

SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL Y ESTUDIO DE TELEFONÍA CELULAR

Reporte ACSI 2021-2022



La satisfacción de los clientes es una fuerza motriz que influye en las perspectivas financieras de las empresas individuales y la salud de la economía estadounidense en general. Los nuevos resultados del Índice Americano de Satisfacción del Cliente (ACSI® por sus siglas en inglés) incluyen puntos de referencia de la satisfacción del cliente para el sector de la telefonía móvil en general, así como tres categorías de marcas de servicios de telefonía móvil: *Operadores de Redes Móviles*, *Operadores Móviles Virtuales (OMV) de Servicio Completo* y *Operadores Móviles Virtuales (OMV) de valor*. Además, el estudio proporciona puntos de referencia para los fabricantes de teléfonos móviles y las marcas de teléfonos inteligentes. Para cada sector, ACSI recoge las opiniones de los consumidores sobre elementos críticos de la experiencia del cliente.

El estudio ACSI sobre servicios de telefonía móvil y celulares 2021-2022 se basa en entrevistas con 23.411 clientes, elegidos al azar y contactados por correo electrónico entre abril de 2021 y marzo de 2022. Se pide a los clientes que evalúen sus experiencias recientes con las mayores compañías en términos de cuota de mercado, más una categoría de compañías llamada "otros" -y, por tanto, más pequeñas- empresas de cada sector.

ACSI: SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL

Empresa	2021	2022	% Variación
Servicio de telefonía móvil	74	73	-1,40%
TracFone Wireless (Verizon)	75	75	0%
AT&T	74	74	0%
Otros	73	73	0%
T-Mobile	73	73	0%
Verizon	74	73	-1%
U.S. Cellular	69	71	3%

