



# MERCADO DE TELECOMUNICACIONES EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL DE GALICIA 2013

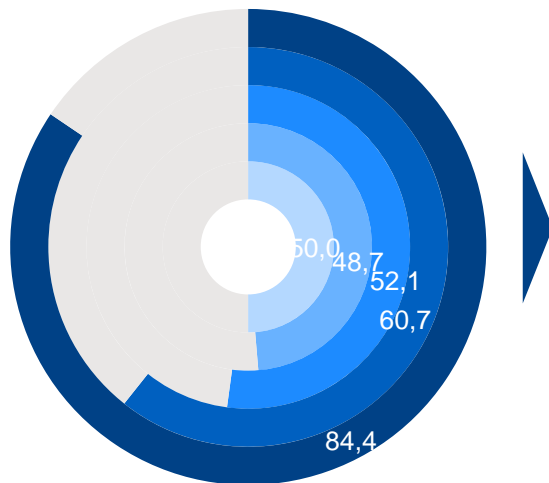
# Telefonía móvil

# T. móvil - Penetración del servicio y cuotas de mercado

La telefonía móvil dentro de las empresas experimenta un incremento de casi 25 puntos respecto a 2012, aunque un tercio de los encuestados tienen productos de residencial. R es el operador con más cuota, manteniendo la evolución positiva de los dos últimos años.

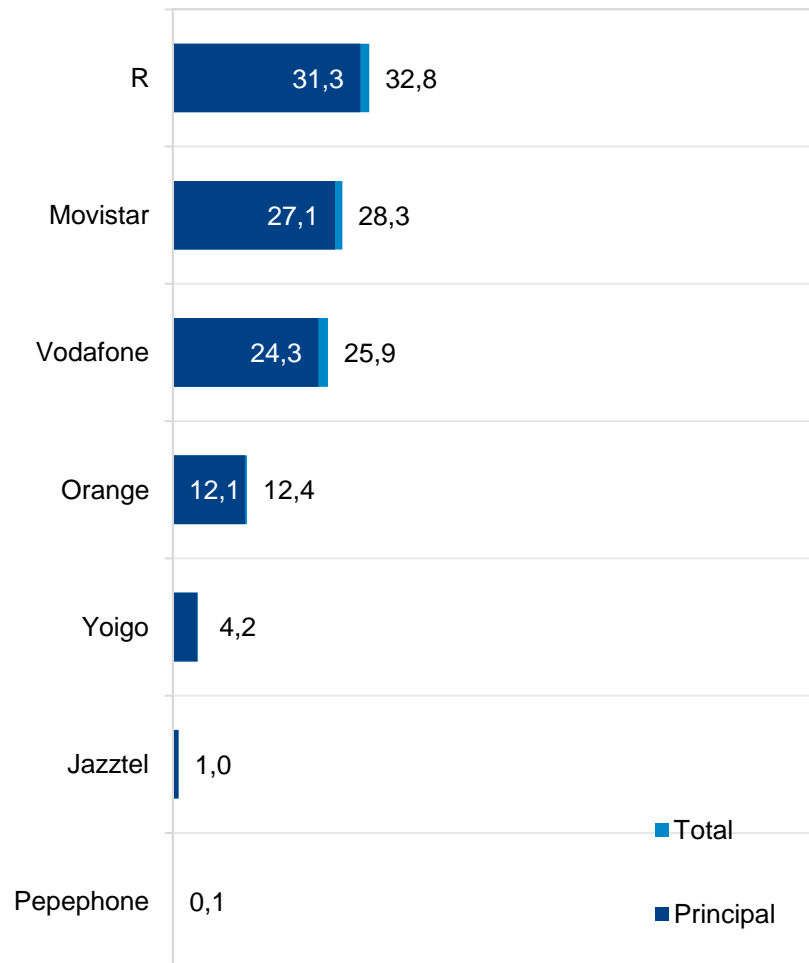


Presencia de móvil 2009-2013



Tipo de contrato	
Autónomo	26,6
Residencial	32,3
Empresa	43,0

	R	MOV	VOD	ORA
(n=)	220	200	173	84
Pago por minuto	8,6	17,3	15,4	22,6
Tarifa plana	84,8	79,5	77,8	68,9
Ambas	6,6	3,2	6,8	8,5



	Principal			
	2012	2011	2010	2009
R	29,3	22,2	23,8	8,3
Movistar	27,9	32,8	33,2	33,6
Vodafone	25,6	26,5	27,2	35,5
Orange	13,9	13,9	13,9	20,4
Yoigo	1,9	3,0	1,7	1,6
Jazztel	0,2	0,3	0,3	
Pepephone				

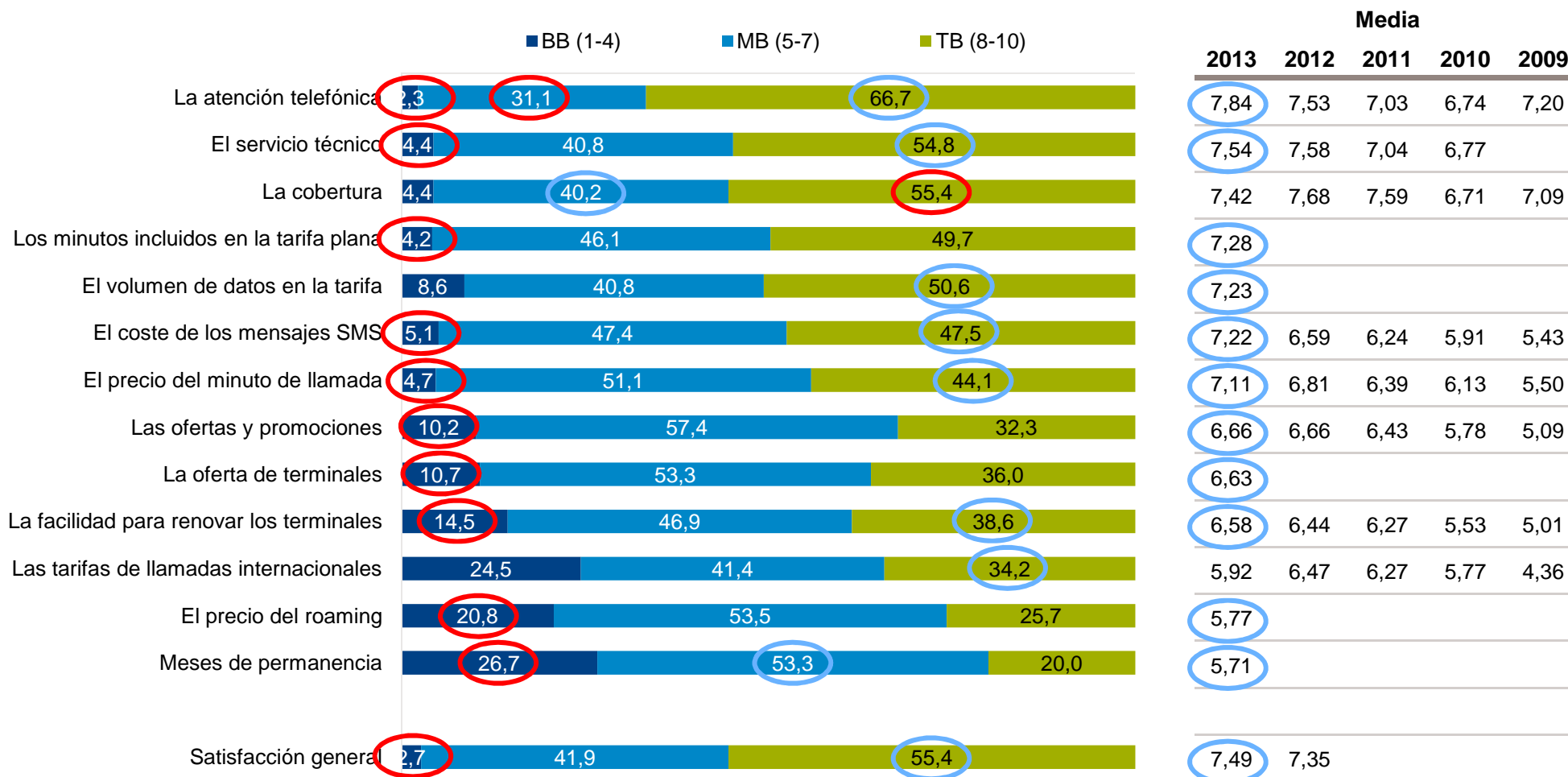
Unidad: % | Base total (2009/2010/2011/2012/2013) n=904/934/918/920/922 clientes del servicio (2009/2010/2011/2012/2013) n=410/454/479/570/767

