Auditoría de Medios

ASOBANCARIA

modum
estrategia + comunicación

Ficha técnica

Realizado entre: 28 de noviembre – 13 de diciembre de 2021.

Número de entrevistados: 27 periodistas que cubren la fuente de finanzas y economía pertenecientes a medios de comunicación con alcance nacional y regional.

Modo: Mixto (entrevista telefónica y Online).

Formato: entrevista aplicada en cuestionario de 25 preguntas.

Tipo de preguntas: selección múltiple, abiertas con argumentación

Índice

01 Sobre Asobancaria

02 Asobancaria y los medios

03 Sobre el sector financiero

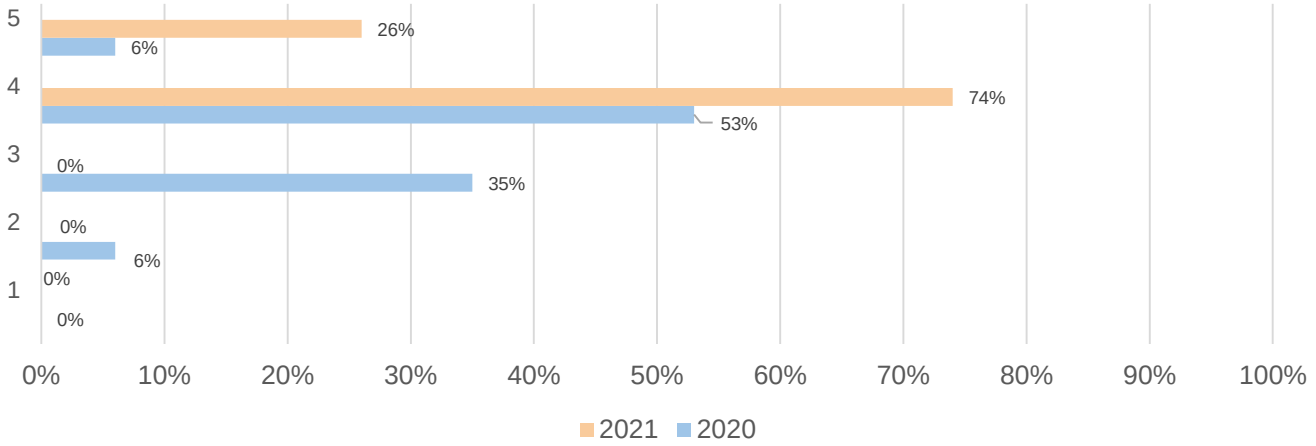
01 Sobre Asobancaria

Hallazgos Generales

- La percepción frente al gremio por parte de los medios de comunicación ha mejorado
- Ideas como hacer más accesible la banca para la gente común, o liderar la transformación del sector, están empezando a posicionarse como roles del gremio de cara al país
- Los medios destacan la gestión del ultimo año de la asociación como más cercana, proactiva y pertinente ante la realidad del país.
- La transformación digital, la ciberseguridad y la educación financiera son territorios de conversación en crecimiento para la asociación.

Percepción sobre el gremio

¿Cuál es su percepción frente al gremio?



La percepción frente al gremio por parte de los periodistas ha mejorado (+41%)

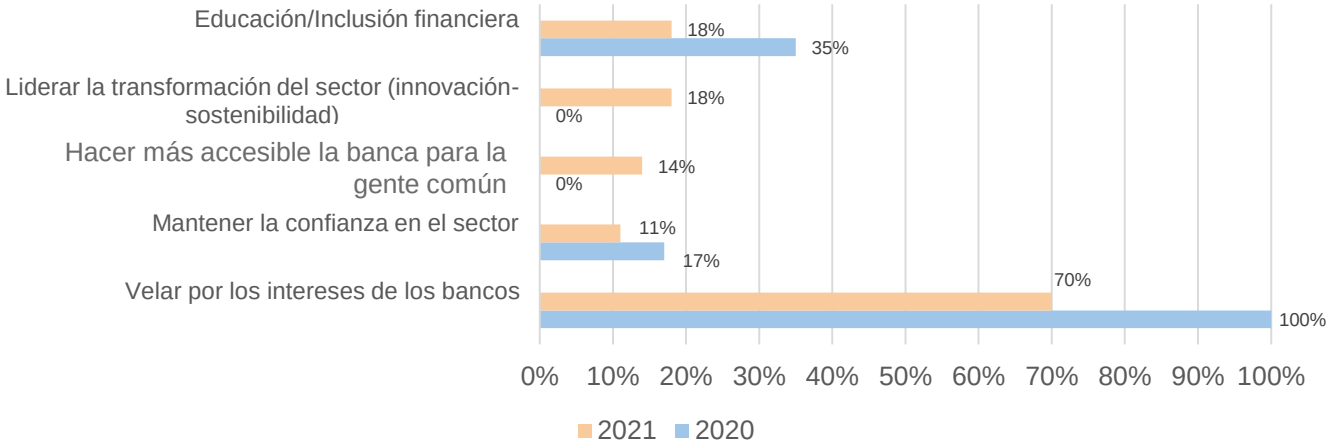
Del total de los entrevistados 100% tienen una percepción positiva de Asobancaria, de los cuales un 26% tienen una percepción muy positiva. Frente a un 6% registrado el año pasado.

Rol de la Asobancaria

¿Cuál considera es el rol de Asobancaria?