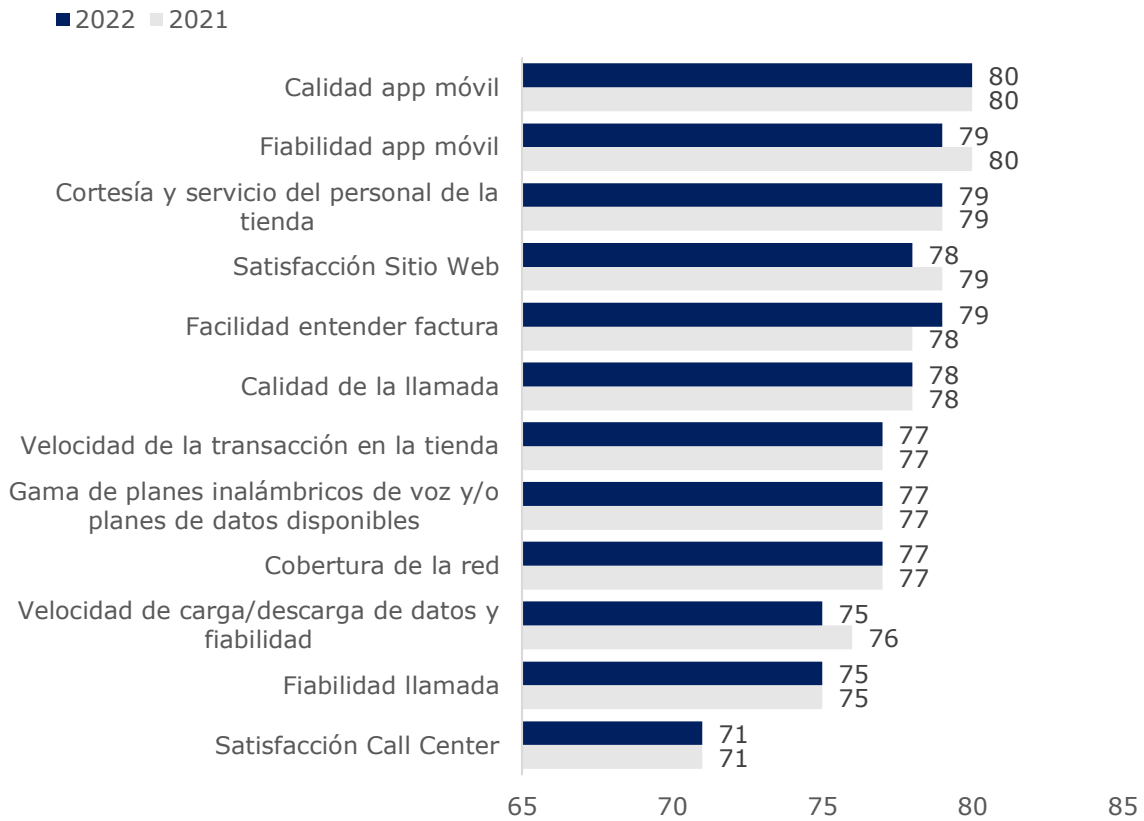
2022 ACSI LLC. All rights reserved

Gráfica: CIV

ACSI (Escala 0-100)

SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL

Benchmarks Experiencia del Cliente



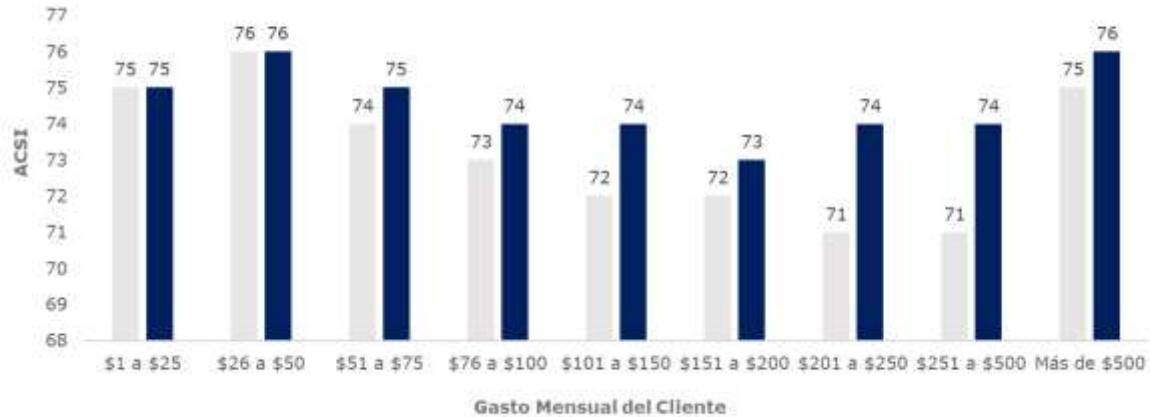
2022 ACSI LLC. All rights reserved
Gráfica: CIV

Como parte de la encuesta de ACSI, se pregunta a los encuestados cuánto gastan cada mes por su servicio de telefonía móvil. Esta información, además de los datos de satisfacción y fidelidad de los clientes de satisfacción y lealtad de los clientes, muestra qué segmentos serían los más rentables si se mejorara la experiencia del cliente.

SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL

Gasto Mensual del Cliente: ACSI y Lealtad

■ ACSI ■ Lealtad del Cliente



2022 ACSI LLC. All rights reserved.
Gráfica: CIV

ACSI: OPERADORES DE REDES MÓVILES

Empresa	2021	2022	% Variación
Operadores de Redes Móviles	73	73	0,00%
T-Mobile	72	74	3%
AT&T	74	73	-1%
Verizon	74	73	-1%
U.S. Cellular	69	71	3%

