



5 Ps **people** partnership **planet**
prosperity **peace** **Be Smart, be...**

inmark
experiencia e innovación

AEB
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE BANCA

ceca

unacc

INFORME

ESTUDIO DE SATISFACCIÓN MAYORES DE 65 AÑOS

FEBRERO 2023

CONTENIDOS

Objetivos y Metodología

Conclusiones

Comparación con otros proveedores de servicios

Valoración del sector

Posibles mejoras

17 ALIANZAS PARA
LOGRAR
LOS OBJETIVOS



OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Crédito: Quino Al

inmark
experiencia e innovación

OBJETIVOS

La Asociación Española de Banca (AEB), CECA y Unacc encargaron a inmark este estudio para conocer **cómo está percibiendo la población española de 65 y más años las medidas que el sector financiero está adoptando en relación con la adecuación de la prestación de sus servicios financieros a las demandas de este colectivo y, en general, para la mejora de la inclusión financiera.**

Con ese fin, se llevó a cabo la investigación que se presenta en este documento en la que, además de recoger **información sobre el grado de conocimiento de los mayores sobre esta cuestión, así como su valoración al respecto y las demandas aún insatisfechas**, se ha realizado una amplia exploración entre la población objetivo, en la que se ha abordado esta temática, además de otros asuntos útiles a los efectos de **conocer mejor el contexto en el que se genera el estado de opinión sobre dicha cuestión, definido por:**

- **El perfil sociodemográfico de la población objetivo.**
- **Aspectos de su percepción relacionada con su autonomía personal y “bancaria”.**
- **Prácticas en el uso de los servicios financieros.**
- **Y la comparación con respecto a otras empresas proveedoras de servicios e instancias administrativas.**



METODOLOGÍA

Ficha técnica



UNIVERSO

Personas de 65 y más años, que han realizado por sí mismas gestiones con sus bancos (tanto presenciales como no presenciales) durante el último año*.



MUESTRA

800 entrevistas:

- 700 entrevistas telefónicas CATI a población objetivo general
- y 100 presenciales con personas No Digitales**, a efectos bancarios.



DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA OBJETIVO TENTATIVA

También se ha segmentado por género, edad, hábitat y zona, de forma proporcional al universo (excepto por género, se ha aumentado algo el peso de los hombres).

	Distribución	Género		
		Total %	Total	Hombres
Total	100,00%	800	397	403
De 65 a 69 años	26,80%	215	117	98
De 70 a 79 años	42,90%	343	180	163
De 80 y más años	30,30%	242	100	142

	Distribución	Tamaño municipal			
		Total	Rural/ Intermedio	Urbano/ Medio	Resto Urbano
Total	100,00%	800	187	296	317
Sur	20,70%	168	38	64	66
Noreste-Levante	34,40%	269	64	99	106
Norte-Noroeste	19,20%	157	37	58	62
Centro	25,70%	206	48	75	83

- Sur (Andalucía, Canarias, Ceuta y Melilla)
- Noreste-Levante (Aragón, Cataluña, C. Valenciana, Murcia y Baleares)
- Noroeste (Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, La Rioja y Navarra)
- Centro: Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura y Madrid)

- Rural/ Intermedio: hasta 10.000 hab.
- Urbano/ Medio: de 10.001 a 100.001 hab.
- Resto Urbano: más de 100.000 hab.

*Se admitió un grupo que las hubiese realizado más allá del último año, a modo de muestra de control (son 60 de los 800 casos).

**No han utilizado banca por internet ni banca móvil durante el último año.



ERROR MUESTRAL

$E = \pm 3,54\%$ para un intervalo de confianza del 95,5% y siendo $p=q= 50\%$.



CONTENIDOS DEL CUESTIONARIO

Se establecen según los objetivos establecidos en la propuesta.



RECOGIDA DE DATOS

Recogida de la información mediante **metodología CATI** aplicando un cuestionario estructurado y precodificado.



CAMPO

1 Febrero - 8 Febrero 2023



TRATAMIENTO Y ANÁLISIS

La muestra finalmente obtenida se ha sujetado el 90% a la muestra objetivo tentativa mostrada a la izquierda.

Para mejorar ese ajuste y, también, para que la relación entre población Digital y No Digital fuese la correcta***, los resultados se han ponderado.

En el análisis que se expone a continuación, los resultados están siempre ponderados, mientras que la base muestral que se indica en cada caso está siempre sin ponderar (para poder saber en todo momento cuántos casos soportan cada resultado).

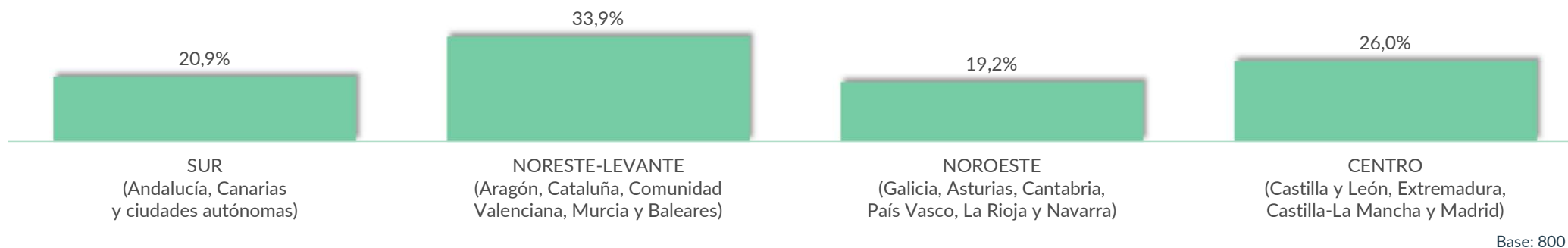
***Estudio de Comportamiento Financiero de los Particulares, 2022. Inmark. La población Digital de 65 y más años está entre el 60% y el 65%.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA (1/3)

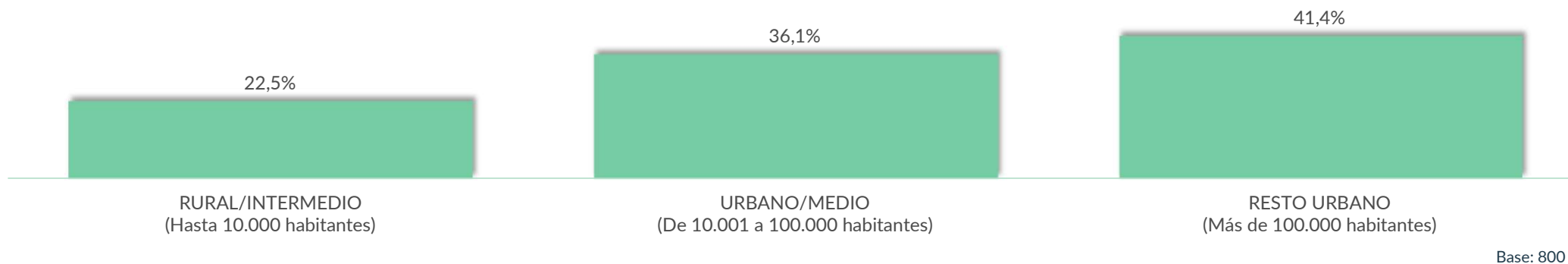
ESTUDIO SATISFACCIÓN MAYORES DE 65 AÑOS - FEBRERO 2023



Zona geográfica (*Cuota)



Hábitat (Cuota)



*Esto indica que la variable expuesta ha sido utilizada como cuota en el diseño de la muestra teórica del estudio.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA (2/3)



Sexo (Cuota)

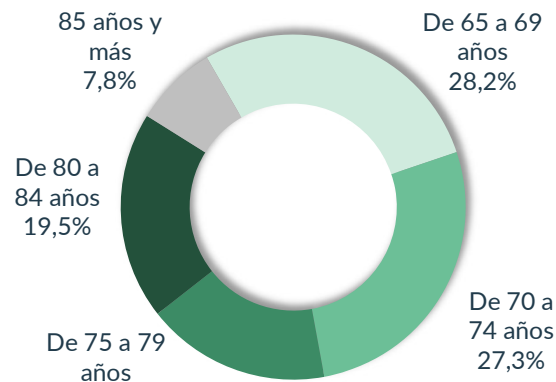


Base: 800

Se ha aumentado algo el peso de los hombres (± 5 puntos porcentuales), porque a estas edades el hombre aún tiene un rol algo más protagónico en cuanto a la relación con los bancos.



Edad (Cuota)



Base: 800

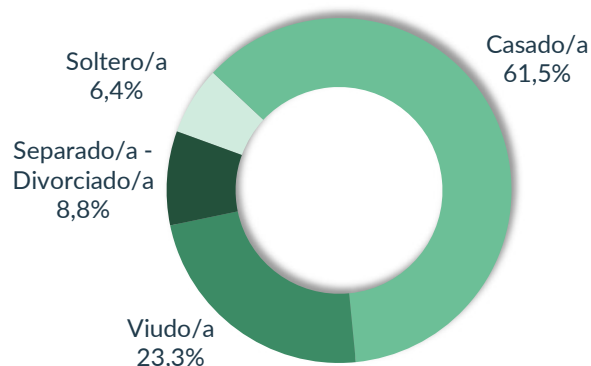


Promedio edad* 75 años

*Promedio de edad calculado con la marca de clase de cada intervalo.



