

Mercado de Telecomunicaciones en el Ámbito Residencial de Galicia

Agosto 2011



Estudio nº: 10040
Responsables del estudio en GfK Emer Ad Hoc Research



Diseño de la muestra

2

Universo

Hogares de Galicia en la zona de cobertura de R. Miembros del hogar que toman parte en la decisión de contratación de servicios de telecomunicaciones, entre 15 y 70 años de edad

Ámbito

Zonas de Galicia con cobertura de R

Cuotas

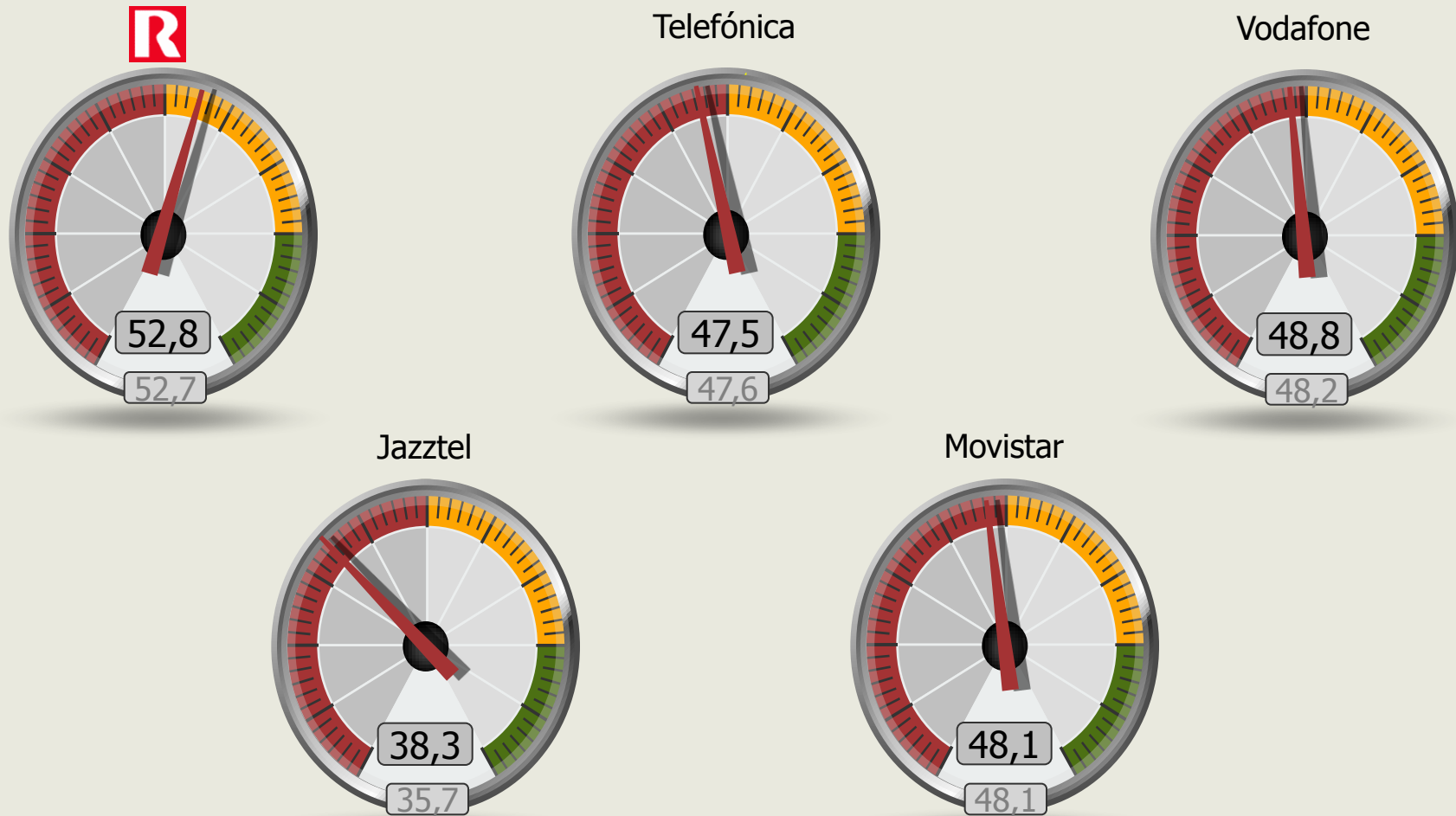
Cuotas por municipio, controladas por el mapa de rutas
Cuotas de edad/género controladas por ordenador

Tamaño muestral y tipo de muestreo

813 entrevistas según muestreo aleatorio polietápico estratificado en cada área geográfica:
Selección de hogares por rutas aleatorias
Selección de individuos según cuotas de sexo y edad

Valoración de marca: BPI

R tiene el mayor potencial de marca entre los operadores evaluados.



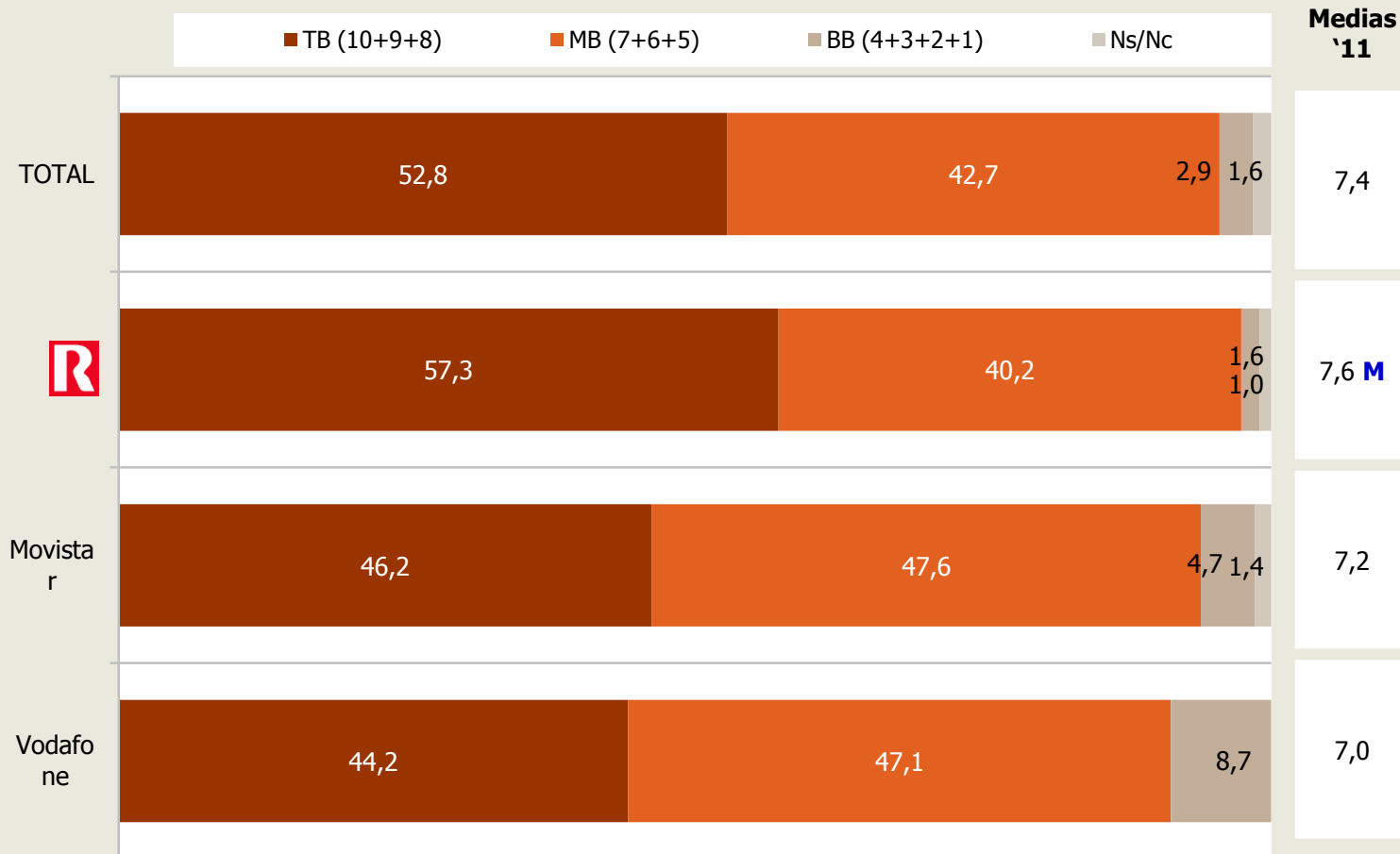
- El **B.P.I.** sintetiza la evaluación que una marca recibe en 10 parámetros básicos que agrupan los principales factores que determinan el Atractivo / Fortaleza de la Marca.
- Los datos comparativos entre los índices de distintas marcas da una visión sintética y clara de la fuerza de cada una, o dicho de otro modo, de su potencial para abarcar mayores cuotas de mercado en un entorno competitivo determinado.

