



IX Encuesta de Acceso y Usos de Internet

- Informe Final -

Preparado para:

Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile



Diciembre de 2017

Índice

1	Resumen ejecutivo y recomendaciones.....	2
2	Antecedentes.....	5
2.1	Objetivos del estudio	8
2.1.1	Objetivo General.....	8
2.1.2	Objetivos específicos.....	8
3	Diseño Metodológico	9
3.1	Ficha técnica del estudio.....	9
3.2	Distribución de la muestra	10
3.3	Factores de expansión.....	10
4	Acceso a Internet.....	12
4.1	Hogares con internet.....	15
4.1.1	Tecnología y dispositivos de acceso a internet.....	15
4.1.2	Tenencia de Banda Ancha Fija	22
4.2	Hogares sin acceso a internet	24
5	Usos de Internet	30
5.1	Uso de computador personal.....	30
5.2	Uso de internet en el hogar y fuera del hogar	34
5.3	Actividades de uso de Internet	40
5.4	Razones de no uso de Internet.	46
5.5	Redes sociales y aplicaciones de dispositivos móviles.....	48
6	Problemas y cuidado en acceso y uso de internet	52
7	Anexos	55
7.1	Caracterización de las unidades muestrales	55
7.1.1	Caracterización de los hogares	55
7.1.2	Características de los encuestados para módulos de acceso y usos de internet.....	58
7.2	Modalidades de pago de internet.....	59
7.3	Comunas seleccionadas para la medición.....	61
7.4	Material Utilizado en la medición	62

1 Resumen ejecutivo y recomendaciones

El presente informe de la IX Encuesta de Acceso y Usos de Internet 2017, presenta los principales resultados del estudio realizado entre los días 07 de septiembre y 29 de octubre del presente año, y que ha logrado el levantamiento del 100% de la muestra propuesta (n=3.600), con representación de todas las regiones del país, tanto en hogares de zonas urbanas como rurales.

En consideración de que los objetivos centrales del estudio han sido la medición de: (1) la proporción de los hogares que declara un acceso propio y pagado a internet, y (2) la proporción de las personas de 16 años o más que declara usar internet y la descripción de los usos que le da a internet, el presente resumen ejecutivo de este informe indica los principales resultados obtenidos en relación con estos objetivos principales, y se enfoca en la identificación de brechas, sus causas y recomendaciones para la generación de planes de acción que ayuden a disminuirlas.

ACCESO A INTERNET

El porcentaje de hogares que declara tener acceso propio y pagado a internet llega al 87,4% de los hogares a nivel total.

El 87,4% de los hogares que declaran tener acceso propio y pagado a internet, se descompone en:

- Hogares que sólo tienen conexiones móviles: 29,6% [pasa a ser el principal modo de acceso a Internet en los hogares]
- Hogares que sólo tienen conexiones fijas: 28,9%.
- Hogares que tienen tanto conexiones fijas como móviles: 27,2%

Dando cuenta de la importancia que ha tenido el desarrollo de la oferta de servicios móviles en el aumento del acceso a internet, especialmente en zonas rurales.

Respecto de las brechas de acceso a internet en el hogar, ha sido posible identificar un conjunto de variables relevantes que inciden en la generación de diferentes niveles de acceso en la población.

- **Factor generacional:** Identificando 4 tipologías de familias con diferentes niveles de acceso:

Tabla 1 Composición de hogares encuestados y acceso a Internet de cada segmento.
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Tipo de hogar según composición familiar	% de los Hogares	% de Acceso
Sólo adultos y pre-escolares	3,7%	89,1%
Con hijos en edad escolar u técnica/universitaria	55,2%	94,0%
Sólo adultos o mayores*	27,5%	90,0%
Sólo mayores	13,6%	54,6%

Considerando que los hogares sólo con personas de 65 años o más es “Sólo Mayores”. Hogares con personas de 25 años o más [En caso de que haya personas de 65 años o más, está acompañado por un adulto que tiene entre 25 y 64 años] es “Sólo adultos o mayores”. Hogares con niños 0 a 4 años y adultos de 25 años o más es “Sólo adultos y pre-escolares. Y hogares con personas entre 5 a 24 años y adultos de 25 años o más es “Con hijos en edad escolar u técnica/universitaria”

- **Factor geográfico:** El acceso a internet es de un 89,1% en hogares de zonas urbanas y de un 76,7% en zonas rurales. Si bien se mantiene una diferencia relevante de acceso dependiendo de las zonas (urbano vs Rural), esta brecha se ve disminuida en la presente medición.
- **Factor económico:** Toda vez que el acceso a internet muestra diferencias según quintiles de ingreso, lo que, analizado en conjunto con el factor generacional, devela claramente las brechas más relevantes de acceso.

Tabla 2 Acceso a Internet de cada segmento de hogar según quintiles y grupo familiar.
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

% Sí tiene acceso a internet en el hogar	TOTAL	Sólo adultos y pre-escolares	Con hijos en edad de estudios	Sólo adultos o mayores	Sólo mayores
Q1	84,5%	65,1%	90,2%	76,1%	34,2%
Q2	82,4%	82,0%	93,9%	81,6%	22,8%
Q3	84,0%	95,6%	95,1%	77,1%	46,1%
Q4	92,6%	100,0%	98,8%	93,7%	71,9%
Q5	91,5%	100,0%	97,0%	95,2%	70,8%
TOTAL	87,4%	89,1%	94,0%	90,0%	54,6%

Con todos estos antecedentes, se recomienda la FOCALIZACIÓN de las acciones que permitan el mayor acceso a internet propio en zonas rurales, de primeros 3 quintiles de ingresos y con especial atención en la EDUCACIÓN respecto del uso de dispositivos digitales, toda vez que las familias con una mayor brecha de acceso, requieren un apoyo adicional que aumente su disposición a acceder a internet.

USO DE INTERNET

El porcentaje de encuestados de 16 años o más que declara haber usado alguna vez internet, llega al 85,1%, manteniendo prácticamente su valor respecto de 2016 (85,6%).

En este sentido, claramente las mayores brechas de uso de internet provienen de factores **generacionales y económicos**, toda vez que el uso de internet en personas de 60 años o más según quintil de ingresos es el siguiente:

- Quintil 1: 24,5%
- Quintil 2: 27,7%
- Quintil 3: 40,1%
- Quintil 4: 69,0%
- Quintil 5: 64,1%

Entre los usuarios, la frecuencia de uso mantiene una tendencia creciente, llegando a un 92,2% que declara un uso diario de internet, aumentando respecto de lo observado en 2016 (89,2%).

De las actividades realizadas en Internet, en general no se identifican grandes cambios respecto de lo observado en la encuesta pasada, sin embargo, en esta medición, ha sido posible identificar a 4 tipologías o perfiles de usuarios, de acuerdo a las actividades que señalan realizar en internet, con los siguientes tamaños en la población de 16 años o más:

- Usuario integral de internet: 45,3%
- Usuario recreativo y social: 15,0%
- Usuario eminentemente social: 27,5%
- Usuario informativo: 12,2%

En este sentido, los segmentos con mayor brecha de uso (mayores de 60 años, de cuartiles 1 y 2), se asemejan más a los usuarios “Eminentemente sociales e informativos”, con ello es posible identificar los usos potencialmente más atractivos para estos segmentos y que los pueden motivar a utilizar internet: MANTENER COMUNICACIÓN constante con familia y la conexión con la actualidad.

2 Antecedentes

La importancia estratégica de la infraestructura y los servicios de acceso a internet para el desarrollo de los países y las personas se está asumiendo con fuerza a nivel mundial, con diversas políticas de fomento al acceso y extensión de redes.

A nivel mundial, a final del 2017 se proyectaban 3.580 millones de personas conectadas a nivel mundial, lo cual corresponde al 48,0% de la población mundial. Además, se proyectaba un 41,3% de penetración del internet a nivel mundial, lo cual es 2,3% más alto que lo que se proyectó para el 2016. De estos usuarios, el 94% posee acceso a red 2G, el 76% acceso a 3G y solamente el 43% de la población mundial tiene acceso a conexión 4G. Al separar el dato de penetración de internet a nivel mundial [48,0%] por continente, se tiene que para América es 65,9%, para Comunidad de Estados Independientes (CIS) 67,7% y para Europa 79,6%. En cuanto al uso del Internet, se tiene que un 8,1% de población en América no usa Internet, siendo más bajo solamente el 17,8% de África¹. Al hablar de conexión en banda ancha móvil en países de la OECD, según la institución en junio del 2016, Chile poseía un 61,5% de conexiones a banda ancha, lo cual es más bajo en comparación con el promedio mundial, que llega al 95% en la misma fecha, y ha ido en aumento al 2017, con 1,21 millones de suscripciones de una población de 1,27 millones a nivel mundial.

Chile, es un país con mayores avances que el promedio mundial en el uso de Internet (mayor que el promedio de América y CIS), llegando a los niveles promedio de Europa en conexiones a Internet, aun así debe seguir progresando en el ámbito de Internet, potenciando la infraestructura de acceso a internet y fomentando las nuevas tecnologías para aumentar el uso de este servicio, y de esta forma entrar en el mundo digital y desarrollar nuevas oportunidades desde todo punto de vista para cada habitante de nuestro país. Este proceso de digitalización de la población debe ser liderado por la Subsecretaría de Telecomunicaciones.

En la actualidad, en el mercado de acceso de internet existe una amplia variedad de ofertas, las que tienen como principales atributos el precio, la “paquetización” con otros productos y la velocidad de conexión. Sin embargo, ninguna de esas variables entrega la información suficiente para la elaboración de políticas públicas por parte de la autoridad, las cuales implican la masificación de la conectividad en los hogares y la promoción del uso de internet entre los usuarios (inclusión digital).

No obstante, aún se observan importantes brechas para que los beneficios de la sociedad de información lleguen a todos los ciudadanos, no sólo en cobertura y acceso a los servicios, sino también a precios y calidad competitivos.

¹The State of Broadband: Catalyzing sustainable development. UNESCO. Septiembre 2017

A lo anterior, se agrega el hecho de que las necesidades de la sociedad de la información son crecientes en términos de infraestructura requerida. Esto se traduce en mayores requerimientos de ancho de banda en virtud de los millones de nuevos dispositivos que se conectan anualmente. Asimismo, se presentan nuevos modelos basados en la convergencia de servicios y plataformas disruptivas, bajo la presencia de internet en todo el quehacer humano, fenómeno denominado “Internet de todo” o “Internet de las cosas”.

En términos de penetración por habitante, a diciembre de 2016, Chile alcanzaba 88,2 accesos a Internet cada 100 habitantes, habiendo logrado el mayor crecimiento anual de los últimos 10 años en el 2016, con más de 3,1 millones de nuevas conexiones que corresponden principalmente a Smartphones vía 3G y 4G. Este panorama, aun siendo alentador, es insuficiente para la política chilena de conectividad de largo plazo, ello considerando que las tecnologías móviles, por restricciones técnicas inherentes, representan hoy menos del 15% del tráfico de internet a nivel total.

Considerando lo anterior, es necesario contar con información actualizada, de calidad y específica sobre todo lo relacionado con Internet, tanto de los prestadores de servicios, como de usuarios finales de éste. Todo esto con el fin de identificar las tendencias actuales con respecto a Internet, en acceso y uso, clarificar la brecha social que existe con este servicio, la disposición de pago de Internet por parte de los hogares y la competencia en TICs. De esta forma, se evalúan posibles escenarios futuros de demanda y permite el desarrollo de políticas públicas en el futuro, todo esto tanto para Internet fijo como para Internet móvil.

Como principal eje de análisis, es relevante disponer de información oportuna respecto de las principales barreras para la conectividad en los hogares y la valoración del servicio a través de la estimación de la disposición a pagar por el servicio de Internet.

En mérito de lo expuesto, ha sido necesario actualizar la aplicación del instrumento utilizado durante los años anteriores, a fin de contar con la información adecuada (precios, características e intensidad de usos, hábitos de acceso, requerimientos de ancho de banda según perfil de uso, disponibilidad de pago en los hogares desconectados, disposición y precio de bienes sustitutos y complementarios, entre otros) y con un análisis riguroso de ésta, posibilitando de este modo la toma de decisiones informadas por parte de la autoridad y junto a la industria, ajustar los incentivos para la inversión, tanto pública como privada, según la oportunidad que ofrece crecer hacia segmentos hasta hoy desconectados.

Para esta Novena Encuesta, a fin de avanzar en el desafío de la construcción de los conocimientos necesarios para la plena incorporación de Chile a la Sociedad de la Información, se requiere una cobertura nacional completa, es decir, lograr una muestra de las 15 regiones, tanto a nivel urbano como rural, a fin de tener representación nacional, con resultados tanto nacionales como regionales, para efectos de entregar datos, indicadores e información de penetración de los servicios de internet fija y móvil tanto a nivel de usuarios (personas) como de hogares.

Para poder lograr esto, se realizan 3.600 encuestas en sectores representativos urbanos y rurales de cada región, abarcando las 15 regiones y 104 comunas en total de Chile.

Este trabajo sigue la tendencia impulsada por varias autoridades reguladoras del mundo, quienes, junto con implementar decididos planes de conectividad de banda ancha en sus países, desarrollan periódicos estudios y encuestas para conocer las modalidades de acceso, los usos y las percepciones de beneficios de la banda ancha en los hogares e individuos.

Destacan las iniciativas del Regulador Inglés OFCOM, la Encuesta de Banda Ancha del regulador Australiano, la Encuesta PEW Internet de Estados Unidos y la Encuesta de la OEDC “The future of internet Economy: a statical profile”. Todas estas iniciativas y otras siguen o intentaron seguir la misma línea de disponer de información permanente sobre acceso, usos y definición de perfiles de usuarios que le estudio objeto de esta pública.

2.1 Objetivos del estudio

2.1.1 Objetivo General

Profundizar el análisis y la caracterización del servicio de acceso y uso de Internet en Chile (móvil y fija), a fin de reconocer las tendencias de uso y adopción de tecnologías de información entre los chilenos, tanto en localidades urbanas como rurales, por región, por segmentación socioeconómica, entre otras.

2.1.2 Objetivos específicos

1. Disponer de información actualizada acerca de la conectividad, uso, tipo de brecha digital, dispositivos en uso, tipo de internet contratada, entre otros datos, en los hogares urbanos y rurales, con resultados a nivel país, regionales, rurales y urbanos y por segmentación de ingreso o socioeconómica, entre otras. Se deben considerar, para las zonas urbanas y rurales, todas las regiones del país, además de la valoración del servicio de Internet, a través de la estimación de la disposición a pagar por él.
2. Establecer las características de la demanda por Internet en los hogares, en particular en relación con: Precio de bienes y/o servicios complementarios y sustitutos; gustos y preferencias de los usuarios, demanda potencial y otras variables críticas que inciden en la contratación del servicio de Internet en los hogares.
3. Definir y caracterizar perfiles de usuarios de acuerdo con condiciones de acceso y patrones de uso de internet, segmentados por rango social, geográfico, etario, escolaridad, ocupación, lugar de acceso a Internet, entre otros.
4. Realizar las comparaciones pertinentes y relevantes con las encuestas ejecutadas en años anteriores, validando comparabilidad, tendencias y consistencia de los resultados.
5. Identificar escenarios y evaluarlos económica y socialmente, además de contar con recomendaciones de iniciativas y medidas que permitan masificar el acceso a internet y la disminución de la brecha digital desde el punto de vista de inclusión.

3 Diseño Metodológico

Como se indica en los antecedentes, la encuesta de este año fue realizada con una cobertura nacional completa, representando a hogares de las 15 regiones, tanto a nivel urbano como rural, con las siguientes características metodológicas.

3.1 Ficha técnica del estudio

Tabla 3 Ficha técnica del estudio IX de acceso y uso de internet.
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Tipo de estudio	Estudio cuantitativo en hogares, con aplicación de cuestionario estructurado, compuesto en su mayoría por preguntas cerradas, con una duración promedio de 35 minutos.
Grupo Objetivo	<p>a) Hogares de las 15 regiones del país, de 104 comunas. (Sección de penetración de Internet a nivel hogar).</p> <p>b) Hombres y mujeres, de 16 años en adelante (Sección de caracterización de los usuarios y usos de Internet).</p>
Diseño Muestral	<p>Probabilístico, estratificado por región y zona urbano/rural, con selección polietápica:</p> <p>1.- Selección de manzanas en las comunas de más de 100 mil habitantes para la muestra urbana y de secciones en las zonas rurales de cada región.</p> <p>2.- Selección de hogares, en las manzanas y secciones seleccionadas, mediante salto sistemático.</p> <p>3.- Selección del entrevistado, al interior de los hogares seleccionados en la etapa previa, completando cuotas para asegurar representatividad de todos los tamos etarios.</p>
Aplicación	07 de septiembre al 29 de octubre del año 2017.
Formato de registro	Registro de encuestas mediante celulares tipo Smartphone o Tablet.
Ponderación	Los resultados del presente informe final corresponden a la base de datos supervisada final para análisis, considerando factores de expansión.

3.2 Distribución de la muestra

Se realizó un total de 3.600 encuestas, de las cuales 3.100 fueron realizadas en sectores urbanos y 500 en sectores rurales:

Tabla 4 Distribución de la muestra.
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula

REGIÓN	URBANO	RURAL	TOTAL
XV - De Arica y Parinacota	90	10	100
I - De Tarapacá	280	20	300
II - De Antofagasta	90	10	100
III - De Atacama	240	60	300
IV - De Coquimbo	315	35	350
V - De Valparaíso	240	60	300
XIII - Metropolitana	240	60	300
VI - Del Libertador Bernardo O'Higgins	295	55	350
VII - Del Maule	245	55	300
VIII - Del Bio-Bio	250	50	300
IX - De La Araucanía	80	20	100
X - De Los Lagos	90	10	100
XIV - De Los Ríos	465	35	500
XI - De Aisén	90	10	100
XII - De Magallanes	90	10	100
TOTAL	3.100	500	3.600

El error para la muestra urbana de 3.100 casos es de +1,8%, mientras que, para los 500 casos de la muestra rural, es de +4,4%.

3.3 Factores de expansión

Para obtener resultados expandidos a la población nacional que se está representando con la muestra, se llevó a cabo un procedimiento de cálculo de factores de expansión, el que fue diferenciado para las dos secciones de la encuesta (uno para el módulo sobre el hogar y otro para la sección de persona seleccionada para contestar la encuesta de usos de Internet).

El factor de expansión muestral se interpreta como la cantidad de personas en la población que representa una persona en la muestra, y se obtiene en función del diseño muestral planteado para la selección de los casos.

En el caso del cálculo del factor de expansión de hogares, se utilizó como base de cálculo la información de hogares del Pre-Censo de 2016, información proporcionada por el INE. Y en el caso de la población, se ha utilizado la información del Maestro Muestral de INE del Censo de viviendas de 2011 y su proyección de la población.

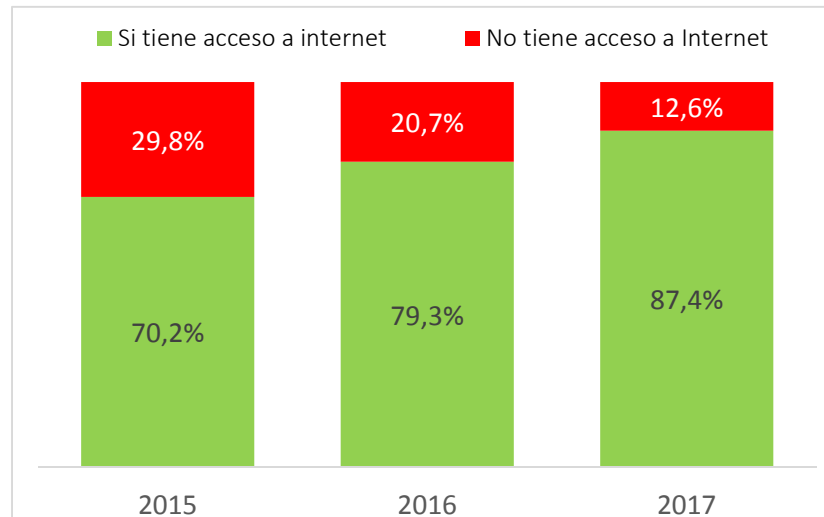
En la base de datos de la encuesta se entregan dos factores de expansión para el trabajo diferenciado de los módulos incluidos en el estudio.

4 Acceso a Internet

Un 87,4% de los hogares declara tener acceso propio y pagado a internet en el hogar, manteniendo una tendencia claramente creciente, como se puede observar en la siguiente gráfica.

