
Experiencia en canales de venta y atención

2023

Análisis a profundidad en los principales canales utilizados por los
colombianos



ÍNDICE

- 2 Introducción
- 3 Evolución de la experiencia: Consolidado 2023
- 4 Evolución de la experiencia: Sector salud
- 5 Evolución de la experiencia: Retail general
- 6 Evolución de la experiencia: Bancos
- 7 Recomendaciones



INTRODUCCIÓN

El crecimiento de la sociedad, la globalización y los avances tecnológicos han facilitado la evolución en los métodos de consumo y en la experiencia del consumidor. Por lo tanto, se vuelve indispensable el monitorear y evaluar lo que funciona para los consumidores y lo que se debe dejar en el pasado.

Bajo este escenario, Brandstrat ha llevado a cabo un análisis a profundidad cuyo objetivo ha sido describir la experiencia general en los canales de venta y atención; lo anterior, logrado a través de **encuestas estructuradas realizadas cara a cara en hogares, siendo en un total de 1076 casos abordados.**

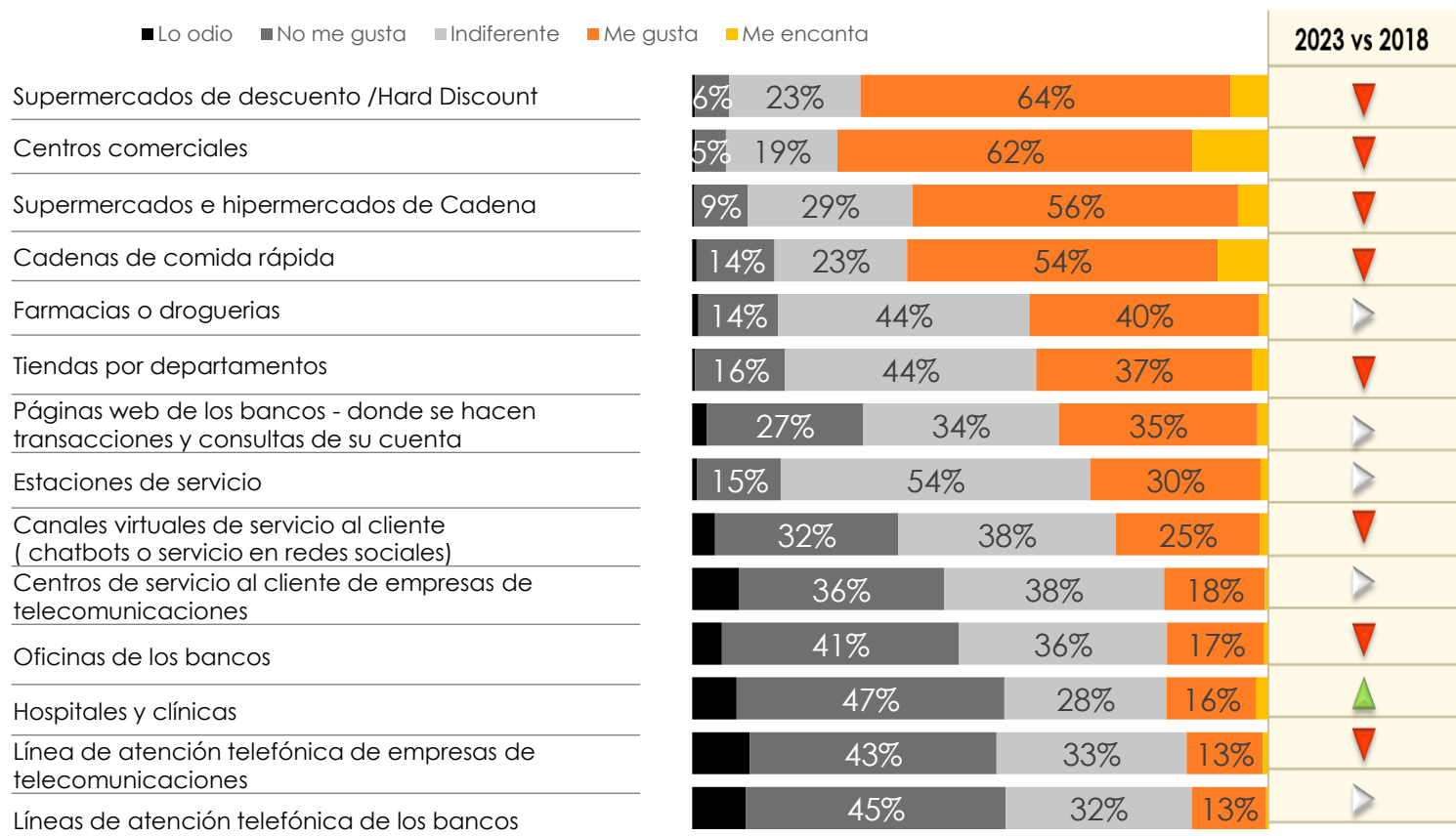
Específicamente la investigación abordada considera **hombres y mujeres mayores de 18 años, pertenecientes a estratos 1 al 6, residentes en 8 ciudades del país:** Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga y Pereira

