

# RELACIONAL

Segmento Hogares, Empresas y Gobierno

¿Cómo se puede fortalecer la relación con sus segmentos, a partir de la comprensión del enganche emocional de los clientes con los principales elementos de la propuesta de valor?

Medición 2024



# Entendimiento: un balance de lo relacional y lo transaccional

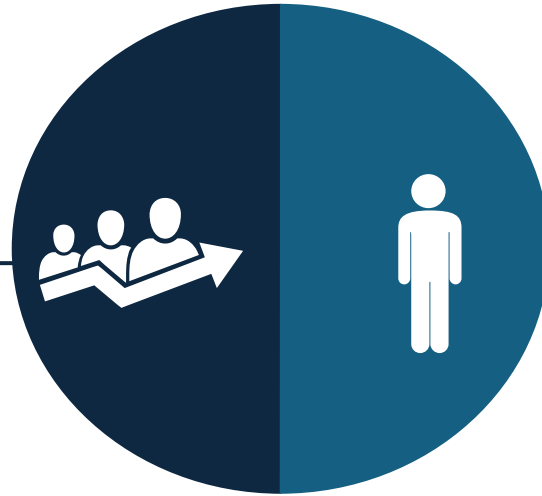
Metodologías



## Evaluar la Relación

Estudios Relacionales (Estratégicos)

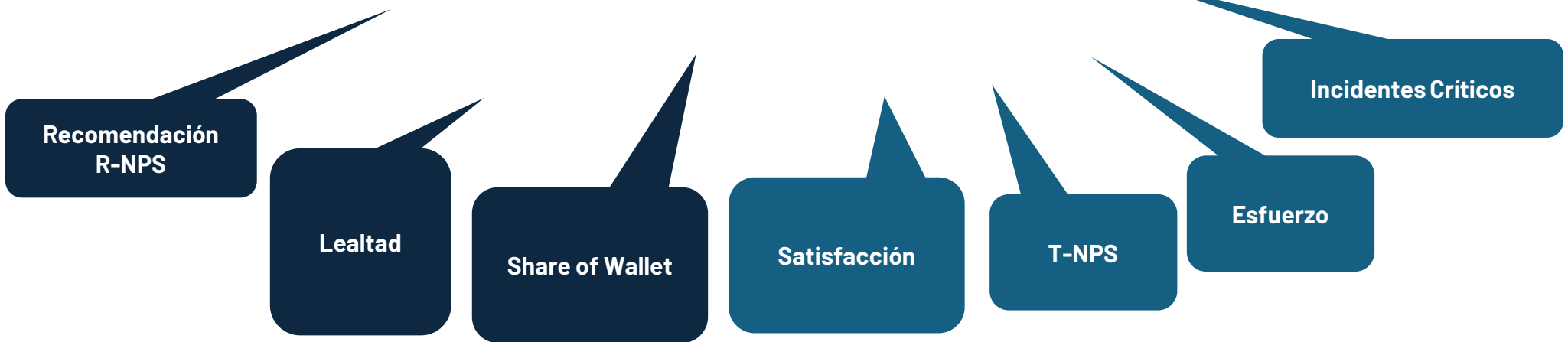
- Nivel de marca
- Experiencias acumuladas
- Multi-canal/multi-evento
- Key Driver analysis



## Medir la Experiencia

Estudios Transaccionales

- Orientadas según evento
- Experiencia única
- Reciente y oportuna
- Reporta a "unidades"

