



Informe Anual
INDICE DE CONFIANZA DE CLIENTES
Resultados 2023



Metodología del ICC

METODOLOGÍA INDICE DE CONFIANZA DE CLIENTES (ICC)

Atributos que lo componen

ATRIBUTOS Y PREGUNTAS



1. CONFIANZA

En general ¿puede confiar en la empresa?



2. TRANSPARENCIA

¿La empresa es transparente?
(sin letra chica, no esconde nada)



3. PREOCUPACION

¿La empresa se preocupa por el bienestar de sus clientes?



4. CUMPLIMIENTO

¿La empresa cumple lo que promete?

METODOLOGÍA INDICE DE CONFIANZA DE CLIENTES (ICC)

Características del estudio



Hombres y mujeres mayores de 18 años



Las encuestas se realizan a teléfonos fijos y móviles



Se encuesta en todas las comunas con más de 130.000 habitantes o capitales regionales



Se usa un cuestionario con preguntas de respuestas estructuradas, en una escala de 1 a 7



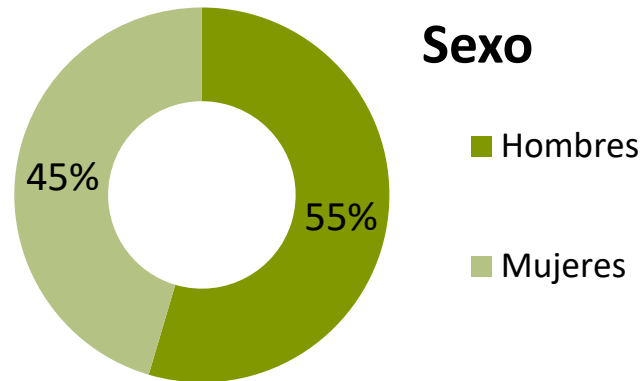
Toma de muestras diarias entre enero y diciembre del 2023

METODOLOGÍA INDICE DE CONFIANZA DE CLIENTES (ICC)

