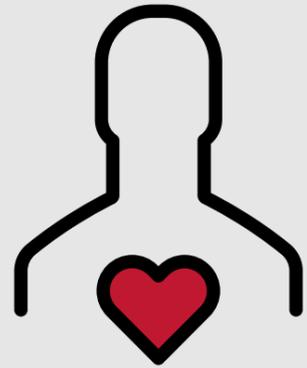


PREMIO<sup>®</sup>  
LEALTAD  
DEL CONSUMIDOR  
2016

# ÍNDICE DE LEALTAD DEL CONSUMIDOR

*Net Promoter Score®*

---

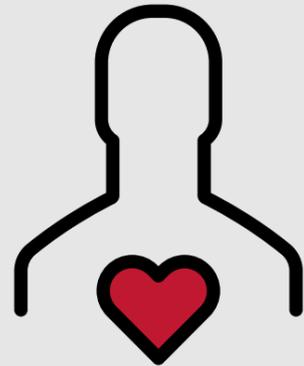


El Net Promoter Score® es un índice de lealtad desarrollado por el Dr. Fred Reichheld de la Universidad de Harvard, Satmetrix y Bain & Co. el cual se ha convertido en un estándar mundial para establecer el benchmark de lealtad de clientes en distintos segmentos industriales y empresas.

# 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.

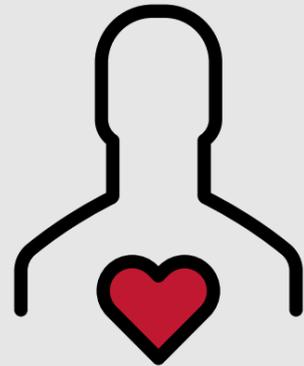


Alco Consultores se integró a la red mundial que mide y compara los índices Net Promoter Score® en Estados Unidos, Europa, Australia, Asia y Chile. En el contexto nacional Alco desarrolló en conjunto con la Escuela de Negocios de la Universidad de Los Andes (ESE) la medición del índice de lealtad, el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



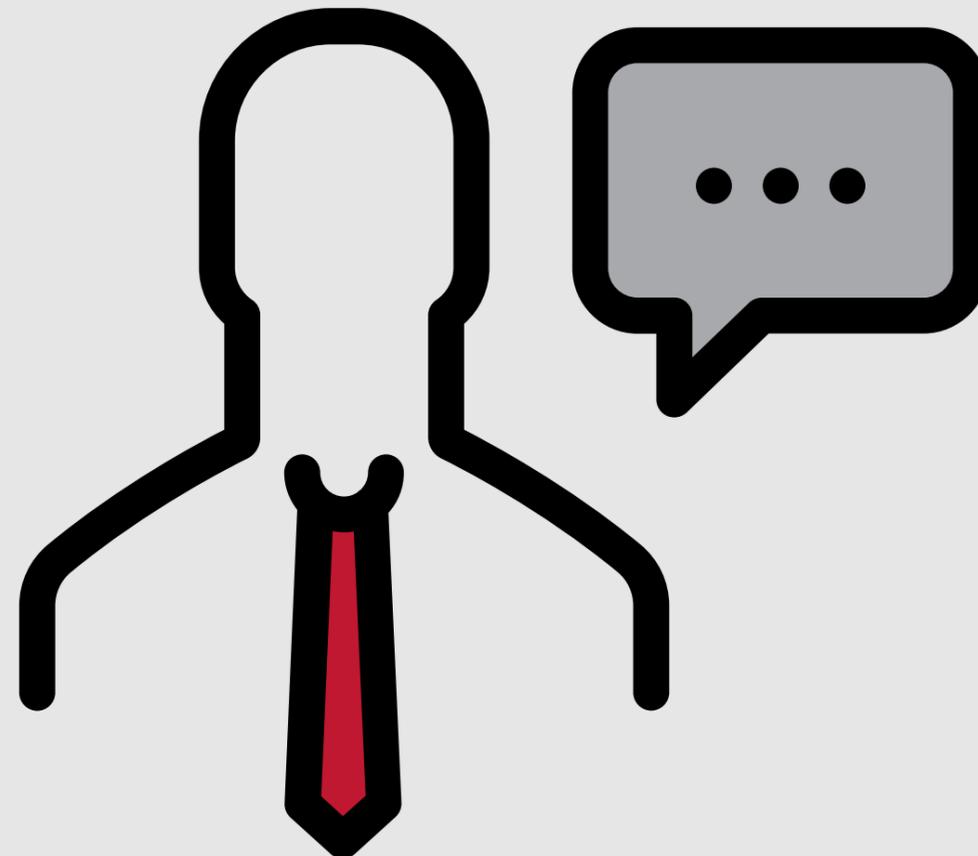
En 2012 Alco y Diario Estrategia crearon el Premio de Lealtad del Consumidor para reconocer a las empresas que logran los mejores niveles de lealtad con sus clientes.

# METODOLOGÍA

*Los clientes responden a la siguiente pregunta:*

---

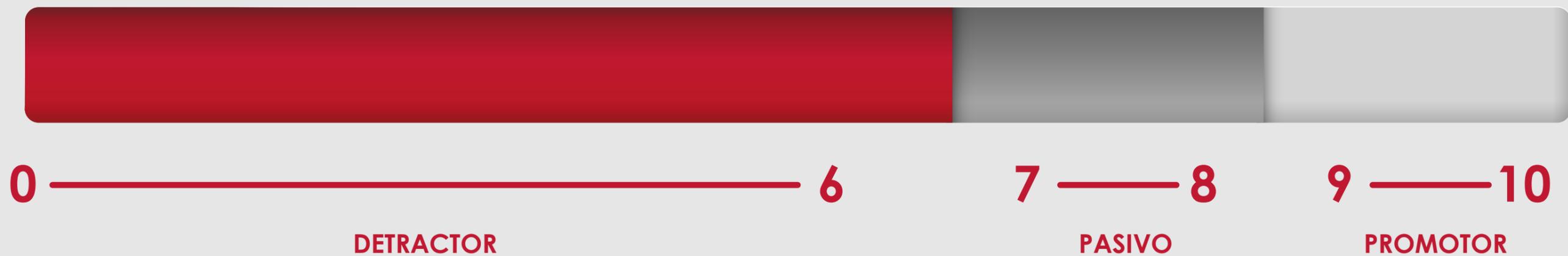
**¿ CUÁN PROBABLE ES QUE RECOMIENDE (EMPRESA,  
PRODUCTO O MARCA) A UN AMIGO O FAMILIAR ?**