Este artículo busca **determinar cómo ha sido la evolución de la experiencia entregada por los canales de venta y atención del consumidor colombiano para el 2023**, siendo un resultado que tiene resultados históricos desde el 2015.



Evolución de la experiencia – Consolidado 2023

Este estudio evaluó como desde la **perspectiva del consumidor ha sido experiencia de venta y atención entregada en los diferentes puntos de contacto**, tales como supermercados, centros comerciales, farmacias, bancos, hospitales, estaciones de servicio y empresas de telecomunicaciones. Siendo para el presente año, los supermercados y centros comerciales destacan como los lugares que ofrecen experiencias más memorables a sus visitantes; donde posiblemente se ve justificado al ser espacios donde el ofrecer “variedad” se convierte en su principal premisa, permitiendo que los consumidores satisfagan múltiples necesidades en un mismo lugar de manera presencial, lo que facilita un acercamiento personal con los productos o servicios.



Únicamente 2023
B:1076

| | |
|---|-----------------|
| ▲ | Aumentó |
| ▼ | Disminuyó |
| ▶ | Permanece igual |

| | |
|-----------------|-----------------|
| B 2018: 1014 | B 2023: 1076 |
|-----------------|-----------------|

2023 vs 2018

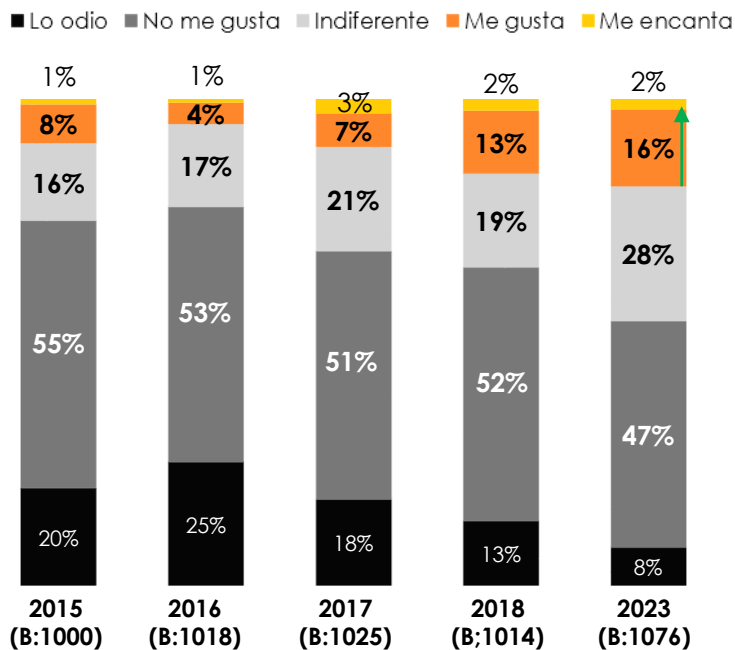
Por otra parte, al comparar los resultados obtenidos vs 2018, **se presenta un decrecimiento en la experiencia que manifiestan los clientes en los diferentes espacios de compra**, posiblemente al vincularse a cambios económicos como la inflación y el periodo postpandemia, que obligó al consumidor a retomar hábitos que se daban por perdidos; en donde **el consumidor manifiesta una posición más crítica sobre lo que ofrecen las marcas**, buscando así establecer conexiones más humanas con sus lugares de compra predilectos; presentando así para las marcas un desafío en términos de cómo ofrecer experiencias memorables en los puntos de contacto del consumidor.