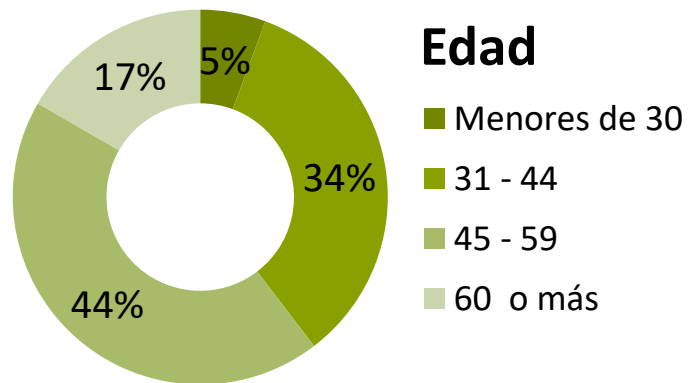
Perfil de las personas encuestadas

El total de personas encuestadas durante el año 2023 fue de 51.327

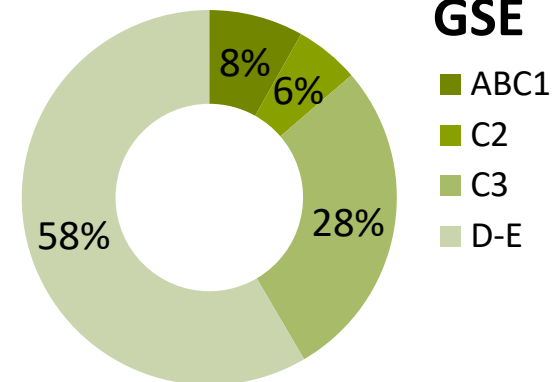
Sexo



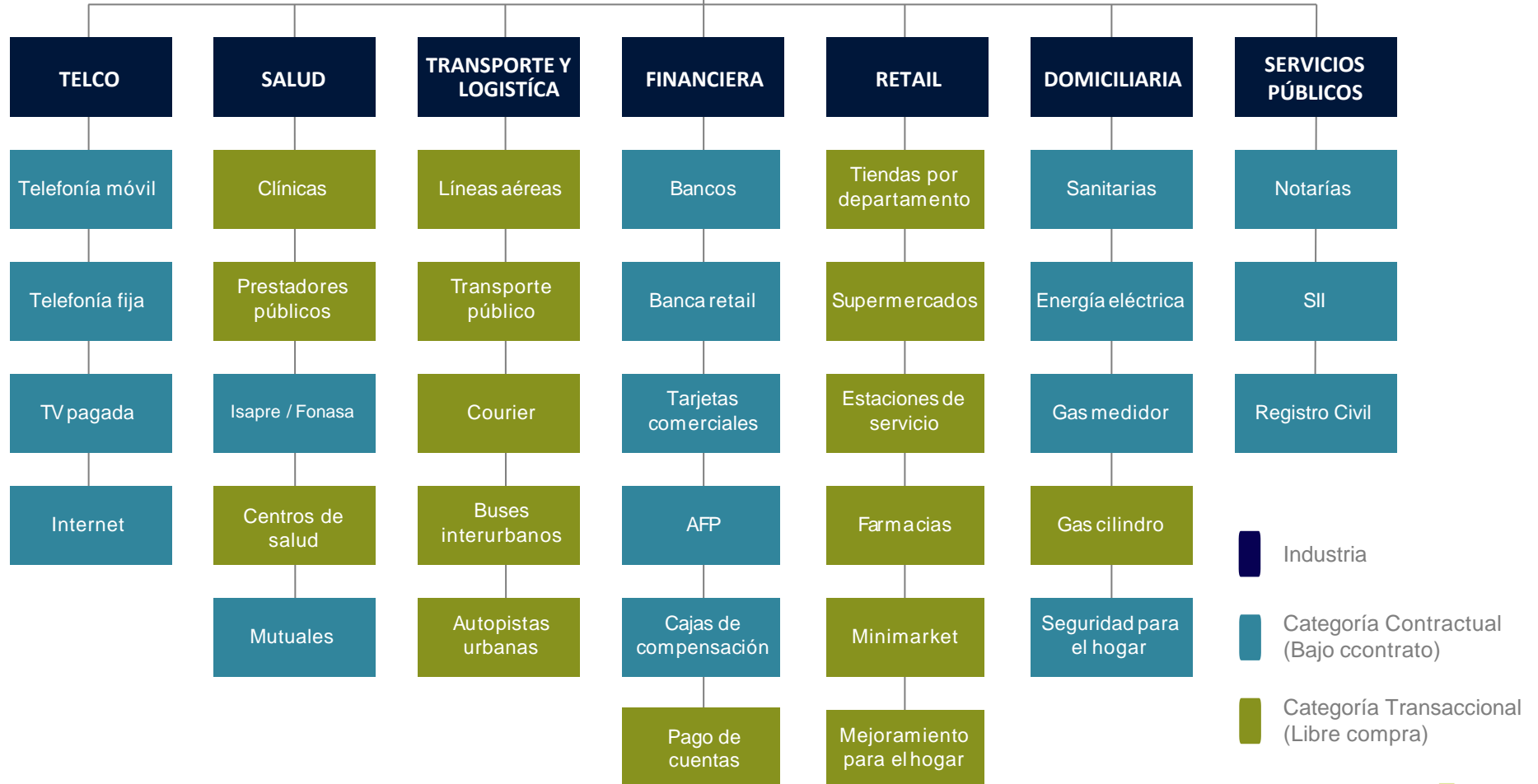
Edad



GSE

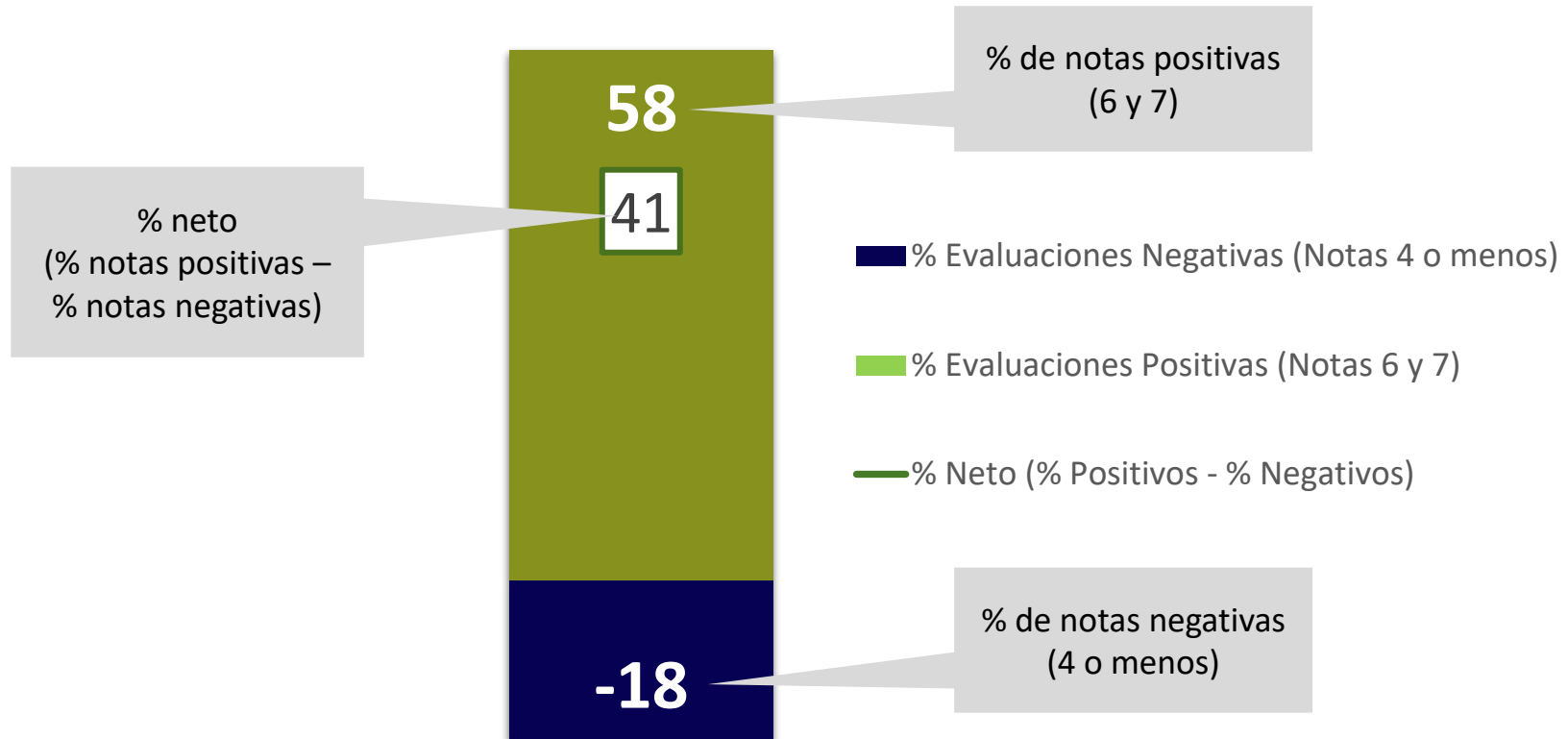


7 Industrias y 34 sectores evaluados



METODOLOGÍA INDICE DE CONFIANZA DE CLIENTES (ICC)

