# Diagnóstico Sectorial
# 12ª Encuesta CIER

## de Satisfacción del Consumidor Residencial de Energía Eléctrica

innovare pesquisa
OPINIÃO • MERCADO
cier

# Introducción

# Introducción

## Objetivos de la investigación

- Apuración del nivel de satisfacción de los consumidores respecto a la calidad del producto y de los servicios prestados por la distribuidora;
- Generación de índices que permitan la comparación de los resultados entre todas las distribuidoras;
- Generación de matrices de apoyo a la definición de acciones de mejora;

# Detalle de la investigación

# Detalle de la investigación

## Ficha técnica

En 2014 hacen parte del estudio 72 empresas (70 asociadas y 2 invitadas)

- 52 empresas que participaron de la investigación Cier;
  - 33 empresas con hasta 500 mil consumidores;
  - 19 empresas con más de 500 mil consumidores.
- 20 empresas que participaron de la investigación Abradee.
  - 2 con hasta 500 mil consumidores;
  - 18 con más de 500 mil consumidores.

Cobertura geográfica:

- 9 países de América del Sur;
- 6 países de América Central;
- 1.574 municipios:
  - 850 municipios en 14 países (excepto Brasil) → representando 15% del total de municipios atendidos por 52 empresas de todos los países;
  - 724 municipios en Brasil → representando 22% del total de municipios atendidos por las 20 empresas asociadas a la Cier y que también participan de la investigación Abradee 2014.

# Detalle de la investigación

## Ficha técnica

Período de recolección de datos Cier:

- 10 de mayo hasta  21 de julio de 2014;

Investigación Abradee:

- desde 08 de marzo hasta 05 de mayo de 2014;

Las encuestas fueron realizadas cara a cara y en el domicilio del encuestado;

El encuestado es el responsable por el domicilio (o cónyuge);

Tiempo promedio de aplicación de la encuesta: 40 minutos.

# Detalle de la investigación

## Ficha técnica

Tamaño de la muestra: 50.279 encuestas.

- Los resultados que se presentan se refieren al total de 37.125 encuestas, obtenidas de la siguiente manera:

  - 35 empresas con hasta 500 mil consumidores: para cada una, la muestra de **400 casos** permiten la **margen de error de ± 5,0%** considerando el intervalo de confianza de 95% (14.000 entrevistas)
  - 37 empresas con más de 500 mil consumidores: para cada una, la muestra de **625 casos** permiten la **margen de error de ± 4,0%,** considerando el intervalo de confianza de 95% (23.125 entrevistas)

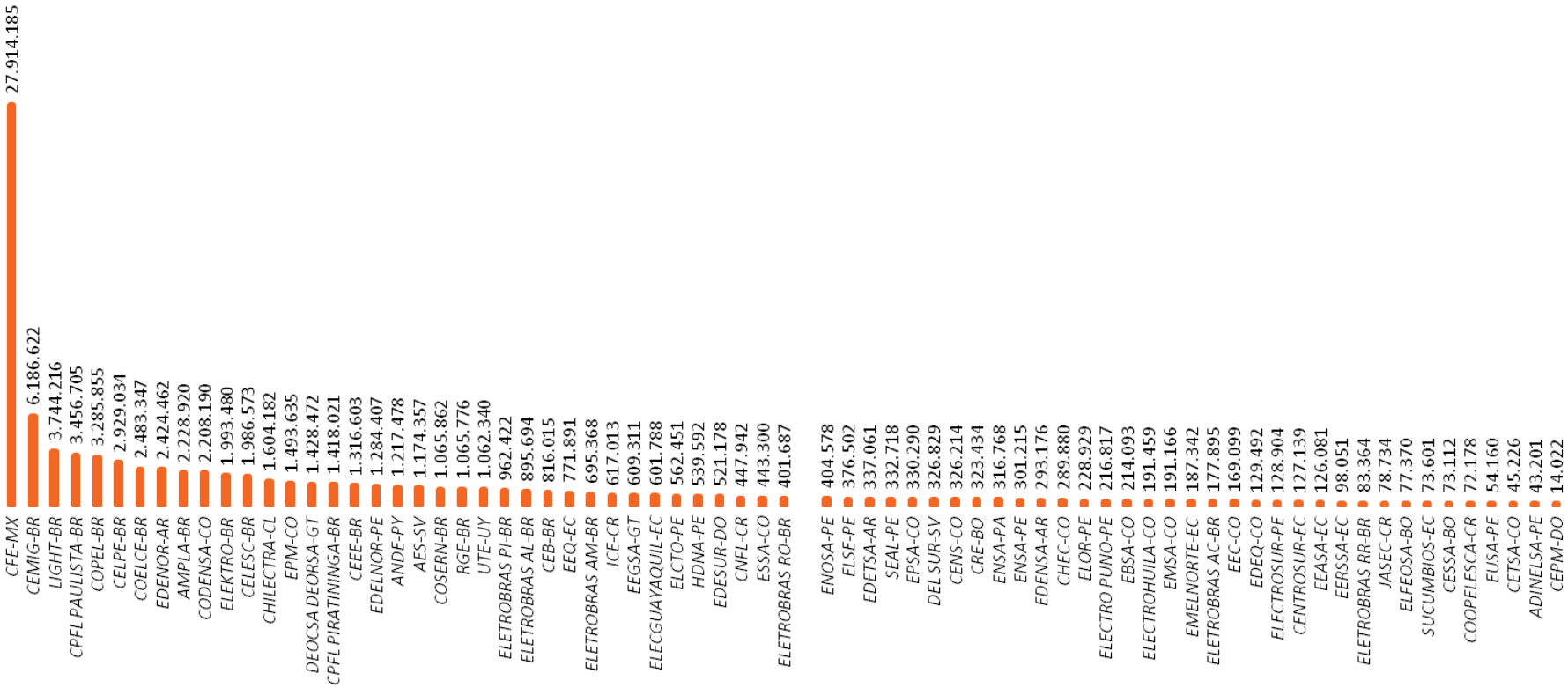
- Los 13.154 casos que se restan son respectos a las expansiones de muestras de las distribuidoras.

Margen de error del resultado Cier: ± 1,3% (IC 95%)

Margen de error del resultado Abradee: ± 1,3% (IC 95%)

# Número de consumidores por distribuidora





# Evolución del número de encuestas 1999 hasta 2014 (ABRADEE y CIER)

*Explicitación de la investigación*

| Año | Abradeee | | | CIER | | | Total | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Empresas | Encuestas | | Empresas | Encuestas | | | |
| | | Patron | Regiones | | Patron | Regiones | Empresas | Entrevistas |
| 1999 | 21 | 13.125 | - | | | | 21 | 13.125 |
| 2000 | 36 | 22.500 | - | | | | 36 | 22.500 |
| 2001 | 35 | 21.875 | - | | | | 35 | 21.875 |
| 2002 | 44 | 27.500 | - | | | | 44 | 27.500 |
| 2003 | 44 | 27.500 | - | 8 | 5.000 | - | 52 | 32.500 |
| 2004 | 40 | 25.000 | 9.501 | 9 | 5.625 | - | 49 | 40.126 |
| 2005 | 43 | 26.875 | 13.408 | 19 | 11.875 | - | 62 | 52.158 |
| 2006 | 48 | 30.000 | 13.836 | 24 | 15.000 | - | 72 | 58.836 |
| 2007 | 44 | 27.500 | 11.118 | 28 | 16.250 | - | 72 | 54.868 |
| 2008 | 45 | 24.300 | 12.762 | 38 | 17.675 | - | 83 | 54.737 |
| 2009 | 49 | 26.125 | 13.599 | 36 | 16.250 | 1.497 | 85 | 57.471 |
| 2010 | 49 | 26.125 | 13.302 | 44 | 21.200 | 3.963 | 93 | 64.590 |
| 2011 | 49 | 26.125 | 12.545 | 40 | 19.285 | 3.921 | 89 | 61.876 |
| 2012 | 46 | 24.925 | 15.436 | 40 | 19.375 | 1.230 | 86 | 60.966 |
| 2013 | 46 | 25.375 | 15.389 | 35 | 17.600 | 5.077 | 81 | 63.441 |
| 2014 | 46 | 25.375 | 14.291 | 41 | 25.075 | 5.129 | 87 | 69.870 |
| **Total** | **-** | **400.225** | **145.187** | **-** | **190.210** | **20.817** | **-** | **756.439** |

*Empresas de 15 países hicieron parte de la ronda 2014:*

*Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Uruguay.*

*Las 98 empresas participantes de la ronda de 2014 posee aproximadamente 115 millones de consumidores residenciales.*

*Tanto la encuesta Abradee cuanto la CIER utilizan la metodología desarrollada por la Abradee, lo que garantiza la comparación de los datos.*

*Los resultados son compartidos por las dos instituciones y entre las empresas participantes.*

# El instrumento de recolección de datos



Todo el tema tratado en la presente ronda fue trabajado en cerca de **320** variables (más de **70** preguntas), distribuidas entre **15** grandes grupos de cuestiones:

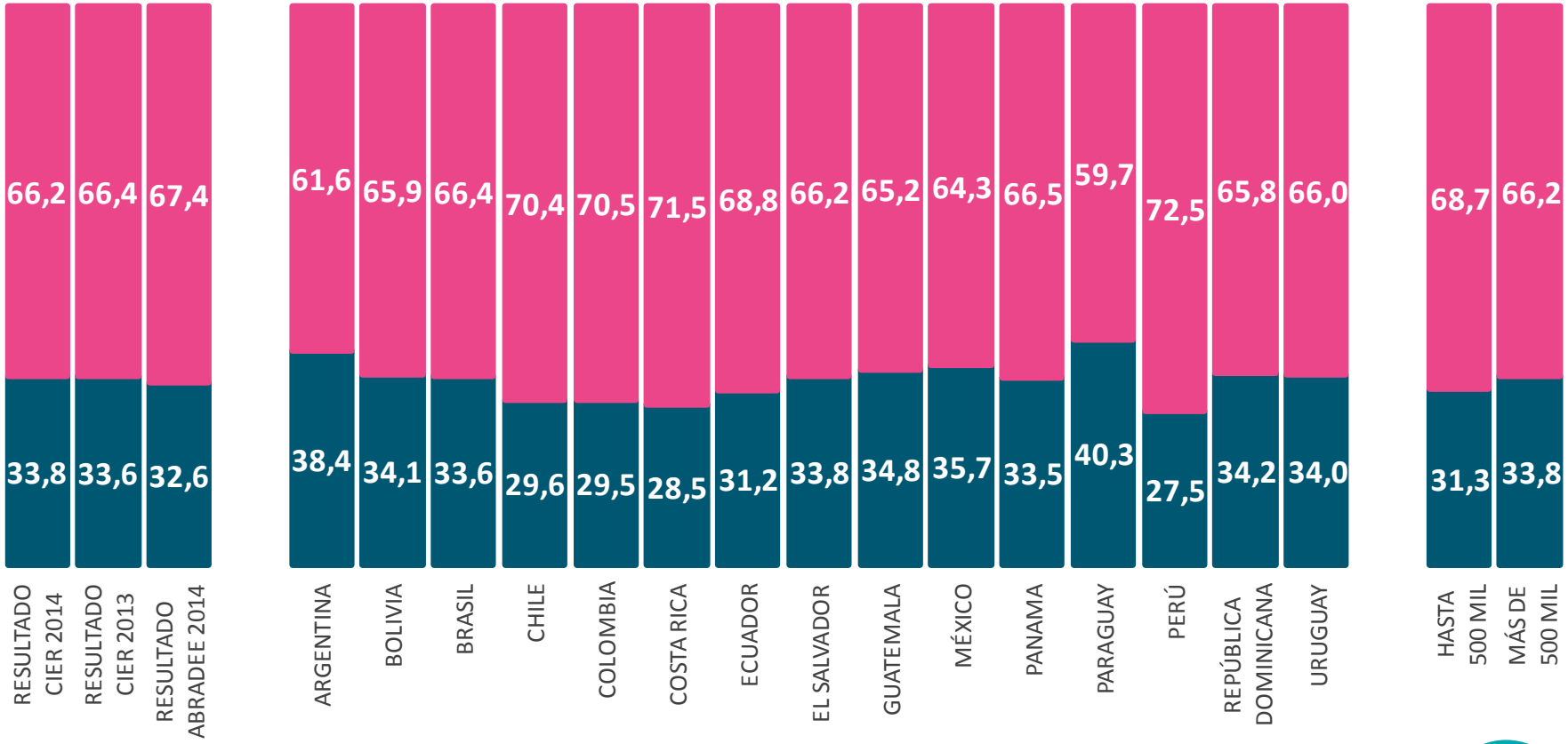
1. Caracterización de los encuestados (género, edad, escolaridad, ingreso familiar, entre otras).
2. Evaluación en torno a la calidad de los servicios prestados por la distribuidora, justificando las calificaciones asignadas a los mismos;
3. Evaluación en torno de la calidad de los servicios prestados por otras empresas como distribuidora de agua, servicios bancarios y operadoras de telefonía;
4. Apuración de la importancia:
   - de atributos de calidad y precio;
   - de áreas de calidad;
   - entre calidad y precio.
5. Percepción de la evolución de la empresa;

(continúa...)

