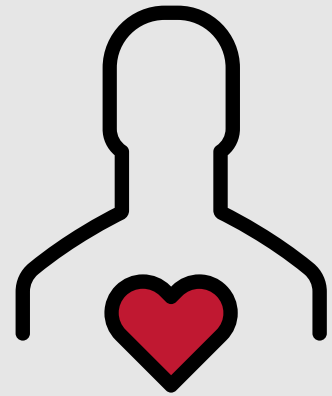


PREMIO[®]
LEALTAD
DEL CONSUMIDOR
2016

ÍNDICE DE LEALTAD DEL CONSUMIDOR

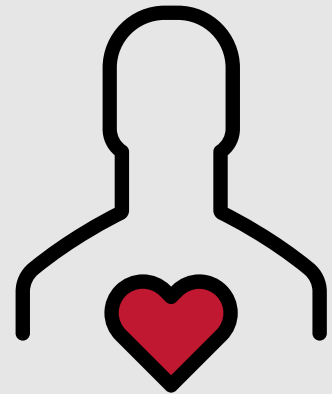
Net Promoter Score®



El Net Promoter Score® es un índice de lealtad desarrollado por el Dr. Fred Reichheld de la Universidad de Harvard, Satmetrix y Bain & Co. el cual se ha convertido en un estándar mundial para establecer el benchmark de lealtad de clientes en distintos segmentos industriales y empresas.

ÍNDICE DE LEALTAD DEL CONSUMIDOR

Net Promoter Score®



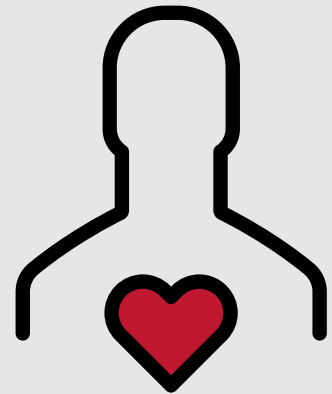
El Net Promoter Score® es un índice de lealtad desarrollado por el Dr. Fred Reichheld de la Universidad de Harvard, Satmetrix y Bain & Co. el cual se ha convertido en un estándar mundial para establecer el benchmark de lealtad de clientes en distintos segmentos industriales y empresas.



Alco Consultores se integró a la red mundial que mide y compara los índices Net Promoter Score® en Estados Unidos, Europa, Australia, Asia y Chile. En el contexto nacional Alco desarrolló en conjunto con la Escuela de Negocios de la Universidad de Los Andes (ESE) la medición del índice de lealtad, el cual hoy cumple su quinto año.

ÍNDICE DE LEALTAD DEL CONSUMIDOR

Net Promoter Score®



El Net Promoter Score® es un índice de lealtad desarrollado por el Dr. Fred Reichheld de la Universidad de Harvard, Satmetrix y Bain & Co. el cual se ha convertido en un estándar mundial para establecer el benchmark de lealtad de clientes en distintos segmentos industriales y empresas.



Alco Consultores se integró a la red mundial que mide y compara los índices Net Promoter Score® en Estados Unidos, Europa, Australia, Asia y Chile. En el contexto nacional Alco desarrolló en conjunto con la Escuela de Negocios de la Universidad de Los Andes (ESE) la medición del índice de lealtad, el cual hoy cumple su quinto año.

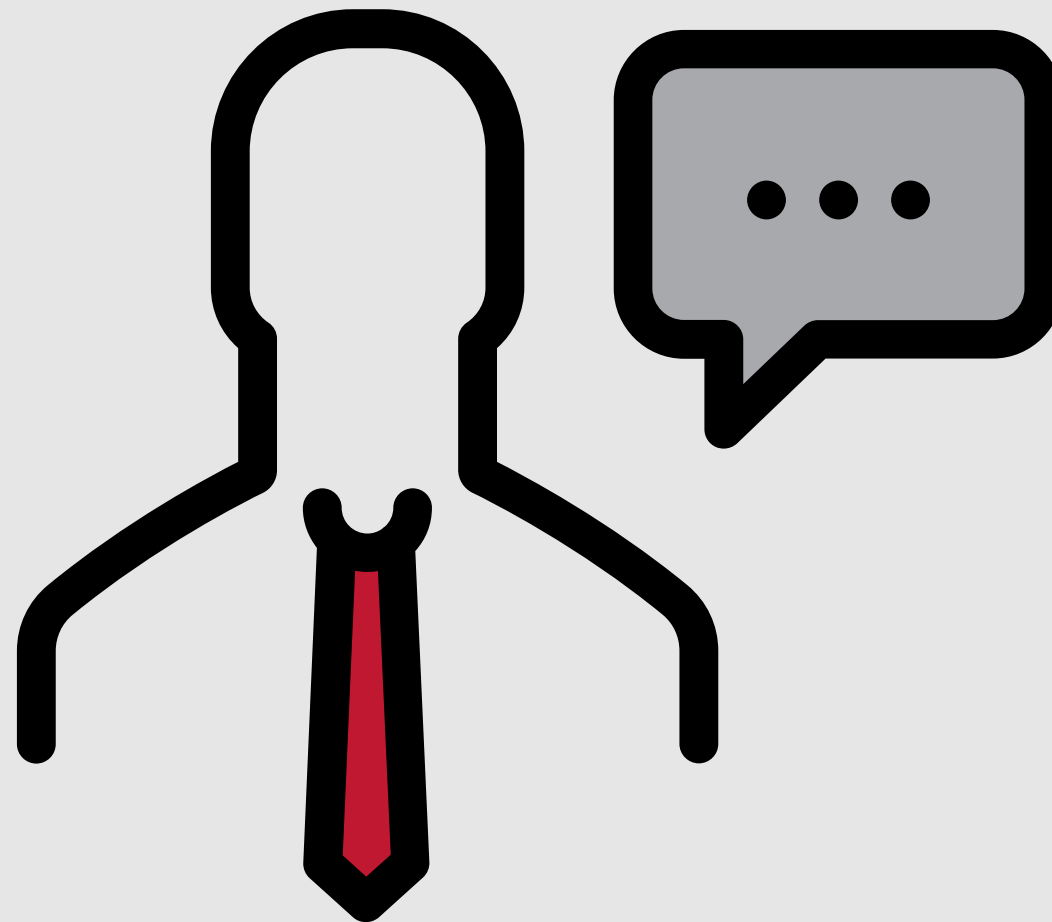


En 2012 Alco y Diario Estrategia crearon el Premio de Lealtad del Consumidor para reconocer a las empresas que logran los mejores niveles de lealtad con sus clientes.

METODOLOGÍA

Los clientes responden a la siguiente pregunta:

¿ CUÁN PROBABLE ES QUE RECOMIENDE (EMPRESA,
PRODUCTO O MARCA) A UN AMIGO O FAMILIAR ?



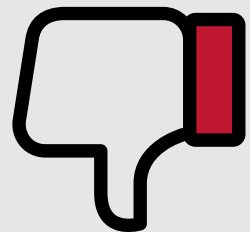
METODOLOGÍA

Los clientes responden a la siguiente pregunta:

LOS CLIENTES RESPONDEN EN UNA ESCALA DE 0 A 10:



NEGATIVA TOTAL
A RECOMENDAR



COMPLETA DISPOSICIÓN
A RECOMENDAR



CALCULANDO EL NPS

Las respuestas son categorizadas en tres categorías:

