

Presentación de Resultados Indice Nacional de Satisfacción de Consumidores Segundo Semestre 2003

Objetivos del Índice Nacional de Satisfacción de Consumidores

- Conocer y hacer pública la opinión de los chilenos en relación al servicio que reciben por lo que pagan
- Crear movimiento de los ejecutivos hacia un enfoque de gestión de calidad moderno:



- Aumentar la competitividad País

Metodología

Población Objetivo :

- Hombres y mujeres mayores de 21 años con teléfono en el hogar, residentes en hogares de las ciudades de Santiago, Viña del Mar/Valparaíso, Concepción/Talcahuano

Tipo de encuesta :

- Entrevista telefónica estructurada
- Con una escala de calificación de 1 a 7

Muestra y Precisión Resultados

- **Industria:**
 - 500 entrevistas, 4,383% de error muestral al 95% de confianza
- **Total:** 11.796 entrevistas, $\pm 0,93\%$ de error muestral al 95% de confianza bajo supuesto de varianza máxima

Ponderación de Resultados

- Los resultados fueron ponderados por:
 - el peso relativo de las ciudades bajo estudio en la población
 - el peso relativo de cada estrato en la población de Santiago

Fecha de Campo

- El trabajo de campo se desarrollo en los meses de Agosto de 2003 a Enero de 2004

Información Recolectada

- **Satisfacción general con el servicio**
- **Percepción precio-valor**
- **Indicadores de lealtad**
 - Referencia
 - Compra/Mantenición
 - Comentarios del Servicio
- **Problemas en el Servicio**
 - Tasa de Clientes con Problemas
 - Tasa de Clientes con Solución Satisfactoria
 - Tasa de Clientes que Comunican el Problema
- **Clasificación Socioeconómica de los entrevistados**

Cobertura del Índice

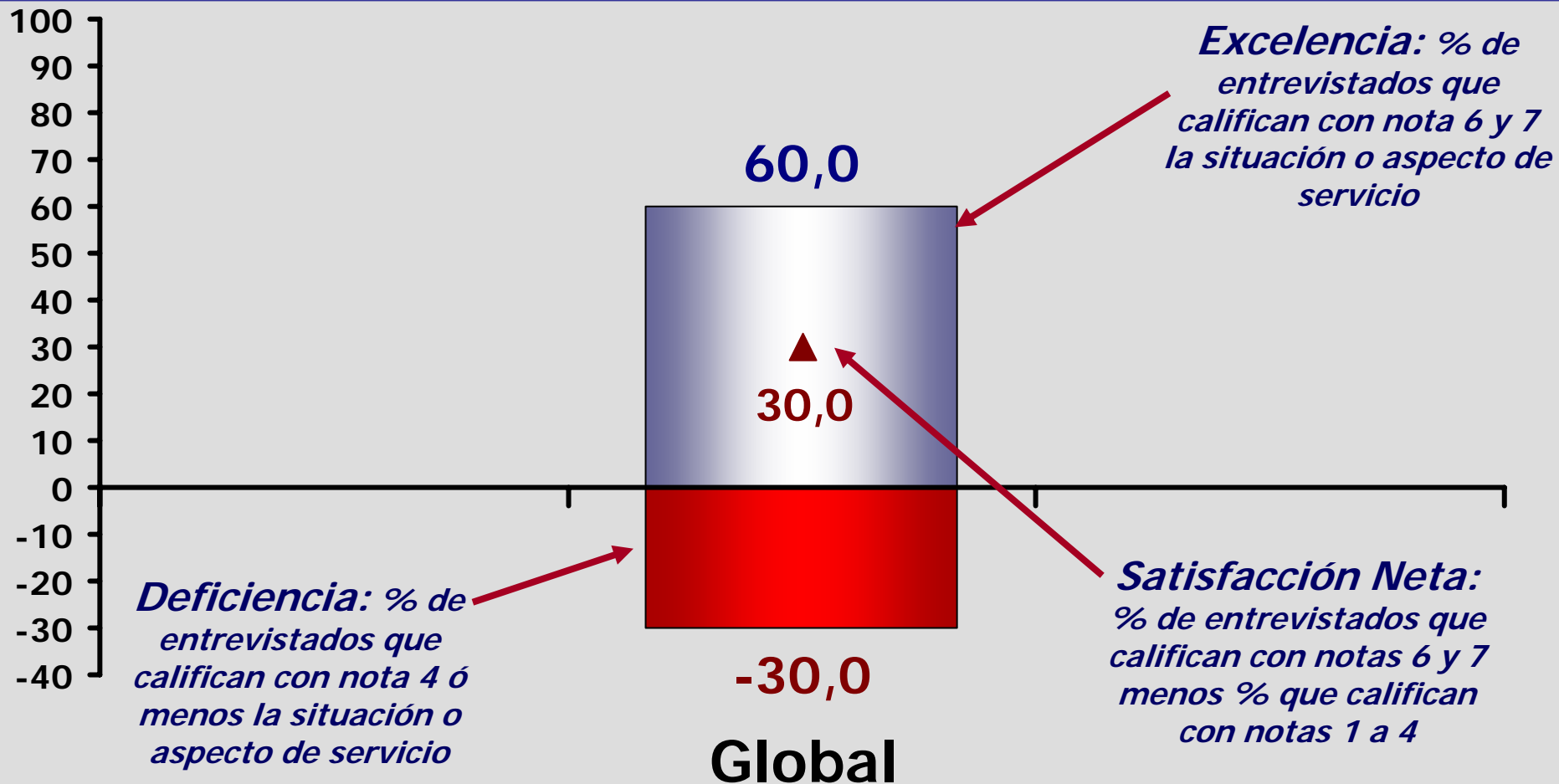
Las industrias representadas en el índice se seleccionaron a partir de los siguientes criterios:

- Sectores industriales de alta competencia
- Alta penetración en la población
- Alto número de clientes

Las Industrias representadas son:

- AFP
- Bancos
- Financieras
- Servicios Públicos
- Prestadores de Servicios de Salud
- Municipios
- ISAPRE/FONASA
- Energía Eléctrica
- Agua Potable
- Comercio Minorista
- TV Cable
- Distribución de Gas
- Transporte Público
- Colegios
- Supermercados
- Farmacias
- Telefonía Red Fija
- Telefonía Red Móvil
- Tiendas por Departamento (Grandes Tiendas)
- Estaciones de Servicio
- Internet (ISP)
- Mall/Centros Comerciales

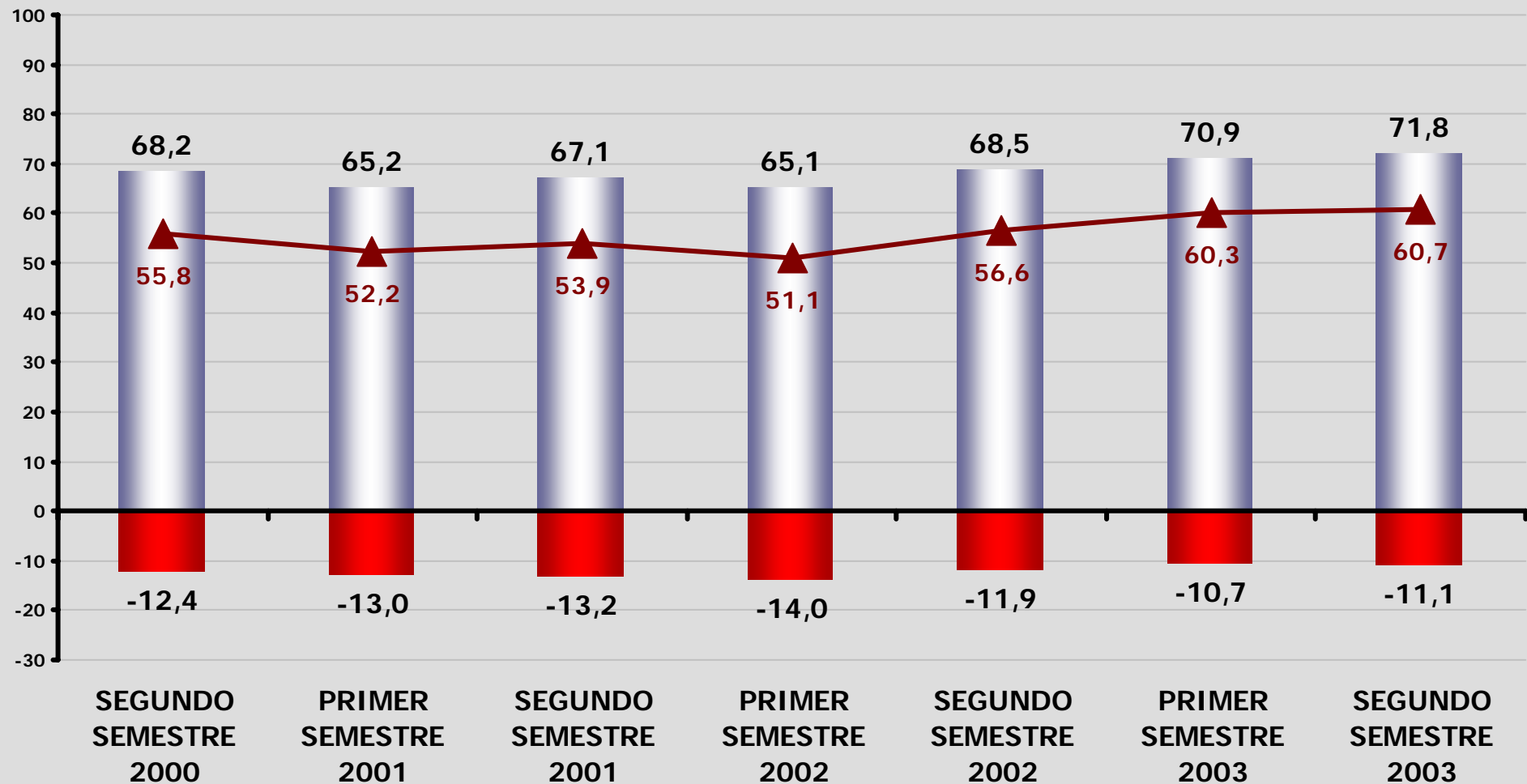
PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS



■ Excelencia ■ Deficiencia ▲ Satisfacción Neta

Evolución Satisfacción Global con el Servicio

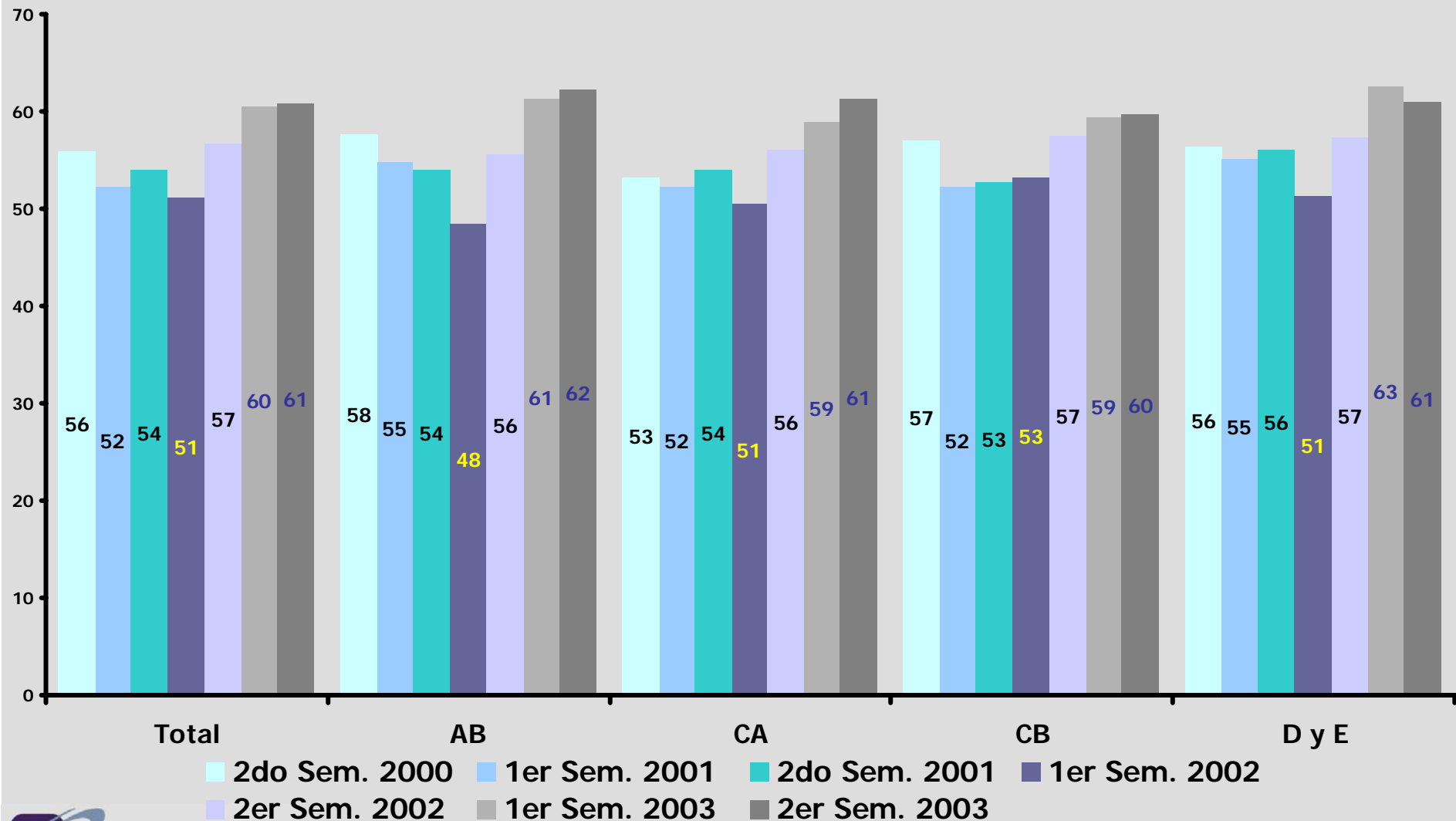
Base total clientes 11.796 entrevistados



