

En una semana, la Compañía logró revolucionar el sector móvil con una propuesta disruptiva que tuvo gran aceptación entre los colombianos. Para los usuarios, la propuesta de tener navegación en todo momento desde sus dispositivos móviles sigue fuerte y vigente. La oferta y el producto se mantienen con las mismas condiciones y la misma simplicidad para los usuarios en toda Colombia.

Recientemente, el experto en disrupción tecnológica, David Roberts, explicó en una entrevista para el Grupo Expansión que, al interior de las compañías se suele confundir la innovación con la disrupción. Roberts explicó que, “cuando ocurre una disrupción, el modelo de negocios en sí también comienza a cambiar. No se trata solo de que el producto mejore o el servicio mejore, sino que el propio modelo de negocio cambia por completo”.

En la última semana, precisamente, TigoUne presentó una propuesta de valor que resultó ser disruptiva para el sector móvil en Colombia. En menos de tres días, la Compañía revolucionó el mercado con una visión: democratizar el internet móvil. Las cifras son elocuentes, uno de cada dos colombianos no se conectan a internet en el país y es necesario buscar alternativas para cambiar esta realidad.

“Nuestra propuesta sigue firme. Vamos a seguir trabajando cada día, ahora con más fuerza, para que más colombianos se conecten. En la última semana, vivimos una revolución. Nuestra oferta fue transparente de cara a nuestros consumidores. Los usuarios respondieron de forma masiva a la oferta de valor porque vieron nuestra intención de tener planes simples y sobre todo de calidad”, expresó Marcelo Cataldo, presidente de TigoUne.

El ejecutivo fue enfático en señalar que la propuesta de valor que presentó la Compañía no se reduce a una palabra o un concepto comercial. “En los últimos seis meses trabajamos día y noche para que los usuarios tengan datos móviles en sus dispositivos para que naveguen ampliamente, con unos precios accesibles y con la red de mejor calidad. No nos van a detener en la consecución de ese objetivo”.

Así mismo, es necesario resaltar que la propuesta, más allá del uso de conceptos o palabras determinadas, se mantiene exactamente igual como se presentó inicialmente. “Determinamos que el acceso al internet móvil debe estar basado en costos razonables para los usuarios en todo Colombia. Eso, en la práctica, es la forma más efectiva de democratizar el internet móvil”, resaltó Marcelo Cataldo.

Actualmente, el consumo de datos móviles en Colombia sigue siendo incipiente, así que el reto para estar a la altura de otros países de

la región es importante. Vale destacar algunas cifras, de consumo. En enero de 2016, los usuarios postpago de TigoUne consumían en promedio 1.7 Gigas de datos. Para agosto de 2018, el promedio ascendió a 3.7 Gigas. Lo que significa que, en menos de dos años, la demanda de datos móviles se duplicó en el segmento postpago. Esto se puede aumentar, con la posibilidad de tener planes en los que las gigas no sea una restricción.

Cinco pilares firmes para los usuarios

La propuesta de valor de TigoUne resultó ser disruptiva para el mercado colombiano porque se fundamentó en el principio de ponerse en los zapatos de los consumidores. “Escuchamos y sobre todo entendimos qué les duele a nuestros usuarios. Cuáles son sus problemas cotidianos con la oferta móvil y logramos consolidar una propuesta que responde de fondo a estas necesidades”, concluyó Macelo Cataldo.

1. La red de mejor calidad

Los usuarios no solo necesitan conectarse, también buscan hacerlo con la mejor calidad. Siempre están en busca de calidad. Por esto, TigoUne pone a disposición una red calificada por consultores internacionales como la “de mejor calidad en redes 4G” en Colombia.

2. Mayor acceso a los dispositivos

TigoUne amplió el portafolio de dispositivos móviles, gracias a la firma de acuerdos con los principales fabricantes del mundo. De esta forma, los usuarios tienen la posibilidad de acceder a equipos de acuerdo con sus expectativas y su poder adquisitivo.

3. Más opciones de financiación

Así mismo, la Compañía se dio cuenta que tener más opciones para financiar la compra de los dispositivos abre las puertas para que los usuarios vean la adquisición como una inversión que aumentará su productividad y los mantendrá conectados la mayor parte del tiempo.

4. Simplicidad

La oferta de valor que presentó TigoUne sigue siendo simple. Por 75.000 o 100.000 pesos accederán a planes para estar conectados en todo momento. Además, la factura mensual será acotada y simple de leer para los usuarios.

En conclusión, la propuesta de TigoUne busca sobre todas las cosas que los usuarios colombianos tengan una mejor experiencia. La disrupción

de la propuesta de TigoUne sigue firme y el mercado móvil en Colombia, en menos de cinco días, tuvo el cambio que tanto se había hecho esperar por los consumidores.

?5. Innovación

Seguiremos liderando la innovación. Continuaremos con nuestro plan de expansión en la construcción de redes 4.5G en todo el país y con nuestras zonas wifi de 4.5G, además de importantes novedades que tendremos con aliados estratégicos de primer nivel.