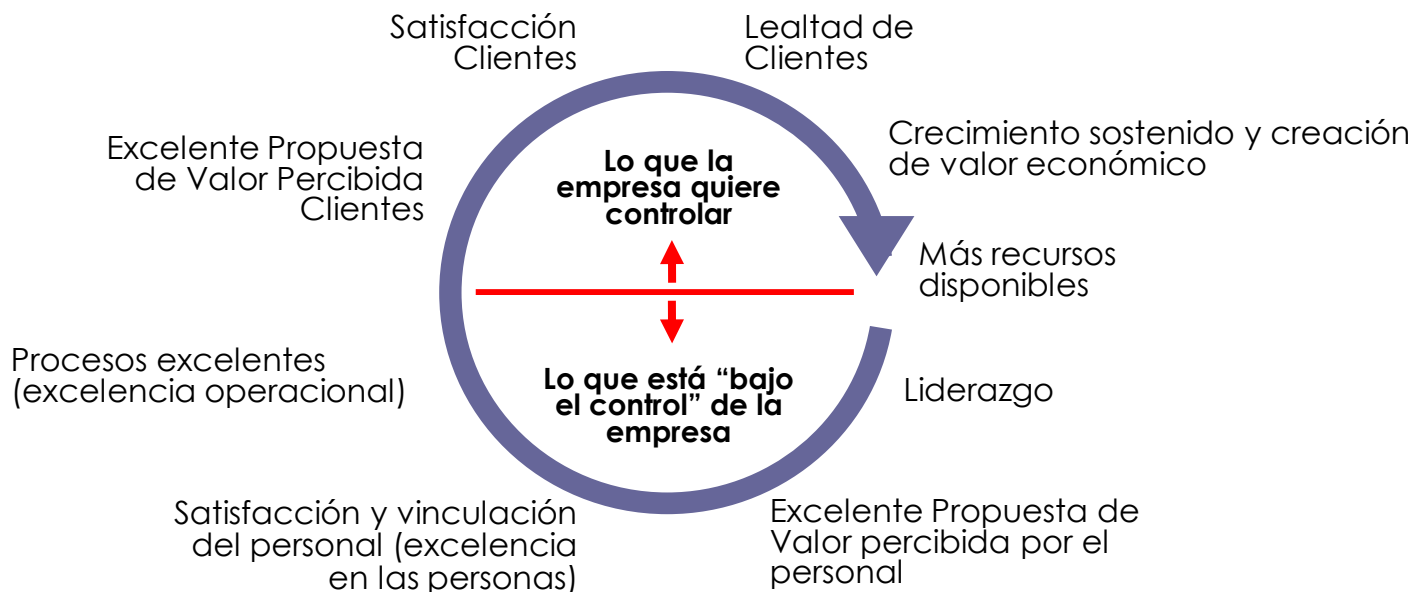


Resultados Generales

Objetivos del Índice Nacional de Satisfacción de Clientes

- Promover el crecimiento sostenible de las empresas entregando información del cliente y su percepción respecto a la oferta de valor que reciben de las empresas en los diferentes sectores del mercado.
- Generar en forma periódica, sistemática y confiable información respecto de las percepciones de los chilenos respecto de los servicios que reciben, abarcando en forma transversal las más diversas industrias y regiones del país.



Metodología

Población Objetivo

- Hombres y mujeres mayores de 18 años con teléfono en el hogar, residentes en todas las comunas del gran Santiago, capitales regionales y otras comunas con más de 130.000 habitantes.
- Personas que se reconocen clientes de cierta marca y que corresponden a un cierto sector.

Metodología de Terreno

- Entrevista telefónica estructurada
- La distribución de las muestras, considera un muestreo estratificado por comunas y marcas.

Fecha de Terreno

- Resultados sectoriales: Marzo a Junio de 2014.
- Resultados a nivel marca: Julio a Noviembre de 2013 y de Marzo a Junio 2014.

Muestra y margen de error

- Muestra : 16.100 (encuestas a empresas semestralmente)
- Margen de Error : 0.8%

Criterio de selección

- Empresas y/o Organizaciones de servicios masivos

Los sectores representados son:

Membresía (Bajo contrato)

AFP
Banca Retail
Bancos
Cajas de compensación
Educación
Energía eléctrica
Internet Wired
Isapre / Fonasa
Municipios
Sanitarias
Servicios públicos
Tarjeta comerciales
Telefonía fija
Telefonía móvil
Televisión pagada

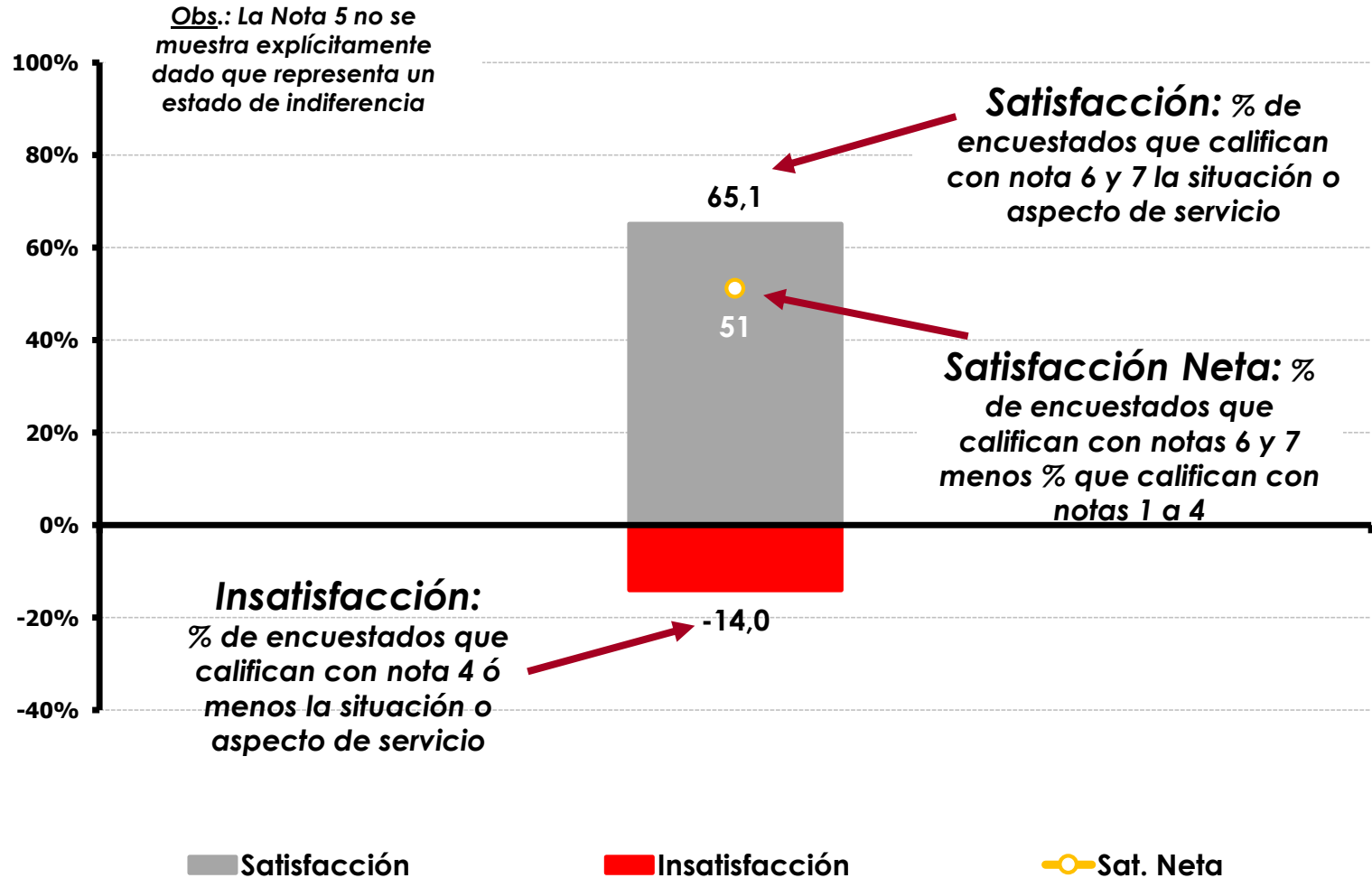
Transaccional (Libre compra)

Autopistas urbanas
Buses Interurbanos
Clínicas
Centros de Salud
Estaciones de servicio
Farmacias
Gas
Líneas aéreas
Mejoramiento para el hogar
Pago de cuentas
Supermercados
Tiendas por departamento
Transporte público

Contenidos

- I. **Evolutivos Indicadores de Servicio**
- II. **Indicadores de Servicio por Sector**
- III. **Resultados Industrias**
- IV. **Análisis Cambios Significativos**
- V. **Problemas con el Servicio**
- VI. **Análisis Sectorial de Lealtad**

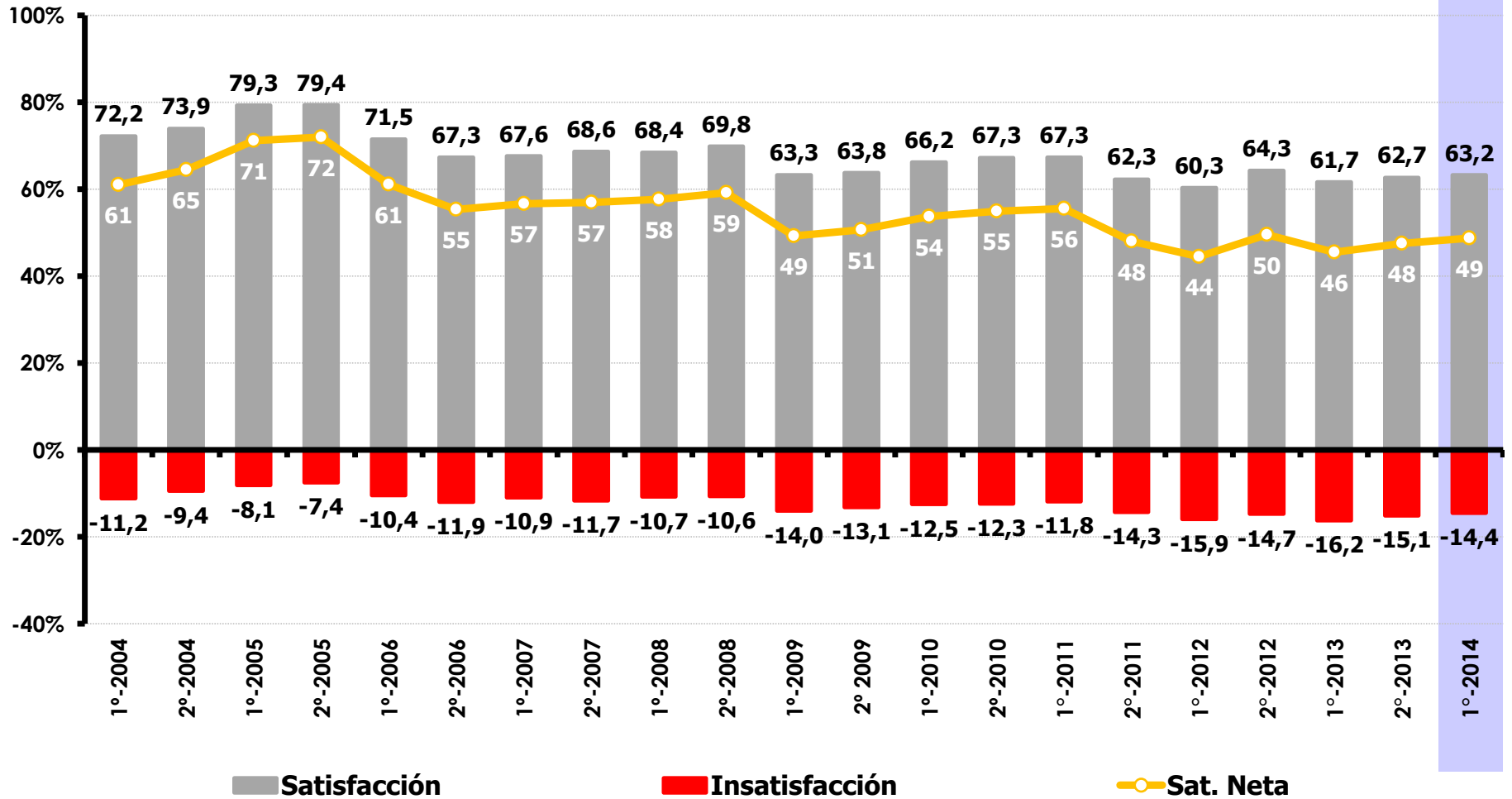
Escala de Representación Gráfica de Satisfacción, Insatisfacción y Satisfacción Neta



I. Evolutivos Indicadores de Servicio

I. Evolución Satisfacción Global con el Servicio

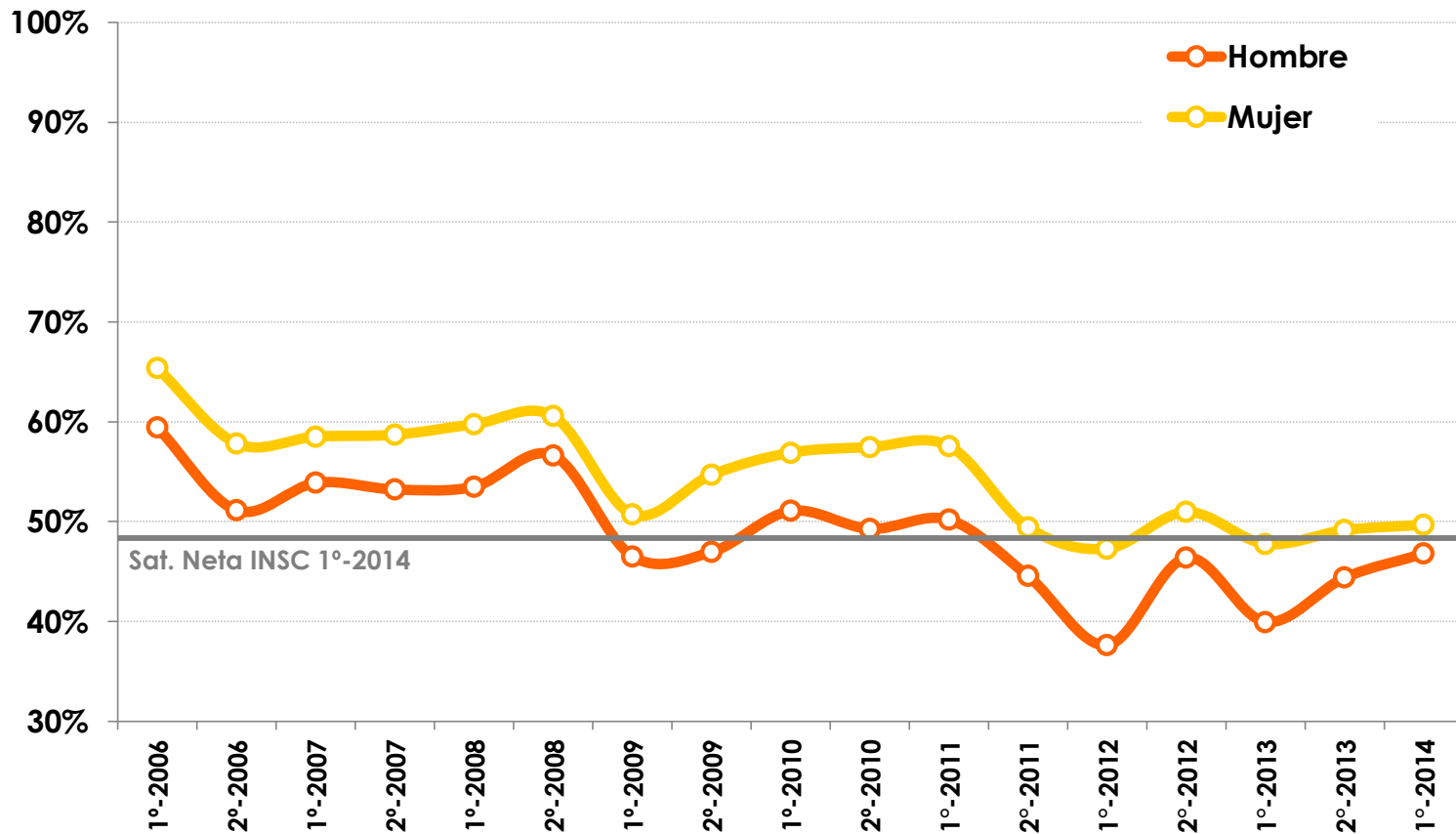
Base total 16.100 entrevistas



El uso de colores detrás de las barras indican diferencias significativas respecto a la medición anterior

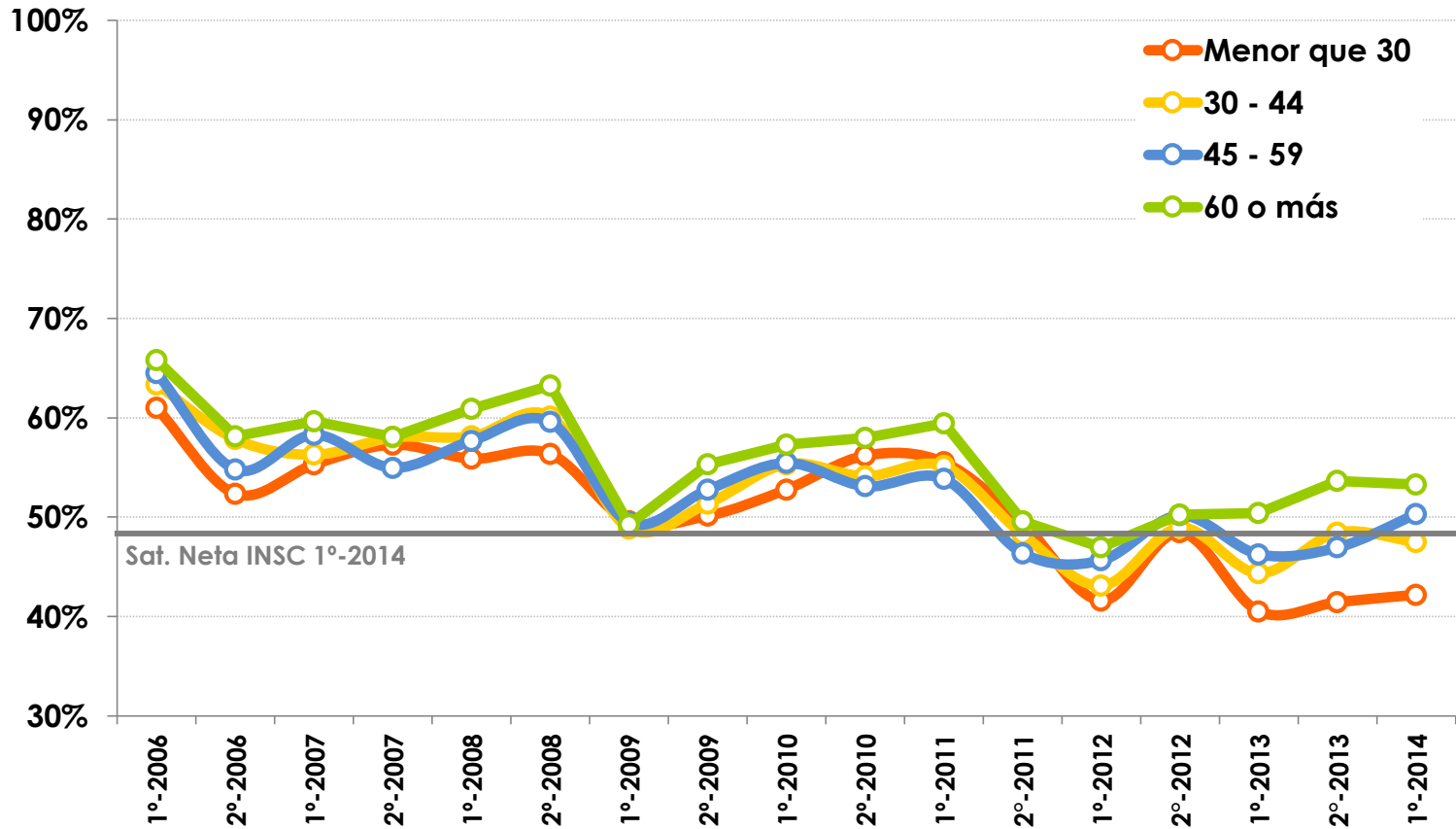
Satisfacción Neta con el Servicio, según Género

Base Total 16.100 entrevistas



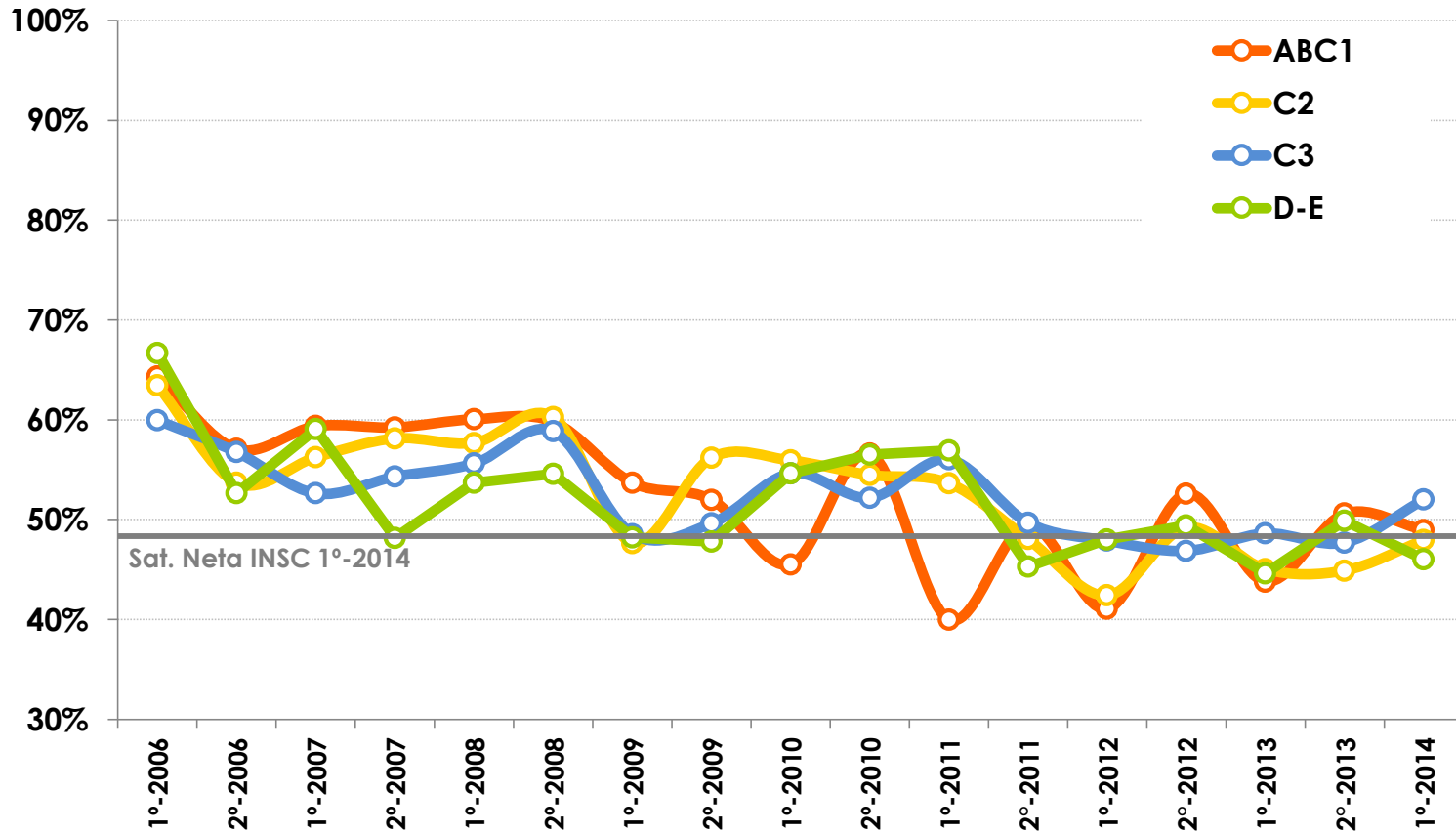
Satisfacción Neta con el Servicio, según Edad

Base Total 16.100 entrevistas



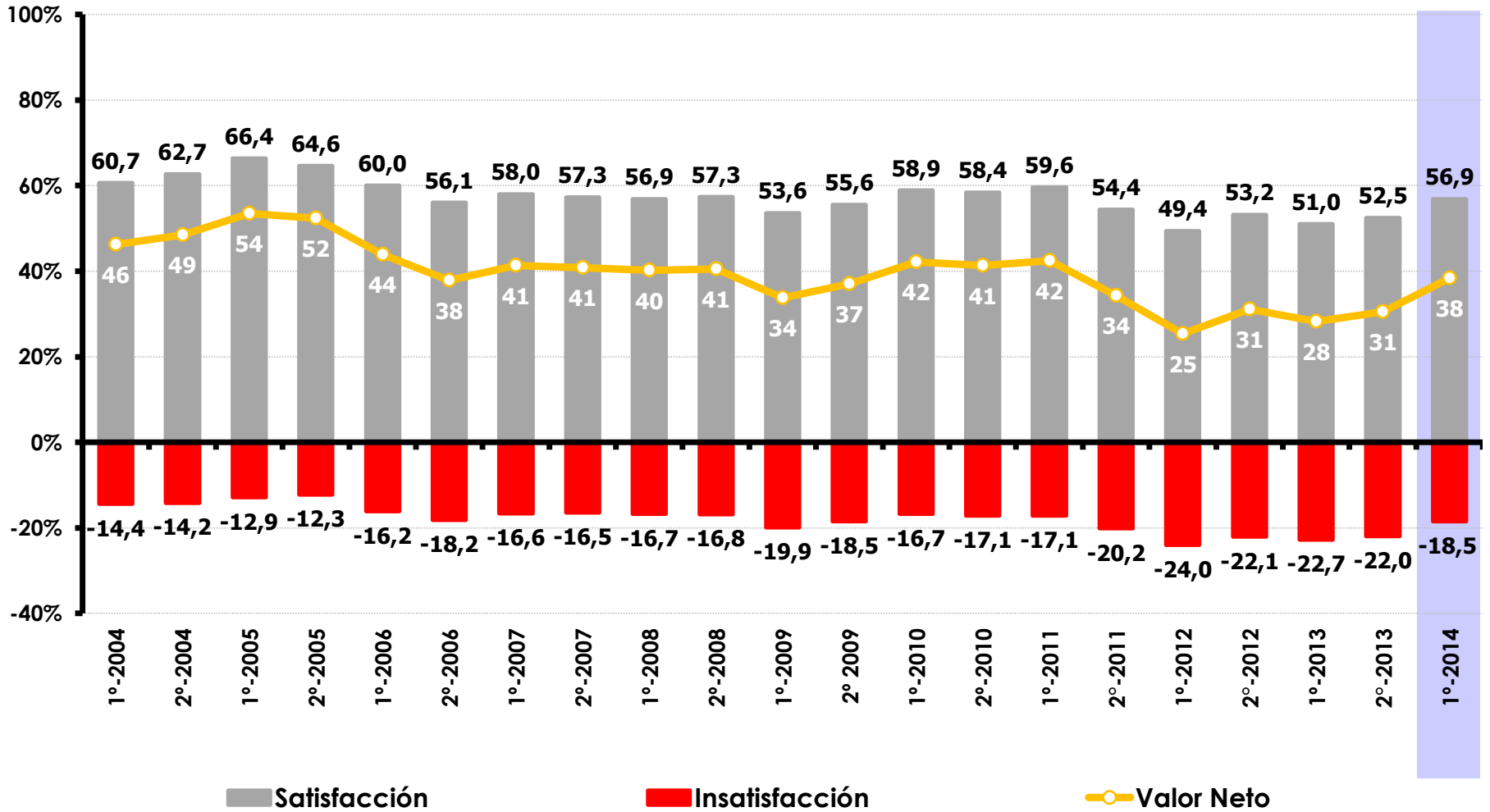
Satisfacción Neta con el Servicio, según GSE

