



ESTUDIO MULTISECTORIAL DE CX 2024

SERVICIOS BÁSICOS

Evaluando la experiencia de clientes en industrias clave del país

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION

'ces | centro de
experiencias
y servicios
UAI - LATAM

Globant ▶



Estudios sectoriales de CX



2018



Estudio Scanner de la Experiencia en Salud

2019



Estudio Nacional de Experiencia de Servicios Básicos del Hogar

2020



CX Instituciones Financieras en Chile: Cliente Banca Masiva

2021



CX Retail

2022



CX Telecomunicaciones



2023



Estudio Multisectorial de CX
Banca
Retail
Servicios básicos
Telecomunicaciones

2024



Objetivos del estudio

OBJETIVO GENERAL

Medir los niveles de Lealtad y Satisfacción y determinar los actuales drivers de la experiencia de clientes en los sectores Telco, Retail, Banca y Servicios Básicos, comparando con los resultados 2023.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- A. **Determinar los niveles de Lealtad y Satisfacción** de los usuarios de diferentes compañías de Telco, Retail, Banca y Servicios Básicos.
- B. **Determinar la relevancia de los momentos del viaje general** que inciden en una mayor o menor lealtad a cada sector.
- C. **Elaborar un índice de Experiencia Digital** comparada entre sectores evaluados.
- D. **Elaborar un índice de Experiencia Emocional** comparado entre sectores evaluados.

Metodología del estudio

Diseño cuantitativo concluyente sobre la base de entrevistas en panel online asistidas por computador (CAWI)

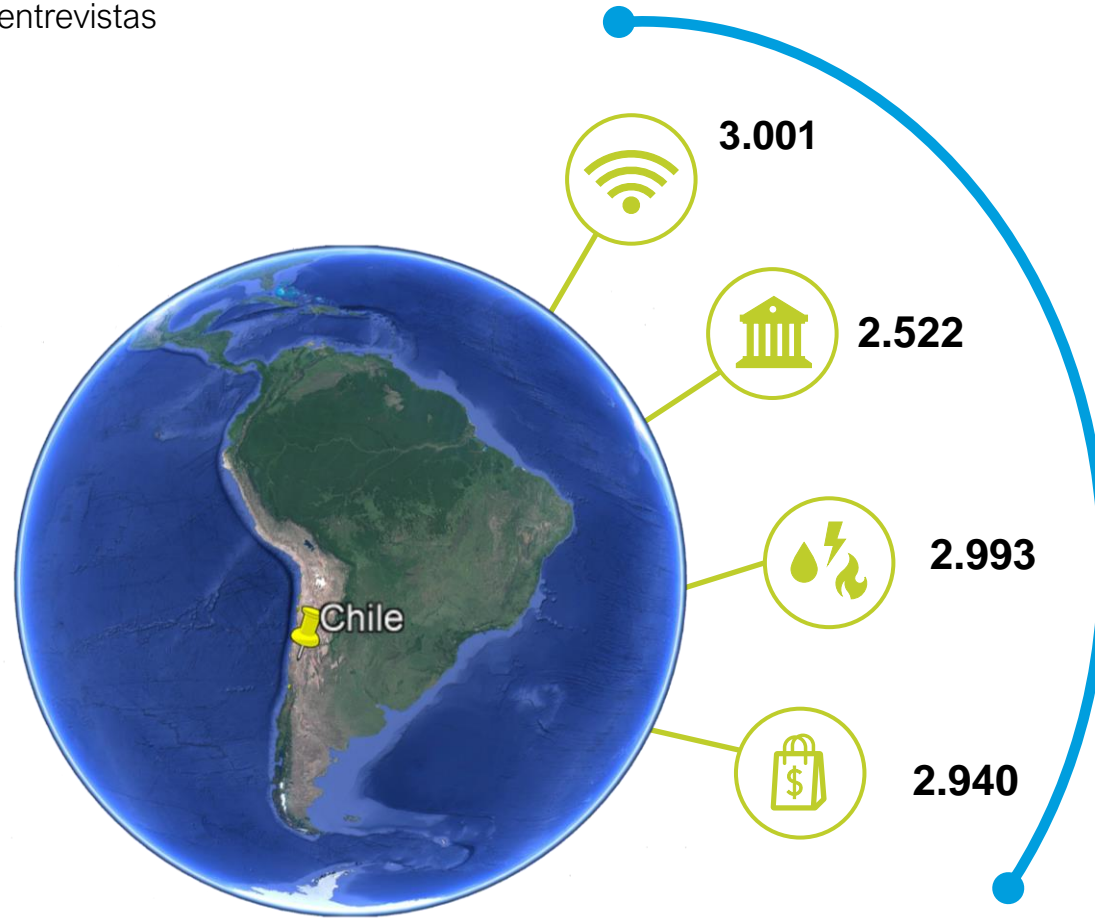
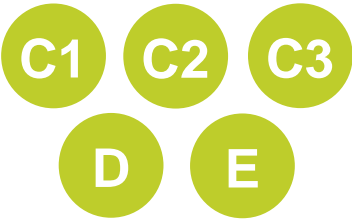
Questionario:

28 de junio al 25 de julio del 2024.



Población general a nivel nacional:

Entre los 18 y 65 años.



Diseño muestral:
3.001 entrevistas

Margen de error +/- 1,8%, bajo supuestos de aleatoriedad simple, nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.



