



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

1 de 2

Neiva, 17 de Junio 2019

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Ana María del Pilar Molina Cedeño, con C.C. No. 1.075.240.495,

Gina Marcela Tovar Aya, con C.C. No. 1.082.805.715,

Gustavo Adolfo Andrade Dussan, con C.C. No. 7.688.838,

Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado

Titulado Diseño de Estrategias y Programas de Etnomarketing para la Conservación de Clientes de la Empresa ALPAVISION.

presentado y aprobado en el año 2019 como requisito para optar el título de Especialista en Alta Gerencia;

Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que, con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales "open access" y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores" , los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Vigilada Mineducación



UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO	SP 01 000	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	2 de 2
--------	-----------	---------	---	----------	------	--------	--------

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma:

Manuel Duicadero

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma:

[Signature]

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma:

[Signature]

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma:



TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: Diseño de Estrategias y Programas de Etnomarketing para la Conservación de Clientes de la Empresa ALPAVISION.

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Molina Cedeño	Ana María del Pilar
Tovar Aya	Gina Marcela
Andrade Dussan	Gustavo Adolfo

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Páramo Morales	Dagoberto

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Especialista en Alta Gerencia

FACULTAD: Economía y Administración

PROGRAMA O POSGRADO: Alta Gerencia

CIUDAD: Neiva **AÑO DE PRESENTACIÓN:** 2019 **NÚMERO DE PÁGINAS:** 41

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas___ Fotografías X Grabaciones en discos___ Ilustraciones en general X
Grabados___ Láminas___ Litografías___ Mapas___ Música impresa___ Planos___
Retratos___ Sin ilustraciones___ Tablas o Cuadros X



SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento:

MATERIAL ANEXO:

PREMIO O DISTINCIÓN (*En caso de ser LAUREADAS o Meritoria*):

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. Etnomarketing	Etnomarketing	6. Clasificar	Sort out
2. Marketing	Marketing	7. Complacer	Please
3. Conservación	Conservation	8. Cultivar	Cultivate
4. Alpavision	Alpavision	9. Consolidar	Consolidate
5. Consultar	Consult	10. cliente	Client

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

La investigación, busca realizar un análisis confiable y efectivo de las usuales necesidades y expectativas de los usuarios, el cual se utilizarán diferentes variables cualitativas pertinente al comportamiento de los clientes y así identificar las acciones pertinentes.

La proyección de este trabajo de investigación es mantener y garantizar que los clientes de la empresa ALPAVISION HD continúen con los servicios que ofrece la empresa, manteniendo una excelente imagen, para que le permita conservar sus clientes actuales e igualmente trabajar para atraer nuevos clientes, en otras palabras, realizar la fidelización de clientes.

La investigación tiene como objetivo, Diseñar estrategias y programas de Etnomarketing para la conservación de clientes de la empresa ALPAVISION, de igual manera Establecer métodos para afrontar el problema a investigar.

En el presente trabajo de investigación se adoptó la metodología de investigación cualitativa, como medio de estudio para todo lo relacionado con la temática del Etnomarketing en la empresa ALPAVISION HD.



Los clientes a través de las entrevistas tuvieron la posibilidad de transmitir su opinión, hablar abiertamente de cómo les parece el servicio, beneficios, inconvenientes, además de sugerencias y requerimientos sobre la atención prestada.

Tener en cuenta que sus clientes consideran que están en la organización por la economía de sus servicios y calidad del servicio, sin embargo, la organización debe empezar a viabilizar una alternativa que les permita constituir una ventaja competitiva sostenible. por lo cual, debe fortalecer la calidad en el servicio al cliente a través de la prestación adecuada del servicio en la oficina principal teniendo personal más capacitado y formado en atención al cliente.

ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

The research seeks to carry out a reliable and effective analysis of the users' usual needs and expectations, which will use different qualitative variables relevant to the behavior of the clients and thus identify the pertinent actions. The projection of this research work is to maintain and guarantee that the clients of ALPAVISION HD continue with the services offered by the company, maintaining an excellent image, so that it allows them to keep their current clients and also work to attract new clients, in other words, make customer loyalty. The research aims to design strategies and programs Etnomarketing for the conservation of customers of the company ALPAVISION, likewise Establish methods to address the problem to investigate. In the present research work, the methodology of qualitative research was adopted, as a means of study for everything related to the theme of Etnomarketing in the company ALPAVISION HD. The clients through the interviews had the possibility of transmitting their opinion, talking openly about how they like the service, benefits, inconveniences, as well as suggestions and requirements regarding the attention provided. Take into account that your clients consider that they are in the organization for the economy of their services and quality of service, however, the organization must begin to make viable an alternative that allows them to constitute a sustainable competitive advantage. therefore, it must strengthen the quality of customer service through the adequate provision of the service in the main office having more trained and trained staff in customer service.



APROBACION DE LA TESIS

Nombre Presidente Jurado: ELÍAS RAMÍREZ PLAZAS

Firma:

Diseño de Estrategias y Programas de Etnomarketing para la Conservación de Clientes de la
Empresa ALPAVISION

AUTORES

Ana Maria Del Pilar Molina

Gina Marcela Tovar Aya

Gustavo Andrade

Universidad Surcolombiana

Facultad De Economía y Administración

Especialización Alta Gerencia

Junio 2019

Tabla de contenido

INTRODUCCION - 6 -

1. OBJETIVOS - 8 -

 1.1. OBJETIVO GENERAL - 8 -

 1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS - 8 -

2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA INVESTIGADO - 9 -

 2.1. ANTECEDENTES - 9 -

 2.2. JUSTIFICACIÓN..... - 11 -

 2.3. DELIMITACION..... - 12 -

 2.4. LIMITANTES - 12 -

 2.5. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN - 12 -

3. MARCO TEORICO - 13 -

 3.1. ETNOMARKETING - 13 -

 3.2. FUNCIONES BASICAS DEL ETNOMARKETING..... - 13 -

 3.3. CONSERVAR CLIENTES - 15 -

4. TELEOLOGÍA - 17 -

 4.1. NUESTRA MISIÓN - 17 -

 4.2. NUESTRA VISIÓN - 17 -

 4.3. VALORES CORPORATIVOS - 17 -

 4.4. SERVICIOS - 19 -

 4.5. MATRIZ DOFA..... - 19 -

5. DISEÑO DE LA METODOLOGIA - 21 -

5.1.	POBLACIÓN.....	- 21 -
5.2.	MUESTRA.....	- 21 -
5.3.	TRABAJO DE CAMPO.....	- 21 -
5.4.	TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE DATOS.....	- 22 -
5.4.1.	<i>OBSERVACIÓN</i>	- 22 -
5.4.2.	<i>ENTREVISTA</i>	- 22 -
6.	RESULTADOS	- 23 -
7.	CONCLUSIONES.....	- 29 -
8.	RECOMEDACIONES	- 31 -
9.	BIBLIOGRAFIA	- 33 -
10.	ANEXOS	- 34 -
10.1.	ANEXO 1. GUIA DE ENTREVISTA.....	- 34 -
10.2.	ANEXO 2. RESPUESTAS DE ENTREVISTA	35
10.3.	ANEXO 3. ANALISIS DE ENTREVISTA.....	36
10.4.	ANEXO 4. FOTOS.....	37

