

Plan Caldas Hogares Buscando relaciones de mutuo beneficio

PRESENTADO A
CHEC – Grupo EPM

PRESENTADO POR
María Eugenia Mejía

Diciembre de 2015

© 2015 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.



Este estudio fue realizado bajo un Sistema de Gestión de Calidad
certificado en las normas ISO 20252:2006 / ISO 9001:2008

GAME CHANGERS



Ficha Técnica



Realizado por Ipsos para CHEC



Entrevista personal en hogares para subsegmentos: Rural, Vulnerables, Riesgo de No pago, Vanguardistas y Tradicional
Realizado entre abril a octubre de 2015



Grupo Objetivo :

Fueron entrevistados 616 Hombres y/o mujeres mayores de 18 años, responsable del pago de servicios públicos, Jefes de hogar y/o amas de casa, quienes manejen la relación con la empresa



Municipios del Caldas y Risaralda ; donde la empresa presta sus servicios



Los resultados de este estudio permiten estimaciones por el total de la muestra y sub segmentos. La ponderación de hizo por sub-segmentos



Este símbolo indica las variaciones respecto al 2014

Distribución de la muestra

	CHEC	Rural	Vulnerables	Riesgo de no pago	Vanguardistas	Tradicional
Tamaño del Universo	378594	98218	35141	129934	5765	109536
% segmentos en el universo	100%	26%	9%	34%	2%	29%
Muestra Ponderada	616	158	57	212	9	178
Muestra real	616	119	134	122	95	146
<i>ESRREL</i>	3,9%	9,0%	8,4%	8,9%	10,0%	8,1%

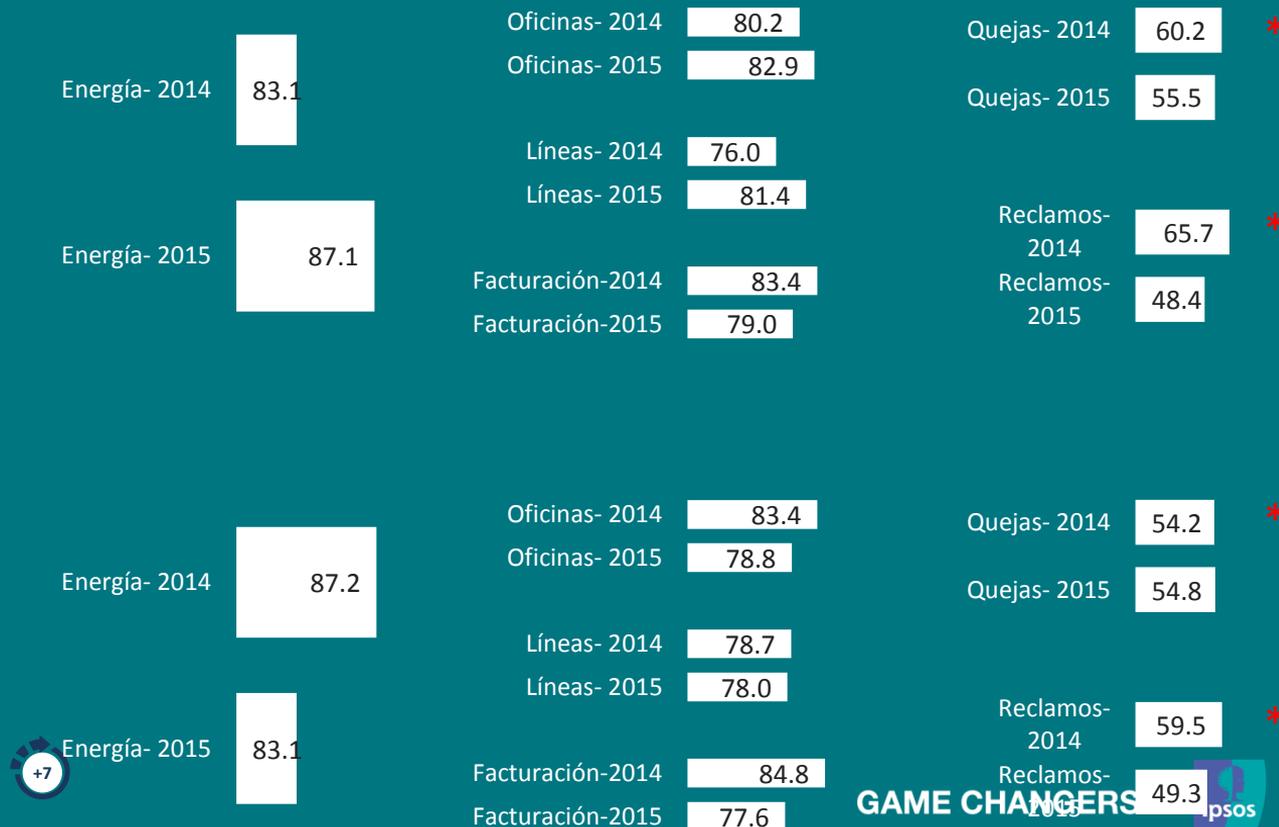
*Debido a que es un muestreo no probabilístico, no es adecuado estimar márgenes de error, sin embargo se presenta como referencia la estimación del *error estándar relativo (precisión esperada medida en términos del error de muestreo), de acuerdo al nivel de confiabilidad del 95% en cuanto a indicadores con una incidencia del 50% (fenómeno de ocurrencia en la población del 50%).*

DASHBOARD
**INDICADORES
PRINCIPALES**

Satisfacción General

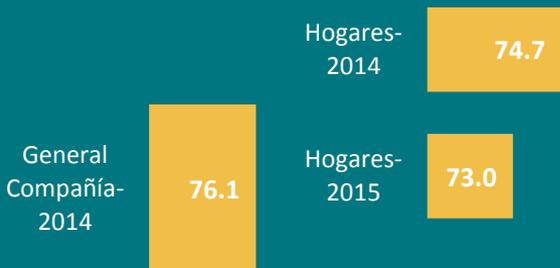


Satisfacción Proceso

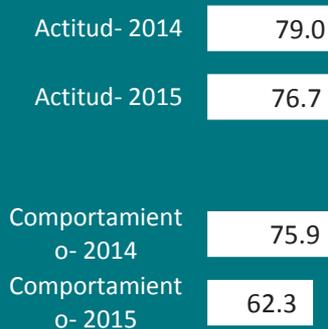
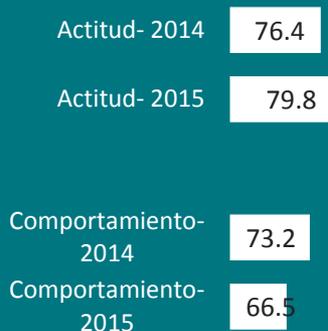


* Bases insuficientes
© 2015 Ipsos.

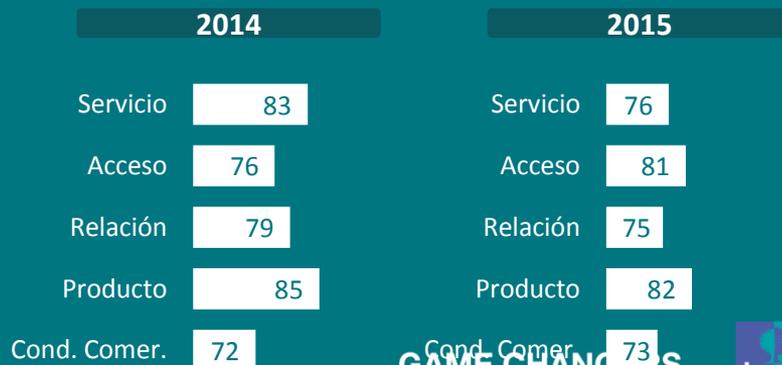
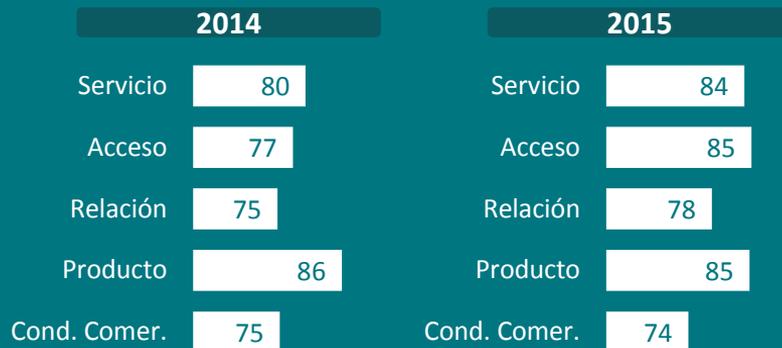
Lealtad



