



**UNIVERSIDADE DA CORUÑA**

Facultad de Economía y Empresa.

Máster Oficial en Banca y Finanzas

Tesis

**LA BANCA ELECTRÓNICA  
EN ESPAÑA**

Autor

Román Suárez Gómez

Tutor

Antonio Javier Grandío Dopico

Año 2013

# INDICE

<b>Resumen</b> .....	3
<b>1.- Introducción</b> .....	5
<b>2.- Evolución de la banca online</b> .....	10
2.1.- Fases de la evolución de la Banca Electrónica.....	10
2.2.- El proceso de desintermediación.....	13
<b>3.- Desarrollo y características</b> .....	15
3.1.- Entorno de competencia.....	15
3.2.- Uso de los servicios bancarios a distancia.....	17
3.3.- Usuarios y consumidores.....	20
3.4.- Usos principales y oferta digital.....	23
3.5.- Medios de pagos electrónicos.....	26
<b>4.- Futuro y retos de la banca online</b> .....	29
4.1.- Seguridad informática.....	29
4.2.- Crecimiento y cuota de mercado.....	34
4.3.- Estrategias a seguir.....	36
<b>5.- Comparativa entre los principales bancos online en España</b> .....	39
5.1.- Introducción.....	39

5.2.- Principales entidades financieras online.....	41
5.2.1.- ING Direct.....	41
5.2.2.- Openbank.....	43
5.2.3.- Uno-e.....	45
5.2.4.- Bancopopular-e.....	47
5.3.- Análisis comparativo de balances.....	49
5.4.- Análisis comparativo de la cuenta de Pérdidas y Ganancias.....	52
5.5.- Eficiencia operativa.....	57
<b>6.- Comparativa banca online vs banca tradicional.....</b>	<b>59</b>
6.1.- Desarrollo y estrategia.....	59
6.2.- Comparativa entre un banco online y un banco tradicional.....	64
6.2.1.- Openbank vs Banco Gallego.....	64
6.2.2.- Análisis comparativo de balances.....	65
6.2.3.- Análisis comparativo de la cuenta de Pérdidas y Ganancias.....	67
6.2.4.- Eficiencia operativa.....	72
<b>7.- Conclusiones finales.....</b>	<b>78</b>
<b>8.-Bibliografía.....</b>	<b>82</b>
8.1.- Bibliografía consultada.....	82
8.2.- Fuentes de información online.....	83

# LA BANCA ELECTRÓNICA EN ESPAÑA

## **Resumen.**

El objeto y propósito de este trabajo de fin de master no es otro que poner de manifiesto la gran importancia del desarrollo de la banca online en España y su gran repercusión sobre el entorno de competencia y desarrollo del sistema financiero español.

Para poder llevar a cabo este trabajo de análisis y desarrollo de la banca electrónica en España voy a tratar de hacer un estudio comparativo entre el modelo de negocio de las entidades online y las instituciones financieras tradicionales.

El uso de Internet y de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) por parte de las instituciones financieras, es un recurso en el cual, desde los inicios de la banca electrónica, las entidades financieras han invertido muchos medios tecnológicos y económicos, para poder adaptarse a una nueva etapa tecnológica basada en la “sociedad de la información”. Por ello las entidades financieras desde los inicios de Internet, han querido formar parte de esta nueva era tecnológica y estar a la altura de una nueva generación de usuario bancario mucho más exigente y con mucha más información, y de este modo poder utilizar Internet como un nuevo canal de distribución y también para generar nuevas áreas de negocio no explotadas hasta el momento.

Es muy importante citar el gran peso que ha ejercido Internet sobre el sector bancario, ya que este sector es uno de los que mayores transformaciones ha experimentado como consecuencia de la aparición de este nuevo canal de distribución, lo cierto es que Internet ha cambiado en gran medida la relación entre proveedores y demandantes de servicios bancarios y ha abierto nuevas posibilidades de negocio pero también nuevos retos para las entidades.

En resumen esta master-tesis tratará de estudiar la situación actual de la banca online en España y analizar su evolución desde sus inicios, sin dejar de lado sus perspectivas y estrategias de futuro.

## **1.-Introducción:**

Los servicios financieros han sido siempre pioneros en la utilización de las nuevas tecnologías. Ya en 1918 en Estados Unidos se utilizaba un sistema de liquidación bancario realizado a través del telégrafo, pero no será hasta la llegada de los cajeros automáticos, -allá por la década de los setenta- cuando se populariza la utilización de servicios electrónicos por parte de los clientes para operar con sus entidades financieras.

Los inicios de la banca electrónica en España se remontan a mediados de los años 90, por parte de los bancos Santander y Banesto a través de un servicio de banca telefónica que inicialmente se utilizaba como medio de consulta de sus clientes y que, posteriormente, este servicio primitivo de banca electrónica ofrecería casi la totalidad de los productos y servicios bancarios existentes.

La entrada de la banca online en España se produjo en 1997, cuando diversas entidades empezaron a abrir de forma casi simultánea sus oficinas virtuales.

Es en 1998 cuando se generaliza la oferta financiera online, debido en parte al fuerte crecimiento de las cotizaciones bursátiles de las empresas vinculadas con la nueva economía, “o el boom de las punto-com”, y una gran demanda de los clientes bancarios, hace que todas las instituciones financieras se planteen rápidamente la necesidad de una presencia en Internet. En este período, los principales bancos y cajas de ahorro españolas crearon portales transaccionales, en general en el tramo minorista, que se encargaron de

ofrecer a sus clientes un canal de intermediación adicional que se unía al telefónico o al de la presencia física.

La apertura de la oficina virtual de Bankinter y de la Oficina Directa del Banco Pastor fueron pioneros presentándose como bancos multicanal, sirviendo de base para que otras instituciones financieras siguieran los mismos pasos hacia una banca online multicanal.

Entidades financieras nacidas en España como Uno-e del grupo BBVA, Openbank del grupo Banco Santander y ActivoBank perteneciente al Banco Sabadell, fueron pioneras en el uso de este nuevo tipo de herramientas tecnológicas, se construyeron con un perfil y desarrollo específico de banco online, totalmente independientes de sus matrices. Esta estrategia de los años 1998 y en adelante responde al objetivo de las entidades españolas de evitar la entrada de instituciones financieras europeas como ING Direct, con una estrategia muy agresiva en la captación de pasivo y con grandes tasas de crecimiento en gran parte de los países de la Unión Europea.

Ante la situación de alta competitividad como a la que se enfrenta en la actualidad el mundo financiero en general, y en particular las entidades de crédito, donde se ha producido una clara evolución desde la banca de productos hacia la banca de clientes, nos encontramos con que las entidades de crédito han de hacer frente al problema de atraer o conservar clientes en un entorno normativo dinámico y competitivo. En este sentido, las instituciones financieras se han lanzado a explorar nuevos canales de distribución que les permitan fidelizar a sus clientes habituales así como la captación de nuevos usuarios.

Desde este ángulo, la intensificación y diversificación de los avances en informática, telecomunicaciones y sistemas implicados nos ha conducido a que la estrategia bancaria cada día busque más el aprovechamiento inmediato de las innovaciones tecnológicas para diseñar nuevos productos o servicios en combinaciones o modalidades, inviables, sin la existencia de las nuevas tecnologías o su acelerado perfeccionamiento y flexibilidad.