B.3. ¿Con qué operador/operadores tienen contratado el servicio de telefonía móvil? | B.4. ¿Y cuál es el principal operador de telefonía móvil con el que trabajan? | B.1.1. ¿Tiene la/s línea/s contratada/s como autónomo, como empresa o particular? | B.8.B. ¿Qué tipo de tarifas de voz tienen con <operador principal mencionado en B.3-4>, pago por minuto, tarifa plana o de ambos tipos?

R | Mercado Telco en Galicia – Empresa | Agosto 2013

# T. móvil - Satisfacción con atributos por operador. R

La satisfacción con el móvil de R es significativamente mayor en todos los aspectos respecto al total de operadores. La satisfacción general mejora respecto a 2012.



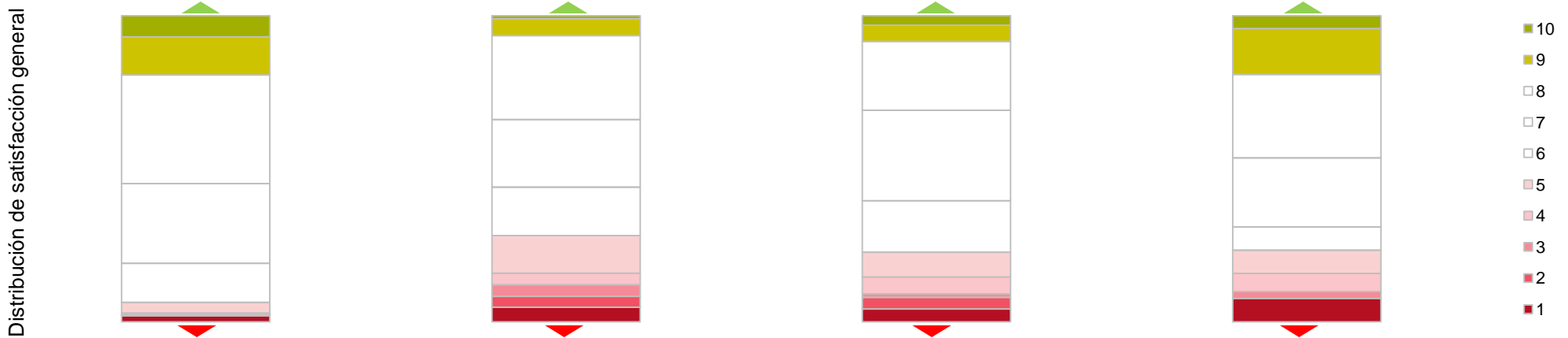
Unidad: % - Base contestan | Base clientes del servicio de R (n=235)

B.9. Me gustaría que valorara su satisfacción con los siguientes aspectos de <operador principal> en telefonía móvil. Utilice para ello una escala de 1 a 10, donde 1 es que está usted totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho. Puede utilizar puntuaciones intermedias (2,3,4,5,6,7,8 y 9) para matizar su opinión:

# TM - ¿Cómo se distribuye la satisfacción general, y cuáles son los atributos clave de insatisfacción y convencimiento?



R	MOV	VOD	ORA
19,4% valoran 9-10	7,4% valoran 9-10	7,6% valoran 9-10	18,8% valoran 9-10
Precio por minuto Servicio técnico Ofertas y promociones Oferta de terminales	Atención telefónica Volumen de datos Precio SMS	Cobertura Oferta de terminales Precio por minuto	Precio por minuto Servicio técnico Minutos en tarifa plana
...explican el 94,0% del convencimiento	...explican el 100,0% del convencimiento	...explican el 100,0% del convencimiento	...explican el 100,0% del convencimiento



5,9% valoran 1-5	27,5% valoran 1-5	21,4% valoran 1-5	21,8% valoran 1-5
Servicio técnico Ofertas y promociones Atención telefónica Precio por minuto	Servicio técnico Oferta de terminales	Atención telefónica	Atención telefónica Renovación terminales Cobertura Minutos en tarifa plana
... explican el 100,0% de la insatisfacción	... explican el 95,4% de la insatisfacción	... explican el 92,3% de la insatisfacción	... explican el 96,6% de la insatisfacción

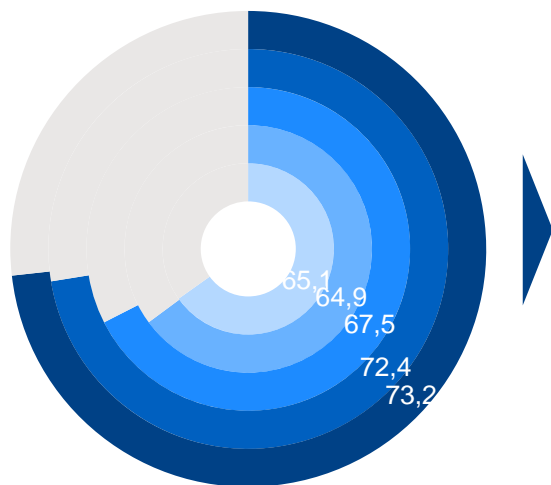
# Internet

# Internet - Penetración del servicio y cuotas de mercado

El mercado crece ligeramente, pero la cuota de R este año es 5,6 puntos más baja que en años anteriores, lo que puede suponer un saldo negativo en la base de clientes. La pérdida de cuota se absorbe entre el resto de operadores de manera homogénea.

