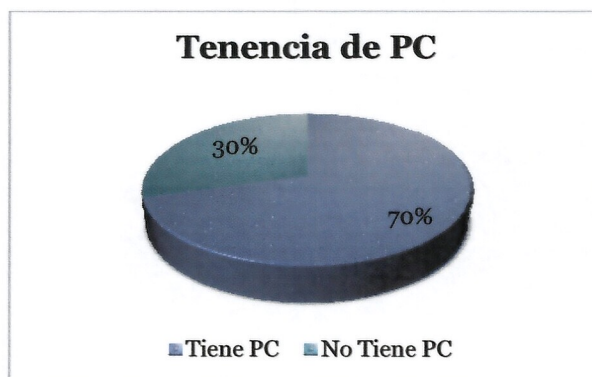


Gráfico 21: Tenencia de Computador

Analizando los resultados a nivel de quintiles, resulta sobresaliente el alto número de computadores en los hogares pertenecientes a los quintiles más pobres de la comuna. Del Gráfico 22, se observa que en el caso del primer quintil 42 hogares cuentan con computador, lo que representa un 64% de los hogares pertenecientes a dicho quintil. En el caso del quintil II, dicho porcentaje alcanza el 71% y en el quintil III un 80%.

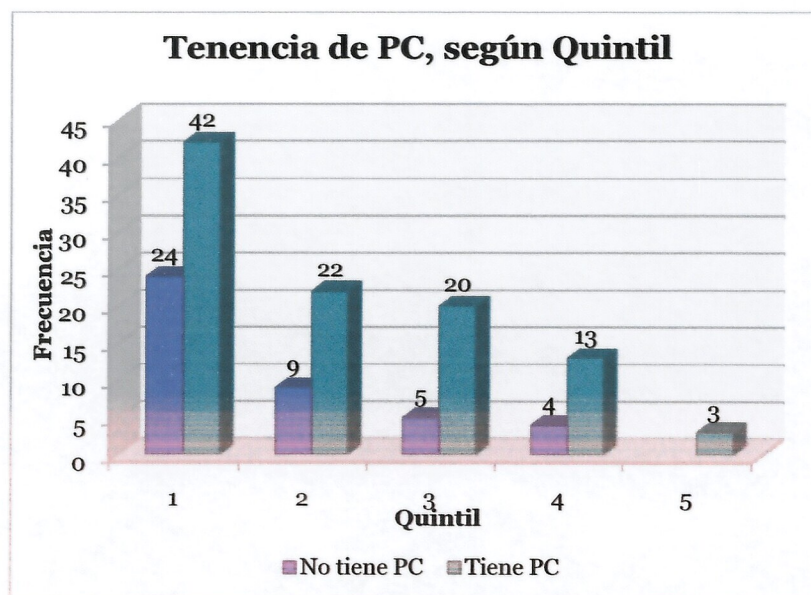


Gráfico 22: Tenencia de Computador, según Quintil

Caracterización de Hogares con Computador

Dentro del 70% de los hogares de la comuna que cuentan con computador, se preguntó por el número de computadores en el hogar, la mayoría cuenta sólo con 1 equipo 81 casos, que representan el 81% de los hogares que cuentan con computador)

Sólo el 7% de los hogares cuenta con 3 o 4 computadores en el hogar.

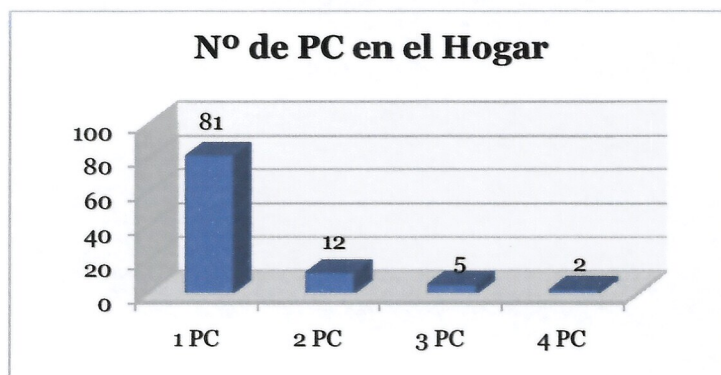


Gráfico 23: Número de Computadores por Hogar

De acuerdo a los resultados del Gráfico 24, el 46% de los hogares que cuentan con computador, realizó una compra a crédito para su adquisición. También es relevante el alto número de hogares que declara no haber comprado el computador, ya que fue un regalo o donación (15%, correspondiente a 15 hogares)

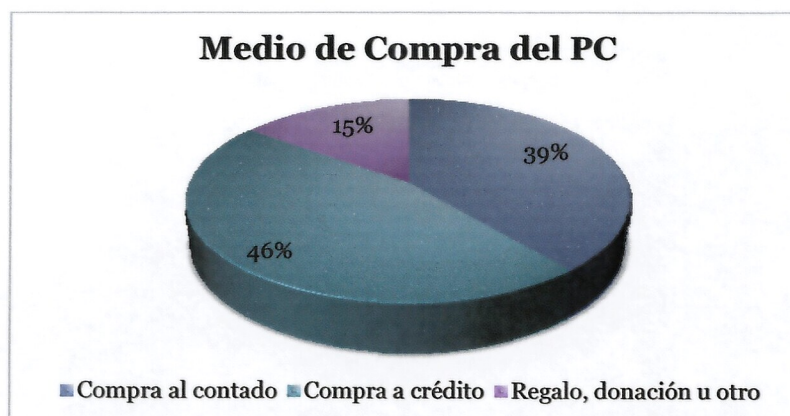


Gráfico 24: Medio de Compra del Computador

Al analizar el medio de compra por quintil, de acuerdo al Gráfico 25 se observa en el primer quintil una preponderancia de compra a crédito lo que es una tendencia hasta el quintil IV. Las donaciones o regalos están presentes en tres de los cinco quintiles.

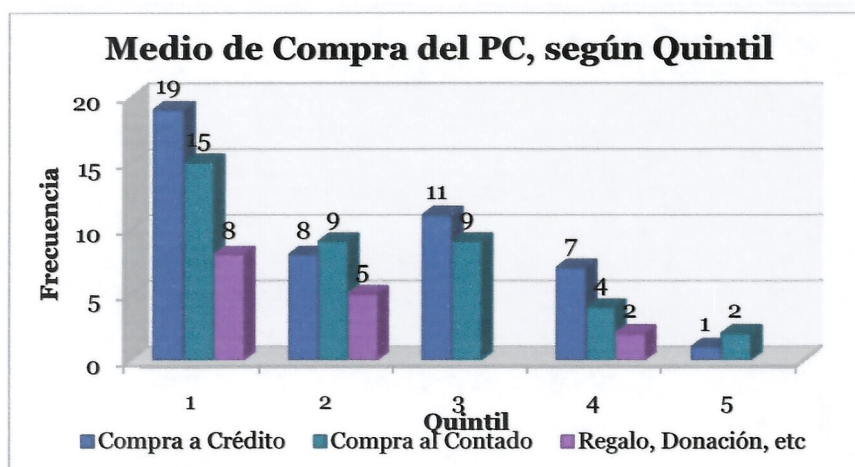


Gráfico 25: Medio de Compra del Computador, según Quintil

Con respecto a la antigüedad del computador, se encuentra una concentración de los casos entre menos de 6 meses hasta 3 años (73% de los hogares), encontrándose la moda en 2 años, lo que coincide con el inicio de la red Coopesic y permite concluir de una influencia positiva para la compra o regalo de computadores.

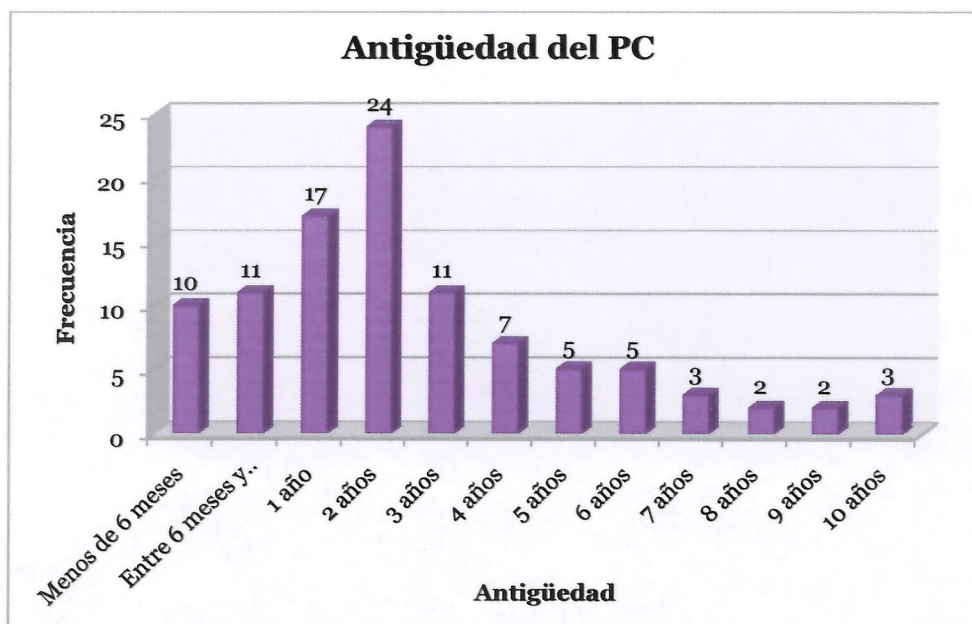


Gráfico 26: Antigüedad del Computador

En el Gráfico 27, se observa la antigüedad analizada según quintil, en el caso del quintil I, 29 hogares tienen computadores con antigüedad menor o igual a 2 años, encontrando 21 casos donde la compra fue realizada hace 1 año o 2 años. En el caso de los quintiles II y III, sobre el 50% de los computadores

tiene antigüedad menor o igual a 2 años y para el quintil IV el 60% tiene computadores con dicha antigüedad.

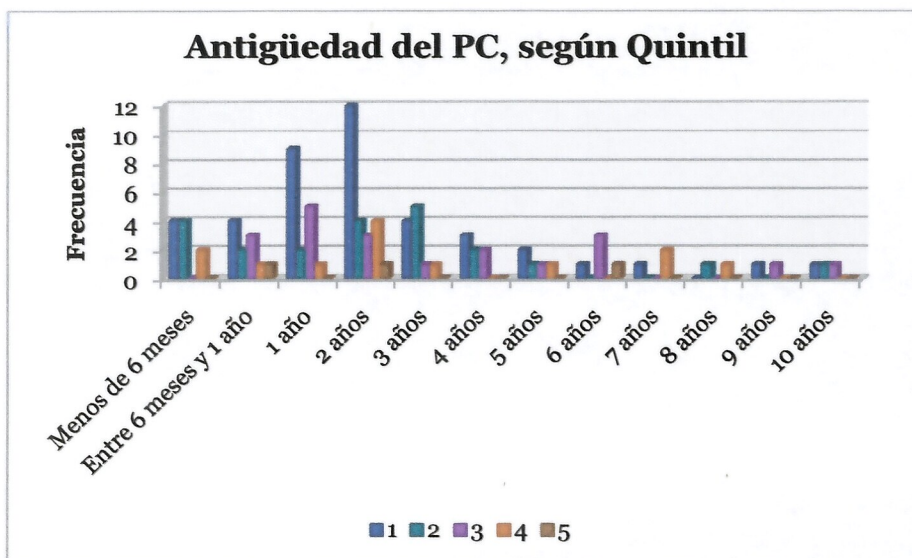


Gráfico 27: Antigüedad del Computador, según Quintil

Caracterización de Hogares sin Computador

Por otra parte, también resulta relevante estudiar el interés en un computador y la disposición de pago de aquellos hogares que aún no cuentan con computador. Lo anterior, porque permite explorar una oferta de productos de la red que incluya la venta de equipos.

Del Gráfico 28, sólo el 17% de los hogares que no cuenta con computador, declara que no le interesa adquirir uno; asimismo un 45% de los encuestados declara que su interés está en adquirir un computador tradicional o de escritorio.

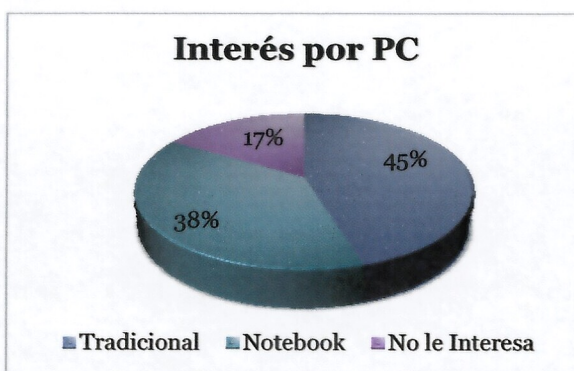


Gráfico 28: Interés por Adquirir un Computador

A pesar del alto interés en poder adquirir un computador, la disposición de pago por el es bajísima, ya que el 51% de los encuestados declara estar dispuesto a pagar entre \$50.000 y \$100.000. Si se consideran equipos que bordean los \$200.000, sólo el 17% de los encuestados estaría dispuesto a pagar por él, de acuerdo a los resultados del Gráfico 29.

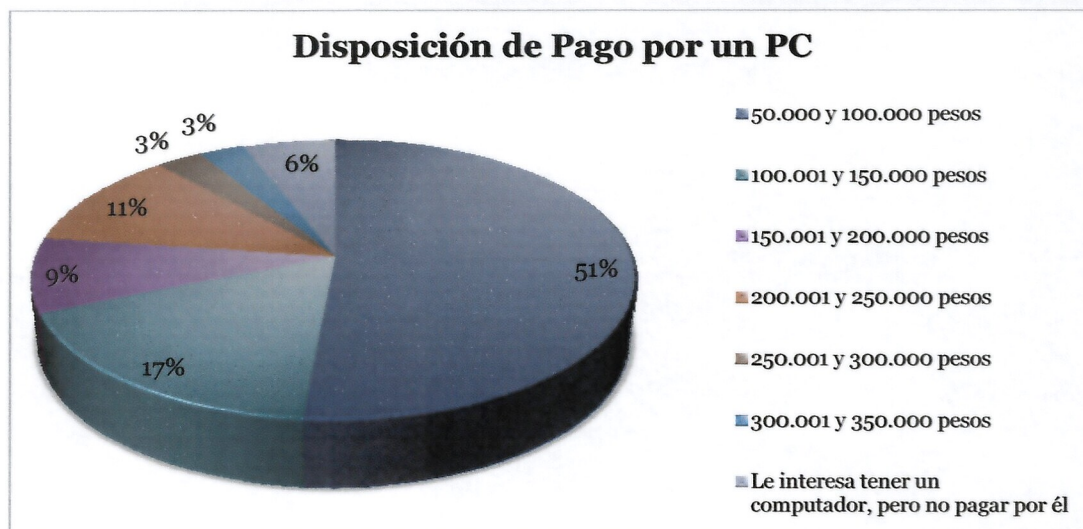


Gráfico 29: Disposición de Pago por un Computador

Además, a modo de facilitar futuras opciones de compra, también se consultó por la disposición de pago en cuotas y el número de cuotas que acomodaría al presupuesto familiar. En el Gráfico 30, el 40% de los encuestados declara estar interesado en una compra en 12 cuotas, seguido por un 20% que se interesaría por la opción de 24 cuotas mensuales.

Sólo el 11% declara que no está interesado en una compra a crédito.

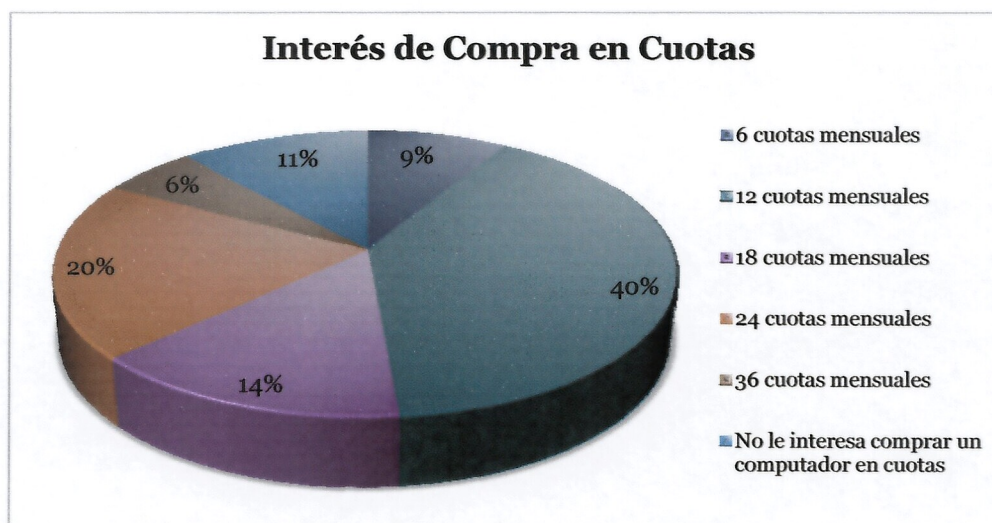


Gráfico 30: Interés de Comprar un Computador a Crédito

Internet

Del universo de hogares que cuentan con computador, el 66% de ellos cuentan con acceso a internet.

