

# SERVICIOS INALÁMBRICOS Y TELÉFONOSCELULARES

Reporte ACSI 2019-2020



## *Disminución de satisfacción del cliente para el servicio telefónico inalámbrico; los teléfonos celulares alcanzan un nuevo nivel*

Después de casi dos años de espera para completar su fusión, *T-Mobile* y *Sprint* son uno. El trato finalizó en abril de 2020, juntando al tercer y cuarto operador inalámbrico más grande del país. El nuevo *T-Mobile*, sin embargo, no representa el matrimonio por igual de la satisfacción del cliente ya que se unen, el operador de redes móviles de primer nivel (*T-Mobile*) y el de último lugar (*Sprint*). La medida podría significar problemas de satisfacción del cliente para la nueva entidad, ya que integra redes y planes de servicio en los próximos años.

2019 trajo otro cambio histórico para los consumidores estadounidenses: el advenimiento de las primeras redes móviles 5G de la nación. Mientras que las redes 5G están listas para convertirse en el nuevo estándar en conectividad, la revolución 5G acaba de comenzar y la cobertura sigue siendo esporádica. *Verizon Wireless* fue el primero en salir en abril de 2019 que actualmente cuenta con la cobertura más amplia. Incluso jugadores nuevos, incluidos los operadores de red virtual móvil por cable como *Xfinity Mobile* de Comcast, anticipan ofrecer 5G en el futuro, haciéndolos más competitivos contra los grandes operadores de red.

El lanzamiento de 5G continuará hasta 2020 y se prevé que llegue a mil millones de clientes para 2023, aunque debido al impacto futuro de la pandemia de coronavirus aún está por verse. En respuesta a la pandemia, los principales operadores se han adherido a la promesa de la Comisión Federal de Comunicaciones de mantener a los americanos conectados, enfocándose en aliviar las cargas económicas ante la crisis.

En medio de estos desarrollos importantes en la industria del servicio telefónico inalámbrico, la satisfacción del cliente en general retrocede **1.3%** a un puntaje de **74** en el índice ACSI en una escala de 100 puntos. En los últimos cuatro años, la satisfacción de la industria ha sido relativamente estable en el rango medio de **73** a **75** puntos. Esto supera con creces los puntajes anteriores de la industria cuando los contratos eran una parte rutinaria de la experiencia inalámbrica. Las principales empresas ahora ofrecen múltiples marcas que atienden a diferentes segmentos de clientes en los espectros prepago y pospago.

Este informe cubre tres categorías de proveedores de servicios de telefonía inalámbrica: Operadores de Red Móvil, Operador Móvil Virtual de Servicio Completo y Operador Móvil Virtual de Valor, así como Fabricantes de Teléfonos

Celulares y Marcas de Teléfonos Inteligentes. Los resultados se basan en encuestas realizadas durante un período de 12 meses que terminaron en marzo de 2020. En las tres categorías inalámbricas, el consumo de celulares de Operador Móvil Virtual de Valor se ubica en el lugar más alto en general por segundo año consecutivo. Entre los Fabricantes de Teléfonos Celulares, continúa una batalla de dos vías ya que 7 de cada 10 clientes encuestados compraron un dispositivo *Apple* o *Samsung* durante el año pasado.

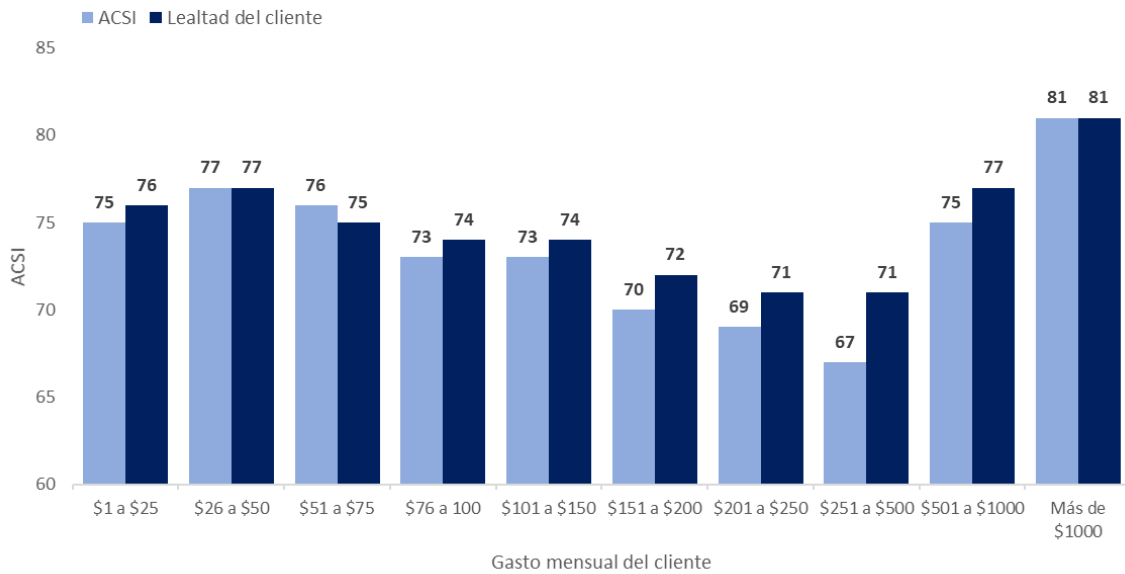
Como parte de la encuesta de ACSI, se pregunta a los encuestados cuánto gastan cada mes en su servicio telefónico inalámbrico, esta información, además de los datos de la satisfacción y lealtad del cliente, muestra qué segmentos de clientes tendrían el mayor beneficio si la experiencia del cliente mejora. Los datos de ACSI indican que las compañías inalámbricas brindan la mayor satisfacción a los clientes que gastan más de 1000 USD por mes. Por lo general, estos son clientes con múltiples líneas para la familia, y recompensan a su proveedor de servicios inalámbricos con la mayor fidelidad del cliente.