# 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)**

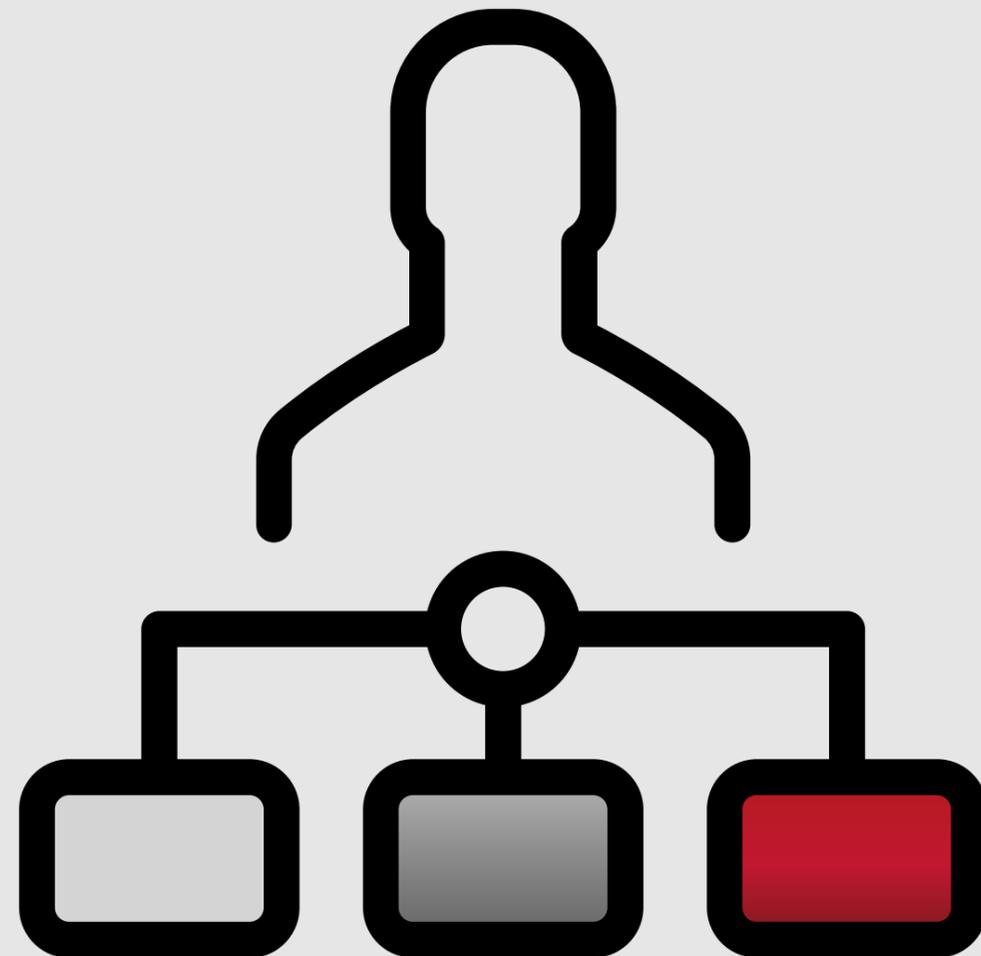
-

**% DETRACTORES  
(0 a 6)**

# CLIENTES

*Promotores, pasivos o detractores*

---

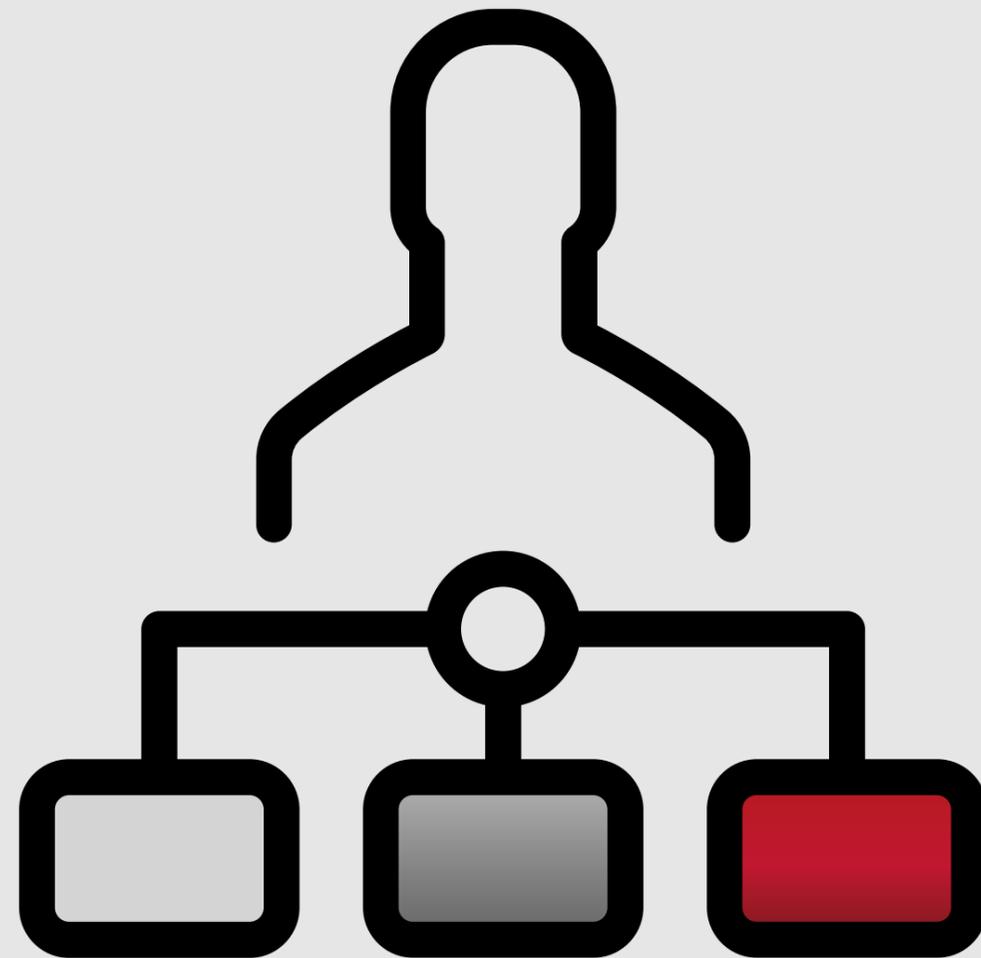


La metodología Net Promoter Score® clasifica a los clientes de una empresa o marca y genera los drivers de la lealtad o deslealtad asociados a cada grupo de clientes.

# CLIENTES

*Promotores, pasivos o detractores*

---



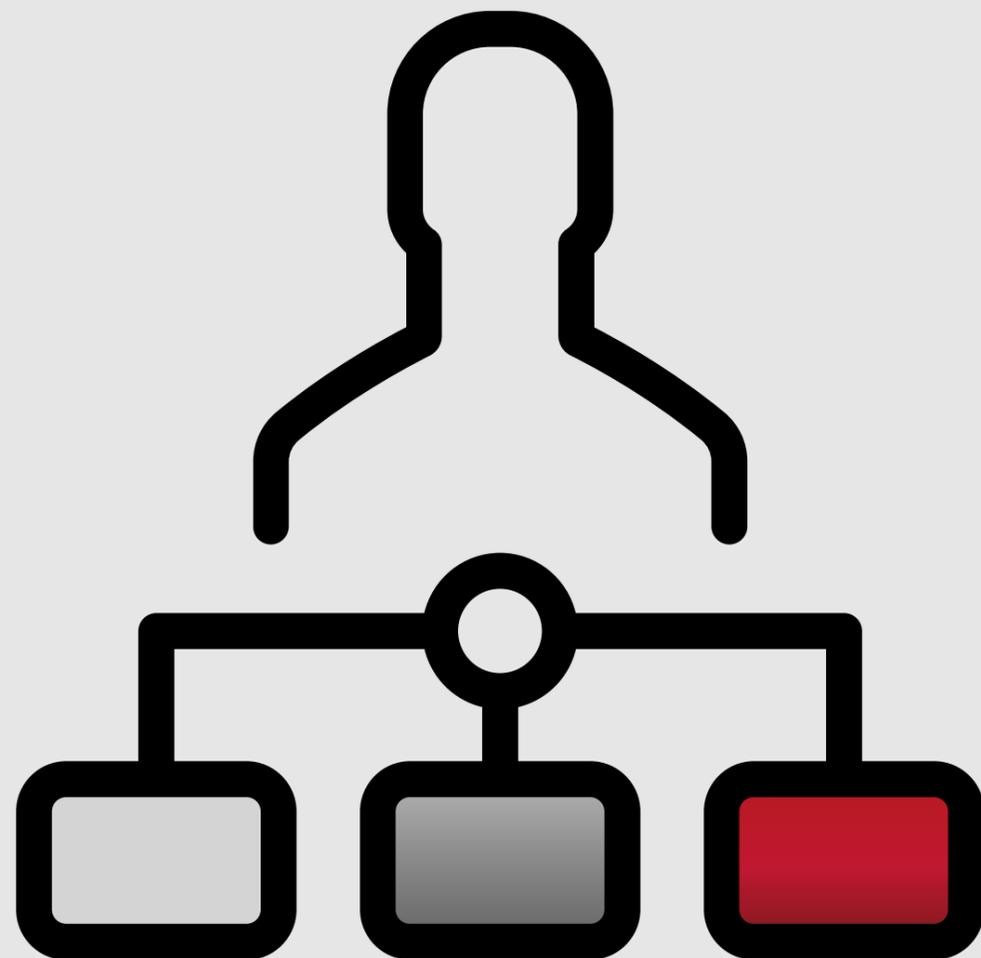
La metodología Net Promoter Score® clasifica a los clientes de una empresa o marca y genera los drivers de la lealtad o deslealtad asociados a cada grupo de clientes.

