

Los españoles valoran con 8 sobre 10 las medidas económicas promovidas por las entidades bancarias en la COVID-19

El adelanto del pago de las pensiones y los subsidios por desempleo son las dos iniciativas más valoradas por la sociedad, según una encuesta realizada por la consultora de investigación social GAD3.

El 79% de los ciudadanos valora de forma positiva o muy positiva la atención recibida por los empleados de las oficinas.

El estudio reafirma el elevado uso que hace la sociedad española de los canales online para la gestión de sus finanzas, tanto empresas como familias.

Las iniciativas de Obra y Acción Social de los bancos, cajas y fundaciones CECA para hacer frente a la pandemia obtienen una valoración por encima de 8,5 puntos.

Según una encuesta realizada por la consultora de investigación social GAD3 durante la primera quincena de junio, los españoles otorgan una nota media de 8 sobre 10 al conjunto de medidas económicas promovidas por el sector bancario para apoyar a los diferentes sectores económicos y de población durante la fase de confinamiento y desescalada de la COVID-19.

La iniciativa más valorada entre la población española ha sido el adelanto de las pensiones, que logra una nota de 8,3 puntos sobre 10. La medida, además, es conocida por el 68,4% de los encuestados. Le sigue el adelanto del pago de las

prestaciones por desempleo, conocida por el 66,1% de la población y puntuada con 8,1 puntos.

Otra medida muy valorada es la eliminación de las comisiones en los cajeros por parte de las entidades asociadas a CECA* para reducir la necesidad de desplazamientos al cajero automático durante las semanas de confinamiento, que obtiene una valoración media de 8 puntos sobre 10.

Medidas de apoyo a familias y PYMEs

La pequeña y mediana empresa ha sido uno de los colectivos más perjudicados por la crisis derivada de la pandemia. Por esta razón, las entidades han incrementado los fondos para hacer fluir el crédito a las empresas. A mediados de julio, las entidades CECA han concedido un total de 30.300 millones de euros en el marco del programa de avales establecido por el ICO. Más del 56% de los encuestados conocía esta medida, que valoran con 7,6. Entre las acciones excepcionales destinadas a contribuir a la economía de las familias, destacan las moratorias en el pago de hipotecas y de préstamos al consumo, habiendo concedido las entidades de CECA hasta mediados de julio 19.600 millones de euros. Más del 60% de la población conoce esta medida, que valora con 7,9 puntos en el caso de las hipotecas y 7,5 puntos para los préstamos al consumo.

Interlocución durante la pandemia

El 42% de la población española afirma que su banco se ha puesto en contacto con él durante el periodo de confinamiento para informarle acerca de las novedades de la situación de la COVID-19 o para asesorarle sobre sus ahorros.

La mayoría de estas gestiones se han realizado en el ámbito digital puesto que la mitad de los encuestados afirma haber acudido menos a la oficina bancaria. No obstante, el 79% de los que sí visitaron una sucursal durante la crisis sanitaria califican la atención recibida por el personal como buena o muy buena. Este dato pone de relevancia la profesionalidad y el compromiso que todos los empleados del sector han demostrado durante la crisis para continuar ofreciendo un servicio esencial

* Entidades bancarias asociadas a CECA: CaixaBank, Bankia, Kutxabank y Cajasur Banco, Abanca, Unicaja Banco, Ibercaja Banco, Liberbank, Caixa Ontinyent, Caixa Pollença y Cecabank.

para la sociedad. Las entidades asociadas a CECA mantuvieron abiertas alrededor del 90 por ciento de las 10.804 oficinas que conforman su red.

La digitalización bancaria durante el confinamiento

La situación de estado de alarma ha condicionado la operativa de los clientes al limitarse la posibilidad de acudir a la oficina bancaria. Ante esta situación, las entidades han trabajado en reforzar los canales a distancia, una apuesta que **un 89% de los ciudadanos valora de forma positiva o muy positiva.**

El uso de apps móviles y de la web de los bancos se ha incrementado en el periodo analizado en un 23,7% y un 7,8% respectivamente. Así, el 32% de los encuestados afirma haber utilizado su dispositivo móvil para hacer gestiones, seguido de un 20% que ha optado por la web.

En cuanto a los medios de pago, el uso de la tarjeta se ha disparado en un 90,4%. De hecho, el 60% de los encuestados ha reducido sus pagos en efectivo frente al 59% que ha aumentado el uso del plástico. Cabe destacar que el grupo de edad entre 50 y 60 años ha sido el que más ha incrementado el uso de la tarjeta, un 65%. Respecto al móvil como medio de pago, se trata de la opción elegida por un tercio de la población, una proporción que aumenta al 48% en el caso de los menores de 30 años y se sitúa en el entorno del 35% en la población de 30 a 50 años.

El valor de la Obra y Acción Social

El compromiso con la sociedad es una seña de identidad de las entidades asociadas a CECA y la relevancia de esta actividad que se lleva a cabo a través de las fundaciones es fundamental para llegar a los sectores sociales más afectados por la crisis. Las fundaciones de CECA han invertido **más de 135 millones de euros en iniciativas de sociales** durante la pandemia.

Medidas como la donación a bancos de alimentos, la cooperación en programas asistenciales para el reparto de comida o la dotación de líneas telefónicas para atender a los más mayores son conocidas por más de la mitad de la población, que las valoran por encima de 8, 5 puntos.

Sobre CECA

CECA es la asociación bancaria que defiende los intereses de las Cajas de Ahorros y los bancos creados por ellas. Les asesora y promueve la misión que desempeñan a través de su actividad financiera, su Obra Social y su responsabilidad social corporativa.

www.ceca.es

@sectorceca

comunica@ceca.es

(+34) 91 596 54 82

Sobre GAD3

GAD3 es una consultora de investigación social y comunicación estratégica con sede en Madrid que basa su fortaleza en la integración de sus servicios. Cada año realiza decenas de estudios, analizando la sociedad en sus distintas facetas: educación, salud, empresa, cultura y análisis electoral, entre otras áreas. Sus estudios cualitativos y cuantitativos tienen amplia difusión en los medios de comunicación, siendo uno de los institutos de investigación con mayor presencia mediática.

www.gad3.com

comunicacion@gad3.com

(+34) 913 697 994