Excelencia Deficiencia Sat. Neta

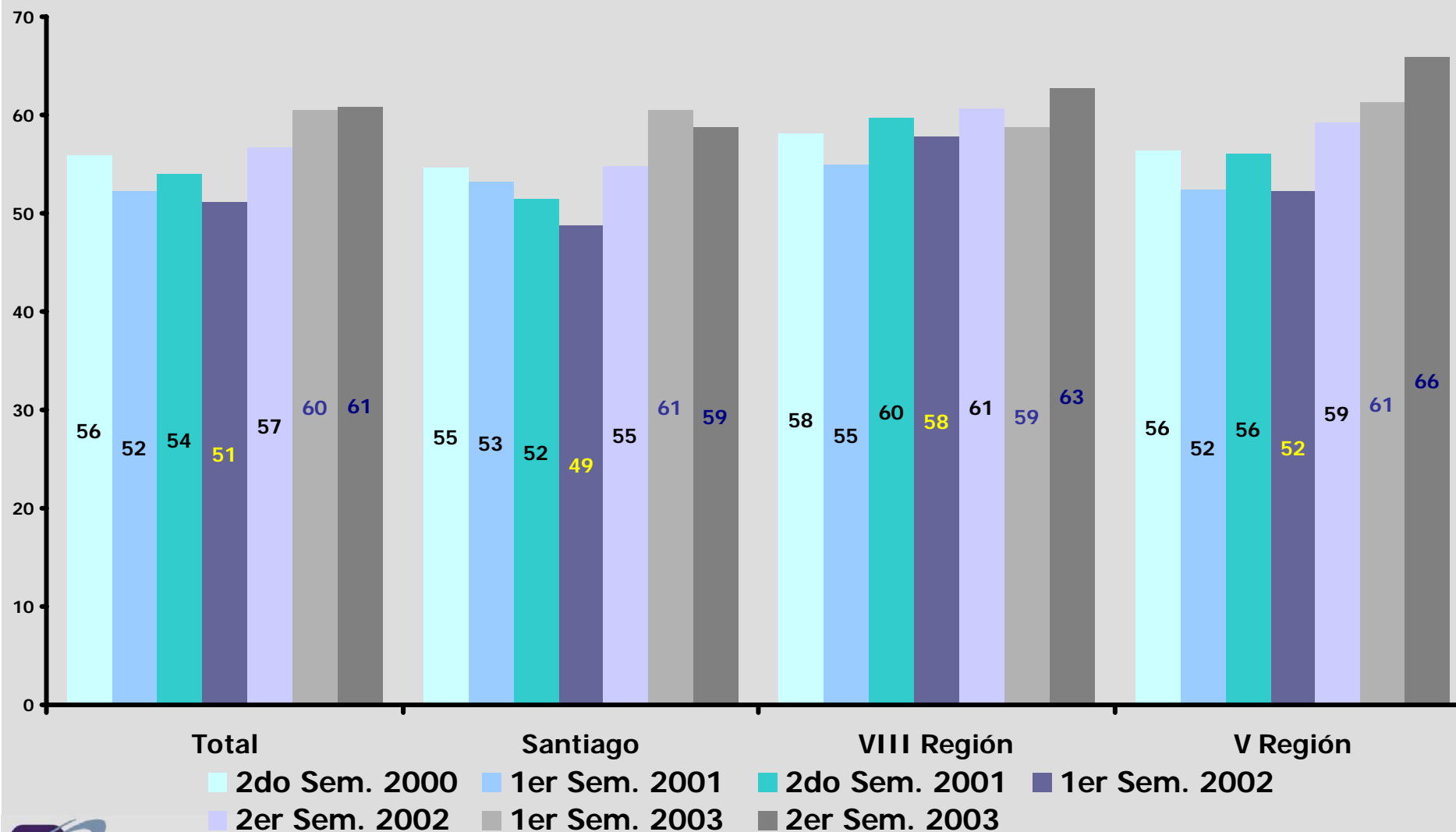
EVOLUCIÓN SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL SERVICIO SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO

Sat. Neta (% de notas 6 y 7 menos % de notas 1 a 4)
Base Total clientes por GSE



EVOLUCIÓN SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL SERVICIO SEGÚN ÁREA GEOGRÁFICA

Sat. Neta (% de notas 6 y 7 menos % de notas 1 a 4)
Base Total clientes por GSE

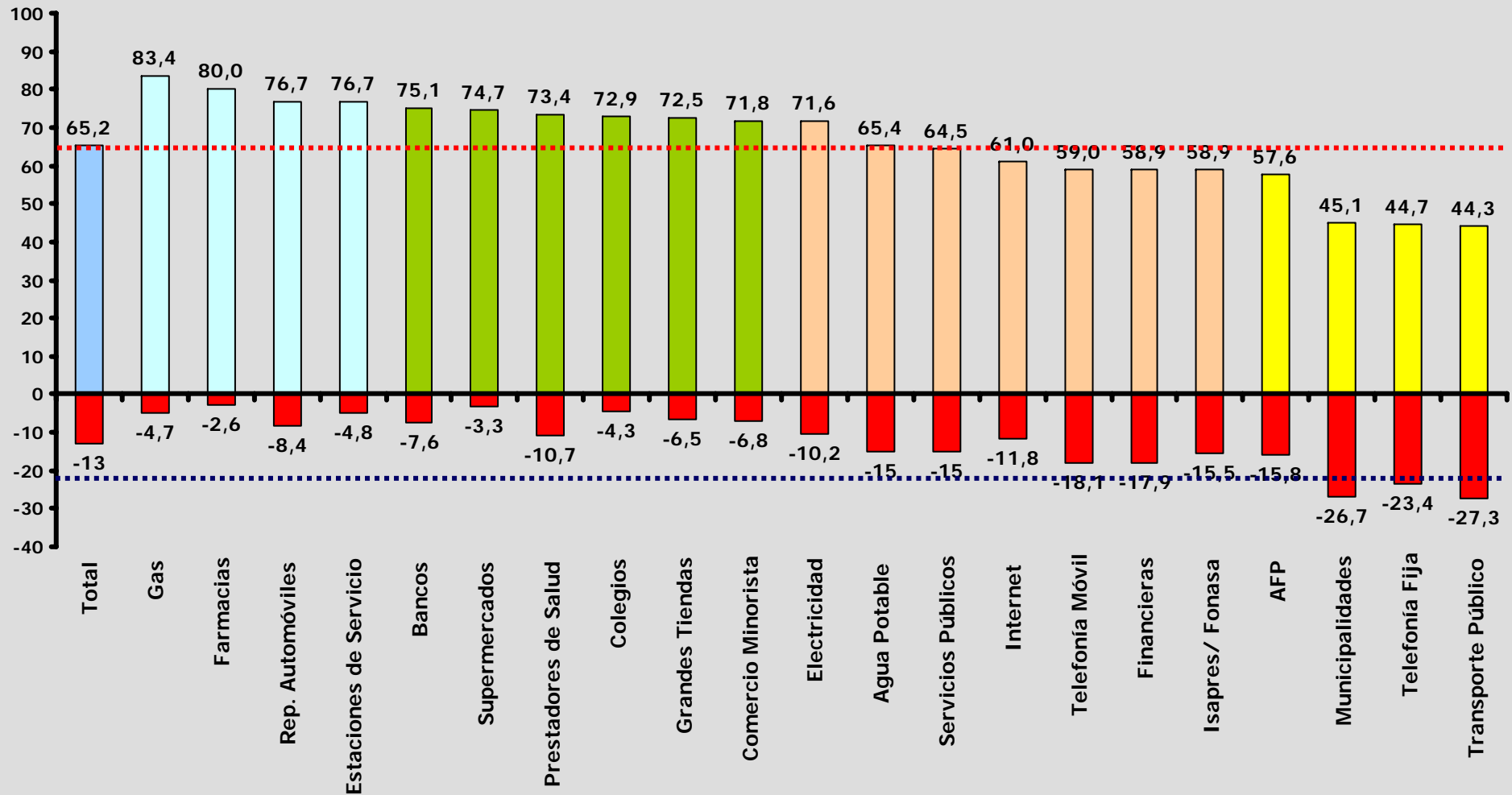


Satisfacción Global con el Servicio

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

Base: 500 encuestados por industria

PRIMER SEMESTRE 2001



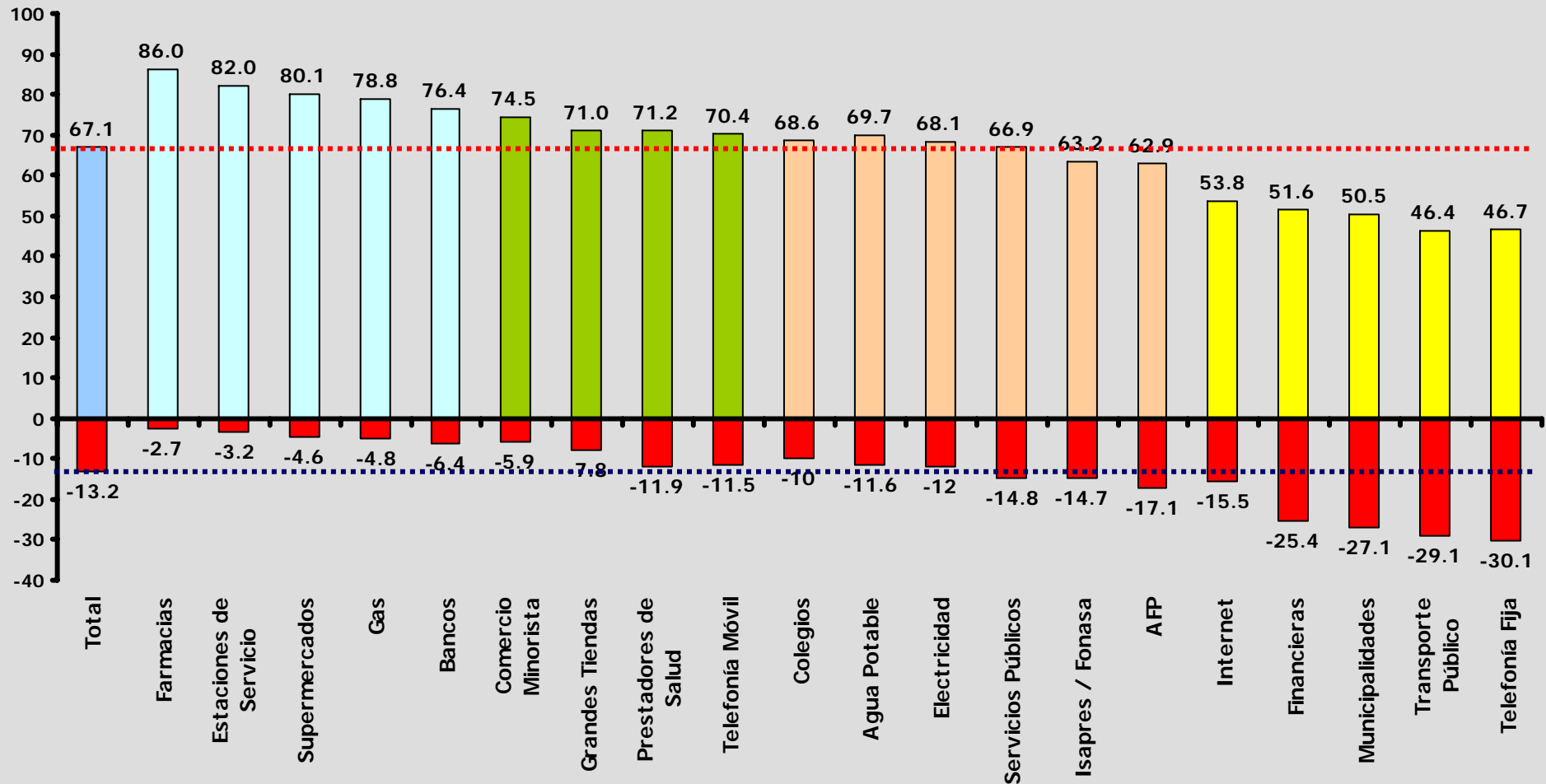
■ Medición 2001

Satisfacción Global con el Servicio

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

Base: 500 encuestados por industria

SEGUNDO SEMESTRE 2001

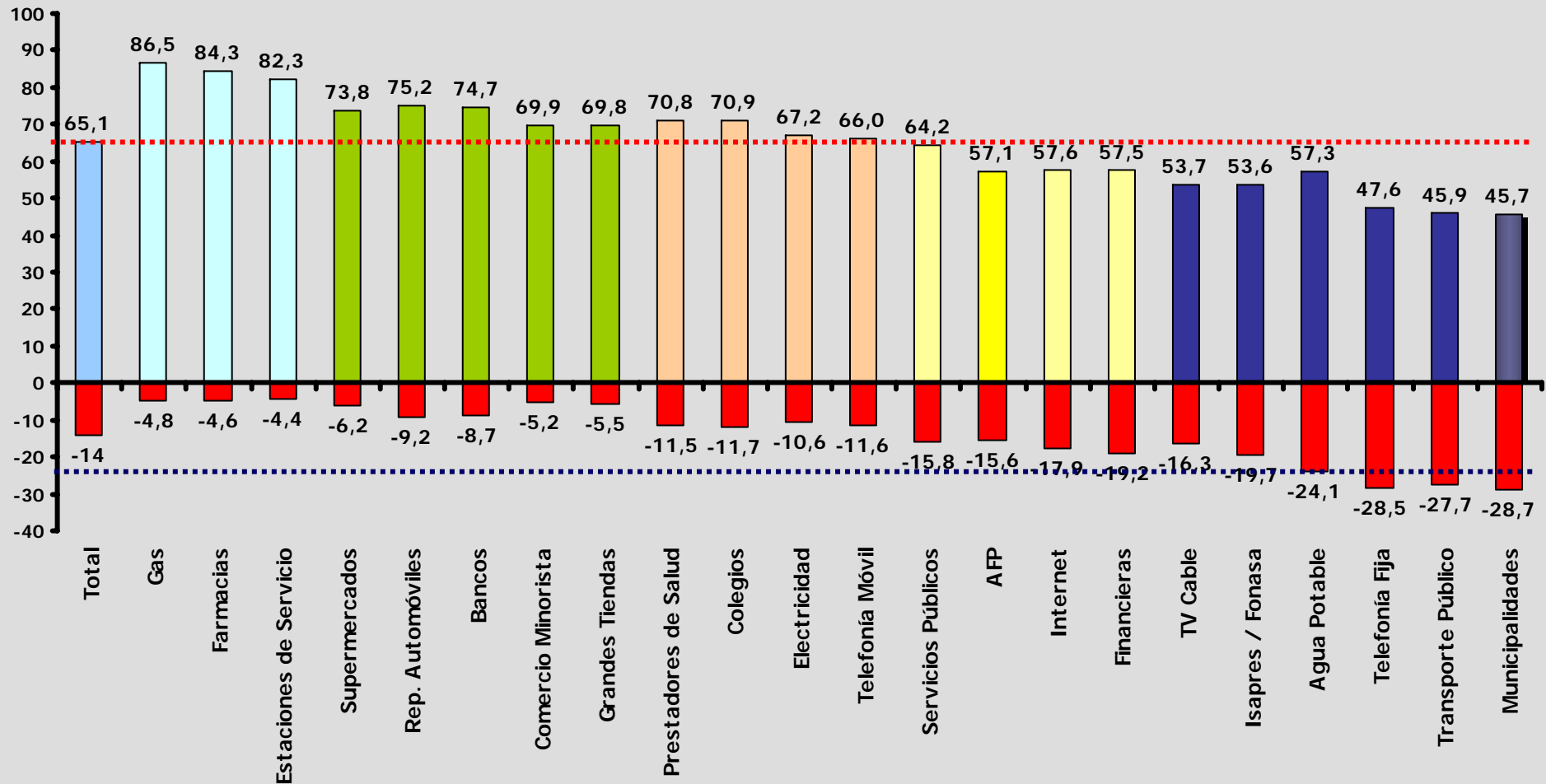


Satisfacción Global con el Servicio

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

