



PREMIO LEALTAD

DEL CONSUMIDOR

2022



PREMIO^{NPS}
LEALTAD
DEL CONSUMIDOR

11 AÑOS IDENTIFICANDO Y PREMIANDO A
LAS EMPRESAS LIDERES EN LA ENTREGA DE
EXPERIENCIAS DE LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS.



INDICADOR DE LEALTAD DEL CONSUMIDOR NPS® NET PROMOTER SCORE®

¿QUÉ TAN PROBABLE ES QUE USTED RECOMIENDE (EMPRESA) A UN
AMIGO, COLEGA O FAMILIAR, EN UNA ESCALA DE 0 A 10?



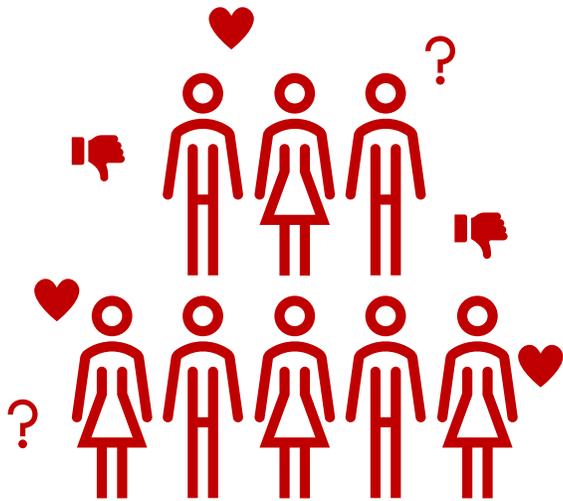
$$\begin{matrix} \text{😊} \\ \% \end{matrix} - \begin{matrix} \text{😞} \\ \% \end{matrix} = \text{NPS}^{\text{®}}$$

¿POR QUÉ RECOMIENDA
/ NO RECOMIENDA /
QUÉ LE FALTA PARA
PODER RECOMENDAR?



RESPUESTA
ABIERTA Y LIBRE





PROMOTOR

- Continuidad de compras, upselling
- Mayor ciclo de vida o retención
- Boca a boca positivo
- Menores costos de servicio



PASIVO

- Riesgos de fuga: vulnerables a la competencia
- Menor rentabilidad
- Ausencia de boca a boca positivo



DETRACTOR

- Menor gasto
- Bajo ROI
- Alta probabilidad de fuga
- Boca a boca destructivo
- Mayor costo de servicio

FICHA DEL ESTUDIO

- Clientes mayores de 18 años
- Cliente habitual de la empresa evaluada
- Región Metropolitana
- Evaluación Web
- Muestra total 2022: 16.049 encuestas
- Aplicación de encuestas entre 27 de julio y 21 de septiembre de 2022
- Distribución de encuestas de acuerdo a sexo, edad y GSE en cada industria





17 INDUSTRIAS

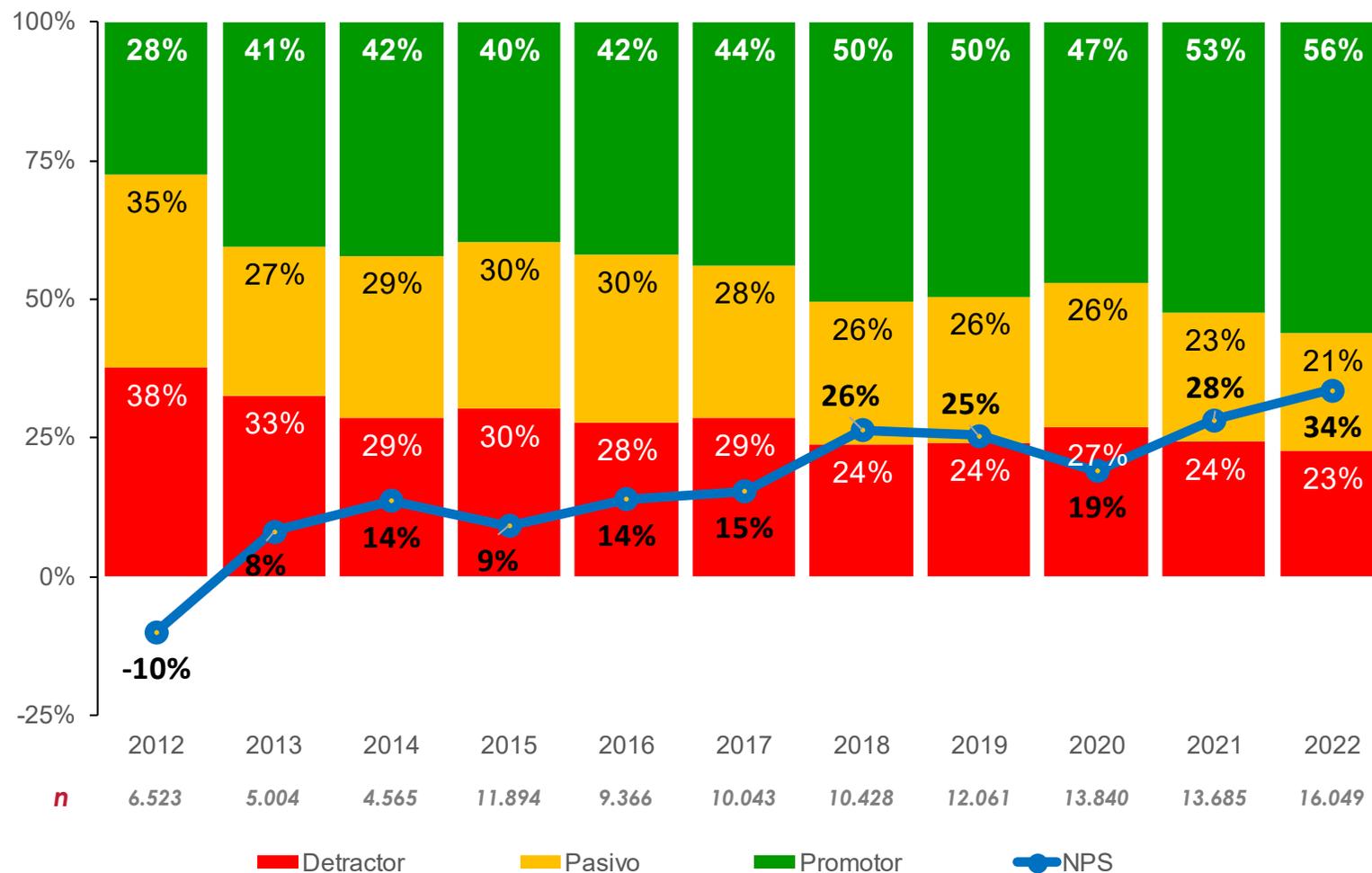
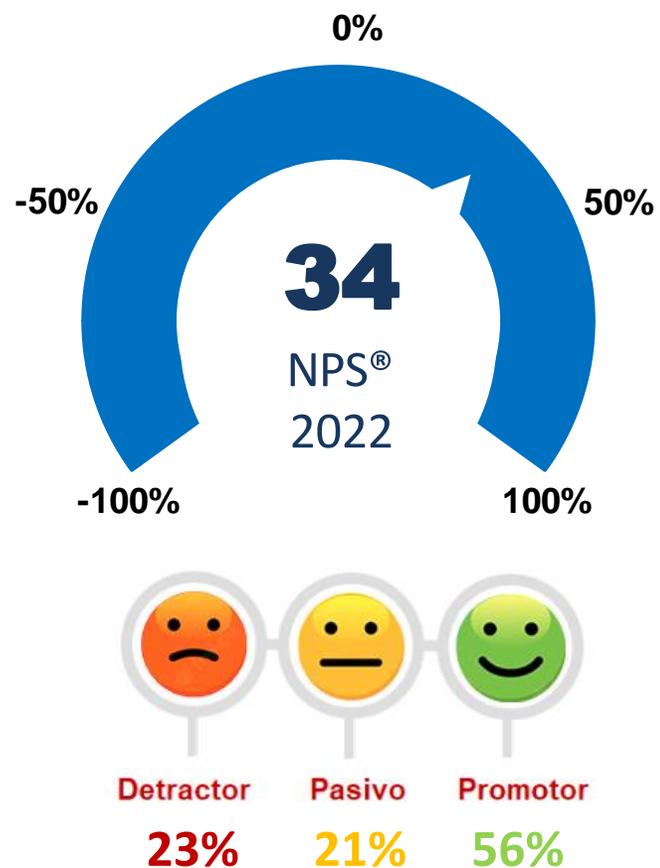
81 EMPRESAS