Base Total 16.100 entrevistas



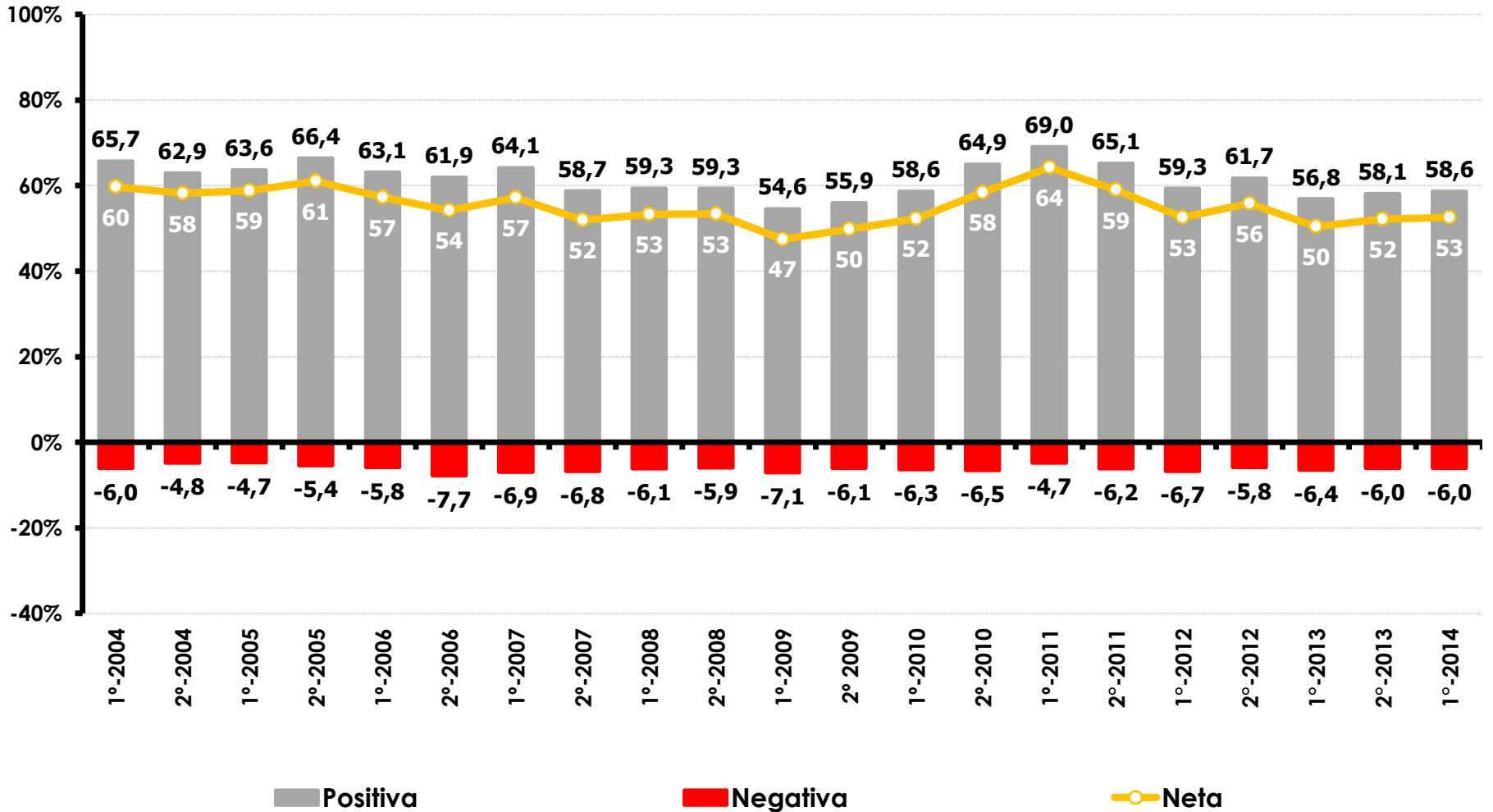
Evolución Satisfacción Dado Precio

Base total 16.100 entrevistas



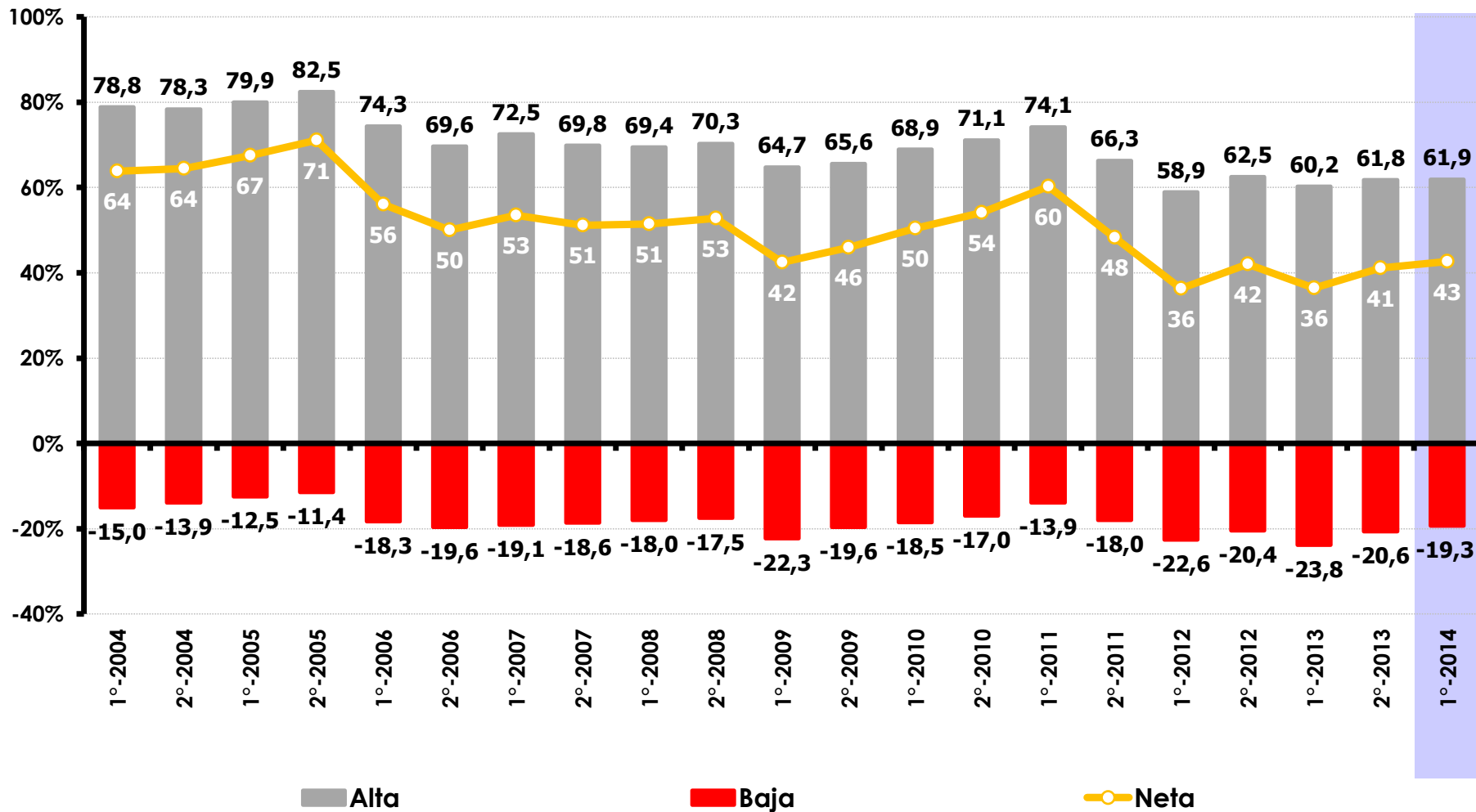
Evolución Recomendación

Base total 16.100 entrevistas



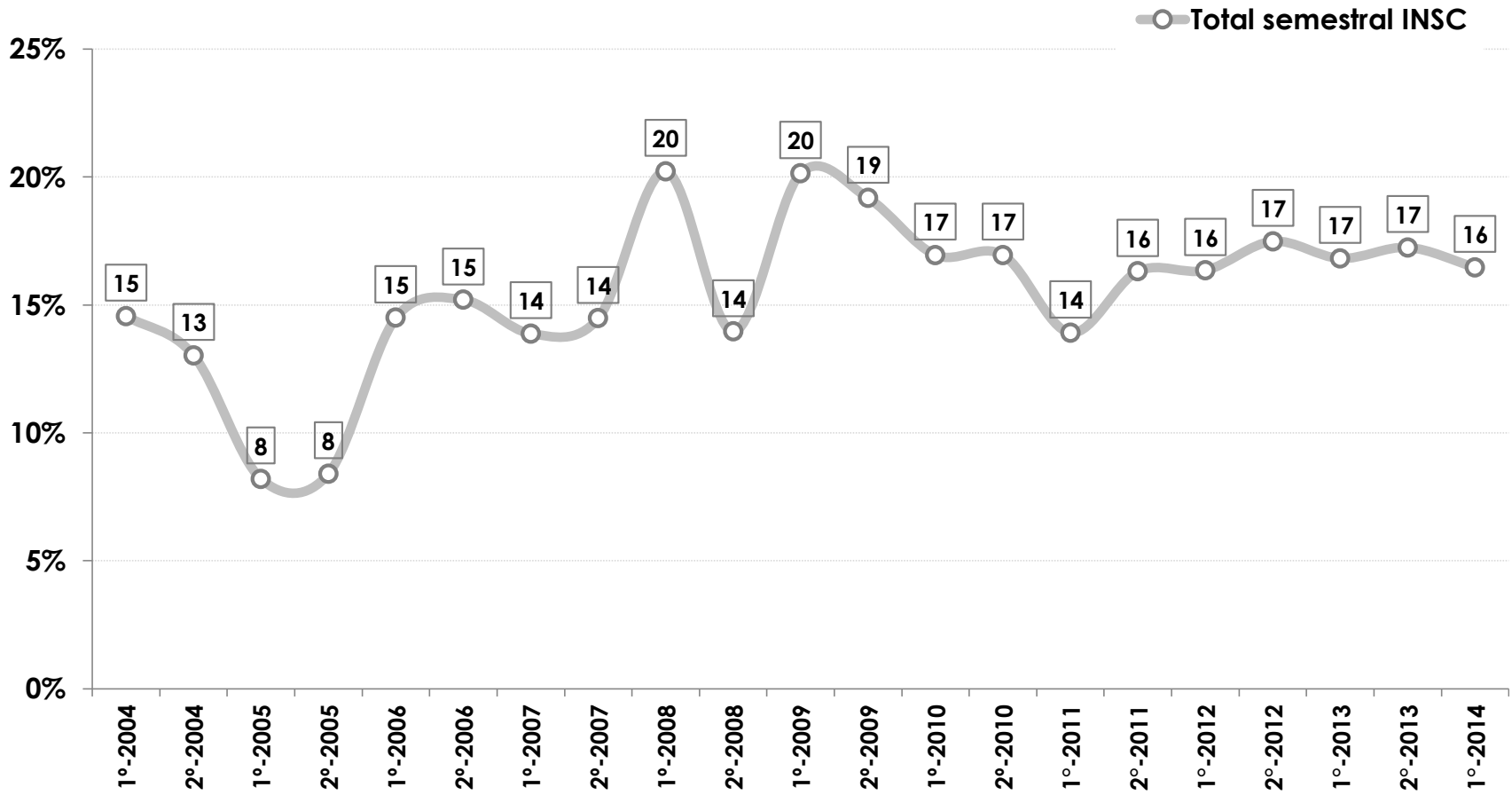
Evolución Permanencia

Base total 16.100 entrevistas



Evolutivo Problemas en el Servicio

% Si



II. Indicadores de Servicio por Sector

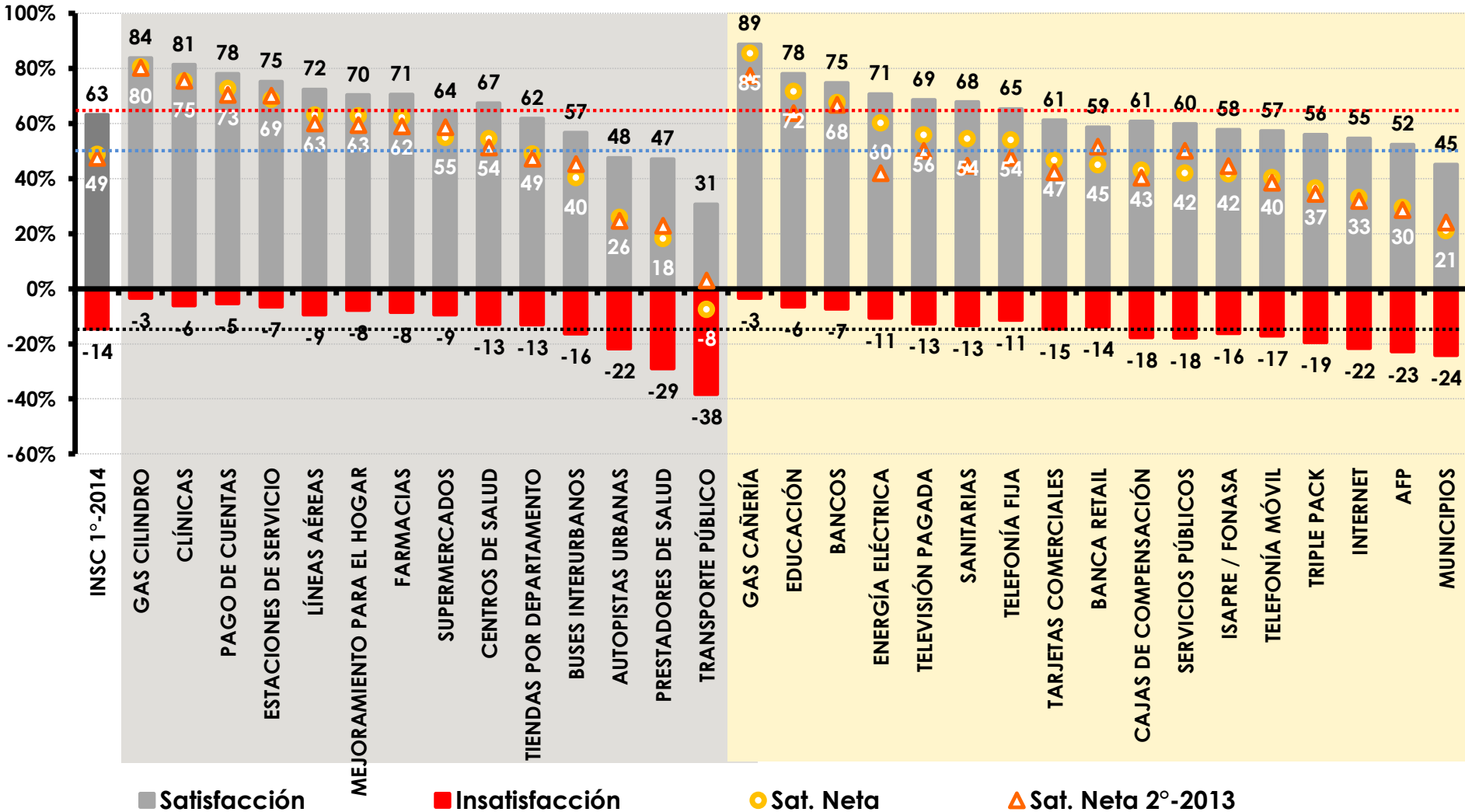
Satisfacción Global con el Servicio

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

PRIMER SEMESTRE 2014

Sectores Transaccionales

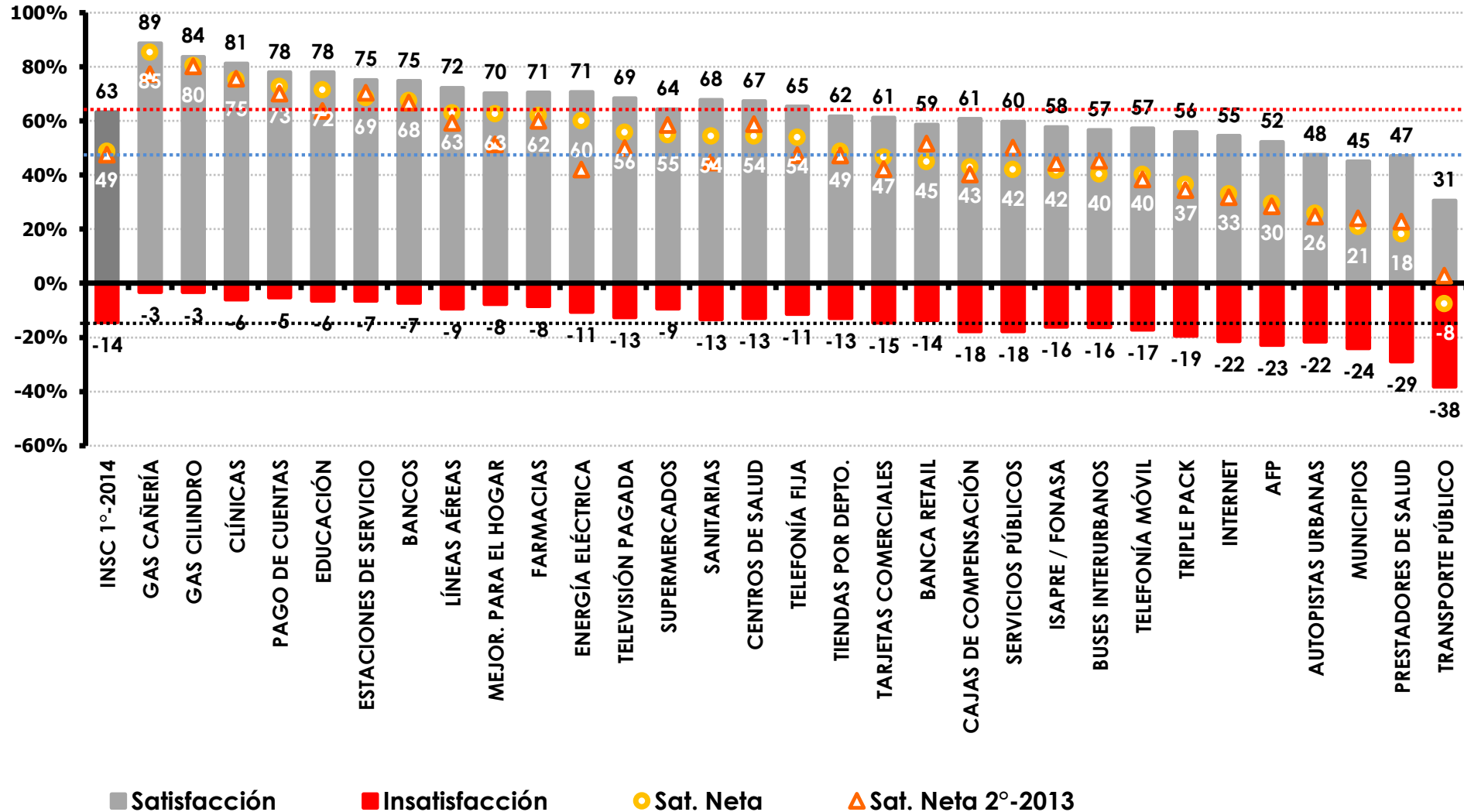
Sectores de Membresía



Satisfacción Global con el Servicio

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

PRIMER SEMESTRE 2014



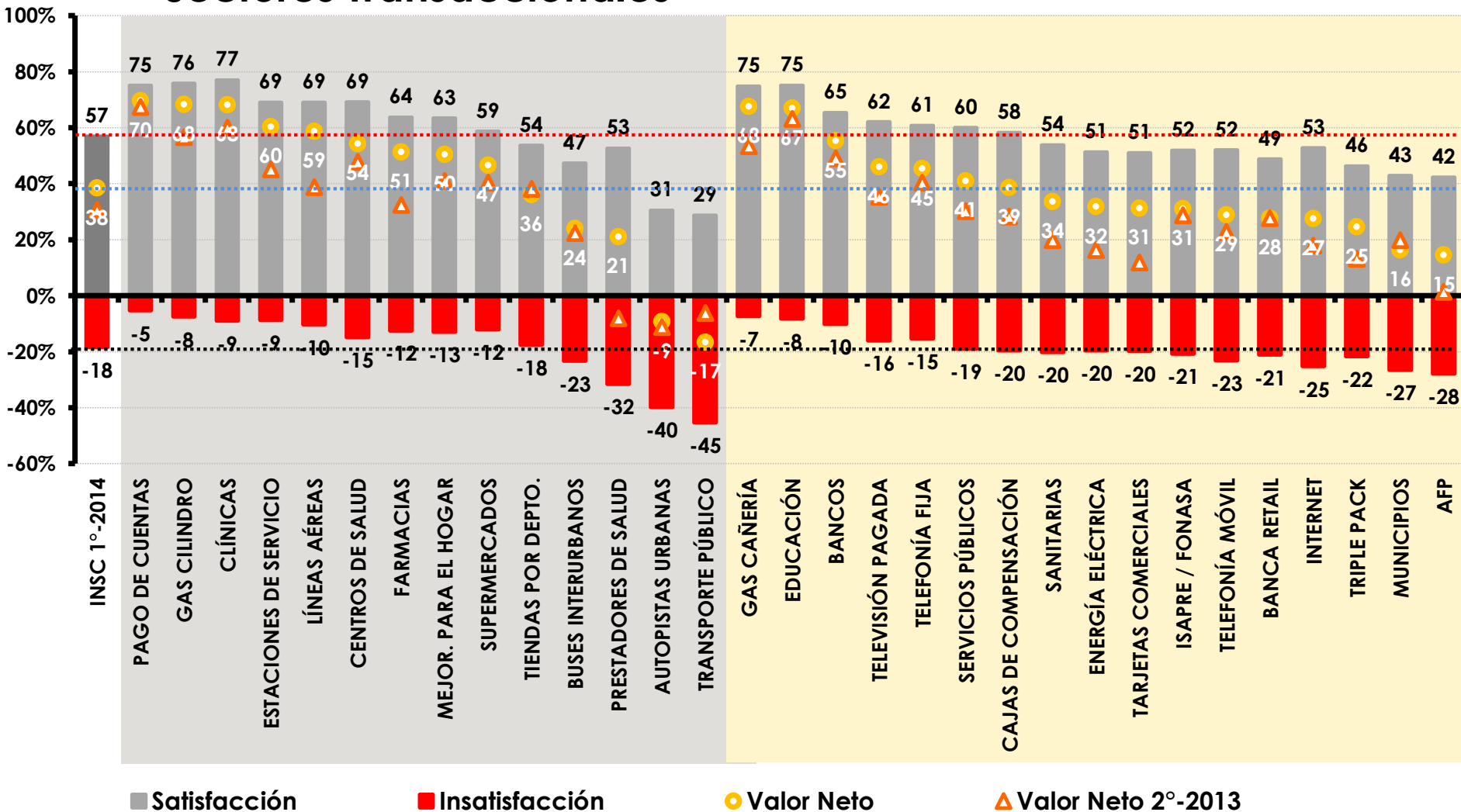
Satisfacción Dado Precio

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

PRIMER SEMESTRE 2014

Sectores Transaccionales

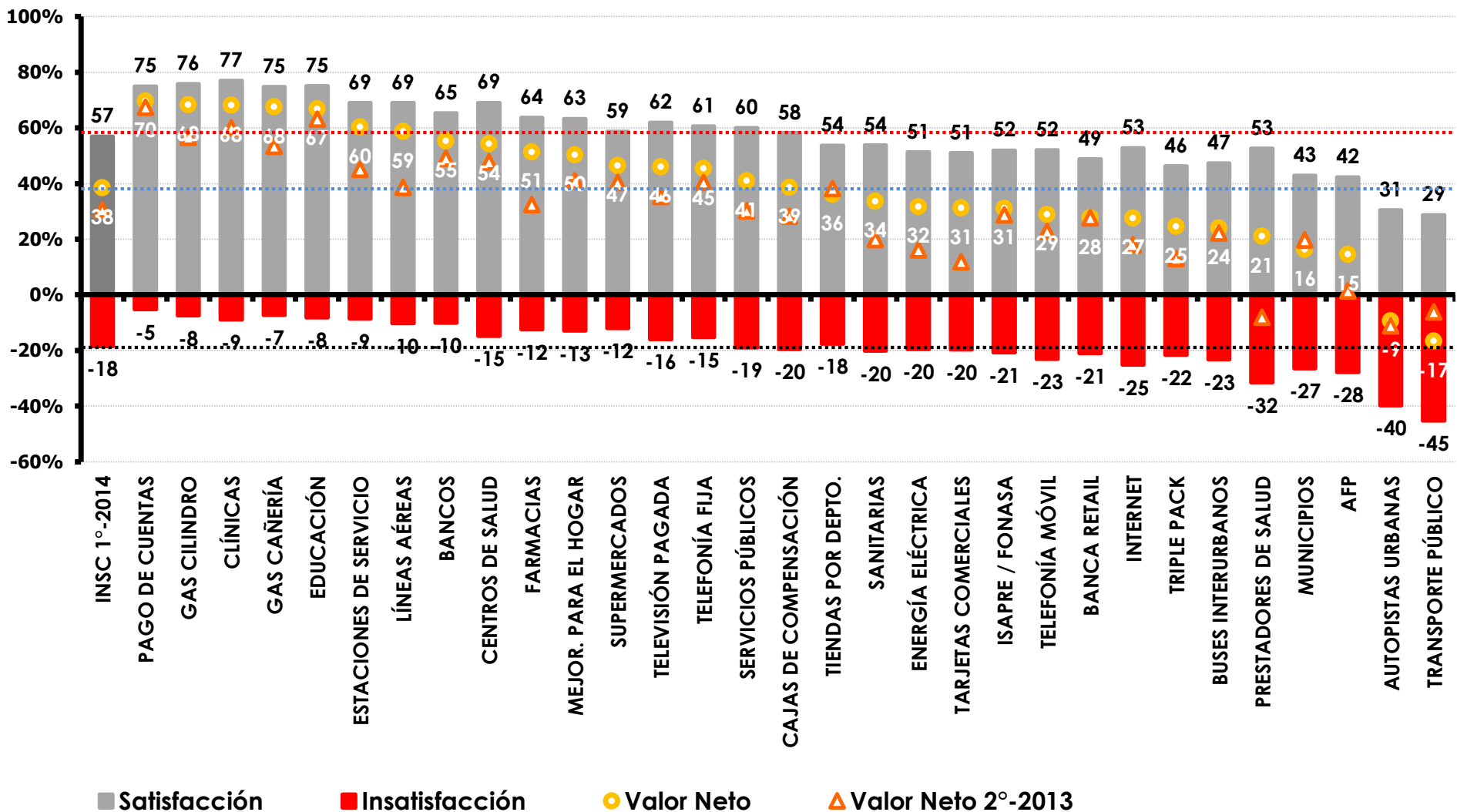
Sectores de Membresía



Satisfacción Dado Precio

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

PRIMER SEMESTRE 2014

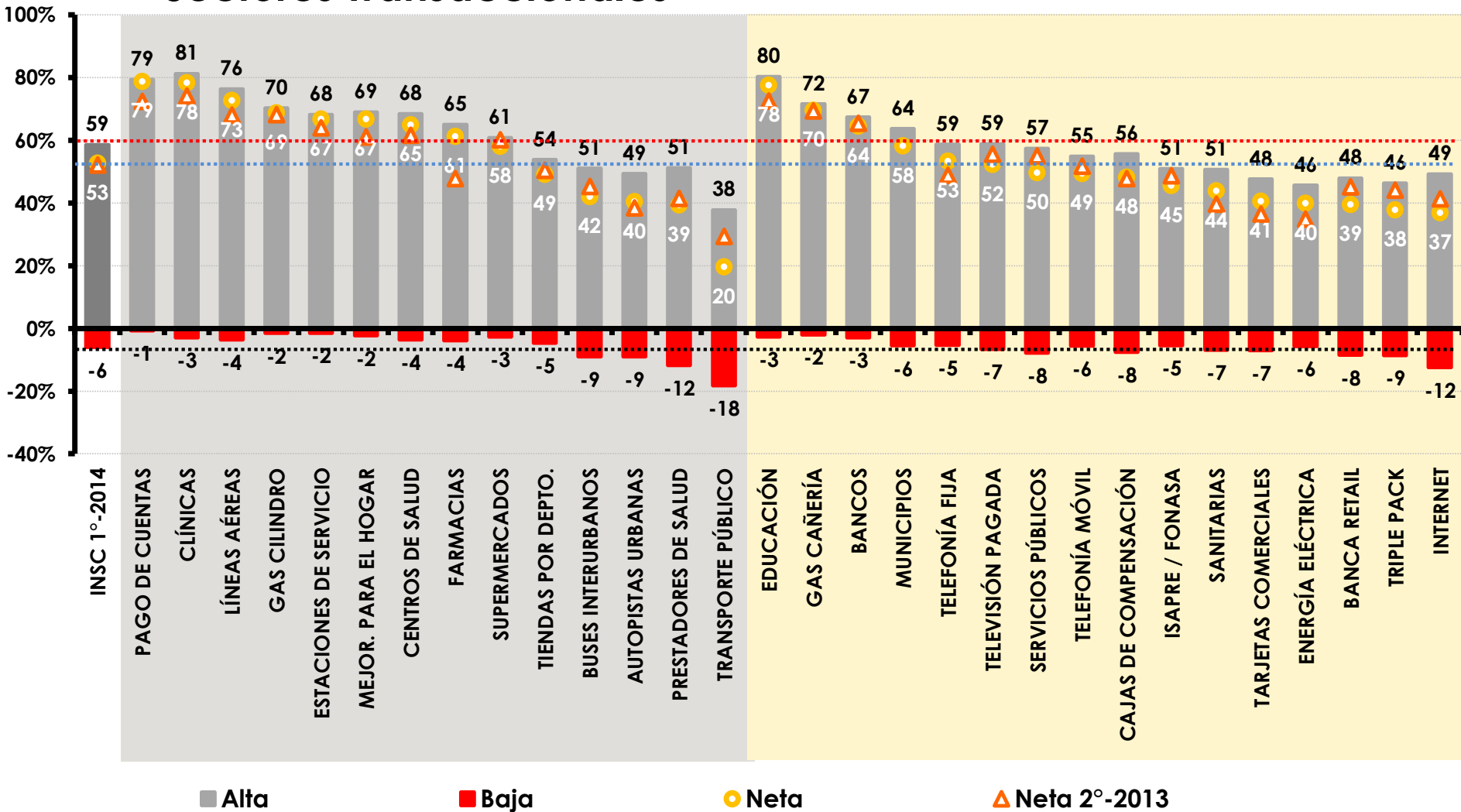


Recomendación