Componentes



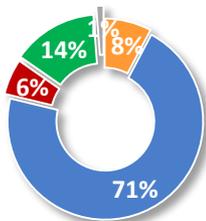
Propuesta de valor



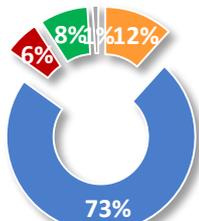
DESCRIPCIÓN DE LOS
ENTREVISTADOS
EMOCIONES



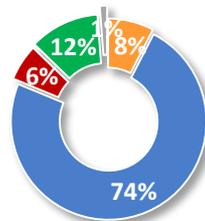
Base menciones=1090



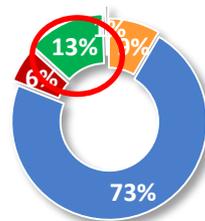
Base menciones=178



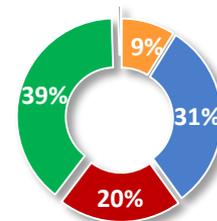
Base menciones=224



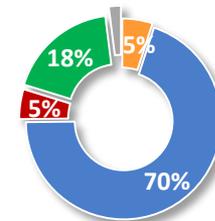
Base menciones=205



Base menciones=180



Base menciones=304



CHEC

Base personas=616

Rural

Base personas=119

Vulnerables

Base personas=134

Riesgo de no pago

Base personas=122

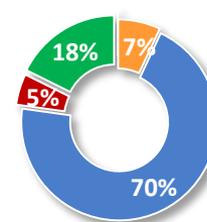
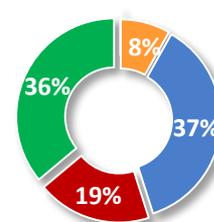
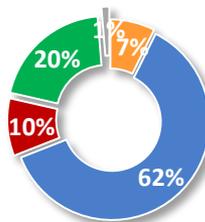
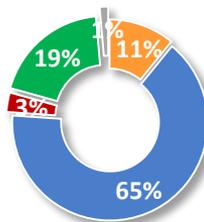
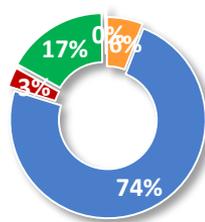
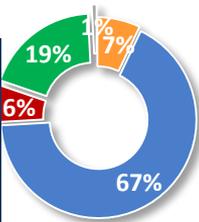
Vanguardistas

Base personas=95

Tradicional

Base personas=146

2014



Pasivo Negativo

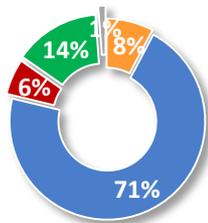
Activo Negativo

Ninguna

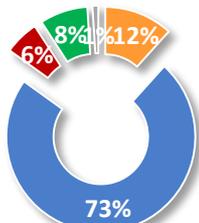
Pasivo Positivo

Activo Positivo

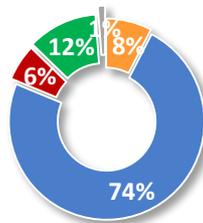
Base menciones=1090



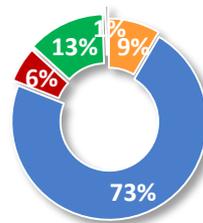
Base menciones=178



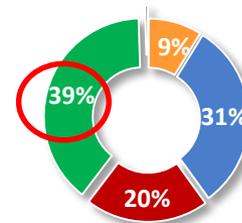
Base menciones=224



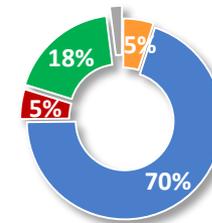
Base menciones=205



Base menciones=180



Base menciones=304



CHEC Base personas=616	Rural Base personas=119	Vulnerables Base personas=134	Riesgo de no pago Base personas=122	Vanguardistas Base personas=95	Tradicional Base personas=146
----------------------------------	-----------------------------------	---	---	--	---

• Aburrido 2,6%	• Aburrido 3,5%	• Confundido 2,9%	• Aburrido 3,4%	• Decepcionado 4,0%	• Aburrido 1,9%
• Normal/En Paz 21,8%	• Normal/En Paz 29,3%	• Normal/En Paz 22,9%	• Normal/En Paz 26,3%	• Agradecido 8,5%	• Agradecido 18,1%
• Agradecido 18,3%	• Agradecido 22,6%	• Agradecido 16,7%	• Agradecido 16,3%	• Feliz/Contento 7,8%	• Feliz/contento 14,4%
• Molesto 1,5%	• Molesto 1,7%	• Alterado 1,4%	• Molesto 1,8%	• Molesto 9,6%	• Escéptico 1,3%
• Alterado/Dolido 1,0%	• Alterado/Dolido 1,6%	• Molesto 1,0%	• Disgustado 1,1%	• Escéptico 1,6%	• Disgustado 1,0%
• Seguro 6,5%	• Seguro 4,3%	• Seguro 4,3%	• Seguro 4,6%	• Reconocido 13,7%	• Seguro 9,6%

SATISFACCIÓN GENERAL
**ESTADO DE LA
RELACIÓN**



- La Satisfacción general muestra un estado medio alto con estabilidad a total y por subsegmentos; sin embargo han aumentado los usuarios encantados a partir de la prestación de un buen servicio de energía, que se ven reflejados en este indicador, de alto nivel.
- No obstante la percepción de costos altos e “injustificados”, ejerce una acción de freno, lo que se evidencia tanto en respuestas espontáneas de desencantados como en los indicadores de facturación y reclamos
- En los sub-segmentos se presenta un nivel de satisfacción similar entre ellos, donde solamente se presentan diferencias significativas en líneas de atención, donde Rural evidencia menores indicadores

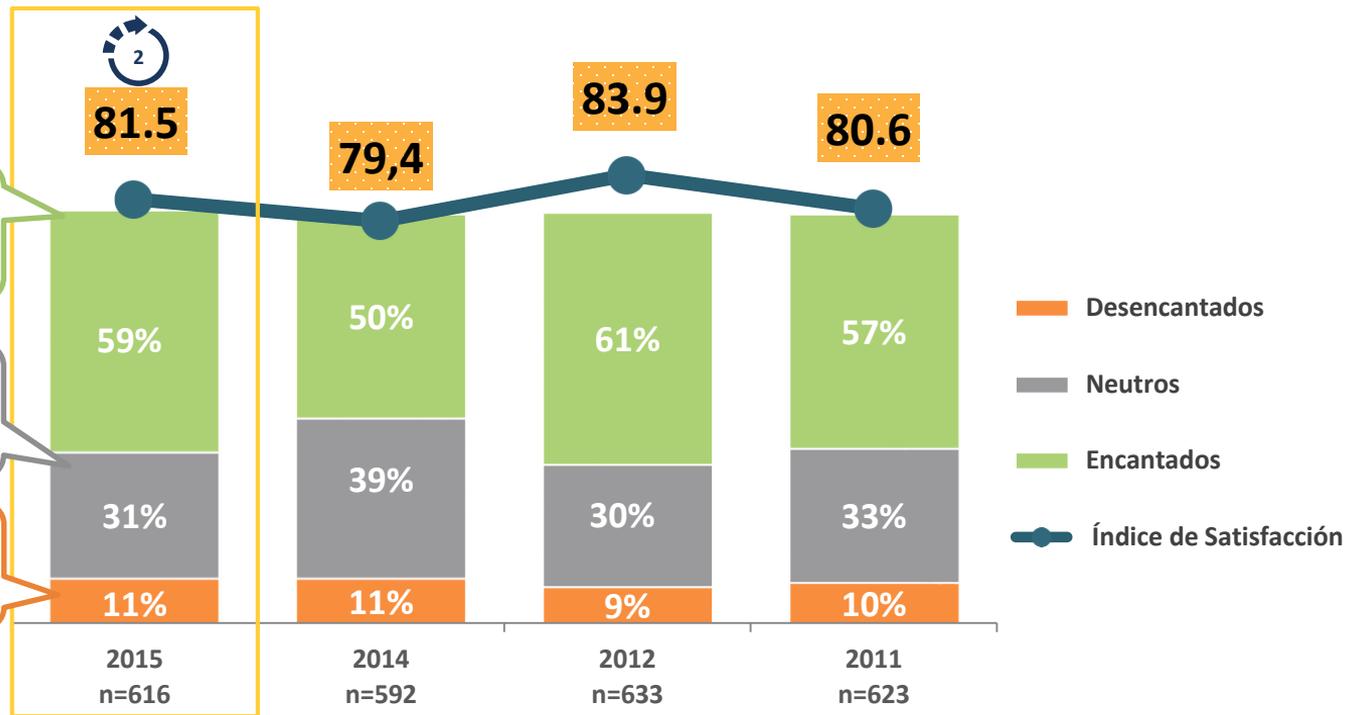
Satisfacción General

Razones por encantamiento Top3

- El servicio de energía es constante
- No tiene inconvenientes con el servicio
- Buen servicio de energía/ de calidad

- El servicio de energía es costoso
- El servicio de energía es constante
- Buen servicio de energía