TABLA DE ILUSTRACIÓN

ILUSTRACIÓN 1 MATRIZ ESTRATÉGICA.....	- 14 -
ILUSTRACIÓN 2 ALPAVISION.....	- 17 -

TABLAS

TABLA 1 MATRIZ DOFA.....	- 20 -
TABLA 2 RESPUESTAS DE ENTREVISTA.....	35
TABLA 3 ANALISIS DE ENTREVISTA.....	36

0. INTRODUCCION

Mediante el proceso educativo de la especialización Alta Gerencia en la universidad surcolombiana, se ha impulsado continuamente la investigación de una manera fácil en nuestras empresas regionales, por tal motivo la empresa estudiada en el presente trabajo es ALPAVISION HD, que ofrece servicios de televisión por cable e internet, ya que deben estar constantemente adaptándose a los cambios y exigencias de cada uno de los clientes, para así crecer y satisfacer las necesidades de cada uno de los usuarios.

La buena relación con los clientes permite a la empresa conocer los cambios en su comportamiento como actitudes y expectativas para suplir sus necesidades, ya que esa buena relación con los clientes establecer una ventaja competitiva.

El presente trabajo contiene el planteamiento del problema a investigar, que resulta del servicio que ofrece la empresa ALPAVISION HD para conservar y fidelizar a los clientes, ya que para obtener más información acertada se busca un acercamiento con los clientes que frecuentan la empresa.

La investigación, busca realizar un análisis confiable y efectivo de las usuales necesidades y expectativas de los usuarios, el cual se utilizarán diferentes variables cualitativas pertinente al comportamiento de los clientes y así identificar las acciones pertinentes.

La proyección de este trabajo de investigación es mantener y garantizar que los clientes de la empresa ALPAVISIO HD continúen con los servicios que ofrece la empresa, manteniendo una excelente imagen, para que le permita conservar sus clientes actuales e igualmente trabajar para atraer nuevos clientes, en otras palabras, realizar la fidelización de clientes.

La investigación tiene como objetivo, Diseñar estrategias y programas de Etnomarketing para la conservación de clientes de la empresa ALPAVISION, de igual manera Establecer métodos para afrontar el problema a investigar.

Con lo anteriormente resaltado se garantiza más tiempo de permanencia de los usuarios dentro de la empresa ALPAVISION HD y al tener satisfechas las necesidades de los clientes es más fácil mantenerlos vinculados a la empresa ya que les agrada seguir relacionados con la misma.

1. OBJETIVOS

1.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar la estrategia y los programas de Etnomarketing para la conservación de clientes de la empresa ALPAVISION

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Consultar a los clientes respecto a las actividades desarrolladas por la empresa para conservarlos.
2. Clasificar a los clientes en función de la evaluación realizada.
3. Proponer los programas para complacer a los clientes generándoles una experiencia positiva con la empresa.
4. Diseñar las actividades que permita cultivar a los clientes.
5. Establecer los planes para consolidar a los clientes entregándoles satisfacción y recibiendo de ellos lealtad.

2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA INVESTIGADO

2.1. ANTECEDENTES

Alpavision HD es una empresa de Neiva, creada en el año 2005 por jóvenes Neivanos, soñadores, con ganas de salir adelante y formar empresa en el departamento del Huila, hoy en día se ha llevado una cobertura a todos los rincones del departamento de Huila, Tolima, Caquetá. Con su centro de operaciones general en Neiva.

ALPAVISIÓN hizo una adquisición de las mejores tecnologías e infraestructura de la época, se invirtió en la capacitación de los empleados y fue precursora en el departamento de este tipo de servicio a un nivel avanzado.

Concentró sus operaciones inicialmente en Neiva, donde llevó la instalación del servicio de televisión por cable, con diferentes canales internacionales y nacionales. Así se fue introduciendo al mercado nacional de televisión por cable.

En la actualidad, Alpavision HD contribuye a la economía de Neiva, generando más de 80 empleos directos e indirectos con mano de obra calificada 100% opita. Siempre ha contado con el aval y la licencia de la distribución de Televisión por cable. Dicha licencia se concedió el 7 de septiembre del año 2005 por la Comisión Nacional de Televisión y actualmente por la Agencia Nacional de Televisión, ente regulador de la Televisión en Colombia.

En Neiva tenemos grandes empresas con los mismos productos que ofrece ALPAVISIÓN, pero la ganancia que tenemos es que nuestros servicios son más económicos y accesibles a la comunidad. Empresas como Movistar, Claro, Direct TV, ofrecen los mismos servicios. Estas son nuestras competencias, sin embargo, tenemos un considerable número de clientes que son fieles y apoyan la empresa local por su precio.

Alpavision HD se encarga de ofrecer servicios de televisión por cable con la tarifa más económica del mercado. Los usuarios disfrutan de 95 canales, servicio que satisface plenamente los requerimientos de los mismos, desarrollando una labor en ambiente de confianza, participación y trabajo con la comunidad; además de estar enfocados en proporcionar servicios de calidad con recursos altamente tecnológicos como lo es la “Fibra Óptica”.

Alpavision HD tiene como filosofía que la televisión por cable sea asequible a todos los estratos y no sea un servicio excluyente porque creen que todas las personas tienen derecho a disfrutar y conocer de la mejor televisión internacional para abrir no solamente espacios de entretenimiento sino también de cultura y aprendizaje; generando así un mundo que antes era inalcanzable y que ahora es una realidad.

