

MINI BOOK eureka



MINI BOOK eureka

Eureka Discovery Tools, consultora dedicada al manejo estratégico de la información.

Apoyamos a las empresas en su constante necesidad de comunicar e informar, preocupándonos tanto del **contenido** como de la **forma**.

Buscar, analizar, editar y diseñar
4 etapas fundamentales de nuestro trabajo.

Número 36

Tecnología III

Noviembre 2013

Temario

TIC

Internet

Redes sociales

Videojuegos

Telefonía

Televisión

Para mayor información
visite nuestro sitio web
www.eurekadt.com

Claudia Lazo E.
Directora Ejecutiva
claudialazo@eurekadt.com

Beatriz Bonet V.
Editora General
beatrizbonet@eurekadt.com

MINI
BOOK  eureka
DISCOVERY TOOLS

El último informe mundial sobre Tecnologías de la Información y Comunicación, elaborado por el Foro Económico Mundial (144 países), reveló que Chile subió cinco puestos respecto del año pasado, ubicándose como líder en América Latina en el lugar **34°**. Destacó en infraestructura, precios de los servicios, los esfuerzos para incentivar la utilización de redes y servicios electrónicos. Sin embargo, para nivelarse con la media de los países desarrollados requiere mejorar la capacidad de aprovechar las TIC en pos de su competitividad, del crecimiento económico y bienestar social.

Ranking mundial de TIC

Lugar	País	Lugar	País
1	Finlandia	52	Uruguay
2	Singapur	54	Rusia
3	Suecia	58	China
9	EE.UU.	60	Brasil
20	Nueva Zelanda	63	México
27	Irlanda	66	Colombia
34	Chile	68	India
42	República Checa	70	Sudáfrica
46	Panamá	99	Argentina
49	Polonia	103	Perú

Variables medidas y resultados de Chile

	Notas de 1 a 7
Accesibilidad	5,9
Desarrollo de negocios e innovación	5,2
Impacto social	5,0
Uso gubernamental de la tecnología	4,9
Habilidades	4,8
Ambiente político y regulatorio	4,4
Infraestructura y contenido digital	4,2
Uso individual de la tecnología	4,1
Uso comercial de la tecnología	3,7
Impacto económico	3,7

| Fuente: WEF, 2013 |

Índice de Desarrollo Digital

Instrumento que compara el desarrollo global del acceso y uso tecnológico en Chile, respecto al promedio de los países OCDE, en los sectores Hogar, Público y Empresa.

Hogar	71,0%
Base instalada de PC en hogares	90,3%
Teléfonos celulares sobre población	85,5%
Banda ancha móvil sobre habitantes	67,2%
Banda fija en hogares	59,8%
TV paga en hogares	29,1%
Público	61,0%
Declaraciones de renta por internet	98,4%
PC entregados por plan Enlaces	91,5%
Cotizaciones previsionales por internet	87,0%
Base instalada de PC en sector educacional	77,0%
Facturas electrónicas	40,0%
Alumnos por PC	9,1%
Certificados emitidos por internet	9,0%
Empresa	60,4%
Inversión en servicios	74,2%
Inversión en telecomunicaciones	70,4%
PC sobre empleados en oficina	68,3%
Inversión en software	65,3%
Inversión en hardware	62,8%
Banda ancha	52,9%
Notebooks y smartphones	27,3%

I Fuentes: IDC, La Tercera, 2010 I

Tecnología en los colegios

Desarrollo de la infraestructura tecnológica

56,3%	30,8%	13,0%
Intermedio	Avanzado	Incipiente
Al menos 88% PC con internet, banda ancha y un proyector cada 3 docentes.	Al menos 96% PC con internet, banda ancha y un proyector cada 2 docentes.	Al menos 59% PC con internet, tasa de 13 alumnos por PC.

Tasa 2012

9 alumnos por PC

Según dependencia administrativa	Municipal	Particular subvencionado	Particular pagado
Tasa alumnos por PC	6	14	11
Promedio de PC para uso de alumnos	38	34	48

Tasa 2009: **22 alumnos por PC**



N° de horas pedagógicas semanales en laboratorio de informática

Año	Municipal	Particular subvencionado	Particular pagado
2009	8	10	13
2012	17	14	13

I Fuente: CENIE, MINEDUC, 2012 I

De un total de 1.646 trámites del Estado, **39,3%** se encuentra digitalizado, es decir, los ciudadanos pueden acceder a ellos a través de la web.