- AFP
- BANCOS
- CENTROS MÉDICOS
- CLÍNICAS
- DELIVERY
- ESTACIONES DE SERVICIO

- FARMACIAS
- GAS LICUADO
- GRANDES TIENDAS
- INTERNET HOGAR
- ISAPRES
- SUPERMERCADOS

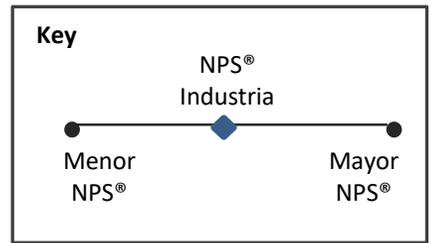
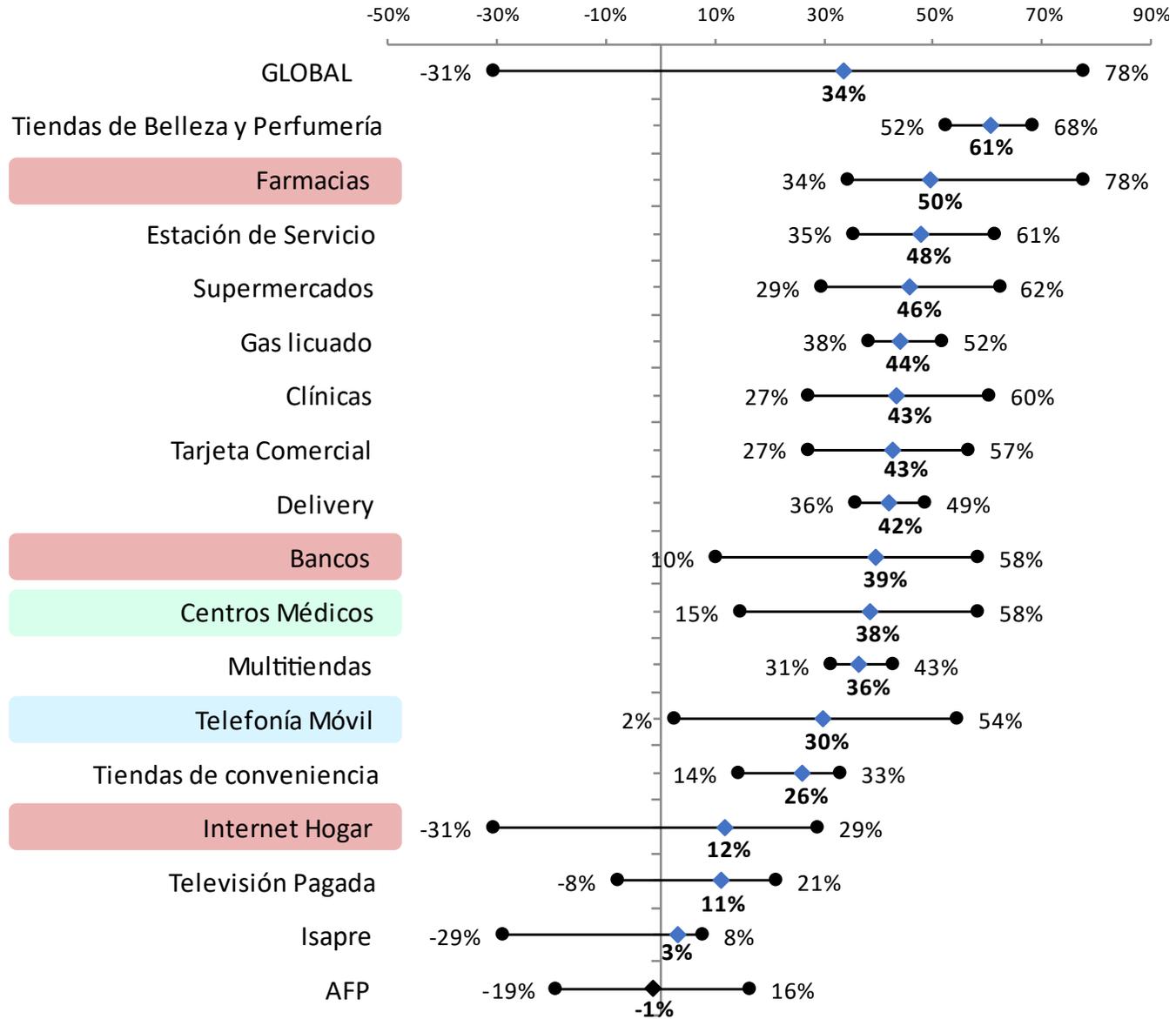
- TARJETAS COMERCIALES
- TELEFONÍA MÓVIL
- TIENDAS DE BELLEZA Y PERFUMERÍA
- TIENDAS DE CONVENIENCIA
- TV PAGADA

