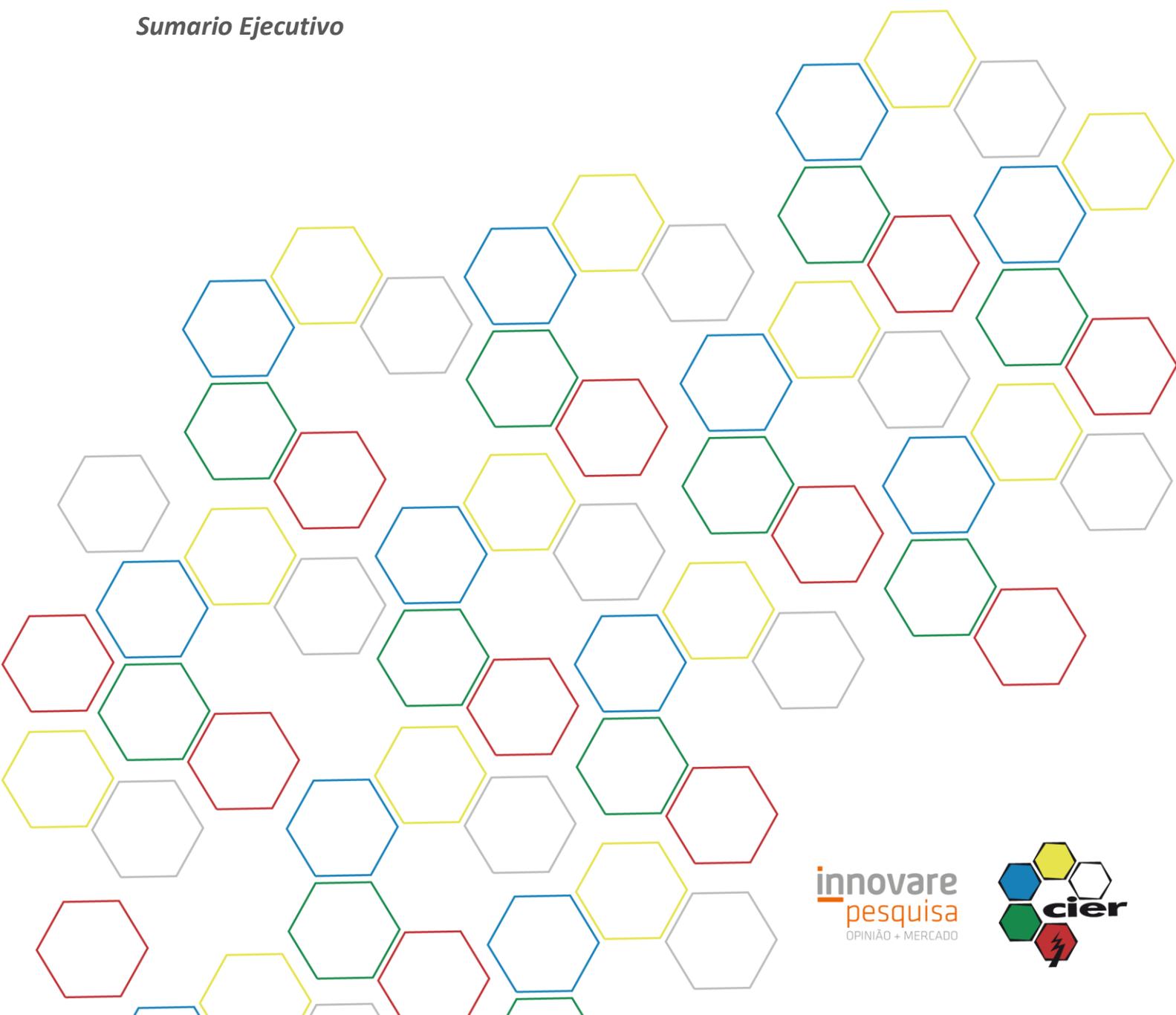


# 20ª RONDA DE LA INVESTIGACIÓN CIER DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE RESIDENCIAL DE ENERGÍA ELÉCTRICA

## Sumario Ejecutivo





## FICHA TÉCNICA

### Empresa:

Instituto Innovare – Pesquisa de Mercado e Opinião LTDA.

### Producto:

Diagnóstico Sectorial - 20ª Ronda de la Investigación CIER de Satisfacción del Cliente Residencial de Energía Eléctrica.

### Período de Campo:

24 de mayo hasta 27 de julio de 2022.

### Tamaño de la muestra:

La muestra patrón está compuesta por 16.175 casos, aplicados en 513 municipios de 32 distribuidoras, en 10 países de América Latina. Entre las 32 empresas, 17 tienen hasta 500 mil clientes y, 15, más de 500 mil clientes.

El resultado general CIER es un promedio que considera las 32 empresas evaluadas en esta ronda de la Encuesta CIER, y también 3 empresas brasileñas asociadas al Comité Brasileiro da CIER (BRACIER) evaluadas en la 24ª ronda de la investigación de la Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (ABRADEE). La muestra patrón de esas 3 empresas suma 1.875 casos, que fueron aplicados en 109 municipios del territorio brasileño. Todas las empresas brasileñas tienen más de 500 mil clientes. El periodo de recolecta de datos de la encuesta ABRADEE fue de 08 de marzo a 26 de abril de 2022.

### Margen de error:

El margen de error del resultado CIER, para el conjunto de todas las distribuidoras participantes, es de  $\pm 2,0$  puntos porcentuales para un nivel de confianza de 95,0%. El margen de error, por distribuidora, incluso para las asociadas al BRACIER, es de  $\pm 5$  puntos porcentuales para las empresas con hasta 500 mil clientes, y de  $\pm 4$  puntos porcentuales para las empresas con más de 500 mil clientes. De esa manera, es posible la comparación de los resultados entre las distribuidoras.

### Profesionales aplicados:

Fueron entrenados responsables de 10 empresas prestadoras de servicios de recolecta de datos que comprenden los 11 países, 73 supervisores y coordinadores de equipo, 814 encuestadores para la recolección de datos propiamente dicha, 179 verificadores y revisores del cumplimiento de las normas establecidas para dicha recolección y respuestas recogidas.

### Expediente:

Atención al Cliente: Rosana Valadares

Muestreo: Ana Paula Curto | Rafael Milagres

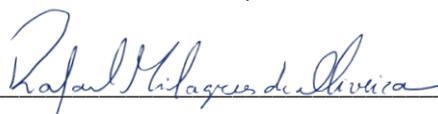
Operacionalización: Ana Clara Jardim | Carolina Tudela

Análisis Cuantitativo: Ana Clara Jardim | Carolina Tudela | Livia Rodrigues | Ludimila Calijorne | Milton Marques | Rafael Milagres

Finalización y Edición: Erica Machado | Fabricio Souza | Felipe Rocha | Gabriel Almeida | Galdino Junior | Gismara Nogueira | João Silva | Rafael Peixoto | Tatiana Georgetti

Desarrollo y Tecnología: Ana Paula Curto | Galdino Junior

Belo Horizonte, 24 de septiembre de 2022.

  
Rafael Milagres de Oliveira

Estadístico Responsable | CONRE 6ª región | Nº inscripción: 8711



## SUMARIO

<b>1. Presentación .....</b>	<b>7</b>
<b>2. Productos generados .....</b>	<b>10</b>
<b>3. Presentación de los resultados.....</b>	<b>12</b>
<b>4. Índices generales simples .....</b>	<b>13</b>
4.1. IAC - Índice de Aprobación del Cliente .....	13
4.2. ISG - Índice de Satisfacción General .....	14
<b>5. Índices de desempeño de los atributos y áreas de calidad .....</b>	<b>15</b>
5.1. Suministro de Energía .....	16
5.2. Información y Comunicación.....	17
5.3. Factura de Energía.....	18
5.4. Atención al Cliente .....	19
5.5. Imagen.....	20
<b>6. Índices generales compuestos.....</b>	<b>21</b>
6.1. ISCAL - Índice de Satisfacción con la Calidad Percibida .....	21
6.2. IECP - Índice de Excelencia de la Calidad Percibida .....	24
6.3. IICP - Índice de Insatisfacción con la Calidad Percibida .....	25
<b>7. Evaluación del Precio .....</b>	<b>26</b>
<b>8. Índices de desempeño de las demás áreas de calidad .....</b>	<b>27</b>
8.1. Responsabilidad Socioambiental.....	27
8.2. Alumbrado Público .....	29
<b>9. Índice de Aprovechamiento de Oportunidades .....</b>	<b>30</b>
<b>10. Matriz conjunta de la definición de acciones de mejora.....</b>	<b>32</b>



## 1. Presentación

La Comisión de Integración Energética Regional (CIER), coordinó la realización de la 20ª Encuesta de Satisfacción del Cliente Residencial de Energía Eléctrica.

La metodología de la investigación fue desarrollada tomando como referencia la metodología de la Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (ABRADEE), utilizada desde 1999 en Brasil. De esa manera, los resultados generados por las dos investigaciones pueden ser comparados directamente, siendo los índices obtenidos por las empresas que participaron de la investigación CIER presentados juntamente con los índices de las distribuidoras brasileñas asociadas al Comitê Brasileiro da CIER (BRACIER), que participaron de la investigación anual ABRADEE.

La encuesta CIER se realiza anualmente desde 2003, y ofrece a las distribuidoras instrumentos e incentivos destinados a mejorar su desempeño. **Entre los objetivos del trabajo, se destacan:**

- *medición del nivel de satisfacción de los clientes con 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.*

Esta investigación fue ejecutada por Innovare Pesquisa junto a 35 distribuidoras, en 11 países de América Latina. Considerando la muestra patrón y los casos adicionales para los análisis de región, fueron entrevistados 21.428 clientes residenciales, siendo 16.969 en el universo de la investigación CIER y 4.459 en el universo de la investigación ABRADEE (BRACIER). La recolección de datos de la investigación ABRADEE (BRACIER) tuvo lugar de 08 de marzo a 26 de abril de 2022, y la de CIER, de 24 de mayo hasta 27 de julio de 2022.

En el presente estudio, el conjunto de clientes residenciales de todos los países es tomado como el universo de la investigación, así como cada distribuidora representa su subuniverso. Tanto en la Investigación ABRADEE (BRACIER) como en la CIER, las distribuidoras están organizadas en dos grupos en función del número total de clientes: hasta 500 mil (17 empresas) y más de 500 mil (18 empresas).

Para el resultado CIER (resultado del conjunto de todas las distribuidoras participantes), el margen de error es de  $\pm 2,0$  puntos porcentuales (p.p.). Por distribuidora, es de  $\pm 4$  puntos porcentuales para las empresas con más de 500 mil clientes y de  $\pm 5$  puntos porcentuales para las empresas con menos de 500 mil clientes.