Durante trece años, con más de 55.000 suscriptores, ha logrado llegar a más del 80 % de los hogares neivanos de todas las zonas de la ciudad (sur, norte, oriente, occidente y centro) como también de todas las comunas, de estratos del 1 al 6.

Alpavision hd realiza sorteos mensuales para la fidelización de los usuarios estrategia que ha sido parte del éxito de la empresa además el adaptarse a las nuevas tecnologías cambiantes casi que, a diario, introduciendo nuevas áreas de negocio, en otras economías, información y desarrollo del grupo.

2.2. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo se ha desarrollado como modalidad de grado en el proceso de formación en Alta Gerencia con ello, se espera generar estrategias que permitan conservar clientes a través del Etnomarketing, un nuevo concepto que las organizaciones no se han dimensionado totalmente y que es una fuente de caracterización de clientes a través de criterios definidos por la empresa.

Según Paramo, el Etnomarketing, permite que las organizaciones logren comprender al consumidor, conquistar al comprador y conservar a sus clientes mediante su cultura, costumbres y tradiciones con el fin de formular acciones para retenerlos con la satisfacción del servicio recibido.

Para el presente trabajo se ha abordado la dimensión denominada conservar clientes, lo anterior debido a que es la dimensión en la cual se maximizan los recursos, en especial el financiero, y se fortalecen las relaciones con el cliente.

Finalmente, se resalta que el desarrollo del presente trabajo se ha elaborado mediante la metodología planteada por Paramo Dagoberto en libro “El Etnomarketing, la dimensión cultural del marketing”.

2.3. DELIMITACION

Nuestra investigación fue enfocada con la temática del Etnomarketing teniendo en cuenta la satisfacción del cliente con el servicio que ofrece la empresa alpavision HD mediante la asimilación de elementos culturales como los valores, el confort, el inconformismo, experiencias y expectativas.

La investigación se desarrolló con datos actuales con los usuarios de la empresa alpavision HD de la ciudad de Neiva para consolidar la relación con los clientes actuales y atraer nuevos clientes.

2.4. LIMITANTES

- No todos los usuarios a investigar quisieron acceder a las entrevistas.
- Los usuarios seleccionados no todos respondieron abiertamente.
- La disposición de los entrevistados no en todos los casos fue positiva.
- En algunos casos los entrevistados no dedicaron mucho tiempo a la entrevista.

2.5. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Que estrategias y programas de Etnomarketing se deben desarrollar para la conservación de clientes de la empresa ALPAVISION HD?

3. MARCO TEORICO

3.1. ETNOMARKETING

Hunt (1983, pag. 71) citado por Ramirez & Paramo (2013), sostiene que el marketing “es una ciencia del comportamiento que intenta explicar las relaciones de intercambio entre el comprador y el vendedor”, en este contexto Hunt determina dos elementos importantes para el Etnomarketing, como lo son el comportamiento y las relaciones de los seres humanos.

En este sentido el Etnomarketing llega de la necesidad de entender la cultura, costumbres y tradiciones de la sociedad al momento de tomar decisiones de consumo, por eso es tan importante la definición de comportamiento y relación en los consumidores.

Bajo los aportes de Paramo que sistematiza la aplicación organizacional de la cultura “como el marco y la esencia del accionar de los negocios contemporáneos, tanto desde el consumidor como desde la organización y el mercado en que ella se desenvuelve y termina por poner a prueba de manera decisiva, el aporte hecho por la antropología, la etnografía y el simbolismo que estimula el fenómeno de consumo” (2008, pág. 54).

De esta forma se puede concluir que dentro de la cultura existen unos valores, unas creencias y unas costumbres, el cual internamente este proceso involucra a la sociedad (seres humanos), que quieren satisfacer sus necesidades, no solo materiales si no también emocionales, que es lo que se entiende en el Etnomarketing como el proceso de intercambio.

3.2. FUNCIONES BASICAS DEL ETNOMARKETING

Las funciones básicas del Etnomarketing para Paramo Morales en su texto de Etnomarketing se definen “en tres funciones básicas para la planeación e implementación de las estrategias y los programas necesarios para atender los requisitos que en cada mercado se detectan” (2008) según lo anterior las funciones básicas son las siguientes:

- Comprender consumidores
- Conquistar clientes
- Conservar clientes

En razón de los anterior, estas se definen como las herramientas básicas en el Etnomarketing, el cual son llamadas Matriz estratégica del Etnomarketing, diseñadas por Paramo Morales, donde se puede observar en la siguiente imagen:

Ilustración 1 MATRIZ ESTRATÉGICA.



Fuente: (Paramo & Ramirez, 2008)

La primera función que aplica la matriz de Etnomarketing es la de comprender consumidores, el cual es la que estudia e interpreta todas las necesidades del consumidor en relación con su producto o servicio a ofrecer, pero lo más importante es la que analiza todos los factores del mundo subyacente.

“comprender al consumidor se debe traducir en una explicación clara y convincentes de las complejidades que tipifican en los seres humanos frente al acto de consumo, así es posible trazar el trayecto estratégico a recorrer para transformar estos consumidores en asiduos clientes” (Paramo & Ramirez, 2008, pág. 48).

Según lo anterior, una organización para tomar decisiones del producto o servicio, pero sobre todo como ofrecerlo al mercado, no solo debe comprender el consumidor si no también debe conquistar el comprador, ya que es la segunda función importante en el Etnomarketing, es la que nos ayuda a sostenernos en el mercado de una forma rentable.

Según Paramo, es necesario que las empresas coordinen al interior de su organización, las implementaciones necesarias para la ejecución acorde del plan de marketing:

“...es obligatorio hacer concordantes las decisiones a implementar con la realidad detectada, coordinar todas las áreas en el interior de la empresa, establecer las características con las cuales se va a hacer frente a la competencia, comunicar tales particularidades y por ultimo. Colocar la oferta en los canales y medios en forma oportuna y de manera rentable” (Paramo & Ramirez, 2008, pág. 50).

3.3. CONSERVAR CLIENTES

La tercera y última función es la de conservar clientes, el cual, es en la que nos vamos a enfocar y estudiar con la empresa ALPAVISION “lo llevo en el corazón”, ya que con esta función se aprovecha al máximo los recursos de la empresa, según un precepto financiero que es más barato conservar clientes que conquistar nuevos compradores, respecto a esta función Paramo & Ramirez (2008, pág. 48) dice que “se tienen que determinar los recursos organizacionales que sean necesarios para crear un sistema interno que garantice consultar, clasificar, complacer y cultivar ‘pero sobre todo consolidar las relaciones con los clientes” en otras palabras estas actividades tienen como fin retener y mantener a esos clientes que se mantienen de una u otra forma en contacto con la empresa.

