

# RANKING DE LA BANCA ESPAÑOLA 2017

- Norte
- Centro
- Lisboa e Vale do Tejo
- Alentejo
- Algarve
- Região Autónoma
- Região Autónoma



Intelligent Performance Marketing

[www.digitalgroup.es](http://www.digitalgroup.es)



La Banca es uno de los sectores más tradicionales y, por lo tanto, uno de los que más han trabajado en su adaptación a los nuevos tiempos y a las nuevas tecnologías.

Esto ha hecho que se haya producido una digitalización de la banca, impulsada por el nacimiento de bancos puramente digitales, y que provoca un cambio en el perfil de los clientes de banca.

En España, si continuamos el patrón actual de crecimiento en la penetración del uso de la banca por Internet, llegará en el año 2020, a tener aproximadamente los mismos usuarios que tiene Reino Unido en la actualidad (50%-55%), y para lograr la penetración actual en Dinamarca del 84% nos iríamos más allá del año 2050. *Estudio de 2015 del a IEB.*

En España es necesario que haya un mayor crecimiento actual de la penetración de la banca por Internet, mediante la transformación de la banca española, hacia una banca más digital, junto a medidas de estímulo de la confianza y seguridad en los canales online, y de difusión del uso de Internet, entre otras.

“La penetración online de la banca será de un 84% en 2050”

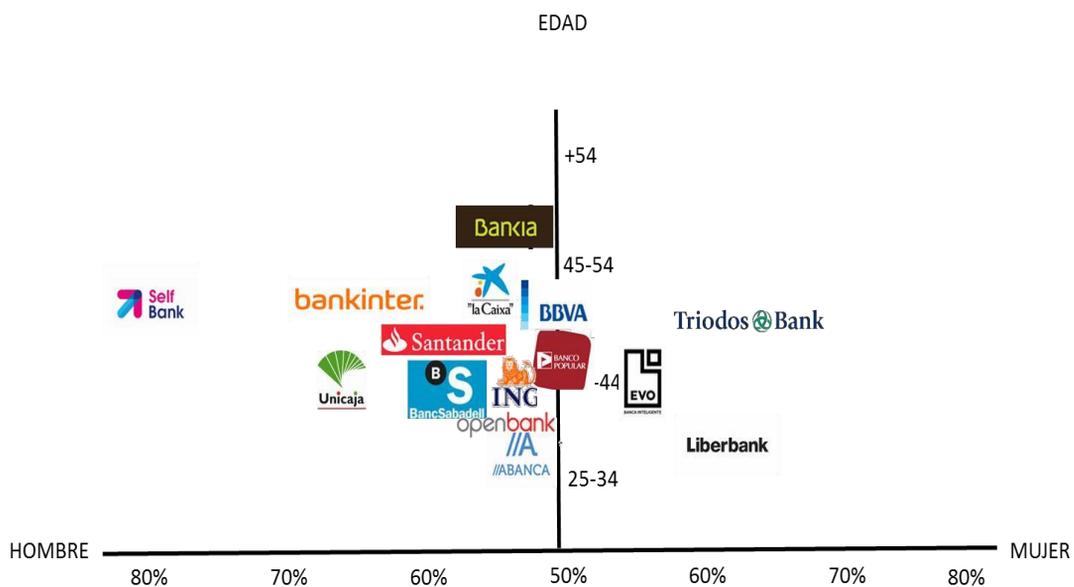
De 2012 a 2014 el cliente puramente digital ha ido aumentando principalmente en la franja de edad de 31 a 40 años, mientras que las franjas más altas de edad siguen siendo cliente tradicional.

Este cambio también implica un cambio en la comunicación de los bancos, facilitando el uso de sus páginas webs, y haciendo una publicidad dirigida a potenciar el uso online.

Si analizamos las visitas online de cada una de las páginas de los principales bancos, podemos ver un pequeño mapa de posicionamiento sobre el perfil online de cada uno de ellos a nivel sexo y edad.

Lo que podemos ver es como los bancos más tradicionales mantienen un perfil de usuario más adulto, frente a los bancos que son principalmente online, cuyos usuarios son más jóvenes. También cabe destacar como cada vez es mayor el número de usuarias femeninas en muchos de ellos. El consumo de las web de los bancos está muy igualado entre hombre y mujeres, lo que indica una mayor independencia de la mujer a nivel económico, y un mayor poder de decisión en ámbitos que hace años eran principalmente masculinos.