Temario del estudio

01 NPS – Lealtad de Clientes

02 ISN – Satisfacción con la Experiencia

03 IEE– Índice de Experiencia Emocional

04 Satisfacción con Etapas del Viaje del Cliente

05 Satisfacción con la Experiencia de Canales con Foco en los Digitales

06 Impacto de la IA en la Experiencia de Clientes

07 Tasa de Problemas de Clientes

08 Modelos Explicativos de La Lealtad de Clientes

01

NPS – Lealtad de Clientes

NPS®

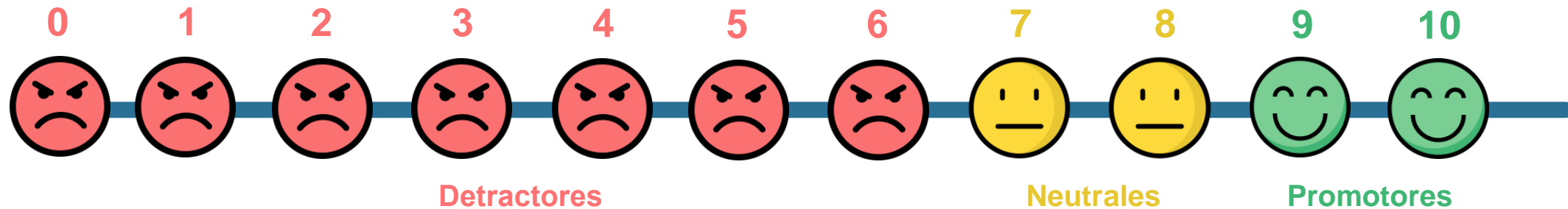
Net Promoter Score®



% Promotores

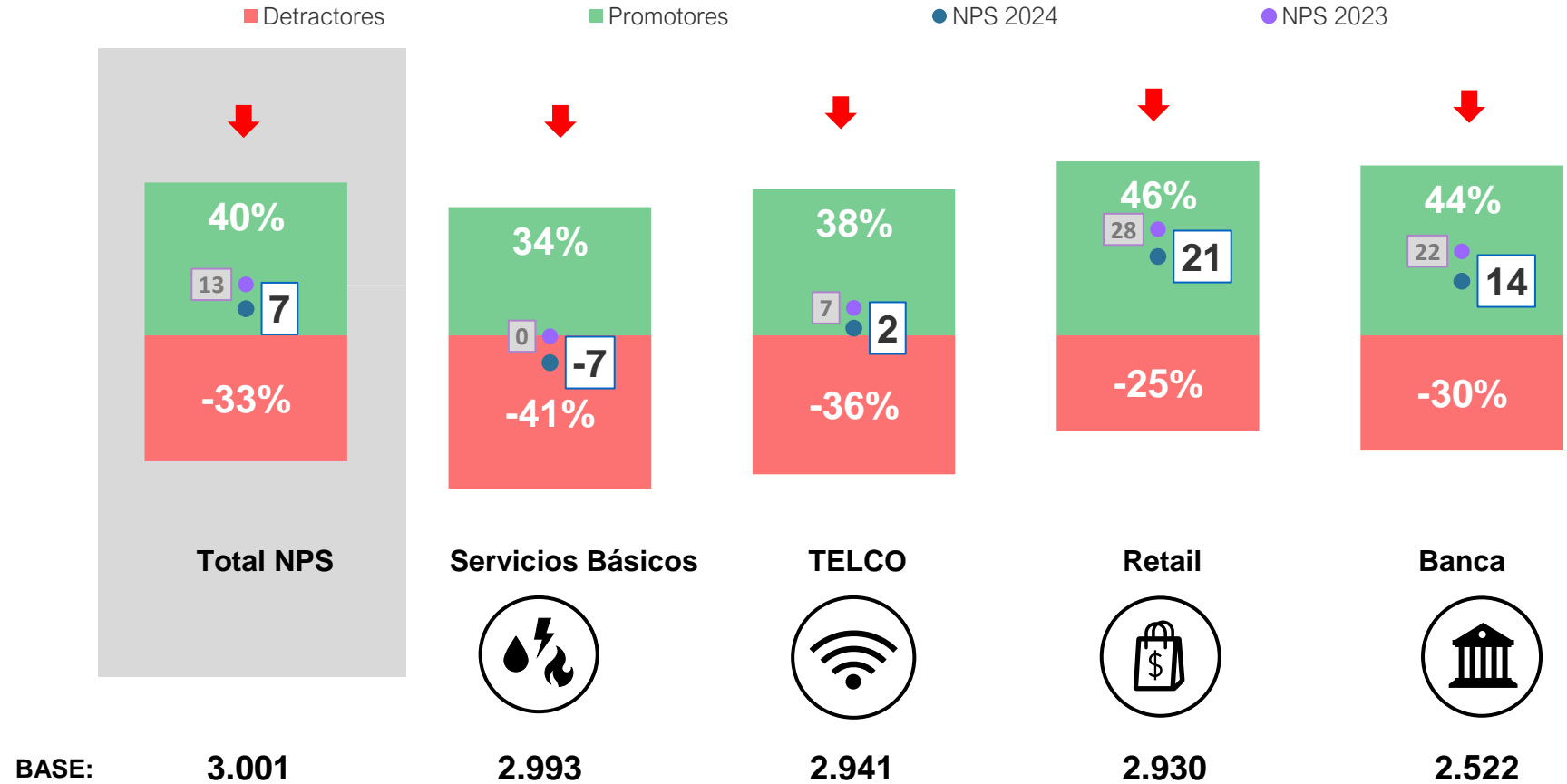


% Detractores

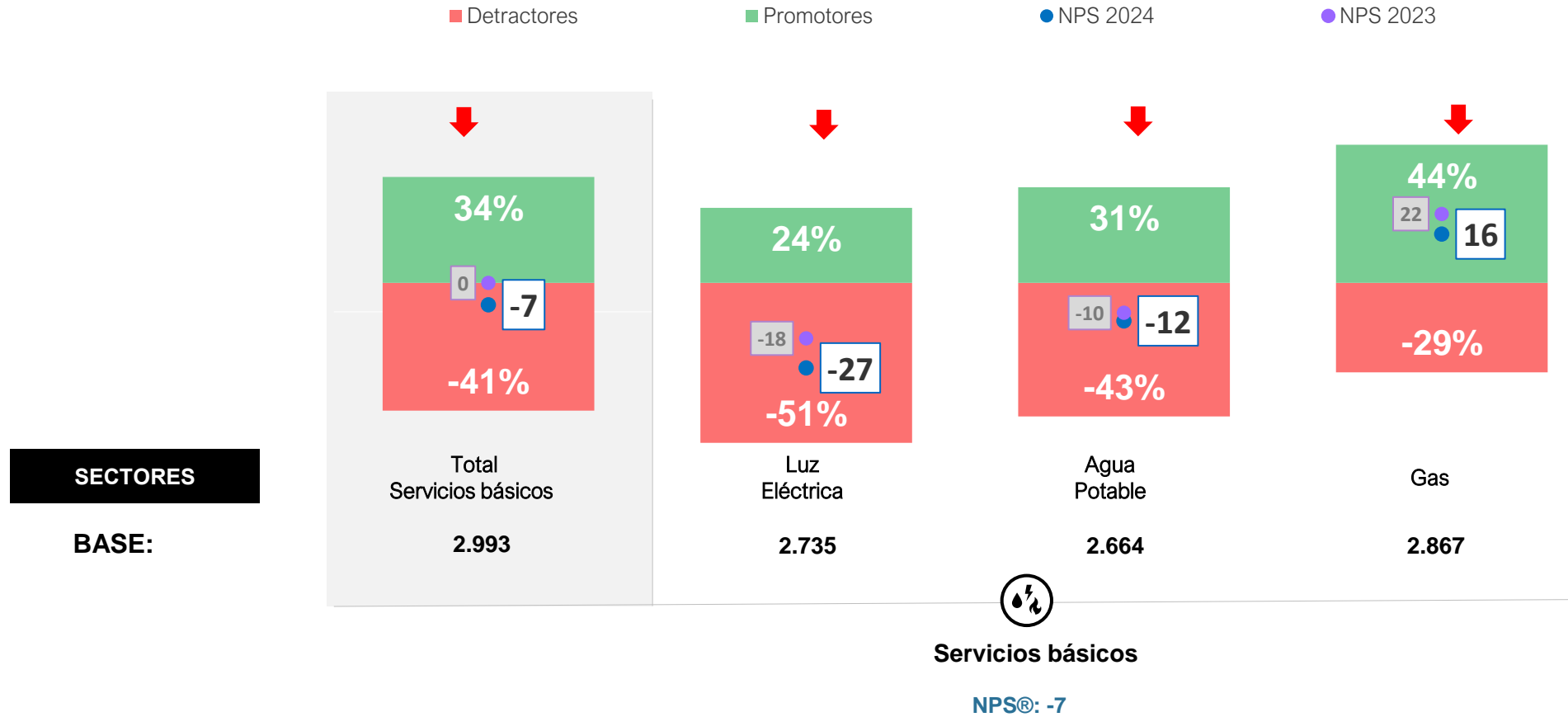


NPS®: Ranking de lealtad por industria

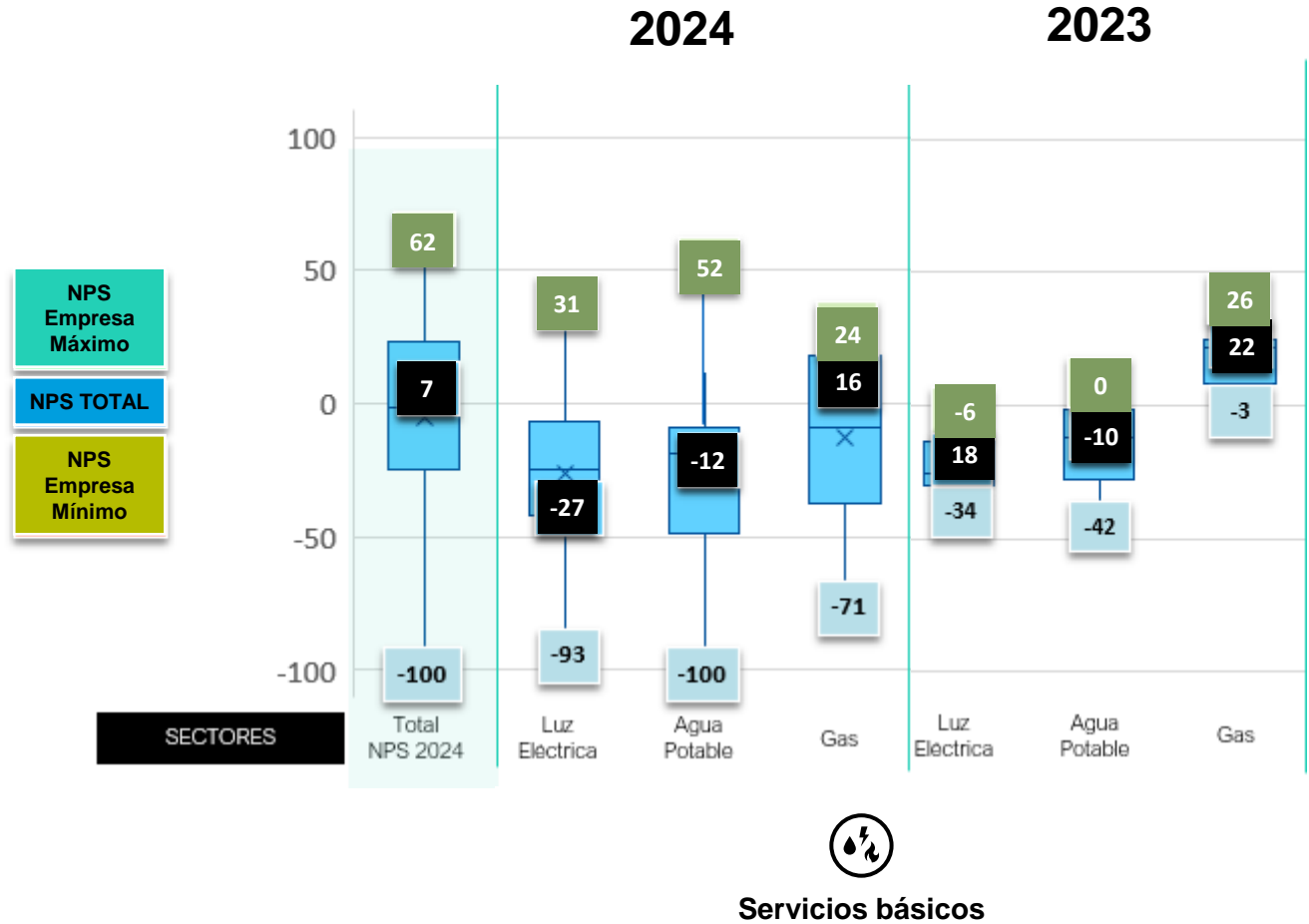
Disminuye la lealtad en todas las industrias.



NPS®: Ranking de lealtad por sector



NPS®: ¿Cuál es el nivel de dispersión por sector?



02

ISN – Satisfacción con la Experiencia

ISN

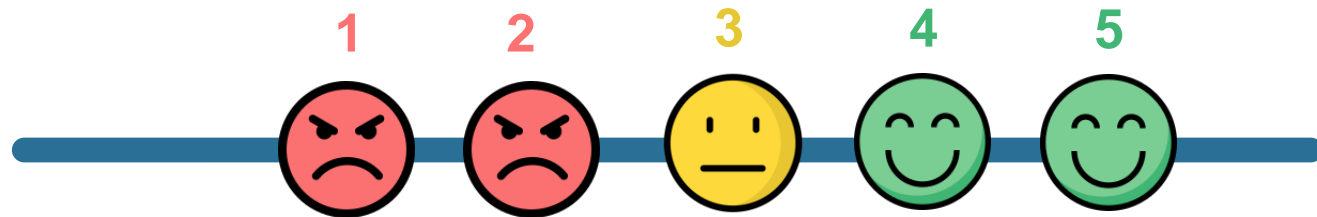
Indice de Satisfacción Neta (ISN)