NPS

=

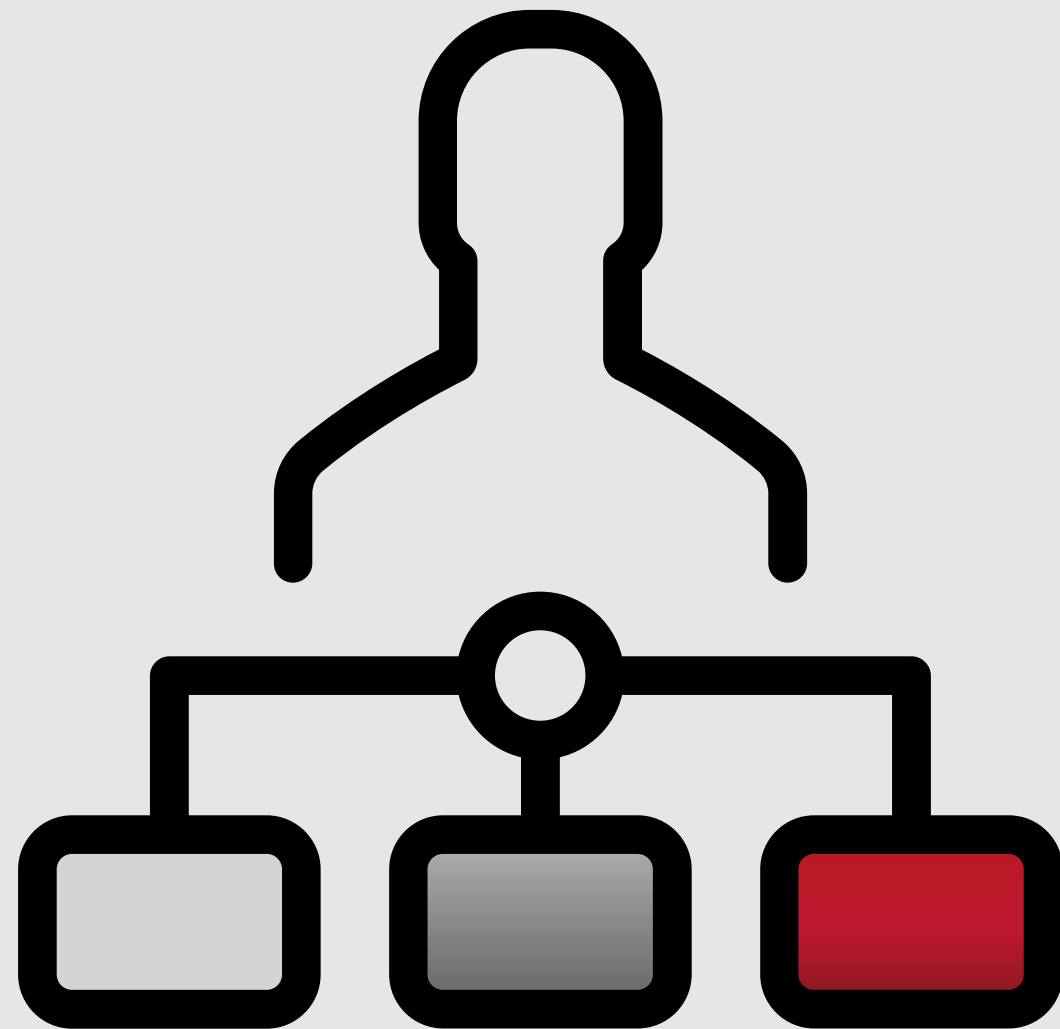
**% PROMOTORES
(9 y 10)**

-

**% DETRACTORES
(0 a 6)**

CLIENTES

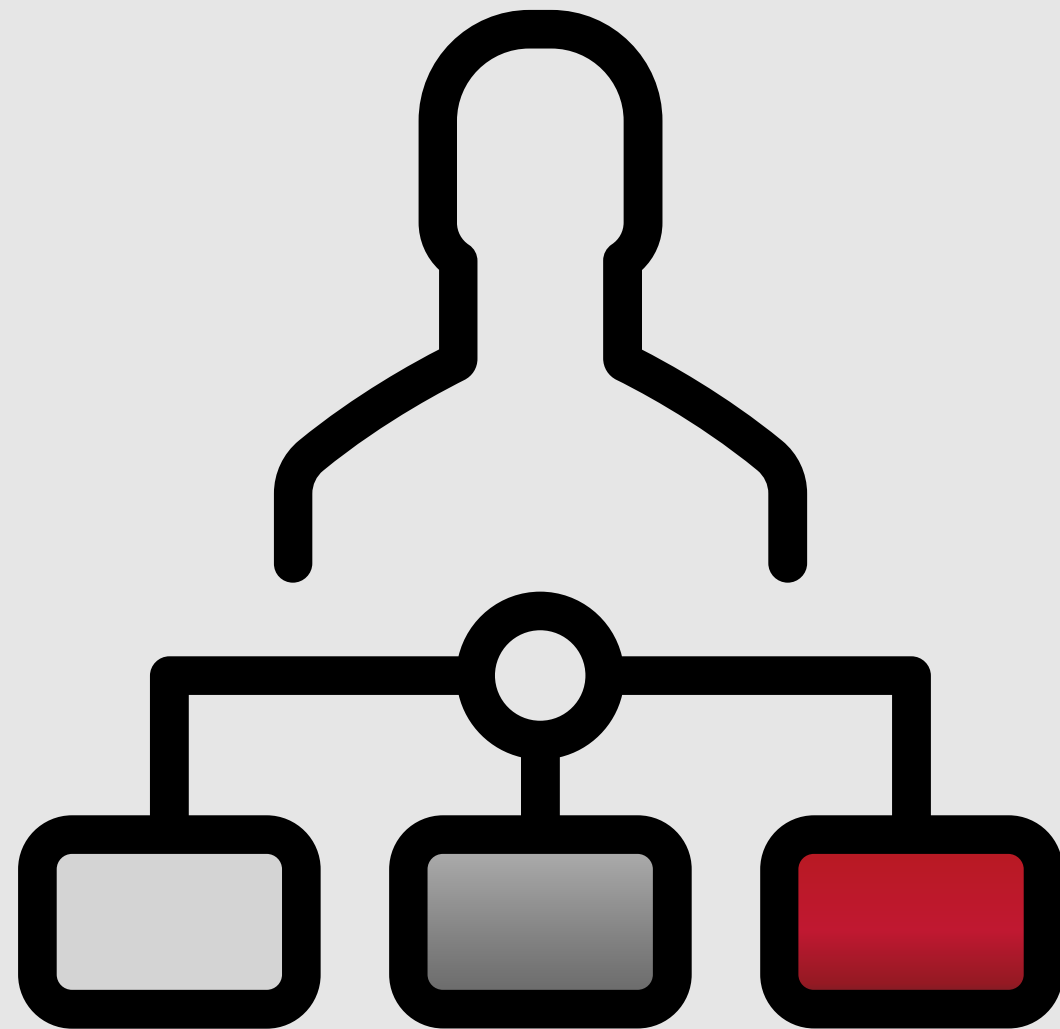
Promotores, pasivos o detractores



La metodología Net Promoter Score® clasifica a los clientes de una empresa o marca y genera los drivers de la lealtad o deslealtad asociados a cada grupo de clientes.

CLIENTES

Promotores, pasivos o detractores

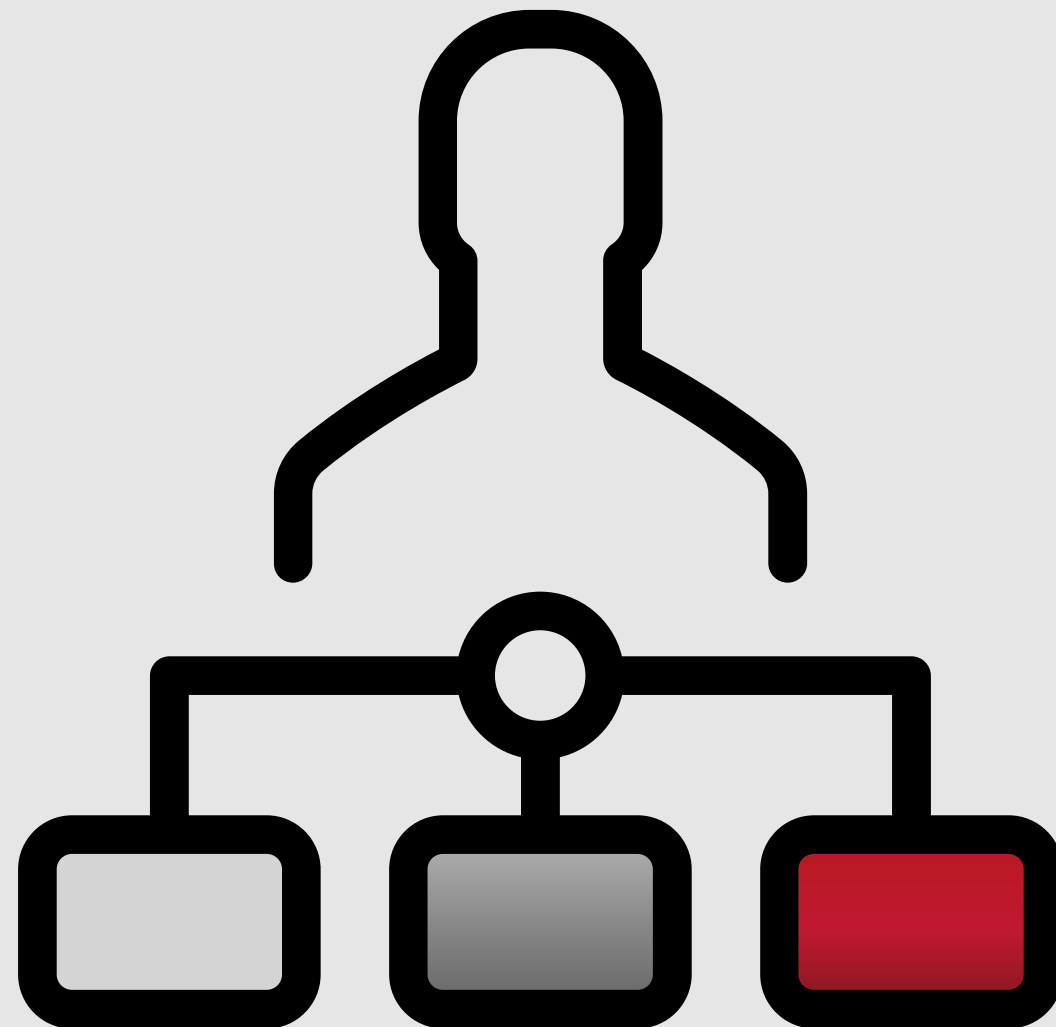


La metodología Net Promoter Score® clasifica a los clientes de una empresa o marca y genera los drivers de la lealtad o deslealtad asociados a cada grupo de clientes.

Esto permite construir un ranking por industrias.

CLIENTES

Promotores, pasivos o detractores



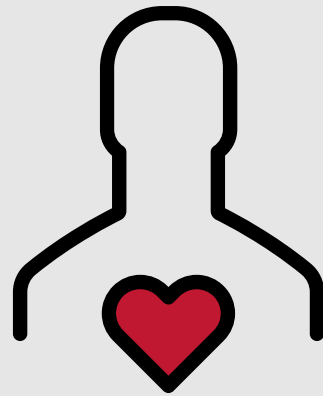
La metodología Net Promoter Score® clasifica a los clientes de una empresa o marca y genera los drivers de la lealtad o deslealtad asociados a cada grupo de clientes.

