

RESULTADOS ENCUESTA GALLUP-INDOTEL

La muestra tomada fue de 1200 encuestados, la misma se dividió en tres niveles socioeconómicos; el nivel A-B contó con una muestra de 104 entrevistados, en el nivel C la muestra fue de 292 y la del nivel D-E fue de 804 encuestados.

I. Características demográficas de la muestra.

- Los hogares de los entrevistados se caracterizan por estar formados entre 3 y 5 miembros.
- En los hogares predominan los miembros que son hijos y los Jefes de los Hogares; en las edades entre menores de 10 años y 24 años predominan los hijos según grado de parentesco y a partir de los 25, predominan los Jefes de Hogares y sus esposas(os).
- Las edades según los grupos establecidos se encuentran equilibradas y predominan las personas con grado primario, en un 40.7% del total. El sexo femenino es el que predomina en la población entrevistada.
- La mayoría de los entrevistados recibe ingresos entre 5000-10000 pesos mensuales. Por edades, lo más significativo es que los mayores ingresos se encuentran en las edades mayores.

II. Incidencia, desarrollo e importancia del servicio de Telecomunicaciones.

- La tenencia de televisores por parte de la población entrevistada es muy alta, el 94.7% del total lo poseen. La utilización de los canales VHF es por Aire y Cable, en su mayoría, recibiendo una buena señal, lo mismo ocurre con la utilización de los canales UHF, pero difiere, en que la recepción de la señal en un 40% de la muestra es regular.

- La tenencia de radios también es elevada, el 77.2%, es decir, 926 encuestados cuentan con este servicio, el 60.8% dijeron que nunca escuchaban las emisoras de radio AM y el 68.6% de los encuestados que escuchan AM, consideran que la calidad es buena. Las emisoras de radio FM gozan de mayor aceptación; del total de los que tienen radios, el 63.2% escucha FM y el 91.2% consideran que su calidad es buena. Internet no tiene un papel importante a la hora de escuchar emisoras de radio según los encuestados; el 97.8%, es decir 906 personas dijeron que no utilizaban Internet para escuchar emisoras de radio.
- La Emisora de mayor preferencia es la FM Nacional en los tres niveles socioeconómicos; después le siguen según nivel de preferencia, la FM Local, la AM Nacional y AM Local.
- El 69% del total de entrevistados escuchan con mayor frecuencia emisoras Locales de Radio. En el nivel socioeconómico A-B existe poca diferencia entre los que escuchan emisoras locales y nacionales; en el Nivel C, la proporción de personas que escuchan emisoras locales es mayoritaria, para un 71.6%. En el nivel D-E es muy similar al anterior para un 70.6%. Las emisoras internacionales casi no se escuchan, sólo un 1.9% del total.
- Predominan las personas que leen periódicos nacionales, lo que representa el 68.1% del total de entrevistados; los que más leen periódicos proporcionalmente son los del nivel A-B y los que menos leen periódicos nacionales son los del nivel D-E. La frecuencia predominante de leer los periódicos, es la de ocasionalmente que representa el 47.7% del total; el nivel que lo lee con una frecuencia mayor diariamente es el A-B; el nivel D-E es el que más influye en que la frecuencia total sea ocasionalmente. En relación a la suscripción de los periódicos nacionales, se observa que predominan las no suscripciones; el 90.1% del total no están suscritos a algún periódico; en todos

- los niveles socioeconómicos predominan los no suscritos y la mayor proporción de no suscritos se encuentra en el nivel D-E.

III. Servicios de telecomunicaciones y empresas proveedoras.

- El servicio de telecomunicaciones más utilizado son los teléfonos celulares, con un 63.4% del total. El teléfono residencial es el más usado en el nivel A-B, esto también ocurre con el celular, pero su proporción es menor. La televisión por cable lo tiene un 46.2% de los entrevistados, el nivel más alto es también en el nivel A-B. Las tarjetas L.D.N. y L.D.I, son menos utilizadas, sólo la tienen el 41.3 y 28.3% respectivamente del total de personas entrevistadas; en la tarjeta L.D.N, las mayores proporciones de utilización están en el nivel C y en las tarjetas L.D.I. están en el nivel A-B con un 30%. INTERNET, es el servicio de menor utilización sólo el 8.3% del total de los entrevistados y el nivel A-B es el que más lo utiliza, en un 26.9%. Los Centros de Llamadas son también poco utilizados, sólo el 27.7% de los entrevistados y el nivel que más lo utiliza es el D-E con un 31.9%.
- Existen diferentes razones para contratar una compañía de telecomunicaciones. La principal razón que manifestaron los entrevistados fue “por su experiencia en el mercado”, del total de los usuarios, lo mencionaron el 24.1%. En segundo lugar en el orden de preferencia de los encuestados se encuentra el hecho de que tienen “mejor servicio al cliente”; con un 17.2% del total. El 16.3% considera que la compañía que contrató, es “la única empresa que ofrece el servicio que el cliente solicita”, y el 12.3%, opinan que escogen este servicio porque “su tarifa es la mas barata”.

III. 2. Preferencias de los usuarios con las empresas de servicios públicos de Telecomunicaciones.

- Son tres las causas principales por las que los usuarios cambian de compañía: mala calidad técnica del servicio, problemas de facturación y por ser más atractiva la oferta de la competencia. Por niveles, en A-B y C, el principal problema es la incorrecta facturación y en el D-E, son la mala calidad técnica y más atractiva la oferta de la competencia.
- Más de la mitad de los entrevistados considera que no ha existido una disminución de los precios de los servicios de telecomunicaciones, con la entrada de nuevas empresas al mercado; por niveles socioeconómicos, los tres se comportan de forma similar.
- La mayoría de los entrevistados considera que ha aumentado la calidad de los servicios de telecomunicaciones, con la entrada de nuevas empresas al mercado; por niveles socioeconómicos, los tres se comportan de forma similar en sus opiniones, pero es mucho mayor la proporción en el nivel D-E.
- Muy pocos usuarios tienen el servicio de INTERNET; por niveles socioeconómicos, los tres se comportan de igual forma con proporciones bajas de este servicio, siendo el mayor A-B. El acceso al servicio de INTERNET es mayoritario por MODEM y en segundo lugar por ADSL; por niveles socioeconómicos, los tres se comportan de la misma forma.
- La frecuencia de acceso a INTERNET que más se utiliza es diaria; por niveles socioeconómicos, los tres se comportan de la misma forma. Las actividades principales de los usuarios que acceden a INTERNET son la búsqueda de información y la comunicación; por niveles socioeconómicos, los tres se comportan de la misma forma.

- La mitad de los usuarios entrevistados no tienen computadora, por esto no acceden a INTERNET; por niveles, la mayor proporción que no posee computadora, son los usuarios del grupo D-E.

IV. 3. Quejas sobre algunos servicios de telecomunicaciones.

- Poco más de la mitad de los usuarios entrevistados utilizan las tarjetas de llamadas, para realizar llamadas de larga distancia; por niveles, en el A-B, es donde menos de la mitad de los usuarios no las utilizan a diferencia de los otros dos, donde sucede lo contrario.
- La mayoría de los usuarios entrevistados no tiene quejas sobre el servicio de las tarjetas de llamadas de larga distancia; por niveles los tres se comportan de forma muy similar. La mayoría de los usuarios entrevistados considera que la queja principal es el precio elevado del minuto de la llamada; por niveles los tres se comportan de forma muy similar.
- La Institución más conocida por los usuarios es INDOTEL. De los 310 entrevistados que dijeron conocer alguna Institución que los proteja en relación a sus derechos como usuarios de los servicios de telecomunicaciones, del total de entrevistados, el 82.6%, manifestó conocer a INDOTEL. En el nivel socioeconómico A-B se detectó una proporción relativamente mayor de usuarios que mencionó conocer INDOTEL.
- Menos de la mitad de los usuarios entrevistados (que dijeron saber del INDOTEL), conocen el Centro de Asistencia al Usuario del INDOTEL, una proporción algo mayor se observa en el nivel socioeconómico A-B.