I Fuentes: SEGPRES, El Mercurio, 2013 I

Uso de tecnología en trámites públicos

Cifras anuales

	Total atenciones	En oficina	Por internet	Por teléfono
Registro Civil	42.065.053	92,4%	7,5%	-
Hospitales	26.276.539	97,8%	-	2,1%
Recintos de atención primaria	16.266.925	100,0%	-	-
SII	10.979.301	2,0%	97,9%	-
IPS	9.661.478	66,4%	0,5%	33,0%
Dirección del Trabajo	7.631.391	21,3%	74,8%	3,8%
COMPIN	3.326.291	100,0%	-	-
Corporación Asistencia Judicial	656.644	100,0%	-	-
SERNAC (2009)	656.628	29,0%	25,1%	45,8%
SERVIU	313.045	82,3%	1,9%	15,7%
Superintendencia Seguridad Social	307.643	33,3%	3,5%	63,0%

I Fuentes: SEGPRES, El Mercurio I

Municipios digitales

98,8%	cuenta con una página web
9%	la actualiza todos los días
8%	tiene desactualizados los portales web
3%	permite pagar en línea patentes o partes

- **90** municipalidades usan plataformas como Twitter, Facebook, Flickr o Youtube.
- **80** no tienen información de transparencia en sus páginas web.

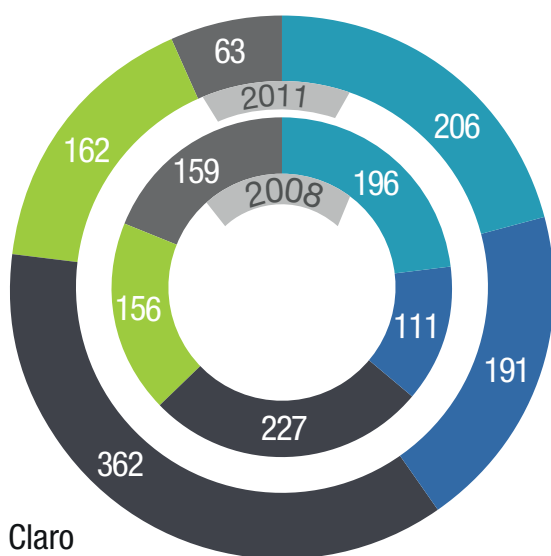
I Fuentes: U. Adolfo Ibañez, OCD Iberoamerica, El Mercurio, 2011 I

Inversión de la industria de las telecomunicaciones

En millones de US\$ de cada año

Inversión fija y otras

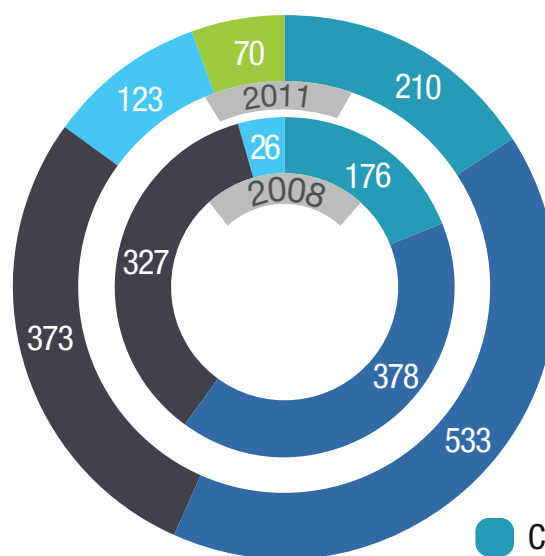
2008	2011
849	985



- Claro
- Entel
- Movistar
- VTR
- Otros

Inversión móvil

2008	2011
907	1.309



- Claro
- Entel
- Movistar
- Nextel
- VTR

En 2011, la inversión total del sector marcó una cifra récord: **US\$ 2.294 millones**, lo que representa **13%** más que en 2010 y **65%** más que en 2009.

Algunos motivos son: el aumento de las conexiones a internet móvil, lo que implica grandes inversiones en redes e infraestructura, y la entrada de nuevos operadores al mercado. Además, luego del 27-F, las empresas tuvieron que readecuar sus redes para situaciones de emergencia. Se agregan las modificaciones estructurales para la llegada de la portabilidad numérica, el término de la larga distancia y la estandarización de la numeración.

| Fuentes: SUBTEL, El Mercurio |

Población **ONLINE**



Personas mayores de 15 años conectadas a internet, sólo desde computador

Visitantes únicos*	Miles
▣ Mundial	1.554.798
▣ Latinoamérica	147.249
▣ Brasil	62.122
▣ México	24.381
▣ Argentina	14.127
▣ Colombia	10.090
▣ Venezuela	5.795
▣ Chile	5.742
▣ Perú	4.888
▣ Puerto Rico	1.468

Tiempo dedicado a internet por persona	Horas al mes
▣ Mundial	23,4
▣ Latinoamérica	26,1
▣ Brasil	35,6
▣ Argentina	24,1
▣ Perú	21,5
▣ Chile	19,5
▣ Colombia	18,9
▣ México	18,8
▣ Venezuela	17,2
▣ Puerto Rico	13,8

*Usuarios distintos que visitan un sitio durante un período determinado. Si lo visitan varias veces al mes, se contabiliza una sola vez.

