

18 de enero del 2016.

SEÑORES

SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

LICITACION ABREVIADA: "CONTRATACION DE SERVICIOS ESTADISTICOS PARA LA ELABORACION DE UNA ENCUESTA A HOGARES QUE PERMITA ANALIZAR EL ACCESO, USO Y PERCEPCION DE LOS USUARIOS FINALES PARA SERVICIOS DE

TELECOMUNICACIONES"

Asunto: Licitación abreviada Nº 2015LA-000006-SUTEL

Objeto: PRESENTACION DE INFORME FINAL DE LA LICITACION ABREVIADA: "CONTRATACION DE SERVICIOS ESTADISTICOS PARA LA ELABORACION DE UNA ENCUESTA A HOGARES QUE PERMITA ANALIZAR EL ACCESO, USO Y PERCEPCION DE LOS USUARIOS FINALES PARA SERVICIOS DE

TELECOMUNICACIONES"

Estimados señores:

En respuesta a el oficio 0633-SUTEL-DGM-2016 **Investigaciones de Centroamérica y el Caribe S.A.** somete a su criterio el presente documento donde se exponen los resultados finales del estudio adjudicado a mí representada bajo el proceso Licitación Abreviada N° 2015 LA-000006- SUTEL.

Esperamos que el mismo cumpla en forma y fondo con lo solicitado en el documento

Cartelario. Esperando poder servirles, se despide cordialmente,

Guillermo Wong Castro

Gerente General



TABLA DE CONTENIDO

NTRODUCCION	11
ASPECTOS METODOLOGICOS	11
Población de Interés y Tamaño de Muestra	11
Generalidades del trabajo de campo	11
Diseño Muestral y Metodológico de Recolección de la Información	13
ACTIVIDADES SUSTANTIVAS	15
Instrumento de recolección de la información	15
Programa de capacitación y entrenamiento de los encuestadores, entre	evistadores y
otros	15
Marketing, exponiendo ante ellos los siguientes puntos:	15
Aplicación de pruebas piloto	16
Trabajo de Campo	16
Periodo de referencia del estudio	16
Sistema de Control de Calidad: Crítica y Verificación	17
Mecanismo de Sustitución de la Unidad de Entrevista	17
Codificación y Digitación	17
PRINCIPALES RESULTADOS	18
Perfil de la muestra	18
Apartado 1: Internet fijo	23
Conclusiones del apartado de Internet fijo	41
Apartado 2: Telefonía fija	43
Conclusiones del apartado de telefonía fija	55
Apartado 3: Telefonía móvil	57
Conclusiones del apartado de telefonía móvil	71
Apartado 4: Internet móvil	73
Conclusiones del apartado de Internet móvil	91
Apartado 5: Telefonía Internacional	93



Conclusiones del apartado de Telefonía Internacional	102
Apartado 6: Sustituibilidad del servicio de Internet	104
Apartado 7: Sustituibilidad del servicio de Telefonía	106
Conclusiones generales	107



INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA DE MOTIVOS DE NO TENENCIA DE INTERNET FIJO . 21
GRÁFICO 2. DISTRIBUCIÓN MUESTRAL POR ESCOLARIDAD
GRÁFICO 3. DISTRIBUCIÓN MUESTRAL POR OCUPACIÓN
GRÁFICO 4. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE TIPO DE CONEXIÓN DE TENENCIA DE INTERNET
FIJO EN EL HOGAR, POR ZONA
GRÁFICO 5. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE PROVEEDOR DE SERVICIO DE INTERNET FIJO,
POR ZONA
GRÁFICO 6. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE ANCHO DE BANDA DE INTERNET FIJO, POR ZONA
GRÁFICO 7. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS FORMA DE CONTRATACIÓN DE INTERNET FIJO, POR
ZONA27
GRÁFICO 8. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL TIPO DE INTERNET FIJO CONTRATADO, POR
ZONA28
GRÁFICO 9. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA FRECUENCIA USO DEL INTERNET FIJO, POR
ZONA29
GRÁFICO 10. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA FRECUENCIA USO DEL INTERNET FIJO, POR
RANGO DE EDAD30
GRÁFICO 11. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL USO DEL INTERNET FIJO, POR ZONA31
GRÁFICO 12. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL PRINCIPAL PROBLEMA DEL INTERNET FIJO,
POR ZONA
GRÁFICO 13. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA CONSIDERACIÓN DE SI EL INTERNET FIJO LE
BRINDA EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE EL INTERNET MÓVIL, POR ZONA32
GRÁFICO 14. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA CONSIDERACIÓN DE SI EL INTERNET FIJO LE
BRINDA EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE EL INTERNET MÓVIL, POR OCUPACIÓN
GRÁFICO 15. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE PORQUE CONSIDERA QUE EL INTERNET FIJO
LE BRINDA EL MISMO SERVICIO DEL INTERNET MÓVIL, POR ZONA
GRÁFICO 16. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE PORQUE CONSIDERA QUE EL INTERNET FIJO
LE BRINDA EL MISMO SERVICIO DEL INTERNET MÓVIL, POR OCUPACIÓN



GRÁFICO 17. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE PORQUE NO CONSIDERA QUE EL INTERNET
FIJO LE BRINDA EL MISMO SERVICIO DEL INTERNET MÓVIL, POR ZONA35
GRÁFICO 18. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE PORQUE NO CONSIDERA QUE EL INTERNET
FIJO LE BRINDA EL MISMO SERVICIO DEL INTERNET MÓVIL, POR OCUPACIÓN36
GRÁFICO 19. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE PORQUE NO CONSIDERA QUE EL INTERNET
FIJO LE BRINDA EL MISMO SERVICIO DEL INTERNET MÓVIL, POR RANGO DE EDAD
GRÁFICO 20. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE PORQUE NO CONSIDERA QUE EL INTERNET
FIJO LE BRINDA EL MISMO SERVICIO DEL INTERNET MÓVIL, POR ZONA
GRÁFICO 21. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL ESCENARIO DE INCREMENTO DE
FACTURACIÓN EN EL 10%, POR ZONA
GRÁFICO 22. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL ESCENARIO DE INCREMENTO DE
FACTURACIÓN EN EL 10%, POR RANGO DE EDAD
GRÁFICO 23. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA TENENCIA DE TELÉFONO FIJO EN EL
HOGAR, POR ZONA43
GRÁFICO 24. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LOS HOGARES QUE HAN TENIDO TELÉFONO
FIJO, POR ZONA44
GRÁFICO 25. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA PRINCIPAL RAZÓN POR LA QUE
ACTUALMENTE NO POSEE TELÉFONO FIJO, POR ZONA
GRÁFICO 26. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL TIPO DE CONEXIÓN DE LA LÍNEA TELEFONÍA
FIJA, POR ZONA
GRÁFICO 27.DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA EMPRESA QUE LE BRINDA EL SERVICIO DE
TELEFONÍA FIJA, POR ZONA47
GRÁFICO 28. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA FORMA EN LA QUE ADQUIRIÓ EL SERVICIO
DE TELEFONÍA FIJA, POR ZONA
GRÁFICO 29. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA FORMA EN LA QUE ADQUIRIÓ EL SERVICIO
DE TELEFONÍA FIJA, POR ZONA
GRÁFICO 30. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL USO DEL SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA, POR
ZONA50
GRÁFICO 31. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA CONSIDERACIÓN DE SI LA TELEFONÍA FIJA
LE BRINDA EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE LA TELEFONÍA MÓVIL, POR ZONA51



GRÁFICO 32. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL POR QUÉ CONSIDERA QUE LA TELEFONÍA FIJA
LE BRINDA EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE LA TELEFONÍA MÓVIL, POR ZONA52
GRÁFICO 33. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL POR QUÉ NO CONSIDERA QUE LA TELEFONÍA
FIJA LE BRINDA EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE LA TELEFONÍA MÓVIL, POR ZONA 53
GRÁFICO 34. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA IMPORTANCIA DE CONTAR CON TELEFONÍA
FIJA, POR ZONA
GRÁFICO 35. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL INCREMENTO DE FACTURACIÓN DE UN 10%
EN LA TELEFONÍA FIJA, POR ZONA
GRÁFICO 36. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA TENENCIA DE TELEFONÍA MÓVIL, POR ZONA
57
GRÁFICO 37. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA TENENCIA DE TELEFONÍA MÓVIL, POR
INGRESO
GRÁFICO 38. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LOS ENTREVISTADOS QUE HAN TENIDO
ALGUNA VEZ TELÉFONO MÓVIL, POR ZONA
GRÁFICO 39. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LOS ENTREVISTADOS QUE HAN TENIDO
ALGUNA VEZ TELÉFONO MÓVIL, POR ZONA
GRÁFICO 40. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA MODALIDAD DE PAGO DEL TELÉFONO
MÓVIL, POR ZONA61
GRÁFICO 41. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA MODALIDAD DE PAGO DEL TELÉFONO
MÓVIL, POR INGRESO61
GRÁFICO 42. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO DE TELEFONÍA
MÓVIL, POR ZONA62
GRÁFICO 43. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL TIPO DE SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL QUE
POSEE, POR ZONA
GRÁFICO 44. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL PRINCIPAL USO DE LA LÍNEA MÓVIL, POR
ZONA
GRÁFICO 45. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA CONSIDERACIÓN DE QUE LA TELEFONÍA
MÓVIL LE BRINDA EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE LA TELEFONÍA FIJA, POR ZONA 64
GRÁFICO 46. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE PORQUE CONSIDERA QUE TELEFONÍA MÓVIL LE
BRINDA EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE LA TELEFONÍA FIJA, POR ZONA65



GRÁFICO 47. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE PORQUE CONSIDERA QUE TELEFONÍA MÓVIL LE
BRINDA EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE LA TELEFONÍA FIJA, POR RANGO DE EDAD 66
GRÁFICO 48. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE PORQUE CONSIDERA QUE TELEFONÍA MÓVIL
NO LE BRINDA EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE LA TELEFONÍA FIJA, POR ZONA67
GRÁFICO 49. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE PORQUE CONSIDERA QUE TELEFONÍA MÓVIL
NO LE BRINDA EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE LA TELEFONÍA FIJA, POR RANGO DE EDAD
68
GRÁFICO 50.DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA IMPORTANCIA DE TENER TELEFONÍA MÓVIL,
POR ZONA69
GRÁFICO 51. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL INCREMENTO DEL 10% EN LA FACTURACIÓN
DE LA TELEFONÍA MÓVIL, POR ZONA
GRÁFICO 52. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL INCREMENTO DEL 10% EN LA FACTURACIÓN
DE LA TELEFONÍA MÓVIL, POR INGRESO70
GRÁFICO 53. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL INCREMENTO DEL 10% EN LA FACTURACIÓN
DE LA TELEFONÍA MÓVIL, POR RANGO DE EDAD71
GRÁFICO 54. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA TENENCIA DE INTERNET MÓVIL, POR ZONA
73
GRÁFICO 55. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA TENENCIA DE INTERNET MÓVIL, POR RANGO
DE EDAD
GRÁFICO 56. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA TENENCIA ANTERIOR DE INTERNET MÓVIL,
POR ZONA
GRÁFICO 57. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA TENENCIA ANTERIOR DE INTERNET MÓVIL,
POR ZONA
GRÁFICO 58. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA TENENCIA ANTERIOR DE INTERNET MÓVIL,
POR RANGO DE EDAD
GRÁFICO 59. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO DE INTERNET
MÓVIL, POR ZONA77
GRÁFICO 60. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL ANCHO DE BANDA CONTRATADO PARA
INTERNET MÓVIL, POR ZONA



GRÁFICO 61. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA FORMA DE CONTRATACIÓN DEL INTERNET
MÓVIL, POR ZONA79
GRÁFICO 62. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA COMBINACIÓN DE SERVICIOS CON LA QUE
CONTRATARON EL INTERNET MÓVIL, POR ZONA
GRÁFICO 63. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL USO DEL INTERNET MÓVIL, POR ZONA 81
GRÁFICO 64. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL USO DEL INTERNET MÓVIL, POR ZONA 82
GRÁFICO 65. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL PRINCIPAL PROBLEMA DEL INTERNET MÓVIL,
POR ZONA
GRÁFICO 66. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA CONSIDERACIÓN DE QUE EL INTERNET
MÓVIL LE BRINDA EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE EL INTERNET FIJO, POR ZONA
GRÁFICO 67. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LA CONSIDERACIÓN DE QUE EL INTERNET
MÓVIL LE BRINDA EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE EL INTERNET FIJO, POR RANGO DE EDAD
84
GRÁFICO 68. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL POR QUÉ EL INTERNET MÓVIL LE BRINDA EL
MISMO TIPO DE SERVICIO QUE EL INTERNET FIJO, POR ZONA
GRÁFICO 69. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL POR QUÉ EL INTERNET MÓVIL NO LE BRINDA
EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE EL INTERNET FIJO, POR ZONA
GRÁFICO 70. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL POR QUÉ EL INTERNET MÓVIL NO LE BRINDA
EL MISMO TIPO DE SERVICIO QUE EL INTERNET FIJO, POR RANGO DE EDAD
GRÁFICO 71. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL ESCENARIO DE INCREMENTO DE UN 10% EN
LA FACTURACIÓN DEL SERVICIO DE INTERNET MÓVIL, POR ZONA
GRÁFICO 72. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL ESCENARIO DE INCREMENTO DE UN 10% EN
LA FACTURACIÓN DEL SERVICIO DE INTERNET MÓVIL, POR RANGO DE EDAD89
GRÁFICO 73. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LOS ENTREVISTADOS QUE HAN UTILIZADO EL
SERVICIO DE ROAMING, POR ZONA
GRÁFICO 74. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE LOS ENTREVISTADOS QUE HAN UTILIZADO EL
SERVICIO DE ROAMING, POR RANGO DE EDAD
GRÁFICO 75. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL USO DEL SERVICIO DE ROAMING, POR ZONA
91





INDICE DE TABLAS

TABLA 1. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR SEXO Y EDAD	14
TABLA 2. DISTRIBLICIÓN DE POBLACIÓN DE INTERÉS Y TAMAÑO DE MUESTRA	20



- REPORTE FINAL -

INTRODUCCION

Con el propósito de solventar las necesidades de la Superintendencia de Telecomunicaciones, G-Now Marketing realizó el estudio de sustituibilidad de servicios de telecomunicaciones en hogares en el territorio nacional, producto de esa encuesta estamos formulando el presente reporte de resultados, que esperamos cumpla a cabalidad con sus expectativas.

A continuación presentamos los principales resultados del proceso.

ASPECTOS METODOLOGICOS

Población de Interés y Tamaño de Muestra

La población de interés del presente estudio está compuesta por todos los hogares costarricenses que cuentan con el servicio de Internet Fijo, ubicados en las agrupaciones cantonales indicadas por SUTEL.

La muestra que se utilizó en el estudio es de 3.507 hogares.

Generalidades del trabajo de campo

Presentación del estudio ante los entrevistados

El estudio se presentó ante los entrevistados como un proyecto de G-Now Marketing, sin mencionar a SUTEL. La encuesta fue bien recibida en los hogares costarricenses, las personas se han mostrado anuentes a colaborar con la información.

ICCSA
INVESTIGACION DE MERCADOS
desde 1997

No se presentó ningún incidente que atentara contra la buena ejecución del proceso de

campo.

Las condiciones climáticas afectaron la planeación inicial del proceso, sin embargo se

llevó a cabo sin mayores contratiempos.

Generalidades del trabajo de campo

La encuesta fue bien recibida en los hogares costarricenses, los porcentajes de rechazo

fueron bajos; sin embargo una de las mayores afectaciones fue la tenencia del servicio de

Internet fijo, hay zonas del país donde no se contaba con este servicio en los hogares,

situación que dificultó el levantamiento.