Esto permite construir un ranking por industrias.

Las empresas pueden así aumentar la lealtad de sus clientes y mejorar los resultados comerciales.

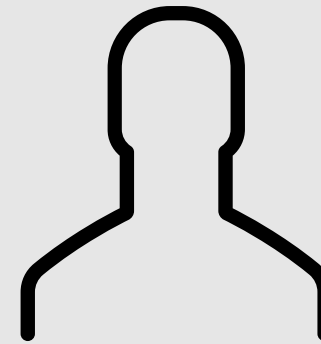
COMPORTAMIENTO

Comercial Histórico

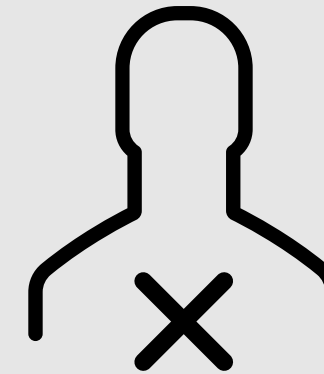


PROMOTORES

- Notas 9 y 10.
- Continuidad de compras, upselling.
- Mayor ciclo de vida o retención.
- Boca a boca positivo.
- Menores costos de servicio.



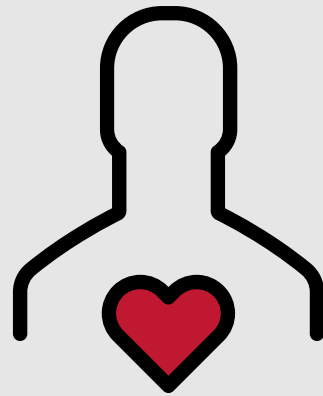
PASIVOS



DETRACTORES

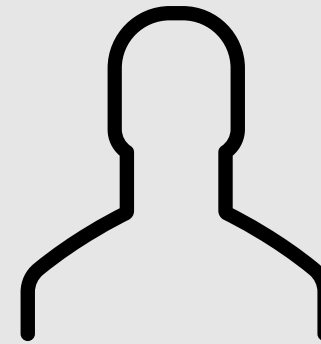
COMPORTAMIENTO

Comercial Histórico



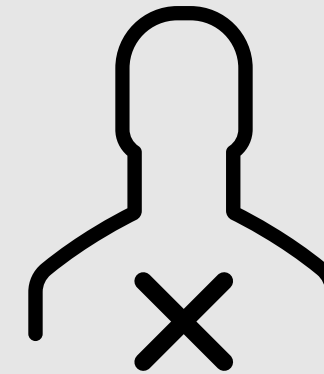
PROMOTORES

- Notas 9 y 10.
- Continuidad de compras, upselling.
- Mayor ciclo de vida o retención.
- Boca a boca positivo.
- Menores costos de servicio.



PASIVOS

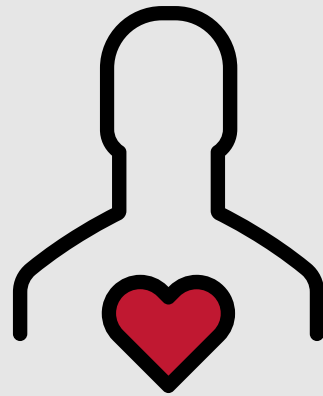
- Notas 7 y 8.
- Riesgos de fuga: vulnerables a la competencia.
- Menor rentabilidad.
- Ausencia de boca a boca positivo.



DETRACTORES

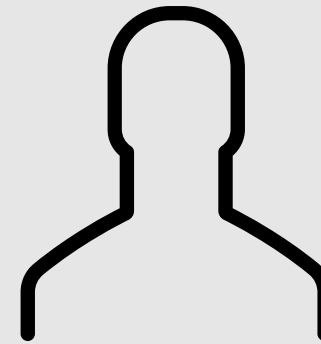
COMPORTAMIENTO

Comercial Histórico



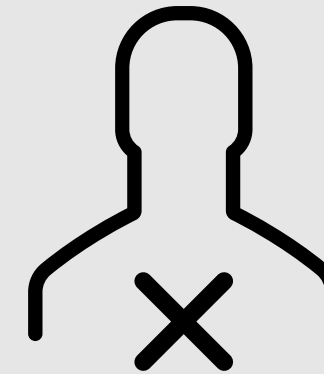
PROMOTORES

- Notas 9 y 10.
- Continuidad de compras, upselling.
- Mayor ciclo de vida o retención.
- Boca a boca positivo.
- Menores costos de servicio.



PASIVOS

- Notas 7 y 8.
- Riesgos de fuga: vulnerables a la competencia.
- Menor rentabilidad.
- Ausencia de boca a boca positivo.

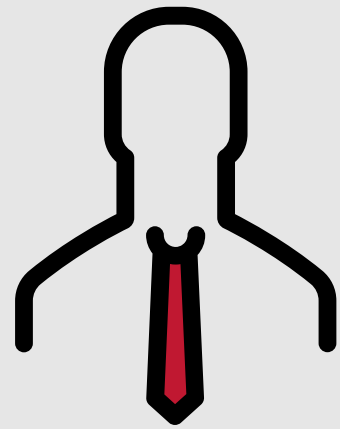


DETRACTORES

- Notas 0 a 6.
- Menor gasto.
- Bajo ROI
- Alta probabilidad de fuga
- Boca a boca destructivo
- Mayor costo de servicio.

METODOLOGÍA

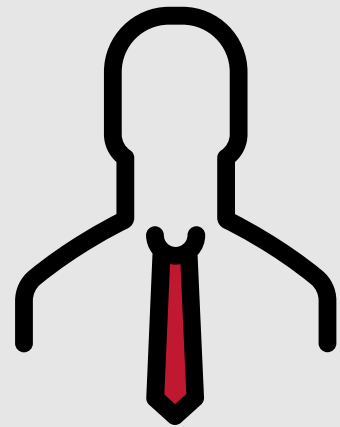
Captura de datos



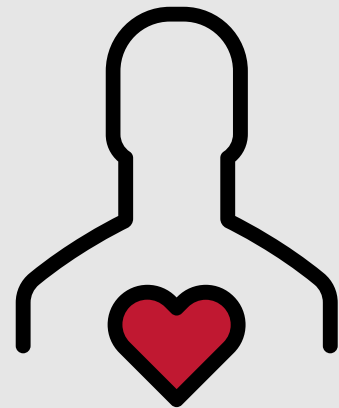
**Cientes
mayores
de 18 años**

METODOLOGÍA

Captura de datos



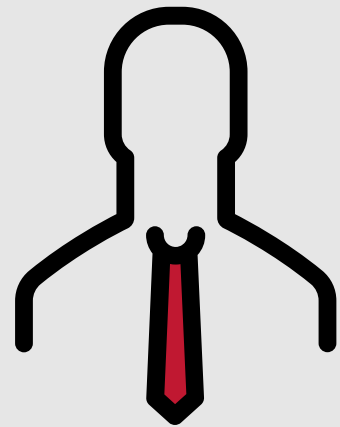
**Clientes
mayores
de 18 años**



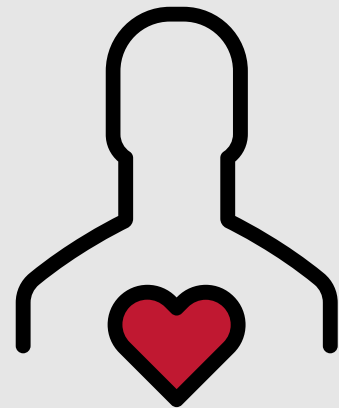
**Cliente
habitual de
la empresa
evaluada**

METODOLOGÍA

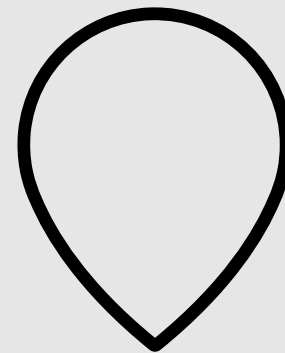
Captura de datos



**Clientes
mayores
de 18 años**



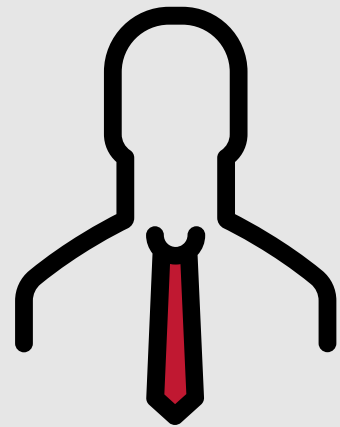
**Cliente
habitual de
la empresa
evaluada**



