

UNIVERSIDAD DE CHILE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN

Investigación de Mercado

Medición de calidad, servicios en el hogar

Agua Potable, Electricidad, Gas, Telefonía y Televisión Pagada

Tesis para optar la Grado de Ingeniero Comercial con Mención en
Administración.

César Armando Riquelme Gutiérrez

Profesor Guía:

Pablo Tapia Griñen

SANTIAGO DE CHILE, 2004

RESUMEN

La presente investigación se realiza con la finalidad de demostrar que la percepción de los usuarios sobre las empresas de servicio es errónea, teniendo en cuenta la satisfacción del cliente como indicador clave.

En el transcurso de la investigación se empleó un estudio exploratorio y el sistema de encuesta, lo que permitió recopilar información sobre los servicios evaluados.

Introducción

Las grandes empresas, son criticadas por un supuesto abuso hacia sus clientes, tanto en el servicio que entregan, como en la atención. Estas acusaciones, además son influenciadas por un factor que no es menos importante, la *percepción*¹ del cliente, que tiene un gran efecto en su opinión.

Las críticas se vuelven fuertes cuando se trata de empresas que tienen la característica de *monopolio*², como las de servicios básicos (Agua, Electricidad y Gas), las empresas en las cuales existen pocos competidores o el costo de cambiarse a otra es muy alto, como es el caso de la telefonía o de la televisión pagada.

Analicemos en qué se fundamentan las críticas a estos dos tipos de empresas:

Empresas de servicios básicos

Estas al ser monopolísticas, están concientes de la posición en la que se encuentran ante el cliente:

- Este no se puede cambiar porque no existe otra compañía que provea el servicio
- El producto que entrega es de carácter vital para el desarrollo de su vida diaria

Empresas con pocos sustitutos o costos altos de cambio

Los clientes, se ven enfrentado a dos tipos de problemas:

- No se pueden cambiar fácilmente a otra compañía por problemas de infraestructura necesaria, como las redes de cable por ejemplo.

¹ Definición sección apéndice, nº 1

² Definición sección apéndice, nº 2

- Porque el costo de trasladarse de una compañía a otra se hace imposible por el factor de restricción ingreso del cliente.

Dada estas condiciones las empresas tienen incentivos a generar dos tipos de problemas:

- El servicio que entrega, no es de buena calidad.
- El cobro puede llegar a ser abusivo.

Teniendo en cuenta estos hechos, pretenderemos dilucidar o aclarar si es verdad que “El cliente siempre tiene la razón”.

CAPÍTULO 1 - OBJETIVOS

1.1 Objetivo General

La presente investigación tiene como objetivo principal, el demostrar que la mala opinión generalizada que existe sobre las empresas de servicios, tanto en mala calidad como el abuso hacia sus clientes, es una percepción distorsionada de la realidad.

1.2 Objetivos específicos

Para poder verificar las ideas planteadas y lograr una completa visualización de la realidad, debemos determinar varios puntos que nos ayudarán a concluir de una manera más fundamentada:

- ***Determinar las empresas que presentan problemas:*** esto nos indicará el nivel de problemas que presenta en la entrega del servicio, las empresas.
- ***Establecer con qué frecuencia se presentaron los problemas:*** de los problemas que se generen en cada empresa, determinar los más recurrentes tanto en el área servicio, cobro o atención al cliente.
- ***Obtener el nivel de reclamo por parte de los clientes:*** saber cuantos usuarios proceden a realizar el reclamo respectivo frente a algún problema.
- ***Identificar la razón del por qué los clientes no reclaman:*** lograr identificar la razón por la cual los reclamos no se concretan frente a la empresa.
- ***Determinar el tiempo de respuesta a los problemas:*** cuanto demoran las compañías en resolver los problemas de sus clientes.
- ***Establecer si existe y en que grado, el contacto de las compañías con sus usuarios:*** la preocupación que exista realmente de las empresas por saber la opinión de ellos.

- *Medir la percepción del servicio en general, por parte de los usuarios:* lograr obtener una idea de cómo ven sus clientes a la empresa.

CAPÍTULO 2 - METODOLOGÍA

El principal problema de la investigación de mercado, es la poca disposición de las personas a participar en este tipo de estudios. Las razones que se esgrimen son por falta de tiempo, el cuestionario es largo o porque tienen temor a ser individualizados con un propósito distinto.

Dado lo extenso que podría resultar la encuesta, por el número de empresas y las características necesarias para poder efectuar una correcta evaluación, se realizó una *investigación exploratoria*³. Esta permitió generar las alternativas para las preguntas de la encuesta, y así ahorrar tiempo en las respuestas.

2.1 Investigación exploratoria

La investigación exploratoria consistió en un cuestionario (**Anexo I, Encuesta 1.1**), que contenía 8 preguntas de carácter abierto, las cuales iban a poder determinar las empresas de servicios y los problemas más frecuentes que enfrentaban los usuarios.

Los participantes fueron 15 individuos escogidos en forma aleatoria, con la única condición que sean las personas que cancelaban los servicios en su hogar.

La investigación reveló, que los 5 servicios de mayor consideración en el hogar son el Agua Potable, Electricidad, Gas (Natural o Licuado), Telefonía y Televisión Pagada (Cable o Satelital).

³ Definición sección apéndice, nº 3

2.2 Encuesta

Para medir la calidad del servicio y establecer una columna vertebral que sirviera de guía para la encuesta, se formularon algunas preguntas que permitieran obtener un panorama general del servicio. Estas son:

- ¿Ha tenido algún problema con el servicio?
- ¿Qué tipo de problema?
- ¿Cuál fue el tiempo de solución al problema?
- ¿Se solucionó el problema?
- ¿Cómo es el cobro del servicio?
- ¿La empresa contactó a los clientes para conocer su opinión?

La encuesta (**Anexo I, Encuesta 1.2**) se estructura en 6 partes. Las 5 primeras permiten determinar la calidad de cada servicio mencionado y la última parte, saber que empresas son y la individualización del encuestado.

El cuestionario consta de 3 tipos de preguntas:

- Preguntas dicotómicas⁴.
- Preguntas de selección múltiple⁵.
- Preguntas abiertas⁶.

⁴ Definición sección apéndice, nº 4

⁵ Definición sección apéndice, nº 5

⁶ Definición sección apéndice, nº 6

2.3 La muestra

A continuación, se dan a conocer los parámetros en los cuales se obtuvo la muestra de la investigación.

Población de interés: la población de interés abarca a todos los residentes en la Región Metropolitana.

Marco muestral: el marco muestral son las personas que cancelan los servicios de agua, luz, gas, teléfono o televisión pagada.

Recolección de datos: la recolección de datos se realizó a través de un muestreo aleatorio simple, llevado a cabo entre los meses de Mayo y Julio del año 2004.

Tamaño de la muestra: para el cálculo del tamaño de la muestra, seleccionamos la pregunta que es más relevante para el estudio de la calidad del servicio⁷. El cálculo se realizó a un 95% nivel de confianza y con un error admisible de un 5%. Como la pregunta es dicotómica, usamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{t^2 * p(1-p)}{e^2} \quad \begin{array}{l} t = 1.96 \\ p = \bar{X} \\ e = 0.05 \end{array}$$

Se consideró una sub-muestra de 80 individuos y se calcularon los tamaños óptimos para cada empresa, como se muestra a continuación:

TABLA 1

⁷ ¿En los últimos doce meses, el servicio ha presentado algún tipo de problema?

Empresa	t-student (t)	p	1-p	Error (e)	Tamaño óptimo (n)
Agua	1,96	0,89	0,11	0,05	150,4
Luz	1,96	0,9	0,1	0,05	138,2
Gas natural	1,96	0,96	0,04	0,05	59,0
Gas licuado	1,96	0,98	0,02	0,05	30,1
Teléfono	1,96	0,78	0,22	0,05	263,6
Televisión pagada	1,96	0,79	0,21	0,05	254,9

Cómo vemos en la tabla 1, la empresa de teléfono es la que exige una mayor muestra, con 264 individuos. El total de la muestra contiene 280 con lo cual se supera el mínimo nivel exigido.

2.4 Manejo de la Base de Datos

Para un fácil manejo y una adecuada presentación de los resultados obtenidos en esta investigación, se utilizaron dos programas:

- Software Microsoft Office 2003, propiedad intelectual de Microsoft Corporation.
- Software estadístico SPSS para Windows, Versión 11.50, propiedad intelectual de LEAD Technologies, Inc.

CAPÍTULO 3 - PRESENTACIÓN DE LA BASE DE DATOS

A continuación se presentan algunas características relevantes de la muestra obtenida.

3.1 Sexo

El **gráfico 1**, detalla los porcentajes, en los que se distribuyó la cantidad de hombres y mujeres encuestados. La muestra final es bastante equilibrada, pero con una frecuencia mayor hacia el sexo masculino, con un 59.29%.

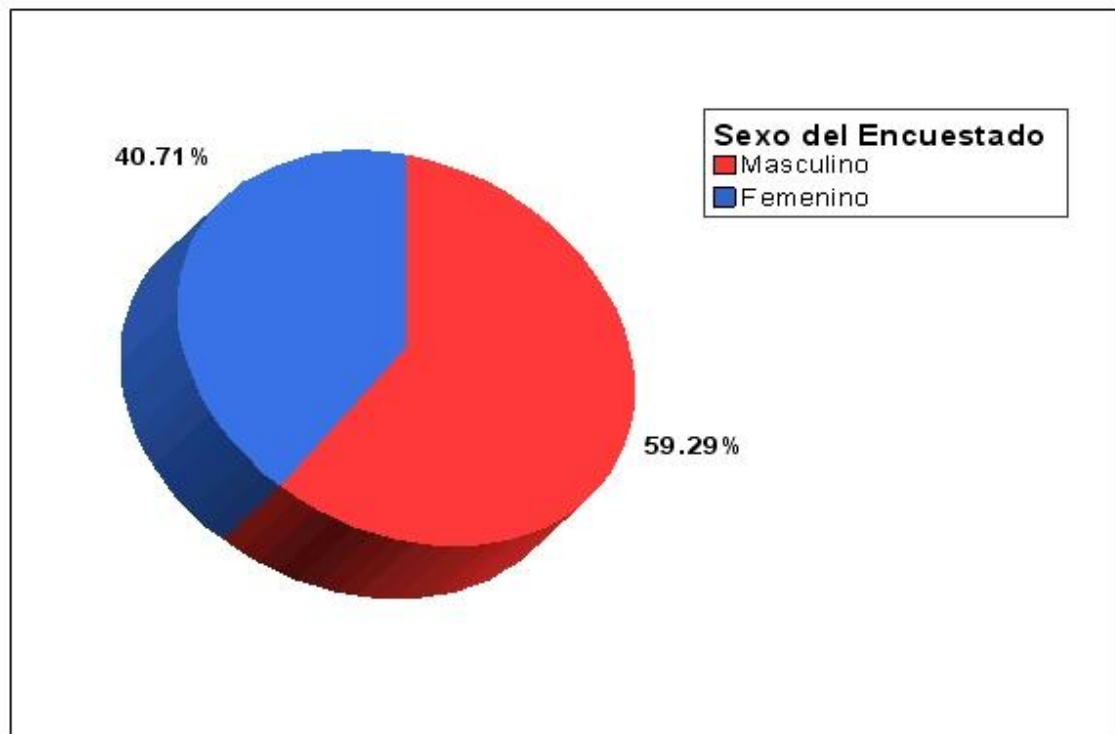


Gráfico 1

Anexo II, Tabla 2.1.

3.2 Edad

Al encuestado se le consultó por su edad exacta. Para poder mostrar de una forma más simple los resultados, se crearon intervalos de diez años cada uno. En el **gráfico 2**, podemos observar que las edades están distribuidas en forma homogénea, en los tramos que abarcan desde los 21 años hasta los 60 años.

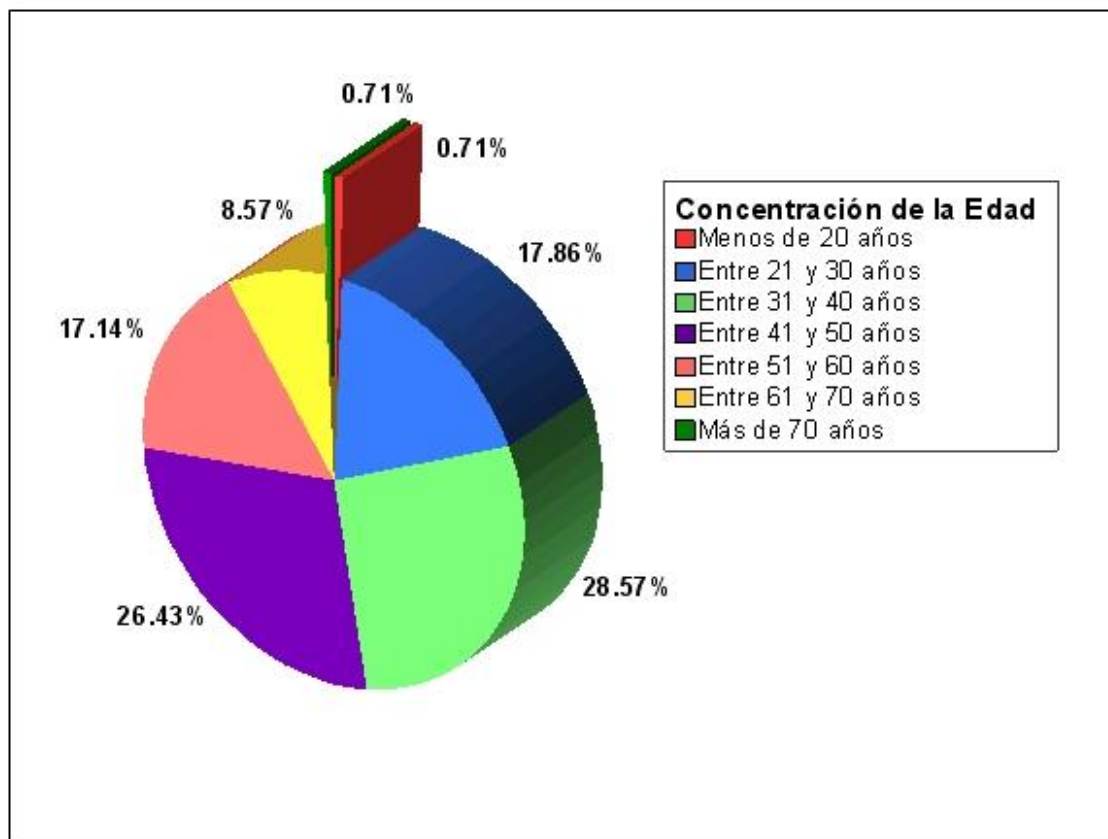


Gráfico 2

Anexo II, Tabla 2.2.1, Tabla 2.2.2 y Tabla 2.3

3.3 Ingreso

Para obtener esta información, se utilizaron intervalos de ingresos. Estos fueron generados de acuerdo a la clasificación socioeconómica (ABC1, C2, C3, D y E).

En el **gráfico 3**, nos encontramos con una alta concentración de los ingresos en el tramo que va desde los \$245.000 hasta los \$750.000.

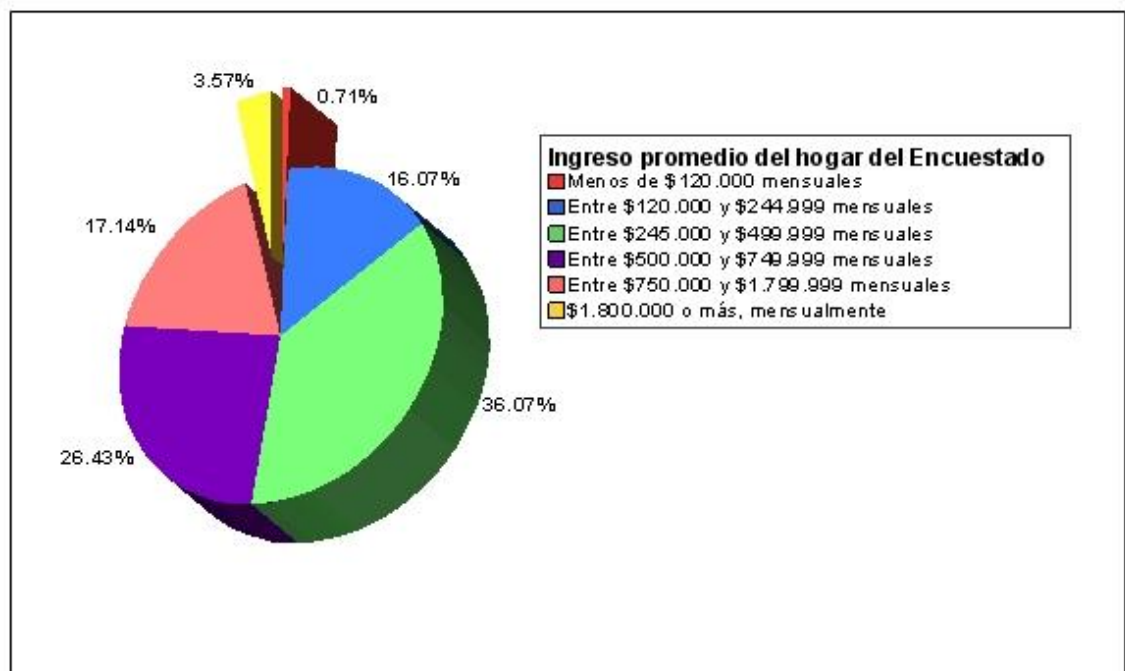


Gráfico 3

Anexo II, Tabla 2.4

3.4 Número de personas que integran el hogar del encuestado

Al encuestado se le preguntó directamente la cantidad de habitantes en su hogar. En el **gráfico 4**, podemos observar que la distribución entre los intervalos de 3 o menos habitantes es similar a la de 4 a 6 personas.

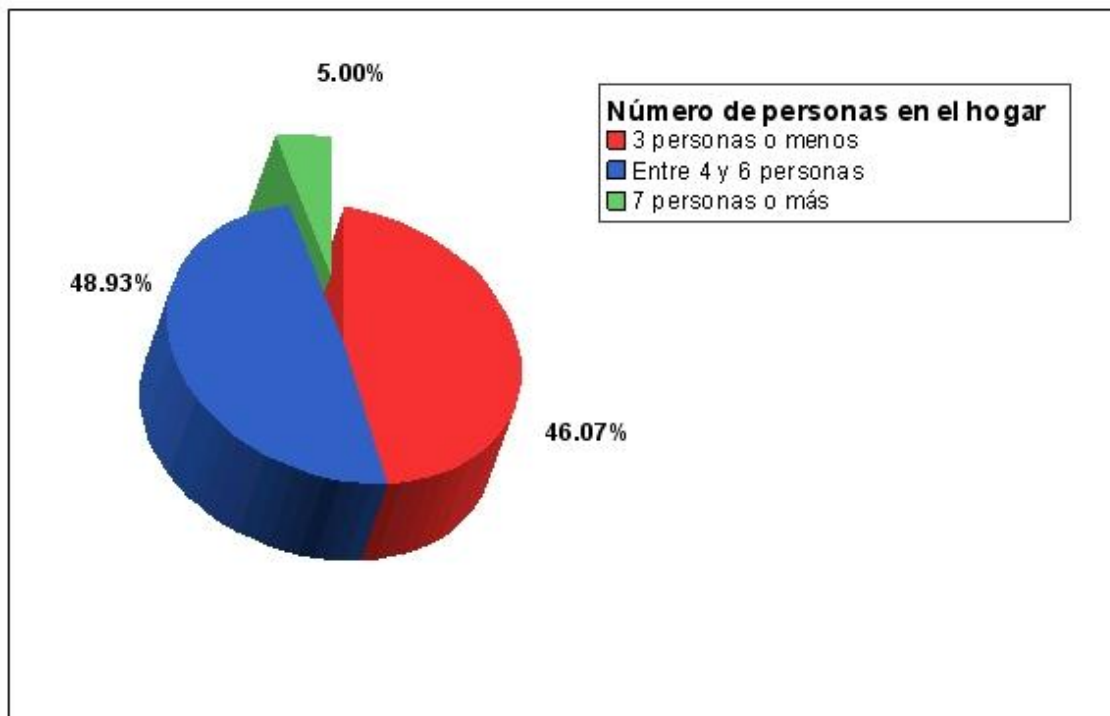


Gráfico 4

Anexo II, Tabla 2.5 y Tabla 2.6

3.5 Sector geográfico de residencia

El encuestado proporcionó directamente la información de la comuna donde residía.

La región Metropolitana está compuesta por 52 comunas, por lo que se realizó una subdivisión en 5 sectores (Sector Norte, Sector Sur, Sector Oriente, Sector Poniente y Sector Centro). Esta clasificación se hizo utilizando la ubicación geográfica (**Anexo II, Mapa 2.1**). El Sector Centro está conformado sólo por la comuna de Santiago.

El **gráfico 5**, nos dice que tenemos concentración de los encuestados en los sectores Poniente y Oriente.

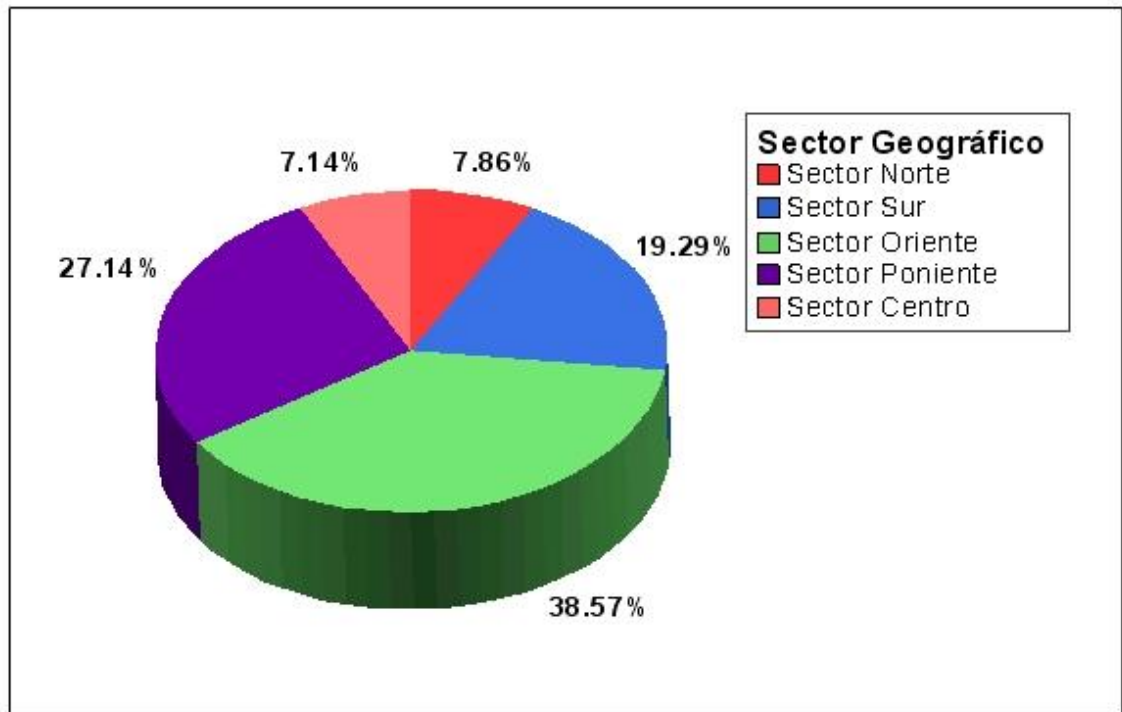


Gráfico 5

Anexo II, Tabla 2.7 y Tabla 2.8

3.6 Porcentaje de personas que tiene cada uno de los servicios

En la encuesta se consultó si la persona contaba con el servicio consultado. En los servicios que se consideran de carácter básico (Agua Potable, Electricidad y Gas), es alto el porcentaje. El servicio que también mostró una gran frecuencia es el Telefónico, con un 88.6%.

En el **gráfico 6**, se presentan los porcentajes, de los servicios que estaban presentes en el hogar.