La importancia de la información que representa el margen de error radica en que los resultados de la investigación deben ser interpretados dentro de un intervalo que establece límites en torno a la estimativa o promedio obtenido, que es el Intervalo de Confianza. Para esta investigación, fue utilizado un intervalo de 95% de confianza, lo que significa que, dado determinado resultado, este tiene 95% de probabilidades de estar dentro del margen de error, 2,5% de probabilidad de estar por sobre el margen y 2,5% de probabilidad de estar por debajo del margen.

Ejemplo: si la satisfacción respecto a determinado atributo es de 75%, esto significa que existen 95% de probabilidades de que dicha satisfacción esté comprendida en el intervalo: 75% menos error de muestreo y 75% más error de muestreo, 2,5% de probabilidad estar por debajo (75% menos error de muestreo) y 2,5% de probabilidad de estar por sobre el margen de error (75% más error de muestreo).

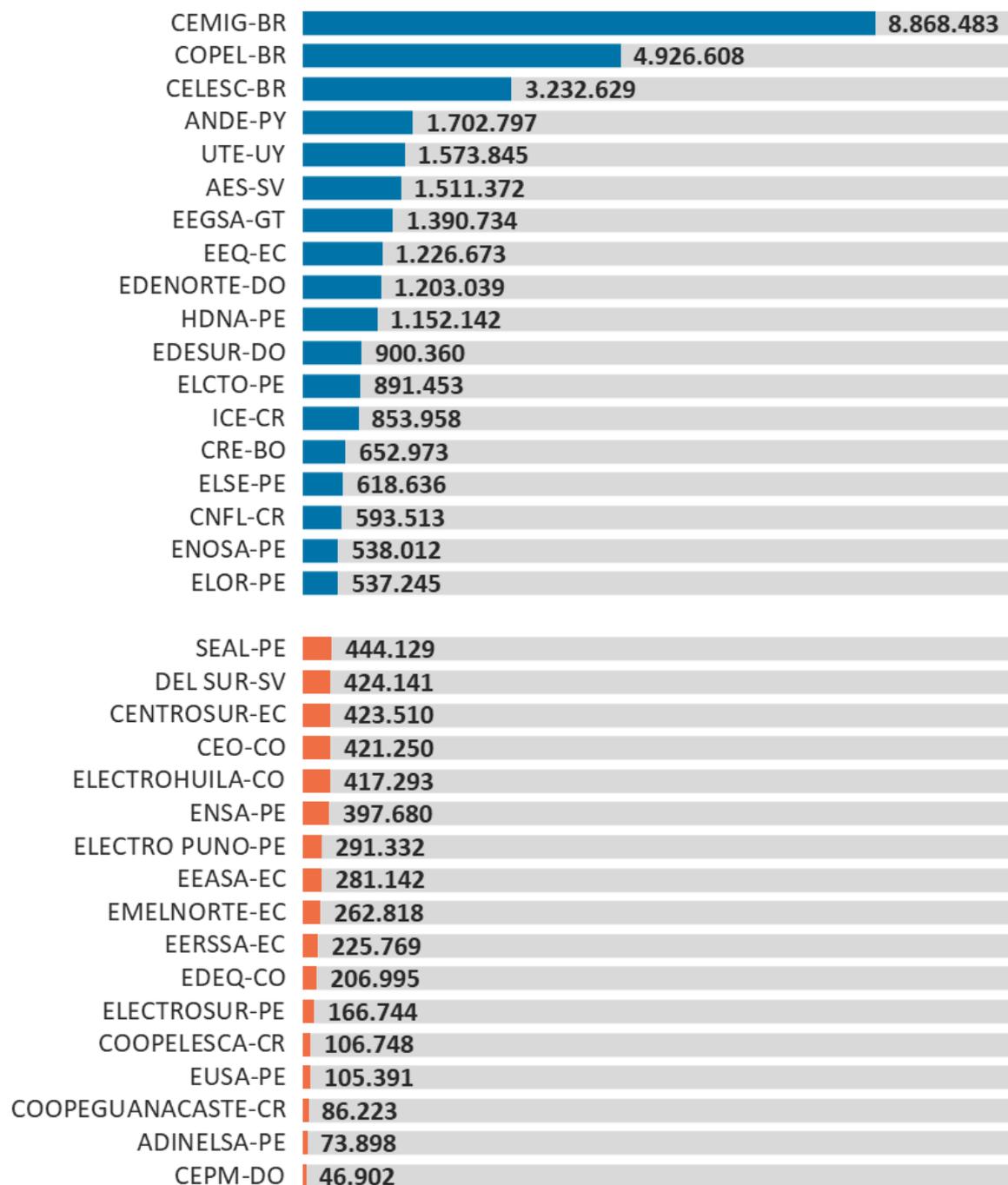
Así, para las muestras con un margen de error de 5 p.p., la satisfacción respecto a un determinado atributo tiene 95% de probabilidad de estar comprendida en el intervalo (75% - 5p.p. y 75% + 5p.p.). O sea, entre 70% y 80%.

Para las muestras con un margen de error de 4p.p., la satisfacción respecto a un determinado atributo tiene 95% de probabilidad de estar comprendida en el intervalo (75% - 4p.p. y 75% + 4p.p.). O sea, entre 71% y 79%.

La variación del índice dentro del intervalo ( $x \pm$  error de muestreo) no se puede traducir directamente en una mejora o empeoramiento del desempeño del atributo. Hay que hacer un análisis de su serie histórica, observar las demás respuestas del cuestionario, resultados del cruce de informaciones, etc.

En el siguiente gráfico, están relacionadas todas las empresas que participaron de la 20ª ronda, con la indicación del país, del tamaño de la muestra para cada grupo de distribuidoras y respectivo margen de error.

### Participantes de la 20ª Ronda por Número de Clientes



Más de 500 mil clientes  
625 casos  
Margen de error: 4%

Hasta 500 mil clientes  
400 casos  
Margen de error: 5%

FUENTE: CIER Y ABRADDEE

## 2. Productos generados

Los resultados obtenidos fueron organizados en **seis informes, dos presentaciones y el histórico de la encuesta**. Todos los productos estarán disponibles en el sitio web de Innovare Pesquisa en septiembre de 2022.

	<b>Informe Individual</b>	<i>Presenta los índices y los resultados obtenidos para cada distribuidora.</i>
	<b>Informe Comparativo de Índices entre Distribuidoras</b>	<i>Presenta los índices generados para cada una de las distribuidoras en el año 2022, permitiendo la comparación entre ellas.</i>
	<b>Informe Comparativo de Índices entre Rondas</b>	<i>Presenta los índices generados para cada una de las distribuidoras, lo que posibilita la verificación de la evolución de la distribuidora durante los años de realización del trabajo.</i>
	<b>Informe Comparativo de índices entre Países</b>	<i>Presenta los índices generados y otros datos recolectados durante la investigación para cada uno de los países, permitiendo la comparación entre ellos y entre las distribuidoras que los componen.</i>
	<b>Informe Comparativo de Índices entre Grupos Empresariales</b>	<i>Presenta los índices generados para cada grupo empresarial, permitiendo la comparación entre las distribuidoras que lo componen. Reciben este producto las distribuidoras de los grupos: Distriluz, EPM, Fonafe e ICE.</i>
	<b>Informe de Análisis de Regiones de la Distribuidora</b>	<i>Toda empresa que tenga un mínimo de 100 encuestas realizadas por región recibirá los análisis realizados para cada una de esas unidades espaciales.</i>
	<b>Presentación Individual</b>	<i>Este producto presenta resultados de cada distribuidora (nivel general y por región), de forma comparativa a CIER, incluyendo serie histórica del desempeño de la empresa.</i>
	<b>Presentación Analítica</b>	<i>Este producto presenta resultados de todas las distribuidoras de manera comparativa, así como también un análisis detallado de los resultados obtenidos.</i>
	<b>Histórico de la Encuesta</b>	<i>Presenta la serie histórica de los principales índices generados por la metodología, por distribuidora y para el resultado CIER, así como la serie histórica de los promedios por distribuidora. Hay también gráficos editables de resultados comparativos entre distribuidoras.</i>
	<b>Elaborado en Word</b>	
	<b>Entregue en PDF</b>	
	<b>Entregue en PowerPoint</b>	
	<b>Entregue en Excel</b>	
		<b>Entregue impreso</b>

Además de los informes y presentaciones, otros productos de la encuesta estarán disponibles en el sitio web de Innovare Pesquisa en septiembre de 2022. **Son ellos:**

- *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);*
- *tabla con la distribución de la muestra por municipio;*
- *cronograma de recolección de datos;*
- *cuestionario utilizado (elaborado en Word y entregado en formato PDF).*

**Los productos listados abajo fueron incluidos en el informe individual:**

- *cálculo de los principales índices por caracterización de los encuestados;*
- *matriz de correlación;*
- *gráficos de escalas abiertas.*

### 3. Presentación de los resultados

Los resultados presentados en este informe se refieren a aquellos obtenidos en la muestra patrón de la distribuidora. El objetivo es poder comparar todas las distribuidoras entre ellas y con relación al resultado CIER.

Para el cálculo del resultado CIER son consideradas 35 empresas (incluyendo las BRACIER) que participaron de la 20ª encuesta CIER.

<b>Resultado CIER</b>	<i>El resultado CIER es generado a partir de la ponderación de los datos obtenidos entre las distribuidoras asociadas a la CIER. Como las distribuidoras poseen tamaños diferentes y se calculó una muestra independiente para cada una de ellas, la suma simple de las muestras no refleja el universo de clientes residenciales. Para resumir los datos obtenidos en el estudio en un solo índice, es necesario un procedimiento de "ajuste", que denominamos "ponderación".</i>
-----------------------	--

El objetivo de la ponderación es corregir la proporción de casos de cada distribuidora, para que ellos asuman, a partir de la aplicación de un peso, la real proporción que poseen cuando se trata del total de unidades clientes de las distribuidoras participantes del estudio. Se adoptó el total de clientes de cada distribuidora como información para los cálculos.

**Los índices son presentados a partir de la próxima página y en cada gráfico:**

- *las distribuidoras participantes están agrupadas según su tamaño (hasta 500 mil o más de 500 mil clientes);*
- *en cada grupo, ellas están dispuestas en orden decreciente del índice en evaluación;*
- *hay una línea horizontal, paralela al eje de las distribuidoras, que es el resultado CIER;*

Primero, serán presentados los índices generales simples (IAC e ISG). A seguir, los resultados obtenidos para las áreas de calidad que componen el ISCAL. Después, los índices compuestos, es decir, los que consideran la percepción del cliente con relación a la calidad de los servicios prestados por la distribuidora y contemplan los aspectos que podrían influenciar su nivel de satisfacción. Por fin, la evaluación del precio y de los atributos y áreas de calidad que no hacen parte del cálculo del ISCAL.

