

## **ANEXOS**

### **ANEXO I: EVOLUCIÓN DEL VALOR BURSÁTIL DE LAS DIFERENTES MARCAS**

Observamos como Nokia fue creciendo paulatinamente hasta el año 2008, a partir del cual sus acciones disminuyeron notablemente su valor. Posteriormente, no ha sido capaz de volver a la senda del crecimiento aunque actualmente ha empezado a progresar de nuevo, aunque a un ritmo inferior.

La compañía de la manzana fue creciendo a un ritmo paulatino hasta el año 2008. Ese año, tras una breve pérdida de valor, incrementó su cotización a un ritmo espectacular hasta la época actual. Samsung tuvo un crecimiento intermitente hasta el año 2008 y es a partir de entonces cuando tiene un crecimiento elevado. Se podría decir que sigue un ritmo similar al de su máximo rival en el mercado, Apple.

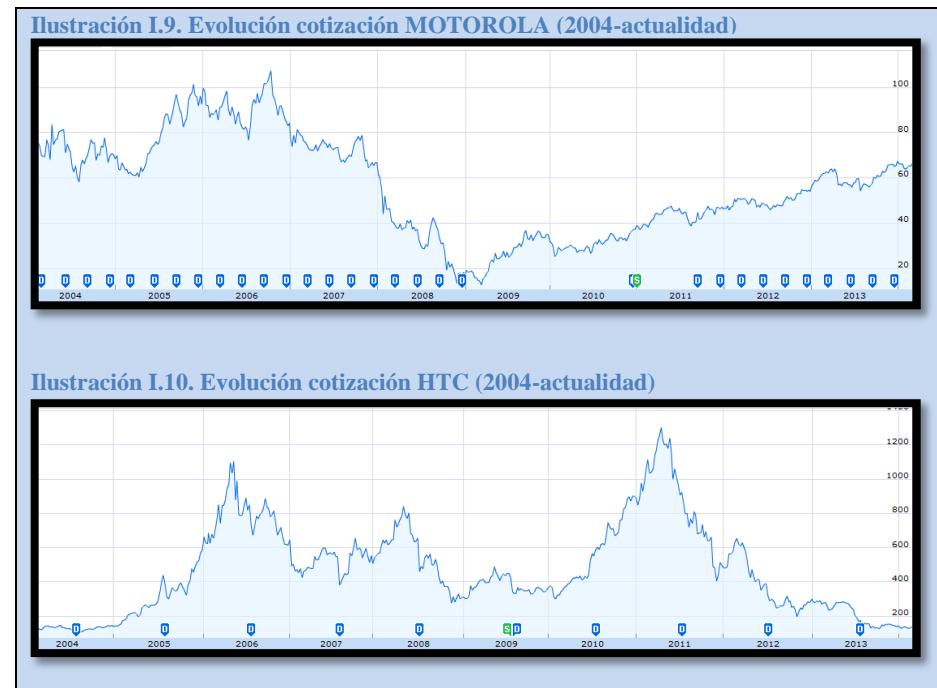
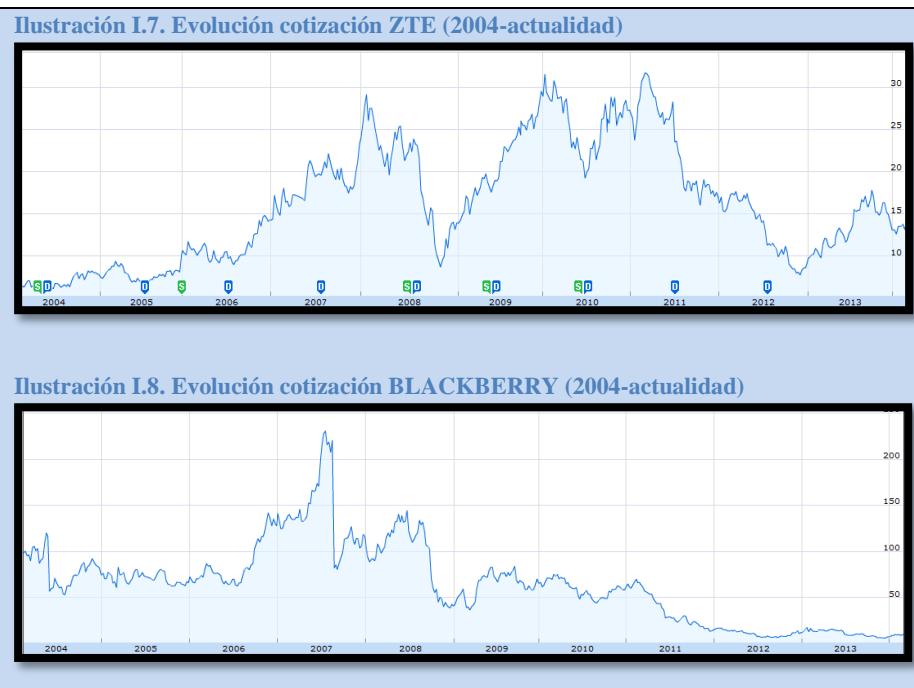
LG se encontraba en pleno crecimiento cuando la crisis le hizo retroceder a situaciones de años anteriores. Posteriormente ha tenido sus altibajos y en la actualidad se encuentra en una situación similar a los años 2004-2005. En cuanto a Sony, la compañía se encontraba en pleno crecimiento pero la crisis le afectó en mayor grado. De esa forma, la empresa ha tenido una tendencia bajista durante los últimos años.