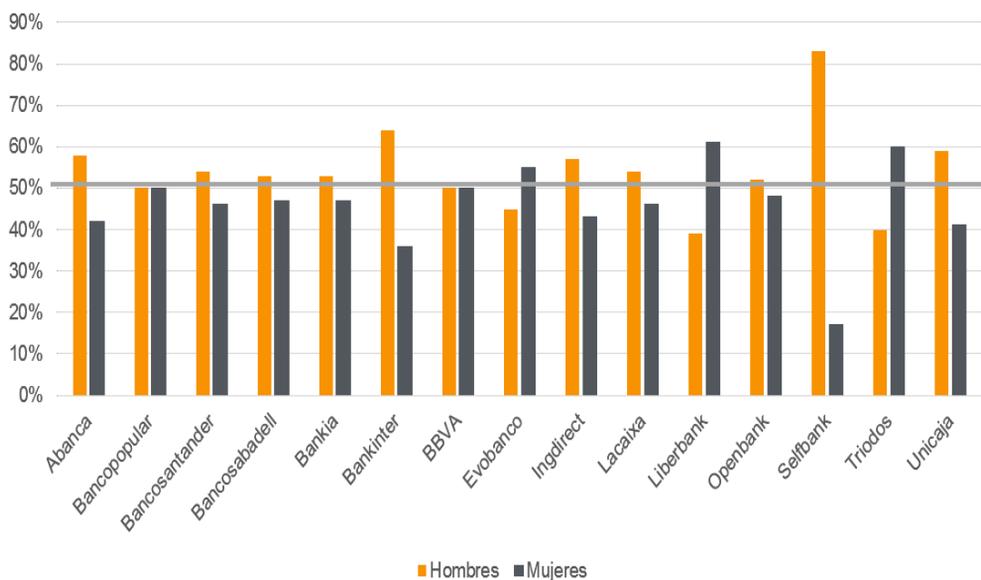
Viendo el gráfico podemos observar varias cosas:



- Los bancos cuya web tienen mayor porcentaje de usuarias femeninas son: Triodos Bank, Liberbank y Evo Bank.
- Los bancos cuya web tiene mayor porcentaje de usuarios masculinos son: Selfbank, Bankinter y Unicaja.
- Los bancos con un target más adulto son: Bankia, La Caixa y BBVA.
- Mientras que los bancos con un target más joven son: Abanca, Liberbank y OpenBank.

Los bancos, tal y como se muestra en la siguiente gráfica, que tienen mayor número de usuarios a nivel online son los grandes bancos que han sabido adaptarse a las nuevas tecnologías.

## Perfil bancos por sexo



Fuente: Comscore agosto 2017

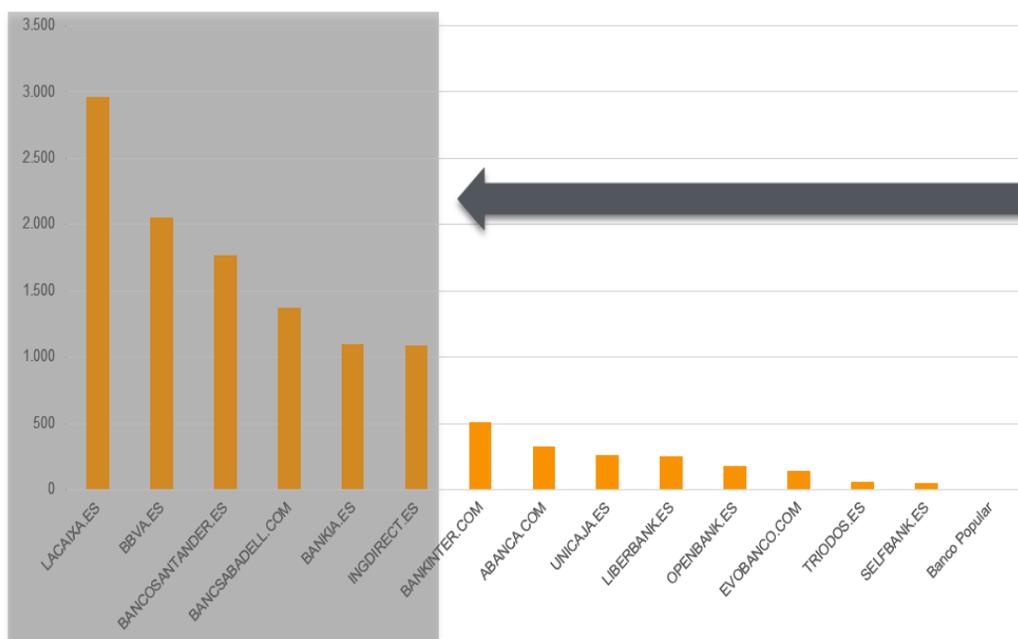
La Caixa, como podemos ver, es el banco con mayor número de usuarios únicos en su web, con un 31% más sobre el segundo, que es BBVA. Y con más de un 40% de diferencia sobre el resto.