La utilización de Internet por la banca podemos encuadrarla dentro de un contexto más amplio cuyo objetivo es proporcionar a las entidades de crédito de una infraestructura tecnológica capaz de servir a sus clientes a través de todos y cada uno de los canales de prestación de servicios, bien en el interior de la sucursal, bien a través de dispositivos de autoservicio, en el teléfono, el ordenador portátil o Internet.

Para poder analizar correctamente la banca electrónica debemos tener en cuenta una serie de términos como la banca online, banca virtual y banca tradicional.

La banca tradicional se fundamenta históricamente en la prestación de servicios financieros de forma presencial, en la actualidad utiliza canales no presenciales como el teléfono, banca por móvil, Internet, etc, pero de forma complementaria a sus canales tradicionales (oficinas, cajeros automáticos)

La banca online se podría definir como la línea de negocio de las entidades financieras dedicadas a realizar transacciones de productos y servicios a través de la red (distribución no presencial como base de su actividad) como operaciones de consulta de saldos y movimientos, la contratación de seguros o hipotecas, etc. La actividad bancaria



online supone la transacción de bienes y servicios a través de la red y, por consiguiente, para su consideración debe manifestarse actividad de negocio.

La banca virtual, por su parte, es un tipo específico de banca online en la cual las entidades financieras únicamente operan a través de Internet, ya que la banca virtual carece de oficinas físicas.

Y por último entendemos por banca electrónica<sup>1</sup> o e-banca un concepto más amplio, ya que la banca electrónica en su conjunto integra la operativa y prestación de bienes y servicios financieros con cualquier tecnología disponible, siempre y cuando ésta tenga una base digital, por lo tanto la banca electrónica está formada por la actividad realizada a través de los cajeros automáticos, Internet, los terminas punto de venta, las líneas telefónicas digitales, los ordenadores personales y los teléfonos móviles.

Con la banca electrónica y su encaje con la prestación tradicional de productos y servicios financieros se ha generado un profundo proceso de transformación que, desde la vertiente de la oferta, podemos resumir en tres elementos:

- a) En primer lugar, la aparición de entidades financieras independientes que operan exclusivamente a través de la red (banco online).
- b) En segundo lugar, la incorporación de servicios online a las entidades financieras tradicionales y minoristas (nuevo canal de distribución).

---

<sup>1</sup> López Zafra, J.M. (2001) "Banca por Internet: evolución, situación actual y retos de futuro", en La Sociedad de la Información en España.

- c) Y por último, y como consecuencia de la asociación entre banca online, banca en Internet y banca electrónica, la consolidación de la banca multicanal, que complementa la actividad bancaria tradicional con todo tipo de servicios con base digital.

Es importante señalar que el desarrollo de la banca electrónica ha contribuido significativamente a la reducción de los costes de transacción y a reducir las asimetrías de información entre el usuario y las entidades financieras. La utilización de la banca online permite la disminución de los costes de comunicación, el tratamiento de los datos y desde la perspectiva del cliente, supone un acceso más ágil y sencillo a la información financiera.

Resumiendo, el grado de transformación de la actividad financiera a través de la banca electrónica depende de las complementariedades alcanzadas entre las distintas opciones tecnológicas y de las condiciones estratégicas, organizativas y productivas de las entidades financieras y de su entorno. En este sentido no cabe duda de que la tendencia general en las tecnologías de la información y la comunicación avanzan hacia un conjunto convergente de aplicaciones digitales como los ordenadores personales, móviles, PDA's, tarjetas de débito, etc, que favorecen las sinergias y la innovación de productos y servicios financieros con base digital. En esencia la banca electrónica permite la generación de importantes economías de escala y la reducción de las barreras de acceso a la intermediación financiera.

## **2.- Evolución de la banca online.**

### **2.1.- Fases de la evolución de la banca online.**

El proceso de transición de la banca tradicional hacia una banca electrónica se desarrolló en tres fases diferenciadas, a las que se podría denominar como olas, cada una de las cuales representa el punto de intersección en el que la capacidad tecnológica se encuentra con la aceptación del cliente. Las características básicas de este proceso se basan en:

- La mayor parte de la tecnología necesaria ya ha sido desarrollada.
- Cada fase va pasando desde un período de inmadurez, caracterizado por una tecnología rudimentaria o limitada, a un alto coste, a un periodo de rápida aceleración de capacidades y aceptación hasta llegar a una fase de madurez con una tecnología estable de coste relativamente bajo y una amplia aceptación por parte de los usuarios.
- Cada fase se basa en la aceptación por parte del cliente y en las tendencias tecnológicas de la fase anterior.
- Las fases del cambio en la prestación de servicios financieros están creciendo y reforzando los cambios en la prestación y oferta de todos los productos y servicios.

De esta forma, según estos rasgos genéricos, se distinguen tres fases diferenciadas de la evolución de la banca electrónica.

1.- En la primera fase se enclavan los teléfonos y los cajeros automáticos que han permitido cambiar el rumbo hacia la distribución remota. La ventaja clave que esta fase tiene para el usuario es la comodidad de acceso. La disponibilidad del teléfono y del cajero automático durante las 24 horas del día satisface las necesidades de los usuarios ocupados. El objetivo que buscan las entidades financieras es añadir capacidades de prestación de servicios a distancia mientras recortan costes, evitando la trampa de añadir costes al mismo tiempo que se crean nuevos canales.

2.- La segunda fase del cambio tecnológico se centra en el ordenador personal como herramienta de gestión financiera, combinado con la comunicación de información a través de servicios de red en línea. En esta fase las instituciones financieras se enfrentan a la amenaza real de perder relaciones a medida que las puertas de enlace intermedian entre el usuario y el proveedor del producto. Esto nos lleva a pensar que los bancos tienen que prepararse para competir en al menos cuatro diferentes escenarios futuros: dominio de las puertas de enlace, supermercado financiero, combinar y adaptar agentes comerciales y sucursales.

3.- La tercera fase vendrá caracterizada por el dinero electrónico y el video interactivo. Por lo que se refiere al dinero electrónico se prevé que evolucione y se desarrolle para permitir transferencias seguras de dinero en línea a través de Internet. Posteriormente es de esperar que se popularice la venta de servicios financieros personales a través de la TV interactiva, un vehículo que presenta la ventaja de que evita los gastos que implican los canales remotos. De esta forma los usuarios podrán recibir el servicio

cara a cara que tradicionalmente proporcionaban sólo los canales de venta personalizados, ahora bien con la comodidad de que se tratará de una prestación de servicios a distancia.

Con independencia de las ventajas que supone el trabajar en tiempo real y la comodidad de poder operar en cualquier lugar, la ventaja más importante es la que se deriva del coste, un banco online puede reducir los costes operativos más de un 40 % en relación con un banco tradicional, este ahorro procede de tres fuentes: un personal más reducido y centrado en marketing, unos costes de ocupación inferiores en un 80% y en unos menores costes de procesamiento de las transacciones.

Para rediseñar el sector financiero, son necesarias tres fuerzas de naturaleza indirecta, que en definitiva son las que percibe el mercado, estas son la educación del mercado, la innovación y adaptación de los productos al nuevo hecho tecnológico, la flexibilidad y capacitación laboral a todos los niveles de la entidad financiera.

A continuación se muestra una tabla con una breve descripción de la evolución a lo largo de los últimos años de las principales entidades financieras online de España, en estos datos se observa que las instituciones son de reciente creación y han cambiado fuertemente en un periodo de tiempo muy reducido. Se pretende describir las características básicas y el desarrollo evolutivo de cada una de las entidades de forma particular.

