



EPICENTRO
INGENIERÍA EMPRESARIAL

ENCUESTA PERCEPCIÓN DE CLIENTE



ALCANCE

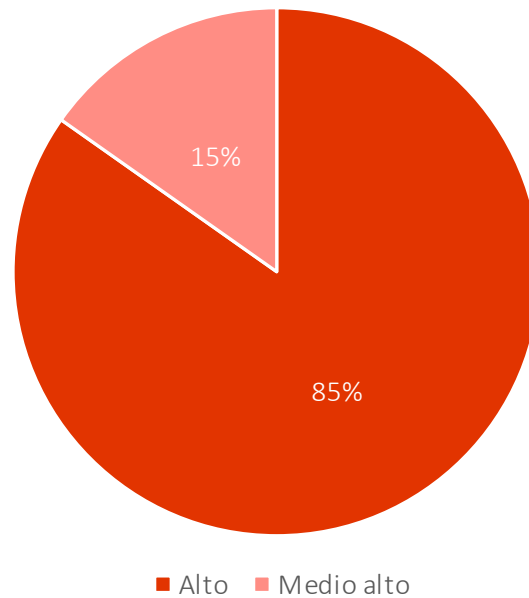
Durante los primeros 15 días de septiembre del 2022, se tuvo publicada la encuesta denominada “Experiencia del servicio”, con una participación de *105 personas*.

OBJETIVO

Generar información de valor para los diferentes proyectos que estamos trabajando a lo interno de la firma y compartir con nuestros aliados comerciales, de manera que, se puedan tomar decisiones o consideraciones con información relevante.



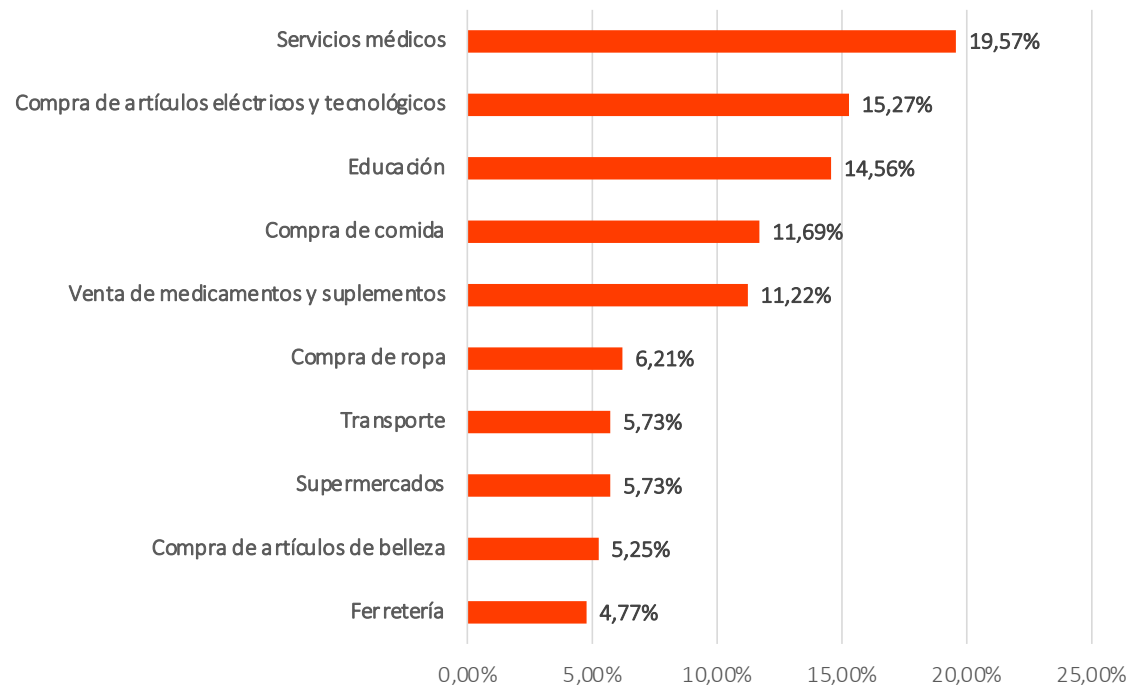
¿Qué tan importante es la experiencia del servicio cuando selecciona una marca?



- El 100% de la muestra indica que, al seleccionar una marca, consideran el tema de tener una experiencia del servicio es alto o medio alto.



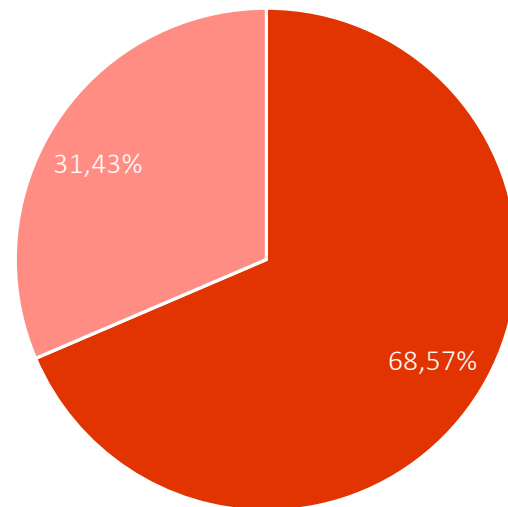
¿En cuáles servicios considera más crítico una experiencia de servicio?



- El 19,57% indica que el sector donde se requiere una mayor experiencia es cuando se brindan **“Servicios médicos”**.
- En la compra de **artículos, productos o servicios tecnológicos** ocupan un segundo lugar con un 15,27%
- Los **servicios de educación** están en un tercer lugar con un 14,56%



¿Usted ha cambiado de marca en los últimos 3 meses por un mal servicio?

