



Estudio sobre los Servicios Bancarios en España en el contexto europeo

Presentación de los principales resultados del informe

23 de Julio de 2018

Contenido del documento



Contexto del estudio de servicios Bancarios



Alcance y metodología del estudio



Resultados obtenidos



Contexto del estudio

Contexto del estudio



En un entorno en el que los **supervisores bancarios** (BCE y BdE) **piden** públicamente a la industria mayores esfuerzos de consolidación y una mayor contribución de los recursos más estables (**comisiones**) como palanca para reforzar su rentabilidad y solvencia en una coyuntura de tipos de interés históricamente bajos, las **entidades en España** han logrado mantener: a) una **estabilización de los ingresos por comisiones** frente a una mayor presión de incremento de los ingresos y b) **conseguir precios más competitivos para el cliente que mercados bancarios análogos** manteniendo un nivel de servicio elevado



Adicionalmente, la industria a nivel mundial se viene enfrentando desde hace unos años a una **negativa percepción por parte de la sociedad; en España** esto es compatible con una **valoración positiva a nivel individual** por sus clientes

El entorno ha sido desfavorable para el desarrollo del negocio bancario minorista durante los últimos años



**Entorno
macroeconómico
recesivo**



**Mayores
exigencias
regulatorias**



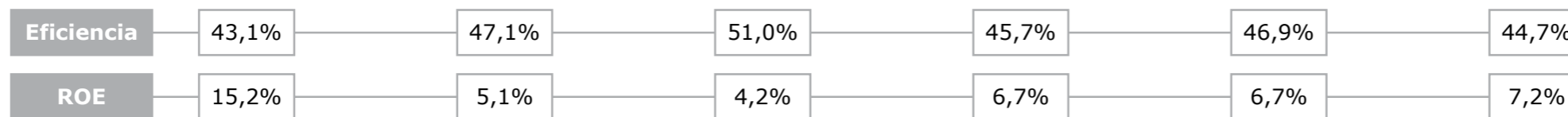
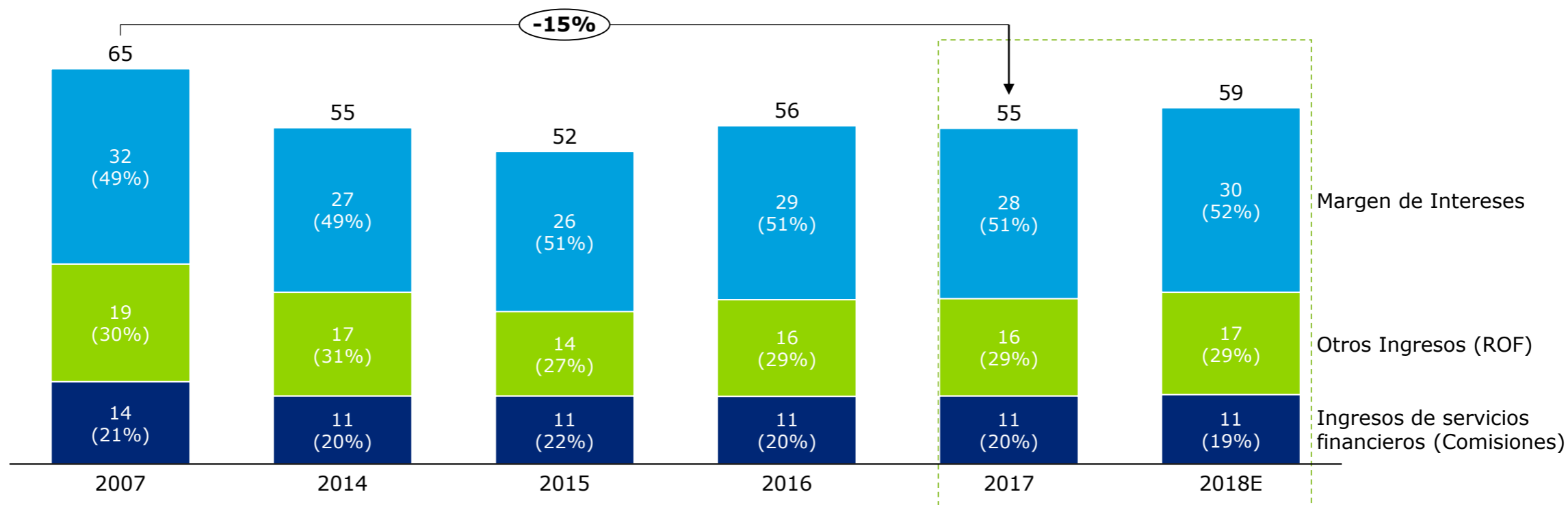
**Deterioro de la
reputación**



**Reestructuración
del negocio
bancario**

Durante la crisis y en un entorno de tipos bajos, los bancos han mantenido el peso de los ingresos por comisiones sobre el total de ingresos de la industria

Evolución del Margen Bruto por fuente de ingresos
(€Bn - %)



Fuente: Análisis Monitor Deloitte

© 2018 Deloitte Consulting, S.L.U.