- El servicio de energía es costoso
- Realizan cobros injustificados
- Buen servicio de energía



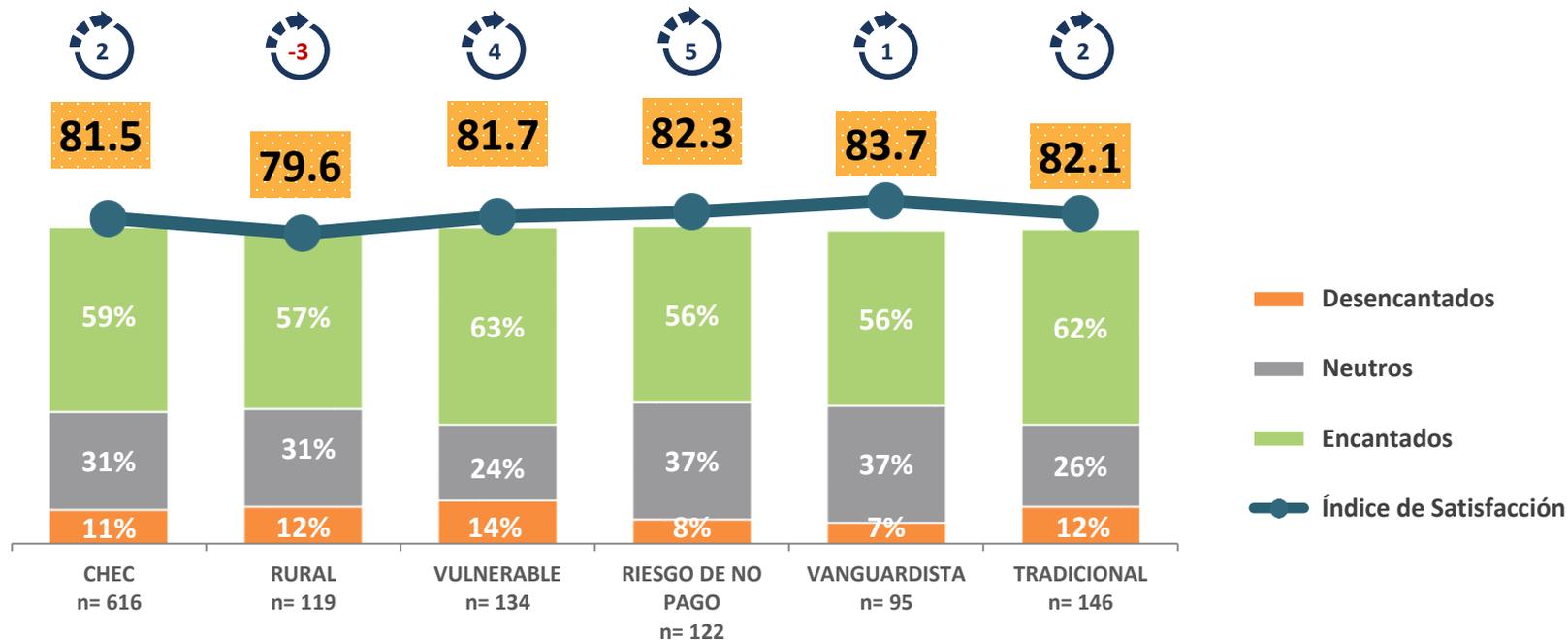
Rango del IS

BAJO <73.3

MEDIO 73.3 -85.5

ALTO >85.5

Satisfacción General por sub-segmento



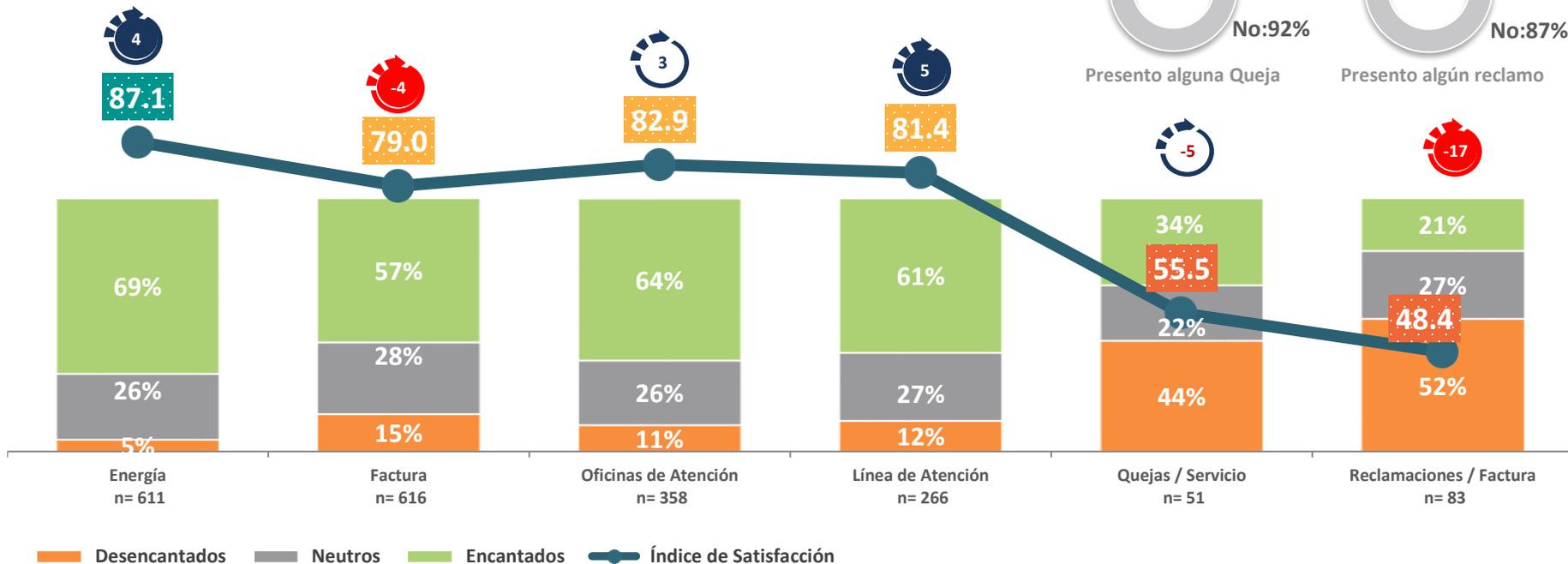
Rango del IS

BAJO <73.3

MEDIO 73.3 -85.5

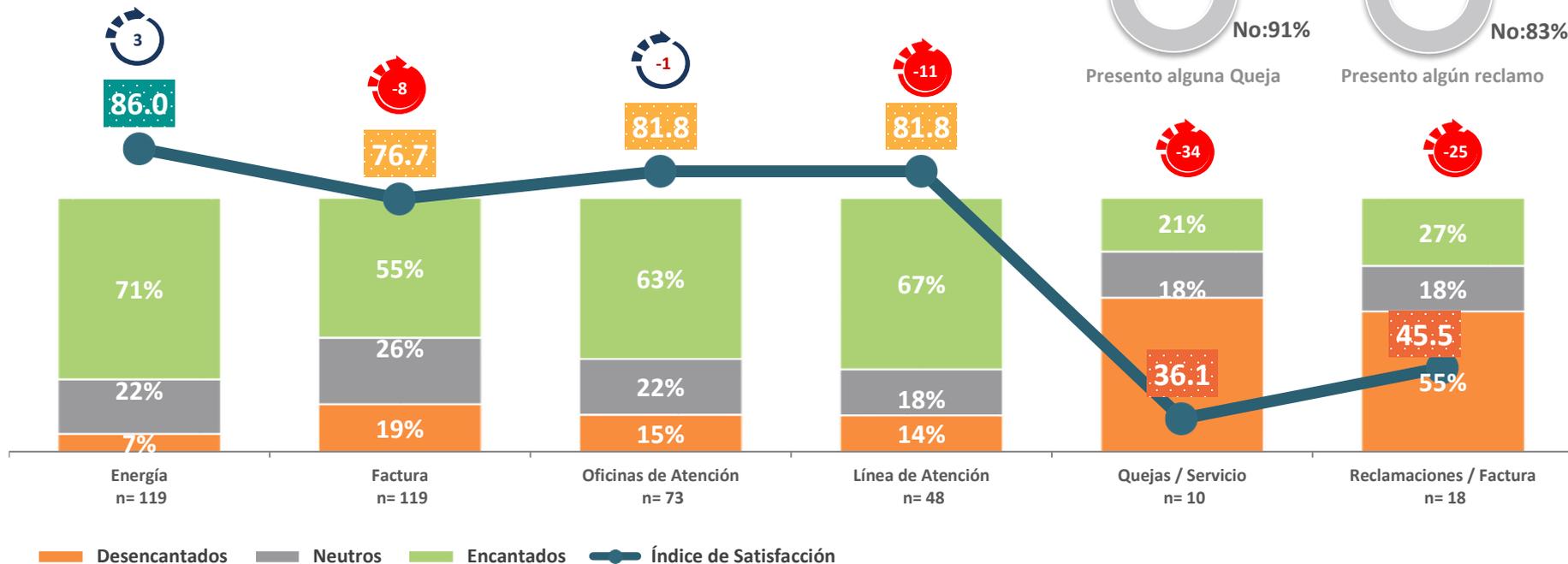
ALTO >85.5

Satisfacción - Servicios y procesos



