

Primer estudio que incluye la banca tradicional y los segmentos de microcrédito y banca retail del país

---

# Sectorial Bancario 2021

Satisfacción del cliente y experiencia emocional

---

# EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN Y LEALTAD DEL CONSUMIDOR FINANCIERO.

"El desarrollo digital mejora la facilidad transaccional pero la banca sigue en deuda en la relación con sus clientes para apoyar el impacto del endeudamiento, el ahorro y la reactivación del consumo"

El año 2021 representó un gran reto para los consumidores financieros. Varios factores impactaron el consumo y la recuperación de las pequeñas y medianas empresas.

Por un lado, a las personas no se les reactivaron los puestos de trabajo y el desempleo siguió elevado, las remuneraciones se mantuvieron reducidas o sin incrementos por los ajustes por crisis en la salud y la economía y adicionalmente se terminaron los períodos de gracia para el pago de sus obligaciones financieras.

Por otro lado, pequeños y medianos empresarios y profesionales independientes tuvieron algunas reactivaciones parciales en algunos sectores económicos, pero prácticamente nulas en otros. Para este grupo, el acceso al crédito se vio seriamente

afectado debido a los malos resultados económicos del 2020 que ya no daban espacio por el alto riesgo crediticio, endeudamiento y pérdidas económicas.

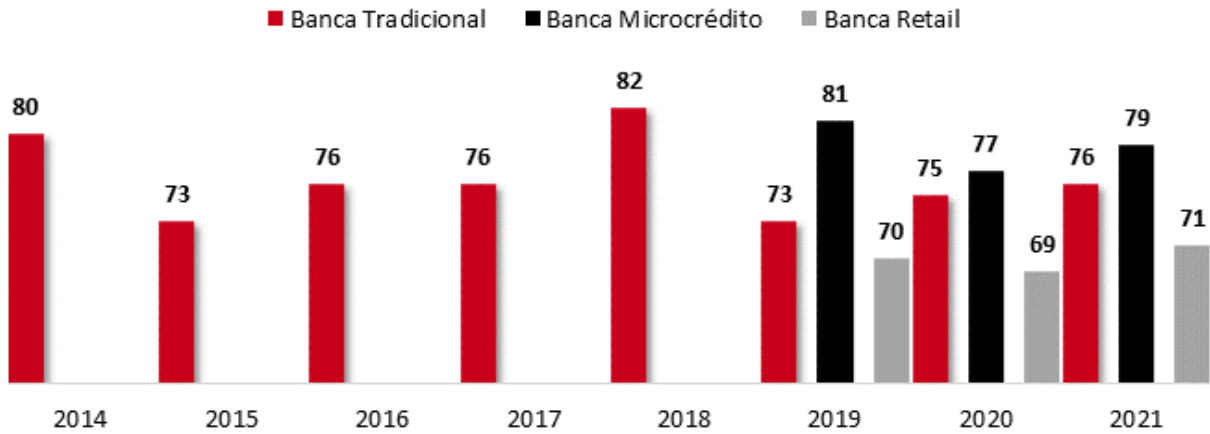
Como en el año 2021 los resultados en general fueron menos malos que el 2020, tampoco se dio lugar a los beneficios, subsidios y apoyos a la nómina por parte del gobierno ya que las condiciones dejaron de ser negativas al comparar los resultados del 2021 frente al año anterior.

Dentro de este contexto, la satisfacción de los clientes con los bancos tanto tradicionales como de microcrédito y retail no tuvo una mejora frente a lo reflejado en el 2020 completando así 3 años seguidos con bajos índices de satisfacción, recomendación y lealtad.