La población de interés está constituida por hombres y mujeres entre 18 y 75 años a nivel

nacional.

Considerando los alcances y el objetivo del estudio se trabajó con una muestra de 3,500

entrevistas de hogares, cada uno de ellos debía contar con el servicio de Internet fijo, que

permita la inferencia de resultados a nivel nacional, con un margen de error menor al 2% y

un nivel de confianza igual o mayor al 95%. Excluyendo hogares colectivos como

hospitales, pensiones, residencias estudiantiles, asilos de ancianos y otras instituciones

públicas que brindan servicios sociales.

Los resultados obtenidos permiten realizar inferencias a nivel: nacional, regiones por zona

(urbano / rural). Considerando las siguientes variables de control:

Sexo

Edad (Grupos de Edad)

Acceso a Internet Fijo

Zona (Urbano / Rural)

Tel. (506) 2283-1000, San José, Costa Rica



- Nivel de instrucción
- Agrupación cantonal

<u>Diseño Muestral y Metodológico de Recolección de la Información</u>

Como marco muestral se utilizaron los datos de población por provincia y cantón según el Censo de Hogares del año 2011.

A este marco muestral se le aplicó un "Muestreo Aleatorio por Conglomerados", específicamente los conglomerados naturales que fueron planteados en la propuesta por SUTEL (unidad muestral).

En este tipo de muestreo se seleccionó aleatoriamente (de acuerdo al peso proporcional de cada Zona) un cierto número de conglomerados (el necesario para alcanzar el tamaño muestral establecido), completando cuotas por grupos de edad, sexo y tenencia de Internet fijo, de acuerdo a la distribución del Censo Poblacional realizado en el 2011 y otras fuentes de información.

La información fue recolectada mediante entrevista personal. Se utilizó un cuestionario estructurado y pre-codificado para poder obtener la información en base a los objetivos establecidos por el cliente. La entrevista tenía una duración de 25 minutos aproximadamente.



Tabla 1. Distribución de la muestra por sexo y edad

Provincia	Canton	Muestra	HOMBRE	MUJER	18-26	27-35	36-45	46-75	Tipo
Alajuela	Alajuela	110	55	55	28	38	27	17	URBANO
Alajuela	San Carlos	85	42	43	22	29	21	13	RURAL
Alajuela	San Ramón	110	55	55	28	38	27	17	URBANO
Alajuela	Alfaro Ruiz, Poás	100	50	50	26	34	25	16	URBANO
Alajuela	Upala, Guatuso, Chiles	90	45	45	23	31	22	14	RURAL
Alajuela	Naranjo, Grecia, V. Vega	105	52	53	27	36	26	17	URBANO
Totales		600	420.888	427.258	163.236	217.203	156.025	100.209	
Cartago	Cartago, Alvarado	100	49	51	25	34	25	16	URBANO
Cartago	La Unión, Guarco	100	49	51	25	34	25	16	URBANO
Cartago	Turrialba	110	54	56	28	37	28	17	RURAL
Cartago	Oreamuno, Paraíso, Jimenez	105	52	53	26	36	26	17	URBANO
Totales		415	240.873	250.030	93.558	127.287	94.308	59.041	
Guanacaste	Liberia	85	42	43	23	28	20	14	RURAL
Guanacaste	Santa Cruz, Tilarán, Carrillo	100	50	50	27	33	24	16	RURAL
Guanacaste	Nicoya, Nandayure	80	40	40	22	26	19	13	RURAL
Guanacaste	Abangares, La Cruz	80	40	40	22	26	19	13	RURAL
Guanacaste	Cañas, Bagaces	90	45	45	24	30	22	14	RURAL
Totales		435	161.988	164.965	67.477	81.365	59.307	39.883	
Heredia	Heredia	110	54	56	26	39	28	18	URBANO
Heredia	San Rafael, Barva, Sta Barbará	105	51	54	24	37	26	17	URBANO
Heredia	Santo Domingo, San Isidro, San Pablo	105	51	54	24	37	26	17	URBANO
Totales		320	211.246	222.431	77.725	117.745	84.250	55.158	
Limón	Limón	85	43	42	24	29	20	12	RURAL
Limón	Siquirres, Talamanca, Matina	90	45	45	25	31	21	13	RURAL
Limón	Guácimo, Sarapiquí, Pococí	90	45	45	25	31	21	13	RURAL
Totales		265	193.640	193.222	77.693	95.179	65.812	39.028	
Puntarenas	Puntarenas	85	43	42	22	29	21	13	RURAL
Puntarenas	Buenos Aires, Osa	80	40	40	21	27	19	12	RURAL
Puntarenas	Corredores, Golfito, Coto Brus	90	45	45	24	30	22	14	RURAL
Puntarenas	Atenas, Esparza, San Mateo, Orotina, Garabito	100	50	50	26	34	24	16	RURAL
Puntarenas	Aguirre, Parrita	90	45	45	24	30	22	14	RURAL
Totales		445	205.959	204.970	79.201	101.029	72.939	46.710	
San José	San José	115	55	60	27	39	28	20	URBANO
San José	Desamparados	110	53	57	26	37	27	19	URBANO
San José	Pérez Zeledón	85	41	44	20	29	21	15	RURAL
San José	Goicoechea, Coronado	100	48	52	24	34	25	18	URBANO
San José	Alajuelita, Aserri	100	48	52	24	34	25	18	URBANO
San José	Curridabat, Tib{as	100	48	52	24	34	25	18	URBANO
San José	Turrubares, Mora, Puriscal	105	50	55	25	36	26	19	URBANO
San José	León Cortes, Tarrazú, Dota, Acosta	100	48	52	24	34	25	18	URBANO
San José	Moravia, Flores y Palmares	105	50	55	25	36	26	19	URBANO
San José	Escazú, Belén, Santa Ana, Montes Oca	100	48	52	24	34	25	18	URBANO
Totales		1.020	671.469	732.773	255.745	366.384	267.383	190.419	
TOTAL POBL	ACIÓN	3,500	2.106.063	2.195.649	814.635	1.106.192	800.024	530,448	-



ACTIVIDADES SUSTANTIVAS

Instrumento de recolección de la información

Para la recopilación de la información se utilizó un cuestionario, diseñado para ser llevado a cabo mediante entrevista personal.

Dicho instrumento está divido en los siguientes módulos:

- a. Internet Móvil.
- b. Internet Fijo.
- c. Telefonía Fija.
- d. Telefonía Móvil.
- e. Telefonía Internacional.
- f. Generalidades: Clasificación socio-económica y laboral entre otros

El cuestionario tiene un total de 61 preguntas y el proceso de entrevista para su aplicación una duración total de 25 minutos aproximadamente.

<u>Programa de capacitación y entrenamiento de los encuestadores, entrevistadores y otros</u>

El personal que formó parte del proceso se capacitó en las instalaciones de G-Now Marketing, exponiendo ante ellos los siguientes puntos:

- Cuestionario
- > Selección de la unidad informante
- Presentación
- Aclaración de conceptos técnicos

ICCSA
INVESTIGACION DE MERCADOS
decide 1997

Posterior a la presentación de la herramienta y la metodología de levantamiento a los encuestadores, se organizó la prueba de campo.

Aplicación de pruebas piloto

La prueba piloto para el presente estudio se llevó a cabo en el área de Aserrí, donde se validó el cuestionario con la aplicación del mismo a 20 unidades informantes.

Posterior a esa aplicación se realizaron ajustes al mismo, una vez aprobados dichos ajustes por el equipo de SUTEL se inició formalmente el levantamiento de campo.

Trabajo de Campo

El trabajo de campo se realizó en 9 semanas, iniciando el 1 de octubre y finalizando el 4 de diciembre del 2015, para lograr el adecuado tratamiento de la información se solicitó una prórroga, la cual fue aceptada por SUTEL.

En total se utilizaron dos equipos compuestos de 6 encuestadores y un supervisor. Uno de los equipos cubrió las zonas metropolitanas seleccionadas en la muestra, mientras que el otro equipo recolectó la información en las zonas fuera del área metropolitana.

Periodo de referencia del estudio

El presente estudio se desarrolló del 1 de octubre al 4 de diciembre, completando es este periodo el levantamiento de campo a nivel nacional.



Sistema de Control de Calidad: Crítica y Verificación

Para el proceso de crítica y verificación se utilizó un equipo de tres personas, que revisaron diariamente cada uno de los cuestionarios entregados del trabajo de campo del día anterior.

La crítica consistió en una verificación exhaustiva de las respuestas del cuestionario de manera que cada respuesta tuviera consistencia en cada uno de los módulos que integraron el instrumento, utilizando como guía las preguntas filtros.

Mecanismo de Sustitución de la Unidad de Entrevista

Por el tipo de muestreo definido en la metodología, no fue necesario realizar mecanismo de sustitución de la unidad de entrevista, ya que dicha unidad debe cumplir una serie de características que si no se cumplen, se remplaza por otra unidad muestral (hogares).

Codificación y Digitación

Este proceso se realizó posterior al proceso de crítica y verificación, se contó con dos personas realizando dicho proceso. Se utilizó un manual de codificación debidamente estructurado y donde se detallaron los códigos de las preguntas abiertas.

Posteriormente se digitó en una base de datos configurada en Data Entry para SPSS V.18. Dicho software es el que se utilizó para generar todos las tablas estadísticas necesarias, además de los cruces de variables requeridos por SUTEL.



PRINCIPALES RESULTADOS

Los resultados de la presente investigación se expondrán de la siguiente manera:

- Perfil de la muestra
- Apartado 1: Internet Fijo
- Apartado 2: Telefonía fija
- > Apartado 3: Telefonía móvil
- Apartado 4: Internet móvil
- Apartado 5: Telefonía internacional
- > Apartado 6: Sustituibilidad del servicio de Internet
- Apartado 7: Sustituibilidad del servicio de Telefonía

A continuación se desarrollará cada uno de los apartados citados anteriormente.

Perfil de la muestra

La muestra del presente estudio se compone de 3.507 entrevistas aplicadas en las agrupaciones cantonales indicadas en el Cartel de licitación. Al momento de levantar la información se realizó un control de incidencia donde se valoró si en el hogar tenían el servicio de Internet fijo, en donde existía el servicio se aplicaba la encuesta siempre que cumpliera con la muestra en cuanto a género y rango de edad.

La relación entre hogares contactados y tenencia del servicio de Internet fijo por agrupaciones cantonales presenta un comportamiento variable en las diferentes zonas del país.



En el caso del cantón de San José no se pudo realizar la medición de incidencia, ya que en esa zona se realizó el Segundo pilotaje del proyecto, el resto de las agrupaciones cantonales si se pudieron medir.

Las agrupaciones cantonales que presentaban tenencia del servicio de Internet fijo más bajo, fueron:

Limón Siquirres, Talamanca, Matina

Alajuela Alfaro Ruiz, Poás

Alajuela Upala, Guatuso, Chiles

En estas tres zonas los porcentajes de tenencia del servicio fueron menores al 20%. Se detalla a continuación cada una de las zonas de estudio.



Tabla 2. Distribución de Población de Interés y Tamaño de Muestra

Provincia	Agrupación cantonal	Efectivas	Cin Internet	% tenencia
Provincia	Agrupación cantonal	Electivas	Sin Internet	de Internet
San José	San José	120	NA	NA
San José			51	66,67
Puntarenas	renas Corredores, Golfito, Coto Brus		48	65,22
San José	Pérez Zeledón	84	60	58,33
Puntarenas	Atenas, Esparza, San Mateo, Orotina, Garabito	102	105	49,28
Alajuela	San Carlos	84	87	49,12
Heredia	Heredia	108	114	48,65
Puntarenas	Aguirre, Parrita	93	105	46,97
Alajuela	San Ramón	105	120	46,67
Puntarenas	Buenos Aires, Osa	78	99	44,07
San José	Curridabat, Tibás	129	171	43,00
San José	Leon Cortes, Tarrazú, Dota, Acosta	102	138	42,50
Heredia	Santo Domingo, San Isidro, San Pablo	102	144	41,46
Alajuela	Naranjo, Grecia, V. Vega	102	159	39,08
Limón	Limón	90	150	37,50
San José			180	36,17
Limón	Guácimo, Sarapiquí, Pococí	90	159	36,14
Cartago	Turrialba	96	171	35,96
Cartago	Cartago, Alvarado	96	174	35,56
Puntarenas	Puntarenas	84	153	35,44
San José	Goicoechea, Coronado	102	192	34,69
San José	Turrubares, Mora, Puriscal	105	207	33,65
Guanacaste	Cañas, Bagaces	90	186	32,61
Guanacaste	Abangares, La Cruz	78	168	31,71
Heredia	San Rafael, Barva, Sta Barbará	102	222	31,48
Cartago	La Unión, Guarco	102	228	30,91
Guanacaste	Santa Cruz, Tilarán, Carrillo	102	234	30,36
Cartago	Oreamuno, Paraíso, Jlménez	102	243	29,57
Guanacaste	Nicoya, Nandayure	78	186	29,55
San José	Alajuelita, Aserrí	102	255	28,57
Alajuela	Alajuela	114	297	27,74
San José	Desamparados	108	294	26,87
Guanacaste	Liberia	84	231	26,67
Limón	Siquirres, Talamanca, Matina	87	423	17,06
Alajuela	Alfaro Ruiz, Poás	102	510	16,67
Alajuela	Upala, Guatuso, Chiles	90	510	15,00

Muestra 3507



Como se puede observar en el cuadro, las zonas con mayor tenencia del servicio Internet fijo fueron:

San José Escazú, Belén, Santa Ana, Montes de Oca

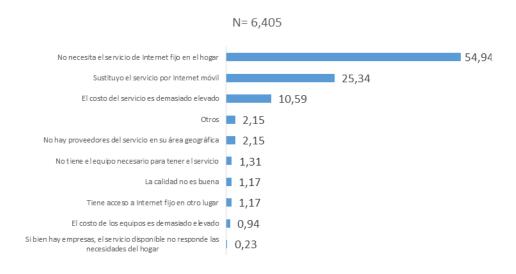
> Puntarenas Corredores, Golfito, Coto Brus

San José Pérez Zeledón

En estos sitios los porcentajes superaban el 58%.

En cuanto a la no tenencia del servicio de Internet Fijo en los hogares, los resultados se presentan a continuación:

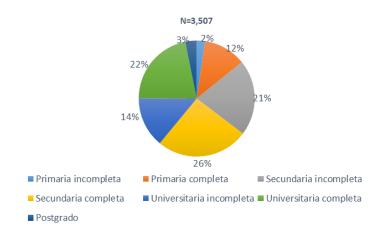
Gráfico 1. Distribución de frecuencia de motivos de no tenencia de Internet fijo. Cifras en porcentajes.



En cuanto a la composición de la muestra, el género y el rango de edad fue controlado al momento de realizar el levantamiento, las condiciones de escolaridad, ocupación y rango de ingreso se comportaron de la siguiente manera.

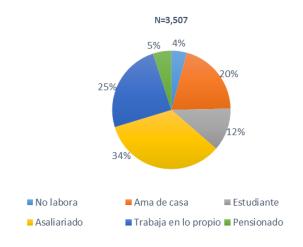


Gráfico 2. Distribución muestral por escolaridad



En cuanto a la ocupación, el comportamiento de la muestra fue de la siguiente manera:

Gráfico 3. Distribución muestral por ocupación



Una vez presentada la conformación de la muestra, desarrollaremos cada una de los apartados anteriormente indicados.

ICCSA
INVESTIGACION DE MERCADOS
desde 1997

Apartado 1: Internet fijo

A continuación se presentarán cada una de las variables planteadas por SUTEL contenidas en el primer módulo del cuestionario, se desarrollarán cada una de ellas.

P1. ¿Posee usted Internet fijo?

