

MIÉRCOLES DE

CX 

**Presentación Estudio Nacional de
Experiencia de Servicios Básicos del Hogar**

 **ces** | centro de
experiencias
y servicios
UAI • LATAM

ACTIVA

Primer Estudio Comparado de Experiencia de Servicios Básicos en Modalidad OnLine

Realizado:
Activa, en conjunto con CES

Agua Potable



Electricidad



Gas Cilindro



Gas Cañería



Internet Cable



Metodología:

- **Diseño Cuantitativo**, sobre la base de entrevistas online en sistema Panel CAWI **Opinandonline.com**
- Hombres y mujeres mayores de 18 años, pertenecientes a los grupos socioeconómicos (GSE) C1, C2, C3 y DE. Residentes de Santiago y Regiones, usuarios de distintos servicios básicos.
- Se realizó un total de **1.717** encuestas. **1 a 3 empresas** x persona.
- Las entrevistas se realizaron entre el **13 de enero al 17 de febrero**

Muestra total abierta por zona:

Norte	189
RM	713
Centro	384
Sur	431
Total	1.717

Evaluación por servicio

Agua Potable	1.236
Electricidad	1.273
Gas Cañería	272
Gas Cilindro	828
Internet Hogar	620



¿Cómo garantizar una adecuada Representación Poblacional?

CHILE

POBLACIÓN
TOTAL



18.27
Millones

Urbanización: 88%

TELEFONÍA
MÓVIL



26.40
Millones

Vs población: 145%

USUARIOS DE
INTERNET



15.04
Millones

Penetración: 82%

A background image showing a hand washing a white bowl in a sink. The faucet is on the left, and the hand is on the right, holding a green and yellow sponge. Water is running from the faucet into the bowl.

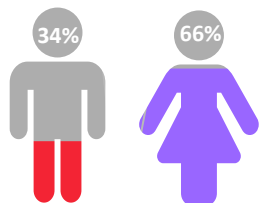
Para tener en cuenta:

!Las evaluaciones siempre serán más críticas!

En promedio hemos verificado 20 pts más cuando se utilizan técnicas tradicionales (Encuesta Telefónica)

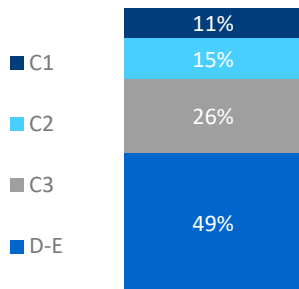
Perfil del entrevistado

Sexo*



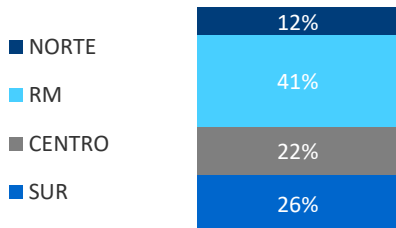
*Las mujeres suelen ocuparse más de los temas del hogar que los hombres

GSE



MUESTRA TOTAL
(N:1.717)

Zona

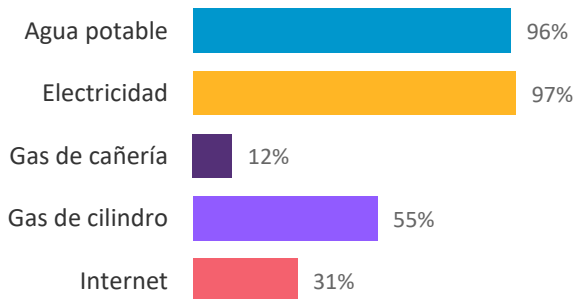


*Fuentes: Ministerio de desarrollo,
Encuesta CASEN 2017

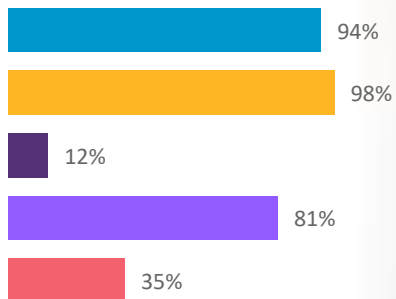


Perfil del entrevistado

¿Qué servicios posee en su hogar?



Penetración de mercado, dato institucional*

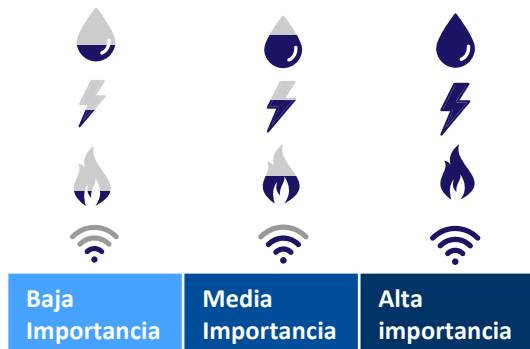


*Fuentes: Ministerio de desarrollo, Subtel, Encuesta CASEN 2017



Desempeño del Modelo de Experiencia de Clientes de Servicios Básicos

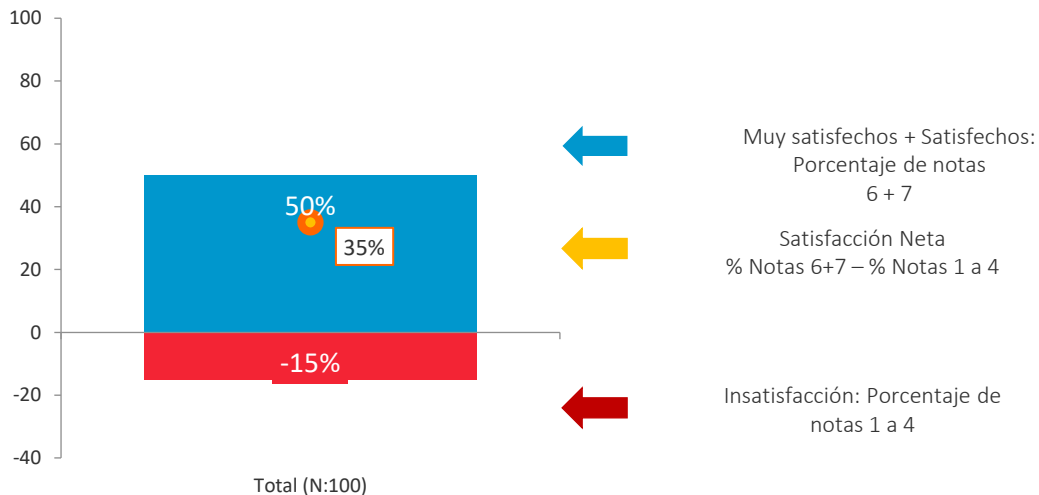
¿Cómo Medimos?