# Caracterización de los encuestados

# Género

*Caracterización de los encuestados*




página 20

Informe Individual

Base: 100%

Masculino

Femenino

# Edad

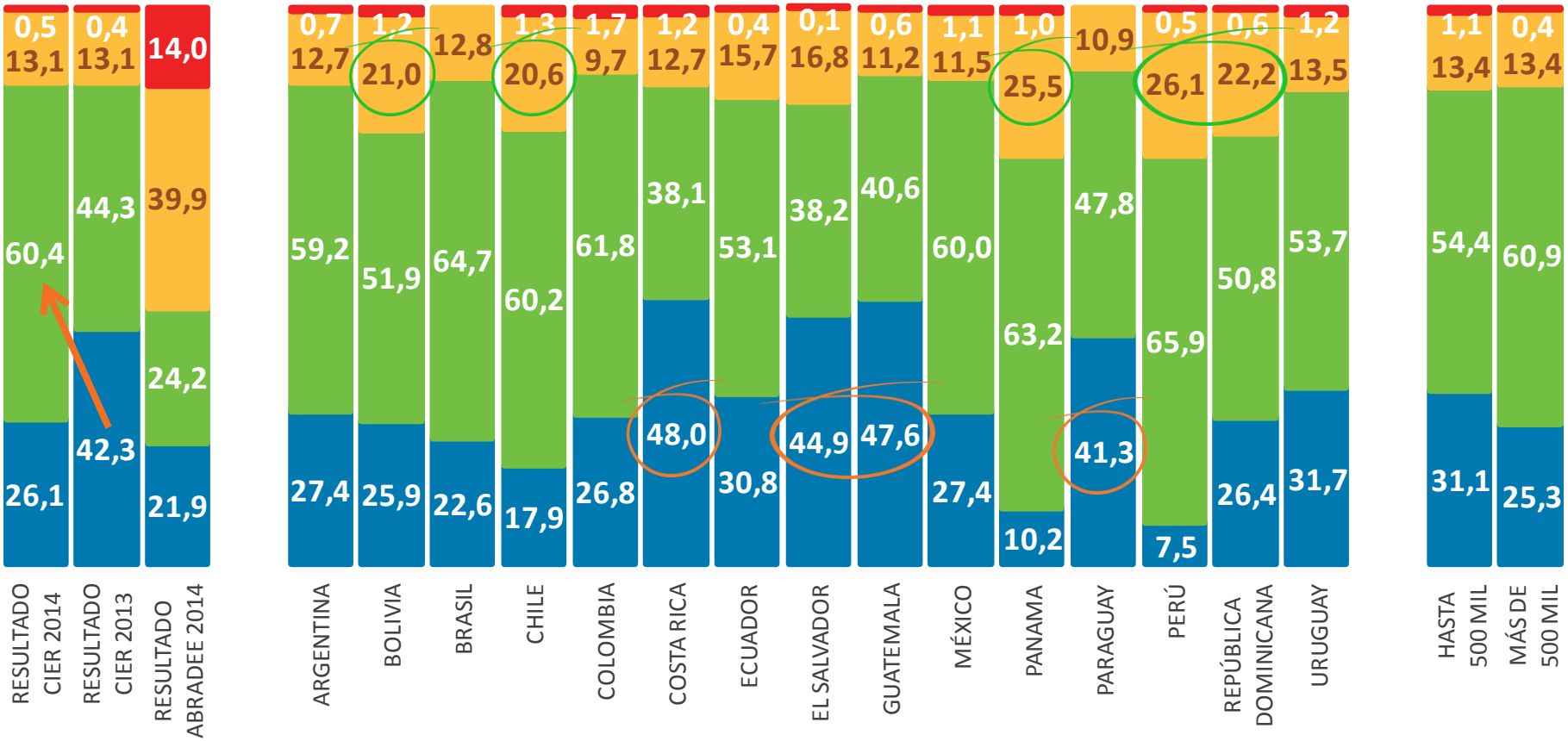


| EDAD (%) | RESULTADO CIER 2014 | RESULTADO CIER 2013 | RESULTADO ABRADEE 2014 | ARGENTINA | BOLIVIA | BRASIL | CHILE | COLOMBIA | COSTA RICA | ECUADOR | EL SALVADOR | GUATEMALA | MÉXICO | PANAMA | PARAGUAY | PERÚ | REPÚBLICA DOMINICANA | URUGUAY | HASTA 500 MIL | MÁS DE 500 MIL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Hasta 35 años | 23,3 | 23,8 | 23,8 | 22,4 | 30,2 | 22,5 | 12,8 | 23,2 | 26,8 | 28,4 | 25,4 | 32,8 | 26,5 | 19,0 | 25,8 | 21,0 | 23,7 | 21,0 | 24,2 | 23,2 |
| Entre 36 y 45 años | 21,7 | 21,9 | 22,0 | 18,9 | 21,7 | 21,7 | 17,1 | 22,1 | 18,3 | 23,8 | 21,3 | 25,6 | 27,0 | 20,5 | 22,1 | 26,1 | 18,9 | 17,4 | 22,0 | 21,8 |
| Entre 46 y 55 años | 24,9 | 23,5 | 24,3 | 23,5 | 20,5 | 25,0 | 29,6 | 24,2 | 25,7 | 24,7 | 21,5 | 22,6 | 23,2 | 20,5 | 22,7 | 23,7 | 25,7 | 21,7 | 23,1 | 25,0 |
| 56 o más | 30,0 | 30,7 | 30,0 | 35,3 | 27,7 | 30,8 | 40,5 | 30,5 | 29,2 | 23,2 | 31,9 | 19,1 | 23,3 | 40,0 | 29,4 | 29,3 | 31,7 | 39,9 | 30,7 | 30,0 |
| *Media recortada*:* | 46,9 | 46,8 | 46,8 | 47,9 | 44,4 | 47,2 | 52,1 | 46,8 | 46,3 | 44,1 | 46,6 | 42,5 | 44,6 | 49,7 | 46,2 | 47,1 | 47,3 | 49,2 | 46,7 | 46,9 |

** Media recortada: media aritmética simple, calculada sin los valores extremos.*

# Escolaridad






**Hay una mejora en el nivel de educación entre los dos últimos años**

página 20 Informe Individual

Base: 100%

Nivel básico | Nivel medio | Nivel universitario | Nivel posgrado

# Utilización de teléfono movil/celular



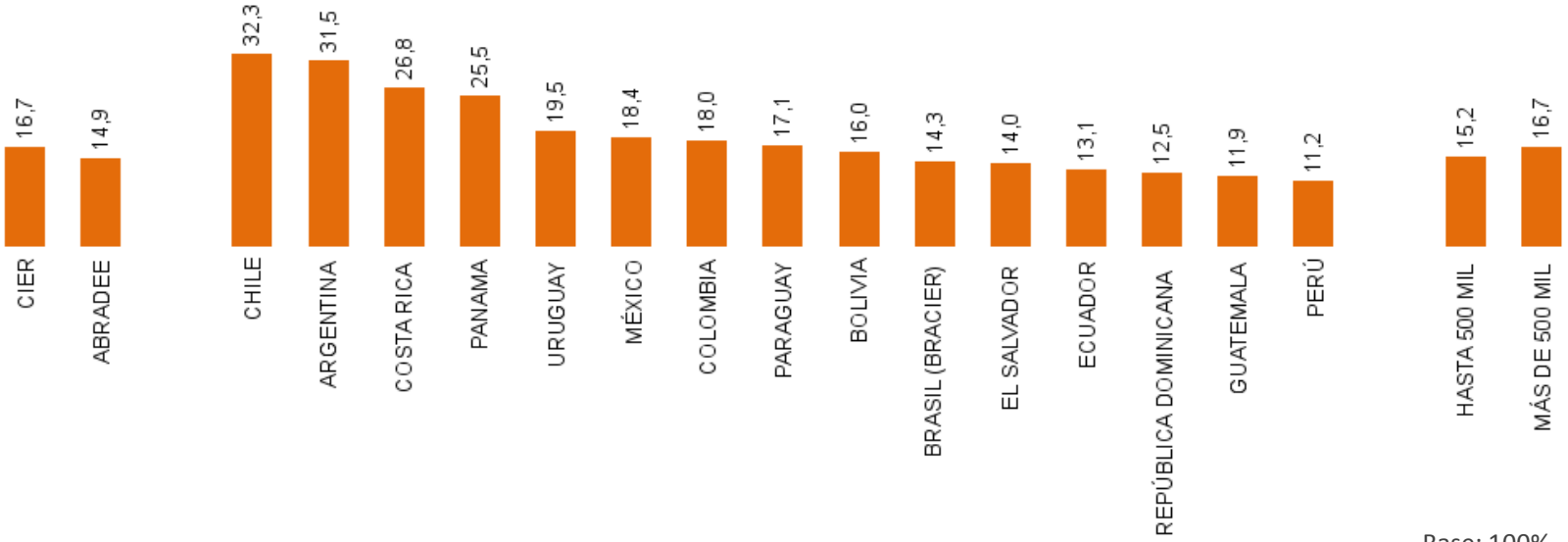
*Respuesta múltiple (% de domicilios que poseen los medios)*
*Resultado Cier 2013, Cier 2014 y Abradee 2014*

| TIPO DE USO DEL TELÉFONO MÓVIL (%) (VARIABLE CREADA) | RESULTADO CIER 2014 | RESULTADO CIER 2013 | RESULTADO ABRADEE 2014 | ARGENTINA | BOLIVIA | BRASIL | CHILE | COLOMBIA | COSTA RICA | ECUADOR | EL SALVADOR | GUATEMALA | MÉXICO | PANAMA | PARAGUAY | PERÚ | REPÚBLICA DOMINICANA | URUGUAY | HASTA 500 MIL | MÁS DE 500 MIL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Lee y envía mensaje de texto | 64,0 | 60,4 | 60,9 | 82,9 | 61,8 | 60,3 | 68,0 | 63,9 | 75,9 | 66,4 | 58,7 | 58,2 | 67,0 | 63,0 | 79,7 | 75,2 | 66,1 | 88,3 | 64,5 | 64,3 |
| Solamente lee o solamente envía mensaje de texto | 4,2 | 3,9 | 4,8 | 1,0 | 7,1 | 4,5 | 3,2 | 6,5 | 2,9 | 4,8 | 6,8 | 7,0 | 1,6 | 3,5 | 1,0 | 4,2 | 2,9 | 1,4 | 6,0 | 4,1 |
| No lee y no envía mensaje de texto | 16,0 | 16,0 | 17,5 | 3,0 | 24,0 | 17,9 | 19,8 | 19,2 | 12,0 | 7,8 | 16,9 | 30,6 | 4,8 | 23,5 | 16,3 | 8,8 | 15,3 | 3,4 | 17,9 | 15,7 |
| No posee teléfono móvil | 15,8 | 19,8 | 16,8 | 13,1 | 7,2 | 17,4 | 9,0 | 10,5 | 9,2 | 21,0 | 17,6 | 4,2 | 26,6 | 10,0 | 3,0 | 11,8 | 15,7 | 6,9 | 11,6 | 16,0 |
| Base: 100% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

página 23
Informe Individual

# % de jefes del domicilio que posee *smartphone* y bajan aplicaciones (variable creada)

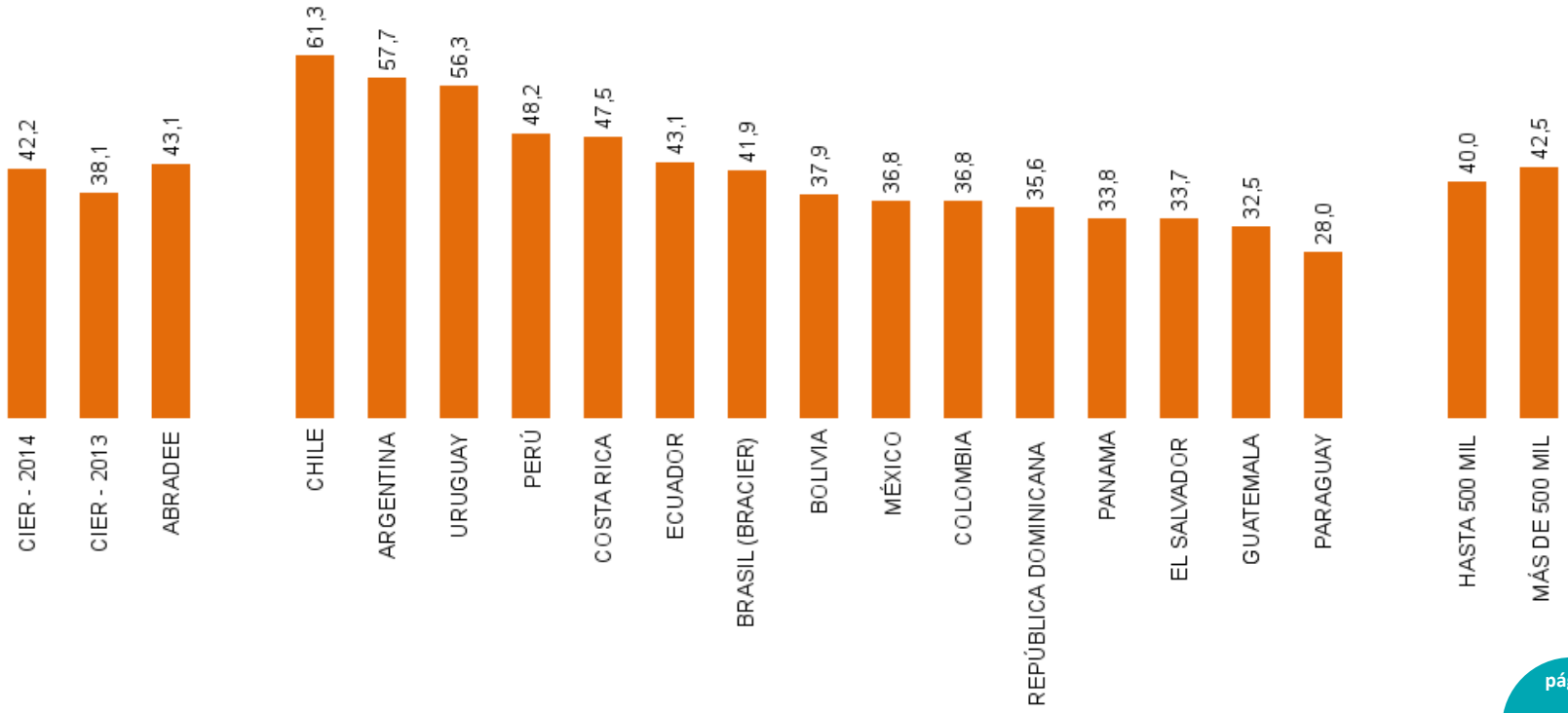
## por País y Porte de las Distribuidoras




Base: 100%

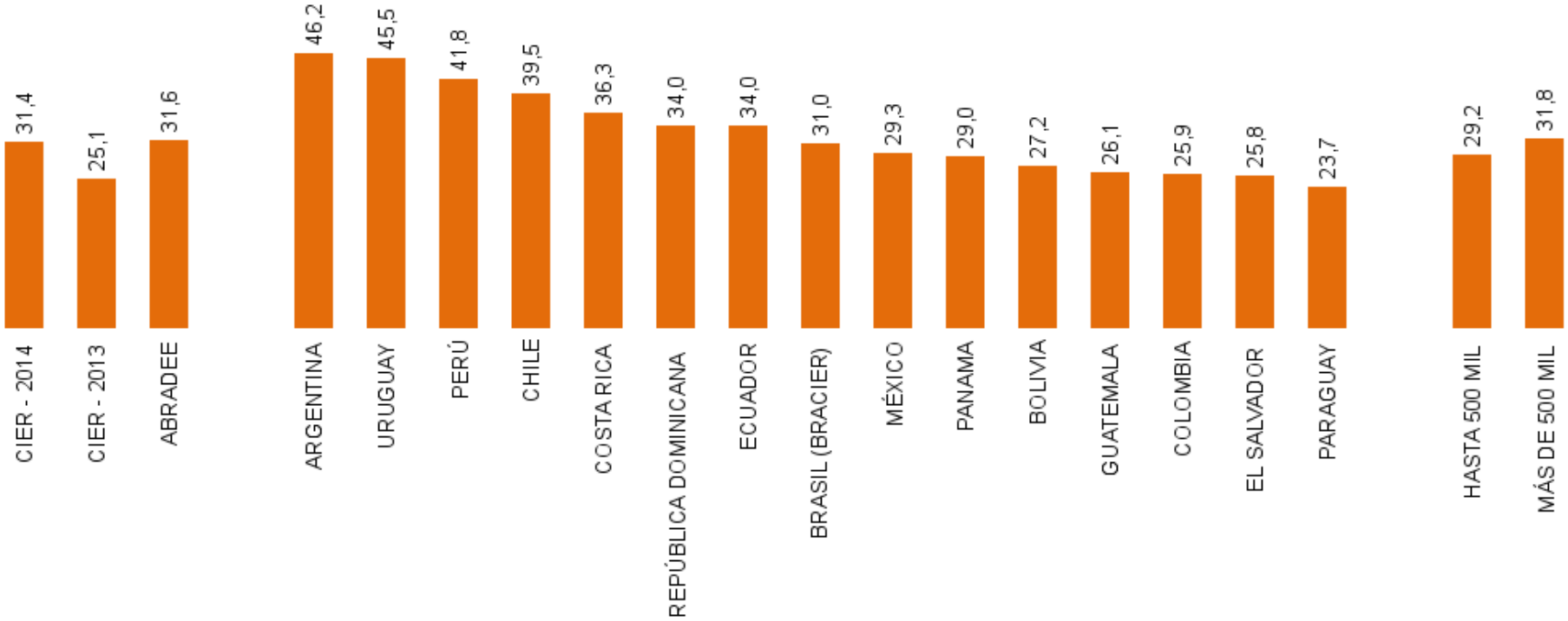
# Jefes del domicilio que poseen acceso a la Internet