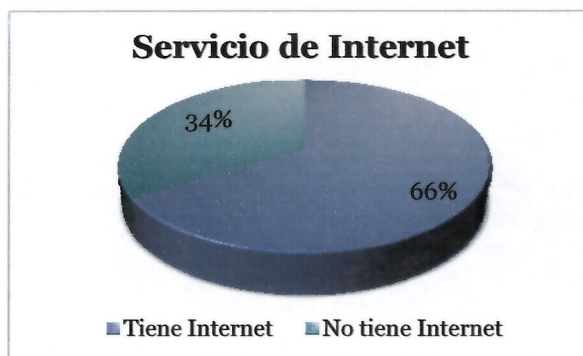


Gráfico 31: Hogares con Computador que cuentan con Acceso a Internet

Al analizar el acceso al servicio de internet según quintiles, se tiene que en todos los quintiles la mayoría de los hogares encuestados cuenta con conexión, pero es en el quintil IV donde se produce la mayor diferencia porcentual entre los hogares que cuentan con acceso y los que no (por un hogar que no cuenta con conexión 3,3 hogares sí)

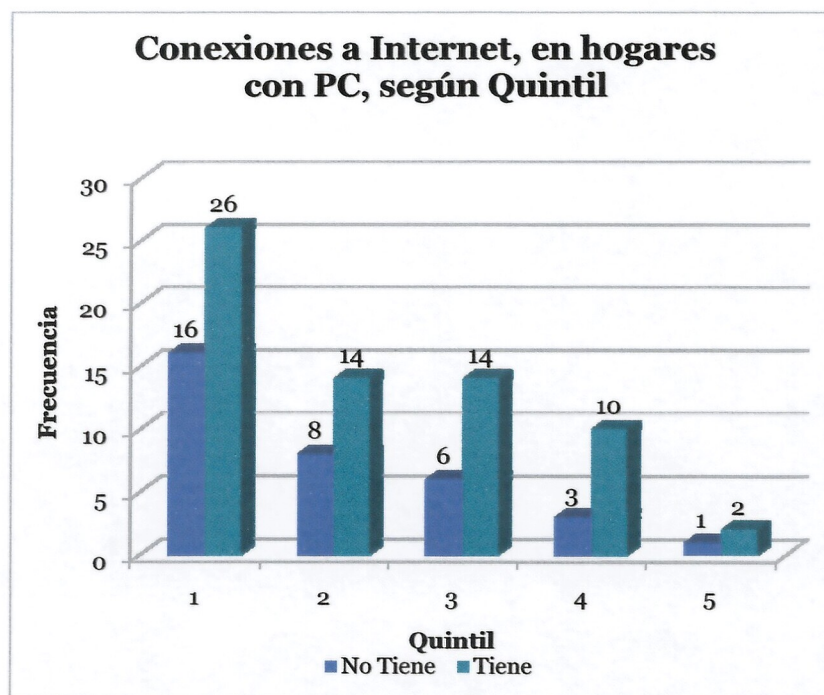


Gráfico 32: Hogares que cuentan con Internet, según Quintil

Al consultar sobre la fuente de conexión a internet, sólo el 1,5% de los encuestados reconoce a Coopesic, mientras que el 81,9% de las conexiones declara acceder a través de la Ilustre Municipalidad de Catemu. Estos datos refuerzan una débil imagen de marca por parte de la Cooperativa y refuerzan cuantitativamente lo ligado que se observa por los usuarios a la Municipalidad con la Red.

Si sumamos quienes declaran conectarse a través de Coopesic, de la I.Municipalidad de Catemu, Colegio, Clínica del PC y quienes no saben; podríamos suponer que un 88% de los hogares se conecta a través de la red Coopesic.

Por otra parte, en el Gráfico 33 se observa que sólo el 12% de los hogares contrata un servicio de acceso a internet con empresas tradicionales de telecomunicaciones.

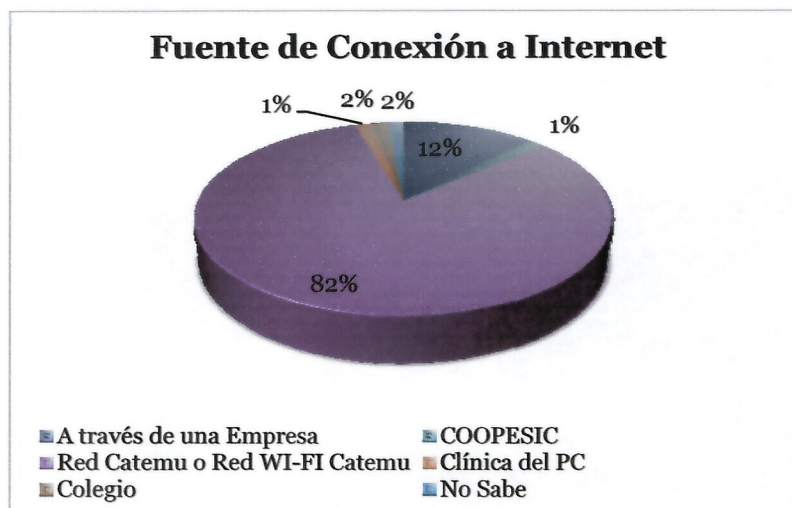


Gráfico 33: Fuente de Conexión a Internet

Del Gráfico 34, se desprende que el 50% de los hogares declaran que su conexión nunca se cae o se cae a veces y el complemento declara que casi nunca funciona bien o funciona muy mal. Es relevante el 23% de hogares que declara que su conexión “funciona muy mal” o “nunca funciona”



Gráfico 34: Funcionamiento de la Conexión a Internet

El 68% de los hogares encuestados declara no conocer la velocidad de su conexión, seguido por el 12% que dice contar con una velocidad de 256 Kbps o menos.

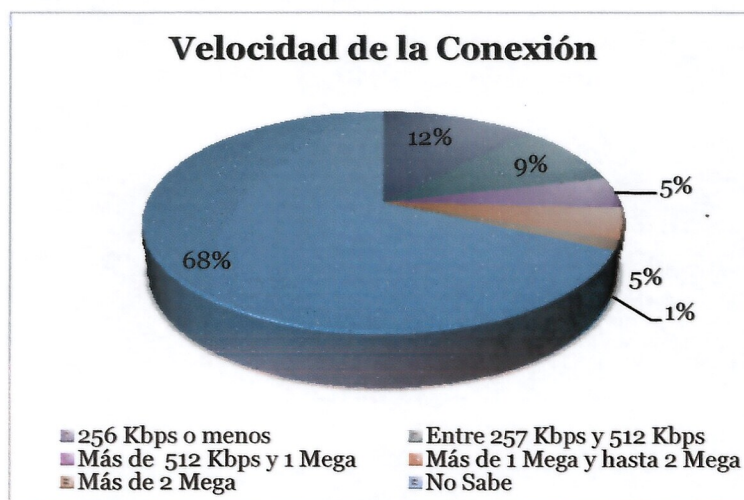


Gráfico 35: Velocidad de la Conexión a Internet

Dado que en muchos casos, las personas no conocen la velocidad de su conexión, como complemento también se pregunta sobre la percepción que tienen en términos de velocidad de su conexión en el hogar. De acuerdo a los resultados del Gráfico 36 el 38% de los hogares encuestados que cuentan con servicio de acceso a internet afirman que es muy lenta, seguido por el 33% que la define como “lenta”.

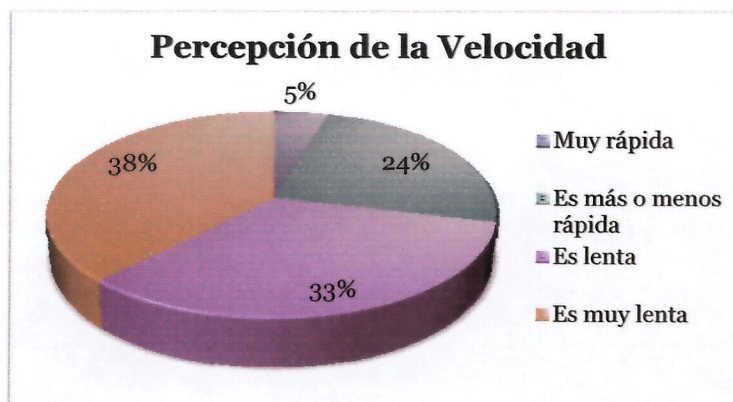


Gráfico 36: Percepción de la Velocidad de la Conexión a Internet

Usos de Internet en el Hogar

Además a **nivel de personas** se consultó sobre los usos de quiénes se conectan en el hogar. En el Gráfico 37, se observa que el 63% de los integrantes de los hogares que cuentan con acceso a internet utilizan dicho servicio.

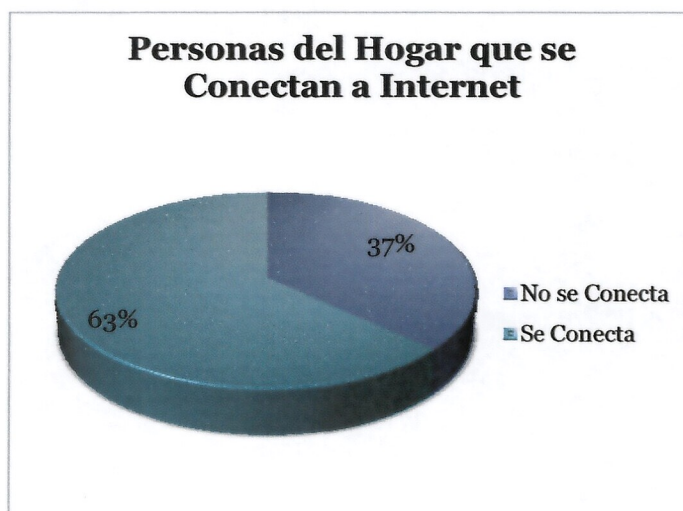


Gráfico 37: N° de Personas que se Conectan en el Hogar

La mayoría de las personas que se conectan (46%) suele hacerlo entre 1 y 3 horas diarias, seguido por el 39% que se conecta menos de 1 hora al día. Sólo el 2% de este grupo permanece conectado todo el día.

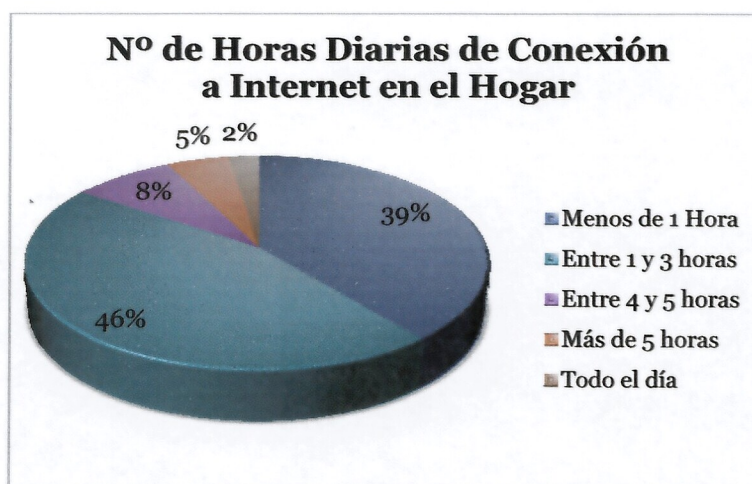


Gráfico 38: N° de Horas Diarias de Conexión a Internet (por persona)

Además de los hábitos, se preguntó sobre el principal uso al momento de conectarse a internet, obteniéndose como resultado el Gráfico 39, donde se observa que el 43% de las personas lo utiliza

principalmente para realizar tareas o estudiar, seguido por un 19% que lo utiliza para comunicarse con otras personas y un 16% que utiliza internet para obtener información.

Es destacable, que el porcentaje más bajo, lo tiene el uso de realizar trámites, que alcanza sólo el 1%.

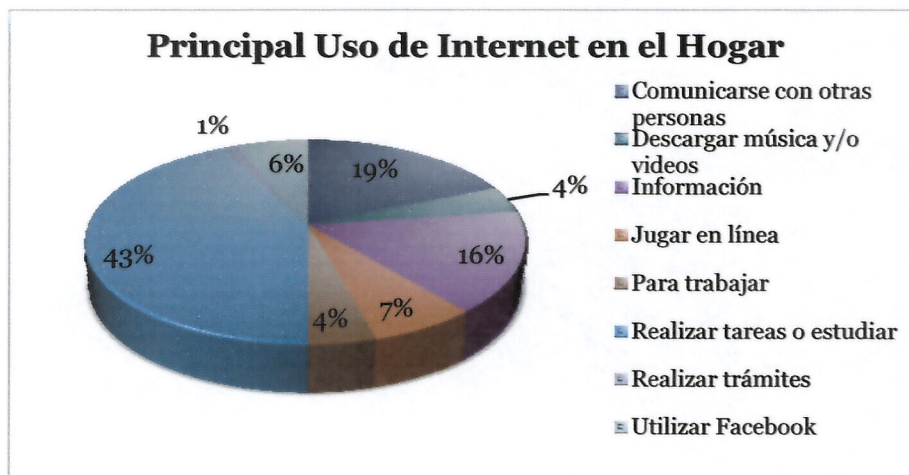


Gráfico 39: Principal Uso de Internet en el Hogar

Con el fin de no capturar sólo el uso principal, sino que varios de los usos que las personas de la comuna dan a internet, se solicitó enunciar 3 usos. En el Gráfico 40 se observa que los principales usos son realizar tareas o estudiar, junto a comunicación y seguido de la búsqueda de información. En cuarto lugar aparece como uso de internet el utilizar Facebook, red virtual que se posiciona por sobre usos relacionados a trámites o al ámbito laboral.

También es bajo el uso de hablar a través de internet, lo que podría significar una barrera a servicios como la voz sobre internet, dado el desconocimiento de las personas.

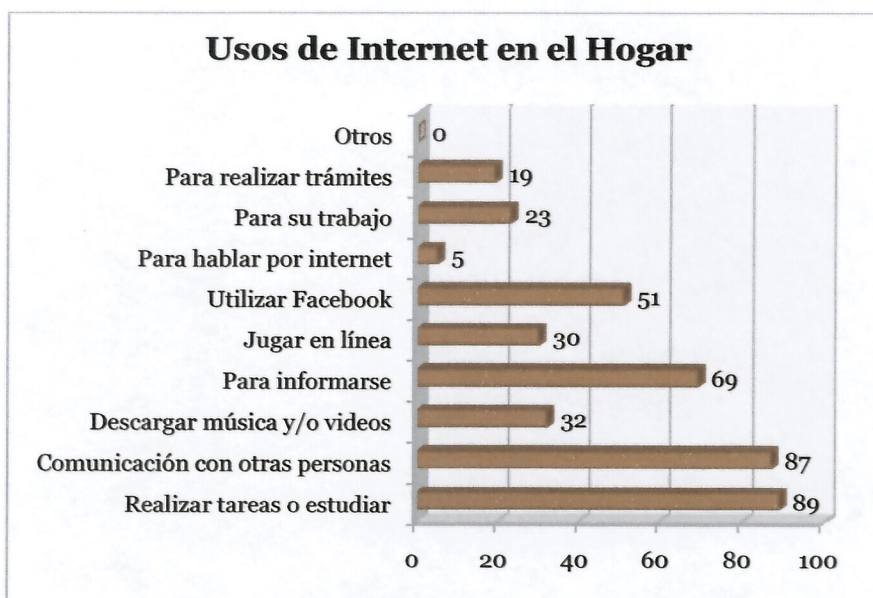


Gráfico 40: Usos de Internet en el Hogar

Gasto en TICs

Para analizar el gasto mensual de los hogares en servicios de telecomunicaciones, se debe comenzar por analizar el número de empresas de telecomunicaciones que se contratan en un hogar.

Para efectos de esta sección las categorías que se consideraron integrantes del gasto en TICs son: servicios de acceso a internet, telefonía fija, telefonía móvil (de todos los integrantes del hogar), televisión por cable y televisión satelital.

Del Gráfico 41, la mayoría de los hogares cuentan con la presencia de 3 empresas de telecomunicaciones en su hogar, sólo 3 hogares no tienen contratado ningún servicio de telecomunicaciones y el máximo número de empresas corresponde a 5, para 8 casos de los encuestados.

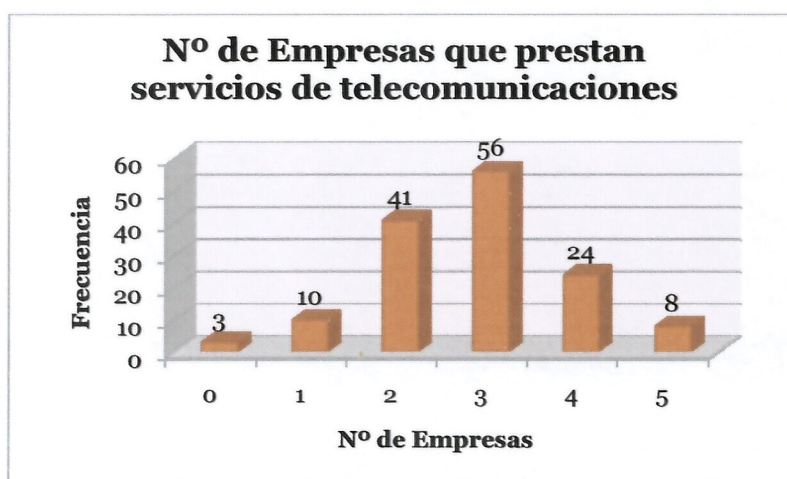


Gráfico 41: Nº de empresas que prestan servicios de telecomunicaciones, por Hogar

Al analizar la información anterior según quintiles, se observa que el quintil más pobre cuenta en su mayoría con 2 a 3 empresas de telecomunicaciones, tendencia que se repite hasta el quintil III. Sin embargo, no hay otro tipo de tendencia significativa a mencionar.

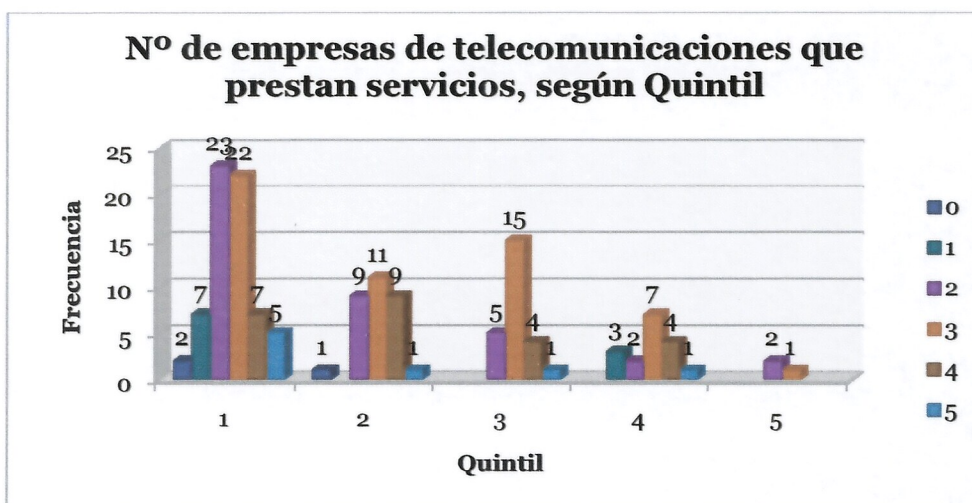


Gráfico 42: N° de empresas que prestan servicios de telecomunicaciones, por Hogar, según Quintil

Del Gráfico 43 se observa que 75 de los hogares encuestados (correspondientes al 53%) gasta entre \$5.000 y \$20.000 mensualmente en servicios de telecomunicaciones. Sólo el 6% gasta más de \$45.000 al mes.

