



Rating Agency of
Digital Performance



La experiencia del cliente digital de la banca minorista en España

Parte 2: Propuesta Digital

Noviembre 2019

Estudio y ranking de 16 bancos minoristas en España, basado en más de 420 indicadores que miden el rendimiento del Recorrido de los clientes, la eficiencia de los Canales de Comunicación digital, la riqueza de las Funciones Digitales y el nivel de digitalización de las Ofertas bancarias.

España es uno de los países más avanzados de Europa en términos de penetración de bancos 100% online. Según el estudio de Banca Digital de TNS Kantar / MasterCard de 2019, el 10% de los consumidores españoles son clientes de un banco online (terceros entre los 11 países encuestados en Europa), lo que implica una creciente demanda de servicios digitales similares de sus bancos tradicionales. Por otro lado, varios bancos en España, en particular BBVA, a menudo se consideran líderes digitales entre los bancos minoristas europeos

El objetivo de la investigación de D-Rating es medir las brechas digitales entre los competidores y calificar su competitividad digital, que potencialmente impactará en su rendimiento financiero futuro. En abril de 2019 entregamos los resultados de un primer estudio (<https://www.d-rating.com/single-post/Spanish-retail-banks-digital-usages>) que mide y analiza el nivel de uso de los canales digitales de los bancos al interactuar con clientes actuales y potenciales. Este informe estudió el tráfico, el compromiso, las actividades y la satisfacción generada en los canales digitales. Los principales hallazgos cuantificaron cómo el uso digital de la banca minorista en España está muy orientado a la aplicación móvil e identificaron tres bancos tradicionales de alto rendimiento en términos de estado de uso.

Este nuevo estudio complementario cubre la **Propuesta Digital de bancos minoristas en España**:

- ¿Cómo eficientes son los Recorridos de los Clientes y los Canales de Contacto para las actividades bancarias diarias?
- ¿Cómo son de ricas y efectivas las Funciones Digitales y el acceso a las Ofertas bancarias?

Para un banco minorista, la Propuesta Digital es crucial para el rendimiento digital. El rendimiento de la Propuesta Digital puede tener un impacto en la capacidad de atraer y retener clientes, especialmente los nativos digitales, y generar ingresos al promover y facilitar el acceso a productos y servicios bancarios a través de canales digitales.

MARCAS EVALUADAS Y METODOLOGÍA

Este estudio evalúa 16 marcas de banca minorista en España, incluidos 9 bancos tradicionales, 4 Neobancos, 2 bancos online de primera generación y 1 banco cooperativo.