Formato de presentación de resultados

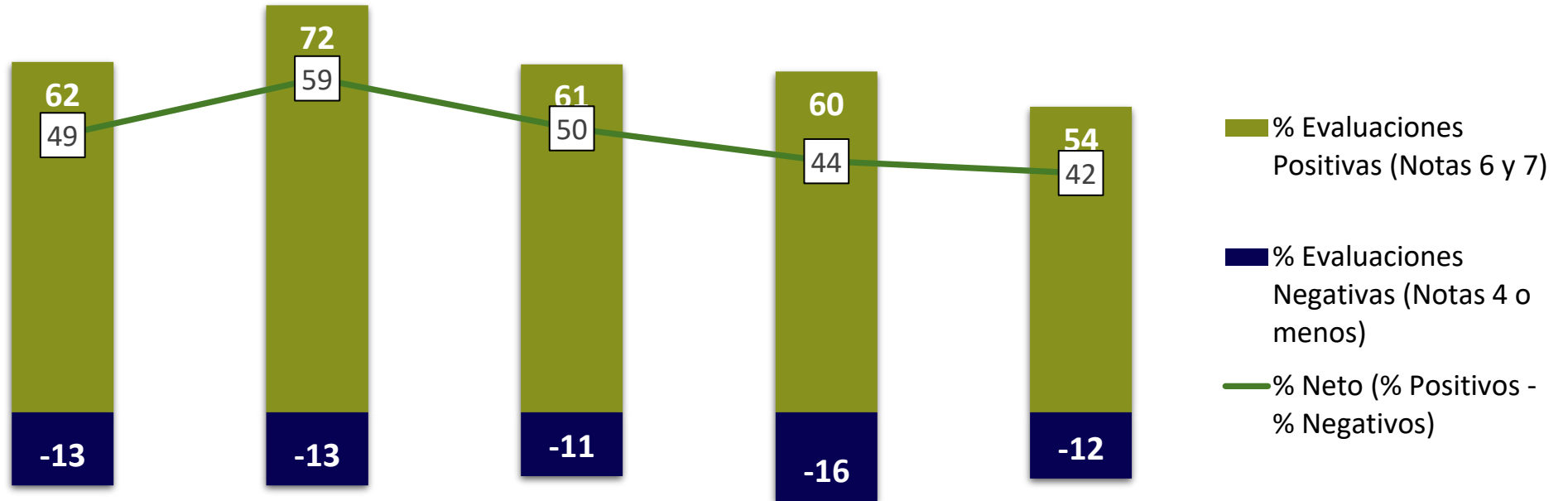




Resultados Generales

ICC 2023

Resultados ICC y Atributos



ICC 2023

Cumplimiento

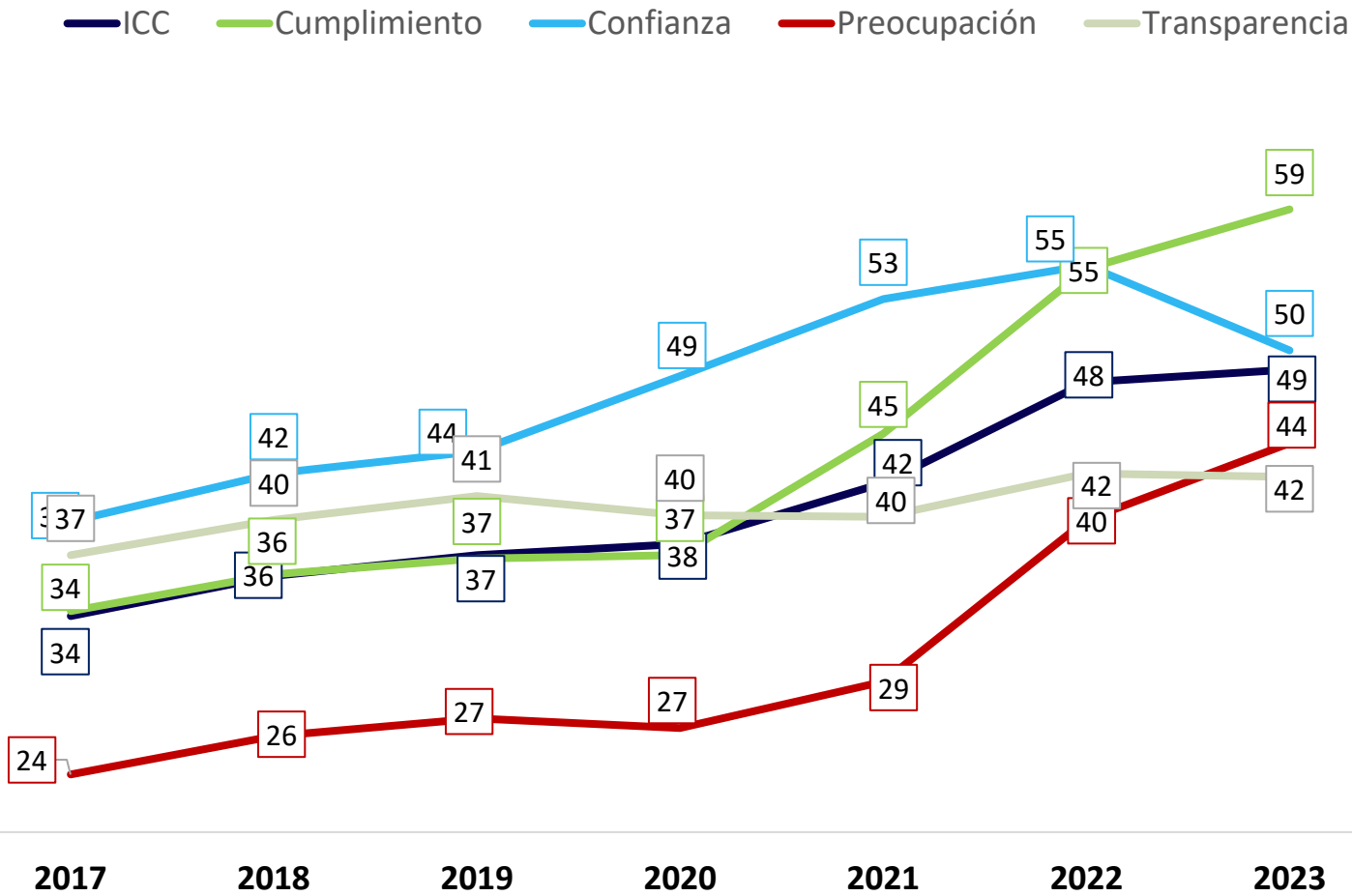
Confianza

Preocupación

Transparencia