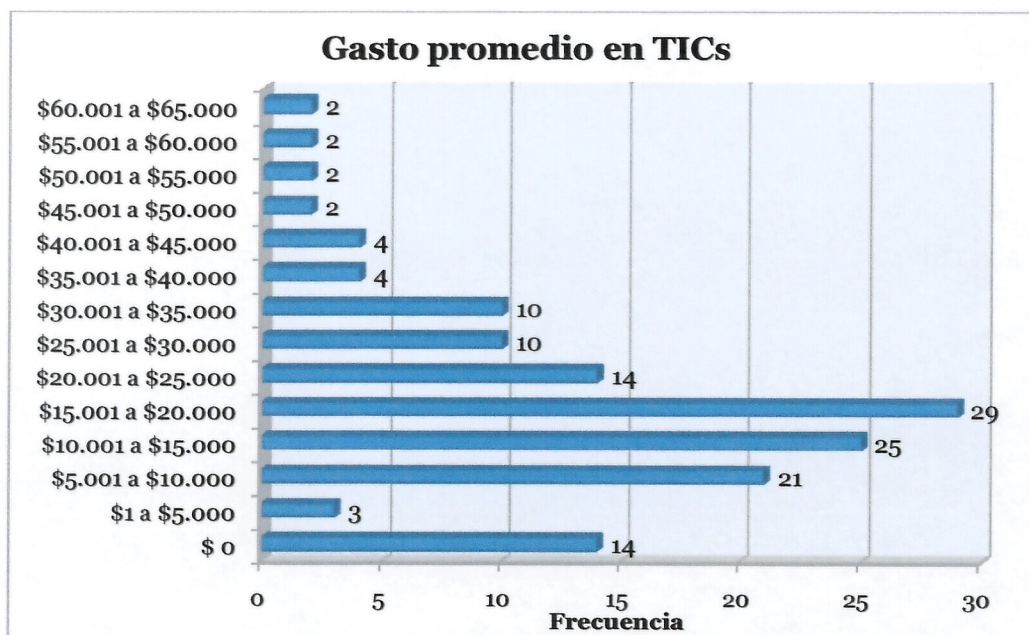


Gráfico 43: Gasto Promedio en TICs

Al revisar el gasto en TICs según quintil, es destacable el alto gasto en TICs por familias del primer quintil, donde un 52% de ellas gasta más de \$15.000 al mes y sólo un 15% declara que su gasto mensual es \$0.

En el caso del quintil II, el 58% de los hogares gasta entre \$5.001 y \$20.000 mensuales y en el caso del quintil III, el 52% gasta entre \$10.001 y \$20.000.

Por último, en los casos de los quintiles IV y V, se considera poco representativo el número de casos con los que se cuenta como para poder enunciar tendencias sobre gastos; aunque llama la atención el bajo gasto de la mayoría de los casos pertenecientes a estos grupos.

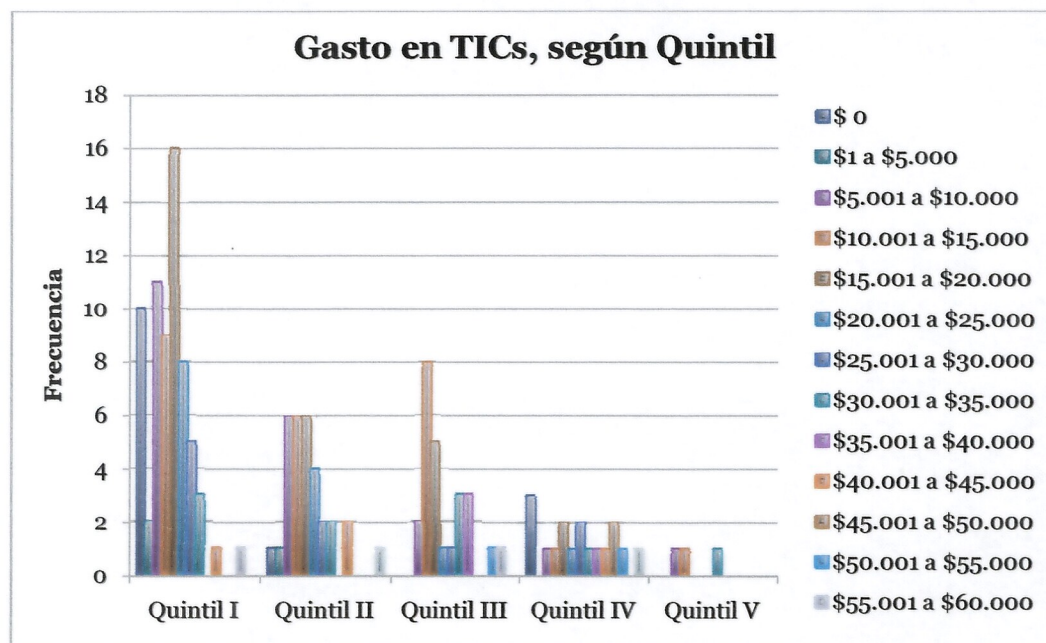


Gráfico 44: Gasto Promedio en TICs, según Quintil

Coopesic

A los entrevistados se les preguntó si es que conocían a la empresa proveedora de internet inalámbrico de los hogares de la comuna y el 26% declaró no saber, mientras que el 67% declara que corresponde a la I.Municipalidad de Catemu este rol y sólo el 3% de los encuestados declara que es Coopesic quien provee internet inalámbrico.

Estos datos, vuelven a justificar el bajo reconocimiento de marca por parte de la Cooperativa, dentro de los habitantes de la comuna de Catemu e incluso dentro de sus propios usuarios.

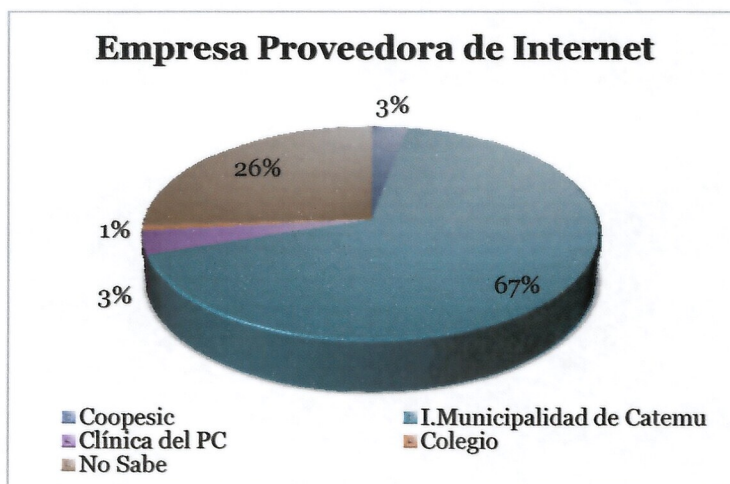


Gráfico 45: Empresa proveedora de Internet inalámbrico en la Comuna

Al consultar al 3% que reconoce a Coopesic, sólo el 75% de ellos (3 casos de 4) afirma conocer los requisitos para formar parte de la Cooperativa.

Además, se indagó sobre la participación de los integrantes del hogar en otro tipo de Cooperativas o en los Comités de Agua Potable Rural (APR), los resultados se exponen en el Gráfico 46.

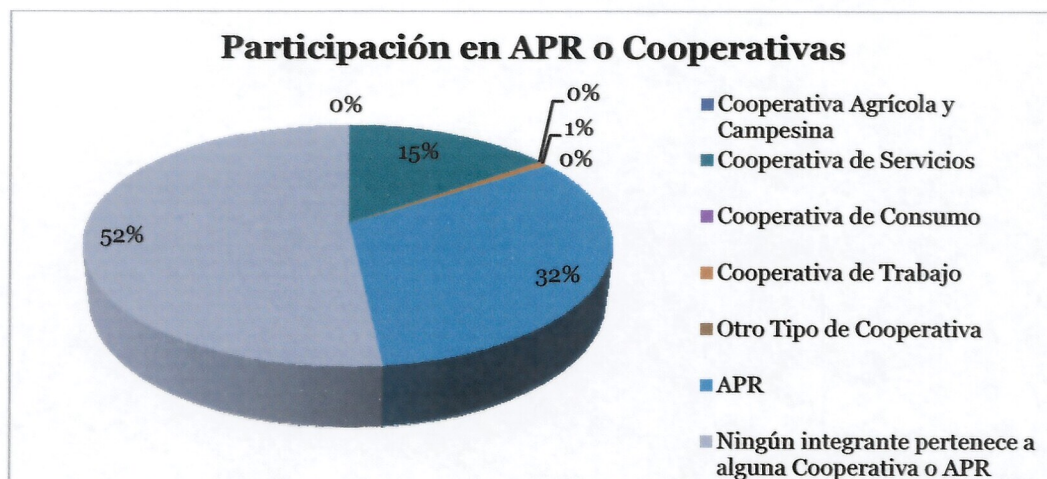


Gráfico 46: Participación en APR o Cooperativas

El 52% de los hogares encuestados no posee ningún integrante que participe en APR o Cooperativa, pero existe un complemento del 48% que sí conoce sobre cómo participar y la lógica del

Cooperativismo o a los APR (los cuales destacan con un 32% de participación); lo anterior representa una oportunidad para Coopesic en la búsqueda de su posicionamiento como Cooperativa Tecnológica.

Por otra parte, se consultó por los servicios de telecomunicaciones con los que les interesaría contar en el hogar, donde el servicio más mencionado resulta ser el de acceso a internet con 127 casos (89% de los hogares encuestados), seguido por un servicio de telefonía fija con 55 casos (39%)

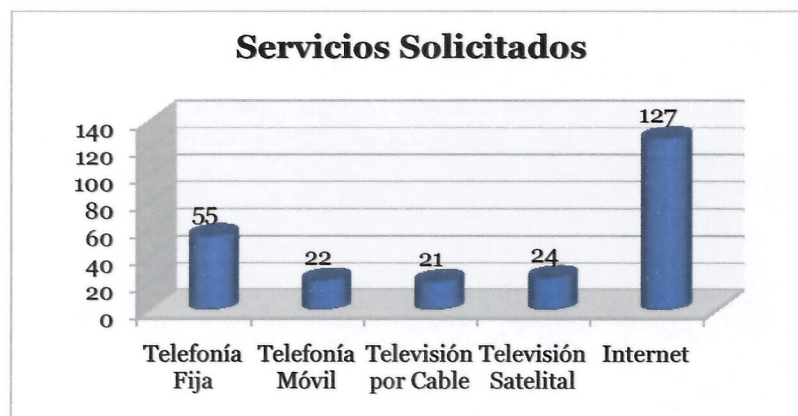


Gráfico 47: Servicios de Telecomunicaciones de Interés

Para el caso de internet, además se preguntó por la velocidad necesaria, donde 73 de los 127 casos (57%) no respondieron o declararon no saber la velocidad que necesitan en sus hogares, seguido por 22 entrevistados que declararon necesitar 2 megas en su hogar (17% de los hogares que solicitan internet)

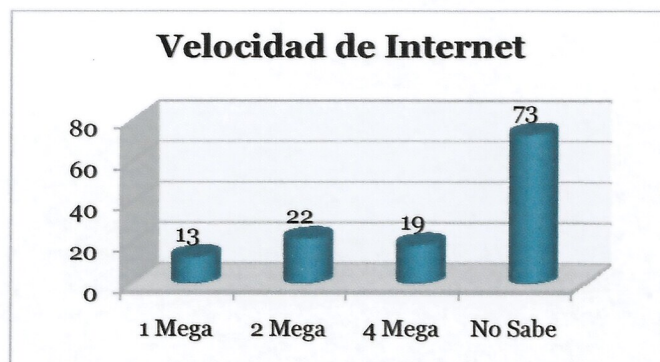


Gráfico 48: Velocidad de Internet requerida

En complemento a las preguntas anteriores, se consultó sobre la modalidad de contratación de los servicios, obteniendo los resultados del Gráfico 49, donde el 71% declara su preferencia por contratar los servicios y cancelar una única cuenta por los servicios de telecomunicaciones (paquetización de los servicios). Sólo un 8% de los hogares encuestados declara preferir una opción de prepago para contratar estos servicios.



Gráfico 49: Tipo de Contrato y cuenta para los servicios de interés

Por otra parte, para el caso de la telefonía, se consultó por la opción de un servicio de voz con movilidad sólo dentro de la comuna, a lo que los encuestados respondieron de forma positiva en un 65% de los casos.



Gráfico 50: Preferencia por Voz IP

Adicionalmente, se revisó la preferencia de este servicio por quintil, para observar si existen diferencias entre ellos, sin embargo de acuerdo a lo reflejado en el Gráfico 51, en todos los quintiles existe una amplia preferencia por este servicio (en general, las respuestas afirmativas duplican las negativas)

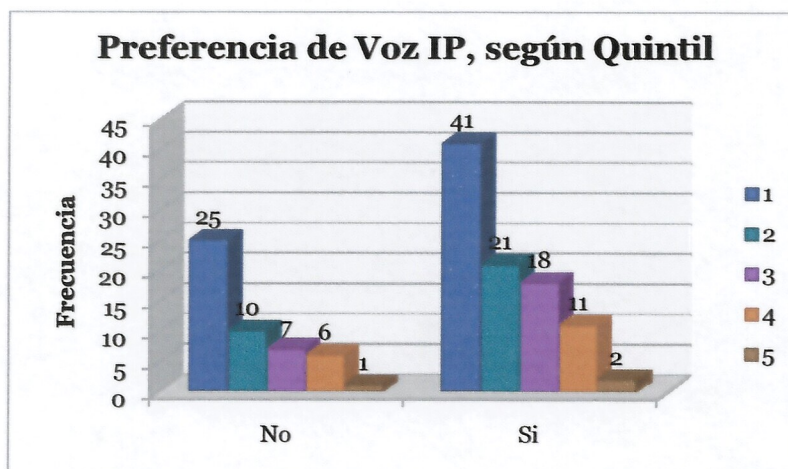


Gráfico 51: Preferencia de Voz IP, según Quintil

Además de las características del servicio y la modalidad de pago, se consultó en concreto sobre la disposición de pago por un servicio de internet. De acuerdo al Gráfico 52, la mayoría de los encuestados responde a una tarifa entre \$7.501 a \$10.000 (39,4% de los hogares encuestados). Tarifas superiores a la anterior, resultan poco factible a la realidad y demanda de la comuna.

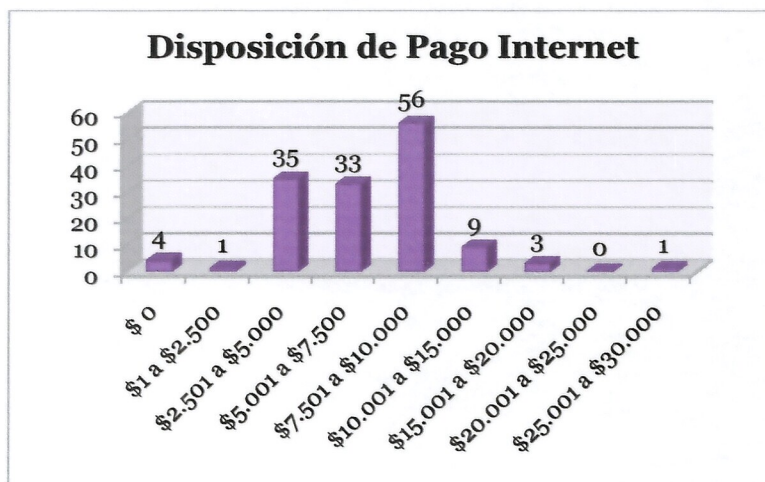


Gráfico 52: Disposición de Pago por Internet

Adicionalmente y con objeto de aplicaciones posteriores se construyeron elasticidades precio-demanda. Estos datos, pueden ser utilizados al contar con un modelo de demanda y querer obtener resultados concretos frente a diversas tarifas.

Valor Promedio	Elasticidad Precio-Demanda	Elasticidad Precio-Demanda Acumulada
\$ 0	2,8%	100,0%
\$ 2.500	5,6%	97,2%
\$ 5.000	42,3%	91,5%
\$ 7.500	1,4%	49,3%
\$ 10.000	38,7%	47,9%
\$ 12.500	2,1%	9,2%
\$ 15.000	4,2%	7,0%
\$ 17.500	0,0%	2,8%
\$ 20.000	2,1%	2,8%
\$ 22.500	0,0%	0,7%
\$ 25.000	0,0%	0,7%
\$ 27.500	0,0%	0,7%
\$ 30.000	0,7%	0,7%

Tabla 3: Elasticidades precio demanda del servicio de Internet

De la Tabla 3 se observa el cambio sustancial al pasar desde una tarifa de \$7.500 a \$5.000, donde de los interesados en el servicio el 91,5% estaría dispuesto a pagar \$5.000.

También se reafirma el hecho de que cobrar tarifas superiores a los \$10.000 no tiene sentido, ya que la demanda sería muy baja.

