

# Los clientes bancarios reportan un alto nivel de satisfacción

Los clientes satisfechos con su banco representan más del 75% de los cuentacorrentistas

El canal más utilizado y el que reporta mayor satisfacción es la banca *on line*

La encuesta de satisfacción realizada por la empresa GFK Adimark, a solicitud de la Asociación de Bancos, muestra positivos resultados en las diversas áreas asociadas a la oferta de servicios bancarios<sup>(1)</sup>.

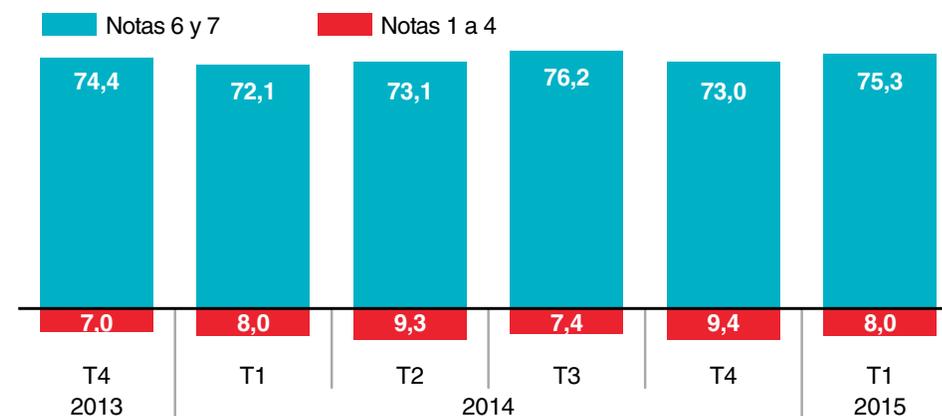
Al respecto, los principales aspectos a destacar de la encuesta del primer trimestre del 2015 son los siguientes:

- Los cuentacorrentistas que asignan una nota 6 o 7 a su banco representan el 75,3% de los encuestados, mientras que quienes responden con nota 1 a 4 son sólo el 8% de ellos (**Gráfico N°1**). El elevado nivel de aprobación y su alza marginal en el último trimestre, constituye una fortaleza del sistema bancario.

- Los encuestados que no han tenido ningún problema con su banco ascienden a 85,9%, cifra similar al promedio obtenido en las seis encuestas que se han realizado a la fecha (**Gráfico N°2**). En tanto que el 14% sí reporta haber tenido algún problema. Este último porcentaje, si bien es bajo, es indicativo de la necesidad de continuar mejorando la oferta de servicios bancarios.

**GRÁFICO N° 1**

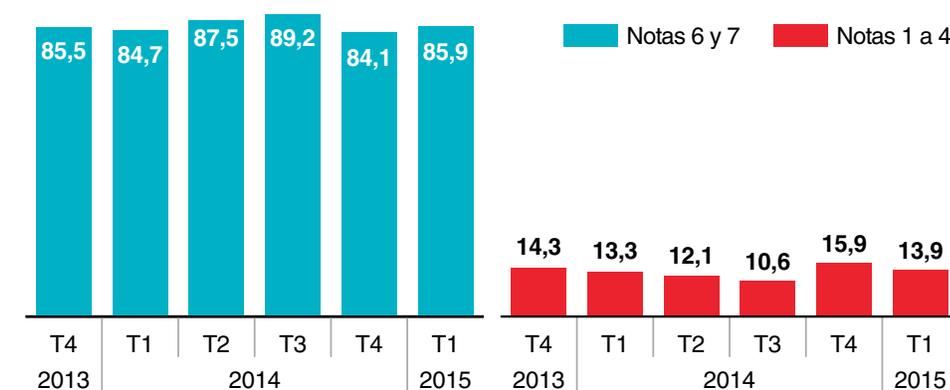
**Satisfacción global con su banco:**  
**¿Qué tan satisfecho está usted con su banco?**  
Porcentaje de notas



Fuente: GFK Adimark

**GRÁFICO N° 2**

**Satisfacción global con su banco:**  
**¿Ha tenido algún problema con el servicio entregado por su banco?**  
Porcentaje de respuestas



