



Biblioteca pública
de Stuttgart

Impacto de la crisis en la satisfacción del cliente

6 marzo 2013



frs
inmark

frs inmark viene realizando desde el año 1988 estudios anuales/bienales que miden el comportamiento de distintos segmentos del mercado ante la oferta financiera: **Particulares**, **Microempresarios** y **Empresas**. El estudio sobre el **Comportamiento Financiero y Asegurador de los Particulares** se lleva a cabo con una periodicidad anual mientras que el del **Comportamiento Financiero y Asegurador de los Microempresarios** y el **Comportamiento Financiero y Asegurador de las Empresas** se realiza cada dos ejercicios.

Los contenidos que se abordan en estos informes son los siguientes:

- **Situación del mercado:** *Promedio de entidades* con las que operan (Clientela exclusiva y compartida).
- **Conocimiento:** *Notoriedad de entidades:* Top of mind y cinco citas: notoriedad por segmentos. *Imagen asociada* al conocimiento de las entidades.
- **Clientela:** *Penetración y Participación de entidades:* Datos por segmentos. *Nivel de fidelización de clientela:* Exclusiva, preferente y secundaria; Retención de clientela. *Motivos de elección:* Mercado vs. Entidad y Competidores.
- **Dinamismo comercial:** Índice de *Nueva Clientela*; Índice de *Abandono*; *Intensificación* y *Reducción* de la actividad; Índice de *Intención de Abandono* (en todos ellos: datos del mercado y para las entidades).
- **Imagen:** *Vinculación* e identificación del cliente; Probabilidad de *recomendación* de entidades; *Interés por entidades* con las que *no se opera*; *Probabilidad de seguir siendo cliente* de las entidades financieras; *Probabilidad de utilizar nuevos productos y servicios*; *Comisiones*; *Costes de cambio*. *Conocimiento* del proceso de *fusión* de entidades financieras.
- **Calidad de servicio:** *Satisfacción global:* Mercado vs. Entidad y competidores; datos por segmentos. *Indicadores de Calidad de servicio:* *GAP*. Puntos débiles y fuertes de servicio frente a la competencia. *Áreas de mejora*. EXPERIENCIA CLIENTE.

- **Canales de relación:** *Canales utilizados; Intensidad* de uso; Relación con el **gestor** personal de cuenta.
- **Productos y servicios:** *Uso de productos y servicios:* intensidad de uso; *Eficacia comercial de las entidades;* Recorrido comercial.
- **Seguros:** *Notoriedad de compañías aseguradoras:* Top of mind y cinco citas: notoriedad por segmentos. *Imagen asociada* al conocimiento de las aseguradoras. *Aprovechamiento de la notoriedad* en términos de clientela. *Tipos de seguro* contratados. *Canal de contratación* de cada seguro. *Penetración y Participación de bancos y cajas y aseguradoras en cada ramo.* *Satisfacción global:* Mercado vs. Entidad/aseguradora y competidores. *Indicadores de Calidad de servicio:* Puntos débiles y fuertes de servicio frente a la competencia. *Motivos de elección:* Mercado vs. Entidad/aseguradora y competidores. *Intención de cambio:* tipo de seguro, canal de contratación y entidad/aseguradora.

Este documento se realiza a petición de la **Asociación Española para la Calidad** y en él se abordan los siguientes aspectos relacionados con los tres segmentos de análisis – individuos, microempresas y empresas -:

- ❖ Satisfacción con las entidades financieras.
- ❖ Satisfacción con la entidad/aseguradora según ramo asegurador.
- ❖ Confianza en el sector financiero.
- ❖ Recomendación de las entidades.
- ❖ Factores determinantes de la calidad de servicio. Gap de servicio.

Seguidamente se describen los universos y muestras utilizadas en las tres investigaciones.

PARTICULARES

Individuos de ambos sexos, bancarizados residentes en poblaciones de más de 2.000 habitantes, de 18 o más años.

Universo = 36.386.929. Fuente: Padrón Municipal, 1 de Enero 2011 facilitado por el INE.

Muestra = 12.000 entrevistas.

MICROEMPRESARIOS

Microempresas bancarizadas que emplean a un máximo de nueve trabajadores y facturan menos de 2,0 millones de euros.

Universo = 3.121.233. Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE), 1 de Enero 2010. Únicamente referido a la variable número de empleados.

Muestra = 5.000 entrevistas.