## por País y Porte de las Distribuidoras



# Jefe del domicilio que acceden *Facebook* o *Twitter* (variable creada)

## por País y Porte de las Distribuidoras

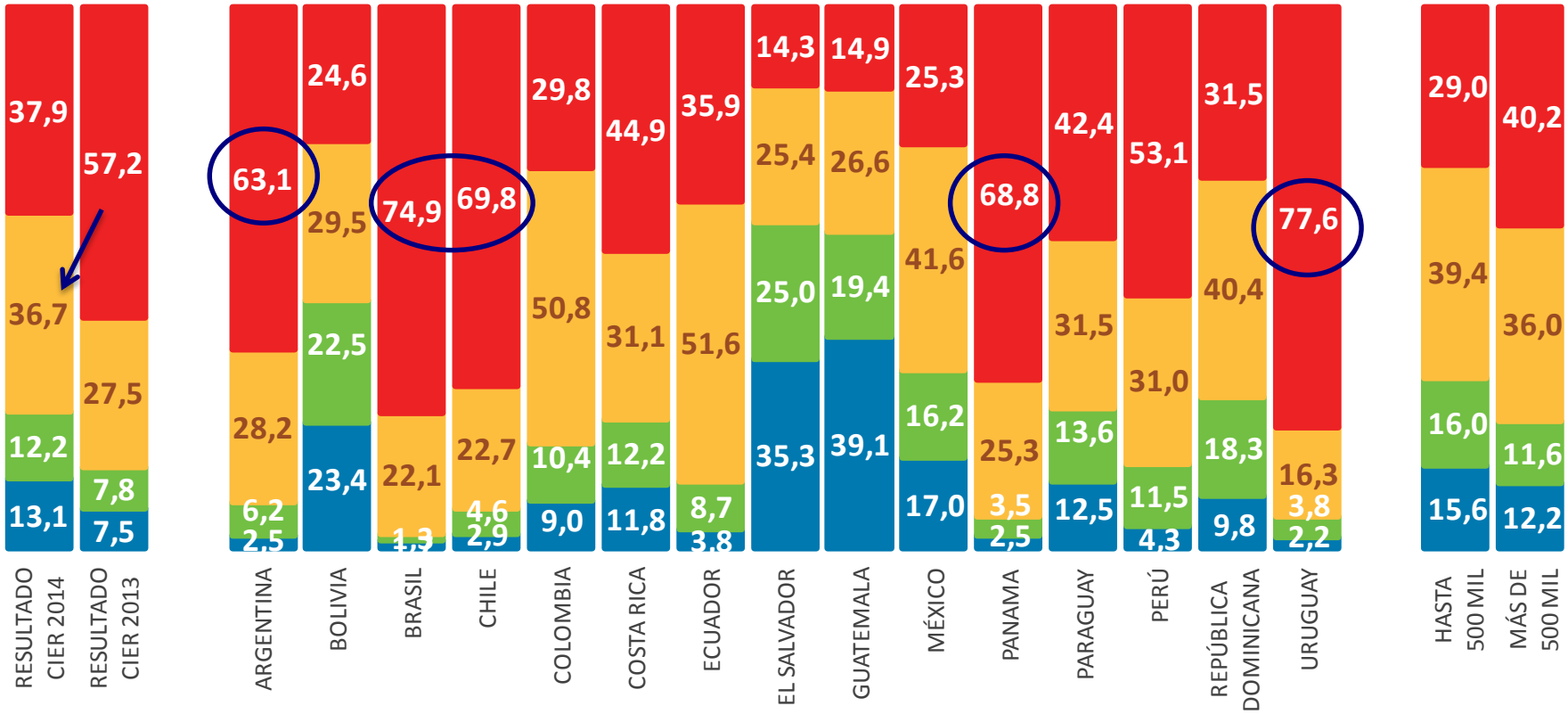


# Caracterización de los domicilios

# Caracterización de los domicilios: ingreso familiar



*Resultado Cier 2014 y Abradee (2014)*




Base: 100%

- Hasta US$ 200,00 al mes
- Entre US$ 201,00 y US$ 300,00 al mes
- Entre US$ 301,00 y US$ 500,00 al mes
- Más de US$ 500,00 al mes

# Importe de la factura de energía eléctrica (media*): 2013/2014 y participación del gasto con la energía eléctrica en el ingreso familiar

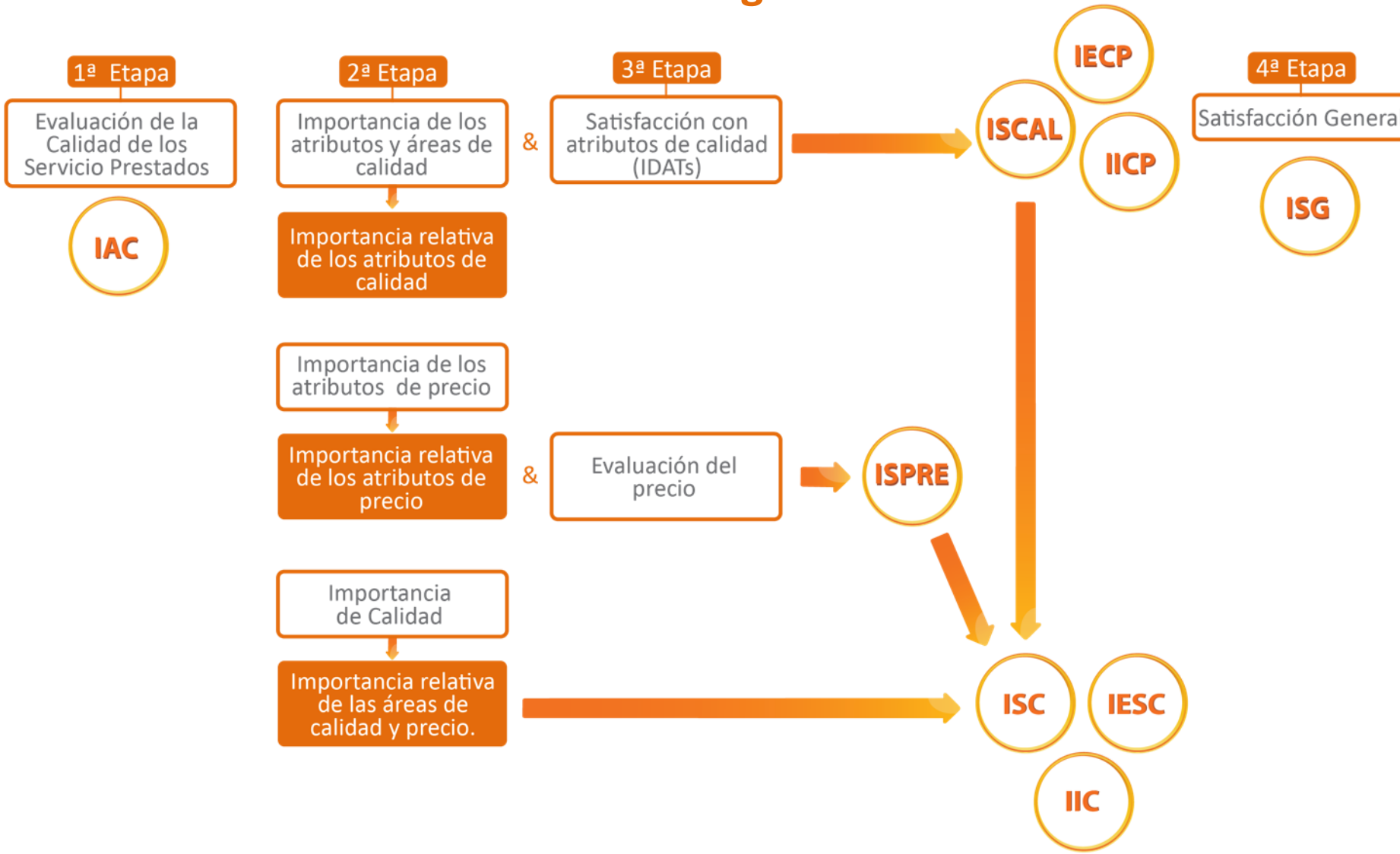
| | Valor de la factura/boleta de energía | | | Diferencia | Participación del gasto con la energía eléctrica en el ingreso familiar (%) | | Diferencia |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CIER | 2013 | USD | 40,00 | -13,6% | 2013 | 6,3 | -11,2% |
| | 2014 | USD | 34,58 | | 2014 | 5,6 | |
| ARGENTINA | 2013 | USD | 21,61 | -44,6% | 2013 | 2,7 | -43,7% |
| | 2014 | USD | 11,98 | | 2014 | 1,5 | |
| BOLIVIA | 2013 | USD | 22,95 | -6,8% | 2013 | 6,4 | 1,3% |
| | 2014 | USD | 21,38 | | 2014 | 6,5 | |
| BRASIL | 2013 | USD | 44,48 | -12,9% | 2013 | 5,9 | -16,5% |
| | 2014 | USD | 38,74 | | 2014 | 4,9 | |
| CHILE | 2013 | USD | 46,00 | 2,7% | 2013 | 6,6 | 12,8% |
| | 2014 | USD | 47,24 | | 2014 | 7,5 | |
| COLOMBIA | 2013 | USD | 27,36 | 3,5% | 2013 | 6,6 | 6,4% |
| | 2014 | USD | 28,33 | | 2014 | 7,0 | |
| COSTA RICA | 2013 | USD | 41,71 | -10,1% | 2013 | 7,3 | 24,1% |
| | 2014 | USD | 37,51 | | 2014 | 9,1 | |
| ECUADOR | 2013 | USD | 20,76 | -7,3% | 2013 | 4,8 | -16,4% |
| | 2014 | USD | 19,25 | | 2014 | 4,0 | |
| EL SALVADOR | 2013 | USD | 29,09 | -10,2% | 2013 | 7,7 | 42,8% |
| | 2014 | USD | 26,13 | | 2014 | 11,0 | |
| GUATEMALA | 2013 | USD | 39,29 | -19,0% | 2013 | 9,7 | 46,4% |
| | 2014 | USD | 31,81 | | 2014 | 14,2 | |
| MÉXICO | 2013 | USD | 12,88 | -1,2% | 2013 | 4,3 | -10,3% |
| | 2014 | USD | 12,73 | | 2014 | 3,8 | |
| PANAMA | 2013 | USD | 33,95 | 40,4% | 2013 | 7,6 | 2,9% |
| | 2014 | USD | 47,66 | | 2014 | 7,8 | |
| PARAGUAY | 2013 | USD | 33,49 | 7,6% | 2013 | 7,8 | 3,4% |
| | 2014 | USD | 36,03 | | 2014 | 8,1 | |
| PERÚ | 2013 | USD | 43,87 | 11,1% | 2013 | 8,4 | 4,9% |
| | 2014 | USD | 48,73 | | 2014 | 8,8 | |
| REPÚBLICA DOMINICANA | 2013 | USD | 64,87 | -64,2% | 2013 | 12,8 | -58,9% |
| | 2014 | USD | 23,20 | | 2014 | 5,3 | |
| URUGUAY | 2013 | USD | 70,08 | 29,0% | 2013 | 9,0 | 24,5% |
| | 2014 | USD | 90,37 | | 2014 | 11,2 | |

página 99
nforme Individua

** Media recortada: media aritmética simple, retirando las respuestas extremas (5% de los valores más bajos y 5% de los valores más altos)*

# Metodología

# Metodología



# Satisfacción del Consumidor

## Calidad percibida

- **Suministro de Energía** – 3 atributos
- **Información y Comunicación** – 4 atributos
- **Factura de Energía** – 5 atributos
- **Atención al Consumidor** – 10 atributos
- **Imagen** – 9 atributos

31 atributos

5 IDARs | 31 IDATs

## Valor percibido

- **Precio propiamente dicho y Precio x beneficios** – 4 atributos

4 atributos

1 IDAR | 4 IDATs

## Demás aspectos

- **Responsabilidad Social** – 8 atributos exclusivos
- **Alumbrado Público** – 3 atributos