Estado civil



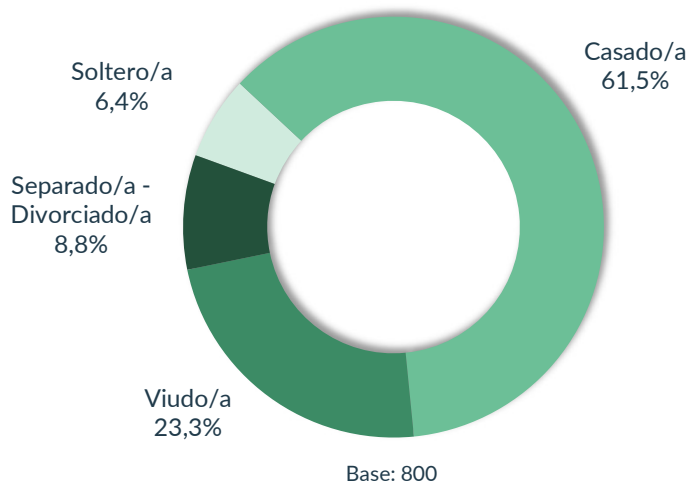
Base: 800

	Total %
Total	100,00%
De 65 a 69 años	28,2%
De 70 a 79 años	44,5%
De 80 y más años	27,3%

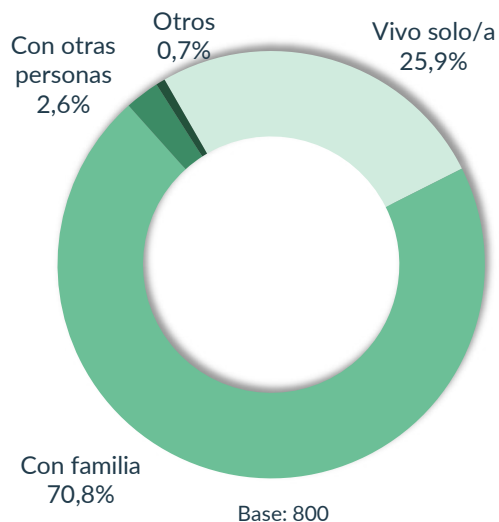
CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA (3/3)



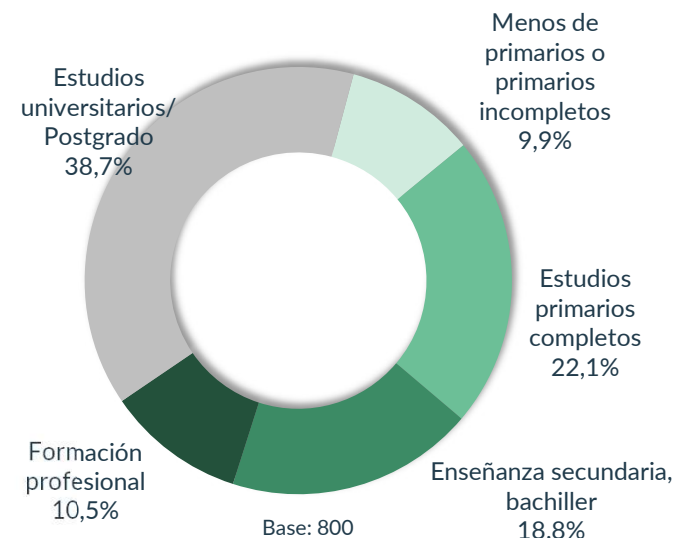
Estado civil



Vive usted...



Nivel de estudios



	Rural/ Intermedio	Urbano/ Medio	Resto Urbano
Primarios o inferior	47,6%	32,0%	23,4%
Secundarios / FP	26,7%	29,9%	30,2%
Universitarios / Post	25,7%	38,1%	46,4%
	187	295	318

En **naranja**, resultados que presentan correlación estadística.

El nivel de estudios en la muestra ha resultado ser mayor que en el conjunto de la población española de 65 y más años. Puede deberse a la suma de varios factores: haber aumentado la proporción de hombres, las condiciones personales para poder participar en la encuesta (capacidades) y los filtros impuestos (realizar gestiones con los bancos). Por otro lado, es interesante señalar que en el conjunto de la población española de 65 y más años, la proporción de estudios universitario en las mujeres que tienen de 65 a 69 años es ya mayor que la de los hombres. Hasta ahora, esa primacía había correspondido a los hombres en todos los tramos de estas edades.



CONCLUSIONES

Crédito: Damian Denis

inmark
experiencia e innovación

CONCLUSIONES

Contexto y comparativa

- El **89,6 %** de los mayores **gestiona personalmente sus asuntos** de forma habitual.
- El **71,1 %** **prefiere hacerlo en persona**, mientras que el **27,4 %** prefiere hacerlo a través de internet o móvil.
- Existe un discurso social implantado, apoyado por algo más de la mitad del colectivo de mayores, según el cual **las administraciones públicas y las empresas no les tienen en cuenta.**

55,3 % vs. el 20,7 % que sí consideran que se les tiene en cuenta

CONCLUSIONES

Cómo ven al sector

- **Una mayoría amplia muestra su satisfacción con la utilización de los distintos canales** que los bancos ponen a su disposición, desde el 71,6 % del servicio de oficina al 74,7 % de la banca por internet y del 75,6 % de la banca móvil (destacando su eficacia ya que el 89,4 % puede finalizar con éxito la gestión en estos canales digitales).
 - ✓ Este nivel de satisfacción específico es **coherente con resultados sobre satisfacción global con las entidades financieras** que facilitan otras investigaciones sobre el mismo colectivo (Estudio Comportamiento Financiero de los particulares 2022).
- Por tanto, **la experiencia específica con el banco tiende a ser bien valorada por la mayoría de las personas mayores**, como se indica en relación con los canales y con la satisfacción global con sus principales entidades de relación. Y además,
 - ✓ Esta experiencia **es positiva en términos de autonomía bancaria** (el 70,8 % dice sentirse autónomo y seguro al hacer gestiones con su banco); y porque la mayoría se siente **tranquilo y confiado en su relación con su banco**.
- La mayoría de los mayores conoce las medidas impulsadas por la banca para reforzar el compromiso social y sostenible, aunque a un 30 % no le suena. El 58 % de los encuestados que las conoce menciona de forma espontánea, específicamente **una mayor atención hacia los mayores**.
 - ✓ Entre las otras medidas más citadas están: **menos colas** (12,7 %), **ampliación del horario de oficina** (11,2 %) y **más personal de apoyo** (10,5 %).
- Y, cuando se les mencionan las distintas medidas puestas en marcha por la banca, el **62 % de la población consultada reconoce haber percibido mejoras** derivadas de al menos una de dichas medidas.

CONCLUSIONES

Posible mejoras en el futuro

- Siempre es importante **seguir mejorando**. Para que su banco esté cada vez más adaptado a sus necesidades y para que su experiencia al contactar, operar y hacer gestiones, contratar productos, etc. sea cada vez más gratificante los mayores indican sobre todo **mejoras adicionales** en:
 - ✓ Seguir mejorando la **atención y el trato** (29,7 %)
 - ✓ Mas **atención personal** (15,5 %)
 - ✓ La **ampliación de horarios** (10,1 %)
 - ✓ **Más oficinas y cajeros e información más comprensible** (± 7 %, ambos)
- Quienes prefieren utilizar el canal presencial son menos conscientes de las medidas generales implementadas por los bancos, aunque sí se benefician de ellas, que el resto, que se inclina por la comunicación a través de otros canales.

7 ENERGÍA ASEQUIBLE
Y NO CONTAMINANTE



COMPARACIÓN CON OTROS PROVEEDORES DE SERVICIOS

Crédito: Anders J

inmark
experiencia e innovación

CAPACIDAD PARA GESTIONAR Y DECIDIR



Limitaciones que impiden realizar consultas/gestiones

Escala utilizada de 1 a 5 donde 1 es "mucho, me limita o dificulta mucho" y 5 "nada, no me limita ni dificulta nada"

El 80,4% señala que no tiene problemas de salud, movilidad ni discapacidad.
 Otro 4,8% los tiene, pero no sienten que les limiten a la hora de realizar gestiones con sus proveedores de servicios con la normalidad que les gustaría.

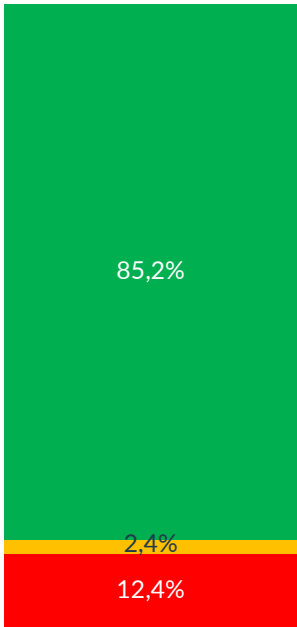
Top Two Box

"Me limita poco o nada"
(incluye No tiene)

Neutros

Bottom Two Box

"Me limita mucho o bastante"



Base: 800

- ✓ De 65 a 69 (89,2%) y de 70 a 79 años (90,1%)
- ✓ Hombres (90,2%)
- ✓ Noreste - Levante (86,8%)
- ✓ Resto urbano (86,9%)
- ✓ Estudios universitarios (92,4%)
- ✓ Digitales (91,3%)



Sólo el 12,4% considera que su estado les limita algo o mucho para realizar gestiones

Top Two Box: puntuaciones 4 y 5.
 Neutros: puntuación 3.
 Bottom Two Box: puntuaciones 1 y 2.