Gráfico 1 Nivel de Acceso a Internet general. Pregunta P.5 El acceso a Internet puede ser con Internet fijo o móvil; vía computador; teléfono móvil o Smartphone; Tablet; TV o consola de juegos con acceso a Internet habilitado: ¿Los miembros de este hogar tienen acceso propio y pagado a Internet desde el hogar, sin importar si lo utilizan o no? – Base (n) = 3.600.

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula



El aumento en la declaración de acceso a internet propio y pagado en el hogar es transversal según zonas (ambas zonas muestran crecimientos relevantes), sin embargo, el aumento de la declaración de acceso es mayor en hogares de zonas rurales.

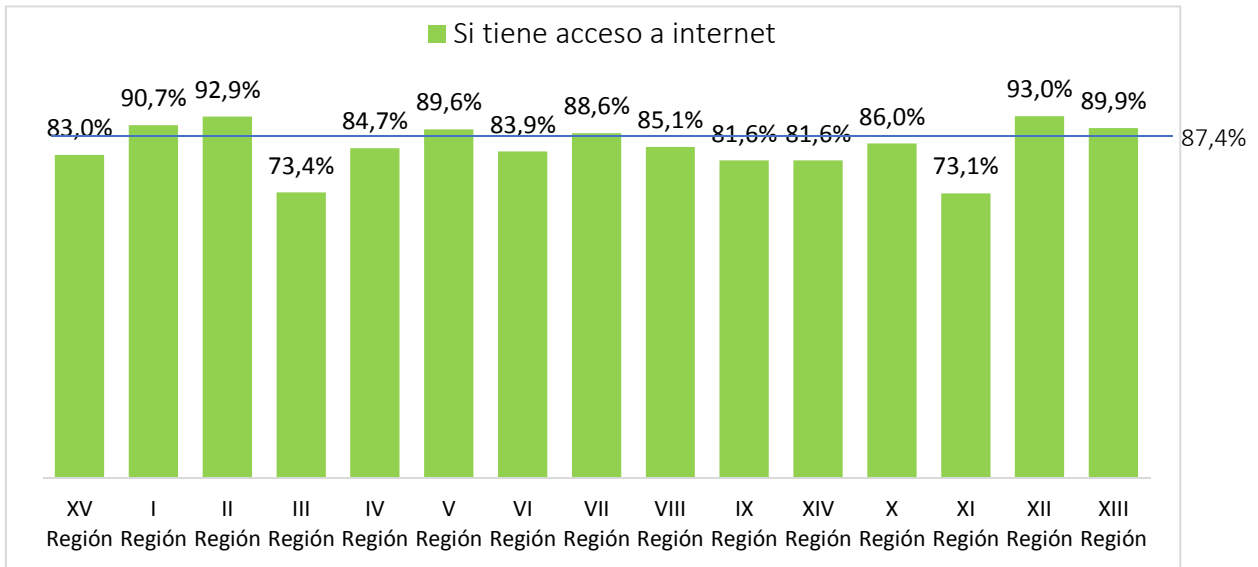
Tabla 5 Nivel de acceso a Internet por Zona. Pregunta P.5 – Base (n) = 3.600.

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

% Sí tiene acceso a internet en el hogar	URBANO	RURAL	TOTAL
2016	81,3%	66,4%	79,3%
2017	89,1%	76,7%	87,4%

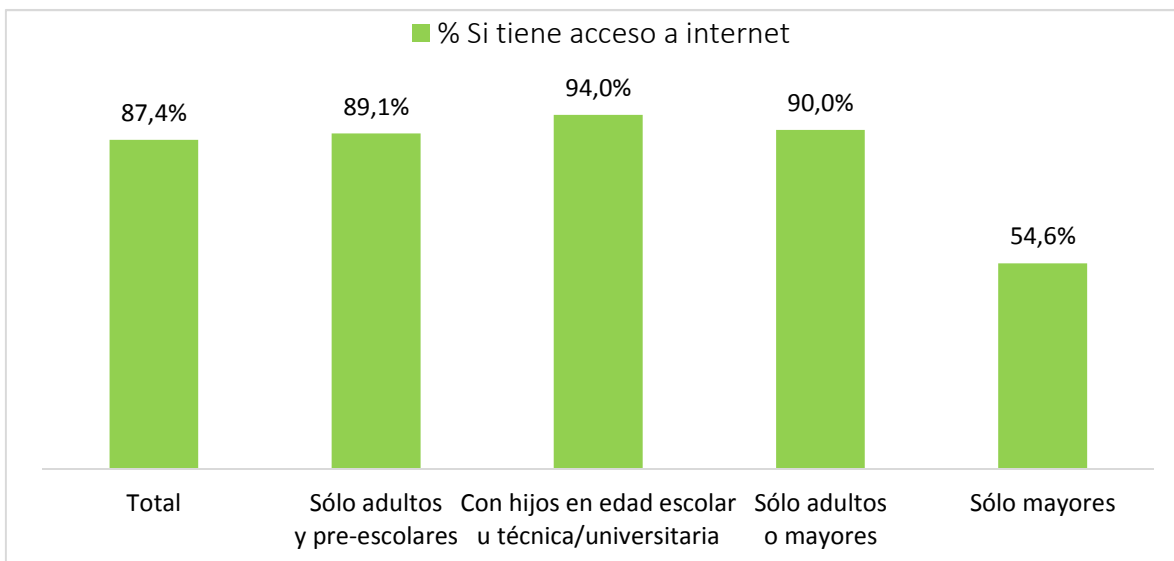
En términos generales, no se observan brechas muy relevantes al acceso según región. Las regiones con una menor declaración de acceso a internet en el hogar corresponden a la XI y III, con un 73,1% y 73,4% respectivamente.

Gráfico 2 Nivel de acceso a Internet por Región. Pregunta P.5 (n=300).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Por otra parte, el nivel de acceso a internet identifica una clara brecha según el tipo de grupo familiar encuestado. Mientras los hogares en los cuales hay niños o jóvenes en edad de estudios (5 a 24 años), el acceso llega a un 94%, los hogares compuestos exclusivamente por personas de 65 años o más, llegan a un 54,6% de acceso.

Gráfico 3 Nivel de acceso a Internet por tipo de grupo familiar. Pregunta P.5 (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



El análisis conjunto del acceso, según tipo de grupo familiar y quintiles de ingreso, deja en evidencia importantes brechas de acceso entre grupos de familias con hijos en edad de estudios de altos ingresos y familias compuestas únicamente por adultos de 65 años o más, de menos ingresos.

Tabla 6 Nivel de acceso a Internet por tipo de grupo familiar y cuartil de ingresos. Pregunta P.5 (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

% Sí tiene acceso a internet en el hogar	TOTAL	Sólo adultos y pre-escolares	Con hijos en edad de estudios	Sólo adultos o mayores	Sólo mayores
Q1	84,5%	65,1%	90,2%	76,1%	34,2%
Q2	82,4%	82,0%	93,9%	81,6%	22,8%
Q3	84,0%	95,6%	95,1%	77,1%	46,1%
Q4	92,6%	100,0%	98,8%	93,7%	71,9%
Q5	91,5%	100,0%	97,0%	95,2%	70,8%
TOTAL	87,4%	89,1%	94,0%	90,0%	54,6%

Lo anterior se hace evidente observando el acceso de familias compuestas sólo por personas de 65 años o más, de los 3 quintiles más bajos, 34,2%, 22,8% y 46,1% respectivamente.

4.1 Hogares con internet

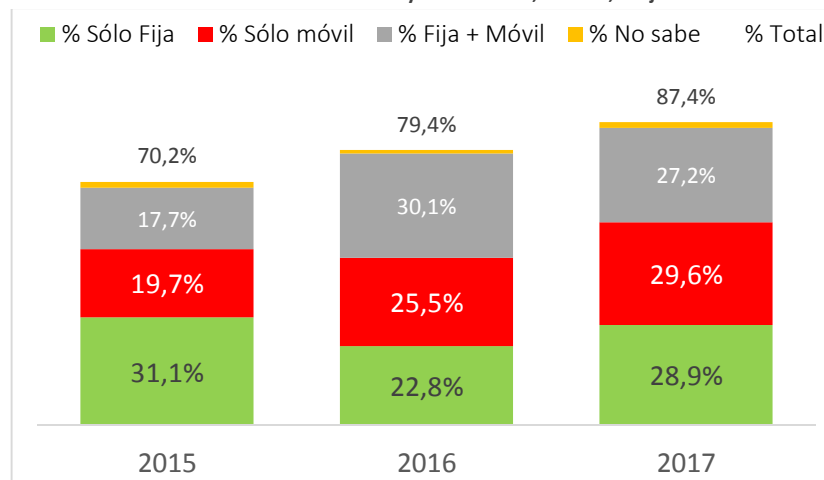
De los hogares que declara un acceso propio y pagado a internet en el hogar, un 98,9% declara que alguno de sus miembros cuenta con un teléfono móvil, indicando la existencia de un promedio de 2,9 aparatos en el hogar, en su mayoría del tipo Smartphone (2,6).

4.1.1 Tecnología y dispositivos de acceso a internet

La proporción de hogares que declara contar con un acceso propio y pagado a internet vía conexiones móviles mantiene su tasa creciente. Por otra parte, durante la última medición decrece la proporción de hogares que declara un acceso múltiple (fijo + móvil en el mismo hogar).

Gráfico 4 Pregunta P.7A ¿Dispone usted de alguna o algunas de las siguientes formas de acceso para conectarse desde su hogar? (n=3.600).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Del análisis por zona geográfica, se tiene que en la zona urbana tiene más presencia el conjunto de hogares que sólo tienen conexión fija, mientras que en las zonas rurales, el conjunto de hogares que sólo tienen móviles. El análisis conjunto, es que en zonas urbanas se tiene mayor cantidad de hogares con ambos tipos de conexiones.

Tabla 7 Pregunta P.7A ¿Dispone usted de alguna o algunas de las siguientes formas de acceso para conectarse desde su hogar? (n=3.600). Según Zona

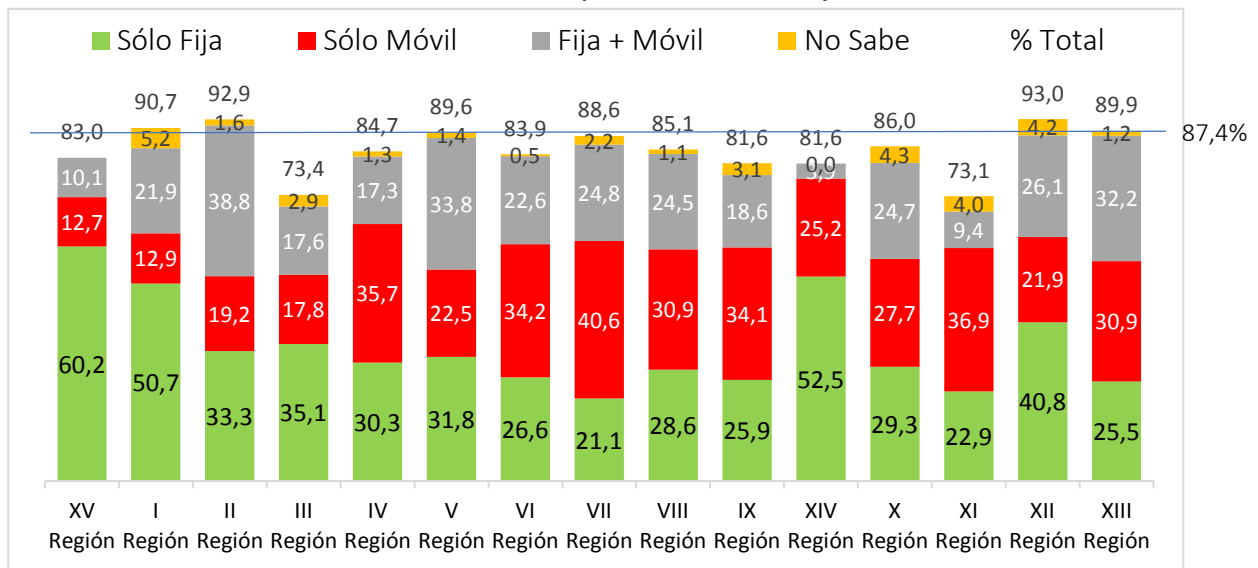
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

% Menciones	URBANO	RURAL	TOTAL
Sólo Fija	31,4%	13,7%	28,9%
Sólo Móvil	25,9%	52,8%	29,6%
Fija + Móvil	30,3%	7,7%	27,2%
No tiene acceso	10,9%	23,3%	12,6%
No Sabe	1,5%	2,4%	1,7%

Por región, aquellas que tienen más hogares sólo con conexión fija son la XV, XIV e I Regiones. Aquellas con más conexión sólo móvil son las regiones VII, XI, IV, VI e IX regiones. Y las II, V e XIII son las regiones con más hogares con conexiones de ambos tipos.

Gráfico 5 Pregunta P.7A ¿Dispone usted de alguna o algunas de las siguientes formas de acceso para conectarse desde su hogar? (n=3.600). Según región de Chile

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Del análisis por quintil de los tipos de conexiones para el acceso a Internet, se tiene que en los dos primeros quintiles predominan la conexión Sólo Fija y Sólo Móvil, y en los últimos tres quintiles predomina la combinación de ambos tipos de acceso. En especial el último quintil tiene más presencia de Sólo Fija.

Tabla 8 Pregunta P.7A ¿Dispone usted de alguna o algunas de las siguientes formas de acceso para conectarse desde su hogar? (n=3.600). Según Quintil de ingreso

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

% Menciones	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5	TOTAL
Sólo Fija	30,8%	27,2%	25,4%	28,1%	33,9%	28,9%
Sólo Móvil	37,6%	30,0%	27,1%	22,8%	20,2%	29,6%
Fija + Móvil	14,4%	23,8%	30,3%	40,5%	35,6%	27,2%
No tiene acceso	15,5%	17,6%	16,0%	7,4%	8,5%	12,6%
No Sabe	1,7%	1,4%	1,2%	1,3%	1,9%	1,7%

El análisis de la tecnología de acceso a Internet por quintil y composición familiar muestra que en familias con sólo integrantes mayores, el acceso aumenta a medida que el quintil es más alto. Las familias con hijos en edad de estudios son las que menos demuestran no tener acceso. En especial las familias con adultos y pre-escolares del quintil 5, son las que tienen 100% de acceso a Internet, principalmente mixto.

Tabla 9 Pregunta P.7A ¿Dispone usted de alguna o algunas de las siguientes formas de acceso para conectarse desde su hogar? (n=3.600). Según Quintil de ingreso y composición familiar.
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Quintil	Razón	TOTAL 2017	Sólo adultos y pre-escolares	Con hijos en edad de estudios	Sólo adultos o mayores	Sólo mayores
Quintil 1	Sólo Fija	30,8%	12,1%	32,4%	25,6%	25,6%
	Sólo Móvil	37,6%	44,1%	40,5%	33,2%	5,4%
	Fija + Móvil	14,4%	9,0%	31,6%	16,3%	3,2%
	No tiene acceso	15,5%	34,9%	9,8%	23,9%	65,8%
	No Sabe	1,7%	0,0%	2,0%	1,0%	0,0%
Quintil 2	Sólo Fija	27,2%	17,4%	27,6%	40,4%	9,7%
	Sólo Móvil	30,0%	55,8%	34,2%	25,5%	8,3%
	Fija + Móvil	23,8%	8,7%	31,6%	12,4%	1,0%
	No tiene acceso	17,6%	18,0%	6,1%	18,4%	77,2%
	No Sabe	1,4%	0,0%	0,5%	3,4%	3,9%
Quintil 3	Sólo Fija	25,4%	24,7%	27,3%	25,7%	17,8%
	Sólo Móvil	27,1%	35,4%	23,4%	37,8%	20,4%
	Fija + Móvil	30,3%	35,5%	43,4%	13,2%	3,8%
	No tiene acceso	16,0%	4,4%	4,9%	22,9%	53,9%
	No Sabe	1,2%	0,0%	0,9%	0,4%	4,0%
Quintil 4	Sólo Fija	28,1%	24,7%	32,6%	28,2%	17,7%
	Sólo Móvil	22,8%	17,0%	18,3%	27,8%	23,5%
	Fija + Móvil	40,5%	58,2%	47,9%	36,1%	26,4%
	No tiene acceso	7,4%	0,0%	1,2%	6,3%	28,1%
	No Sabe	1,3%	0,0%	0,0%	1,6%	4,3%
Quintil 5	Sólo Fija	33,9%	9,8%	41,0%	30,4%	34,4%
	Sólo Móvil	20,2%	0,0%	11,6%	28,1%	11,8%
	Fija + Móvil	35,6%	90,2%	44,4%	35,1%	18,6%
	No tiene acceso	8,5%	0,0%	3,0%	4,8%	29,2%
	No Sabe	1,9%	0,0%	0,0%	1,6%	5,9%

Si bien la Banda Ancha Fija sigue siendo el principal tipo de conexión (entre quienes declaran contar con un acceso propio y pagado a internet en el hogar), con un 63,0% de las menciones, los hogares que declaran contar con internet móvil le siguen de cerca con un 56,6% de las menciones, llegando a ser el principal tipo de acceso a internet el de sectores rurales del país.

Tabla 10 Pregunta P.7A ¿Dispone usted de alguna o algunas de las siguientes formas de acceso para conectarse desde su hogar? (n=3.113).

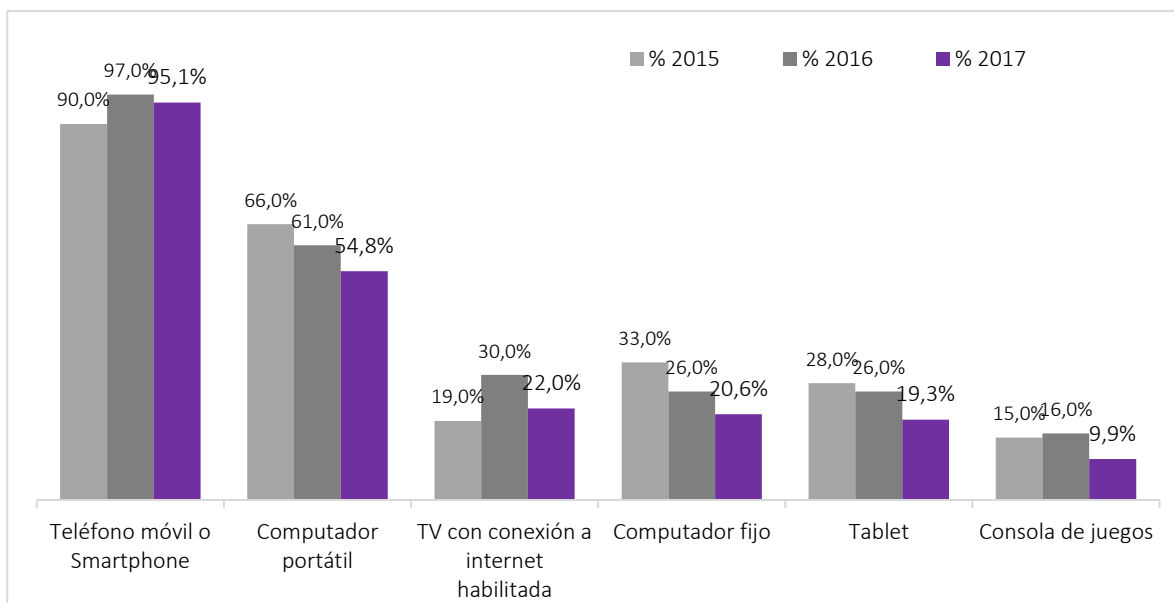
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

% Sí tiene acceso a internet en el hogar	URBANO	RURAL	TOTAL
Banda ancha fija [ADSL / cable modem / fibra óptica]	68,1%	26,3%	63,0%
Banda ancha móvil [BAM]	10,9%	16,2%	11,5%
Internet móvil con plan o bolsa de gigas/megas de un teléfono móvil [Smartphone]	54,9%	68,9%	56,6%
Internet móvil con plan o bolsa de gigas/megas de un tablet	3,0%	2,4%	2,9%
Conexión satelital	1,5%	2,1%	1,5%
No sabe el tipo de conexión	1,7%	3,2%	1,9%

Los dispositivos utilizados para el acceso a internet en el hogar muestran algunas variaciones interesantes respecto de las mediciones anteriores, consolidándose el teléfono móvil o Smartphone, como el principal dispositivo, seguido desde lejos por el computador portátil, que tiende a disminuir junto con el uso de Tablet y computador fijo.

Gráfico 6 Pregunta P.6.2 ¿Cuál o cuáles de estos dispositivos o equipos utilizan los miembros de este hogar para acceder a Internet desde el hogar? (n=3.113).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



En general, hay más menciones de dispositivos de acceso a internet en la zona urbana.