## 4. Índices generales simples

### 4.1. IAC - Índice de Aprobación del Cliente

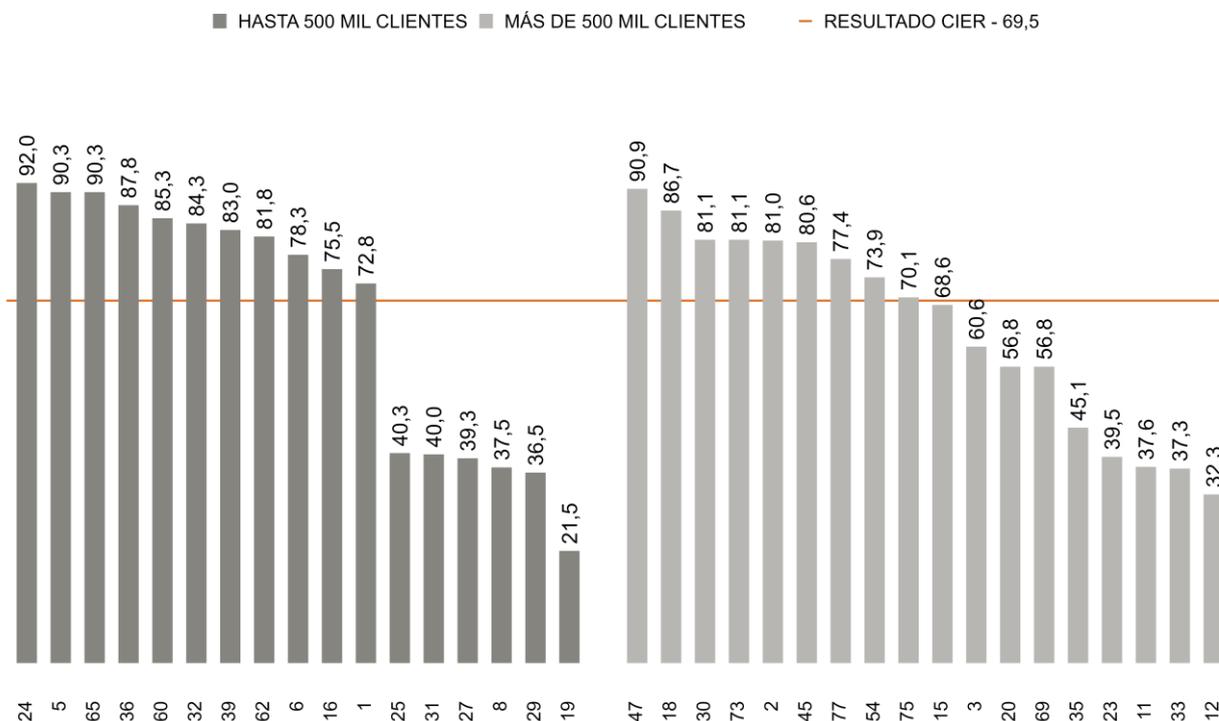
Manteniendo la estructura de la ronda anterior, la pregunta del IAC se quedó en el cuestionario de abordaje (P45), y sólo los que informaron una nota de evaluación pasaron a la siguiente pregunta del abordaje.

La pregunta corresponde a la evaluación de la calidad de los servicios prestados por la distribuidora. El resultado obtenido representa el nivel de satisfacción inicial del cliente, dado que fue aplicada antes de la evaluación de los atributos y áreas de calidad.

Para la obtención de la respuesta, se le fue presentada y explicada al encuestado una escala de 10 puntos, variando desde "muy mala" hasta "muy buena", de acuerdo con el modelo abajo.



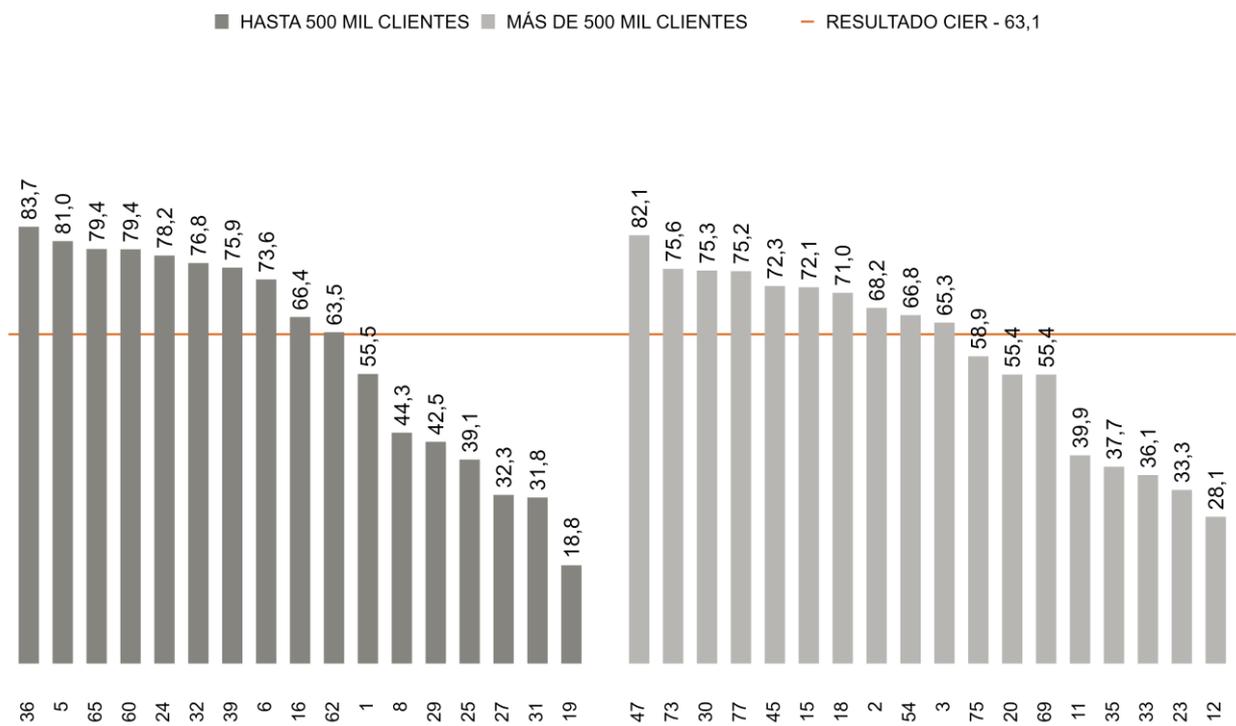
Los resultados obtenidos fueron agrupados y presentados a continuación. Es importante recordar que, para el cálculo del IAC y del promedio aritmético, no están considerados aquellos encuestados que no supieron contestar la pregunta.



## 4.2. ISG - Índice de Satisfacción General

Luego después de formuladas todas las preguntas relativas a los atributos de calidad y precio propiamente dicho, se solicitó al encuestado una respuesta general de satisfacción (P223), con base en una escala de satisfacción de 10 puntos, semejante a la escala anterior presentada.

Los resultados obtenidos fueron agrupados y se presentan a continuación. Es importante tomar en consideración que, para el cálculo del ISG, tampoco son considerados aquellos encuestados que no quisieron o no supieron contestar la pregunta.



## 5. Índices de desempeño de los atributos y áreas de calidad

El cuestionario tiene por objetivo recolectar el grado de satisfacción de los clientes en relación a cada uno de los atributos encuestados para las siete áreas: Suministro de Energía (P139 a P141), Información y Comunicación (P149 a P153), Factura de Energía (P164 a P169), Atención al Cliente (P199 a P208), Imagen (P209 a P221), Responsabilidad Socioambiental (P224 a P231) y Alumbrado Público (P235 a P238). Recordando que esas dos últimas áreas no son consideradas en el cálculo del ISCAL.

Para que el cliente conteste sobre su grado de satisfacción con los ítems en cuestión, se explica una escala de 10 puntos, que varía de "muy insatisfecho" hasta "muy satisfecho".

MUY INSATISFECHO		INSATISFECHO		NI SATISFECHO NI INSATISFECHO		SATISFECHO		MUY SATISFECHO	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

El resultado de la recolección de la satisfacción del cliente para cada uno de los atributos es expresado por el IDAT (Índice de Desempeño del Atributo):

<b>IDAT</b>	<i>Es el porcentaje de clientes cuya evaluación haya sido igual o mayor que 7 ("satisfecho" o "muy satisfecho") para cada uno de los atributos investigados, sin tomar en consideración a aquellos que no supieron o se negaron a contestar.</i>
-------------	--

Con esos mismos datos, además del cálculo del IDAT, también se calcula el IDAR (Índice de Desempeño del Área):

<b>IDAR</b>	<i>Es el porcentaje de clientes cuya evaluación haya sido igual o mayor que 7 ("satisfecho" o "muy satisfecho") para cada uno de los atributos investigados, sin tomar en consideración a aquellos que no supieron o se negaron a contestar.</i>
-------------	--

Vea el ejemplo abajo:

TABLA AGREGADA (5 puntos)		1+2	3+4	5+6	7+8	9+10	NS/NR	Índice	Base (n)
IDAT	Sin interrupción	1,4	3,8	18,5	42,2	33,2	0,9	76,1	64
	Sin variación de voltaje	2,5	4,5	18,4	45,0	29,3	0,3	74,5	64
	Rapidez en la reanudación de la energía cuando falta	5,0	7,4	20,3	36,9	30,4	0,1	67,3	64
IDAR	Suministro de energía	2,9	5,0	20,2	41,0	30,5	0,4	71,8	192

