



¿Cómo valoran los clientes las comisiones que les cobran los bancos?

En colaboración con:



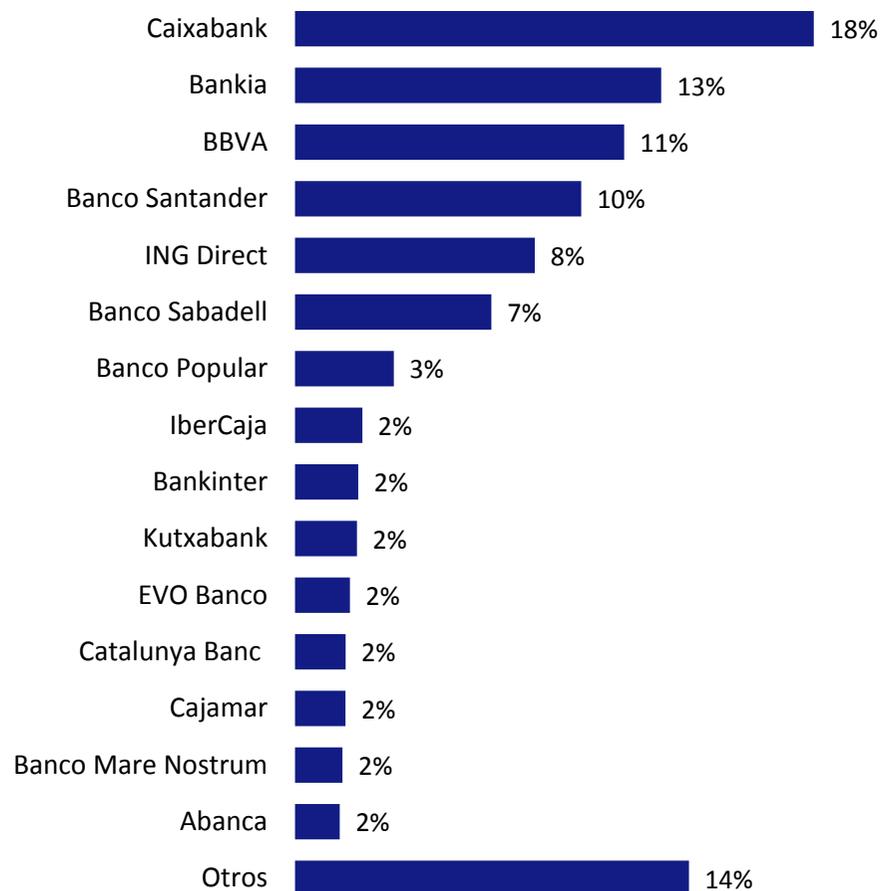
Tercera ola, febrero de 2015

Introducción

- Por tercer año consecutivo presentamos los resultados de una encuesta que, iniciada en 2012, pretende conocer cómo son y cómo han evolucionado las actitudes y los comportamientos del cliente bancario.
- El cuestionario fue contestado por **2.044 usuarios del comparador financiero Bankimia**. Nuestros usuarios son personas que acceden a internet diariamente, que se informan online sobre los productos bancarios y que muestran cierta actitud dirigida al cambio. De sus respuestas se puede deducir cómo será el consumidor del futuro.

Clientes de...

La muestra recogida para realizar esta encuesta se compone, mayoritariamente, de clientes de **Caixabank (18%)**, **Bankia (13%)**, **BBVA (11%)** y **Banco Santander (10%)**.