Tabla 11 Pregunta P.6.2¿Cuál o cuáles de estos dispositivos o equipos utilizan los miembros de este hogar para acceder a Internet desde el hogar? (n=3.113).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

% Menciones	URBANO	RURAL	TOTAL
Teléfono móvil o Smartphone	95,2%	94,4%	95,1%
Computador Portátil	56,7%	41,7%	54,8%
TV con conexión a internet habilitada	23,7%	9,4%	22,0%
Computador Fijo	22,0%	10,5%	20,6%
Tablet	20,5%	10,8%	19,3%
Consola de Juegos	10,6%	4,7%	9,9%

Los motivos para contar con un acceso a internet en el hogar son múltiples, siendo las 3 principales la comunicación con otras personas, el acceso a información y el apoyo en la educación (ya sea propia o de familiares). En este sentido las dos primeras se consolidan como las razones principales para contar con acceso durante la medición de este año.

Tabla 12 Pregunta P.15 ¿Por cuál o cuáles razones se mantiene el servicio de Internet en su hogar? [Ya sea fijo o móvil] (n=3.071).

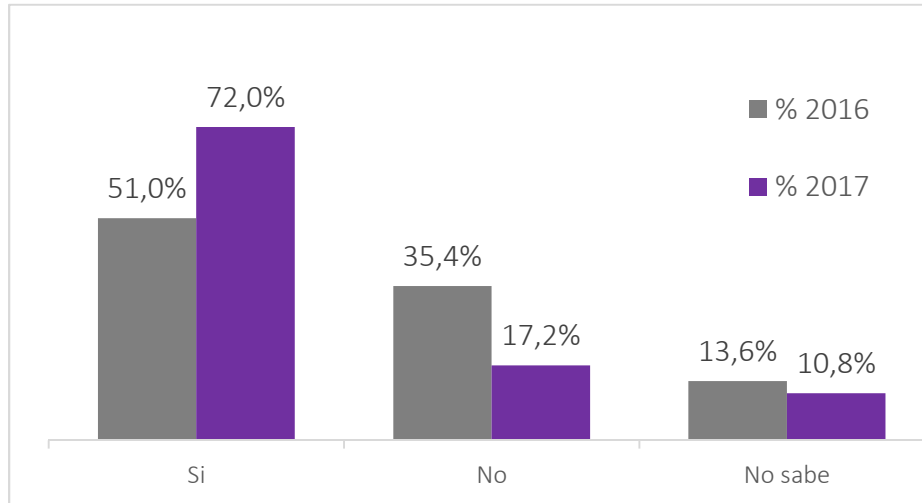
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Razón [% de menciones]	TOTAL		URBANO		RURAL	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Permite comunicarse con otras personas	68,9%	78,1%	67,6%	77,8%	78,3%	79,9%
Permite tener más acceso a información	66,2%	73,7%	66,4%	75,2%	64,3%	62,5%
Apoyo a la educación propia o de hijos / nietos / parientes	66,3%	61,8%	66,0%	61,4%	68,8%	64,9%
Por razones laborales / permite buscar trabajo	48,1%	43,4%	49,1%	45,1%	40,6%	30,4%
Permite realizar trámites personales como revisar cuentas bancarias, realizar transferencias y pagar cuentas	52,6%	41,0%	53,1%	42,9%	48,7%	27,4%
Permite acceder a juegos y otros medios de entretenimiento	38,0%	38,6%	37,7%	39,7%	40,7%	30,2%
Permite conocer gente	22,3%	32,1%	22,6%	33,1%	20,1%	24,9%
Permite realizar negocios o manejar una empresa familiar.	23,2%	23,8%	23,6%	24,2%	20,1%	21,1%

Destaca el aumento del acceso a través de red 4G, pasando de 51% en 2016 a 72% en 2017:

Gráfico 7 Pregunta P.14.1 ¿Alguna o algunas de las conexiones de Banda Ancha Móvil o internet móvil para conectarse desde teléfono o Tablet a Internet, tiene sistema 4G? (n=1.919).

Fuente: IX Encuesta Acceso v Uso Internet, SUBTEL, Brújula



Por zonas, la urbana es la que más acceso tiene a 4G, con 74,0%

Tabla 13 Pregunta P.14.1 ¿Alguna o algunas de las conexiones de Banda Ancha Móvil o internet móvil para conectarse desde teléfono o Tablet a Internet, tiene sistema 4G? (n=1.919).

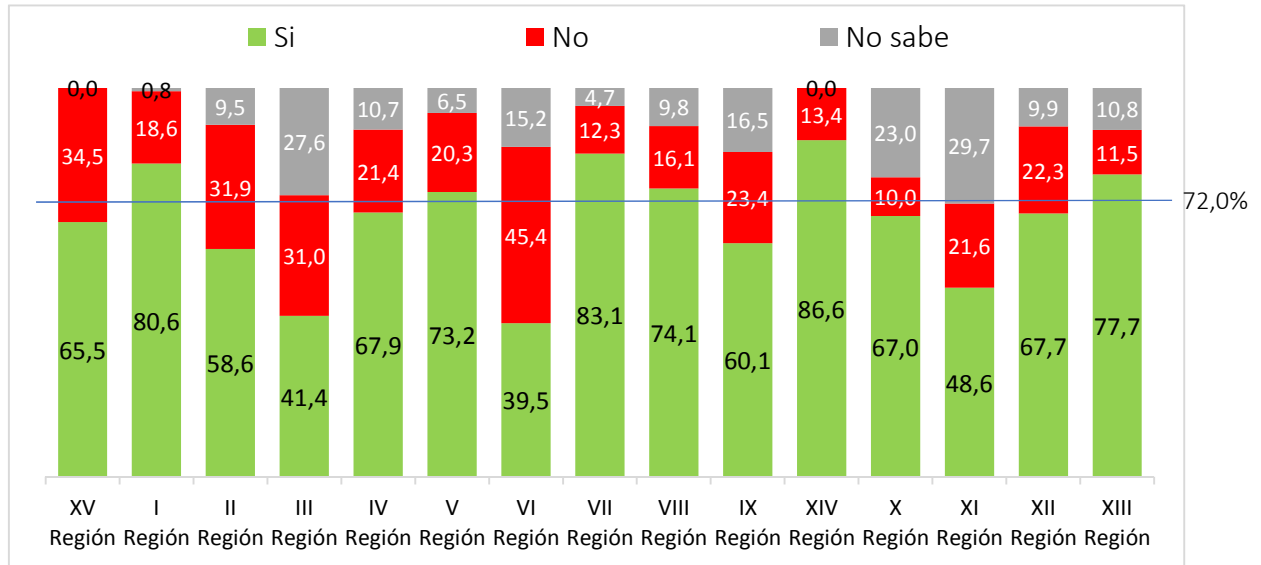
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula

% Menciones	URBANO	RURAL	TOTAL
Si	74,0%	60,2%	72,0%
No	15,9%	24,9%	17,2%
No sabe	10,1%	14,9%	10,8%

Por región, las regiones I, V, VII, XIV, XIII son las que más acceso a 4G presentan, estando por sobre la media nacional. Por otro lado, la III y VI son las que menos acceso a 4G tienen, con cerca del 40% de acceso solamente.

Gráfico 8 Pregunta P.14.1 ¿Alguna o algunas de las conexiones de Banda Ancha Móvil o internet móvil para conectarse desde teléfono o Tablet a Internet, tiene sistema 4G? (n=1.919).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula



Por quintil, el acceso a 4G aumentó desde el primer quintil hasta el último.

Tabla 14 Pregunta P.14.1 ¿Alguna o algunas de las conexiones de Banda Ancha Móvil o internet móvil para conectarse desde teléfono o Tablet a Internet, tiene sistema 4G? (n=1.919).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula

% Menciones	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5	TOTAL
Si	58,8%	66,5%	74,4%	80,3%	82,9%	72,0%
No	28,3%	22,0%	17,3%	13,0%	13,6%	17,2%
No sabe	12,9%	11,5%	8,3%	6,7%	3,6%	10,8%

El límite de descarga de datos ha ido en aumento con los años, siendo 5,2 el promedio por persona por smartphone para el 2017

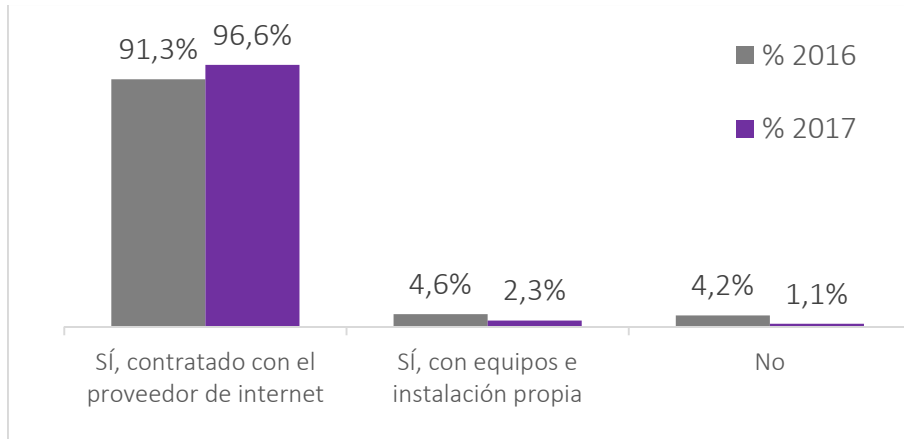
Tabla 15 ¿Cuál es el límite de descarga/cuota de tráfico de datos de su plan? Según Zona.
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

% Menciones	Urbano	Rural	TOTAL
2015	3,4	3,2	3,2
2016	3,9	3,7	3,8
2017	5,3	4,3	5,2

4.1.2 Tenencia de Banda Ancha Fija

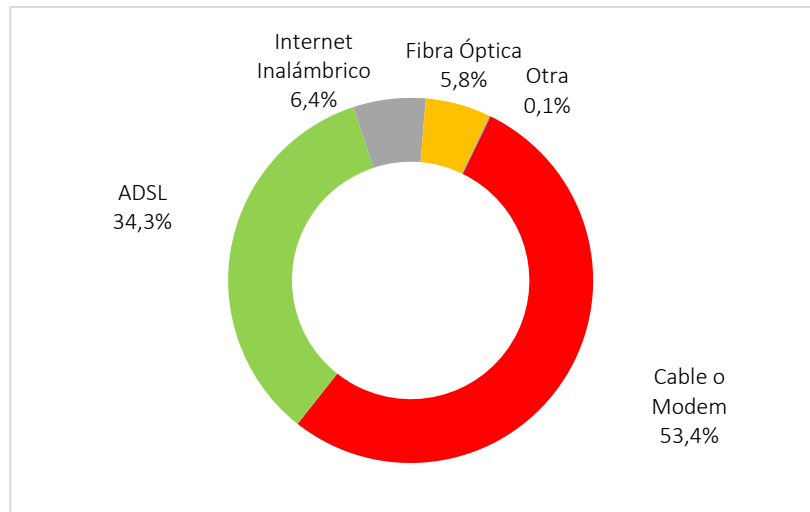
Entre quienes declaran tener acceso a internet mediante banda ancha, el 98,9% declara contar con servicio de Wifi, sin diferencias relevantes respecto de 2016.

Gráfico 9 Pregunta P.11 ¿Usted tiene el servicio Wifi en su hogar? (n=1.994).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Los principales tipos de conexiones a banda ancha reconocidas por las personas en sus hogares son el Cable/Módem y la conexión ADSL.

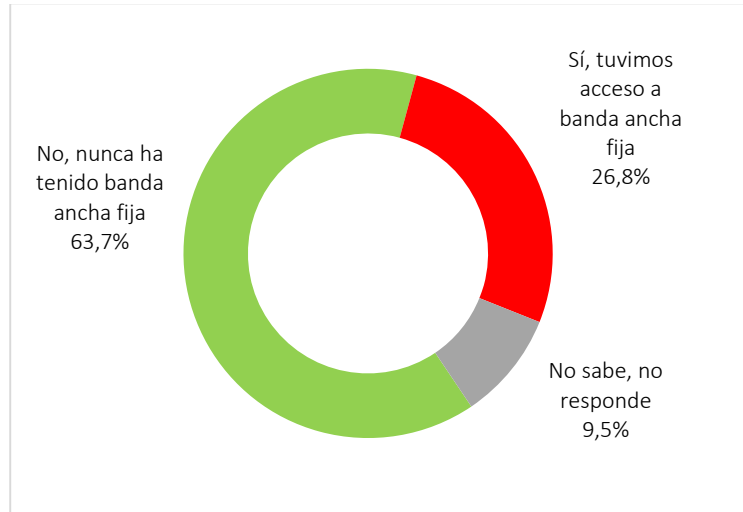
Gráfico 10 Pregunta P.10 ¿Cuál de estos servicios tiene contratados usted? (n=1.993).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Entre aquellos casos que no cuentan con Banda Ancha Fija actualmente, un 26,8% corresponde a un hogar que dejó de tener el servicio de Banda Ancha (tenía en los últimos 12 meses).

Gráfico 11 Pregunta P.8 En algún momento de los últimos 12 meses ¿Tuvo su hogar acceso pagado y propio a Internet a través de banda ancha fija o Wifi? (n=1.077).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Claramente la percepción de conveniencia de las conexiones móviles a internet, corresponden a la principal razón de haber dejado de contar con un acceso a banda ancha fija en el hogar.

Tabla 16 P.9 ¿Por qué razón dejó de tener acceso a Internet a través de acceso telefónico o por cable? (n=262).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Razón [% de menciones]	TOTAL		URBANO		RURAL	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Porque es más caro que el acceso móvil	40,9%	43,6%	42,6%	47,0%	24,0%	9,6%
Porque mi conexión móvil se puede utilizar fuera del hogar	18,7%	16,4%	16,7%	15,5%	38,7%	25,1%
Porque ocupo muy poco el internet	13,6%	12,9%	12,3%	12,6%	26,7%	16,1%
Otra razón	23,2%	12,6%	23,5%	10,5%	22,0%	33,2%
No sabe / no responde	10,0%	19,5%	10,3%	19,8%	7,6%	16,0%

4.2 Hogares sin acceso a internet

El desinterés, en conjunto con el desconocimiento (respecto de cómo usar celulares o computadores) y la percepción de alto costo son las 3 principales barreras para el acceso a internet, destacando el desinterés y desconocimiento de uso de Smartphone, como barreras que se consolidan como las principales en 2017.

Tabla 17 Pregunta P.16 ¿Por cuál o cuáles de estas razones los miembros de este hogar no tienen acceso a internet propio y pagado desde el hogar? Pregunta P.16.1 Entre las razones señaladas, indique ¿Cuál considera la más importante? (n=487).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso de Internet, SUBTEL, Brújula

Razón	TOTAL MENCIONES		LA MÁS IMPORTANTE	
	2016	2017	2016	2017
RELEVANCIA	46,0%	53,1%	35,0%	34,8%
No les interesa tener internet por razones distintas a su utilidad para el hogar	19,0%	28,2%	13,0%	17,0%
No saben / no les han informado qué beneficios ofrece internet al hogar	16,0%	23,4%	9,0%	11,8%
Conocen beneficios de internet, pero encuentran que no es útil para el hogar	8,0%	7,2%	5,0%	2,2%
La mayor parte del tiempo la pasamos fuera del hogar	13,0%	7,0%	8,0%	3,8%
USABILIDAD	29,0%	37,4%	19,0%	22,0%
No saben utilizar el computador y/o Smartphone	21,0%	25,4%	13,0%	14,8%
No saben / no les han informado cómo utilizar internet	11,0%	15,1%	5,0%	4,9%
Falta de confianza	4,0%	8,4%	1,0%	2,3%
COSTO DE SERVICIO	40,0%	36,0%	33,0%	28,8%
Costo del servicio de internet es muy elevado	36,0%	34,6%	31,0%	27,3%
Costo del equipo o terminal para conectarse es muy elevado	9,0%	6,7%	2,0%	1,5%
COBERTURA	10,0%	5,3%	5,0%	3,3%
No hay / no sabe si hay oferta de servicios de internet en la zona donde vive	8,0%	5,3%	5,0%	3,3%
OTRAS RAZONES	10,0%	3,7%	8,0%	0,6%

El 17,0% que menciona “No les interesa tener internet por razones distintas a su utilidad para el hogar” como razón para no tener acceso a Internet, lo hace principalmente por: Es muy caro: 20,2%, No sabe ocuparlo: 18,0%, No le interesa: 12,6%, No es necesario: 9,8%, No lo necesito: 8,7%, Por salud: 7,1%.

De las cinco razones más importantes para no contar con internet propio y pagado en el hogar, el costo elevado del servicio es más mencionado en hogares con adultos y niños preescolares y en hogares con niños en edad escolar, mientras el desinterés es una razón especialmente esgrimida por los hogares conformados exclusivamente por personas de 65 años o más, al igual que el no saber ocupar el computador y/o smartphone.

Tabla 18 P.16.1 Entre las razones señaladas, indique ¿Cuál considera la más importante? Según tipos de hogar (n=487).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Razón	TOTAL 2017	Sólo adultos y pre-escolares	Con hijos en edad estudios	Sólo adultos o mayores	Sólo mayores
Costo del servicio de internet es muy elevado	27,3	37,4	44,3	25,9	18,0
No les interesa tener internet por razones distintas a su utilidad para el hogar	17,0	10,0	6,7	17,7	22,7
No saben utilizar el computador y/o Smartphone	14,8	0,0	10,2	12,7	19,2
No saben / no les han informado qué beneficios ofrece internet al hogar	11,8	8,0	10,0	11,3	13,3
No saben / no les han informado cómo utilizar internet	4,9	9,9	1,0	5,7	6,3

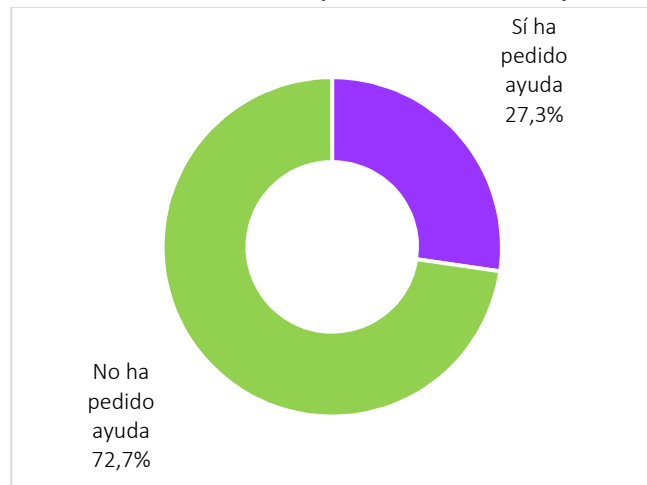
Al realizar el análisis de esta pregunta, con respecto a los quintiles socioeconómicos y la composición familiar, se tiene lo siguiente: para las familias con adultos y niños preescolares; en el quintil 1 y 3 la principal razón es el costo del servicio de internet, para el quintil 2 es el costo del equipo o terminal y que no saben o no les han informado cómo utilizar el internet. Para familias con hijos en edad de estudios: del quintil 1, 3 y 5 la razón es el costo del servicio de Internet, para el quintil 4 es que no les interesa por razones diferentes a la utilidad para el hogar y para el 2 es homogéneo entre todas las razones. Para las familias compuestas por adultos o mayores, del quintil 1 es que no saben / no les han informado de beneficios que ofrece Internet al hogar, para el quintil 2 el costo del servicio de Internet y para los otros tres quintiles son homogéneas las respuestas. Y por último, para las familias que las componen sólo mayores, en los quintiles 4 y 5 no saben ocupar el computador / smartphone, a las familias de quintil 1 no le interesa por razones diferentes a la utilidad para el hogar y para las familias de este segmento de los quintiles 2 y 3, son homogéneas las respuestas.

