



En colaboración con



Utilización de la banca online

Segunda ola, marzo de 2013



Introducción

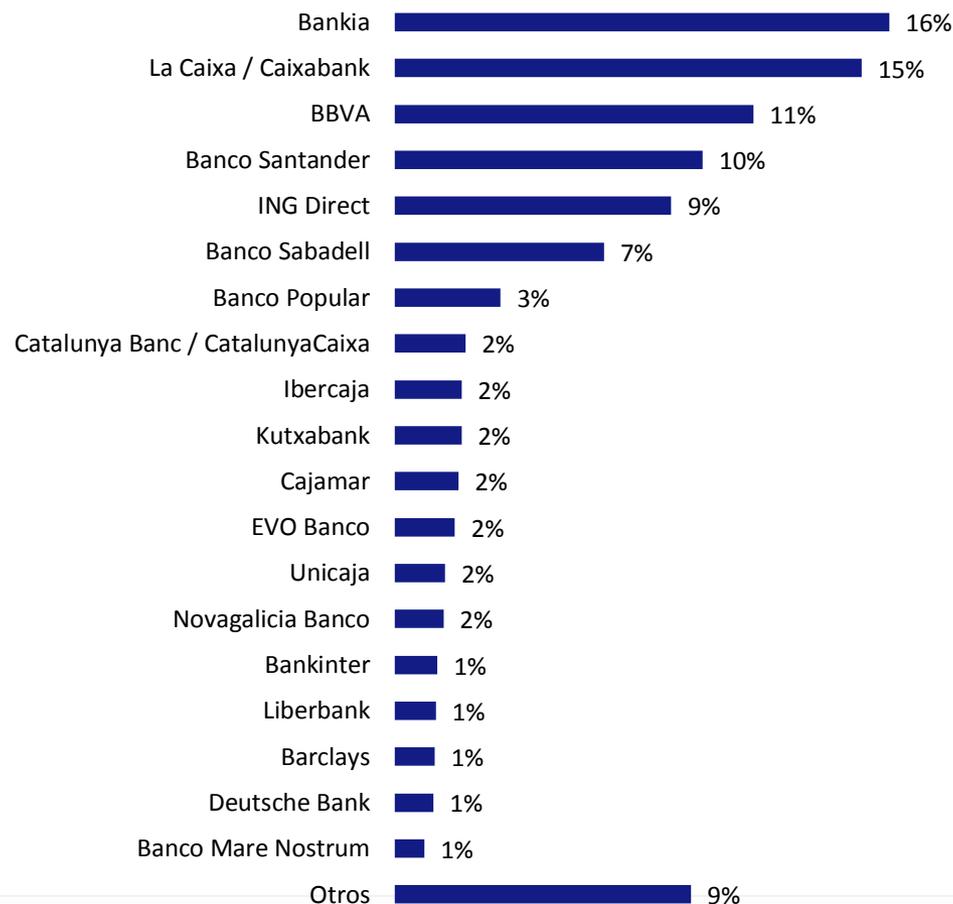
- El presente estudio es el resultado de una **segunda ola** de una encuesta que se lanzó en 2012. Su objetivo es el de dar a conocer las actitudes y comportamientos de los consumidores en relación a los bancos y cajas con los que trabajan.
- La encuesta fue contestada por **3.257 usuarios del comparador financiero Bankimia**. Un consumidor que accede a internet de manera diaria y desea cambiar los patrones de acción desarrollados por las generaciones pasadas.

FICHA TÉCNICA			
<p>2013</p> <p>3.257 usuarios de comparadores financieros</p> <p>Datos ponderados según sexo y edad en relación a la ola de 2012.</p>	  <p>65% 35%</p>	<p>Edad:</p> <p>18 a 24 años: 4%</p> <p>25 a 34 años: 27%</p> <p>35 a 44 años: 34%</p> <p>44 a 54 años: 24%</p> <p>Más de 54 años: 12%</p>	<p>Fechas de campo: del 18 de octubre al 28 de noviembre de 2013</p>
<p>2012</p> <p>3.466 usuarios de comparadores financieros</p>	  <p>65% 35%</p>	<p>Edad:</p> <p>18 a 24 años: 4%</p> <p>25 a 34 años: 27%</p> <p>35 a 44 años: 34%</p> <p>44 a 54 años: 24%</p> <p>Más de 54 años: 12%</p>	<p>Fechas de campo: del 20 de noviembre al 12 de diciembre de 2012</p>
<p>Entrevista C.A.W.I. (Sistema Autoadministrado de Encuesta Online).</p>			

Clientes de...

