

---

# Potencial de Mercado de Soluciones Integrales para Celulares Dañados en la Industria Mobile

---

Trabajo Final



Ezequiel Kirchuk

## Índice

Palabras Clave .....	3
Introducción: Objetivo de este trabajo .....	4
Background de la oportunidad.....	4
Análisis de stakeholders .....	4
<i>Consumidores</i> .....	4
<i>Operadoras de Telefonía Móvil y Cadenas de Electrodomésticos</i> .....	5
<i>Centros de Servicios Técnicos Oficiales</i> .....	6
<i>Fabricantes</i> .....	7
<i>Compañías Aseguradoras</i> .....	7
<i>Gobierno</i> .....	7
Análisis de la industria .....	8
Breve reseña de la industria.....	8
Principales Players de Servicio Técnico y Reacondicionamiento.....	8
Players de On Line Trading y BtoC.....	10
Trocafone .....	10
Zelucash.....	11
Análisis de sitios de reparación y otros servicios en Argentina y Estados Unidos.....	11
Análisis de 5 fuerzas de Porter .....	14
Potencial de la oportunidad: Tamaño de Mercado.....	16
Insights de Consumidores .....	19
Estudio del Consumidor .....	19
Metodología:.....	20
Encuestados Target: .....	20
Principales highlights sobre el comportamiento de usuarios ante el recambio de celulares e incidentes: .....	21
Testeo de Conceptos .....	23
Productos y servicios Complementarios .....	28
Conclusiones .....	29
Fuentes .....	30
ANEXOS .....	31
Investigación de Mercado – Encuesta a Consumidores .....	31
Resultados de la Investigación de Mercado .....	46

## Palabras Clave

- Industria Mobile
- Celular
- Reparación de celular
- Display roto
- Análisis de la Industria
- Servicio Integral
- Carrier de Telefonía
- Servicios Potenciales
- Customer Journey
- Business to Consumer
- Investigación de Mercado
- Encuesta

## Introducción: Objetivo de este trabajo

Al realizar este trabajo me he propuesto analizar el potencial de oportunidades en el mundo de las reparaciones de celulares y otros servicios complementarios a este, una industria poco desarrollada pero así todo con un potencial inconmensurable en términos de negocio. A su vez, una industria con un altísimo nivel de insatisfacción entre los usuarios. A lo largo del trabajo intentaré mostrar cuál es la oportunidad, qué tamaño tiene, cuáles son las principales necesidades de los usuarios y qué potenciales servicios son los que estos usuarios necesitan para satisfacer sus necesidades en esta industria.

## Background de la oportunidad

El incremento de penetración de dispositivos Smartphones en Argentina y Latinoamérica ha generado un cambio de paradigma en la vida de los consumidores. Una nueva vida hiper conectada y con gran variedad de información, entretenimiento y soluciones al alcance de la mano del consumidor. Según un reciente estudio del consumidor de Trendsity dirigido al mercado Argentino concluía: *“Los celulares hoy son objetos de deseo, aspiraciones, que aportan a nuestra imagen personal y demuestran también qué tan actualizados estamos”*.

¿Pero qué sucede cuando los Smartphones se caen y se rompen, o simplemente fallan?

¿Qué tipo de soluciones encuentran? ¿Cuánto les cuesta y qué nivel de servicio reciben?

## Análisis de stakeholders

Según el relevamiento realizado se identificaron los siguientes *key insights* sobre el consumidor y principales *stakeholders* de la industria:

### Consumidores

En Argentina, por año 1 de cada 4 clientes smartphones tienen al menos un incidente de daño por accidente o falla. Según el estudio de consumidor realizado por el equipo se identificaron 4 incidencias de daño en los últimos 2 años por cada 10 usuarios de

Smartphones. El nivel de éxito de reparación con un centro de servicio oficial es baja (menor al 20% y con mucha variabilidad entre marcas y modelos). El costo para el consumidor es percibido cómo caro y puede llegar a representar hasta el 70% del valor del equipo a nuevo. El alto valor de reparación se debe a que los *displays* son las partes que se rompen con mayor frecuencia y representa al mismo tiempo el componente más caro del dispositivo.

Según relevamiento de mercado, existe un bajo nivel de soporte técnico y resolución efectiva por parte de las operadoras móviles, *retailers* y fabricantes. Salvo situaciones particulares, en algunos casos se brinda una solución si el cliente contrató previamente un seguro o si el desperfecto está cubierto por la garantía del fabricante. Estimamos que en el mejor escenario estas resoluciones se dan en el 10% de los eventos de daño por accidente o fallas no cubiertas por el fabricante.

Recorriendo el *Customer Journey* que haría un consumidor tratando de encontrar una solución a través de un buscador web no hay identificadas empresas que brinden una experiencia integral y con una cobertura geográfica relevante. Sólo se encontraron sitios webs de servicios técnicos y ninguna empresa con un modelo de negocio digital.

Según un estudio cuantitativo a consumidores realizado por el equipo solamente el 10% monetiza su Smartphone al comprar uno nuevo<sup>1</sup>. Ej: en mercado libre, vendiéndolo a algún conocido, amigo o familiar, etc.

### ***Operadoras de Telefonía Móvil y Cadenas de Electrodomésticos***

Existe una distribución pareja del *market share* entre los 3 principales jugadores del mercado. Personal 31%, Movistar 32% y Claro 33%. El mix de clientes post pago (con factura recurrente) y con modalidad pre pago es 71% y 29% respectivamente<sup>2</sup>.

El foco del servicio técnico que brindan es exclusivamente para clientes post pago y enfocado a fallas cubiertas por el fabricante. Salvo casos aislados o cubiertas por un seguro vendido por el *carrier*, no se da soporte técnico a situaciones de rotura o daño por agua.

Movistar y Personal brindan al cliente la posibilidad de proteger sus Smartphones con un programa de seguros. El seguro de Movistar tiene cobertura de daño por accidente (parcial y total) y Personal cubre sólo en el caso de destrucción total (irreparable) pero

---

<sup>1</sup> Estudio Cuantitativo On Line realizado en marzo 2016 por Eric Leuemberger y Ezequiel Kurchuk. 130 encuestados / 81 finalizados.

<sup>2</sup> Merrill Lynch – Información a Julio 2015

excluye eventos de daño parcial (Ej: Rotura de *display* o gabinete)<sup>3</sup>. Claro no ofrece ningún tipo de protección. Se estima que la penetración total de este tipo de programas es menor al 10%.

Según *insights* aportados por líderes de la industria, en el último tiempo se están tomando acciones para dejar de brindar servicio técnico en instalaciones de las operadoras producto de que es un servicio difícil de brindar (poca predictibilidad de la demanda por gran cantidad de modelos, faltantes de partes, altos costos operativos, baja resolución online, alta rotación y elevados niveles de obsolescencia, etc.) y con niveles de satisfacción del cliente bajos. En resumen, concluyen que es un servicio caro, poco efectivo y que termina impactando negativamente en la imagen de la operadora.

Por otra parte, y en contradicción con el punto anterior, el no brindar una solución a tales incidentes genera preocupación por dejar “escapar” al cliente del “ecosistema” de la operadora y exponerse a potenciales pérdidas de clientes. Ej: El cliente al no poder reparar el celular reemplaza el equipo con otra empresa de telefonía.

Típicamente las grandes tiendas de Electrodomésticos como Fravega, Garbarino, Hiper Rodo, Musimundo, etc. ofrecen a sus clientes seguros de garantía extendida y en algunos casos cobertura de Robo y Daño por accidente. La resolución por lo general es indemnizatoria, no se repara el dispositivo, y en ninguno de los casos se brinda una solución para equipos con rotura o falla no cubierta por los programas antes mencionados.

### ***Centros de Servicios Técnicos Oficiales***

El mercado de Centros de Servicios está muy atomizado en pequeñas y medianas empresas con presencia principalmente en regiones específicas. No existen jugadores con *footprint* relevante en otros países.

La principal fuente de negocios de los reparadores proviene de reparaciones en periodo de cobertura del fabricante. En el caso de disponer las partes para reparar incidentes de daño por accidente el margen para el Centro de Servicio es sumamente alto.

En base a conversaciones con referentes de la industria se sabe que las reparaciones fuera de garantía tiene un margen alto pero al mismo tiempo la baja predictibilidad de la

---

<sup>3</sup> Información obtenida en <http://www.personal.com.ar/> y <http://www.movistar.com.ar/>

demanda y altos costos de las partes hacen al negocio sumamente riesgoso traducidos en altos costos de capital de trabajo y elevados riesgos de obsolescencia.

### *Fabricantes*

Aunque los fabricantes de smartphones comenzaron a brindar servicios de reparación con una modalidad de seguro tales como Apple Care o las coberturas que uno puede encontrar en Google Play (Ej: Google Nexus) el único servicio que brindan de post-venta es de fallas de terminal en el primer año que es la garantía que suelen dar. No suelen dar servicio aquellos clientes que hayan tenido un incidente de daño o falla posterior al año de garantía. Parte del racional de los fabricantes es “¿Por qué reparar un equipo si se puede vender uno nuevo?” y se demuestra en el alto foco hacia las ventas y recambios de terminales y no tanto en la post-venta.

Este bajo enfoque en el servicio a clientes tampoco ayuda a mejorar la lealtad de estos con las marcas por lo cual un servicio de solución integral podría mejorar estos atributos. Se estima que la retención de la marca ante recambio en equipos es de 78% en iPhone, 58% Samsung y menos del 33% en el resto<sup>4</sup>.

### *Compañías Aseguradoras*

El constante aumento en la tasa de siniestros en la telefonía celular está haciendo que asegurar dispositivos móviles sea cada vez un negocio menos atractivo (altos costos a trasladar a los clientes). Además, la falta de un mercado de equipos reacondicionados tiene un impacto altamente negativo en los costos de reemplazo de equipos así como en las tasas de reparabilidad.

### *Gobierno*

En los gobiernos se encuentra cada vez más latente el impacto ambiental que genera el consumo masivo en general y los equipos de telefonía en particular (especialmente la batería que es el componente más contaminante) y el recambio constante – por equipos nuevos – de equipos que podrían ser reacondicionados. En febrero de 2016 el Ministro de Comunicaciones Oscar Aguad anunció las intenciones del gobierno de implementar un plan

---

<sup>4</sup> Fuente: 2014 WDS research about client loyalty and retention in the Smartphone market.