Tabla 19 P.16.1 Entre las razones señaladas, indique ¿Cuál considera la más importante? Según tipos de hogar (n=487).
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Quintil	Razón	TOTAL 2017	Sólo adultos y pre-escolares	Con hijos en edad de estudios	Sólo adultos o mayores	Sólo mayores
Quintil 1	Costo del servicio de internet es muy elevado	37,1%	74,4%	50,5%	22,8%	11,3%
	No les interesa tener internet por razones distintas a su utilidad para el hogar	9,8%	4,7%	2,2%	10,0%	24,8%
	No saben utilizar el computador y/o Smartphone	14,7%	0,0%	10,5%	22,6%	22,0%
	No saben / no les han informado qué beneficios ofrece internet al hogar	20,5%	20,9%	13,0%	34,6%	27,2%
	No saben / no les han informado cómo utilizar internet	0,7%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%
Quintil 2	Costo del servicio de internet es muy elevado	22,9%	0,0%	21,7%	53,6%	14,6%
	No les interesa tener internet por razones distintas a su utilidad para el hogar	18,6%	0,0%	21,7%	16,5%	19,0%
	No saben utilizar el computador y/o Smartphone	19,1%	0,0%	14,5%	10,7%	24,7%
	No saben / no les han informado qué beneficios ofrece internet al hogar	11,8%	0,0%	2,4%	16,8%	14,9%
	No saben / no les han informado cómo utilizar internet	6,3%	55,3%	0,0%	0,0%	8,6%
Quintil 3	Costo del servicio de internet es muy elevado	21,8%	100,0%	35,0%	9,5%	22,7%
	No les interesa tener internet por razones distintas a su utilidad para el hogar	17,9%	0,0%	4,5%	15,6%	25,1%
	No saben utilizar el computador y/o Smartphone	14,4%	0,0%	0,0%	21,8%	14,9%
	No saben / no les han informado qué beneficios ofrece internet al hogar	14,0%	0,0%	29,7%	10,2%	11,5%
	No saben / no les han informado cómo utilizar internet	9,7%	0,0%	0,0%	13,2%	11,1%
Quintil 4	Costo del servicio de internet es muy elevado	13,3%	0,0%	22,6%	19,7%	8,9%
	No les interesa tener internet por razones distintas a su utilidad para el hogar	17,3%	0,0%	34,3%	14,6%	17,0%
	No saben utilizar el computador y/o Smartphone	16,1%	0,0%	0,0%	0,0%	26,7%
	No saben / no les han informado qué beneficios ofrece internet al hogar	11,2%	0,0%	0,0%	0,0%	18,6%
	No saben / no les han informado cómo utilizar internet	10,1%	0,0%	0,0%	6,4%	13,2%
Quintil 5	Costo del servicio de internet es muy elevado	13,8%	0,0%	100,0%	7,3%	2,4%
	No les interesa tener internet por razones distintas a su utilidad para el hogar	15,8%	0,0%	0,0%	18,3%	17,2%
	No saben utilizar el computador y/o Smartphone	20,1%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%
	No saben / no les han informado qué beneficios ofrece internet al hogar	21,0%	0,0%	0,0%	15,1%	27,5%
	No saben / no les han informado cómo utilizar internet	4,7%	0,0%	0,0%	0,0%	7,8%

Un 27,3% de quienes no tienen acceso a internet, declara que ha solicitado ayuda o acceso a familiares, vecinos u amigos, para algún tipo de actividad en los últimos 3 meses.

Gráfico 12 Pregunta P.17 ¿Ha solicitado a algún amigo, vecino, familiar o conocido que realice en Internet por usted alguna de las siguientes actividades? Pregunta P.17.1 ¿Y cuántas veces ha solicitado realizar esa actividad en los últimos 3 meses? (n=487).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Las actividades más recurrentes o mencionadas son: "Obtener información de cualquier naturaleza en internet" (11,1%) [Es un 18,0% en hogares con adultos y niños pre-escolares], "Imprimir alguna tarea" (9.1%) [Es un 24,4% en hogares con hijos escolares / universitarios], "Obtener algún formulario" (6.8%), "Recibir o enviar un correo electrónico" (4,6%) y "Revisar alguna red social" (2,3%).

En consistencia con los motivos para no contar con acceso a internet, y al bajo nivel de requerimiento de internet a un cercano, la disposición a contratar algún tipo de servicio de acceso a internet en el hogar es baja, llegando a un 7,7% de alta disposición ("Muy dispuesto") [Que aumenta a 16,4% en hogares con adultos e hijos en etapa escolar / universitaria] y un 12,2% de disposición ("Dispuesto") [Que llega a 21,1% en hogares con adultos e hijos en etapa escolar / universitaria]. En la baja disposición a contratar internet en el futuro, hogares compuestos por adultos y niños preescolares esta llega a 83,6% ("Muy poco dispuesto" más "Poco Dispuesto") y a 82,8% en hogares sólo con mayores.

Gráfico 13 Pregunta P.18.C En el futuro cercano, ¿Cuán dispuesto estarían a contratar un servicio de acceso a internet para este hogar? (n=487).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

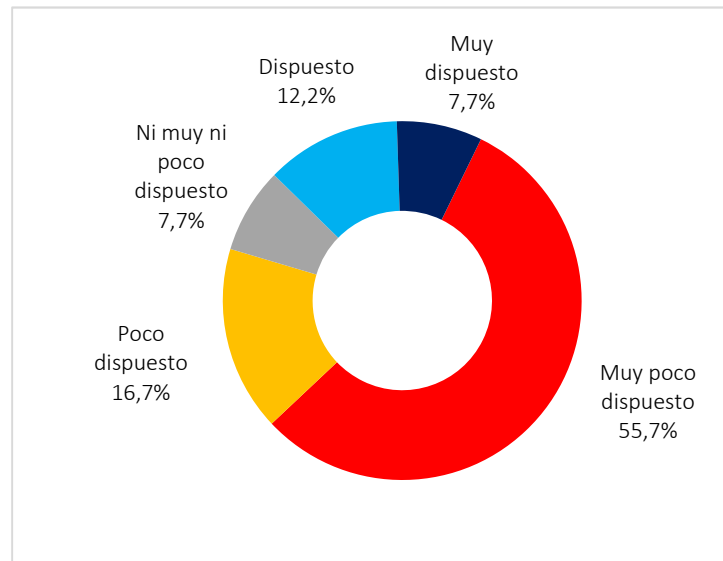


Tabla 20 Pregunta P.18.C En el futuro cercano, ¿Cuán dispuesto estarían a contratar un servicio de acceso a internet para este hogar? (n=487).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Disposición	TOTAL 2017	Sólo adultos y pre-escolares	Con hijos en edad escolar u técnica/universitaria	Sólo adultos o mayores	Sólo mayores
Muy dispuesto	7,7%	0,0%	16,4%	4,4%	5,0%
Dispuesto	12,2%	16,4%	21,1%	12,1%	7,1%
Ni muy ni poco dispuesto	7,7%	0,0%	14,3%	6,7%	5,0%
Poco dispuesto	16,7%	35,5%	22,0%	22,9%	9,8%
Muy poco dispuesto	55,7%	48,1%	26,2%	54,0%	73,0%

El principal bien con el que cuentan los hogares para conectarse a Internet es el Smartphone [78,3%], lo que es mayor en hogares con hijos escolares / universitarios [85,7%], en especial para el quintil 4 y 5 [91,1% y 90,9% respectivamente] y menor en hogar sólo con personas mayores [43,6%], lo cual se acentúa en el quintil 2 [18,7%]

Tabla 21 Pregunta P.26 ¿Con cuál de los siguientes bienes, en uso y funcionamiento, cuenta en su hogar? Se muestran aquellos que posibilitan la conexión a Internet, por tipo de hogar (n=3.600).
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Razón	TOTAL 2017	Sólo adultos y pre-escolares	Con hijos en edad escolar u técnica/universitaria	Sólo adultos o mayores	Sólo mayores
Smartphone	78,3	78,8	85,7	80,7	43,6
Conexión a tv cable / tv satelital	69,7	69,8	72,0	69,6	60,9
Computador portátil	54,6	56,1	61,9	52,9	28,1
Smart TV	36,1	34,7	38,1	38,9	22,5
PC	15,9	9,5	17,6	14,9	12,9

Tabla 22 Pregunta P.26 ¿Con cuál de los siguientes bienes, en uso y funcionamiento, cuenta en su hogar? Se muestran aquellos que posibilitan la conexión a Internet, por tipo de hogar y cuartil (n=3.600).
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula

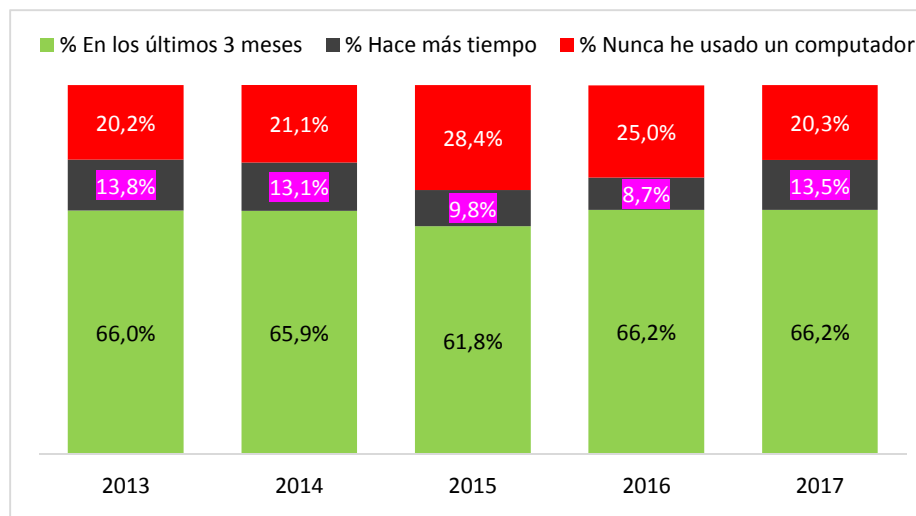
Cuartil	Razón	TOTAL 2017	Sólo adultos y pre-escolares	Con hijos en edad escolar u técnica/universitaria	Sólo adultos o mayores	Sólo mayores
Quintil 1	Smartphone	74,3%	52,8%	78,5%	69,5%	38,4%
	Conexión a tv cable / tv satelital	71,4%	83,7%	73,9%	58,3%	53,6%
	Computador portátil	47,3%	20,7%	52,3%	36,1%	13,3%
	Smart TV	27,6%	30,5%	29,7%	19,3%	10,7%
	PC	11,7%	3,6%	12,7%	9,7%	5,1%
Quintil 2	Smartphone	72,5%	69,0%	82,2%	74,6%	18,7%
	Conexión a tv cable / tv satelital	67,3%	65,5%	72,7%	63,2%	44,7%
	Computador portátil	49,0%	39,8%	61,3%	35,1%	4,6%
	Smart TV	28,2%	18,7%	31,7%	29,6%	9,7%
	PC	14,1%	14,0%	17,0%	10,1%	3,6%
Quintil 3	Smartphone	78,4%	84,1%	89,3%	78,5%	31,4%
	Conexión a tv cable / tv satelital	68,8%	59,6%	77,3%	64,7%	45,7%
	Computador portátil	52,2%	76,1%	63,9%	40,5%	14,1%
	Smart TV	34,5%	48,5%	39,3%	31,8%	13,2%
	PC	15,6%	20,9%	18,9%	11,0%	7,6%
Quintil 4	Smartphone	80,9%	93,1%	91,1%	81,1%	50,1%
	Conexión a tv cable / tv satelital	75,1%	77,0%	79,7%	73,4%	67,1%
	Computador portátil	56,8%	94,8%	69,3%	49,6%	29,6%
	Smart TV	40,9%	43,1%	47,0%	41,3%	24,0%
	PC	16,6%	5,7%	22,2%	12,6%	16,7%
Quintil 5	Smartphone	85,1%	76,9%	90,9%	91,3%	57,7%
	Conexión a tv cable / tv satelital	82,6%	90,2%	89,7%	80,0%	78,2%
	Computador portátil	72,1%	46,3%	89,2%	71,3%	48,3%
	Smart TV	54,7%	43,8%	69,8%	54,4%	31,0%
	PC	22,9%	0,0%	35,3%	18,2%	18,2%

5 Usos de Internet

5.1 Uso de computador personal

Un 66,2% de los encuestados de 16 años o más declara que ha usado un computador dentro de los últimos 3 meses, un 13,5% declara que lo hizo hace más tiempo y un 20,3% que nunca ha usado un computador. La cantidad de personas que menciona que ha usado un computador en los últimos tres meses, muestra un aumento desde el año 2015 en adelante, luego de la baja entre los años anteriores a éste.

Gráfico 14 Pregunta Q.5 ¿Cuándo fue la última vez que usó un computador? (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Al realizar el análisis por edad, aquellos mayores de 44 años han usado en menor medida un computador, especialmente aquellos mayores a 60 años.

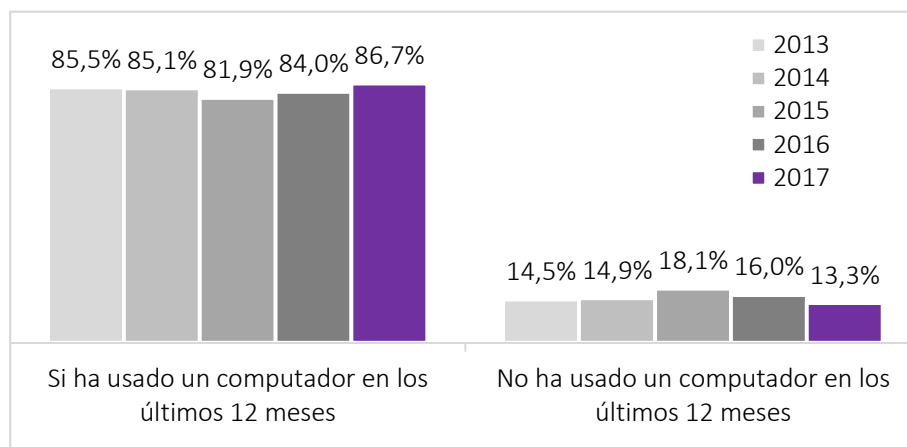
Tabla 23 Pregunta Q.5 ¿Cuándo fue la última vez que usó un computador? Según edad (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Uso de computador	TOTAL 2017	16 a 29	30 a 44	45 a 59	60 o más
Hace 3 meses o menos	66,2%	85,1%	76,3%	58,3%	36,3%
Hace más tiempo	13,5%	12,5%	16,7%	15,5%	8,6%
Nunca he utilizado un computador	20,3%	2,5%	7,1%	26,3%	55,2%

Si se analiza conjuntamente el uso de computador, según edad y quintiles de ingreso, es posible notar que el nivel de uso de un computador entre mayores de 45 años, es menor en el primer quintil de ingresos, acentuándose para los mayores a 60 años y que en los quintiles 4 y 5 de ingresos, el uso de un computador en los últimos 3 meses, es mayor al 50% para todos los tramos de edad.

Entre quienes han usado un computador en el último tiempo, cuando se le pregunta a las personas que, si han ocupado un computador en su hogar, en los últimos 12 meses, el 86,7% menciona que sí lo ha hecho, lo cual viene aumentando desde el 2015, posterior al descenso en comparación con el 2014 y 2013.

Gráfico 15 Pregunta Q.6.1 En los últimos 12 meses ¿Utilizó usted algún computador en su hogar? (n=2.574).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



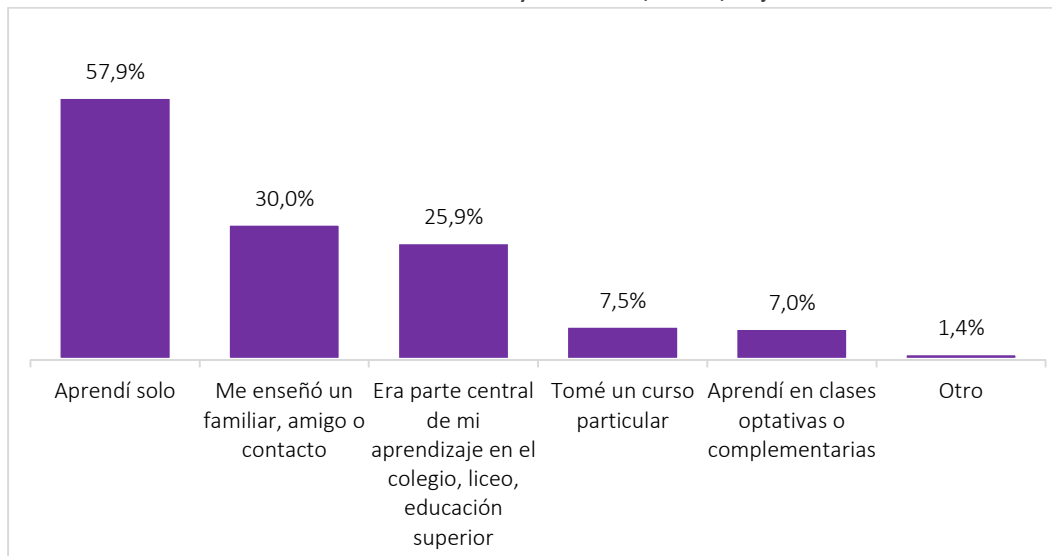
La cantidad de menciones de que sí ha usado un computador en su hogar, en los últimos 12 meses llega a 92,5% en personas de 60 años o más, mostrando un alza desde los más jóvenes a los más adultos en las menciones de que si ha ocupado.

Tabla 24 Pregunta Q.6.1 En los últimos 12 meses ¿Utilizó usted algún computador en su hogar? Según edad (n=2.574).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Respuesta	TOTAL 2017	16 a 29	30 a 44	45 a 59	60 o más
Si	86,7%	85,7%	85,5%	86,8%	92,5%
No	13,3%	14,3%	14,5%	13,2%	7,5%

La principal forma para aprender el uso del computador es por sí mismo, con un 57,9% de las menciones, seguido por que le enseñó un familiar, amigo o contacto con un 30,0% de las menciones y, en tercer lugar, que era parte del aprendizaje en el colegio, liceo o en su educación superior con un 25,9%

Gráfico 16 Pregunta Q.6.2 Respecto del uso del computador ¿Cómo aprendió a hacer uso de él? (n=2.918).
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Sobre los medios para aprender a ocupar el computador, “Aprendí Solo” es más predominante en aquellos menores a 44 años, demostrando mayores habilidades para el uso de la tecnología de manera autodidacta. En cambio, las personas mayores a 45 años incrementan sus menciones en “Me enseñó un familiar, amigo o contacto”. En especial, aquellos mayores a 60 años, menciones un 17,0% que tomaron un curso particular para poder aprender a ocupar un computador.

Tabla 25 Pregunta Q.6.2 Respecto del uso del computador ¿Cómo aprendió a hacer uso de él? Según edad (n=2.918).
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Forma en la que aprendió a usar un computador	TOTAL 2017	16 a 29	30 a 44	45 a 59	60 o más
Aprendí solo	57,9%	63,9%	60,1%	49,4%	51,6%
Me enseñó un familiar, amigo o contacto	30,0%	21,7%	24,9%	42,0%	44,5%
Era parte central de mi educación (colegio)	25,9%	38,3%	27,8%	13,7%	8,6%
Aprendí en clases optativas o complementarias	7,0%	6,6%	6,5%	7,6%	8,4%
Tomé un curso particular	7,5%	3,7%	6,6%	9,7%	17,0%
Otro	1,4%	0,2%	0,9%	1,6%	6,0%

Las personas de 16 a 44 años, declaran una cantidad superior de actividades o tareas que pueden hacer por su cuenta frente a un PC, mientras una persona de 16 a 29 años declara poder hacer 6 de 12 actividades presentadas, una persona de 60 o más años, declara poder realizar 3, en promedio.

Tabla 26 Pregunta Q.6.3 Respecto del uso del computador ¿Cuál o cuáles de estas tareas es capaz de realizar por usted mismo?
Según edad (n=2.918).