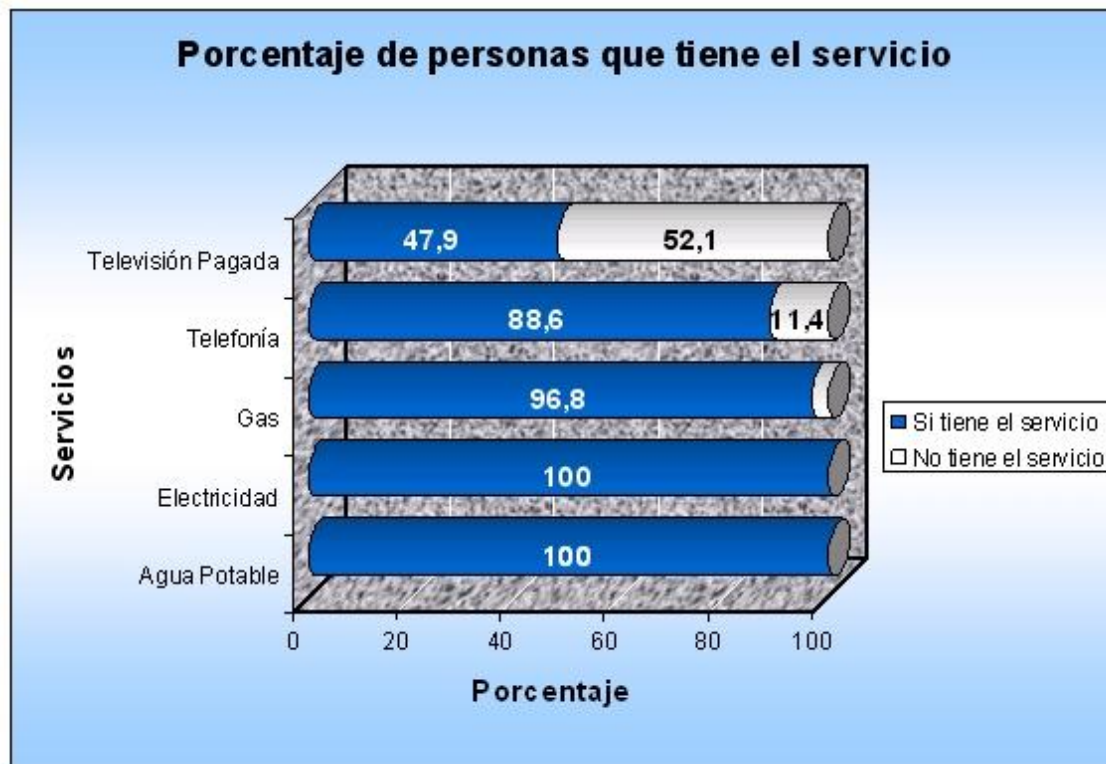


Gráfico 6

Anexo II, Tabla 2.9, Tabla 2.10, Tabla 2.11, Tabla 2.12 y Tabla 2.13

3.7 Empresas que salieron en el estudio por cada servicio

3.7.1 Empresas de Agua Potable

En la Región Metropolitana existen 14 empresas (**Anexo IV, Tabla 4.11**), que proveen el servicio de Agua Potable. Para consultar al encuestado su empresa y facilitar su recordación, se escogieron 7 compañías, que son las que tienen el mayor volumen de clientes. Estas fueron contrastadas con la comuna de residencia para evitar errores.

El **gráfico 7**, muestra la frecuencia con que fueron nombradas las empresas.

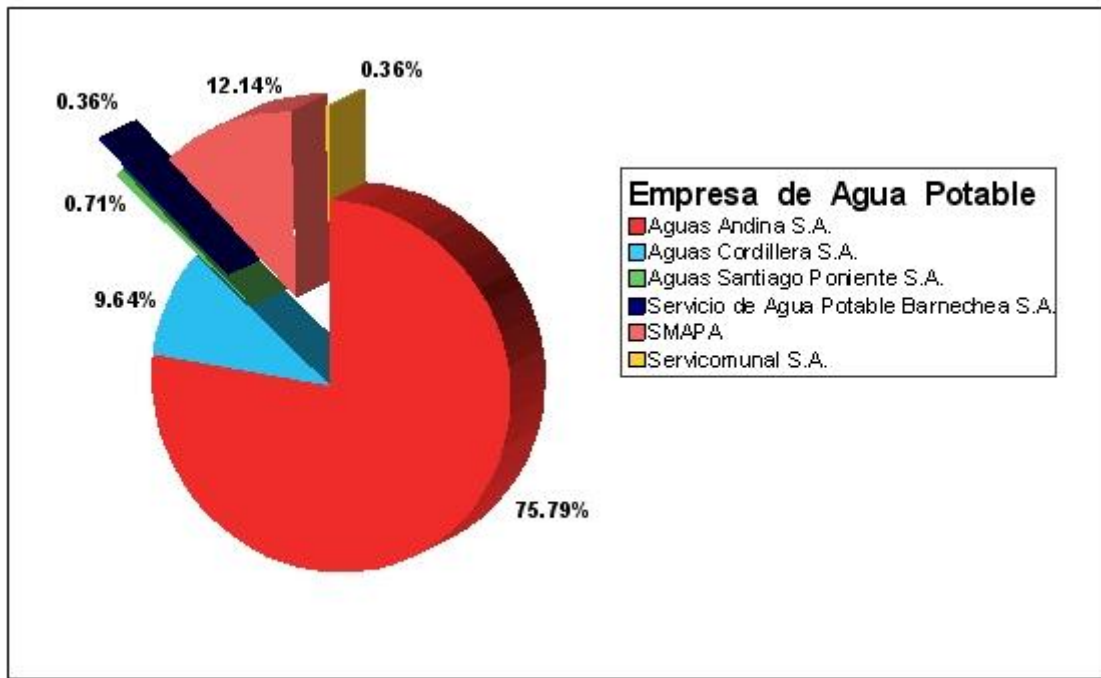


Gráfico 7

Anexo III, Tabla 3.1

3.7.2 Empresas de Electricidad

El servicio de energía eléctrica la proveen dos empresas en la región Metropolitana.

El **gráfico 8**, muestra que la empresa Chilectra Metropolitana es la que provee a una mayor extensión de hogares el servicio.

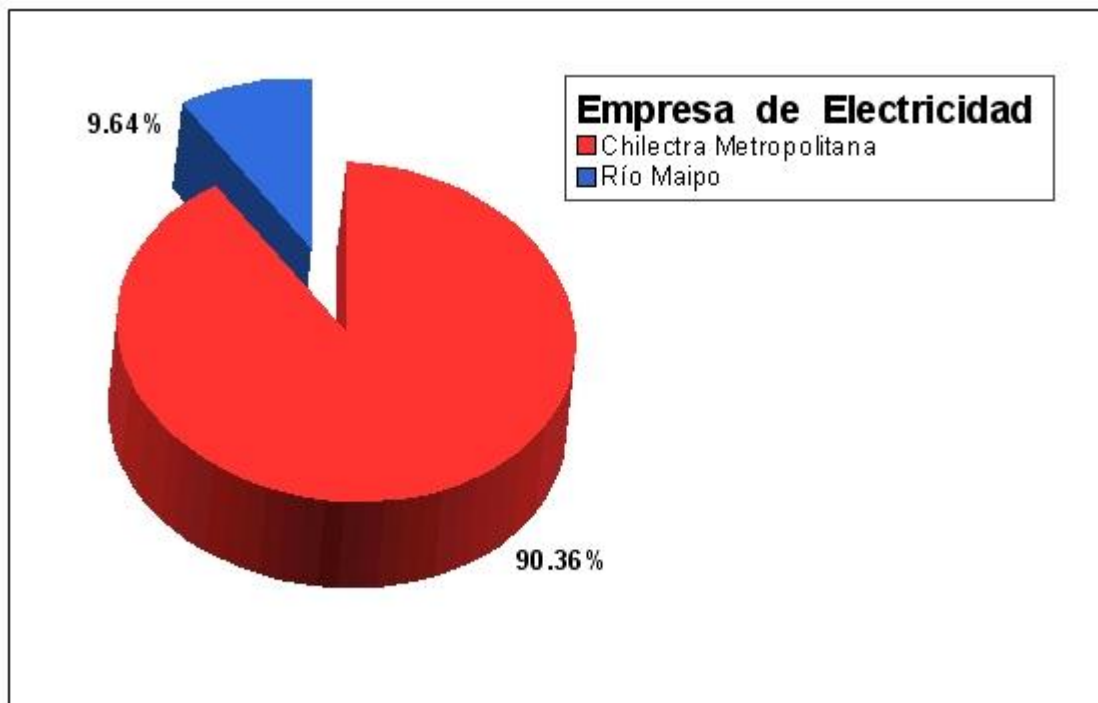


Gráfico 8

Anexo III, Tabla 3.2

3.7.3 Empresas de Gas Licuado

En la encuesta se consultó por la preferencia de uso de las 4 marcas de Gas Licuado más frecuentes en la Región Metropolitana.

El **gráfico 9**, muestra los porcentajes de mención para cada empresa de Gas Licuado.

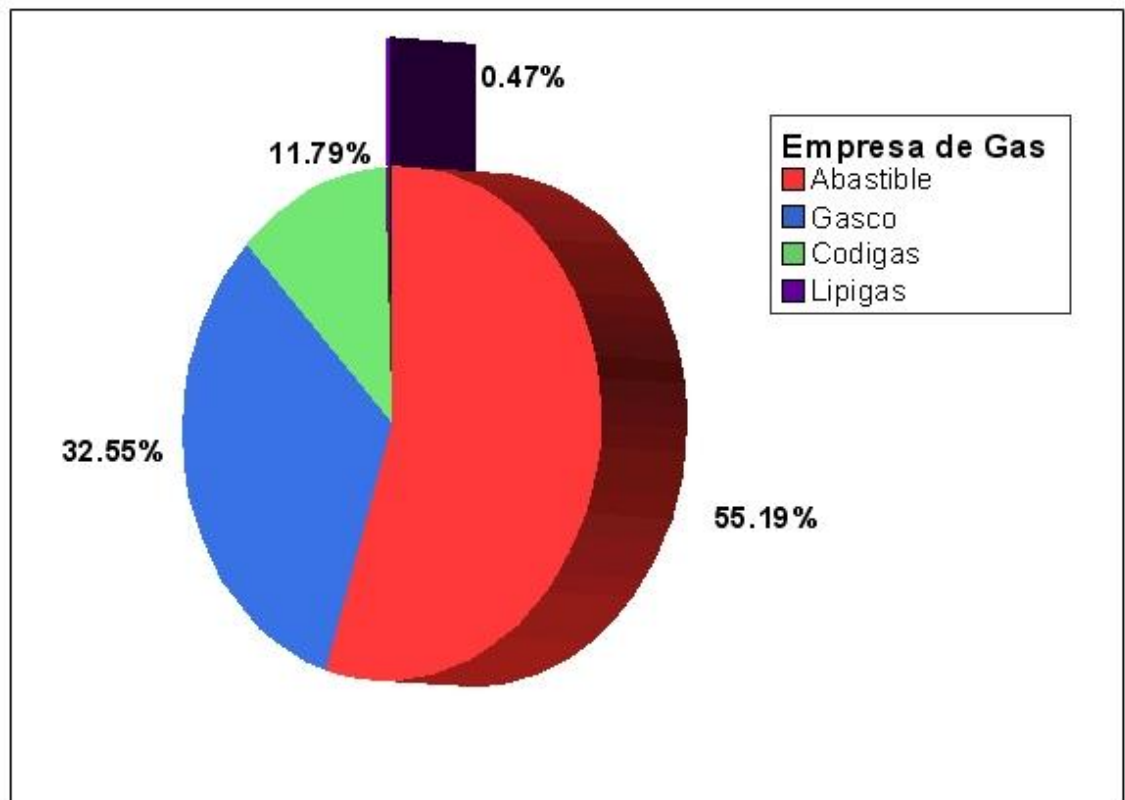


Gráfico 9

Anexo III, Tabla 3.3

3.7.4 Empresas de Telefonía

Al encuestado se le consultó por la empresa que le proveía el servicio de telefonía en su hogar.

En el **gráfico 10**, observamos que la Telefónica CTC Chile, tiene una gran participación, esto debido a que es la primera empresa en proveer de este servicio. En segundo lugar tenemos a VTR.

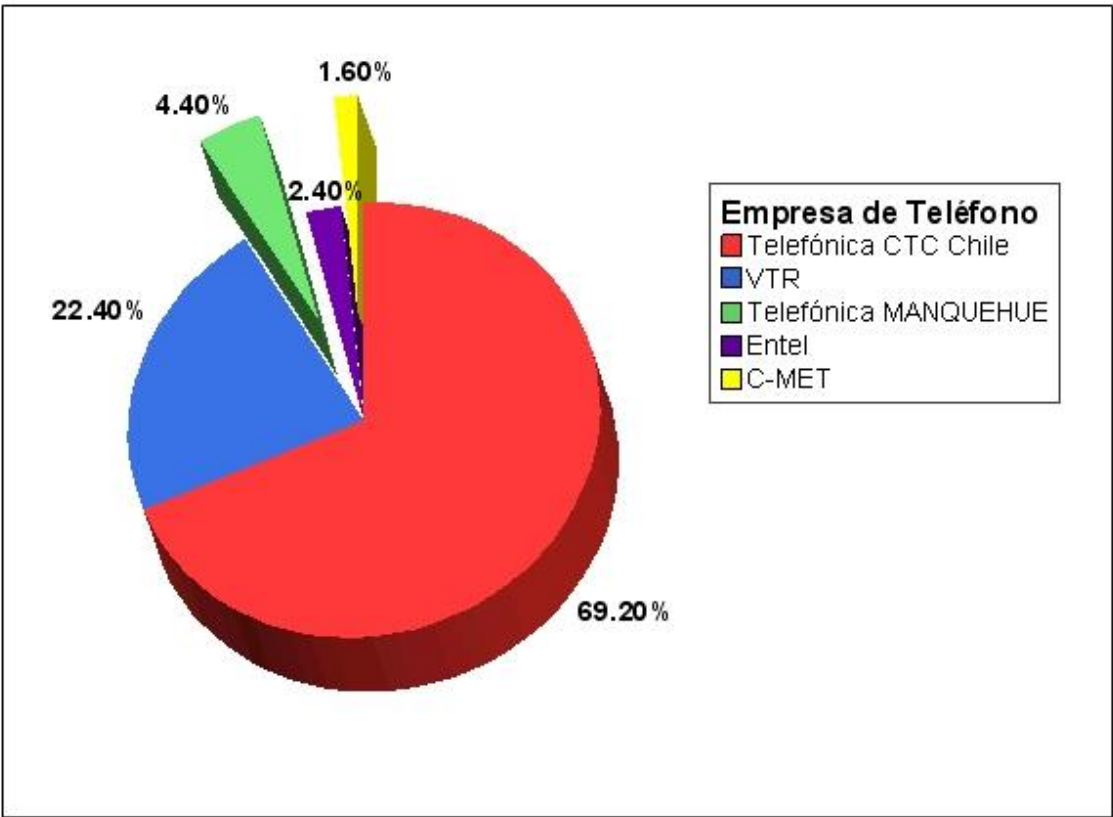


Gráfico 10

Anexo III, Tabla 3.4

3.7.5 Empresas de Televisión Pagada

Las personas fueron consultadas por la empresa que les suministraba el servicio de televisión pagada, esto incluye la modalidad de televisión por cable y televisión satelital.

El **gráfico 11**, muestra la predominancia de las empresas VTR y Metrópolis-Intercom.

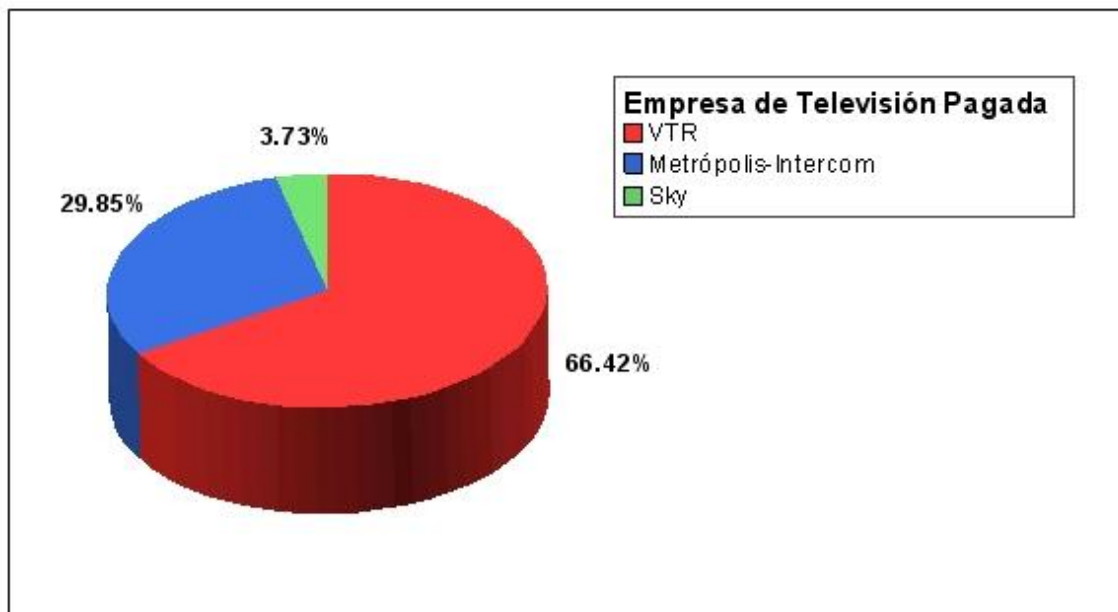


Gráfico 11

Anexo III, Tabla 3.5

CAPÍTULO 4 - PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se muestran y explican en términos relativos los resultados más relevantes para este estudio. Los detalles más específicos se encontrarán en la sección Anexos.

4.1 Porcentaje de problemas que se presentaron en cada servicio

Se consultó a las personas, si se presentó algún tipo de problema en los últimos doce meses con el servicio, excluyendo los casos por no pago de este. El resultado del estudio, como muestra el **gráfico 12**, nos dice que el porcentaje de inconvenientes fue bajo, no más allá del 30%. El índice más bajo lo presenta el Gas Licuado con un 3.1%.

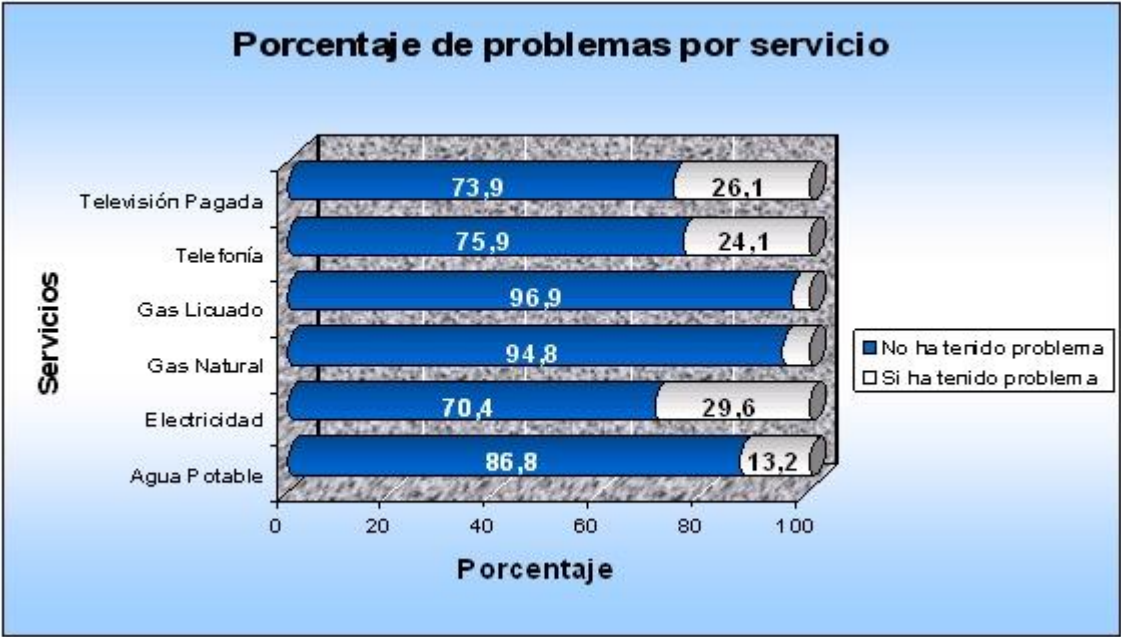


Gráfico 12

Anexo IV, Tabla 4.1; Anexo V, Tabla 5.1; Anexo VI, Tabla 6.1; Anexo VII, Tabla 7.1; Anexo VIII, Tabla 8.1; Anexo IX, Tabla 9.1

Por otro lado, el que más fallas ha presentado es la electricidad. En este punto debemos realizar una salvedad, la gente se influenció por un corte de luz ocurrido a principios de Mayo, que no es atribuible a la responsabilidad de la Compañía de Electricidad, si no a una falla en el sistema interconectado. Aislando este efecto, el porcentaje de problemas se reduce de un 29,6% a un 15%, como lo muestra el **gráfico 13**.

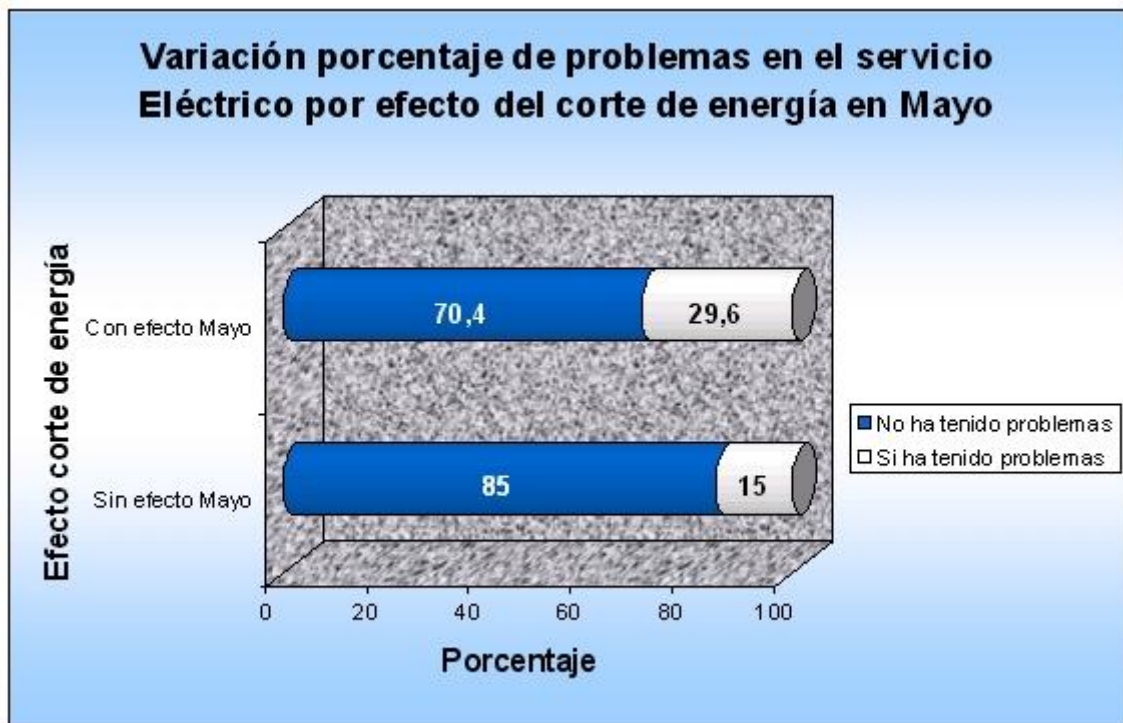


Gráfico 13

4.2 Problemas más frecuentes por cada servicio

A los encuestados que tuvieron algún problema en los últimos doce meses, se les consultó sobre 6 alternativas. Estas eran Pocos o inaccesibles lugares de pago, Cobro incorrecto del servicio, Mala atención al cliente en el lugar de pago, Mala atención al momento de presentar el reclamo, El servicio presentó problemas de suministro y Otro. Las opciones fueron extraídas del estudio exploratorio. A continuación se presentan por servicio, las alternativas que fueron nombradas por las personas.

