



Presentación de Resultados Indice Nacional de Satisfacción de Consumidores Primer Semestre 2005

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 18 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

- **Total:** 17.931 entrevistas, $\pm 0,73\%$ 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 desarrolló en los meses de Marzo a Junio de 2005

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

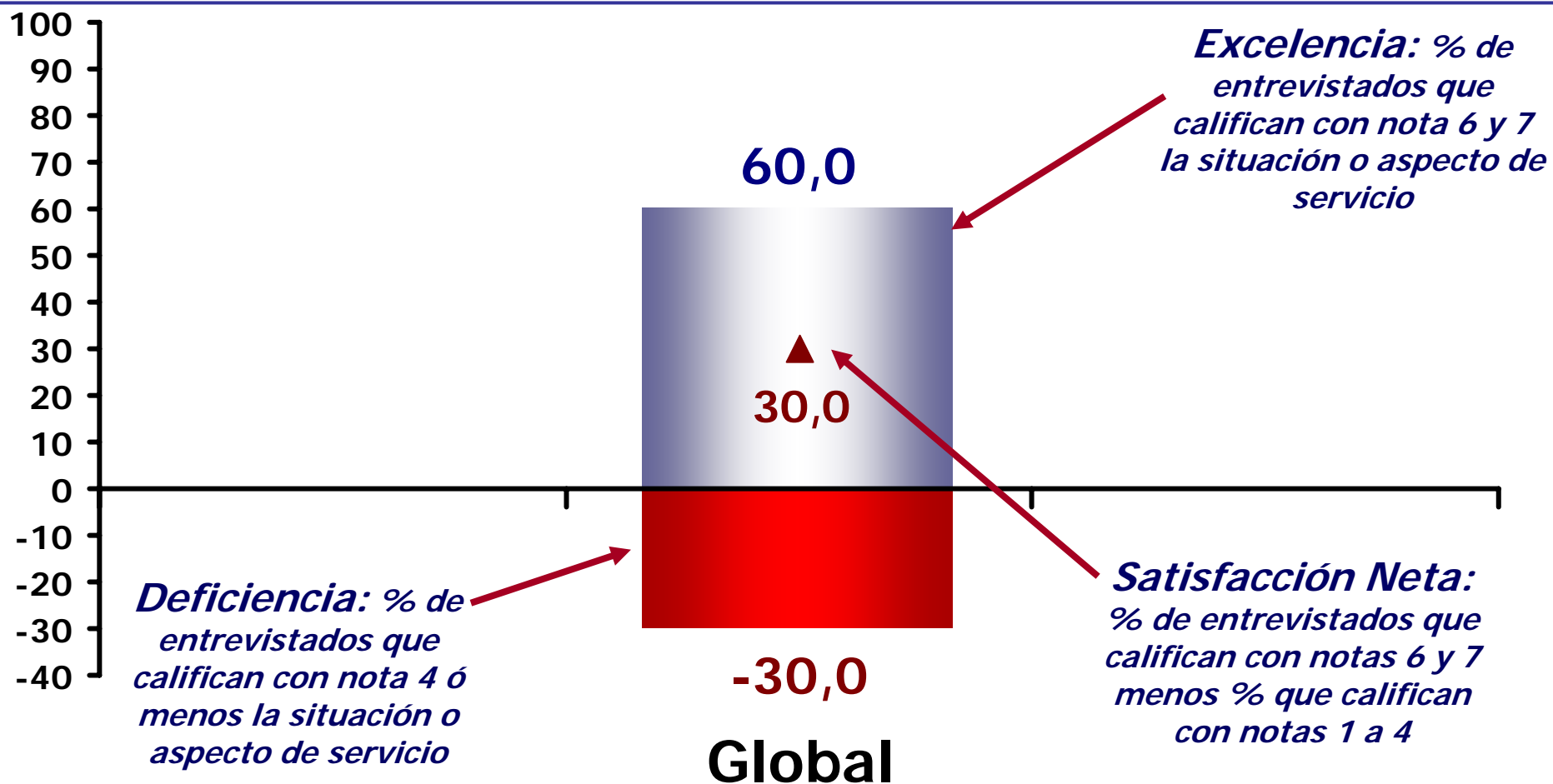
Las industrias representadas en el índice se seleccionaron a partir de los siguientes criterios:

- 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

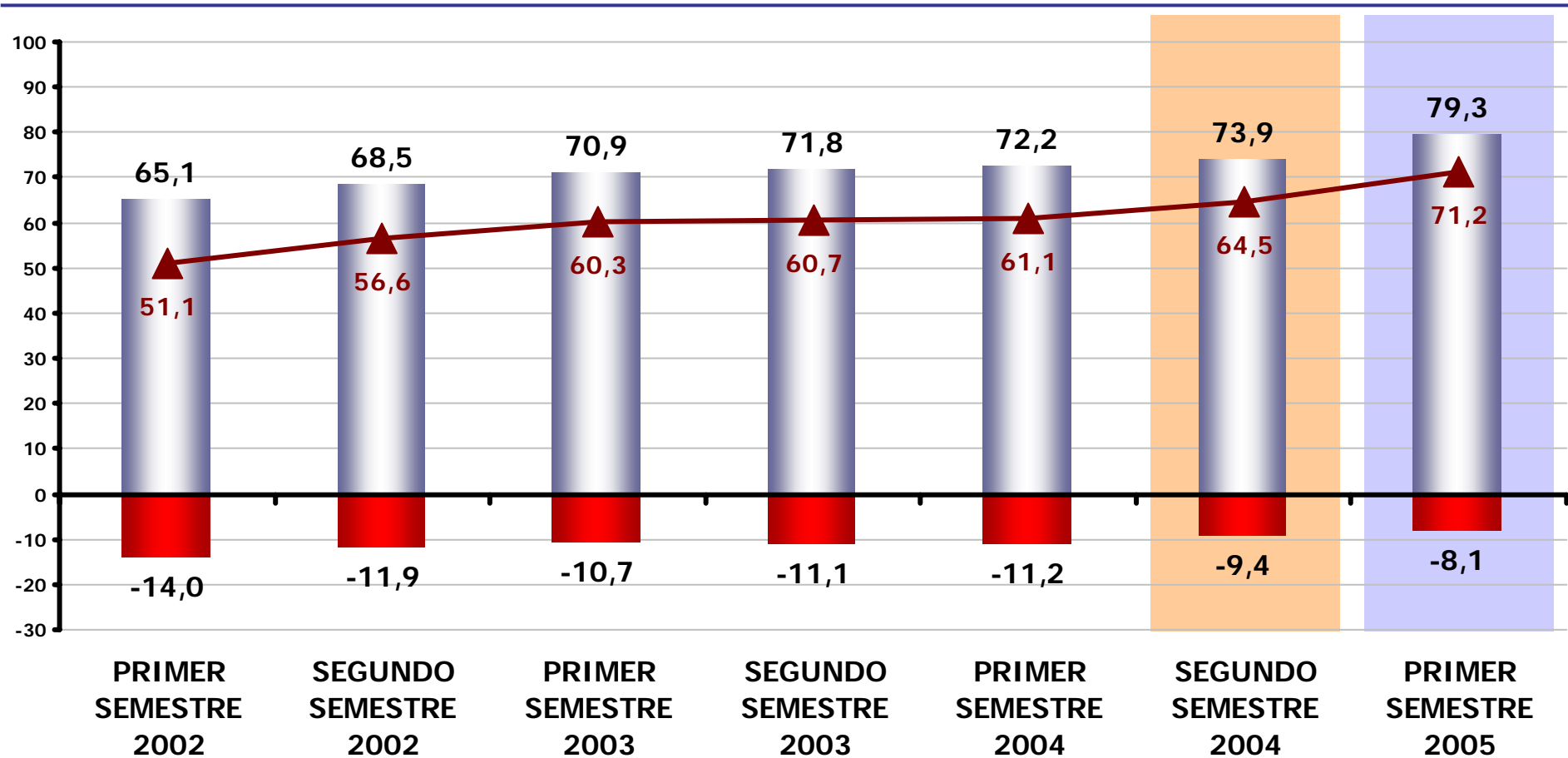
PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS



■ Excelencia ■ Deficiencia ▲ Satisfacción Neta

Evolución Satisfacción Global con el Servicio

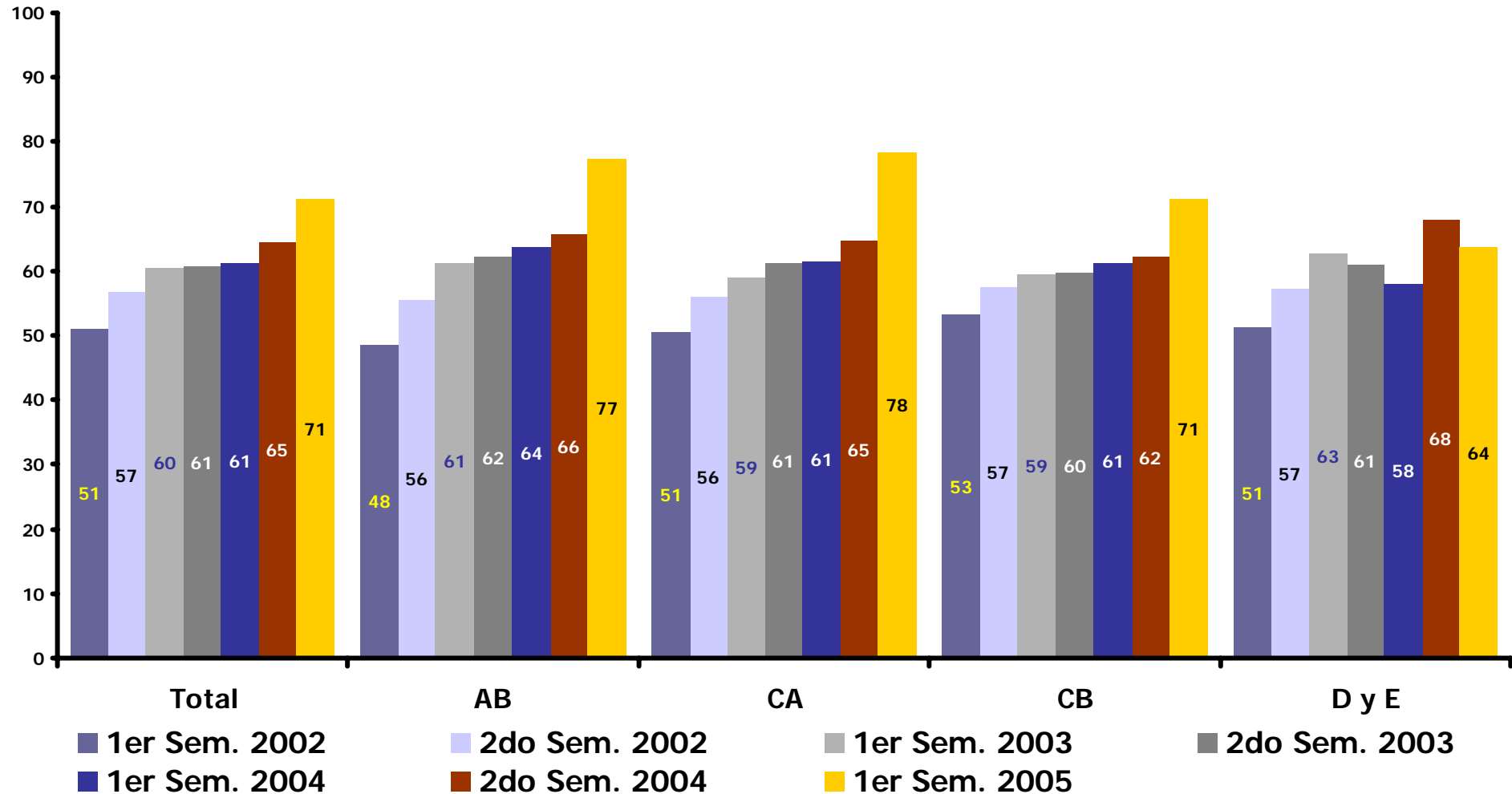
Base total clientes 17.931 entrevistados



■ Excelencia ■ Deficiencia ▲ Sat. Neta

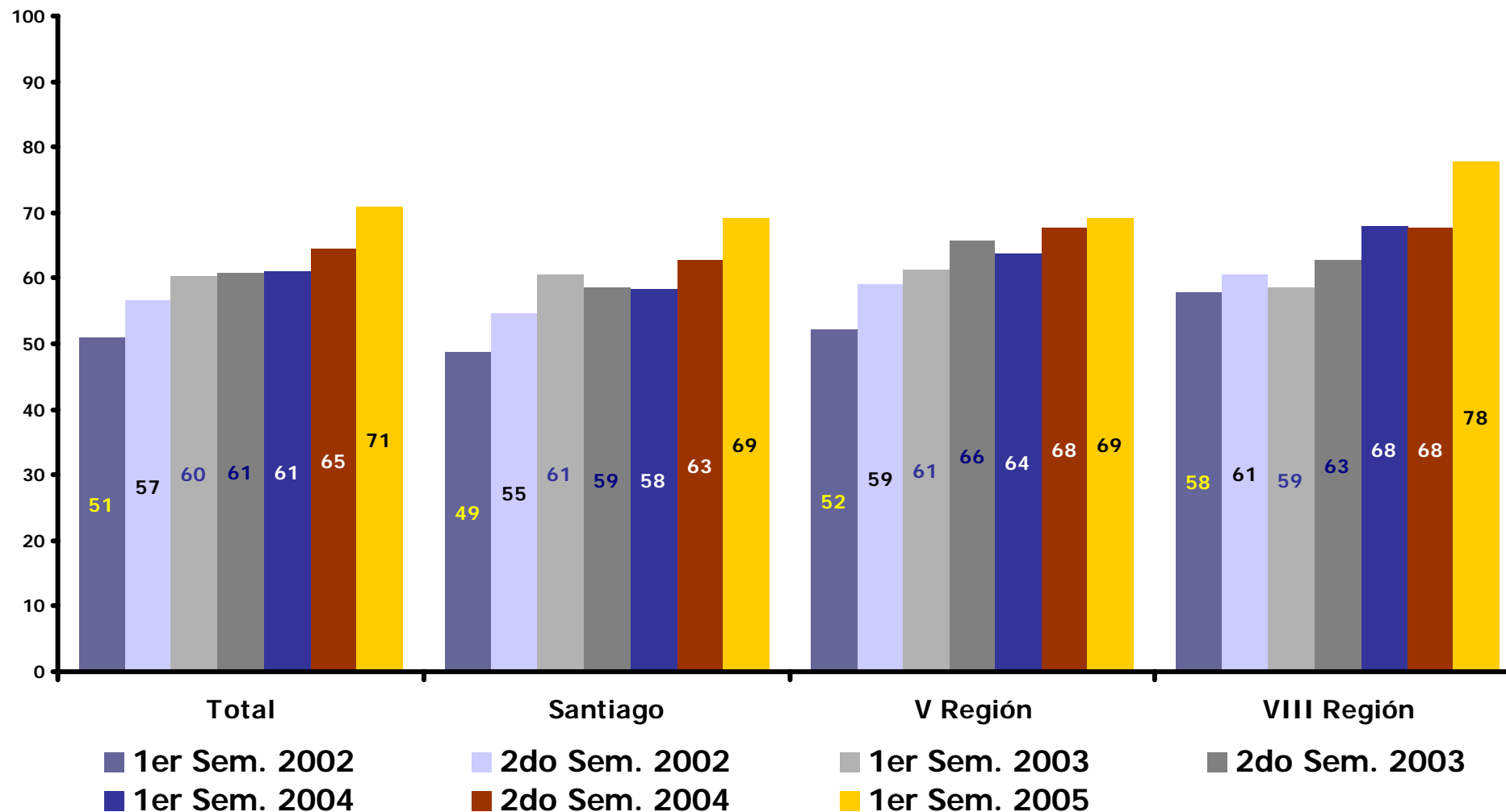
EVOLUCIÓN SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL SERVICIO SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO

