


4. Experiencia del Cliente

Creación de experiencias e interacciones memorables a través de soluciones efectivas, como transacciones ágiles, acceso fácil a la información, seguridad de las operaciones y otros factores. Los cuales garantizan la satisfacción de nuestros clientes, atrayendo nuevos prospectos y fortaleciendo la confianza de nuestros clientes actuales. Basándonos en nuestro pilar estratégico de Relaciones Profundas, siendo nuestro cliente el centro, basándonos en su crecimiento y convirtiéndonos así en su principal opción en la toma de decisiones.

Riesgos	Oportunidades	Acciones	Indicadores relacionados	ODG
Atención tardía a los clientes y falta de soluciones satisfactorias por los prolongados procesos de seguimiento de las áreas e involucrados de negocio, ocasionando pérdida de ingresos.	Una experiencia comercial satisfactoria para los clientes incrementa la probabilidad de fidelización, reduciendo la rotación y facilitando la venta de productos adicionales.	El Grupo Financiero, la experiencia del cliente es el eje central de cada acción, ofreciendo soluciones financieras personalizadas que acompañan a personas y empresas en cada etapa de su crecimiento. A través de una atención cercana, confiable y oportuna, la institución busca generar bienestar real y duradero, evolucionando constantemente para ofrecer servicios innovadores y de calidad. Su modelo de segmentación permite comprender profundamente las necesidades de cada cliente y brindar una experiencia especializada que fortalece la confianza y la relación a largo plazo.	CSN al 71,4772,403.8	 <p>12 meses de experiencia</p>
Una implementación errónea de herramientas automatizadas, como chatbots o asistentes virtuales, puede generarse como una falta de contacto humano en la atención de problemas complejos, especialmente en segmentos como el de adultos mayores. Esto podría generar pérdida de clientes y afectar los ingresos.	Una gestión avanzada de la experiencia del cliente puede disminuir significativamente el número de quejas y conflictos, lo que reduce costos operativos asociados con la resolución de reclamaciones, y mejora la satisfacción del cliente.	<p>Acciones en el 2024</p> <p>- NPS de lazo regional en el top Premier Score (NPS) mejorando la satisfacción y lealtad de los clientes. Este resultado fue impulsado por iniciativas clave como la modernización de la aplicación digital, la ampliación de los servicios digitales, la mejora en los tiempos de resolución y el desarrollo de productos ajustados a las preferencias de cada segmento. Estas acciones permitieron continuar ofreciendo una experiencia más rápida, eficiente y centrada en el cliente.</p> <p>- Como parte de la estrategia de creación y ampliación del acceso a servicios financieros, se inauguraron 13 nuevos centros de servicio (8 agencias y 5 ventanillas) fortaleciendo la presencia del Banco y garantizando una atención más cercana y accesible.</p> <p>- Grupo Financiero continúa innovando a través de sus Puntos Digitales, ampliando el acceso a servicios financieros ágiles y modernos, al mismo tiempo que avanza con la apertura de nuevas agencias físicas en la región. Además, pone a disposición de sus clientes sus canales y redes sociales oficiales, ofreciendo atención oportuna para resolver consultas y brindar soporte de manera cercana y eficiente.</p> <p>Adicionalmente, la App Finches y el Servicio Ágil de Respuesta Automatizada (SARA) constituyen los principales puntos de atención digital para la administración de cuentas y la contratación de servicios.</p>	<p>CSN</p> <p>Seguro</p> <p>FN 04 2024.1, FN 04 2024.2, FN 04 2024.3, FN 04 2024.8</p>	
La insatisfacción de los clientes les hace más propensos a cambiar de entidad bancaria o de soluciones financieras, lo que aumenta la tasa de rotación y reduce los ingresos de la compañía.			<p>Finanzas del consumidor</p> <p>FN 07 2024.2, FN 07 2024.3, FN 07 2024.4, FN 07 2024.8</p>	

El Servicio al Cliente

Crearemos o transformaremos nuestra integral experiencia al cliente en las agencias, integrando tecnología, modelos innovativos y prácticas centradas en las personas. Ofreceremos un servicio ágil, humano y consistente con los estándares de excelencia del sector financiero. La gestión prioritaria del bienestar del cliente, optimiza la productividad interna y promueve la sostenibilidad mediante soluciones digitales que fortalecen la autonomía y reducen la huella ambiental.

Logros 2025

- Implementar el sistema de flujos para mejorar la gestión de tiempos de atención de los clientes.
- Monitoreo y auditorías en situaciones para asegurar la calidad de gestión en la atención del servicio.
- Migración a canales alternos optimizando el journey del cliente, identificando procesos críticos para promover un ecosistema de administración.

Estos acciones reflejan el compromiso continuo con la excelencia en el Servicio al Cliente y la mejora de la experiencia en agencias. El seguimiento permanente de estrategias por roles fortalecerá nuestra posición, identificar oportunidades y asegurar la satisfacción y bienestar de los clientes.

Evolución y transformación digital

Grupo Financiero en 2025, avanzará de manera ágil en su proceso de evolución y transformación digital, modernizando su modelo operativo y elevando la madurez tecnológica respecto a la región. Esto alcanzará un punto clave en la consolidación de una gubernancia tecnológica integrada, especializada y orientada a fortalecer la eficiencia, la resiliencia y la sostenibilidad de las operaciones.


A través de capacidades más robustas en arquitectura, datos e inteligencia artificial el Grupo impulsó una infraestructura más escalable y conectada en el cliente, habilitando canales digitales modernos y seguros. Estas acciones no solo optimizaron los procesos internos, sino que también potenciaron la experiencia del cliente, reforzaron la seguridad de la información y permitieron producirse en una etapa que impulsa el crecimiento sostenible en un entorno financiero cada vez más dinámico.

Indicadores de gestión y sostenibilidad de acción

EN AC 2024a.1,
EN AC 2024a.2,
EN AC 2024a.3



133

Estrategia	Oportunidades	Riesgos	Indicadores relacionados	ODS
		<p>Canales digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tras el lanzamiento de la nueva aplicación en mayo de 2021, se registró un crecimiento del 20% en clientes activos en la app. Fichas junto con un crecimiento del 8% en usuarios de los segmentos Banca, Privada y Premios. Asimismo, las transacciones digitales mostraron un crecimiento de un 20% interanual reflejando una mayor adopción y uso de los canales digitales. - La incorporación de canales integrados permitió a los clientes autogestionar su doble factor de autenticación, logrando que el 85% de ellos adoptara exitosamente la herramienta fortaleciendo la seguridad en sus operaciones. - Adicionalmente, se mejoró el canal Call Center mediante la implementación de un lenguaje más natural y capacidades de reconocimiento de voz. Esto, mejora amplias la información disponible para los clientes, incluyendo consultas de productos, reservas, cancelación y sus horarios de atención, pagos, autenticación, pagos de obligaciones, transferencias y compra de paquetes de internet, entre otros. 		 <p>18 años de Banco de Chile</p>
<p>Métodos de pago cerrado por parte de servicios generales, proceso que no se abre de manera oportuna a los clientes que compran un auto, incrementando en pagos pendientes o incumplimiento de tiempo de entrega de auto, lo que representa un riesgo reputacional.</p>		<p>Grupo Financiero ofrece opciones de financiamiento diseñadas para adaptarse a las necesidades y capacidades de pago de cada cliente, facilitando soluciones accesibles y flexibles para la adquisición de activos relacionados con problemas de vivienda, vehículos, entre otros.</p>		