% Satisfechos



% Insatisfechos

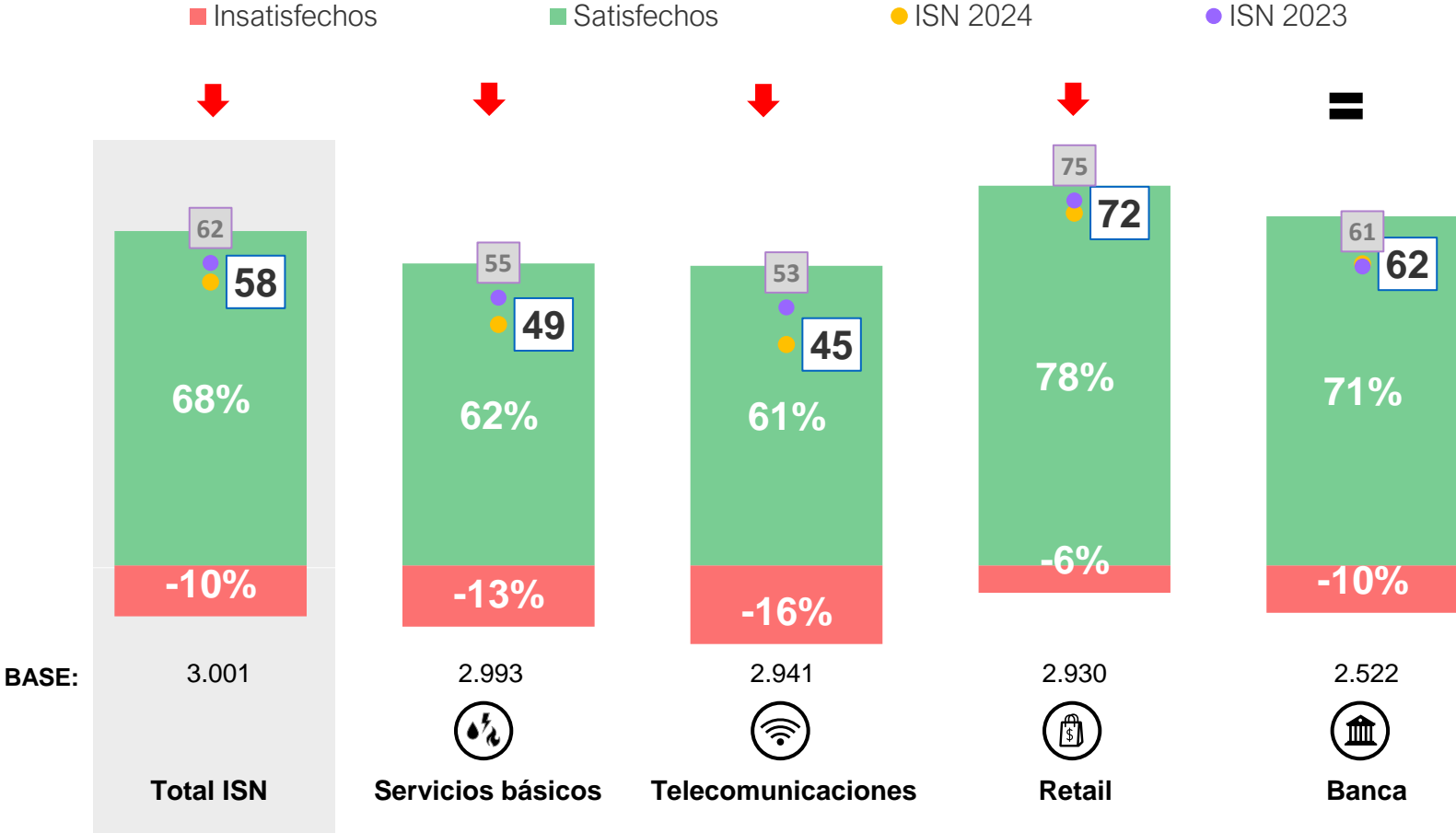


Totalmente insatisfecho

Totalmente satisfecho

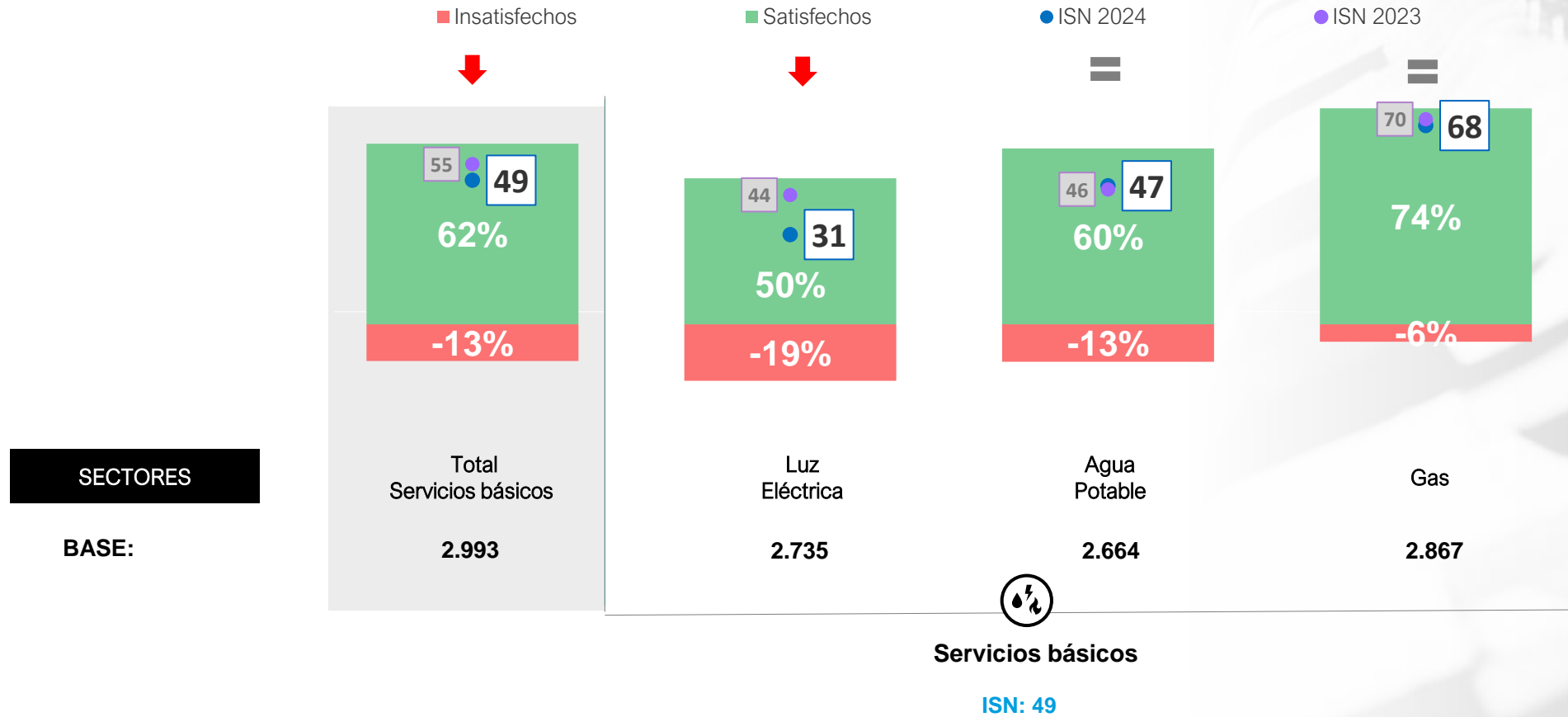
ISN: Índice de satisfacción neta por industria

Retail se posiciona como la industria con mejor satisfacción



Todas las preguntas de satisfacción del estudio están estandarizadas a escalas internacionales de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho.

ISN: Índice de satisfacción neta por sector

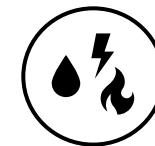
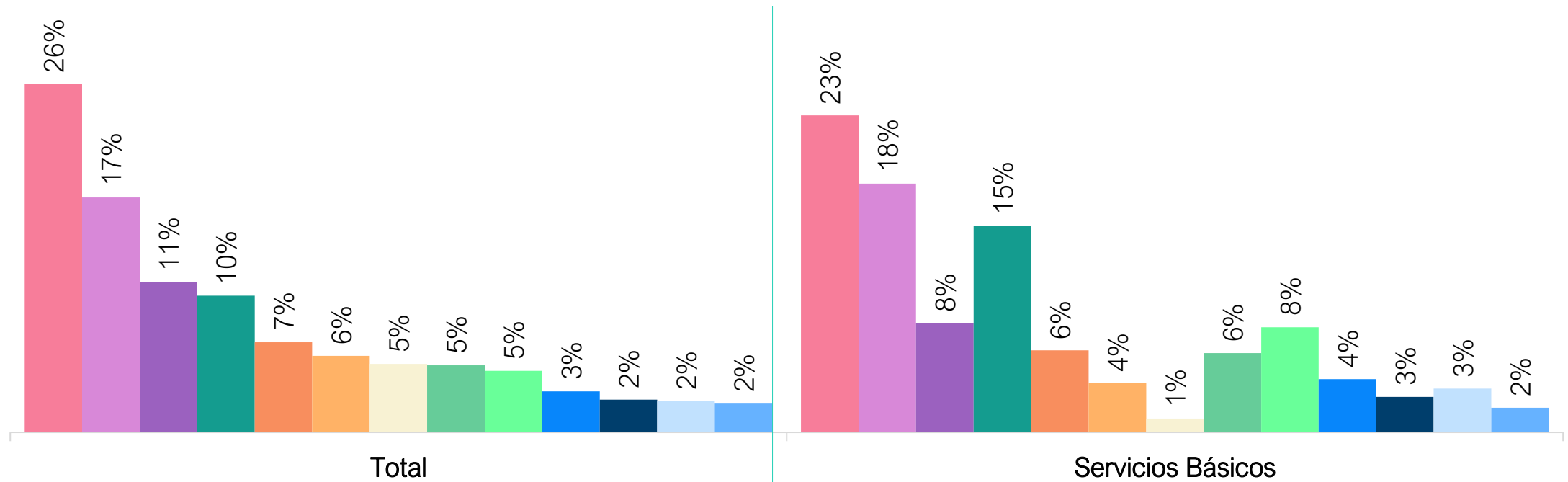