---

En el siguiente cuadro se evidencia la tendencia en los indicadores para los segmentos mencionados:

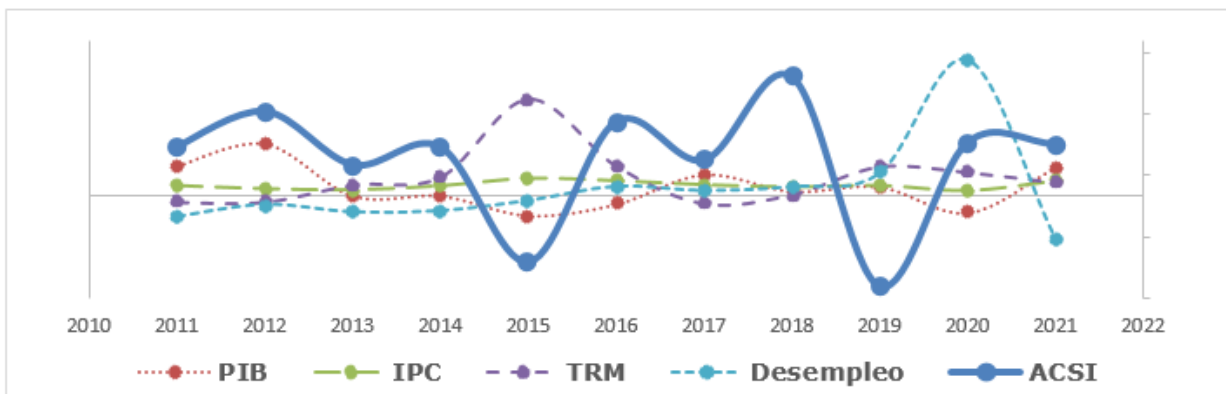
### El sector Bancario en Colombia Índice CIV de Satisfacción de Clientes



Fuente: CIV Sector Bancario 2021

De acuerdo con los estándares internacionales del modelo ACSI, solamente calificaciones por encima de los 78 puntos empiezan a mostrar un valor agregado positivo para los clientes. En este caso, solamente la banca de microcrédito se ha mantenido dentro de estos estándares en el último año.

Estas bajas calificaciones también son el reflejo de la alta relación que tiene el comportamiento de este sector con la crisis de la economía del país y las variaciones en sus principales indicadores: PIB, la TRM, el IPC, el desempleo y las tasas de interés.



Fuente: CIV Sector banca tradicional 2021, Indicadores económicos DANE

Según el estudio realizado anualmente por Customer Index Value (CIV) en cinco de las principales ciudades del país (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga) y con una muestra

total de 3300 entrevistas presenciales por intercepción aleatoria a personas naturales mayores de 18 años, en la banca tradicional, vemos el siguiente ranking de satisfacción por banco:



Se destacan el banco Caja Social, Davivienda y Scotiabank Colpatria como los tres mejor evaluados en el 2021.

Las evaluaciones de los bancos tienen dos componentes importantes:

Por un lado, y reforzada por las limitaciones generadas durante la pandemia, se dio una evolución positiva en la parte transaccional gracias al desarrollo de los canales digitales como portales WEB, aplicaciones móviles, billeteras móviles y tarjetas virtuales que le facilitaron a los clientes las transacciones bancarias de manera amplia, sin restricción horaria y

eliminando la movilidad a oficinas y corresponsales bancarios. De igual manera, no tener dinero en efectivo, dejó de ser una alta limitación transaccional.

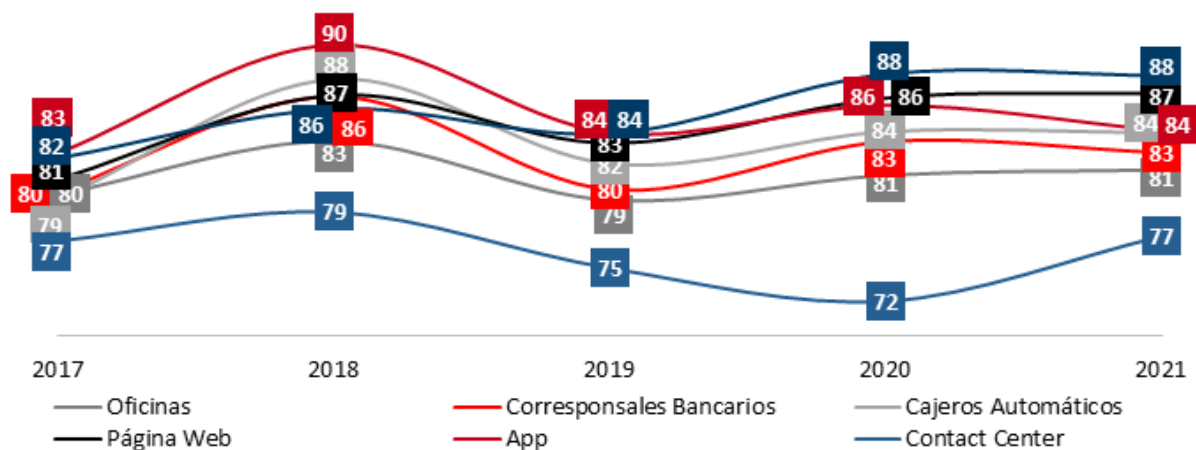
Los call centers, tuvieron una alta demanda relacionada con el soporte a los clientes y dejó de ser un canal de consultas, bloqueos o activación de productos entre otras actividades propias de los sistemas IVR de este canal.

