

Resultados Generales

Índice Nacional de Satisfacción de Consumidores Segundo Semestre 2007



Objetivos del Índice Nacional de Satisfacción de Consumidores

- Promover el crecimiento sostenible de las empresas a largo plazo entregando información del cliente y su percepción respecto a la oferta de valor que reciben de las empresas en los diferentes sectores del mercado.
- Motivar la gestión ejecutiva empresarial hacia un enfoque de excelencia en gestión
- Aumentar la competitividad del País



Metodología

Población Objetivo

- Hombres y mujeres mayores de 18 años con teléfono en el hogar, residentes en las ciudades de Santiago, Viña del Mar/Valparaíso, Concepción/Talcahuano

Metodología de Terreno

- Entrevista telefónica estructurada
- Escala de evaluación 1 “Alta Insatisfacción” - 7 “Alta Satisfacción”

Fecha de Terreno

- El terreno se realizó entre julio y diciembre de 2007.

Ponderación de Resultados

Los resultados son ponderados por:

- Estrato
- Zona geográfica
- Ponderación de sectores equitativa para informe Resultados Generales

Criterio de selección de industrias

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

Muestra y margen de error

- Muestra : 14.038
- Margen de Error : 0.8%



Las Industrias representadas son:

- AFP
- Agua Potable
- Bancos
- Banca Retail
- Colegios
- Comercio Minorista
- Energía Eléctrica
- Estaciones de Servicio
- Farmacias
- Gas
- Internet
- Isapres/Fonasa
- Mall
- Municipios
- Prestadores de Salud
- Servicios Públicos
- Supermercados
- Tarjetas de Crédito
- Telefonía Fija
- Telefonía Móvil
- Tiendas por Departamento
- Transporte Público
- TV Cable



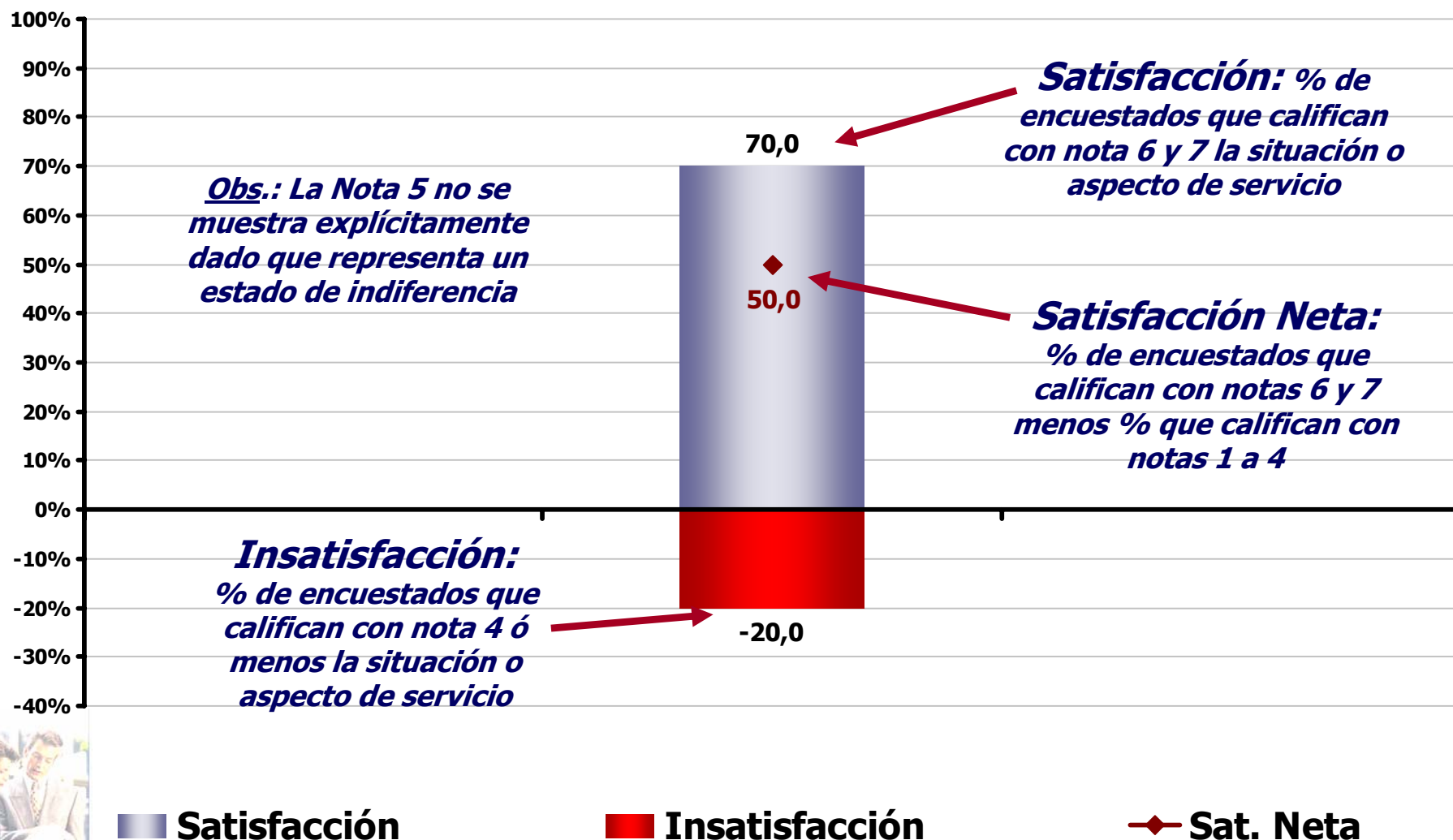
Dimensiones de Evaluación

- I. Satisfacción general con el servicio
- II. Percepción precio-valor
- III. Resultados Industrias
- IV. Problemas en el Servicio
- V. Gestión de clientes con Problemas
- VI. Clasificación de Cartera de Clientes

VII. Índices

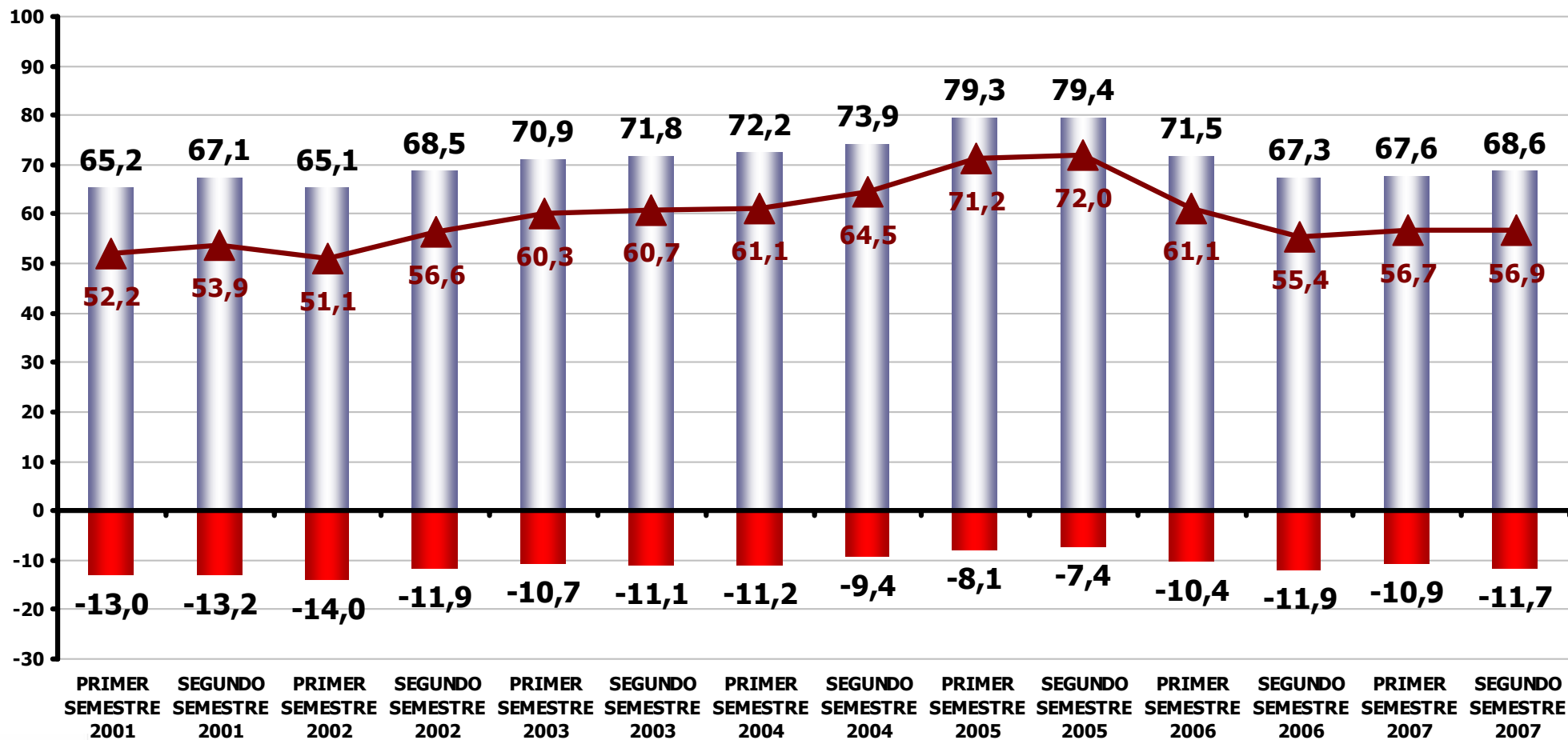


Representación Gráfica de Satisfacción, Insatisfacción y Satisfacción Neta



I. Evolución Satisfacción Global con el Servicio

Base total clientes 14.038 entrevistados



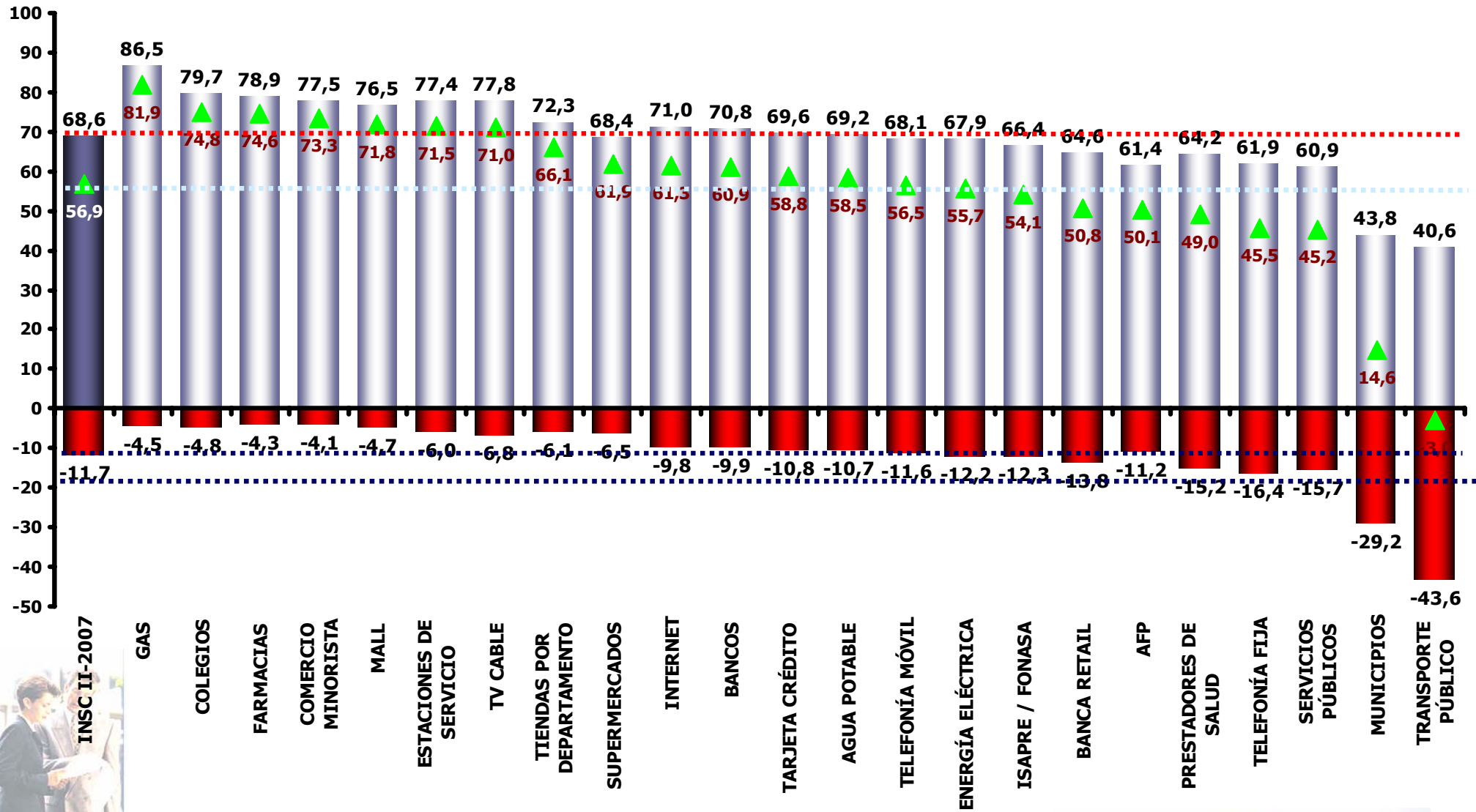
■ Excelencia
 ■ Deficiencia
 ▲ Sat. Neta