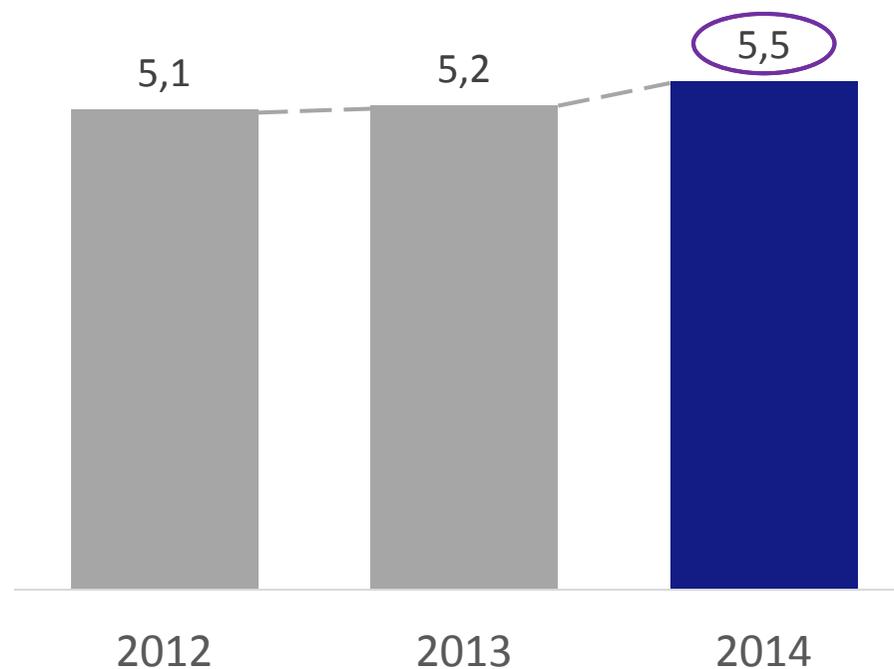
Base usuarios de Bankimia 2014: 2.044

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

Valoración de las comisiones

Los clientes **mejoran la valoración** de las comisiones que les cobran sus entidades principales.

En 2014, en una escala de 10 puntos, la **puntuación media de este atributo ha sido de un 5,5**, incrementándose en relación con 2013 (5,2) y 2012 (5,1).



Diferencias significativas positivas al 95%:

Base usuarios de Bankimia 2012: 3.466

Base usuarios de Bankimia 2013: 3.257

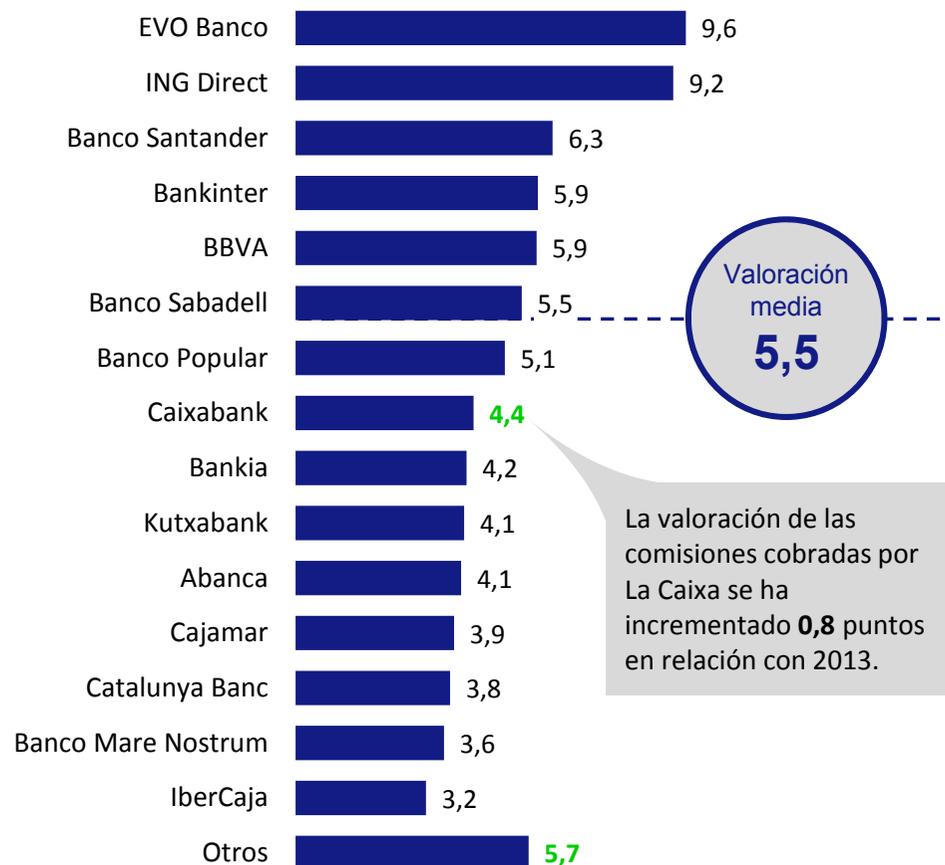
Base usuarios de Bankimia 2014: 2.044

Pregunta: Siendo 0 la peor valoración y 10 la mejor, ¿cómo valoras [tu entidad principal] en cada una de las siguientes categorías?

