LITORALPRESS

Fecha: 16-05-2026
Medio: La Tercera
Supl. : La Tercera - Edición Especial
Tipo: Noticia general
Título: La confianza repunta con fuerza, pero con una deuda relacional que persiste

Pág. : 2
Cm2: 739,2

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida

[ÍNDICE DE CONFIANZA DE CLIENTES 2025]

La confianza repunta con fuerza, pero con una deuda relacional que persiste

Por: Silvana Rodríguez, Directora de Clientes CES UAI

En tiempos de transformaciones aceleradas —tecnológicas, sociales y económicas—, la confianza se ha vuelto un activo cada vez más decisivo en la relación entre las empresas y sus clientes. Más que un atributo deseable, hoy es una condición habilitante para construir vínculos sostenibles y diferenciarse en mercados altamente competitivos. En este escenario, el Índice de Confianza de Clientes (ICC) se consolida como una herramienta sólida y única para medir, comprender y proyectar cómo evoluciona la percepción y relación de los consumidores chilenos frente a las distintas industrias - en sectores privados y públicos- de nuestro país.

Elaborado por el Centro de Experiencias y Servicios (CES) de la Escuela de Negocios UAI desde 2014, el ICC entrega año tras año una mirada detallada sobre los avances y desafíos en la gestión de la confianza de los clientes. Su undécima edición, correspondiente al año 2025, marca un punto de inflexión: por primera vez en una década, la confianza experimenta un alza significativa que invita tanto a celebrar como también a reflexionar sobre qué tan sólida es esta recuperación y cómo proyectarla hacia el futuro

Metodología del ICC 2025

El ICC 2025 se construye sobre una metodología robusta, diseñada para capturar con representatividad la percepción de confianza en los principales sectores económicos del país. El estudio se aplica mediante encuestas telefónicas a hombres y mujeres mayores de 18 años que se hayan atendido recientemente en una empresa/institución evaluada, cubriendo todas las comunas con más de 130.000 habitantes y las capitales regionales. Durante 2025 se completaron 48.102 encuestas, lo que permite construir indicadores estadísticamente confiables a nivel de industria, sector y marca.

Para evaluar la confianza, el ICC mide cuatro atributos clave que en conjunto permiten dimensionar tanto la solidez funcional como la profundidad relacional del vínculo empresa-cliente: **(ver tabla 1)**

Resultados generales ICC 2025

El Índice de Confianza de Clientes 2025 alcanzó los 58 puntos netos, mostrando un alza histórica de 12 puntos respecto al año anterior. Se trata del mejor resultado en diez ediciones/años del estudio, y marca un cambio de tendencia respecto del leve retroceso de 3 puntos registrado en 2024. Todas las industrias evaluadas mejoraron simultáneamente, y de los 36 sectores medidos, 33 de ellos subieron significativamente.

Cumplimiento: con 63 puntos netos, este atributo sigue siendo el mejor evaluado, recuperando 8 puntos respecto del 2024 y reafirmándose como un pilar clave en la relación con los clientes.

Confianza: alcanzó 60 puntos netos, con un incremento de 12 puntos. Una señal alentadora que revierte la disminución de 2 puntos observada el año previo.

Transparencia: con 56 puntos netos, este atributo experimentó la mayor mejora del año (+14 puntos), rompiendo años de estabilidad y mostrando que la dimensión más enigmática de la confianza también puede moverse cuando las empresas sostienen comportamientos coherentes.

Preocupación: con 51 puntos netos, registró un alza de 12 puntos, pero se mantiene como el atributo peor evaluado, evidenciando que la dimensión emocional de la relación con los clientes sigue siendo el gran desafío estructural para las empresas chilenas. **(ver tabla 2)**

Radiografía al desempeño por sectores

En una mirada global, vemos que el sector mejor evaluado (83 ICC Neto) supera en más de 10 veces al peor (6 ICC Neto) evidenciando una heterogeneidad intersectorial importante: **(ver tabla 3)**

Aprendizajes del ICC 2025

Los resultados del ejercicio 2025 destacan tres elementos relevantes:

Una mejora transversal y sostenida: el alza simultánea en industrias y sectores indica que las empresas están respondeiendo con mayor consistencia a las expectativas de sus clientes. Ahora el desafío es que el avance se consolide en el tiempo a través de comportamientos coherentes y experiencias significativas, para remecer los juicios previos que los clientes han construido sobre las marcas.

La brecha entre Cumplimiento y Preocupación sigue abierta: aunque ambos atributos mejoraron y lo vienen haciendo de manera sostenida desde el año 2020 (excepto el 2024), la diferencia de 12 puntos entre la dimensión funcional (Cumplimiento) y la emocional (Preocupación) persiste como una condición estructural. Las empresas cumplen más de lo que se preocupan, y esta asimetría limita su posibilidad de construir vínculos genuinos y más profundos con los clientes.