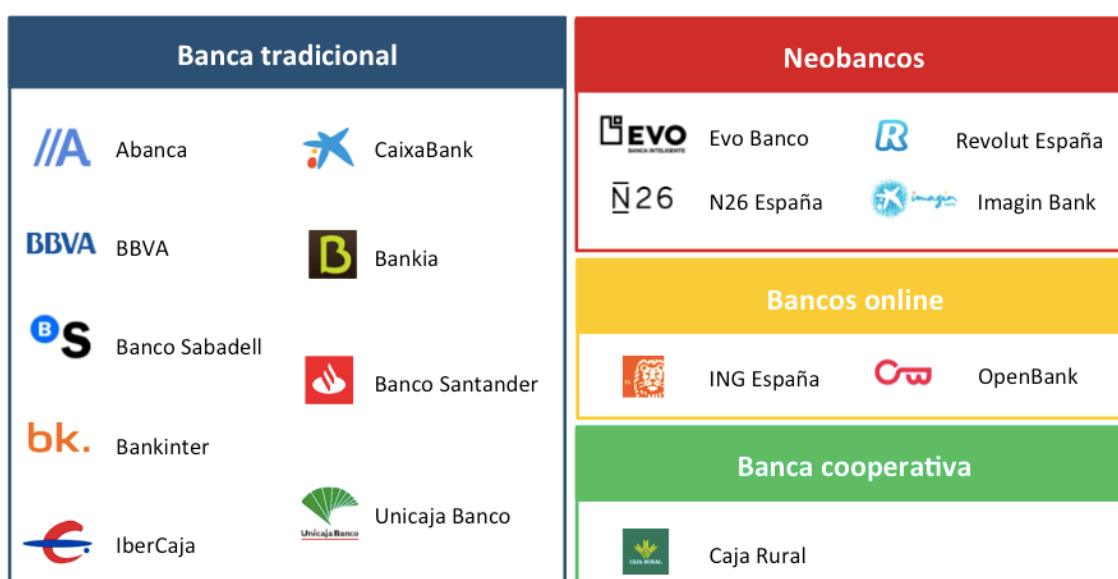


Figura 1 – Listado de los bancos minoristas evaluados

Todos los bancos fueron evaluados probando las funciones digitales propuestas, el acceso digital a los productos y servicios bancarios, los canales de contacto digital y la apertura de cuentas corrientes con tarjeta de pago, transferencias y petición de citas. Todos los indicadores medidos se basan en datos objetivos y cuantitativos. Todos los datos se recopilan de acuerdo a un enfoque de fuera hacia dentro a través de pruebas reales realizadas por Mystery Shoppers e investigaciones realizadas por analistas de D-Rating. Para este estudio en España, las pruebas se han ejecutado entre junio y septiembre de 2019.

Para garantizar una comparabilidad total de los resultados entre países, D-Rating realiza la recopilación de datos siguiendo la misma metodología para todos los bancos evaluados en España y en otros mercados donde D-Rating está activo.

Más allá del contenido de este artículo, los suscriptores de D-Rating pueden tener acceso a todas las puntuaciones individuales de todas las marcas para los más de 420 indicadores, utilizando la plataforma D-Rating.

CLAVES DESTACADAS

En este artículo, compartimos 4 conclusiones destacadas resultantes del análisis de la Propuesta Digital de 2019 de los bancos minoristas en España:

- **PUNTO CLAVE nº1:** BBVA, Bankia y Abanca, 3 bancos tradicionales, juegan en la misma categoría de Propuesta Digital que los bancos sólo digitales.
- **PUNTO CLAVE nº2:** La brecha principal de la mayoría de los bancos tradicionales en España está relacionada con la facilidad de uso y la eficiencia de la experiencia digital, el área inicialmente cuestionado por neobancos.
- **PUNTO CLAVE nº3:** Los préstamos hipotecarios, una herramienta importante para adquirir y retener clientes, se promocionan débilmente a través de canales digitales.
- **PUNTO CLAVE nº4:** En comparación con Francia y Bélgica, los mejores bancos tradicionales de España son rentables en Recorrido del Cliente, Funciones Digitales y Ofertas, pero son débiles en los Canales de Contacto.

PUNTO CLAVE n°1: BBVA, Bankia y Abanca son los 3 bancos tradicionales que juegan en la misma categoría de Propuesta Digital que los bancos sólo digitales

La clasificación general de la Propuesta Digital (ver Figura 2) se caracteriza por un Top 9 que incluye todos los bancos sólo digitales y 3 bancos tradicionales.