El elevado nivel de competencia existente y la evolución del mercado continúa incidiendo sobre el negocio minorista en España

Alto nivel competitivo actual

- 1 Mercado maduro con un elevado **nivel de bancarización**
- 2 Mercado concentrado en el ámbito nacional pero con **alta competitividad a nivel micromercado**
- 3 Alto **nivel de servicio**




Evolución del mercado

- 1 Impacto de la **digitalización** en el negocio
- 2 Incorporación de **nuevas generaciones** al mercado
- 3 **Nuevos competidores** tecnológicos
- 4 Persistencia de un entorno de **tipos de interés** históricamente bajo




Alcance y metodología del estudio

AEB y CECA solicitan a Monitor Deloitte un estudio para dar respuesta a dos grandes objetivos



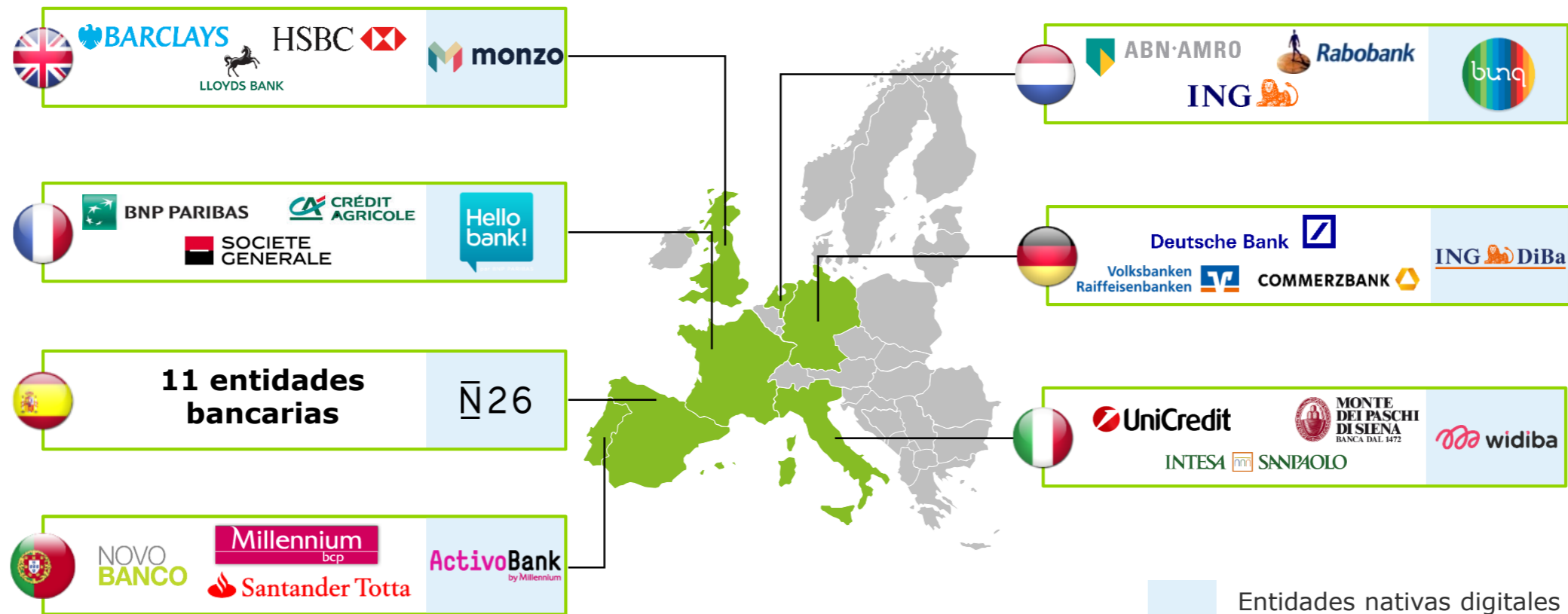
Comparar el precio de los servicios bancarios transaccionales básicos proporcionados al cliente en España respecto a otros países europeos



Hacer una comparativa del nivel de los servicios bancarios prestados en diferentes países de Europa

El estudio contempla 6 países europeos adicionales a España...

Entidades por geografía seleccionadas para el informe



... en cada mercado se han analizado la oferta bancaria en entidades representativas (>50% de ATMs)

Para comparar precios se han tenido en cuenta tarifas reales, las publicadas, mystery shopping, y se han contrastado los resultados con las entidades financieras

Objetivos del Estudio sectorial



Comparar el precio de los servicios transaccionales básicos en España respecto a otros países



Hacer una comparativa de los servicios bancarios prestados en diferentes países de Europa



Mystery shopping



International Deloitte Retail Banking Strategy Hub



Comparativa tarifas reales vs. publicadas



Estudio comportamiento del cliente (Configuración del cliente tipo para los 7 países del estudio)