Dado que esta variable era una de las condiciones de aplicación de la encuesta, toda la población contaba con el servicio.

P2. ¿Alguna vez lo ha tenido?

En ninguno de los hogares se aplicó esta variable, ya que todos contaban con Internet fijo.

P3. ¿Cuál es la principal razón por la que no posee el servicio de Internet fijo?

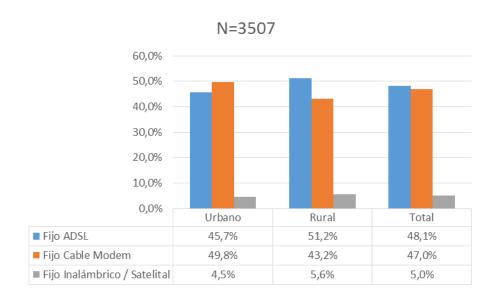
En ninguno de los hogares se aplicó esta variable, ya que todos contaban con Internet fijo. No obstante, en el gráfico 1 se tiene una referencia de las razones por las que los hogares consultados que por el diseño muestral no fueron incluidos en la muestra (se requería que tuviera internet fijo), señalaban no disponer de este servicio. Lo anterior como referencia general de posibles razones que pueden estar afectando esta variable.

P4. ¿Cuál es el tipo de conexión a Internet fijo que tiene su hogar?

Como se puede apreciar en el gráfico el Internet fijo por medio de ADSL y el Internet fijo por Cable modem están muy cercanos (48,1% y 47,0%) y se nota una presencia del Internet inalámbrico satelital en un 5% de la población entrevistada. Dichos porcentajes se mantienen tanto en Urbano como en rural.



Gráfico 4. Distribución de frecuencias de tipo de conexión de tenencia de Internet fijo en el hogar, por zona

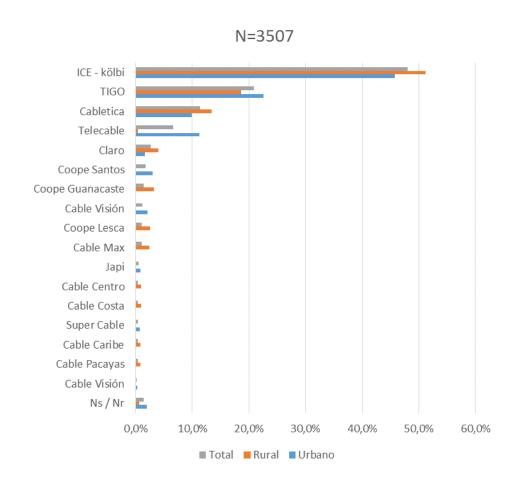


P5. ¿Cuál empresa le brinda el servicio de Internet Fijo?

En cuanto a las empresas proveedoras del servicio de Internet fijo, predominan en el ámbito nacional ICE con el 50%, seguido por TIGO con el 20% y se nota la presencia de Cabletica con un 10%. Telecable por su parte destaca que cuenta con cerca del 11% de cobertura pero únicamente en la zona Urbana del país.



Gráfico 5. Distribución de frecuencias de proveedor de servicio de Internet fijo, por zona

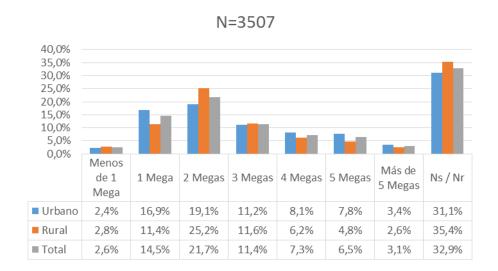


P6. ¿Qué velocidad de Internet fijo tiene usted?

En cuanto a la velocidad de Internet fijo que se maneja en los hogares costarricenses, en el 32,9% de los casos no se conoce la velocidad que está contratada. Sin embargo en aquellos casos en los que los informantes sí conocen la velocidad contratada, las de 2 megas y 1 mega son las que prevalecen en el mercado nacional, con concentraciones del 21,7% y 14,5% respectivamente.



Gráfico 6. Distribución de frecuencias de ancho de banda de Internet fijo, por zona

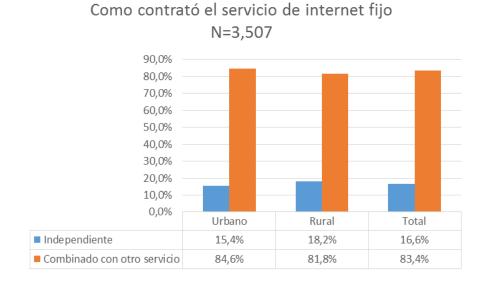


P7. ¿Usted adquirió el servicio de Internet fijo de forma independiente o combinado con otros servicios?

El servicio de Internet es contratado de forma independiente por el 16,6% de los hogares. En combinación con otros servicios lo contrata el 83,4%.



Gráfico 7. Distribución de frecuencias forma de contratación de Internet fijo, por zona

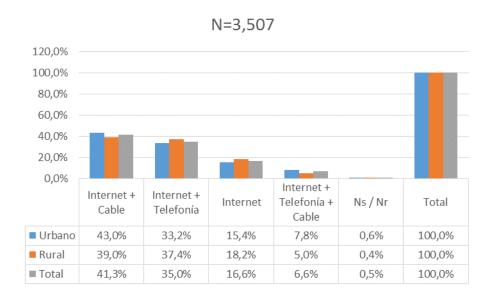


P8. ¿Cómo es el paquete de Internet que usted tiene?

Podemos apreciar en el gráfico que las combinaciones más usuales entre los entrevistados son el Internet + Cable (41,3%) y el Internet + telefonía (35,0%).



Gráfico 8. Distribución de frecuencias del tipo de Internet fijo contratado, por zona

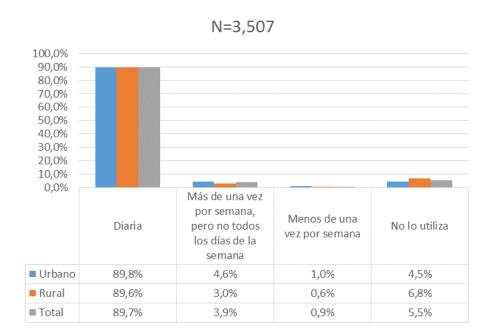


P9. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de Internet fijo?

La frecuencia de uso del servicio de Internet fijo en los hogares en su mayoría es de forma diaria, ya que eso es lo que indica cerca del 90% de los entrevistados.



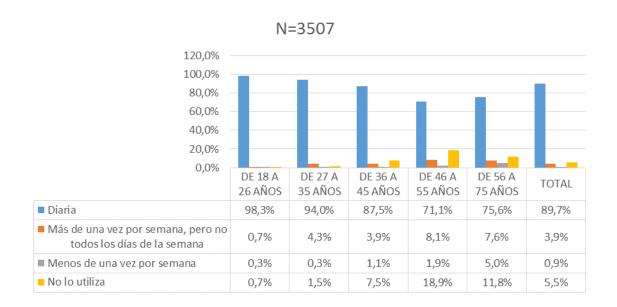
Gráfico 9. Distribución de frecuencias de la frecuencia uso del Internet fijo, por zona



La no utilización del servicio de Internet fijo en la población entrevistada, se centra en los rangos de edad de 46 a 55 años (18,9%) y en el de 56 a 75 años (11,8%).



Gráfico 10. Distribución de frecuencias de la frecuencia uso del Internet fijo, por rango de edad

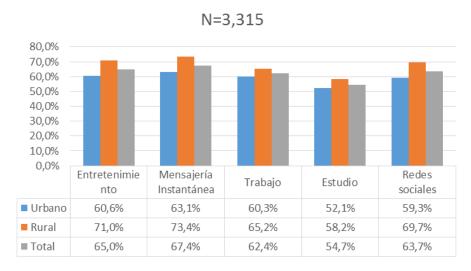


P10. ¿Principalmente para qué usa el Internet fijo?

Como se puede apreciar en el gráfico, no existe una marcada tendencia un uso específico y generalizado del servicio de Internet fijo en los hogares costarricenses, por cuanto la mayoría de las actividades presentan porcentajes de uso muy similares, todos cercanos al 65%, con la excepción del Estudio, lo cual es mencionado como uso para el 54,7% de los entrevistados. Este comportamiento no representa diferencias mayores entre zona urbana y rural.



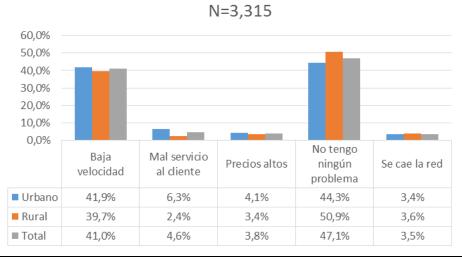
Gráfico 11. Distribución de frecuencias del uso del Internet fijo, por zona



P11. ¿Cuál es el principal problema que usted percibe de su servicio de Internet fijo?

En cuanto a la problemática del servicio, se aprecia que el 47,1% de la muestra indica no tener ningún problema, la baja velocidad se presenta como la problemática más crítica en los hogares.

Gráfico 12. Distribución de frecuencias del principal problema del Internet fijo, por zona



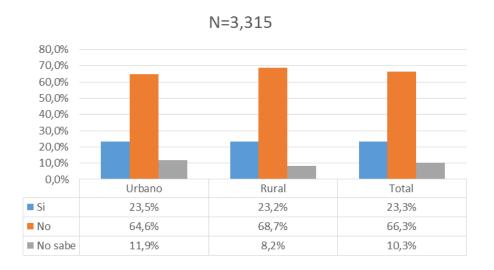
Tel. (506) 2283-1000, San José, Costa Rica



P12. ¿Usted considera que el Internet fijo le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet móvil?

Únicamente el 23,3% de los entrevistados considera que el Internet fijo le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet móvil. Un 10,3% indica que no sabe.

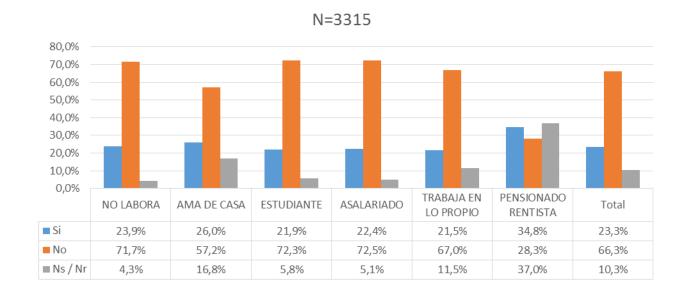
Gráfico 13.Distribución de frecuencias de la consideración de si el Internet fijo le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet móvil, por zona



La población que es pensionado / rentista presenta un comportamiento diferente en cuanto a la consideración de si el servicio de Internet fijo le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet móvil. En este segmento el 37% indica no saber en comparación con las otras ocupaciones donde ese porcentaje no supera el 11,5%.



Gráfico 14. Distribución de frecuencias de la consideración de si el Internet fijo le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet móvil, por ocupación.

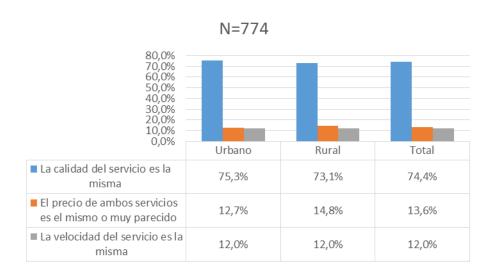


P13. ¿Por qué considera que el Internet fijo le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet móvil?

En el caso de los entrevistados que indicaron que ambos servicios, Internet móvil e Internet fijo, sí brindaban el mismo tipo de servicio, se les consultó por qué consideraban que era el mismo servicio. El 74,4% indicó que la calidad del servicio era la misma, el precio y la velocidad similar fueron indicados por el 13,6% y el 12,0% respectivamente. Lo anterior a nivel nacional. No obstante los resultados no difieren si se subdivide entre Urbano y Rural.

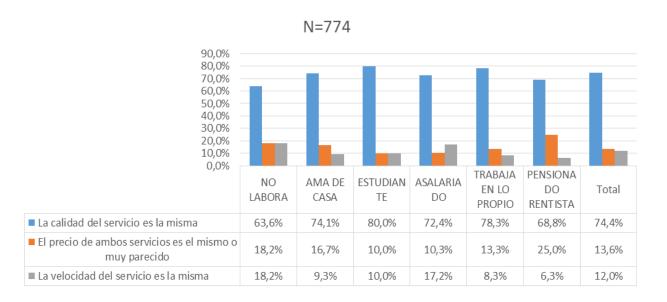


Gráfico 15. Distribución de frecuencias de porque considera que el Internet fijo le brinda el mismo servicio del Internet móvil, por zona



En relación con la percepción sobre si ambos servicios ofrecen el mismo tipo de servicio, no se encuentran diferencias significativas por tipo de ocupación.

Gráfico 16. Distribución de frecuencias de porque considera que el Internet fijo le brinda el mismo servicio del Internet móvil, por ocupación





P14. ¿Por qué considera que el Internet fijo no le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet móvil?

De los 2.195 entrevistados que indicaron que el servicio no era el mismo, señalaron principalmente que la diferencia se centraba en la estabilidad del servicio fijo (64,3%), seguido por el atributo de movilidad (28,6%) que es una característica propia del servicio móvil. En general estas valoraciones son similares por zona Urbana o rural.

Gráfico 17. Distribución de frecuencias de porque no considera que el Internet fijo le brinda el mismo servicio del Internet móvil, por zona

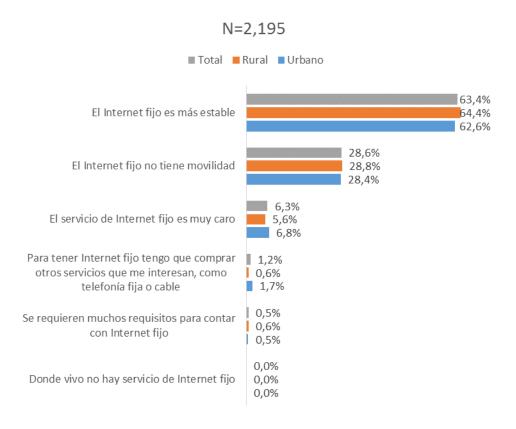
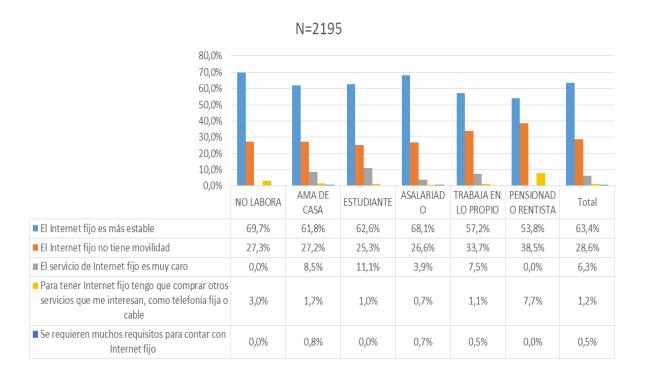




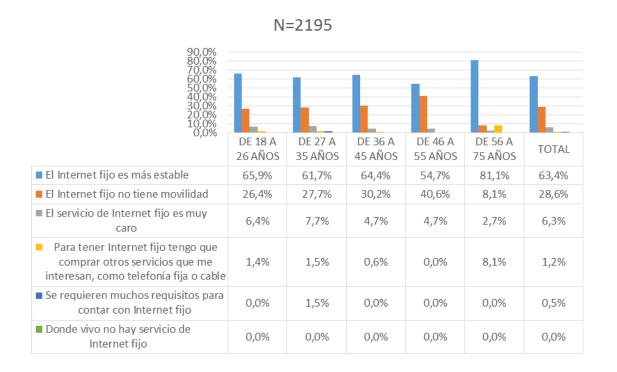
Gráfico 18. Distribución de frecuencias de por qué no considera que el Internet fijo le brinda el mismo servicio del Internet móvil, por ocupación



La estabilidad del servicio es indicada por el 81.1% de los usuarios de 56 a 75 años, sin embargo la falta de movilidad en este segmento le afecta a únicamente un 8,1%, en contraposición con los segmentos de edad menores donde los porcentajes superan el 26%.



