

An aerial night photograph of a city skyline. In the foreground, a large, multi-lane roundabout with a central green island is visible, with light trails from cars creating a circular pattern. Surrounding the roundabout are various buildings, including a prominent blue-lit skyscraper and several older, multi-story buildings. In the background, a harbor with a bridge and distant mountains is visible under a dark blue sky.

KANTAR IBOPE MEDIA

Establishment

Survey

2022

CONTENIDO

I Introducción	03
II Objetivos del Establishment Survey 2022	04
Objetivos generales	04
Objetivos específicos	04
III Diseño muestral	05
3 - 1 Consideraciones iniciales	05
3 - 2 Refinamiento del marco muestral	08
3 - 2.1 Descripción del procedimiento de refinamiento	08
3 - 2.2 Procedimiento de refinamiento	09
3 - 3 Determinación de la muestra	10
3 - 3.1 Selección de primera etapa (Conglomerados)	11
3 - 3.2 Selección de segunda etapa (Vivienda)	12
3 - 3.3 Trabajo de Campo (Levantamiento de información)	12
3 - 3.4 Cálculo del error muestral	14
IV Proyecto de investigación	16
4 - 1 Dimensiones y variables investigadas	16
4 - 2 Trabajo en terreno y tasas de respuestas	17
V Clasificación socioeconómica de los hogares	19
5 - 1 Variables consideradas en la construcción del índice	20
5 - 2 Cálculo del puntaje de los bienes y servicios	23
5 - 3 Escalamiento de variables categóricas	23
VI Caracterización de grupos socioeconómicos	26
6 - 1 Caracterización de los G.S.E	26
VII Análisis de resultados	28
7 - 1 Características generales de la muestra	29
7 - 2 Características de los hogares de la muestra	30
7 - 3 Bienes y servicios	35
VIII Glosario	43
Cuestionario	48



PRESENTACIÓN

*El informe que presentamos a continuación reúne los aspectos más relevantes del estudio **Establishment Survey** realizado por Kantar IBOPE Media entre enero y diciembre de 2022*

El informe que presentamos a continuación reúne los aspectos más relevantes del estudio **Establishment Survey** realizado por Kantar IBOPE Media entre Enero y Diciembre de 2022 en las 32 comunas de la provincia de Santiago más las comunas de Puente Alto y San Bernardo; además de las comunas de Antofagasta, Valparaíso – Viña del Mar, Concepción – Hualpén – Talcahuano – Chiguayante – San Pedro de la Paz, Temuco y Padre Las Casas.

El trabajo de campo de este estudio fue desarrollado en cuatro olas (submuestras), distribuidas a lo largo del año 2022.

Este “levantamiento socioeconómico” o Establishment Survey tiene los siguientes objetivos:

- Clasificar a la población en grupos socioeconómicos a partir de la metodología utilizada por Kantar IBOPE Media.
- Construcción de los universos del estudio de audiencias de televisión.
- Proporcionar una base de datos de los hogares que se integrarán a la muestra panel y muestra operativa, del estudio de audiencias de televisión.

Es decir, nuestro interés por medio de este estudio es obtener antecedentes sociodemográficos e información sobre la penetración de bienes y servicios de los hogares; y a su vez disponer de información actualizada sobre las variables del balance muestral (situación laboral de la dueña de casa, grupo socioeconómico y tenencia de TV pagada)

OBJETIVOS DEL ESTABLISHMENT SURVEY 2021

Objetivos generales

Constituir la Muestra Maestra del Gran Santiago ¹ y Regiones ² para el Estudio de Audiencias Televisivas mediante People Meter, proporcionando los hogares que paulatinamente se integrarán a la Muestra Panel del Estudio.

Construir una exhaustiva clasificación de grupos socioeconómicos (GSE).

Objetivos específicos

Proveer información para actualizar las variables del balance muestral, grupo socioeconómico, situación laboral de la dueña de casa y posesión de TV pagada e información para el control de la performance del panel: sector geográfico en que se ubica el hogar.

Proveer información para actualizar las variables de tenencia de bienes, servicios y otras que posibilitará conocer la estructura poblacional y su distribución en grupos socioeconómicos.

Entregar la información para la construcción de los Universos del estudio de audiencias de televisión.

¹ El término 'Gran Santiago' comprende la zona urbana de la provincia de Santiago más las comunas de Puente Alto y San Bernardo.

² Se consideran como 'Regiones' las comunas de Antofagasta, Valparaíso – Viña del Mar, Concepción – Hualpén – Talcahuano – Chiguayante – San Pedro de la Paz, Temuco y Padre Las Casas.

DISEÑO MUESTRAL

El diseño de la Muestra Maestra del estudio People Meter corresponde a un muestreo por conglomerados estratificados proporcional en dos etapas.

La población de estudio la constituyen los hogares y personas que habitan la zona urbana del Gran Santiago y las comunas de Antofagasta, Valparaíso – Viña del Mar, Concepción – Hualpén – Talcahuano – Chiguayante – San Pedro de la Paz, Temuco y Padre Las Casas.

El diseño de la Muestra Maestra del estudio *People Meter* corresponde a un muestreo por conglomerados estratificados proporcional en dos etapas.

En la primera etapa fueron seleccionadas manzanas con Probabilidad Proporcional al Tamaño (PPT aleatorio simple), medido por el número de viviendas particulares. La segunda etapa implica elegir (con una metodología aleatoria simple) de cada manzana seleccionada en la primera etapa, un número fijo (v) de viviendas. Se entrevista a todos los hogares en la vivienda seleccionada.

- Unidades de Primera Etapa: Selección de manzanas
- Unidades de Segunda Etapa: Selección de viviendas

3.1 Consideraciones iniciales

El Marco Muestral utilizado para la realización de este estudio corresponde a la información oficial de manzanas y viviendas desde los datos del Censo 2017 del Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE). Cabe destacar que este marco es el más robusto, siendo lo más exacto y exhaustivo que se encuentra disponible de manera oficial.

Para obtener la muestra de manzanas y para asegurar que todas las manzanas tengan una probabilidad conocida y distinta de cero de ser seleccionadas, es necesario realizar previamente un proceso de refinamiento del marco muestral.

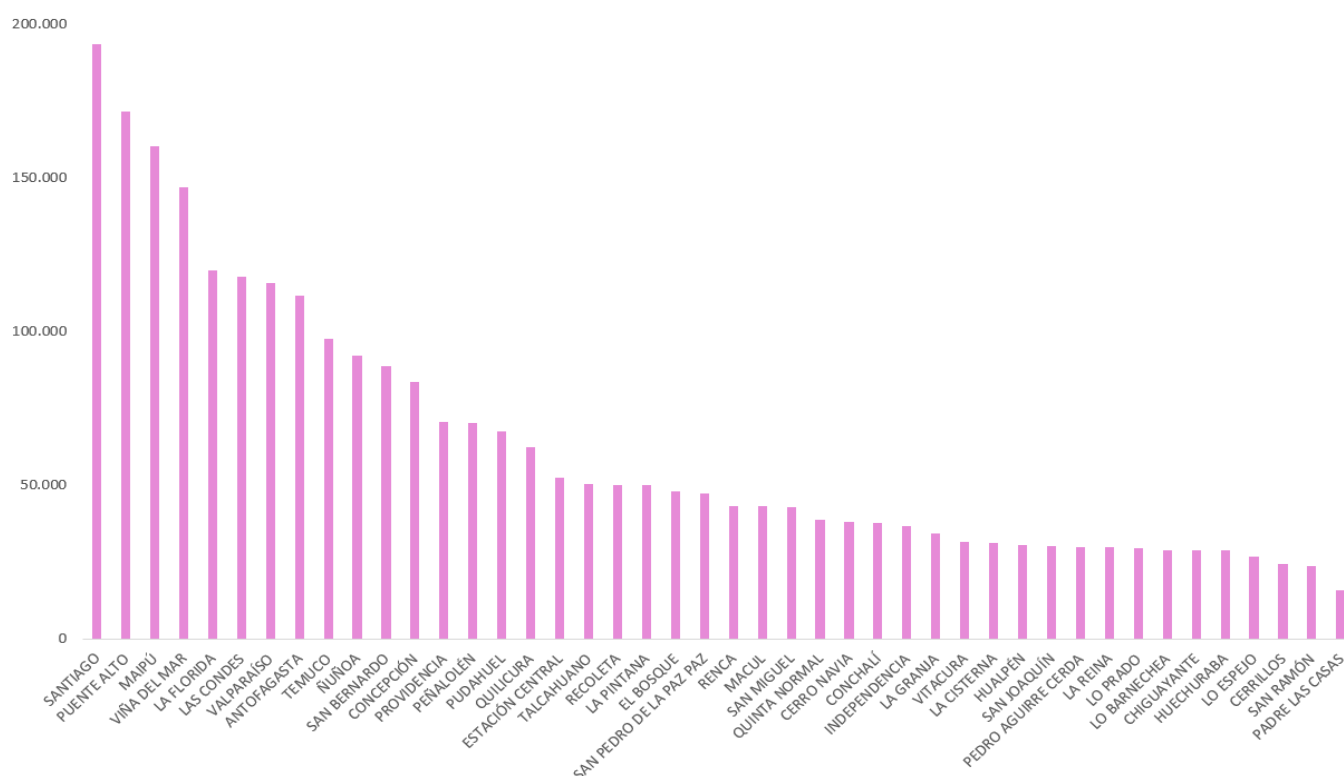
La base de datos utilizada para la realización del Estudio *Establishment Survey* 2022 corresponde a la Base de viviendas distribuida por distritos y zonas censales del Gran Santiago (las 32 comunas de la provincia de Santiago más Puente Alto y San Bernardo) y las comunas de Antofagasta, Valparaíso – Viña del Mar, Concepción – Hualpén – Talcahuano – Chiguayante – San Pedro de la Paz, Temuco y Padre Las Casas. La distribución de viviendas por comuna es presentada en la siguiente tabla:

Comunas	Distrito	Manzanas	Total viviendas	Viviendas particulares	Viviendas colectivas
	528	62.355	2.776.961	2.773.733	3.228
ANTOFAGASTA	16	3.192	111.752	111.588	164
VALPARAÍSO	26	3.188	115.970	115.611	359
VIÑA DEL MAR	22	3.571	147.117	146.844	273
CONCEPCIÓN	30	1.602	83.927	83.641	286
CHIGUAYANTE	6	632	28.927	28.911	16
SAN PEDRO DE LA PAZ	6	1.243	47.466	47.445	21
TALCAHUANO	17	1.648	50.466	50.419	47
HUALPÉN	7	1.065	30.474	30.456	18
TEMUCO	17	3.042	97.737	97.534	203
PADRE LAS CASAS	4	546	16.033	16.025	8
SANTIAGO	30	1.291	193.628	193.263	365
CERRILLOS	5	658	24.547	24.531	16
CERRO NAVIA	10	1.132	38.020	38.016	4
CONCHALÍ	11	1.131	37.759	37.735	24
EL BOSQUE	11	1.243	47.941	47.892	49
ESTACIÓN CENTRAL	15	1.047	52.486	52.413	73
HUECHURABA	7	644	28.914	28.908	6
INDEPENDENCIA	8	471	36.666	36.612	54
LA CISTERNA	7	549	31.480	31.421	59
LA FLORIDA	22	2.818	119.991	119.916	75
LA GRANJA	9	921	34.423	34.403	20
LA PINTANA	9	1.312	50.042	50.012	30
LA REINA	8	616	29.801	29.732	69
LAS CONDES	17	1.479	118.007	117.901	106
LO BARNECHEA	3	493	29.016	28.996	20
LO ESPEJO	8	675	26.774	26.762	12
LO PRADO	8	744	29.526	29.516	10
MACUL	7	792	43.121	43.085	36
MAIPÚ	24	4.606	160.389	160.337	52
ÑUÑO A	12	976	92.248	92.121	127
PEDRO AGUIRRE	9	880	29.906	29.890	16
PEÑALOLÉN	12	1.646	70.394	70.376	18
PROVIDENCIA	9	623	70.965	70.738	227
PUDAHUEL	11	1.730	67.613	67.597	16
QUILICURA	5	1.422	62.278	62.269	9
QUINTA NORMAL	10	746	38.989	38.951	38
RECOLETA	14	1.097	50.178	50.113	65
RENCA	11	1.072	43.174	43.165	9
SAN JOAQUÍN	8	793	30.096	30.071	25
SAN MIGUEL	8	538	42.947	42.893	54
SAN RAMÓN	8	696	23.855	23.843	12
VITACURA	6	605	31.777	31.745	32
PUENTE ALTO	20	4.771	171.506	171.445	61
SAN BERNARDO	15	2.409	88.635	88.591	44

Podemos observar que el número total de manzanas del Gran Santiago y las comunas de Regiones consideradas en este estudio es de 62.355 manzanas censales, en un total de 528 distritos.

Por definición de nuestro estudio, son registradas las 'viviendas particulares' que corresponden a 2.776.961, equivalentes al 99,65% del total de viviendas distribuidas en el Gran Santiago y las comunas de Regiones consideradas.

En el siguiente gráfico se aprecia claramente que las comunas que tienen mayor cantidad de viviendas particulares son: Puente Alto, Maipú, Viña del Mar, La Florida, Las Condes, Valparaíso, Santiago y Antofagasta.



Como principio fundamental, nuestro estudio establece que todas las manzanas y distritos de las comunas bajo análisis estén representados, es decir, que tengan cierta probabilidad mayor que cero de ser seleccionados. Bajo este principio se procede a realizar análisis descriptivos de la base original del INE para determinar, entre otros, la proporción de manzanas que presentan cero viviendas particulares. Esto es presentado en la siguiente tabla:

Distribución de Frecuencia del número de viviendas en 62.355 manzanas entre el Gran Santiago y Regiones

Categoría	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Porcentaje
0 – 0	123	123	0,20%
1 – 50	51.747	51.870	82,99%
51 – 100	5.893	57.763	9,45%
101 – 150	1.704	59.467	2,73%
151 – 200	930	60.397	1,49%
201 – 250	594	60.991	0,95%
251 – 300	365	61.356	0,59%
301 – 350	223	61.579	0,36%
351 – 400	160	61.739	0,26%
401 – 450	135	61.874	0,22%
451 – 500	81	61.955	0,13%
501 – 800	268	62.223	0,43%
801 – 1100	85	62.308	0,14%
1.101 – 2.000	44	62.352	0,07%
2.001 – 3.000	3	62.355	0,00%
Totales	62.355		100.0%

3.2 Refinamiento del marco muestral

Tomando en cuenta los análisis descriptivos realizados a la base de datos del Censo 2017 podemos concluir que el 13,6% de las manzanas presentan cero viviendas particulares y por tanto no tendrían alguna posibilidad de ser seleccionadas. Por este motivo se realiza un proceso de refinamiento de la base de datos original del INE que consiste en unir dichas manzanas sin probabilidad de selección con la manzana más cercana según comuna, distrito y zona. Este método ha sido utilizado consistentemente en todas las versiones anteriores de este estudio y será detallado en los siguientes párrafos.