- ✓ 80 y más años (22,2%)
- ✓ Mujeres (16,3%)
- ✓ Noroeste (16,1%)
- ✓ Rural/intermedio (17,6%)
- ✓ Estudios primarios incompletos (24,7%)
- ✓ No Digitales (19,4%)



P.9. Tiene usted algún problema de salud, movilidad, alguna discapacidad, etc. que sienta que le impide realizar todas esas gestiones con la normalidad que le gustaría. (Si lo tiene: ¿hasta qué punto le limita o dificulta la realización esas gestiones?)



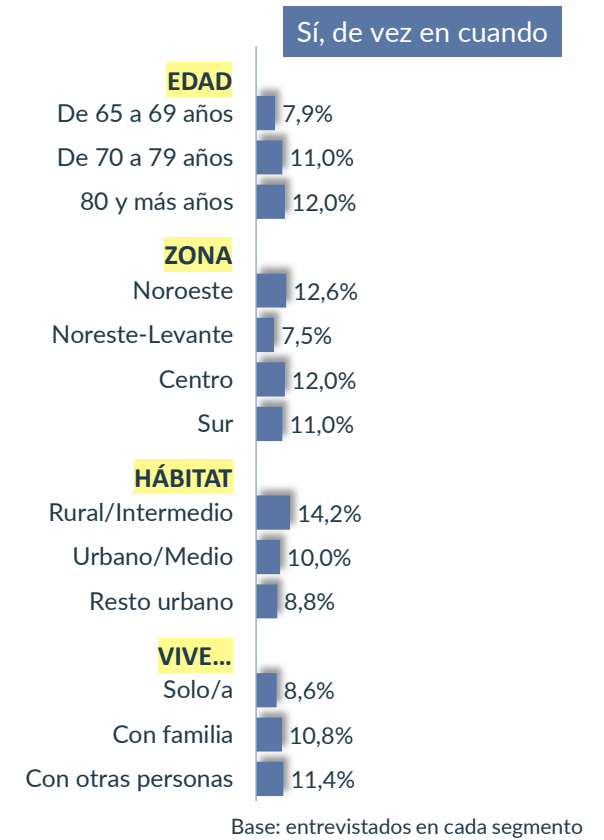
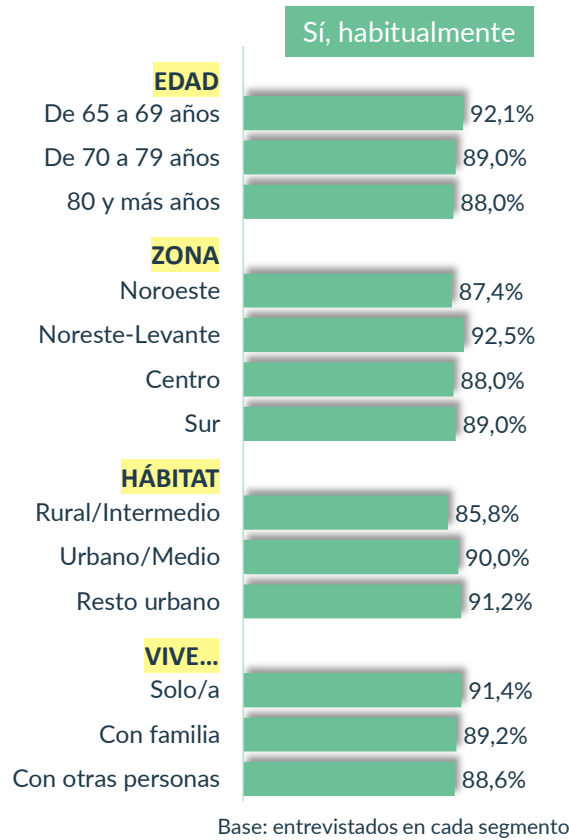
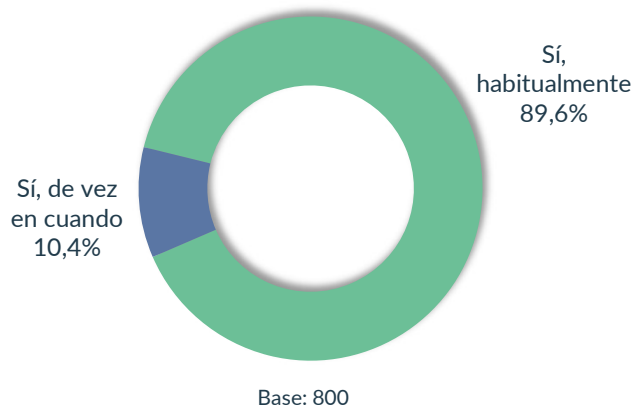
PARTICIPACION DECISIONES DEL HOGAR

Implicación en la gestión y/o toma de decisiones del hogar

El 86,9% de los mayores consultados participa habitualmente en la gestión o toma de decisiones del hogar.

Otro 10,4% también se ocupa, aunque sólo a veces.

Todos debían hacerlo en alguna medida para formar parte de la muestra del estudio.



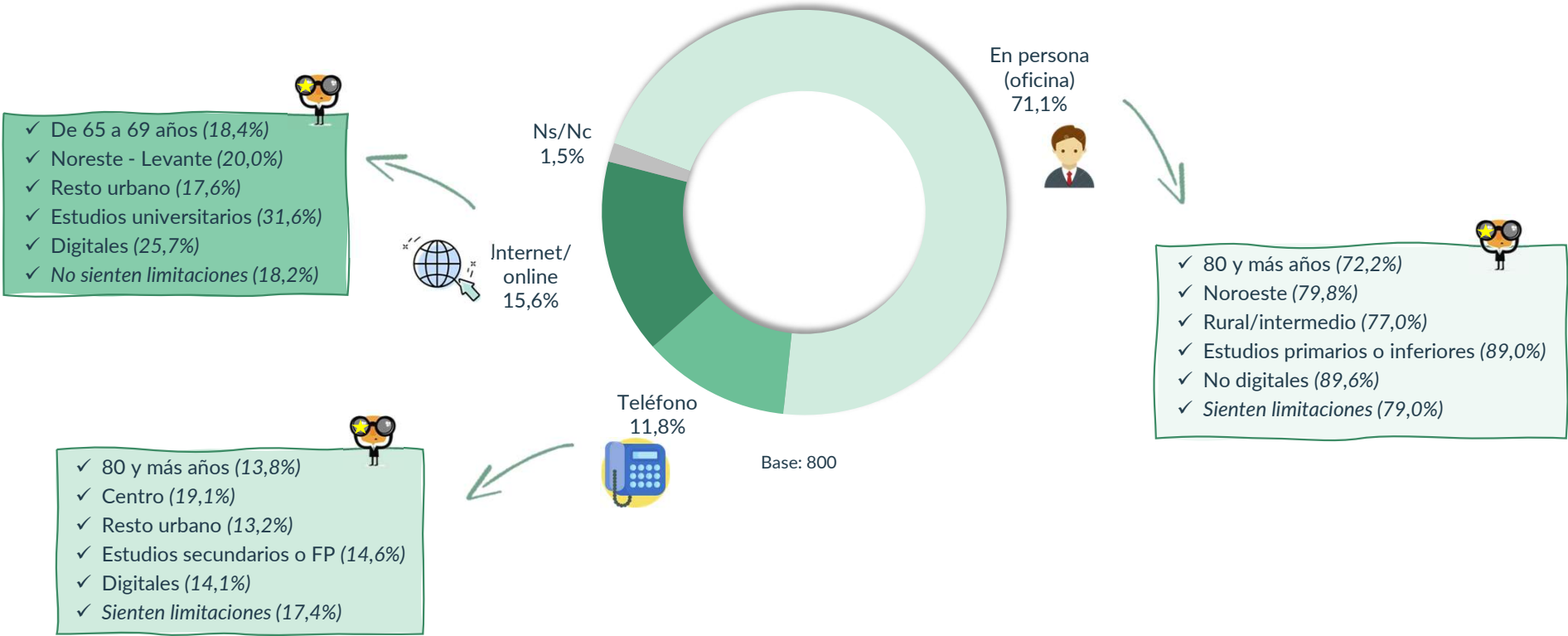
P.5. ¿Se ocupa usted o participa en las gestiones y decisiones del hogar con respecto a los contratos de luz, gas, teléfono, tasas del ayuntamiento y con respecto a los bancos, empresas de seguros, Hacienda, Seguridad Social, etc.?

CANAL PREFERIDO PARA REALIZAR GESTIONES



Canal preferido para realizar las consultas/gestiones en administraciones y empresas

El 71,1% prefiere hacer en persona las gestiones ante las administraciones y empresas. Otro 27,4% prefiere hacerlo en remoto (canales digital –los más jóvenes, dentro del segmento– y telefónico).



P.8. Si pudiese elegir, ¿cómo prefiere hacer las gestiones con estas empresas e instituciones, en persona (es decir, en sus oficinas y dependencias), por teléfono o por internet/online?



EMPRESAS Y ADMINISTRACION FRENTE A MAYORES



Las empresas y administraciones públicas tienen en cuenta a los mayores

Escala utilizada de 1 a 5 donde 1 es "no, nada en absoluto" y 5 "sí, completamente"

El 55,3% piensa que las empresas y AAPP no tienen en cuenta a los mayores ni se adaptan a sus necesidades específicas frente al 20,7% que opinan que sí.