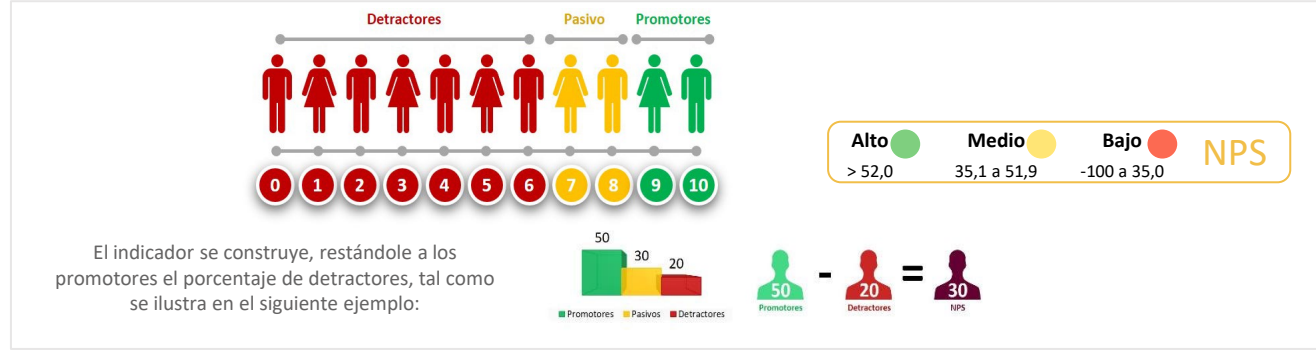


# Métricas

## Recomendación (NPS)

Basado en su experiencia en (la interacción), ¿Qué tan probable es que recomiende a (La empresa) a un amigo, familiar o compañero de trabajo? siendo 10 la máxima calificación  
*Calificación de 0 a 10*

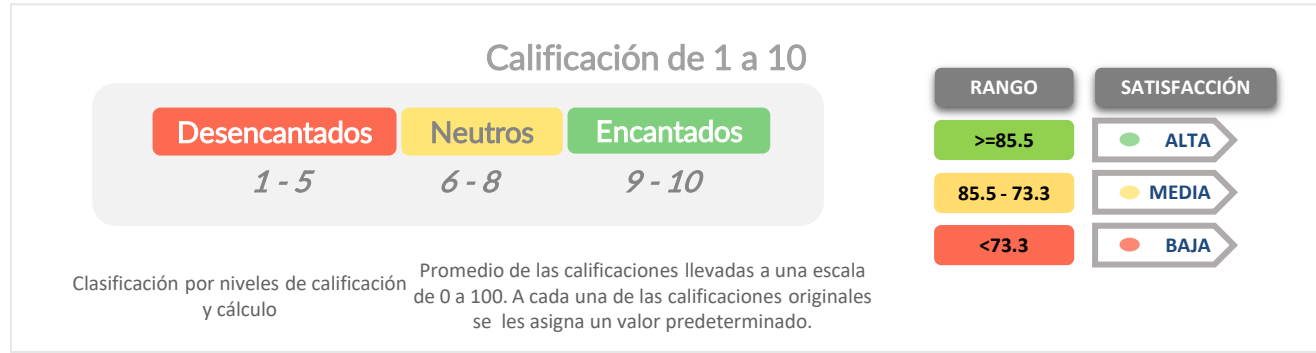
¿Cuáles son los principales motivos de su calificación?



## Satisfacción (ISE)

¿En términos generales, qué tan satisfecho se encuentra con la experiencia ofrecida por (Transacción)? siendo 10 la máxima calificación  
*Calificación de 1 a 10*

¿Cuáles son los principales motivos de su calificación?  
*(Pregunta abierta) Para todos los clientes.*



## CX Forces y EA



# Indicadores Total CHEC

2024





# Total filial CHEC 2024

**NPS RELACIONAL**

**50,0**

*contempla Hogares, Empresas, y  
Gobierno*

**SATISFACCIÓN**

**78,9**

*contempla Hogares, Empresas,  
y Gobierno*

**Experiencia  
Emocional**

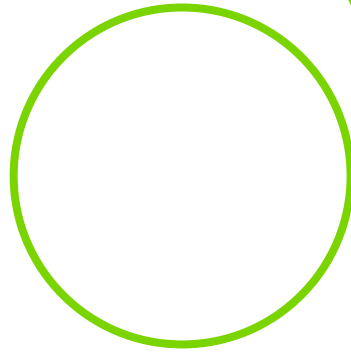
**42,9%**

*contempla Hogares y Empresas*

Indicadores se estiman acorde al peso generado según información de facturación compartida.