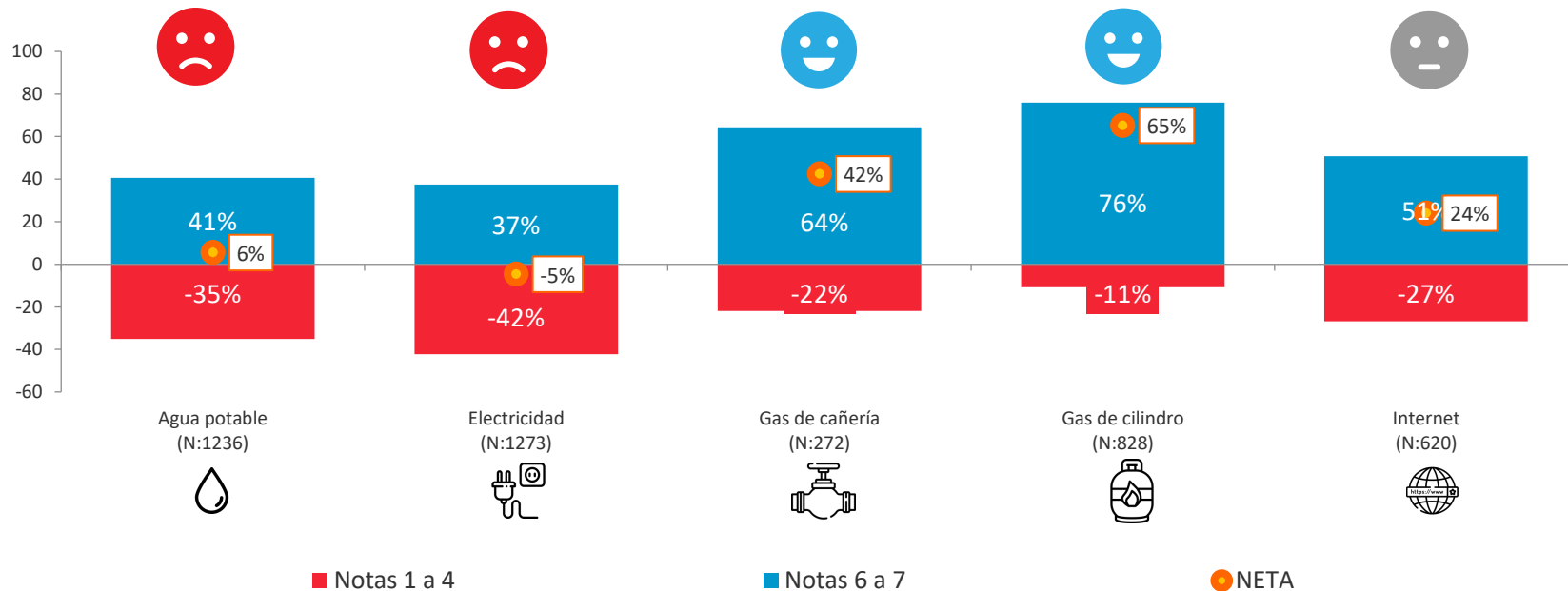
	ALTO DESEMPEÑO	40 Y + SAT NET
	MEDIO DESEMPEÑO	11 A 39 SAT NET
	BAJO DESEMPEÑO	- DE 10 SATNET

Los niveles de Satisfacción de los distintos aspectos medidos en el presente estudio, se evalúan en una escala de 1 a 7, a partir de la cual se obtienen los siguientes indicadores:

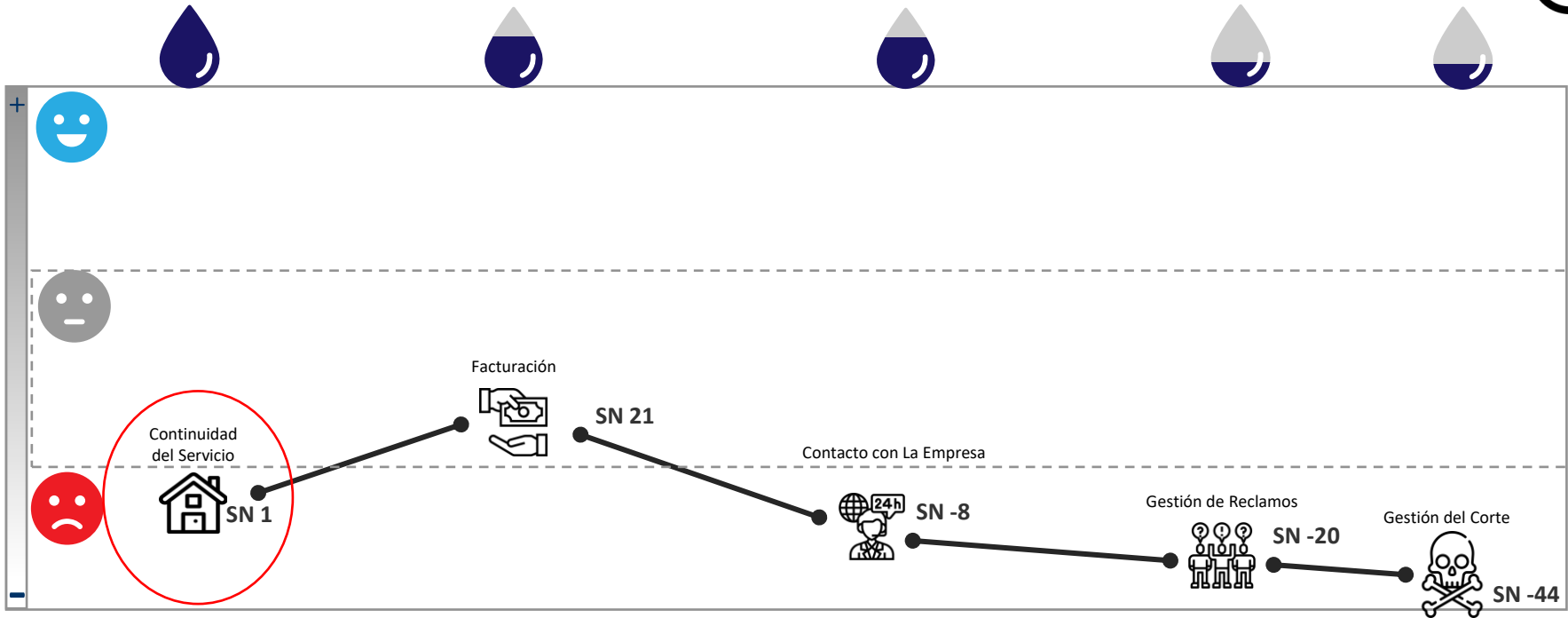
? En general, en una escala del 1 al 7, ¿cómo evalúa el servicio de...?