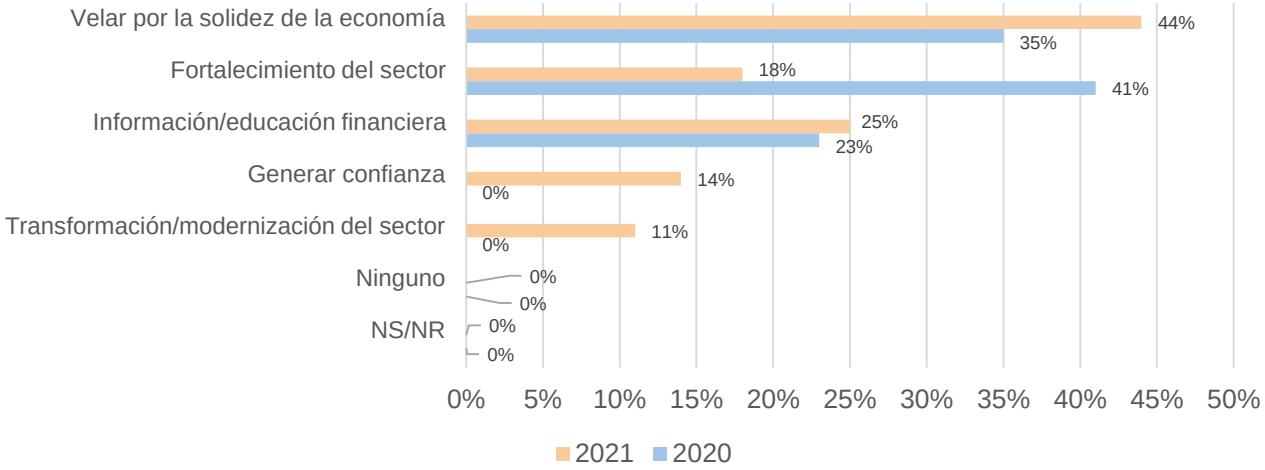
Los periodistas siguen asignando a Asobancaria el rol de velar por los intereses de sus afiliados.

Sin embargo, en 2021, nociones como hacer más accesible la banca para la gente común (14%) y liderar la transformación del sector (18%) empezaron a posicionarse entre los encuestados.



Aporte del gremio al país

¿Cuál es el aporte del gremio al desarrollo del país?



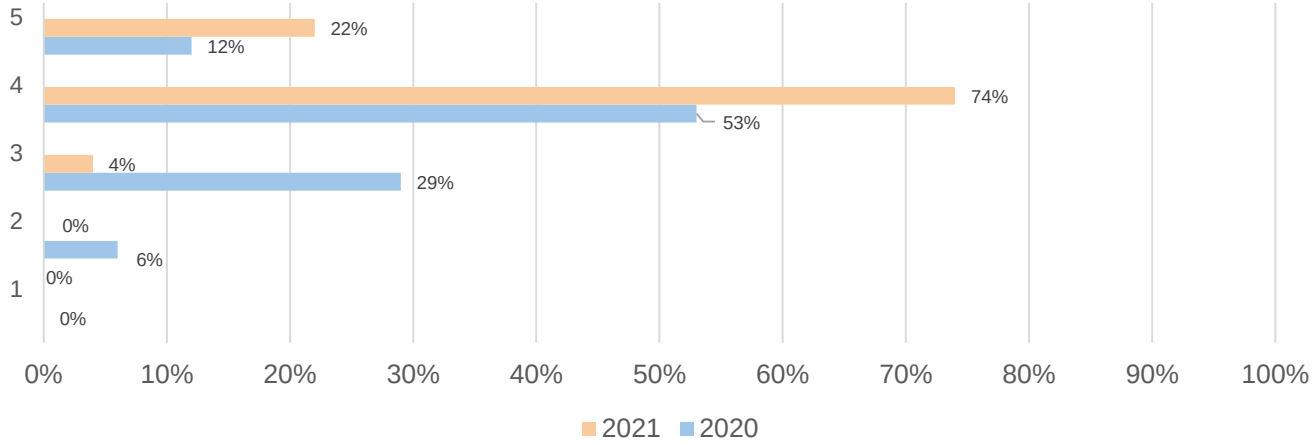
Velar por la solidez de la economía sigue siendo el aporte más visible del gremio al país (44%) seguido por los temas de fortalecimiento del sector (18%)

Aportes como la transformación/modernización del sector (11%) y la generación de confianza (14%) han empezado a consolidarse entre los encuestados.

Sobre la gestión del gremio

¿De 1 a 5 cómo califica la gestión del gremio?

La valoración sobre la gestión del gremio ha mejorado desde la última medición. 74% de los encuestados calificó con un 4 la gestión del gremio, mientras que un 22% la calificó con un 5, considerándola excelente



Sobre la gestión del gremio

¿De 1 a 5 cómo califica la gestión del gremio?

"Más cercana a las personas y medios. Esto último ha sido clave para nuestro trabajo como periodistas"

"Muy buena... proactiva, receptiva para atender los requerimientos de los medios de comunicación y dinámica en la realización de eventos, aún en medio de la pandemia."

"Pertinente frente a los retos que impone la actualidad"

"Están haciendo ver las cosas claras y llamativas".

