

**Los operadores móviles que invierten en transformación digital están logrando mejores resultados que sus competidores en satisfacción de clientes y en crecimiento de ingresos, según un informe de Capgemini Consulting**

*El estudio de consumidores realizado por el Digital Transformation Institute de Capgemini Consulting revela un fuerte deseo de los consumidores por una mejor experiencia digital, y destaca la correlación positiva entre el uso de canales digitales y la satisfacción de los clientes de telefonía móvil*

**Madrid, 4 de mayo de 2016 – Un informe del Digital Transformation Institute de Capgemini Consulting, la unidad de consultoría estratégica y transformación del Grupo Capgemini, revela un amplio descontento de los consumidores con los operadores móviles en Europa y en Estados Unidos, vinculado a una inversión insuficiente en transformación digital. Más de la mitad de los 48 operadores objeto del estudio obtuvieron un valor del indicador Net Promoter Score (NPS®)<sup>1</sup> de cero o negativo, lo cual significa que los consumidores no recomendarían su operador actual a sus amigos o compañeros de trabajo.**

“[Unlocking Customer Satisfaction: Why Digital Holds the Key for Telcos](#)”, un estudio que analiza a más de 5.700 clientes de 48 operadores móviles de nueve países de Norteamérica y Europa, dibuja la imagen de un sector en pleno cambio. El auge de Internet y de las aplicaciones móviles está impulsando un cambio significativo en las expectativas de los consumidores acerca de su operador móvil. Los canales físicos ya no son los preferidos de los consumidores, con tan sólo un 8% de los encuestados considerando fundamental la existencia de tiendas físicas para los operadores móviles. Los consumidores desean una mejor experiencia digital, pero solo una tercera parte de los mismos (el 36%) indica que su operador se la está proporcionando.

La priorización de la experiencia digital para los consumidores está dando buenos resultados a algunos operadores. La encuesta demuestra una correlación positiva entre el uso de los canales digitales y el indicador NPS de los operadores móviles. Los operadores con un valor de NPS alto lograron además un crecimiento medio de los ingresos del 33% en 2012-14, mientras que los operadores con un valor de NPS bajo sufrieron una caída en los ingresos del 7% de media en el mismo periodo.

---

<sup>1</sup> Net Promoter Score (NPS) es un indicador estándar para la medición de la lealtad y la satisfacción de los clientes. Se calcula como la diferencia entre el porcentaje de promotores de una compañía y el porcentaje de detractores. Los promotores y los detractores se determinan en función de su respuesta a una única pregunta: ¿con qué probabilidad usted recomendaría [marca] a un amigo o compañero de trabajo? Se pide a los encuestados que califiquen la marca en una escala de 0-10, siendo 10 "extremadamente probable" y siendo 0 "nada probable". Los encuestados que otorgan una calificación de 9 ó 10 a la marca son considerados "promotores", mientras que aquéllos que otorgan una calificación de 0 a 6 son considerados "detractores".

Este grupo de compañías que priorizan lo digital y que obtienen un alto rendimiento está compuesto por pequeños operadores creados en la última década o grandes operadores que han gestionado su transición hacia lo digital, si bien todos ellos han adoptado un modelo operativo únicamente digital o bien un modelo híbrido con un mayor foco en los canales digitales.

No obstante, la mayoría de los operadores está esforzándose para adaptarse a las cambiantes necesidades de los usuarios. Únicamente una tercera parte de los consumidores cree que su operador ha utilizado tecnologías digitales (web, apps móviles y medios sociales) para mejorar la experiencia de sus clientes.

En consecuencia, las empresas de telecomunicaciones se enfrentan al riesgo de perder a sus clientes. Casi la mitad (el 46%) de los consumidores que otorgaron una calificación “baja” a su operador móvil en lo que respecta al uso de tecnologías digitales tiene previsto cambiar de operador en el próximo año, en comparación con el 14% de los consumidores que otorgaron una calificación “alta” a su operador en el uso de tecnologías digitales. Es tal la demanda de un nuevo tipo de experiencia de cliente que más de la mitad de los consumidores de telefonía móvil (58%) afirmó que cambiaría a un operador únicamente digital que utilizara exclusivamente canales digitales para interactuar con sus clientes.