Por último, se analiza la disposición de pago a nivel de quintil, donde en todos los quintiles la disposición de pago se encuentra mayormente entre los \$7.501 y los \$10.000

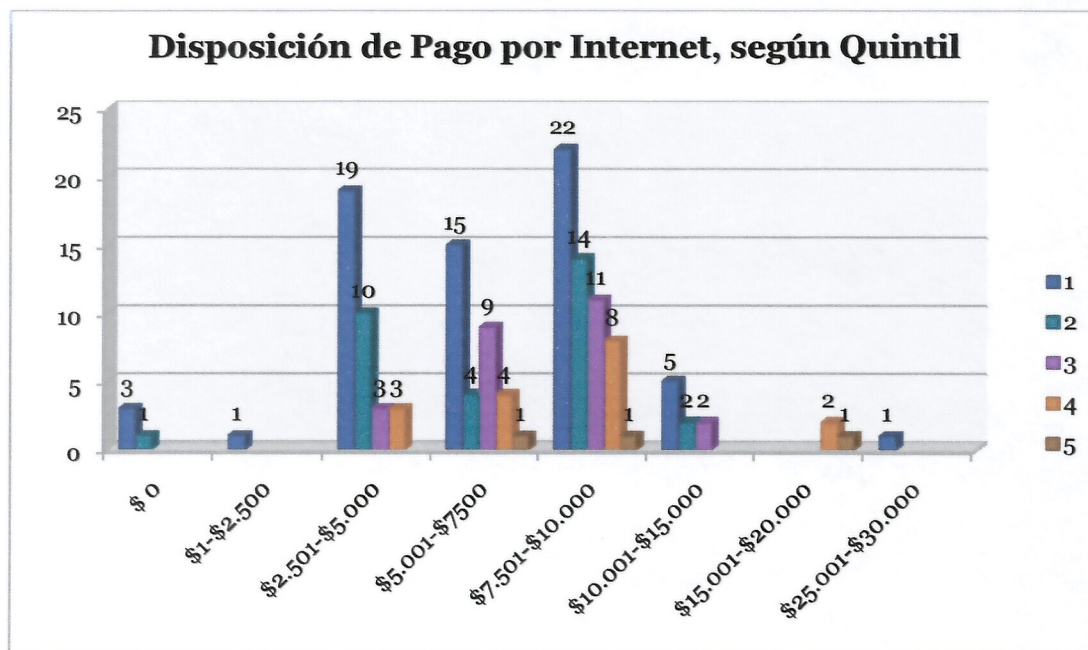


Gráfico 53: Disposición de Pago por Internet, según Quintil

Testeo de Nuevos Servicios

Esta última sección explora los posibles servicios u aplicaciones que puede ofrecer Coopesic en complemento al servicio de acceso a internet.

De lo que se observa del Gráfico 54, en temas relacionados a la educación de los hijos del hogar, el servicio más solicitado fue el de cursos de capacitación (reforzamiento escolar) que tiene 29 preferencias (56% de los hogares), seguido por servicios asociados a disponer las notas online, citaciones a reuniones y horarios de clases.

Dadas las necesidades presentadas, se podría trabajar en una solución que integre todas las aplicaciones anteriores, de acuerdo con las Escuelas de la comuna.

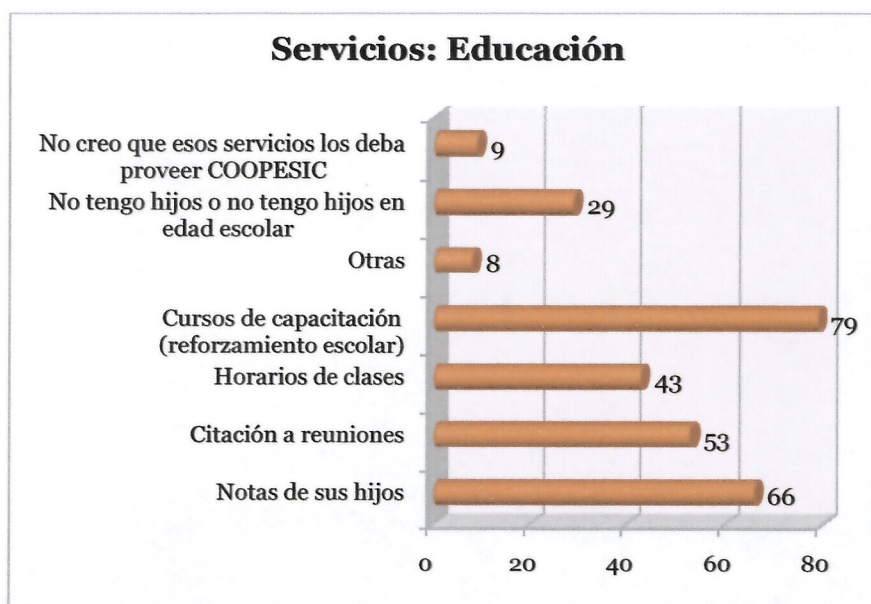


Gráfico 54: Servicios de Interés en el ámbito de la Educación

En el ámbito laboral, el servicio más requerido es la bolsa de trabajo con 74 preferencias (52% de los hogares) , seguido por la publicación de avisos de compra y venta (57 preferencias, correspondiente al 40%). Ambos servicios se caracterizan por ser “auto administrables” por parte de los usuarios de la red, en comparación a otros servicios que si requieren de un administrador o personal que esté pendiente de nueva información (por ejemplo, en el caso de difusión de fondos concursables o compra de insumos).

Sólo el 17% de los hogares tiene interés en información agroclimática, porcentaje que se entiende ya que es un servicio enfocado a un nicho específico.

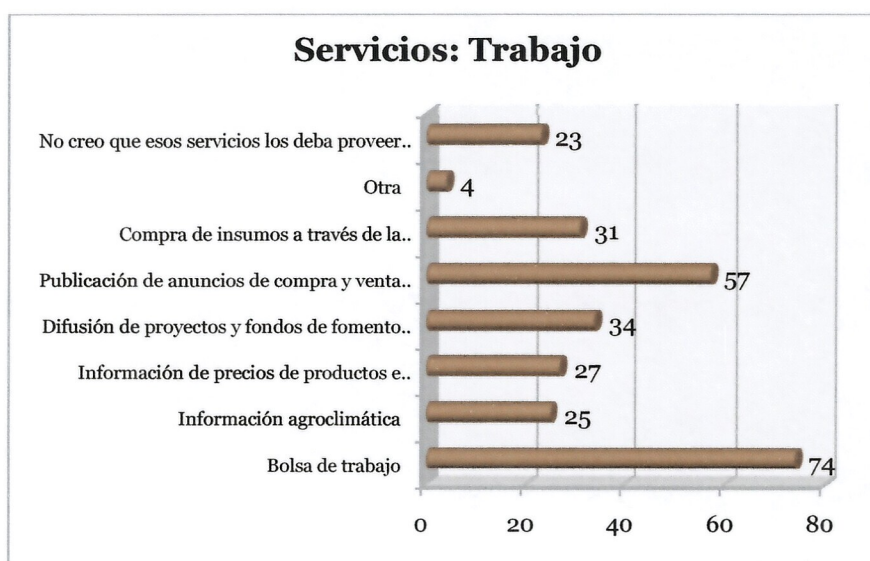


Gráfico 55: Servicios de Interés en el ámbito Laboral

Desde el ámbito social, se observa en el Gráfico 56 que los hogares prefieren en un 80% tener acceso a información municipal a través de un portal, seguido por la información para acceder a beneficios y subsidios estatales con un 70% de las preferencias. Ambas aplicaciones, requieren de un diseño inicial en el portal de Coopesic y un/a encargado/a asociado a la recopilación de información

Por otra parte un 55% de los hogares también se inclina a poder acceder a capacitaciones por internet, lo que implicaría un levantamiento de necesidades, diseño metodológico e instruccional junto a su correspondiente visualización en la red. Este servicio puede ser una opción de valor agregado a al red, incluso a cobrarse de forma separada.

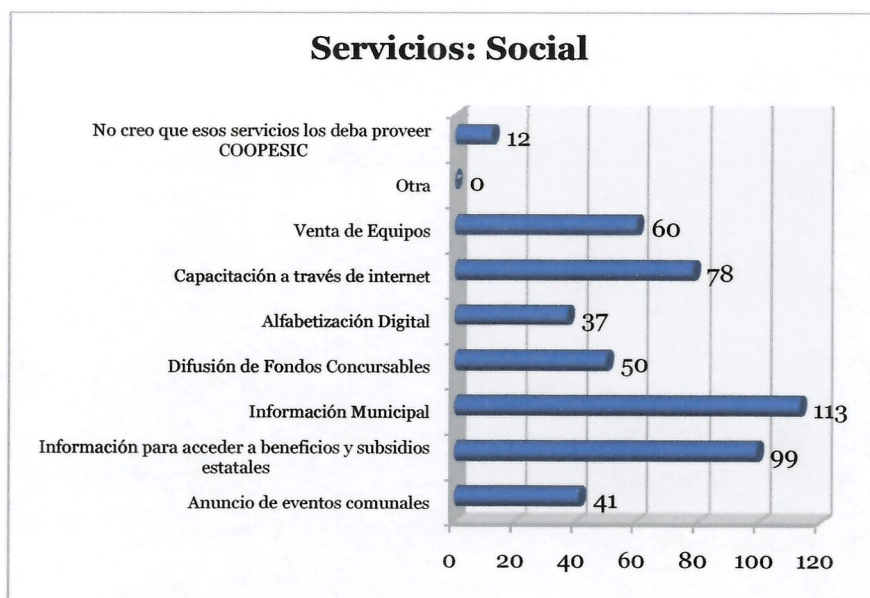


Gráfico 56: Servicios de Interés en el ámbito Social

Por último, se consultó a cada hogar cuánto estarían dispuestos a pagar por el servicio de acceso a internet más las aplicaciones seleccionadas en los ámbitos de educación, laboral y social.

De acuerdo a los resultados del Gráfico 57, se puede observar que la disposición de pago aumenta con respecto al servicio de acceso a internet sin aplicaciones y el 30% de los encuestados declara estar dispuesto a cancelar entre \$10.001 a \$15.000, seguido por un 27% que se encontraría dispuesto a cancelar entre \$7.501 a \$10.000.

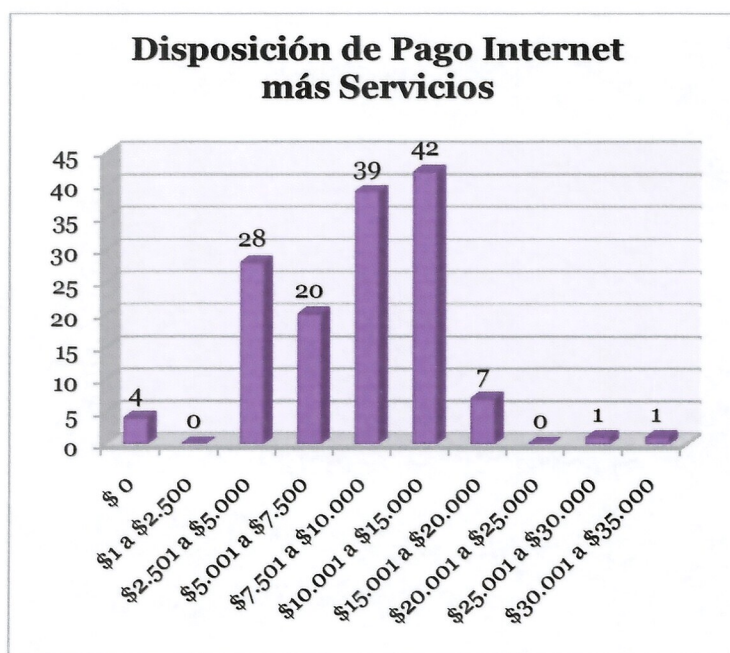


Gráfico 57: Disposición de Pago de Internet más Servicios

Al igual que en el caso anterior, se construyeron elasticidades precio-demanda, que pueden ser utilizadas al momento de trabajar con un modelo de demanda por acceso a internet más un set de aplicaciones.

Valor Promedio	Elasticidad Precio-Demanda	Elasticidad Precio-Demanda Acumulada
\$ 0	2,8%	100,0%
\$ 2.500	4,9%	97,2%
\$ 5.000	26,8%	92,3%
\$ 7.500	15,5%	65,5%
\$ 10.000	14,1%	50,0%
\$ 12.500	26,8%	35,9%
\$ 15.000	3,5%	9,2%
\$ 17.500	2,1%	5,6%
\$ 20.000	2,1%	3,5%

Valor Promedio	Elasticidad Precio-Demanda	Elasticidad Precio-Demanda Acumulada
\$ 22.500	0,0%	1,4%
\$ 25.000	0,0%	1,4%
\$ 27.500	0,0%	1,4%
\$ 30.000	1,4%	1,4%

Tabla 4: Elasticidades precio demanda del servicio de Internet más Aplicaciones

De la Tabla 4, se observa que ya no existe el aumento tan sustancial como en el caso de las elasticidades anteriores, se observa que con una tarifa de \$10.000 sólo el 50% de los interesados estaría dispuestos a pagar por el servicio, mientras que por una tarifa de \$7.500 el 65,5% compraría el servicio y por \$5.000 este porcentaje aumentaría al 92,3%

De lo anterior, se desprende que se podría decidir entre un servicio sólo de internet por \$5.000 versus una tarifa de \$7.500 por un servicio de acceso a internet más aplicaciones.

Por último, también se revisaron las disposiciones de pago según quintiles, donde en el caso del primer quintil la moda se encuentra en una tarifa entre \$2.501 y \$5.000, mientras que en el quintil II se encuentra en una tarifa entre \$7.501 y \$10.000 y en la caso de los quintiles III y IV la moda de la disposición de pago sube al intervalo entre \$10.001 a \$15.000.

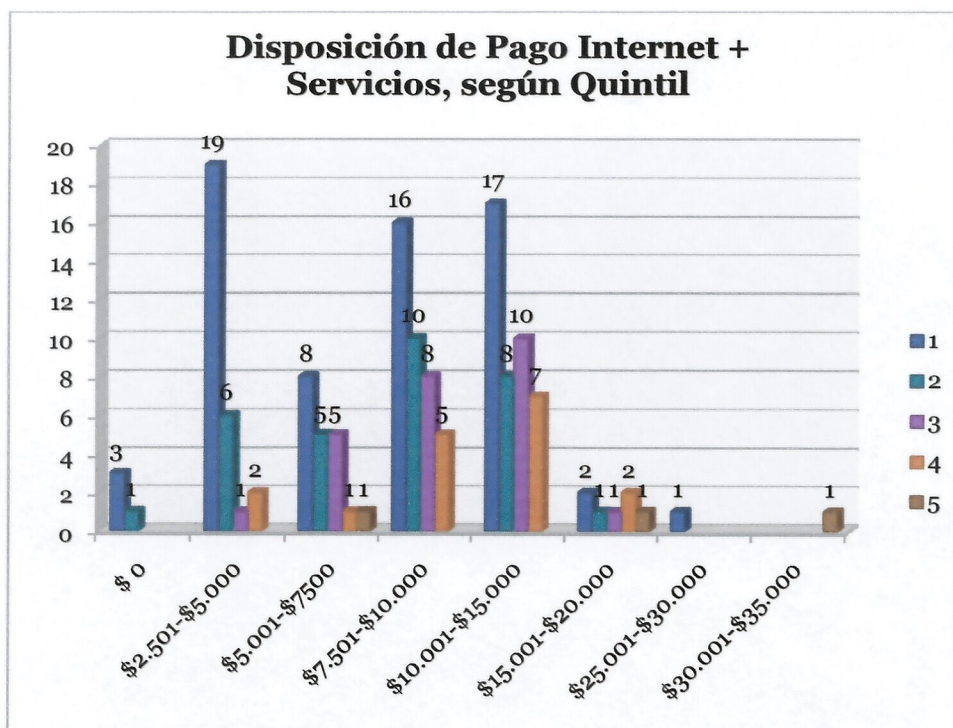


Gráfico 58: Disposición de Pago Internet más Servicios, según Quintil

Conclusiones y Recomendaciones

Del estudio cuantitativo sobre la comuna de Catemu y la red Coopesic se puede afirmar que:

1. El 59,4% de la población se encuentra entre 19 a 55 años, donde las personas que trabajan lo realizan en un 72% dentro de la comuna de Catemu, lo que representa una oportunidad en el desarrollo de servicios y posibles aplicaciones.
2. Un dato relevante a considerar es el ingreso promedio mensual de los hogares, donde el 41,5% se posiciona entre los \$150.001 y los \$200.000.
3. En contraposición a los bajos ingresos y por lo tanto, pertenencia a los quintiles I o II, un alto número de hogares posee computador (70%) y sólo al 17% de quienes no cuentan con un computador se declaran como no interesados en su adquisición. Además, el 43,6% de los hogares ha adquirido su computador en los últimos 2 años, lo que coincide con el inicio de la red Coopesic.
4. 66% de los hogares que tienen computador, cuentan con acceso a Internet, donde el 88% lo realiza a través de la red Coopesic, pero sólo el 1,5% la reconoce, mientras que el 82% declara que el proveedor del servicio de acceso a internet es la I.Municipalidad de Catemu; lo anterior genera un problema de identidad y dificulta el posicionamiento de la marca Coopesic, por lo que la estrategia de marketing debería ir asociada a un relanzamiento y una clara estrategia de posicionamiento separada de la Municipalidad.
5. A pesar de que las personas en general no conocen la velocidad con la que navegan, el 71% tiene una percepción de que es lenta o muy lenta. Lo cual reafirma la necesidad de mejorar la calidad de servicio de la red.
6. Los principales usos de internet son: para realizar tareas o estudiar (43%), con fines de comunicarse (19%) y para la búsqueda de información (16%)
7. Al consultar a todos los entrevistados (tanto los que acceden a internet, como quienes no) sólo el 3% reconoce a Coopesic como proveedor de servicio de internet inalámbrico en la comuna versus un 67% que reconoce a la I.Municipalidad de Catemu como proveedora del servicio, lo que reafirma la conclusión n°4
8. A favor de un proceso de reinversión de Coopesic, está a su favor que en un 48% de los hogares encuestados tiene al menos un integrante que participa de Cooperativas o APR.
9. Existe una respuesta afirmativa al servicio de voz ip, a cancelar todos los servicios en una cuenta única, contratar internet aunque sin colocar requisito sobre la velocidad.
10. Dentro de los servicios complementarios altamente demandados, se encontrarían:
 - a. Educación: cursos de capacitación y notas de los hijos en línea
 - b. Trabajo: bolsa laboral, servicio de compra y venta estilo mercado libre
 - c. Social: información municipal y información sobre beneficios y subsidios estatales.
11. Sobre la disposición de pago, se puede afirmar que por el servicio de internet desnudo con una tarifa de \$5.000 el 91,5% estaría dispuesto a cancelar dicho monto. En cambio, al contar con un

servicio de internet más aplicaciones, el 65,5% de los interesados, estaría dispuesto a cancelar \$7.500

