

Sector de Banca y Finanzas

- VALOR PROYECTADO DE MARCA
- VALOR SOCIAL PROYECTADO
- VALOR PROYECTADO DE RECOMPENSA
- VALOR PROYECTADO DE LA COMUNICACIÓN
- VALOR PROYECTADO DEL PRODUCTO

24
ATRIBUTOS

Este Estudio es una iniciativa de Affinion España. La investigación, desarrollada por Ipsos, mide el Índice de Generosidad de Marca en base a la opinión de los usuarios (clientes y exclientes) de las compañías del sector.

Muestra: hombres y mujeres entre 18 y 55 años de edad. Ámbito nacional. Opinión sobre 24 atributos que se proyectan en 5 dimensiones.

01. BANCA Y FINANZAS, UN 15,19% POR DEBAJO DE LA MEDIA DE LOS SECTORES ANALIZADOS*

DIMENSIONES
(sobre 10 puntos)



Los Bancos y Cajas de Ahorros presentan un Índice sectorial de 40,36 puntos sobre 100. Esta puntuación representa un 15,19% menos que la media de todos los sectores*, y está un 35,53% por debajo del sector mejor valorado en el estudio.

*Otros sectores analizados: Telecomunicaciones, Energía y Utilities, Distribución Alimentaria, Seguros y Agencias de Viajes.

02. LOS BANCOS Y CAJAS SUSPENDEN EN CUSTOMER ENGAGEMENT

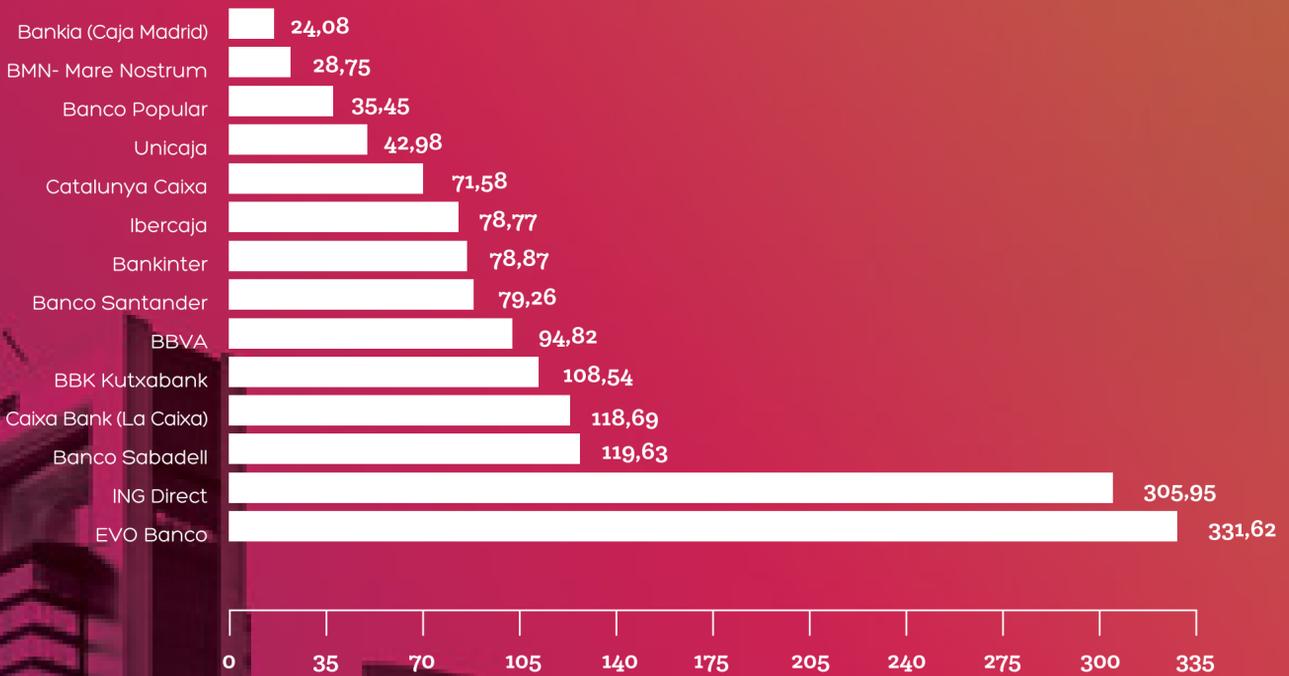
NIVEL DE VINCULACIÓN DECLARADA
(sobre 10 puntos)



Más allá de ING Direct y EVO Banco, con índices de vinculación superiores a 5 puntos sobre 10, el sector de Banca y Finanzas no está conectando a día de hoy con sus clientes. Es más, algunas entidades muestran niveles de vinculación emocional bastante precarios, desde los 2,84 puntos de Bankia hasta los 3,64 de Banco Sabadell.