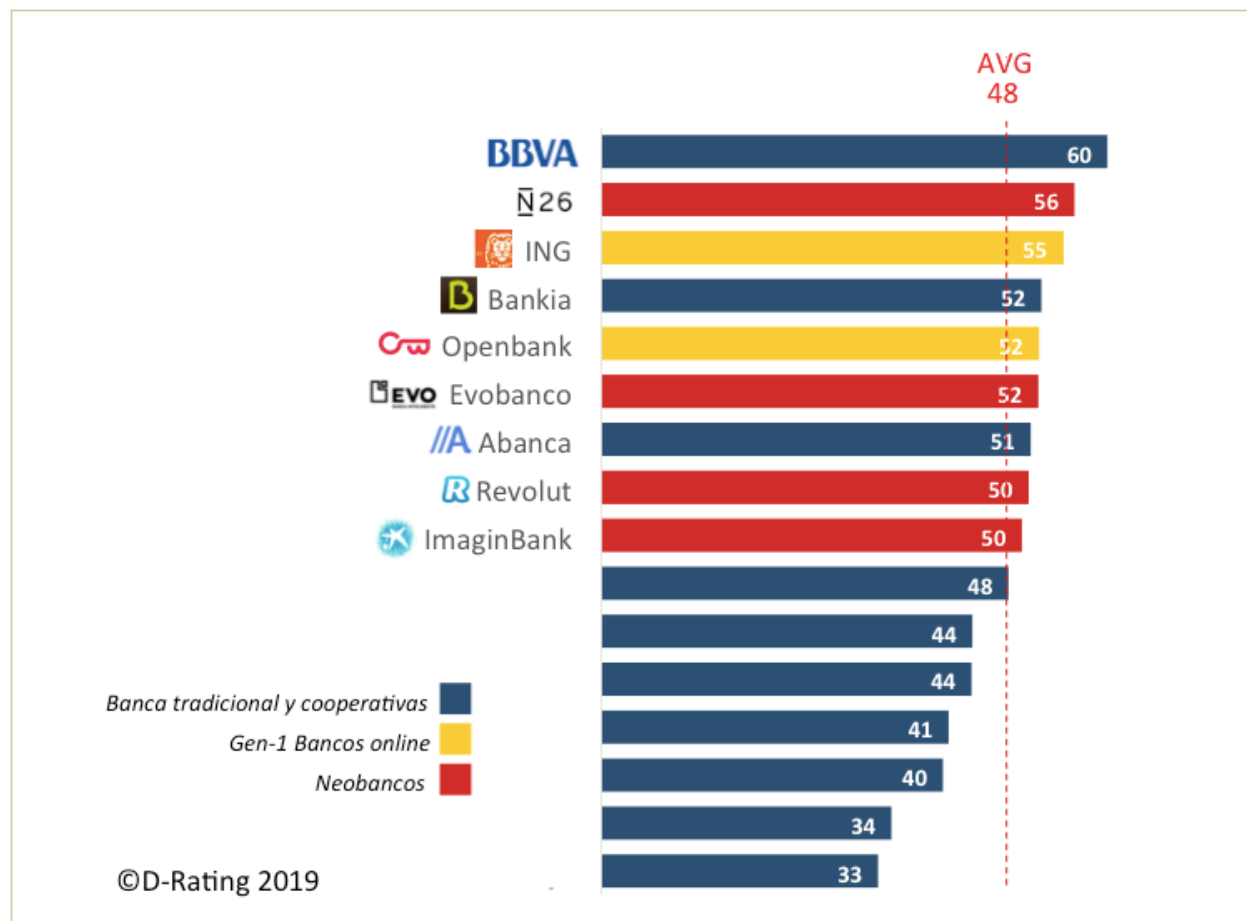


Figura 2 – Ranking de bancos minoristas en España por su Propuesta Digital

BBVA es el líder en Propuesta Digital de banca minorista en España. BBVA tiene un rendimiento importante en Recorrido del Cliente, Funciones Digitales y Ofertas. Sin embargo, está por debajo del promedio del mercado en términos de Canales de Contacto, con opciones de contacto limitadas para clientes potenciales.

N26 ocupa el segundo lugar con la puntuación más alta en Recorrido del Cliente. El rendimiento de N26 en los Canales de Contacto está por encima del promedio, pero se sitúa en la media del mercado en términos de Funciones Digitales y Ofertas.

ING, que ocupa el tercer lugar, es fuerte en Funciones Digitales y Ofertas, pero se sitúa en la media del mercado Recorrido del Cliente y Canales de Contacto.

Bankia, en el puesto 4º, muestra un buen rendimiento en Recorrido del Cliente y Canales de Contacto, pero está en el promedio del mercado en Funciones Digitales y Ofertas.

OpenBank ocupa el quinto lugar con una puntuación alta en Recorrido del Cliente. Las Funciones Digitales y Ofertas están a la media del mercado. Los Canales de Contacto están por debajo del

promedio con opciones de contacto limitadas en el espacio privado del cliente y una puntuación baja en la resolución de problemas de forma autónoma.

Evobanco, que ocupa el sexto lugar, ofrece el mejor rendimiento en los Canales de Contacto, pero está en la media del mercado en las otras áreas del estudio.

Abanca, en el puesto 7, e **ImaginBank**, en el puesto 9, están por encima de la media en Recorrido del Cliente, pero en la media del mercado en las demás áreas.

Revolut, que ocupa el octavo puesto, es fuerte en Recorrido del Cliente, pero se sitúa en la media del mercado en Canales de Contacto. La puntuación de las Funciones Digitales y Ofertas de Revolut se ve penalizada debido al acceso limitado a las ofertas en su canal web.

PUNTO CLAVE n°2: La brecha principal de la mayoría de los bancos tradicionales en España está relacionada con la facilidad de uso y la eficiencia de la experiencia digital, el área inicialmente cuestionado por neobancos

El siguiente gráfico (véase la Figura 3) proporciona una visión estructurada del rendimiento de la Propuesta Digital al combinar:

- **Eficiencia:** que es la puntuación media del Recorrido de Clientes y Canales de Contacto.
- **Riqueza:** que toma en cuenta las Funciones Digitales y Ofertas.