# Hogares

2024



## Ficha técnica

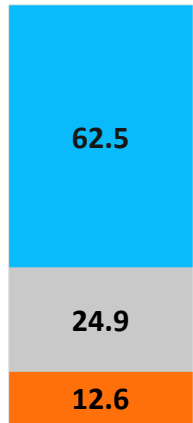
<b>Empresa Contratante</b>	CHEC
<b>Empresa que realiza</b>	Ipsos Napoleón Franco S.A.
<b>Representante del Cliente</b>	Carlos Mesa
<b>Tipo de Investigación</b>	Cuantitativa. Con la metodología Satisfactor y CX Forces +EA de Ipsos Napoleón Franco y NP
<b>Método de recolección de la información</b>	Entrevistas presenciales realizadas a partir de barrido de manzanas en las zonas de influencia de CHEC (Hogares)
<b>Grupo objetivo</b>	Hombres y Mujeres mayores de 18 años encargados de la relación con la empresa CHEC
<b>Ponderación</b>	Se pondera dentro de cada segmento por el factor de desagregación NSE en hogares
<b>Cubrimiento Geográfico</b>	Las ciudades a nivel nacional donde estén presentes los clientes.
<b>Proveedor de Campo</b>	Área de Operaciones de Ipsos Napoleón Franco.
<b>Tamaño de la muestra</b>	235
<b>Margen de error</b>	5,2%
<b>Fecha de campo</b>	Hogares: 11 de octubre al 31 de octubre 2024
<b>Cuestionario</b>	

# Resultados generales Hogares

Hogares

## Recomendación

NPS 49,9 ▼ -14,7



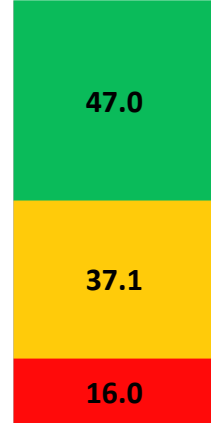
235

■ Promotores  
■ Neutros  
■ Detractores

## Satisfacción

Vs 2023

ISE 77,7 ▼ -4,6



235

■ Encantados  
■ Neutros  
■ Desencantados

Podemos identificar:

**Promotores:** Valoran la calidad y constancia del servicio, la puntualidad en la entrega de facturas y la buena atención al cliente; sin embargo, les preocupa el costo del servicio y algunos cobros adicionales sin justificación o falta de claridad.

**Neutros:** Consideran el servicio bueno en general, pero les molesta la falta de comunicación sobre los cortes de energía, los micro cortes y la atención no eficiente en ocasiones en oficinas. El costo del servicio también es una preocupación para ellos.

**Detractores:** los cortes de energía sin previo aviso y la demora en la reparación de daños, seguido de la percepción de un costo excesivo del servicio, ampliando la instauración de quejas.



“Que brinda servicios óptimos prestación del servicio es muy bueno tiene muy claro los datos de consumo de las facturas”.(Promotor)



“Aquí no hay más empresas que ofrecen ese servicio y no me están avisando cuando quitan la energía”. (Neutro)



“Sobre el costo tan exagerado en la prestación del servicio ellos ha entregado la empresa ha contratistas que tienen muy poca visión de lo que es la atención al usuario” (Detractor)