Los encuestados respondieron la encuesta en función de cuál era su banco principal (con el que más operaciones realizan o tienen más productos contratados).

Entre los usuarios de Bankimia destacan los porcentajes de clientes de bancos como **Bankia** (16%), **Caixabank** (15%), **BBVA** (11%) y **Banco Santander** (10%).



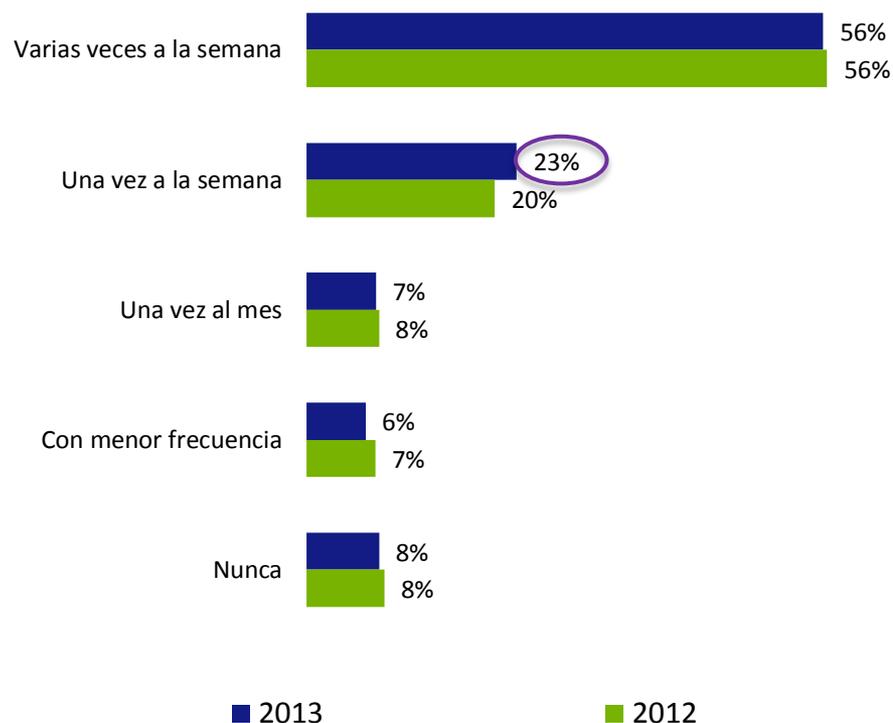
Base usuarios de Bankimia 2013: 3.257

Pregunta: ¿Y cuál dirías que es tu entidad financiera principal? (Con la que más operaciones realizas o con la que más productos tienes contratados)

Frecuencia de acceso a la web de la entidad

En 2013, el **56%** de los usuarios de Bankimia se conecta a la web de su entidad varias veces a la semana.

La frecuencia de utilización de la banca online se ha mantenido relativamente estable en relación a los datos de 2012.



Diferencias significativas positivas al 95%:



Base usuarios de Bankimia 2013: 3.257

Base usuarios de Bankimia 2012: 3.466

Pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a la página web de [banco principal]?

Diferencias según perfil

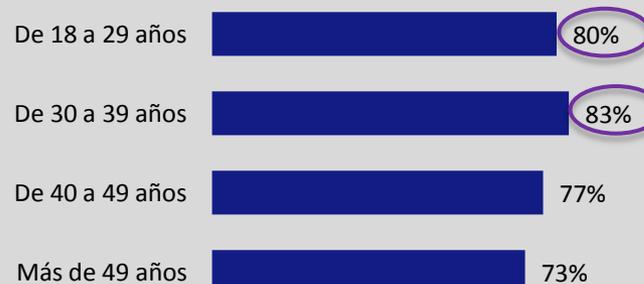
El **80% de los hombres** encuestados accede **una o más veces a la semana a la web** de su entidad principal. Para las mujeres este porcentaje es del 75%.

El porcentaje de **menores de 40 años que acceden a la web semanalmente es superior** al del resto de grupos de edad.