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 2007



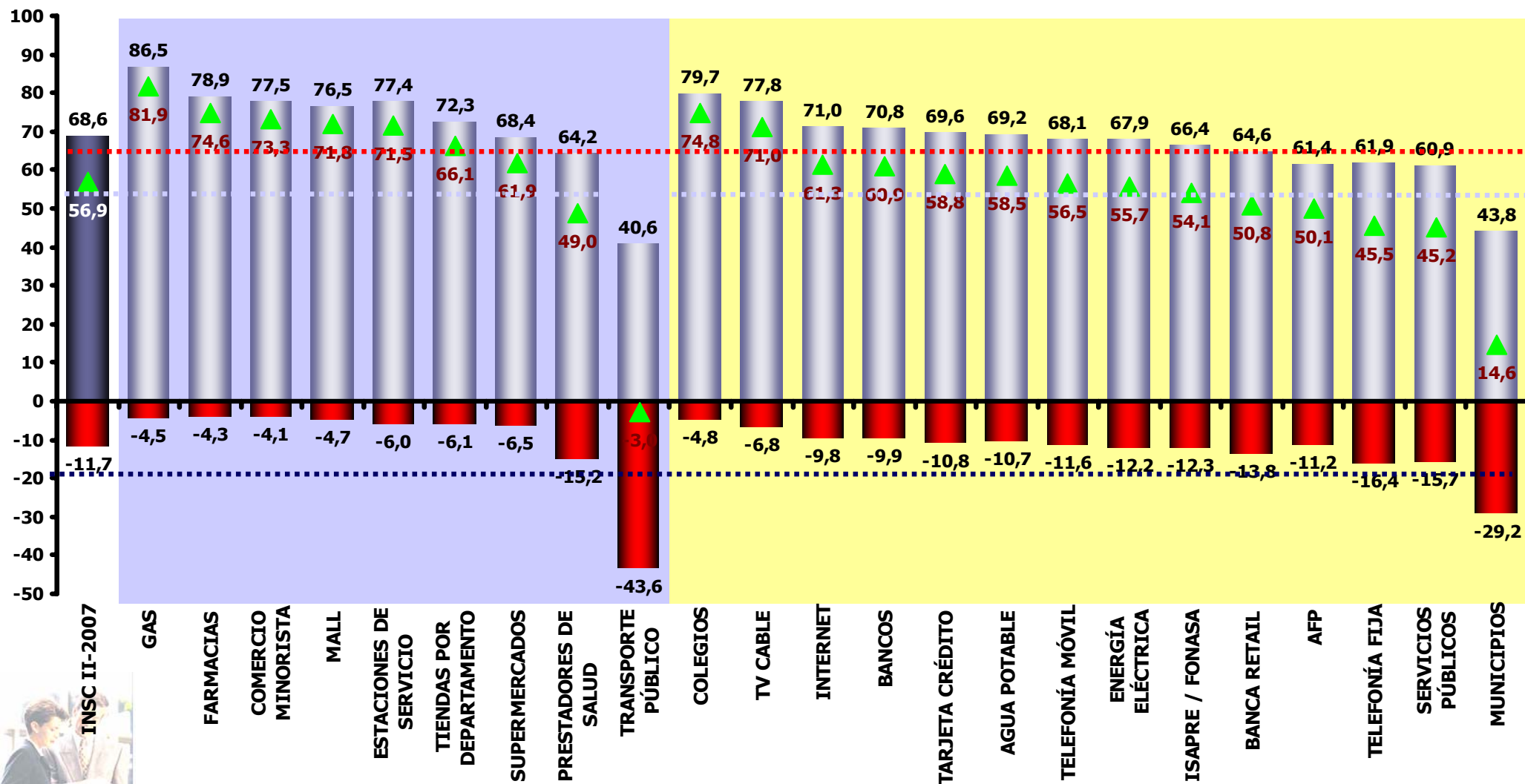
Satisfacción Global con el Servicio

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

SEGUNDO SEMESTRE 2007

IND. TRANSACCIONALES

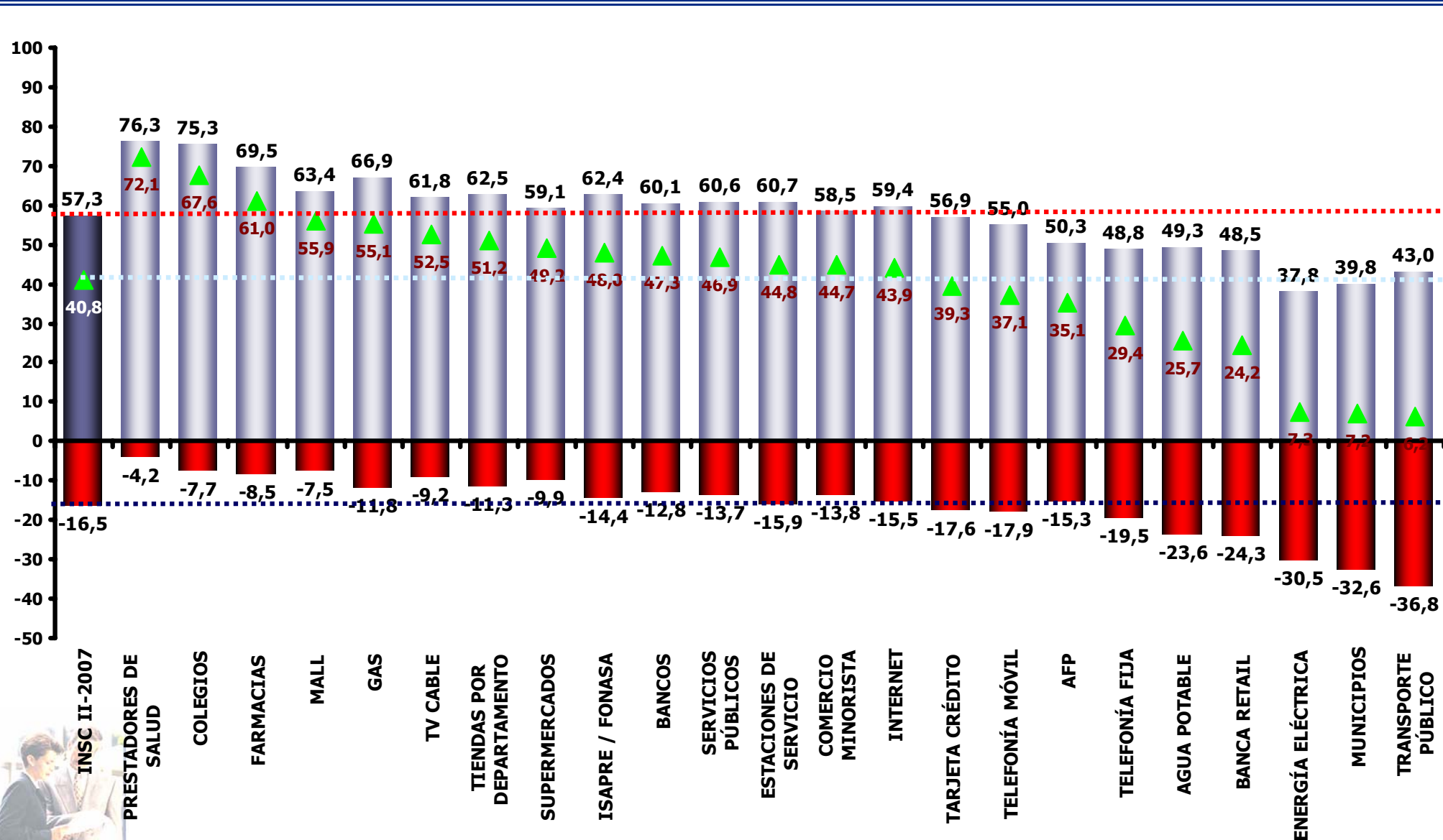
IND. MEMBRESÍA



II. Valor Percibido

Considerando los precios y/o tasas cobrados por ..., ¿Cómo evalúa el servicio que recibe de ella?.

SEGUNDO SEMESTRE 2007



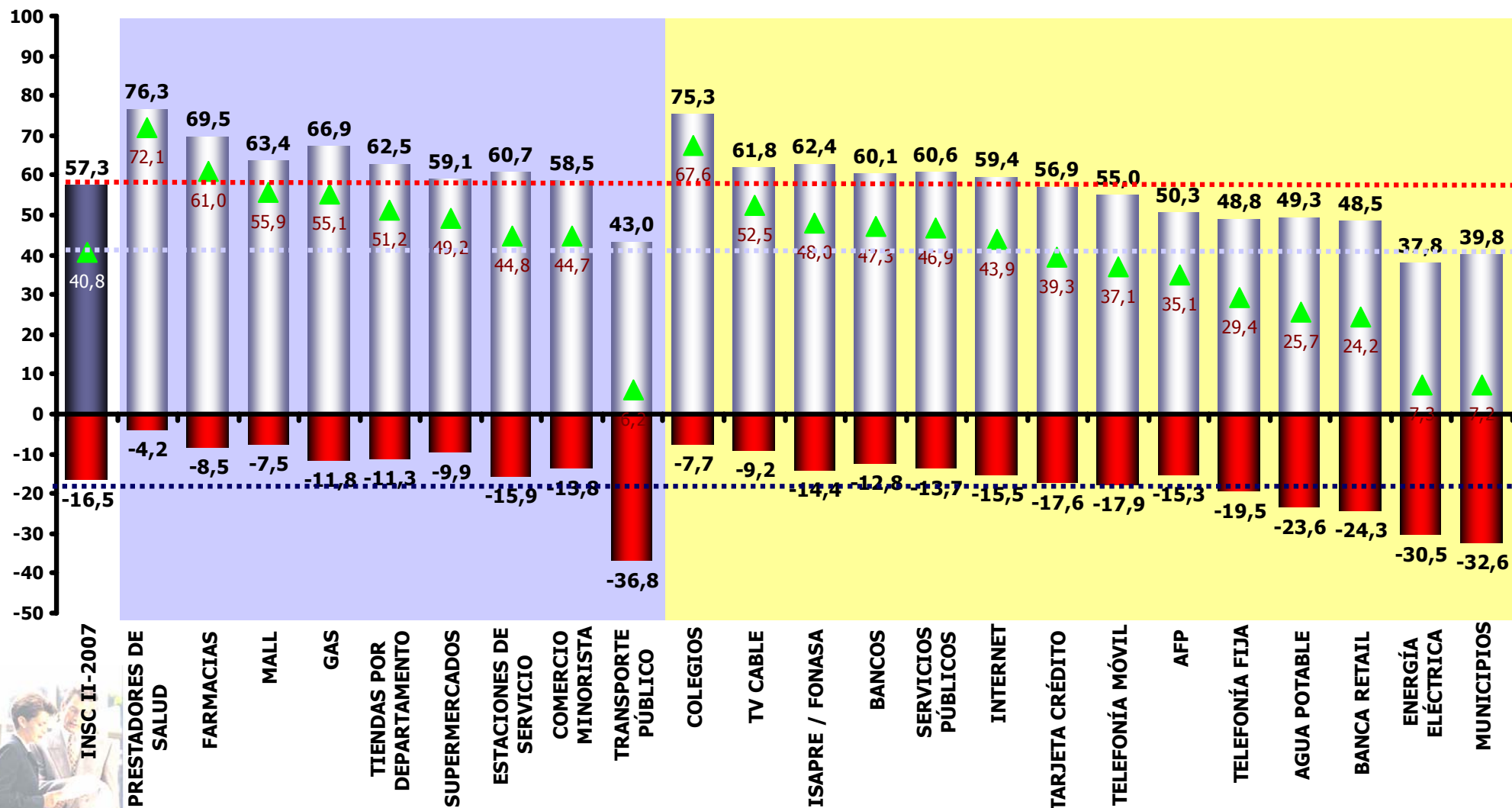
Valor Percibido

Considerando los precios y/o tasas cobrados por ..., ¿Cómo evalúa el servicio que recibe de ella?