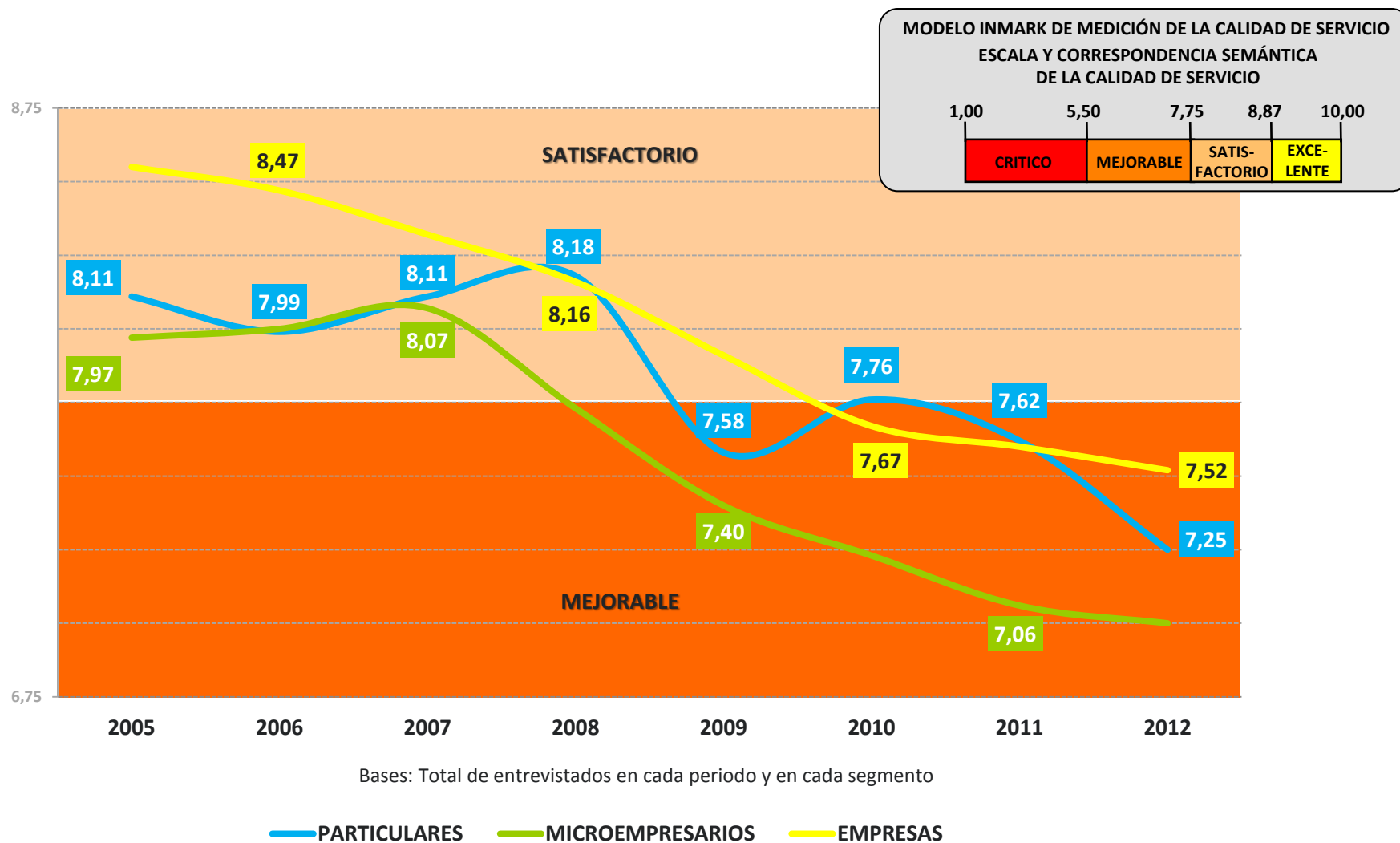
EMPRESAS

Empresas que facturaron en el año 2011/12 entre 1 y 100 millones de euros y operan bajo la figura fiscal de sociedad.

Universo = 138.676. Fuente: INFORMA D&B S.A. 2011.

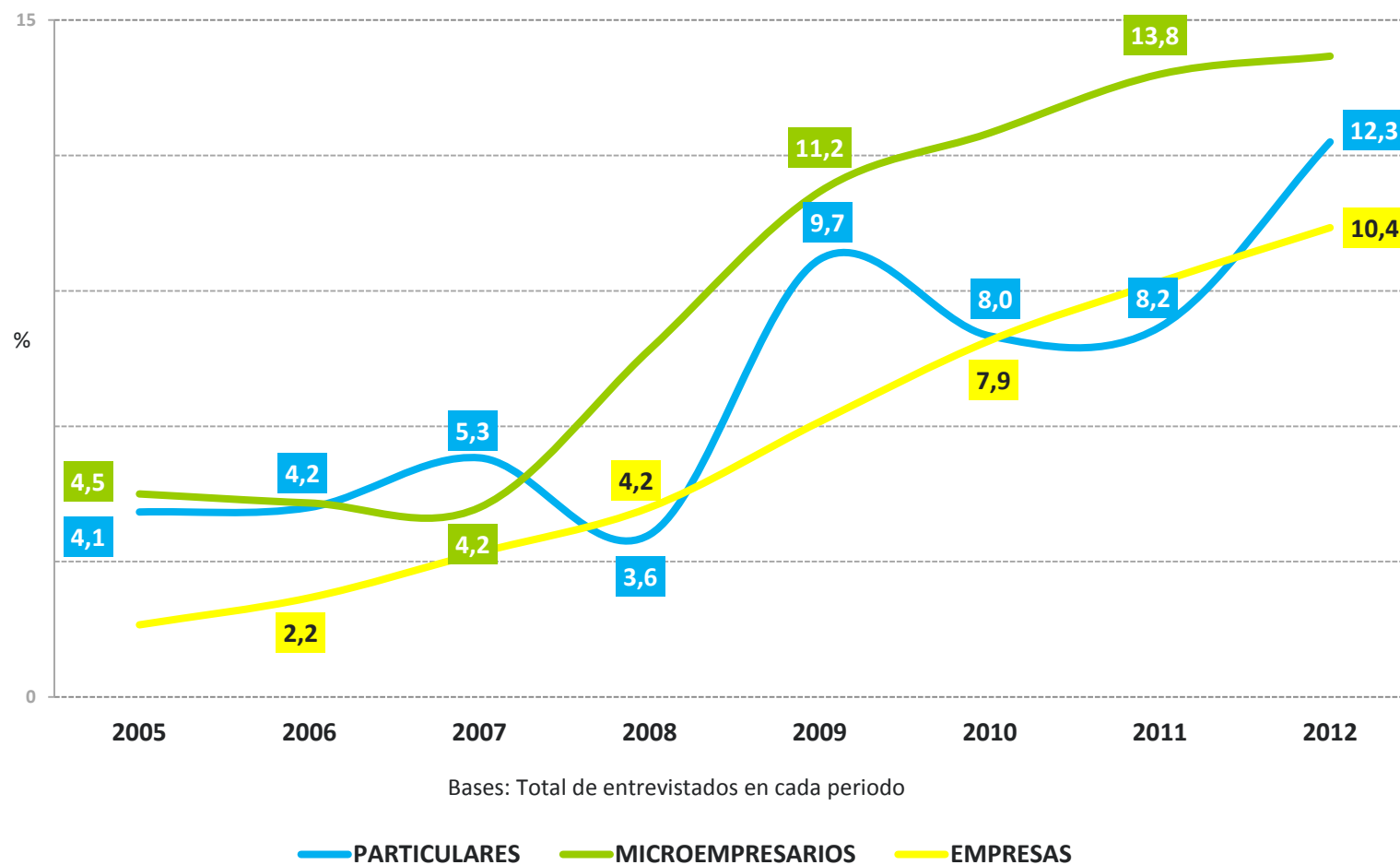
Muestra = 2.700 entrevistas.

Índice de satisfacción de la calidad de servicio con las entidades financieras de las que son clientes



Índice de satisfacción: este índice marca el nivel de satisfacción de la clientela de cada entidad en las relaciones que mantienen con ellos.

Valoraciones más críticas en la satisfacción de la calidad de servicio de los clientes con las entidades financieras