Anexos

Anexo N° 1: "Formulario de Encuesta"

ENTREVISTA: ACCESO, USO Y USUARIOS DE LA RED COOPESIC	
Buenos días/tardes. Mi nombre es _____ y nos encontramos trabajando para el Estudio del Ministerio de Agricultura con la I. Municipalidad de Catemu. Estamos realizando un estudio para conocer qué usos hacen de Internet las personas en la comuna de Catemu y los resultados de COOPESIC Es de gran interés para nosotros conocer su opinión, ya que nos encontramos revisando las condiciones de los servicios actuales y desde ya le estamos agradecidos por su participación.	
DATOS DE IDENTIFICACION DEL HOGAR	
Fecha entrevista:	FOLIO:
Dirección:	
Localidad:	Comuna: CATEMU
ENCUESTADO	
Nombre:	
Nombre:	
NOMBRE ENCUESTADOR	
Nombre:	RUT:
OBSERVACIONES	

15 o más años					
¿En qué situación ocupacional se encuentra actualmente?	Categoría ocupacional (A trabajadores)	9.A. ¿Cuál es su oficio o profesión?, 9.B. ¿A qué área se dedica la empresa para la cual trabaja? (por ejemplo minería, agrícola, ganadera)	¿Dónde realiza su actividad principal?	¿Quién es el sostenedor económico principal del hogar?	
1. Trabaja de manera Dependiente 2. Trabaja de manera Independiente Alt. 1 y 2 → Pase a P.8 3. Cesante 4. Busca trabajo por 1ª vez 5. Dueña de casa 6. Estudia 7. Jubilado/montepiado 8. Otro. Especifique Alt.3 a 8 → Pase a P.12	1. Dueño de gran empresa 2. Dueño de mediana empresa 3. Dueño de pequeña empresa 4. Directivo o gerente 5. Profesional universitario 6. Técnico universitario 7. Técnico no universitario 8. Empleado u obrero 9. Servicio doméstico 10. FF.AA. y de Orden 11. Otro. Especifique	1. Agropecuario-Silvícola 2. Pesca 3. Minería 4. Industria Manufacturera 5. Construcción 6. Comercio, Restaurantes y Hoteles 7. Transporte y Comunicaciones 8. Servicios Financieros 9. Servicios Personales (Educación, salud) 10. Administración Pública 11. Otra. Especifique	1. En su casa 2. Fuera de su casa, dentro de la Comuna de Catemu 3. Fuera de su casa, fuera de la Comuna de Catemu 4. En diversos lugares	1. Si lo es 2. Si NO lo es	
7	8	9.A. Oficio	9.B. Actividad	10	11
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					

6 o más años					
10					

[illegible]

DEMANDA DE SERVICIOS

7. ¿Tiene computador en el hogar?
- ☐ Si → **Pase a P.22**
 - ☐ No
8. ¿Le interesa tener un computador? ¿Preferiría un portátil (notebook) o computador de escritorio (tradicional)?
- ☐ Notebook
 - ☐ Tradicional
 - ☐ No le interesa tener un computador → **Pase a P.33**
9. ¿En qué rango de precios cree que Ud. podría comprar un computador?
- ☐ 50.000 y 100.000 pesos
 - ☐ 100.001 y 150.000 pesos
 - ☐ 150.001 y 200.000 pesos
 - ☐ 200.001 y 250.000 pesos
 - ☐ 250.001 y 300.000 pesos
 - ☐ 300.001 y 350.000 pesos
 - ☐ 350.001 y 400.000 pesos
 - ☐ Más de 400.000 pesos
 - ☐ Le interesa tener un computador, pero no pagar por él
10. ¿Estaría dispuesto a comprar el computador en cuotas? ¿En cuántas cuotas?
- ☐ 6 cuotas mensuales
 - ☐ 12 cuotas mensuales
 - ☐ 18 cuotas mensuales
 - ☐ 24 cuotas mensuales
 - ☐ 36 cuotas mensuales
 - ☐ No le interesa comprar un computador en cuotas
11. Si tuviera computador en su hogar ¿Le interesaría tener conexión a Internet?
- ☐ Sí → **Pase a P.33**
 - ☐ No → **Pase a P.33**
12. ¿Qué tipo de PC tiene y cuántos de cada tipo? (Anote cero, si no tiene)
- Escritorio (Tradicional) → ¿Cuántos? _____
 - Portátil (Notebook) → ¿Cuántos? _____
23. ¿El PC fue comprado al contado o a crédito?
- ☐ Al contado
 - ☐ A crédito ¿Cuántas cuotas? _____
 - ☐ El PC no fue comprado (fue un regalo, donación, etc)
24. ¿Hace cuanto tiempo cuenta con PC y/o notebook en su hogar?
(Anote el número de años, si es menos de uno anote sólo número de meses)
- Años: _____ Meses: _____
25. ¿Tiene acceso a Internet en el hogar?
- ☐ Si
 - ☐ No → **Pase a P.33**
26. La conexión a Internet en su hogar es a través de:
- ☐ COOPESIC
 - ☐ Red Catemu o Red Wi-Fi Catemu
 - ☐ A través de una empresa
 - ☐ No sabe
 - ☐ Otro tipo: vecino, colegio, etc.
Especifique: _____
27. La conexión a Internet que tiene en su hogar:
- ☐ Nunca se cae (nunca deja de funcionar)
 - ☐ Se cae a veces (a veces deja de funcionar)
 - ☐ Casi nunca funciona bien (casi siempre se cae)
 - ☐ Funciona muy mal (casi nunca funciona)
28. Sea que tenga o no un contrato de Internet, ¿me puede indicar cuál es la velocidad de su conexión?
- ☐ 256 Kbps o menos
 - ☐ Entre 257 Kbps y 512 Kbps
 - ☐ Más de 512 Kbps y 1 Mega
 - ☐ Más de 1 Mega y hasta 2 Mega



5. ☐ Más de 2 Mega
6. ☐ No sabe

1. ☐ Muy rápida
2. ☐ Es más o menos rápida
3. ☐ Es lenta
4. ☐ Es muy lenta

29. De acuerdo a su percepción sobre la velocidad de la conexión que tiene en su hogar, considera Ud. que es:

30. ¿Quiénes se conectan a Internet en el hogar? <i>(Anote nombre de pila de cada integrante que se conecta en el hogar, al igual que la Pregunta 1)</i>		31. ¿Cuántas horas los miembros de su familia están en promedio conectados a Internet? 1. Menos de 1 hora al día 2. Entre 1 y 3 horas al día 3. Entre 4 y 5 horas al día 4. Más de 5 horas al día 5. Todo el día están conectados (Más de 12 horas al día)	32. ¿Con qué fines usa mayormente Internet? (puede marcar hasta tres priorizadas) 1. Para realizar tareas o estudiar 2. Para tener comunicación con otras personas (telefonía IP, correo electrónico, chatear) 3. Para descargar música y/o videos (Películas) 4. Para informarse (leer diarios, buscar información, etc) 5. Para jugar en línea 6. Para utilizar Facebook 7. Para hablar por internet (telefonía IP) 8. Para su trabajo (comercio electrónico, cotizar, comprar, vender productos, publicidad de su negocio) 9. Para realizar trámites (SII, Chilecompra, para pagar cuentas, bancos, reserva de horas, etc.) 10. Otros (Especifique)		
Nº	Nombre	31	32.a	32.b	32.c

I. GASTO EN TICS

33. Completar con el nombre de la Empresa que provee el servicio

34. Completar el monto que gasta mensualmente en cada servicio de acuerdo a la Empresa mencionada

35. Total de la cuenta por Empresa

Empresa:	33.1.	33.2	33.3	33.4	33.5
Internet	\$	\$	\$	\$	\$
Teléfono Fijo	\$	\$	\$	\$	\$
Teléfono Móvil 1	\$	\$	\$	\$	\$
Teléfono Móvil 2	\$	\$	\$	\$	\$
Teléfono Móvil 3	\$	\$	\$	\$	\$
Televisión por Cable	\$	\$	\$	\$	\$
Televisión Satelital	\$	\$	\$	\$	\$
Otro	\$	\$	\$	\$	\$
35. Total Cuenta por Empresa	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____

IV.
COOPESIC Y NUEVOS PRODUCTOS

36. ¿Conoce quién provee internet inalámbrico a los hogares de la comuna?

1. ☐ COOPESIC
2. ☐ I. Municipalidad de Catemu → **Pase a P.38**
3. ☐ Clínica del PC → **Pase a P.38**
4. ☐ Otro. Especifique: _____ → **Pase a P.38**
5. ☐ No Sabe → **Pase a P.38**

37. ¿Conoce los requisitos para formar parte de esta Cooperativa?

1. ☐ Si
2. ☐ No

38. ¿Algún integrante del hogar es socio de alguna Cooperativa o APR?

1. ☐ Cooperativa Agrícola y Campesina. Especifique: _____
2. ☐ Cooperativa de Servicios. Especifique: _____
3. ☐ Cooperativa de Consumo. Especifique: _____
4. ☐ Cooperativa de Trabajo. Especifique: _____
5. ☐ Otro tipo de Cooperativa. Especifique: _____
6. ☐ APR. Especifique: _____
7. ☐ Ningún integrante del hogar es socio de alguna Cooperativa o APR

39. Con qué otros servicios les gustaría contar (puede marcar más de una)

1. ☐ Telefonía Fija
2. ☐ Telefonía Móvil
3. ☐ Televisión por Cable
4. ☐ Televisión Satelital
5. ☐ Internet, Velocidad: _____
6. ☐ Otro. Especifique: _____

40. ¿Le gustaría pagar los servicios anteriormente seleccionados, en una única cuenta en cuentas separadas o a través de prepago?

1. ☐ Cuenta única
2. ☐ Cuentas separadas
3. ☐ Opción de Prepago (Tarjetas)

41. Para el caso de telefonía ¿Se interesaría por un servicio de voz, con cobertura sólo dentro de la comuna? (fuera de la comuna, no se podría ubicar al interesado)

1. ☐ Si
2. ☐ No

42. Frente a estas condiciones, y considerando sólo los servicios de internet y voz dentro de la comuna ¿Estaría dispuesto a pagar mensualmente \$9.990 por el servicio anteriormente descrito?

1. ☐ Si → **Pase a P.44**
2. ☐ No

43. Frente a estas condiciones ¿Estaría dispuesto a pagar mensualmente \$5.990 por el servicio anteriormente descrito?

1. ☐ Si → **Pase a P.45**
2. ☐ No → **Pase a P.45**

44. Frente a estas condiciones ¿Estaría dispuesto a pagar mensualmente \$14.990 por el servicio anteriormente descrito?

1. ☐ Si
2. ☐ No

45. ¿Cuánto es lo máximo que está dispuesto a pagar por el servicio anteriormente descrito anteriormente?

\$ _____

46. A los padres ¿Qué información o servicios de tipo educativo le gustaría recibir mediante la red COOPESIC? (puede marcar más de una opción)

1. ☐ Notas de sus hijos
2. ☐ Citación a reuniones
3. ☐ Horarios de clases
4. ☐ Cursos de capacitación (reforzamiento escolar)
5. ☐ Otra. Especifique: _____
6. ☐ No tengo hijos o no tengo hijos en edad escolar

7. ☐ No creo que esos servicios los deba proveer COOPESIC

47. ¿Qué servicios relacionados al trabajo de los integrantes del hogar les interesaría recibir a través de la red COOPESIC? (puede marcar más de una opción)

1. ☐ Bolsa de trabajo
2. ☐ Información agroclimática
3. ☐ Información de precios de productos e insumos agrícolas
4. ☐ Difusión de proyectos y fondos de fomento productivo
5. ☐ Publicación de anuncios de compra y venta (tipo Mercado Libre)
6. ☐ Compra de insumos a través de la Cooperativa de forma colectiva
7. ☐ Otra. Especifique: _____
8. ☐ No creo que esos servicios los deba proveer COOPESIC

48. ¿Qué servicios relacionados a la vida social de los integrantes del hogar les interesarían recibir a través de la red COOPESIC? (puede marcar más de una opción)

1. ☐ Anuncio de eventos comunales
2. ☐ Información para acceder a beneficios y subsidios estatales
3. ☐ Información Municipal (permisos de circulación, reserva de horas médicas e interconsultas, certificados de organizaciones, etc)
4. ☐ Difusión de Fondos Concursables
5. ☐ Alfabetización Digital
6. ☐ Capacitación a través de internet
7. ☐ Venta de Equipos (PC, Cámaras Fotográficas y otros, a mejores condiciones que las del mercado)
8. ☐ Otra. Especifique: _____
9. ☐ No creo que esos servicios los deba proveer COOPESIC

49. Frente a estas condiciones y considerando los contenidos antes seleccionados, junto a los servicios de Internet y voz dentro de la comuna ¿Estaría dispuesto a pagar mensualmente \$11.990 por el servicio anteriormente descrito?

1. ☐ Sí →Pase a P.51
2. ☐ No

50. Frente a estas condiciones ¿Estaría dispuesto a pagar mensualmente \$7.990 por el servicio anteriormente descrito?

3. ☐ Sí →Pase a P. 52
4. ☐ No →Pase a P.52

51. Frente a estas condiciones ¿Estaría dispuesto a pagar mensualmente \$16.990 por el servicio anteriormente descrito?

1. ☐ Sí
2. ☐ No

52. ¿Cuánto es lo máximo que está dispuesto a pagar por el servicio anteriormente descrito?

\$ _____

VI. CARACTERIZACION DEL HOGAR

53. ¿Cuál es el ingreso promedio mensual de su hogar, considerando a todos los integrantes del hogar que perciben renta?

1. ☐ Entre \$0 y \$150.000
2. ☐ Entre \$150.001 y \$250.000
3. ☐ Entre \$250.001 y 500.000
4. ☐ Entre \$500.001 y \$750.000
5. ☐ Entre \$750.001 y \$1.000.000
6. ☐ Entre \$1.000.001 y \$1.500.000
7. ☐ Entre \$1.500.001 y \$2.500.000
8. ☐ Más de \$2.500.000

Anexo N° 2: "Manual del Encuestador"

Este documento, pretende ser una ayuda para el encuestador, de forma previa al trabajo de campo; con objeto de contar con definiciones sobre las preguntas y alcances de la encuesta, junto a aspectos operativos.

1. Introducción sobre COOPESIC

La Cooperativa de Servicios Locales de Información y Comunicaciones Coopesic Catemu Ltda, se ha conformado con el propósito de facilitar y proveer a sus asociados el acceso y consumo de información y comunicaciones, mediante el diseño, desarrollo e implementación de soluciones tecnológicas y la administración y gestión de redes inalámbricas de comunicaciones.

Actualmente Coopesic administra la Red Inalámbrica de Acceso a Internet y una Red Intranet con servicios para la agricultura y aplicaciones sociales.

El acceso a estos servicios por ahora es gratuito para sus usuarios debido a que se encuentra en período de marcha blanca, no obstante, en los próximos meses se procederá a inscribir a los interesados para formar parte de Coopesic como socios. Por ahora, sólo los socios podrán continuar recibiendo el servicio actual.

2. Consideraciones Generales

La presente encuesta se enfoca en los hogares de la comuna de Catemu, se espera que el entrevistado sea el/la jefe/a de hogar, en caso de no encontrarse la entrevista podría realizarse a su cónyuge o familiar cercano mayor de 18 años.

Dado que algunas secciones se relacionan a usos o a conocer en mayor detalle el comportamiento de cada uno de los miembros del hogar, resulta recomendable que la entrevista sea realizada al jefe de hogar y a uno de sus hijos (o quién sea uno de los principales usuarios de internet).

Es indispensable, comenzar por registrar el número de integrantes del hogar y los nombres de cada uno de ellos. Se recomienda a lo largo de la encuesta consultar por cada uno de los integrantes por su nombre, ya que provoca un efecto de cercanía en los encuestados.

Identificación del Hogar

La primera hoja del cuestionario, debe ser completada al comienzo y al final de cada entrevista:

- Al comienzo, completar con:
 - Fecha entrevista
 - Folio: compuesto por el número de localidad y dos dígitos adicionales correspondientes a un número correlativo⁹
 - Dirección (dato indispensable para próximas encuestas)

⁹ Los números asociados a cada localidad y el número de encuestas por localidad se encuentra en el Anexo 1

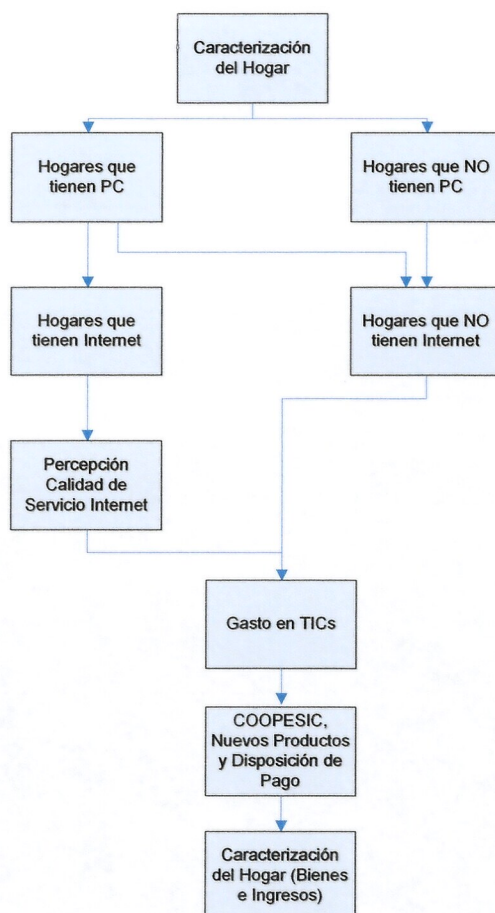
- Localidad de la comuna, donde se realizará la encuesta
- Datos del encuestado
- Datos del encuestador
- Al finalizar la entrevista y en caso de ser necesario, completar con:
 - Observaciones, en caso de que durante la entrevista existan opiniones o comentarios que no sean recogidos por el cuestionario.