11 atributos

2 IDARs | 11 IDATs

**8 IDARs**

**46 IDATs**

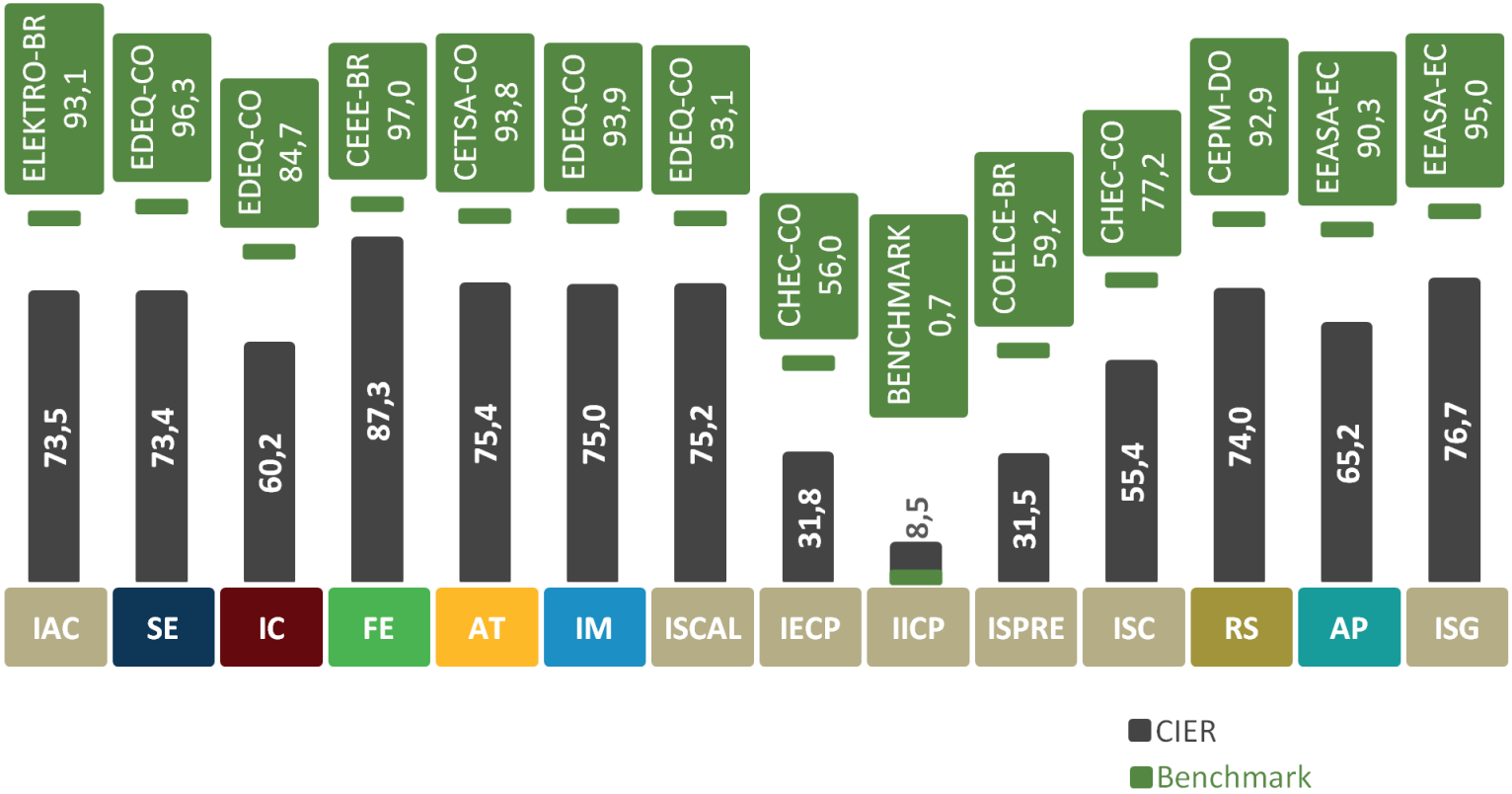
# Principales resultados CIER

# Principales índices de satisfacción 2014



## *Resultado Cier y benchmarks*

**PRINCIPALES ÍNDICES**
**(DISTRIBUIDORA X BENCHMARK X RESULTADO CIER)**



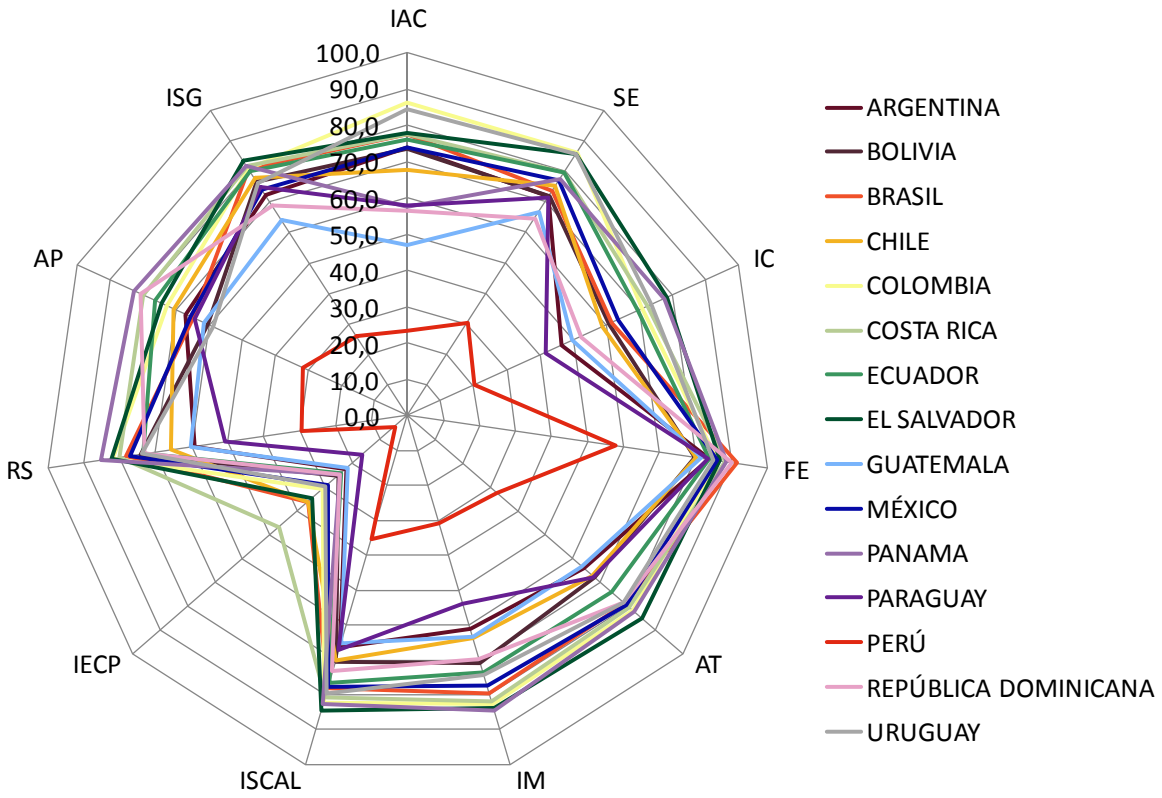
# Principales Resultados

## Benchmarks *2014 x por porte de las distribuidoras*

| | Hasta 500 mil consumidores | Más de 500 mil consumidores |
|---|---|---|
| IAC | EEASA-EC (91,5) | ELEKTRO-BR (93,1) |
| SUMINISTRO DE ENERGÍA | EDEQ-CO (96,3) | ELEKTRO-BR (90,7) |
| INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN | EDEQ-CO (84,7) | ELECGUAYAQUIL-EC (81,0) |
| FACTURA DE ENERGÍA | EDEQ-CO (94,4) | CEEE-BR (97,0) |
| ATENCIÓN AL CONSUMIDOR | CETSA-CO (93,8) | COPEL-BR (91,0) |
| IMAGEN | EDEQ-CO (93,9) | COPEL-BR (93,3) |
| ISCAL | EDEQ-CO (93,1) | COPEL-BR (89,3) |
| IECP | CHEC-CO (56,0) | ELEKTRO-BR (51,4) |
| RESPONSABILIDAD SOCIAL | CEPM-DO (92,9) | COPEL-BR (91,8) |
| ALUMBRADO PÚBLICO | EEASA-EC (90,3) | ELEKTRO-BR (86,5) |
| ISG | EEASA-EC (95,0) | ELEKTRO-BR (93,1) |

# Principales índices de satisfacción

## *Resultado Cier 2014 x país*




LEGENDA

- IAC: ÍNDICE DE APROBACIÓN DEL CONSUMIDOR
- SE: SUMINISTRO DE ENERGÍA
- IC: INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
- FE: FACTURA DE ENERGÍA
- AT: ATENCIÓN AL CONSUMIDOR
- IM: IMAGEN
- ISCAL: ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA
- RS: RESPONSABILIDAD SOCIAL
- AP: ALUMBRADO PÚBLICO
- ISG: ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL

# Serie histórica de los atributos (IDAT´s)

SUMINISTRO DE ENERGÍA

- SE1 Sin interrupción
- SE2 Sin variación de voltaje
- SE3 Rapidez en la reincorporación cuando falta

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

- IC1 Notificación previa de interrupción
- IC2 Uso eficiente
- IC3 Riesgos y peligros
- IC4 Derechos y deberes

FACTURA DE ENERGÍA

- FE1 Plazo entre el recibo y el vencimiento
- FE2 Factura sin errores
- FE3 Facilidad de comprensión
- FE4 Locales para el pago
- FE5 Fechas para el vencimiento

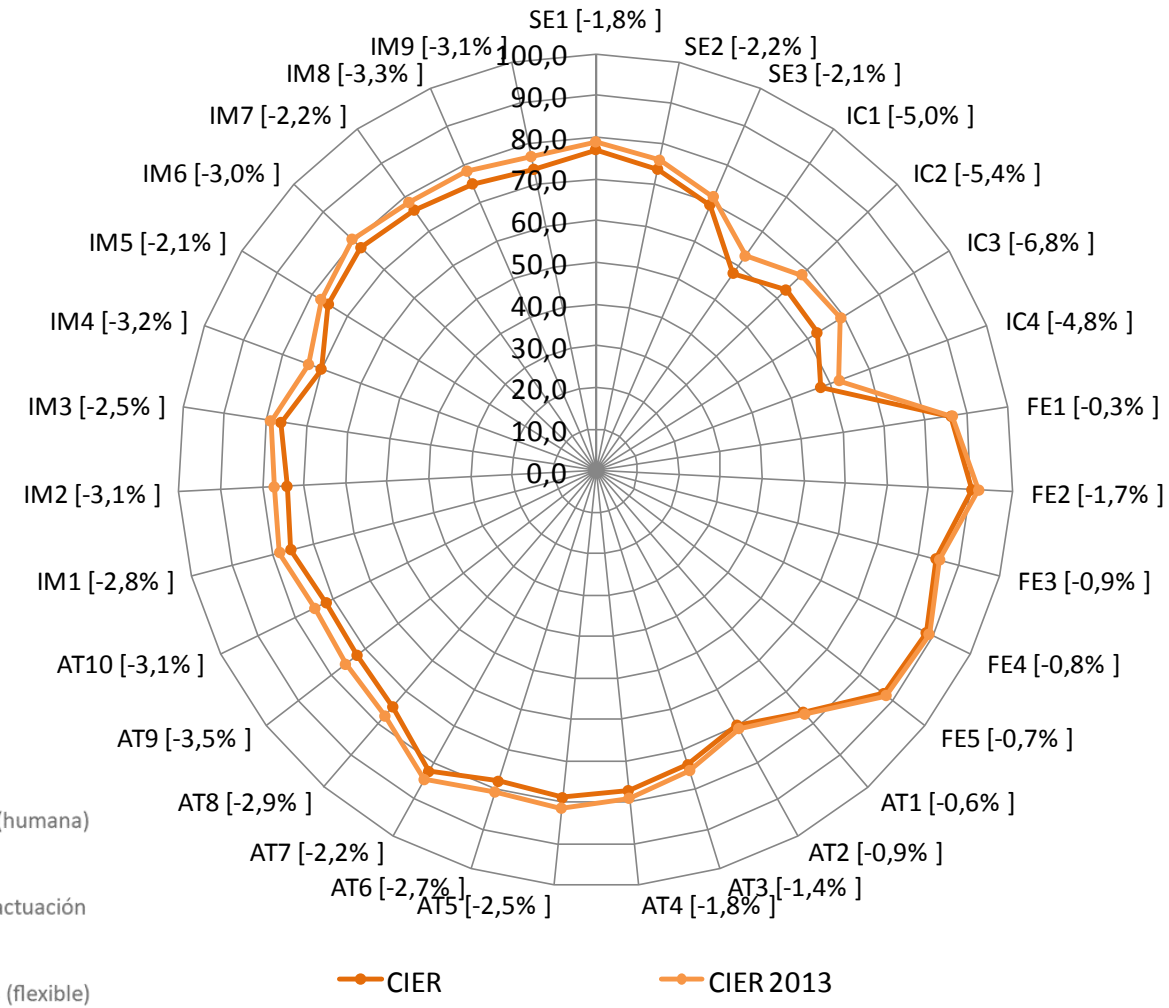
ATENCIÓN AL CONSUMIDOR

- AT1 Facilidad para contactarse
- AT2 Tiempo de espera hasta ser atendido
- AT3 Duración del tiempo de la atención
- AT4 Autonomía/ flexibilidad del atendiente
- AT5 Conocimiento sobre el tema
- AT6 Claridad en la información
- AT7 Calidad de la atención
- AT8 Plazo informado
- AT9 Solución definitiva del problema
- AT10 Cumplimiento de los plazos

IMAGEN DE LA EMPRESA

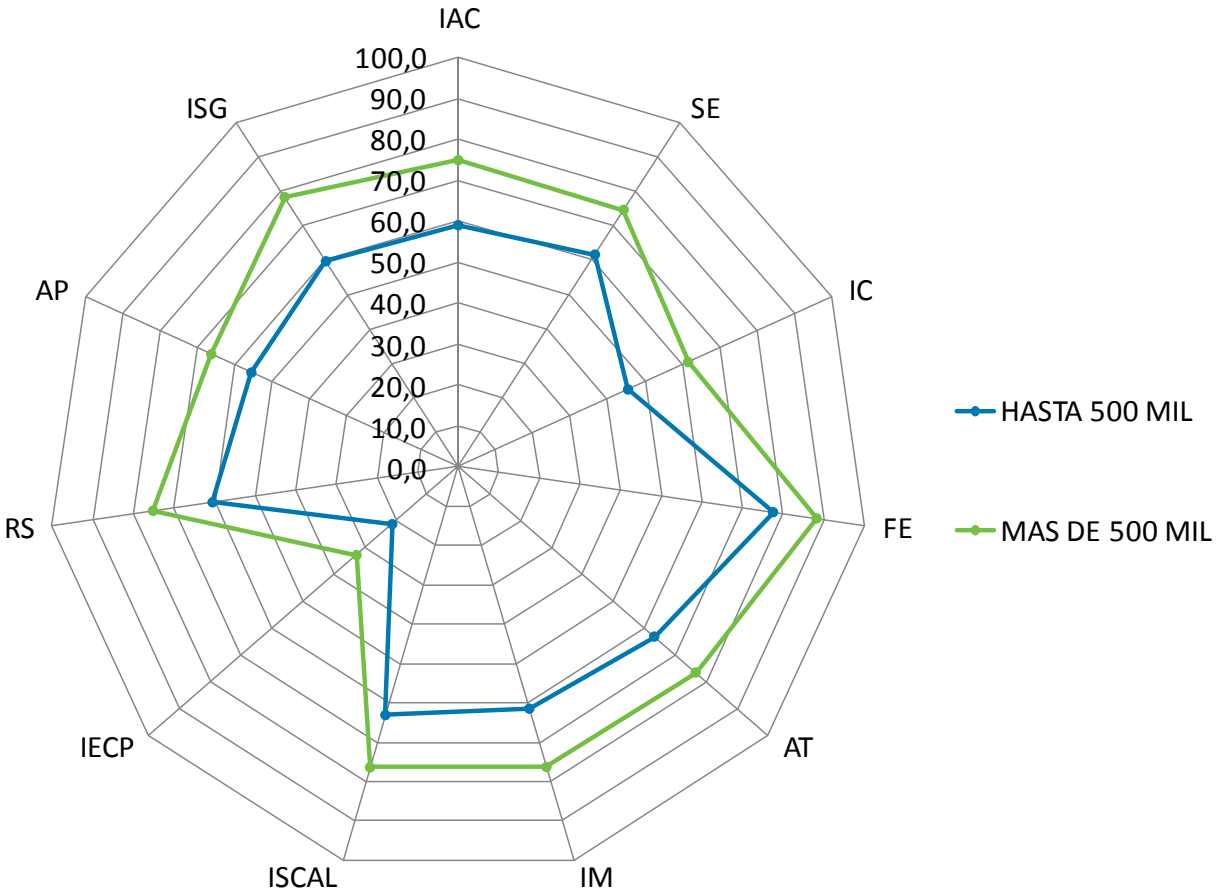
- IM1 Respeta los derechos de los consumidores (humana)
- IM2 Correcta con sus consumidores (justa)
- IM3 Invierte para proveer energía de calidad
- IM4 Informa a sus consumidores respecto a su actuación
- IM5 Se ocupa de evitar hurtos/robos
- IM6 Ofrece atención sin discriminación
- IM7 Dispuesta a negociar con sus consumidores (flexible)
- IM8 Preocupada por el medioambiente
- IM9 Preparada para situaciones de emergencia

