
LOS CONSUMIDORES VAN A MEJORAR SU BIENESTAR A TRAVÉS DE LOS DISPOSITIVOS PORTABLES

- Los dueños de teléfonos inteligentes esperan que la cuantificación y la regulación del estrés aumente la esperanza de vida en un total de dos años
- La cuantificación de tales comportamientos hoy comienza con los *wearables*. Sin embargo, quienes estén muy satisfechos con su bienestar necesitan tanto estilo como funcionalidad: el 55% dice que el diseño de productos es importante, mientras que el 59% compra dispositivos tecnológicos para satisfacer necesidades específicas
- Con un 62% de interesados en un monitor del microclima, el bienestar también exige comprender los peligros para la salud de la sociedad. El interés en el bienestar a nivel personal puede, por lo tanto, inspirar la transformación a nivel de la sociedad

Ericsson (NASDAQ: ERIC) publicó hoy su último reporte del Ericsson ConsumerLab, titulado “Vivir más tiempo: bienestar y el internet”.

Este informe examina qué tan satisfechos están los consumidores con su bienestar total, y cómo se relaciona con su uso de Internet para propósitos de salud y estar en forma. El reporte reúne datos de varios estudios recientes de consumidores que cubren hasta 49 países.

Michael Björn, Jefe de Investigación de Ericsson ConsumerLab, dice: “Quienes ya están satisfechos con su bienestar dicen que son los primeros en intentar nuevos enfoques de salud. Más bien que los típicos usuarios que adoptan la tecnología o aquellos con problemas de salud, por lo tanto vemos a personas que están satisfechas con su bienestar como los primeros en adoptar este tipo de tecnología. Este grupo tiene exigencias muy específicas relacionadas con la nube, privacidad, diseño y funcionalidad que ellos quieren que se satisfagan simultáneamente. Cumplir uno o dos de éstos simplemente no será suficiente”.

Como el 71% de los consumidores está igualmente interesado en cuantificar como están ellos mismos en dispositivos portables, la cuantificación del comportamiento comienza hoy con los *wearables*. Pero la gente ve una gama de servicios basados en la nube que les dan el potencial de vivir vidas más sanas y más largas, ya sea si se puede usar la tecnología o no.

En Latinoamérica, el 12% de los encuestados afirma que usan este tipo de plataformas al menos una vez por semana. Pero la tendencia es que este porcentaje se incrementará aún más. Según la encuesta, el 24% de la demanda de la población está interesada en el uso de cualquiera de estos productos.

El informe también muestra que las esperanzas en el aumento de vida van incluso más allá de los dispositivos personales y de los servicios, haciendo de la salud individual una preocupación de la sociedad.

Björn dice: “Los consumidores en las ciudades que enfrentan desafíos ambientales más grandes muestran un mayor interés en conceptos de salud relacionados con la sociedad, tales como una pulsera que verifica el esmog, o un *wearable* que ayude con caminatas amistosas con el medio ambiente, y podría potencialmente conducir a un ritmo de cambio más rápido. El interés en el bienestar a nivel personal puede por lo tanto inspirar la transformación a nivel de sociedad”.

Los encuestados consideraron tres de cada siete conceptos de salud relacionados con la sociedad como una responsabilidad de los proveedores de servicios médicos, mientras que dos de los conceptos fueron considerados responsabilidad de las autoridades de la ciudad. No obstante, los encuestados dicen que las empresas tecnológicas y las organizaciones de protección del medio ambiente deben proporcionar los dos conceptos restantes.

Björn agrega: “Dado que se espera que los principales proveedores de servicios difieran ampliamente, el ecosistema para unificar esto será complejo. Las personas opinan que la información médica es altamente sensible, y aquellos que tienen probabilidades de adoptar servicios de bienestar tempranamente valoran la integridad de esa información más que otras.”

Ericsson ConsumerLab es una unidad de investigación del consumidor global que estudia el uso y las actitudes del consumidor hacia las TIC en más de 40 países cada año. Como la voz del consumidor de Ericsson tanto externa como internamente, ConsumerLab ayuda a los clientes, así como a las organizaciones de la industria y a los responsables de las políticas, a comprender las implicaciones de las necesidades del consumidor.

NOTAS PARA LOS EDITORES

Descargue fotos en alta resolución y video en calidad de transmisión de:

www.ericsson.com/mx/thecompany/press

COMUNICADO DE
PRENSA
MARZO 12, 2015



Ericsson es la fuerza que impulsa la Sociedad Conectada – una empresa líder en tecnología y servicios de comunicaciones. Nuestras relaciones a largo plazo con todos los principales operadores de telecomunicaciones en el mundo permiten a las personas, empresas y sociedades desarrollar su potencial y crear un futuro más sustentable.

Nuestros servicios de software y soluciones de infraestructura –especialmente en temas de movilidad, banda ancha y en la nube– permiten a la industria de las telecomunicaciones y a otros sectores hacer mejores negocios, aumentar la eficiencia, mejorar la experiencia del usuario y captar nuevas oportunidades.

Con más de 115 mil profesionales y clientes en 180 países, combinamos la escala global con tecnología y liderazgo en servicios. Soportamos las redes que conectan a más de 2.500 millones de abonados. El 40% del tráfico móvil en todo el mundo pasa a través de redes Ericsson. Nuestras inversiones en investigación y desarrollo (I+D) aseguran que nuestras soluciones –y nuestros clientes– permanezcan al frente.

Fundada en 1876, Ericsson tiene su sede en Estocolmo, Suecia. Las ventas netas en 2014 fueron de 228.000 millones de coronas suecas (33.100 millones de dólares). Ericsson cotiza en NASDAQ OMX de Estocolmo y NASDAQ en la bolsa de Nueva York.

En América Latina tenemos presencia desde 1896, cuando entregamos equipos por primera vez en Colombia. A principios del Siglo XX, aumentamos nuestra participación en el continente americano, firmando acuerdos en Argentina, Brasil y México. En la actualidad, estamos presentes en más de 50 países con oficinas de América del Sur, América Central, México y el Caribe, además de dos Unidades de Producción, un Centro de Innovación con actividades de I+D, un Centro de Entrenamiento y un Centro Global de Servicios. Ericsson es el proveedor líder del sector telecomunicaciones con más del 40% de cuota de mercado en América Latina y más de 100 contratos de servicios en telecomunicaciones en la región.

www.ericsson.com/mx

www.ericsson.com/mx/news

[www.twitter.com/ericssonlatam](https://twitter.com/ericssonlatam)

www.facebook.com/ericssonlatinamerica

www.youtube.com/ericssonlatam

COMUNICADO DE
PRENSA
MARZO 12, 2015



PARA MAYOR INFORMACIÓN PUEDE CONTACTAR A:

México:

Luis Javier Flores
External Communications
Phone: +52 55 1103 0442
E-mail: luis.javier.flores@ericsson.com

Centroamérica y Caribe:

Paola Torres
Brand Experience and External Communications
Phone: +506 25190800
E-mail: paola.a.torres@ericsson.com

Sudamérica:

Karina Martini
External Communications
Phone: +56 2 372 5048
E-mail: karina.martini@ericsson.com