Cuestionario

El diseño del cuestionario, responde a “saltos”, es decir, en ocasiones dependerá de la respuesta de una pregunta cuál será la próxima pregunta a realizar. Lo anterior requiere de un dominio del cuestionario por parte del encuestador previo al trabajo de campo; por lo que se recomienda practicar con casos hipotéticos la toma de encuesta.

Las preguntas deben ser contestadas por el Jefe de Hogar, en temas específicos como los usos el jefe de hogar puede ser apoyado por otros integrantes.

A continuación se presenta, el orden de las preguntas de acuerdo a grandes temas de la encuesta y las posibilidades de saltos.



3. Aclaraciones sobre el alcance de algunas preguntas y recomendaciones

- **Pregunta 1**

Se debe comenzar por colocar el número de integrantes del hogar en el recuadro de la pregunta. A continuación se debe enlistar los nombres de las personas que habitan la vivienda, colocando siempre en el número 1 al jefe de hogar. Las preguntas 1 a 16, junto a las preguntas 30 a la 32 las debe contestar el entrevistado para todos los integrantes del hogar, para ello se debe seguir el orden de la lista de la pregunta 1.

- **Pregunta 6**

En caso de que existan integrantes que han realizado cursos de Humanidades, colocar la alternativa 13 (otra) y especificar.

- **Pregunta 11**

Se recomienda para el llenado de esta pregunta completar sólo quien es el sostenedor económico principal con la opción “1” y una vez finalizada la encuesta completar al resto de los integrantes del hogar con la opción “0”

- **Pregunta 13**

Se debe responder los tres principales usos del teléfono móvil de cada uno de los integrantes del hogar. Existen 4 posibles respuestas, y se pueden priorizar hasta 3, llenando los recuadros 13.1, 13.2 y 13.3; aunque podrían existir integrantes que cuenten con menos de 3 usos (Por ejemplo: alguna persona que sólo utilice el teléfono para hablar)

Por otra parte, para esta pregunta se entiende por “Entretenimiento” escuchar música y sacar fotografías con el teléfono celular.

- **Pregunta 15**

La pregunta se refiere a si cada uno de los miembros del hogar cuenta con cobertura en su hogar (se refiere a que no tenga que desplazarse para poder contar con señal)

- **Pregunta 26**

El/la encuestado/a puede responder que su conexión a internet es a través de COOPESIC o la alternativa 2 denominada Red Catemu o Red Wi-Fi Catemu; si bien ambas opciones representan a la misma red, es importante conocer si los encuestados saben que la conexión proviene de una Cooperativa o tienen otra información.

- **Pregunta 28**

Se recomienda preguntar “¿Me puede indicar cuál es su velocidad de conexión?”, y luego de acuerdo a la respuesta que sea el encuestador quien complete la alternativa correspondiente.

- **Pregunta 32**

Cada miembro del hogar podría utilizar internet para tres fines diferentes, se espera que dichos fines estén priorizados por orden de importancia (similar a la pregunta 13)

En caso de que respondan la alternativa 10 (otros) es imprescindible especificar el uso.

- **Preguntas 33 a 35**

Pasos para completar las preguntas en la tabla asociada

1. Preguntar por las empresas proveedoras de servicios que presten servicios en el hogar y colocarlas en la primera fila de la tabla (una empresa por celda)
2. A continuación completar para cada servicio asociado a la empresa, el monto aproximado de gasto mensual (se colocaron 3 alternativas para el caso de la telefonía móvil, en caso de que tenga celulares con las 3 compañías)
3. Sumar cada columna, obteniendo la cuenta total por empresa.

Para estas preguntas, se recomienda a los encuestadores preguntar al entrevistado por los estados de cuenta o boletas de los servicios para la correcta completitud de la pregunta en cuando a los montos mensuales.

- **Pregunta 38**

Se recomienda para el caso de esta pregunta, chequear entre los encuestadores el tipo de cooperativas o APR señaladas por los entrevistados.

- **Preguntas 46 a 48**

Se recomienda para el caso de todas estas preguntas, explicar los posibles beneficios o ejemplos de los servicios señalados; para algunas alternativas se encuentran entre paréntesis ejemplos.

4. Selección de Hogares

4.A. Existen dos casos, el primero asociado a la localidad de Catemu, donde se cuenta con las manzanas censales, donde se definirá por manzana censal en mapas impresos el número de encuestas a realizar. Se entregaran mapas con las manzanas y su correspondiente número identificador, junto a una tabla con el número de encuestas por manzana.

Para la selección del hogar, se debe seguir el orden de las manzanas entregadas, donde para la primera manzana se seleccionará el primer hogar desde una esquina. En la segunda manzana a encuestar, debe seleccionarse el segundo hogar desde la esquina y así sucesivamente a medida que avance el trabajo de campo.

En caso de que el hogar seleccionado, no quiera responder la encuesta o se encuentre deshabitado, se debe pasar al hogar siguiente.

4.B. Para el caso del resto de las localidades, se entregarán en Google Earth las zonas donde realizar la toma de encuestas (lo anterior, en reconocimiento al fenómeno de dispersión de los hogares)

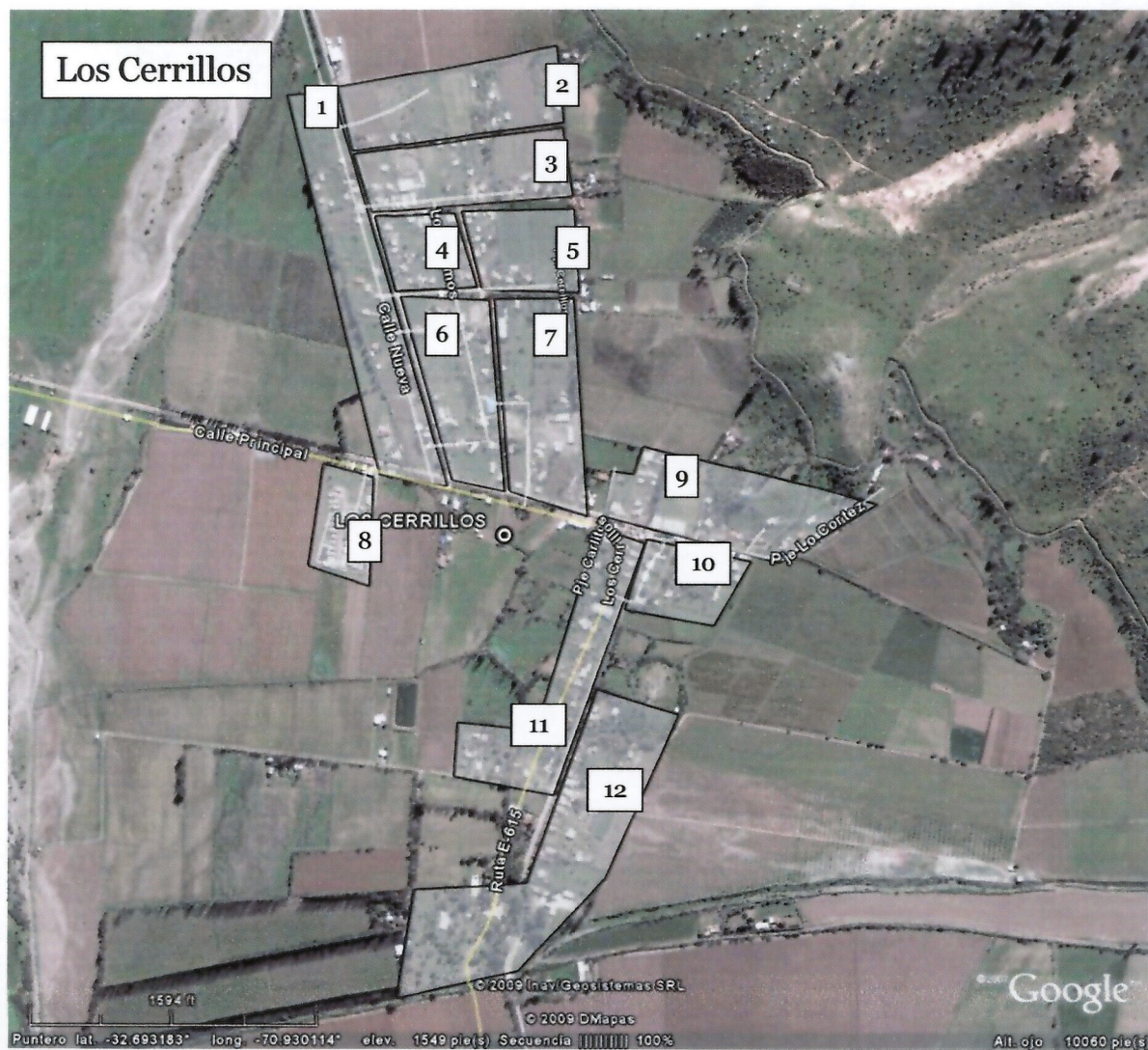
En cada bloque, se definirán el número de encuestas a realizar, siendo labor del encuestador la selección aleatoria dentro del bloque entregado.

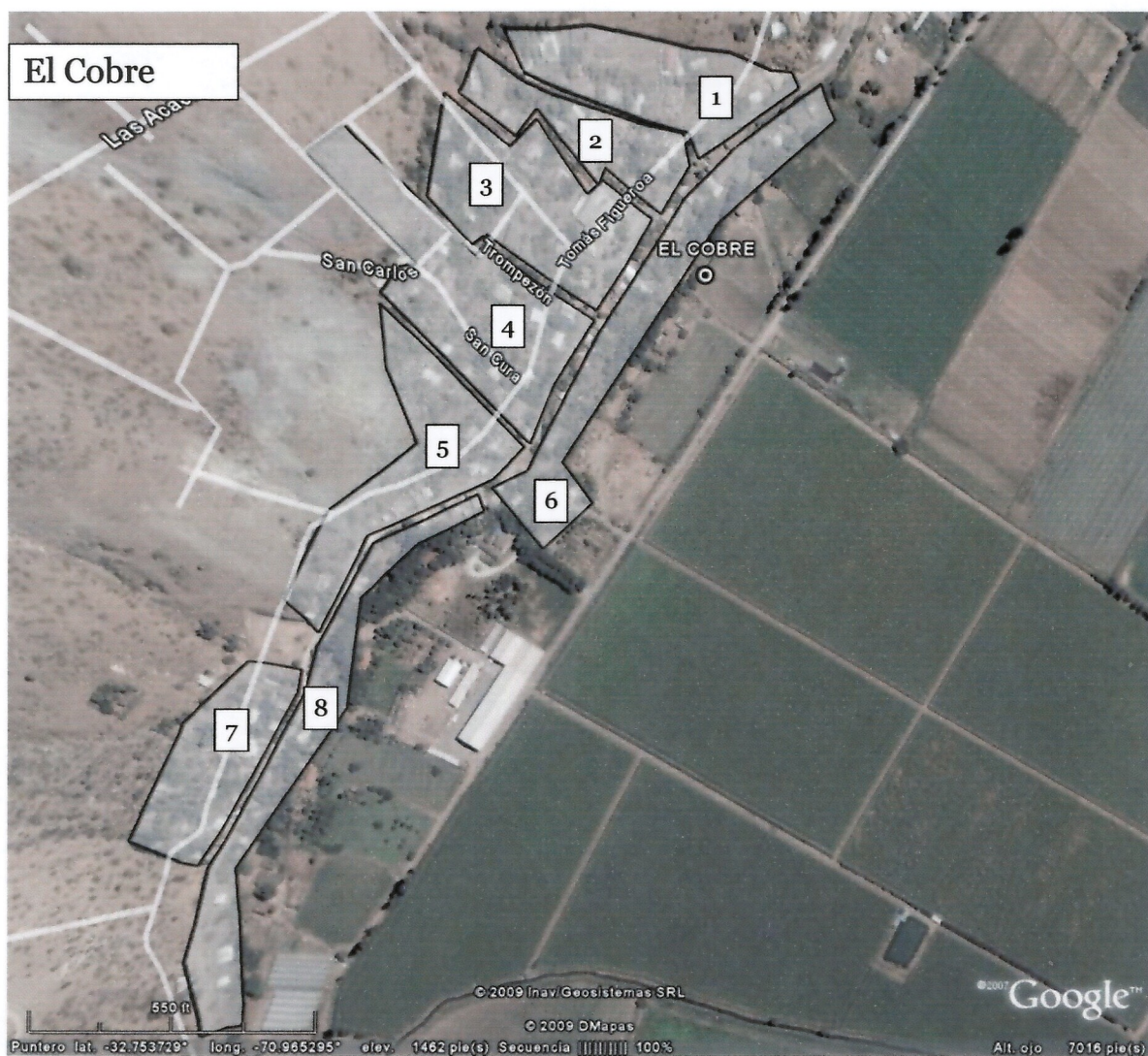
Anexo N°3:” Manzanas censales Catemu y encuestas por manzana”



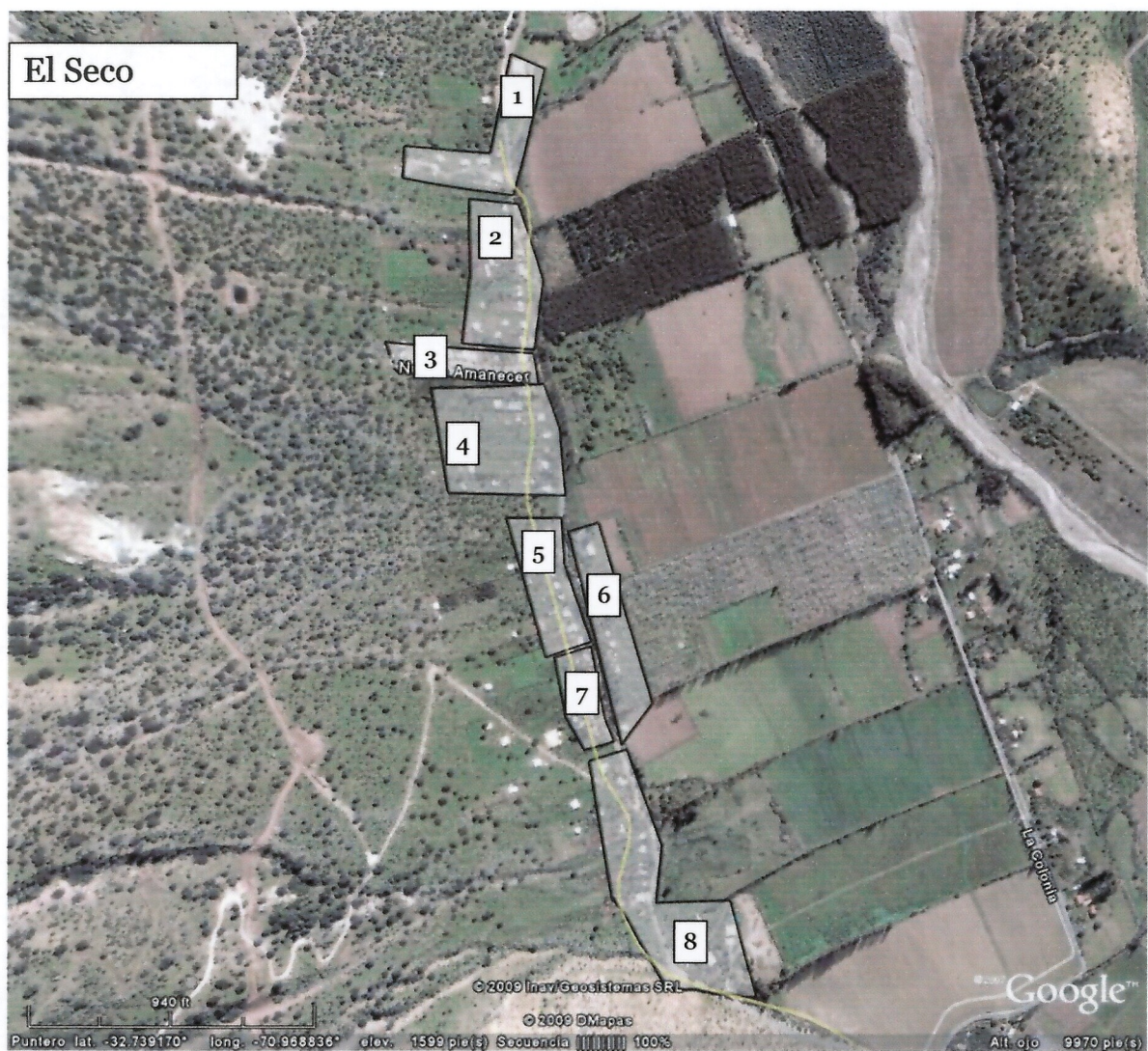
Nº Manzana	Nº Hogares	Nº Encuestas
2	23	1
8	111	6
20	37	2
23	48	3
24	33	2
25	20	1
26	21	1
32	20	1
33	23	1
34	22	1
35	28	1
39	35	2
42	36	2
44	47	3
45	21	1
50	22	1
51	29	1
53	35	2
56	65	4
65	23	1
68	72	4
73	105	6
82	22	1
93	21	1
94	34	2
95	75	4
96	37	2
98	25	1
101	23	1
104	23	1
Total		60

Anexo N° 4:” Localidades y sus respectivos sectores”