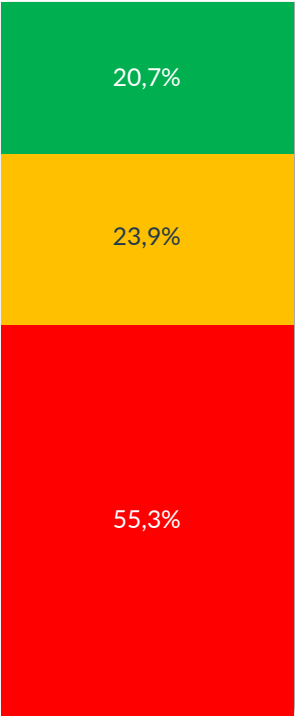
Top Two Box

Sí, completamente o bastante

Neutros

Bottom Two Box

No, nada o poco



Base: 800

- ✓ De 65 a 69 años (22,5%)
- ✓ Noroeste (26,0%)
- ✓ Rural/intermedio (25,7%)
- ✓ Estudios primarios incompletos (24,1%)
- ✓ Digitales (23,4%)
- ✓ No sienten limitaciones (22,4%)

- ✓ De 65 a 69 años (27,0%)
- ✓ Noroeste (27,9%)
- ✓ Urbano/Medio (28,0%)
- ✓ Estudios FP (30,3%)
- ✓ Digitales (25,9%)

- ✓ 80 y más años (60,6%)
- ✓ Sur (61,1%)
- ✓ Resto urbano (57,8%)
- ✓ Estudios primarios incompletos (63,9%)
- ✓ No Digitales (62,8%)
- ✓ Sienten limitaciones (74,5%)

Top Two Box: puntuaciones 4 y 5.
Neutros: puntuación 3.
Bottom Two Box: puntuaciones 1 y 2.





LA PRESTACION DE SERVICIO EN EL ULTIMO AÑO

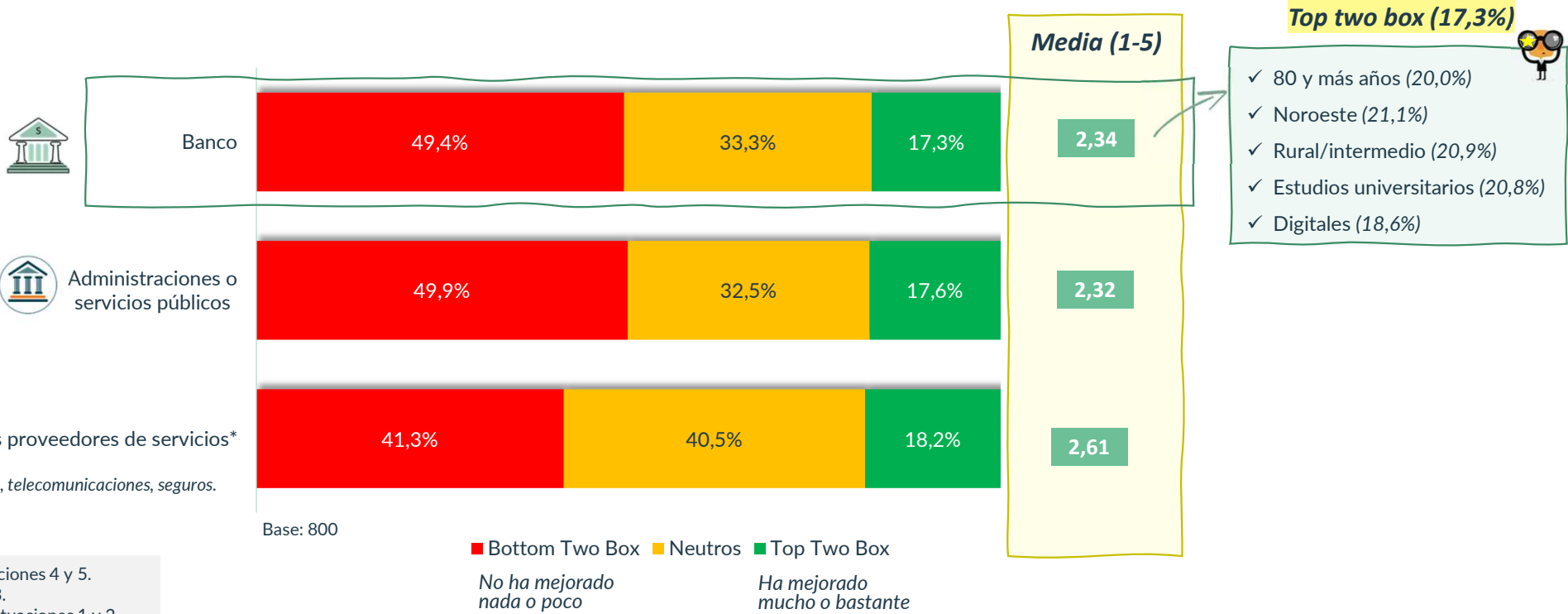


Mejora del servicio prestado en el último año/año y medio

Escala utilizada de 1 a 5 donde 1 es "no ha mejorado nada" y 5 "ha mejorado mucho"

En general, los mayores no han percibido ninguna (o pocas) mejoras en el servicio que les han prestado administraciones y empresas durante el último año o año y medio (mejoras en general, no necesariamente dirigidas a los mayores).

En el caso de los bancos, el 49,4% tiene esa impresión (más o menos al nivel de las administraciones públicas y empresas de energía).



Top Two Box: puntuaciones 4 y 5.
Neutros: puntuación 3.
Bottom Two Box: puntuaciones 1 y 2.

P.7. El tipo de trato y servicio que le prestan, ¿ha mejorado mucho, bastante, ni poco ni mucho, poco o nada en el último año o año y medio?



VALORACIÓN DEL SECTOR

Crédito: Alexander Abero

inmark
experiencia e innovación

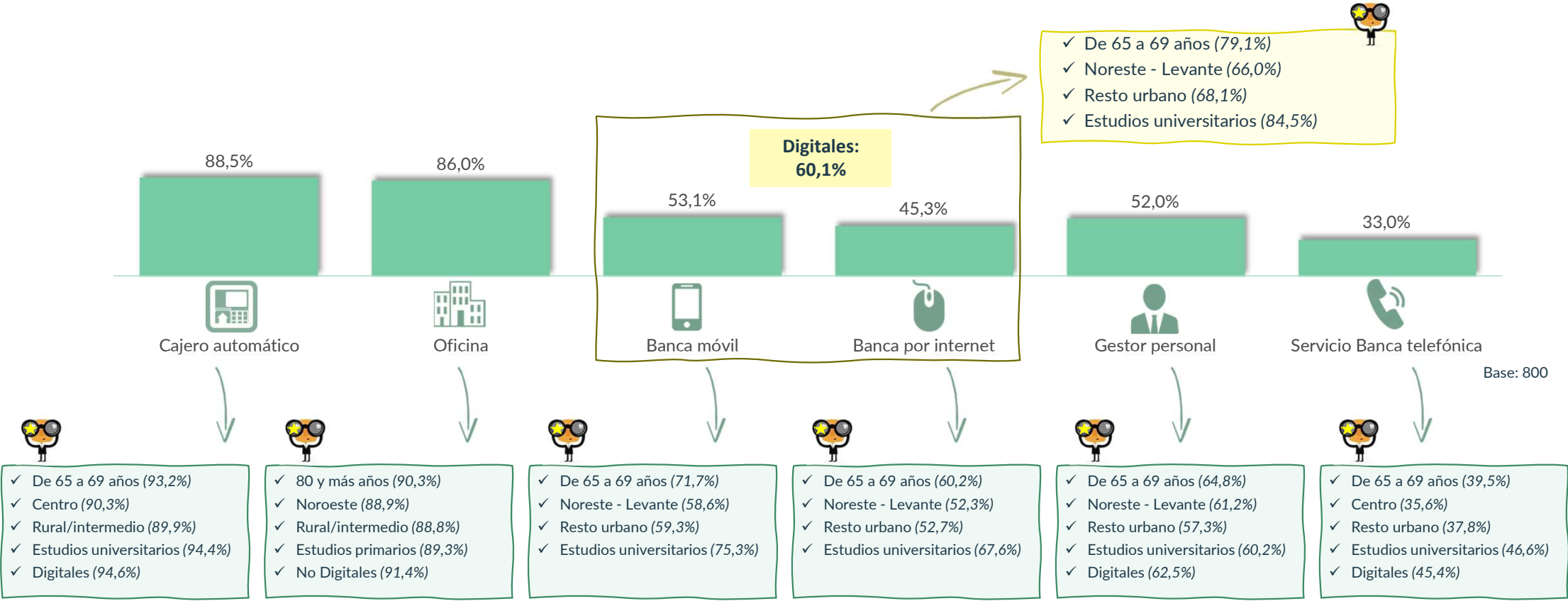


CANALES DE RELACION UTILIZADOS

Uso de Canales de relación con los bancos durante el último año

Los canales presenciales son los que ha utilizado una mayor proporción de personas (±87%), como corresponde con las preferencias y con las circunstancias personales o por residencia de los mayores.

El 65,8% ha utilizado alguno de los canales en remoto (teléfono y digital); el 60,1% alguno de los digitales.



Base: 800

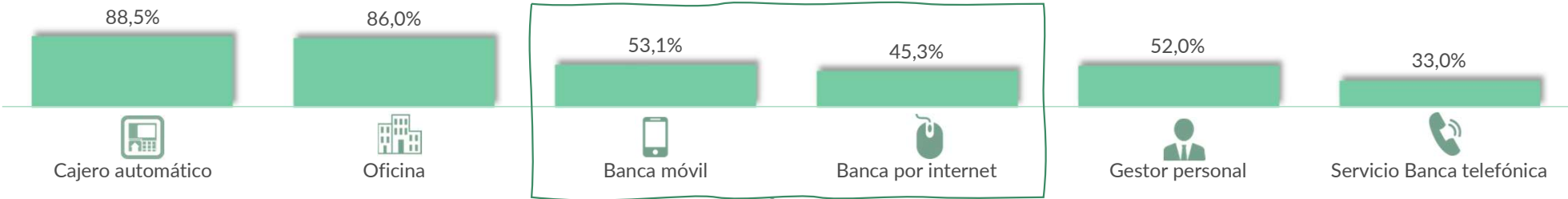
P.16. Durante el último año, ¿se ha relacionado con su banco...?