Las cotizaciones de Huawei han sido más o menos constantes y es en la actualidad cuando se ha producido un crecimiento del valor de sus acciones. ZTE tuvo un gran crecimiento hasta el año 2008, cuando la crisis hizo que sus acciones tuvieran el mismo valor que en los años iniciales del presente siglo. Posteriormente, volvió a crecer, pero en la actualidad sus acciones han vuelto a bajar de valor.

Blackberry tuvo un crecimiento relevante en su máxima época de expansión (hasta el año 2007). Posteriormente, la crisis económica y su falta de adaptación a las nuevas necesidades de mercado han provocado la caída en picado de su valor bursátil. En Motorola se distinguen dos fases: una primera etapa de alto crecimiento y, tras la caída en picado provocada por la crisis económica, se produce una revalorización de sus acciones pero a un ritmo inferior respecto a la primera etapa.

En cuanto a HTC, su etapa de máxima valoración de sus acciones fue el año 2011, tras el cual han perdido su gran reconocimiento en el mercado.



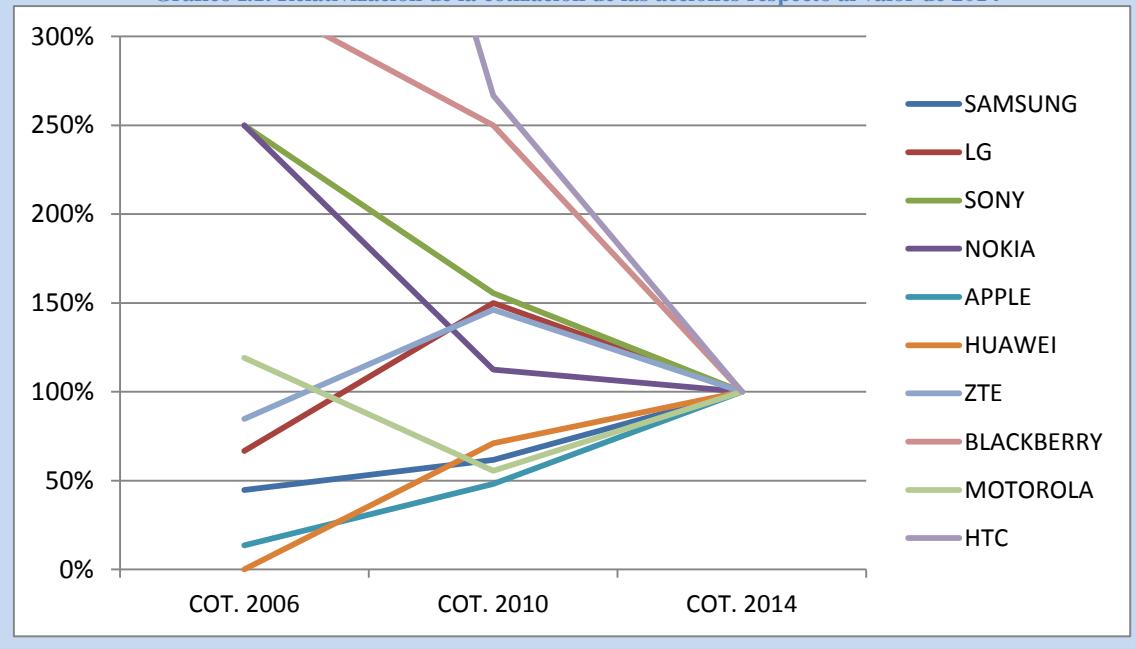


Finalmente, a modo resumen, veremos un gráfico en el que se relacionan las cotizaciones de las diferentes marcas en tres años diferentes: 2006, 2010 y 2014, siendo este último año el valor de referencia para conocer si se ha producido un crecimiento o disminución de las valoraciones bursátiles.