SEGUNDO SEMESTRE 2007

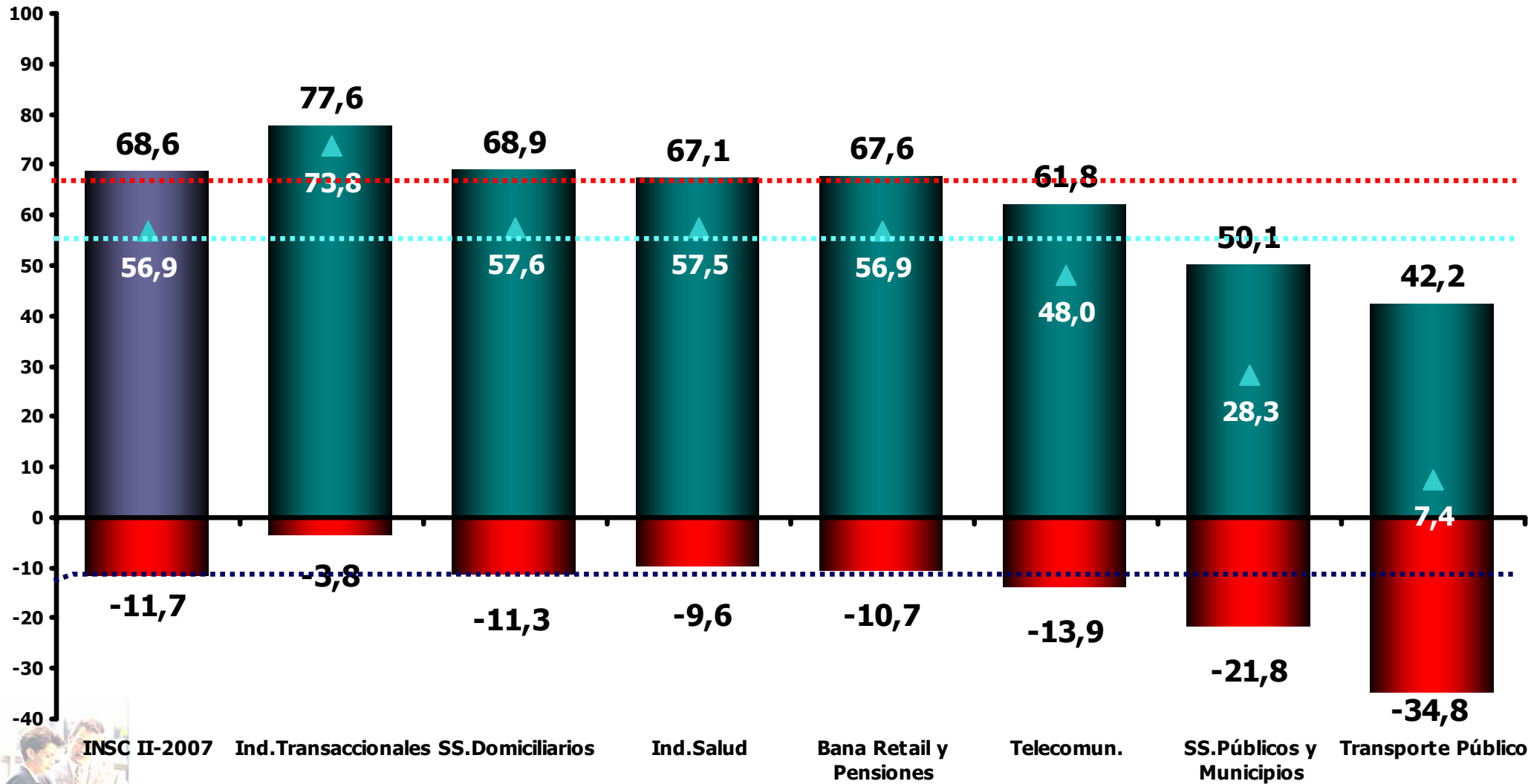
IND. TRANSACCIONALES

IND. MEMBRESÍA



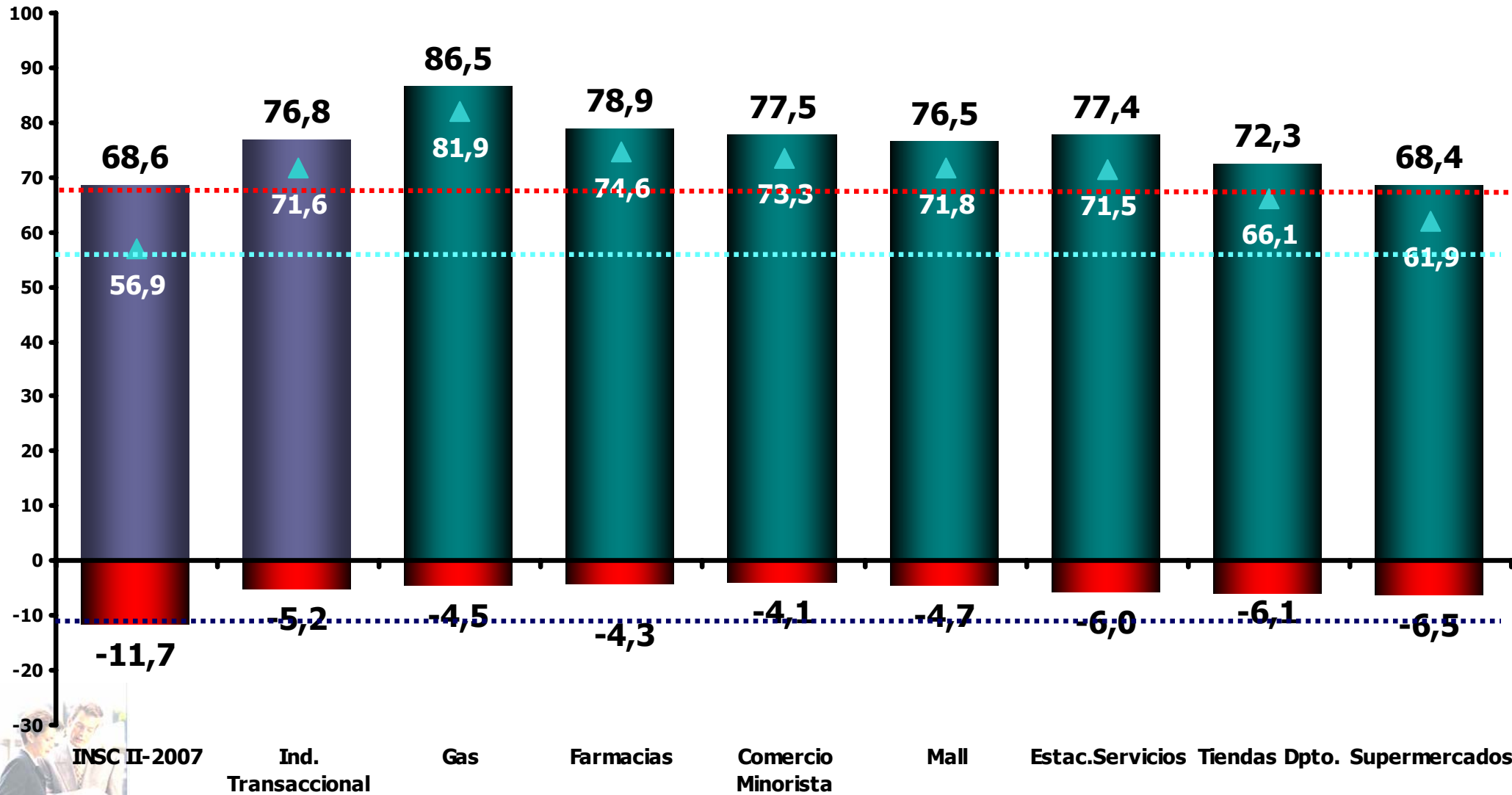
III. Resultados Industrias

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
SEGUNDO SEMESTRE 2007



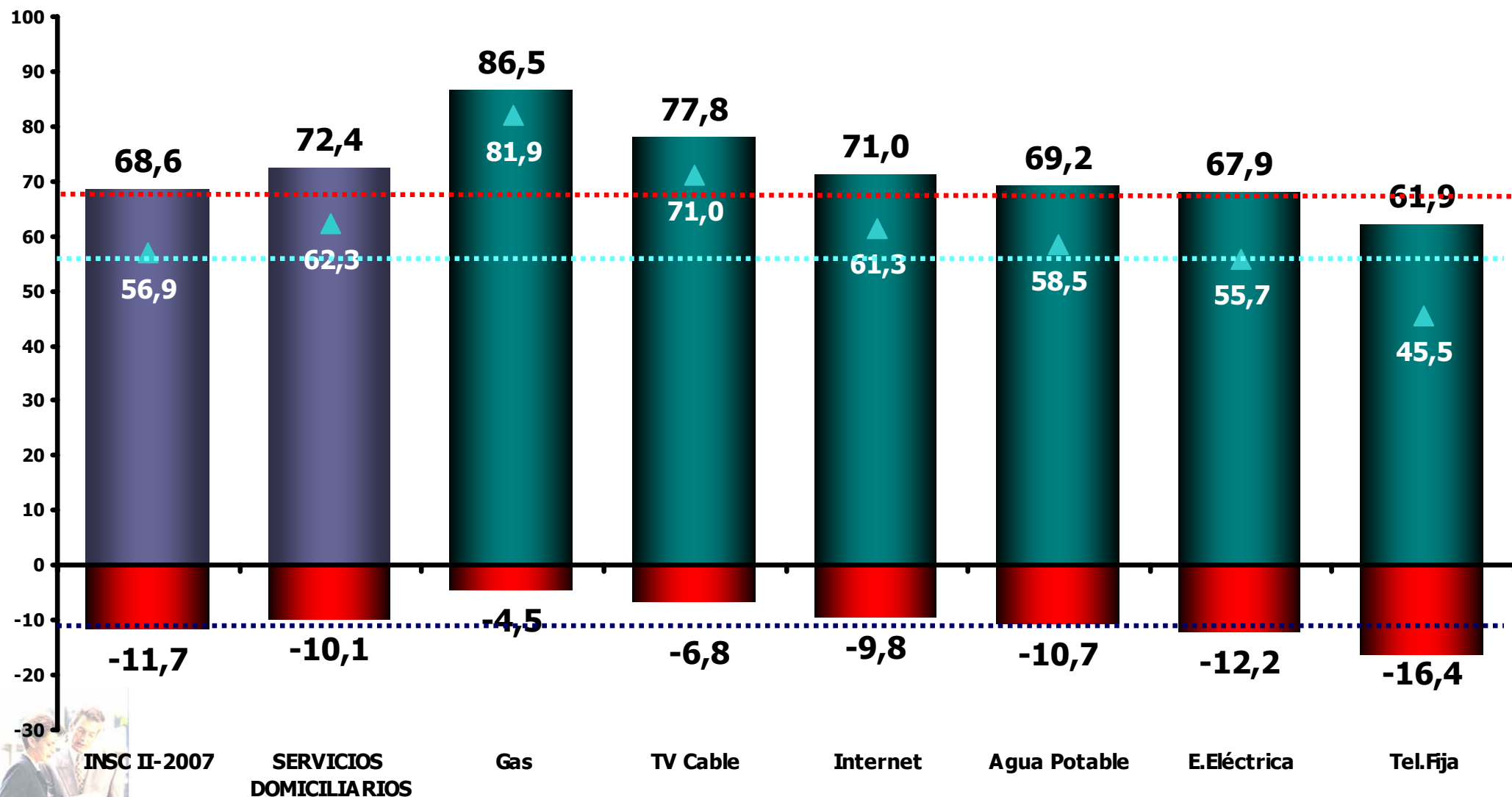
Industria Transaccional

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
SEGUNDO SEMESTRE 2007



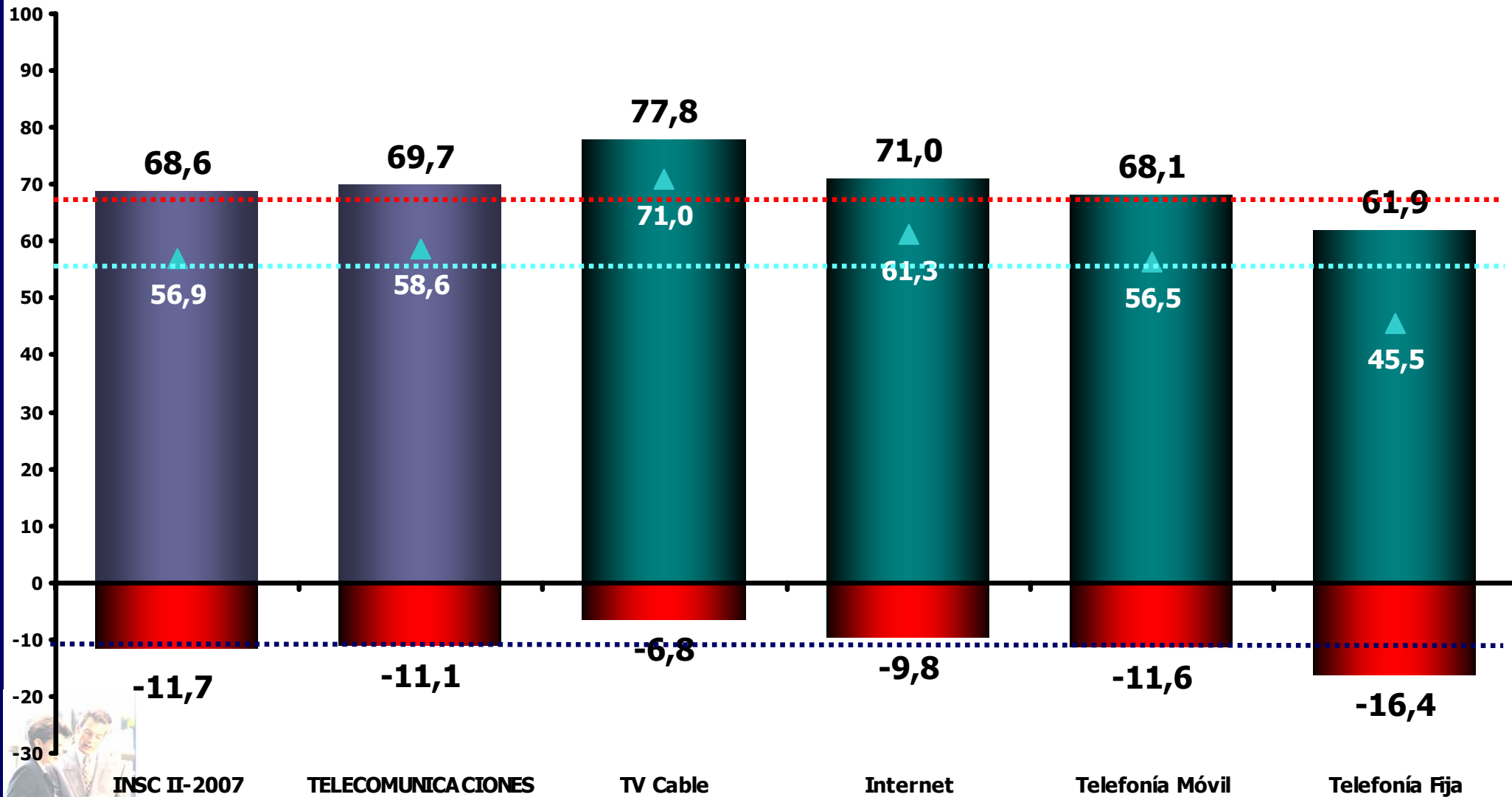
Industria Servicios Domiciliarios

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
SEGUNDO SEMESTRE 2007



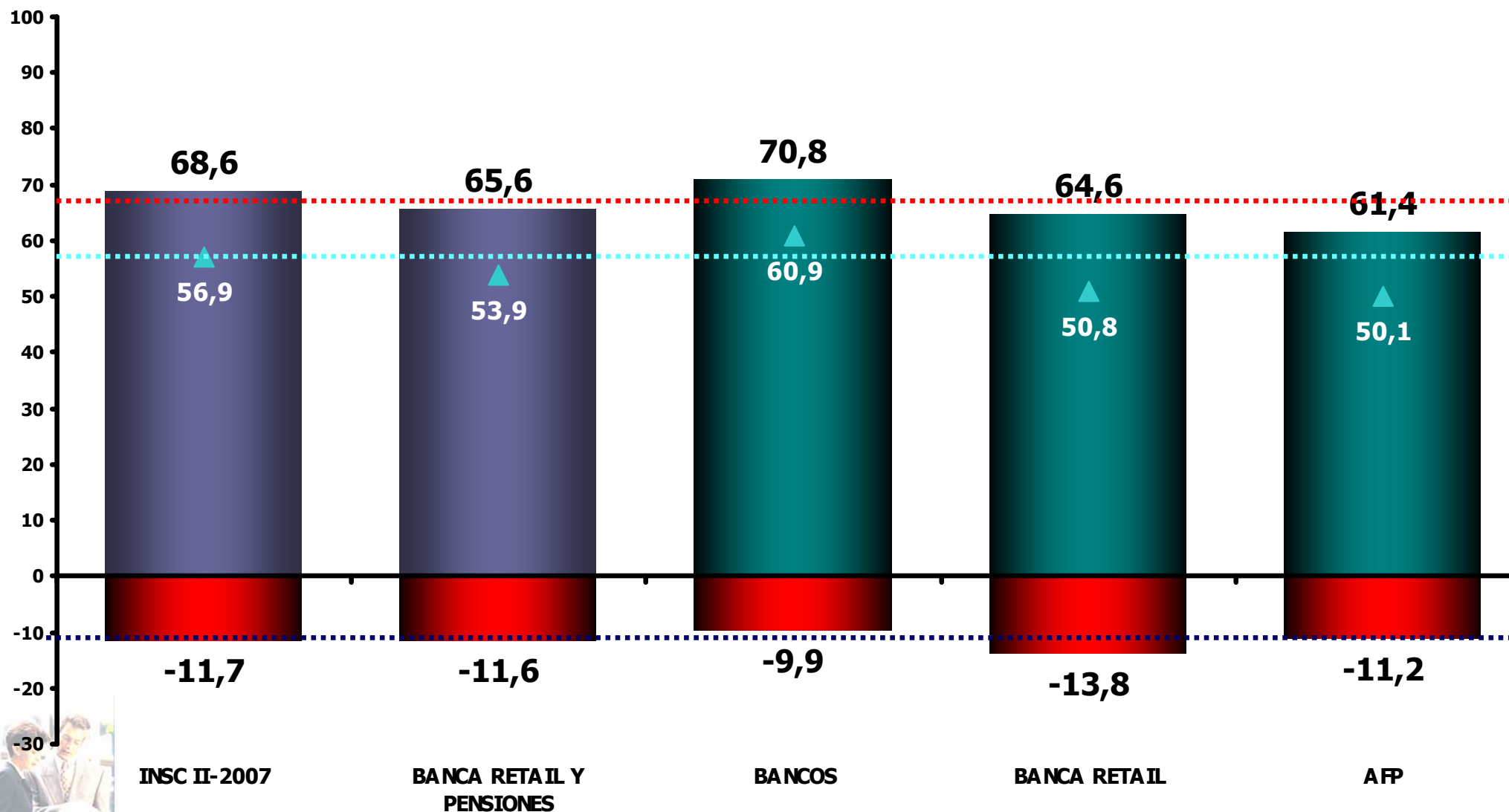
Industria Telecomunicaciones

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
SEGUNDO SEMESTRE 2007



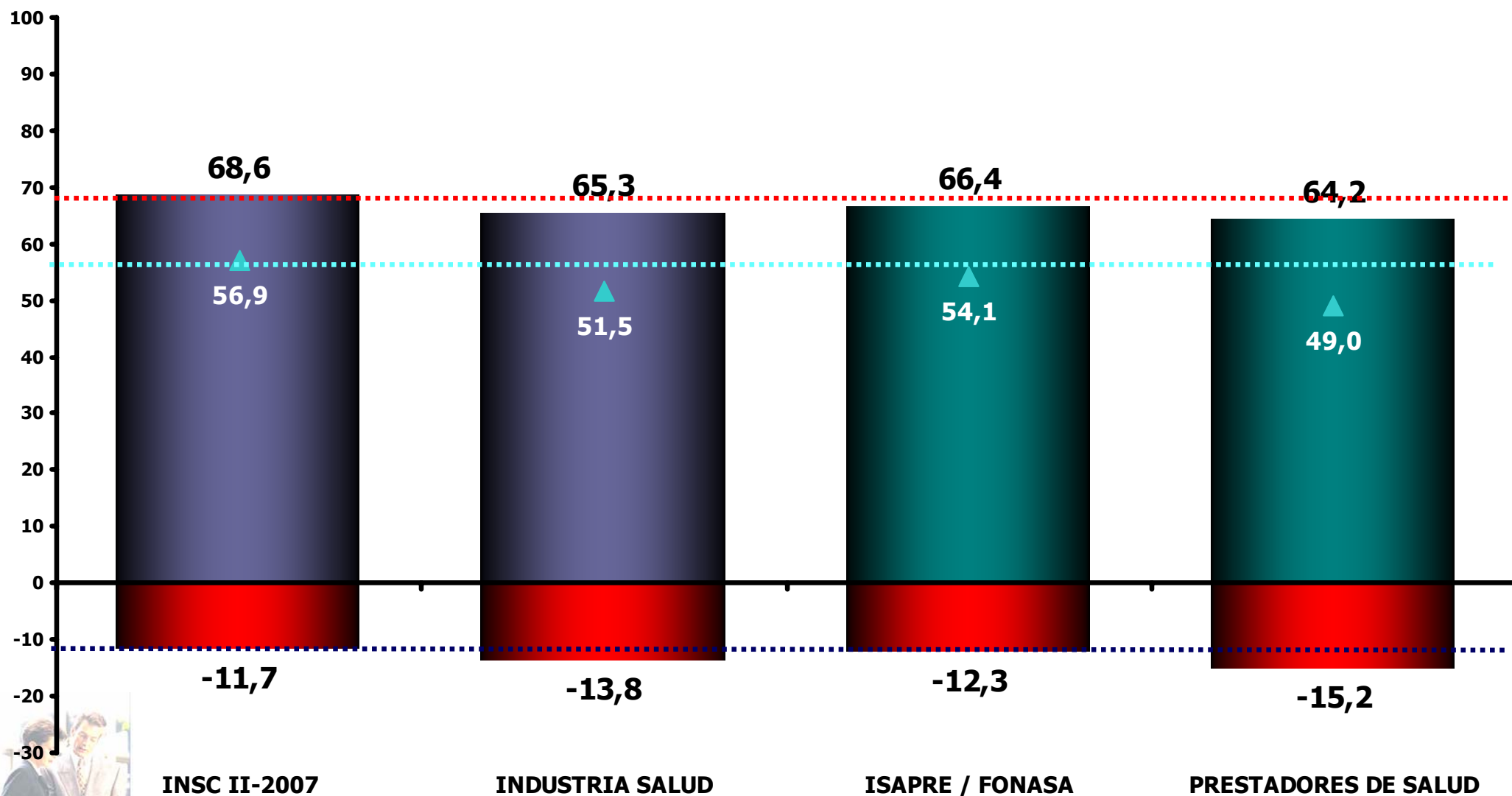