Gráfico 19. Distribución de frecuencias de por qué no considera que el Internet fijo le brinda el mismo servicio del Internet móvil, por rango de edad

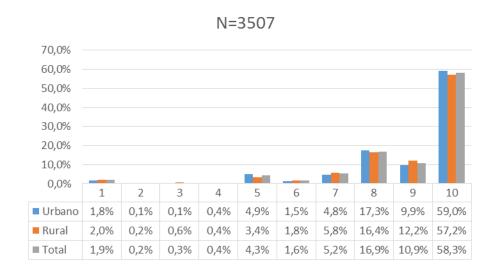


P15. ¿En una escala de 1 a 10, indique qué tan importante es para usted tener Internet fijo?

El 58,3% de los entrevistados califican con un 10 la importancia de contar con el servicio de telefonía fija en el hogar.



Gráfico 20. Distribución de frecuencias sobre qué tan importante es para usted tener Internet fijo, por zona

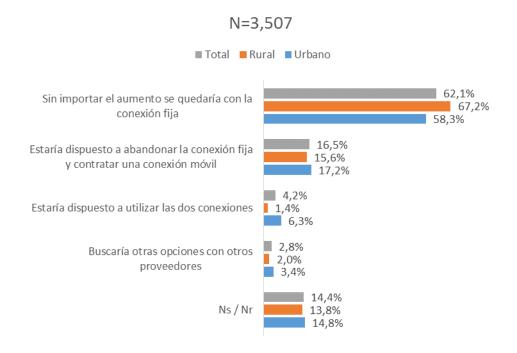


P15.1 ¿Si el precio que usted paga por el servicio de Internet fijo aumenta permanentemente en un 10%, es decir 1.000.00 colones, usted que haría?

El 62,1% indica que sin importar el aumento de precio se quedarían con la conexión fija. Dicha incidencia es levemente mayor en el caso de la zona Rural que en la Urbana (67,2% vs 62,1%). En contraposición el 16,5% indica que estaría dispuesto a abandonar la conexión fija y contratar una conexión móvil.



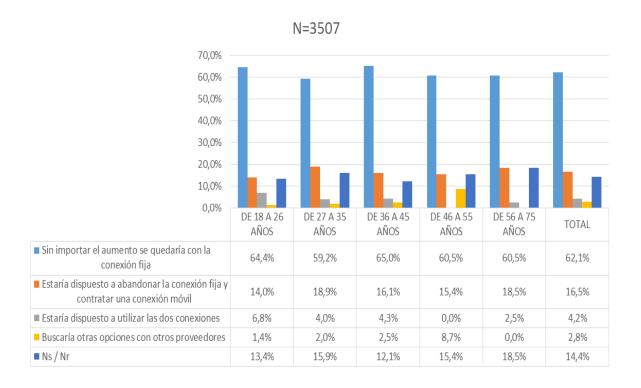
Gráfico 21. Distribución de frecuencias del escenario de incremento de facturación en el 10%, por zona



No hay diferencias significativas por rango de edad del entrevistado en relación al escenario de incremento en la facturación.



Gráfico 22. Distribución de frecuencias del escenario de incremento de facturación en el 10%, por rango de edad





Conclusiones del apartado de Internet fijo

- ➤ En el presente estudio, dada la condición de selección de muestra todos los hogares entrevistados contaban con el servicio de Internet fijo, el tipo de servicio que predominaba entre los entrevistados es el Fijo ADSL, donde el 48% de los hogares contaban con el servicio del ICE.
- ➤ En el caso de los servicios tipo Cable Modem, predominan los operadores Tigo (20,9%), Cabletica (11,4%) y Telecable (6,6%).
- ➤ La velocidad del servicio de Internet fijo en los hogares no es conocida por el 33% de los entrevistados.
- Las velocidades más destacadas son la de 2 megas (21,7%), la de 1 mega (14,5%) y la de 3 megas (11,4%).
- ➤ La forma de manejar el servicio en los hogares costarricenses se inclina hacia la compra paquetizada del servicio, el 83% de los usuarios lo manejan combinado con otros servicios. El doble play (Internet y telefonía / Internet y cable) es manejado por el 76% de los usuarios entrevistados. Únicamente el 16.6% maneja el servicio de forma independiente.
- ➤ De la población entrevistada, únicamente un 5,5% indican no usar el servicio; esta población se concentra en los rangos de edad superiores a los 46 años.
- ➤ El uso diario del servicio está concentrado en cerca del 90% de la población. Los principales usos del servicio son mensajería instantánea (67,4%), entretenimiento (65,0%), redes sociales (63,7%), trabajo (62,4%) y estudio con un 54,7%).



- ➤ En cuanto al principal problema que indica la población usuaria del servicio de Internet, predomina la baja velocidad del servicio (41%). Sin embargo con el alto porcentaje de desconocimiento de la velocidad que tienen contratada en el hogar, la percepción de velocidad es muy relativa.
- ➤ El 47% de la población indica no tener ningún problema con el servicio de Internet fijo.



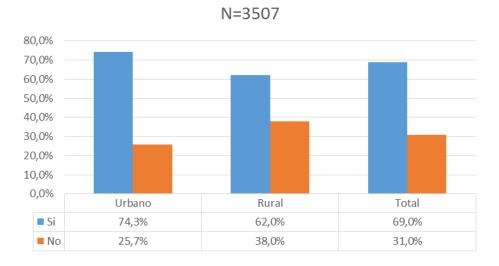
Apartado 2: Telefonía fija

Se presentan a continuación los resultados de cada una de las variables del módulo de telefonía fija:

P16. ¿Posee usted teléfono fijo en su hogar?

El teléfono fijo se encuentra presente en el 69% de los hogares entrevistados. En la zona urbana del país el 74% de los hogares cuentan con el servicio, sin embargo, en la parte rural únicamente tiene teléfono fijo el 62%.

Gráfico 23. Distribución de frecuencias de la tenencia de teléfono fijo en el hogar, por zona

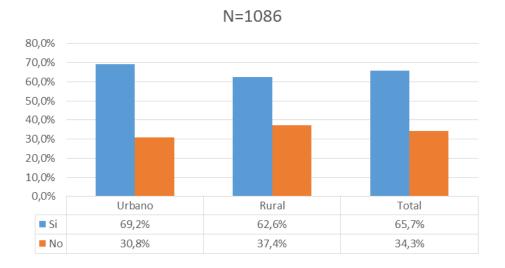


P17. ¿Alguna vez lo ha tenido?

Del porcentaje que no tiene teléfono fijo en este momento, el 65,7% lo ha tenido en algún momento.



Gráfico 24. Distribución de frecuencias de los hogares que han tenido teléfono fijo, por zona



P18. ¿Cuál es la principal razón por la que actualmente no lo posee?

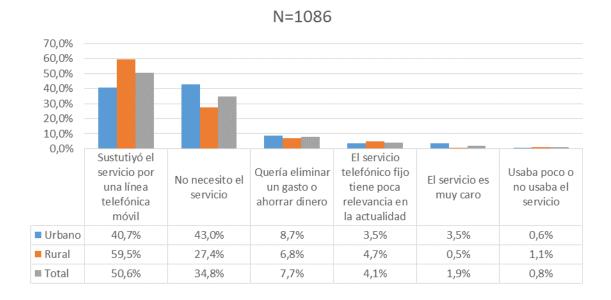
Entre la población que tenía anteriormente el servicio de telefonía fija en el hogar y que lo eliminó se denota que cerca del 50,6% lo sustituyó por una línea telefónica móvil, siendo esto predominante en la zona rural del país (59,5% vs 40,7%).

El 34,8% del total del país indica no necesitar el servicio siendo que en la zona urbana del país es más notoria la poca necesidad ya que lo indica el 43,0% de los entrevistados, mientras que en la zona rural únicamente el 27,4%.

Un 7,7% del total de entrevistados señalaron como principal razón para haberlo eliminado la necesidad de generar un ahorro o eliminar un gasto.



Gráfico 25. Distribución de frecuencias de la principal razón por la que actualmente no posee teléfono fijo, por zona

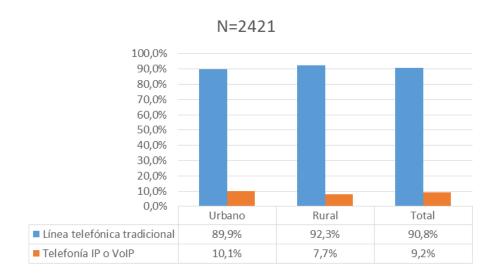


P19. ¿Cuál es el tipo de conexión de su servicio de telefonía fija?

En cuanto al tipo de conexiones que se utilizan en los hogares para el servicio de telefonía fija, notamos que predomina la línea telefónica tradicional en el 90,8% de los casos.



Gráfico 26. Distribución de frecuencias del tipo de conexión de la línea telefonía fija, por zona

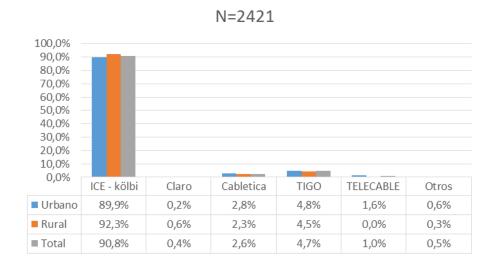


P20. ¿Cuál empresa le brinda el servicio de telefonía fija?

La empresa ICE lidera el mercado de la telefonía fija, notamos que el 90.8% de los usuarios utilizan esta tecnología (líneas telefónicas tradicionales). Empresas como Tigo y Cabletica se hacen presentes con porcentajes menores al 5% en los servicios de telefonía fija a nivel nacional.



Gráfico 27. Distribución de frecuencias de la empresa que le brinda el servicio de telefonía fija, por zona

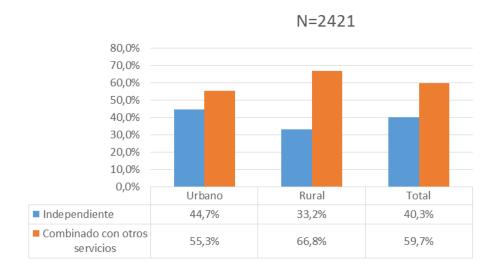


P21. ¿Usted adquirió el servicio de telefonía fija de forma independiente o combinado con otros servicios?

En el 40% de los casos se encuentra la telefonía fija contratada de forma independiente.



Gráfico 28. Distribución de frecuencias de la forma en la que adquirió el servicio de telefonía fija, por zona

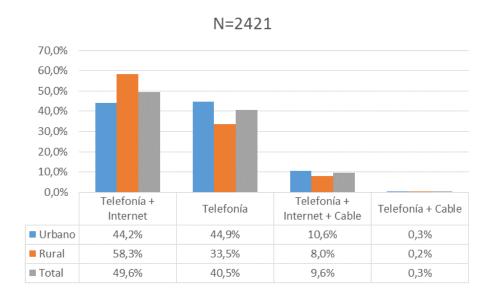


P22. ¿Cómo está compuesto su paquete de telefonía fija?

Las principales combinaciones de servicios asociados a la telefonía fija que se encuentran en el mercado es la de Internet y telefonía, seguida por Internet, telefonía y cable (con el 49,6% y el 9,6% respectivamente).



Gráfico 29. Distribución de frecuencias de la forma en la que adquirió el servicio de telefonía fija, por zona

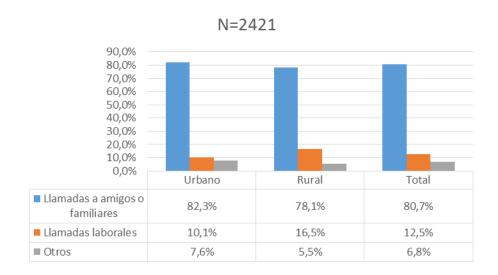


P23. ¿Para qué tipo de llamadas utiliza su teléfono fijo?

En el caso de la telefonía fija en el hogar, el 80,7% de los clientes indican que el principal uso de la línea son las llamadas a amigos o familiares, combinado con el 12,5% que indica que el principal uso son las llamadas laborales.



Gráfico 30. Distribución de frecuencias del uso del servicio de telefonía fija, por zona



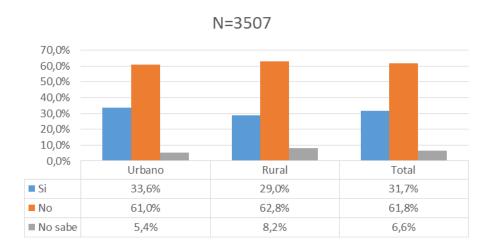
P24. ¿Usted considera que la telefonía fija, le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía móvil?

El 61,8% de los entrevistados usuarios de este servicio indican que el servicio de telefonía fija no le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía móvil; el 31,7% indica que sí es el mismo tipo de servicio.

El 6,6% indica que no sabe la respuesta. Es importante rescatar que en este porcentaje se concentran usuarios que cuentan con únicamente uno de los dos servicios y no tienen criterio para la respuesta.



Gráfico 31. Distribución de frecuencias de la consideración de si la telefonía fija le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía móvil, por zona



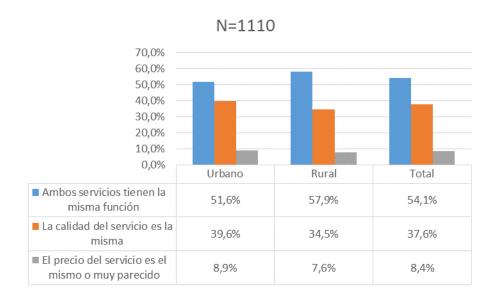
P25. ¿Por qué considera que la telefonía fija le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía móvil?

En cuanto al motivo por el cuál consideran que es el mismo tipo de servicio el que le brindan los servicios de telefonía fija y la móvil, rescatamos que el 54,1% indica que ambos tienen la misma función; el 37,6% indica que la calidad del servicio es la misma.

El tema del precio similar solamente es indicado por un 8,4% de los entrevistados.



Gráfico 32. Distribución de frecuencias del por qué considera que la telefonía fija le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía móvil, por zona

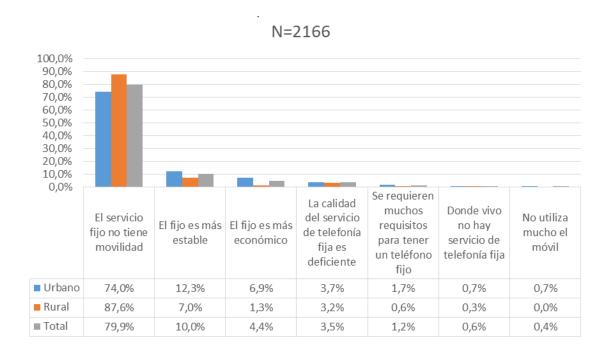


P26. ¿Por qué considera que la telefonía fija no le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía móvil?

De las personas que indicaron que la telefonía fija no brindaba el mismo servicio que la telefonía móvil (61,8%), la mayoría indicó como principal diferencia la característica de movilidad (propia del servicio). En mucha menor proporción se señala como segunda diferencia en importancia el tema de la mayor estabilidad del servicio de telefonía fija.