Fuente: ComScore, marzo 2013

Usuarios chilenos

Según género

49,8%
Hombres

50,1%
Mujeres

Según tramo etario ▼

15 a 24	35,4%
25 a 34	25,7%
35 a 44	18,2%
45 a 54	12,6%
55 o más	8,2%

Categorías más buscadas

	%
Presencia corporativa	98,0
Servicios	97,5
Búsqueda / navegación	97,5
Entretenimiento	97,3
Medios sociales	97,0
Estilos de vida	96,9
Directorios	96,3
Portales	96,1
Redes sociales	96,0

En agosto de 2013, las búsquedas nacionales sumaron **677 millones**, con un promedio de **120,6** por persona.

Google.cl es el buscador preferido de los chilenos (**90,7%**).

PREV Fuente: ComScore, agosto 2013 NEXT

Consumo de medios

16 a 24 años, horas por semana

	Mundo	Latinoamérica	Chile
Internet	13	13	12
Móviles	10	7	7
Televisión	9	9	8
Redes sociales	9	9	9
Radio	7	5	4
Correo electrónico	7	4	5
Microblogging	7	6	4
Sitios de video	7	6	5
Diarios	6	4	3
Blogs	6	4	3
Revistas	4	2	2

Usos en la web

	Mundo	Latinoamérica	Chile
Ver un video en Youtube	88%	92%	88%
Visitar el perfil de un amigo en una red social	81%	90%	89%
Mantener perfil en Facebook	77%	85%	89%
Crear un perfil en una red social	75%	82%	59%
Subir un video a Youtube	49%	56%	35%

| Fuentes: Universal McCann, El Mercurio, 2012 |

Entretenimiento

96,4% de los cibernautas nacionales visita contenidos de entretenimiento en forma regular. A nivel mundial esta cifra llega a **90,4%**.

76,8% de los usuarios chilenos visita sitios dedicados a la música, en comparación al **53,7%** a nivel global.

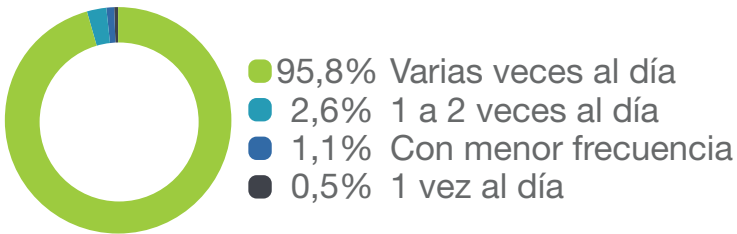
86% visita sitios de videojuegos, aunque son los que menos tiempo pasan en ellos (39,9 minutos).

Chile es líder en la región en el consumo de música y video vía streaming, promediando **176,4** videos al mes. Le sigue México con 168.

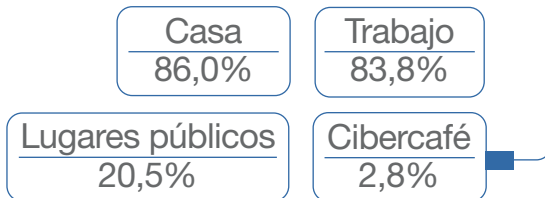
| Fuentes: ComScore, La Tercera, sept. 2012 |

Cibernautas chilenos

Frecuencia de conexiones



Lugar físico de conexión



Navegadores preferidos

Google Chrome	59,3%
Internet Explorer	20,6%
Mozilla Firefox	16,3%
Apple Safari	2,1%
Opera	0,9%
Otros	0,5%

| Fuente: StatCounter, 2012 |

Dispositivos de conexión

PC portátiles	90,5%
Smartphone	77,1%
PC escritorio	69,0%
Tablet	28,2%

Actividades que realizan en la red

Revisar y/o enviar correos	98,8%
Buscar información	88,0%
Transacciones	85,6%
Buscar temas de interés	81,8%
Revisar noticias	77,0%
Acceder a redes sociales	68,7%
Escuchar radio en línea	29,1%
Bajar música	18,0%
Bajar libros	15,6%
Bajar series y películas	15,4%
Ver TV en línea	14,3%
Registrar los lugares que visita	13,3%
Jugar en línea	11,8%
Bajar juegos	8,0%