3.2.1 Descripción del procedimiento de refinamiento

Las manzanas que presentan número de viviendas muy bajo o que tienen cero viviendas particulares se juntan con otras manzanas de la misma comuna, distrito y zona censal asegurando que todas las manzanas tengan probabilidad distinta de cero de ser seleccionadas. Antes de realizar el proceso de refinamiento, se analizaron las estadísticas descriptivas de la base de datos del Gran Santiago y Regiones.

Esta metodología ha sido desarrollada tomando en consideración estudios internacionales y la experiencia obtenida en años anteriores, realizando un análisis conjunto de los valores de la media, desviación estándar, valores máximos, mínimos y rango, más el apoyo y la experiencia del departamento de campo de Kantar IBOPE Media.

3.2.2 Procedimiento de refinamiento

Se verificó mediante mapas censales proporcionados por el INE, que 9.156 manzanas presentan cero viviendas particulares, correspondiendo principalmente a espacios públicos, como bandejones, plazas, etcétera. Posteriormente, se procedió a juntar las manzanas con cero viviendas particulares de la misma ciudad, distrito y zona censal, y obtener una base de datos donde todas las manzanas tengan una probabilidad mayor que cero y conocida de ser seleccionados.

Con esta base depurada fueron obtenidas 62.355 manzanas todas ellas con probabilidad real de ser seleccionadas (mayor que cero).

A continuación, se presenta análisis descriptivo de la base de datos utilizada en la selección de las manzanas:

Viviendas Particulares	Conglomerado
<= 10	277
11 - 20	2.225
21 - 30	16.927
31 - 40	12.054
41 - 50	5.700
51 - 60	2.664
61 - 70	1.602
71 - 80	1.072
81 - 90	741
91 - 100	593
101 - 110	462
111 - 120	397
121 - 130	329
131 - 140	295
141 - 150	300
151 - 160	210
161 - 170	203
171 - 180	204
181 - 190	162
191 - 200	173
201 +	1.990

Estadísticos		
N	Válido	48.580
	Perdidos	0
Media		57,0962
Error estándar de la media		0,41060
Mediana		34,0000
Moda		24,00
Desviación estándar		90,49917
Varianza		8.190,101
Asimetría		7,895
Error estándar de asimetría		0,011
Curtosis		98,638
Error estándar de curtosis		0,022
Rango		2.529,00
Mínimo		1,00
Máximo		2.530,00
Suma		2.773.733,00
Percentiles	25	26,0000
	50	34,0000
	75	49,0000

Es posible apreciar que el promedio de viviendas particulares por manzana equivale a 57,09 viviendas; el máximo de viviendas por manzana es de 2.530 y el mínimo corresponde a una vivienda.

3.3.- Determinación de la Muestra

El Universo o población investigada está subdividida en 5 áreas: Antofagasta, Valparaíso – Viña del Mar, Concepción – Talcahuano –Chiguayante – San Pedro de la Paz, Temuco y Padre Las Casas. con N_i viviendas particulares en la i-ésima área, tal que:

$$\sum_{i=1}^5 N_i = N$$

donde N es el número de viviendas particulares del Estudio People Meter.

El tamaño de la muestra maestra de viviendas será de $n = 4.545$ con $v = 5$ (5 viviendas por manzana) y su distribución será de acuerdo al número de viviendas particulares en zonas urbanas existentes por cada una de las áreas.

Los tamaños de muestra de viviendas por distrito están distribuidos en forma proporcional de acuerdo a la cantidad de viviendas totales.

En la primera etapa, se seleccionan m_i manzanas (conglomerados) para cada distrito. Y en la segunda etapa se seleccionarán v viviendas por manzanas.

Para garantizar que la selección tenga dispersión geográfica en cada área (ciudades) del estudio se utilizarán como estratos los distritos censales, es decir, los estratos están formados por comuna – distrito, definidos por INE.

El tamaño de la muestra de viviendas del h-ésimo estrato es n_h y se seleccionan $v = 5$ las viviendas por cada conglomerado que resulte en la primera etapa. El número total de viviendas en la muestra (n) es igual a la suma del número de unidades seleccionadas en la primera etapa (m_h) multiplicada por el número v de viviendas en cada conglomerado.

$$n = \sum_{h=1}^H n_h = \sum_{h=1}^H m_h * v$$

H: Total de estratos.

N: Total de viviendas.

Nh: Total de viviendas en el h-ésimo estrato.

Nhi: Total de viviendas en el h-ésimo estrato y del i-ésimo conglomerado.

mh: Número de conglomerados a elegir en el h-ésimo estrato.

nh: Número de viviendas a elegir en el h-ésimo estrato.

v: Número de viviendas seleccionadas por conglomerado.

p: Probabilidad de selección de vivienda.

ph: Probabilidad de selección de vivienda del h-ésimo estrato.

n: Número de viviendas a elegir.

m: Número de conglomerados a elegir.

La probabilidad de selección de vivienda por estrato está dada por:

$$P_h = m \times \frac{N_h}{N} \times \frac{N_{hi}}{N_h} \times \frac{v}{N_{hi}} = \frac{mv}{N} = \frac{n}{N}$$

En este diseño muestral, cada elemento del universo tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para la muestra.

Nota: Luego los $m = 909$ conglomerados seleccionados fueron trabajados por medio de cuatro

3.3.1 Selección de primera etapa (Conglomerados)

La selección de los conglomerados, que corresponden a la selección de la primera etapa, será realizada con probabilidad proporcional al tamaño (PPT). La variable utilizada para dimensionar el "tamaño" del conglomerado será el número de viviendas particulares que este contiene.

Para cada uno de los estratos (comuna - distritos) el procedimiento de selección de los conglomerados es el siguiente:

1. Se dispone de conglomerados ordenados en cada estrato. Se conoce además que $XX =$ Número de viviendas de la i-ésimo conglomerado en el h-ésimo estrato, $i=1, \dots$,
2. Se procede a generar una variable de viviendas acumuladas en el estrato de acuerdo al siguiente esquema:

CONGLOMERADO	TOTAL VIVIENDAS	FRECUENCIA ACUMULADA
1	N_{h1}	N_{h1}
2	N_{h2}	$N_{h1} + N_{h2}$
3	N_{h3}	$N_{h1} + N_{h2} + N_{h3}$
▼	▼	▼
i	N_{hi}	$N_{h1} + N_{h2} + N_{h3} + \dots + N_{hi}$
▼	▼	▼
M_h	N_{hM_h}	$N_{h1} + N_{h2} + N_{h3} + \dots + N_{hi} + \dots + N_{hM_h}$

- 3 La elección de los conglomerados en este estrato se realiza generando un número aleatorio entre 0 y 1, llámese X. El conglomerado elegido será aquel en que esté contenido en la variable vivienda acumulada. Igualmente se procede a generar otros aleatorios, llámese Y, donde el resto de las manzanas se eligen de manera similar.

3.3.2 Selección de segunda etapa (Vivienda)

Se seleccionarán cuatro ($v = 5$) viviendas por conglomerado (Manzanas u agrupaciones de manzanas). Estas se seleccionarán mediante un muestreo aleatorio simple y se entrevistará a todos los hogares en la vivienda seleccionada.

Dado que en esta etapa las viviendas tienen igual probabilidad de ser seleccionadas, la muestra se denomina “autoponderada”.

En el caso en que no se logre hacer la encuesta se deberá sustituir la vivienda seleccionada hasta completar las cuatro viviendas por segmento.

3.3.3 Trabajo de Campo (Levantamiento de información)

Desde el año 2010 en lugar de ejecutar toda la operación de campo de la muestra de una vez, se divide la Muestra Maestra en 8 meses de trabajo (olas), trabajándose cada dos mes 1/4 del total de manzanas seleccionados.

Con esto, el levantamiento de información se realizará de la siguiente manera:

Los 909 conglomerados seleccionados de un solo procedimiento, y ordenados de acuerdo a la ubicación geográfica (comuna, distrito, manzana), serán

divididas en 227 grupos cada uno de 4 bloques.

Al interior de cada grupo, los segmentos serán numerados del 1 al 4 en forma consecutiva.

Los dos primeros meses de campo se deberán trabajar todos los segmentos asignados con el número 1, los meses 3 y 4 todos los 2, y así sucesivamente, terminando en el octavo mes con los segmentos numerados con el 4. De esta manera se logra una dispersión geográfica uniforme cada uno de los meses de trabajo.

Las ventajas que tiene el distribuir la Muestra Maestra en cuotas de dos meses, son:

- Mejora la calidad de la información recogida, en el sentido que se elimina el trabajo abrupto, presuroso y aislado que implica una sola encuesta grande.
- En mayor grado se utiliza personal de planta, mejor capacitado y con mayor experiencia.
- Las muestras separadas (cada dos meses), producen información adicional acerca de las variaciones que ocurren de un período a otro, también permiten estimar las tendencias estacionales.

Debemos consignar que se contempla un proceso final que consolida las cuatro olas descritas anteriormente para las estimaciones de los universos del siguiente año.

Las fórmulas indicadas a continuación corresponden a la expresión matemática de la estimación de la varianza según sea el parámetro poblacional en estudio, denominado θ ; para el diseño muestral del estudio (muestreo de conglomerados estratificados proporcional al tamaño en dos etapas).

Estimación del parámetro poblacional dentro del estrato: h

$$\hat{\theta}_h = \frac{\sum_{i=1}^{n_h} \hat{\theta}_{ih}}{n_h}$$

θ_{ih} : Estimación del parámetro poblacional en el conglomerado i-ésimo del estrato h .

n_h : Número de conglomerados en el estrato h

Estimación de la varianza dentro del estrato: h

$$\hat{V}\left(\hat{\theta}_h\right)=\sum_{i=1}^{n_h} \frac{\left(\hat{\theta}_{ih}-\hat{\theta}_h\right)^2}{n_h\left(n_h-1\right)}$$

θ_h : Estimación del parámetro poblacional dentro del estrato h .

θ_{ih} : Estimación del parámetro poblacional en el conglomerado i -ésimo del estrato h .

n_h : Número de conglomerados en el estrato h .

3.3.4 Cálculo del error muestral

Sean un total K de estos estratos los que componen la población del estudio, entonces el estimador de la Varianza para el parámetro poblacional.

$$\hat{V}\left(\hat{\theta}\right)=\sum_{h=1}^K W_h^2 \hat{V}\left(\hat{\theta}_h\right)=\sum_{h=1}^K\left(\frac{N_h}{N}\right)^2 \hat{V}\left(\hat{\theta}_h\right)$$

$\hat{V}_h$: Estimación de la varianza dentro del estrato h .
 N : Número de viviendas en el marco muestral h .
 N_h : Número de viviendas en el estrato h .
 W_h : Fracción que representa el estrato h .

Por lo tanto, el error absoluto de muestreo del estimador será, para un coeficiente de confianza de 95%.

$$d=1,96 \sqrt{\hat{V}\left(\hat{\theta}\right)}$$

Ejemplificando, la penetración de TV pagada en el Establishment Survey 2022 es 67,17% y la estimación del error absoluto de muestreo para esta estimación es:

$$\hat{V}(\hat{\theta}) = \sum_{h=1}^K W_h^2 \hat{V}(\hat{\theta}_h) = 0,0000573$$

Luego el error absoluto es:

$$d = 1,96 \sqrt{\hat{V}(\hat{\theta})} = \pm 0,0148$$

Es decir, error absoluto de muestreo del estimador será 1,48%, para un coeficiente de confianza de 95%.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En las páginas siguientes se presenta un resumen de la investigación realizada, en el cual se incluye una descripción general con las variables investigadas, el trabajo de campo y las tasas de respuestas.

4.1 Dimensiones y variables investigadas

En el Anexo N°1 se encuentra el cuestionario aplicado

Información básica

1. Identificación de los hogares
2. Nivel socioeconómico observado de la vivienda, manzana y barrio.
3. Número de hogares por vivienda

Composición y características del hogar

1. Número de integrantes de los hogares entrevistados
2. Sexo de las personas
3. Edad de las personas
4. Actividad laboral del principal sostenedor del hogar
5. Nivel educacional del principal sostenedor del hogar

Equipamiento comunicacional de los hogares, tenencia de:

1. Número de televisores en buen estado del hogar
2. Tenencia de sistema de televisión privada (actualmente)
3. Actual empresa proveedora de televisión privada en el hogar
4. DVD, DVD portables, home theater.
5. Filmadora de video / digital
6. Horno eléctrico
7. Computador
8. Computador con conexión a Internet
9. Juegos de video

Equipamiento de los hogares, tenencia de:

1. Tina de baño
2. Calefón, ducha eléctrica y/o termo (agua caliente uso personal)
3. Teléfono fijo
4. Teléfono celular
5. Refrigerador de una puerta
6. Refrigerador de dos puertas
7. Nevera (congelador de alimentos no refrigerador)
8. Lavadora programable, lavadora con secadora (automática)
9. Secadora automática (separada de la lavadora)
10. Horno microondas
11. Horno Eléctrico
12. Lavadora de platos automática (lavavajillas)
13. Aire acondicionado, calefacción central, loza radiante
14. Tarjeta de crédito bancaria (algún miembro del hogar)
15. Vehículo de uso particular de los últimos 3 años
16. Vehículo de uso particular de más de 3 años
17. Piscina construida (propia o comunitaria)

Servicios con que cuenta el hogar:

1. Tenencia de servicio doméstico y tipo (puertas adentro o afuera)
2. Cuenta corriente en institución bancaria

4.2 Trabajo en terreno y tasas de respuestas

Luego de realizado el empadronamiento, sus resultados son ingresados en un aplicativo de desarrollo interno que, mediante un proceso de selección aleatoria para cada manzana, entrega como resultado los hogares que deben ser encuestados. Esta información es traspasada a la hoja de ruta de viviendas titulares y entregada a cada encuestador con sus correspondientes hogares de sustitución que serán utilizados siempre y cuando cumplan con los requisitos internos de visitas de titulares, con un mínimo de tres visitas en días y horas distintas.

Cabe destacar que la información proporcionada por cada hogar puede ser entregada por cualquier persona mayor de 15 años que viva en el hogar y que sea integrante de éste. Finalmente, se define un integrante de un

hogar como a alguna persona que viva en el hogar en forma permanente con a lo menos 6 meses de antigüedad.

Tasa de respuesta total Gran Santiago-Regiones	TOTAL	
	Nº	%
Entrevistas de viviendas Estimadas	4.535	100%
No Elegibles	874	19,3%
Domicilio vacío (en venta, alquiler, remodelación, etc.)	638	73,0%
Ausencia prolongada (por todo el tiempo del estudio)	85	9,7%
Peligroso	5	0,6%
No funciona como hogar (negocio, oficina, garaje, comercio, etc.)	104	11,9%
Es vivienda de veraneo, de vacaciones, no fija, etc.	10	1,1%
Es vivienda colectiva, cuartel de policía, iglesia, etc.	23	2,6%
Elegibles	3.661	80,7%
Viviendas originales	2.986	81,6%
Rechazo del hogar	188	5,1%
Rechazo del portero/conserje (no se pudo ingresar al sector)	147	4,0%
Rechazo rotundo (rechazo del entrevistado)	257	7,0%
Ausencia temporal (nadie en casa)	64	1,7%
Indisponibilidad momentánea (sólo está la empleada)	2	0,1%
Informante no calificado (menor 15 años, etc.)	7	0,2%
Temporalmente inaccesible	0	0,0%
Otro resultado	10	0,3%

Clasificación socioeconómica de los hogares

El objetivo de este procedimiento es contar con una medida índice que resuma tanto el carácter multivariado de la clasificación de grupo socioeconómico como la obtención de una base objetiva sobre la cual se construya dicho índice.