Industria Banca Retail y Pensiones

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
SEGUNDO SEMESTRE 2007



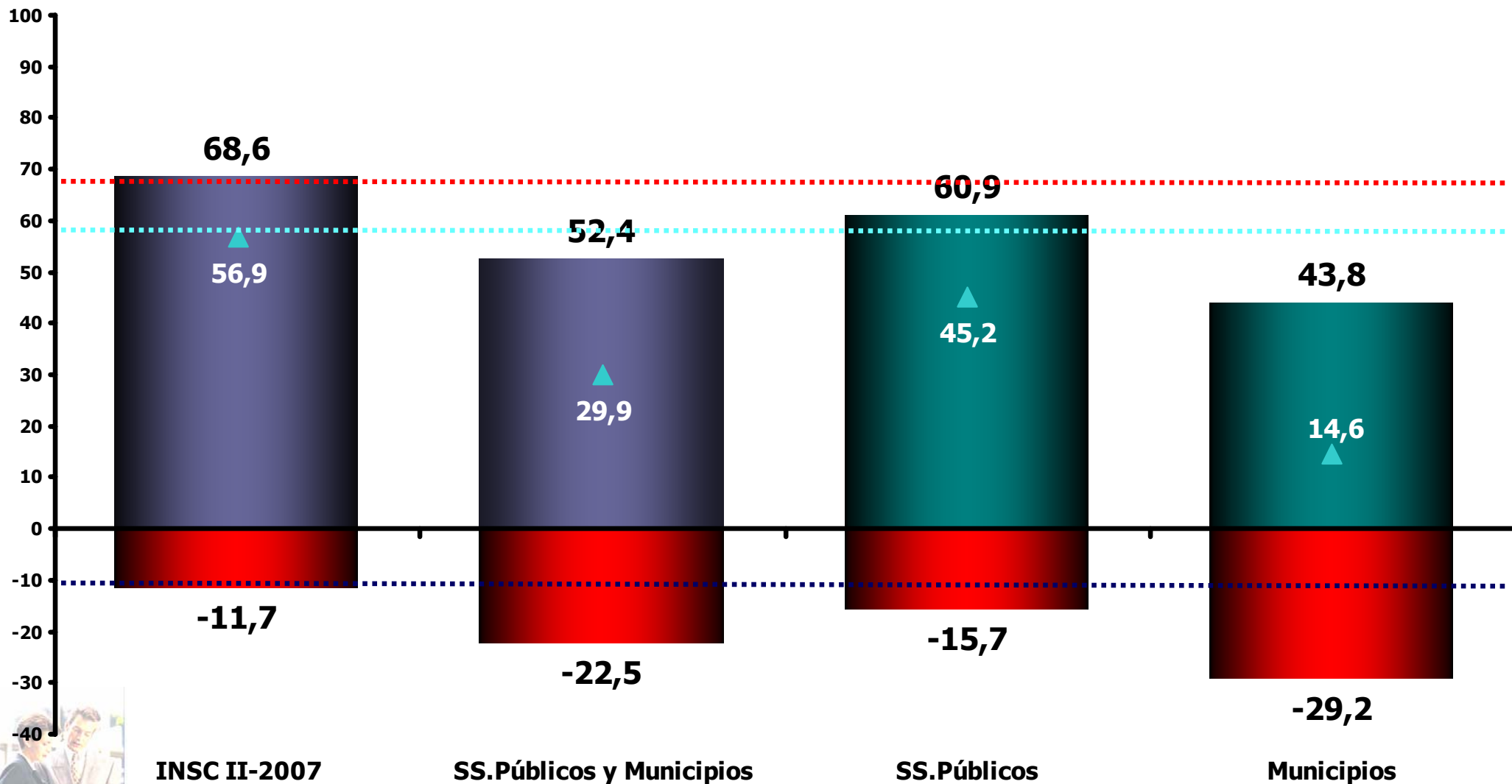
Industria de la Salud

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
SEGUNDO SEMESTRE 2007



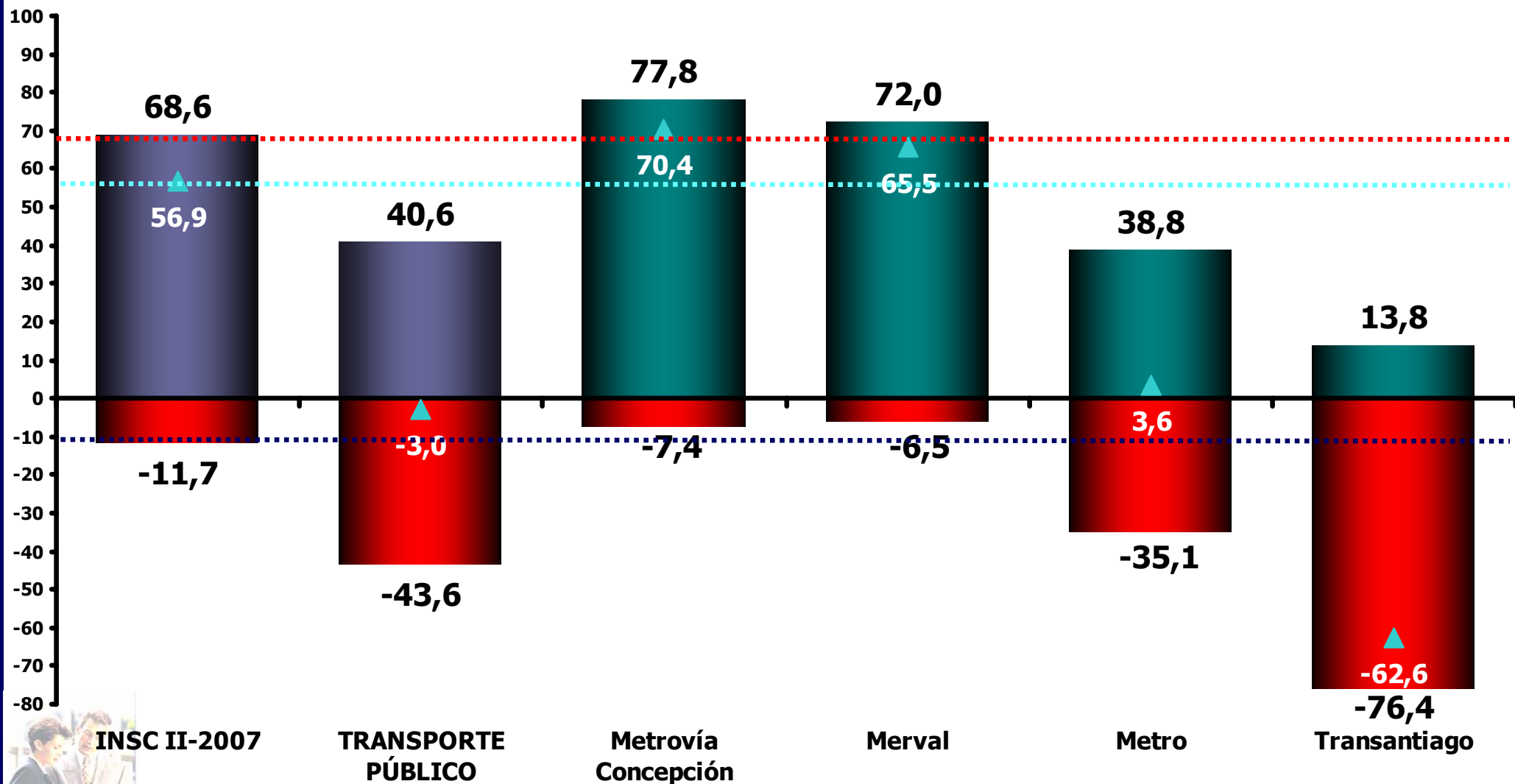
Industria Servicios Públicos y Municipios

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
SEGIUNDO SEMESTRE 2007



Industria Transporte Público

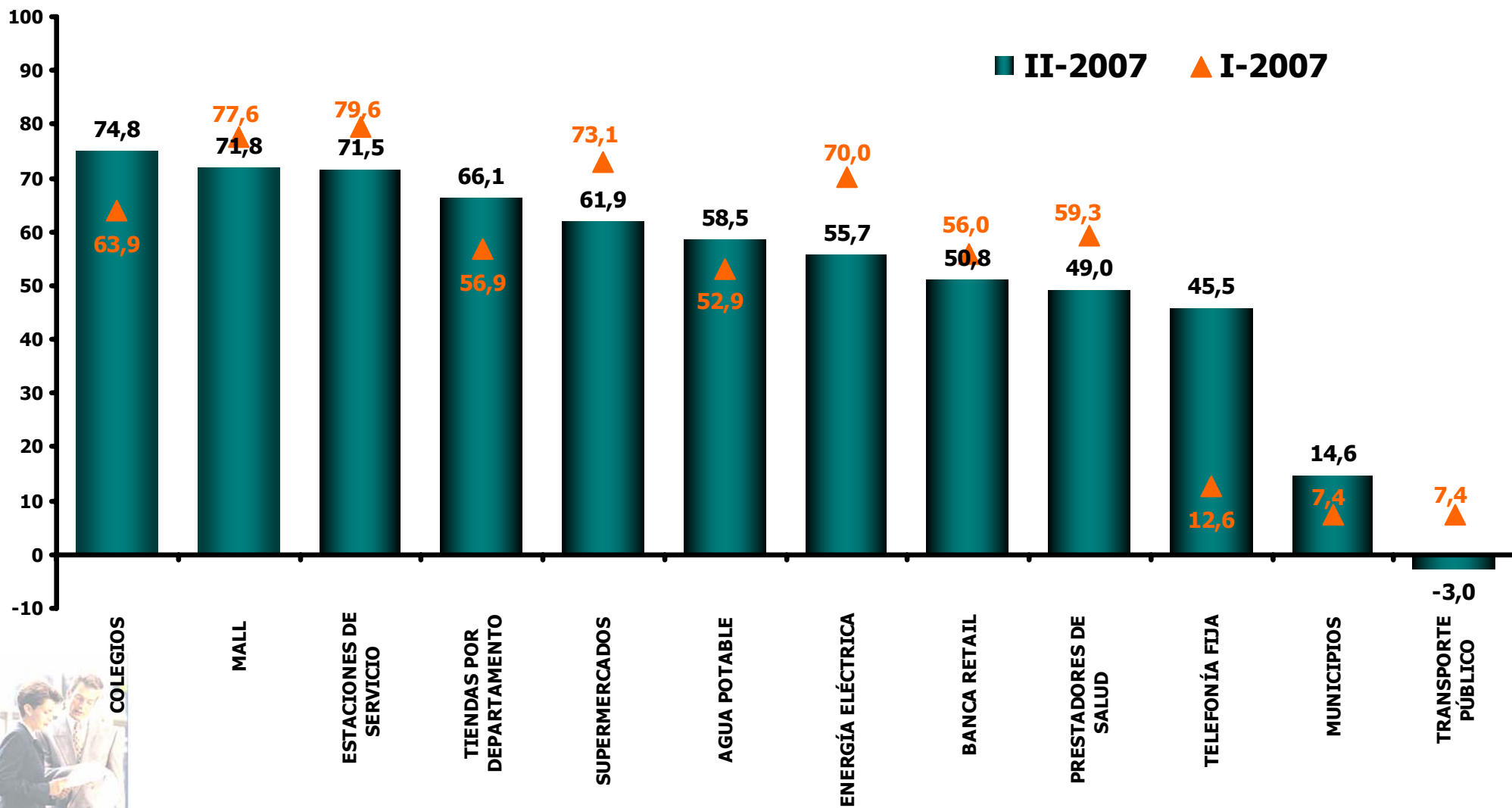
En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
SEGUNDO SEMESTRE 2007



Sectores con cambios Estadísticamente Significativos

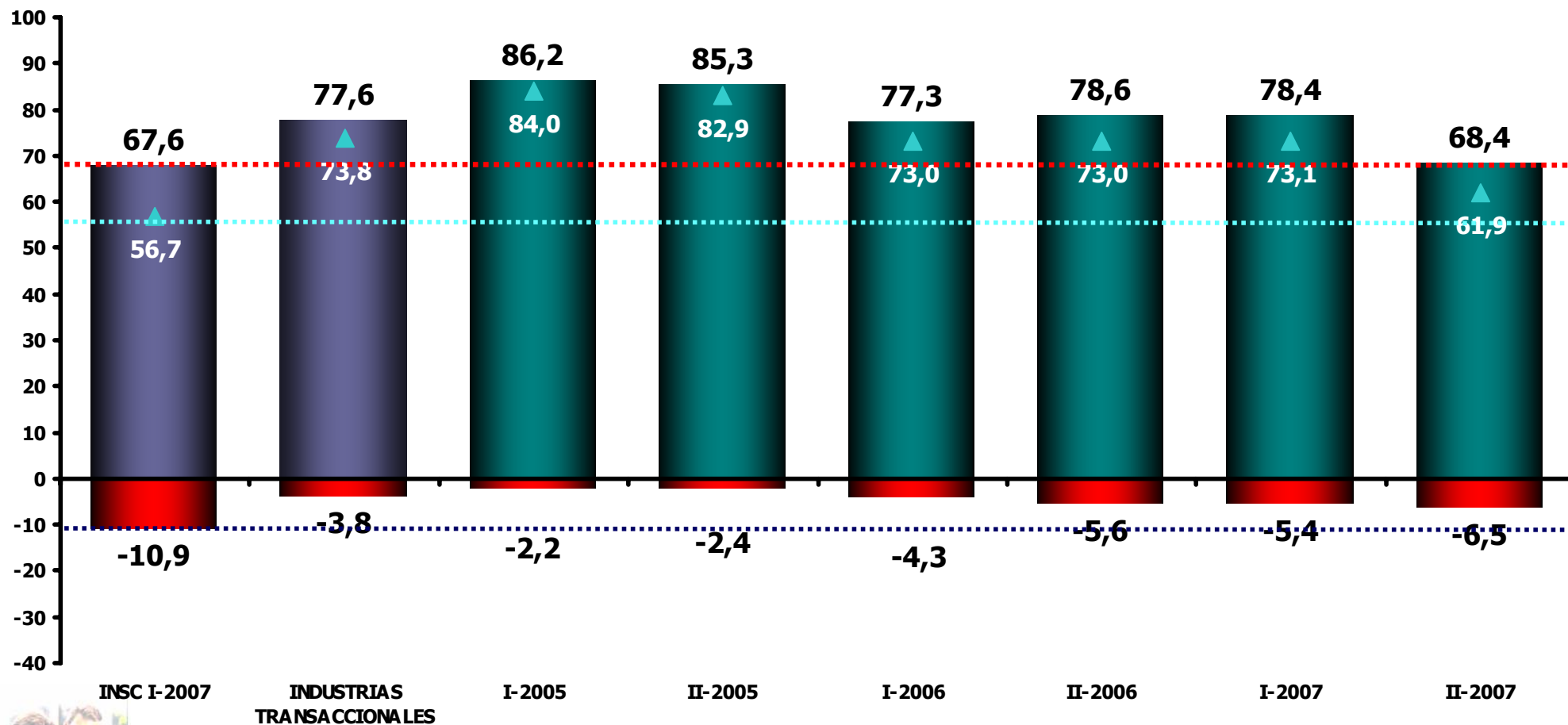
Satisfacción Neta: % de Notas 6 y 7 menos % de notas 1 a 4