Los seis bancos que concentran el mayor número de usuarios únicos son por este orden: La Caixa, BBVA, Banco Santander, Banco Sabadell, Bankia e Ing Direct.

Con una diferencia importante en volumen de usuarios sobre el resto.

Los bancos, tal y como se muestra en la siguiente gráfica, que tienen mayor número de usuarios a nivel online son los grandes bancos que han sabido adaptarse a las nuevas tecnologías.

## Usuarios únicos

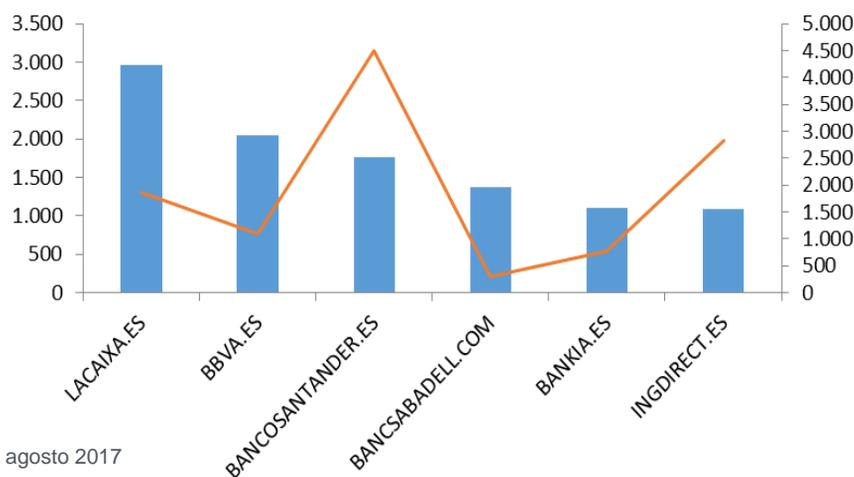


Fuente: Comscore agosto 2017

Además, si cruzamos los datos de usuarios únicos frente al dato de volumen de inversión online que han hecho este año vemos que aunque La Caixa es el que tiene mayor número de usuarios únicos, es el tercero en cuanto a inversión.

**Usuarios únicos  
( miles)**

**Inversión publicitaria  
online (millones)**

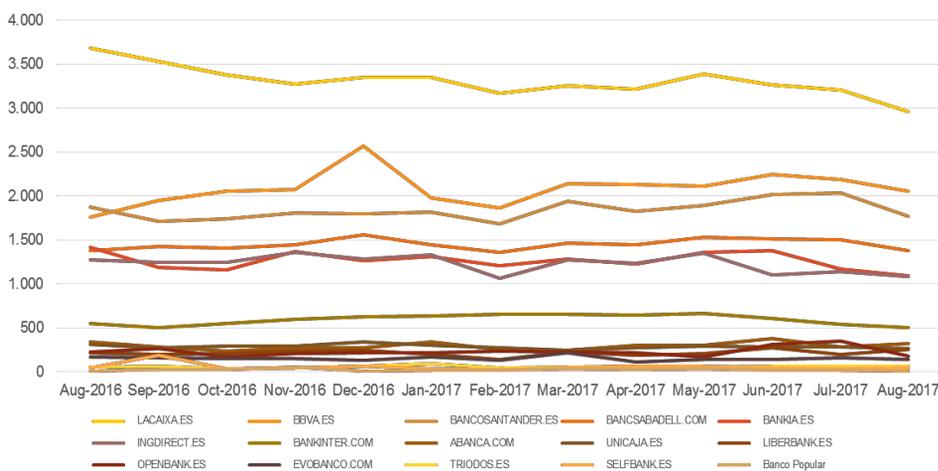


Fuente: Comscore agosto 2017

Mientras, Banco Santander tiene una gran inversión online pero se sitúa en el tercer puesto en cuanto a volumen de usuarios únicos, por lo tanto, toda esa inversión no se está reflejando en las visitas a su web.