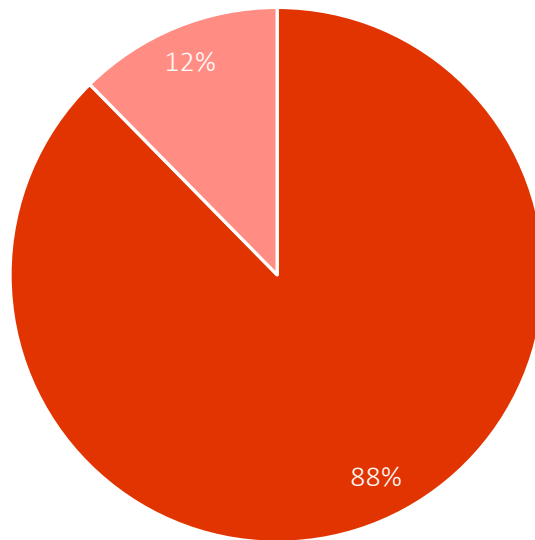


■ Si ■ No

- El 68,57% indica que en los últimos 3 meses ha recibido un mal servicio que hizo cambiar de marca.
- Es un porcentaje muy elevado que es importante considerar dentro de las estrategias de las empresas, ya que, un mal servicio podría convertirse en fugas de clientes.



¿Estaría dispuesto/a a pagar más por productos y servicios en marcas que le brinden una mejor experiencia al cliente?

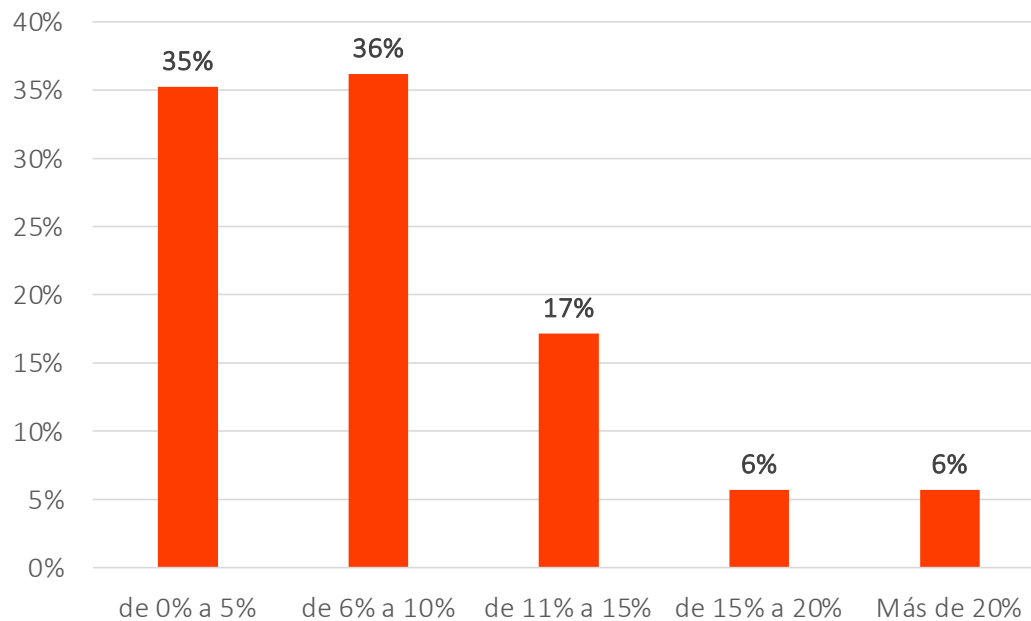


■ Si ■ No

- El 88% indica que, estaría dispuesto a pagar más por productos y servicios de marcas que brinden una mejor experiencia.



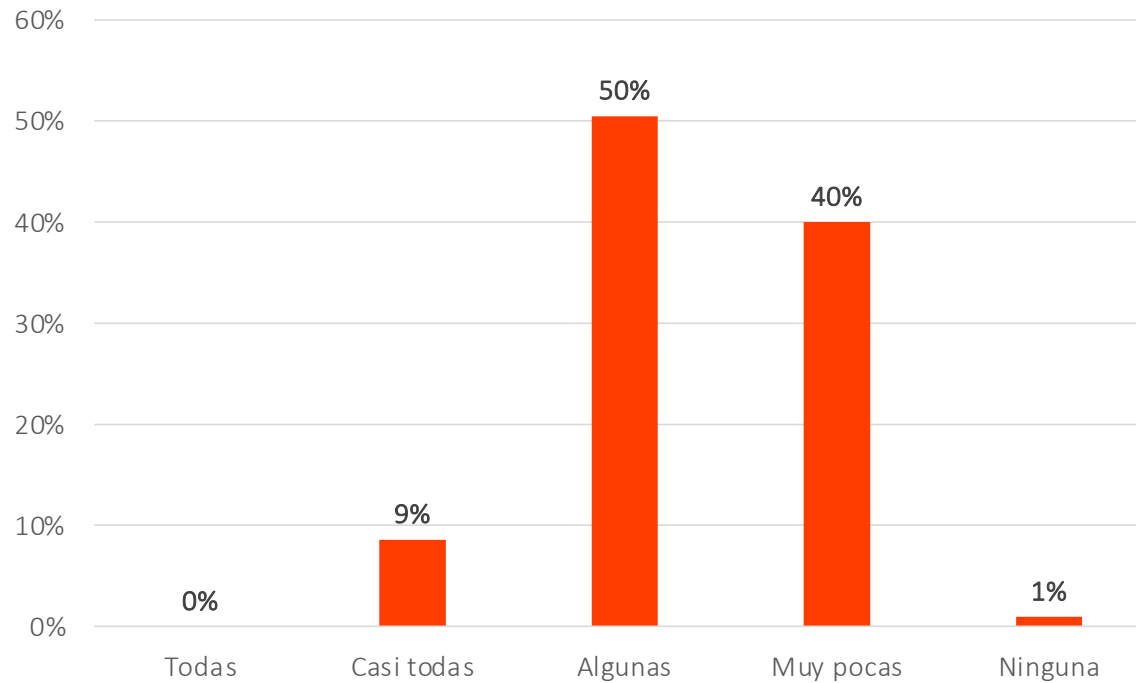
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de más por una mejor experiencia?