RESULTADOS NPS® NIVEL GLOBAL 2022



NPS® POR INDUSTRIA

**MENOR Y
MAYOR
EVALUACIÓN**

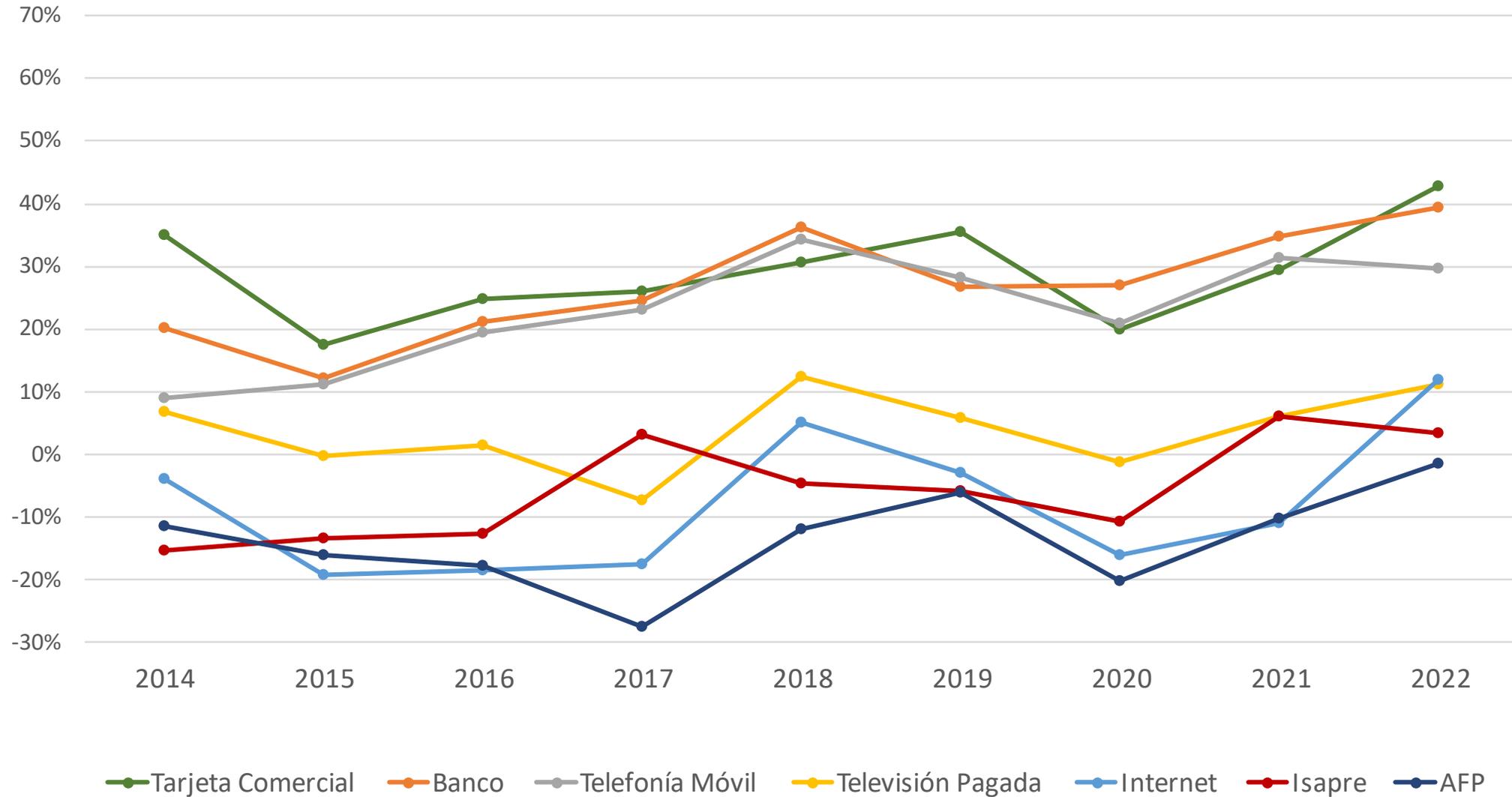


COMPARATIVO POR INDUSTRIA

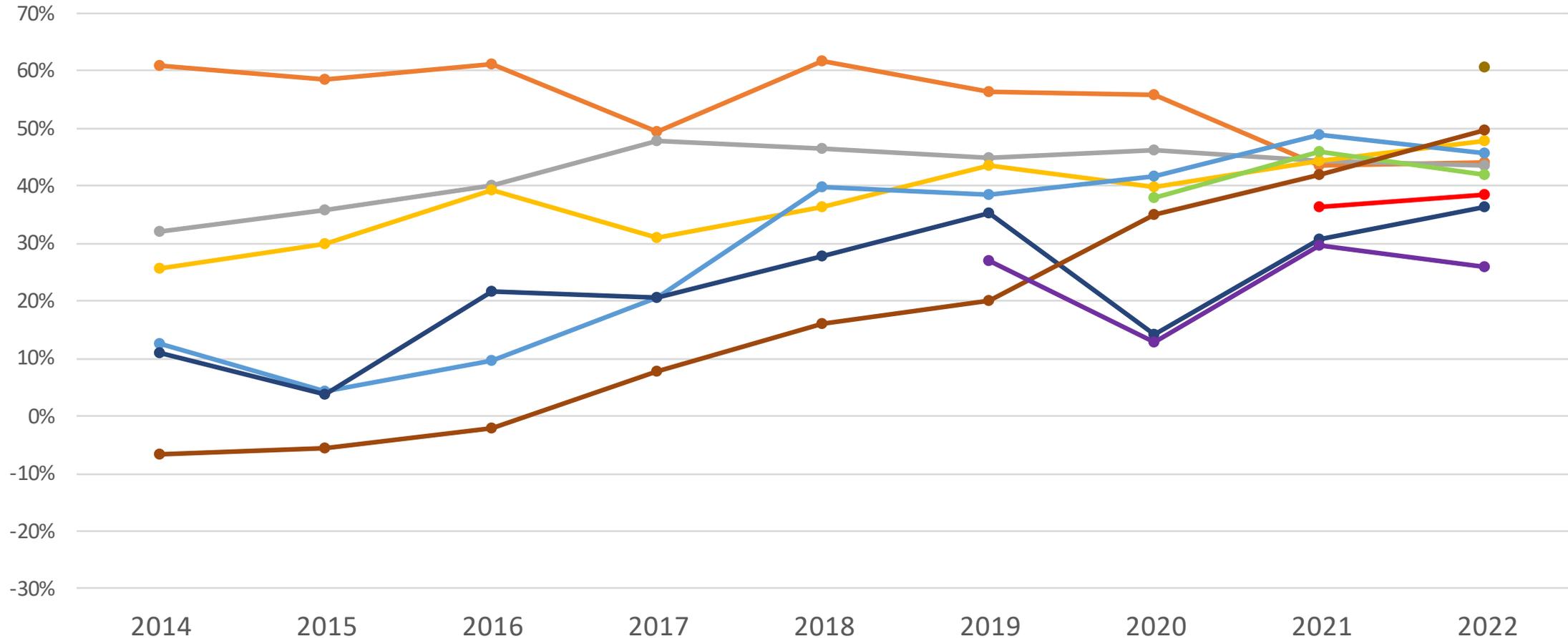
COMPARATIVO 2021-2022

Posición 2022	Industria	NPS® 2022	NPS® 2021	Puntos de Variación	Posición 2021
1	TIENDAS DE BELLEZA Y PERFUMERÍA	61%	-	-	-
2	FARMACIAS	50%	42%	7,6	6 ↑
3	ESTACIÓN DE SERVICIO	48%	44%	3,5	4 ↑
4	SUPERMERCADOS	46%	49%	-3,1	1 ↓
5	GAS LICUADO	44%	43%	0,7	5 =
6	CLÍNICAS	43%	44%	-0,9	3 ↓
7	TARJETA COMERCIAL	43%	29%	13,4	12 ↑
8	DELIVERY	42%	46%	-3,9	2 ↓
9	BANCOS	39%	35%	4,7	8 ↓
10	CENTROS MÉDICOS	38%	36%	2,0	7 ↓
11	MULTITIENDAS	36%	31%	5,6	10 ↓
12	TELEFONÍA MÓVIL	30%	31%	-1,6	9 ↓
13	TIENDAS DE CONVENIENCIA	26%	30%	-3,8	11 ↓
14	INTERNET HOGAR	12%	-11%	22,8	16 ↑
15	TELEVISIÓN PAGADA	11%	6%	5,3	14 ↓
16	ISAPRE	3%	6%	-2,8	13 ↓
17	AFP	-1%	-10%	8,9	15 ↓