Eficiencia

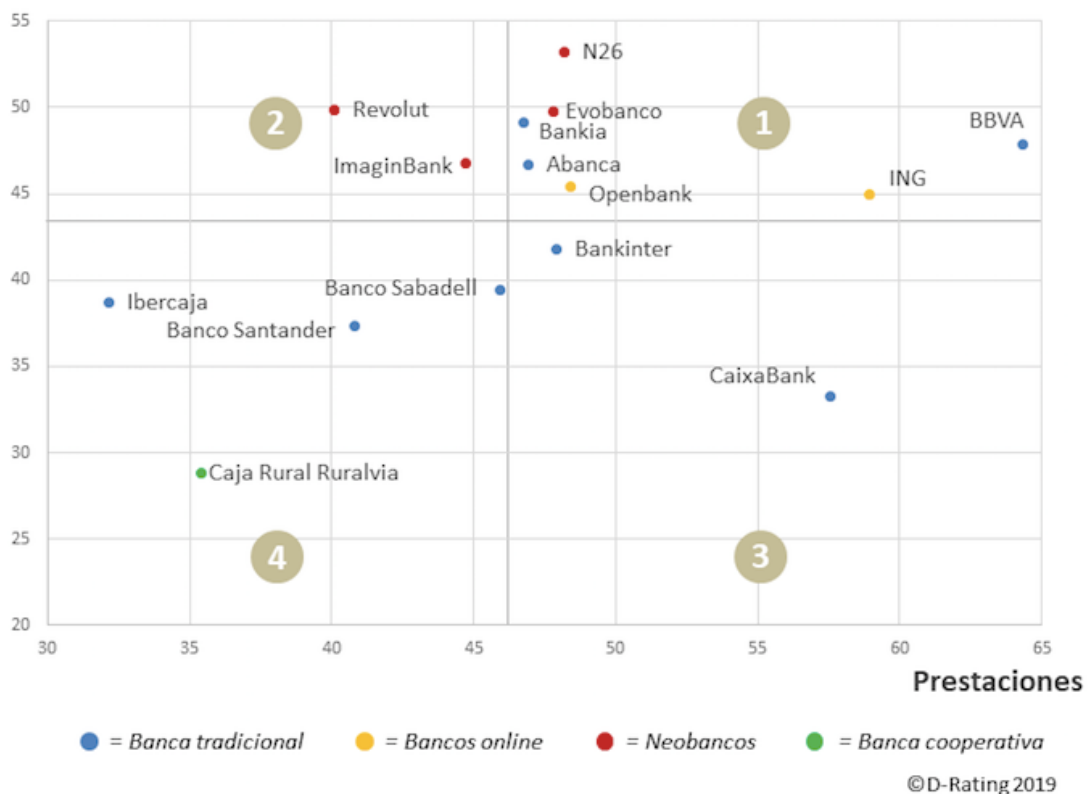


Figura 3 – La matriz Eficiencia x Prestaciones

Se pueden observar cuatro áreas diferentes en esta matriz:

- Área 4, donde se pueden encontrar marcas que tienen un rendimiento inferior tanto en Riqueza como en Eficiencia de la Propuesta Digital. Banco Santander se encuentra en esta área.
- Área 3, donde se ubican los que tienen mejores resultados en términos de Riqueza y al contrario un nivel bajo de Eficiencia. Aquí existe el riesgo de no optimizar suficientemente las inversiones, al dedicarlas masivamente a funcionalidades avanzadas sin una planificación global del proceso resultante. CaixaBank se posiciona en esta área.
- Área 2, donde se ubican los de mejor rendimiento en términos de Eficiencia que, sin embargo, son superados por la competencia en términos de Riqueza. Es el caso de Revolut e ImaginBank, que son bancos basados fundamentalmente en App que han optado no invertir en el canal web.
- Área 1, donde se pueden encontrar los mejores en cuanto a su Riqueza y Eficiencia. En este grupo, BBVA e ING son los líderes en prestaciones y N26 es el líder en Eficiencia.

La mayoría de los bancos tradicionales, que demuestran una eficiencia por debajo del promedio, se encuentran en las áreas 3 y 4.

En la experiencia de apertura de cuenta (véase la figura 4) 5 bancos de los 16 evaluados no ofrecieron un proceso de apertura 100% digital. Para estos 5 bancos, se requirió una visita a la sucursal, lo que, en la mayoría de los casos, alargó el proceso. Sin embargo, no dañó el proceso de apertura de cuenta corriente en el Santander (el más rápido), aunque se requirió ir a la oficina. En promedio, los Neobancos no fueron más rápidos que los bancos tradicionales en la ejecución del recorrido general de apertura de cuenta. ING tuvo el peor desempeño en esta área.