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

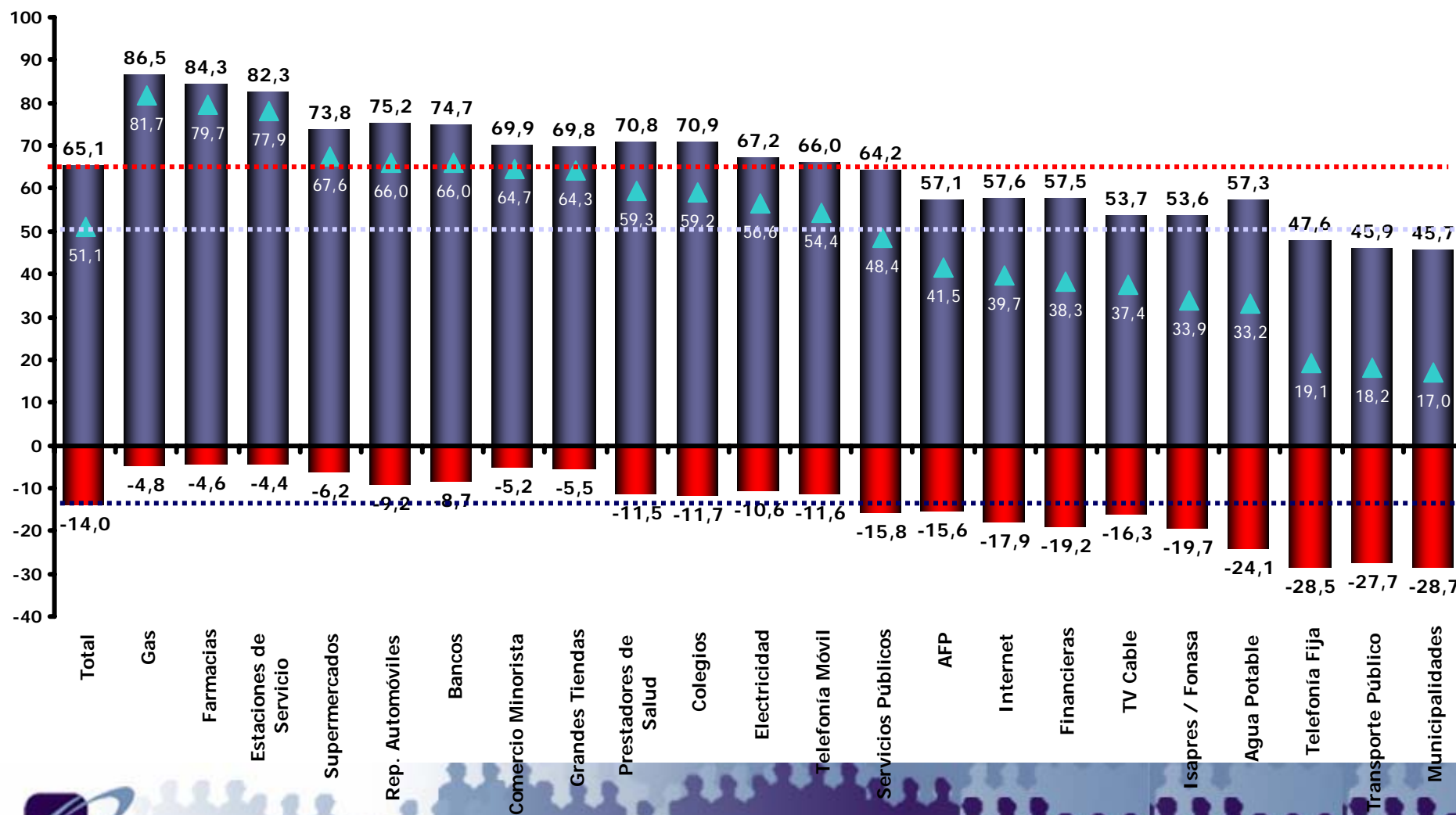
*Sat. Neta (% de notas 6 y 7 menos % de notas 1 a 4)
Base Total clientes por Área Geográfica*



Satisfacción Global con el Servicio

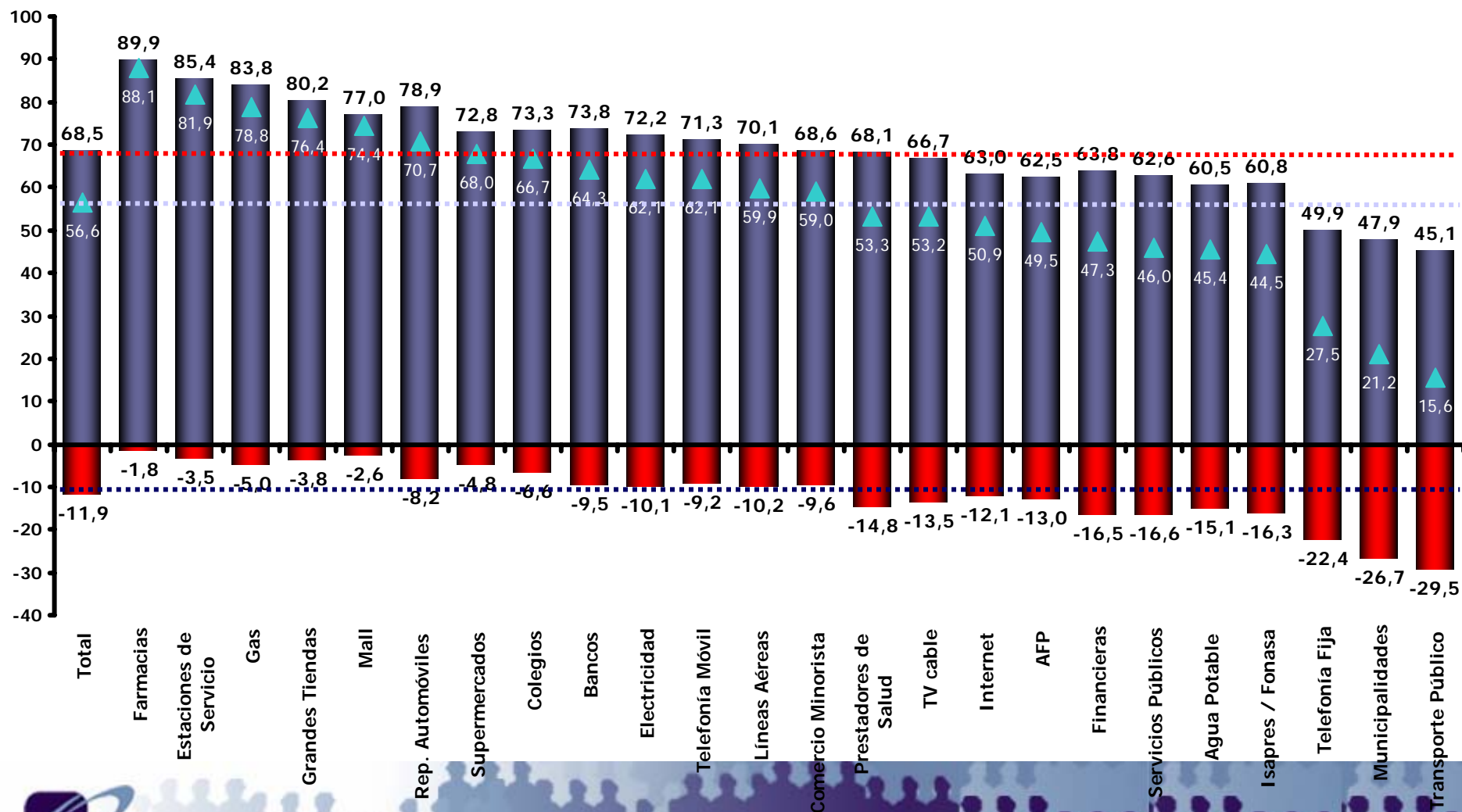
En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