En este sentido, autogestionar los recursos financieros por parte de los clientes facilitó la experiencia y disminuyó sustancialmente procesos complejos, movilidad y acceso a información, extractos, certificaciones, etc.

Más del 50% de los consumidores financieros hacen operaciones virtuales a través de la WEB y especialmente con las aplicaciones móviles que con gran rapidez son adoptadas por los clientes. Aunque la experiencia del cliente con estos

canales sigue siendo mejor calificada que la de los otros canales, las calificaciones más bajas son en los contact centers ya que el apoyo que los clientes esperan no se está dando por ese canal y su acceso es más complicado:

### Evolución Desempeño De Canales Sector Bancario Tradicional

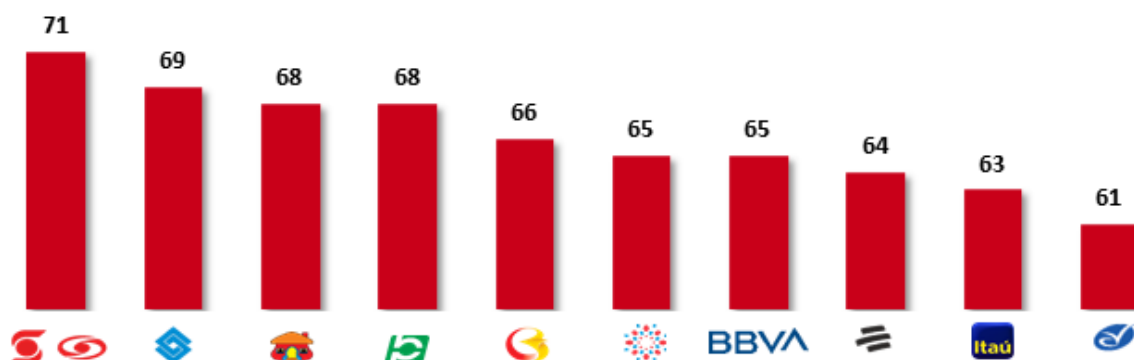


Fuente: CIV Sector Banca tradicional 2021

Por otro lado, solo los bancos con altas calificaciones mantuvieron un relacionamiento más cercano con los clientes frente a sus endeudamientos, requerimientos, necesidades y limitaciones para atender sus obligaciones como parte de los programas de acompañamiento al desudo (PAD) definidos por la Superintendencia Financiera de Colombia. Sin

embargo, la mayoría de los bancos fueron mal evaluados por los clientes frente a los apoyos recibidos durante esta crisis socioeconómica que se sigue presentando en el país.

Frente a la pregunta ¿Cómo califica el apoyo brindado durante la coyuntura por su banco? Las calificaciones en una escala de 0 a 100 fueron las siguientes:



Fuente: CIV Sector Bancario 2021

Estas calificaciones evidencian las grandes expectativas de soporte y acompañamiento que esperan los consumidores financieros frente a la relación con sus bancos.

Los niveles de quejas y reclamos de estos segmentos están relacionados con los niveles de satisfacción. De esta forma, el 19% de los clientes de la banca retail se quejan del servicio mientras que en el segmento tradicional los reclamos son del 9% y en la banca microcrédito lo hacen el 13% de los clientes.

Las PQR cuando son mal

manejadas generan un inconformismo adicional e impactan la experiencia total del cliente afectando negativamente el “voz a voz” de los bancos y por ende la recomendación que dan los usuarios financieros de sus entidades. Este ruido negativo es también aprovechado por sectores políticos que buscan reforzar su labor basada en estas debilidades del sector bancario.