Una de las primeras actividades es la de consultar, que en otras palabras es la que se encarga de indagar, sobre todas las actividades que realiza los clientes actuales, para así saber cuales son los problemas de los clientes.

Otra es clasificar, es una de las actividades mas importantes, ya que es la que se encarga de analizar el cliente en diferentes clasificaciones y así tener la posibilidad de complacerlos y consolidarlos en la empresa.

Y la anterior conlleva a la actividad de complacer a los clientes y eso se logra generándoles una experiencia positiva con el producto o servicio ofrecido. El cual supere las expectativas del cliente, dándoles una impresión atractiva y agradable de la organización.

Cultivar clientes significa ofrecerles un buen servicio, estimulándolos y entregándoles aquellas cosas que no esperan recibir por parte de la empresa, pero que los motiva a seguir utilizando el producto o el servicio.

Por último, es la actividad de consolidar a nuestros clientes, luego de complacer y cultivar al cliente pasamos a consolidarlo, generando lealtad, el cual es el grado en que los clientes patrocinan nuestra empresa, ya que hemos desarrollado un vinculo emocional con ellos, en el que no dirigimos y llagamos a sus necesidades emocionales como consumidores.

“realizando las cinco actividades contempladas en la conservación de clientes, la organización cumple el intercambio de beneficio mutuo conocido como postransaccional. Con plena convicción la empresa entrega satisfacción y recibe a cambio lealtad traducida no solo en más utilidades, sino en supervivencia futura”
(Paramo & Ramirez, 2008, pág. 50).

4. TELEOLOGÍA

4.1. NUESTRA MISIÓN

“Proveer servicios de televisión por cable, que satisfagan plenamente los requerimientos de los usuarios, desarrollando nuestra labor en un ambiente de apertura, confianza, participación y trabajo en equipo enfocados en proporcionar servicios de calidad creciente con recursos tecnológicos que garanticen nuestra permanencia en el mercado opita” (Alpavision, 2015).

4.2. NUESTRA VISIÓN

“Alpavision será en el año 2020 una empresa ampliamente conocida en el departamento del Huila, como líder y mejor alternativa del servicio de televisión por cable. Gracias a la eficiencia y eficacia en cada uno de sus servicios, apoyada al uso de tecnología apropiada, calidad y precio equitativo que genere valor a su capital humano, clientes y accionistas” (Alpavision, 2015).

Ilustración 2 ALPAVISION.



Fuente: Alpavisión, 2015

4.3. VALORES CORPORATIVOS

Nuestra organización está inspirada y soportada en sólidos valores, corporativos que orientan nuestras acciones del día a día.

Nuestros principios corporativos, que enmarcan la actuación ética de la organización y constituyen la base de la cultura institucional son los que inspiran y guía la vida cotidiana de Alpavision.

Transparencia: La transparencia y la honestidad son los principios en el actuar de nuestra institución, estos obligan sin acepción a todos los miembros de la organización.

Servicio al Cliente: Una tarea permanente y fundamental de la organización es crear la cultura de servicio al cliente, satisfaciendo sus necesidades y expectativas.

Calidad: En los productos y servicios, en los procesos, en las relaciones, en la calidad de vida.

Creatividad e Innovación: La organización tiene que desarrollar su actuar en un entorno que facilite la creatividad y la innovación como el único posible para anticipar las demandas de una sociedad en proceso de cambio cada día más acelerado.

Productividad: La eficacia y la eficiencia deben conjugarse para hacer de la organización una entidad altamente productiva, con un uso racional de los recursos y generadora de valor agregado para el usuario, los miembros de la organización y el país.

Respeto por las personas: Todo ser humano merece respeto por lo tanto la empresa Alpavision, tendrá en cuenta este valor para guiar sus actividades.

Compromiso con el usuario: Siempre se trabajara en función de elevar el nivel de satisfacción del usuario ofreciéndole lo que quiere, como lo quiere en el lugar que lo desea.

Rentabilidad: Es un valor que significa el resultado de una gestión bien hecha la cual redundara en beneficios económicos y en crecimiento de la misma.

4.4. SERVICIOS

- Televisión
- Internet
- Canal 2 de alpavision
- La revista

4.5. MATRIZ DOFA

Tabla 1 MATRIZ DOFA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
MATRIZ DOFA	1. disponibilidad de redes (fibras oscuras) para aumentar cobertura en el departamento.	1. El contrabando (uso pirata) de la red de televisión.
	2. crecimiento de la demanda de los servicios de internet de alta velocidad.	2. Cambio constante de tecnología en el sector de telecomunicaciones.
	3. capital disponible para inversión.	3. Tendencia expansiva de la competencia usando estrategias desleales.
	4. poca cobertura y mala calidad del servicio de internet por parte de la competencia	4. legislación tributaria y regulatoria que afecta nuestra empresa y sector.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO: DISEÑAR UN NUEVO FORMATO DIGITAL DE ENTRETENIMIENTO QUE LOGRÉ TRANSMITIR INFORMACIÓN REGIONAL RELEVANTE, PARA MOTIVAR EL CONSUMO DE TV	ESTRATEGIA FA: EXTENDER LA FIBRA OPTICA SUFICIENTE PARA PRESTAR UN SERVICIO DE CALIDAD EN MATERIA DE TV E INTERNET.
1. Apropiación de la teleología institucional por parte del personal de planta – COMPROMISO		
2. Oportuno servicio al cliente y agilidad en los mantenimientos		
3. Actualización tecnológica.		
4. Estrategias de Mercadeo a través del Canal de TV local y la revista		

5. Desarrollo e implementación de servicios modernos (actualizados a bajo costo).		
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO: AMPLIAR EL PORTAFOLIO DE CANALES QUE ADQUIEREN LOS SUSCRIPTORES DE ALPAVISIÓN.	
1. Recurso humano con baja formación tecnológica		
2. Falta de sistema integrado de calidad		
3. acceso limitado para adquirir equipos de alta tecnología.		
4. -Baja demanda en los servicios de TV		
5. Falta de sentido de pertenencia por parte del personal contratista.		