Base: 100%

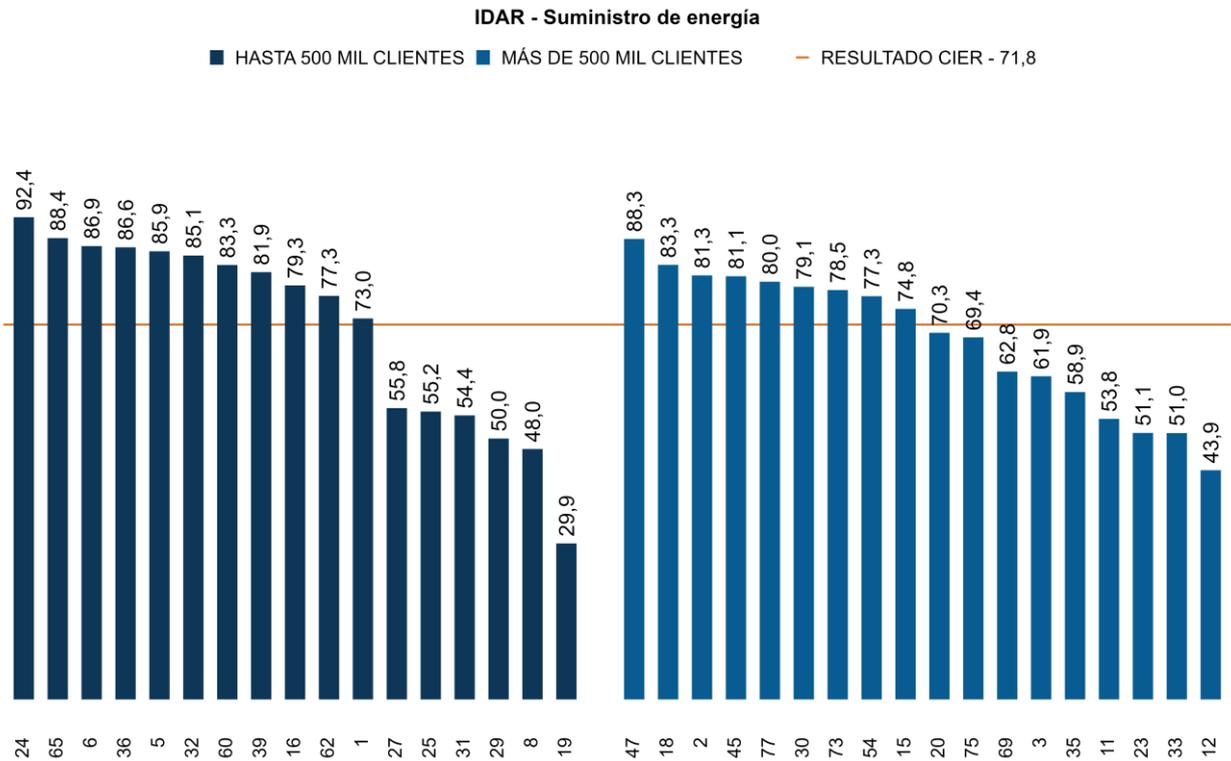
A continuación, se presentarán los IDARs de las áreas de calidad.



## 5.1. Suministro de Energía

Esta área está compuesta por tres atributos, que son:

- Suministro de energía sin interrupción, es decir, que no falte energía en su domicilio;
- Suministro de energía sin variación de voltaje en su domicilio, es decir, sin bajones o parpadeos;
- Agilidad en la reanudación/restablecimiento del servicio eléctrico cuando falta, es decir, el tiempo que tarda en volver la energía en su domicilio.



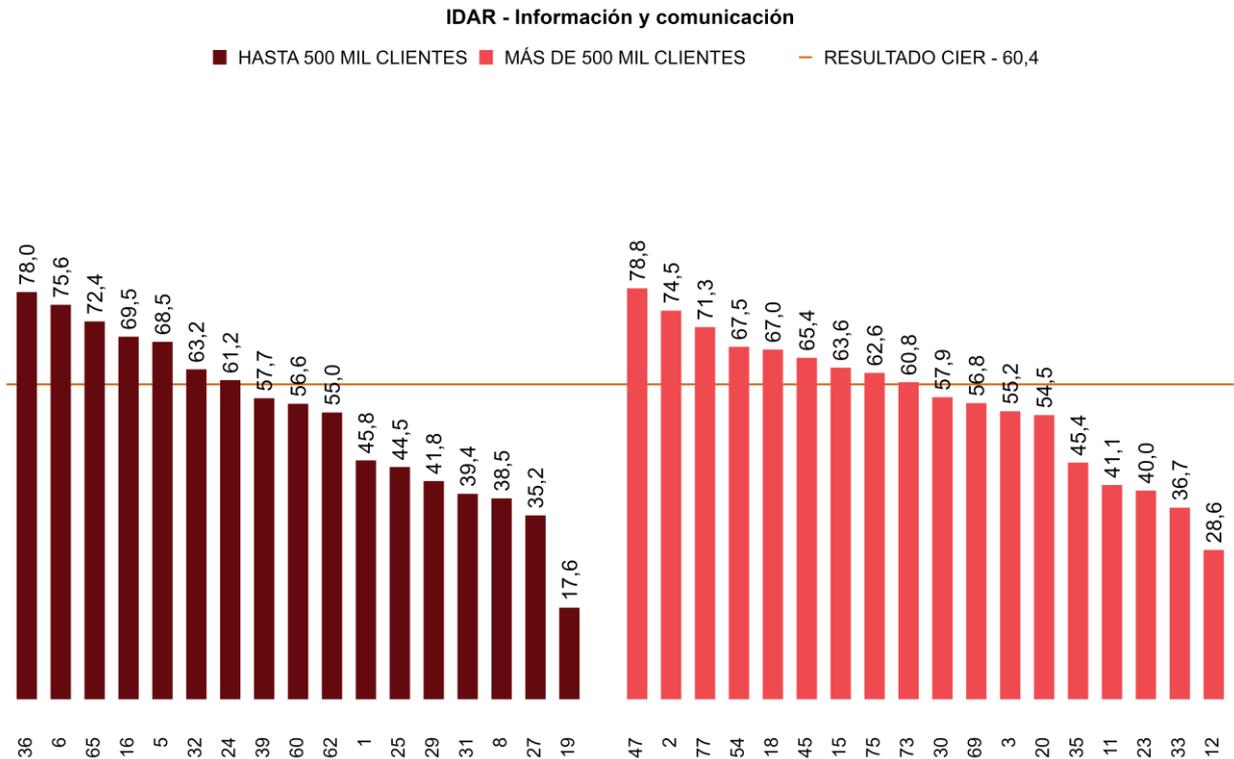


## 5.2. Información y Comunicación

Esta área está compuesta por cinco atributos, que son:

- Comunicación previa en el caso de interrupciones debido a mantenimiento programado para mejora en la red;
- Orientaciones brindadas por la distribuidora respecto al uso eficiente de la energía, para que no se desperdicie;
- Orientaciones brindadas por la distribuidora respecto a los riesgos eléctricos y peligros en el uso de la energía eléctrica;
- Orientaciones brindadas por la distribuidora respecto a sus derechos y deberes como cliente de energía eléctrica;
- Informaciones brindadas por la distribuidora respecto a la medición del consumo de energía (ej.: cómo se hace, cómo leer el medidor).

El atributo "Informaciones brindadas por la distribuidora respecto a la medición del consumo de energía (ej.: cómo se hace, cómo leer el medidor)", insertado en 2019, se mantiene en esa ronda. Ese atributo no es considerado en el cálculo del índice del área (IDAR), ni en el cálculo del ISCAL, IECP o IICP.



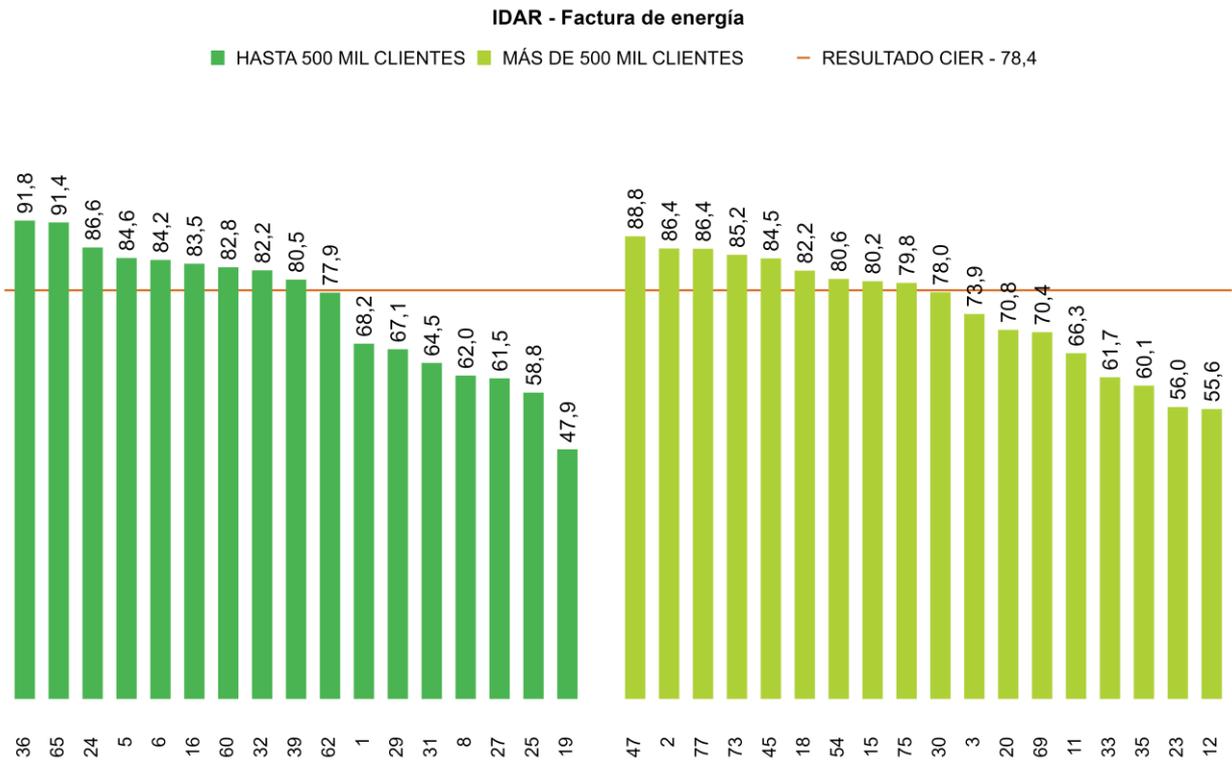


### 5.3. Factura de Energía

Esta área está compuesta por seis atributos, que son:

- Plazo entre la entrega de la factura de energía y su fecha límite de pago (número de días entre la recepción de la factura y el vencimiento);
- Factura sin errores (con la lectura del contador/medidor y los cálculos correctos);
- Facilidad de comprensión de las informaciones (conceptos y contenidos) que están en la factura;
- Disponibilidad de puntos de pago, tales como bancos, internet, o similares;
- Conveniencia de la fecha del vencimiento de la factura, es decir, el día que tiene que pagar la factura;
- Disponibilidad de canales de pago digitales (ej.: app, internet).