? En general, en una escala del 1 al 7, ¿cómo evalúa el servicio de...?

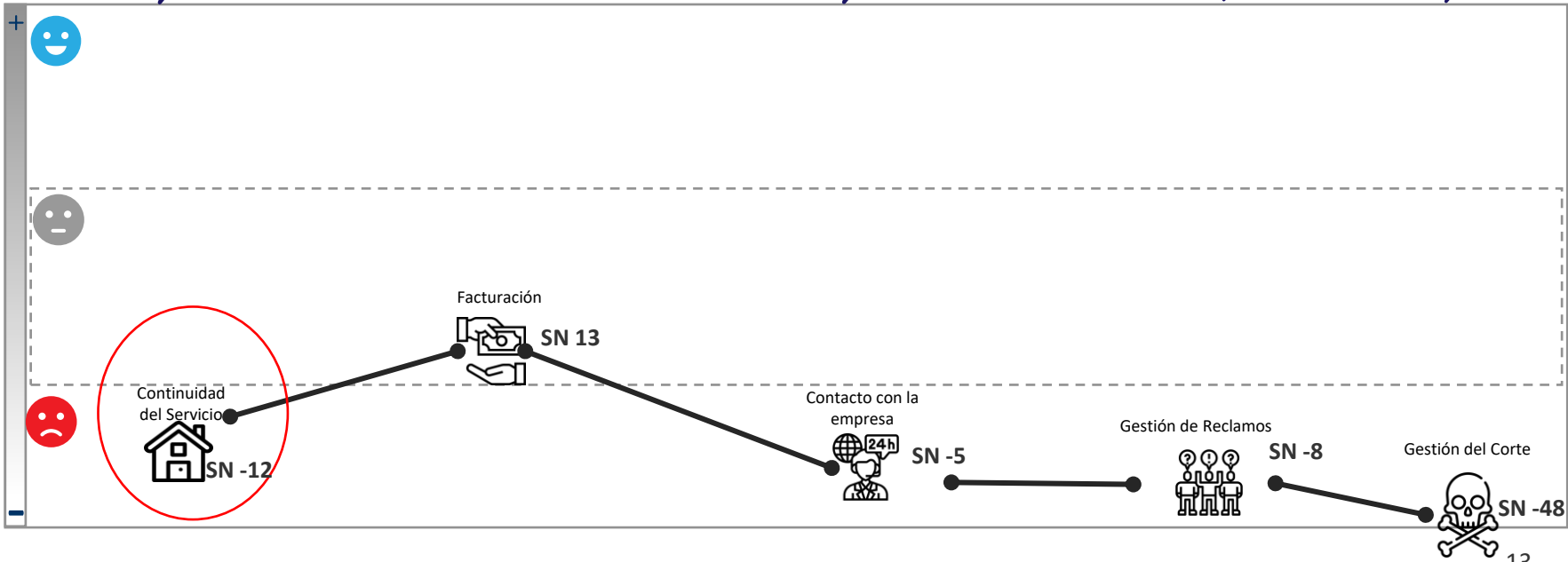


El viaje del Cliente de Agua Potable

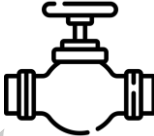


En el siguiente recuadro se muestra el actual proceso de interacción con el usuario...

