

ESTUDIO DE SATISFACCIÓN CLIENTES 2005

➤ OBJETIVOS DEL ESTUDIO

- ❖ Medir el grado de satisfacción de los clientes de TRANSELCA.
- ❖ Determinar los factores que generan mayor impacto en la fidelidad y en la satisfacción de los clientes.
- ❖ Identificar y priorizar las necesidades y expectativas de los clientes.
- ❖ Determinar el perfil general de la imagen de TRANSELCA entre sus clientes.

➤ SERVICIOS EVALUADOS

- ❖ Sistema de Transmisión Nacional – STN.
- ❖ Conexión al Sistema Interconectado Nacional - SIN
- ❖ Servicios Asociados.

➤ METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN

- ❖ El estudio fue realizado por el Centro Nacional de Consultoría en mes de diciembre de 2005, realizándose 50 encuestas presenciales.

➤ **FICHA TÉCNICA**

SEGMENTO	ENCUESTAS
Sistema de Transmisión Nacional	9
Conexión al Sistema de Transmisión Nacional	24
Servicios Asociados	17
TOTAL	50

RECOMENDAR A TRANSELCA COMO PROVEEDOR

78
2003

79
2004

86
2005

CONTINUAR CON LOS SERVICIOS ACTUALES

50
2003

56
2004

71
2005

SOLICITUD DE SERVICIOS ASOCIADOS

59
2003

52
2004

52
2005

LEALTAD

82/2003 - 87/2004 - 88/2005

COSTO - BENEFICIO - TOP THREE

73/2003 - 84/2004 - 71/2005

CALIDAD

62/2003 - 74/2004 - 82 /2005

IMAGEN DE TRANSELCA

67/2003 - 74/2004 - 91 /2005

TOP TWO

Año

TOP -TWO

% Dos mejores respuestas

TOP THREE

% Tres mejores respuestas

STN	CALIDAD GENERAL TRANSPORTE		MANTENIMIENTO Y OPERACIÓN DE LA RED		ATENCIÓN DE FALLAS		ATENCIÓN CLIENTE	
	90 2004	100 2005	73 2004	100 2005	75 2004	88 2005	82 2004	89 2005

SIN	CALIDAD GENERAL CONEXIÓN		MANTENIMIENTO Y OPERACIÓN DE EQUIPOS		ATENCIÓN DE FALLAS		ATENCIÓN CLIENTE	
	79 2004	84 2005	56 2004	75 2005	50 2004	69 2005	89 2004	83 2004
			FACTURACIÓN					
			68 2004	100 2005			TOP TWO Año	

Servicios Asociados	CALIDAD GENERAL ASOCIADOS		ASPECTOS TÉCNICOS		FACTURACIÓN		ATENCIÓN CLIENTE	
	77 2004	100 2005	92 2004	100 2005	80 2004	86 2005	93 2004	100 2005

	2001	2002	2003	2004	2005	Escala
<i>Probabilidad de Recomendar</i>	63 	57 	78 	79 	86 	% Extremadamente Probable + Probable
<i>Probabilidad de Incrementar el Servicio</i>		35 	59 	52 	52 	% Extremadamente Probable + Probable
<i>Probabilidad de Continuar con Transelca</i>		58 	50 	56 	71 	% Extremadamente Probable + Probable
<i>Lealtad Hacia Transelca</i>		58 	84 	87 	88 	% Totalmente de Acuerdo + De Acuerdo
<i>Le Afectaría no Recibir Servicios de Transelca</i>		65 	56 	52 	73 	% Totalmente de Acuerdo + De Acuerdo
<i>Calidad General de Transelca</i>	39 	49 	62 	74 	82 	% Excelente + Muy Buena
<i>Relación Costo Vs Beneficio</i>	68 	62 	73 	84 	71 	% Excelente + Muy Buen + Buen Valor por su
<i>Imagen General de Transelca</i>		84 	67 	74 	91 	% Excelente + Muy Buena
<i>Probabilidad de no considerar otras ofertas</i>					15 	% Poco probable o Nada probable
<i>Probabilidad de no buscar otras alternativas</i>					28 	% Poco probable o Nada probable

DESEMPEÑO:

-  Superior (80% - 100%)
-  Normal (60% - 79%)
-  Bajo (0% - 59%)

➤ RESULTADOS

Los resultados del Estudio de Satisfacción Clientes del año 2005 muestran un incremento en la mayoría de los indicadores, resultado de la ejecución del Plan de Mejoramiento ejecutado durante el año. Se destacan los siguientes indicadores que pasaron de desempeño normal a superior : Probabilidad de Recomendar 86%, Calidad General 82 %, Lealtad 88% e Imagen 91% (Sistema de medición Top Two Boxes – calificaciones excelente o muy bueno), Metodología Walker Information.

