

NUEVAS FORMAS DE COMPETENCIA Y RELACIONES COMERCIALES: CASO DE ENTIDADES DE CREDITO EN ESPAÑA

NEW FORMS OF COMPETITION AND COMMERCIAL RELATIONSHIPS: THE CASE OF CREDIT INSTITUTIONS IN SPAIN

Artículo de Investigación

Anibal Toscano Hernández¹

Sonia Carreño Iglesias²

Luis Ignacio Álvarez González³

Resumen: En el presente trabajo se analiza la evolución y cambios acontecidos en las entidades de crédito españolas como consecuencia de la irrupción de nuevas formas de competencia surgidas al amparo del disruptivo desarrollo de la tecnología y la innovación en el sector, así como de los cambios en el comportamiento de la sociedad y la ciudadanía tras la crisis económico-financiera de 2008. Por nuevas formas de competencia nos referimos a la banca electrónica en general, las Fintech en particular, así como la banca ética y otras formas de intermediación financieras no tan posicionadas hasta hace pocos años. Para alcanzar este objetivo, se propone en primer lugar un marco teórico donde se define y se detalle las distintas tipologías de entidades de crédito presentes en la actualidad en el sector financiero español, caracterizándose las relaciones comerciales de cada uno de ellos con clientes y usuarios. Para completar el estudio, se describen los principales resultados de un análisis empírico mediante encuesta a una muestra de 163 personas, que permite concluir que las entidades tradicionales siguen teniendo un papel relevante en el sistema financiero español pese a los profundos cambios y a la irrupción de nuevos competidores netamente diferenciados.

Palabras clave: Sector financiero, Entidades de crédito, Banca electrónica, Fintech, Banca ética.

Abstract: This paper analyzes the evolution and changes that have occurred in Spanish credit institutions as a result of the emergence of new forms of surgical competence under the disruptive development of technology and innovation in the sector, as well as changes in the behavior of society and citizens after the economic-financial crisis of 2008. By new forms of competition we refer to electronic banking in general, Fintech in particular, as well as ethical banking and other forms of financial intermediation not so positioned until a few years ago. To achieve this objective, a theoretical framework is first proposed where the different typologies of credit institutions currently present in the Spanish financial sector are defined and detailed, characterizing the commercial relations of each of them with clients and users. To complete the study, the main results of an empirical analysis are described through a survey of a sample of 163 people, which allows us to conclude that traditional entities that continue to play a relevant role in

¹ Magíster en Administración, Universidad del Sinú -Elías Bechara Zainúm-. anibaltoscano@unisinu.edu.co

² Graduada en Contabilidad y Finanzas y Máster SIAC - Auditoría de Cuentas por la Universidad de Oviedo (España).
Correo electrónico: sonia4893@hotmail.com

³ Doctor en Administración y Dirección de Empresas. Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Oviedo (España). Correo electrónico: alvarezg@uniovi.es

the Spanish financial system despite profound changes and the emergence of new competitors clearly differentiated.

Keywords: Financial sector, Credit institutions, Electronic banking, Fintech, Ethical banking.

Introducción

Las entidades de crédito son una parte fundamental del sistema financiero español, transformando activos para adecuarlos a las preferencias de los ahorradores y demandantes de fondos. A lo largo de la historia, estas entidades han jugado un papel muy importante en la vida diaria de las personas y empresas, como consecuencia de lo cual resulta sumamente relevante analizar los cambios que se están produciendo en el sector. Lo anterior, es importante analizarlo desde la perspectiva del funcionamiento de las entidades como desde la de sus clientes o usuarios, así como y las nuevas alternativas competidoras que surgen como consecuencia de estos.

Por este motivo, el objetivo del presente trabajo es analizar la evolución del sector financiero español, concretamente de sus principales integrantes (los bancos, cajas de ahorro y cooperativas de crédito), ante las nuevas alternativas de competencia del sector, así como sus consecuencias sobre las relaciones comerciales que mantienen con sus clientes y usuarios. Para ello, además de establecer el correspondiente marco teórico, se lleva a cabo un análisis empírico mediante una encuesta estructurada online a una muestra de 163 personas.

El análisis de sus resultados destaca como las entidades tradicionales continúan teniendo en la actualidad un gran protagonismo pese a la irrupción de nuevos e innovadores competidores. Así, este trabajo pretende dar una visión de un sector que se encuentra en permanente evolución, en el que han entrado nuevos competidores con una nueva visión del negocio, que hará que la banca tradicional se transforme, dando lugar a una banca mucho más personal y tecnológica a la vez, pero continué ostentando un papel preponderante en la comercialización de productos financieros.

Desarrollo

Tradición versus innovación en las entidades de crédito en España

Las entidades de crédito *“representan el segmento más importante del sistema financiero español, debido a la importancia de sus magnitudes patrimoniales, la forma jurídico-económica en la que se desarrollan, el peso de su presencia en la evolución histórica de los sistemas económicos modernos y la indudable preponderancia e influencia que mantienen en los mercados financieros”* (Rivera & Mas, 2015, p. 24). Entre las mas tradicionales, que representan el 95% del sector financiero en España, se encuentran: Bancos, Cajas de Ahorro y Cooperativas de crédito.

Sin embargo, los últimos años han venido marcados por la irrupción de nuevas formas de competencia que vienen a alterar el orden establecido. A lo largo del presente apartado se describe con detalle a las entidades de crédito antes y después de los cambios acontecidos en el sistema financiero español como consecuencia de la reciente crisis económica y financiera, y establece cómo han afectado estos cambios a su relación comercial con la clientela. Intuitivamente, un banco es una empresa dedicada a realizar operaciones financieras con el dinero procedente de sus accionistas y de los depósitos de sus clientes. La

importancia que siempre han tenido en nuestro país radica en que nos encontramos ante el principal grupo institucional tanto en términos de su balance contable como de la financiación que proporcionan.

En consecuencia, su regulación siempre ha sido muy importante y ha marcado en gran parte su rumbo. De hecho, la primera gran liberalización del sector bancario no tuvo lugar en España hasta finales de los años 70 del siglo XX, momento a partir del cual el número de entidades comenzó a crecer significativamente hasta superar el centenar; primero de carácter nacional y desde la integración en la Unión Europea con cada vez mayor peso de la banca comunitaria (Asociación Española de Banca, 2016).

No obstante, la crisis de 2008 marca un punto de inflexión que ha llevado al sector bancario a una continua reestructuración. El sistema financiero español no se vio tan afectado directamente como otros países por las hipotecas basura, sino que se resintió más por la caída de la actividad económica, elevando la morosidad, y por el gran peso de inmovilizado en sus balances como consecuencia del boom inmobiliario. Así, desde la crisis las autoridades reguladoras han llevado a cabo reformas y adoptado medidas con el fin de conseguir estabilidad en el sector y dar solidez al sistema financiero en su conjunto, salvaguardando los intereses de los depositantes en las entidades de crédito y tratando de dotarlo de mecanismos suficientes para recuperar la confianza.

Como consecuencia de este proceso de reordenación y concentración bancaria, si en el año 2010 existían en España 64 bancos nacionales y 89 entidades de crédito extranjeras, de las cuales 8 eran extracomunitarias y 81 comunitarias (153 en total), en la actualidad, hay un total de 130 entidades de las cuales 48 son bancos nacionales, 5 entidades extracomunitarias y 77 comunitarias (Asociación Española de Banca, 2016). Los principales bancos en España a 31/12/2016, según sus activos (en miles de millones de euros), se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1. Principales bancos en España tras la reestructuración, en millones de euros. 2016.

Entidad	Activos globales	Activos en España
Banco Santander	1487,05	464,70
BBVA	731,85	346,40
CaixaBank	347,93	347,90
Bankia	229,10	229,10
Banco de Sabadell	212,51	148,90
Bankinter	67,18	67,18
Unicaja	58,00	58,00
Ibercaja	57,90	57,90
Kutxabank	56,60	56,60
Abanca	48,30	48,30
Liberbank	38,32	41,60

Fuente: Economipedia.com.

