

# IV ENCUESTA DE SATISFACCIÓN de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

AUTELSI HA REALIZADO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS UNA **RADIOGRAFÍA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES ACTUALMENTE**, DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA PERCEPCIÓN DEL **USUARIO PROFESIONAL Y DE LAS NECESIDADES CRECIENTES QUE ÉSTE DEMANDA**.

**L**a Asociación Española de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (AUTELSI) es una entidad de ámbito nacional, sin ánimo de lucro, que tiene como objeto el desarrollo de la Sociedad de la Información en España, promoviendo en la sociedad en general y entre los usuarios profesionales en particular, el estudio, la investigación y la difusión objetiva de conocimientos, en aquellos temas relacionados, directa o indirectamente, con los Servicios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.

Entre los objetivos de Autelsi se encuentra el de fomentar la mejora e innovación de las prestaciones que reciben los usuarios de los Servicios de Telecomunicaciones. Desde que hace una década comenzó en España el proceso de li-

beralización de servicios, redes e infraestructuras de telecomunicaciones, se han establecido en el Sector nuevos operadores bajo el marco de una regulación que pretende fomentar la competencia. La evolución ha estado marcada por un proceso de convergencia tecnológica, de mercados y de operadores que, cada vez más, permite a los usuarios acceder a una diversidad de servicios (de voz, datos, multimedia) de forma transparente desde una misma plataforma.

En este contexto, Autelsi viene realizando en los últimos años una radiografía de la calidad de los servicios actualmente ofertados, desde el punto de vista de la percepción del usuario profesional y de las necesidades crecientes que éste demanda. No en vano, nuestros usuarios crean valor en sus organizaciones en buena medida gracias al des- →



## MERCADO / Telecomunicaciones

→ arrollo ordenado y acertado de la sociedad de la información y de las telecomunicaciones.

En definitiva, Autelsi, como representante de un sector muy importante de los principales interesados del mercado de las telecomunicaciones en España, considera apropiado y acertado realizar, una vez más, el presente informe diagnóstico a partir de las opiniones directas de sus asociados, con el propósito de hacer llegar a los operadores de servicios, redes e infraestructuras la valoración que les merece su desempeño, los aspectos del servicio que demandan mejora y, en definitiva, sus legítimas aspiraciones como agentes activos en la evolución del Sector.

Como principales conclusiones se puede extraer, en cuanto al papel de las telecomunicaciones, que aumenta el porcentaje de usuarios que le otorgan un papel instrumental (47%), acercándose bastante a aquellos que lo consideran estratégico (53%).

Es posible que el desplazamiento de los parámetros de volumen de ventas y número de empleados sea un efecto de la actual coyuntura de crisis, sobre todo teniendo en cuenta que la mayoría de los restantes parámetros del perfil de usuario se mantienen en los valores del año anterior.

El Operador Principal contratado sigue siendo Movistar (79,4%), con un apreciable aumento de 14 puntos respecto al año anterior que lo sitúa en el nivel de 2010. Ono (8,8%), BT (6,9%) y Vodafone (2,9%) son los siguientes operadores de importancia, pero todos ellos han perdido porcentaje de participación, especialmente Vodafone.

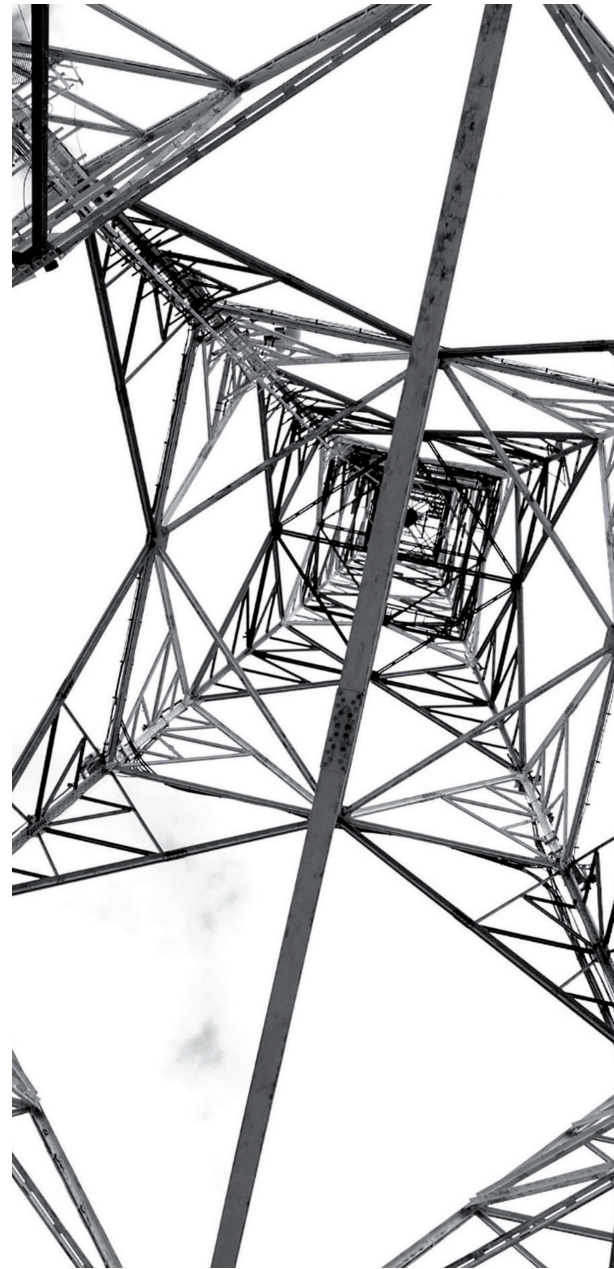
El reparto del Operador Secundario está aún más fragmentado que en años anteriores, continuando con la tendencia de aumento ya iniciada de los que no cuentan con operador secundario (35% en 2012, frente al 24% de 2011 y al 19% de 2010). Las posiciones relativas y porcentajes de participación de los diferentes operadores cambian en relación con el año anterior. El operador Secundario mayoritario es BT (14,5%) seguido de Vodafone (11,8%), Movistar (8,8%) y Ono (5,9%), mientras que los restantes no superan el 5% de representación.