Mercado de **Telefonía** Fija



Satisfacción con operador principal de telefonía fija

R sigue siendo el operador mejor valorado en el servicio de telefonía fija con un top box del 57% versus 46% de Movistar.



R M V Diferencias significativas entre operadores

Unidad: Porcentajes

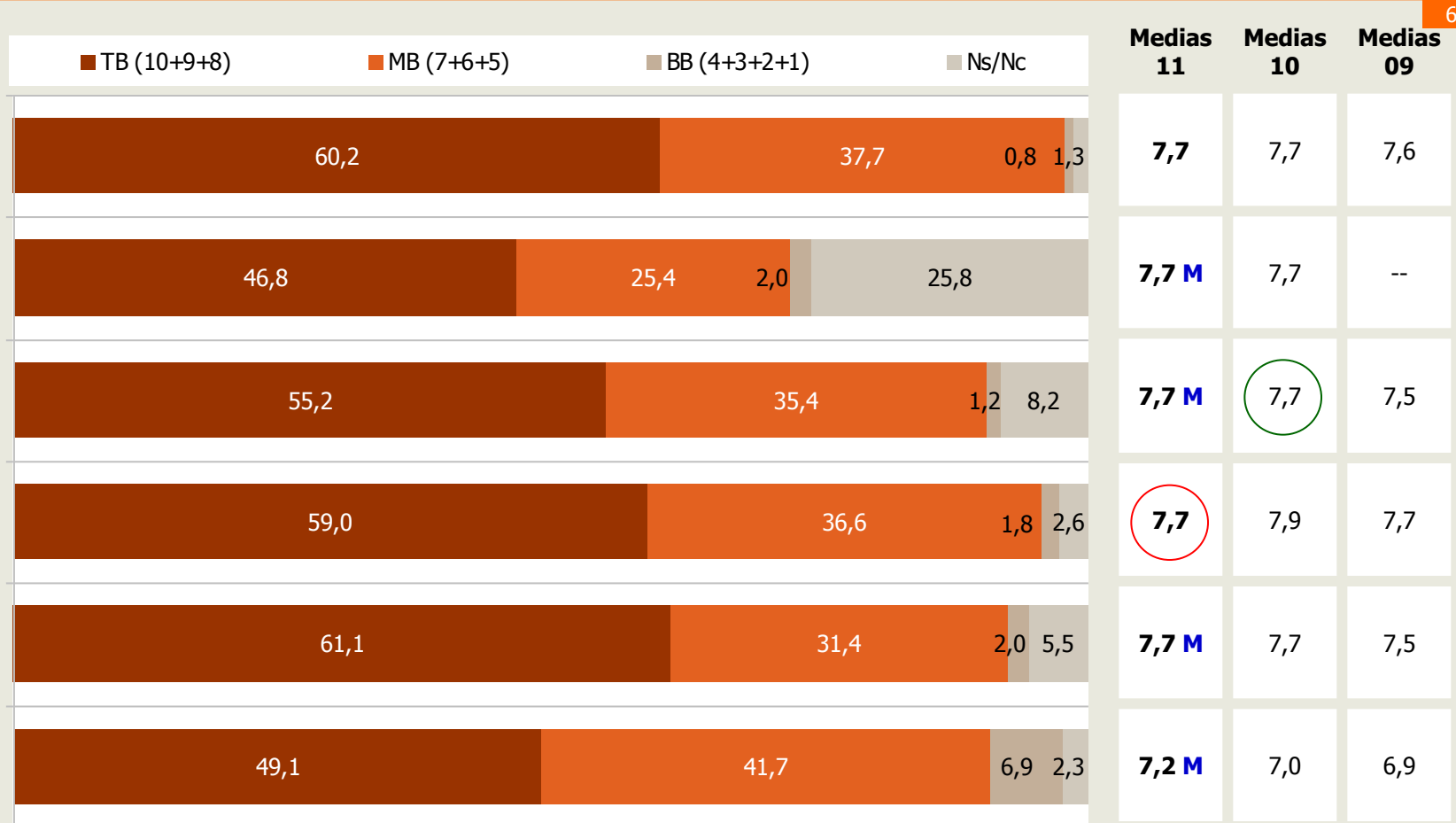
Base: Total tienen TF p. (n=588); s.p. (n=576); con R p. (n=349); s.p. (n=345); con Movistar p. (n=152); s.p. (n=156); con Vodafone p. (n=27); s.p. (n=27)

A.7 Me gustaría que valorara su satisfacción con los siguientes aspectos que le voy a leer. Utilice para ello una escala de 1 a 10, donde 1 es que está totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho (globalmente, en su conjunto).



Satisfacción con atributos del operador. R

La satisfacción de los clientes de R con los atributos de su operador de telefonía fija es en general bastante superior a la de Movistar, destacando principalmente en Atención al cliente (+15 p.p. en TB) y Precio del servicio (+12 p.p. en TB).



NOTA: En 2009 el atributo "soporte técnico telefónico" se preguntó como "servicio técnico/postventa"

Unidad: Porcentajes

Base: Total tienen TF con R p. (n=349); s.p. (n=345)

M Diferencias significativas entre operadores

○ Diferencia significativamente superior al 95% frente a la oleada anterior (t-Student)
 ○ Diferencia significativamente superior al 95% frente a la oleada anterior (t-Student)

GfK

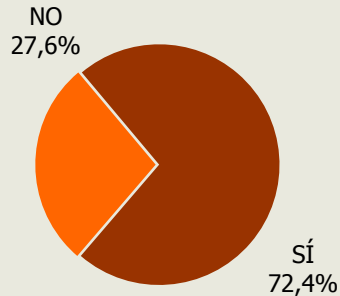
A.7 Vamos a seguir valorando a <operador principal mencionado en A.3 ó A.4> como operador de telefonía fija. Me gustaría que valorara su satisfacción con los siguientes aspectos que le voy a leer. Utilice para ello una escala de 1 a 10, donde 1 es que está totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho.



