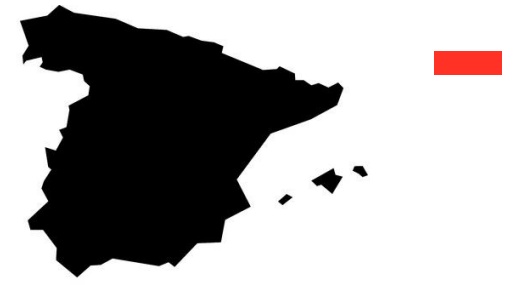


INFORME ESPAÑA –
ENERO 2024

Madurez digital del sector bancario



GAME CHANGERS



sopra  steria
A European Tech Leader

Información técnica



Muestra

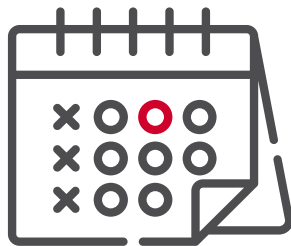
Encuesta realizada en España a una muestra de **2.000 personas, representativa de la población de 18 y más años**, que disponen de una cuenta bancaria en un banco tradicional y/o online.

Los resultados se comparan con los de Europa, que se refiere a muestras representativas encuestadas **en 9 países** (Francia, Alemania, España, Reino Unido, Italia, Suecia, Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo).



Este informe ha sido elaborado de conformidad con la norma internacional ISO 20252 "Investigación de mercado, social y de opinión".

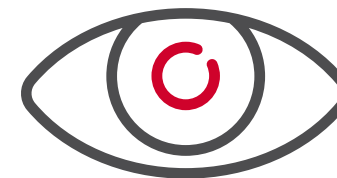
Este informe fue revisado por Etienne Mercier, Director del Departamento de Opinión y Salud (Asuntos Públicos de Ipsos).



Fechas del estudio

Desde el 12 de junio al 3 de julio de 2023.

Encuesta realizada por:



Metodología

Muestra encuestada por Internet a través del Panel de Acceso Online de Ipsos

Método de cuotas aplicado a:
Género, edad, ocupación del encuestado, región y tamaño del mercado

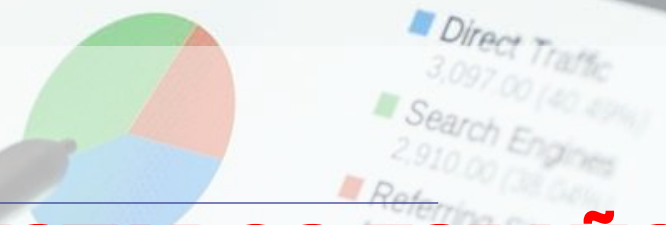
Nota: Todos los resultados están expresados en porcentajes (%):

- en verde cuando están por encima de la media

25,423 Pageviews

3.32 Pages/Visit

Traffic Sources Overview



1

PERFIL BANCARIO DE LOS ENCUESTADOS ESPAÑOLES

Visitors Overview



Perfil Bancario de los encuestados

TIPO DE BANCO

% « SI »



-1 / 2022



-2 / 2022

57% SOLO BANCA TRADICIONAL
-2 / 2022

8% SOLO BANCA ONLINE
+1 / 2022

36% BANCA TRADICIONAL / BANCA ONLINE
+2 / 2022

COMPARACIÓN CON EUROPA

CLIENTES DE BANCA TRADICIONAL **95**

CLIENTES DE BANCA ONLINE **36**

64% SOLO BANCA TRADICIONAL

5% SOLO BANCA ONLINE

31% BANCA TRADICIONAL / BANCA ONLINE

NÚMERO DE BANCOS

1 BANCO **53%**
-1 / 2022

VARIOS BANCOS **47%**
+1 / 2022

... INCLUIDO 2 BANCOS **35%**
... INCLUIDO 3 BANCOS **8%**
... INCLUIDO MÁS DE 3 BANCOS **4%**

COMPARACIÓN CON EUROPA

1 BANCO **52%**
VARIOS BANCOS **48%**

TOP 5 PRODUCTOS

CUENTA CORRIENTE **84**

TARJETA DE CRÉDITO **82**

PRODUCTO DE AHORRO **23**

SEGURO DE HOGAR O AUTO **17**

SEGURO DE VIDA **16**

COMPARACIÓN CON EUROPA

CUENTA CORRIENTE **85**

TARJETA DE CRÉDITO **75**

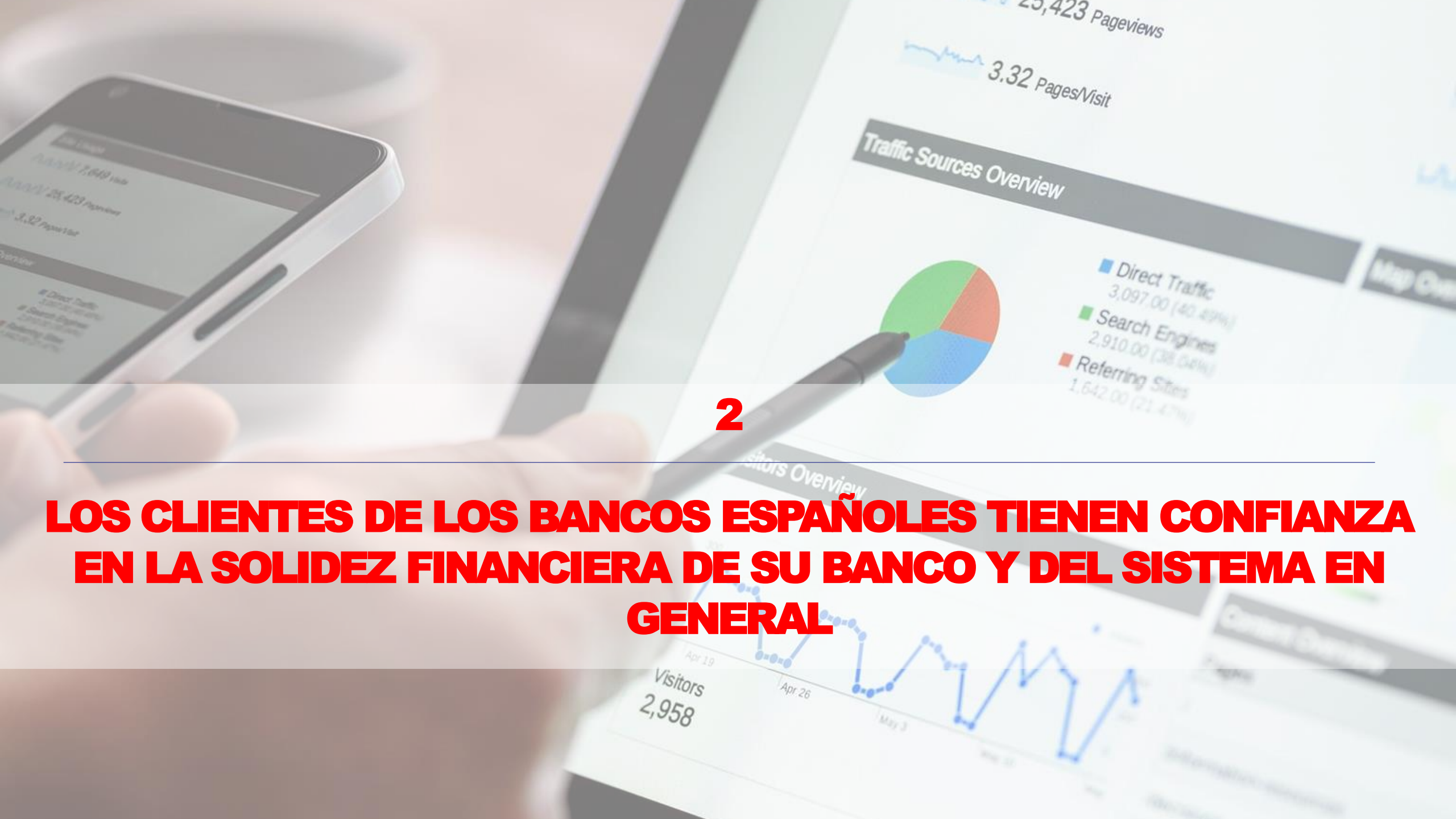
PRODUCTO DE AHORRO **47**

TALONARIO **18**

PRÉSTAMO HIPOTECARIO **17**

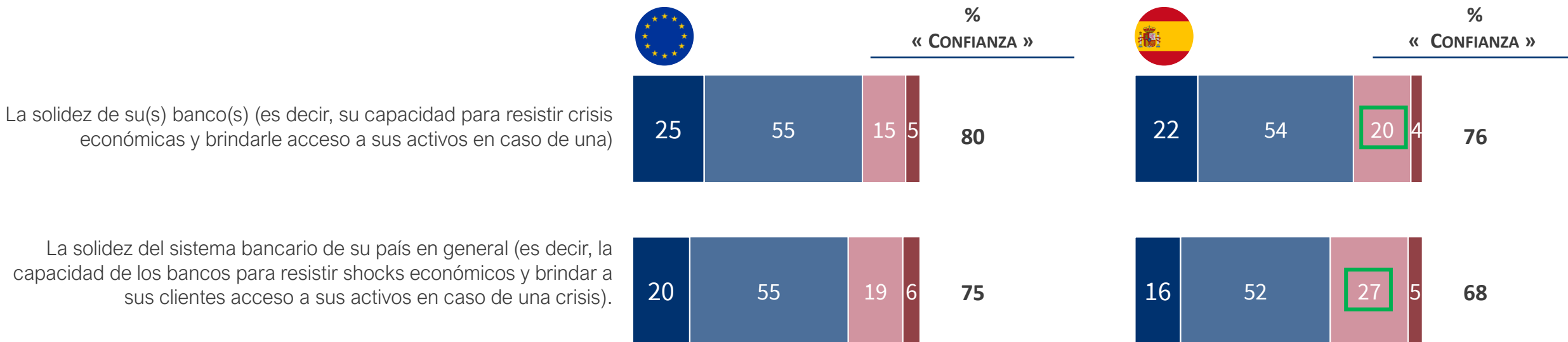
2

LOS CLIENTES DE LOS BANCOS ESPAÑOLES TIENEN CONFIANZA EN LA SOLIDEZ FINANCIERA DE SU BANCO Y DEL SISTEMA EN GENERAL





Los clientes de los bancos españoles tienen menos confianza que sus homólogos europeos en la solidez financiera de su banco y del sistema bancario en general. Sin embargo, la mayoría sigue confiando

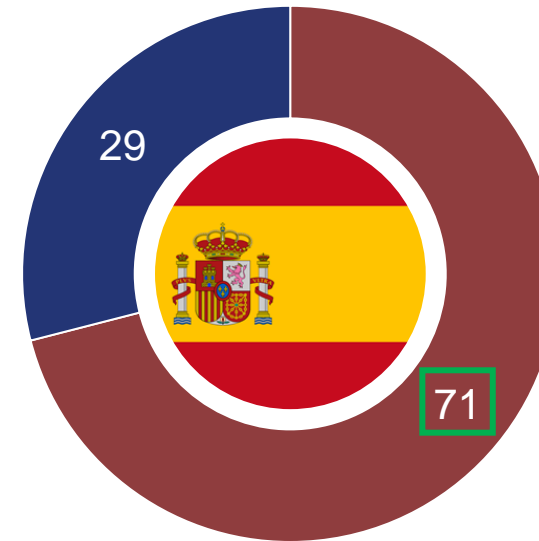
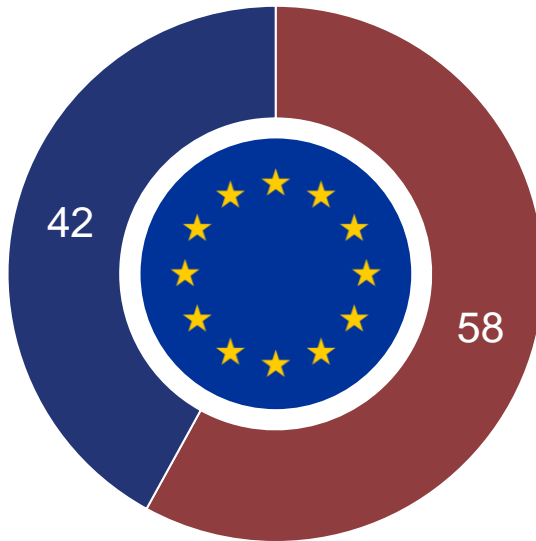


Pregunta: “¿Dirías que confías en lo siguiente?”