Los segmentos de altos costos (los clientes que gastan entre 501 USD y 1000 USD por mes) son relativamente altos en satisfacción y lealtad. Esto tiene sentido ya que las empresas en muchas industrias son a menudo más sensibles a las experiencias de sus clientes de alto margen que de hecho son fuertes impulsores de rentabilidad.

Por otro lado, los clientes más insatisfechos caen en el rango medio en términos de gasto mensual. Colectivamente, los que gastan de 151 USD a 500 USD por mes son los clientes menos satisfechos y leales. Este grupo generalmente representa a los consumidores del plan familiar con varias líneas para mamá, papá y los niños. Este segmento de clientes merece una gran atención por parte de las compañías inalámbricas, ya que representan un grupo de riesgo con mayor probabilidad de abandono y defecto.

## Servicios de teléfono inalámbrico

Gasto mensual del cliente: ACSI y lealtad



2020 ACSI LLC. All rights reserved  
Gráfica: CIV

ACSI (Escala 0-100)

## Operadores de redes móviles

La mayoría de los principales operadores de redes móviles se defienden en satisfacción del cliente, en general estable con un puntaje ACSI de **73**. Si bien este puntaje permanece por debajo de las categorías Operador Móvil Virtual de Servicios Completos (**75**) y Operador Móvil Virtual de Valor (**77**), la brecha de satisfacción se está cerrando considerablemente ya que ambas categorías disminuyeron en 2020.

*T-Mobile* sigue siendo el líder indiscutible del operador de red con un puntaje sin cambios de **76**. Para los clientes, *T-Mobile* ofrece, por mucho, la mejor gama de planes en la categoría. La fusión de alto perfil del operador con *Sprint*, que se completó después de que finalizó el período de la entrevista, está a punto de ser un cambio de juego en la industria. El nuevo *T-Mobile* tiene más de 100 millones de clientes, acercándolo a *AT&T* (141 millones) y *Verizon Wireless* (150 millones).

La brecha de satisfacción entre el operador número uno en satisfacción, *T-Mobile*, con el operador con la puntuación más baja en la categoría, *Sprint* en 66, es de 10 puntos desalentadores, siendo un mal augurio para la futura satisfacción del nuevo *T-Mobile*. En 2019, las perspectivas independientes de *Sprint* eran débiles ya que la pérdida neta de suscriptores de la compañía fue de 297,000 en el segundo trimestre, con una tasa de rotación pospago de 1.78%. Esto contrasta con la baja pospago del Q2 récord de *T-Mobile* del 0.78% y 841,000 adiciones de

suscriptores. *T-Mobile* anticipa tomar tres años para integrar las dos redes, y los clientes *Sprint* probablemente se trasladarán a los planes de *T-Mobile*. Los datos de ACSI muestran que la mayoría de las fusiones impactan negativamente la satisfacción del cliente, al menos a corto plazo, por lo que los próximos años serán interesantes para esta unión.

**ACSI: Servicio de teléfono inalámbrico**  
**Operadores de redes móviles**

Empresa	2019	2020	Variación %
<b>Operadores de redes móviles</b>	<b>73</b>	<b>73</b>	<b>0,0%</b>
T-Mobile	76	76	0%
Verizon Wireless	74	74	0%
AT&T	73	73	0%
U.S. Cellular	74	71	-4%
Sprint	65	66	2%

2020 American Customer Satisfaction Index. All rights reserved ACSI (Escala 0-100)  
 Gráfica: CIV

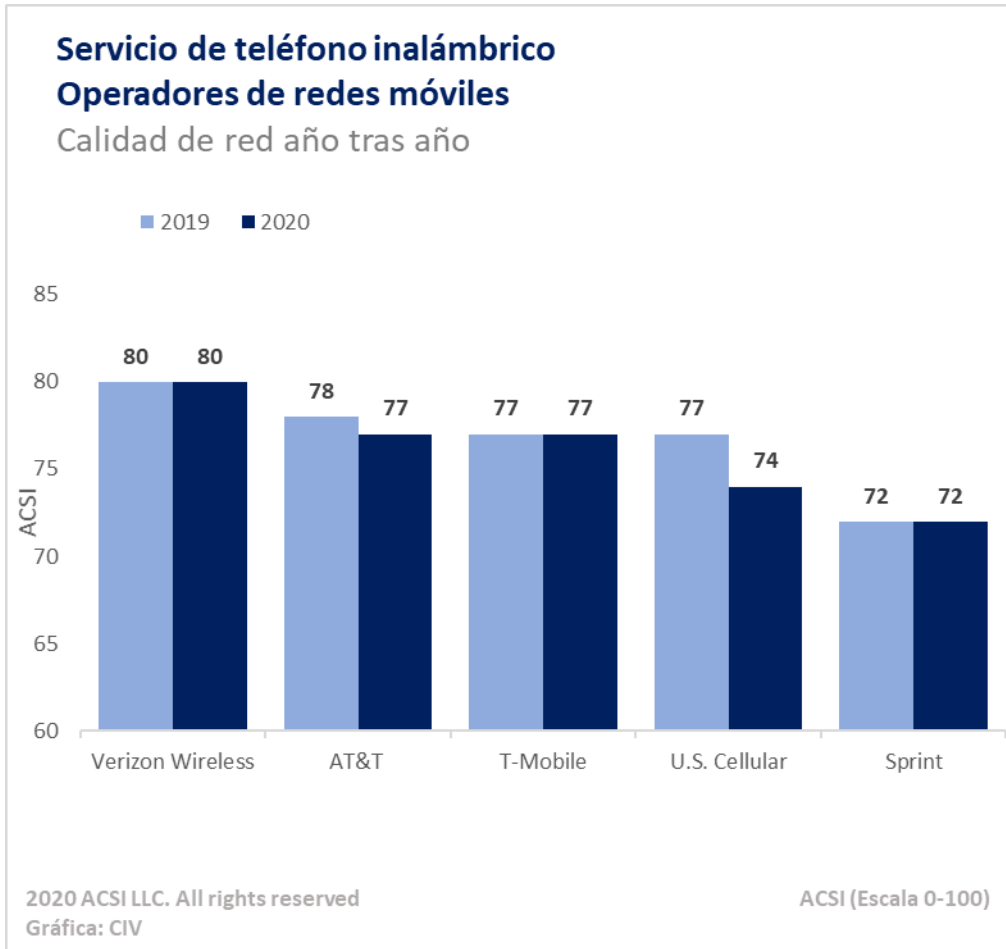
Detrás de *T-Mobile*, los dos operadores más grandes retienen el segundo y tercer lugar: *Verizon Wireless* en **74** y *AT&T* en **73**. Si bien *Verizon* se destaca en cuanto a calidad general, los clientes encuentran promedio el valor del operador en comparación con otros operadores de red.