Cuotas de mercado de telefonía fija

R tiene casi un 60% de cuota de mercado, siendo Movistar su principal competidor, con una penetración del 26%. Cabe destacar que aunque haya una mejora en la consideración de operadores menos tradicionales en telefonía fija tal como Vodafone y Orange, sus cuotas de mercado son todavía muy residuales.

Penetración de Telefonía Fija

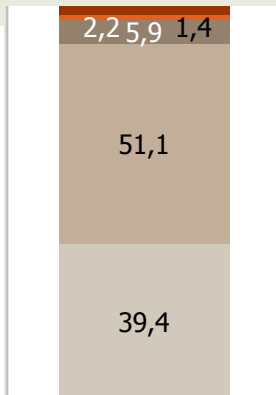


2010	2009	2008
73,4	72,3	68,6

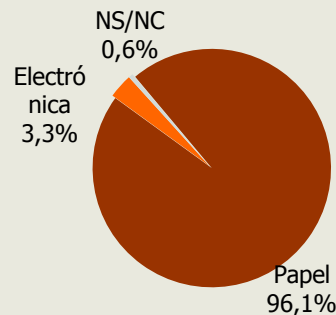
Unidad: Porcentajes
Base: Total Muestra (n=813)

Actitud hacia la contratación

- Contrataré el servicio en un plazo inferior a 6 meses
- Contrataré el servicio en un plazo de entre 6 meses y 1 año
- Es posible que lo termine contratando pero no sé cuándo
- De momento no me lo planteo, pero no estoy cerrado a su contratación
- Nunca contrataré el servicio



Tipo de factura



Unidad: Porcentajes
Base: Total no tienen TF p. (n=225); s.p. (n=237)

	2010	2009	2008	2007
R	59,3	55,1	60,3	53,0
Movistar	25,8	28,3	28,6	39,2
Jazztel	5,6	5,4	2,9	1,0
Vodafone	4,6	3,9	4,4	1,6
Orange	2,8	4,6	2,4	2,4
Ono	1,5	0,7	1,2	1,3
Tele2	0,4	1,3	--	--

Unidad: Porcentajes
Base: Total tienen TF p. (n=588); s.p. (n=576)

A.1 ¿Tienen ustedes contratado el servicio de teléfono fijo en su hogar? A.1.B De las frases que le voy a leer, ¿cuál refleja mejor la actitud de su hogar hacia la contratación del servicio de telefonía fija en el futuro? A.3 ¿Con qué operador u operadores tienen contratado el servicio de telefonía fija? A.4 ¿Y cuál es el principal operador de telefonía fija en su hogar? A.30 ¿Recibe factura en papel de este operador, o tiene factura electrónica?

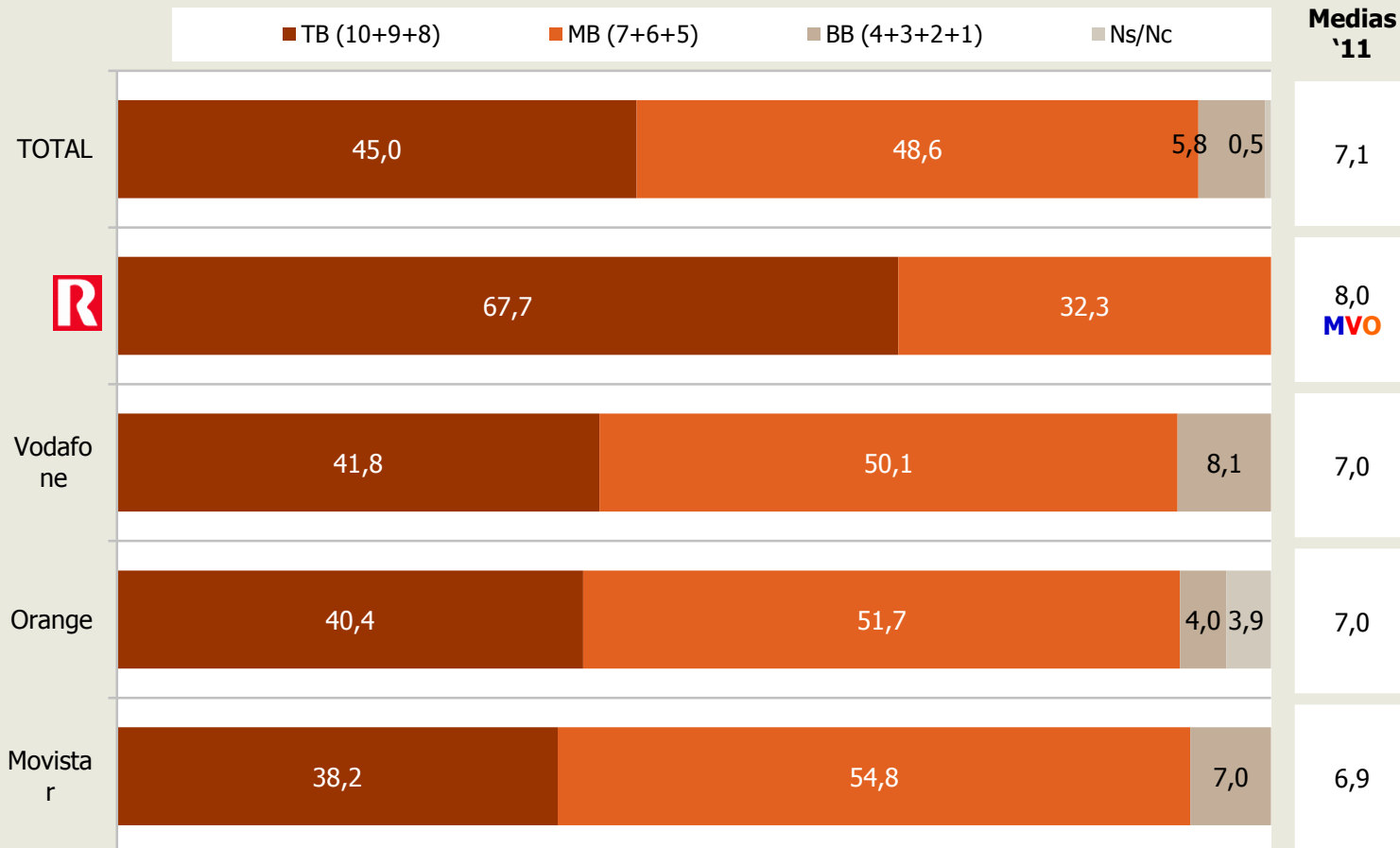


Mercado de **Telefonía** Móvil



Satisfacción con operador principal de telefonía móvil

R es el operador mejor valorado, obteniendo una media superior a los operadores tradicionales de telefonía móvil.