- Llama nuestra atención que, un 71% indican rangos de 0% a 10%, sin embargo, un 29% dice que podría pagar más de un 11% superior a una marca actual, solamente por el hecho de tener una mejor experiencia.



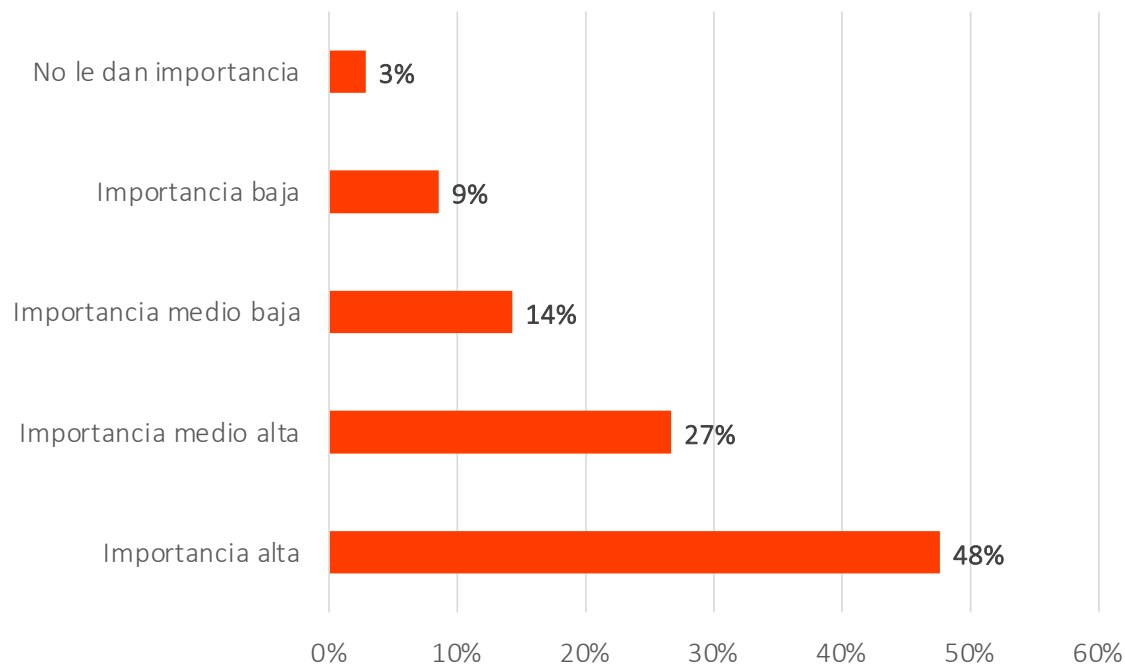
¿Considera que las empresas actuales en Costa Rica, tienen una estrategia centrada en la experiencia al cliente?



- Esta percepción es bastante preocupante, pero es una gran oportunidad para generar las estrategias necesarias y diferenciarse de la competencia, a nivel del servicio.



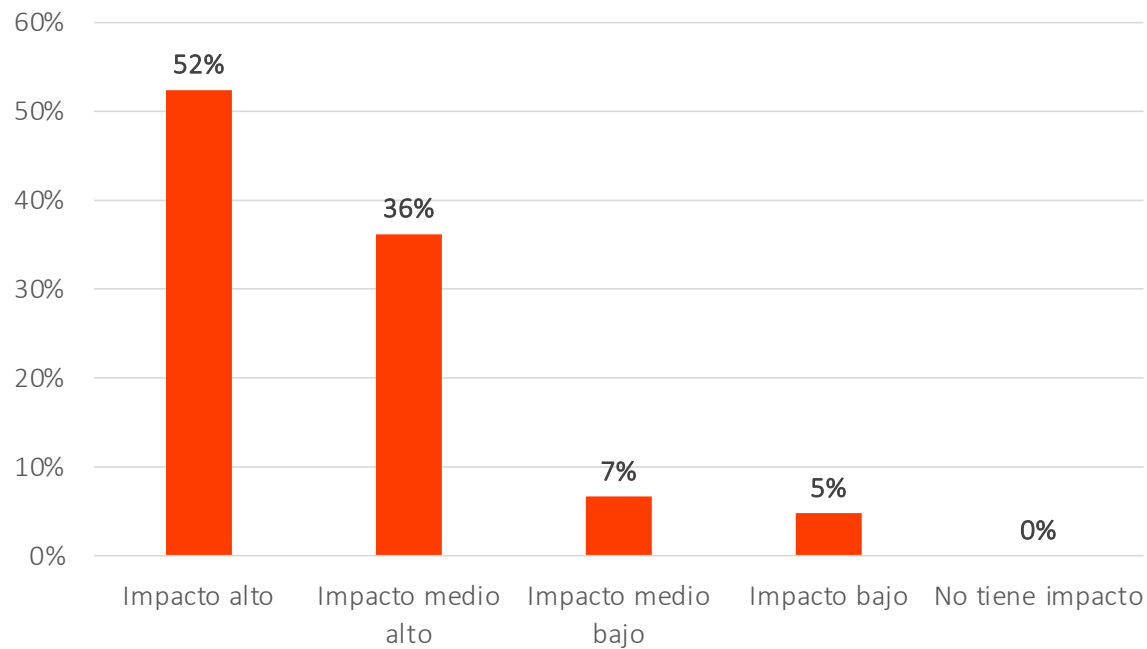
¿Considera que los puestos de servicio al cliente en las empresas cumplen un papel importante en la estrategia de crecimiento y fidelización?