Rango del IS: BAJO <73.3 MEDIO 73.3 -85.5 ALTO >85.5

Satisfacción - Servicios y procesos



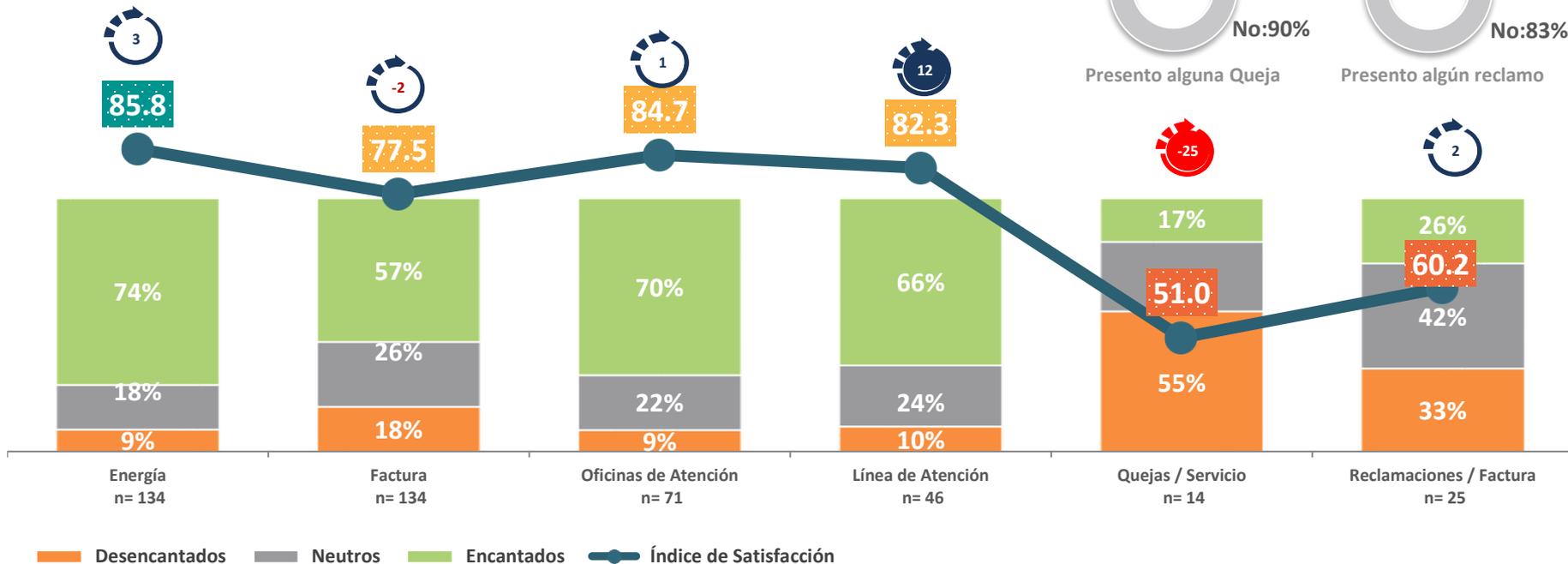
Rango del IS

BAJO <73.3

MEDIO 73.3 -85.5

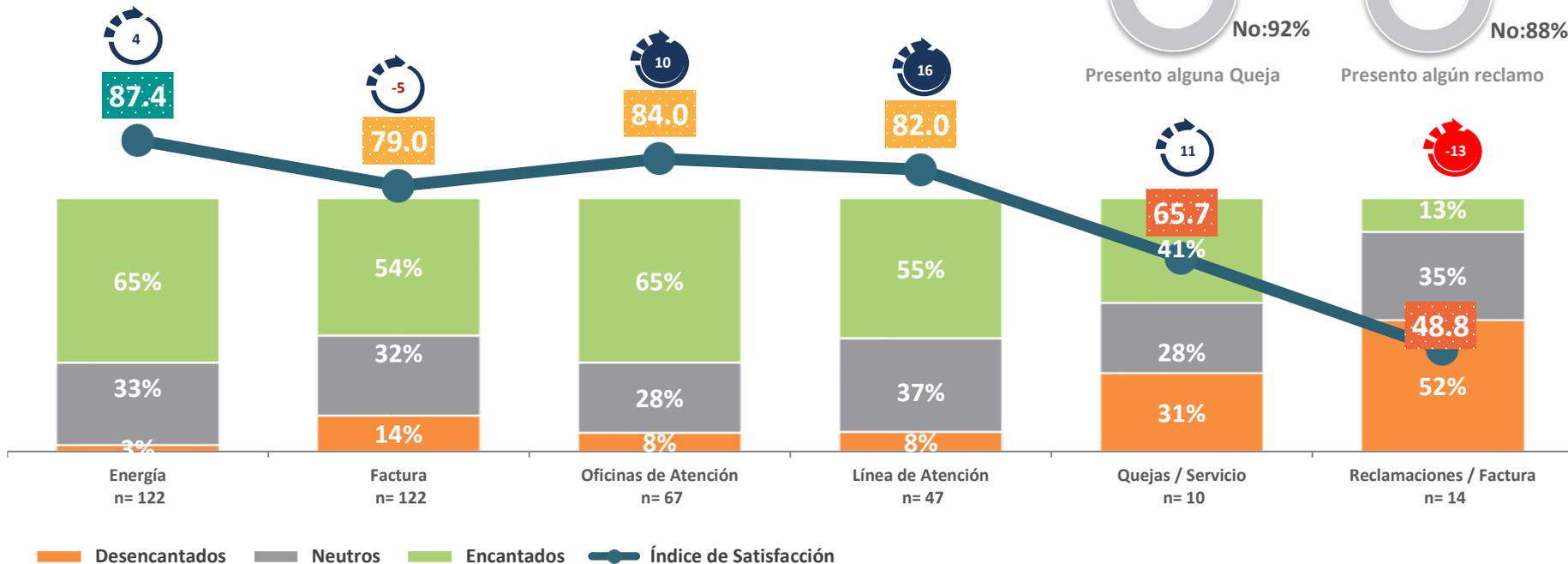
ALTO >85.5

Satisfacción - Servicios y procesos



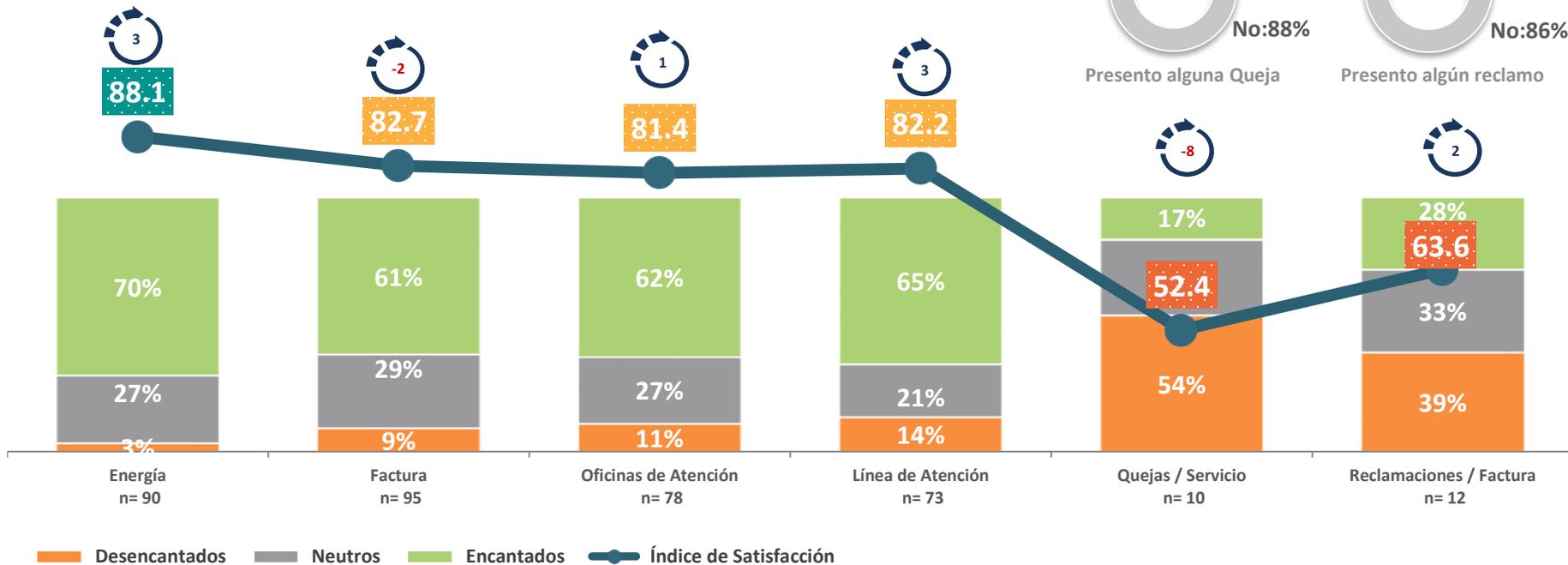
Rango del IS: **BAJO <73.3** | **MEDIO 73.3 -85.5** | **ALTO >85.5**