Alto > 52,0 Medio 35,1 a 51,9 Bajo -100 a 35,0 NPS

Alto > 85,5 Medio 73,3 a 85,5 Bajo <73,3 ISE



# INTEGRAR EL VÍNCULO EMOCIONAL

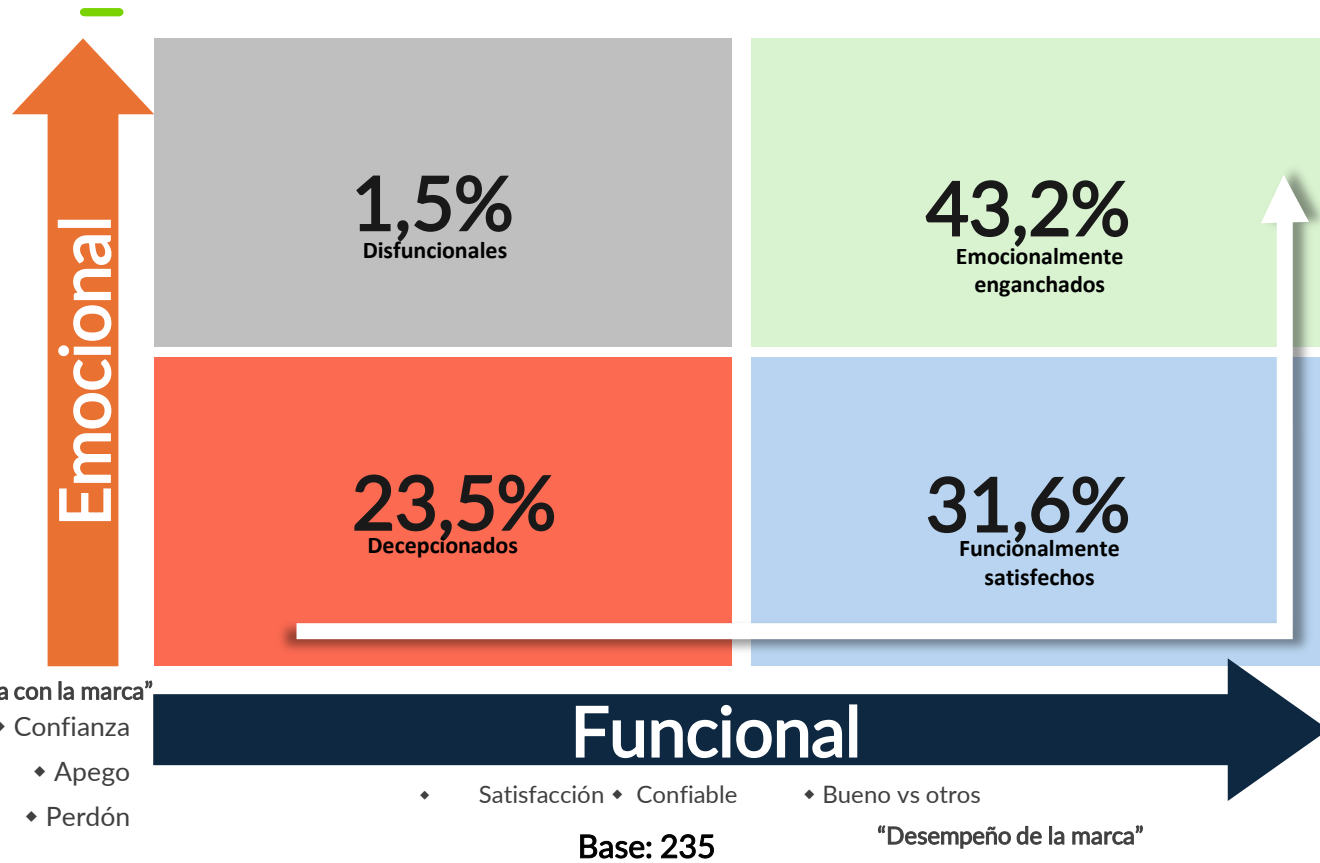


© Ipsos 2024



**CLIENTES EMOCIONALMENTE CONECTADOS  
TIENEN 5 VECES MÁS PROBABILIDAD DE  
PREFERIR NUESTRA MARCA.**

# Emotional Attachment



Cumplir con las expectativas establecidas por la promesa de marca

Proporcionar los ingredientes para impulsar relaciones sólidas: funcionales y emocionales