En los tests de apertura de cuentas, se eligió siempre la opción más digital		 Sucursal  Online	Opciones de contratación	Días para obtener acceso completo tanto a la cuenta como a la tarjeta de débito
Banca tradicional		Banco Sabadell		11
		IberCaja		10
		Bankia		7
		Abanca		7
		CaixaBank		7
		Unicaja Banco		6
		BBVA		6
		Bankinter		6
		Banco Santander		4
Neobancos		Evo Banco		10
		Revolut España		8
		N26 España		5
		Imagin Bank		4
Bancos online		ING		17
		OpenBank		8
Banca cooperativa		Caja Rural Ruralvía		13

Figura 4 - Eficiencia y nivel de digitalización en la experiencia de apertura de una cuenta

En el contexto de este estudio, se revisaron un total de 67 funciones bancarias diarias en la web o en la aplicación. La siguiente figura (véase la Figura 5) muestra los resultados para las 16 marcas en esta área.

Los Neobancos ofrecen una gran variedad de funciones en la aplicación, pero una limitada en la web. Los bancos online de primera generación y los bancos tradicionales líderes son fuertes en esta área, tanto en la aplicación como en la web. Los bancos tradicionales con el número más bajo de funciones totales ofrecen más funciones en aplicaciones que en la web, aunque permanecen lejos de la riqueza de funciones de aplicaciones de los Neobancos.

En esta área destacan 3 bancos: BBVA, CaixaBank e ING.

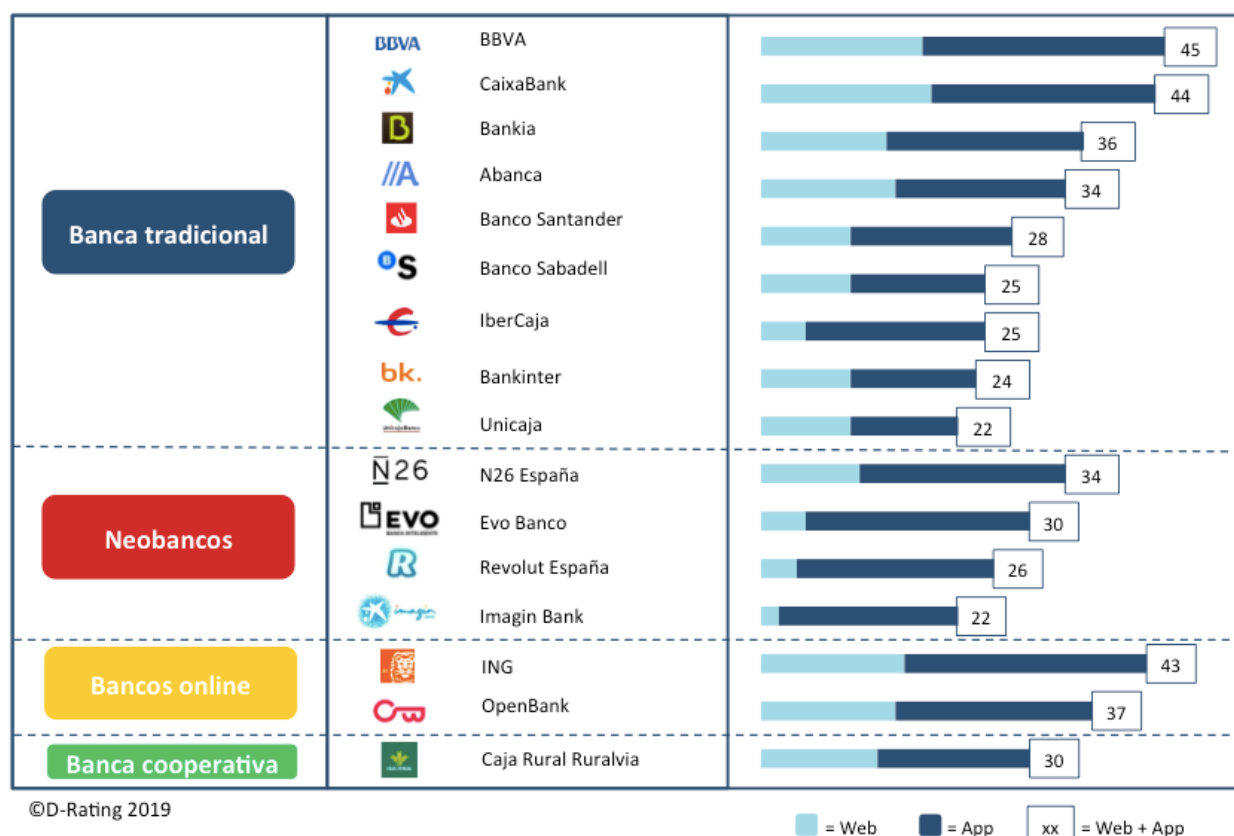


Figura 5 – Cantidad de prestaciones disponibles de entre las 67 evaluadas

CLAVE n°3: Los préstamos hipotecarios, una herramienta importante para adquirir y retener clientes, se promocionan débilmente a través de canales digitales