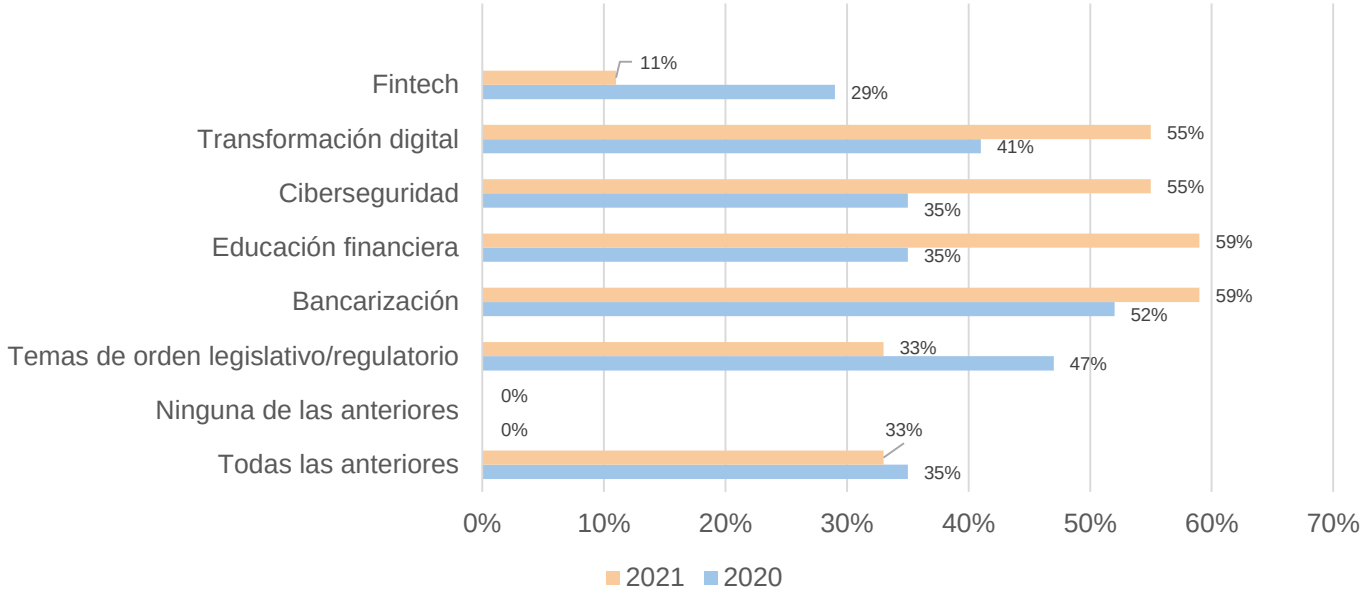
"Le ha faltado empatía con los colombianos."

"Bien, aunque algunas veces faltó que se pronunciara sobre temas económicos"

Territorios de conversación del gremio

¿Qué temas lidera Asobancaria?

Respecto de los territorios de conversación, el gremio se ha consolidado en la mayoría de las categorías definidas, destacando los crecimientos en transformación digital (+14%), Ciberseguridad (+20%), Educación Financiera (+24%)



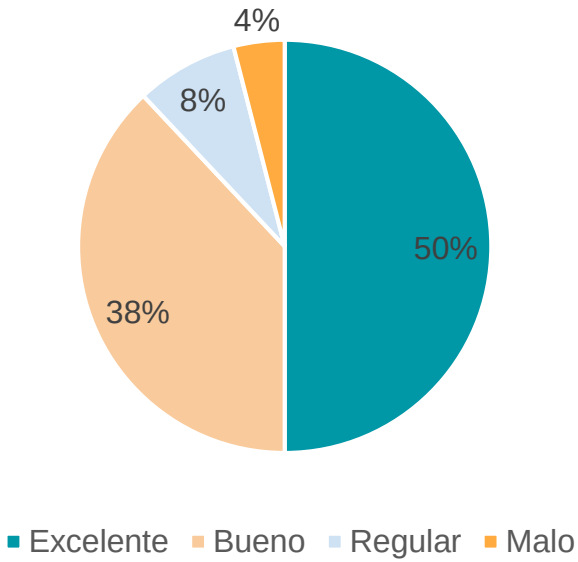
02

Asobancaria y los medios

Hallazgos Generales

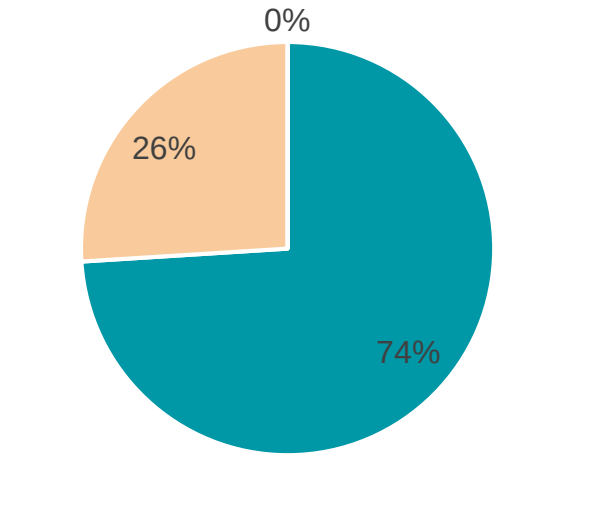
- Los medios de comunicación manifiestan que la relación con la asociación ha mejorado gracias a factores como una mayor cercanía y mejor respuesta a los requerimientos.
- La llegada de Hernando José Gómez como nuevo presidente también fue valorada como uno de los aspectos que mejoró la relación para los periodistas, cuya imagen positiva es mayoritaria.
- En cuanto a aspectos a mejorar los periodistas destacan la necesidad de recibir respuesta a sus solicitudes con mayor velocidad, así como el continuar desarrollando talleres y seminarios para medios.
- En materia de información, los medios están demandando de parte de la asociación más estudios y análisis propios del sector.