Buscando realizar un análisis a profundidad de los canales abordados, se realizará un zoom en aquellos que han presentado cambios significativos a lo largo del tiempo; de tal forma que sirvan como referente para establecer buenas prácticas que puedan ser aplicadas tanto en su sector de influencia directa como en otros.

Evolución de la experiencia – Sector salud

Hospitales y clínicas

Históricamente, Colombia ha sido reconocida por la calidad de su sistema de salud, contando con profesionales e instituciones de renombre mundial (1). La República, 2023 . **En el año 2023, en comparación con el 2018, los usuarios perciben una experiencia más memorable en los espacios ofrecidos por las instituciones que brindan servicios de salud;** esto puede atribuirse al protagonismo que tuvieron los hospitales y clínicas durante la pandemia, ya que el Ministerio de Salud implementó esquemas de atención con el objetivo de ofrecer servicios de mayor calidad (2). Estas medidas dieron una mayor visibilidad a cómo las instituciones dan respuesta a las necesidades de salud de la población , generando una mayor competitividad en el sector, como una forma de generar mayores eficiencias en los procesos implementados.

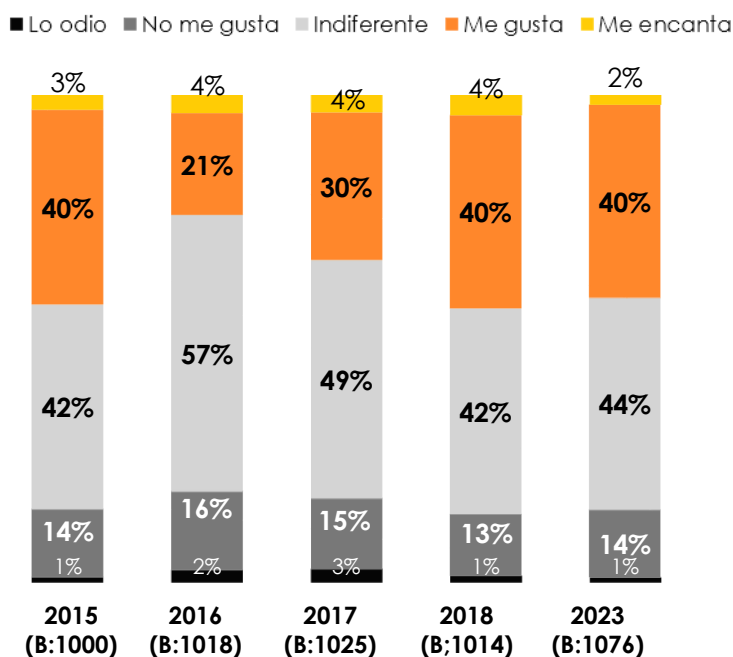


1. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/peores-y-mejores-sistemas-de-salud-en-el-mundo-por-numero-de-camas-y-hospitales-3548740>

2. Colombia llegó a los niveles de afectación más bajos de la pandemia (minsalud.gov.co)

Farmacias o Droguerías

En consecuencia a la pandemia del 2023, en Colombia la categoría de farmacias y droguerías ha demostrado un incremento significativo en ventas y volumen, en donde el ticket promedio del consumidor colombiano paso de \$15.000 COP a \$29.000 COP(3); lo cual representa la relevancia del sector en el país, en especial luego del impacto en el comportamiento que tuvo la pandemia. Sin embargo, no se presentan cambios significativos en sus indicadores de experiencia, al comparar los resultados con los del 2018. Posiblemente, lo anterior se debe a que **las farmacias y droguerías han enfocado sus esfuerzos en cumplir con la creciente demanda de los consumidores y no en ofrecer una mejor experiencia en el canal.**