| Fuentes: GfK Adimark, El Mercurio, 2012 |

Lo más buscado en Google

Programas de TV

1. Mundos Opuestos
2. Soltera Otra Vez
3. Infieles

Personajes de reality

1. Vilma González
2. Tanza Varela
3. Luli

Libros superventas

1. 50 Sombras de Grey
2. La Adivina
3. El Cuaderno de Maya

Políticos

1. Camila Vallejo
2. Sebastián Piñera
3. Carolina Tohá

Equipos de fútbol

1. U. de Chile
2. Colo-Colo
3. O'Higgins

Temas

1. Servel
2. Juegosfriv
3. Jaidefinichon

| Fuente: Ranking Google Zeitgeist, 2012 |

Internet fija

2.183.888

Total conexiones

12,4

Penetración cada 100 hab.

40,8%

Penetración en hogares

Conexiones según región

Arica y Parinacota	27.608
Tarapacá	40.089
Antofagasta	97.042
Atacama	30.635
Coquimbo	67.080
Valparaíso	239.382
RM	1.129.815
O'Higgins	58.506
Maule	65.843
Biobío	213.433
La Araucanía	68.572
Los Ríos	37.055
Los Lagos	77.649
Aysén	8.664
Magallanes	22.515

Según tipo de tecnología

Cable módem	49,1%
ADSL	49,0%
Otras conexiones alámbricas	1,1%
WIMAX	0,3%
Otras conexiones inalámbricas	0,3%

Conexiones de internet móvil 3G

Tecnología para equipos móviles que permite la transferencia de voz y datos a la misma velocidad que un PC de última generación.

Año	Contrato	Prepago	Postpago	Total
2009	421.699	133.841	83.247	638.787
2010	920.800	413.409	111.466	1.445.675
2011	1.576.804	1.203.047	323.964	3.103.815
2012	1.970.591	2.207.483	743.513	4.921.587

Según empresa

Movistar
38,7%

Entel PCS
37,7%

Claro
19,2%

Nextel
2,1%

VTR Móvil
1,2%

Virgin
0,8%

| Fuente: SUBTEL, dic. 2012 |

INTERNET

4G LTE

Long Term Evolution (LTE)

es la sigla de la cuarta generación en las tecnologías de transmisión de datos móviles de banda ancha, que permite alcanzar velocidades de hasta 150 megas por segundo desde redes móviles, permitiendo un rendimiento superior en la navegación en internet y actividades en tiempo real como TV IP, videoconferencias, juegos en línea, telemedicina, etc.



Tiempos de descarga

	Con 3G	Con 4G
Un CD de música (132 MB)	35 a 50 min.	4 a 6 min.
15 minutos de video casero (1 GB)	4,5 a 6,5 hrs.	30 a 40 min.
Un episodio de una serie en HD (2 GB)	9 a 13 hrs.	60 a 80 min.
Una película en HD (15 GB)	16 a 23 hrs.	100 a 140 min.



Fuente: El Mercurio, 2011

Ventas por internet

Las ventas de comercio electrónico crecieron **20%** en 2012, ascendiendo a **US\$ 1.300 millones**. Entre algunas razones están, los nuevos modelos de negocios basados en la conectividad móvil y su rápida adopción entre los consumidores, las compras sociales, la madurez de tecnologías que facilitan y enriquecen la experiencia del cliente.

| Fuente: CCS |

Compras por internet

Productos más comprados por los chilenos

Pasajes de avión	50,5%
Tickets de eventos	45,8%
Artículos electrónicos	44,9%
Reservas de hoteles	24,9%
Libros / revistas	23,7%

Productos que jamás comprarían

Ropa	39,9%
Joyas	38,0%
Alimentos	20,6%
Muebles	20,6%
Cosméticos	17,8%

| Fuentes: UM, El Mercurio, 2012 |

Gasto en compras de retail

Menos de US\$ 20	6%
Entre US\$ 20 y US\$ 100	24%
Entre US\$ 100 y US\$ 250	32%
Entre US\$ 250 y US\$ 500	20%
Entre US\$ 500 y US\$ 1.000	12%
Más de US\$ 1.000	6%

| Fuente: ComScore, marzo 2013 |

Internautas que compran online

Argentina	71%
Chile	71%
Uruguay	70%
Venezuela	68%
México	61%
Costa Rica	56%
Ecuador	53%
Colombia	47%
Perú	47%
Paraguay	42%

| Fuentes: eMarketer, Matomy LATAM, 2012 |

Categorías más vendidas

Ene. - jul. 2012

Artículos electrónicos	28,7%
Línea blanca	24,8%
Tecnología y computación	24,7%
Telecomunicaciones	6,1%
Electrodomésticos	5,0%
Fotografía	4,0%
Otros	6,7%

| Fuentes: GfK Chile, El Mercurio |

SITIOS DE DESCUENTOS

Chile lidera las visitas a sitios de descuentos por internet en América Latina. Los clientes de estos portales tienen entre 15 y 55 años de edad. Lideran en las compras los usuarios de 25 a 34 años.

