LITORALPRESS

Fecha: 21-08-2022
Medio: La Tercera
Supl. : La Tercera - Edición Especial II
Tipo: Especiales
Título: Los principales resultados de este 2022

Pág. : 4
Cm2: 746,8
VPE: $ 7.429.613

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida

Benchmark Procalidad

Los principales resultados de este 2022

El Índice Nacional de Satisfacción de Clientes cuenta ya con una nueva versión, destacando las más de 54.000 opiniones, distribuidas en 35 sectores y más de 145 grandes marcas, adicionalmente en su afán por entregar información periódica, sistemática y confiable basa su metodología en mediciones diarias de enero a diciembre permitiendo así recoger la estacionalidad propia de las compañías evaluadas y al mismo tiempo minimizar los sesgos frente a contingencias puntuales.

Por: Macarena Catalán Garcés, gerente de Negocios en Praxis Human Xperience.

Cada año Procalidad destaca a las marcas con los mejores estándares de servicio desde la perspectiva de los clientes. Para determinar aquello considera la construcción de un factor a partir de las variables de satisfacción con la marca, la satisfacción dado precio y la experiencia de problemas. Este año 2022, este factor tuvo una importante contribución de la satisfacción dado precio lo que generó cambios relevantes en la posición de las marcas, tanto así que un 26% de los ganadores obtuvo esta distinción por primera vez.

Principales Resultados

La satisfacción con la marca durante el primer semestre del año alcanza 62 puntos netos y baja levemente respecto al 2°-2021, sin embargo, se amplían las brechas por edad, sexo, GSE y zona, siendo los clientes menores de 30 años, segmentos de mayores ingresos y la zona norte como los más críticos.

A partir de la pandemia los indicadores han experimentado varios cambios, las compañías son percibidas como de mayor costo, y se muestra como el de menor percepción, la permanencia o recompra presenta un comportamiento inestable donde retrocede respecto al semestre anterior.

Si nos centramos ahora en los sectores medidos dentro de cada industria se destaca los siguiente:

- Tarjetas comerciales alcanzan su mejor indicador histórico superando los 70 puntos netos en promedio. Cajas de compensación reduce la brecha y alcanza a los bancos quienes han permanecido estables en los últimos cinco años.
- eCommerce lidera la industria del Retail con 81% de satisfacción neta y se aprecia como el mejor dentro de la categoría transaccional. Supermercados, Tiendas por departamento y Mejoramiento para el Hogar reducen la distancia y se encuentran dentro de la misma banda.
- Telefonía fija se separa respecto a Telefonía Móvil y Tv Pagada. Internet se mantiene como el sector de menor desempeño sin embargo tiende al alza.
- La salud es la de mayor variabilidad, sin embargo, la principal mejora está dada por el sector de menor desempeño, prestadores públicos quienes reducen la brecha respecto a las Cínicas en un 38%.

Otro resultado importante lo identificamos en la distribución de la cartera de clientes. Procalidad define seis grupos a partir de los indicadores de lealtad y la satisfacción general. Se observa un aumento de apóstoles y peregrinos, quebrando la inercia de los últimos años para este grupo de clientes donde el servicio está acorde a sus expectativas y tienen comportamientos de permanecer y recomendar a las compañías, en tanto el grupo de "terroristas" que disminuye desde un 17% a un 11% respecto al segundo semestre de 2017, se caracteriza por clientes que han vivido malas experiencias con el servicio, transmiten su frustración a su círculo social y muestran altas disposiciones de abandonar la compañía.

Ambos grupos representan los extremos en la evaluación de los clientes y son un buen estimador de cara a la posibilidad de obtener el premio Procalidad. Particularmente para este 2022, las marcas distinguidas son aquellas que obtuvieron un buen equilibrio entre ambos grupos.

La pregunta que surge entonces es: ¿Cuáles son las componentes del servicio que generan estos comportamientos en los Clientes? La respuesta en este caso es que depende en gran medida de los quiebres de servicio, existiendo un importante vínculo entre la experiencia de problemas y la perdida de satisfacción y lealtad, adicionalmente se observa una alta correlación con la satisfacción dado precio lo que hace mucho sentido pensando en que el precio es una componente relevante de la propuesta de valor. Así, cuando las compañías generan incomodidades en los clientes, la percepción de valor se altera porque de cara a los clientes hacer negocios con esa compañía resulta difícil (más costosa).

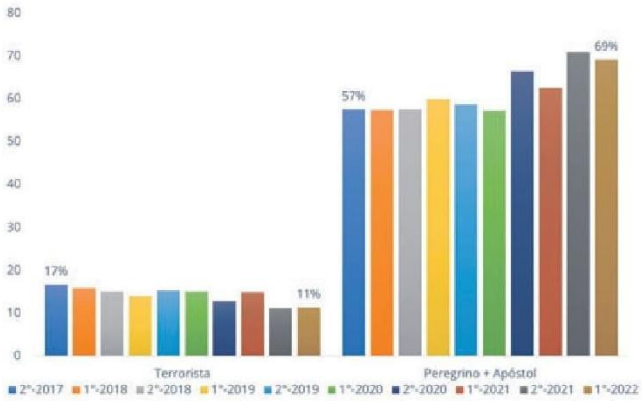
De lo anterior podemos concluir que 5 de cada 10 clientes serán terroristas si experimentan problemas, en tanto que, la ausencia de ellos consigue cuatro veces más apóstoles.