PRIMER SEMESTRE 2002



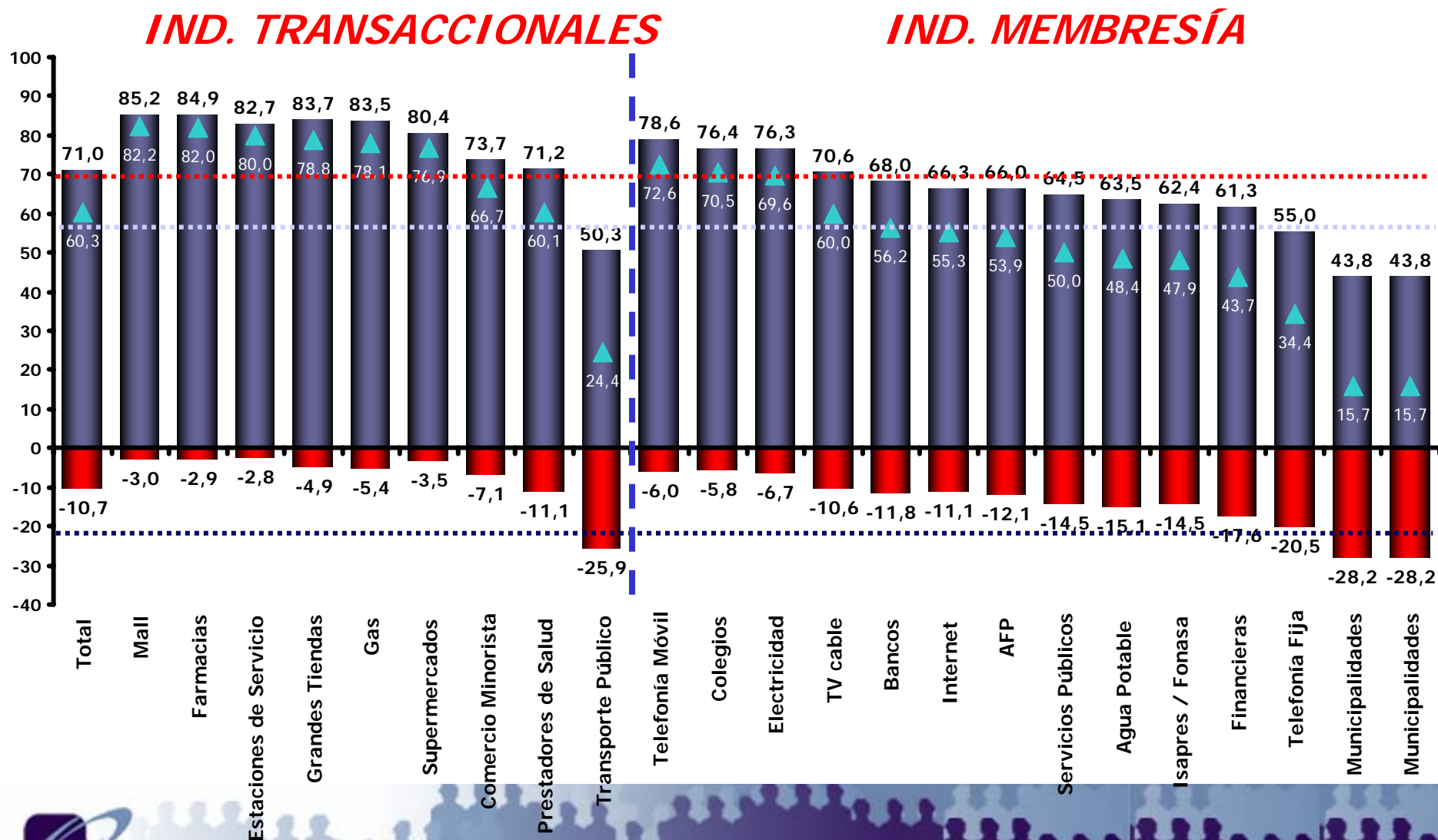
Satisfacción Global con el Servicio

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7
SEGUNDO SEMESTRE 2002



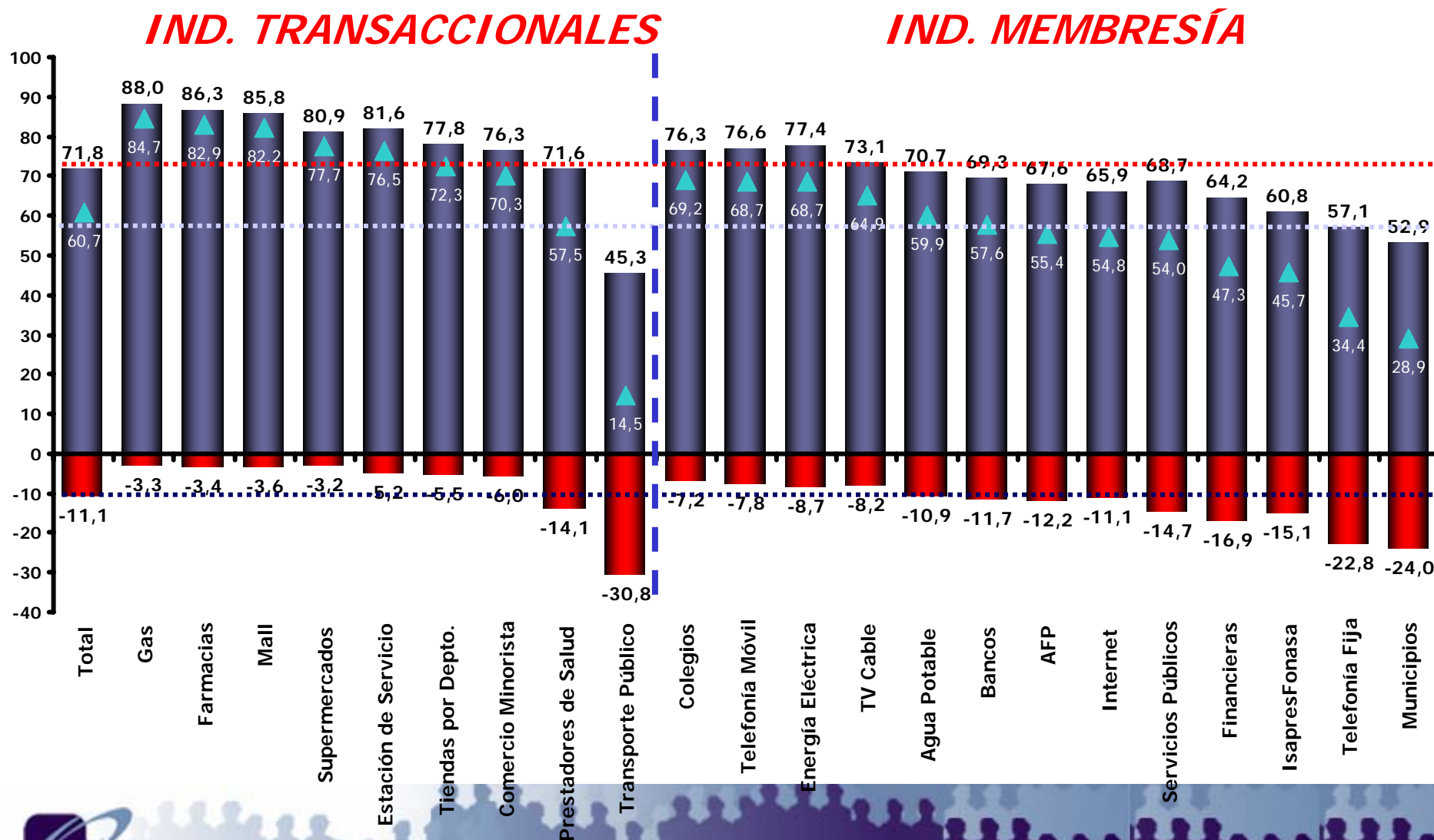
Satisfacción Global con el Servicio

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7
PRIMER SEMESTRE 2003



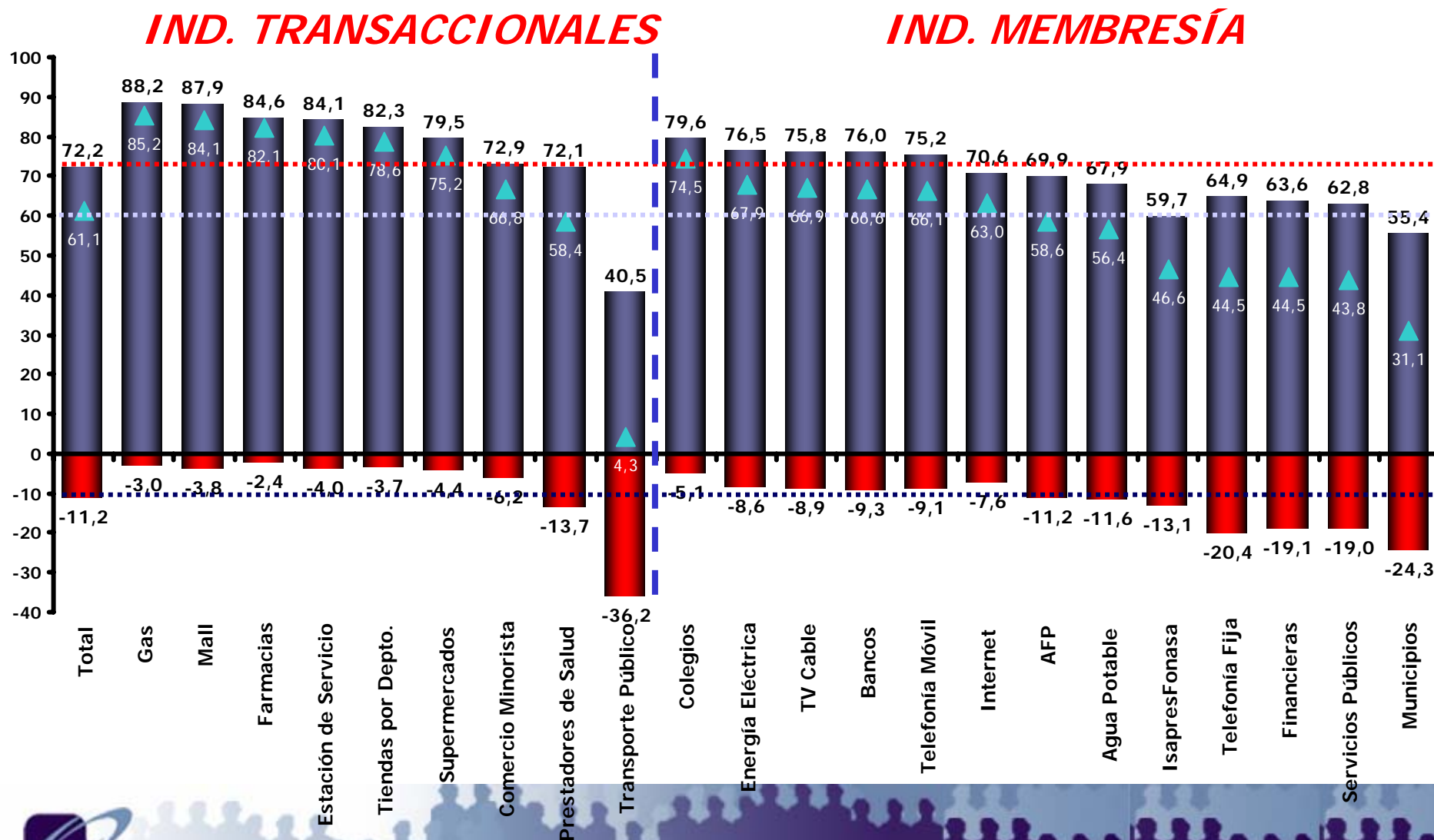
Satisfacción Global con el Servicio

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



Satisfacción Global con el Servicio

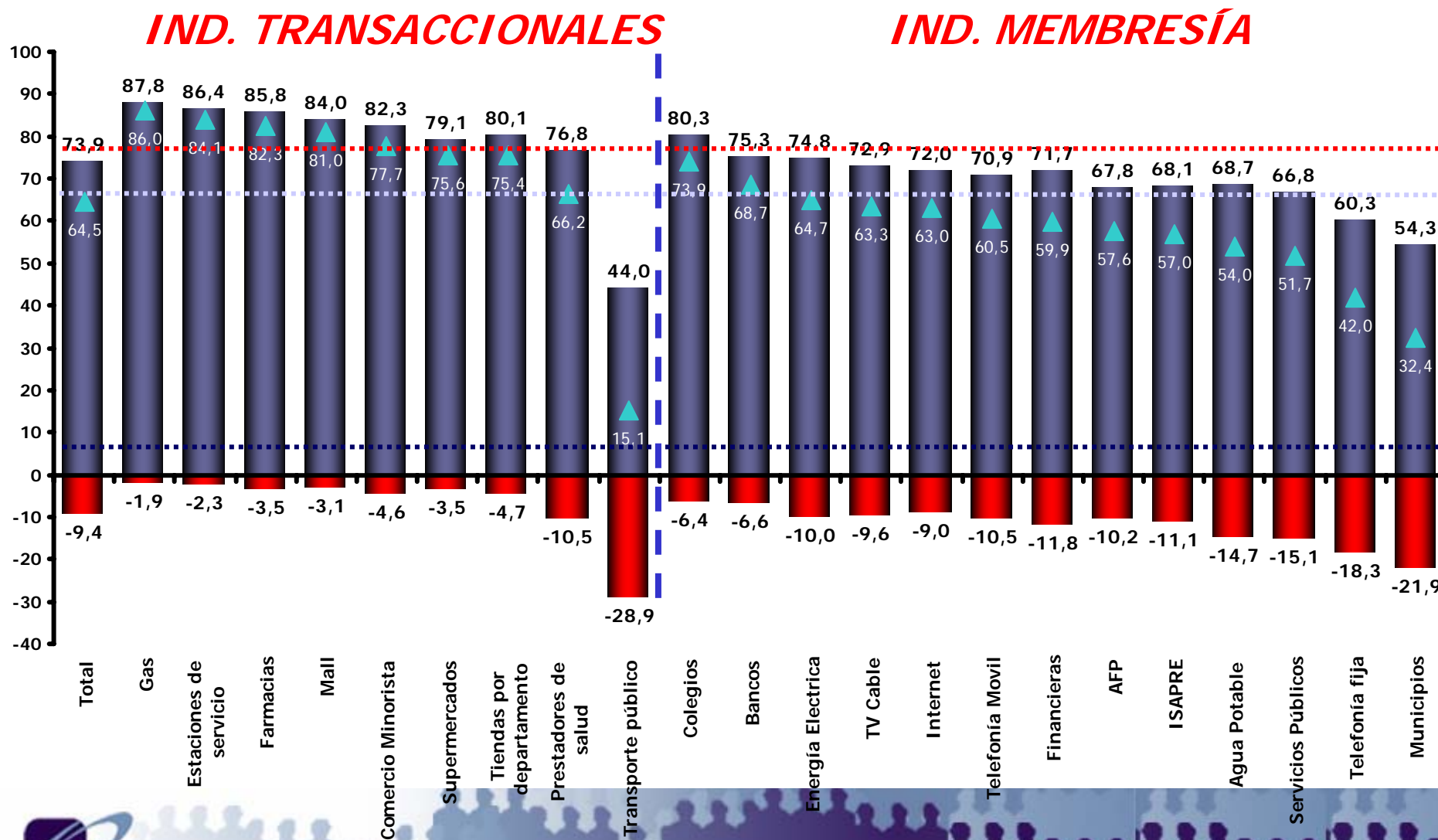
En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7
PRIMER SEMESTRE 2004