Gráfico 33. Distribución de frecuencias del por qué no considera que la telefonía fija le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía móvil, por zona

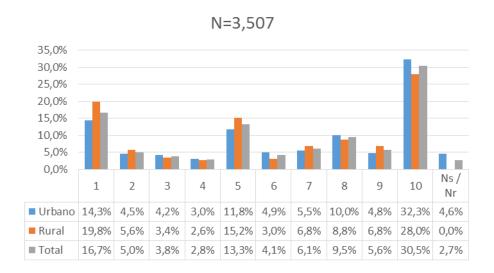


P27. En una escala de 1 a 10, donde 1 es nada importante y 10 es muy importante ¿Qué tan importante es para usted tener teléfono fijo?

Del total de los entrevistados, como se aprecia en el gráfico cerca del 30,5% de la población entrevistada indica un 10 en la importancia del servicio; en contraparte con el 16,7% que indica un 1 (nada importante). Las diferencias registradas por zona urbana o rural no son significativas.



Gráfico 34. Distribución de frecuencias de la importancia de contar con telefonía fija, por zona

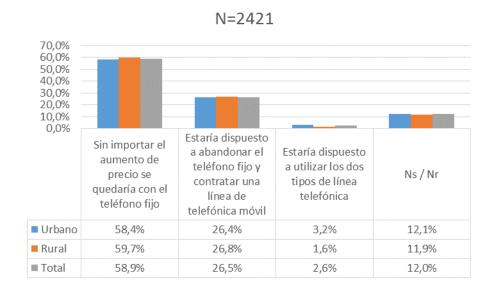


P28. ¿Si el precio que actualmente usted paga por el servicio de telefonía fija aumenta permanentemente en un 10%, es decir 1000 colones por cada 10.000 colones, que haría usted?

Como se aprecia en el gráfico, el 58,9% de los entrevistados conservarían el teléfono fijo sin importar el incremento de precio y el 26,5% estaría dispuesto a abandonar el servicio fijo y contratar el servicio móvil ante el incremento de un 10% de la facturación.



Gráfico 35. Distribución de frecuencias del incremento de facturación de un 10% en la telefonía fija, por zona



Conclusiones del apartado de telefonía fija

- ➤ En cuanto a la telefonía fija el 69% de la población entrevistada cuenta con ese servicio. El 20% ha tenido el servicio anteriormente y lo han eliminado en su mayoría por contar con una línea celular que satisface sus necesidades de comunicación.
- ➤ La línea telefónica tradicional sigue liderando el mercado de telefonía fija, posicionando al ICE como el proveedor del 90% de las líneas fijas en el país.
- ➤ En cuanto a la forma de contratar el servicio, el 40% de la población que lo contrata de forma independiente, el restante 60% se compone del 50% que lo combina con el servicio de Internet y un 10% que lo combina con Telefonía, Internet y cable.



>	En cuanto al uso del servicio de telefonía fija en el hogar, cerca del 81% de la población indica que es exclusivamente para llamadas a amigos o familiares.



Apartado 3: Telefonía móvil

Se presentan a continuación los resultados de cada una de las variables del módulo de telefonía móvil:

P29. ¿Posee usted teléfono móvil?

El 98,0% de la población entrevistada cuenta con un teléfono móvil.

Gráfico 36. Distribución de frecuencias de la tenencia de telefonía móvil, por zona

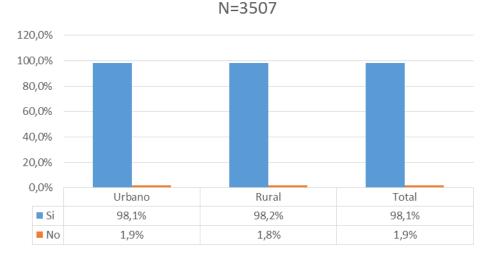
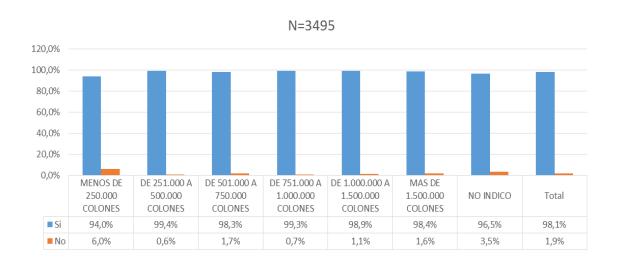




Gráfico 37. Distribución de frecuencias de la tenencia de telefonía móvil, por ingreso

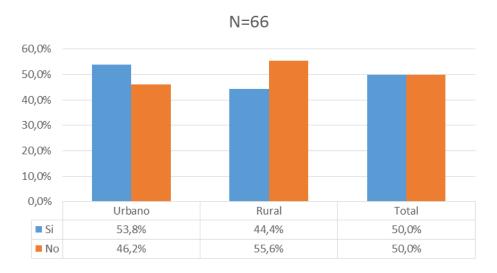


P30. ¿Alguna vez lo ha tenido?

De un 1,2% de la población entrevistada que actualmente no cuenta con un teléfono móvil, el 50,0% lo ha tenido anteriormente.



Gráfico 38. Distribución de frecuencias de los entrevistados que han tenido alguna vez teléfono móvil, por zona



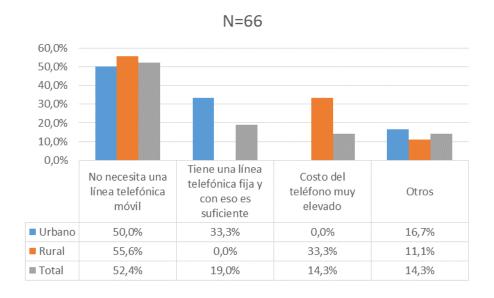


P31. ¿Cuál es la principal razón por la que actualmente no lo posee?

La principal razón que figura como motivo para no tener actualmente una línea móvil es que ya no la necesita (52,4%); adicional se presenta que cuentan con una línea telefónica fija y que eso es suficiente (19,0%).

En el caso de la zona rural destaca como segunda razón de importancia para no poseer ya el teléfono móvil el costo del dispositivo.

Gráfico 39. Distribución de frecuencias de los entrevistados que han tenido alguna vez teléfono móvil, por zona

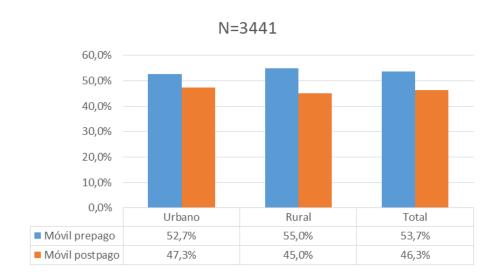


P32. ¿Cuál es la modalidad de pago de su servicio de telefonía móvil?

De las líneas telefónicas móviles que tenían los entrevistados del presente estudio, el 53,7% cuentan con línea prepago y el 46,3% con líneas postpago.

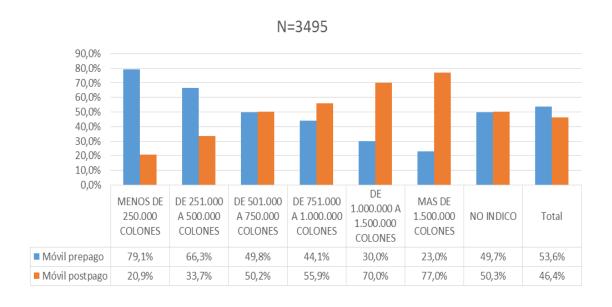


Gráfico 40. Distribución de frecuencias de la modalidad de pago del teléfono móvil, por zona



Conviene restacar la relación inversa que existe en la modalidad de pago contratada en la línea móvil y el nivel de ingreso de las personas, siendo que entre mayor es el nivel de ingreso menor es el porcentaje de tenencia de una línea prepago.

Gráfico 41. Distribución de frecuencias de la modalidad de pago del teléfono móvil, por ingreso

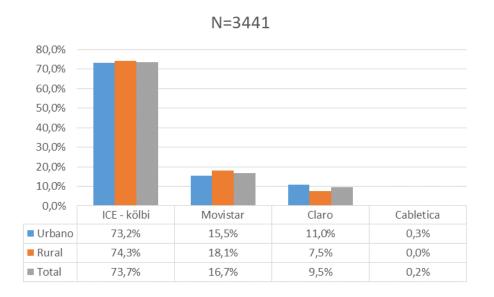




P33. ¿Cuál es la empresa que le brinda el servicio de telefonía móvil en su línea principal?

La empresa que cuenta con el 73,7% de las líneas móviles de acuerdo al estudio es ICEkölbi; las empresas Movistar y Claro figuran con el 16,7% y un 9,5% respectivamente. Es importante destacar la presencia de Cabletica en porcentajes menores al 1%.

Gráfico 42. Distribución de frecuencias del proveedor del servicio de telefonía móvil, por zona



P34. ¿Usted adquirió el servicio de telefonía móvil de forma independiente o combinado con otros servicios en su línea principal?

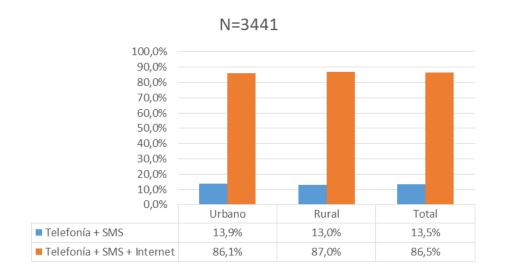
En el 100% de los casos el servicio de telefonía móvil se adquirió combinado con otros servicios distintos al servicio de trasmisión de voz.



P35. ¿Cómo es la combinación de su servicio de telefonía móvil?

Como se puede apreciar en el gráfico, la combinación de servicios que incluyen Internet es de 86,5%; sin embargo se presenta el 13,5% que únicamente manejan telefonía y SMS dentro de su combinación de servicios.

Gráfico 43. Distribución de frecuencias del tipo de servicio de telefonía móvil que posee, por zona

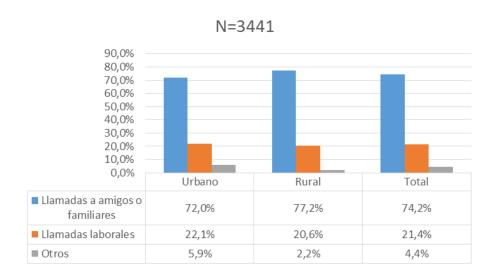


P36. ¿Principalmente para qué tipo de llamadas utiliza el teléfono móvil?

En cuanto al uso de la telefonía móvil, en el 74,2% de los casos se utiliza para llamadas a amigos o familiares, presentándose el uso para gestiones laborales en el 21,4% de los casos.



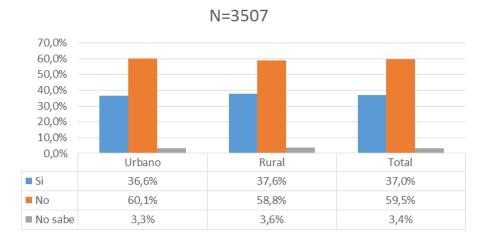
Gráfico 44. Distribución de frecuencias del principal uso de la línea móvil, por zona



P37. ¿Usted considera que la telefonía móvil le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía fija?

El 37% de la población entrevistada indica que tanto la telefonía fija como la móvil le brindan el mismo tipo de servicio.

Gráfico 45. Distribución de frecuencias de la consideración de que la telefonía móvil le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía fija, por zona

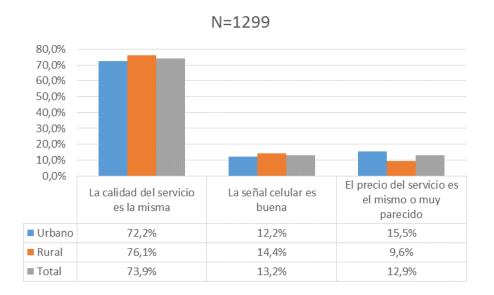




P38. ¿Por qué considera que la telefonía móvil le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía fija?

En cuanto a los motivos por los cuales consideran que el servicio es el mismo, destaca que calidad del servicio es la misma (73,9% total país). El factor precio y el que la señal celular sea buena es indicada por cerca del 13% en cada caso.

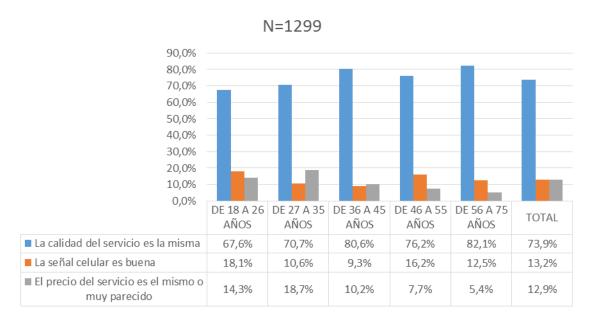
Gráfico 46. Distribución de frecuencias de porque considera que telefonía móvil le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía fija, por zona



No se presenta ningún comportamiento diferente al de la población al abrir la variable por rango de edad.



Gráfico 47. Distribución de frecuencias de porque considera que telefonía móvil le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía fija, por rango de edad



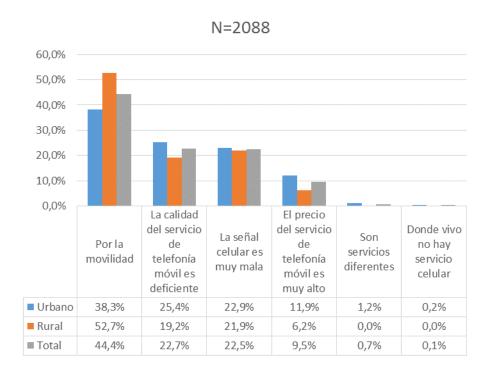
P39. ¿Por qué considera que la telefonía móvil no le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía fija?

En cuanto a los motivos por los cuales no es el mismo tipo de servicio el que se presenta entre la telefonía móvil y la fija, la "movilidad" como tal cuenta con el 44,4% de las respuestas.

Temas asociados a la calidad del servicio deficiente en el caso del móvil o la indicación puntual de que la señal celular es mala se presentan con porcentajes menores al 23%.



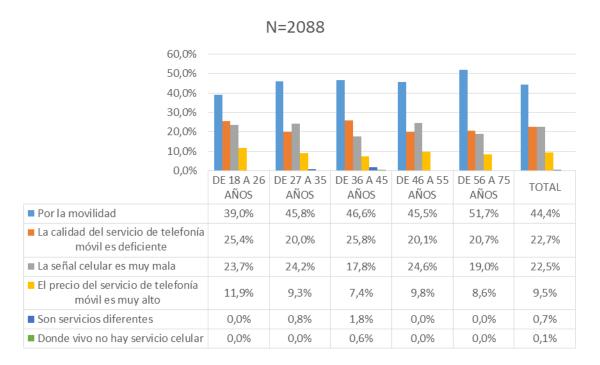
Gráfico 48. Distribución de frecuencias de porque considera que telefonía móvil no le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía fija, por zona



No se presenta ningún comportamiento diferente al de la población al abrir la variable por rango de edad.



Gráfico 49. Distribución de frecuencias de porque considera que telefonía móvil no le brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía fija, por rango de edad

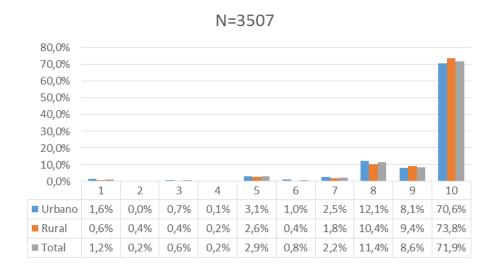


P40. ¿En una escala de 1 a 10, que tan importante es para usted tener teléfono móvil? Donde 1 es nada importante y 10 es muy importante.

Cerca del 72% de los entrevistados califican con 10 la importancia de contar con un teléfono móvil en la actualidad.