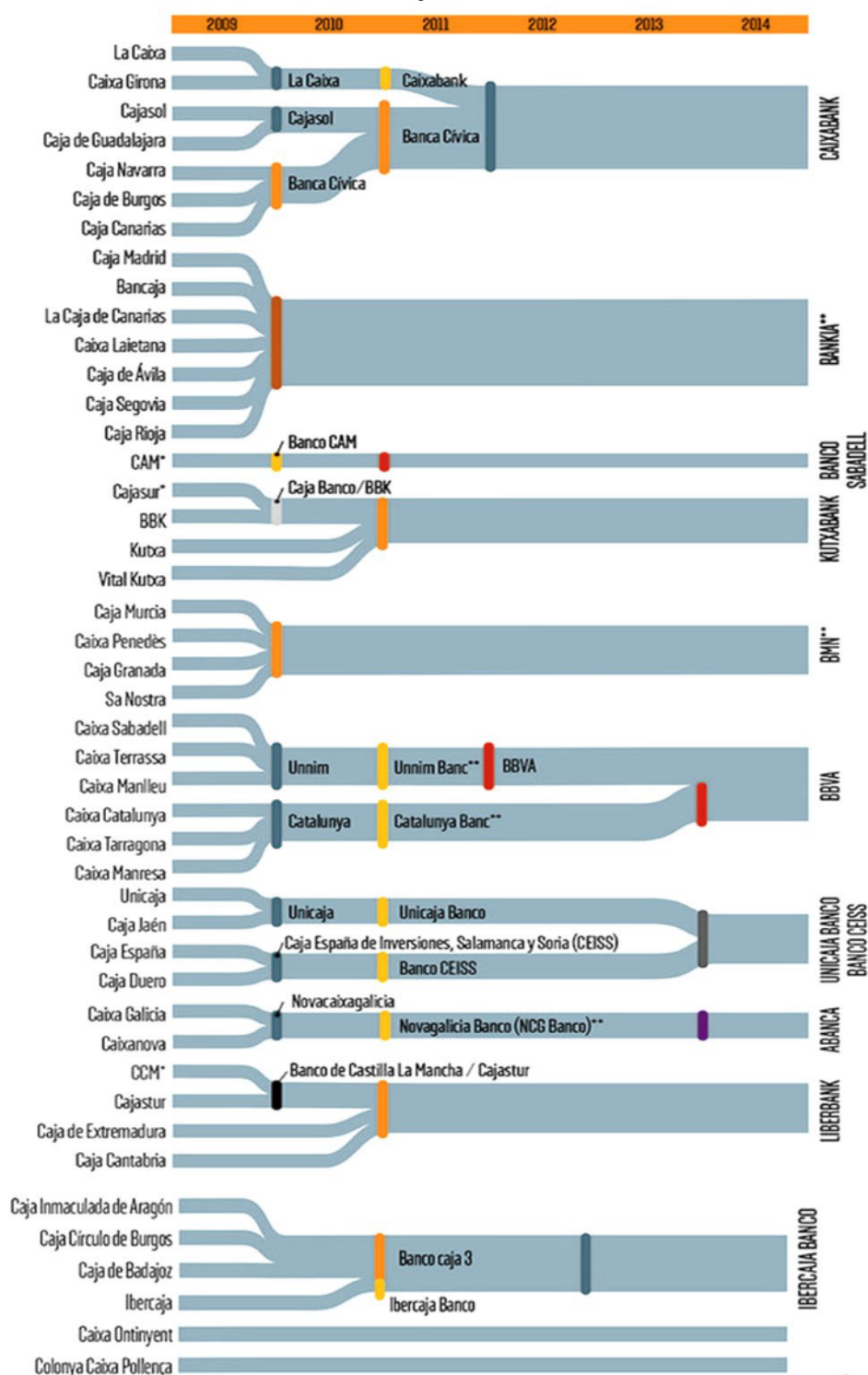
Las *cajas de ahorro* son “entidades de crédito de carácter fundacional y finalidad social, cuya actividad se orienta principalmente a la captación de fondos reembolsables y la prestación de servicios bancarios y de inversión para clientes minoristas y pequeñas y medianas empresas” (Art. 2 de la Ley 26/2013, de 27 de diciembre, de cajas de ahorros y fundaciones bancarias). Las primeras cajas de ahorro surgen en Europa durante la segunda mitad del siglo XVIII, con carácter benéfico, sin ánimo de lucro, y orientadas a facilitar el acceso al crédito de las clases sociales más desfavorecidas (Parejo, et al., 2016). Su actividad tradicional ha sido principalmente de atención a los particulares, manteniendo una gran vinculación con la región de pertenencia y destacando por su obra social. Con el paso del tiempo y las regulaciones, las cajas fueron perdiendo en España su característica benéfico-social y han ido progresivamente dando más valor a lo financiero.

La reciente crisis financiera ha afectado gravemente a las cajas, ya que estaban muy expuestas al crédito inmobiliario, lo que ha hecho necesario replantear su régimen jurídico y tomar medidas para reducir la dependencia en sus órganos de gobierno del poder político, reforzar su solvencia y transparencia, y en última instancia sanear y reestructurar el sector debido a que la situación de muchas de ellas llegó a comprometer gravemente la estabilidad financiera del conjunto del país. En este sentido, destaca la Ley de Cajas de Ahorros y Fundaciones Bancarias de finales de 2013 que establece las condiciones a las Cajas de Ahorros de que deben transformarse en *fundaciones bancarias* a las que traspasaron el patrimonio afecto a su actividad financiera (Pérez, 2014). Como consecuencia, la mayoría de las cajas de ahorros han desaparecido como tal; tan sólo han sobrevivido 2 (González, 2018), dando lugar a entidades bancarias de prestigio.

Las *cooperativas de crédito* son entidades cuyo objeto social es servir las necesidades financieras de sus socios y de tercero, mediante el ejercicio de las actividades propias de las entidades de crédito. Pueden realizar las mismas operaciones que las entidades de crédito, pero deben atender de manera preferente las necesidades de sus socios. Este tipo de entidades tienen una doble naturaleza; por un lado, son sociedades cooperativas por lo que están sometidas a la legislación vigente sobre este tipo de sociedades y, por otro, son entidades de depósito y de crédito por lo que también deben cumplir la normativa reguladora de los intermediarios financieros. El movimiento del crédito cooperativo surge en España a principios del siglo XX unido directamente al campo, si bien su desarrollo no se produce realmente hasta la creación de la Caja Rural Nacional en 1957.

Es necesario señalar que las *cajas rurales*, tienen un carácter puramente rural y son promovidas por cooperativas del campo y sociedades agrarias. Su objetivo principal es financiar actividades agrícolas, ganaderas y forestales siendo su ámbito de actuación local, comarcal o provincial. Suponen un 6% del sistema crediticio español. Se vieron menos afectadas por la crisis por su menor dimensión y por las características de su negocio, pero, aun así, están viviendo su particular proceso de fusión.

Ilustración 1. Proceso de reestructuración de las cajas de ahorro.



Fuente: www.eldiario.es/alternativaseconomicas/crisis-llevo-cajas-siempre_6_414068607.html.

Nuevos competidores de las entidades de crédito

Con la tecnología, las entidades tradicionales se han abierto a la banca online. Pero la competencia en este contexto les surge con las entidades que operan casi exclusivamente o en su totalidad de forma electrónico. Frente a la banca tradicional, la banca online, conectada directamente con el cliente final y operativa las 24 horas, surge y se desarrolla con la premisa de que los canales no presenciales son la base de su actividad. Entre las características de este tipo de banca se encuentran:

- Sin comisiones, gracias al ahorro en costes que supone no tener una red amplia de sucursales, menos personal, etc.
- Disponibilidad de contactar a cualquier hora, sin necesidad de acudir en horario comercial a las oficinas o sucursales bancarias.
- Producto y ofertas competitivas, muy marcadas por las promociones consistentes en descuentos distintos tipo y mayor rentabilidad, entre otros.
- Protocolos de seguridad cada vez más avanzados, como las huellas electrónicas, patrones alfanuméricos o códigos que se envían vía SMS.
- Transparencia, al trabajar solo por internet con información clara.
- Sin límites geográficos, lo que facilita la expansión hacia otros mercados.

En la banca online se distingue entre bancos online puros, que no disponen de ninguna oficina, y bancos online con alguna oficina. Entre los primeros, mucho menos conocidos, destaca, por ejemplo, Ferratum Money (www.ferratum.es), a la vanguardia en préstamos online mediante soportes móviles. Entre los segundos, más conocidos, está ING que alcanza ya en España los 3,62 millones de clientes (Barrón, 2017).

Uno de los aspectos novedosos en este sentido es el uso de los smartphones en la vida diaria. En España, estamos entre los cinco países que más tiempo dedica a utilizarlo (Rodríguez, 2017). Como consecuencia, han surgido distintas aplicaciones para la gestión de las finanzas, externas a las entidades de crédito, y buscadores de bancos o entidades para solicitar un préstamo o contratar un seguro. Por ejemplo, Fintonic, premio Google a la innovación móvil, con más de 400.000 usuarios.

La palabra Fintech define los nuevos servicios financieros basados en la innovación tecnológica (Arrieta, 2015). Son startups con un importante componente tecnológico, que buscan aportar nuevas soluciones al sector financiero, gracias a las nuevas tecnologías, las aplicaciones móviles o el big data, y captar parte del mercado dominado por los grandes bancos. Estas compañías surgen como consecuencia de los cambios socioculturales de la población, el cambio de mentalidad del consumidor, la evolución de sus expectativas y de sus hábitos de consumo e interacción y de entender cómo la evolución tecnológica se puede aprovechar para mejorar los modelos de negocio actuales (KPMG, 2017). Se caracterizan por:

- Productos financieros totalmente online, con canales digitales eficientes.
- Habilitan soluciones de una manera rápida usando tecnologías disruptivas, estructuras flexibles y metodologías ágiles.

- Persiguen un enfoque en el que el cliente es el centro. Pretenden añadir valor añadido a los servicios financieros actuales con un trato más personalizado.
- Cuentan con un modelo des-intermediado, ya que intentan cubrir una sola necesidad sobre la cual se focalizan y desarrollan su idea.
- Favorecen la inclusión financiera de grupos de población no bancarizados y democratizan el acceso a una mayor cantidad de servicios financieros.
- Reducen de modo eficiente el nivel de costes de los servicios actuales.