Entre sexo: acceden a la web de la entidad 1 ó más veces a la semana



Entre grupos de edad: acceden a la web de la entidad 1 ó más veces a la semana



Diferencias significativas positivas al 95%:

Base usuarios de Bankimia 2013: 3.257

Pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a la página web de [banco principal]?

Diferencias según perfil

De manera estadísticamente significativa, los encuestados que trabajan en **finanzas y banca (91%), informática y telecomunicaciones (91%) y administración pública (84%)** acceden semanalmente a la web de sus entidades en una mayor proporción que el global de los encuestados.

Según sector laboral: acceden a la web de la entidad 1 ó más veces a la semana



Diferencias significativas positivas al 95%:

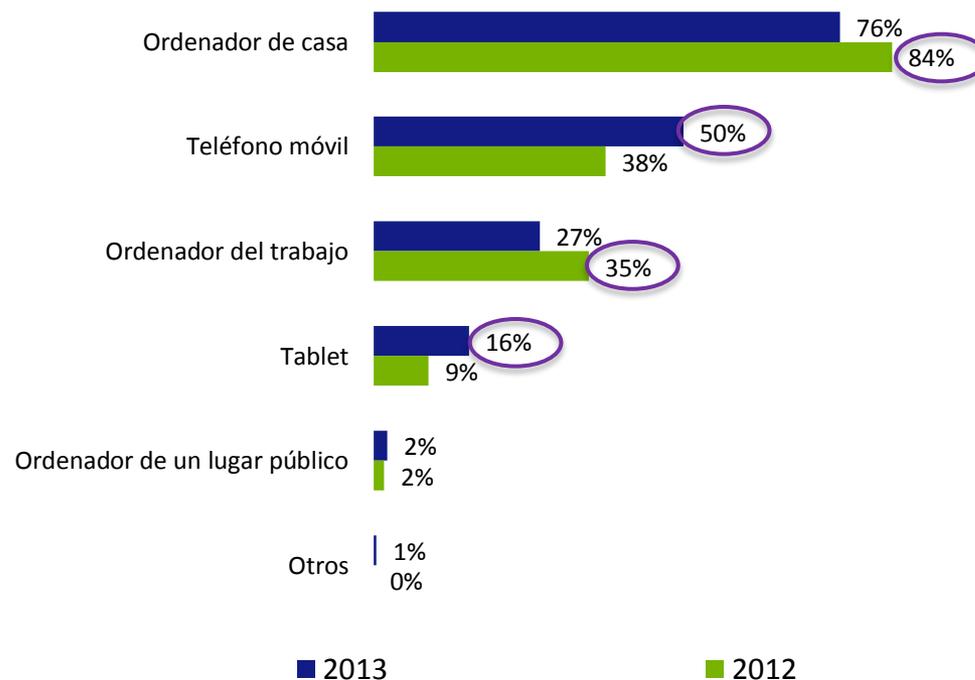
Base usuarios de Bankimia 2013: 3.257

Pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a la página web de [banco principal]?

Plataformas de acceso

En 2013 ha aumentado considerablemente el porcentaje de usuarios que acceden a la web de su banco a través del **teléfono móvil (50%)** y de un **tablet (16%)**.

Por el contrario, se ha reducido el uso de los canales más “clásicos” de acceso a la red (ordenadores de casa o del trabajo).



Diferencias significativas positivas al 95%:

Base usuarios de Bankimia que acceden a la banca online 2013: 2.993

Base usuarios de Bankimia que acceden a la banca online 2012: 3.175

Pregunta: ¿Dónde acostumbras a conectarte a la página web de [banco principal]?