En el cuadro siguiente, vemos como se da una relación directa entre la satisfacción de los clientes y su intención de recomendar a los bancos en los últimos 12 años:



En la medida en que en los dos últimos años la brecha entre la satisfacción y la recomendación se ha ampliado, vemos un consumidor financiero con menor lealtad a sus bancos y con una fuerte intención de mover sus créditos y ahorros hacia entidades que les ofrezcan mejores condiciones.

El año 2022, se presenta como el gran reto de la economía y la reactivación de las empresas, el empleo y el desarrollo de los colombianos. Sin una activa y decidida acción del gobierno y el sector financiero la recuperación será lenta y dolorosa para las familias y los pequeños empresarios colombianos.

---

# METODOLOGÍA



Customer Index Value CIV ha venido desarrollando desde el 2006 el primer índice de Satisfacción en Colombia que mide de forma independiente y objetiva la creación de valor a través de la satisfacción de los clientes de los sectores, industrias y empresas más representativos de la economía Colombiana.

El índice de satisfacción CIV es representante en Colombia de la American Customer Satisfaction Index (ACSI) que es el indicador

estándar más importante, reconocido y utilizado en EU cuya metodología patentada está siendo adoptada en Europa (EPSI), Asia y por primera vez en Latinoamérica (Colombia).

El índice CIV es un termómetro que mide homogéneamente sectores de industria y servicios, califica la competitividad de las empresas y permite compararla con los resultados generados en otros países por ACSI.

Para conocer más sobre la metodología utilizada se pueden visitar las siguientes páginas:

[www.civ.com.co](http://www.civ.com.co)  
[www.theacsi.org](http://www.theacsi.org)

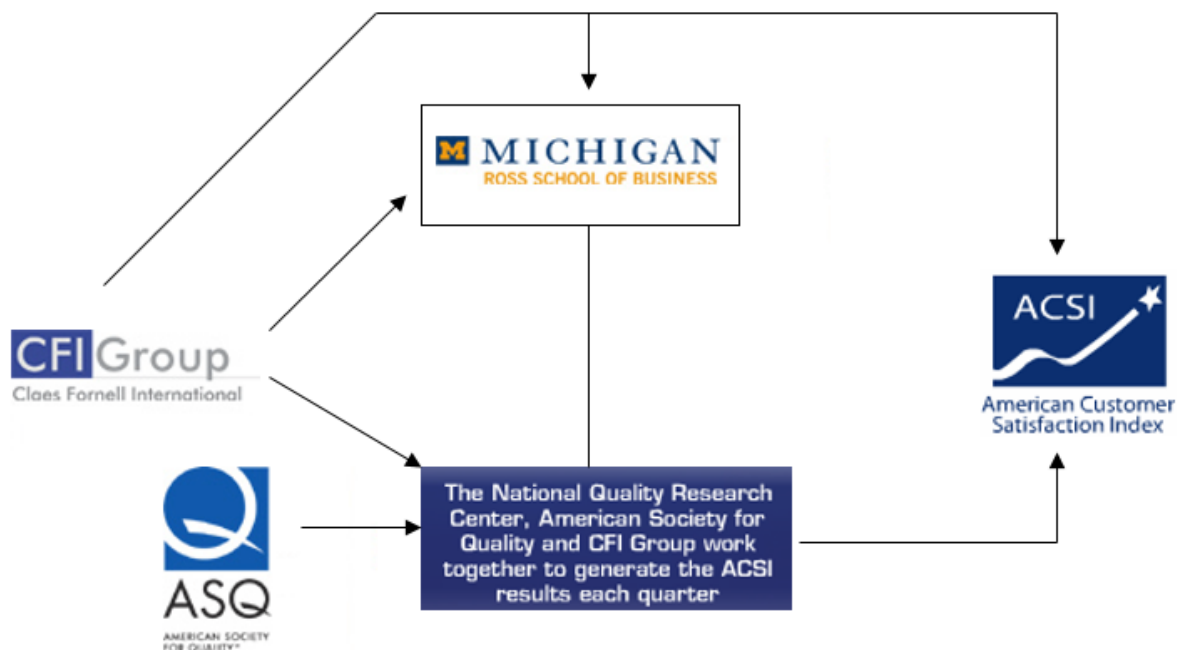
---

# ACSI

El American Customer Satisfaction Index (ACSI) es la organización más importante que mide de forma uniforme e independiente la experiencia del cliente, generando el índice de satisfacción de clientes Standard más utilizado y aceptado en USA.