R M V O Diferencias significativas entre operadores

Unidad: Porcentajes

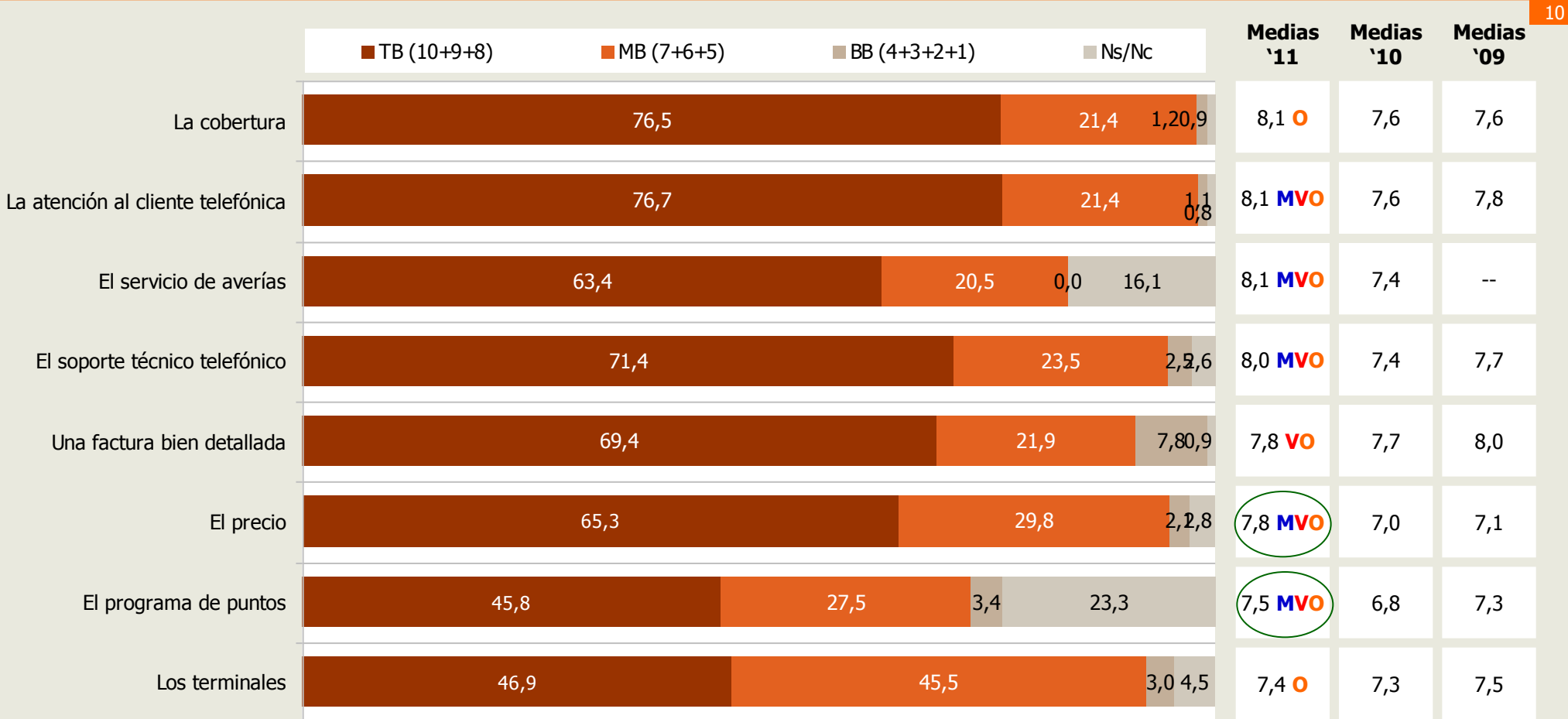
Base: Total tienen TM p. (n=781); s.p. (n=777); con R p. (n=85); s.p. (n=79*); con Movistar p. (n=245); s.p. (n=249); con Vodafone p. (n=299); s.p. (n=305); Orange p. (n=105); s.p. (n=95)

B.7 Me gustaría que valorara su satisfacción con los siguientes aspectos que le voy a leer. Utilice para ello una escala de 1 a 10, donde 1 es que está totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho (globalmente, en su conjunto)



Satisfacción con atributos del operador. R

Los aspectos mejor valorados de R son cobertura y atención al cliente, pero destaca también el servicio de averías y el soporte técnico.



NOTA: En 2009 el atributo "soporte técnico telefónico" se preguntó como "servicio técnico/postventa"

Unidad: Porcentajes

Base: Total tienen TM con R p. (n=85); s.p. (n=79)

M V O Diferencias significativas entre operadores (oleada actual)

○ Diferencia significativamente superior al 95% frente a la oleada anterior (t-Student)

○ Diferencia significativamente superior al 95% frente a la oleada anterior (t-Student)

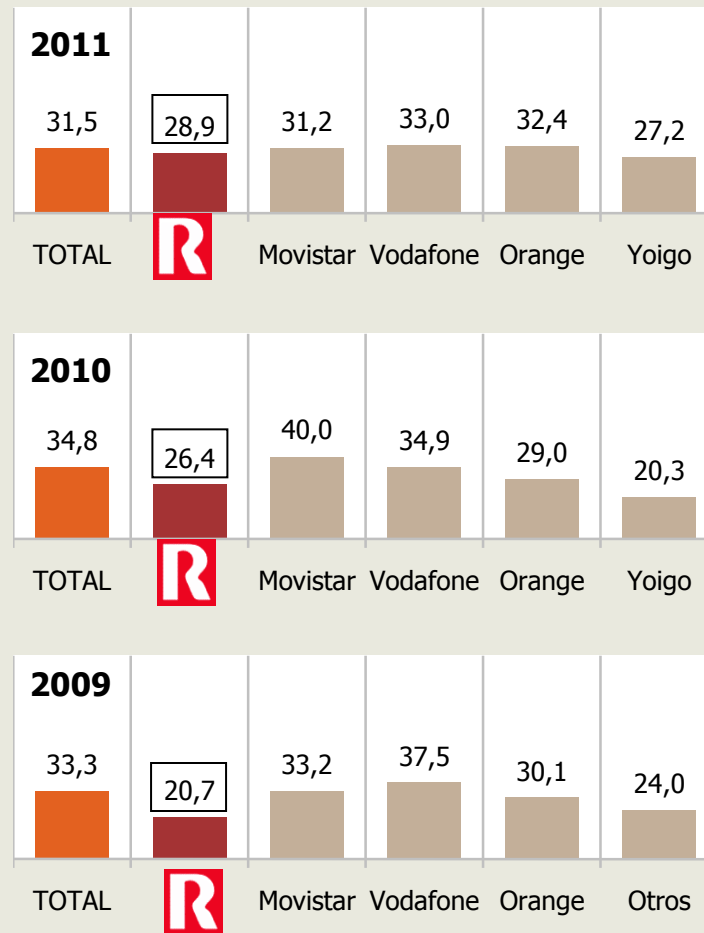
B.7 Vamos a seguir valorando a <operador principal mencionado en B.3 ó B.4> como operador de telefonía móvil. Me gustaría que valorara su satisfacción con los siguientes aspectos que le voy a leer. Utilice para ello una escala de 1 a 10, donde 1 es que está totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho.