¿Cuál de las siguientes expresiones describe mejor su disposición a recomendar esta Empresa?, donde 1 es recomendaría negativamente, 2 no haría ningún tipo de recomendación y 3 recomendaría positivamente
PRIMER SEMESTRE 2014

Sectores Transaccionales

Sectores de Membresía



■ Alta

■ Baja

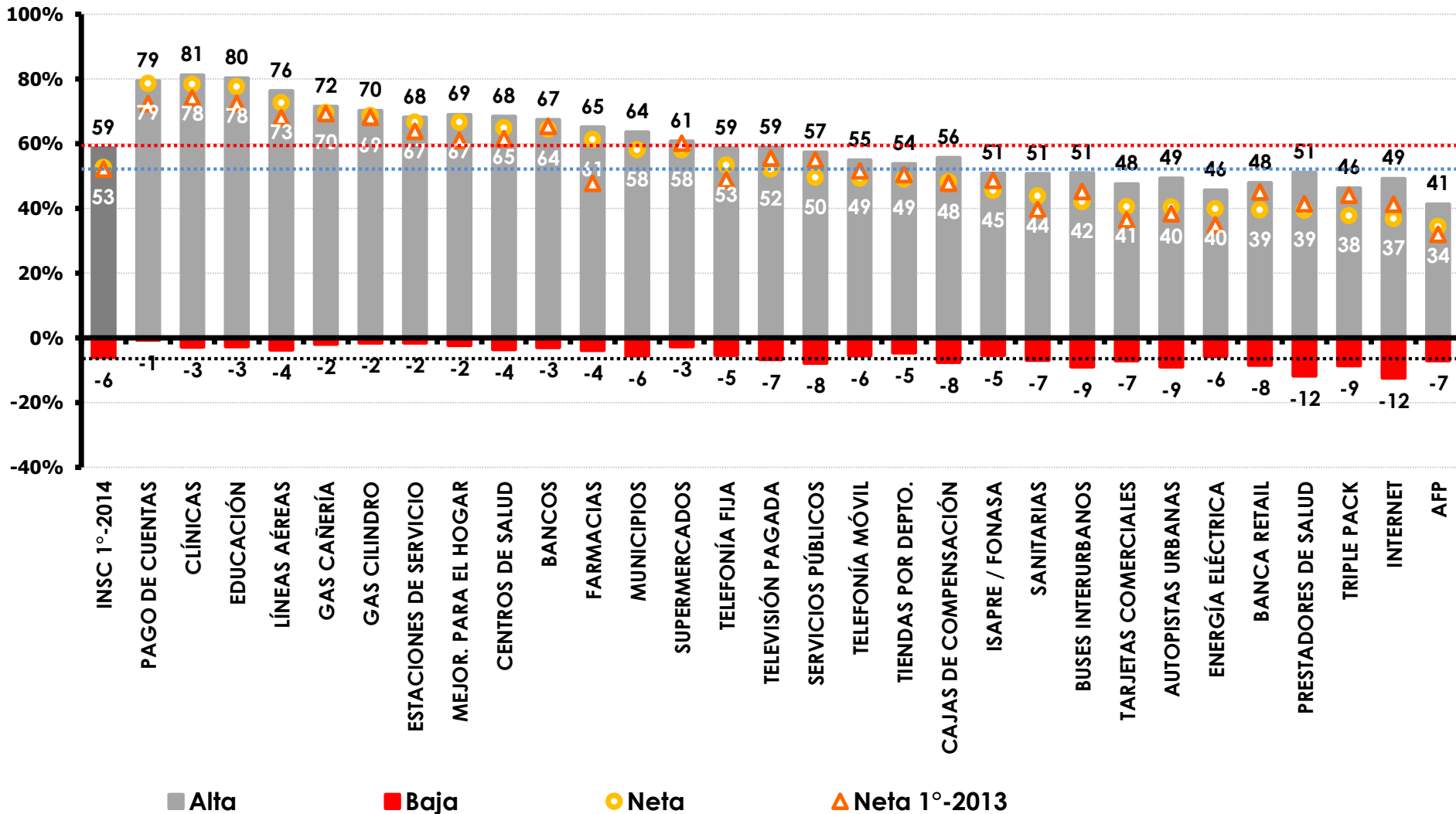
● Neta

▲ Neta 2º-2013

Recomendación

¿Cuál de las siguientes expresiones describe mejor su disposición a recomendar esta Empresa?, donde 1 es recomendaría negativamente, 2 no haría ningún tipo de recomendación y 3 recomendaría positivamente

PRIMER SEMESTRE 2014



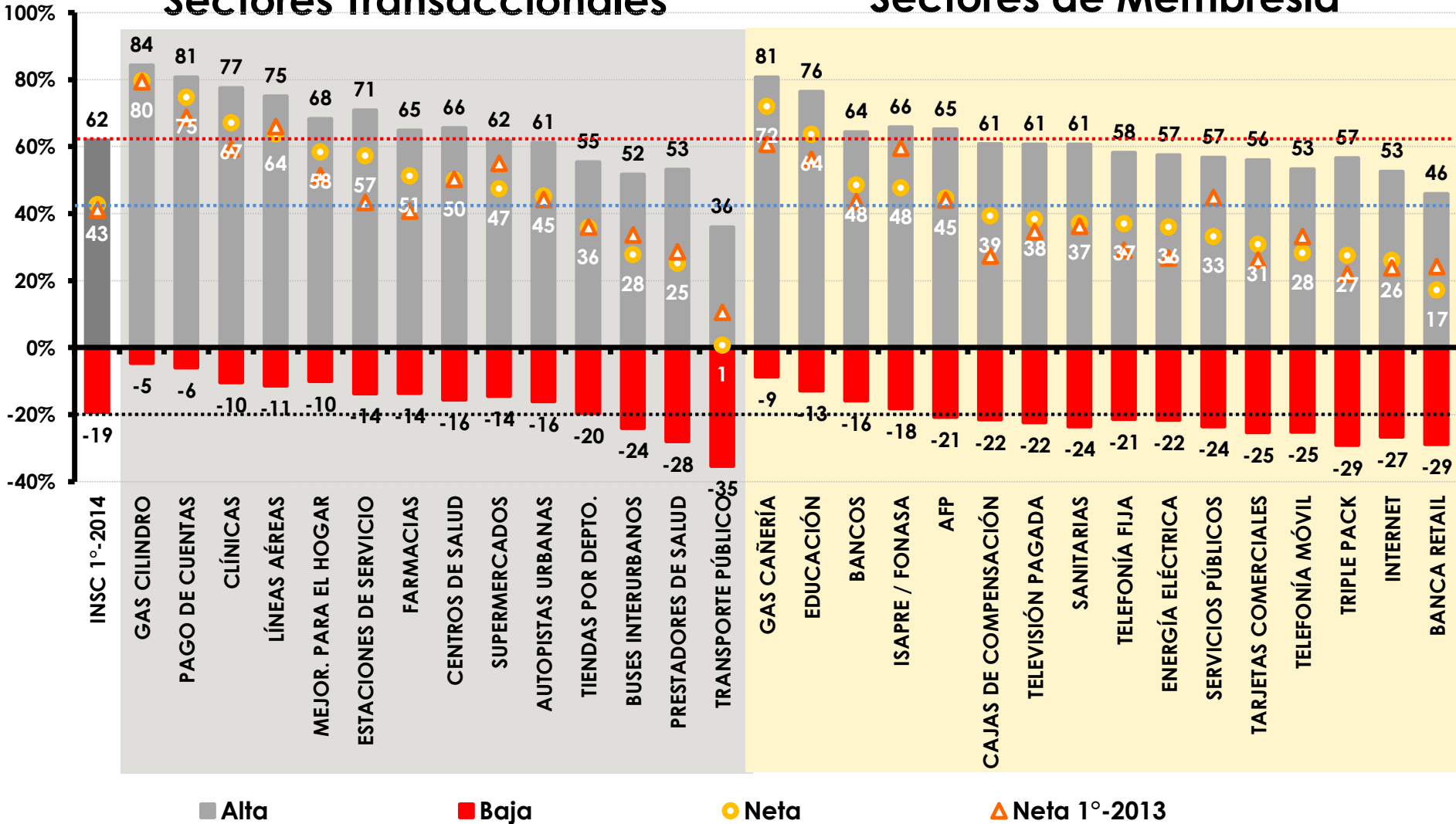
Permanencia

¿Qué intención tiene Ud. de cambiarse de esta Empresa?, utilice una escala 1 a 7, donde 1 es 'Con toda seguridad se cambiará' y 7 'con toda seguridad no se cambiará'

PRIMER SEMESTRE 2014

Sectores Transaccionales

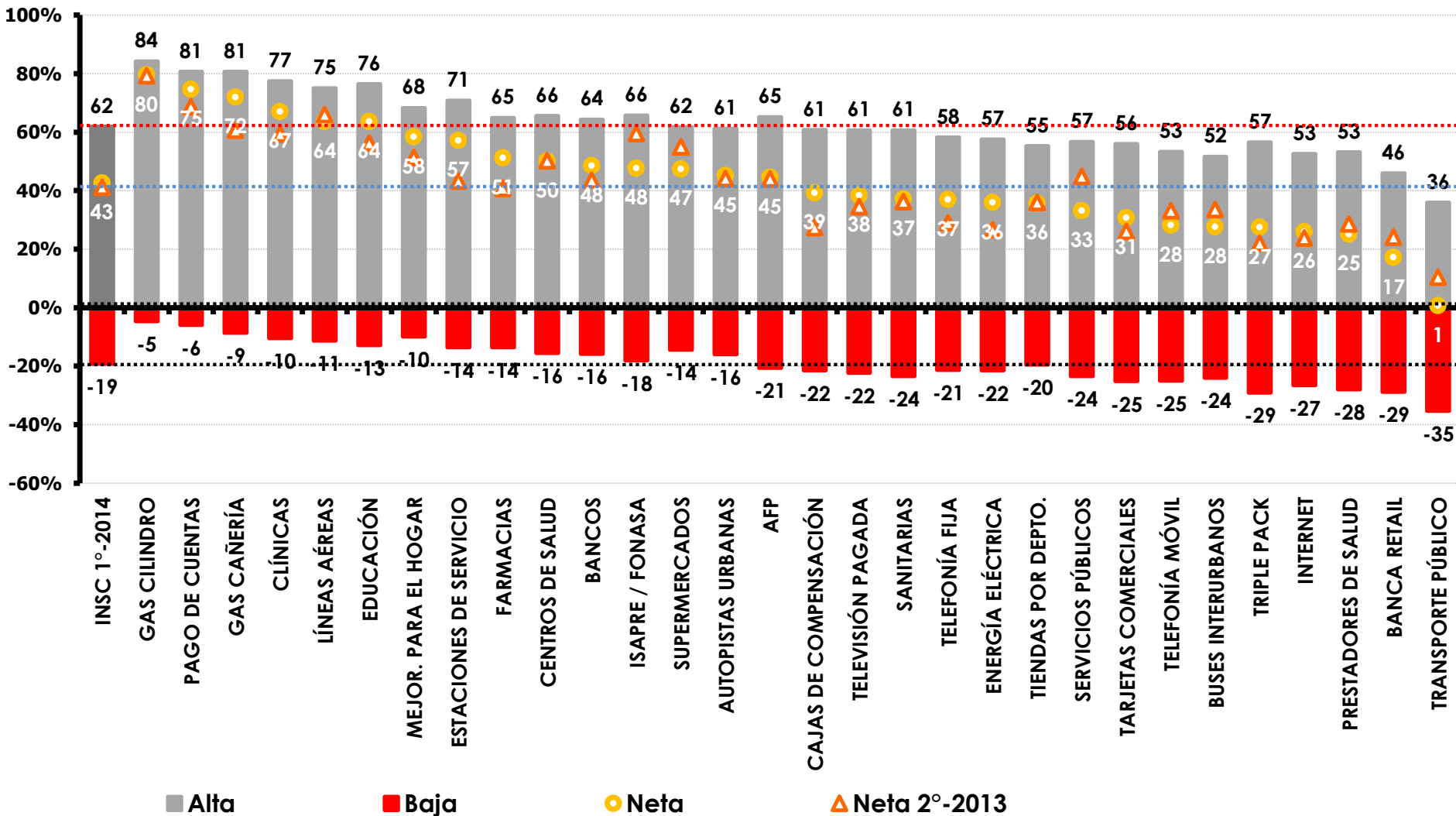
Sectores de Membresía



Permanencia

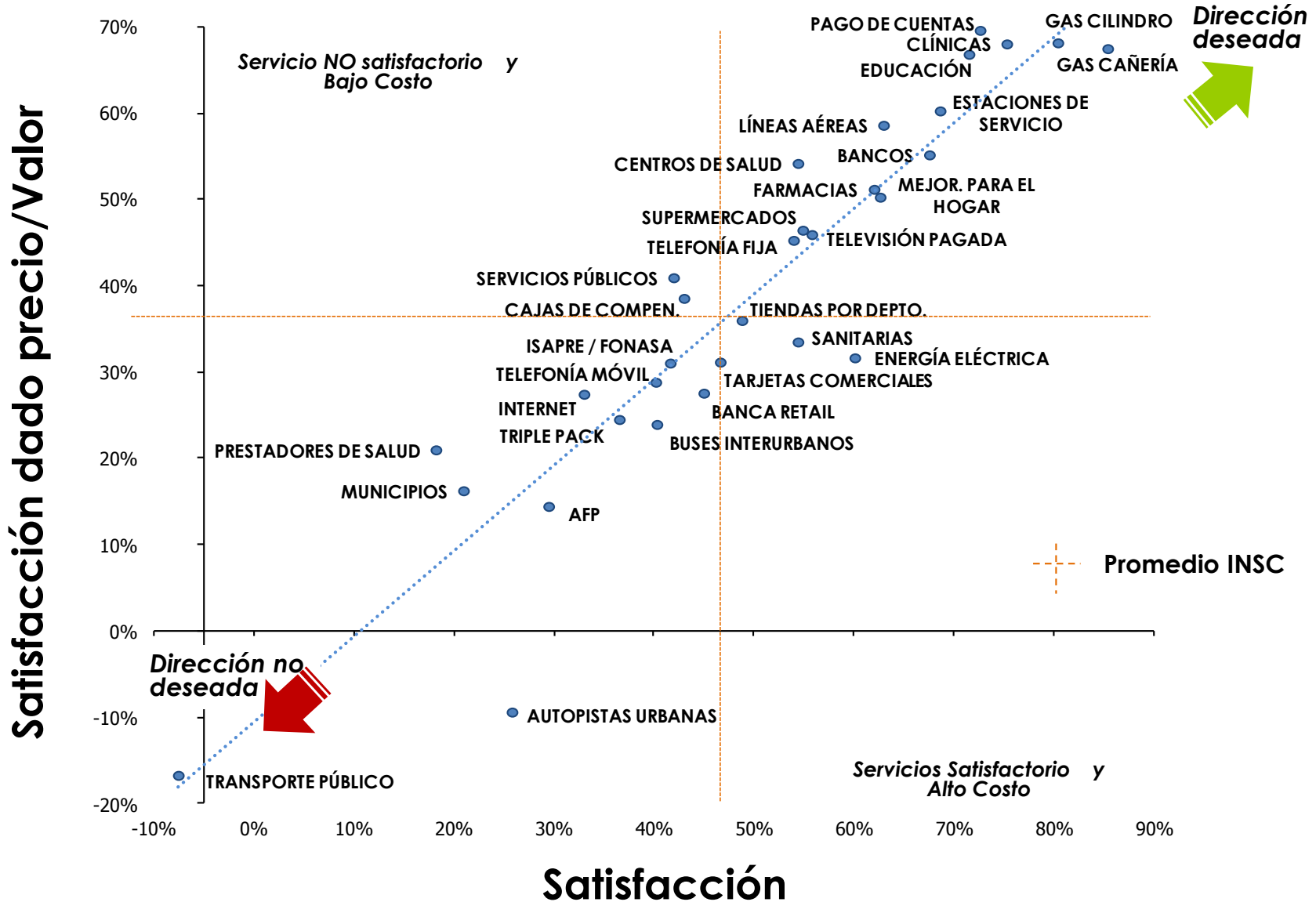
¿Qué intención tiene Ud. de cambiarse de esta Empresa?, utilice una escala 1 a 7, donde 1 es 'Con toda seguridad se cambiará' y 7 'con toda seguridad no se cambiará'

PRIMER SEMESTRE 2014

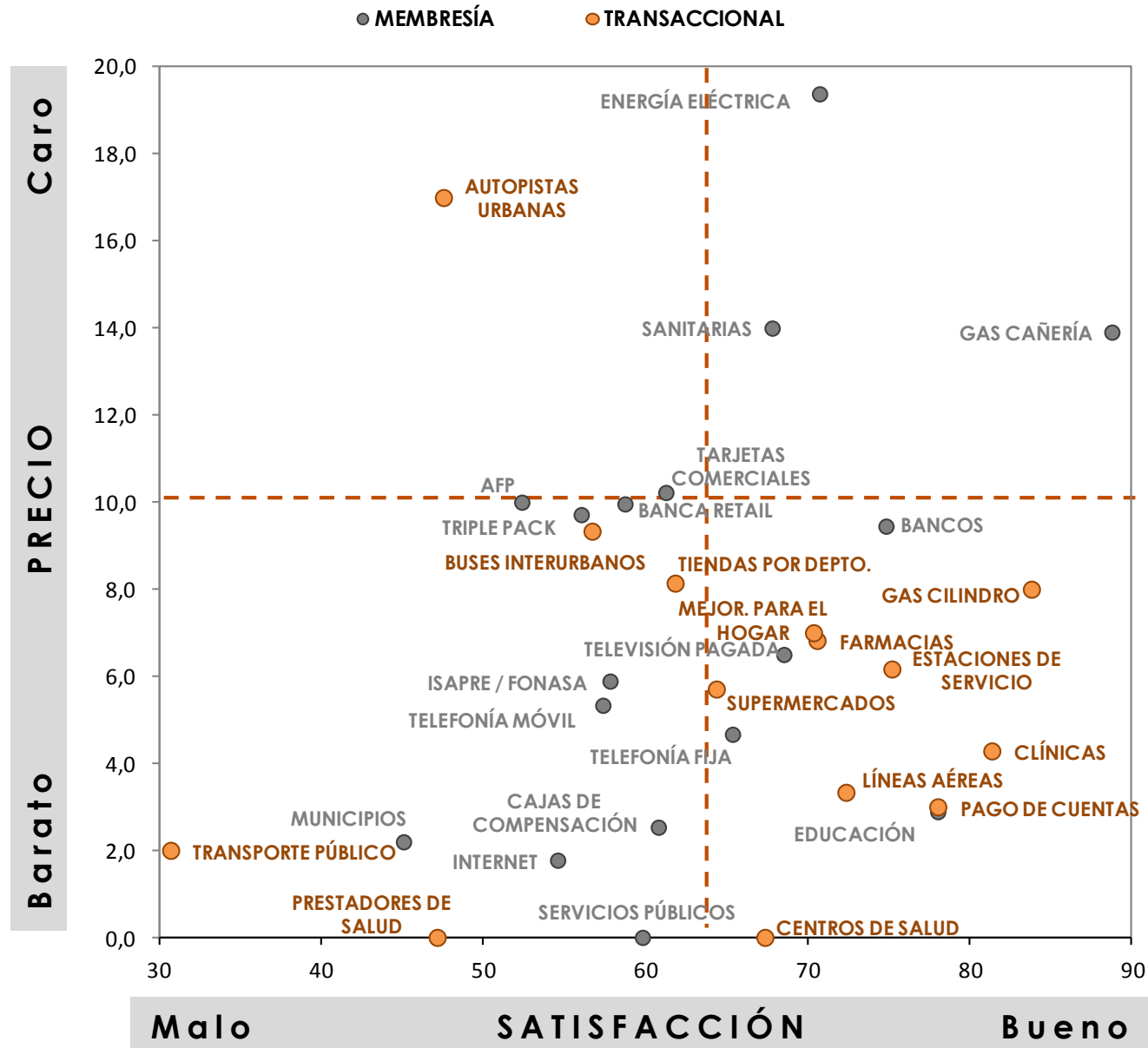


Mapa Satisfacción Valor (Satisfacción dado Precio)