Base: 500 encuestados por industria

PRIMER SEMESTRE 2002

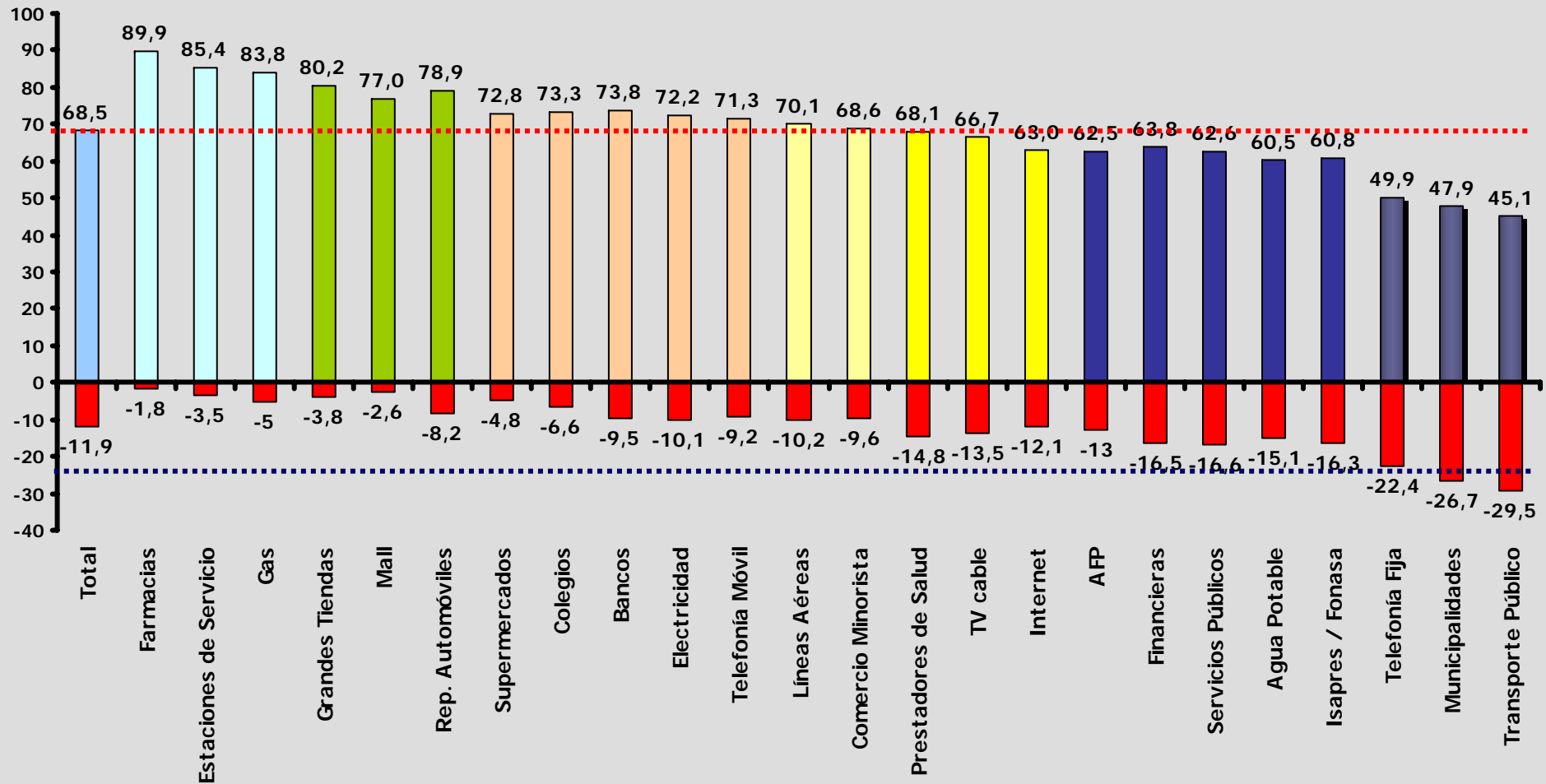


Satisfacción Global con el Servicio

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

Base: 500 encuestados por industria

SEGUNDO SEMESTRE 2002



Satisfacción Global con el Servicio

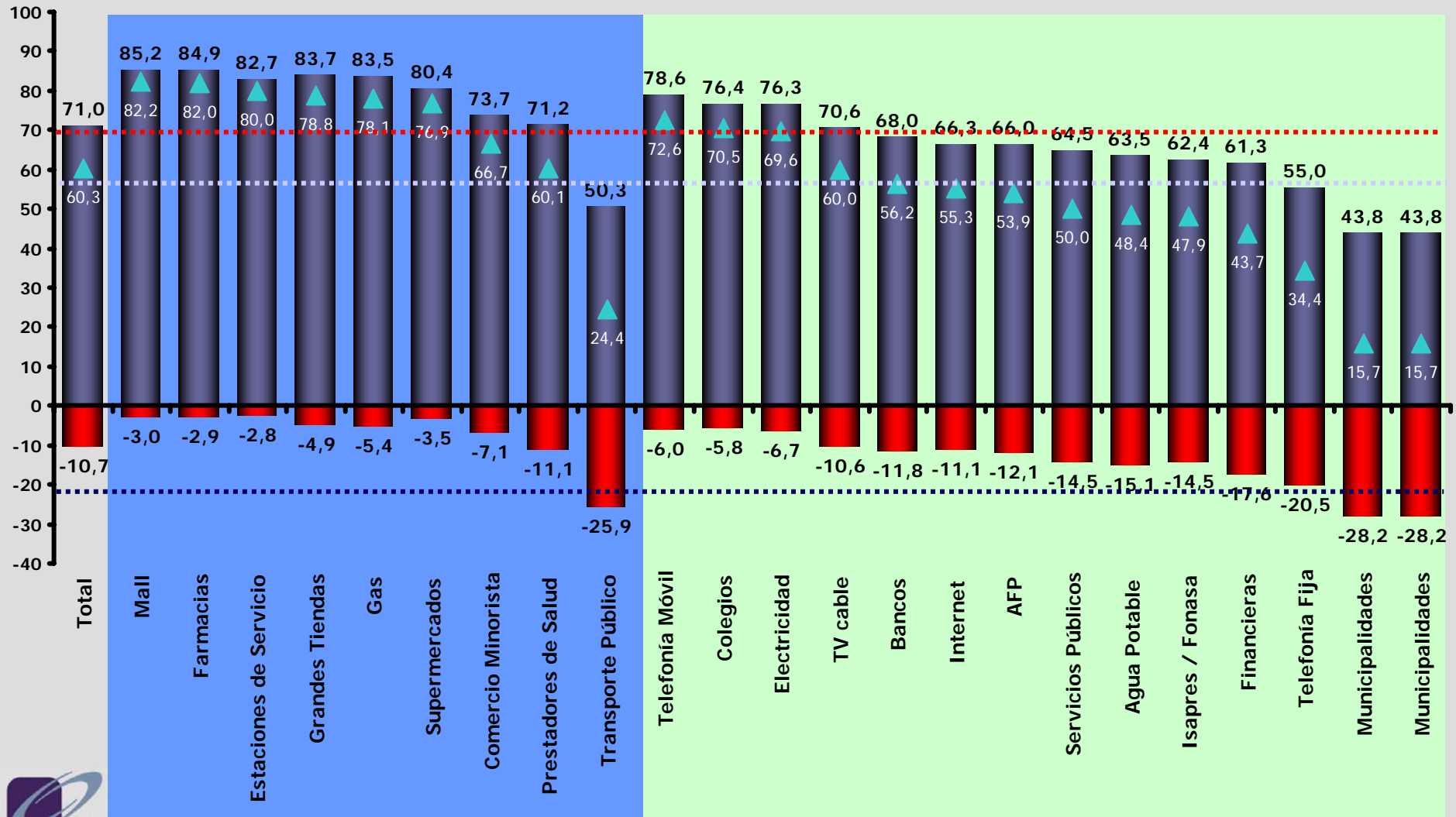
En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

Base: 500 encuestados por industria

PRIMER SEMESTRE 2003

IND. TRANSACCIONALES

IND. MEMBRESÍA

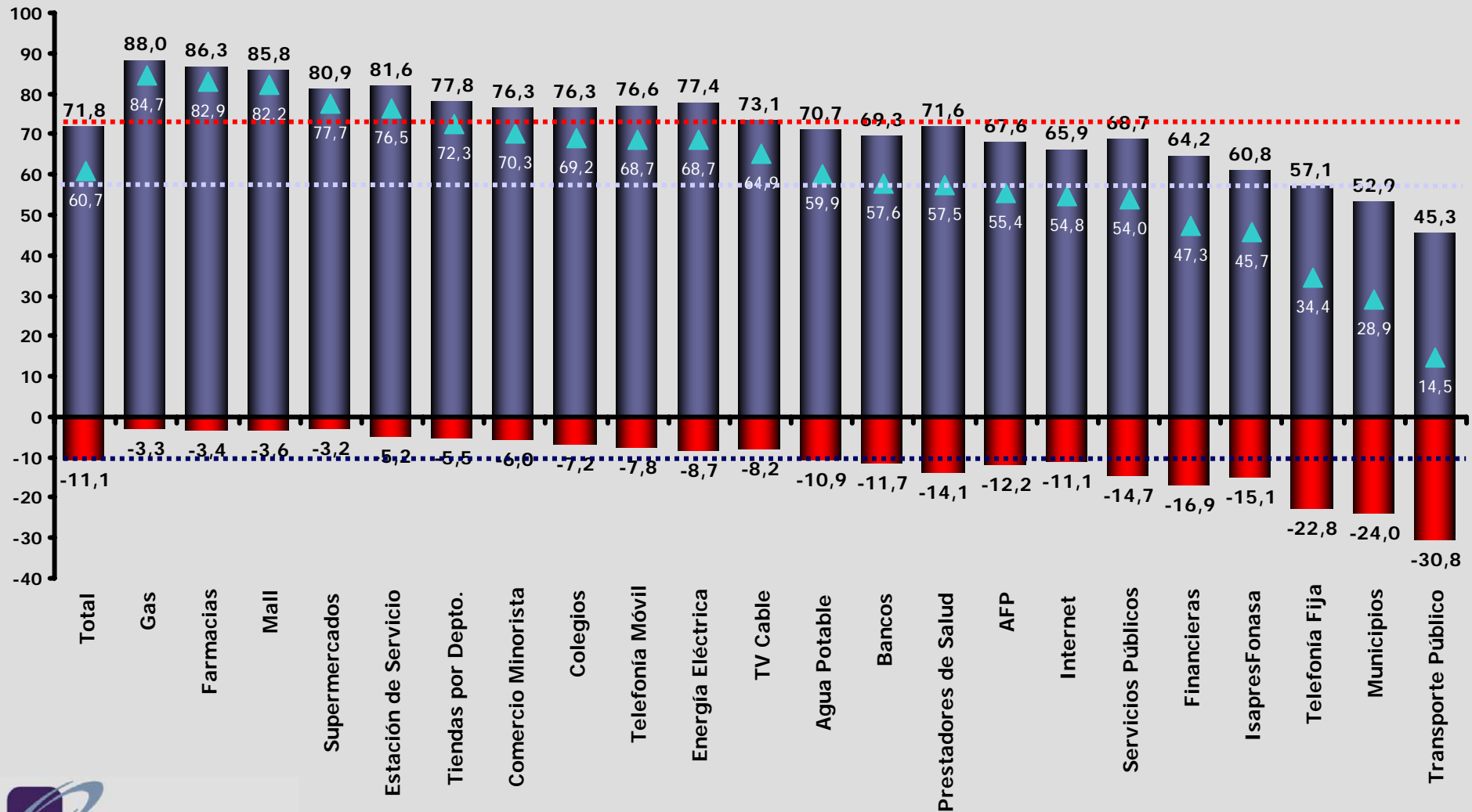


Satisfacción Global con el Servicio

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

Base: 500 encuestados por industria

SEGUNDO SEMESTRE 2003



Satisfacción Global con el Servicio

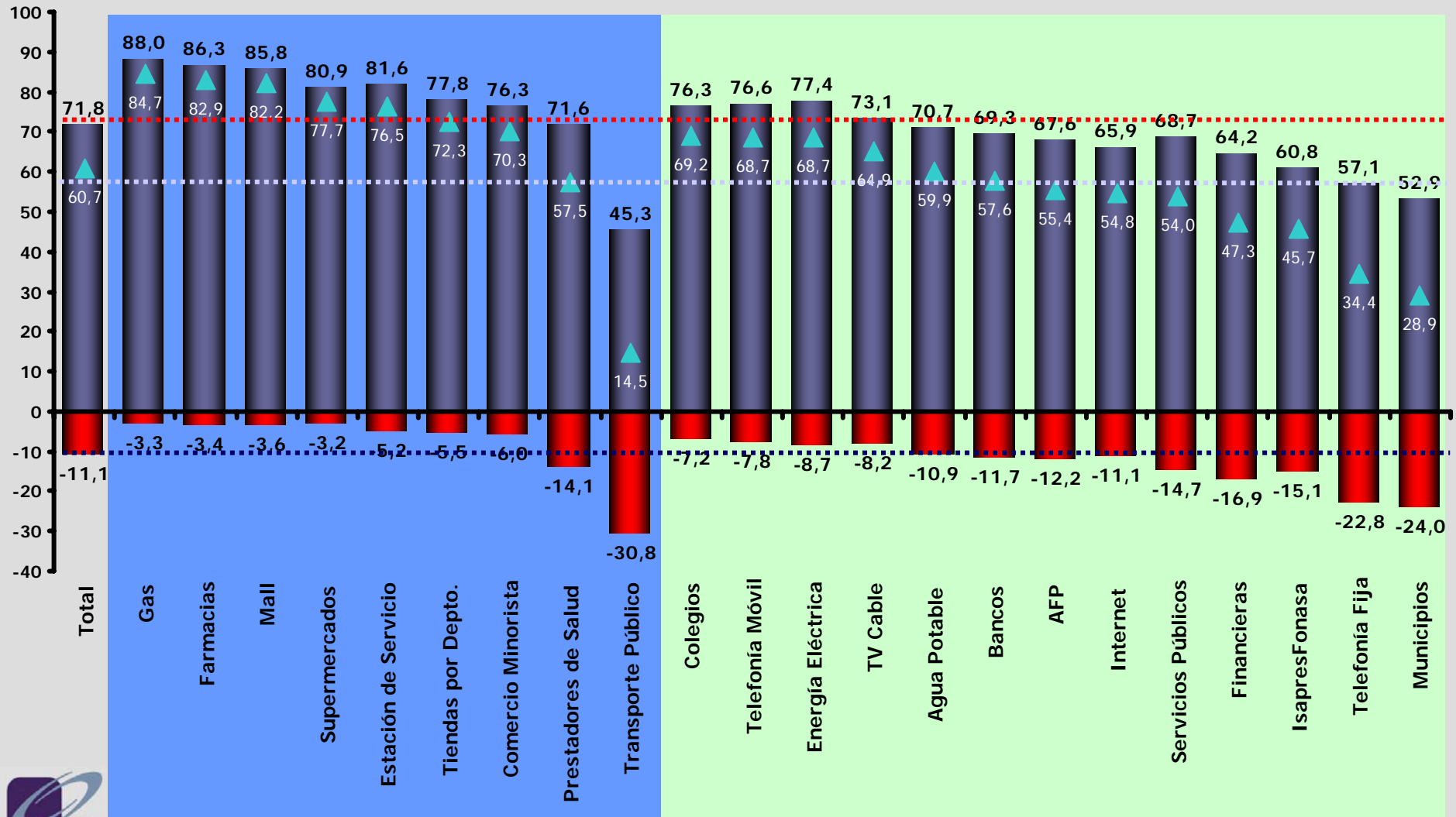
En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