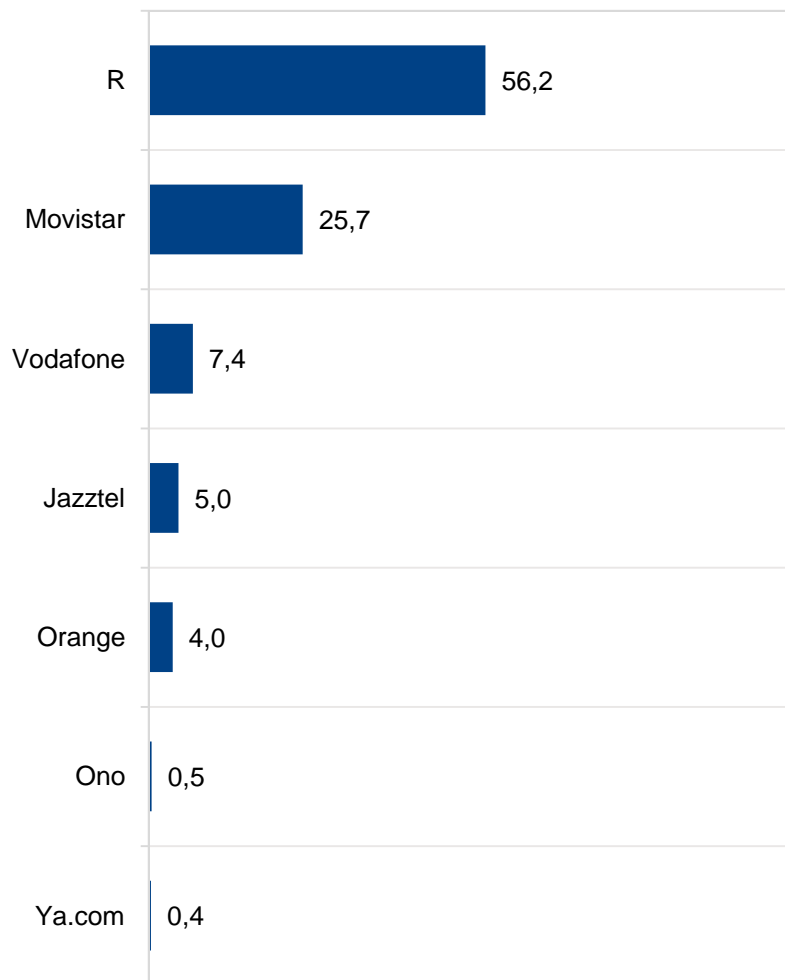


Presencia de internet 2009-2013



Tipo de contrato	
Empresa	94,0
Particular	6,0

	R	MOV	VOD	ORA	JAZ
(n=)	373	177	49*	29**	35*
Internet fijo	98,2	97,3	78,4	96,7	97,5
Internet móvil	0,5	1,4	10,2	3,3	2,5
Ambos	1,4	1,2	11,4	-	-



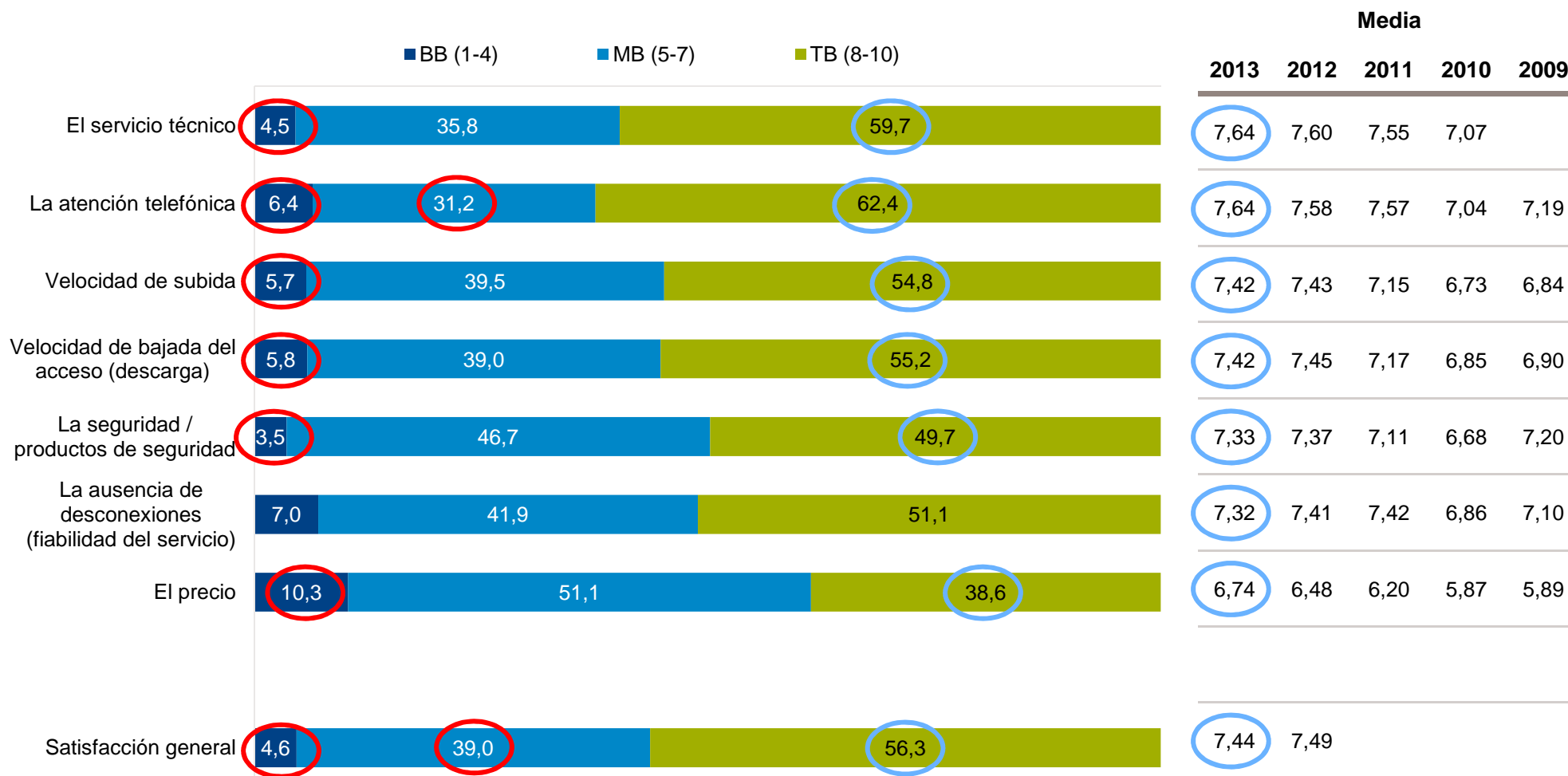
	Total			
	2012	2011	2010	2009
R	61,7	67,5	66,7	62,6
Movistar	22,2	20,2	21,4	24,5
Vodafone	6,6	6,4	4,9	6,9
Jazztel	4,7	3,0	2,6	1,3
Orange	2,8	1,3	1,1	1,0
Ono	1,0	0,7	1,6	1,4
Ya.com	0,4			