Ranking entidades por comisiones cobradas

Como los años anteriores, la **banca online sigue dominando el ranking** de valoración de comisiones. En una escala de 10 puntos, EVO Banco (9,6) e ING Direct (9,2) ocupan las dos primeras posiciones.

Los clientes de **Caixabank son los que han mejorado más** la puntuación de su entidad. Pese a no llegar al aprobado (4,4), su evolución positiva es significativa.



Base usuarios de Bankimia 2013: 3.257

Base usuarios de Bankimia 2014: 2.044

Pregunta: Siendo 0 la peor valoración y 10 la mejor, ¿cómo valoras [tu entidad principal] en cada una de las siguientes categorías?

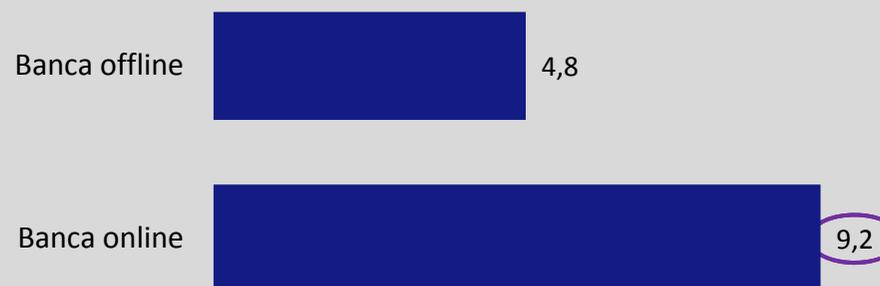
Diferencias según perfil

Los clientes de la banca online valoran con un 9,2 las comisiones cobradas. Esta puntuación es 4,4 puntos más elevada que la media de los clientes de banca offline (4,6).

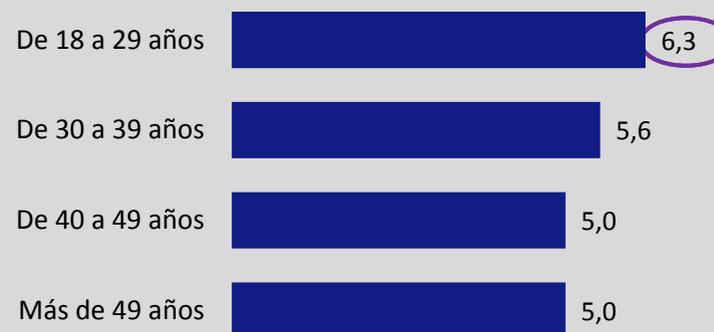
Los más jóvenes (18-29 años) son los que puntúan más alto este atributo (6,3).

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

Banca online y Banca offline



Entre diferentes grupos de edad



Base usuarios de Bankimia 2014: 2.044

Pregunta: Siendo 0 la peor valoración y 10 la mejor, ¿cómo valoras [tu entidad principal] en cada una de las siguientes categorías?

Diferencias significativas positivas al 95%:



Comisiones como motivo de elección de banco principal

El **24%** de los encuestados dice que uno de los aspectos que más tuvo en cuenta al contratar su entidad fue **el cobro de comisiones**.

Es el cuarto argumento más seleccionado para justificar la contratación de un determinado banco.



