

Empresas & Finanzas

Revolut se impone a la gran banca y copa casi el 20% de las nuevas altas de clientes

BBVA capta cerca del 13% de las nuevas relaciones financieras, Santander el 12,5% y CaixaBank el 10%

Los neobancos logran un 53% de las altas online con la remuneración del ahorro y cero comisiones

E. Contreras MADRID.

Los neobancos aceleran en la carrera por copar parte de la tarta bancaria con algunos jugadores que ya plantean batalla a los más altos del pódium. Revolut dio hace un año el sorpasso a CaixaBank y Santander en la apertura de nuevas relaciones o cuentas con clientes, y acaba de imponerse también a BBVA. La app financiera, que ya trabaja con 3,5 millones de usuarios en España y se encuentra enriqueciendo su catálogo con productos como cuentas remuneradas, el pago de Bizum o la próxima incursión en hipotecas, copa el 19,8% de las nuevas altas de clientes de la industria. Hace un año era el 12,8% y apenas un 0,1% en el año 2020.

Le siguen BBVA, con un 12,9%, que ha visto desplazado ahora su liderazgo; Santander, con un 12,5%; CaixaBank, con el 9,9%, e ING, con un 5,5% de las nuevas cuentas o relaciones con clientes. Son algunas de las conclusiones del "Estudio del Comportamiento Financiero de los Particulares en España 2024" elaborado por Grupo Inmark, empresa de estudios de mercado especializada en análisis financieros desde hace varias décadas. Para el informe ha realizado entrevistas a 12.000 personas con 18 años cumplidos y bancarizadas, censo muy superior a las 1.000-2.000 que suelen realizarse, por ejemplo, para encuestas de intención de voto en elecciones.

El 7% busca nuevo banco

Según el análisis, un 6,8% de los españoles han iniciado una relación financiera en el último año como abrir una cuenta, contratar un servicio o el primer producto con una entidad, uno de los porcentajes más altos de los últimos años que venían registrando una situación así entre el 5-5,5% de la población.

La situación de tipos de interés, con el aumento del precio del dinero desde el 0% al 4,5% por parte del Banco Central Europeo (BCE) y su posterior desescalada, en sucesivas rebajas, hasta el 3,25% actual, alimenta esa proactividad en la búsqueda de alternativas en otras entidades. Las entidades pequeñas y, especialmente fintech y neobancos, han llevado a su catálogo depósitos y cuentas remuneradas que no figuran en el escaparate de la gran banca; y en distintos casos compiten con ofertas más agresivas en hipotecas y con descuentos en tarjetas o la ausencia de gastos en su uso en el exterior.

La banca digital alcanza un 4,71% de los depósitos

La banca online gestiona un 4,71% de los depósitos o el equivalente a 75.679 millones de euros, el mayor saldo administrado por dichas entidades desde que el Banco de España inició la serie estadística. Su penetración en el negocio del ahorro ha ganado presencia con la subida de tipos por parte del BCE y la decisión de las grandes entidades de no entrar en guerras del pasivo sino apostar por ofrecer al cliente productos alternativos como fondos de inversión. A finales de 2021, contrataban apenas un 3,71% de los depósitos, con el euríbor en su mínimo del -0,502% y sin rentabilidades en los productos.

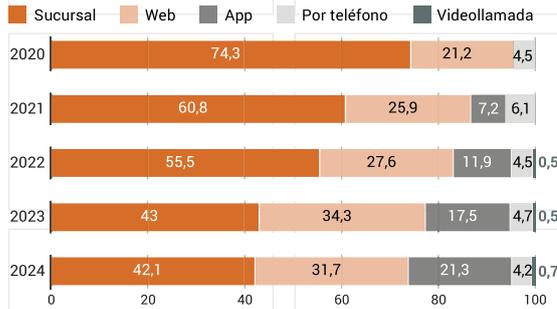
37
POR CIENTO
Es el aumento en los depósitos de la banca online desde 2021. Estaban en 55.079 millones.

"Desde la pandemia, la diversificación de la relación bancaria de los consumidores es un hecho. Este cambio viene motivado por dos aspectos, por la aplicación de las comisiones que las entidades han ido aplicando a los clientes y por el auge creciente de los neobancos", explica la directora de Estudios Multifaciliente en Grupo Inmark, Ana Delia Revilla.