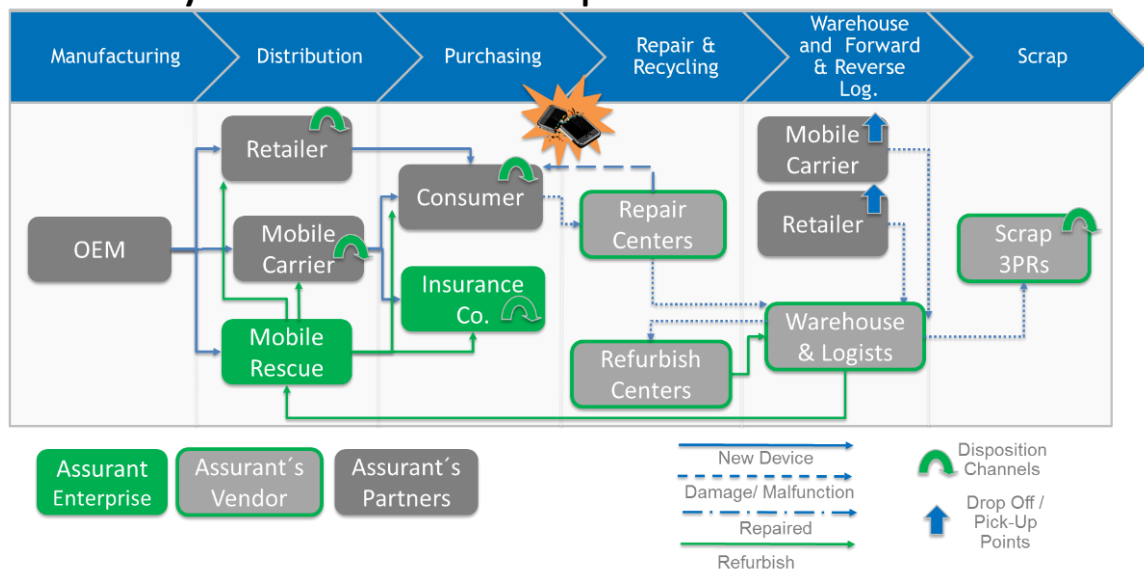
que consiste en acelerar la migración de los usuarios argentinos de 2G a redes 3G y 4G con un plan canje de celulares.<sup>5</sup>

## Análisis de la industria

### Breve reseña de la industria

La industria de reparaciones y reacondicionado de celulares está en constante cambio a partir de la evolución permanente de las necesidades de los consumidores y los avances tecnológicos. La cadena de valor de la industria en Argentina y Latinoamérica tiene distintos participantes con un determinado *scope* de negocio y nivel de madurez. A continuación se detalla la cadena de valor de la industria para tener una visión general de la misma para luego entrar a detallar los competidores más directos:

## Process Overview and Industry Value Chain Map



### Principales Players de Servicio Técnico y Reacondicionamiento

Profundizando la industria de centros de reparación y reacondicionados existen algunos jugadores, en su mayoría nacionales, con una estrategia principalmente B2B, alta especialización técnica y con poco enfoque en el consumidor final. Si excluimos centros de

<sup>5</sup> Fuente: La Nación 23 de febrero del 2016 nota: “Cómo es el plan canje de celulares que el Gobierno lanzará en 30 días.”



reparación no oficiales, que según información del mercado representan entre el 20% y 30% del universo de reparaciones, estos son los principales jugadores en Argentina:

<b>Player</b>	<b>Marcas Certificadas</b>	<b>Foco estratégico</b>	<b>Principales Clientes</b>
<b>Alteknia</b> (Nacional)	Samsung, Motorola y Alcatel.	Servicio Técnico en periodo de Garantía de Fabricante y fuera incluyendo reparaciones de rotura. Principalmente servicios InHouse con operadoras y retailers y en laboratorios propios.	Movistar, Nextel, Claro. Marcas Certificadas
<b>Anovo</b> (Aunque comparte el mismo nombre que un grupo internacional de renombre el capital accionario en Argentina es 100% local)	Samsung, Motorola, Nokia, Alcatel, Siemens, BenQ, LG, Sony Ericsson, ZTE.	Servicio Técnico en periodo de Garantía de Fabricante a través de retailers y agentes oficiales. Realizan servicios de refurbish.	Movistar, Claro y principales retailers. Marcas Certificadas
<b>BGH</b> (Nacional)	Nokia, Samsung, ZTE, LG, Motorola y Sony Ericsson.	Servicio Técnico en periodo de Garantía de Fabricante y fuera incluyendo reparaciones de rotura. Principalmente servicios InHouse con operadoras y retailers y en laboratorios propios.	Movistar y Claro y Marcas Certificadas
<b>Brighstar</b> (Internacional)	Nokia, Samsung, LG, Motorola y Sony Ericsson, Huawei.	Servicio Técnico en periodo de Garantía de Fabricante a través de red de talleres. Y trabajos de recupero en DOAs (dead on arrival) Ensambladora de celulares en TDF.	Marcas Certificadas
<b>Galander</b> (Nacional)	Nokia, Samsung, LG, Motorola y Sony Ericsson, Huawei	Servicio Técnico en periodo de Garantía de Fabricante y fuera incluyendo reparaciones de rotura. Principalmente servicios InHouse con operadoras y en laboratorios propios.	Movistar y Marcas Certificadas
<b>Regenersis</b> Internacional (Opera en Europa, Mexico y Brasil)	Nokia, LG, Motorola	Servicio Técnico en periodo de Garantía de Fabricante a través de red de talleres.	Marcas Certificadas
<b>Mach Electronics</b> (Nacional)	Motorola	Servicio Técnico en periodo de Garantía de Fabricante a través de red de talleres.	Motorola
<b>Prexey</b> (Nacional)	Huawey, ZTE	Servicio Técnico en periodo de Garantía de Fabricante a través de red de talleres. Y trabajos de recupero en DOAs (dead on arrival)	

## Players de On Line Trading y BtoC

Se han identificado únicamente dos compañías de compra y venta de smartphones en Argentina: Trocafone ([www.trocafone.com.ar](http://www.trocafone.com.ar)) y Zelucash ([www.zelucash.com](http://www.zelucash.com)).

Ambas compañías comparten el mismo modelo de negocio. Actúan como *traders* comprando Smartphone usados, principalmente aquellos de gran aceptación en los usuarios (Ej: iPhone, Samsung Series Galaxy), y luego son revendidos a través de su tienda online o a través de terceros (mercado libre, OLX, Agentes Oficiales, etc.). Tanto Trocafone como Zelucash cuentan con un modelo de negocio directo al consumidor que complementan con acuerdos con fabricantes de celulares, *retailers* y operadoras de telefonía celular para llegar a los consumidores a través de sus tiendas. El modelo consiste básicamente en instalar una versión de la plataforma en el punto de venta para que el *partner* pueda recomprar celulares de clientes y los mismos puedan acceder a un Smartphone nuevo. La propuesta de valor para el socio comercial podríamos resumirla en tres puntos principales:

- Diferenciación de la competencia (el servicio *trade in* de equipos no está masificado en Argentina y LatAm)
- Reducción de barreras económicas para la compra de un Smartphone de alta gama. Lo que genera un impacto positivo en el consumidor que se traslada a la imagen de marca del socio.
- Para el caso de las operadoras de celular adicionalmente tiene una ventaja dado que le permite reducir el subsidio de terminales.

### Trocafone

Extracto de una nota publicada por Infobae el 21 de octubre de 2015 sobre el negocio de Trocafone<sup>6</sup>:

La compañía forma parte de los emprendimientos de Quasar Ventures, la firma liderada por Andy Freire, Santiago Bilinkis y Pablo Simon Casarino, y recibió 45 millones de pesos de inversión. También forma parte de la nueva generación de *start-ups* digitales de Wayra Argentina, la aceleradora de proyectos tecnológicos de Telefónica.

---

<sup>6</sup> Fuente: Diario Infobae 21 de octubre del 2015. “Llegó a la Argentina Trocafone, plataforma para comprar y vender celulares usados”



"Los principales fabricantes de teléfonos móviles en Brasil ofrecen en sus tiendas y puntos de venta la opción de entregar un equipo en forma de pago. En esta modalidad entra Trocafone, que recibe el usado conforma su catálogo de smartphones reacondicionados", explica Freire, con la expectativa de replicar este modelo en la Argentina. LG, Motorola, Samsung y Sony.

### **En números**

Facturación: US\$ 20 millones, proyección 2015

Inversión inicial: US\$ 1,1 millones

Próxima ronda: entre US\$ 4 millones y US\$ 6 millones

Lo que viene: desembarque en la Argentina (inició en Brasil) y expansión regional

### **Zelucash**

Zelucash inició su actividad hace aproximadamente un año y medio y no se tiene información de que haya expandido su operación en la región.

Tiene un menor tráfico que Trocafone, según comparación en [www.alexa.com](http://www.alexa.com) Zelucash posiciona #3.495.004 a nivel global (no hay información a nivel argentina) VS Trocafone.com.ar #867.803.

Registra 2.450 ventas on line en Mercado Libre y desde mediados del año 2015 lanzaron un acuerdo con Fravega para desarrollar un plan canje de celulares (<http://www.fravega.com/plancanje>).

## **Análisis de sitios de reparación y otros servicios en Argentina y Estados Unidos**

Algunos casos identificados de posibles competidores en Argentina y Estados Unidos con sus respectivos atributos son presentados en el siguiente cuadro comparativo para una mejor comprensión del mercado competitivo y casos existentes en mercados desarrollados.



Atributo/Competidor	Argentina								USA			
	Mobile Rescue	Grupo GB	TecnoHard	MegaFixStore	Gabolino	FixApple	ApplePoint	Trocafone	iResQ	Dr Brenda	Tekserve	iCracked
Reparación Smartphone	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X
Otros dispositivos		X	X	X	X	X	X		X	X	X	X
Venta	X	X			X			X			X	
Compra	X							X			X	X
Accesorios	X	X					X				X	X
Seguro	X							X				X
Cuotas	X							X				
Desbloqueo		X		X		X	X					
Pick Up	X			X					X		X	
Entrega	X	X		X					X			
Cobertura Nacional	X	X										
Rush service	X			X		X						
Resolución en página Web	X							X				X
Observaciones			Solo Apple	Solo Apple	Solo Apple	Solo Apple	Solo Apple				Solo Apple	

Como se ve, en Argentina no existe un competidor directo que esté a la altura en cuanto a brindar un servicio integral y *door-to-door*. La mayoría brindan sólo servicios de reparación y casi su totalidad son exclusivos para productos Apple. En Estados Unidos se ven algunos casos interesantes que a su vez podrían servir como benchmark para desarrollar servicios integrales en esta industria, sobre todo en cuanto a interacción del usuario con el sitio web para resolver el problema.

## Análisis de 5 fuerzas de Porter

### Potenciales entrantes

La industria tiene barreras de entrada bajas lo cual podría facilitar el ingreso de nuevos competidores.

- No requiere gran inversión inicial.
- Industria no regulada.
- Alto nivel de insatisfacción de clientes actuales, lo cual se traduce en grandes oportunidades para los jugadores de la industria

Sin embargo, se podrían elevar las barreras de entradas a través de atributos de diferenciación que sean difíciles de copiar como:

- Estrategia digital integrada
- Estrategia de Supply Chain
- Foco en la estrategia B2B (Alianzas con Carriers de telefonía, Retailers, Fabricantes)

### Poder de los clientes:

- B2C: Bajo poder de los consumidores. Clientes dispersos. Alto nivel de insatisfacción de los servicios actuales.
- B2B: Alto poder de negociación. Los Carrier de telefonía poseen un share de alrededor de un tercio cada uno. La retención de clientes que esta industria puede generar es marginal y no representa una porción significativa en su facturación

### **Poder de los sustitutos**

Otros productos que pueden hacer de sustitutos son los seguros de equipos y garantías extendidas. El nivel de contratación de estos servicios es muy bajo y por lo general se resuelve mediante la indemnización del siniestro vía monetarización y no la reparación ni el otorgamiento de equipos reacondicionados para bajar el costo del siniestro.

Otra forma de resolver el problema es directamente vender tu dispositivo roto en una tienda de e-commerce (Ej: Mercado libre, OLX, etc.), por más que actualmente la venta de equipos usados no es muy usual entre los usuarios (*Solo 10% de los encuestados monetizaron su anterior celular*) y menos la venta de un equipo roto, este canal podría evolucionar con el tiempo y ganar mayor potencial. Incluso si los Smartphone siguen abaratándose, lo cual es una tendencia mundial, el cliente podría eventualmente preferir comprar uno nuevo y reparar el actual.

### **Poder de los proveedores**

El poder de los reparadores es bajo. El mercado de este tipo de proveedores está atomizado y disperso. Además estos proveedores no cuentan con la información y herramientas necesarias para optimizar su *working capital* en un mercado con un altísimo nivel de obsolescencia de las piezas, lo cual lo hace menos rentable.

### **Rivalidad competitiva**

No existen en la actualidad servicios integrales en esta industria. Tampoco existen aún modelos de negocio digitales de valor que estén apalancados en alianzas estratégicas con *carriers* de telefonía, fabricantes y cadenas de electrodomésticos. Los servicios que esta industria ofrece poseen bajísimas tasas de resolución y elevadas tasas de insatisfacción por parte de los clientes.