	% de visitantes
CHILE	14,5
ARGENTINA	12,1
MÉXICO	7,2

Fuentes: ComScore, El Mercurio, 2011

Cupones de descuento más comprados



| Fuente: La Tercera, 2011 |

Banca electrónica

Latinoamérica se encuentra en el mismo nivel que el promedio global en el uso de la banca online. Sin embargo, se destacan Venezuela, Chile y Brasil, que se acercan a niveles parecidos a Norteamérica, líder en el uso de este servicio.

Alcance sitios de bancos

Mundial	31,0%
Norteamérica	46,8%
Europa	39,5%
Latinoamérica	31,3%
Venezuela	47,0%
Chile	43,8%
Brasil	43,7%
Argentina	28,9%
Perú	25,9%
Puerto Rico	25,8%
Colombia	22,9%
México	14,8%

Portales bancarios más visitados en la región*

En miles	Visitantes únicos
Grupo BBVA	3.115
Grupo Santander	2.836
Citigroup	1.776
BancoEstado	1.283
BanESCO Banco Universal	1.265
Grupo Banco Colombia	1.167
Scotiabank Group	1.031
BancoMercantil.com	991
Pagomiscuentas.com	895
HSBC	863

*Excluye Brasil

| Fuente: ComScore, marzo 2013 |

Principales redes sociales en Chile

Visitantes desde 15 años, sólo por computador, en el mes

	En miles
Facebook.com	4.965
Linkedin	2.655
Ask.fm	2.534
Tumblr.com	1.074
Twitter.com	757
Scribd.com	452
Deviantart.com	330
Badoo.com	283
Bligoo.cl	197
Weheartit.com	170

| Fuente: ComScore, agosto 2013 |

Uso según grupo etario

15 a 24	28,1%
25 a 34	26,3%
35 a 44	20,6%
45 a 54	15,2%
55 o más	9,8%

89% de los chilenos posee alguna cuenta en una red social; **74%** se muestra preocupado por la gran cantidad de datos personales que se encuentran en línea.

| Fuentes: ComScore, Consultora UM, La Tercera, 2012 |

Promedio mensual de horas Por visitante, según país

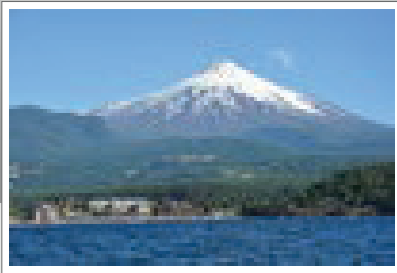
Mundial	5,8
Latinoamérica	10,0
Brasil	13,8
Rusia	10,8
Argentina	10,2
Turquía	8,9
Tailandia	8,8
Reino Unido	8,5
Perú	8,3
Canadá	7,8
México	7,3
Chile	7,2

Top 10 Redes que más están creciendo en audiencia En Latinoamérica

Ask.fm	770%
Pinterest.com	270%
Linkedin	236%
Tumblr.com	98%
Scribd.com	88%
Yahoo	26%
Facebook.com	16%
Twitter.com	13%
Weheartit.com	9%
Badoo.com	3%

| Fuente: ComScore, marzo 2013 |

facebook



6.733.538 chilenos son usuarios activos de Facebook. El país tiene el mayor índice de penetración en todo el continente americano, incluido Estados Unidos.

Según género

50% Hombres | **50%** Mujeres



Del total de usuarios, **2,5 millones** visitan la red social diariamente, y en promedio **36,9** veces al mes.

91,4% de los usuarios nacionales de internet, ha creado una cuenta de Facebook alguna vez en su vida.

Según tramo etario

Edad	Porcentaje
15 a 24	28,3%
25 a 34	26,6%
35 a 44	20,4%
45 a 54	15,2%
55 o más	9,4%

El total de usuarios navega un promedio de **14 minutos** por sesión aprox.