Balance de la relación



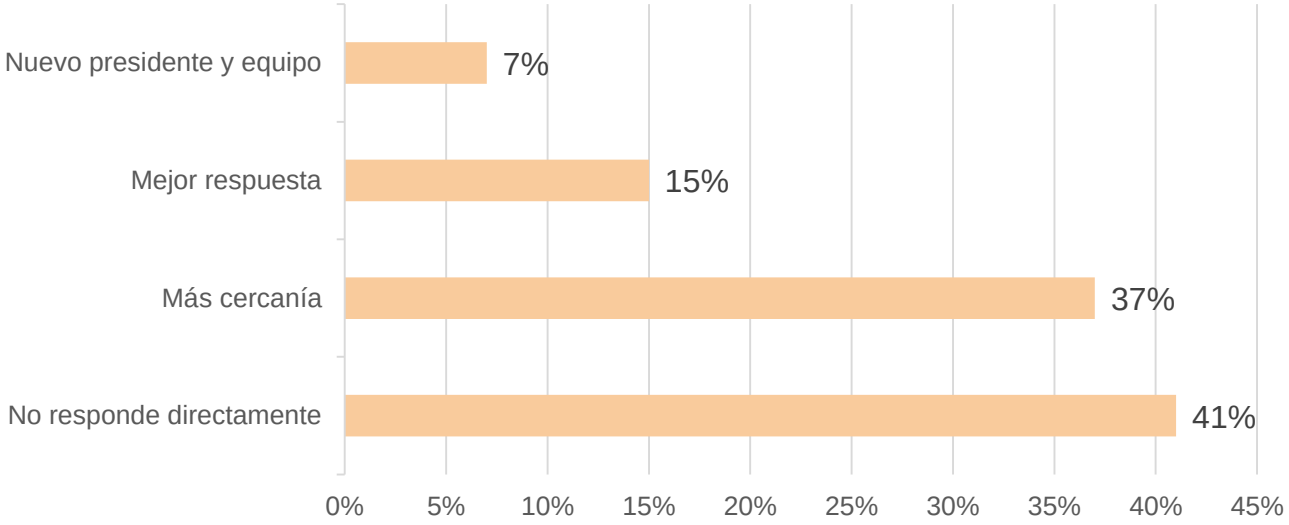
¿Cómo califica el relacionamiento de los voceros de Asobancaria con los medios de comunicación?

Considera usted que la relación con los medios de Asobancaria ha:



Balance de la relación

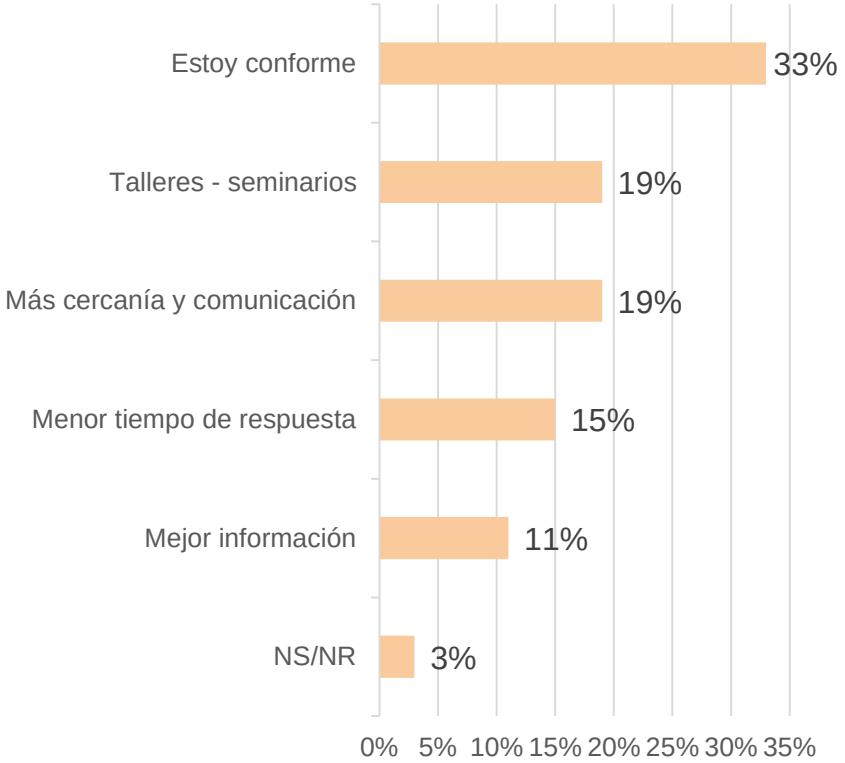
¿Por qué?



Los periodistas destacaron como factores de esta mejora una mayor cercanía (37%), mejor respuesta a sus requerimientos (15%), así como la llegada del nuevo presidente y nuevo equipo de comunicaciones (7%).

Balance de la relación

¿Qué aspectos podrían mejorar de la relación?