03

IEE – Índice de Experiencia Emocional

Análisis de emociones por Industria

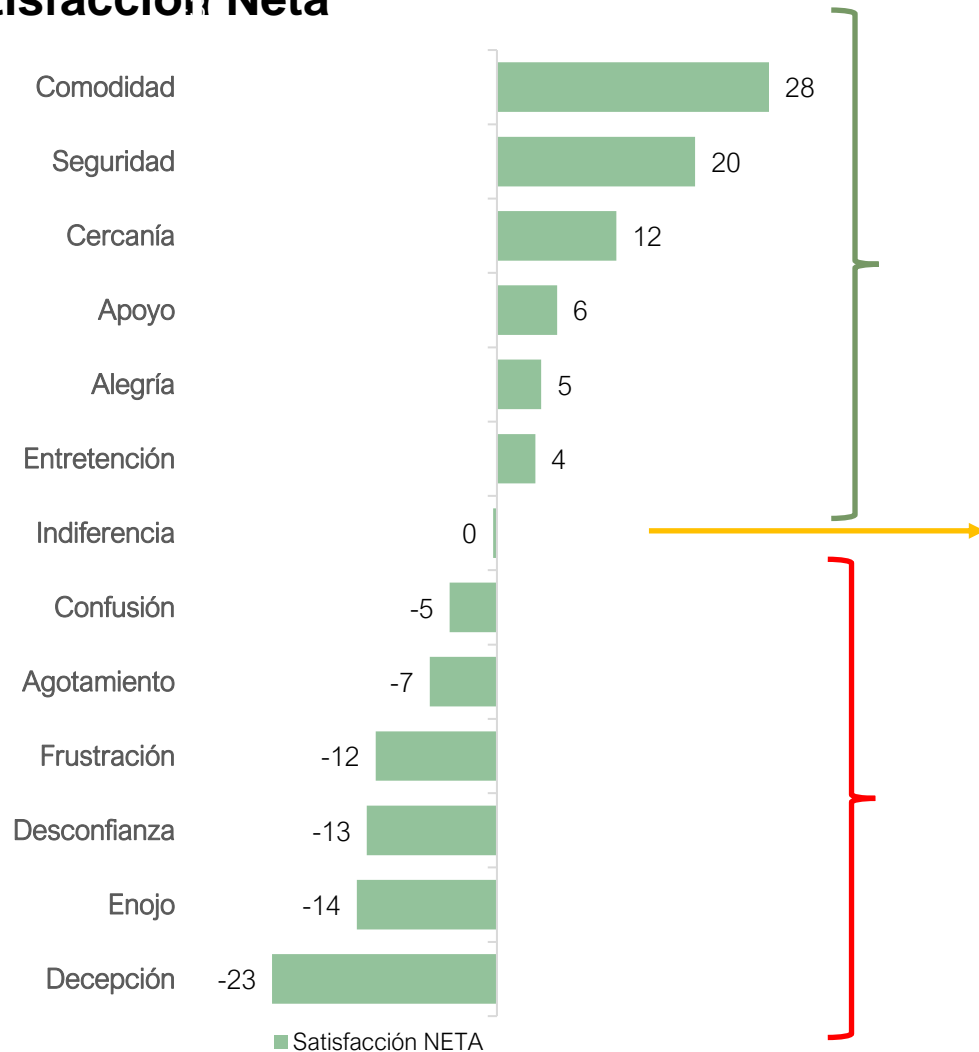
Emociones



■ Comodidad ■ Seguridad ■ Cercanía ■ Indiferencia ■ Apoyo ■ Alegría ■ Entretención ■ Decepción ■ Desconfianza ■ Frustración ■ Confusión ■ Enojo ■ Agotamiento

Emociones – Satisfacción Neta

Satisfacción Neta



Para construir el Índice de Experiencia Emocional (IEE), se realizó un análisis cruzado entre el ISN y cada una de las emociones evaluadas. Este proceso permitió ordenar y clasificar las emociones en positivas, negativas y neutras.

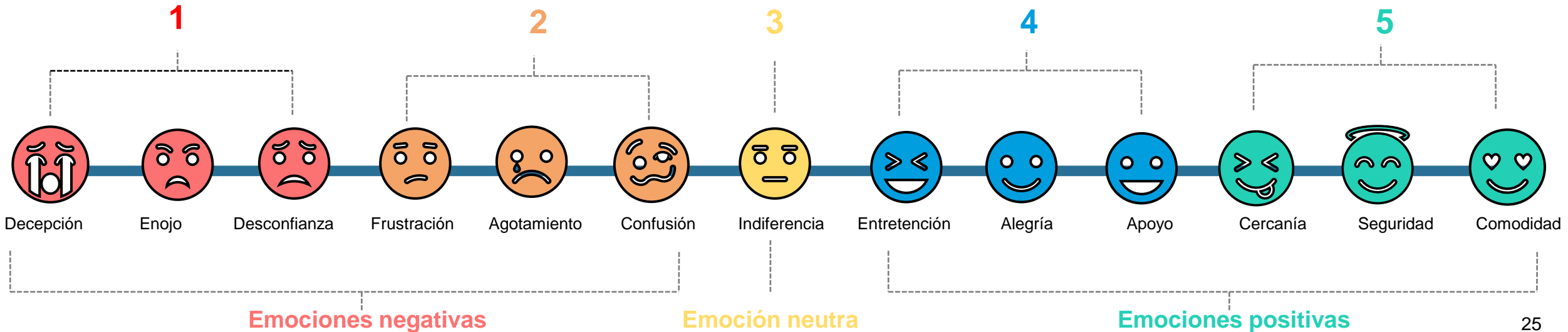
Emociones medida por IEE

Indice de Experiencia Emocional

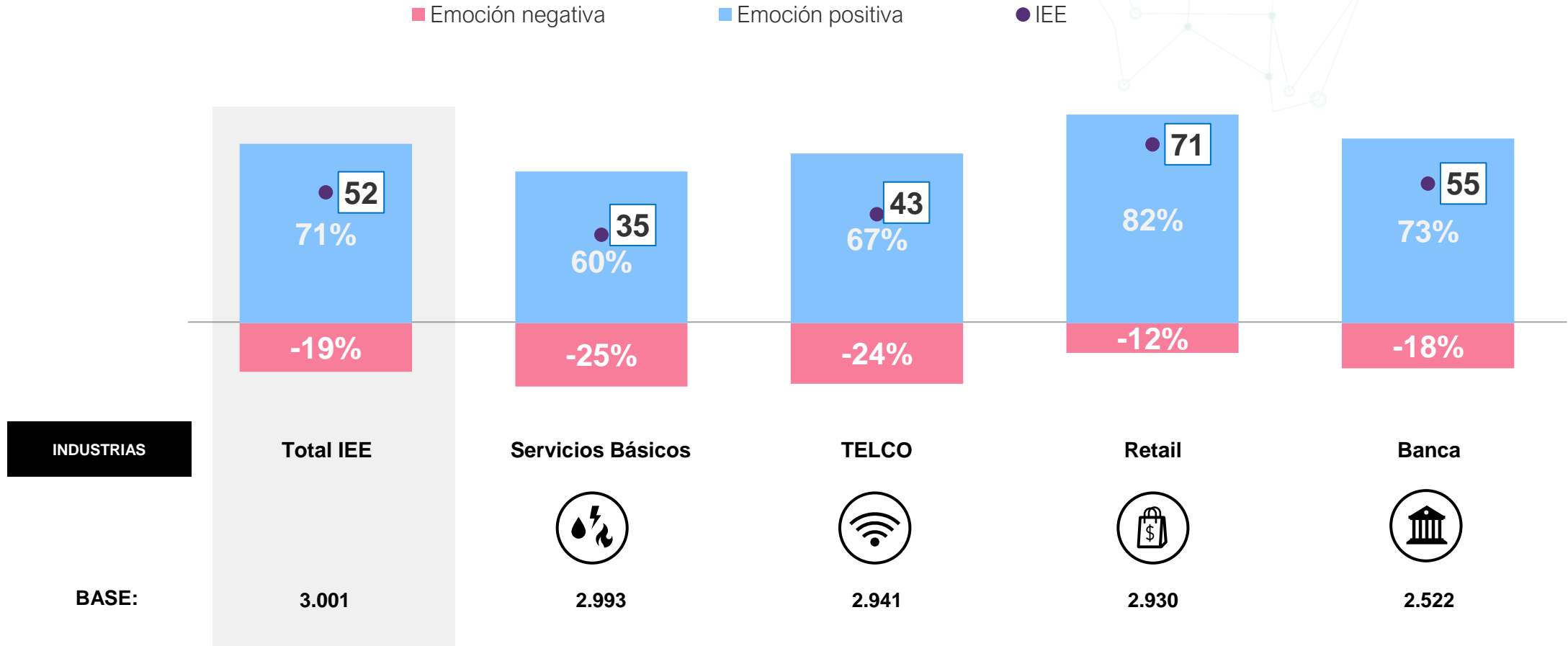



% Emociones positivas

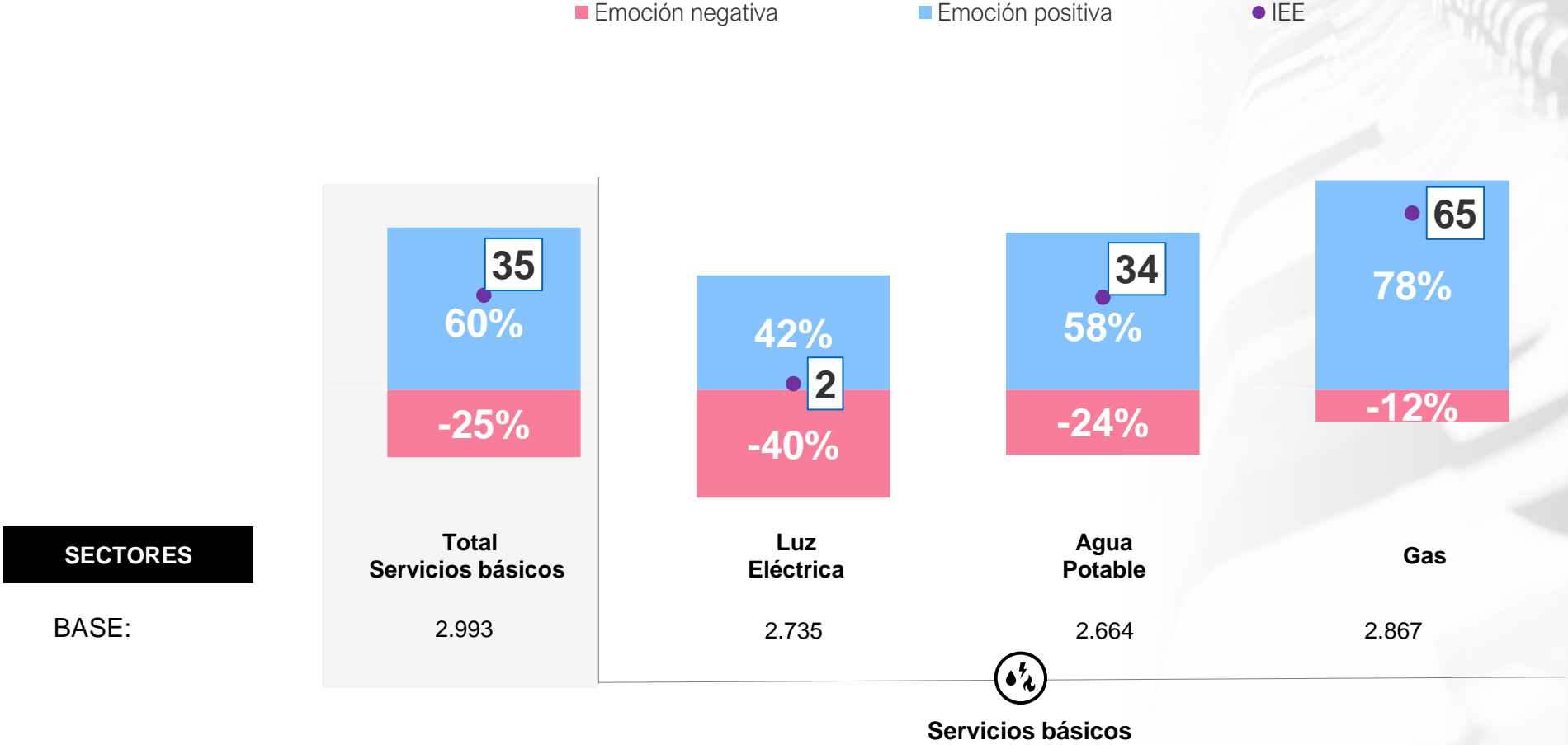

% Emociones negativas






IEE: Índice de Experiencia Emocional por industria



IEE: Índice de experiencia emocional por sectores



Distribución NPS, ISN e ISN canales de atención por valencia emocional– total Servicios Básicos

