

FINANZAS, SEGUROS Y ATENCIÓN MÉDICA

Reporte ACSI 2018-2019



Los Bancos se encuentran en el Top de la satisfacción del cliente por encima de las Cooperativas por primera vez.

Los estadounidenses están menos satisfechos en general con los servicios financieros que reciben a medida que el sector de *Finanzas y Seguros* cae un 0.6% a un puntaje de 77.8 puntos en el American Customer Satisfaction Index (ACSI®) en escala de 0 a 100 puntos. El sector medido en este reporte incluye *Bancos, Cooperativas, Servicios de Inversión en Internet, Asesores Financieros, Seguros de Propiedad y Accidentes, Seguros de Vida y Seguros de Salud*. Entre estas industrias, solo dos muestran mejoras en la satisfacción del cliente: *Servicios de Inversión en Internet y Seguro de Salud*.

Del mismo modo, los consumidores están menos satisfechos con la atención hospitalaria, lo que reduce la satisfacción con el sector de *Atención Médica y Asistencia Social* en general en un 2,4% a un puntaje ACSI de 74.7, contrarrestando la tendencia negativa, la satisfacción del paciente con los *Servicios Ambulatorios* se mantiene estable por cuarto año.

Bancos

Por primera vez en la historia de la medición de ACSI, los Bancos en general muestran un mayor nivel de satisfacción del cliente que las Cooperativas de Crédito. Hace un año, ACSI informó que los Bancos y las Cooperativas de Ahorro y Crédito se encontraban en un puntaje ACSI de **81** en satisfacción. Este año, tanto los Bancos como las Cooperativas experimentan cierta erosión en la satisfacción del cliente, pero la caída de las Cooperativas es mayor (-2.5% a **79**) y ahora se quedan atrás de los Bancos por un punto.



Mientras que la industria bancaria en general cae un 1.2% a un puntaje ACSI de **80**, los Bancos Nacionales suben a **78**. Esto cierra la brecha al grupo de Bancos Regionales y Comunitarios (-1.2% a **83**) y es lo suficientemente bueno como para vincularse con Bancos Súper Regionales por primera vez (-1.3% a **78**).

ACSI: Bancos

Empresa	2018	2019	Variación %
Bancos	81	80	-1,2%
Bancos Regionales y Comunitarios*	84	83	-1,2%
Bancos Super Regionales	79	78	-1,3%
Bancos Nacionales	77	78	1,3%

*Esta categoría representa a todos los bancos pequeños

2019 ACSI LLC. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

Para muchos consumidores, la banca cotidiana se ha vuelto móvil, y los grandes bancos tienen los recursos para mantener sus plataformas y aplicaciones digitales actualizadas. A medida que la tecnología mejora, también lo hace la satisfacción del cliente. Ante la adopción generalizada de la banca móvil, el servicio personalizado, que es el sello distintivo de los Bancos y Cooperativas de Crédito más pequeños, puede que ya no sea tan importante para los clientes, especialmente para un grupo demográfico más joven. Los grandes Bancos tienen una clara ventaja cuando se trata de sus presupuestos tecnológicos, en 2018, *Chase* asignó \$ 10.8 mil millones para gastar en tecnología.

Citibank captura la delantera con un aumento del 3% a **81**, solo un punto por debajo de su puntaje máximo. El banco ha estado racionalizando sus operaciones minoristas y centrándose en la banca digital, la ganancia de *Citibank* en ACSI proviene de una mejora significativa en las percepciones de valor de los clientes, que incluyen las tarifas que pagan. Del mismo modo, *Chase* retrocede un 1% desde su récord registrado hace un año, cayendo al segundo lugar en **79**. Tanto *Citibank* como *Chase* se destacan en el área crítica de la banca móvil.

Los dos Bancos Nacionales restantes tienen una clasificación más baja, aunque ambos mejoran para igualar sus máximos históricos. *Bank of America* gana 1% a **77**, mientras que *Wells Fargo* cierra la brecha con sus rivales con un aumento del 3% a **76**. Esta es la primera ganancia para *Wells Fargo* en tres años a medida que el banco se recupera lentamente del impactante escándalo de sus cuentas fantasma. A pesar de la ganancia, *Wells Fargo* sigue en la parte inferior por satisfacción y sus tarifas son considerablemente menos competitivas, según los clientes.

ACSI: Bancos Nacionales

Empresa	2018	2019	Variación %
Bancos Nacionales	77	78	1,3%
Citibank	79	81	3%
Chase	80	79	-1%
Bank of America	76	77	1%
Wells Fargo	74	76	3%

2019 ACSI LLC. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

El líder de satisfacción del cliente entre los Bancos Súper Regionales es *BB&T*, con un aumento del 1% a **80** puntos. A principios de este año, *BB&T* anunció planes para fusionarse con *SunTrust Bank*, lo que llevó a los analistas de la industria a predecir una mayor consolidación, particularmente teniendo en cuenta la gran cantidad que los bancos deben invertir en tecnología para mantener los sistemas seguros y las huellas digitales relevantes. Si bien los dos bancos llaman al acuerdo “una fusión de iguales”, no es lo mismo en términos de satisfacción del cliente. Hace solo un año, *SunTrust* estaba empatado por el liderazgo de ACSI entre los Bancos Súper Regionales, pero la compañía ahora se desploma un 6% para compartir el último lugar con *KeyBank* (-1%) en **76**. Durante el año pasado, la calidad percibida ha disminuido dramáticamente para *SunTrust*, y sus tasas de interés se consideran las peores entre los bancos medianos. La mayoría de las fusiones deprimen la satisfacción del cliente, al menos a corto plazo, por lo que será interesante ver cómo le irá a la futura entidad combinada *Truist Bank* a medida que avanza en el proceso de integración de sistemas.

El otro líder del año pasado entre los Súper Regionales, *Capital One*, tiene mejores resultados que *SunTrust*, pero también experimenta una pérdida de satisfacción, cayendo un 2% a **79**, quedando cerca de *BB&T* y empatado con *PNC Bank* (+ 1%) y *U.S. Bank* (sin cambios). A principios de este año, *Capital One* sufrió una importante violación de datos que expuso información confidencial, incluidos números de cuentas bancarias de más de 100 millones de personas.

A continuación, un trío de bancos coincide con el promedio de la categoría con puntajes de **78**: *Citizens Bank*, *Fifth Third Bank* y *Regions Bank*. Hay pocos cambios entre 2018 y 2019, *Fifth Third* avanza, mejorando la calidad de su aplicación móvil junto con su satisfacción (+ 4%). Lo contrario ocurre con *TD Bank*, con un descenso del 4% a **77** y solo por delante de *KeyBank* y *SunTrust* en la parte inferior de la categoría. En junio, *TD Bank* acordó un acuerdo de \$ 70 millones en demandas relacionadas con cargos por sobregiro excesivo.