03. EVO BANCO E ING DIRECT, LOS MÁS DESTACADOS EN EL SECTOR DE BANCA Y FINANZAS

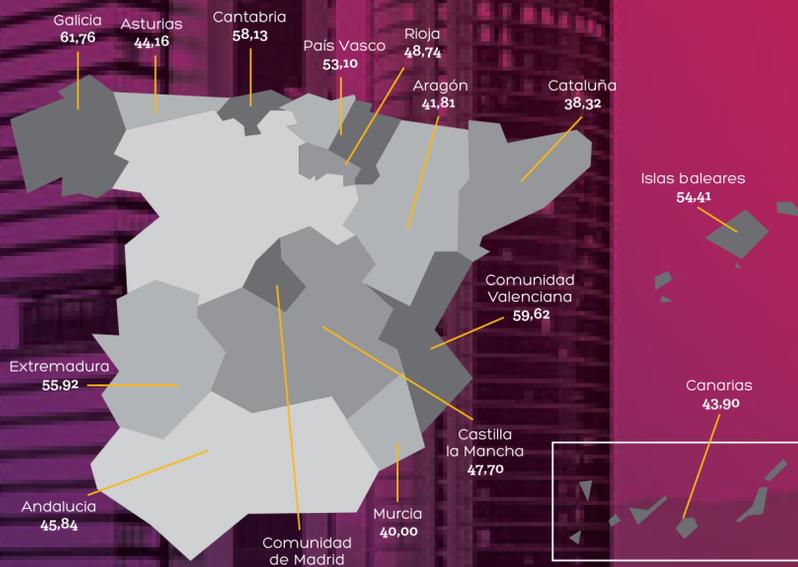
ÍNDICE DE GENEROSIDAD DE MARCA EN BANCA Y FINANZAS



Las entidades financieras más generosas, con gran diferencia respecto al resto, son Evo Banco e ING Direct. Kutxabank ha experimentado la evolución más positiva con respecto a las dos anteriores ediciones del Estudio, con un incremento del 48,7% de su Índice de Generosidad de Marca.

04. PERCEPCIÓN DE BANCOS Y CAJAS EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS

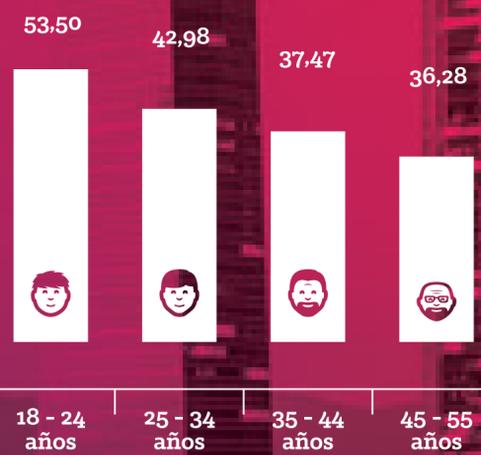
NIVEL DE GENEROSIDAD DE MARCA PROYECTADO
(sobre 100 puntos)



Galicia y Comunidad Valenciana, con 61,76 y 59,62 puntos sobre 100 respectivamente, son las Comunidades que lideran en cuanto a la Generosidad que atribuyen al sector financiero. Es digno de mención el desplome de Cataluña respecto a otros años, con 38,32 puntos sobre 100.

05. LOS JÓVENES PRESENTAN UNA MEJOR PERCEPCIÓN

NIVEL DE GENEROSIDAD DE MARCA PERCIBIDA SEGÚN FRANJAS DE EDAD
(sobre 100 puntos)



El patrón de percepción por edad nos desvela un dato muy relevante: **cuantos más años de trato se tiene con el sector financiero, peor es la percepción** que se tiene de ellos. Es decir, a mayor edad, menos Generosidad de Marca atribuida.

DESCARGA AQUÍ EL INFORME COMPLETO

[Descargar Informe](#)