Cada Fintech ofrece soluciones concretas a problemas con un alto grado de especialización, clasificándose, según la Asociación Española de Fintech e Insurtech (www.asociacionfintech.es), en función de los servicios que ofertan (Tabla 2). Estas empresas han irrumpido con fuerza, representando en España unas 300 firmas en las que trabajan más de 5000 personas. El mayor número se concentra en inversión y préstamos, y medios de pago (Ilustración 2), destacando el *crowdfunding*, definido como una herramienta dirigida al logro de la financiación necesaria para la puesta en marcha de proyectos en un plazo temporal concreto, permitiendo a las ideas creativas, que no encajan en los patrones de la financiación tradicional, obtener dinero a través del apoyo y solidaridad de muchas personas (Sajardo, Gil & Pérez, 2017).

Tabla 2. Clasificación compañías Fintech.

Clasificación	Descripción
Asesoramiento y gestión patrimonial	Incluye 4 tipos de entidades: I) Las redes de inversión; II) Las que prestan el servicio de asesoramiento en materia de inversiones de manera automatizada, III) Aquellas que prestan servicio de gestión automatizada, IV) Plataformas de negociación.
Finanzas personales	Comparadores de productos financieros y entidades que prestan servicios de optimización de finanzas personales
Financiación alternativa	Proporcionan préstamos sin necesidad de garantía (previa evaluación del prestatario) y las entidades de Crowdlending y Crowdfunding
Crowdfunding/lending sobre activos o bienes tangibles	Captan fondos con la finalidad de inversión en proyectos sobre activos o bienes tangibles
Servicios transaccionales/divisas	Entidades que tratan de evitar los costes derivados de la intermediación bancaria
Medios de pago	Las entidades que prestan, directamente o por medio de otras entidades, medios de pago electrónicos
Infraestructura financiera	Aprovechan y mejoran la tecnología existente para la prestación de servicios financieros

Criptocurrencies y Blockchain	Recoge las consideraciones respecto a las criptomonedas como medio digital de intercambio, así como la tecnología en que estas se sustentan, el blockchain
InsurTech	Compañías que aplican la tecnología al sector asegurador
Identificación online de clientes	Proporcionan servicios destinados a identificar personas a distancia a través de medios electrónicos
Big Data	Entidades que generan servicios de valor añadido a partir de la recogida y gestión de datos y la inteligencia artificial
Neobanks y Challenger Banks	Bancos 100% digitales que utilizan los smartphones y las redes sociales para establecer su relación con los clientes

Fuente: Elaboración propia a partir de www.asociacionfintech.es.

Ilustración 2. Proceso de reestructuración de las cajas de ahorro.



Fuente: Arrieta (2015).

En función del objetivo que persigue el aportante o financiador del proyecto, se pueden identificar cuatro modelos de crowdfunding (Crowdsourcing, 2012):

- 1) Crowdfunding por acciones. Los aportantes de fondos reciben a cambio acciones o participaciones, de forma que podrán participar en los beneficios.
- 2) Crowdfunding basado en préstamos o crowdlending. Los aportantes reciben ingresos periódicos en forma de tipo de interés por el dinero prestado.
- 3) Crowdfunding de recompensas. Los aportantes reciben a cambio el producto o servicio que financian.
- 4) Crowdfunding de donaciones. Los aportantes no reciben prácticamente nada a cambio; como mucha información de los proyectos que financian.

A su vez, destacan las *Fintech orientadas a los medios de pago*. Se pueden dividir en Fintech para la domiciliación de recibos, las de plataformas de pagos, de TPV (terminal punto de venta), para pagos colectivos, para cargar el saldo telefónico, tarjetas prepago y remesas. En España, la mayoría (unas 30) se concentra en las plataformas de pago. Un ejemplo relevante es el de Bizum (www.bizum.es), elegido mejor producto Fintech del 2017 por Rankia (www.rankia.com). Bizum es un sistema de pago instantáneo, fácil y seguro pensado para todos que funciona de una cuenta bancaria a otra y que está integrado en la aplicación de la entidad de crédito de la que se sea cliente. Se pueden realizar transferencias de dinero y

comprar en comercios y en tiendas online. Es la única aplicación que cuenta con el respaldo de los grandes de bancos españoles como CaixaBank, BBVA, Santander y Banco Sabadell.

Otro factor de cambio es el social, con una mayor preocupación por el bienestar. En España, somos ligeramente más sensibles a estas cuestiones que la media de la Unión Europea (EFE, 2017). En este contexto surge la *banca ética*, también conocida como banca social o alternativa, entendiendo como el conjunto de intermediarios financieros cuya oferta de servicios no está condicionada exclusivamente por la rentabilidad-riesgo, sino por principios alternativos de cooperación, sostenibilidad y responsabilidad, y su estructura de gobierno se fundamenta en la participación cooperativa (bancaetica.es). Ofrece productos al margen de la especulación, buscando un equilibrio en el proceder entre la entidad y el cliente y favorecer medidas sociales y medioambientales (OCU, 2014).

Estas entidades conceden préstamos o créditos a aquellas personas que tengan un proyecto empresarial viable y con contenido social y permite que los ahorradores inviertan su dinero en actividades acordes con sus convicciones éticas (Castro & Romero, 2011). Sus productos financieros son similares a los de cualquier entidad, si bien sujetos a principios y valores éticos. Se ofrecen cuentas corrientes, de ahorro y fondos de inversión socialmente responsables (ISR) que se adaptan a los diferentes perfiles de ahorradores. Respecto a los proyectos a financiar pueden ser de carácter empresarial o no lucrativo con contenido social, medioambiental o cultural, dedicando parte de su actividad crediticia a la concesión de microcréditos. De modo específico, otras características son (Alejos, 2014):

- Sostenibilidad. Las inversiones de estas entidades buscan generar un bien al conjunto de la sociedad a lo largo del tiempo.
- Máxima participación social. Los ahorradores participan en la definición de las líneas de inversión e incluso pueden decidir hacia donde orientar sus ahorros.
- Transparencia. Buscan facilitar información total sobre la gestión del banco y la colocación de activos.
- Comportamiento ético. Abarca desde la creación de un comité ético que vigile los valores, hasta la realización de informes éticos junto con los financieros.
- Colocación de activos en proyectos con valor social añadido. No solo deben informar de dónde se invierten los activos, sino sobre su rendimiento social.
- Ser una alternativa de financiación para los colectivos que no tienen acceso al mercado bancario tradicional por falta de garantías.
- Tener en cuenta el territorio o la comunidad.
- Garantías alternativas. Al trabajar con personas o proyectos que normalmente carecen de garantías patrimoniales; utiliza otro tipo de garantías.
- Responsabilidad mutua. Es decir, que los prestatarios usen los préstamos con responsabilidad para el bien social, evitando conductas especulativas.

La entidad de banca ética con mayor presencia en España es *Triodos Bank*. Esta entidad nace con el fin de promover un cambio positivo de la sociedad desde el sistema financiero y sus principales valores

corporativos son la sostenibilidad, transparencia, excelencia e iniciativa empresarial. En España empieza a operar en 2004. Tiene en la actualidad más de 20 oficinas en las principales ciudades del país.

Otra entidad relevante es *Coop57*. Es una cooperativa de servicios financieros éticos y solidarios que tiene como objetivo principal contribuir a la transformación social de la economía y sociedad. Inició su actividad en 1999 vinculada con el cooperativismo de trabajo asociado, pero fue ampliando su base social a otros tipos de entidades de la economía social y solidaria. En paralelo, fue aumentando su base de socios y colaboradores. Se organiza por territorios, según un modelo organizativo en red. Cuenta con 800 entidades y 4000 socios colaboradores.

Por último, *Fiare* banca ética surge bajo la iniciativa en 2003 de varios grupos interesados en las finanzas éticas en el País Vasco. En 2005 se firmó el contrato de agentes con Banca Popolare Ética (banco italiano). En otoño de 2014 comienza a operar en España. Operando principalmente vía internet o banca telefónica. A continuación, se describen de casos muy paradigmáticos de grandes grupos de distribución comercial que se convierten en alternativas a las entidades tradicionales. Por un lado, la Financiera del Grupo El Corte Inglés, que desde hace muchos años dispone de una tarjeta con la que financiar las compras en sus establecimientos de modo gratuito. Además, ofrece facilidades de financiación y bonificaciones en puntos comerciales como estaciones de servicio (gasolineras), y dispone de una amplia sección de seguros (vehículos, inmuebles, personas...). Por otra parte, los servicios Financieros Carrefour. Esta multinacional dispone de la tarjeta Carrefour Pass totalmente gratuita, que permite financiar las compras, devuelve dinero por las mismas, pagar con el móvil y gestiona préstamos personales.

Otro tipo de competidores relevantes podrían ser las gasolineras, muy bien posicionadas en los medios de pago, y las compañías de seguros más tradicionales que se han incorporado sólidamente a la hora de comercializar préstamos, depósitos, fondos de inversión y otros productos de activo y pasivo financiero.