Si bien la mayoría de los operadores de red son estables, *U.S. Celular* cae 4% a **71**, superando solo a *Sprint*. *U.S. Celular* perdió suscriptores durante partes de 2019 y la fusión pendiente de *T-Mobile-Sprint* dificultó la planificación y la obtención de nuevas asociaciones. Los ingresos por servicios de la compañía, sin embargo, crecieron a medida que los clientes se mudaron a planes más caros y agregaron protección para dispositivos por los teléfonos de costos más altos. Pero a medida que el ingreso promedio por usuario ha crecido, los clientes están mucho menos satisfechos. Datos ACSI muestran que la disminución de la satisfacción se debe en gran medida a percepciones de valor más débiles. Hasta ahora, la nueva marca de *U.S. Celular* de brindar "justicia" a la tecnología inalámbrica no ha resultado en clientes más felices.

Además de medir la satisfacción del cliente para los operadores de redes móviles, ACSI proporciona una calificación única de la calidad de la red basada en evaluaciones de clientes de la calidad de la llamada (claridad y solidez), fiabilidad de llamadas (llamadas perdidas), cobertura de red y velocidad de datos.

*Verizon* continúa ocupando el primer lugar en calidad de red, se mantiene estable con un puntaje de **80**. *AT&T* retrocede 1% a **77** y se vincula con *T-Mobile*. Al igual

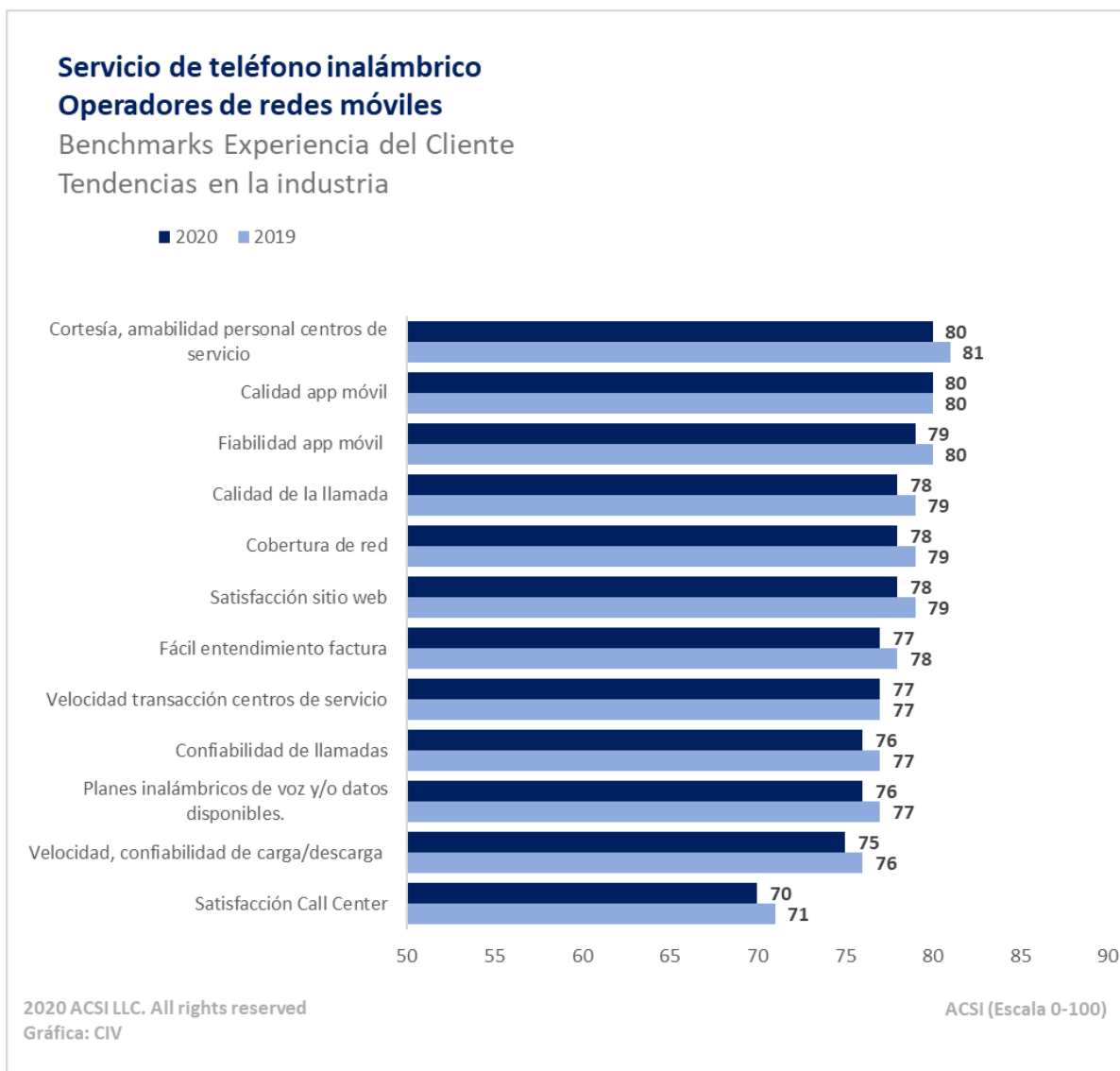
que lo hace para la satisfacción del cliente, *U.S.Cellular* disminuye 4% a **74** en la calidad de la red. Con una huella más pequeña para su propia red, *U.S.Cellular* se asocia con los otros operadores de red para roaming y así brindar a sus clientes una mayor cobertura. Sin embargo, a los suscriptores les falta calidad de red en comparación con los otros principales operadores. *Sprint* queda en último lugar con **72**, la cobertura 4G del nuevo socio *T-Mobile* es más que el doble de *Sprint*. Eventualmente, los clientes de *Sprint* con teléfonos compatibles podrían mejorar servicio a través de la red de *T-Mobile*, pero la integración de los dos operadores llevará tiempo.