Satisfacción - Servicios y procesos



Rango del IS: **BAJO <73.3** | **MEDIO 73.3 -85.5** | **ALTO >85.5**

Satisfacción - Servicios y procesos



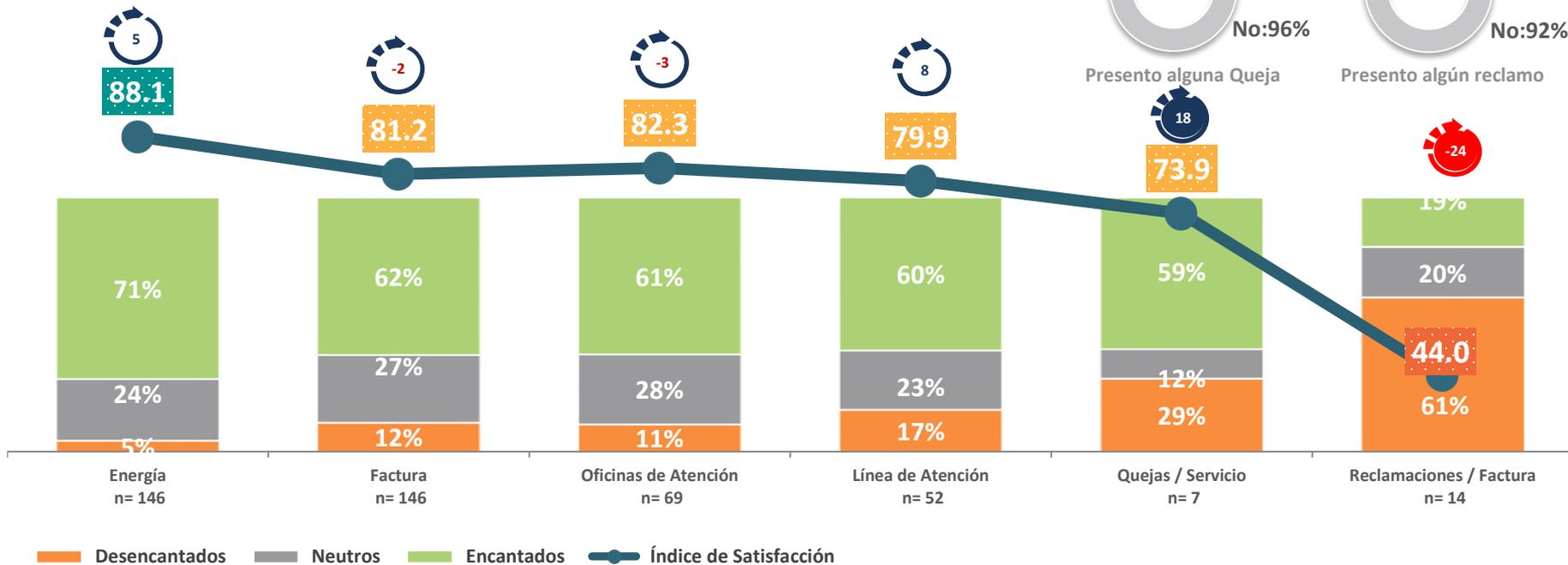
Rango del IS

BAJO <73.3

MEDIO 73.3 -85.5

ALTO >85.5

Satisfacción - Servicios y procesos

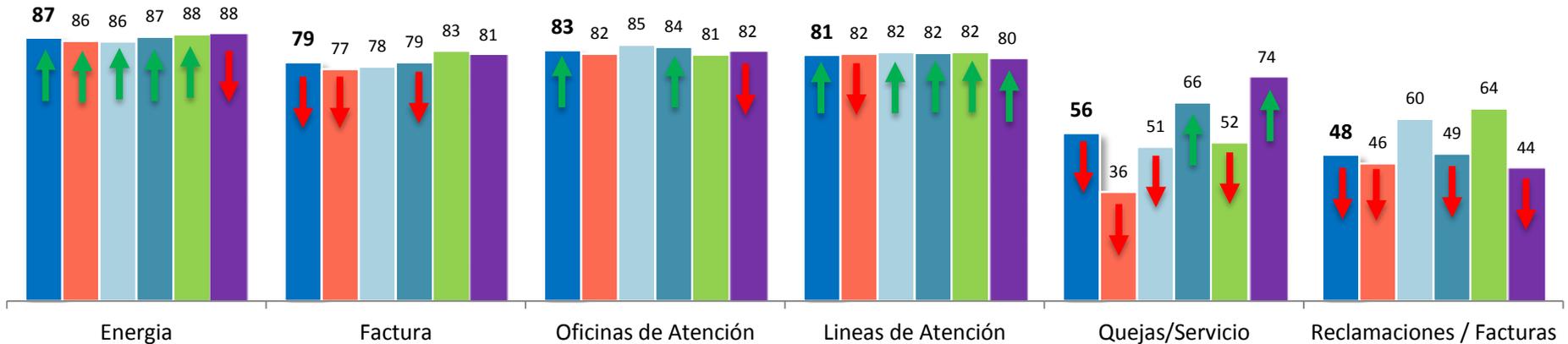


Rango del IS



Satisfacción - Servicios y procesos por sub-segmento

■ Total
 ■ Rural
 ■ Vulnerable
 ■ Riesgo de no pago
 ■ Vanguardistas
 ■ Tradicional



Rango del IS

BAJO <73.3

MEDIO 73.3 -85.5

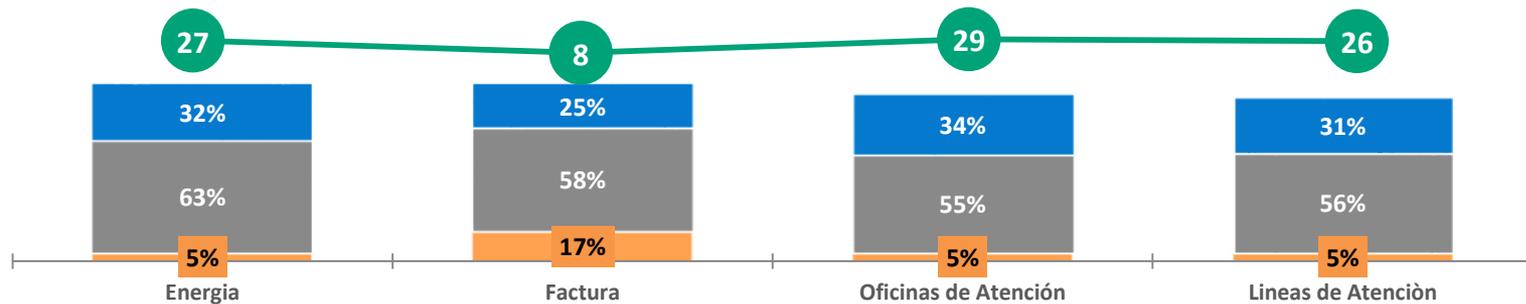
ALTO >85.5

Nivel de mejoramiento-servicios y procesos

¿Usted considera que durante el último año este servicio ha mejorado, se ha mantenido o ha empeorado?