Satisfacción Global con el Servicio

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

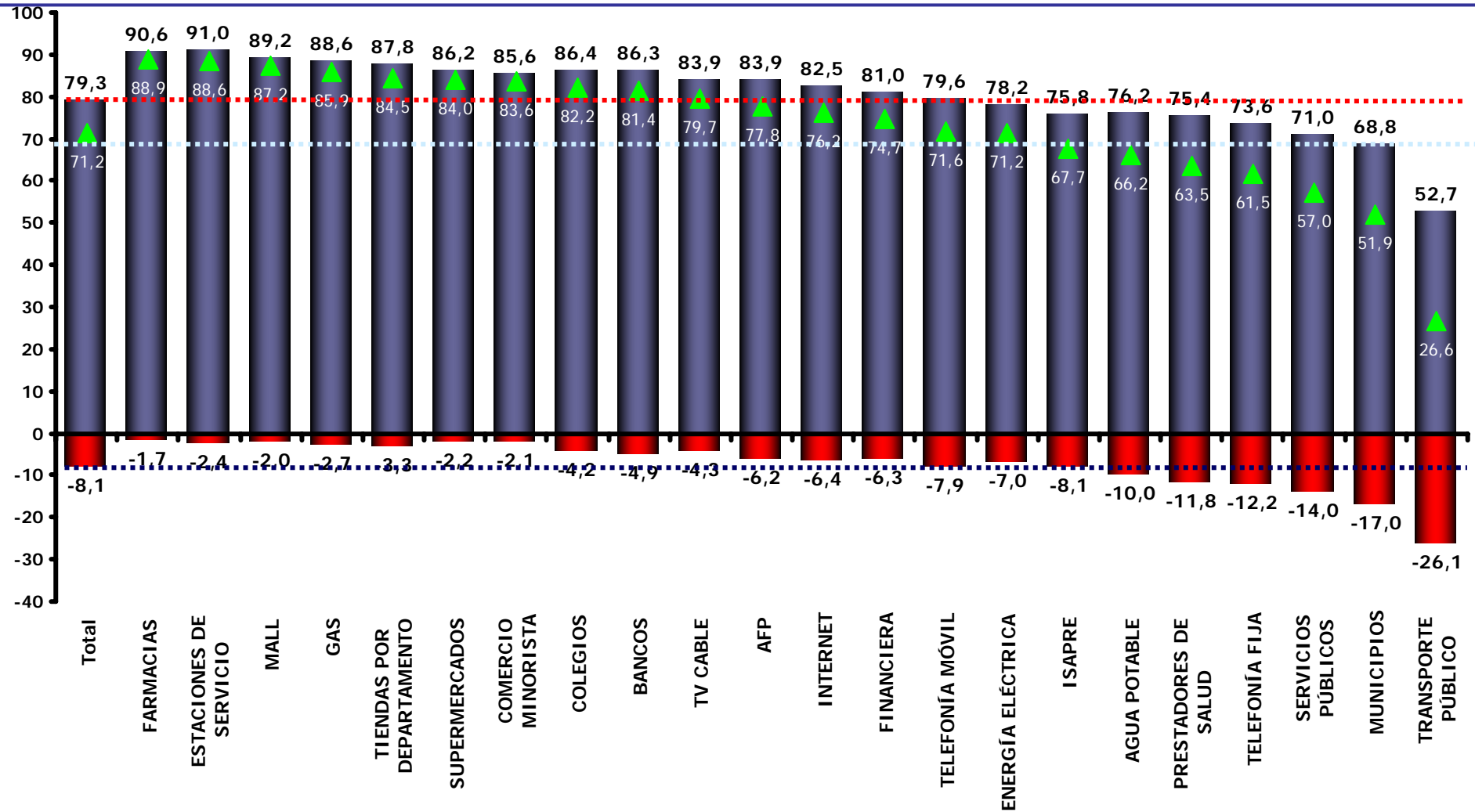
SEGUNDO SEMESTRE 2004



Satisfacción Global con el Servicio

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

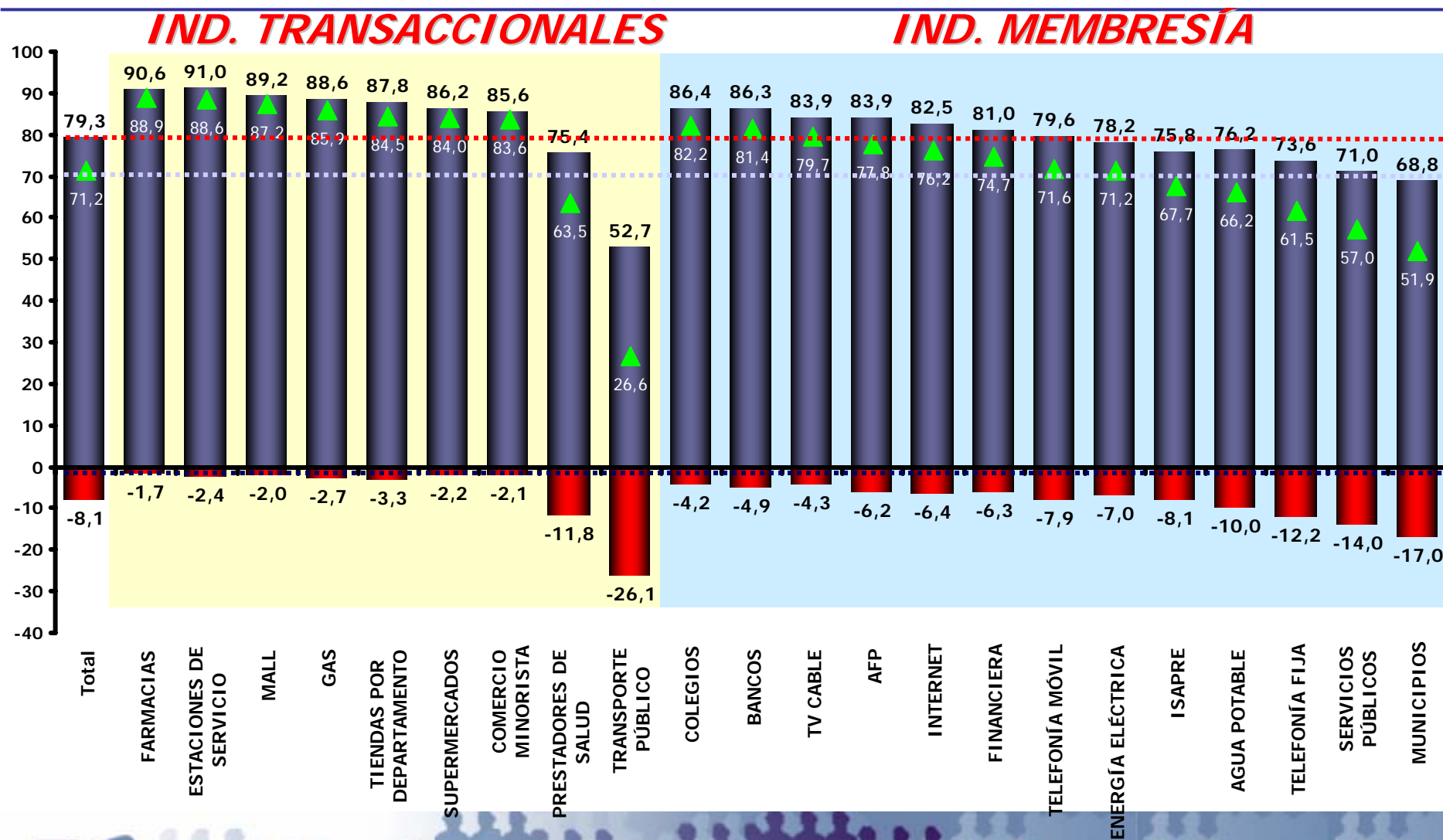
PRIMER SEMESTRE 2005



Satisfacción Global con el Servicio

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

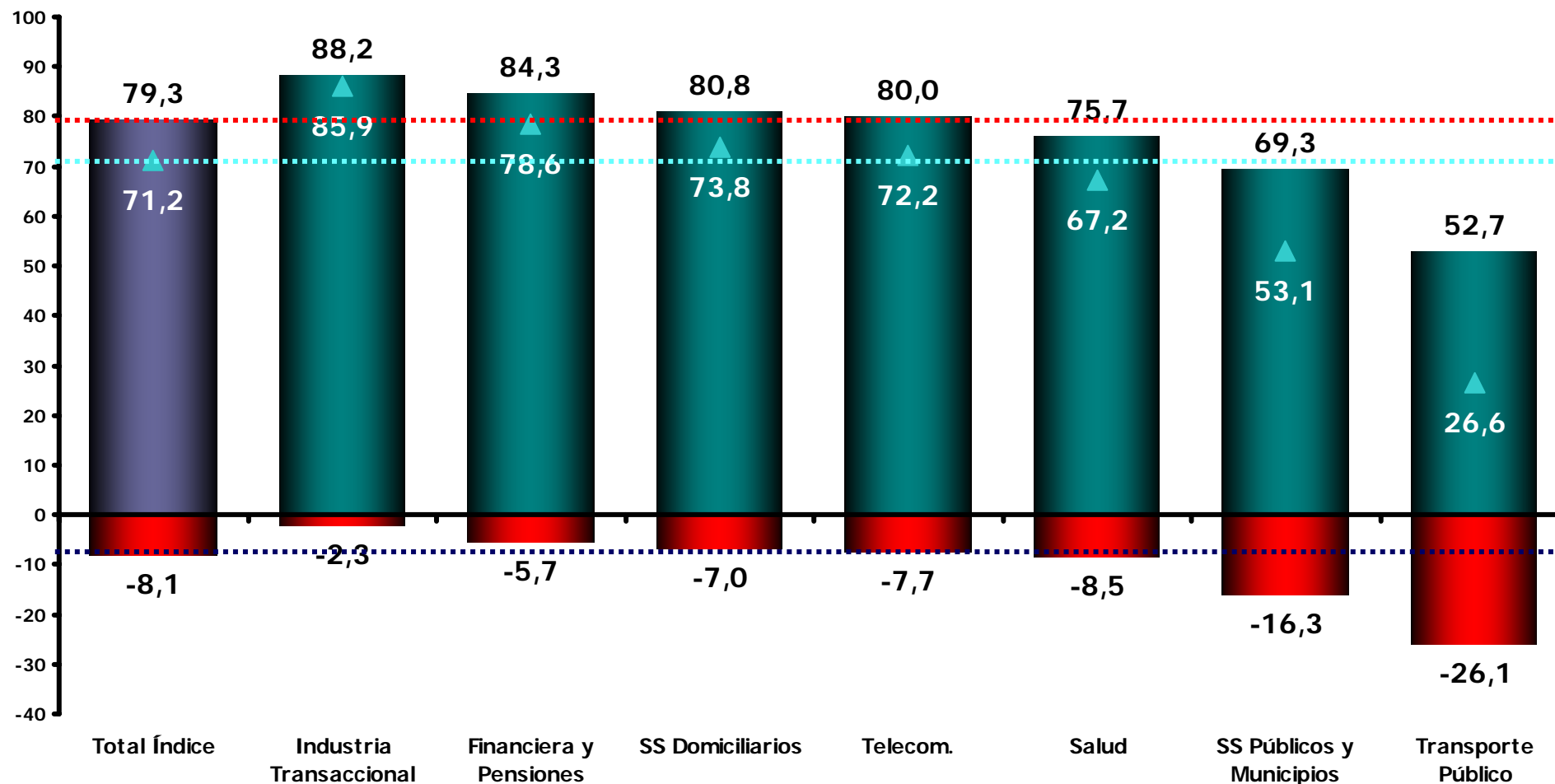
PRIMER SEMESTRE 2005



RESULTADOS POR SUBSECTORES

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

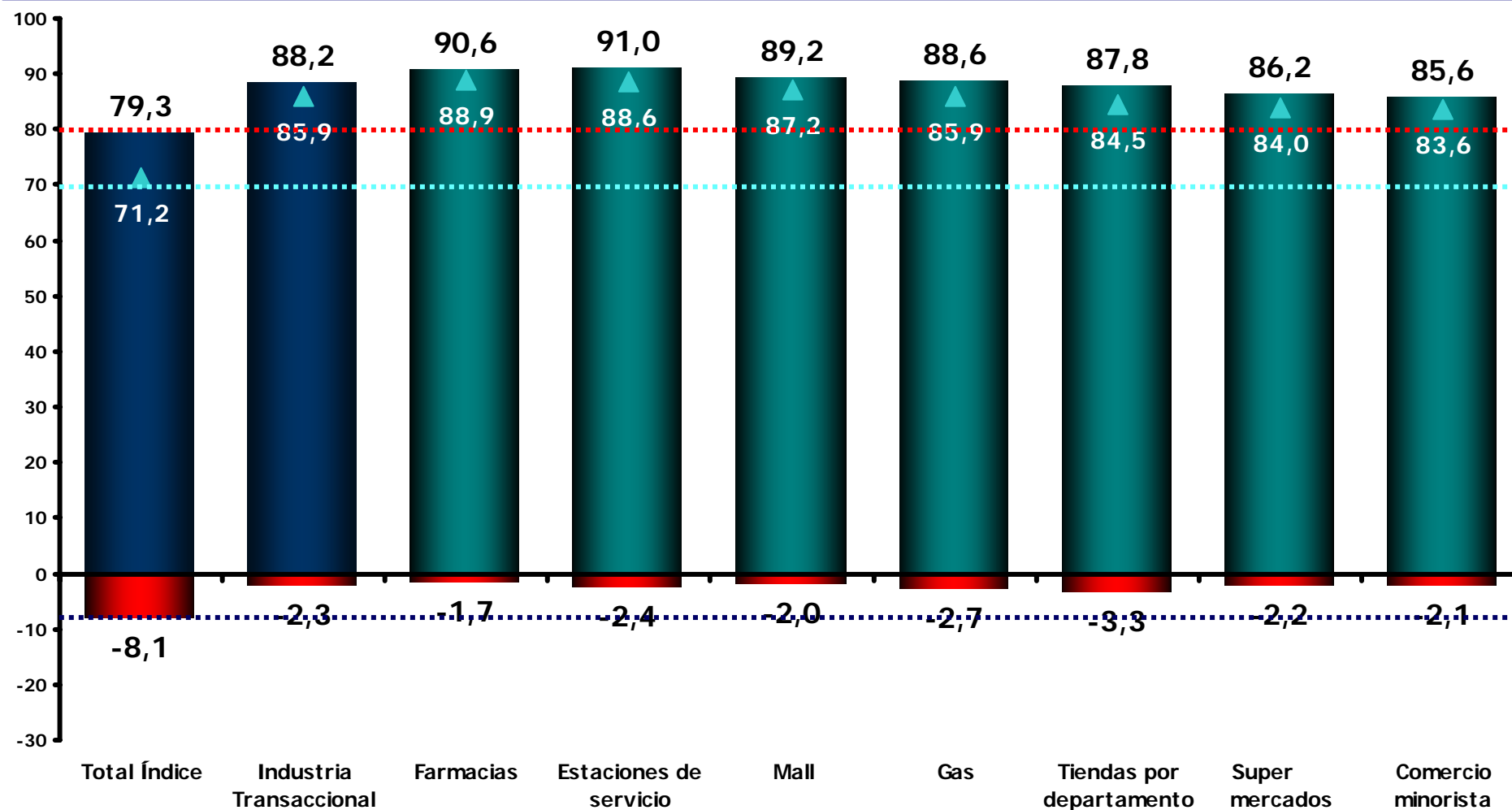
PRIMER SEMESTRE 2005



INDUSTRIAS TRANSACCIONALES

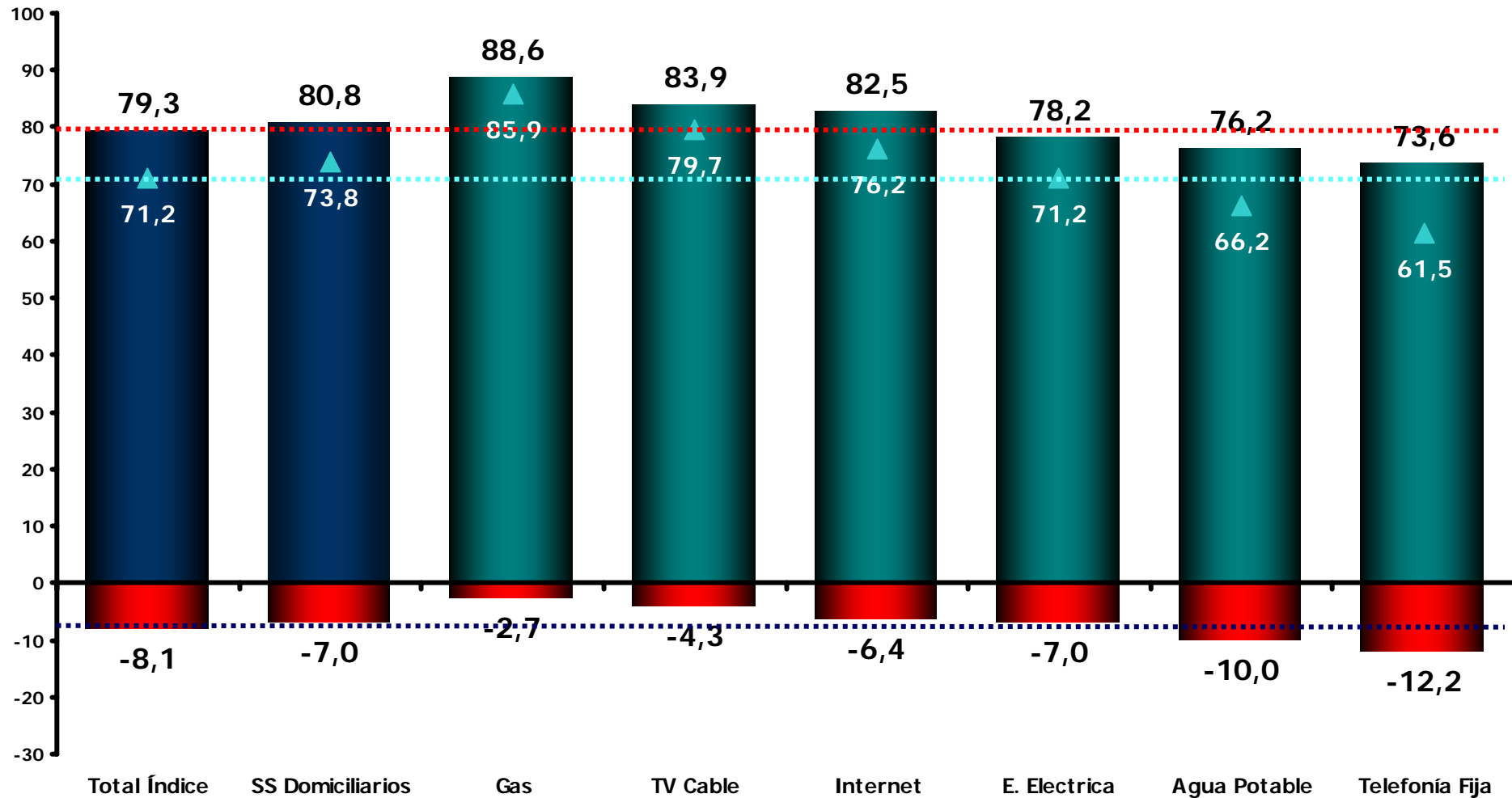
En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