Emoción		%Frecuencia	NPS Lealtad	ISN Experiencia general	ISN Experiencia Canal de atención
	Emoción negativa	25%	-72	-23	-3
	Emoción Neutra	15%	-49	38	42
	Emoción positiva	60%	30	82	73
TOTAL		100%	-7	49	48

04

Satisfacción con Etapas del Viaje del Cliente

Impacto de las etapas del viaje del cliente



Servicios Básicos

Impacto
2023

34%

26%

12%

12%

16%

Impacto
2024

33%

22%

17%

15%

13%

Uso del suministro

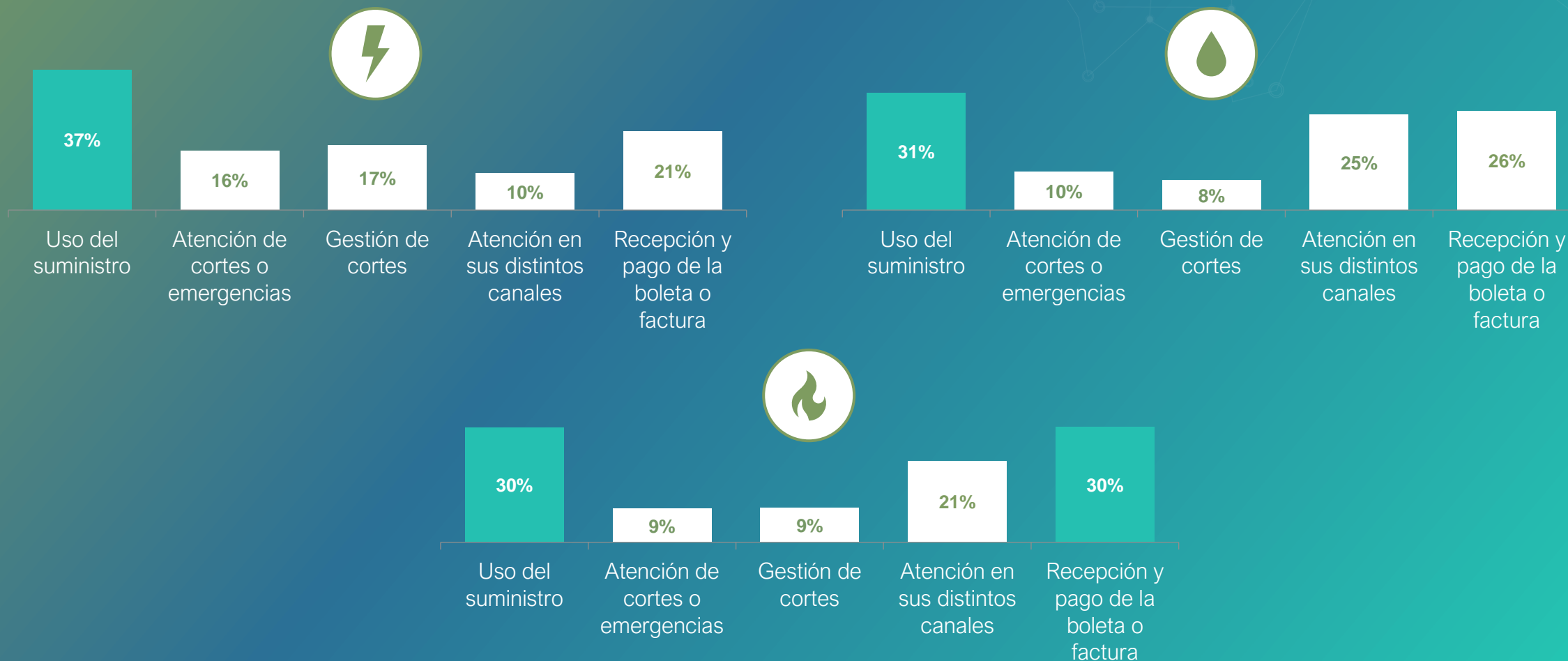
Recepción y pago
de la boleta o
factura

Atención en sus
distintos canales

Atención de cortes
o emergencias

Gestión de cortes

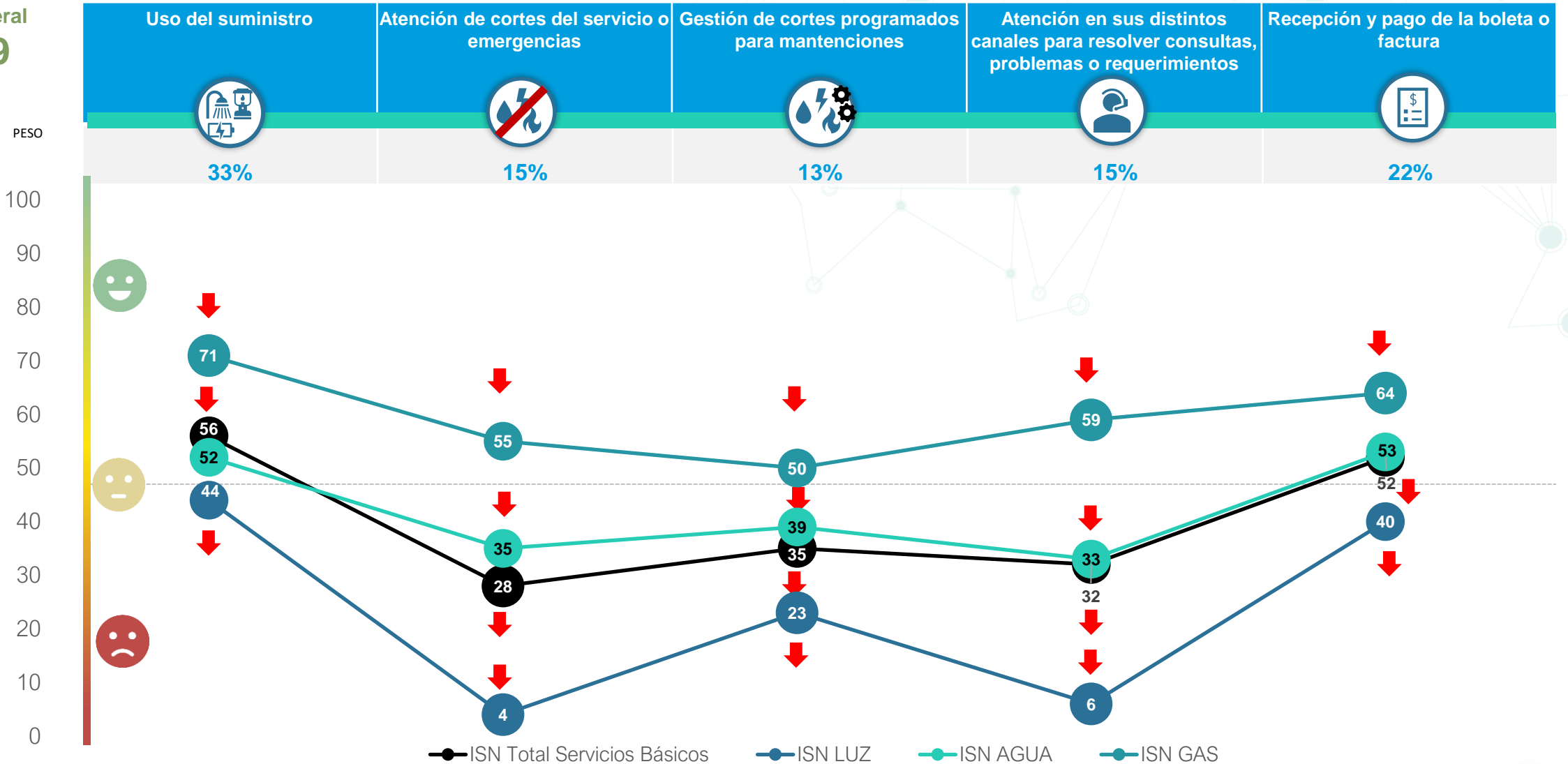
Impacto relativo de cada etapa en el viaje del cliente por sector