(Base: Todos los encuestados)

Nueva pregunta

“ El impacto del aumento de los tipos de interés parece ser mucho más significativo en España que en el país europeo medio: casi 3 de cada 4 clientes españoles dicen que podría limitar sus inversiones



% "SI" : 19



Pregunta: : “¿Es probable que el aumento de los tipos de interés le limite en sus inversiones o compras (bienes inmuebles, bienes de consumo, etc.)”

(Base: Todos los encuestados)

Nueva pregunta

3

LOS CLIENTES ESPAÑOLES SON MENOS POSITIVOS CON RESPECTO A SU ASESOR BANCARIO QUE SUS HOMÓLOGOS EUROPEOS





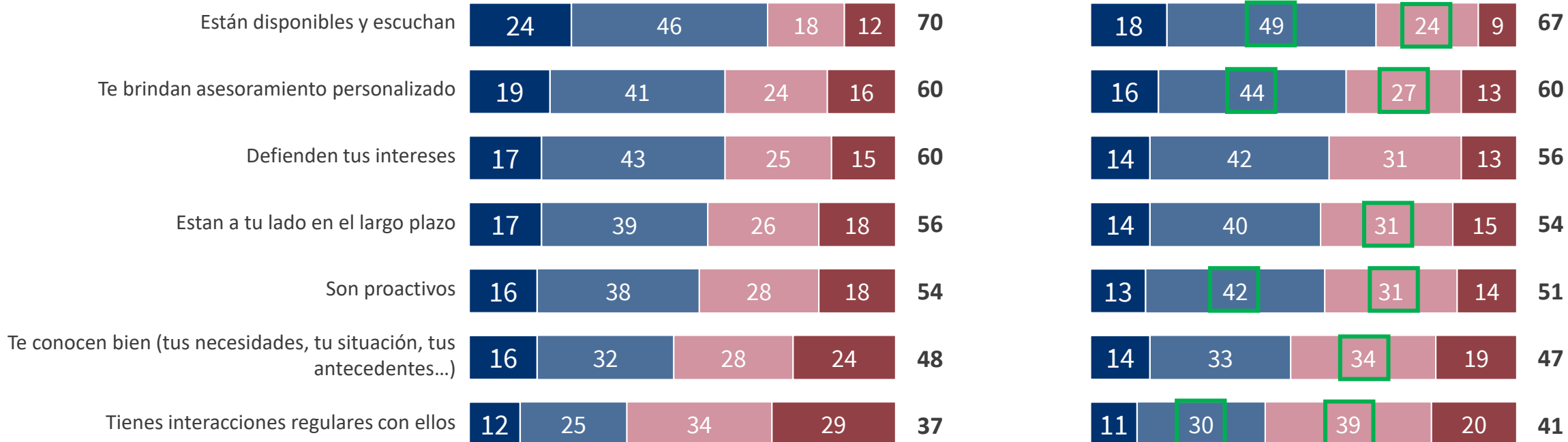
Los clientes de los bancos españoles tienen una percepción menos positiva de su asesor bancario que la media europea



%
« Si »



%
« Si »



Pregunta: : “¿En cuanto a sus asesores bancarios, diría que: ”

(Base: Todos los encuestados)

Nueva pregunta

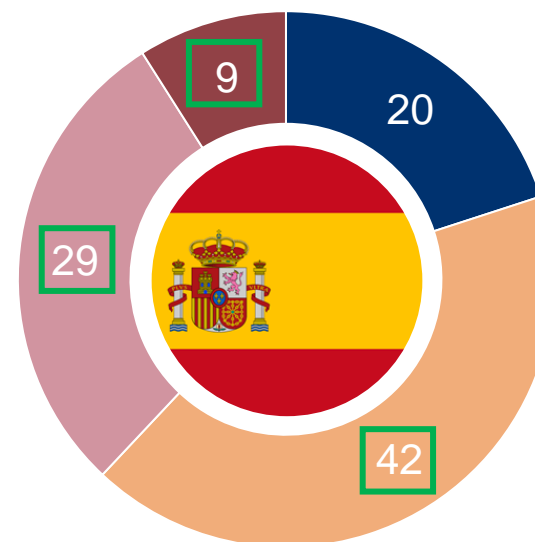
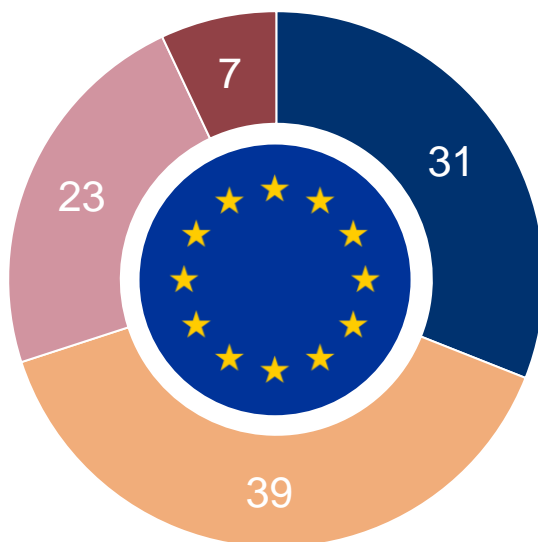


Aunque tienen una opinión menos favorable de su asesor bancario, es menos probable que los clientes españoles prescindan de uno

% « TOTALMENTE / CASI »: 70

% « TOTALMENTE / CASI »: 62

TOTALMENTE, NUNCA CONTACTO CON MI ASESOR BANCARIO
CASI, PORQUE RARA VEZ CONTACTO CON MI ASESOR BANCARIO
NO REALMENTE, NECESITO A MI ASESOR BANCARIO A VECES
NO, NECESITO A MENUDO A MI ASESOR BANCARIO



Pregunta: “Hoy en día, ¿podría prescindir de un asesor bancario y utilizar únicamente servicios en línea (el sitio web de su banco, la aplicación para teléfonos inteligentes, mensajería, teléfono, asesor en línea)?”

(Base: Todos los encuestados)

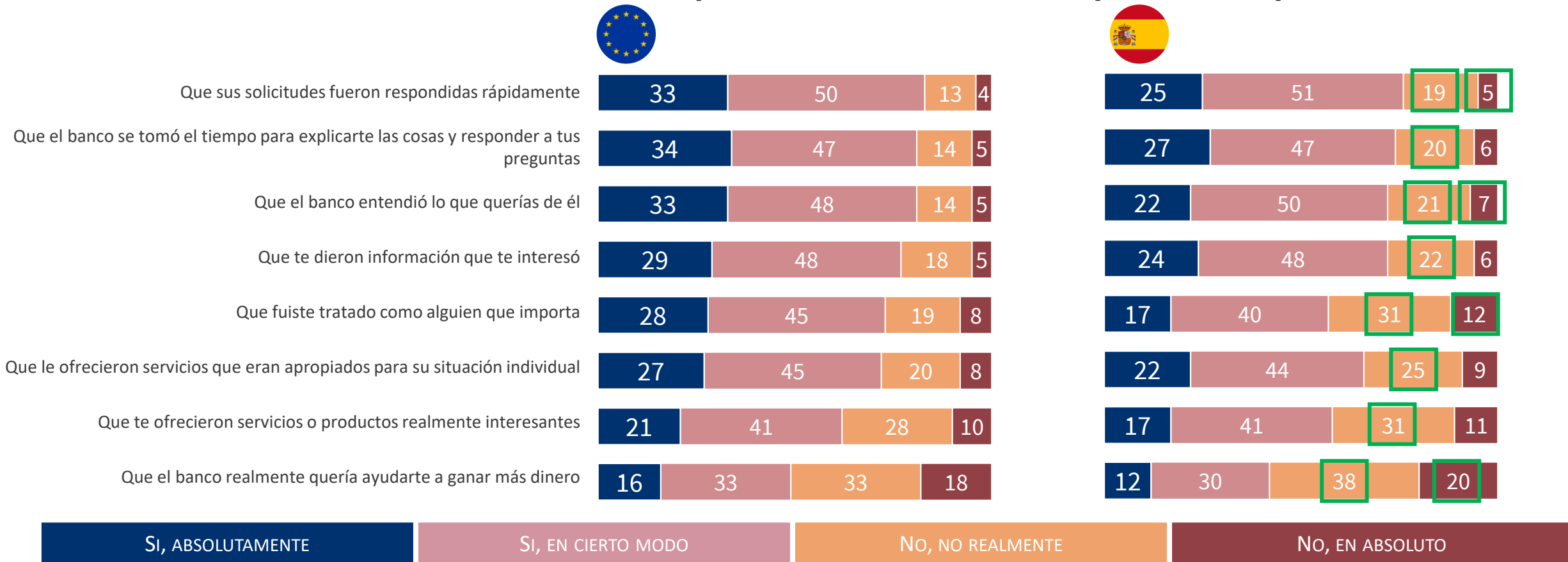
Nueva pregunta

4

UN CUARTO DE LOS CLIENTES ESPAÑOLES QUIERE CAMBIAR DE BANCO. EL COSTE DE LOS SERVICIOS BANCARIOS ES EL ARGUMENTO PRINCIPAL



Los clientes españoles están menos satisfechos con sus interacciones con su banco en momentos importantes de sus vidas que el europeo medio

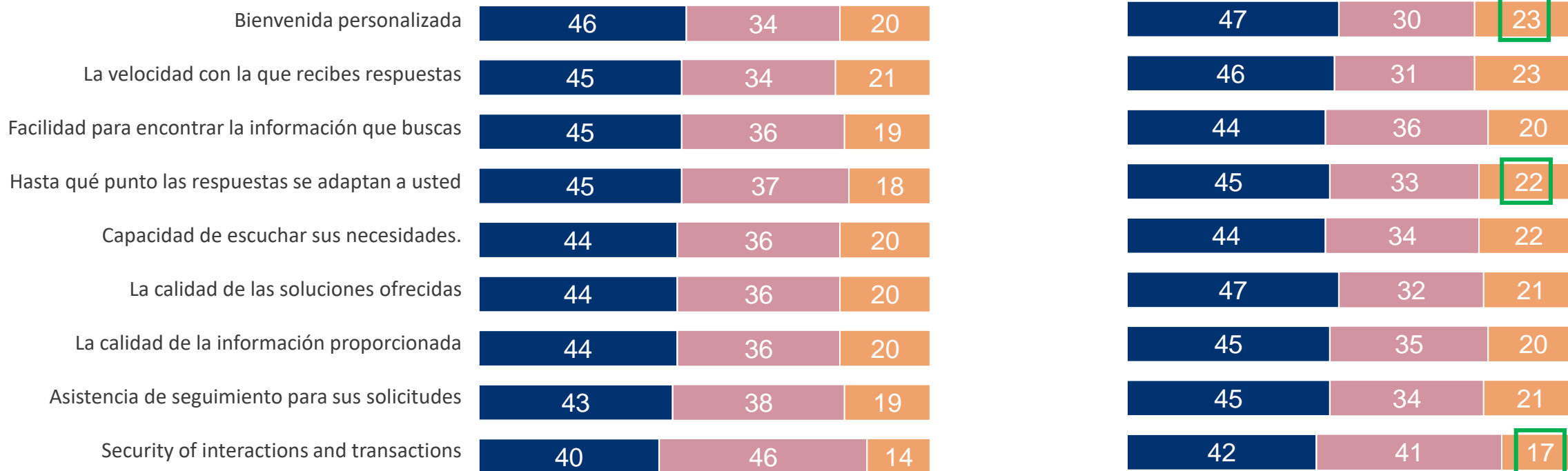


Pregunta: “Pensando en la última vez que estuviste en contacto con tu banco principal en un momento importante de tu vida, ¿sentiste...?”

(Base: quienes tuvieron contacto con su banco en un momento importante de su vida)



En todas las dimensiones, sólo una minoría de los clientes multibanco españoles cree que su banco principal ofrece el mejor servicio



Pregunta: “Y para cada uno de estos aspectos, de sus dos bancos (su banco principal y su banco secundario), ¿cuál cree que brinda el mejor servicio con respecto a los siguientes elementos?”