PRIMER SEMESTRE 2005



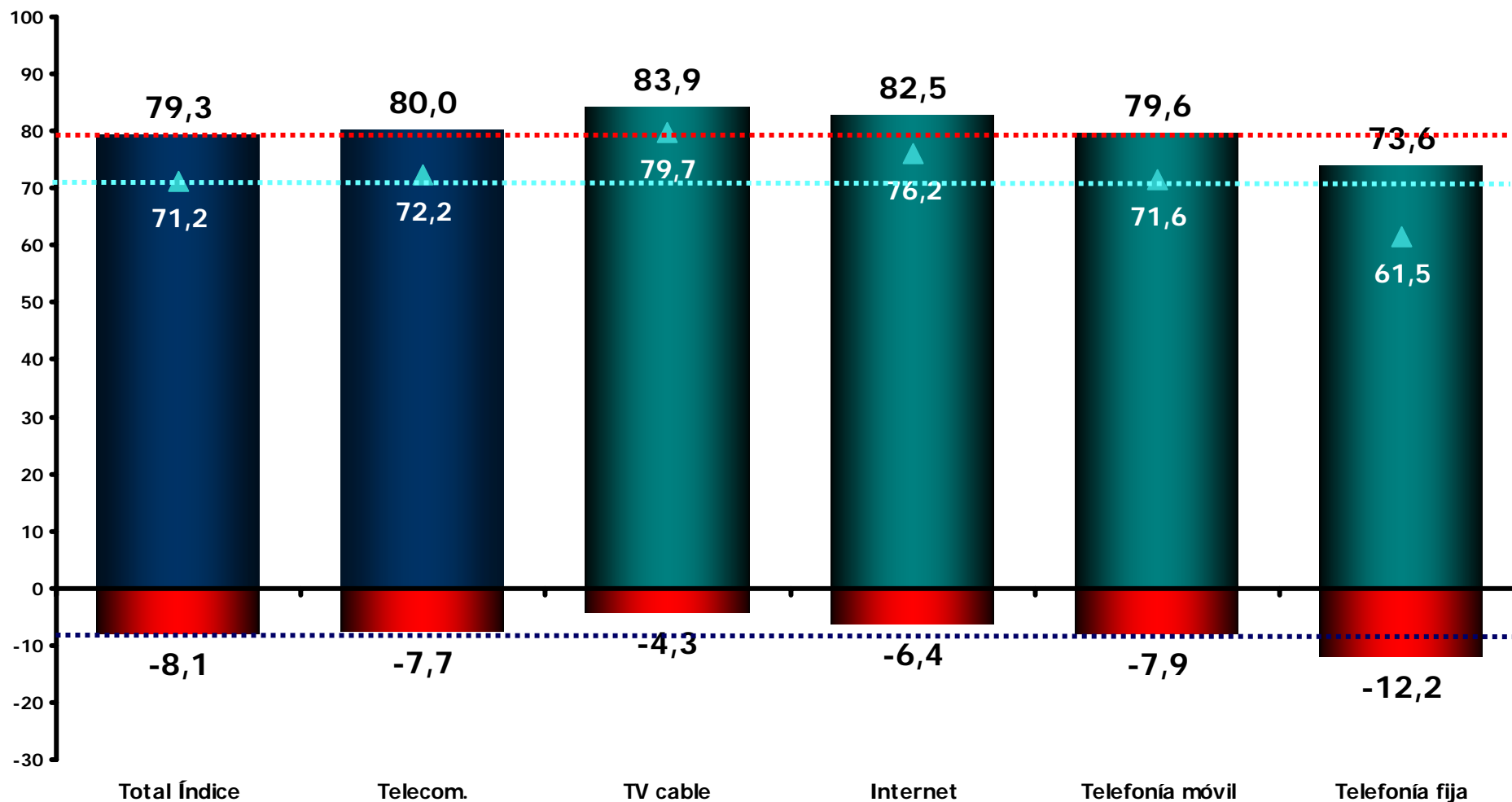
SERVICIOS DOMICILIARIOS

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7
PRIMER SEMESTRE 2005



TELECOMUNICACIONES

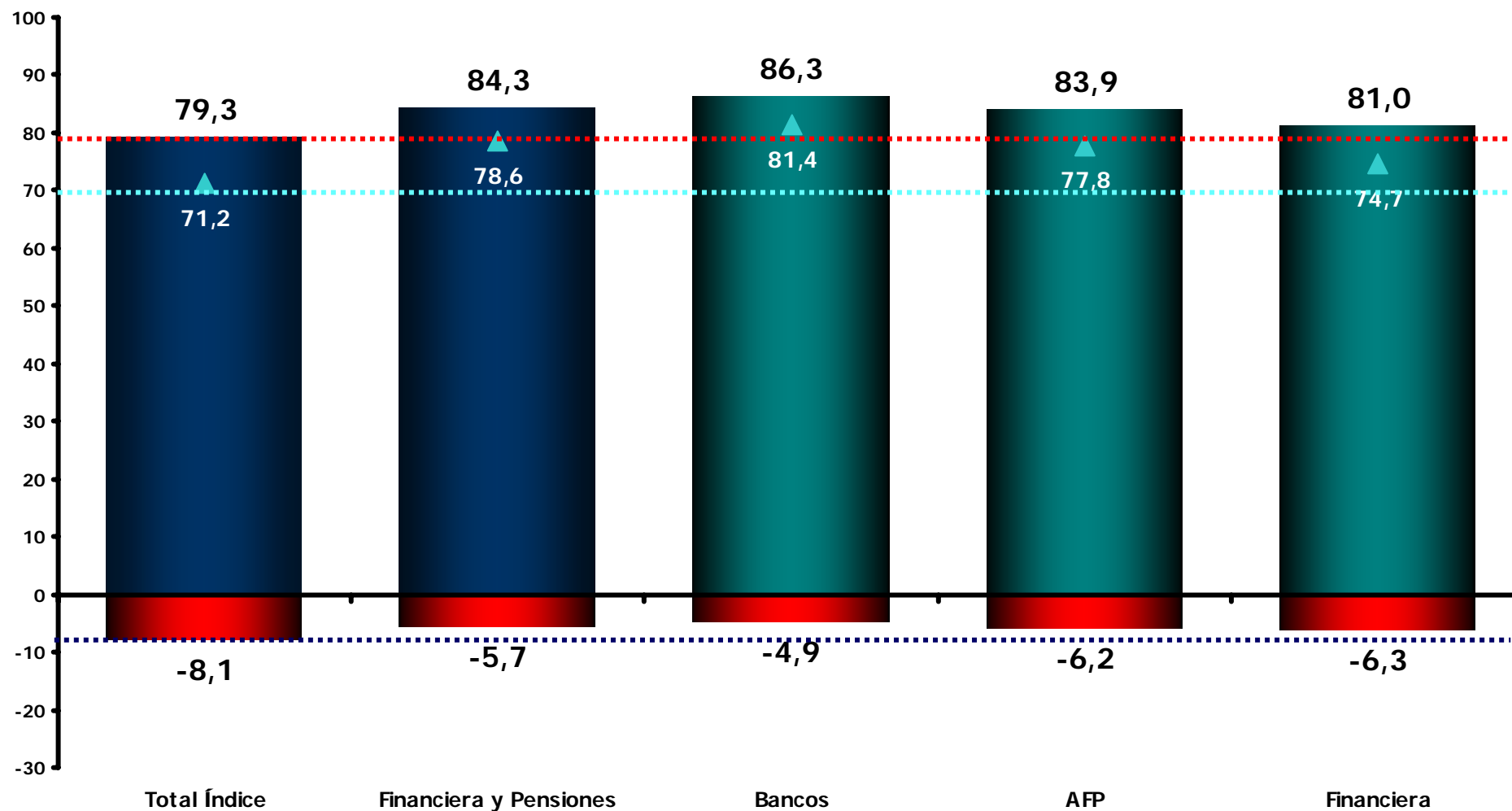
En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7
PRIMER SEMESTRE 2005



INDUSTRIA FINANCIERA Y PENSIONES

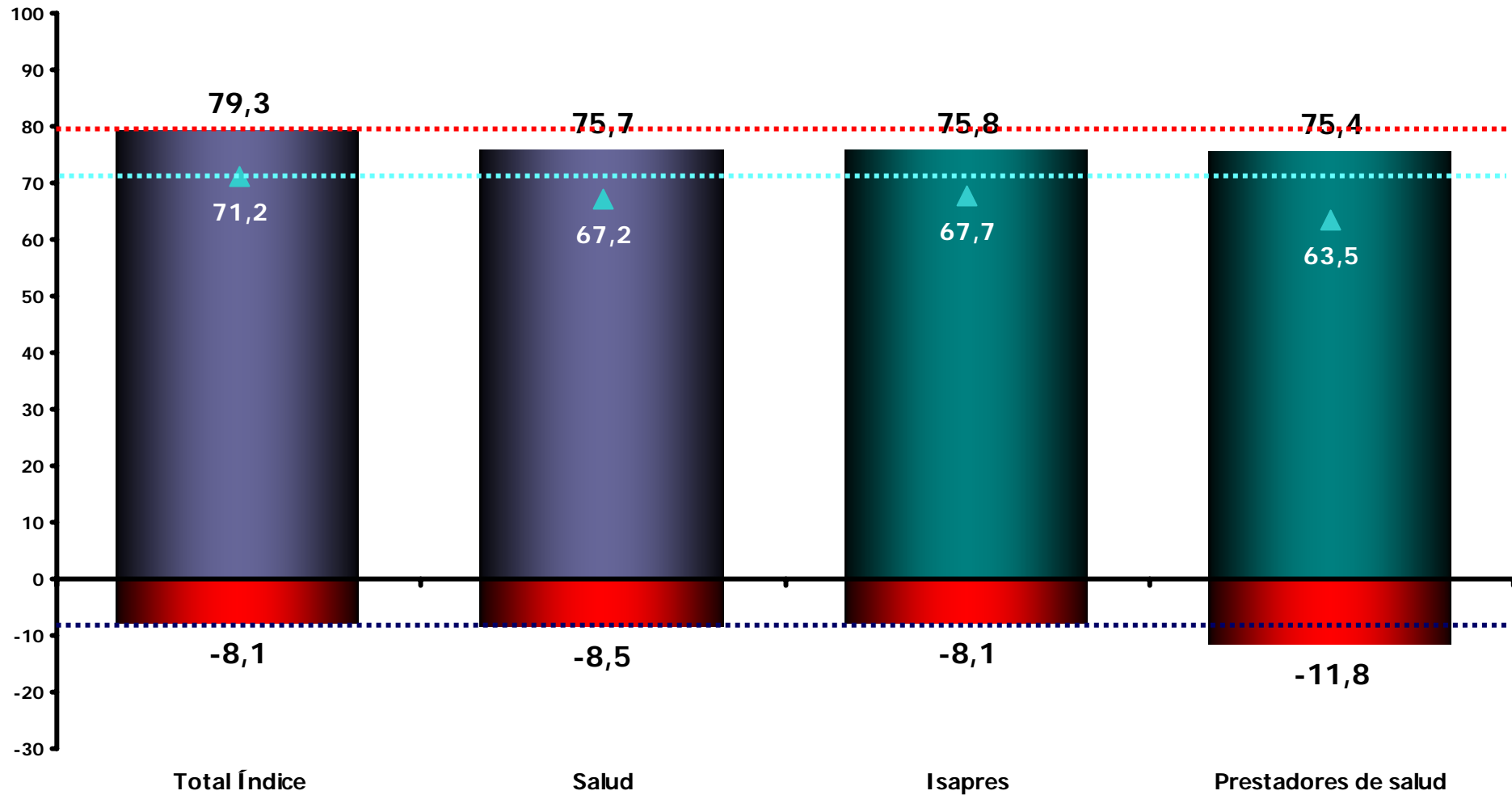
En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7

