METODOLOGÍA DE CÁLCULO

MEDICION DE LA SATISFACCION AL CLIENTE

PREMIACIÓN A LAS EMPRESAS CON MEJOR CALIDAD DE SERVICIO

1. ANTECEDENTES

Promover lealtad en los clientes permite a las empresas reducir riesgos y costos, por ende, brindar servicios más eficientes que pueden impulsar productividad, facilitando su desarrollo.

La medida fundamental de lealtad viene dada por las decisiones de compra de los clientes y de su satisfacción con el servicio. De esta manera la lealtad tiene 3 pilares: Satisfacción general con el servicio, disposición de recompra y recomendación.

Por tanto un cliente que se encuentra a gusto con el servicio que recibe, que está dispuesto a volver a adquirir el servicio y lo recomienda a otros usuarios, es considerado un cliente leal. Dada la importancia y el impacto que tiene en la lealtad de los clientes, se incorpora al análisis y cálculo de indicadores, a la satisfacción con el valor que el cliente paga por el servicio y si ha tenido o no problemas.

El Índice Ekos de Satisfacción al Cliente (IESC) es una medición "externa" y de alto valor para las empresas en Ecuador, que da cuenta, con una metodología robusta, del desempeño de las organizaciones en las distintas categorías, vistas por sus propios clientes.

EL 100% del levantamiento (en personas) se realizó mediante encuestas telefónicas a través del Call Center de Grupo EKOS.

Realizadas a niveles socioeconómicos bajo, medio y medio alto.

2. VARIABLES QUE INVOLUCRAN EL CALCULO

Satisfacción:
En general, ¿cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega (MENCIONAR MARCA / RESPUESTA). En una escala de 1 a 5, donde 1 es "Muy Insatisfecho" y 5 es "Muy Satisfecho".

Valor:
Por favor Utilizando una escala de 1 a 5 donde 1 es Muy insatisfecho y 5 Muy satisfecho, que tan satisfecho esta Ud. con los precios / tarifas que cobra… (MENCIONAR MARCA / RESPUESTA)?

Recomendación:
Por favor, utilizando una escala de 1 a 5, donde 1 es Para nada probable y 5 Muy probable, si un pariente, amigo o familiar quisiera usar / utiliza / comprar, los productos y/o servicios de… (MENCIONAR SECTOR) ¿Qué probabilidad existe de que usted recomiende a su pariente, amigo o familiar a que use / utilice / compre los productos y/o servicios de…. (MENCIONAR MARCA / RESPUESTA)?

Recompra:
Si tuviera que volver a contratar el servicio de (MENCIONAR SECTOR) ¿con que seguridad lo haría con (MENCIONAR MARCA / RESPUESTA)? Un una escala de 1 a 5 donde 1 es "Con seguridad NO lo contrataría" y 5 es "Con seguridad SI lo contrataría".

En el caso de estas 4 variables el valor que se considera el porcentaje de la Satisfacción Neta.

Cálculo de Satisfacción Neta:
SATISFACCIÓN: % Calificación 5 + % Calificación 4
*INSATISFACCIÓN: % Calificación 1 + % Calificación 2

*Esta variable se considera con signo negativo, pues de esta forma se confirma el concepto de calificación negativa



Problemas:
¿Ha tenido algún problema con el servicio entregado por….?
En esta variable sólo se considera el % de respuestas negativas, es decir aquellos que no tuvieron problemas pues es la parte que agrega valor al momento de medir la calidad de servicio.

3. METODOLOGÍA DE CÁLCULO Y PREMIACIÓN

El estudio es realizado entre hombres y mujeres mayores de 18 años de edad, con teléfono en el hogar. Todas las variables se evalúan con una escala de clasificación continua del 1 al 5, donde el 1 siempre es la menor evaluación y el 5 la mayor evaluación. La muestra recupera 300 entrevistas por marca, con un 5,8% de error muestral, al 95% de confianza. La muestra se levantó en el período julio 2018 – junio 2019.

Entre las variables involucradas son ponderadas con él 20% cada una. Así se obtiene un valor dentro del 100% que permite dar una posición de la marca dentro del sector.

Las marcas son ordenadas de mayor a menor en base a su índice final que es el resultado del promedio de los 5 indicadores analizados.

Los Bancos participantes en esta medición son:

- BANCO PICHINCHA
- BANCO PACIFICO
- BANCO GUAYAQUIL
- PRODUBANCO
- BANCO INTERNACIONAL
- BANCO BOLIVARIANO
- BANCO GENERAL RUMIÑAHUI