LITORALPRESS

Fecha: 21-08-2022
Medio: La Tercera
Supl. : La Tercera - Edición Especial II
Tipo: Especiales
Título: Satisfacción de clientes con las empresas experimenta un excepcional crecimiento en Chile

Pág. : 16
Cm2: 801,1
VPE: $ 7.970.529

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida

Una respuesta eficaz y oportuna

Satisfacción de clientes con las empresas experimenta un excepcional crecimiento en Chile

Estos últimos años, la sociedad y los mercados han vivido grandes perturbaciones, derivadas de la aceleración de los cambios en todos los aspectos de la vida. Ahora estamos sufriendo además los efectos de la crisis social y la pandemia, no solo a nivel nacional, sino también las consecuencias de estos fenómenos globales a nivel mundial.

Por: Rodrigo Morrás, director Centro de Experiencias y Servicios (CES) Escuela de Negocios UAI.

En contextos de esta naturaleza, las personas experimentan un aumento de la incertidumbre, pérdida de control sobre sus vidas, ansiedad, estrés, etc. Pero, además, se debilita la confianza de ser capaces de adaptarse a estas nuevas condiciones y, en general, disminuye su capacidad de respuesta, viéndose muchas veces obligadas a bajar los estándares y perder efectividad. En momentos como éstos no solo escasean las buenas noticias, sino que además perdemos la capacidad de verlas y reconocerlas. Esta es la razón que le otorga especial valor al excepcional aumento de la satisfacción de los clientes de las grandes empresas en Chile durante estos dos últimos años, con un paso de 50% de satisfacción neta a 63,1%.

Este aumento fue conseguido en un período de enormes dificultades logísticas, operacionales, sanitarias, económicas y políticas, e incluso sobreponiéndose a un cuestionamiento social de la imagen de la empresa y de su legitimidad para operar en algunos sectores industriales.

Podríamos decir que esta respuesta de alta eficacia en un contexto adverso es una confirmación fáctica de la mayor percepción de efectividad de las empresas sobre otras instituciones sociales, como muestra el índice Edelman Trust Barometer 2022 **(https://www.edelman.com/trust/2022-trust-barometer)**

Al estudiar los gráficos y la evolución de las variables, se pueden distinguir con claridad tres períodos de tres semestres cada uno:

El primero corresponde a los semestres pre-crisis, el segundo contiene al 2do semestre de 2019 y todo el año 2020 (crisis social e inicio de la pandemia), y el 3ro correspondiente a los últimos 3 semestres de la pandemia. La tendencia es de un crecimiento sostenido desde el 1er semestre de 2018 hasta hoy día, con una baja en la crisis e inicio de la pandemia.

Es importante señalar que el patrón de crecimiento del Índice Nacional de Satisfacción de Clientes (INSC) -monitoreado por la UAI y Praxis-, mostrado en el gráfico 1, corresponde al de todas las industrias medidas en el indicador, como puede apreciarse en el gráfico 2. En consecuencia, podemos asumir que esta mejora es un fenómeno transversal en el mercado.

Por otra parte, al comparar la mejora de la "Satisfacción" de los últimos semestres con otras variables medidas en el estudio, se advierte la consistencia y robustez del fenómeno. Simultáneamente con la mejora de los 13.1 puntos porcentuales de la Satisfacción, hemos vivido la mayor mejora bianual de la variable "La empresa cumple lo que promete" (18.3 puntos porcentuales); la mejora de 11.2 puntos porcentuales en la variable "La empresa se preocupa por sus clientes", y una baja de 5 puntos porcentuales en la tasa de problemas (de 18 a 13). **Ver gráfico 3.**

Son varias las explicaciones a estos excepcionales resultados

En primer término, las empresas debieron aumentar su foco y atención en las personas -tanto clientes como colaboradores- y derivar de allí la adecuación de los modos de trabajo y atención a las nuevas condiciones y de servicio que el contexto exigía.

A nivel laboral, esta atención significó una conexión inédita de las empresas con los hogares y las condiciones personales de vida de sus empleados, y en consecuencia, dio una oportunidad de enriquecer el vínculo colaborador-empresa y mostrar una cara más cercana y solidaria de las compañías en ese ámbito.

Por otra parte, a nivel del vínculo con los clientes, la necesaria integración de tecnología para facilitar y simplificar los procesos internos y de contacto, como la digitalización de muchas interacciones con los clientes generando o reforzando canales digitales y la creación de nuevos modelos de atención, permitió tener respuestas oportunas que fueron haciéndose más confiables en el tiempo. La agilidad y efectividad mostrada por las empresas en estos procesos de transformación digital se constituyeron en evidencias de preocupación tanto para los clientes como para los propios empleados.