(Base: quienes tienen más de un banco)

Nueva pregunta

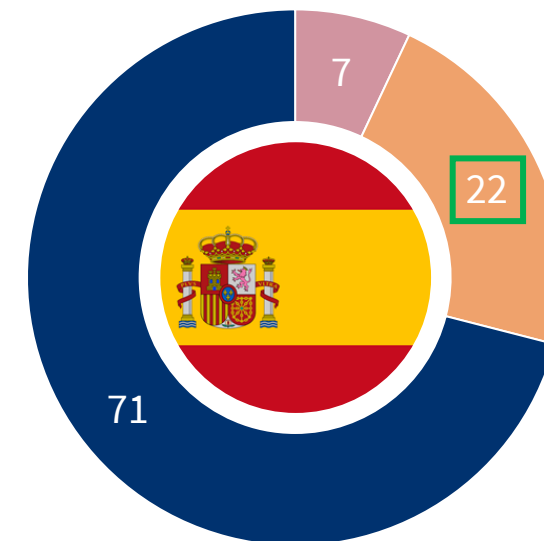
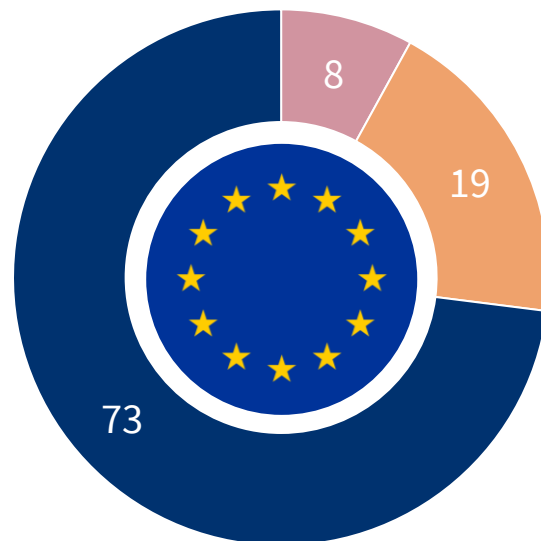


La proporción de clientes españoles que han cambiado de banco o tienen intención de hacerlo se acerca a la media europea

% « SI/QUERÍA HACERLO »: 27

% « SI/QUERÍA HACERLO »: 29

TOTALMENTE, NUNCA CONTACTO CON MI ASESOR BANCARIO
CASI, PORQUE RARA VEZ CONTACTO CON MI ASESOR BANCARIO
NO REALMENTE, NECESITO A MI ASESOR BANCARIO A VECES



Pregunta: “¿Has cambiado de banco en el último año?”

(Base: Todos los encuestados)

Nueva pregunta



Como ocurre con el europeo medio, los servicios más baratos son la principal motivación para cambiar de banco

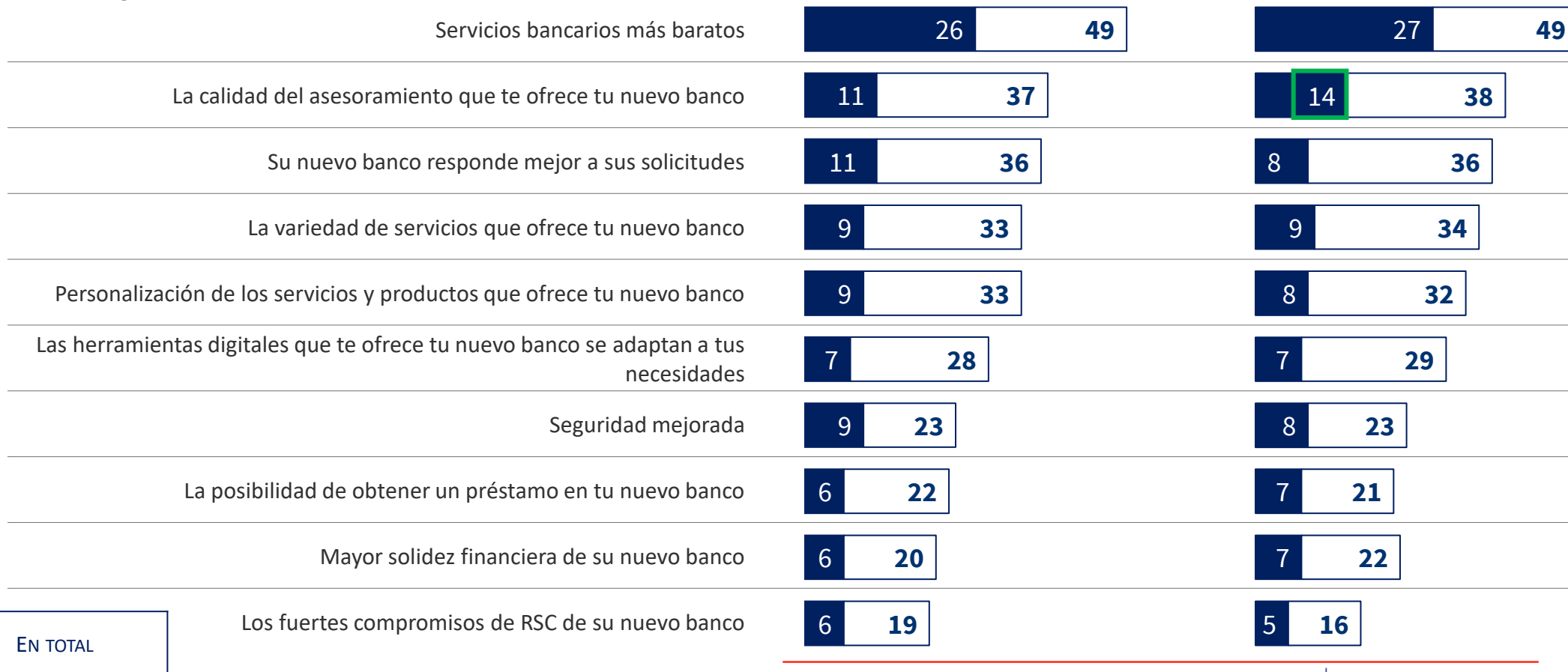


Pregunta : “¿Cuál de las siguientes razones le hizo querer cambiar de banco? ”

(Base : quienes cambiaron de banco o querían hacerlo) -

Total mayor de 100 por multirrespuesta

Nueva pregunta



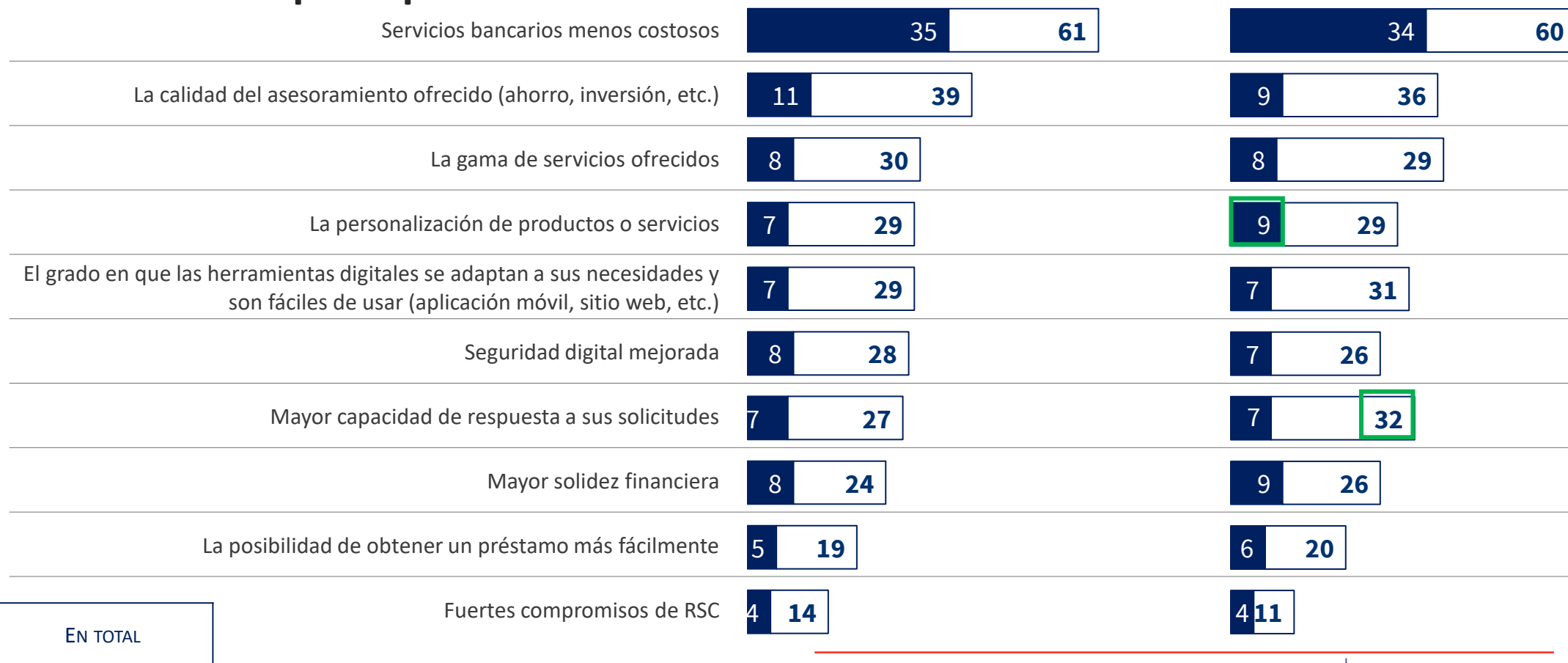


Pregunta : “Si tuvieras que cambiar de banco principal, ¿cuáles serían tus principales criterios de selección?”
(Base : Todos) - Total mayor de 100 por multirrespuesta



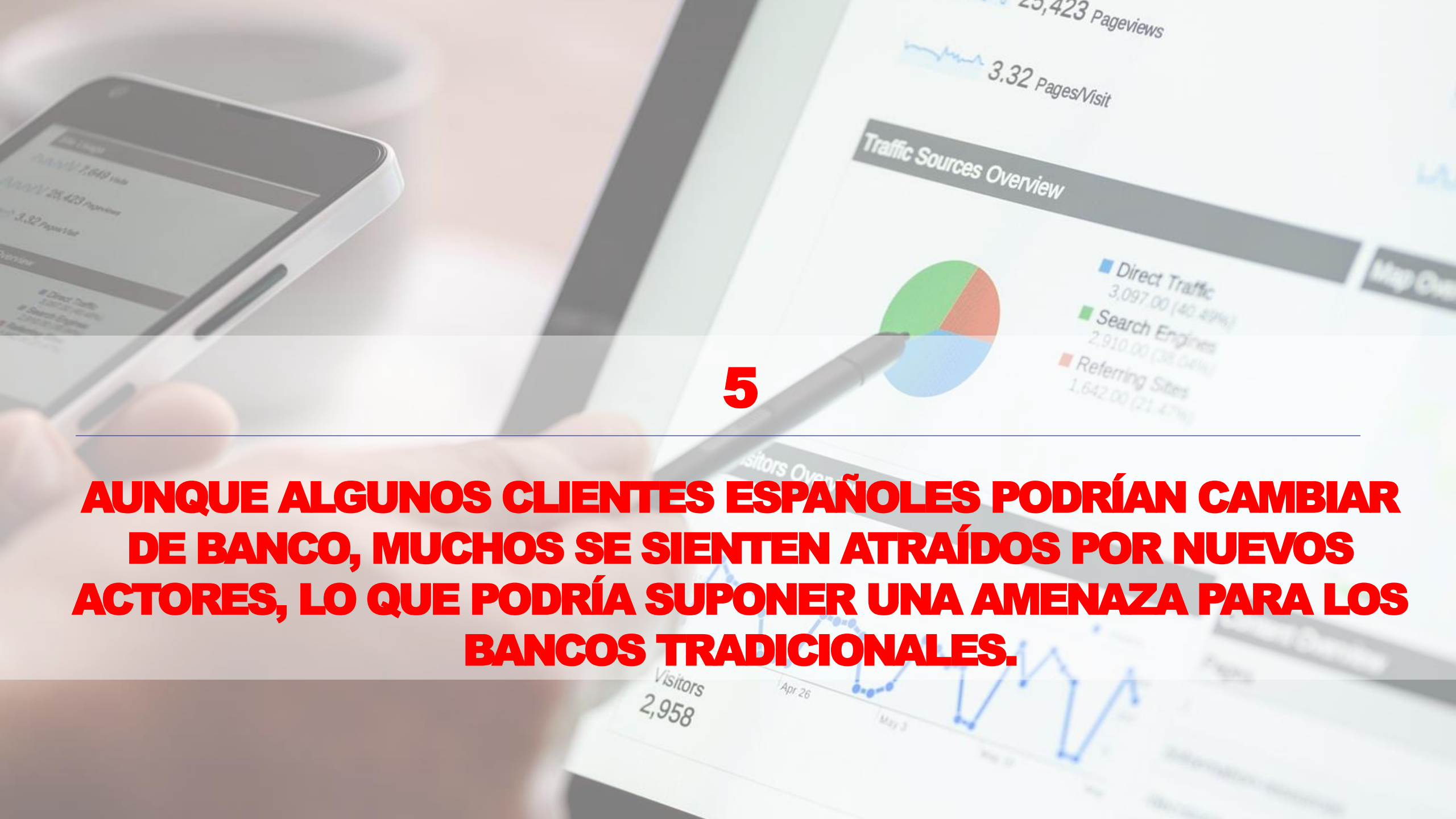
El coste es también el principal criterio para todos los clientes españoles a la hora de cambiar de banco principal

