

TENDENCIAS BANCARIAS: PERSPECTIVA DEL CLIENTE.

Las entidades bancarias conforman uno de los principales pilares de la economía global. Mantenerse en esta industria implica la creación de un vínculo fuerte con los clientes y la sociedad en sentido general debido a que la confianza y la solidez representan la base de esta relación.

Nuestro país no está exento de mantener este nexo, y más ahora cuando existe una intensa competitividad para captar y retener clientes a través del desarrollo de estrategias que generen atractivo y fidelidad.

Un estudio realizado por la firma MKT Consulting donde se abordaron personas de diferentes edades y clases sociales en las ciudades de Santo Domingo y Santiago, reveló los principales atributos que desde la perspectiva de los clientes finales constituyen los criterios para optar por un prestador de servicios bancarios. Según los participantes, el principal atractivo es el servicio, esto va desde las facilidades que ofrece la entidad hasta la asistencia de los representantes.

Otra variable considerada es la

solidez, ya que esto les genera confianza y seguridad acerca de la institución que maneja su capital. La solidez fue relacionada con el tiempo que tiene una institución en el mercado al conceptualizarse como conocimiento de trayectoria y tradición.



Pero no sólo los factores subjetivos (atributos percibidos pero no palpables) son altamente valorados; la cantidad de sucursales, cajeros y comercios afiliados disponibles juegan un papel fundamental a la hora de escoger una entidad bancaria, ya que los clientes desean disponibilidad para hacer sus transacciones sin que esto

implique largos desplazamientos.

Esta variable es valorada no sólo en la localidad propia del cliente sino también en otras localidades puesto que los participantes afirmaron que cuando van de viaje desean tener facilidades para acceder a su dinero sin que esto conlleve utilizar un cajero de otro banco.

En cuanto a los productos bancarios, desde el punto de vista de los participantes las tarjetas de crédito brindan una serie de facilidades que las hacen muy atractivas tales como financiamiento de capital, avances de efectivo, pagos de servicios vía telefónica, referencias para optar otros productos crediticios, entre otros.

En el caso de las tarjetas de débito, los participantes coincidieron en que sólo la utilizan como método para recibir los ingresos provenientes del pago de sus nóminas. Y que por consiguiente, para estos fines ellos no eligen el banco si no que tienen la cuenta con el banco al que esté afiliada la empresa en la que están empleados y que el único beneficio que perciben es el tener mayor control de sus actividades financieras en vista de que los consumos realizados con las mismas no generan intereses.

Las Líneas de Crédito son poco conocidas incluso en las clases sociales más altas aunque estos últimos tienen una idea más clara del concepto del producto. Por otra parte, las cuentas en Moneda Extranjera son consideradas como un producto de poco uso entre los NSE más bajos y en sentido general los participantes entienden que no todos los bancos poseen este tipo de producto.

Con relación a los préstamos las personas consideran que existe poca estabilidad en las tasas de interés y que los bancos no informan a sus clientes cuando existen variaciones en las mismas. De igual manera sucede con las cuentas de ahorro ya que los clientes afirman que no se les notifican los cambios en vista de que el aumento de la tasa es proporcional a las retribuciones por concepto de interés sobre el capital ahorrado.

Los canales alternos constituyen otro atributo altamente valorado en las entidades bancarias. Los clientes prefieren los bancos con canales electrónicos que faciliten el manejo de sus actividades financieras como por ejemplo el internet banking el cual es considerado como un método que “ahorra tiempo y esfuerzo, es fácil y seguro”. Sin embargo, el uso de un canal determinado atiende a las circunstancias y a la naturaleza de la transacción, así, se usa el teléfono cuando hay que hacer pagos de servicios con tarjeta de crédito (suministros de energía, servicios telefónicos, etc.), visitan el banco cuando deben realizar pagos de tarjetas o alguna tramitación documentaria y el cajero automático para retiro de efectivo.