**TABLA: EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES BANCOS ONLINE EN ESPAÑA**

	HASTA 1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 HASTA ACTUALIDAD
OPENBANK	En 1995 nace como banco directo. En el periodo 1995-1999 la entidad logra más de 100.000 clientes.	Integración con el portal financiero latinoamericano Patagón; Cambia nombre a Patagon Internet Bank.	Se retira del mercado latinoamericano	La entidad consigue entrar en beneficios. Cambia su nombre a Patagon Bank.		La entidad recupera su nombre comercial original: Openbank	2006-Nuevos procesos operativos de mejora de seguridad. 2011-Nuevas tecnologías para operar desde cualquier lugar.
ING DIRECT	Creado en Holanda en 1991 pero lanzamiento en España en 1999. Nace su cuenta naranja de alta remuneración.		Lanzamiento de nuevos productos de inversión.	Comercializa una hipoteca sin comisiones mediante un acuerdo con la CAM.	Consigue entrar en beneficios.	Entra directamente en el mercado hipotecario tras la ruptura de su alianza con la CAM.	2005-Nace la conocida cuenta nómina. 2011- Venta de nuevos productos, como seguros de vida, etc.
UNO-E		Se constituye en Marzo del 2000.	Uno-e reduce sus esfuerzos de captación de clientes por sus altos costes y reducidos ingresos.	Fusión de Uno-e y Finanzia.  Relanzamiento temporal del esfuerzo comercial para alcanzar objetivos.		Entra en beneficios.	
POPULAR-E		Lanzamiento bancopopular-e		Entra en beneficios.	Expansión de la captación de clientes potenciales.	Gran capacidad de gestión y reducción de costes.	Posicionamiento en el mercado como una de las entidades más eficientes

Fuente: Elaboración propia a partir de información facilitada por las entidades financieras.

## 2.2.- El proceso de desintermediación.

La banca en las últimas décadas ha tenido que enfrentarse a un fuerte proceso de desintermediación (intensiva en información) en el que los inversores y ahorradores realizan operaciones financieras directamente sin la necesidad de pasar por el balance de una institución financiera.

La gran evolución de las innovaciones tecnológicas en el sector bancario buscan ampliar su mercado y mejorar su productividad reduciendo los costes laborales y de la extensa red de sucursales existentes. Las nuevas TIC abreviatura de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación son una gran herramienta par la banca para poder maximizar las funciones de almacenar, capturar y procesar la información y por supuesto cambiar la forma de acceso de los clientes a los servicios y productos bancarios.

Las entidades financieras en la ultima década han pasado varios procesos de desintermediación que han cambiado y afectado a elementos esenciales del sector bancario como son los canales de distribución, las operaciones típicas bancarias, el crédito, etc.

Inicialmente se modificaron o transformaron aspectos relacionados con el ahorro y la financiación, por ejemplo se pasó del depósito tradicional de clientes (dentro de los balances de los bancos) a enormes fondos de inversión o de pensiones, y dentro de la financiación de pequeñas empresas, ésta pasa a ser ofrecida por inversores privados a través de los mercados bursátiles.

Posteriormente se inició un proceso de desintermediación de la operativa bancaria gracias a la utilización de las TIC, por ejemplo, la utilización de la banca telefónica y el uso de Internet están forzando la desintermediación de la red de distribución tradicional de las entidades, como también ha modificado la relación de poder entre cliente y el proveedor de productos y servicios, y así la relación de exclusividad mantenida en tiempos pasados por la banca tradicional esta cambiando profundamente.

El cliente bancario empieza a disfrutar de mayores capacidades y opciones para contratar diferentes productos y servicios bancarios, y deja de tener una vinculación con la entidad tan fuerte, como hasta ahora tenía, además de la mayor transparencia y velocidad de la que el cliente dispone para gestionar sus recursos financieros y así poder hacer la mejor elección a la hora de contratar algún servicio o producto.

La banca también tiene que afrontar y luchar contra unos nuevos intermediarios del sector bancario como son las agencias y sociedades de valores online que ofrecen servicios especializados a precios competitivos, como por ejemplo en la compra de acciones o brokers online (Renta 4, Interdín Bolsa, etc), un servicio que la banca tradicional y banca online ya venía ofreciendo anteriormente.

### **3.- Desarrollo y características de la banca online.**

#### **3.1.- Entorno de competencia.**

La banca electrónica ha sufrido en los últimos años un desarrollo espectacular gracias a las TIC y como consecuencia al uso extendido de Internet, la oferta de servicios financieros por la banca ha creado grandes oportunidades en la producción, distribución y comercialización en la red.



Sin lugar a dudas Internet crea nuevas oportunidades para la banca, pero también plantea una serie de retos<sup>2</sup> como la creación de nuevas aplicaciones informáticas, la ruptura de los límites del mercado, la reducción de las barreras de entrada, la entrada de nuevos competidores y la aparición de nuevos modelos de negocio.

En relación al tipo de estrategia que suelen adoptar las entidades financieras podemos segregarnos en tres tipos teniendo en cuenta Internet como canal de distribución.

En primer lugar podríamos hablar de una estrategia defensiva multicanal, lo que sucede en ésta, es que la entidad financiera tradicional incorpora Internet como un canal de distribución habitual pero como canal complementario a las oficinas y sin discriminación de precios por operar a través de la red.

En segundo lugar, tenemos una estrategia ofensiva multicanal, se trata del mismo parámetro citado anteriormente pero en el cual si que existe una discriminación de precios en función de si se opera a través de Internet o en una oficina.

Y por último, tenemos la estrategia independiente, esta supone que las entidades financieras crean filiales independientes con personalidad jurídica propia, con una marca comercial diferenciada y una política de precios diferente, este es el claro ejemplo de las principales entidades online de nuestro país (Openbank, Uno-e, etc).

---

<sup>2</sup> Idoeta Carmelo Mercado, "Banca en Internet."

### **3.2.- Uso de los servicios bancarios a distancia.**

Dentro de este punto lo que se pretende es determinar el grado de difusión de la banca electrónica en relación al número de usuarios. Existen una serie de factores que determinan de una forma muy importante el desarrollo de la banca electrónica como son los que se citan a continuación.

- El número de hogares que disponen de conexión a Internet.
- El número de usuarios de Internet por edad.
- Confianza en la red para la operativa bancaria.
- Población y localidad donde residen los potenciales clientes y su acceso a la red de oficinas.
- La oferta de productos y servicios de los competidores bancarios.

Las estadísticas en 2012 según el INE (Instituto Nacional de Estadística) en relación al número de personas que utiliza Internet de forma habitual, arrojan que un 72,2 % de la población española, lo que significa más de 33,5 millones de usuarios utilizan la red al menos una vez a la semana, frente a al 31% de la población en 2004 (13,6 millones de personas aproximadamente).

En relación al acceso de Internet de los hogares españoles, el INE desprende que aproximadamente dos de cada tres hogares (67.9 %) dispone de conexión de banda ancha en 2012, lo que representa un 8% más que el año anterior, y un 92% más que en el año 2005 (36% de la población).