Confianza y experiencia no son lo mismo: mientras la experiencia del cliente responde a lo vivido en cada interacción, la confianza es una disposición que mira al futuro y anticipa en el cliente un juicio sobre cómo actuará la empresa. Una buena experiencia sin confianza genera satisfacción pasajera; una buena experiencia con confianza construye vínculo. Por eso, la confianza habilita y amplifica el valor de cada interacción.

Pasos certeros en la confianza

La confianza es un recurso esencial, frágil y de largo aliento en su construcción. Su recuperación durante 2025 es una excelente noticia, y al mismo tiempo una oportunidad para profundizar el trabajo que las organizaciones vienen realizando. En un entorno de consumidores más exigentes, las organizaciones deben sostener este avance con experiencias significativas, coherencia en el tiempo y un genuino interés por el bienestar de quienes confían en ellas expresado en acciones.

En este contexto, como Centro de Experiencias y Servicios reconocemos el desempeño de aquellas organizaciones que han demostrado esfuerzos sostenidos en esta materia y que se han visto reconocidas por sus clientes. Por ello, en esta undécima versión del ICC, volvemos a premiar a aquellas que se destacan en las distintas categorías y variables. Y queremos invitar a todos los sectores e industrias a seguir trabajando con un enfoque integral —que considere tanto los aspectos racionales como emocionales de la relación con los clientes— alineando sus estrategias con estas expectativas para enfrentar en mejor pie los desafíos del mercado y construir relaciones sostenibles y significativas con sus clientes. **(ver tabla 4)**

TABLA 1

Atributo	¿Qué mide?
Confianza	La percepción global de los clientes sobre la confiabilidad de las empresas.
Cumplimiento	La capacidad de las empresas para cumplir las promesas realizadas.
Transparencia	La claridad y veracidad de la información proporcionada por las empresas, sin condiciones ni información oculta.
Preocupación	El interés genuino de las empresas por el bienestar de sus clientes.

TABLA 2

EL GRAN RESULTADO DEL AÑO

ICC neto 2025 e indicadores por atributo

58

ICC NETO 2025

Mayor puntaje en 10 ediciones del estudio

+12 puntos vs. 2024

Atributos del ICC	% Positivo	% Negativo	% Neto	Var 2024
Cumplimiento	74%	-11%	63	+8 pts
Confianza	69%	-9%	60	+12 pts
Transparencia	66%	-10%	56	+14 pts
Preocupación	65%	-14%	51	+12 pts

Transparencia tuvo la mayor mejora (+14 pts.) y Preocupación sigue siendo el atributo más débil (51 ICC neto). Persiste la brecha entre la dimensión más funcional (Cumplimiento) y emocional (Preocupación) de la confianza de los clientes.

Centro de Experiencias y Servicios • UAI

TABLA 3

TOP 10 & BOTTOM 10 DE SECTORES EN CONFIANZA DE CLIENTES

Sectores mejor y mas bajo evaluados del ICC Neto 2025

TOP 10 MAYOR CONFIANZA			BOTTOM 10 MENOR CONFIANZA		
1°	Seguridad para el hogar	83	1°	Energía Eléctrica	6
2°	Panaderías	77	2°	Autopistas Urbanas	9
3°	Pago de cuentas	74	3°	Transporte Público	34
4°	Gas Cilindro	74	4°	Prestadores Púb. de Salud	36
5°	Bancos	73	5°	Internet	46
6°	Banca Retail	71	6°	Sanitarias	46
7°	Clínicas	71	7°	AFP	47
8°	Mutuales	70	8°	Líneas Aéreas	48
9°	Courier	69	9°	Telefonía Móvil	49
10°	Estaciones de Servicio	68	10°	Televisión Pagada	50

Centro de Experiencias y Servicios • UAI

TABLA 4

PIRÁMIDE DE EMPRESAS PREMIADAS — ICC 2025

GANADOR PREMIO ICC TRANSACCIONAL: **MERCADO LIBRE**

GANADOR PREMIO ICC MEMBRESÍA: **COOPEUCH**

PREMIO POR INDUSTRIA

Domiciliaria	Financiera	Retail	Salud	Transporte y Logística
Verisure	Coopeuch	Mercado Libre	Clínica Alemana	Chilexpress

DISTINCIÓN POR ATRIBUTO

Atributo	Financiera	Domiciliaria	Retail	Salud	Transporte y Logística	Servicio Público
Confianza	BICE	ADT	Jumbo	IST	Chilexpress	Registro Civil
Transparencia	Sencillito	Lipigas	Copec		Correos de Chile	
Cumplimiento	Security	Prosegur	Amazon	Hospital UC	Starken	
Preocupación|	BICE	Verisure	Amazon	Clínica Alemana		

Ganadores y distinguidos se escogen a través de criterio estadísticos basado en el indicador neto trianual.
Se consideró como filtro para la nominación que tanto para marcas con membresía como transaccionales sus valores trianuales deben superar los 60 netos.