Para Ambos Parámetros se Presentan los valores netos (% de notas 6 y 7 menos % de notas 1 a 4)
PRIEMR SEMESTRE 2014



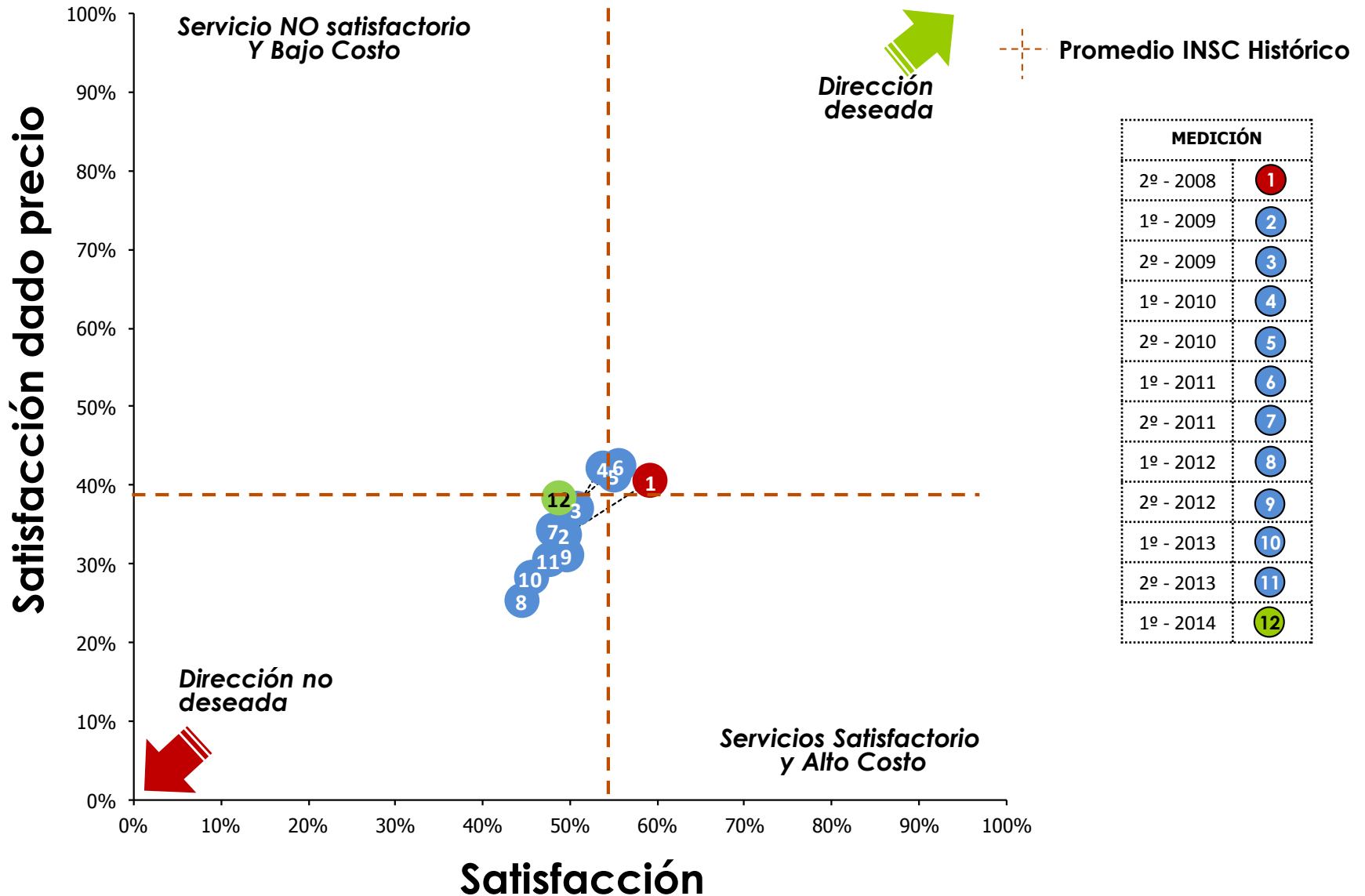
Matriz de la Satisfacción por el Precio



Mapa Satisfacción Valor (Satisfacción dado Precio)