Otro indicador importante es el porcentaje de personas entre 16 y 74 años que se conectan a la red en al menos una vez a la semana, que en España durante el 2012 suponían el 65% de esta población frente a un 68% de media en la Unión Europea. El porcentaje de personas que han comprado a través de Internet en los últimos tres meses sube un 3,4% en el último año y se sitúa en el 22,3% de la población.

**TABLA: PORCENTAJE DE PERSONAS QUE UTILIZAN LA B. ELECTRÓNICA EN EUROPA 2007-2011.**

	2007	2008	2009	2010	2011
ALEMANIA	35	38	41	43	45
BELGICA	35	39	46	51	54
BULGARIA	2	2	2	2	3
DINAMARCA	57	61	66	71	75
<b>ESPAÑA</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>24</b>	<b>27</b>	<b>28</b>
ESTONIA	53	55	62	65	68
FINLANDIA	66	72	72	76	79
FRANCIA	34	40	43	50	51
GRECIA	4	5	5	6	9
HOLANDA	65	69	73	77	79
ISLANDIA	72	68	72	77	80
ITALIA	12	13	16	18	20
LETONIA	28	39	42	47	53

LITUANIA	21	27	32	37	41
LUXEMBURGO	46	48	54	56	59
NORUEGA	71	75	77	83	85
PORTUGAL	12	14	17	19	22
REINO UNIDO	32	38	45	45	46
RUMANIA	2	2	2	3	4
TURQUIA	4	5	5	6	6

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat.

Se podría definir como usuario frecuente de banca electrónica a un internauta que en los tres últimos meses ha utilizado los servicios que ofertan las entidades financieras tanto tradicionales como online a través de Internet.

Según las cifras de Eurostat<sup>3</sup> más del 28% de personas españolas de entre 25 y 65 años fueron clientes habituales de la banca electrónica durante el 2011 frente a otros países de la zona Euro como Noruega (85% usuarios), Islandia (80%), y los de menor usuarios Rumania (4%) y Bulgaria (3%).

A nivel Europeo durante el año 2011, España esta situada en el puesto 21 de 29 países en la utilización de la banca electrónica, en relación con el año anterior la variación fue de un +3,70%, y el crecimiento acumulado desde el año 2006 es del 75%, consiguiendo de esta forma convertirse en el décimo país europeo con más crecimiento acumulado en los últimos cinco años.

<sup>3</sup> Eurostat: Oficina Europea de Estadísticas, (Individuals using the Internet for Internet banking,2011).

### **3.3.-Usuarios y consumidores.**

En lo referente a los determinantes del desarrollo de la banca electrónica, destacar que se evidencia una alta correlación entre las características socioeconómicas de los usuarios de banca online, como un elevado nivel de ingreso, una mayor educación y una edad menor, y el uso de la banca electrónica.

En este apartado intentaremos analizar el perfil de los usuarios y consumidores de banca electrónica en España durante el año 2011.

El perfil que muestran los usuarios en general, desde el punto de vista de datos sociodemográficos, es que los hombres presentan un mayor grado de uso de esta tecnología (55,3%) frente al uso de las mujeres (44,7%). Concretando un poco más el hombre que realiza transacciones a través de la banca electrónica suele ser de una edad comprendida entre los 25 y 45 años, con estudios de formación profesional superior o casi la mayoría con estudios universitarios (50%), además de que suele ser un trabajador en activo en la mayoría de los casos y reside en una localidad de mas de 50.000 habitantes. El uso de Internet y en concreto de la banca electrónica está compuesto en gran medida por personas de una edad comprendida entre los 25 y 44 años, en el caso del uso de banca online de este segmento de población, éste representa el 67,1 % del total de usuarios. Uno de los segmentos de población que más ha crecido durante los últimos años ha sido el de personas mayores de 65 años, con un aumento de usuarios de más del 20%, algo a tener en cuenta ya que este segmento de población representa casi el 20 % de la población.

**TABLA: PERFIL USUARIOS DE INTERNET Y BANCA ELECTRÓNICA 2011**

	<b>POBLACIÓN</b>	<b>USUARIOS INTERNET</b>	<b>USUAR B. ELECTRÓNICA</b>
<b>TOTAL PERSONAS</b>	46.704.032	32.546.248	12.675.485
<b>SEXO</b>	%	%	%
HOMBRE	48,00	55,30	61,90
MUJER	52,00	44,70	38,10
<b>EDAD</b>	%	%	%
15-24 AÑOS	14,00	26,70	9,00
25-34 AÑOS	20,20	30,90	36,10
35-44 AÑOS	18,90	22,50	31,00
45-54 AÑOS	15,30	13,20	16,00
55-64 AÑOS	12,30	5,40	6,50
65 EN ADELANTE	19,20	1,40	1,50
<b>NIVEL DE ESTUDIOS</b>	%	%	%
SIN ESTUDIOS	3,00	0,00	0,00
E. PRIMARIA	25,30	5,60	2,20
E. SECUNDARIA	27,8	19,10	8,80
E. SECUNDARIA 2ª ETAPA	18,3	27,60	23,40
FORM. PROFESIONAL	8,70	14,40	15,40
E. SUPERIOR	16,60	33,20	50,00
<b>SITUACIÓN LABORAL</b>	%	%	%
ACTIVOS OCUPADOS	38,50	44,20	65,40
ACTIVOS PARADOS	20,80	22,80	27,60

ESTUDIANTES	8,50	19,50	4,00
LABORES HOGAR	11,20	2,20	1,50
PENSIONISTAS	19,60	9,5	0,90
OTROS	1,40	1,80	0,60
<b>TAMAÑO MUNICIPIO</b>	%	%	%
MÁS DE 100.000 HABITANTES	42,9	48,90	55,50
50.000-100.000 HABITANTES	9,40	9,80	10,60
20.000-50.000 HABITANTES	14,40	14,20	12,30
10.000-20.000 HABITANTES	11,00	10,40	9,50
MENOS DE 10.000 HABITANTES	22,20	16,60	12,10

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Eurostat.

Analizando a los usuarios por su ubicación geográfica podemos destacar que las zonas con mayor consumo de banca electrónica son Madrid con un 53 % de sus habitantes, Asturias con un 52 % y en tercer lugar el País Vasco con un 51 % de su población. Por el contrario los lugares con menos consumo de banca online serían Ceuta y Melilla seguidas de Extremadura.

Como conclusiones de este apartado de usuarios y consumidores de la banca online o banca electrónica podemos destacar que este sector es uno de los que mayores transformaciones ha sufrido en los últimos decenios debido a la rápida evolución de Internet. También citar la modificación que la banca online ha hecho sobre la tradicional relación entre las entidades financieras y sus clientes gracias a la gran evolución y facilidad de acceso a la información.

Gracias a esta gran revolución de la red han aparecido nuevas entidades bancarias online que están compitiendo con agresividad con la banca tradicional, este es el claro ejemplo del banco ING.

### **3.4.- Usos principales y oferta digital.**

Los principales usos de Internet en el contexto financiero son la consulta de saldos y movimientos bancarios (57%), la consulta de información general (39%), la consulta de información para llevar a cabo una operación por el canal telefónico o en la oficina (22%), la comparación de diversas ofertas (21%), la utilización de simuladores y programas de cálculo (18%) y bajarse un contrato (11%).