La mayoría de los aspectos de la experiencia del cliente para los operadores de red se han debilitado, pero los cambios son pequeños. A pesar de una recesión, cortesía y amabilidad del personal de la tienda o centro de servicio continúa clasificando más alto en **80**. La velocidad de servicio en la tienda no es tan fuerte (**77**). Otra área donde los operadores de red se quedan atrás es la facturación, según los clientes, las facturas del operador de red son mucho más difíciles de entender (**77**).

Las aplicaciones móviles se clasifican bastante bien tanto en calidad (**80**) como en confiabilidad (**79**), aunque las puntuaciones varían ampliamente entre operadores,

la satisfacción del sitio web es ligeramente inferior (**78**), pero la peor puntuación sigue siendo el call center, en **70**. Otros aspectos menos satisfactorios de la experiencia del cliente incluyen: velocidad de datos (**75**), rango de planes (**76**) y llamadas perdidas (**76**).



### Operador Móvil Virtual de servicio completo

Esta categoría cae un 2.6% a un puntaje ACSI de **75** y reduciendo su liderazgo sobre los operadores de red (**73**). En su debut con ACSI, *Xfinity de Comcast* encabeza la categoría con la satisfacción del cliente en un puntaje de **79**. Además, *Xfinity Mobile* ocupa el segundo lugar en las tres categorías inalámbricas, solo por detrás de Consumer Cellular (**83**). Lanzado en 2017, *Xfinity Mobile* está disponible

exclusivamente para clientes de Internet hogar de *Comcast* y se ejecuta en la red de *Verizon*. En todos los servicios inalámbricos, *Xfinity Mobile* es el mejor en su clase por la calidad de su aplicación.

#### ACSI: Servicio de teléfono inalámbrico

##### Operador Móvil Virtual de servicio completo

Empresa	2019	2020	Variación %
<b>OMV de servicio completo</b>	<b>77</b>	<b>75</b>	<b>-2,6%</b>
Xfinity Mobile	NM	79	ND
Cricket Wireless	79	76	-4%
Virgin Mobile	76	76	0%
Boost Mobile	74	74	0%
Metro by T-Mobile	76	74	-3%

2020 American Customer Satisfaction Index. All rights reserved

Gráfica: CIV

ACSI (Escala 0-100)

NM = No medido

ND = No disponible

*Wireless* de *AT&T* cae un 4% a **76**, cediendo su puesto desde hace un año. *Metro* de *T-Mobile*, la marca prepago más grande de EE. UU., cae un 3% al final de la categoría en **74**. En 2019, *T-Mobile* emprendió una reestructuración de su negocio prepago, con la esperanza de volver a encender el crecimiento durante una desaceleración en toda la industria en ventas prepago. Hasta el momento, estos esfuerzos no han levantado la satisfacción del cliente de *Metro*.