EVOLUTIVO POR INDUSTRIA DE RELACIÓN CONTRACTUAL

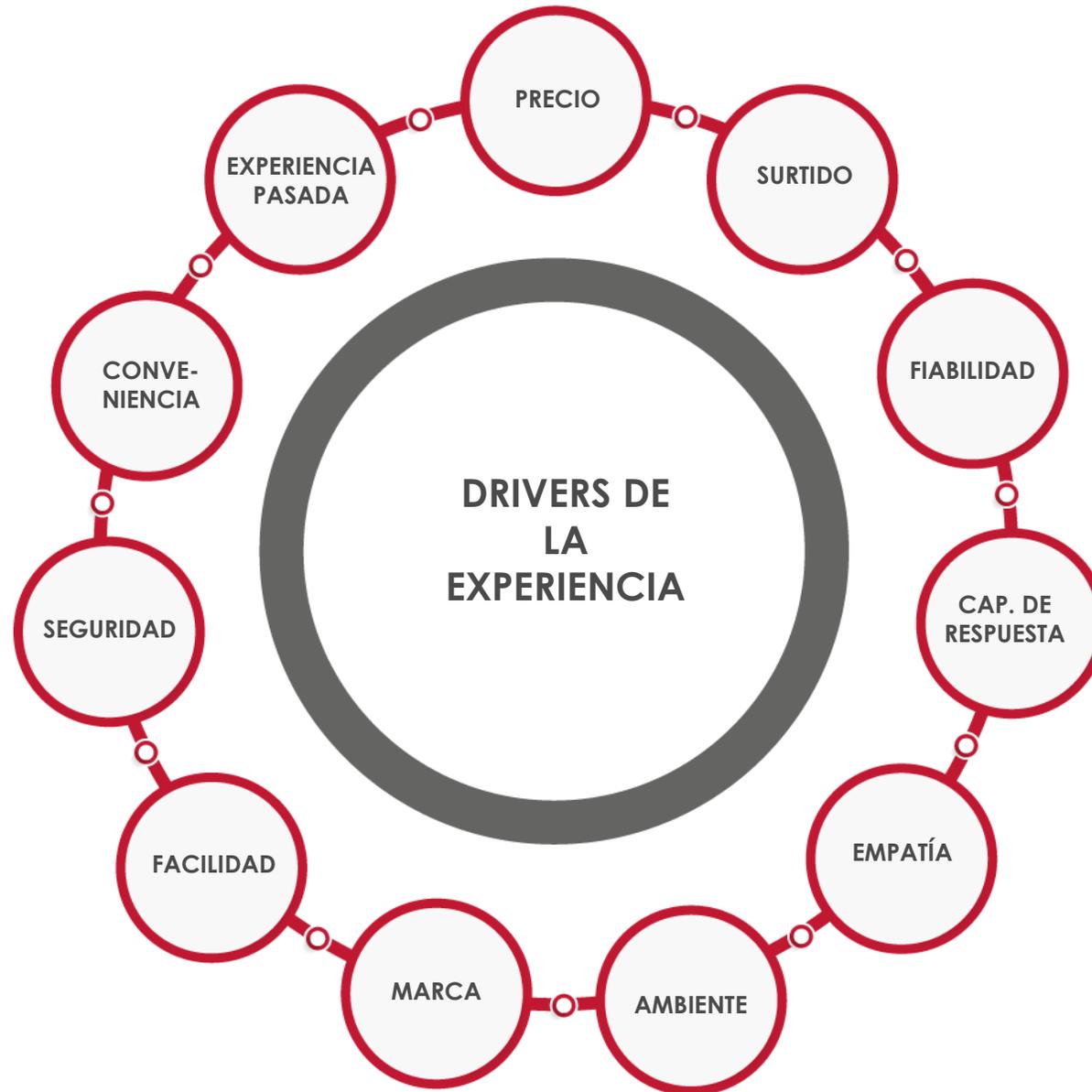


EVOLUTIVO POR INDUSTRIA DE RELACIÓN SIN CONTRATO



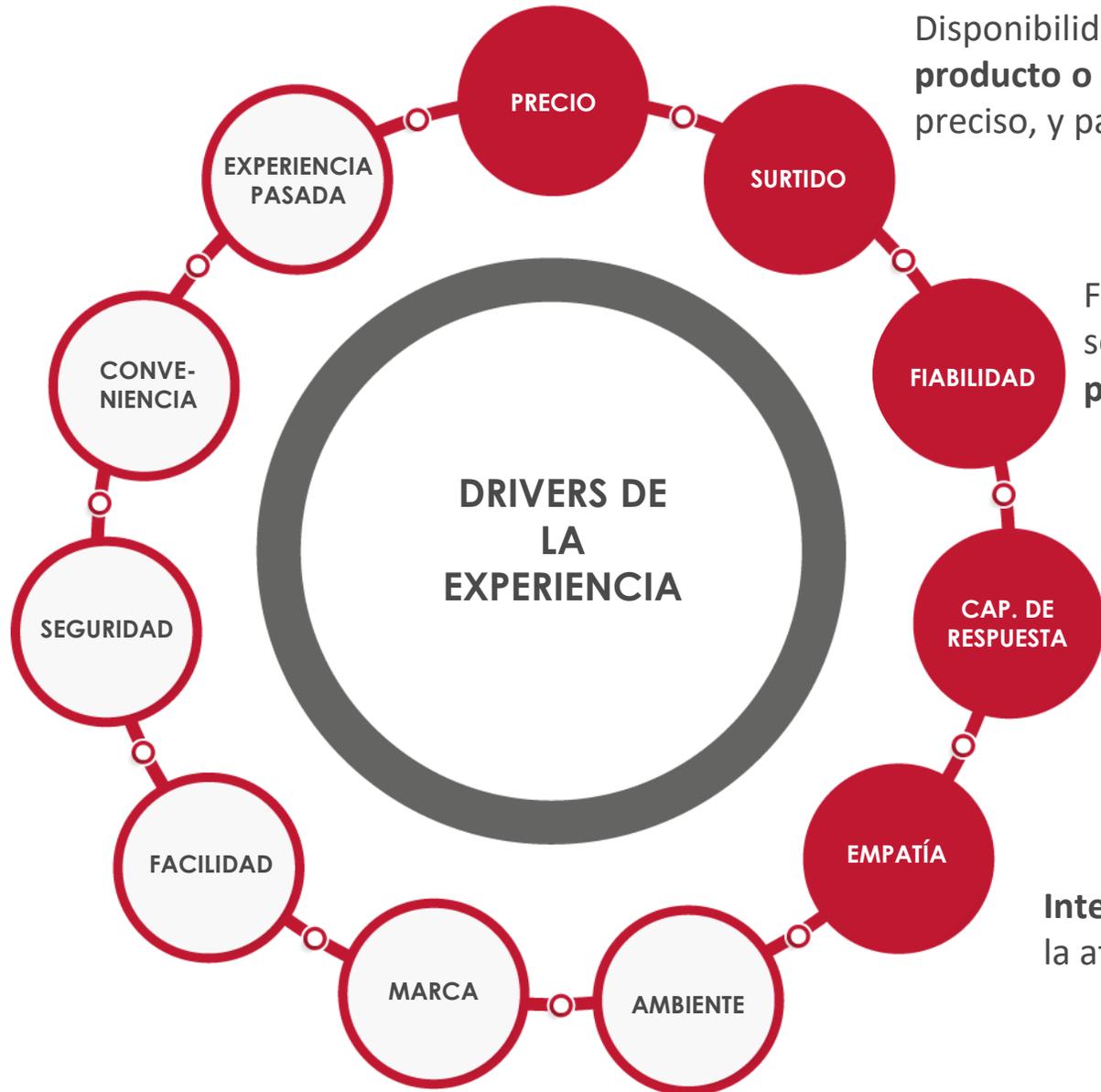
- Centros Médicos
- Gas licuado
- Clínica
- Estación de Servicio
- Supermercado
- Delivery
- Multitienda
- Farmacia
- Tienda de Conveniencia
- Tiendas de Belleza y Perfumería

QUÉ MOVILIZA LA LEALTAD?



QUÉ MOVILIZA LA LEALTAD?

Efecto de la **política de precios** (descuentos, ofertas, intereses, etc.) en la experiencia.



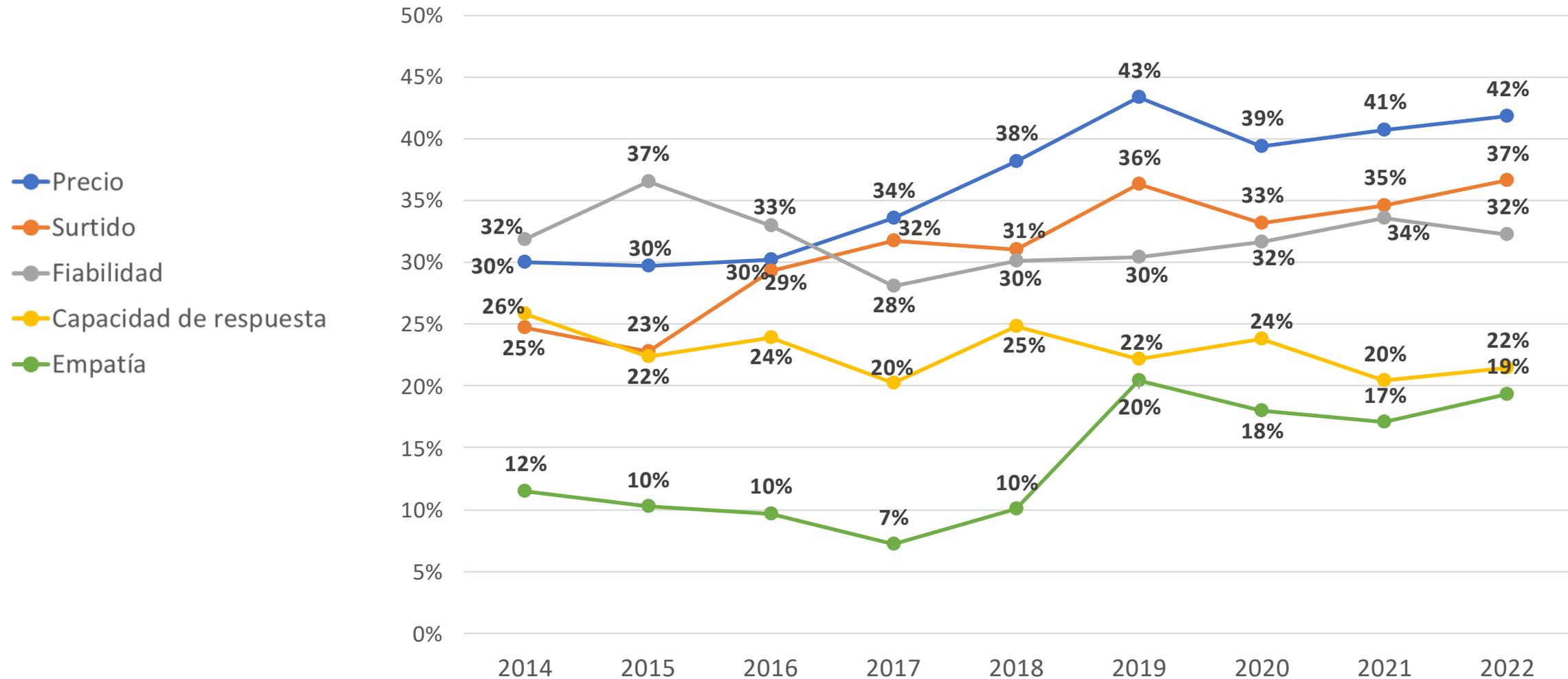
Disponibilidad de la **oferta correcta de producto o servicio**, en el momento preciso, y para el cliente adecuado.