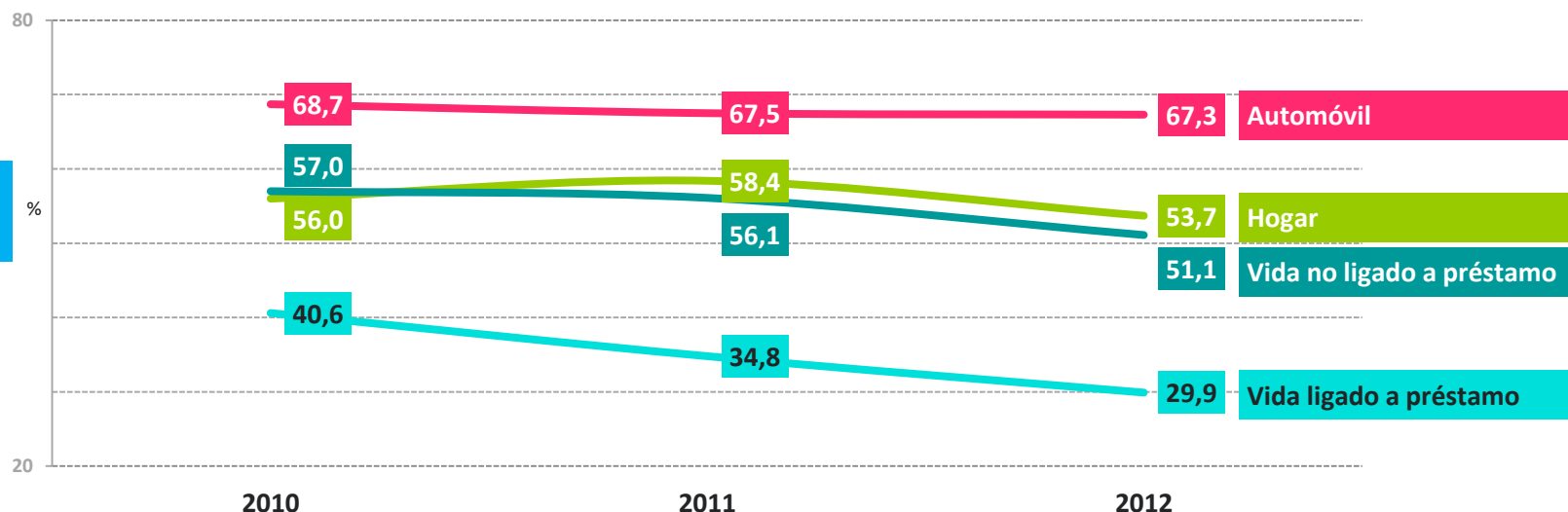


Valoraciones inferiores: agrupación de las menciones 1, 2 o 3 de una escala de 1 a 7.

Satisfacción con la entidad/aseguradora según ramo.

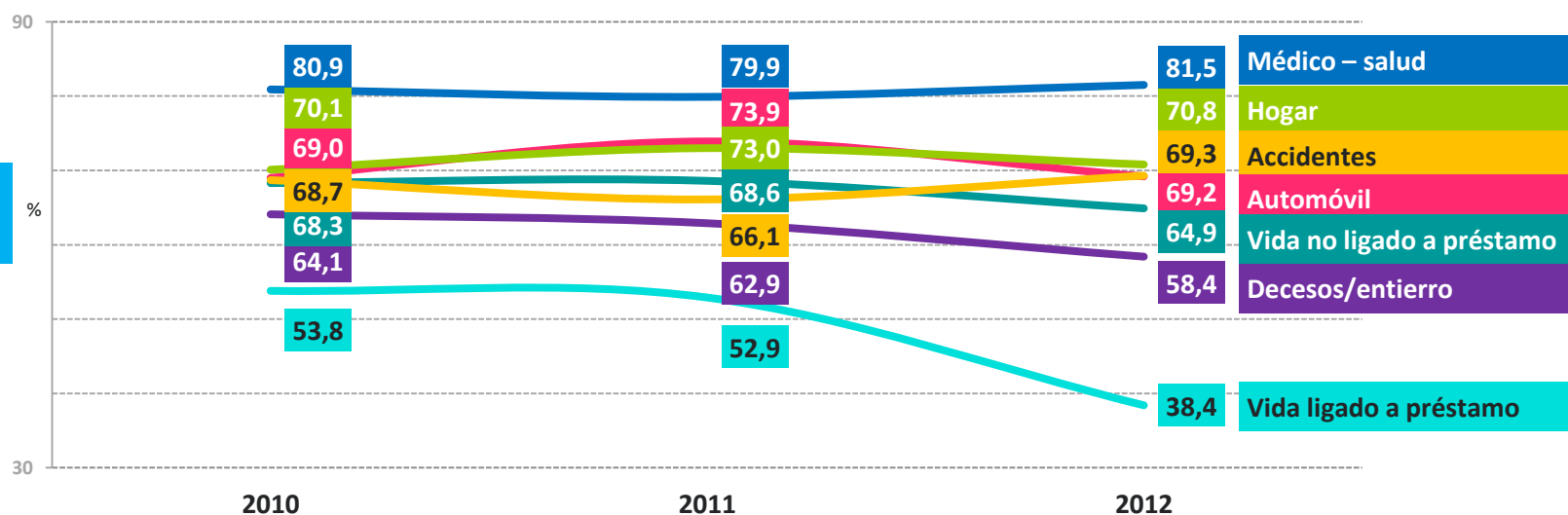
Top Two Box. PARTICULARES

CANAL BANCARIO



Bases: entrevistados usuarios de cada ramo a través del canal bancario en cada periodo

CANAL ASEGURADOR



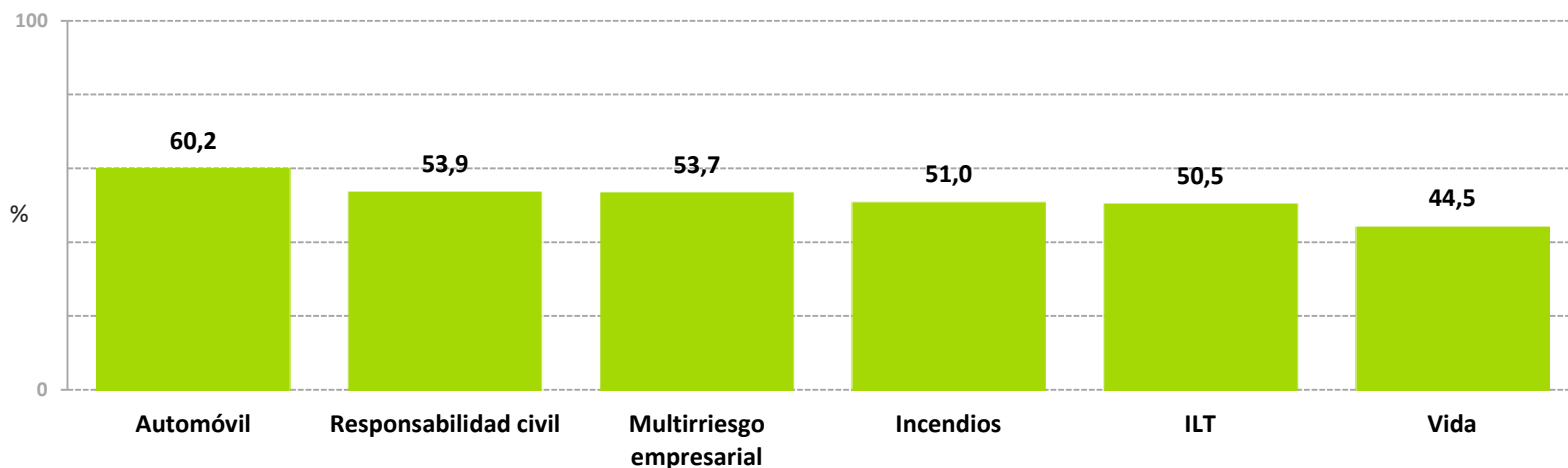
Bases: entrevistados usuarios de cada ramo a través del canal asegurador en cada periodo

Top Two Box: agrupación de las menciones 6 o 7 de una escala de 1 a 7.