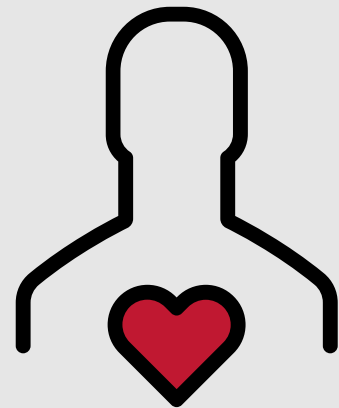
**Región
Metropolitana**

METODOLOGÍA

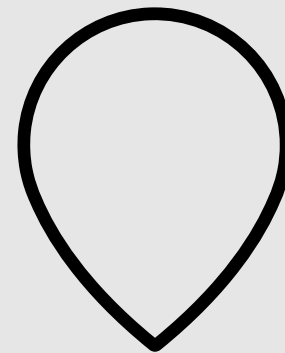
Captura de datos



**Clientes
mayores
de 18 años**



**Cliente
habitual de
la empresa
evaluada**



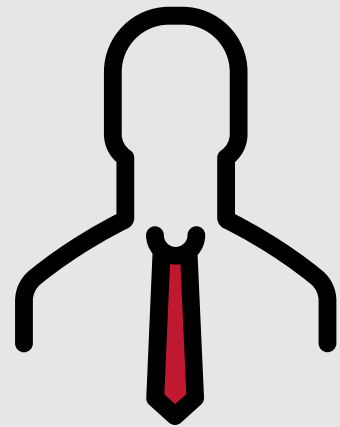
**Región
Metropolitana**



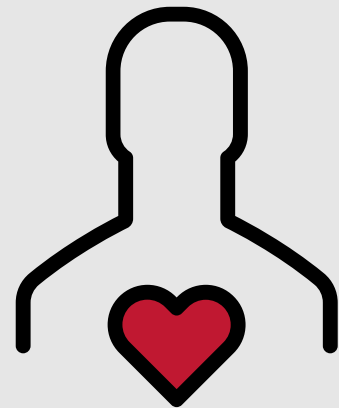
**Encuesta
telefónica**

METODOLOGÍA

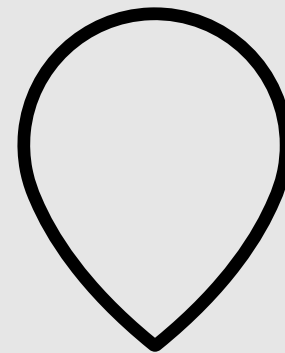
Captura de datos



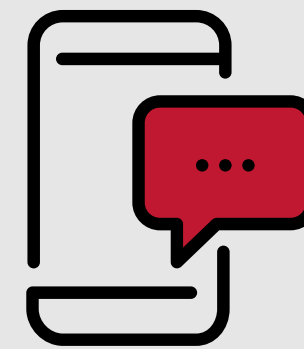
**Clientes
mayores
de 18 años**



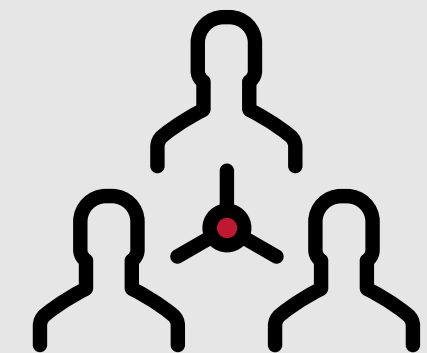
**Cliente
habitual de
la empresa
evaluada**



**Región
Metropolitana**



**Encuesta
telefónica**



**Muestra total:
9.366 encuestas**

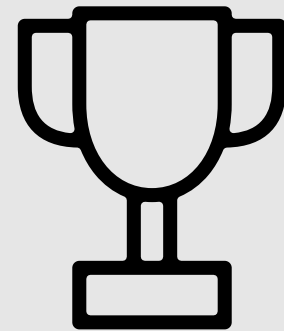
PREMIACIÓN



1º LUGAR NACIONAL

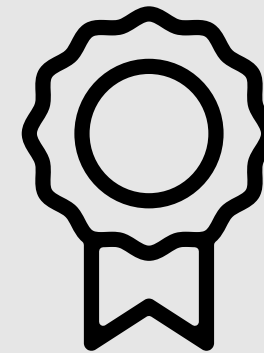
La empresa que obtiene el mejor puntaje de todas las empresas a nivel nacional.

PREMIACIÓN



1° LUGAR NACIONAL

La empresa que obtiene el mejor puntaje de todas las empresas a nivel nacional.



EL MEJOR DE LA INDUSTRIA

Las empresas que han obtenido el mejor puntaje dentro de la categoría o rubro industrial.

PREMIO

Lealtad al Consumidor



**MIDE 13 SECTORES INDUSTRIALES
DE CHILE Y 48 EMPRESAS:**

PREMIO

Lealtad al Consumidor

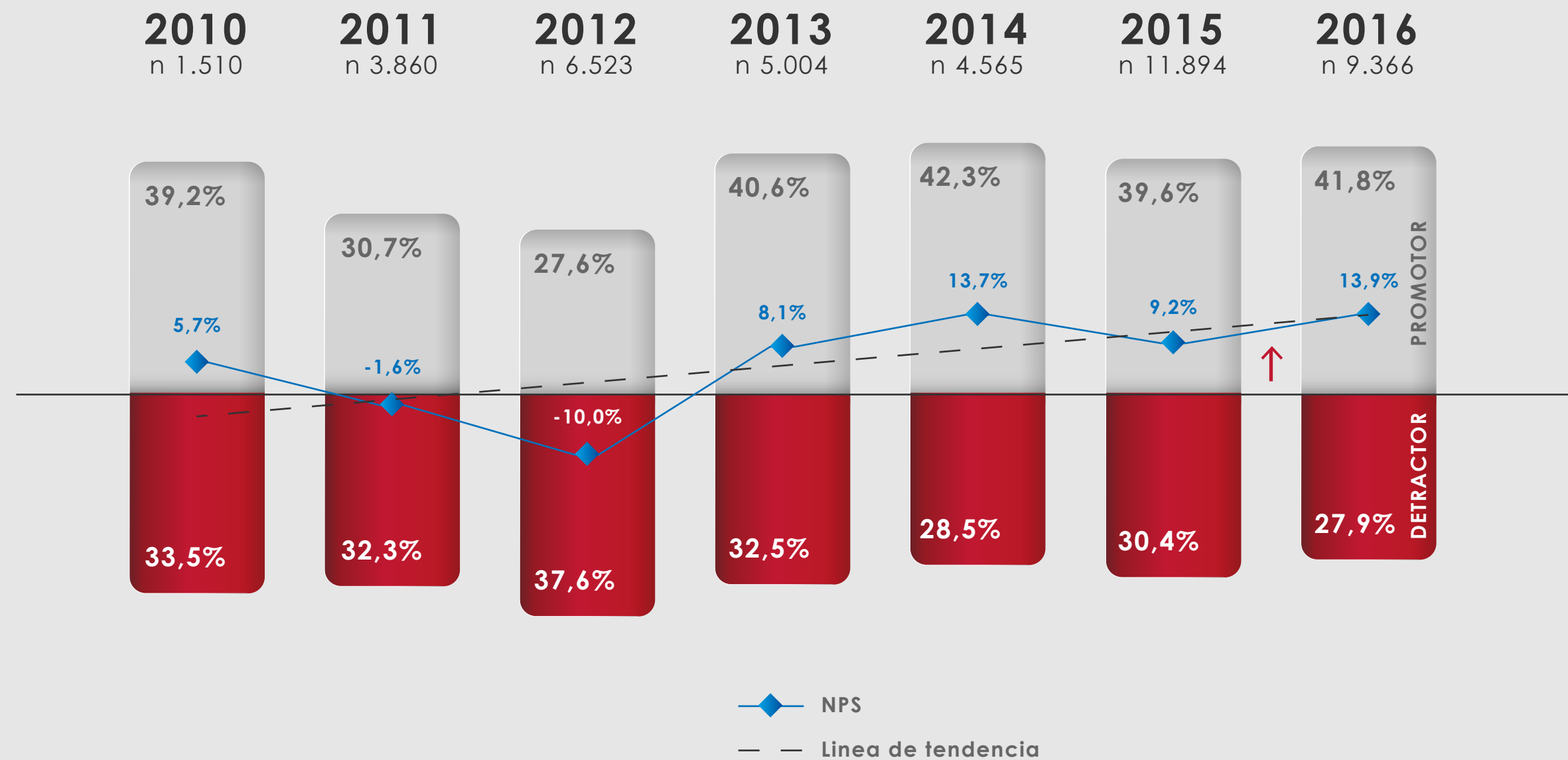


MIDE 13 SECTORES INDUSTRIALES DE CHILE Y 48 EMPRESAS:

- AFP
- Banca
- Isapres
- TV pagada
- Clínicas
- Estaciones de Servicio
- Farmacias
- Grandes Tiendas
- Banda Ancha
- Supermercados
- Telefonía Móvil
- Gas
- Tarjetas casas comerciales