Fuente: Elaboración propia

5. DISEÑO DE LA METODOLOGIA

El objetivo de una investigación cualitativa es indagar los fenómenos culturales psicológicos normativos, de la persona que están siendo analizadas, para de esta manera poder entender los aspectos sociales y emocionales.

En el presente trabajo de investigación se adoptó la metodología de investigación cualitativa desde una perspectiva conceptual y no numérica, como medio de estudio para todo lo relacionado con la temática del Etnomarketing en la empresa ALPAVISION HD.

5.1. POBLACIÓN

El análisis realizado se llevó a cabo con Usuarios de la ciudad de Neiva que cuentan con el servicio de tv por cable e internet de alpavision HD los usuarios fueron de diferentes comunas de Neiva de la 1 a la 10 de diferentes barrios y estratos 1, 2,3.; todos los encuestados fueron mayores de edad entre hombres y mujeres.

5.2. MUESTRA

La recolección de la información se llevó a cabo durante dos semanas mediante entrevistas, los entrevistados en éste caso se encontraban en las instalaciones de Alpavision HD y del Pago Rápido Express en su mayoría fueron entrevistados cuando salían de la oficina los usuarios se encontraban pagando la factura y haciendo reclamos .

5.3. TRABAJO DE CAMPO

Teniendo en cuenta que nuestra investigación fue cualitativa se hizo contacto con los clientes de diferentes sectores de la ciudad de Neiva que accedieron a las entrevistas en los puntos de recaudo y atención al cliente en las cuales se concentra la mayoría de los usuarios de la empresa alpavision.

5.4. TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE DATOS

La necesidad de tener una más completa visión comprensiva del Etnomarketing exige la utilización de diferentes técnicas para recopilar la información las cuales serán:

5.4.1. OBSERVACIÓN

Se desarrolló en los puntos de recaudo y oficina de atención al cliente las cuales son las más frecuentadas por los usuarios; a través de la observación nos dimos cuenta del estado de ánimo del usuario y bajo que propósito ingreso a la oficina.

5.4.2. ENTREVISTA

Se realizaron 10 entrevistas teniendo en cuenta la guía, aunque teníamos una guía de preguntas se le permitió al usuario que se expresara abiertamente por lo que nos sirvió para obtener información muy personal y valiosa.

6. RESULTADOS

- Actividades para cultivar clientes

Los clientes a través de las entrevistas tuvieron la posibilidad de transmitir su opinión, hablar abiertamente de cómo les parece el servicio, beneficios, inconvenientes, además de sugerencias y requerimientos sobre la atención prestada por alpavision HD, como {...} “esperando que activen el servicio de internet ya que el servicio de tv lo tengo hace más de 7 años” (entrevistado 1) y para seguir cultivando nuestros clientes tenemos que agilizar el proceso seguir con la expansión masiva en Neiva de internet con fibra óptica para poder cumplir, aumentando la capacidad laboral, fuerza de trabajo, ampliando las cuadrillas para que el personal cumpla con el número de instalaciones solicitadas además adquiriendo un stock de material suficiente para la instalación de 5.000 nuevos abonados y así satisfacer la necesidad del cliente.

Otros clientes se identificaron por los precios de los servicios sabiendo que alpavision en comparación con otras empresas cableoperadores es la más económica del mercado así lo ha sido durante 14 años {...} “lo recomendaría principalmente porque es una empresa favorable para el bolsillo de los usuarios y por la variedad de canales” (entrevistado 2) alpavision es una empresa que desde su fundación no solo compitió con tarifa si no también con la amplia guía de canales como los nacionales, infantiles, documentales, deportivos, musicales, dramatizados, noticias, películas y series de esta manera se cultivaron y se mantuvieron en la empresa esos usuarios no solo por la economía si no también por la variedad de canales y el buen servicio que ofrece.

De igual forma los clientes consultados se refirieron que se mantenían en la empresa por la buena atención y el buen servicio una de las consignas ha sido el horario en la atención al

cliente se ha manejado un horario en jornada continua además de los domingos y festivos proyectándonos como una de las pocas empresas que maneja éste tipo de horario {...} “por la capacidad de respuesta y lo otro es que uno va a la oficina y la atención es muy rápida, en los puntos de recaudo también son muy rápidos y es algo que llama mucho la atención que uno no tenga que ir a esperar tanto tiempo para que lo atiendan”.(entrevistado1) a las directivas de alpavision no les gusta ver filas en los puntos de atención por eso día a día trabaja para que todo se agil , oportuno y eficaz .

- Clasificar a los clientes

Según la evaluación realizada los cliente se clasificaron de diferentes maneras, la primera los satisfechos con la empresa y la segunda son los insatisfechos con el servicio, no cabe duda que así como crece el número de usuarios debe crecer el número de personal que de abasto con el trabajo requerido {...} “porque es una empresa Huilense y nosotros debemos apoyar lo nuestro por otro lado que es un servicio con muy buena calidad de imagen y no requiere muchos requisitos para tener el servicio” (entrevista 3) esta fue una respuesta de los usuarios satisfechos con el servicio que ofrece la empresa. siempre en alpavision hd se ha resaltado el amor por la empresa huilense , por lo nuestro, apoyando la mano de obra de la misma región , aprovechar todas las oportunidad que ofrece el Huila además de demostrar que entre las empresas huilenses debe haber apoyo , es la única forma de hacer empresa en la región.

Con el paso de los años la empresa alpavision ha venido trabajando para mejorar la calidad de la señal es los inicios fue señal análoga , después se paso a la fibra óptica hoy en día estamos innovando en la región adquiriendo nuevas tecnologías como lo es la televisión digital para el disfrute de todos los usuarios . {...} “actualmente cuando no se va la señal es demasiado repetido los canales y ahora los recibos me están llegando con mora estando al día en los pagos”

(entrevistado 7) esta fue una de las respuestas de los usuarios insatisfechos con el servicio. Neiva aunque es una ciudad de clima calido cuando llegan las épocas de lluvias llegan muy fuertes y es la lluvia la causante de los daños en las redes por caída de ramas , postes , palos en muchos casos los problemas han radicado en la eletrificadora por lo tanto afecta la señal de televisión por cable.