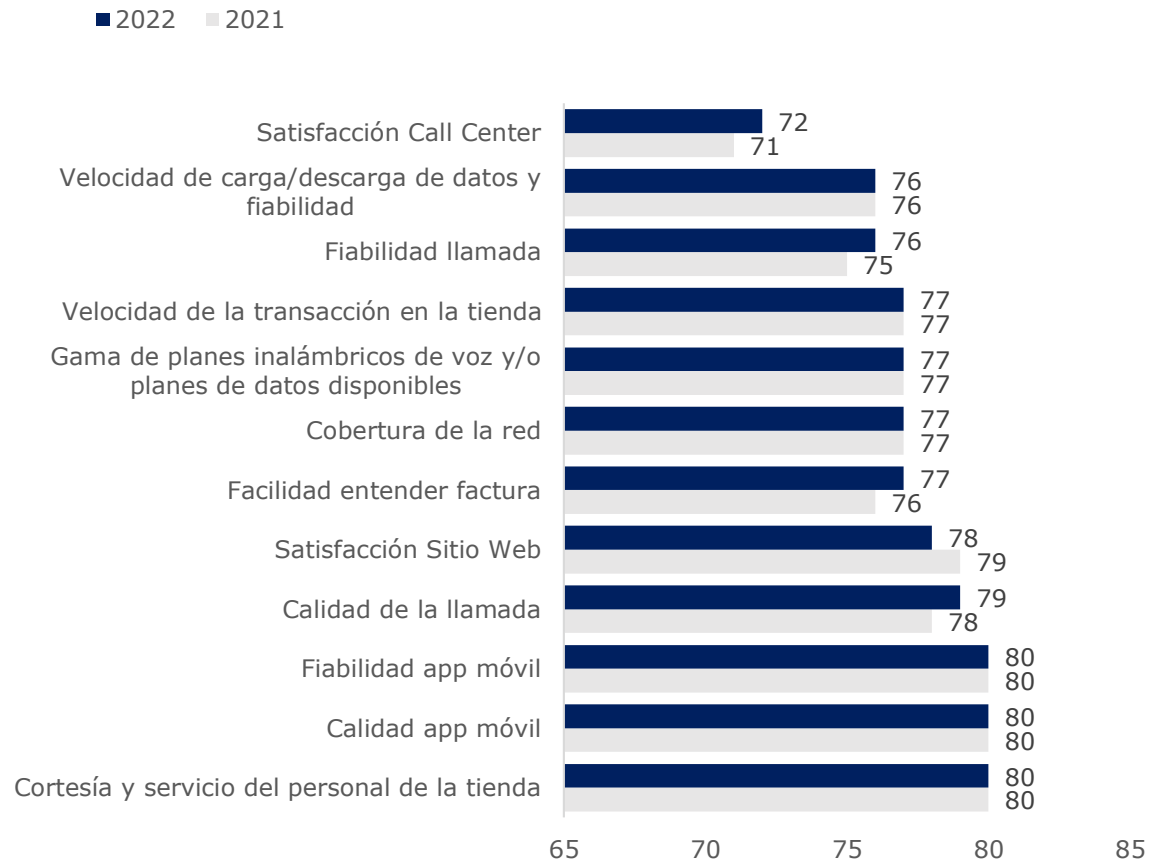
2022 ACSI LLC. All rights reserved.

Gráfica: CIV

ACSI (Escala 0-100)