4.2.1 Servicio Agua Potable

En el **gráfico 14**, observamos que los problemas más frecuentes se dividen en *problemas de suministro* 32.43%, *otros* 27.03% y *poco o inaccesibles lugares de pago* 18.92%.

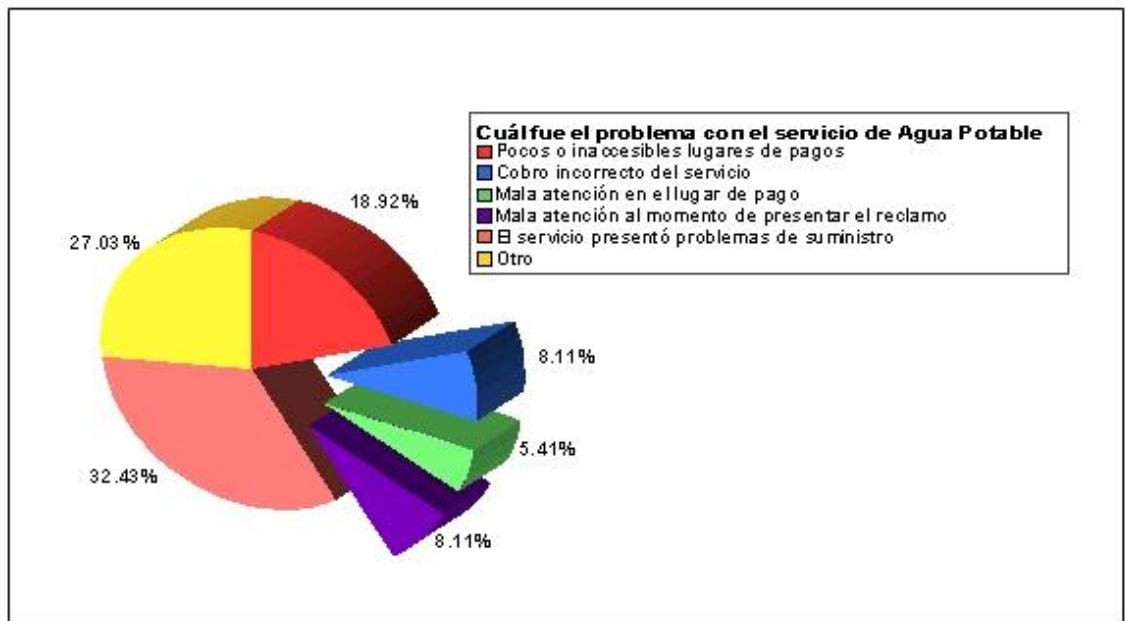


Gráfico 14

Anexo IV, Tabla 4.2

Con respecto a la opción *Otros*, podemos mencionar problemas como fecha de pago no adecuada, fugas en la matriz externa a la casa, error de pago con tarjeta bancaria y no recibo del estado de cuenta.

4.2.2 Servicio Electricidad

El **gráfico 15**, nos muestra que, en una gran proporción, el problema más frecuente es la *falla en el suministro de energía* 84.34%. Como se mencionó, el corte de energía en Mayo, influyó la respuesta. En segundo lugar, tenemos los pocos o inaccesibles lugares de pago 8.43%.

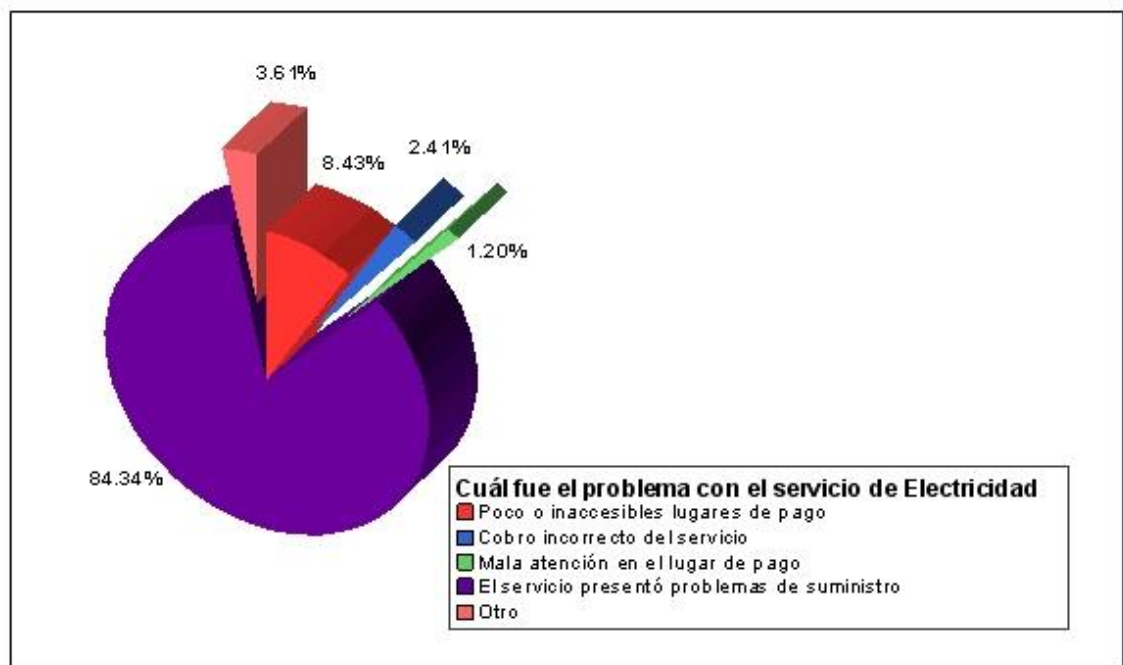


Gráfico 15

Anexo V, Tabla 5.2

4.2.3 Servicio Gas Natural

El **gráfico 16**, nos muestra cuatro problemas que se han presentado frecuentemente en una misma proporción de 25%. Debemos considerar que este resultado se debe a que el servicio de Gas Natural presenta un bajo porcentaje de problemas con tan sólo 5.2%. En la alternativa *otros*, debemos hacer mención a problemas como la falta de presión o la boleta no llega al domicilio.

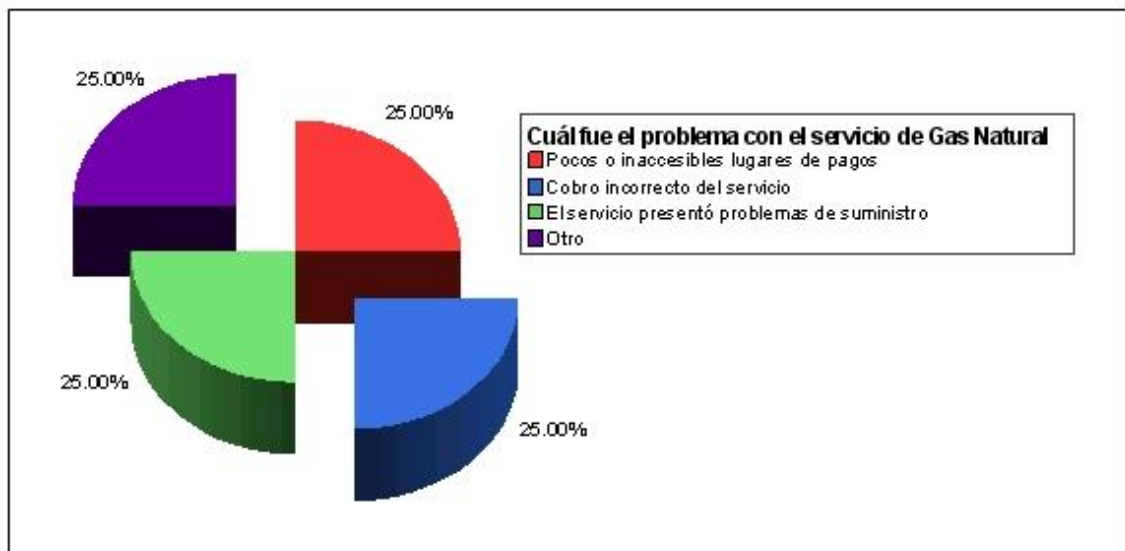


Gráfico 16

Anexo VI, Tabla 6.2

4.2.4 Servicio Gas Licuado

El **gráfico 17**, nos muestra dos opciones mencionadas frecuentemente por los encuestados. El servicio *presentó problemas de suministro* 50%, esto quiere decir, que la persona tiene que salir a comprar lejos de su hogar el cilindro de gas. Con respecto a la opción *otro*, se mencionaron problemas como falla en el sello de seguridad, cilindros mal llenados y cilindros adulterados.

Debemos acotar, que las pocas alternativas mencionadas se debe al bajo nivel de problemas que presenta el servicio, con un 3.1%.

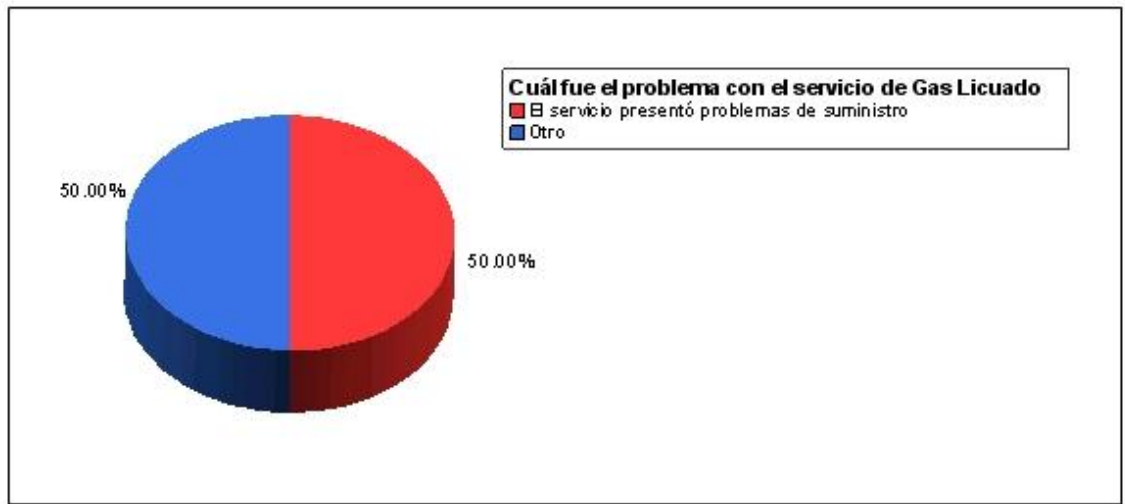


Gráfico 17

Anexo VII, Tabla 7.2

4.2.5 Servicio Telefónico

En el **gráfico 18**, se destacan dos problemas en este servicio, *el cobro incorrecto* 35% y *el problema de la falta de suministro* 35%. Con respecto a la opción *otros*, que representa el 15%, debemos mencionar problemas como aparatos telefónicos con fallas, interferencias en las líneas, no llega la boleta de cobro y la contratación de cualquier servicio por teléfono sin la autorización del titular.

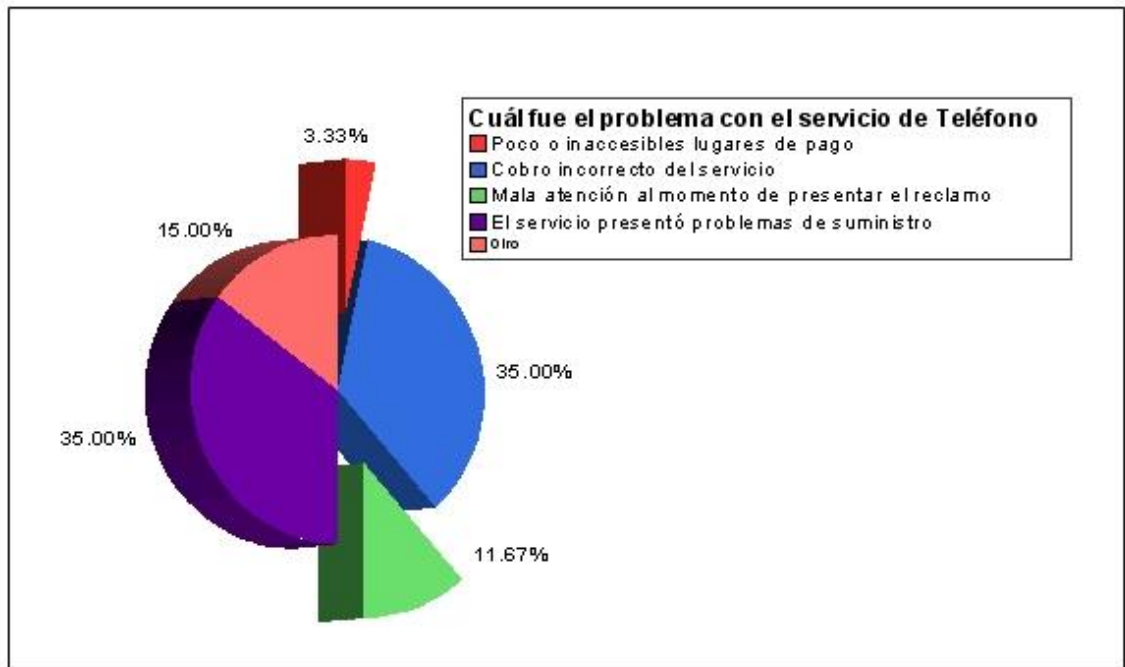


Gráfico 18

Anexo VIII, Tabla 8.2

4.2.6 Servicio Televisión Pagada

En el **gráfico 19**, el mayor problema que presenta la Televisión Pagada es el de suministro 80%. Esto se debe a que la señal tiene problemas de interferencias o cortes.



Gráfico 19

Anexo IX, Tabla 9.2

4.3.- Porcentaje de personas que presentaron el reclamo

De los usuarios que tuvieron algún inconveniente con el servicio, no todos realizaron el reclamo. En el **gráfico 20**, observamos la proporción de clientes que se decidió a hacerlo.

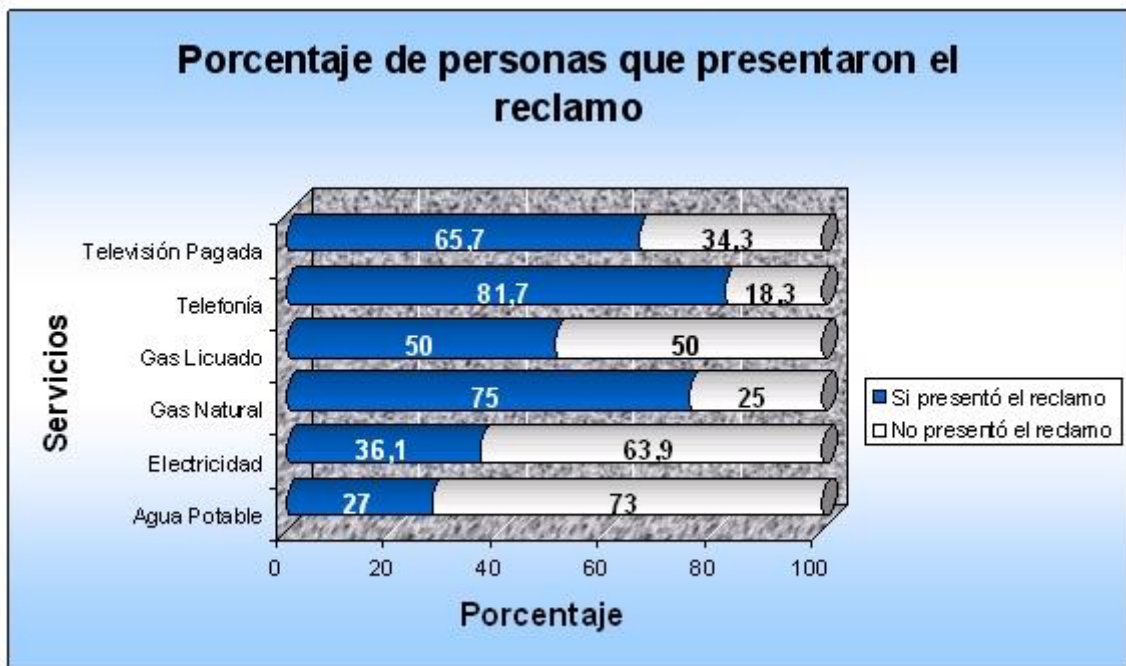


Gráfico 20

Anexo IV, Tabla 4.3; Anexo V, Tabla 5.3; Anexo VI, Tabla 6.3; Anexo VII, Tabla 7.3; Anexo VIII, Tabla 8.3; Anexo IX, Tabla 9.3

4.4.- Razones por las que el cliente no presentó el reclamo

Para determinar las razones por las cuales los clientes no presentaron el reclamo, se les consultó por cinco alternativas. Estas eran *Se solucionó sólo, Nunca responden cuando uno les solicita, El problema es reiterado, No conoce los mecanismos de la empresa para presentar reclamos y No sabe/No responde*. Las opciones fueron sacadas del estudio exploratorio. A continuación se muestra las razones mencionadas por la gente en cada servicio.

4.4.1.- Servicio Agua Potable

El **gráfico 21** nos muestra dos razones para no presentar el reclamo, *se solucionó sólo* 29.63% y que *al momento de reclamar, no conocía los conductos para hacerlo* 25.93%.

Otro punto, que no es menos relevante es la alternativa, *nunca responden cuando el cliente les solicita* 18.52%.

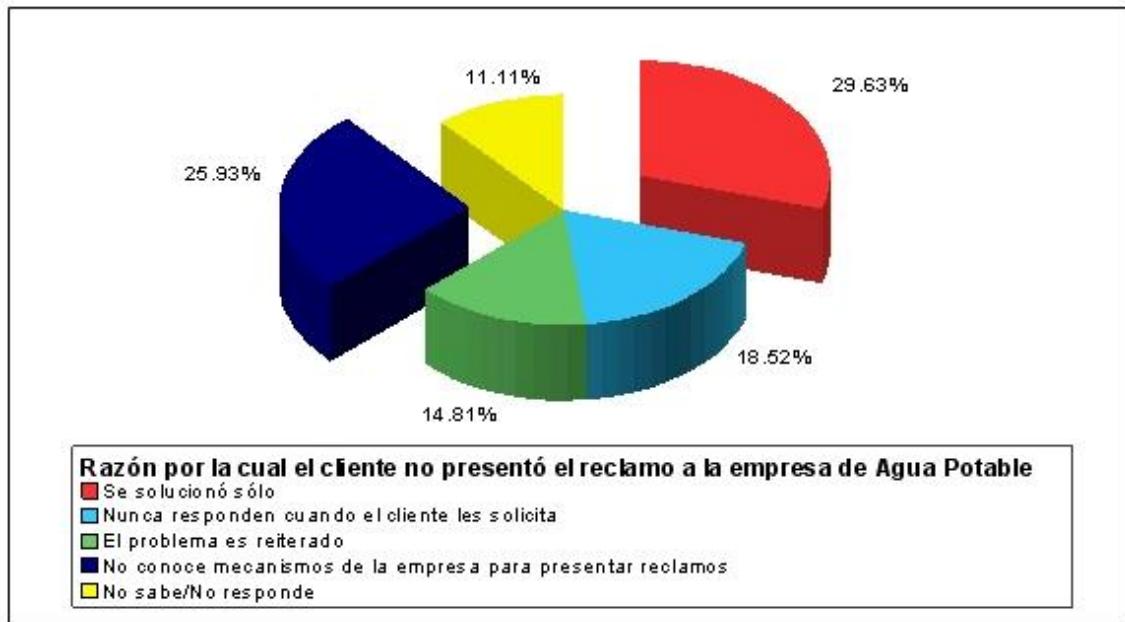


Gráfico 21

Anexo IV, Tabla 4.4

4.4.2 Servicio Electricidad

En el **gráfico 22**, observamos que la razón más argumentada para no presentar el reclamo es *porque el problema se solucionó sólo* 50.94%. Con esto volvemos al punto del efecto de corte de energía en Mayo. La segunda razón mencionada es, que *el problema es reiterado* 16.98%, esto debido a que el otro problema más frecuente, es la inaccesibilidad de los lugares de pago y para eso no hay solución, por lo menos a corto plazo.

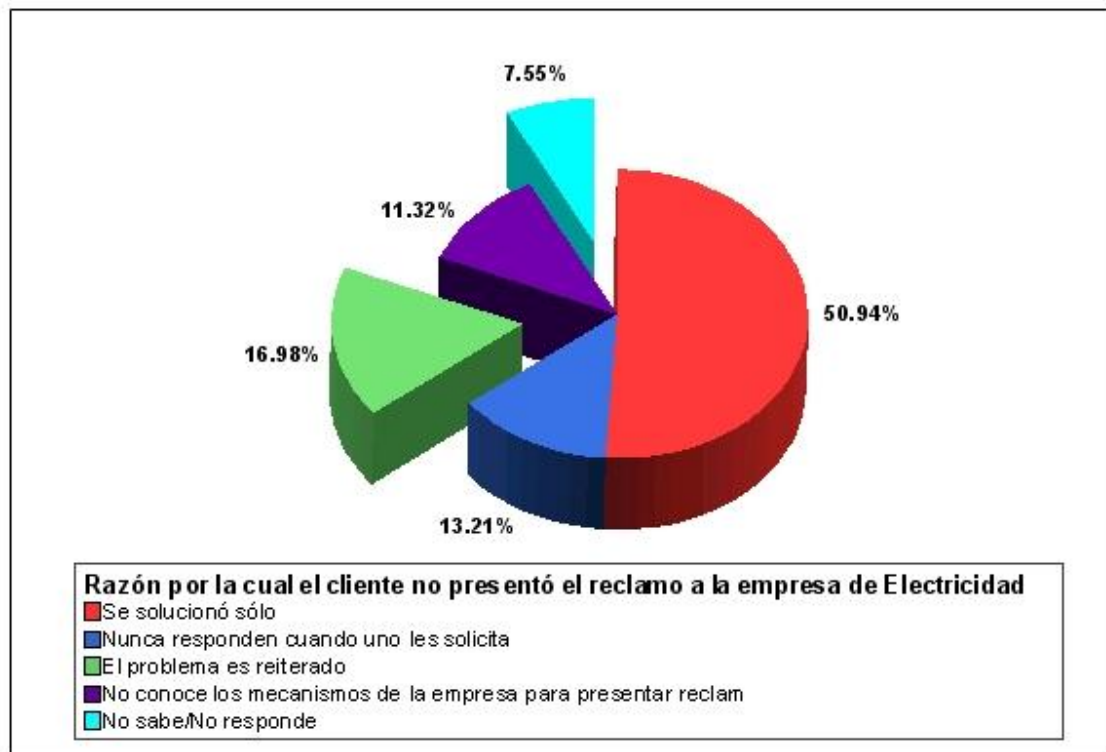


Gráfico 22

Anexo V, Tabla 5.4

4.4.3 Servicio Gas Natural

El **gráfico 23**, muestra solo una razón por la cual no se presentó el reclamo y es que *el problema es reiterado*. Debemos acotar que este resultado, se debe al bajo porcentaje de personas con algún tipo de inconveniente en este servicio, un 5.2%.