Observamos cuatro grupos: por un lado compañías como Samsung, Apple y Huawei, que han visto crecer el valor de sus acciones respecto años anteriores. Por otro lado: Motorola, Nokia y Sony han sufrido una pérdida de valoración respecto al año 2006, aunque la primera parece que está recuperando posiciones.

LG y Sony tienen una trayectoria similar, crecieron hasta el año 2010 pero posteriormente han perdido valor. Finalmente, las compañías que han sufrido una mayor pérdida relativa respecto a su valor actual son HTC y Blackberry.

**Gráfico I.1. Relativización de la cotización de las acciones respecto al valor de 2014**



## **ANEXO II: CUESTIONARIO CODIFICADO**

### **Valoración de las marcas en los teléfonos móviles**

Muchas gracias por tomarse el tiempo para completar esta encuesta. Su opinión nos interesa para el estudio que se está llevando a cabo.

Sus respuestas serán totalmente anónimas y la información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de valoración de las diferentes marcas de teléfonos móviles en el mercado español.

La encuesta no le llevará más de 10 minutos.

Muchas gracias por su colaboración.

#### **Valoración de su marca de teléfono móvil**

A continuación se le plantearán una serie de preguntas para valorar su nivel de satisfacción con su marca de teléfono móvil actual.

##### **(P1) Marca de teléfono móvil actual**

- |                     |                              |
|---------------------|------------------------------|
| <b>1</b> __ Samsung | <b>7</b> __ ZTE              |
| <b>2</b> __ LG      | <b>8</b> __ Blackberry       |
| <b>3</b> __ Sony    | <b>9</b> __ Motorola         |
| <b>4</b> __ Nokia   | <b>10</b> __ HTC             |
| <b>5</b> __ Apple   | <b>11</b> __ Otros (señalar) |
| <b>6</b> __ Huawei  |                              |

##### **(P.2) Nivel de satisfacción**

Indique el nivel de satisfacción con su marca de móvil actual. Las puntuaciones irán desde un nivel de insatisfacción total (0) hasta un nivel de plena satisfacción (10).

**Respuesta:** \_\_\_\_\_

##### **(P.3) ¿Qué importancia le da usted a la marca cuando va a adquirir un nuevo teléfono móvil?**

- 1** \_\_ Nada importante.
- 2** \_\_ Poco importante.
- 3** \_\_ Indiferente.
- 4** \_\_ Bastante importante.
- 5** \_\_ Muy importante.

##### **(P.4) ¿Considera usted importante el precio del terminal a la hora de tomar la decisión de su adquisición?**

- 1** \_\_ Nada importante.
- 2** \_\_ Poco importante.
- 3** \_\_ Indiferente.
- 4** \_\_ Bastante importante.
- 5** \_\_ Muy importante.

**(P.5) Atributos mejor valorados.**

De la siguiente lista, seleccione los 3 atributos que usted más valora a la hora de adquirir un teléfono móvil.

- |                              |                                |
|------------------------------|--------------------------------|
| <b>1</b> __ Cámara           | <b>8</b> __ Memoria RAM        |
| <b>2</b> __ Conectividad     | <b>9</b> __ Peso               |
| <b>3</b> __ Dimensiones      | <b>10</b> __ Potencia          |
| <b>4</b> __ Diseño           | <b>11</b> __ Resolución        |
| <b>5</b> __ Duración batería | <b>12</b> __ Sencillez         |
| <b>6</b> __ Fiabilidad       | <b>13</b> __ Sistema operativo |
| <b>7</b> __ Memoria Interna  |                                |

**(P.6) Valore los anteriores atributos para su marca de teléfono móvil.**

|                                   |                        |
|-----------------------------------|------------------------|
| <b>(P.6.1)</b> Cámara             | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.6.2)</b> Conectividad       | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.6.3)</b> Dimensiones        | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.6.4)</b> Diseño             | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.6.5)</b> Duración batería   | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.6.6)</b> Fiabilidad         | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.6.7)</b> Memoria Interna    | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.6.8)</b> Memoria RAM        | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.6.9)</b> Peso               | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.6.10)</b> Potencia          | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.6.11)</b> Resolución        | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.6.12)</b> Sencillez         | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.6.13)</b> Sistema operativo | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |

**(P.7) Cuando usted se dispone a comprar un teléfono móvil, ¿a qué le da una mayor relevancia?**

- |                                      |
|--------------------------------------|
| <b>1</b> __ Marca                    |
| <b>2</b> __ Precio                   |
| <b>3</b> __ Características técnicas |

**(P.8) ¿Tiene usted intención de cambiar la marca de su teléfono móvil en la próxima compra?**

- |                                        |                                         |
|----------------------------------------|-----------------------------------------|
| <b>1</b> __ Sí (pasar a la pregunta 9) | <b>2</b> __ No (pasar a la pregunta 12) |
|----------------------------------------|-----------------------------------------|

**Cambio teléfono móvil**

**(P.9) ¿Qué marca de teléfono móvil tiene usted intención de comprar?**

- |                     |                              |
|---------------------|------------------------------|
| <b>1</b> __ Samsung | <b>7</b> __ ZTE              |
| <b>2</b> __ LG      | <b>8</b> __ Blackberry       |
| <b>3</b> __ Sony    | <b>9</b> __ Motorola         |
| <b>4</b> __ Nokia   | <b>10</b> __ HTC             |
| <b>5</b> __ Apple   | <b>11</b> __ Otros (señalar) |
| <b>6</b> __ Huawei  | <b>999</b> __ NS/NC          |



**(P.10) ¿Qué componentes de su móvil actual le han fallado alguna vez?**

- |                                     |                             |
|-------------------------------------|-----------------------------|
| <b>1</b> __ Altavoces               | <b>6</b> __ Memoria         |
| <b>2</b> __ Batería                 | <b>7</b> __ Pantalla        |
| <b>3</b> __ Cargador                | <b>8</b> __ Rendimiento     |
| <b>4</b> __ Conectividad            | <b>9</b> __ Vibrador        |
| <b>5</b> __ Función pantalla táctil | <b>10</b> __ Otro (señalar) |

**(P.11) ¿Recomendaría su móvil actual?**

- 1** \_\_ Sí.                                   **2** \_\_ No.

(Pasar a pregunta 15)

### **Permanencia en su marca de teléfono móvil**

**(P.12) ¿Se considera usted un consumidor leal a la marca que utiliza en su teléfono móvil?**

La ha utilizado en un mayor número de ocasiones, su nivel de satisfacción con la misma ha sido, en general, alto.

- 1** \_\_ Sí.                                   **2** \_\_ No.

**(P.13) ¿Qué componentes de su móvil actual le han fallado alguna vez?**

- |                                     |                             |
|-------------------------------------|-----------------------------|
| <b>1</b> __ Altavoces               | <b>6</b> __ Memoria         |
| <b>2</b> __ Batería                 | <b>7</b> __ Pantalla        |
| <b>3</b> __ Cargador                | <b>8</b> __ Rendimiento     |
| <b>4</b> __ Conectividad            | <b>9</b> __ Vibrador        |
| <b>5</b> __ Función pantalla táctil | <b>10</b> __ Otro (señalar) |

**(P.14) ¿Recomendaría su móvil actual?**

- 1** \_\_ Sí.                                   **2** \_\_ No.

### **Mercado de telefonía móvil en España**

**(P.15) Bajo su punto de vista, valore las diferentes marcas de teléfono móvil que aparecen a continuación.** En función de sus criterios, asigne una determinada puntuación siendo 0 la valoración de marca más baja y 10 la más alta.

- |                            |                        |
|----------------------------|------------------------|
| <b>(P.15.1)</b> Samsung    | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.15.2)</b> LG         | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.15.3)</b> Sony       | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.15.4)</b> Nokia      | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.15.5)</b> Apple      | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.15.6)</b> Huawei     | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.15.7)</b> ZTE        | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.15.8)</b> Blackberry | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.15.9)</b> Motorola   | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| <b>(P.15.10)</b> HTC       | 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |

**(P.16) Valoración atributos.**

A continuación se le van a proponer una serie de atributos para que elija aquella marca con la que usted más los relaciona.

- (P.16.1) Seguridad**
- (P.16.2) Fiabilidad**
- (P.16.3) Sencillez**
- (P.16.4) Interfaz**
- (P.16.5) Rendimiento**

**Futuro de la telefonía móvil en España**

**(P.17) ¿Cree usted que el precio de los terminales móviles en España es demasiado alto?**

- 1** \_\_ Sí.                    **2** \_\_ No.