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.

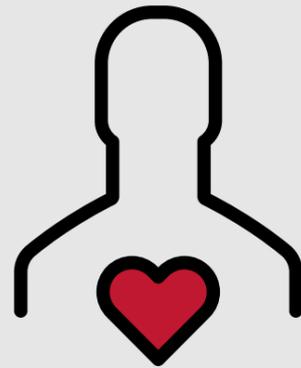
Esto permite construir un ranking por industrias.

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

# COMPORTAMIENTO

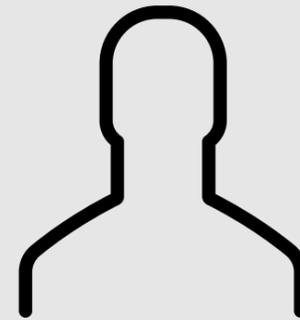
*Comercial Histórico*

---

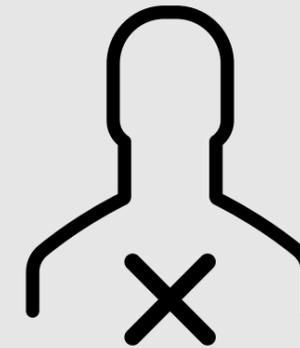


## PROMOTORES

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



## PASIVOS

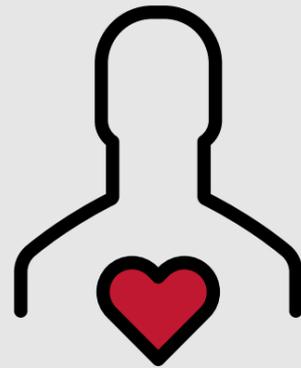


## DETRACTORES

# COMPORTAMIENTO

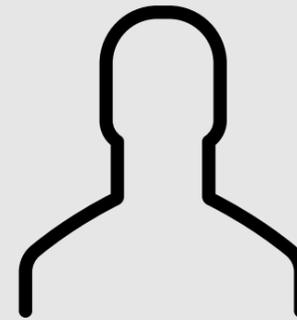
*Comercial Histórico*

---



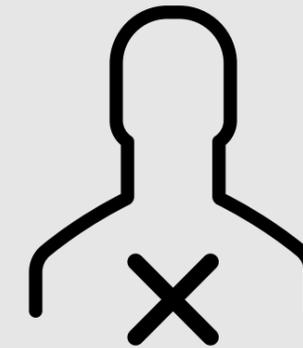
## PROMOTORES

- 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.

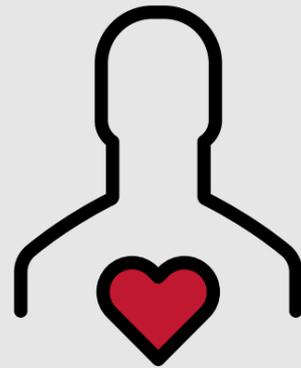


## DETRACTORES

# COMPORTAMIENTO

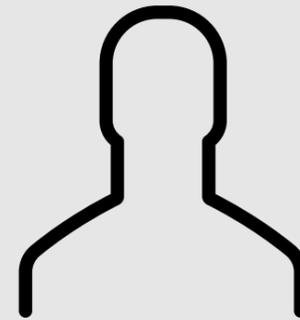
Comercial Histórico

---



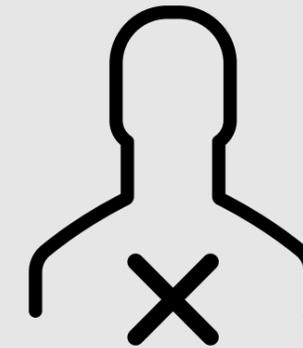
## PROMOTORES

- 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.