ACSI: Bancos Super Regionales

Empresa	2018	2019	Variación %
Bancos Super Regionales	79	78	-1,3%
BB&T	79	80	1%
Capital One	81	79	-2%
PNC Bank	78	79	1%
U.S. Bank	79	79	0%
Citizens Bank	78	78	0%
Fifth Third Bank	75	78	4%
Regions Bank	79	78	-1%
TD Bank	80	77	-4%
KeyBank	77	76	-1%
SunTrust Bank	81	76	-6%

2019 ACSI LLC. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

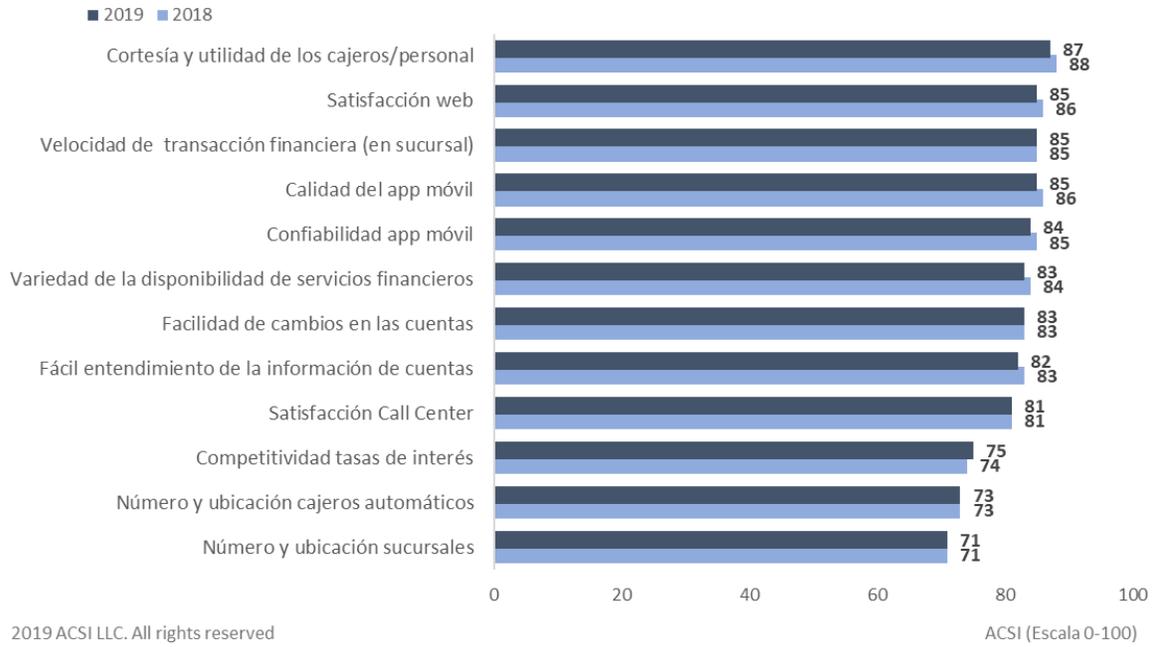
Gráfica: CIV

Para la industria bancaria en general, los puntajes de cortesía y amabilidad del personal se encuentran en la parte superior a pesar de un pequeño descenso a **87** puntos y la velocidad de servicio en la sucursal es excelente (**85**). Las aplicaciones móviles también continúan funcionando bien, aunque con pequeñas crisis. La calidad de la aplicación móvil (**85**) y la fiabilidad (**84**) siguen siendo sólidas para la industria bancaria. De hecho, todo el sector de *Finanzas y Seguros* se beneficia de la capacidad de proporcionar experiencias de banca móvil confiables y de alta calidad.

Los clientes también aprecian los sitios web de los Bancos (**85**), pero las tasas de servicio del Call Center son algo más bajas (**81**) a medida que se asignan más recursos a la banca móvil. Sin embargo, las áreas que muestran mayor margen de mejora siguen siendo las mismas. Los clientes anhelan mejores tasas de interés (**75**), más cajeros automáticos (**73**) y más sucursales (**71**).

Bancos

Benchmarks Experiencia del Cliente Tendencias en la industria año tras año





Al observar la experiencia del cliente por categoría, los *Bancos Regionales y Comunitarios* más pequeños continúan brindando el mejor servicio con diferencia a sus clientes en la mayoría de las áreas. Para servicios personalizados, los *Bancos Pequeños* se destacan por la cortesía del personal (**89**) y la velocidad del servicio en la sucursal (**87**) superando a los *Bancos Súper Regionales y Nacionales* por márgenes significativos. Los call center de *Bancos Pequeños* se desempeñan mejor (**84**) en comparación con *Bancos Medianos* (**79**) o *Grandes* (**78**). Las tasas de interés también son mucho más competitivas (**78**) en los bancos pequeños, aunque todos los bancos muestran margen de mejora. Las únicas áreas donde los *Bancos Pequeños* se quedan atrás están relacionadas con su presencia física. Los clientes no están contentos con el número y la ubicación de los cajeros automáticos (**70**) o sucursales (**66**).

Cooperativas

Las *Cooperativas de Ahorro y Crédito* pierden suficiente terreno para quedar rezagadas con respecto a los bancos (**80**), ya que la satisfacción de sus miembros se ve afectada en un 2.5% a **79** puntos. Para las *Cooperativas de Ahorro y*

Crédito, esta es también la primera vez que la satisfacción cae de los **80** puntos, y muy por debajo del puntaje máximo de la industria de **87** puntos en 2011.