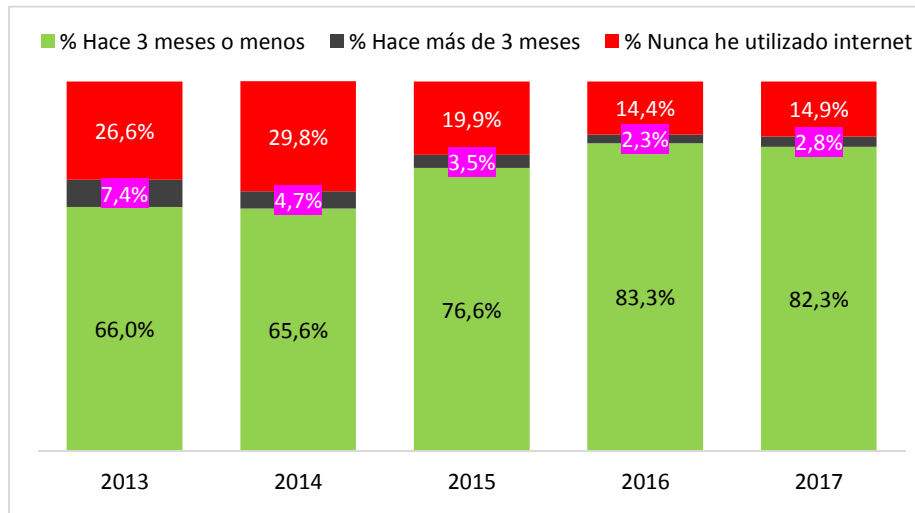
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Tareas	TOTAL 2017	16 a 29	30 a 44	45 a 59	60 o más
Uso de procesador de texto	72,3%	85,6%	74,6%	57,5%	56,4%
Transferir archivos entre artículos electrónicos	58,5%	72,9%	62,1%	44,6%	33,7%
Uso de fórmulas aritméticas sencillas en planillas de cálculo	54,0%	65,3%	60,0%	37,0%	37,7%
Uso de software de presentación	53,8%	71,0%	54,0%	36,5%	37,5%
Postear/ publicar mensajes en plataformas especializadas	48,9%	62,2%	50,3%	38,3%	26,6%
Encontrar e instalar programas (software) desde Internet.	41,7%	58,9%	41,2%	28,9%	18,0%
Uso avanzado de planillas de cálculo: funciones de filtrado de datos, organización de datos, análisis estadísticos, gráficos, etc.)	34,8%	43,6%	37,1%	25,0%	22,3%
Modificar o verificar configuración de programas y aplicaciones	32,0%	45,6%	32,5%	20,0%	14,8%
Modificar configuraciones de seguridad de navegadores de Internet	31,1%	41,0%	33,0%	20,5%	17,8%
Instalar o reemplazar un sistema operativo	17,9%	24,8%	19,3%	11,2%	7,5%
Crear un sitio web	15,3%	19,5%	16,1%	12,1%	7,2%
Programación de computadores usando lenguaje especializado	14,5%	18,1%	13,8%	11,9%	11,1%
Ninguna	14,5%	5,0%	11,3%	24,5%	31,7%

5.2 Uso de internet en el hogar y fuera del hogar

La declaración de uso de internet dentro de los últimos tres meses ha ido en aumento con los años, desde el 2013, con 82,3%, en comparación con la disminución de las personas que nunca lo han ocupado, bajando de 26,6% el 2013 a 14,9% en el 2017.

Gráfico 17 Pregunta Q.7 ¿Cuándo fue la última vez que usó Internet? (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



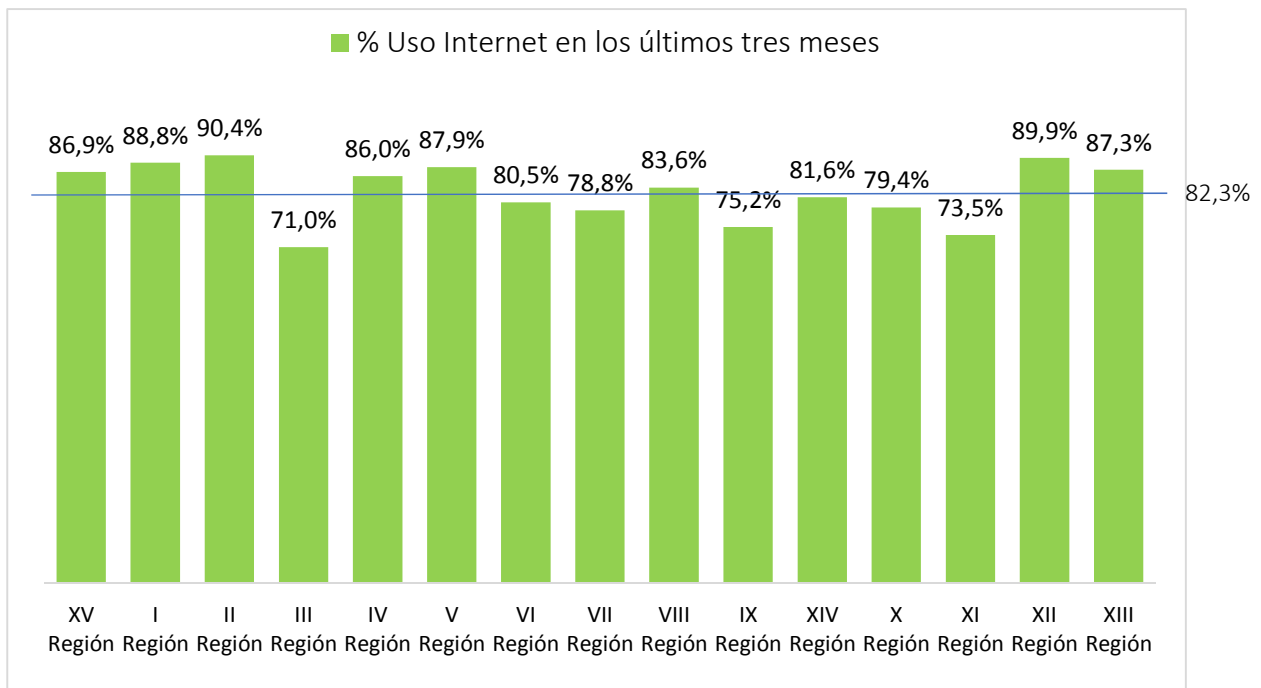
La cantidad de menciones según zona [Urbano y Rural] son similares desde el 2016 hasta el 2017.

Tabla 27 Pregunta Q.7 ¿Cuándo fue la última vez que usó Internet? por Zona geográfica (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

% Menciones	TOTAL		URBANO		RURAL	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Hace 3 meses o menos	83,3%	82,3%	83,5%	84,6%	72,0%	65,7%
Hace más tiempo	2,3%	2,8%	2,3%	2,7%	4,6%	4,4%
Nunca he utilizado internet	14,4%	14,9%	14,2%	12,8%	23,4%	30,0%

Al analizar el uso de los últimos tres meses de Internet por región, se tiene que las regiones III, VII, IX, X y XI son aquellos que tienen un uso de Internet más bajo que el promedio del país [82,3%] en los últimos tres meses. Por otro lado, destaca la I, II, V y XII con niveles mayores de uso de Internet en los últimos tres meses.

Gráfico 18 Pregunta Q.7 ¿Cuándo fue la última vez que usó Internet? por región (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Al analizar las respuestas sobre cuando fue la última vez que ocupó Internet por edad, resulta que aquellos entre 16 a 29 años, tienen mayores menciones de que ocuparon Internet en los últimos tres meses [98,3%], frente a un 45,1% declarado por personas mayores a 60 años.

Tabla 28 Pregunta Q.7 ¿Cuándo fue la última vez que usó Internet? por edad (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

% Menciones	TOTAL 2017	16 a 29	30 a 44	45 a 59	60 o más
Hace 3 meses o menos	82,3%	98,3%	96,0%	79,7%	45,1%
Hace más tiempo	2,8%	1,1%	1,4%	3,7%	5,9%
Nunca he utilizado internet	14,9%	0,5%	2,6%	16,6%	49,1%

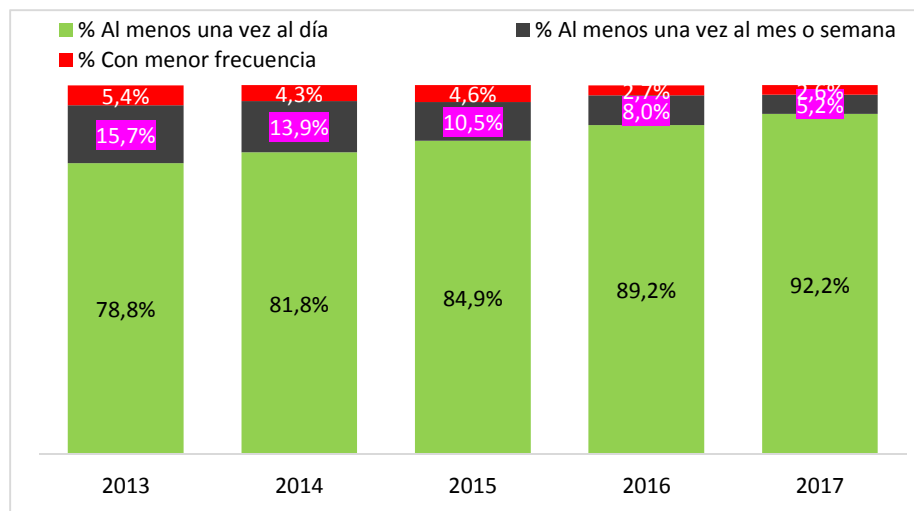
El análisis por quintil y edad demuestra que las menciones de las personas que ocuparon el internet hace 3 meses o menos son mayores en aquellos entre 16 y 29 años [niveles similares a aquellos entre 30 y 44 años], disminuyendo considerablemente hasta personas mayores a 60 años.

Tabla 29 Pregunta Q.7 ¿Cuándo fue la última vez que usó Internet? Según edad y quintil (n=3.600).
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Quintil	Razón	TOTAL 2017	16 a 29	30 a 44	45 a 59	60 o más
Quintil 1	Hace 3 meses o menos	77,8%	95,9%	88,6%	68,9%	24,5%
	Entre 3 meses y un año	1,8%	1,9%	,8%	2,8%	2,1%
	Hace más de un año	1,5%	0,5%	1,4%	1,7%	3,7%
	Nunca he utilizado internet	19,0%	1,7%	9,2%	26,6%	69,8%
Quintil 2	Hace 3 meses o menos	78,5%	97,6%	96,9%	78,4%	27,7%
	Entre 3 meses y un año	0,7%	0,0%	0,0%	,2%	3,2%
	Hace más de un año	1,8%	1,3%	2,5%	2,0%	1,4%
	Nunca he utilizado internet	19,0%	1,1%	,7%	19,5%	67,6%
Quintil 3	Hace 3 meses o menos	83,1%	98,2%	96,1%	80,7%	40,1%
	Entre 3 meses y un año	0,7%	,4%	0,0%	0,0%	3,4%
	Hace más de un año	2,3%	1,0%	,9%	3,7%	4,8%
	Nunca he utilizado internet	13,9%	,4%	3,0%	15,6%	51,8%
Quintil 4	Hace 3 meses o menos	90,7%	100,0%	97,6%	86,0%	69,0%
	Entre 3 meses y un año	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Hace más de un año	1,8%	0,0%	1,2%	4,0%	2,2%
	Nunca he utilizado internet	7,6%	0,0%	1,2%	10,0%	28,8%
Quintil 5	Hace 3 meses o menos	92,2%	99,8%	99,3%	89,5%	64,1%
	Entre 3 meses y un año	0,3%	,2%	,7%	0,0%	0,0%
	Hace más de un año	1,6%	0,0%	0,0%	4,4%	3,7%
	Nunca he utilizado internet	5,9%	0,0%	0,0%	6,1%	32,2%

La frecuencia de uso de internet mantiene un constante ascenso desde 2013, pasando de 89,2% de uso frecuente (al menos una vez al día) en 2016 a 92,2% en 2017.

Gráfico 19 Pregunta Q.8 ¿Con qué frecuencia ha utilizado Internet en los últimos 12 meses? (n=3.050).
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



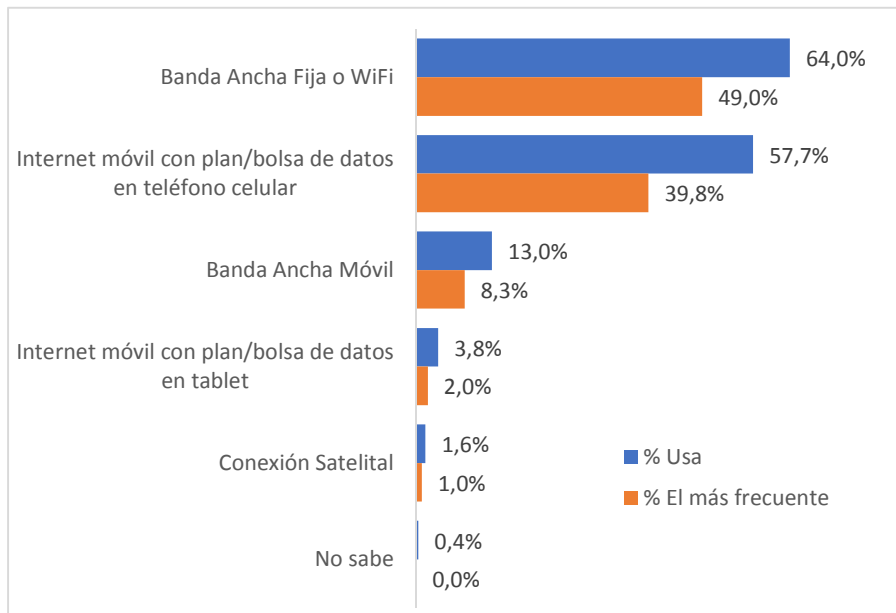
La frecuencia de uso es menor entre personas de 60 años o más.

Tabla 30 Pregunta Q.8 ¿Con qué frecuencia ha utilizado Internet en los últimos 12 meses? Según edad (n=3.050).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Frecuencia de uso de internet	TOTAL 2017	16 a 29	30 a 44	45 a 59	60 o más
Al menos una vez al día	92,0%	96,0%	95,0%	90,0%	79,0%
Al menos una vez a la semana, pero no cada día	5,0%	3,0%	4,0%	6,0%	13,0%
Al menos una vez al mes, pero no cada semana	1,0%	1,0%	1,0%	2,0%	3,0%
Menos de una vez al mes	1,0%	1,0%	0,0%	2,0%	5,0%

Entre los accesos más habituales para el uso de internet entre personas de 16 años o más, se encuentran la Banda Ancha Fija [o Wifi*], con un 64,0% de uso y el internet móvil en el celular, con un 57,7% de uso.

Gráfico 20 Pregunta Q.9 ¿Qué tipo de acceso a Internet ha utilizado en los últimos 12 meses, tanto dentro como fuera del hogar? ¿Algún otro? Pregunta Q.9A ¿Y cuál es el que usa más frecuentemente? (n=3.050).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Este año muestra una disminución en la declaración de uso de modos múltiples de acceso a internet, de la mano con los datos observados a nivel de acceso.

Tabla 31 Pregunta Q.9 ¿Qué tipo de acceso a Internet ha utilizado en los últimos 12 meses, tanto dentro como fuera del hogar? (n=3.050).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Tipo de acceso a internet	2013	2014	2015	2016	2017
Banda Ancha Fija o Wifi	77,7%	86,3%	77,0%	75,6%	64,0%
Internet móvil con plan/bolsa de datos en teléfono celular	31,5%	61,4%	59,3%	75,0%	57,7%
Banda Ancha Móvil	18,1%	8,4%	27,2%	26,5%	13,0%
Internet móvil con plan/bolsa de datos en Tablet	1,8%	1,4%	5,4%	7,0%	3,8%
Conexión Satelital	1,0%	0,4%	3,2%	6,1%	1,6%
No sabe	1,4%	0,1%	0,1%	0,6%	0,4%

Y en general no se observan variaciones relevantes en el tipo de conexión considerada como la más frecuente.

Tabla 32 Pregunta Q.9A ¿Y cuál es el que usa más frecuentemente? (n=3.050).

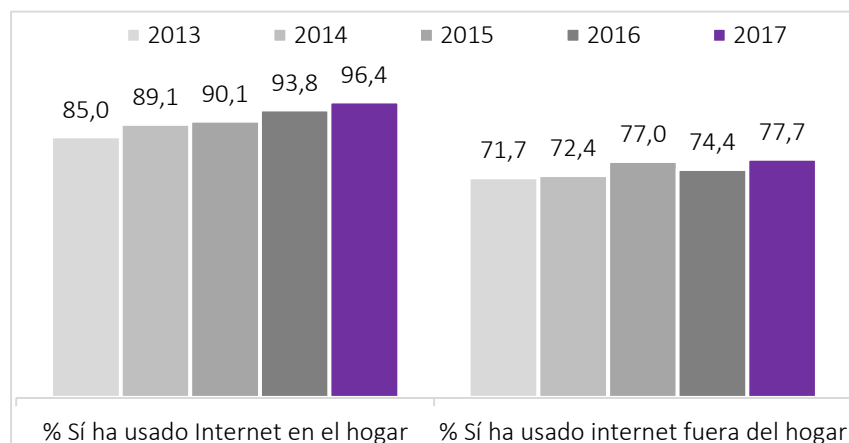
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Tipo de acceso a internet más frecuente	2013	2014	2015	2016	2017
Banda Ancha Fija o Wifi	65,1%	68,4%	56,0%	49,7%	49,0%
Internet móvil con plan/bolsa de datos en teléfono celular	21,6%	26,9%	34,8%	42,8%	39,8%
Banda Ancha Móvil	11,0%	4,5%	8,3%	6,5%	8,3%
Internet móvil con plan/bolsa de datos en Tablet	0,1%	0,1%	0,4%	0,4%	2,0%
Conexión Satelital	0,3%	0,1%	0,5%	0,7%	1,0%

Desde el 2013 hasta la fecha, ha ido en aumento el uso de Internet en el hogar, lo cual va en la misma línea con el aumento de tenencia de acceso a Internet en el hogar. Mientras, el uso de internet fuera del hogar, se mantiene, llegando a un 77,7%.

Gráfico 21 Pregunta Q.10 En los últimos 12 meses, ¿Usó Internet en el hogar? (n=3.050).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Entre quienes declaran el uso de internet fuera del hogar, se mantienen el hogar de un tercero y el lugar de trabajo como las principales menciones.

Llama la atención la menor cantidad de menciones en lugares de estudios y con wifi en lugares de servicios, respecto de 2016.

Tabla 33 Pregunta Q.13 En los últimos 12 meses, ¿En qué otros lugares ha utilizado Internet? (n=2.368).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Lugar de uso	2013	2014	2015	2016	2017
En el hogar de otra persona	51,7%	60,7%	59,5%	69,0%	61,7%
Lugar de trabajo	49,2%	43,4%	53,8%	59,0%	52,6%
Lugar de educación / capacitación	33,1%	16,9%	30,0%	31,0%	23,3%
Lugares con red WI-FI gratis de servicios	25,9%	4,0%	27,3%	28,0%	16,7%
En centros de internet pagados	18,3%	0,0%	14,9%	13,0%	9,9%
Lugares comunitarios con acceso gratis a internet	5,6%	17,0%	9,8%	12,0%	7,3%
En infocentro o telecentro gratuitos	8,2%	3,6%	8,8%	13,0%	5,9%
Puntos Wifi provista por wifi.gob / Chilegob	n/a	n/a	n/a	8,0%	4,4%
Puntos Wifi provista por instituciones públicas	n/a	n/a	n/a	11,0%	4,2%

5.3 Actividades de uso de Internet

De las 37 actividades presentadas, en promedio se menciona 10, siendo las principales: WhatsApp, Uso de redes sociales y enviar/recibir mails.