Base: 500 encuestados por industria

SEGUNDO SEMESTRE 2003

IND. TRANSACCIONALES

IND. MEMBRESÍA

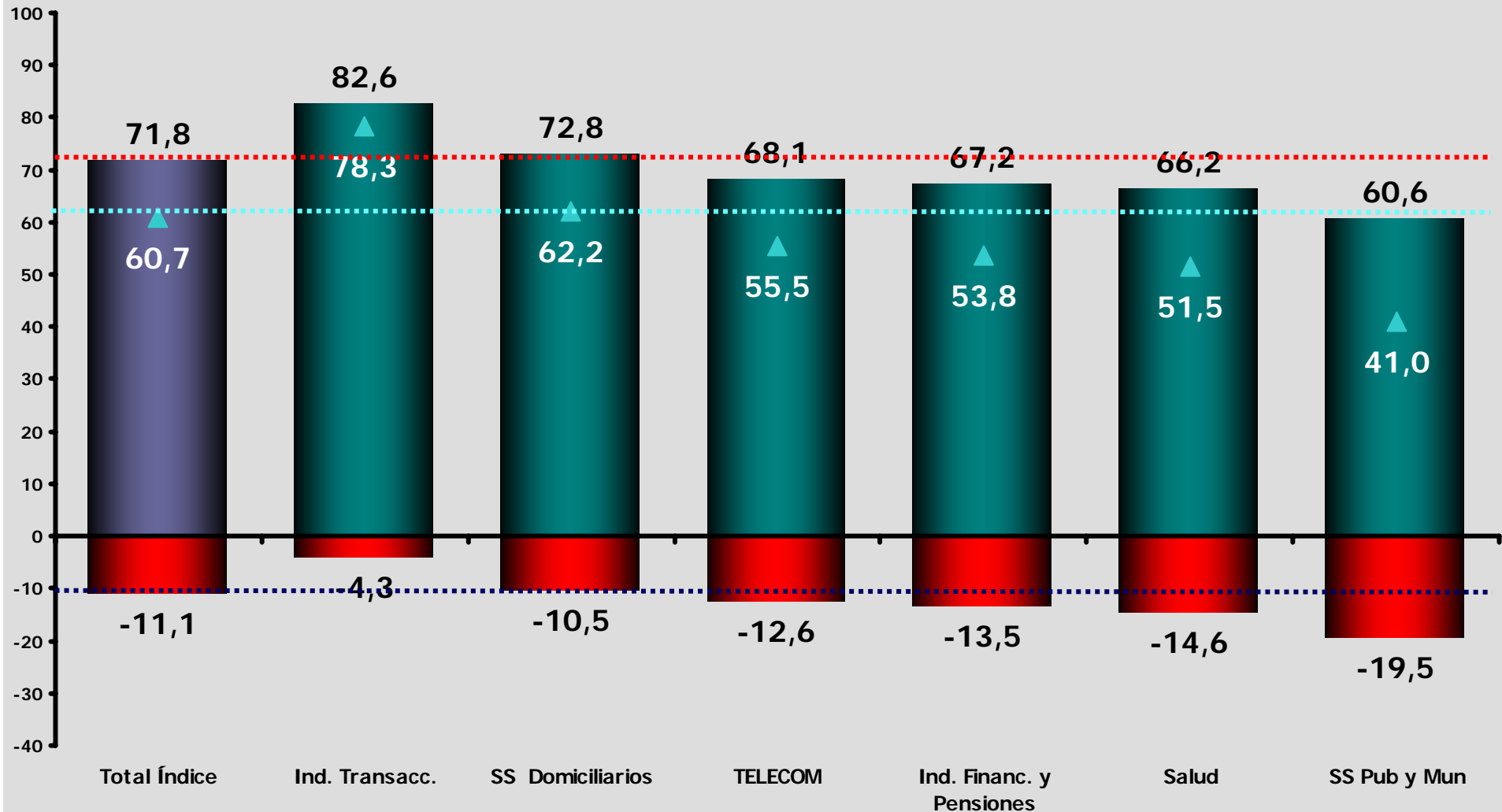


RESULTADOS POR SUBSECTORES

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

Base: 500 encuestados por industria

SEGUNDO SEMESTRE 2003

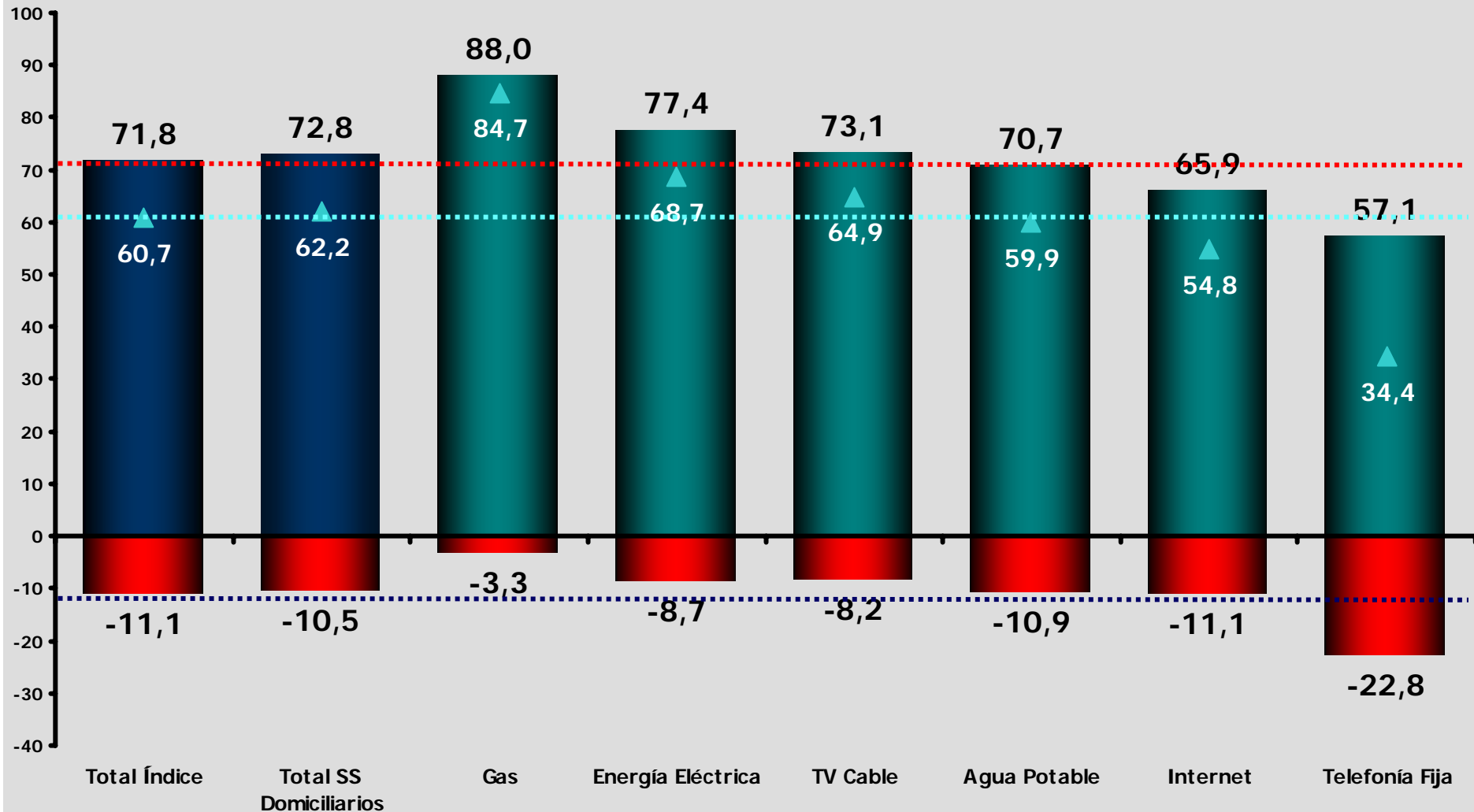


SERVICIOS DOMICILIARIOS

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

Base: 500 encuestados por industria

SEGUNDO SEMESTRE 2003

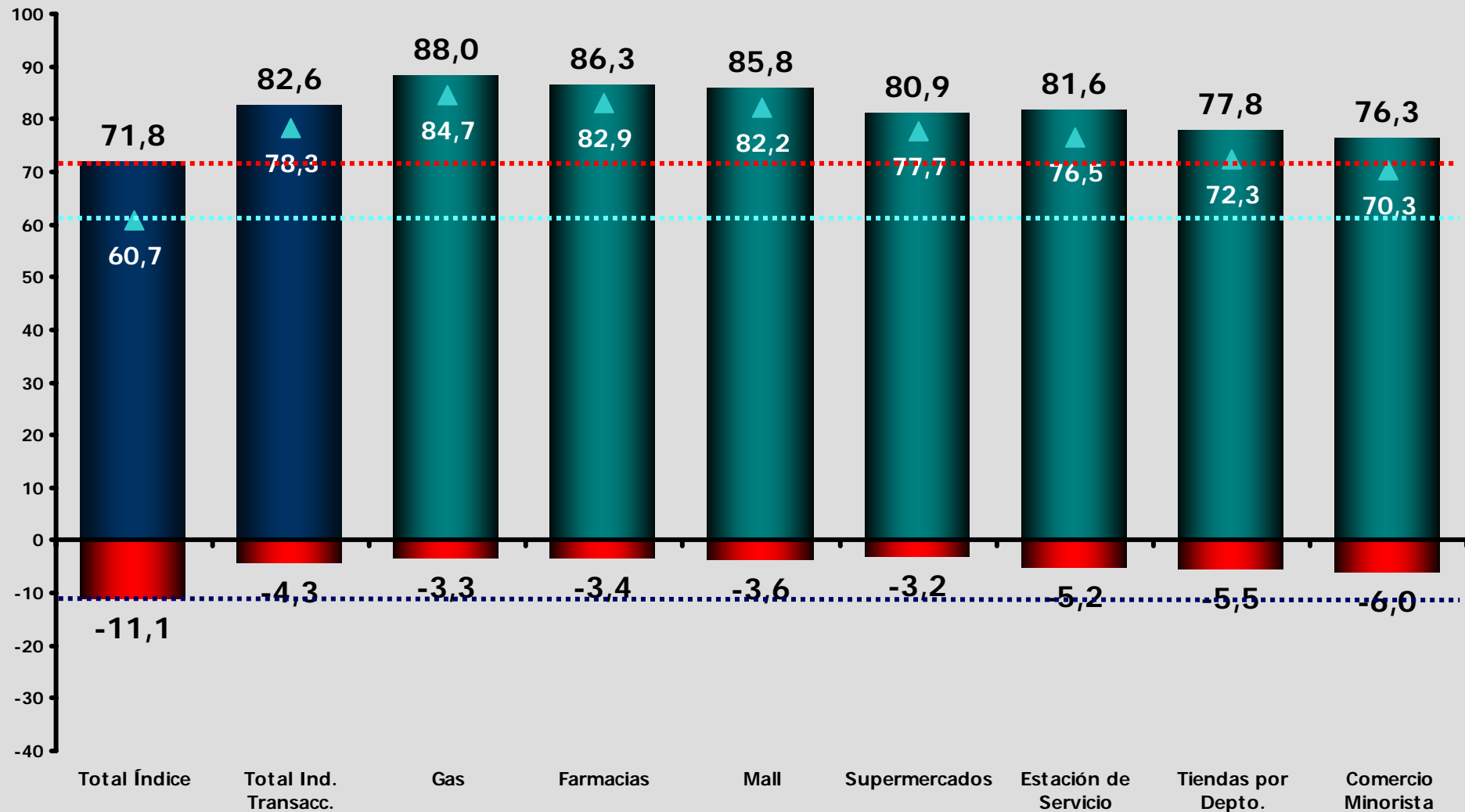


INDUSTRIAS TRANSACCIONALES

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

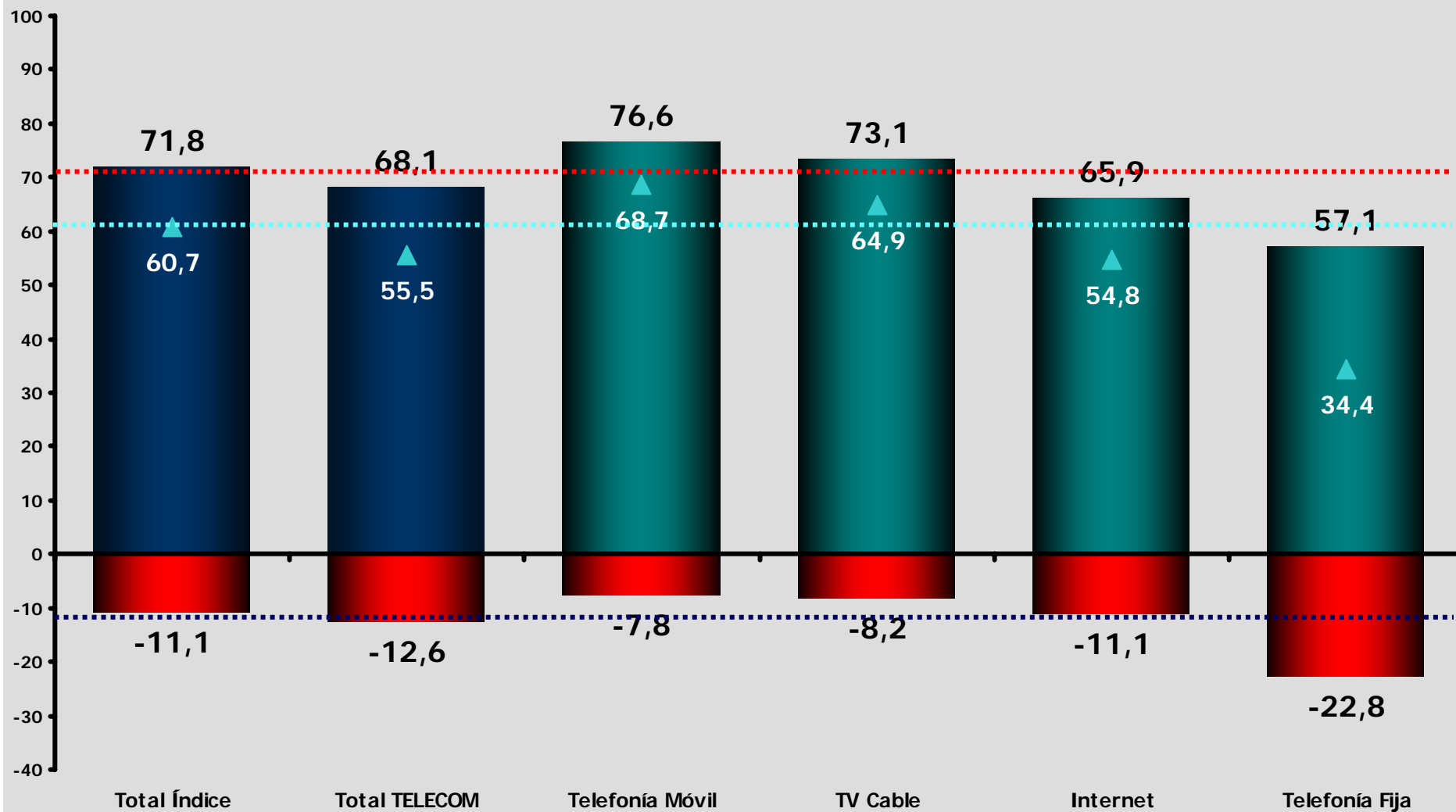
Base: 500 encuestados por industria

SEGUNDO SEMESTRE 2003



TELECOMUNICACIONES

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7
Base: 500 encuestados por industria
SEGUNDO SEMESTRE 2003

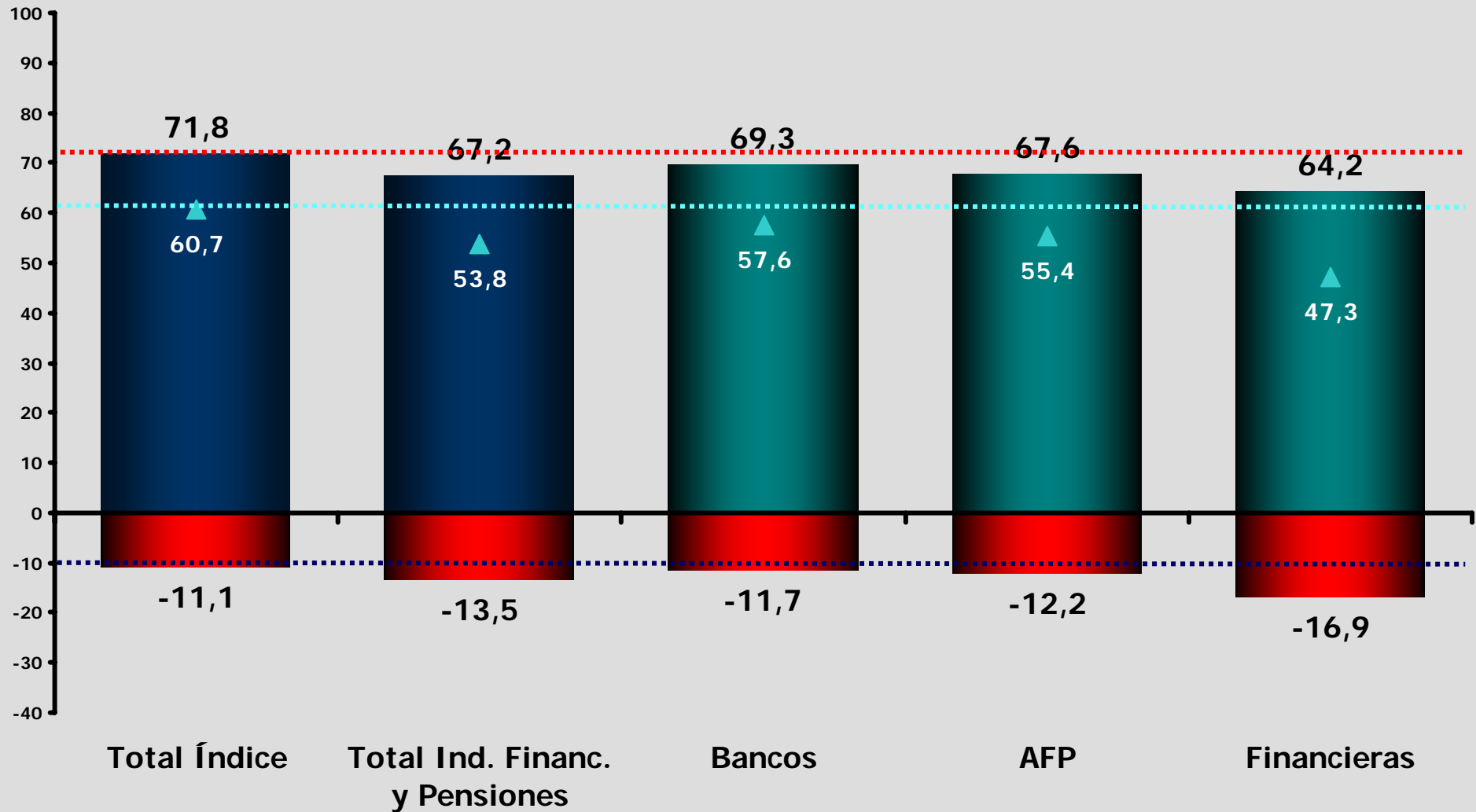


INDUSTRIA FINANCIERA Y PENSIONES

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

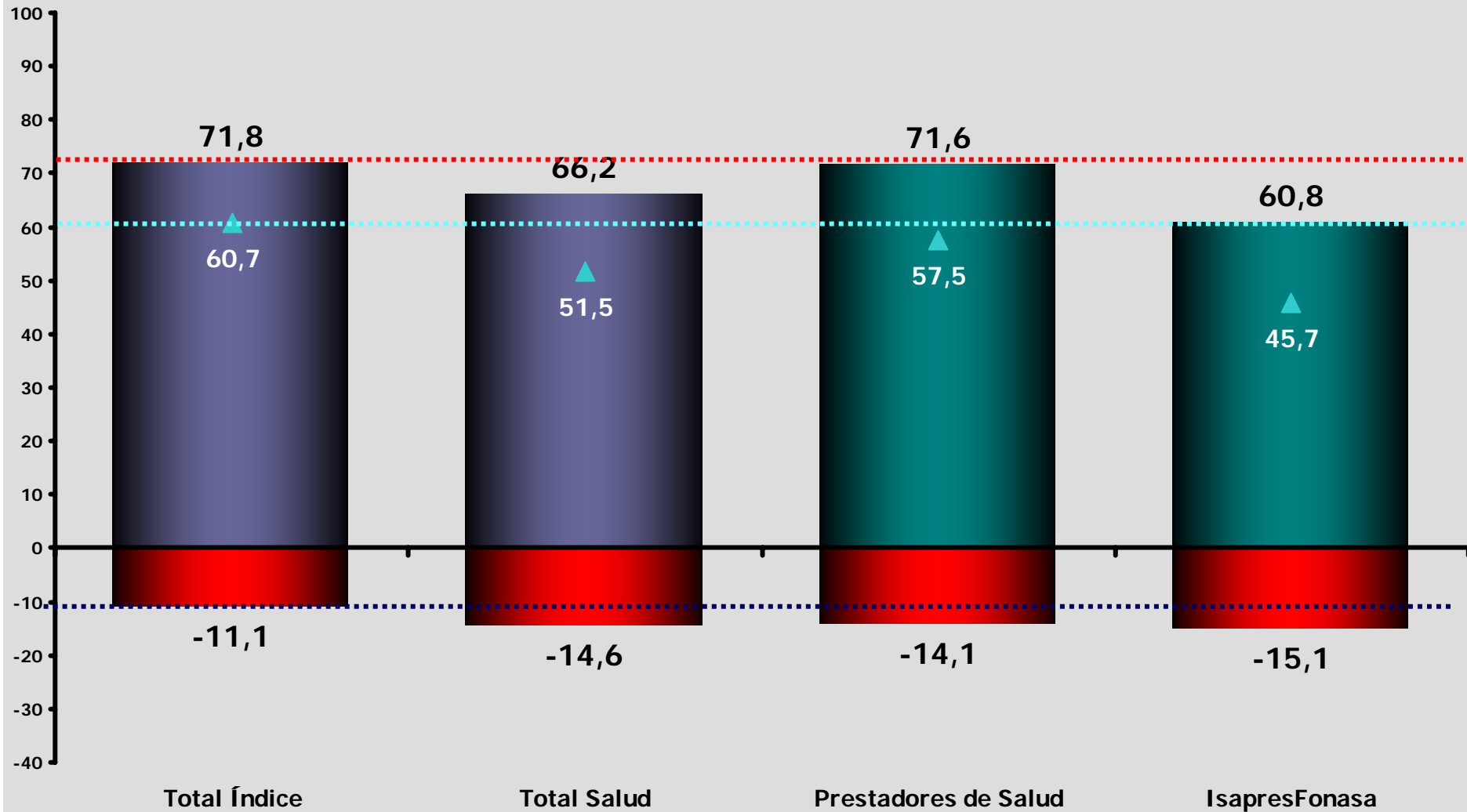
Base: 500 encuestados por industria

SEGUNDO SEMESTRE 2003



INDUSTRIA DE LA SALUD

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7
Base: 500 encuestados por industria
SEGUNDO SEMESTRE 2003