ACSI: Cooperativas			
Empresa	2018	2019	Variación %
Cooperativas	81	79	-2,5%

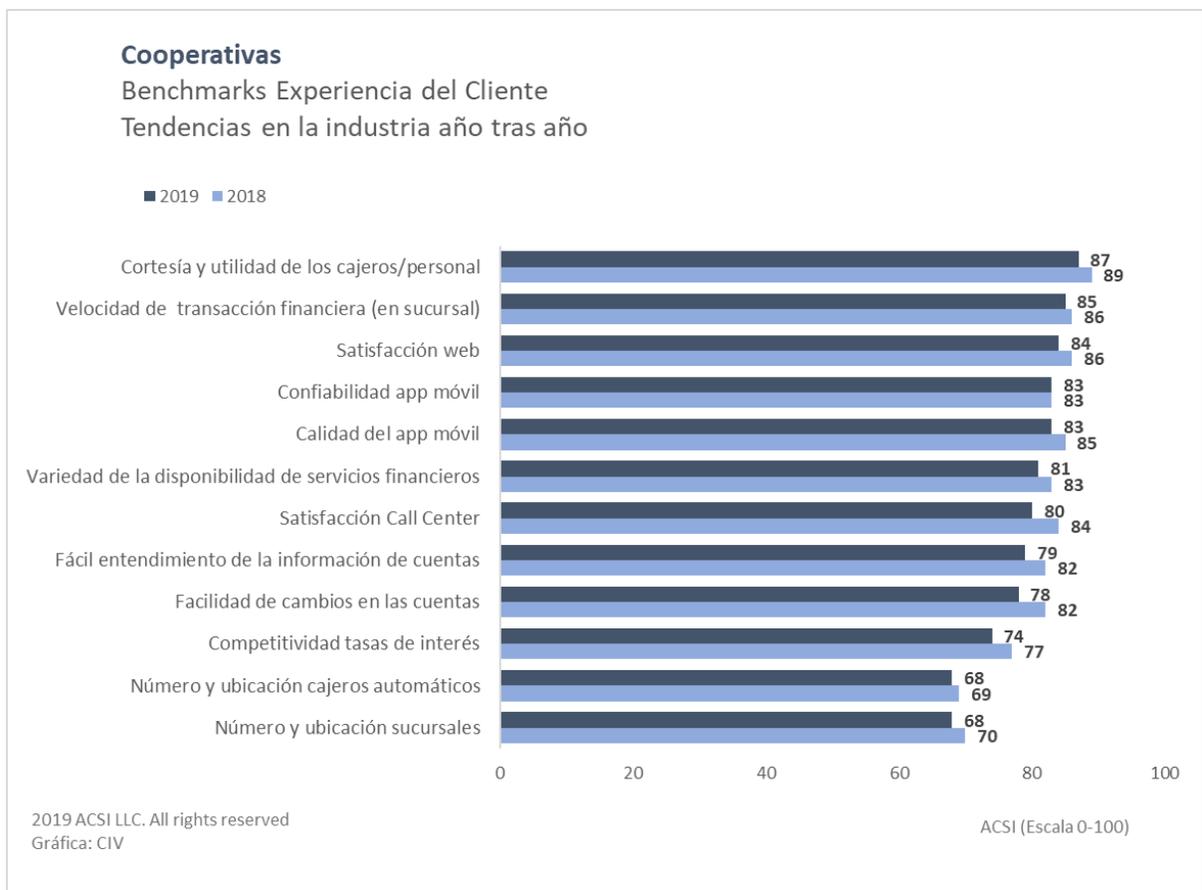
2019 ACSILLC. All rights reserved ACSI (Escala 0-100)
Gráfica: CIV

A lo largo de la experiencia del cliente, las *Cooperativas de Ahorro y Crédito* ya no obtienen las altas calificaciones que alguna vez obtuvieron. En general, la cortesía del personal es una ventaja para las *Cooperativas de Crédito*, pero una recesión del 2% lleva su puntaje a **87**. Del mismo modo, la velocidad de transacción en la sucursal (-3% a **85**) ahora coincide con los *Bancos*, mientras que las *Cooperativas de Crédito* una vez tuvieron la ventaja.

Las *Cooperativas de crédito* también pierden terreno este año por su presencia digital, ya que la satisfacción del sitio web disminuye un 2% a **84**, por detrás de la industria bancaria (**85**). La calidad de las aplicaciones móviles cae un 2% a **83**, quedando por detrás de los *Bancos* (**85**). Del mismo modo, los *Bancos* ganan en confiabilidad de aplicaciones móviles (**84**) en comparación con las *Cooperativas de Ahorro y Crédito* (**83**).

Los miembros consideran que las *Cooperativas de Ahorro y Crédito* no brindan la misma variedad de servicios que hace un año (-2% a **81**) y los call center son mucho menos eficientes, con una caída del 5% a **80** puntos. Los miembros también sienten que las cuentas son menos fáciles de entender (- 4% a **79**) y más difíciles de cambiar (-5% a **78**).

Hace un año, las tasas de interés en las *Cooperativas de Crédito* se consideraron más competitivas que las de los *Bancos* en general. Este año, las tasas se han erosionado (-4% a **74**) hasta el punto en que ahora se encuentran por debajo de los *Bancos* (**75**). Al igual que los *Bancos Comunitarios* más pequeños, las *Cooperativas de Crédito* luchan cuando se trata del número y la ubicación de sus cajeros automáticos y sucursales (ambas **68**).



Servicios de Inversión en Internet

Los consumidores que invierten a través de sitios web están más felices en 2019, ya que la satisfacción del cliente con los *Servicios de Inversión en Internet* gana un 2.5% a un puntaje ACSI de **81**. Esto es solo un punto por debajo del puntaje récord de la industria de **82** desde 2014 y supera a los *Asesores Financieros* por primera vez en tres años de medición.

En los sitios web más grandes, prevalecen pequeñas ganancias en la satisfacción de los inversores, ya que cuatro de los siete sitios web mejoran un 3%. La industria tiende a moverse junto con el mercado, que ha subido un 20% en lo que va de 2019. El próximo año, los niveles de satisfacción podrían aumentar aún más a medida que los inversores reaccionen positivamente ante la noticia de que las comisiones van a desaparecer. En octubre, después de que finalizó el período de entrevistas de ACSI, *Charles Schwab* y *TD Ameritrade* anunciaron la eliminación de las comisiones por las transacciones en línea de acciones y fondos negociados en bolsa. El resto de la industria está siguiendo rápidamente su ejemplo, una tendencia que probablemente complacerá a los consumidores.

En una industria que se ve envuelta en guerras de precios competitivos, la satisfacción del cliente en su mayor parte está estrechamente agrupada. La mayoría de los sitios web están haciendo un excelente trabajo a los ojos de sus

usuarios y tres compañías encabezan la lista con ganancias del 3% en **81**: *Charles Schwab*, *Fidelity* y *Vanguard*. Además del comercio sin comisiones, *Schwab* introducirá el comercio de acciones fraccionarias para ayudar a los inversores más jóvenes a obtener acceso a empresas con acciones de altos precios, otra posible bendición para la satisfacción futura.

ACSI: Servicios de Inversión por Internet

Empresa	2018	2019	Variación %
Servicios de Inversión por Internet	79	81	2,5%
Charles Schwab	79	81	3%
Fidelity	79	81	3%
Vanguard	79	81	3%
Otros	80	80	0%
Edward Jones	81	80	-1%
TD Ameritrade	77	79	3%
E*Trade	79	78	-1%
Merrill Edge (Bank of America)	79	74	-6%