Gráfico 50. Distribución de frecuencias de la importancia de tener telefonía móvil, por zona



P50. ¿Si el precio que actualmente usted paga por el servicio de telefonía móvil aumentara en un 10%, usted que haría?

De las personas entrevistadas que poseen el servicio de telefonía móvil, ante un incremento de un 10% en la facturación de los servicios móviles, el 77,7% de los entrevistados conservaría el servicio. Cerca del 14% de los entrevistados indican no tener criterio para la respuesta.



Gráfico 51. Distribución de frecuencias del incremento del 10% en la facturación de la telefonía móvil, por zona

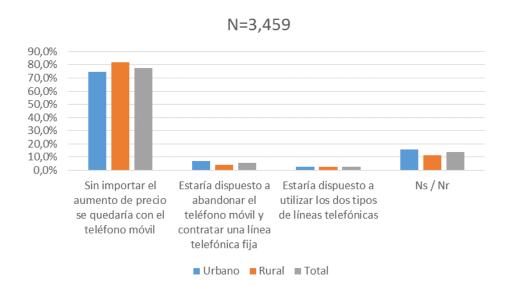
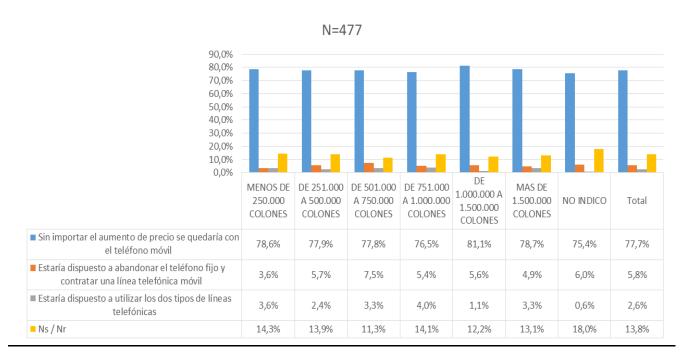


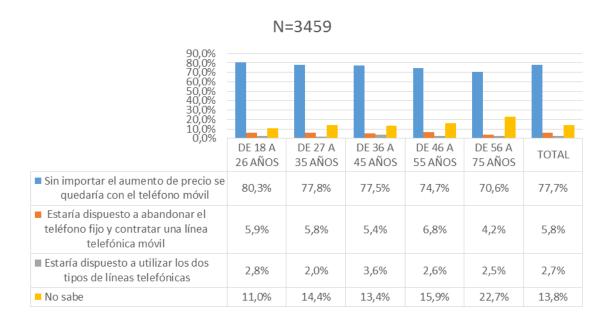
Gráfico 52. Distribución de frecuencias del incremento del 10% en la facturación de la telefonía móvil, por ingreso



No se presentan diferencias significativas al analizar la variable por rango de edad.



Gráfico 53. Distribución de frecuencias del incremento del 10% en la facturación de la telefonía móvil, por rango de edad



Conclusiones del apartado de telefonía móvil

- ➤ El 98% de los usuarios cuentan con el servicio de telefonía móvil, únicamente 1,2% de la población no lo tiene en este momento.
- > El principal motivo de la no tenencia del servicio es que no lo necesitan.
- ➤ Los entrevistados cuentan con líneas prepago en el 53,7% de los casos y el 46,3% cuentan con líneas postpago.
- ➤ El ICE kolbi lidera el mercado nacional, ya que cuenta con el 73,7% de los usuarios, las empresas Movistar y Claro se abren mercado en el país, actualmente cuentan con el 16,7% y un 9,5% respectivamente.
- ➤ El 100% de los usuarios contrata el servicio de voz combinado con algún otro servicio que utilice la red móvil. El 86,5% de los usuarios entrevistados contratan



el servicio combinado con Internet, no obstante el 13,5% de los usuarios contratan el servicio únicamente con telefonía y SMS.

- ➤ De acuerdo al estudio realizado el uso de la telefonía móvil predomina el uso para realizar llamadas a amigos o familiares con el 74,2% y el 21,4% de los usuarios lo utilizan para gestiones laborales.
- ➤ El 37% de los usuarios entrevistados indican que la telefonía móvil les brinda el mismo servicio que la telefonía fija. Para este porcentaje de entrevistados el 73,9% indican que la calidad del servicio es la misma, a su vez cerca del 13% indican que se debe al factor precio y a que la señal celular es buena, en cada casos.
- Con respecto a los usuarios entrevistados los cuales indican que la telefonía móvil no les brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía fija, el 44,4% indican que el motivo es por la movilidad del servicio.



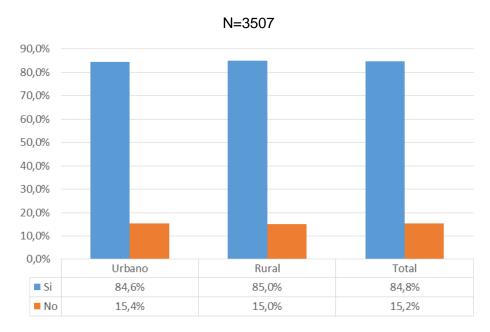
Apartado 4: Internet móvil

A continuación se presenta la respuesta a las variables del módulo de Internet móvil:

P51. ¿Posee usted Internet móvil?

Como se puede apreciar el 84,8% de los entrevistados cuentan con Internet móvil actualmente.

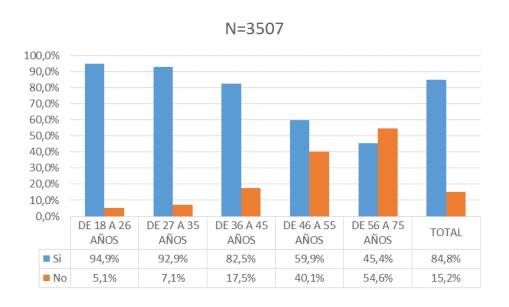
Gráfico 54. Distribución de frecuencias de la tenencia de Internet móvil, por zona



Como se puede aplicar en el gráfico la tenencia del servicio de Internet móvil es mayor en las poblaciones más jóvenes.



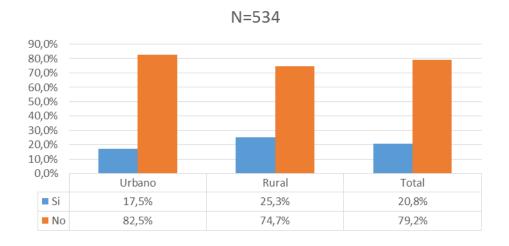
Gráfico 55. Distribución de frecuencias de la tenencia de Internet móvil, por rango de edad



P52. ¿Alguna vez lo ha tenido?

De la población entrevistada que actualmente no cuenta con el servicio de internet móvil (15,2% de la muestra), el 79,2% indica nunca haberlo tenido antes.

Gráfico 56. Distribución de frecuencias de la tenencia anterior de Internet móvil, por zona

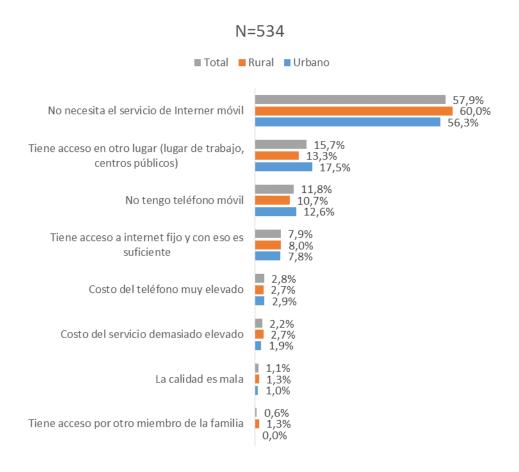




P53. ¿Cuál es la principal razón por la que no lo posee?

El no necesitar el servicio de Internet móvil es la principal razón para no contar con el mismo, así lo indica el 57,9% de los entrevistados, que no contaban con el servicio. Existe un factor importante que es el acceso a Internet en otros sitios, como trabajo o centros públicos, situación que es indicada por el 15,7%.

Gráfico 57. Distribución de frecuencias de la tenencia anterior de Internet móvil, por zona

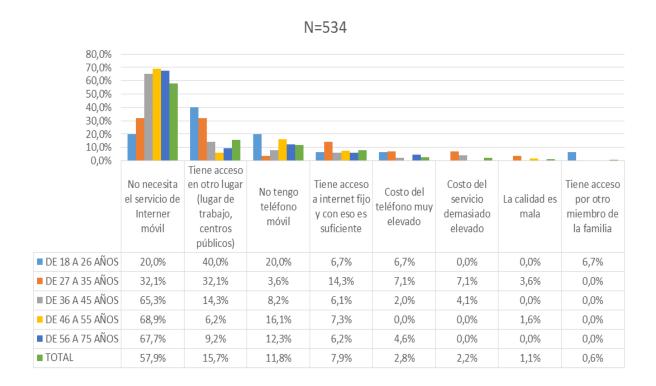


La presente variable no presenta una condición particular al cruzarla por ingreso.



La falta de necesidad de contar con el servicio de Internet móvil se concentra en las poblaciones de mayor edad, sin embargo el acceso del servicio en otros sitios es más fuerte en las poblaciones menores a 45 años.

Gráfico 58. Distribución de frecuencias de la tenencia anterior de Internet móvil, por rango de edad

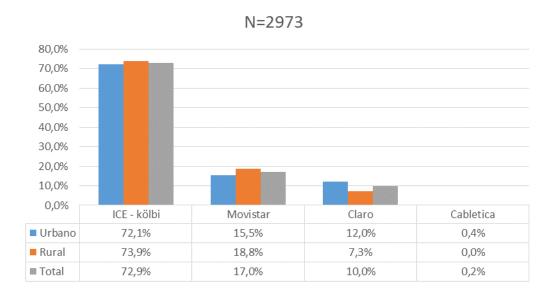


P54. ¿Cuál empresa le brinda el servicio de Internet móvil?

El servicio de Internet móvil lo provee el ICE – kölbi en el 72,9% de los casos, seguidos por Movistar que cuenta con un 17,0% de los casos; seguido por Claro que cuenta con un 10,0%.



Gráfico 59. Distribución de frecuencias del proveedor del servicio de Internet móvil, por zona

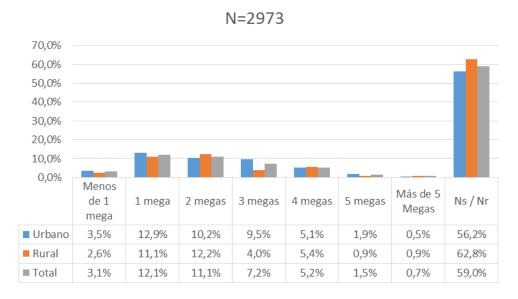


P55. ¿Qué velocidad de Internet móvil tiene usted?

El ancho de banda contratado del servicio de Internet móvil es desconocido por el 59% de los entrevistados que cuentan con el mismo.



Gráfico 60. Distribución de frecuencias del ancho de banda contratado para Internet móvil, por zona

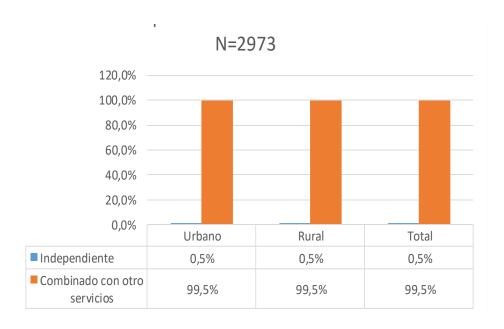


P56. ¿Usted adquirió el servicio de Internet móvil solo o combinado?

El servicio de Internet móvil fue adquirido de forma combinada por cerca del 100% de los usuarios entrevistados. Existe un 0,5% que lo contrató únicamente como plan de datos.



Gráfico 61. Distribución de frecuencias de la forma de contratación del Internet móvil, por zona

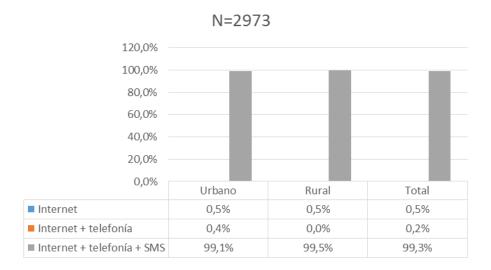


P57. ¿Cómo es la combinación de servicios en Internet móvil?

En su mayoría el servicio de Internet móvil esta combinado con los servicios de Telefonía y SMS, ya que el 99,3% de la población lo adquirió de esa forma. Un 0,5% de los entrevistados adquirió el servicio únicamente como plan de datos.



Gráfico 62. Distribución de frecuencias de la combinación de servicios con la que contrataron el Internet móvil, por zona



P58. ¿Con que frecuencia utiliza usted el servicio de Internet móvil?

La concentración de uso del servicio de Internet móvil es de forma diaria, frecuencia indicada por el 80,6% de los entrevistados usuarios del servicio.

Existe un porcentaje del 4,2% que no utiliza el servicio, el resto de las variables del módulo no consideran a esta población.



Gráfico 63. Distribución de frecuencias del uso del Internet móvil, por zona

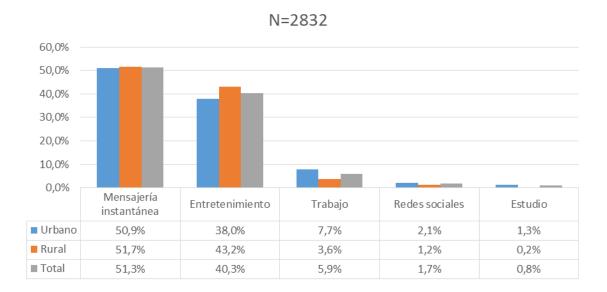


P59. ¿Principalmente para qué usa el Internet móvil?

El principal uso del servicio de Internet móvil en la población entrevistada es la mensajería instantánea, uso que es indicado por el 51,3% de los usuarios; el entretenimiento en general lo indica como principal uso el 40,3% de los entrevistados.



Gráfico 64. Distribución de frecuencias del uso del Internet móvil, por zona

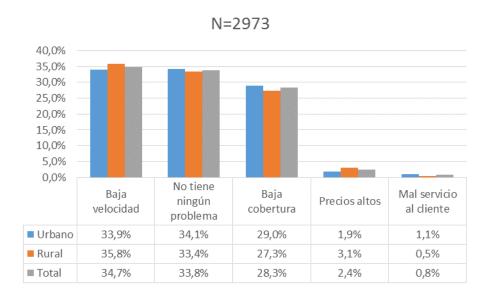


P60. ¿Cuál es el principal problema que usted percibe de su servicio de Internet móvil?

La principal problemática en los servicios de Internet móvil es la baja velocidad, se adiciona una situación de baja cobertura (34,7% y 28,3%). Sin embargo existe un 33,8% que indica que no tienen ningún problema con el servicio de Internet móvil.



Gráfico 65. Distribución de frecuencias del principal problema del Internet móvil, por zona



P61. ¿Usted considera que el Internet móvil le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet fijo?

Ante esta consulta los entrevistados indicaron que si brinda el mismo servicio el Internet móvil y el fijo en el 22,9% de los casos, presentándose un porcentaje de un 9,2% que indica no saber. El 67,9% indica que no es el mismo servicio.