- En bastante alentador que, el 48% indican que los puestos de servicio / experiencia al cliente son de importancia alta para el trabajo en el crecimiento y fidelización de los clientes / pacientes.
- Si se cuenta importancia medio alta e importancia alta, suman un 75%.



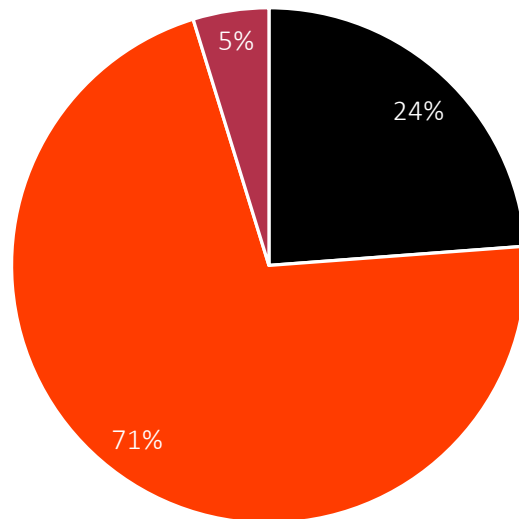
¿Consideran que la experiencia de compra o adquisición del servicio se basa en cómo se siente y es tratado el cliente durante el proceso?



- El 52% indica que tiene un impacto alto y un 36% un impacto medio alto. Cuidar el trato en la experiencia es críticos ya que corresponde a un 88% de la muestra.



Si tiene una empresa o marca de preferencia y por alguna razón, comenten un error leve con su pedido o solicitud, usted..

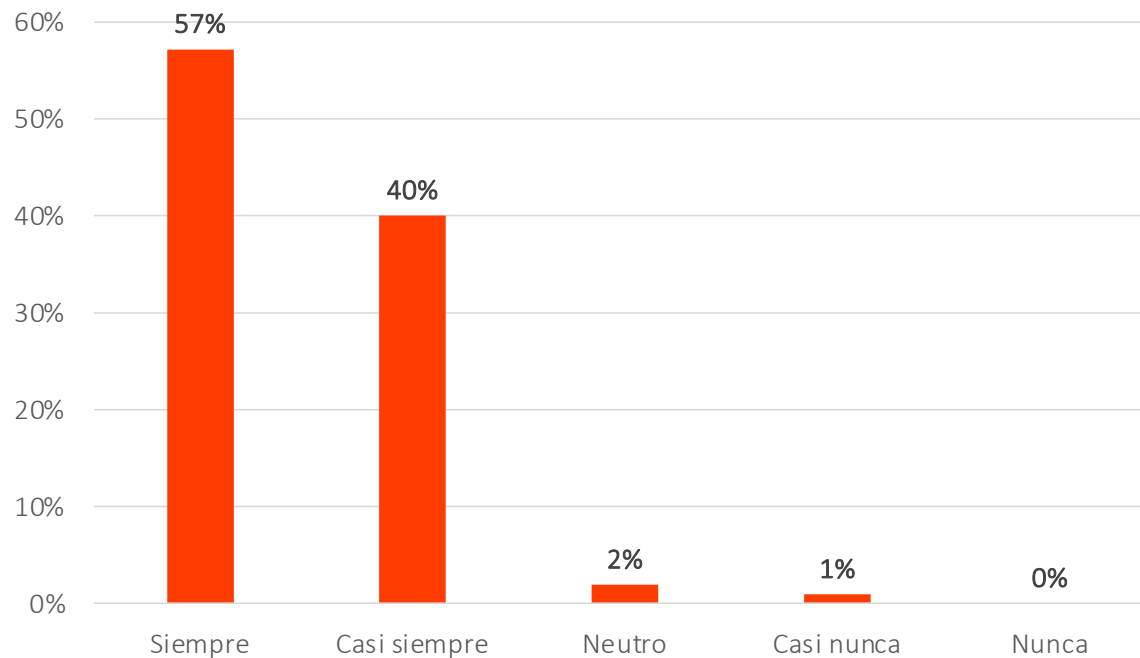


- Lo deja pasar y les da una segunda oportunidad
- Les indica su molestia, pero la da una segunda oportunidad
- Busca nueva marca / empresa

- Un 24% deja pasar y le da una segunda oportunidad
- El 71% les indica su molestia, pero les da una segunda oportunidad. Aquí es importante reforzar la forma y el proceso en que se recibe la retroalimentación. Y lo más importante, que el cliente sienta que se va a trabajar sobre su caso para mejorar a futuro.
- El 5% busca nueva marca.



¿Qué tan frecuente recomienda las marcas o empresas que le brindan un excelente servicio?



- Según los datos, el 57% recomienda la marca y empresas cuando se les brinda un excelente servicio.
- Se puede revisar sus procesos de fidelización o estrategias de recomendación.