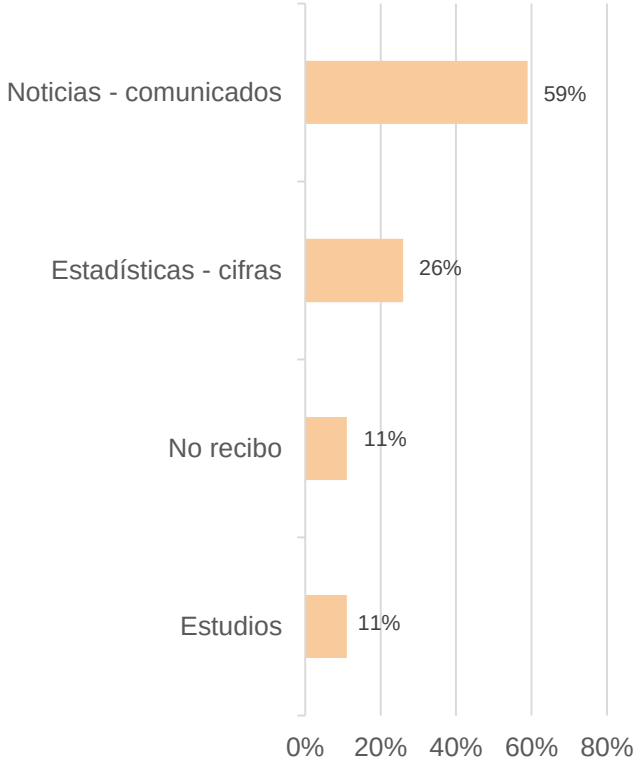
La mayoría de los encuestados (33%) manifestó estar conforme con la manera en que se desarrolla su relación con la asociación.

Dentro de los aspectos destacados por mejorar se encuentran:

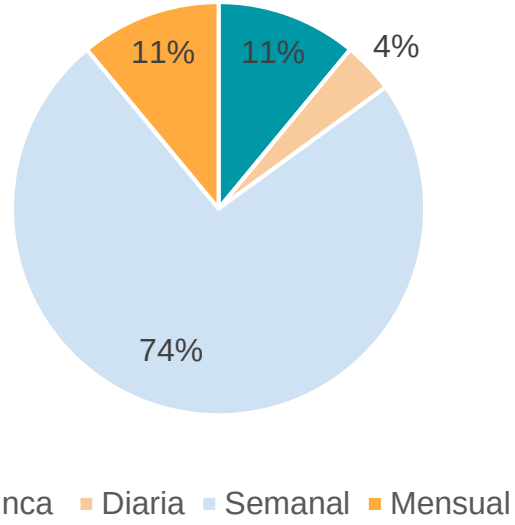
- Más cercanía en la comunicación (19%)
- Realización de talleres y seminarios (19%)
- Menores tiempos de respuesta (15%)

Valoración de la información

¿Qué tipo de información recibe de Asobancaria?

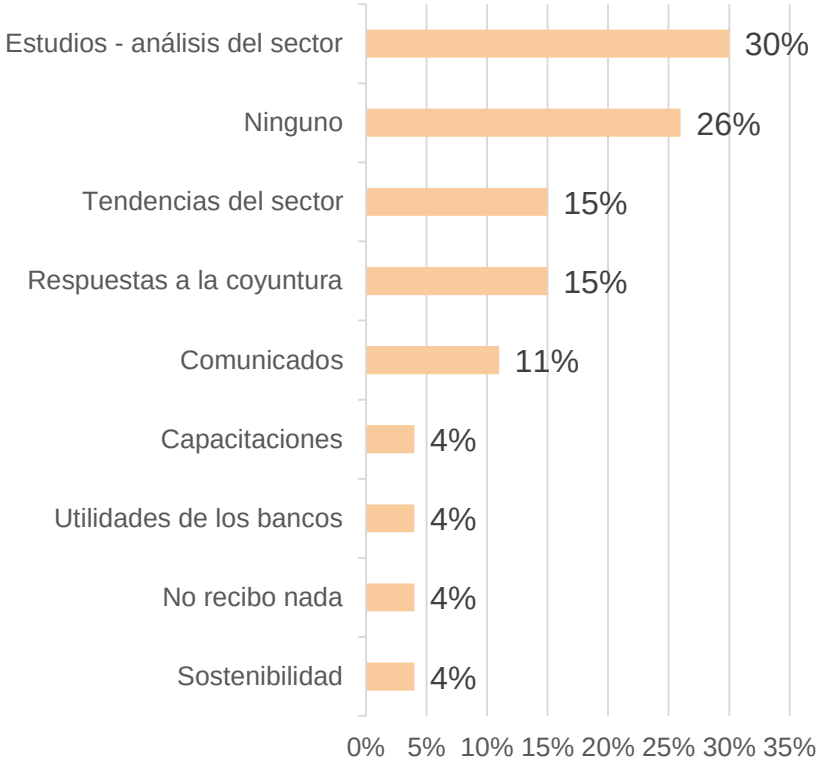


¿Cada cuanto tiempo recibe información sobre Asobancaria?



Valoración de la información

¿Qué tipo de información, que no este recibiendo ya, le gustaría recibir?