ICC 2023

Evolutivo en % Neto de ICC y Atributos



ICC Neto
+1 pts

Preocupación
+4 pts

Cumplimiento
+4 pts

Transparencia
0 pts

Confianza
-5 pts

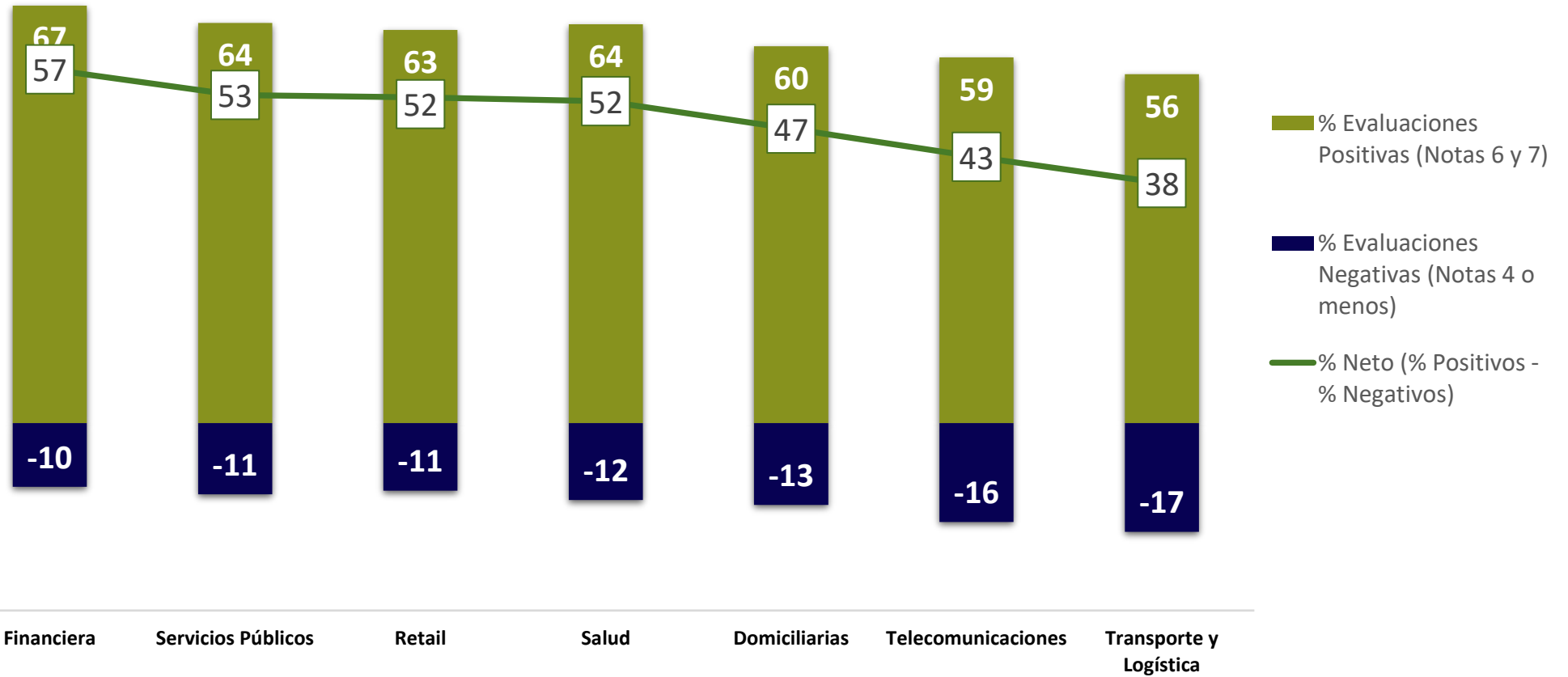
**Diferencia
2023 – 2022**



Resultados por Industrias