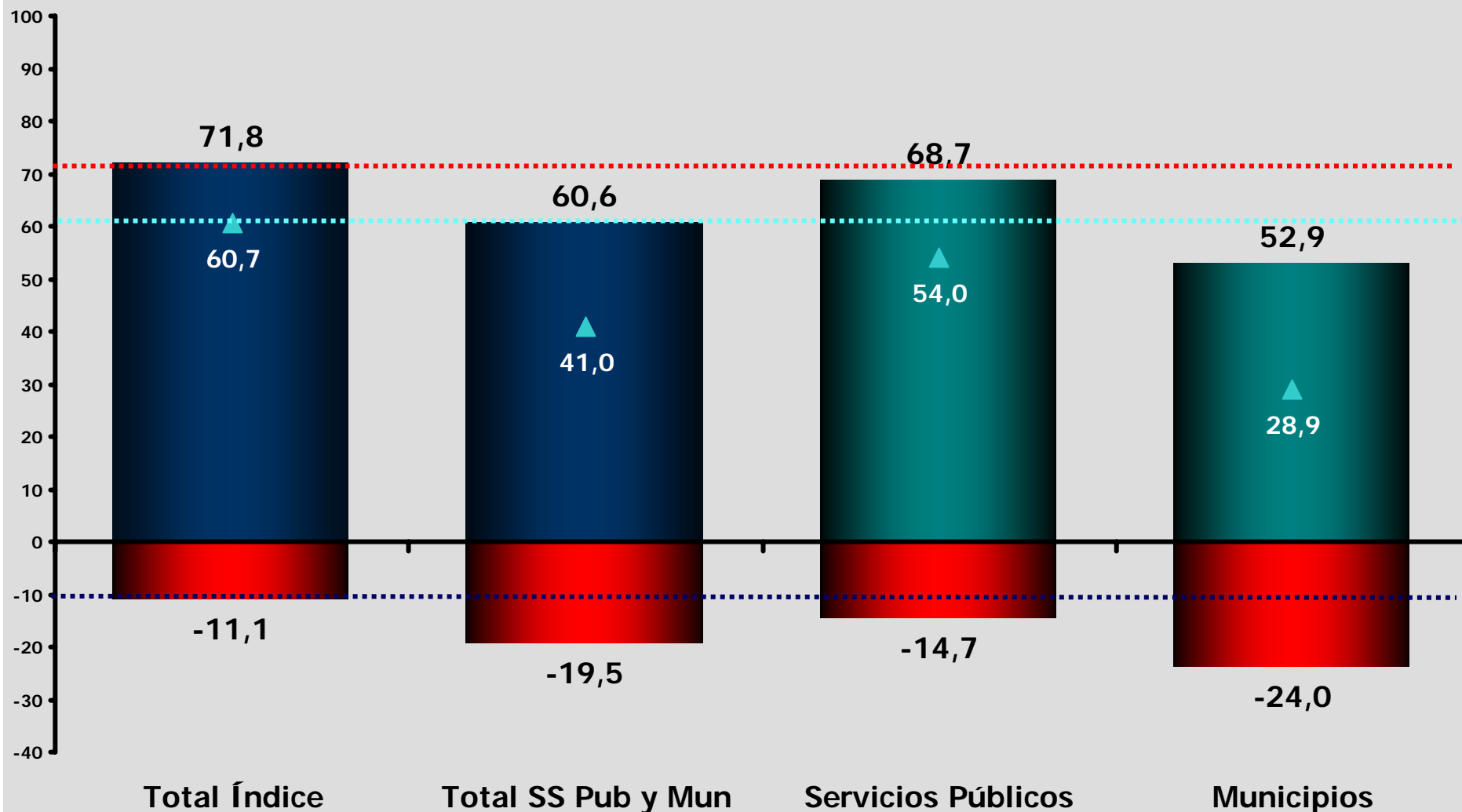


SERVICIOS PÚBLICOS Y MUNICIPALIDADES

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

Base: 500 encuestados por industria

SEGUNDO SEMESTRE 2003

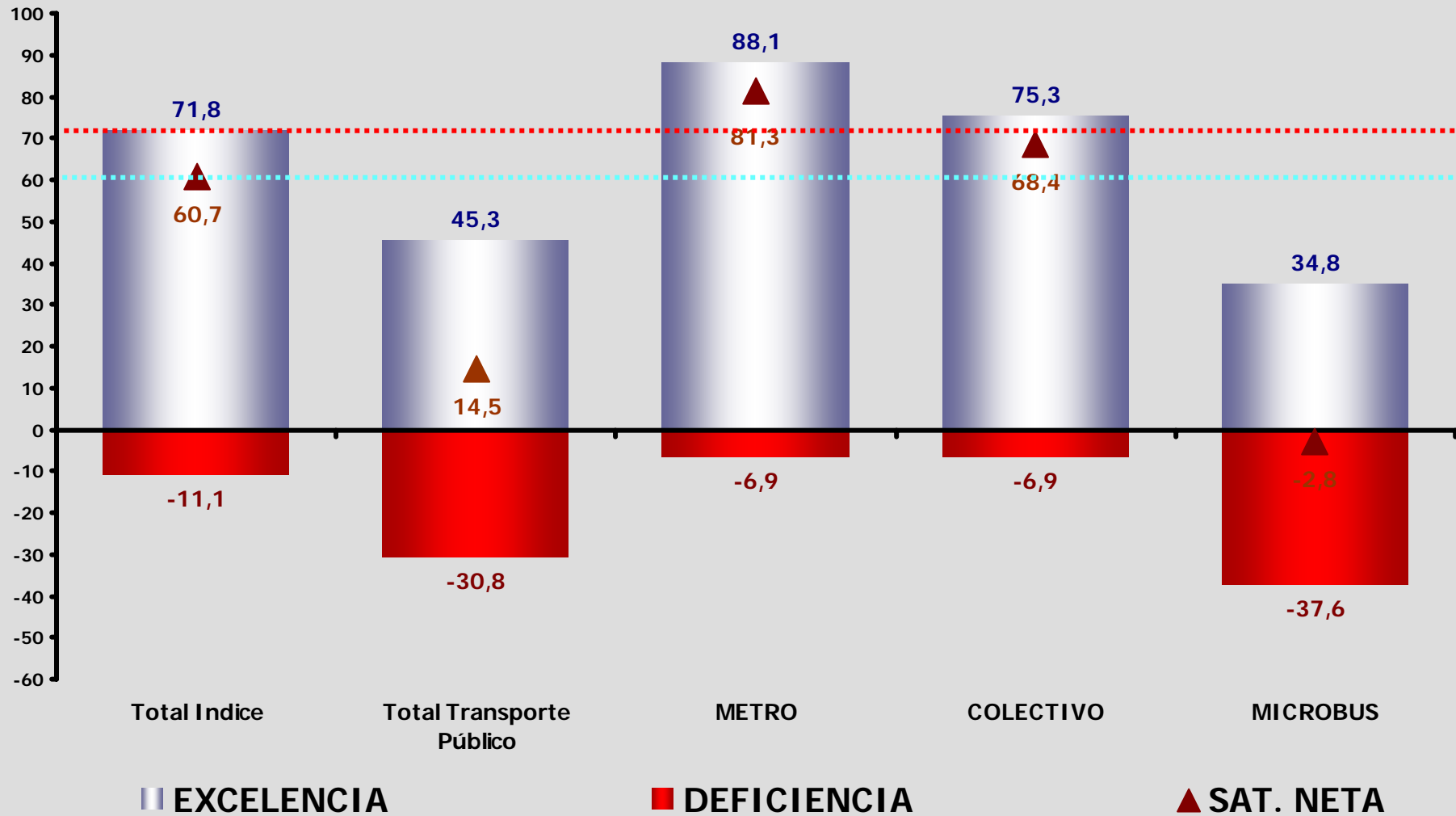


TRANSPORTE PÚBLICO

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

Base: 583 entrevistas total industria

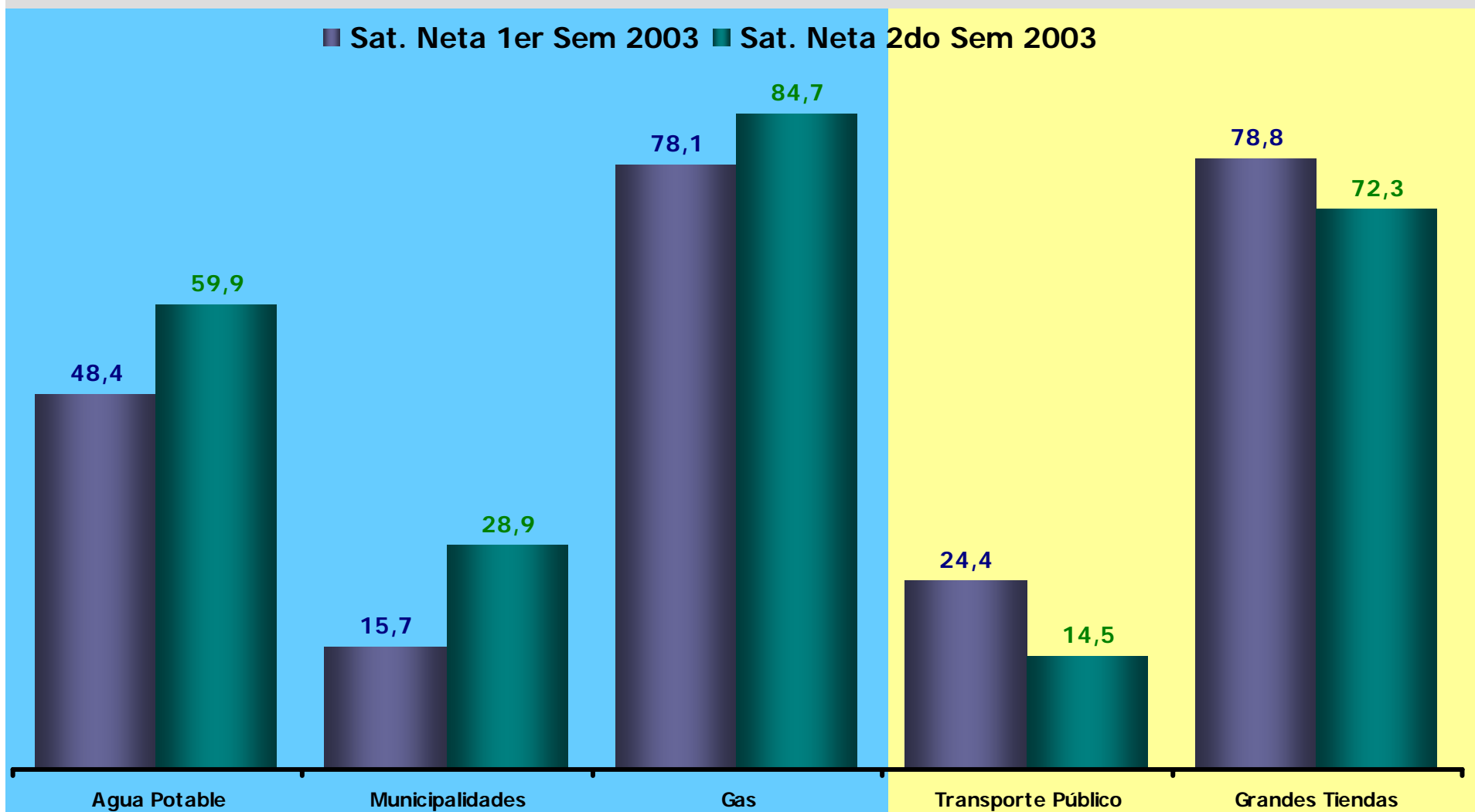
SEGUNDO SEMESTRE 2003



Sectores que Presentan Cambios Estadísticamente Significativos

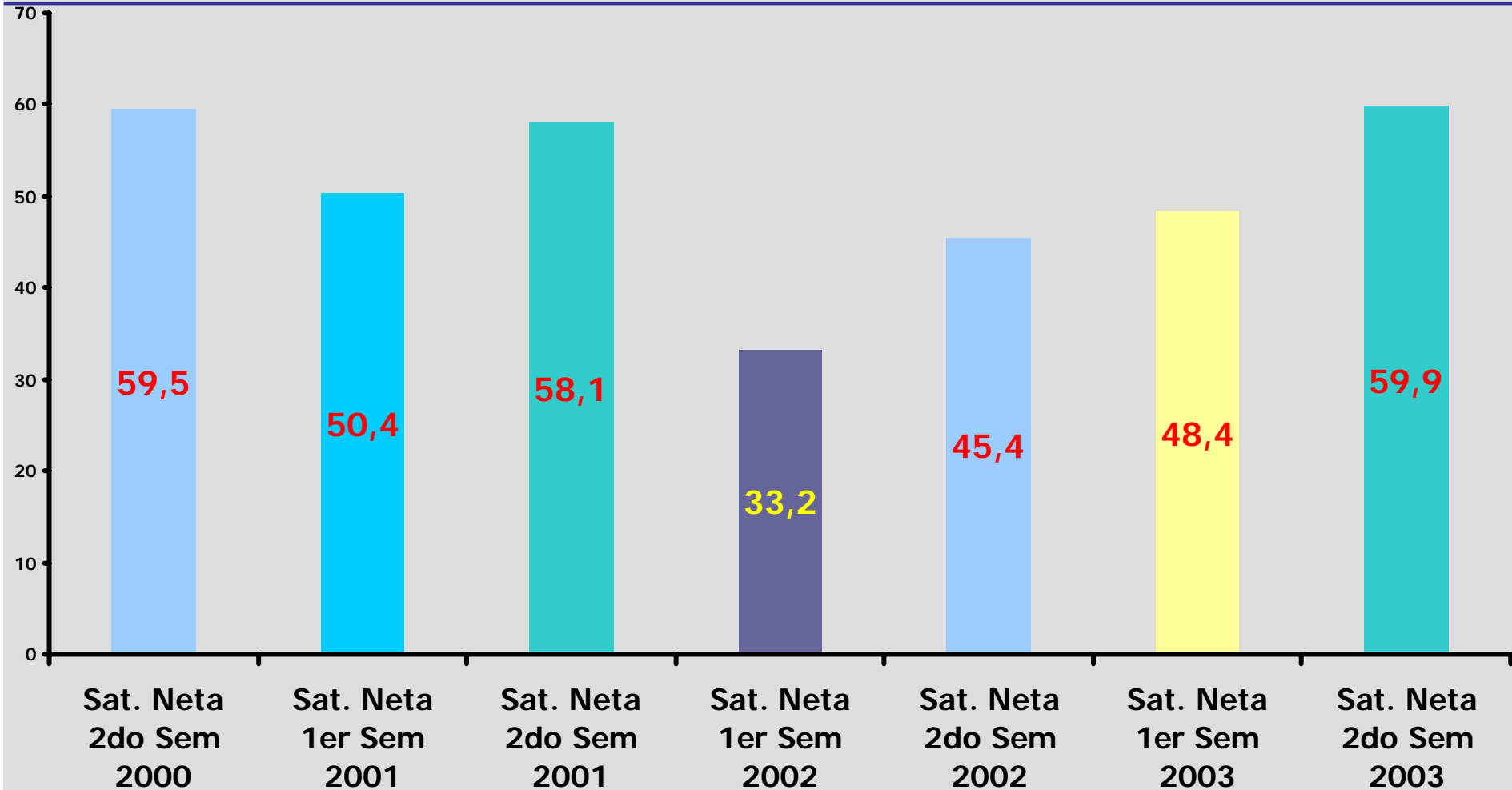
Satisfacción Neta: % de Notas 6 y 7 menos % de notas 1 a 4

SEGUNDO SEMESTRE 2003



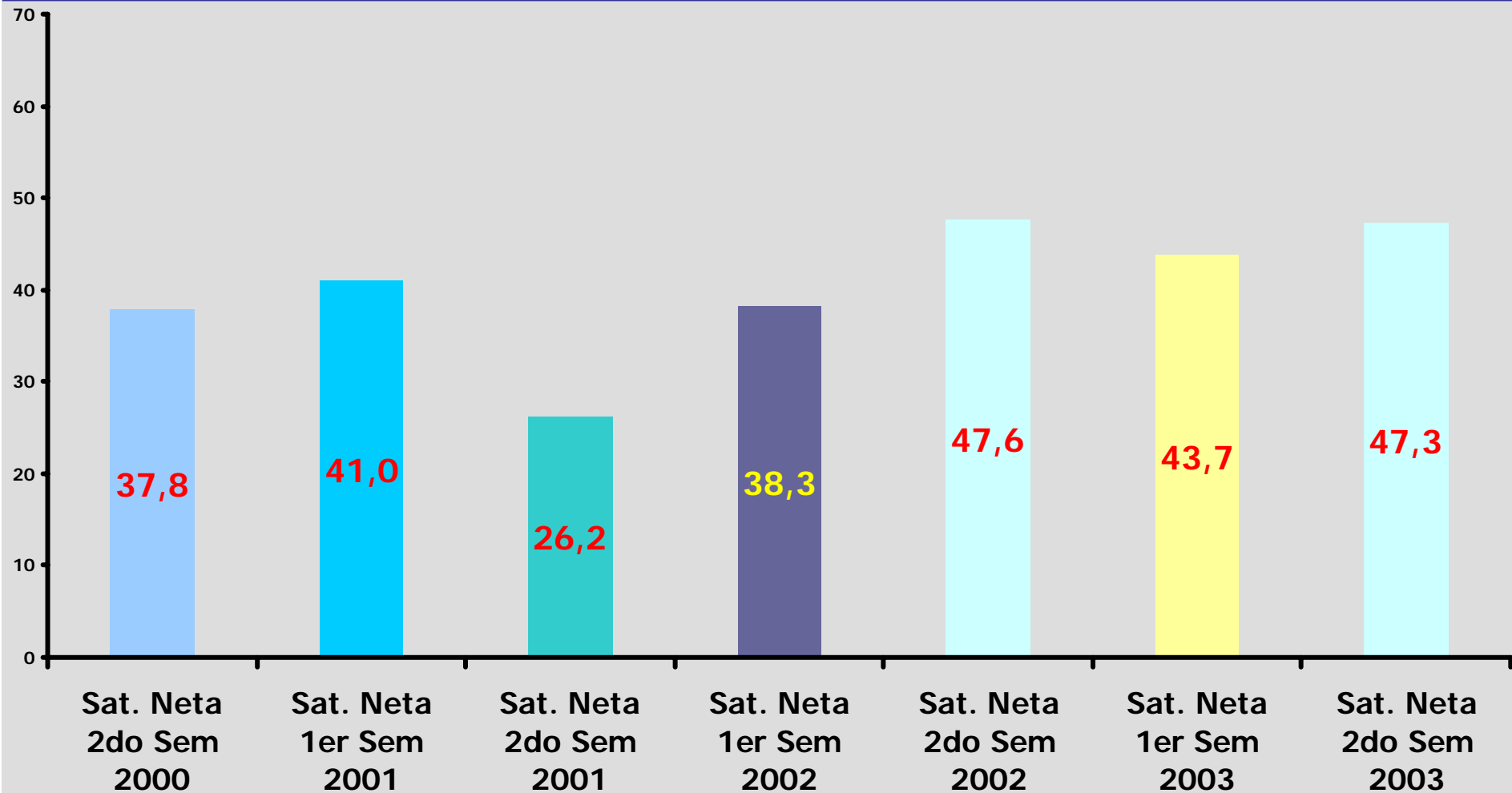
SANITARIAS

Satisfacción Neta: % de Notas 6 y 7 menos % de notas 1 a
Base: 500 registros por medición