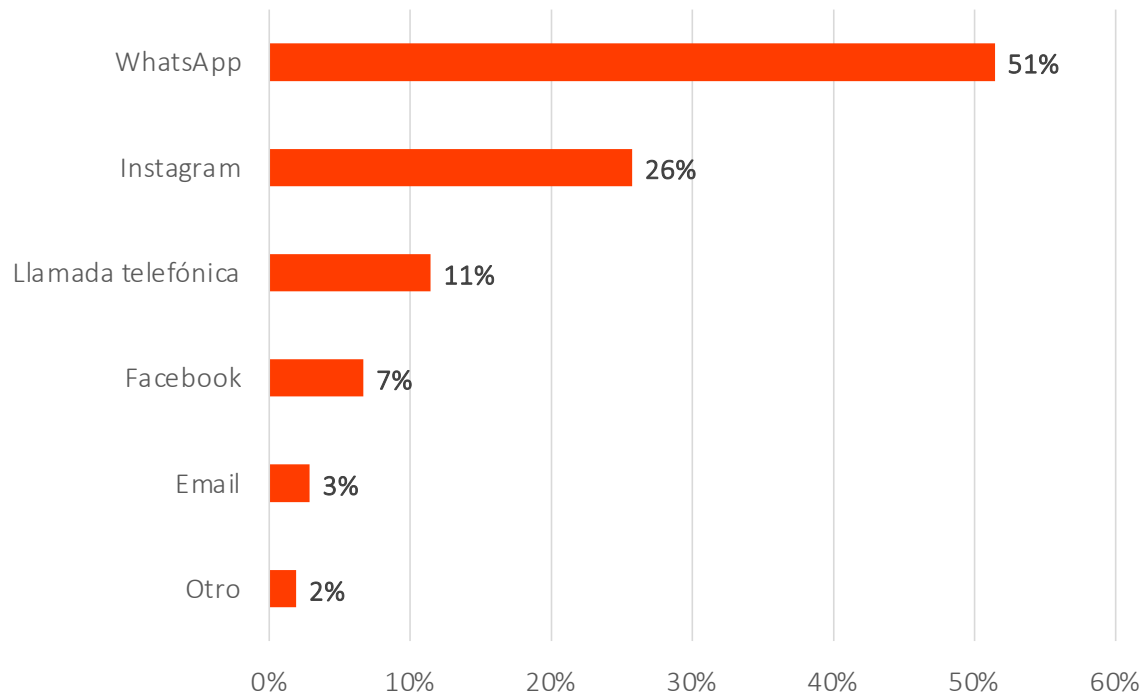
PSICOGRÁFICA



EPICENTRO
INGENIERÍA EMPRESARIAL



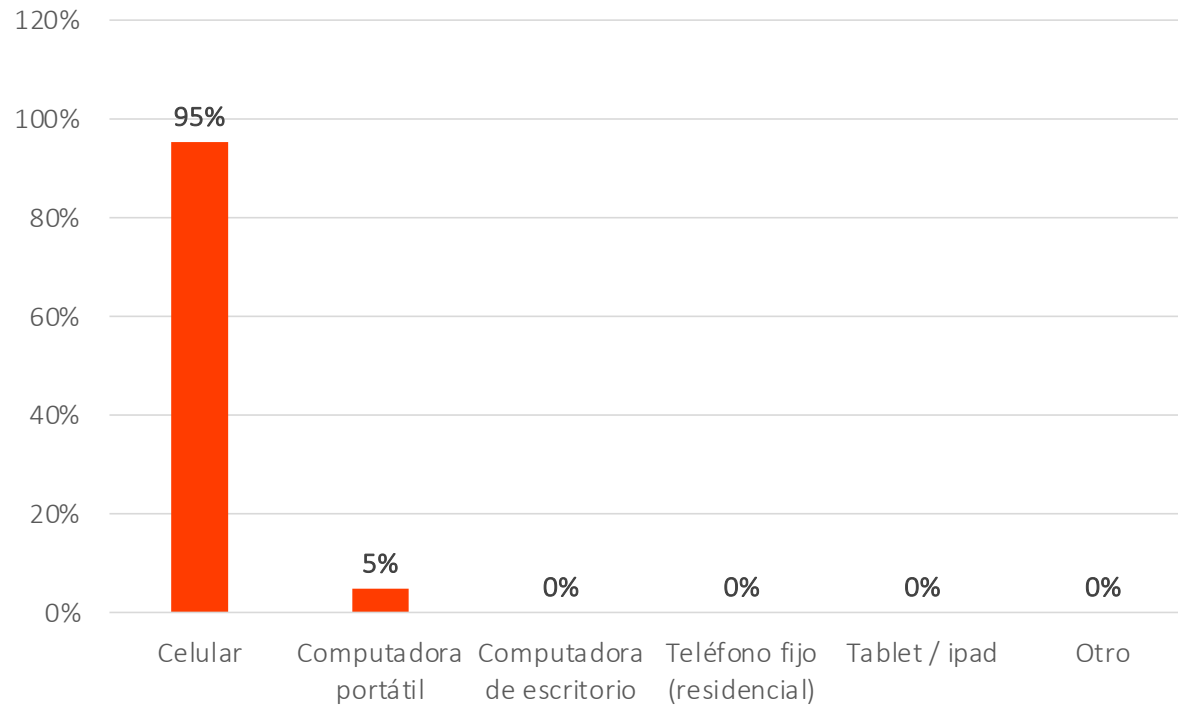
¿Cuál es el método más frecuente para contactar a sus empresas o marcas favoritas?



- Los centros de contactos están teniendo una migración considerable en la forma en que sus clientes le contactan, pasando de la tradicional llamada telefónica a medios digitales como WA, Instagram o FB.
- El 51% indica que utiliza el WA para contactar a sus empresas o marcas favoritas.