## *Resultado Cier*



# Principales Resultados 2014

## por Porte de las Distribuidoras




LEGENDA

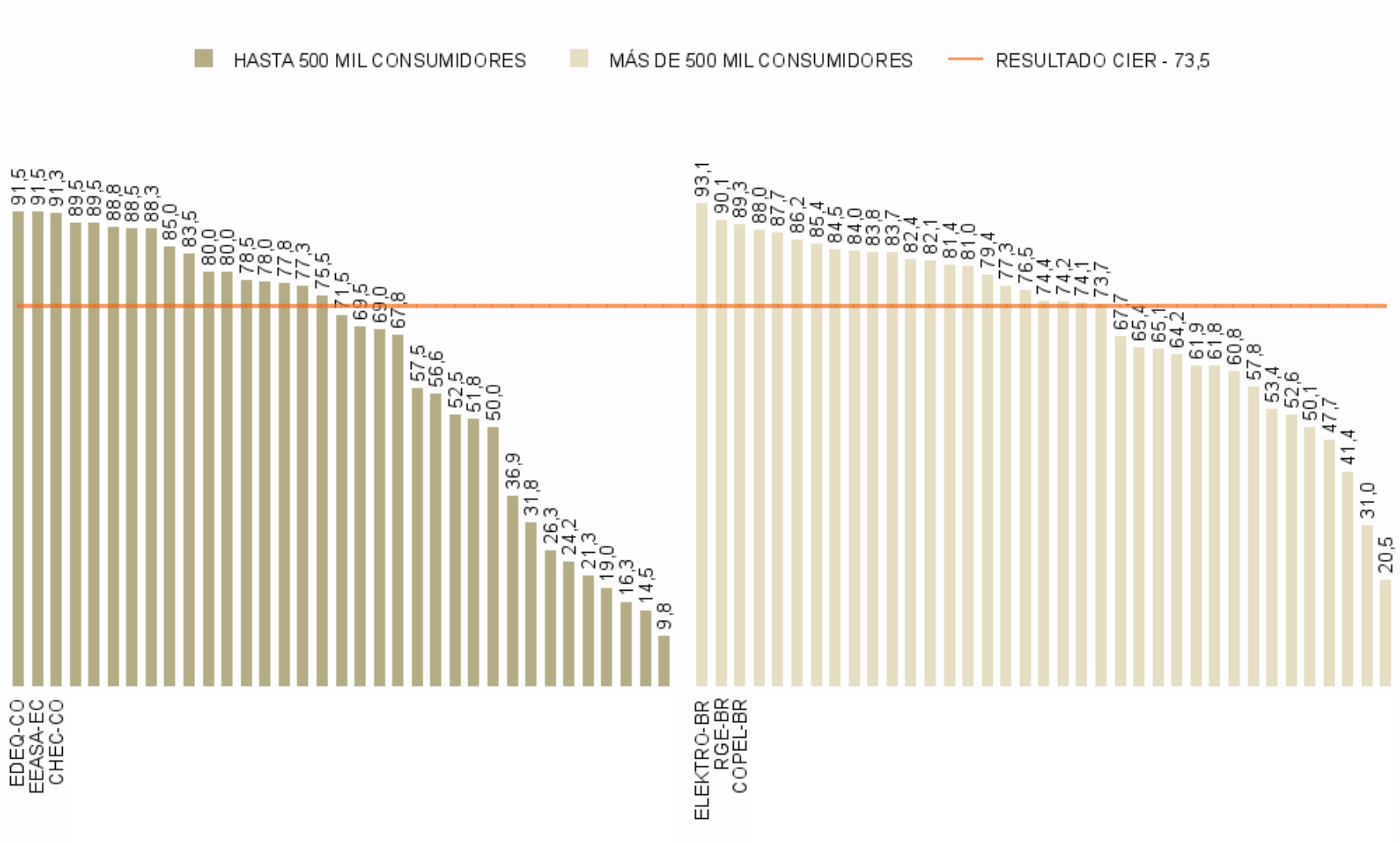
- IAC: ÍNDICE DE APROBACIÓN DEL CONSUMIDOR
- SE: SUMINISTRO DE ENERGÍA
- IC: INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
- FE: FACTURA DE ENERGÍA
- AT: ATENCIÓN AL CONSUMIDOR
- IM: IMAGEN
- ISCAL: ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA
- RS: RESPONSABILIDAD SOCIAL
- AP: ALUMBRADO PÚBLICO
- ISG: ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL

# Evaluación de la Calidad Percibida

**IAC**

Índice de Aprobación del Consumidor

# IAC


HASTA 500 MIL CONSUMIDORES
MÁS DE 500 MIL CONSUMIDORES
RESULTADO CIER - 73,5
EDEQ-CO 91,5
EEASA-EC 91,5
CHEC-CO 91,3
89,5
89,5
88,8
88,5
88,3
85,0
83,5
80,0
80,0
78,5
78,0
77,8
77,3
75,5
71,5
69,5
69,0
67,8
57,5
56,6
52,5
51,8
50,0
36,9
31,8
26,3
24,2
21,3
19,0
16,3
14,5
9,8
ELEKTRO-BR 93,1
RGE-BR 90,1
COPEL-BR 89,3
88,0
87,7
86,2
85,4
84,5
84,0
83,8
83,7
82,4
82,1
81,4
81,0
79,4
77,3
76,5
74,4
74,2
74,1
73,7
67,7
65,4
65,1
64,2
61,9
61,8
60,8
57,8
53,4
52,6
50,1
47,7
41,4
31,0
20,5

# Razón para evaluación mala/pésima (respuesta múltipla y espontánea)

## Resultado CIER

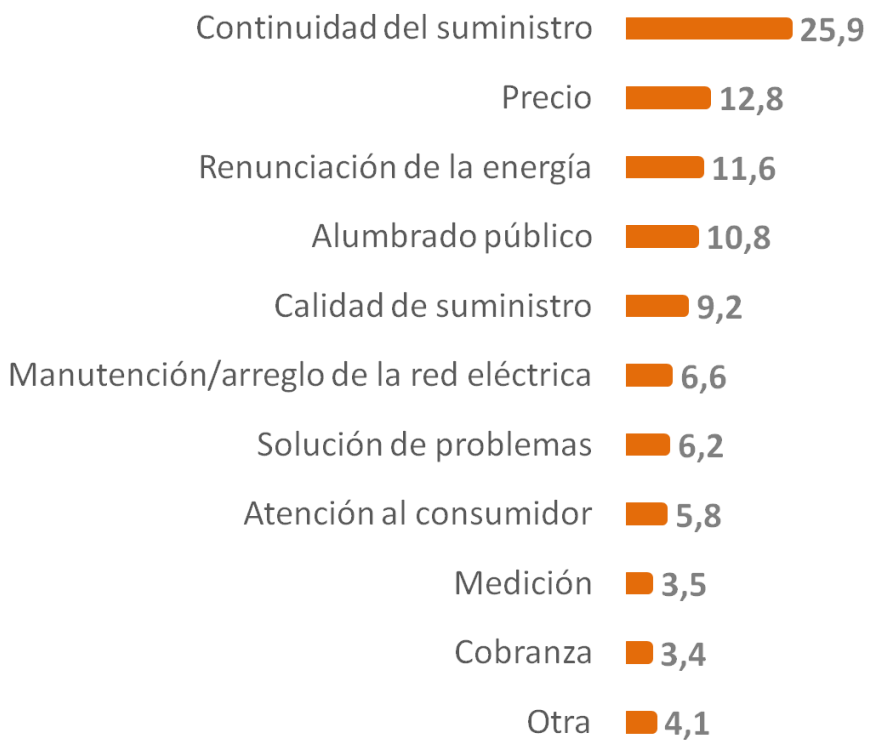
página 40
Informe Individual

Base: 6,7% (consumidores que evaluaron con notas 1 hasta 4 la distribuidora)

# Motivo para no tener dado nota igual o mayor que 7 para la distribuidora (respuesta múltiple y espontánea)

## Resultado CIER

página 40
Informe Individual




Base: 17,4% (consumidores que calificaron desde 5 hasta 6 para la distribuidora)

# Lo qué es necesario mejorar para que la evaluación sea óptima? (respuesta múltiple y espontánea)

## Resultado CIER

página 41
Informe Individual

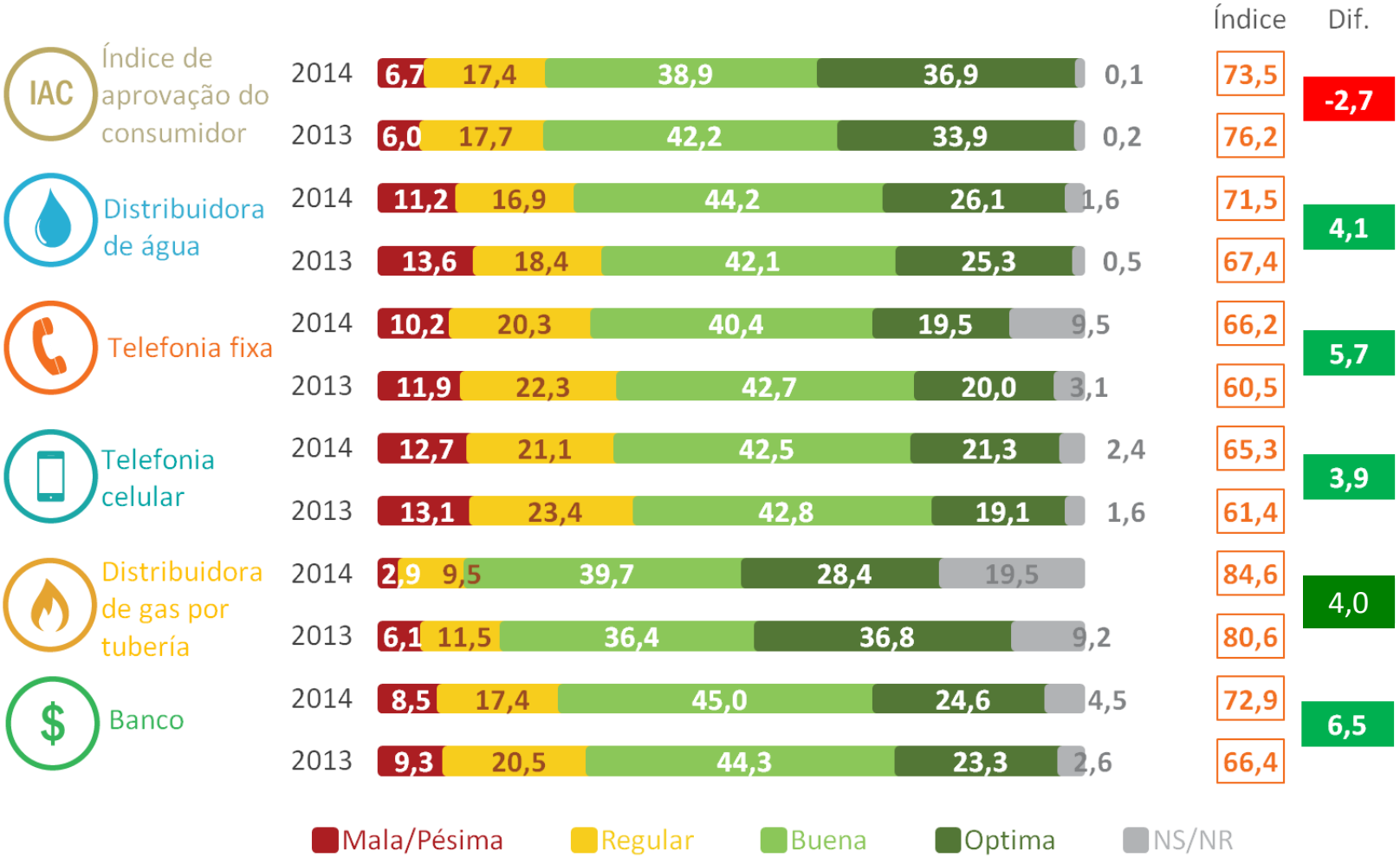
Base: 38,9% (consumidores que evaluaron con notas 7 o 8 la distribuidora)

# Comparación con otros prestadores de servicio

# Comparación con otros prestadores de servicio

página 42
Informe Individual

## Escala abierta e índices 2013 y 2014 (Resultado CIER)




* Diferença em p.p 2014 - 2013

# Comparación con otros prestadores de servicio



## por País y Porte de las Distribuidoras

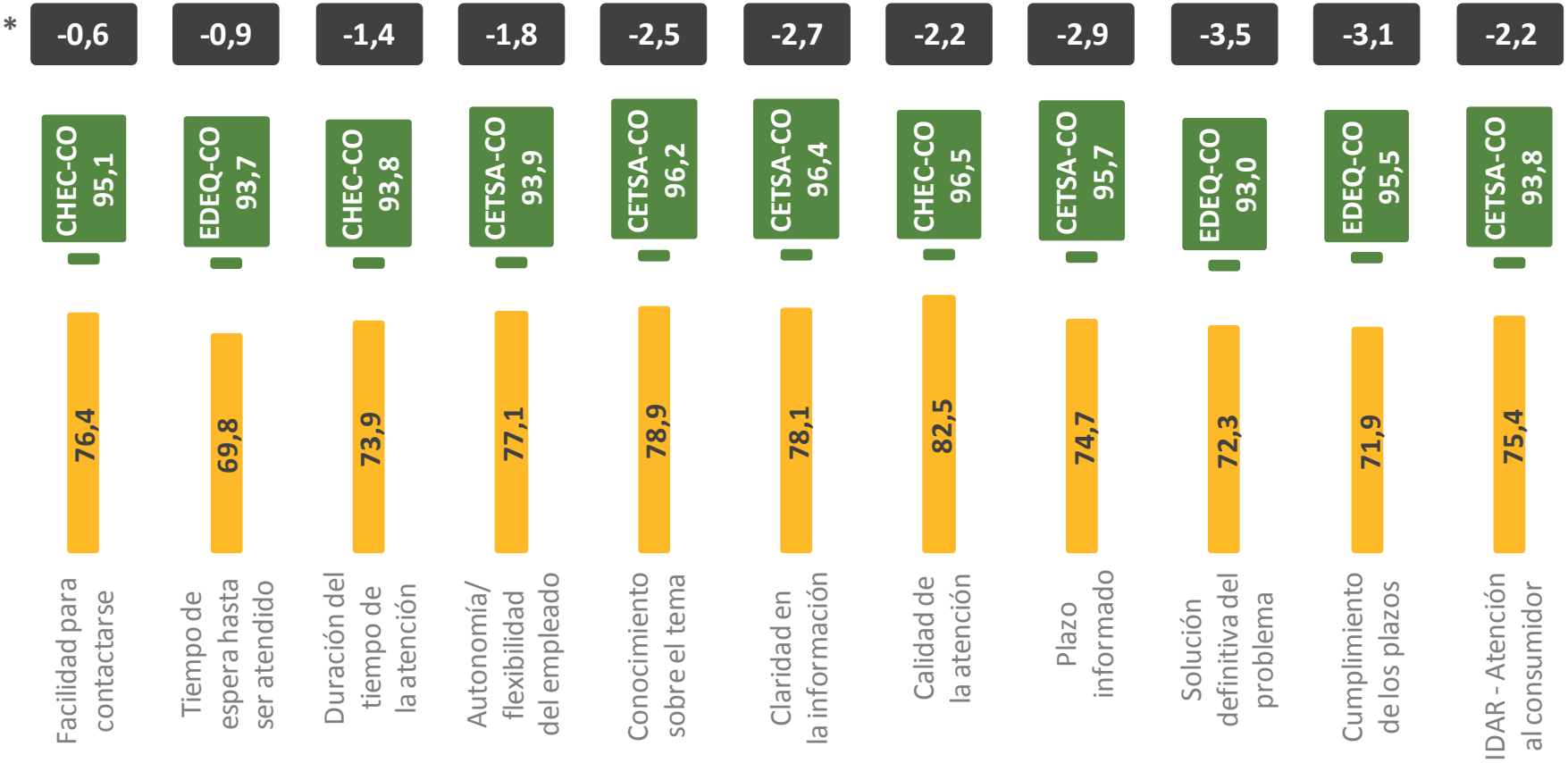
*Excluyendo gas por tubería, los países en que la evaluación de las distribuidoras es (en promedio) mejor que los otros servicios.*

| | IAC | Água | Telefonia fixa | Telefonia celular | Dist. de gás por tuberia | Bancos |
|---|---|---|---|---|---|---|
| CIER | 73,5 | 71,5 | 66,2 | 65,3 | 84,6 | 72,9 |
| ARGENTINA | 74,0 | 78,3 | 74,1 | 61,8 | 85,3 | 75,7 |
| BOLIVIA | 73,6 | 73,1 | 79,1 | 77,4 | 75,8 | 72,0 |
| BRASIL | 77,6 | 70,0 | 60,5 | 59,2 | | 69,2 |
| CHILE | 67,7 | 73,6 | 57,0 | 57,2 | 67,4 | 65,0 |
| COLOMBIA | 86,2 | 82,5 | 77,3 | 74,6 | 88,6 | 78,1 |
| COSTA RICA | 77,6 | 76,4 | 88,3 | 79,5 | | 84,2 |
| ECUADOR | 76,2 | 83,8 | 86,8 | 82,1 | | 76,8 |
| EL SALVADOR | 77,8 | 67,0 | 79,6 | 78,6 | | 74,6 |
| GUATEMALA | 47,1 | 55,8 | 62,2 | 77,8 | | 82,4 |
| MÉXICO | 73,7 | 81,4 | 85,0 | 84,7 | 84,0 | 86,9 |
| PANAMA | 57,5 | 59,8 | 74,5 | 77,8 | | 81,8 |
| PARAGUAY | 57,8 | 82,8 | 81,2 | 88,6 | | 84,6 |
| PERÚ | 23,4 | 50,2 | 56,3 | 68,1 | | 67,0 |
| REP. DOMINICANA | 56,4 | 89,2 | 90,2 | 92,6 | | 89,6 |
| URUGUAY | 84,5 | 81,5 | 87,5 | 82,3 | | 76,5 |
| HASTA 500 MIL | 59,0 | 70,4 | 76,6 | 75,6 | 87,0 | 76,9 |
| MÁS DE 500 MIL | 74,9 | 71,0 | 65,5 | 64,7 | 83,7 | 72,5 |