Respuesta múltiple

Diferencias según perfil

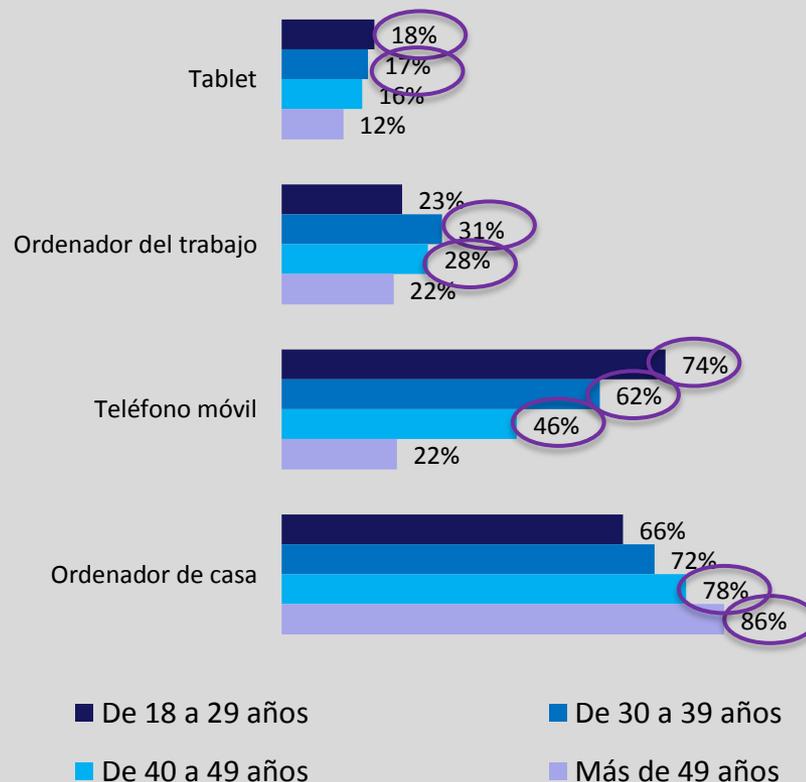
Un **mayor porcentaje de menores de 40 años utiliza la tablet y el teléfono móvil** para acceder a la web de la entidad financiera.

Entre los clientes **menores de 30 años**, el porcentaje de los que utiliza **el teléfono móvil (74%)** ya ha superado el de utilización del **ordenador de casa (66%)**.

Diferencias significativas positivas al 95%:



Entre grupos de edad



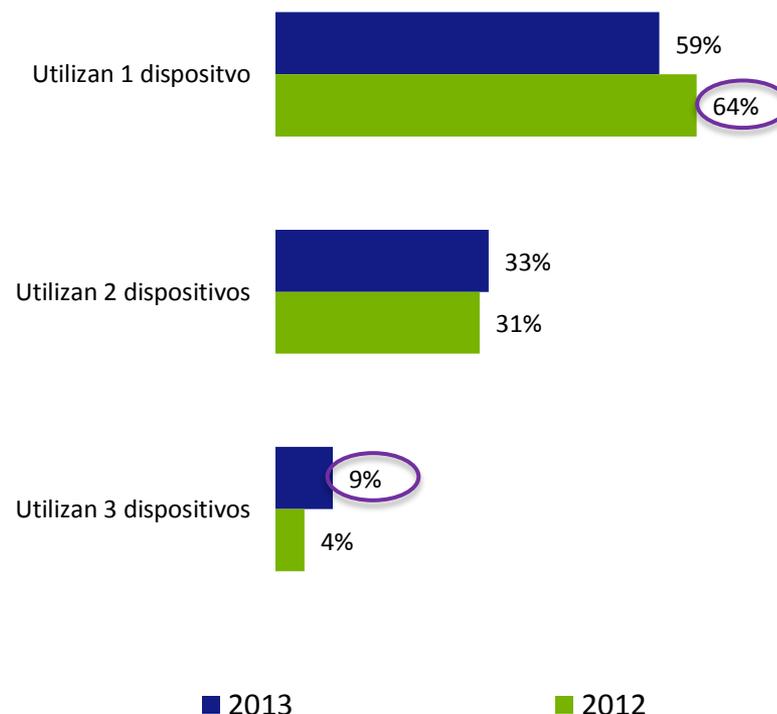
Base usuarios de Bankimia que acceden a la banca online 2013: 2.993

Pregunta: Pregunta: ¿Dónde acostumbras a conectarte a la página web de [banco principal]? Respuesta múltiple

Comportamiento multipantalla

El comportamiento multipantalla en relación al acceso a las webs de las entidades financieras ha aumentado en 2013.

En 2013, el porcentaje de clientes bancarios que utilizan 3 dispositivos (ordenador, smartphone y tablet) para acceder a sus entidades (8,7%) prácticamente dobla el de 2012 (4,4%).