2019 ACSI LLC. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

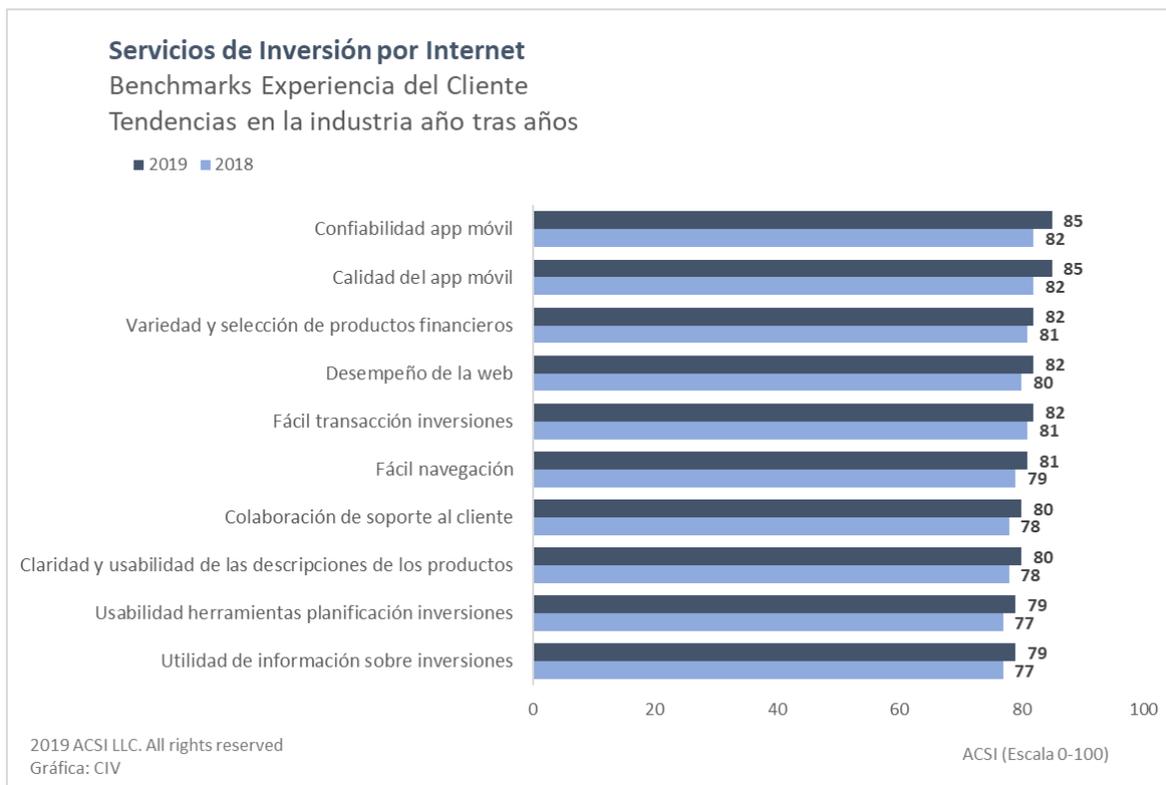
Gráfica: CIV

Con puntajes ACSI de **80**, tanto *Edward Jones* (-1%) como el grupo de *Sitios web de inversión más pequeños* están cerca de los tres líderes. Siguiendo en la lista, *TD Ameritrade* mejora 3% a **79**, recuperándose de la pérdida de satisfacción del año pasado. El aumento de la satisfacción ocurre después de la integración de *Scottrade*, que adquirió en 2017. La empresa reportó mejores ganancias de lo esperado para su cuarto trimestre fiscal.

*E * Trade* retrocede un 1% a **78**, pero la mayor pérdida se produce para *Merrill Edge* del *Bank of America*, que cae un 6% a un puntaje muy bajo de **74**. Esto coloca al sitio web fuera del rango de satisfacción del cliente de las otras empresas de inversión en línea. Los datos de ACSI muestran que *Merrill Edge* carece de toda la experiencia del cliente, desde el rendimiento del sitio hasta la confiabilidad de la aplicación móvil. *Merrill Edge* también ofrecerá comercio sin comisiones a los miembros de su programa de lealtad, pero con un estimado de 87% de esos intercambios que ya son gratuitos, esto puede no ser un gran refuerzo de satisfacción. La firma retendrá comisiones reducidas para los inversores que no se encuentran en el programa de lealtad.

Para los *Servicios de Inversión en Línea* en general, la experiencia del cliente es mejor que hace un año en todos los atributos. Las aplicaciones móviles han mejorado tanto en calidad como en confiabilidad (+ 4% a **85**). De hecho, las

aplicaciones móviles saltan significativamente por delante de todos los otros atributos de la experiencia para los inversores.



La mayoría de los otros atributos de la *Inversión en Línea* se consideran bastante favorables, con puntajes de **81 a 82** que cada año son más altos. Esto incluye la facilidad de las transacciones, el rendimiento del sitio, la variedad de productos y la navegación. Las descripciones de los productos de inversión son más claras y la atención al cliente es más útil (ambos + 3% a **80**). Si bien la información de inversión y las herramientas de planificación han mejorado, se mantienen en el extremo inferior, según los usuarios del sitio (+ 3% a **79**).

Asesores Financieros

Si bien los consumidores que participan en plataformas de *Inversión en Línea* están más satisfechos con sus experiencias este año, los clientes de *Asesores Financieros* están menos satisfechos. Para la industria de *Asesores Financieros* en general, la satisfacción del cliente cae 1.3% a **79**, ahora por detrás de los *Servicios de Inversión en Internet*. Sin embargo, cuatro firmas de asesoría obtienen puntajes ACSI de **80** o más, y la mayoría muestra pocos cambios año tras año.

Charles Schwab sigue siendo el líder de la industria por segundo año con un puntaje ACSI sin cambios de **82**. La empresa se destaca por la competitividad de

sus precios y tarifas, donde califica como la mejor. El grupo de *Asesores Independientes* basados en honorarios obtiene un puntaje de **80** (-1%), empatado con *Raymond James* (-1%) y *UBS* (sin cambios). *Raymond James* anunció recientemente un comercio libre de tarifas para sus asesores independientes y sus clientes, lo que podría ayudar a aumentar la satisfacción futura.

ACSI: Asesores Financieros

Empresa	2018	2019	Variación %
Asesores Financieros	80	79	-1,3%
Charles Schwab	82	82	0%
Asesores independientes	81	80	-1%
Raymond James	81	80	-1%
UBS	80	80	0%
Otros	81	79	-2%
Fidelity	79	79	0%
Morgan Stanley	79	79	0%
Wells Fargo	79	79	0%
LPL Financial	78	78	0%
Merril (Bank of America)	79	77	-3%
TD Ameritrade	NM	77	ND

NM= No Medido

ND= No Disponible

2019 ACSI LLC. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

Las firmas de asesoría restantes están igual o por debajo del promedio de la industria y la mayoría no muestran cambios en la satisfacción del cliente. *Fidelity*, *Morgan Stanley* y *Wells Fargo* se mantienen estables en **79**, mientras que *LPL Financial* se mantiene estable en **78**.

El grupo de *Asesores Financieros más pequeños* retrocede un 2% a **79**, disminuyendo por segundo año. Del mismo modo, *Merrill* de *Bank of America* cae un 3% a **77**, ocupando el extremo inferior de la industria al igual que *Merrill Edge* en *Servicios de Inversión en Línea*. En este caso, sin embargo, otra compañía se une a *Merrill*, *TD Ameritrade* debuta en la categoría de *Asesor Financiero* en la parte inferior con **77**. Según los datos de ACSI, ambas firmas tienen una calificación baja cuando se trata de la confianza general.