Penetración

País	%
Chile	90,2
Venezuela	87,8
Perú	79,6
México	73,7
Colombia	63,1
Argentina	62,5
República Dominicana	61,2
Brasil	44,3

| Fuentes: Internet World Stats, Matomy LATAM, 2012 |

Fuente: SocialBackers.com, 2012

Twitter en el mundo

Principales países

	Millones de cuentas
EE.UU.	107,7
Brasil	33,3
Japón	29,9
Reino Unido	23,8
Indonesia	19,5
India	13
México	11
Filipinas	8
España	8
Canadá	7

En 2012, esta red social contó con más de **465** millones de cuentas a nivel global, registrando **175** millones de tweets al día.

| Fuente: socialdente.com, 2012 |

Penetración según país

	%
Países Bajos	30,6
Brasil	26,7
Japón	25,2
Indonesia	23,8
Chile	13,8

Esto implica **1.170.000** usuarios nacionales aproximadamente.

| Fuentes: ComScore, La Tercera, Intelligenx, 2011 |

Los más seguidos a nivel mundial

	Nº seguidores
1 Lady Gaga	26.164.064
2 Justin Bieber	23.851.538
3 Katy Perry	21.790.730
4 Rihanna	21.225.051
5 Britney Spears	17.972.093
6 Barack Obama	16.891.481
7 Shakira	16.691.688
8 Taylor Swift	15.528.237
9 Kim Kardashian	15.087.170
10 YouTube	14.020.928

Los más seguidos en Chile

	Nº seguidores
1 Mauricio Bustamante	896.941
2 Soledad Onetto	887.063
3 Sebastián Piñera	829.870
4 Teletrece Online	671.599
5 BioBioChile	655.086
6 24 Horas	598.793
7 CNN Chile	592.685
8 TVN	558.410
9 Camila Vallejo	520.494
10 Alejandro Jodorowsky	295.275

| Fuente: convierte.cl, 2012 |

Twitter en las empresas

79% de las compañías chilenas utiliza Twitter para comunicar sus noticias; **28%** de los tweets de las empresas son respuestas a sus consumidores; **3** tweets al día escriben, en promedio, las empresas nacionales.

| Fuentes: IZO, El Mercurio, 2011 |

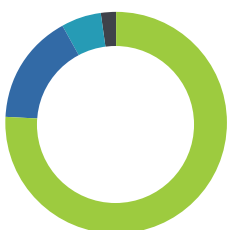
Motivaciones de los chilenos para usar Twitter

	%
Para mantenerme informado	45
Debatir y expresar opinión	25
Por entretenimiento	16
Generar vínculos profesionales	4
Mantener contacto con amigos y conocidos	4
Mantener contacto con "famosos"	1

Los usuarios de 31 a 44 años destacan la razón de mantenerse informados (**52%**), por sobre los demás grupos etarios.

Para un **10%** de los jóvenes entre 12 y 18 años, destaca como motivación el mantenerse en contacto con personajes públicos.

Frecuencia de uso



- 76%** Varias veces al día
- 16%** Al menos una vez al día
- 6%** Varias veces por semana
- 2%** Al menos una vez por semana
- 0%** Al menos una vez al mes

Las personas del grupo socioeconómico ABC1 que utilizan varias veces al día esta red son **78%**, versus **59%** de usuarios D y E.

Este uso constante diario, representa al **77%** de los hombres y a **74%** de las mujeres.

60% de los usuarios lo ocupa en el hogar varias veces al día; **46%** le otorga esta misma frecuencia en la oficina o lugar de estudio.

Los horarios de mayor uso de Twitter se dan desde las 10 de la mañana en adelante (**60%** de los usuarios comienza a esa hora), alcanzando su peak de uso entre las 19 y 22 horas (**73%** de los usuarios).

| Fuente: UDP, 2011 |

Uso de redes sociales del sector bancario latinoamericano

Contenidos publicados vía red social

Según año



Plataformas utilizadas

Según año	2010	2011	2012
Facebook	6,0%	41,3%	52,7%
Microblogs	6,7%	39,2%	54,1%
Blogs / foros	9,0%	22,0%	69,0%
Audiovisual	19,5%	46,0%	34,5%

| Fuente: IZO |

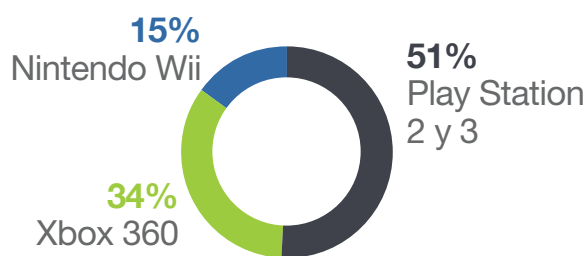
US\$ 67 millones se generan en Chile por la venta de videojuegos al año.