Satisfacción con la entidad/aseguradora según ramo.

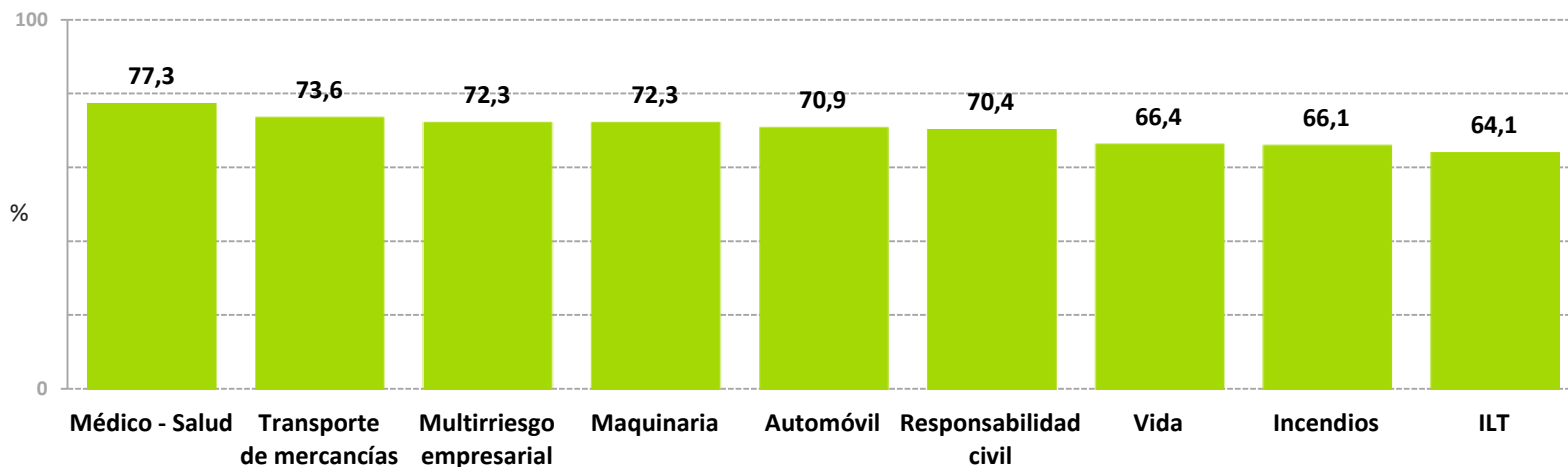
Top Two Box. MICROEMPRESARIOS

CANAL BANCARIO



Bases: entrevistados usuarios de cada ramo a través del canal bancario en cada periodo

CANAL ASEGURADOR



Bases: entrevistados usuarios de cada ramo a través del canal asegurador en cada periodo

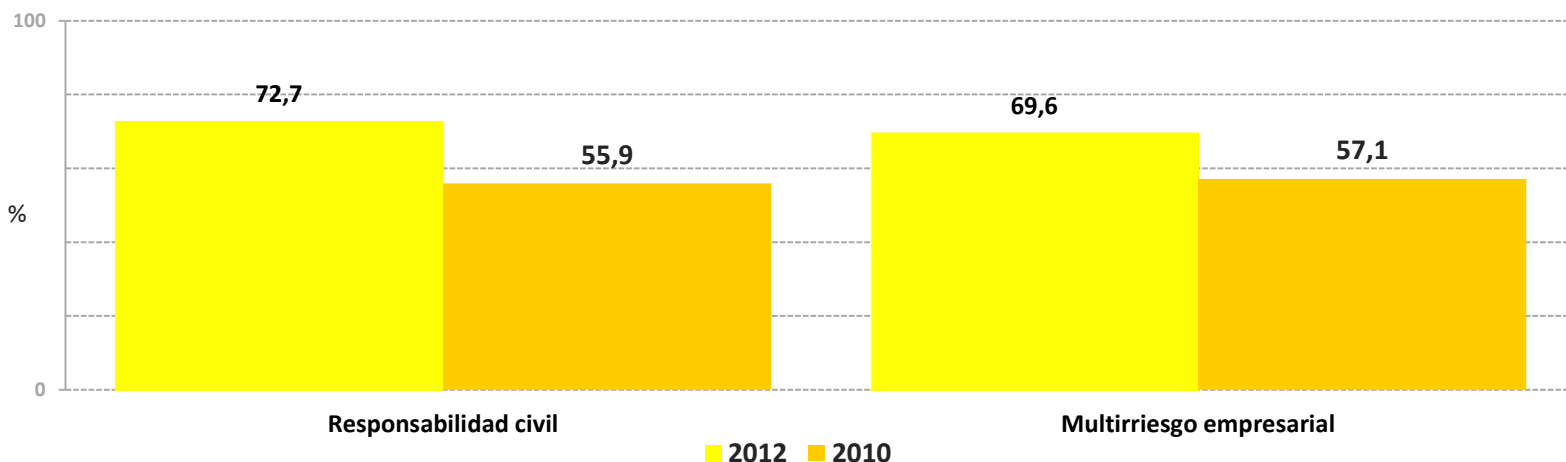
Nota: esta pregunta no se realizó en años anteriores.

Top Two Box: agrupación de las menciones 6 o 7 de una escala de 1 a 7.

Satisfacción con la entidad/aseguradora según ramo.