USO CANAL ONLINE Y TELEFONICO

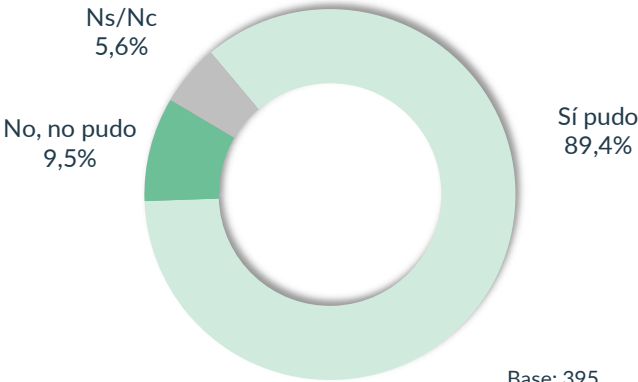
Uso de Canales de relación con los bancos en el último año

El 89,4% de quienes utilizaron algún canal digital pudieron finalizar con éxito la operación que iniciaron. La variable estudios introduce diferencias: cuando quien realiza la gestión digital tiene estudios primarios o incompletos la tasa de éxito sigue siendo alta, pero baja al 70%.



Base: 800

Pudo finalizar la operación



Base: 395

P.16. Durante el último año, ¿se ha relacionado con su banco...?
P.18. ¿Pudo finalizar con éxito la operación?



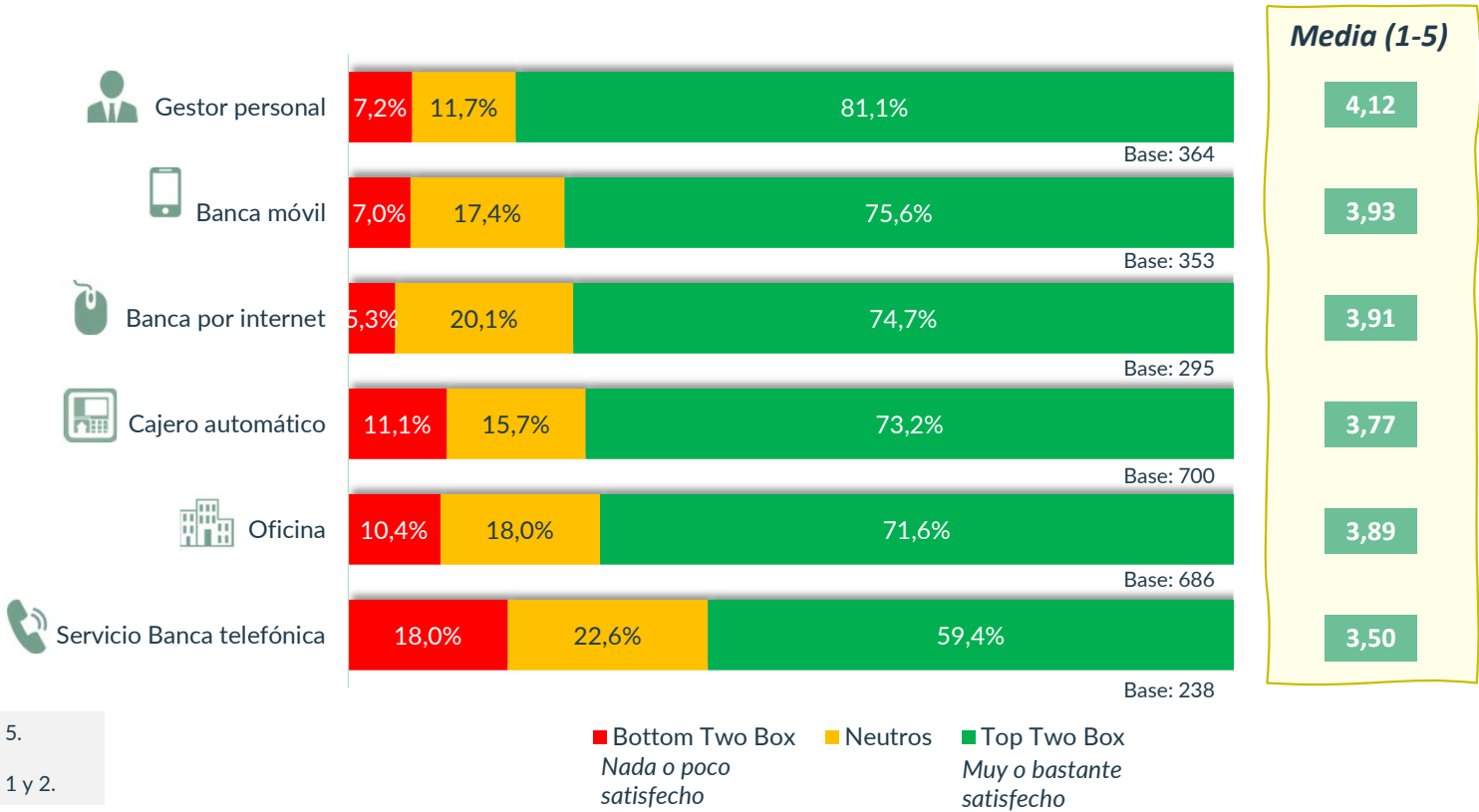
SATISFACCION CANALES



Nivel de satisfacción con los Canales bancarios

Escala utilizada de 1 a 5 donde 1 es "nada satisfecho" y 5 "muy satisfecho"

En términos generales existe un alto nivel de satisfacción con los canales utilizados durante el último año. La mayor satisfacción la obtienen el gestor personal y los canales digitales. La menor, la banca telefónica, pero aún así 6 de cada diez personas que la utilizan se muestran satisfechas, frente a 2 de cada diez insatisfechos.



Top Two Box: puntuaciones 4 y 5.
Neutros: puntuación 3.
Bottom Two Box: puntuaciones 1 y 2.

P.19. En general, ¿cuál es su grado de satisfacción con...?



SEGURIDAD A LA OPERAR DE OPERAR CON BANCOS



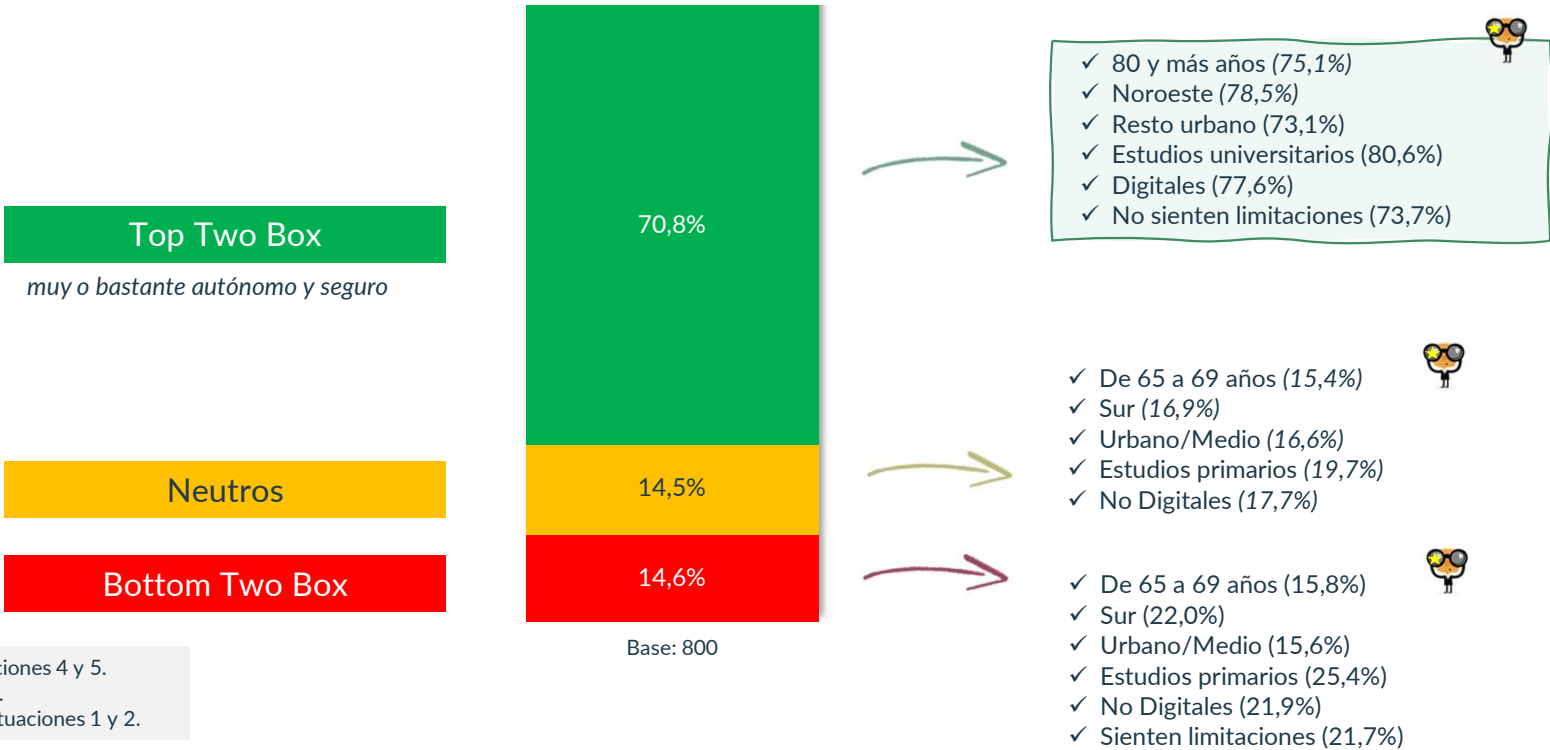
Autonomía Bancaria

Escala utilizada de 1 a 5 donde 1 es "nada autónomo y seguro" y 5 "completamente autónomo y seguro"

El 70,8% se siente seguro y autónomo a la hora de operar y hacer gestiones con su banco.