Ademas de las personas inescrupulosas que se conectan de la señal de manera fraudulenta y eso conlleva a la interferencia de la señal (señal lluviosa e imágenes en negro). en cuanto al problema en los recibos que estando al día llega el recibo en mora esto pasa en la mayoría de los casos con los usuarios que pagan en los punto de pago alternos que no pasas los reportes de inmediato sim embargo alpavision HD esta trabajando en un nuevo software operativo que permitirá hacer todo en tiempo real y sin demora.

- Programas para complacer a los clientes

Alpavision desarrollo una estrategia para dar respuesta oportuna y clara a las inquietudes y sugerencias planteadas por sus clientes call center estrategia que se viene desarrollando desde el año 2015 . Como {...} “ si este año hay días que se va la señal pero llamamos y de inmediato lo areglan” (entrevistado 5) Para ello se vale de herramientas tales como el Call Center, a través del cual se tiene una comunicación directa y personalizada con el cliente.

Esta estrategia de escucha y respuesta a los clientes, se buscó fundamentalmente para satisfacción a los usuarios y apuntarle al cumplimiento de la empresa , que los usuarios sientan mas de cerca a la empresa , que se sientan escuchados y que en la mayoría de los casos logren solucionar a tra ves de una llamada su inconveniente , el call center esta conformado por un grupo

de 10 personas que además de estar capacitadas en este tipo de servicios conocen todos los procesos , información insitucional y de interés para el usuario.

- Estrategias que cultivan clientes

La empresa con el animo de premiar al usuario por el pago oportuno de la factura planteo mensualmente ciertas estrategias como actividades, concursos y premios con el animo de motivar a pagar a tiempo y además de ganar audiencia en cada uno de los programas de tv que ofrece el canal local , algunos clientes se identificaron en las entrevistas porque han participado {...} “he participado de los premios mensuales me gane una licuadora y de las actividades que mas me llama la atención es la del fin de año con el premio que entregan” (entrevistado 1) para generar espetativa en las actividades se enfocan en las celebraciones mencuales como mes de la mujer, madre, padre, niño, san pedro, amor y amistad, Halloween y fin de año , todas las actividades comenzar a girar en torno a fechas especiales llamando la atención del publico de todas las edades, estratos sociales y sectores de Neiva.

Cuando se habla de los programas de televisión la empresa alpavision cuenta con su propio medio audiovisual el canal 2 que se encuentra el primero en la guía , el canal cuenta con programación las 24 horas los 7 dias de la semana algunos de los espacios televisivos son reflexiones con el padre Alonso, planeta góspel, alpavision noticias, el magazin gozate la tarde, averiguelo Vargas, línea directa, carusel infantil, viva la gente, historias de barrios, gozate el domingo, la santa misa, tuvo bien programas de diferentes formatos y para publico en general dentro de estos programas los usuarios pueden participar masivamente no solo de concursos si no también de sondeos de opinión que los involucran de manera positiva a la programación diaria haciendo sentir al usuario y televidente parte de la empresa como el slogan lo dice “ los llevo en el corazón”si hablamos de nuevas herramientas de participación esta la pagina web para aquellos

que les gusta la nuevas tecnologías y que ven en el mundo cibernético una forma de entretenimiento dentro de la pagina web www.alpavision.com.co encontraran los servicios institucionales , chat interactivo , señal en vivo , revista digital y concursos específicos desde el año 2017 fue creada y el numero de visistas ha sido muy positivo.

Como otros que no conocen ninguna actividad y por ende no han participado de ellas {...} “cuando me afilie no me las explicaron y no tengo conocimiento de ninguna actividad” (entrevistado 3), es importante empezar profundizando en cada uno de los servicios y valores agregados que ofrece alpavision HD y es a partir del personal tanto administrativo , técnico , comercial, call cenetr, canal 2; que se debe enfatizar puesto que desde que el usuario se afilia se le debe explicar a que tiene derecho no solo por el deber con el usuario también con el animo de motvarlo aun mas a contar con el servicio, por ende Alpavision debe seguir fortaleciendo su proceso de asesoría y acompañamiento a los suscriptores del servicio en todo momento.

- Clientes satisfechos

Finalmente, se consideró oportuno para la empresa Alpavision que teniendo como propósito consolidar a los clientes, implemento el servicio de combos promocionales de tv e internet a petición de los usuarios se genero una campaña llamada PROMO LOCURA, promoción para usuarios antiguos y nuevos los usuarios que cuentan con este combo pueden disfrutar de 6 megas por una tarifa de \$55.000 , 10 megas por \$ 75.000 15 megas por \$90.000 con un trabajo lento pero seguro se esta llegando a la totalidad de la ciudad de Neiva “como la revista mensual a nosotros los clientes que estamos al día en los pagos”.

La revista es el medio escrito institucional exclusivamente para afiliados a la empresa , la revista se hace una edición mensual hoy en dia llevan 52 ediciones el formato de ésta revista es

social , comunitaria e informativa que esta conformada por 24 paginas: portada , editorial , lo nuestro, deportes , la guía , marketing , especiales , homenajes , concurso , horóscopo , solidaridad , evento, s elites, receta entretenimiento entre otras secciones y durante todos estos años se ha conservado de esa manera , es completamente gratis, el usuario la puede adquirir en la oficina principal (hasta agotar existencias) y descargarla por la pagina web www.alpavision.com.co.

7. CONCLUSIONES

A continuación, se detallan las conclusiones del trabajo de campo realizado en las instalaciones de la empresa ALPAVISIÓN HD:

- Los clientes de ALPAVISIÓN HD, consideran que en algunas ocasiones, se presenta interferencia en la señal de TV, la mayoría de los entrevistados no conocen los sorteos, por lo cual no participan de ellos, y escasamente reconocen como eventos las actividades mensuales que realiza la empresa.
- ALPAVISIÓN HD, ha clasificado a sus clientes bajo dos premisas: Clientes Satisfechos y Clientes Insatisfechos en las categorías: Con servicio de televisión y Clientes Combo televisión + internet, En cuanto a este concepto se ha detallado que existen clientes que se identifican con ALPAVISIÓN HD, por los servicios ofrecidos y los años que lleva la empresa en el mercado.
- ALPAVISIÓN HD, ha detectado dos grandes falencias que ha determinado que los entrevistados consideren que se presta un servicio inadecuado, las cuales son:
Interferencia de la señal de TV en la mayoría de los casos a causa de la lluvia y en prestación inadecuada del servicio.
- La dificultad más notaría en la prestación inadecuada del servicio de ALPAVISIÓN HD, considerada por los entrevistados es la interferencia en la señal, por lo cual, la empresa ha diseñado un plan de fortalecimiento a las (redes) y equipos de las zonas, con el fin de realizar una revisión periódica para evitar interferencias. Así mismo, se detectó que en algunas ocasiones, la causa de estas interferencias eran bajas en la energía eléctrica y cambios climáticos por lo cual, se ha establecido que cuando ocurren estos daños todo

el personal debe salir de inmediato a solucionar el problema logrando ser oportunos y ofreciendo r soluciones inmediatas.