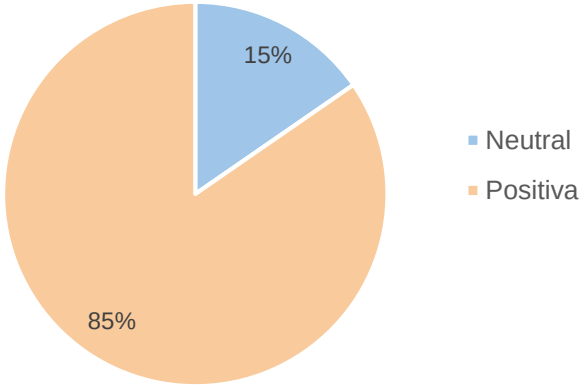


La información que más están demandando los medios de comunicación son estudios y análisis propios del sector (30%), seguido por tendencias del sector y respuestas a temas de coyuntura (15%).

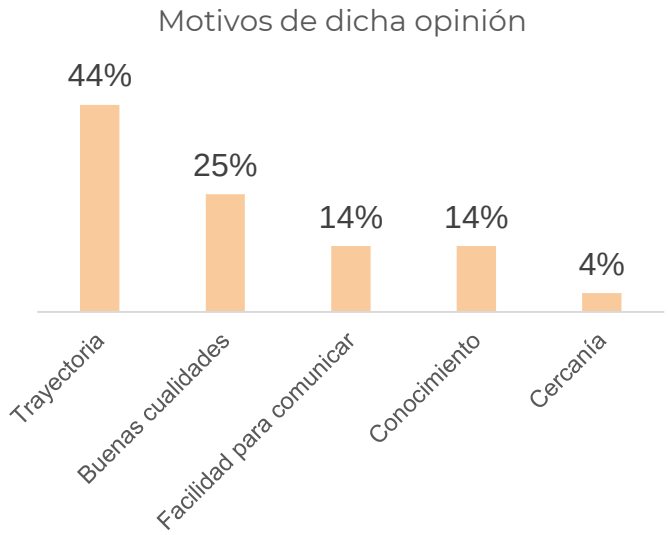
El 26% manifestó no desear ningún formato nuevo o información distinta a la que ya se entrega.

Posicionamiento Presidencia

¿Qué referencia tiene de Hernando José Gómez?



La imagen de Hernando José Gómez entre los periodistas es mayoritariamente positiva (85%)



03

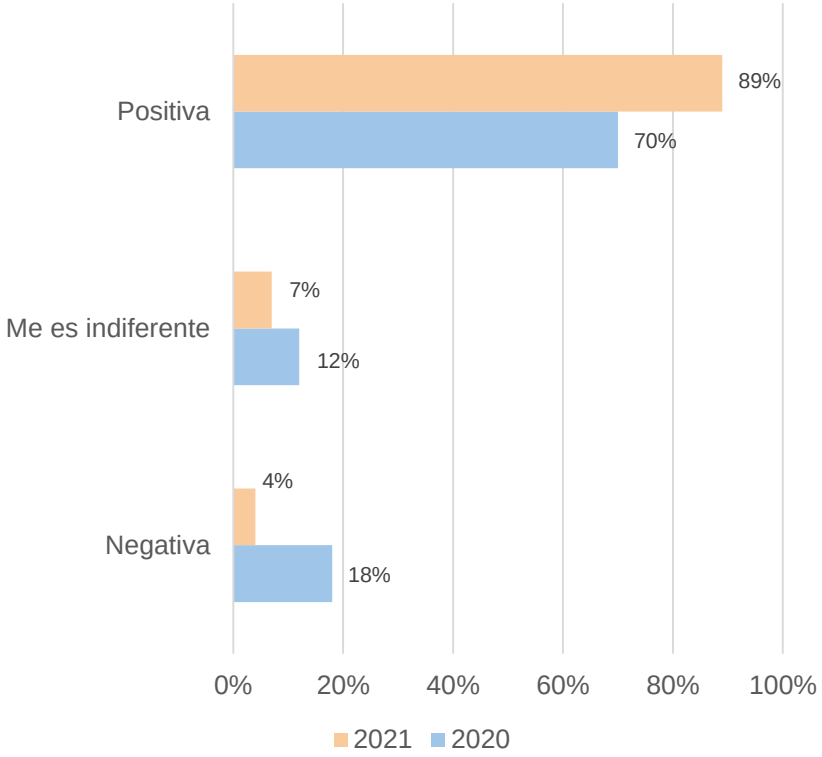
Sobre el sector financiero

Hallazgos Generales

- La percepción de los medios sobre el sector financiero ha mejorado en el último año. Los periodistas destacan como motores de este cambio:
  - una mejora en su relación con los clientes,
  - avances tecnológicos
  - mayor cercanía e inclusión.
- La solidez sigue siendo el atributo más destacado del sector, pero se destacó el crecimiento de otros atributos como innovación o generación de desarrollo.
- La irrigación del crédito sigue siendo el rol mas visible del sector en el país, Más de la mitad de los encuestados destacó su papel en la reactivación económica.
- El compromiso social y la falta de empatía siguen siendo demandas de los medios y la opinión pública al sector
- Los periodistas, sin embargo, hoy asocian más estos desafíos a un esfuerzo de comunicación que a falta de gestión del sector.