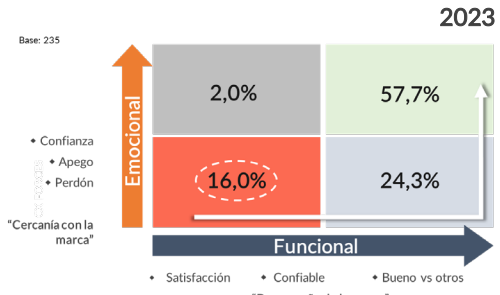
Implementación de la experiencia del cliente adecuado

## Hogares

87% de los Emocionalmente enganchados reafirman que se garantiza lo funcional desde el servicio y emocionalmente el 87% depositan su confianza en la marca

El 59% de los Decepcionados + Funcionalmente satisfechos, declaran que la marca no suplen completamente sus necesidades.

El 57% de los Emocionalmente enganchados estaría dispuesto a perdonar a la marca en caos de cualquier falla.



# Empresas

2024



## Ficha técnica

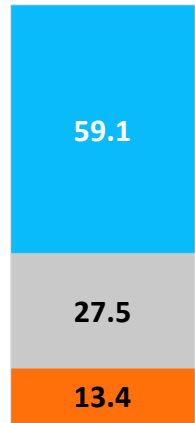
<b>Empresa Contratante</b>	CHEC
<b>Empresa que realiza</b>	Ipsos Napoleón Franco S.A.
<b>Representante del Cliente</b>	Carlos Mesa
<b>Tipo de Investigación</b>	Cuantitativa. Con la metodología Satisfactor y CX Forces +EA de Ipsos Napoleón Franco y NP
<b>Método de recolección de la información</b>	Entrevistas presenciales realizadas a partir de barrido de manzanas en las zonas de influencia de CHEC (Empresas)
<b>Grupo objetivo</b>	Responsable de la relación con servicios públicos, administrador, gerente de la empresa
<b>Ponderación</b>	Se pondera dentro de cada subsegmento en empresas
<b>Cubrimiento Geográfico</b>	Las ciudades a nivel nacional donde estén presentes los clientes
<b>Proveedor de Campo</b>	Área de Operaciones de Ipsos Napoleón Franco
<b>Tamaño de la muestra</b>	170
<b>Margen de error</b>	7,6%
<b>Fecha de campo</b>	Empresas: 11 de octubre al 31 de octubre 2024
<b>Cuestionario</b>	



# Resultados generales Empresa

## Recomendación

NPS 45,7 ▼ -15,6

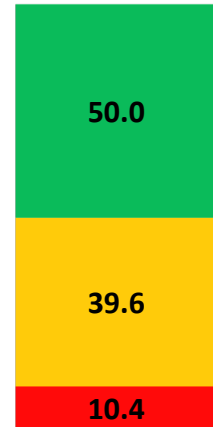


170

■ PROMOTORES  
■ NEUTROS  
■ DETRACTORES

## Satisfacción

ISE 79,7 ▲ +1,3



170

■ Encantados  
■ Neutros  
■ Desencantados

CHEC se destaca por su servicio **consistente y confiable**, lo cual genera satisfacción en los clientes que **valoran la fiabilidad del suministro de energía** y las experiencias positivas con el servicio al cliente.

En el caso de los neutrales, aunque reconocen una calidad de servicio generalmente buena, **manifiestan reservas debido a fallas ocasionales** y mencionan la falta de alternativas en el mercado.

Finalmente, los detractores expresan **preocupaciones significativas sobre los altos costos del servicio y problemas de facturación**, además de quejas **sobre interrupciones y fallas en el servicio**, lo que contribuye a su insatisfacción.



“Es un buen servicio, y es el que siempre ha estado que es buena y ha cumplido con lo que necesita la empresa”.



“Muy mal servicio por la falta de información y a veces suben los costos sin saber porqué”.