Gráfico 66. Distribución de frecuencias de la consideración de que el Internet móvil le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet fijo, por zona

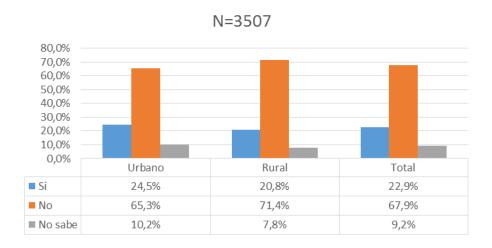
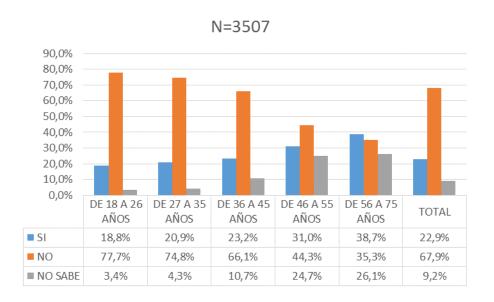


Gráfico 67. Distribución de frecuencias de la consideración de que el Internet móvil le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet fijo, por rango de edad

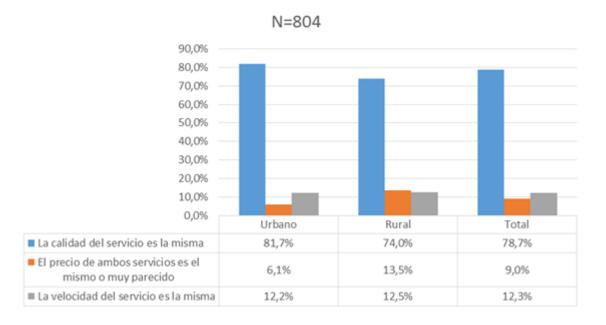




P62. ¿Por qué considera que el Internet móvil le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet fijo?

En los 804 casos que consideran que es el mismo servicio el del Internet móvil y el Internet fijo, el 78,7% consideran que la calidad de ambos servicios es la misma. El 12,3% de los entrevistados perciben que la velocidad del servicio es la misma por lo que en esencia no existe diferencia entre ambos servicios.

Gráfico 68. Distribución de frecuencias del por qué el Internet móvil le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet fijo, por zona



P63. ¿Por qué considera que el Internet móvil no le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet fijo?

La población que respondió anteriormente que no era la misma calidad del servicio, indican que la calidad del servicio de internet móvil es deficiente (41,3%). Otras diferencias son la señal del servicio móvil la cual indican que es mala y la velocidad que es muy baja, en un 21,8% y 20,8% respectivamente.



En el caso del servicio de Internet móvil, el 12,2% de los entrevistados que indican la movilidad como un punto de diferencia.

Gráfico 69. Distribución de frecuencias del por qué el Internet móvil no le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet fijo, por zona

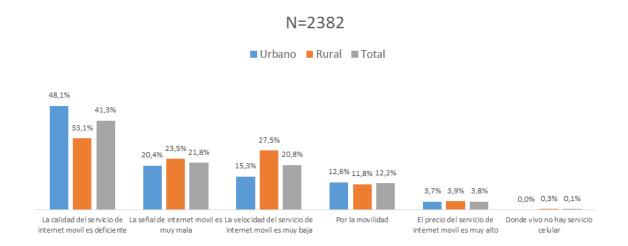
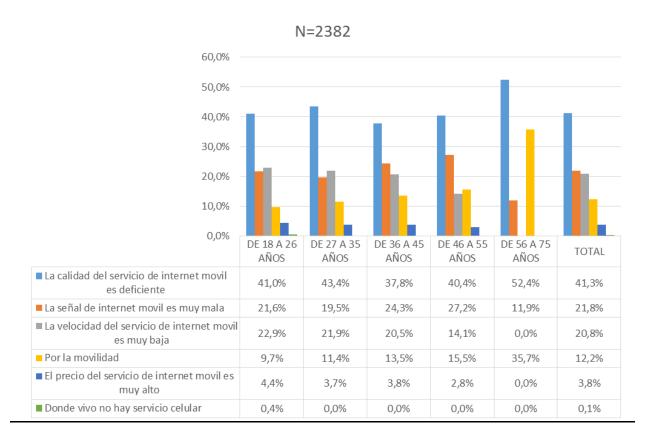




Gráfico 70. Distribución de frecuencias del por qué el Internet móvil no le brinda el mismo tipo de servicio que el Internet fijo, por rango de edad



P65. ¿Si el precio que usted se paga incrementa en un 10% usted que haría?

Ante el incremento del costo del servicio, es importante rescatar que el 73,6% de los entrevistados indican que pese a ese incremento están dispuestos a quedarse con la conexión móvil.



Gráfico 71. Distribución de frecuencias del escenario de incremento de un 10% en la facturación del servicio de Internet móvil, por zona

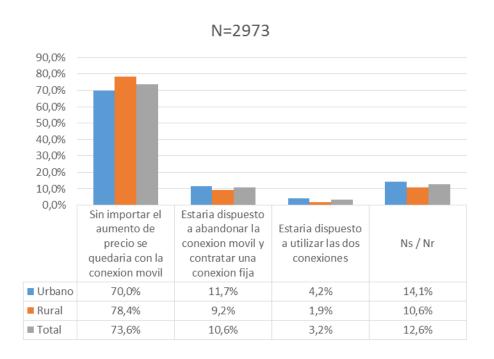
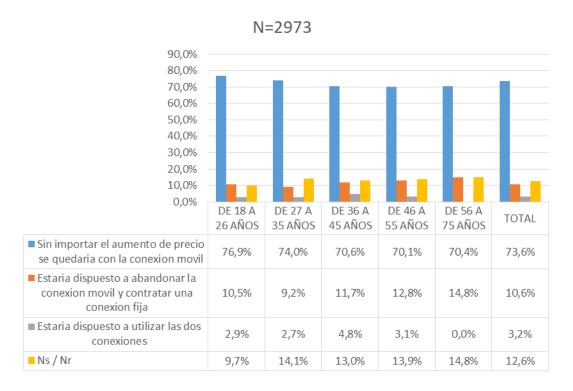




Gráfico 72. Distribución de frecuencias del escenario de incremento de un 10% en la facturación del servicio de Internet móvil, por rango de edad



P66. ¿Ha utilizado el servicio de roaming?

El servicio de roaming lo ha utilizado únicamente un 10% de los entrevistados.



Gráfico 73. Distribución de frecuencias de los entrevistados que han utilizado el servicio de roaming, por zona

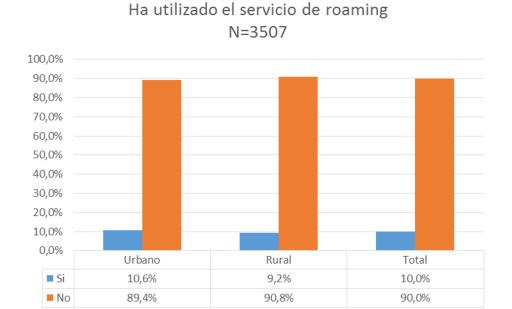
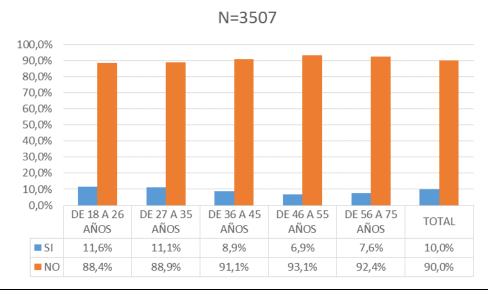


Gráfico 74. Distribución de frecuencias de los entrevistados que han utilizado el servicio de roaming, por rango de edad



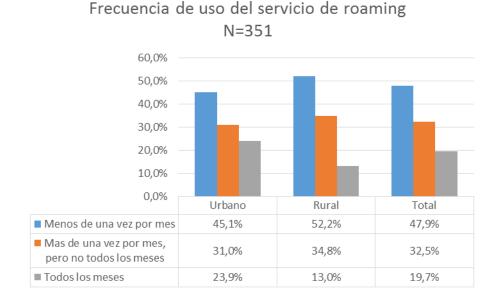
Tel. (506) 2283-1000, San José, Costa Rica



P67. ¿Con que frecuencia utiliza el servicio de roaming?

En cuanto a este servicio, las personas que lo utilizan centran su frecuencia de uso en menos de una vez por mes, aunque el 19,7% indica usarlo de forma mensual.

Gráfico 75. Distribución de frecuencias del uso del servicio de roaming, por zona



Conclusiones del apartado de Internet móvil

- Como parte del estudio se indagó en la población sobre quienes contaban con el servicio de Internet móvil,. Se identificó que el 85% de la población cuenta con el servicio, siendo el ICE el proveedor del 73% de los usuarios que lo manejan.
- ➤ La empresa Movistar cuenta con el 17% de los usuarios y Claro con un 10%.
- ➤ A diferencia del Internet fijo donde únicamente el 33% de los usuarios desconocían la velocidad del servicio, en el caso del Internet móvil el porcentaje de desconocimiento es del 59%.



- ➤ El presente servicio es contratado en el 99,5% de los casos de forma combinada, un porcentaje de un 0,5% indica tenerlo solo como plan de datos (15 casos).
- ➤ El Internet móvil cuenta con una frecuencia de uso diario del 80,6%. Los principales usos del servicio se detallan a continuación: mensajería instantánea 88,0%, redes sociales 52,8%, trabajo 43,2%, entretenimiento 40,1% y estudio 29,1%.
- ➤ En cuanto a los principales problemas que tiene la población usuaria del servicio de Internet móvil, la baja velocidad y la baja cobertura son los protagonistas (34,7% y 28,3%); la población que indica no tener ningún problema es únicamente el 33%.
- ➤ En el apartado de telefonía internacional, se valoró el servicio de roaming, se logró identificar que únicamente el 10% de la población ha utilizado el servicio, con una frecuencia de una vez por mes en la mayoría de los casos.



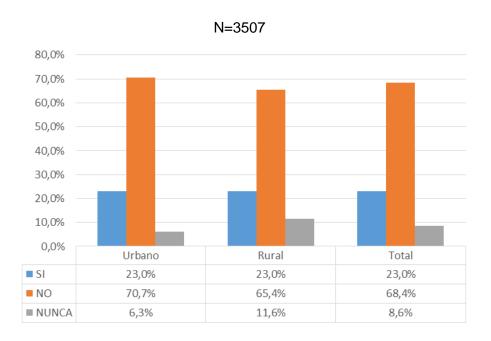
Apartado 5: Telefonía Internacional

A continuación presentaremos el resultado de las variables consideradas en el apartado de telefonía internacional:

P68. ¿En los últimos tres meses ha realizado usted llamadas internacionales?

El 23,0% de los entrevistados indican haber realizado llamadas internacionales en los últimos tres meses siendo este comportamiento muy similar por zonas. Un 8,6% indican

Gráfico 76. Distribución de frecuencias del uso del servicio de telefonía internacional, por zona nunca haberlas realizado.

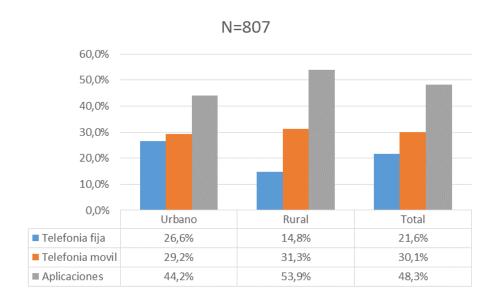




P69. ¿Qué medio tecnológico prefiere usar al realizar llamadas internacionales?

Las aplicaciones son utilizadas por el 48,3% de los usuarios del servicio de telefonía internacional, seguido por la telefonía móvil (30,1%) y la telefonía fija (21,6%).

Gráfico 77. Distribución de frecuencias del medio tecnológico de preferencia para las llamadas internacionales, por zona

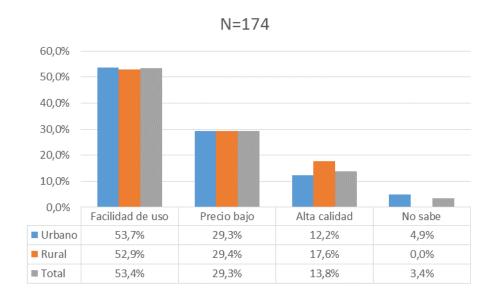


P70. ¿Por cuál razón seleccionó el medio anterior?

En el caso de la telefonía fija el 53,4% indica que es por la facilidad de uso, el 29,3% indica que es el precio bajo el motivo de selección y el 13,8% hace referencia a la alta calidad.



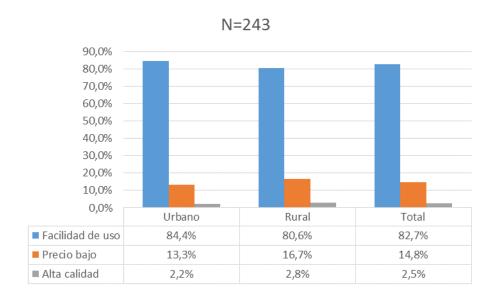
Gráfico 78. Distribución de frecuencias de la razón de escogencia de la telefonía fija como medio para realizar las llamadas internacionales, por zona



En el caso de la telefonía móvil como medio para realizar llamadas internacionales el 82,7% indica que es por la facilidad de uso, el 14,8% indica que es el precio bajo el motivo de selección y un 2,5% hace referencia a la alta calidad.



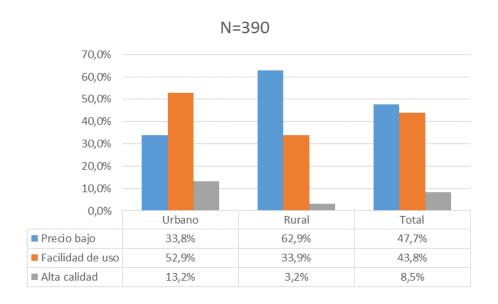
Gráfico 79. Distribución de frecuencias de la razón de escogencia de la telefonía móvil como medio para realizar las llamadas internacionales, por zona



En el caso de las aplicaciones como medio para realizar llamadas internacionales el 47,7% indica que el precio bajo es el principal factor de elección, seguido por la facilidad de uso en el 43,8% de los casos; la alta calidad únicamente es indicado por un 8,5% de los usuarios.



Gráfico 80. Distribución de frecuencias de la razón de escogencia de las aplicaciones como medio para realizar las llamadas internacionales, por zona

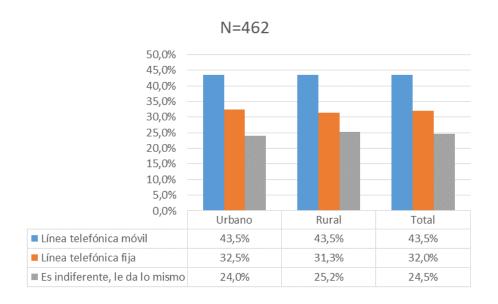


P71. ¿Si tuviera que realizar una llamada que medio utilizaría?

Se consultó a los entrevistados que han realizado llamadas internacionales en los últimos tres meses, qué medio (móvil o fijo) utilizarían si necesitaran realizar una llamada el día de hoy. En este supuesto el 43,5% indicó que utilizaría la línea telefónica móvil, un 32,0% indicó que utilizaría una línea telefónica fija; se rescata que al 24,5% de esta población le es indiferente el tipo de línea a utilizar.



Gráfico 81. Distribución de frecuencias del medio que utilizaría al día de hoy para realizar llamadas internacionales, por zona

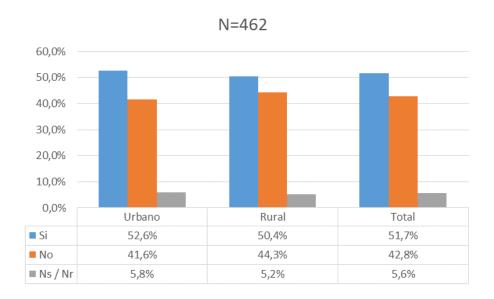


P72. Para realizar llamadas internacionales, ¿Usted cree que el teléfono fijo le brinda el mismo servicio que el teléfono móvil?