■ Ha empeorado
 ■ Se ha mantenido igual
 ■ Ha mejorado

Indicador Neto de Evolución
 Muestra la diferencia entre los clientes que nos dijeron que el servicio ha mejorado y los clientes que nos dijeron que el servicio ha empeorado



Indicador Neto de Evolución

Rural n=119	36%	14%	32%	41%
Vulnerables n=134	25%	4%	21%	25%
Riesgo de no Pago n=122	30%	10%	31%	13%
Vanguardistas n=95	37%	19%	37%	27%
Tradicional n=146	16%	4%	23%	26%

Propuesta de valor
LEALTAD





- Se presenta una situación especial en la mayoría de los subsegmentos, observando como el componente actitudinal a partir de su mantenimiento en estándares positivos, frena la caída del comportamiento y como resultado tenemos una lealtad en mantenimiento
- Vanguardistas al igual que en la medición anterior, es el segmento donde se tiene la menor lealtad, lo que es movido tanto desde el actitud en términos de relación y producto, como desde el comportamiento en todas sus dimensiones
- La situación actitudinal nos evidencia la necesidad de trabajar con mayor énfasis en conceptos de relacionamiento, a partir de lograr mejores percepciones en atención a requerimientos y necesidades, en términos de tiempos y claridad de respuestas. Lo que implícitamente estaría ejerciendo influencia sobre la percepción de condiciones comerciales

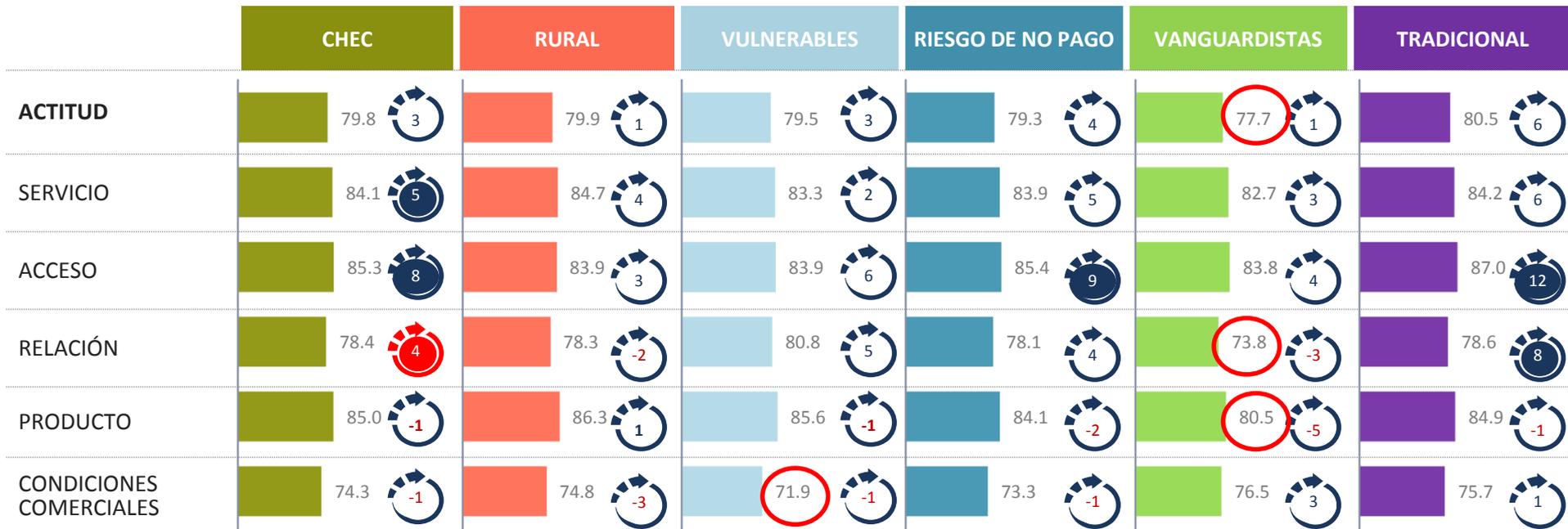
Modelo de análisis- Lealtad



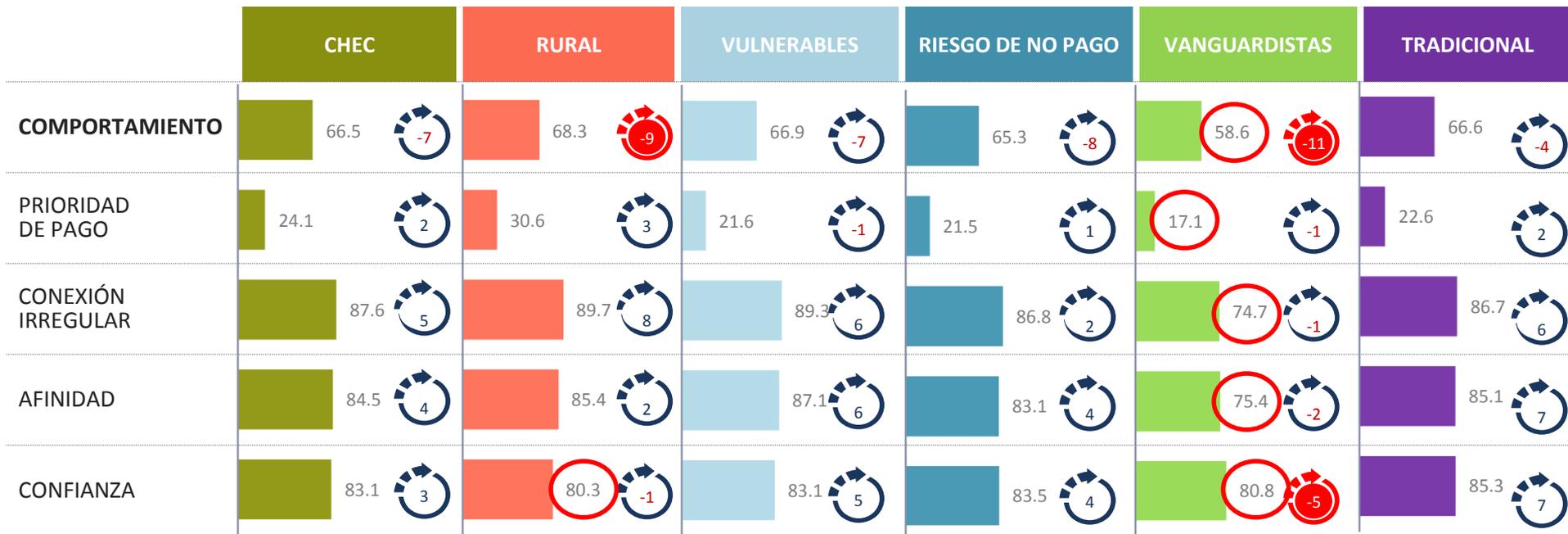
Indicadores por Subsegmentos



Indicadores de Actitud



Indicadores de Comportamiento



Propuesta de Valor
ACTITUD

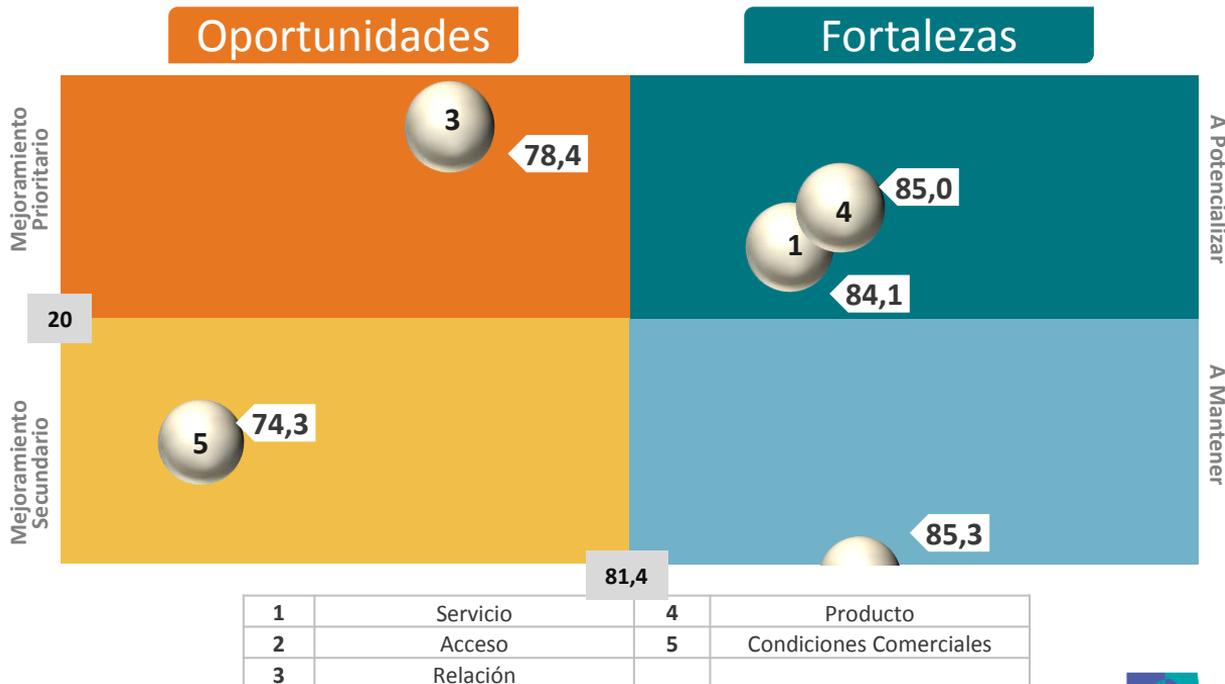
Indicadores de Actitud

	CHEC	RURAL	VULNERABLES	RIESGO DE NO PAGO	VANGUARDISTAS	TRADICIONAL
ACTITUD	79.8	79.9	79.5	79.3	77.7	80.5
SERVICIO	84.1	84.7	83.3	83.9	82.7	84.2
ACCESO	85.3	83.9	83.9	85.4	83.8	87.0
RELACIÓN	78.4	78.3	80.8	78.1	73.8	78.6
PRODUCTO	85.0	86.3	85.6	84.1	80.5	84.9
CONDICIONES COMERCIALES	74.3	74.8	71.9	73.3	76.5	75.7