Cómo se mencionó anteriormente, si existen players de compra y venta de celulares cómo son Trocafone y Zelucash que eventualmente podrían reformular su propuesta de valor y ofrecer servicios de reparación.



## Potencial de la oportunidad: Tamaño de Mercado

La Tabla 1 muestra que Argentina cuenta hoy con 1 millón de clientes que poseen seguros para sus respectivos equipos. Y que por otro lado el mercado potencial – esto es quienes no cuentan con un seguro y tendrán algún incidente con sus equipos – es de aproximadamente 1.7 millones de clientes. Este número de clientes en términos de valores representa tamaño de mercado actual de US\$ 490.1 millones.

Por otro lado y si se tiene en cuenta el Gráfico 1 y la Tabla 3 la tasa de crecimiento de smartphones en Argentina indica un crecimiento del 57.14% de crecimiento del mercado para el 2019, con lo cual el mercado potencial de usuarios de MobileSecure en 2019 alcanzaría los 2.66 millones de usuarios, que nuevamente en términos de valores equivale a un mercado de US\$ 770.1 millones.

Si bien la mayor parte de los datos son de Argentina, otra parte de la data es escalable a nivel regional en los más importantes mercados de Latinoamérica. Pensando en una escalabilidad a mediano plazo la Tabla 2 muestra el potencial de clientes a nivel regional para Latinoamérica que es de 16.38 millones de clientes en 2015 y, tomando la tasa de crecimiento de smartphones en estos países que es del 44.8%, 23.72 millones en



2019 con potenciales de mercado actual y en 2019 de US\$ 4,734.9 millones y US\$ 6,851.1 millones respectivamente.

Tabla1. Customer Potential Tower Argentina

Customer Potential Tower	Argentina
Population (in millions)	41.5
Mobile Phone Users (in millions)	30.7
Mobile Phone Users (as a % of population)	70.6%
Smartphone Users (in millions)	13.3
Smartphone Users (as % of the population)	33.0%
Smartphone Users (as a % of mobile phone users)	43.5%
Smartphone Accidental Damage Events (in millions)	2.00
Smartphone Accidental Damage Events (as a % of smartphone users)	15.0%
Current number of customers with insurance (in millions)	1.00
Solved events through insurance (as % of Smartphones Accidental Damage Events)	15.0%
Potential Market in customer volume (in millions)	1.70
Average Revenue per customer (in US\$)	289.0
Potential Market in values (in US\$ millions)	490.1

Source: Merrill Lynch - Data as of July 2015

Tabla 2. LatAm Customer Potential Tower

Customer Potential Tower	Argentina	Brazil	Chile	Colombia	Mexico	Peru	Total
Population (in millions)	41.5	200.4	17.6	48.3	122.3	30.4	460.5
Mobile Phone Users (in millions)	30.7	130.3	12.8	32.4	81.3	18.5	306.0
Mobile Phone Users (as a % of population)	70.6%	63.8%	73.3%	69.3%	67.2%	60.7%	
Smartphone Users (in millions)	13.3	46.7	7.1	16.7	38.5	6.2	128.5
Smartphone Users (as % of the population)	33.0%	39.0%	46.0%	26.0%	33.0%	27.0%	

Smartphone Users (as a % of mobile phone users)	43.5%	35.8%	55.5%	51.4%	47.4%	33.5%	
Smartphone Accidental Damage Events (in millions)	2.00	7.01	1.07	2.51	5.78	0.93	<b>19.28</b>
Smartphone Accidental Damage Events (as a % of smartphone users)	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	
Current number of AS customers with insurance (in millions)	1.00	0.18	0.15	0.07	0.04	0.06	<b>1.49</b>
Solved events through insurance (as % of Smartphones Accidental Damage Events)	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	
Potential Market in customer volume (in millions)	1.70	5.95	0.91	2.13	4.91	0.79	<b>16.38</b>
Average Revenue per customer (in US\$)	289.0	289.0	289.0	289.0	289.0	289.0	289.0
Potential Market in values (in US\$ millions)	<b>490.1</b>	<b>1720.8</b>	<b>261.6</b>	<b>615.4</b>	<b>1418.6</b>	<b>228.5</b>	<b>4734.9</b>

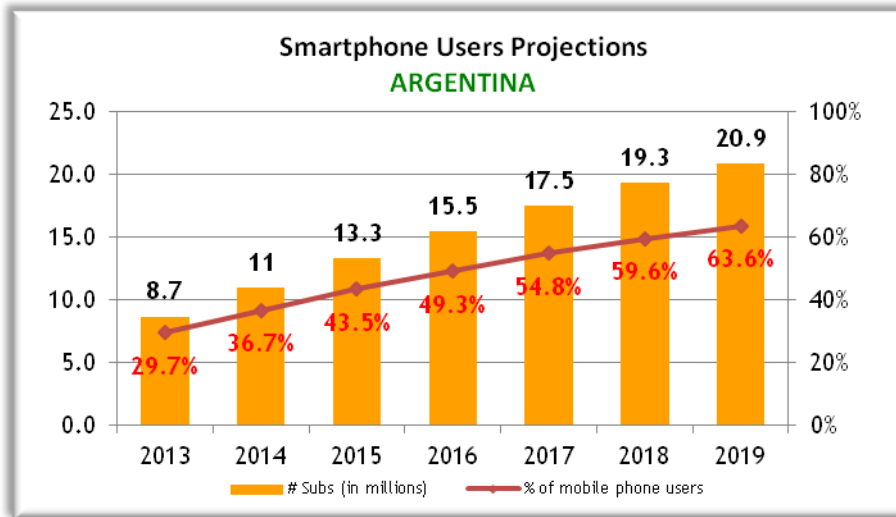
Source: Merrill Lynch - Data as of July 2015

Tabla 3. Market Growth Argentina 2015-2019

Market Growth Argentina 2015-2019	2015	2016	2017	2018	2019
Smartphone Users (in millions)	13.3	15.5	17.5	19.3	20.9
Smartphone Users (as % of the population)	32.0%	37.3%	42.2%	46.5%	50.4%
Smartphone Accidental Damage Events (in millions)	2.00	2.33	2.63	2.90	3.14
Smartphone Accidental Damage Events per year (as a % of smartphone users)	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%
Solved events through insurance or by the Carrier (as % of Smartphones Acc. Dam. Events)	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%
Potential Market in customer volume (in millions)	1.70	1.98	2.23	2.46	2.66
Average Revenue per customer (in US\$)	289.0	289.0	289.0	289.0	289.0
Potential Market in values (in US\$ millions)	<b>490.1</b>	<b>571.1</b>	<b>644.8</b>	<b>711.2</b>	<b>770.1</b>

Source: Merrill Lynch - Data as of July 2015

Gráfico 1. Smartphone Users Projection in Argentina



Source: Merrill Lynch - Data as of July 2015

## Insights de Consumidores

### Estudio del Consumidor

Durante el mes de marzo del 2016 se realizó un estudio cuantitativo dirigido a usuarios de Smartphone el cual tuvo los siguientes objetivos:

- Comprender comportamiento de consumidores ante el recambio de celulares e incidentes tal cómo robo, daño por accidente y falla.
- Tener un entendimiento del nivel de satisfacción de los clientes que atraviesan una situación de rotura y falla en sus celulares. Identificar gaps en el *customer journey* actual.
- Calcular intención de compra de potenciales servicios ofrecidos y productos complementarios. Identificar motivos y razones que lo explican.
- Testear potenciales productos y servicios con precios para tener una validación de las hipótesis de precios target.
- Comprender barreras de compra, originalidad, credibilidad y agrado de los potenciales productos y servicios.

- Medir impacto del servicio a brindar en la imagen de operadoras de telefonía celular.
- Identificar áreas de mejora y *warnings* respecto a los potenciales productos y servicios.

#### Metodología:

- Instrumento de Recolección: Encuesta Online cuantitativa estructurada con preguntas abiertas, cerradas y escalas de opinión.
- Tiempo aproximado del cuestionario: 13min para cliente que tuvieron incidentes con su celular en los últimos 24 meses - 5 minutos para el resto de los encuestados.
- Prueba monádica secuencial: se evaluaron dos conceptos, uno después de otro.

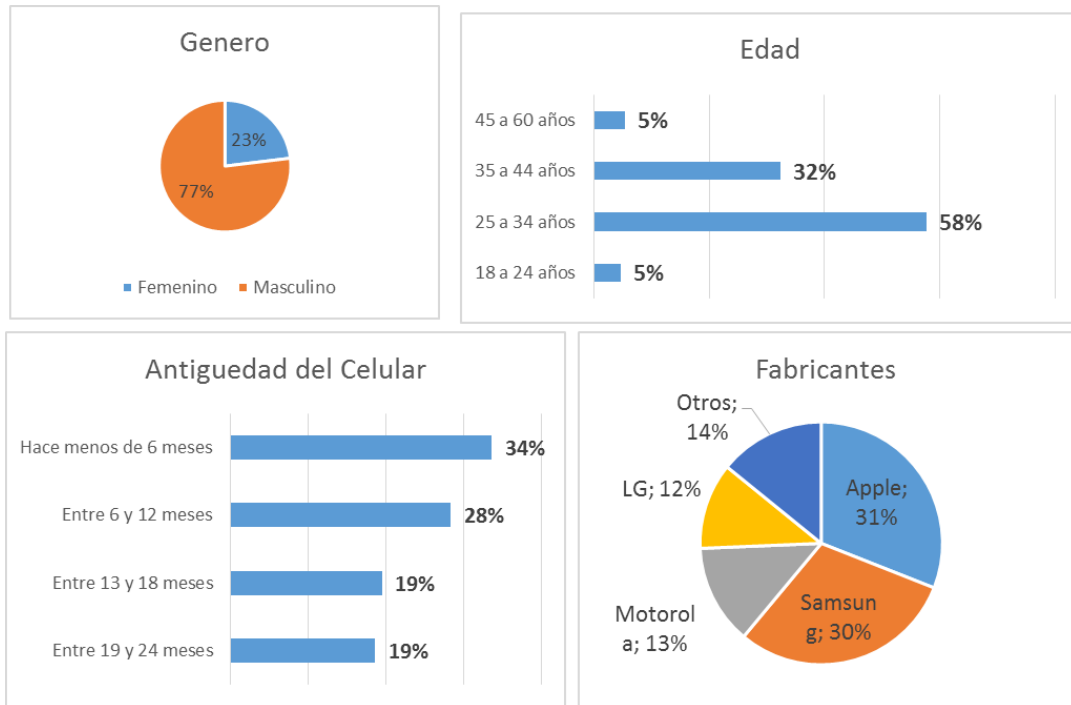
#### Encuestados Target:

- Hombres y Mujeres, 18 a 60 años, usuarios activos de telefonía celular con equipos adquiridos en los últimos 2 años, clientes de planes pos-pagos y pre-pago de telefonía celular (no usuarios de planes corporativos), usuarios de equipos de Smartphones, usuarios de Internet.