Aspectos metodológicos

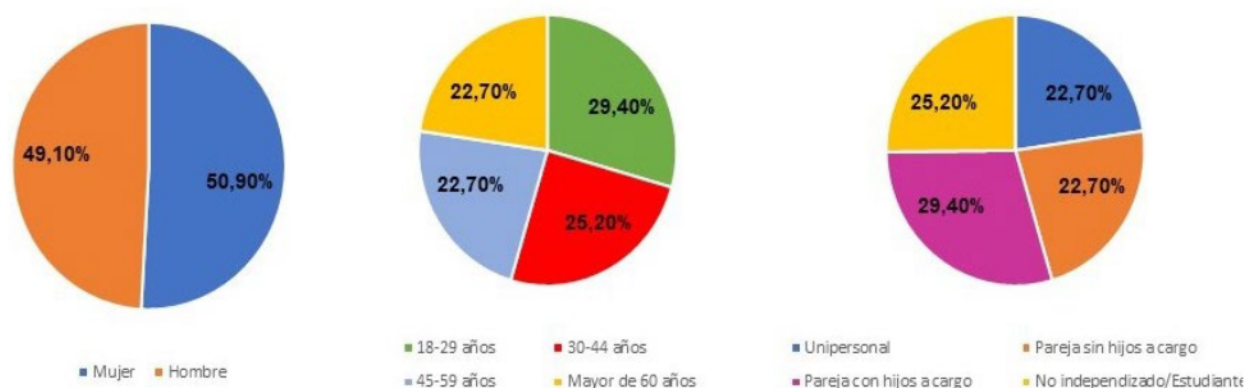
Se describen, a continuación, los rasgos metodológicos básicos del estudio empírico desarrollado a fin de complementar el marco teórico establecido. El estudio tiene como objetivo central analizar el efecto de las nuevas tecnologías y la irrupción de nuevos competidores frente a los tradicionales en el ámbito (sector) de las entidades de crédito españolas.

Para ello se ha llevado a cabo una encuesta online auto-administrada entre una muestra de 163 personas de más de 18 años seleccionadas por conveniencia, a través de redes sociales, aunque representativas, tipológicamente, por género y edad de la población objeto de análisis. El trabajo de campo tuvo lugar en el mes de abril del año 2018.

La Ilustración 3 describe la muestra utilizada en el estudio empírico desarrollado en función de 3 variables de clasificación clave consideradas en el mismo: género, edad y tipo de unidad familiar del/a encuestado/a. Por representatividad tipológica con la población, se observa como la muestra se distribuye prácticamente

a partes iguales entre mujeres (50,9%) y hombres (49,1%), y respecto a los tramos de edad considerados. Por último, la tipología de unidad familiar preponderante es la de “vive en pareja con hijos a cargo” (29,5%), seguido de las personas “no independizadas o estudiantes” (25,2%).

Ilustración 3. Descripción de la muestra en función de las variables de clasificación.



Fuente: Elaboración propia.

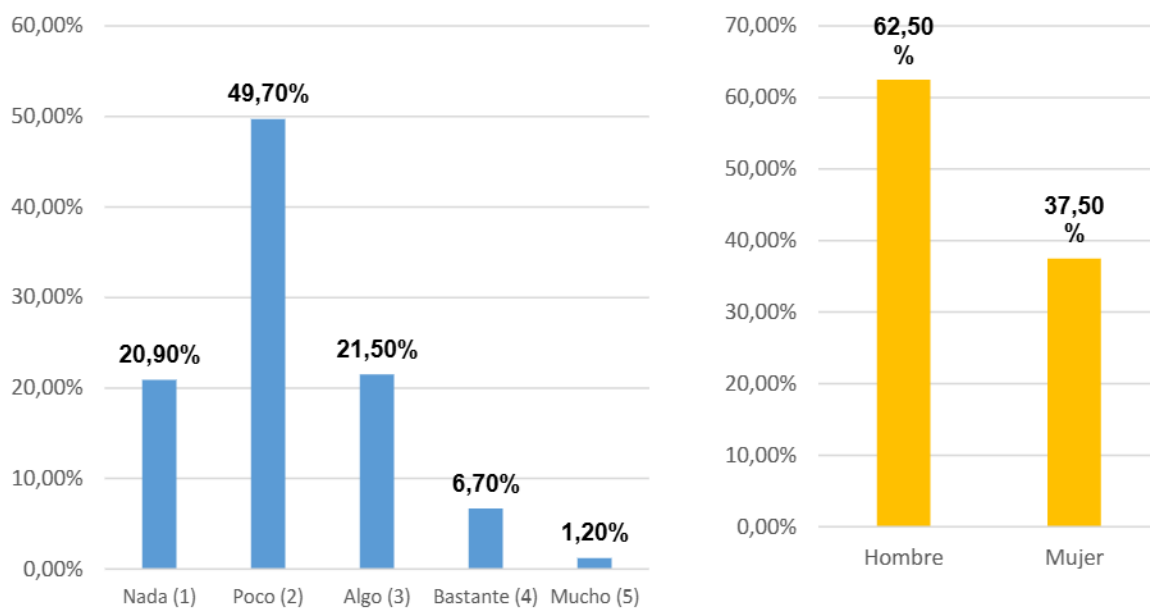
Resultados y discusión

Uso y satisfacción con la sucursal de la entidad

La mayoría de los/as encuestados/as (49,7%) acuden “poco” o “nada” a la oficina o sucursal de su entidad de crédito principal (Figura 5). Tan sólo el 21,5% acude “algo” y ya son escasos (menos del 10%) los que acuden “bastante o mucho”. No obstante, los hombres van en mayor medida que las mujeres ($\chi^2=4,903$; $\text{sig.}=0,027$), siendo un 62,5% los hombres que acuden “algo, bastante o mucho” frente a un 37,5% de las mujeres (Ilustración 4).

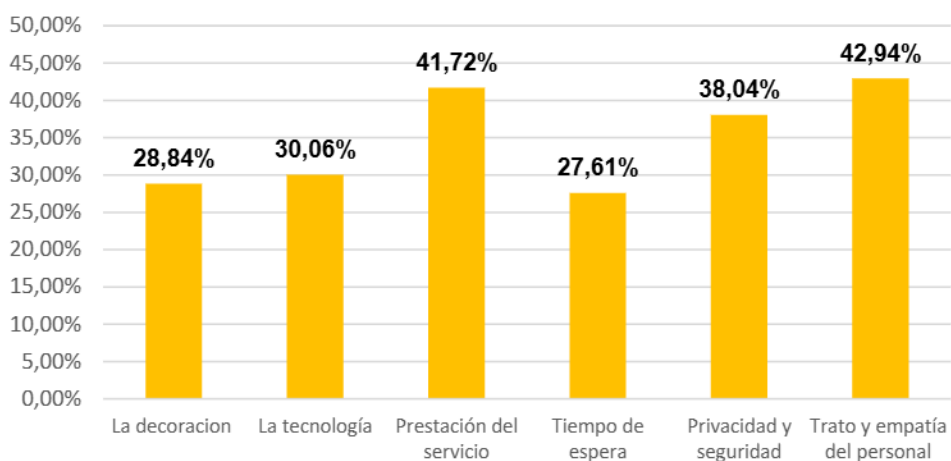
Además, en general están satisfechos (en una escala de 1=muy poco satisfecho/a a 5= muy satisfecho/a) con los aspectos que caracterizan a la sucursal. Los aspectos con los que se muestra más satisfacción son: la prestación del servicio en sí mismo y el trato y empatía de su personal. En ambos casos, algo más del 40% se declaran “satisfechos” o “muy satisfechos” (Ilustración 5). El tercer aspecto más valorado es la privacidad y seguridad que ofrecer la sucursal (38%). No obstante, la satisfacción con la tecnología ($\chi^2=2,977$; $\text{sig.}=0,084$) y con la prestación del servicio ($\chi^2=2,916$; $\text{sig.}=0,088$) está condicionada de modo significativo por el género (Ilustración 6). Las mujeres, frente a los hombres, se muestran mayoritariamente más “satisfechas” o “muy satisfechas” con ambas cuestiones.

Ilustración 4. Frecuencia con la que acude a la oficina o sucursal (izquierda) y frecuencia en la que se acude algo, bastante o mucho según el género (derecha).



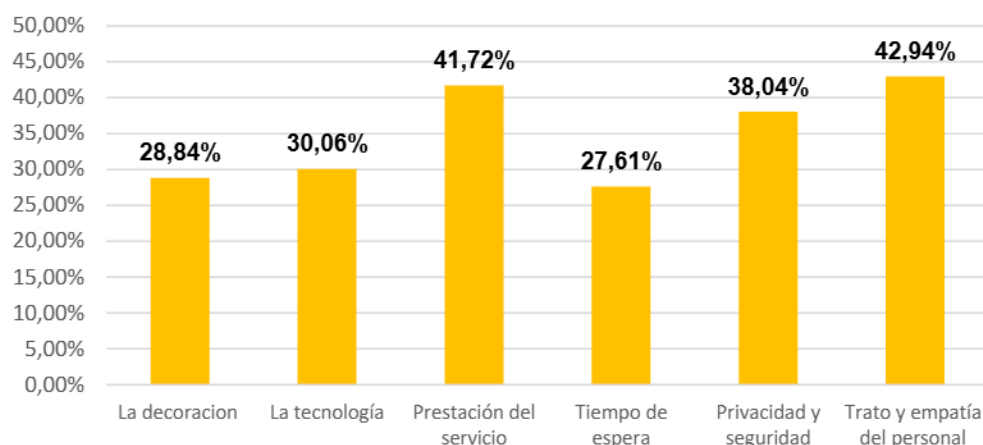
Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 5. Satisfacción o mucha satisfacción con los aspectos de la sucursal.