Para el 51,7% de los entrevistados usuarios de llamadas internacionales, el teléfono fijo le brinda el mismo tipo de servicio que el teléfono móvil.



Gráfico 82. Distribución de frecuencias de la consulta de si el teléfono fijo brinda el mismo servicio que el teléfono móvil para realizar llamadas internacionales, por zona

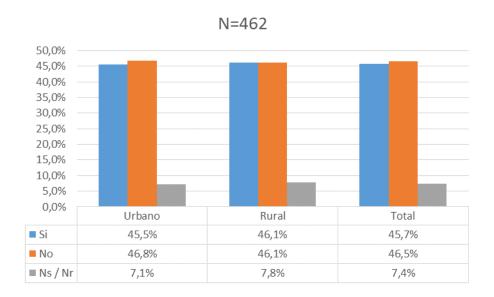


P73. ¿Usted cree que las aplicaciones web le brindan el mismo servicio que el teléfono fijo o móvil?

Las aplicaciones web brindan el mismo tipo de servicio que las líneas telefónicas fijas o móviles para el 45,7% de los entrevistados usuarios del servicio.



Gráfico 83. Distribución de frecuencias de la consulta de las aplicaciones web le brindan el mismo servicio que el teléfono móvil o fijo para realizar llamadas internacionales, por zona

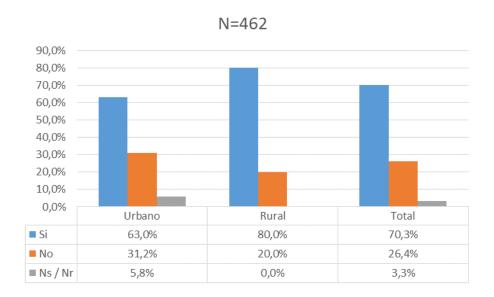


P74. ¿Ha utilizado aplicaciones? ¿Cuáles?

El 70,3% de los entrevistados usuarios de telefonía internacional indican que han utilizado aplicaciones web para realizarlas.



Gráfico 84. Distribución de frecuencias el uso de aplicaciones para realizar llamadas internacionales, por zona

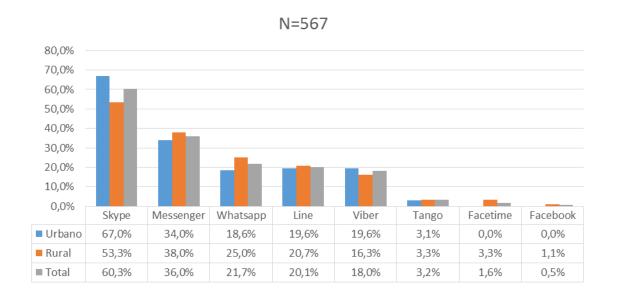


P74. ¿Ha utilizado aplicaciones? ¿Cuáles?

Las aplicaciones más utilizadas son Skype (60,3%), Messenger (36,0%), WhatsApp (21,7%), Line (20,1%), Viber (18,0%), Tango (3,2%), Facetime (1,6%) y Facebook (0,5).



Gráfico 85. Distribución de frecuencias de las aplicaciones que utiliza para realizar llamadas internacionales, por zona



Conclusiones del apartado de Telefonía Internacional

- ➤ El 23% de los entrevistados ha usado la telefonía internacional en los últimos tres meses. De este porcentaje ha realizado las llamadas por medio de aplicaciones en el 48,3% de los casos, teléfono móvil en 30,1% y teléfono fijo el 21,6%.
- ➤ Las aplicaciones son seleccionadas como medio favorito por el precio y la facilidad (47,7% y 43,8%).
- Si al momento de la realización de la entrevista los usuarios de llamadas internacionales tuvieran la necesidad de elegir un medio al 24,5% le es indiferente elegir entre la telefonía fija y la móvil.
- ➤ El 51,7% indica que es igual la telefonía fija y la móvil para realizar llamadas internacionales. En el caso de la comparación entre las telefonías fija y móvil y las aplicaciones el 45,7% indica que es el mismo.



>	El 70,3% ha utilizado aplicaciones, la más usada es Skype que es usada por el 60,3% de la población usuaria de aplicaciones para las llamadas internacionales.

ICCSA
INVESTIGACION DE MERCADOS
desde 1997

Apartado 6: Sustituibilidad del servicio de Internet

Con el propósito de dar respuesta al objetivo principal del estudio, se presenta el siguiente

apartado de sustituibilidad, donde analizaremos tanto la población total del estudio, como

la población usuaria de ambos servicios.

Definimos un segmento de usuarios que cuentan tanto con Internet fijo, como móvil; este

segmento está conformado por 2.892 casos.

Para analizar el comportamiento de este segmento en cuanto a la sustituibilidad del

servicio de Internet, es vital indicar que únicamente para el 23% de ellos el Internet fijo le

brinda el mismo servicio que el móvil y viceversa; estos usuarios indican que ambos

servicios tienen la misma calidad (el 74% de los casos que conforman el 23%); sin

embargo en cuanto a los motivos de por qué no brindan el mismo servicio, las razones

indicadas son direccionadas a la razón de ser de cada uno de ellos (movilidad, estabilidad

del servicio fijo, problemas de cobertura, etc.).

Un hallazgo importante es que al consultar sobre qué pasaría al existir un alza en el

servicio, en ambos casos tanto de Internet fijo como móvil, en más de un 62% indican que

mantendrían el servicio.

Estos usuarios de ambos servicios de Internet, valoran las particularidades de los

servicios, están claros de que no son servicios iguales (77%), sin embargo los

complementan, logrando con esto, que pese a presentar un escenario de incremento

significativo del costo se mantendrían con los servicios.

Sin embargo cabe rescatar que únicamente el 33% de la población cuenta con Internet fijo

en el hogar, en cambio los usuarios de Internet móvil están creciendo cada día más.



Como podemos observar, se trata de hombres y mujeres asalariados, con edades entre los 27 y 35 años, los cuales cuentan con la secundaria completa y que son vecinos del GAM en su mayoría.

ICCSA
INVESTIGACION DE MERCADOS
desde 1997

Apartado 7: Sustituibilidad del servicio de Telefonía

Se definió un segmento de usuarios los cuales cuentan tanto con telefonía fija, como móvil; este segmento está conformado por 2.361 casos.

Para analizar el comportamiento de este segmento en cuanto a la sustituibilidad del servicio de telefonía, es importante destacar que para cerca del 40% el servicio es el mismo, situación que evidencia que la funcionalidad del servicio (pese a las limitaciones propias del tipo de tecnología fija o móvil) tiene relevancia para la población.

Los entrevistados que cuentan con ambos servicios de telefonía identifican la calidad como principal fortaleza (75%) y en segundo plano la funcionalidad (53%).

Un elemento importante a valorar es que ante el escenario de incremento de un 10% en las tarifas, existe un 27% de estos usuarios de telefonía que indican que si dejarían la telefonía fija y se quedarían con la móvil.

Dados los panoramas analizados, de la migración de un 20% de la población de telefonía fija a móvil y el 27% que indican que si aumenta el precio dejarían la línea fija podemos observar una tendencia claramente establecida hacia la migración del servicio de fijo a móvil.

Los usuarios de ambas tecnologías de telefonía se encuentran en los siguientes segmentos:



Conclusiones generales

- ➤ En el presente estudio, dada la condición de selección de muestra todos los hogares entrevistados contaban con el servicio de Internet fijo, el tipo de servicio que predominaba entre los entrevistados es el Fijo ADSL, donde el 48% de los hogares contaban con el servicio del ICE.
- ➤ En el caso de los servicios tipo Cable Modem, predominan los operadores Tigo (20,9%), Cabletica (11,4%) y Telecable (6,6%).
- ➤ La velocidad del servicio de Internet fijo en los hogares no es conocida por el 33% de los entrevistados.
- Las velocidades más destacadas son la de 2 megas (21,7%), la de 1 mega (14,5%) y la de 3 megas (11,4%).
- ➤ La forma de manejar el servicio en los hogares costarricenses se inclina hacia la compra paquetizada del servicio, el 83% de los usuarios lo manejan combinado con otros servicios. El doble play (Internet y telefonía / Internet y cable) es manejado por el 76% de los usuarios entrevistados. Únicamente el 16.6% maneja el servicio de forma independiente.
- ➤ De la población entrevistada, únicamente un 5,5% indican no usar el servicio; esta población se concentra en los rangos de edad superiores a los 46 años.
- ➤ El uso diario del servicio está concentrado en cerca del 90% de la población, los principales usos del servicio son mensajería instantánea (67,4%), entretenimiento (65,0%), redes sociales (63,7%), trabajo (62,4%) y estudio con un 54,7%).

ICCSA
INVESTIGACION DE MERCADOS
desde 1997

- ➤ En cuanto al principal problema que indica la población usuaria del servicio de Internet, predomina la baja velocidad del servicio (41%), sin embargo con el alto porcentaje de desconocimiento de la velocidad que tienen contratada en el hogar, la percepción de velocidad es muy relativa.
- ➤ El 47% de la población indica no tener ningún problema con el servicio de Internet fijo.
- ➤ En cuanto a la telefonía fija el 69% de la población entrevistada cuenta con ese servicio, el 20% ha tenido el servicio anteriormente y lo han eliminado en su mayoría por contar con una línea celular que satisface sus necesidades de comunicación.
- ➤ La línea telefónica tradicional sigue liderando el mercado, posicionando al ICE como el proveedor del 90% de las líneas fijas en el país.
- ➤ En cuanto a la forma de contratar el servicio, el 40% de la población que lo contrata de forma independiente, el restante 60% se compone del 50% que lo combina con el servicio de Internet y un 10% que lo combina con Telefonía, Internet y cable.
- ➤ En cuanto al uso del servicio de telefonía fija en el hogar, cerca del 81% de la población indica que es exclusivamente para llamadas a amigos o familiares.
- ➤ El 98% de los usuarios cuentan con el servicio de telefonía móvil, únicamente 1,2% de la población no lo tiene en este momento.
- El motivo de no tenencia del servicio es que no lo necesitan.

ICCSA
INVESTIGACION DE MERCADOS
desde 1997

- ➤ Los entrevistados cuentan con líneas prepago en el 53,7% de los casos y el 46,3% cuentan con líneas postpago.
- ➤ El ICE kolbi lidera el mercado nacional, ya que cuenta con el 73,7% de los usuarios, las empresas Movistar y Claro se abren mercado en el país, actualmente cuentan con el 16,7% y un 9,5% respectivamente.
- ➤ El 86,5% de los usuarios entrevistados contratan el servicio combinado con Internet, no obstante el 13,5% de los usuarios contratan el servicio únicamente con telefonía y SMS.
- ➤ De acuerdo al estudio realizado el uso de la telefonía móvil predomina el uso para realizar llamadas a amigos o familiares con el 74,2% y el 21,4% de los usuarios lo utilizan para gestiones laborales.
- ➤ El 37% de los usuarios entrevistados indican que la telefonía móvil les brinda el mismo servicio que la telefonía fija, de acuerdo a los mismos el 73,9% indican que la calidad del servicio es la misma, a su vez cerca del 13% indican que se debe al factor precio y a que la señal celular es buena, en cada casos.
- Con respecto a los usuarios entrevistados los cuales indican que la telefonía móvil no les brinda el mismo tipo de servicio que la telefonía fija, el 44,4% indican que el motivo es por la movilidad del servicio.
- ➤ Como parte del estudio se indago en la población sobre quienes contaban con el servicio de Internet móvil, identificamos que el 85% de la población cuenta con el servicio, siendo el ICE el proveedor del 73% de los usuarios que lo manejan.
- La empresa Movistar cuenta con el 17% de los usuarios y Claro con un 10%.



- ➤ A diferencia del Internet fijo donde únicamente el 33% de los usuarios desconocían la velocidad del servicio, en el caso del Internet móvil el porcentaje de desconocimiento es del 59%.
- ➤ El presente servicio es contratado en el 99,5% de los casos de forma combinada, un porcentaje de un 0,5% indica tenerlo solo como plan de datos (15 casos).
- ➤ El Internet móvil cuenta con una frecuencia de uso diario del 80,6%, los principales usos del servicio se detallan a continuación: mensajería instantánea 88,0%, redes sociales 52,8%, trabajo 43,2%, entretenimiento 40,1% y estudio 29,1%.
- ➤ En cuanto a los principales problemas que tiene la población usuaria del servicio de Internet móvil, la baja velocidad y la baja cobertura son los protagonistas (34,7% y 28,3%); la población que indica no tener ningún problema es únicamente el 33%.
- ➤ En el apartado de telefonía internacional, se valoró el servicio de roaming, se logró identificar que únicamente el 10% de la población ha utilizado el servicio, con una frecuencia de una vez por mes en la mayoría de los casos.
- ➤ El 23% de los entrevistados ha usado la telefonía internacional en los últimos tres meses, de este porcentaje ha realizado las llamadas por medio de aplicaciones en el 48,3% de los casos, teléfono móvil en 30,1% y teléfono fijo el 21,6%.
- Las aplicaciones son seleccionadas como medio favorito por el precio y la facilidad (47,7% y 43,8%).
- ➤ Si al momento de la realización de la entrevista los usuarios de llamadas internacionales tuvieran la necesidad de elegir un medio al 24,5% le es indiferente elegir entre la telefonía fija y la móvil.



- ➤ El 51,7% indica que es igual la telefonía fija y la móvil para realizar llamadas internacionales, en el caso de la comparación entre las telefonías fija y móvil y las aplicaciones el 45,7% indica que es el mismo.
- ➤ El 70,3% ha utilizado aplicaciones, la más usada es Skype que es usada por el 60,3% de la población usuaria de aplicaciones para las llamadas internacionales.
- ➤ El grupo de usuarios que utilizan el Internet fijo y el Internet móvil indican que Internet fijo les brinda el mismo servicio que el móvil y viceversa en el 23% de los casos; estos usuarios indican que ambos servicios tienen la misma calidad (el 74% de los casos que conforman el 23%); sin embargo en cuanto a los motivos de porque no brindan el mismo servicio, las razones indicadas son direccionadas a la razón de ser de cada uno de ellos (movilidad, estabilidad del servicio fijo, problemas de cobertura, etc.).
- De existir un alza en el servicio, en ambos casos tanto fijo como móvil, en más de un 62% indican que mantendrían el servicio.
- ➤ Los usuarios de ambos servicios de Internet, valoran las particularidades de los servicios, están claros de que no son servicios iguales (77%), sin embargo los complementan, logrando con esto, que pese a presentar un escenario de incremento significativo del costo se mantendrían con los servicios.
- ➤ El 33% de la población cuenta con Internet fijo en el hogar, en cambio los usuarios de Internet móvil están creciendo cada día más.
- ➤ En los usuarios que utilizan el servicio de telefonía fija y móvil indica, que para cerca del 40% el servicio es el mismo, situación que evidencia que la funcionalidad



del servicio (pese a las limitaciones propias del tipo de tecnología fija o móvil) tiene relevancia para la población.

- ➤ Los entrevistados que cuentan con ambos servicios de telefonía identifican la calidad como principal Fortaleza (75%) y en segundo plano la funcionalidad (53%).
- Ante el escenario de incremento de un 10% en las tarifas, existe un 27% de estos usuarios de telefonía que indican que si dejarían la telefonía fija y se quedarían con la móvil.
- Dados los panoramas analizados, de la migración de un 20% de la población de telefonía fija a móvil y el 27% que indican que si aumenta de precio dejarían la línea fija podemos observar una tendencia claramente establecida hacia la migración del servicio de fijo a móvil.
- ➤ En los usuarios de las llamadas internacionales se nota que las aplicaciones web son utilizadas por el 70% de los usuarios del servicio por facilidad y economía.