Tabla 34 Pregunta Q.14 En los últimos 3 meses, pensando en su uso personal o particular ¿Para cuál o cuáles de estas actividades ha usado internet? (n=3.050).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

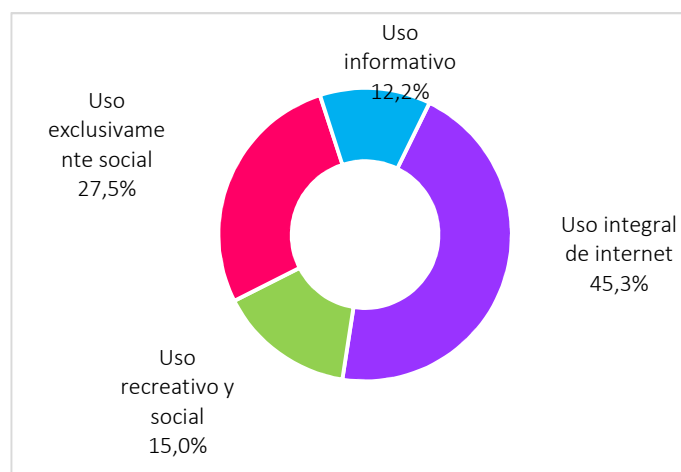
Actividad	2016	2017
ADQUIRIR INFORMACIÓN		
Adquirir información acerca de bienes o servicios	37%	39%
Adquirir información acerca de oportunidades laborales	37%	31%
Adquirir información para realizar trabajos/informes de mi actividad laboral	42%	33%
Adquirir información para realizar tareas/informes de algún curso, materia o capacitación	45%	35%
Adquirir información para postular a cursos/carreras/postgrados/capacitación	22%	21%
Relacionada con salud o servicios de salud	36%	33%
Adquirir información del gobierno u otras organizaciones	26%	26%
Adquirir información otro tipo de información / navegación en general por sitios web	38%	41%
COMUNICACIONES		
Realizar una llamada telefónica / videoconferencia por internet	42%	38%
Enviar y/o recibir correos electrónicos	63%	62%
Utilizar redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.)	71%	72%
Chatear por WhatsApp	81%	83%
Crear y subir contenidos a la web	28%	28%
Crear y subir contenidos propios en redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube	44%	45%
Compartir contenidos (noticias, memes, links) a través de las redes sociales	40%	39%
Compartir estados de ánimo y reflexiones a través de las redes sociales	27%	30%
ACTIVIDADES RECREATIVAS		
Jugar en línea u obtener juegos de video o para computador.	26%	25%
Descargar, o escuchar en línea: música, películas, cortometrajes o imágenes, estaciones de radio,	53%	41%
Descargar o leer en línea: libros en formato digital	30%	19%
Descargar o leer en línea: periódicos o revistas en formato digital.	29%	24%
TRATAR CON ORGANISMOS DEL ESTADO (E-GOVERNMENT)		
Descargar o solicitar formularios a organismos del estado	17%	16%
Completar formularios en línea o enviar formularios completos	15%	16%
Realizar consultas, solicitudes o reclamos a organismos del estado	15%	15%
Realizar pagos en línea a organismos del estado (impuestos, compra certificados, etc.).	18%	19%
COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE) Y EMPRENDIMIENTO		
Realizar transacciones bancarias	30%	28%
Buscar y descargar ofertas y promociones de bienes o servicios	18%	16%
Realizar pagos en línea de servicios básicos (agua, luz, telefonía, etc.)	23%	28%
Vender bienes o servicios en forma ocasional (a través de sitios de subastas, por ejemplo)	13%	13%
ACTIVIDAD LABORAL		
Vender bienes o servicios de una empresa o negocio propio (a través de un sitio web de la	7%	9%
Elaborar y mantener un sitio web para una empresa o negocio propio.	5%	6%
Comprar bienes, servicios o insumos para una empresa o negocio propio.	7%	11%
Contactar nuevos clientes y proveedores para una empresa o negocio propio.	7%	9%
Trabajar remotamente desde la casa u otro lugar (teletrabajo)	10%	11%
OTRAS ACTIVIDADES		
Postular en línea a trabajos (enviar currículum)	12%	16%
Realizar cursos o capacitación en línea (e-learning).	10%	8%
Crear páginas web	5%	4%
Obtener software, parches o actualizaciones de programas.	11%	8%

A partir del reconocimiento de las actividades que los usuarios declaran realizar en internet, ha sido posible identificar diferentes tipologías de usuarios, siguiendo la siguiente metodología:

1. Cálculo de la cantidad total de actividades realizadas por cada usuario, según tipo de actividad:
 - a. Información.
 - b. Comunicaciones.
 - c. Recreativas
 - d. Acciones con organismos del estado.
 - e. Comercio electrónico.
 - f. Laboral
2. Cálculo de la proporción destinada a cada tipo de actividad, por ejemplo, un usuario que realiza 10 actividades en total, 3 de ellas de información, 2 recreativas y 5 de comunicación, tendrá los siguientes puntajes en cada variable:
 - a. Información = 0,3 (3 de 10)
 - b. Comunicaciones = 0,5 (5 de 10)
 - c. Recreativas = 0,2 (2 de 10)
 - d. Acciones con organismos del estado = 0
 - e. Comercio electrónico = 0
 - f. Laboral = 0
3. Realización de análisis estadístico avanzado (Cluster Analysis), para la identificación de grupos homogéneos entre sí y heterogéneos respecto de los demás.

Dado lo anterior, se ha identificado a 4 segmentos con el siguiente tamaño relativo:

Gráfico 22 Segmento según usos de internet – Base (n) = 3.050.
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Los segmentos identificados, tienen características distintivas según la cantidad y tipo de actividades realizadas usando internet. Por ejemplo, el segmento de usuarios integrales de internet, distribuye sus actividades en diferentes tipos, e incluso destaca por ser el segmento que más usa internet para acciones con organismos del estado, comercio y laboral.

Tabla 35 Tipos de actividades según segmentos de usuarios de Internet (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

TIPO DE ACTIVIDADES SEGÚN SEGMENTO	Uso integral de internet	Uso recreativo y social	Uso exclusivo social	Uso informativo
INFORMACIÓN	29,2%	15,0%	7,0%	67,0%
COMUNICACIONES	35,4%	52,0%	90,0%	26,0%
ENTRETENCIÓN	10,4%	26,0%	2,0%	4,0%
ESTADO	8,3%	2,0%	0,0%	1,0%
COMERCIO	11,5%	4,0%	1,0%	1,0%
LABORAL	5,2%	1,0%	0,0%	1,0%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

En el caso del segmento de uso recreativo y social, un 52% de las actividades mencionadas en internet, corresponden a Comunicación con otros y un 26% a entretenimiento.

Respecto del género, si bien no hay diferencias relevantes, los primeros 2 segmentos tienden a ser más masculinos (Uso integral y Recreativo-Social), mientras el segmento Exclusivo social, tiende a ser más femenino.

Tabla 36 Género de los segmentos de usuarios de Internet (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

GÉNERO SEGÚN SEGMENTO	Uso integral de internet	Uso recreativo y social	Uso exclusivo social	Uso informativo
HOMBRE	54,10%	54,50%	40,80%	49,10%
MUJER	45,90%	45,50%	59,20%	50,90%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Respecto de la edad, mientras los usuarios integrales y de uso recreativo y social, tienden a ser más jóvenes (promedio 37 y 36 años respectivamente), los usuarios exclusivamente sociales y de uso más bien informativo, son usuarios mayores (promedio 42 y 46 años respectivamente).

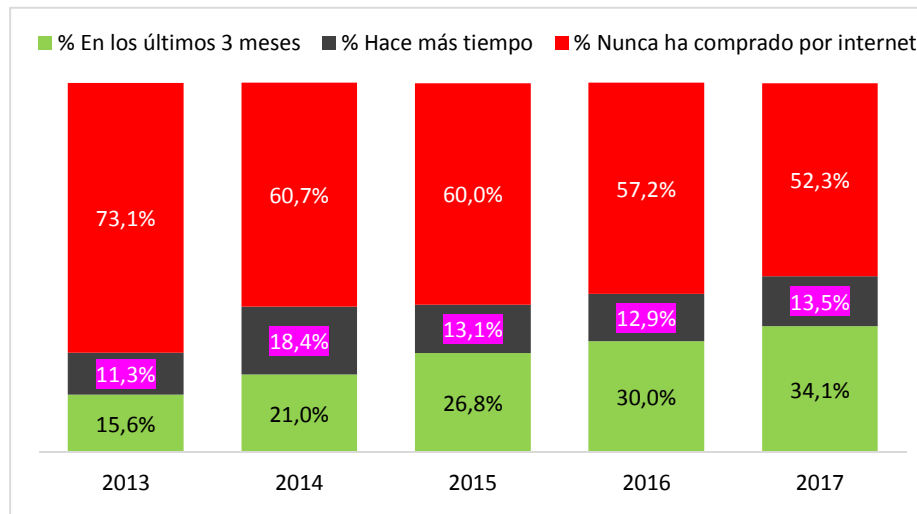
Tabla 37 Edad de los segmentos de usuarios de Internet (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

EDAD SEGÚN SEGMENTO	Uso integral de internet	Uso recreativo y social	Uso exclusivo social	Uso informativo
16 a 19	5,7%	15,5%	6,0%	5,1%
20 a 24	13,0%	13,0%	10,4%	8,2%
25 a 29	41,8%	34,8%	30,1%	24,1%
40 a 54	30,0%	22,2%	29,5%	29,4%
55 a 64	6,3%	9,4%	15,0%	17,5%
66 o más	3,2%	5,2%	9,0%	15,7%
Edad promedio	37	36	42	46
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

El uso de internet para realizar compras mantiene una trayectoria ascendente, llegando a un 34,1% que declara haber realizado una compra en los últimos 3 meses.

Gráfico 23 Pregunta Q.16 ¿Cuándo realizó la última compra u orden de bienes o servicios, para su uso personal, a través de Internet? (n=3.050).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Los 5 productos más declarados entre quienes declaran haber comprado, siguen siendo: Ropa/Accesorios, Electro, Computación, Películas/Música y Tickets.

Tabla 38 Pregunta Q.18 En los últimos 12 meses ¿Qué tipo de bienes o servicios compró u ordenó por Internet para su uso personal? (n=1.285).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Productos comprados	2013	2014	2015	2016	2017
Ropa y accesorios	31,0%	26,0%	46,0%	50,0%	41,8%
Audio, TV, electrodomésticos, muebles y	37,0%	37,0%	25,0%	31,0%	21,4%
Equipos de computación	13,0%	16,0%	16,0%	16,0%	12,3%
Películas/ música	7,0%	8,0%	16,0%	15,0%	12,2%
Tickets/reservas para eventos de	18,0%	11,0%	20,0%	22,0%	11,8%
Juegos de video o de computadora	9,0%	13,0%	10,0%	10,0%	11,2%
Libros, revistas, periódicos	10,0%	11,0%	10,0%	12,0%	9,7%
Productos de viaje	14,0%	18,0%	15,0%	17,0%	9,3%
Productos de limpieza, medicamentos	10,0%	7,0%	9,0%	10,0%	9,0%
Alimentos y bebidas	6,0%	1,0%	7,0%	10,0%	7,9%
Servicios de telecomunicaciones y	6,0%	9,0%	9,0%	10,0%	7,9%
Cursos capacitación	3,0%	3,0%	6,0%	7,0%	7,0%
Vehículos motorizados	5,0%	2,0%	6,0%	7,0%	6,5%
Productos financieros	2,0%	3,0%	5,0%	5,0%	4,7%
Equipo fotográfico, óptico o de	5,0%	4,0%	4,0%	6,0%	4,0%
Otros	13,0%	8,0%	4,0%	14,0%	11,5%

Entre las personas que se mantienen fuera del comercio electrónico, se acentúan como motivos principales para no comprar por internet el desinterés y la preferencia de comprar en persona.

Y, por otra parte, claramente disminuye la desconfianza como razón para no comprar vía internet.

Tabla 39 Pregunta Q19 ¿por cuál o cuáles razones no ha realizado una compra u ordenado productos o servicios para su uso personal a través de Internet, en los últimos 12 meses? (n=1.765).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Razones de no compra	2013	2014	2015	2016	2017
No me interesa	38,0%	39,0%	32,0%	31,0%	47,3%
Prefiero comprar en persona o negociar personalmente con el proveedor	40,0%	43,0%	34,0%	25,0%	33,0%
No tengo tarjeta de crédito	19,0%	14,0%	21,0%	20,0%	19,9%
No me siento seguro entregando los detalles de mis tarjetas de crédito o débito por internet	26,0%	16,0%	28,0%	25,0%	15,2%
No me siento seguro entregando datos personales por internet	25,0%	9,0%	18,0%	19,0%	13,2%
Falta de conocimientos, habilidades o autoconfianza	7,0%	7,0%	12,0%	14,0%	9,2%
No me siento seguro respecto a las garantías, a recibir bienes o servicios, o a retornar bienes adquiridos por	15,0%	7,0%	14,0%	11,0%	8,8%
Otro	4,0%	1,0%	1,0%	4,0%	2,6%

5.4 Razones de no uso de Internet.

Las principales razones para el no uso del Internet son de Relevancia, con un 43,8%, siendo principal “No lo necesito / no me sirve” con un 20,8% de las menciones. En segundo lugar, de Usabilidad con un 36,9% total de menciones, principalmente “No sé cómo usar el internet” con 15,8% de las menciones. En menores menciones está el costo del servicio, con un 9,0% y finalmente un 7,0% de menciones de no uso de internet por razones de Cobertura.

Tabla 40 Pregunta Q.21 Señale las razones por las que no ha utilizado Internet en los últimos 12 meses o nunca. Y Pregunta Q.21a ¿Y cuál de estas razones es la que considera la más importante?
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Razón	Menciones 2016	Más importante 2016	Menciones 2017	Más importante 2017
RELEVANCIA	-	-	62,6	43,8
No sé bien para qué sirve el Internet / no sé cuáles son los beneficios	-	-	26,0	10,8
No lo necesito / no me sirve	20	18	37,3	20,8
No le interesa utilizar internet por razones distintas a la utilidad que tiene para usted.	32	10	22,5	12,2
USABILIDAD	-	-	52,0	36,9
No sé utilizar el computador y/o Smartphone	17	12	30,4	12,0
No sé cómo utilizar el Internet	33	25	39,4	15,8
No creo que sea capaz de aprender a usar el internet	44	2	11,5	3,8
No me dan ganas de aprender a usarlo	9	7	14,5	4,1
Otras personas navegan en Internet por mí / mis familiares me ayudan a usarlo	9	1	3,7	0,7
Tengo una discapacidad / no puedo leer / tengo una limitación que me impide usarlo	4	1	1,3	0,5
COSTO DE SERVICIO	-	-	15,1	9,0
Los equipos para conectarse a Internet son muy caros	3	1	3,3	0,6
La conexión a Internet es muy cara	5	6	14,2	8,4
COBERTURA	-	-	10,2	7,9
No hay servicio de Internet en esta zona / no sé si hay servicio en esta zona	10	1	2,1	1,8
La señal donde vivo es de muy mala calidad	3	1	1,8	0,8
No tengo tiempo para usar Internet	3	3	7,0	5,3
OTRO	-	-	3,2	2,4

Al analizar las razones de no uso de Internet, por edad, se tiene que aquellos entre 16 a 20 años, no ocupan Internet principalmente por problemas de cobertura, mientras que aquellos entre 30 y 44 años, no saben bien para qué sirve el Internet, sus beneficios, y/o no saben ocupar computador o smartphone. Las personas entre 45 y 59 años, principalmente porque no lo necesitan o no les sirve. Y por últimos aquellos mayores a 60 años, porque no saben cómo utilizar el Internet.

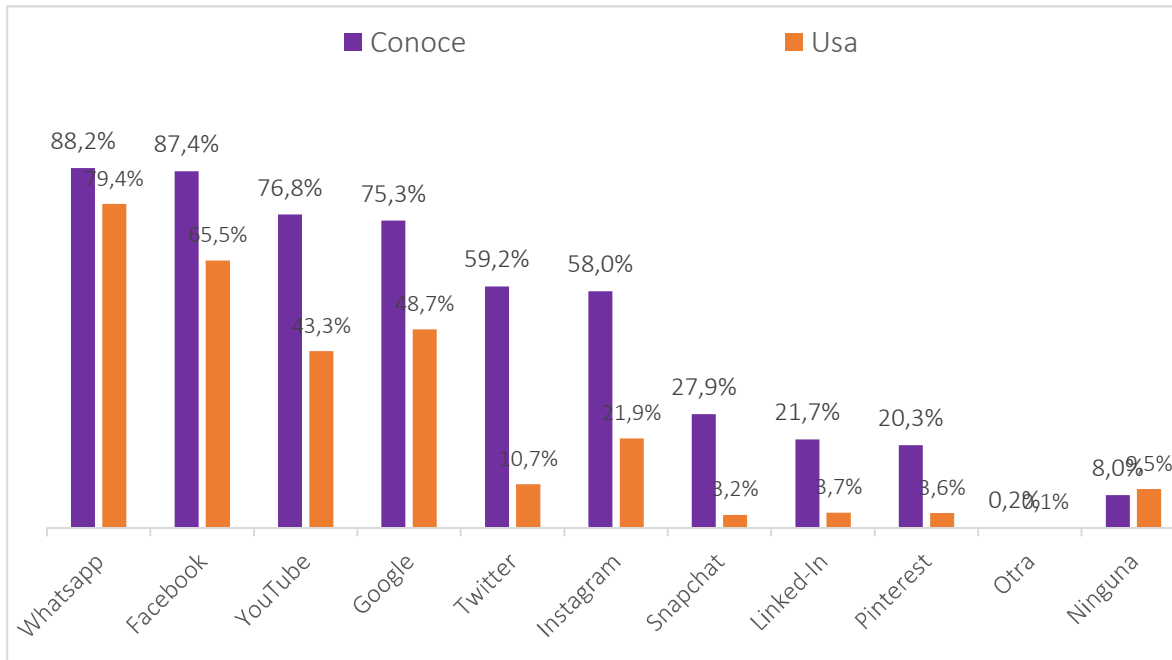
Tabla 41 Tabla 38 Pregunta Q.21 Señale las razones por las que no ha utilizado Internet en los últimos 12 meses o nunca.
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Razón	16 a 29	30 a 44	45 a 59	60 o más
RELEVANCIA	44,1%	59,9%	65,7%	61,8%
No sé bien para qué sirve el Internet / no sé cuáles son los beneficios	19,1%	32,0%	22,5%	27,2%
No lo necesito / no me sirve	19,3%	32,9%	45,6%	34,2%
No le interesa utilizar internet por razones distintas a la utilidad que tiene para usted.	18,4%	20,2%	20,8%	23,6%
USABILIDAD	19,2%	47,4%	47,4%	55,3%
No sé utilizar el computador y/o Smartphone	5,7%	36,6%	26,7%	32,0%
No sé cómo utilizar el Internet	6,6%	25,4%	37,3%	42,4%
No creo que sea capaz de aprender a usar el internet	0,0%	6,9%	12,9%	11,6%
No me dan ganas de aprender a usarlo	13,5%	5,2%	17,3%	14,2%
Otras personas navegan en Internet por mí / mis familiares me ayudan a usarlo	0,0%	1,6%	3,6%	4,1%
Tengo una discapacidad / no puedo leer / tengo una limitación que me impide usarlo	0,0%	1,6%	0,0%	1,9%
COSTO DE SERVICIO	7,4%	19,4%	19,7%	11,4%
Los equipos para conectarse a Internet son muy caros	7,4%	1,6%	2,4%	3,8%
La conexión a Internet es muy cara	7,4%	19,4%	19,7%	11,4%
COBERTURA	31,8%	6,4%	12,1%	9,1%
No hay servicio de Internet en esta zona / no sé si hay servicio en esta zona	26,7%	1,7%	3,7%	0,9%
La señal donde vivo es de muy mala calidad	5,1%	0,5%	2,6%	1,5%
No tengo tiempo para usar Internet	0,0%	4,2%	7,8%	7,0%
OTRO	4,0%	4,6%	3,1%	3,1%

5.5 Redes sociales y aplicaciones de dispositivos móviles

Las redes sociales más conocidas son WhatsApp, Facebook, YouTube y Google y son, las dos primeras, las más utilizadas con un 9,4% y 5,5%, respectivamente.

Gráfico 24 Pregunta S1 ¿Cuál o cuáles de estas redes sociales conoce? Y pregunta S2 ¿Cuál o cuáles usa habitualmente? (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Es en el segmento más joven donde las redes sociales son más conocidas y utilizadas. A medida que avanza en edad, siguen siendo Facebook y WhatsApp las más conocidas y usadas.