Contraste resultados preliminares con Entidades



Mystery shopping



International Deloitte Retail Banking Strategy Hub

Fuentes de información

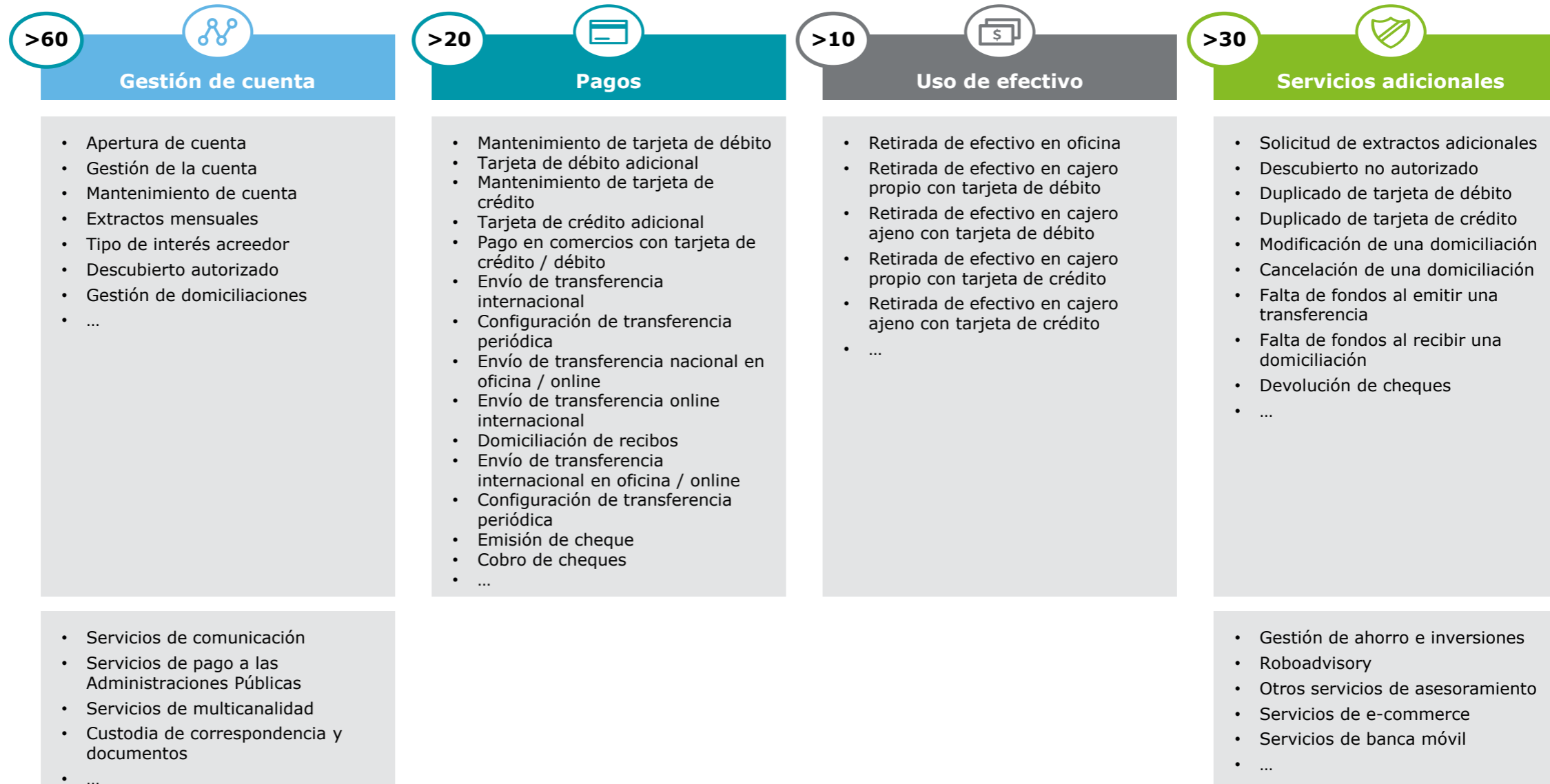
Se han analizado en detalle más de 120 servicios diferentes para realizar la comparativa de precios y de nivel de servicio entre todos los países del estudio

Servicios financieros básicos analizados

NO EXHAUSTIVO

Análisis del precio de los servicios

Análisis del nivel de servicios (adicionales a los anteriores)



Fuente: análisis Monitor Deloitte



Principales resultados del estudio

El Estudio arrojó importantes conclusiones sobre el precio de los servicios financieros en España frente a Europa

01

España es el **segundo país más barato de Europa** en la prestación de servicios básicos (transaccionales) a sus clientes, con un **precio un 58% menor** a la media de los países analizados. En los extremos se encuentran Alemania (181€) y Reino Unido (20€)

02

España es también el 2º país más barato de Europa también para clientes de **banca digital de las Entidades incumbentes**, con un **precio 67% menor a la media de países analizados**. En este sentido la oferta digital permite operar al cliente español por 20€ anuales frente a los 38€ del cliente no digital

03

Bajo el perfil de comportamiento del cliente local de cada país, España sigue siendo el segundo más barato

04

La paquetización de servicios (*bundling*) constituye el principal modelo de comercialización de servicios, a excepción de Reino Unido que se caracteriza por un modelo de **free banking** y **España** por un modelo **relacional**

Asimismo, en España el cliente bancario puede disfrutar de un nivel de servicio superior al resto de países europeos del estudio

05

En la actualidad, **España** es el país que ofrece un **mayor número de servicios bancarios** (transaccionales y no transaccionales) a sus clientes

- El cliente español podría recibir **hasta 115 servicios de sus entidades (+41%** frente a la media europea que ofrece 82)
- Existen 7 servicios que no se ofrecen en España y en alguno de los otros países sí, p.e. Roboadvisory, notificación de recibo de dividendos, etc.

06

De igual forma, **España** destaca ampliamente por ser el **país que ofrece un mayor número de servicios gratuitos**

- **87 de los 115** servicios disponibles (el **76%**) son prestados **gratuitamente** en España
- Existen servicios relevantes que solamente se ofrecen en España y además de forma gratuita, p.e.: Anticipo de la nómina, retención de recibos hasta existencia de saldo en cuenta, etc.