ICC 2023

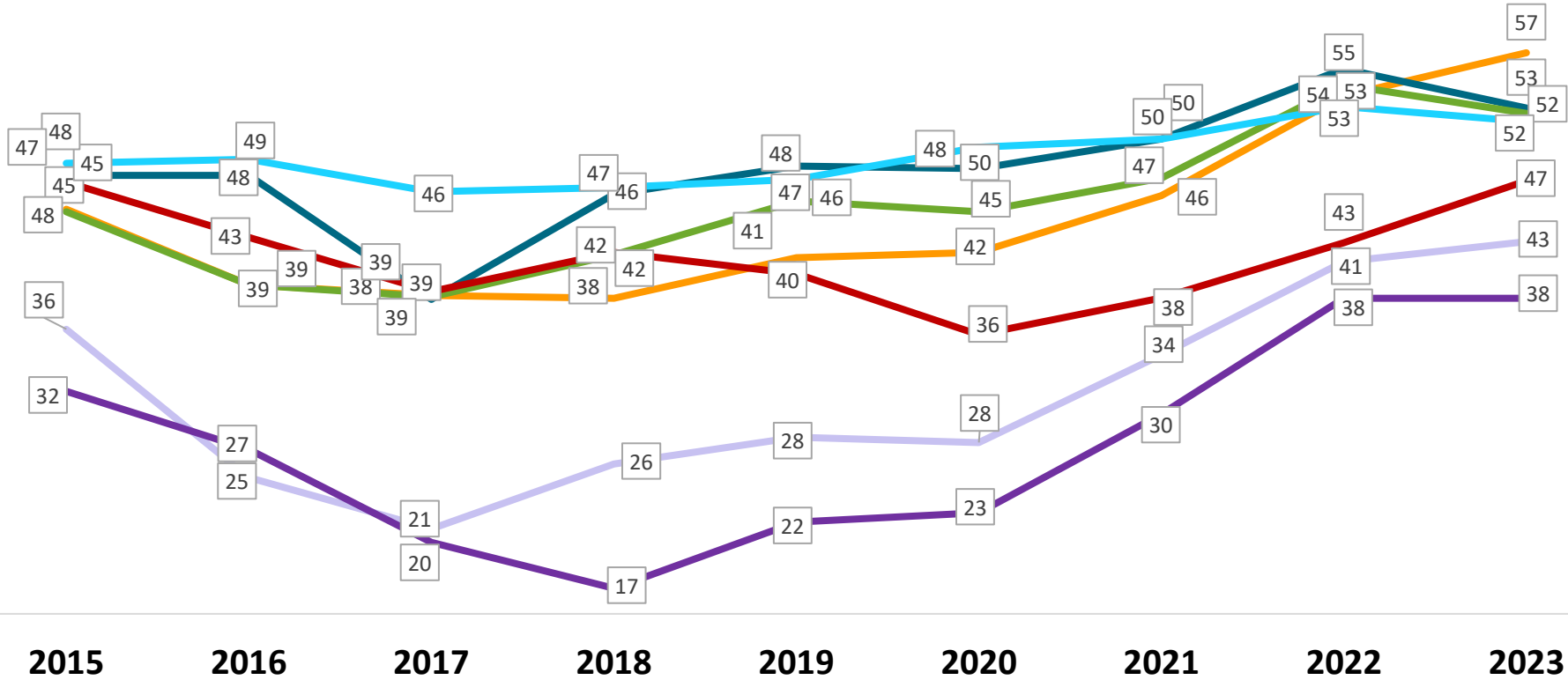
Ranking de Industrias



EVOLUTIVO ICC

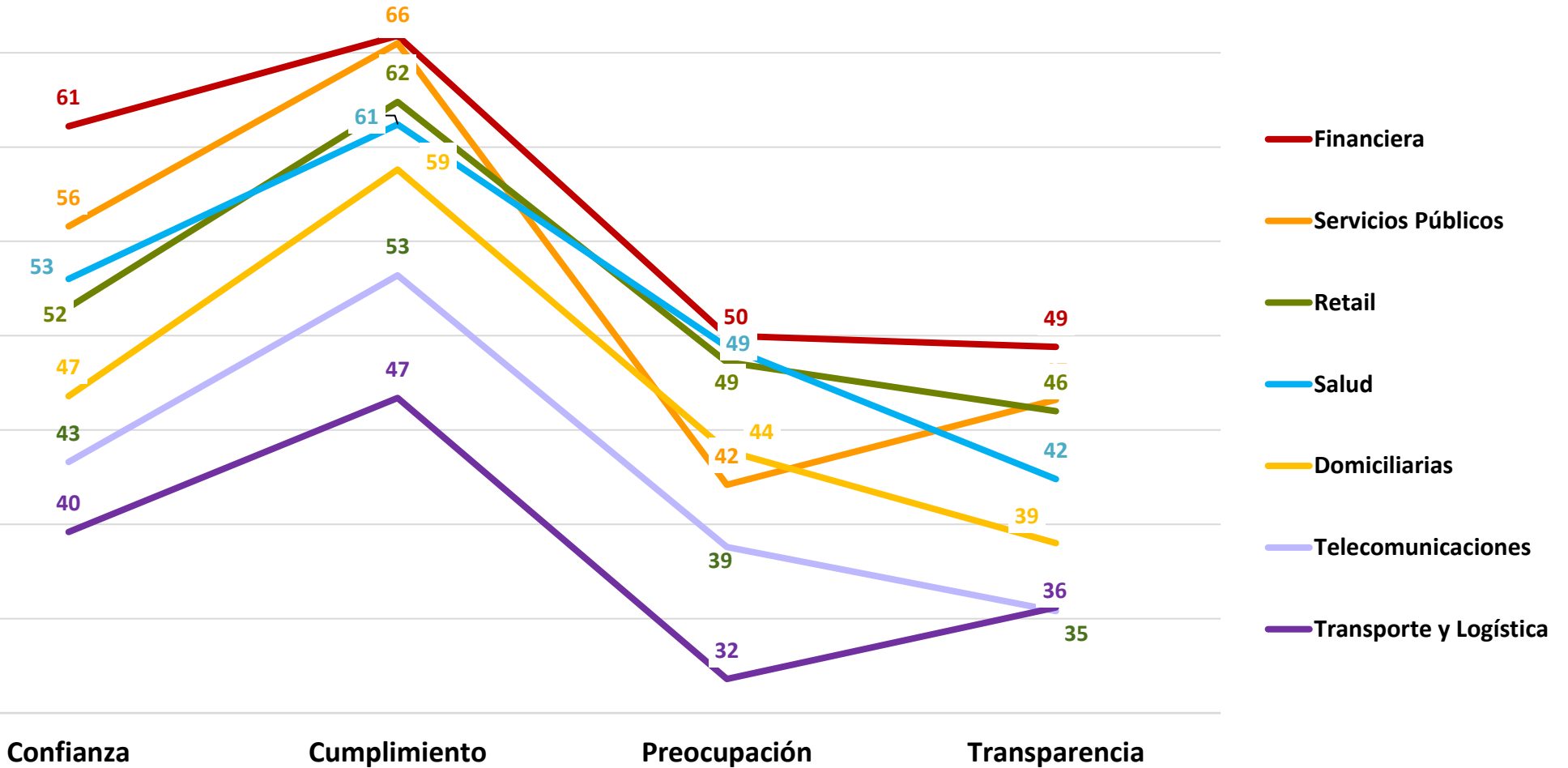
% Neto por Industrias

Financiera Servicios Públicos Retail Salud Domiciliarias Telecomunicaciones Transporte y Logística