RESULTADOS PAÍS

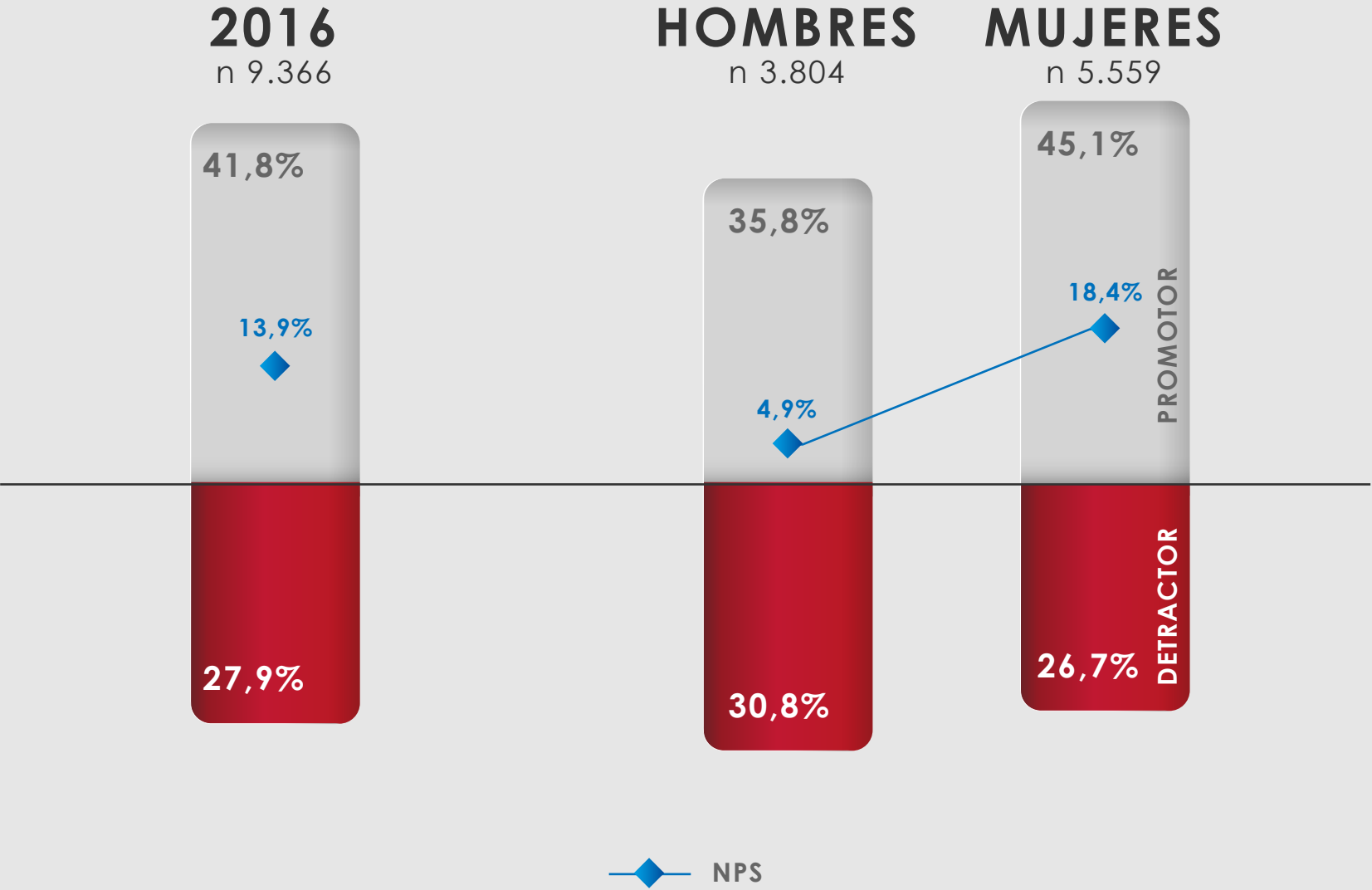
Evolutivo



Nota: Aumento significativo en NPS 2010 VS 2016

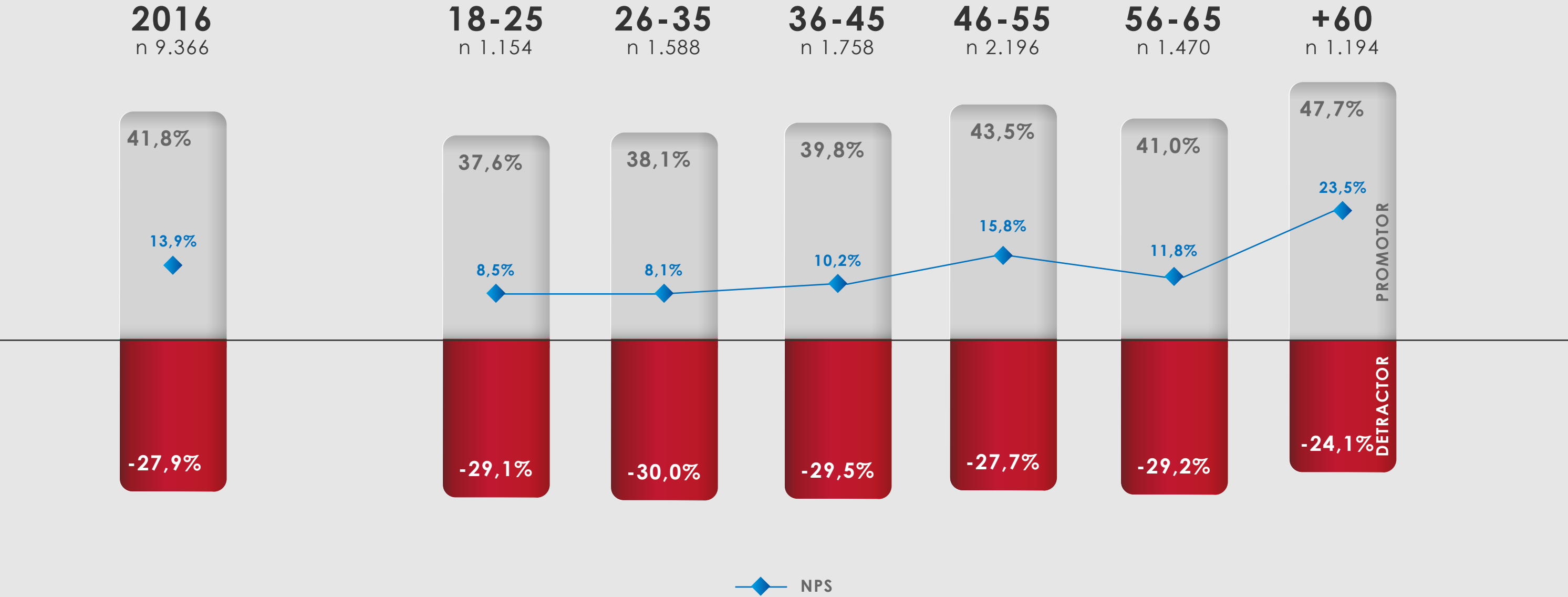
RESULTADOS PAÍS

Género



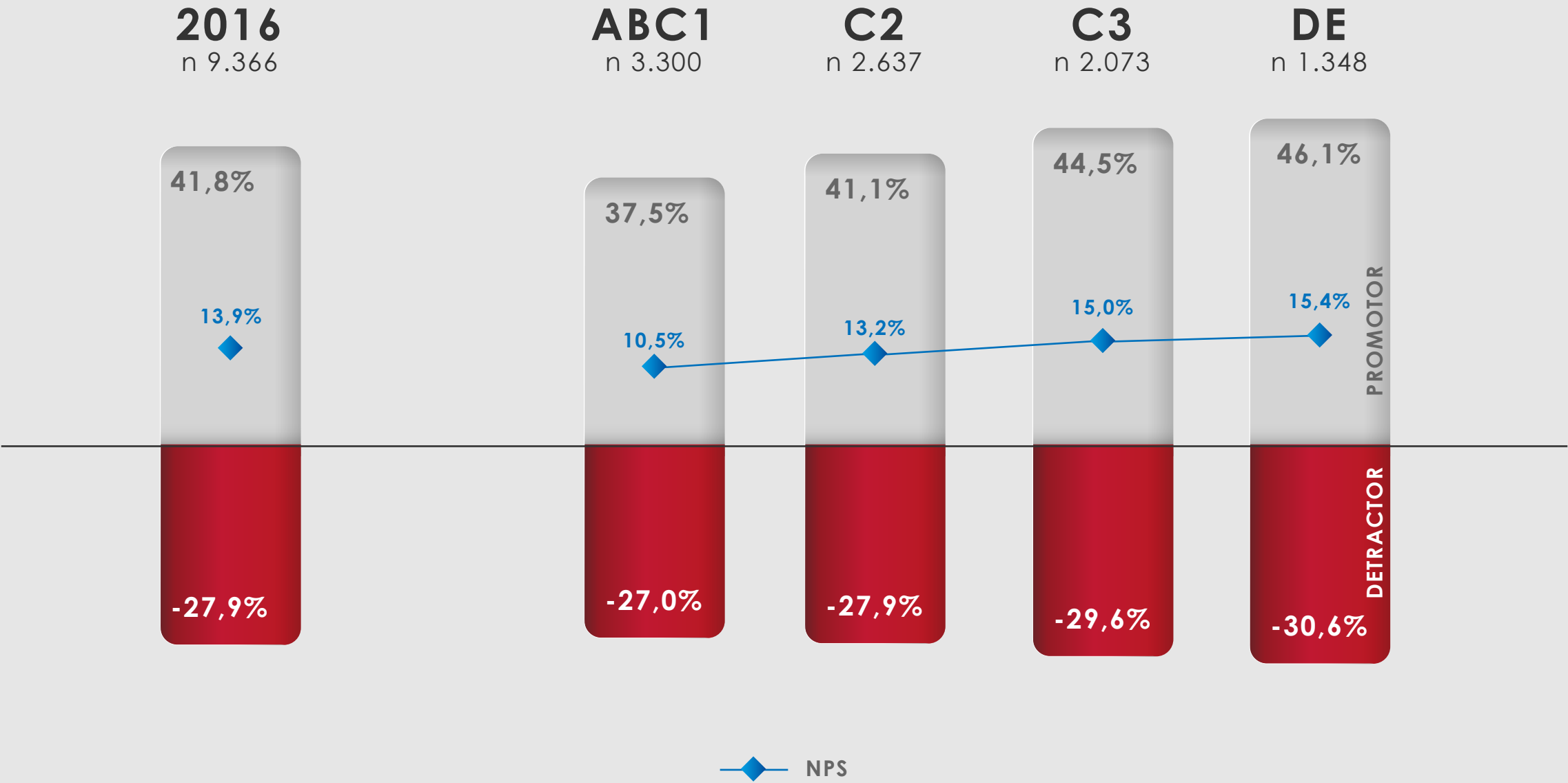
RESULTADOS PAÍS

Rango etáreo



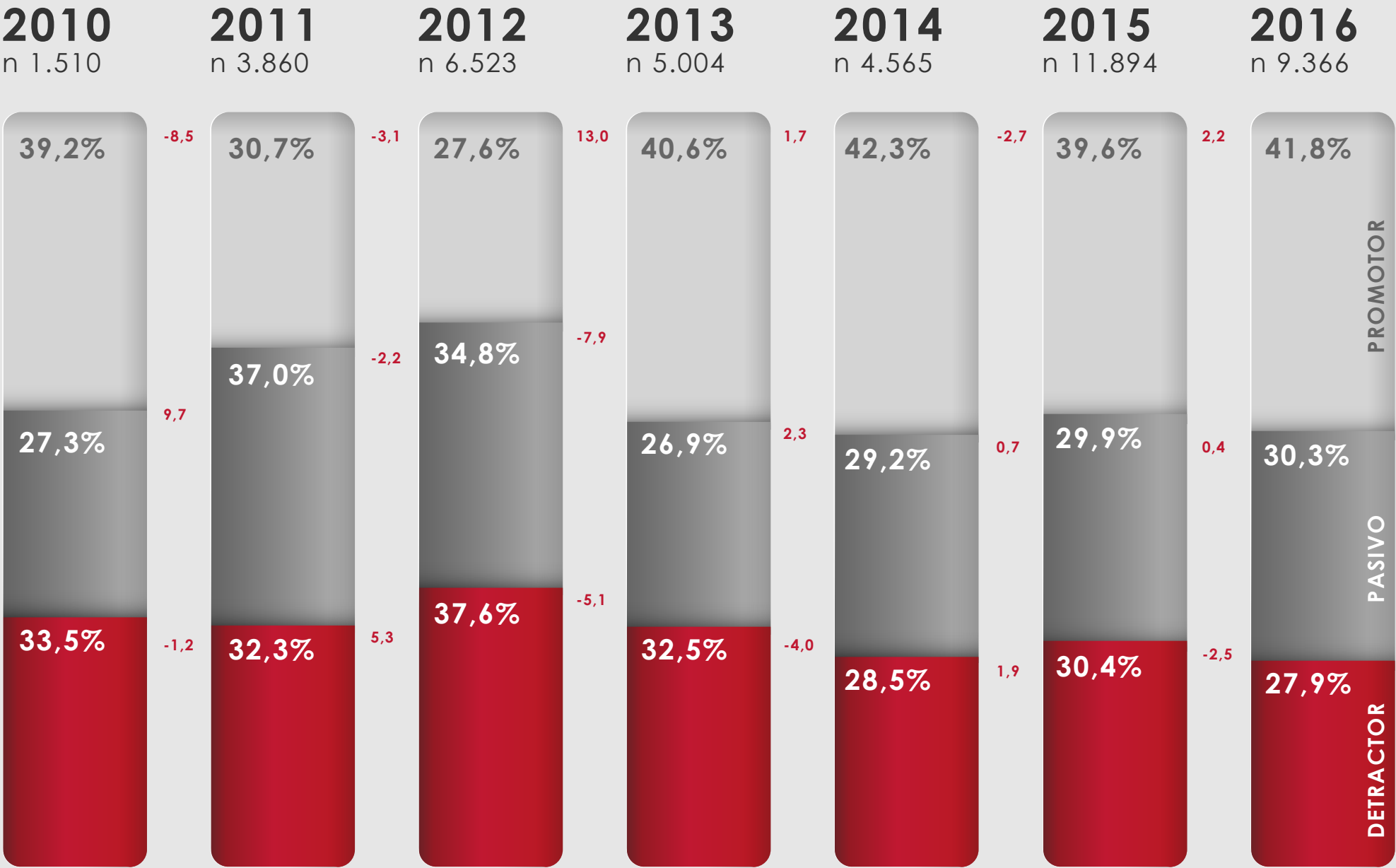
RESULTADOS PAÍS

GSE

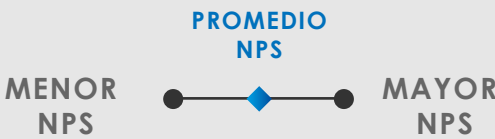
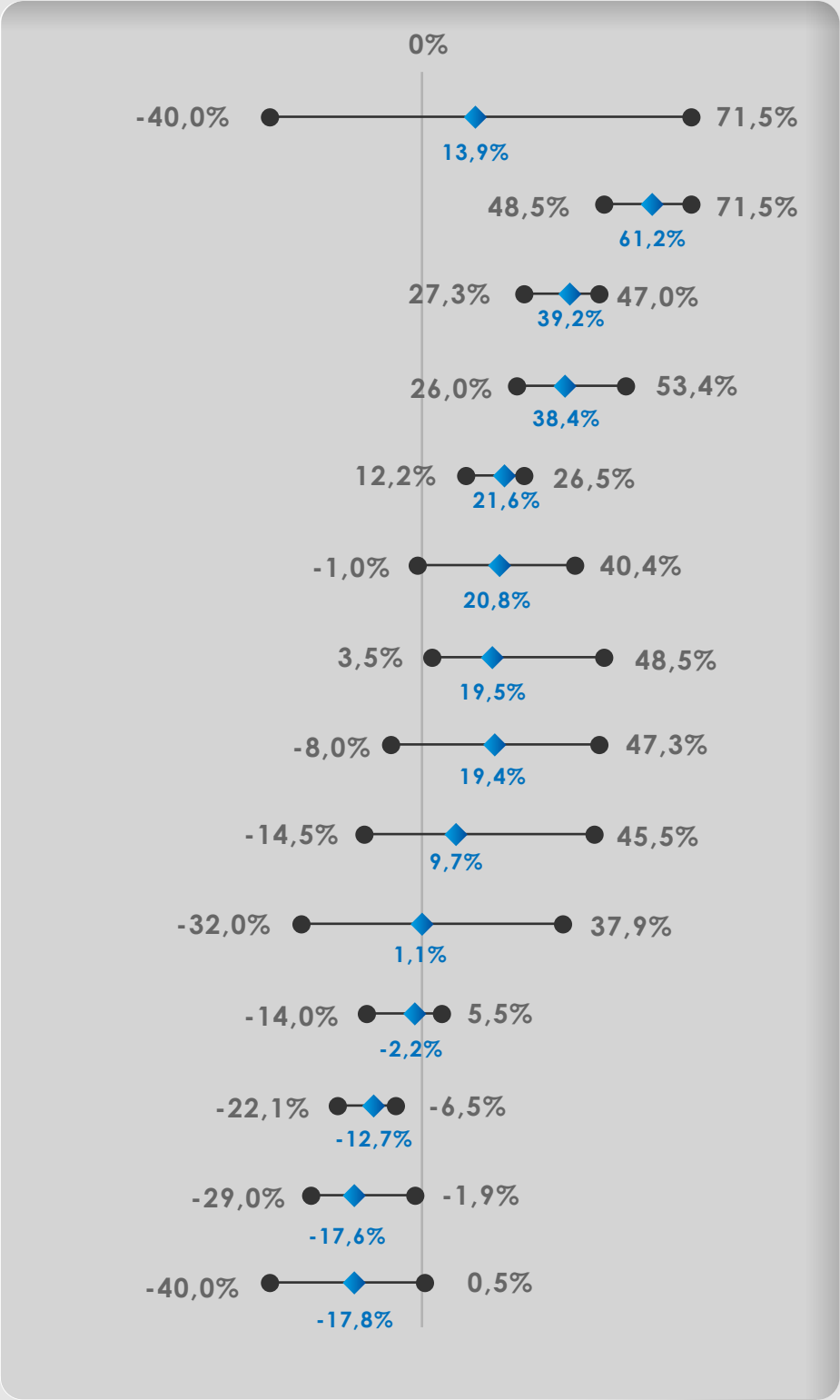


EVOLUTIVOS

Promotores, pasivos y detractores país



PAÍS
Industria de gas
Estaciones de servicio
Clínicas
Grandes tiendas
Bancos
Tarjetas casas comerciales
Telefonía móvil
Supermercados
TV pagada
Farmacias
Isapres
Banda Ancha
AFP



COMPARATIVO

Industrias 2015-2016



INDUSTRIA	NPS 2016	NPS 2015	VAR. ANUAL
Industria de gas	61,2%	58,5%	2,7%
Estaciones de servicio	39,2%	30,0%	9,2%
Clínicas	38,4%	34,6%	3,8%
Grandes tiendas	21,6%	3,9%	17,7%
Bancos	20,8%	11,0%	9,8%
Tarjetas casas comerciales	19,5%	23,3%	-3,8%
Telefonía móvil	19,4%	10,8%	8,6%
Supermercados	9,7%	4,4%	5,4%
TV pagada	1,1%	-0,2%	1,3%
Farmacias	-2,2%	-5,5%	3,3%
Isapres	-12,7%	-13,4%	0,7%
Banda Ancha	-17,6%	-19,3%	1,6%
AFP	-17,8%	-18,7%	0,9%