#### **Muestra:**

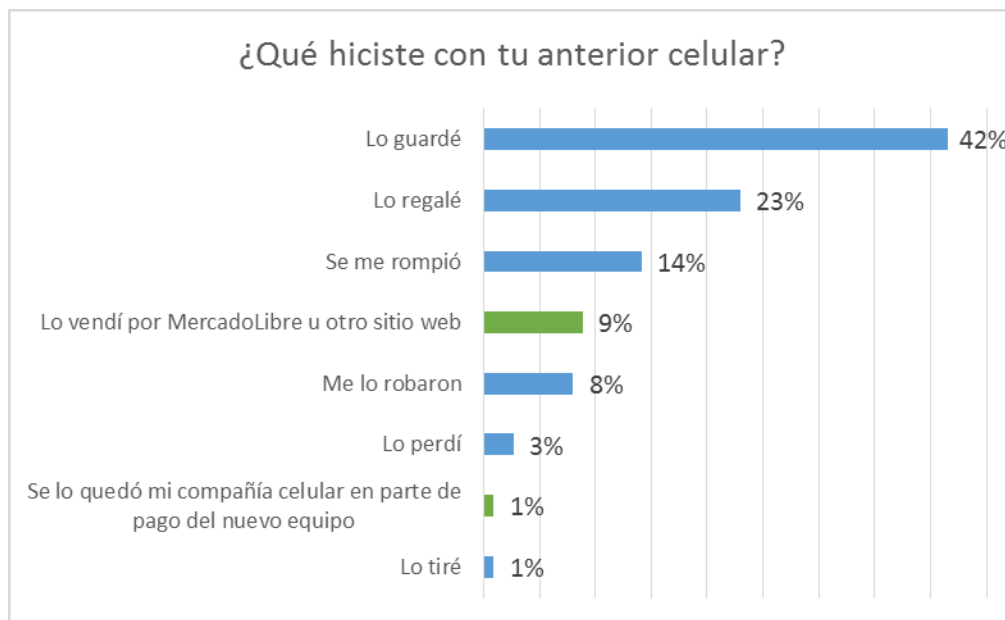
- 130 encuestados / 81 finalizados.
- 90 % nivel de confianza / Error muestral 10%.

#### **Perfil del entrevistado:**



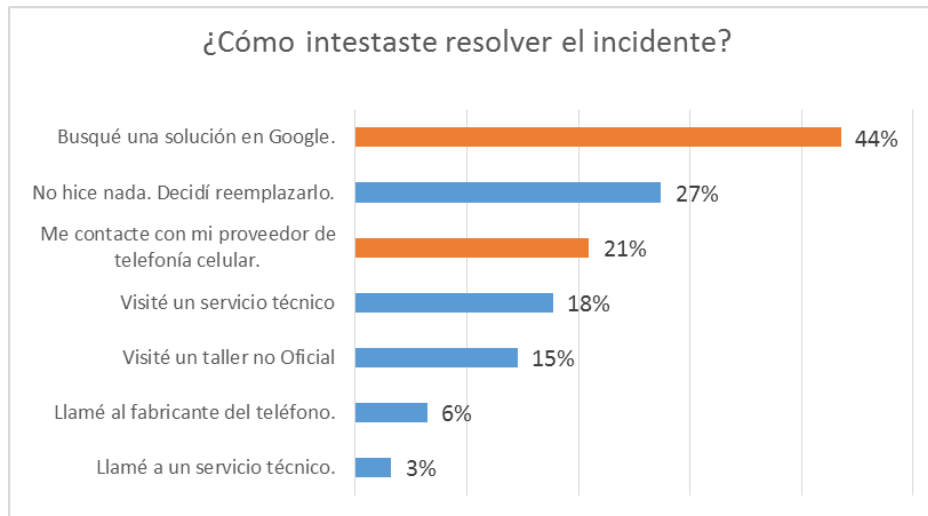
Principales highlights sobre el comportamiento de usuarios ante el recambio de celulares e incidentes:

- Solo el 10% de los clientes monetizaron su celular anterior (n=113).



- Se identificaron 4 incidencias en los últimos 2 años por cada 10 usuarios de Smartphones que podrían ser resuelto a través de una reparación sumado un 1,6:10 que aceptaría una solución de reemplazo por reacondicionado. (n=116)

- Solo el 36% de los encuestados declararon no haber tenido ningún tipo de incidente en su teléfono en los últimos 24 meses. (n=116)
- Aquellos que tuvieron un incidente de daño y falla, solo el 10% contaban con un seguro. (n=62)
- 44% de los clientes declararon utilizar buscadores web para intentar resolverlo y 21% se contactaron con su proveedor de telefonía celular. (n=62)



- Solo 1 de cada 3 encuestados lo resolvieron en menos de una semana. (n= 62)
- A continuación algunos puntos destacados sobre la experiencia para resolver el incidente (n= 62):

Pregunta: ¿Si pensás en cómo resolviste el incidente ¿cuáles de las siguientes afirmaciones aplica mejor? Utiliza una escala del 1 al 5, donde 1 es "Definitivamente en desacuerdo" y 5 "Definitivamente de acuerdo"?

- Solo el 30%\* está de acuerdo con la siguiente afirmación *“Estoy satisfecho/a con el resultado general del incidente del celular.”*
- Solo el 31%\* estuvo de acuerdo en afirmar que *“Estuve satisfecho/a con la calidad de la reparación o reemplazo”*
- Para el 52%\*: *“El tiempo sin mi teléfono fue una inconveniencia.”*
- Para el 29%\* de los encuestados *“El costo de la reparación/sustitución fue muy alto.”*
- Únicamente 17%\* estuvo de acuerdo con la declaración *“Estoy satisfecho/a con las opciones de financiación para reparar/reemplazar mi celular.”*

\*Suma de respuesta 4 y 5

## Testeo de Conceptos

### Concepto – Servicio Reparación

Imagíná que la pantalla de tu Smartphone se rompe.

Buscás una solución en internet y encontrás una página web que le brinda la posibilidad de cotizar la reparación de su celular on-line.

Aceptada la cotización, podés dejar el celular roto en una sucursal de correo (Ej: Oca / Andreani) o pagar un adicional para que lo retiren en tu domicilio.

Podrás retirar el celular o recibirlo en tu domicilio (pagando un adicional) transcurridos los 5 días hábiles de haberlo entregado. Si pudo ser reparado lo pagás con tarjeta de crédito o en efectivo, si no se logró reparar se te devolverá el celular sin tener que pagar un adicional.

### Propensión de Compra

**Pregunta Sin Precio:** ¿Cuánto te interesaría utilizar este servicio?

**Pregunta Con Precio:** Si te decimos que ante una rotura de pantalla el valor mensual que se está evaluando es de 20% del valor del equipo a nuevo. Con este precio, ¿cuánto te interesaría contratar (este servicio)?

	Sin Precio	Con Precio
<b>Top 2 Box</b>	<b>46%</b>	<b>35%</b>
Definitivamente lo contrataría	7%	4%
Probablemente lo contrataría	39%	31%
Podría o no contratarlo	31%	27%
Probablemente no lo contrataría	13%	20%
Definitivamente no lo contrataría	10%	18%
<i>Muestra:</i>	83	83

Cómo se observa en el cuadro a continuación se identifica un marcado incremento en la propensión de compra en aquellos encuestados que tuvieron una situación de Daño y Falla.

Incluso aquellos que tuvieron un incidente de Daño (mercado meta) al testear el precio se mantuvo el mismo nivel de aceptación (50% top-2-box).

	SIN PRECIO			CON PRECIO		
	Daño por accidente	Fallas	Sin incidentes	Daño por accidente	Fallas	Sin incidentes
<b>Top 2 Box</b>	<b>51%</b>	<b>58%</b>	<b>29%</b>	<b>50%</b>	<b>23%</b>	<b>33%</b>
Definitivamente lo contrataría	6%	6%	4%	5%	8%	0%
Probablemente lo contrataría	46%	52%	25%	45%	15%	33%
Podría o no contratarlo	29%	29%	42%	26%	31%	29%
Probablemente no lo contrataría	17%	8%	13%	14%	25%	17%
Definitivamente no lo contrataría	3%	5%	17%	10%	22%	21%
Muestra	35	65	24	42	65	24

**Servicio de Reparación: Agrado, Credibilidad y Originalidad:**

El nivel de agrado, credibilidad y original de la propuesta dio alto, donde el mayor punto a reforzar es la credibilidad de la oferta, calidad y rapidez del servicio. Estos puntos son los que se destacaron de los comentarios y sugerencias de los encuestados.

**Pregunta:** Te pedimos que califiques esta propuesta en cada uno de los siguientes atributos. Responder en una escala de 1 a 5, donde 1 es “la propuesta me desagrada totalmente”, “la propuesta no es creíble”, “la propuesta no es nada original” y 5 “la propuesta me agrada totalmente”, “la propuesta es totalmente creíble”, “la propuesta es totalmente original”. Podes utilizar los valores intermedios de la escala en tu evaluación:

	1	2	3	4	5	Puntaje	1 + 2	4 + 5
<b>Agrado</b>	5%	8%	29%	40%	18%	<b>3,58</b>	<b>13%</b>	<b>58%</b>
<b>Credibilidad</b>	5%	14%	40%	29%	12%	<b>3,29</b>	<b>19%</b>	<b>41%</b>
<b>Originalidad</b>	4%	5%	36%	33%	22%	<b>3,66</b>	<b>8%</b>	<b>55%</b>

**Concepto – Venta de Equipo reacondicionado**

Imagina que tu equipo está dañado, falla o no prende.

Buscás una solución en internet y encontrás una página web que te brinda la posibilidad de repararlo o comprar equipos reacondicionados con 1 año de garantía.

El portal te ofrece equipos en estas condiciones:

**EXCELENTE** - Equipos que casi no muestran señales de uso, parecen nuevos.



MUY BUENO - Equipo con eventuales señales de uso.

Podés comprarlo directamente en el portal web recibéndolo en tu domicilio dentro de las 48hs hábiles sin pagar costos de envío.

### Propensión de Compra

**Pregunta Sin Precio:** ¿Cuánto te interesaría comprar un equipo reacondicionado para reemplazar tu equipo dañado o que falla?

**Pregunta Con Precio:** Te comentamos que el descuento que se está evaluando para la venta de equipos reacondicionados será de 35% para la condición EXCELENTE estado. Con este descuento, ¿cuánto te interesaría comprar un equipo reacondicionado?

	Sin Precio				Con Precio			
	Total	Apple	Samsung	Otras Marcas	Total	Apple	Samsung	Otras Marcas
<b>Top 2 Box</b>	<b>37%</b>	<b>36%</b>	<b>33%</b>	<b>40%</b>	<b>40%</b>	<b>44%</b>	<b>38%</b>	<b>37%</b>
Definitivamente lo compraría	6%	8%	5%	6%	10%	8%	10%	11%
Probablemente lo compraría	31%	28%	29%	34%	30%	36%	29%	26%
Podría o no comprarlo	27%	16%	33%	31%	25%	8%	29%	34%
Probablemente no lo compraría	23%	32%	24%	17%	22%	32%	19%	17%
Definitivamente no lo compraría	12%	16%	10%	11%	14%	16%	14%	11%
<i>Muestra</i>	<i>81</i>	<i>25</i>	<i>21</i>	<i>35</i>	<i>81</i>	<i>25</i>	<i>21</i>	<i>35</i>

Al comparar la propensión de compra con el descuento target (35%) se observa un incremento en los niveles de aceptación en Apple y Samsung (se respondieron principalmente modelos serie Galaxy). Incremento de 8 puntos porcentuales en iPhone y 5% para Samsung. En cambio disminuyó al agrupar las otras marcas. Este lift hace sentido teniendo en cuenta la mayor fidelización que existe entre clientes iPhone y Galaxy comparativamente con otras marcas y modelos.

De las variables analizadas la que mayor incidencia muestra es la antigüedad del equipo. A diferencia de lo observado al testear la resolución de reparación, para el caso del recambio por un reacondicionado el cliente con un equipo con mayor antigüedad presenta una mayor propensión de compra que clientes que compraron su dispositivo en el último año. Cómo muestra el cuadro a continuación aumenta de 30% (antigüedad <12 meses) a 47% (e/ 12 y 24meses).