EVALUACIÓN DE ATRIBUTOS

% Neto por Industrias



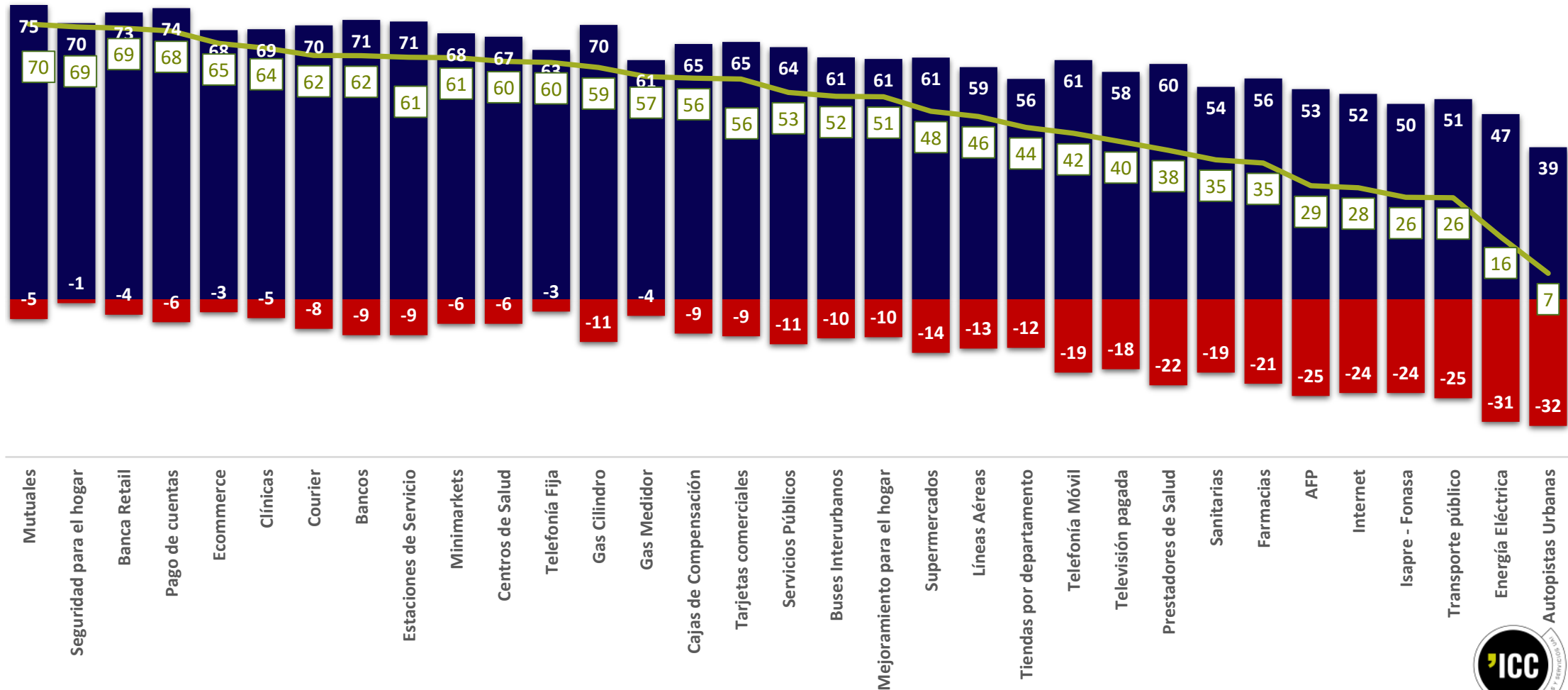
A man in a blue shirt is seen from behind, presenting to a group of people seated around a table in a meeting room. The room has large windows in the background. The text "Resultados por Sectores" is overlaid on the image.

Resultados por Sectores

ICC 2023

Ranking de Sectores

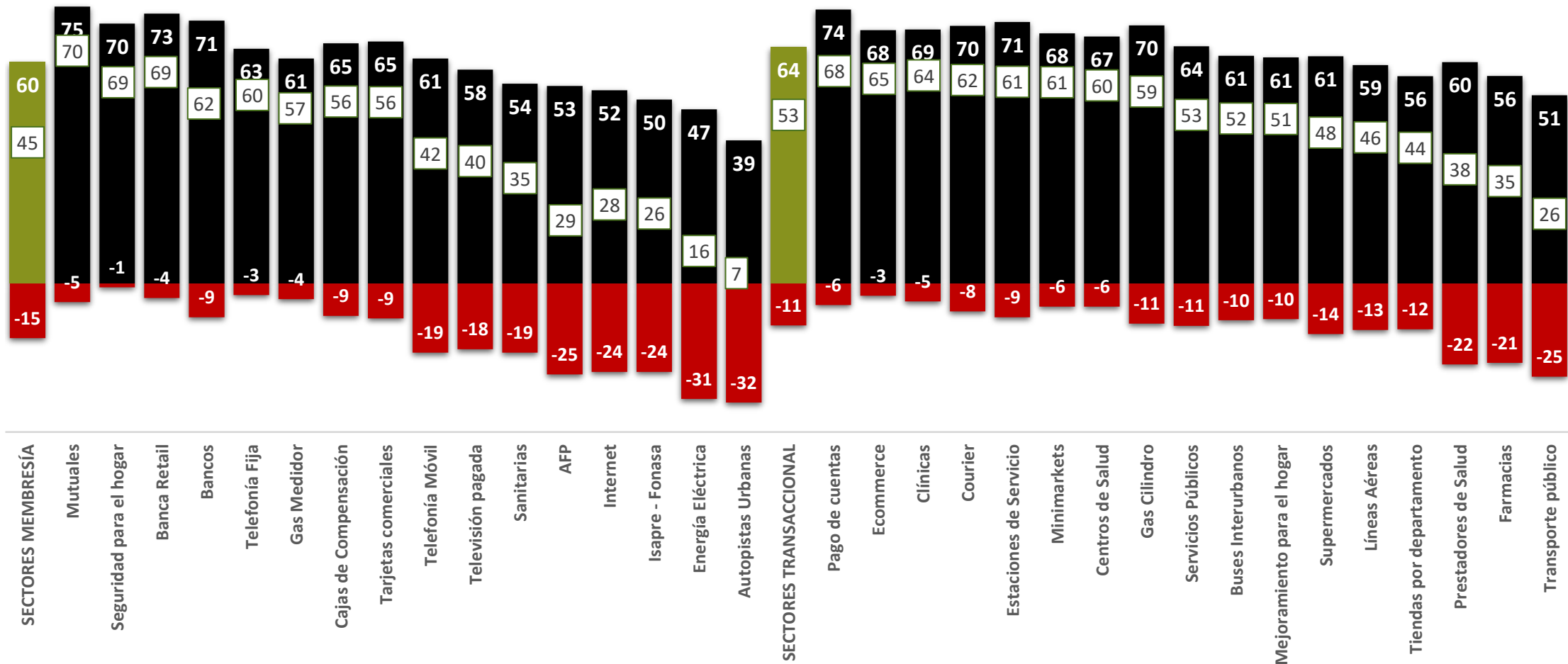
■ % Evaluaciones Positivas (Notas 6 y 7) ■ % Evaluaciones Negativas (Notas 4 o menos) — % Neto (% Positivos - % Negativos)