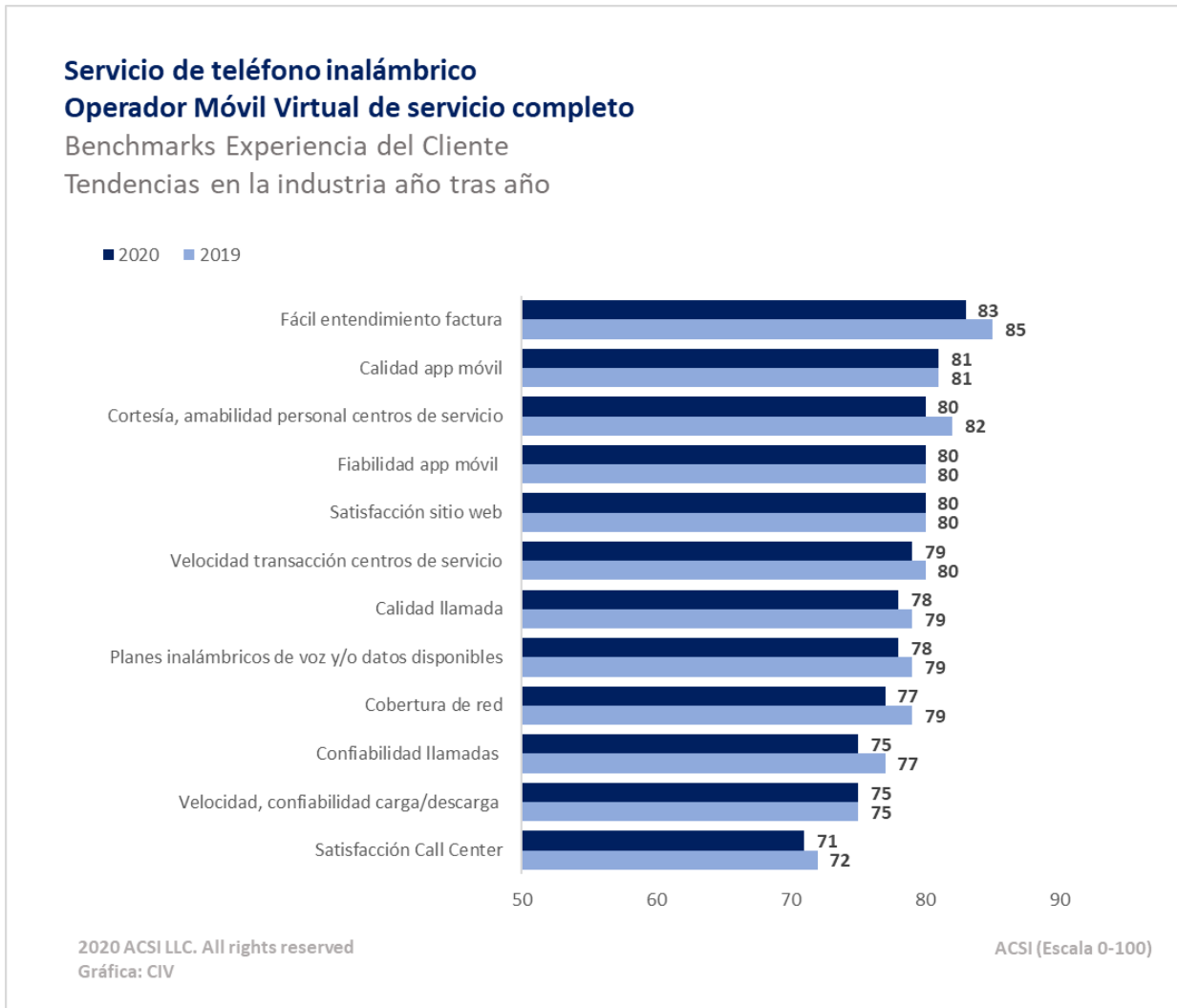
Entre las dos marcas prepago ofrecidas por *Sprint*, la ahora desaparecida *Virgin Mobile* (**76**) se adelanta de *Boost Mobile* (**74**). Durante 2019, *Sprint* retiró su comercialización y distribución para *Virgin Mobile*, luego, a principios de 2020, antes de su fusión con *T-Mobile*, *Sprint* suspendió la marca, moviendo a sus usuarios a *Boost*, a su vez, el acuerdo de fusión estipula que *Boost* se venderá a *Dish Network*.

La mayoría de los aspectos de la experiencia del cliente de esta categoría disminuyen este año mientras la satisfacción general del cliente se debilita. Encabezando la lista, las facturas son fáciles de entender, aunque no son tan altamente calificadas en comparación con hace un año (-2% a **83**). Las aplicaciones móviles funcionan bien en términos de calidad (**81**) y confiabilidad (**80**), y sitios web (**80**) son más satisfactorios que los de los operadores de red (**78**).

A pesar de una disminución, la cortesía del personal (-2% a **80**) coincide con los operadores de red; para velocidad de las transacciones en la tienda, se mantienen por delante (**79**). Los clientes encuentran que la cobertura de red (-3% a **77**) y la fiabilidad de las llamadas (-3% a **75**) han disminuido durante el año pasado, y



preferirían velocidades de datos más rápidas (**75**), igual que con los operadores de red, el servicio del call center es deficiente (**71**).



### Operador Móvil Virtual de valor

En general, los clientes están mucho menos satisfechos ya que la categoría cae un 4.9% a un puntuación ACSI de **77**. Sin embargo, entre las marcas, hay una gran brecha de 17 puntos de arriba a abajo. El operador inalámbrico del hogar número uno en el Índice: *Consumer Cellular*, a pesar de una disminución del 2%, establece la barra de satisfacción del cliente en el alto nivel de **83**. Esto supera los puntajes para el operador de red mejor calificado *T-Mobile* (**76**) o el líder de la anterior categoría *Xfinity Mobile* (**79**).

A principios de 2020, *Consumer Cellular* tenía 3.75 millones de suscriptores a pesar de su salida en 2019 de la venta en tiendas Best Buy. *Consumer Cellular*, que atiende a un grupo demográfico antiguo, funciona bien en gran parte de la

experiencia del cliente y los suscriptores aprecian la variedad de planes que ofrece.

En segundo lugar, *Straight Talk Wireless*, un servicio de *TracFone Wireless*, cae 3% a **78**. Con más de 9.3 millones de suscriptores, *Straight Talk* es la marca más grande de *TracFone*, que vende exclusivamente a través de Walmart. El precio puede ser un problema para *Straight Talk* ya que los datos de ACSI muestran un debilitamiento en las percepciones de los clientes sobre el valor en comparación con hace un año. La satisfacción del cliente con la marca homónima *Tracfone* también disminuye este año, bajó 1% a **76**.