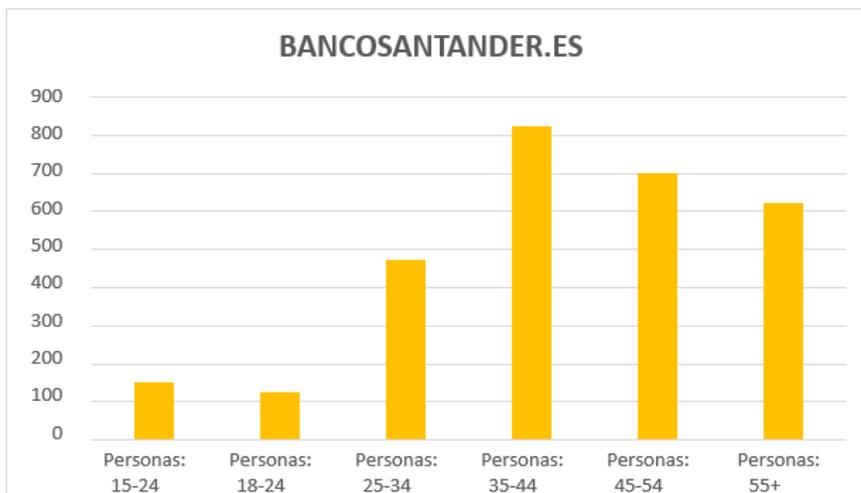
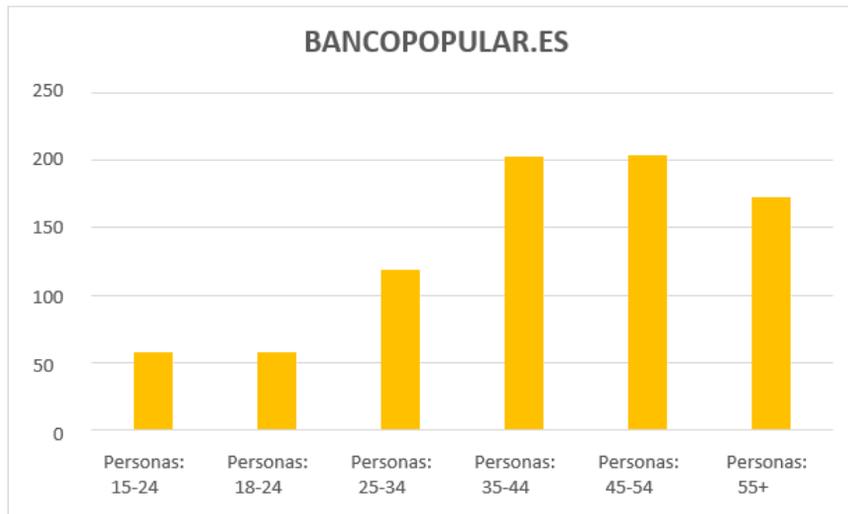
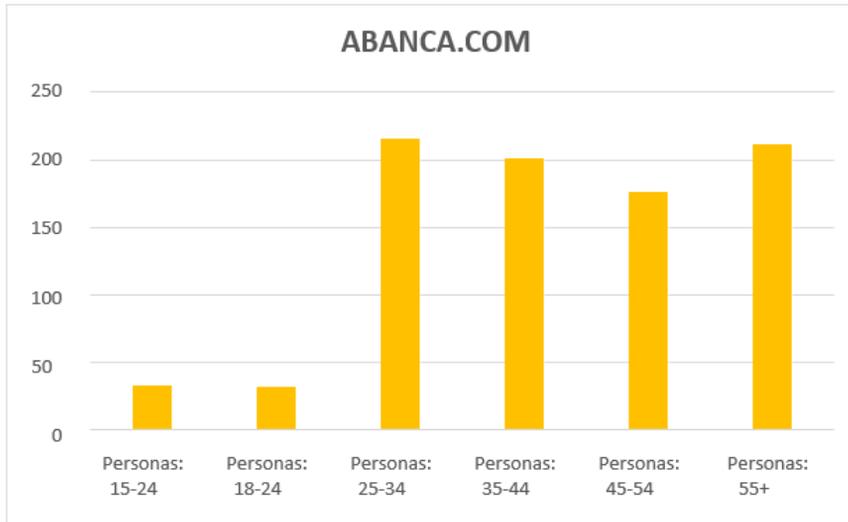
A continuación se muestra la evolución de usuarios únicos de cada banco, durante un periodo de tiempo de 1 año, así como el perfil por edad de los clientes de cada banco