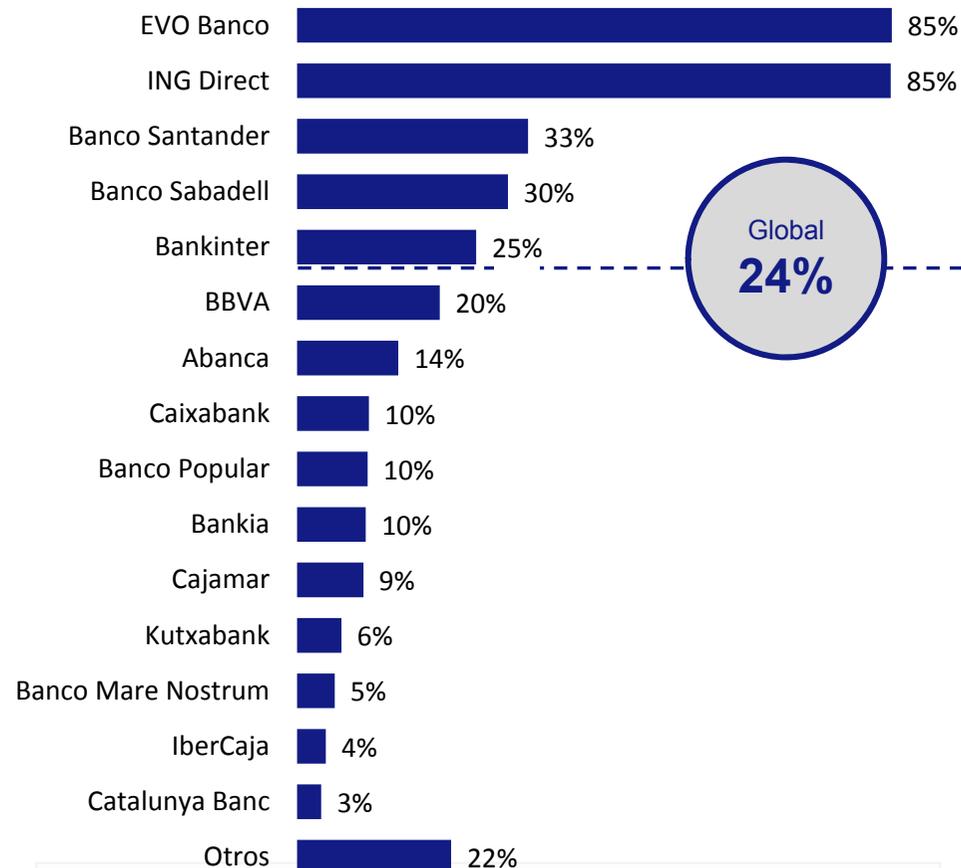
Base usuarios de Bankimia 2014: 2.044

Pregunta: Si tuvieras que decir por qué razones elegiste [tu entidad principal], ¿cuáles dirías que fueron? Puedes seleccionar tantas opciones como necesites

Comisiones como motivo de elección de banco principal

El **85%** de los clientes de **EVO Banco** y de **ING Direct** dice que el **cobro de comisiones** fue una de las razones por las que eligieron contratar con estos bancos.

Este argumento, por lo tanto, se utiliza más a menudo en el caso de los clientes de banca online.



Base usuarios de Bankimia 2014: 2.044

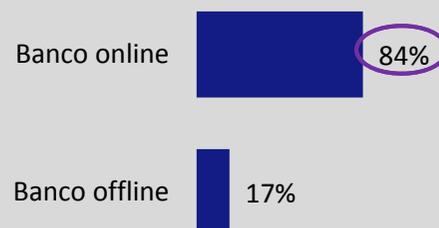
Pregunta: Si tuvieras que decir por qué razones elegiste [tu entidad principal], ¿cuáles dirías que fueron? Puedes seleccionar tantas opciones como necesites

Comisiones como motivo de elección: diferencias según perfil

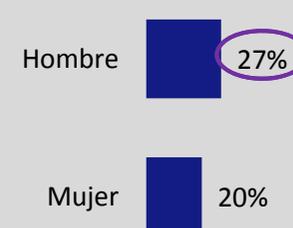
El **27% de los hombres** argumenta que el cobro de comisiones fue uno de los motivos por el que contrataron con su actual entidad. En las mujeres, esta proporción desciende al 20%.

Los **jóvenes (18-29 años)** son los que, a la hora de contratar con su entidad, **tienen más en cuenta el cobro de comisiones** (el 30% de ellos seleccionó esta opción).

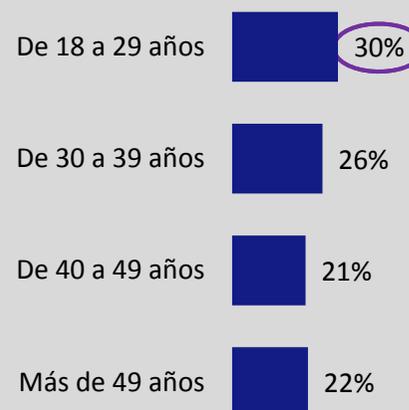
Banca online y Banca offline



Sexo



Entre diferentes grupos de edad



Base usuarios de Bankimia 2014: 2.044

Pregunta: : Si tuvieras que decir por qué razones elegiste [tu entidad principal], ¿cuáles dirías que fueron? Puedes seleccionar tantas opciones como necesites

Diferencias significativas positivas al 95%:

Cambio de banco principal

Hace un año pronosticamos que, en 2014, alrededor del 13% de consumidores habría cambiado de banco principal.