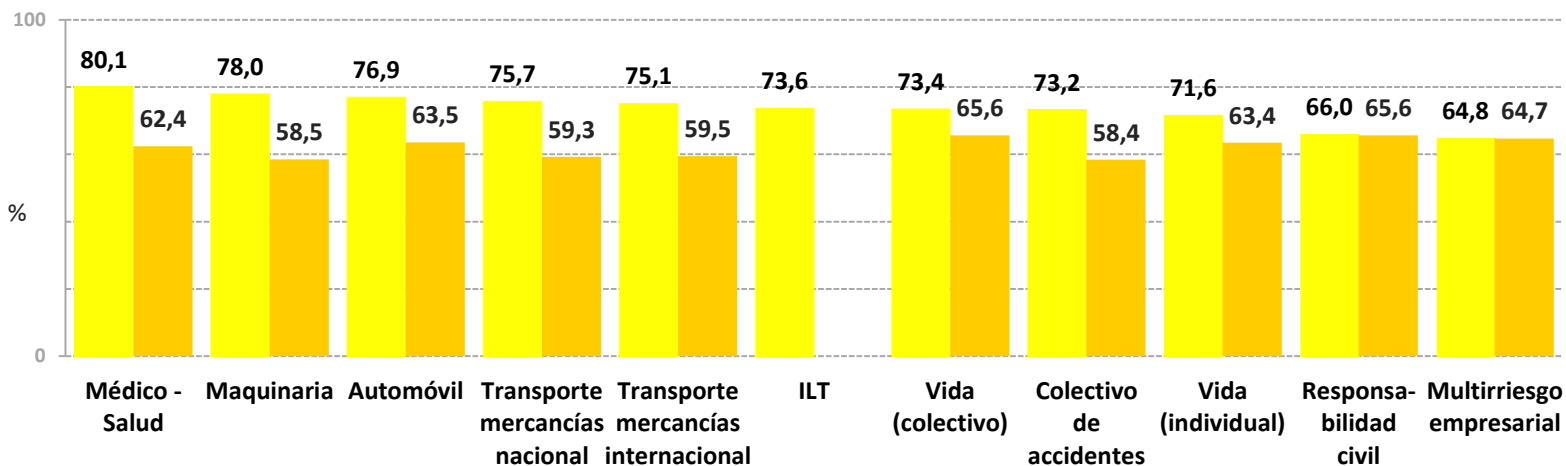
Top Two Box. EMPRESAS

CANAL BANCARIO



Bases: entrevistados usuarios de cada ramo a través del canal bancario en cada periodo

CANAL ASEGURADOR

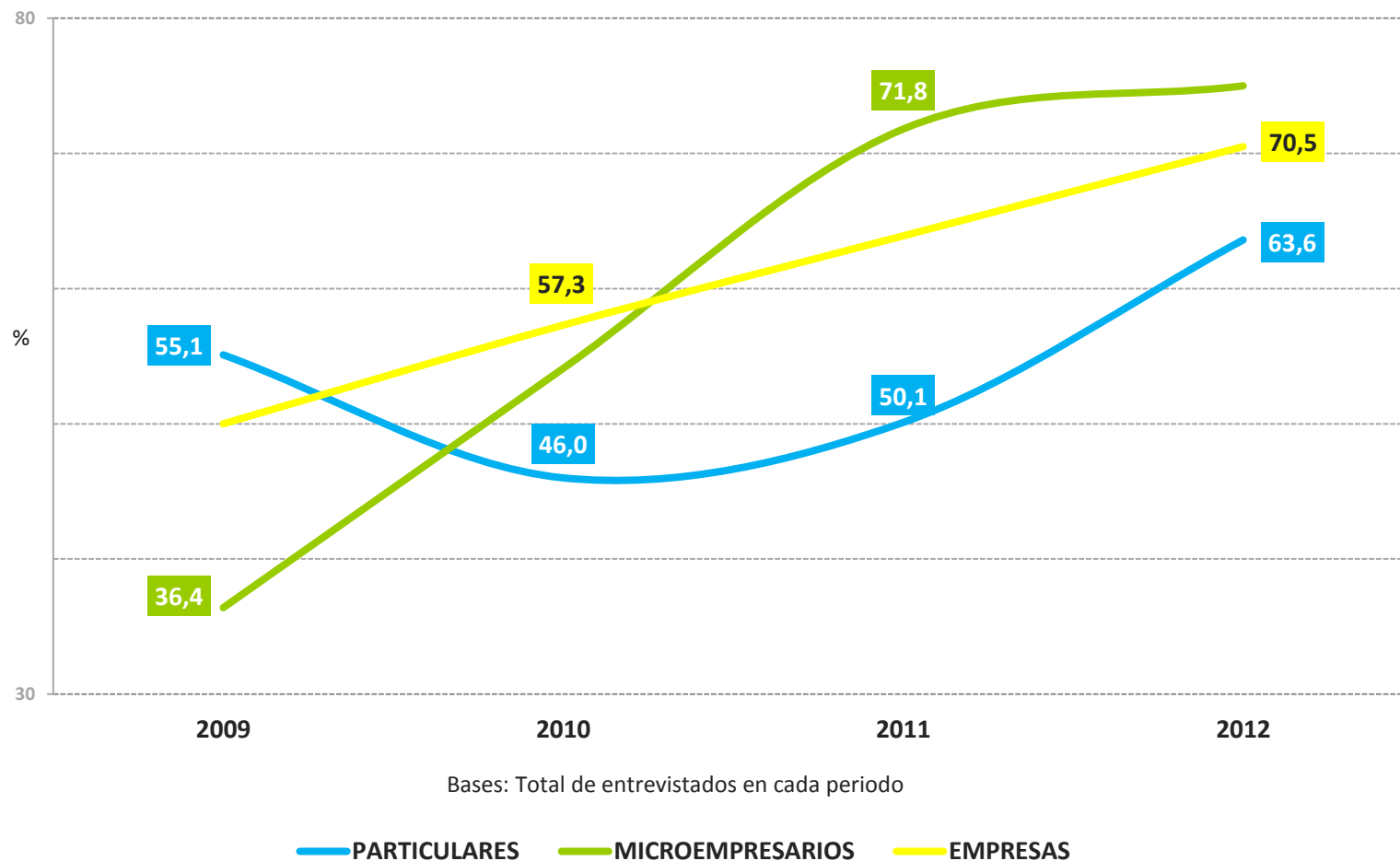


Bases: entrevistados usuarios de cada ramo a través del canal asegurador en cada periodo

Nota: esta pregunta no se realizó en años anteriores.

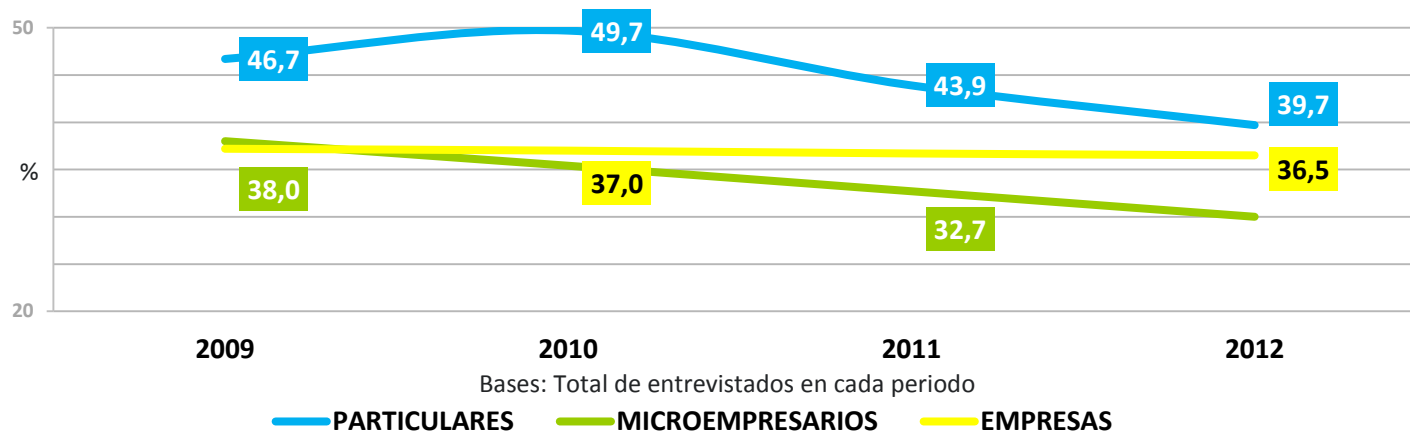
Top Two Box: agrupación de las menciones 6 o 7 de una escala de 1 a 7.