El atributo "Disponibilidad de canales de pago digitales (ej.: app, internet)", insertado en 2019, se mantiene en esa ronda. Ese atributo no es considerado en el cálculo del índice del área (IDAR), ni en el cálculo del ISCAL, IECP o IICP.





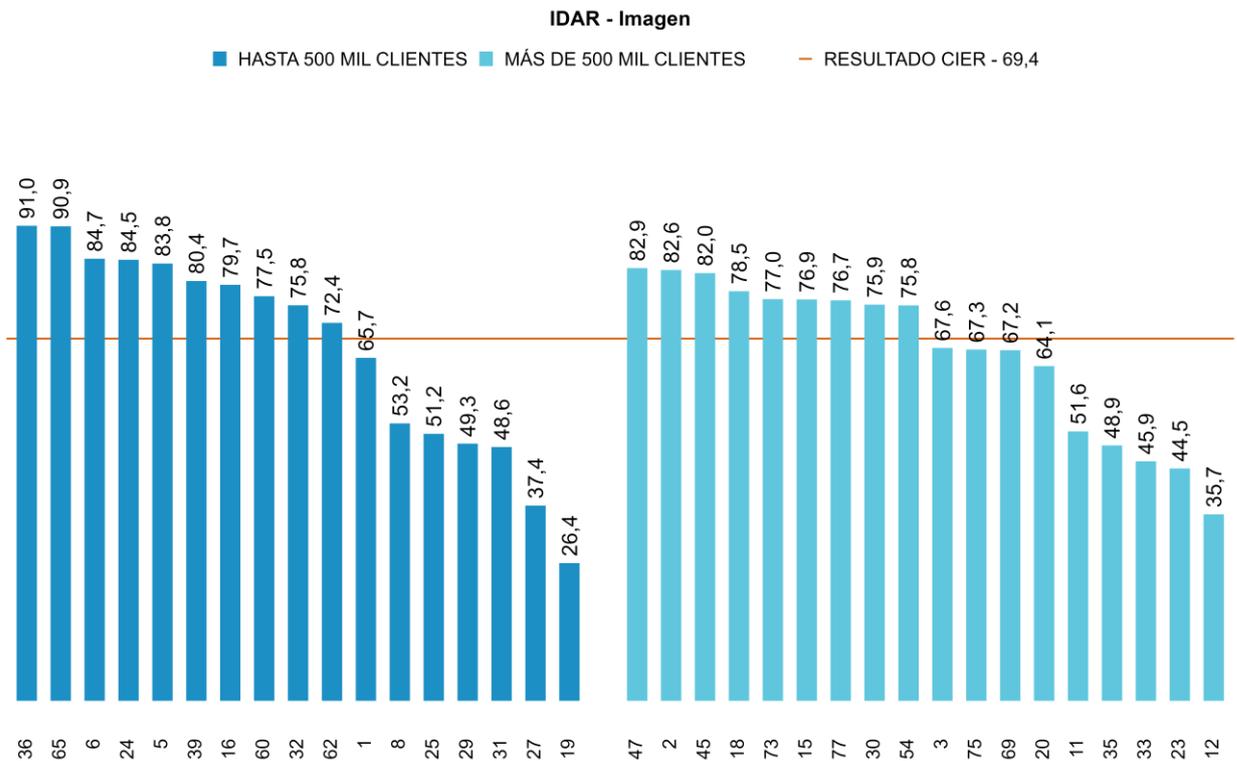


### 5.5. Imagen

Esta área está compuesta por nueve atributos, que son:

- Empresa que respeta los derechos de los clientes;
- Empresa correcta con sus clientes, si comete errores los corregirá - empresa justa;
- Ser una empresa que invierte para proveer energía a más clientes y con calidad;
- Empresa que busca informar y aclarar a sus clientes con respecto a su actuación;
- Empresa que se ocupa de evitar fraudes como los hurtos de energía, etc.;
- Empresa que ofrece la misma atención a todos los clientes, que no promueve ningún tipo de discriminación;
- Empresa flexible, o sea, que está dispuesta a negociar/escuchar sus clientes para resolver sus inquietudes;
- Empresa que se ocupa del medio ambiente, de la preservación de la naturaleza;
- Empresa preparada y con buena organización para atender su región/zona en casos de tormentas, terremotos, vientos huracanados, incendios, inundaciones u otras emergencias climáticas graves.

El atributo "Empresa preparada y con buena organización para atender su región/zona en casos de tormentas, terremotos, vientos huracanados, incendios, inundaciones u otras emergencias climáticas graves" fue excluido en 2020 pero regresó en 2021, y se mantiene en esa ronda de la encuesta. Ese atributo no es considerado en el cálculo del índice del área (IDAR), ni en el cálculo del ISCAL, IECP o IICP.



## 6. Índices generales compuestos

Los índices compuestos generales son todos aquellos que no implican una pregunta directa, pero que consideran la satisfacción con los atributos de las áreas presentadas hasta ahora.

### 6.1. ISCAL - Índice de Satisfacción con la Calidad Percibida

Este índice representa la percepción del cliente con relación a la calidad de los servicios prestados por la distribuidora y contempla todos los aspectos que podrían influenciar su nivel de satisfacción, ponderados por la importancia atribuida a cada uno de ellos.

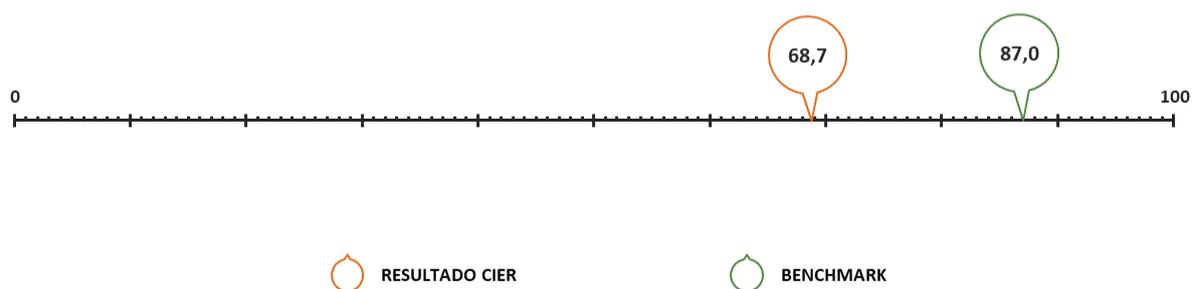
En la próxima tabla, se presentan, en la columna 2, los índices de satisfacción con cada atributo (IDATs) y, en la columna siguiente, la importancia relativa de cada atributo de calidad. La última columna enseña la tasa de satisfacción, que es el resultado de la multiplicación del IDAT por su respectiva importancia relativa, dividido por 100. El ISCAL es la suma de las tasas de satisfacción presentadas en la última columna.

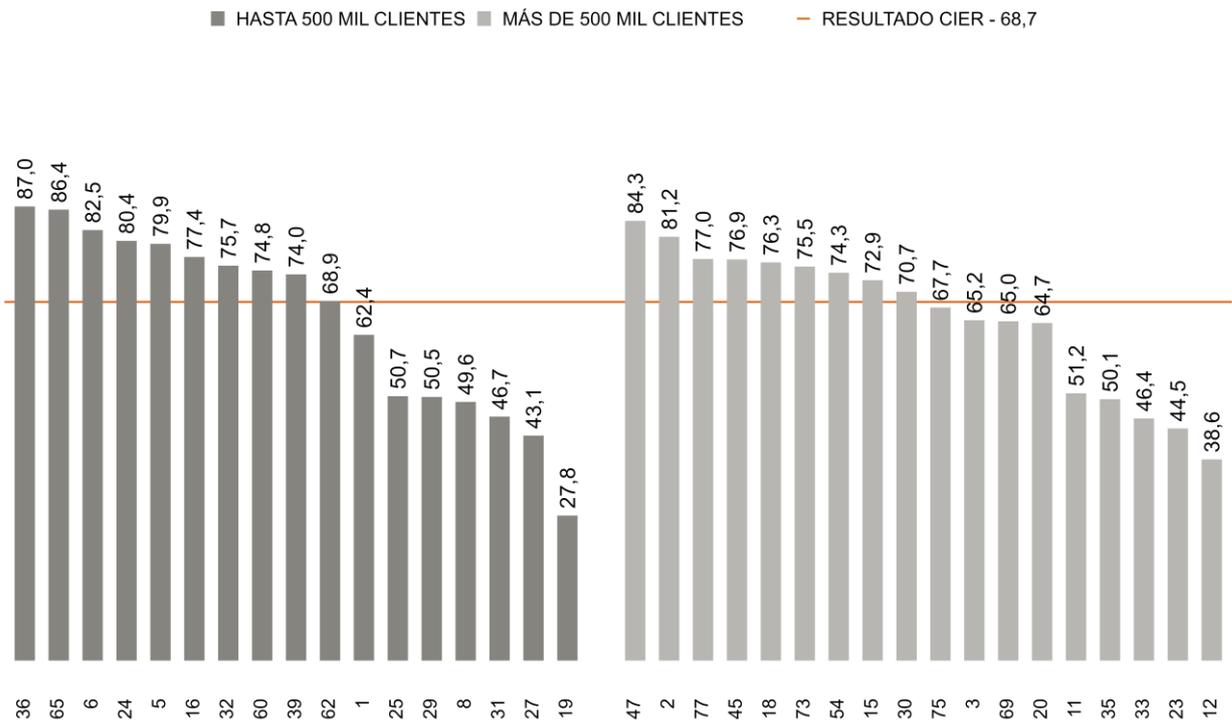
El ISCAL fue calculado con 29 atributos de las cinco áreas de calidad, o sea, no fueron considerados los siguientes atributos:

- *Informaciones brindadas por la distribuidora respecto a la medición del consumo de energía (ej.: cómo se hace, cómo leer el medidor), incluido en el área Información y comunicación en 2019;*
- *Disponibilidad de canales de pago digitales (ej.: app, internet), incluido en el área Factura de energía en 2019;*
- *Autonomía/flexibilidad del empleado, incluido en el área Atención al cliente en 2010;*
- *Empresa preparada y con buena organización para atender su región/zona en casos de tormentas, terremotos, vientos huracanados, incendios, inundaciones u otras emergencias climáticas graves) incluido en el área Imagen.*

En seguida, se hace una evaluación comparativa del resultado CIER al mejor desempeño entre las 35 participantes de esa ronda.