Gasto mensual en telefonía móvil

El gasto de los clientes de R sigue siendo menor que el de los clientes de Movistar, Vodafone y Orange. Respecto a la oleada anterior, hay un mayor equilibrio en los niveles de gastos de los distintos operadores.

11



Unidad: EUROS

Base: Total tienen TM 09 p. (n=782); s.p. (n=773); Total tienen TM 10 p. (p=751); s.p. (n=757); Total tienen TM 11 p. (p=783); s.p. (n=779)

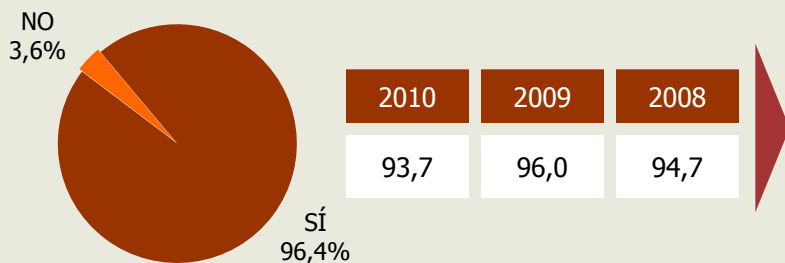
B.5.1 ¿Cuál es su gasto mensual personal en teléfono móvil, aproximadamente?



Cuotas de mercado de telefonía móvil

Vodafone y Movistar continúan siendo los operadores con mayor cuota de mercado en Galicia.

Penetración de Telefonía Móvil

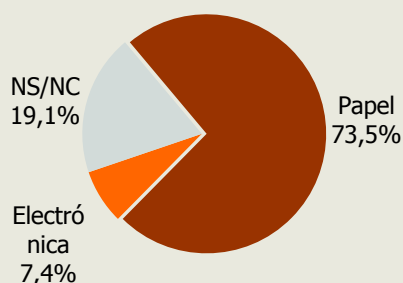
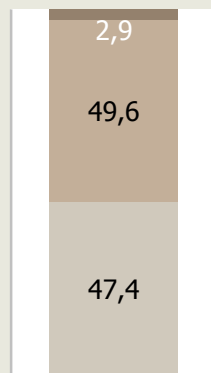


Unidad: Porcentajes
Base: Total Muestra (n=813)

Tipo de línea	Prepago	Contrato	Empresa
Nº medio por hogar	0,75	1,66	0,13

Tipo de factura

- Contrataré el servicio en un plazo inferior a 6 meses
- Contrataré el servicio en un plazo de entre 6 meses y 1 año
- Es posible que lo termine contratando pero no sé cuándo
- De momento no me lo planteo, pero no estoy cerrado a su contratación
- Nunca contrataré el servicio



	2010	2009	2008	2007
Vodafone	38,2	40,5	37,1	38,9
Movistar	31,3	33,6	38,0	44,9
Orange	13,4	14,9	16,4	12,8
Yoigo	10,8	11,3	9,1	6,7
	4,75,0		2,0	--
	3,3	3,0	1,3	0,9

Unidad: Porcentajes Base: Total tienen TM p. (n=783); s.p. (n=779); No tienen p. (n=30); s.p. (n=34)

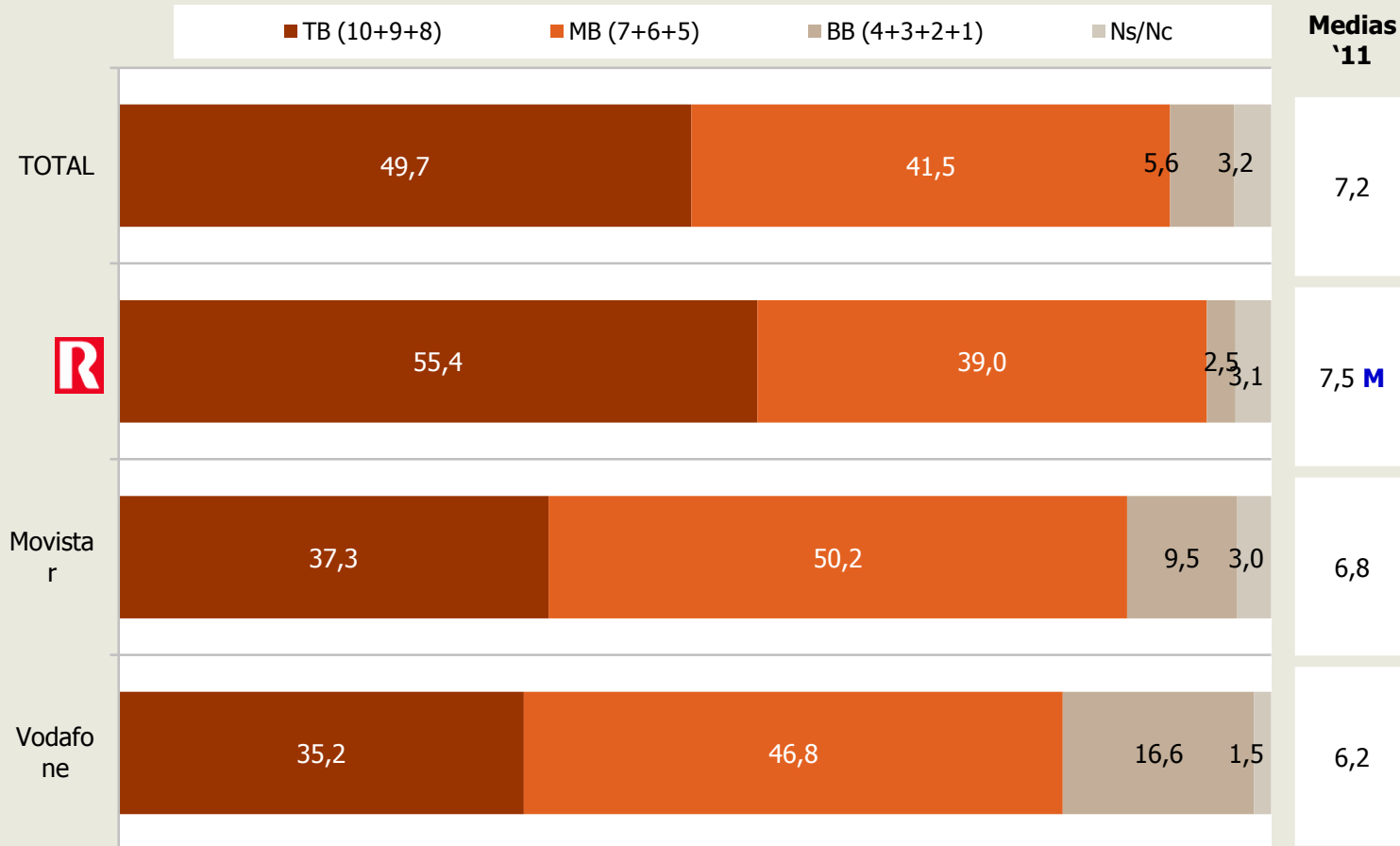
B.1. ¿Tiene usted teléfono móvil para uso personal? B.1.B. De las frases que le voy a leer, ¿cuál refleja mejor su actitud hacia la contratación del servicio de telefonía móvil en el futuro? B.5. ¿Cuántas líneas o números de teléfono distintos de móvil en uso tienen en su hogar, ya sean de prepago o postpago? /B.3 ¿Con qué operador u operadores tiene contratado el servicio de telefonía móvil? B.4 ¿Y cuál diría que es su compañía principal, la que más utiliza? B.30 ¿Recibe factura en papel de este operador, o tiene factura electrónica?