Unidad: % | Base total (2009/2010/2011/2012/2013) n=904/934/918/920/922 clientes del servicio (2009/2010/2011/2012/2013) n=607/608/619/661/672

C.1. ¿Tienen ustedes acceso a internet en su empresa? | C.3. ¿Con qué operador/operadores tienen contratado el servicio de acceso a internet? | C.4. ¿Y cuál es el principal operador de acceso a internet con el que trabajan? | C.1.1. ¿Lo tienen contratado como empresa o como particular? | C.1.2. ¿El servicio es fijo (cable o ADSL) o tienen contratado un servicio de internet móvil (módem USB o tarjeta PCMCIA)?

# Internet - Satisfacción con atributos por operador. R

Todos los atributos de satisfacción de R tienen una media significativamente superior a la del total de operadores.



Unidad: % - Base contestan | Base clientes del servicio de R (n=372)

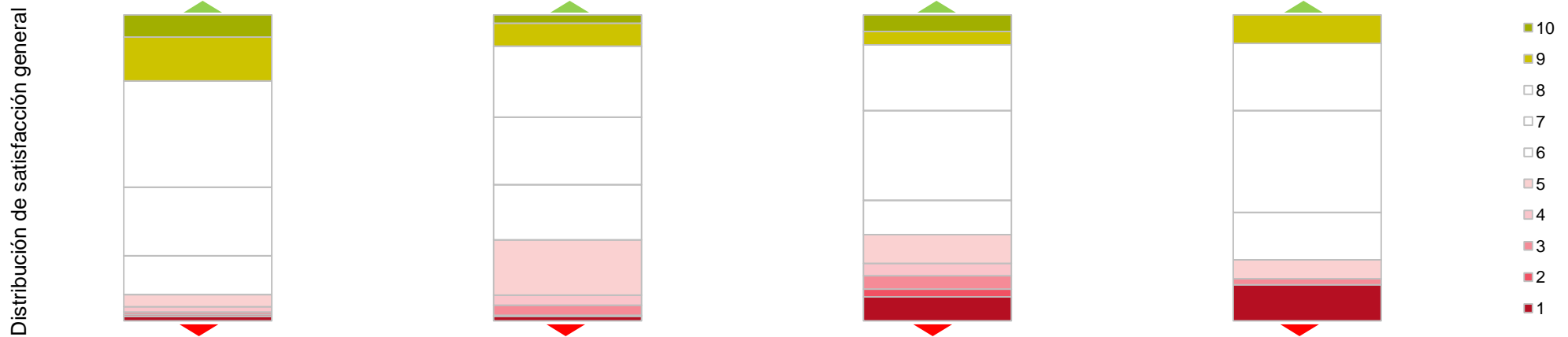
C.9. Me gustaría que valorara su satisfacción con los siguientes aspectos de <operador principal> como proveedor de acceso a internet. Utilice para ello una escala de 1 a 10, donde 1 es que está usted totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho. Puede utilizar puntuaciones intermedias (2,3,4,5,6,7,8 y 9) para matizar su opinión:



# IN - ¿Cómo se distribuye la satisfacción general, y cuáles son los atributos clave de insatisfacción y convencimiento?



R	MOV	VOD	ORA
21,6% valoran 9-10	10,2% valoran 9-10	9,7% valoran 9-10	9,3% valoran 9-10
Vel subida Atención telefónica	Precio Vel subida Seguridad	Fiabilidad Atención telefónica Seguridad	Precio, Fiabilidad Servicio técnico, Atención telefónica, Seguridad
...explican el 95,1% del convencimiento	...explican el 94,8% del convencimiento	...explican el 100,0% del convencimiento	...explican el 100,0% del convencimiento



8,6% valoran 1-5	26,4% valoran 1-5	28,2% valoran 1-5	19,9% valoran 1-5
Atención telefónica Precio Servicio técnico Vel bajada	Fiabilidad Servicio técnico	Fiabilidad Atención telefónica	Fiabilidad
... explican el 100,0% de la insatisfacción	... explican el 91,3% de la insatisfacción	... explican el 100,0% de la insatisfacción	... explican el 100,0% de la insatisfacción