A pesar de las bajas tasas de interés que penalizan los márgenes, los préstamos hipotecarios siguen siendo una herramienta importante para adquirir y retener clientes. Este campo también es muy dinámico, ya que el número de transacciones inmobiliarias en España aumentó en un 11,3% en volumen entre 2018 y 2019 según el INE (véase la Figura 6). Solo el 75% de las propiedades vendidas son financiadas por bancos minoristas en España (frente al 78% en 2016), lo que puede indicar que hay margen para mejorar la cobertura del mercado.

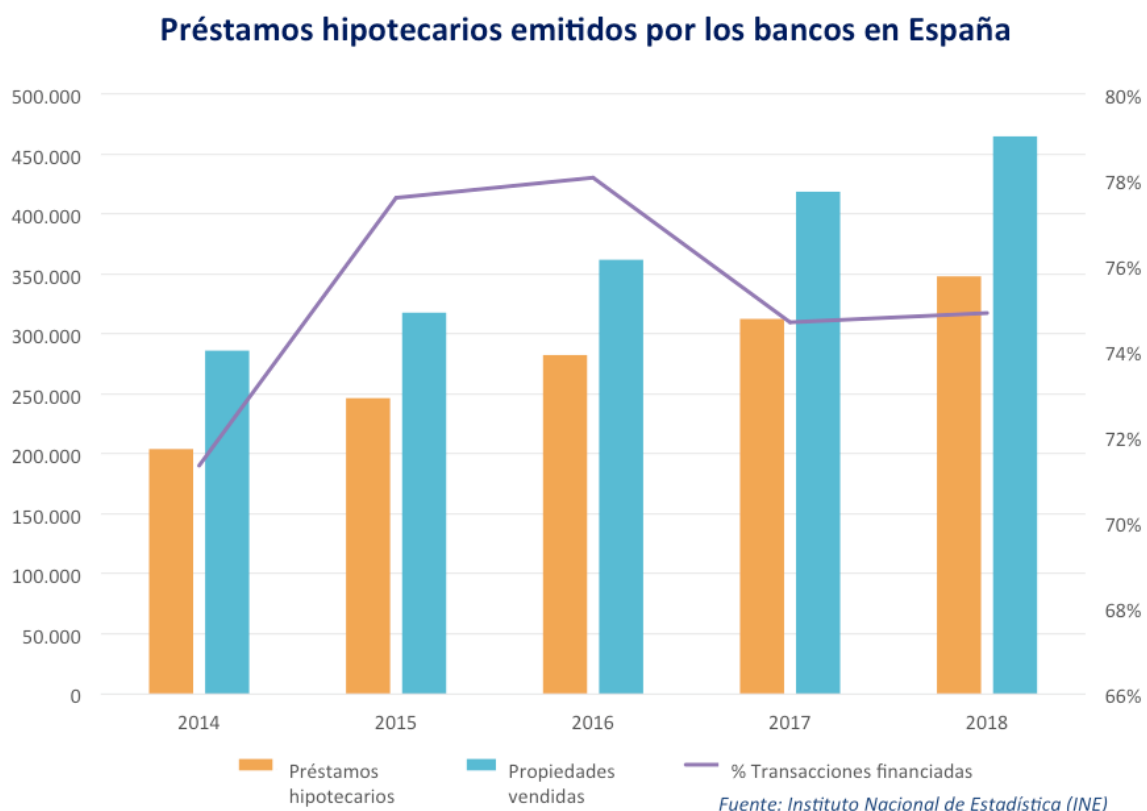


Figura 6 -Préstamos hipotecarios emitidos por los bancos en España

Esta es una oportunidad para que los bancos españoles adquieran y retengan nuevos clientes y desarrollen sus ingresos.