V Clasificación socioeconómica de los hogares

El objetivo de este procedimiento es contar con una medida índice que resuma tanto el carácter multivariado de la clasificación de grupo socioeconómico como la obtención de una base objetiva sobre la cual se construya dicho índice.

En efecto, las premisas del método se pueden resumir en las siguientes características:

- Que el método sea exhaustivo y libre de ambigüedad.
- Que tenga la capacidad de estructurar grupos de hogares con pequeña varianza intra y con alta varianza inter.
- Que pueda generar grupos de personas que comparten una misma oportunidad de vida.
- Que sea una categoría abstracta, es decir, producto de una síntesis de una estructura multivariada que la determina.
- Que sea reproducible independientemente del observador,
- Que sea histórico, vale decir que reproduzca el nivel de desarrollo económico y social en el contexto temporal.

Todas estas características deseables tienen como propósito construir un índice objetivo, que sea capaz de recoger los cambios y a la vez que proporcione cierta estabilidad en el corto plazo.

Una última característica, de índole operativa, es que sea fácil de implementar en estudios que requieran estratificar sobre esta variable o que constituyan un dominio en la investigación.

5.1 Variables consideradas para la construcción del índice

La construcción del modelo que calcula el grupo socioeconómico puede sufrir modificaciones con respecto a años anteriores, las cuales buscan mejorar los estimadores. Esto debido principalmente a que el algoritmo es un constructo que responde a cambios, lo que a su vez obliga a buscar optimizadores que permitan crear una fórmula cada vez más cercana a la realidad.

Las variables consideradas en la creación del índice de clasificación en el levantamiento socioeconómico del año 2022 fueron las siguientes:

- Tipo de ocupación del(a) principal sostenedor del hogar.
- Nivel educacional del(a) principal sostenedor del hogar.
- Batería de bienes y servicios del hogar.

Tipo de ocupación del principal sostenedor del hogar

Esta variable recoge las respuestas respecto del principal sostenedor del hogar. La pregunta era abierta, pero se codificaba durante el terreno a partir de la siguiente tabla de códigos:

Trabajadores dependientes

1. Jornalero, obrero no calificado, personal de servicio doméstico (empleada de casa particular, mozo).
2. Obreros calificados (tornero, mecánico), capataces, empleados particulares / públicos de bajo nivel, chofer de taxi, camión o micro (no propietarios del vehículo).
3. Empleados particulares / públicos de nivel medio (en empresas de 5 a 10 trabajadores), vendedores de productos, secretarias, ayudantes de contabilidad, sub-oficiales de FFAA, profesores primarios secundarios.
4. Empleados particulares / públicos de alto nivel (en empresas de 11 a 99 empleados), jefes de sección, contadores (personal hasta el rango ejecutivo de segundo nivel), oficiales de FFAA, profesores universitarios.
5. Empleados que desempeñan altos cargos ejecutivos en empresas de más de 100 personas, o trabajan como profesionales en ellas o se desempeñan en los cargos más altos de la administración pública.

Trabajadores Independientes

1. Cuenta propia: no técnico ni profesional (como jardinero, lustrabotas, gáster, lavandera, pintor de brocha gorda, cuidador de automóviles, etc.).
2. Propietarios de pequeños negocios con hasta 4 personas trabajando para él (como pequeños propietarios de taxi, camión, microbús, pequeños talleres, almacenes, kioscos, etc.).
3. Propietarios de negocios medianos o empresas pequeñas, con hasta 5 y no más de 10 personas trabajando para él.
4. Propietarios de negocios grandes o empresas medianas, con un personal que fluctúa entre 11 y 99 personas.
5. Profesionales independientes que viven del ejercicio de su profesión (abogados, médicos, arquitectos, ingenieros, consultores de empresas, etc.).
6. Grandes empresarios o industriales (socios o propietarios de empresas con más de 100 personas trabajando).
7. Rentista (de bienes inmuebles como casas, terrenos, campos, bodegas, galpones, etc.)

Quienes no tienen actividad laboral remunerada

1. Dueñas de casa (mujeres que sólo trabajan como dueñas de casa).
2. Estudiante.
3. Desempleado o cesante.
4. Jubilado sin otros ingresos.

Nivel Educativo del Principal Sostenedor del Hogar

Al igual que la anterior, esta variable se forma por la educación del principal sostenedor del hogar y cuando éste no existe se considera la educación de la dueña de casa. Las categorías obtenidas fueron las siguientes:

1. Egresado Escuela de Oficiales FF.AA.
2. Estudios de post grado, Master, PhD.
3. Universitaria completa (con título, no incluye postgrados).
4. Técnica completa de Educ. Superior (Instituto o universidad, hasta 3 años, con título).
5. Universitaria incompleta (sin título).
6. Técnica incompleta de educación superior (instituto o universidad, hasta 3 años, sin título),
7. Técnica industrial o comercial incompleta.
8. Técnica industrial o comercial completa, escuela de suboficiales de FF.AA.
9. Media completa (o humanidades).
10. Sin instrucción escolar.
11. Media incompleta (o humanidades).
12. Básica incompleta (o preparatoria).
13. Básica completa (o preparatoria).
14. Otra (religiosa u otra, especificar).

Bienes y servicios del hogar

No se consideró la cantidad de artefactos y servicios del hogar, sólo si éstos estaban presentes o no. Los bienes y servicios consultados fueron los siguientes:

1. Teléfono Celular
2. Calefont
3. Lavadora automática
4. Horno microonda
5. Refrigerador 2 puertas
6. Tina de baño
7. Horno eléctrico
8. Tarjeta de crédito Bancaria
9. Teléfono Fijo
10. Automóvil de más de 3 años
11. Secadora Automática
12. Cuenta corriente
13. Refrigerador 1 puerta
14. Automóvil de los últimos 3 años
15. Nevera
16. Piscina Construida

- 17. Aire Acondicionado
- 18. Vivienda de vacaciones
- 19. Filmadora de Video o Digital
- 20. Lavavajillas

Para efectos de la construcción de los índices de grupos socioeconómicos, se consideraron los datos recogidos en el Gran Santiago, se establecieron los puntajes de corte para cada grupo y luego, estos mismos, fueron aplicados para el análisis de Regiones.

Para cada uno de los bienes y servicios se estableció un puntaje que vendría a ser un escalamiento del indicador de escasez.

5.2 Cálculo del puntaje de los bienes y servicios

PJ (escasez)	=	(100 - P), donde
PJ	=	Puntaje del bien o servicio
P	=	% de Penetración del bien o servicio

Bienes y Servicios	Nota
Servicio Domestico	1,337882
Filmadora de video o digital	1,320644
Lavadora de platos automática	1,279599
Automóvil de los últimos 3 años	1,133575
Nevera	1,132251
Teléfono fijo	1,122226
Cuenta corriente	0,894679
Secadora automática	0,889383
Refrigerador 2 puertas	0,379056
Tina de baño	0,369221
Horno microonda	0,141484

Nota: Servicio doméstico se considera al servicio doméstico completo o servicio doméstico parcial con 4 o más días a la semana.

El valor final del puntaje de bienes y servicio está formado por la suma de las notas en el caso que el hogar disponga de él.

$$\sum_{i=1}^1 P J_i = \text{Puntaje total de bienes y servicios en el hogar,}$$

5.3 Escalamiento de variables categóricas

Con el objeto de establecer una métrica para las variables de educación del principal sostenedor del hogar y la actividad de este - todas ellas variables categóricas- se efectuará un análisis de correspondencia entre educación y actividad.

Factores de actividad ocupacional del principal sostenedor del hogar

Actividad	Nota
Emp. ocupan altos cargos ejecutivo	10,000000
Profesionales independientes	10,000000
Grandes empresarios o Industriales	10,000000
Prop. negocios gra. o emp. Medianas	9,512785
Empleado. part/pub. alto nivel	9,152565
Prop. negocios medianos	6,970408
Empleado. part/pub. nivel medio	4,846656
Estudiantes	3,006981
Desempleado	2,694308
Jubilado	2,286056
Rentistas	2,286056
Prop. negocios pequeños	2,172853
Obrero calificado	0,628154
Dueña de casa	0,203083
Obrero no calificado, jornalero	0,000000
Cuenta propia no tec./prof.	0,000000

Factores de nivel educacional del principal sostenedor del hogar

Educación	Nota
Estudios de post-grado	10,0000000
Egresado de escuela de oficiales FFAA	7,9870310
Universitaria completa	7,9870310
Técnica completa educación superior	4,1992070
Técnica incompleta educación superior	2,8232960
Universitaria incompleta	2,8232960
Comercial completa	0,8544170
Media completa	0,8544170
Comercial incompleta	0,0160930
Media incompleta	0,0160930
Básica completa	0,0000000
Básica incompleta	0,0000000
Otra	0,0000000
Sin Instrucción escolar	0,0000000

La suma de las distintas notas proporciona el puntaje total de cada hogar, el que permite obtener la nota final de cada uno para conocer su GSE de acuerdo a la siguiente tabla:



de las 3 notas = Nota final del hogar o puntaje total del hogar,

Rango de Puntajes del Hogar	GSE
$\geq 20,567882$	ABC1
$\geq 13,203791$ and $< 20,567882$	C2
$\geq 6,053076$ and $< 13,203791$	C3
$\geq 1,851792$ and $< 6,053076$	D
$< 1,851792$	E

Para el estudio Establishment Survey del año 2022, la distribución de los 4.536 casos entrevistados del GSE calculado es la siguiente:

GSE	Casos
ABC1	500
C2	881
C3	1152
D	1582
E	421

Caracterización de Grupos Socioeconómicos

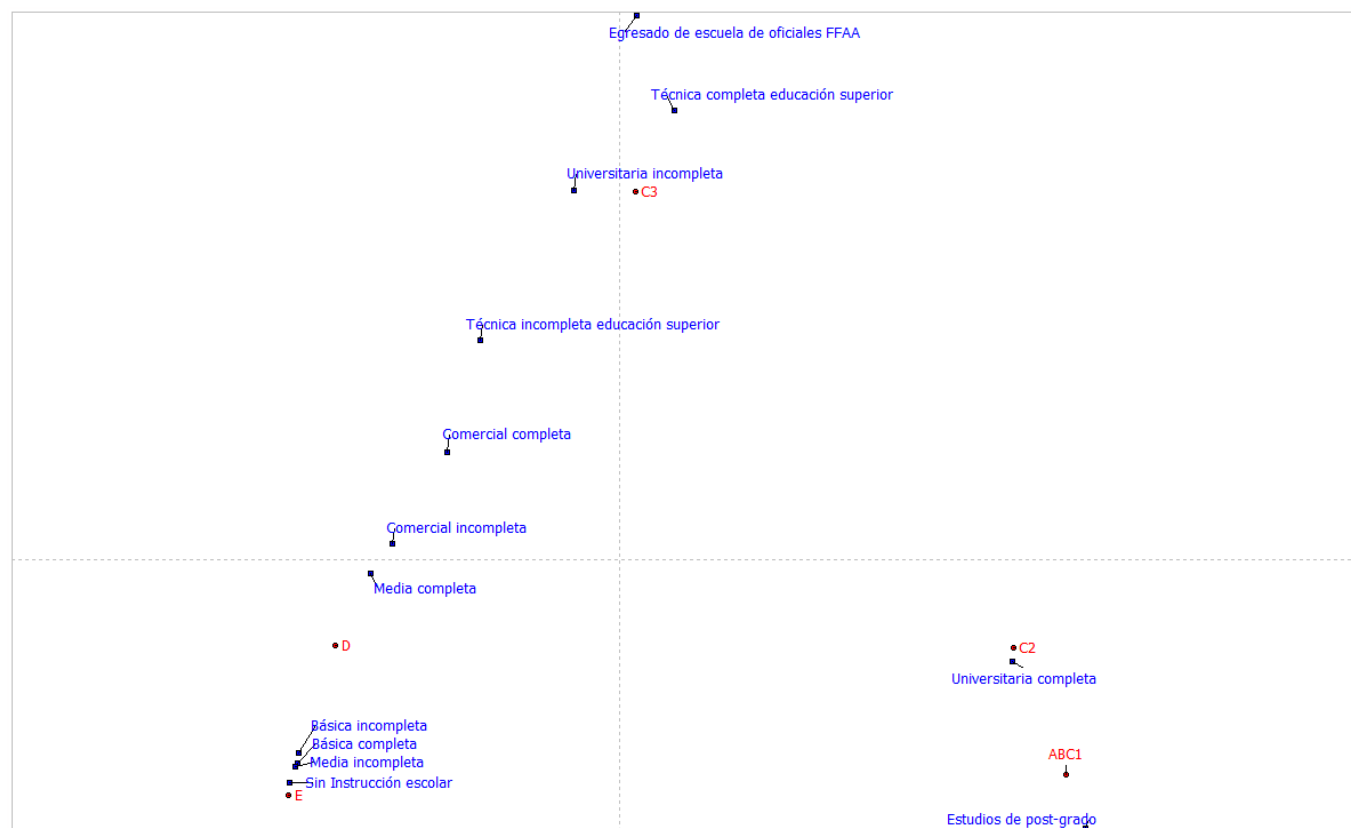
VI Caracterización de los GSE, elementos discriminantes post-estratificación

Luego de haber realizado los cortes que clasifican a los distintos grupos socioeconómicos, se efectuaron mapas de correspondencias de forma de testear el algoritmo utilizado. Las variables elegidas fueron educación y actividad laboral del sostenedor del hogar.

El análisis de correspondencias tiene como propósito determinar la posición de algunos objetos/sujetos en una serie de atributos, características, escalas de valoración, entre otras. A través de un mapa vectorial de dos, tres o más dimensiones. De acuerdo a esta definición, los siguientes mapas de correspondencias pueden interpretarse a través de la cercanía de los elementos que están asociados al GSE.