Mercado de Internet



Satisfacción con operador principal de Internet

Además de ser el principal operador de acceso a Internet, R lidera la satisfacción entre sus clientes, con una media de 7,5 versus 6,8 de Movistar.



R M V O Diferencias significativas entre operadores

Unidad: Porcentajes

Base: Total tienen Internet p. (n=515); s.p. (n=513); con R p. (n=305); s.p. (n=299); con Movistar p. (n=102); s.p. (n=111); con Vodafone p. (n=35*); s.p. (n=38*)

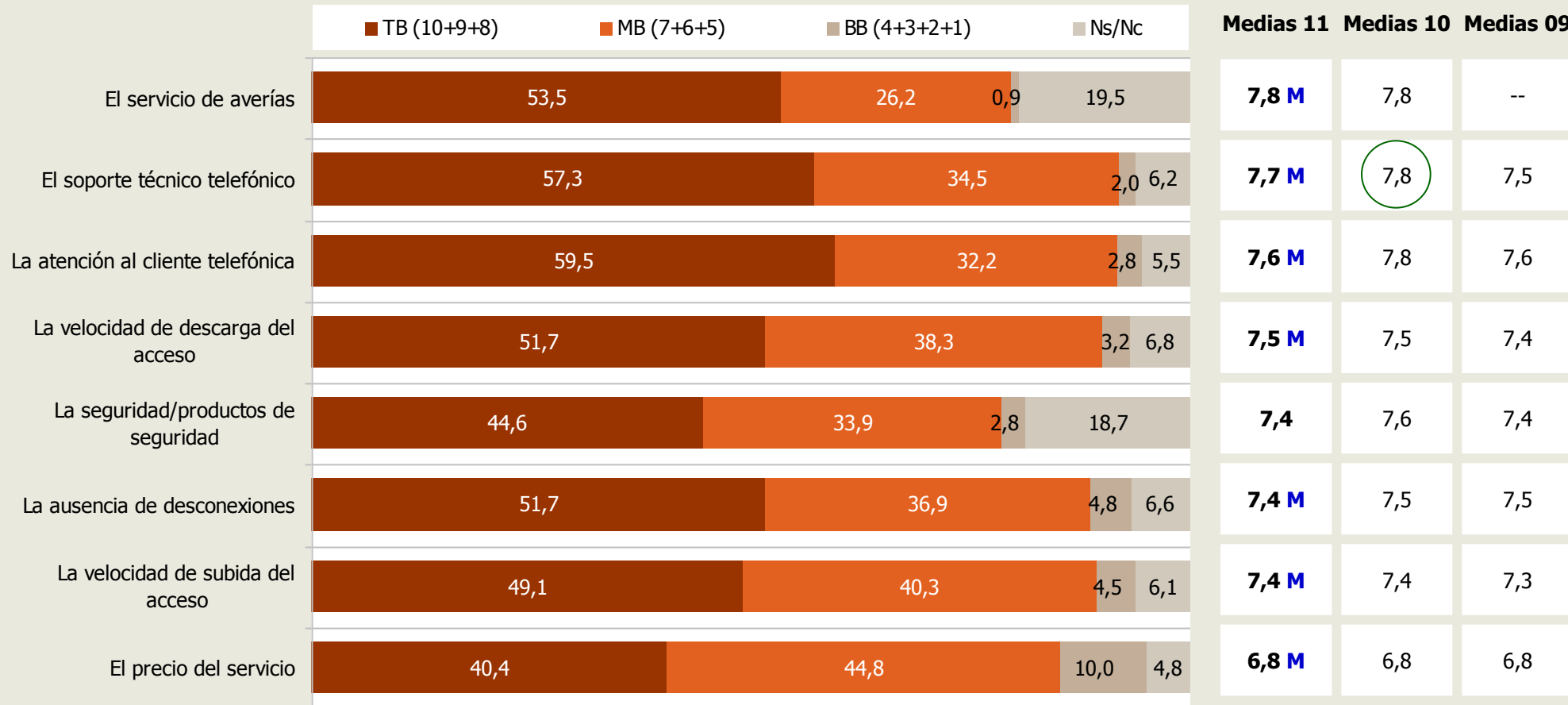
C.7 Me gustaría que valorara su satisfacción con los siguientes aspectos que le voy a leer. Utilice para ello una escala de 1 a 10, donde 1 es que está totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho (globalmente, en su conjunto)



Satisfacción con atributos del operador. R

Los clientes de R están principalmente satisfechos con el servicio de averías, el soporte técnico y la atención telefónica.

15



NOTA: En 2009 el atributo "soporte técnico telefónico" se preguntó como "servicio técnico/postventa"

Unidad: Porcentajes

Base: Total tienen Internet con R p. (n=305); s.p. (n=299)

M V O Diferencias significativas entre operadores (oleada actual)

○ Diferencia significativamente superior al 95% frente a la oleada anterior (t-Student)
 ○ Diferencia significativamente superior al 95% frente a la oleada anterior (t-Student)

C.7 Vamos a seguir valorando a <operador principal mencionado en C.3 ó C.4> como operador de internet. Me gustaría que valorara su satisfacción con los siguientes aspectos que le voy a leer. Utilice para ello una escala de 1 a 10, donde 1 es que está totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho.

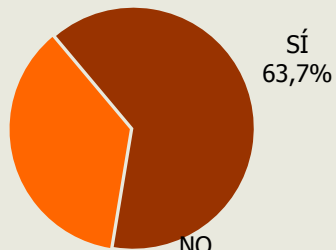




Cuotas de mercado de Internet

R sigue teniendo una cuota de mercado muy superior a la de los demás operadores.

Penetración de Internet

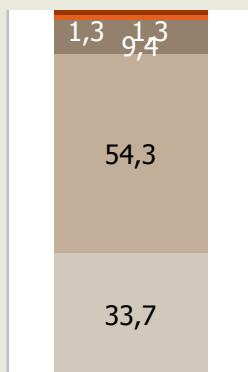


2010	2009	2008
61,2	54,1	53,0

Unidad: Porcentajes
Base: Total Muestra (n=813)