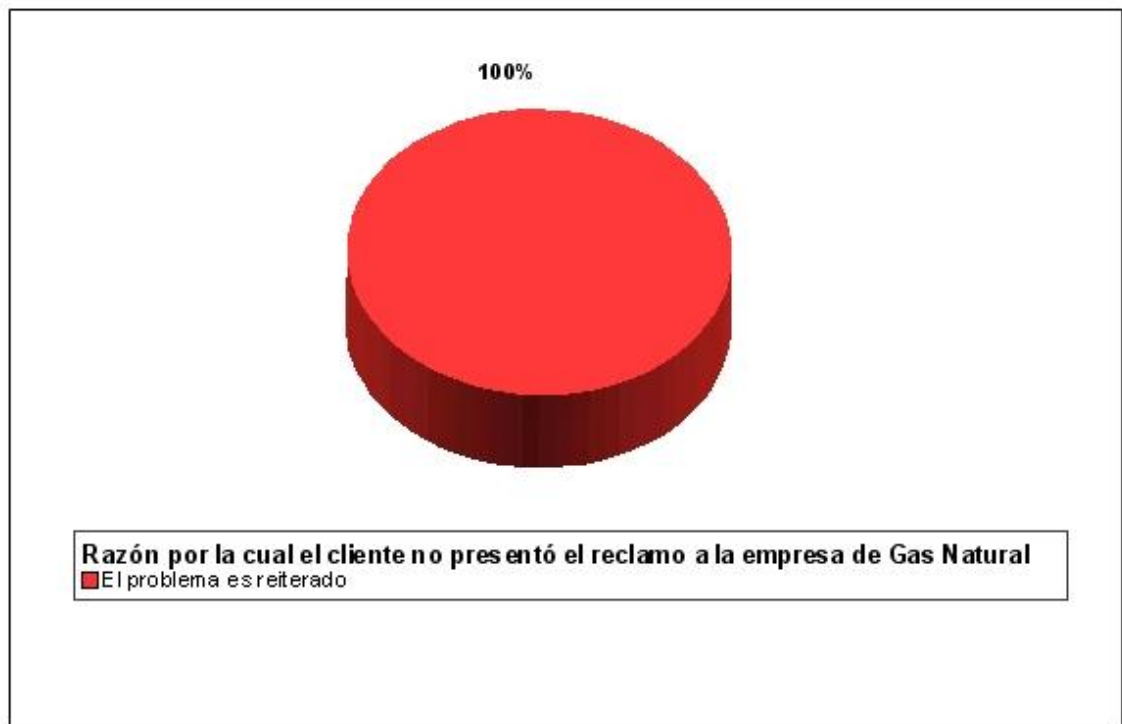


Gráfico 23

Anexo VI, Tabla 6.4

4.4.4 Servicio Gas Licuado

El **gráfico 24**, nos muestra que la mayor razón para no presentar el reclamo es, porque *el problema es reiterado*. Esta razón viene del problema de suministro que hizo mención la gente. Este tipo de inconvenientes por lo general no se reclaman porque es de solución a largo plazo.

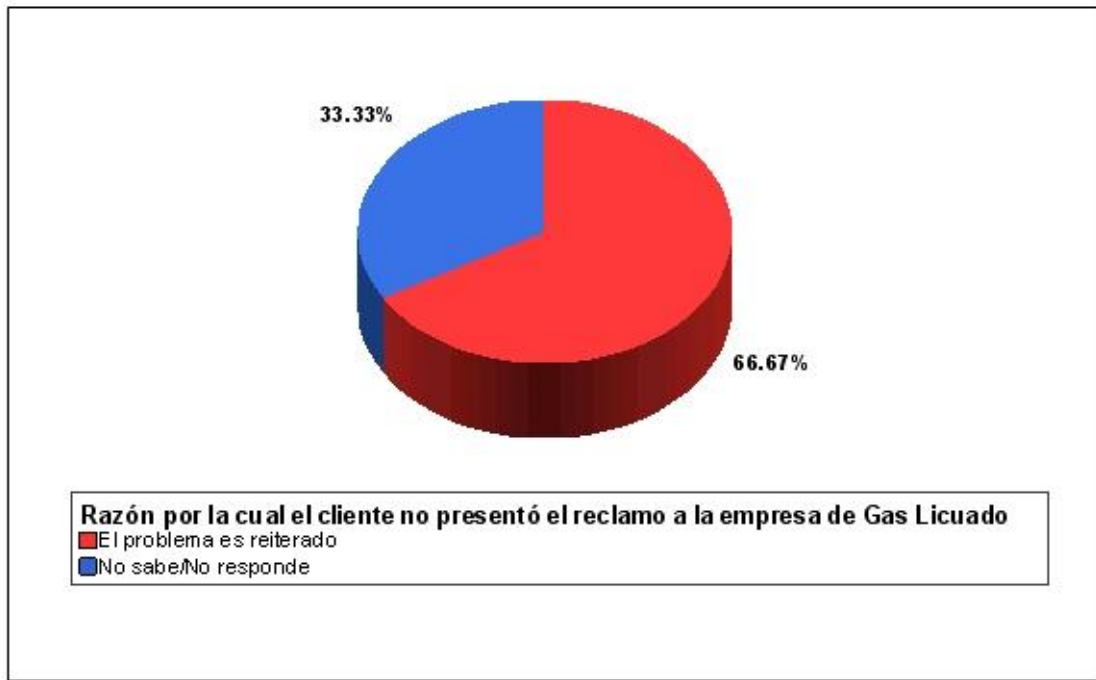


Gráfico 24

Anexo VII, Tabla 7.4

4.4.5 Servicio Telefónico

El servicio Telefónico presenta dos razones frecuentes para no presentar el reclamo, *No sabe/No responde* 36.36% y *se solucionó sólo* con un 27.27%, como se observa en el **gráfico 25**.

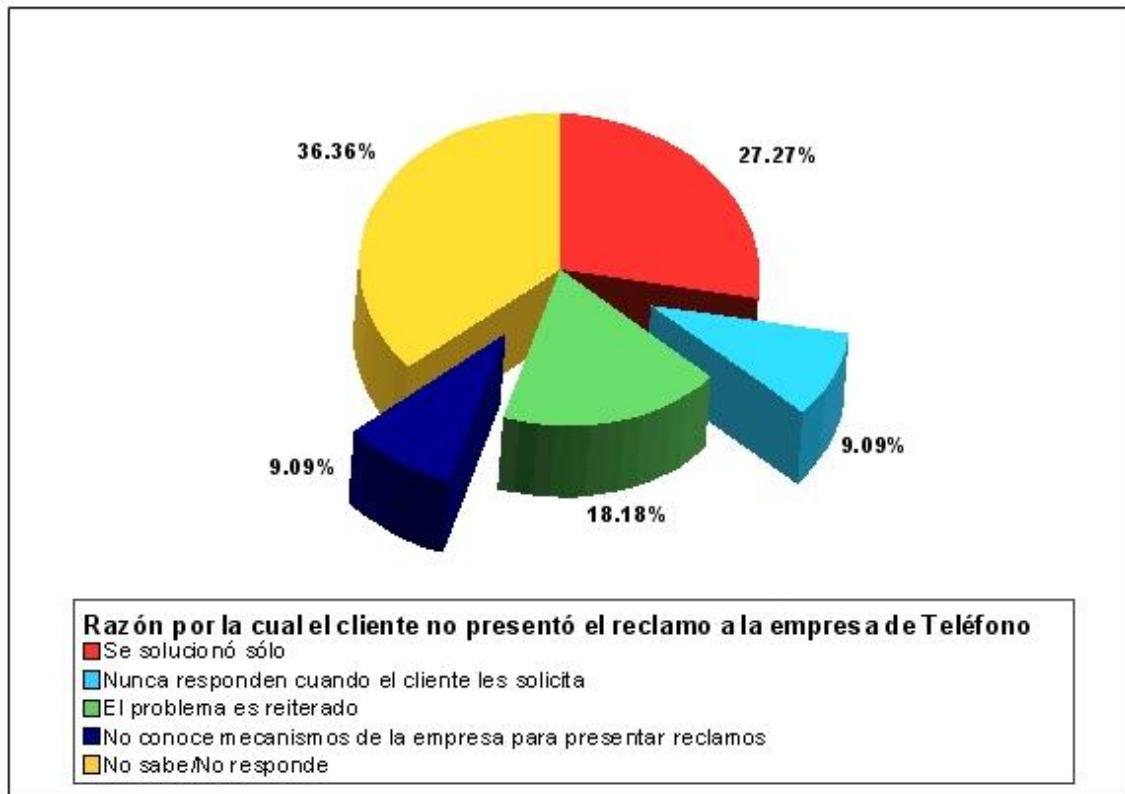


Gráfico 25

Anexo VIII, Tabla 8.4

4.4.6 Servicio Televisión Pagada

La mayor razón que se observa en el **gráfico 26**, para no presentar el reclamo es, *porque se solucionó sólo*, con un 66.67%.

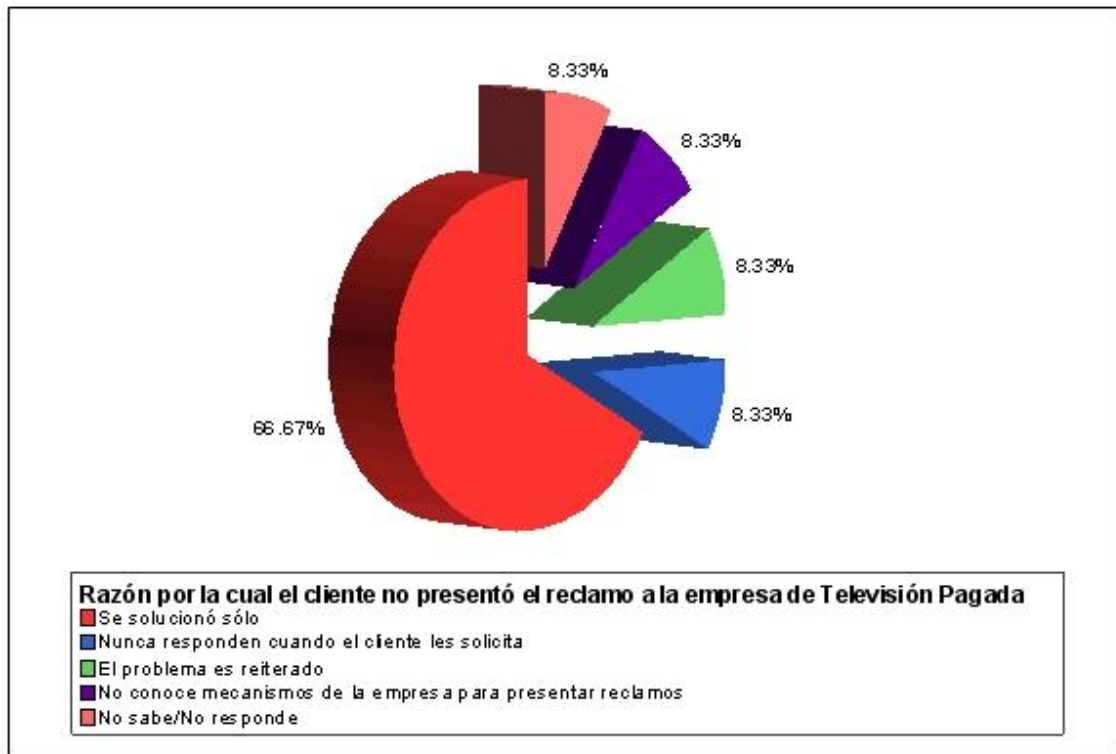


Gráfico 26

Anexo IX, Tabla 9.4

4.5 Tiempo de respuesta a los reclamos

En este ítem, analizamos, cuanto se demoraron las empresas en solucionar los problemas presentados. Para esto, se le consultó por 5 intervalos de tiempo *Menos de 24 horas*, *Entre 24 y 48 horas*, *Entre 48 y 72 horas*, *Una semana* y *Más de una semana*. A continuación se muestran los intervalos por servicios.

4.5.1 Servicio Agua Potable

Los encuestados dijeron, de acuerdo a lo que observamos en el **gráfico 27**, que en la mayoría de los casos, el tiempo de respuesta fue menos de 24 horas con un 40% o más de una semana con un 40%. El resto de los problemas se resolvió dentro de un plazo de 24 a 72 horas.

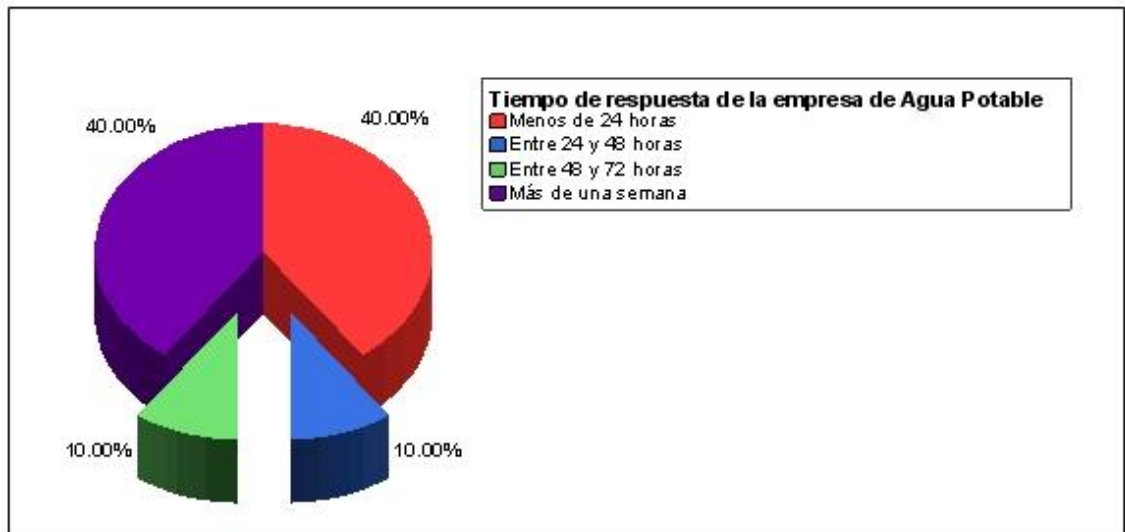


Gráfico 27

Anexo IV, Tabla 4.5

4.5.2 Servicio Electricidad

El **gráfico 28**, muestra que el tiempo de respuesta en las empresas de servicio eléctrico, fue en general, menos de 24 horas con un 53.33%. Este fenómeno es atribuible a la falta de suministro, ocurrido en Mayo.

La segunda alternativa es, que el periodo de respuesta fue más de una semana con un 26.67%, atribuible a la problemática de la escasez o lejanía de los lugares de pago.



Gráfico 28

Anexo V, Tabla 5.5

4.5.3.- Servicio Gas Natural

El tiempo de respuesta en este servicio, se da con mayor frecuencia en más de una semana, como vemos en el **gráfico 29**.

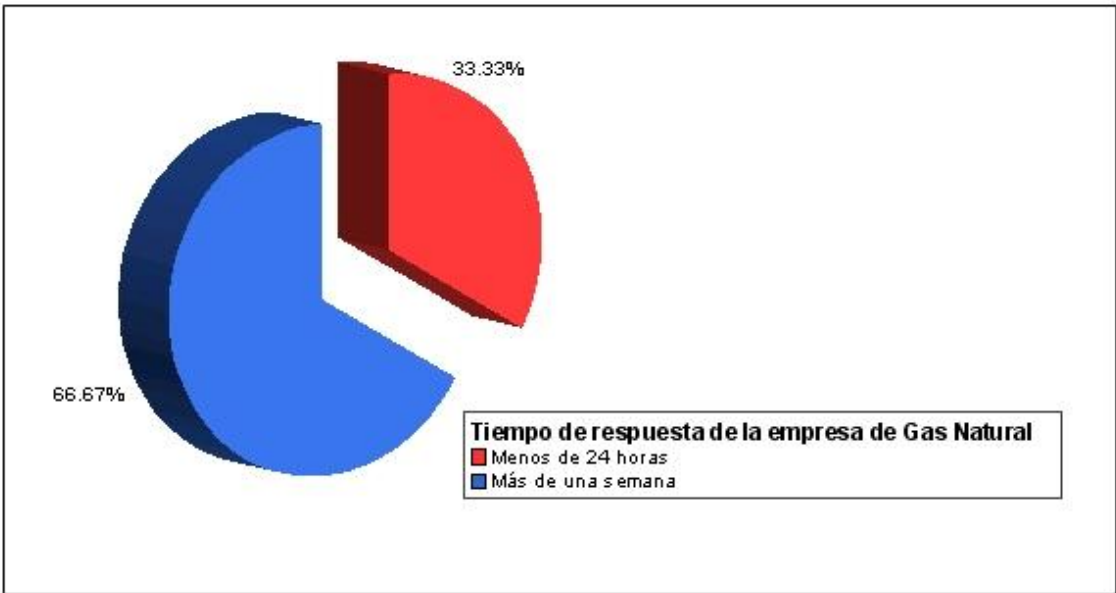


Gráfico 29

Anexo VI, Tabla 6.5

4.5.4 Servicio Gas licuado

Según el **gráfico 30**, el tiempo de respuesta es por lo general, menos de 24 horas con un 66.67%.

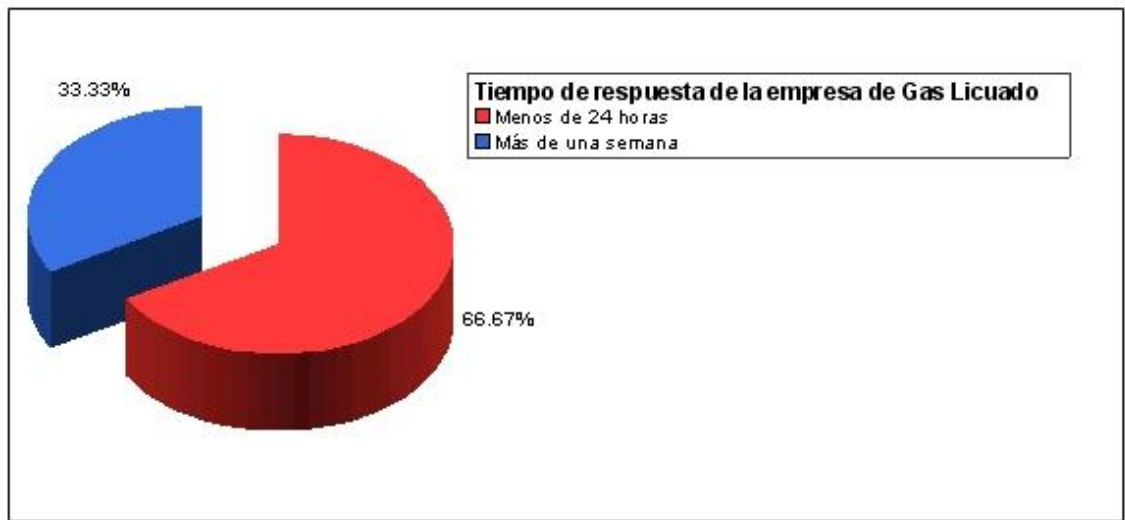


Gráfico 30

Anexo VII, Tabla 7.5

4.5.5 Servicio Telefónico

De acuerdo al **gráfico 31**, en el servicio de Telefonía, el tiempo de respuesta con mayor frecuencia fue más de una semana, con un 44.90%.



Gráfico 31

Anexo VIII, Tabla 8.5

4.5.6 Servicio Televisión Pagada

El tiempo de respuesta, de las empresas de televisión pagada, según el **gráfico 32**, es en su mayoría, menos de 24 hora, con un 52.17%.



Gráfico 32

Anexo IX, Tabla 9.5

4.6 La empresa solucionó el problema presentado

Al encuestado, se le consultó si es que el problema que había tenido con el servicio, se había solucionado por parte de la empresa. Como observamos en el **gráfico 33**, en casi todos los servicios, el porcentaje de solución fue prácticamente superior al 60%.

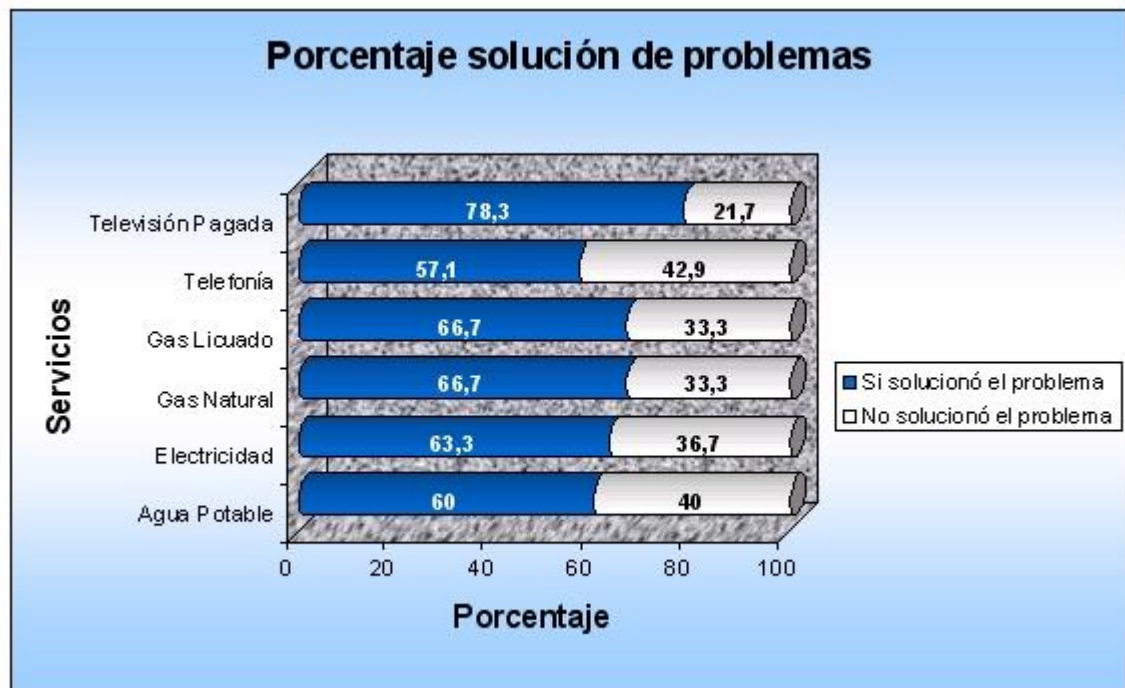


Gráfico 33

Anexo IV, Tabla 4.6; Anexo V, Tabla 5.6; Anexo VI, Tabla 6.6; Anexo VII, Tabla 7.6; Anexo VIII, Tabla 8.6; Anexo IX, Tabla 9.6

4.7 Razones por las que el cliente “cree” no le solucionaron el problema

Se consultó a las personas que no obtuvieron solución alguna para sus problemas, cuál era la razón que ellos creían la más probable para justificar esto. Se le dio a escoger entre 6 alternativas. Estas son *El problema se sigue presentando*, *No respondieron*, *El problema no es importante para la empresa*, *El problema era ajeno para la empresa*, *Incapacidad de resolver el problema* y *Otro motivo*. A continuación, se muestran las alternativas por servicio

4.7.1 Servicio Agua Potable

El **gráfico 34**, dice que en el 50% de los casos, la gente cree que la no solución a sus problemas se debe a que *son poco importantes para la compañía*.