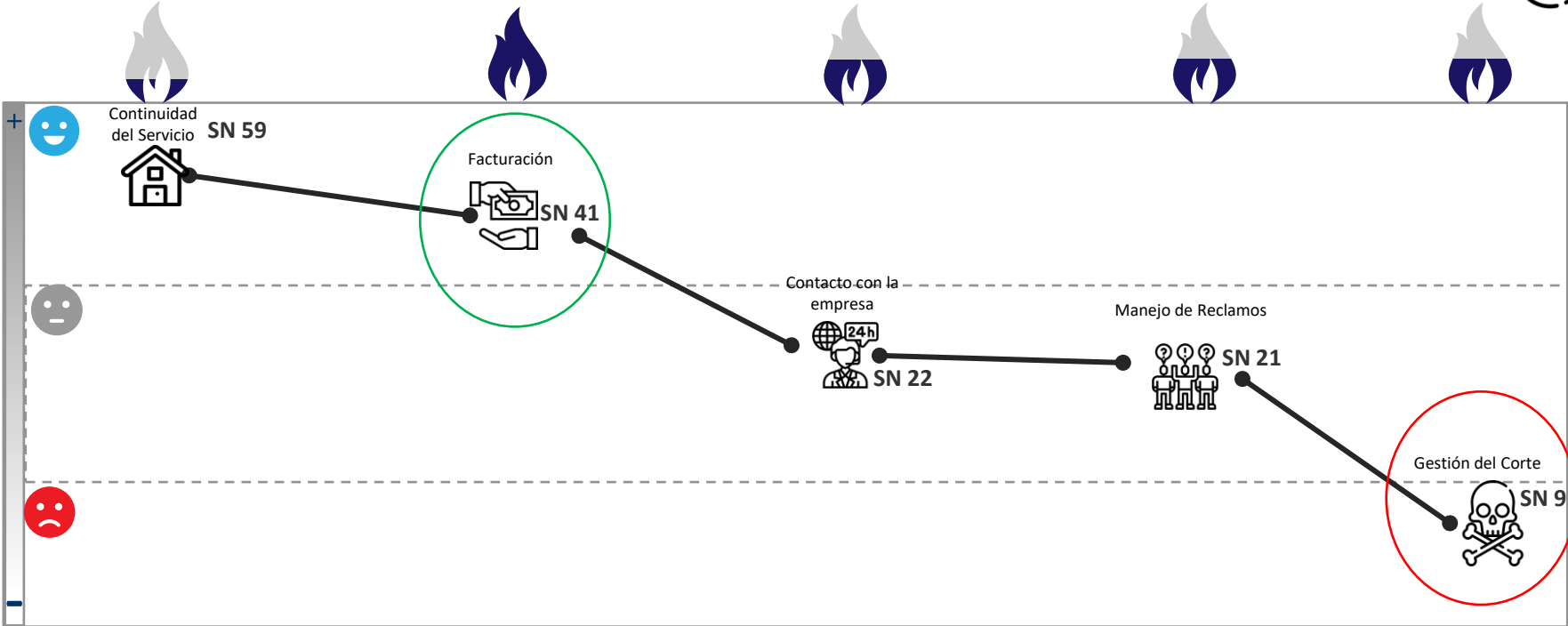
El viaje del Cliente de Electricidad



En el siguiente recuadro se muestra el actual proceso de interacción con el usuario...



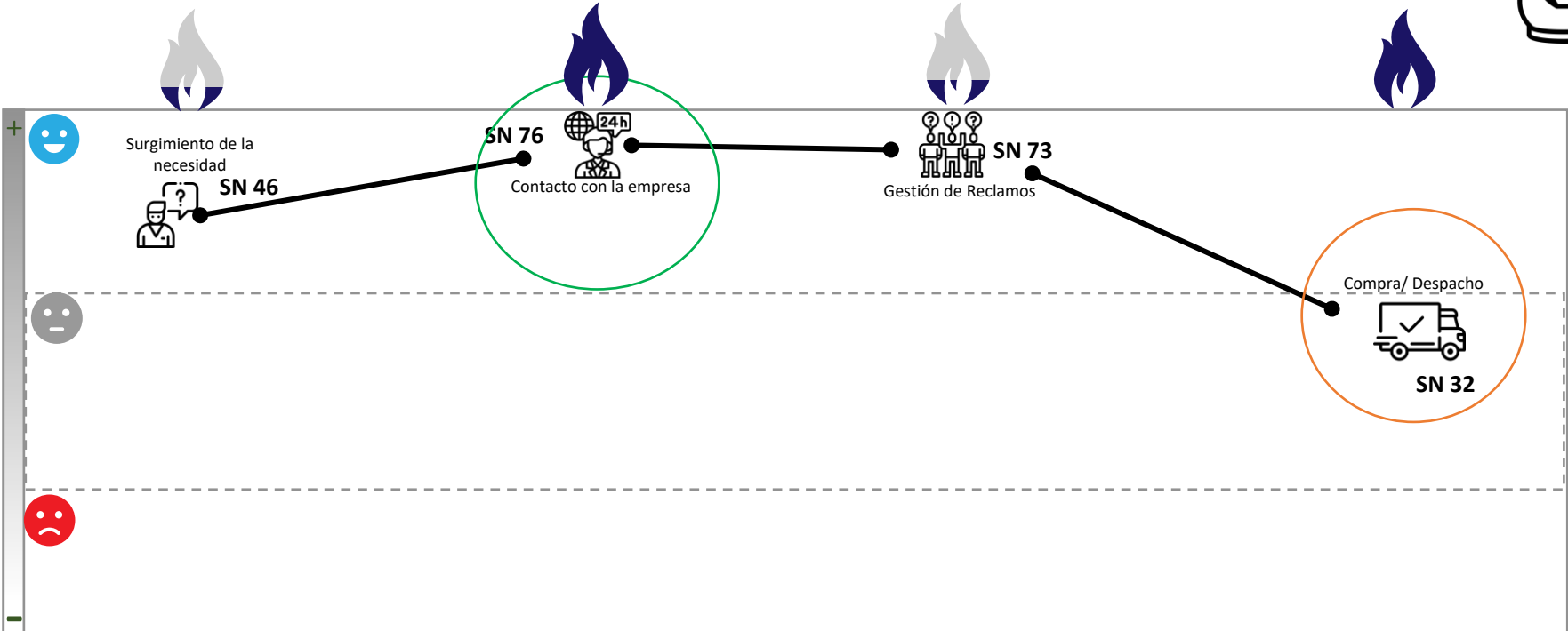
El viaje del Cliente de Gas Cañería



En el siguiente recuadro se muestra el actual proceso de interacción con el usuario...