Tabla 42 Pregunta S1 ¿Cuál o cuáles de estas redes sociales conoce? por edad (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Red Social	TOTAL 2017	16 a 29	30 a 44	45 a 59	60 o más
WhatsApp	88,2%	97,9%	96,1%	87,3%	65,2%
Facebook	87,4%	97,8%	96,5%	84,9%	64,0%
YouTube	76,8%	93,0%	87,9%	71,1%	46,4%
Google	75,3%	90,8%	86,2%	70,2%	45,4%
Twitter	59,2%	79,5%	70,2%	46,3%	32,3%
Instagram	58,0%	83,6%	70,1%	44,2%	23,4%
Snapchat	27,9%	54,8%	32,3%	12,6%	4,2%
LinkedIn	21,7%	32,6%	30,4%	11,8%	7,2%
Pinterest	20,3%	33,6%	26,6%	9,5%	6,9%
Otra	0,2%	0,2%	0,1%	0,4%	0,1%
Ninguna	8,0%	0,2%	1,7%	8,2%	27,0%

Tabla 43 Pregunta S2 ¿Cuál o cuáles usa habitualmente? según edad (n=3.600).
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Red Social	TOTAL 2017	16 a 29	30 a 44	45 a 59	60 o más
WhatsApp	79,4%	91,1%	88,5%	75,4%	47,1%
Facebook	65,5%	82,0%	77,0%	55,6%	29,2%
YouTube	43,3%	55,8%	46,6%	36,3%	24,9%
Google	48,7%	58,2%	51,5%	42,5%	35,6%
Twitter	10,7%	15,9%	12,5%	7,0%	3,8%
Instagram	21,9%	44,4%	19,0%	10,2%	3,6%
Snapchat	3,2%	6,0%	3,5%	1,4%	0,2%
LinkedIn	3,7%	3,9%	6,0%	2,2%	1,6%
Pinterest	3,6%	4,9%	4,4%	1,7%	2,4%
Otra	0,1%	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%
Ninguna	9,5%	0,5%	2,3%	11,5%	36,5%

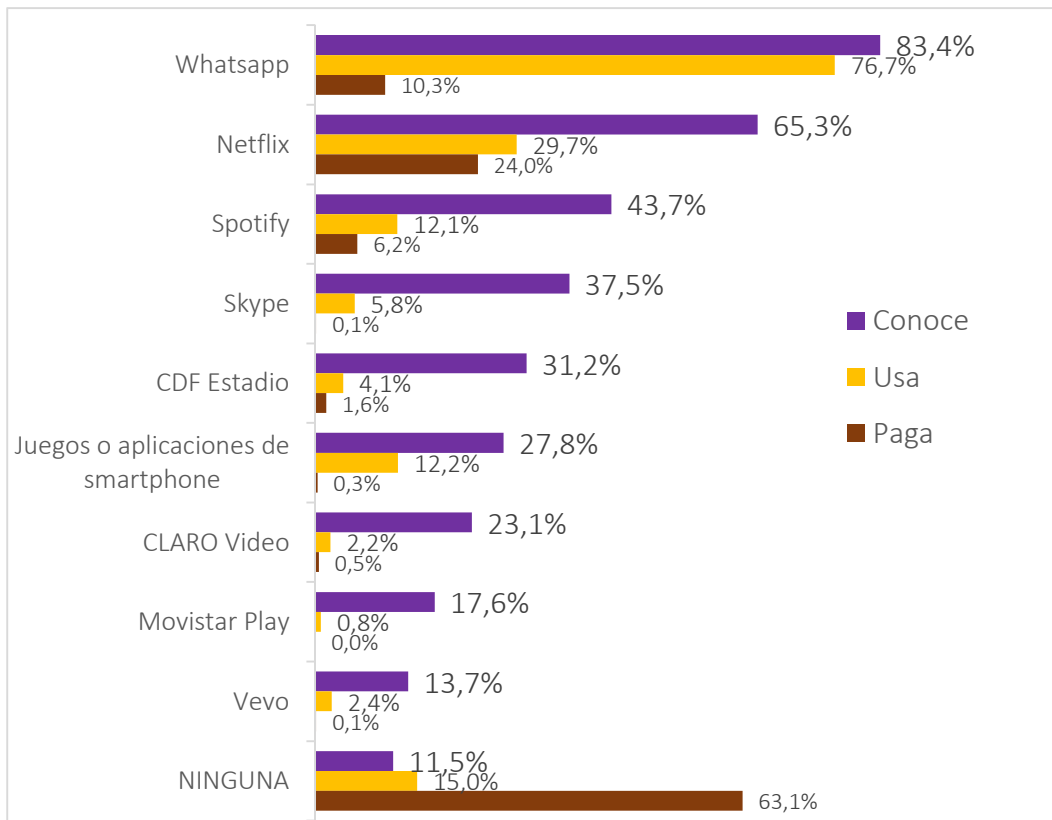
Es interesante observar como las redes sociales cumplen roles que van mucho más allá de la comunicación, información y entretenimiento. Por ejemplo, uno de los usos más mencionados de WhatsApp corresponde a comunicarse con otros para encontrar trabajo, con una proporción significativamente mayor a LinkedIn.

Tabla 44 Pregunta S.3 ¿Cuál o cuáles de estas redes sociales usa cuando quiere ... ? (n=3.033).
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Razón	Entretenerse	Buscar información para tareas / actividades	Informarse respecto de la actualidad	Comunicarse con otros para encontrar trabajo	Buscar información de productos o servicios
Facebook	55,2%	13,0%	31,4%	28,4%	23,5%
Twitter	4,1%	0,8%	4,6%	1,1%	0,9%
Instagram	13,0%	1,0%	2,4%	2,3%	2,0%
Google	26,1%	78,1%	62,8%	36,8%	69,3%
LinkedIn	1,0%	1,3%	0,8%	4,3%	0,6%
WhatsApp	45,1%	10,4%	8,9%	34,3%	8,0%
Pinterest	1,8%	1,0%	0,2%	0,1%	0,4%
YouTube	37,7%	9,3%	7,5%	1,7%	4,8%
Snapchat	1,5%	0,1%	0,1%	0,0%	0,8%
Otra	0,2%	0,3%	0,9%	0,9%	14,5%
Ninguna	3,2%	9,3%	11,2%	22,5%	14,5%

WhatsApp y Netflix son las aplicaciones más conocidas y utilizadas. Al consultar respecto al pago efectuado por alguna de estas aplicaciones, un 63,1% declara que no paga por ninguna aplicación.

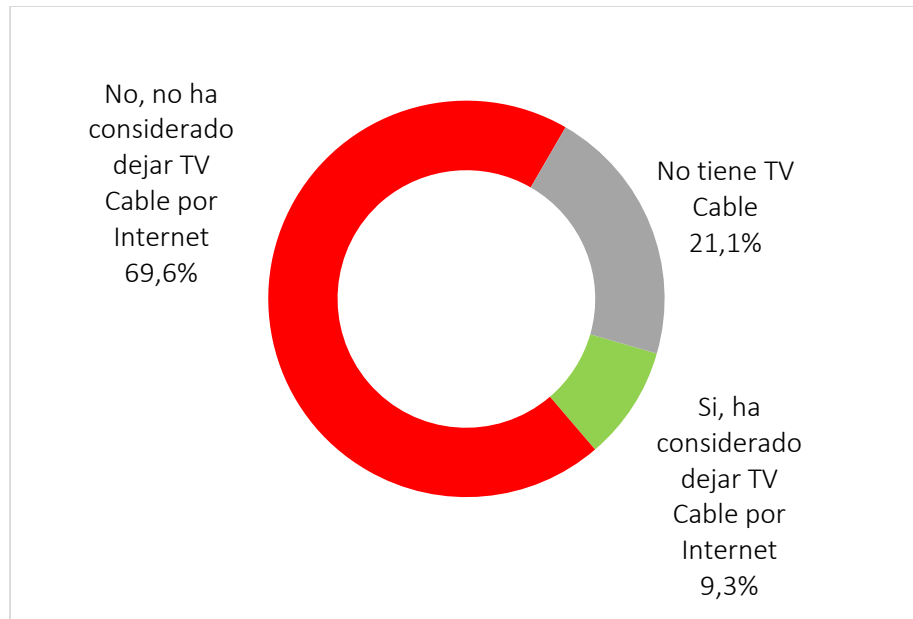
Gráfico 25 Pregunta S.4 ¿Cuál o cuáles de estas aplicaciones o servicios conoce? Pregunta S.5 ¿Cuál o cuáles usa habitualmente? Y pregunta S.6 ¿y paga un monto extra, además del pago de su internet, por el uso de estas aplicaciones? (n=3.600).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



EL 22,1% de los encuestados no tiene TV Cable. Del 79,9% que si tiene se le pregunta si reemplazaría ver TV por Internet (Contenidos desde Netflix, YouTube, ente otros), en vez del cable, del cual el 9,3% lo han considerado y el 69,6% no lo han considerado.

Gráfico 26 Pregunta S.7 ¿Han considerado dejar de contar con servicio de Cable y ver contenido sólo a través de internet, como Netflix, YouTube y otros similares? (n=3.600).

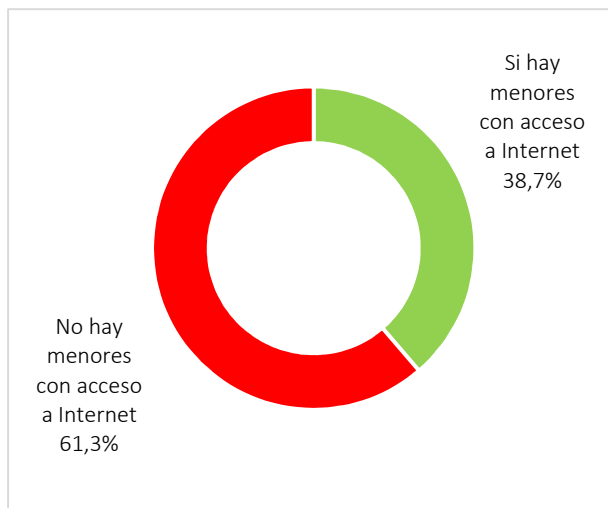
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



6 Problemas y cuidado en acceso y uso de internet

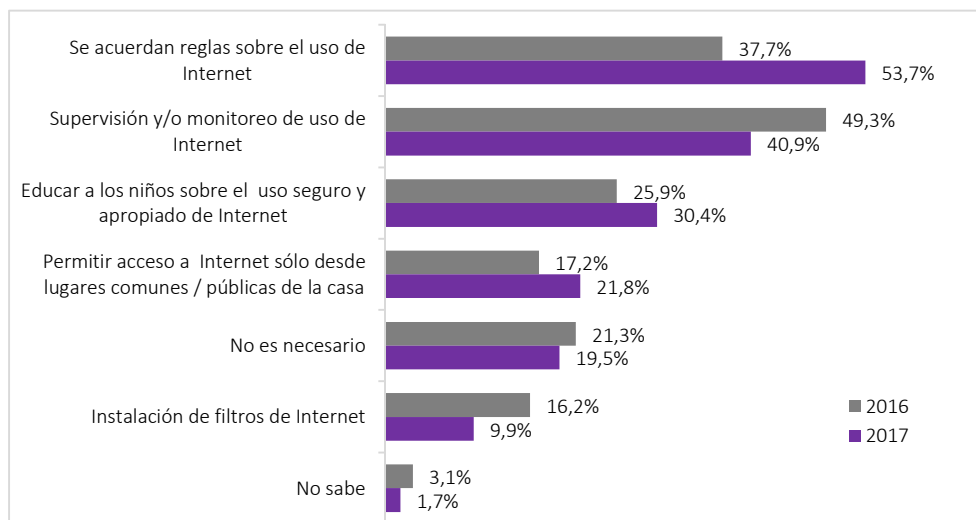
Un 38,7% de los hogares encuestados, tiene menores de 15 años con acceso a internet en el hogar, aumentando significativamente respecto del 28% del año 2016.

Gráfico 27 Pregunta P.15 En su hogar, ¿Hay menores de 15 años con acceso a Internet? (n=3.071).
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



La supervisión y monitoreo de uso de internet, pasa a ser la segunda medida mencionada para proteger a los menores cuando acceden a internet, dando paso a los acuerdos y establecimiento de reglas sobre el uso de internet, como la opción más mencionada.

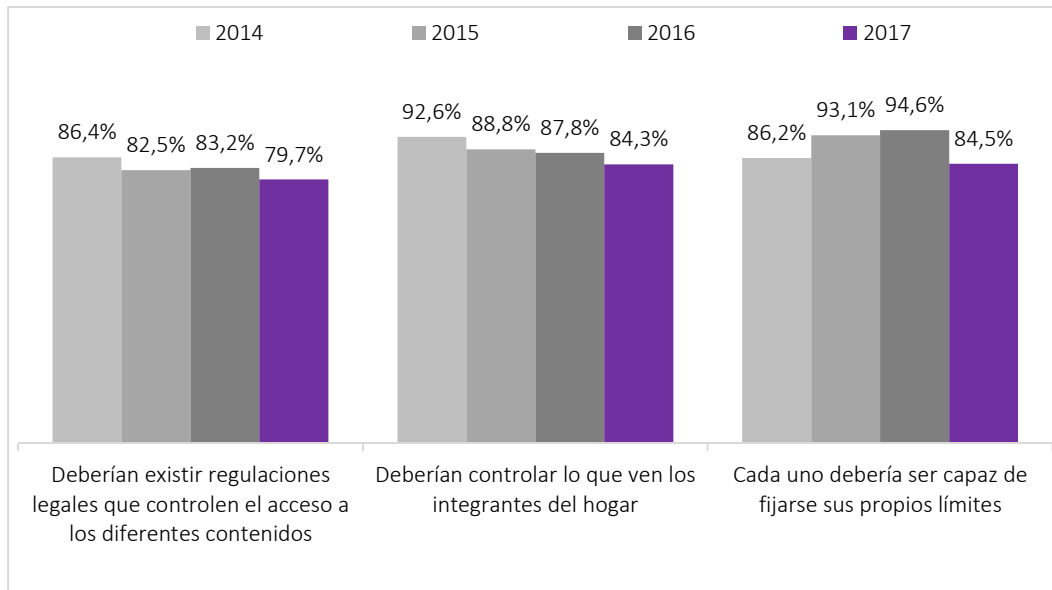
Gráfico 28 Pregunta B ¿Cuáles de estas medidas de protección o restricción del uso de internet para estos menores de edad tienen en su hogar? (n=1.214).
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



La incidencia de situaciones de riesgo detectadas prácticamente es nula, al igual que el año 2016.

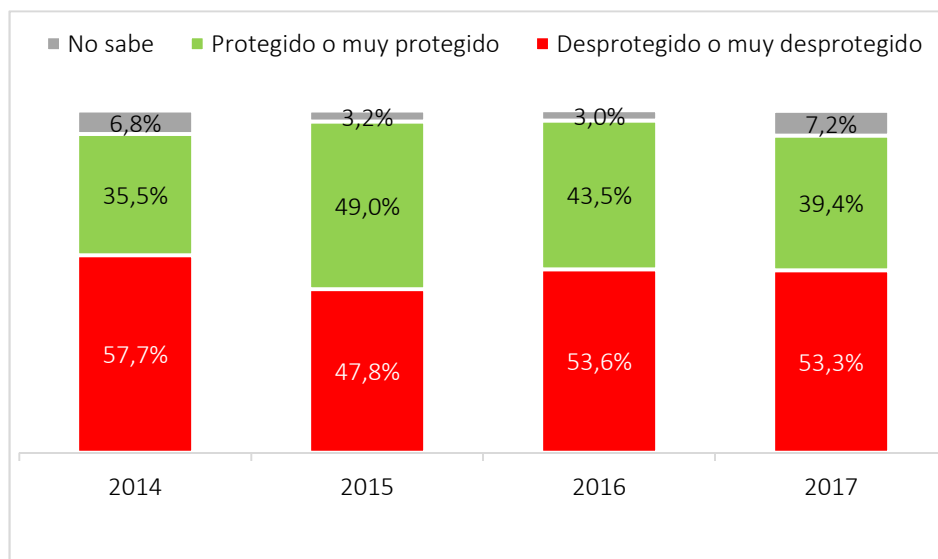
Sin embargo, se mantiene la percepción generalizada de que Internet requiere un trabajo conjunto de regulación y control de lo que los jóvenes y niños pueden acceder.

Gráfico 29 Pregunta Q.20 Sobre los contenidos y la regulación en internet ¿Usted cree que ...? (n=3.050).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Y persiste una sensación alta de desprotección en este sentido, como se percibía en los años anteriores.

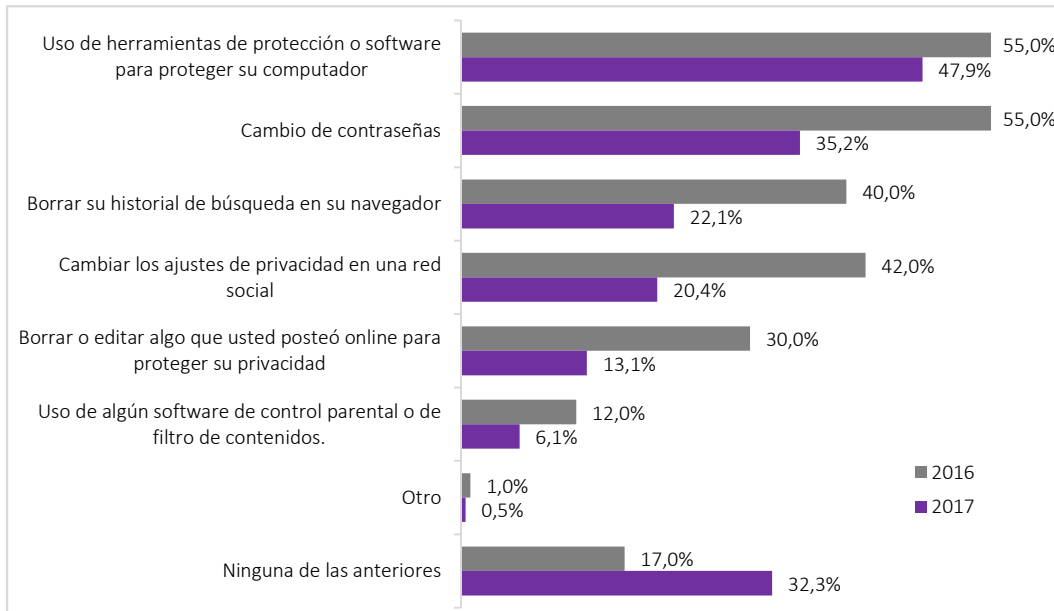
Gráfico 30 Pregunta Q.20B Frente a cosas como los virus, el correo basura, archivos espías, entre otros que pueden llegar por internet, ¿cuán protegido se siente Ud.? (n=3.050).
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Entre las actividades de seguridad más mencionadas para proteger la seguridad y privacidad de la información, se encuentran el uso de antivirus y el cambio de contraseñas, sin embargo, disminuye en forma generalizada las menciones de uso de alguna medida.

Gráfico 31 Pregunta Q.20C En los últimos 3 meses ¿Qué actividades ha realizado usted en términos de seguridad y privacidad de la información? (n=3.050).

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



7 Anexos

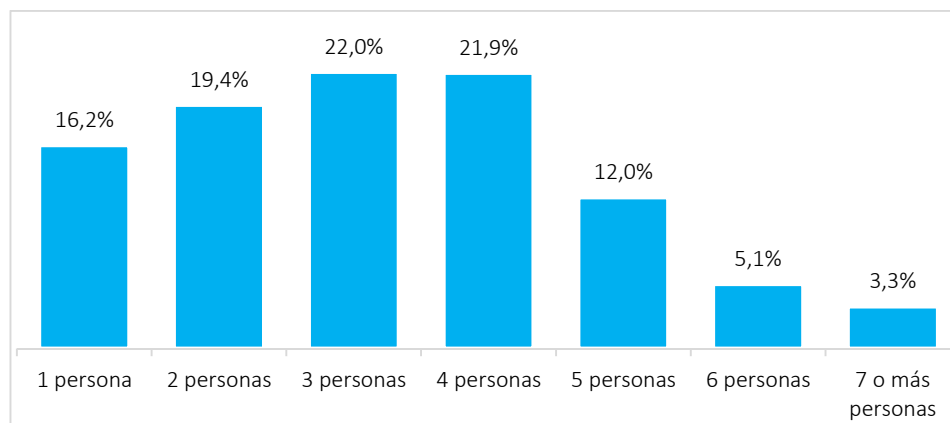
7.1 Caracterización de las unidades muestrales

A continuación, se hará una descripción de las características de ambas unidades de análisis: Hogares y Usuarios.

7.1.1 Caracterización de los hogares

Los hogares encuestados están compuestos por un promedio de 3,2 integrantes, concentrándose la mayor parte de ellos, en hogares de 1 a 4 integrantes (79,5% del total de hogares encuestados).

Gráfico 32 Cantidad de miembros en los hogares encuestados – Base (n) = 3.600.
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



En relación con la distribución según género, los hogares encuestados están compuestos en promedio, por 1,6 hombres y 1,6 mujeres (3,2 en total).

Respecto de la edad de los integrantes de los hogares encuestados, la siguiente tabla muestra la proporción de hogares con presencia de personas de diferentes tramos de edad, mostrando una presencia mayoritaria de hogares con personas de 17 a 64 años.

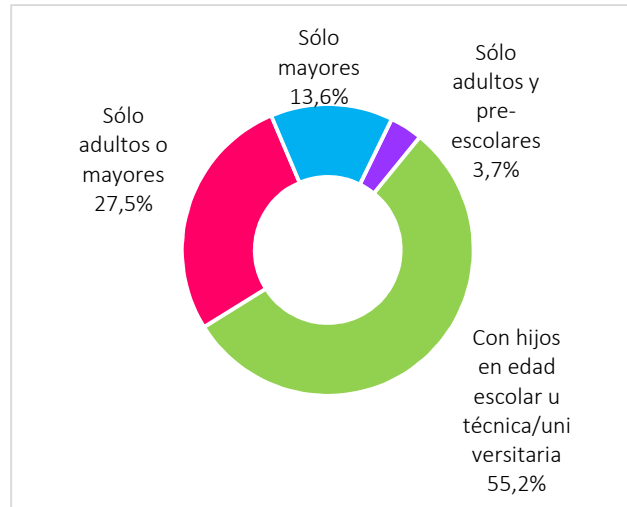
Tabla 45 Proporción de hogares con miembros según tramos de edad – Base (n) = 3.600.
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

TRAMOS DE EDAD	URBANO	RURAL	TOTAL
Preescolares [0 a 4]	14,5%	23,8%	15,8%
Niños [5 a 11]	20,5%	27,2%	21,4%
Adolescentes [12 a 16]	19,9%	28,0%	21,1%
Jóvenes [17 a 24]	32,9%	30,5%	32,6%
Adultos jóvenes [25 a 39]	52,4%	50,5%	52,1%
Adultos [40 a 49]	33,3%	41,5%	34,4%
Adultos mayores [50 a 64]	42,9%	43,0%	42,9%
Mayores [65 o más]	25,7%	25,0%	25,6%

En teoría, la presencia de personas en edad escolar puede incidir en el acceso y uso de internet, por lo tanto, pareció pertinente la identificación de grupos de hogares, a partir de la composición de sus integrantes según edad.