# Evaluación de la calidad percibida

## Atención al Consumidor

# Atención al consumidor: resultado Cier 2014 y benchmarks




CIER
Benchmark
* Diferencia 2014-2013

página 78
Informe Individual

# Áreas de Atención

## División de los atributos

Los atributos del área de atención fueron divididos en cuatro grupos:

**Acceso**

- Facilidad para contactarse

**Actuación**

- Tiempo de espera hasta ser atendido
- Duración del tiempo de la atención

**Proceso**

- Plazo informado
- Solución definitiva del problema
- Cumplimento de los plazos

**Empleado que atiende**

- --
Autonomía/flexibilidad del empleado
- Conocimiento sobre el tema
- Claridad en la información
- Calidad de la atención

# Atención: Resumen

## x Distribuidora

| | Áreas de Atención | | | |
|---|---|---|---|---|
| | ACCESO | ACTUACIÓN | EMPLEADO QUE ATIENDE | PROCESO |
| ARGENTINA | 🔴 | 🔴 | 🟡 | 🔴 |
| BOLIVIA | 🟡 | 🟡 | 🟡 | 🟡 |
| BRASIL | 🟢 | 🟡 | 🟢 | 🟢 |
| CHILE | 🟡 | 🔴 | 🟡 | 🟡 |
| COLOMBIA | 🟢 | 🟢 | 🟤 | 🟢 |
| COSTA RICA | 🟢 | 🟡 | 🟢 | 🟢 |
| ECUADOR | 🟢 | 🟡 | 🟢 | 🟡 |
| EL SALVADOR | 🟢 | 🟢 | 🟤 | 🟢 |
| GUATEMALA | 🟡 | 🔴 | 🟡 | 🔴 |
| MÉXICO | 🟢 | 🟢 | 🟢 | 🟢 |
| PANAMA | 🟢 | 🟢 | 🟢 | 🟢 |
| PARAGUAY | 🟡 | 🟡 | 🟡 | 🔴 |
| PERÚ | 🟡 | 🔴 | 🟡 | 🔴 |
| REPÚBLICA DOMINICANA | 🟢 | 🟢 | 🟢 | 🟡 |
| URUGUAY | 🟢 | 🟡 | 🟢 | 🟢 |
| CIER | 🟢 | 🟡 | 🟢 | 🟢 |

- Índice por en cima de 85
- Índice entre 75 y 85
- Índice entre 65 y 75
- Hasta 65

# Evaluación de la Calidad Percibida

**ISCAL**

Índice de Satisfacción con la Calidad Percibida

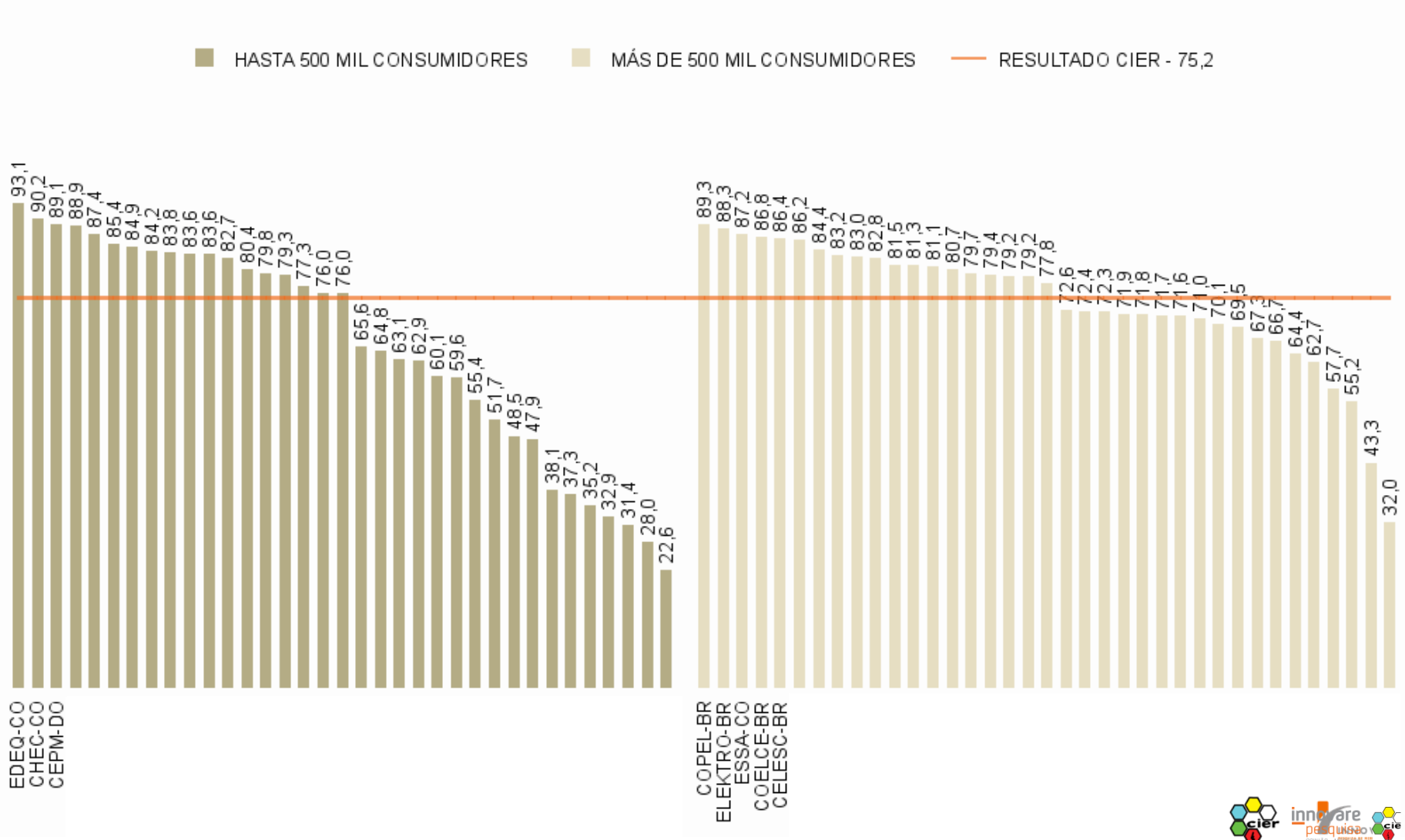
# ISCAL (2014)



## Resultado CIER

| IMPORTANCIA RELATIVA DE LOS ATRIBUTOS | | x | IDATs | TASA DE SATISFACCIÓN |
|---|---|---|---|---|
| **Suministro de energía** | | | | |
| Sin interrupción | 6,9 | | 77,1 | 5,3 |
| Sin variación de voltaje | 5,2 | | 73,8 | 3,8 |
| Rapidez en la reincorporación de la energía | 4,7 | | 69,4 | 3,2 |
| **Información y comunicación** | | | | |
| Notificación previa de interrupción | 4,6 | | 57,7 | 2,7 |
| Uso eficiente | 3,9 | | 62,9 | 2,4 |
| Riesgos y peligros | 3,6 | | 62,5 | 2,3 |
| Derechos y deberes | 2,9 | | 57,5 | 1,6 |
| **Factura de energía** | | | | |
| Plazo entre el recibo y el vencimiento | 4,7 | | 86,3 | 4,1 |
| Factura sin errores | 5,1 | | 90,3 | 4,6 |
| Facilidad de comprensión | 4,2 | | 84,3 | 3,5 |
| Locales para el pago | 3,3 | | 88,3 | 2,9 |
| Fechas para el vencimiento | 2,8 | | 87,4 | 2,5 |
| **Atención al consumidor** | | | | |
| Facilidad para contactarse | 4,8 | | 76,4 | 3,6 |
| Tiempo de espera hasta ser atendido | 4,0 | | 69,8 | 2,8 |
| Duración del tiempo de la atención | 3,9 | | 73,9 | 2,9 |
| Conocimiento sobre el tema | 3,7 | | 78,9 | 2,9 |
| Claridad en la información | 3,3 | | 78,1 | 2,6 |
| Calidad de la atención | 3,4 | | 82,5 | 2,8 |
| Plazo informado | 3,1 | | 74,7 | 2,3 |
| Solución definitiva del problema | 3,5 | | 72,3 | 2,5 |
| Cumplimiento del plazo | 2,9 | | 71,9 | 2,1 |
| **Imagen** | | | | |
| Respeta los derechos de los consumidores | 2,5 | | 75,5 | 1,9 |
| Correcta con los consumidores | 2,2 | | 74,1 | 1,6 |
| Invierte para proveer energía de calidad | 2,2 | | 76,4 | 1,7 |
| Informa a sus consumidores con respecto a su actuación | 1,9 | | 70,2 | 1,3 |
| Se ocupa de evitar hurtos/robos | 1,9 | | 75,5 | 1,4 |
| Ofrece atención sin discriminación | 1,7 | | 77,7 | 1,4 |
| Dispuesta a negociar con sus consumidores (flexible) | 1,7 | | 76,2 | 1,3 |
| Se ocupa del medio ambiente | 1,4 | | 74,9 | 1,1 |
| **ISCAL:** | | | | **75,2** |

# ISCAL

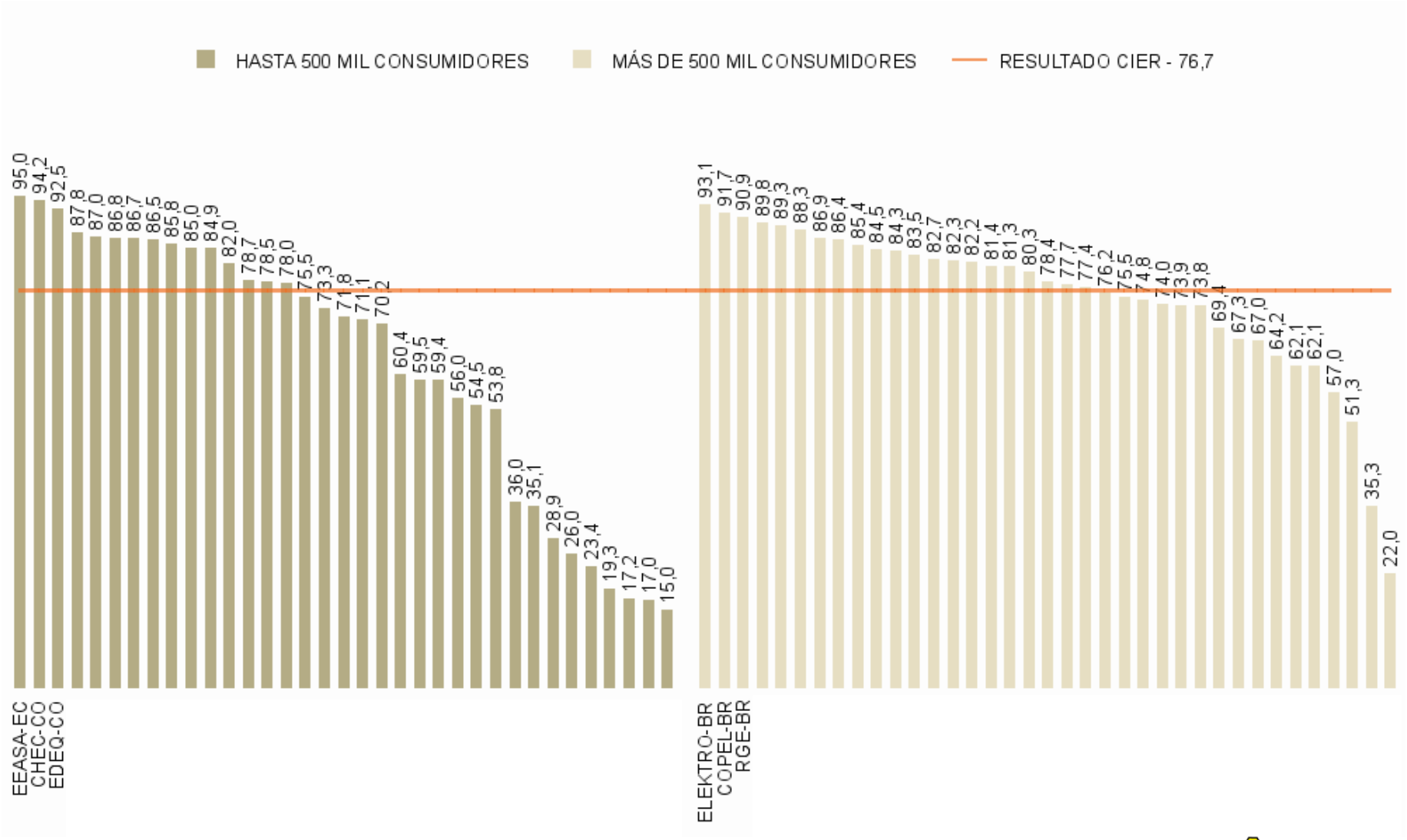

HASTA 500 MIL CONSUMIDORES
MÁS DE 500 MIL CONSUMIDORES
RESULTADO CIER - 75,2
EDEQ-CO 93,1
CHEC-CO 90,2
CEPM-DO 89,1
88,9
87,4
85,4
84,9
84,2
83,8
83,6
83,6
82,7
80,4
79,8
79,3
77,3
76,0
76,0
65,6
64,8
63,1
62,9
60,1
59,6
55,4
51,7
48,5
47,9
38,1
37,3
35,2
32,9
31,4
28,0
22,6
COPEL-BR 89,3
ELEKTRO-BR 88,3
ESSA-CO 87,2
COELCE-BR 86,8
CELESC-BR 86,4
86,2
84,4
83,2
83,0
82,8
81,5
81,3
81,1
80,7
79,7
79,4
79,2
79,2
77,8
72,6
72,4
72,3
71,9
71,8
71,7
71,6
71,0
70,1
69,5
67,3
66,7
64,4
62,7
57,7
55,2
43,3
32,0