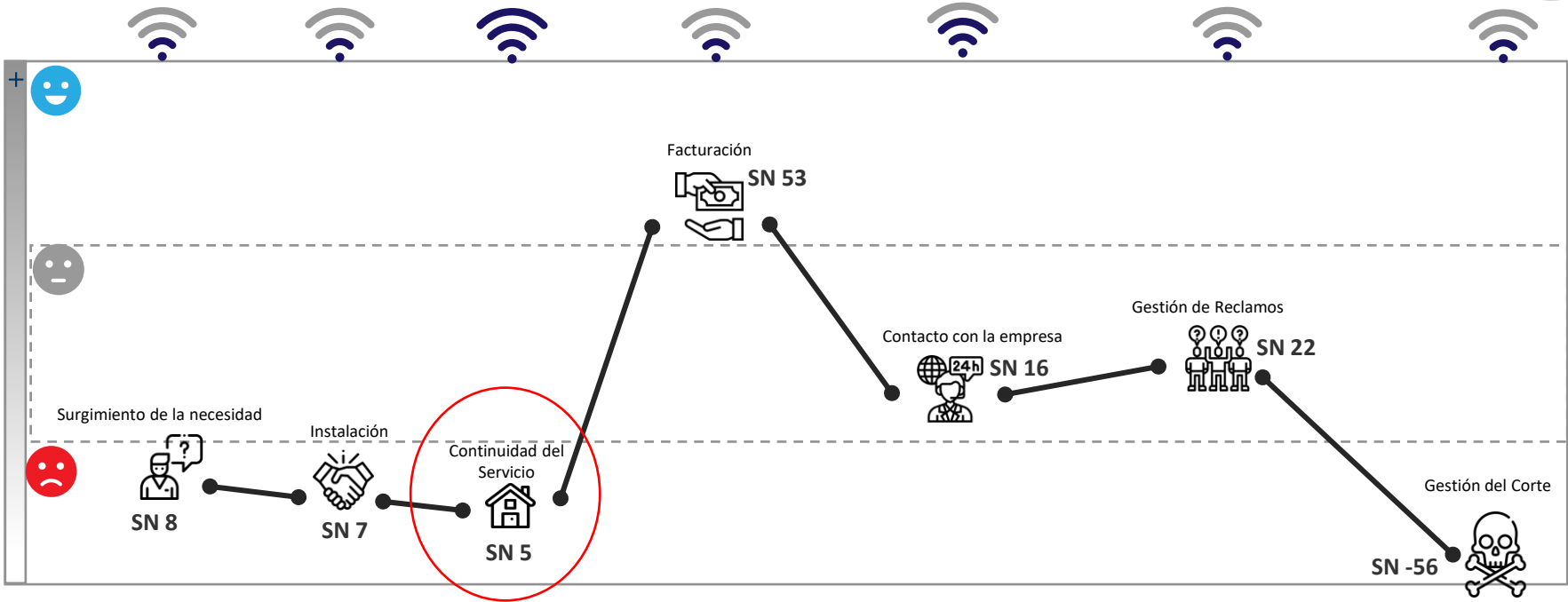
El viaje del Cliente de Gas Cilindro



• En el siguiente recuadro se muestra el actual proceso de interacción con el usuario...



• El viaje del Cliente Internet



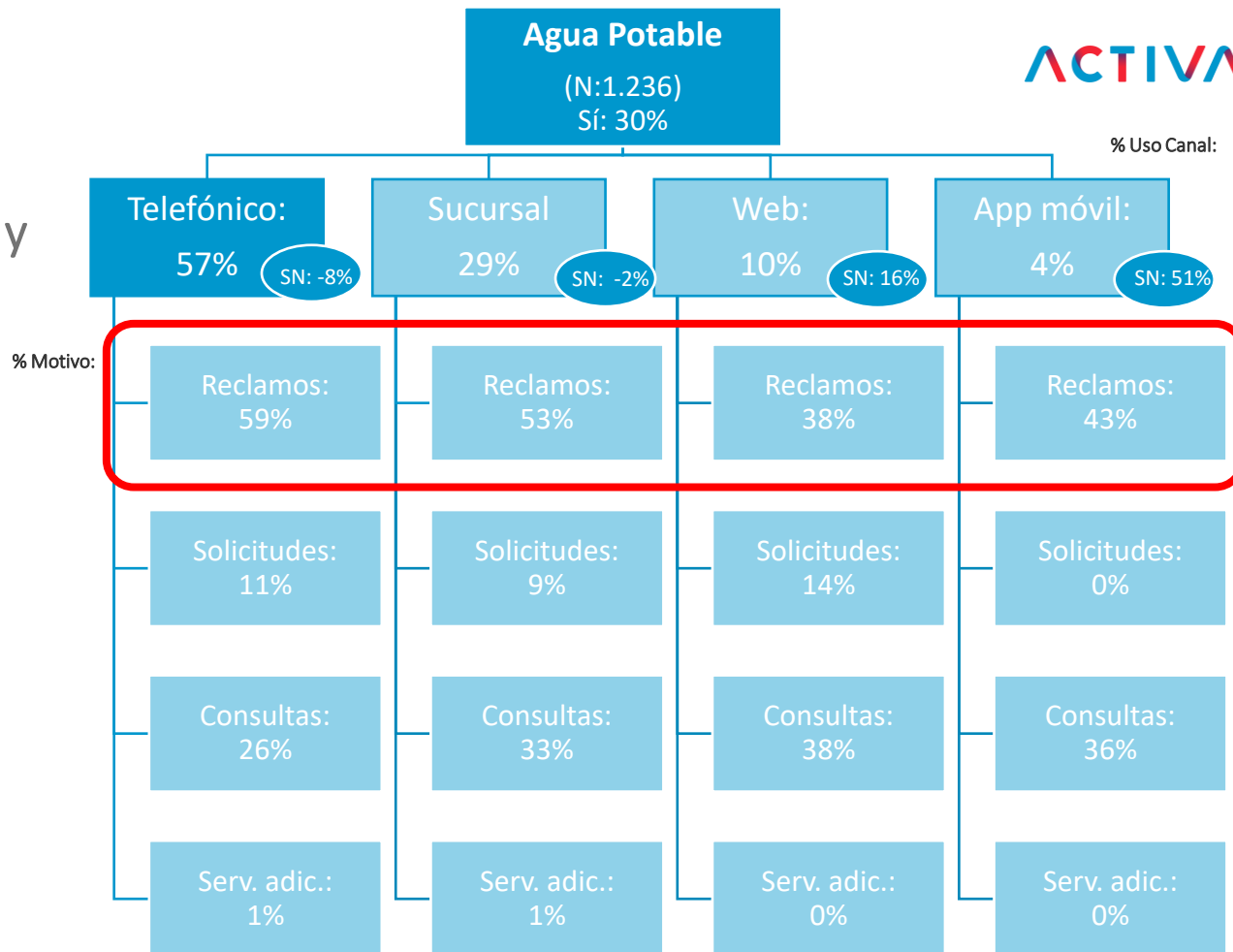
• En el siguiente recuadro se muestra el actual proceso de interacción con el usuario...z

Cuando se produce el quiebre de servicio, el **canal telefónico** se lleva la mayor responsabilidad en su gestión (ex ante COVID19)

Frecuencia de Contacto y Satisfacción con Canal

? ¿En los últimos 6 meses, ¿se ha contactado con su empresa de...?