OPERADORES DE REDES MÓVILES

Benchmarks Experiencia del Cliente

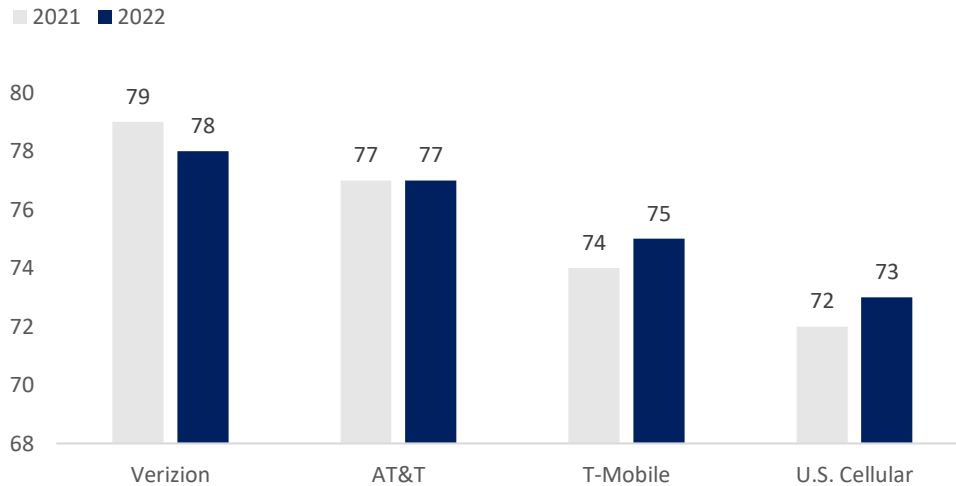


2022 ACSI LLC. All rights reserved
Gráfica: CIV

Para los *Operadores de Redes Móviles*, ACSI proporciona una calificación única de la calidad de la red basada en las evaluaciones de los clientes sobre la calidad de las llamadas (claridad e intensidad), la fiabilidad de las llamadas caídas), la cobertura de la red cobertura de la red y velocidad de los datos.

OPERADORES DE REDES MÓVILES

Calidad de la red



2022 ACSI LLC. All rights reserved
Gráfica: CIV

ACSI: OVM (Operador móvil virtual) de Servicio completo

Empresa	2021	2022	% Variación
OVM (Operador móvil virtual)	73	73	0,00%
Optimun Mobile	NM	77	ND
Cricket Wireless	75	76	1%
Xfinity Mobile	78	76	-3%
Metro by T-Mobile	74	74	0%
Spectrum Mobile	75	74	-1%
Boost Mobile	71	71	0%