SU CONFIANZA EN EL SECTOR FINANCIERO HA EMPEORADO

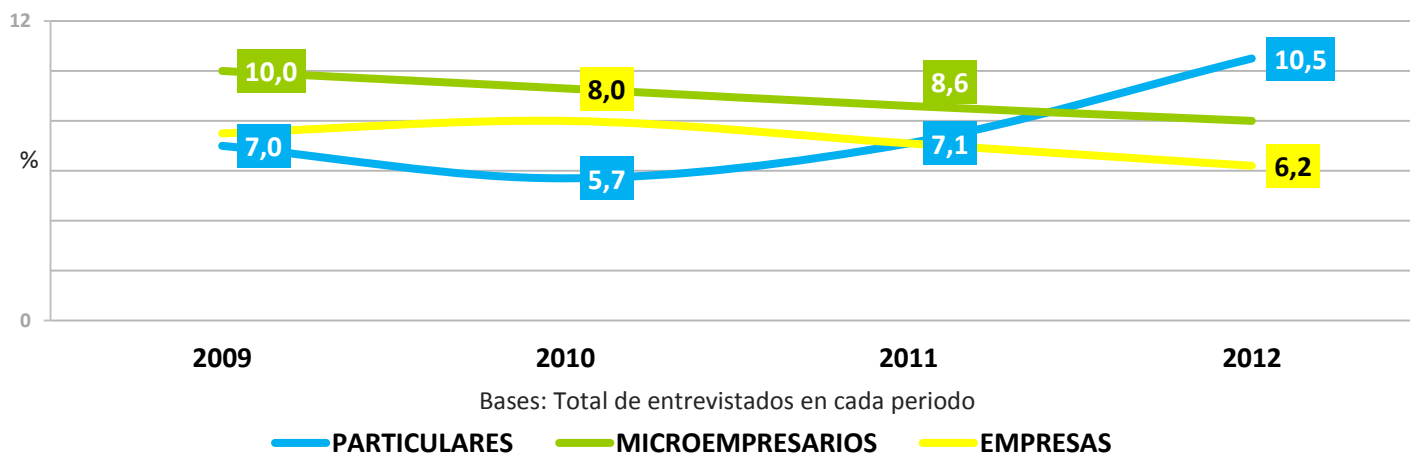


Recomendación de las entidades para iniciar una nueva relación financiera

TOP THREE BOX – Puntuaciones más favorables (10, 9 y 8)



BOTTOM THREE BOX – Puntuaciones más desfavorables (0, 1 y 2)

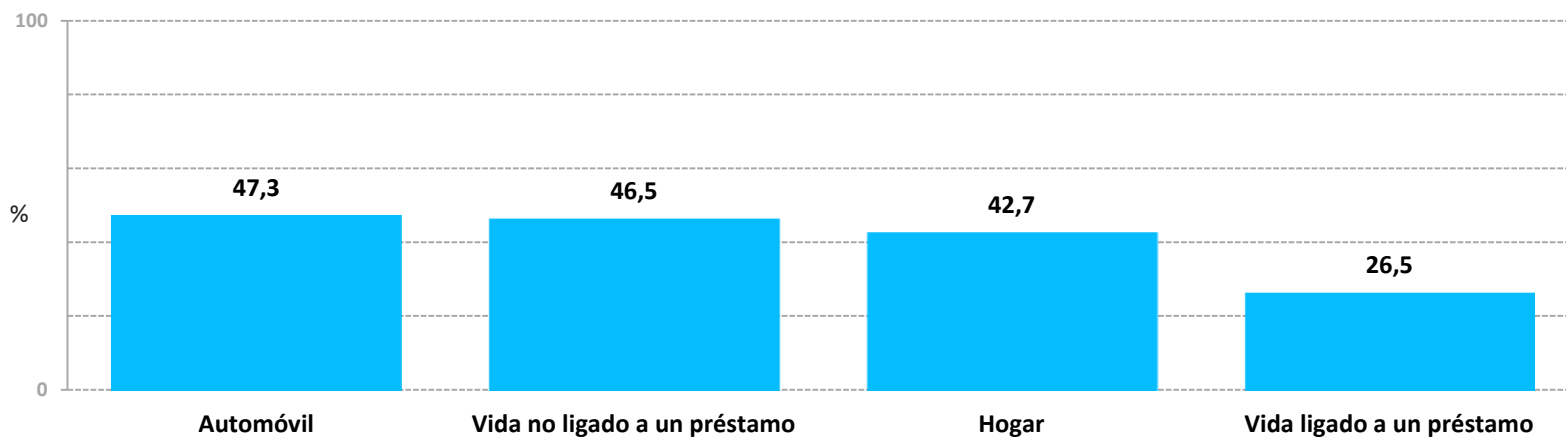


Escala utilizada de 0 "nada probable" a 10 "muy probable".

Recomendación de la entidad/aseguradora según ramo.