Fuente: GFK Adimark

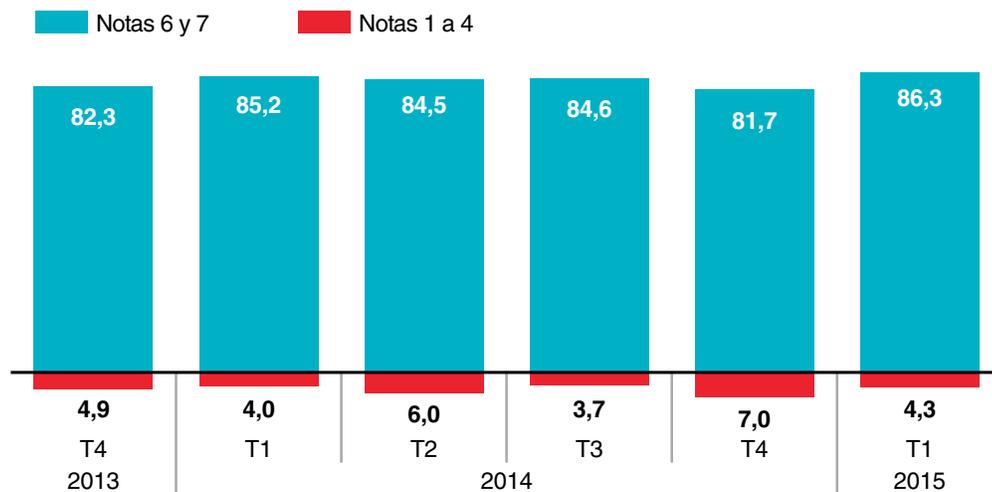
(1) Encuesta realizada por GFK Adimark. Para más detalles, los resultados de la encuesta se encuentran en [www.abif.cl](http://www.abif.cl)

• La banca *on line* es el canal más utilizado por los clientes, siendo empleado por el 81,9% de los encuestados<sup>(2)</sup>, y más importante aún, el nivel de satisfacción asociado a este servicio también es elevado: 86,3% de los encuestados dicen estar satisfechos (notas 6 y 7) y sólo el 4,3% manifiesta insatisfacción (notas 1 a 4) (**Gráfico N° 3**).

• En cuanto a los cajeros automáticos, el porcentaje de clientes satisfechos con este medio de pago es de 74,7% mostrando una mejora respecto del trimestre anterior, y además disminuye el porcentaje de clientes insatisfechos desde 14,3% a 9,4% entre el último trimestre de 2014 y el primero de 2015 (**Gráfico N°4**). Así, a pesar de los inconvenientes en este servicio frente a los problemas de seguridad pública del año anterior, los esfuerzos de la banca han permitido mantener un nivel de satisfacción relativamente alto y mejorando en el último trimestre.

**GRÁFICO N° 3**

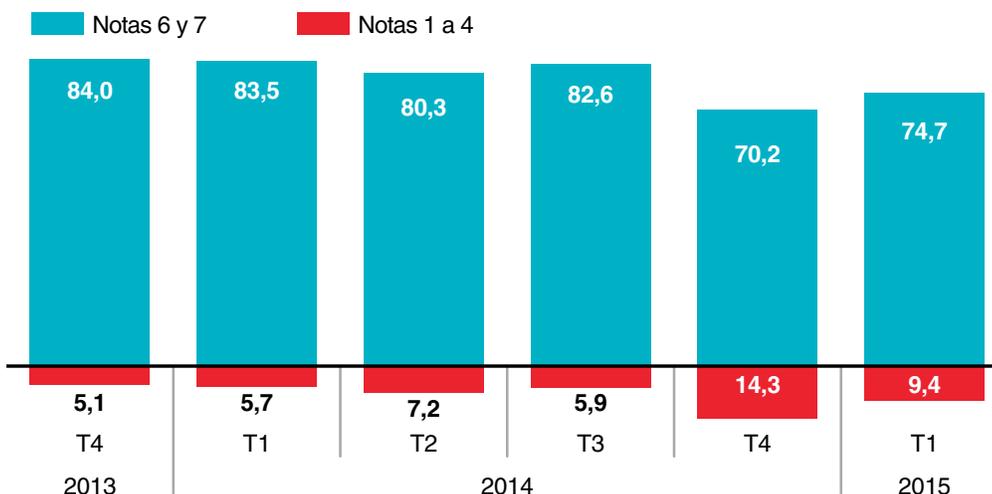
**Evaluación canales de atención: banca on line**