➤ BENCHMARKING

Con relación al BENCHMARKING Nacional e Internacional los resultados de TRANSELCA se indican en la siguiente tabla :

	Transelca				WIGN	Nacional	
	Total	STN	Conexión	Comp.			
Probabilidad de Recomendar	79	67	79	87	High	92	84
					Average	64	74
					Low	34	57
Probabilidad de Incrementar el consumo de productos o servicios	52	67	38	73	High	73	
					Average	49	
					Low	30	
Probabilidad de Continuar	56	67	57	47	High	90	97
					Average	70	85
					Low	38	76
Lealtad hacia la empresa	87	92	83	93	High	92	94
					Average	76	84
					Low	44	72
Le afectaría si la empresa no pudiera seguir prestándole sus servicios	52	67	49	47	High	86	90
					Average	63	70
					Low	24	42
Calidad General	74	83	74	67	High	94	70
					Average	69	62
					Low	52	49
Relación Costo-Beneficio	41	64	29	53	High	88	44
					Average	47	33
					Low	19	22

TOP TWO BOXES

➤ OBJETIVOS DEL ESTUDIO

- ❖ Medir el reflejo de la organización visto a través de sus Grupos de Interés
- ❖ Establecer las acciones prioritarias a mejorar en los atributos de la reputación de TRANSELCA con sus grupos de interés.

➤ FICHA TÉCNICA

El estudio fue realizado por el Centro Nacional de Consultoría durante el mes de diciembre de 2005, realizándose 62 encuestas presenciales y 401 telefónicas entre los diferentes grupos de interés de TRANSELCA.

GRUPO DE INTERES	ENCUESTAS
Clientes (Presenciales)	6
Medios de Comunicación (Presenciales)	8
Comunidad Financiera (Presenciales)	14
Proveedores (Presenciales)	17
Empleados (Autodiligenciada)	16
Accionistas (Presenciales)	1
Comunidad General Capitales (Telefonica)	201
Comunidad General Municipios (Telefonica)	200

➤ ATRIBUTOS MEDIDOS

ATRIBUTOS	Clientes	Comunidad General	Proveedores	Comunidad Financiera	Accionistas	Medios de Comunicación	Empleados
Liderazgo en el Mercado	X	X	X	X	X	X	X
Calidad de los Servicios	X	X	X	X	X	X	X
Orientada a los accionista					X		
Orientada al Cliente	X	X	X	X			
Actitud ciudadana	X	X	X	X	X	X	X
Comunidad	X	X	X			X	X
Ambiente de Trabajo	X	X	X	X	X		X
Gerencia Efectiva	X	X	X	X	X	X	X
Medio Ambiente	X	X	X			X	X
Diversidad	X	X	X			X	X
Desempeño financiero	X	X	X	X	X	X	X
Marca	X	X	X	X	X	X	X

➤ RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN - PROCESOS GENERALES DE TRANSELCA

	Global	Cientes	Comunidad Ciudad	Comunidad Muni	Proveedores	Comunidad Financiera	Medios de Comunicación	Empleados
Liderazgo en el Mercado:	82	83	74	78	94	100	100	88
Calidad de los Servicios:	82	83	75	75	100	100	88	100
Ambiente de Trabajo:	80	100	69	67	100	100		100
Gerencia Efectiva (Administración de la Calidad):	77	67	72	65	83	100	100	94
Desempeño financiero:	77	67	70	64	100	100	88	100
Marca:	76	80	69	72	83	100	71	100
Comunidad:	75	75	67	74	79		88	94
Orientada al Cliente:	71	67	60	72	89	100		
Medio Ambiente:	71	40	60	72	88		86	88
Actitud ciudadana:	70	50	56	70	82	91	83	87
Diversidad:	60		58	60	86		71	53