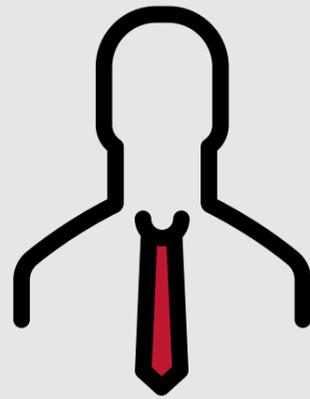
## DETRACTORES

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

# METODOLOGÍA

*Captura de datos*

---

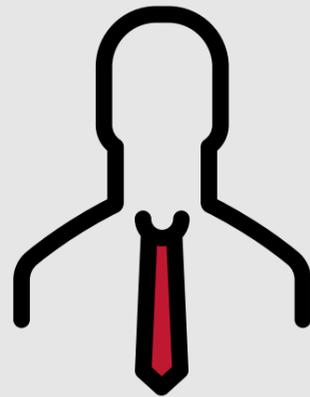


**Cientes  
mayores  
de 18 años**

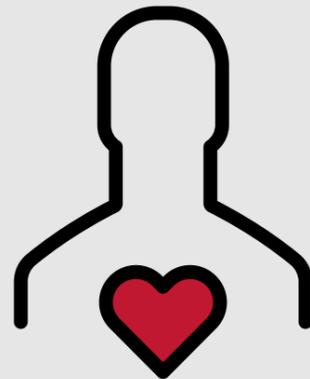
# METODOLOGÍA

## Captura de datos

---



**Clientes  
mayores  
de 18 años**

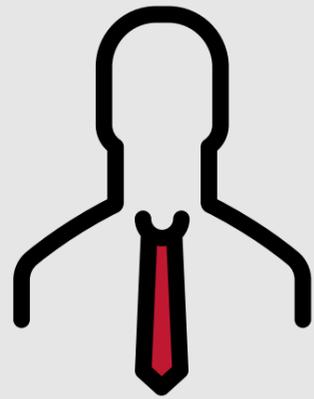


**Cliente  
habitual de  
la empresa  
evaluada**

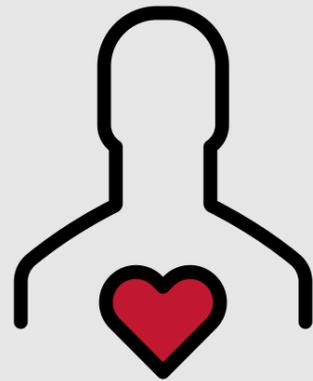
# METODOLOGÍA

*Captura de datos*

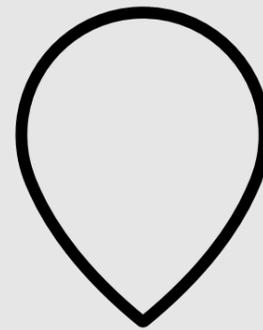
---



**Clientes  
mayores  
de 18 años**



**Cliente  
habitual de  
la empresa  
evaluada**

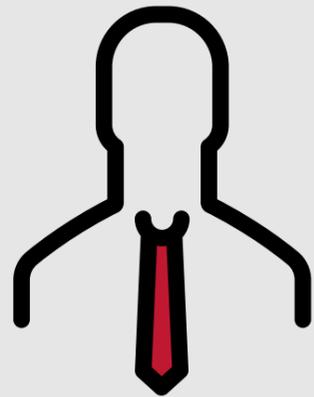


**Región  
Metropolitana**

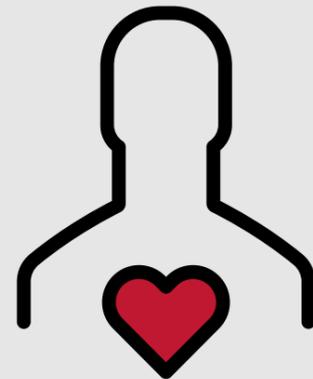
# METODOLOGÍA

Captura de datos

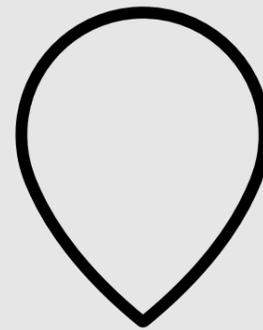
---



**Clientes  
mayores  
de 18 años**



**Cliente  
habitual de  
la empresa  
evaluada**



**Región  
Metropolitana**

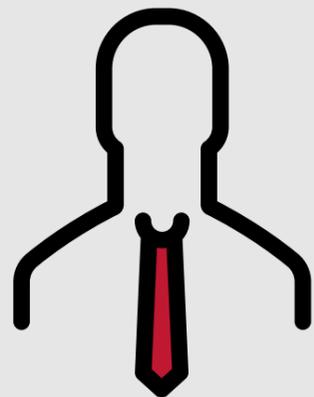


**Encuesta  
telefónica**

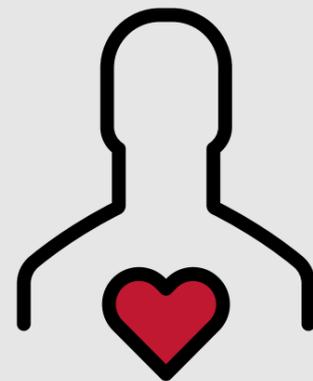
# METODOLOGÍA

Captura de datos

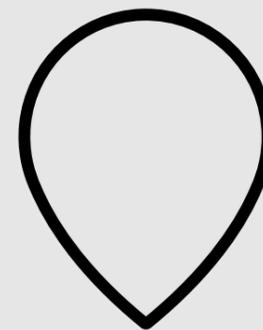
---



**Clientes  
mayores  
de 18 años**



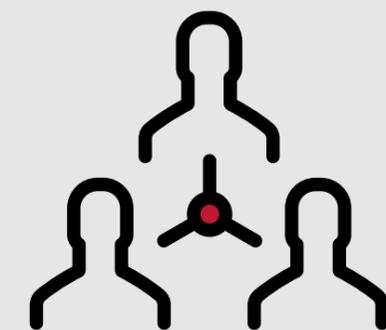
**Cliente  
habitual de  
la empresa  
evaluada**