Por lo tanto, promover el acceso al crédito inmobiliario a través de canales digitales es un desafío esencial para los bancos españoles online y tradicionales. También es un enfoque relevante en respuesta a la irrupción de los Neobancos: si bien la eficiencia del proceso de apertura de cuentas de los Neobancos es un factor fundamental de su proceso de adquisición, su gama de productos a menudo es limitada.

La matriz a continuación (véase la Figura 7) muestra el posicionamiento de las 16 marcas estudiadas a la luz de estos dos facilitadores de adquisición.

Facilidad de apertura digital de una cuenta

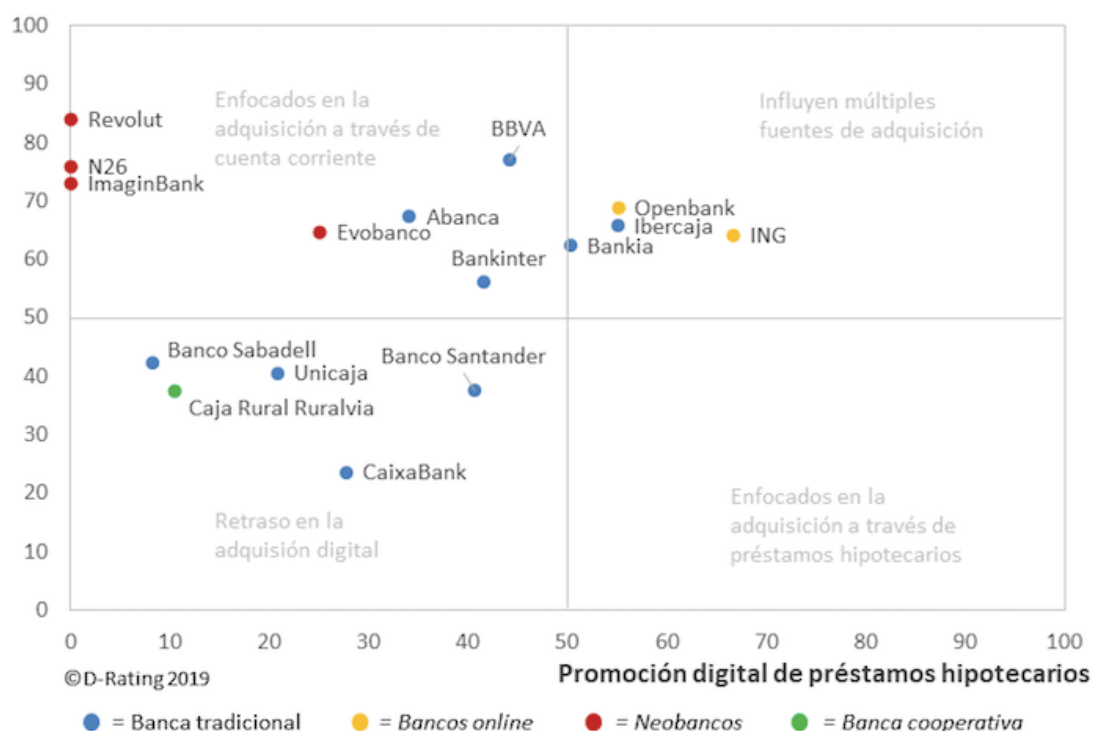


Figure 7 - Digital acquisition strategy: optimizing initial onboarding vs promoting mortgage loans

En comparación con otros mercados, los bancos minoristas en España promueven débilmente los préstamos hipotecarios a través de canales digitales. Naturalmente, todos los Neobancos se centran en el proceso de onboarding a través de la cuenta corriente. Ningún banco tradicional ha parado invertir en el desarrollo del onboarding a través de la cuenta corriente para enfocarse en la adquisición a través de préstamos hipotecarios, como observamos en Francia. Solo 4 bancos están activos en ambos lados: Bankia, Ibercaja y los dos bancos online de primera generación.

En general, los bancos online de primera generación superan a los bancos tradicionales en acceso digital a las ofertas bancarias.

CLAVE n°4: En comparación con Francia y Bélgica, el banco tradicional con mejor rendimiento en España es bueno en experiencia de cliente, ofertas y características, pero es débil en canales de contacto

En comparación con Bélgica y Francia, y considerando solo los bancos tradicionales (véase la Figura 8), es interesante observar que:

- En experiencia de cliente, el mejor rendimiento español, cercano al de Bélgica, supera significativamente al francés.
- En los canales de contacto, los 3 países muestran un promedio de mercado comparable, pero el mejor operador español es superado por el belga y el francés.