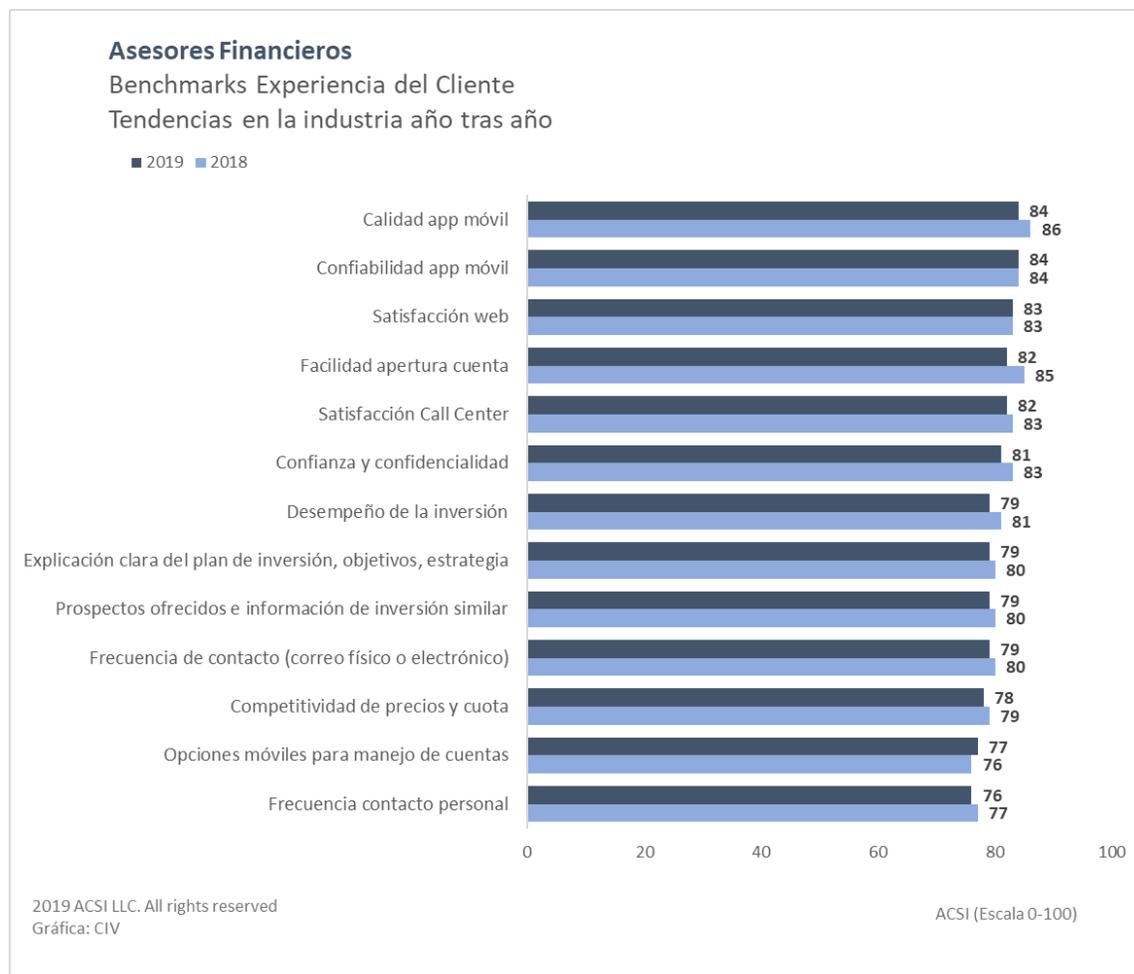
En la mayor parte de la experiencia del cliente de *Asesores Financieros*, la industria está peor que hace un año. Al igual que con otras industrias, las aplicaciones móviles son un punto brillante con **84** puntos en cuanto a calidad y

confiabilidad, aunque la calidad ha caído un 2% a **86**. Por otro lado, los clientes claramente preferirían más opciones móviles para administrar cuentas (**77**). Los sitios web siguen siendo bien vistos por los clientes (**83**), mientras que los call center caen a **82**.

Los clientes encuentran cuentas menos fáciles de abrir (-4% a **82**), del mismo modo, la confianza general, un componente clave de la relación con el asesor, ha disminuido (-2% a **81**). Los clientes desean una mejor información de inversión, así como una comprensión más clara de los objetivos de inversión (ambos **79**). Junto con estos factores, el rendimiento de la inversión se considera menos favorable (-2% a **79**).

La industria muestra margen de mejora en el área de las tarifas (**78**), puede haber aún más presión sobre las tarifas de asesoramiento en el futuro, ya que las comisiones cero se convierten en la norma para los *Servicios de Inversión en Línea*. Empresas como *Schwab* y *Vanguard* ya han introducido programas de menor costo para la planificación financiera y la gestión de carteras.

Por último, si bien el contacto de rutina por correo físico o correo electrónico podría ser mejor (**79**), los clientes consideran que el peor aspecto de su experiencia de asesoramiento es la frecuencia del contacto personal por teléfono o en persona (**76**).



Seguros de Propiedad y Accidentes

La satisfacción del cliente con los *Seguros de Propiedad y Accidentes* disminuye este año, cayendo un 2.5% a **79** y ahora sigue a la industria de *Seguros de Vida* (**80**). Gran parte del cambio a nivel de la industria es la disminución de la satisfacción con el gran grupo de *Aseguradoras más Pequeñas*. Después de liderar la industria hace un año, las *Pequeñas Aseguradoras* pierden todas sus ganancias a partir de 2018, cayendo un 4% a un puntaje de **80**. Los datos de ACSI muestran que los asegurados consideran que las facturas son mucho más difíciles de entender y el procesamiento de reclamos es más lento para las *Pequeñas Aseguradoras* este año.

State Farm, la mayor aseguradora de automóviles de EE. UU., toma la delantera al mantener un puntaje ACSI de **81**. Muy cerca, *Farmers* se mantiene estable en **80**, empatando a las *Pequeñas Aseguradoras* por el segundo lugar. *GEICO* (-1%) con un promedio de **79**, muestra una fuerza considerable, calificado como el mejor en su clase por la calidad y confiabilidad de su aplicación móvil.

ACSI: Seguros de Propiedad y Accidentes

Empresa	2018	2019	Variación %
Seguros de Propiedad y Accidente	81	79	-2,5%
State Farm	81	81	0%
Otros	83	80	-4%
Farmers	80	80	0%
GEICO	80	79	-1%
Allstate	78	78	0%
Liberty Mutual	76	78	3%
Progressive	78	78	0%
American Family	78	77	-1%
AAA	81	76	-6%