- ALPAVISIÓN HD, ha detectado una falla en la comunicación con los clientes, pues no tienen el conocimiento sobre todos los eventos, celebraciones y premiaciones que se realizan de manera mensual, dentro de los programas de TV, lo cual genera que no participen activamente de estos sucesos y no los reconozcan como beneficio.

8. RECOMEDACIONES

Teniendo en cuenta lo anterior, se recomienda a los directivos de la empresa ALPAVISION HD, tener en cuenta lo siguiente:

- Tener en cuenta que sus clientes consideran que están en la organización por la economía de sus servicios y calidad del servicio, sin embargo, la organización debe empezar a viabilizar una alternativa que les permita constituir una ventaja competitiva sostenible. por lo cual, debe fortalecer la calidad en el servicio al cliente a través de la prestación adecuada del servicio en la oficina principal teniendo personal más capacitado y formado en atención al cliente.
- Agilizar el proceso de instalación del internet debido a que los “clientes combos” (reciben el servicio de internet y TV), han dado referencias de satisfacción a otros clientes y personas interesadas en mejorar sus expectativas y necesidades con el servicio de internet, por lo cual se hace necesario empezar a suplir esta nueva necesidad para cultivar clientes.
- Estructurar el programa de comunicación (usuario – empleado) con el fin de promocionar todos los eventos, celebraciones y premiaciones que realiza ALPAVISION HD para que aumente la participación de los clientes y con ello se sientan partícipes de la empresa, haciendo énfasis en su slogan “lo llevo en el corazón”.
- Profundizar y enfatizar en los clientes en el momento de la afiliación ya sea en la oficina principal o por parte del asesor comercial los beneficios que tienen como usuarios al momento de adquirir el servicio televisión puesto que el cliente debe saber a qué se hace acreedor y de que puede disfrutar : del CANAL 2 (medio audiovisual de la empresa) la variedad de programas y entreteniendo las 24 horas , los sorteos que se promocionan dentro de los programas en vivo, promociones , sorteos , programaciones especiales ,

eventos y noticias de tarifas, LA REVISTA (medio escrito de la empresa) que es gratis, LA PAGINA WEB WWW.ALPAVISION.COM.CO que tiene contenido institucional además acceso a la señal en vivo , chat de servicio al cliente a todo esto pueden acceder completamente gratis y es primordial que el usuario se entere de todo esto por parte del personal que lo atiende .

- Fortalecer los programas de mantenimiento que presta el servicio de ALPAVISION HD con el fin de evitar las interrupciones en la señal y con ello, disminuir el criterio de prestación inadecuada del servicio, logrando cultivar clientes.

9. BIBLIOGRAFIA

Alpavision. (2015). Obtenido de <https://alpavision.com.co/atencion-al-usuario/>

Modejar jimenez, j. (2013). *Fundamentos del marketing*. Esic.

Morales, p. (2015). Etnomarketing. *Unilibre*, 1-10.

Paramo morales, d., & ramirez , e. (2017). *Etnomarketing, la dimensión cultural del marketing*.
Bogota - colombia: klasse.

Paramo, d. (2004). *Marketing, una expresión cultural*. Medellin: asomercadeo.

Paramo, m. D., & ramirez. (2008). *Etnomarketing: la dimensión cultural del marketing*.
Barranquilla.

Ramirez, p. E., & paramo, m. D. (2013). *Incidencia de la cultura sobre el marketing relacional practicado entre consumidores y tenderos en la tienda tradicional*. Lulu.

10. ANEXOS

10.1. ANEXO 1. GUIA DE ENTREVISTA

1. ¿Qué lo llevo a elegir el servicio de televisión por cable e internet de alpavision HD?
2. ¿qué expectativas tiene con el servicio de tv por cable?
3. ¿Cuéntenos las experiencias positivas y negativas que ha tenido con el servicio de televisión por cable e internet de alpavision HD?
4. ¿Qué tipo de dificultades ha tenido con el servicio?
5. ¿Cuéntenos las ventajas que conoce al tener el servicio de alpavision
6. ¿alpavision HD realiza actividades constantes en cuales y de qué manera ha participado?
7. ¿Cuáles de las actividades que le llama más la atención?
8. ¿Si tuviera la oportunidad de recomendar el servicio de alpavision como y porque lo haría?

10.2. ANEXO 2. RESPUESTAS DE ENTREVISTA

Tabla 2 RESPUESTAS DE ENTREVISTA.