07

Por último, el grado de accesibilidad (entendido como el número de canales a través de los cuales puede operar el cliente) **del mercado español está muy por encima del de los vecinos europeos**

- España ofrece **79%** de sus servicios **a través de canales tradicionales** y 73% a través de los digitales, mientras mercados más "digitales" como Holanda limitan la prestación de sus servicios de forma multicanal al 57% de su catálogo de servicios
- La banca española proporciona una oferta móvil líder en el ámbito mundial a nivel de funcionalidades

¿En qué país el cliente recibe una mejor relación calidad-precio de los servicios transaccionales?

España es uno de los países con mejor relación calidad-precio de los servicios transaccionales básicos

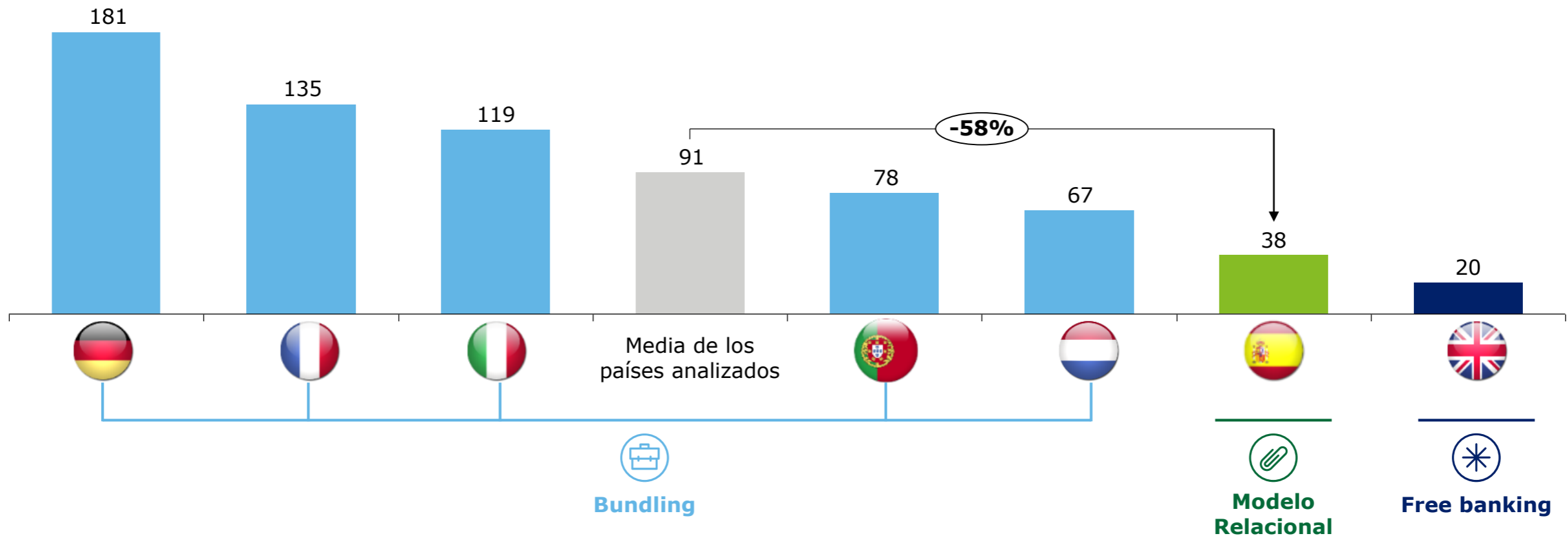
¿Qué estrategias de comercialización prevalecen en Europa?

¿Qué país europeo ofrece un mayor número de servicios?
¿A través de qué canales?

¿Qué nuevos servicios digitales están ofreciéndose en Europa para mejorar la propuesta de valor del cliente?

El cliente español recibe una relación calidad-precio adecuada por los servicios proporcionados por la Banca comparativamente al resto de Europa

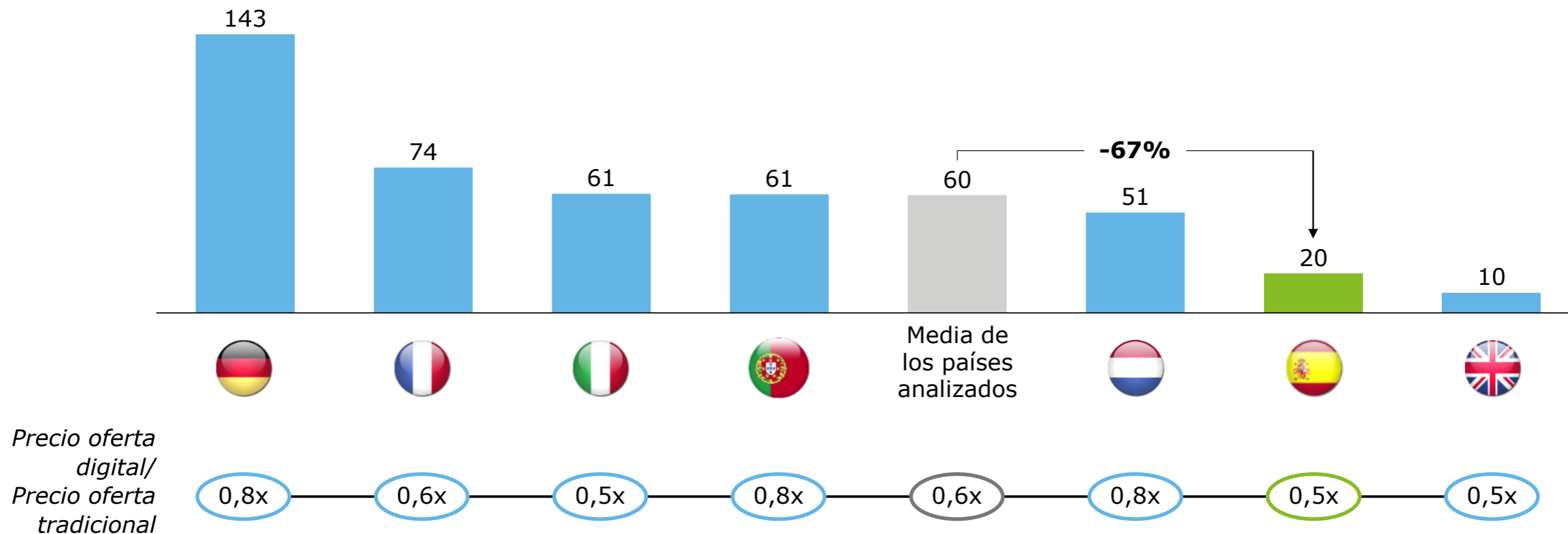
Precio de los servicios bancarios de cada país con el comportamiento del cliente tipo (€/año)