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

Total semestral INSC



III. Resultados por Industria

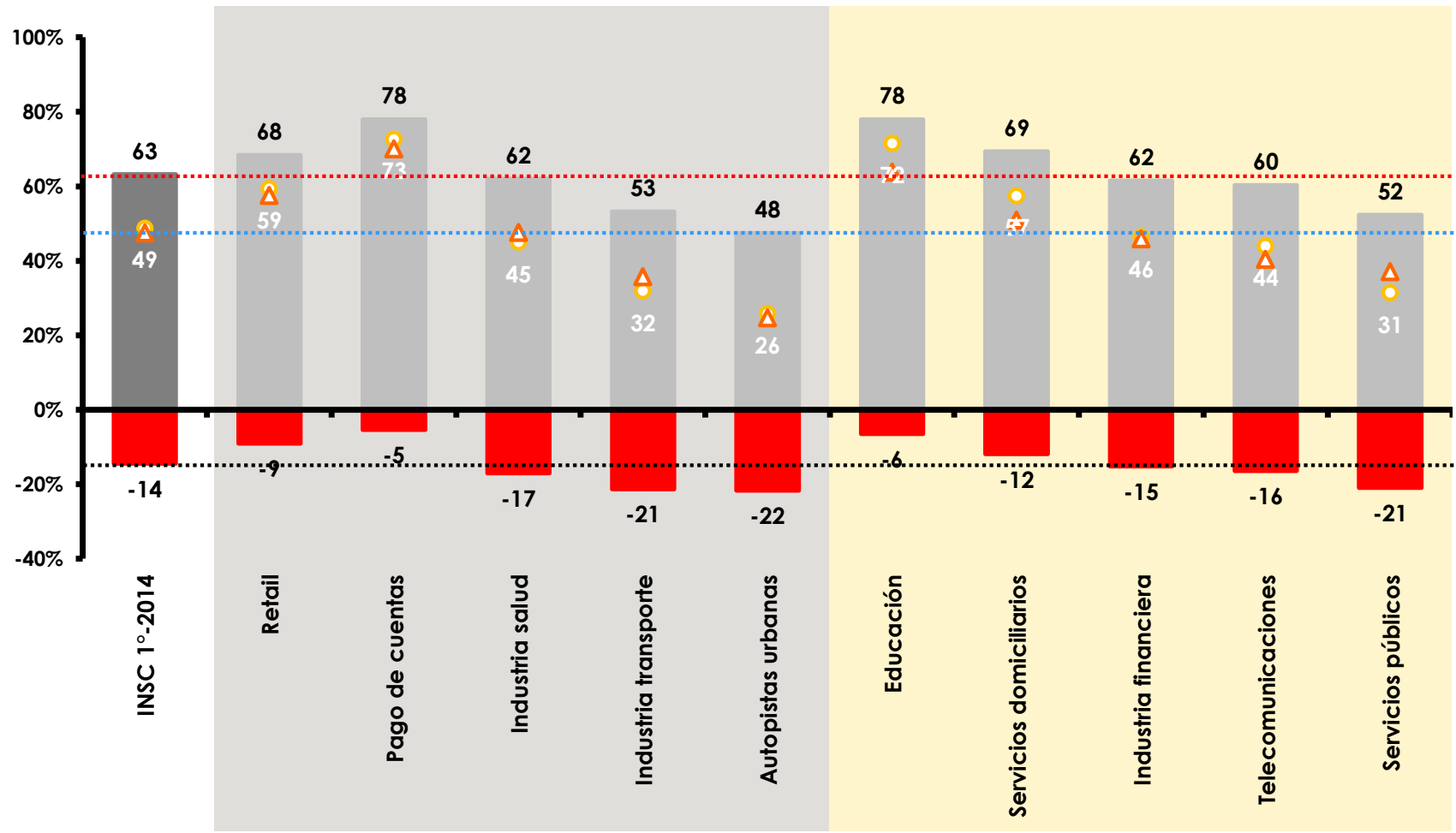
Resultados por Industria

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

PRIMER SEMESTRE 2014

Sectores Transaccionales

Sectores de Membresía

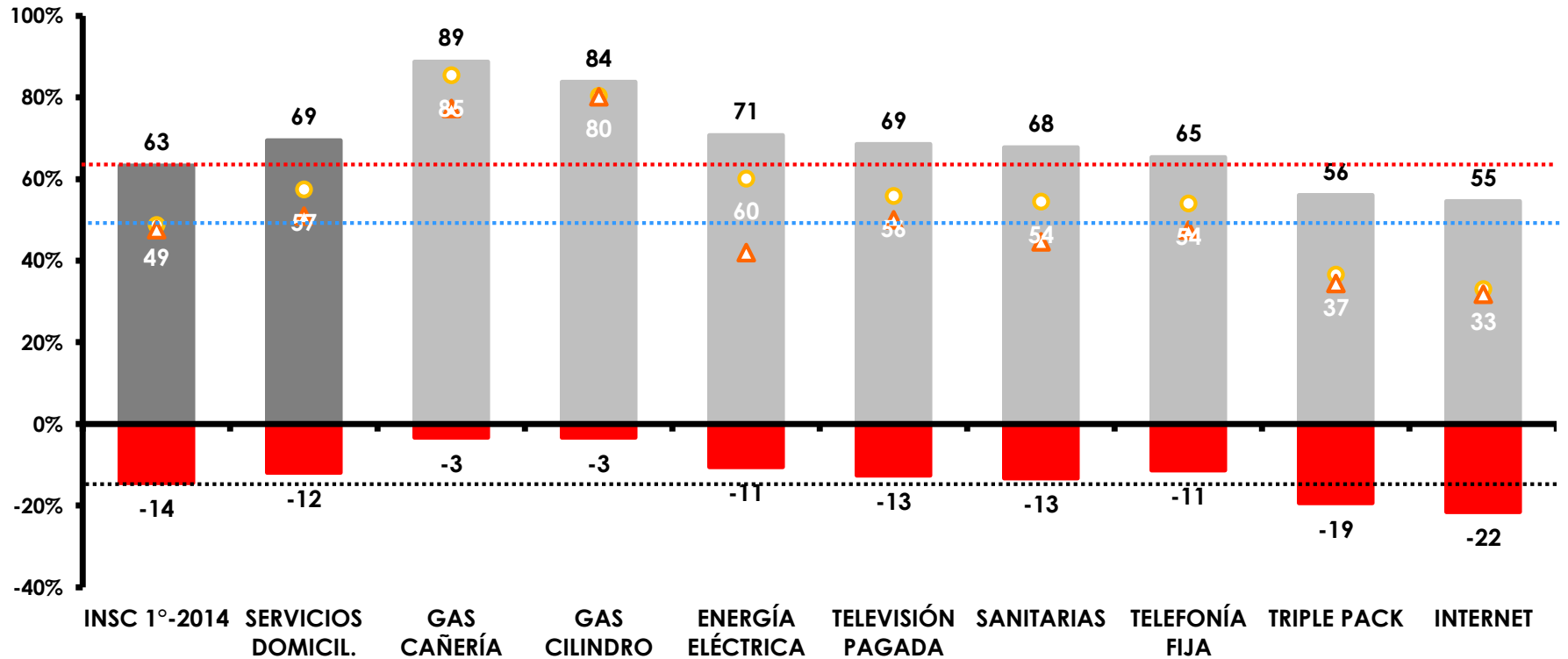


■ Satisfacción ■ Insatisfacción ● Sat. Neta ▲ Neta 2º-2013

Sectores de Servicios Domiciliarios

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

PRIMER SEMESTRE 2014

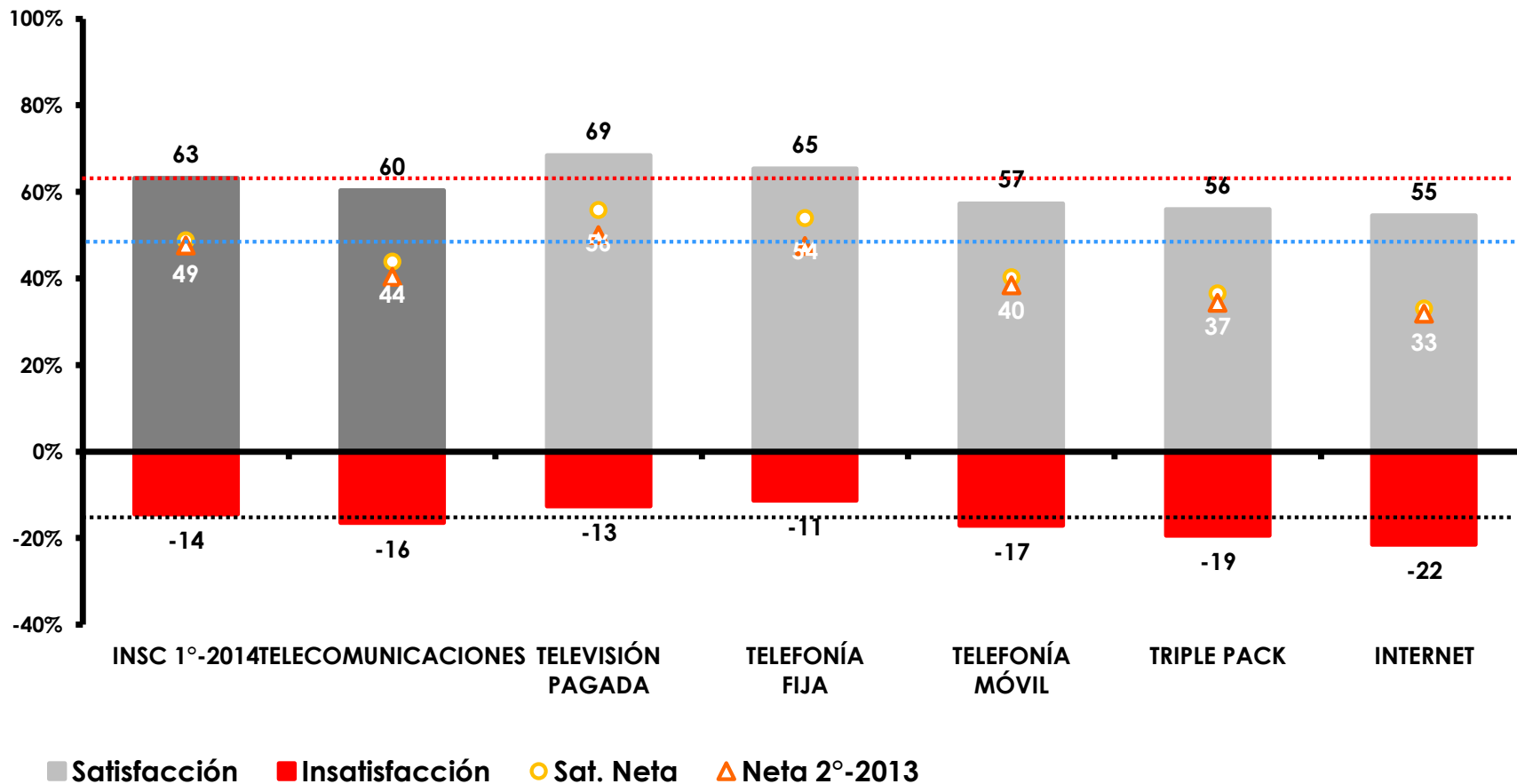


■ Satisfacción
 ■ Insatisfacción
 ● Sat. Neta
 ▲ Neta 2°-2013

Sectores de Telecomunicaciones

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

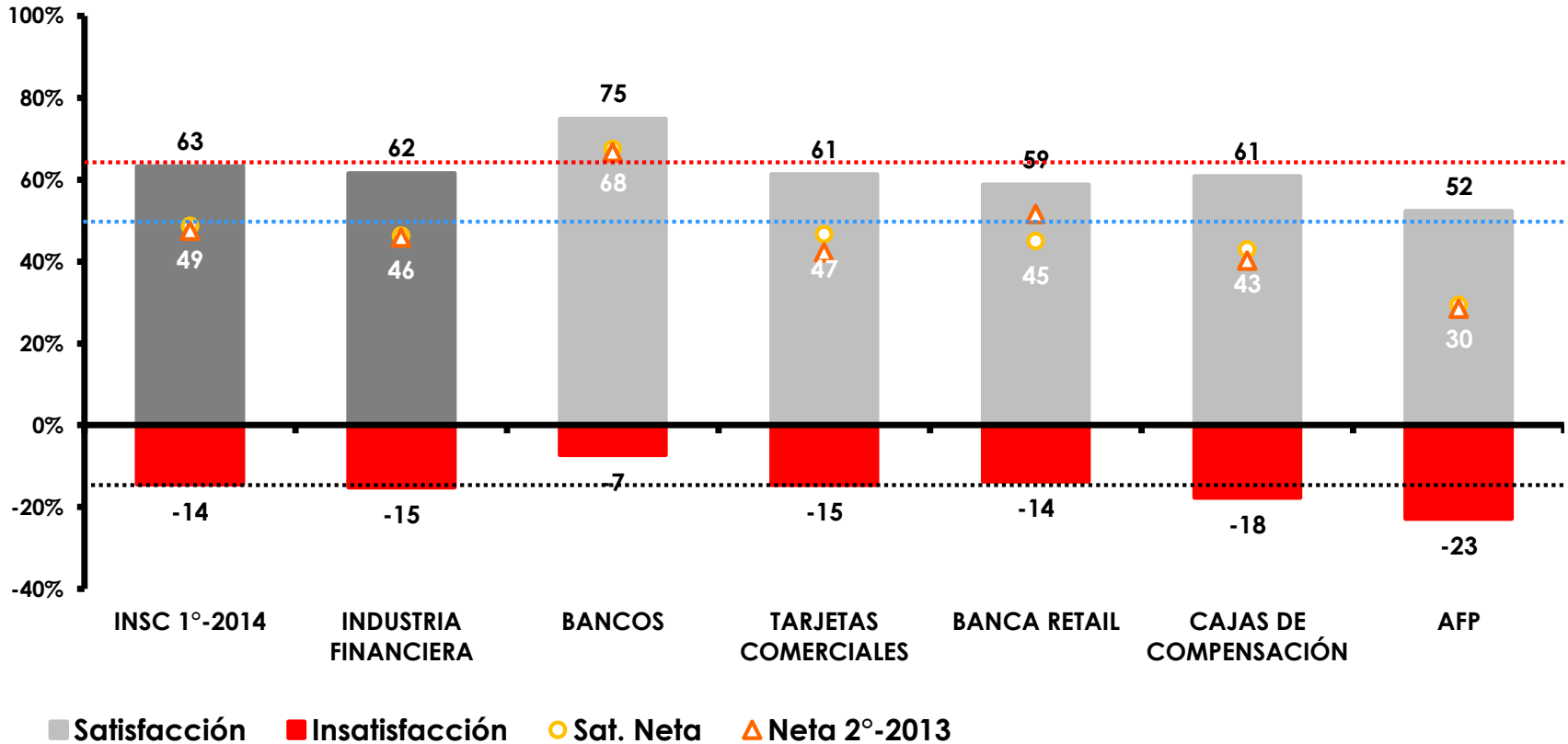
PRIMER SEMESTRE 2014



Sectores Financieros

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

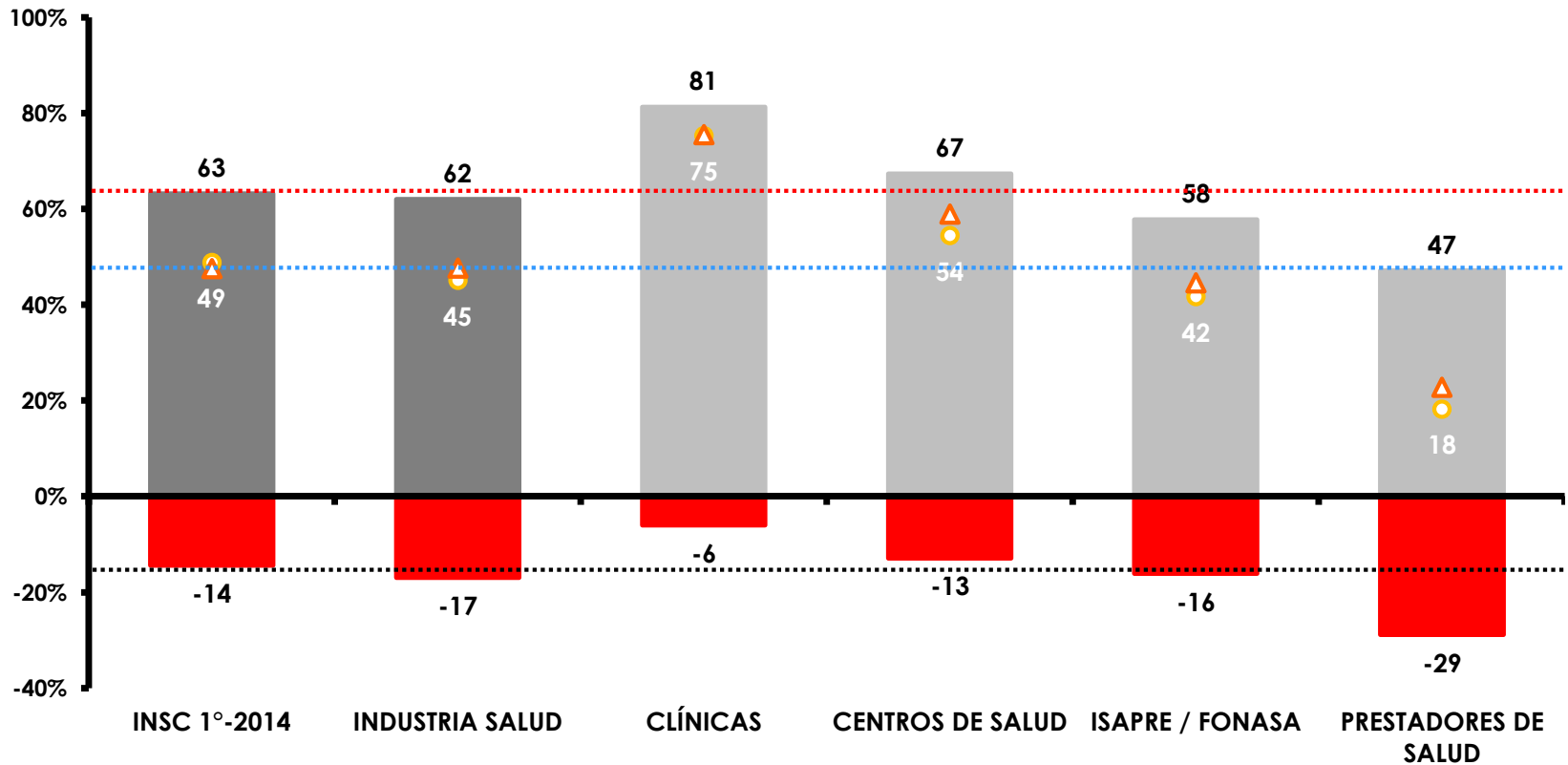
PRIMER SEMESTRE 2014



Sectores de la Salud

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

PRIMER SEMESTRE 2014

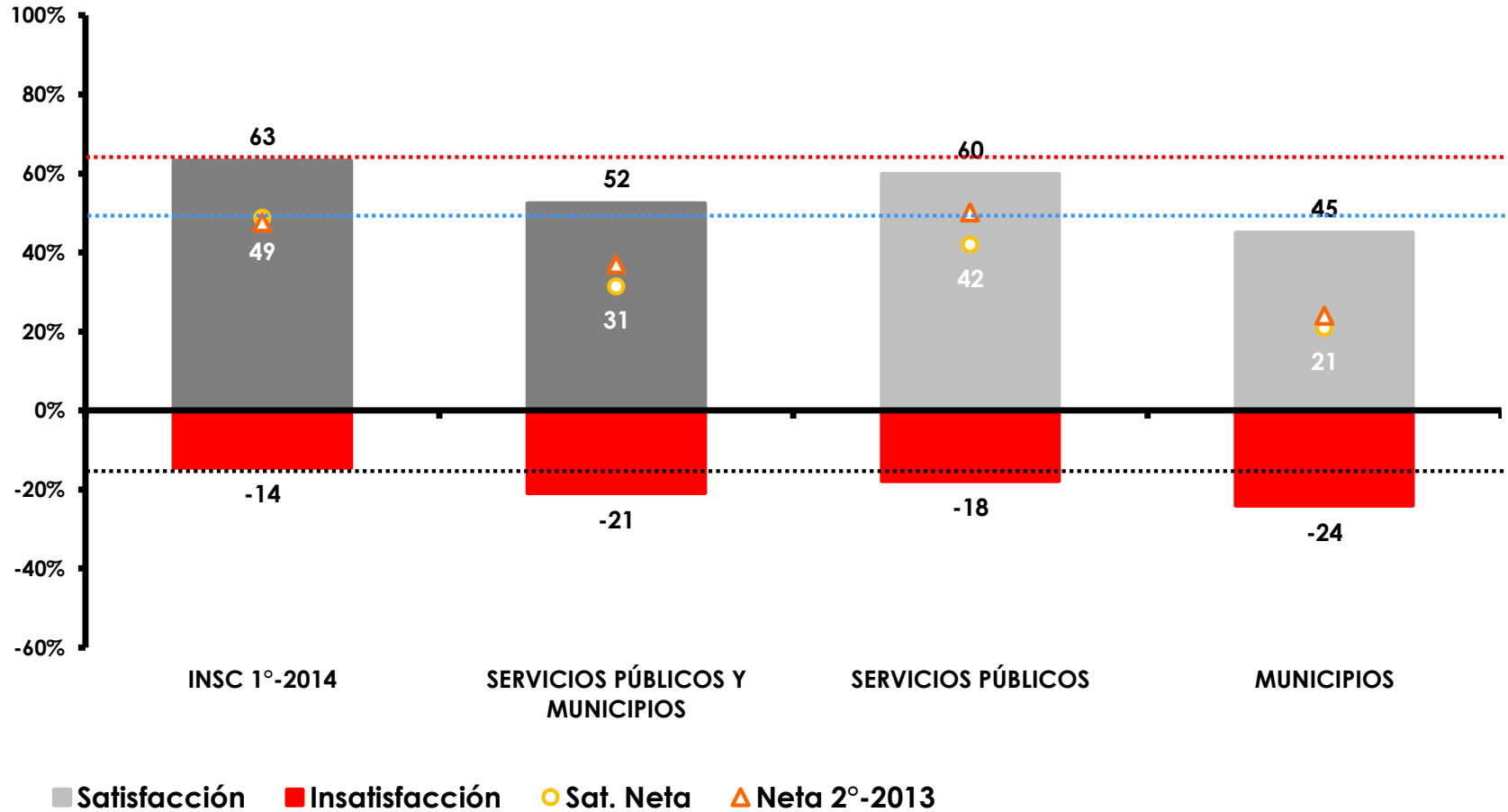


Satisfacción
 Insatisfacción
 Sat. Neta
 Neta 2°-2013

Sector Servicios Públicos y Municipios

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

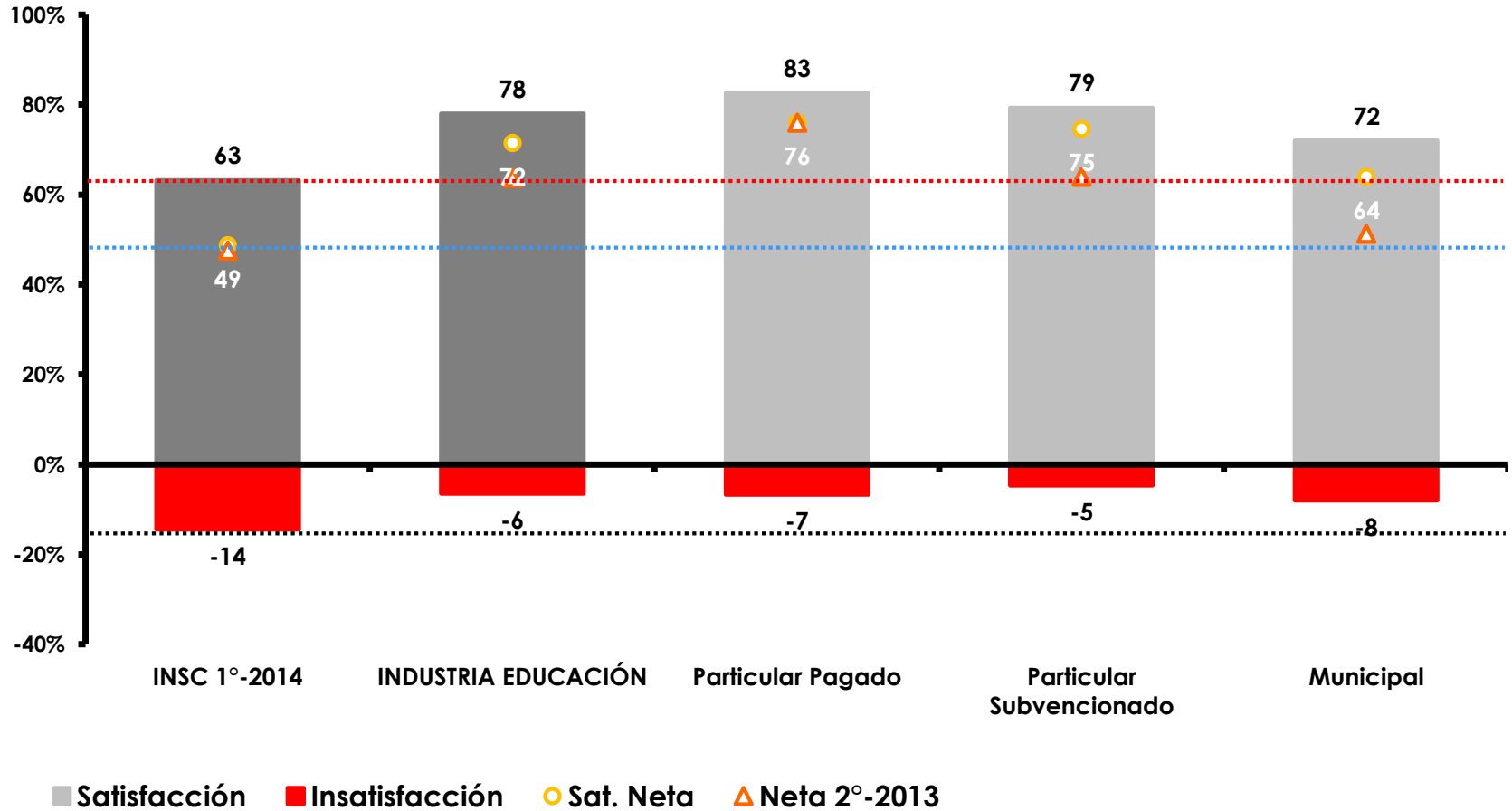
PRIMER SEMESTRE 2014



Sector Educación

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

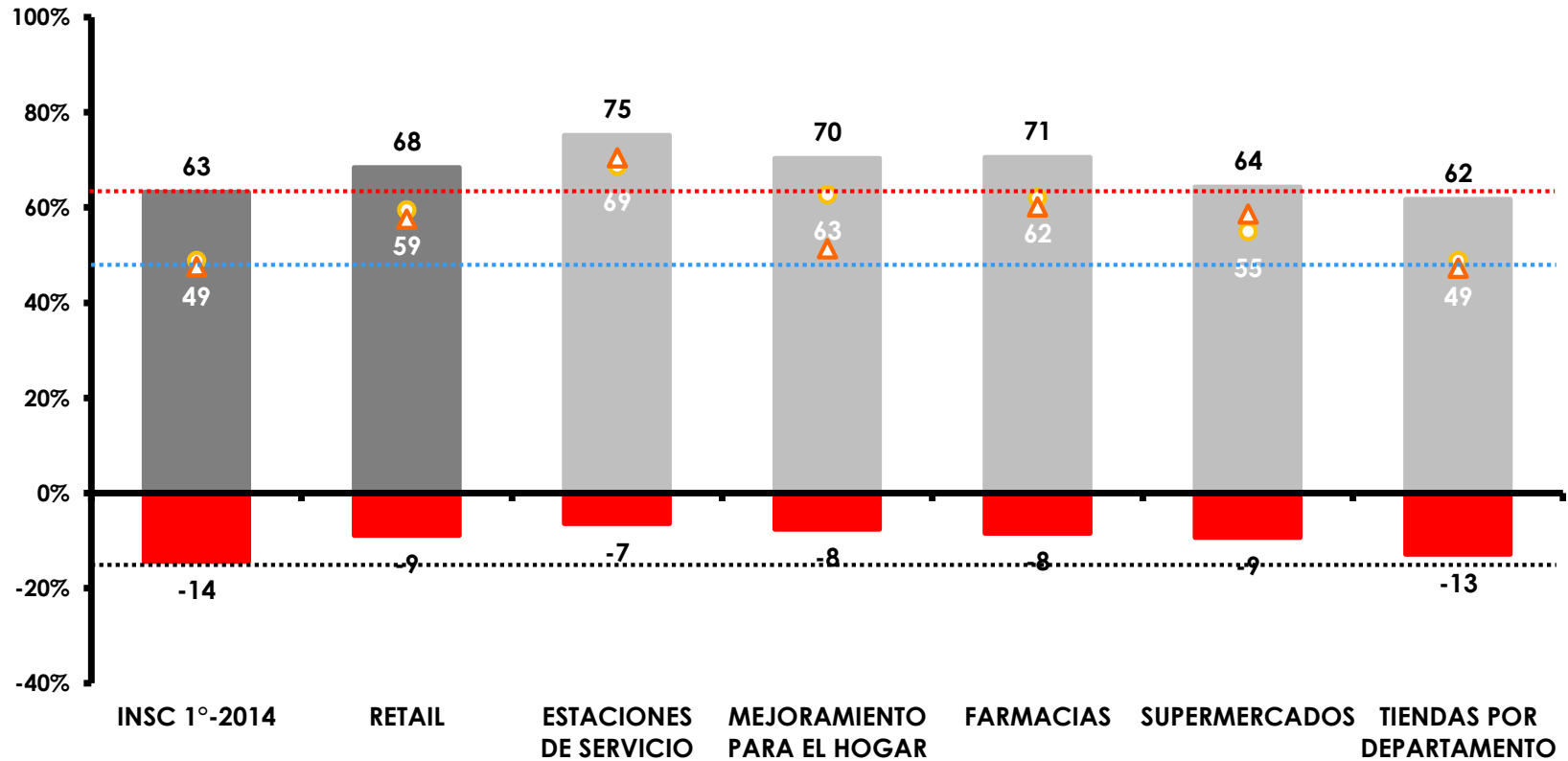
PRIMER SEMESTRE 2014



Sectores Retail

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

PRIMER SEMESTRE 2014

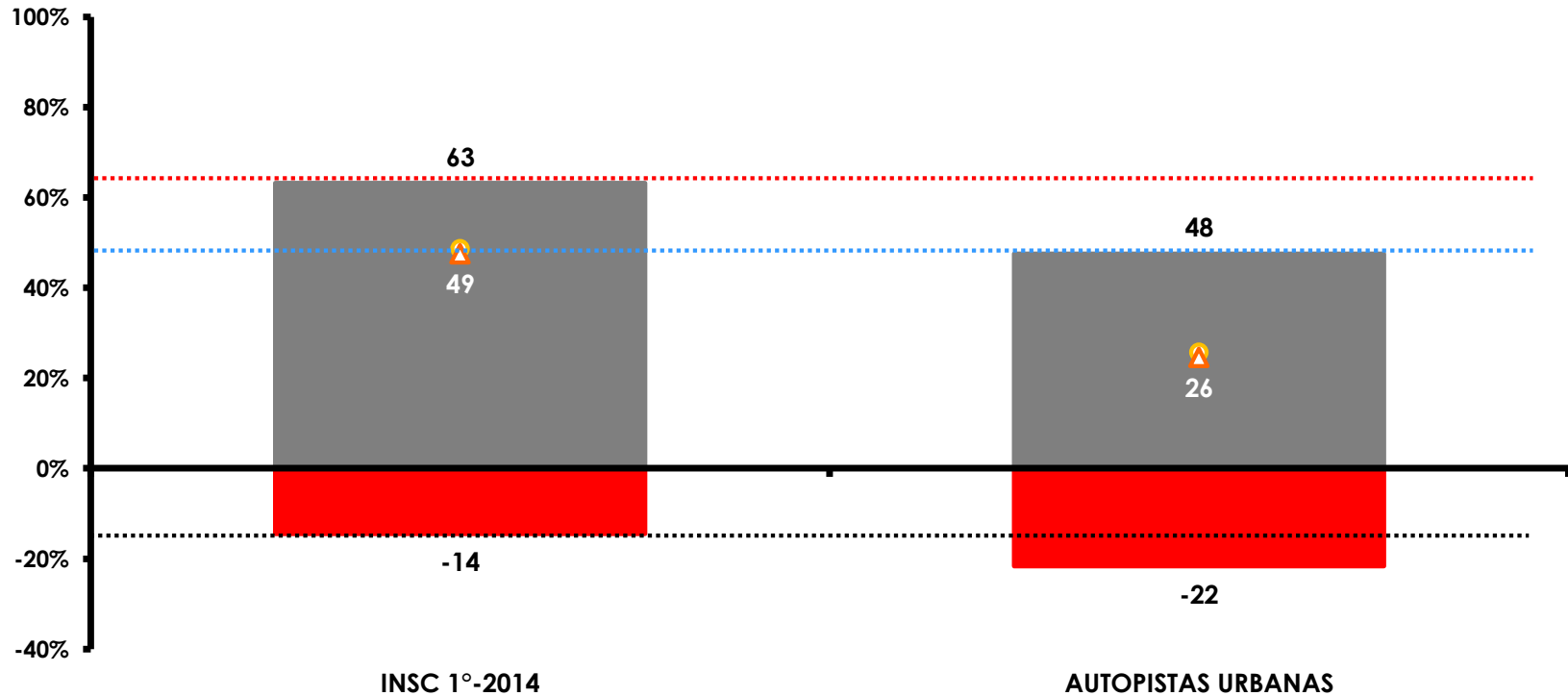


Satisfacción
 Insatisfacción
 Sat. Neta
 Neta 2°-2013

Sectores Autopistas Urbanas

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

PRIMER SEMESTRE 2014

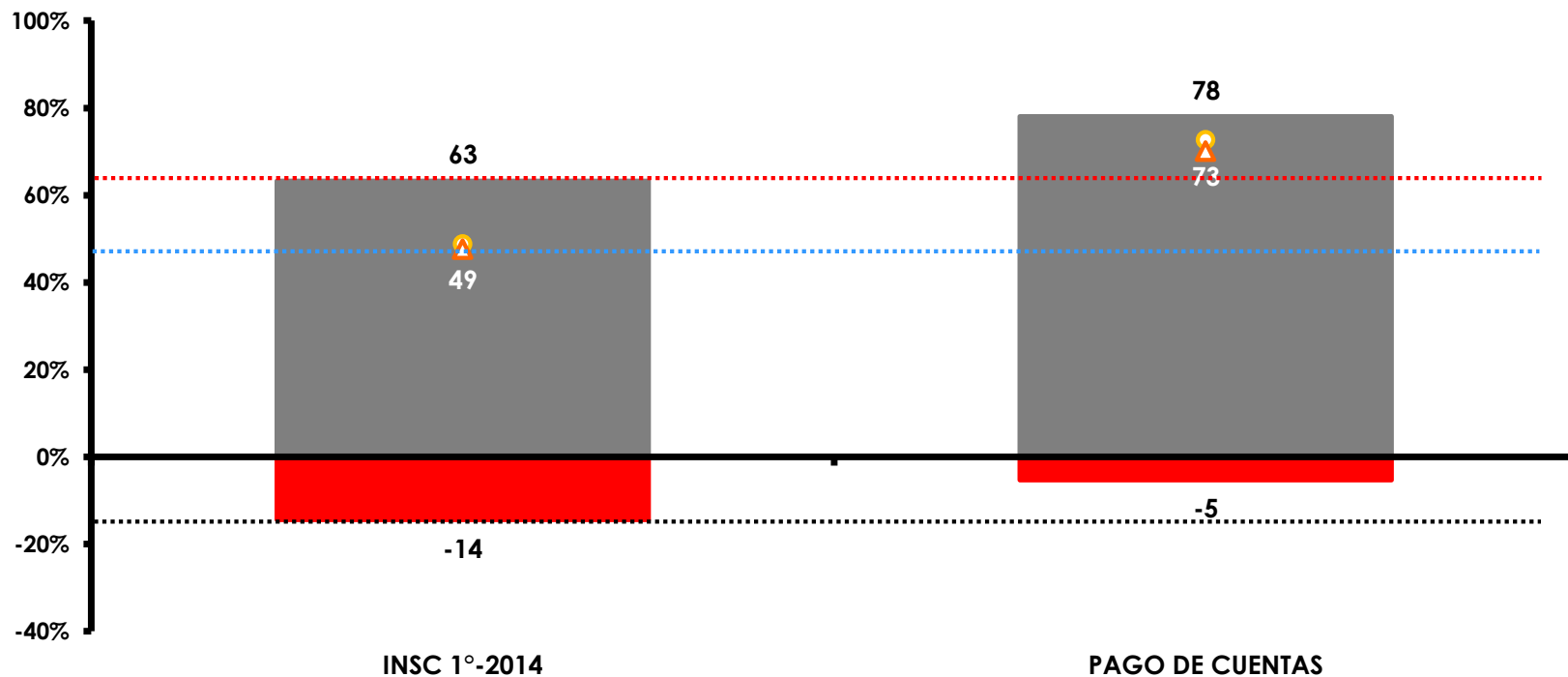


■ Satisfacción ■ Insatisfacción ● Sat. Neta ▲ Neta 2°-2013

Sectores Pago de Cuentas

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

PRIMER SEMESTRE 2014

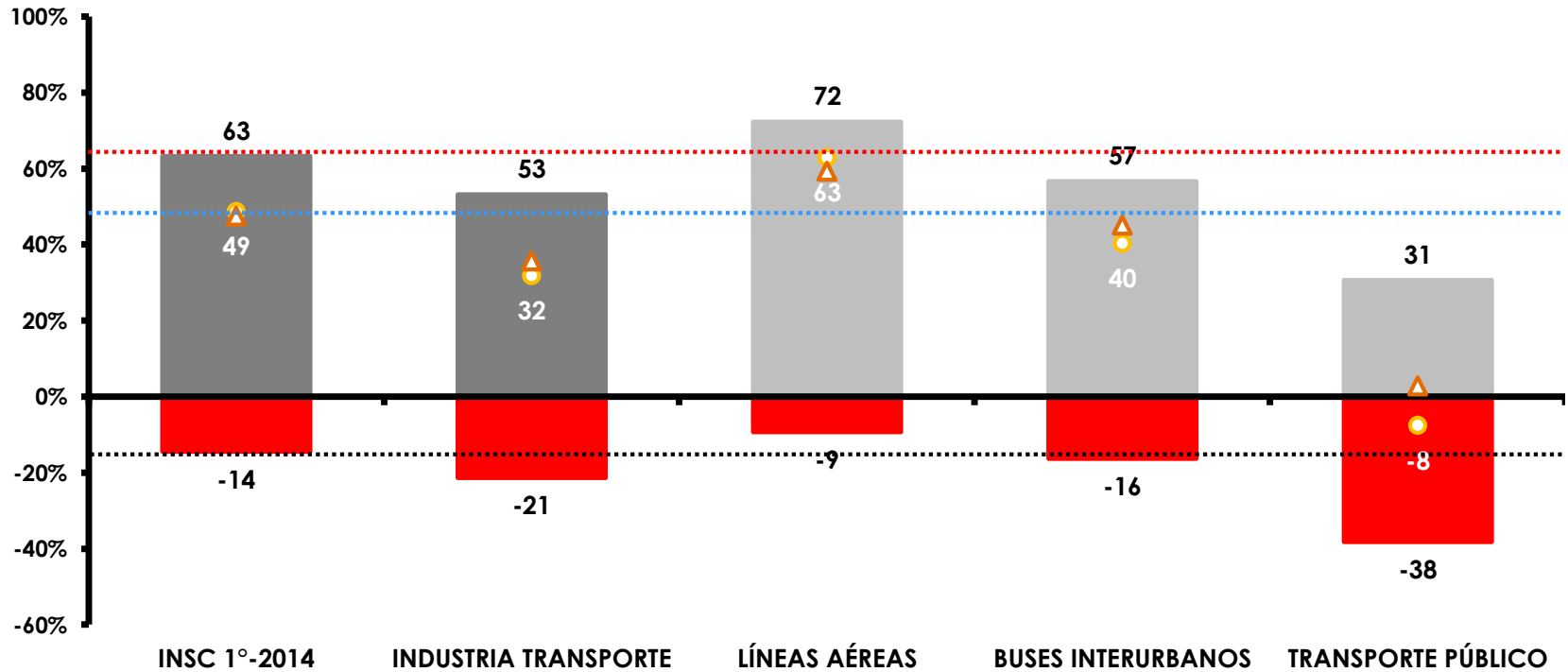


■ Satisfacción ■ Insatisfacción ● Sat. Neta ▲ Neta 2°-2013

Sectores Transporte

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

PRIMER SEMESTRE 2014



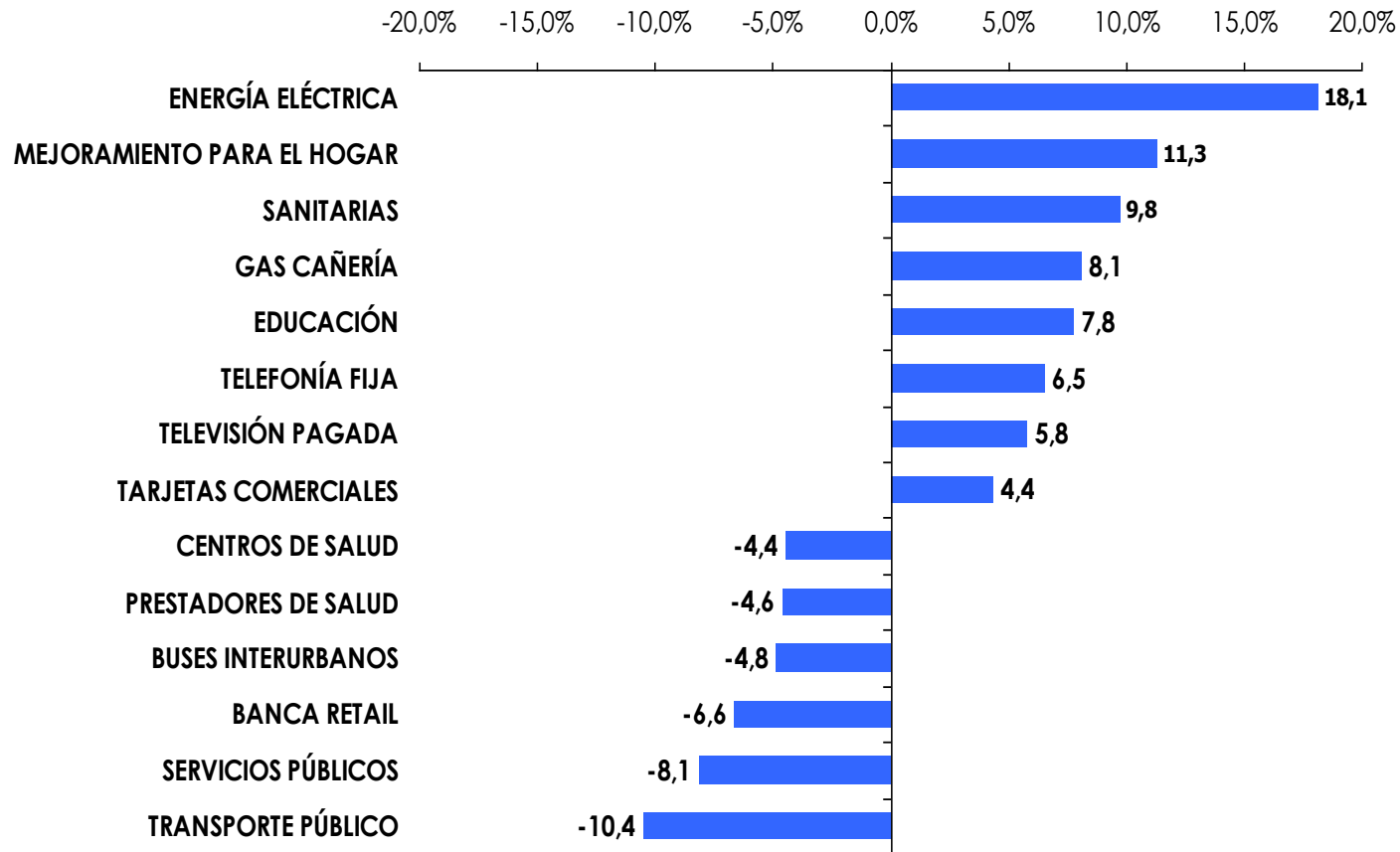
■ Satisfacción ■ Insatisfacción ● Sat. Neta ▲ Neta 2°-2013