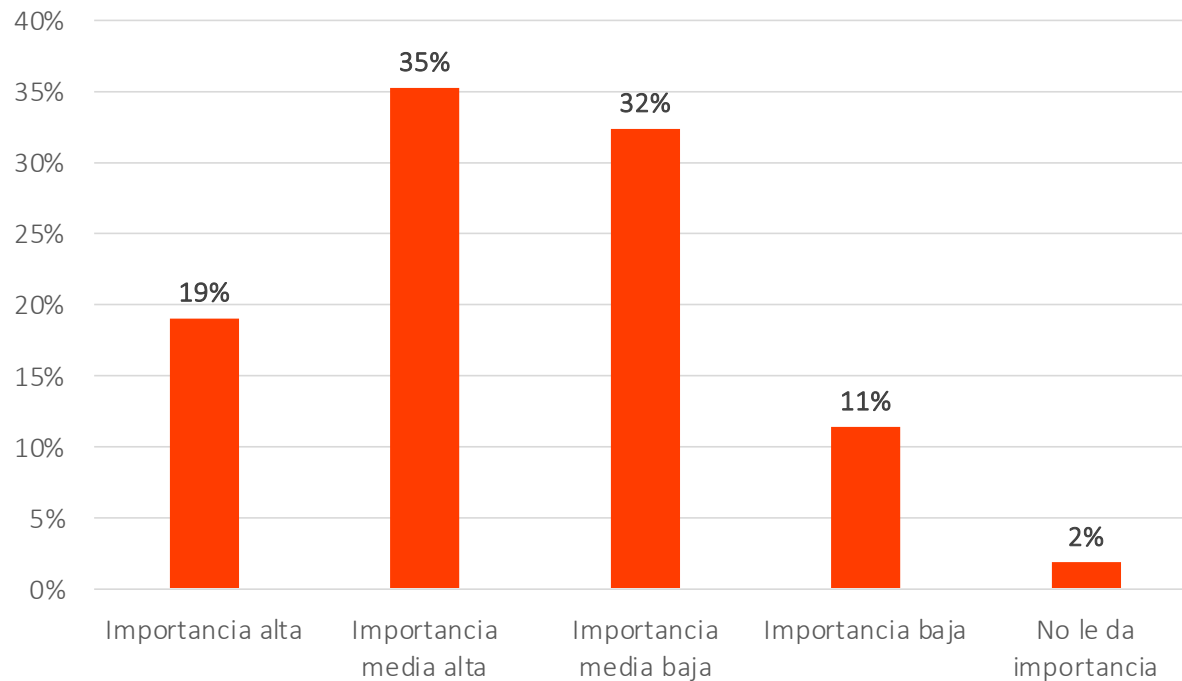
¿Qué aparato utiliza más para comunicarse?



- El 95% indica que, actualmente utiliza el celular como medio de comunicación.
- El 5% indica que utiliza la computadora portátil.
- Son datos que debería dar luces o avisos sobre los cambios en los hábitos de consumo de la población.



¿Considera que a las personas le importa la sostenibilidad al comprar un producto o adquirir un servicio?



- Son datos que se pueden considerar en las estrategias de servicio y comunicación, en especial, el impacto en los temas de sostenibilidad.
- El 54% indica que relevancia es entre media alta y alta.