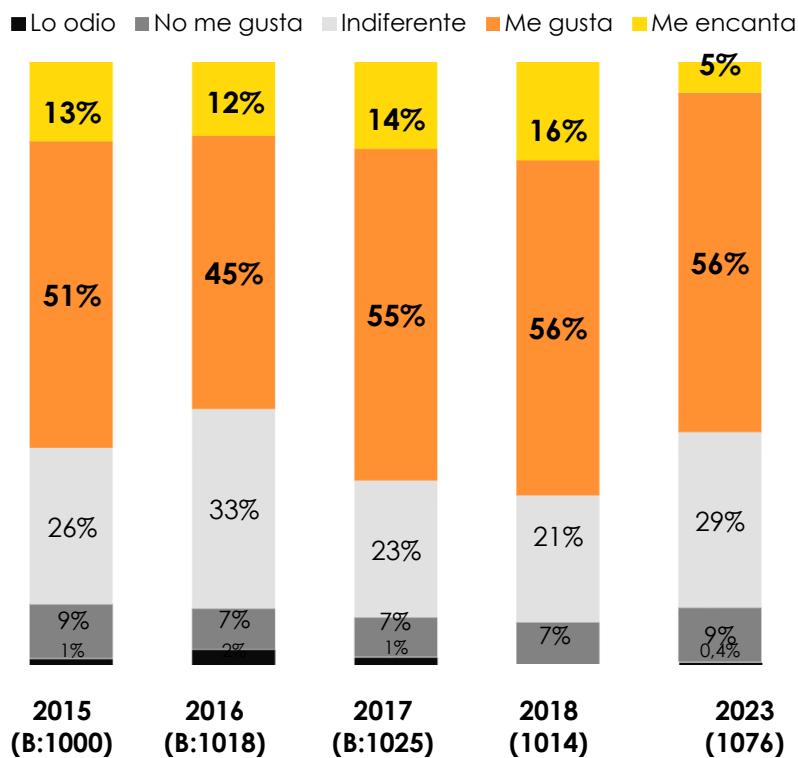
3. <https://www.larepublica.co/empresas/las-empresas-y-cadenas-que-están-liderando-el-negocio-de-las-farmacias-y-droguerías-3743189>

Evolución de la experiencia – Retail y otros

Tiendas por departamento

El sector de tiendas por departamento experimentó una disminución en su capacidad para proporcionar una experiencia memorable al consumidor en el año 2023; esto podría deberse posiblemente a que **los consumidores encuentran cada vez más ventajas en el canal digital para acceder a los productos y servicios de su interés**, limitando así la capacidad de los espacios físicos para impactar a sus visitantes(1).

1. <https://www.larepublica.co/empresas/falabella-anuncia-el-cierre-de-tiendas-por-departamento-y-se-suma-a-otras-empresas-3471896>



Hard Discounters

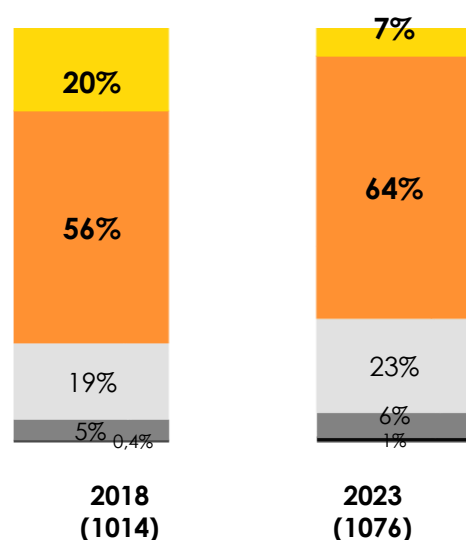
Por otra parte, los Hard Discount son los más beneficiados a nivel de experiencia, a pesar que disminuye en 13 puntos porcentuales su nivel de experiencia más alta; posiblemente **al ser una alternativa atractiva ante periodos de incertidumbre financiera** a nivel de inflación mundial (actualmente en decrecimiento) (2) y políticas del gobierno vigente.

Como contexto, la llegada de los hard discounters a Colombia, tuvo un impacto en el sector de retail, en donde empresas de supermercados han cedido una participación en un 30% en del mercado (3); convirtiéndose así en un competidor importante para los hipermercados más representativos del país.

2. [La inflación ya cayó por sexto mes consecutivo y quedó en 10,99% para septiembre \(larepublica.co\)](https://www.larepublica.co)

3. <https://www.uao.edu.co/ciencias-administrativas/un-analisis-del-crecimiento-de-las-tiendas-hard-discount-en-colombia-y-su-impacto-en-el-sector-del-retail/>