El 75,1% de la población de 80 y más años se auto considera capaz a estos efectos (también lo hacen incluso los no digitales, dentro de ese grupo de edad), por lo que debe interpretarse como una respuesta de autoafirmación personal ante los bancos.

También la mayoría de quienes tienen de 65 a 69 años se consideran autónomos (68,8%), pero entre ellos sí que pesa ser o no ser digital: cuatro de cada diez de los que se ven menos autónomos son no digitales.



Top Two Box: puntuaciones 4 y 5.
Neutros: puntuación 3.
Bottom Two Box: puntuaciones 1 y 2.

P.12. ¿Hasta qué punto se siente autónomo y seguro a la hora de operar y hacer gestiones con su banco?



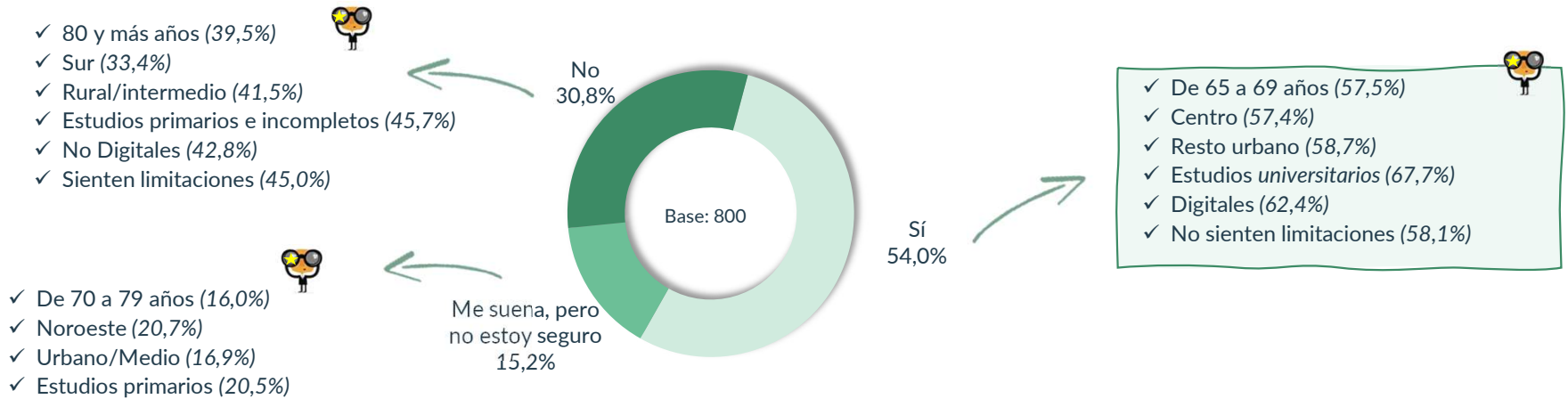
MEDIDAS IMPULSADAS POR LA BANCA



Conocimiento de las medidas impulsadas por las administraciones públicas y la banca

El **54,0%** conoce las medidas impulsadas por las administraciones públicas y la banca para reforzar el compromiso social y sostenible de la Banca para con la sociedad y, muy especialmente, para con las personas mayores. Otro **15,2%** cree haber oído hablar de ellas, pero no está seguro. Y el 30,8% no lo recuerdan.

El nivel de recuerdo es mayor entre los tramos de edad más jóvenes y especialmente entre los Digitales, entre quienes supera el 60% (al igual que entre los mayores que han utilizado los canales remotos y/o el gestor personal).



Conocimiento según tipo de canal utilizado durante el último año

	Oficina	Cajero	Gestor personal	Banca por teléfono	Banca por internet	Banca móvil
Sí, las conoce	53,5%	56,5%	65,0%	62,8%	64,8%	62,2%
Base	686	700	364	268	295	353

Conocimiento según antigüedad de la última relación

	Menos de 3 meses	3 meses o más
Sí, las conoce	55,7%	42,1%
Base	686	700

En **negrita**, resultados que presentan correlación estadística.

P.20. Desde hace algo más de 1 año, las Administraciones públicas y la Banca están impulsando medidas para reforzar el compromiso social y sostenible de las Banca para con la sociedad y, muy especialmente, para con las personas mayores. ¿Había oído usted hablar de estas iniciativas?



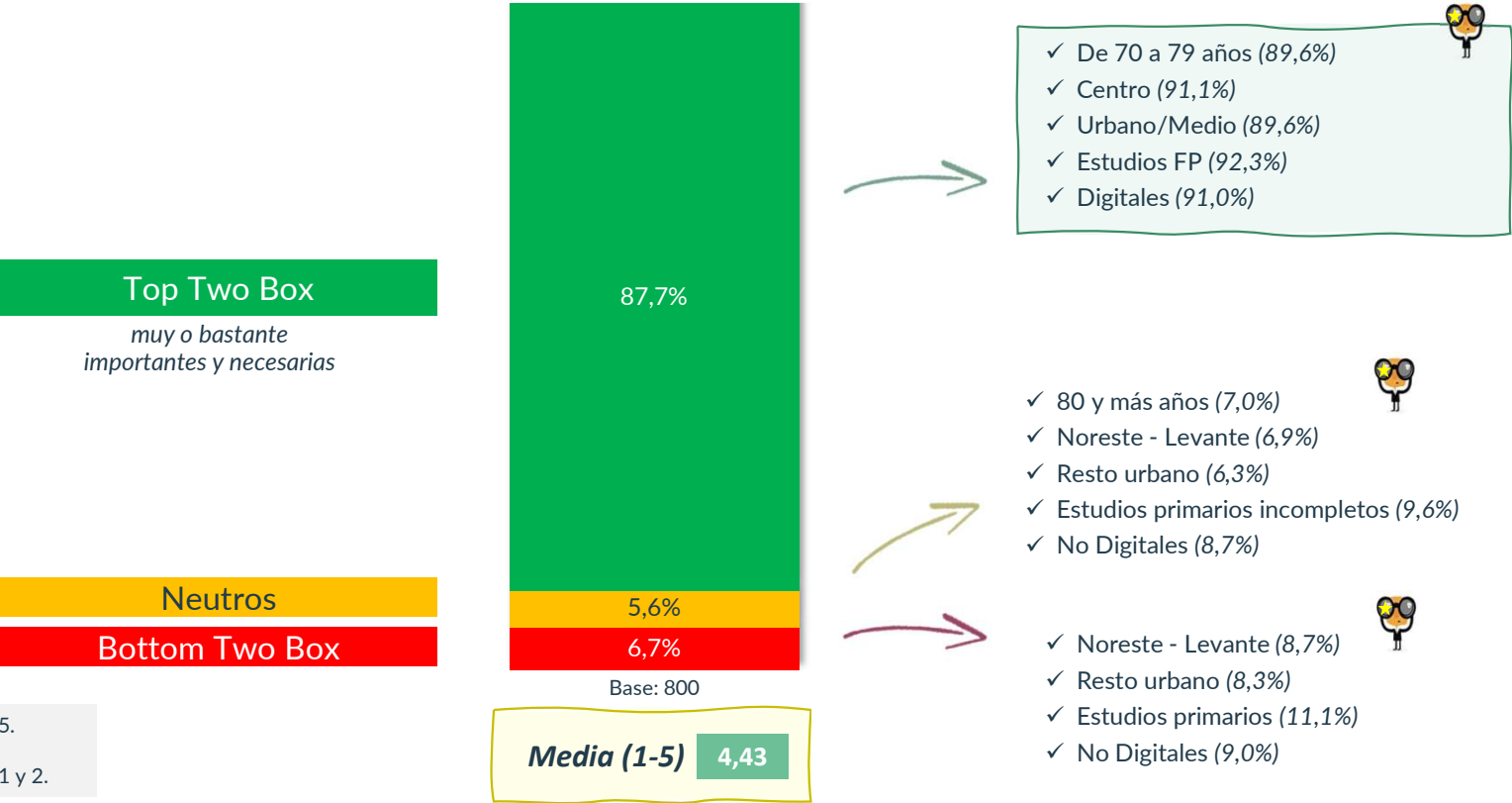
IMPORTANCIA DE LAS MEDIDAS IMPULSADAS POR LA BANCA



Grado de importancia / necesidad de las medidas

Escala utilizada de 1 a 5 donde 1 es "nada interesante y necesaria" y 5 "muy interesante y necesaria"

Estas medidas les parecen muy o bastante importantes y necesarias a casi nueve de cada diez mayores (87,7%).



Top Two Box: puntuaciones 4 y 5.
Neutros: puntuación 3.
Bottom Two Box: puntuaciones 1 y 2.

P.21. Esta iniciativa, ¿le parece muy importante y necesaria, bastante, ni poco ni mucho, poco o nada interesante y necesaria?