**(P.18) ¿Cuál es el precio máximo que estaría dispuesto a pagar por un nuevo teléfono móvil?**

- 1** \_\_ De 0 a 49 euros.
- 2** \_\_ De 50 a 99 euros.
- 3** \_\_ De 100 a 149 euros.
- 4** \_\_ De 150 a 199 euros.
- 5** \_\_ De 200 a 249 euros.
- 6** \_\_ De 250 a 299 euros.
- 7** \_\_ Más de 300 euros.

**(P.19) A la vista de la reciente entrada de numerosos terminales móviles de marca china (Star, Jiayu, Xiaomi,...) en nuestro país, ¿estaría usted dispuesto a adquirir uno?**

- 1** \_\_ Nada probable.
- 2** \_\_ Poco probable.
- 3** \_\_ Bastante probable.
- 4** \_\_ Muy probable.

**(P.20) En caso de respuesta positiva en la anterior pregunta, ¿cuál sería el precio máximo que estaría dispuesto a pagar?**

- 1** \_\_ De 0 a 49 euros.
- 2** \_\_ De 50 a 99 euros.
- 3** \_\_ De 100 a 149 euros.
- 4** \_\_ De 150 a 199 euros.
- 5** \_\_ De 200 a 249 euros.
- 6** \_\_ De 250 a 299 euros.
- 7** \_\_ Más de 300 euros.

**(P.21) ¿Cree usted que la relación calidad-precio de los móviles chinos es superior al resto de terminales con marcas más reconocidas?**

**54**

- 1** \_\_ Sí.                    **2** \_\_ No.



**Datos personales**

**(P.22) Comunidad autónoma.**

- |                                    |                             |
|------------------------------------|-----------------------------|
| <b>1</b> __ Andalucía              | <b>11</b> __ Islas Baleares |
| <b>2</b> __ Aragón                 | <b>12</b> __ Islas Canarias |
| <b>3</b> __ Principado de Asturias | <b>13</b> __ La Rioja       |
| <b>4</b> __ Cantabria              | <b>14</b> __ Madrid         |
| <b>5</b> __ Castilla-La Mancha     | <b>15</b> __ Murcia         |
| <b>6</b> __ Castilla y León        | <b>16</b> __ Navarra        |
| <b>7</b> __ Comunidad Valenciana   | <b>17</b> __ País Vasco     |
| <b>8</b> __ Cataluña               | <b>18</b> __ Ceuta          |
| <b>9</b> __ Extremadura            | <b>19</b> __ Melilla        |
| <b>10</b> __ Galicia               |                             |

**(P.23) Sexo.**

- 0** \_\_ Hombre.  
**1** \_\_ Mujer.

**(P.24) Edad.**

- 1** \_\_ Menor 18 años.  
**2** \_\_ Entre 19 y 30 años.  
**3** \_\_ Entre 31 y 50 años.  
**4** \_\_ Mayor de 50 años.

**(P.25) Indique el nivel aproximado de renta mensual de su hogar en términos netos.**

- 1** \_\_ De 0 a 999 euros.  
**2** \_\_ De 1.000 a 2.999 euros.  
**3** \_\_ Más de 3.000 euros.

**FIN DE LA ENCUESTA**

**Supongo que: 999 = No sabe/no contesta; 666= No tiene que contestar.**



### ANEXO III: TABLAS DEL ANÁLISIS REALIZADO

Tabla AIII.1. Cuota de mercado (2013)

|            | Porcentaje |
|------------|------------|
| Samsung    | 29,2%      |
| Apple      | 14,0%      |
| Sony       | 13,6%      |
| LG         | 10,0%      |
| Nokia      | 8,8%       |
| Huawei     | 5,6%       |
| HTC        | 5,6%       |
| Blackberry | 4,0%       |
| ZTE        | 3,6%       |
| Motorola   | 2,8%       |
| Otros      | 2,8%       |
| Total      | 100%       |

Tabla AIII.2. Nivel de satisfacción de cada marca

| Marca actual | Media de satisfacción por marca |  |
|--------------|---------------------------------|--|
|              |                                 |  |
| Apple        | 9,1                             |  |
| Samsung      | 7,9                             |  |
| Sony         | 7,7                             |  |
| HTC          | 7,6                             |  |
| ZTE          | 7,2                             |  |
| Motorola     | 7,1                             |  |
| Nokia        | 7,0                             |  |
| LG           | 6,9                             |  |
| Huawei       | 6,0                             |  |
| Blackberry   | 5,6                             |  |