### Principales servicios contratados

En el mercado de servicios de telecomunicaciones, los servicios relacionados con la movilidad son los más demandados. Por bloques de servicios, destacan los de Voz seguidos de Internet.

En Redes de Datos Corporativas, las tecnologías "legacy" muestran una clara tendencia a la baja al igual que la MPLS/VPLS. En cambio, la tecnología xDSL incrementa su participación, mientras que la fibra óptica permanece estable y la banda ancha móvil experimenta, como ya se ha dicho, un claro aumento.

Los Servicios Gestionados se mantienen con el mismo nivel de baja implantación que en años anteriores y se introducen dos nuevos servicios emergentes cuya evolución se observará a futuro (Servicios Cloud y Servicios M2M, aunque éstos últimos son novedosos únicamente por su reciente expansión en soporte inalámbrico).





## MERCADO / Telecomunicaciones



### → Valoración de operadores

La valoración de Operadores analiza los aspectos de Oferta Comercial, Facturación y motivos/intenciones de cambio de operador. Por primera vez y en términos globales, el operador Secundario es mejor valorado que el Principal, si bien la fiabilidad estadística del Secundario es menor por su bajo nivel de respuesta. Los aspectos más valorados y de mayor importancia para el usuario son la adecuación de la oferta comercial a las necesidades del usuario y la competitividad en la relación calidad/precio de los servicios, aspecto este último que ha mejorado discretamente en relación al año anterior.

Los aspectos peor valorados se refieren a la calidad de la atención de incidencias y consultas de facturación (operador Principal), el desajuste de los procedimientos y modalidades de facturación a las necesidades del usuario (operador Secundario) y a la disponibilidad de cláusulas de penalización económica en caso de incumplimiento de las prestaciones contratadas (ambos operadores). En cuanto a la existencia de motivos e intención de cambio de Operador, se observa:

Para el operador Principal, menores motivos que en 2011 pero en la intención aumenta el porcentaje de los que pasan del No al Quizás.

Para el operador Secundario, un notable descenso de los motivos de cambio junto a una mayor inercia a llevarlo a cabo.

### Valoración de servicios

La valoración de servicios analiza los aspectos de Provisión y Prestación de los servicios, siendo ésta última la que más importancia tiene para el usuario. Por bloques de servicios no hay un predominio claro de ninguno de ellos, al margen de los Servicios Gestionados cuya valoración es escasa en número de opiniones y baja en su calificación.

En cuanto a la provisión, el Operador Principal es mejor valorado que el Secundario. Lo que más importa y valora el usuario es la cualificación técnica del personal encargado. Lo más desfavorable continúa siendo la escasez de Acuerdos de Nivel de Servicio para controlar el estado de la provisión.

En cuanto a la prestación, ambos operadores están igualados en valoración. El usuario tiene muy altas expectativas de –en este orden– disponibilidad, atención de incidencias, fiabilidad, protección y seguridad de datos, continuidad y ancho de banda contratado. De todas ellas, las mejor valoradas son ancho de

banda, disponibilidad y continuidad, mientras que los aspectos mejorables son los informativos, la atención de incidencias y, de nuevo, la poca proliferación de Acuerdos de Nivel de Servicio para el control de la calidad de la prestación.

### Dinamizadores de mercado

Los ítems mejor valorados son, en este orden, el despliegue de la tecnología NFC, seguido del despliegue del sistema de navegación “Galileo” y el uso del microblogging como herramienta de comunicación corporativa. Los ítems peor valorados son, en este orden, el despliegue de las redes de fibra óptica como tecnología preferente de acceso a redes fijas, el uso de redes sociales como herramienta de comunicación corporativa y el uso de la videoconferencia integrada en las herramientas de colaboración corporativas. ◆

### PERFIL DEL ENCUESTADO

El Perfil mayoritario del usuario que ha respondido a la encuesta sigue siendo el de una Entidad del sector Privado (68%), aunque el sector Público es una minoría importante (25%). Por actividades, el sector Servicios (financieros, consultoría, comercio y distribución) representa el 85%. Ambos se mantienen estables en relación con el año anterior.

En el tamaño por volumen de ventas, existen dos grupos importantes: el primero, mayoritario (65%), de entidades de gran volumen; el segundo, minoritario (24%), de entidades en el tramo más pequeño por volumen de ventas. Esto supone un importante desplazamiento del perfil con respecto a los años anteriores, con polarización del perfil por ventas hacia ambos extremos (>40 mill € y <0,5 mill €).

Por número de empleados, aunque el perfil mayoritario sigue siendo el de gran empresa (74%), también se ha producido un desplazamiento a los restantes perfiles, especialmente al de la microempresa.

El perfil por presencia geográfica también se mantiene bastante estable en relación con el año anterior, con presencia mayoritaria internacional (47%) y nacional (24%).