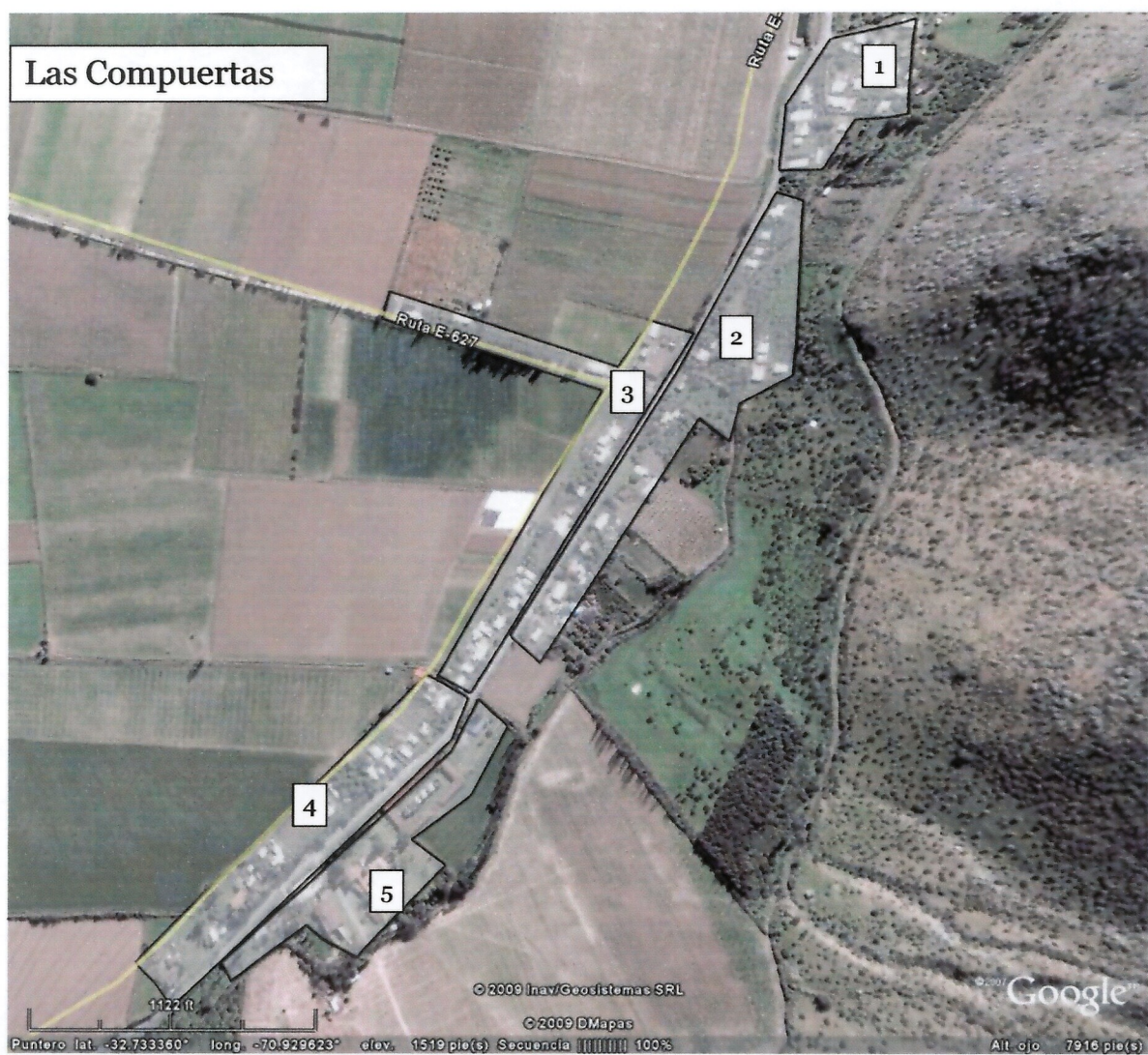


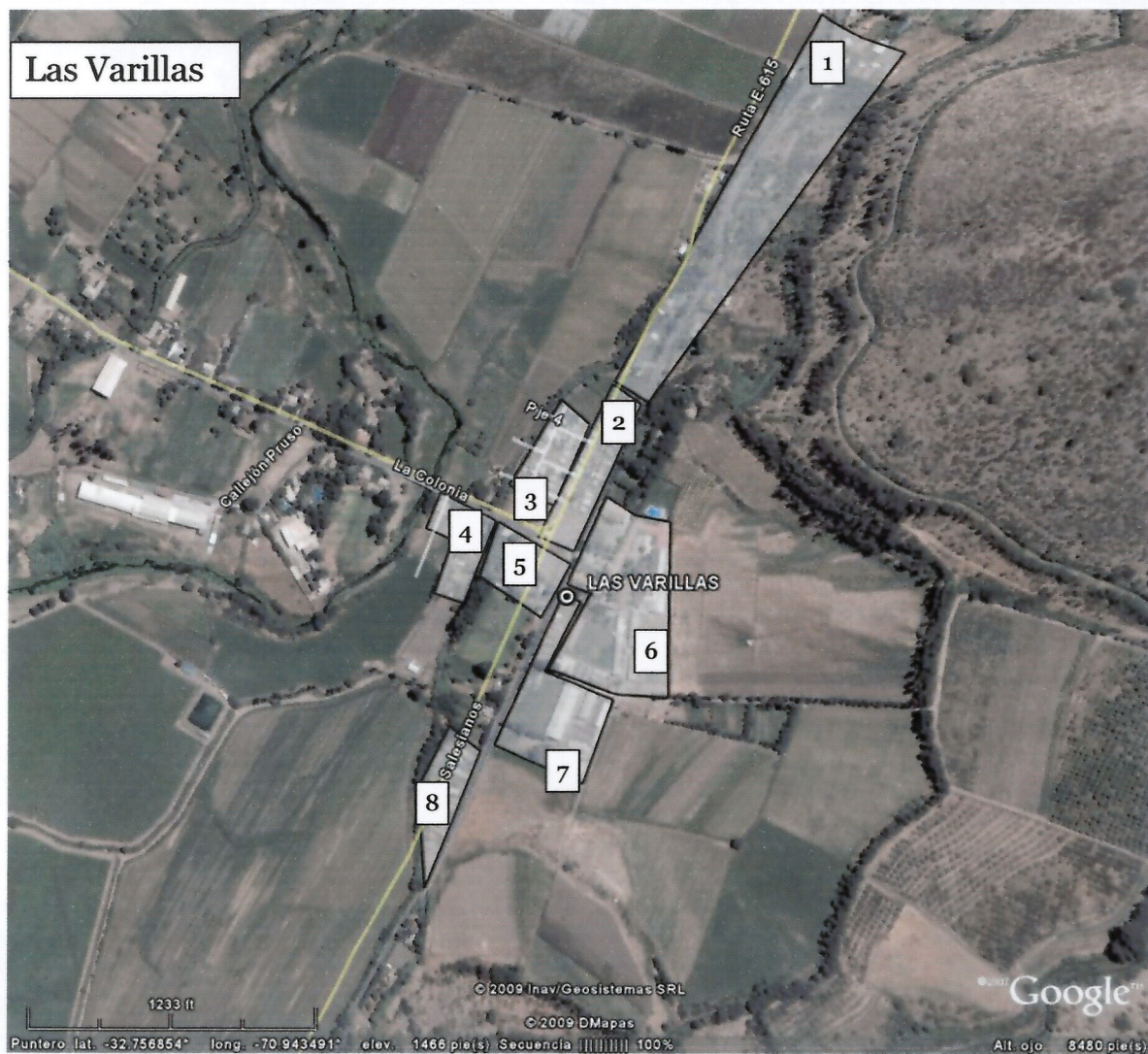




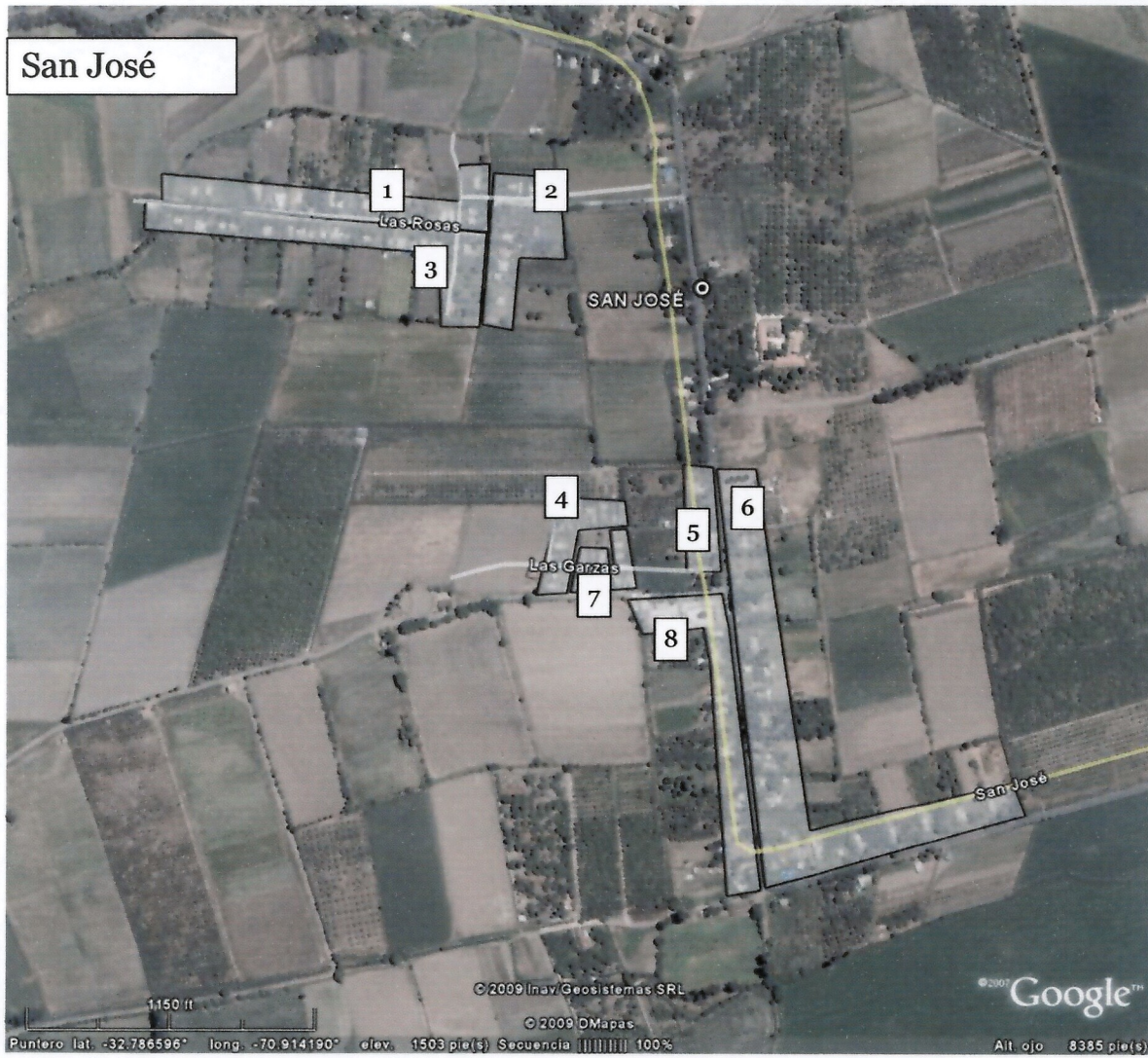


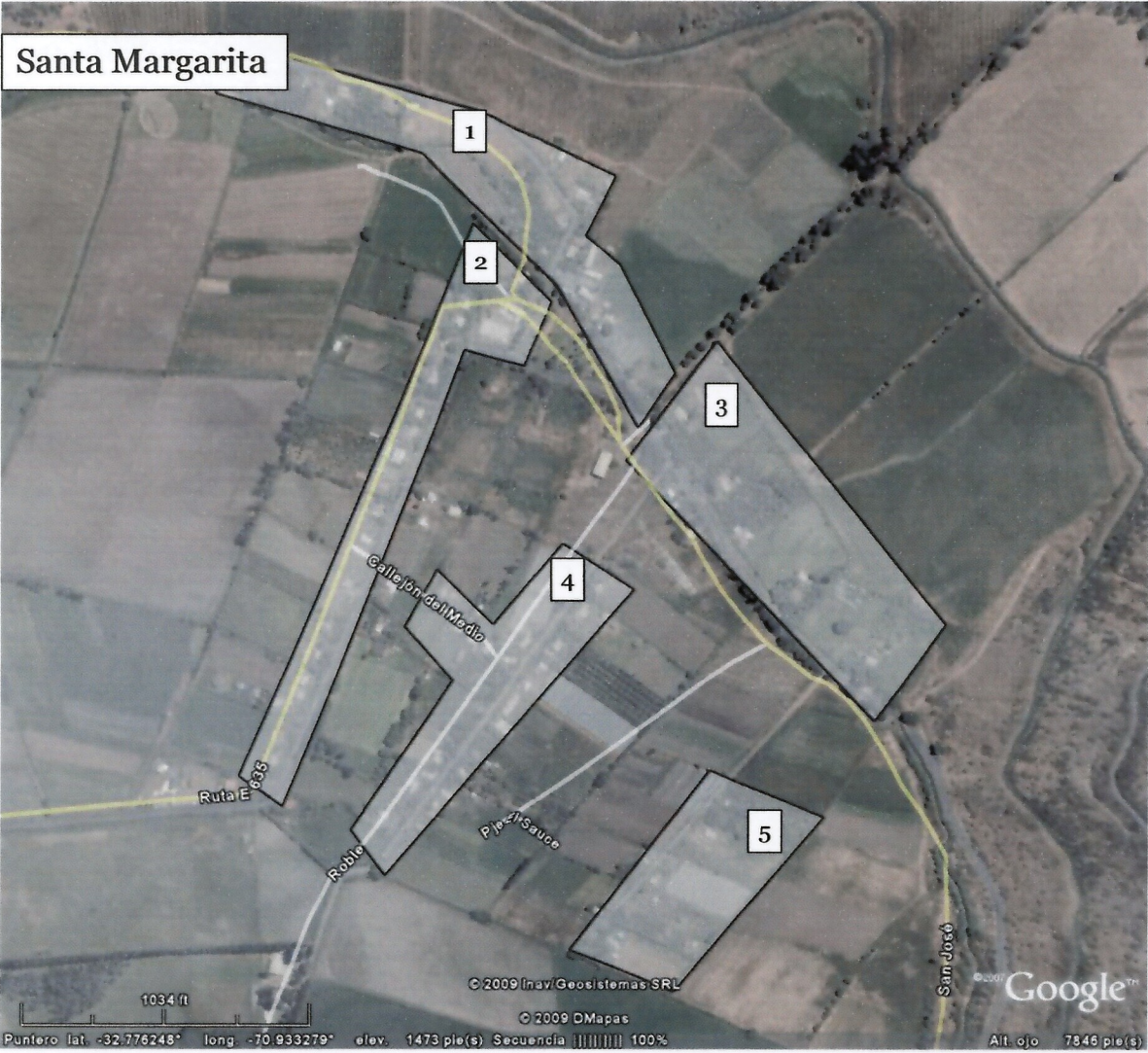














Anexo N° 5: "Tablas Asociadas"

A continuación se exhiben las tablas de todos los gráficos presentes en el cuerpo del informe. El orden de presentación es el mismo de los gráficos a lo largo del informe.

Constitución de los Hogares

Localidad	Nº de Hogares Encuestados	Nº de Personas
Catemu	60	235
Cerrillos	12	52
El Cobre	7	28
El Ñilhue	8	32
El Seco	8	33
La Colonia	7	31
Las Varillas	8	28
Reinoso	8	32
San José	8	29
Santa Margarita	5	18
Santa Rosa	6	26
Las Compuertas	5	18
Total general	142	562

Nº de Integrantes por Hogar	Frecuencia	Relevancia
1	5	3,5%
2	14	9,9%
3	33	23,2%
4	49	34,5%
5	25	17,6%
6	10	7,0%
7	4	2,8%
9	1	0,7%
10	1	0,7%
Total general	142	100,0%

Edad	Frecuencia	Relevancia
0 a 5	40	7,1%
6 a 10	42	7,5%
11 a 14	43	7,7%
15 a 18	49	8,7%
19 a 25	96	17,1%
26 a 35	63	11,2%
36 a 45	93	16,5%
46 a 55	82	14,6%
56 a 65	32	5,7%
66 y más	22	3,9%
Total general	562	100%

Nivel de Estudios	Frecuencia	Relevancia
Ninguna	29	5,2%
Preescolar	23	4,1%
Escuela Especial	2	0,4%
Básica Incompleta	140	24,9%
Básica Completa	60	10,7%
Media Científico Humanista Incompleta	91	16,2%
Media Científico Humanista Completa	105	18,7%
Media Técnico Profesional Incompleta	13	2,3%
Media Técnico Profesional Completa	61	10,9%
Técnico Profesional Completa	4	0,7%
Universitaria Incompleta	21	3,7%
Universitaria Completa	13	2,3%
Total general	562	100%

Nivel de Estudios del Jefe de Hogar	Frecuencia	Relevancia
Ninguna	1	0,7%
Básica Incompleta	37	26,1%
Básica Completa	23	16,2%
Media Científico Humanista Incompleta	28	19,7%
Media Científico Humanista Completa	28	19,7%
Media Técnico Profesional Completa	15	10,6%
Técnico Profesional Completa	3	2,1%
Universitaria Incompleta	2	1,4%
Universitaria Completa	5	3,5%
Total general	142	100%

Ingresos del Hogar	Frecuencia	Relevancia
\$0 a \$150.000	27	19,0%
\$150.001 a \$250.000	59	41,5%
\$250.001 a \$500.000	42	29,6%
\$500.001 a \$750.000	9	6,3%
\$750.001 a \$1.000.000	1	0,7%
\$1.000.001 a \$1.500.000	1	0,7%
\$1.500.001 a \$2.500.000	2	1,4%
No Responde	1	0,7%
Total general	142	100%

Quintil	Frecuencia	Relevancia
Quintil I	66	46,5%
Quintil II	31	21,8%
Quintil III	25	17,6%
Quintil IV	17	12,0%
Quintil V	3	2,1%
Total general	142	100%

Situación Ocupacional

Ocupación Mayores de 15 Años	Frecuencia	Relevancia
Trabajador Dependiente	159	36,1%
Trabajador Independiente	39	8,9%
Cesante	59	13,4%
Dueña de Casa	91	20,7%
Estudiante	63	14,3%
Jubilado/Montepiado	25	5,7%
Otro	4	0,9%
Total general	440	100%

Categoría Ocupacional	Frecuencia	Relevancia
Dueño de Mediana Empresa	3	1,5%
Dueño de Pequeña Empresa	23	11,9%
Profesional Universitario	3	1,5%
Técnico Universitario	5	2,6%
Técnico No Universitario	8	4,1%
Empleado u Obrero	135	69,6%
Servicio Doméstico	3	1,5%
Otro	14	7,2%
Total general	194	100%