Tabla AIII.3. Importancia precio, marca y características técnicas

|                                       | Importancia marca | Importancia precio |
|---------------------------------------|-------------------|--------------------|
| Bastante i.                           | 48,4%             | 53,6%              |
| Muy imp.                              | 23,6%             | 30,8%              |
| Indiferente                           | 12,8%             | 9,6%               |
| Poco imp.                             | 11,6%             | 4,8%               |
| Nada imp.                             | 3,6%              | 1,2%               |
| <b>Mayor importancia en la compra</b> |                   |                    |
| Características técnicas              |                   | 43,6%              |
| Precio                                |                   | 42,0%              |
| Marca                                 |                   | 14,4%              |

Tabla AIII.4. Intención cambio marca móvil en la próxima compra

| Intención cambio marca |       |
|------------------------|-------|
| Sí                     | 34,8% |
| No                     | 65,2% |

Tabla AIII.5. Intención de cambio nueva marca de móvil

| Intención de compra nueva marca de móvil |       |            |       |
|------------------------------------------|-------|------------|-------|
| Samsung                                  | 31,0% | Huawei     | 0,0%  |
| LG                                       | 10,3% | ZTE        | 0,0%  |
| Sony                                     | 17,2% | Blackberry | 0,0%  |
| Nokia                                    | 6,9%  | Motorola   | 0,0%  |
| Apple                                    | 20,7% | HTC        | 13,8% |

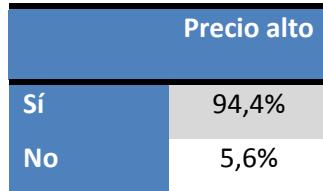
Tabla AIII.6. Lealtad de los clientes a las marcas y recomendación de su marca de móvil actual

|            | Lealtad | Recomendación |
|------------|---------|---------------|
| Samsung    | 60,4%   | 60,0%         |
| LG         | 60,0%   | 26,7%         |
| Sony       | 28,0%   | 66,7%         |
| Nokia      | 62,5%   | 0,0%          |
| Apple      | 72,4%   | 100,0%        |
| Huawei     | 25,0%   | 66,7%         |
| ZTE        | 0,0%    | 42,9%         |
| Blackberry | n.d.    | 0,0%          |
| Motorola   | 14,3%   | n.d.          |
| HTC        | 50,0%   | 33,3%         |

**Tabla AIII.7. Valoración media de las marcas en el mercado español**

| Valoración media |         |      |     |       |     |        |     |          |            |  |
|------------------|---------|------|-----|-------|-----|--------|-----|----------|------------|--|
| Apple            | Samsung | Sony | HTC | Nokia | LG  | Huawei | ZTE | Motorola | Blackberry |  |
| 8,1              | 8,1     | 7,4  | 6,8 | 6,6   | 6,5 | 5,7    | 5,3 | 4,6      | 4,3        |  |

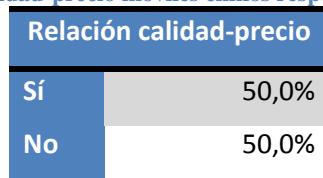
**Tabla AIII.8. Precio teléfono móvil demasiado elevado**



**Tabla AIII.9. Disposición a compra móvil de marca "china"**



**Tabla AIII.10. Relación calidad-precio móviles chinos respecto marcas más reconocidas**



**Tabla AIII.11. Renta familiar y máximo precio a pagar por diferentes tipos de marcas**

| Renta                           | Máx. precio marca móvil reconocida |         |           |           |           |           |         |
|---------------------------------|------------------------------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|
|                                 | 0-49 €                             | 50-99 € | 100-146 € | 150-199 € | 200-249 € | 250-299 € | > 300 € |
| 0-999 €                         | 7,1%                               | 12,5%   | 39,3%     | 21,4%     | 7,1%      | 8,9%      | 3,6%    |
| 1.000-2.999 €                   | 5,8%                               | 22,6%   | 18,7%     | 24,5%     | 14,2%     | 7,1%      | 7,1%    |
| > 3.000 €                       | 0,0%                               | 10,3%   | 20,5%     | 17,9%     | 15,4%     | 20,5%     | 15,4%   |
| Máx. precio móvil “marca china” |                                    |         |           |           |           |           |         |
| Renta                           | 0-49 €                             | 50-99 € | 100-146 € | 150-199 € | 200-249 € | 250-299 € | > 300 € |
| 0-999 €                         | 15,2%                              | 17,4%   | 43,5%     | 17,4%     | 0,0%      | 2,2%      | 4,3%    |
| 1.000-2.999 €                   | 24,4%                              | 26,0%   | 15,4%     | 28,5%     | 2,4%      | 3,3%      | 0,0%    |
| > 3.000 €                       | 6,1%                               | 30,3%   | 30,3%     | 21,2%     | 6,1%      | 6,1%      | 0,0%    |