ISN
General
49

Etapas del viaje del cliente: Sectores Servicios Básicos

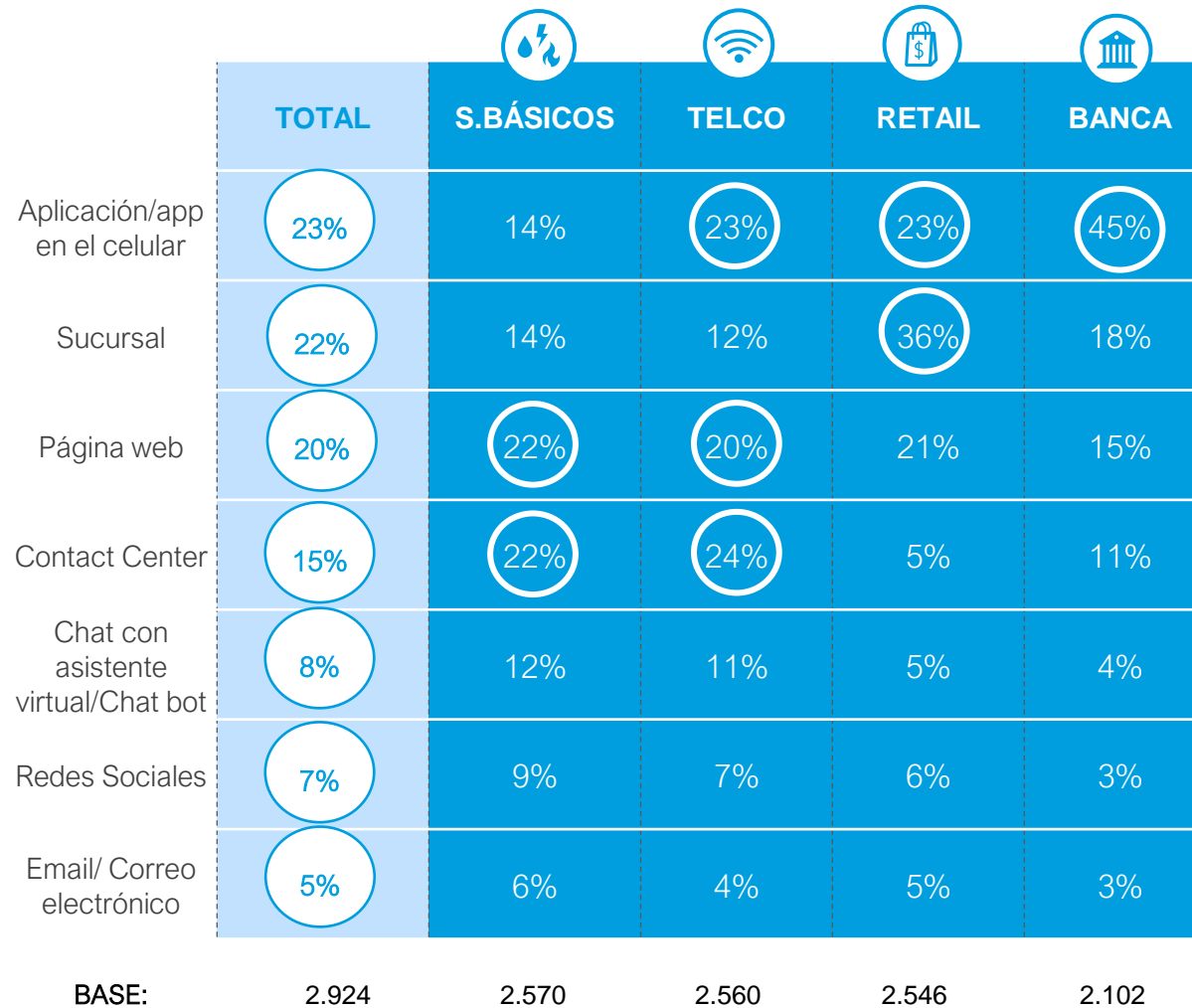


05

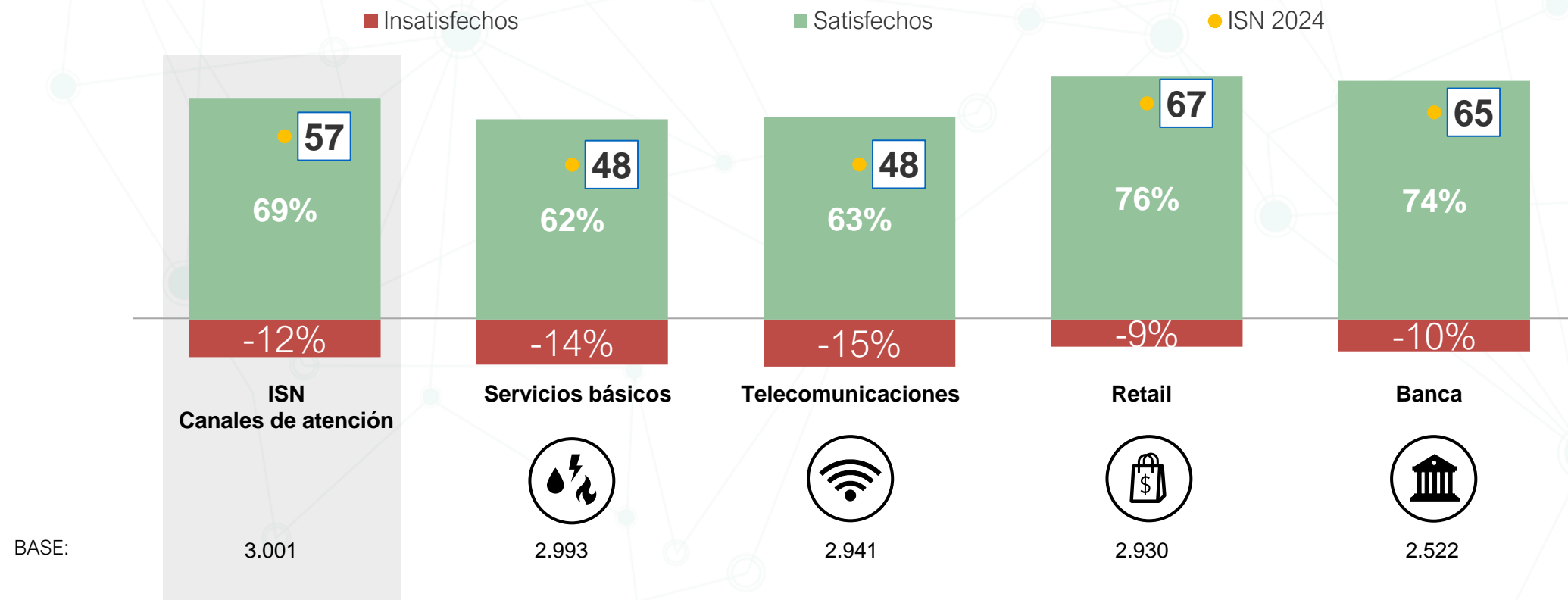
Satisfacción con la Experiencia de los Canales con Foco en los Digitales

Canal de Atención Preferido

¿Cuál es su preferido?



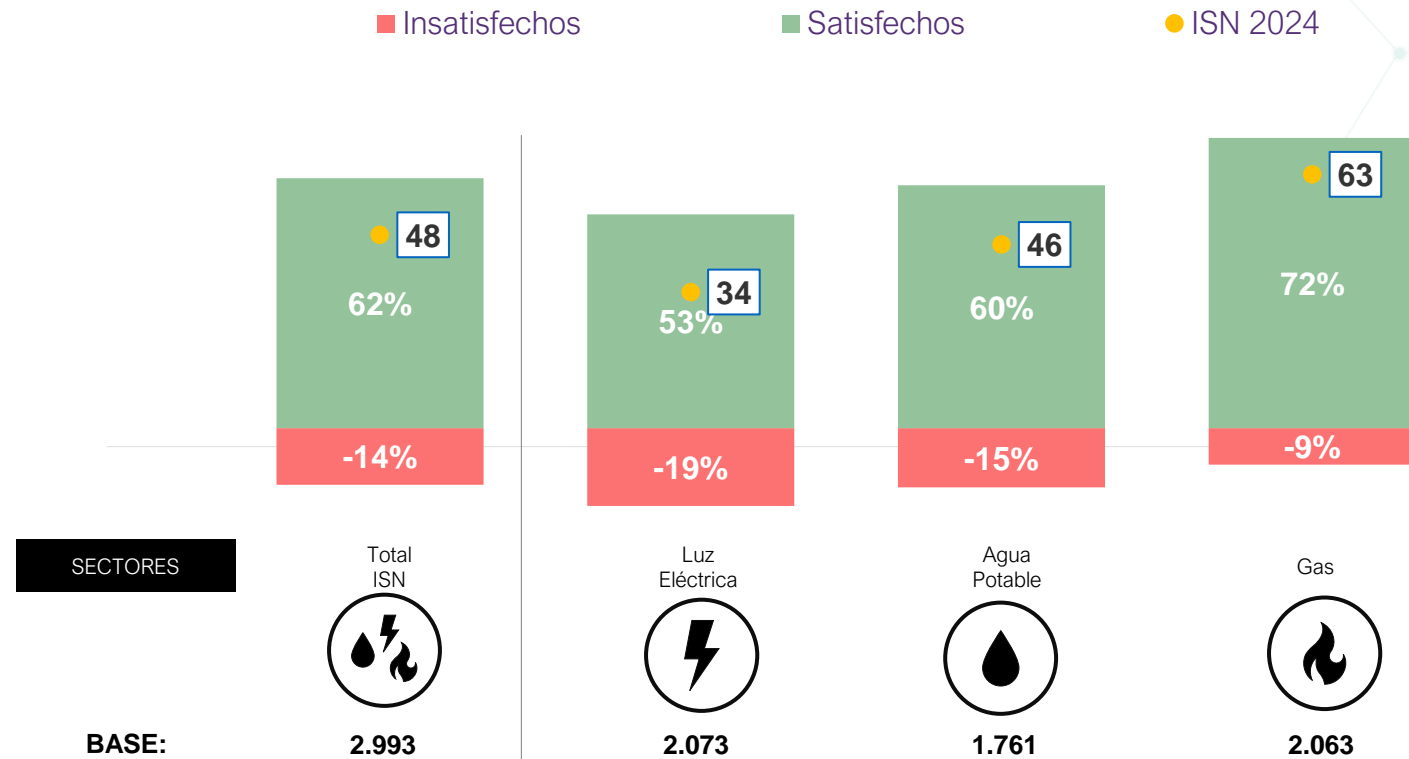
Satisfacción con la experiencia con canales por industria



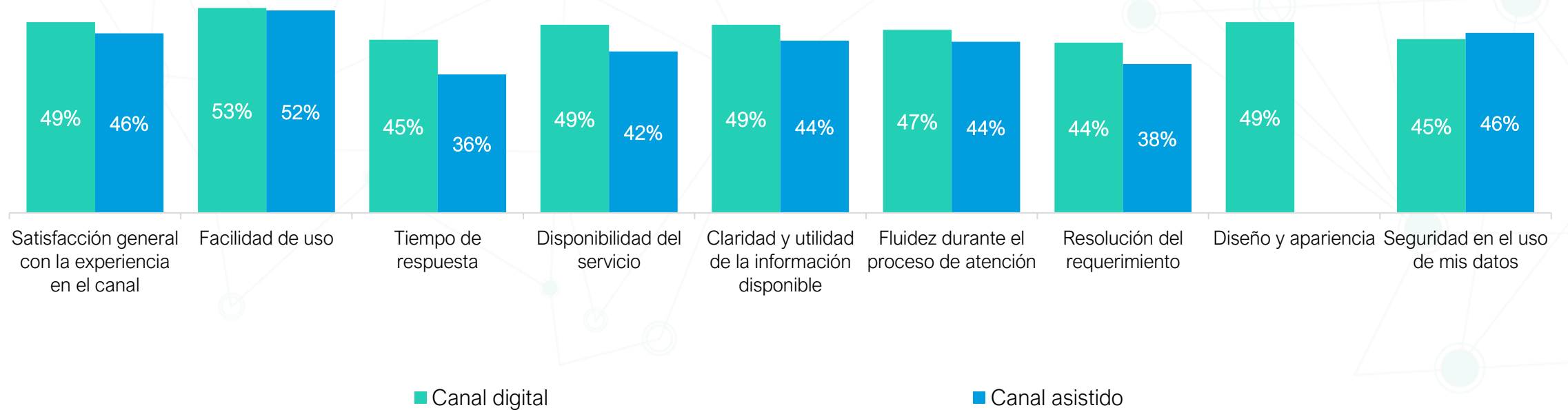
Solo Banca y Retail alcanzan niveles óptimos de satisfacción con la experiencia

Satisfacción con la experiencia en el Canal por sectores

Gas, Tiendas por Depto, Tiendas Mejoramiento Hogar, E-commerce y Banca destacan en la satisfacción con los canales.