Evolución usuarios únicos agosto 16 – agosto 17

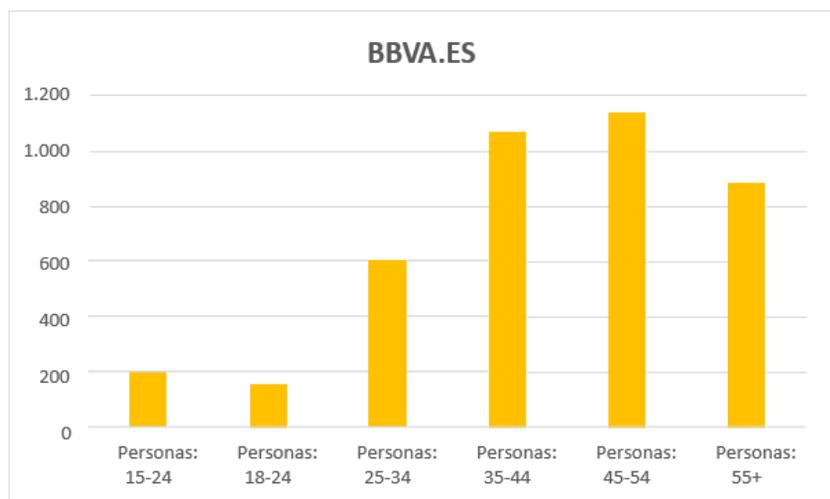
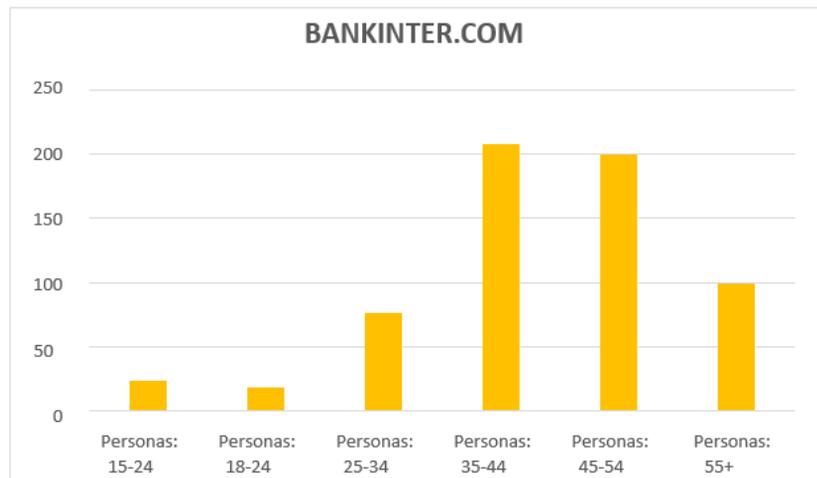
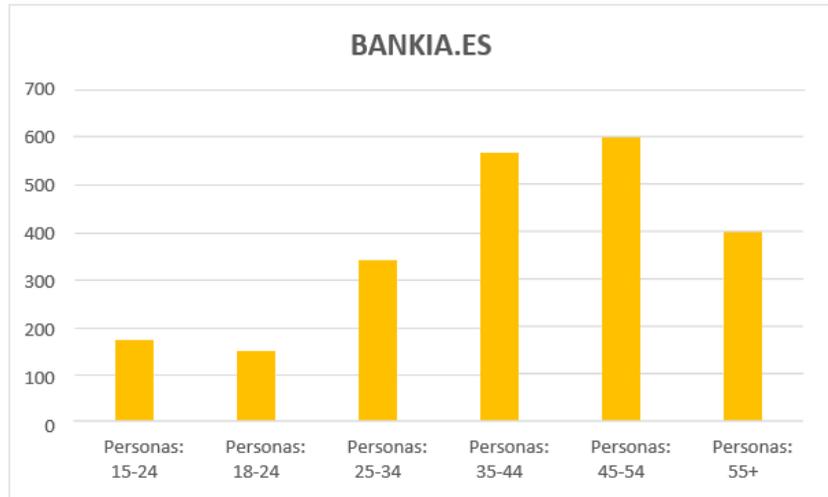