PRIMER SEMESTRE 2005



INDUSTRIA DE LA SALUD

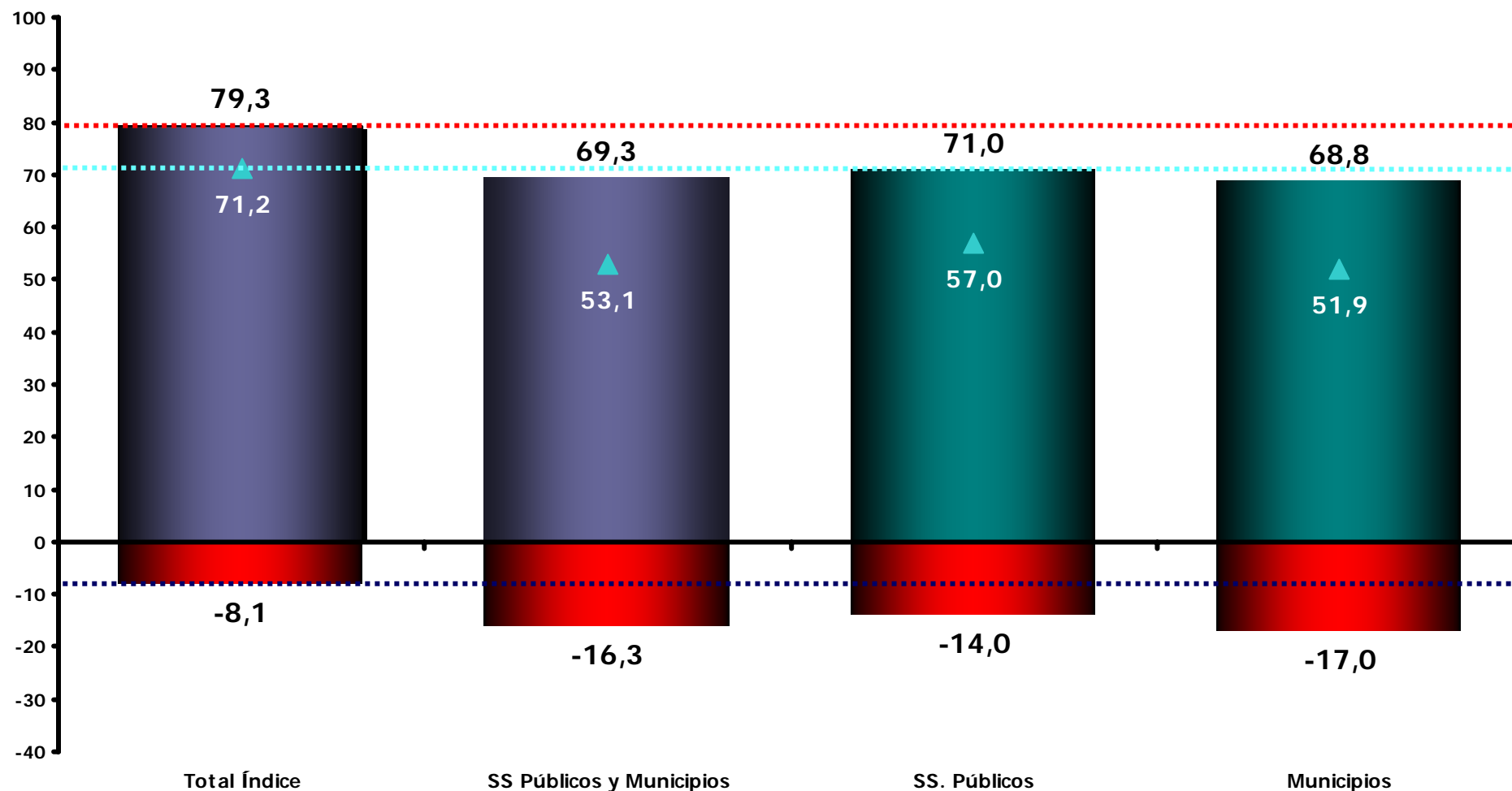
En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega... En una escala de 1 a 7
PRIMER SEMESTRE 2005



SERVICIOS PÚBLICOS Y MUNICIPALIDADES

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

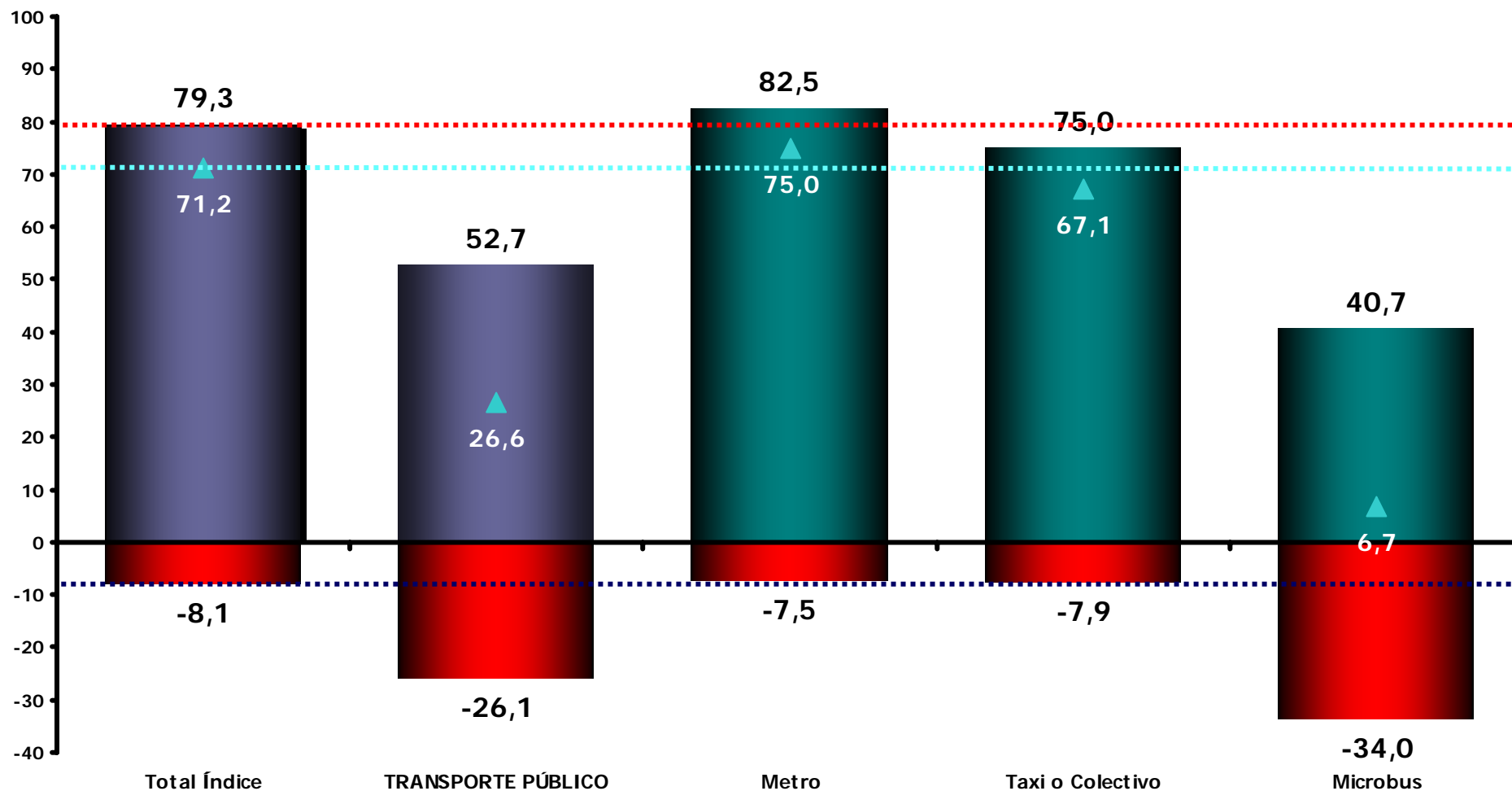
PRIMER SEMESTRE 2005



TRANSPORTE PÚBLICO

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

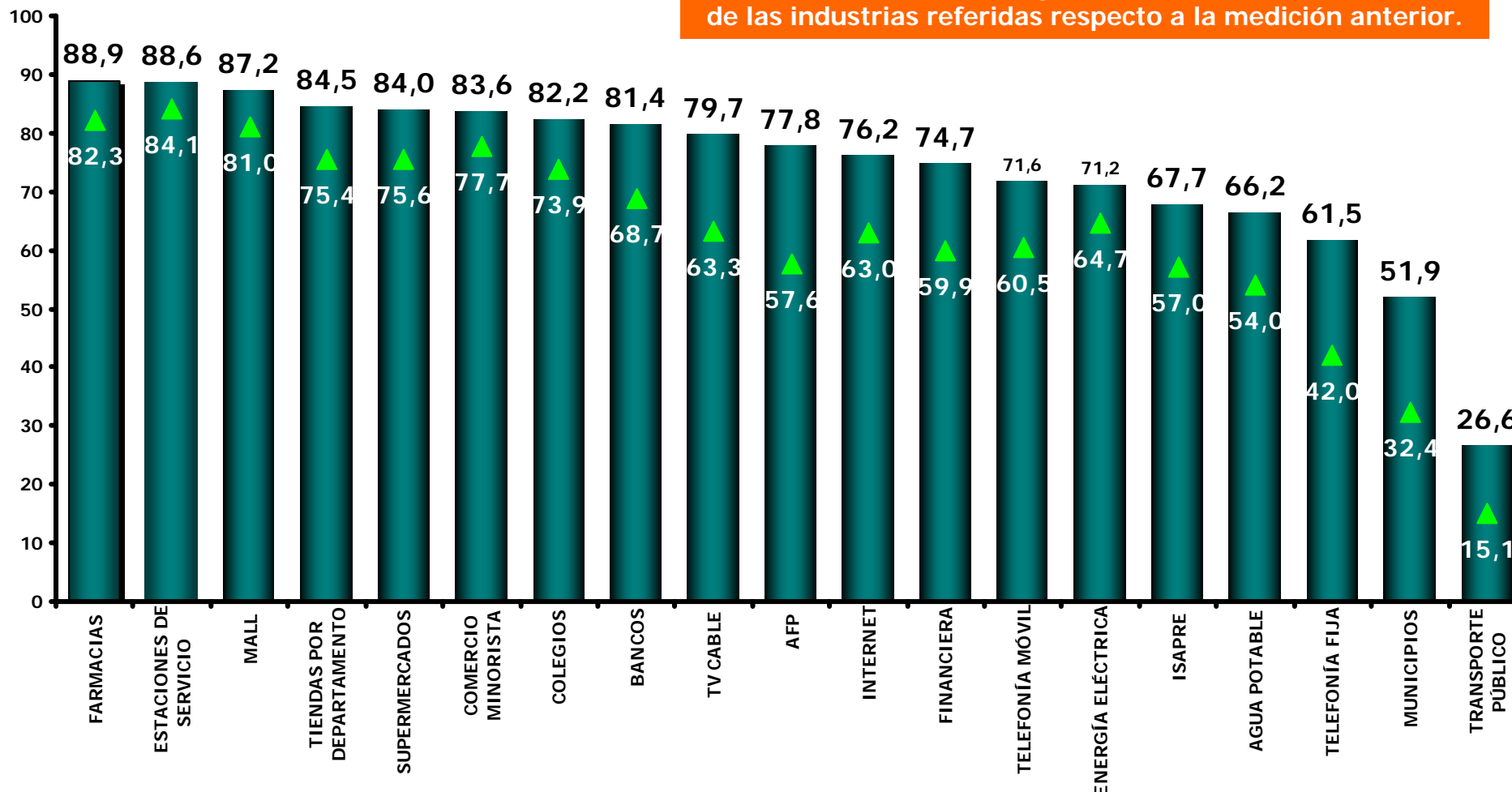
PRIMER SEMESTRE 2005



Sectores que Presentan Cambios Estadísticamente Significativos

Satisfacción Neta: % de Notas 6 y 7 menos % de notas 1 a 4
PRIMER SEMESTRE 2005

Se observa un aumento significativo en la satisfacción neta de las industrias referidas respecto a la medición anterior.