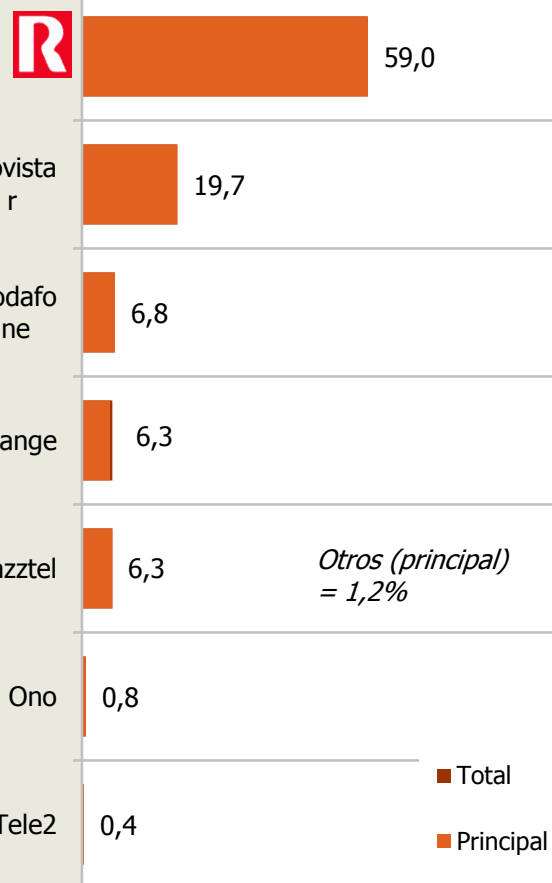
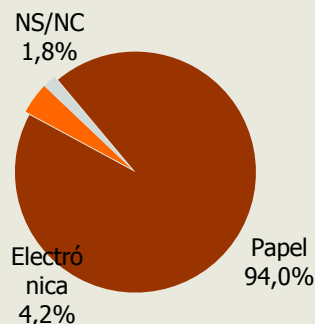
Actitud hacia la contratación

- Contrataré el servicio en un plazo inferior a 6 meses
- Contrataré el servicio en un plazo de entre 6 meses y 1 año
- Es posible que lo termine contratando pero no sé cuándo
- De momento no me lo planteo, pero no estoy cerrado a su contratación
- Nunca contrataré el servicio



Unidad: Porcentajes
Base: Total no tienen Internet p. (n=295); s.p. (n=297)

Tipo de factura



Unidad: Porcentajes
Base: Total tienen Internet p. (n=517); s.p. (n=515)

NOTA: En 2009 Vodafone incluía Tele2

C.1 ¿Tienen ustedes acceso a internet en su hogar?/ C.1.B. De las frases que le voy a leer, ¿cuál refleja mejor la actitud de su hogar hacia la contratación del servicio de internet en el futuro?/ C.3 ¿Con qué operador u operadores tienen contratado el servicio de internet?/ C.4 ¿Y cuál es el principal operador de internet en su hogar?/ C.30 ¿Recibe factura en papel de este operador, o tiene factura electrónica?



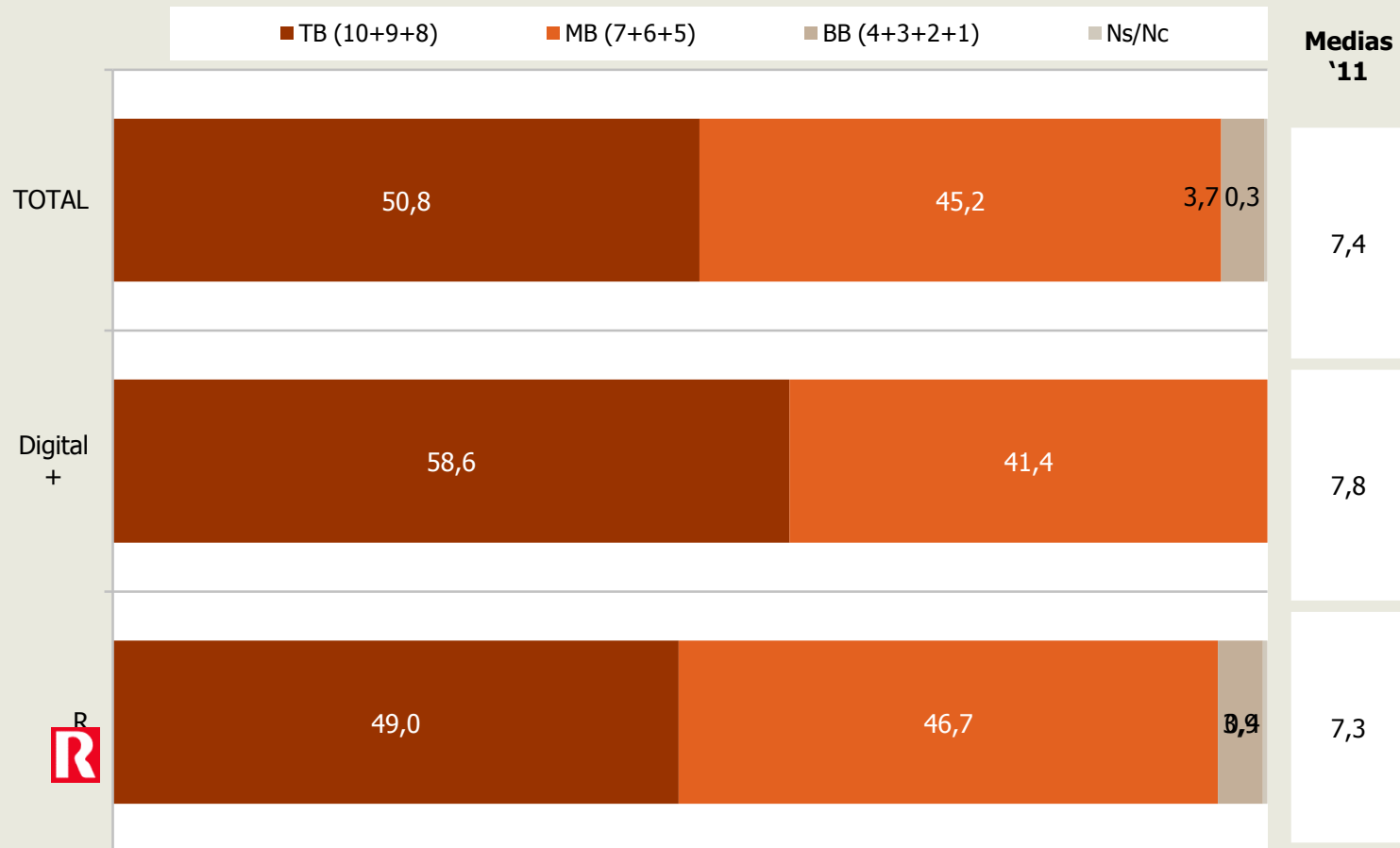
Mercado de Televisión de Pago



Satisfacción con operador principal de Televisión de Pago

R obtiene un buen índice de satisfacción (superior a 7) pero inferior a Digital+

18



NOTA: En 2011 la pregunta de valoración global pasa a utilizar escala de 1 a 10 y a ser realizada junto a la valoración por atributos.