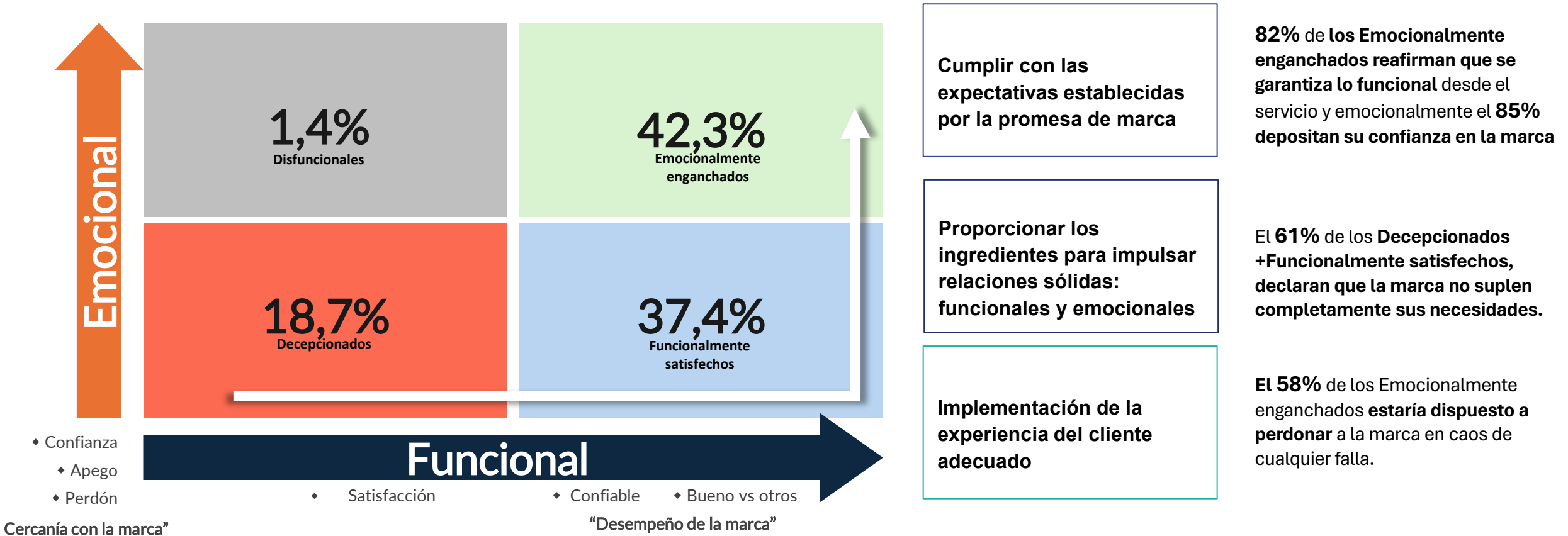


“Que los servicios son muy caros y en un mes se sube mucho se hace el reclamo y dicen que no hay nada que revisar”