La satisfacción y el precio

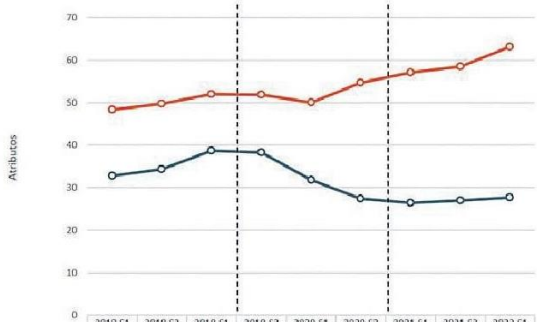
Una de las grandes consecuencias de la pandemia a nivel global ha sido la inflación, que en Chile se ha agudizado por hechos locales. En estos últimos semestres, el comportamiento de la variable satisfacción dado precio (S/P), que es la variable relacionada con el precio en el INSC -ya que en la encuesta se pide al encuestado juzgar la satisfacción considerando el precio pagado por el servicio-, ha tenido un comportamiento paradojal. Después de bajar fuertemente en el período de la crisis e inicio de la pandemia, durante el período de mayor inflación de los últimos 30 años, esta variable no solo no siguió bajando (lo esperado era una baja aún más significativa), sino que en estos últimos semestres subió levemente. **Ver gráfico 1.**

Este paradojal comportamiento significa que el aumento de la satisfacción de los clientes con los servicios recibidos representa para ellos suficiente valor agregado en el servicio para compensar en su percepción los aumentos de precios que estamos experimentando en todos los sectores. Se tangibiliza en este hecho el aporte de las empresas a una vivencia menos irritante de la inflación ("estarán subiendo los precios, pero al menos los servicios están mejores").

Finalmente, esta eficaz respuesta de las empresas de servicio en Chile, es oportuna para los momentos difíciles que vivimos, tanto por el alivio que representa para la vida de los chilenos, como por darnos la oportunidad de recuperar la confianza en las empresas, un actor social de tremendo impacto en la vida de los ciudadanos cuya imagen ha estado siendo cuestionada.

"A nivel laboral, esta atención (adaptada producto de la pandemia) significó una conexión inédita de las empresas con los hogares y las condiciones personales de vida de sus empleados. En consecuencia, dio una oportunidad de enriquecer el vínculo colaborador-empresa y mostrar una cara más cercana y solidaria de las compañías en ese ámbito".

Gráfico 1:
SATISFACCIÓN Y SATISFACCIÓN DADO PRECIO



	2018 S1	2018 S2	2019 S1	2019 S2	2020 S1	2020 S2	2021 S1	2021 S2	2022 S1
Satisfacción	48,3	49,7	52	51,9	50	54,7	57,1	58,5	63,1
Satisfacción dado precio	32,8	34,3	38,7	38,3	31,8	27,4	26,4	27	27,7

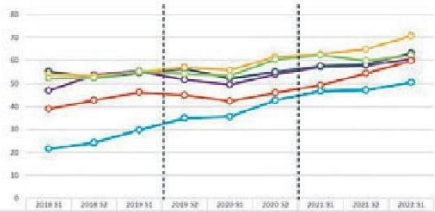
LITORALPRESS

Fecha: 21-08-2022
Medio: La Tercera
Supl. : La Tercera - Edición Especial II
Tipo: Especiales
Título: **Satisfacción de clientes con las empresas experimenta un excepcional crecimiento en Chile**

Pág. : 17
Cm2: 378,7
VPE: $ 3.768.100

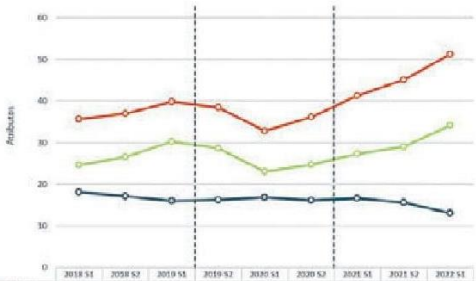
Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida

Gráfico 2:
TENDENCIAS EN LAS INDUSTRIAS



	2018 S1	2018 S2	2019 S1	2019 S2	2020 S1	2020 S2	2021 S1	2021 S2	2022 S1
Domiciliarias	46,8	53,6	55,4	51,7	48,5	53,9	52,1	57,8	60,5
Financieras	55,2	52,4	54,6	56,4	52,2	55	51,5	58,2	61,3
Retail	53,9	53,1	55	56,9	55,8	61,6	62,7	65	70,7
Salud	52,3	52,5	55,2	54,1	53,4	60,3	62,3	59,7	62,2
Telecomunicaciones	38,9	42,6	46	44,9	42,2	45,9	48,2	54,3	50,8
Transporte y logística	21,6	24,3	29,8	35	35,5	42,7	46,7	42,1	50,5

Gráfico 3:
ATRIBUTOS DE CONFIANZA Y PROBLEMAS



	2018 S1	2018 S2	2019 S1	2019 S2	2020 S1	2020 S2	2021 S1	2021 S2	2022 S1
Problemas	18,1	17,2	16,1	16,3	16,0	16,2	16,7	15,7	13,1
Preocupación	24,6	26,6	30,3	28,7	23	24,8	27,3	29,1	34,2
Cumplimiento	35,7	37	33,8	38,5	32,9	36,1	41,3	45,1	51,2