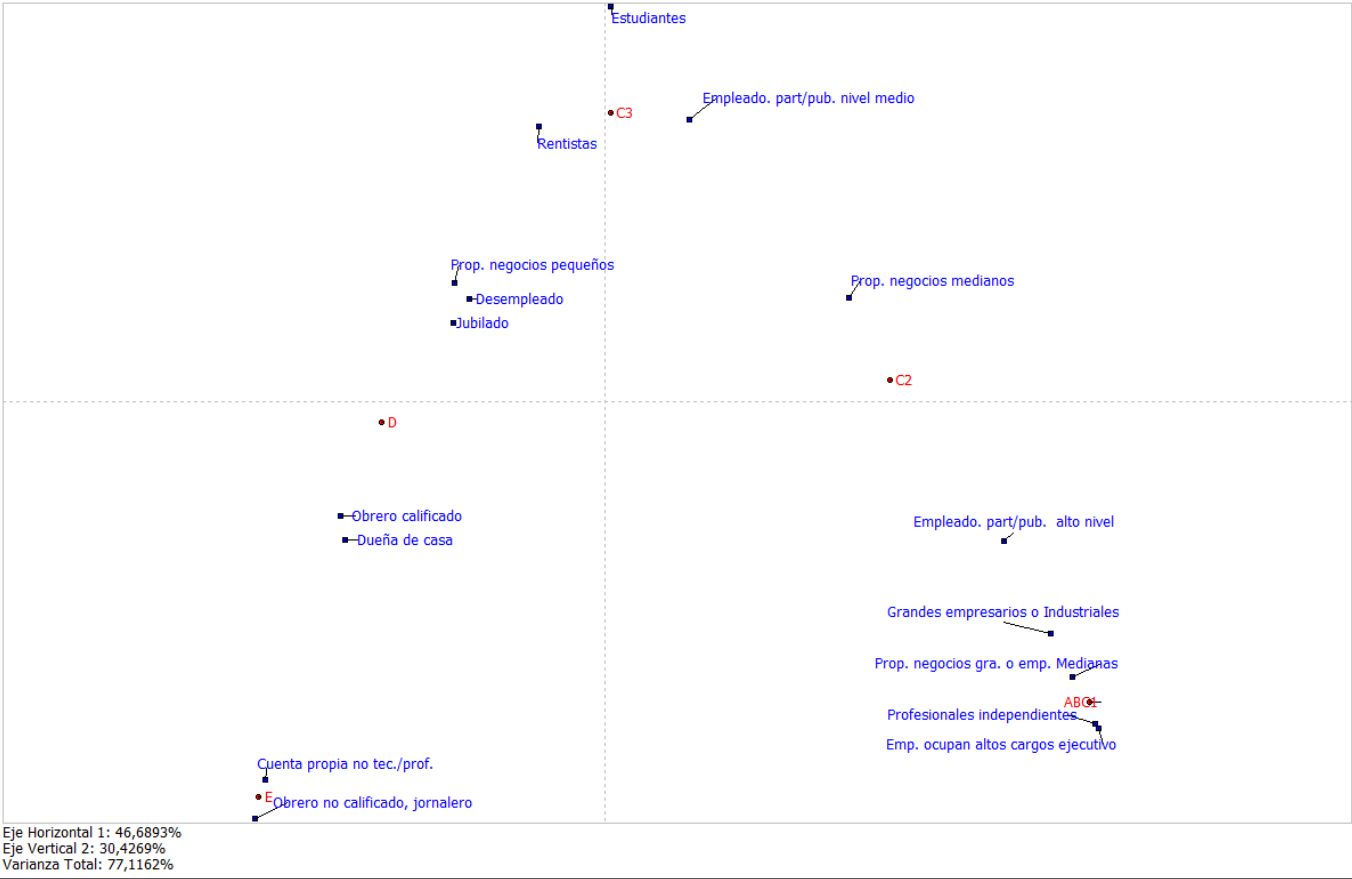
6.1 Caracterización de los GSE

Educación Principal sostenedor del hogar



Eje Horizontal 1: 56,5624%
 Eje Vertical 2: 30,3857%
 Varianza Total: 86,9481%

Ocupación Principal sostenedor del hogar



VII Análisis de resultados

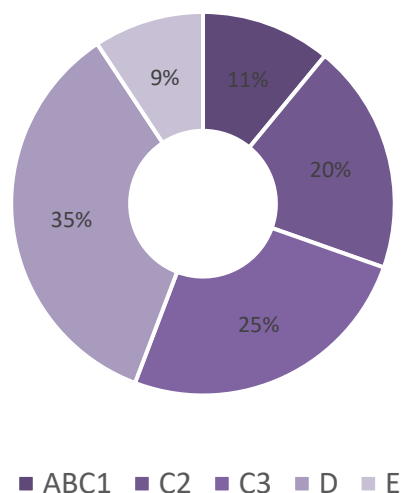
Para la determinación del grupo socioeconómico de los hogares se utilizaron los puntajes de bienes y servicios; actividad laboral y educación del principal sostenedor del hogar. Una vez aplicados estos puntajes, la distribución obtenida es la siguiente:

HOGARES	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Santiago	9,99%	19,99%	25,01%	35,06%	9,94%	100%
Regiones	13,89%	17,75%	26,46%	34,51%	7,40%	100%
Total	10,97%	19,43%	25,38%	34,92%	9,31%	100%

Cabe señalar que la distribución porcentual por grupo socioeconómico responde a un consenso adoptado por la Asociación de Empresas de Investigación de Mercado (AIM) producto de la experiencia y estudios que estas empresas han realizado.

El propósito principal de estos cortes de clasificación socioeconómica es la discriminación de grupos con acceso diferenciado al consumo de bienes y servicios.

Porcentaje de hogares según GSE



7.1 Características generales de la Muestra

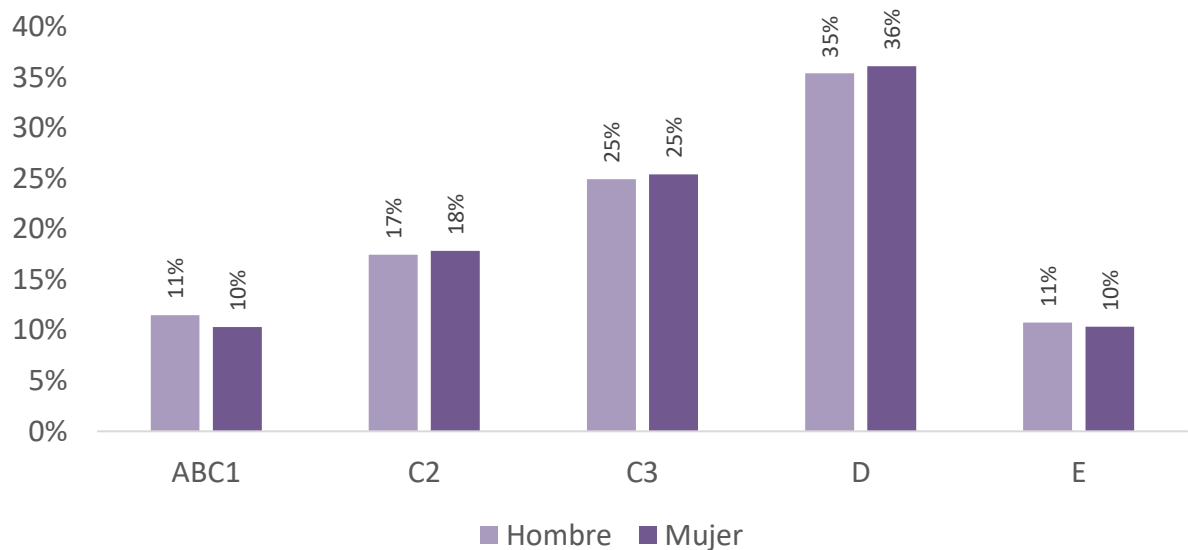
A continuación, se presentan cuadros que muestran las características principales de la muestra, obtenidas a partir de la edad, sexo, y GSE de la población objetivo.

Personas promedio por hogar y GSE

PERSONAS	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Promedio	3,1	2,9	3,1	3,2	3,6	3,1

Distribución GSE según sexo

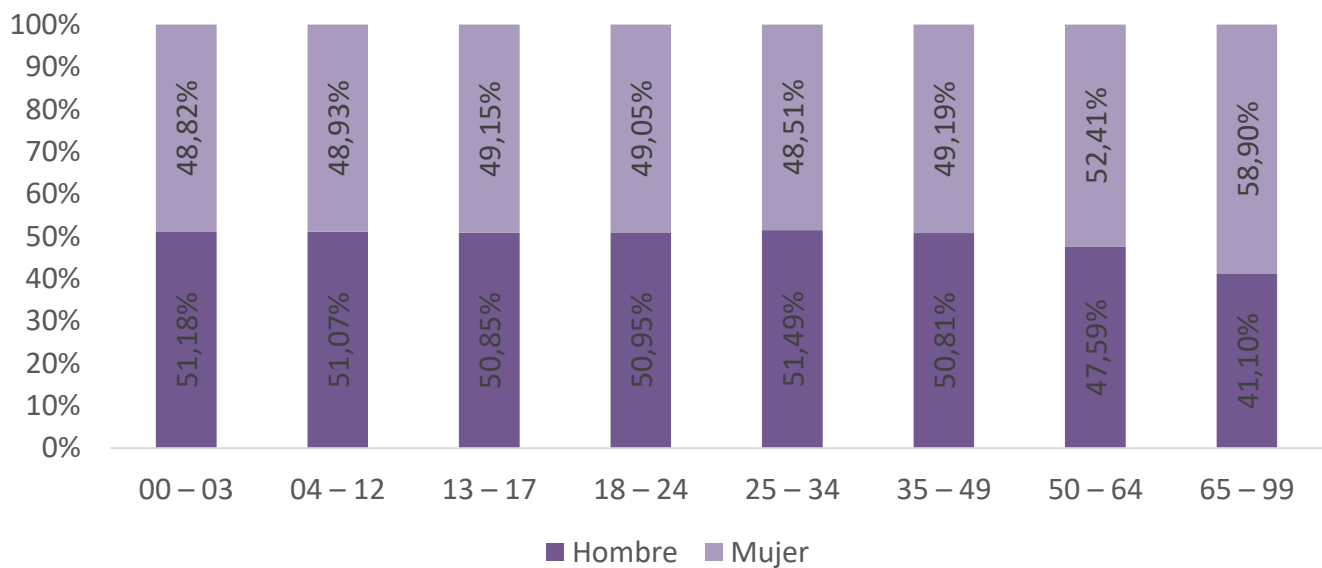
SEXO	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Hombre	11,48%	17,46%	24,93%	35,39%	10,75%	100,00%
Mujer	10,30%	17,85%	25,41%	36,10%	10,35%	100,00%
Total	10,88%	17,66%	25,17%	35,75%	10,54%	100,00%



Distribución de personas según sexo y tramos etarios

EDADES	Hombre	Mujer	Total
00 – 03	4,92%	4,54%	4,73%
04 – 12	10,93%	10,14%	10,53%
13 – 17	6,12%	5,73%	5,92%
18 – 24	10,14%	9,46%	9,79%
25 – 34	18,64%	17,02%	17,82%
35 – 49	22,29%	20,90%	21,58%
50 – 64	16,32%	17,41%	16,87%
65 – 99	10,66%	14,79%	12,76%
Total	100%	100%	100%

Participación de la población tramos etarios según sexo



El grupo compuesto por personas con edades entre 35 y 49 años corresponde al

21,58% del universo total, transformándose en el grupo con mayor participación. La participación entre hombres y mujeres va variando a medida que se avanza hasta los grupos de edad más avanzada. Así, en el grupo de mayor o igual a 65 años las mujeres tienen una participación del 58,90%.

7.2 Características de los Hogares de la Muestra

En este capítulo se reúne toda aquella información relacionada con las características del sostenedor del hogar, la dueña de casa y el servicio doméstico existente en los hogares.

- Sostenedor del hogar, educación y actividad laboral.
- Dueña de casa, relación con el mundo laboral.
- Servicio doméstico, se obtuvo datos sobre el tipo de servicio que posee cada hogar.

Actividad del principal sostenedor del hogar

El cuadro siguiente presenta la actividad del principal sostenedor del hogar, distribuida de acuerdo a los distintos grupos socioeconómicos.

ACTIVIDAD	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Dueña de casa	0,00%	0,00%	0,20%	0,50%	1,10%	0,30%
Estudiantes	0,00%	0,00%	1,80%	0,00%	0,00%	0,50%
Desempleado	0,00%	0,50%	2,00%	3,00%	0,00%	1,70%
Jubilado	0,20%	5,00%	16,00%	32,80%	0,00%	16,50%
Obrero no calificado, jornalero	0,00%	0,00%	0,00%	3,20%	36,90%	4,50%
Obrero calificado	0,00%	0,00%	2,70%	38,90%	38,30%	17,80%
Empleado. part/pub. nivel medio	0,00%	32,40%	62,10%	1,80%	0,00%	22,70%
Empleado. part/pub. alto nivel	52,20%	46,90%	0,20%	0,00%	0,00%	14,90%
Emp. ocupan altos cargos ejecutivo	18,40%	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%
Cuenta propia no tec./prof.	0,00%	0,00%	0,10%	2,80%	23,70%	3,20%
Prop. negocios pequeños	0,00%	0,80%	12,50%	16,80%	0,00%	9,20%
Prop. negocios medianos	1,00%	7,20%	2,20%	0,00%	0,00%	2,10%
Prop. negocios gra. o emp. Medianas	4,70%	1,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,80%
Profesionales independientes	22,80%	3,30%	0,00%	0,00%	0,00%	3,10%
Grandes empresarios o Industriales	0,60%	0,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%
Rentistas	0,00%	0,00%	0,40%	0,10%	0,00%	0,20%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

En el estrato alto (ABC1) los individuos se distribuyen mayoritariamente como “empleados, particulares o públicos de alto nivel”, “profesionales independientes” y “empleados que ocupan altos cargos ejecutivos”: 93,40%.

En el estrato medio-alto (C2) un 79,30% de los principales sostenedores son “Empleados, particulares o públicos de alto nivel” y “Empleados particulares o públicos de nivel medio”.

Un 62,10% de los principales sostenedores de hogar pertenecientes al grupo C3

tiene como ocupación “Empleados particulares o públicos de nivel medio
En el grupo D, destaca que el 38,30% de los principales sostenedores son
“Obreros Calificados”.

En tanto, el grupo E reparte las actividades del principal sostenedor entre “Obreros calificados” y “no calificados” llegando entre ambos a sumar un 75,20%.

Educación del principal sostenedor del hogar

El nivel educacional del principal sostenedor del hogar por grupo socioeconómico es exhibido en la siguiente tabla:

EDUCACIÓN	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Sin Instrucción escolar	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%	0,70%	0,20%
Básica incompleta	0,00%	0,00%	0,20%	8,70%	15,80%	4,60%
Básica completa	0,00%	0,00%	0,30%	10,00%	24,10%	5,80%
Media incompleta	0,00%	0,00%	0,30%	15,10%	36,90%	8,80%
Media completa	0,00%	0,00%	20,60%	57,30%	20,90%	27,20%
Universitaria incompleta	0,00%	0,50%	8,80%	2,00%	0,00%	3,00%
Universitaria completa	72,10%	86,50%	13,50%	0,00%	0,00%	28,10%
Técnica completa educación superior	0,40%	8,40%	50,70%	1,20%	0,00%	14,90%
Comercial incompleta	0,00%	0,00%	0,30%	0,40%	0,70%	0,30%
Comercial completa	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Técnica incompleta educación superior	0,00%	0,30%	3,60%	4,20%	0,90%	2,50%
Estudios de post-grado	0,00%	0,00%	1,30%	0,90%	0,00%	0,60%
Egresado de escuela de oficiales FFAA	27,50%	4,30%	0,20%	0,00%	0,00%	3,90%
Otra	0,00%	0,00%	0,20%	0,00%	0,00%	0,00%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

El estrato social alto ABC1 cuenta con un 99,60% de sostenedores con educación superior y de post-grado.