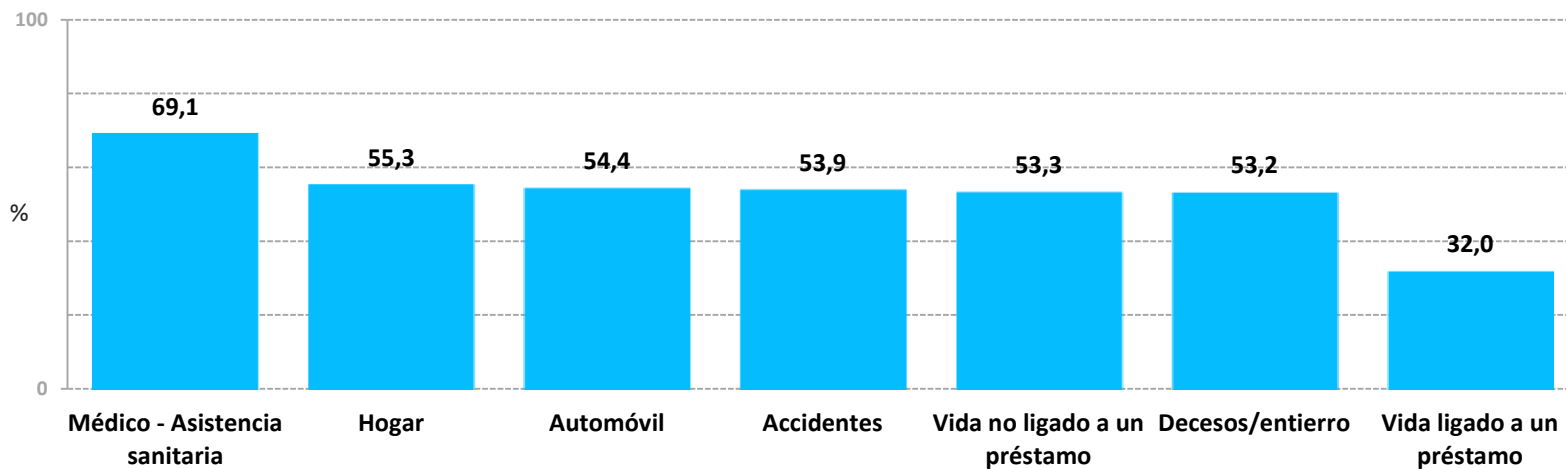
Top Two Box. PARTICULARES

CANAL BANCARIO



Bases: entrevistados usuarios de cada ramo a través del canal bancario en cada periodo

CANAL ASEGURADOR



Bases: entrevistados usuarios de cada ramo a través del canal asegurador en cada periodo

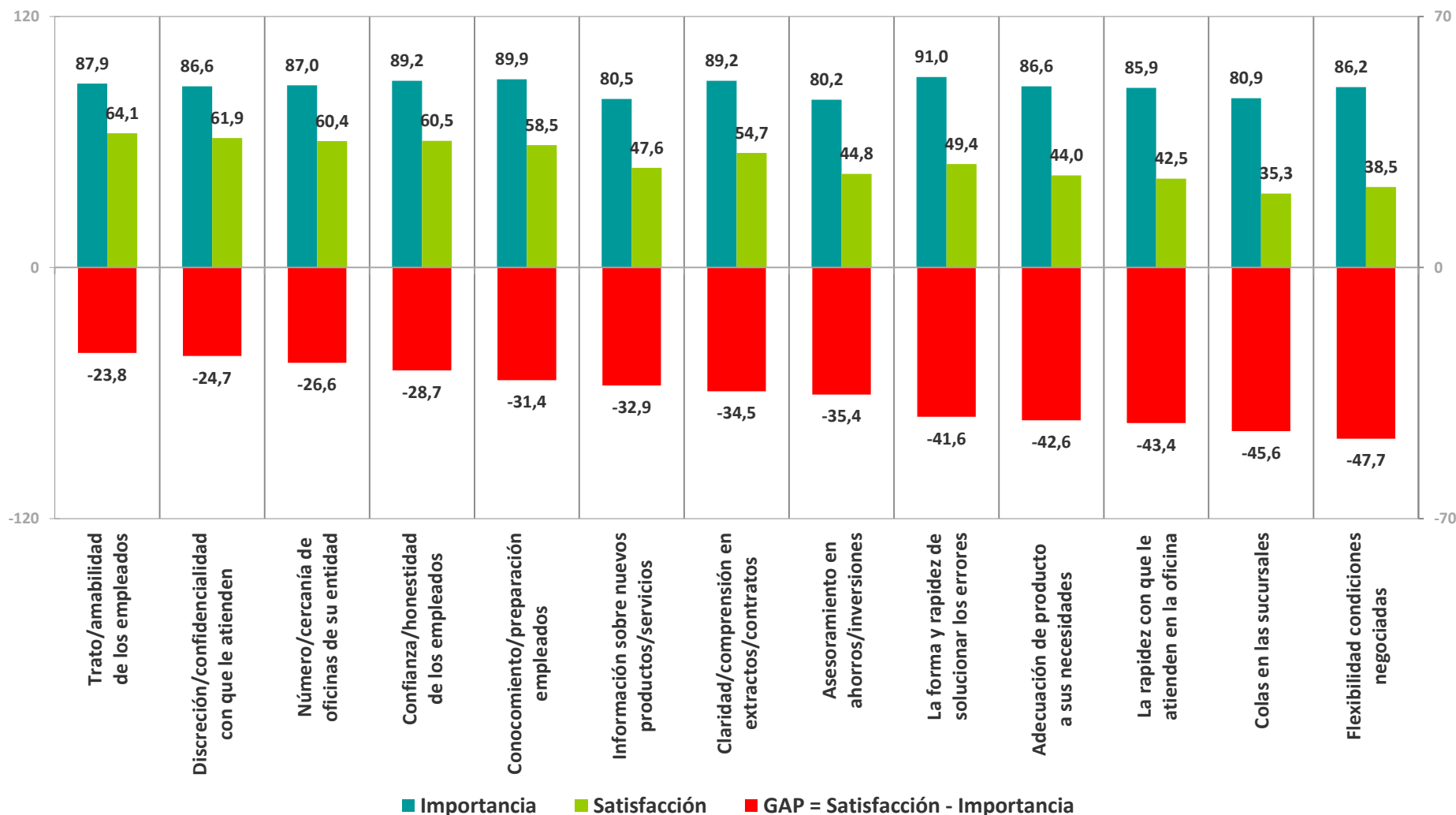
Nota: esta pregunta no se realizó en años anteriores.

Top Two Box: agrupación de las menciones 6 o 7 de una escala de 1 a 7.

Factores determinantes de la calidad de servicio.