- Los usuarios entrevistados que han conocido al INDOTEL, han señalado diferentes aspectos, por los cuáles la recuerdan; los dos más importantes son: “proteger a las personas con problemas con las telecomunicaciones”, y “Institución que regula las telecomunicaciones”. Según los niveles socioeconómicos se mantienen los mismos resultados.
- La mayoría de los entrevistados considera que la labor del INDOTEL como Institución ha sido efectiva.
- Las quejas de los usuarios también fueron comparadas en ambos estudios. En los estudios anteriores las principales quejas fuera: las altas tarifas, la facturación de llamadas no realizadas y la poca asistencia de soporte técnico; y en el estudio actual las dos principales quejas son: el precio elevado del minuto de la llamada y el redondeo de los minutos.
- En los estudios anteriores realizados también se les preguntó a los entrevistados, si conocían las leyes que regulaban los servicios de telecomunicaciones en el país; en estos estudios del total de entrevistados respondieron no conocerlas, un 89.8% del total y dijeron conocerlas el 8%. Al comparar estos resultados con los del estudio actual, se puede observar un ligero aumento proporcional en los que conocen las leyes.
- Otro aspecto importante que se quiso comparar con los trabajos realizados anteriormente, fue si los usuarios conocen alguna Institución que los proteja en relación a sus derechos como usuarios de los servicios de telecomunicaciones. En este aspecto se observa un cambio a favor de los resultados actuales donde los porcentajes de respuestas positivas aumentan al 25.8% del total.

CAPÍTULO II INCIDENCIA, DESARROLLO E IMPORTANCIA DEL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES

Para comenzar el presente Estudio sobre cómo los usuarios conocen y evalúan los servicios de telecomunicaciones, es importante analizar los aspectos más generales, relacionados con los mismos y sus principales características.

En relación a la pregunta de si algún miembro del hogar posee alguno de los servicios públicos de telecomunicación, o si alguien del hogar es usuario de centros de llamadas. La muestra tomada fue de 1200 encuestados, la misma se dividió en tres grupos socioeconómicos; el nivel A-B contó con una muestra de 104 entrevistados, en el nivel C la muestra fue de 292 y la del nivel D-E fue de 804 encuestados.

En general el medio de comunicación que los informantes expresaron poseer más, con un total de 896 encuestados, para un 74.7%, fue la radio, en el nivel A-B, 86 encuestados para un 82.7% que poseen este servicio, en el C, 248, o sea el 84.9%, poseen radios y en el nivel D-E, el 69.9%, es decir, 562 personas disfrutaban de este servicio.

Más de la mitad de los informantes declararon poseer teléfono celular, exactamente el 66.1%, un total de 793 personas. En el nivel socioeconómico A-B, el 84.6%, un total de 88 encuestados dijeron poseer teléfono celular; en el nivel C, 220 encuestados para un 75.3% disfrutaban este servicio y del nivel D-E el 60.3%, es decir, 485 entrevistados declararon utilizar este servicio.

Por debajo de la mitad de los encuestados se encuentra el servicio de Televisión por Aire (antena), del total de los entrevistados 574 personas expresaron poseer este servicio para un 47.8%. En cuanto a los niveles socio económico, el A-B se mostró con los menores porcentajes, sólo el 20.2%, o sea 21 entrevistados de este grupo expresaron poseer este servicio; en el caso del nivel C, 92 informantes para un 31.5%; y de los entrevistados del nivel D-E disfrutaban de este servicio un 57.3%, o sea 461 encuestados.

Otro servicio analizado fue la Televisión por Cable, donde el 46.3% de la muestra general expresó contar con el mismo, o sea 555 personas. El nivel socio económico que resultó más significativo en cuanto a este servicio es el A-B con un 76%, o sea 79 encuestados; seguido del nivel C con 192 encuestados para un 65.8%; y del nivel D-E, sólo el 35.3% o sea 284 personas expresaron disfrutar de este servicio.

En cuanto a las tarjetas de llamadas las más utilizadas según los entrevistados, son las de llamadas nacionales. De los 1200 encuestados, 551, expresaron utilizar estas tarjetas para un 45.9%. En el análisis por niveles socio económicos, se comportó como sigue; el nivel A-B con menor peso, sólo el 26% o sea 27 encuestados manifestaron utilizar este servicio; en el nivel C, más de la mitad de los encuestados utilizan este servicio, exactamente el 52.1%, 152 entrevistados; y en el nivel D-E donde el porcentaje de personas que utilizan las tarjetas para llamadas de larga distancia nacional fue de 46.3%, es decir, 372 personas.

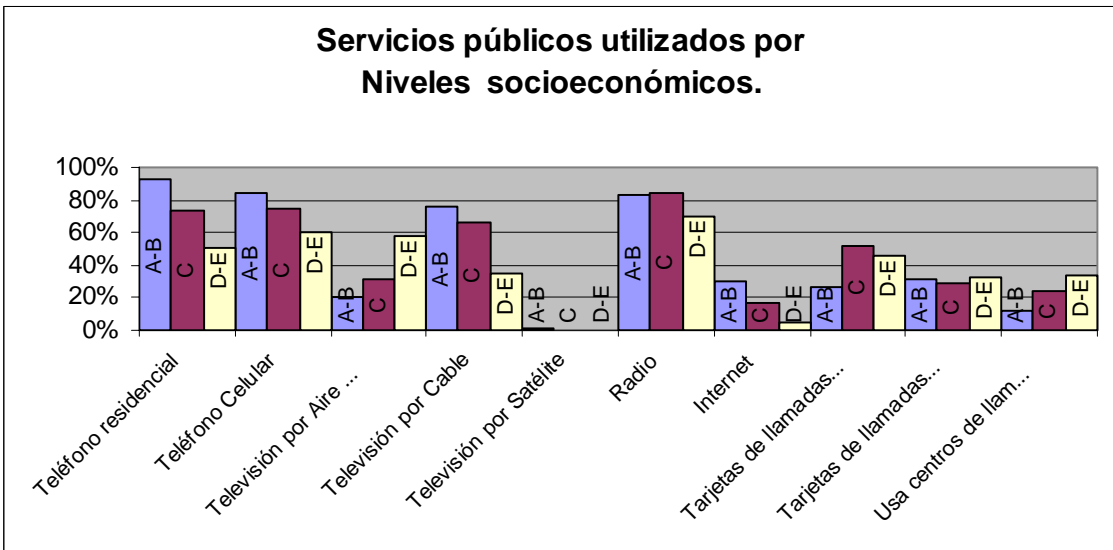
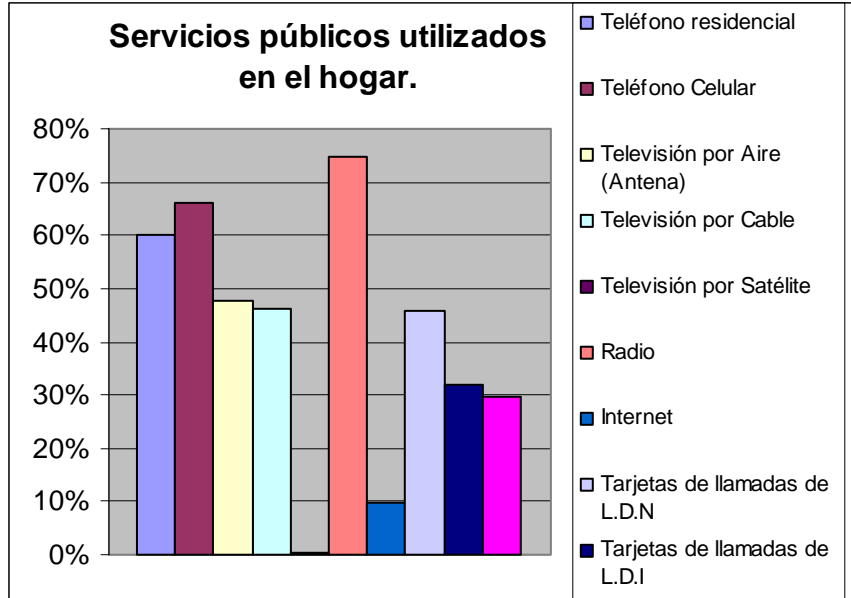
Las tarjetas de larga distancia internacional son usadas por el 31.8% de los encuestados, es decir 381 personas. En el momento de desglosar el análisis entre los grupos socio económicos, los porcentajes son igualmente bajos, del nivel A-B, 33 personas para un 31.7% utilizan las tarjetas de llamadas internacionales; en el nivel C