Fiabilidad en la prestación del servicio. **Cumplimiento de la promesa.**

Flexibilidad y rapidez en la capacidad de respuesta. Disponibilidad para ayudar.

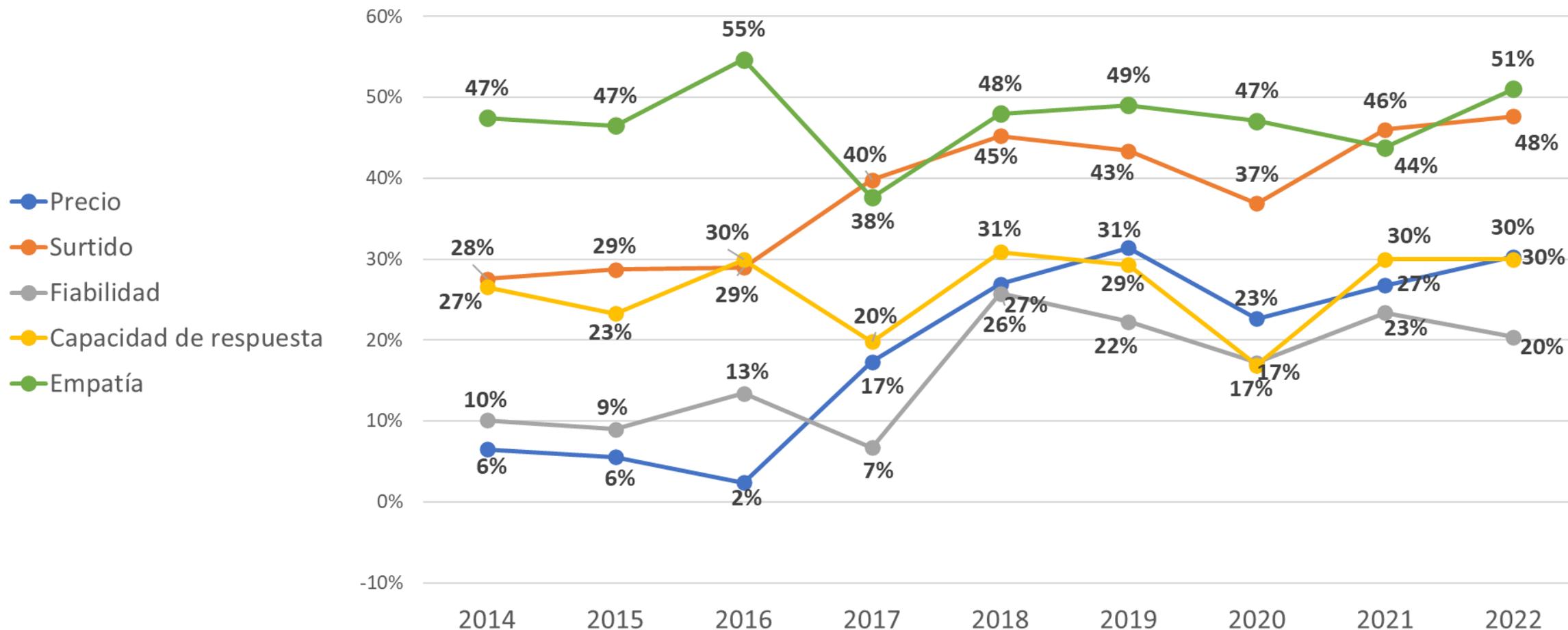
Interés, empatía y cortesía en la atención.

EVOLUCIÓN DE LA RELEVANCIA DE LOS PRINCIPALES DRIVERS EN LAS EXPERIENCIAS



FRECUENCIA DE MENCIONES. CADA CLIENTE MENCIONA MÁS DE UN MOTIVO, LUEGO LA SUMA ES SUPERIOR A 100%

EVOLUCIÓN EVALUACIÓN NETA DE LOS PRINCIPALES DRIVERS



EVALUACIÓN NETA DEL DRIVER
 % PROMOTOR – % DETRACTOR QUE DIERON ALGÚN MOTIVO ASOCIADO A ESE DRIVER

RELEVANCIA EN LAS EXPERIENCIAS POR INDUSTRIA

PRINCIPALES DRIVERS - 2022

EL DRIVER MÁS RELEVANTE EN CADA INDUSTRIA ES PRECIO, FIABILIDAD, SURTIDO O EMPATÍA.

	PRECIO	SURTIDO	FIABILIDAD	CAPACIDAD RESPUESTA	EMPATÍA
Tiendas de Belleza y Perfumería	63%	70%	0%	11%	29%
Farmacias	74%	60%	2%	11%	25%
Estación de Servicio	50%	36%	3%	22%	35%
Supermercado	66%	69%	6%	6%	14%
Gas licuado	59%	31%	37%	34%	13%
Clínicas	19%	29%	24%	26%	36%
Tarjeta Comercial	81%	13%	20%	15%	4%
Delivery	36%	39%	62%	8%	14%
Banco	31%	19%	32%	32%	25%
Centros Médicos	17%	30%	29%	31%	32%
Multitienda	63%	62%	10%	19%	13%
Telefonía Móvil	45%	24%	78%	18%	8%
Tiendas de conveniencia	46%	63%	0%	15%	28%
Internet Hogar	29%	18%	87%	28%	5%
Televisión Pagada	35%	46%	57%	23%	5%
Isapre	37%	37%	22%	21%	17%
AFP	21%	15%	47%	30%	19%