Si nos centramos ahora en la satisfacción dado precio, podemos afirmar que:

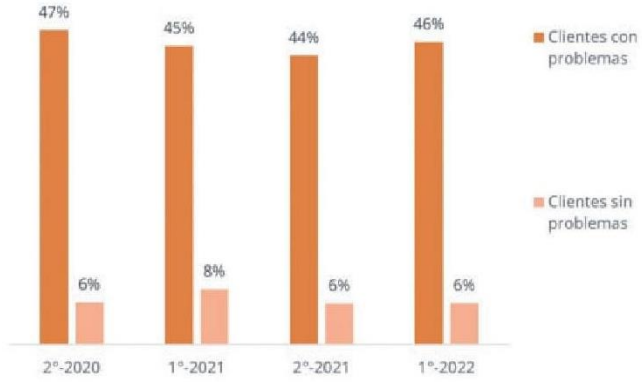
- Hay una relación inversa entre Apóstoles y Terroristas.
- Los terroristas predominan frente a notas insatisfactorias y disminuyen frente a las notas neutras.
- Para ser altamente leal (apóstoles) se requiere de excelencia en la relación precio – calidad. Incluso una nota 6 no es suficiente.
- El grupo de terroristas se acompaña de un mayor esfuerzo para disfrutar los servicios que la compañía ofrece de tal modo que los costos son mayores.

Macarena Catalán Garcés, gerente de Negocios en Praxis Human Xperience.

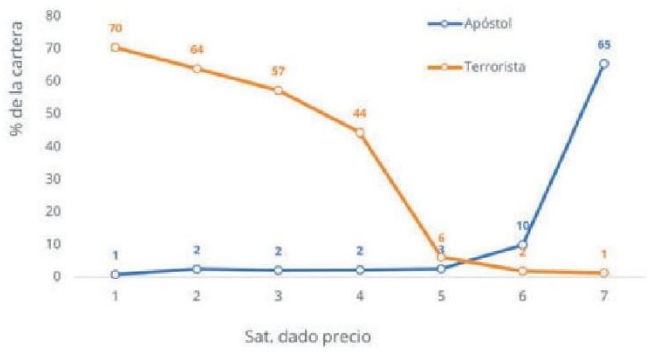
DISTRIBUCIÓN EVOLUTIVA CARTERA DE CLIENTES



TASA DE TERRORISTAS SEGÚN EXPERIENCIA DE PROBLEMAS



VARIACIÓN DE LA CARTERA EN RELACIÓN AL PRECIO/ CALIDAD



LITORALPRESS

Fecha: 21-08-2022
Medio: La Tercera
Supl. : La Tercera - Edición Especial II
Tipo: Especiales
Título: **Los principales resultados de este 2022**

Pág. : 5
Cm2: 383,3
VPE: $ 3.813.529

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida

GANADORES PROCALIDAD AÑO 2022

INDUSTRIA	SECTOR	MARCA GANADORA
Contractual	AFP	**AFP Uno**
	Bancos Grandes	**BCI**
	Bancos Medios	**Banco Falabella**
	Cajas de Compensación	**Los Héroes**
	Energía Eléctrica	**Desierto**
	Gas Medidor	**Gasco**
	Instituciones financieras de ahorro y crédito	**Coopeuch**
	Internet	**Claro**
	Isapre / Fonasa	**Desierto**
	Mutuales	**IST**
	Sanitarias	**Desierto**
	Seguridad para el Hogar	**Prosegur**
	Servicios Públicos	**Servicio de Impuestos Internos**
	Tarjetas Comerciales	**CMR Falabella**
	Telefonía Fija	**Entel**
	Telefonía Móvil	**WOM**
	Televisión Pagada	**DIRECTV**
Transaccional	Buses interurbanos	**Pullman Bus**
	Centros de Salud	**Vidaintegra**
	Clínicas	**Clínica Alemana**
	Courier	**Chilexpress**
	Delivery	**Cornershop**
	Estaciones de Servicio	**Copec**
	Ecommerce	**mercado libre**
	Farmacias	**Desierto**
	Gas Cilindro	**Desierto**
	Líneas Aéreas	**Jet SMART**
	Mejoramiento para el hogar	**Easy**
	Minimarket	**Pronto**
	Pago de Cuentas	**Sencillito**
	Prestadores de salud	**Desierto**
	Supermercados	**Jumbo**
	Transporte Público	**Desierto**
	Tiendas por departamento	**Paris**

GRANDES GANADORES

INDUSTRIA	SECTOR	MARCA GANADORA
Contractual	Servicios estatales	**Servicio de Impuestos Internos**
Transaccional	Ecommerce	**Mercado libre**