Mapas de acción

MAYORES CORRELACIONES CON RELACIÓN

Tiempo diligencias en OFICINAS	0,7
Calidad respuestas OFICINAS	0,7
Tiempo diligencias en LÍNEAS	0,7
Calidad respuestas LINEAS	0,7
Tiempo para respuestas de PQR's	0,7
Facilidad comunicación LÍNEA	0,7
Opciones para hacer un reclamo-medios	0,7
Actitud e interés funcionarios OFICINAS	0,8
Actitud e interés funcionarios LÍNEAS	0,8
Actitud e interés PQR's	0,8
Escucha y responde las necesidades	0,7



5 Componentes- Por subsegmentos

	RURAL	VULNERABLE	RIESGO DE NO PAGO	VANGUARDISTA	TRADICIONAL
Aspectos de Mejoramiento Prioritario	• RELACIÓN	• RELACIÓN	• RELACIÓN	• RELACION	• RELACION
Aspectos de Mejoramiento Secundario	• COND. COMERCIALES				
Aspectos a potencializar	• PRODUCTO • SERVICIO				
Aspectos a mantener	• ACCESO				

5 Componentes



5 Componentes



5 Componentes



5 Componentes

	Fortaleza a potenciar		Mejoramiento prioritario		Mejoramiento secundario
	SERVICIO	ACCESO	RELACIÓN	PRODUCTO	CONDICIONES COMERCIALES
Aspectos de Mejoramiento Prioritario		<ul style="list-style-type: none"> • OFICINAS Asequibles: horarios y ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Preocupado por el bienestar de la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de la Energía: permanente y cortes con restablecimiento rápido 	<ul style="list-style-type: none"> • Costo beneficio de la Energía
Aspectos de Mejoramiento Secundario	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad aviso novedades, suspensiones y medio adecuado 		<ul style="list-style-type: none"> • Lo hace sentir importante • Sus sutilidades se reinvierten en beneficio de la comunidad 		<ul style="list-style-type: none"> • Coherencia entre consumo y facturación
Aspectos a potenciar	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad y calidad arreglo de daños 		<ul style="list-style-type: none"> • Interés y actitud funcionarios de OFICINAS • Que aporta al desarrollo de su ciudad 		
Aspectos a mantener	<ul style="list-style-type: none"> • La oportunidad con la que le entregan la factura 	<ul style="list-style-type: none"> • Las alternativas ofrecidas de lugares y medios de pago de la factura 	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuda a que los usuarios hagan uso eficiente y adecuado de recursos • Credibilidad que genera sus comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • La calidad de la Energía 	<ul style="list-style-type: none"> • Claridad de FACTURA: consumos, valores por servicio y fechas de pago