PARTICULARES

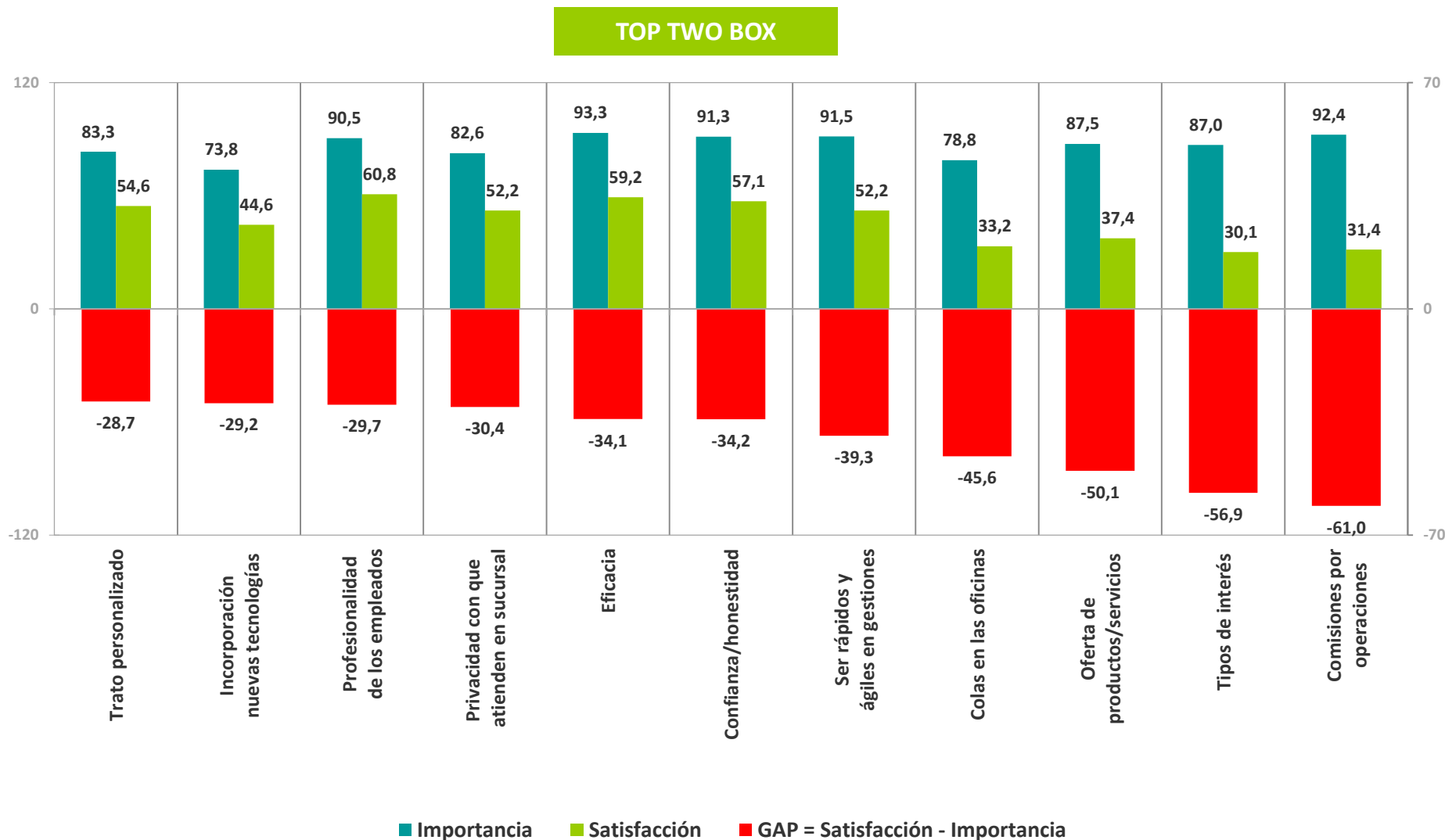
TOP TWO BOX



Top Two Box: en una escala de 1 a 7, agregación de las puntuaciones más favorables 6 o 7.

Factores determinantes de la calidad de servicio.

MICROEMPRESARIOS

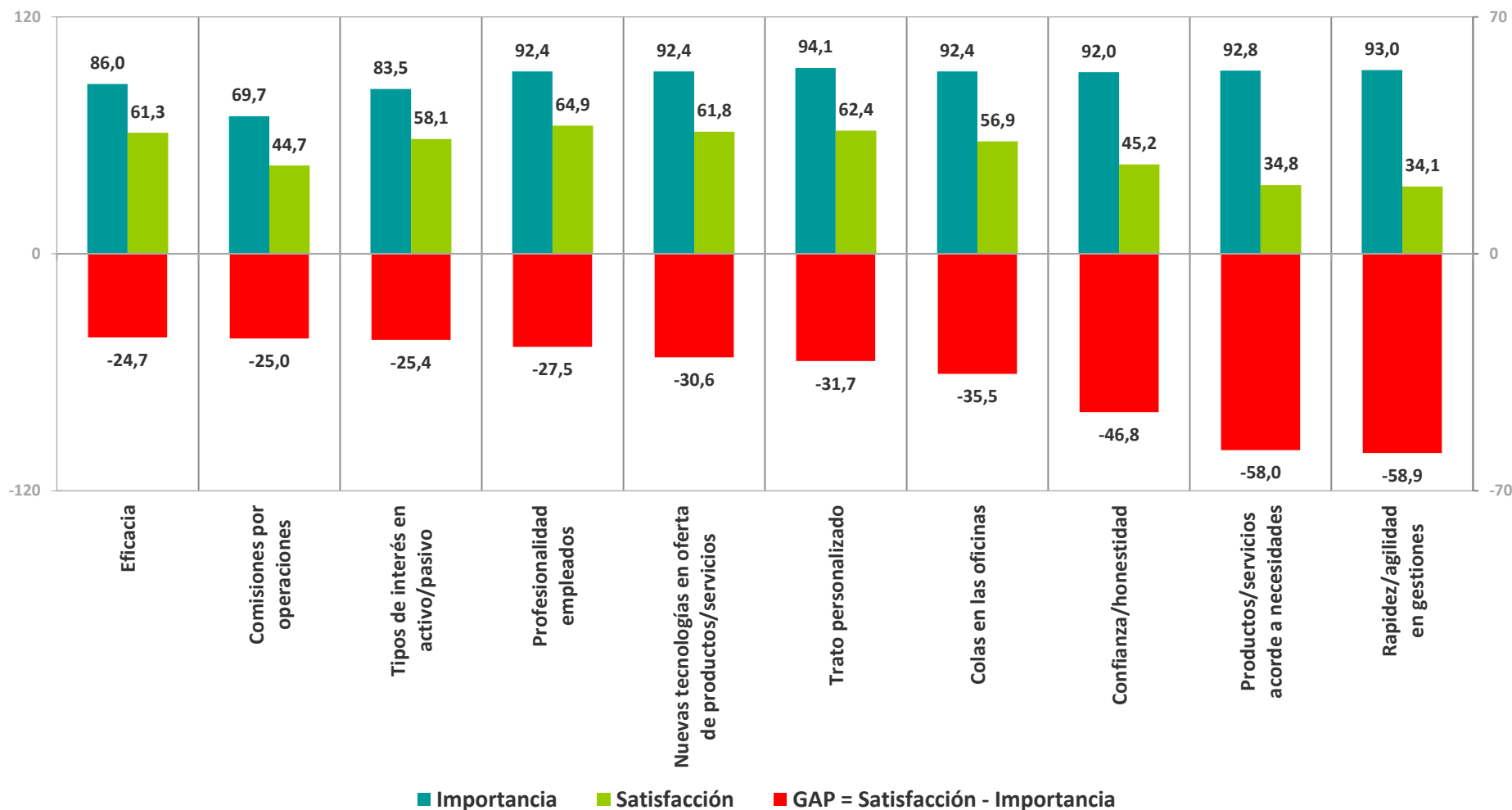


Top Two Box: en una escala de 1 a 7, agregación de las puntuaciones más favorables 6 o 7.

Factores determinantes de la calidad de servicio.

EMPRESAS

TOP TWO BOX



Top Two Box: en una escala de 1 a 7, agregación de las puntuaciones más favorables 6 o 7.



frs
inmark