FINANCIERAS

Satisfacción Neta: % de Notas 6 y 7 menos % de notas 1 a
Base: 500 registros por medición



Mapa de Relación Precio/Valor y Satisfacción

Para Ambos Parámetros se Presentan los valores netos (% de notas 6 y 7 menos % de notas 1 a 4)
SEGUNDO SEMESTRE 2003

VALOR

*Servicio NO satisfactorio y
Bajo Costo*

*Servicios Satisfactorios y
Precio Adecuado*

*Servicio NO Satisfactorio y
Alto Costo*

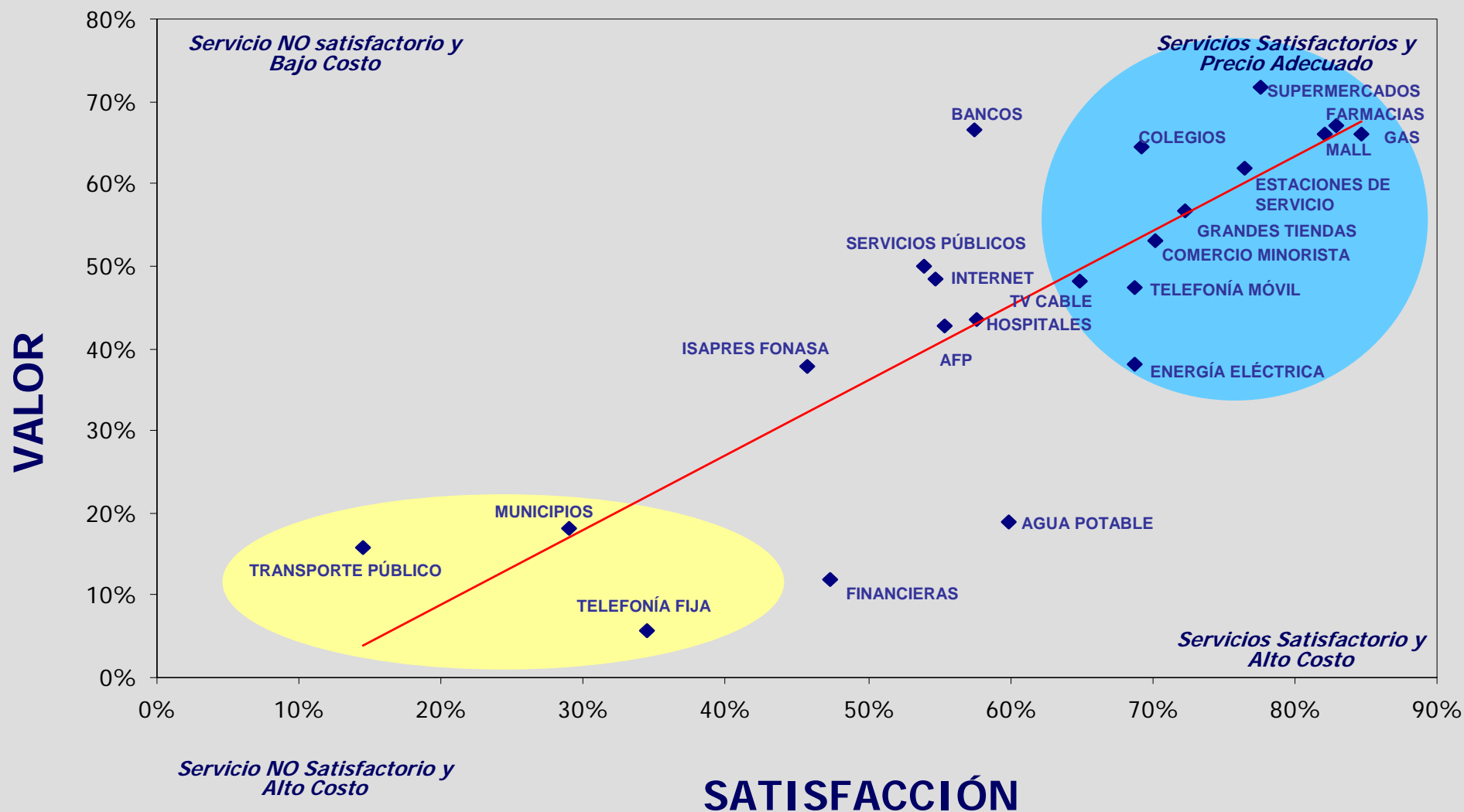
*Servicios Satisfactorio y
Alto Costo*

SATISFACCIÓN

Mapa de Relación Precio/Valor y Satisfacción 2° 2003

Para Ambos Parámetros se Presentan los valores netos (% de notas 6 y 7 menos % de notas 1 a 4)

SEGUNDO SEMESTRE 2003

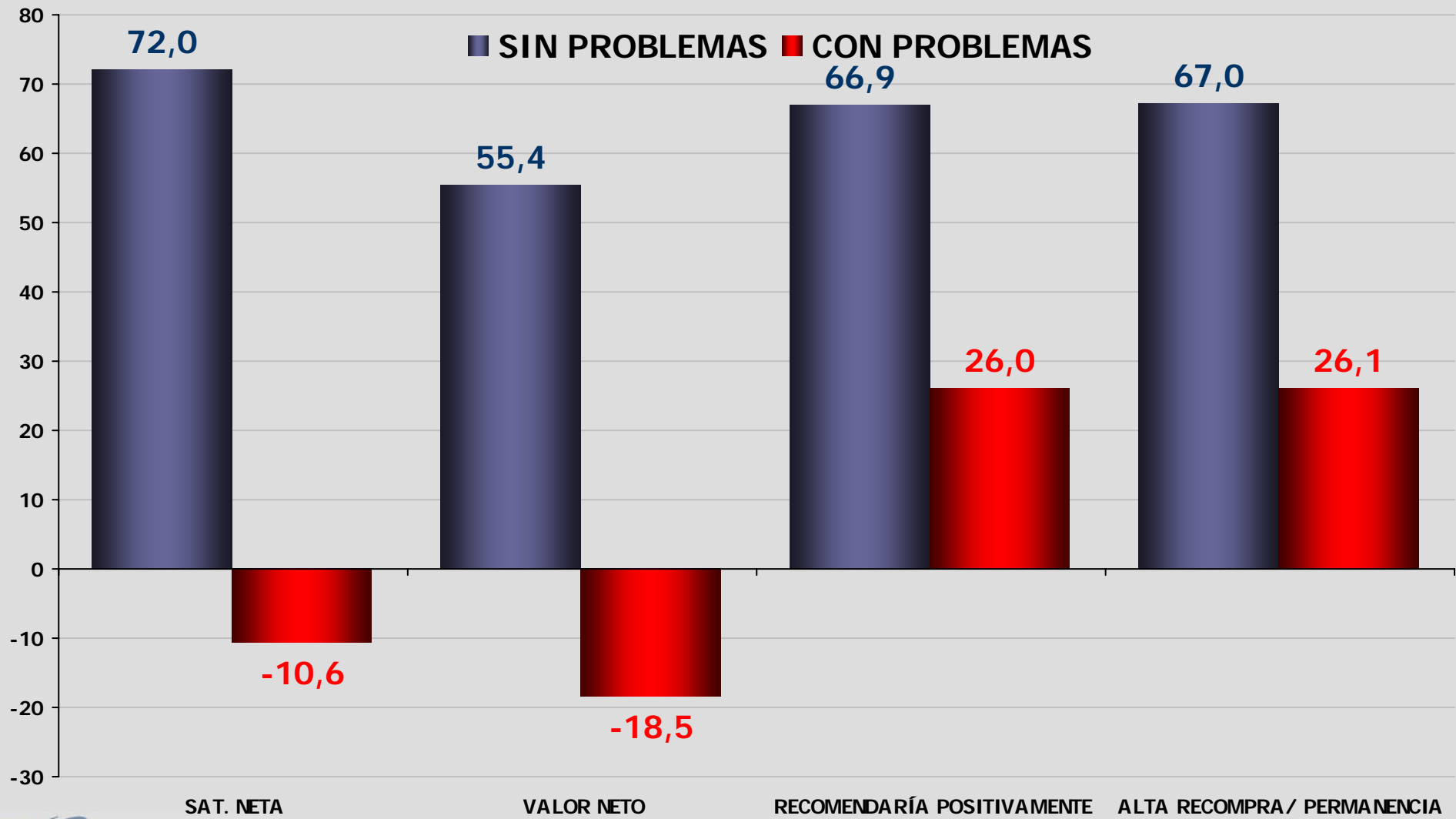


PROBLEMAS EN EL SERVICIO

*Una tarea permanente de
las empresas*

Efectos de Problemas en el Servicio

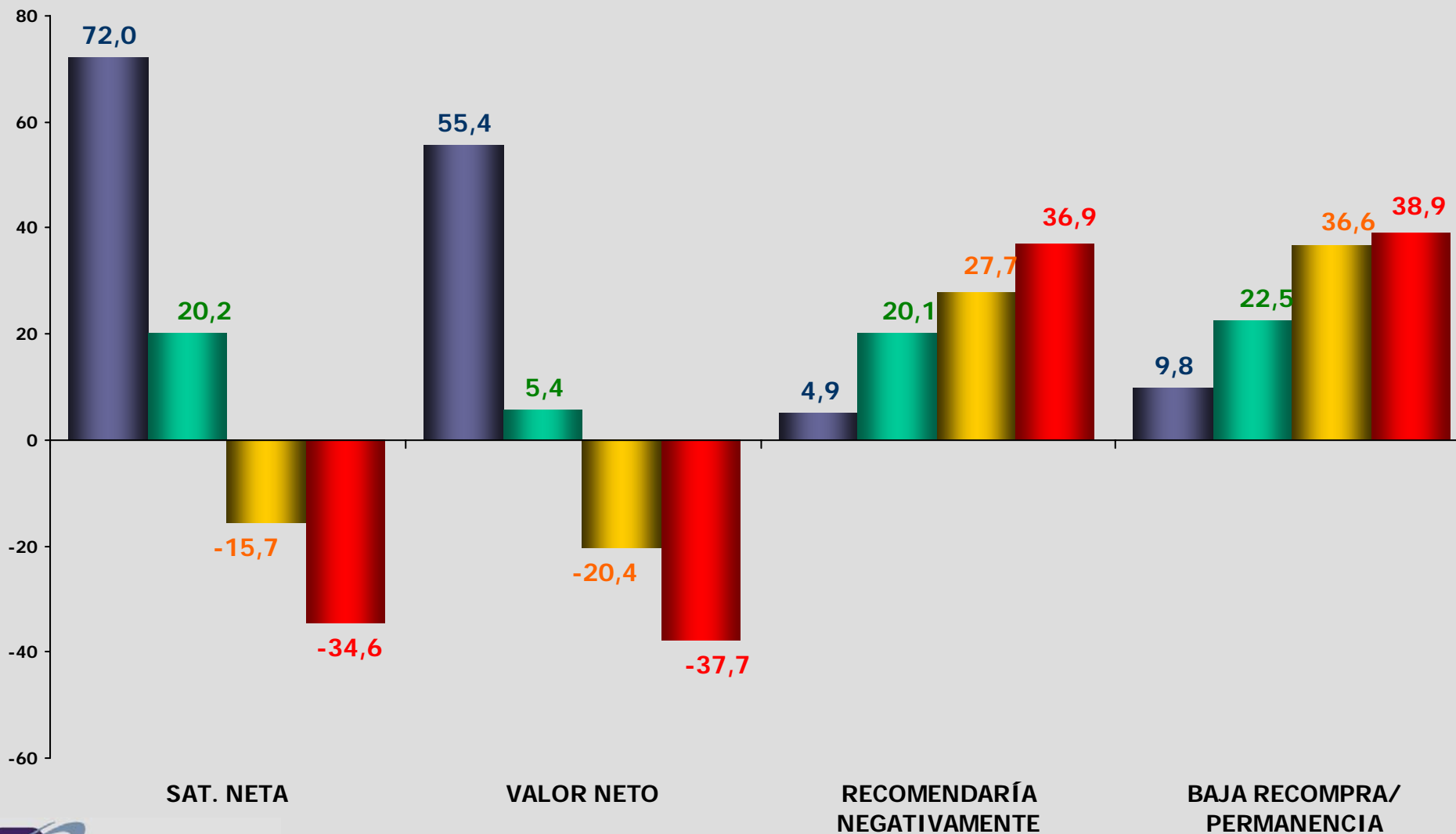
SEGUNDO SEMESTRE 2003



Efectos de Gestionar los Problemas en el Servicio

SEGUNDO SEMESTRE 2003

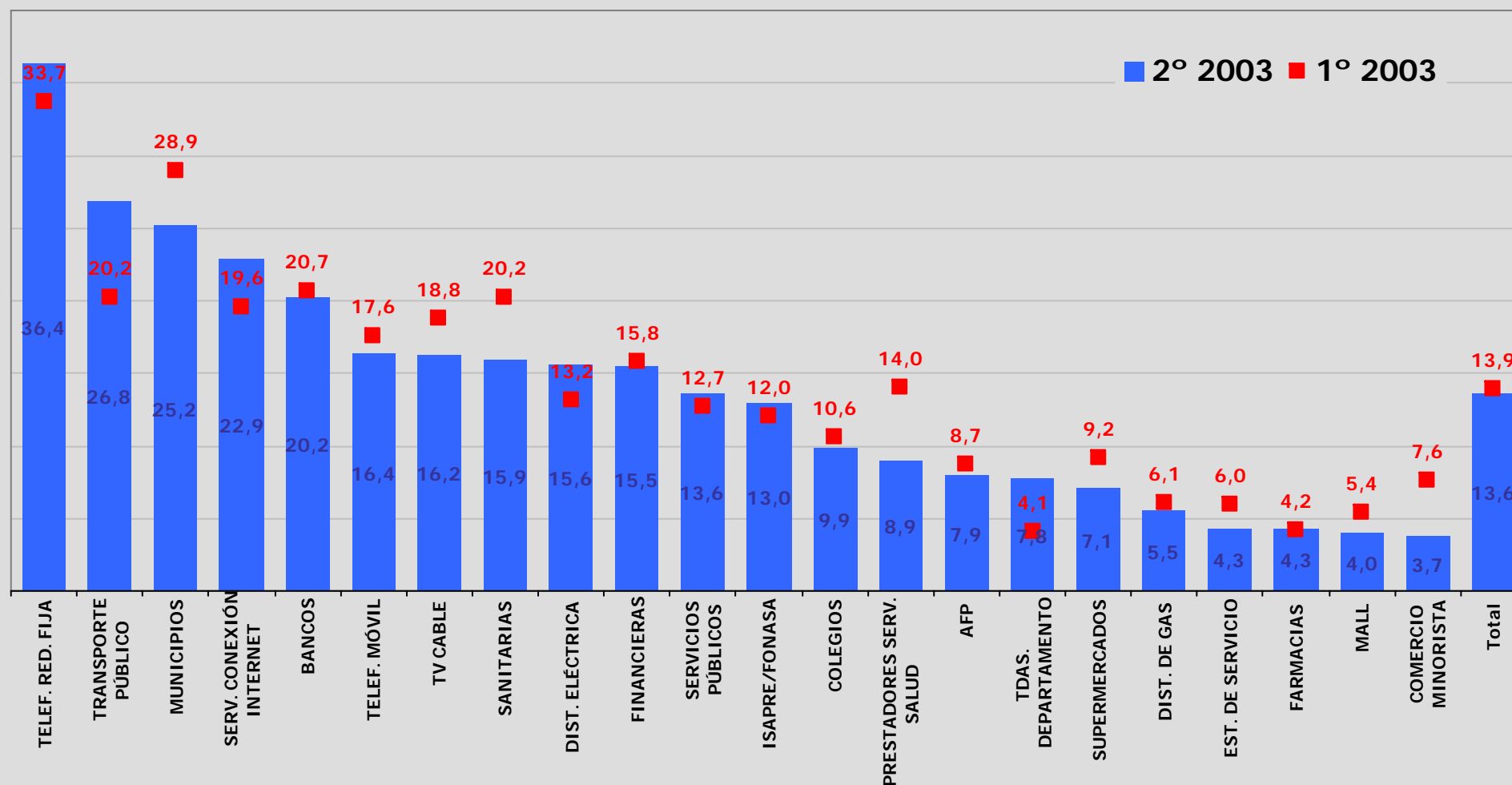
■ SIN PROBLEMAS ■ PROB. SOLUCIONADO ■ NO COMUNICÓ PROB. ■ PROB. NO SOLUC.