**TABLA: PORCENTEJE DE PERSONAS QUE COMPRAN A TRAVÉS DE INTERNET EN EUROPA 2007-2011**

	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>VARIACIÓN 2007-2011</b>	<b>VARIACIÓN 2010-2011</b>
<b>ALEMANIA</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>56</b>	<b>60</b>	<b>64</b>	<b>23,08</b>	<b>6,67</b>
<b>CHIPRE</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>21</b>	<b>110</b>	<b>16,67</b>
<b>DINAMARCA</b>	<b>56</b>	<b>59</b>	<b>64</b>	<b>68</b>	<b>70</b>	<b>25</b>	<b>2,94</b>
<b>BULGARIA</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>133,33</b>	<b>40,00</b>
<b>ESPAÑA</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>27</b>	<b>50</b>	<b>12,5</b>
<b>FINLANDIA</b>	<b>48</b>	<b>51</b>	<b>54</b>	<b>59</b>	<b>62</b>	<b>29,17</b>	<b>5,08</b>
<b>FRANCIA</b>	<b>35</b>	<b>40</b>	<b>45</b>	<b>56</b>	<b>53</b>	<b>51,43</b>	<b>-5,36</b>



<b>GRECIA</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>125,00</b>	<b>50,00</b>
<b>HOLANDA</b>	<b>55</b>	<b>56</b>	<b>63</b>	<b>67</b>	<b>69</b>	<b>25,45</b>	<b>2,99</b>
<b>ISLANDIA</b>	<b>50</b>	<b>47</b>	<b>44</b>	<b>45</b>	<b>49</b>	<b>-2,00</b>	<b>8,89</b>
<b>ITALIA</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>50,00</b>	<b>0,00</b>
<b>NORUEGA</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>70</b>	<b>71</b>	<b>73</b>	<b>15,87</b>	<b>2</b>
<b>SUECIA</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>63</b>	<b>66</b>	<b>71</b>	<b>33,96</b>	<b>7,58</b>
<b>TURQUÍA</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>250</b>	<b>40</b>
<b>ZONA EURO</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>36</b>	<b>41</b>	<b>43</b>	<b>38,71</b>	<b>4,88</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat.

En la Zona Euro el porcentaje de personas que compran a través de Internet se sitúa en el 43% (2011) y 31% (2007), en cambio en el caso de España estos datos son significativamente inferiores 27% (2011) y 18%(2007), un dato muy destacable y apreciable es la variación o evolución de los individuos que compran a través de la red que en le caso de España supone un incremento del 50% de 2007 a 2011 y en el caso de la Zona Euro el incremento es sensiblemente inferior con un 38,71%.

Los países en los que el porcentaje de personas que han comprado a través de Internet es muy elevado, se evidencia que existe una correlación directa entre el porcentaje de compras por Internet de un país, con su nivel de desarrollo económico, en la tabla se aprecian los elevados datos de países como Alemania, Holanda, Suecia, etc, y en el otro extremo se encuentran Bulgaria, Grecia y Turquía con un porcentaje muy bajo de compras online y que cuentan con un nivel de desarrollo inferior.

También resulta llamativo los datos de compras online de Islandia, donde se puede apreciar que la variación entre los años 2007 y 2011 es negativa (-2%), esta disminución se debe a que en el año 2007, cuando la media de la Zona Euro estaba en un 31%, este país ya contaba con un porcentaje muy elevado de usuarios que compraban a través de la red (50%) y desde entonces no ha crecido esta cifra sino que ha descendido de forma paulatina a lo largo del periodo de estudio.

Sin embargo, cuando se analizan el volumen de compras efectivamente realizado a través de la red, la participación de la banca electrónica se reduce significativamente, según el INE los productos financieros contratados online como la compra de acciones, contratación de seguros, etc, tienen un peso en el total de comercio electrónico del 5,6%, destacar que los productos más consumidos o demandados por los españoles a través de transacciones online son en primer lugar los viajes de vacaciones (52.9%), en segundo lugar la compra de entradas para espectáculos (41,60%), y en tercer lugar, ropa y material deportivo diverso (30,5%).

La banca electrónica pretende caracterizarse por la creación de nuevos productos y servicios financieros y por la consolidación de la estrategia de negocio emprendida en los inicios de la banca online. Un factor a tener muy en cuenta es que en la actualidad una gran parte de los usuarios de banca tradicional dan mucha importancia al tipo de servicios que ofrecen las entidades a través de Internet a la hora de elegir su banco habitual.

En relación a los productos y servicios que la banca electrónica pretende comercializar, destaca en un primer momento la gran oferta de cuentas o depósitos a plazo con unas rentabilidades muy altas en un periodo de tiempo corto (cuentas al 6% TAE a

tres meses, por ejemplo), también destacan la desaparición de las comisiones de mantenimiento y administración. En la actualidad este tipo de producto financiero de tipo “bienvenida” está dejando paso a otros productos más complejos como son por ejemplo los depósitos referenciados a un índice, los fondos de inversión, etc.

### **3.5.- Medios de pago electrónicos.**

En este apartado vamos a tratar de analizar los medios de pago más utilizados dentro de la banca electrónica, ya que estos no sólo tienen gran trascendencia dentro del mundo del comercio ya sea tradicional o electrónico, sino que desde los inicios del sector bancario tradicional los medios de pago han contribuido en gran medida a los resultados financieros de las entidades.

Las instituciones financieras dentro de la operativa o sistemas de pago tienen una gran oportunidad de obtener información a través de las transacciones de sus clientes, y de esta forma poder hacer bases de datos y segmentar sus clientes por prioridades en función de la estrategia del banco, este tipo de información sin lugar a dudas es un gran activo del que dispone el sistema financiero para analizar y conocer a sus clientes.

Desde el punto de vista de los medios de pago presentes en la actualidad, independientemente del grado de uso de estos, podemos distinguir entre el sistema tradicional, el pago con tarjeta, pago a través de teléfono móvil, pagos a través de Internet, pagos en cadenas de conveniencia y finalmente los nuevos medios de pago alternativos<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Santomá Juncadella J, “Nuevos medios de pago electrónicos: Hacia la desintermediación bancaria.”

Dentro del sistema tradicional de pagos nos encontramos con los cheques y transferencias bancarias que conocemos desde hace muchos años, los cuales siguen siendo los más utilizados dentro del sector financiero, este tipo de medio de pago se diferencia de otros en que durante el proceso de transmisión de datos el banco mantiene una relación muy estrecha con su usuario. La información del pago siempre transcurre mediante la red de la propia entidad, la cual mantiene con el usuario una relación comercial segura y ajena a sus competidores.

Las tarjetas son otro medio de pago utilizado de forma masiva por la población, existen varios tipos, de crédito, de débito y tarjetas monedero, estas tienen dos elementos característicos como son, la vinculación del usuario con una cuenta bancaria de una entidad financiera y la dificultad del proceso de aceptación entre todas las partes de la transmisión de información. La utilización de tarjetas requiere la autorización previa del banco que emite la tarjeta, además para la autorización de este sistema es necesario la presencia de un operador de sistemas (MasterCard, Visa.....), y la gestión de la información entre los bancos. Uno de los grandes inconvenientes de este tipo de medio de pago a través de Internet es la inseguridad que ofrece, ya que para llevar a cabo las transferencias de datos es necesario escribir los datos de la tarjeta en la página web donde se está efectuando la operación.