	< 12 Meses	E/ 12 y 24 meses
<b>Top 2 Box</b>	<b>30%</b>	<b>47%</b>
Definitivamente lo contrataría	4%	9%
Probablemente lo contrataría	26%	38%
Podría o no contratarlo	26%	29%
Probablemente no lo contrataría	30%	15%
Definitivamente no lo contrataría	15%	9%
Muestra	47	34

### ***Venta de Equipo Reacondicionado: Agrado, Credibilidad y Originalidad:***

El nivel de agrado, credibilidad y originalidad de la propuesta dio medio-alto. Al igual que con el servicio de reparación hay que reforzar credibilidad de la oferta y en el caso de la venta de reacondicionados brindar una garantía para el terminal vendido.

**Pregunta:** Te pedimos que califiques esta propuesta en cada uno de los siguientes atributos.

Responder en una escala de 1 a 5, donde 1 es "la propuesta me desagrada totalmente", "la propuesta no es creíble", "la propuesta no es nada original" y 5 "la propuesta me agrada totalmente", "la propuesta es totalmente creíble", "la propuesta es totalmente original". Podes utilizar los valores intermedios de la escala en tu evaluación:

	1	2	3	4	5	Puntaje	1 + 2	4 + 5
<b>Agrado</b>	10%	14%	36%	29%	11%	<b>3,17</b>	<b>24%</b>	<b>40%</b>
<b>Credibilidad</b>	6%	19%	29%	34%	12%	<b>3,27</b>	<b>25%</b>	<b>46%</b>
<b>Originalidad</b>	6%	12%	30%	37%	14%	<b>3,42</b>	<b>18%</b>	<b>52%</b>

### **Agrado de productos y servicios complementarios**

Adicionalmente a los servicios *core* de un servicio de reparación se testeó el nivel de agrado de distintos servicios y productos complementarios. A continuación se detallan las principales interpretaciones de los resultados obtenidos:

- La entrega del equipo con la pantalla rota cómo parte de pago por el equipo reacondicionado obtuvo un alto nivel de agrado en los encuestados, incluso superando el puntaje del resto de los atributos testeados. 74% de los encuestados lo puntuaron con 4 y 5 en nivel de agrado.
- Las alternativas de financiamiento testeadas mostraron similares respuestas de agrado. Este es un atributo del servicio sumamente importante teniendo en cuenta la

sensibilidad al precio en los clientes y la baja satisfacción respecto al financiamiento que manifestaron los encuestados que vivieron un incidente con sus celulares.

- Para el 29% “El costo de la reparación/sustitución fue muy alto.”
- Solo el 17% estuvo de acuerdo con la declaración “Estoy satisfecho/a con las opciones de financiación para reparar/reemplazar mi celular.”

- El alquiler de un muleto para el tiempo que se repara el celular también obtuvo una buena aceptación (54%). Una vez lanzada la plataforma se debería testear el resultado económico y satisfacción de cliente de ofrecerlo cómo servicio con costo adicional o bien incluirlo dentro del costo de reparación como han sugerido algunos participantes de la encuesta.
- La venta de accesorios tuvo una aceptación moderada-alta, 45% (Puntajes 4 y 5) film protector de pantalla y 35% funda. Esto confirma que son productos que agregan valor a un universo importante de clientes principalmente siendo ofrecidos durante la compra de reacondicionado o solicitud de servicio de reparación – mensaje “Protegé tu dispositivo para que no se te vuelva a romper”.
- Por último se destaca el agrado de un descuento especial en la reparación y compra de reacondicionado migrando de operadora de telefonía. Fue puntuada positivamente por el 40% de los encuestados. Teniendo en cuenta el alto margen de rentabilidad que presenta esta alternativa se deberá poner foco en garantizar una buena experiencia, sobre todo ante la complejidad que presentan los trámites de portabilidad y siendo la plataforma el único intermediario con el cliente.
- **Pregunta:** Te pedimos que califiques los siguientes atributos de servicio que estamos evaluando respondiendo en una escala de 1 a 5, donde 1 es “la propuesta me desagrada totalmente” o 5 “la propuesta me agrada totalmente”. Podés utilizar los valores intermedios de la escala en tu evaluación:

	1	2	3	4	5	Puntaje	1 + 2	4 + 5
1 Entrega de equipo con display roto cómo parte de pago por un equipo reacondicionado.	4%	5%	17%	38%	36%	3,97	9%	74%
2 Financiamiento 12 cuotas CON interés.	9%	10%	15%	34%	33%	3,71	19%	66%
3 Financiamiento 3 cuotas SIN interés.	4%	11%	35%	26%	24%	3,55	15%	50%
4 Alquiler de muleto mientras es reparado por \$100.	20%	11%	15%	25%	30%	3,33	31%	54%
5 Por \$250 film protector de vidrio templado para evitar que se te vuelva a romper la pantalla.	14%	19%	22%	35%	10%	3,08	33%	45%
6 Cambio de operadora descontando el precio de tu plan en el costo de reparación o compra reacondicionado.	14%	23%	24%	30%	10%	3	36%	40%
7 Venta funda protectora de silicona por \$199.-	22%	20%	28%	22%	9%	2,76	42%	30%

- n= 82

- \*La descripción de los servicios fueron resumidos para simplificar el cuadro expuesto.

## Productos y servicios Complementarios

### Entrega de equipo dañado como parte de pago de uno reacondicionado

El **74%** de los encuestados respondió agradecerle o agradecerle totalmente esta posibilidad, con lo cual se posiciona como un producto complementario fundamental. Esto además permite, o bien reacondicionar el equipo entregado y reinsertarlo en el mercado incrementando el margen de la operación, o alternativamente utilizar las partes de ese equipo que estén en buen estado para reacondicionar otros equipos.

### Financiación

La financiación es un atributo necesario para el tipo de servicio que se está ofreciendo. Esto es lo que se vio claramente en la encuesta donde el **66%** respondió que le agrada o le agrada totalmente la posibilidad de financiar la operación en 12 cuotas con interés por sobre el **50%** que respondió que le agradaría o le agradaría totalmente poder financiar la operación en 3 cuotas pero sin interés.

## Accesorios

En cuanto a la venta de accesorios la encuesta a clientes mostró una mayor propensión a comprar un film protector por \$250 (**45%**) que una funda para celular por \$199 (**30%**) una vez realizado el servicio de reparación. Esto da cuenta de la conciencia que existe entre los clientes de que el *display* es la parte más frágil del equipo y que a su vez su costo representa el más alto dentro de las piezas de un celular

## Equipo Muleto

El **54%** de los encuestados afirmó que pagaría \$100 para alquilar un celular por el tiempo que dure la reparación del suyo. Como *insight* adicional algunos usuarios sugirieron que el costo se incluya en el valor del servicio para ser visto como un beneficio adicional dentro de la propuesta de valor.

## Migración de Carrier

Esta es sin duda la operación que mayor margen bruto relativo (73%) dejaría para la compañía y consiste en ofrecer un descuento de reparación equivalente a un mes del plan de telefonía que el cliente contrate al cambiar de *carrier*. El precio de mercado a cobrar al *carrier* de telefonía por migrar un nuevo cliente a su compañía es equivalente a 3.8 ARPU's (Average Revenue per User), es decir, a 3.8 meses del plan de telefonía que el cliente contrate. La encuesta mostró que el **40%** de los encuestados estaría dispuesto a evaluar cambiarse de empresa proveedora de servicios para obtener el descuento.

## Conclusiones

Según el análisis efectuado en este trabajo se identifica una necesidad de mercado insatisfecha donde aproximadamente 1.7 millones de clientes por año tienen un incidente con sus celulares atravesando una experiencia insatisfactoria. Según el estudio de consumidor efectuado 70% de las personas encuestadas que tuvieron estos incidentes manifestaron no estar satisfechos con el resultado del incidente y asimismo expresando su disconformidad por el costo de resolución, las escasas opciones de financiación y la calidad del servicio.



Este universo de cliente representa un mercado potencial de US\$ 490.1 millones año donde actualmente no existen jugadores de mercado con una solución integral a precios razonables.

Por el volumen de incidentes en dispositivos celulares y el gap identificado en el nivel de resolución y servicio actual y las expectativas del cliente puedo concluir que existe una oportunidad muy importante de evolucionar la industria para brindarles a los clientes una solución donde se pueda capturar mayor valor de mercado.

## Fuentes

- Estudio Cuantitativo On Line realizado en marzo 2016 por Eric Leuemberger y Ezequiel Kirchuk. 130 encuestados / 81 finalizados.
- Porter, M. E. (1979) How competitive forces shape strategy. Harvard Business Review, March 1979
- W. Chan Kim and Renée Mauborgne (2005) Blue Ocean Strategy. How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant
- Merrill Lynch – Información a Julio 2015
- Información obtenida en <http://www.personal.com.ar/> y <http://www.movistar.com.ar/>
- 2014 WDS research about client loyalty and retention in the Smartphone market.
- La Nación 23 de febrero del 2016 nota: “Cómo es el plan canje de celulares que el Gobierno lanzará en 30 días.”
- Trocafone ([www.trocafone.com.ar](http://www.trocafone.com.ar)) y Zelucash ([www.zelucash.com](http://www.zelucash.com))
- Diario Infobae 21 de octubre del 2015. “Llegó a la Argentina Trocafone, plataforma para comprar y vender celulares usados”
- [www.alexa.com](http://www.alexa.com)
- <http://www.fravega.com/plancanje>

## ANEXOS

### ANEXO I

#### Investigación de Mercado – Encuesta a Consumidores

**Bienvenido! Estamos efectuando un estudio entre usuarios de telefonía celular que hayan comprado un celular en los últimos 2 años.**

**Responder la encuesta te llevará unos minutos y no se utilizarán los resultados para ofrecerte o venderte productos. Contar con tus respuestas es muy importante para nosotros.**

**Por favor, tené a mano tu teléfono celular porque en la encuesta te haremos preguntas sobre él. Si tenés más de un celular, por favor sólo respondé por tu principal equipo. El que más utilices habitualmente.**

**¿Empezamos?**

1. Para comenzar, te solicitamos algunos datos clasificatorios. Tu sexo: **(UNA RESPUESTA)**

- 1. Masculino
- 2. Femenino

2. Tu edad: **(UNA RESPUESTA)**

- 1. 18 a 24 años
- 2. 25 a 34 años
- 3. 35 a 44 años
- 4. 45 a 60 años
- 5. Otros **(TERMINAR)**

3. Ahora te haremos algunas preguntas sobre tu dispositivo celular. ¿Cuándo compraste el celular que tenés actualmente? **(UNA RESPUESTA)**

1. Hace menos de 6 meses
2. Entre 6 y 12 meses
3. Entre 13 y 18 meses
4. Entre 19 y 24 meses
5. Hace más de 2 años **(FINALIZA ENCUESTA)**

4. ¿Cuál es la marca? **(UNA RESPUESTA)**

1. Alcatel
2. Apple
3. Blackberry
4. HTC
5. Huawei
6. LG
7. Motorola
8. Nokia
9. Samsung
10. Sony Ericsson
11. ZTE
12. Otra marca

5. ¿Y cuál es el modelo? Si no lo sabés, por favor fijate en tu celular. Si aún así no lo sabés, por favor marcá la opción de “no sé” **(UNA RESPUESTA)**

Tabla o campo libre a tipificar

6. ¿Cual de los siguientes alternativas describe mejor el tipo de celular que tenes? **(UNA RESPUESTA)**

1. Un celular Estandar (No es Smartphone): para realizar llamadas de voz, enviar mensajes de texto y algunos



pueden sacar fotos y escuchar música Radio / MP3 **TERMINA ENCUESTA**

2. Un celular Inteligente (Smartphone o Smarter): cuenta con la posibilidad de navegar por internet, redes sociales y/o enviar/recibir emails

7. ¿Cuánto abonaste por el celular que tenés ahora? Te pedimos que nos comentes el valor final que pagaste (con IMPUESTOS): **(RESPUESTA ESPONTÁNEA)**

**\$Ar** \_\_\_\_\_ (comprador en Argentina)

**Doláres** \_\_\_\_\_(comprador en el Exterior)

8. ¿Dónde lo compraste? **(UNA RESPUESTA)**

1. Provedora de telefonía celular en Argentina.
2. Tienda de electrodomésticos en Argentina.
3. En sitio web de compra y venta en Argentina (ej: MercadoLibre)
4. Telefono USADO en sitio web de compra y venta en Argentina (ej: MercadoLibre)
5. En el extranjero
6. No lo compré (me lo regalaron)
7. Otra

9. La última vez que cambiaste de celular, ¿qué hiciste con tu anterior teléfono? **(UNA RESPUESTA)**

1. Lo guardé
2. Lo tiré
3. Lo regalé (a un amigo, conocido, familiar, compañero de estudios/trabajo, otro)
4. Lo vendí por MercadoLibre u otro sitio web (ej.: Más Oportunidades)
6. Lo vendí en un local

7. Se lo quedó mi compañía celular en parte de pago del nuevo equipo

8. Me lo robaron

9. Se me rompió

10. Lo perdí

Otro:

10. ¿En qué estado se encuentra actualmente tu celular? (**UNA RESPUESTA**)

1. Funciona bien y estéticamente se encuentra en muy buenas condiciones

2. Funciona bien, solo tiene detalles de cosmética (rayaduras menores o teclas un poco despintadas pero el display o pantalla están en muy buenas condiciones).