2019 ACSI LLC. All rights reserved

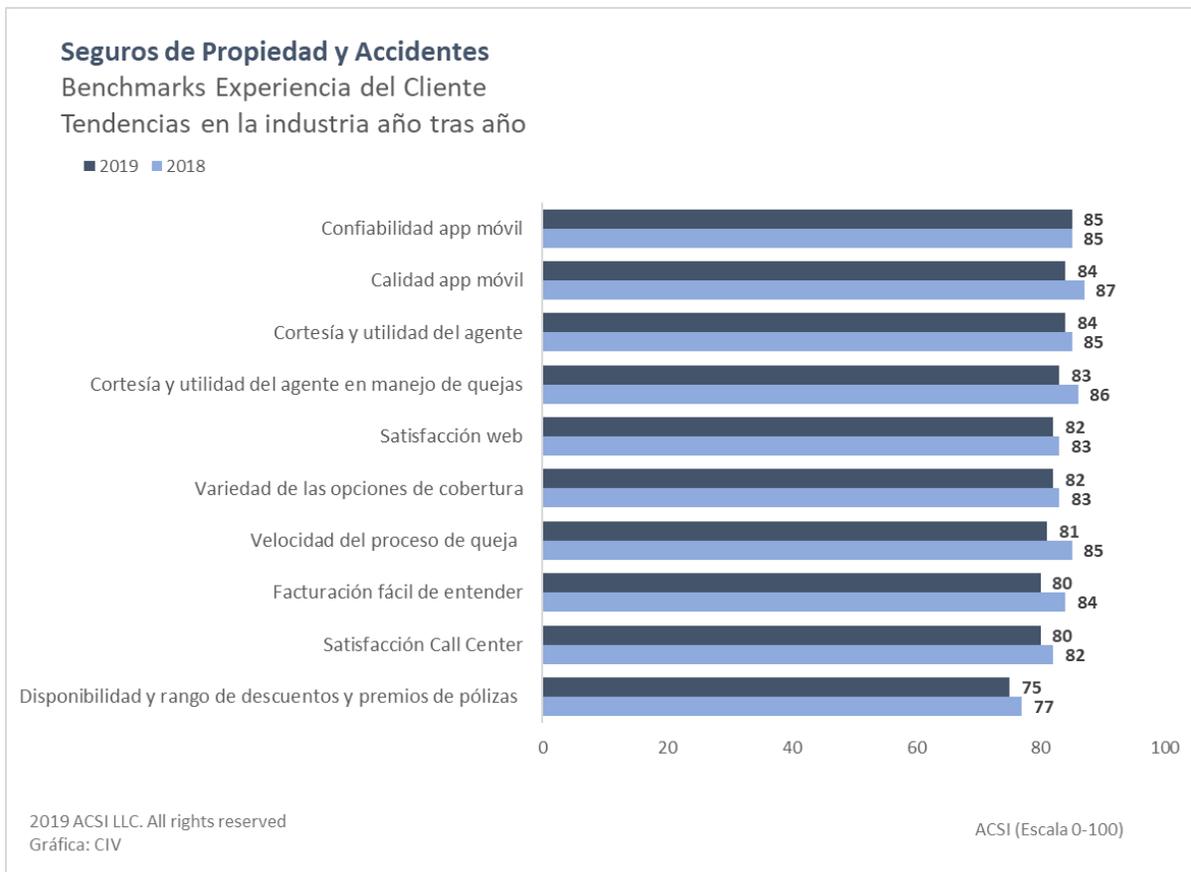
ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

Tres aseguradoras están en un punto por debajo del promedio (**78**): *Allstate*, *Liberty Mutual* y *Progressive*. Para *Liberty Mutual*, esto representa una ganancia del 3%. En el extremo inferior, *American Family* retrocede a **77** (-1%), mientras que *AAA* cae 6% a **76**. Para *AAA*, los agentes son menos corteses y serviciales que sus competidores cuando se trata de compras de pólizas y renovaciones.

Como en otras industrias, las aplicaciones móviles se consideran muy confiables (**85**) para las *Aseguradoras de Propiedades y Accidentes*. La calidad de la aplicación móvil también es sólida, aunque no tan alta como hace un año (-3% a **84**). De hecho, la industria en general muestra un deterioro en la experiencia del cliente en casi todos los factores. Los agentes son menos corteses cuando manejan reclamos (-3% a **83**) y cae su puntaje por compras de pólizas (**84**). La velocidad del procesamiento de reclamos es notablemente menor (-5% a **81**), y las facturas son menos fáciles de entender (-5% a **80**). Del mismo modo, los sitios web (**82**) y call center (**80**) son menos satisfactorios en comparación con hace un año.

A pesar de estos cambios negativos, la industria aún obtiene un puntaje de **80** en la experiencia del cliente.



Seguros de Vida

La industria de *Seguros de Vida* es estable con un puntaje ACSI de **80**, aunque esto enmascara los cambios a nivel de la compañía. La turbulencia en los puntajes ha resultado en un campo mucho más estricto para la satisfacción de los clientes. En 2018, hubo una brecha de 10 puntos entre la primera y la última de las *Aseguradoras de Vida*; esa brecha ahora se ha reducido a solo 4 puntos.

Empatados con los puntajes más altos de la lista, *Mutual of Omaha* (-1%) y *New York Life* (-2%) obtuvieron un puntaje de **82** después de pequeñas recesiones. Mayores ganancias ponen a *Allstate* (+ 8%) y *Farmers* (+ 9%) en un puntaje de **81**, junto con el grupo de *Aseguradores de Vida más pequeños* (+ 3%). Para *Farmers*, la satisfacción de los clientes alcanza un alto nivel histórico. Según los clientes, la aseguradora puede proporcionar un mejor rango de descuentos en pólizas en comparación con el año pasado.

State Farm, el líder de *Seguros de Propiedad y Accidentes*, mejora un 4% para igualar el promedio en **80**. El extremo inferior de la industria está ocupado por *MetLife* (-2%) en **79**, seguido de cerca por *Lincoln Financiamiento* (sin cambios) y *Prudential* (+ 1%) en **78**. En comparación con otras *Aseguradoras de Vida*, a los clientes les resulta más difícil entender los cálculos de las primas de *Prudential*, ya que califica peor en su clase.

ACSI: Seguros de Vida

Empresa	2018	2019	Variación %
Seguros de Vida	80	80	0,0%
Mutual of Omaha	83	82	-1%
New York Life	84	82	-2%
Otros	79	81	3%
Allstate	75	81	8%
Farmers	74	81	9%
State Farm	77	80	4%
MetLife	81	79	-2%
Lincoln Financial	78	78	0%
Prudential	77	78	1%