el 29.5% o sea 86 personas dijeron utilizar este servicio; y en el caso del nivel D-E, 262 entrevistados expresaron disfrutar de este servicio, para un 32.6%.

En cuanto a los usuarios de centros de llamadas del total de la muestra 1200, un porcentaje relativamente bajo disfruta de este servicio, el 29.8% o sea 357 personas. El nivel socioeconómico que más lo utiliza es el D-C con 273 personas para un 34%; seguido por el C, en el cual el 24.3% o sea 71 personas expresaron utilizar el servicio; y el nivel A-B con 12.5%, es decir 13 personas, al parecer este servicio es poco utilizado en general y fundamentalmente por el grupo A-B.

Otro servicio analizado es el de Internet, el cual teniendo en cuenta las respuestas de los entrevistados parece que no se utiliza mucho, sólo el 9.8% de la muestra general o sea 117 personas así lo afirmaron. En el estudio de los niveles socioeconómicos se comportó de la siguiente manera; los que respondieron utilizar más el servicio con 29.8% para 31 personas fue el nivel A-B, seguido por el C con 17.1% o sea 50 entrevistados y finalmente el nivel D-E donde sólo 36 personas o sea un 4.5% expresó tener acceso a el servicio de Internet.

El servicio menos utilizado por los encuestados fue el de televisión por satélite, del total general sólo 4 personas para un 0.3%. Este servicio sólo lo disfrutaban 2 personas del nivel D-E, para un 0.2% y 1 persona en cada caso de los niveles A-B y C para un 1.0% y 0.3% respectivamente.



Del total de personas encuestadas 1200, el 100% dijeron o bien ser responsable o tener algún conocimiento del manejo de alguno de los servicios públicos de telecomunicaciones que hay en el hogar. Igual ocurre en todos los grupos socioeconómicos, el A-B contó con 104 entrevistados y el 100% respondió afirmativamente; al igual que el C donde hubo 292 informantes y el 100% era responsable o tenía conocimientos; y finalmente el D-E que es el que tiene mayor

número de encuestados 804 y todos conocen de alguna forma el manejo de alguno de estos servicios.

Del total de la muestra general, el 94.7%, es decir, 1136 encuestados respondieron poseer televisor, (televisión por aire, cable o satélite), sólo 64 informantes no disfrutaban de este equipo/servicio para un 5.3%. En el nivel socio económico A-B casi el 100% de los encuestados de este grupo (104), tienen este bien, puntualmente el 99% o sea 103 personas, sólo 1 no lo posee para 1.0%; en el nivel C el 97.3%, 283 personas poseen este servicio y 8 encuestados para un 2.7% dijeron no tenerlo; el nivel D-E se comporta bastante similar a los anteriores con un 93.2%, 750 personas que dijeron disfrutar del servicio y 55 que no lo tienen para un 6.8%.

En el momento de analizar la calidad de los canales de UHF, la muestra tomada fue de 489 informantes, es notable que casi un 40% los recibe regular, exactamente el 39.7%, 194 personas; y el 33.1%, 162 encuestados expresaron recibirla deficiente (con interferencia). Sólo el 24.3% de la muestra general manifestó disfrutar de una buena calidad de la señal.

El nivel socioeconómico A-B fue en el único donde la mayoría de los informantes manifestaron disfrutar de una buena señal con un 39.8% o sea 7 encuestados. En el resto de los niveles primó la opinión de que la recepción de la señal es Regular. En el nivel C el 44.0%, 37 individuos y en el D-E 39.5% para 153 entrevistados. De la muestra general de 489 entrevistados, 14 no saben o no respondieron la pregunta para un 2.9%; de ellos 10 personas pertenecen al nivel socio económico D-E, 3 al C y 1 encuestado al A-B.

Los canales televisivos locales y nacionales fueron divididos en los que reciben la señal de TV mediante VHF, que son los canales del 2 al 13 y los que la reciben por UHF, que son los canales del 14 al 69. Se preguntó sobre las preferencias en cuanto a información y entretenimiento. También fueron agrupados los clientes en los niveles socioeconómicos A-B, C y D-E.

El total de la muestra fueron 1136 entrevistados que son los que poseen televisor; en cuanto a los niveles socioeconómicos del total 103 personas pertenecen al grupo A-B, 283 personas al grupo C y 750 personas al D-E.

Los canales locales UHF o de cable fueron la opción del 27.7% para 315 entrevistados del total de la muestra 1136 que poseen Televisión.

De la muestra total de 1200 personas, se quiso conocer los que tenían radio; de ellos, el 77.2%, es decir, 926 encuestados cuentan con este servicio y el 22.8%, es decir, 274 entrevistados no tienen radio. Los niveles socioeconómicos se desglosaron en 805 personas para el D-E, 291 personas para el C y 104 entrevistados para el A-B y tuvieron una fuerte representación en el total de informantes que manifestaron poseer un radio.

Se establecieron parámetros para medir la frecuencia en la que las personas escuchaban las emisoras de radio AM. Los parámetros fueron frecuentemente, ocasionalmente, muy pocas veces y nunca.

De las personas que manifestaron poseer radios, el 60.8% es decir 563 entrevistados dijeron que nunca escuchaban las emisoras de radio AM, aquí el nivel socioeconómico con más fuerza fue el A-B con 73 personas que representan el 76.8% del total del grupo, le siguen el nivel C con 163 entrevistados para el 63.9%, y finaliza el D-E que presenta 526 encuestados que son el 56.8%. Continuando con la frecuencia el 19.8%, es decir, 183 encuestados la escucha

frecuentemente y el 9.7%, es decir, 90 personas las escucha o muy raras veces u ocasionalmente.