Fuente: GFK Adimark

**GRÁFICO N° 4**

**Evaluación canales de atención: cajeros automáticos**

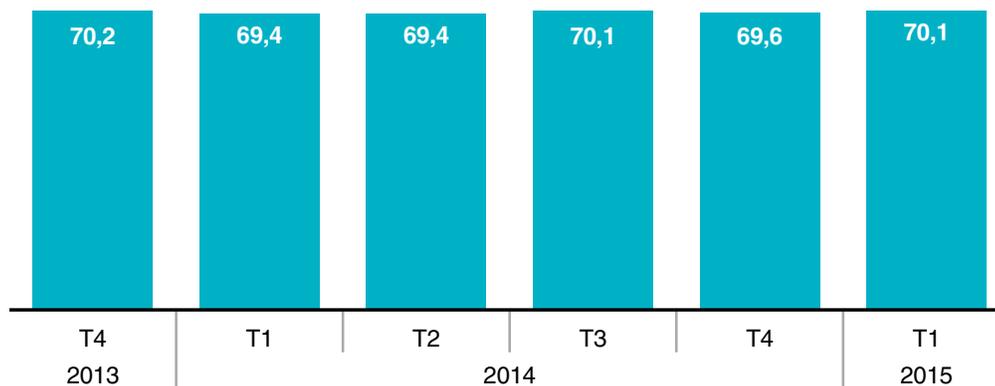


Fuente: GFK Adimark

(2) Según la encuesta GFK Adimark, los clientes que emplearon sucursales, cajeros automáticos y call centers fueron 65,5%, 66,0% y 38,2%, respectivamente.

• El indicador global de lealtad entre el cuentacorrentista y su banco que considera el promedio de respuestas en relación a cuatro componentes de diversa índole (**ver Recuadro**), permanece en niveles elevados y en torno al 70%. Esto significa que, 7 de cada 10 cuentacorrentistas mantiene una relación de fidelidad con el banco que opera (**Gráfico N°5**).

GRÁFICO N° 5  
GfK Loyalty Index



Fuente: GfK Adimark

## Síntesis

1

La Asociación de Bancos encarga a GfK Adimark la realización de una encuesta de satisfacción de los clientes bancarios. Esta encuesta se realiza desde el cuarto trimestre del 2013.

2

Los resultados y antecedentes de este tipo de encuesta permite perfeccionar la relación de los bancos con sus clientes, gracias al mejor conocimiento de sus necesidades.

3

Los resultados, en general, son positivos. Los niveles de satisfacción en casi todas las dimensiones analizadas superan el 70% (satisfacción global, cajeros automáticos, etc.).

4

El porcentaje de clientes no satisfechos es bajo. Sin embargo, más allá de la magnitud de este indicador, es importante que la banca continúe mejorando e innovando para ofrecer más y mejores servicios a sus clientes, pilar esencial del sistema bancario.

## Aspectos Metodológicos

La encuesta se realiza sobre la base de 1.126 entrevistas telefónicas a hombres y mujeres cuentacorrentistas, que viven en las principales ciudades del país y que pertenecen a los grupos socio-económicos C1, C2 y C3. Sobre la base de las respuestas, se elabora un índice global denominado Loyalty Plus Index, que evalúa la relación