ACSI: Servicio de teléfono inalámbrico  
Operador móvil virtual de valor

Empresa	2019	2020	Variación %
<b>MVNOs de valor</b>	<b>81</b>	<b>77</b>	<b>-4,9%</b>
Consumer Cellular	85	83	-2%
Straight Talk Wireless	80	78	-3%
Tracfone	77	76	-1%
SafeLink Wireless	NM	71	ND
Q Link Wireless	NM	66	ND

2020 American Customer Satisfaction Index. All rights reserved  
Gráfica: CIV

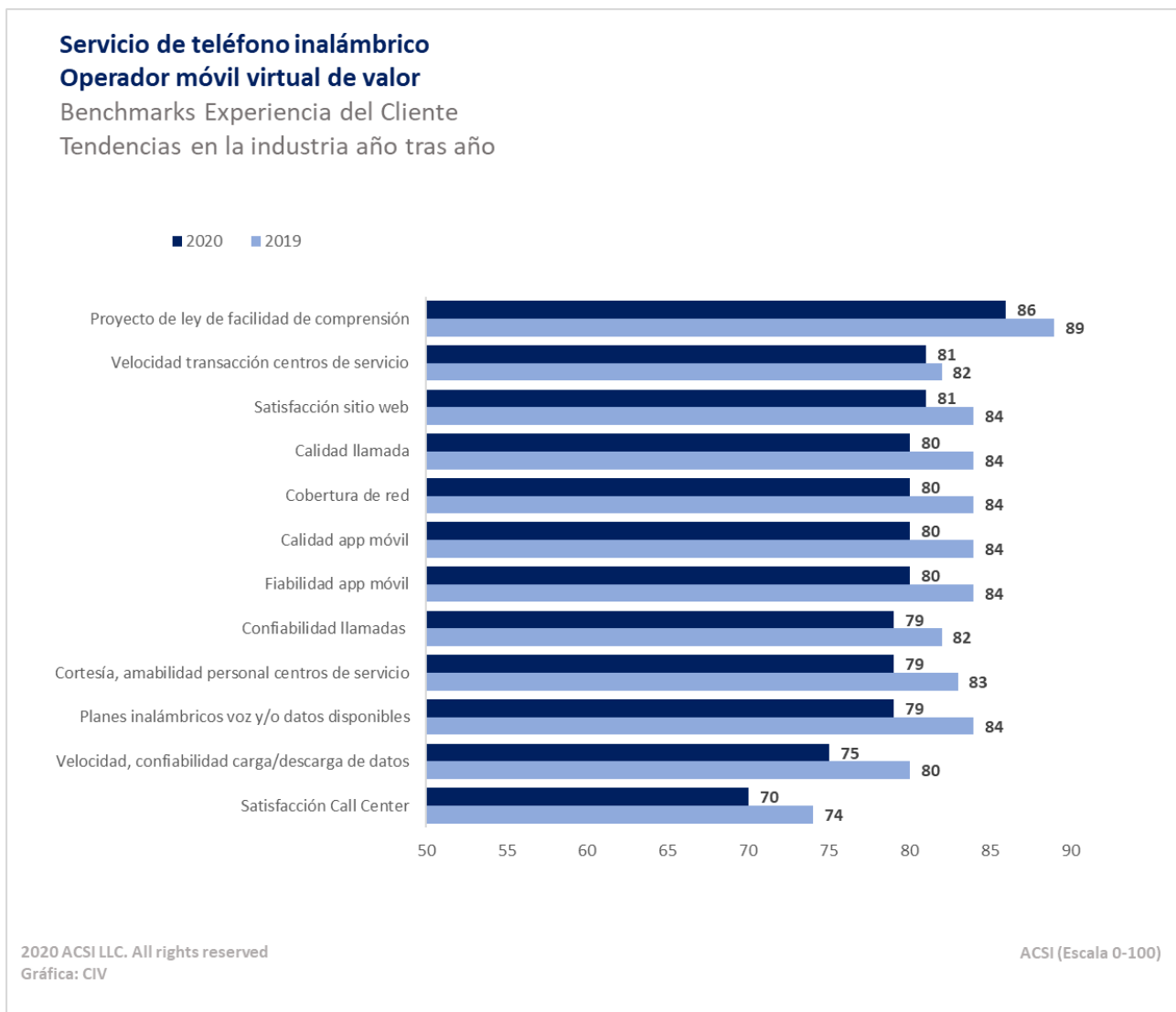
ACSI (Escala 0-100)  
NM = No medido  
ND = No disponible

Mucho más bajo, dos servicios con subsidio federal se unen al Índice en 2020. *SafeLink Wireless* se estrena en **71**. Si bien esto está en el extremo inferior de la categoría, es mucho mejor que *Q Link Wireless* en **66**. En general, los puntajes de satisfacción más bajos no son sorprendentes para estos servicios ya que se centran en ofrecer conectividad básica solamente. Ninguno de los servicios está diseñado para trabajos pesados o uso de datos, y ambos reciben bajas calificaciones de velocidad de datos. A pesar de esto, el puntaje ACSI de *Q Link* se vincula con el operador de red *Sprint* este año, mientras que *SafeLink* en realidad supera a *Sprint* en satisfacción.

Junto con la disminución significativa en la satisfacción del cliente, la experiencia del cliente se deteriora sustancialmente en comparación con hace un año. En general, muchos elementos sufren fuertes caídas del 5% al 6%, acercando la categoría a los puntajes publicados para las otras dos categorías.

Sin embargo, la categoría todavía funciona bien, ya que varios elementos obtienen un puntaje de **80** o más. La mayor parte de la experiencia del cliente sigue siendo la facilidad de facturación, que se retira del alto nivel de 89 a **86**. Los sitios web

son menos satisfactorios este año (-4% a **81**), y las aplicaciones móviles caen un 5%, llegando a **80** por calidad y confiabilidad.



La calidad de la llamada y la cobertura de la red disminuyen 5% a **80**, pero exceden los niveles vistos en las otras categorías. En el extremo opuesto, los clientes se sienten frustrados por la velocidad de los datos, que retrocede un 6% a **75**. Como en otras categorías, los call center necesitan mejorar (-5% a **70**) y son la peor parte de experiencia del cliente.