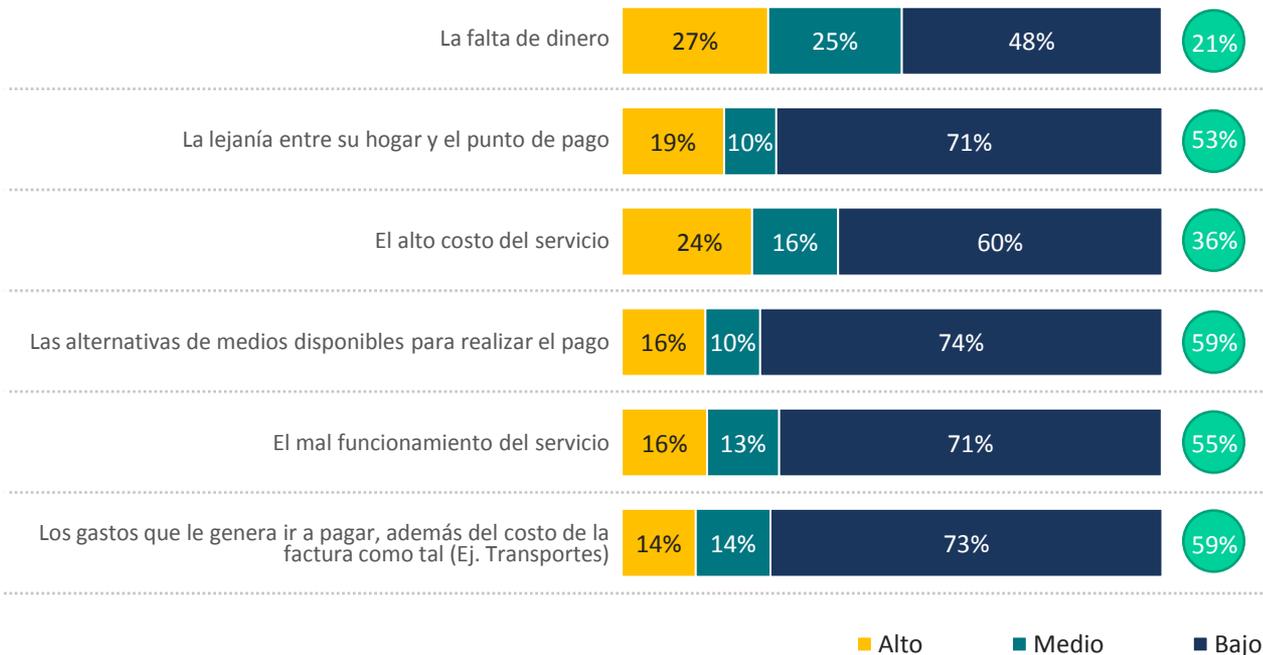
5 Componentes



COMPORTAMIENTO

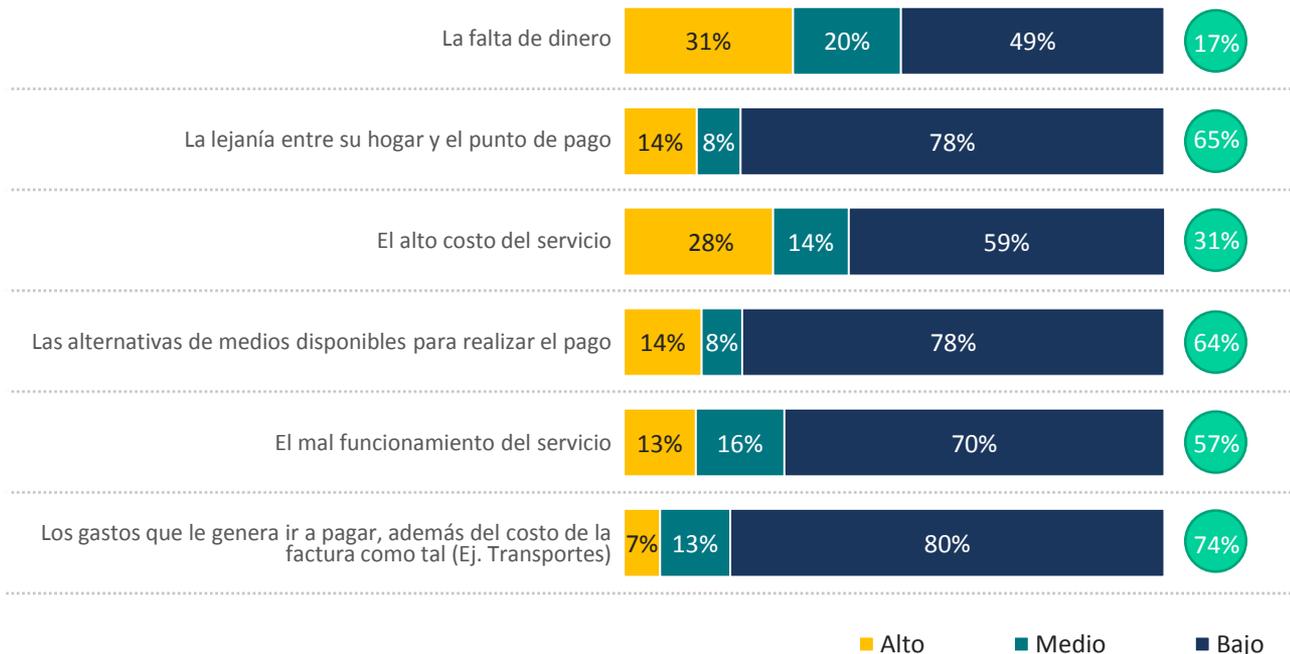


Barreras de Pago



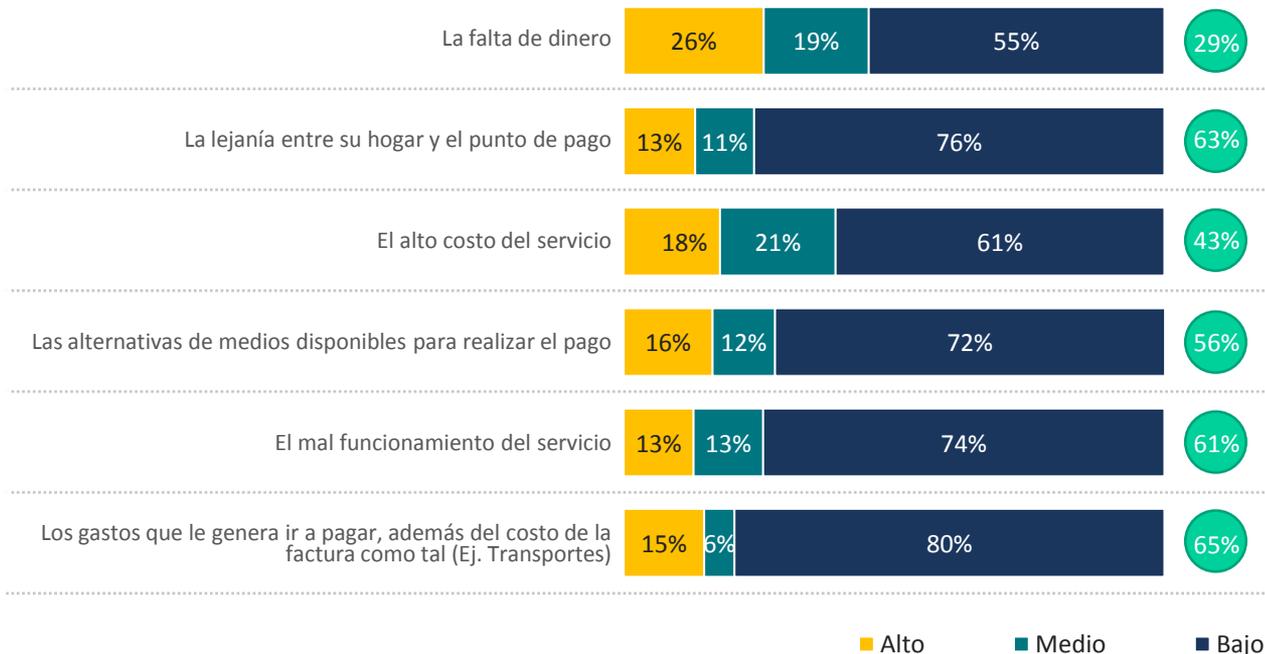
Indicador Neto de Evolución
 Muestra la diferencia entre la calificación baja y la alta

Barreras de Pago



Indicador Neto de Evolución
 Muestra la diferencia entre la calificación baja y la alta

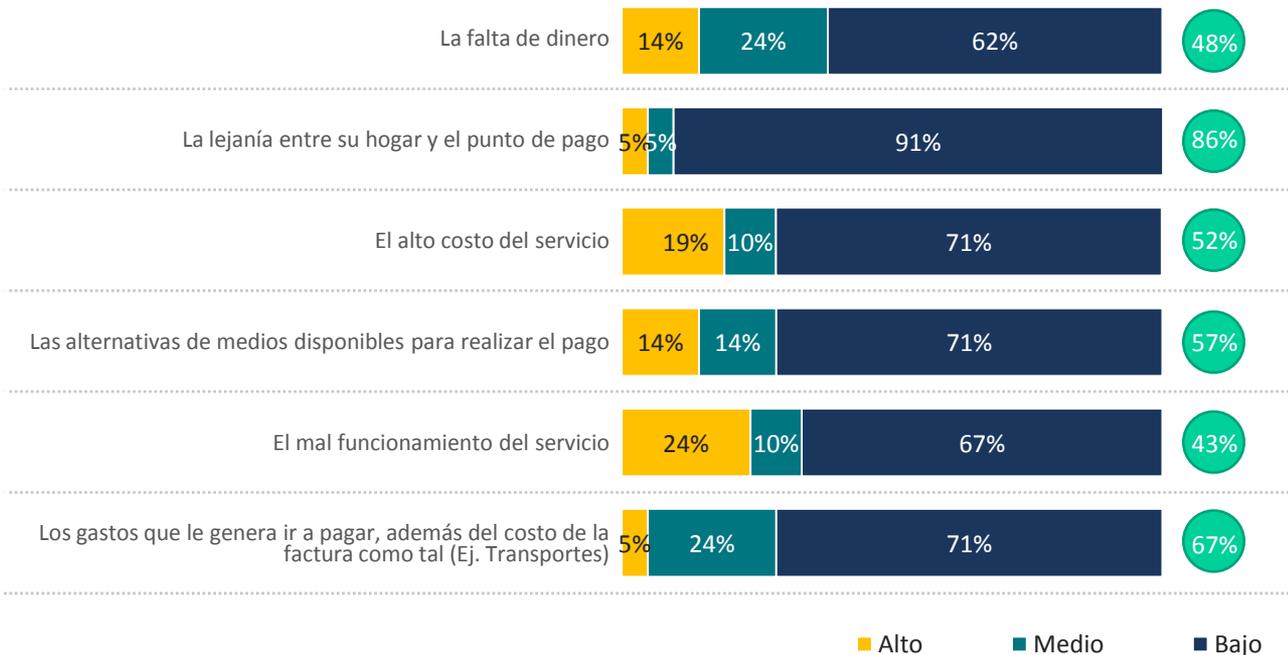
Barreras de Pago



Indicador Neto de Evolución
Muestra la diferencia entre la calificación baja y la alta

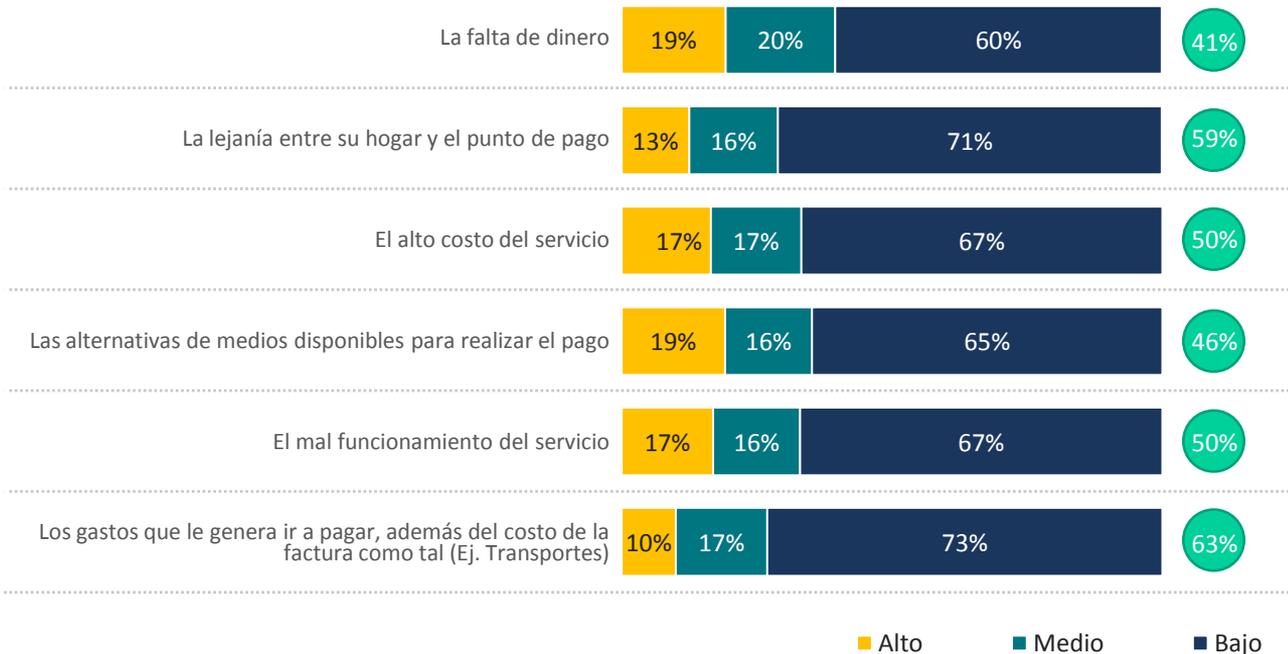
Barreras de Pago

Indicador Neto de Evolución
Muestra la diferencia entre la calificación baja y la alta



Barreras de Pago

Indicador Neto de Evolución
Muestra la diferencia entre la calificación baja y la alta



GRACIAS

Contactos



Andres Torres
Gerente de Proyectos

✉ Jeyson.Torres@ipsos.com

📞 +571-3769400



María Eugenia Mejía
Gerente de Cuentas

✉ Mariaeugenia.mejia@ipsos.com

📞 +574-3122090