■ Lo odio ■ No me gusta ■ Indiferente ■ Me gusta ■ Me encanta



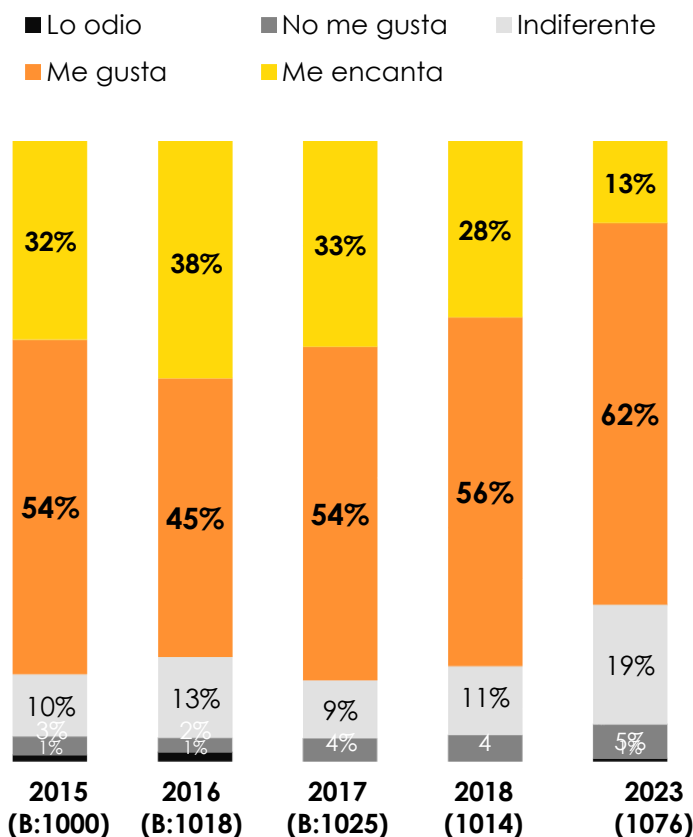
Evolución de la experiencia – Retail y otros

Centros comerciales

El sector de centros comerciales, ha sido una industria en crecimiento en Colombia, incluso vieron aforos positivos durante la reapertura post pandemia (A 2022 se esperaba una recuperación completa en tráfico y ventas, como lo manifestaron varios actores de la industria en el reportaje de portafolio realizado en el respectivo años(1)). Si bien se presenta un crecimiento en las valoraciones positivas de experiencia frente al 2018, se establece un decrecimiento en la percepción de experiencias memorables en el canal (me encanta) lo cual posiblemente esta relacionado **a la saturación de oferta de espacios , lo cual distorsiona la atención del consumidor** y por lo tanto reduce la posibilidad de generar un mayor impacto en el canal(2).

1. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/los-centros-comerciales-esperan-reactivacion-plena-en-el-2022-559203>

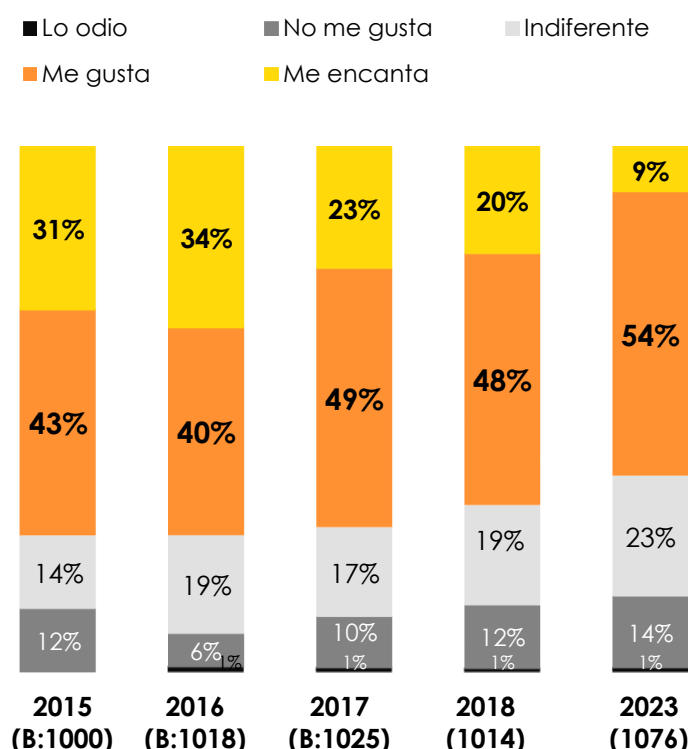
2. [Las dos décadas del boom de construcción de centros comerciales llegaron a su fin \(larepublica.co\)](https://larepublica.co)