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 6. Satisfacción o mucha satisfacción con la tecnología (izquierda) y la prestación del servicio (derecha) en función del género.

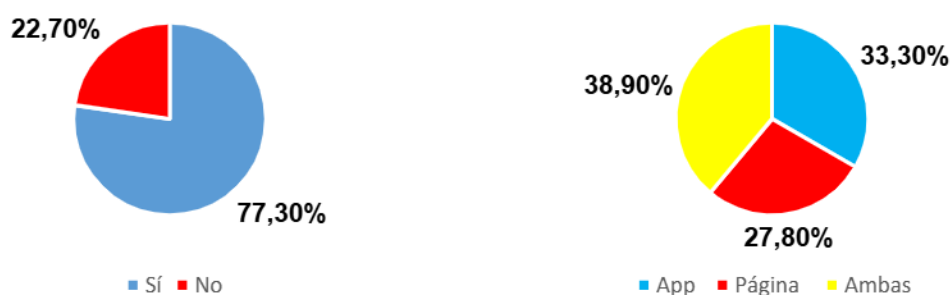


Fuente: Elaboración propia.

Uso y satisfacción con la banca electrónica de la entidad tradicional

En cuanto al uso de la banca electrónica de la entidad tradicional principal, un 77,3% de los/as encuestados/as afirma usarla habitualmente (Ilustración 7). De entre ellos/as, un 33,3% lo hace mediante la aplicación móvil de la entidad (App), un 27,8% mediante la Página Web de esta y por último un 38,9% usa ambos soportes indistintamente.

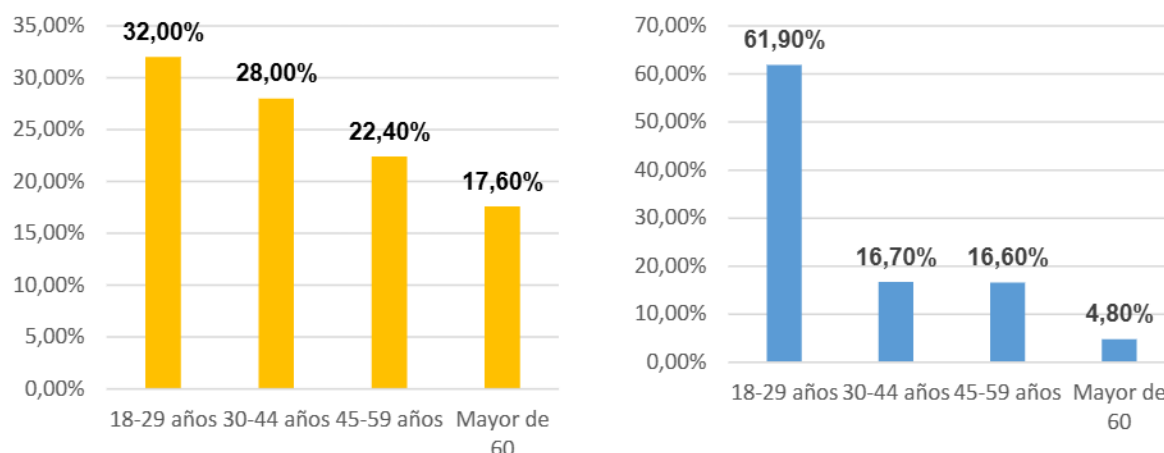
Ilustración 7. Uso de la banca electrónica y medio por el que se utiliza.



Fuente: Elaboración propia.

El uso de la banca electrónica es significativamente mayor entre los jóvenes que entre los adultos (chi-cuadrado=9,077; sig.=0,028): el uso alcanza al 32% de los que tienen entre 18 y 19 años, frente al 17,6% de los de más de 60 años (Figura 9). La diferencia es más significativa en el uso de la App (chi-cuadrado=29,012; sig.=0,000): 61,9% de los jóvenes, frente al 4,8% de los mayores (Ilustración 8).

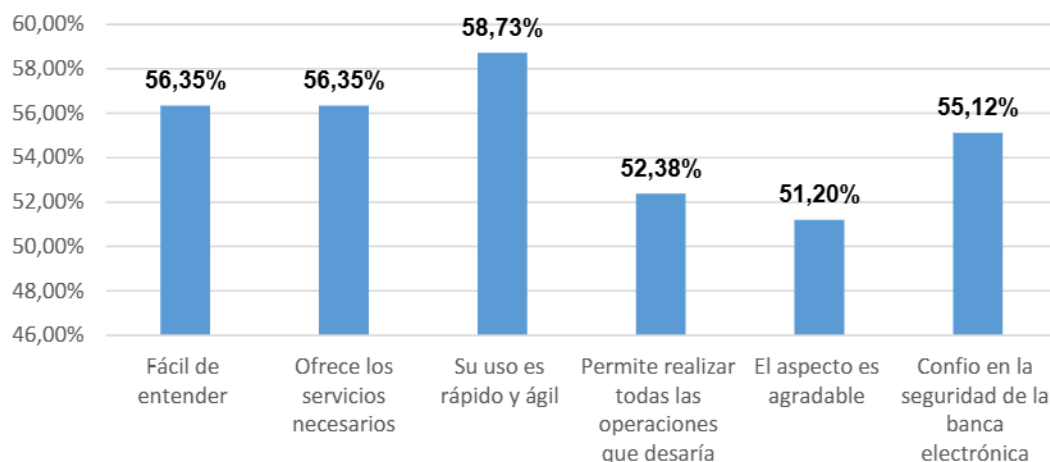
Ilustración 8. Uso de la banca electrónica por edad (izquierda) y uso de la banca electrónica mediante la App por edad (derecha).



Fuente: Elaboración propia.

A su vez, están “de acuerdo” o “muy de acuerdo” de modo mayoritario con cada una de las cuestiones clave que definen a la banca electrónica de su entidad tradicional (Ilustración 9). Con lo que más de acuerdo están es con el hecho de que su uso es rápido y ágil (señalado por el 57,7%), es fácil de entender y ofrece los servicios necesarios (56,3% en ambos casos), y se confía en su seguridad (55,1%).

Ilustración 9. Acuerdo o muy de acuerdo con la banca electrónica.

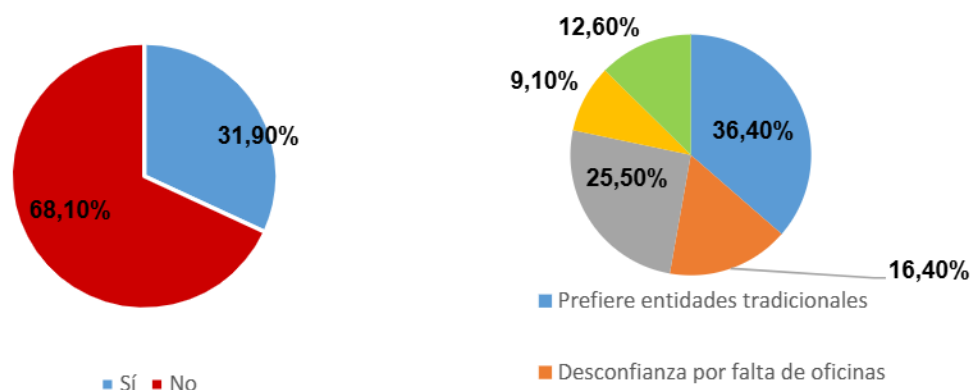


Fuente: Elaboración propia.

Nuevas formas de competencia

Un 68,1%, afirma rotundamente que no estaría dispuesto a ser cliente o usuario de un banco exclusivamente online (Ilustración 10). El principal motivo alegado es porque prefieren entidades tradicionales (un 36,4%) y por su desconfianza al no ser atendidos por personas (un 25,5%).