El comportamiento real, sin embargo, ha sido incluso más volátil: **el 16% de los encuestados dice haber cambiado de banco en el último año.**

En 2013, la diferencia entre intención de cambio y cambio efectivo fue tan sólo de 1 punto porcentual.

Intención de cambio 2014 - Cambio efectivo 2014



Intención de cambio 2013 - Cambio efectivo 2013



Base usuarios de Bankimia 2012: 3.466

Base usuarios de Bankimia 2013: 3.257

Base usuarios de Bankimia 2014: 2.044

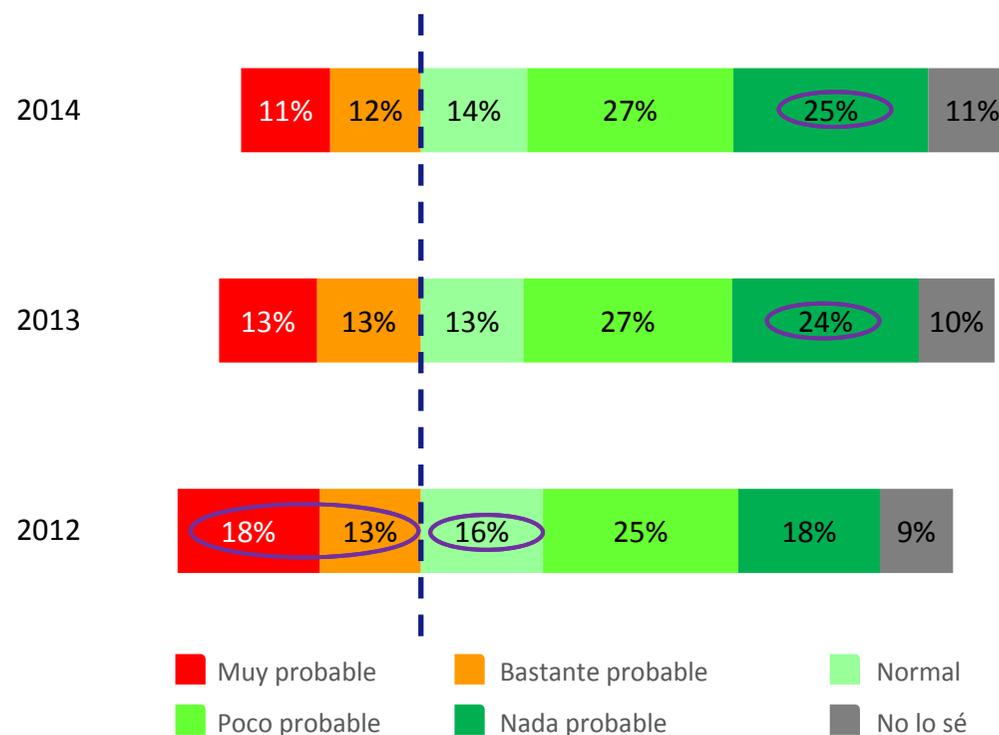
Pregunta 2012: En los próximos 12 meses, ¿en qué medida consideras cambiar de entidad financiera principal?

Pregunta 2013: En el último año, ¿has cambiado de entidad financiera principal?

Intención de cambio de banco

Tiende a descender la intención de cambiar de banco. En 2014, el 23% de los encuestados manifiesta que es bastante o muy probable que cambie de banco. Hace 2 años, la intención de cambio era del 31%.

El 11% de los usuarios de Bankimia dice que es muy probable que cambie de banco en 2015. Este es el dato que mejor puede predecir el comportamiento real del cliente bancario.