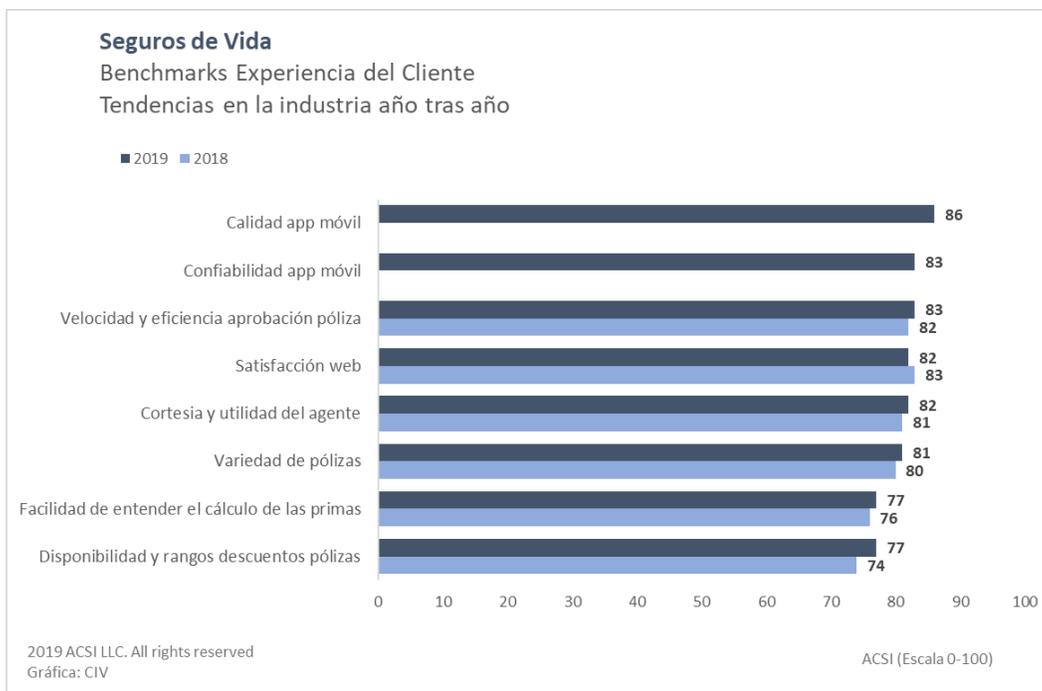
2019 ACSILLC. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

En su mayor parte, la experiencia del cliente de *Seguros de Vida* mejora este año. Los asegurados están muy satisfechos con la calidad (**86**) y la confiabilidad (**83**) de las aplicaciones móviles, así como con la velocidad de aprobación de la póliza (**83**). Los agentes continúan siendo amables y serviciales (**82**), y ofrecen una gama aceptable de opciones de pólizas (**81**).

La satisfacción del sitio web es el único factor que disminuye año tras año, pero sigue siendo alta en **82**. Si bien los titulares de las pólizas encuentran que los descuentos en pólizas han mejorado (+ 4% a **77**), aún ven margen de mejora en esta área, así como en el cálculo de las primas (**77**).



Seguros de Salud

La única industria de seguros que obtiene ganancias en 2019 es quizás la más compleja. Las *Aseguradoras de Salud* en general aumenta un 1,4% a un puntaje ACSI de **74** en un momento en que la industria está experimentando una transformación que desdibuja la línea entre proporcionar seguro y brindar atención médica. En relación con el *Seguro de Propiedad y Accidentes (79)* o el *Seguro de Vida (80)*, los puntajes del *Seguro de Salud* son bastante bajos. Sin embargo, la satisfacción de los asegurados no ha sido tan alta para la industria en una década.

Hace un año, *Humana* y *Kaiser Permanente* estaban empatados en el liderazgo de la industria, pero pequeños cambios pusieron a *Humana* por delante en 2019. Con un aumento del 1%, *Humana* obtiene un puntaje de **79**, igualando su récord. Al igual que otras *Aseguradoras de Salud*, *Humana* está cambiando su misión hacia la atención médica, incluidas las operaciones de farmacia y atención primaria. *Humana* también está invirtiendo sustancialmente en tecnologías digitales, incluida una asociación de varios años con Microsoft. Según los datos de ACSI, *Humana* califica mejor en su clase para el acceso a médicos de atención primaria y especializada.

ACSI: Seguros de Salud

Empresa	2018	2019	Variación %
Seguros de Salud	73	74	1,4%
Humana	78	79	1%
Kaiser Permanente	78	77	-1%
Aetna (CVS Health)	75	76	100%
Otros	74	75	1%
UnitedHealth	73	75	3%
Cigna	73	72	-1%
Blue Cross and Blue Shield	70	71	1%

2019 ACSILLC. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

El tercer lugar entre las *Aseguradoras de Salud* es para *Aetna*, que fue adquirida por *CVS Health* en 2018, un acuerdo que recibió la aprobación antimonopolio en septiembre. La satisfacción de los asegurados no se ha visto afectada negativamente por la fusión, ya que *Aetna* sube un 1% a **76**, alcanzando un máximo histórico. Los asegurados de *Aetna* consideran que la cobertura de medicamentos recetados es mejor en comparación con el año anterior.

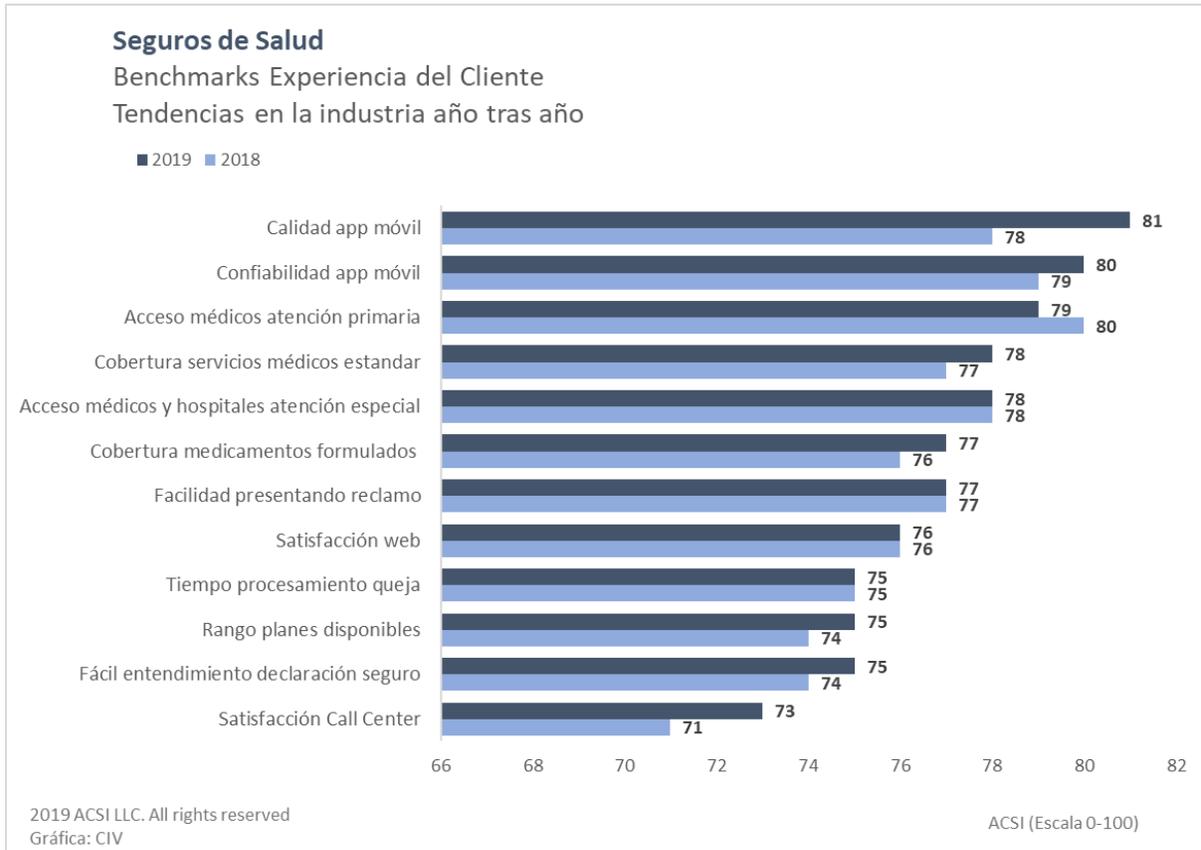
UnitedHealth gana un 3% para vincularse con el grupo de *Aseguradoras de Salud más pequeñas* (+ 1%) en **75**. Al igual que con *Aetna*, este puntaje representa un récord para *UnitedHealth*. En el segundo trimestre de 2019, los ingresos crecieron un 8% para la aseguradora.