? ¿Qué tan satisfecho quedó con el servicio del canal de contacto?



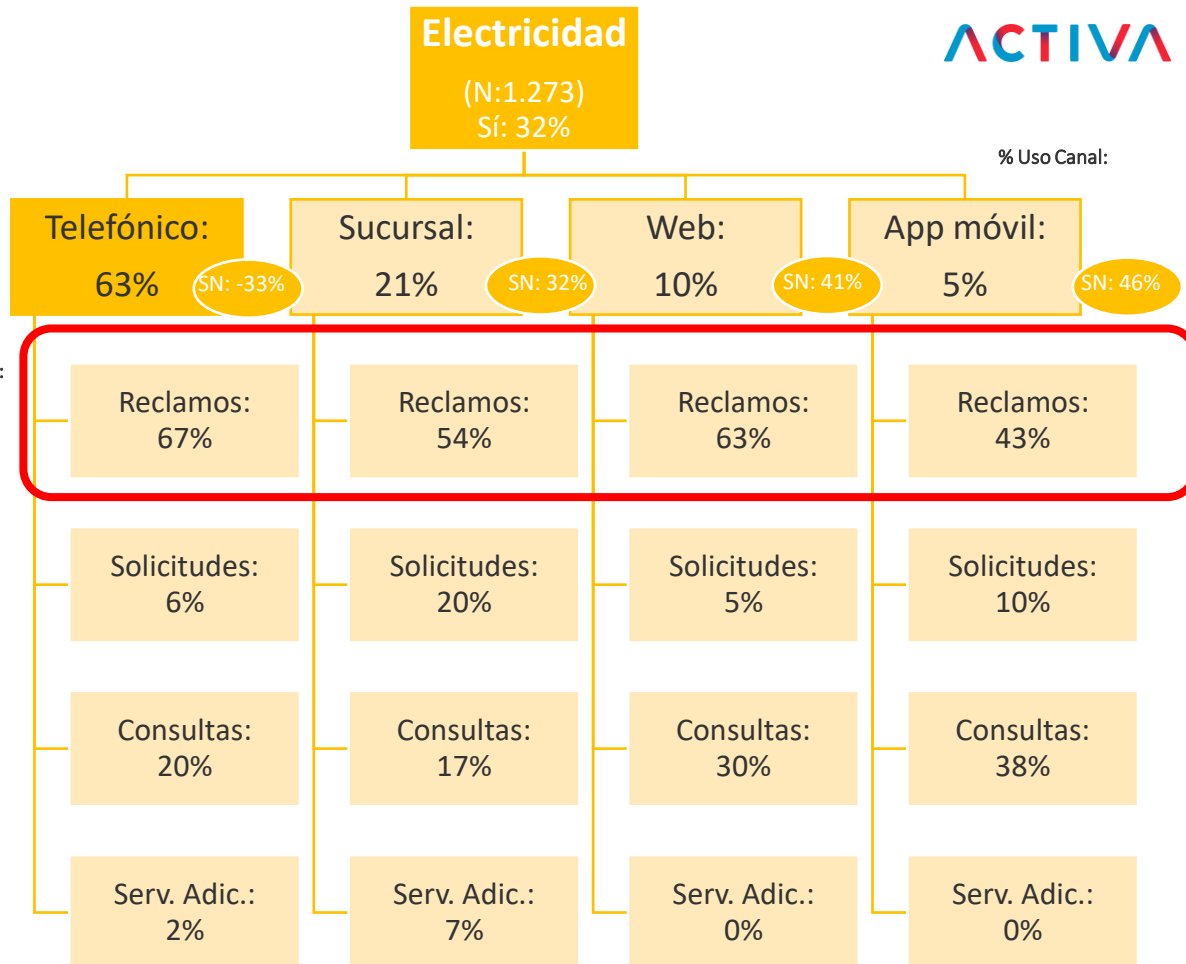
Frecuencia de Contacto y Satisfacción con Canal

? ¿En los últimos 6 meses, ¿se ha contactado con su empresa de...?

? ¿Qué tan satisfecho quedó con el servicio del canal de contacto?



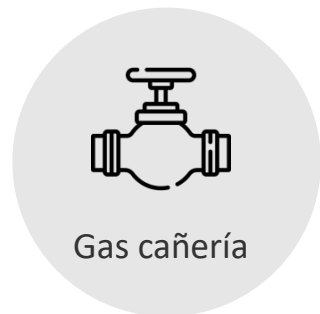
% Motivo:



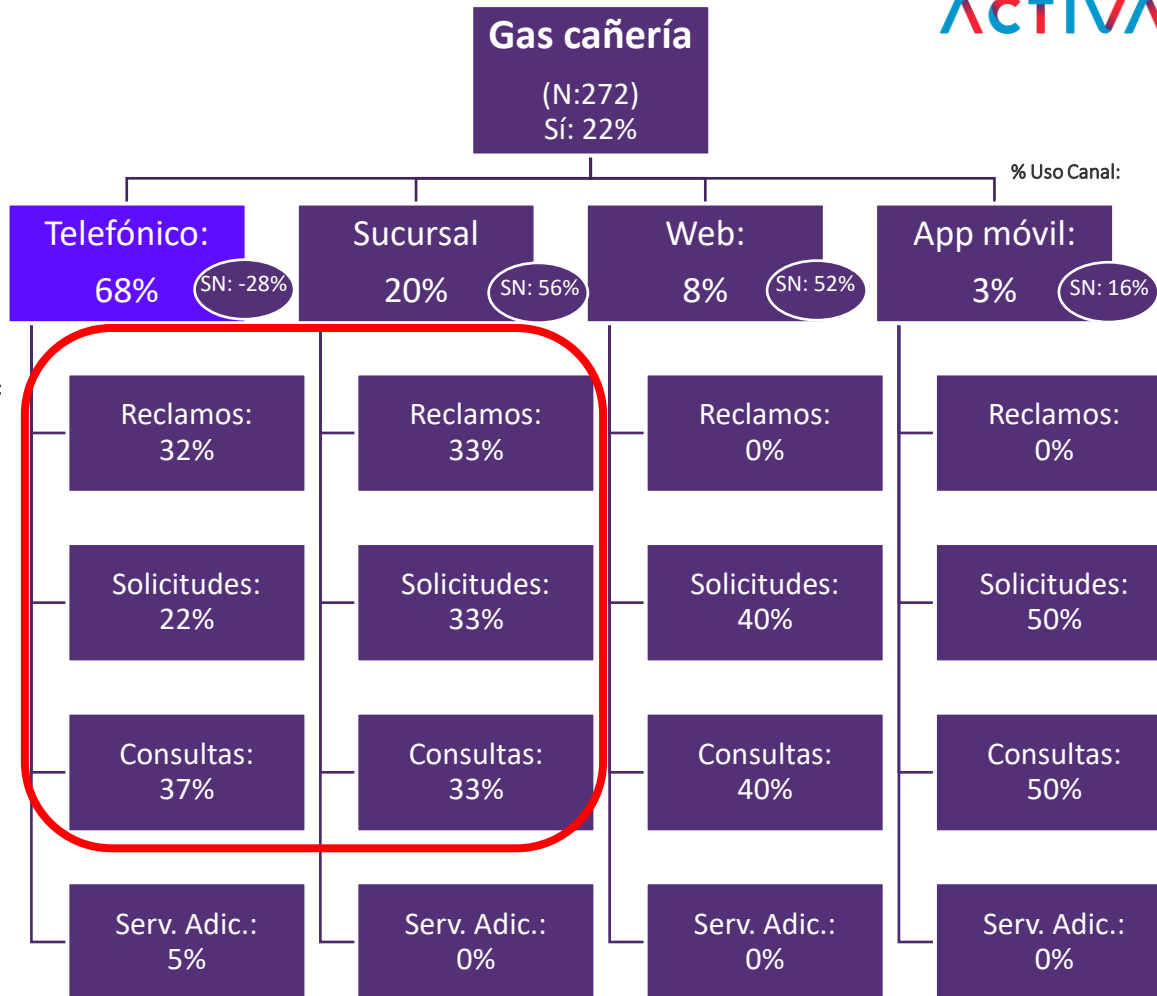
Frecuencia de Contacto y Satisfacción con Canal

? ¿En los últimos 6 meses, ¿se ha contactado con su empresa de...?

? ¿Qué tan satisfecho quedó con el servicio del canal de contacto?

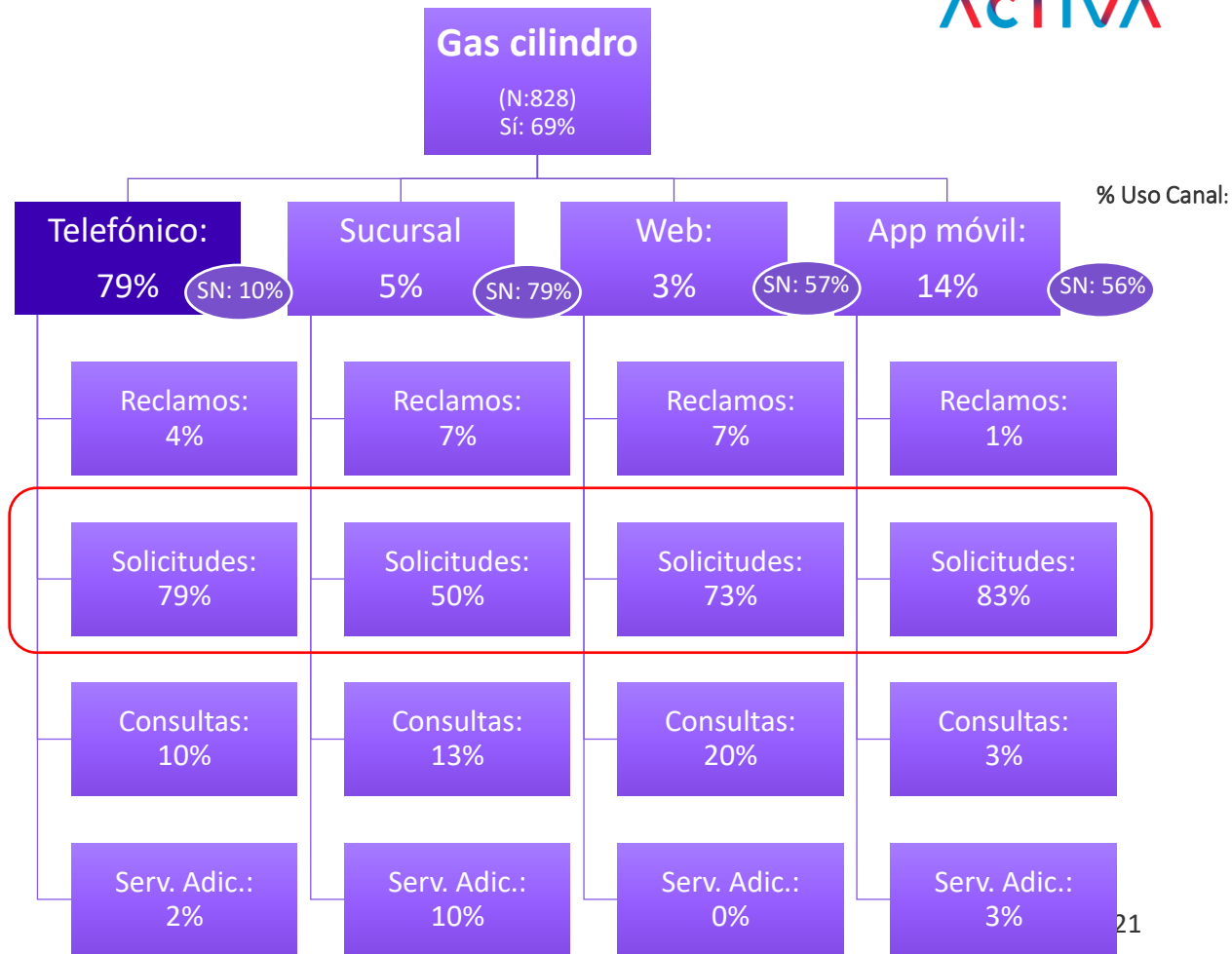


% Motivo:



Frecuencia de Contacto y Satisfacción con Canal

- ? ¿En los últimos 6 meses, ¿se ha contactado con su empresa de...? % Motivo:
- ? ¿Qué tan satisfecho quedó con el servicio del canal de contacto?