Plataforma preferida

Computador	94%
Consola	58%

Consola preferida



- Los mayores de 30 años representan el **44%** de los videojugadores.
- En promedio, compran **7** juegos anuales. Quienes poseen dispositivos portátiles, elevan el número a **10**.
- Los varones experimentados llevan jugando **13** años seguidos, en promedio. En el caso de las mujeres, promedian **10** años dedicadas a los juegos.

| Fuentes: DNZ Consultores, La Tercera, U. Mayor, El Mercurio, 2011 |

En niños

58,4%
usa videojuegos

4,3
horas al día de uso

| Fuentes: Divergente, serdigital.cl, 2011 |

Cambios en la industria telefónica

Tráfico de salida en miles de minutos, según año

	2002	2012
Desde celulares	372.928	2.413.199
Desde fijos	1.143.258	579.784

775% han aumentado las llamadas entre celulares en el país, desde marzo de 2002 a igual mes de 2012.

117% ha aumentado el tráfico de minutos originados en teléfonos celulares y que tienen como destino un aparato fijo, en la última década en el país.

Ante el mayor costo, las llamadas desde un aparato fijo a uno móvil han bajado a la mitad en los últimos 10 años. Como contrapartida, los minutos cursados desde un celular han aumentado **547%** en el mismo período.

187.840.369 mensajes de texto enviaron los chilenos desde un celular durante marzo de 2012 (**2.250%** más que en igual mes de 2002).

I Fuentes: SUBTEL, Pulso I

Cifras telefonía fija y móvil

Telefonía fija

3.280.533
Líneas en servicio

18,7
Penetración cada 100 habitantes

64,7%
Penetración en hogares

Telefonía móvil

24,1 millones
Abonados totales

138,0
Penetración cada 100 habitantes

451,8%
Penetración en hogares

71,6% tiene plan de prepago;
28,4% tiene contrato.

El acceso a internet (fija y móvil 3G) llegó a un nivel de penetración de **40,7%** en diciembre de 2012, comparado con **29,6%** registrado en el mismo mes de 2010.

I Fuentes: SUBTEL, Diario Pyme, dic. 2012 I

Participación de mercado

Telefonía fija

	%
Telefónica	54,5
VTR	20,1
GTD	10,3
Claro	6,9
Entel	5,9
Otros	2,4

Telefonía móvil

	%
Entel PCS	38,4
Movistar	38,0
Claro	23,3
Nextel	0,1
Telsur	0,0

I Fuentes: SUBTEL, Pulso, marzo 2012 I

Mercado de telefonía móvil 2012

En millones de pesos

Mes	Smartphones	Celulares regulares
Enero	7.693	10.974
Febrero	6.934	8.822
Marzo	7.769	9.382
Abril	6.584	8.212
Mayo	10.554	11.732
Junio	8.511	9.017
Julio	11.296	10.566
Agosto	9.425	7.526
Septiembre	9.101	6.768

Smartphone o teléfono inteligente, en un teléfono móvil que cuenta con mayor conectividad que un aparato convencional, y permite realizar actividades semejantes a una minicomputadora.

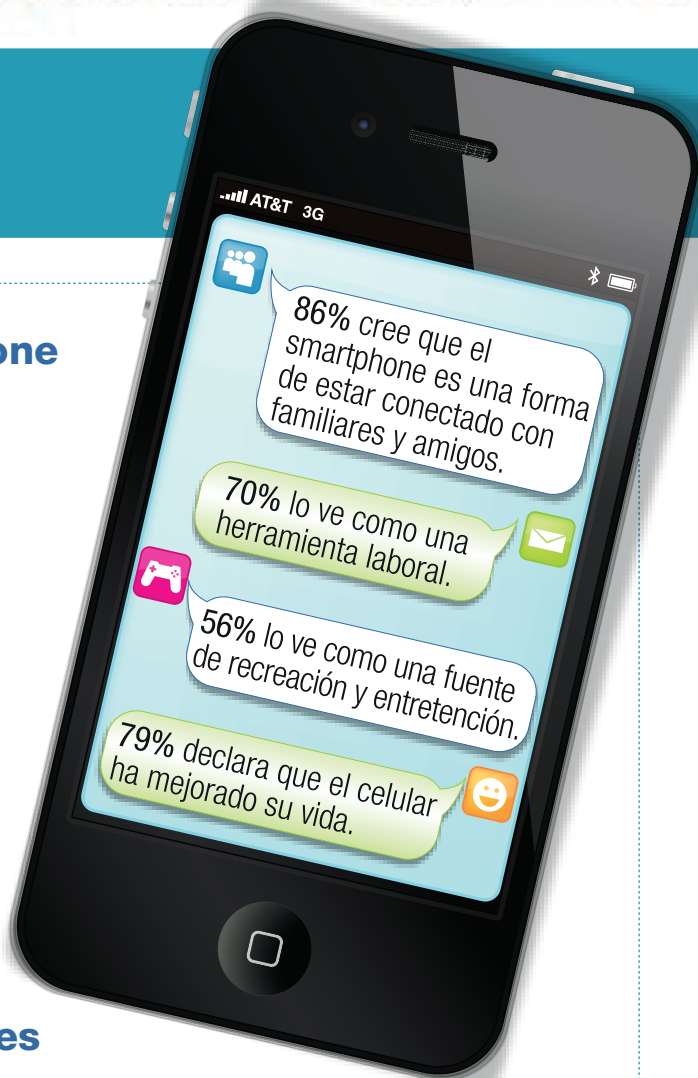
57%

del mercado corresponde a los smartphones. A comienzos de 2012 su participación era de 41%.