SEGUNDO SEMESTRE 2007



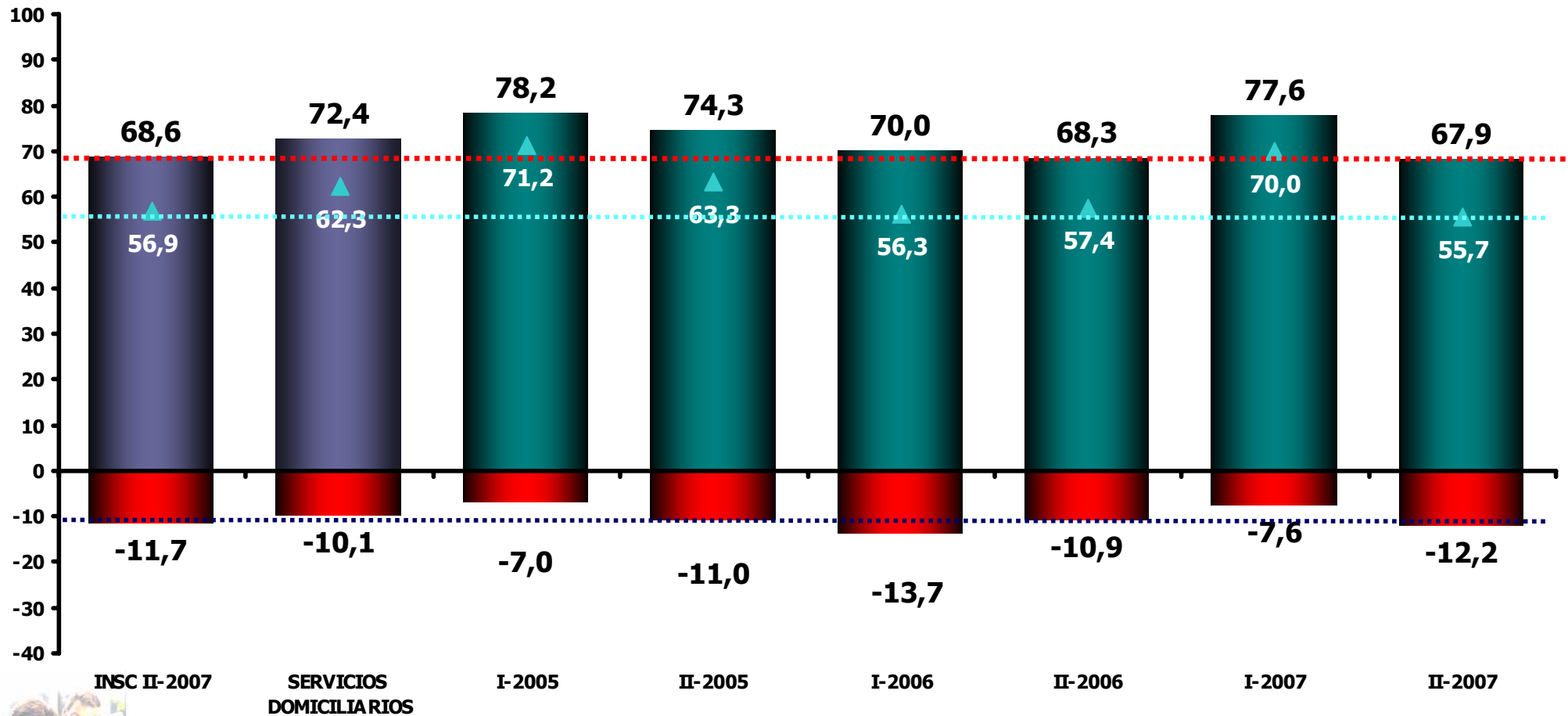
Evolutivo Industria Supermercados

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
SEGUNDO SEMESTRE 2007



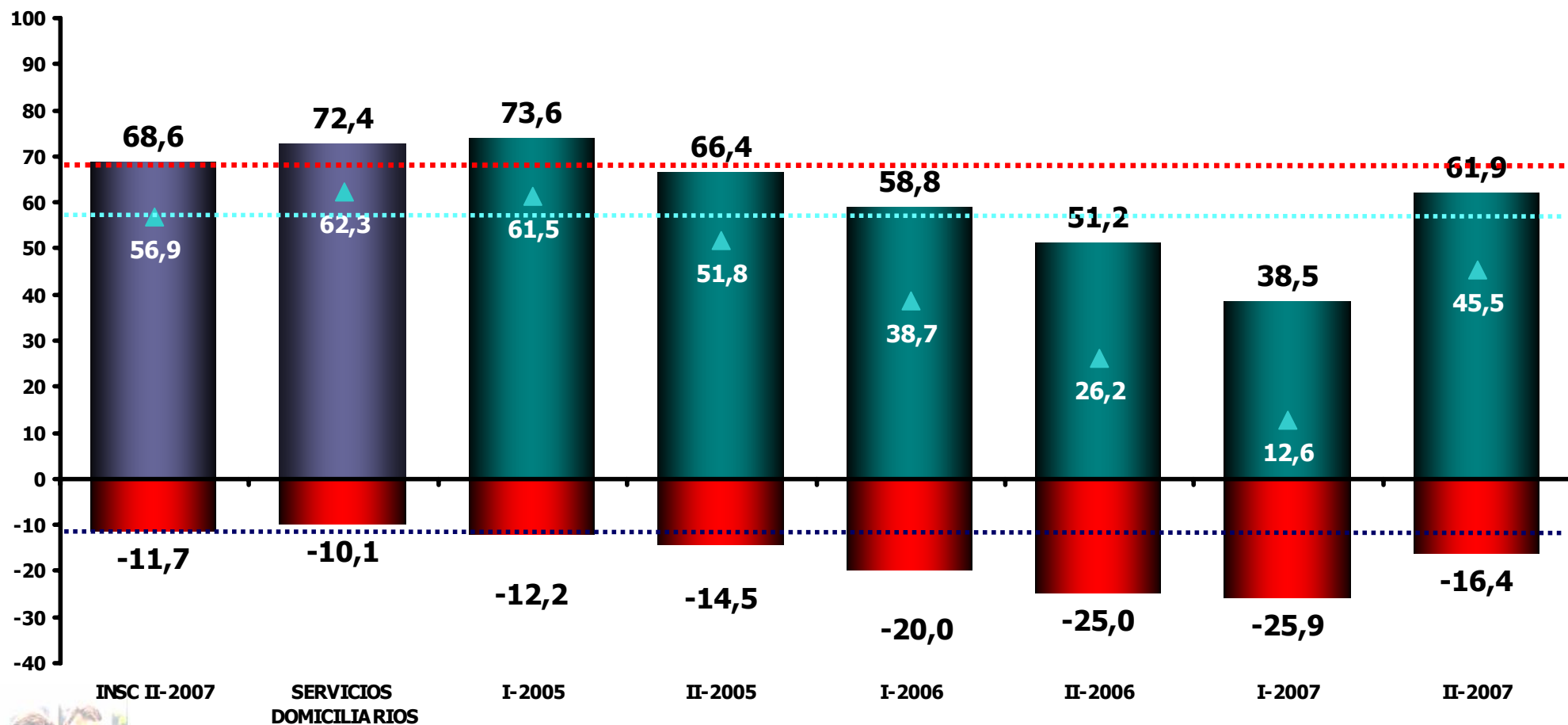
Evolutivo Industria Energía Eléctrica

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
SEGUNDO SEMESTRE 2007



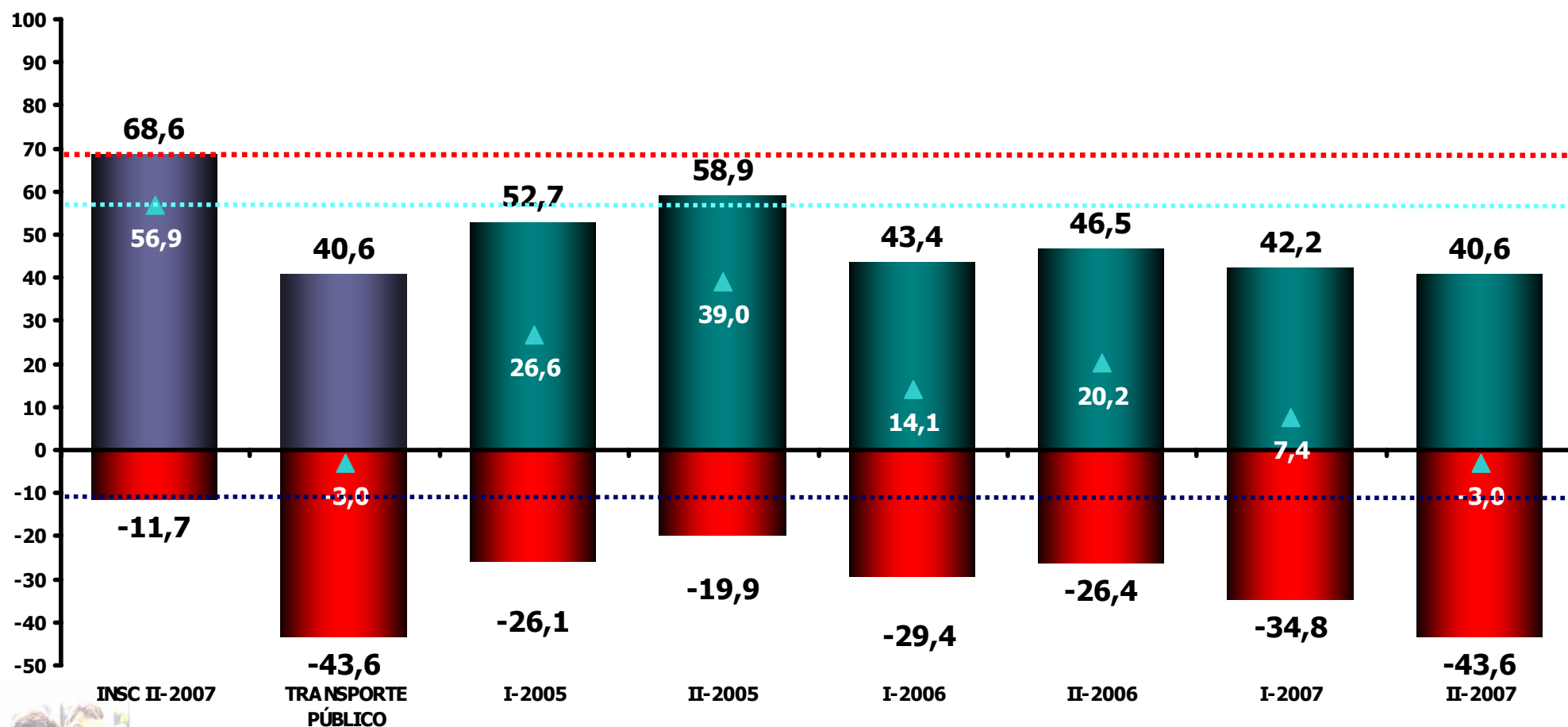
Evolutivo Industria Telefonía Fija

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
SEGUNDO SEMESTRE 2007



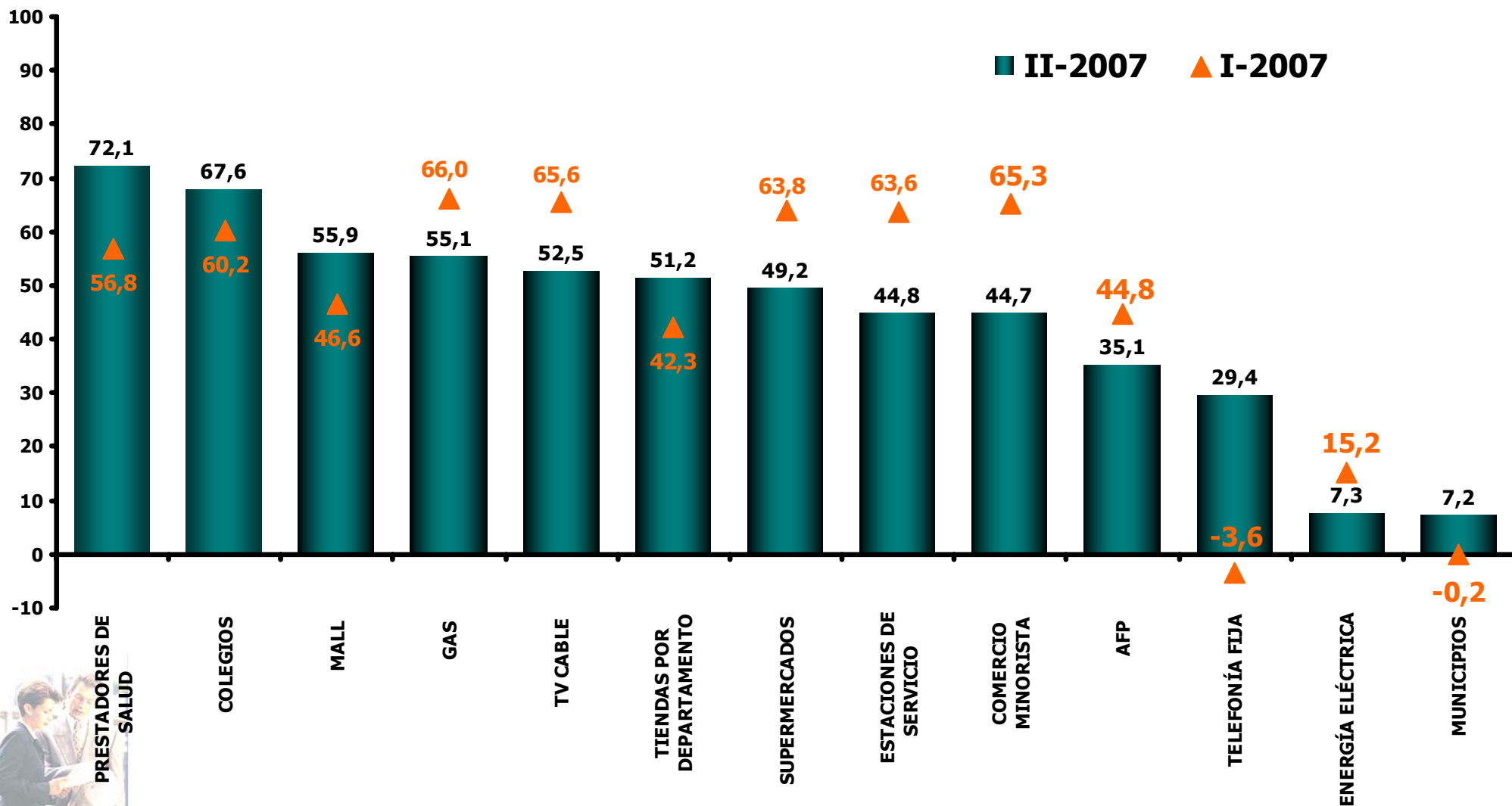
Evolutivo Industria Transporte Público

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
SEGUNDO SEMESTRE 2007



Sectores con cambios Estadísticamente Significativos

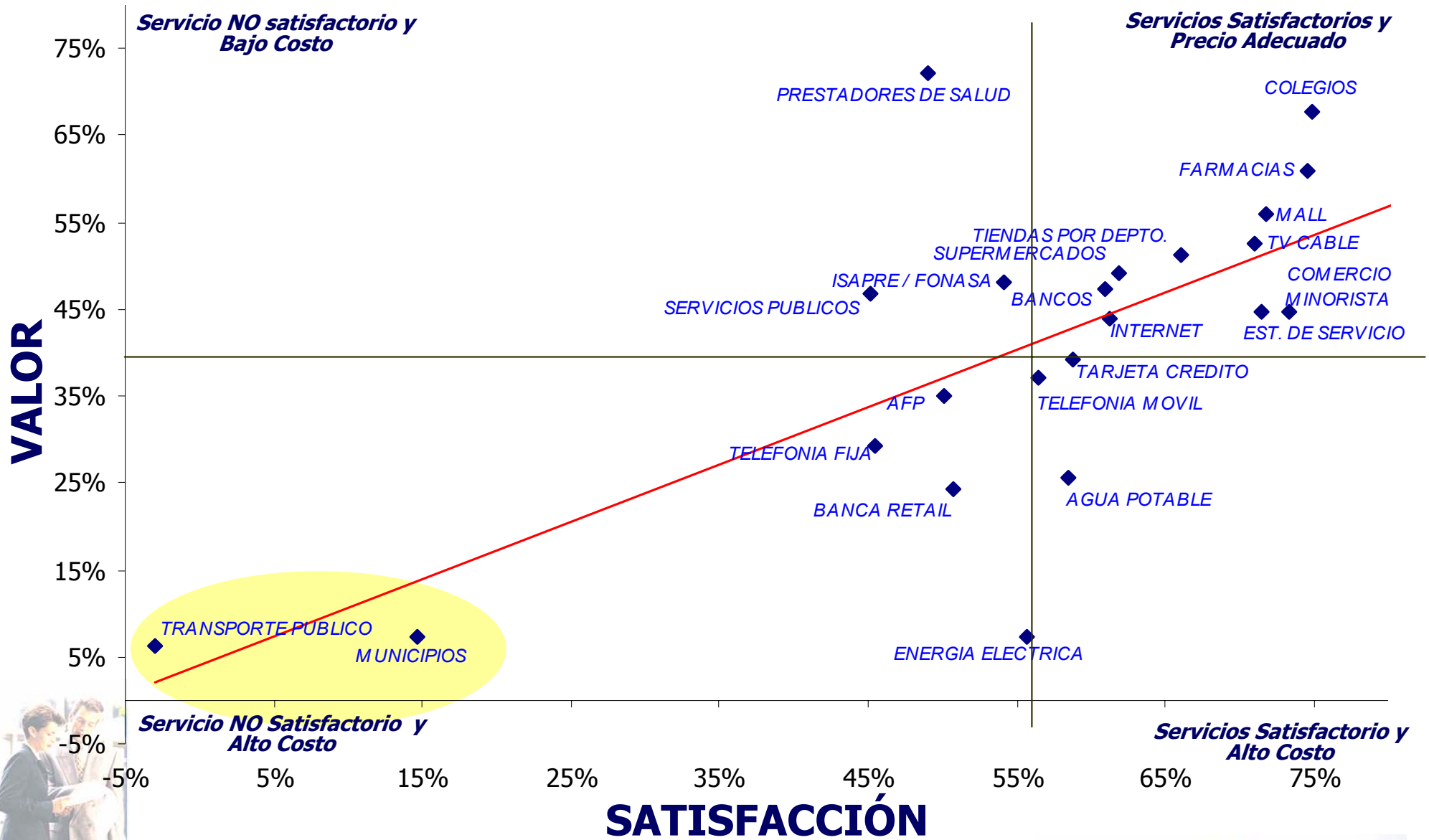
Valor Neto: % de Notas 6 y 7 menos % de notas 1 a 4
SEGUNDO SEMESTRE 2007