- En cuanto a las ofertas y características, el rendimiento máximo se encuentra aproximadamente al mismo nivel en los 3 países, pero el rendimiento mínimo en España es superior al de Francia.

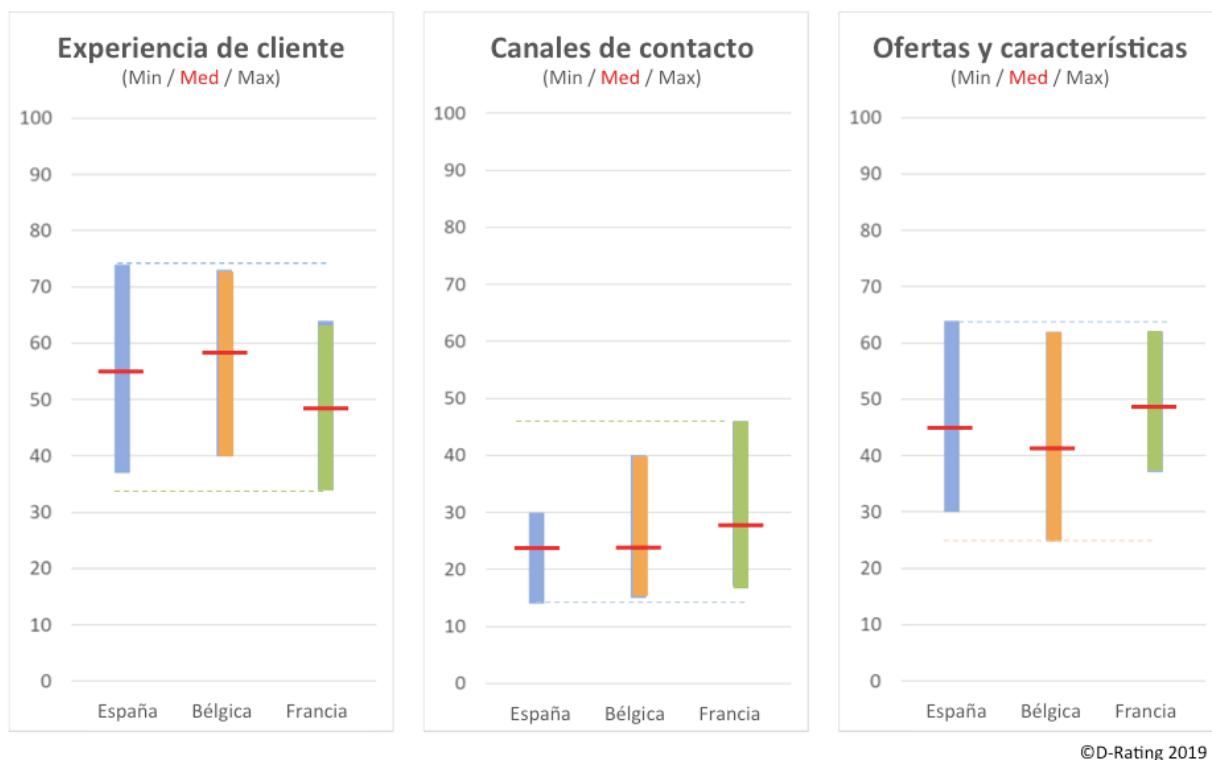


Figura 8 – Comparación de mínima/media/máxima puntuación de bancos tradicionales en España, Bélgica y Francia

En resumen, es concretamente en los canales de contacto donde los bancos tradicionales en España muestran un patrón específico. En esta área, la brecha de rendimiento entre los competidores tradicionales en España es menor que en Francia o en Bélgica. ¿Significa eso que los canales de contacto digital no son considerados por los bancos tradicionales españoles como una oportunidad para diferenciarse? Esta es una oportunidad perdida para los bancos tradicionales en España, posiblemente debido a un objetivo subyacente de contención de gastos.

Acerca de D-Rating

Creada a principios de 2017, D-Rating es la primera agencia de calificación del rendimiento digital de las empresas.

D-Rating proporciona a distintos actores del mercado (analistas financieros de compra / venta, gestores de activos, gestores de fondos y empresas) una calificación independiente que evalúa la competitividad digital de las empresas, que tiene un impacto potencial en su rendimiento financiero futuro a medio plazo.

Gracias a su enfoque innovador y su metodología basada en datos (analiza más de 700 indicadores), D-Rating ya es un estándar en el sector de servicios financieros y está comprometida en el desarrollo de sus actividades a nivel internacional y en múltiples sectores.