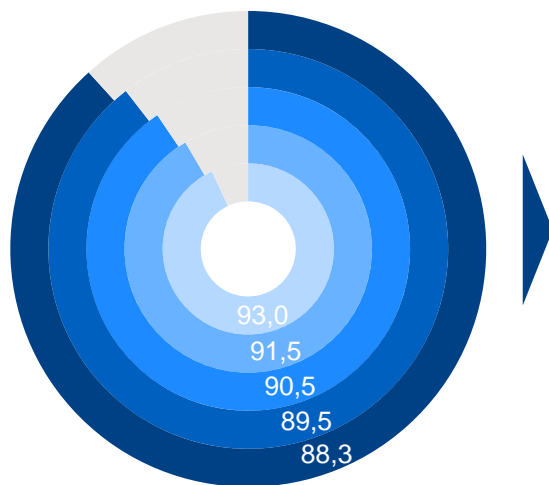
# Telefonía fija

# T. fija - Penetración del servicio y cuotas de mercado

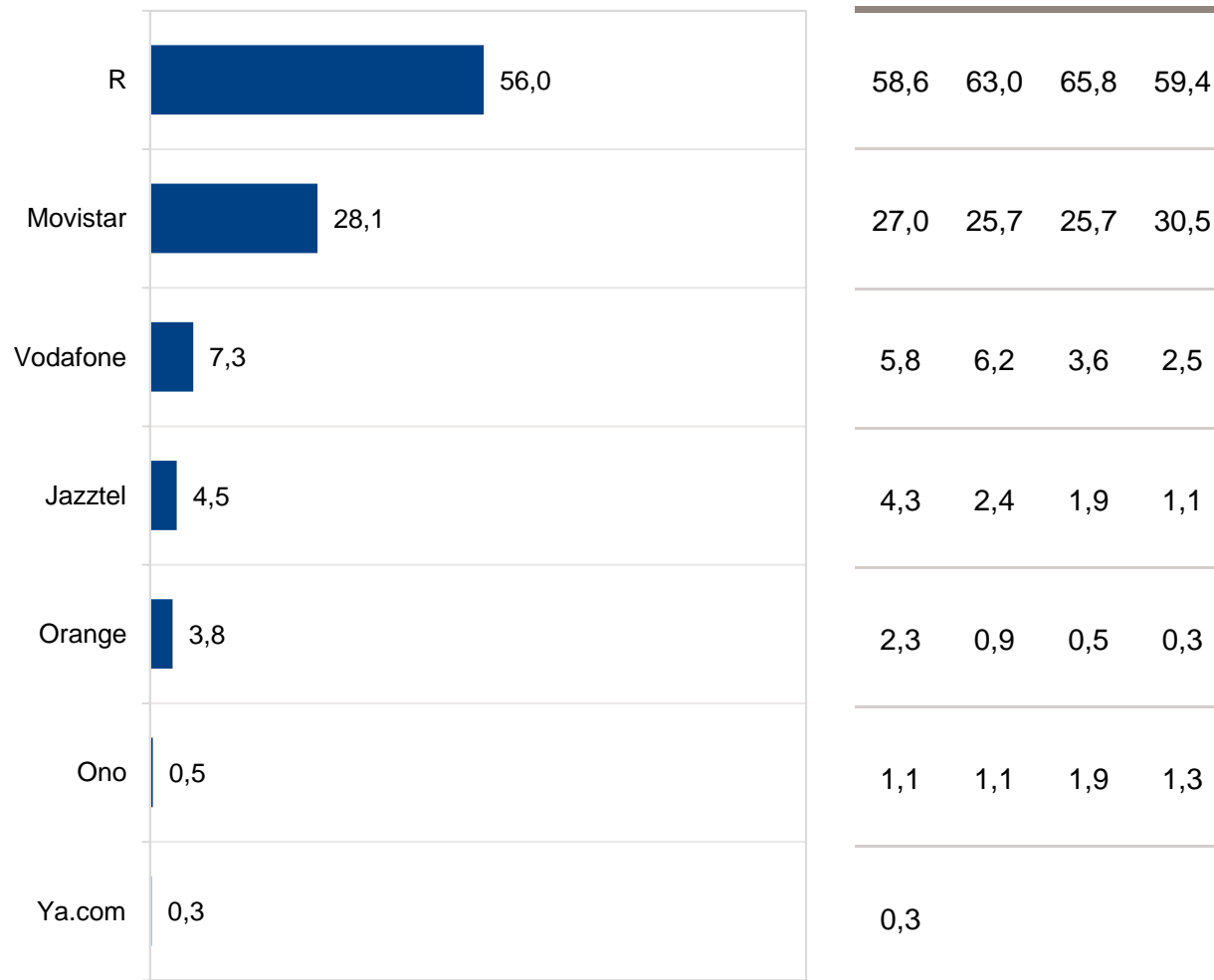
La penetración del servicio sigue su caída contenida respecto a años anteriores. R es el operador mayoritario, con más del doble de cuota que Movistar, aunque pierde algo menos de 3 puntos respecto a 2012.



Presencia de fijo 2009-2013



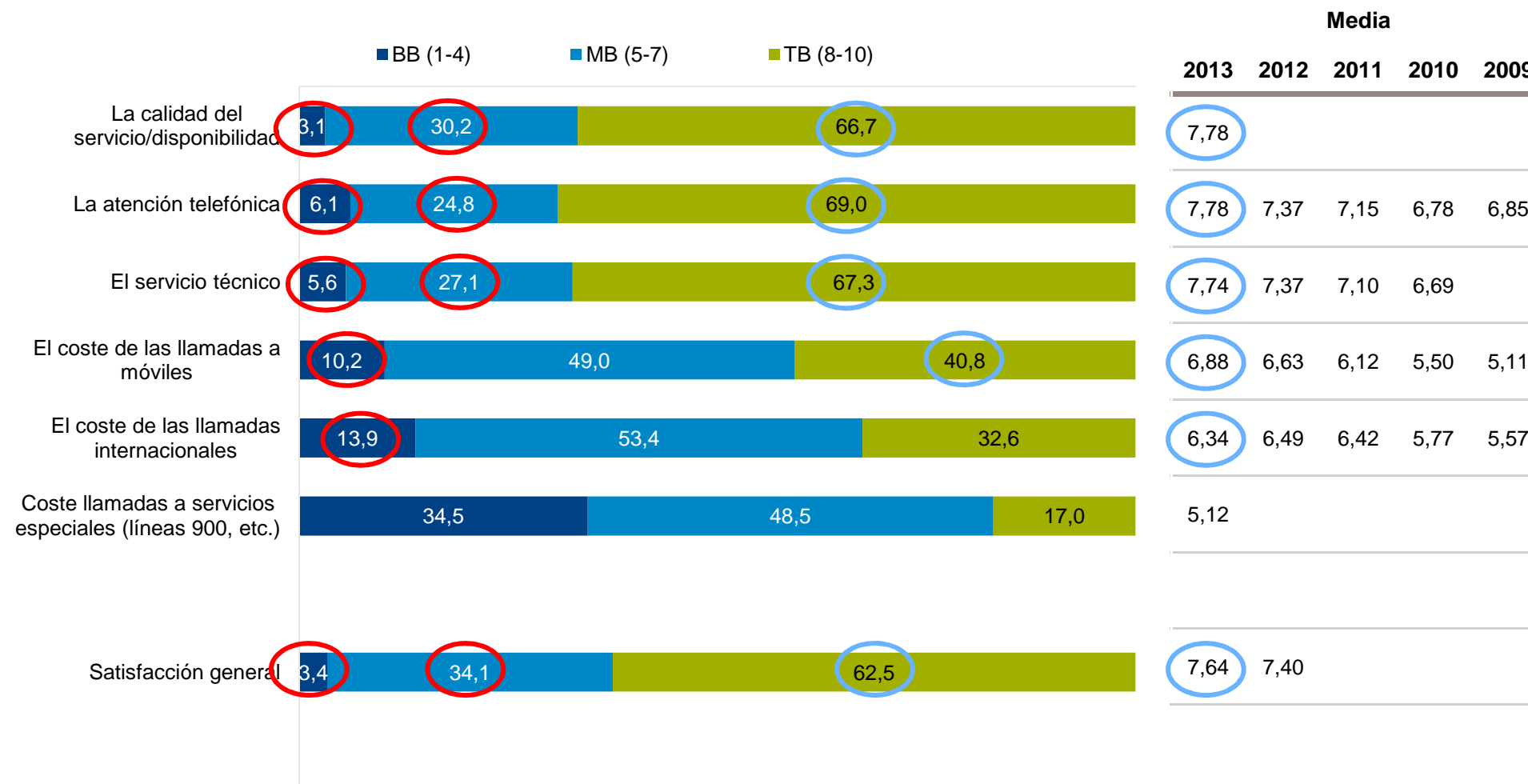
Tipo de contrato	
Empresa	93,1
Particular	6,9



Unidad: % | Base total (2009/2010/2011/2012/2013) n=904/934/918/920/922 clientes del servicio (2009/2010/2011/2012/2013) n=854/850/826/821/810, | \*\*\*/ Base reducida/muy reducida  
 A.1. ¿Tienen ustedes contratado el servicio de teléfono fijo en su empresa? | A.3. ¿Con qué operador/operadores tienen contratado el servicio de telefonía fija? | A.4. ¿Y cuál es el principal operador de telefonía fija con el que trabajan? | A.1.1. ¿Lo tienen contratado como empresa o como particular? |

## T. fija - Satisfacción con atributos por operador. R

Tanto la calidad del servicio, los aspectos de atención y la satisfacción general de R son muy altas. Los aspectos de costes, aunque mayores que el total, están casi un punto por debajo en satisfacción media.