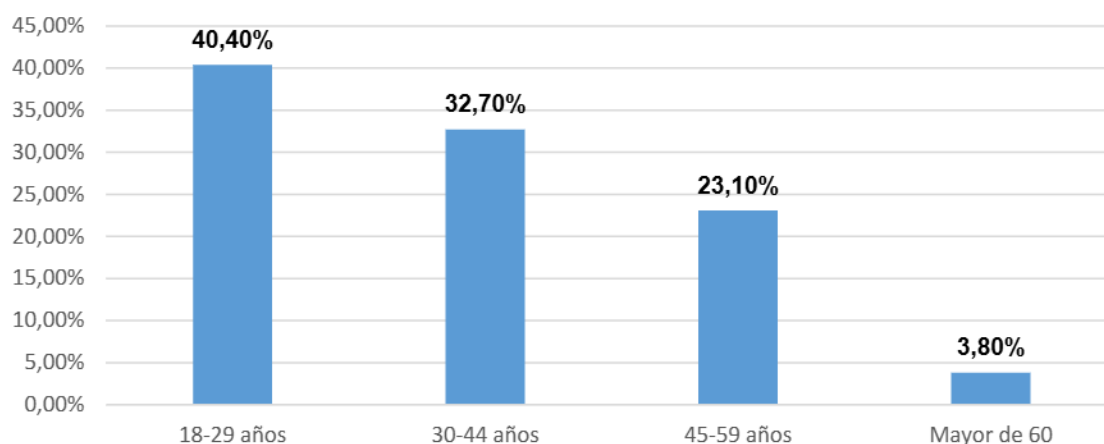
Ilustración 10. Disposición a ser cliente de un banco online (izquierda) y razones de por qué no (derecha)



Fuente: Elaboración propia.

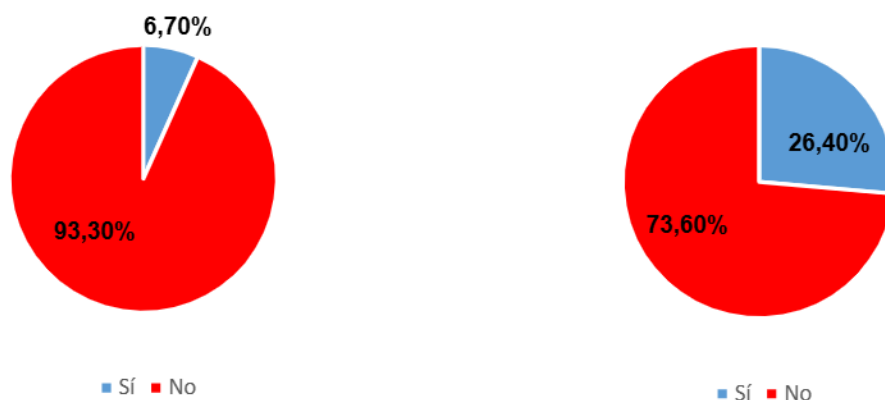
En lo relativo a la disposición a ser cliente o usuario de un banco exclusivamente online, hay diferencias significativas en cuanto a la edad ($\chi^2=16,789$; $\text{sig.}=0,001$). En concreto, los/as más jóvenes (entre 18 y 29 años) estarían dispuestos a serlo en un 40,4% de los casos, frente a solo un 3,8% de los mayores de 60 años (Ilustración 11). De igual manera, se preguntó por el grado de conocimiento de las Fintech y de la banca ética. Ni una ni otra alternativa competidora son demasiado conocidas (Ilustración 12). El 93,3% afirman desconocer qué es una Fintech, alcanzando el desconocimiento de la banca ética al 73,6% de los/las encuestados/as.

Ilustración 31. Disposición a ser cliente de un banco exclusivamente online en función de la edad.



Fuente: Elaboración propia.

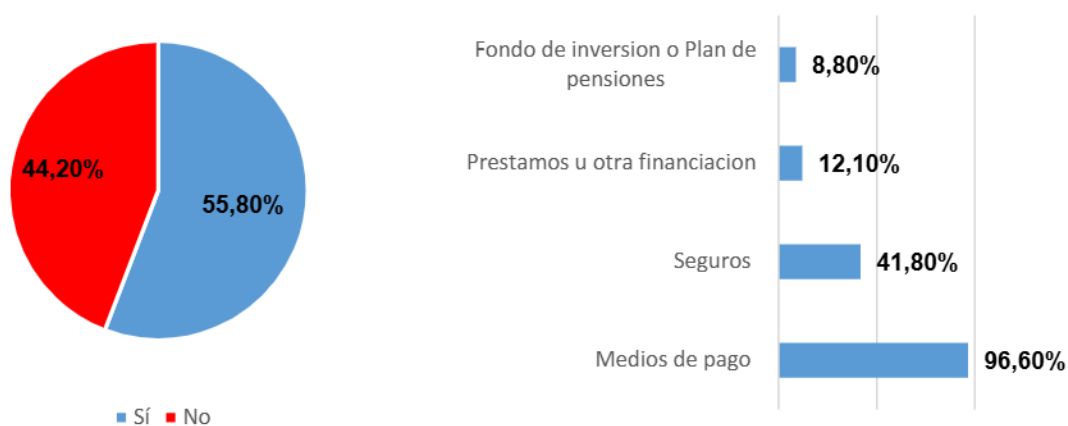
Ilustración 4. Conocimiento del término Fintech (izquierda) y banca ética (derecha).



Fuente: Elaboración propia.

Además, se preguntó sobre si tenían algún producto o servicio contratado con una alguna entidad distinta a las tradicionales y, en caso de contestación afirmativa, qué tipo de producto. A lo primero, un 55,8% dice que sí (Ilustración 13), de los cuales un 96,60% tiene contratado algún tipo de medio de pago, seguido de los seguros con un 41,8%.

Ilustración 5. Contratación de algún producto con alguna entidad distinta a su entidad tradicional (izquierda) y qué producto (derecha).



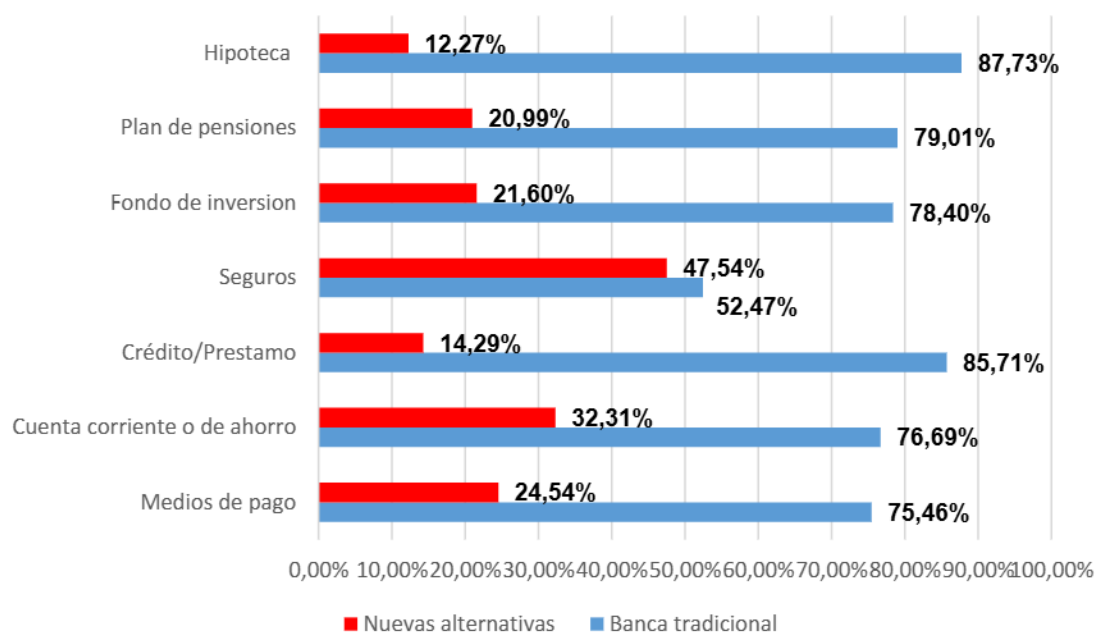
Fuente: Elaboración propia.

Contratación de productos o servicios financieros: tradicional vs. nuevas alternativas

Para finalizar el cuestionario, se preguntó que si en este preciso momento se tuviera que contratar algún producto o servicio financiero, a qué entidad acudiría, si a una tradicional o a las nuevas alternativas. La contestación fue muy clara: salvo en el caso de los seguros, para el resto de productos considerados (Ilustración 14) al menos 3 de cada 4 encuestados/as acudirían en mayor medida a las entidades tradicionales.

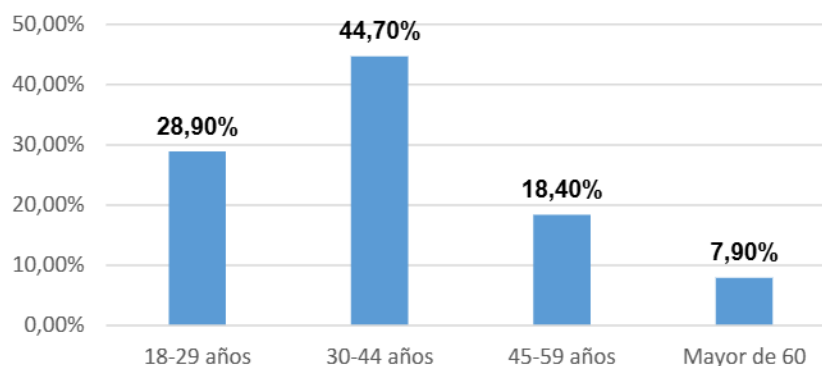
En el caso de los seguros en concreto, este porcentaje alcanza tan sólo al 52,47%. En definitiva, las entidades de crédito tradicionales continúan siendo en la actualidad el referente clave. No obstante, esta valoración está condicionada por las variables de clasificación. En concreto, la contratación de cuentas corrientes o de ahorro, lo está por la edad (chi-cuadrado=12,744; sig.=0,005). Destaca el tramo de edades entre 30 y 44 años, que acudirían a las nuevas alternativas en un 44,7% frente a un 7,9% de los mayores de 60 años (Ilustración 15).