Base usuarios de Bankimia 2012: 3.466

Base usuarios de Bankimia 2013: 3.257

Base usuarios de Bankimia 2014: 2.044

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

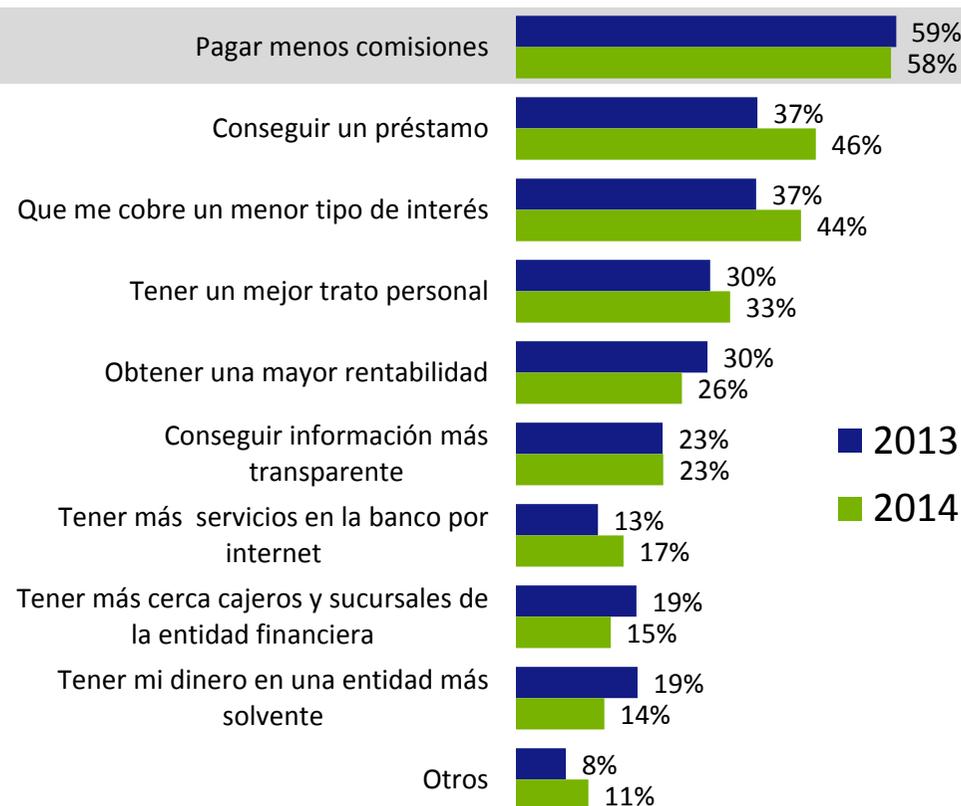
Diferencias significativas positivas al 95%:



Comisiones como motivo de cambio de banco

Pagar menos comisiones es el principal motivo por el que los clientes cambiarían de banco. El 58% de los encuestados en 2014 expuso este argumento.

Pese a que tiende a decrecer, este dato no ha variado de manera significativa a lo largo del periodo analizado.



Base usuarios de Bankimia que bastante o muy probablemente cambien de banco
2013: 852; 2014: 483

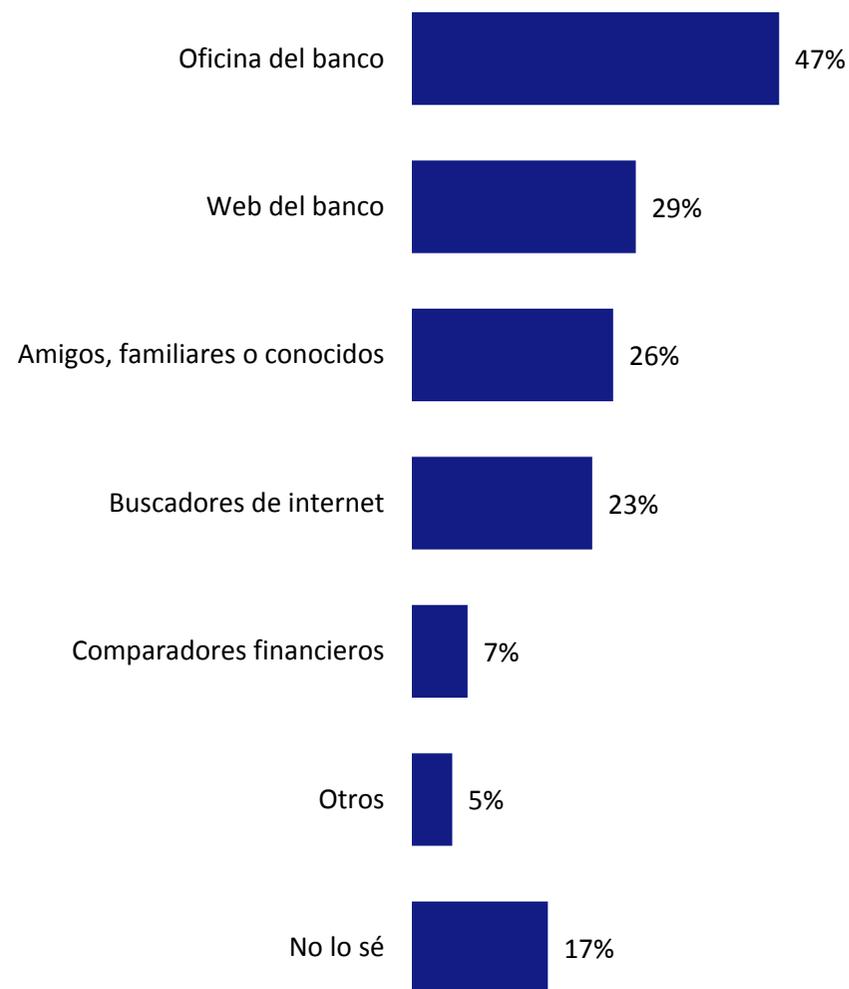
Pregunta: ¿Cuáles serían los motivos por los cuales cambiarías de entidad financiera?
Puedes seleccionar tantas opciones como necesites