Cadenas de comida rápida

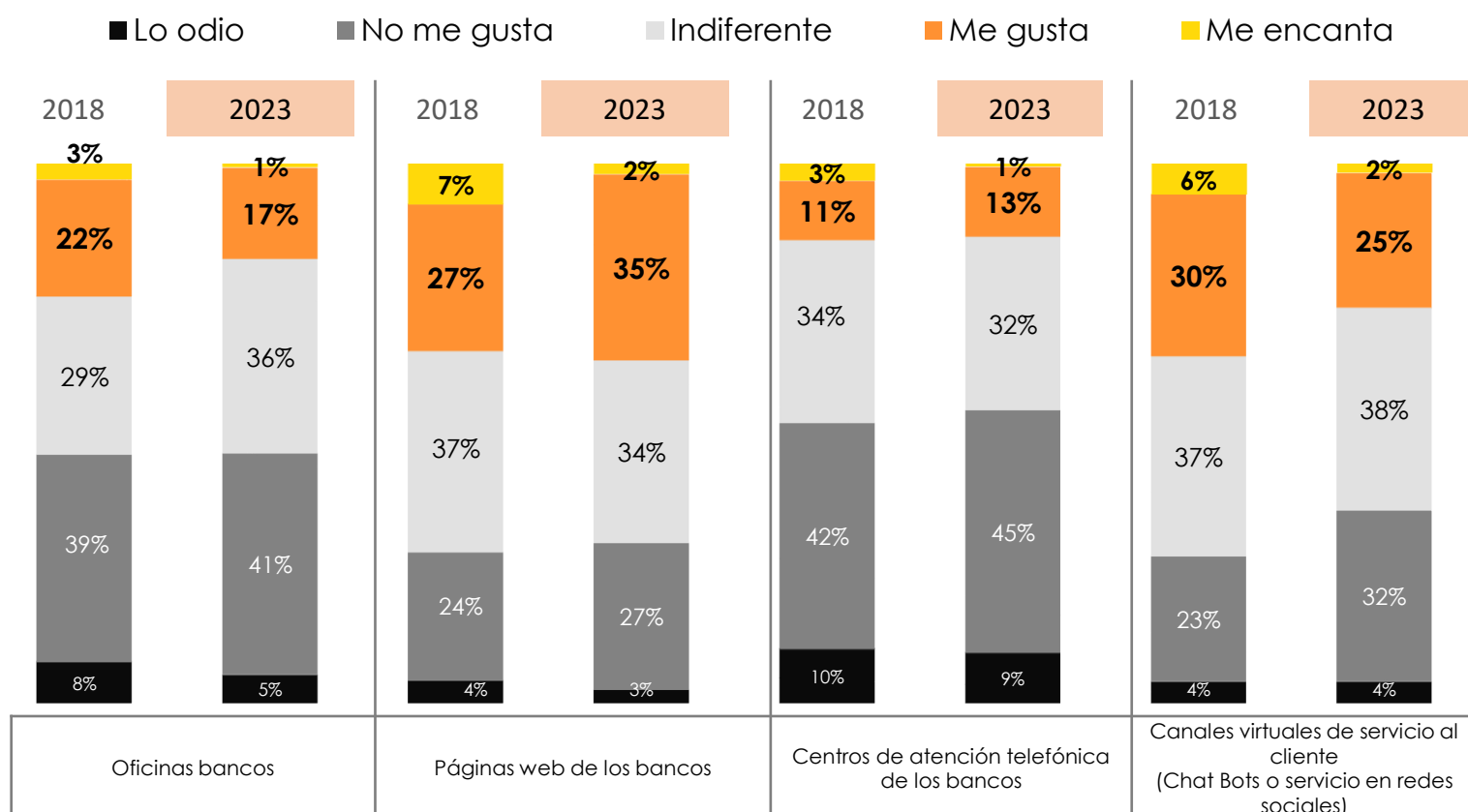
Las cadenas de comida rápida muestran un comportamiento entre periodos muy similar al observado en los centros comerciales. No obstante, se registra una disminución en las calificaciones memorables (como "me encanta"), posiblemente relacionada con el crecimiento de la categoría (un aumento del 43% en el consumo de hamburguesas). La saturación y la creciente competencia en el mercado podrían estar **reduciendo la capacidad de estas cadenas para impactar a los clientes, convirtiendo la oferta de una experiencia memorable en una de sus principales preocupaciones."**

[El Corral, McDonald's y Presto son los líderes del mercado de hamburguesas en el país \(larepublica.co\)](https://larepublica.co)



Evolución de la experiencia – Sector Bancario

El sector bancario presenta importantes retos para generar experiencias memorables en sus clientes, considerando que en la mayor parte de sus canales (tanto tradicionales como digitales), predominan las experiencias neutras o que generan rechazo en el cliente.