Fuente: Comscore agosto 2017

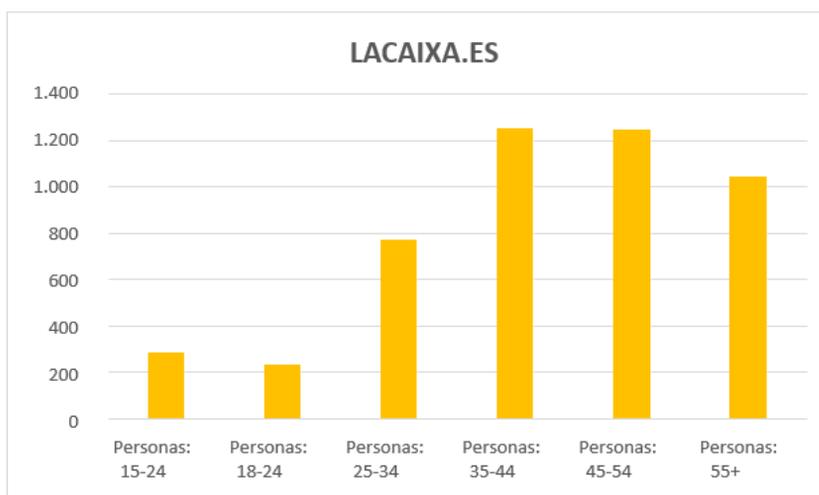
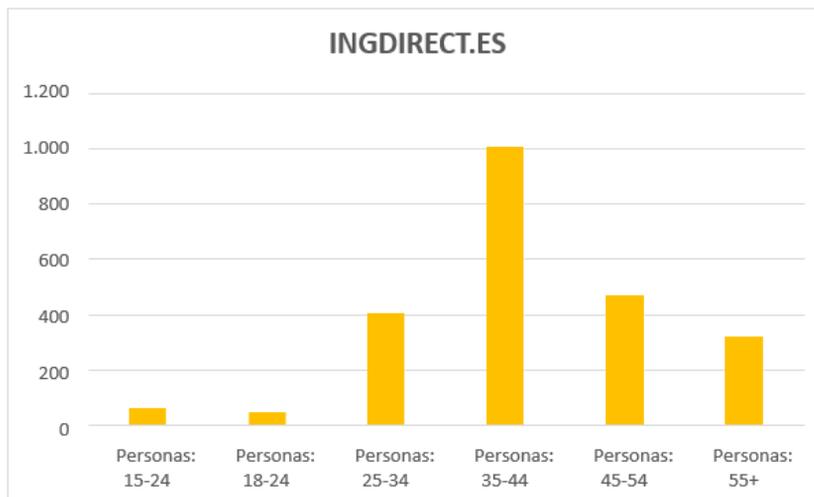
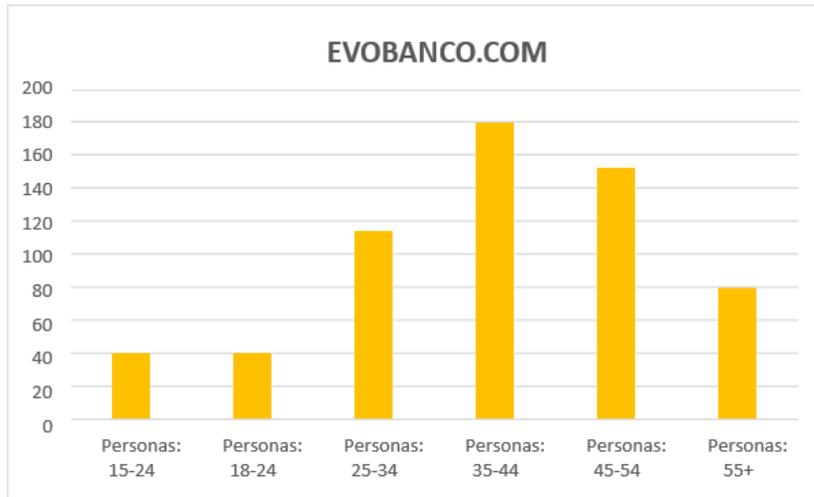
## Perfil por edad