Conclusiones

- **Mejora la valoración de los clientes sobre las comisiones que cobran las entidades financieras.** Pese a ser un aprobado justo (5,5 en una escala de 10), la puntuación media es significativamente mayor que en los años 2012 y 2013.
- **La banca online sigue dominando el ranking de valoración de comisiones.** Los clientes de EVO Banco (9,6) e ING Direct (9,2) son los que mejor valoran a sus respectivas entidades.
- **Caixabank**, con una puntuación media de 4,4, es el banco por el que se ha podido observar un **mayor incremento en la valoración de comisiones**. Aunque no llega al aprobado, su nota media ha ascendido 0,8 puntos en relación con 2013.
- **El 24% de los usuarios de Bankimia eligió su actual entidad principal basándose en el cobro de comisiones.** Este dato es mucho más alto entre los clientes de bancos exclusivamente online (el 84% esgrimió este argumento).
- **El 16% de los encuestados cambió de banco principal durante 2014.**
- Desde 2012, la **intención de cambiar de banco se ha ido reduciendo progresivamente**. El 11% de los usuarios de Bankimia dice que es muy probable que cambien de banco durante 2015
- Entre los que dicen que es bastante o muy probable que cambien de banco, **las comisiones se muestran como el principal motivo para hacerlo**. El 58% dio este argumento, porcentaje que se ha mantenido estable en relación con el año anterior.

Anexo: Fuentes de información sobre bancos

El **7%** de los internautas españoles utiliza comparadores financieros para informarse de productos bancarios.



Base público general : 8.501 (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?

Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA

2014

2.044 usuarios españoles de comparadores financieros

Datos ponderados según sexo y edad en relación a la ola de 2012.



Edad:

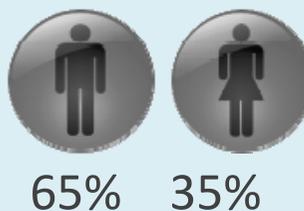
18 a 24 años: 4%
 25 a 34 años: 27%
 35 a 44 años: 34%
 44 a 54 años: 24%
 Más de 54 años: 12%

Fechas de campo: del 21 de octubre al 18 de diciembre de 2014

2013

3.257 usuarios españoles de comparadores financieros

Datos ponderados según sexo y edad en relación a la ola de 2012.



Edad:

18 a 24 años: 4%
 25 a 34 años: 27%
 35 a 44 años: 34%
 44 a 54 años: 24%
 Más de 54 años: 12%

Fechas de campo: del 18 de octubre al 28 de noviembre de 2013

2012

3.466 usuarios españoles de comparadores financieros



Edad:

18 a 24 años: 4%
 25 a 34 años: 27%
 35 a 44 años: 34%
 44 a 54 años: 24%
 Más de 54 años: 12%

Fechas de campo: del 20 de noviembre al 12 de diciembre de 2012

Entrevista **C.A.W.I.** (Sistema Autoadministrado de Encuesta Online).

 **Bankimia** Comparador líder de productos financieros

www.bankimia.com

Plaça Ausiàs March 1, oficinas 6-7
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