LOS MEJORES

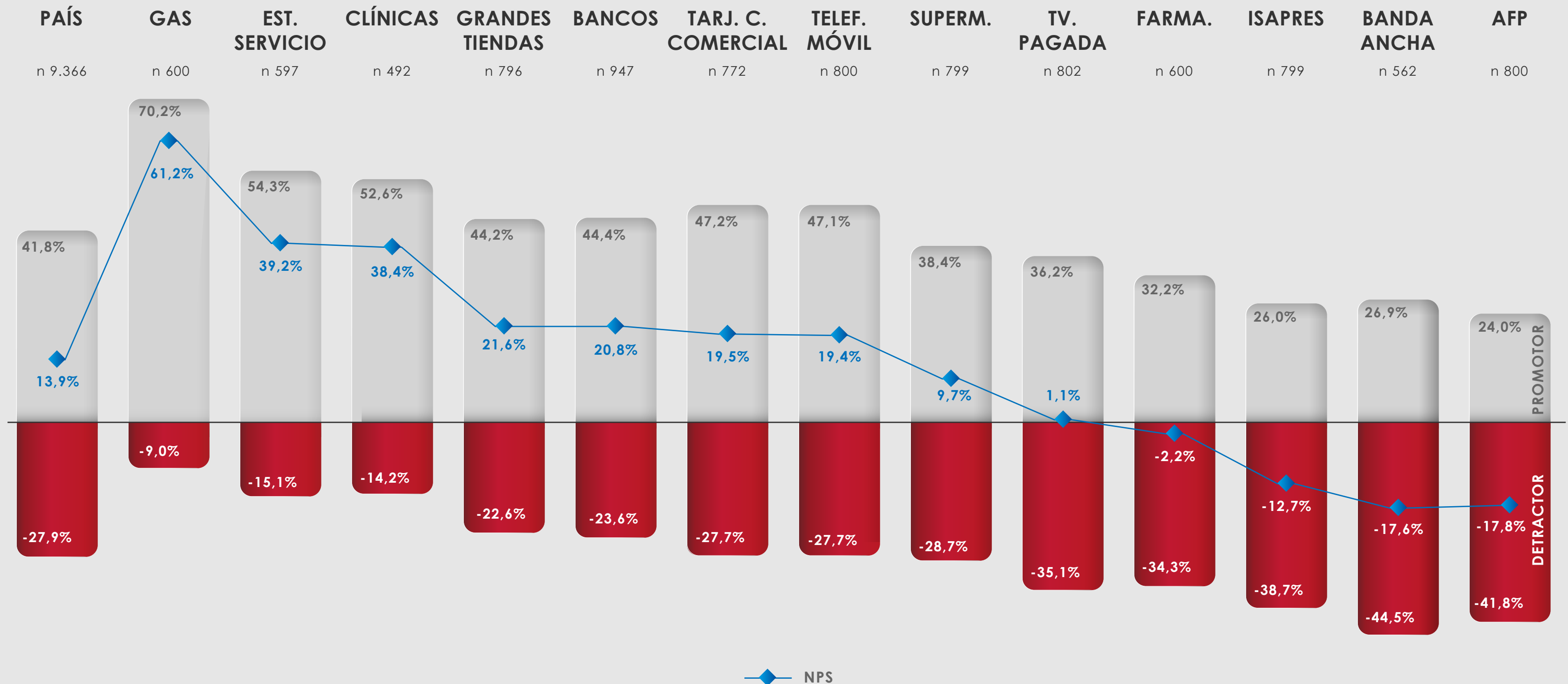
según la industria



INDUSTRIA	COMPAÑÍA	NPS® 2016
Gas	Abastible	71,5%
Clínicas	Clínica Alemana	53,4%
Tarjetas comerciales	CMR Falabella	48,5%
Telefonía móvil	Virgin Mobile	47,3%
Estaciones de Servicio	Copec	47,0%
Supermercados	Supermercado Jumbo	45,5%
Bancos	Banco BCI	40,4%
TV pagada	Direct TV	37,9%
Grandes tiendas	Tienda Paris	26,5%
Farmacias	Farmacias Salcobrand	5,5%
AFP	AFP Habitat	0,5%
Banda Ancha	Claro internet	-1,9%
Isapres	Isapre Colmena	-6,5%