La calidad de la señal de estas emisoras de radio AM es catalogada como buena por el 68.6% de los encuestados es decir 249 personas. En cambio, del total de 363 personas que son las que sintonizan de alguna manera estas emisoras, el 23.7% es decir en 86 encuestados manifiestan que la calidad del servicio es regular; y un 6.9% o sea 25 entrevistados plantean que es deficiente o con interferencia; un total de 3 personas no supieron o no quisieron responder. Los niveles socioeconómicos están mayormente representados por los entrevistados que consideran la calidad del sonido como buena, encabezados por el nivel A-B con un 77.3% del total, para 17 entrevistados, los otros dos niveles están fuertemente representados con porcentajes que sobrepasan el 65%.

Las emisoras de radio FM gozan de mayor aceptación; de los 926 entrevistados que tienen radios, el 63.2%, es decir, 585 personas manifestaron que sintonizan este tipo de emisora frecuentemente y el 16.7%, o sea, 155 personas lo hacen ocasionalmente. Aunque el 12.5% del total, es decir, 116 entrevistados manifestaron que nunca sintonizan estas emisoras y el 7.6% o sea, 70 encuestados lo hacen muy raras veces. Los niveles socioeconómicos tenían 576 entrevistados para el grupo D-E, 255 encuestados para el C, y 95 para el A-B; los mayores porcentajes se reflejaron en el parámetro “frecuentemente”, con 65.2% del total del grupo C para 168 personas; el A-B con 63.2%, para 60 entrevistados y el D-E con 62%, para 357 personas del total del grupo.

La calidad del sonido de las emisoras de radio FM es buena, ya que del total de encuestados que de alguna manera sintonizan estas emisoras, 810 entrevistados, el 91.2%, es decir, 739 personas piensan que la calidad del sonido es así; los números más significativos de los grupos socioeconómicos se encuentran en este parámetro, en el grupo C con 92.5% del total de este nivel, es decir 211 personas; le sigue el nivel D-E con 90.9%, para 462 personas y el A-B con 89.2%, para 66

entrevistados. Continuando con la calidad, del total el 16.5% o sea 53 entrevistados piensan que la calidad es regular y 13 encuestados es decir el 6.5% piensan que es deficiente. Un total de 5 personas no supieron o no quisieron responder.

Las emisoras provenientes de países cercanos (Haití, Puerto Rico) no gozan de mucha popularidad. Del total de informantes 926, el 96%, es decir, 889 personas manifestaron no escucharlas; esta respuesta es respaldada por muy altos porcentajes, que sobrepasan el 94% en los tres grupos socio- económicos. Sólo 37 encuestados dijeron escuchar estas emisoras.

Internet, la red de redes no juega un papel importante a la hora de escuchar emisoras de radio según los encuestados. Del total de 926, el 97.8%, es decir 906 personas dijeron que no utilizaban Internet para escuchar emisoras de radio; sólo 20 entrevistados hacen uso de la red con esos propósitos. El nivel socioeconómico que más respalda esta decisión es el D-E con un 98.6%, es decir 568 personas; los otros dos grupos también presentan porcentajes similares.

Un total de 843 informantes usan las siguientes emisoras locales y nacionales de radio, AM Nacional, AM Local, FM Nacional, FM Local; la de mayor preferencia es la FM Nacional, usada por 280 personas del total de usuarios, lo que representa el 33.2%; en segundo lugar se encuentra la FM Local con 251 usuarios, para el 29.8%, le sigue AM Nacional, con 162, lo que es el 19.2% y por último, se encuentra AM Local con un total de 150 usuarios, para un 17.8%.

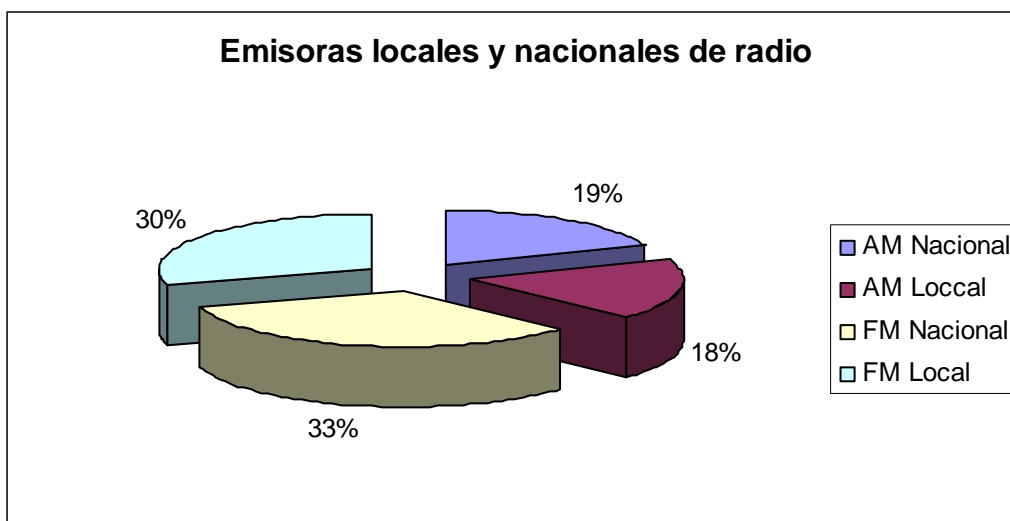
Por niveles socioeconómicos, del total de 843 informantes, 78 pertenecen al nivel A-B, 236 al nivel C y 529 al nivel D-E.

En el nivel A-B, los usuarios se distribuyen de la siguiente forma: de los 78 informantes, que constituyen el 100%, la emisora que alcanzó una mayor preferencia fue la FM Nacional, con 37 usuarios, para un 47.4%; después se encuentra la FM Local, con 19 usuarios, lo que representa el 24.4%; estas 2 emisoras de radio concentran el 71.8% del total; le siguen AM Nacional y AM Local que tienen 11 usuarios cada una para un 14.1% en ambos casos.

En el nivel C, los usuarios se distribuyen de la siguiente forma: del total de 237 informantes, que constituyen el 100%, la emisora que alcanzó una mayor preferencia fue la FM Nacional, con 77 usuarios, para un 32.5%; después se encuentra la FM Local, con 74 usuarios, lo que representa el 31.2%; estas 2 emisoras de radio concentran el 65.7% del total; le siguen AM Nacional con 48 informantes, para un 20.3% y AM Local que tiene 38 usuarios para un 16%.

El nivel D-E, está conformado por 528 entrevistados, que constituyen el 100%, la emisora más escuchada fue la FM Nacional, con 166 usuarios, para un 31.4%; después se encuentra la FM Local, con 158 usuarios, lo que representa el 29.9%; estas 2 emisoras de radio concentran el 61.3% del total; le siguen AM Nacional con 103 informantes, para un 19.5% y AM Local que tiene 101 usuarios para un 19.1%, muy similar a la anterior.

La Emisora de mayor preferencia es la FM Nacional en los tres niveles socioeconómicos; después le siguen según nivel de preferencia, la FM Local, la AM Nacional y AM Local. En el nivel socioeconómico A-B, la preferencia es la misma por la AM Nacional y AM Local y en el nivel D-E, es casi la misma preferencia por estas mismas emisoras. .



Para conocer el nivel de frecuencia con que los usuarios utilizaban las emisoras de radio AM o FM se procedió a preguntarles a un total de 843 informantes; de ellos, 582 respondieron que escuchan con una mayor frecuencia las emisoras locales de radio, lo que representa el 69% del total. Dijeron escuchar con mayor frecuencia las emisoras nacionales de radio un total de 245 personas, para un 29.1%: Sólo mencionaron escuchar con mayor frecuencia emisoras internacionales, 16 personas, lo que es el 1.9% del total.