Ilustración 14. Elección a la hora de contratar alguno de los siguientes productos entre la banca tradicional y las nuevas alternativas.



Fuente: Elaboración propia.

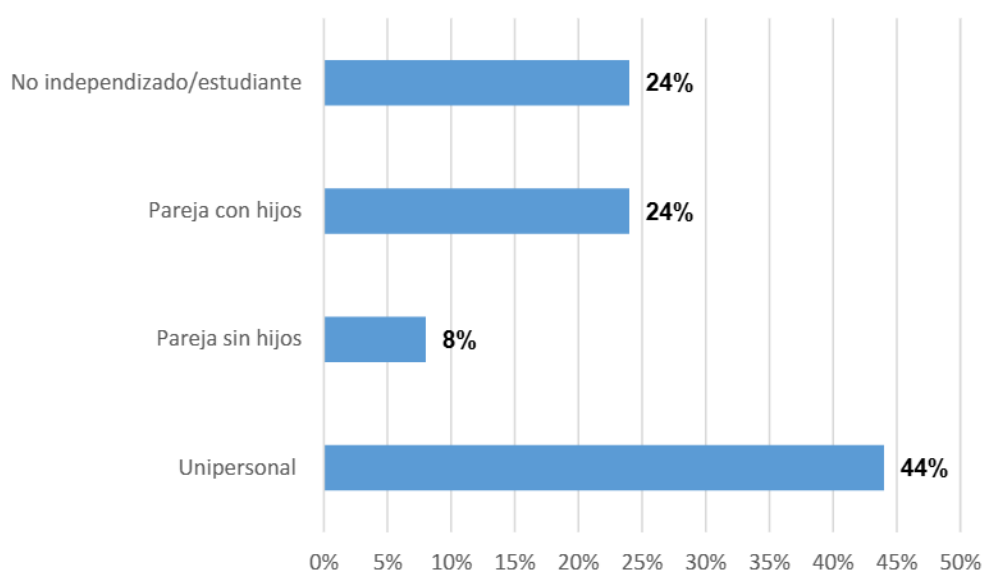
Ilustración 15. Disposición a contratar una cuenta corriente o de ahorro en las nuevas alterativas en función de la edad.



Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, la solicitud de un crédito o préstamo se encuentra condicionado por el tipo de hogar o familia ($\chi^2=9,026$; $\text{sig.}=0,029$). En concreto, solo un 8% de los encuestados que son “pareja sin hijos a cargo” acudiría a las nuevas alternativas frente a un 44% de los tipos de hogar unipersonales (Ilustración 16). En el caso de los seguros, las diferencias se observan para las tres variables de clasificación. Por un lado, el género ($\chi^2=3,216$; $\text{sig.}=0,073$): los hombres acudirían a las entidades alternativas en un 56,4% frente a un 43,6% de las mujeres. Por otro, la edad ($\chi^2=16,555$; $\text{sig.}=0,001$): acuden a las nuevas alternativas un 15,40% de los/as encuestados/as entre 18 y 29 años frente a un 34,60% de los/as que disponen entre 30 y 44 años (Ilustración 17).

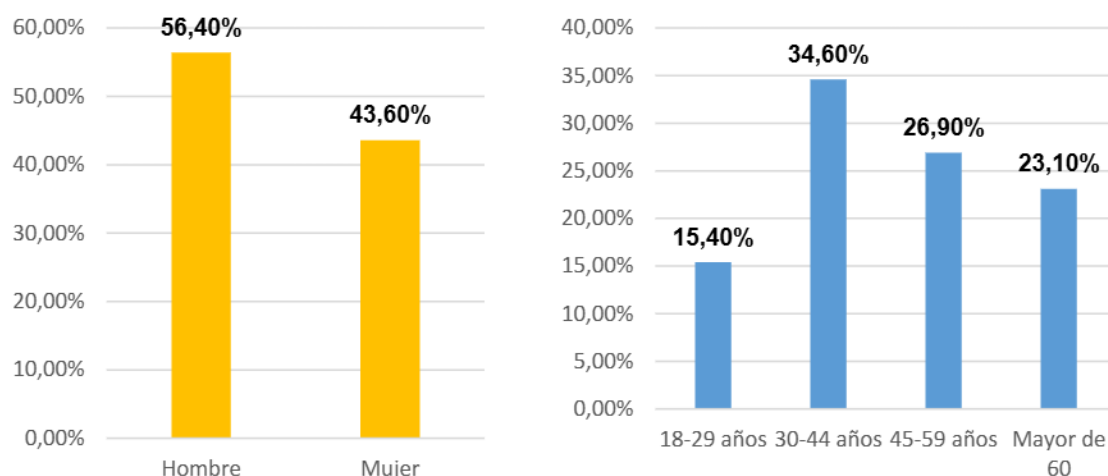
Ilustración 6. Disposición a contratar un crédito o préstamo en las nuevas alternativas en función del tipo de hogar o familia.



Fuente: Elaboración propia.

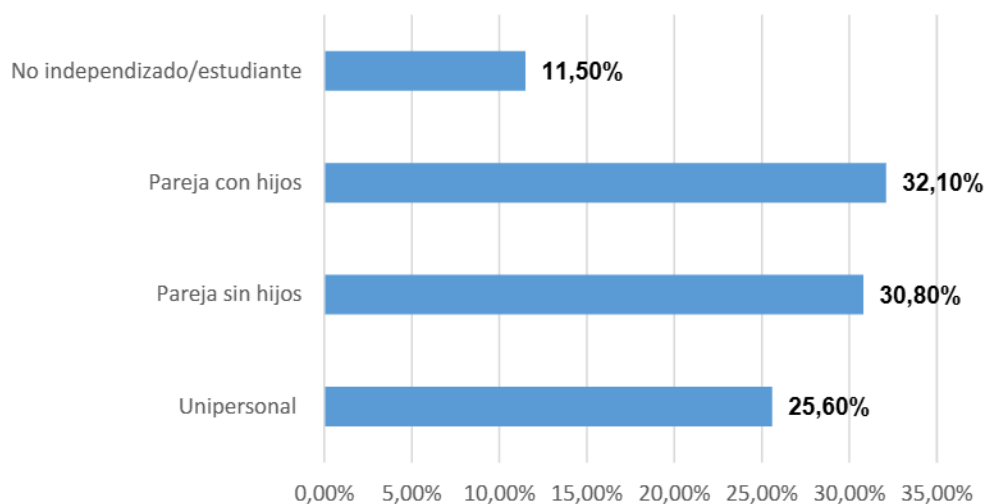
Por último, el tipo de hogar ($\chi^2=16,229$; $\text{sig.}=0,001$): acuden a las nuevas alternativas en mayor medida las “parejas con hijos a cargo” con un 32,1% frente a un 11,5% de los/as “no independizaos o estudiantes” (Ilustración 18). En cuanto a los planes de pensiones, su contratación se encuentra condicionada por el género ($\chi^2=3,385$; $\text{sig.}=0,066$) y la edad ($\chi^2=8,402$; $\text{sig.}=0,038$) (Ilustración 29). Los hombres acudirían a las nuevas entidades alternativas en un 62,9% frente a las mujeres que lo hacen en un 37,1%. Los/las encuestados/as entre 30 y 44 años acudirían a las nuevas alternativas en mayor medida que el resto, con un 42,9%.

Ilustración 77. Contratación de seguros en las nuevas alternativas en función del género (izquierda) y edad (derecha).



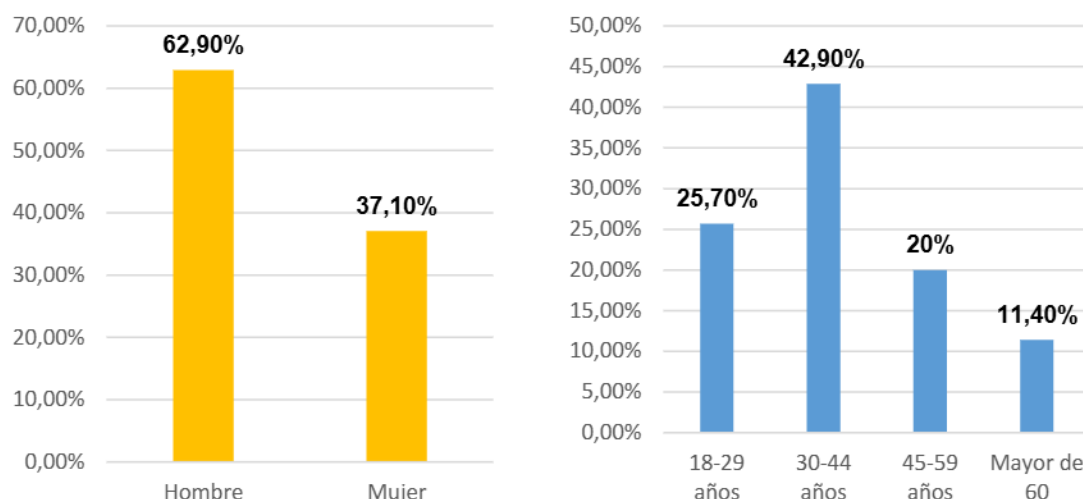
Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 88. Contratación de seguros en las entidades alternativas en función del tipo de hogar o familia.