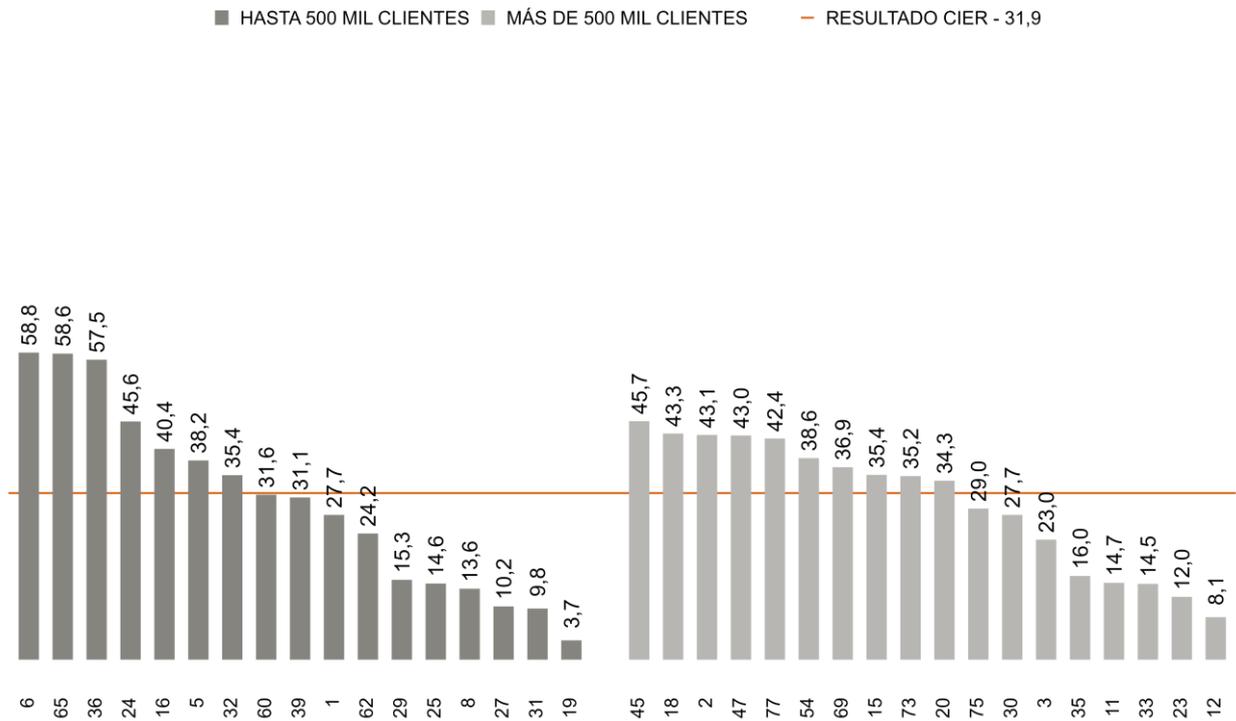
	Áreas y Atributos	IDATs	Importancia relativa	Tasa de satisfacción
SE	Sin interrupción	78,7	6,4%	5,0
	Sin variación de voltaje	72,6	4,3%	3,1
	Rapidez en la reanudación de la energía cuando falta	64,2	4,1%	2,7
IC	Notificación de interrupción	63,0	5,5%	3,5
	Uso eficiente	62,4	4,2%	2,6
	Riesgos y peligros	60,1	4,0%	2,4
FE	Derechos y deberes	55,8	3,3%	1,8
	Plazo entre la recepción y el vencimiento	78,3	4,8%	3,8
	Factura sin errores	72,8	4,7%	3,4
AT	Facilidad de comprensión	72,5	3,5%	2,5
	Locales para el pago	86,8	3,4%	2,9
	Fechas para el vencimiento	81,5	2,6%	2,1
IM	Facilidad para contactarse	61,9	5,3%	3,3
	Tiempo de espera hasta ser atendido	54,2	4,6%	2,5
	Duración del tiempo de la atención	63,9	4,5%	2,9
AT	Conocimiento sobre el tema	69,9	4,0%	2,8
	Claridad en la información	71,3	3,6%	2,6
	Calidad de la atención	78,5	4,0%	3,1
IM	Plazo informado	64,2	3,0%	1,9
	Solución definitiva del problema	65,0	3,0%	1,9
	Cumplimiento del plazo	64,3	2,6%	1,7
IM	Respetar los derechos de los clientes	69,8	2,6%	1,8
	Correcta con los clientes	68,0	2,2%	1,5
	Invierte para proveer energía con calidad	71,6	2,0%	1,4
IM	Informa a sus clientes con respecto a su actuación	64,6	1,7%	1,1
	Se ocupa de evitar hurtos de energía	68,0	1,6%	1,1
	Ofrece atención sin discriminación	75,2	1,7%	1,2
IM	Dispuesta a negociar con sus clientes (flexible)	68,1	1,5%	1,0
	Se ocupa del medio ambiente	70,0	1,4%	1,0





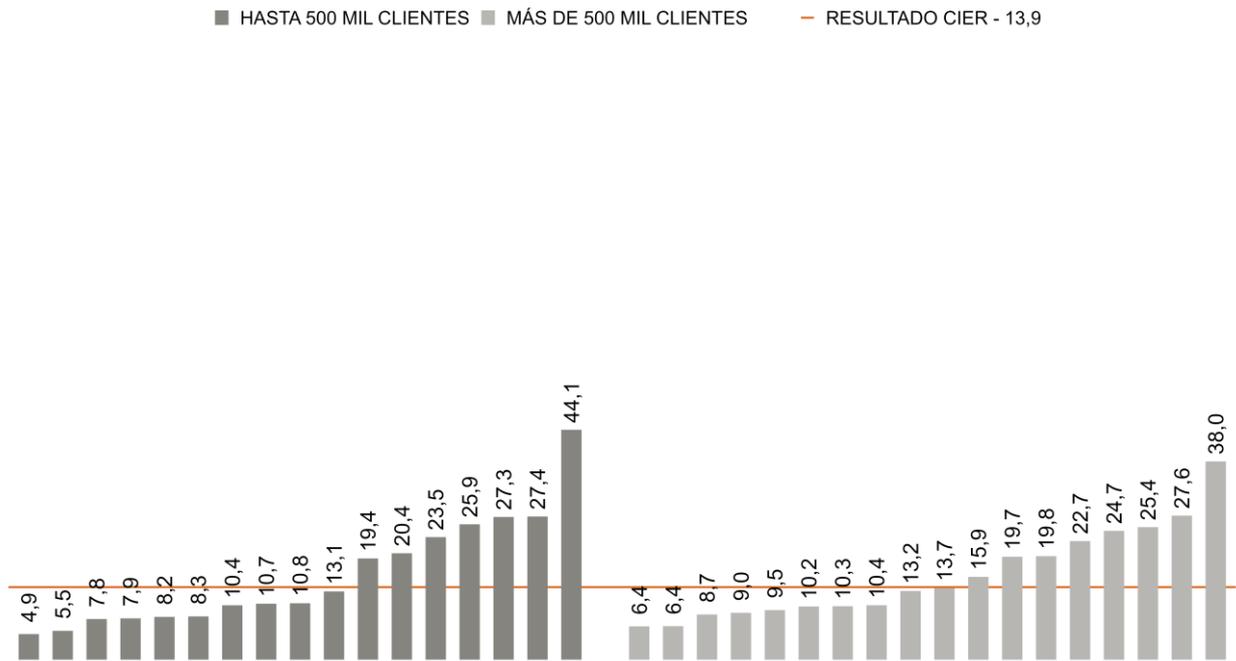
## 6.2. IECP - Índice de Excelencia de la Calidad Percibida

Ese índice fue incluido en 2010 y es calculado como el ISCAL, con la siguiente diferencia: para el cálculo de los IDATs, se consideró solamente el porcentaje de encuestados que calificaron 9 o 10 para los atributos de calidad, correspondiendo a los clientes "muy satisfechos", sin tomar en consideración a aquellos que no supieron o se negaron a contestar las preguntas.



### 6.3. IICP - Índice de Insatisfacción con la Calidad Percibida

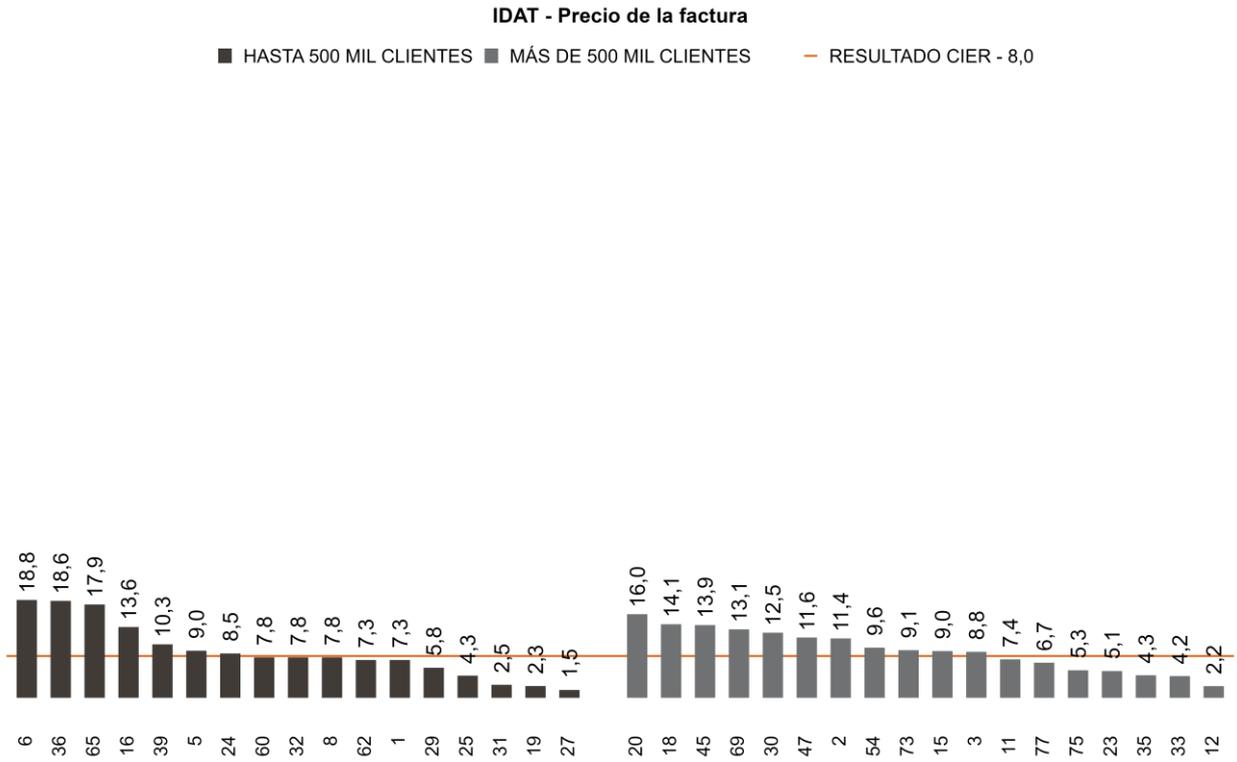
Este índice fue incluido en 2010 y es calculado como el ISCAL, con la siguiente diferencia: para el cálculo de los IDATs, se consideró solamente el porcentaje de encuestados que calificaron desde 1 hasta 4 para los atributos de calidad, correspondiendo a los clientes "insatisfechos" o "muy insatisfechos", sin tomar en consideración aquellos que no supieron o se negaron a contestar.