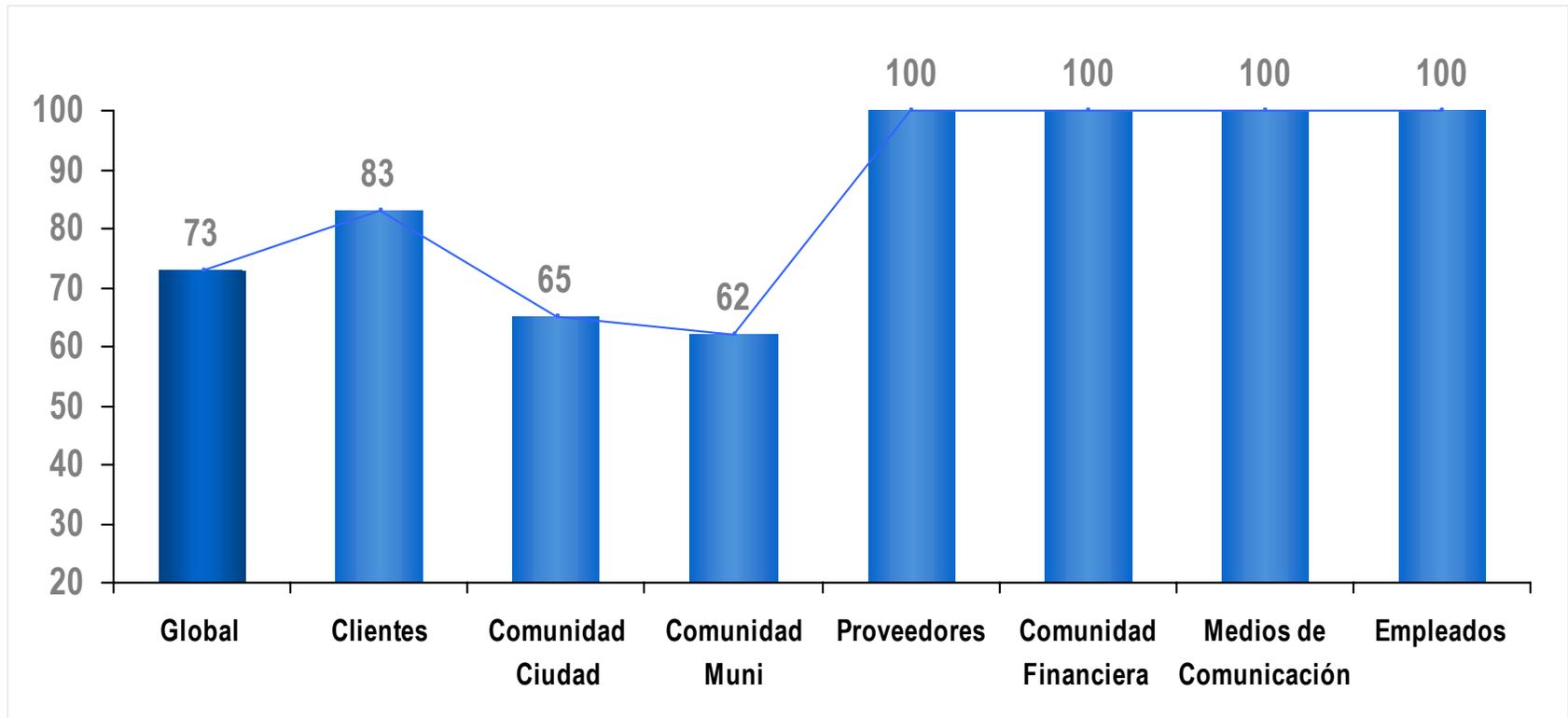
DESEMPEÑO:

-  Superior (80% - 100%)
-  Normal (60% - 79%)
-  Bajo (0% - 59%)

% TOP THREE

La Mejor + Una de las Mejores + Mejor que la Mayoría

➤ RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN – REPUTACIÓN GLOBAL DE TRANSELCA



% TOP THREE

La Mejor + Una de las Mejores + Mejor que la Mayoría

➤ RESULTADOS

En el año 2000 TRANSELCA realizó el primer estudio de reputación en el cual se evaluó solo la reputación entre la Comunidad en General.

En el estudio del año 2005 se consideran todos los Grupos de Interés. El resultado muestra que TRANSELCA tiene una buena reputación e imagen entre todas sus audiencias.

Se destaca el reconocimiento de la comunidad financiera, proveedores y medios de comunicación y una baja identificación de la comunidad de la Costa Atlántica.