3. Funciona bien pero la pantalla o display está rota o rayada

4. A veces funciona mal.

5. No funciona bien.

11. Si hoy venderías tu equipo por la web, ¿cuánto crees que recibirías?. Te pedimos el valor total que crees que te darían en pesos argentinos: (**RESPUESTA ESPONTÁNEA**)

\$ \_\_\_\_\_

12. ¿Cuál es tu compañía de telefonía celular? (**UNA RESPUESTA**)

1. Movistar

2. Personal

3. Claro

4. Nextel

5. Otra

13. ¿Cuál es el plan de telefonía celular que tenés? (**UNA RESPUESTA**)

1. Factura. No se corta mi línea por falta de crédito, puedo consumir minutos adicionales que se cargan a mi factura mensual

2. Factura fija. Una vez que consumí el crédito, puedo recargar la cuenta a través de tarjetas prepagas o recargas electrónicas

3. Tarjeta. No recibo facturas mensuales, ni tengo abono fijo. Sólo compro minutos para hablar a través de una tarjeta o por carga virtual.

4. Corporativo. La línea que poseo pertenece a la organización donde me desempeño (**AGRADECE Y FINALIZA**)

14. ¿Has sufrido cualquiera de los siguientes incidentes durante los últimos 24 meses en un celular?

Seleccione todas las opciones que correspondan. (**MULTIPLE RESPUESTA**)

Me han robado el celular

He perdido el celular

Daño por agua/líquido

Rotura en la pantalla

Mi celular no se encendía

Había un problema con la batería / carga

Problemas de software (se bloquea o ralentización de las funciones)

Fallo del altavoz o del micrófono

Daño en la carcasa del celular

Otro daño

No lo sé/recuerdo

Ninguno de los anteriores (SIGUE PREGUNTA X)

15. ¿Contabas con seguro para el celular en el momento de este incidente en particular? (**UNA RESPUESTA**)

1. Sí
2. No
3. No lo sé

16. Cuáles de las siguientes opciones detallan cómo intentaste resolver el daño/falla en tu celular? (**MÚLTIPLES RESPUESTAS**)

1. Busque una solución en Google.
2. Me contacte con mi proveedor de telefonía celular.
3. Visité un servicio técnico.
4. Visité un taller que seguramente no era oficial de la marca del celular.
5. Llamé al fabricante del teléfono.
6. Llamé a un servicio técnico.
7. No hice nada. Decidí reemplazarlo.
8. Otros

17. Ahora nos gustaría entender con más detalle cómo resolvió el daño/falla en su celular (solo respuestas falla / daño) (**UNA RESPUESTA**)

9. Decidí no repararlo y tenerlo dañado o fallado.
10. Me repararon el teléfono sin cargo.
11. Pagué para que me lo repararan.
12. Me lo reemplazaron sin cargo.

13. Compré uno nuevo porque no era reparable.
14. Compré uno nuevo porque la reparación era muy cara.
15. Compré uno nuevo porque la reparación iba a tardar mucho tiempo.
16. Compré uno nuevo porque prefería cambiarlo por uno mejor.
17. Lo reparé yo mismo.

18. Donde resolviste el daño/falla en su celular? **(UNA RESPUESTA)**

1. Visité un minorista independiente de reparación de teléfonos celulares.
2. Visité el sitio web de una empresa de reparación de teléfonos celulares en línea.
3. Me puse en contacto con mi proveedora de telefonía celular y me lo resolvieron ellos.
4. Fui a la tienda del fabricante ( ej. tienda Samsung)
5. Contacté con el fabricante y me dirigí a un un servicio técnico que me brindaron.
6. Se ocupó mi aseguradora.
7. Busqué en internet y obtuve una guía para resolver el problema.
8. Lo resolví yo mismo a través del consejo de un amigo, colega o familiar.
9. En un centro de reparación en el exterior.
10. Otro

19. ¿Cuánto tardó en resolver el incidente? Esto es desde el primer punto de contacto hasta el punto en que se solucionó el problema. **(UNA RESPUESTA)**

1. Menos de un día
2. 1 a 3 días
3. 4 días a 1 semana
4. 1 a 2 semanas
5. 3 a 4 semana
6. Un mes o más

20. Cuanto pagaste por la resolución del incidente **(UNA RESPUESTA)**

1. \$Ar \_\_\_\_\_ (resuelto en Argentina)
2. Doláres \_\_\_\_\_(resuelto en el Exterior)

3. No lo recuerdo.

21. ¿Si piensas en cómo se resolvió el incidente ¿cuáles de las siguientes afirmaciones aplica mejor?

Utilice una escala del 1 al 5, donde 1 es "Definitivamente en desacuerdo" y 5 "Definitivamente de acuerdo"? (UNA RESPUESTA)

<b>Frases</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>Parcialmen te en desacuerdo</b>	<b>Ni en desacuerdo ni en acuerdo</b>	<b>Parcialmen te de acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
	1	2	3	4	5
Estoy satisfecho/a con el resultado general del incidente del celular.					
Estoy satisfecho/a con las opciones de financiación para reparar/reemplazar mi celular.					
Es probable que siga utilizando este método de reparación/sustitución de celular, en vez de contratar un seguro de celular o resolverlo de otra manera.					
Tras el incidente, consideraría contratar un seguro de celular en el futuro.					
El tiempo sin mi teléfono fue una inconveniencia.					
El costo de la reparación/sustitución fue muy alto					
Estuve satisfecho/a con la calidad de la reparación o reemplazo					



Ahora le presentaremos dos conceptos de servicios para teléfono Smartphones diseñados para personas que no cuentan con seguro y han sufrido un incidente de Daño por accidente o falla (fuera de garantía del fabricante)

### **CONCEPTO 1 – Servicio de Reparación**

Imagine que la pantalla de su Smartphone se rompe.

Usted busca una solución en internet y encuentra una página web que le brinda la posibilidad de cotizar la reparación de su celular on-line.

Aceptada la cotización, usted puede dejar el celular roto en una sucursal de correo (Ej: Oca / Andreani) o pagar un adicional para que lo retiren en su domicilio.

Podrá retirar el celular o recibirlo en su domicilio (pagando un adicional) transcurridos los 5 días hábiles de haberlo entregado. Si pudo ser reparado lo pagará con tarjeta de crédito o en efectivo, si no se logró reparar se le devolverá el celular sin tener que pagar un adicional.

22. ¿Cuánto te interesaría utilizar este servicio? (**UNA RESPUESTA**)

1. Definitivamente no lo contrataría
2. Probablemente no lo contrataría
3. Podría o no contratarlo
4. Probablemente lo contrataría
5. Definitivamente lo contrataría

23. ¿Por qué? (**RESPUESTA ESPONTÁNEA**)

24. Te pedimos que califiques esta propuesta en cada uno de los siguientes atributos. Responder en una escala de 1 a 5, donde 1 es “la propuesta me desagrada totalmente”, “la propuesta no es creíble”, “la propuesta no es nada original” y 5 “la propuesta me agrada totalmente”, “la



propuesta es totalmente creíble”, “la propuesta es totalmente original”. Podés utilizar los valores intermedios de la escala en tu evaluación: **(UNA RESPUESTA POR ATRIBUTO)**

1. Agrado de la propuesta	1	2	3	4	5
2. Credibilidad de la propuesta	1	2	3	4	5
3. Originalidad de la propuesta	1	2	3	4	5

25. En una escala de 1 a 5, donde 1 es “la propuesta es muy difícil de entender” y 5 “la propuesta es muy fácil de entender”, te pedimos que califiques esta propuesta. Podés utilizar los valores intermedios de la escala en tu evaluación: **(UNA RESPUESTA)**

1. Facilidad de entender	1	2	3	4	5
--------------------------	---	---	---	---	---

26. ¿Cuál es, en tu opinión, el valor de este servicio expresado cómo porcentaje (%) del valor del celular nuevo? Ejemplo: Si opinas que vale 40% del valor, si el celular nuevo cuesta \$5.000 el servicio valdrá \$2.000.

X% \_\_\_\_\_

27. Si te decimos que ante una rotura de pantalla el valor mensual que se está evaluando es de **20%** del valor del equipo a nuevo. Con este precio, ¿cuánto te interesaría contratar este servicio? **(UNA RESPUESTA)**

1. Definitivamente no lo contrataría 2. Probablemente no lo contrataría 3. Podría o no contratarlo 4. Probablemente lo contrataría
---



5. Definitivamente lo contrataría

### CONCEPTO 2 – Venta de Equipo reacondicionado

Imagine que su equipo esta dañado, falla o no prende.

Usted busca una solución en internet y encuentra una página web que le brinda la posibilidad de repararlo o comprar equipos reacondicionados con 1 año de garantía.

El portal le ofrece equipos en estas condiciones:

EXCELENTE - Equipos que casi no muestran señales de uso, parecen nuevos.

MUY BUENO - Equipo con eventuales señales de uso.

Puede comprarlo directamente en el portal web recibéndolo en su domicilio dentro de las 48hs hábiles sin pagar costos de envío.

28. ¿Cuánto te interesaría comprar un equipos reacondicionado para reemplazar tu equipo dañado o que falla? (**UNA RESPUESTA**)

1. Definitivamente no lo contrataría
2. Probablemente no lo contrataría
3. Podría o no contratarlo
4. Probablemente lo contrataría
5. Definitivamente lo contrataría

29. ¿Por qué? (**RESPUESTA ESPONTÁNEA**)

30. Te pedimos que califiques esta propuesta en cada uno de los siguientes atributos. Te solicitamos una respuesta por aspecto, en una escala de 1 a 5, donde 1 es “la propuesta me desagrada totalmente”, “la propuesta no es creíble”, “la propuesta no es nada original” y 5 “la propuesta me agrada totalmente”, “la propuesta es totalmente creíble”, “la propuesta es

totalmente original”. Podés utilizar los valores intermedios de la escala en tu evaluación:

**(UNA RESPUESTA POR ATRIBUTO)**

1. Agrado de la propuesta	1	2	3	4	5
2. Credibilidad de la propuesta	1	2	3	4	5
3. Originalidad de la propuesta	1	2	3	4	5

31. En una escala de 1 a 5, donde 1 es “la propuesta es muy difícil de entender” y 5 “la propuesta es muy fácil de entender”, te pedimos que califiques esta propuesta. Podés utilizar los valores intermedios de la escala en tu evaluación: **(UNA RESPUESTA)**

1. Facilidad de entender	1	2	3	4	5
--------------------------	---	---	---	---	---

32. ¿Cuál es, en tu opinión, el porcentaje de descuento que deberíamos ofrecer el celular reacondicionado sobre el precio a nuevo? : **(UNA RESPUESTA)**

X% \_\_\_\_\_

33. Te comentamos que el descuento que se esta evaluando para la venta de equipos reacondicionado será de **35%** para la condición EXCELENTE estado. Con este descuento, ¿cuánto te interesaría comprar un equipo reacondicionado ? **(UNA RESPUESTA)**

1. Definitivamente no lo contrataría
2. Probablemente no lo contrataría
3. Podría o no contratarlo
4. Probablemente lo contrataría
5. Definitivamente lo contrataría

Ahora imaginese que el sitio web le brinda las dos posibles soluciones:



- Reparar tu celular dañado
- Reemplazarlo por un equipo reacondicionado con garantía de 1 año.