En el C2 un alto porcentaje tiene una carrera universitaria completa (86,50%) , pero también hay un porcentaje importante de sostenedores con “Técnica completa educación superior”, estos alcanzan un 8,40%

En el estrato medio-bajo (C3) la gran mayoría (50,70%) declara tener técnica completa educación superior y también tenemos un 20,60% que declara tener educación media.

Para el grupo D los principales sostenedores tienen mayoritariamente un nivel de educación “Media completa”, llegando a un 57,30%; Mientras que un 15,10% solo

cuenta con estudios medios incompletos hacia abajo.
Finalmente, el estrato E tiene un 20,90% de hogares donde el principal sostenedor posee "Educación Media Completa" y el 24,10% de sostenedores que solo cuentan con "Educación Básica Completa".

Tipo de Dueña/o de Casa

Se entiende por 'dueña de casa' al individuo miembro de un hogar determinado que cotidianamente toma las decisiones de compra para el cuidado y mantención de la familia. Este rol puede estar desempeñado ya sea por un hombre o una mujer de 15 o más años.

En adición, en este estudio la persona 'dueña de casa' puede tener trabajo remunerado o no. Con esto, se genera una clasificación que considera 'dueña de casa propiamente tal' y distingue aquellas personas 'dueña de casa con trabajo remunerado', sin importar en el caso de esta última la cantidad de horas ni el lugar en que el trabajo es desarrollado. Así, solo se considera dueña/o de casa si recibe o no ingresos.

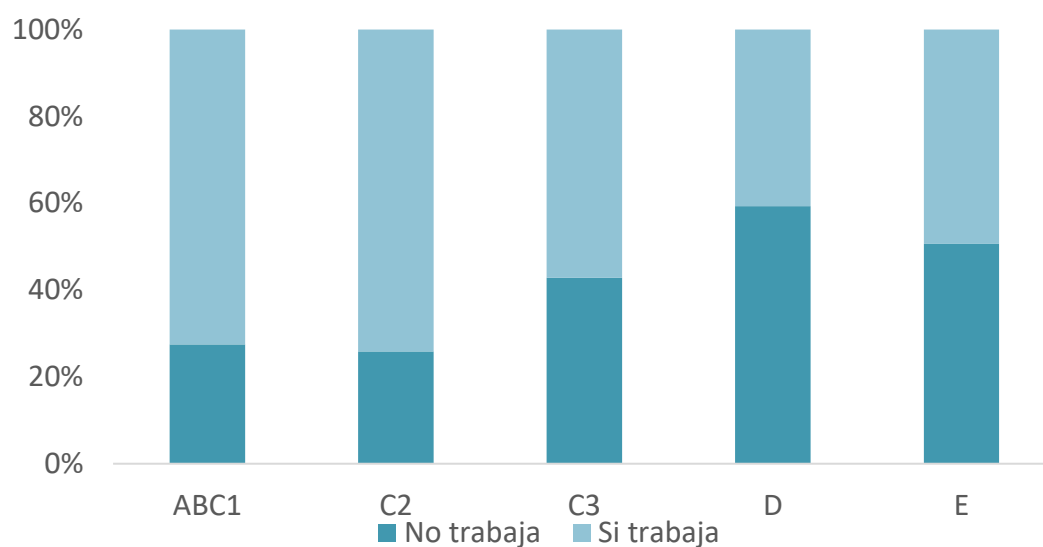
DUEÑA DE CASA	ABC1	C2	C3	D	E	Total
No trabaja	27,46%	25,86%	42,84%	59,32%	50,59%	44,33%
Si trabaja	72,54%	74,14%	57,16%	40,68%	49,41%	55,67%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

En la tabla se puede apreciar que en los estratos alto y medio-alto las dueñas de casa que si trabajan (que recibe ingresos por sus labores) superan significativamente a las que no trabajan de forma remunerada. Así, en el segmento ABC1 las dueñas de casa con trabajo remunerado alcanzan el 72,54% En el caso del segmento C2 esta proporción llega al 74,14%.

En el segmento C3 ocurre una particularidad, para este año la proporción de dueñas de casa que trabajan es superior con un 57,16%, mientras que el año pasado alcanzaban los 55,56%.

En el grupo medio bajo la situación antes descrita no se replica. Para el grupo D, donde las dueñas de casa que no trabajan son un 59,32%.

En el caso del estrato bajo, las dueñas de casa con trabajo remunerado vuelven a aumentar su participación, posiblemente por situaciones de trabajo impulsado por necesidad económica del grupo familiar. Así, en el segmento E las dueñas de casa que trabajan alcanzan el 50,59%.



Tenencia de Servicio Doméstico

Se entiende por Tenencia de Servicio Doméstico el hogar que declara la existencia de servicios de una persona distinta de los miembros de ese hogar realizando funciones en modalidad "Servicio Completo" –siete días a la semana, puertas adentro o afuera-, o bien en "Servicio Parcial" –menos de siete días a la semana- y que colabora en labores de aseo, ornato y asistencia, entre varios otros, a los individuos que viven en él.

La siguiente tabla describe la tenencia de estos servicios según Nivel Socioeconómico.

SERVICIO DOMÉSTICO	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Tiene Servicio Doméstico	30,03%	6,53%	2,81%	0,57%	0,00%	5,47%
No Tiene Servicio Doméstico	69,97%	93,47%	97,19%	99,43%	100,00%	94,53%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Como es posible observar, el estrato ABC1 declara la tenencia en su mayoría de servicio doméstico, en una proporción de 30,03%. Esto va disminuyendo drásticamente a medida que decrece el nivel socioeconómico. De hecho, a nivel total, solo un 5,47% de los hogares declara contar con servicio doméstico.

SERVICIO DOMÉSTICO	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Completo	65,28%	19,44%	31,41%	33,64%	0,00%	49,09%
Parcial	34,72%	80,56%	68,59%	66,36%	0,00%	50,91%
Total	100%	100%	100%	100%	0%	100%

Por otro lado, y considerando solo los hogares que declaran tener servicio doméstico de algún tipo, el 65,28% de los hogares ABC1 posee servicio doméstico completo y un 34,72% señala poseer este servicio de manera parcial.

7.3 Bienes y Servicios

Internet: Tenencia de internet en el hogar

En la siguiente tabla se presenta la penetración de internet en el hogar, excluyendo el internet que proporciona el celular y las redes Wifi-públicas.

Internet	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Si Tiene	98,25%	94,72%	91,33%	75,19%	68,69%	85,00%
No Tiene	1,75%	5,28%	8,58%	24,69%	31,31%	14,93%
NsNr	0,00%	0,00%	0,09%	0,13%	0,00%	0,07%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Como se puede apreciar el segmento ABC1 es el que cuenta con la mayor penetración alcanzando un 98,25% esto decrece hasta llegar al segmento E con un 68,69%.

Televisor: Tenencia y Características Principales

En la tabla siguiente se puede observar que la mayoría de la población posee al menos un televisor. Este hecho transforma a este bien en uno de los que tienen mayor penetración en los hogares.

TELEVISOR	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Si Tiene	99,03%	96,85%	98,97%	99,00%	98,58%	98,54%
No Tiene	0,97%	3,15%	1,03%	1,00%	1,42%	1,46%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

De hecho, independiente del nivel socioeconómico, la tenencia de televisor en los hogares es sumamente alta, sin diferencias significativas entre los distintos estratos.

El siguiente cuadro exhibe la distribución de la tecnología respecto a la pantalla del televisor. Hemos clasificado esta característica en dos grandes grupos, el primero donde se ubican los televisores de pantalla convencional o normal junto a los de pantalla plana; luego el segundo donde son agrupados los televisores con pantalla de Plasma o LCD.

TELEVISOR	ABC1	C2	C3	D	E	Total
TV Plana o TV Normal	3,11%	4,30%	7,11%	12,10%	19,18%	9,01%
Plasma o LCD	100,00%	99,55%	99,38%	96,71%	92,93%	97,95%

Al comparar estos resultados con los de los últimos años podemos darnos cuenta que la tenencia de televisores con tecnología Plasma o LCD creció de manera explosiva los últimos años, pero ya ha ido menguando su crecimiento. Mientras el 2019 se ubican en torno al 92,0%, el 2020 es un 92,36%, el 2021 94,83% y el 2022 un 97,95%.

La siguiente tabla presenta el porcentaje de Smart Tv presentes en cada uno de los estratos.

SMART TV	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Si Tiene	96,85%	93,71%	88,75%	73,44%	68,22%	83,31%
No Tiene	3,15%	6,29%	11,25%	26,56%	31,78%	16,69%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

La penetración en el segmento ABC1 es la mayor con un 96,85%, esto disminuye progresivamente hasta llegar al segmento E donde se aprecia un 68,22%.

Con respecto al tamaño de los televisores, tal como se aprecia en la tabla siguiente, un 99,09% de los hogares posee al menos un televisor de más de 14 pulgadas o más.

TELEVISOR	ABC1	C2	C3	D	E	Total
13 pulgadas o menos	1,58%	3,16%	3,41%	5,77%	9,43%	4,55%
14 pulgadas o más	100,00%	99,42%	99,65%	98,73%	97,11%	99,09%

En cuanto al promedio de televisores por hogar, para este ase alcanza la cifra de 2,3 unidades por hogar a nivel total.

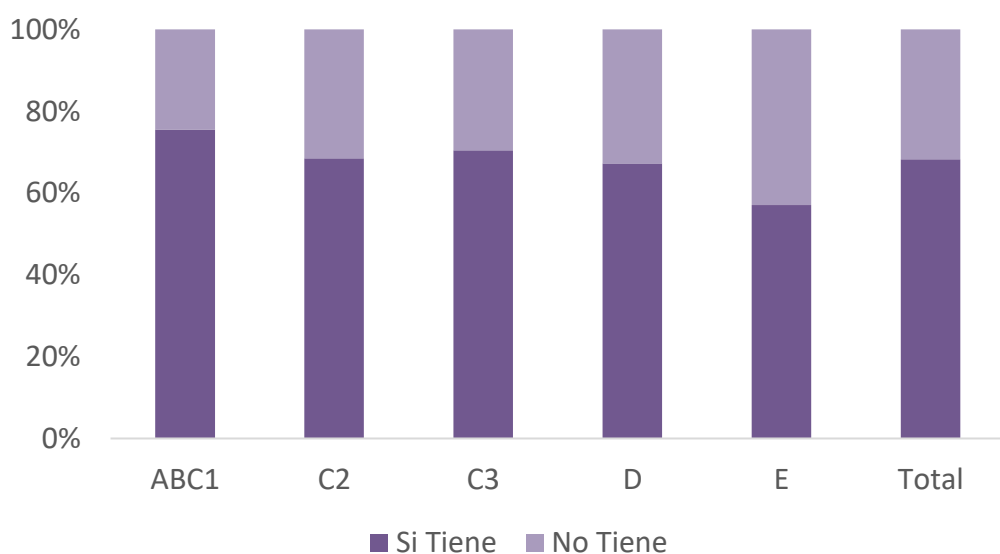
TELEVISOR	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Cantidad promedio por hogar	2,4	2,2	2,3	2,3	2,1	2,3
Cantidad promedio por persona	0,8	0,8	0,7	0,7	0,6	0,7

Televisión Pagada

En términos de la tenencia de Televisión Pagada, en cualquiera de sus modalidades, la tenencia de este servicio de televisión alcanza un 68,28%.

TENENCIA DE TV PAGADA	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Si Tiene	75,53%	68,50%	70,41%	67,22%	57,03%	68,24%
No Tiene	24,47%	31,50%	29,59%	32,78%	42,97%	31,76%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Se corrobora lo observado en datos anteriores, en los sectores más acomodados de la sociedad tienen una mayor afinidad con la tenencia de bienes y servicios.

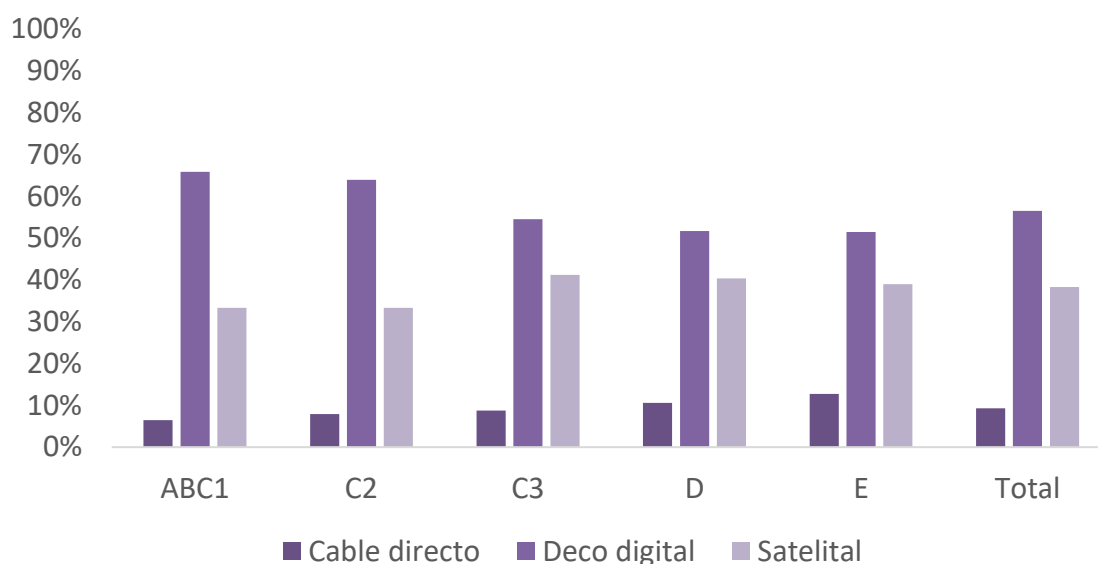


Tipo de Televisión Pagada según GSE

La televisión recepcionada por Deco digital es la más utilizada en el mercado de la televisión de pago, con un 56,51% (-4,47%, respecto al periodo anterior). El segmento ABC1 es el que tiene una mayor penetración de este tipo de servicio con un 65,86%.

TIPO DE RECEPCIÓN	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Cable directo	6,44%	7,94%	8,78%	10,59%	12,75%	9,27%
Deco digital	65,86%	63,95%	54,55%	51,71%	51,48%	56,51%
Satelital	33,32%	33,36%	41,24%	40,35%	39,02%	38,28%

A pesar de que el servicio de Deco digital tiene una mayor penetración en segmentos altos, también podemos observar que esto se replica en los segmentos D y E, con un 51,71% y 51,48% respectivamente.



Empresa proveedora de Televisión Pagada según GSE

Dentro de los proveedores de TV Pagada, VTR se ubica en el primer lugar de consumo a nivel total con (41,63%), seguida por Movistar (21,66%) y luego por Claro (8,64%).

Dentro del cuadro destaca también Mundo Pacifico, que tiene un leve porcentaje de crecimiento en todos los segmentos respecto al periodo anterior y alcanza en el total un 7,68%.