IV. Cambios Significativos

Sectores con cambios Estadísticamente Significativos

△ **Satisfacción Neta: 2°-2013 V/S 1°-2014**

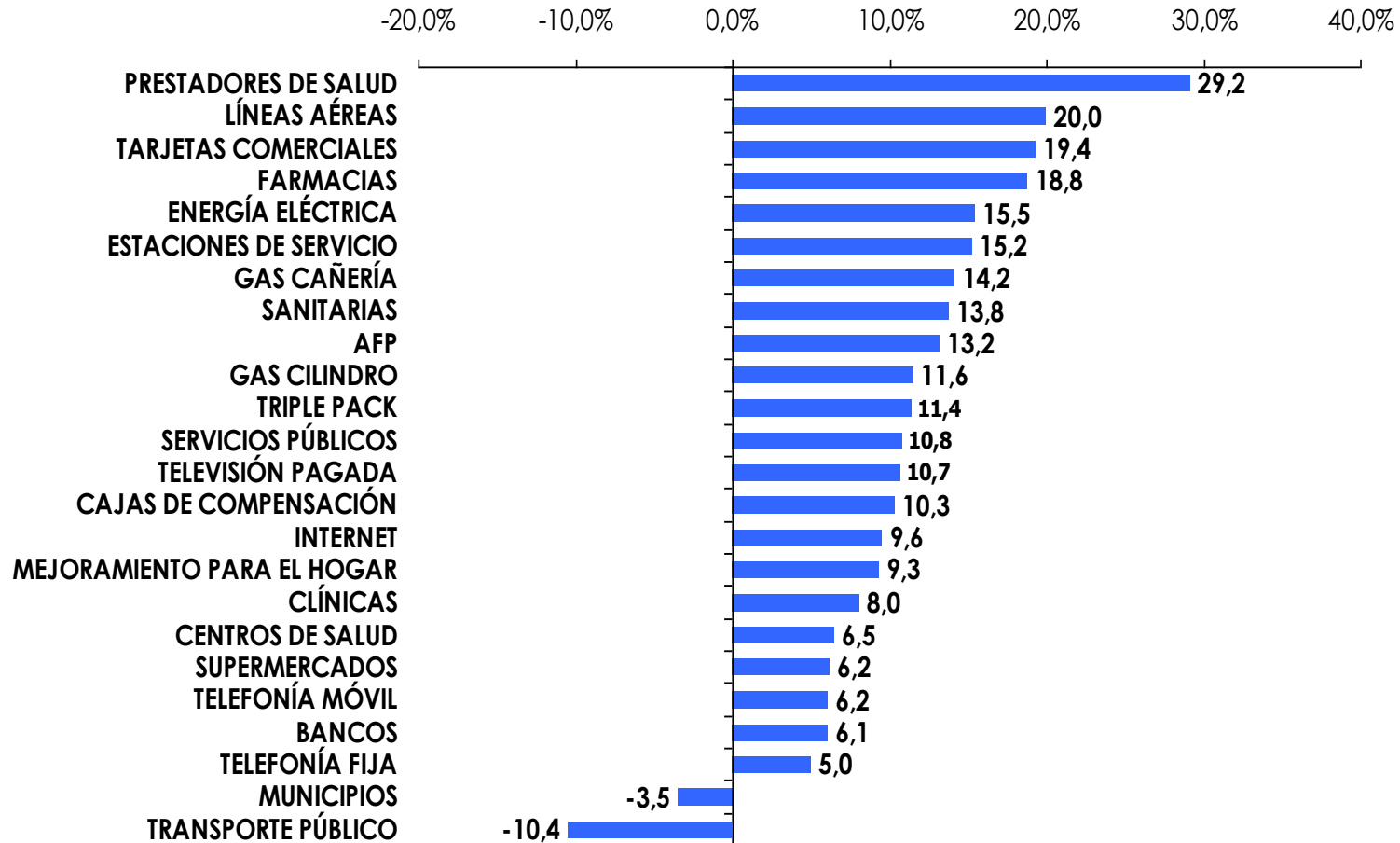
PRIMER SEMESTRE 2014



Sectores con cambios Estadísticamente Significativos

Δ *Satisfacción Dado Precio Neto: 2°-2013 V/S 1°-2014*

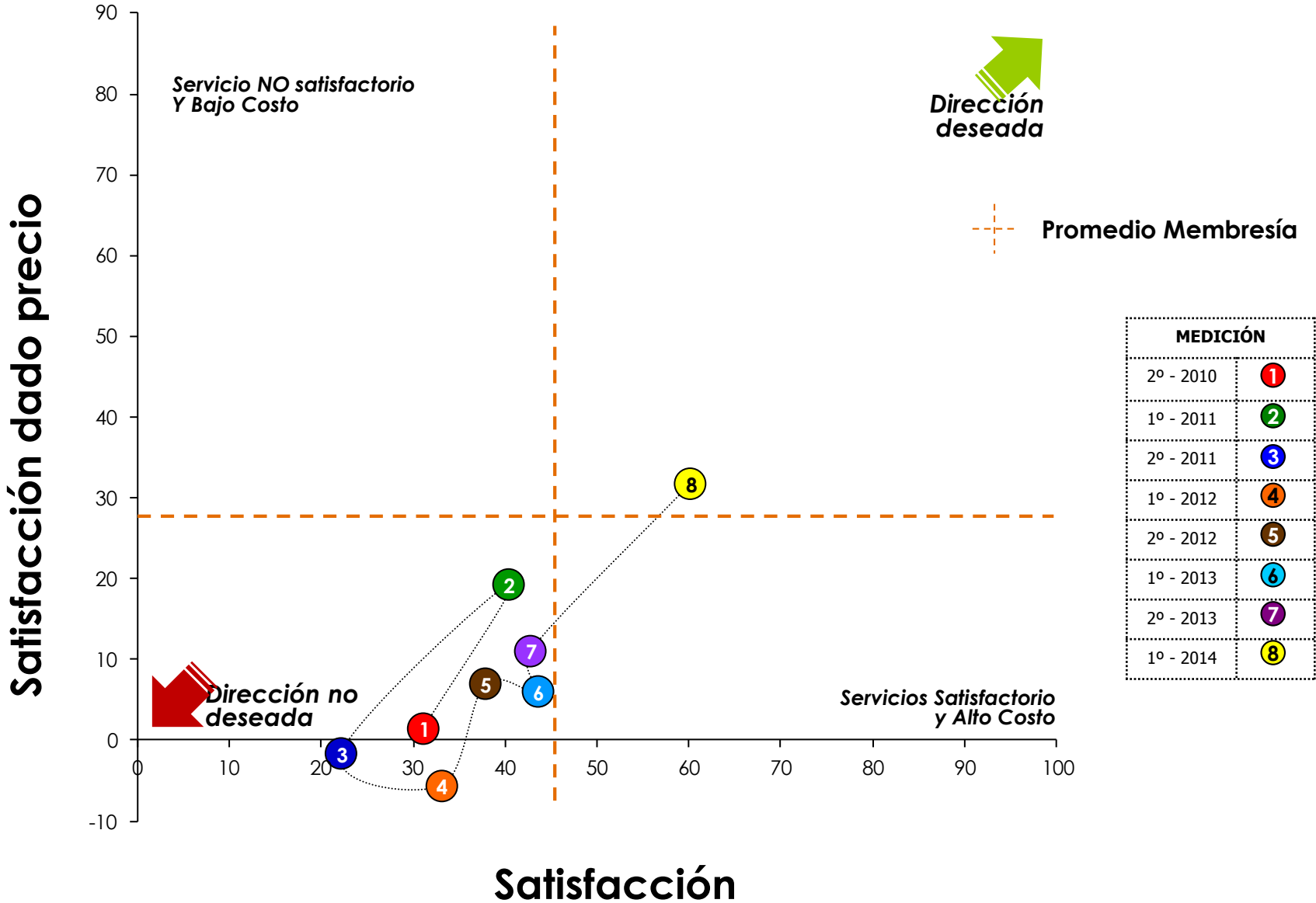
PRIMER SEMESTRE 2014



Mapa Satisfacción Valor (Satisfacción dado Precio)

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

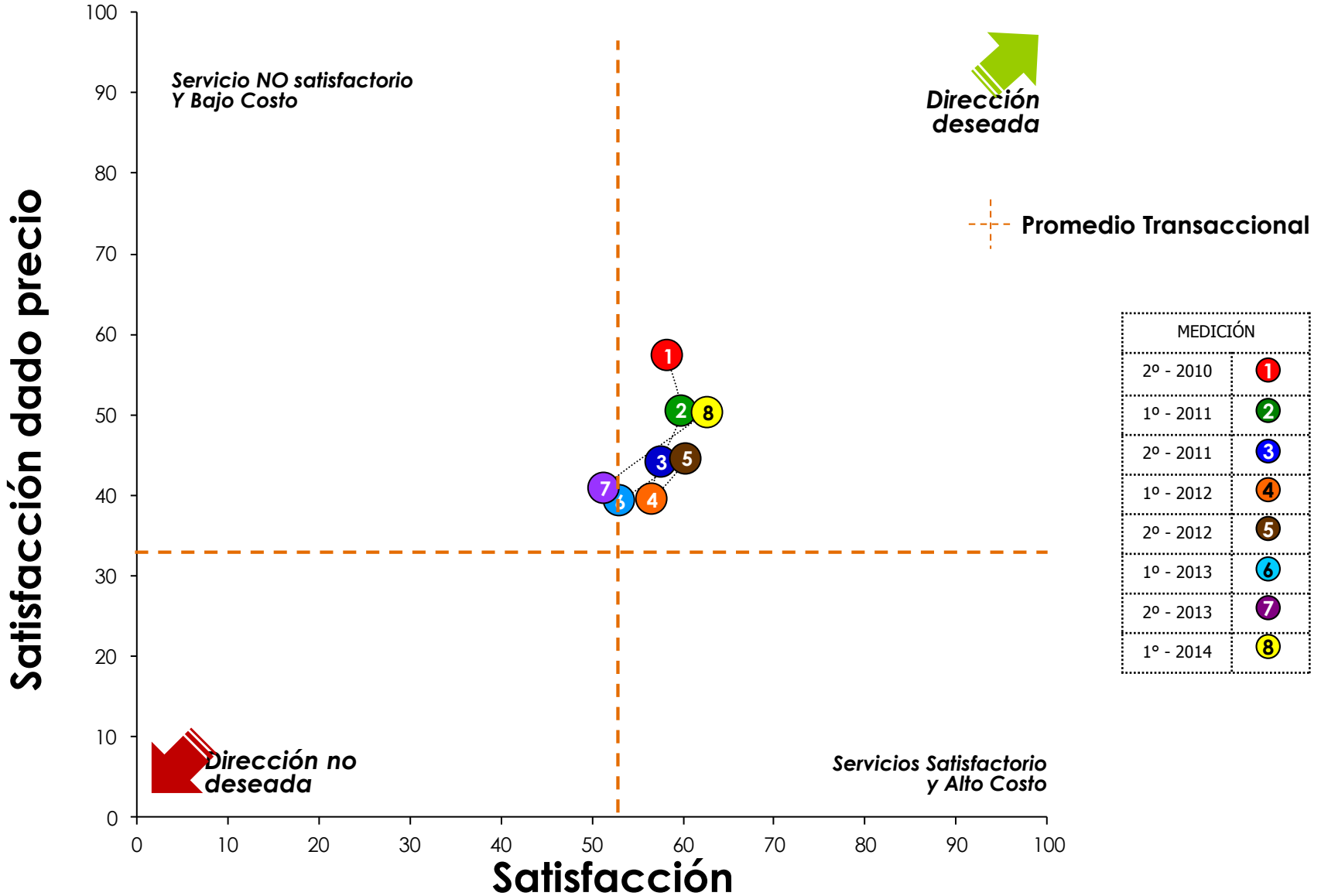
Energía Eléctrica



Mapa Satisfacción Valor (Satisfacción dado Precio)

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

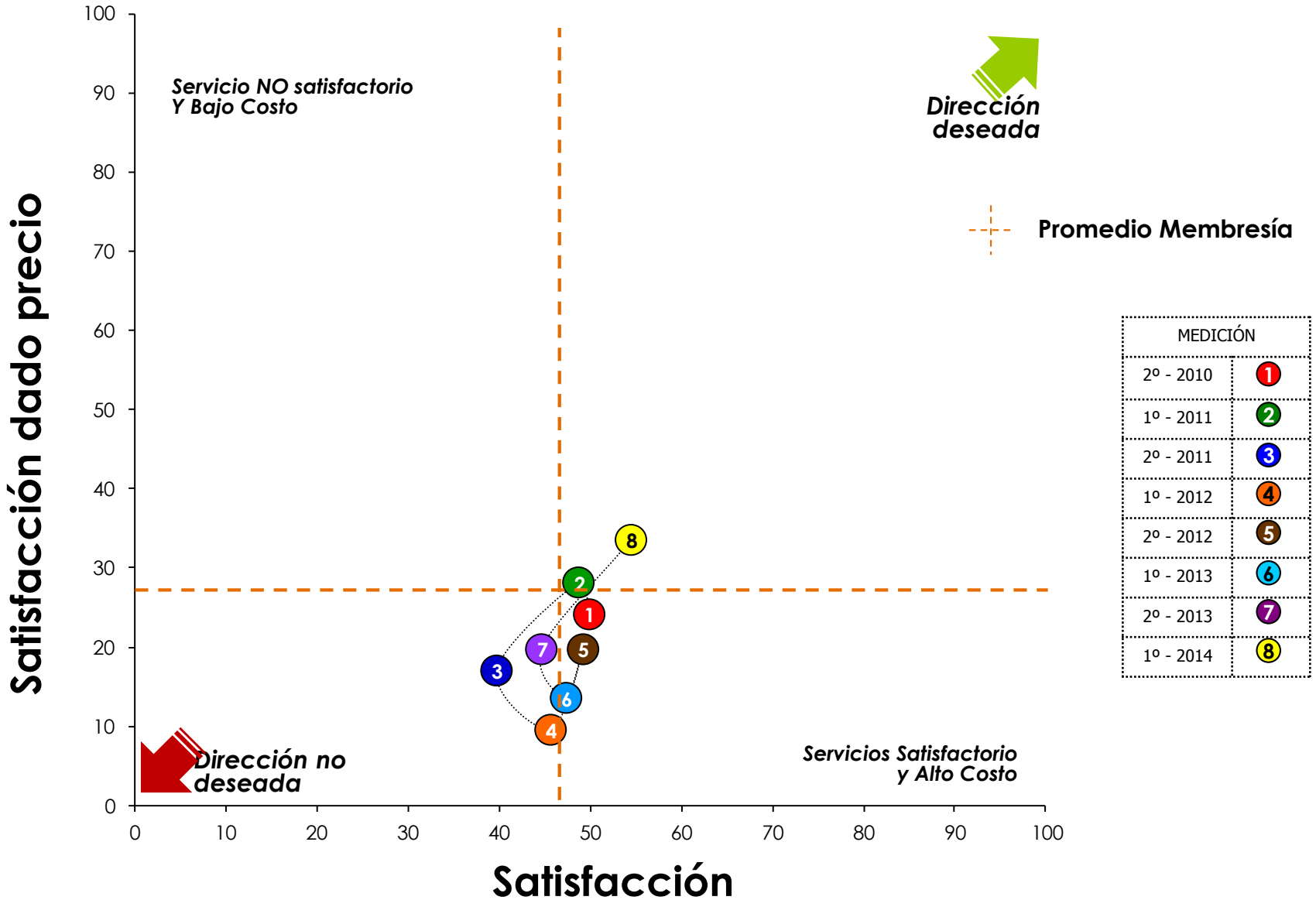
Mejoramiento para el Hogar



Mapa Satisfacción Valor (Satisfacción dado Precio)

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

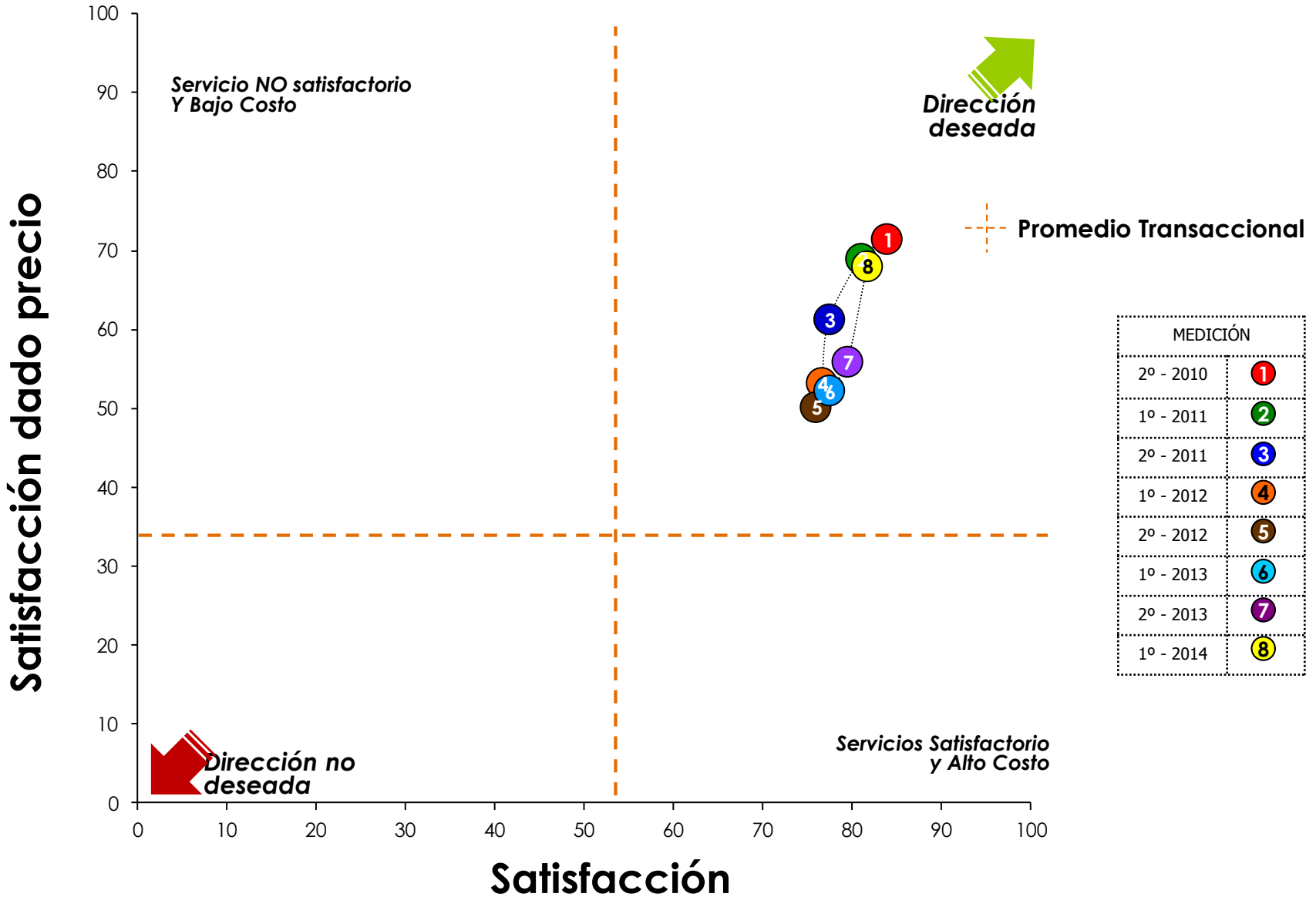
Sanitarias



Mapa Satisfacción Valor (Satisfacción dado Precio)

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

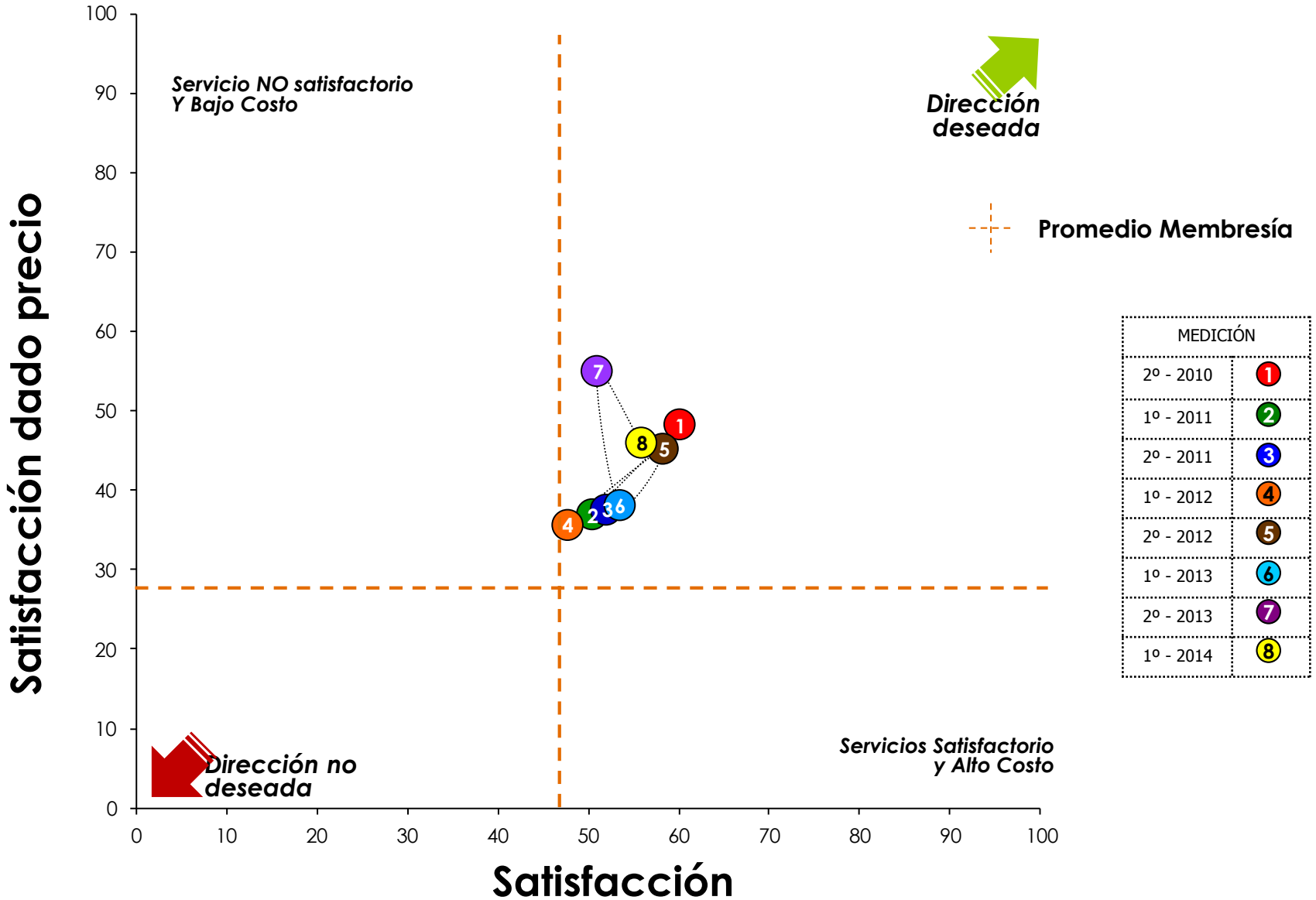
Gas



Mapa Satisfacción Valor (Satisfacción dado Precio)

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

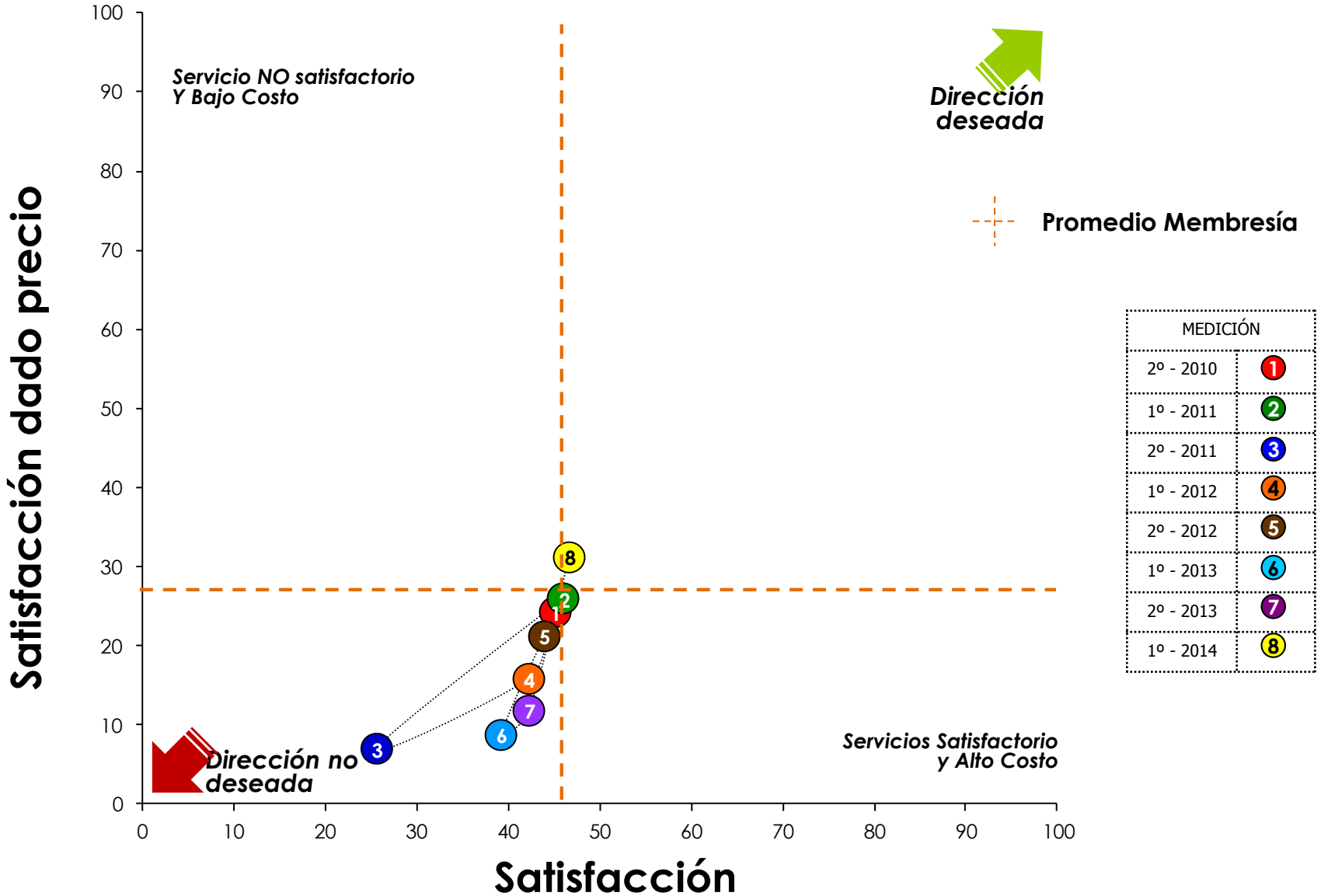
Televisión Pagada



Mapa Satisfacción Valor (Satisfacción dado Precio)

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

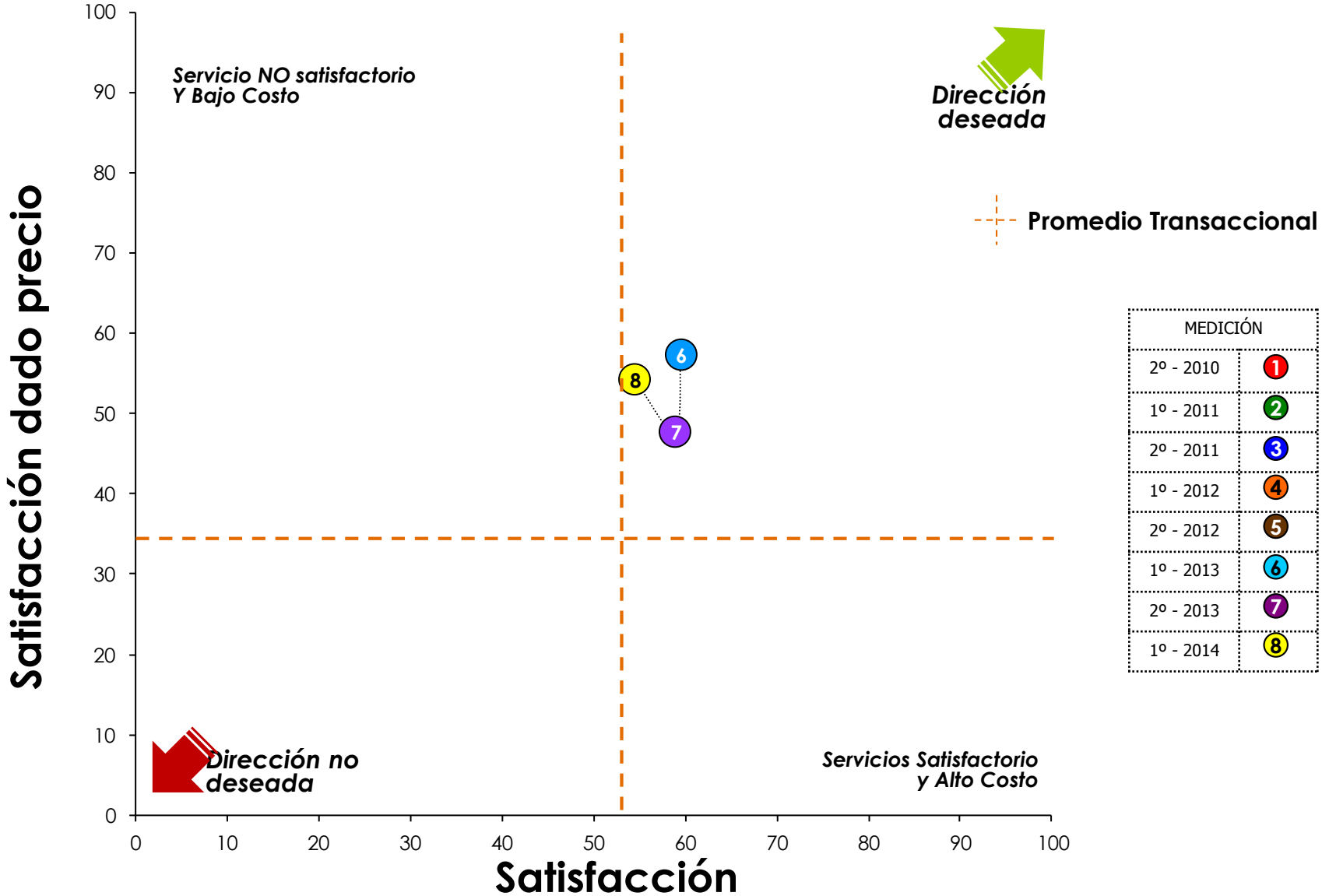
Tarjetas Comerciales



Mapa Satisfacción Valor (Satisfacción dado Precio)