Aun así los usuarios perciben un bajo nivel de la experiencia en los procesos o servicios bancarios, se destaca que en **la mayor parte de los canales se tiende a mantener estable la experiencia brindada a lo largo del tiempo**, lo cual puede ser explicado por las acciones realizadas en cuanto a sistemas de atención al cliente (SAC), procesos de capacitación a funcionarios para hacer más efectiva la información entregada al cliente, entre otros.

De igual manera, se destaca la importancia de proporcionar servicios de atención y comunicación directa que cuenten con la capacidad de ofrecer datos de manera instantánea, segura y asequible mediante medios digitales; lo cual se encuentra alineado con lo mencionado por Bloomberg, sobre las quejas del servicio al cliente que tiene el sector a nivel país.

bloomberglinea.com/latinoamerica/colombia/lista-asi-es-el-servicio-al-cliente-por-parte-de-los-bancos-en-colombia/

[Bancos en Colombia: ¿cómo están en servicio al cliente y cuáles tienen más quejas? \(bloomberglinea.com\)](https://bloomberglinea.com/latinoamerica/colombia/lista-asi-es-el-servicio-al-cliente-por-parte-de-los-bancos-en-colombia/)

Recomendaciones

Con base en la información que hemos analizado en este artículo, recopilamos los hallazgos principales y ofrecemos una serie de recomendaciones, para las categorías protagonistas (aquellas que presentaron mayores variaciones en los periodos evaluados).

Sector salud

Siendo uno de los sectores protagonistas durante los periodos de pandemia en 2022 y que continúa siendo vigente por el impacto de reformas en curso, ha llevado a que los usuarios estén actualizados y educados en respecto a medicamentos, procesos de los hospitales y los servicios que deben recibir; delimitando así un entorno donde se cuenta con **un usuario más exigente con lo que las entidades les ofrecen en materia de servicios.**

Se recomienda mantener estables los esfuerzos de calidad e innovación que actualmente ejercen en los canales de atención en salud (clínicas y hospitales) **para mantener los índices positivos de experiencia; considerando que se encuentran de manera constante a la “mira” de sus usuarios.** Con respecto a las farmacias y droguerías, se hace indispensable fortalecer esfuerzos en convertir a sus canales presenciales como centros de experiencia que trasciendan el rol de “despacho” de tal forma que no pierdan relevancia frente las alternativas digitales.

Retail y otros

En la categoría de retail cada vez nos enfrentamos a un cliente más exigente, en donde la alta disponibilidad de competidores y canales de venta **conllevan a que estos sólo asistan o compren en sitios donde verdaderamente perciban un diferenciador;** sumado a los cambios económicos que se han presentado en el país en los últimos años (inflación, reforma tributaria, entre otros), llevando así al consumidor a replantear sus hábitos a la hora de adquirir sus productos de interés. Teniendo esto en cuenta, se recomienda fortalecer las acciones buscando “un completo enfoque en el consumidor”, donde el entender sus necesidades profundas y responder de manera adecuada a ellas se convierte en la norma, de tal forma que permitan **mantener en constante flexibilización de su propuesta de valor para mantenerse “vigentes” en la vida de sus consumidores habituales.**

Sector bancario

A pesar de ser un sector donde los niveles de experiencia históricamente presentan muy pocos cambios, **se demuestra el potencial que tiene el sector generar experiencias memorables mediante la consolidación de sus canales digitales,** que presentan indicadores de experiencia positiva/me gusta entre 25% o superiores de manera histórica. De allí que su rol como extensión de la experiencia base entregada en el canal presencial cobre mayor importancia.

Por otra parte, el canal presencial podría **fortalecer su posición como el espacio especializado para atender las necesidades financieras de sus clientes;** permitiendo así que el contar con una atención y asesoramiento de alto nivel se conviertan en la norma, sumado claro está a ofrecer instalaciones que se encuentren acondicionadas para hacer sinergia con este enfoque.