Fuente: Elaboración propia.

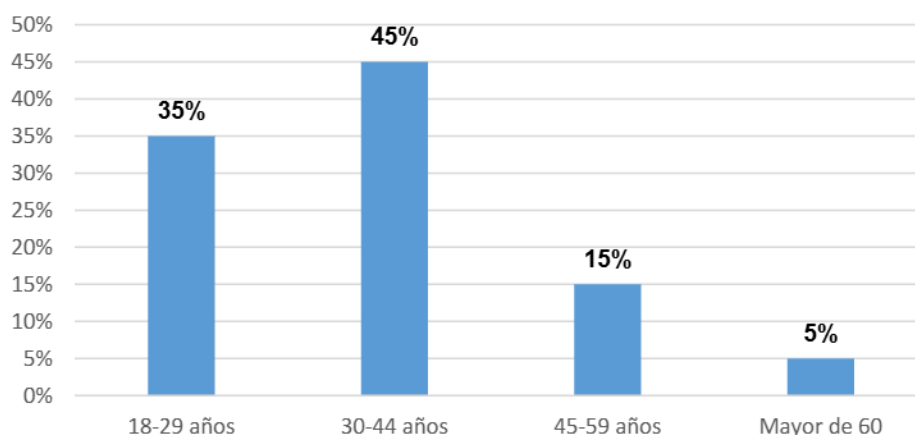
Ilustración 19. Disposición a contratar un plan de pensiones en las entidades alternativas en función del género (izquierda) y de la edad (derecha).



Fuente: Elaboración propia.

Para finalizar el apartado, la contratación de hipotecas está condicionada por la edad ($\chi^2=7,550$; $\text{sig.}=0,056$): se observa que hay una mayor disposición en las edades comprendidas entre 18 y 19 años y 30 y 44, con un 35% y 45% respectivamente, mientras los/las encuestados/as cuyas edades están comprendidas entre 45 y 59 años o más de 60, estarían dispuestos en un 15% y un 5%, respectivamente (Ilustración 20).

Ilustración 20. Disposición a contratar una hipoteca en las nuevas alternativas, por edad.



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones y recomendaciones

Las entidades de crédito en España y, en general, el sector financiero ha sufrido grandes cambios a lo largo de su historia. Había grandes restricciones para el negocio de la banca, pero con el paso del tiempo se fue dando paso a una etapa de expansión, sobre todo en número de oficinas o sucursales, por la entrada

de entidades extranjeras. Más recientemente, tras la crisis económico-financiera de 2008, la actividad de las entidades se ha visto envuelta en una serie de fusiones y sometimiento y control a nuevas normas dictadas de organismos nacionales y europeos.

Además, la irrupción de nuevos competidores debido, principalmente, a las nuevas tecnologías y a la innovación, ha hecho que el sector tenga que dar un cambio a su negocio, incorporando la tecnología como un canal de distribución más. También se han producido cambios sociales, como una mayor preocupación por el entorno social y el medio ambiente, lo que ha hecho que surjan nuevos competidores socialmente responsables como la banca ética. No obstante, tras analizar la historia del sector y las nuevas alternativas de competencia, las entidades tradicionales siguen teniendo un mayor peso dentro del mismo, tanto en número de clientes como por tamaño. Así se deduce del estudio empírico desarrollado. En concreto,

1. Los/as encuestados/as prefieren, en mayor medida, las entidades tradicionales, de forma que el 86,5% es cliente de alguna entidad tradicional.
2. De forma generalizada, se acude poco a las sucursales u oficinas, siendo los hombres los que lo hace en mayor medida. Además, el grado de satisfacción con los distintos elementos de la sucursal, no supera en ningún caso el 50%.
3. La tecnología ha irrumpido con fuerza en las entidades tradicionales. 3 de cada 4 encuestados/as afirma usar la banca electrónica, mayoritariamente aquellos que se encuentran entre 18 y 29 años. Además, el grado de satisfacción con la banca electrónica supera en todos los aspectos el 50%.
4. Pese al descontento de la sociedad con la banca tradicional, dos de cada tres no estarían dispuesto a ser cliente de una entidad exclusivamente online, sin oficinas, siendo el principal motivo para ello la preferencia por entidades tradicionales.
5. En cuanto a las nuevas alternativas de competencia, tanto las Fintech como la banca ética son muy desconocidas para la población en general, por lo que las entidades tradicionales tienen aún una gran ventaja respecto a estas nuevas.
6. Más de la mitad de los/las encuestados/as, tiene contratado con alguna entidad distinta a su banco tradicional algún producto; básicamente, medios de pago.
7. Las entidades tradicionales siguen siendo las elegidas para contratar cualquier tipo de producto financiero, superando incluso en la contratación de seguros.

Además, el estudio desarrollado ha permitido inferir una serie de implicaciones sumamente relevantes para los responsables y gestores de entidades de crédito:

1. Mejorar las oficinas, haciendo que ir al banco sea una experiencia positiva para el cliente, sintiéndose cómodo, tratando de manera exclusiva a cada cliente.
2. Continuar involucrando la tecnología para conseguir una efectiva omnicanalidad, sin diferencias en el servicio ni en la forma de prestarlo.
3. Hay que cuidar los aspectos mencionados como es el trato personal y exclusivo, ya que es la baza con la que pueden jugar las entidades tradicionales.

4. Mejorar y ampliar la interacción con las redes sociales que permite realizar la banca electrónica.
5. Seguir trabajando para ofrecer productos a un menor coste sin perder rentabilidad y poder captar a las nuevas generaciones tecnológicas.
6. Aumentar la transparencia en cuanto a su gestión, así como involucrarse más en fines medioambientales y obras sociales.

En definitiva, las entidades tradicionales tienen que adaptarse a una nueva forma de negocio, donde la tecnología será fundamental no solo para ofrecer un servicio sino para captar y retener clientes jóvenes, que quieren operar sin esperas ni desplazamientos. Además, deben mejorar la información, para ser más transparentes ya que la sociedad cada vez está más informada y educada en lo financiero. Por último, deben seguir observando a las nuevas formas de competencia, tanto para aprender de ellas como para seguir trabajando en la mejora de sus propias prestaciones.

Bibliografía

Alejos Góngora, C.L. (2014). Banca ética: una alternativa viable. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de RSE y Gobierno Corporativo, Nº 23.

Arrieta, E. (25/11/2015). Radiografía del sector Fintech en España. Disponible en <http://www.expansion.com/economia-digital/innovacion/2015/11/25/5654978222601de7068b4588.html>.

Asociación Española de Banca (2017). Anuario estadístico 2016. Disponible en <https://aebadm.aebanca.es/wp-content/uploads/2017/09/15-201701701.pdf>

Barrón, de I. (2/8/2017). ING supera los 3,6 millones de clientes en España. Disponible en https://elpais.com/economia/2017/08/02/actualidad/1501670579_975608.html.

Castro, M. y Romero, N. (2011). Cooperativas de crédito y banca ética. ¿Un camino por explorar? CIRIEC-España, 72 (octubre), pp. 263-300.

Crowdsourcing (2012). The Crowdfunding Industry Report. Disponible en <https://www.crowdfunding.nl/wp-content/uploads/2012/05/92834651-Massolution-abridged-Crowd-Funding-Industry-Report1.pdf>

Economipedia.com (21/07/2017). Bancos más grandes de España. Disponible en <http://economipedia.com/ranking/bancos-mas-grandes-espana.html>

González, A. (6/02/2018). Las dos cajas de ahorros que perviven defienden su gestión “prudente” en la crisis. Disponible en cincodias.elpais.com/cincodias/2018/02/06/companias/1517931101_824118.html

OCU (21/07/2014). Banca ética, para clientes que no se conforman. Disponible en <https://www.ocu.org/dinero/cuenta-bancaria/noticias/banca-etica>

Parejo, J.A., Calvo, A., Rodríguez, L. Cuervo, A. & Alcalde, E. (2016) Manual del sistema financiero español. 26ª edición. Ariel.

Pérez, M.J. (26/05/2014). Adiós cajas, bienvenidas fundaciones. Disponible en <https://www.abc.es/economia/20140526/abci-porques-caixa-fundacion-201405231527.html>

Rivera, J. y Mas, C. (2105). Marketing financiero. Estrategias y planes de acción para mercados complejos. ESIC.

Rodríguez, R. (26/05/2017). Enganchados al móvil: España, 5º país del mundo que más tiempo pasa con el teléfono. Disponible en https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2017-05-26/movil-uso-exceso-espana-salud-enganchados-smartphone_1389117/

Sajardo, A., Gil, M. & Pérez, S. (2017). El sector no lucrativo en el marco de la nueva era tecnológica: el desafío del Crowdfunding social en España. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, 124, pp. 128-151.