Alto > 85,5 Medio 73,3 a 85,5 Bajo <73,3 ISE

Alto > 52,0 Medio 35,1 a 51,9 Bajo -100 a 35,0 NPS

# Emotional Attachment



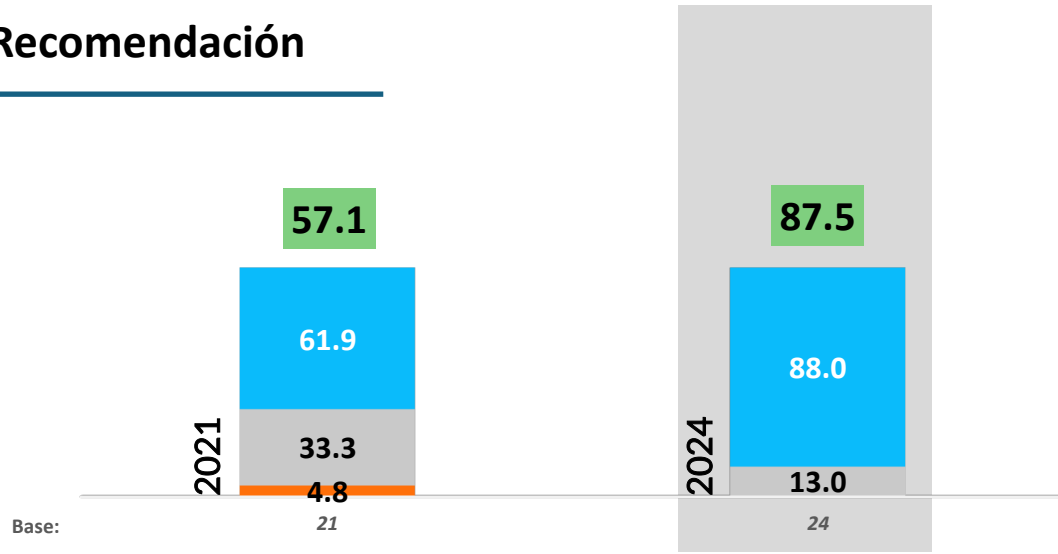
# Gobierno

2024

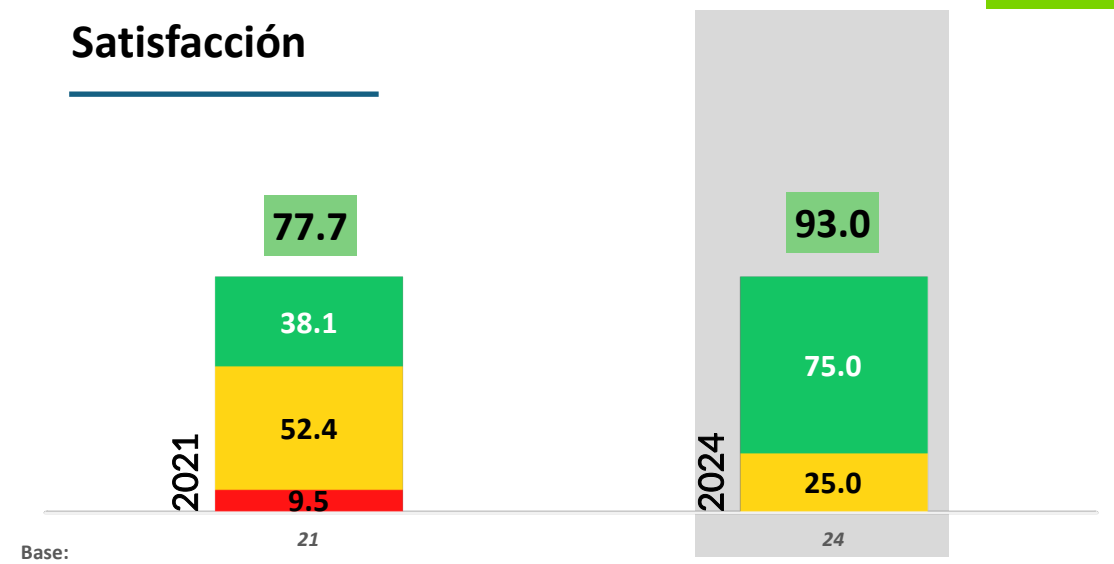


GOBIERNO

Recomendación



Satisfacción



Gobierno

CHEC ha logrado un notable aumento en su NPS gracias a varias fortalezas. **La calidad constante del suministro de energía** y una **atención al cliente diligente** han sido fundamentales para generar confianza y satisfacción. Además, la **comunicación oportuna sobre suspensiones** y el **enfoque en la sostenibilidad medioambiental y social** refuerzan su imagen positiva. La **capacidad de respuesta a las necesidades específicas** del municipio también se perciben como beneficios significativos, consolidando a CHEC como un proveedor de servicios altamente confiable y comprometido.



El **75%** declara continuar utilizando los servicios que  
tiene **actualmente** y  
**desarrollando** nuevos proyectos con  
**CHEC**