**Tabla AIII.12. Relación entre niveles de renta familiar y probabilidad de adquirir móvil de marca "china"**

| Renta          | Adquirir móvil chino |               |                   |              |
|----------------|----------------------|---------------|-------------------|--------------|
|                | Nada probable        | Poco probable | Bastante probable | Muy probable |
| 0-999 €        | 8,9%                 | 26,8%         | 41,1%             | 23,2%        |
| 1.000 -2.999 € | 16,8%                | 38,1%         | 37,4%             | 7,7%         |
| > 3.000 €      | 20,5%                | 53,8%         | 20,5%             | 5,1%         |

**Tabla AIII.13. Relación calidad-precio móviles marca "china" y probabilidad de adquirirlos**

| Probabilidad<br>adquirir móvil<br>chino | Calidad-precio<br>móviles marca china |       |
|-----------------------------------------|---------------------------------------|-------|
|                                         | Sí                                    | No    |
| Nada probable                           | 15,4%                                 | 84,6% |
| Poco probable                           | 21,1%                                 | 78,9% |
| Bastante probable                       | 84,3%                                 | 15,7% |
| Muy probable                            | 88,9%                                 | 11,1% |

**Tabla AIII.14. Medias de valoraciones de marcas entre hombres y mujeres**

| Marca      | Media hombres | Media mujeres | P-Valor |
|------------|---------------|---------------|---------|
| Samsung    | 8,1           | 8,0           | 0,55    |
| LG         | 6,9           | 6,3           | 0,02*   |
| Sony       | 7,3           | 7,4           | 0,68    |
| Nokia      | 6,1           | 7,0           | 0,00*   |
| Apple      | 7,7           | 8,3           | 0,04*   |
| Huawei     | 6,1           | 5,5           | 0,03*   |
| ZTE        | 5,8           | 4,9           | 0,00*   |
| Blackberry | 4,5           | 4,1           | 0,16    |
| Motorola   | 4,8           | 4,5           | 0,31    |
| HTC        | 7,0           | 6,6           | 0,06    |

(\* ) P-valor < 0,05. Existe diferencias en las valoraciones entre hombres y mujeres.



**Tabla AIII.15. Valoraciones absolutas y relativas de los atributos para las marcas**

| MARCA                                   | CÁMARA       | CONECTIVIDAD | DIMENSIONES  | DISEÑO       | DUR. BATER.   | FIABILIDAD   | MEM. INTERNA | MEM. RAM      | RESOLUCIÓN   | PESO         | POTENCIA     | SENCILLEZ    | SISTEMA OP.  |
|-----------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| SAMSUNG                                 | 7,67         | 7,76         | 7,32         | 7,60         | 7,15          | 7,61         | 6,94         | 7,40          | 7,51         | 7,19         | 7,29         | 7,19         | 7,88         |
| LG                                      | 7,56         | 7,36         | 7,64         | 7,76         | 5,92          | 6,60         | 7,76         | 7,20          | 6,92         | 6,88         | 6,32         | 7,32         | 7,44         |
| SONY                                    | 7,24         | 7,59         | 7,21         | 7,71         | 6,88          | 7,68         | 7,71         | 7,24          | 7,12         | 7,41         | 7,47         | 6,71         | 8,24         |
| NOKIA                                   | 7,09         | 6,77         | 6,50         | 6,55         | 6,86          | 6,45         | 6,27         | 6,09          | 6,77         | 6,86         | 6,59         | 7,36         | 7,36         |
| APPLE                                   | 7,86         | 8,14         | 7,69         | 9,20         | 7,09          | 8,86         | 8,43         | 8,46          | 9,00         | 7,49         | 8,80         | 7,86         | 9,20         |
| HUAWEI                                  | 6,86         | 7,29         | 6,14         | 6,43         | 5,71          | 6,43         | 5,71         | 5,71          | 7,14         | 6,29         | 6,86         | 7,14         | 7,57         |
| ZTE                                     | 6,00         | 7,78         | 7,56         | 7,56         | 6,11          | 7,00         | 5,00         | 5,22          | 7,00         | 7,44         | 7,33         | 7,22         | 7,67         |
| MOTOROLA                                | 6,14         | 7,00         | 6,43         | 6,14         | 7,86          | 6,29         | 6,43         | 6,71          | 6,00         | 5,14         | 6,57         | 5,29         | 6,43         |
| HTC                                     | 6,57         | 8,57         | 7,86         | 7,71         | 6,57          | 7,29         | 6,86         | 7,57          | 7,43         | 6,86         | 7,00         | 6,86         | 7,71         |
| BLACKBERRY                              | 4,80         | 6,00         | 7,00         | 5,40         | 6,80          | 6,40         | 4,40         | 4,20          | 4,60         | 6,40         | 6,20         | 6,60         | 5,80         |
| <b>Importancias relativas atributos</b> |              |              |              |              |               |              |              |               |              |              |              |              |              |
|                                         | <b>9,62%</b> | <b>7,81%</b> | <b>6,83%</b> | <b>7,39%</b> | <b>16,74%</b> | <b>4,60%</b> | <b>7,25%</b> | <b>10,74%</b> | <b>5,44%</b> | <b>2,93%</b> | <b>7,67%</b> | <b>4,88%</b> | <b>8,09%</b> |