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

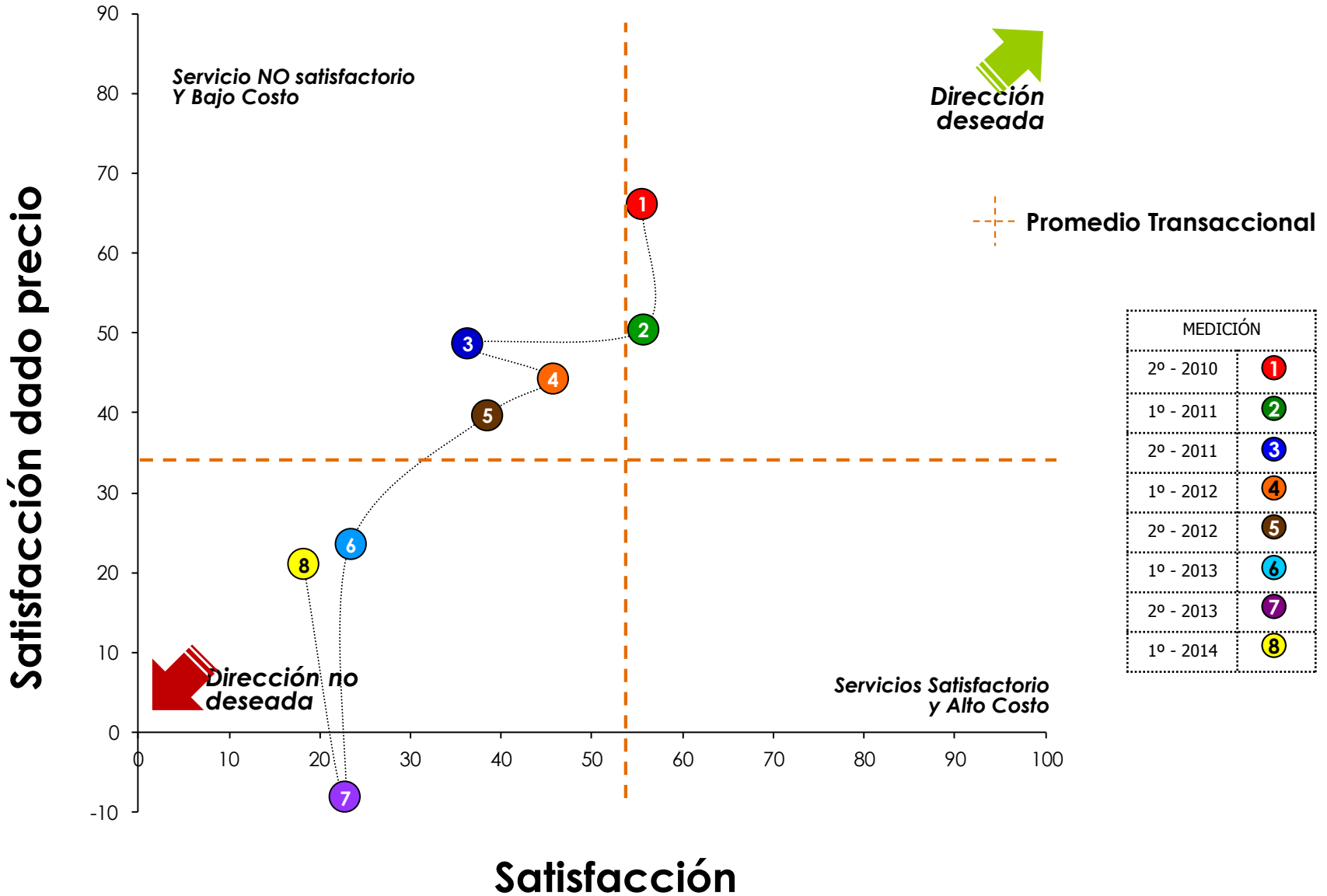
Centros de Salud



Mapa Satisfacción Valor (Satisfacción dado Precio)

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

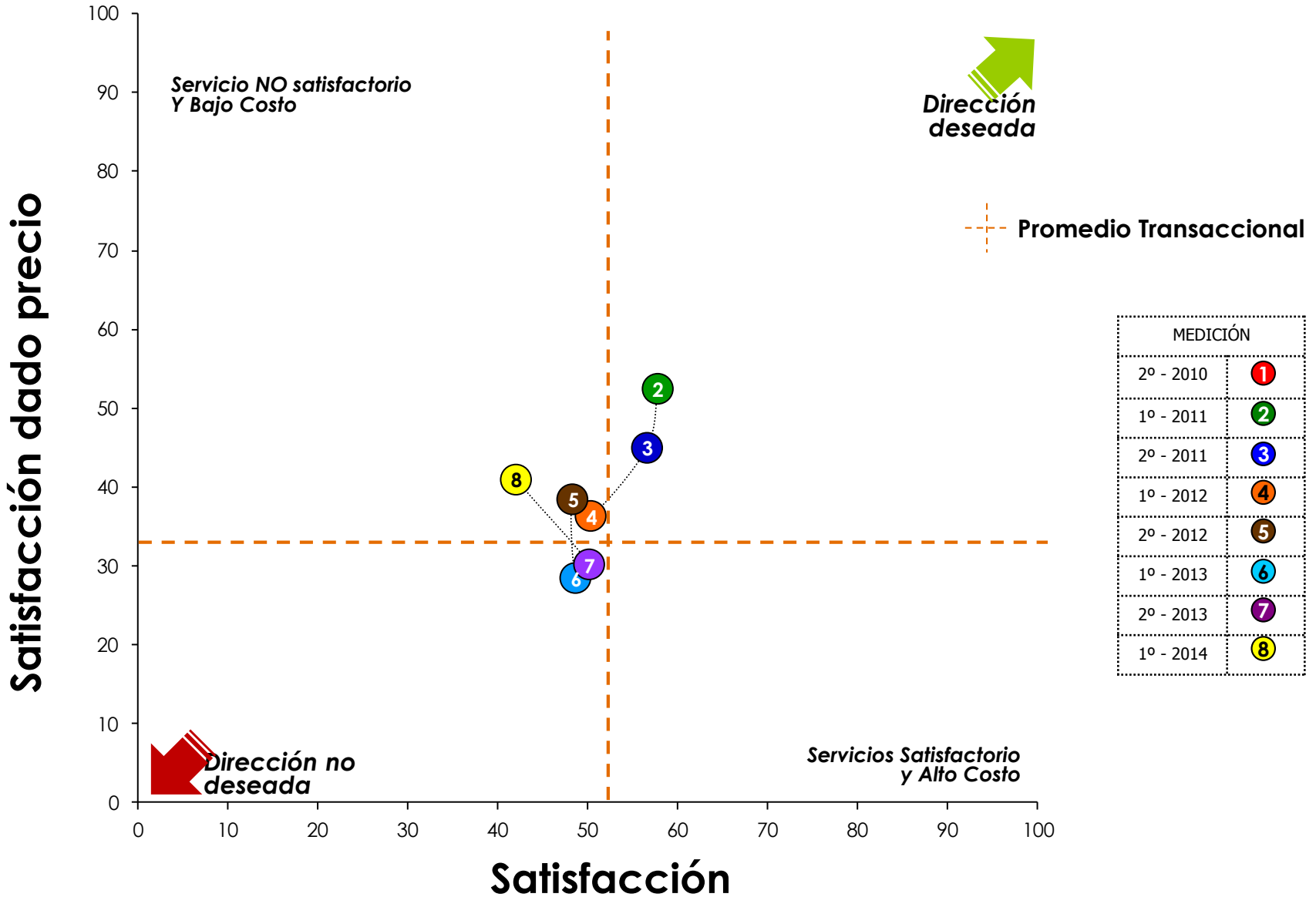
Prestadores de Salud



Mapa Satisfacción Valor (Satisfacción dado Precio)

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

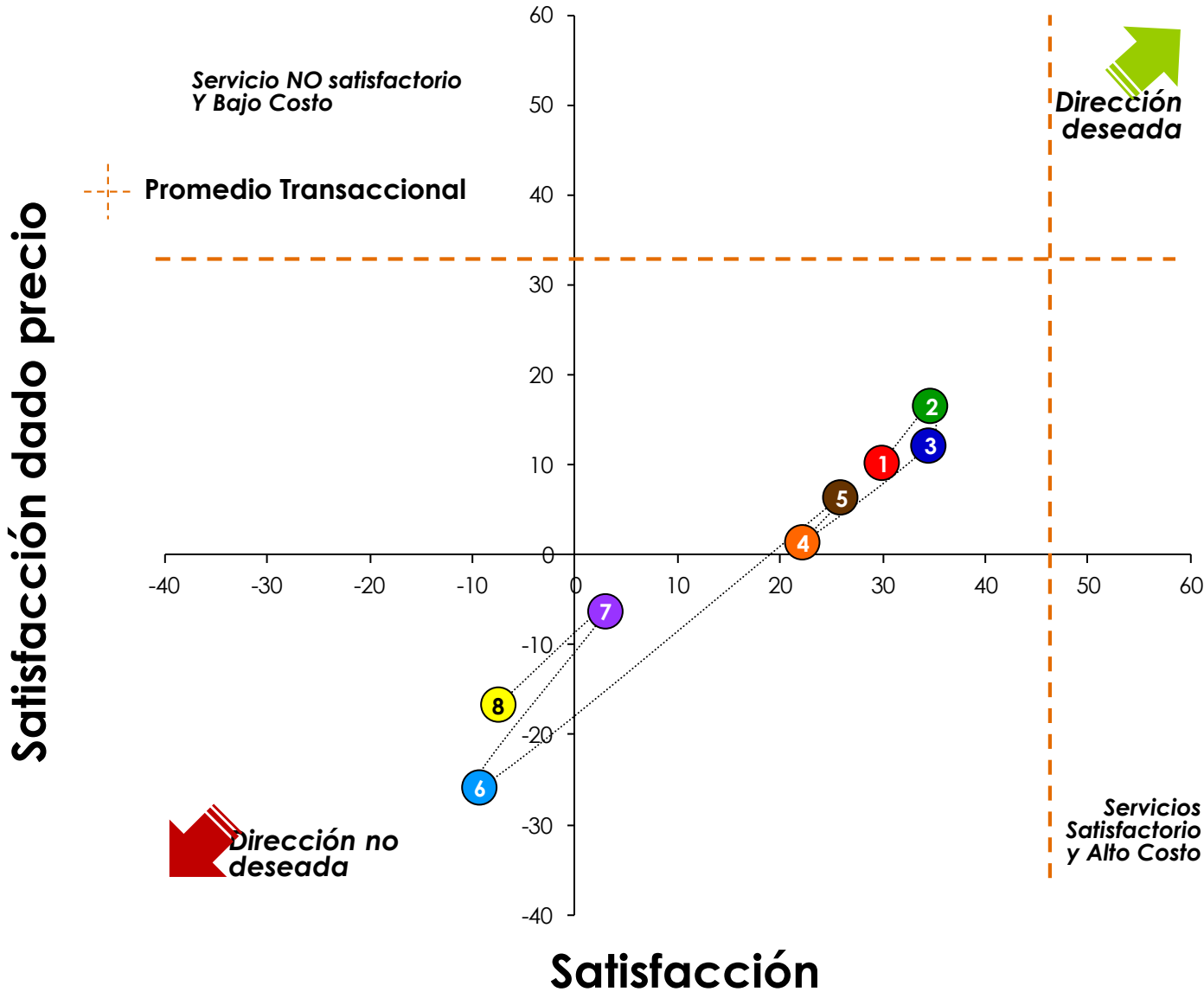
Servicios Públicos



Mapa Satisfacción Valor (Satisfacción dado Precio)

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

Transporte Públicos

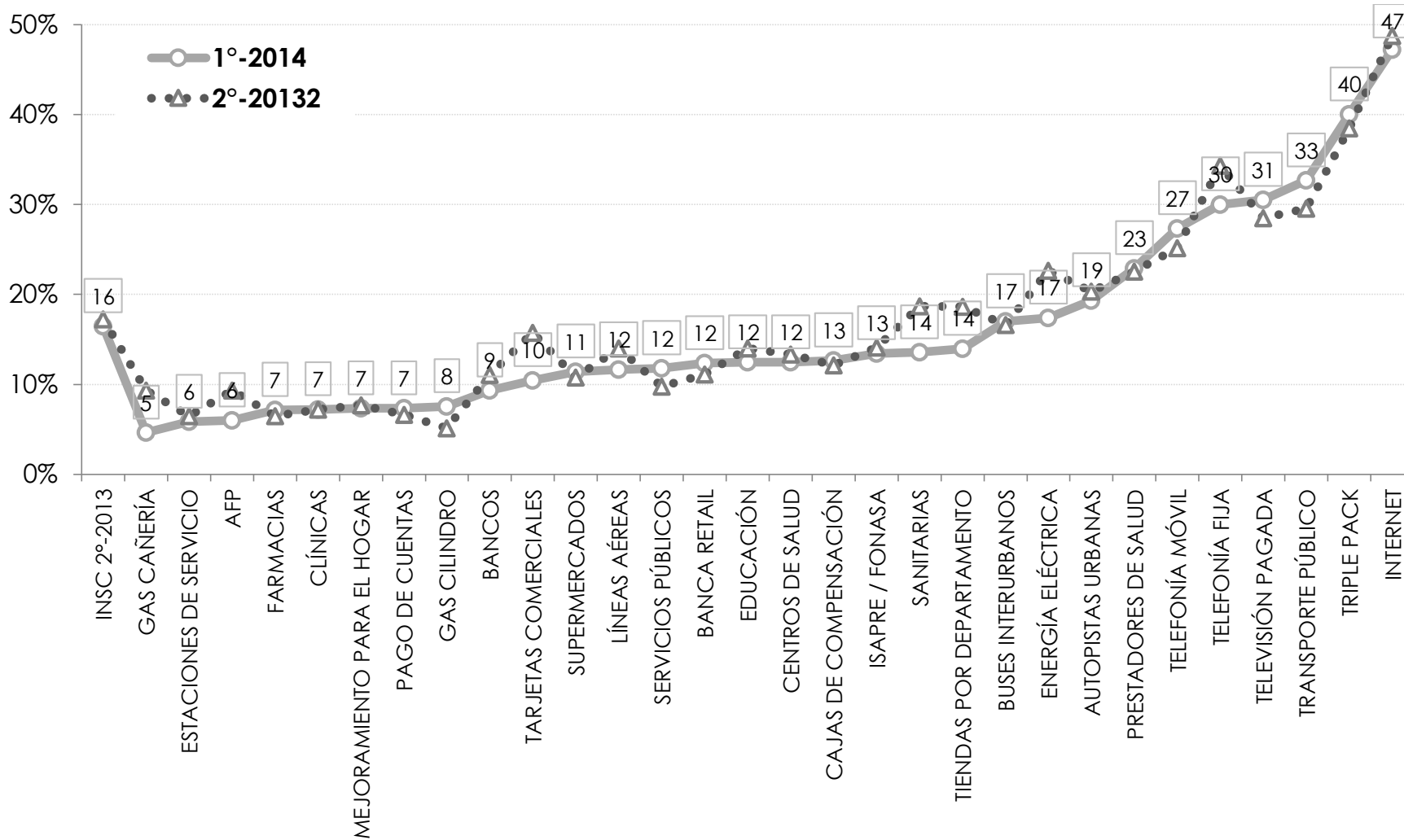


MEDICIÓN	
2º - 2010	1
1º - 2011	2
2º - 2011	3
1º - 2012	4
2º - 2012	5
1º - 2013	6
2º - 2013	7
1º - 2014	8

V. Problemas con el Servicio

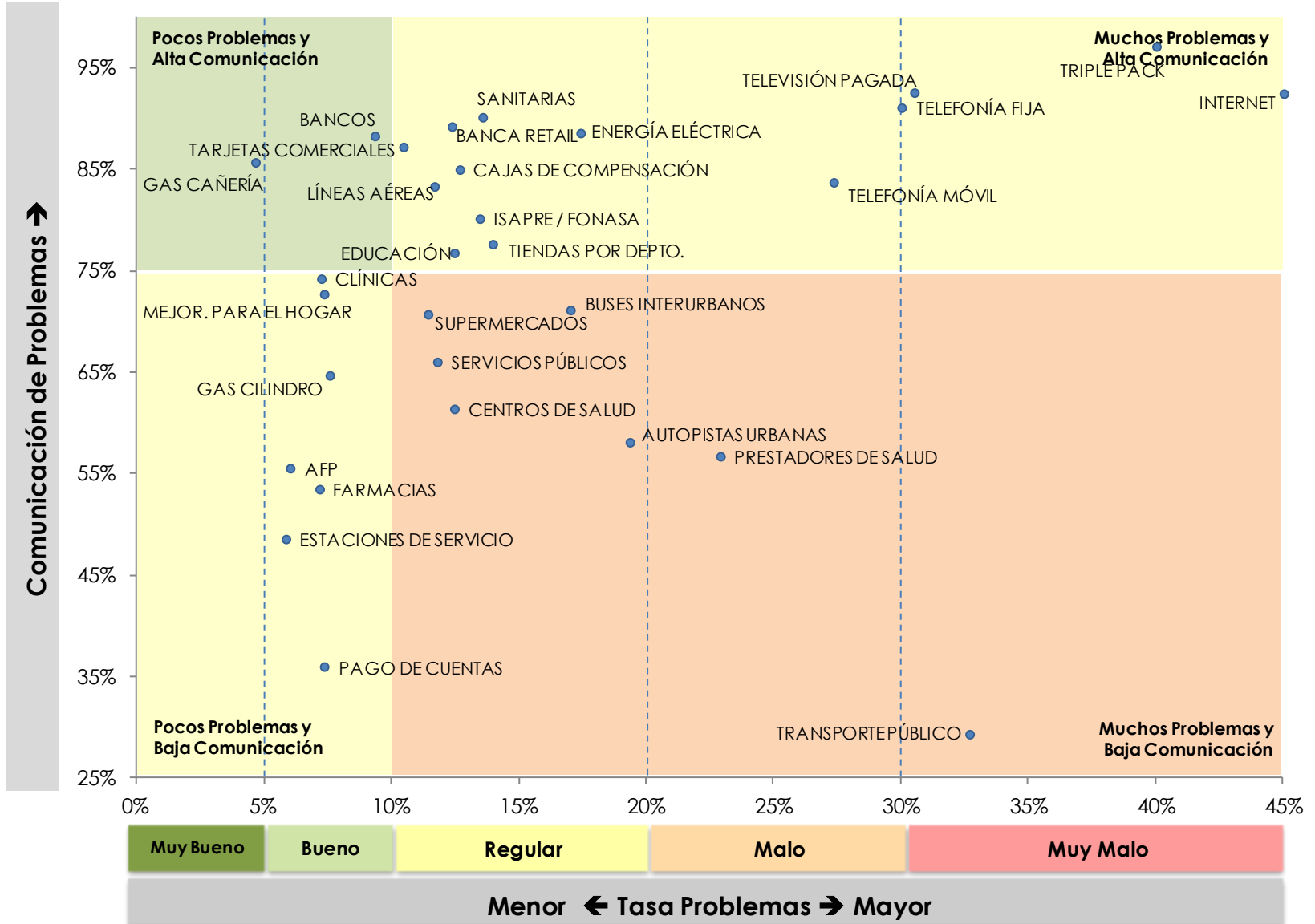
Tasa de Clientes con Problemas en el Servicio por Sector

Base Total de Clientes por Sector



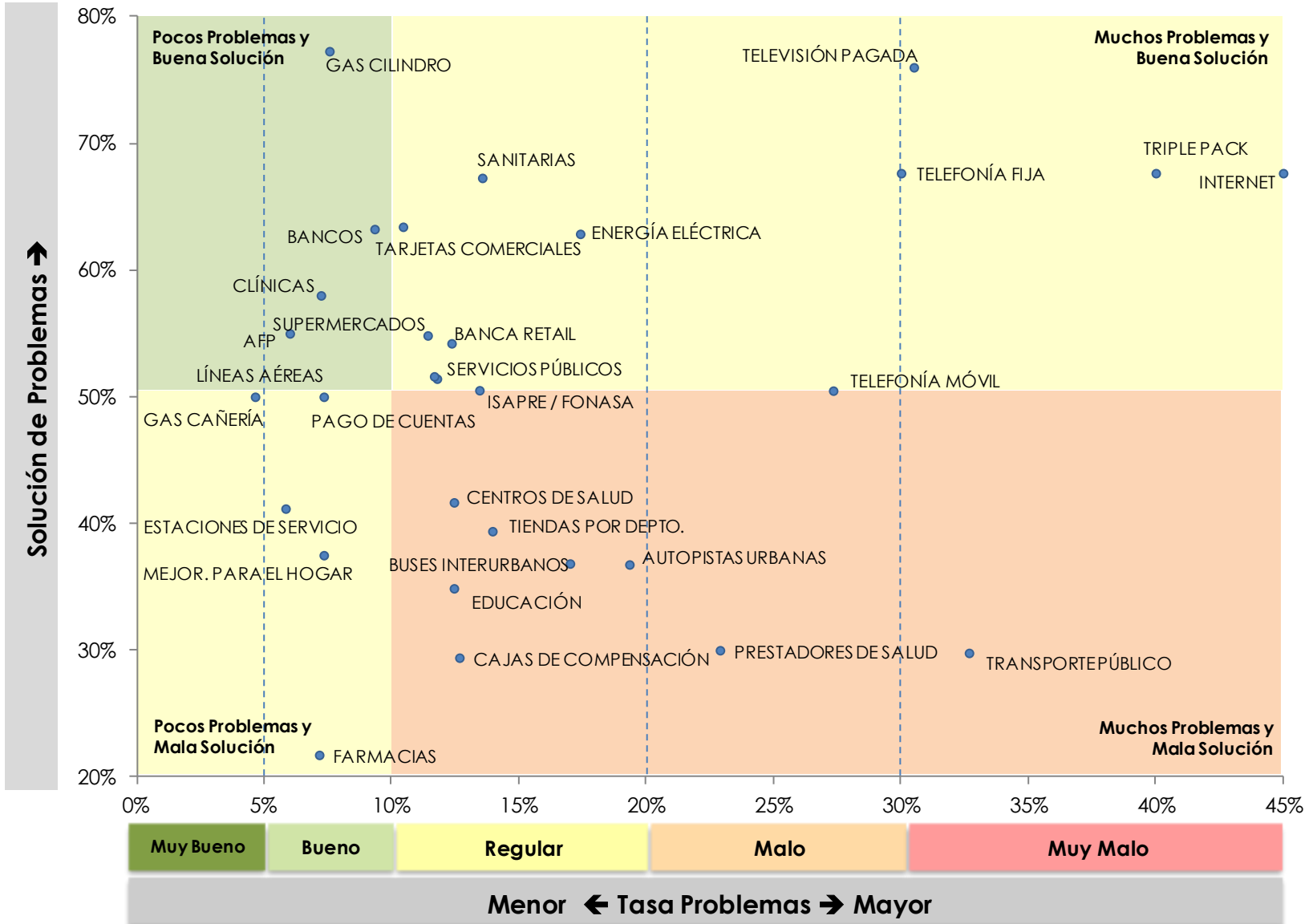
Problemas y su Comunicación en el Servicio por Sector