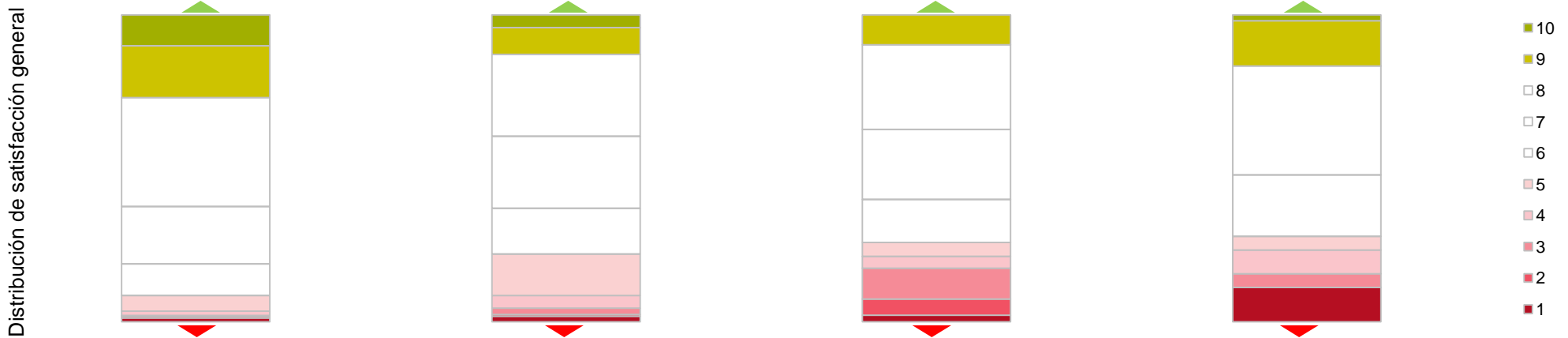
Unidad: % - Base contestan | Base clientes del servicio de R (n=443)

A.9. Me gustaría que valorara su satisfacción con los siguientes aspectos de <operador principal> en telefonía fija. Utilice para ello una escala de 1 a 10, donde 1 es que está usted totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho. Puede utilizar puntuaciones intermedias (2,3,4,5,6,7,8 y 9) para matizar su opinión:

# TF - ¿Cómo se distribuye la satisfacción general, y cuáles son los atributos clave de insatisfacción y convencimiento?



R	MOV	VOD	ORA
26,9% valoran 9-10	12,8% valoran 9-10	9,7% valoran 9-10	16,5% valoran 9-10
Atención telefónica	Servicio técnico Calidad Atención telefónica	Servicio técnico Calidad	Servicio técnico Calidad Precio internacional
...explica el 82,2% del convencimiento	...explican el 92,4% del convencimiento	...explican el 90,8% del convencimiento	...explican el 100,0% del convencimiento