**Tabla AIII.16. Valor de marca y diferencia con nivel de satisfacción**

|            | VALOR        | NIVEL            | DIFERENCIA |
|------------|--------------|------------------|------------|
|            | MARCA (a)    | SATISFACCIÓN (b) | (b-a)      |
| SAMSUNG    | <b>74,19</b> | 79,03            | 4,84       |
| LG         | <b>70,51</b> | 69,20            | -1,31      |
| SONY       | <b>73,63</b> | 76,76            | 3,14       |
| NOKIA      | <b>67,24</b> | 70,00            | 2,76       |
| APPLE      | <b>82,22</b> | 90,57            | 8,35       |
| HUAWEI     | <b>64,64</b> | 60,00            | -4,64      |
| ZTE        | <b>66,62</b> | 72,22            | 5,60       |
| MOTOROLA   | <b>65,82</b> | 71,43            | 5,61       |
| HTC        | <b>72,55</b> | 75,71            | 3,16       |
| BLACKBERRY | <b>57,15</b> | 56,00            | -1,15      |

**Tabla AIII.17. Correlaciones entre la satisfacción global y los atributos**

| ATRIBUTO         | CORRELACIÓN | ATRIBUTO                                                                                                        | CORRELACIÓN |
|------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Cámera           | 0,44**      | Memoria RAM                                                                                                     | 0,49**      |
| Conectividad     | 0,45**      | Peso                                                                                                            | 0,25**      |
| Dimensiones      | 0,26**      | Potencia                                                                                                        | 0,49**      |
| Diseño           | 0,40**      | Resolución                                                                                                      | 0,54**      |
| Duración batería | 0,33**      | Sencillez                                                                                                       | 0,15*       |
| Fiabilidad       | 0,50**      | Sistema operativo                                                                                               | 0,31**      |
| Memoria interna  | 0,52**      | (**) La correlación es significativa en el nivel 0,01.<br>(*) La correlación es significativa en el nivel 0,05. |             |

Tabla AIII.18. Evolución del nivel de satisfacción global y comparación con encuesta

|            | 2006 | 2008 | 2010 | 2012 | Encuesta<br>(2014) |
|------------|------|------|------|------|--------------------|
| Samsung    | 73   | 70   | 75   | 77   | 79                 |
| LG         | 69   | 70   | 72   | 73   | 69                 |
| Sony       | 75   | 72   | 74   | 75   | 77                 |
| Nokia      | 85   | 82   | 79   | 75   | 70                 |
| Apple      | n.d. | 78   | 87   | 86   | 90                 |
| Huawei     | n.d. | n.d. | n.d. | 74   | 60                 |
| ZTE        | n.d. | n.d. | 70   | 70   | 72                 |
| Blackberry | n.d. | 70   | 76   | 73   | 56                 |
| Motorola   | 72   | 66   | 75   | 71   | 71                 |
| HTC        | n.d. | 68   | 74   | 75   | 76                 |

Tabla AIII.19. Evolución de la retención de teléfonos móviles

|         | 2010  | 2011  | 2012  | Encuesta<br>(2014) |
|---------|-------|-------|-------|--------------------|
| Samsung | 67,1% | 67,2% | 71,0% | 72,6%              |
| LG      | 51,2% | 61,2% | 64,1% | 40,0%              |
| Sony    | 66,3% | 63,8% | 68,3% | 73,5%              |
| Nokia   | 83,0% | 75,4% | 67,6% | 72,7%              |
| Apple   | n.d.  | 87,9% | 90,7% | 82,9%              |
| HTC     | n.d.  | 65,4% | 57,9% | 57,1%              |