El teléfono móvil es de los últimos medios de pago que en la actualidad está en plena expansión gracias a los nuevos modelos de telefonía que poseen los usuarios, estos son los llamados smartphone o teléfonos de última generación que ofrecen al usuario bancario una alta portabilidad, seguridad, penetración, conectividad, etc, además de un coste mínimo por transacción para el usuario. Este tipo de sistema de pago tiene muchas

ventajas en sectores comerciales como podrían ser los servicios de taxi, comida a domicilio, etc, donde la movilidad del medio de pago tiene una gran importancia.

Mobipay nacido en 2001, se podría definir como una tecnología la cual tiene el objetivo de crear un estándar tecnológico par la activación de medios de pago, para de este modo conseguir que el usuario haga pagos electrónicamente de forma independiente al tipo de soporte tecnológico que utilice (móvil, tpv, etc), esta tecnología o sistema tiene la particularidad de que un ente independiente del usuario y del banco interactúa entre las dos partes de la transacción, este sistema se podría considerar como un nuevo canal de pago.

Y por último citar los medios de pago a través de Internet, donde se suelen utilizar mecanismos o sistemas tipo e-payments, PayPal, etc.

El medio de pago seguro de PayPal consiste en realizar las transacciones a través de una página web, para que el usuario no tenga que mostrar sus datos personales de las tarjetas a la otra parte de la transacción, este método se ha extendido de forma excepcional gracias a su carácter gratuito, su seguridad y comodidad para el usuario y fundamentalmente el anonimato que proporciona a la hora de operar por Internet donde es frecuente desconocer a la parte contraria de una transacción comercial.

## **4.- Futuro y retos de la banca electrónica.**

### **4.1.- Seguridad informática.**

Unos de los temas con mayor trascendencia dentro de la operativa de la banca electrónica y en especial en la operativa de la banca online, es la percepción por parte de los clientes o usuarios de este tipo de banca de una seguridad adecuada o un mínimo riesgo de fraude. Desde este punto de partida, la seguridad informática es primordial, las entidades financieras están realizando grandes esfuerzos para que la seguridad en las transacciones por Internet y la confidencialidad de los usuarios esté salvaguardada en toda operativa electrónica. El método que las entidades financieras utilizan para poder asegurar la seguridad de los usuarios pasa por la utilización de servidores de última generación para guardar los datos personales, y sobre todo por la utilización de la encriptación de todos los datos de intercambio entre el banco y el cliente.

La operativa más habitual en el acceso a banca electrónica por parte de los usuarios de una entidad online es a través de una web de uso restringido, la cual se protege habitualmente con una clave de usuario y una contraseña que se debe utilizar para poder acceder a la zona “privada” de la web de la institución financiera. De forma supletoria la banca online además de lo comentado anteriormente utiliza otro mecanismo de protección el cual es conocido como “firma”, este tipo de identificación se realiza de diferente forma dependiendo del banco del que se trate, lo más habitual es que las entidades financieras utilicen teclados virtuales, tarjetas de coordenadas y demás dispositivos que generan claves de un solo uso.

Todos estos sistemas de firma tienen en común que se utilizan para identificar al usuario bancario cuando pretende realizar alguna operación financiera y cada vez que se realiza una operación el usuario tiene que volver a facilitar esta “firma” para poder realizar la operación. El problema que tiene este sistema de seguridad radica en que es bastante susceptible de verse comprometida por una serie de amenazas o ataques.

Las aplicaciones web y su protección es desde hace muchos años uno de los mayores retos de los programadores de las instituciones financieras. El gran problema que radica en las aplicaciones de los bancos online es que estas utilizan el protocolo “http” para la comunicación entre el usuario bancario y el servidor del banco virtual y este protocolo de base no es “seguro” además de que no dispone de un mecanismo de seguimiento de sesión en la comunicación, por ello la banca online utiliza el mecanismo de validación comentado anteriormente (firma) para evitar un posible ataque o secuestro de la sesión de un usuario de banca electrónica.

En la operativa online existen dos niveles de validación utilizados comúnmente por casi la mayoría de las entidades ya sean bancos virtuales, bancos online o el canal de Internet de un banco tradicional.

En el primer nivel de validación de las aplicaciones de banca online utilizan las mencionadas anteriormente claves de acceso (usuario y contraseña) para que el usuario pueda acceder a su zona privada y así poder acceder a datos personales como el estado de las cuentas, su saldo, etc, datos los cuales habitualmente no pueden ser modificados por el usuario sin utilizar otra validación de usuario. De esta forma el navegador del usuario obtiene una serie de identificadores de sesión y otros datos, los cuales le sirven al servidor

del banco online para hacer un seguimiento del cliente o usuario. El problema de este sistema de validación es que no es totalmente seguro ya que este seguimiento de sesión es vulnerable y susceptible de ser capturado de forma directa o indirectamente por otros usuarios ajenos o intrusos y de esta forma es posible la suplantación de identidad del usuario bancario.

En el segundo nivel de validación, lo que se pretende es evitar el posible secuestro de sesión en el primer nivel de validación, utilizando dentro de la “sesión” o de la “zona privada” del usuario otra autenticación para poder llevar a cabo todas aquellas operaciones que pueden reflejar un riesgo económico, como son las operaciones de transferencias, compra de valores, etc. Esta identificación a diferencia del primer nivel de validación citado antes, no se utiliza para iniciar la sesión en la aplicación sino que se utiliza cada vez que el usuario quiere realizar una operación de riesgo dentro de una sesión validada anteriormente. Este segundo nivel de validación se ha considerado siempre seguro ya que en este caso un intruso podría secuestrar una sesión de usuario pero en ningún caso podría realizar operativa alguna que entrañase riesgo para el usuario bancario.

Una vez descritos los sistemas de protección o seguridad más utilizados por la banca electrónica cabe describir brevemente los tipos de ataques en la red contra la seguridad de la banca electrónica. Son los más frecuentes los fraudes llamados “phising”, este tipo de estafa resulta la más importante a la que se enfrenta la banca online y consiste en la suplantación de identidad del cliente bancario online, en el que se persigue robar los datos de acceso de los usuarios. Lo que sucede en este tipo de fraude es que un individuo envía un email al cliente bancario solicitándole actualizar sus datos personales de acceso haciéndose pasar por un empleado o gestor de la entidad financiera, así se consigue que el



usuario acabe utilizando un enlace falso, que aparentemente es idéntico al de la entidad financiera, desde donde se solicita al usuario bancario sus claves de acceso y estas pasan a manos del estafador.

Desde luego este tipo de amenaza no es la única que existe en el sector bancario online, hay otros tipos de amenazas como los “troyanos” o el “pharming” que también están muy presentes en la actualidad.

El troyano es una aplicación informática que se esconde dentro de otro programa inofensivo que suele aparentar ser fotos, música u juegos, y este se activa cuando se ejecuta la aplicación tapadera, de esta forma se consiguen obtener contraseñas y acceder a ficheros del ordenador del usuario de Internet.

En modo de conclusión después de lo anteriormente citado podríamos indicar que los sistemas de firma utilizados por la banca online o banca virtual en la actualidad aun están bastante alejados de ser una solución robusta para evitar ataques informáticos, ya que todos estos sistemas padecen del mismo fallo, que se podría resumir en que todos utilizan de base un protocolo “http” el cual se diseñó para ser “funcional pero en ningún caso para ser seguro”. Algo a tener en cuenta por las entidades financieras es que es mucho superior el daño a la confianza y a la credibilidad que este tipo de fraudes puede ocasionar a la banca electrónica en general que el daño económico en concreto que puede afectar a una entidad.