ICC 2023

Ranking de Sectores

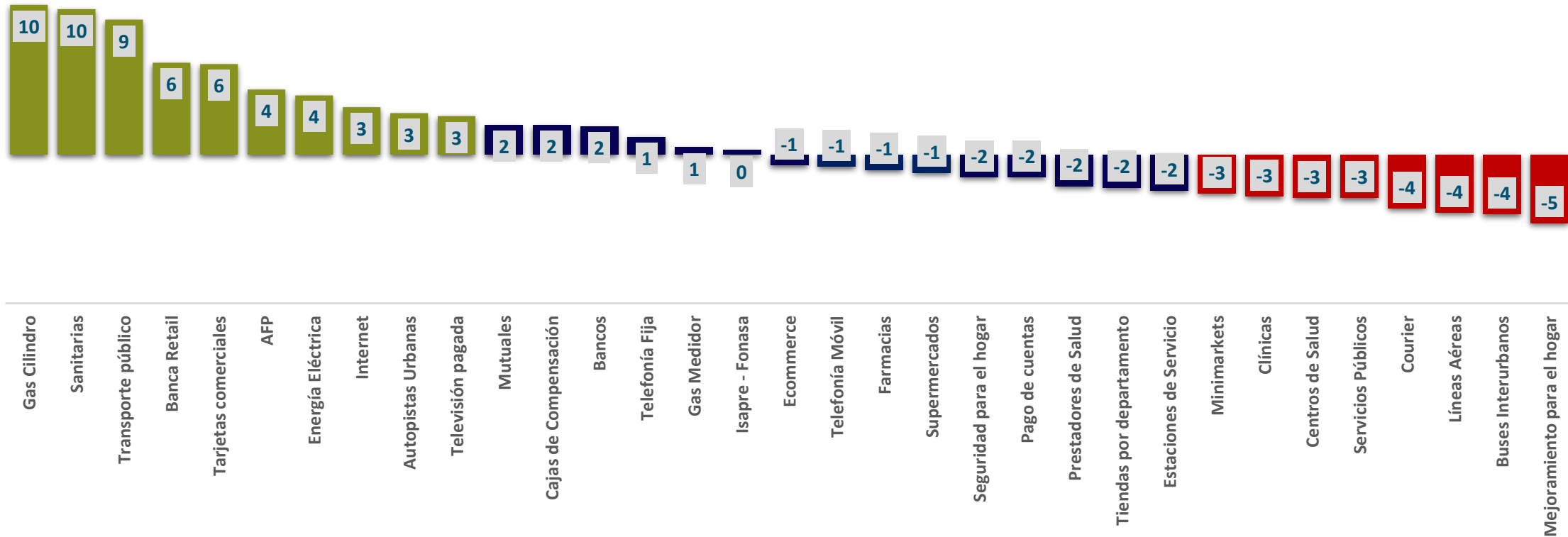
■ % Evaluaciones Positivas (Notas 6 y 7) ■ % Evaluaciones Negativas (Notas 4 o menos) % Neto (% Positivos - % Negativos)



DIFERENCIAS ICC 2023 vs 2022

Ranking de Sectores Según Mejora % Neto de ICC

10 sectores mejoraron, 15 se mantuvieron y 8 bajaron respecto de medición anual anterior, en base al % neto de ICC