Es un poderoso indicador económico que durante los últimos 23 años ha medido la tendencia de la satisfacción de los clientes y se ha convertido en una herramienta invaluable para las empresas, industrias, gobierno, asociaciones y la economía en general.

## Instituciones detrás del ACSI



El modelo de Negocios de CIV es estructurado por la escuela de negocios de la Universidad de Michigan quien a su vez se encarga

de procesar los datos generados en Colombia, y la Auditoría de los resultados es garantizada por La American Society for Quality



# Metodología aplicada al estudio

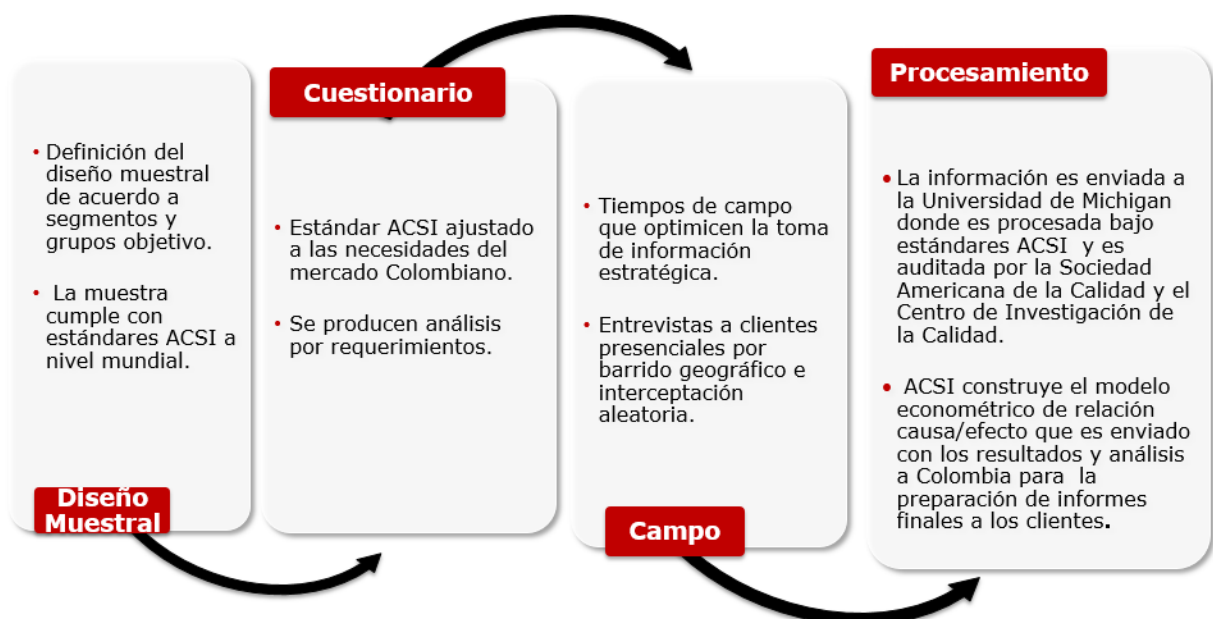
ACSI es un modelo econométrico multivariado de relación causa-efecto con calificaciones en índice 0-100.

Dentro de la metodología se establece un sistema de calificación de 1 a 10 que a la vez son llevados a escala de 0 a 100, a través de la siguiente fórmula:  $X = (N-1)/9 * 100$ .

Calificación	Acciones
> 79	Mantener, optimizar
74 - 78	Mejoras puntuales
69 - 74	Planes de mejora
< 69	Plan de choque



## Resumen Metodológico



# Para el sector Bancario se midieron las siguientes entidades:

Para la medición realizada se incluyeron un total de 3300 entrevistas presenciales (2750 de la banca tradicional, 275 de la banca retail y 275 de la banca microcrédito) por intercepción aleatoria a personas naturales mayores de 18 años usuarios de cada una de las empresas y que tengan los productos y servicios de su banco.