A continuación se describe de forma gráfica los pasos a seguir de un intruso en un hipotético ataque a un sistema de banca electrónica<sup>5</sup> o banca online.

---

<sup>5</sup> Art. Seguridad Informática, <http://seguridad-informatica-2013.blogspot.com.es/2013/05/alerta-por-correos-con-phishing-bancario.html>



- 3- El usuario accede a una página vulnerable y ejecuta el código script.
- 4- El usuario envía el estado de la sesión (ID's, cookies, etc.) al intruso.
- 5- El usuario realiza un post en el formulario de firma y recibe una respuesta "troyanizada" del formulario.
- 6- La versión "troyanizada" del formulario permite el robo de tokens, coordenadas del teclado virtual, etc, que son enviadas al atacante.
- 7- Finalmente el intruso tiene un token válido (que aún no ha sido enviado al servidor) y puede realizar una transacción. En algunos bancos, la 2ª autenticación se realiza a través de teclados virtuales, pero con contraseñas estáticas.

#### **4.2.- Crecimiento y cuota de mercado.**

Debemos tener en cuenta antes de iniciar el desglose del presente apartado que dentro de la banca electrónica se distinguen dos grupos diferenciados de instituciones, tenemos las entidades nacidas y originarias en la red (bancos online puros) y por otro lado tenemos los bancos tradicionales de siempre, que tienen su propio canal por Internet. Dentro de este análisis vamos a tener en cuenta solamente las instituciones financieras online, que aun perteneciendo al mismo grupo, que las entidades tradicionales, éstas son instituciones independientes con personalidad jurídica propia.

En relación al número de usuarios de banca online por entidad financiera, después de analizar los datos obtenidos por las diferentes entidades y por la Asociación Española de Banca, podemos destacar que ING Direct es el principal operador online de España, tanto por el volumen de activos gestionados como por el número de clientes, y

dentro de las instituciones nacidas en España, las más importantes por número de clientes y cuota de mercado son Openbank, Uno-e y Popular-e respectivamente.

**TABLA: CUOTA DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES BANCOS ONLINE ESPAÑA 2012.**

<b>BANCO</b>	<b>ING DIRECT</b>	<b>OPENBANK</b>	<b>UNO-E</b>	<b>POPULAR-E</b>	<b>RESTO DE BANCOS ONLINE</b>
<b>CUOTA DE MERCADO</b>	32 %	18,5 %	15,60 %	12 %	21,90 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por las entidades financieras y AEB.

En relación al crecimiento de las principales entidades online de nuestro país a lo largo de los últimos años, a continuación reflejamos una tabla con la evolución del activo total de cada entidad en el periodo 2001-2012.

**TABLA: EVOLUCIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES DE LAS PRINCIPALES ENTIDADES ONLINE 2001-2012 (EN MILES DE EUROS).**

	2001	2008	2009	2010	2011	2012
ING DIRECT	8.322.992	88.580.225	77.900.124	63.983.093	53.588.303	23.484.217
OPENBAK	449.945	4.604.905	3.912.854	4.412.965	4.687.819	5.130.292
UNO-E	788.683	1.296.768	1.382.368	1.361.488	1.368.465	1.313.070
POPULAR-E	163.311	1.138.837	1.069.831	965.113	1.266.078	1.306.215

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AEB.

De la tabla anterior se desprenden varios datos significativos de la evolución y crecimiento de las entidades online en estudio, se puede apreciar que el crecimiento de los activos de todas las entidades en general ha sido muy alto en un periodo de tiempo más bien reducido. Analizando los casos en concreto nos encontramos con que la entidad ING Direct en un periodo de tiempo de seis años (2001-2007) ha conseguido multiplicar su activo por nueve, un crecimiento espectacular en un periodo muy pequeño de tiempo, solo posible de realizar por el modelo de negocio de un banco online. La entidad Openbank pasó de tener un activo total de 450 millones de euros en 2001 a más de 5.000 millones de euros en 2012, consiguiendo de este modo un incremento de casi un 1.000 %. En el caso de Uno-e el incremento de sus activos e el periodo de estudio no fue tan destacado, obteniendo un incremento del 66,5 %. Y por último la entidad Uno-e incremento su activo cerca de un 700% desde el año 2001. Citar también que las cuatro entidades financieras analizadas a partir del año 2008 cesaron bruscamente en su crecimiento, e incluso como en el caso de ING Direct, las entidades empezaron a reducir su activo total provocado por los resultados negativos a raíz de la crisis económica y financiera mundial.

#### **4.3.- Estrategias a seguir.**

Como señalan varias investigaciones consultadas y teniendo en cuenta que en la actualidad la oficina bancaria tradicional sigue siendo el canal de comunicación y distribución más utilizado por las entidades financieras con un 79% de los usuarios en la UE, en varias encuestas realizadas a nivel europeo se desprende que los clientes bancarios revelan una creciente preferencia por la banca electrónica en detrimento de la banca presencial, citada preferencia alcanza unos datos muy elevados en países como el Reino

Unido, en el cual los clientes que prefieren la modalidad electrónica alcanzan ya una tasa superior al 46% en 2012.

En relación con los nuevos canales financieros, cabe citar la gran importancia de las sinergias establecidas. En España, el ordenador personal ha dejado de ser el mecanismo de acceso preferente para los usuarios de banca electrónica (con una tasa de penetración del 34% en 2011) para dejar paso a otros dispositivos como las “tablets” en auge en la actualidad, las cuales alcanzaron una tasa de uso del 42 % durante el año 2011, el siguiente dispositivo más utilizado ha sido el teléfono móvil con un porcentaje de uso del 24%. También existen otros dispositivos minoritarios desde los cuales los usuarios de banca online realizan sus operaciones financieras a distancia, como son las tarjetas inteligentes, la televisión interactiva, etc.

Una de las estrategias a seguir por la banca online en los últimos años ha sido la apertura de oficinas físicas, debido a que a pesar de la gran versatilidad de Internet, los canales de distribución y difusión no son perfectamente intercambiables, ya que cada canal en concreto es más adecuado para cierto tipo de operaciones y siempre existirán clientes que demanden una atención personal en oficinas.

Otro gran instrumento que permite la banca electrónica en su funcionamiento, es la captación de un gran volumen de datos sobre los usuarios online, de esta forma las instituciones financieras mediante el análisis de las operaciones de sus clientes pueden crear bases de datos que utilizan para segmentar a sus clientes por grupos o perfiles diferenciados y de este modo personalizar su oferta de servicios y productos.

En relación a la oferta de productos y servicios de la banca electrónica, en grandes rasgos se podría decir que los grandes bancos que operan en España a través de Internet tienen un carácter generalista, y no están especializados en unos determinados productos financieros, se podría matizar que por ejemplo la entidad ING Direct en sus inicios si que estaba orientada o especializada en depósitos e hipotecas, así como la entidad Inversis también está especializada en fondos de inversión, o Renta 4, está especializada en contratación de valores, en cambio el resto de entidades como Openbank, Uno-e, Popular-e, etc, se podrían definir como “hipermercados de productos financieros online”.

Uno de los mayores retos que tiene por delante la banca electrónica es la baja fidelidad de sus clientes debido en gran medida a la transparencia de precios de los productos distribuidos en Internet y la facilidad de cambio o salto de una entidad a otra llevada a cabo en los últimos tiempos por los usuarios, todo ello se convierte en un gran problema cuando la captación de nuevos clientes tiene un coste tan elevado para las entidades.