Diferencias significativas positivas al 95%:



Base usuarios de Bankimia que acceden a la banca online 2013: 2.993

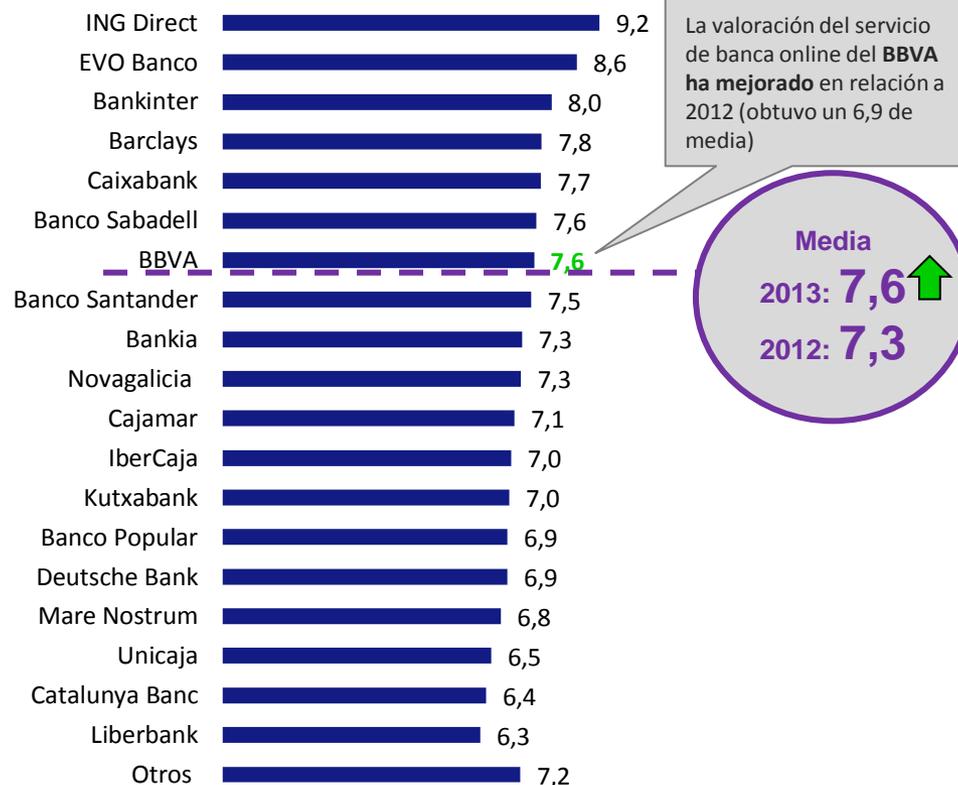
Base usuarios de Bankimia que acceden a la banca online 2012: 3.175

Pregunta: ¿Dónde acostumbras a conectarte a la página web de [banco principal]?
Respuesta múltiple

Valoración del servicio de banca online

En una escala de 10 puntos, los **usuarios de Bankimia** valoran el servicio de banca online de sus entidades con un **7,6 de media**, puntuación superior a la de 2012 (7,3).

Los **clientes de bancos exclusivamente online** son los que **mejor valoran sus entidades**: ING recibe una puntuación media de 9,2; EVO Banco, un 8,6.



Diferencias significativas positivas al 95%:

Base usuarios de Bankimia 2013: 3.257

Pregunta: ¿Dónde acostumbras a conectarte a la página web de [banco principal]?
Respuesta múltiple

Cambio de banco principal

Entre los **usuarios de la banca exclusivamente online** se encuentra un **mayor porcentaje de encuestados (el 36%)** que **habían cambiado de banco principal** en los últimos 12 meses.

Los bancos online, en términos relativos, son los **principales receptores de clientes** que deciden cambiarse de banco.

Banca online: ING Direct, EVO Banco, Openbank, Unoe, Openbank, iBanesto.com/iSantander y Self Bank

Banca offline: han cambiado de banco



17%

Banca online: han cambiado de banco



36%

Diferencias significativas positivas al 95%: 