NM = No Medido

ND = No Disponible

2022 ACSI LLC. All rights reserved

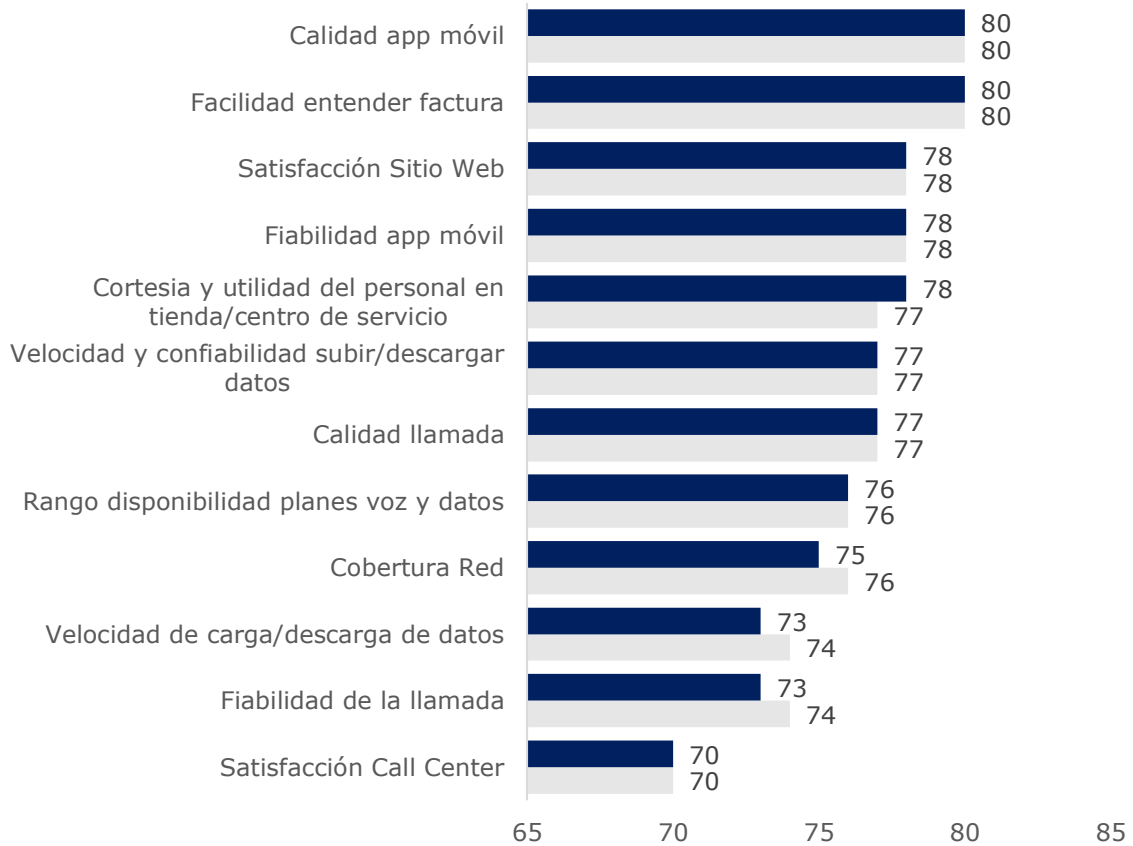
Gráfica: CIV

ACSI (Escala 0-100)

OVM (Operador móvil virtual) de Servicio completo

Benchmarks Experiencia del Cliente

■ 2022 ■ 2021



2022 ACSI LLC. All rights reserved
Gráfica: CIV

ACSI: OVM (Operador móvil virtual) de Valor

Empresa	2021	2022	% Variación
OVM (Operador móvil virtual)	75	75	0,00%
Consumer Cellular	77	78	1%
Straight Talk Wireless	76	76	0%
Tracfone	75	76	1%
Walmart Family Mobile	69	74	7%
Simple Mobile	71	73	3%
Total Wireless	75	73	-3%
SafeLink Wireless	73	72	-1%
Assurance Wireless	67	70	4%
Q Link Wireless	68	68	0%