Nueva pregunta

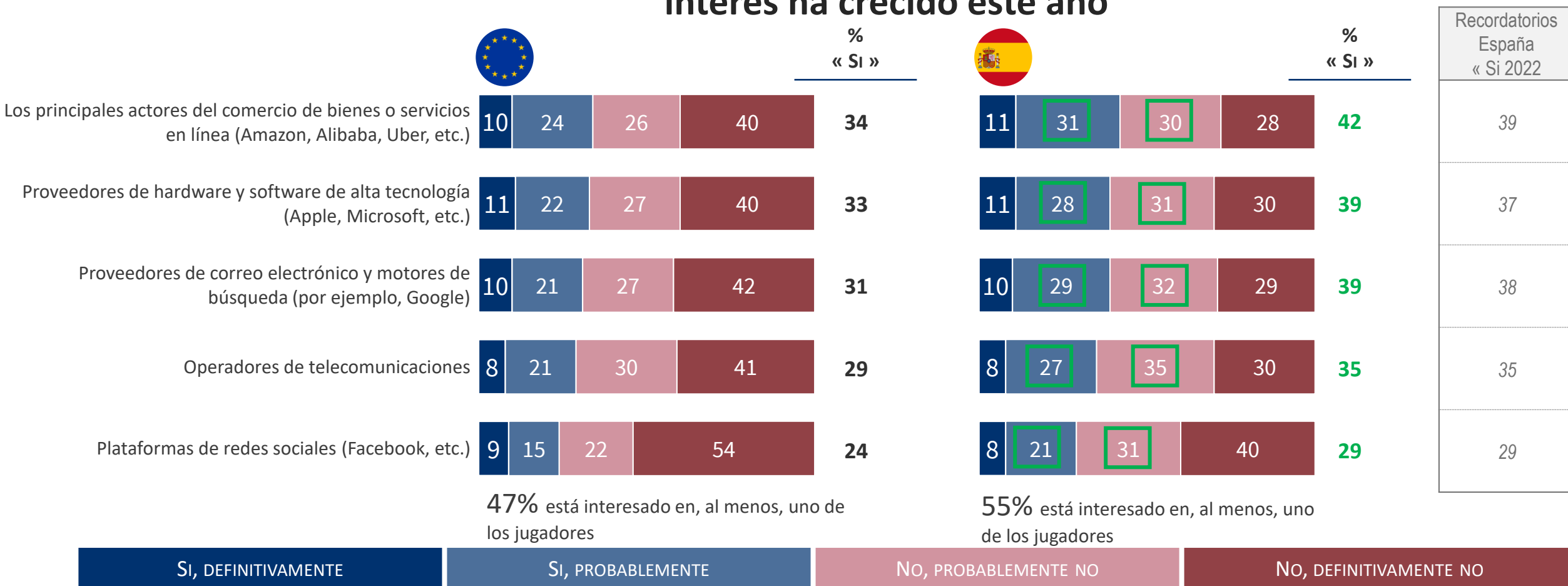


5

AUNQUE ALGUNOS CLIENTES ESPAÑOLES PODRÍAN CAMBIAR DE BANCO, MUCHOS SE SIENTEN ATRAÍDOS POR NUEVOS ACTORES, LO QUE PODRÍA SUPONER UNA AMENAZA PARA LOS BANCOS TRADICIONALES.



Los clientes españoles están más interesados en los nuevos jugadores que sus homólogos europeos. Este interés ha crecido este año



Pregunta: “¿Estaría dispuesto a tener una cuenta con cada uno de los siguientes jugadores si mañana ofrecieran productos financieros atractivos?”
(Base: todos)



Estos nuevos actores podrían ofrecer servicios más baratos y herramientas digitales más efectivas



Pregunta : “Marque todas las áreas en las que cree que estos nuevos jugadores podrían brindarle un mejor nivel de servicio que su(s) banco(s) actual(es)”.

(Base : Aquellos que podrían tener una cuenta con un nuevo jugador) - Total mayor de 100 por multirrespuesta

Nueva pregunta

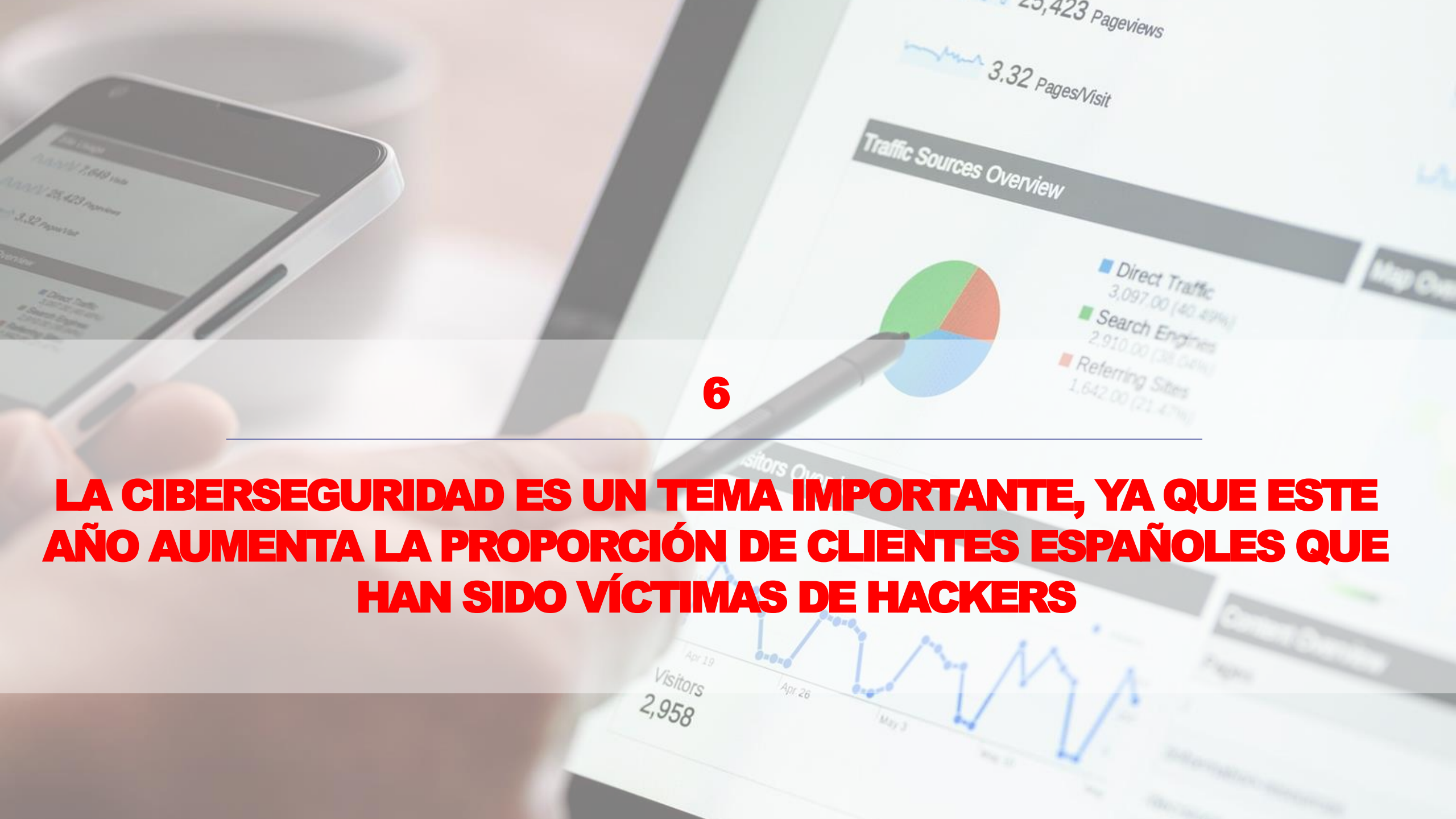


PRINCIPALMENTE

EN TOTAL

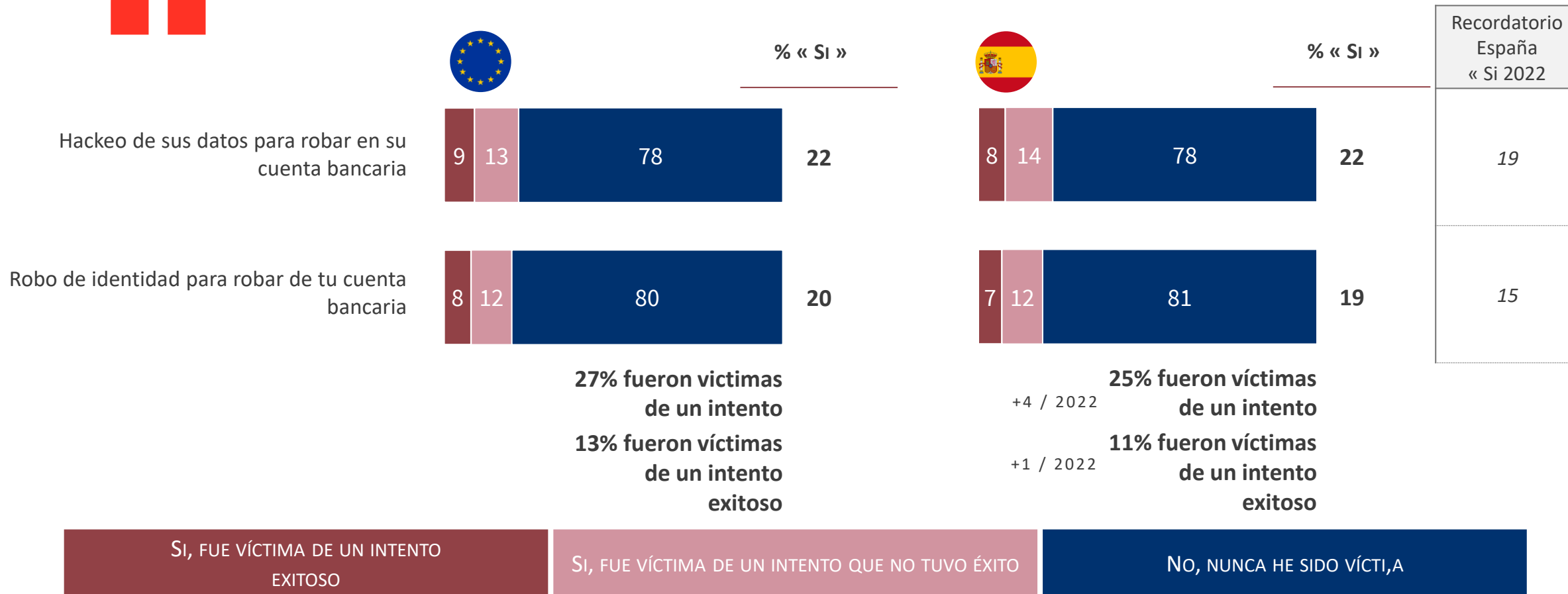
6

LA CIBERSEGURIDAD ES UN TEMA IMPORTANTE, YA QUE ESTE AÑO AUMENTA LA PROPORCIÓN DE CLIENTES ESPAÑOLES QUE HAN SIDO VÍCTIMAS DE HACKERS