Fuente: mystery shopping, cuentas anuales de las entidades, BCE, Iberpay, Servired, BdE, análisis Monitor Deloitte

Asimismo, también la oferta digital de los Bancos españoles es muy competitiva teniendo en cuenta los servicios proporcionados por las Entidades

Precio anual de los servicios bancarios bajo oferta comercial de las Entidades tradicionales de cada país con el comportamiento del cliente digital (€/año)



Fuente: mystery shopping, cuentas anuales de las entidades analizadas, BCE, Iberpay, Servired, BdE, análisis Monitor Deloitte

¿En qué país el cliente recibe una mejor relación calidad-precio de los servicios transaccionales?

En Europa están prevaleciendo los modelos de comercialización a través de bundling

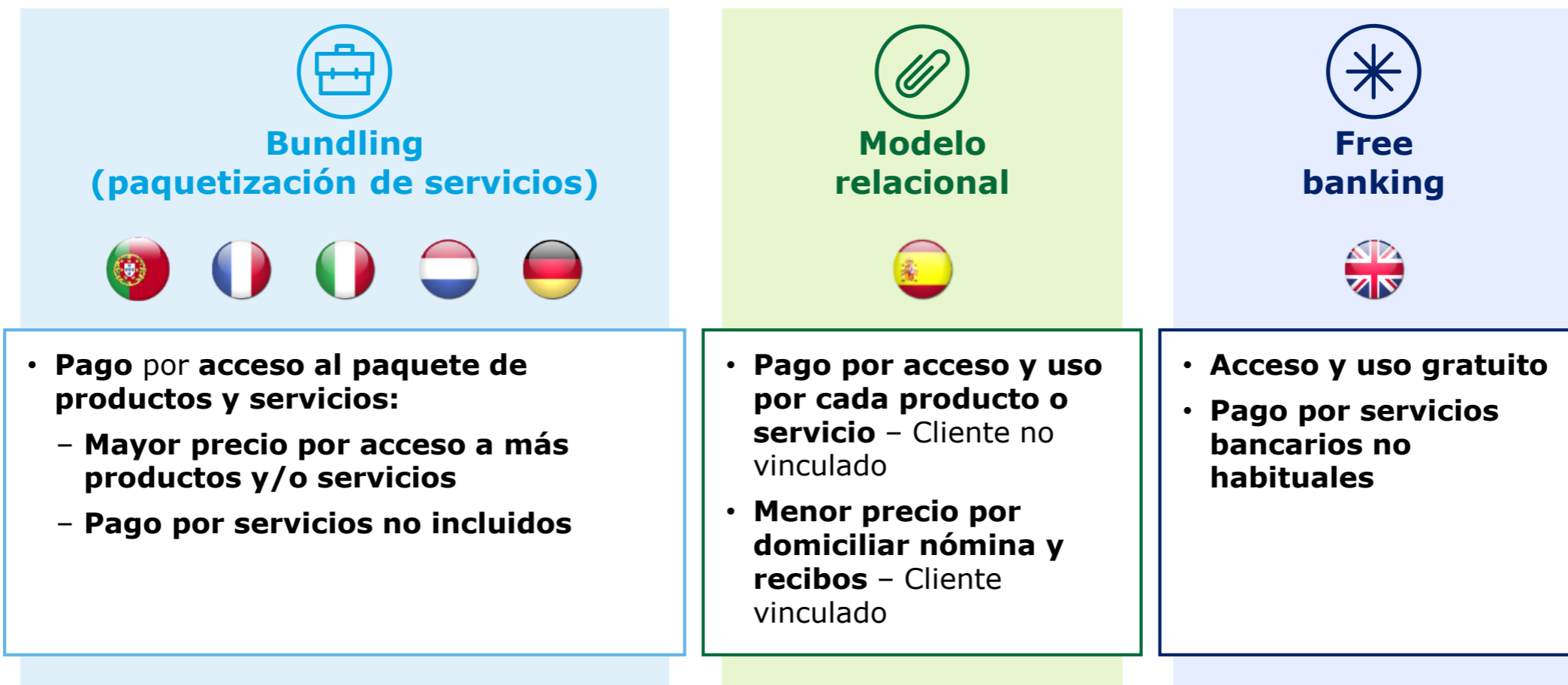
¿Qué estrategias de comercialización prevalecen en Europa?

¿Qué país europeo ofrece un mayor número de servicios?
¿A través de qué canales?