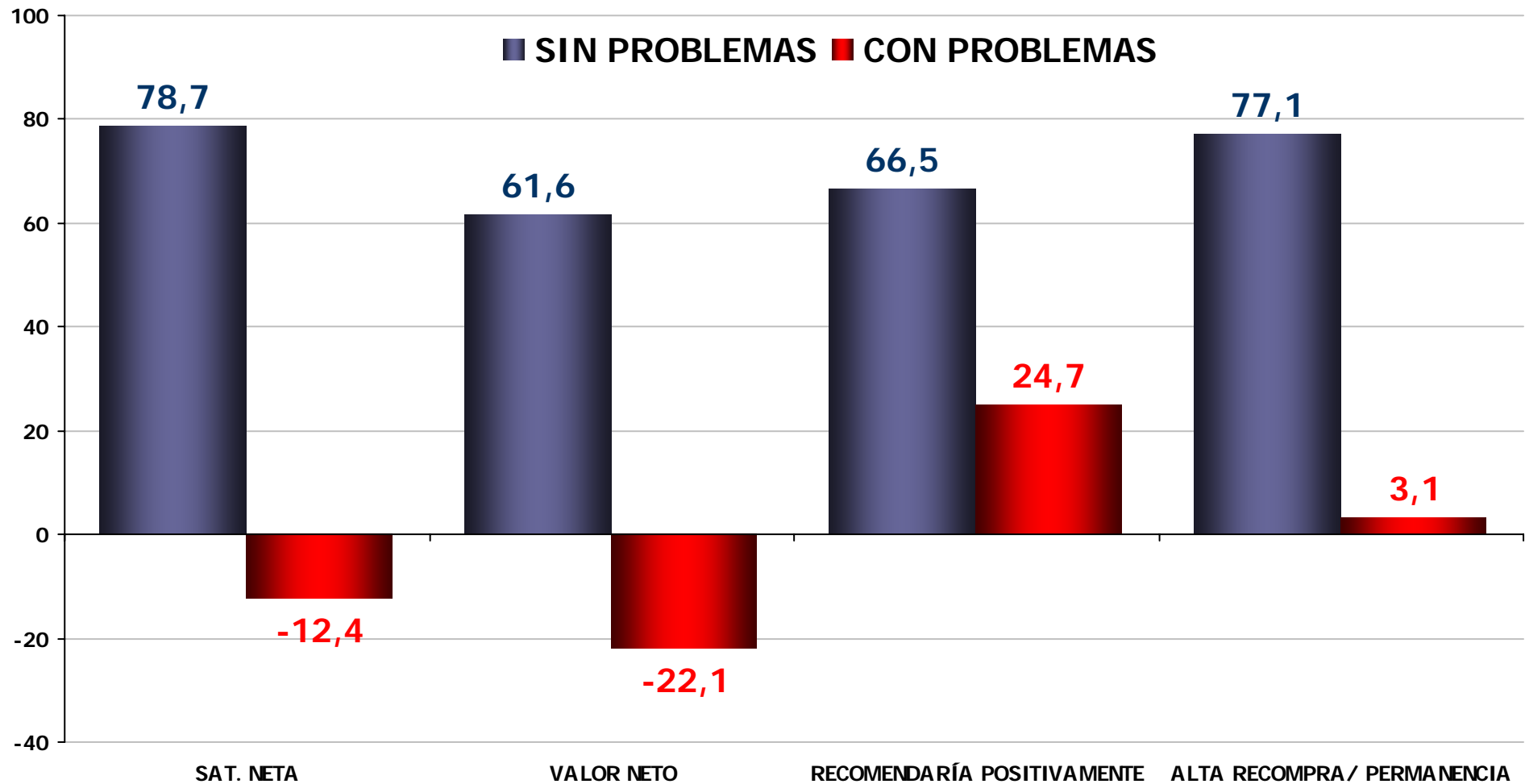


PROBLEMAS EN EL SERVICIO

*Una tarea permanente de
las empresas*

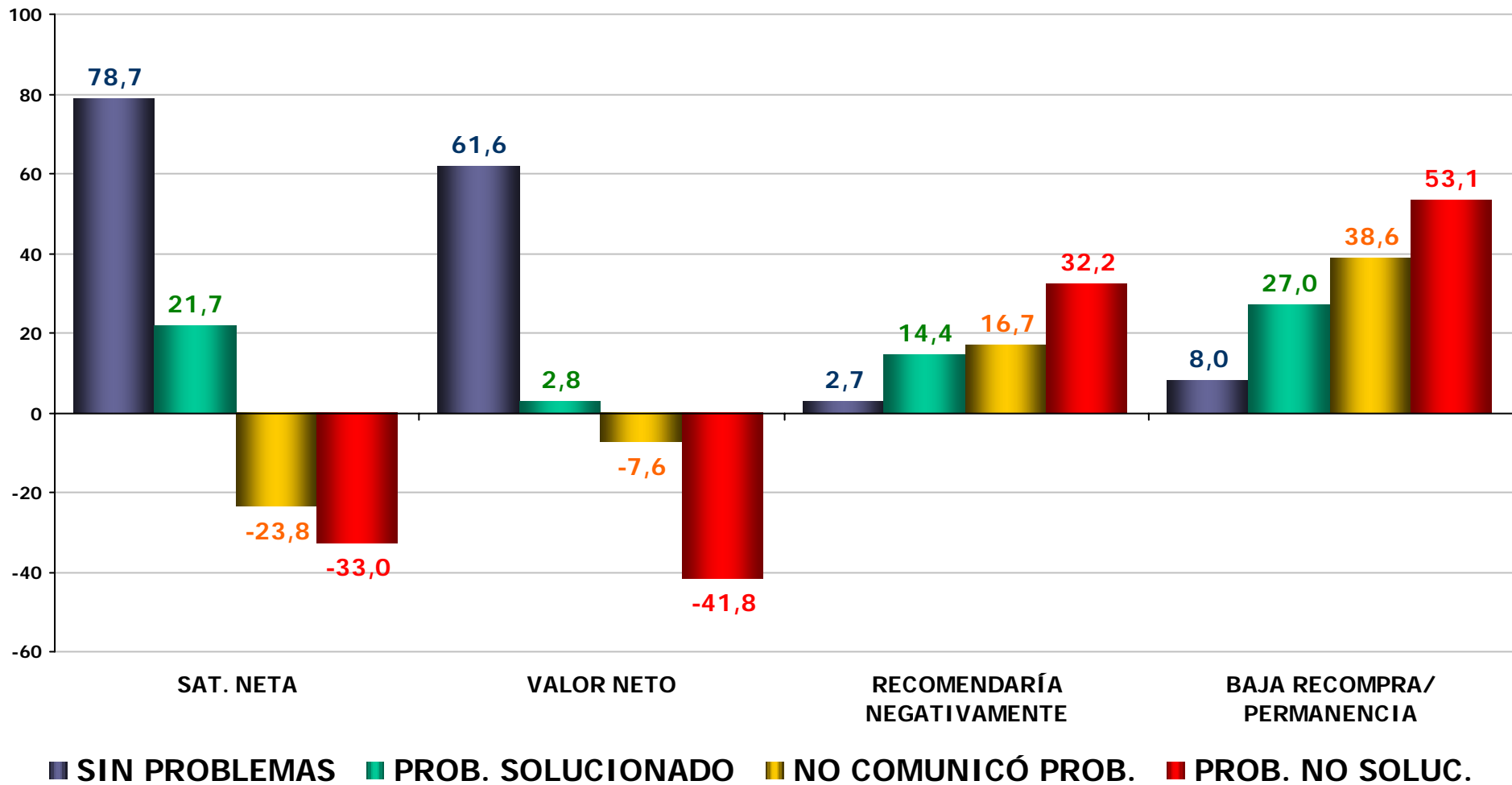
Efectos de Problemas en el Servicio

PRIMER SEMESTRE 2005



Efectos de Gestionar los Problemas en el Servicio

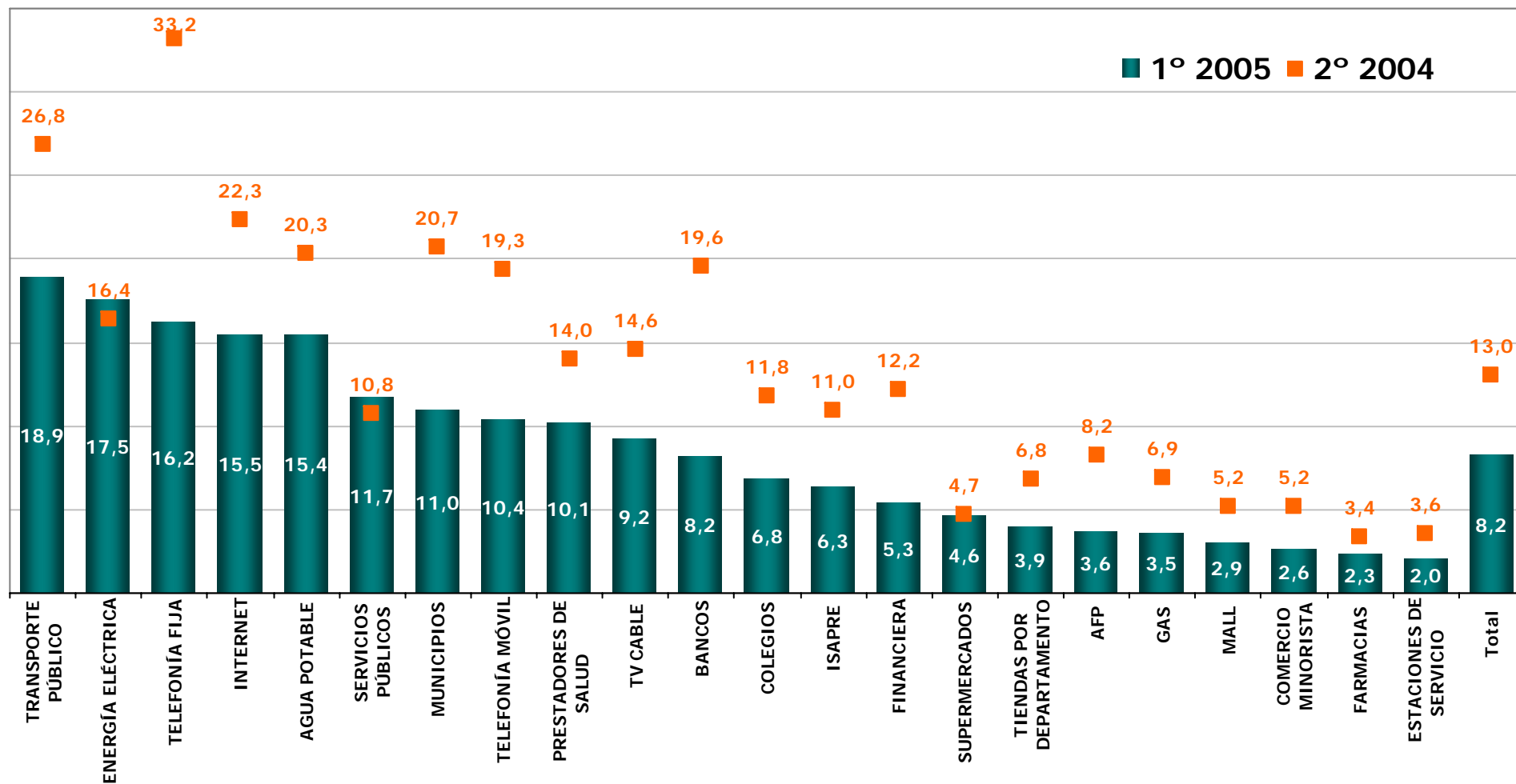
PRIMER SEMESTRE 2005



Tasa de Clientes con Problemas en el Servicio por Industrias

Base Total de Clientes por industria

PRIMER SEMESTRE 2005

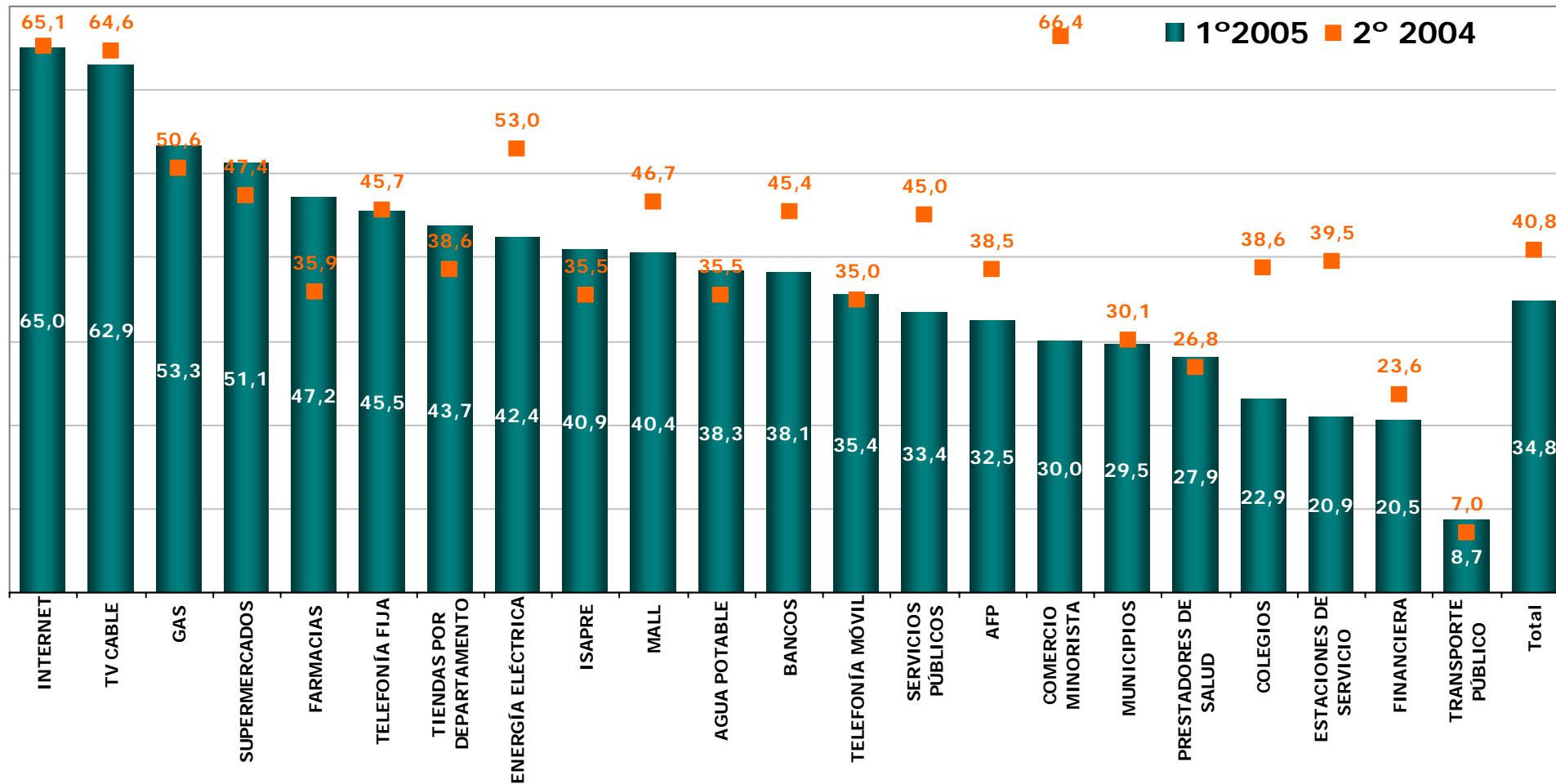


Gestión de Problemas en el Servicio por Industrias % de Clientes con

Problemas que Recibieron una Solución Satisfactoria

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

PRIMER SEMESTRE 2005





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

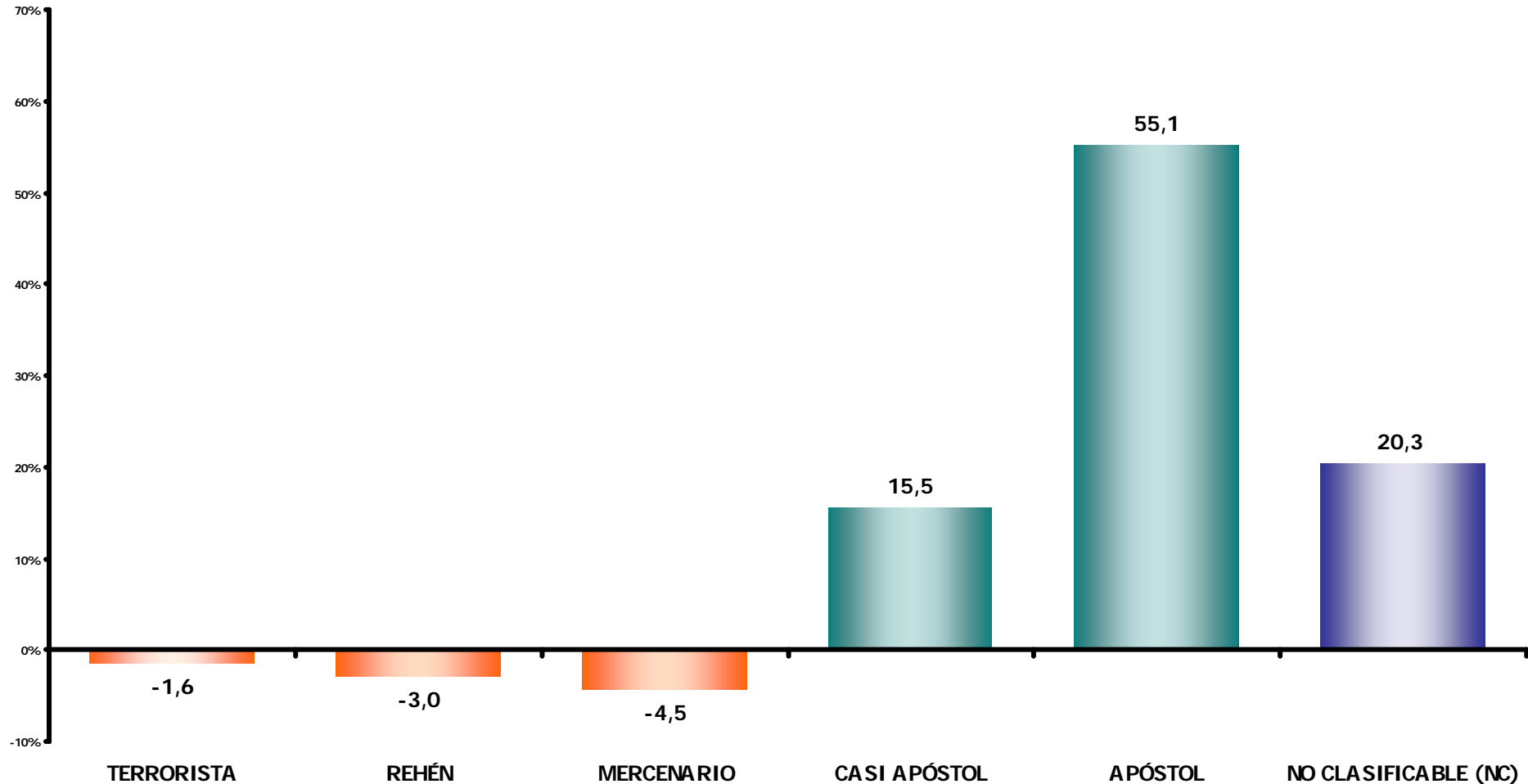
Son los clientes que a pesar de tener muy malas experiencias con la empresa, no pueden cambiar a corto plazo de proveedor, ya sea por los costos de cambios involucrados, contratos establecidos, etc.