Base usuarios de Bankimia 2013: 3.257

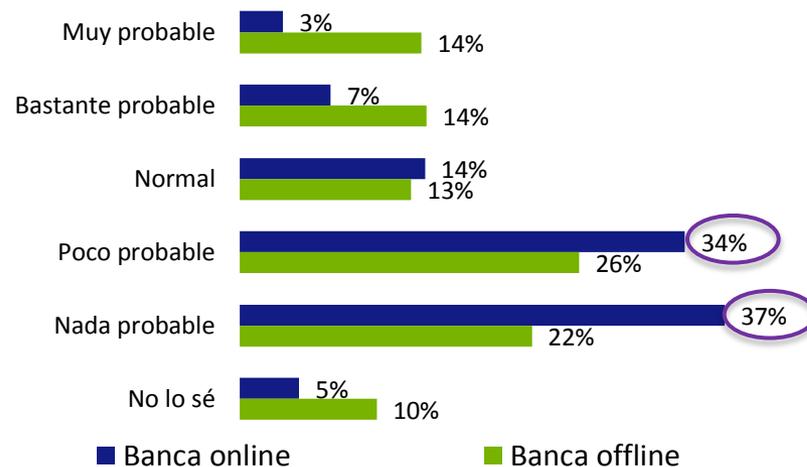
Pregunta: En el último año, ¿has cambiado de entidad financiera principal?

Intención de cambio de banco

La intención de cambio de banco es considerablemente menor entre los clientes de la banca online que entre los usuarios de la banca tradicional.

Entre los clientes de las entidades exclusivamente online, el 71% dice que es poco o nada probable que cambie de banco en los próximos 12 meses. Para los clientes de la banca tradicional, este porcentaje toma un valor del 48%.

Banca online: ING Direct, EVO Banco, Openbank, Unoe, Openbank, iBanesto.com/iSantander y Self Bank



Bottom 2 Box (Poco probable + Nada probable cambio de entidad)

Top 2 Box Banca Offline

48,3%

51,7%

Bottom 2 Box Banca Online

71,1%

28,9%

Diferencias significativas positivas al 95%:



Base usuarios de Bankimia 2013: 3.257

Pregunta: En los próximos 12 meses, ¿en qué medida consideras cambiar de entidad financiera principal?

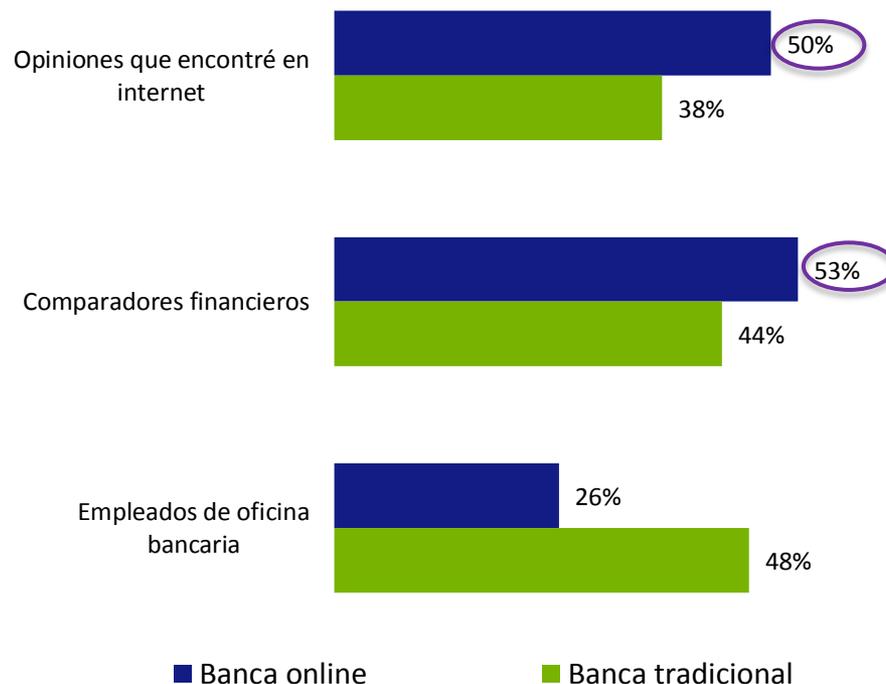
Confianza en los prescriptores

Los **clientes de la banca online confían más** que los usuarios de la banca tradicional en la **información disponible en internet.**

El 50% de los clientes de la banca online tiene bastante o mucha confianza en las opiniones que se encuentran en internet. El 53% confía en los comparadores financieros. Sin embargo, **sólo el 26% deposita confianza en los empleados de las oficinas.**

Banca online: ING Direct, EVO Banco, Openbank, Unoe, Openbank, iBanesto.com/iSantander y Self Bank

Top 2 Box (Mucha confianza + Bastante confianza)



Diferencias significativas positivas al 95%:

Base usuarios de Bankimia 2013: 3.257

Pregunta: Cuando contratas un producto financiero, ¿hasta qué punto confías en la opinión de...?