Por niveles socioeconómicos, del grupo A-B fueron 78 informantes, del C, un total de 236 y del D-E, 529 informantes.

Del nivel A-B, un total de 39 personas dijeron escuchar con mayor frecuencia las emisoras locales de radio, para un 50% del total; 34 personas para un 43.6%, escuchan con mayor frecuencia las emisoras nacionales y la cantidad de 5 personas dijeron escuchar emisoras internacionales, para un 4.6% del total, un valor bastante pequeño. En el nivel C, un total de 169 personas señalaron escuchar con mayor frecuencia las emisoras locales de radio, para un 71.6% del total; 62 personas para un 26.3%, escuchan con mayor frecuencia las emisoras

nacionales y la cantidad de 5 personas dijeron escuchar emisoras internacionales, para un 2.1% del total, un valor también bastante pequeño.

En el nivel D-E, un total de 374 personas dijeron escuchar con mayor frecuencia las emisoras locales de radio, para un 70.7% del total; 149 personas para un 28.2%, escuchan con mayor frecuencia las emisoras nacionales y 6 personas dijeron escuchar emisoras internacionales, para un 1.1% del total, un valor también bastante pequeño.

El 69% del total de informantes escucha con mayor frecuencia emisoras Locales de Radio. En el nivel socioeconómico A-B existe poca diferencia entre los que escuchan emisoras locales y nacionales; en el Nivel C, la proporción de personas que escuchan emisoras locales es mayoritaria, para un 71.6%. En el nivel D-E es muy similar al anterior para un 70.6%. Las emisoras internacionales casi no se escuchan, sólo un 1.9% del total.

Para conocer si las personas leen los periódicos nacionales, se les preguntó sobre esto a 1200 informantes; de este total, 817 personas manifestaron leer los periódicos nacionales, lo que representa un 68.1% y 383 respondieron de forma negativa, lo que es el 31.9%.

Según los niveles socioeconómicos, se entrevistaron, 104 personas del nivel A-B; 291 del nivel C y 805 del nivel D-E.

En el nivel socioeconómico A-B, de un total de 104 entrevistados, respondieron que leían periódicos nacionales, 92 personas, para un 88.5% y no leen 12 para un 11.5%. En el nivel socioeconómico C, de un total de 291 entrevistados, respondieron que leían periódicos nacionales, 216 personas, para un 74.2% y no leen 75 lo que representa el 25.8%. En el nivel socioeconómico D-E, de un total de 805 personas entrevistadas, respondieron que leían periódicos nacionales, 509

personas, para un 63.8% y no leen periódicos nacionales 296 lo que representa el 36.8%.

Se puede observar que predominan las personas que leen periódicos nacionales, lo que representa el 68.1% del total de entrevistados; los que más leen periódicos proporcionalmente son los del nivel A-B y los que menos leen periódicos nacionales son los del nivel D-E.

En relación a la frecuencia de utilización de los periódicos nacionales, de un total de 817 entrevistados, señalaron que leen el periódico diariamente 339 para un 41.5%; semanalmente lo hacen 88 personas, lo que es el 10.8% y ocasionalmente lo mencionaron 390 personas, lo que representa el 47.7% del total.

Por niveles socioeconómicos, en el nivel A-B se entrevistaron 92 personas; en el C, fueron 216 y en el D-E, un total de 509, para conocer sobre sus frecuencias de lecturas de los periódicos nacionales. En el nivel A-B, de un total de 92 informantes, 75 de los mismos señalaron que lo hacen diariamente, para un 85.1%; 4 personas dijeron leer los periódicos nacionales semanalmente, lo que es sólo el 4.3% y ocasionalmente lo manifestaron 13 personas para un 14.1%. En el nivel C, de un total de 216 informantes, 119 señalaron que lo hacen diariamente, para un 55.1%; 22 personas mencionaron leer los periódicos nacionales semanalmente, lo que es sólo el 10.2% y ocasionalmente lo manifestaron 75 personas para un 34.7%.

En el nivel D-E, de un total de 509 informantes, un total de 145 señalaron que lo hacen diariamente, para un 28.5%; 62 personas manifestaron leer los periódicos nacionales semanalmente, lo que es sólo el 12.2% y ocasionalmente lo dijeron 302 personas para un 59.3%.

La frecuencia predominante de leer los periódicos, es la de ocasionalmente que representa el 47.7% del total; el nivel que lo lee con una frecuencia mayor diariamente es el A-B; el nivel D-E es el que más influye en que la frecuencia total sea ocasionalmente.

Para conocer si las personas entrevistadas están suscritos a algún periódico, se les preguntó a un total de 817 informantes, de estos respondieron negativamente 736 personas, para un 90.1% del total y 81 personas lo hicieron de forma positiva, lo que representa sólo el 9.9%.

Según niveles socioeconómicos se entrevistaron del A-B un total de 92 personas, del C, 216 personas y del D-E, un total de 509. En el nivel A-B, de los 92 informantes, 61 respondieron que no están suscritos a algún periódico, para un 66.3%; y 31 personas si lo están, lo que es el 33.7%. En el nivel C de los 216 informantes, 186 respondieron que no están suscritos a algún periódico, para un 86.1%; y 30 personas si lo están, lo que es el 13.9%. En el nivel D-E de un total de 509 informantes, 489 personas manifestaron que no están suscritos a algún periódico, para un 96.1.1%; y 20 personas dijeron si lo están, lo que es el 3.9%.

En relación a la suscripción de los periódicos nacionales, se observa que predominan las no suscripciones; el 90.1% del total no están suscritos a algún periódico; en todos los niveles socioeconómicos predominan los no suscritos y la mayor proporción se encuentra en el nivel D-E.

CAPÍTULO III

SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES Y EMPRESAS PROVEEDORAS

Al analizar el servicio de telecomunicaciones, se consideró si los usuarios tenían: teléfono residencial, teléfono celular, televisión por cable, tarjetas de llamadas L.D.N, tarjetas de llamadas L.D.I., INTERNET y Centro de llamadas. El total de informantes es de 1200 personas y el análisis se realizó según niveles socioeconómicos. Del nivel A-B se entrevistaron 104 personas, del C, un total de 291 y del D-E se entrevistaron 805 personas.

GRAFICO.

Teléfono residencial: un total de 715 personas dijeron tenerlo, lo que representa el 59.6% del total de los entrevistados; por niveles, del A-B, informaron 104 personas, de ellas 100 señalaron tenerlo, para el 96.2%; en el nivel C, un total de 291, de ellos, el 72.9%, es decir, 212 usuarios manifestaron tenerlo y del nivel D-E, de un total de 805 entrevistados, 403, dijeron tenerlo, para el 50.1% del total.

Teléfono celular: un total de 761 personas mencionaron tenerlo, lo que representa el 63.4% del total de los entrevistados; por niveles, del A-B, informaron 104 personas, manifestaron tenerlo 85, para el 81.7%; en el nivel C, un total de 291, de ellos, el 73.5%, es decir, 214 usuarios manifestaron tenerlo y del nivel D-E, de un total de 805 entrevistados, 462, dijeron tenerlo, para el 57.4% del total.