34. Te pedimos que califiques los siguientes atributos de servicio que estamos evaluando respondiendo en una escala de 1 a 5, donde 1 es “la propuesta me desagrada totalmente” o 5 “la propuesta me agrada totalmente”. Podés utilizar los valores intermedios de la escala en tu evaluación: **(UNA RESPUESTA POR ATRIBUTO)**

Frases	La propuesta me desagrada totalmente				la propuesta me agrada totalmente
	1	2	3	4	5
Se puede pagar la reparación o compra de reacondicionado en 12 cuotas con un interés de 35%.					
Se puede pagar en 3 cuotas sin interés.					
En el caso que estes dispuesto a cambiar de proveedor de telefonía celular se te realizará un descuento en el costo de la reparación o compra del equipo reacondicionado equivalente a un mes del plan de telefonía que contrates.					
Realizado el servicio de reparación o reemplazo por un reacondicionado se te ofrecerá una funda protectora de silicona por \$199.-					
Por \$250 se te ofrecerá un film protector de vidrio templado para evitar que se te vuelva a romper la pantalla.					
Si entregas tu equipo con la pantalla rota y prende te lo tomarán como parte de pago para comprar un equipo reacondicionado.					

--	--	--	--	--	--

35. Que tu empresa de telefonía celular ofrezca estas soluciones web para resolver un incidente en caso de daño por accidente o falla es: **(UNA RESPUESTA)**

1. Muy negativo para la imagen que tengo de la empresa
2. Negativo para la imagen que tengo de la empresa
3. Neutro. No es ni positivo ni negativo para la imagen que tengo de la empresa. No cambia la imagen que tengo
4. Positivo para la imagen que tengo de la empresa
5. Muy positivo para la imagen que tengo de la empresa

36. Antes de terminar, y pensando en el concepto que te presentamos, quisiéramos tener tu opinión de cómo se podría mejorar cualquiera de las dos propuestas: **(RESPUESTA ESPONTÁNEA)**

--

37. En agradecimiento por su participación podrá participar por un sorteo de un Samsung S3 reacondicionado. Si desea participar por favor ingrese su e-mail.

--

Muchas Gracias!

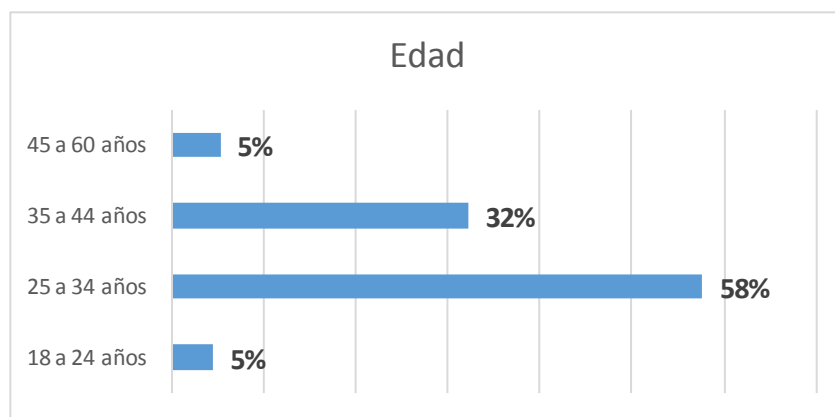
## ANEXO II

## Resultados de la Investigación de Mercado

## Perfil de los encuestados:

Cuenta de Sexo	Total	%
Sexo		
Femenino	30	23%
Masculino	100	77%
Total general	130	100%

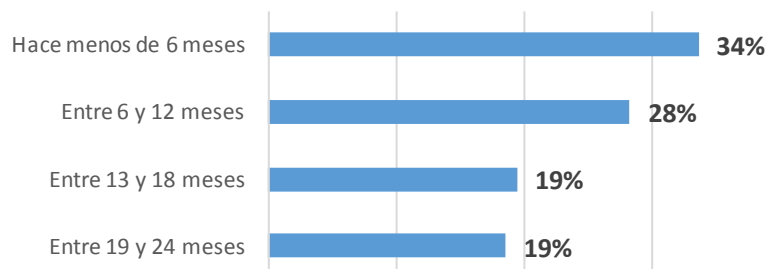
Cuenta de Identificación del encuestado		
Edad:	Total	%
18 a 24 años	6	5%
25 a 34 años	75	58%
35 a 44 años	42	32%
45 a 60 años	7	5%
Total general	130	100%



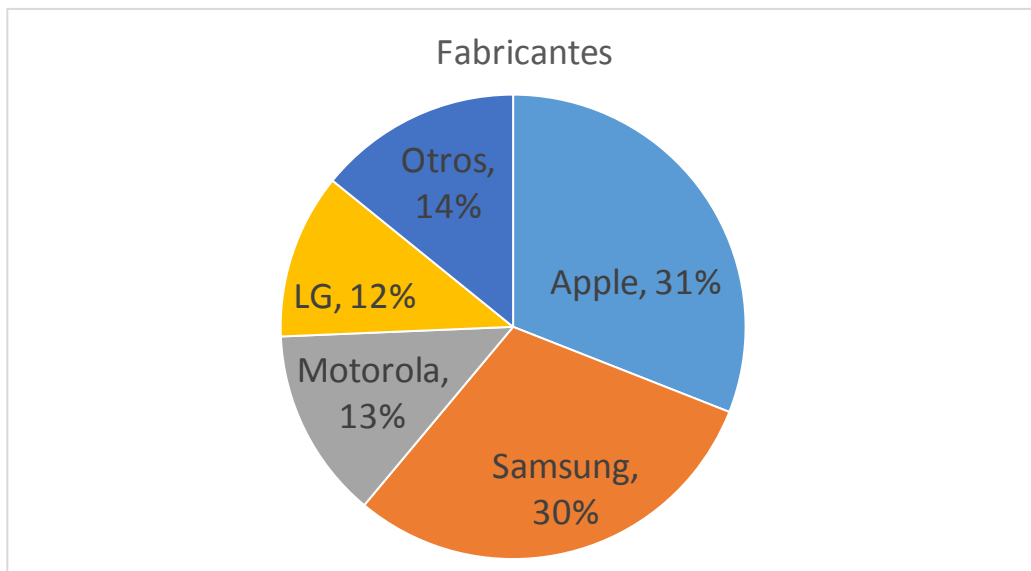
Califica	SI
----------	----

Cuenta de Identificación del encuestado		
¿Cuándo compraste el celular que tenés actualmente?:	Total	%
Entre 19 y 24 meses	21	19%
Entre 13 y 18 meses	22	19%
Entre 6 y 12 meses	32	28%
Hace menos de 6 meses	38	34%
Total general	113	100%

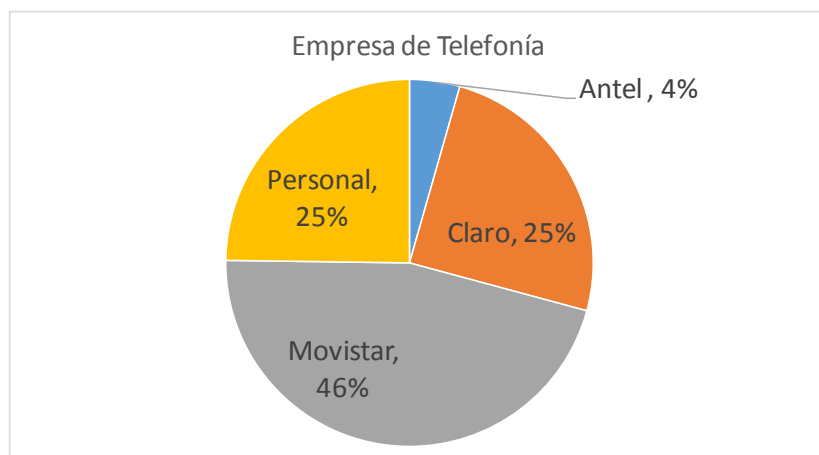
## Antigüedad del Celular



Marca:	Total	%
Apple	35	31%
Samsung	34	30%
Motorola	15	13%
LG	13	12%
Otros	16	14%
Huawei	3	3%
Nokia	3	3%
Sony Ericsson	3	3%
Alcatel	2	2%
asus	2	2%
Assus	1	1%
BGH JOY	1	1%
BLU	1	1%
Total general	113	

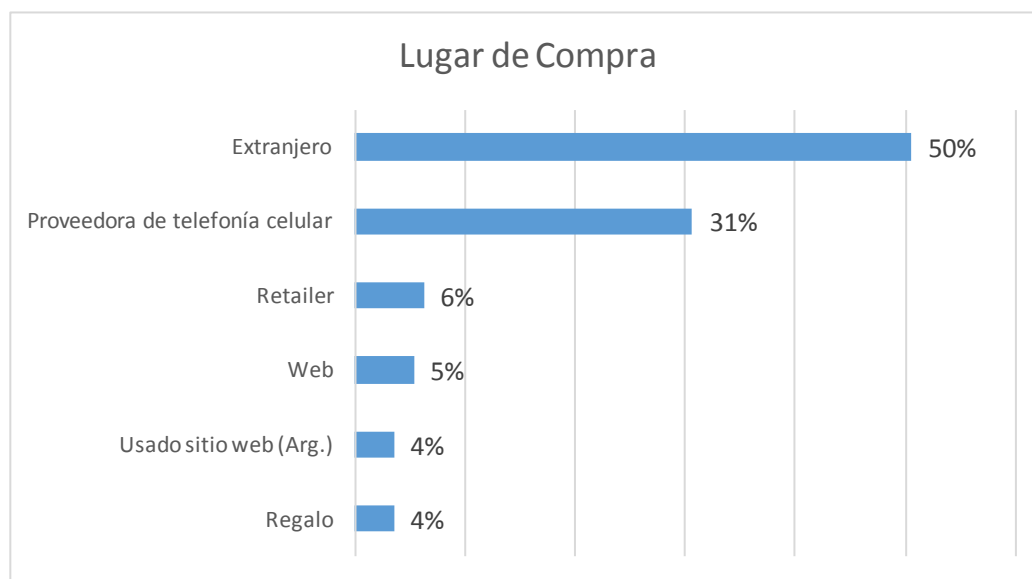


¿Cuál es tu compañía de telefonía celular?:	Total	%
Antel	5	4%
Claro	28	25%
Movistar	52	46%
Personal (en blanco)	28	25%
Total general	113	100%