PREMIO^{NPS}
LEALTAD
DEL CONSUMIDOR

Experiencias Digitales

2022

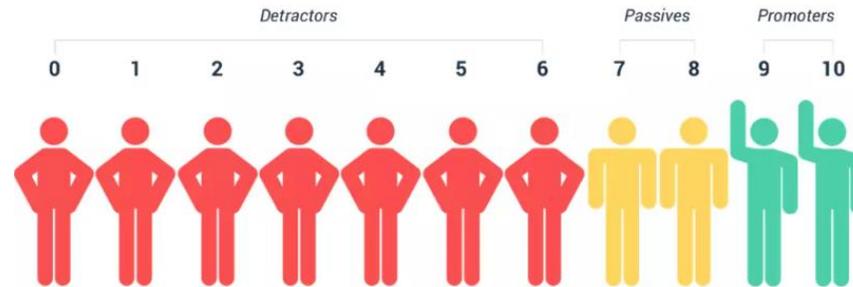


EXPERIENCIAS POR CANAL



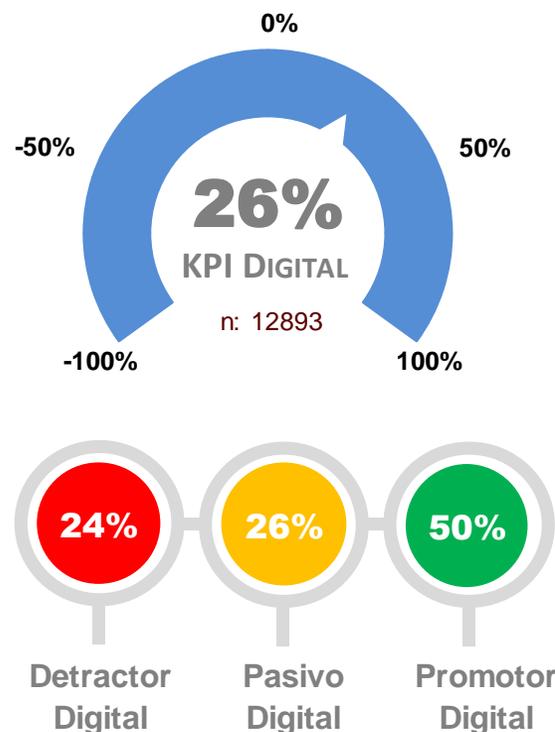
KPI DIGITAL

De acuerdo a toda su experiencia en los últimos 3 meses usando los canales DIGITALES que mencionó, ¿Ud. recomendaría a un familiar, amigo o colega utilizar los canales digitales de ... (empresa) para realizar alguna gestión, pregunta o solicitud?



$$\text{KPI DIGITAL} = \text{ } \color{green}{\%} - \color{red}{\%}$$

KPI DIGITAL A NIVEL GLOBAL Y POR INDUSTRIA



CORRELACIÓN KPI DIGITAL VS NPS®: 0,70

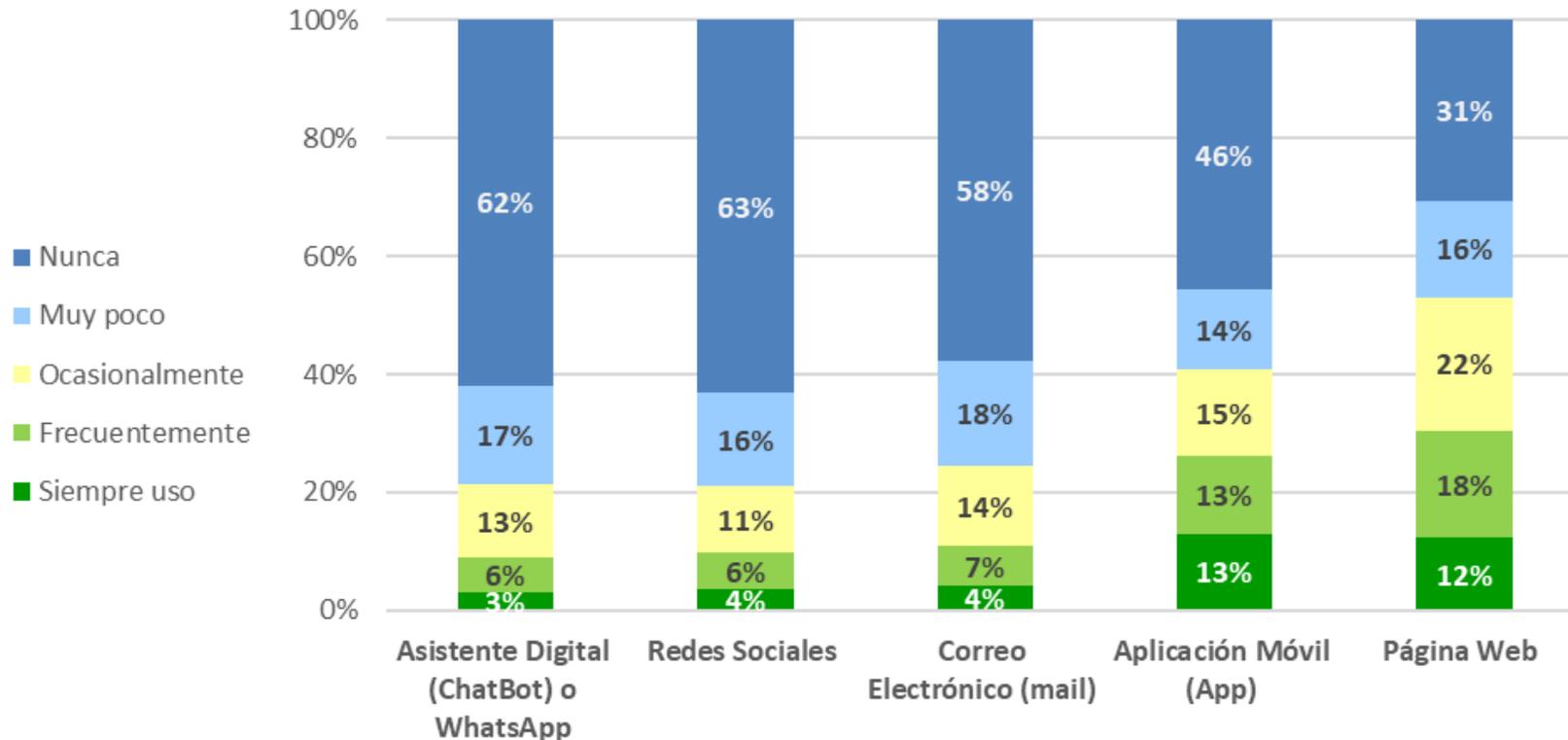
EL USO DE LOS CANALES DIGITALES AFECTA
DIRECTAMENTE EL NPS®

Posición	Industria	KPI Digital
1	Bancos	44%
2	Delivery	39%
3	Supermercados	36%
4	Tiendas Belleza y Perfumería	36%
5	Centros Médicos	35%
6	Tarjetas Crédito Comercial	34%
7	Gas Licuado	32%
8	Farmacias	31%
9	Clínicas	31%
10	Estaciones de Servicio	31%
11	Multitiendas	29%
12	AFP	28%
13	Telefonía Móvil	25%
14	Tiendas de Conveniencia	22%
15	Isapres	8%
16	Internet Hogar	7%
17	TV Pagada	6%

EXPERIENCIAS POR TIPO DE CANAL

Intensidad de uso

En los últimos 3 meses, aproximadamente ¿qué tanto ha usado cada uno de estos canales de contacto de ... (empresa)?