Tasa de Clientes con Problemas en el Servicio por Industrias

Base Total de Clientes por industria

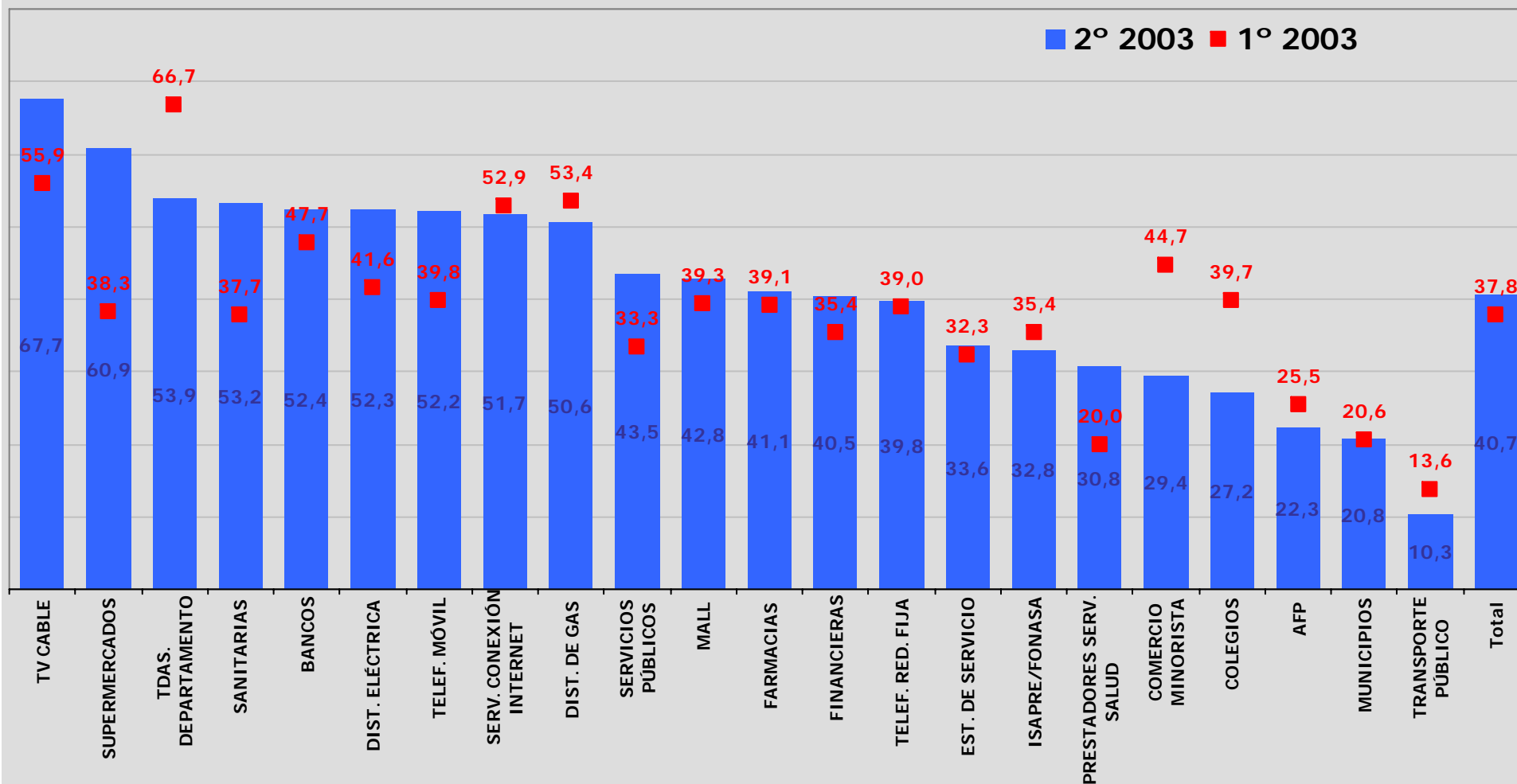
SEGUNDO SEMESTRE 2003



Gestión de Problemas en el Servicio por Industrias % de Clientes con Problemas que Recibieron una Solución Satisfactoria

Base Total de Clientes con problemas por industria y que lo comunican

SEGUNDO SEMESTRE 2003



LA RELACIÓN SATISFACCIÓN LEALTAD

Análisis y Clasificación de la Cartera de Clientes

Categorías de Clientes

Apóstol

Son los clientes cuya experiencia con el servicio sobrepasa sus expectativas, y que informan a otros la calidad de esta experiencia (referencias).

Mercenario

Son los clientes que desafían la regla satisfacción/lealtad. Son los buscadores de precio, compradores por impulso, seguidores de la moda, o que siempre buscan algo a cambio. No desarrollan lealtad con ninguna empresa.

Rehén

Son los clientes que a pesar de tener muy malas experiencias con la empresa, no pueden cambiar a corto plazo de proveedor, ya sea por los costos de cambios involucrados, contratos establecidos, etc.

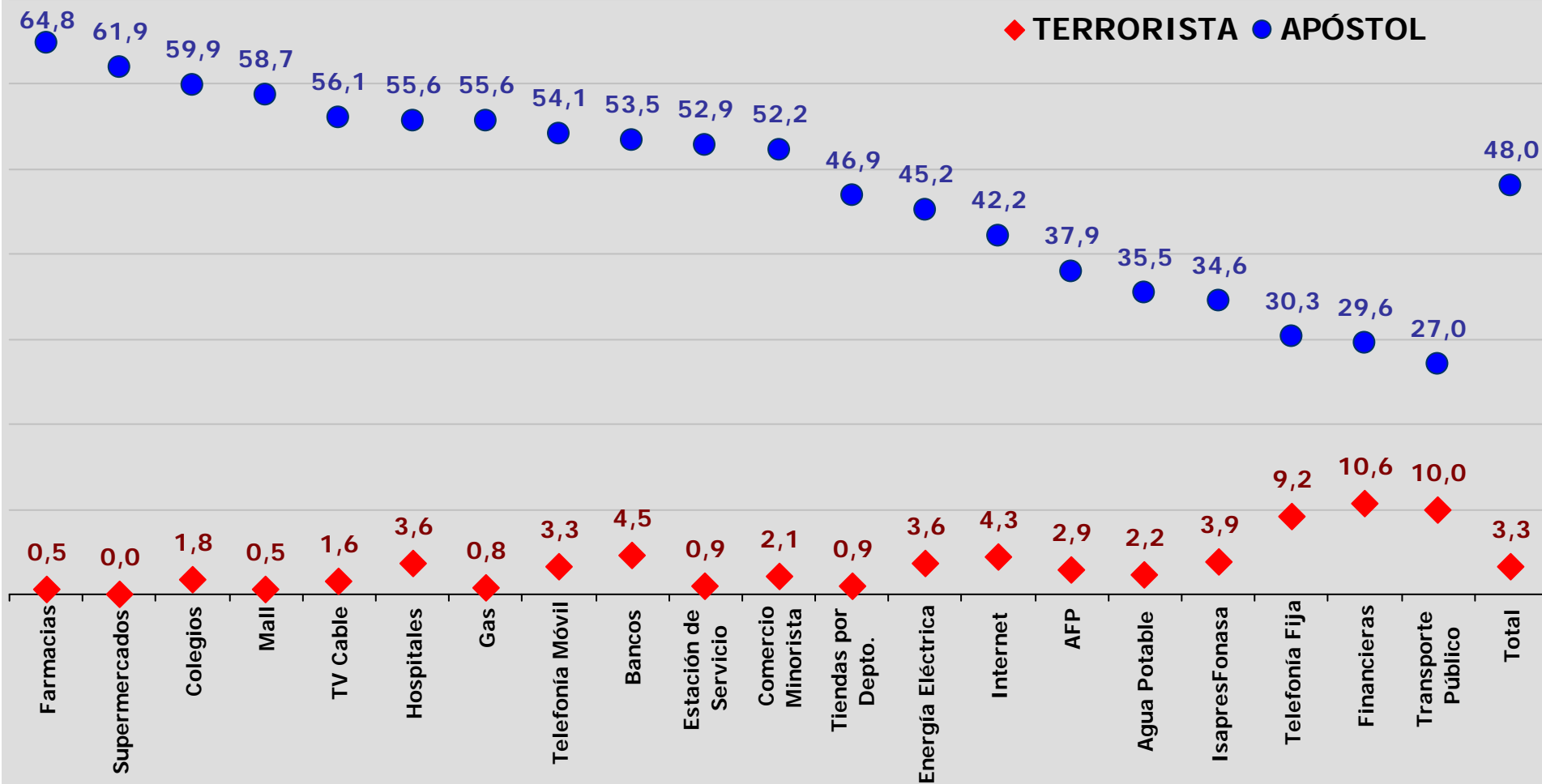
Terrorista

Son los clientes que han vivido una mala experiencia con el servicio de la empresa, que transmiten su frustración a su círculo social y aprovecharán cualquier oportunidad para abandonar la empresa.

Cientes Apóstoles y Terroristas por Industria

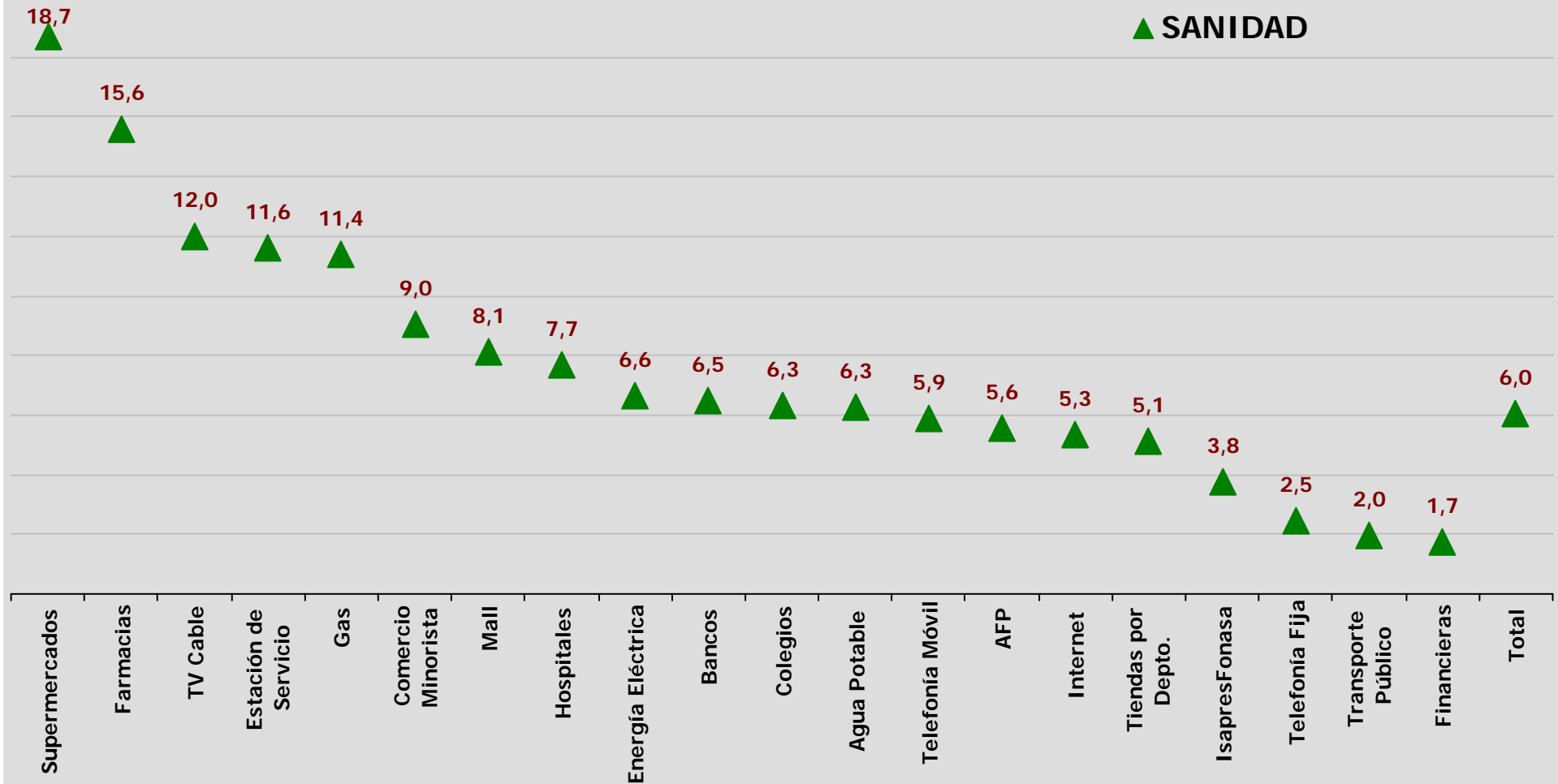
Base Total de Clientes por industria

SEGUNDO SEMESTRE 2003



Sanidad de la Cartera por Industria, Muestra la relación entre Clientes de Alta Lealtad y los de Baja Lealtad

Base Total de Clientes por industria
 Sanidad = (Apóstoles + Casi Apóstoles) / (Terroristas + Mercenarios)
SEGUNDO SEMESTRE 2003



Presentación de Resultados Indice Nacional de Satisfacción de Consumidores Segundo Semestre 2003