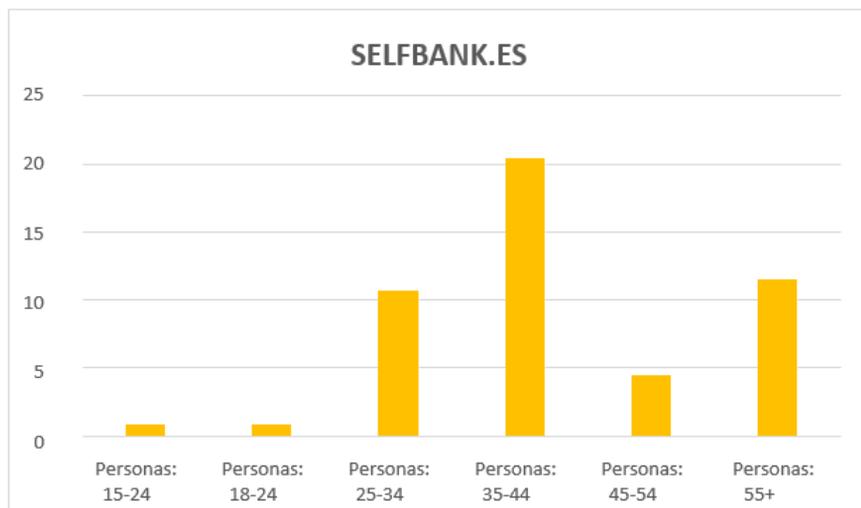
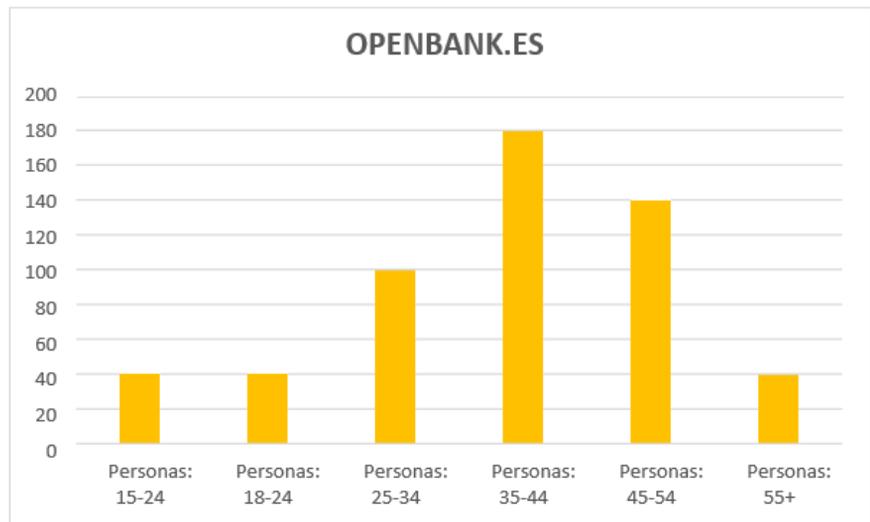
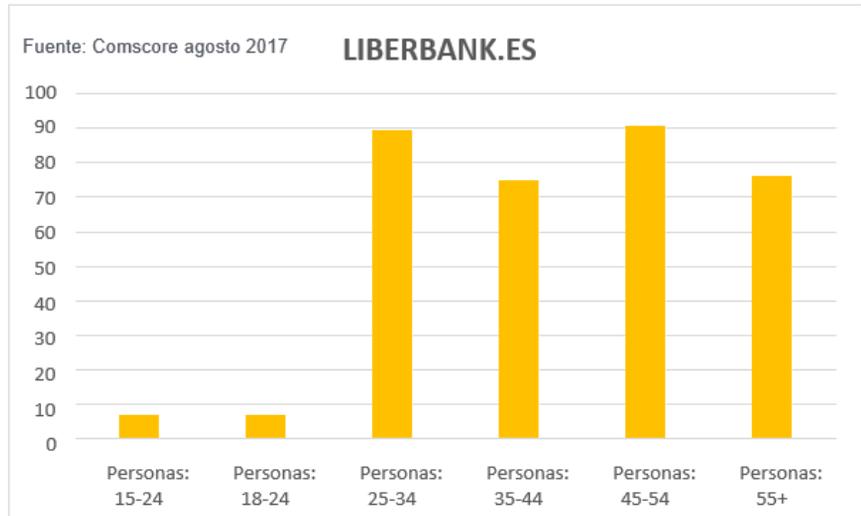
## Perfil por edad



