



CONDUCTA Y PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR DENTRO DE UNA INDUSTRIA RESPECTO DE COMPLAINING (QUEJAS), EN LA CIUDAD DE TALCA

CRISTIAN M. AVACA N.
JORGE R. BASCUÑAN M.

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

La idea central del estudio es examinar la conducta y percepción del consumidor dentro de la industria de la ciudad de Talca , donde estos manifiesten una mayor cantidad de quejas (Complaining). Se examinarán factores que inciden en el estado de insatisfacción, como se comportan los diferentes tipos de consumidores ante una queja, como expresan su insatisfacción, como afecta esta cuestión a las empresas del sector bajo estudio, si existen diferencias demográficas (Sexo, Edad, Educación y Nivel de ingreso), en las personas que manifiestan o no su queja. La industria elegida fue las tienda por departamentos, en estas caen empresas como : Falabella, Tricot, Corona, Urmax, Shopping Group y Germani. Para elegir esta industria se realizó una investigación en Sernac, con los datos que ellos poseen.

La investigación esta dividida en dos etapas :

Primera etapa : Estudio cualitativo, esta etapa estas divididas en sub-etapas : 1) Revisión Bibliográfica, 2) investigación exploratoria y 3) Entrevistas en profundidad realizadas a personal experto en temas de derechos del consumidor. La sub-etapa que destaca de esta primera etapa es el estudio exploratorio.

Las necesidades de información de la investigación exploratoria se definen en los siguientes puntos :

1) Indagar sobre características demográficas tales como : Sexo, estado civil, nivel ocupacional y nivel de remuneración. 2) Indagar acerca de las variables que les produjo el manifestar una queja de la empresa que pertenece al sector industrial de estudio. 3) Indagar sobre los procedimientos que realizó el consumidor al realizar su queja. 4) Indagar sobre la percepción del consumidor sobre la empresa después de manifestar su queja. 5) Indagar las consecuencias que provoca para la empresa la solución o no de su queja.

La población objetivo de estudio para la investigación exploratoria correspondieron a personas que manifestaron una queja en SERNAC por alguna tienda por departamentos durante los meses de Enero a Mayo de 1998, el universo total corresponde a 69 personas, se obtuvo una muestra de 40 personas utilizando un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 10%

Segunda etapa : Estudio cuantitativo, de estas destacan las sub. etapas: investigación Descriptiva Cualitativa

Las necesidades de información de esta etapa son :

1) Determinar los factores que inciden en el estado de insatisfacción, que dan a lugar a una queja, por parte de los consumidores hacia el sector industrial en estudio. 2) Determinar las diferentes formas en que los consumidores expresan su estado de insatisfacción respecto al sector industrial en estudio en la ciudad de Talca. 3) Determinar si existen diferencias demográficas significativas entre las personas que expresan su insatisfacción (se quejan), y aquellas que no lo hacen en la ciudad de Talca. 4) Determinar la percepción del consumidor que manifestó su respectiva queja

Para llevar a cabo esto se aplicó un cuestionario estructurado a 228 personas pertenecientes a la ciudad de Talca, proporcionalmente sigue sus pesos de grupos socio económicos (G.S.E) ABC 1, C2C3 y DE , con un nivel de confianza de 95% y nivel de significación del 0.25%.

Algunos de los resultados importantes del estudio exploratorio son :

1) La totalidad de las personas se dirigen primeramente ante la tienda por departamentos para solucionar su problema antes de ir al Sernac. 2) Las características demográficas más significativas de las personas que acuden al Sernac para manifestar su queja son a) Mayoritariamente personas casadas. b) Mayoritariamente personas relativamente jóvenes. c) Mayoritariamente personas que pertenecen a familias de clase media. d) Las personas dirigen mayoritariamente sus quejas a niveles de mando de la empresa bajos y medios. e) Las personas esperan muy poco tiempo para ir a manifestar su queja ante el Sernac. f) Las personas que van a manifestar su queja ante el Sernac comunican su malestar a familiares y/o conocidos en un promedio de 7 a 11 personas (por cada una). Cuando a las personas no le dan solución a su queja, una mayoritaria proporción (70%), no vuelve a comprar en la tienda donde manifestó su queja. Por otro lado, cuando sus quejas y/o reclamos no son solucionados las personas tienen una muy mala disposición de volver a comprar en dicha tienda .