Televisión por Cable: un total de 554 personas mencionaron tenerlo, lo que representa el 46.2% del total de los entrevistados; por niveles, del A-B, manifestaron tenerlo 80, para el 76.9%; en el nivel C, el 65.3%, es decir, 190 usuarios manifestaron tenerlo y del nivel D-E, de un total de 284 usuarios, dijeron tenerlo, para el 35.3% del total.

Tarjetas de llamadas L.D.N.: un total de 496 personas dijeron tenerlo, lo que representa el 41.3% del total de los entrevistados; según los tres niveles, del A-B, 24 personas lo tienen para el 23.1%; en el nivel C, 139 usuarios manifestaron tenerlo, para un 47.8% y del nivel D-E, un total de 333 usuarios, dijeron tenerlo, para el 41.4%.

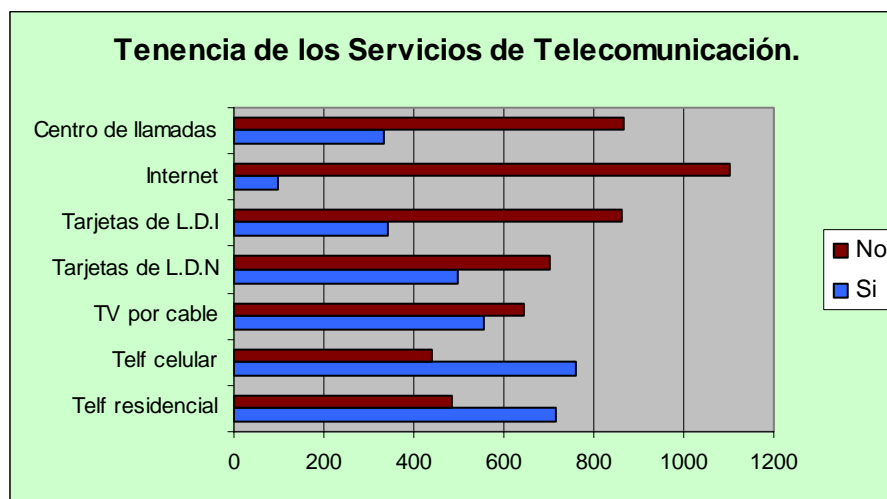
Tarjetas de llamadas L.D.I.: un total de 340 personas dijeron tenerlo, lo que representa el 28.3% del total de los entrevistados; según los tres niveles, del A-B, 33 usuarios respondieron que sí lo tienen para el 31.7%; en el nivel C, 79 personas dijeron tenerlo, para un 27.1% y del nivel D-E, un total de 228 usuarios, manifestaron tenerlo, para el 28.3%.

INTERNET: del total de entrevistados, 99 personas mencionaron tenerlo, lo que representa el 8.3% del total de los entrevistados; según los tres niveles, del A-B, sólo lo tienen 28 personas para el 26.9%; en el nivel C, lo tienen 41 personas, para un 14.1% y del nivel D-E, un total de 30 personas, manifestaron tenerlo, para el 3.7%.

Centro de llamadas: del total de entrevistados, señalaron usar este servicio, 332 personas, lo que representa el 27.7% del total de los entrevistados; según los tres niveles, del A-B, sólo lo utilizan 14 personas para el 13.5%; en el nivel C, lo usan 61 personas, para un 21% y del nivel D-E, un total de 257 personas, manifestaron usarlo, para el 31.9%.

El servicio de telecomunicaciones más utilizado son los teléfonos celulares, con un 63.4% del total. El teléfono residencial es el más usado en el nivel A-B, esto también ocurre con el celular, pero su proporción es menor.

La televisión por cable lo tiene un 46.2% de los entrevistados, el nivel más alto es también el A-B. Las tarjetas L.D.N. y L.D.I, son menos utilizadas, sólo la tienen el 41.3 y 28.3% respectivamente del total de personas entrevistadas; en la tarjeta L.D.N, las mayores proporciones de utilización están en el nivel C y en las tarjetas L.D.I. están en el nivel A-B con un 30%. INTERNET, es el servicio de menor utilización sólo el 8.3% del total de los entrevistados y el nivel A-B es el que más lo utiliza, en un 26.9%. Los Centros de llamadas son también poco utilizados, sólo el 27.7% de los entrevistados y el nivel que más lo utiliza es el D-E con un 31.9%.



Para analizar las principales razones por las cuales los clientes contratan los servicios de Telecomunicación de una compañía, se tomaron 22 diferentes razones. La principal razón, por la cual los encuestados manifestaron sentirse motivados para contratar estos servicios fue, por su experiencia en el mercado del total de la muestra que en esta pregunta fue 1148 personas 227 estuvieron de acuerdo para un 24.1%. En segundo lugar en el orden de preferencia de los encuestados se encuentra el hecho de que tienen mejor servicio al cliente; así lo confirmaron 197 personas para un 17.2%

Un porcentaje significativo considera que la compañía que contrató, es la única empresa que ofrece el servicio que el cliente solicita, así lo dijeron 187 entrevistados, para un 16.3% del total de la muestra, y 141 informantes, el 12.3%, opinan que escogen este servicio porque su tarifa es la más barata.

El análisis de los grupos socioeconómicos es complejo, debido a que se tuvieron en consideración 22 razones, como se expresó anteriormente. Por lo que procederemos a analizar este estudio por cada grupo individual y se tomaron en cada caso los valores más significativos. Aunque se debe resaltar que los tres niveles estuvieron de acuerdo en que la razón principal que los motivó a contratar estos servicios fue por su experiencia en el mercado, en los niveles A-B, respondieron esto el 36.5%; en el C, el 27.5% y en el D-E, el 21.1%.

En el A-B, el segundo valor más importante lo alcanzo el hecho de que esta empresa es la única que ofrece este servicio y así lo afirmaron 51 personas para un 17.8%. Un total de 15 entrevistados, un 14.4%, expresaron contratar a esta empresa por su tradición y costumbre.

Los niveles C y D-E, se comportaron de igual manera, en la selección de las razones, aunque varían algo los porcentajes de los mismos. En segundo lugar la razón principal de la selección fue por tener mejor servicio al cliente, donde los valores fueron de 18.8%, para 54 personas y 17.6% o sea 133 encuestados de los niveles C y D-E respectivamente. Por ser la única empresa que ofrece este servicio, fue la siguiente mayor selección con 17.8%, es decir, 51 entrevistados en el nivel C, y 117 personas para un 15.5%, en el D-E. Del total general de entrevistados, 1148, un total de 15 personas respondieron no saber, 13 no respondieron y los demás porcentajes fueron poco significativos.

En relación a la Calidad del servicio, el 87.0% de los encuestados, un total de 422 personas dijeron sentirse entre satisfechos y muy satisfechos con la Calidad. En el caso de la Facturación, predominó el porcentaje de personas que no sabe o no responde a esta pregunta, con un 31.3% para 152 entrevistados; de los que respondieron, la mayoría lo calificó de satisfactorio o muy satisfactorio con un 24.1%, es decir, 117 personas y el 16.7%, un total de 81 personas

Con respecto a la Atención al cliente se debe resaltar que el 52.4%, un total de 254 personas opinan sentirse muy satisfechos con este servicio.

El análisis por niveles socioeconómicos tuvo como resultado que las respuestas fueron muy semejantes. Las muestras tomadas por niveles fueron: A-B, un total de 58 encuestados, C, 139 personas, y del D-E, 288 entrevistados.