Satisfacción con atributos del canal de atención por último canal utilizado (Total)



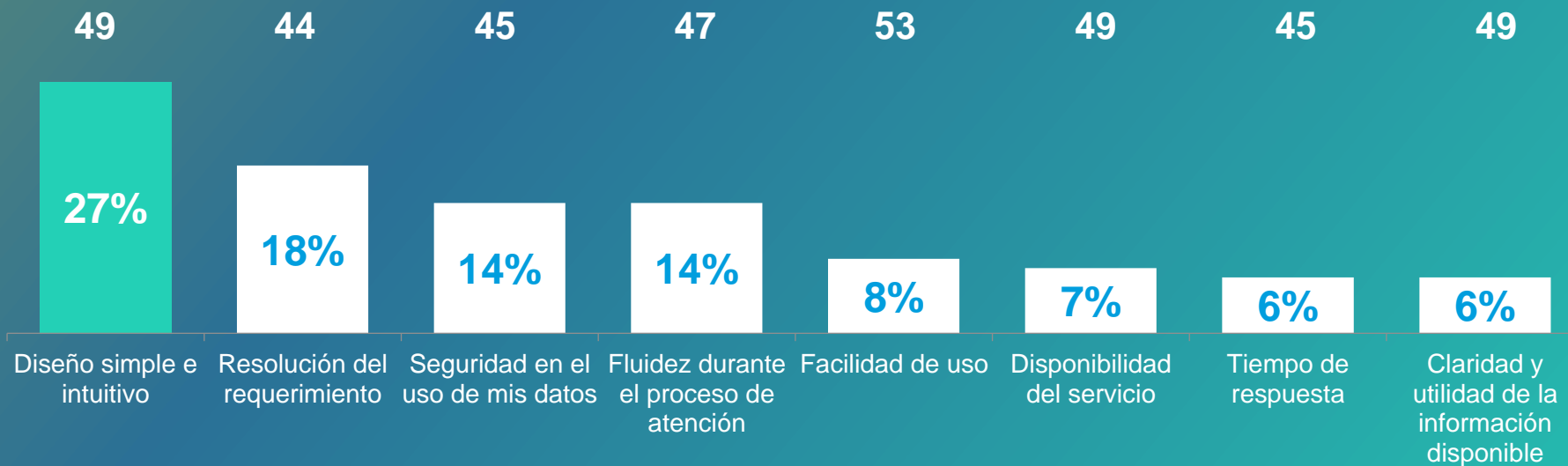
Impacto y satisfacción de atributos en canales digitales

*Variable dependiente: Satisfacción con el Último Canal Digital Utilizado



Servicios básicos

ISN Canales Digitales

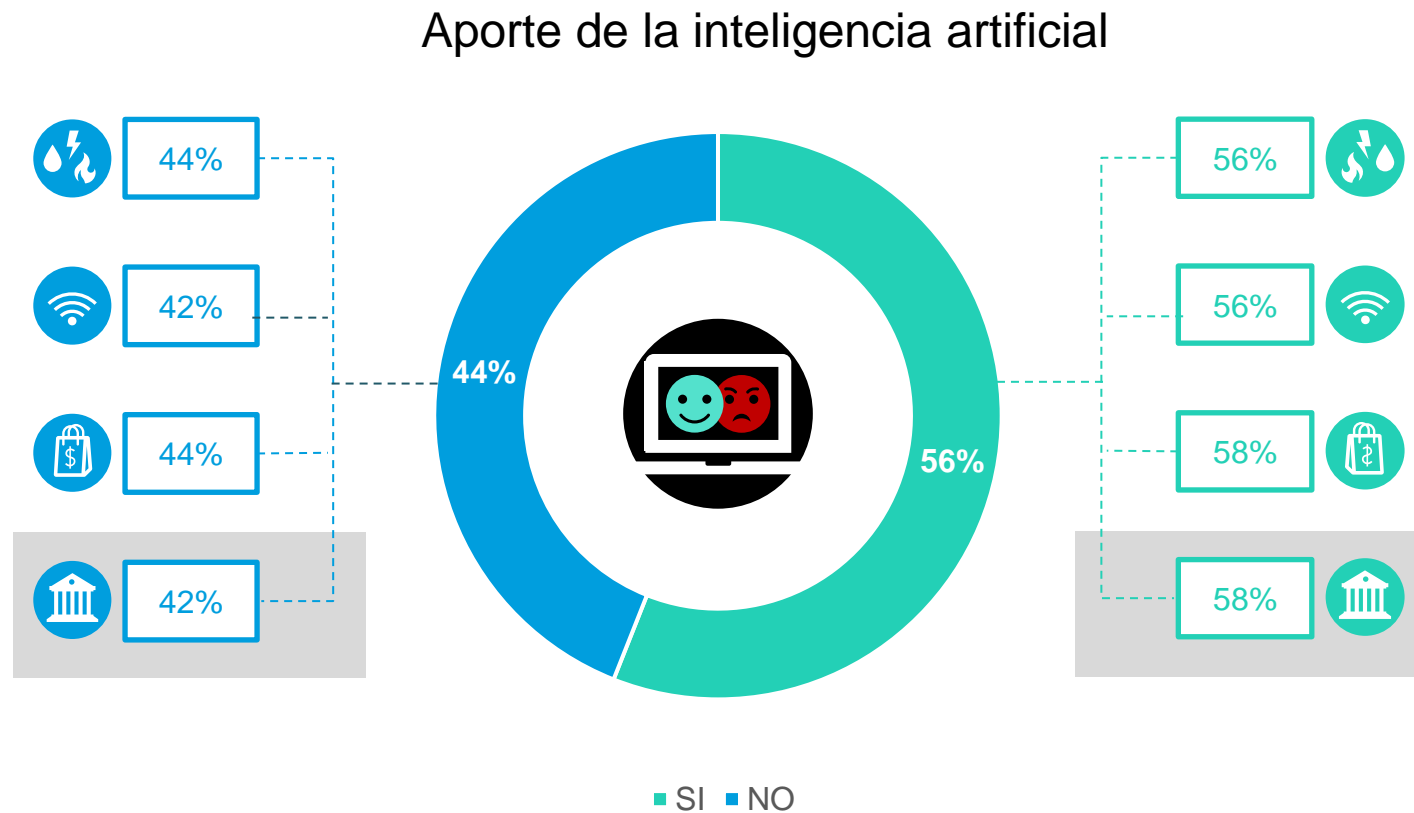


06

Impacto de la IA en la Experiencia de Clientes

¿Cree usted que el uso de Inteligencia Artificial podría ser un aporte relevante en la mejora de su experiencia con la empresa?

La mayoría de los clientes consideran que la IA hará un aporte relevante a la experiencia con las empresas.

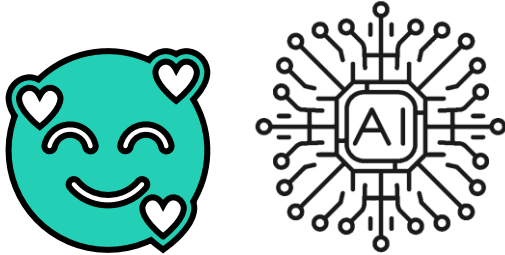


Base: 3.001

Clusters: Adaptabilidad de la inteligencia artificial y algoritmos

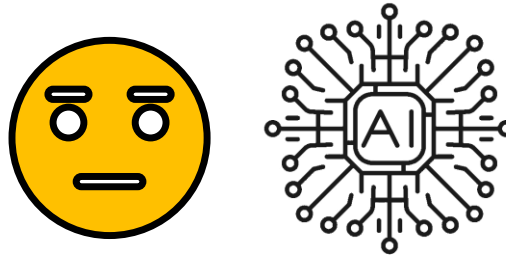
Se realiza un análisis de cluster, del cual se obtienen tres grupos:

32% Deleitados de la IA



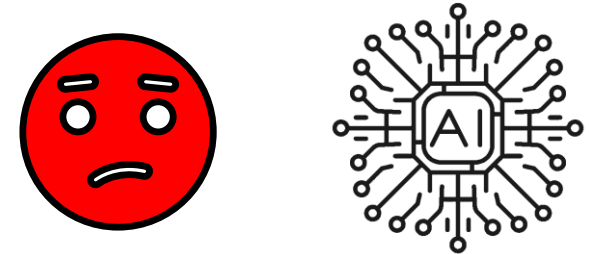
- Creen que la IA impacta de manera muy positiva su atención y están dispuestos a adaptarse a nuevas innovaciones tecnológicas.
- Su NPS y satisfacción con la atención en general, son mucho más altos que la media.
- La comodidad y seguridad caracterizan su experiencia.
- La App es su canal de atención preferido.

54% Ambivalentes con la IA



- Neutralidad en los atributos referentes a impactos de la IA en la atención.
- Una satisfacción neta media y un NPS bajo.
- Comodidad, seguridad e indiferencia son emociones que describen su experiencia como cliente.
- Socio demográficamente similares a los aliados de la IA.
- Prefieren chatear con bots y el contact center.

13% Expectantes de la IA



- No creen que la IA impacte positivamente su experiencia, desconfían de ellas y no se encuentran dispuestos a adaptarse a nuevas tecnologías.
- Una satisfacción y NPS generales muy bajos. Puede ser que su descontento con la IA venga de una mala experiencia con la atención en general.
- Comodidad, indiferencia y desconfianza son las emociones que más describen sus experiencias. También hay una mayor predominancia de emociones negativas en comparación a los otros grupos.
- Poseen una mayor proporción de personas de grupos etarios más avanzados en comparación a los aliados e indiferentes.
- Prefieren los medios de contacto no digitales: sucursal y contact center.