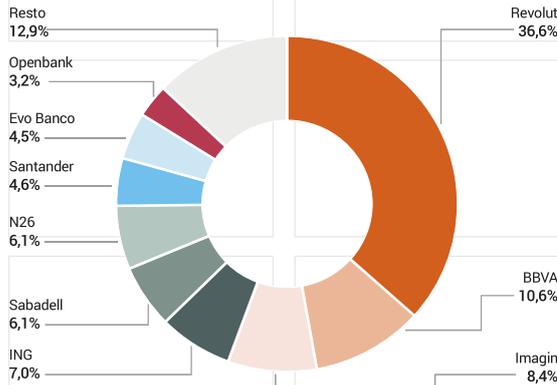
Su capacidad de llegada se ve abanada por la creciente digitalización. Todavía hoy un 42,1% de los clientes asegura haberse abierto su nueva cuenta en una sucursal, aunque esta contratación es ya muy inferior al 74,3% que representaba en 2020 y más de la mitad se cierra a través de web y app. Y ahí, los neobancos capturan el 53% de esas nuevas altas en canales digitales, indica el estudio de Inmark. Según la experta de Inmark, esto "se fundamenta en una relación online basada en una operativa sencilla de consultas y transacciones, acompañada de una experiencia de usuario atractiva y sin comisiones, lo que influye especialmente en el sector más joven (de 18 a 30 años), como

La penetración de los neobancos va en auge

Canal a través del cual se hizo cliente



Nuevas relaciones de bancos en el último año a través de internet



Ciudadanos que han iniciado una relación bancaria en el último año

Banco	2020	2021	2022	2023	2024
Revolut	0,10	0,00	5,70	12,80	19,8
BBVA	19,40	20,50	15,70	14,00	12,9
Santander	12,00	9,30	11,10	12,60	12,5
CaixaBank	29,20	18,70	16,60	9,30	9,9
ING	7,80	11,80	7,80	7,50	5,5
Sabadell	8,00	4,00	4,10	7,10	5,4
Cajas Rurales	6,70	8,60	8,90	5,30	5,2
Imagin	0,20	1,30	3,40	3,50	4,4
N26	0,10	0,70	1,60	3,00	3,2
Bankinter	2,10	3,20	3,60	2,60	2,5
Evo Banco	0,90	2,00	1,50	2,10	2,5
Abanca	2,80	2,80	1,70	2,90	2,2
Openbank	1,70	4,40	5,20	4,40	2,1
Unicaja Banco	3,80	4,10	2,30	1,10	1,6
Ibercaja	1,90	1,80	0,90	1,60	1,3
Kutxabank	2,00	2,60	2,00	1,30	1,2

Fuente: Inmark.

elEconomista.es

ocurre con Revolut". Las condiciones económicas "siguen siendo el principal motivo en la elección de nuevas relaciones", agrega. "Parte del éxito de Revolut radica en que hay que personas que inician una nueva relación financiera porque quieren viajar al extranjero y el neobanco ofrece unas condiciones muy competitivas en el tipo de cambio", explica. "A medio plazo, el desafío al que se enfrentan los neobancos es ir aumentando el portfolio de productos y la contratación a distancia de productos más complejos, como por ejemplo, las hipotecas o préstamos", precisa.

El reto: vender más a un cliente

Y es que incorporar más clientes o cerrar un mayor número de operaciones per sé no implica una mayor rentabilidad o mayor cuota de mercado en el negocio. Para mejorar posiciones y que los números salgan mejores, las entidades deben estrechar relaciones y re-

Un 8,5% de los clientes trabaja con Revolut, el 39,4% con CaixaBank y el 22,8% con BBVA

forzar la venta cruzada, una estrategia esta última donde tienen mayoritariamente el foco los grandes bancos que abonan la vinculación con programas de incentivos como pueden ser los planes que exigen de comisiones o bonifican el uso de determinados servicios o productos como las compras con tarjetas.

El mismo estudio constata que los grandes bancos mantienen la penetración en el mercado. CaixaBank trabaja con el 39,4% de los clientes de servicios bancarios, aunque ha visto diluido ese peso desde el 40,9% de usuarios que mencionaban al banco en 2023. Sube BBVA, con el 26,8% desde el 25,6% previo; y Santander del 22,9 al 24%; como Sabadell (escala del 98 al 10,2%) o Revolut, aquí pasa del 5,1 al 8,5%. Cuando se pregunta al ciudadano cuál es el banco principal un 27,9% menciona a CaixaBank, el 17,5% a BBVA, un 15,3% a Santander, el 8,6% a las cajas rurales, un 6,4% a ING y el 5,9% a Sabadell, sin que aparezca Revolut entre las 13 primeras entidades -lo mencionan solo un 0,3% del total-.