PROVEEDOR	ABC1	C2	C3	D	E	Total
VTR	53,22%	56,11%	41,69%	32,80%	26,71%	41,63%
Movistar	14,28%	21,26%	25,00%	22,77%	17,99%	21,66%
Claro	1,84%	3,56%	7,90%	13,06%	14,60%	8,64%
DirecTv	6,35%	2,74%	6,15%	7,17%	9,60%	6,14%
Entel	11,34%	7,64%	6,43%	4,85%	2,14%	6,38%
Mundo Pacifico	0,55%	2,30%	6,61%	11,46%	18,92%	7,68%
Telefónica del Sur	5,51%	2,07%	2,32%	0,88%	0,00%	1,99%
GTD Manquehue	6,35%	3,30%	0,63%	0,10%	0,00%	1,61%
Tú Ves	0,00%	0,17%	0,25%	0,77%	1,68%	0,50%
Inter Cable	0,27%	0,00%	0,00%	0,39%	1,29%	0,27%
Inet	0,00%	0,16%	0,23%	0,19%	1,07%	0,24%
Unión	0,25%	0,32%	0,00%	0,38%	0,43%	0,26%
Cemet	0,00%	0,00%	0,12%	0,27%	0,00%	0,12%
Otro	1,34%	0,70%	2,90%	5,19%	5,57%	3,29%
Total	100	100	100	100	100	100

Equipamiento del Hogar

Las siguientes tablas muestran los niveles de penetración de diversos bienes y servicios como servicios básicos, artefactos del hogar, equipamiento comunicacional y bienes suntuarios, entre otros. Estos datos son recolectados y utilizados para colaborar en la determinación del Grupo Socioeconómico asignado a cada hogar encuestado.

Esta información considera únicamente a hogares que responden la porción de la encuesta que consulta sobre tenencia de bienes y servicios.

En la tabla de servicios básicos se puede observar que el teléfono celular tiene una mayor penetración que el teléfono fijo (97,66% vs 19,97%).

Para el servicio de Tina de baño encontramos una diferencia grande en cuanto a la tenencia para los distintos segmentos, del 98,30% del segmento ABC1, llegamos a un 31,88% del grupo E.

SERVICIOS BÁSICOS	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Teléfono Celular	98,33%	98,21%	98,70%	96,91%	96,43%	97,66%
Calefont	100,00%	99,76%	97,68%	95,46%	89,68%	96,52%
Tina de baño	98,30%	86,78%	78,47%	61,42%	31,88%	70,36%
Teléfono Fijo	27,86%	22,10%	22,02%	20,33%	4,34%	19,97%

En el cuadro de Artefactos del hogar, la Lavadora automática posee una penetración del 94,44%, valor que la sitúa como el bien con mayor penetración. Lo sigue el Horno microondas con un 85,47% y el Refrigerador de dos puertas con un 76,54%.

ARTEFACTOS	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Lavadora automática	97,40%	90,82%	94,63%	95,07%	94,02%	94,44%
Horno microonda	94,28%	89,76%	87,43%	83,33%	73,68%	85,47%
Refrigerador 2 puertas	93,88%	84,93%	81,88%	73,09%	48,22%	76,54%
Horno eléctrico	76,39%	64,58%	56,78%	41,88%	25,13%	51,16%
Secadora Automática	81,32%	53,15%	40,19%	23,01%	2,95%	36,46%
Refrigerador 1 puerta	5,48%	15,33%	18,09%	27,01%	46,59%	22,82%
Nevera	45,81%	19,72%	20,95%	14,46%	2,33%	19,12%
Lavadora de platos automática	38,36%	7,00%	2,19%	1,23%	0,00%	6,66%

El equipamiento comunicacional de los hogares se ve influido principalmente por elementos electrónicos orientados al desarrollo audiovisual, sin embargo, actualmente este porcentaje es alto principalmente en los hogares ABC1.

EQUIPO COMUNICACIONAL	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Filmadora de Video o Digital	15,96%	7,15%	3,07%	1,14%	0,00%	4,19%

BIENES SECUNDARIOS	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Aire Acondicionado	40,36%	18,44%	5,93%	0,91%	0,00%	9,51%
Piscina Construida	23,50%	15,59%	6,77%	1,93%	0,00%	7,61%
Vivienda de vacaciones	29,27%	9,44%	3,43%	1,26%	0,34%	6,32%

Estos bienes son los que presentan mayor escasez entre los hogares entrevistados. Es posible encontrarlos en mayor penetración particularmente en los segmentos altos.

Automóvil

Entre aquellos que declaran la tenencia de automóvil, la siguiente tabla exhibe la distribución a nivel total y grupo socioeconómico, por cantidad de años del bien. La penetración de automóviles, particularmente aquella vinculada a uno de reciente adquisición, está directamente relacionada con el GSE.

AUTOMOVIL	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Automóvil de más de 3 años	50,43%	50,13%	46,91%	32,70%	19,40%	39,39%
Automóvil de los últimos 3 años	66,40%	24,23%	14,55%	5,28%	0,68%	17,27%

Tarjeta de Crédito Bancaria

El acceso al Crédito es un elemento discriminante en la diferenciación de niveles socioeconómicos. Así, la siguiente tabla muestra la tenencia de Tarjeta de Crédito de tipo Bancaria, abierto entre los diferentes estratos, Niveles socioeconómicos más altos poseen un acceso superior al crédito comparado con los niveles medio-alto, medio, medio-bajo y bajo.

TARJETA DE CRÉDITO	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Tarjeta de crédito Bancaria	94,20%	75,76%	54,67%	26,81%	8,42%	47,11%

Cuenta Corriente Bancaria

La tenencia de Cuenta Corriente Bancaria señala la posibilidad de acceder a un conjunto de productos bancarios adicionales, lo que la convierte en otro elemento discriminante para la diferenciación de niveles socioeconómicos. Así, la siguiente tabla muestra la tenencia de Cuenta Corriente, abierto entre los diferentes estratos, Niveles socioeconómicos más altos poseen un acceso significativamente diferente a productos bancarios más complejos, comparado con el nivel medio-alto, medio, medio-bajo y bajo.

CUENTA CORRIENTE	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Cuenta corriente	93,53%	64,14%	32,37%	7,14%	0,00%	31,73%

Vivienda: Características de los hogares (Total)

Finalmente, la siguiente tabla muestra la distribución de tipo de vivienda, entre las alternativas Departamento o Casa.

VIVIENDA	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Casa	48,95%	44,97%	68,39%	82,50%	78,69%	67,59%
Departamento	51,05%	55,03%	31,44%	16,93%	19,65%	32,01%
Otra	0,00%	0,00%	0,18%	0,57%	1,67%	0,40%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Resumen de Penetraciones

A continuación, se presenta un resumen con la penetración de toda la batería de bienes ordenadas de una mayor penetración a la penetración más baja.

Cabe mencionar que en estas tablas se presenta información únicamente de los hogares donde el entrevistado declara bienes y servicios.

Bienes	ABC1	C2	C3	D	E	Total
Teléfono Celular	98,33%	98,21%	98,70%	96,91%	96,43%	97,66%
Calefont	100,00%	99,76%	97,68%	95,46%	89,68%	96,52%
Lavadora automática	97,40%	90,82%	94,63%	95,07%	94,02%	94,44%
Horno microonda	94,28%	89,76%	87,43%	83,33%	73,68%	85,47%
Refrigerador 2 puertas	93,88%	84,93%	81,88%	73,09%	48,22%	76,54%
Tina de baño	98,30%	86,78%	78,47%	61,42%	31,88%	70,36%
Horno eléctrico	76,39%	64,58%	56,78%	41,88%	25,13%	51,16%
Tarjeta de crédito Bancaria	94,20%	75,76%	54,67%	26,81%	8,42%	47,11%
Automóvil de más de 3 años	50,43%	50,13%	46,91%	32,70%	19,40%	39,39%
Secadora Automática	81,32%	53,15%	40,19%	23,01%	2,95%	36,46%
Cuenta corriente	93,53%	64,14%	32,37%	7,14%	0,00%	31,73%
Refrigerador 1 puerta	5,48%	15,33%	18,09%	27,01%	46,59%	22,82%
Teléfono Fijo	27,86%	22,10%	22,02%	20,33%	4,34%	19,97%
Nevera	45,81%	19,72%	20,95%	14,46%	2,33%	19,12%
Automóvil de los últimos 3 años	66,40%	24,23%	14,55%	5,28%	0,68%	17,27%
Aire Acondicionado	40,36%	18,44%	5,93%	0,91%	0,00%	9,51%
Piscina Construida	23,50%	15,59%	6,77%	1,93%	0,00%	7,61%
Lavadora de platos automática	38,36%	7,00%	2,19%	1,23%	0,00%	6,66%
Vivienda de vacaciones	29,27%	9,44%	3,43%	1,26%	0,34%	6,32%
Filmadora de Video o Digital	15,96%	7,15%	3,07%	1,14%	0,00%	4,19%

VIII Glosario

Censo muestra o Microcenso (Establishment Survey)

Un censo muestra es una operación estadística basada en una muestra con un tamaño determinado por la necesidad del estudio al que sirva como soporte, sirve de apoyo para el conocimiento de las características tales como: equipamiento electrónico de hogares para recibir señales, composición del grupo familiar del hogar. En el caso del estudio de Audiencias de Televisión, puede emplearse para la conformación del panel y para la proyección al universo de la audiencia total. Las empresas de medición de audiencia deben llevar a cabo esta operación en forma periódica, con el objeto de cubrir y actualizar las variables no contempladas por las estadísticas oficiales.

Dueñas de casa

Persona que cotidianamente toma las decisiones de compra para el cuidado y manutención de la familia, pudiendo desempeñar este rol un hombre o una mujer de 15 o más años. Cuando nos referimos a la dueña de casa remunerada no importa ni las horas, ni el lugar en que el trabaja, sólo nos preocupa si recibe ingresos.

Error muestral

La diferencia entre el resultado obtenido de una muestra (un estadístico) y el resultado el cual deberíamos haber obtenido de la población (el parámetro correspondiente) se llama el error muestral o error de muestreo. Un error de muestreo usualmente ocurre cuando no se lleva a cabo la encuesta completa de la población, sino que se toma una muestra para estimar las características de la población. El error muestral es medido por el error estadístico, en términos de probabilidad, bajo la curva normal. El resultado de la media indica la precisión de la estimación de la población basada en el estudio de la muestra, Mientras más pequeño el error muestral, mayor es la precisión de la estimación.

Hogar

Es la persona o conjunto de personas, sean parientes o no, que ocupan en su totalidad o en parte una vivienda; comparten al menos las comidas principales y atienden en común otras necesidades básicas, con cargo a un presupuesto común. Cuando en una vivienda hay varios grupos de personas que atienden en forma independiente sus necesidades básicas, como es el caso de la preparación de sus alimentos, a cada grupo se le considera como un hogar.

Manzana censal

Es superficie territorial delimitada por avenidas, calles, pasajes, caminos, etc., y que puede contener una o más viviendas, o no contener ninguna vivienda como: parques, plazas, campos deportivos, centros educativos, centros comerciales, áreas verdes o terrenos sin construir.

Nivel socioeconómico

Tiene como objetivo distribuir a la población en segmentos que discriminen respecto de su poder adquisitivo de consumo, de su calidad material de vida, nivel cultural educacional y estilo de vida. La idea no es replicar un concepto rígido de "clase social" sino definir un "status socioeconómico," que nos ayude a comprender los patrones de consumo y a estimar la demanda potencial de los diferentes productos y servicios.

Indicadores económicos

Son aquellos bienes o atributos cuyo valor se expresa directamente en términos monetarios, tales como los ingresos, bienes de uso doméstico, acciones y otras propiedades.

Indicadores sociales

Son aquellos bienes o atributos cuyo valor se expresa principalmente en su función como símbolos de status, tales como la ocupación, la educación y aquellos bienes dotados de visibilidad social," (Asociación de Institutos de Estudios de Mercado y Opinión (A.G.) de Chile).

Principal sostenedor del hogar

Persona mayor de 15 años que al interior del hogar es identificado como quien aporta la mayor cantidad del presupuesto familiar y toma las principales decisiones (inversiones, estudios, permisos, etc., para el conjunto del hogar y sus miembros individuales.

Tasa de respuesta

En la investigación por encuesta, es el porcentaje de personas u hogares que contestan el cuestionario respecto del total de personas u hogares originales.

Vivienda

Es una edificación o unidad de edificación independiente construida, adaptada o convertida para ser habitada por una o más personas en forma permanente o temporal. Debe tener acceso directo e independiente desde la calle o a través de espacios de uso común para circulación como pasillos, patios o escaleras.

Zona censal

Es el conjunto de manzanas ubicadas contiguamente, delimitadas por avenidas, calles principales o accidentes físicos, naturales y/o artificiales. Una o más zonas censales pueden conformar un centro poblado urbano.

Sesgos

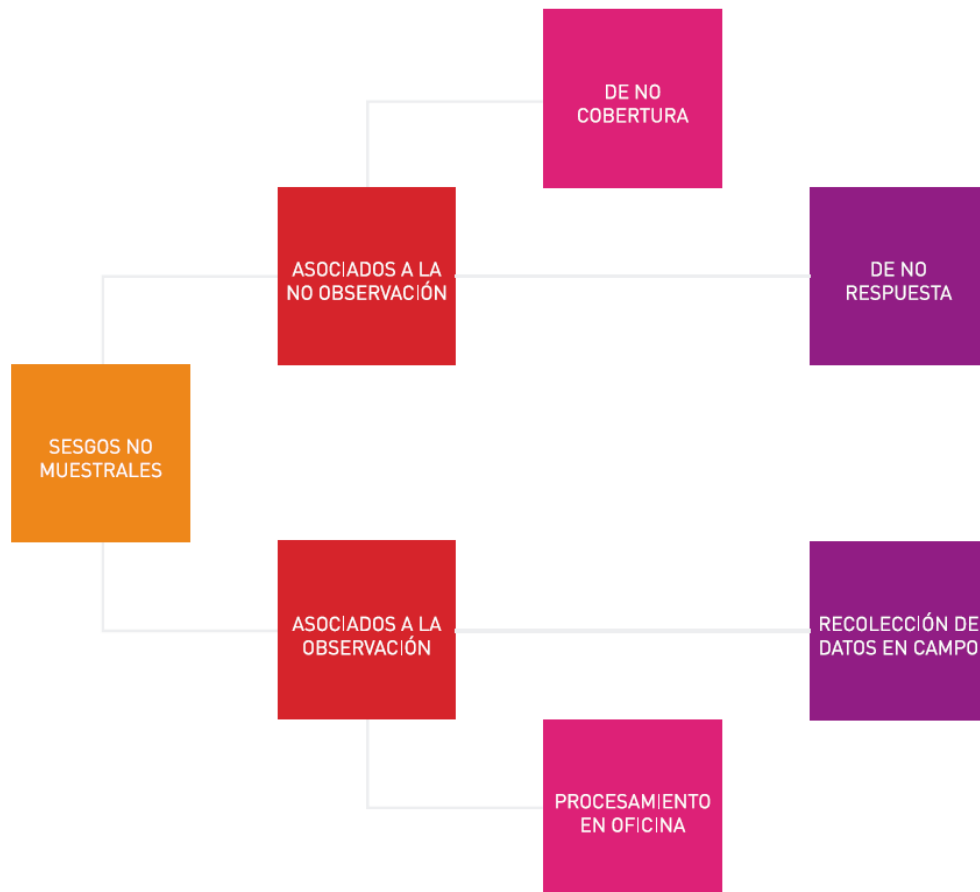
En toda investigación por muestreo están presentes dos tipos de errores que en conjunto constituyen el error total o global del estudio, estos son el error de muestreo y los errores ajenos al muestreo o errores no muestrales.