Algunos de los resultados del estudio descriptivo cuantitativo

A) La forma en que se quejan los diferentes grupos, ya sea de manera formal o no, solo está relacionada para el G.S.E medio y bajo. Para las demás variables demográficas no existe relación de la forma de quejarse, ya sea formal o no. B) El mal servicio de atención por parte del personal de la Tienda por departamento es el factor que induce a una mayor cantidad de quejas formales. C) Tanto para el sexo femenino y el masculino, los factores de reclamo son los mismos, esto indica que no tiene relación el factor de queja v/s Sexo de la persona. D) Existe la misma relación para el estado civil de las personas, es decir, tanto las personas casadas como las solteras estas tienden a manifestar una queja por los mismos factores descritos en el punto anterior. E) Se observa una relación entre precio y queja, a medida que el valor del bien disminuye existe mayor cantidad de quejas, por parte de los consumidores. F) El G.S.E medio es el más sensible a quejarse, ya que en promedio se queja más por productos que tienen menores precios, seguidos del G.S.E bajo y finalmente del G.S.E alto. G) Las mujeres son más sensibles a quejarse que los hombres (el estudio

realizado se muestran niveles de precio promedio de queja mas bajo que el de los hombres).H) Las personas solteras son mas sensibles a quejarse que los casados, las cifras indican que ellos presentan niveles de precio promedio de queja mas bajo que los casados.

1) No existe relación entre las veces que la persona fue a manifestar su queja a la tienda y cualquiera de las variables demográfica analizadas. J)Del estudio se desprende que las personas de las ciudad de Talca se dirigen en casi la totalidad de las situaciones a la tienda por departamento a manifestar su problema. K) Se observa que entre las personas de la ciudad de Talca que fueron entrevistadas existe un alto porcentaje de ellas que aunque tuvieron solución a su problema estos no han vuelto a comprar en la tienda. L)No existe relación entre G.S.E y volver a comprar en la tienda donde manifestó su queja. Tampoco se visualiza una relación entre las restantes variables demográficas y el hecho de volver a comprar en la tienda por departamento donde manifestó su queja. N) Se observa que un alto porcentaje de ellos informo a terceras personas que tuvo algún problema con una tienda por departamento y esto perjudica a la imagen de la tienda. O)Del Total de personas que manifestaron su queja de manera formal ante la tienda en promedio les contaron su problema de 5 a 9 personas, por cada una. P)Los G.S.E que a mas personas manifiestan su queja son los G.S.E Alto y Medio, con un mínimo de 6 personas en promedio y un máximo de 10. El G.S.E bajo manifiesta su queja a un mínimo de 4 personas en promedio y un máximo de 8 personas. Q)Se observan que al personal que se dirigen para manifestar su queja en primera etapa, son principalmente empleados de primera línea, por ejemplo mayoritariamente a vendedores, y a medida que los empleados suben de línea de mando, las personas en menor porcentaje se dirigen hacia ellos para manifestar su problema. En una segunda etapa, es decir ya comunico su malestar a alguna persona en la tienda, la persona a la que se dirige, independiente de la variable demográfica, es muy en general uniforme, es decir se dirigen casi en la misma proporción a las otras niveles de mando de la empresa.

Muy pocas personas del total de la población en estudio manifiestan su queja en algún organismo publico que les ayude a sus quejas. De entre las personas que se quejan por lo menos lo hacen en mas de 6 semanas.

En forma general el G.S.E que percibe peor a la tienda, en circunstancia que manifestó una queja formal es el G.S.E medio, el que mejor la percibe es el G.S.E alto. En cuanto al sexo son las mujeres son las que peor perciben esta situación. Por otro lado las personas casadas, al compáralos con las solteras, percibe peor a la empresa cuando estas personas manifiestan alguna queja y no son debidamente solucionados sus respectivos reclamos.