Percepción sobre el sector

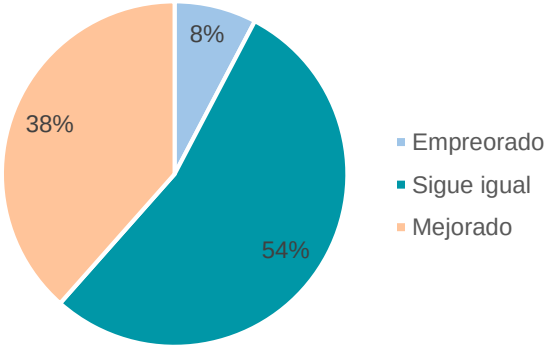
¿Qué opinión tiene usted sobre el sector financiero?



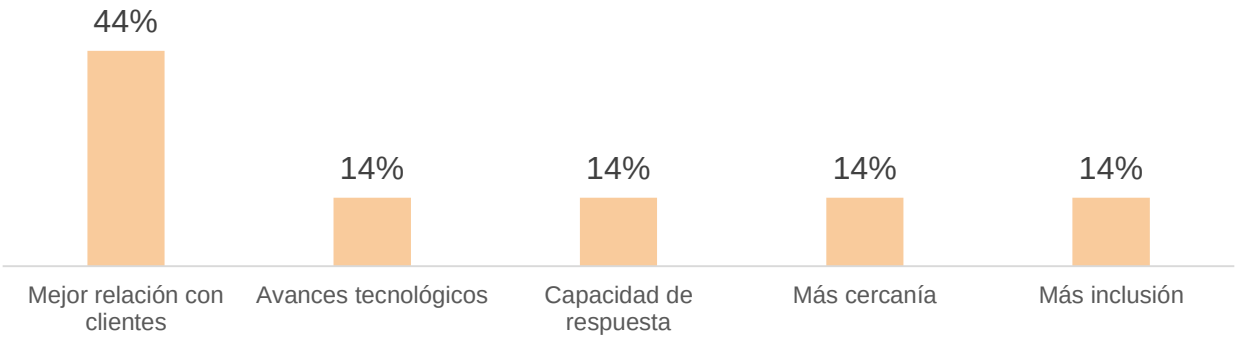
La percepción positiva sobre el sector ha crecido respecto de la ultima medición (+19%), mientras que la opinión neutral (- 5%) y la negativa (- 12%) han disminuido.

Percepción sobre el sector

Considera que la imagen del sector financiero y de la banca específicamente ha:

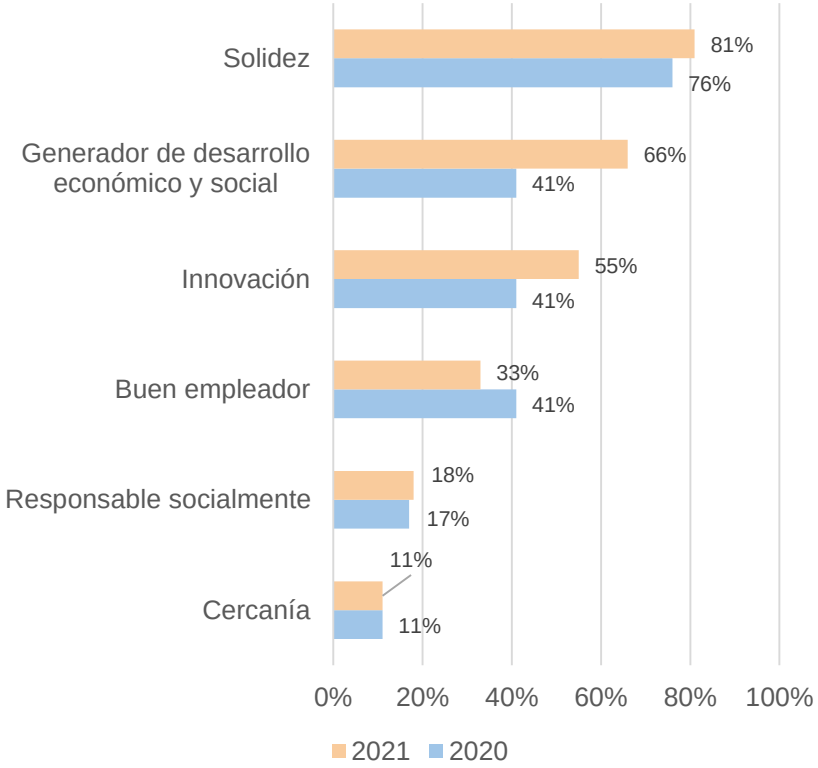


Si bien para los periodistas la imagen del sector ha permanecido igual en el último año, un 38% considera que esta imagen está mejorando gracias a:



Atributos del sector

¿Qué valores o atributos le concedería al sector bancario colombiano?



La solidez continúa siendo el principal atributo del sector financiero en Colombia (81%) mientras que los atributos menos otorgados al sector siguen siendo Cercanía (11%) y responsable socialmente (7%)

Destaca especialmente el crecimiento de:

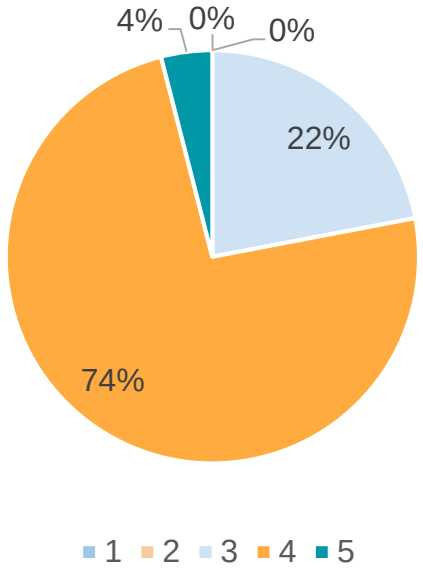
- Innovación (+14%)
- Generador de desarrollo (+25%)

Sin embargo, hubo un decrecimiento en la percepción de buen empleador (-8%)

Sobre la gestión del sector

¿Cómo califica la gestión del sistema financiero durante el último año?