¿Qué nuevos servicios digitales están ofreciéndose en Europa para mejorar la propuesta de valor del cliente?

La paquetización de servicios constituye el principal modelo de comercialización en los países analizados

Estrategia de comercialización



€ Principales cuestiones

¿En qué país el cliente recibe una mejor relación calidad-precio de los servicios transaccionales?

España es el país donde se ofrece un mayor nivel de servicio, tanto en el número como en la disponibilidad de canales

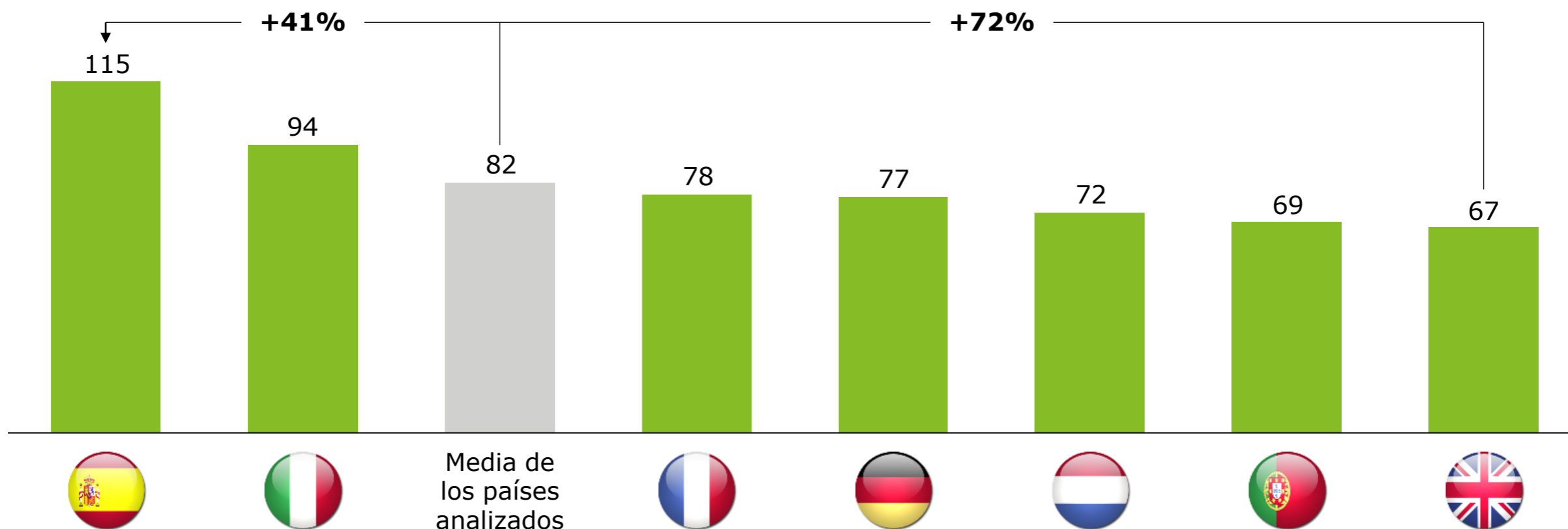
¿Qué estrategias de comercialización prevalecen en Europa?

**¿Qué país europeo ofrece un mayor número de servicios?
¿A través de qué canales?**

¿Qué nuevos servicios digitales están ofreciéndose en Europa para mejorar la propuesta de valor del cliente?

Las entidades españolas son las que ofrecen un mayor número de servicios a sus clientes (115), frente a los 82 de media europea

Número de servicios ofrecidos por los bancos en distintos países europeos (#)

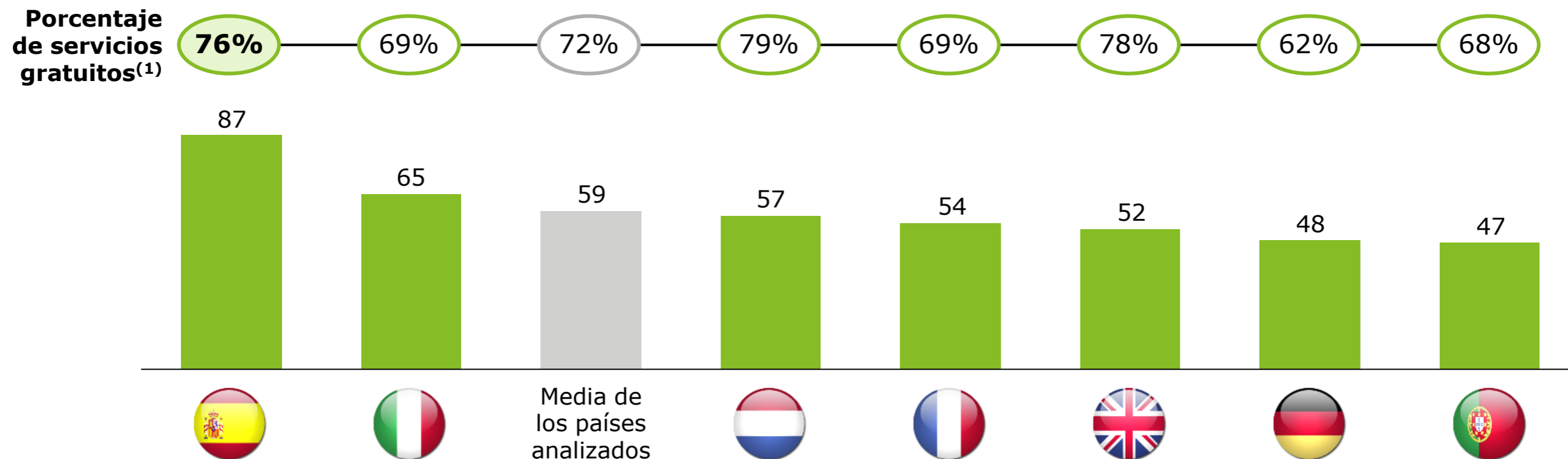


Fuente: análisis Monitor Deloitte

© 2018 Deloitte Consulting, S.L.U.