Dos empresas se quedan atrás en lo que respecta a la satisfacción. En el extremo inferior, *Cigna* cae 1% a **72**, mientras que la mega aseguradora *Blue Cross and Blue Shield (BCBS)* sube 1% a **71**. *BCBS* clasifica peor en su clase para cobertura de medicamentos recetados, mientras que *Cigna* se ubica en la parte inferior por la calidad de su aplicación móvil.

La mayoría de los elementos de la experiencia del cliente para los *Seguros de Salud* son constantes o muestran una pequeña mejora desde hace un año. Al igual que con otras industrias de seguros, las aplicaciones móviles obtienen las calificaciones más altas, ya que la calidad aumenta un 4% a **81** puntos y la confiabilidad aumenta un 1% a **80**. En contraste, los sitios web tienen una calificación mucho más baja (**76**), junto con los call center. A pesar de algunos avances (+ 3% a **73**), los call center son el peor aspecto de la experiencia de los asegurados a medida que los recursos continúan cambiando hacia lo digital.

Los asegurados consideran que el acceso a los médicos de atención primaria es el único elemento que empeora, aunque el cambio es pequeño (-1% a **79**). La cobertura de los servicios estándar es ligeramente mejor (**78**), al igual que la

cobertura de medicamentos formulados (**77**). Si bien es más fácil entender las declaraciones y la gama de planes es mejor, estos se encuentran entre los aspectos más débiles de la industria, junto con la puntualidad en el procesamiento de reclamos (los **75**).



Cuidado de la Salud y Asistencia Social

Además de los *Seguros de Salud*, ACSI mide la satisfacción del paciente con los *Hospitales* (incluidos los servicios de pacientes hospitalizados, ambulatorios y de sala de emergencias), así como la *Atención Médica* (visitas al consultorio de médicos, dentistas, optometristas y profesionales de la salud mental). La satisfacción del paciente con la *Atención Médica* es constante con un puntaje ACSI de **77** por cuarto año consecutivo. La satisfacción del paciente con los *Hospitales* se reduce drásticamente en 5,3% a **72**.

ACSI: Cuidado de la Salud y Asistencia Social

Industria	2018	2019	Variación %
Atención Médica	77	77	0,0%
Hospitales	76	72	-5,3%

2019 ACSILLC. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

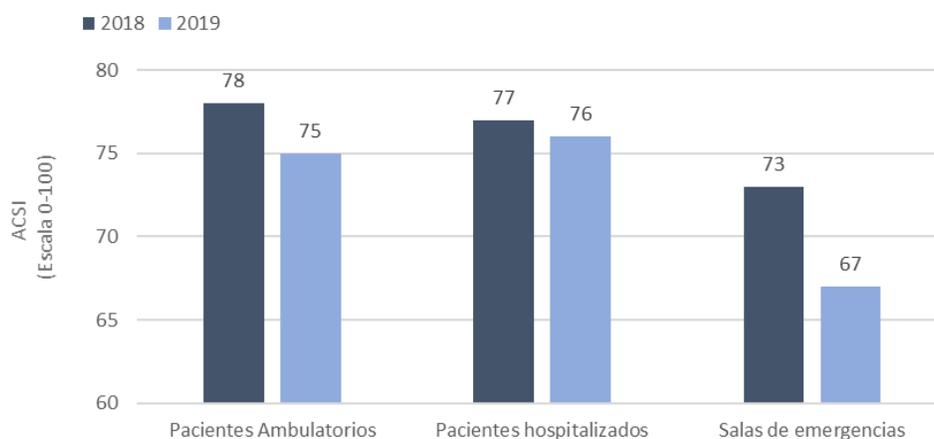
A medida que la atención hospitalaria pasa de menos pacientes hospitalizados a más ambulatorios, los *Hospitales* en general sufren en la satisfacción del cliente. La erosión más significativa ocurre para los servicios de la *Sala de Emergencias*, retrocediendo 8% a **67** y perdiendo todas las ganancias obtenidas en los últimos dos años. Los tiempos de espera son un problema claro para los departamentos de emergencia, ya que la incidencia de pacientes que abandonan las *Salas de Emergencias* sin ser vistos se está volviendo cada vez más común.

La *Atención Ambulatoria* también está bajo presión ya que la satisfacción del paciente retrocede un 4% a **75**. Por el contrario, la *Atención Hospitalaria* es relativamente estable, avanzando un 1% a **76**, la mejor puntuación entre los tres segmentos.

Hospitales

Benchmarks Cuidados Pacientes

Tendencias año tras año



2019 ACSILLC. All rights reserved

Gráfica: CIV

Sobre este informe

El Informe de Finanzas, Seguros y Cuidado de la Salud de ACSI 2018-2019 sobre Bancos, Cooperativas de Crédito, Servicios de Inversión en Internet, Asesores Financieros, Seguros de Propiedad y Accidentes, Seguros de Vida, Seguros de Salud, Hospitales y Atención Médica se basa en entrevistas con 30.413 clientes, elegidos al azar y contactados por correo electrónico entre el 8 de octubre de 2018 y el 20 de septiembre de 2019. Se pide a los clientes que evalúen sus experiencias recientes con los servicios proporcionados por las empresas más grandes en términos de participación de mercado, más una categoría agregada que consiste en "todas las demás"—Y, por lo tanto, más pequeñas— compañías en estas industrias. Los resultados de los hospitales y la atención ambulatoria se agregan a nivel industrial.

Los datos de la encuesta se utilizan como datos de entrada al modelo econométrico de causa y efecto de ACSI, que estima la satisfacción del cliente como resultado de los datos medidos por la encuesta de las expectativas del cliente, las percepciones de calidad y las percepciones de valor. El modelo ACSI, a su vez, vincula la satisfacción del cliente con los resultados medidos por la encuesta de las quejas y la lealtad del cliente. Los clientes ACSI reciben datos confidenciales competitivos de la industria y los mejores en su clase sobre todas las variables modeladas y puntos de referencia de la experiencia del cliente.

ACSI y su logotipo son marcas registradas de la Universidad de Michigan, con licencia mundial otorgada exclusivamente a American Customer Satisfaction Index LLC con el derecho de sublicenciar.

No se puede hacer publicidad u otro uso promocional de los datos e información en este informe sin el consentimiento previo por escrito de ACSI LLC.