MEJORAS EN LA ATENCIÓN A MAYORES

Percepción espontánea*

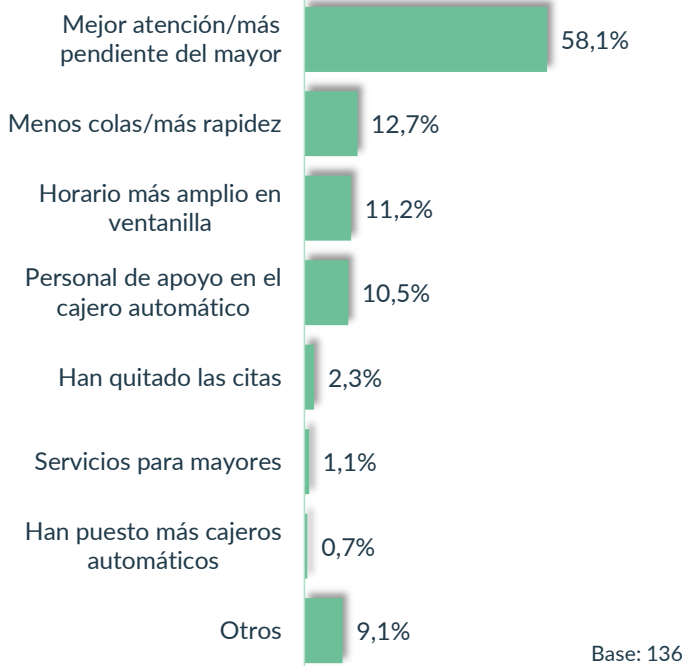
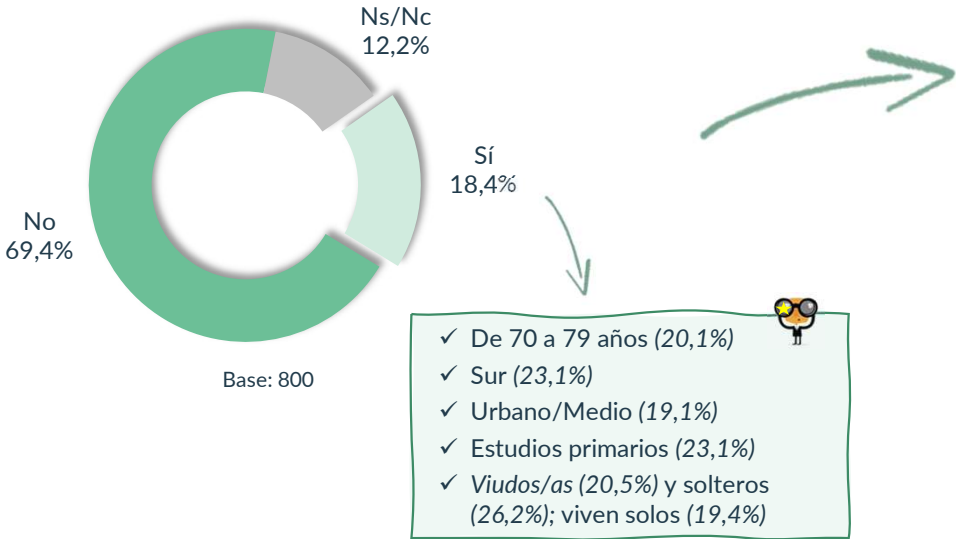
Quienes espontáneamente responden que han notado mejoras durante este último año en el servicio que se les presta en su banco, han coincidido en señalar sobre todo una mejor atención hacia el mayor (estar más pendiente): así lo indica el 58,1% de ellos.

En segundo término, se citan otras relativas a mejoras en la rapidez (colas, horarios) y apoyo a la realización de gestiones.

Mejoras percibidas

Respuesta espontánea*

Ha notado mejoras durante el último año en el servicio prestado por su banco a las personas de 65 y más años



P.24. En todo caso, ¿ha notado usted mejoras durante este último año en el servicio que se viene prestando en su banco a las personas de 65 y más años? ¿Algo más?

P.25. ¿Cuáles, qué mejoras ha notado, en qué? *Respuesta espontánea ante esta pregunta abierta (no se les sugiere ningún tipo de respuesta, ni medida ni mejora alguna).



MEJORAS EN LA ATENCIÓN A MAYORES

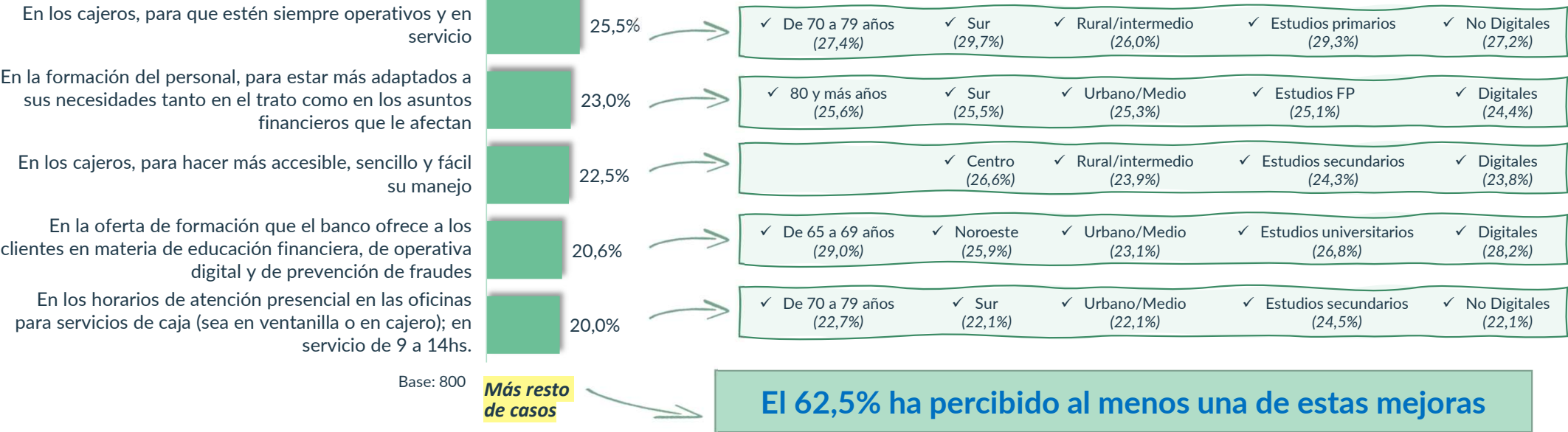
Percepción sugerida*

El 62,5% del total ha notado al menos una de las mejoras implementadas por los bancos de los que son clientes, de entre las que les son citadas.

Individualmente, entre las cinco más notorias figuran dos relativas a los cajeros (operatividad y usabilidad), dos relativas a la formación (del personal y la mejora referida a los horarios de atención presencial en oficinas para servicios de caja.

Mejoras percibidas en el trato y servicio prestado por los bancos a las personas mayores

Percepción sugerida*. Casos =>20%



P.26. En concreto, ¿ha notado alguna mejoría con respecto a los siguientes temas referidos al trato y servicio que los bancos prestan a las personas mayores?

* Se les mencionan una a una las medidas implementadas y se les hace la pregunta anterior sobre cada una de ellas.



MEJORES INICIATIVAS EN LA ATENCION A MAYORES

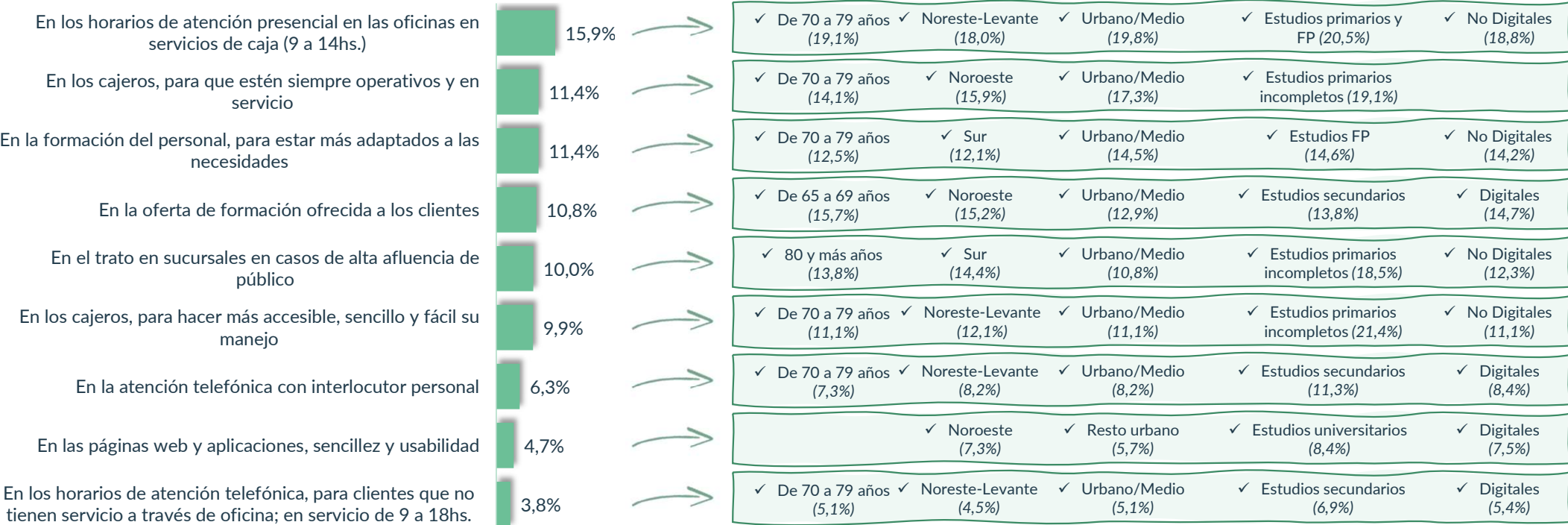
Percepción sugerida*



Mejoras más relevantes (que benefician más a las personas mayores)

Algo más de la cuarta parte señala que todas las mejoras son igual de importantes (26,4%).