## Teléfonos celulares

Los teléfonos celulares nunca han hecho más felices a los clientes, ya que la industria en general aumenta un 1.3% a un nuevo máximo de **80**. La ganancia sigue a cuatro años de estabilidad para teléfonos celulares con un puntaje ACSI

de **79**. La industria mejoró la satisfacción del cliente con el tiempo, con una ganancia neta del 16% en los últimos 15 años.

A nivel mundial, las ventas de teléfonos inteligentes disminuyeron 1% en 2019, y Estados Unidos vio el fin del alto crecimiento en las ventas de teléfonos inteligentes de 2017 y 2018. En medio de este debilitamiento general de los teléfonos inteligentes, *Apple* conserva la posición de liderazgo en la participación de mercado de EE. UU., seguida de *Samsung*; *LG* y *Lenovo Motorola* es un distante tercero y cuarto. Si bien 5G sigue siendo una pequeña porción del mercado estadounidense, *Samsung* reclama la mayoría de las ventas, y *Apple* aún no ha lanzado su primer iPhone 5G.

En lo que va de 2020, el mercado de teléfonos inteligentes se ha visto muy afectado por la pandemia mundial. En abril, *Samsung* emitió advertencias sobre posibles interrupciones en la cadena de suministro y una menor demanda de teléfonos inteligentes. Incluso antes de la pandemia, los ciclos de reemplazo de teléfonos inteligentes de EE. UU. habían aumentado en algunas estimaciones a más de 36 meses. El crecimiento de 5G también podría disminuir, ya que es menos probable que los consumidores con problemas de liquidez abran sus billeteras.

Para la satisfacción del cliente, *Apple* (+ 1% a **82**) y *Samsung* (sin cambios en **81**) continúan discutiendo, aunque una pequeña ganancia pone a *Apple* en la cima. Los ingresos totales de *Apple* por iPhone aumentaron 8% en el trimestre de vacaciones de 2019 con fuertes ventas para su serie iPhone 11, que ofrece cámaras avanzadas y duración mejorada de la batería. Los datos de ACSI muestran que los clientes de *Apple* en general están más satisfechos con su duración de la batería del dispositivo en comparación con hace un año.

#### ACSI: Teléfonos celulares

Empresa	2019	2020	Variación %
<b>Teléfonos celulares</b>	<b>79</b>	<b>80</b>	<b>1,3%</b>
Apple	81	82	1%
Samsung	81	81	0%
LG	78	79	1%
Motorola (Lenovo)	80	77	-4%
Otros	72	75	4%

2020 American Customer Satisfaction Index. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

*LG*, con su cuota de mercado mucho más pequeña, sube un 1% a **79**, acercándose a *Samsung*. *LG* ha mejorado constantemente en la satisfacción del

cliente. En la dirección opuesta, *Motorola (Lenovo)* retrocede un 4% a **77** y pierde la ventaja que tenía sobre **LG** en los últimos años. El grupo de fabricantes más pequeños de teléfonos celulares sube 4% a **75**, pero se mantiene en el fondo de la industria.

Entre las marcas de teléfonos inteligentes, la historia de dos fabricantes (*Samsung* o *Apple*) continúa con 17 de los 18 modelos que ganan puntajes de **80** o más. El teléfono número uno es el *Samsung Galaxy Note 9* con un puntaje ACSI de **85**. El Note 9 califica mejor en su clase tanto para funciones del teléfono como para calidad del video. El *Galaxy S9 +* y *S10* siguen a **84**, empatados con el *iPhone XS Max*. Todos estos modelos son anteriores, lanzados en 2018, con la excepción del *S10*. Los cuatro también tienen tamaños de pantalla de 6.1 pulgadas o más.

### ACSI: Marcas de Smartphone

Marca	Fabricante	2020
Galaxy Note 9	Samsung	85
Galaxy S9+	Samsung	84
Galaxy S10	Samsung	84
iPhone XS Max	Apple	84
iPhone X	Apple	83
Galaxy S9	Samsung	83
iPhone 8 Plus	Apple	83
Galaxy S10+	Samsung	83
iPhone 11	Apple	82
iPhone 6S	Apple	82
Galaxy S8	Samsung	82
iPhone 7 Plus	Apple	82
iPhone 11 Pro Max	Apple	82
iPhone 8	Apple	81
iPhone 11 Pro	Apple	81
Galaxy J7 Prime	Samsung	81
iPhone XR	Apple	80
Stylo 5	LG	80
iPhone 7	Apple	79
Galaxy J7	Samsung	78
Galaxy S7	Samsung	78
Galaxy J3	Samsung	76
Galaxy S10e	Samsung	76
K10	LG	75
iPhone 6	Apple	75