**Región  
Metropolitana**



**Encuesta  
telefónica**



**Muestra total:  
9.366 encuestas**

# PREMIACIÓN

---



## 1° 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*

---

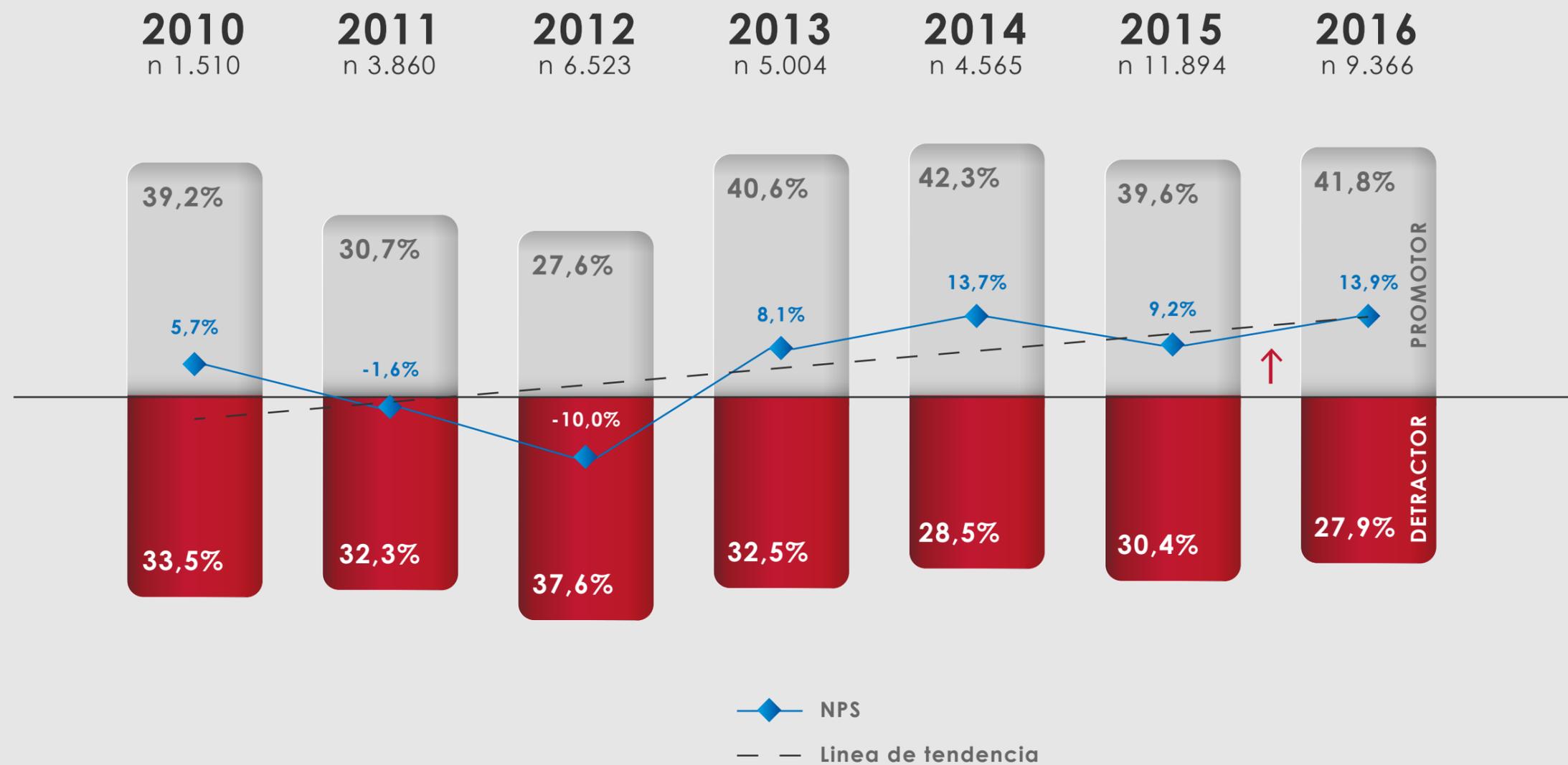


## MIDE 13 SECTORES INDUSTRIALES DE CHILE Y 48 EMPRESAS:

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