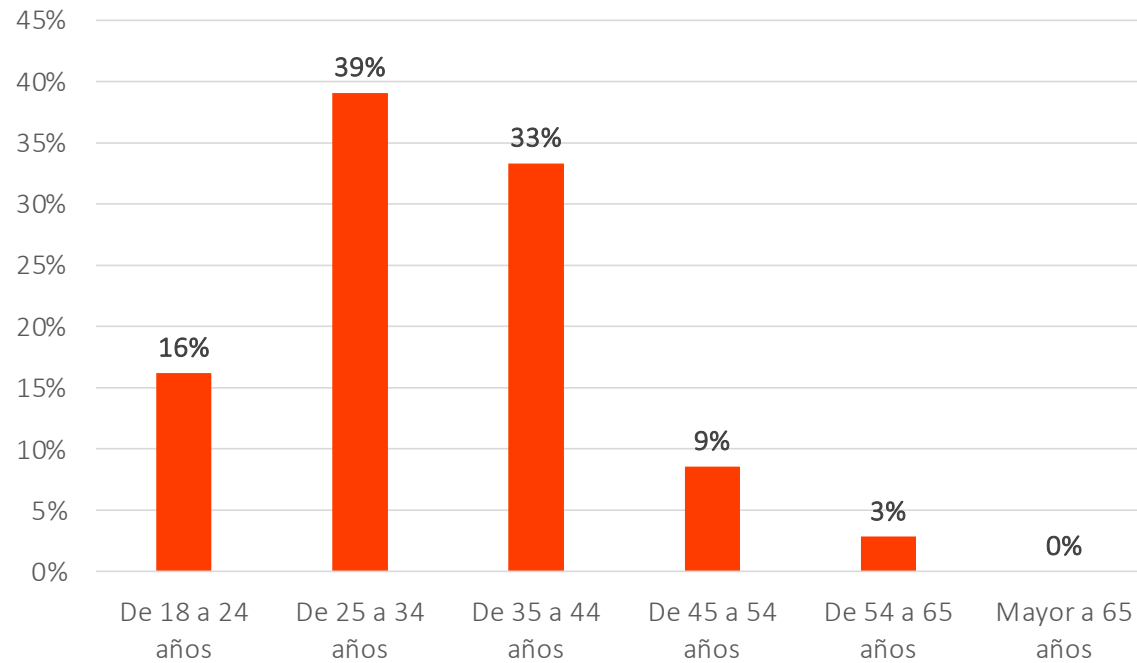
DEMOGRÁFICOS



EPICENTRO
INGENIERÍA EMPRESARIAL

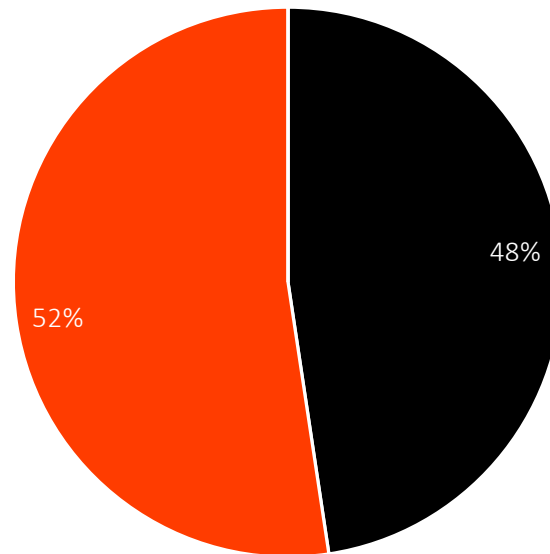


Rangos de edad de las personas de la muestra





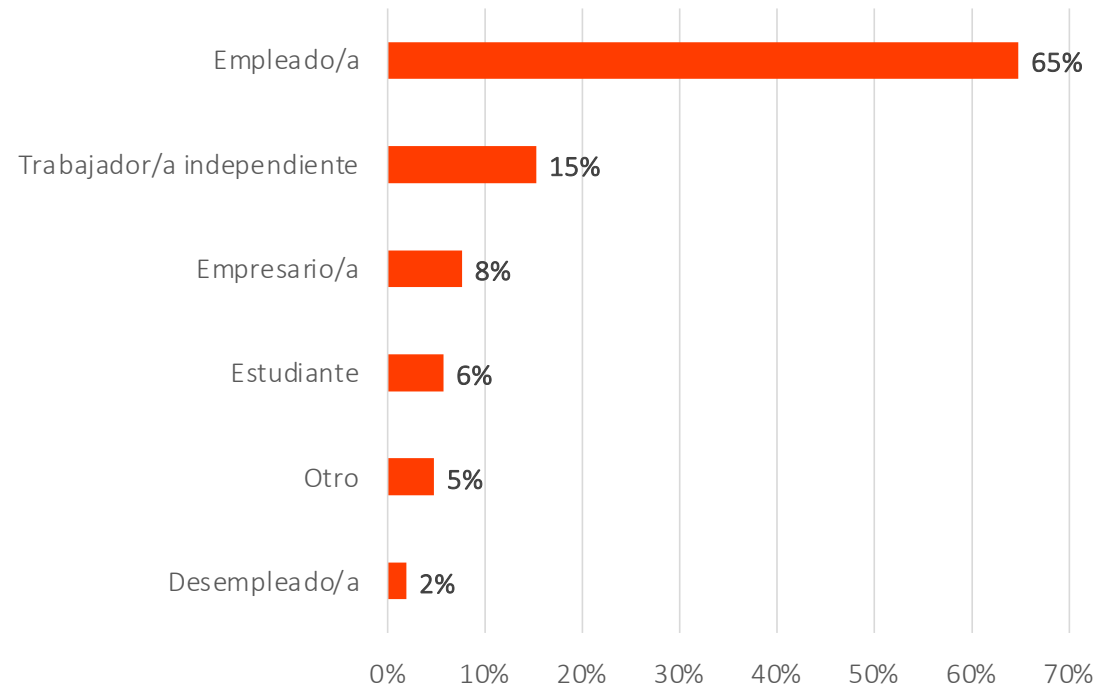
Sexo identificado



■ Masculino ■ Femenino ■ Otro

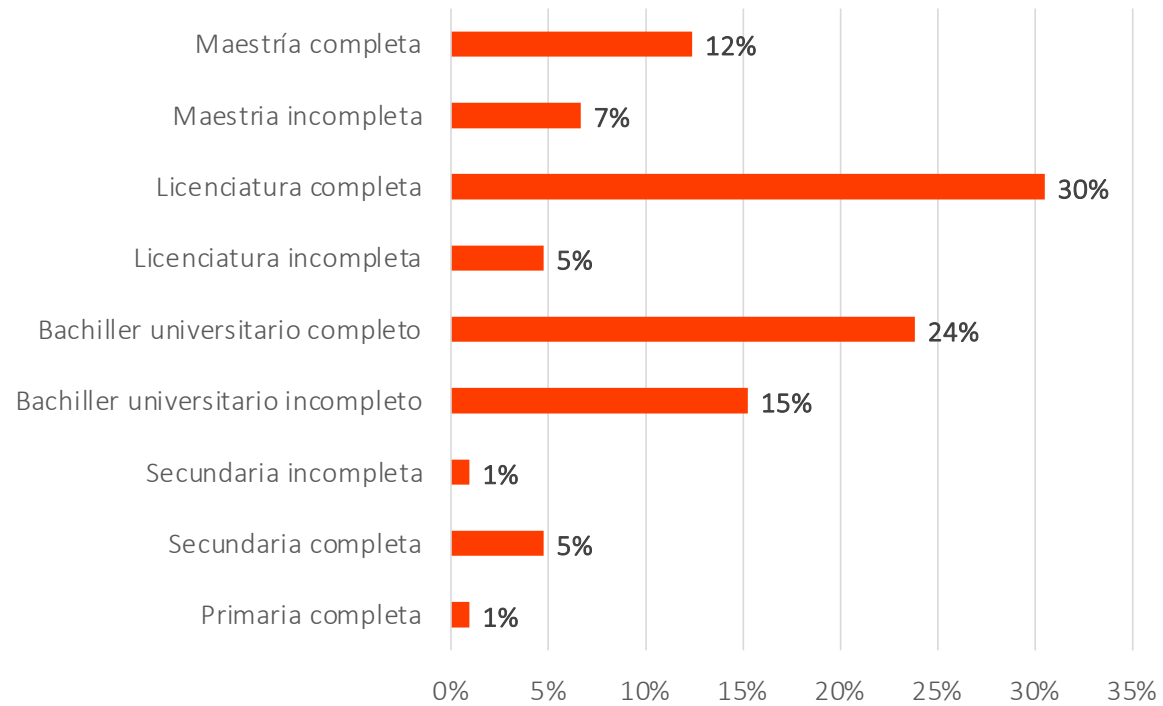


Situación laboral actual



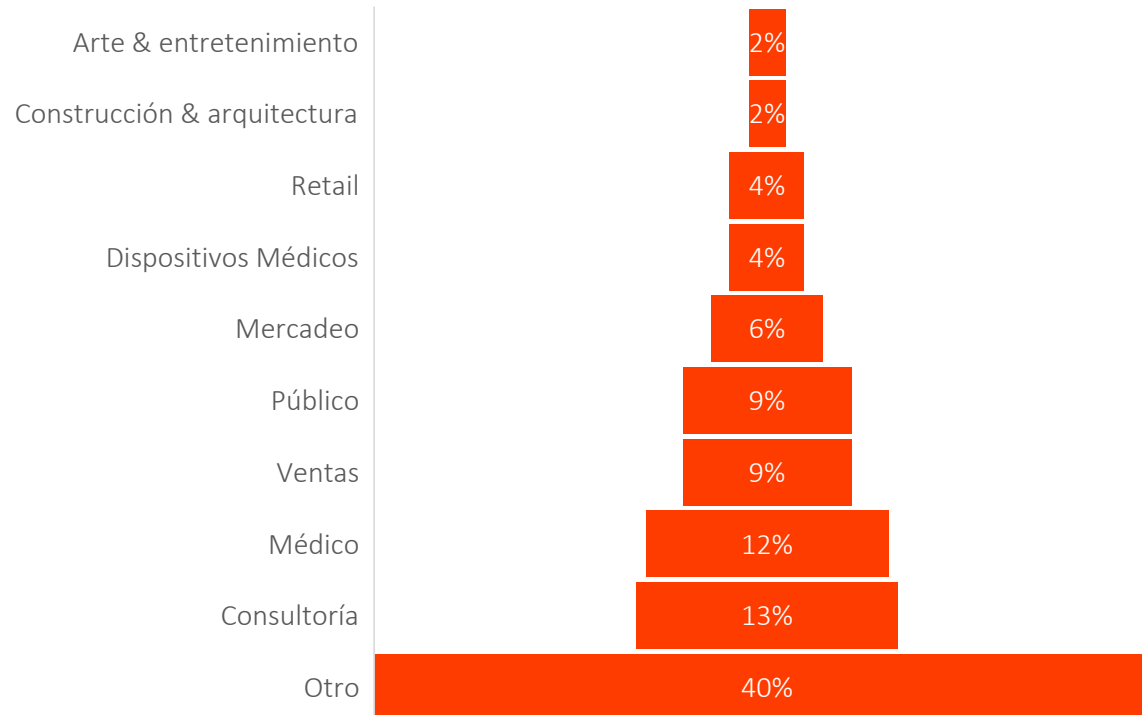


Nivel educativo



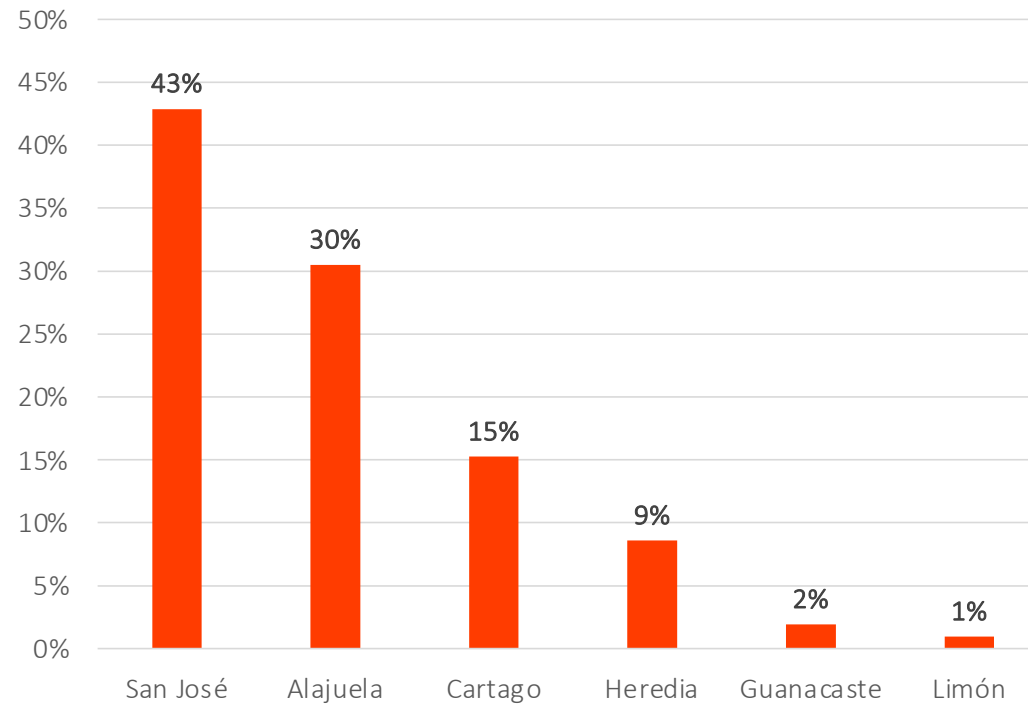


Industria en la trabaja





Provincia de residencia





CONSIDERACIONES

- Esperamos que la información les pueda ayudar en los procesos y proyectos que tienen actualmente.
- La información fue levantada con cada una de sus respuestas, llegando a una participación de 105 personas, lo que nos da una muestra muy considerable y prestar atención a los cambios que ha estado experimentando el mercado costarricense.
- Hay datos que deben valorarse, según algunas variables o particularidades de cada uno de los giros de negocios de su empresa o empresas.

¡MUCHAS GRACIAS!



EPICENTRO
INGENIERÍA EMPRESARIAL