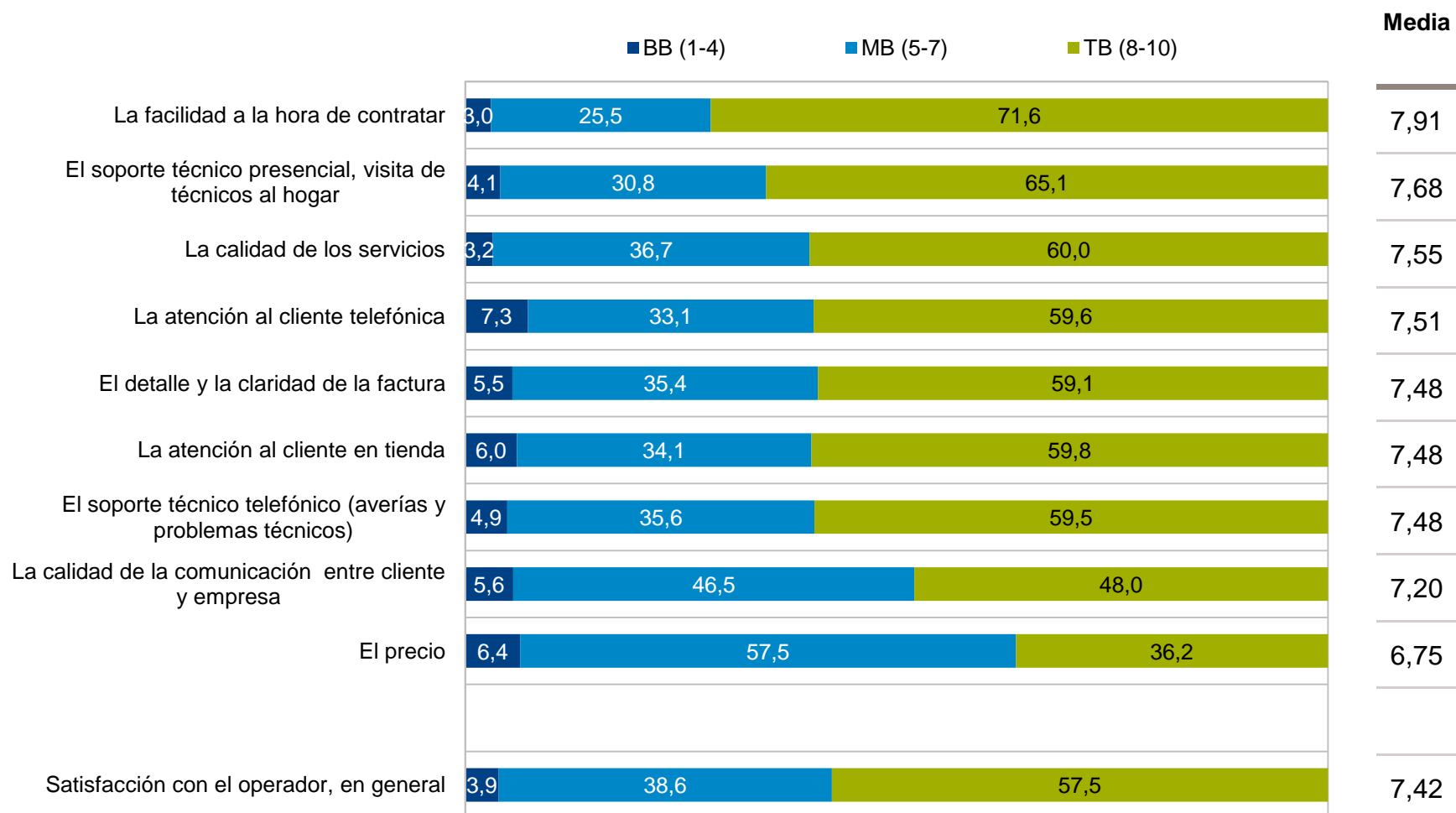


8,5% valoran 1-5	22,1% valoran 1-5	25,9% valoran 1-5	28,0% valoran 1-5
Atención telefónica Servicio técnico Precio a móvil	Atención telefónica Calidad	Atención telefónica Calidad	Servicio técnico Calidad
... explican el 96,7% de la insatisfacción	... explican el 94,8% de la insatisfacción	... explican el 87,2% de la insatisfacción	... explica el 100,0% de la insatisfacción

# Valoración de marcas

# Satisfacción con el operador. R

El precio se queda ligeramente alejado de la valoración media del resto de atributos, que obtienen resultados muy altos. A pesar de ello, la valoración media es buena, y sólo un 6,4% de las respuestas son menores de 5.



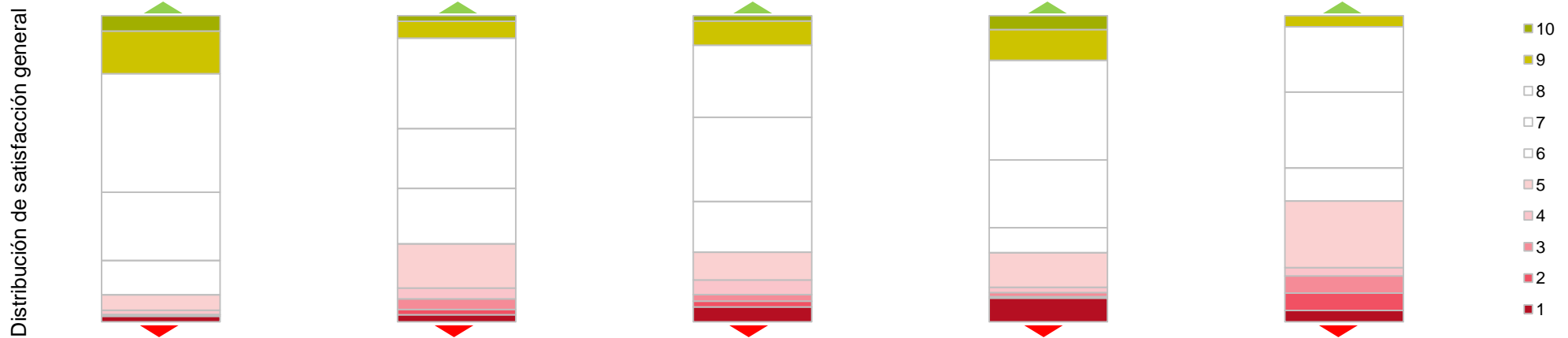
Unidad: % - Base contestan | Base clientes de R (n=466)

P.5. Me gustaría que valorara su satisfacción con los siguientes aspectos de <operador principal> que le voy a leer. Utilice para ello una escala de 1 a 10, donde 1 es que está usted totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho. Puede utilizar puntuaciones intermedias (2,3,4,5,6,7,8 y 9) para matizar su opinión:

# ¿Cómo se distribuye la satisfacción general, y cuáles son los atributos clave de insatisfacción y convencimiento?



R	MOV	VOD	ORA	C+
18,9% valoran 9-10	7,2% valoran 9-10	9,6% valoran 9-10	14,5% valoran 9-10	3,6% valoran 9-10
Calidad de servicios	Calidad de servicios Comunicación	Comunicación Calidad de servicios Claridad factura Atención telefónica	Calidad de servicios Comunicación	Atención en tienda Atención telefónica
...explican el 80,5% del convencimiento	...explican el 92,8% del convencimiento	...explican el 96,9% del convencimiento	...explican el 90,7% del convencimiento	...explican el 100,0% del convencimiento