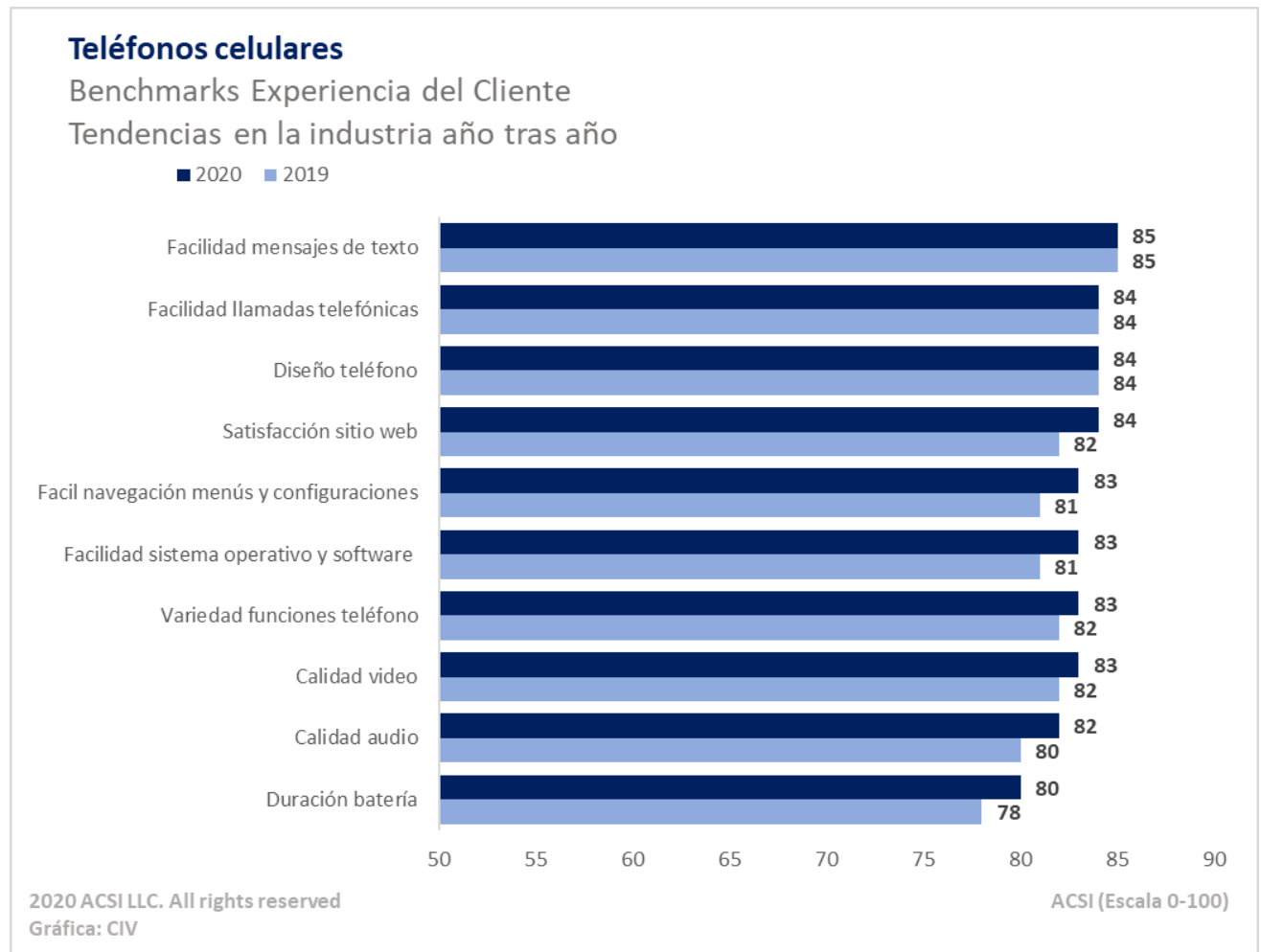
2020 American Customer Satisfaction Index. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

Cuatro modelos obtienen puntajes ACSI de **83**: el *iPhone X* y *8 Plus* de *Apple*, junto con el *Samsung Galaxy S9* y *S10 +*. Los teléfonos más vendidos de *Apple* de la temporada navideña, la nueva serie *iPhone 11*, *iPhone X* y *XS Max*. Específicamente, *iPhones 11* y *11 Pro Max* tienen una puntuación de **82**, mientras que el *11 Pro* puntúa **81**. Para *Samsung*, un modelo 2019 está muy cerca de la parte inferior: *Galaxy S10e* en **76**. Este puntaje coincide con el antiguo *Galaxy J3* de la compañía (**76**), y en realidad sigue a otros dos modelos 2016: *J7 Prime* (**81**) y *S7* (**78**).

El teléfono principal de *LG* en la encuesta de este año es el *Stylo 5* con **80**. El *K10* se encuentra en la parte inferior, junto con *iPhone 6* (ambos **75**). El *iPhone 6*, con su pantalla más pequeña de 4.7 pulgadas, fue lanzado en 2014. También en el extremo inferior para *Apple*, el *iPhone 7* (2016) tiene un puntaje de **79**. Curiosamente, el más antiguo, el *iPhone 6S* funciona mejor a los **82**. Mirando hacia el futuro, el nuevo *iPhone SE* de *Apple*, que se lanzará después de la entrevista, podría atraer a los consumidores con presupuesto limitado.



Los usuarios de teléfonos celulares sienten que sus dispositivos son mejores en muchos aspectos en comparación con hace un año. Los clientes continúan apreciando la facilidad de enviar mensajes de texto (**85**) y llamar (**84**), y el diseño del dispositivo es excelente (**84**). Además, los sitios web han mejorado (+ 2% a **84**).

Los usuarios sienten que es más fácil navegar por los menús y están más contentos con los sistemas operativos y el software. (+ 2% a **83**). Las características del teléfono, la calidad de video y la calidad de audio han mejorado, pero lo más importante la duración de la batería ya no frustra a los usuarios (+ 3% a **80**). Hace cinco años, la duración de la batería (**74**) era el único elemento por debajo de **80**. La mejora ha sido constante cada año desde entonces, ahora la vida de la batería está en línea con otros aspectos altamente valorados de la experiencia del cliente.

## Sobre este informe

---

El servicio inalámbrico ACSI y el informe de telefonía celular 2019-2020 sobre operadores de redes móviles, los operadores móviles virtuales de servicio completo, los operadores móviles virtuales de valor, los teléfonos celulares y las marcas de teléfonos inteligentes se basan en entrevistas con 27,346 clientes, elegidos al azar y contactados por correo electrónico entre el 15 de abril de 2019, y 20 de marzo de 2020. Se pide a los clientes que evalúen sus experiencias recientes con la red inalámbrica más grande proveedores de servicios y fabricantes de teléfonos celulares en términos de participación de mercado, más una categoría agregada

que consiste en "todas las demás", y por lo tanto más pequeñas, compañías en esas industrias. 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.*