# RESULTADOS PAÍS

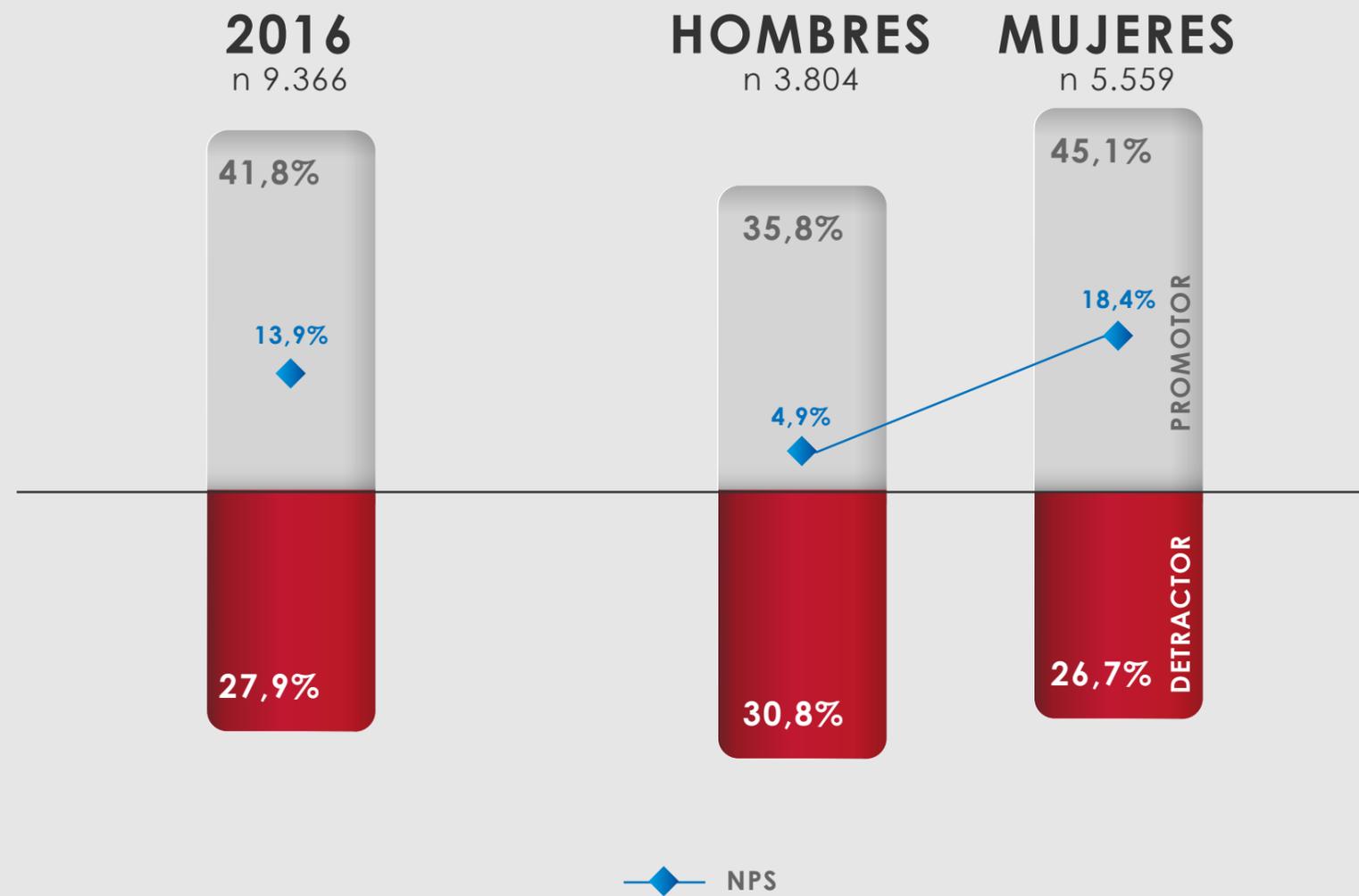
## Evolutivo



Nota: Aumento significativo en NPS 2010 VS 2016

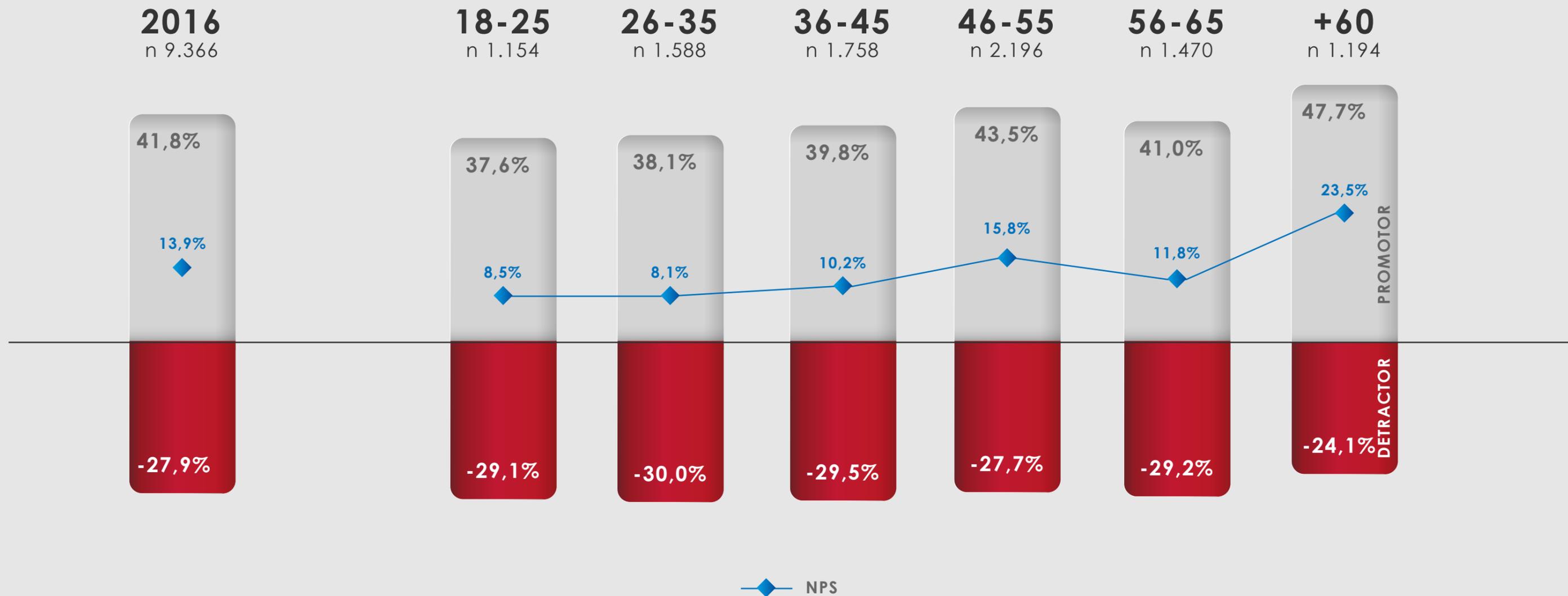
# RESULTADOS PAÍS

## Género



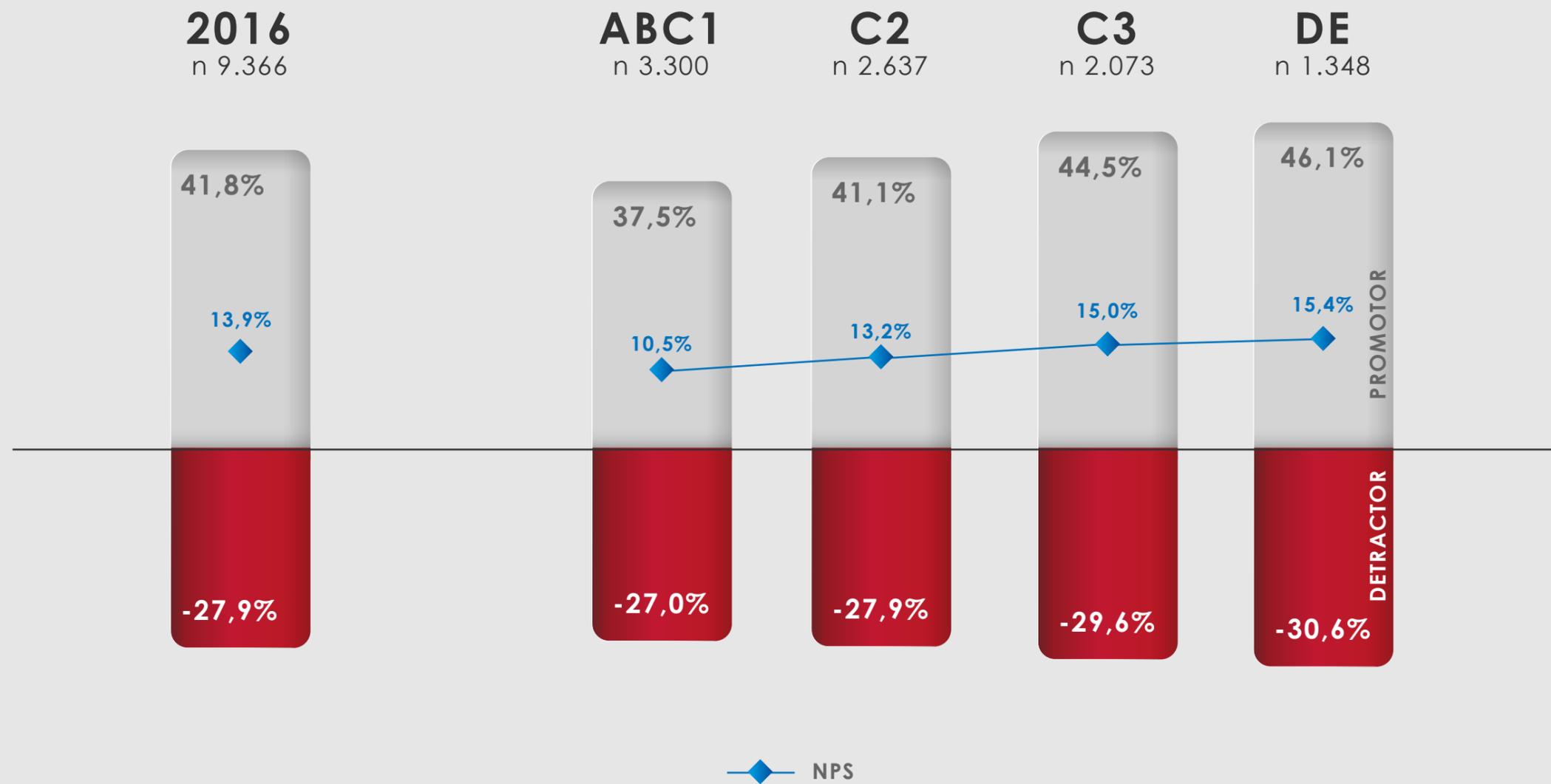
# RESULTADOS PAÍS

Rango etéreo



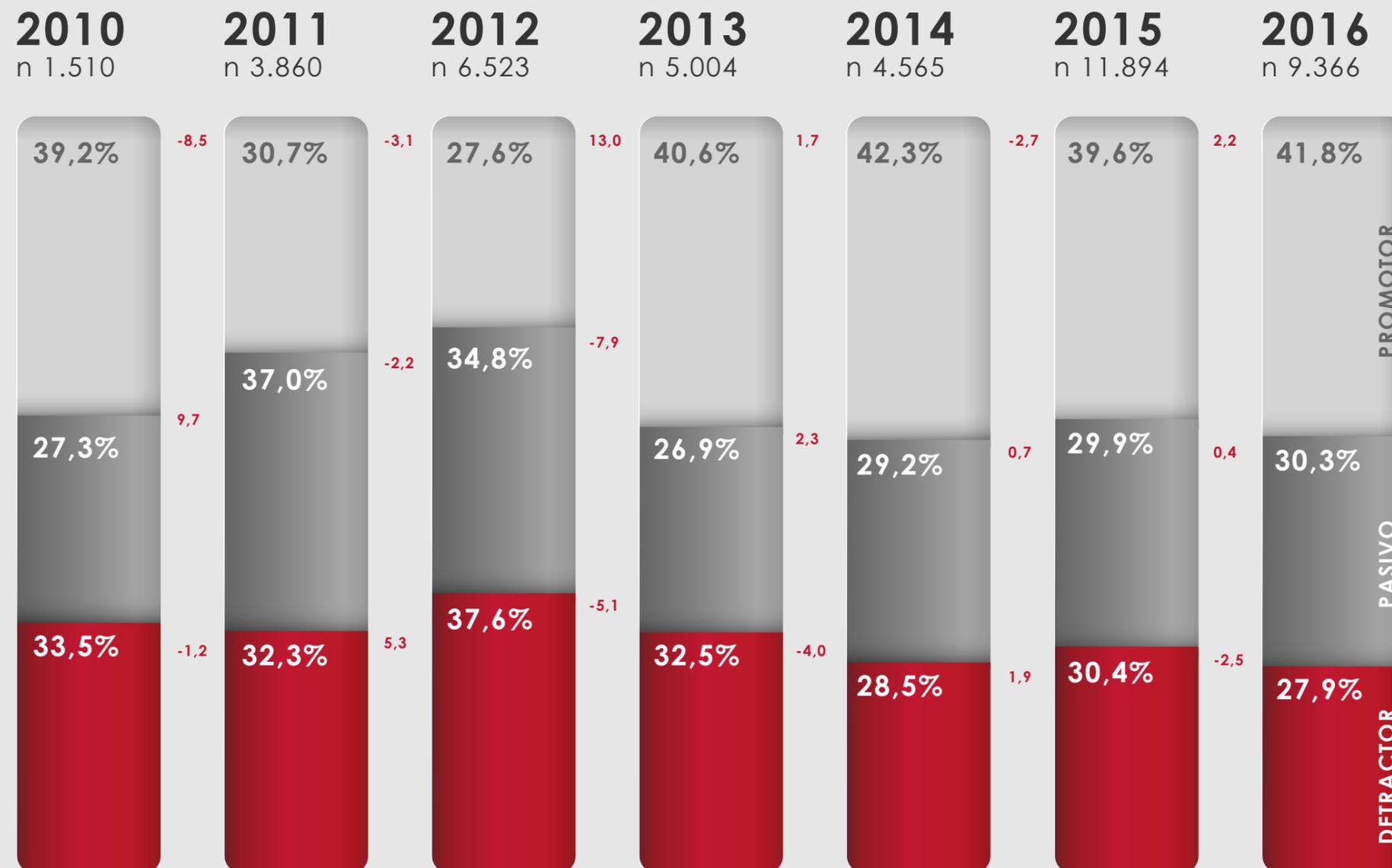