2022 ACSI LLC. All rights reserved

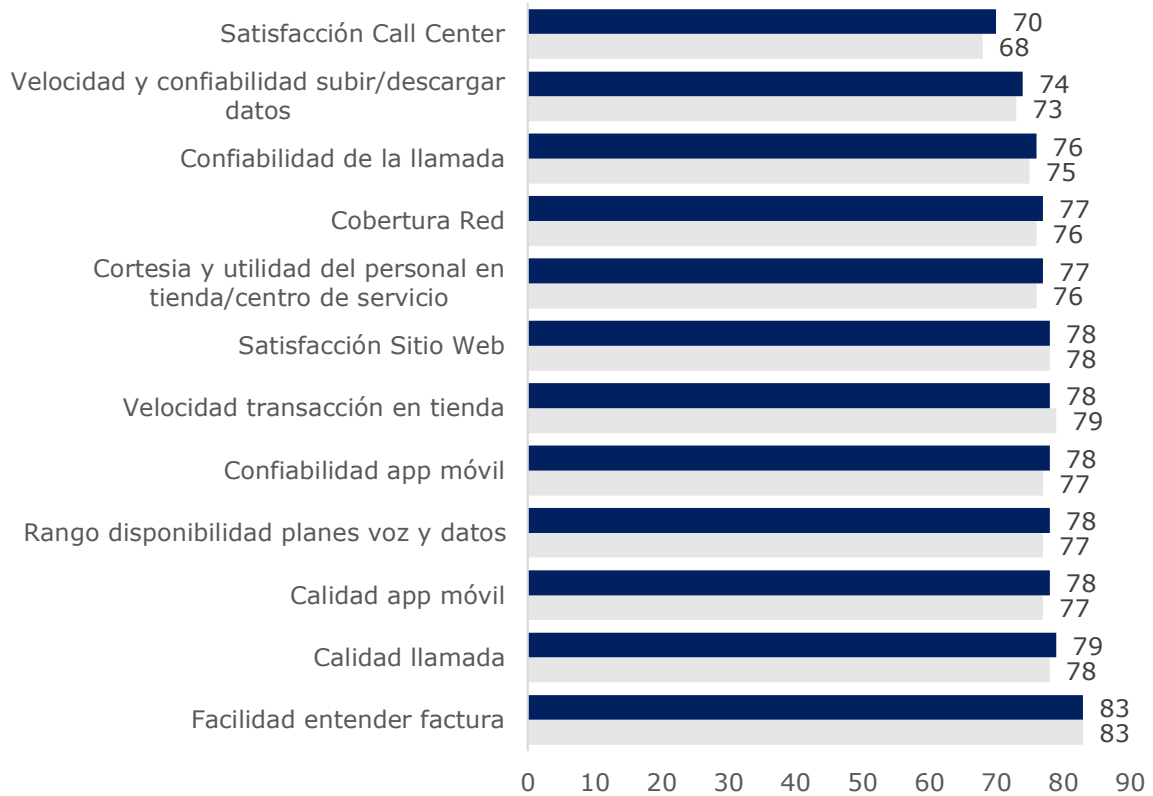
Gráfica: CIV

ACSI (Escala 0-100)

OVM (Operador móvil virtual) de Valor

Benchmarks Experiencia del Cliente

■ 2022 ■ 2021



2022 ACSI LLC. All rights reserved
Gráfica: CIV

ACSI: TELÉFONOS CELULARES

Empresa	2021	2022	% Variación
Teléfonos Celulares	79	79	0,0%
Apple	80	80	0%
Samsung	81	80	-1%
Google	80	77	-4%
Motorola (Lenovo)	80	77	-4%
LG	77	75	-3%
Otros	73	74	1%

2022 ACSILLC. All rights reserved

Gráfica: CIV

ACSI (Escala 0-100)

ACSI: MARCAS TELÉFONOS INTELIGENTES

Marca	Empresa	2022
Galaxy S20 Ultra	Samsung	86
LG Aristo 3	LG	84
iPhone 11 Pro Max	Apple	82
Galaxy S20	Samsung	82
Galaxy S10	Samsung	82
Pixel 4	Google	81
Galaxy S20 Plus	Samsung	81
iPhone 11	Apple	80
iPhone 11 Pro	Apple	80
iPhone XR	Apple	80
LG Aristo 3+	LG	80
iPhone SE 2nd Generation	Apple	80
Galaxy A20	Samsung	80
HTC U12+	HTC	79
Galaxy A21	Samsung	78
Galaxy A51	Samsung	78
Galaxy A10e	Samsung	77
Galaxy A11	Samsung	76
LG Stylo 6	LG	75
iPhone SE	Apple	73
Galaxy A01	Samsung	73

2022 ACSI LLC. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

CELULARES

Benchmarks Experiencia del Cliente



2022 ACSI LLC. All rights reserved
Gráfica: CIV

Sobre este informe

Los datos de la encuesta se utilizan como datos de entrada al modelo econométrico de causa y efecto de ACSI, que estima la satisfacción del cliente como resultado de los datos medidos por la encuesta de las expectativas del cliente, las percepciones de calidad y las percepciones de valor. El modelo ACSI, a su vez, vincula la satisfacción del cliente con los resultados medidos por la encuesta de las quejas y la lealtad del cliente. Los clientes ACSI reciben datos confidenciales competitivos de la industria y los mejores en su clase sobre todas las variables modeladas y puntos de referencia de la experiencia del cliente.

ACSI y su logotipo son marcas registradas de la Universidad de Michigan, con licencia mundial otorgada exclusivamente a American Customer Satisfaction Index LLC con el derecho de sublicenciar.

No se puede hacer publicidad u otro uso promocional de los datos e información en este informe sin el consentimiento previo por escrito de ACSI LLC.