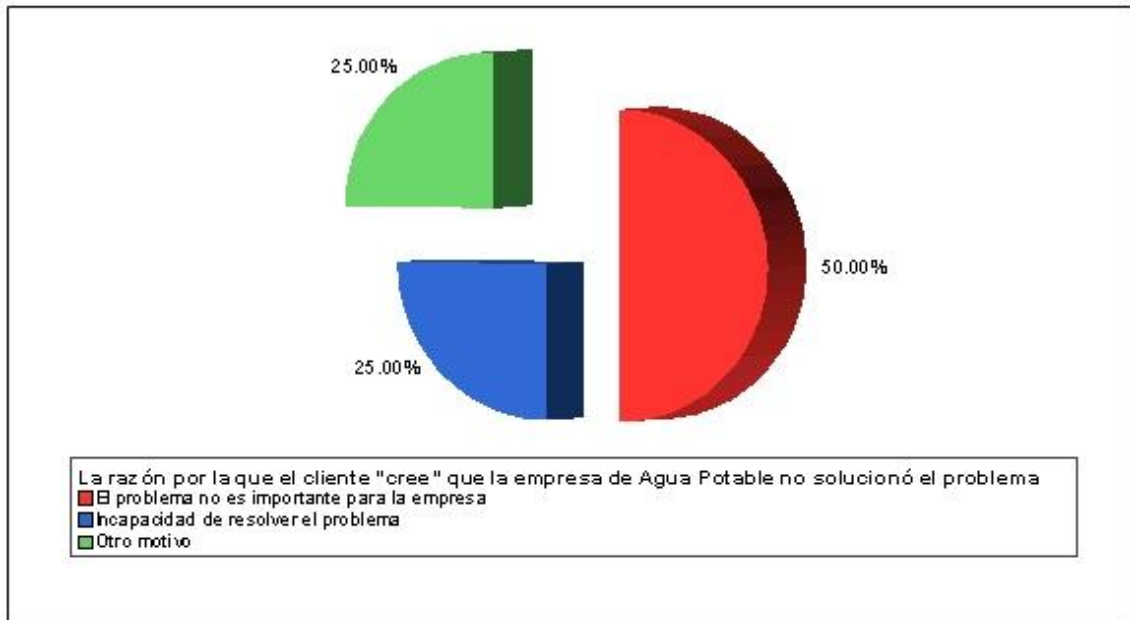


Gráfico 34

Anexo IV, Tabla 4.7

4.7.2 Servicio Electricidad

El **gráfico 34**, muestra una concentración de respuestas. Las alternativas más seleccionadas son que *el problema se sigue presentando* con un 27.27% y que *no respondieron* con un 27.27%.

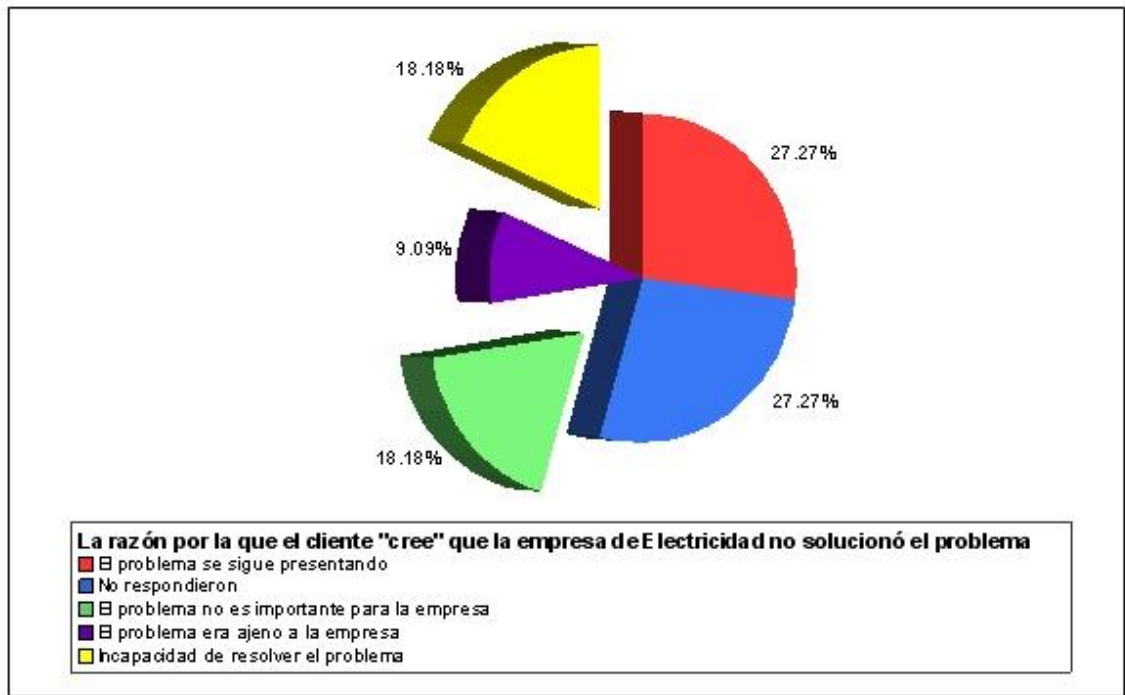


Gráfico 34

Anexo V, Tabla 5.7

4.7.3 Servicio Gas Natural

La única opción, como muestra el **gráfico 35**, escogida fue que *el problema no es importante para la empresa*.

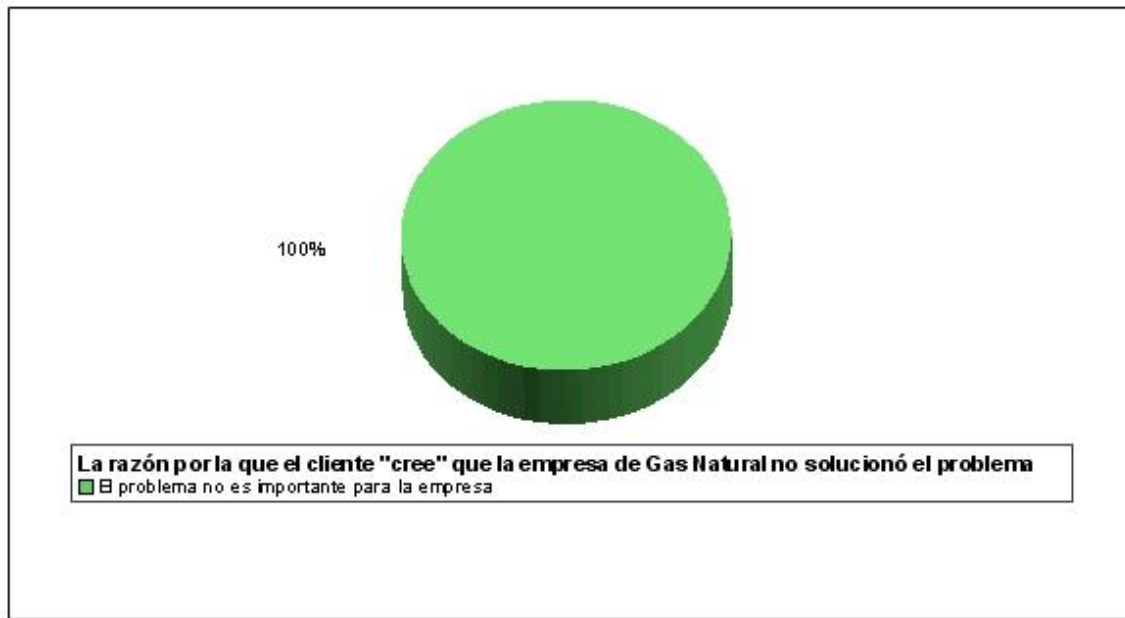


Gráfico 35

Anexo VI, Tabla 6.7

4.7.4 Servicio Gas Licuado

La única opción según el **gráfico 36**, que la gente escogió como razón para que no se solucionara el problema es *otro motivo*.

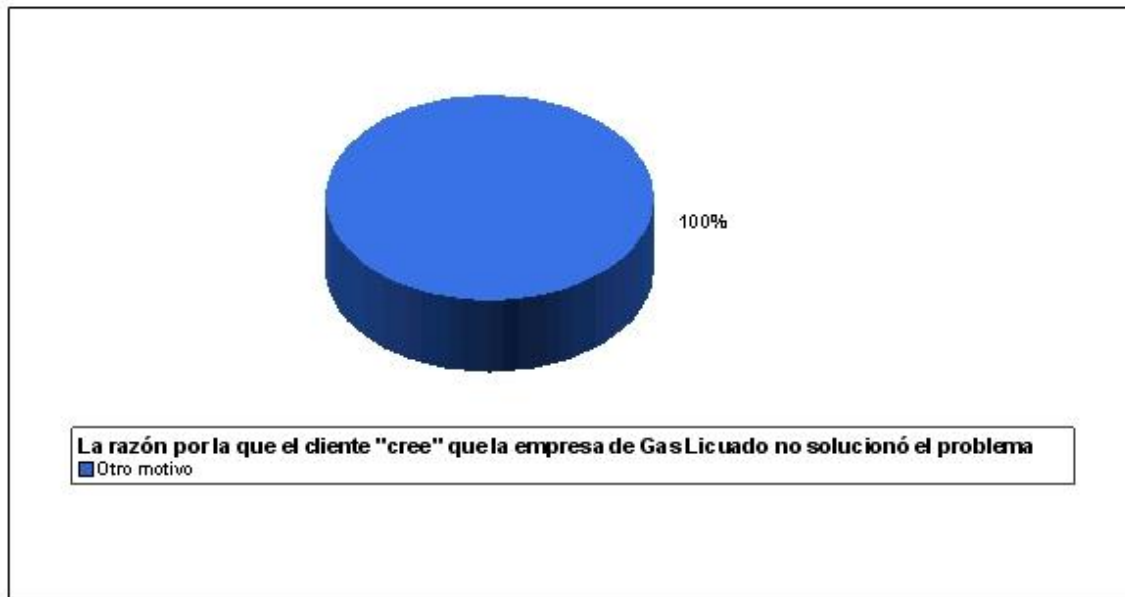


Gráfico 36

Anexo VII, Tabla 7.7

4.7.5 Servicio Telefónico

El **gráfico 37**, muestra que las razones que dan los clientes están concentradas en tres opciones. *Incapacidad de resolver el problema 33.33%, el problema no es importante para la empresa 28.57% y el problema se sigue presentando 28.57%.*

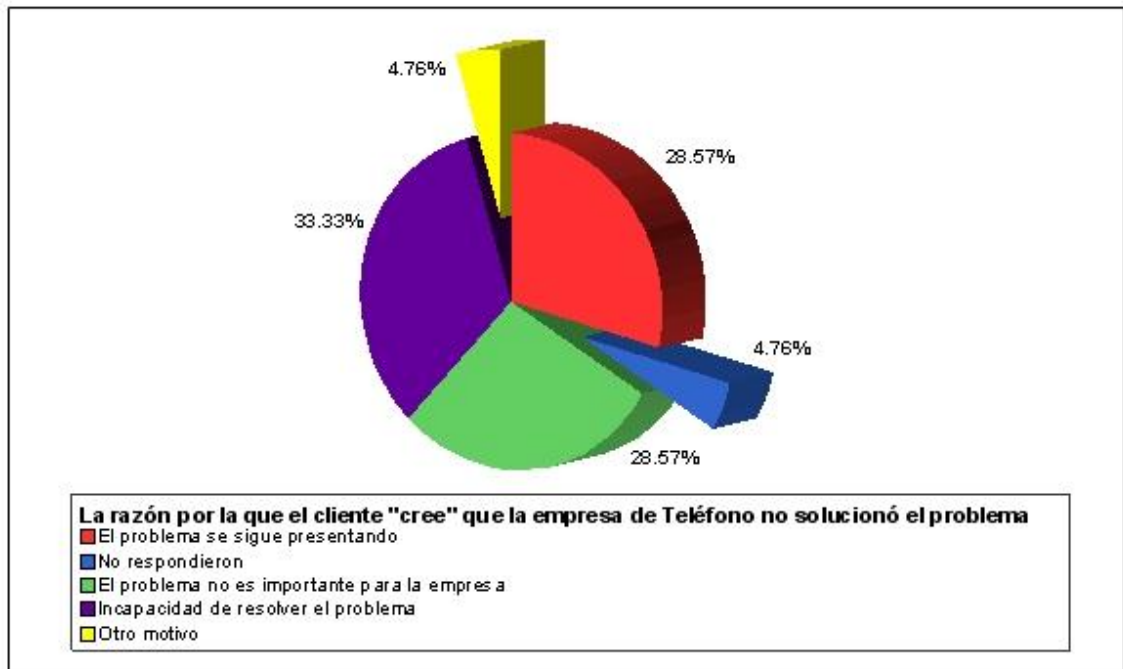


Gráfico 37

Anexo VIII, Tabla 8.7

4.7.6 Servicio Televisión Pagada

El **gráfico 38**, nos muestra que los usuarios escogieron dos alternativas. El problema se sigue presentando 60% y no respondieron 40%.

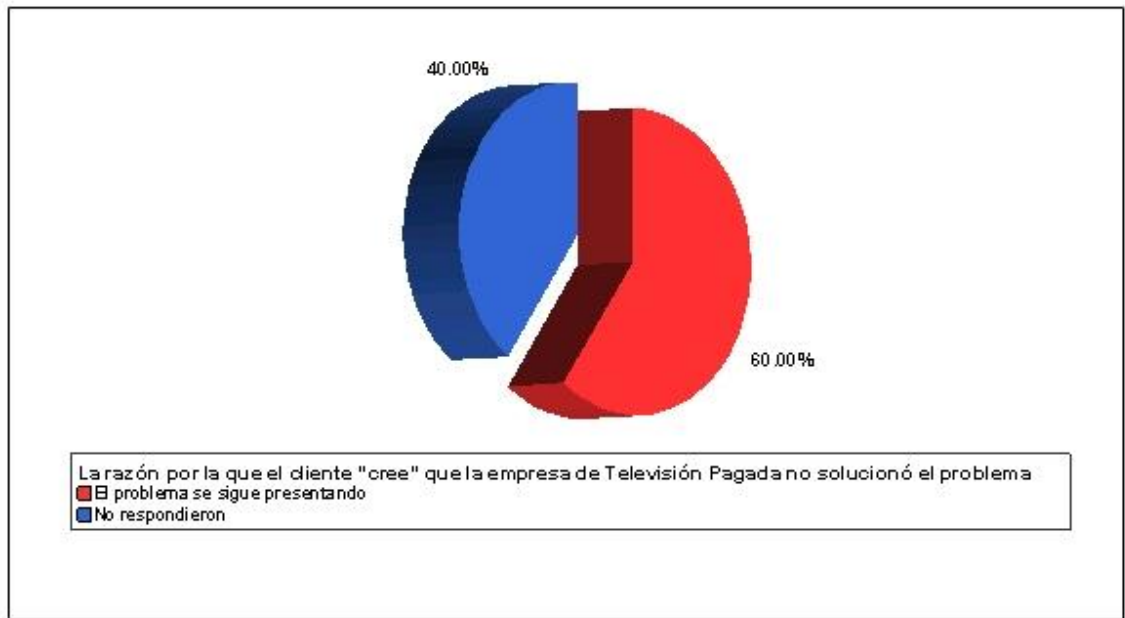


Gráfico 38

Anexo IX, Tabla 9.7

4.8 La empresa contactó a sus clientes para saber su opinión

Se consultó a las personas, si la empresa lo había llamado para saber su opinión con respecto al servicio y no si esta tenía mecanismos para recibir sugerencias como paginas Web o teléfonos de atención al cliente.

De acuerdo al **gráfico 39**, podemos observar que el sector de servicio que llamó más veces a sus clientes fue la Televisión Pagada. El servicio que menos llamó a los usuarios es el Agua Potable.

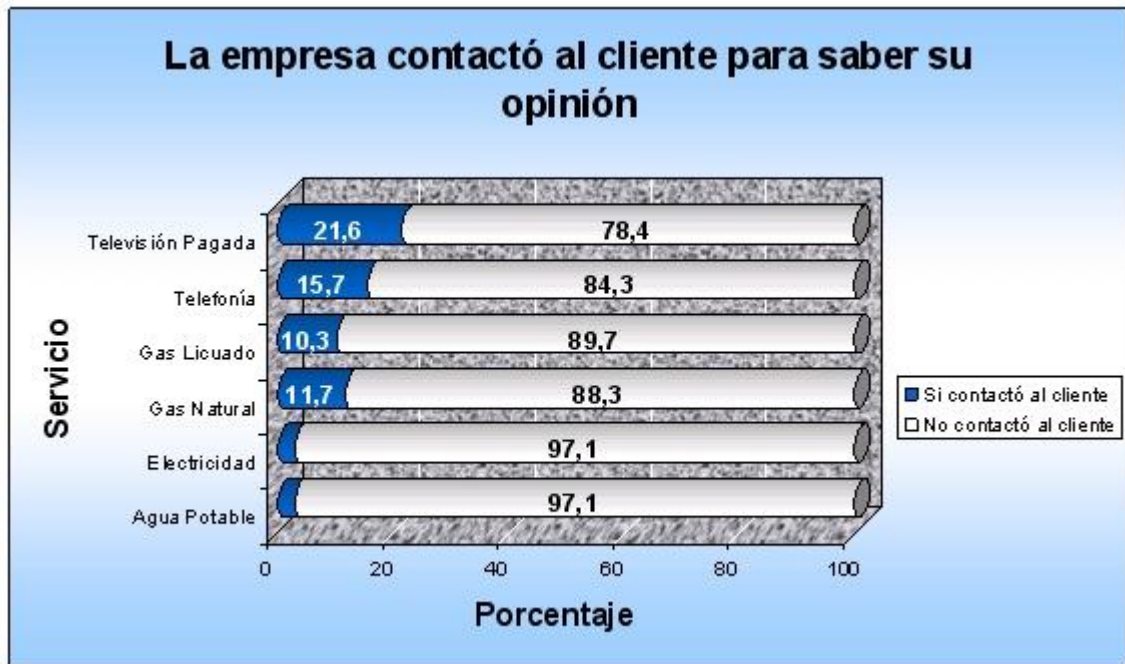


Gráfico 39

A Anexo IV, Tabla 4.8; Anexo V, Tabla 5.8; Anexo VI, Tabla 6.8; Anexo VII, Tabla 7.8; Anexo VIII, Tabla 8.8; Anexo IX, Tabla 9.8

4.9 La opinión que tienen los usuarios del servicio en general

A los encuestados, se les consultó por la opinión que tenían del servicio en general. A continuación se muestran los resultados por servicio.

4.9.1 Servicio Agua Potable

En el **gráfico 40**, observamos que la opinión más frecuente del servicio de Agua Potable es, *bueno pero mejorable* con un 50%, seguido de *bueno y sin inconvenientes*, con un 43.93%.

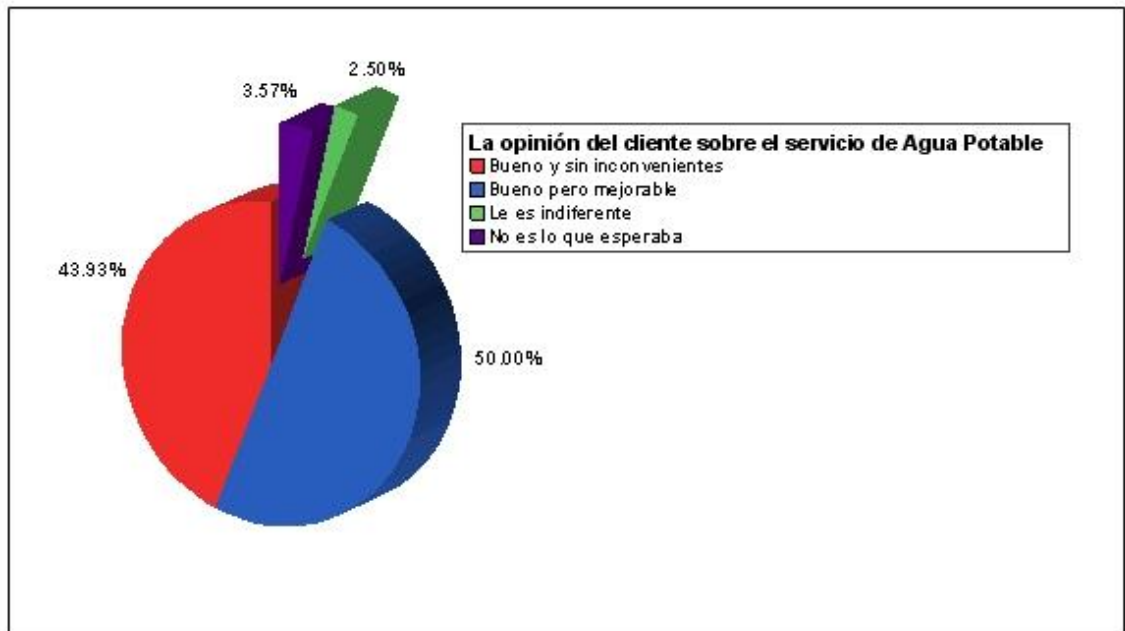


Gráfico 40

Anexo IV, Tabla 4.9

4.9.2 Servicio Electricidad

Como observamos en el **gráfico 41**, la opinión más frecuente fue, *bueno pero mejorable* con un 46.79% y la segunda opción con un porcentaje muy similar de 42.5% es *bueno y sin inconvenientes*.

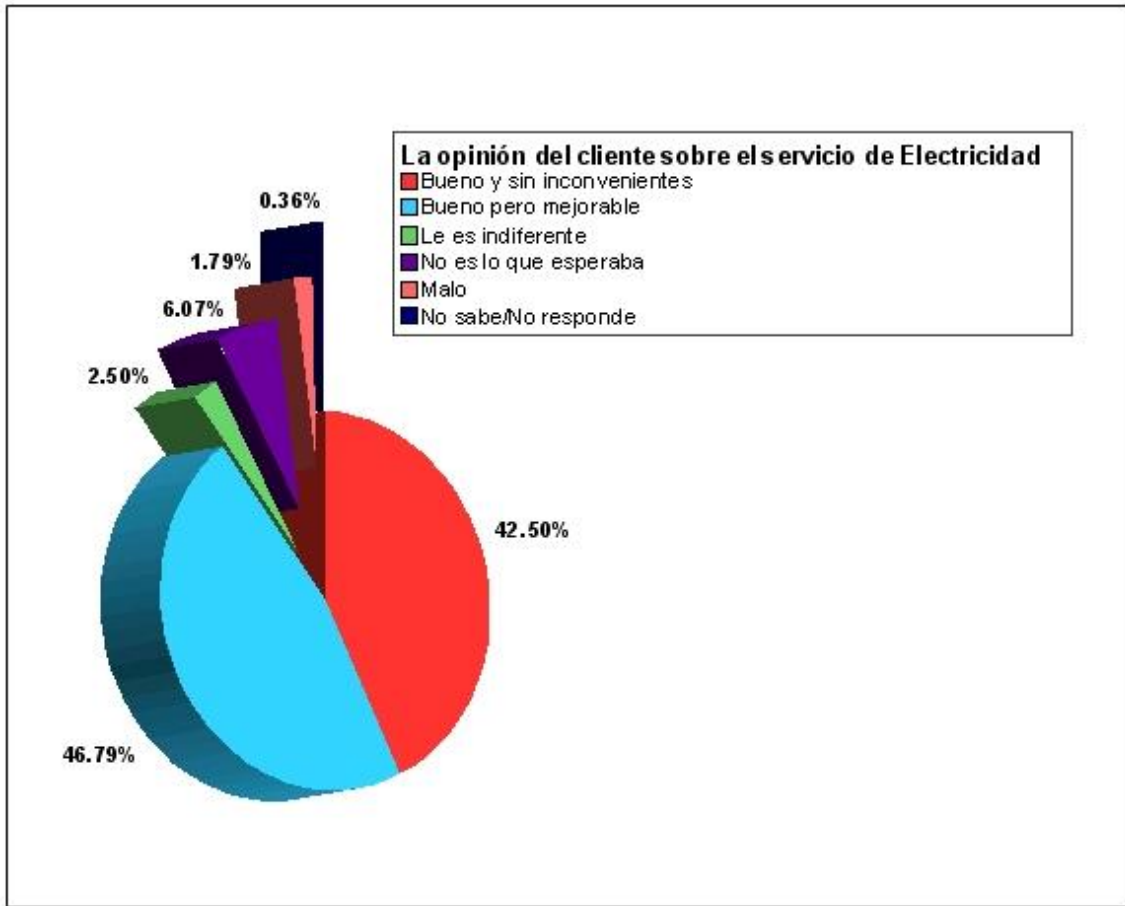


Gráfico 41

Anexo V, Tabla 5.9

4.9.3 Servicio Gas Natural

La opción más escogida en este servicio es *bueno y sin inconvenientes*. Como observamos en el **gráfico 42**, esta alternativa fue elegida con un 64,94%.