Los errores muestrales en las investigaciones se producen por el hecho de que sólo se recogen datos de una muestra de la población objetivo, por lo tanto, las estimaciones pueden diferir de los valores que se hubiesen obtenido de un censo completo, realizado en las mismas condiciones.

Los errores no muestrales se pueden generar a través de todas y cada una de las actividades que se desarrollan en una investigación. A menudo es difícil cuantificar cuál es su impacto sobre los resultados, por lo cual es importante establecer un adecuado control.

Los errores no muestrales que se producen en el estudio de medición de audiencia los vamos a clasificar según el libro de "Muestras de encuestas" de Leslie Kish, que nos parece la más adecuada en cuanto a la descripción de los diferentes tipos de posibilidades.

Clasificación de los sesgos no muestrales



Sesgos asociados a la no observación

Estos sesgos consisten en que ciertas ocasiones no se pueden obtener observaciones en algunos segmentos de la población y pueden deberse a dos aspectos:

- Sesgos de no cobertura: Asociados a la naturaleza de los marcos muestrales que pueden ser incompletos. En el caso de nuestra Muestra Maestra en Chile, el marco muestral se basa actualmente en la información del Censo del 2017 del INE (Instituto Nacional de

Estadística) que es la información vigente y oficial.

- Sesgos de no respuesta: Asociados algún segmento de la población que no se logre empadronar y/o encuestar por diferentes causas. Esto se puede presentar por la presencia de unidades declaradas: peligrosas, ausentes, y rechazos.

Sesgos asociados a la observación

Que se asocian a las entrevistas realizadas, enumeraciones, y a la calidad de colaboración de los hogares, y pueden ser:

- En la Muestra Maestra: Sesgos en las enumeraciones de viviendas, sesgos en variables demográficas (mala aplicación del encuestador / mala información del entrevistado).
- En muestra operativa: Por la naturaleza de la medición electrónica podemos agrupar estos sesgos según su procedencia:
 - Acción de los colaboradores: Omisión de registro de personas presentes, Omisión de desmarcado, Registro en más de un televisor al mismo tiempo, Televisor, encendido con ausencia temporal de televidentes, Uso de botones de forma indebida.
 - Funcionamiento de los equipos: Sintonía en televisores no medidos (nuevos), Desconexión de medidores, Instalación o desinstalación de cable, Adición de antenas, Falla en la calibración de los equipos.
 - Transmisión de información: Falla en las comunicaciones entre el medidor y la oficina central.
 - Sesgos de procesamiento en oficina: Que se asocian a acciones relacionadas a la digitación de registros de datos demográficos. Específicamente a aquellos datos que impactan en la clasificación socioeconómica y en la asignación de audiencias a los grupos demográficos correctos. Es importante observar que la mayoría de estos sesgos, son detectados mediante algoritmos automáticos de Control de Calidad cuyo objetivo es minimizar la incidencia de ellos, en los resultados.

Anexo: Cuestionario

FOLIO		CUESTIONARIO DE HOGAR				KANTAR IBOPE MEDIA																																																													
OLA N°	1	2	3	4	Los datos solicitados son CONFIDENCIALES																																																														
E. SURVEY-2022																																																																			
1	Santiago	2	Antofagasta	3	Valparaíso-Viña del Mar	4	Concepción-Icalhuano-San Pedro-Chiguayante																																																												
Dirección a entrevistar																																																																			
Cód Manzana - Original - N° de Orden - Reemplazo - 2 - N° de Orden																																																																			
Definición Hogar: Es "La persona o conjunto de personas, sean parientes o no, que ocupan en su totalidad o parte de una vivienda; comparten al menos las comidas principales y atienden en común otras necesidades básicas, con cargo a un presupuesto común".																																																																			
1.- ¿Cuántos hogares habitan en el vivienda? (Tarjeta N°01) (Recuerde que si es mayor que tres se considera hogar múltiple y por lo tanto es no Elegible)																																																																			
INFORMANTE Los datos personales que otorgue a Kantar Ibope Media serán utilizados sólo para fines estadísticos y de acuerdo a la normativa de la ley de Protección de Datos																																																																			
2.- ¿Cuál es su nombre?				Encuestador		Código																																																													
A. ¿Cuántos años tiene? (si es mayor de 18 años, pasar a P. B) (Pasará a P. B) Usted tiene que entrevistar algún otro miembro del hogar y que cumpla con este requisito. (Pasará a P.A.1)				A. 1) ¿Hay otra persona mayor de 18 años? (Pasará a P. B) Vuelva en otro momento. Registre visita en Hoja de Ruta.																																																															
B. ¿Vive Usted permanentemente en esta Vivienda? Realice la entrevista a esa persona (Pasará a P N° 1) Debe encuestar algún otro miembro del hogar que viva permanentemente en el hogar. (Pasará a P.B.2)				B. 2) ¿Hay otra persona que viva permanentemente en este hogar? Realice la entrevista a esa persona Vuelva en otro momento. Registre visita en Hoja de Ruta.																																																															
TELEVISORES 1.- ¿Cuántos televisores que funcionan hay en su hogar? (No considerar los televisores del servicio doméstico aunque sean puerta adentro) (Si es cero pasar al capítulo "INTERNET Y EQUIPOS" pregunta N°1) 2.- ¿De estos ¿Cuántos televisores ocupan?																																																																			
3. ¿Alguno de los televisores es menor de 14 pulgadas? ¿Cuántos?		4. ¿Alguno de estos televisores tiene pantalla LCD, LED o plasma? ¿Cuántos?		5. ¿Alguno de los televisores LCD, Plasma es SMART TV? ¿Cuántos?																																																															
6. ¿Alguno de los televisores Smart se conecta a una red de internet? ¿Cuántos? (Responder solo si respuesta 5 es mayor a cero (0))		7. ¿Alguno de los televisores, es usado también como Monitor? ¿Cuántos?		8. De estos televisores, ¿cuántos son usados exclusivamente como Monitor (es)? (Responder solo si P 7 mayor 0)																																																															
9. ¿Alguno de los televisores recibe canales de televisión abierta, a través del sistema de transmisión denominado Televisión Digital Terrestre (TDT)? (Mostrar Tarjeta N°02) Si No		10. ¿En cuántos de ellos recibe los canales TDT a través del sintonizador digital interno, incorporado en su TV? ¿Cuántos? (La suma de sintonizador (interno+externo) menor/igual N° TV (P1))																																																																	
11. ¿En cuántos de ellos recibe los canales TDT a través de un sintonizador digital externo? ¿Cuántos?		12. ¿Cuáles de estos equipos que se conectan al TV tienen en su hogar? (RM) (Mostrar Tarjeta N°03) 13. Indique cuál o cuáles de estos periféricos le permite acceder a internet?																																																																	
				<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Tienen</th> <th>SI</th> <th>No</th> <th>NS/NC</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Blu-Ray</td><td>1</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td>DVD</td><td>2</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td>VHS</td><td>3</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td>Video Juego</td><td>4</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td>Apple TV</td><td>5</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td>Chromecast</td><td>6</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td>Roku</td><td>13</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td>Amazon Fire</td><td>14</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td>OTRO</td><td>11</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td>Ninguno</td><td>12</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>NS/NR</td><td>99</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>					Tienen	SI	No	NS/NC	Blu-Ray	1	1	2	3	DVD	2	1	2	3	VHS	3	1	2	3	Video Juego	4	1	2	3	Apple TV	5	1	2	3	Chromecast	6	1	2	3	Roku	13	1	2	3	Amazon Fire	14	1	2	3	OTRO	11	1	2	3	Ninguno	12				NS/NR	99			
	Tienen	SI	No	NS/NC																																																															
Blu-Ray	1	1	2	3																																																															
DVD	2	1	2	3																																																															
VHS	3	1	2	3																																																															
Video Juego	4	1	2	3																																																															
Apple TV	5	1	2	3																																																															
Chromecast	6	1	2	3																																																															
Roku	13	1	2	3																																																															
Amazon Fire	14	1	2	3																																																															
OTRO	11	1	2	3																																																															
Ninguno	12																																																																		
NS/NR	99																																																																		

SEÑAL TV																																																											
1. ¿Además de los canales de TV Abierta, reciben en su hogar canales de TV por Cable o Satélite? <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100px;"> <tr><td>SI</td><td>1</td></tr> <tr><td>NO</td><td>2</td></tr> </table> (Pasará a P2 "SEÑAL TV")			SI	1	NO	2	3. ¿Qué operadora(s) le provee(n) el servicio de Cable o Satélite? (RM) (Mostrar Tarjeta N°04) <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">Operador</th> </tr> <tr> <th>N°1</th> <th>N°2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Cmet</td><td>35</td><td>35</td></tr> <tr><td>GTD Manquehu</td><td>42</td><td>42</td></tr> <tr><td>VTR</td><td>79</td><td>79</td></tr> <tr><td>Mundo Pacifico</td><td>55</td><td>55</td></tr> <tr><td>Cable Unión</td><td>28</td><td>28</td></tr> <tr><td>Claro TV</td><td>3</td><td>3</td></tr> <tr><td>DirectTV</td><td>6</td><td>6</td></tr> </tbody> </table>					Operador		N°1	N°2	Cmet	35	35	GTD Manquehu	42	42	VTR	79	79	Mundo Pacifico	55	55	Cable Unión	28	28	Claro TV	3	3	DirectTV	6	6	4. ¿De qué manera recibe la señal de cable apuntado en la P.3 "SEÑAL" (Mostrar Tarjeta N°05, y verificar respuesta en Tarjeta N°5A) <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">Operador</th> </tr> <tr> <th>N°1</th> <th>N°2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Tv cable (sin decodificador)</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>Tv cable (con decodificador)</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td>Tv Satelital (Antena Parabolica)</td><td>3</td><td>3</td></tr> <tr><td>Tv cable (sin decodificador) y Tv cable (con decodificador)</td><td>5</td><td>5</td></tr> <tr><td>Otra (TV IP)</td><td>7</td><td>7</td></tr> </tbody> </table>				Operador		N°1	N°2	Tv cable (sin decodificador)	1	1	Tv cable (con decodificador)	2	2	Tv Satelital (Antena Parabolica)	3	3	Tv cable (sin decodificador) y Tv cable (con decodificador)	5	5	Otra (TV IP)	7	7
SI	1																																																										
NO	2																																																										
	Operador																																																										
	N°1	N°2																																																									
Cmet	35	35																																																									
GTD Manquehu	42	42																																																									
VTR	79	79																																																									
Mundo Pacifico	55	55																																																									
Cable Unión	28	28																																																									
Claro TV	3	3																																																									
DirectTV	6	6																																																									
	Operador																																																										
	N°1	N°2																																																									
Tv cable (sin decodificador)	1	1																																																									
Tv cable (con decodificador)	2	2																																																									
Tv Satelital (Antena Parabolica)	3	3																																																									
Tv cable (sin decodificador) y Tv cable (con decodificador)	5	5																																																									
Otra (TV IP)	7	7																																																									
2. ¿Cuántos canales en total recibe Usted en sus televisores? <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100px;"> <tr><td>Menos que 12</td><td>3</td></tr> <tr><td>De 12 a 21 Canales</td><td>4</td></tr> <tr><td>De 22 a 77 Canales</td><td>5</td></tr> <tr><td>78 o mas Canales</td><td>6</td></tr> </table>			Menos que 12	3	De 12 a 21 Canales	4	De 22 a 77 Canales	5	78 o mas Canales	6	6. ¿Recibe canales en Alta Definición (HD) a través de su paquete de cable? <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100px;"> <tr><td>SI</td><td>1</td></tr> <tr><td>NO</td><td>2</td></tr> <tr><td>NS/NC</td><td>99</td></tr> </table> (Mostrar Tarjeta N° 06)				SI	1	NO	2	NS/NC	99	8. "Existen equipos que permiten grabar programas de TV, para verlos en otro momento". ¿Tiene en su hogar, algún equipo que le permita grabar programas? <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100px;"> <tr><td>SI</td><td>1</td></tr> <tr><td>NO</td><td>2</td></tr> <tr><td>NS/NC</td><td>99</td></tr> </table>			SI	1	NO	2	NS/NC	99																														
Menos que 12	3																																																										
De 12 a 21 Canales	4																																																										
De 22 a 77 Canales	5																																																										
78 o mas Canales	6																																																										
SI	1																																																										
NO	2																																																										
NS/NC	99																																																										
SI	1																																																										
NO	2																																																										
NS/NC	99																																																										
7. Tiene contratado: TNT SPORTS 2, TNT SPORTS HD, (ex CDF Premium/CDF HD) <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100px;"> <tr><td>SI</td><td>NO</td><td>NS/NC</td></tr> <tr><td>1</td><td>2</td><td>99</td></tr> </table>			SI	NO	NS/NC	1	2	99	9. Indique cual de estos aparatos para grabar tiene: (Tarjeta N°07) <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%;"> <tr> <td>TV con opción de grabar programas</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Decodificador de Cable que permite grabar</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Otra forma de grabar (se excluye computadora/Internet)</td> <td>3</td> </tr> </table>				TV con opción de grabar programas	1	Decodificador de Cable que permite grabar	2	Otra forma de grabar (se excluye computadora/Internet)	3																																									
SI	NO	NS/NC																																																									
1	2	99																																																									
TV con opción de grabar programas	1																																																										
Decodificador de Cable que permite grabar	2																																																										
Otra forma de grabar (se excluye computadora/Internet)	3																																																										
10. ¿En algún TV (Televisor) de su hogar ven canales de cable en vivo a través de alguna aplicación?, por ejemplo Movistar Play, Pluto TV, DirectTV Go, Zapping TV, Estadio TNT Sport, etc. (Tarjeta N°08) <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%;"> <tr> <td>SI</td> <td>1</td> <td>NO</td> <td>2</td> <td>NS/NC</td> <td>99</td> </tr> </table>										SI	1	NO	2	NS/NC	99																																												
SI	1	NO	2	NS/NC	99																																																						