Mapa de Relación Precio/Valor y Satisfacción S-AÑO

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

SEGUNDO SEMESTRE 2007



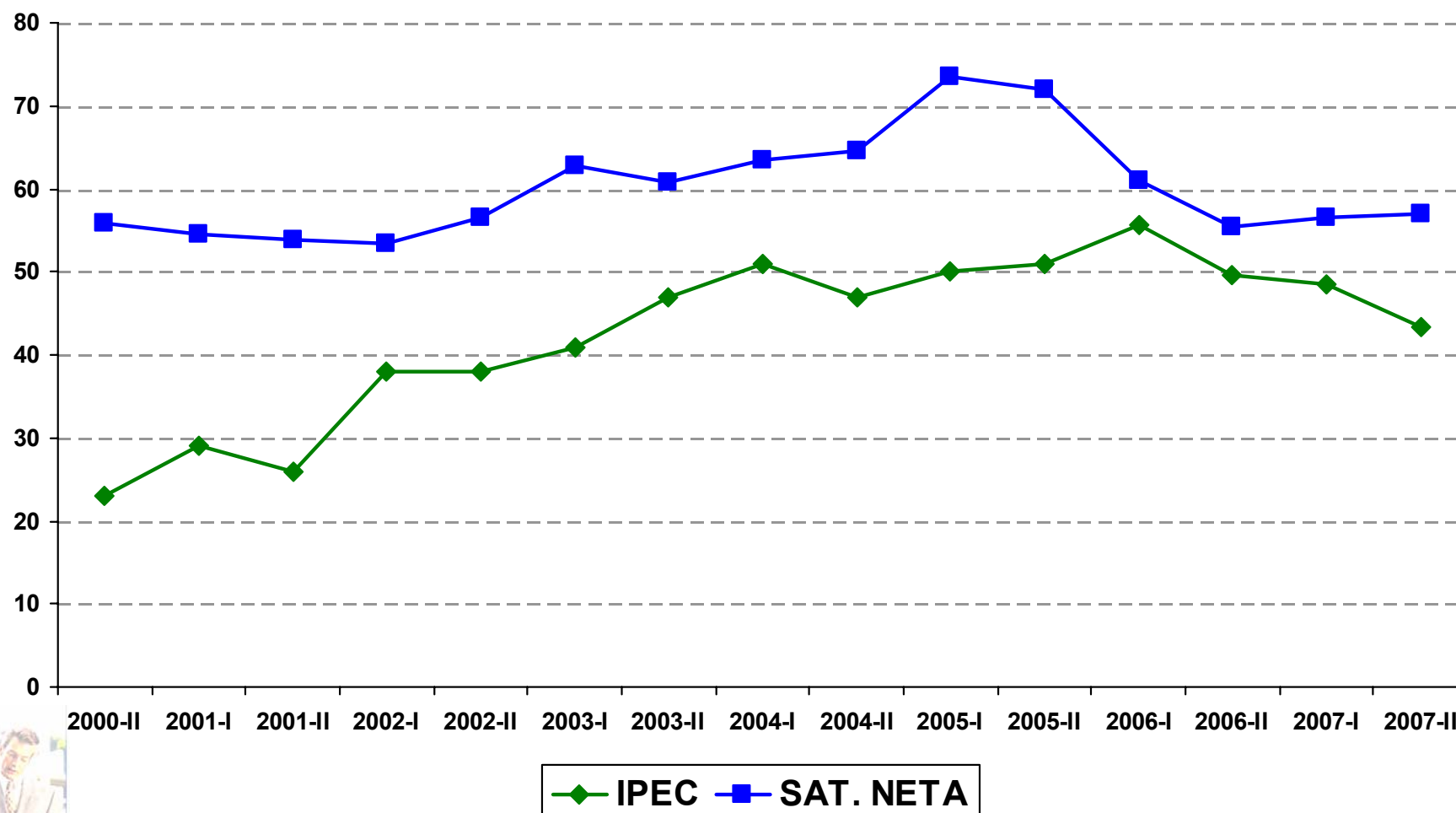
Explicación del Cambio



Evolución Satisfacción Global con el Servicio

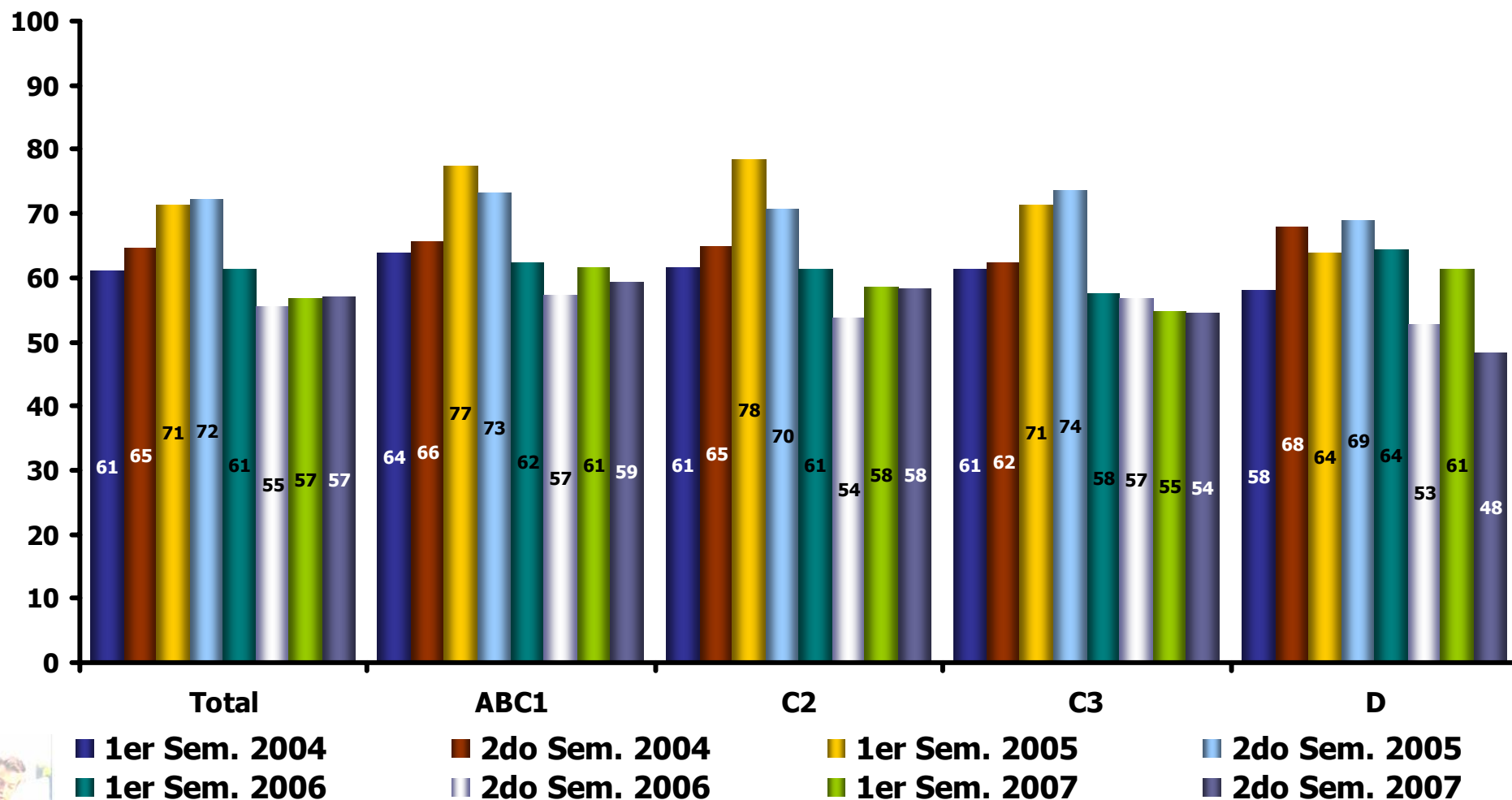
Base total clientes 14.038 entrevistados

$\rho = 0,48$



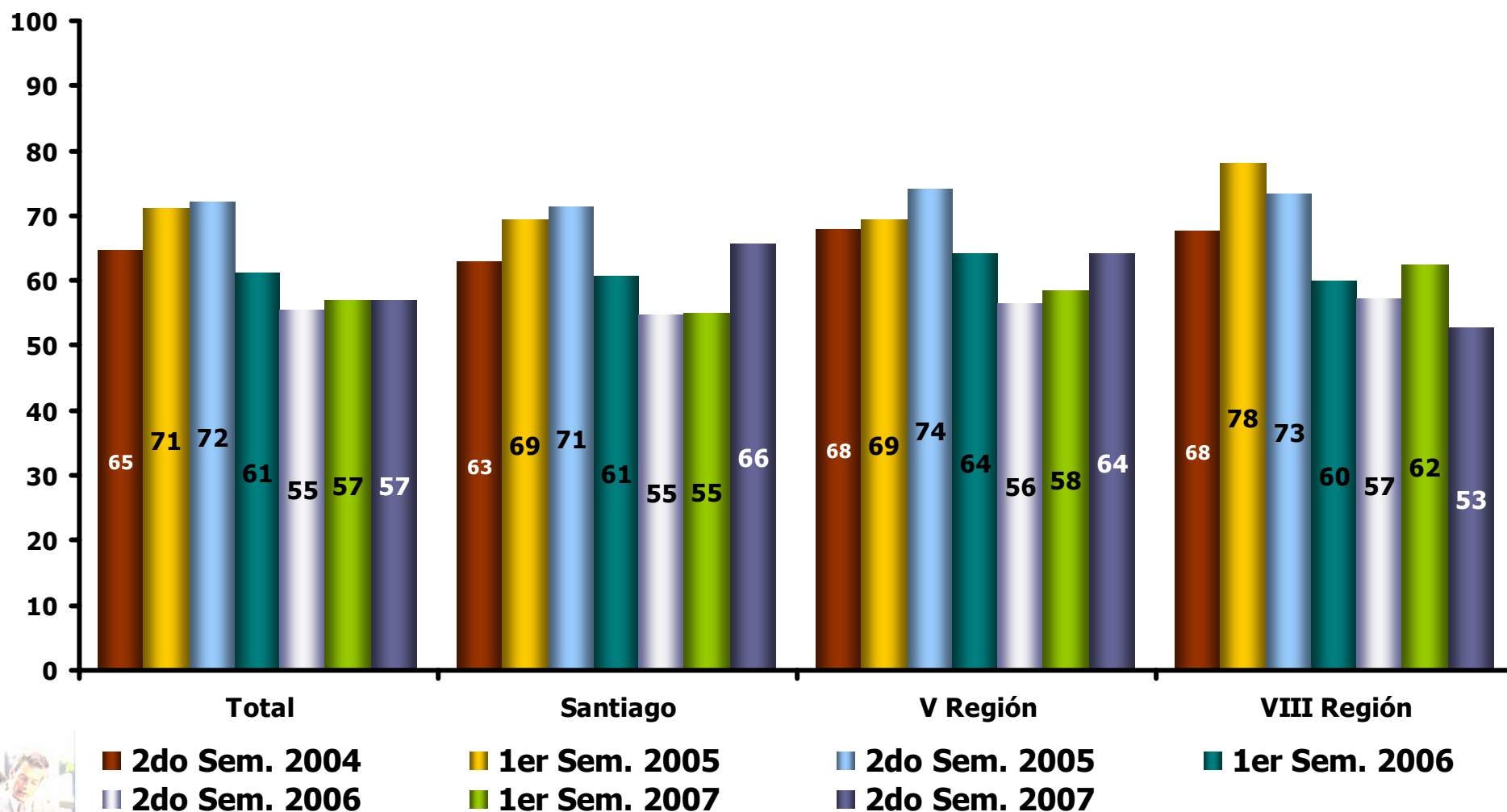
Evolución Satisfacción Global con el servicio según nivel socioeconómico