España destaca también por ser el país que ofrece un mayor número de servicios gratuitos

Número de servicios gratuitos en cada país (#)

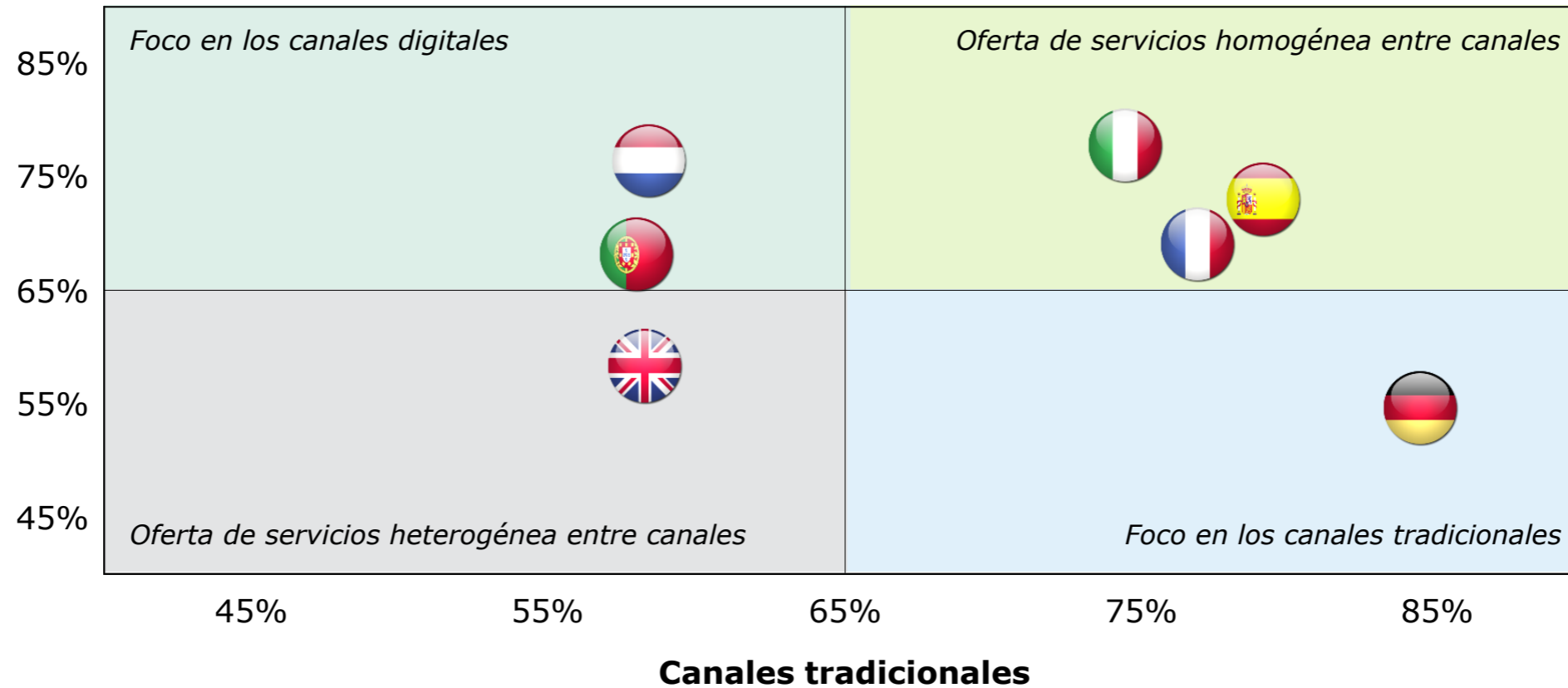


(1): Sobre el total de servicios ofrecidos en cada país; un servicio se considera gratuito si más de la mitad de los bancos analizados de ese país lo ofrecen por coste 0€
Fuente: análisis Monitor Deloitte

La accesibilidad a los servicios bancarios tanto mediante canales tradicionales (79%) como digitales (73%) es superior a la del resto de países

Porcentaje de servicios ofrecidos por canales digitales vs canales tradicionales en distintos países europeos (%)