Jesús Viceira, Vicepresidente de Telco de Capgemini Consulting España, afirmó lo siguiente: *“Han cambiado las expectativas de los consumidores con respecto a los proveedores de telecomunicaciones, pero muchos operadores no han logrado responder a dicha demanda, dando lugar a una baja satisfacción de los clientes. El lento despliegue de los servicios digitales constituye el núcleo del problema, y es una clara llamada de atención para que los operadores aceleren sus esfuerzos de transformación digital o se arriesguen a sufrir la competencia de los operadores únicamente digitales”.*

El estudio indica que la referencia para una experiencia de cliente de calidad es la experiencia digital y personalizada que reciben los usuarios de compañías “over-the-top” como Google, Apple y Facebook. Casi la mitad (el 44%) de los usuarios móviles cambiaría a una de estas marcas si lanzasen un servicio móvil, y el 48% cita la “mejor calidad de servicio” y el 23% la “experiencia personalizada” como los principales motivos para ese cambio.

Jesús Viceira afirmó asimismo: *“Queda claro que la inversión en transformación digital es fundamental para mejorar la satisfacción del cliente, aunque muchos de los operadores actuales se ven lastrados por viejas plataformas tecnológicas y canales de distribución, que hacen difícil una verdadera transformación digital. El éxito de los nuevos operadores, únicamente digitales o híbridos, en el impulso de la satisfacción de los clientes y el crecimiento de los ingresos, constituye una guía de transformación para competidores más establecidos. Muchos de los operadores “incumbentes” podrían beneficiarse rápidamente de la transformación digital lanzando a corto plazo operaciones nuevas y únicamente digitales, y manteniendo en paralelo sus esfuerzos de transformación digital en el grueso de sus operaciones”.*

Las conclusiones de [“Unlocking Customer Satisfaction: Why Digital Holds the Key for Telcos”](#) se derivan de una amplia encuesta primaria realizada por el Digital Transformation Institute de Capgemini Consulting. La

encuesta incluye respuestas de 5.776 consumidores de nueve países: Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Bélgica, Alemania, Países Bajos, Noruega, España y Suecia. La encuesta se realizó durante enero y febrero de 2016. Esta investigación se complementó con una investigación secundaria consistente en el análisis de cerca de 60 operadores móviles de Estados Unidos y Europa Occidental, sus iniciativas digitales y sus propuestas de experiencia de cliente.

El **Digital Transformation Institute** es el grupo de estudios propio de Capgemini Consulting para todo lo relacionado con la transformación digital. El Instituto publica investigaciones sobre el impacto de las tecnologías digitales en grandes empresas tradicionales. El equipo aprovecha la amplia red de expertos de Capgemini y trabaja en estrecha colaboración con socios académicos y tecnológicos. El Instituto dispone de centros de investigación exclusivos en el Reino Unido y en la India.

#### **Acerca de Capgemini Consulting:**

Capgemini Consulting es la unidad de consultoría estratégica y de transformación del Grupo Capgemini especializada en el asesoramiento y soporte a organismos y empresas para facilitar la transformación de sus funciones y negocios, desde el desarrollo de la estrategia de innovación hasta su ejecución, con especial énfasis en los resultados. Con la nueva economía digital creando disrupciones importantes y oportunidades, nuestro equipo global de más de 3.000 profesionales trabaja con empresas líderes y con la Administración para gestionar la Transformación Digital, partiendo de nuestra comprensión de la economía digital y nuestro liderazgo en la transformación y el cambio organizativo. Capgemini Consulting es un proveedor líder de servicios en el sector Telco.

Para más información: <http://www.capgemini-consulting.com/>

#### **Acerca de Capgemini:**

Con más de 180.000 empleados presentes en más de 40 países, Capgemini es uno de los principales líderes en servicios de consultoría, tecnología y outsourcing del mundo. El Grupo Capgemini alcanzó unos ingresos globales de 11.900 millones de euros en 2015. Capgemini, en colaboración con sus clientes, crea y proporciona las soluciones tecnológicas, digitales y de negocio que mejor se ajustan a sus necesidades y que les permiten alcanzar innovación y competitividad. Siendo una organización profundamente multicultural, Capgemini ha desarrollado su propia forma de trabajar, la Collaborative Business Experience<sup>TM</sup>, basada en su modelo de producción Rightshore<sup>®</sup>.

Para más información: [www.es.capgemini.com](http://www.es.capgemini.com).

*Rightshore<sup>®</sup> es una marca registrada perteneciente a Capgemini*