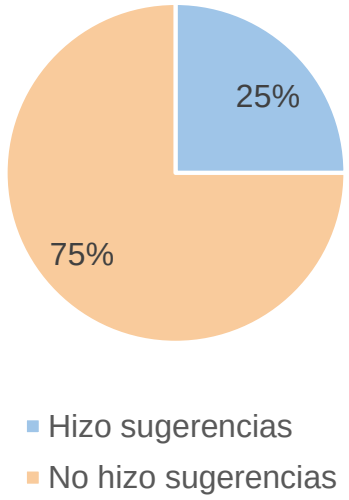
En general, los medios califican de manera positiva la gestión del sector durante el último año (78%).



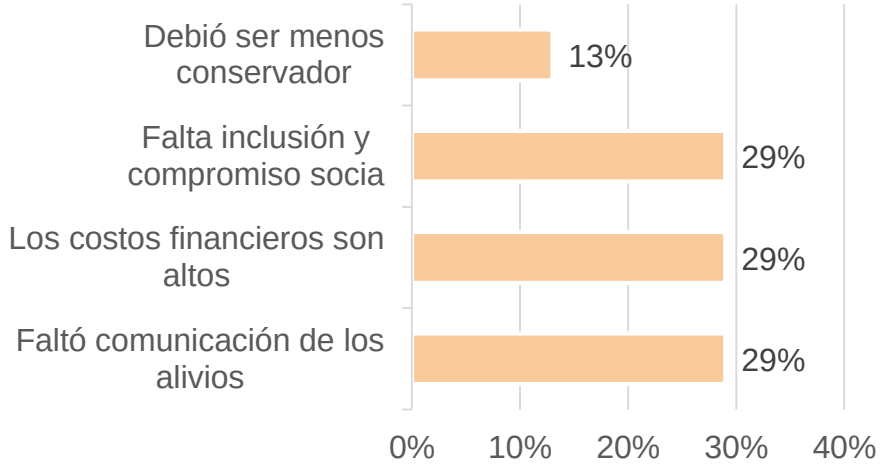
Más de la mitad de los encuestados (57%) destacó su papel en la reactivación como el motivo principal de su valoración.

Sobre la gestión del sector

¿Cómo califica la gestión del sistema financiero durante el último año?

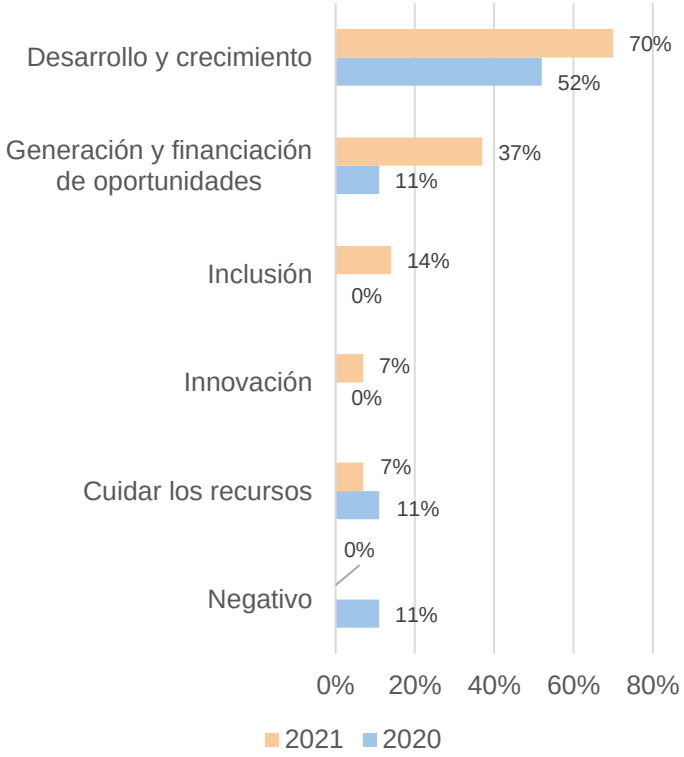


Las principales sugerencias fueron:



Sobre el rol del sector en la sociedad

¿Cuál considera es el rol de la banca en la economía y sociedad?



El rol mayormente identificado por los periodistas sigue siendo el de apoyar el desarrollo y crecimiento a través de la irrigación de crédito (70%)

Destaca especialmente el crecimiento de:

- Financiador /generador de oportunidades (+26%)

Así como la aparición por primera vez de roles como:

- Innovación (7%)
- Inclusión (14%)

Expectativas sobre el sector

¿Qué deberían hacer los bancos para ser vistos y valorados positivamente por la sociedad colombiana?

Si bien los periodistas siguen identificando los temas sociales y de cercanía y empatía como claves para mejorar la valoración de la banca, hoy, estos están asociados más a un esfuerzo de comunicación que de falta de gestión del sector.

Gracias

modum
estrategia + comunicación