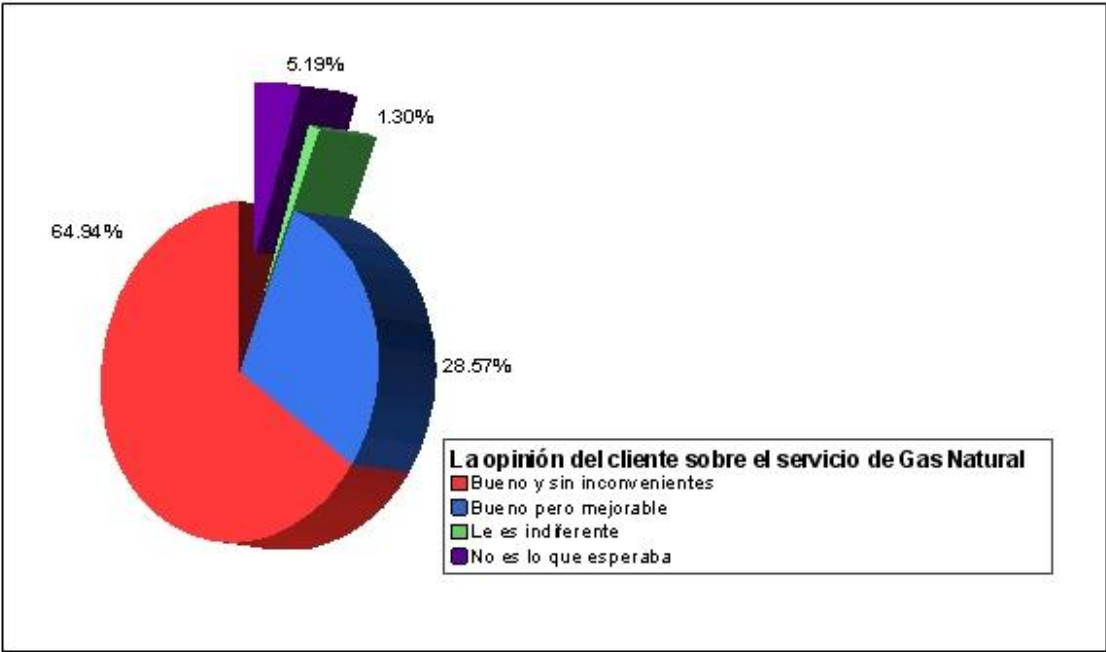


Gráfico 42

Anexo VI, Tabla 6.9

4.9.4 Servicio Gas Licuado

La opinión de los encuestados para este servicio es de *bueno y sin inconvenientes*. Según el gráfico 43, esta opción fue elegida con un 55.15%.

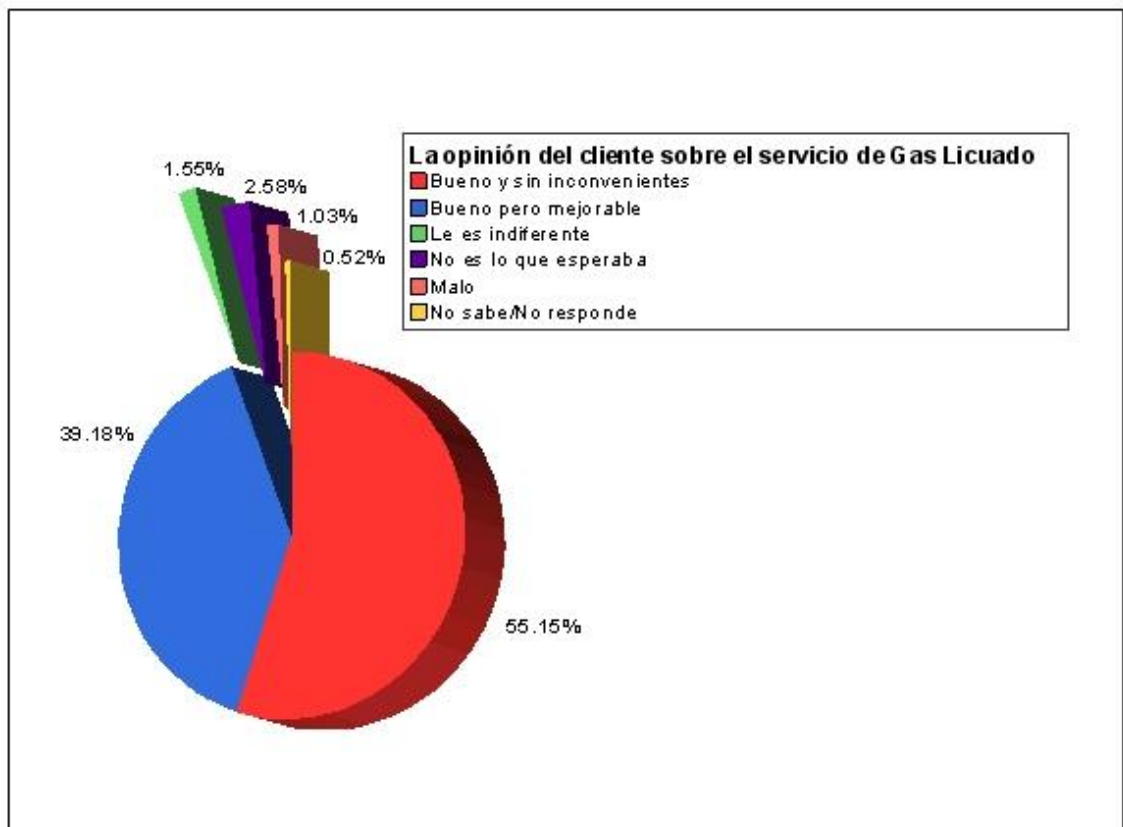


Gráfico 43

Anexo VII, Tabla 7.9

4.9.5 Servicio Telefónico

La opinión de la Telefonía, de acuerdo al **gráfico 44**, fue de *bueno pero mejorable* con un 42.57%, seguido de *bueno y sin inconvenientes* con un 35.74%.

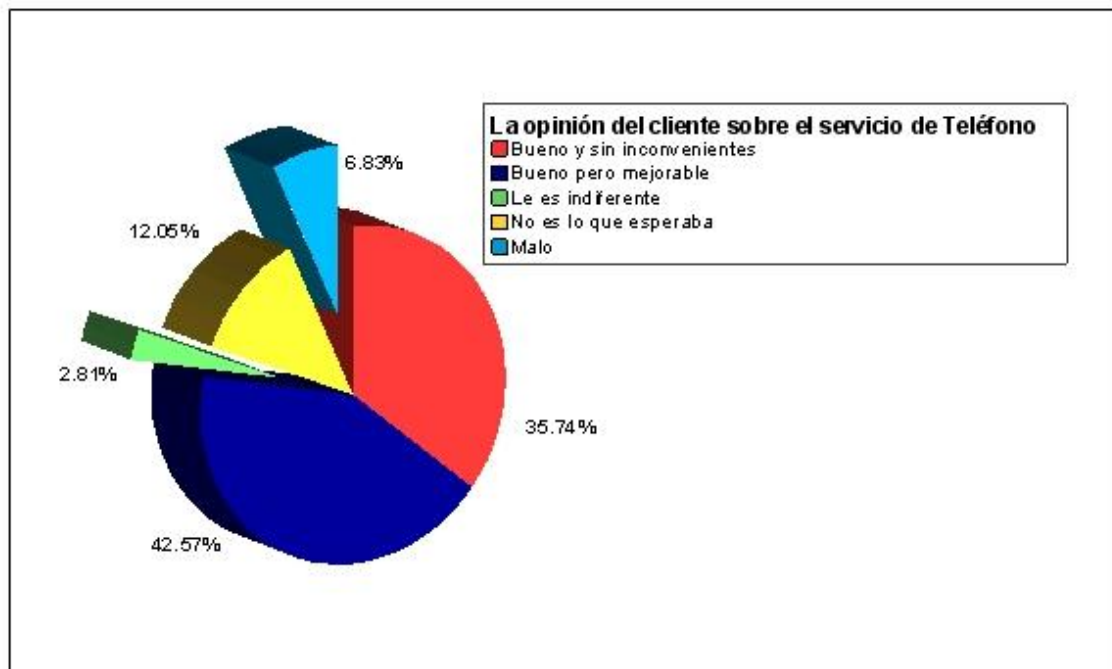


Gráfico 44

Anexo VIII, Tabla 8.9

4.9.6 Servicio Televisión Pagada

De acuerdo a lo que se observa en el **gráfico 45**, vemos que la opinión mayoritaria de los encuestados es que el servicio es *bueno y sin inconvenientes* con un 47.01%.

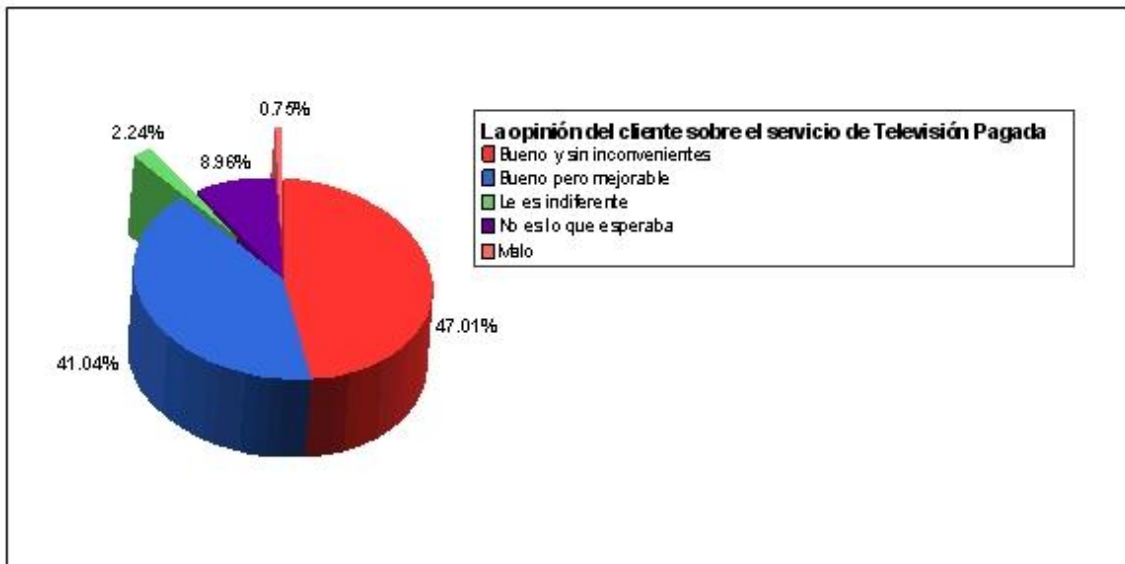


Gráfico 45

Anexo IX, Tabla 9.9

CAPÍTULO 5 - COMENTARIOS

5.1 La muestra

Se observa en los datos que la realidad chilena tiene un comportamiento esperado, tal como se señala en los siguientes puntos:

1. En la distribución por sexo, la muestra fue equilibrada, conservando una predominancia del sexo masculino, pero con una importante participación de la mujer. Esto muestra el avance de ellas en materia laboral y en la independencia que esto significa. Pero debemos hacer mención que el nivel de desempleo también está afectando, ya que el jefe de hogar se puede ver envuelto en las siguientes situaciones, que le disminuyan su ingreso o la pérdida de su fuente laboral y la mujer deba salir en busca de trabajo, para afrontar este problema.
2. En la distribución por edad, el rango mayoritario se movió entre los 21 y 60 años. Esto refleja el segmento que pertenece al mundo laboral, por lo tanto puede solventar los diferentes gastos que significa un hogar.
3. En la distribución por ingreso, la muestra se movió en un rango que abarca mayoritariamente los estratos socioeconómicos medios y medios alto. Esto es un reflejo del tipo de habitantes que de algún modo se encuentra en condiciones de costear una vivienda.
4. En la cantidad de personas que existe por hogar, vemos que la mayoría de las familias, tiene entre 3 y 6 integrantes. La sociedad moderna y a medida que su nivel socioeconómico es más alto, tiende a una familia más pequeña, con uno o dos hijos.
5. Se realizó una agrupación por comuna, tal como se presenta en el **Anexo II, Mapa 2.1**. Esta división de sectores del gran Santiago se estableció a partir de la densidad poblacional y ubicación geográfica.
6. La frecuencia, con la que fue nombrada cada empresa, esta directamente relacionada a la cantidad de hogares que abastecen en la región Metropolitana.

5.2 Los datos

Un punto importante a considerar, es lo influenciado que pueden resultar algunas respuestas frente a “shocks” o acontecimientos imprevistos. Estos, aunque sean transitorios, pueden ser retenidos fácilmente por los usuarios. Para este estudio la

distorsión se generó en el servicio eléctrico, ya que el 5 de Mayo, la región Metropolitana se vio afectada por un corte de energía, que no es directamente atribuible a la compañía, lo que indujo a los encuestados a asociar respuestas con este hecho.

5.3 Los servicios

Para el análisis de los servicios, debemos considerar el efecto de los posibles sustitutos que existen en el mercado:

- Para el servicio de Agua Potable, existen productos en los supermercados, como agua mineral sin gas, agua purificada y otros tipos de líquido. Pero el problema es que son demasiado costosos para el volumen de consumo, por lo que son descartables como sustitutos serios, por esto en la muestra tenemos que un 100% de los encuestados tiene el servicio.
- Para el servicio de Electricidad, los sustitutos son casi nulos, ya que para el volumen de consumo, sólo los generadores eléctricos pueden realizar esta función, lo cual los hace inviables para un uso diario, por el consumo de petróleo o bencina para funcionar, razón por la cual el 100% de los encuestados tiene el servicio.
- Para el servicio de Gas, tenemos sustitutos generados por el avance tecnológico, ya que mucha de las funciones para las que se necesita el gas, como calefaccionar y cocinar, se pueden desarrollar con aparatos basados en la electricidad. Es por esto que existe un margen de gente que no posee este servicio. La sustitución la podemos reafirmar ya que el 44.4% de las personas que mencionó no tener Gas, si poseía Televisión Pagada, por lo tanto no se puede atribuir por completo a un efecto de bajo ingreso.
- El servicio de telefonía, ha entrado en una fase de gran competencia. Esto hace que sea un servicio más barato, por lo tanto aumente su número de usuarios. Pero debemos agregar que los avances tecnológicos han llegado con sustitutos bastante fuerte, como lo son los celulares y la Internet.

- La Televisión Pagada, es el servicio menos frecuente, pero cada día aumenta su presencia en los hogares, asociada a planes de telefonía que hacen más barato el servicio. Cabe mencionar que el mercado esta dividido para dos segmentos económicos. La televisión por cable que es mucho más barata, por lo tanto es más masiva y la televisión satelital, la cual requiere de mayor ingreso, por el alto costo de instalación. Este tipo de servicio, no es vital, sólo tiene carácter de entretenición y es el que posee una mayor variedad de sustitutos, comenzando por la televisión abierta. Pero uno de los fuertes competidores ha sido la introducción de la tecnología del DVD que cada vez es mucho más barata con sonido e imagen de calidad superior.

CAPÍTULO 6 - CONCLUSIONES

La idea preconcebida, que tienen los usuarios sobre el mal servicio de las empresas, es producto de una interpretación errada de la realidad. Para ilustrar esto, se plantean diferentes argumentos, tanto a favor como en contra de las empresas:

A favor de las empresas.

- Las empresas, en promedio presentaron un 18,88% de problemas. Esto muestra un nivel bastante bajo de inconvenientes con el servicio que están entregado.
- El porcentaje de solución a los problemas presentados fue de 65.3%. Es bastante bueno, considerando a la cantidad de población que deben atender.
- La mayoría de los problemas se solucionaron en menos de 24 horas. El promedio fue de 44.65%. Pero, tenemos el otro extremo, que corresponde a más de una semana con un promedio de 38.16%. Esto se debe a que los problemas de infraestructura, como cañerías, tendido de cables o cualquier clase de obra gruesa, requiere más de una semana para ser solucionado. Pero ante problemas pequeños, la empresa responde prontamente.
- En la percepción del usuario, el resultado es absoluto. En promedio un 48,21%, consideró bueno y sin inconvenientes el servicio, seguido de bueno pero mejorable con un promedio de 41.35%

En contra de la empresa:

- El problema que se presentó con mayor frecuencia es el de suministro con un 51.12%. Esto es grave, si pensamos que tres de los cinco servicios, son vitales para las personas.

- La gente que no reclamó fue por dos motivos, el problema se solucionó sólo con un 43.6% y el problema es reiterado con un 37.49%. Esto deja ver un proceso de acostumbramiento de los usuarios que a pesar de tener problemas con el servicio, prefieren no reclamar y esto las empresas lo saben, por lo tanto no se preocupan de mejorarlo.
- De los usuarios que no tuvieron solución a su problema, un 39.35% sienten, que no son importantes para la empresa.
- En un promedio de 10.85%, las empresas llamaron a sus clientes, para saber la opinión acerca del servicio. Esto es muy bajo si consideramos que para prestar un mejor servicio, se necesita retroalimentación de los principales afectados, los usuarios.

Los antecedentes entregados son, objetivos y subjetivos. Los objetivos, muestran datos concretos y no están sujetos a interpretación. En este caso tenemos:

- La baja cantidad de problemas
- Un alto promedio de solución
- El corto tiempo de respuesta
- El contacto de las empresas con sus clientes

En cambio, los subjetivos, están basados en la percepción que tenga el usuario en el momento de ser consultado, estos son:

- Asociar problemas en el servicio, que no son de responsabilidad de la empresa
- Las razones para no reclamar
- El sentimiento de los clientes, al no ver solucionado su problema
- La percepción del usuario sobre el servicio

Los argumentos son sólidos por dos razones. Primero, las observaciones representan un momento en el tiempo. Por esto, la percepción que tienen los usuarios, con respecto a las empresas, no va a cambiar en el corto plazo. Segundo, la información recopilada, para evaluar la calidad del servicio, fue proporcionada por los mismos usuarios.

Por un lado, los datos objetivos muestran la realidad. Con esto, concluimos que las empresas, entregan un buen servicio.

En cambio, los datos subjetivos, nos revelan la percepción negativa que tienen los clientes de las compañías.

Finalmente, vemos que existe una brecha entre la realidad y la percepción, con lo cual se desmiente totalmente la frase “El cliente siempre tiene la razón “.

Otras conclusiones.

- Cuando se consultó a los usuarios si presentaron el reclamo, se dio el siguiente fenómeno, a medida que aumentaban las posibilidades de cambiarse a la competencia o que el servicio no era indispensable, las quejas también crecían. Los clientes usan este argumento para hacer valer lo que están pagando.
- Siguiendo la misma línea, mientras aumentaban las posibilidades de cambiarse a la competencia o que el servicio no era indispensable, las empresas llamaron más veces a sus usuarios para saber la opinión del servicio. Las compañías están concientes de que pueden perder fácilmente a sus clientes.

CAPITULO 7 - RECOMENDACIONES

Recomendaciones para el estudio

Al realizar estudios de mercado, como el presente informe, se debe tener cuidado con los shock o acontecimientos imprevistos, que puedan influenciar el comportamiento natural de la muestra, sobre todo si se toma en cuenta el poder de recordación de los usuarios, ya que si esto no es considerado en el estudio es natural pensar que los resultados se encontrarán distorsionados y/o sesgados, por ende las conclusiones y/o decisiones que se evalúen en base a esta información estarán erradas, por lo que es recomendable evitar investigaciones demasiado rígidas, tanto que no sea factible aislar o detectar estos shocks.

Recomendaciones para los servicios

Las empresas, a pesar de prestar un buen servicio, deben preocuparse de implementar una imagen de cercanía hacia sus usuarios. Estos se sienten abandonados e indefensos y por esto castigan fuertemente la imagen de ellas ante cualquier problema, por pequeño que sea. Así que cualquier futuro estudio que realicen estos agentes, deberán incorporar a su cuadro de análisis las formas de acercarse más al cliente, esto les permitirá obtener un mayor nivel de satisfacción que con el simple hecho de mejorar en forma técnica el producto que entregan a los hogares.

APÉNDICE

1.- Percepción: es la imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades. Es resultado de un proceso de selección, interpretación y corrección de sensaciones.

2.- Monopolio: situación de un sector del mercado económico en la que un único vendedor o productor oferta el bien o servicio que la demanda requiere para cubrir sus necesidades en dicho sector. Para que un monopolio sea eficaz no tiene que existir ningún tipo de producto sustituto o alternativo para el bien o servicio que oferta el monopolista, y no debe existir la más mínima amenaza de entrada de otro competidor en ese mercado. Esto permite al monopolista el control de los precios.

3.- Investigación exploratoria: etapa inicial o preliminar del proceso de investigación. La información se recolecta de fuentes primarias o secundarias con el fin de suministrar información sobre el problema e identificar cursos de acción

4.- Pregunta dicotómica: se conoce como pregunta dicotómica, porque solo tiene una selección de dos respuestas posibles “si o no”. Ejemplo:

¿Ha comprado un automóvil nuevo dentro del último año?

Si

No

5.- Pregunta de selección múltiple: se le llama pregunta de selección múltiple, porque requiere que el encuestado seleccione una respuesta de una lista suministrada. Ejemplo:

¿Cuál es su edad?

__ *Menor de 18*

__ *18-25*

__ *26-35*

__ *36-45*

6.- *Pregunta abierta:* se le denomina pregunta abierta, porque requiere que el encuestado proporcione su propia respuesta a la pregunta. Ejemplo:

¿Qué marca de detergente para lavar ropa compró la última vez?

BIBLIOGRAFÍA

Kinnear y Taylor, “Investigación de Mercados”, Quinta Edición, Editorial Mc Graw Hill.

Pual Newbold, “Estadística para los Negocios y la Economía”, Editorial Prentice Hall.

Berenson, Levine & Krehbiel, “Estadística para la Administración”, Editorial Prentice Hall.