Los clientes españoles han sido más víctimas hackers que en 2022



 **Pregunta:** “¿Alguna vez ha sido víctima de alguna de las siguientes situaciones?”

(Base: Todos los encuestados)

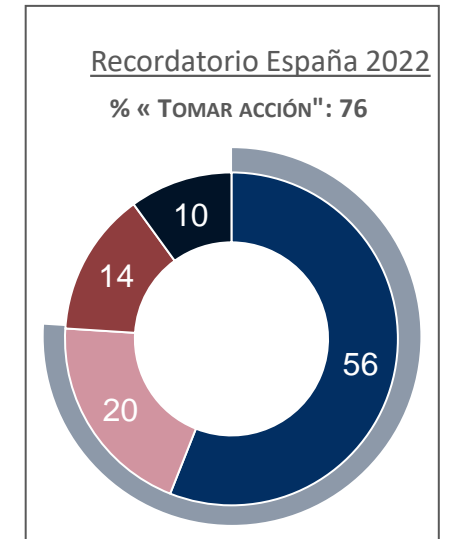
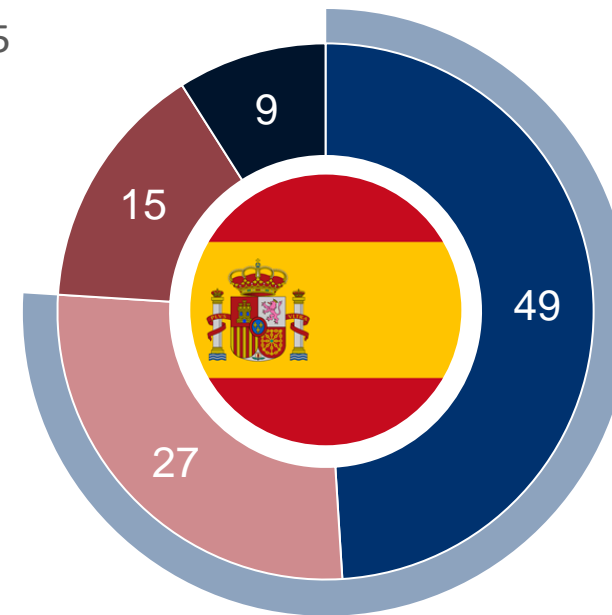
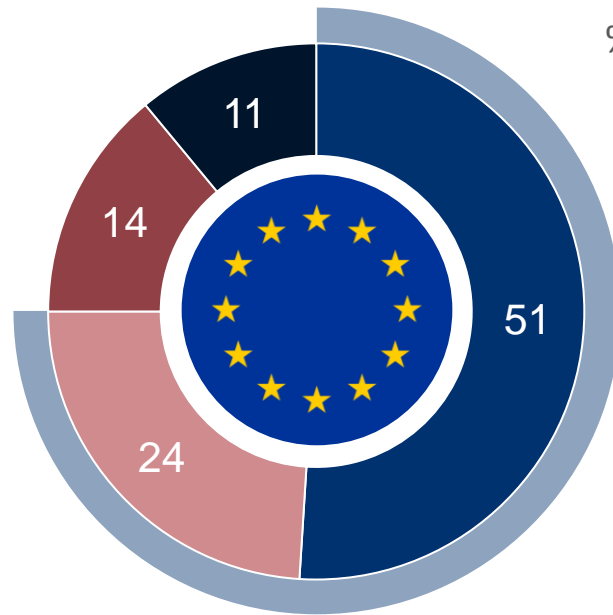
Nueva pregunta



Los clientes españoles que han sido hackeados están cerca de la media europea, pero este año son menos positivos sobre la eficacia de la respuesta de su banco.



Pregunta: " ¿Y cuál fue la reacción de su banco ante las consecuencias del hackeo? (Base: quienes han sido hackeados)



TOMARON ACCIONES Y FUERON EFECTIVAS	TOMARON ACCIONES, PERO NO FUERON EFECTIVAS	NO TOMARON ACCIONES, PERO DEBIERON HACERLO	NO HUBO NECESIDAD DE TOMAR ACCIONES
-------------------------------------	--	--	-------------------------------------

7

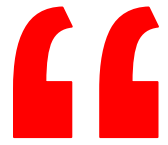
**AUMENTO SIGNIFICATIVO ESTE AÑO DEL INTERÉS POR LOS
DISTINTOS SERVICIOS ANALIZADOS, POR ENCIMA DE LA MEDIA
EUROPEA**





7A

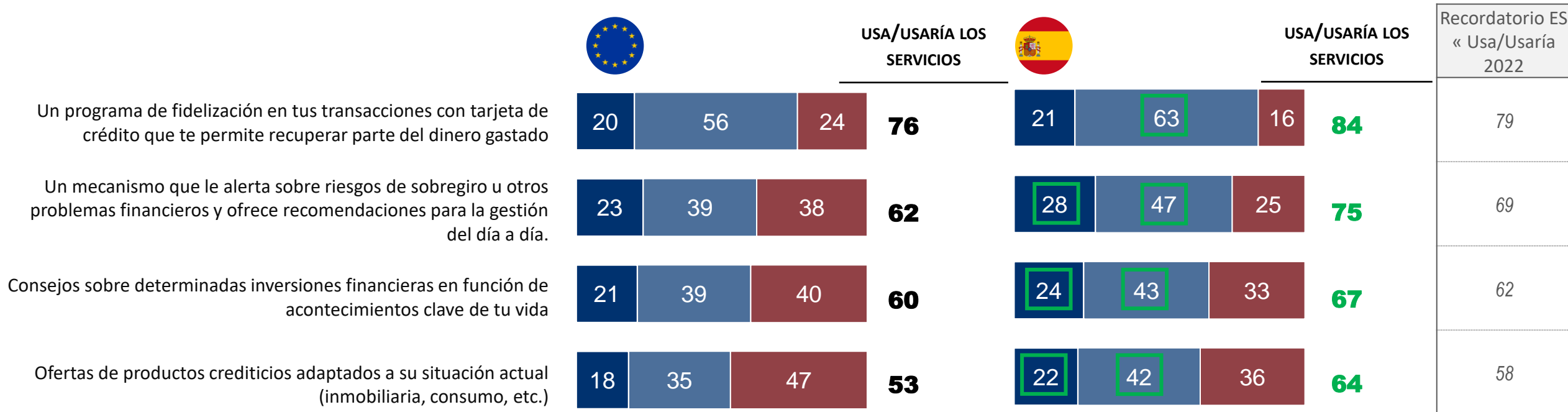
EN LA VIDA COTIDIANA, EXISTE UN INTERÉS FUERTE Y CRECIENTE EN PROGRAMAS QUE AYUDAN A AHORRAR DINERO Y PERSONALIZAR SU EXPERIENCIA BANCARIA.



Los consumidores españoles están aumentando su interés en servicios bancarios, más que la media europea.



Pregunta : « Si su banco le ofreciera los siguientes servicios, ¿estaría dispuesto a utilizarlos? »
(Base : TODOS)





7A

MÁS INTERÉS EN SERVICIOS SIMPLIFICADOS QUE EN 2022 Y POR ENCIMA DE LA MEDIA EUROPEA

Madurez Digital del Sector Bancario

2023



El atractivo de los servicios de simplificación de pagos para los clientes españoles ha aumentado este año y se sitúa sistemáticamente por encima de la media.



Pregunta : «Si su banco le ofreciera los siguientes servicios, ¿estaría dispuesto a utilizarlos?»
(Base : Todos)

Nuevo ítem

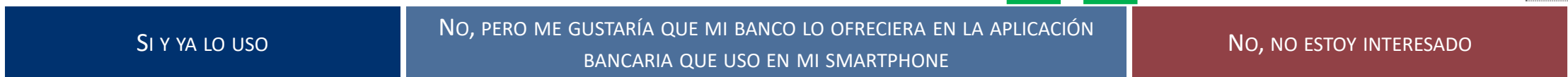
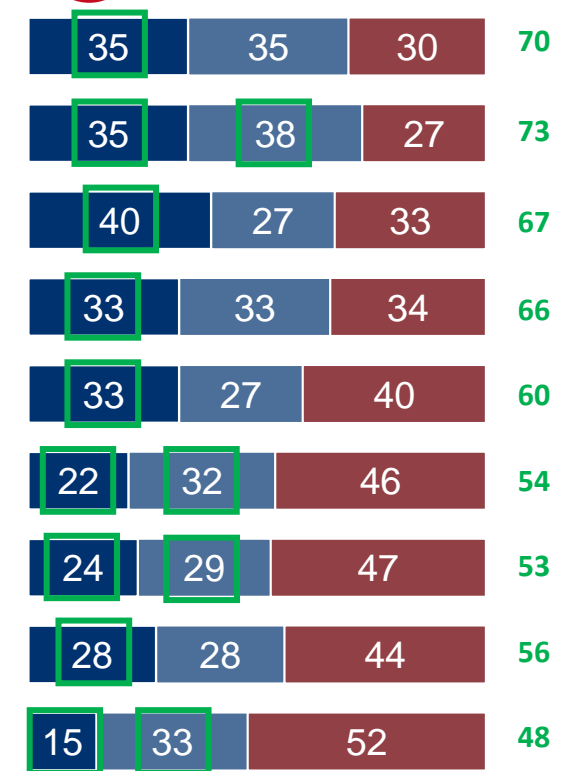
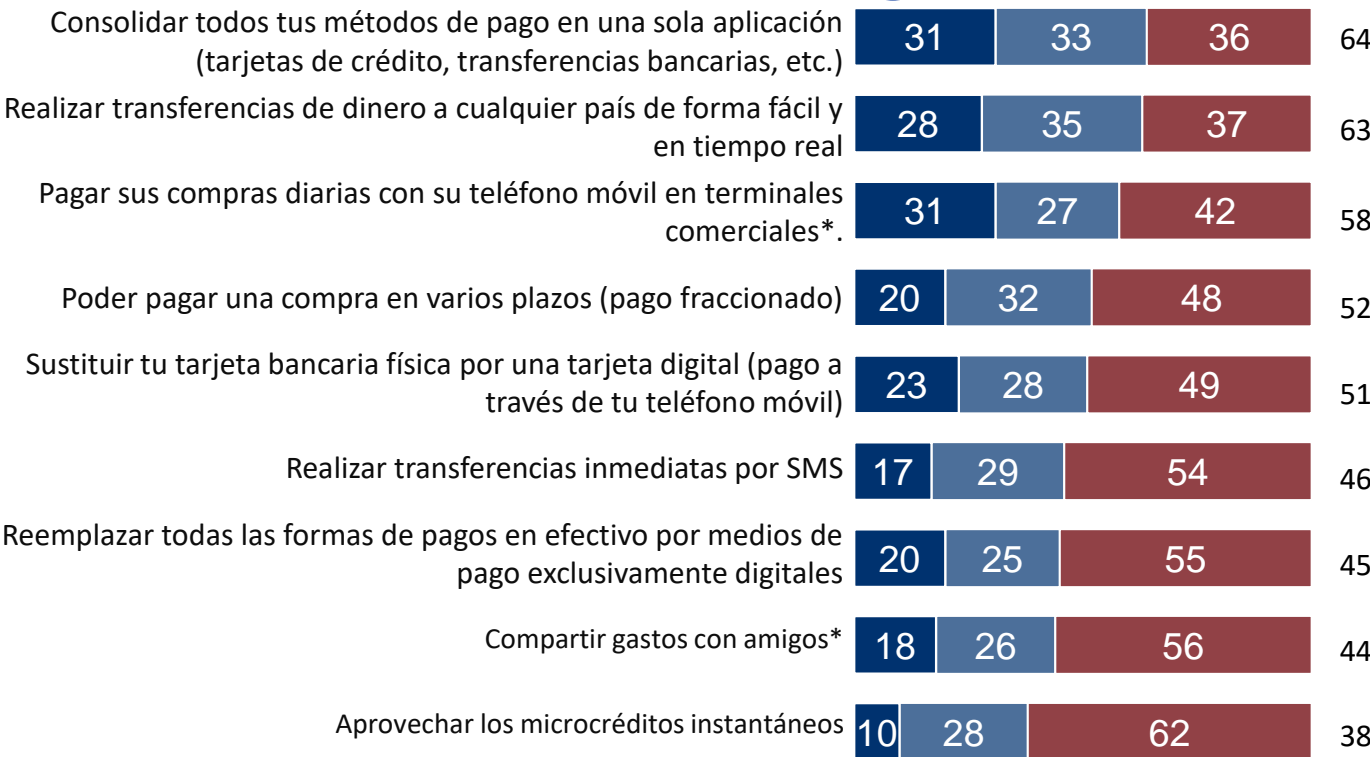
Recordatorio ES « Usa/Usaría 2022
65
70
-
65
58
53
50
-
49