INTERNET Y EQUIPOS																													
1. ¿Tienen en su hogar algún computador o laptop/Notebook? <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100px;"> <tr><td>SI</td><td>1</td></tr> <tr><td>NO</td><td>2</td></tr> <tr><td>NS/NC</td><td>99</td></tr> </table> (Pasará a P4 "INTERNET Y EQUIPOS")			SI	1	NO	2	NS/NC	99	4. Su hogar ¿Tiene acceso a Internet? (No considere el internet del celular ni WIFI públicos) <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100px;"> <tr><td>SI</td><td>1</td></tr> <tr><td>NO</td><td>2</td></tr> <tr><td>NS/NC</td><td>99</td></tr> </table> (Pasará a P6 "INTERNET Y EQUIPOS")				SI	1	NO	2	NS/NC	99	6. ¿Algún integrante de su hogar posee Tablet? <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100px;"> <tr><td>SI</td><td>1</td></tr> <tr><td>NO</td><td>2</td></tr> <tr><td>NS/NC</td><td>99</td></tr> </table>			SI	1	NO	2	NS/NC	99		
SI	1																												
NO	2																												
NS/NC	99																												
SI	1																												
NO	2																												
NS/NC	99																												
SI	1																												
NO	2																												
NS/NC	99																												
2. ¿Tiene su computadora o laptop algún dispositivo (módem) que le permita ver canales de televisión sin necesidad de acceder a internet? <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100px;"> <tr><td>SI</td><td>1</td></tr> <tr><td>NO</td><td>2</td></tr> <tr><td>NS/NC</td><td>99</td></tr> </table>			SI	1	NO	2	NS/NC	99	5. ¿Cuál de las siguientes formas de acceso a internet dispone en su Hogar? (Tarjeta N°09) <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%;"> <tr><td>Vía Línea Telefónica Discada</td><td>5</td></tr> <tr><td>Vía Línea Telefónica Banda Ancha</td><td>6</td></tr> <tr><td>Vía Cable Fibra Óptica</td><td>7</td></tr> <tr><td>Vía USB Inalámbrico</td><td>3</td></tr> <tr><td>Redes Inalámbricas WiFi</td><td>2</td></tr> <tr><td>Vía Satélite</td><td>8</td></tr> <tr><td>Otro:</td><td>9</td></tr> </table>				Vía Línea Telefónica Discada	5	Vía Línea Telefónica Banda Ancha	6	Vía Cable Fibra Óptica	7	Vía USB Inalámbrico	3	Redes Inalámbricas WiFi	2	Vía Satélite	8	Otro:	9	Celulares		
SI	1																												
NO	2																												
NS/NC	99																												
Vía Línea Telefónica Discada	5																												
Vía Línea Telefónica Banda Ancha	6																												
Vía Cable Fibra Óptica	7																												
Vía USB Inalámbrico	3																												
Redes Inalámbricas WiFi	2																												
Vía Satélite	8																												
Otro:	9																												
3. ¿Usted o alguien en su hogar ve programas de televisión abierta en laptop o computadora? <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100px;"> <tr><td>SI</td><td>1</td></tr> <tr><td>NO</td><td>2</td></tr> <tr><td>NS/NC</td><td>99</td></tr> </table> (Pasará a P4 "INTERNET Y EQUIPOS")			SI	1	NO	2	NS/NC	99	7. ¿Cuántos celulares en uso (activo) hay en su hogar? ○				8. ¿Alguno de los celulares le permiten Conectarse a Internet? Cuantos? ○																
SI	1																												
NO	2																												
NS/NC	99																												
			9. ¿Cuántos celulares le permiten a Usted o alguien en su hogar ver televisión abierta? ○																										

VIDEO ON DEMAND: VOD es el servicio de difusión de contenidos multimedia, que le permite al usuario elegir, de entre diferentes videos disponibles u ofertados por una **plataforma** (Ej. Netflix, Disney) en el momento que lo solicita, visualizándolo en línea en su **dispositivo** (Ej. Tablet, Televisor, Celular).

2.- Su hogar cuenta con el servicio Video On Demand (VOD)?

SI	1
NO	2

(Pasará a P1 "PERSONAS")

3.- Esta tarjeta contiene algunos ejemplos de plataformas de Video on Demand, ¿Cuáles de estos posee en su Hogar? (RM) (Tarjeta N°10)

NETFLIX	27
AMAZON PRIME	1
STAR+ (FOX PLAY)	73
HBO MAX (HBO GO)	77
DISNEY +	56
APPLE TV +	58
ONDA MEDIA Chile	59
VOD Cable Operador	60
LOOP (Canal 13)	22
TVN PLAY	61
PARAMOUNT+	74
Otro.....	55
No utiliza ningún servicio	96
NS/NR	99

4.- ¿Cuál es el aparato en el que **más ve (consume)** Video On Demand en su hogar? (RU)

Tablet	4
Computador	2
Celular	3
Televisor	1
Video Juego/Consola	5
NS/NR	99

(Tarjeta N°11)

5.- Y tiene **otro(s)** aparato(s) en su hogar, desde donde vea (consuma) Video On Demand? (RM)

Tablet	4
Computador	2
Celular	3
Televisor	1
Video Juego/Consola	5
NS/NR	99

(Tarjeta N°011)

PERSONAS

1.- ¿Cuántas personas viven en su hogar permanentemente?
(Sin incluir al servicio doméstico)

--	--

ENTREVISTADOR: CIRCULE AL ENTREVISTADO EN LA PRIMERA COLUMNA DE LA TABLA, "**ENTREV**".

Podría decirme ¿quiénes viven en su casa, excluyendo el servicio doméstico?. Nómbrelos de mayor a menor edad, señalando sus nombres de pila y edades exactas. Si es menor de 1 año, indicar la cantidad de meses.

2.- Nombre 7.- ¿Es jubilado y/o pensionado?

3.- Es el entrevistado (RU)

8.- ¿Tiene trabajo remunerado?

4.- Sexo

9.- ¿Es usted el Jefe de Hogar?

5.- Edad En caso de ser 0 pasar a... 10 ¿Es usted, quién aporta el mayor ingreso al hogar?

11.- ¿Es usted, la persona integrante del hogar que cotidianamente toma las decisiones de compra para el cuidado y mantenimiento de la familia? (Funciones de Dueña de casa). Cabe señalar que puede ser hombre o mujer de 15 años o más, no importa si posee alguna actividad remunerada o no. (RU)

6.- Meses En caso de ser distinto de 0 pasar a...

	Preg 02	Preg 03	Preg 04	Preg 05	Preg 06	Preg 07	Preg 08	Preg 09	Preg 10	Preg 11
N °	NOMBRE DE PILA	Entrevistado	SEXO H M	EDAD en Años	Meses (menor de 1 año)	Jubilación Pensión	Trabajo Remunerad	Jefe Hogar RU obligada	Sostenedor RU obligada	Dueña Casa RU obligada
1		1	1 2			1	1	1	1	1
2		1	1 2			1	1	1	1	1
3		1	1 2			1	1	1	1	1
4		1	1 2			1	1	1	1	1
5		1	1 2			1	1	1	1	1
6		1	1 2			1	1	1	1	1
7		1	1 2			1	1	1	1	1
8		1	1 2			1	1	1	1	1
9		1	1 2			1	1	1	1	1
10		1	1 2			1	1	1	1	1
11		1	1 2			1	1	1	1	1
12		1	1 2			1	1	1	1	1
13		1	1 2			1	1	1	1	1
14		1	1 2			1	1	1	1	1
15		1	1 2			1	1	1	1	1

SERVICIO DOMÉSTICO

5.- ¿El hogar cuenta con servicio doméstico?

SI

1

NO

5

→ (Pasarse a P1 "PRINCIPAL SOSTENEDOR (PSH)")

→ (Pasarse a P6 "SERVICIO DOMESTICO")

6.- Y ¿Este servicio es por tiempo completo o parcial?

Completo

1

Parcial

2

7.- ¿Es puertas afuera o puertas adentro?

Puertas afuera

1

Puertas adentro

2

8.- ¿Cuántos días a la semana trabaja en su casa? (anotar número de días, si es medio día anotar 1)

PRINCIPAL SOSTENEDOR (PSH)

1.- El principal Sostenedor del Hogar (PSH) es el que aporta los mayores ingresos al hogar. Identifique la siguiente definición sobre el PSH de su hogar.

2.- Indique el nombre del Principal Sostenedor del Hogar (PSH)

3.- ¿Cuál es el nivel educacional que alcanzó (PSH)? (Tarjeta N° 12)

(Escribir)

4.-

Código

5.- ¿Qué profesión o trabajo realiza actualmente (PSH)? (Tarjeta N° 13)

(Escribir)

6.-

Código

7.- En caso de responder **Jubilado o Cesante**, especifique la última actividad (Tarjeta N° 13)

(Escribir)

8.-

Código

9.- El (PSH) tiene contratado algún plan de salud con alguna ISAPRE (Institución previsional de Salud) Ejemplo: Consalud, Cruz Blanca, Banmédica, Colmena, etc.

SI

1

NO

2

10.- ¿Tiene Línea de crédito?

SI

1

NO

2

11.- ¿Tiene celular con contrato?

SI

1

NO

2

12.- ¿Tiene vehículo laboral o particular?

SI

1

NO

2

DATOS GENERALES

1.- ¿Cuál es el Nivel Socioeconómico/GSE observado de la vivienda, Manzana y Barrio?

GSE	ABC1	C2	C3	D	E
Vivienda	1	2	3	4	5
Manzana	1	2	3	4	5
Barrio	1	2	3	4	5

2.- Algún correo electrónico, (caso no disponga, indicar NA)

@

3.- De quien es el correo electrónico, caso no disponga, **indicar NA** :

INFORMACION DE LA VIVIENDA

(Mostrar Tarjetas N° 14 A, B, C, D y E como apoyo)

1.- ¿Que artefactos y/o bienes tiene en su hogar funcionando?	SI	No		SI	No
1.- Tina de baño	35	1	11.- Microonda	15	1
2.- Agua Caliente(Calefont,ducha eléctrica,Caldera,Termo Eléctrico)	01	1	12.- Horno Eléctrico	14	1
3.- Teléfono fijo	34	1	13.- Filmadora de video/ Filmadora Digital (NO Cámara Fotográfica)	07	1
4.- Teléfono celular (Algún integrante del hogar)	33	1	14.- Piscina construida (propios o comunes)	20	1
5.- Refrigerador de una puerta	24	1	15.- Aire acondicionado / calefacción central / loza radiante	02	1
6.- Refrigerador de dos puertas	23	1	16.- Tarjeta de Crédito Bancaria (Algún miembro del hogar).	32	1
7.- Nevera (Congelador de alimentos no refrigerador)	19	1	17.- Vehículo de uso Particular de los últimos 3 años	36	1
8.- Lavadora automática programable -Lavad/secadora	17	1	18.- Vehículo de uso Particular de más de 3 años	37	1
9.- Lavadora de platos automática (lavavajillas)	16	1	19.- Cuenta Corriente en Banco con chequera (algún miembro)	11	1
10.- Secadora automática (separada de la lavadora)	28	1	20.- Vivienda vacacional	38	1

NS/NR 99

2.- ¿En cuál de estos tramos está el ingreso total de su hogar? (Tarjeta N° 15, según número de personas de hogar)

1 Personas	2 Personas	3 Personas	4 Personas	5 Personas	6 Personas	7 Personas	8 Personas	9 Personas	10 Personas
TRAMO EN MILES	TRAMO EN MILES	TRAMO EN MILES	TRAMO EN MILES	TRAMO EN MILES	TRAMO EN MILES	TRAMO EN MILES	TRAMO EN MILES	TRAMO EN MILES	TRAMO EN MILES
<142 Mil 11	<231 Mil 21	<306 Mil 31	<375 Mil 41	<438 Mil 51	<497 Mil 61	<554 Mil 71	<608 Mil 81	<661 Mil 91	<711 Mil 101
142 - 248 12	231 - 402 22	306 - 534 32	375 - 653 42	438 - 764 52	497 - 868 62	554 - 966 72	608 - 1.061 82	661 - 1.152 92	711 - 1.241 102
248 - 432 13	402 - 701 23	534 - 931 33	653 - 1.139 43	764 - 1.332 53	868 - 1.513 63	966 - 1.686 73	1.061 - 1.851 83	1.152 - 2.010 93	1.241 - 2.164 103
432 - 753 14	701 - 1.223 24	931 - 1.625 34	1.139 - 1.987 44	1.332 - 2.323 54	1.513 - 2.639 64	1.686 - 2.940 74	1.851 - 3.228 84	2.010 - 3.505 94	2.164 - 3.774 104
753 - 1.313 15	1.223 - 2.133 25	1.625 - 2.833 35	1.987 - 3.465 45	2.323 - 4.051 55	2.639 - 4.603 65	2.940 - 5.127 75	3.228 - 5.630 85	3.505 - 6.113 95	3.774 - 6.581 105
1.313 - 2.290 16	2.133 - 3.720 26	2.833 - 4.941 36	3.465 - 6.044 46	4.051 - 7.066 56	4.603 - 8.027 66	5.127 - 8.942 76	5.630 - 9.818 86	6.113 - 10.662 96	6.581 - 11.478 106
≥ 2.290 17	≥ 3.720 27	≥ 4.941 37	≥ 6.044 47	≥ 7.066 57	≥ 8.027 67	≥ 8.942 77	≥ 9.818 87	≥ 10.662 97	≥ 11.478 107
NO RESPONDE 99	NO RESPONDE 99	NO RESPONDE 99	NO RESPONDE 99	NO RESPONDE 99	NO RESPONDE 99	NO RESPONDE 99	NO RESPONDE 99	NO RESPONDE 99	NO RESPONDE 99

3.- Número Telefónico 1 (Ns/Nr digite 99):

4.- Número Telefónico 2 (Ns/Nr digite 99):

5.- Número Telefónico 3 (Ns/Nr digite 99):

DATOS DE LA VIVIENDA

6.- INDIQUE EL TIPO DE VIVIENDA Vivienda particular Casa 3 Apartamento/departamento en edificio 2 Vivienda tradicional indígena # Pieza en casa antigua o en conventillo 9 Mediagua, mejora, rancho o choza 7 Móvil (Carpa, casa rodante o similar) 6 Otro tipo de vivienda particular #	8.- ¿Cuántas Piezas de esta vivienda se usan exclusivamente como dormitorio? 0 1 2 3 4 5 6 o más	9.- ¿Cuál es el material predominante en las paredes exteriores de su vivienda? Hormigón armado 9 Albañilería: bloque de cemento, piedra o ladrillo. 3 Tabique forrado por ambas caras (madera u otro) 22 Tabique sin forro interior (madera u otro) 23 Adobe, barro, quincha, pirca u otro 2 Materiales precarios (lata, cartón, plástico, etc.) 15	10.- ¿Cuál es el material predominante en el techo? Tejas o tejas de arcilla, metálicas, de cemento, de madera, asfálticas. 18 Losa hormigón 11 Planchas metálicas de zinc, cobre, etc. o fibrocemento (tipo pizarraño) 15 Fonolita o plancha de fieltro embreado paja, coirón toloro o caña. 8 Materiales precarios (lata, cartón, plástico, etc.) 13 Sin cubierta sólida de techo 16
7.- TIPO DE EDIFICIO: (RU) Edificio de lujo (1 o 2 depots. por piso) 1 Edificio con escaleras y/o ascensores, pasillo interior. 2 Bloques de depots.(2-4 pisos) escaleras, pasillos al exterior 3 Bloques depots. sociales 4	11.- ¿Cuál es el material predominante en el piso de su vivienda? Madera protegida 14 Parquet, piso flotante 16 sobre radier o vigas de madera 19 alfombra, flexit, cubrepiso u otro similar, 2 Cerámica / Porcelanato 9 Radier sin revestimiento 18 Baldosa de cemento 4 Capa de cemento sobre tierra 6 Tierra 22	12.- ¿Entregó Obsequio? SI 1 No 2	FECHA Encuesta Día Mes Año Hora mm 2022 Supervisor CODIGO Hora mm Observación SI NO



KANTAR IBOPE MEDIA

Establishment
Survey

2022