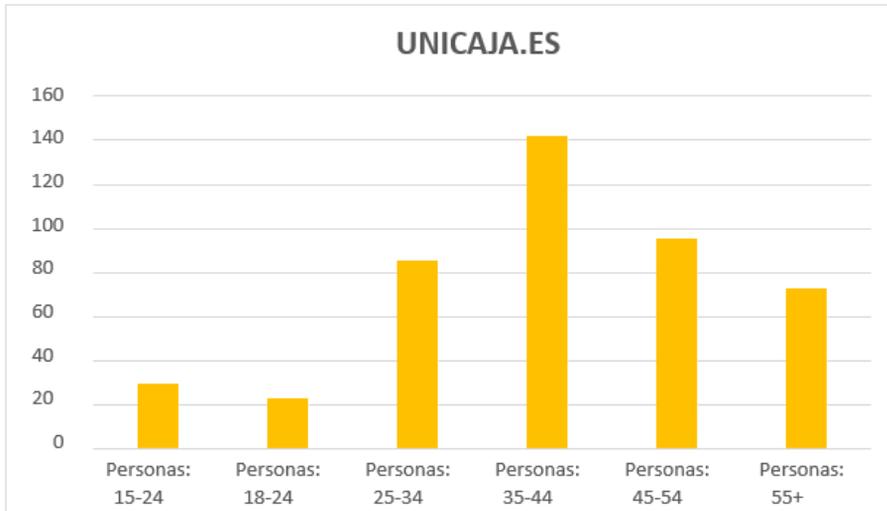
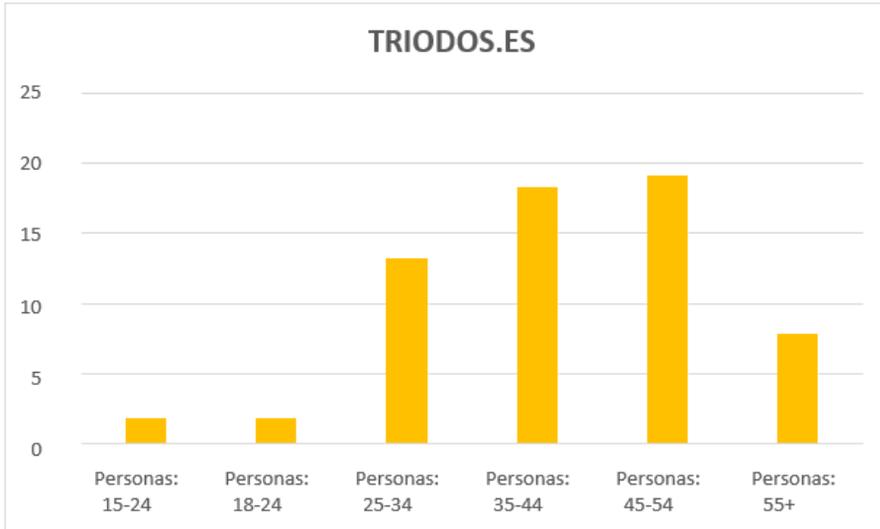
## Perfil por edad



## Perfil por edad



## Perfil por edad



# ¿Quieres que te ayudemos a vender más con tu estrategia de Marketing Digital?

**Solicitar Consultoría**



[www.digitalgroup.es](http://www.digitalgroup.es)

**MADRID**

**C/Alcalá 21  
7ª Planta**

**BARCELONA**

**C/Gran Via 630  
4ª Planta**

**LISBOA**

**Palacio Dulcinea  
Largo de Andaluz, 15**



Intelligent Performance Marketing  
[www.digitalgroup.es](http://www.digitalgroup.es)