USA/USARÍA LOS SERVICIOS



USA/USARÍA LOS SERVICIOS





7C

MAYOR INTERÉS EN CONTACTAR CON UN ASESOR BANCARIO EN CUALQUIER MOMENTO

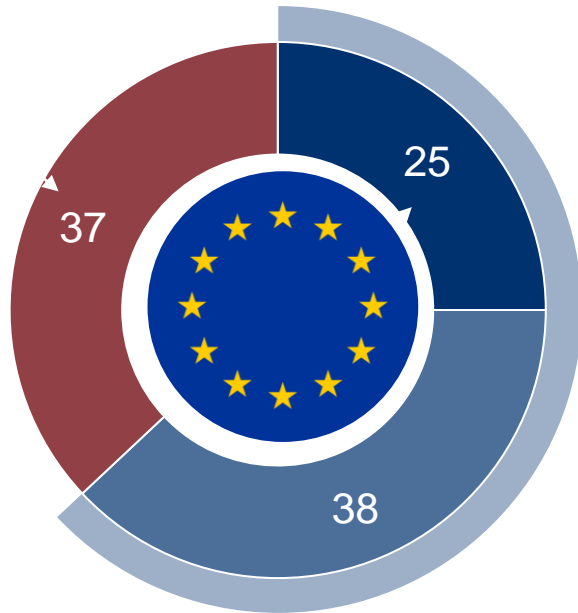


El interés por poder hablar con un asesor bancario en cualquier momento está aumentando en España.

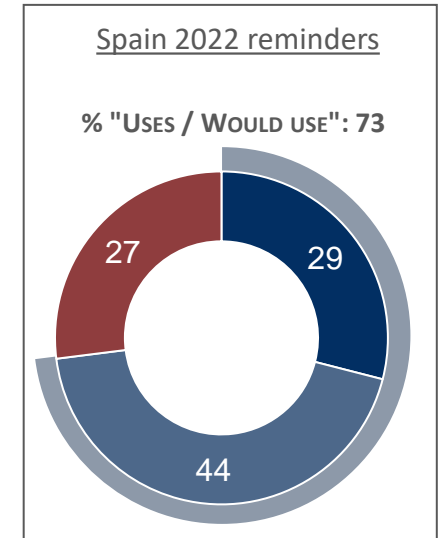
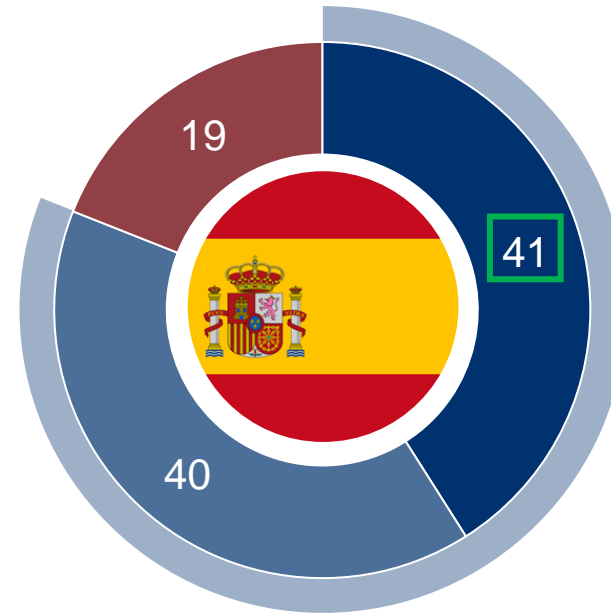


Pregunta : «Si su banco le ofreciera los siguientes servicios, ¿estaría dispuesto a utilizarlos? »
(Base : Todos)

% 'USA/USARÍA LOS SERVICIOS ": 63



% 'USA/USARÍA LOS SERVICIOS ": 81



SI Y YA LO USO	NO, PERO ME GUSTARÍA QUE MI BANCO LO OFRECIERA EN LA APLICACIÓN BANCARIA QUE USO EN MI SMARTPHONE	NO, NO ESTOY INTERESADO
----------------	---	-------------------------



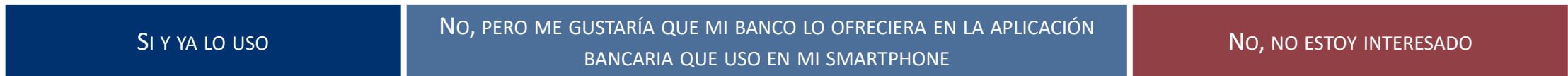
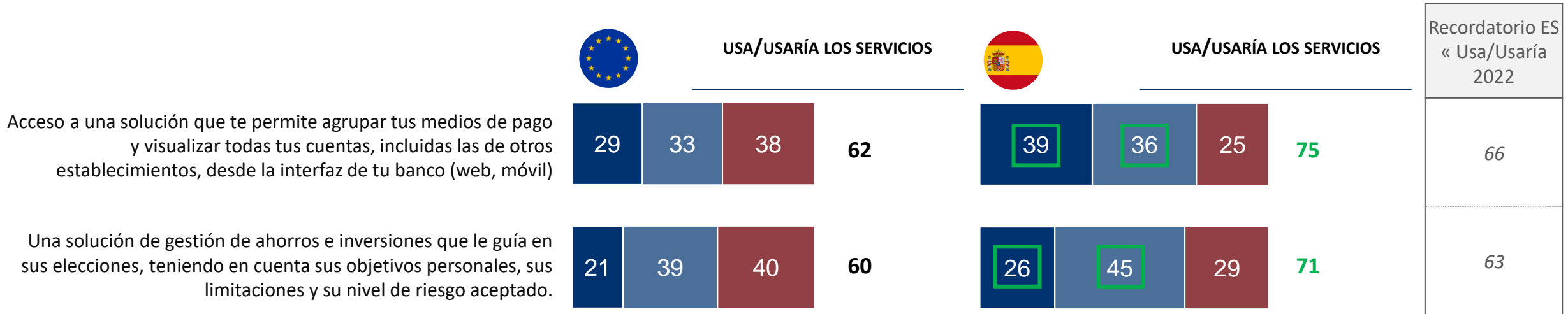
7D

MAYOR INTERÉS POR SERVICIOS QUE PERMITAN AHORRAR Y GESTIONAR MEJOR: SEÑAL DE UNA ATRACCIÓN MUY FUERTE POR LOS SERVICIOS PERSONALIZADOS.

“ Un aumento significativo del interés por soluciones que ahorren dinero y tiempo en procesos administrativos, así como la agrupación de métodos de pago.



Pregunta : « Si su banco le ofreciera los siguientes servicios, ¿estaría dispuesto a utilizarlos? »
(Base : Todos)





7E

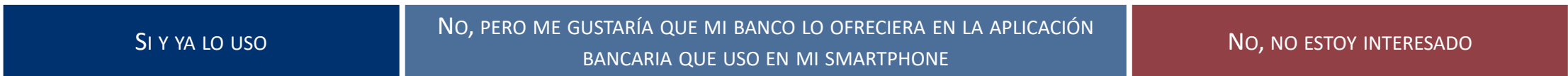
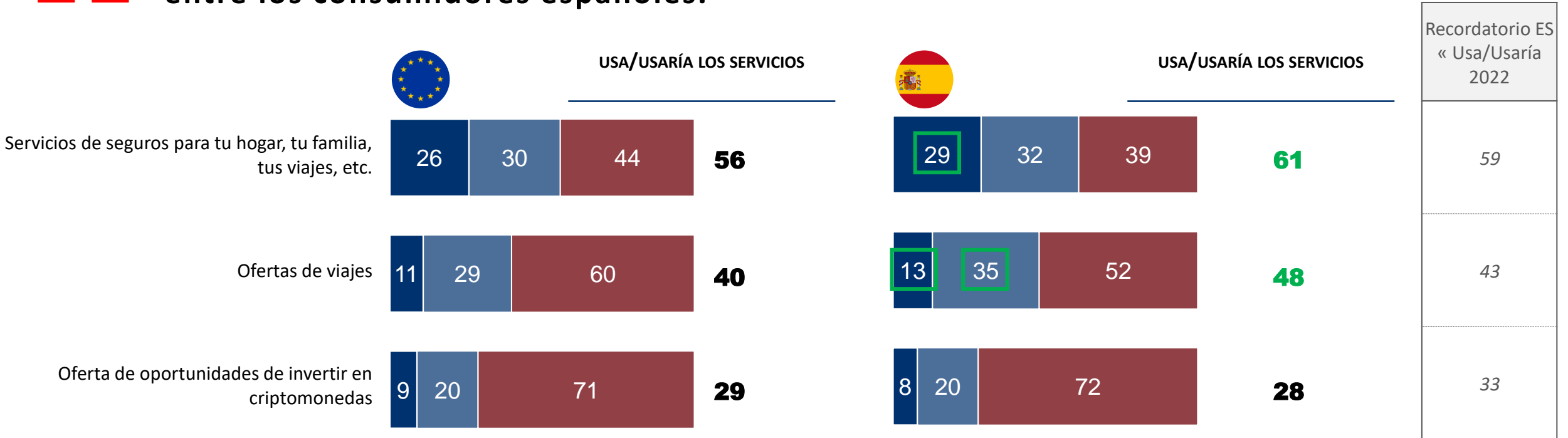
AUMENTA EL INTERÉS DE LOS CLIENTES ESPAÑOLES POR LOS SERVICIOS NO BANCARIOS



A excepción de las criptomonedas, el interés por los servicios no bancarios está creciendo entre los consumidores españoles.



Pregunta : « Si su banco le ofreciera los siguientes servicios, ¿estaría dispuesto a utilizarlos? »
(Base : Todos)





Los españoles más interesados en servicios bancarios diferentes son:

PERFIL SOCIO DEMOGRÁFICO



Hombre



Personas jóvenes
(menos de 35)



Managers y profesionales
intermedos

PERFIL BANCARIO



Personas que tienen varios bancos y tienen una cuenta tanto en un banco tradicional como en un banco online



Personas que han invertido en criptomonedas



Gente que ha cambiado de banco o quería hacerlo en el último año... y que está interesada en los nuevos jugadores



25,423 Pageviews

3.32 Pages/Visit

Traffic Sources Overview

- Direct Traffic
3,097.00 (40.49%)
- Search Engines
2,910.00 (38.04%)
- Referring Sites
1,642.00 (21.47%)

8

Visitors Overview



LA INVERSIÓN EN CRIPTOMONEDAS ESTÁ DISMINUYENDO ESTE AÑO

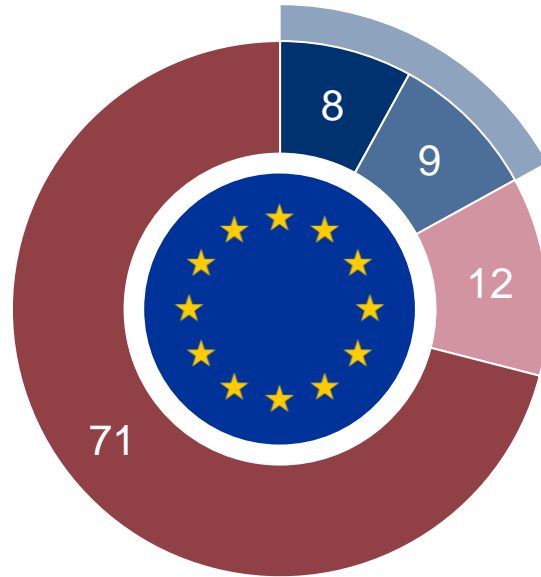


El interés por las criptomonedas disminuye ligeramente en España desde el año pasado



Pregunta: « Alguna vez has invertido en criptomonedas? »
(Base: Todos)