ENTREVISTA	RESPUESTAS										
	PREGUNTAS	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10
1	¿Qué lo llevo a elegir el servicio de televisión por cable e internet de	lo que a mi mas me llamo la atencion fueron la parrilla de	me llamo la atencion fue el buen servicio	vivo en arriendo y en la casa ya contaban con el servicio	llevo 10 años y el servicio es muy bueno	porque en el lugar donde mi mama vivía no habia	la economia y la buena calidad de la imagen	porque mi ama tenia el servicio y era bueno	la variedad de canales y la animacion para los	porque es honestamente mas economico	por el canal 2 que da las transmisiones del san pedro
2	¿Cuenta con otro servicio de alpavision?	no solo tv y esperando muy pronto que llegue la	no solo con el servicio de tv	no solo con el servicio de tv	no solo con el servicio de tv	no solo con el servicio de tv	no solo con el servicio de tv	no solo con el servicio de tv	no solo con el servicio de tv	no solo con el servicio de tv	no solo con el servicio de tv
3	¿Qué expectativas tiene con el servicio de Alpavision?	una buena señal porque uno realmente busca es economia	un servicio bueno como los canales culturales como el canal 2	en el sector donde vivo hasta el momento la señal es muy buena	tener una buena atencion de la empresa	tener una buena señal de tv	la variedad de canales ya que son muy educativos y la buena señal	la señal antes era buena	tener una buena señal	son pocas porque el servicio es regular	por los partidos del huila
4	¿Qué expectativas positivas y negativas que ha tenido con el servicio de televisión por cable e internet de alpavision HD?	de dificultades seria el recibo que a veces no llega	culturales ya que son muy importantes para la educacion. Negativas, a veces se presentan	en lo negativo que se odria extender mas en el servicio de internet	en lo negativo a veces se va la señal pero regresa pronto	que se va la señal, pero llamamos y de inmediato lo arreglan	ahora ultimamente dura dos a tres dias sin servicio	actualmente cuando no se va la señal, es demaciado repetido los canales	negativo y para resaltar que muestran buen entretenimiento	a veces lo cortan y los recibos llegan doble	a veces se va la señal pero uno llama y de una vez la arreglan
5	¿Qué tipo de dificultades ha tenido con el servicio?	que pide un mantenimiento y se demore mas de lo esperado	que las personas intentan colgarse y dañan la señal	hasta ahora no he tenido ninguna dificultad	a veces interferencias en la señal	se va la señal de dos a tres dias	que al momento no ha llegado señal de internet y la estoy necesitando	llamamos pero no dan ninguna explicacion, otra es que los recibos estando aldia legan	hasta ahora no he tenido ninguna dificultad	que los recibos estan al dia y siempre llegan doble	solo cuando se va la señal
6	¿Cuántas ventajas que conoce al tener el servicio de alpavision?	la señal que es muy buena y la parrilla de canales	es un servicio muy comodo en cuanto al tema monetario en comparacion con otras empresas	lo que he escuchado son los premios mensuales y otra que es muy	la principal que es economico	que alpavision es una de las empresas mas economicas	la principal es la economia y la facilidad de pago	no conozco ventajas porque cuando me afilie no me las explicaron	es un servicio muy economico	que es muy economico comparado con otras empresas	que es muy economico
7	¿alpavision HD realiza actividades constantes en cuales y de qué manera ha participado?	he participado de los premios mensuales, me gane una licuadora	en las que realiza el canal como la celebracion de los niños y ahora tambien el de las madres	no he podido participar pero si he sido testigo de de las actividades que realizan	si las conozco pero nunca he participado	no he participado y no las conozco	si la he visto pero no he podido participar	no tengo conocimiento de ninguna actividad	no las conozco y no he participado	no las conozco y no he participado	si en los premios de cada mes como el que van a realizar ahora el de las madres
8	¿Cuáles de las actividades que le llama más la atención?	indudablemente es la de fin de año el premio que entrega la empresa	la que mas me llama la atencion es la actividad de celebracion de madres	la que mas me ha llamado la atencion fue el premio de la moto al ver la gente tan emocionada	los premios que realiza el canal	no las conozco	me gusta es la revista pero hoy ya esta agotada	no las conozco	no las conozco y no he participado	no las conozco y no he participado	fue uno que gane el de amor y amistad, que nos llevaron a cenar
9	¿Si tuviera la oportunidad de recomendar el servicio de alpavision como y porque lo haría?	capacidad de respuesta y por la atencion en las oficinas y los puntos de recaudo so muy rapidos	la recomendaria principalmete porque es una empresa mas favorable para el bolsillo y por los canales de tv y variedad	haría porque es una empresa huilense y debemos apoyar lo nuestro y otra parte por lo economico y no se necesita	si diciendole a la gente que se inscriba porque es muy economico	si claro lo recomendaria porque es muy economico	si claro por la calidad de la imagen y lo economico	lo haria pero con algunas contras, como exigiendo un buen servicio	si clro lo haria por el buen servicio que ofrecen	la verdad tengo ganas de cambiarme pero por situaciones economicas me he quedado	si claro por el buen servicio

10.3. ANEXO 3. ANALISIS DE ENTREVISTA

Tabla 3 ANALISIS DE ENTREVISTA.

ENTREVISTA		ANALISIS									
PREGUNTAS		Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10
1	¿Qué lo llevo a elegir el servicio de televisión por cable e internet de alpavision HD?	Tarifa parrilla de canales	buen servicio canales culturales	arrendada - ya estaba el servicio	buena atencion	por mi mama	calidad imagen canales	ya estaba el servicio	variedad de canales	economico	canales transmitidos
2	¿Cuenta con otro servicio de alpavision?	esperando internet	solo tv	solo tv	solo tv	solo tv	esperando internet	solo tv	solo tv	solo tv	solo tv
3	¿Qué expectativas tiene con el servicio de Alpavision?	señal buena economia	buen servicio	señal buena premios	buen servicio	buena señal	buen servicio	señal buena	buen servicio	servicio regular	parrilla de canales
4	Cuéntenos las experiencias positivas y negativas que ha tenido con el servicio de televisión por cable e internet de alpavision HD?	buenos canales	programas culturales	extendiendo	interferencia de señal	se va la señal	programacion de canales	se va la señal			se va la señal
		no llega recibos	interferencia de señal	falta de internet	buen mantenimiento	inmediato la arreglan	dias sin servicio	repeticion de canales	no he tenido	cortan mucho el servicio	la arreglan de inmediato
5	¿Qué tipo de dificultades ha tenido con el servicio?	se demora el mantenimiento	algunos dias señal mala	demora en el mantenimiento	interferencia de señal	interferencia en la señal	mala señal	recibos en mora	-	llega factura doble	interferencias
6	Cuéntanos las ventajas que conoce al tener el servicio de alpavision?	economico premios	monetario (economico)	economico	economico	economia	economia facilidad de pago	no conozco	barato	economico	economico
7	¿alpavision HD realiza actividades constantes en cuales y de qué manera ha participado?	premios meensuales	celebracion de los niños	premios	nunca he participado	no las conozco	no he podido participar	-	no las conozco	no las conozco	premios de cada mes
8	¿Cuáles de las actividades que le llama más la atención?	final de año	celebracion madres	el premio de la moto	-	-	la revista	-	-	-	gane , amor y amistad
9	¿Si tuviera la oportunidad de recomendar el servicio de alpavision como y porque lo haría?	rapides respuesta recaudos	economia variedad	huilense pocos requisitos	atencion	economico	economico	exigiendo un buen servicio	economia	economia	buena atencion

10.4. ANEXO 4. FOTOS







CANAL 2 SEÑAL EN VIVO



----- ○ ○ ○ ○ ○