Base Total clientes por GSE



Evolución Satisfacción Global con el Servicio según área geográfica

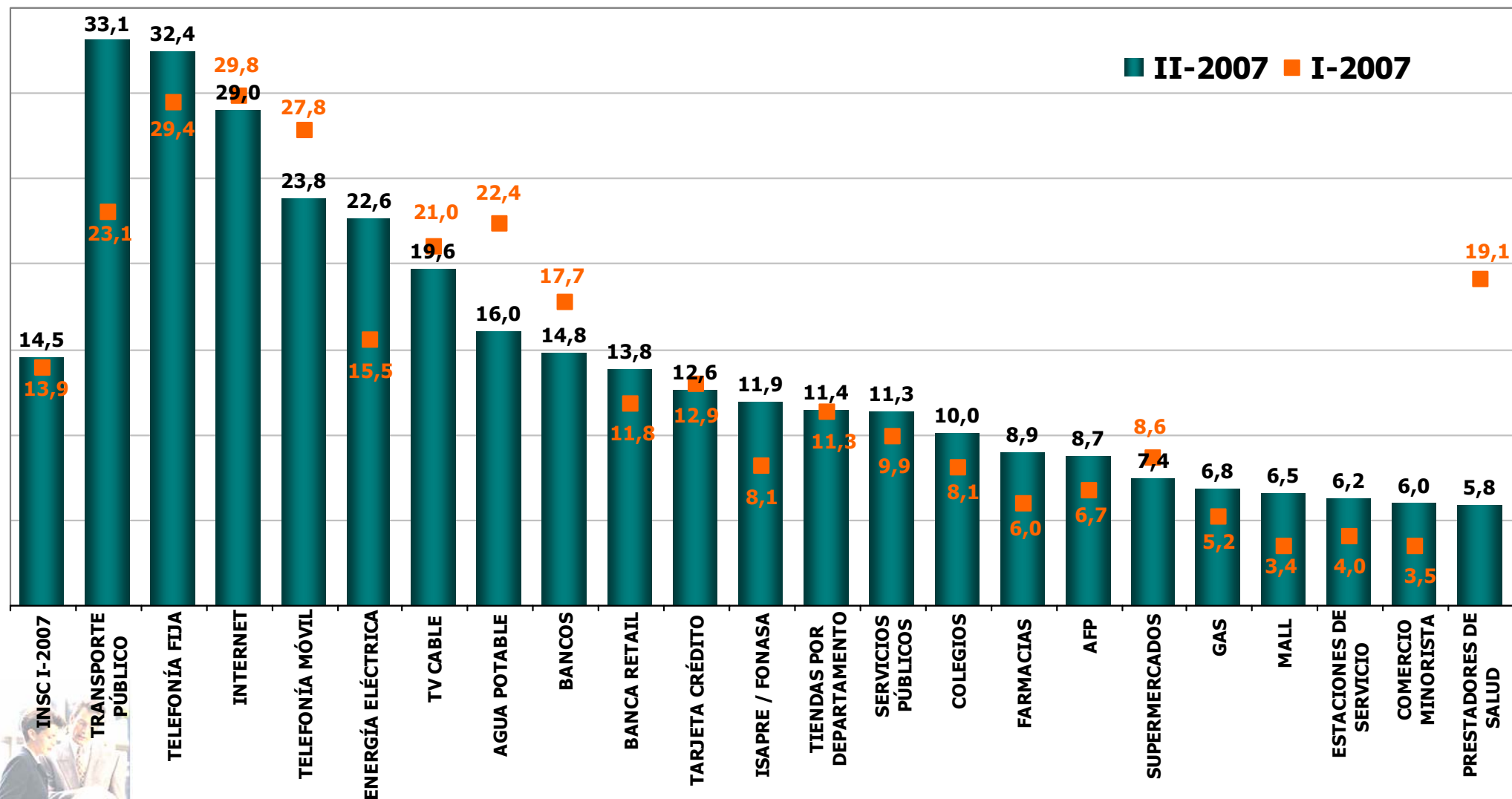
Base Total clientes por Área Geográfica



IV. Tasa de Clientes con Problemas en el Servicio por Industrias

Base Total de Clientes por industria

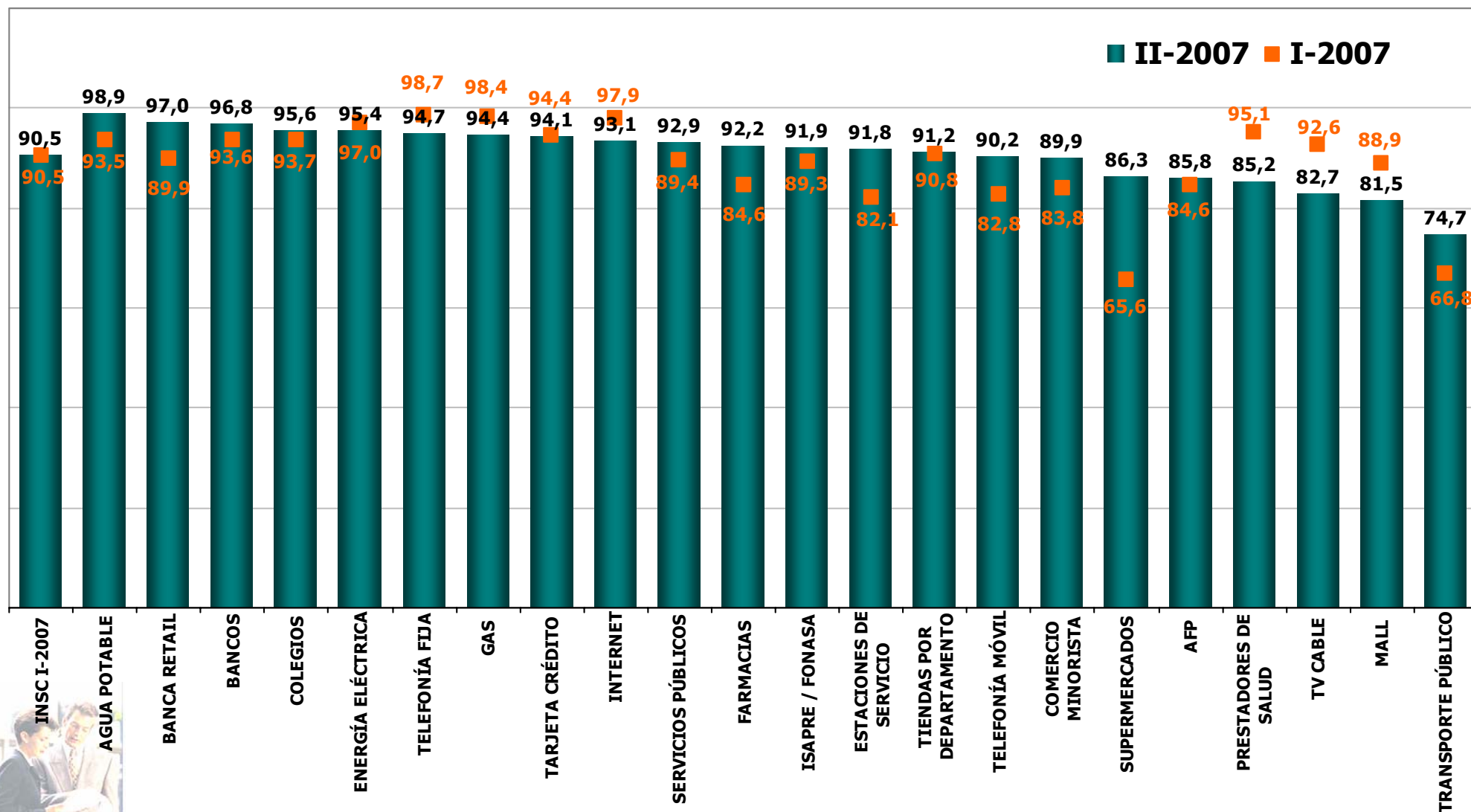
SEGUNDO SEMESTRE 2007



Tasa de Clientes que comunican el problema por Industria

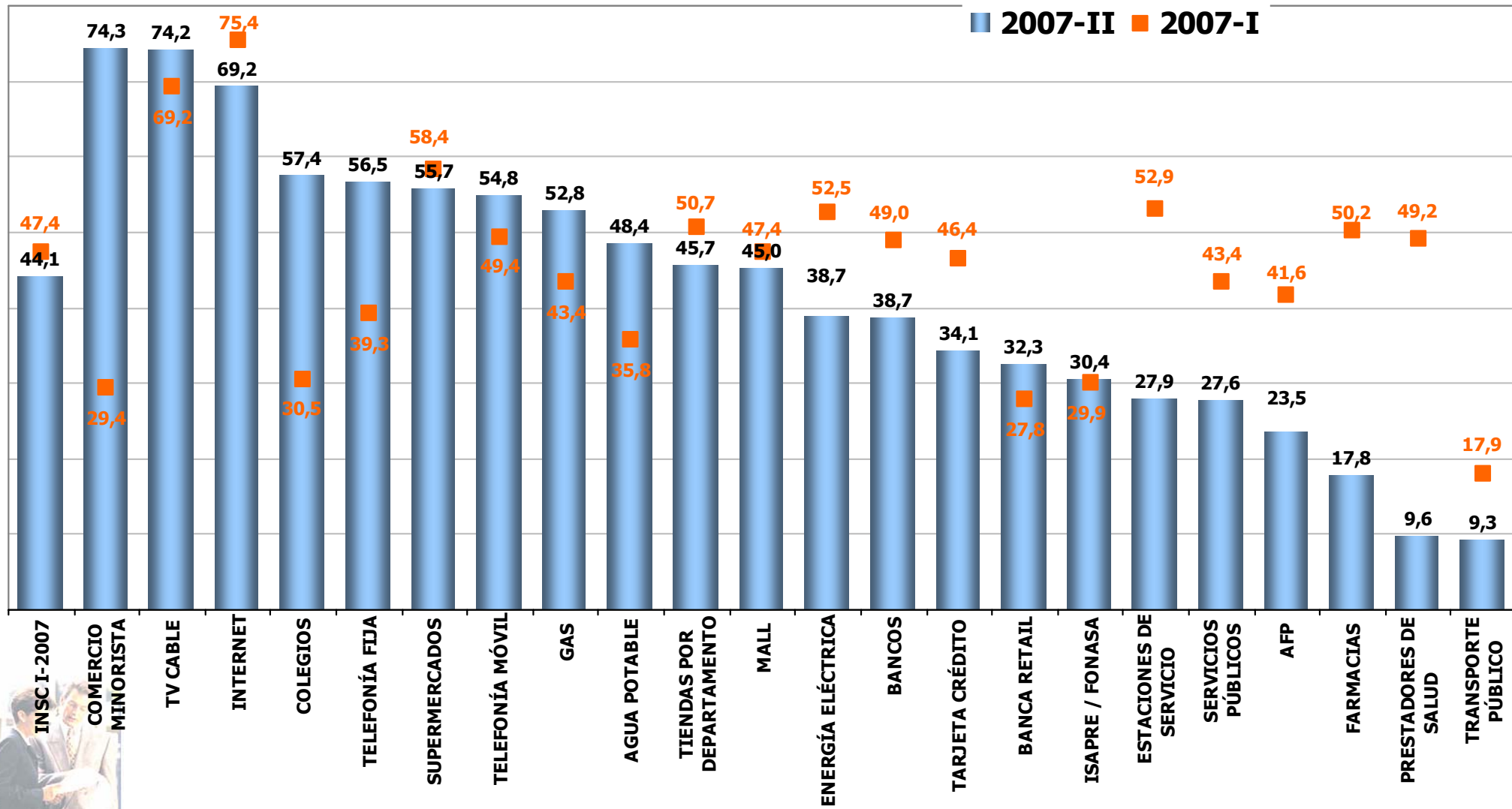
Base Total de Clientes por industria

SEGUNDO SEMESTRE 2007



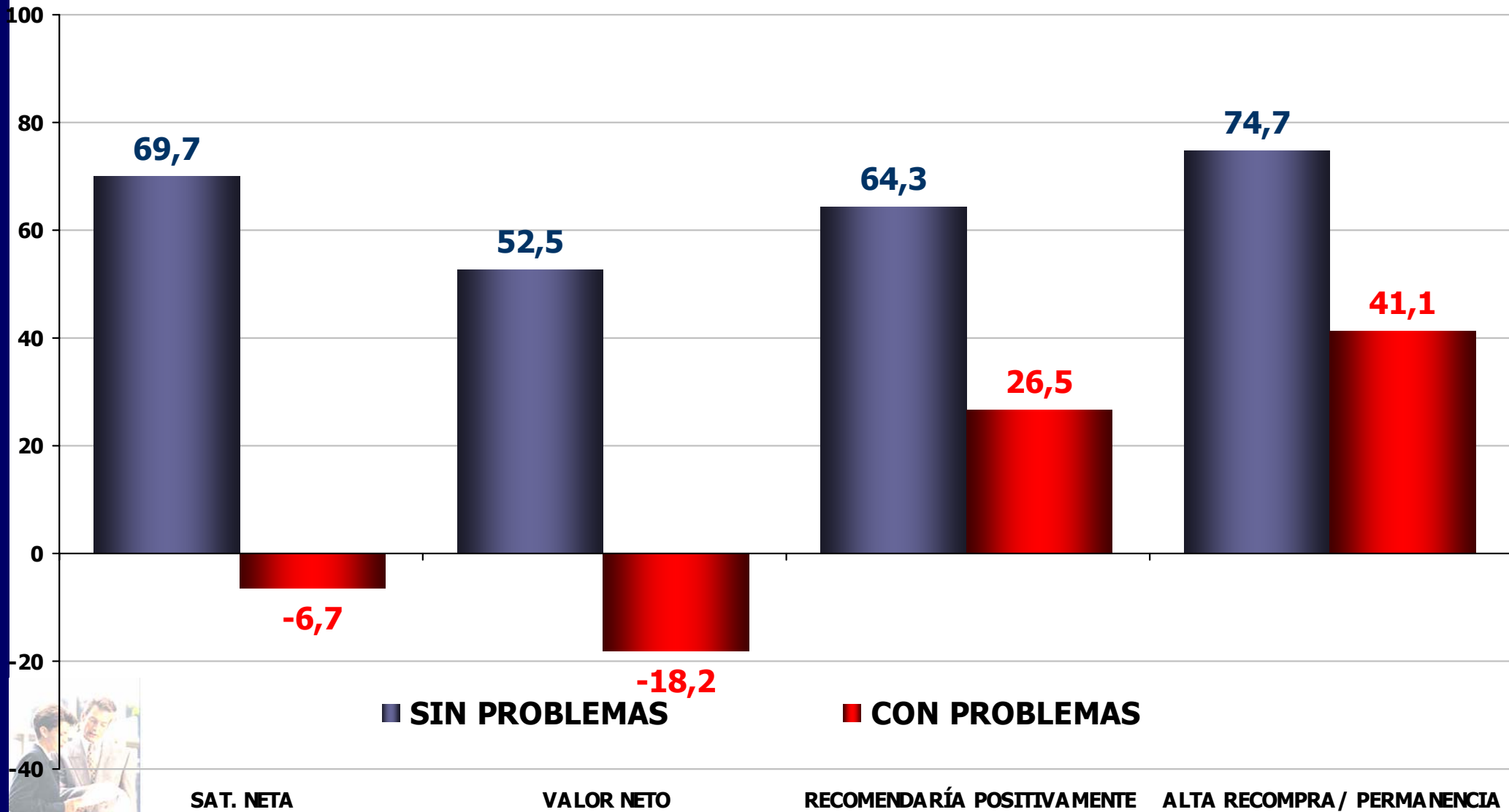
Índice de Efectividad en la solución de problemas

Base Total de Clientes con problemas por industria y que lo comunican
SEGUNDO SEMESTRE 2007



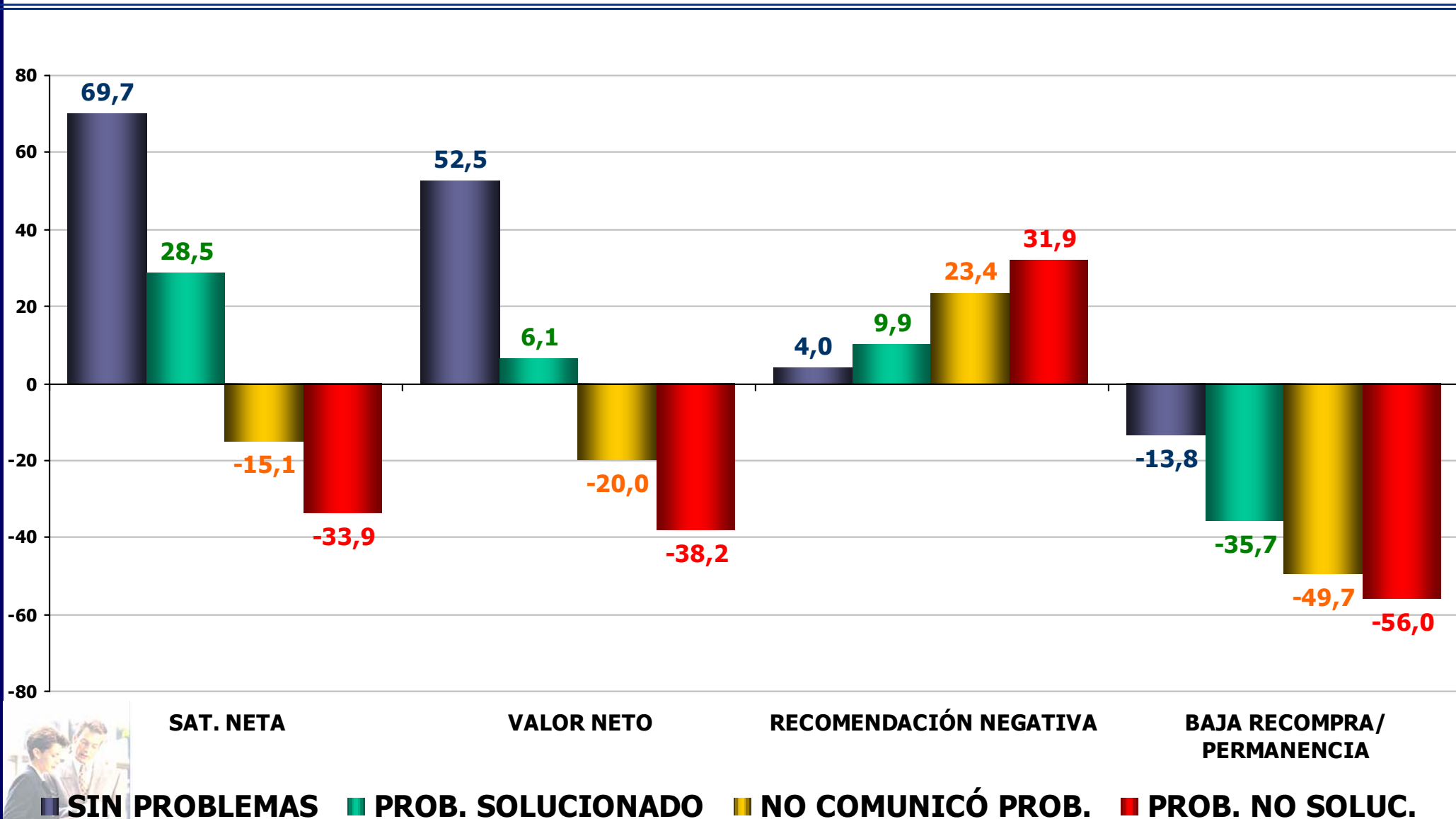
Efectos de Problemas en el Servicio

SEGUNDO SEMESTRE 2007



V. Efectos de Gestionar los Problemas en el Servicio

SEGUNDO SEMESTRE 2007



LA RELACIÓN SATISFACCIÓN LEALTAD



Clasificación de la Cartera de clientes

		NIVEL DE SATISFACCION						
		1	2	3	4	5	6	7
NIVEL DE LEALTAD (L2)	1	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.					Mercenario	
	2							
	3							
	4							
	5	Rehén			Pagano		Peregrino	
	6	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						
	7							

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.

Son los clientes que están en un territorio de tránsito hacia la plenitud de la satisfacción y la lealtad. Son potenciales apóstoles, donde sus carencias pueden pasar por aspectos emocionales y/o funcionales. Es un segmento atractivo para la empresa.

Son los clientes que están en un territorio de indefinición y potencialmente podrían ser convertidos por la compañía.

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

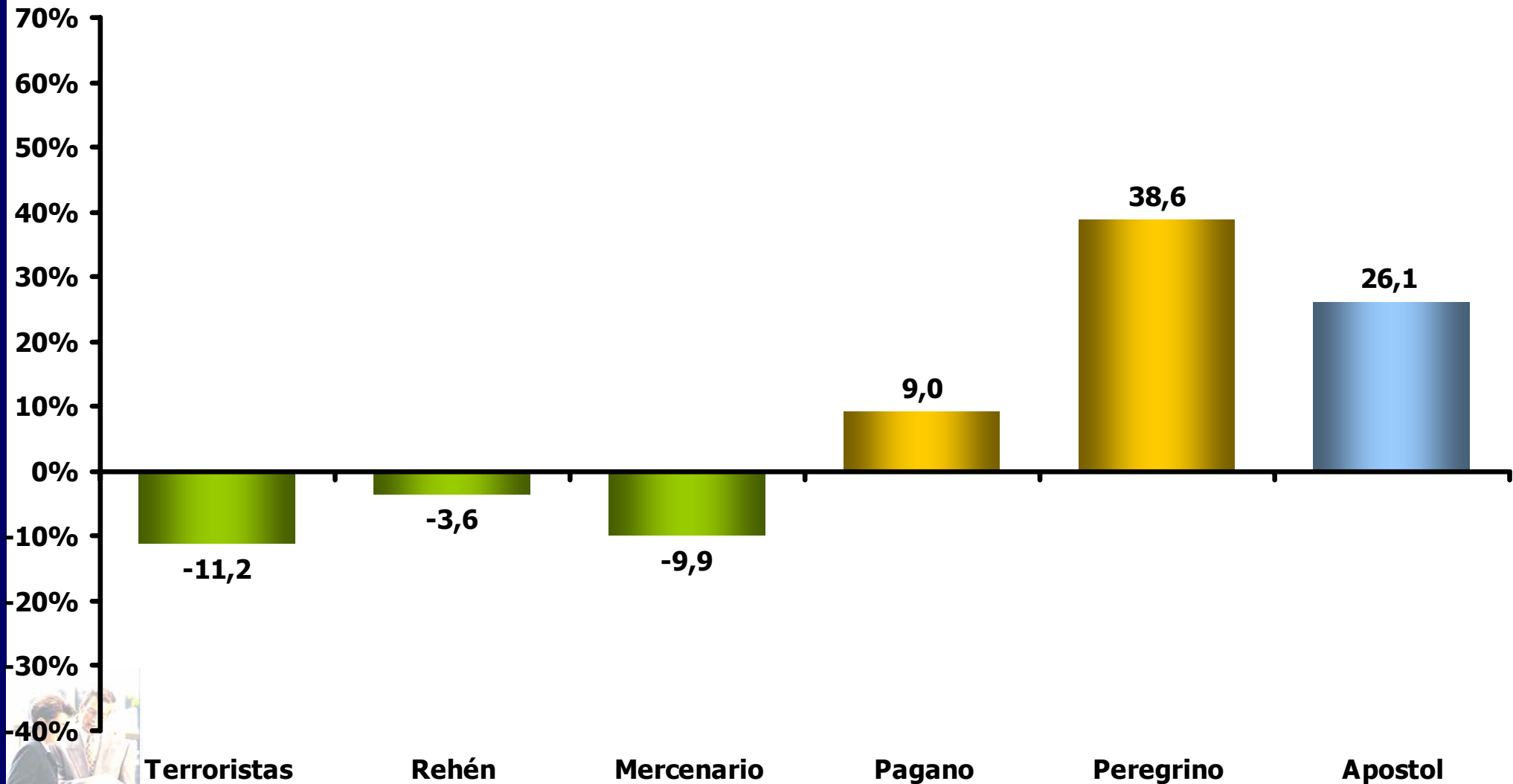
* Nivel de Lealtad (L2): Se construye a partir de la permanencia y la recomendación.