% « SI »: 17



% « SI »: 14

-2 / 2022



SI, VARIAS VECES

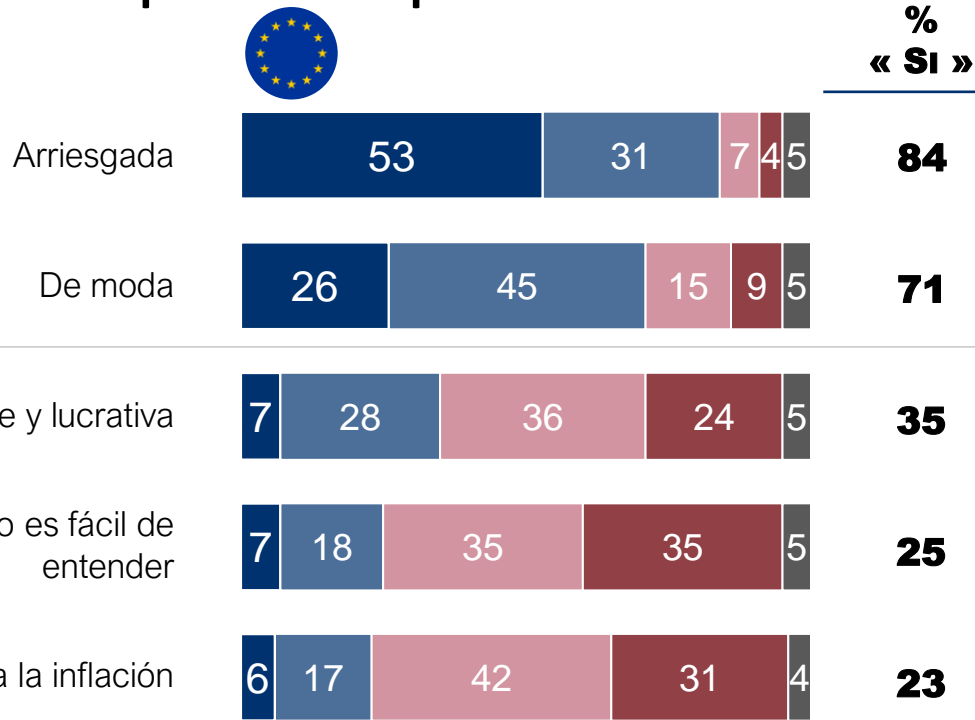
SI, UNA VEZ

NO, PERO QUIERO HACERLO

NO, Y NO QUIERO HACERLO



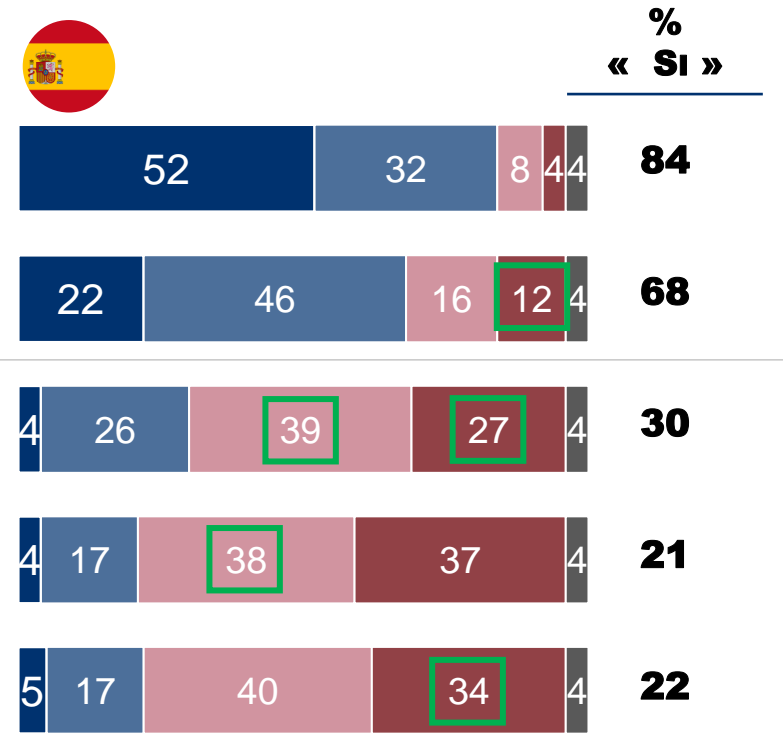
Los clientes españoles tienen una percepción más negativa de las criptomonedas que el europeo medio.



Pregunta: " En cuanto a las criptomonedas, ¿dirías que es una inversión...? "

(Base: Todos)

Nueva pregunta



9

LAS CREDENCIALES MEDIOAMBIENTALES DE LOS BANCOS SIGUEN SIENDO UNA CONSIDERACIÓN IMPORTANTE PARA LOS CLIENTES ESPAÑOLES, PERO HAN DISMINUIDO ESTE AÑO

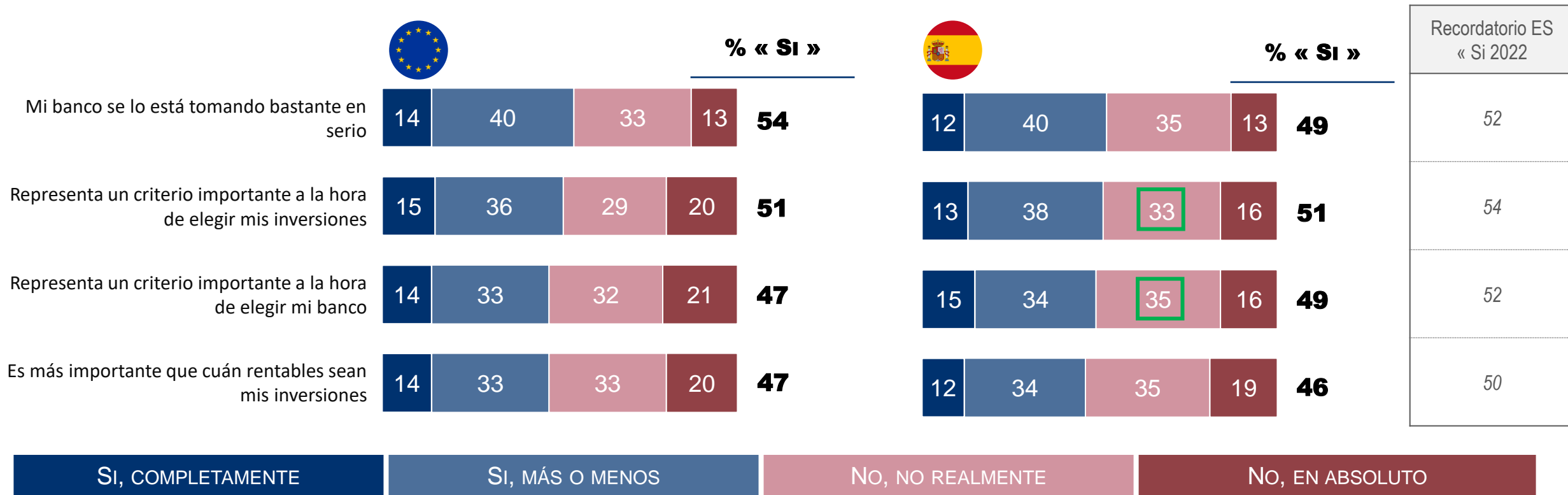




En un contexto de inflación, los clientes españoles ven el compromiso de los bancos en la lucha contra el calentamiento global menos importante que el año pasado



Pregunta : “¿Estás de acuerdo con las siguientes propuestas? Siento que la lucha contra el calentamiento global:”
(Base : Todos)

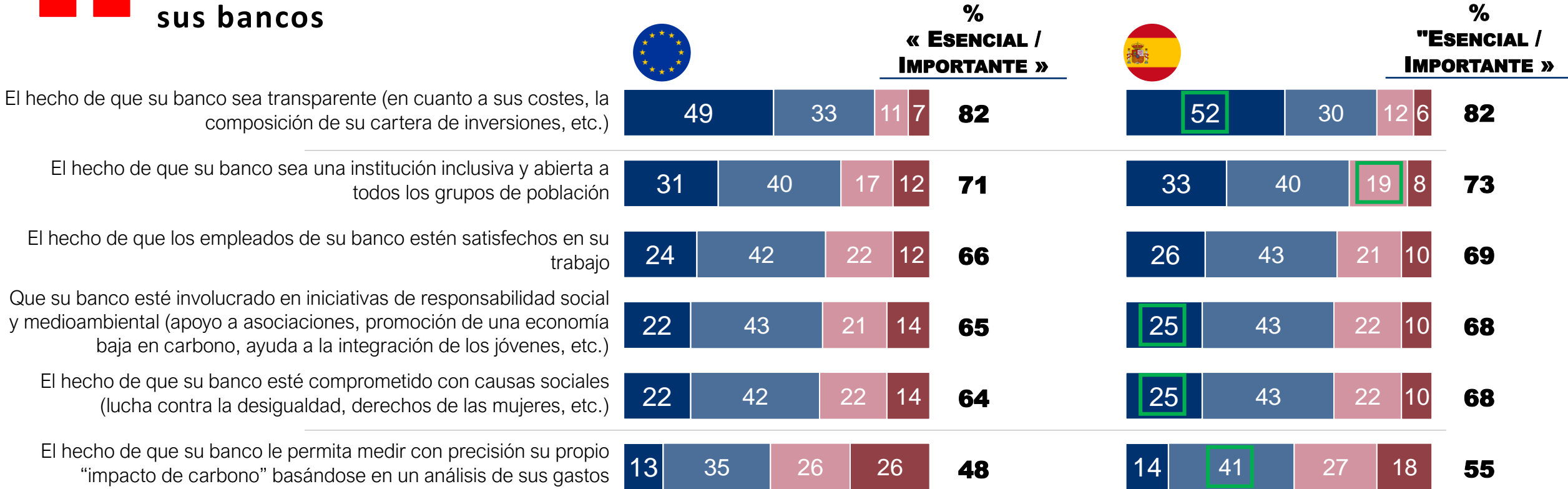


Como muchos europeos, los clientes españoles suelen tener altas expectativas de sus bancos



Pregunta: " ¿Diría que los siguientes criterios son importantes o no para usted a la hora de elegir un banco? "
(Base: Todos)

Nueva pregunta



Nueva pregunta

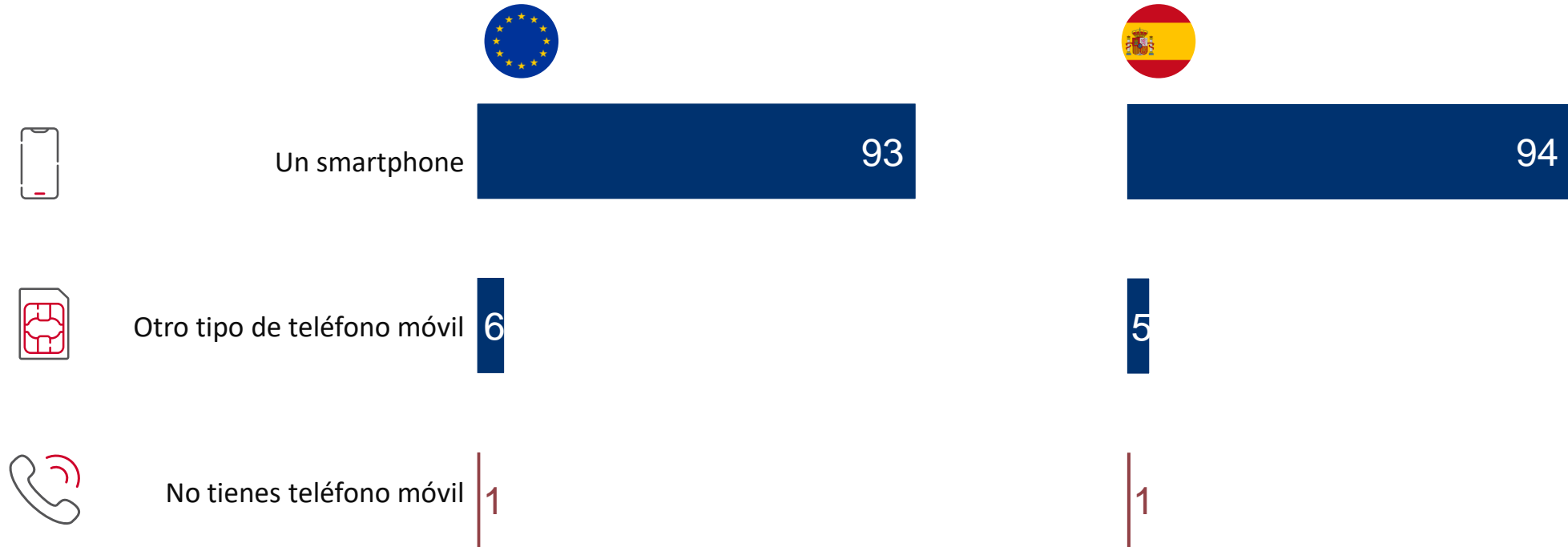
10

FUERTE INTERÉS DE LOS CLIENTES DE BANCA ESPAÑOLA POR TODAS LAS APLICACIONES DE BANCA PARA SMARTPHONES





**Los equipos telefónicos están
ampliamente disponibles en Europa
y España.**



Pregunta: " ¿Qué tipo de modelo de teléfono móvil tienes? "

(Base: Muestra entera)

Nueva pregunta



En un contexto de rápida digitalización, todos los servicios bancarios para teléfonos inteligentes están atrayendo un gran interés, especialmente aquellos relacionados con la seguridad de su aplicación bancaria.