De este modo, se ha identificado a 4 tipologías de hogar, como lo muestra la siguiente gráfica:

Gráfico 33 Proporción de hogares con miembros según tramos de edad – Base (n) = 3.600.
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Los tipos de hogares más representados en la muestra corresponden a aquellos compuestos por un mix de adultos y niños/jóvenes en edad escolar o de educación superior (5 a 24 años) y, en segundo término, con un 27,5% de los hogares encuestados, los hogares formados sólo por personas de 25 años o más.

Un segmento interesante de analizar respecto a las brechas de acceso y usos de internet es el tercero en tamaño, el cual corresponde a los hogares compuestos solamente por personas de 65 años o más, correspondiente al 13,6% del total de hogares.

Otra característica importante en relación con el análisis de las brechas de accesos y usos de internet corresponde a los ingresos per-cápita del hogar. En este sentido, los diferentes quintiles de ingresos han quedado representados de forma homogénea, lo cual permite el análisis según esta variable.

Tabla 46 Quintiles de ingreso de los hogares encuestados – Base (n) = 2.400.
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

QUINTIL DE INGRESOS ²	URBANO	RURAL	TOTAL
Q1	22,0%	38,7%	25,0%
Q2	22,7%	29,0%	23,8%
Q3	22,0%	15,1%	20,8%
Q4	17,8%	9,5%	16,3%
Q5	15,5%	7,7%	14,1%

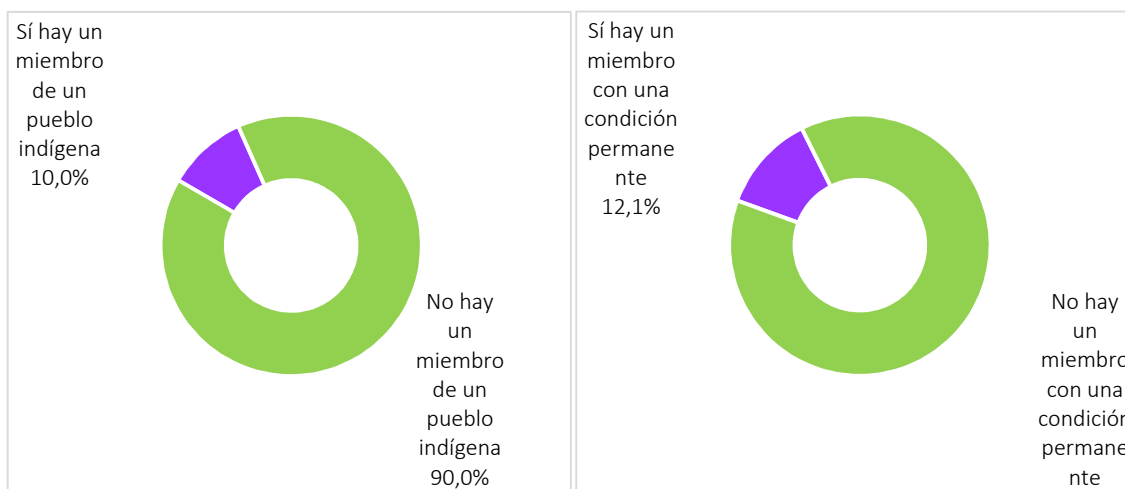
Un 10,0% de los hogares encuestados, declara la presencia de personas miembros del hogar, con pertenencia o descendencia de un pueblo indígena, del mismo modo, un 12,1% de los hogares declara contar con algún miembro con una condición permanente³.

Gráfico 34 Presencia de miembros del hogar con descendencia de pueblos indígenas o con alguna condición permanente. Pregunta A.11 ¿Algún miembro de este hogar pertenece o es descendiente de alguno de estos pueblos indígenas?

Pregunta A.12 ¿Hay algún miembro de este hogar con alguna de estas condiciones permanentes y/o de larga duración?

Base (n) = 3.600.

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



² Esta tabla está calculada sobre la base del total de hogares que estuvo dispuesto a entregar información de ingresos del hogar, a saber: n=2.400 (Urbano=2.019, Rural=381).

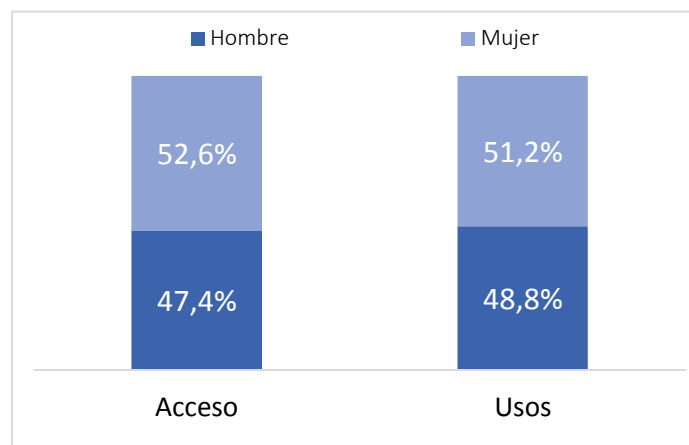
³ Las principales menciones de pueblos indígenas son: Mapuche (8,0%), Aymara (0,9%), Atacameño (0,4%), Quechua (0,2%). Y las principales menciones de condiciones permanentes son: Dificultad física y/o de movilidad (6.2%), Ceguera o dificultad para ver aun usando lentes (3.4%), Sordera o dificultad para oír aun usando audifonos (1,8%), Dificultad mental o intelectual (1,6%).

7.1.2 Características de los encuestados para módulos de acceso y usos de internet

En un 91,3% de los hogares, la persona seleccionada para responder el módulo referente al hogar fue la misma persona que respondió el módulo referente a los usos de internet.

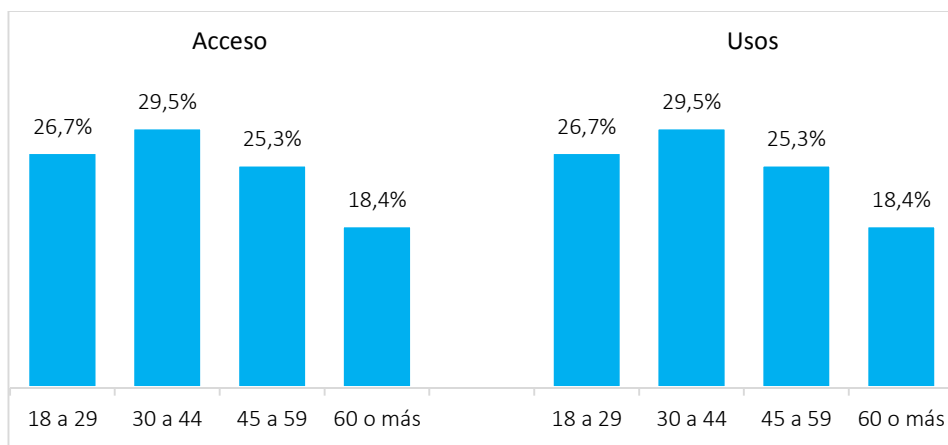
En este sentido, el perfil de los encuestados según género para ambos módulos se encuentra balanceado con proporciones similares de hombres y mujeres.

Gráfico 35 Género de los encuestados según módulo – Base (n) = 3.600.
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



De modo similar, la distribución según tramos de edad de los encuestados para módulos de acceso y usos es la misma. La edad promedio del encuestado para el módulo de hogar fue de 43 años, y para el encuestado de módulo de usos, 41 años.

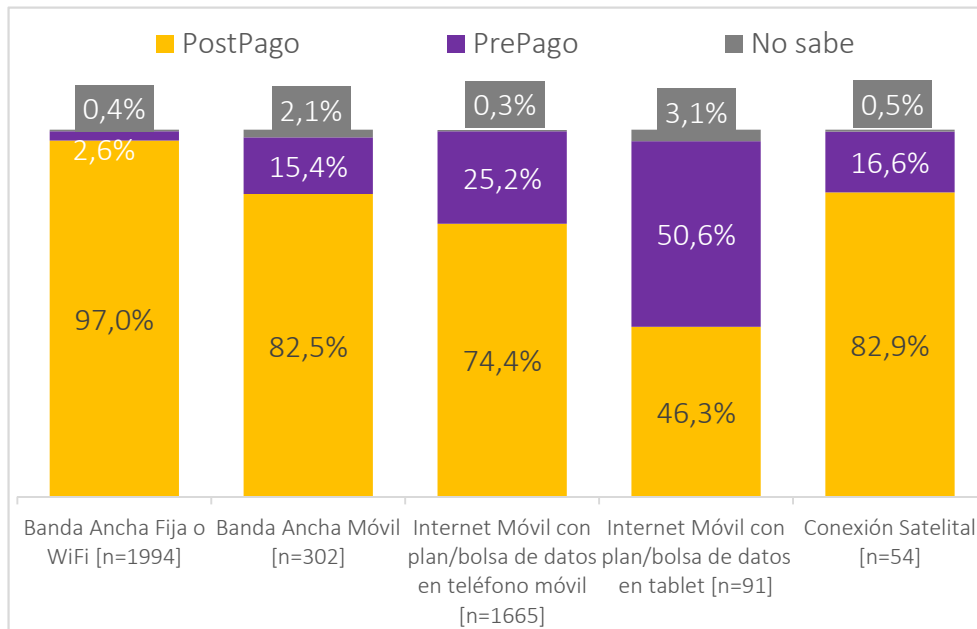
Gráfico 36 Tramos de edad de los encuestados según módulo – Base (n) = 3.600.
Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



7.2 Modalidades de pago de internet

Predomina la modalidad de post-pago entre quienes declaran acceso a internet vía Banda Ancha Fija, Móvil, e Internet Móvil en el celular (los 3 principales modos de acceso a internet propio y pagado en el hogar).

Gráfico 37 Pregunta P.7C ¿Cuál es la modalidad de pago de su acceso a Internet?
 Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.



Predomina la modalidad de post-pago entre quienes declaran acceso a internet vía Banda Ancha Fija, Móvil, e Internet Móvil en el celular (los 3 principales modos de acceso a internet propio y pagado en el hogar).

Tabla 47 Pregunta P.7C2 De las formas de acceso a Internet que indicó. ¿Alguna de esta es pagado por la empresa o lugar de trabajo de un miembro del hogar?

Fuente: IX Encuesta Acceso y Uso Internet, SUBTEL, Brújula.

Razón	Pagado por empresa	Pagado por miembros del hogar	No sabe
Banda Ancha Móvil (n=302)	5,9%	90,9%	3,2%
Internet Móvil con plan/bolsa en teléfono celular (n=1665)	4,9%	94,0%	1,1%
Internet Móvil con plan/bolsa de datos en Tablet (n=91)	6,7%	84,0%	9,2%

En promedio, el cargo fijo pagado en Banda Ancha Fija llega a \$29.850 [USD 44,87], en el caso de Banda Ancha Móvil llega a \$20.300 [USD 30,51] y en el caso de Internet Móvil en el celular, a \$28.700 [USD 43,14] ⁴

Según datos de la OCDE⁵ el pago [en USD] por 200 GB [High] y por 20 GB [Low] para Junio del 2017 de Banda Ancha Fija, es como el siguiente el gráfico para los países respectivos.

Gráfico 38 Precios para usuario High y Low de los diferentes países de la OCDE.
 Fuente: OECD fixed broadband basket, high user, low user, June 2017

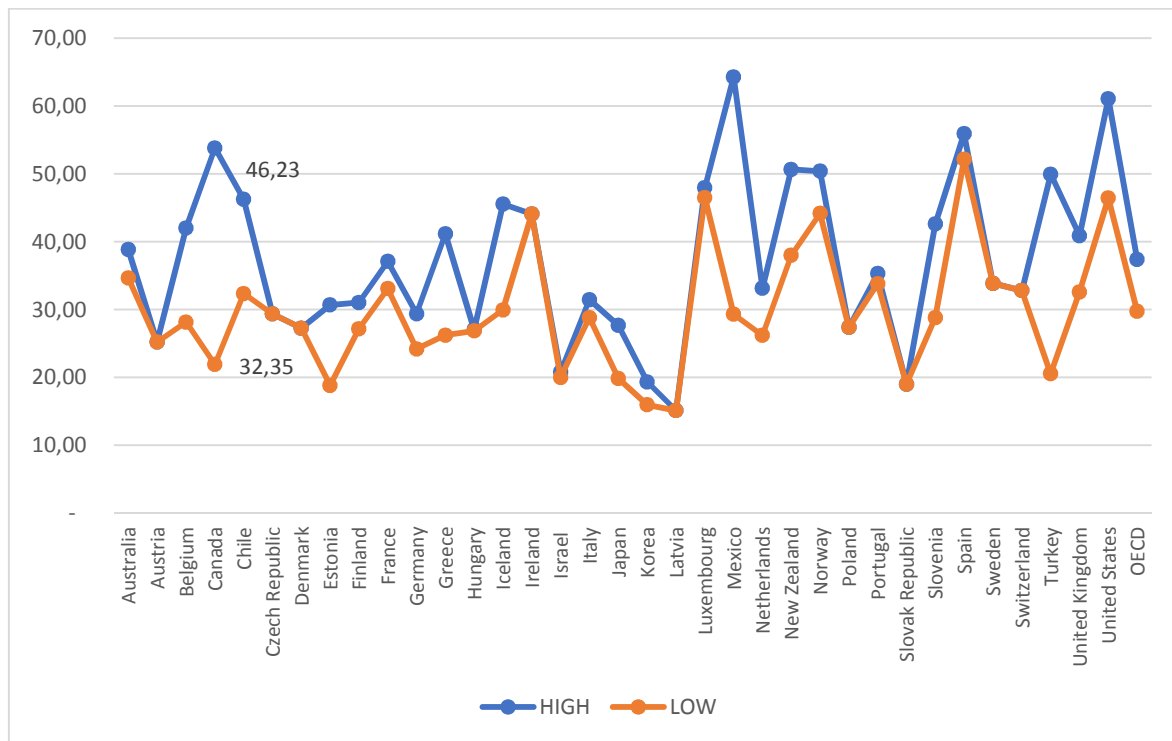


Gráfico 39 Precios para usuario High y Low de los diferentes países de la OCDE. Fuente: OECD fixed broadband basket, high user, low user, June 2017

Con esto, se puede decir que los valores obtenidos en la medición 2017, están más cercanos hacia un usuario "High" según lo definido por OECD.

⁴ Según valor promedio del dólar en Junio 2017: \$665,15, SII.

⁵ OECD fixed broadband basket, high user, low user, June 2017

7.3 Comunas seleccionadas para la medición

Tabla 48 Comunas de Chile seleccionadas para realizar la medición.
Fuente: IX Encuesta Acceso y Usos de Internet, SUBTEL, Brújula.

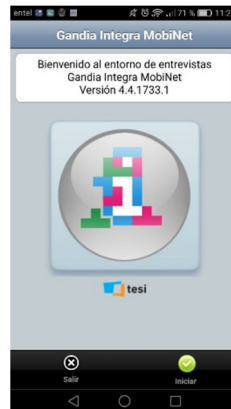
1	Alto del Carmen	27	El Bosque	53	Maipú	79	Recoleta
2	Ancud	28	Estación Central	54	Maule	80	Renca
3	Angol	29	Freire	55	Melipilla	81	Rengo
4	Antofagasta	30	Hijuelas	56	Monte Patria	82	Requinoa
5	Arauco	31	Hualpén	57	Natales	83	San Antonio
6	Arica	32	Huara	58	Nueva Imperial	84	San Bernardo
7	Aysén	33	Huechuraba	59	Ñuñoa	85	San Carlos
8	Calama	34	Iquique	60	Osorno	86	San Clemente
9	Calbuco	35	La Cisterna	61	Ovalle	87	San Fernando
10	Cañete	36	La Florida	62	Padre las Casas	88	San Javier
11	Carahue	37	La Granja	63	Paine	89	San Pedro de Atacama
12	Castro	38	La Ligua	64	Pedro Aguirre Cerda	90	San Pedro de la Paz
13	Cauquenes	39	La Pintana	65	Peñaflor	91	San Vicente
14	Cerro Navia	40	La Reina	66	Peñalolén	92	Santiago
15	Chillán	41	La Serena	67	Pichidegua	93	Talca
16	Chonchi	42	La Unión	68	Providencia	94	Talcahuano
17	Coihueco	43	Las Condes	69	Pudahuel	95	Temuco
18	Concepción	44	Lautaro	70	Puente Alto	96	Teno
19	Conchalí	45	Linares	71	Puerto Montt	97	Valdivia
20	Constitución	46	Lo Espejo	72	Puerto Varas	98	Valparaíso
21	Copiapó	47	Lo Prado	73	Punta Arenas	99	Victoria
22	Coquimbo	48	Longaví	74	Quilicura	100	Vicuña
23	Coronel	49	Los Andes	75	Quillota	101	Villa Alemana
24	Coyhaique	50	Los Ángeles	76	Quilpué	102	Villarrica
25	Curicó	51	Lota	77	Quinta Normal	103	Viña del Mar
26	Dalcahue	52	Macul	78	Rancagua	104	Vitacura

7.4 Material Utilizado en la medición

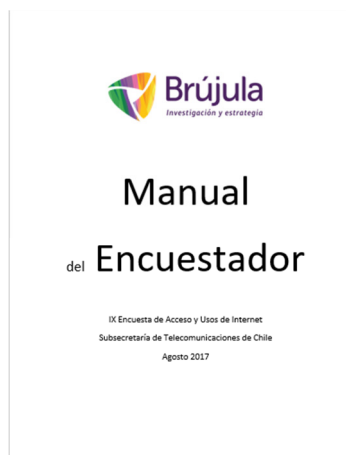
1. Tablets para realizar las encuestas



2. Programa GANDIA INTEGRA MOBINET. Ocupado en las Tablet, soporte informático de las encuestas.



3. Manual del encuestador, en el cual se le detallaba todo el estudio, su forma de seleccionar a los encuestados, como seleccionar los hogares, que hacer en determinados casos tipos de terreno, datos de contacto con Brújula, cómo utilizar el programa MOBINET y como descargar el estudio respectivo.



7. Tarjetero con códigos preestablecidos para las preguntas que corresponde.

TARJETERO ESTUDIO

IX ENCUESTA DE ACCESO Y USOS DE INTERNET 2017
SUBTEL

TARJETA A8	
1	JEFE DE HOGAR
2	CÓNYUGE O PAREJA
3	HJO(A)
4	YERNO O NUERA
5	NIE(TO)(A)
6	PADRE O MADRE
7	SUEGRO(A)
8	HERMANO(A)
9	CUÑADO(A)
10	OTRO FAMILIAR
11	OTRO NO FAMILIAR
12	SERVICIO DOMESTICO

TARJETA P11	
1	PORQUE ES MAS CARO QUE EL ACCESO MÓVIL
2	PORQUE MI CONEXIÓN MÓVIL SE PUEDE UTILIZAR FUERA DEL HOGAR
3	PORQUE OCUPO MUY POCO EL INTERNET
4	OTR RAZÓN ¿CUÁL? _____

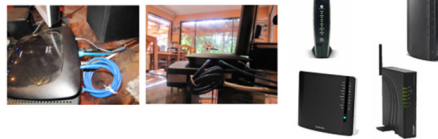
8. Imágenes representativas.

FORMAS DE ACCESO [P7]

1) Banda Ancha Fija [ADSL]



1) Banda Ancha Fija [CABLE - MODEM]



FORMAS DE ACCESO [P7]

2) Banda Ancha Móvil - USB



2) Banda Ancha Móvil - MODEM



FORMAS DE ACCESO [P7]

3) Smartphone - Navegación Directa



3) Smartphone - Tethering (utiliza smartphone para conectar computador)



FORMAS DE ACCESO [P7]

4) Tablet con acceso propio a Internet (con SIM Card de operador móvil)



Tablet con SIM Card

FORMAS DE ACCESO [P7]

5) Conexión Satelital – VSAT [para acceso a internet – NO TV]