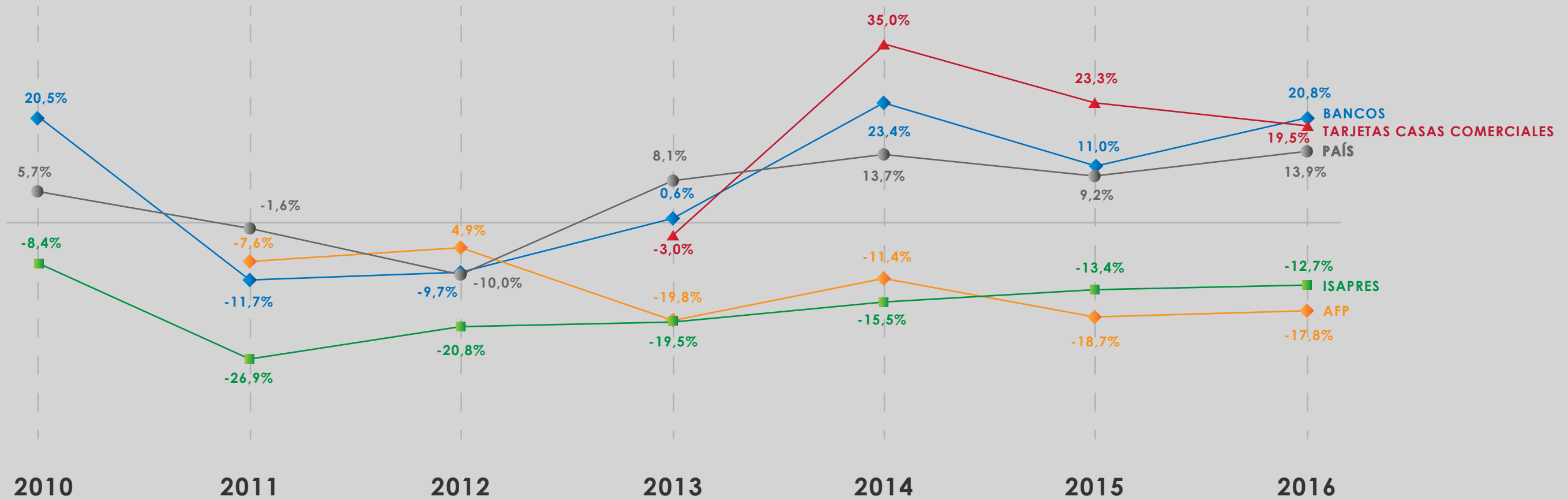
COMPARATIVO

Por industrias 2016



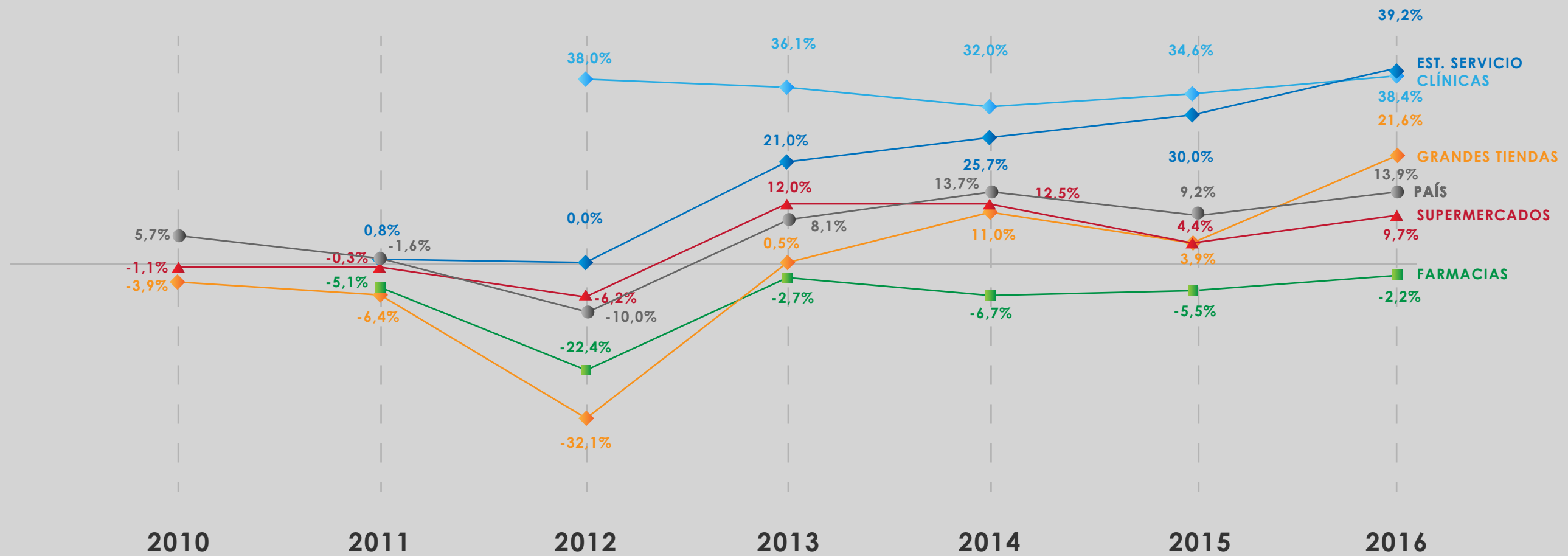
EVOLUTIVO POR INDUSTRIAS 2016

Servicios de membresía



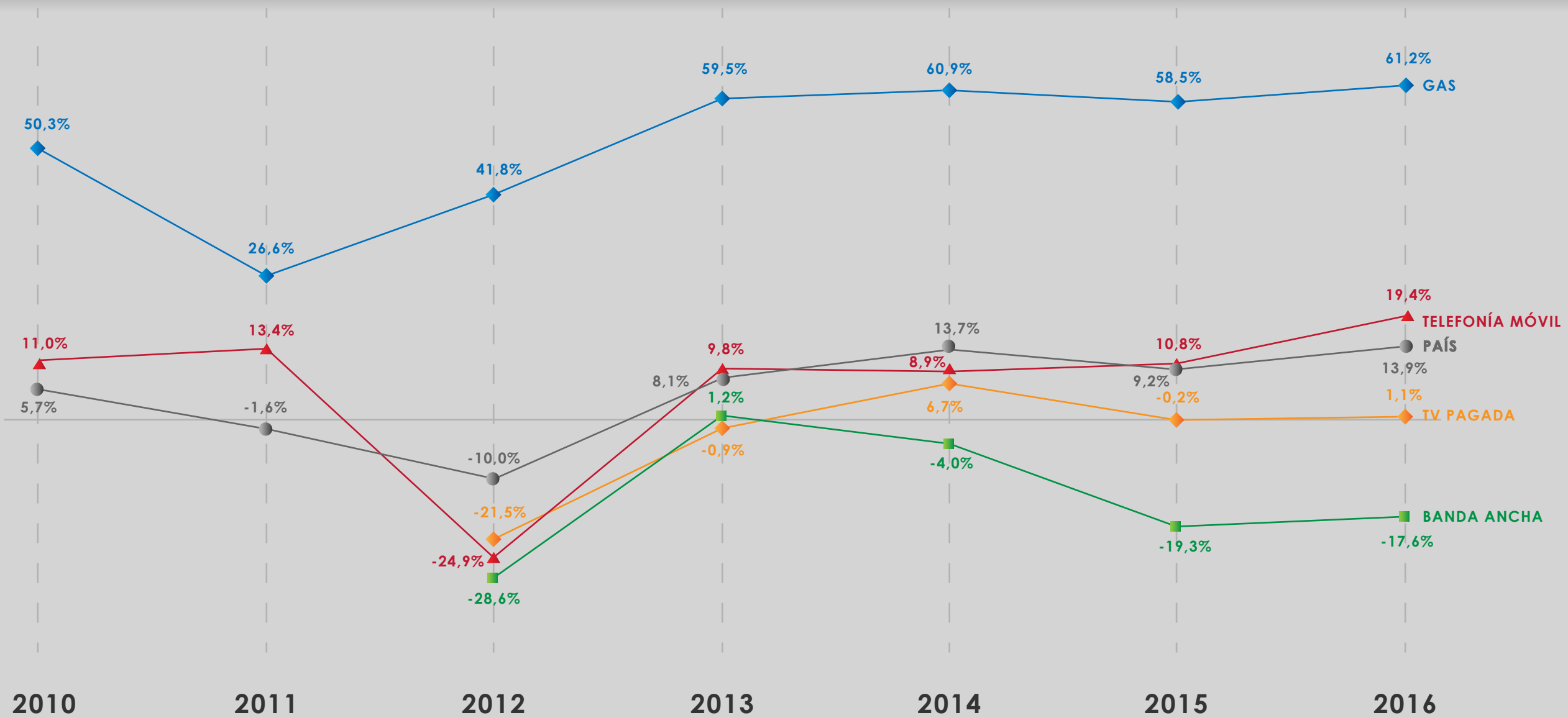
EVOLUTIVO POR INDUSTRIAS 2016

Servicios transaccionales



EVOLUTIVO POR INDUSTRIAS 2016

Servicio hogar / uso individual



RANKING

con respecto al líder



RANKING EMPRESA			PAÍS	PROMOTOR 41,8%	DETRACTOR 27,9%	NPS 13,9%	VAR. CON E. LÍDER
1	Gas	Abastible		75,5%	4,0%	71,5%	-
2	Gas	Gasco		72,0%	8,5%	63,5%	8,0%
3	Clínicas	Clinica Alemana		64,0%	10,6%	53,4%	18,1%
4	Gas	Lipigas		63,0%	14,5%	48,5%	23,0%
5	Tarjeta casas comerciales	CMR Falabella		64%	15,5%	48,5%	23,0%
6	Telefonía móvil	Virgin Mobile		61,7%	14,4%	47,3%	24,2%
7	Estaciones de servicio	Copec		57,5%	10,5%	47,0%	24,5%
8	Supermercado	Supermercado Jumbo		55,0%	9,5%	45,5%	26,0%
9	Estaciones de servicio	Shell		56,8%	13,6%	43,2%	28,3%
10	Bancos	Banco BCI		54,5%	14,1%	40,4%	31,1%
11	TV Pagada	Direct TV		54,2%	16,3%	37,9%	33,6%
12	Clínicas	Clínica Santa María		48,9%	13,1%	35,8%	35,7%
13	Telefonía móvil	Entel		52,0%	20,0%	32,0%	39,5%
14	Bancos	Banco Chile		46,0%	18,0%	28,0%	43,5%
15	Estaciones de servicio	Petrobras		48,5%	21,2%	27,3%	44,2%
16	Grandes tiendas	Tienda Paris		45,5%	19,0%	26,5%	45,0%

RANKING

con respecto al líder



RANKING EMPRESA			PAÍS	PROMOTOR 41,8%	DETRACTOR 27,9%	NPS 13,9%	VAR. CON E. LÍDER
17	Clínicas	Clínica Las Condes		44,9%	18,9%	26,0%	45,5%
18	Grandes tiendas	Tienda Falabella		47,5%	22,0%	25,5%	46,0%
19	Grandes tiendas	Tienda Ripley		45,2%	23,1%	22,1%	49,4%
20	Bancos	Banco Santander		44,0%	22,0%	22,0%	49,5%
21	Supermercado	Supermercado Líder		45,0%	24,0%	21,0%	50,5%
22	Tarjetas Casas Comerciales	Tarjeta Cencosud		44,0%	28,0%	16,0%	55,5%
23	Bancos	Banco BBVA		40,9%	26,2%	14,8%	56,7%
24	TV Pagada	VTR TV		42,5%	28,5%	14,0%	57,5%
25	Grandes tiendas	Tienda La Polar		38,6%	26,4%	12,2%	59,3%
26	Tarjetas Casas Comerciales	Tarjeta Ripley		42,5%	32,5%	10,0%	61,5%
27	Telefonía móvil	Movistar		42,5%	36,0%	6,5%	65,0%
28	Farmacias	Farmacia Salcobrand		36,5%	31,0%	5,5%	66,0%
29	Tarjetas Casas Comerciales	Tarjeta La Polar		38,4%	34,9%	3,5%	68,0%
30	Farmacias	Farmacia Cruz Verde		33,5%	31,5%	2,0%	69,5%
31	AFP	AFP Habitat		32,5%	32,0%	0,5%	71,0%
32	Bancos	Banco Estado		36,5%	37,5%	-1,0%	72,5%

RANKING

con respecto al líder



RANKING EMPRESA			PAÍS	PROMOTOR 41,8%	DETRACTOR 27,9%	NPS 13,9%	VAR. CON E. LÍDER
33	Internet hogar	Claro Internet		34,6%	36,4%	-1,9%	73,4%
34	AFP	AFP Cuprum		23,9%	28,4%	-4,5%	76,0%
35	Isapres	Isapre Colmena		30,0%	36,5%	-6,5%	78,0%
36	Isapres	Isapre Banmédica		28,5%	35,5%	-7,0%	78,5%
37	Telefonía móvil	Claro		32,2%	40,2%	-8,0%	79,5%
38	Supermercado	Supermercado Unimarc		27,1%	40,2%	-13,1%	84,6%
39	Farmacias	Farmacia Ahumada		26,5%	40,5%	-14,0%	85,5%
40	Supermercado	Supermercado Santa Isabel		26,5%	41,0%	-14,5%	86,0%
41	Isapres	Isapre Consalud		24,0%	39,0%	-15,0%	86,5%
42	TV pagada	Claro TV		28,1%	43,7%	-15,6%	87,1%
43	Internet hogar	VTR Internet		23,5%	45,5%	-22,0%	93,5%
44	Isapres	Isapre Cruz Blanca		21,6%	43,7%	-22,1%	93,6%
45	AFP	AFP Capital		24,1%	51,3%	-27,1%	98,6%
46	Internet hogar	Movistar Internet		22,5%	51,5%	-29,0%	100,5%
47	TV pagada	Movistar TV		20,0%	52,0%	-32,0%	103,5%
48	AFP	AFP Provida		15,5%	55,5%	-40,0%	111,5%



PREMIO[®]
LEALTAD
DEL CONSUMIDOR
2016