VI. Clasificación de la Cartera de Clientes

Muestra la distribución de clientes en las categorías construidas a partir de los indicadores de lealtad y satisfacción

II-2007 Industria en general

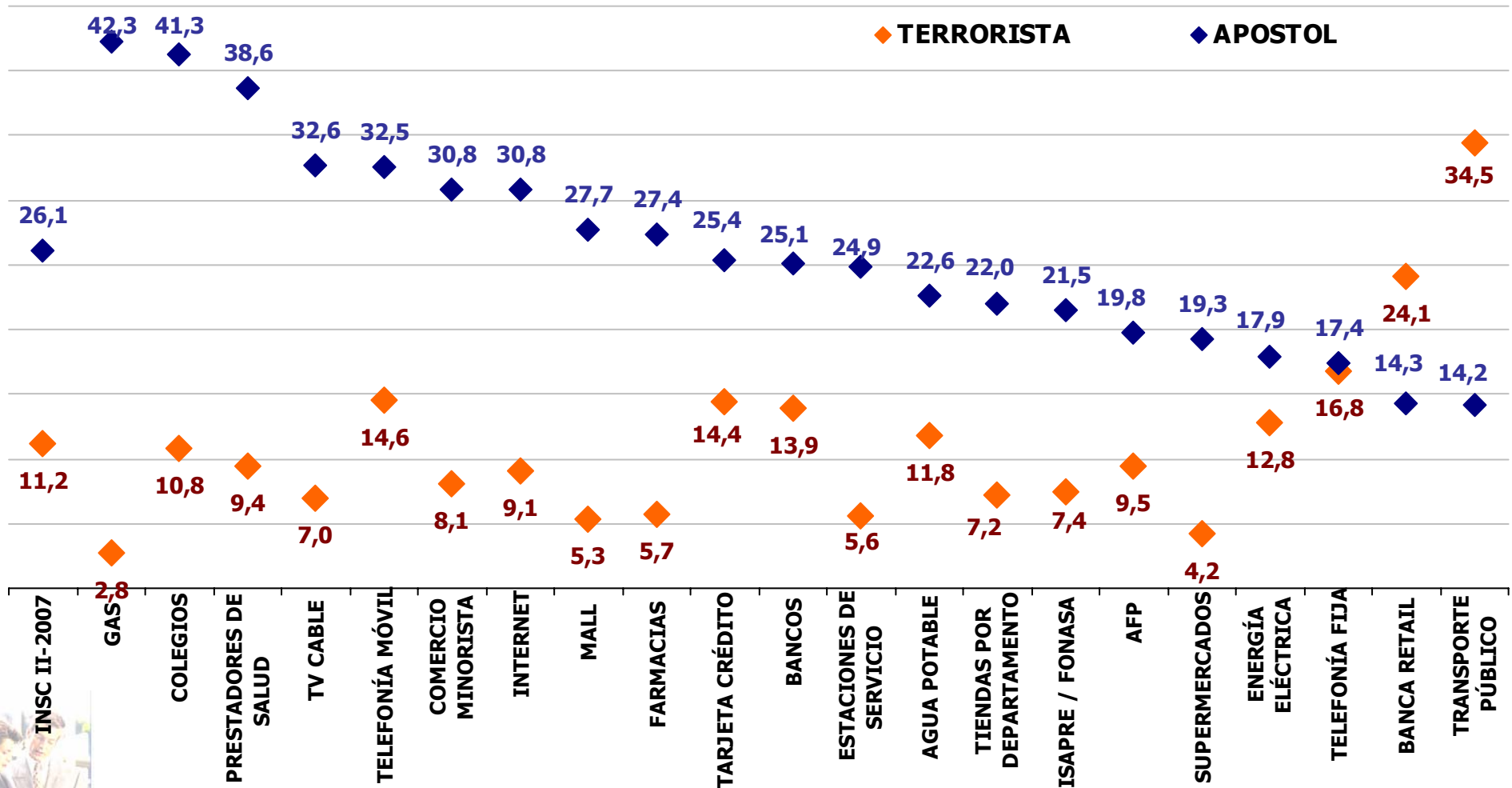


INDICES



VII. Índice de Clientes Apóstoles Terroristas por Industria

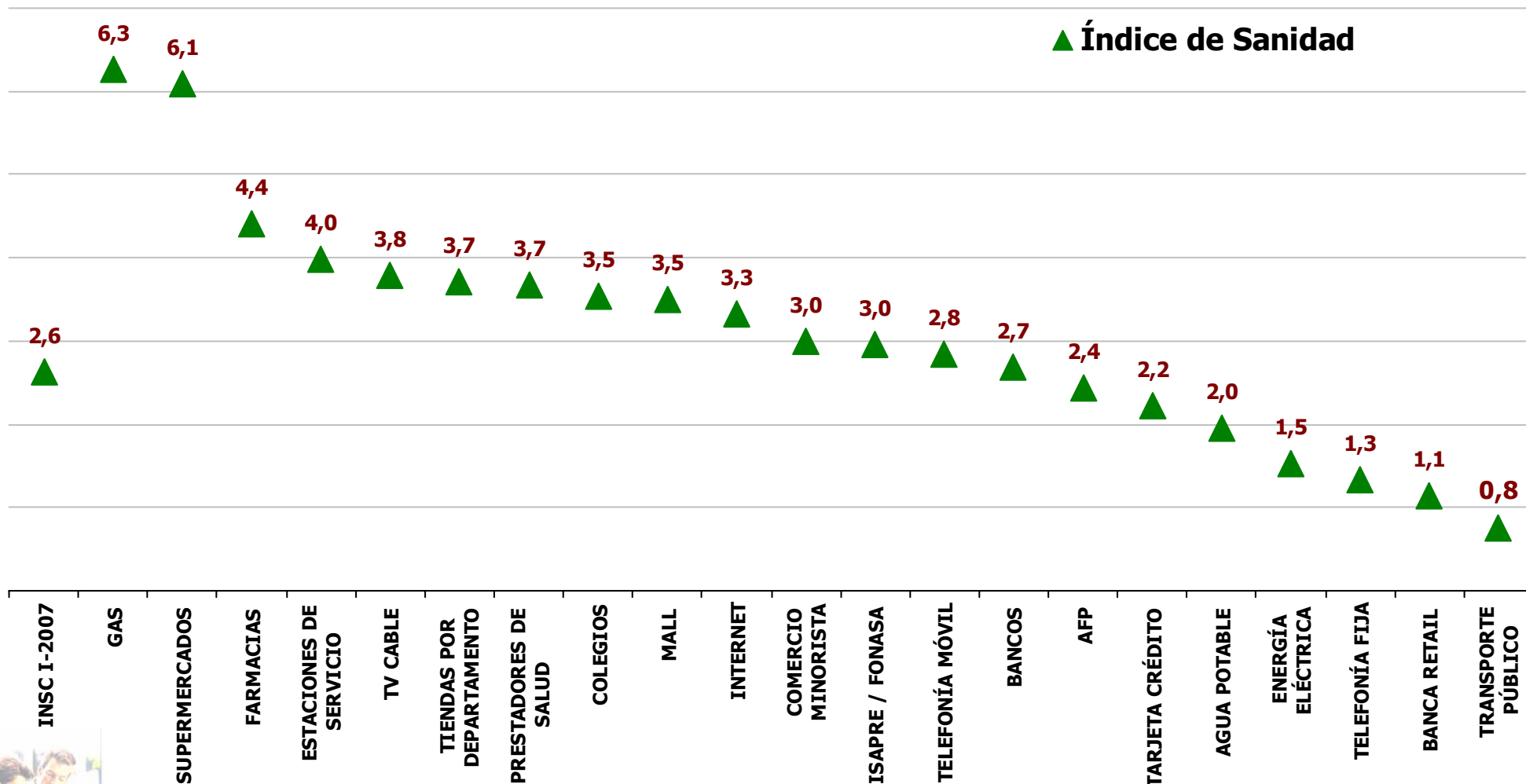
Base Total de Clientes por industria
SEGUNDO SEMESTRE 2007



Índice de Sanidad por Industria,

Muestra la relación entre Clientes de Alta Lealtad y los de Baja Lealtad

Base Total de Clientes por industria
SEGUNDO SEMESTRE 2007



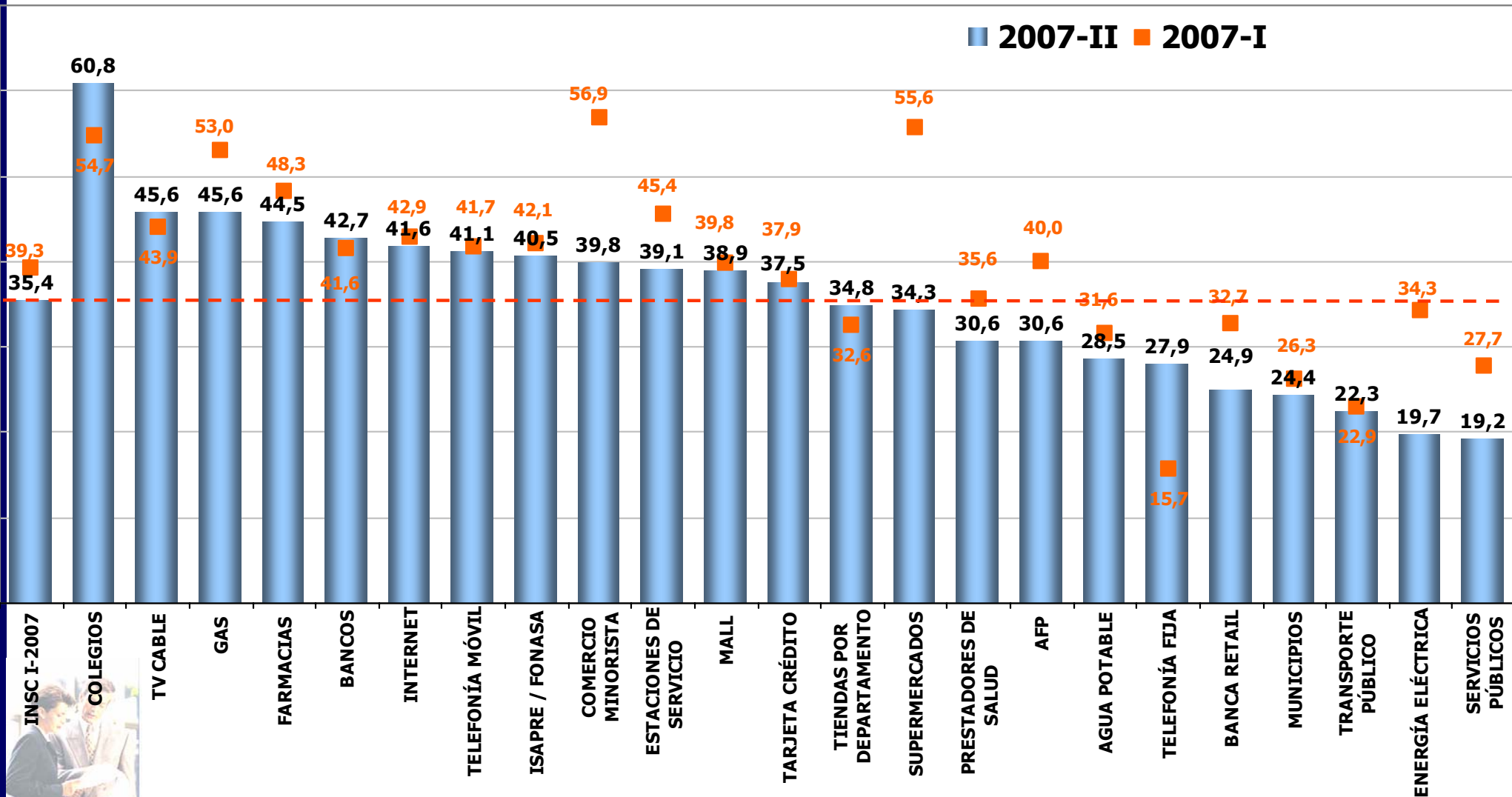
$$\text{Sanidad} = (\text{Apóstoles} + \text{Peregrino}) / (\text{Terroristas} + \text{Rehenes} + \text{Mercenarios})$$



Índice de Clientes Virtuosos

Calculado a partir de: Alta satisfacción (6 y 7) y Alto Valor por Dinero (6 y 7) y Recomendación Positiva y Intención de Recompra Positiva, sobre el total de muestra por industria

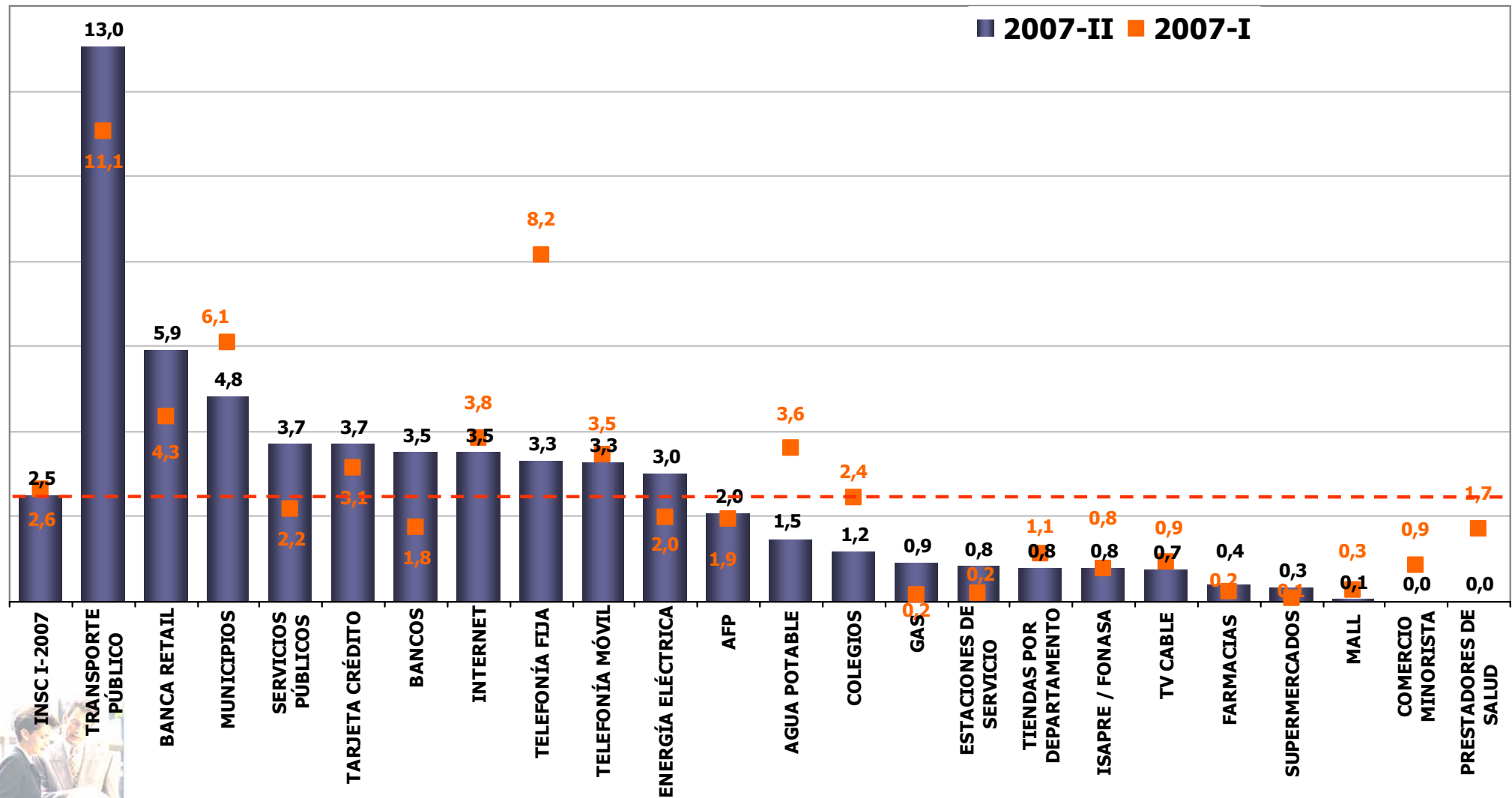
SEGUNDO SEMESTRE 2007



Índice de Conflicto

Calculado a partir de: Insatisfacción (1 a 4) y Bajo Valor por Dinero (1 a 4) y Recomendación Negativa y Intención de Recompra Negativa, sobre el total de muestra por industria

SEGUNDO SEMESTRE 2007



Resultados Generales

Índice Nacional de Satisfacción de Consumidores Segundo Semestre 2007