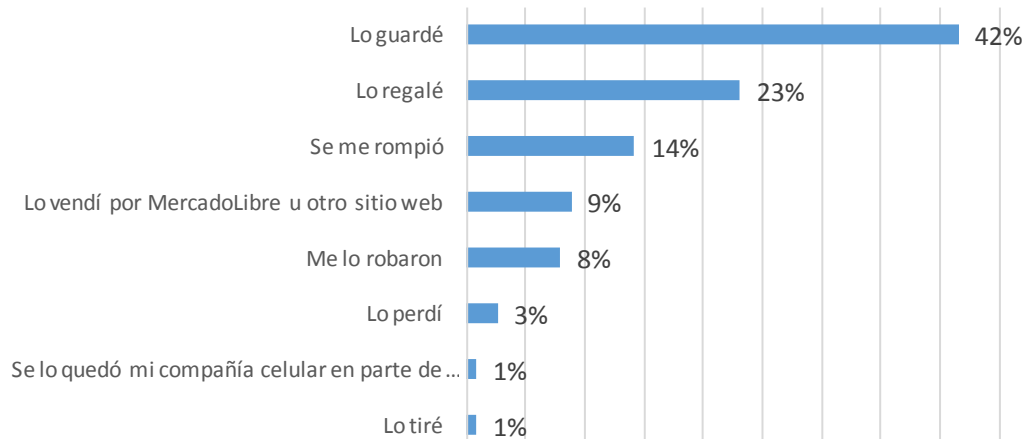


¿Dónde lo compraste?:	Total	%
Regalo	4	4%
Usado sitio web (Arg.)	4	4%
Web	6	5%
Retailer	7	6%
Provedora de telefonía celular	34	31%
Extranjero	56	50%
Total general	111	100%

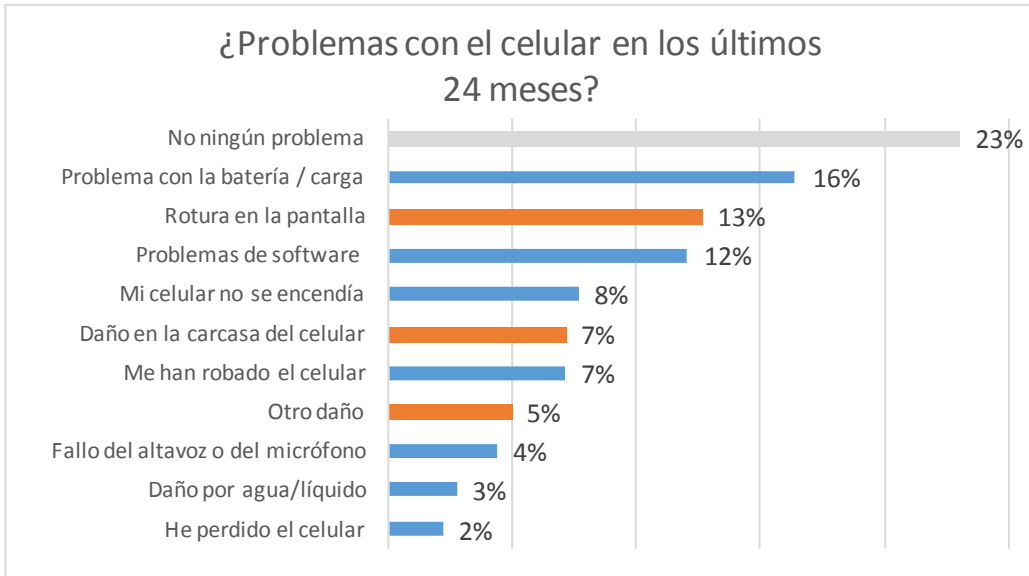


La última vez que cambiaste de celular, ¿qué hiciste con tu anterior teléfono?:	Total	%
Lo tiré	1	1%
Se lo quedó mi compañía celular en parte de pago del nuevo equipo	1	1%
Lo perdí	3	3%
Me lo robaron	9	8%
Lo vendí por MercadoLibre u otro sitio web	10	9%
Se me rompió	16	14%
Lo regalé	26	23%
Lo guardé	47	42%
	113	100%

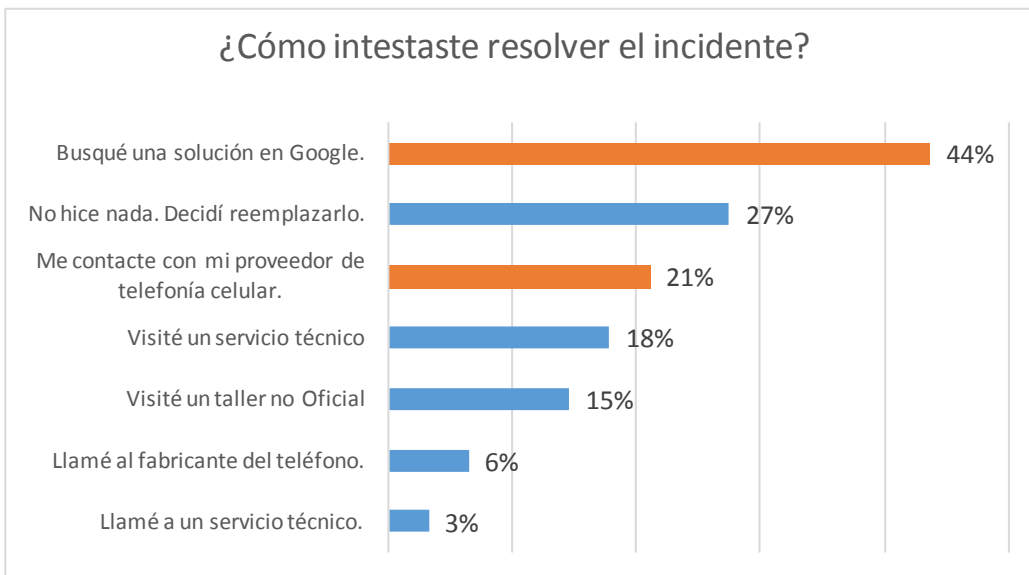
## ¿Qué hiciste con tu anterior celular?



Problemas con el celular en los últimos 24 meses	Total	%
He perdido el celular	4	2%
Daño por agua/líquido	5	3%
Fallo del altavoz o del micrófono	8	4%
Otro daño	9	5%
Me han robado el celular	13	7%
Daño en la carcasa del celular	13	7%
Mi celular no se encendía	14	8%
Problemas de software	22	12%
Rotura en la pantalla	23	13%
Problema con la batería / carga	30	16%
No ningún problema	42	23%
	183	100%
<b>Incidentes target para servicio reparación/reemplazo</b>	<b>45</b>	<b>25%</b>
<b>Incidentes target para reemplazo</b>	<b>19</b>	<b>10%</b>



¿Cómo intentaste resolver el incidente?	Total	%
Llamé a un servicio técnico.	2	3%
Llamé al fabricante del teléfono.	4	6%
Visité un taller no Oficial	9	15%
Visité un servicio técnico	11	18%
Me contacte con mi proveedor de telefonía celular.	13	21%
No hice nada. Decidí reemplazarlo.	17	27%
Busqué una solución en Google.	27	44%
Cantidad de encuestados	62	
<b>Cientes a capturar por los canales definidos</b>	<b>40</b>	<b>65%</b>



**Servicio de Reparación**

	Sin Precio	Con Precio	Sin Precio	Con Precio
<b>Top 2 Box</b>	<b>46%</b>	<b>35%</b>	38	29
Definitivamente lo contrataría	7%	4%	6	3
Probablemente lo contrataría	39%	31%	32	26
Podría o no contratarlo	31%	27%	26	22
Probablemente no lo contrataría	13%	20%	11	17
Definitivamente no lo contrataría	10%	18%	8	15
<i>Muestra:</i>	83	83		

<b>Servicio de Reparación</b>	<b>&lt; 6 meses</b>	<b>E/ 6 y 12 meses</b>	<b>E/ 13 y 18 meses</b>	<b>E/ 19 y 24 meses</b>
<b>Top 2 Box</b>	<b>46%</b>	<b>38%</b>	<b>69%</b>	<b>33%</b>
Definitivamente lo contrataría	4%	5%	6%	17%
Probablemente lo contrataría	43%	33%	63%	17%
Podría o no contratarlo	25%	48%	13%	39%
Probablemente no lo contrataría	25%	5%	6%	11%
Definitivamente no lo contrataría	4%	10%	13%	17%
<i>Muestra</i>	28	21	16	18

**Servicio de Reparación**

	<b>Samsung</b>	<b>Apple</b>	<b>Otras Marcas</b>
<b>Top 2 Box</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>40%</b>
Definitivamente lo contrataría	5%	8%	9%
Probablemente lo contrataría	45%	42%	31%
Podría o no contratarlo	41%	15%	37%
Probablemente no lo contrataría	0%	27%	11%
Definitivamente no lo contrataría	9%	8%	11%
<i>Muestra</i>	22	26	35

**Servicio de Reparación**

	<b>Movistar</b>	<b>Personal</b>	<b>Claro</b>
<b>Top 2 Box</b>	<b>41%</b>	<b>42%</b>	<b>55%</b>
Definitivamente lo contrataría	5%	5%	14%
Probablemente lo contrataría	36%	37%	41%
Podría o no contratarlo	36%	37%	23%
Probablemente no lo contrataría	15%	5%	14%
Definitivamente no lo contrataría	8%	16%	9%
<i>Muestra</i>	39	19	22

**Servicio de Reparación**

	SIN PRECIO			CON PRECIO		
	Daño por accidente	Fallas	Sin incidentes	Daño por accidente	Fallas	Sin incidentes
<b>Top 2 Box</b>	<b>51%</b>	<b>58%</b>	<b>29%</b>	<b>50%</b>	<b>23%</b>	<b>33%</b>
Definitivamente lo contrataría	6%	6%	4%	5%	8%	0%
Probablemente lo contrataría	46%	52%	25%	45%	15%	33%
Podría o no contratarlo	29%	29%	42%	26%	31%	29%
Probablemente no lo contrataría	17%	8%	13%	14%	25%	17%
Definitivamente no lo contrataría	3%	5%	17%	10%	22%	21%
<i>Muestra</i>	35	65	24	42	65	24

**VENTA DE REACONDICIONADOS**

	Sin Precio				Con Precio			
	Total	Apple	Samsung	Otras Marcas	Total	Apple	Samsung	Otras Marcas
<b>Top 2 Box</b>	<b>37%</b>	<b>36%</b>	<b>33%</b>	<b>40%</b>	<b>40%</b>	<b>44%</b>	<b>38%</b>	<b>37%</b>
Definitivamente lo compraría	6%	8%	5%	6%	10%	8%	10%	11%
Probablemente lo compraría	31%	28%	29%	34%	30%	36%	29%	26%
Podría o no comprarlo	27%	16%	33%	31%	25%	8%	29%	34%
Probablemente no lo compraría	23%	32%	24%	17%	22%	32%	19%	17%
Definitivamente no lo compraría	12%	16%	10%	11%	14%	16%	14%	11%
<i>Muestra</i>	81	25	21	35	81	25	21	35

**VENTA DE REACONDICIONADOS**

	SIN PRECIO				CON PRECIO			
	Daño por accidente	Fallas	Sin incidentes	Robo/ Pérdida	Daño por accidente	Fallas	Sin incidentes	Robo/ Pérdida
<b>Top 2 Box</b>	<b>29%</b>	<b>35%</b>	<b>38%</b>	<b>25%</b>	<b>39%</b>	<b>35%</b>	<b>42%</b>	<b>25%</b>
Definitivamente lo contrataría	7%	13%	0%	8%	5%	16%	8%	0%
Probablemente lo contrataría	22%	23%	38%	17%	34%	19%	33%	25%
Podría o no contratarlo	34%	34%	25%	50%	34%	19%	25%	33%
Probablemente no lo contrataría	22%	13%	29%	0%	12%	26%	21%	8%
Definitivamente no lo contrataría	15%	18%	8%	25%	15%	19%	13%	33%
<i>Muestra</i>	41	62	24	12	41	62	24	12

**VENTA DE REACONDICIONADOS**

	< 12 Meses	E/ 12 y 24 meses
	<b>Top 2 Box</b>	<b>30%</b>
Definitivamente lo contrataría	4%	9%
Probablemente lo contrataría	26%	38%
Podría o no contratarlo	26%	29%
Probablemente no lo contrataría	30%	15%
Definitivamente no lo contrataría	15%	9%
<i>Muestra</i>	47	34