BASE:

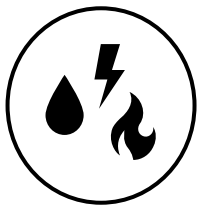
951

1.620

416

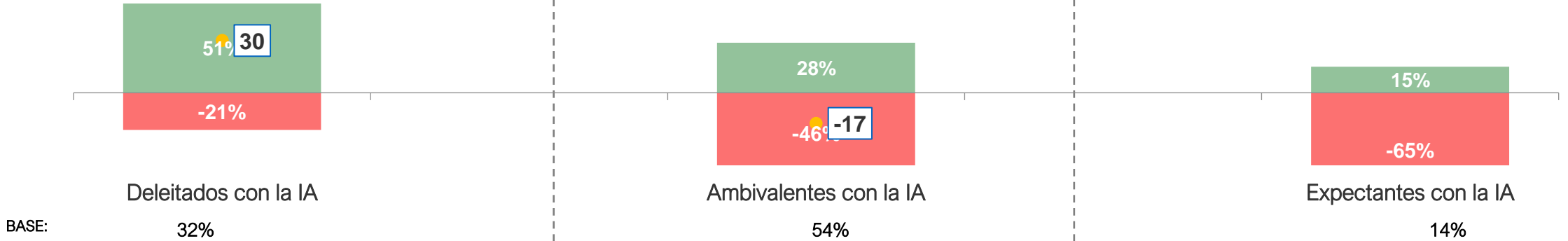
60

Servicios básicos: Análisis de Clusters (Satisfacción total y NPS)

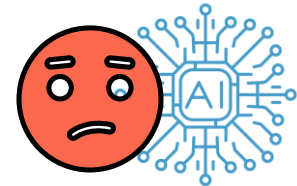
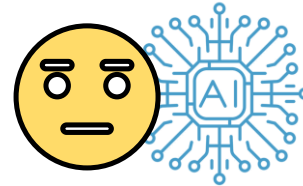
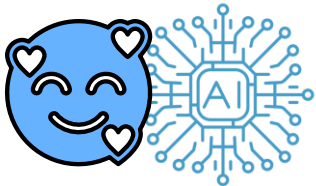


Servicios básicos

NPS ■ Detractores ■ Promotores ● NPS

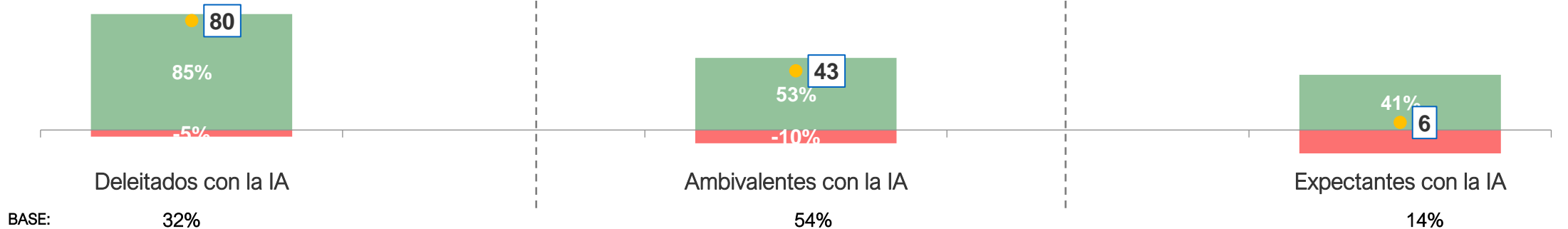


BASE: 32%



Satisfacción total

■ Insatisfechos ■ Satisfechos ● Satisfacción Neta



BASE: 32%

07

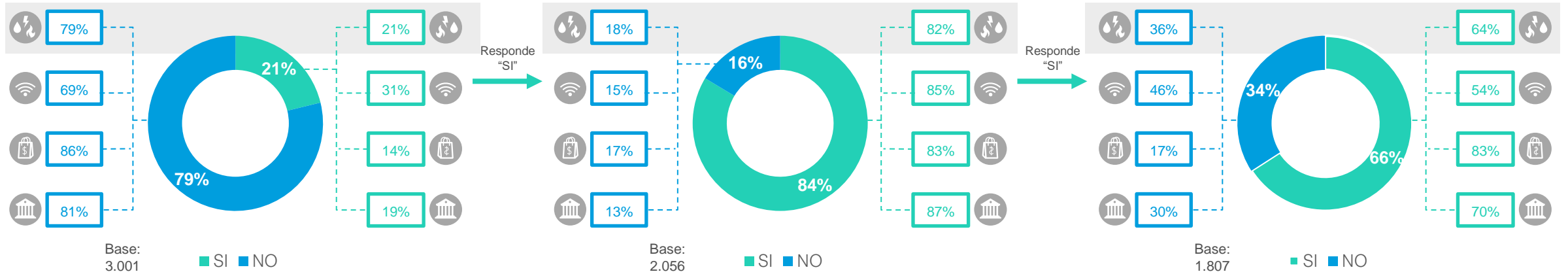
Tasa de Problemas de Clientes

Tasa y gestión de problemas por industria

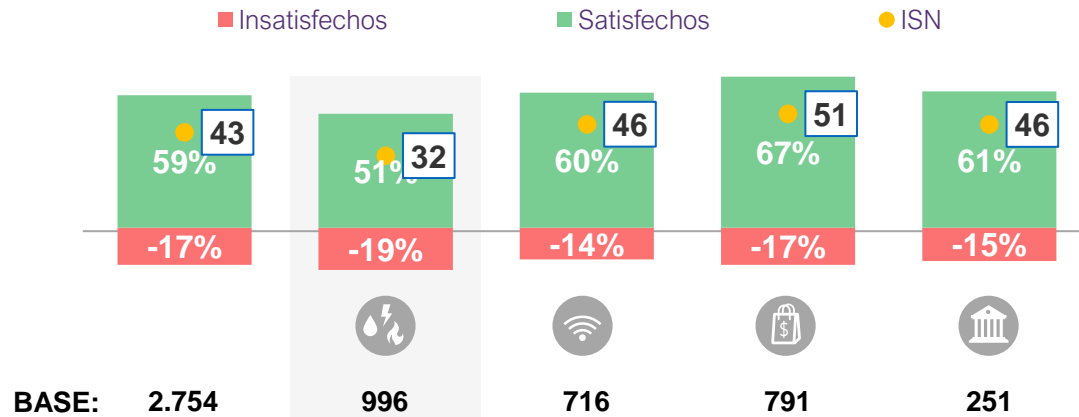
En los últimos 6 meses ¿ha tenido algún problema con el servicio que le brinda la compañía?

¿Comunicó su problema a la compañía?

Luego de comunicar su inconveniente, ¿solucionaron su problema?



¿Qué tan satisfecho se encuentra con la gestión y solución que la compañía le brindó a su problema?



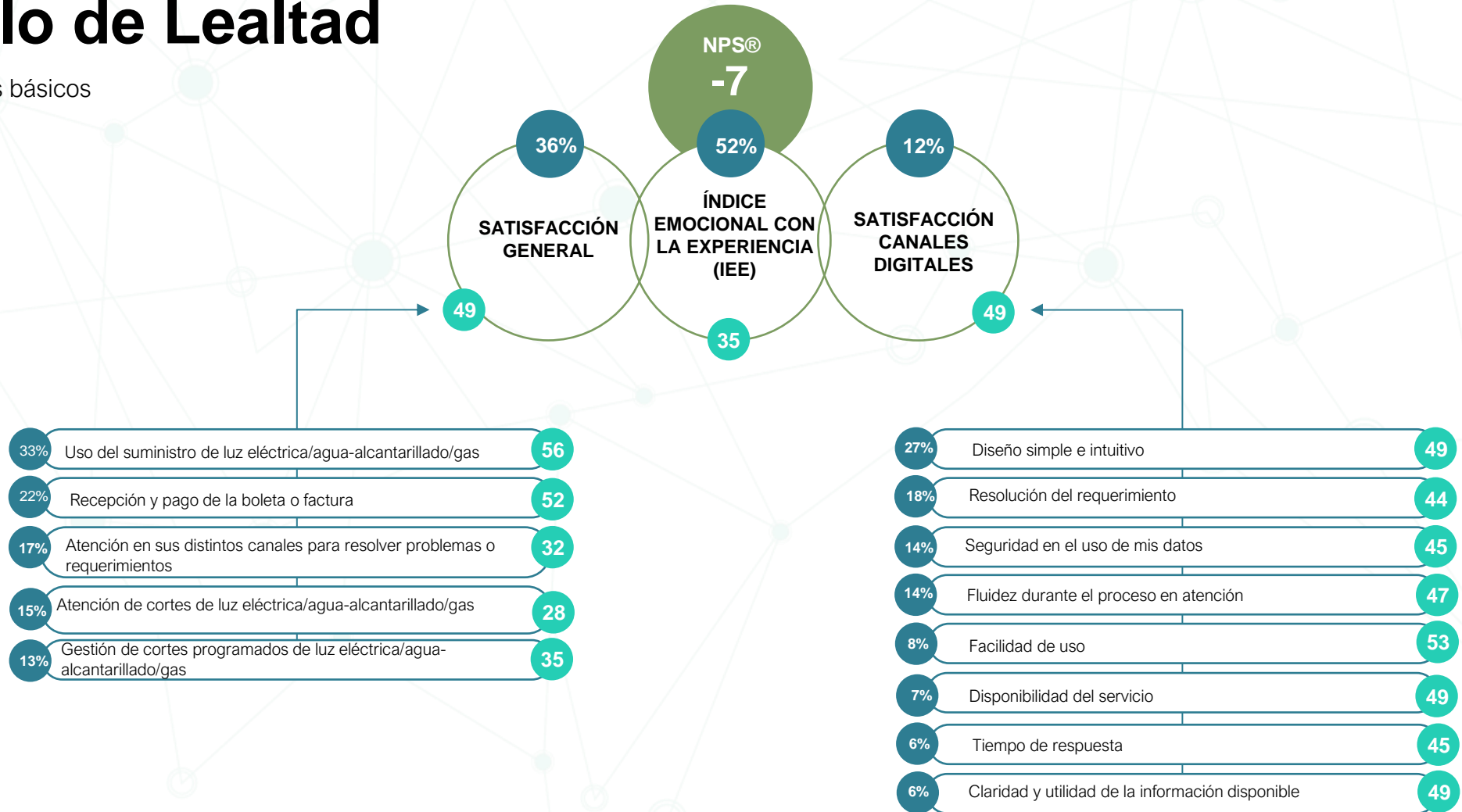
Responde "SI"

08

Modelo Explicativo de la Lealtad de Clientes

Modelo de Lealtad

 Servicios básicos



- NPS
- Importancia
- Dimensiones
- Indicador neto
- Subdimensiones



#GRACIAS

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION

'ces | centro de
experiencias
y servicios
UAI - LATAM

Globant ▶