Pregunta: " Para cada uno de los siguientes servicios, ¿diría esto? "

(Base: Muestra entera)

Nueva pregunta

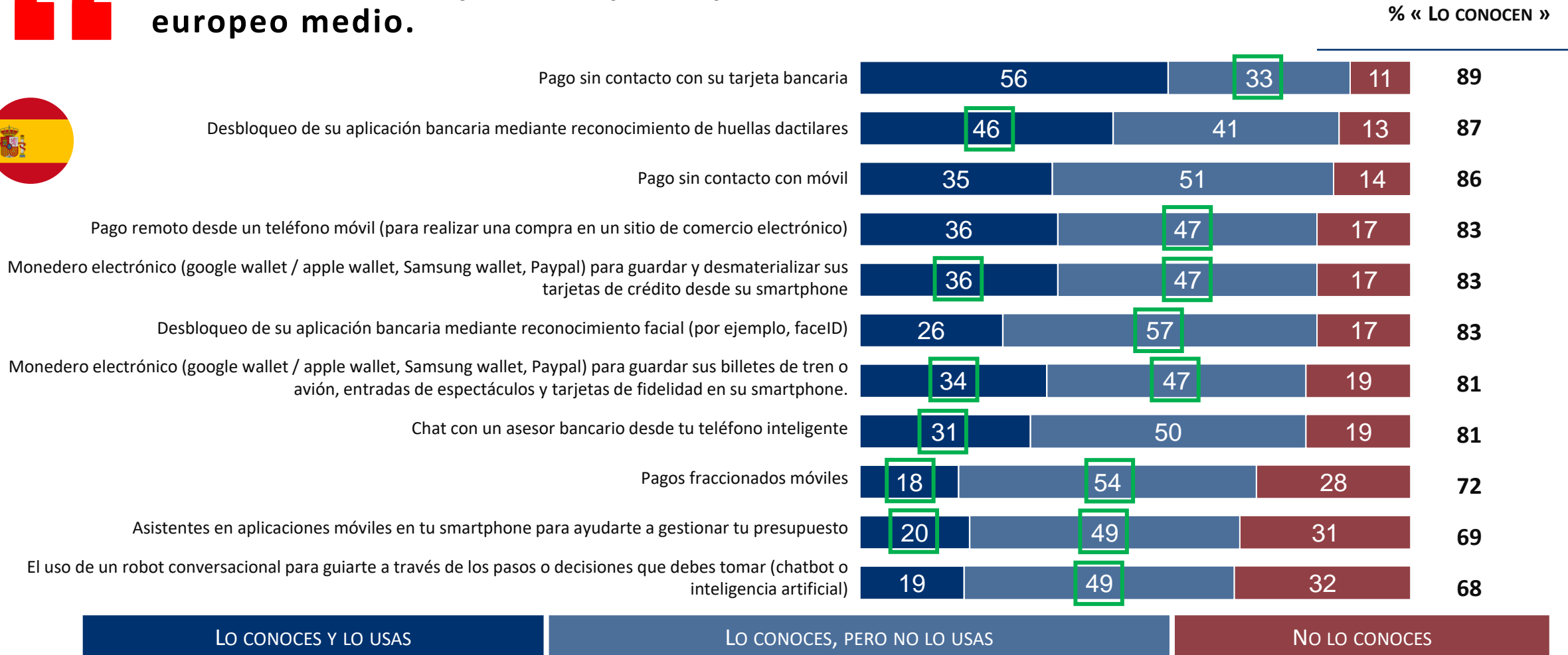




Este interés es mayor en España que en el europeo medio.



Pregunta: " Para cada uno de los siguientes servicios, ¿diría esto? "
(Base: Todos)
Nueva pregunta



ANEXOS



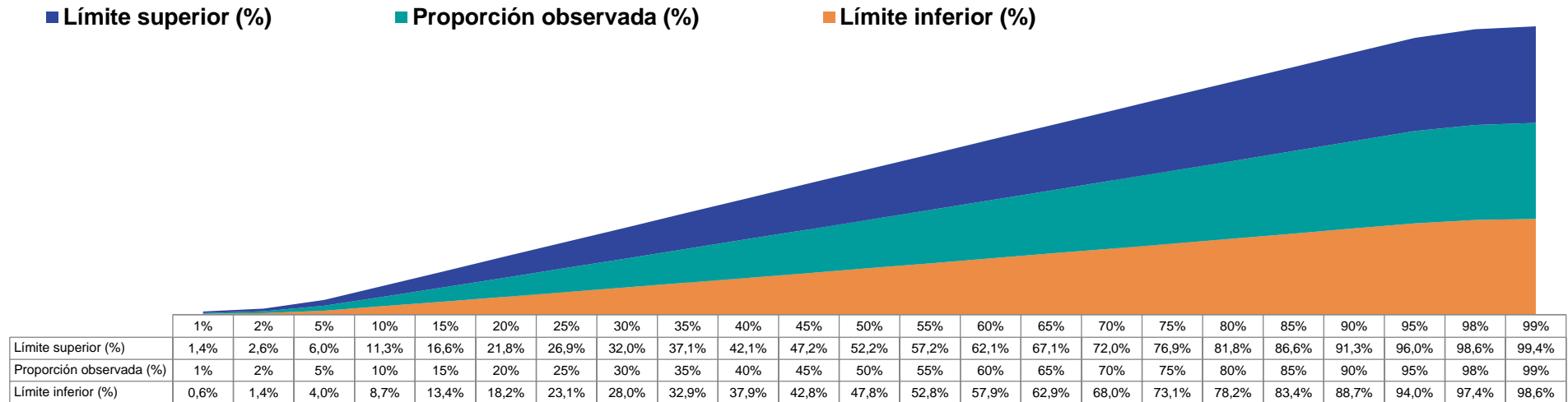
Fiabilidad de los resultados

Hoja de calculo

En el caso de este estudio:

- Intervalo de confianza: **95%**.
- Tamaño de la muestra: **2,000**

Las proporciones observadas están entre:





Códigos profesionales, certificación de calidad, almacenamiento y protección de datos

Ipsos es miembro de los siguientes organismos profesionales franceses y europeos de investigación de mercados y de opinión:

- ❑ **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), la asociación profesional de empresas de investigación de mercados en Francia
- ❑ **ESOMAR** (www.esomar.org), Sociedad Europea de Opinión e Investigación de Mercados

Ipsos Francia se compromete a aplicar el **Código ICC/ESOMAR** de Investigación de Mercados y Opinión. Este código define las normas éticas de los profesionales de la investigación de mercados y establece las medidas de protección a disposición de los entrevistados.

Ipsos France se compromete a cumplir las leyes aplicables. Ipsos ha designado un Delegado de Protección de Datos y ha implementado un plan de cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (Reglamento (UE) 2016/679). Para obtener más información sobre nuestra política de protección de datos personales: <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

Salvo que exista un compromiso contractual específico, el plazo de conservación de los datos personales de las personas entrevistadas en el marco de un estudio es:



- 12 meses después de la fecha de finalización de un estudio Ad Hoc
- 36 meses después de la fecha de finalización de cada ola de un estudio recurrente

Ipsos Francia está certificada **ISO 20252**: Investigación de mercado por la certificación AFNOR



- Este documento ha sido elaborado respetando dichos códigos y normas internacionales. Los elementos técnicos relativos al estudio se pueden encontrar en la descripción de la metodología o en la ficha técnica del informe del estudio.
- Este estudio se realizó cumpliendo con estos códigos y estándares internacionales.

Fiabilidad de los resultados

Encuestas online autoadministradas

La confiabilidad general de una encuesta es el resultado de controlar todos los componentes del error, razón por la cual Ipsos impone controles y procedimientos estrictos en cada etapa de una encuesta.

ANTES DE LA RECOGIDA

- ❑ **Muestra:** estructura y representatividad
- ❑ **Cuestionario:** el cuestionario se redacta de acuerdo con una norma de redacción que comprende 12 normas obligatorias. Es releído y validado por un nivel superior y luego enviado al cliente para su validación final. La programación (o guión del cuestionario) es probada por al menos 2 personas y luego validada.

EN EL MOMENTO DE LA RECOGIDA

- ❑ **Muestreo:** Ipsos impone reglas muy estrictas sobre el uso de sus bases de muestreo con el fin de maximizar la aleatoriedad de la selección de la muestra: muestreo aleatorio, tasa de solicitud, tasa de participación, abandono en curso, fuera del objetivo, etc.

- ❑ **Monitoreo de campo:** la recopilación de datos se monitorea y controla (enlace exclusivo o control de la dirección IP, penetración, duración de la entrevista, consistencia de las respuestas, monitoreo del comportamiento de los panelistas, tasa de participación, número de recordatorios, etc.).

DESPUÉS DE LA RECOGIDA

- ❑ Los resultados se analizan mediante métodos de análisis estadístico (intervalos de confianza versus tamaño de muestra, pruebas de significancia). Los resultados iniciales se comparan sistemáticamente con los resultados brutos de la recopilación de datos. También se comprueba la coherencia de los resultados (en particular, los resultados observados frente a las fuentes de comparación que tenemos).
- ❑ En el caso de la ponderación de la muestra (método de calibración de márgenes), ésta es verificada por los equipos de procesamiento (DP) y luego validada por los equipos de investigación.

SOBRE IPSOS

Ipsos es el tercer grupo de investigación de mercados más grande del mundo. Con presencia efectiva en 90 mercados, emplea a más de 18.000 personas y tiene capacidad para realizar programas de investigación en más de 100 países.

Nuestros profesionales de investigación, analistas y científicos han creado un grupo sólido en torno a un posicionamiento único de múltiples especialidades: investigación de mercados, opinión, ciudadanos, pacientes, gestión de relaciones entre clientes y empleados. Nuestras 75 soluciones se basan en datos primarios de nuestras encuestas, monitoreo de redes sociales y técnicas cualitativas u observacionales.

"Game Changers", nuestro eslogan, resume nuestra ambición de ayudar a nuestros 5000 clientes a navegar más fácilmente en nuestro mundo en rápida evolución.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext París desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma parte del índice SBF 120 y del índice Mid-60 y puede acogerse al Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

En un mundo que cambia rápidamente, confiar en datos fiables para tomar las decisiones correctas nunca ha sido más importante.

En Ipsos creemos que nuestros clientes buscan algo más que un simple proveedor de datos. Necesitan un verdadero socio que pueda brindarles información precisa y relevante y convertirla en conocimiento práctico.

Es por eso que nuestros expertos, curiosos y apasionados, entregan las mediciones más precisas para extraer la información que nos brindará una verdadera comprensión de la Sociedad, los Mercados y las Personas.

Combinamos nuestra experiencia con lo mejor en ciencia y tecnología, y aplicamos nuestros cuatro principios de seguridad, simplicidad, velocidad y sustancia a todo lo que producimos.

Permitir a nuestros clientes actuar con mayor rapidez, ingenio y audacia. La clave del éxito se puede resumir en una simple verdad: "ACTÚAS MEJOR CUANDO ESTÁS SEGURO*".

*Para tomar las decisiones correctas, es necesario estar seguro.

CHANGERS



GAME CHANGERS



sopra **steria**
sopra **steria**
A European Tech Leader