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.

Clasificación de la Cartera de Clientes

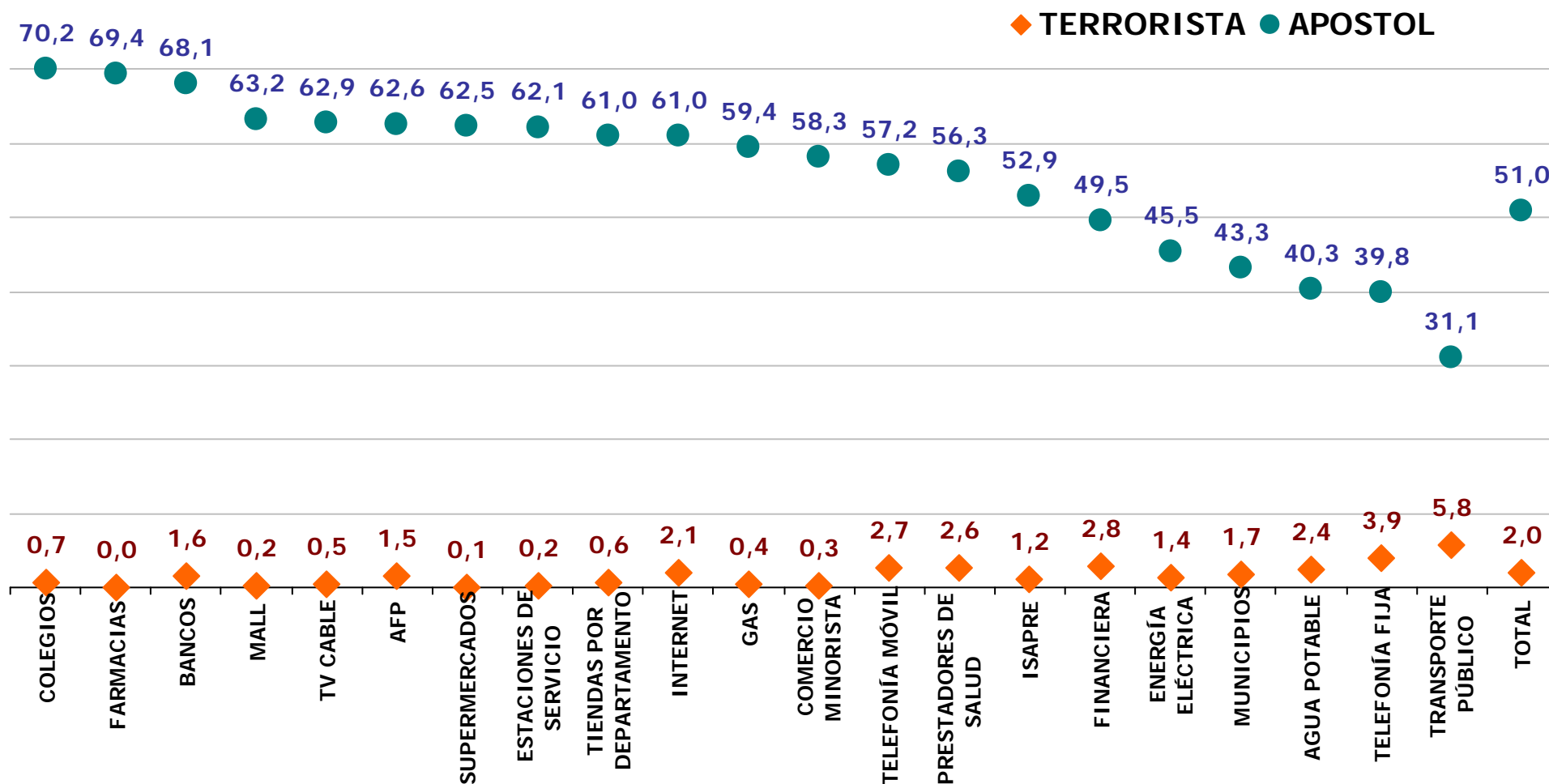
Muestra la distribución de clientes en las categorías construidas a partir de los indicadores de lealtad y satisfacción
I-2005 Industria en general



Cientes Apóstoles y Terroristas por Industria

Base Total de Clientes por industria

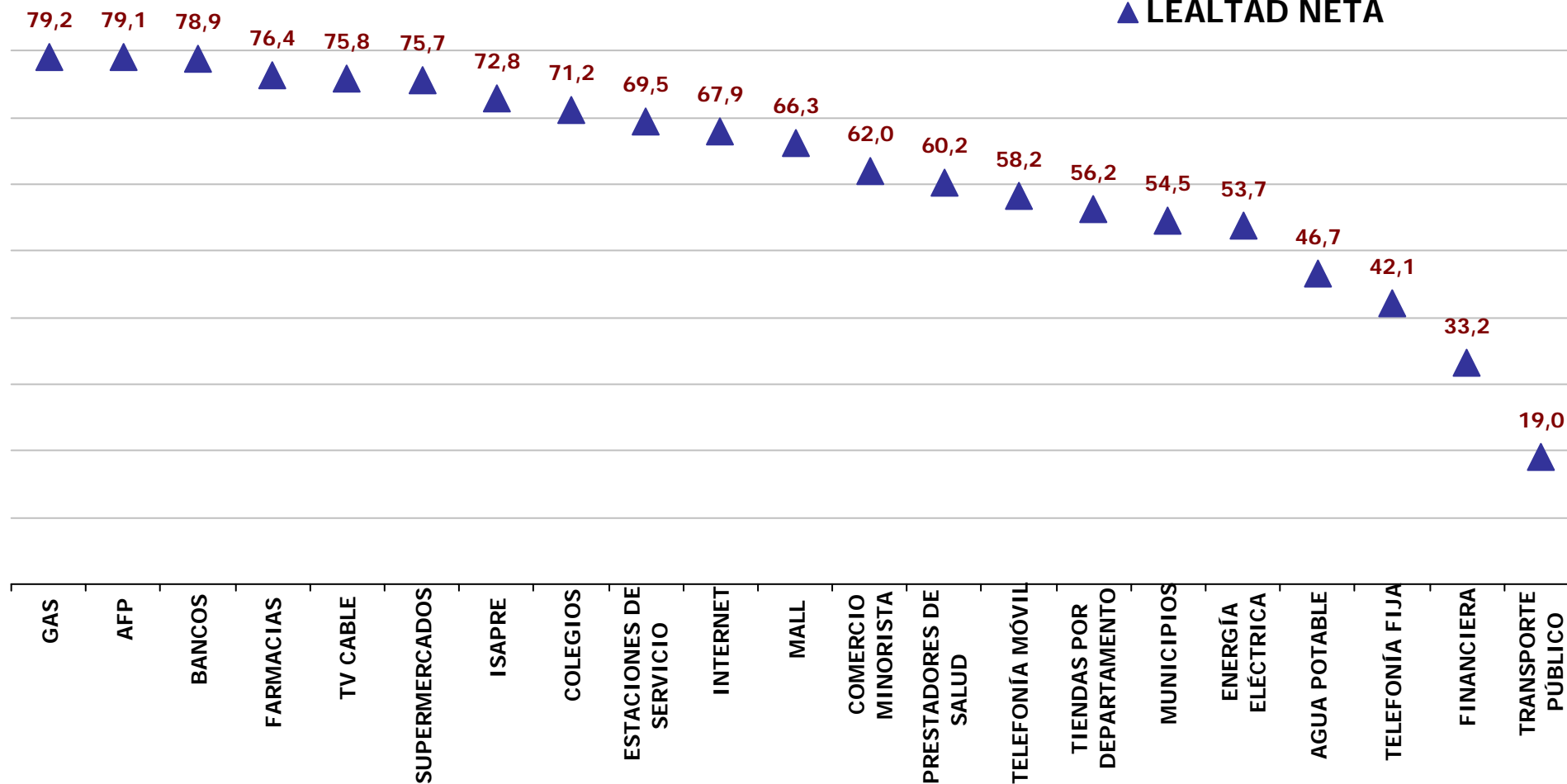
PRIMER SEMESTRE 2005



Lealtad de Clientes

Industria en general
PRIMER SEMESTRE 2005

▲ LEALTAD NETA



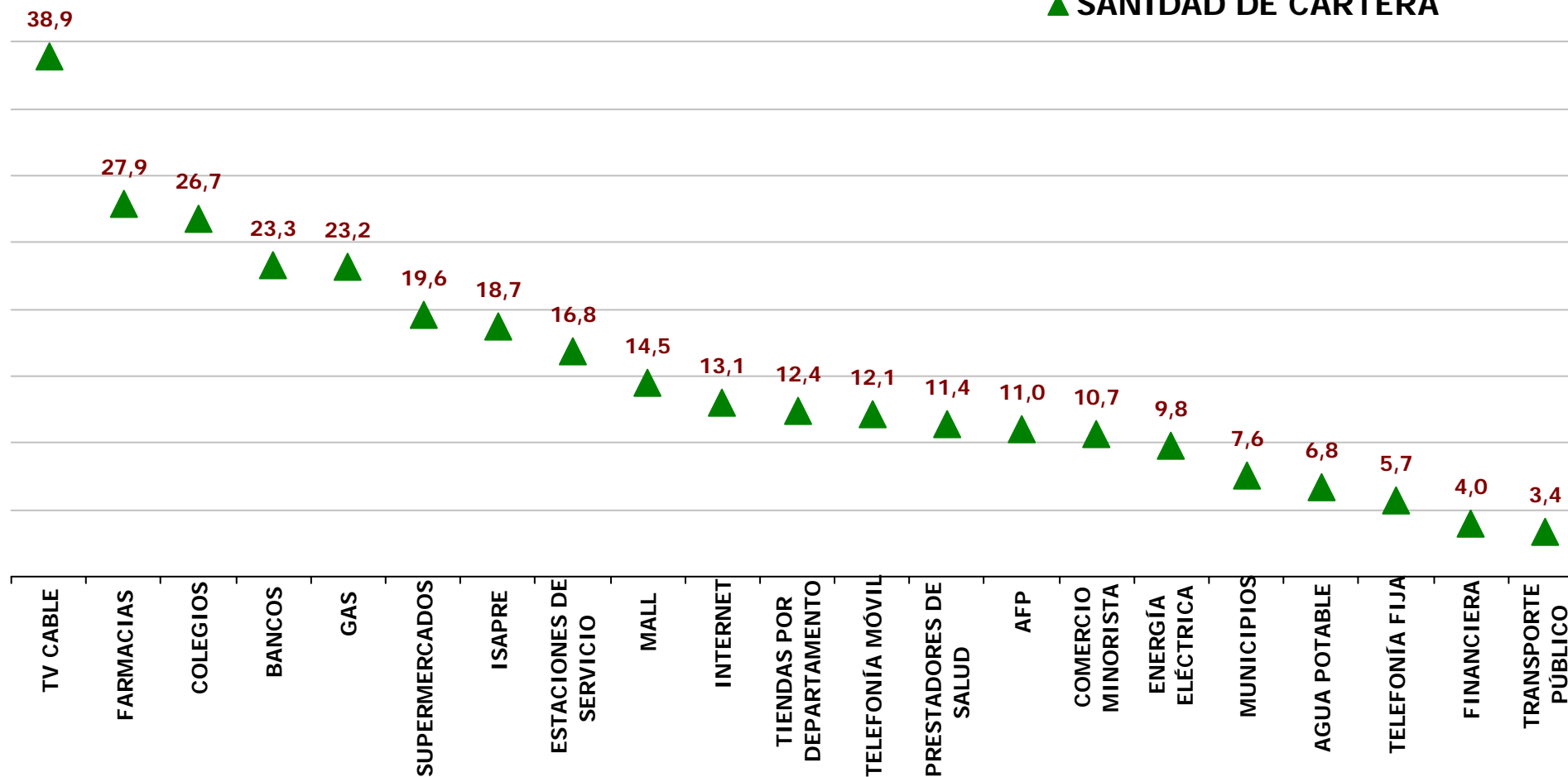
Sanidad de la Cartera por Industria, Muestra la relación entre Clientes de Alta Lealtad y los de Baja Lealtad

Base Total de Clientes por industria

$Sanidad = (Apóstoles + Casi Apóstoles) / (Terroristas + Rehenes + Mercenarios)$

PRIMER SEMESTRE 2005

▲ SANIDAD DE CARTERA





Presentación de Resultados Indice Nacional de Satisfacción de Consumidores Primer Semestre 2005