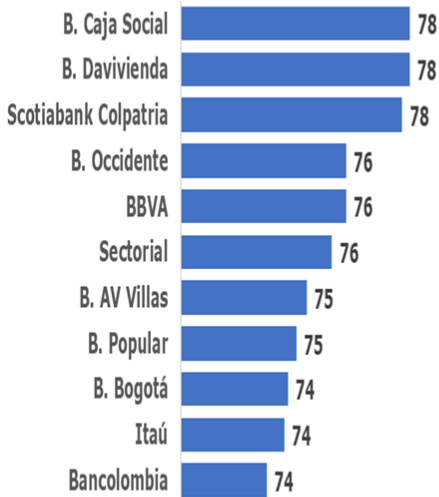
El estudio es realizado en las cinco principales ciudades del país: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga, donde se concentra más del 75% del consumo nacional.

A partir del 2019 se integra la medición de los segmentos de microcrédito y banca retail.

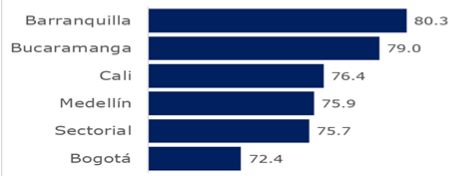
<b>Banca Tradicional</b> <b>Satisfacción ACSI : 76</b>	<b>Banca Retail</b> <b>Satisfacción ACSI: 71</b>	<b>Banca Microcrédito</b> <b>Satisfacción ACSI: 79</b>
		



### Sector Bancario Índice de Satisfacción (CIV) 2021



### Sectorial Bancario 2021: Índice ACSI por ciudad:



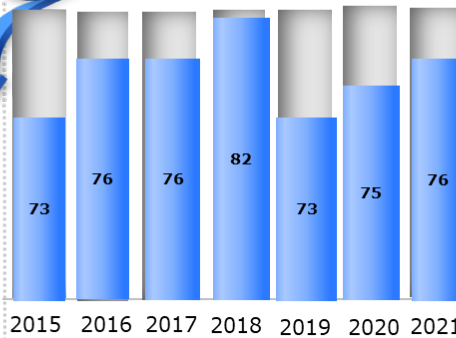
Índices de Satisfacción de Clientes

### Índice CIV Sector Bancario 2021

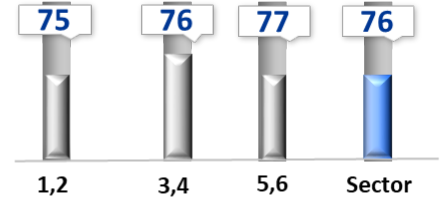
Estudio de Satisfacción de Clientes desarrollado bajo la metodología ACSI de la Universidad de Michigan. Estudio realizado anualmente en más de 25 países con los estándares de la American Customer Satisfaction Index. Los resultados son procesados en la Universidad de Michigan y auditados por la Sociedad Americana de la Calidad.

### Índice de Satisfacción CIV Sector Bancario

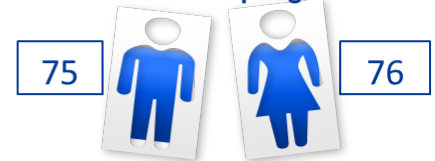
Últimos 7 años de tendencia



### CIV sector bancario por estrato socioeconómico



### CIV sector bancario por género



Metodología: Estudio de Satisfacción Sector Bancario.

**3,300** Entrevistas a Clientes de 10 bancos tradicionales, banca retail y banca microcrédito

Diseño Muestral

**275** Clientes por banco y segmento medidos (muestra estándar mundial)

Entrevistas aleatorias personales por intercepción y barrido geográfico en Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga



Primer estudio que incluye la banca tradicional y los segmentos de microcrédito y banca retail del país

---



Calle 93 · 15 - 40 Bogotá D.C.  
PBX (601) 7456950

VISITANOS EN:



[www.civ.com.co](http://www.civ.com.co)



[@civcolombia](https://www.facebook.com/civcolombia)



[CIV Customer Index Value](https://www.linkedin.com/company/civ-customer-index-value)