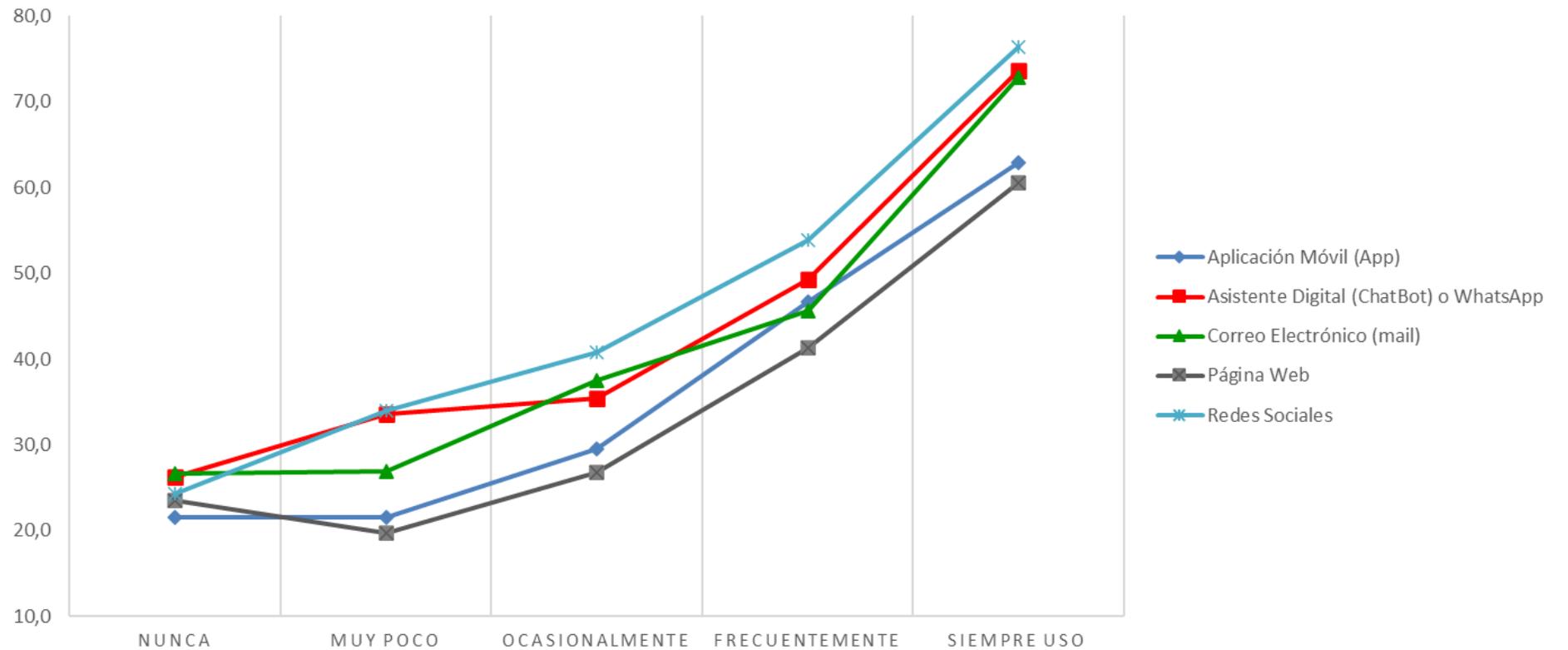
Página Web y App son los canales digitales usados con mayor frecuencia

Asistente Digital y Redes Sociales tienen una intensidad de uso muy similar a Correo Electrónico, considerando quienes más usan estos canales

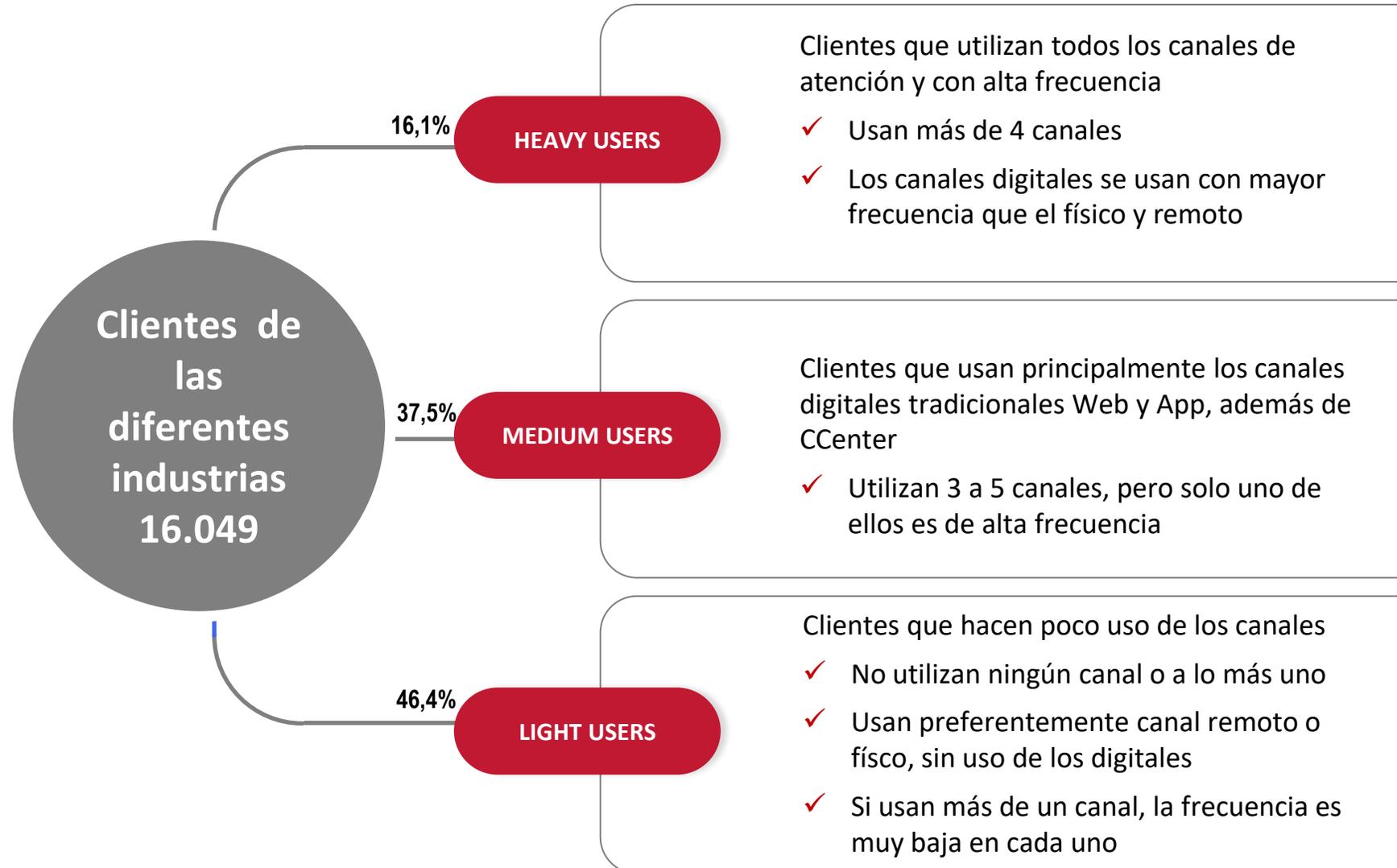
VARIACIÓN NPS® SEGÚN CANAL DIGITAL E INTENSIDAD DE USO

Independiente del canal, a mayor intensidad de uso, mayor es el nivel de recomendación.