En cuanto a las Tarifas en los tres niveles, la respuesta predominante es la de sentirse satisfecho con porcentajes de 24.1%, un total de 14 personas en el nivel A-B; un 27.3 %, es decir, 38 personas en el C y en el D-E, 23.6% para 68 encuestados.

En la Calidad del servicio los niveles C y D-E se mostraron muy satisfechos con 54.7%, un total de 76 entrevistados y 49.3%, es decir, 142 personas respectivamente. En el nivel A-B, el 81% o sea 47 personas dijeron sentirse entre satisfechos y muy satisfechos.

Es notable que en la Facturación los mayores porcentajes sean los de personas que no saben o no responden; en el nivel C, el 27.5%, 38 entrevistados y en el D-E 99 personas para un 34.3 %. Sin embargo en el grupo A-B el porcentaje más alto fue de los que se sienten satisfechos con 36.2% o sea 21 informantes.

Se debe resaltar que en todos los casos analizados e incluyendo la Atención al cliente se evaluó como muy satisfactoria, en este caso específico los porcentajes son en el nivel A-B, del 36.2%, en el C, de un 53.6% y en el nivel D-E del 55%.

Televisión por cable. La muestra para analizar de la televisión por cable VERIZON, fue de 231 informantes de ellos 20 encuestados del nivel A-B; 111 en el C y 100 en el D-E. Es muy importante decir que todos los entrevistados evaluaron los cuatro servicios (Tarifas, Calidad del servicio, Facturación y Atención al cliente) entre satisfactorios y muy satisfactorios.

En el caso de las Tarifas, los clientes se mostraron satisfechos en todos los casos con 40% en el nivel A-B para 8 entrevistados; 28.8% o sea 32 personas en el C y 29%, es decir 29 encuestados en el D-E.

En cuanto a la Calidad del servicio ocurre lo mismo, del nivel A-B el 50% se sienten satisfecho 10 personas; del C 36 personas para un 32.7% y del D-E 31.7% o sea 32 entrevistados.

La Facturación y la Atención al cliente se mostraron similares con porcentajes de satisfacción (satisfechos y muy satisfechos) que ascienden a 65% en el nivel A-B; en el C es del 45.4% y en el D-E del 43.6%, eso es en la Facturación y en el de la Atención al cliente son todavía mayores los porcentajes de satisfacción, en el nivel A-B del 85%; en el C, del 67.3% y en el D-E de un 64.4%.

La Atención al cliente es el parámetro con mayores niveles de satisfacción, del total de la muestra, más del 80% es decir 69 encuestados manifestaron su satisfacción con las atenciones que se le brindan, en cuanto a los niveles socio-económicos, el grupo D-E con 58.1% en muy satisfecho y el A-B con 41.7% de satisfechos son los más altos de este aspecto.

En general se pueden observar elevados porcentajes de satisfacción en todos los parámetros analizados, los porcentajes de insatisfacciones no son significativos a no ser en las Tarifas que llegan a un 25.6%.

Teléfonos celulares. Para medir la satisfacción de la telefonía celular de la empresa, se utilizó una muestra de 43 encuestados que se dividió en 3 personas para el nivel socio- económico A-B; 9 entrevistados para el grupo C y 31 encuestados para el D-E.

En la Calidad del servicio, predominan los clientes que están satisfechos o muy satisfechos con el servicio, del total de la muestra 43, más del 70% es decir 31 entrevistados respaldan esta afirmación, los niveles socioeconómicos están en el parámetro satisfecho con 66.7% y un 54.8% para los niveles A-B y D-E respectivamente.

Para la Facturación también hay porcentajes importantes de satisfacción, del total de la muestra de 46 encuestados, un 46.5% se encuentran entre satisfechos y muy satisfechos, lo que representan 20 personas; los porcentajes más importantes de los niveles socio económicos se encuentran en el parámetro muy satisfechos con 33.3% para A-B; un 22.2% para el C y 19.4% para el D-E. Hay que resaltar en la facturación que el 30.2%, es decir las 13 personas, que no saben o no responden esta pregunta.

La Atención al cliente vuelve a resaltar en cuanto a los niveles de satisfacción que expresan tener los usuarios; del total de la muestra de 43 encuestados, el 74.4%, es decir, 32 entrevistados manifestaron estar o satisfechos o muy satisfechos; el porcentaje más elevado de los niveles socioeconómicos está en el A-B con un 66.7%, aunque sólo representa el sentir de dos personas; un total de 5 entrevistados manifestaron su indiferencia a la hora de contestar esta pregunta.

Para medir la satisfacción de los clientes con el servicio, se utilizaron los mismos parámetros; Tarifas, Calidad del servicio, Facturación y Atención al cliente.

En cuanto a las Tarifas los clientes se muestran un tanto insatisfechos; la sumatoria de los porcentajes de los que están muy insatisfechos, insatisfechos y los que no definen el parámetro es de 61.3%, que representan a 49 entrevistados contra un 37.6% que representa la suma de los que están satisfechos. Los niveles socioeconómicos son más altos, en el parámetro ni satisfecho ni insatisfecho con 11 entrevistados en el nivel C, 10 encuestados en el A-B y 3 en el D-E.

La Calidad del servicio presentó casi un 70% del total de la muestra en satisfacción de los clientes, es la suma de los parámetros satisfechos y muy satisfechos, que representan a 55 entrevistados, en el parámetro satisfecho los niveles más altos, son el C con 12 encuestados y el A-B con 13 personas y en el parámetro muy satisfecho el grupo D-E con 7 personas. De los demás parámetros el más significativo es el ni satisfecho ni insatisfecho con preferencia para 11 personas.

Los clientes están mayormente satisfechos con la Facturación, del total de la muestra, más del 60% está o satisfecho o muy satisfecho con este servicio, es decir 50 personas; en el parámetro satisfecho los niveles socioeconómicos más representativos son el C y el A-B con 13 encuestados cada uno y en el parámetro muy satisfecho el D-E con 7 entrevistados. El otro parámetro con porcentajes importantes es ni satisfecho ni insatisfecho que fue la opción de 15 personas.

Al igual que con la Facturación, con la Atención al cliente los usuarios se sienten mayoritariamente satisfechos, ya que más de 60% en este caso 51 entrevistados o están satisfechos o muy satisfechos con la atención; para 11 encuestados su opción fue no estar ni satisfechos ni insatisfechos. Los niveles socioeconómicos más representativos fueron en el parámetro muy satisfechos el grupo D-E con 7 encuestados y C con 11; y en parámetro satisfecho el grupo A-B con 12 entrevistados y el C con 10.

Para saber si los usuarios han cambiado de compañía telefónica en los dos últimos años, se le preguntó a 1200 entrevistados sobre esto; de ellos dijeron que no 1022, para un 85.2%.

Con el objetivo de conocer como los usuarios acceden a los servicios de INTERNET, se le preguntó a los 112 que tienen el servicio. De ellos 69 respondieron que por MODEM, para el 61.6%; por cable 9, para un 8% y por ADLS, 26 usuarios, para un 23.2%. No supieron o no quisieron responder un total de 8 usuarios para el 7.1%.

Los entrevistados por niveles socioeconómicos fueron A-B, 36; C un total de 51 y D-E con 25 entrevistados. Según estos niveles, en el A-B el 63.9% de los entrevistados usan MODEM y el 22.2% utiliza ADLS; en el nivel C, el 54.9% usa MODEM y el 23.5% ADLS; en el nivel D-E, el 72% usa MODEM y el 24% ADLS.