Actividad Económica	Frecuencia	Relevancia
Agropecuario-Silvícola	45	23,1%
Pesca	1	0,5%
Minería	25	12,8%
Industria Manufacturera	2	1,0%
Construcción	9	4,6%
Comercio, Restaurantes y Hoteles	27	13,8%
Transporte y Comunicaciones	13	6,7%
Servicios Financieros	1	0,5%
Servicios Personales	6	3,1%
Administración Pública	36	18,5%
Otra	16	8,2%
No Responde	14	7,2%
Total general	195	100%

Lugar donde realiza su Trabajo	Frecuencia	Relevancia
En Diversos Lugares	11	5,7%
En la Comuna de Catemu	122	63,2%
En su Casa	18	9,3%
Fuera de la Comuna de Catemu	42	21,8%
Total general	193	100%

Telefonía Móvil

Tenencia de Teléfono Móvil	Frecuencia	Relevancia
Teléfono Pospago	66	12,6%
Teléfono Prepago	312	59,8%
No Tiene	144	27,6%
Total general	522	100%

Quintil I	168
Teléfono Pospago	19
Teléfono Prepago	149
Quintil II	92
Teléfono Pospago	13
Teléfono Prepago	79
Quintil III	66
Teléfono Pospago	14
Teléfono Prepago	52
Quintil IV	46
Teléfono Pospago	17
Teléfono Prepago	29
Quintil V	6
Teléfono Pospago	3
Teléfono Prepago	3

Uso Principal del Teléfono Móvil	Frecuencia	Relevancia
Entretenimiento	3	0,8%
Enviar y Recibir Mensajes	13	3,4%
Hablar	362	95,8%
Total general	378	100%

Usos del Teléfono Móvil	Frecuencia	Relevancia
Hablar	374	98,9%
Enviar y Recibir Mensajes	237	62,7%
Entretenimiento	158	41,8%
Navegar por Internet	3	0,8%

Participación de Mercado	Frecuencia	Relevancia
Claro	37	9,8%
Entel PCS	158	41,8%
Movistar	183	48,4%
Total general	378	100%

Quintil I	168
Claro	18
Entel PCS	81
Movistar	69
Quintil II	92
Claro	11
Entel PCS	41
Movistar	40
Quintil III	66
Claro	6
Entel PCS	25
Movistar	35
Quintil IV	46
Claro	1
Entel PCS	11
Movistar	34
Quintil V	6
Claro	1
Movistar	5

Compañía/Plan	Teléfono Pospago	Teléfono Prepago
Claro	6	31
Entel PCS	10	148
Movistar	50	133
Total	66	312

Compañía / Cobertura	Siempre	A veces	Nunca
Claro	22	11	4
Entel PCS	126	32	0
Movistar	124	53	6
Total	272	96	10

Gasto Mensual en Telefonía Móvil	Frecuencia	Relevancia
\$ 0	7	1,9%
\$1 - \$2.500	70	18,6%
\$2.501-\$5.000	160	42,4%
\$5.001-\$10.000	82	21,8%
\$10.001-\$15.001	24	6,4%
\$15.001-\$20.000	29	7,7%
\$20.001-\$25.000	2	0,5%
\$25.001-\$30.000	2	0,5%
\$30.001-\$35.000	1	0,3%
Total general	377	100%

Computador

Hogares con PC	Frecuencia	Relevancia
Tiene PC	100	70,4%
No Tiene PC	42	29,6%
Total general	142	100%

Quintil	No tiene PC	Tiene PC
Quintil I	24	42
Quintil II	9	22
Quintil III	5	20
Quintil IV	4	13
Quintil V	0	3
Total general	42	100

Caracterización de Hogares con Computador

Nº de PC en el Hogar	Frecuencia	Relevancia
1 PC	81	81,0%
2 PC	12	12,0%
3 PC	5	5,0%
4 PC	2	2,0%
Total general	100	100%

Medio de Compra del PC	Frecuencia	Relevancia
Compra al contado	39	39,0%
Compra a crédito	46	46,0%
Regalo, donación u otro	15	15,0%
Total general	100	100%

Quintil	Compra a Crédito	Compra al Contado	Regalo, Donación, etc
Quintil I	19	15	8
Quintil II	8	9	5
Quintil III	11	9	0
Quintil IV	7	4	2
Quintil V	1	2	0
Total general	46	39	15

Antigüedad del PC	Frecuencia	Relevancia
Menos de 6 meses	10	10,0%
Entre 6 meses y 1 año	11	11,0%
1 año	17	17,0%
2 años	24	24,0%
3 años	11	11,0%
4 años	7	7,0%
5 años	5	5,0%
6 años	5	5,0%
7 años	3	3,0%
8 años	2	2,0%
9 años	2	2,0%
10 años	3	3,0%
Total general	100	100%

Antigüedad del PC/ Quintil	Q I	Q II	Q III	Q IV	Q V
Menos de 6 meses	4	4	0	2	0
Entre 6 meses y 1 año	4	2	3	1	1
1 año	9	2	5	1	0
2 años	12	4	3	4	1
3 años	4	5	1	1	0
4 años	3	2	2	0	0
5 años	2	1	1	1	0
6 años	1	0	3	0	1
7 años	1	0	0	2	0
8 años	0	1	0	1	0
9 años	1	0	1	0	0
10 años	1	1	1	0	0
Total general	42	22	20	13	3

Caracterización de Hogares sin Computador

Interés por PC	Frecuencia	Relevancia
Tradicional	19	45,2%
Notebook	16	38,1%
No le Interesa	7	16,7%
Total general	42	100%

Disposición de Pago por un PC	Frecuencia	Relevancia
50.000 y 100.000 pesos	18	51,4%
100.001 y 150.000 pesos	6	17,1%
150.001 y 200.000 pesos	3	8,6%
200.001 y 250.000 pesos	4	11,4%
250.001 y 300.000 pesos	1	2,9%
300.001 y 350.000 pesos	1	2,9%
Le interesa tener un computador, pero no pagar por él	2	5,7%
Total general	35	100%

Interés de Compra en Cuota de un PC	Frecuencia	Relevancia
6 cuotas mensuales	3	8,6%
12 cuotas mensuales	14	40,0%
18 cuotas mensuales	5	14,3%
24 cuotas mensuales	7	20,0%
36 cuotas mensuales	2	5,7%
No le interesa comprar un computador en cuotas	4	11,4%
Total general	35	100%

Internet

Servicio de Acceso a Internet	Frecuencia	Relevancia
Tiene Internet	66	66,0%
No tiene Internet	34	34,0%
Total general	100	100%

Quintil/Internet	No Tiene	Tiene
Quintil I	16	26
Quintil II	8	14
Quintil III	6	14
Quintil IV	3	10
Quintil V	1	2
Total general	34	66

Fuente de Conexión a Internet	Frecuencia	Relevancia
A través de una Empresa	8	12,1%
COOPESIC	1	1,5%
Red Catemu o Red WI-FI Catemu	54	81,8%
Clínica del PC	1	1,5%
Colegio	1	1,5%
No Sabe	1	1,5%
Total general	66	100%

Funcionamiento de la Conexión	Frecuencia	Relevancia
Nunca se cae	11	16,7%
Se cae a veces	22	33,3%
Casi nunca funciona bien	18	27,3%
Funciona muy mal	15	22,7%
Total general	66	100%

Velocidad de la Conexión a Internet	Frecuencia	Relevancia
256 Kbps o menos	8	12,1%
Entre 257 Kbps y 512 Kbps	6	9,1%
Más de 512 Kbps y 1 Mega	3	4,5%
Más de 1 Mega y hasta 2 Mega	3	4,5%
Más de 2 Mega	1	1,5%
No Sabe	45	68,2%
Total general	66	100%

Percepción de Velocidad	Frecuencia	Relevancia
Muy rápida	3	4,5%
Es más o menos rápida	16	24,2%
Es lenta	22	33,3%
Es muy lenta	25	37,9%
Total general	66	100%

Usos de Internet en el Hogar

Nº de Personas del Hogar que se Conectan a Internet	Frecuencia	Relevancia
No se Conecta	94	36,9%
Se Conecta	161	63,1%
Total general	255	100%

Nº de Horas Diarias de Conexión	Frecuencia	Relevancia
Menos de 1 Hora	63	38,9%
Entre 1 y 3 horas	74	45,7%
Entre 4 y 5 horas	13	8,0%
Más de 5 horas	8	4,9%
Todo el día	4	2,5%
Total general	162	100%

Principal Uso de Internet	Frecuencia	Relevancia
Comunicarse con otras personas	30	18,5%
Descargar música y/o videos	7	4,3%
Información	26	16,0%
Jugar en línea	11	6,8%
Para trabajar	7	4,3%
Realizar tareas o estudiar	69	42,6%
Realizar trámites	2	1,2%
Utilizar Facebook	10	6,2%
Total general	162	100%

Usos de Internet en el Hogar	Frecuencia
Realizar tareas o estudiar	89
Comunicación con otras personas	87
Descargar música y/o videos	32
Para informarse	69
Jugar en línea	30
Utilizar Facebook	51
Para hablar por internet	5
Para su trabajo	23
Para realizar trámites	19
Otros	0

Gasto en TICs

Nº de Empresas que prestan servicios de telecomunicaciones	Frecuencia	Relevancia
0	3	2,1%
1	10	7,0%
2	41	28,9%
3	56	39,4%
4	24	16,9%
5	8	5,6%
Total general	142	100%

Quintil/Nº de Empresas	0	1	2	3	4	5
Quintil I	2	7	23	22	7	5
Quintil II	1	0	9	11	9	1
Quintil III	0	0	5	15	4	1
Quintil IV	0	3	2	7	4	1
Quintil V	0	0	2	1	0	0
Total general	3	10	41	56	24	8

Gasto en TICs	Frecuencia	Relevancia
\$ 0	14	9,9%
\$1 a \$5.000	3	2,1%
\$5.001 a \$10.000	21	14,8%
\$10.001 a \$15.000	25	17,6%
\$15.001 a \$20.000	29	20,4%
\$20.001 a \$25.000	14	9,9%
\$25.001 a \$30.000	10	7,0%
\$30.001 a \$35.000	10	7,0%
\$35.001 a \$40.000	4	2,8%
\$40.001 a \$45.000	4	2,8%
\$45.001 a \$50.000	2	1,4%
\$50.001 a \$55.000	2	1,4%
\$55.001 a \$60.000	2	1,4%
\$60.001 a \$65.000	2	1,4%
Total general	142	100%

Gasto en TICs	Quintil I	Quintil II	Quintil III	Quintil IV	Quintil V
\$ 0	10	1	0	3	0
\$1 a \$5.000	2	1	0	0	0
\$5.001 a \$10.000	11	6	2	1	1
\$10.001 a \$15.000	9	6	8	1	1
\$15.001 a \$20.000	16	6	5	2	0
\$20.001 a \$25.000	8	4	1	1	0
\$25.001 a \$30.000	5	2	1	2	0
\$30.001 a \$35.000	3	2	3	1	1
\$35.001 a \$40.000	0	0	3	1	0
\$40.001 a \$45.000	1	2	0	1	0
\$45.001 a \$50.000	0	0	0	2	0
\$50.001 a \$55.000	0	0	1	1	0
\$55.001 a \$60.000	1	0	1	0	0
\$60.001 a \$65.000	0	1	0	1	0
Total general	66	31	25	17	3

Coopesic

Empresa Provedora de Internet	Frecuencia	Relevancia
Coopesic	4	2,8%
I.Municipalidad de Catemu	95	66,9%
Clínica del PC	5	3,5%
Colegio	1	0,7%
No Sabe	37	26,1%
Total general	142	100%

Participación en Cooperativa o APR	Frecuencia	Relevancia
Cooperativa Agrícola y Campesina	0	0%
Cooperativa de Servicios	22	15%
Cooperativa de Consumo	0	0%
Cooperativa de Trabajo	1	1%
Otro Tipo de Cooperativa	0	0%
APR	47	32%
Ningún integrante pertenece a alguna Cooperativa o APR	75	52%

Servicios Solicitados	Frecuencia
Telefonía Fija	55
Telefonía Móvil	22
Televisión por Cable	21
Televisión Satelital	24
Internet	127

Velocidad Internet	Frecuencia	Relevancia
1 Mega	13	10,2%
2 Mega	22	17,3%
4 Mega	19	15,0%
No Sabe	73	57,5%
Total general	127	100%

Tipo de Contrato/Cuentas	Frecuencia	Relevancia
Cuenta Única	101	71,1%
Cuentas Separadas	30	21,1%
Prepago	11	7,7%
Total general	142	100%

Preferencia Voz IP	Frecuencia	Relevancia
Si	93	65,5%
No	49	34,5%
Total general	142	100%

Preferencia de Voz IP/Quintil	I	II	III	IV	V
No	25	10	7	6	1
Si	41	21	18	11	2
Total general	66	31	25	17	3

Disposición de Pago sólo Internet	Frecuencia	Relevancia
\$ 0	4	2,8%
\$1 a \$2.500	1	0,7%
\$2.501 a \$5.000	35	24,6%
\$5.001 a \$7.500	33	23,2%
\$7.501 a \$10.000	56	39,4%
\$10.001 a \$15.000	9	6,3%
\$15.001 a \$20.000	3	2,1%
\$20.001 a \$25.000	0	0,0%
\$25.001 a \$30.000	1	0,7%
Total general	142	100%

Disposición Pago Internet /Quintil	1	2	3	4	5
\$ 0	3	1	0	0	0
\$1-\$2.500	1	0	0	0	0
\$2.501-\$5.000	19	10	3	3	0
\$5.001-\$7500	15	4	9	4	1
\$7.501-\$10.000	22	14	11	8	1
\$10.001-\$15.000	5	2	2	0	0
\$15.001-\$20.000	0	0	0	2	1
\$25.001-\$30.000	1	0	0	0	0

Testeo de Nuevos Servicios

Servicios: Educación	Frecuencia
Notas de sus hijos	66
Citación a reuniones	53
Horarios de clases	43
Cursos de capacitación (reforzamiento escolar)	79
Otras	8
No tengo hijos o no tengo hijos en edad escolar	29
No creo que esos servicios los deba proveer COOPESIC	9

Servicios: Trabajo	Frecuencia
Bolsa de trabajo	74
Información agroclimática	25
Información de precios de productos e insumos agrícolas	27
Difusión de proyectos y fondos de fomento productivo	34
Publicación de anuncios de compra y venta (tipo Mercado Libre)	57
Compra de insumos a través de la Cooperativa de forma conjunta	31
Otra	4
No creo que esos servicios los deba proveer COOPESIC	23

Servicios: Social	Frecuencia
Anuncio de eventos comunales	41
Información para acceder a beneficios y subsidios estatales	99
Información Municipal	113
Difusión de Fondos Concursables	50
Alfabetización Digital	37
Capacitación a través de internet	78
Venta de Equipos	60
Otra	0
No creo que esos servicios los deba proveer COOPESIC	12

Disposición de Pago Internet más Servicios	Frecuencia	Relevancia
\$ 0	4	2,8%
\$1 a \$2.500	0	0,0%
\$2.501 a \$5.000	28	19,7%
\$5.001 a \$7.500	20	14,1%
\$7.501 a \$10.000	39	27,5%
\$10.001 a \$15.000	42	29,6%
\$15.001 a \$20.000	7	4,9%
\$20.001 a \$25.000	0	0,0%
\$25.001 a \$30.000	1	0,7%
\$30.001 a \$35.000	1	0,7%
Total general	142	100%

Disposición de Pago Internet más Servicios /Quintil	I	II	III	IV	V
\$ 0	3	1	0	0	0
\$2.501-\$5.000	19	6	1	2	0
\$5.001-\$7500	8	5	5	1	1
\$7.501-\$10.000	16	10	8	5	0
\$10.001-\$15.000	17	8	10	7	0
\$15.001-\$20.000	2	1	1	2	1
\$25.001-\$30.000	1	0	0	0	0
\$30.001-\$35.000	0	0	0	0	1

Anexo N° 6: "Comentarios de la Encuesta"

Dentro de la Encuesta, se recopilaban aspectos que no están contenidos en las preguntas, pero si fueron recopilados a nivel de comentarios

Comentarios
Computador malo, es de segunda mano
Hija paga \$500 por el Cyber, pero genera inseguridad y desconfianza en los padres
Llegan sólo rebotes de la señal, luego de los 10 PM no hay
El computador que tenían, se lo prestaron a su cuñada que está en 3º medio
El servicio de TV Cable lo dividen entre 3 vecinos
Llega la señal, pero tienen que comprar antena
El jefe de hogar recibe pensión asistencial
PC llegó de regalo, por los resultados en el colegio de uno de los hijos
Uso de celular sólo para recibir llamadas
No han comprado la antena, por lo que no pueden conectarse a internet (\$16.000 costo aproximado)
Les prestan PC de vez en cuando y se conectan a Internet, pero se cae
La televisión satelital la pagan entre 3 vecinos
Van al cybercafé donde Rocío gasta aprox. \$2.000 (\$1.000 en pasajes y \$1.000 en el cybercafé)
Estaría dispuesta a pagar televisión + internet por \$16.990
Se encuentran colgados de la televisión satelital (Telmex)
El sistema se cae no recibe la señal
El computador del hogar es de 2º mano
Internet con poca cobertura según su sobrina y tiene que salir a buscar la señal dentro del sitio
Antena de Wi-Fi, quemada la caja, en mal estado (Jaime)
Caja de conexión en mal estado, se solicitó visita (2 años)
En la semana la hija estudia, los días sábados y domingos utiliza más internet
Antena Telmex
Cuenta con Antena Direct TV
Cuentan con Antena Direct TV
Antena Direct TV
Cuenta con antena SKY
Antena Direct TV
Posee antena de Telmex
Internet muy lento y se cae con facilidad
Que llegue luego y que no sea tan caro
Que llegue luego el Internet
No le interesa el servicio porque tiene Internet con otra Compañía y no sabe si la Cooperativa ofrecería la misma rapidez de internet
Pagaría siempre y cuando no se caiga nunca
No le interesa el servicio

Comentarios
Empresa Internet: Movistar
Se solicita pruebas para poder acceder a internet
En Telmex le piden por 2 Mega y 1 Mega por \$9990
Casi todos trabajando
No tiene conectividad, antena bajada transportes. Hija estudiantes
Sólo tiene radio, no tiene gasto en TICs
Antena Telmex
El internet es muy malo y lento, pagaríamos, pero no creo que lo arreglen