# Evaluación del Precio

**ISG**

Índice de Satisfacción General

# ISG


HASTA 500 MIL CONSUMIDORES
MÁS DE 500 MIL CONSUMIDORES
RESULTADO CIER - 76,7
EEASA-EC 95,0
CHEC-CO 94,2
EDEQ-CO 92,5
87,8
87,0
86,8
86,7
86,5
85,8
85,0
84,9
82,0
78,7
78,5
78,0
75,5
73,3
71,8
71,1
70,2
60,4
59,5
59,4
56,0
54,5
53,8
36,0
35,1
28,9
26,0
23,4
19,3
17,2
17,0
15,0
ELEKTRO-BR 93,1
COPEL-BR 91,7
RGE-BR 90,9
89,8
89,3
88,3
86,9
86,4
85,4
84,5
84,3
83,5
82,7
82,3
82,2
81,4
81,3
80,3
78,4
77,7
77,4
76,2
75,5
74,8
74,0
73,9
73,8
69,4
67,3
67,0
64,2
62,1
62,1
57,0
51,3
35,3
22,0

# ¿Lo que necesita mejorar para el consumidor quedarse satisfecho con la distribuidora?

## (respuesta múltiple y espontánea)

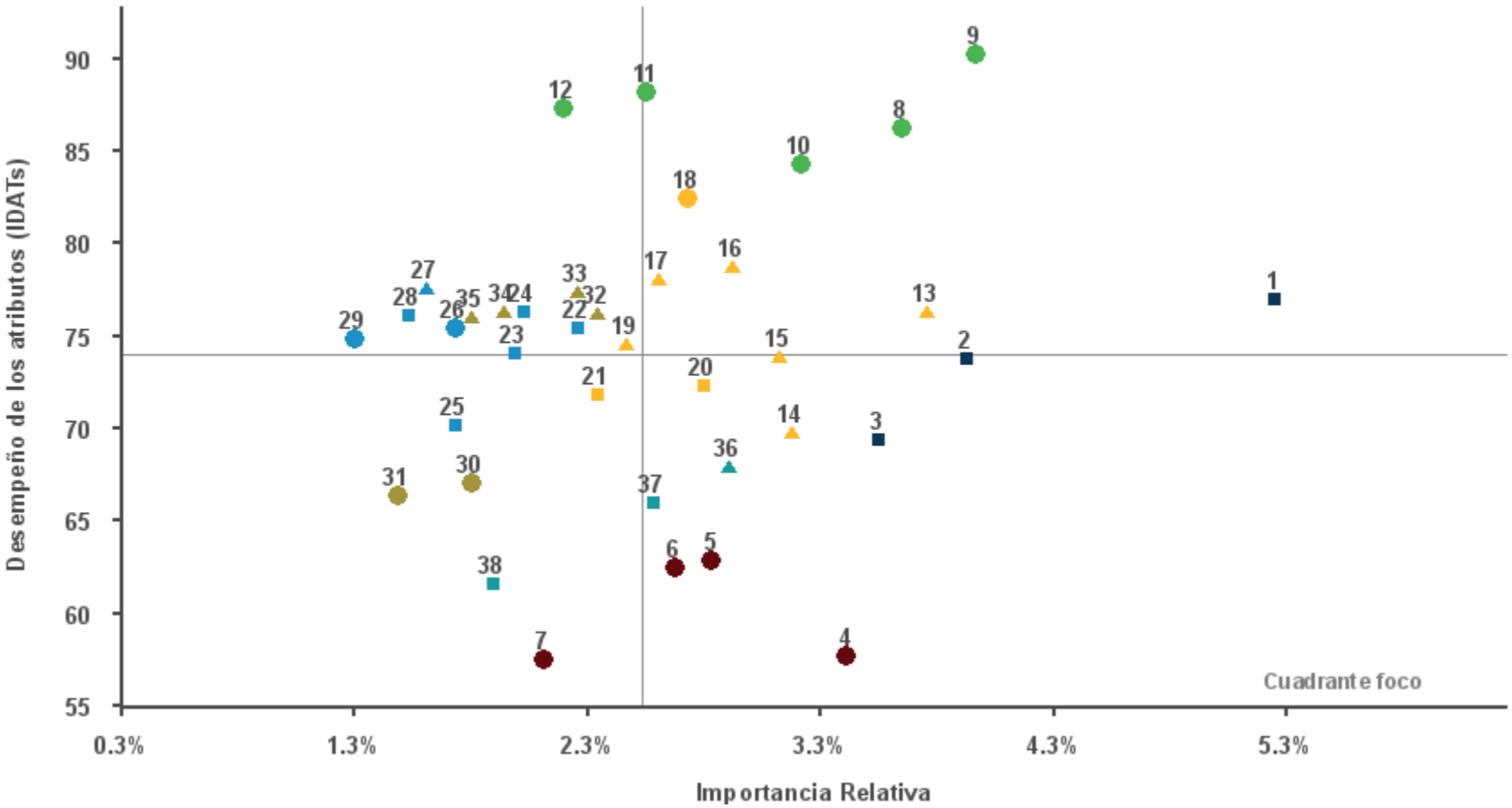
página 114
Informe Individual

Base: 20,9% (consumidores que evaluaron con notas 1 hasta 6 la distribuidora)

# Matriz Conjunta

# Matriz Conjunta

## Resultado CIER




○ Baixo impacto do ISG △ Médio impacto do ISG □ Alto impacto do ISG

*Ordem de prioridade e legenda no próximo slide.*

# Matriz Conjunta



## Orden de prioridad

| N° | Suministro de energía | Prioridade |
|---|---|---|
| 1 | IDAT - Sin interrupción | 17° |
| 2 | IDAT - Sin variación de voltaje | 1° |
| 3 | IDAT - Rapidez en la reincorporación de la energía cuando falta | 2° |

| N° | Información y comunicación | Prioridade |
|---|---|---|
| 4 | IDAT - Notificación de interrupción | 3° |
| 5 | IDAT - Uso eficiente | 7° |
| 6 | IDAT - Riesgos y peligros | 9° |
| 7 | IDAT - Derechos y deberes | 12° |

| N° | Factura de energía | Prioridade |
|---|---|---|
| 8 | IDAT - Plazo entre la recepción y el vencimiento | 20° |
| 9 | IDAT - Factura/boleta sin errores | 18° |
| 10 | IDAT - Facilidad de comprensión | 21° |
| 11 | IDAT - Locales para el pago | 25° |
| 12 | IDAT - Fechas para el vencimiento | 30° |

| N° | Atención al consumidor | Prioridade |
|---|---|---|
| 13 | IDAT - Facilidad para contactarse | 19° |
| 14 | IDAT - Tiempo de espera hasta ser atendido | 4° |
| 15 | IDAT - Duración del tiempo de la atención | 5° |
| 16 | IDAT - Conocimiento sobre el tema | 22° |
| 17 | IDAT - Claridad en la información | 24° |
| 18 | IDAT - Calidad de la atención | 23° |
| 19 | IDAT - Plazo informado | 26° |
| 20 | IDAT - Solución definitiva del problema | 8° |
| 21 | IDAT - Cumplimiento del plazo | 11° |

| N° | Imagen | Prioridade |
|---|---|---|
| 22 | IDAT - Respeta los derechos de los consumidores | 29° |
| 23 | IDAT - Correcta con los consumidores | 32° |
| 24 | IDAT - Invierte para proveer energía de calidad | 31° |
| 25 | IDAT - Informa a sus consumidores con respecto a su actuación | 15° |
| 26 | IDAT - Se ocupa de evitar hurtos/robos | 35° |
| 27 | IDAT - Ofrece atención sin discriminación | 36° |
| 28 | IDAT - Dispuesta a negociar con sus consumidores (flexible) | 37° |
| 29 | IDAT - Se ocupa del medio ambiente | 38° |

| N° | Responsabilidad social | Prioridade |
|---|---|---|
| 30 | IDAT - Promoción de programas sociales | 14° |
| 31 | IDAT - Promoción de acciones culturales | 16° |
| 32 | IDAT - Se ocupa de la prevención de accidentes | 27° |
| 33 | IDAT - Lleva energía a las regiones no atendidas | 28° |
| 34 | IDAT - Contribuye para el desarrollo econ. de la ciudad | 33° |
| 35 | IDAT - Facilita el acceso de ciudadanos con neces. espec. | 34° |

| N° | Alumbrado público | Prioridade |
|---|---|---|
| 36 | IDAT - Disponible en toda la ciudad | 6° |
| 37 | IDAT - Calidad del AP | 10° |
| 38 | IDAT - Cuidados con el mantenimiento del alumbrado público | 13° |

# Productos generados



Los resultados obtenidos fueron organizados en seis informes y dos presentaciones:

– Dos informes individuales :

- **Informe Individual:** presenta los índices y los resultados obtenidos para cada distribuidora;

- **Informe de Análisis de Regiones de la Distribuidora:** toda empresa que posea un mínimo de 100 encuestas realizadas por área administrativa recibirá los análisis realizados para cada una de esas unidades espaciales.

# Productos generados



– Cuatro informes comparativos:

- **Informe Comparativo de Índices entre las Distribuidoras:** presenta los índices generados para cada una de las distribuidoras en el año 2014, permitiendo la comparación entre ellas.

- **Informe Comparativo de los Índices entre las Rondas:** Presenta los índices generados para cada una de las distribuidoras, lo que posibilita la verificación de la evolución de la distribuidora durante los 12 años de realización del trabajo.

- **Informe Comparativo de Índices entre los Países:** Presenta los índices generados y otros datos relevados durante la investigación para cada un de los países, permitiendo la comparación entre ellos y las distribuidoras que los componen.

- **Informe Comparativo de Índices entre Grupos Empresariales:** Presenta los índices generados para cada un de los grupos, permitiendo la comparación entre las distribuidoras que los componen. Reciben este producto las distribuidoras de los grupos: AES, CNEL, ENDESA, EPM, EPSA, FONAFE y ICE.

# Productos generados



- **Presentación individual:** Este producto presenta resultados de cada distribuidora (nivel general y por región), de forma comparativa al promedio, incluyendo serie histórica del desempeño de la empresa.

- **Presentación analítica:** Este producto presenta resultados de todas las distribuidoras de forma comparativa, así como también un análisis detallado de los resultados obtenidos.

# Otros productos generados



Además de los informes y presentaciones, otros productos fueron entregados :

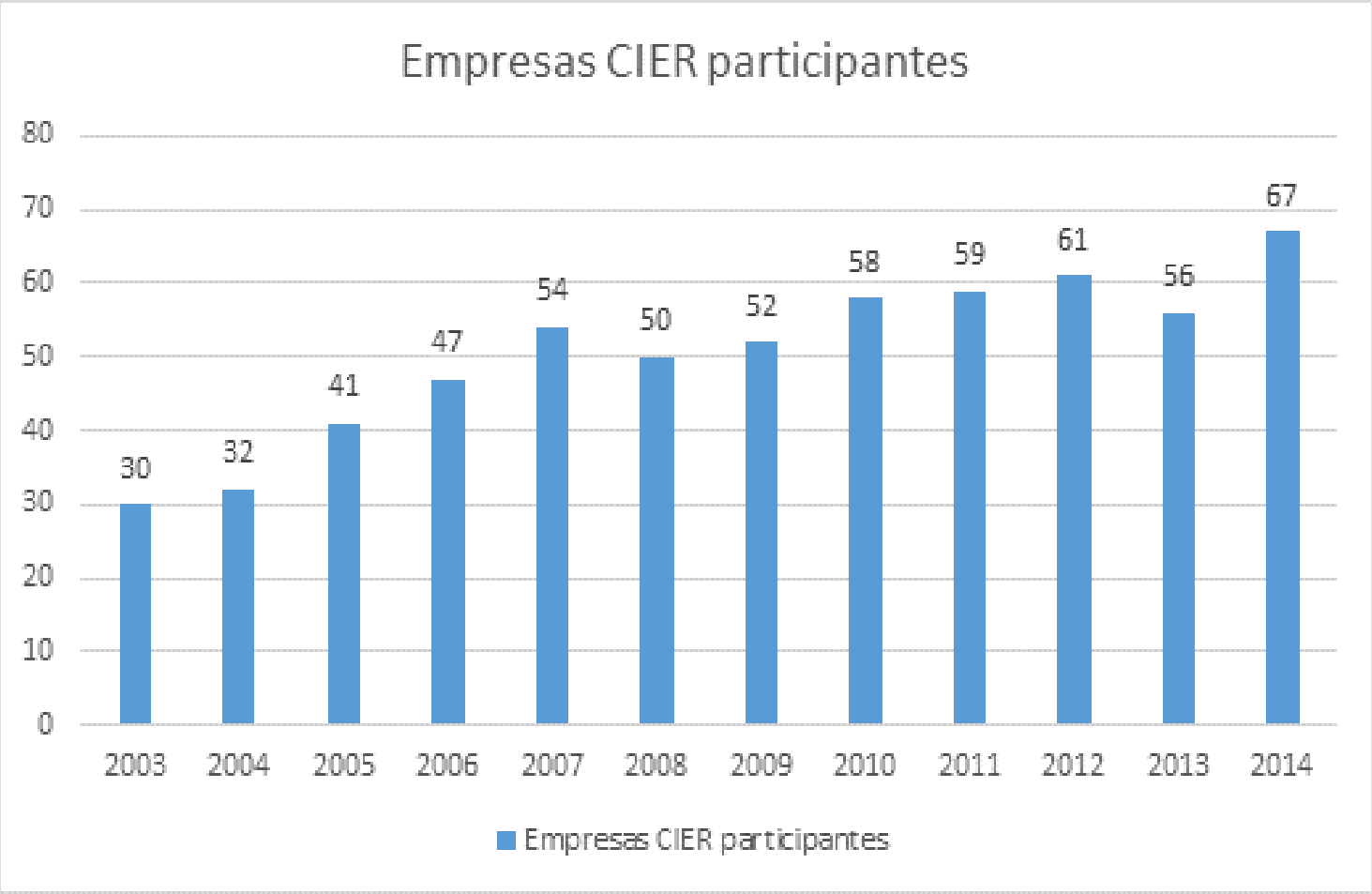
- Tablas con todos los resultados obtenidos – Frecuencia simple (entregado en Excel);
- Planilla de índices (general y por regiones);
- Base de datos (entregado en Excel y SPSS);
- Cronograma de levantamiento de datos.

Los productos abajo fueron insertados en el Informe Individual :

- Cuestionario utilizado (elaborado en Word y entregado en PDF);
- Cálculo de los principales índices por caracterización de los encuestados: género, edad, años de estudios e ingreso familiar;
- Matriz de correlación.