# RESULTADOS PAÍS

## GSE



# EVOLUTIVOS

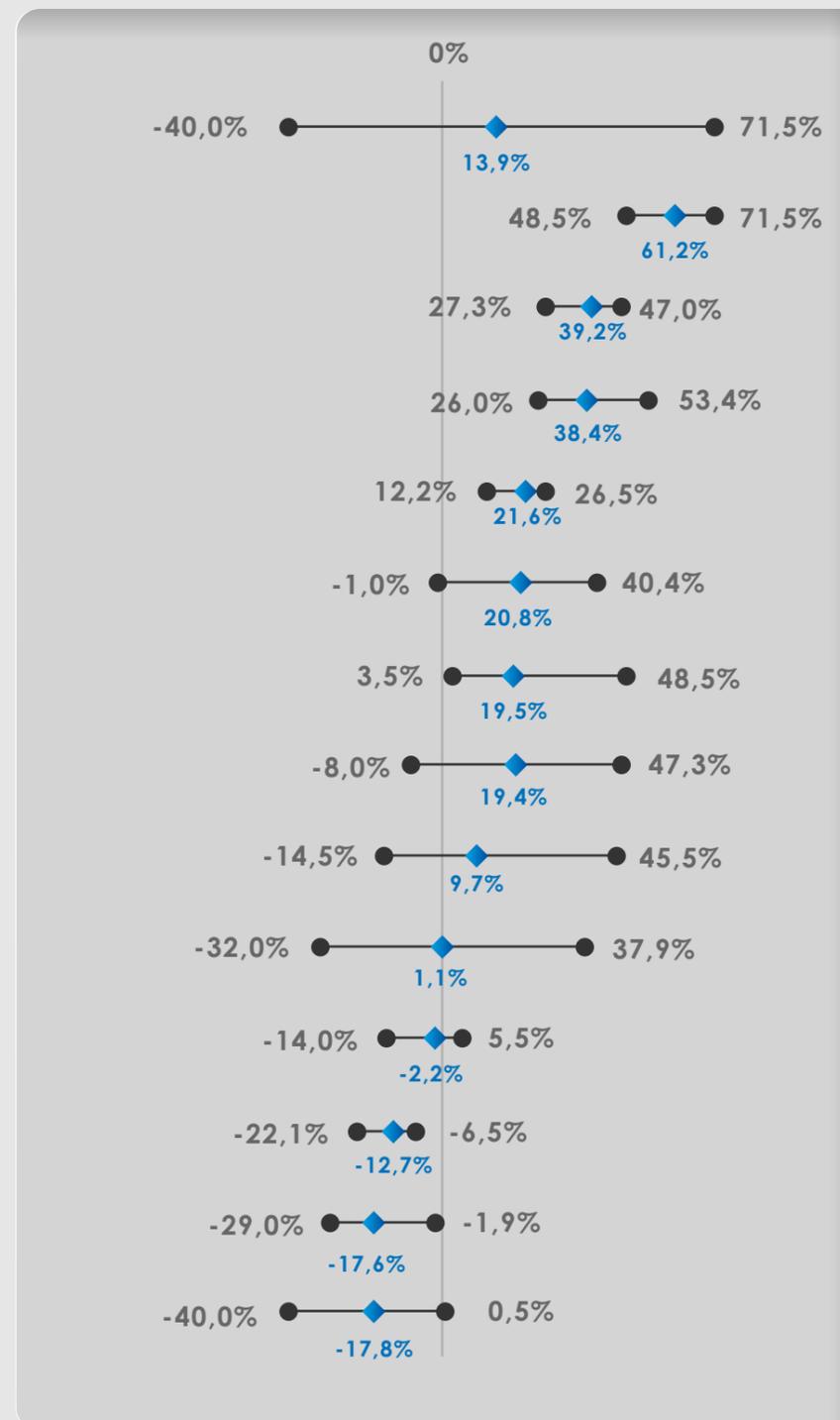
Promotores, pasivos y detractores país



# NPS

## Industrias

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

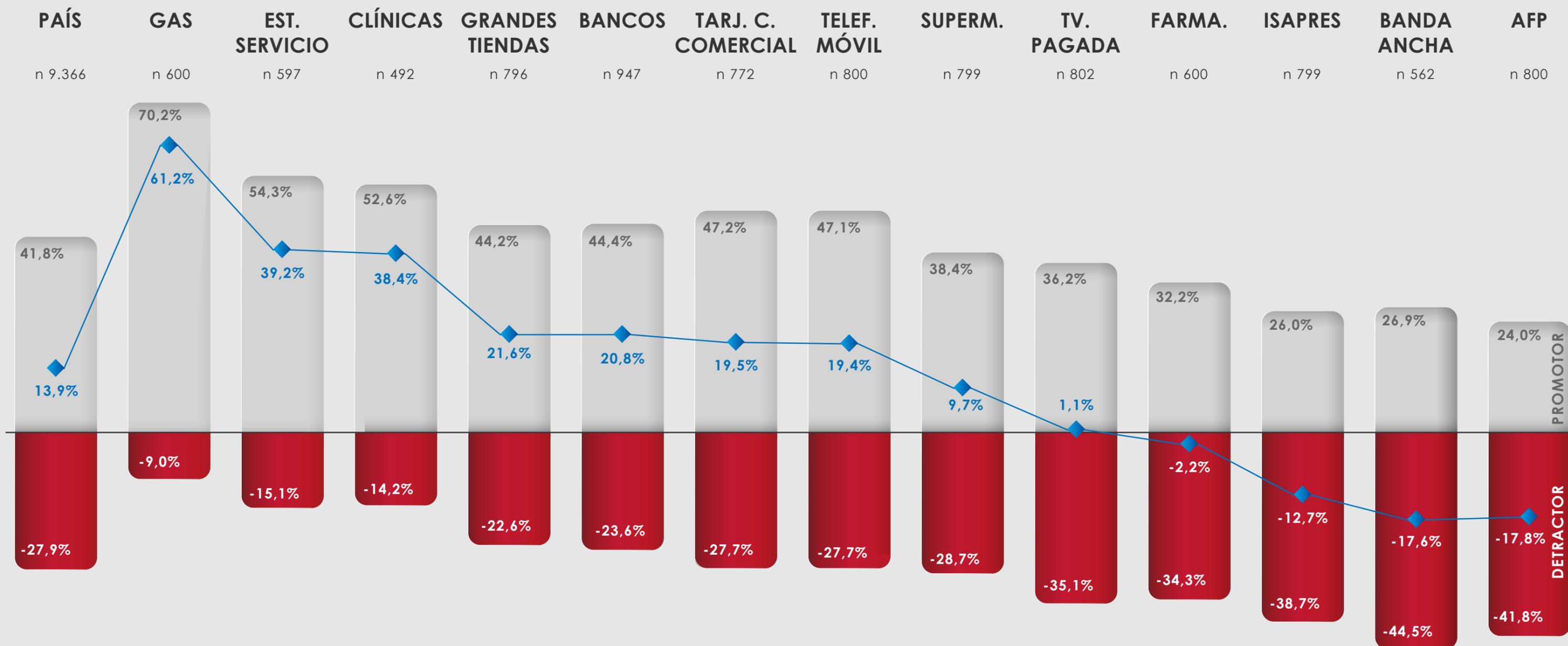
según la industria



INDUSTRIA	COMPAÑÍA	NPS® 2016
<b>Gas</b>	<b>Abastible</b>	<b>71,5%</b>
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