Las páginas amarillas, <http://www.amarillas.cl>

ANEXOS

ANEXO I - Encuestas

Encuesta 1.1

Estudio Exploratorio

1.- De los servicios nombrados indique que empresas tiene contratado usted en cada ámbito. Si no tiene, deje el espacio en blanco:

Electricidad: _____
Gas: _____
Agua potable: _____
Teléfono: _____
Televisión pagada: _____
Internet: _____
Empresas de seguridad: _____

2.- De estas empresas, ¿con cuales ha tenido frecuentemente más problemas?
(ordene desde el más frecuente hasta el menos frecuente)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

3.- ¿Cuáles han sido los problemas?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

4.- ¿Se solucionaron estos problemas?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

5.- ¿Qué opinión tiene usted de estos servicios?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

6.- En que fundamenta su opinión

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

7.- ¿Ha escuchado por familiares o conocidos problemas?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

8.- Cuáles serían sus sugerencias

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

9.- Comuna donde vive actualmente: _____

10.- Edad: _____

Encuesta 1.2

Encuesta

Sección I - Servicio Agua Potable en el hogar

1.- Tiene servicio de Agua Potable en su hogar:

- Sí No (Si escoge No, pasar a la Sección II)

2.- La continuidad del servicio de agua potable es (seleccione una alternativa y excluya cortes por no pago del servicio):

- No hay servicio
 Servicio con variaciones en la presión del agua (fuerza con la que sale el agua)
 Servicio con cortes en el suministro de agua potable
 Servicio continuo (sin variación ni cortes)

3.- En los últimos doce meses, el servicio ha presentado algún tipo de problema (Excluya cortes por no pago del servicio):

- Sí No (Si escoge No, ir a la pregunta 11)

4.-Cuál fue el problema que presentó el servicio (seleccione una alternativa):

- Pocos o inaccesibles lugares de pagos
 Cobro incorrecto del servicio
 Mala atención al cliente en el lugar de pago
 Mala atención al momento de presentar el reclamo
 El servicio presentó problemas de suministros
 Otro: _____

5.- Presentó el reclamo respectivo a la compañía:

- Sí No (Si escoge No, ir a la pregunta 10)

6.- Presentó el reclamo a través de:

- Conductos regulares de la empresa Otros conductos

7.- El tiempo de respuesta al problema fue (seleccione una alternativa):

- Menos de 24 horas Una semana
 Entre 24 y 48 horas Más de una semana
 Entre 48 y 72 horas

8.- Se solucionó el problema:

- Sí (Si la respuesta es Sí, ir a la pregunta 11) No

9.- La razón por la que usted cree que no se solucionó el problema fue (seleccione una alternativa):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> El problema se sigue presentando | <input type="checkbox"/> El problema era ajeno a la empresa |
| <input type="checkbox"/> No respondieron | <input type="checkbox"/> Incapacidad de resolver el problema |
| <input type="checkbox"/> El problema no es importante para la empresa | <input type="checkbox"/> Otro motivo |

Saltarse a la pregunta 11

10.- No presentó el reclamo, por (seleccione una alternativa):

- Se solucionó sólo
- Nunca responden cuando uno les solicita
- El problema es reiterado
- No conoce los mecanismos de la empresa para presentar reclamos
- No sabe / No responde

11.- Con respecto al cobro del servicio (seleccione una alternativa):

- Es claro el sistema de determinación del cobro y en la boleta está bien explicado
- Es claro el sistema de determinación del cobro pero en la boleta no está bien explicado
- Es poco claro el sistema de determinación de cobro y en la boleta no está bien detallado
- No sabe / No responde

12.- En su opinión, el servicio en general es (seleccione una alternativa):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bueno y sin inconvenientes | <input type="checkbox"/> No es lo que esperaba |
| <input type="checkbox"/> Bueno pero mejorable | <input type="checkbox"/> Malo |
| <input type="checkbox"/> Le es indiferente | <input type="checkbox"/> No sabe / No responde |

13.- La empresa se ha preocupado de contactarlo para saber su opinión con respecto al servicio:

- Sí No

14.- Qué sugerencia daría usted a su empresa de agua potable para mejorar la calidad del servicio:

Sección II - Servicio Electricidad en el hogar

1.- Tiene servicio de Electricidad en su hogar:

- Sí No (Si escoge No, pasar a la Sección III)

2.- La continuidad del servicio eléctrico es (seleccione una alternativa y excluya cortes por no pago del servicio):

- No hay servicio
 Servicio con variaciones de voltaje
 Servicio con cortes en el suministro de energía eléctrica
 Servicio continuo (sin variación ni cortes)

3.- En los últimos doce meses, el servicio ha presentado algún tipo de problema (Excluya cortes por no pago del servicio):

- Sí No (Si escoge No, ir a la pregunta 11)

4.- Cuál fue el problema que presentó el servicio (seleccione una alternativa):

- Pocos o inaccesibles lugares de pagos
 Cobro incorrecto del servicio
 Mala atención al cliente en el lugar de pago
 Mala atención al momento de presentar el reclamo
 El servicio presentó problemas de suministros
 Otro: _____

5.- Presentó el reclamo respectivo a la compañía:

- Sí No (Si escoge No, ir a la pregunta 10)

6.- Presentó el reclamo a través de:

- Conductos regulares de la empresa Otros conductos

7.- El tiempo de respuesta al problema fue (seleccione una alternativa):

- Menos de 24 horas Una semana
 Entre 24 y 48 horas Más de una semana
 Entre 48 y 72 horas

8.- Se solucionó el problema:

- Sí (Si escoge Sí, ir a la pregunta 11) No

9.- La razón por la que usted cree que no se solucionó el problema fue (seleccione una alternativa):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> El problema se sigue presentando | <input type="checkbox"/> El problema era ajeno a la empresa |
| <input type="checkbox"/> No respondieron | <input type="checkbox"/> Incapacidad de resolver el problema |
| <input type="checkbox"/> El problema no es importante para la empresa | <input type="checkbox"/> Otro motivo |

Saltarse a la pregunta 11

10.- No presentó el reclamo por (seleccione una alternativa):

- Se solucionó sólo
- Nunca responden cuando uno les solicita
- El problema es reiterado
- No conoce los mecanismos de la empresa para presentar reclamos
- No sabe / No responde

11.- Con respecto al cobro del servicio (seleccione una alternativa):

- Es claro el sistema de determinación del cobro y en la boleta está bien explicado
- Es claro el sistema de determinación del cobro pero en la boleta no está bien explicado
- Es poco claro el sistema de determinación de cobro y en la boleta no está bien detallado
- No sabe / No responde

12.- En su opinión, el servicio en general es (seleccione una alternativa):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bueno y sin inconvenientes | <input type="checkbox"/> No es lo que esperaba |
| <input type="checkbox"/> Bueno pero mejorable | <input type="checkbox"/> Malo |
| <input type="checkbox"/> Le es indiferente | <input type="checkbox"/> No sabe / No responde |

13.- La empresa se ha preocupado de contactarlo para saber su opinión con respecto al servicio:

- Sí No

14.- Qué sugerencia daría usted a su empresa de Electricidad para mejorar la calidad del servicio:

Sección III-A - Servicio de Gas en el hogar

1.- Tiene servicio de Gas en su hogar:

- Sí No (Si escoge No, pasar a la Sección IV)

2.- El servicio de gas que posee en su hogar es:

- Gas natural o Gas de cañería Gas licuado o Cilindros de gas
(Si escoge Gas Licuado, pasar a la pregunta 16)

3.- La continuidad del servicio de gas natural es (seleccione una alternativa y excluya cortes por no pago del servicio):

- No hay servicio
 Servicio con variaciones de presión (no caliente de la misma forma)
 Servicio con cortes en el suministro de gas natural
 Servicio continuo (sin variación ni cortes)

4.- En los últimos doce meses, el servicio ha presentado algún tipo de problema (Excluya cortes por no pago del servicio):

- Sí No (Si escoge No, ir a la pregunta 12)

5.- Cuál fue el problema que presentó el servicio (seleccione una alternativa):

- Pocos o inaccesibles lugares de pagos
 Cobro incorrecto del servicio
 Mala atención al cliente en el lugar de pago
 Mala atención al momento de presentar el reclamo
 El servicio presentó problemas de suministros
 Otro: _____

6.- Presentó el reclamo respectivo a la compañía:

- Sí No (Si escoge No, saltarse a la pregunta 11)

7.- Presentó el reclamo a través de:

- Conductos regulares de la empresa Otros conductos

8.- El tiempo de respuesta al problema fue (seleccione una alternativa):

- Menos de 24 horas Una semana
 Entre 24 y 48 horas Más de una semana
 Entre 48 y 72 horas

9.- Se solucionó el problema:

- Sí (Si escoge Sí, ir a la pregunta 12) No

10.- La razón por la que usted cree que no se solucionó el problema fue (seleccione una alternativa):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> El problema se sigue presentando | <input type="checkbox"/> El problema era ajeno a la empresa |
| <input type="checkbox"/> No respondieron | <input type="checkbox"/> Incapacidad de resolver el problema |
| <input type="checkbox"/> El problema no es importante para la empresa | <input type="checkbox"/> Otro motivo |

Saltarse a la pregunta 12

11.- No presentó el reclamo por (seleccione una alternativa):

- Se solucionó sólo
- Nunca responden cuando uno les solicita
- El problema es reiterado
- No conoce los mecanismos de la empresa para presentar reclamos
- No sabe / No responde

12.- Con respecto al cobro del servicio (seleccione una alternativa):

- Es claro el sistema de determinación del cobro y en la boleta está bien explicado
- Es claro el sistema de determinación del cobro pero en la boleta no está bien explicado
- Es poco claro el sistema de determinación de cobro y en la boleta no está bien detallado
- No sabe / No responde

13.- En su opinión, el servicio en general es (seleccione una alternativa):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bueno y sin inconvenientes | <input type="checkbox"/> No es lo que esperaba |
| <input type="checkbox"/> Bueno pero mejorable | <input type="checkbox"/> Malo |
| <input type="checkbox"/> Le es indiferente | <input type="checkbox"/> No sabe / No responde |

14.- La empresa se ha preocupado de contactarlo para saber su opinión con respecto al servicio:

- Sí No

15.- Qué sugerencia daría usted a su empresa de Gas natural para mejorar la calidad del servicio:

Sección III-B - Servicio de Gas en el hogar (Gas licuado)

16.- El abastecimiento de gas licuado es a través de (seleccione una alternativa):

- No hay servicio de abastecimiento, sale a comprar el cilindro de gas
- Camiones repartidores de una distribuidora no oficial de la compañía
- Camiones repartidores de una distribuidora oficial de la compañía
- Servicio telefónico de la empresa

17.- En los últimos doce meses, el servicio ha presentado algún tipo de problema:

- Sí
- No (Si escoge No, ir a la pregunta 25)

18.-Cuál fue el problema que presentó el servicio (seleccione una alternativa):

- Pocos o inaccesibles lugares de pagos
- Cobro incorrecto del servicio
- Mala atención al cliente en el lugar de pago
- Mala atención al momento de presentar el reclamo
- El servicio presentó problemas de suministros
- Otro: _____

19.- Presentó el reclamo respectivo a la compañía:

- Sí
- No (Si escoge No, ir a la pregunta 24)

20.- Presentó el reclamo a través de:

- Conductos regulares de la empresa
- Otros conductos

21.- El tiempo de respuesta al problema fue (seleccione una alternativa):

- Menos de 24 horas
- Entre 24 y 48 horas
- Entre 48 y 72 horas
- Una semana
- Más de una semana

22.- Se solucionó el problema:

- Sí (Si escoge Sí, ir a la pregunta 25)
- No

23.- La razón por la que usted cree que no se solucionó el problema fue (seleccione una alternativa):

- El problema se sigue presentando
- El problema era ajeno a la empresa
- No respondieron
- Incapacidad de resolver el problema
- El problema no es importante para la empresa
- Otro motivo

Saltarse a la pregunta 25

24.- No presentó el reclamo por (seleccione una alternativa):

- Se solucionó sólo
- Nunca responden cuando llama
- Responden, pero no hay solución al problema
- El problema es reiterado
- No conoce los mecanismos de la empresa para presentar reclamos
- No sabe / No responde

25.- En su opinión, el servicio en general es (seleccione una alternativa):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bueno y sin inconvenientes | <input type="checkbox"/> No es lo que esperaba |
| <input type="checkbox"/> Bueno pero mejorable | <input type="checkbox"/> Malo |
| <input type="checkbox"/> Le es indiferente | <input type="checkbox"/> No sabe / No responde |

26.- La empresa se ha preocupado de contactarlo para saber su opinión con respecto al servicio:

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No |
|-----------------------------|-----------------------------|

27.- Qué sugerencia daría usted a su empresa de Gas Licuado para mejorar la calidad del servicio:

Sección IV - Servicio Telefónico en el hogar

1.- Tiene servicio Telefónico en su hogar:

- Sí No (Si escoge No, pasar a la Sección V)

2.- La continuidad del servicio telefónico es (seleccione una alternativa y excluya cortes por no pago del servicio):

- No hay servicio
 Servicio con interferencias en la comunicación
 Servicio con cortes en la señal telefónica
 Servicio continuo (sin interferencias ni cortes)

3.- En los últimos doce meses, el servicio ha presentado algún tipo de problema (Excluya cortes por no pago del servicio):

- Sí No (Si escoge No, ir a la pregunta 11)

4.- Cuál fue el problema que presentó el servicio (seleccione una alternativa):

- Pocos o inaccesibles lugares de pagos
 Cobro incorrecto del servicio
 Mala atención al cliente en el lugar de pago
 Mala atención al momento de presentar el reclamo
 El servicio presentó problemas de suministros
 Otro: _____

5.- Presentó el reclamo respectivo a la compañía:

- Sí No (Si escoge No, saltarse a la pregunta 10)

6.- Presentó el reclamo a través de:

- Conductos regulares de la empresa Otros conductos

7.- El tiempo de respuesta al problema fue (seleccione una alternativa):

- Menos de 24 horas Una semana
 Entre 24 y 48 horas Más de una semana
 Entre 48 y 72 horas

8.- Se solucionó el problema:

- Sí (Si escoge Sí, ir a la pregunta 11) No

9.- La razón por la que usted cree que no se solucionó el problema fue (seleccione una alternativa):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> El problema se sigue presentando | <input type="checkbox"/> El problema era ajeno a la empresa |
| <input type="checkbox"/> No respondieron | <input type="checkbox"/> Incapacidad de resolver el problema |
| <input type="checkbox"/> El problema no es importante para la empresa | <input type="checkbox"/> Otro motivo |

Saltarse a la pregunta 11

10.- No presentó el reclamo por (seleccione una alternativa):

- Se solucionó sólo
- Nunca responden cuando uno les solicita
- El problema es reiterado
- No conoce los mecanismos de la empresa para presentar reclamos
- No sabe / No responde

11.- Con respecto al cobro del servicio (seleccione una alternativa):

- Es claro el sistema de determinación del cobro y en la boleta está bien explicado
- Es claro el sistema de determinación del cobro pero en la boleta no está bien explicado
- Es poco claro el sistema de determinación de cobro y en la boleta no está bien detallado
- No sabe / No responde

12.- En su opinión, el servicio en general es (seleccione una alternativa):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bueno y sin inconvenientes | <input type="checkbox"/> No es lo que esperaba |
| <input type="checkbox"/> Bueno pero mejorable | <input type="checkbox"/> Malo |
| <input type="checkbox"/> Le es indiferente | <input type="checkbox"/> No sabe / No responde |

13.- La empresa se ha preocupado de contactarlo para saber su opinión con respecto al servicio:

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
|-----------------------------|-----------------------------|

14.- Qué sugerencia daría usted a su empresa de Telefonía para mejorar la calidad del servicio:

Sección V - Servicio Televisión Pagada en el hogar

1.- Tiene servicio de Televisión Pagada en su hogar (por cable o satelital):

- Sí No (Si escoge No, pasar a la Sección VI)

2.- La continuidad del servicio de televisión pagado es (seleccione una alternativa y excluya cortes por no pago del servicio):

- No hay servicio
 Servicio con interferencias en la señal (imagen o audio)
 Servicio con cortes en la señal
 Servicio continuo (sin interferencias ni cortes)

3.- En los últimos doce meses, el servicio ha presentado algún tipo de problema (Excluya cortes por no pago del servicio):

- Sí No (Si escoge No, ir a la pregunta 11)

4.-Cuál fue el problema que presentó el servicio (seleccione una alternativa):

- Pocos o inaccesibles lugares de pagos
 Cobro incorrecto del servicio
 Mala atención al cliente en el lugar de pago
 Mala atención al momento de presentar el reclamo
 El servicio presentó problemas de suministros
 Otro: _____

5.- Presentó el reclamo respectivo a la compañía:

- Sí No (Si escoge No, ir a la pregunta 10)

6.- Presentó el reclamo a través de:

- Conductos regulares de la empresa Otros conductos

7.- El tiempo de respuesta al problema fue (seleccione una alternativa):

- Menos de 24 horas Una semana
 Entre 24 y 48 horas Más de una semana
 Entre 48 y 72 horas

8.- Se solucionó el problema:

- Sí (Si escoge Sí, saltarse a la pregunta 11) No

9.- La razón por la que usted cree que no se solucionó el problema fue (seleccione una alternativa):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> El problema se sigue presentando | <input type="checkbox"/> El problema era ajeno a la empresa |
| <input type="checkbox"/> No respondieron | <input type="checkbox"/> Incapacidad de resolver el problema |
| <input type="checkbox"/> El problema no es importante para la empresa | <input type="checkbox"/> Otro motivo |

Saltarse a la pregunta 11

10.- No presentó el reclamo por (seleccione una alternativa):

- Se solucionó sólo
- Nunca responden cuando uno les solicita
- El problema es reiterado
- No conoce los mecanismos de la empresa para presentar reclamos
- No sabe / No responde

11.- Con respecto al cobro del servicio (seleccione una alternativa):

- Es claro el sistema de determinación del cobro y en la boleta está bien explicado
- Es claro el sistema de determinación del cobro pero en la boleta no está bien explicado
- Es poco claro el sistema de determinación de cobro y en la boleta no está bien detallado
- No sabe / No responde

12.- En su opinión, el servicio en general es (seleccione una alternativa):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bueno y sin inconvenientes | <input type="checkbox"/> No es lo que esperaba |
| <input type="checkbox"/> Bueno pero mejorable | <input type="checkbox"/> Malo |
| <input type="checkbox"/> Le es indiferente | <input type="checkbox"/> No sabe / No responde |

13.- La empresa se ha preocupado de contactarlo para saber su opinión con respecto al servicio:

- Sí No

14.- Qué sugerencia daría usted a su empresa de Televisión Pagada para mejorar la calidad del servicio:

5.- Sexo del encuestado:

Masculino Femenino

6.- Edad: _____ años

7.- Comuna donde vive: _____

ANEXO II – Presentación base de datos

Tabla 2.1

Sexo del Encuestado

	Sexo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Masculino	166	59,3	59,3	59,3
	Femenino	114	40,7	40,7	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 2.2.1

Edad del Encuestado

	Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	20	2	0,7	0,7	0,7
	21	3	1,1	1,1	1,8
	22	7	2,5	2,5	4,3
	23	2	0,7	0,7	5
	24	6	2,1	2,1	7,1
	25	6	2,1	2,1	9,3
	26	5	1,8	1,8	11,1
	27	2	0,7	0,7	11,8
	28	4	1,4	1,4	13,2
	29	5	1,8	1,8	15
	30	10	3,6	3,6	18,6
	31	7	2,5	2,5	21,1
	32	10	3,6	3,6	24,6
	33	10	3,6	3,6	28,2
	34	9	3,2	3,2	31,4
	35	6	2,1	2,1	33,6
	36	3	1,1	1,1	34,6
	37	8	2,9	2,9	37,5
	38	11	3,9	3,9	41,4
	39	6	2,1	2,1	43,6
	40	10	3,6	3,6	47,1
	41	8	2,9	2,9	50
	42	7	2,5	2,5	52,5
	43	6	2,1	2,1	54,6

Tabla 2.2.2

Edad del Encuestado					
Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado	
Válido	44	4	1,4	1,4	56,1
	45	13	4,6	4,6	60,7
	46	6	2,1	2,1	62,9
	47	7	2,5	2,5	65,4
	48	10	3,6	3,6	68,9
	49	8	2,9	2,9	71,8
	50	5	1,8	1,8	73,6
	51	3	1,1	1,1	74,6
	52	9	3,2	3,2	77,9
	53	8	2,9	2,9	80,7
	54	2	0,7	0,7	81,4
	55	4	1,4	1,4	82,9
	56	2	0,7	0,7	83,6
	57	6	2,1	2,1	85,7
	58	6	2,1	2,1	87,9
	59	2	0,7	0,7	88,6
	60	6	2,1	2,1	90,7
	61	4	1,4	1,4	92,1
	62	6	2,1	2,1	94,3
	63	5	1,8	1,8	96,1
	65	1	0,4	0,4	96,4
	66	1	0,4	0,4	96,8
	67	3	1,1	1,1	97,9
	68	3	1,1	1,1	98,9
	69	1	0,4	0,4	99,3
	72	1	0,4	0,4	99,6
	73	1	0,4	0,4	100
Total	280	100	100		

Tabla 2.3

Concentración de la Edad					
Intervalo Edad		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Menos de 20 años	2	,7	,7	,7
	Entre 21 y 30 años	50	17,9	17,9	18,6
	Entre 31 y 40 años	80	28,6	28,6	47,1
	Entre 41 y 50 años	74	26,4	26,4	73,6
	Entre 51 y 60 años	48	17,1	17,1	90,7
	Entre 61 y 70 años	24	8,6	8,6	99,3
	Más de 70 años	2	,7	,7	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 2.4

Ingreso promedio del hogar del Encuestado

Intervalo Ingreso		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Menos de \$120.000 mensuales	2	,7	,7	,7
	Entre \$120.000 y \$244.999 mensuales	45	16,1	16,1	16,8
	Entre \$245.000 y \$499.999 mensuales	101	36,1	36,1	52,9
	Entre \$500.000 y \$749.999 mensuales	74	26,4	26,4	79,3
	Entre \$750.000 y \$1.799.999 mensuales	48	17,1	17,1	96,4
	\$1.800.000 o más, mensualmente	10	3,6	3,6	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 2.5

Cantidad de habitantes en el hogar

Nº Habitantes	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	1	14	5,0	5,0
	2	51	18,2	23,2
	3	64	22,9	46,1
	4	73	26,1	72,1
	5	48	17,1	89,3
	6	16	5,7	95,0
	7	6	2,1	97,1
	8	5	1,8	98,9
	9	1	,4	99,3
	10	1	,4	99,6
	11	1	,4	100,0
Total	280	100,0	100,0	

Tabla 2.6

Número de personas promedio en el hogar

Intervalo N° Habitantes		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	3 personas o menos	129	46,1	46,1	46,1
	Entre 4 y 6 personas	137	48,9	48,9	95,0
	7 personas o más	14	5,0	5,0	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 2.7

Comuna de residencia del Encuestado					
	Comuna	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Cerrillos	2	,7	,7	,7
	Cerro Navia	1	,4	,4	1,1
	Colina	1	,4	,4	1,4
	Conchalí	4	1,4	1,4	2,9
	El Bosque	4	1,4	1,4	4,3
	Estación Central	6	2,1	2,1	6,4
	Huechuraba	3	1,1	1,1	7,5
	Independencia	2	,7	,7	8,2
	La Cisterna	9	3,2	3,2	11,4
	La Florida	17	6,1	6,1	17,5
	La Granja	2	,7	,7	18,2
	La Reina	12	4,3	4,3	22,5
	Las Condes	31	11,1	11,1	33,6
	Lo Barnechea	3	1,1	1,1	34,6
	Lo Espejo	4	1,4	1,4	36,1
	Lo Prado	9	3,2	3,2	39,3
	Macul	4	1,4	1,4	40,7
	Maipú	33	11,8	11,8	52,5
	Nuñoa	15	5,4	5,4	57,9
	Pedro Aguirre Cerda	4	1,4	1,4	59,3
	Padre Hurtado	1	,4	,4	59,6
	Peñaflor	1	,4	,4	60,0
	Peñalolén	17	6,1	6,1	66,1
	Providencia	8	2,9	2,9	68,9
	Pudahuel	5	1,8	1,8	70,7
	Puente Alto	16	5,7	5,7	76,4
	Quilicura	9	3,2	3,2	79,6
	Quinta Normal	10	3,6	3,6	83,2
	Recoleta	3	1,1	1,1	84,3
	Renca	4	1,4	1,4	85,7
	San Bernardo	5	1,8	1,8	87,5
	San Joaquín	3	1,1	1,1	88,6
	San Miguel	10	3,6	3,6	92,1
	Santiago	20	7,1	7,1	99,3
	Talagante	1	,4	,4	99,6
	Vitacura	1	,4	,4	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 2.8

Sector Geográfico

Sector Geográfico		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Sector Norte	22	7,9	7,9	7,9
	Sector Sur	54	19,3	19,3	27,1
	Sector Oriente	108	38,6	38,6	65,7
	Sector Poniente	76	27,1	27,1	92,9
	Sector Centro	20	7,1	7,1	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Mapa 2.1

Plano General de Santiago

Escala 1:10000



Plano del Gran Santiago, Derechos reservados, inscripción N° 99.654 a nombre de CHILECTRA S.A. y SERVICIO AEROFOTOGRAMETRICO de la FUERZA AEREA DE CHILE.