Conclusiones

-En 2013, el **56% de los usuarios de Bankimia se conecta a la web de su entidad varias veces a la semana**. Este comportamiento se ha mantenido estable en relación a los datos de 2012.

-En 2013 **ha aumentado** el porcentaje de usuarios que **acceden a la banca online a través del teléfono móvil** (50%; un 38% en 2012) y de la **tablet** (16%; un 9% en 2012).

-Entre los clientes menores de 30 años, el porcentaje de aquellos que utilizan **el teléfono móvil (74%) ya ha superado el de utilización del ordenador de casa (66%)**.

-**Aumenta el comportamiento multipantalla**: en 2013 el 9% de los encuestados accedió a la banca online mediante 3 dispositivos distintos; en 2012 este porcentaje fue del 4%.

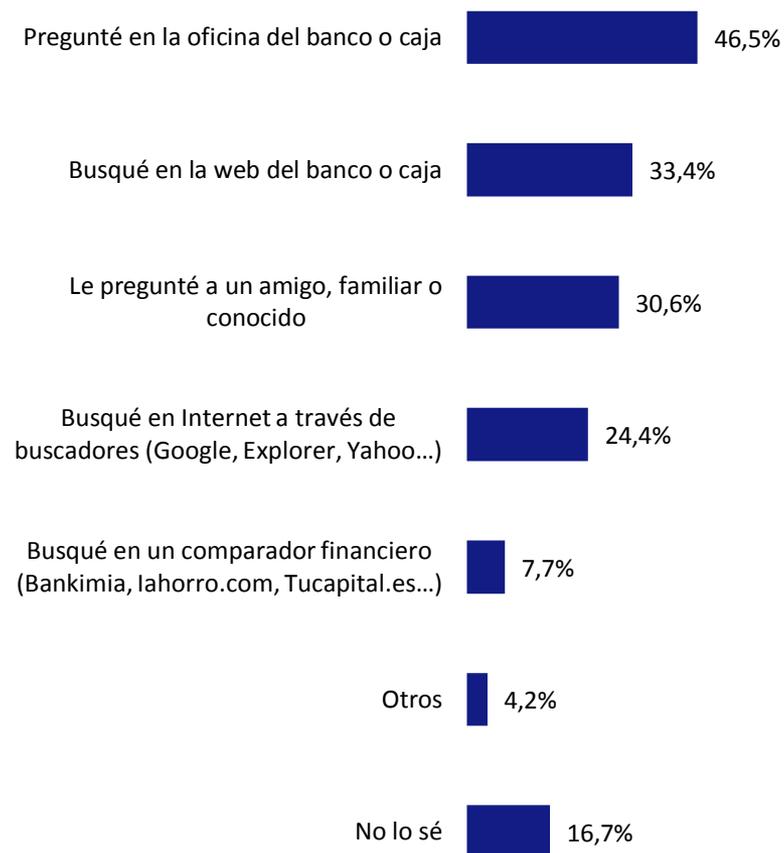
-Los usuarios de Bankimia valoran con un **7,6 de media** (escala de 10 puntos) los **servicios de banca online ofrecidos por sus entidades**. Esta puntuación es superior a la del 2012 (7,3).

-**ING (9,2) y EVO Banco (8,6) son los bancos mejor valorados** a este respecto. **BBVA** es la única entidad por la que se ha podido observar una **mejora significativa en su puntuación** (7,6 en 2013; 6,9 en 2012).

-Los bancos online, en términos relativos, son los **principales receptores de clientes** que deciden cambiarse de banco. El 36% de sus clientes habían cambiado de banco en 2012.

Anexo: Fuentes de información sobre bancos

El 8% de los internautas españoles utiliza comparadores financieros para informarse de productos bancarios.



Base público general : 947 (muestra representativa según sexo y edad de la población internauta española, según EGM). Datos proporcionados por Netquest.

Pregunta: ¿Qué fuentes de información has consultado en el último año para informarte sobre productos bancarios o financieros?

 **Bankimia** Comparador líder de productos financieros

www.bankimia.com

Plaça Ausiàs March, 1

08172 Sant Cugat del Vallès (Barcelona)

93.675.99.36

En colaboración con:



BARCELONA

Ronda Guinardó, 34, 1º 1ª

08025 Barcelona

93.187.50.84

MADRID

Asunción, 6

28690 Brunete (Madrid)

91.816.38.96