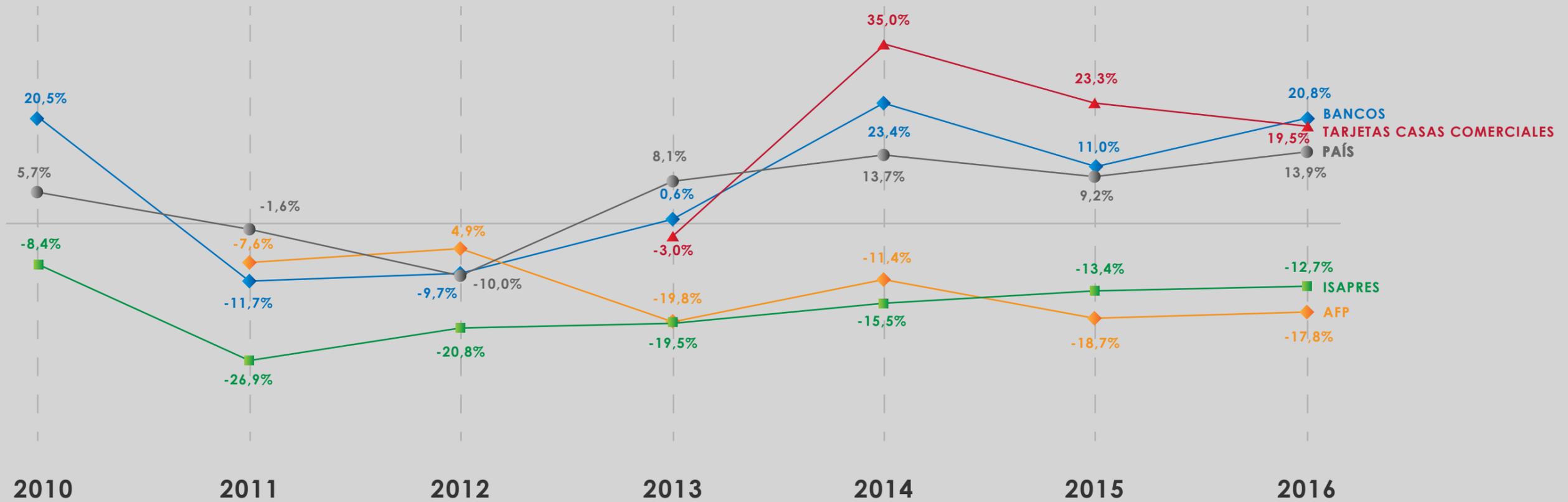
Por industrias 2016



◆ NPS

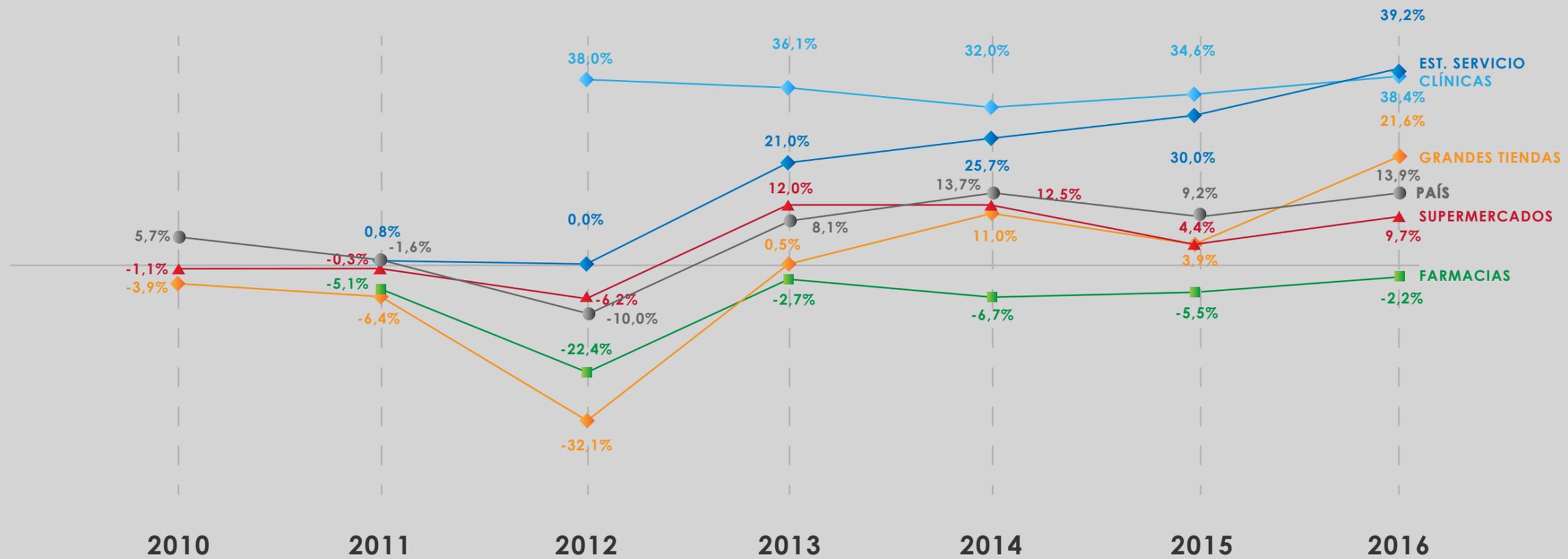
# EVOLUTIVO POR INDUSTRIAS 2016

Servicios de membresía



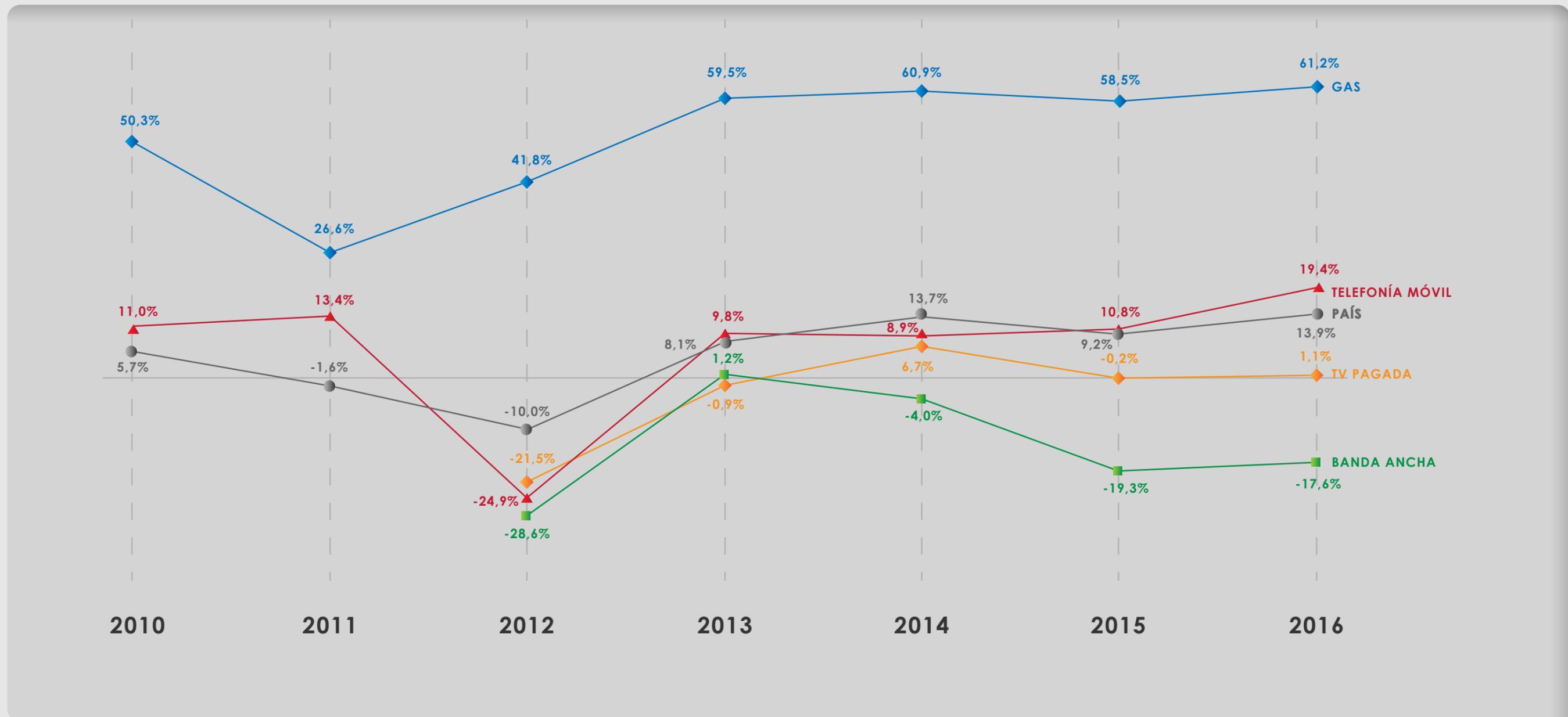
# EVOLUTIVO POR INDUSTRIAS 2016

## 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

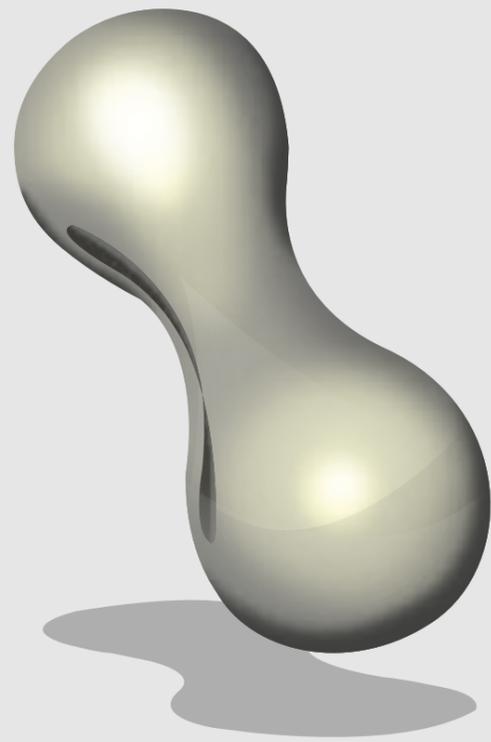


RANKING EMPRESA		PAÍS	PROMOTOR 41,8%	DETRACTOR 27,9%	NPS 13,9%	VAR. CON E. LÍDER
17	Clínicas	Clínica Las Condes	44,9%	18,9%	26,0%	45,5%
18	Grandes tiendas	Tienda Falabella	47,5%	22,0%	25,5%	46,0%
19	Grandes tiendas	Tienda Ripley	45,2%	23,1%	22,1%	49,4%
20	Bancos	Banco Santander	44,0%	22,0%	22,0%	49,5%
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<sup>®</sup>  
LEALTAD  
DEL CONSUMIDOR  
2016