## 7. Evaluación del Precio

El IDAT de "Precio propiamente dicho" (o precio de la factura – P222) es calculado considerando el porcentaje de clientes que asignaron calificaciones desde 7 hasta 10 en la escala de evaluación del precio (“barato” y “muy barato”).





## 8. Índices de desempeño de las demás áreas de calidad

### 8.1. Responsabilidad Socioambiental

Esta área está compuesta por ocho atributos, que son:

- *Empresa que ofrece apoyo o realiza programas sociales, como, por ejemplo, programa de incentivo al deporte, a la mejora de la educación y las condiciones de salud;*
- *Empresa que realiza u ofrece apoyo a eventos culturales, como, por ejemplo, la realización de conciertos, exhibición de películas, obras de teatro, exposiciones, etc.;*
- *Empresa que se ocupa de la prevención de accidentes con la red eléctrica y seguridad de la población;*
- *Empresa que invierte para llevar energía eléctrica a zonas/regiones que no cuentan con el servicio de energía eléctrica;*
- *Empresa que contribuye para el desarrollo económico de su ciudad/municipio/comuna;*
- *Empresa que facilita el acceso de los ciudadanos con edad avanzada o discapacitados en sus puntos de atención y medios de comunicación con clientes;*
- *Empresa honesta, que cumple con sus obligaciones con todos los públicos, sean ellos clientes, empleados, proveedores /suministradores, gobierno etc.*
- *Empresa que ofrece buenas condiciones de trabajo para sus funcionarios (ofrece beneficios, invierte en capacitaciones, garantiza la seguridad física del funcionario);*

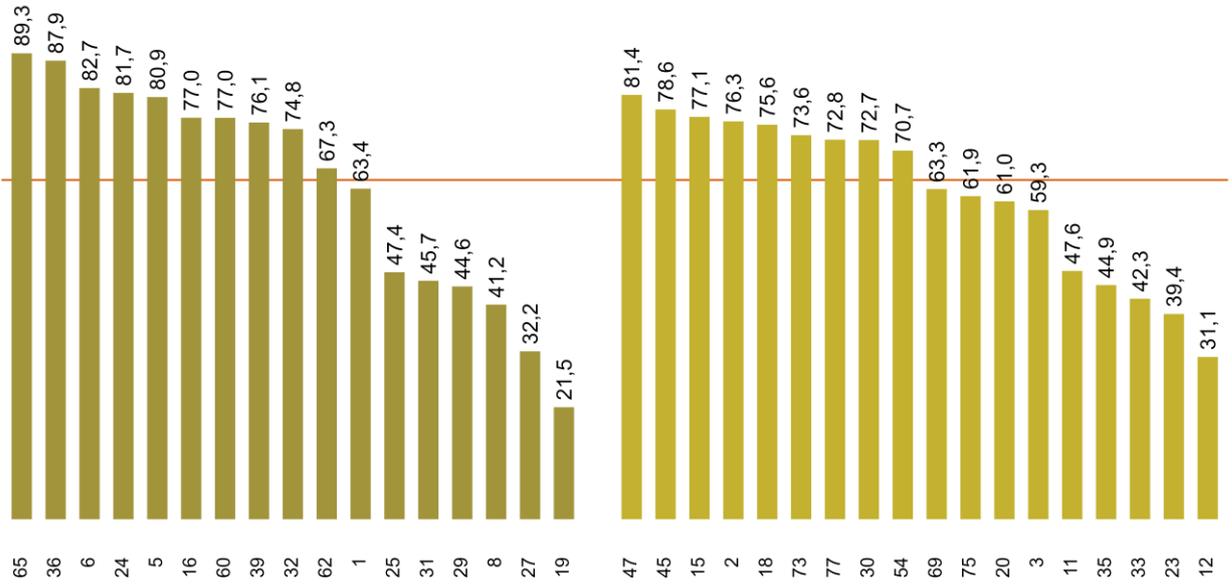
En 2010 fueron incluidos los atributos "Empresa que ofrece buenas condiciones de trabajo a sus empleados" y "Empresa honesta, que cumple con sus obligaciones con todos los públicos, sean ellos consumidores, empleados, proveedores /suministradores, gobierno etc.". Estos atributos no componen el índice del área tampoco el ISCAL.

El índice del área de Responsabilidad Socioambiental considera en su cálculo los seis atributos tradicionales del área (sin los incluidos en 2010), y los dos atributos del área Imagen, "Empresa que se ocupa de evitar fraudes como los hurtos de energía, etc." y "Empresa que se ocupa del medio ambiente, de la preservación de la naturaleza".



IDAR - Responsabilidade socioambiental

■ HASTA 500 MIL CLIENTES ■ MÁS DE 500 MIL CLIENTES — RESULTADO CIER - 65,1

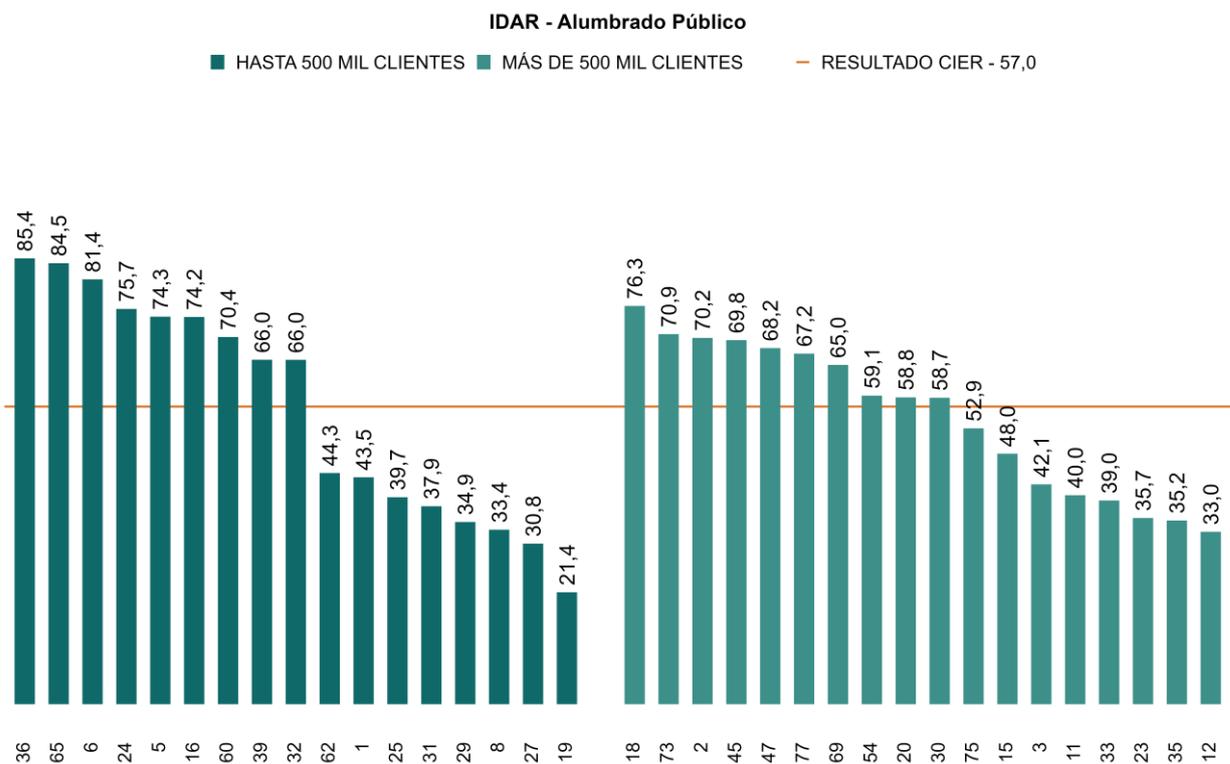




## 8.2. Alumbrado Público

Esta área está compuesta por cuatro atributos, que son:

- Alumbrado público disponible en toda la ciudad/municipio/comuna;
- Calles y plazas bien alumbradas (Alumbrado público de calidad);
- El mantenimiento que le hacen al alumbrado público en calles y avenidas (cambio de lámparas, postes etc.);
- El mantenimiento que le hacen al alumbrado público en plazas, parques, lugares emblemáticos (cambio de lámparas, postes etc.).