Tabla 2.9

Tiene el servicio de Agua Potable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	280	100,0	100,0	100,0

Tabla 2.10

Tiene el servicio de Electricidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	280	100,0	100,0	100,0

Tabla 2.11

Tiene el servicio de Gas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	271	96,8	96,8	96,8
	No	9	3,2	3,2	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 2.12

Tiene el servicio de Teléfono

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	248	88,6	88,6	88,6
	No	32	11,4	11,4	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 2.13

Tiene el servicio de Televisión Pagada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	134	47,9	47,9	47,9
	No	146	52,1	52,1	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

ANEXO III – Empresas de servicios

Tabla 3.1

Empresa de Agua Potable

Empresa Agua Potable		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Aguas Andina S.A.	215	76,8	76,8	76,8
	Aguas Cordillera S.A.	27	9,6	9,6	86,4
	Aguas Santiago Poniente S.A.	2	,7	,7	87,1
	Servicio de Agua Potable Barnechea S.A.	1	,4	,4	87,5
	Servicio Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Maipú	34	12,1	12,1	99,6
	Servicomunal S.A.	1	,4	,4	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Anexo 3.2

Empresa de Electricidad

Empresa Electricidad		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Chilectra Metropolitana	253	90,4	90,4	90,4
	Río Maipo	27	9,6	9,6	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 3.3

Empresa de Gas Licuado

Empresa Gas Licuado		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Abastible	117	41,8	55,2	55,2
	Gasco	69	24,6	32,5	87,7
	Codigas	25	8,9	11,8	99,5
	Lipigas	1	,4	,5	100,0
	Total	212	75,7	100,0	
Perdidos	Sistema	68	24,3		
Total		280	100,0		

Tabla 3.4

Empresa de Teléfono

Empresa de Teléfono		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Telefónica CTC Chile	173	61,8	69,2	69,2
	VTR	56	20,0	22,4	91,6
	Telefónica MANQUEHUE	11	3,9	4,4	96,0
	Entel	6	2,1	2,4	98,4
	C-MET	4	1,4	1,6	100,0
	Total	250	89,3	100,0	
Perdidos	Sistema	30	10,7		
Total		280	100,0		

Tabla 3.5

Empresa de Televisión Pagada

Empresa de Televisión Pagada		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	VTR	89	31,8	66,4	66,4
	Metrópolis-Intercom	40	14,3	29,9	96,3
	Sky	5	1,8	3,7	100,0
	Total	134	47,9	100,0	
Perdidos	Sistema	146	52,1		
Total		280	100,0		

ANEXO IV – Servicio Agua Potable

Tabla 4.1

Ha tenido problemas con el servicio de Agua Potable en los últimos doce meses

Ha tenido problemas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	37	13,2	13,2	13,2
	No	243	86,8	86,8	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 4.2

Cuál fue el problema con el servicio de Agua Potable

Problemas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Pocos o inaccesibles lugares de pagos	7	2,5	18,9	18,9
	Cobro incorrecto del servicio	3	1,1	8,1	27,0
	Mala atención en el lugar de pago	2	,7	5,4	32,4
	Mala atención al momento de presentar el reclamo	3	1,1	8,1	40,5
	El servicio presentó problemas de suministro	12	4,3	32,4	73,0
	Otro	10	3,6	27,0	100,0
	Total	37	13,2	100,0	
Perdidos	Sistema	243	86,8		
Total		280	100,0		

Tabla 4.3

Presentó el reclamo a la empresa de Agua Potable

Reclamó		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	10	3,6	27,0	27,0
	No	27	9,6	73,0	100,0
	Total	37	13,2	100,0	
Perdidos	Sistema	243	86,8		
Total		280	100,0		

Tabla 4.4

Razón por la cual el cliente no presentó el reclamo a la empresa de Agua Potable

Razones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Se solucionó sólo	8	2,9	29,6	29,6
	Nunca responden cuando el cliente les solicita	5	1,8	18,5	48,1
	El problema es reiterado	4	1,4	14,8	63,0
	No conoce mecanismos de la empresa para presentar reclamos	7	2,5	25,9	88,9
	No sabe/No responde	3	1,1	11,1	100,0
	Total	27	9,6	100,0	
Perdidos	Sistema	253	90,4		
Total		280	100,0		

Tabla 4.5

Tiempo de respuesta de la empresa de Agua Potable

Tiempo de respuesta		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Menos de 24 horas	4	1,4	40,0	40,0
	Entre 24 y 48 horas	1	,4	10,0	50,0
	Entre 48 y 72 horas	1	,4	10,0	60,0
	Más de una semana	4	1,4	40,0	100,0
	Total	10	3,6	100,0	
Perdidos	Sistema	270	96,4		
Total		280	100,0		

Tabla 4.6

La empresa de Agua Potable solucionó el problema

Se solucionó el problema		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	6	2,1	60,0	60,0
	No	4	1,4	40,0	100,0
	Total	10	3,6	100,0	
Perdidos	Sistema	270	96,4		
Total		280	100,0		

Tabla 4.7

La razón por la que el cliente "cree" que la empresa de Agua Potable no solucionó el problema

Razones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	El problema no es importante para la empresa	2	,7	50,0	50,0
	Incapacidad de resolver el problema	1	,4	25,0	75,0
	Otro motivo	1	,4	25,0	100,0
	Total	4	1,4	100,0	
Perdidos	Sistema	276	98,6		
Total		280	100,0		

Tabla 4.8

La empresa de Agua Potable contactó al cliente para conocer su opinión

Contactó		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	8	2,9	2,9	2,9
	No	272	97,1	97,1	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 4.9

La opinión del cliente sobre el servicio de Agua Potable

Opinión del cliente		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Buena y sin inconvenientes	123	43,9	43,9	43,9
	Buena pero mejorable	140	50,0	50,0	93,9
	Le es indiferente	7	2,5	2,5	96,4
	No es lo que esperaba	10	3,6	3,6	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 4.10

Importancia del servicio de Agua Potable

Posición		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Primer Lugar	255	91,1	91,1	91,1
	Segundo Lugar	22	7,9	7,9	98,9
	Tercer Lugar	3	1,1	1,1	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 4.11

Total empresas Agua Potable Región Metropolitana		
Nombre de la empresa	Nombre de Fantasía	Porcentaje clientes
Aguas Andinas S.A.		81,67%
Aguas Cordillera S.A.	A. CORDILLERA	6,06%
Aguas Los Dominicos S.A.		0,18%
Aguas Manquehue S.A.	A. MANQUEHUE	0,22%
Aguas Santiago Poriente S.A.	ASP	0,09%
Alberto Planella Ortiz Loteo Santa Rosa del Peral	SANTA ROSA DEL PERAL	0,01%
Comunidad de Servicios Remodelación San Borja	COSSBO	0,24%
Empresa Particular de Agua Potable y Alcantarillado La Leonera S.A.	LA LEONERA	0,02%
Empresa de Agua Potable Lo Aguirre S.A.	EMAPAL S.A.	0,02%
Empresa de Agua Potable Melipilla Norte S.A.	MELIPILLA NORTE	0,02%
Explotaciones Sanitarias S.A.	ESSA S.A.	0,03%
Servicio de Agua Potable Barnechea S.A.	SAPBSA	0,07%
Servicio Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Maipú	SMAPA	10,28%
Servicomunal S.A.	SERVICOMUNAL	1,11%

ANEXO V – Servicio Electricidad

Tabla 5.1

Ha tenido problemas con el servicio de Electricidad en los últimos doce meses

Ha tenido problemas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
		Válido	Si	83	29,6
	No	197	70,4	70,4	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 5.2

Cuál fue el problema con el servicio de Electricidad

Problemas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Poco o inaccesibles lugares de pago	7	2,5	8,4	8,4
	Cobro incorrecto del servicio	2	,7	2,4	10,8
	Mala atención en el lugar de pago	1	,4	1,2	12,0
	El servicio presentó problemas de suministro	70	25,0	84,3	96,4
	Otro	3	1,1	3,6	100,0
	Total	83	29,6	100,0	
Perdidos	Sistema	197	70,4		
Total		280	100,0		

Tabla 5.3

Presentó el reclamo a la empresa de Electricidad

Reclamó		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	30	10,7	36,1	36,1
	No	53	18,9	63,9	100,0
	Total	83	29,6	100,0	
Perdidos	Sistema	197	70,4		
Total		280	100,0		

Tabla 5.4

Razón por la cual el cliente no presentó el reclamo a la empresa de Electricidad

Razones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Se solucionó sólo	27	9,6	50,9	50,9
	Nunca responden cuando uno les solicita	7	2,5	13,2	64,2
	El problema es reiterado	9	3,2	17,0	81,1
	No conoce los mecanismos de la empresa para presentar reclamo	6	2,1	11,3	92,5
	No sabe/No responde	4	1,4	7,5	100,0
	Total	53	18,9	100,0	
Perdidos	Sistema	227	81,1		
Total		280	100,0		

Tabla 5.5

Tiempo de respuesta de la empresa de Electricidad

Tiempo de respuesta		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Menos de 24 horas	16	5,7	53,3	53,3
	Entre 24 y 48 horas	3	1,1	10,0	63,3
	Entre 48 y 72 horas	1	,4	3,3	66,7
	Una semana	2	,7	6,7	73,3
	Más de una semana	8	2,9	26,7	100,0
	Total	30	10,7	100,0	
Perdidos	Sistema	250	89,3		
Total		280	100,0		

Tabla 5.6

La empresa de Electricidad solucionó el problema

Se solucionó el problema		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	19	6,8	63,3	63,3
	No	11	3,9	36,7	100,0
	Total	30	10,7	100,0	
Perdidos	Sistema	250	89,3		
Total		280	100,0		

Tabla 5.7

La razón por la que el cliente "cree" que la empresa de Electricidad no solucionó el problema

Ⓜ

Razones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	El problema se sigue presentando	3	1,1	27,3	27,3
	No respondieron	3	1,1	27,3	54,5
	El problema no es importante para la empresa	2	,7	18,2	72,7
	El problema era ajeno a la empresa	1	,4	9,1	81,8
	Incapacidad de resolver el problema	2	,7	18,2	100,0
	Total	11	3,9	100,0	
Perdidos	Sistema	269	96,1		
Total		280	100,0		

Tabla 5.8

La empresa de Electricidad contactó al cliente para conocer su opinión

Contactó		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	8	2,9	2,9	2,9
	No	272	97,1	97,1	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 5.9

La opinión del cliente sobre el servicio de Electricidad

Opinión del cliente		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Bueno y sin inconvenientes	119	42,5	42,5	42,5
	Bueno pero mejorable	131	46,8	46,8	89,3
	Le es indiferente	7	2,5	2,5	91,8
	No es lo que esperaba	17	6,1	6,1	97,9
	Malo	5	1,8	1,8	99,6
	No sabe/No responde	1	,4	,4	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

Tabla 5.10

Importancia del servicio de Electricidad

Posición		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Primer Lugar	24	8,6	8,6	8,6
	Segundo Lugar	205	73,2	73,2	81,8
	Tercer Lugar	48	17,1	17,1	98,9
	Cuarto Lugar	3	1,1	1,1	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

ANEXO VI – Servicio Gas Natural

Tabla 6.1

Ha tenido problemas con el servicio de Gas Natural en los últimos doce meses

Ha tenido problemas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	4	1,4	5,2	5,2
	No	73	26,1	94,8	100,0
	Total	77	27,5	100,0	
Perdidos	Sistema	203	72,5		
Total		280	100,0		

Tabla 6.2

Cuál fue el problema con el servicio de Gas Natural

Problemas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Pocos o inaccesibles lugares de pagos	1	,4	25,0	25,0
	Cobro incorrecto del servicio	1	,4	25,0	50,0
	El servicio presentó problemas de suministro	1	,4	25,0	75,0
	Otro	1	,4	25,0	100,0
	Total	4	1,4	100,0	
Perdidos	Sistema	276	98,6		
Total		280	100,0		

Tabla 6.3

Presentó el reclamo a la empresa de Gas Natural

Reclamó		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	3	1,1	75,0	75,0
	No	1	,4	25,0	100,0
	Total	4	1,4	100,0	
Perdidos	Sistema	276	98,6		
Total		280	100,0		

Tabla 6.4

Razón por la cual el cliente no presentó el reclamo a la empresa de Gas Natural

Razones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	El problema es reiterado	1	,4	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	279	99,6		
Total		280	100,0		

Tabla 6.5

Tiempo de respuesta de la empresa de Gas Natural

Tiempo de respuesta		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Menos de 24 horas	1	,4	33,3	33,3
	Más de una semana	2	,7	66,7	100,0
	Total	3	1,1	100,0	
Perdidos	Sistema	277	98,9		
Total		280	100,0		

Tabla 6.6

La empresa de Gas Natural solucionó el problema

Se solucionó el problema		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	2	,7	66,7	66,7
	No	1	,4	33,3	100,0
	Total	3	1,1	100,0	
Perdidos	Sistema	277	98,9		
Total		280	100,0		

Tabla 6.7

La razón por la que el cliente "cree" que la empresa de Gas Natural no solucionó el problema

Razones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	El problema no es importante para la empresa	1	,4	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	279	99,6		
Total		280	100,0		

Tabla 6.8

La empresa de Gas Natural contactó al cliente para conocer su opinión

Contactó		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	9	3,2	11,7	11,7
	No	68	24,3	88,3	100,0
	Total	77	27,5	100,0	
Perdidos	Sistema	203	72,5		
Total		280	100,0		

Tabla 6.9

La opinión del cliente sobre el servicio de Gas Natural

Opinión del cliente		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Buena y sin inconvenientes	50	17,9	64,9	64,9
	Buena pero mejorable	22	7,9	28,6	93,5
	Le es indiferente	1	,4	1,3	94,8
	No es lo que esperaba	4	1,4	5,2	100,0
	Total	77	27,5	100,0	
Perdidos	Sistema	203	72,5		
Total		280	100,0		

ANEXO VII – Servicio Gas Licuado

Tabla 7.1

Ha tenido problemas con el servicio de Gas Licuado en los últimos doce meses

Ha tenido problemas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	6	2,1	3,1	3,1
	No	188	67,1	96,9	100,0
	Total	194	69,3	100,0	
Perdidos	Sistema	86	30,7		
Total		280	100,0		

Tabla 7.2

Cuál fue el problema con el servicio de Gas Licuado

Problemas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	El servicio presentó problemas de suministro	3	1,1	50,0	50,0
	Otro	3	1,1	50,0	100,0
	Total	6	2,1	100,0	
Perdidos	Sistema	274	97,9		
Total		280	100,0		

Tabla 7.3

Presentó el reclamo a la empresa de Gas Licuado

Reclamó		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	3	1,1	50,0	50,0
	No	3	1,1	50,0	100,0
	Total	6	2,1	100,0	
Perdidos	Sistema	274	97,9		
Total		280	100,0		

Tabla 7.4

Razón por la cual el cliente no presentó el reclamo a la empresa de Gas Licuado

Razones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	El problema es reiterado	2	,7	66,7	66,7
	No sabe/No responde	1	,4	33,3	100,0
	Total	3	1,1	100,0	
Perdidos	Sistema	277	98,9		
Total		280	100,0		

Tabla 7.5

Tiempo de respuesta de la empresa de Gas Licuado

Tiempo de respuesta		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Menos de 24 horas	2	,7	66,7	66,7
	Más de una semana	1	,4	33,3	100,0
	Total	3	1,1	100,0	
Perdidos	Sistema	277	98,9		
Total		280	100,0		

Tabla 7.6

La empresa de Gas Licuado solucionó el problema

Se solucionó el problema		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	2	,7	66,7	66,7
	No	1	,4	33,3	100,0
	Total	3	1,1	100,0	
Perdidos	Sistema	277	98,9		
Total		280	100,0		

Tabla 7.7

La razón por la que el cliente "cree" que la empresa de Gas Licuado no solucionó el problema

Razones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Otro motivo	1	,4	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	279	99,6		
Total		280	100,0		

Tabla 7.8

La empresa de Gas Licuado contactó al cliente para conocer su opinión

Contactó		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	20	7,1	10,3	10,3
	No	174	62,1	89,7	100,0
	Total	194	69,3	100,0	
Perdidos	Sistema	86	30,7		
Total		280	100,0		

Tabla 7.9

La opinión del cliente sobre el servicio de Gas Licuado

Opinión del cliente		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Buena y sin inconvenientes	107	38,2	55,2	55,2
	Buena pero mejorable	76	27,1	39,2	94,3
	Le es indiferente	3	1,1	1,5	95,9
	No es lo que esperaba	5	1,8	2,6	98,5
	Malo	2	,7	1,0	99,5
	No sabe/No responde	1	,4	,5	100,0
	Total	194	69,3	100,0	
Perdidos	Sistema	86	30,7		
Total		280	100,0		

Tabla 7.10

Importancia del servicio de Gas

Posición		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Segundo Lugar	48	17,1	17,1	17,1
	Tercer Lugar	214	76,4	76,4	93,6
	Cuarto Lugar	17	6,1	6,1	99,6
	Quinto Lugar	1	,4	,4	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

ANEXO VIII – Servicio Telefónico

Tabla 8.1

Ha tenido problemas con el servicio de Teléfono en los últimos doce meses

Ha tenido problemas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	60	21,4	24,1	24,1
	No	189	67,5	75,9	100,0
	Total	249	88,9	100,0	
Perdidos	Sistema	31	11,1		
Total		280	100,0		

Tabla 8.2

Cuál fue el problema con el servicio de Teléfono

Problemas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Poco o inaccesibles lugares de pago	2	,7	3,3	3,3
	Cobro incorrecto del servicio	21	7,5	35,0	38,3
	Mala atención al momento de presentar el reclamo	7	2,5	11,7	50,0
	El servicio presentó problemas de suministro	21	7,5	35,0	85,0
	Otro	9	3,2	15,0	100,0
	Total	60	21,4	100,0	
Perdidos	Sistema	220	78,6		
Total		280	100,0		

Tabla 8.3

Presentó el reclamo a la empresa de Teléfono

Reclamó		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	49	17,5	81,7	81,7
	No	11	3,9	18,3	100,0
	Total	60	21,4	100,0	
Perdidos	Sistema	220	78,6		
Total		280	100,0		

Tabla 8.4

Razón por la cual el cliente no presentó el reclamo a la empresa de Teléfono

Razones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Se solucionó sólo	3	1,1	27,3	27,3
	Nunca responden cuando el cliente les solicita	1	,4	9,1	36,4
	El problema es reiterado	2	,7	18,2	54,5
	No conoce mecanismos de la empresa para presentar reclamos	1	,4	9,1	63,6
	No sabe/No responde	4	1,4	36,4	100,0
	Total	11	3,9	100,0	
Perdidos	Sistema	269	96,1		
Total		280	100,0		

Tabla 8.5

Tiempo de respuesta de la empresa de Teléfono

Tiempo de respuesta		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Menos de 24 horas	11	3,9	22,4	22,4
	Entre 24 y 48 horas	7	2,5	14,3	36,7
	Entre 48 y 72 horas	5	1,8	10,2	46,9
	Una semana	4	1,4	8,2	55,1
	Más de una semana	22	7,9	44,9	100,0
	Total	49	17,5	100,0	
Perdidos	Sistema	231	82,5		
Total		280	100,0		

Tabla 8.6

La empresa de Teléfono solucionó el problema

Se solucionó el problema		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	28	10,0	57,1	57,1
	No	21	7,5	42,9	100,0
	Total	49	17,5	100,0	
Perdidos	Sistema	231	82,5		
Total		280	100,0		

Tabla 8.7

La razón por la que el cliente "cree" que la empresa de Teléfono no solucionó el problema

Razones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	El problema se sigue presentando	6	2,1	28,6	28,6
	No respondieron	1	,4	4,8	33,3
	El problema no es importante para la empresa	6	2,1	28,6	61,9
	Incapacidad de resolver el problema	7	2,5	33,3	95,2
	Otro motivo	1	,4	4,8	100,0
	Total	21	7,5	100,0	
Perdidos	Sistema	259	92,5		
Total		280	100,0		

Tabla 8.8

La empresa de Teléfono contactó al cliente para conocer su opinión

Contactó		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	39	13,9	15,7	15,7
	No	210	75,0	84,3	100,0
	Total	249	88,9	100,0	
Perdidos	Sistema	31	11,1		
Total		280	100,0		

Tabla 8.9

La opinión del cliente sobre el servicio de Teléfono

Opinión del cliente		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Bueno y sin inconvenientes	89	31,8	35,7	35,7
	Bueno pero mejorable	106	37,9	42,6	78,3
	Le es indiferente	7	2,5	2,8	81,1
	No es lo que esperaba	30	10,7	12,0	93,2
	Malo	17	6,1	6,8	100,0
	Total	249	88,9	100,0	
Perdidos	Sistema	31	11,1		
Total		280	100,0		

Tabla 8.10

Importancia del servicio de Teléfono

Posición		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Primer Lugar	1	,4	,4	,4
	Segundo Lugar	3	1,1	1,1	1,4
	Tercer Lugar	14	5,0	5,0	6,4
	Cuarto Lugar	254	90,7	90,7	97,1
	Quinto Lugar	8	2,9	2,9	100,0
	Total	280	100,0	100,0	

ANEXO IX – Servicio Televisión Pagada

Tabla 9.1

Ha tenido problemas con el servicio de Televisión Pagada en los últimos doce meses

Ha tenido problemas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	35	12,5	26,1	26,1
	No	99	35,4	73,9	100,0
	Total	134	47,9	100,0	
Perdidos	Sistema	146	52,1		
Total		280	100,0		

Tabla 9.2

Cuál fue el problema con el servicio de Televisión Pagada

Problemas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Cobro incorrecto del servicio	3	1,1	8,6	8,6
	Mala atención al momento de presentar el reclamo	2	,7	5,7	14,3
	El servicio presentó problemas de suministro	28	10,0	80,0	94,3
	Otro	2	,7	5,7	100,0
	Total	35	12,5	100,0	
Perdidos	Sistema	245	87,5		
Total		280	100,0		

Tabla 9.3

Presentó el reclamo a la empresa de Televisión Pagada

Reclamó		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	23	8,2	65,7	65,7
	No	12	4,3	34,3	100,0
	Total	35	12,5	100,0	
Perdidos	Sistema	245	87,5		
Total		280	100,0		

Tabla 9.4

Razón por la cual el cliente no presentó el reclamo a la empresa de Televisión Pagada

Razones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Se solucionó sólo	8	2,9	66,7	66,7
	Nunca responden cuando el cliente les solicita	1	,4	8,3	75,0
	El problema es reiterado	1	,4	8,3	83,3
	No conoce mecanismos de la empresa para presentar reclamos	1	,4	8,3	91,7
	No sabe/No responde	1	,4	8,3	100,0
	Total	12	4,3	100,0	
Perdidos	Sistema	268	95,7		
Total		280	100,0		

Tabla 9.5

Tiempo de respuesta de la empresa de Televisión Pagada

Tiempo de respuesta		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Menos de 24 horas	12	4,3	52,2	52,2
	Entre 24 y 48 horas	5	1,8	21,7	73,9
	Entre 48 y 72 horas	2	,7	8,7	82,6
	Más de una semana	4	1,4	17,4	100,0
	Total	23	8,2	100,0	
Perdidos	Sistema	257	91,8		
Total		280	100,0		

Tabla 9.6

La empresa de Televisión Pagada solucionó el problema

Se solucionó el problema		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	18	6,4	78,3	78,3
	No	5	1,8	21,7	100,0
	Total	23	8,2	100,0	
Perdidos	Sistema	257	91,8		
Total		280	100,0		

Tabla 9.7

La razón por la que el cliente "cree" que la empresa de Televisión Pagada no solucionó el problema

Razones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	El problema se sigue presentando	3	1,1	60,0	60,0
	No respondieron	2	,7	40,0	100,0
	Total	5	1,8	100,0	
Perdidos	Sistema	275	98,2		
Total		280	100,0		

Tabla 9.8

La empresa de Televisión Pagada contactó al cliente para conocer su opinión

Contactó		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	29	10,4	21,6	21,6
	No	105	37,5	78,4	100,0
	Total	134	47,9	100,0	
Perdidos	Sistema	146	52,1		
Total		280	100,0		

Tabla 9.9

La opinión del cliente sobre el servicio de Televisión Pagada

Opinión del cliente		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Buena y sin inconvenientes	63	22,5	47,0	47,0
	Buena pero mejorable	55	19,6	41,0	88,1
	Le es indiferente	3	1,1	2,2	90,3
	No es lo que esperaba	12	4,3	9,0	99,3
	Malo	1	,4	,7	100,0
	Total	134	47,9	100,0	
Perdidos	Sistema	146	52,1		
Total		280	100,0		

Tabla 9.10

Importancia del servicio de Televisión Pagada

Posición		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Segundo Lugar	2	,7	,7	,7
	Tercer Lugar	1	,4	,4	1,1
	Cuarto Lugar	6	2,1	2,1	3,2
	Quinto Lugar	271	96,8	96,8	100,0
	Total	280	100,0	100,0	