Unidad: Porcentajes

Base: Total tienen TV p. (n=202); s.p. (n=203); con Digital+ p. (n=19**); s.p. (n=21**); con R p. (n=163); s.p. (n=165); con Imagenio p. (n=18**); s.p. (n=14**)

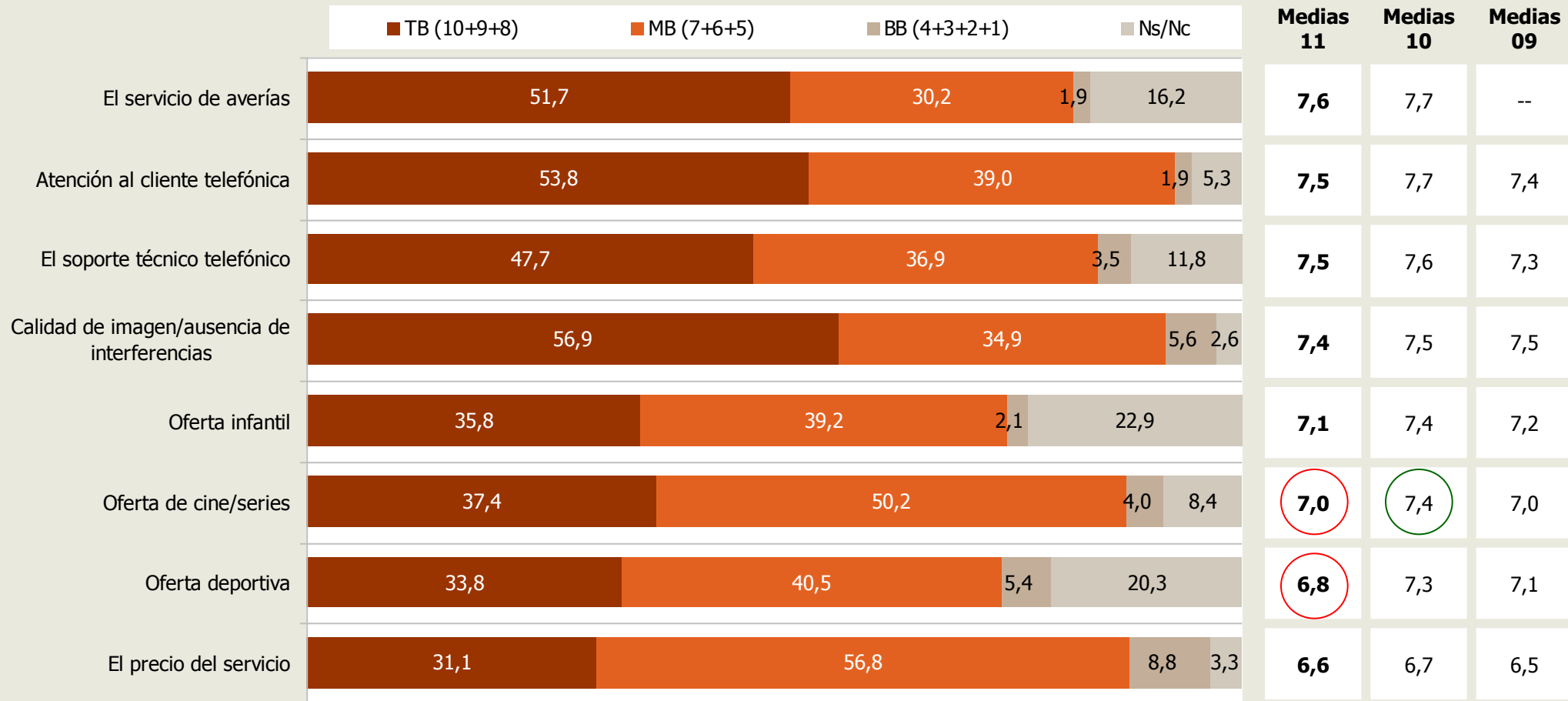
D.7 Me gustaría que valorara su satisfacción con los siguientes aspectos que le voy a leer. Utilice para ello una escala de 1 a 10, donde 1 es que está totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho (globalmente en su conjunto).



Satisfacción con atributos del operador. R

R obtiene valoraciones más positivas que Digital+ principalmente respecto a la atención al cliente (+12 p.p.) y al soporte técnico (+8 p.p.).

19



NOTA: En 2009 el atributo "soporte técnico telefónico" se preguntó como "servicio técnico/postventa"

Unidad: Porcentajes

Base: Total tienen TV de pago con R p. (n=163); s.p. (n=165)

M D+ Diferencias significativas entre operadores

○ Diferencia significativamente superior al 95% frente a la oleada anterior (t-Student)

○ Diferencia significativamente superior al 95% frente a la oleada anterior (t-Student)



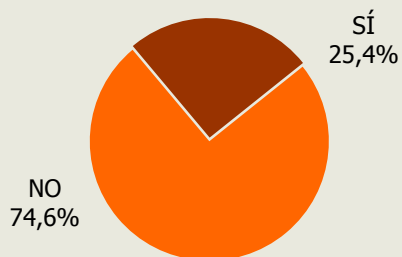
D.7 Vamos a seguir valorando a <operador principal mencionado en D.3 ó D.4> como operador de televisión de pago. Me gustaría que valorara su satisfacción con los siguientes aspectos que le voy a leer. Utilice para ello una escala de 1 a 10, donde 1 es que está totalmente insatisfecho y 10 totalmente satisfecho.



Cuotas de mercado de televisión de pago

R sigue siendo el operador principal del mercado entre la población analizada, a gran distancia del resto de operadores.

Penetración de TV de Pago

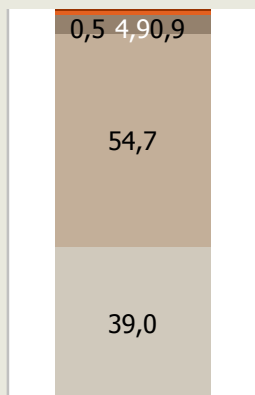


	2010	2009	2008
	25,2	25,2	25,3

Unidad: Porcentajes
Base: Total Muestra (n=813)

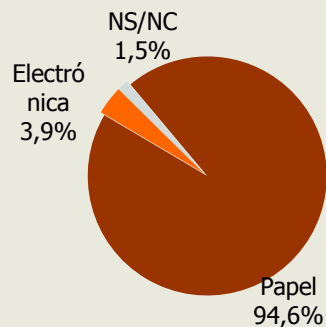
Actitud hacia la contratación

- Contrataré el servicio en un plazo inferior a 6 meses
- Contrataré el servicio en un plazo de entre 6 meses y 1 año
- Es posible que lo termine contratando pero no sé cuándo
- De momento no me lo planteo, pero no estoy cerrado a su contratación
- Nunca contrataré el servicio



Unidad: Porcentajes
Base: Total no tienen TV de Pago p. (n=605); s.p. (n=604)

Tipo de factura



D.1 ¿Tienen ustedes contratado el servicio de televisión de pago en su hogar? D.1. B De las frases que le voy a leer, ¿cuál refleja mejor la actitud de su hogar hacia la contratación del servicio de televisión de pago en el futuro? D.3 ¿Con qué compañía tienen ustedes contratado el servicio de televisión de pago con descodificador? D.4 ¿Y cuál es el operador de televisión de pago que más utilizan en su hogar? D.30 ¿Recibe factura en papel de este operador, o tiene factura electrónica?



R

		2010	2009	2008	2007		
R	Principal	79,1	80,1	79,8	73,5	60,2	71,7
Digital +	Principal	9,9	9,5	10,6	16,9	25,7	22,3
Imagenio	Principal	8,6		9,6	9,4	11,0	4,1
TDT de pago	Principal	0,8		0,6	--	--	--
Vodafone	Principal	0,4		--	--	--	--
	Total						

Unidad: Porcentajes
Base: Total tienen TV de Pago p. (n=206); s.p. (n=207)