I Fuentes: GfK Consumer Choices, El Mercurio I

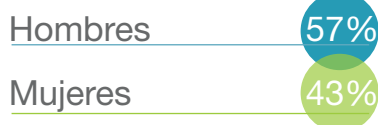
Funciones valoradas en un smartphone por los chilenos

Hablar por teléfono	98%
Sacar fotos y hacer videos	86%
Enviar y recibir SMS	84%
Escuchar música	80%
Acceder a sitios web	73%
Enviar y recibir correos	71%
Acceder a Facebook	68%
Consultar calendario	67%
Bajar aplicaciones	66%
Tomar notas y recordatorios	66%



Perfil de los usuarios de smartphones

Según género



Según tramo etario



Uso según ocasiones

	Perciben uso	Reconocen uso
En una reunión con amigos	86%	70%
Caminando por la calle	84%	69%
En el transporte público	82%	69%
Durante la comida	66%	52%
En una reunión de trabajo / en clases	58%	54%
Mientras maneja o en una luz roja	40%	28%

29% se ha visto revisando su smartphone en forma impulsiva y repetitiva.

26% se ha sentido adicto a su teléfono.

A **33%** le han llamado la atención por usarlo en momentos inapropiados.

I Fuentes: Movistar, UC, La Tercera, La Hora, 2012 I

Telefonía

Precio promedio roaming internacional

Costo de descarga de 1 mega en una sola sesión,
por país de origen del viajero

	US\$ PPP
Promedio OCDE	9,5
Canadá	24,6
EE.UU.	22,1
México	19,9
Chile	16,4
Israel	15,2
Polonia	12,7
Turquía	9,8
Eslovaquia	9,7
Bélgica	8,5
Hungría	8,1
República Checa	6,7
Irlanda	6,2
Eslovenia	6,0
Grecia	4,2

Los chilenos pagan el doble por usar el celular en el exterior, comparado con el promedio de países OCDE. Algunas razones que explican que el precio de este servicio sea mayor para usuarios chilenos y latinoamericanos, es el bajo volumen de personas que viaja, y la falta de acuerdos entre compañías de telefonía.

| Fuentes: OCDE, El Mercurio, 2011 |

La alta penetración de la telefonía móvil explica el descenso de la larga distancia nacional e internacional, que se espera, sea eliminada en todo el país el año 2014.

Año	Millones de minutos	Duración promedio de llamadas (minutos)
2000	1.234	3,42
2006	905	2,44
2011	542	2,20

El tráfico ha caído
62% en diez años.

| Fuentes: SUBTEL, El Mercurio |

TV pagada

Total suscriptores
2.159.979

Según tipo de acceso

Alámbrico	Satelital
54,5%	45,4%

Penetración en hogares

Según región

Arica y Parinacota	57,4%
Tarapacá	34,8%
Antofagasta	73,7%
Atacama	42,9%
Coquimbo	32,4%
Valparaíso	49,1%
RM	45,1%
O'Higgins	35,5%
Maule	23,3%
Biobío	40,9%
La Araucanía	23,0%
Los Ríos	31,9%
Los Lagos	32,8%
Aysén	26,1%
Magallanes	10,1%

40,4% de los hogares del país tiene contratado el servicio de TV pagada.

| Fuente: SUBTEL, dic. 2012 |

Participación de mercado

Según número de suscriptores

VTR	42,9%
Telefónica	19,4%
Claro	17,8%
DIRECTV	13,2%
Pacífico Cable	2,8%
Telefónica del Sur	2,6%
GTD	0,7%
Cable Central	0,5%
TU VES	0,2%

Televisión digital

Televisores vendidos con y sin sintonizador digital

	Enero - octubre 2010	Enero - octubre 2011
Con	326.353	593.163
Sin	467.064	563.844

- En Chile hay **6,6 millones** de televisores, lo que equivale a **1,5** por hogar.
- Entre enero y octubre de 2011, los precios de los televisores cayeron **19%**.
- **46%** subió el número de aparatos vendidos en ese período, respecto del año anterior.
- Los televisores con norma digital representaron **52%** de los equipos vendidos, en los primeros diez meses de 2011.

| Fuentes: GfK, El Mercurio |