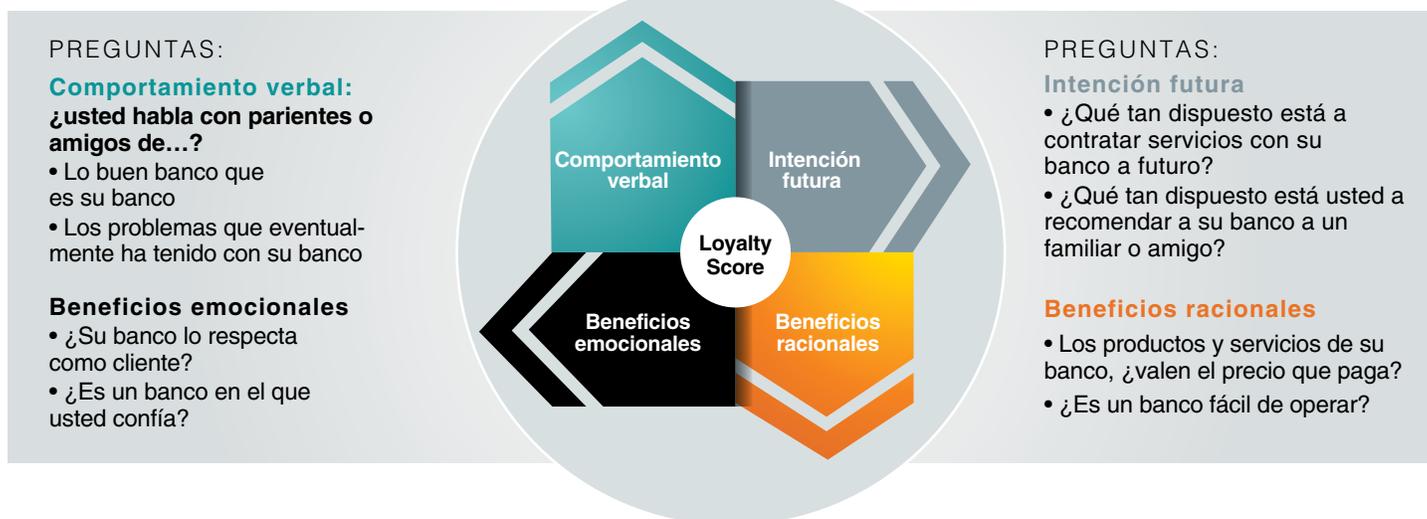
entre el cliente y el banco a través de un set de ocho preguntas, agrupadas en cuatro temas, que forman los componentes básicos del índice: 1) beneficios racionales (relación precio-calidad / facilidad de operar), 2) beneficios emocionales (respeto / confianza), 3) comportamiento verbal (boca-a-boca positivo / negativo) y 4) intención

futura (recompra / recomendación) **(Figura N°1)**.

Complementario a lo anterior, se agregan preguntas adicionales en relación a la evaluación que hacen los cuentacorrentistas de su banco, la utilización y aprecio de los distintos canales de atención que utilizan, entre otras.

FIGURA N°1

### Componentes del Loyalty Plus Index



## Componentes y evolución del Loyalty Plus Index

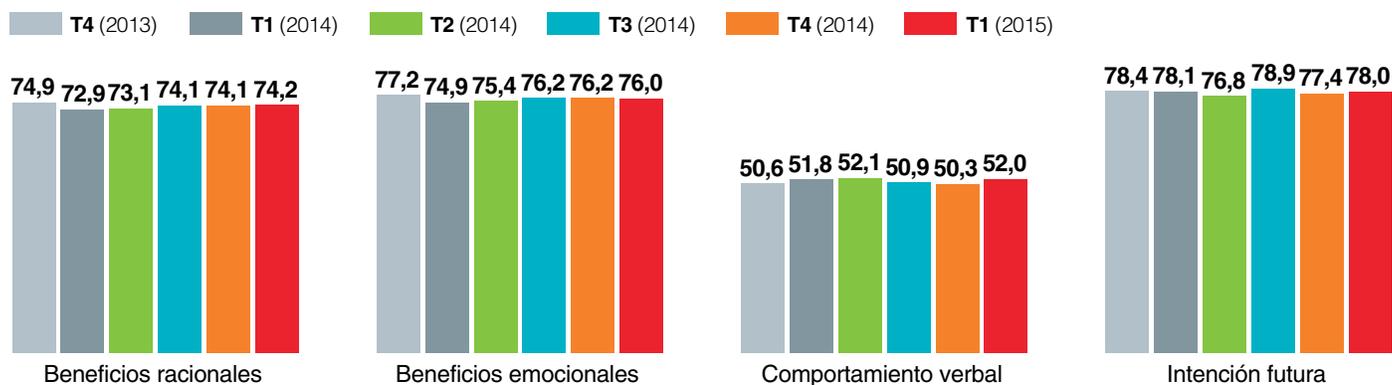
En el período de enero a marzo de 2015, tres de los cuatro componentes del señalado índice —beneficios racionales, beneficios

emocionales e intención futura— se mantuvieron sin variaciones significativas respecto de la medición de trimestres previos, mientras

que el componente de comportamiento verbal mejoró en relación a los dos trimestres anteriores **(Gráfico N° 6)**.

GRÁFICO N°6

### Evolución de componentes del Loyalty Plus Index



Fuente: GFK Adimark