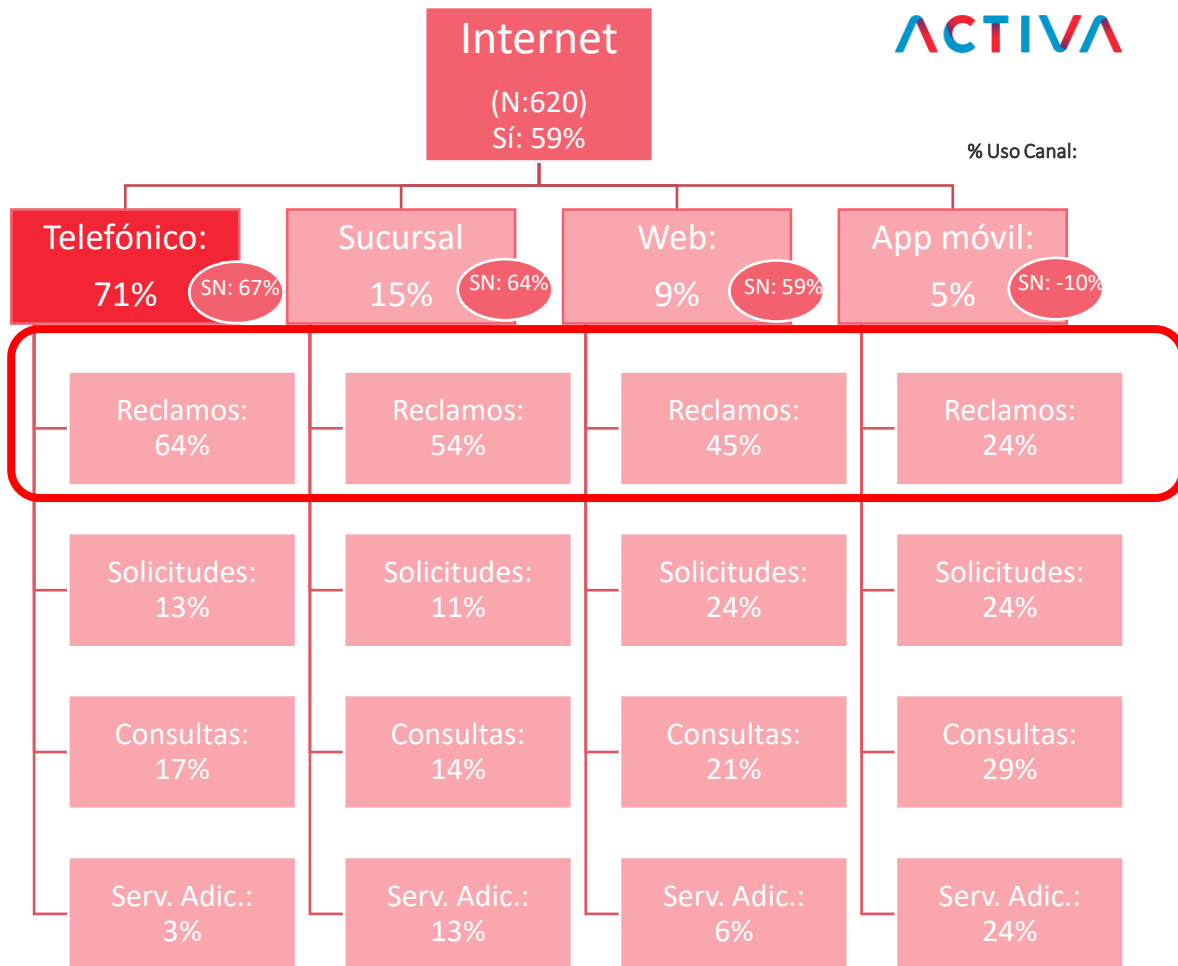
Frecuencia de Contacto y Satisfacción con Canal

? ¿En los últimos 6 meses, ¿se ha contactado con su empresa de...?

? ¿Qué tan satisfecho quedó con el servicio del canal de contacto?








% Motivo:



¿QUIÉNES TIENEN
EXPERIENCIAS
MEMORABLES?



% del total Clientes	Satisfacción Neta	
	Total	Máxima
59%  Agua Potable	6	29
18%  Eléctricas	-5	33
92%  Gas a Cañería	42	45
93%  Gas en Cilindro	65	65
50%  Internet	24	49

¿Ellos son? (Chaid Analysis)

***Clientes que no han
tenido problemas con el
servicio en los últimos 6
meses***

APRENDIZAJES



01

Un servicio básico lo es por que es esencial para la vida. La continuidad del servicio por tanto es determinante de una experiencia memorable.

Ante la falencia en el suministro, la evaluación del desempeño en la experiencia disminuye drásticamente.

02

Electricidad y Agua Potable presentan los mas bajos desempeños de CX

Son servicios de mayor penetración en la población, y podría decirse “los más básicos entre los básicos”, el corte de suministro afecta drásticamente la experiencia, ya que ello merma directamente la calidad de vida de las personas.

Internet Hogar, con desempeño medio, destaca por una mejor relación de costo beneficio tangibilizado en la etapa de facturación. No obstante, presenta problemas de continuidad.

Gas Cañería y sobre todo Gas Cilindro sobre todo, brindan las mejores experiencias.

03

El canal telefónico es el de mayor demanda frente a una solicitud o requerimiento de solución.

En el contexto actual los **canales presenciales** perdieron operatividad y su flujo habitual se trasladó a los **canales remotos** (Online, APP y Telefonico – Asistido y Autoasistido).

¿Están preparados los canales remotos para el escenario COVID19?

MIÉRCOLES DE

CX

!GRACIAS POR ASISTIR!

'ces | centro de
experiencias
y servicios
UAI • LATAM

ACTIVA