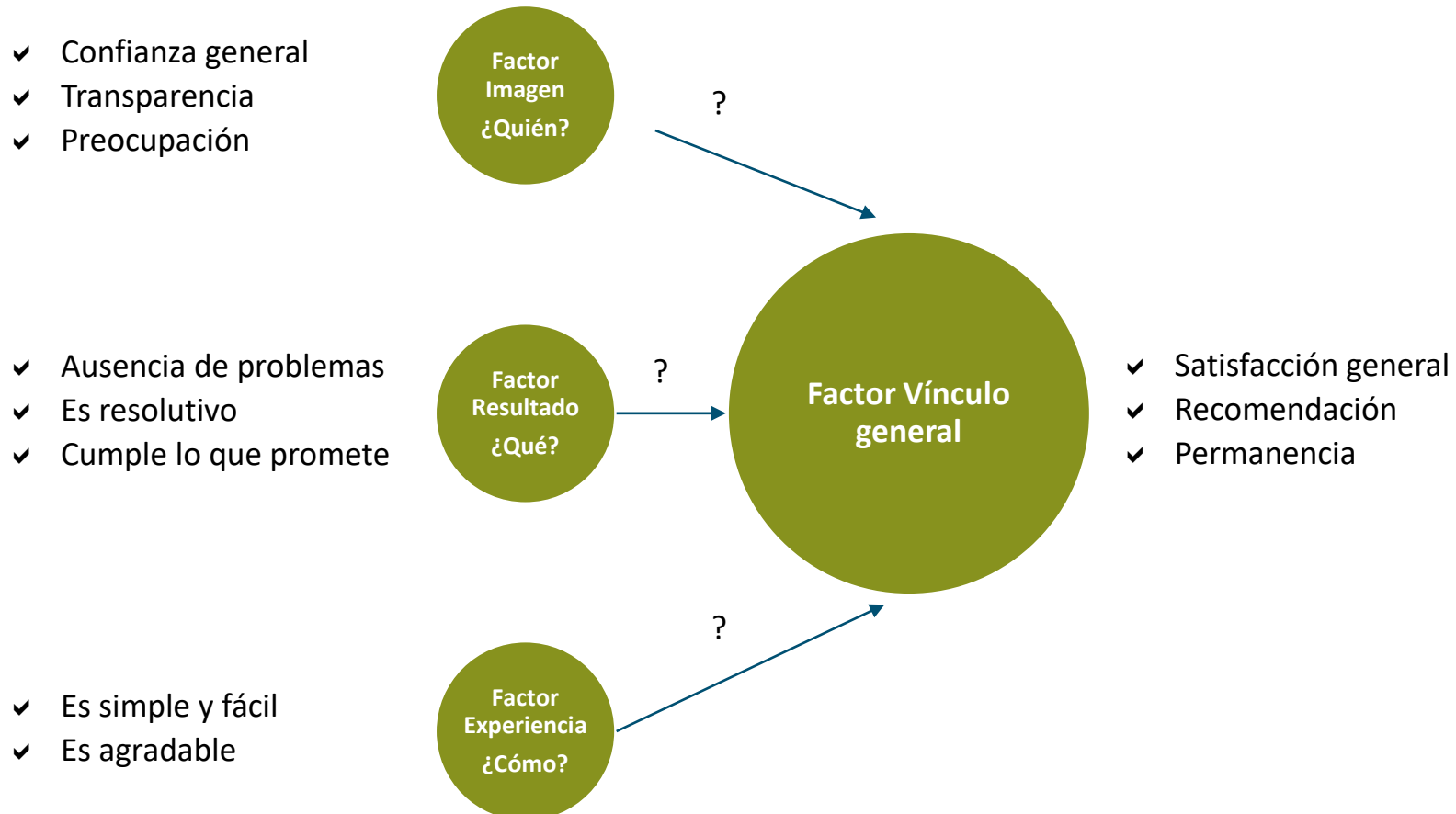


Determinantes del vínculo general con la empresa

MODELO DE ANÁLISIS

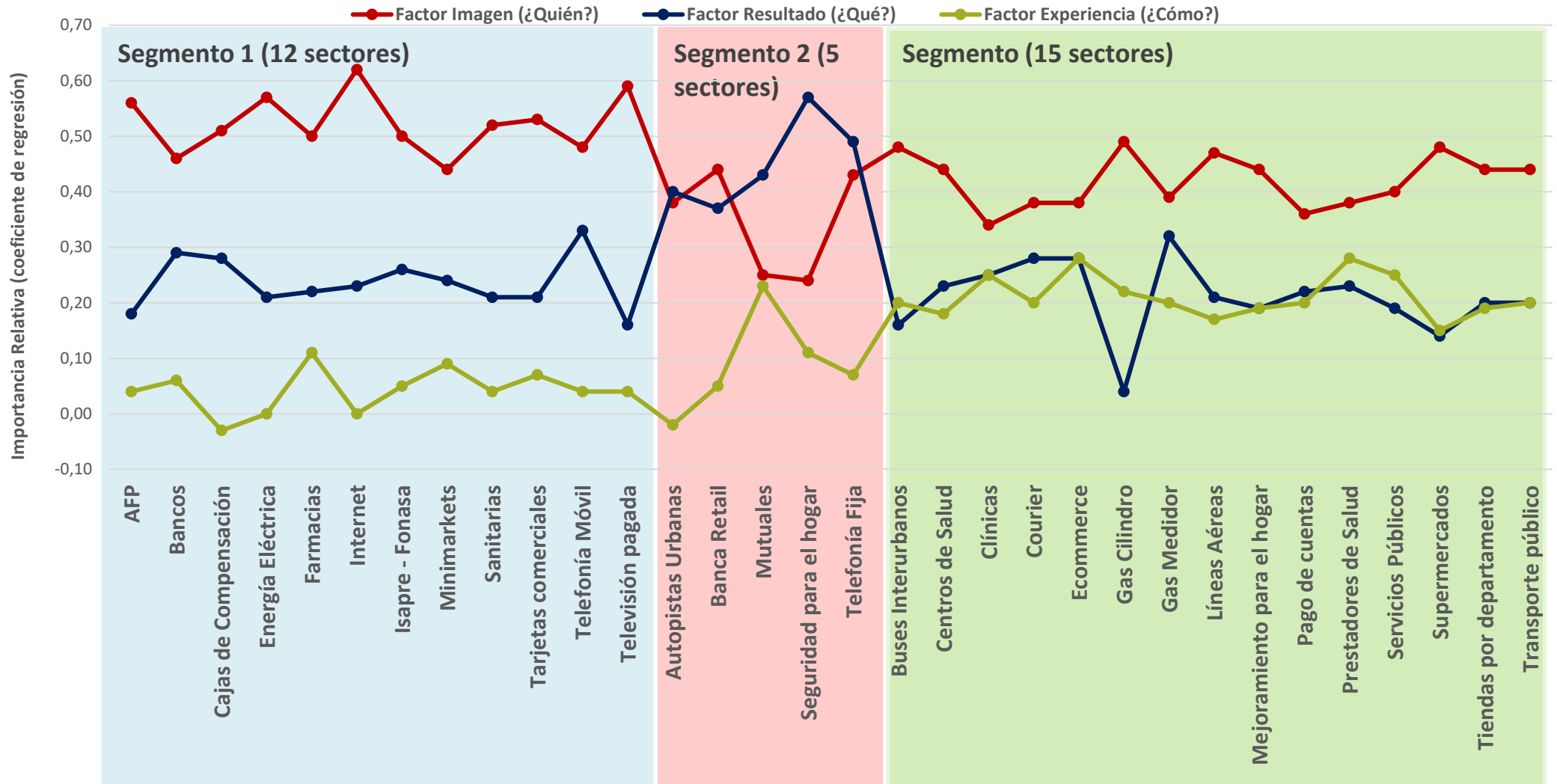
Evaluación de la importancia de factores

1. Mediante un análisis factorial a un conjunto de variables evaluadas con el estudio ICC 2023, se conformaron 4 grandes factores.
2. Mediante un análisis de regresión múltiple, se estimaron los pesos relativos de 3 factores en el factor Vínculo General de Clientes en todos los sectores.
3. Mediante un análisis de clústeres, se conformaron grupos de sectores en base al peso relativo de estos 3 factores.



SEGMENTOS DE SECTORES

En base a la importancia relativa de factores





Lecciones y enseñanzas del ICC 2023

Algunas lecciones que nos deja el ICC 2023

- Las empresas **necesitan incorporar la gestión de la confianza de sus clientes** como parte integral de su estrategia, dada la existencia de significativos desafíos pendientes en muchas de ellas.
- Se requiere **adoptar un enfoque más integral de la confianza**, abordando no solo la confiabilidad en los compromisos y reconociendo sus componentes más emocionales.
- Se debe **ser más proactivos en generar una percepción de transparencia**, dado el aumento de las expectativas de los clientes respecto a este aspecto de la confianza.
- No hay que **desistir en los esfuerzos por reconstruir la confianza de los clientes**, tomando como referencia a industrias que lograron significativas mejoras pese a tener bajos desempeños históricos.
- Hay una gran oportunidad para **aprender de los sectores líderes en confianza** y compartir sus mejores prácticas.
- Se debe **adaptar la gestión de la confianza a las particularidades y dinámicas de cada sector**, en lugar de aplicar un enfoque estándar.
- Es importante que las empresas identifiquen la **relevancia que tiene la imagen de empresa confiable** en el vínculo con sus clientes en su sector específico para así definir una estrategia efectiva.



ces
UAI • LATAM



ces.uai



ces-uai



ces.uai



ces_uai



eventos
ces uai

www.cesuai.cl

CONTACTO: SARA ERRAZURIZ | (56) 2 2331 1846 | sara.errazuriz@uai.cl