Entre quienes destacan una en concreto, destaca la mejora en los horarios de atención presencial en servicios de caja (15,9%).



Base: 501

En general, las mujeres suelen destacar con más intensidad los beneficios de algunas o de todas ellas que los hombres: el 23% de los hombres “ninguna especialmente” o no responden”, el 15% entre las mujeres.

P.27. A usted personalmente, ¿cuáles de estas mejoras les han parecido mejor, cuáles cree que benefician más a las personas mayores? *Sobre las reconocidas en la pregunta anterior (P.26)



OTROS RESULTADOS

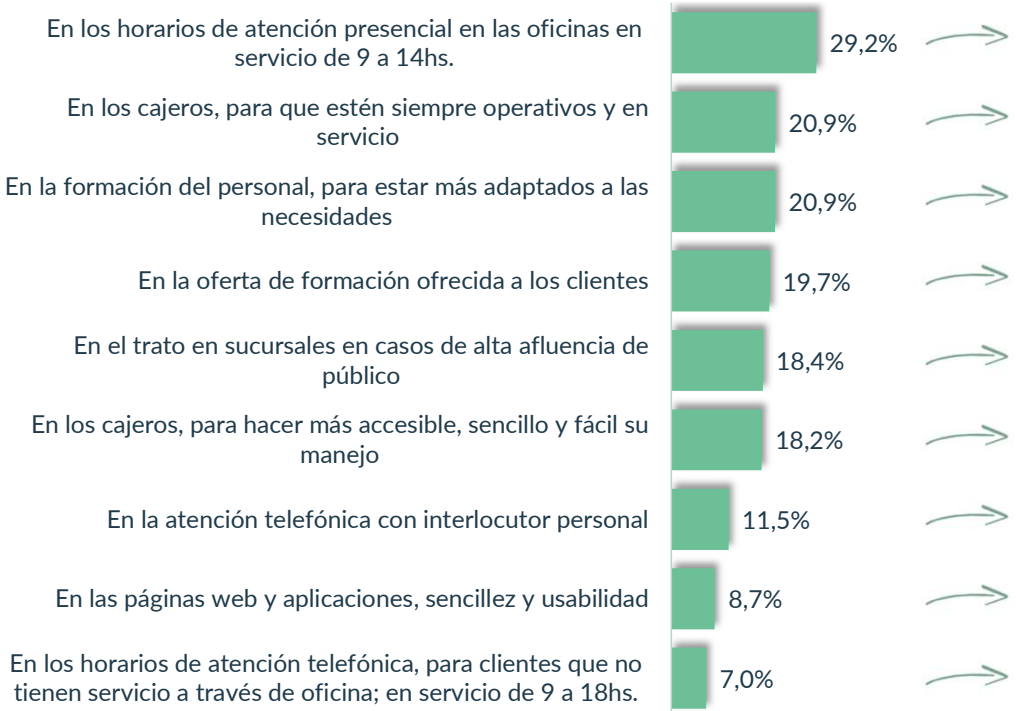
Percepción sugerida



Mejoras más relevantes, según mejoras identificadas

El tramo 70 a 79 años, muy especialmente de 70 a 74 años, destaca todas por encima del resto (sobre todo horarios de atención presencial, y operatividad de los cajeros). Los de menos edad, atención presencial y formación a clientes. Los mayores, trato preferente.

Mejoras más relevantes (Sin "todas", "ninguna" ni Ns/Nc)



Base: 501

Según edad

	De 65 a 69 años	De 70 a 79 años	De 80 y más años
En los horarios de atención presencial en las oficinas en servicio de 9 a 14hs.	29,1%	33,2%	22,0%
En los cajeros, para que estén siempre operativos y en servicio	11,2%	24,4%	25,7%
En la formación del personal, para estar más adaptados a las necesidades	19,1%	21,7%	21,4%
En la oferta de formación ofrecida a los clientes	29,0%	22,1%	4,6%
En el trato en sucursales en casos de alta afluencia de público	9,0%	19,3%	27,5%
En los cajeros, para hacer más accesible, sencillo y fácil su manejo	15,0%	19,3%	20,0%
En la atención telefónica con interlocutor personal	11,0%	12,8%	9,7%
En las páginas web y aplicaciones, sencillez y usabilidad	10,6%	10,1%	3,9%
En los horarios de atención telefónica, para clientes que no tienen servicio a través de oficina; en servicio de 9 a 18hs.	6,1%	8,8%	4,9%
Base:	86	125	58

Base:

P.27. A usted personalmente, ¿cuáles de estas mejoras les han parecido mejor, cuáles cree que benefician más a las personas mayores?

17 ALIANZAS PARA
LOGRAR
LOS OBJETIVOS



POSIBLES MEJORAS





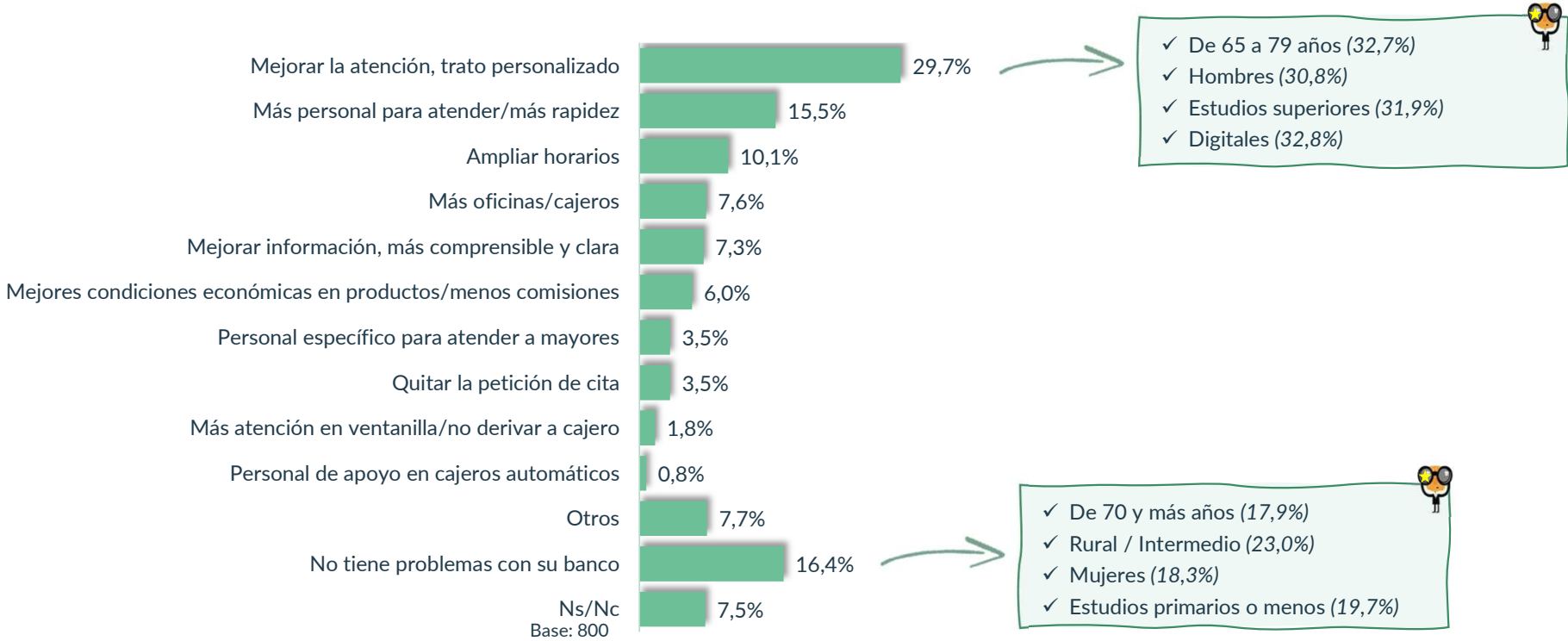
PROPUESTAS DE MEJORA A CONSIDERAR

Aspectos a mejorar para adaptarse a las necesidades de las personas mayores

El 29,7% propone seguir mejorando la atención y el trato personalizado (29,7%).

La mayor parte de las otras mejoras propuestas tienen más que ver con las condiciones en que se presta el servicio: horarios, más personal, etc. Comparativamente, la petición de más oficinas y cajeros registra menos frecuencia.

Otro 16,4% manifiesta que no tiene problemas con su banco, por lo que no aporta ninguna propuesta de mejora.



P.28. ¿Qué cree que debería mejorar aún su banco para estar cada vez más adaptado a sus necesidades y para que su experiencia al contactar, operar y hacer gestiones, contratar productos, etc., sea cada vez más gratificante?

Crédito: Shaun Dakin



inmark
experiencia e innovación

Avda. del Llano Castellano, 13 Planta 2
28034 Madrid

☎ +34 91 448 02 03

www.grupoinmark.com

ana.revilla@grupoinmark.com

Madrid – Barcelona – Sevilla
Portugal – Argentina – Colombia
México – Perú – Puerto Rico