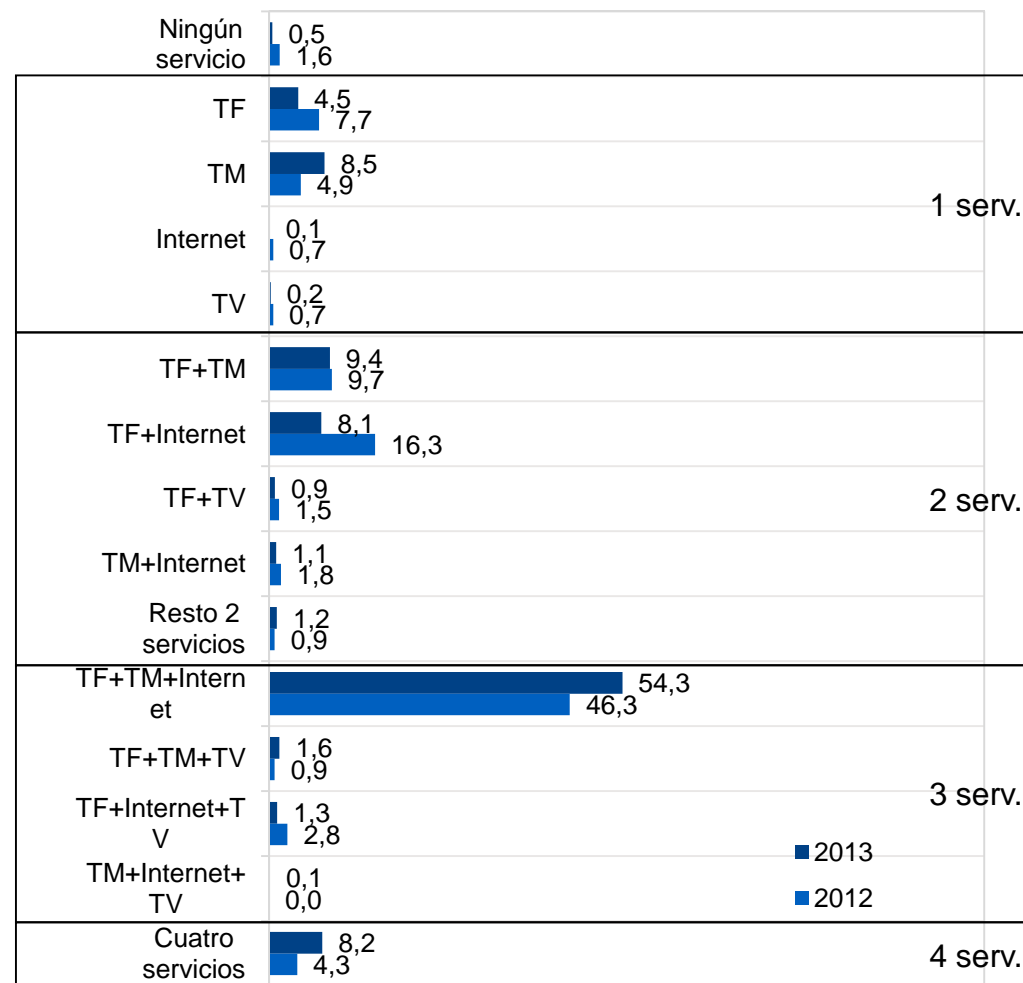
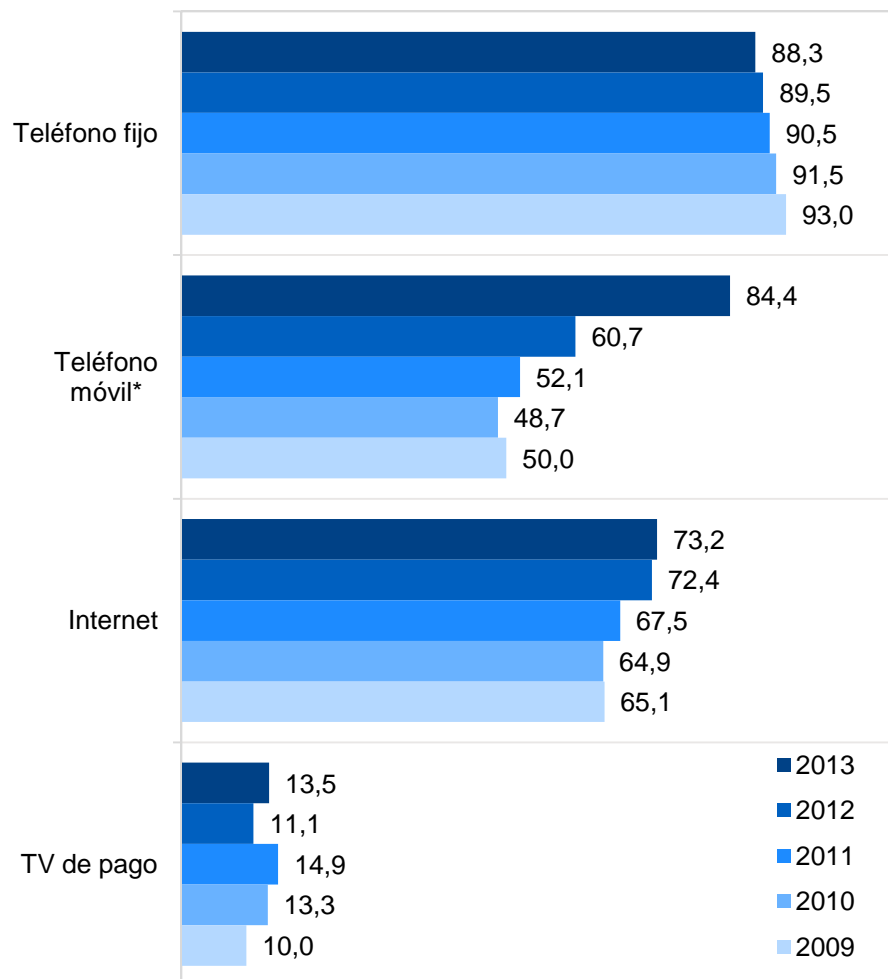
9,0% valoran 1-5	25,6% valoran 1-5	22,7% valoran 1-5	22,5% valoran 1-5	39,4% valoran 1-5
Calidad de servicios At telefónica Comunicación Facilidad contratación	Calidad de servicios Comunicación	Calidad de servicios Comunicación Soporte tec telefónico	Calidad servicios Atención telefónica	Comunicación Atención telefónica Calidad servicios
... explican el 95,9% de la insatisfacción	... explican el 94,7% de la insatisfacción	... explican el 100,0% de la insatisfacción	... explican el 94,4% de la insatisfacción	... explican el 78,4% de la insatisfacción



# Equipamiento de telecomunicaciones en las empresas gallegas

# Equipamiento actual de telecomunicaciones

Hay un salto en la adopción de teléfono móvil por parte de las empresas, aunque de momento no se esté dando una caída importante en las líneas fijas, sino que se trata de un paso de fijo+internet a fijo+móvil+internet. En los sólo fijo y sólo móvil sí se ve una posible sustitución de un sistema por otro.



Unidad: % | Base total muestra (n=922) | \* Móviles de uso profesional

A.1. ¿Tienen ustedes contratado el servicio de teléfono fijo en su empresa? B.1. ¿Tiene usted o su empresa contratado el servicio de telefonía móvil? C.1. ¿Tienen ustedes acceso a internet en su empresa? D.1. ¿Tienen ustedes contratado el servicio de televisión de pago en su empresa?

# Metodología de investigación

## Metodología: Ficha técnica

**Universo:** Empresas de Galicia en la zona de cobertura de R

**Ámbito:** Zonas de Galicia con cobertura de R

**Muestra:** 922 entrevistas según muestreo aleatorio polietápico estratificado en cada área geográfica:

Grandes ciudades	A Coruña	151
Grandes ciudades	Vigo	156
Grandes ciudades	Ferrol	82
Grandes ciudades	Lugo	82
Grandes ciudades	Orense	81
Grandes ciudades	Pontevedra	81
Grandes ciudades	Santiago	81

Cabecera	Ribeira	26
Cabecera	Monforte De Lemos	29
Cabecera	O Barco De Valdeorras	26
Cabecera	Vilagarcía De Arousa	26
Podium	Carballo	25
Podium	Sarria	26
Podium	Carballiño	24
Podium	Ponteareas	26

Selección de negocios por rutas aleatorias

**Cuotas:** Cuotas por municipio, controladas por el mapa de rutas

**Ponderación:** Ponderación por volumen de clientes de R (UIs)

**Tipo de entrevista:** Entrevistas personales en CAPI (cuestionario asistido por ordenador)

**Fechas de trabajo de campo:** Del 19 de Junio al 24 de Julio de 2013

**Duración de la entrevista:** 25 minutos

## Notación en el informe

### Unidades

En todos los gráficos se incluye a pie de página la unidad de medida (porcentajes, medias), la base y la pregunta a la que hacen referencia.

### Bases

En las bases se señala con un asterisco (\*) aquellas que son menores de 80 casos y que se consideran pequeñas, por lo que se recomienda su lectura con cautela. En las bases en que aparecen dos asteriscos (\*\*) es menor a 30 casos y se incluyen con carácter informativo. Estas bases apuntan a tendencias.

### Diferencias significativas

Las diferencias significativas de los segmentos respecto al total están marcadas en azul (dato significativamente superior al total) o en rojo (dato significativamente inferior al total)