Base Total de Clientes por Sector
PRIMER SEMESTRE 2014



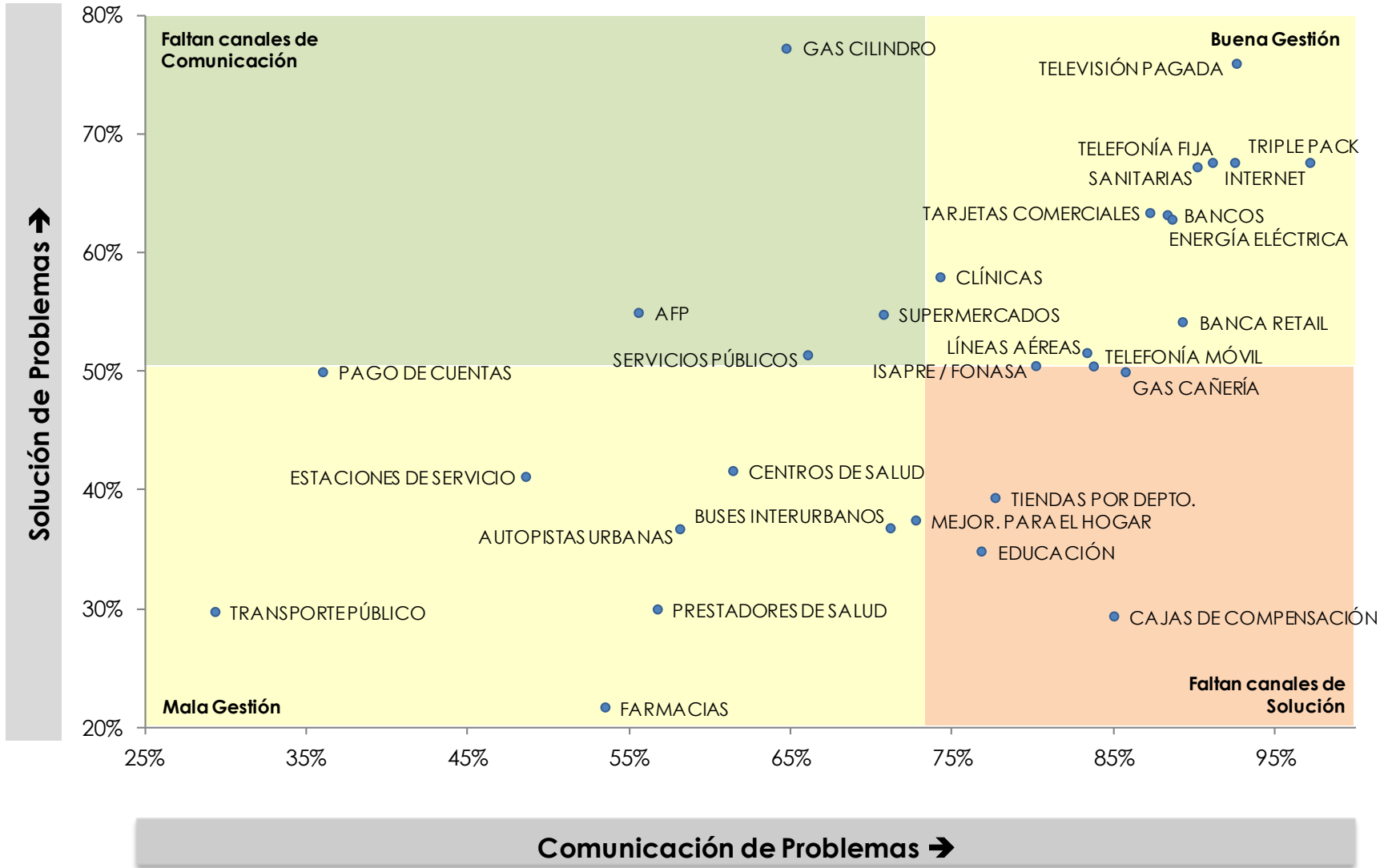
Problemas y su Solución en el Servicio por Sector

Base Total de Clientes por Sector
PRIMER SEMESTRE 2014



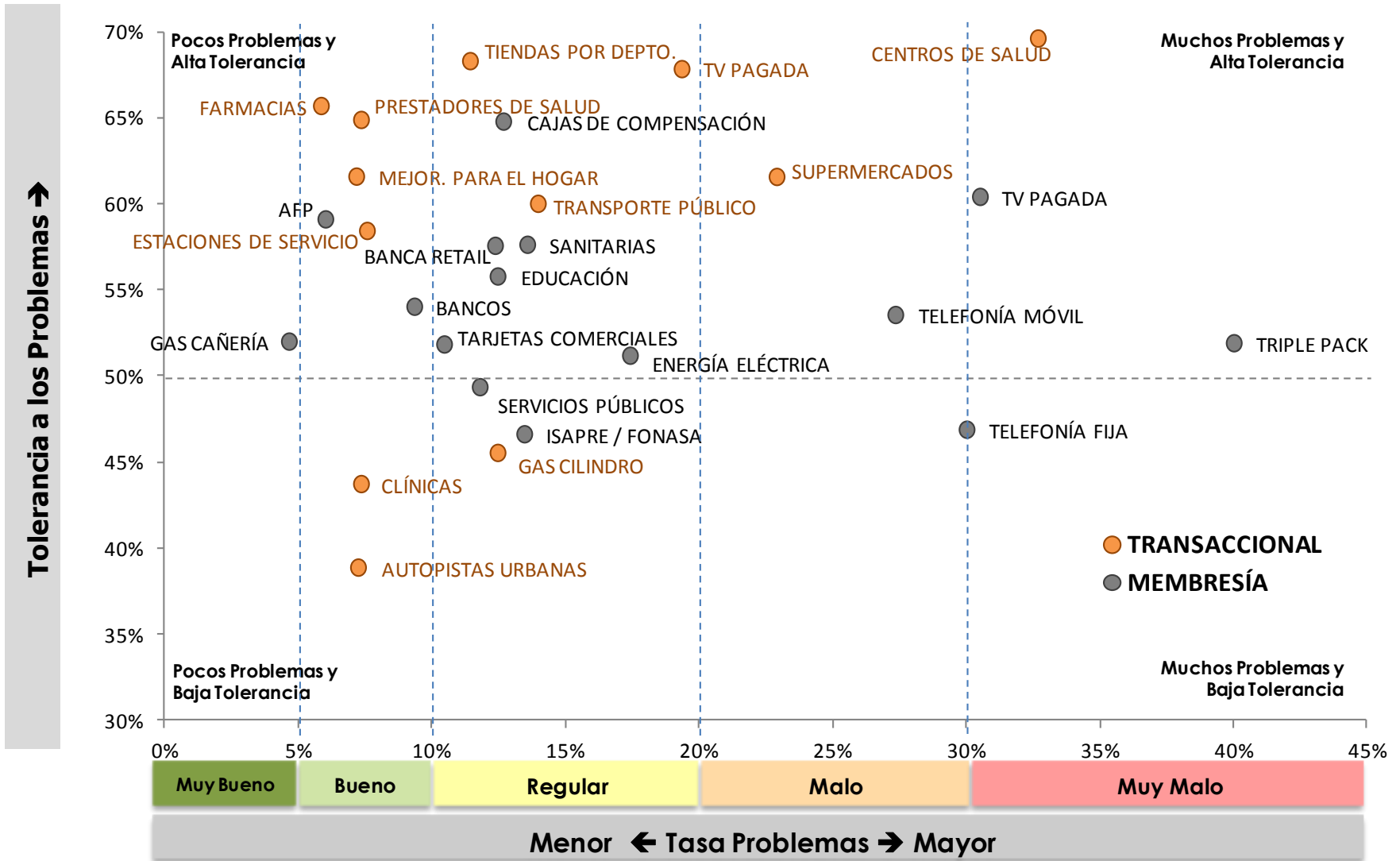
Gestión de Problemas en el Servicio por Sector

Base Total de Clientes por Sector
PRIMER SEMESTRE 2014



Tolerancia* y Problemas en el Servicio por Sector

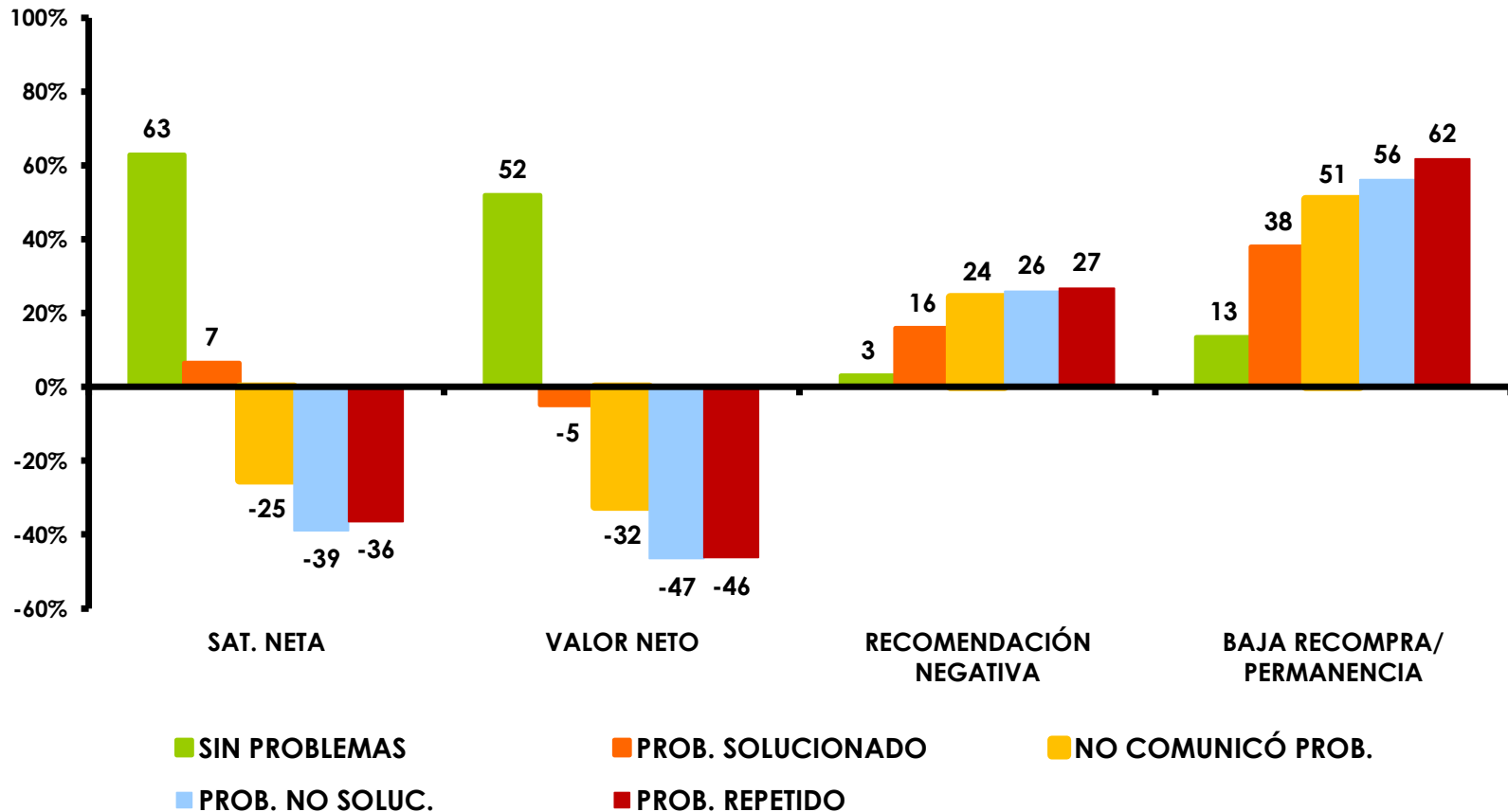
Base Total de Clientes por Sector
PRIMER SEMESTRE 2014



*Tolerancia a los problemas: Se define como la diferencia del nivel de satisfacción entre los clientes sin problemas y los con problemas así, si el nivel de satisfacción de los clientes con problemas es igual al de los clientes sin problemas la tolerancia es de 100%.

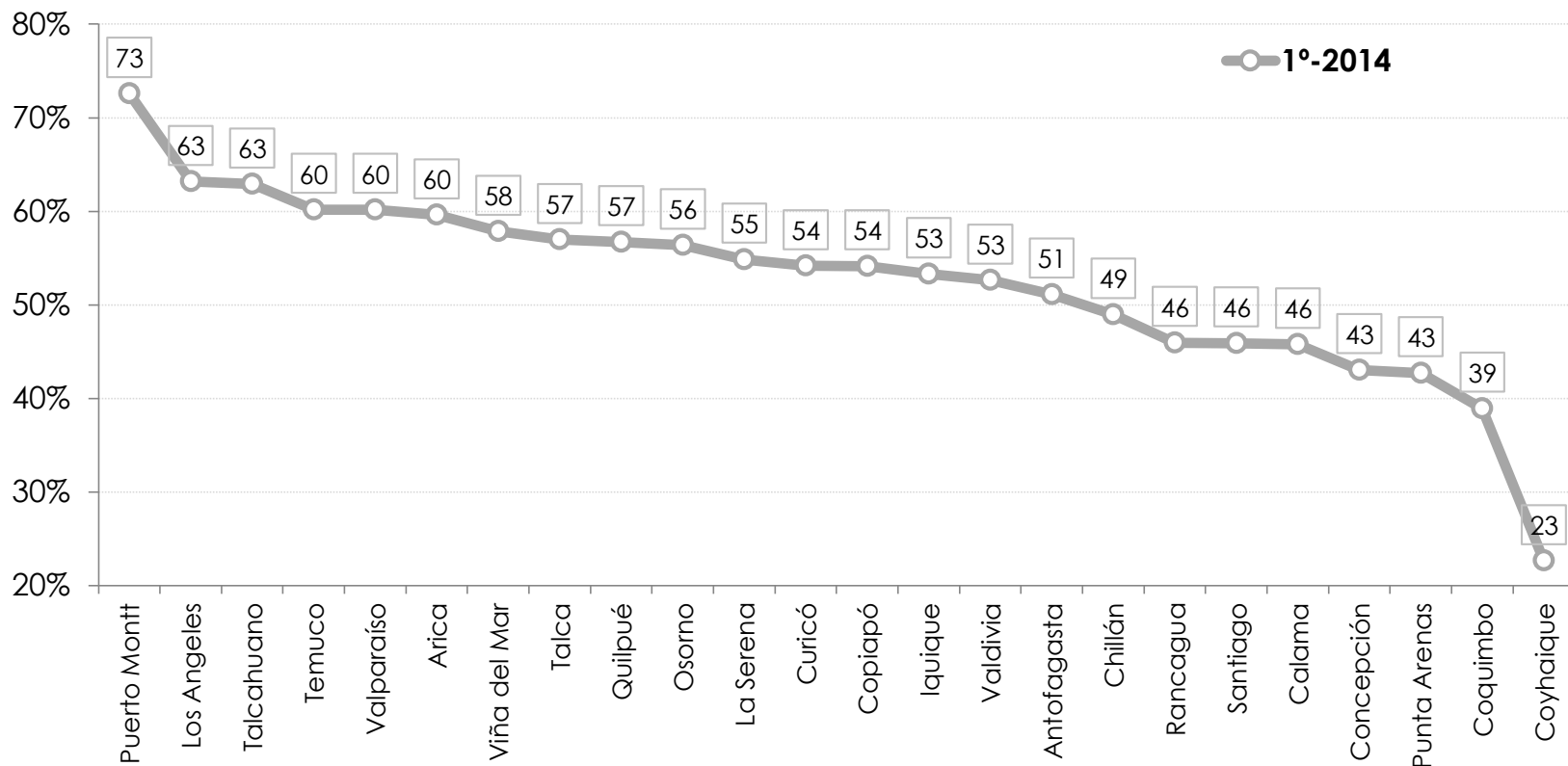
Efectos de Gestionar los Problemas en el Servicio

PRIMER SEMESTRE 2014



Evolución Satisfacción Global con el Servicio según Región

Base Total de Clientes por Comuna



VI. La Relación Satisfacción Lealtad

Clasificación de la Cartera de clientes

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: 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.



PEREGRINO: 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.

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.

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

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

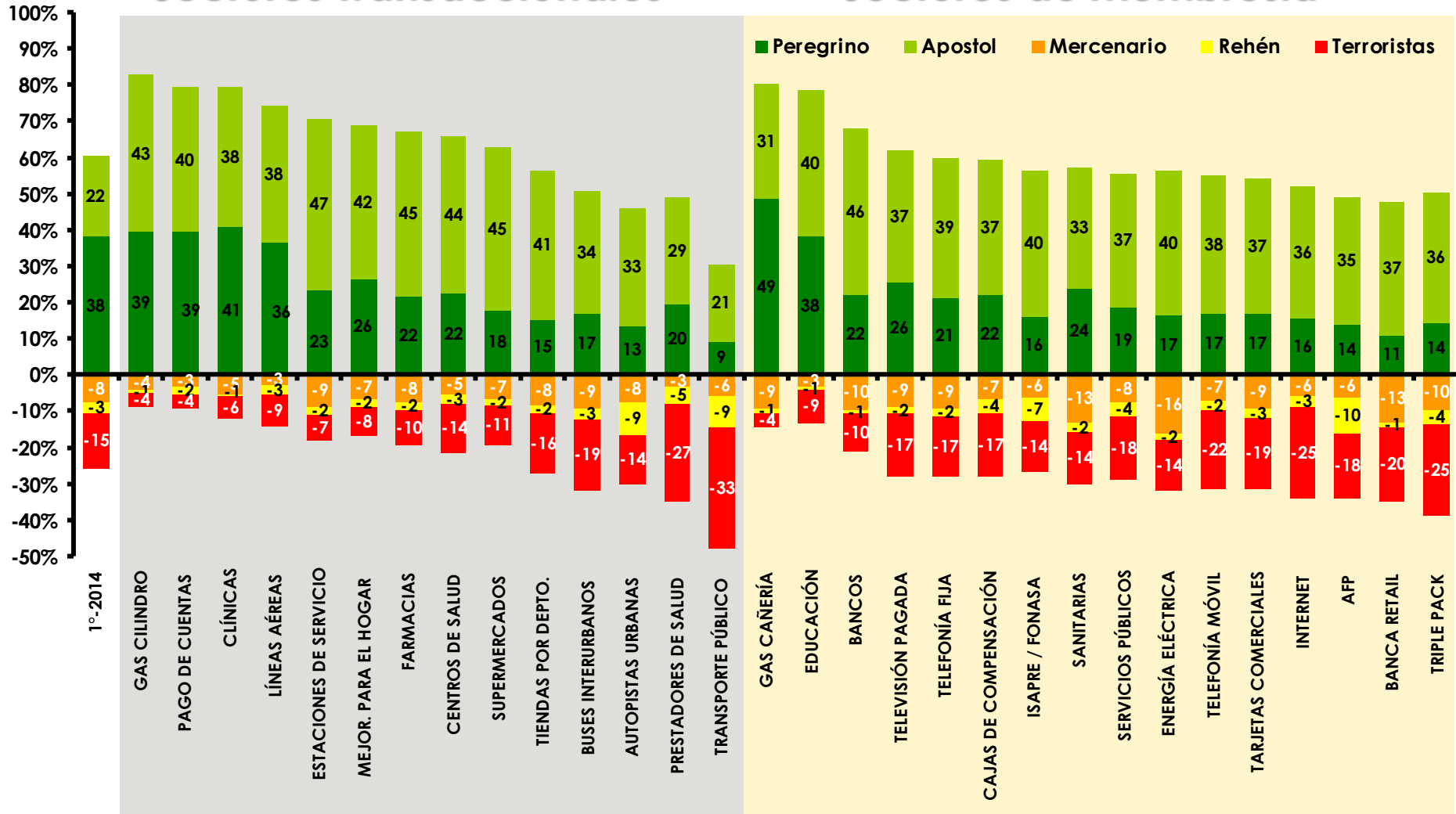
Índice de Clientes Apóstoles y Terroristas por Sector

Base Total de Clientes por sector

PRIMER SEMESTRE 2014

Sectores Transaccionales

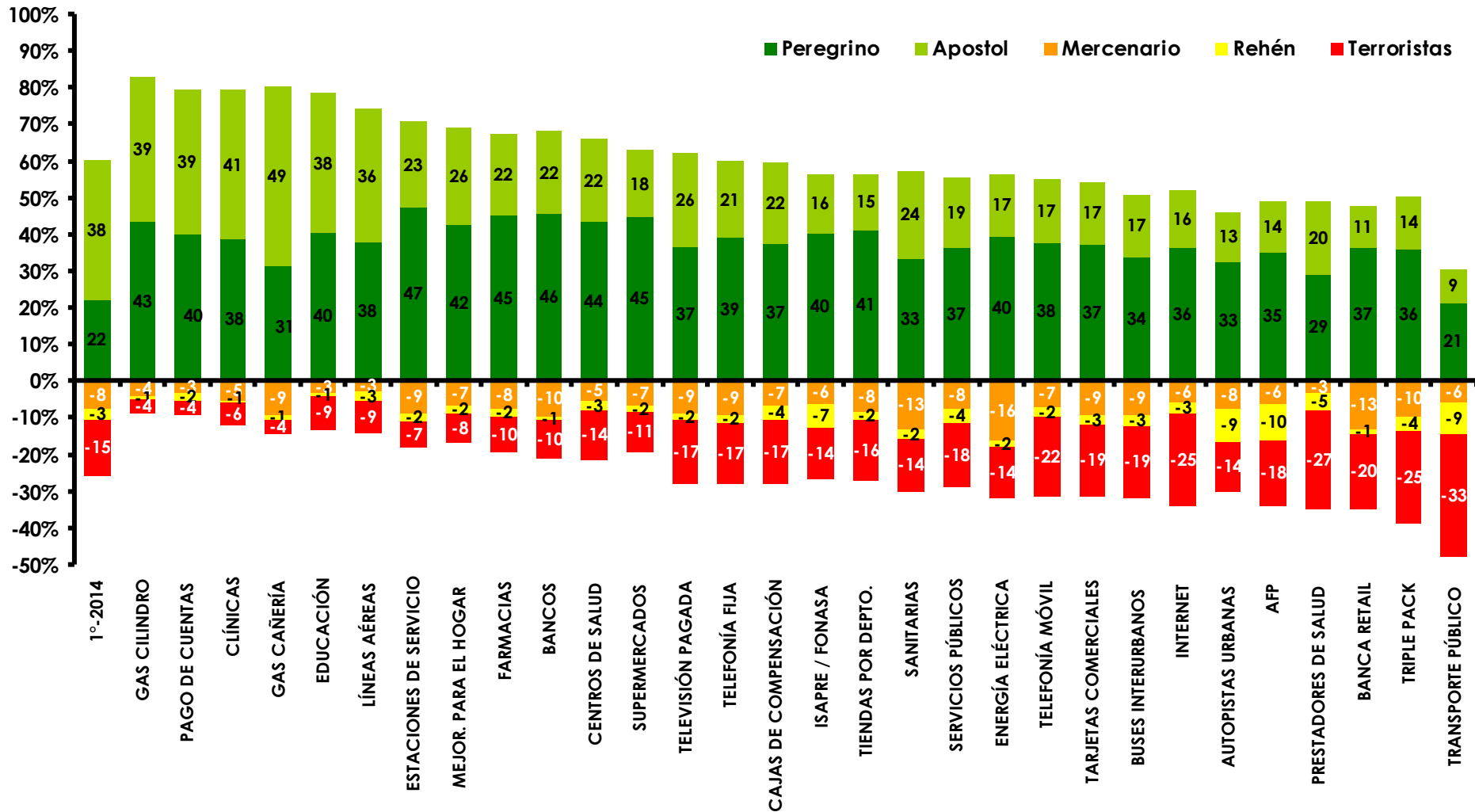
Sectores de Membresía



Índice de Clientes Apóstoles y Terroristas por Sector

Base Total de Clientes por sector

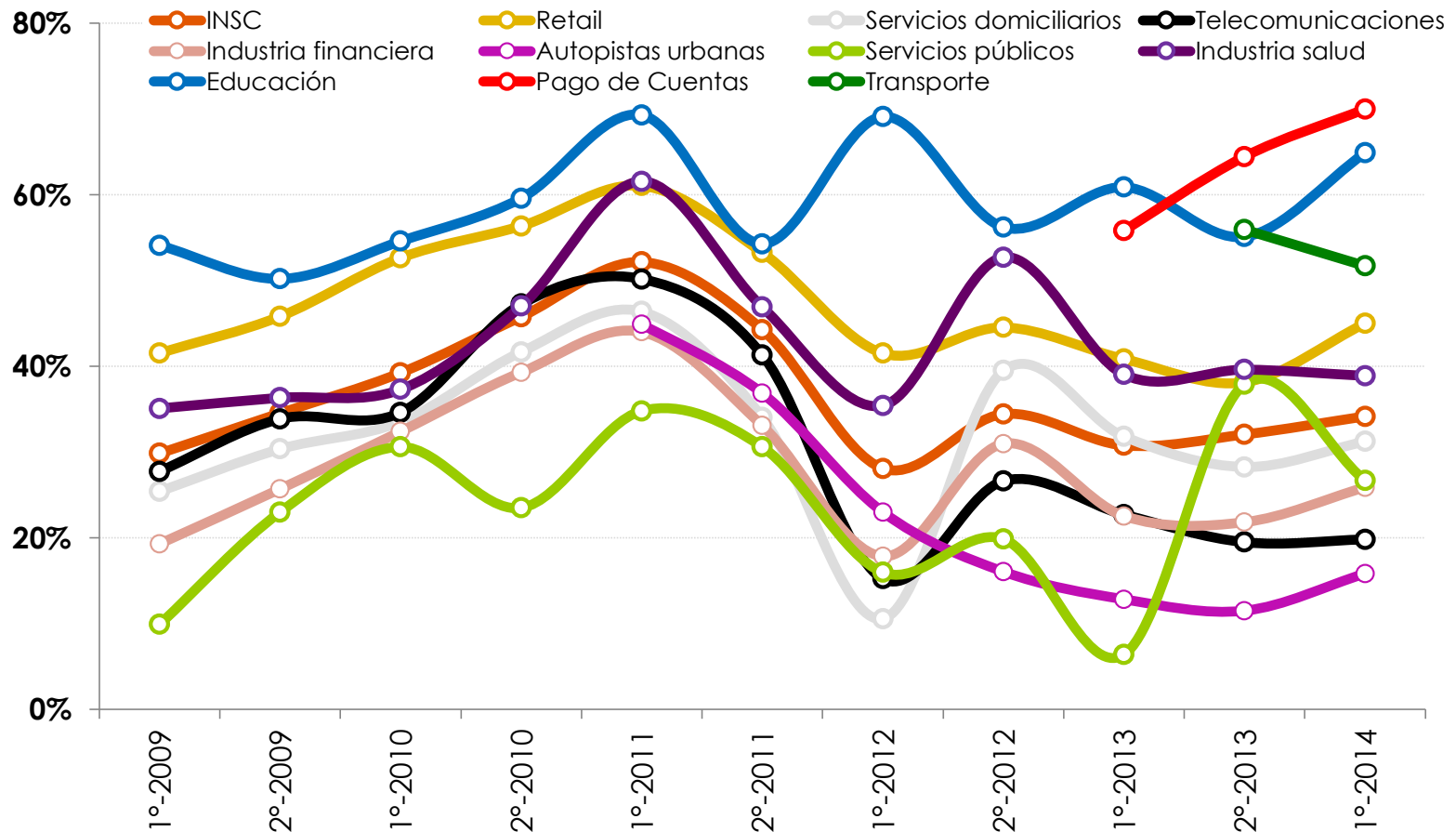
PRIMER SEMESTRE 2014



Índice de Sanidad de la Cartera por Industria

Base Total de Clientes por sector

PRIMER SEMESTRE 2014



Sanidad de la Cartera = (Apóstoles + Peregrino) - (Terroristas+Rehenes+ Mercenarios)

Resultados Generales