El acceso al servicio de INTERNET es mayoritario por MODEM y en segundo lugar por ADLS; por niveles socioeconómicos, los tres se comportan de la misma forma.

Para conocer la frecuencia de los usuarios que acceden a los servicios de INTERNET, se le preguntó a los 112 que utilizan el servicio. De ellos 72 respondieron que tenían una frecuencia diaria, para el 64.2%; un total de 20 usuarios dijeron semanal para un 17.9% y una o dos veces al mes, 11 usuarios, para un 9.8%. No supieron o no quisieron responder un total de 9 usuarios.

Los entrevistados por niveles socioeconómicos fueron A-B, 36; C un total de 52 y D-E con 24 entrevistados. Según estos niveles, en el A-B el 63.9% de los entrevistados tienen una frecuencia diaria; en el nivel C, el 63.5% lo usa también a diario; en el nivel D-E, el 66.7 lo utiliza también diariamente.

La frecuencia de acceso a INTERNET que más se utiliza es diaria; por niveles socioeconómicos, los tres se comportan de la misma forma.

Con el objetivo de conocer para cuáles actividades los usuarios utilizan los servicios de INTERNET, se le preguntó a los 112 que utilizan el servicio sobre esto, en los últimos tres meses. De ellos 77 respondieron “búsqueda de información, productos, salud, gobierno, etc.”, para el 64.2%; un total de 67 usuarios dijeron para “comunicación”, con un 59.8%; 41 usuarios, para “educación”, lo que representa el 36.6%; un total de 40 usuarios respondieron para “actividades de recreación”, para un 35.7%; 19 usuarios manifestaron para “compras de productos o servicios”, lo que es el 17%; y “transacciones bancarias o financieras”, 17 usuarios, que representan el 15.2% del total.

Los entrevistados por niveles socioeconómicos fueron A-B, 36; C un total de 51 y D-E con 25 entrevistados. Según estos niveles, en el A-B el 75% de los entrevistados buscan información y el 44.4% lo utilizan para comunicarse; en el nivel C, el 64.7% busca información y el 64.7% lo usa para comunicarse; en el nivel D-E, el 68% busca información y el 72% lo utiliza para comunicarse..

Las actividades principales de los usuarios que acceden a INTERNET son la búsqueda de información y la comunicación; por niveles socioeconómicos, los tres se comportan de la misma forma.

Con el propósito de conocer las razones por las cuáles los usuarios no poseen los servicios de INTERNET, se le preguntó a 1088 entrevistados y las respuestas fueron variadas. De ellos 558 respondieron que no poseen computadora, lo que representa el 51.3%; un total de 245 usuarios dijeron su alto costo, para un 22.5%; 181 usuarios, dijeron que no les era útil, lo que representa el 16.6%; un total de 47 entrevistados, para un 4.3% dijeron no saber o no quisieron responder.

Los entrevistados por niveles socioeconómicos fueron en A-B, 68; en C un total de 240 y D-E con 780 entrevistados. Según estos niveles, en el A-B el 35.3% de los entrevistados no poseen computadora y el 33.8, considera que no es útil; en el nivel C, el 49.2% no tienen computadora y el 22.1% piensan que no es útil; en el nivel D-E, el 53.3% no poseen computadora y el 24% considera que es alto el costo.

La mitad de los usuarios entrevistados no tienen computadora, por esto no acceden a INTERNET; por niveles, la mayor proporción no posee computadora; pero los usuarios del grupo D-E difieren de los otros dos al señalar el alto costo de INTERNET.

En relación a las tarjetas de llamadas, se quiso conocer si los miembros de los hogares las utilizaban para realizar llamadas de larga distancia. De un total de 1200 entrevistados, 676 respondieron que las utilizaban, lo que representa el 56.3%; un total de 517 usuarios dijeron que no las usaban, para un 43.1.

Los entrevistados por niveles socioeconómicos fueron en A-B, 104; en C un total de 291 y D-E con 805 entrevistados. Según estos niveles, en el A-B el 56.7% de los entrevistados respondieron no utilizarlas; en el nivel C, el 61.2% respondieron que las utilizaban; en el nivel D-E, el 56.3% dijeron que las utilizaban.

III. 3. Quejas sobre algunos servicios de telecomunicaciones.

Para conocer si los usuarios tenían quejas sobre la realización de las llamadas de larga distancia nacional y/o internacional, se procedió a preguntarles a 1200 entrevistados, de ellos, 969 respondieron que no tenían quejas, lo que representa el 80.8%; un total de 191 usuarios dijeron sí las tenían, para un 15.8%

Los entrevistados por niveles socioeconómicos fueron A-B, 104; C un total de 291 y D-E con 805 entrevistados. Según estos niveles, en el A-B el 83.7% de los entrevistados respondieron no tener quejas; en el nivel C, el 82.5% respondieron lo mismo; en el nivel D-E, el 79.8% dijeron no tenerlas.

La mayoría de los usuarios entrevistados no tiene quejas sobre este servicio; por niveles los tres se comportan de forma muy similar.

Para conocer cual ha sido la principal queja sobre la realización de las llamadas de larga distancia nacional y/o internacional, se procedió a preguntarles a 191 entrevistados, que dijeron tenerlas; de ellos, 95 respondieron “el precio elevado del minuto de la llamada”, lo que representa el 49.7%; un total de 48 usuarios dijeron “ el redondeo de los minutos”, para un 25.1%; un total de 17 entrevistados mencionaron “ dificultad de acceso al sistema”, para un 8.9% y 16 señalaron “facturación varias veces de una misma llamada”, lo que representa el 8.4%.

Los entrevistados por niveles socioeconómicos fueron en A-B, 16; en C un total de 45 y D-E con 130 entrevistados. Según estos niveles, en el A-B el 43.8% de los entrevistados respondieron “el precio elevado del minuto de la llamada” y el 25.1%, dijeron “el redondeo de los minutos”; en el nivel C, el 62.2% respondieron “el precio elevado del minuto de la llamada” y el 11% “facturación varias veces de una misma llamada” y “el redondeo de los minutos”, en ambas respuestas; en el nivel D-E, el 46.2% dijeron “el precio elevado del minuto de la llamada” y el 29.2%, “el redondeo de los minutos”.

La mayoría de los usuarios entrevistados considera que la queja principal es el precio elevado del minuto de la llamada; por niveles los tres se comportan de forma muy similar; aunque en el nivel C, tiene una fuerte proporción la queja sobre la facturación varias veces de la misma llamada.

CAPÍTULO IV CONOCIMIENTO SOBRE EL MARCO LEGAL DE LAS TELECOMUNICACIONES Y EL INDOTEL

Con el propósito de saber si los usuarios conocen las leyes que regulan los servicios de telecomunicaciones en el país, se les preguntó a 1200 entrevistados, si conocían las leyes de telecomunicaciones. De ellos sólo 1008 respondieron no conocerlas, para un 84% y 175 dijeron conocerlas para un 14.6%.

Los entrevistados por niveles socioeconómicos fueron A-B, 104; C un total de 291 y D-E con 805 entrevistados. Según estos niveles, en el A-B el 68.3% de los entrevistados respondieron no conocerlas; en el nivel C, el 77.3% respondió que no las conocían; en el nivel D-E, el 88.4% dijeron no conocerlas.

La gran mayoría de los usuarios no conocen las leyes que regulan los servicios de telecomunicaciones en el país; según los niveles establecidos, en el que más lo conocen es en el A-B, pero también los valores son bajos.