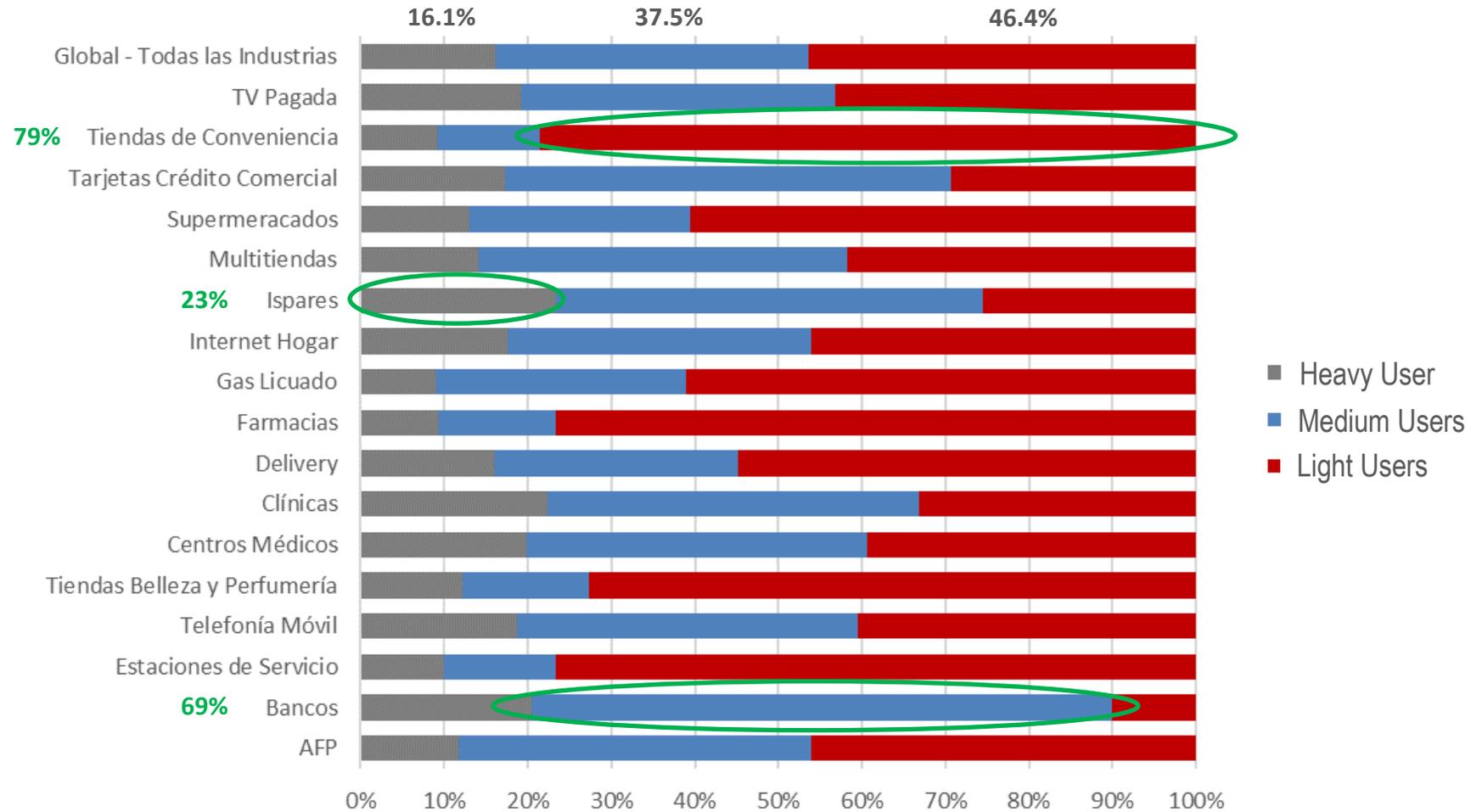
Canales interactivos muestran un mayor vínculo - lealtad



CLUSTERIZACIÓN EN FUNCIÓN DE LA INTENSIDAD DE USO DE CANALES DIGITALES

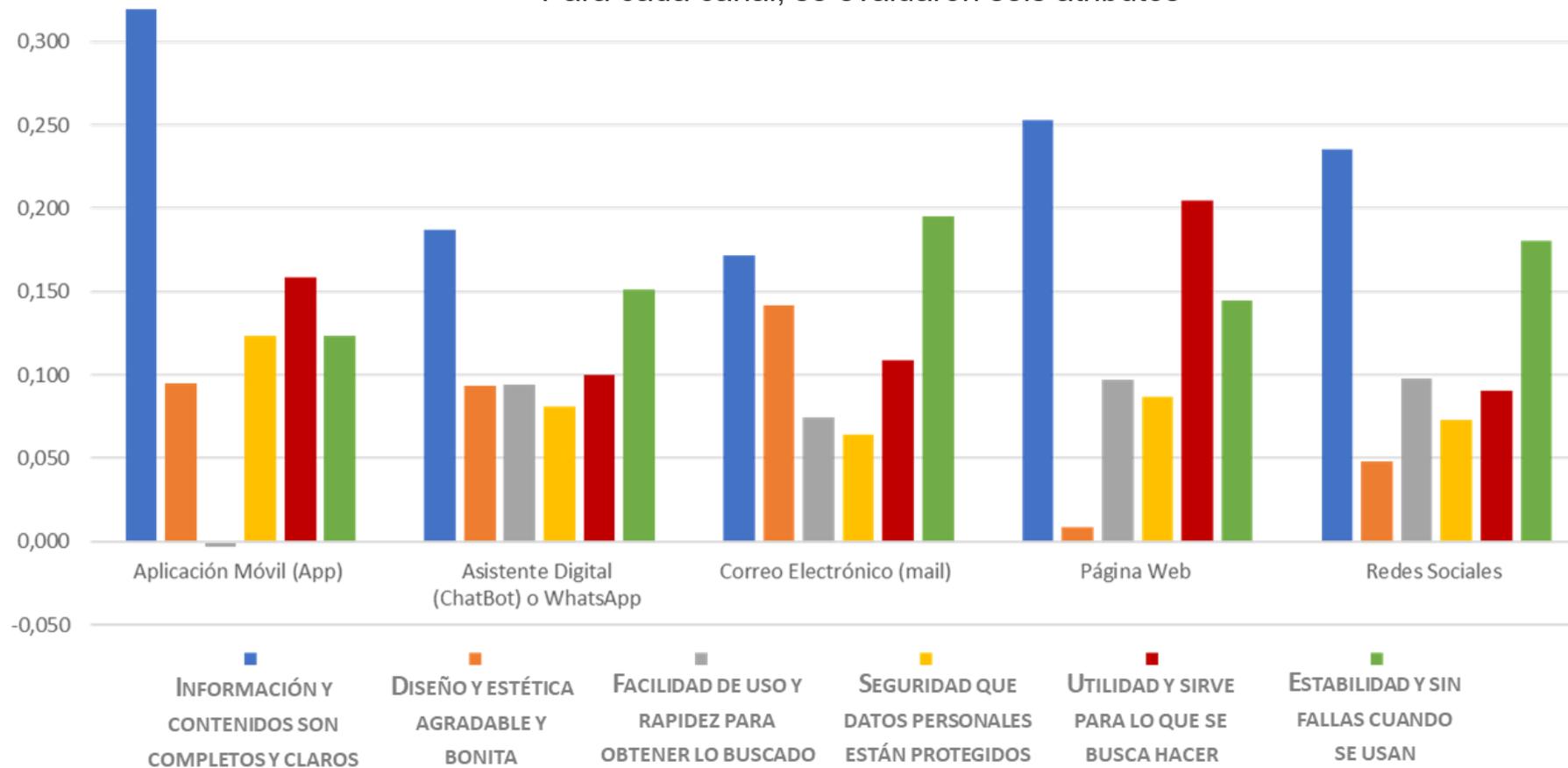


DISTRIBUCIÓN DE LOS CLUSTERS POR INDUSTRIA



Nivel de relevancia en la Experiencia Digital de cada atributo en cada canal

Para cada canal, se evaluaron seis atributos



Información y Contenido es el atributo que más pesa en los canales digitales, exceptuando Correo Electrónico, donde la Estabilidad es más relevante.



PREMIO^{NPS}
LEALTAD
DEL CONSUMIDOR

Empresas Premiadas

2022

EMPRESAS GANADORAS POR INDUSTRIA

Industria	Empresa	NPS®
AFP	Cuprum	16%
Bancos	Banco Falabella	58%
Centros Médicos	Red Salud UC Christus	58%
Clínicas	Clínica Alemana	60%
Delivery	Cornershop	49%
Estaciones de Servicio	Copec	61%
Farmacias	Dr. Simi	78%
Gas Licuado	Lipigas	52%
Internet Hogar	Mundo Internet Hogar	29%
Isapres	Cruz Blanca	8%
Multitiendas	Falabella	43%
Supermercados	Jumbo	62%
Tarjetas Comerciales	CMR Falabella	57%
Telefonía Móvil	WOM	54%
Tiendas de Belleza	DBS	68%
Tiendas de Conveniencia	Pronto	33%
TV Pagada	Direct TV	21%

PREMIOS ESPECIALES



MEJOR
EXPERIENCIA
DIGITAL

EMPRESA CON EL MAYOR KPI DIGITAL
DE TODAS LAS EVALUADAS



MEJOR
DE LOS
MEJORES

EMPRESA CON EL MAYOR NPS® DE
TODAS LAS EVALUADAS



FARMACIAS
DEL DR. SIMI®
"LO MISMO PERO MAS BARATO"®

MEJORA
CONTINUA

EMPRESA QUE HA MEJORADO
SISTEMÁTICAMENTE SU NPS® EN LOS
ÚLTIMOS 3 AÑOS





www.alco.cl

Net Promoter, Net Promoter Score, and NPS are trademarks of Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company, Inc., and Fred Reichheld.