Canales digitales

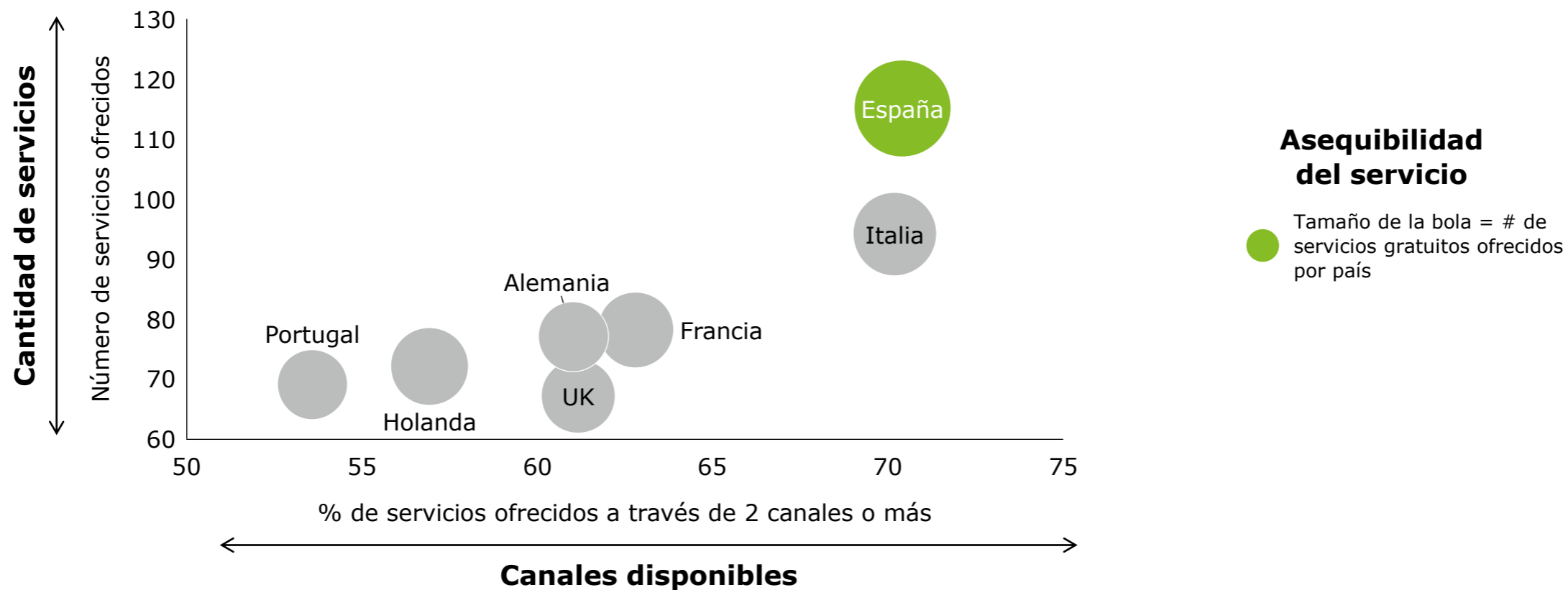


Nota: Canales digitales incluye banca online y móvil. Canales tradicionales incluye oficina y call center.

Fuente: análisis Monitor Deloitte

España e Italia son los dos países del estudio con un mayor nivel de servicio

Número de servicios ofrecidos por los bancos en cada país vs % de servicios ofrecidos a través de 2 canales o más



Nota: Los canales contemplados son: oficina, call center, banca online y banca móvil
Fuente: análisis Monitor Deloitte

€ Principales cuestiones

¿En qué país el cliente recibe una mejor relación calidad-precio de los servicios transaccionales?

Las entidades europeas están adaptando su propuesta de valor a las nuevas preferencias de los clientes a través de servicios digitales innovadores

¿Qué estrategias de comercialización prevalecen en Europa?

¿Qué país europeo ofrece un mayor número de servicios?
¿A través de qué canales?

¿Qué nuevos servicios digitales están ofreciéndose en Europa para mejorar la propuesta de valor del cliente?

Las entidades europeas están adaptando su propuesta de valor a las nuevas preferencias de los clientes a través de servicios digitales innovadores



Contratación de productos end-to-end digitales

- **Apertura de cuenta**
- **Contratación de hipotecas**
- **Contratación de préstamos**



Contratación y uso de servicios

- **Roboadvisor**
- **Extraer dinero en comercios**
- Realizar **transferencias mediante fotografías**



Atención al cliente

- Soporte a clientes a través de **chats** en la app
- **Asistente online** para facilitar la operativa
- **Geolocalización** de los gastos del cliente



Conclusiones y principales reflexiones

Principales conclusiones

1

Existe una elevada relación calidad – precio de los servicios proporcionados al cliente en España vs Europa, tanto para el cliente tradicional como para el Digital

2

En Europa conviven estrategias de comercialización diferentes a España, prevaleciendo el bundling

3

España es el país que ofrece un mayor número de servicios y el más “multicanal” en su prestación

El presente informe/documento es estrictamente confidencial y de uso interno de la Sociedad y, no podrá ser entregado, ni permitir el acceso a terceros o hacer referencia al mismo en comunicaciones sin nuestro consentimiento previo por escrito.

Este documento ha sido preparado con fines exclusivamente promocionales, en base a cierta información pública y de la Entidad, y refleja una serie de observaciones de carácter general. Deloitte no acepta ningún tipo de responsabilidad frente a la Sociedad ni frente a ningún tercero como consecuencia de las decisiones o acciones que pueden ser adoptadas por la Sociedad basándose en el contenido de este documento.

Deloitte no controla el funcionamiento, fiabilidad, disponibilidad o seguridad del correo electrónico y por lo tanto no será responsable de ninguna pérdida, daño o perjuicio que resulten de la pérdida, retraso, interceptación por parte de terceros, corrupción, o alteración del contenido de este informe/documento. En caso de contradicción o conflicto entre la versión electrónica y el documento físico, prevalecerá el documento físico.

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, (private company limited by guarantee, de acuerdo con la legislación del Reino Unido) y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad independiente. En www.deloitte.com/about se ofrece una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

