
ESTUDIO ERICSSON: LA EXPERIENCIA CON LAS APLICACIONES Y LA TRANSMISIÓN DE VIDEO DETERMINAN LA FIDELIDAD DEL CLIENTE

- Nuevos usos de las aplicaciones de video están ocasionando inconvenientes en los smartphones, a pesar de la mejora en las redes.
- Tres de cada cinco usuarios de smartphones en el mundo enfrentan más de 11 problemas al menos semanalmente, y tienen el doble de probabilidad de considerar un cambio de operador.
- El Nivel de recomendación o NPS (por sus siglas en inglés: Net Promoter Score) ya no es suficiente para medir la fidelidad de los usuarios de smartphones.

En el negocio de banda ancha móvil, la fidelidad del cliente no es lo que parece. A medida que el comportamiento de los usuarios de smartphones cambia, las mediciones tradicionales ya no son suficientes para determinar si los clientes son fieles a su operador, según un nuevo reporte de Ericsson ConsumerLab.

A pesar de todas las mejoras que se han implementado en las redes móviles desde el 2013, la cantidad de usuarios de smartphones que enfrentan problemas a diario no ha cambiado. Una de las razones principales de ello es el nuevo comportamiento mundial en el uso de transmisión de video en vivo: que va desde Corea del Sur, donde un tercio de los usuarios de smartphones ve videos en vivo transmitidos por otros usuarios, hasta los Estados Unidos donde el 14% de estos usuarios ha empezado a usar aplicaciones de transmisión de videos en vivo. En Brasil, un tercio de los usuarios de smartphones que fueron encuestados ha visto videos en vivo transmitidos por otras personas en Facebook, mientras que el 23% manifiesta que vieron videojuegos en vivo usando aplicaciones de eSports.

Sin embargo, aunque el comportamiento del consumidor haya cambiado, no sucede lo mismo con las mediciones de fidelidad del cliente ampliamente utilizadas en la industria de telecomunicaciones. El informe titulado “La experiencia determina la fidelidad del cliente móvil” indica que el Nivel de recomendación o NPS (por sus siglas en inglés: Net Promoter Score) no permite determinar la preferencia de los usuarios por su operador de red móvil, principalmente por que no se toma en cuenta las expectativas cambiantes por el desempeño

COMUNICADO DE PRENSA

22 de setiembre de 2016



de red como consecuencia del nuevo comportamiento de las aplicaciones de transmisión de video.

El informe indica que los usuarios de smartphones que enfrentan 11 o más problemas semanales tienen casi el doble de probabilidad de considerar un cambio de operador. De manera alarmante, tres de cada cinco usuarios de smartphones afirman que enfrentan más de 11 problemas al menos semanalmente, y las fallas en transmisión de video ahora son las más comunes.

El informe ofrece seis perfiles de fidelidad diferentes para cuantificar los distintos motivos y preferencias que los usuarios de smartphones muestran por su operador. En muchos casos, los consumidores que afirman que recomendarían a su operador lo hacen no porque prefieran a su operador, sino porque no pueden identificar una mejor alternativa, indica el informe.

El informe encontró que la experiencia de banda ancha móvil sigue siendo el impulsor principal de la fidelidad de los usuarios de smartphones para con sus operadores. Sin embargo, también surge como una fuente común de insatisfacción entre el 73% de los usuarios a nivel mundial. En mercados de alto crecimiento como Brasil y la India, la experiencia de banda ancha móvil es dos veces más importante que la experiencia de voz para impulsar la fidelidad del usuario de smartphones.

Los usuarios de smartphones aplican su propio criterio para juzgar la experiencia de banda ancha, basándose en cómo funcionan las aplicaciones – particularmente si las aplicaciones de video transmiten sin interrupción, o cuán rápido los usuarios pueden subir contenido para compartirlo en sus redes sociales. Estudios muestran que los usuarios de smartphones del milenio, conocidos como “Millennials” (18 a 24 años de edad), extraordinariamente prefieren evaluar a los operadores de acuerdo a cómo funciona su red social favorita y cómo se desempeñan las aplicaciones de transmisión de video en la red, en vez de la extensión y el alcance de la cobertura de red.

“A medida que aparecen nuevas aplicaciones y el comportamiento de uso de video evoluciona, el desempeño de la red tendrá más importancia que nunca y determinará cuán fieles serán los usuarios de smartphones con sus operadores”, explica Diana Moya, Directora de de Ericsson ConsumerLab para Latinoamérica.

Las opiniones expresadas en la encuesta representan a 650 millones de usuarios de smartphones en 14 mercados: Brasil, China, Alemania, la India, Indonesia, Irlanda, Omán, Polonia, Rusia, Suecia, Corea del Sur, Ucrania, los Estados Unidos y el Reino Unido.

COMUNICADO DE PRENSA

22 de setiembre de 2016



Acerca del informe

Este estudio incluyó tanto el enfoque cualitativo como el cuantitativo, además de mediciones en el dispositivo. Un total de 30 usuarios de smartphone de Corea del Sur, los Estados Unidos y el Reino Unido participaron en exhaustivas entrevistas presenciales.

En febrero de 2016, 1.000 usuarios de smartphones en 14 mercados mundiales participaron en una encuesta en línea (a excepción de la India, en donde participaron 2.000 usuarios). Un total de 15.000 usuarios de smartphones de iPhone y Android entre los 18 y 69 años de edad formaron parte de la encuesta, usuarios de Brasil, China, Alemania, la India, Indonesia, Irlanda, Omán, Polonia, Rusia, Suecia, Corea del Sur, Ucrania, los Estados Unidos y el Reino Unido. Todos ellos evaluaron las aplicaciones usadas en la banda ancha móvil por lo menos una vez a la semana.

Las opiniones expresadas en la encuesta representan a los 650 millones de usuarios de smartphones de 14 mercados.

Se utilizaron indicadores de medición en los dispositivos, en 11.500 smartphones de Android en Corea del Sur y los Estados Unidos con el fin de registrar cada interacción que los usuarios tuvieron con sus smartphones (datos recolectados por Nielsen en octubre de 2015).

NOTA A LOS EDITORES

[La experiencia determina la fidelidad del cliente móvil](#)

[Seminario por internet a medida](#)

Para mayor información sobre paquetes multimedia, documentos informativos y fotos en alta resolución, visite www.ericsson.com/press

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. Damos soporte a 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

COMUNICADO DE PRENSA

22 de setiembre de 2016



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 2015 fueron de 246.900 millones de coronas suecas (29.400 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 en 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

www.facebook.com/ericssonlatinamerica

www.youtube.com/ericssonlatam

www.slideshare.net/EricssonLatinAmerica

PARA MAYOR INFORMACIÓN PUEDE CONTACTAR A:

Centroamérica y Caribe:

Wendi Patrick, External Communications

Correo: wendi.patrick@ericsson.com

Sudamérica y México

Karina Martini, External Communications

Correo: karina.martini@ericsson.com