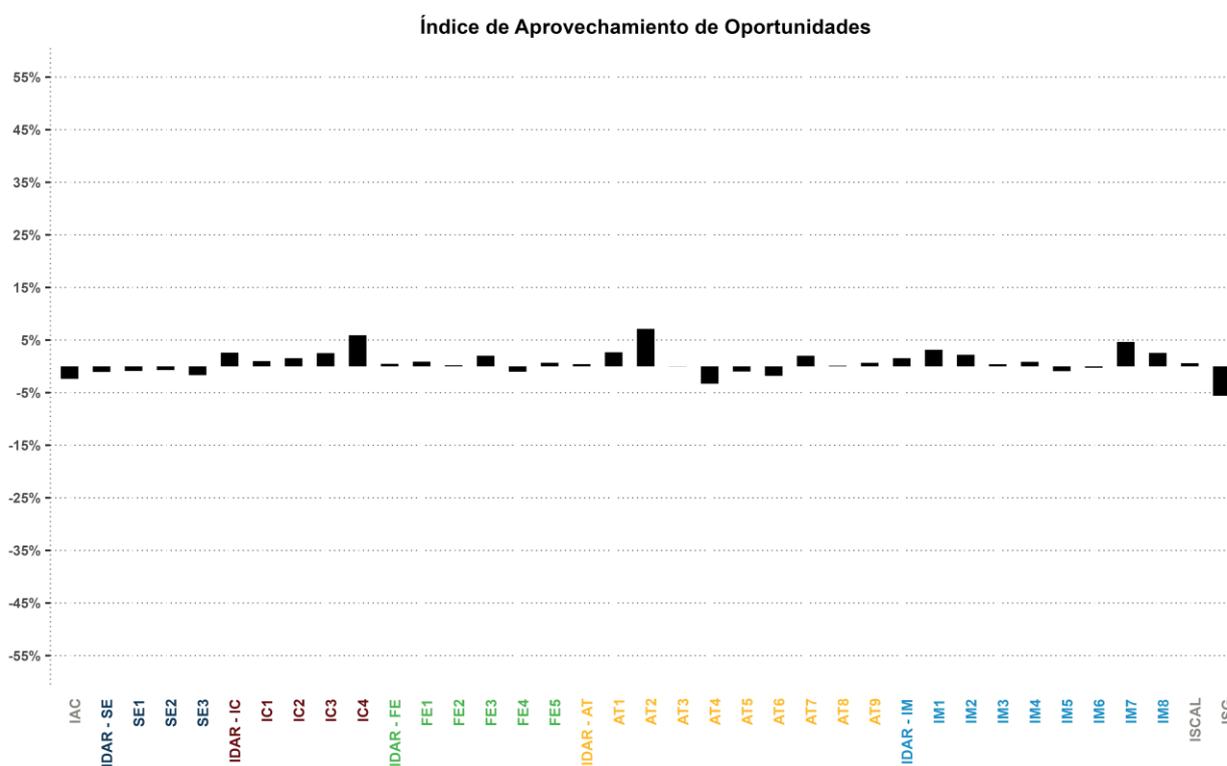


## 9. Índice de Aprovechamiento de Oportunidades

El Índice de Aprovechamiento de Oportunidades (**IAOP**) es la diferencia relativa entre el índice obtenido en esa ronda de la encuesta y el obtenido en la ronda anterior, es decir, es la variación porcentual con relación al resultado anterior. El IAOP es calculado para cada uno de los índices generados por esa metodología.

A continuación, se presenta el desempeño de los Índices de Aprovechamiento de Oportunidades (**IAOPs**) para el ISCAL y todos los atributos que componen las cinco áreas de calidad, así como los índices generales simples: Aprobación del Cliente (**IAC**) y Satisfacción General (**ISG**).

La leyenda para los índices y atributos sigue después del gráfico.



- IAC

**Índice de Aprobación del Cliente**
- 

SE

**SE - Suministro de Energía**

SE1 - Sin interrupción

SE2 - Sin variación de voltaje

SE3 - Rapidez en la reanudación de la energía cuando falta
- 

IC

**IC - Información y Comunicación**

IC1 - Notificación de interrupción

IC2 - Uso eficiente

IC3 - Riesgos y peligros

IC4 - Derechos y deberes
- 

FE

**FE - Factura de Energía**

FE1 - Plazo entre recepción y el vencimiento

FE2 - Factura sin errores

FE3 - Facilidad de comprensión

FE4 - Locales para el pago

FE5 - Fechas para el vencimiento

- 

AT

**AT - Atención al Cliente**

AT1 - Facilidad para contactarse

AT2 - Tiempo de espera hasta ser atendido

AT3 - Duración del tiempo de la atención

AT4 - Conocimiento sobre el tema

AT5 - Claridad en la información

AT6 - Calidad de la atención

AT7 - Plazo informado

AT8 - Solución definitiva del problema

AT9 - Cumplimiento del plazo

- 

IM

**IM - Imagen**

IM1 - Respeta los derechos de los clientes

IM2 - Correcta con los clientes

IM3 - Invierte para proveer energía con calidad

IM4 - Informa a sus clientes con respecto a su actuación

IM5 - Se ocupa de evitar hurtos de energía

IM6 - Ofrece atención sin discriminación

IM7 - Dispuesta a negociar con sus clientes (flexible)

IM8 - Se ocupa del medio ambiente

**ISCAL Índice de Satisfacción con la Calidad Percibida**

**ISG Índice de Satisfacción General**

## 10. Matriz conjunta de la definición de acciones de mejora

El objetivo de este capítulo es presentar un resumen de los principales resultados, organizados de manera que ayuden a definir las acciones de mejora.

### La matriz considera:

- *la importancia relativa del atributo: para la elaboración de esta matriz, se calculó la importancia relativa de los atributos de las cinco áreas de calidad (Suministro de Energía, Información y Comunicación, Factura, Atención al Cliente e Imagen), considerandos los que hacen parte del cálculo del ISCAL. Este resultado está representado por el eje horizontal;*
- *la satisfacción con el atributo (respectivos IDATs): este resultado está representado por el eje vertical de la matriz.*

### Los cuadrantes se generan a partir del promedio de las importancias relativas y por el promedio de los IDATs. De esta manera:

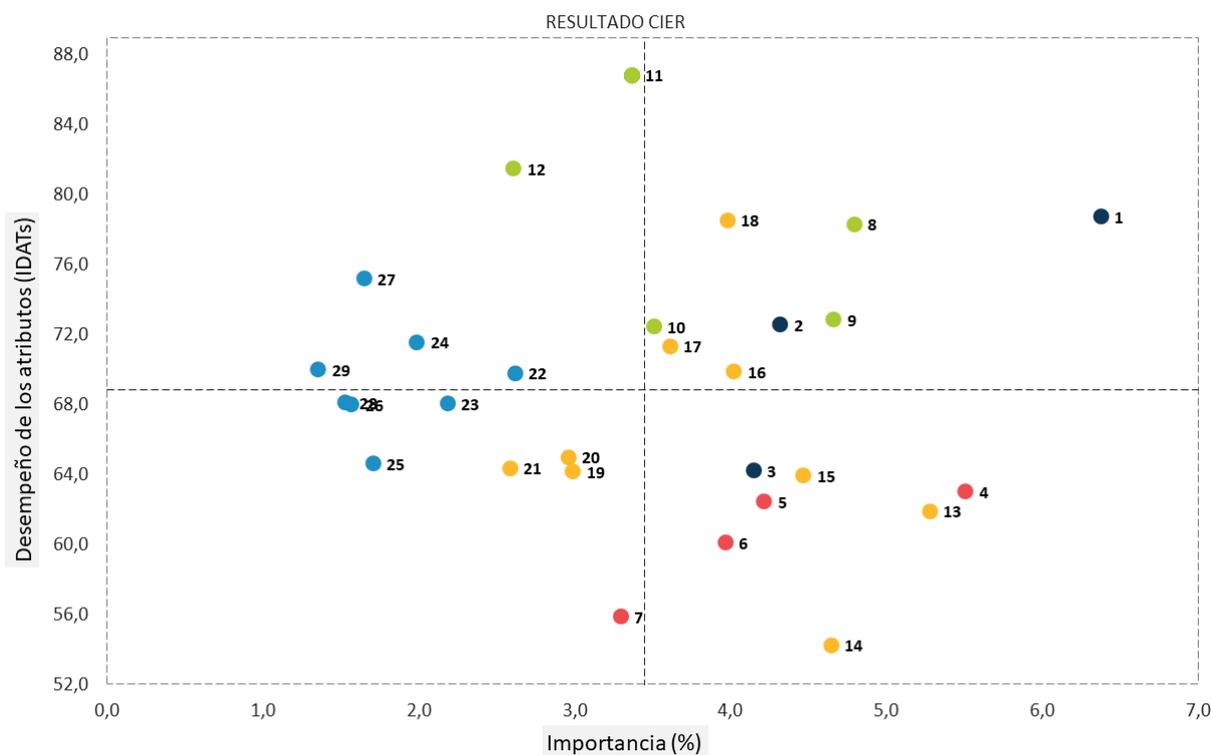
- *los atributos posicionados en el cuadrante inferior derecho son los que deben ser considerados en primer lugar en la determinación de acciones de mejora (importancia relativa por sobre el promedio y satisfacción con el atributo por debajo del promedio);*
- *luego deberán ser considerados los atributos posicionados en el cuadrante inferior izquierdo (nivel de satisfacción y grado de importancia por debajo del promedio);*
- *siguiendo, los atributos posicionados en el cuadrante superior derecho (nivel de satisfacción y grado de importancia por sobre el promedio);*
- *por último, deberán ser considerados los atributos posicionados en el cuadrante superior izquierdo (nivel de satisfacción por sobre el promedio y grado de importancia por debajo del promedio).*

Si dos o más atributos tienen aproximadamente el mismo desempeño y hay pequeña variación de importancia relativa, los marcadores (del punto/de la “bolilla”) o los números identificadores pueden superponerse. En estos casos, la tabla con la indicación del orden de prioridad ayudará en la comprensión del resultado.

Es presentado el orden de prioridad para todos los atributos, incluso para aquellos que no están localizados en el cuadrante foco.

Para identificación de los valores de importancia de cada atributo considerado en la matriz, vea la tabla presentada en seguida a la información del orden de prioridad.

En el gráfico, los atributos están señalados con el color de sus respectivas áreas, y con numeración secuencial.



Nº	Suministro de energía	Prioridad
1	SE1 - Sin interrupción	16º
2	SE2 - Sin variación de voltaje	19º
3	SE3 - Rapidez en la reanudación de la energía cuando falta	6º

Nº	Información y comunicación	Prioridad
4	IC1 - Notificación de interrupción	1º
5	IC2 - Uso eficiente	5º
6	IC3 - Riesgos y peligros	7º
7	IC4 - Derechos y deberes	8º

Nº	Factura de energía	Prioridad
8	FE1 - Plazo entre la recepción y el vencimiento	17º
9	FE2 - Factura sin errores	18º
10	FE3 - Facilidad de comprensión	23º
11	FE4 - Locales para el pago	24º
12	FE5 - Fechas para el vencimiento	26º

Nº	Atención al cliente	Prioridad
13	AT1 - Facilidad para contactarse	2º
14	AT2 - Tiempo de espera hasta ser atendido	3º
15	AT3 - Duración del tiempo de la atención	4º
16	AT4 - Conocimiento sobre el tema	20º
17	AT5 - Claridad en la información	22º
18	AT6 - Calidad de la atención	21º
19	AT7 - Plazo informado	9º
20	AT8 - Solución definitiva del problema	10º
21	AT9 - Cumplimiento del plazo	11º

Nº	Imagen	Prioridad
22	IM1 - Respeta los derechos de los clientes	25º
23	IM2 - Correcta con los clientes	12º
24	IM3 - Invierte para proveer energía con calidad	27º
25	IM4 - Informa a sus clientes con respecto a su actuación	13º
26	IM5 - Se ocupa de evitar hurtos de energía	14º
27	IM6 - Ofrece atención sin discriminación	28º
28	IM7 - Dispuesta a negociar con sus clientes (flexible)	15º
29	IM8 - Se ocupa del medio ambiente	29º