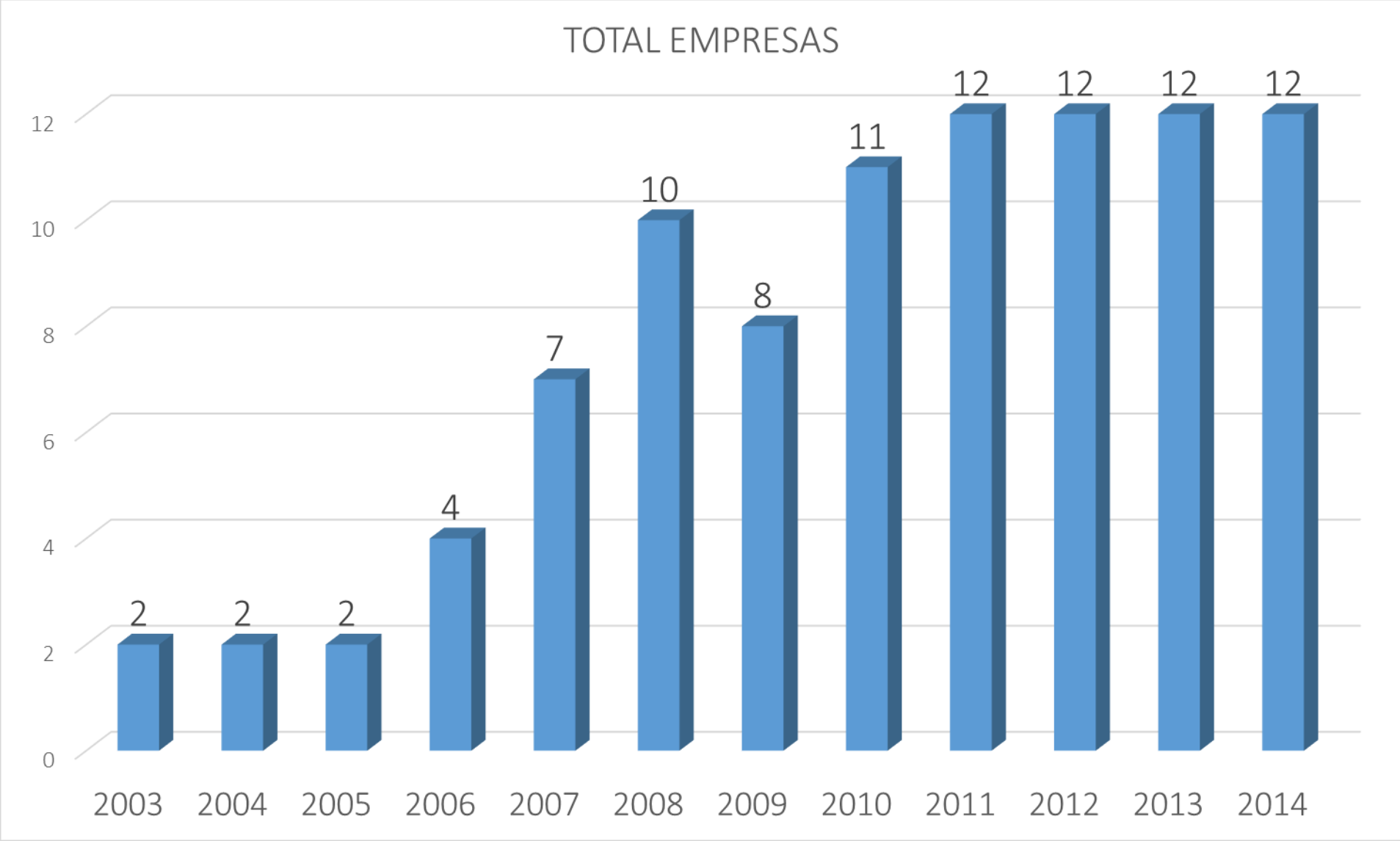
# COLOMBIA

# EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE COLOMBIA




© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

# EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE COLOMBIA




© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

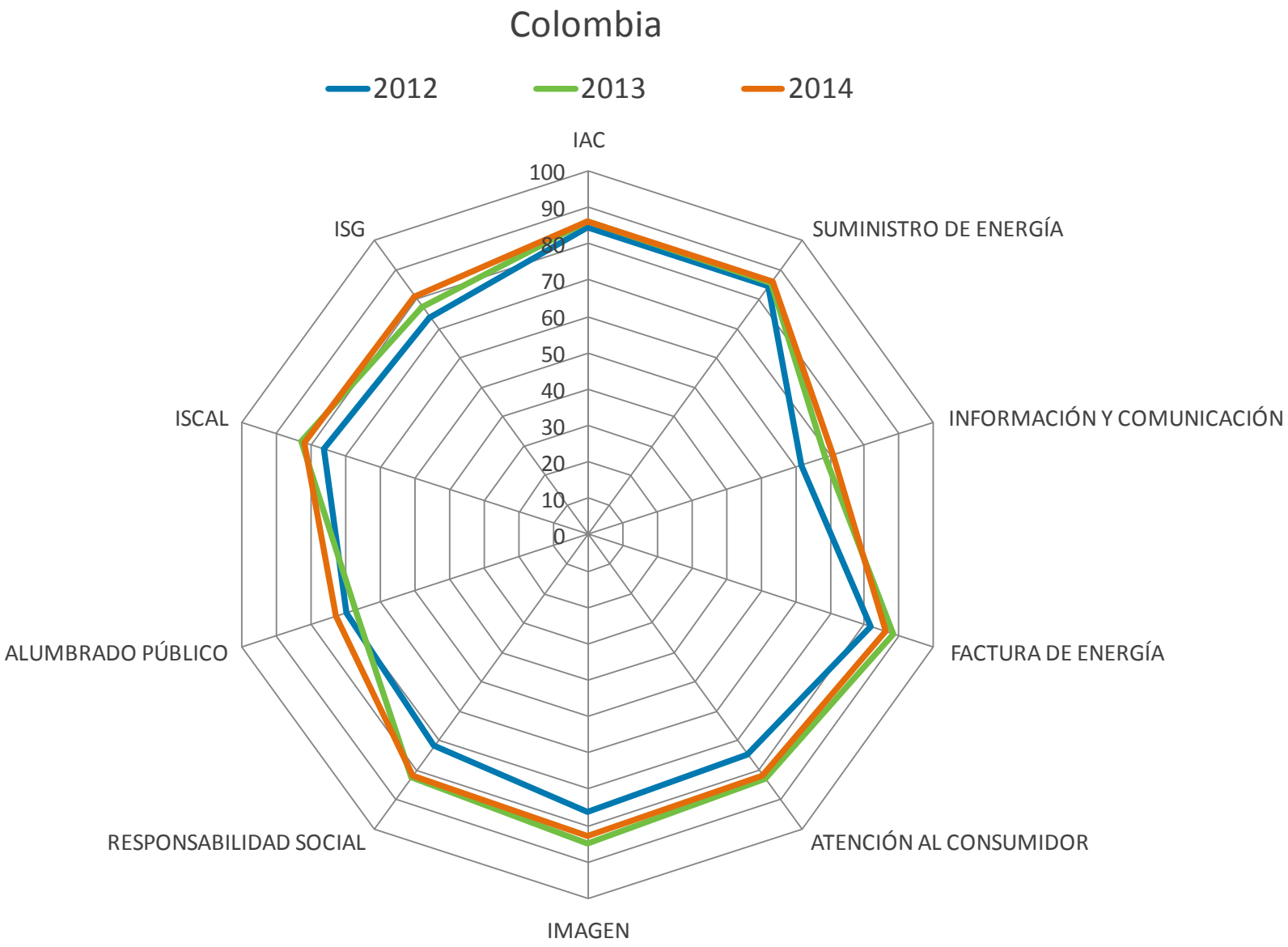
# EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE COLOMBIA

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CENS | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| CHEC | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| CODENSA | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| DISPAC | | | | | | | | ■ | ■ | | | |
| EBSA | | | | | ■ | ■ | | ■ | ■ | | | ■ |
| EDEQ | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| EEC | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| EEP | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | |
| ELECTROHUILA | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ |
| EMSA | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| ENERTOLIMA | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | |
| EPM | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| EPSA | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ |
| ESSA | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| CEDENAR | | | | | | ■ | | | | | | |
| EADE | | | | ■ | | | | | | | | |
| CETSA | | | | | | | | | | | | ■ |
| TOTAL EMPRESAS | 2 | 2 | 2 | 4 | 7 | 10 | 8 | 11 | 12 | 12 | 12 | 12 |

© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

# Colombia – Evolucion Indicadores

| Colombia | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|
| IAC | 84,6 | 86,2 | 86,2 |
| SUMINISTRO DE ENERGÍA | 84,3 | 85,7 | 86,2 |
| INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN | 61,8 | 68,7 | 70,9 |
| FACTURA DE ENERGÍA | 81,6 | 88,1 | 86,1 |
| ATENCIÓN AL CONSUMIDOR | 74,8 | 82,9 | 81,8 |
| IMAGEN | 76,4 | 84,8 | 82,7 |
| RESPONSABILIDAD SOCIAL | 71,8 | 82,7 | 81,8 |
| ALUMBRADO PÚBLICO | 70,0 | 67,2 | 72,8 |
| ISCAL | 76,3 | 82,8 | 82,1 |
| ISG | 73,9 | 77,4 | 81,1 |


Colombia
2012
2013
2014
IAC
SUMINISTRO DE ENERGÍA
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
FACTURA DE ENERGÍA
ATENCIÓN AL CONSUMIDOR
IMAGEN
RESPONSABILIDAD SOCIAL
ALUMBRADO PÚBLICO
ISCAL
ISG
100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0

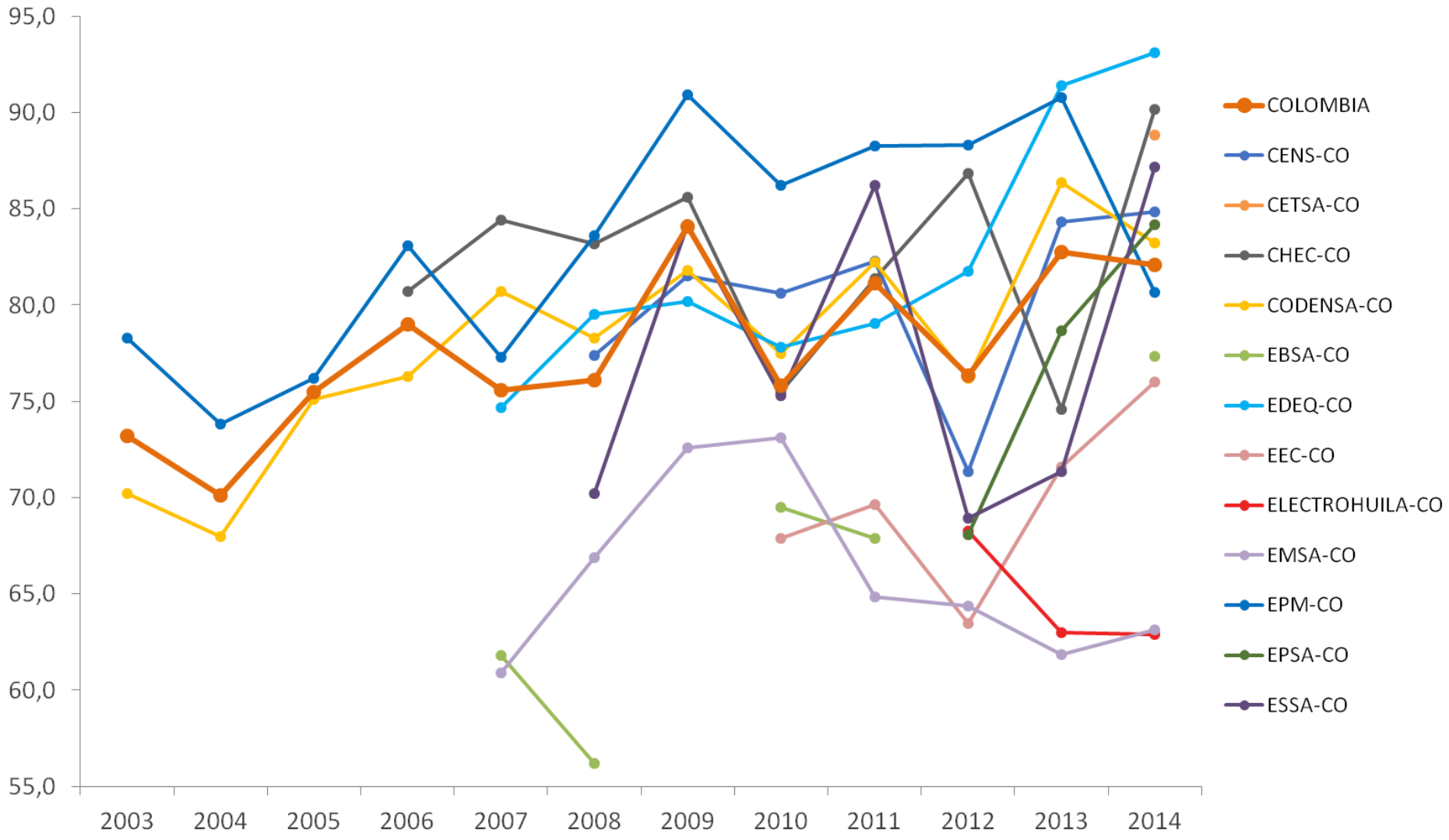
# Colombia – Evolução ISCAL e Análise Comparativa

| ISCAL | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| COLOMBIA | 73,2 | 70,1 | 75,5 | 79,0 | 75,6 | 76,1 | 84,1 | 75,8 | 81,1 | 76,3 | 82,8 | 82,1 |
| CENS-CO | | | | | | 77,4 | 81,5 | 80,6 | 82,3 | 71,3 | 84,3 | 84,9 |
| CETSA-CO | | | | | | | | | | | | 88,9 |
| CHEC-CO | | | | 80,7 | 84,4 | 83,2 | 85,6 | 75,5 | 81,4 | 86,9 | 74,6 | 90,2 |
| CODENSA-CO | 70,2 | 68,0 | 75,1 | 76,3 | 80,7 | 78,3 | 81,8 | 77,5 | 82,3 | 76,2 | 86,4 | 83,2 |
| EBSA-CO | | | | | 61,8 | 56,2 | | 69,5 | 67,9 | | | 77,3 |
| EDEQ-CO | | | | | 74,7 | 79,5 | 80,2 | 77,8 | 79,0 | 81,8 | 91,4 | 93,1 |
| EEC-CO | | | | | | | | 67,9 | 69,7 | 63,5 | 71,6 | 76,0 |
| ELECTROHUILA-CO | | | | | | | | | | 68,3 | 63,0 | 62,9 |
| EMSA-CO | | | | | 60,9 | 66,9 | 72,6 | 73,1 | 64,9 | 64,4 | 61,8 | 63,1 |
| EPM-CO | 78,3 | 73,8 | 76,2 | 83,1 | 77,3 | 83,6 | 90,9 | 86,2 | 88,3 | 88,3 | 90,8 | 80,7 |
| EPSA-CO | | | | | | | | | | 68,1 | 78,7 | 84,2 |
| ESSA-CO | | | | | | 70,2 | 84,2 | 75,3 | 86,2 | 68,9 | 71,4 | 87,2 |

innovare pesquisa OPINIÃO + MERCADO

cier

# Colombia – Evolucion ISCAL



# EMPRESAS GANADORAS PREMIO CIER DE CALIDAD SATISFACCIÓN CLIENTES 2014

© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

# Empresas con más de 500.000 Consumidores

© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

# Categoría Bronce

ESSA

siempre adelante

Una empresa epm®

© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

ESSA

siempre adelante

Una empresa epm®

**Mención Especial**

Mayor Evolución del Índice de Satisfacción con la Calidad Percibida – ISCAL

© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

# Empresas con menos de 500.000 Consumidores

© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

# Categoría Oro

© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

# Categoría Plata

© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

**Mención Especial**

Mayor Evolución del Índice de Satisfacción con la Calidad Percibida – ISCAL

EPSA

© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

**Mención Especial**
Mayor Avaliación de los Atributos de Responsabilidad Social.

© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

## PREMIO COCIER ASOCODIS 2014

Empresa con Mayor valor del ISCAL:
**EDEQ** – Empresa de Energía del Quindío S.A.

Mención Especial: **ESSA** – Electrificadora de Santander S.A.
(Mayor Evolución del Índice de Satisfacción Calidad Percibida – ISCAL)

Mención Especial: **EPSA** – Empresa de Energia del Pacifico
(Mayor Evolución en el Área de Información y Comunicación)

Mención Especial: **EDEQ** – Empresa de Energía del Quindío S.A.
(Mayor evolución en el área Suministro de Energía)

© Todos los Derechos Reservados
Comité Colombiano de la CIER

# ¡Muchas gracias!