Sin lugar a dudas el futuro de la banca electrónica dependerá en gran medida de cómo las entidades financieras resuelvan los problemas o puntos frágiles en relación con la seguridad y privacidad, la mejora de la eficiencia y productividad, la mejora de la calidad del servicio, y la mejora de la relación con el cliente online.

Las operaciones de distribución de productos y servicios realizada desde la oficina bancaria tradicional ha pasado de un 42 % en 2005 a un 30% en 2012, esta reducción o pérdida de participación en el canal de distribución física de las oficinas, esta siendo reemplazada por los nuevos canales de distribución con base electrónica, y en

especial por la banca online que pasa de un 18% de operaciones en 2005 a un 32% en 2012. Teniendo en cuenta esta nueva situación en la distribución de productos bancarios, es obvio que las instituciones financieras han de hacer un gran esfuerzo para mantener sus rentabilidades incorporando nuevos servicios, reposicionándose en el mercado y modificando los distintos canales a través de los cuales ofrecen sus productos y servicios a sus clientes. Es aquí donde nacen o se plantean dos problemas como son, por un lado el compatibilizar las oficinas tradicionales con los nuevos servicios, y por otro lado, como diferenciarse del resto de instituciones con las que compite en distintos frentes. Más adelante, cuando hagamos una comparativa exhaustiva entre el modelo de negocio de la banca tradicional y la banca online profundizaremos y concretaremos las estrategias a seguir en cada caso.

## **5.- Comparativa entre los principales bancos online en España.**

### **5.1.- Introducción.**

En la actualidad disponemos de multitud de bancos online de origen español pero en este caso vamos a analizar en profundidad las cuatro entidades de mayor envergadura de nuestro sistema financiero.

Importante citar que excepto ING Direct, Openbank, Uno-e y Banco Popular-e son entidades filiales (pertenecen al mismo grupo) de las grandes instituciones financieras tradicionales de nuestro país como son el Banco Santander, BBVA y Banco Popular respectivamente, las cuales fueron creadas en su día para operar a través del canal Internet



exclusivamente, aunque en su transcurso por la historia casi todas han abierto oficinas físicas como canal alternativo al teléfono o Internet como estrategia competitiva. Estas entidades se caracterizan por ser sociedades independientes las cuales no comparten clientes con sus entidades matrices y que han conseguido formar sus propias carteras de clientes diferenciadas.

Dentro de las características que mantienen en común la mayoría de los bancos online, destaca que generalmente ofrecen una cartera de productos y servicios que resultan más competitivos para los clientes que la banca tradicional. En este sentido las entidades online suelen ofrecer productos financieros con comisiones muy bajas o sin comisiones, en las cuentas o depósitos ofrecen altas remuneraciones, en préstamos hipotecarios fijan diferenciales más reducidos, etc.

Dentro del área de banca online es importante citar que las entidades a analizar llevan relativamente poco tiempo desarrollando su actividad, pero una vez tenido en cuenta este aspecto, resulta obvio que los gastos de explotación iniciales de este segmento del sistema financiero han sido muy elevados por los altos costes soportados en informática y publicidad.

En relación con el modelo de negocio llevado a cabo por el segmento de banca online es destacable la ventaja que poseen por no necesitar una extensa red de oficinas y de esta forma reducir enormemente los gastos generales de administración sin que ello provoque una reducción de los ingresos. La banca online es una banca “cómoda” de fácil acceso las 24 horas del día y además tiene el valor añadido de que suele tener unos tipos

de interés más competitivos tanto para depósitos como para créditos, este es un aliciente muy importante para que este segmento evolucione a gran velocidad en los próximos años.

## **5.2.- Principales entidades financieras online.**

### **5.2.1.- ING Direct.**

En el caso del Grupo ING, fue fundado en el año 1997 en Holanda convirtiéndose pocos años después en una de las primeras instituciones financieras del país, en Mayo de 1999 se estableció en España como sucursal de banco extranjero. En sus inicios en la andadura de la banca electrónica empezó a desarrollar su estrategia de negocio en Canadá como un proyecto piloto, pocos años después empezó a desarrollar su proyecto en otros países como España y Australia. Desde aquel momento ING Group ha ido incrementando y desarrollando su proyecto hasta nuestros días, donde en la actualidad ocupa una posición de liderazgo en países como Austria, Reino Unido, Italia, Francia y Alemania.

Actualmente el grupo ING cuenta con más de 24 millones de clientes y está presente en ocho países y tres continentes, siendo de esta forma el banco online más grande del mundo y líder en nuestro país. La trayectoria de la entidad en España se inició en el año 1999 con la comercialización de un único producto, “la cuenta naranja”, este tipo de producto financiero se caracterizaba por la alta remuneración , un bajo riesgo, y una total liquidez, en aquel entonces fue un producto financiero muy innovador y diferente al de sus competidores.

En años posteriores la estrategia a seguir por la entidad consistiría en la comercialización de nuevos productos financieros como fueron la hipoteca naranja en 2004, la cuenta nómina en 2005 y de esta forma cambiar la estrategia hasta entonces llevada a cabo como un banco que no admitía domiciliaciones a otro escenario en el cual la entidad, conseguía ser un banco más operativo al ofrecer más servicios a los clientes, como tarjetas de crédito, pago de recibos, etc.

Respecto a los datos financieros de la entidad, durante el año 2011 ING Direct España obtuvo unos beneficios antes de impuestos de 77 millones de euros y en relación a los fondos totales gestionados en nuestro país por la entidad superaban los 29.400 millones de euros, lo que supone un incremento del 13,5 % respecto del año 2010.

Si analizamos el balance de la institución se pueden apreciar datos muy positivos como son el volumen de depósitos que superaban los 18.600 millones de euros (un 15% más que el año anterior), y los créditos concedidos ascendían a más de 9.300 millones de euros.

En relación a los clientes del banco, durante el año 2011 ING Direct España contaba con más de 2.410.000 clientes, siendo dentro de estos, 700.000 clientes que utilizaban esta institución como banco principal para sus operaciones financieras.

**TABLA: DATOS RELEVANTES DE ING DIRECT 2004-2011**

Datos	2004	2011
Empleados	248	941
Oficinas	3	61
Cajeros	0	60
Tarjetas de crédito y débito	n.d	1.113.471
Cuentas corrientes	705.720	2.914.664
Cuentas a plazo	190.922	328.673
Activo Total	n.d	53.588.303.000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AEB (n.d información no disponible)

Respecto a los datos generales de ING Direct según se muestra en la tabla anterior, se puede apreciar que la entidad en el periodo 2004-2011 ha incrementado de forma importante su red de oficinas pasando de 3 a 61 y consecuentemente, su plantilla de empleados ha pasado de 248 empleados en 2004 a 941 en 2011. Todo esto se corresponde con la estrategia seguida por la entidad de expansión y consolidación de su posición en el mercado español. En relación al número de cuentas corrientes que la entidad tiene de sus clientes, destaca la cifra de casi 3 millones de cuentas, posicionándose así como el banco online dominante del mercado español. También es necesario resaltar el volumen de Activo Total del banco, el cual a 31 de Diciembre de 2011 se situaba casi en 53.500 millones de euros, muy por encima de sus competidores españoles.

### **5.2.2.- Openbank.**

Openbank fue creado por el Banco Santander en 1995 y fue el primer banco online constituido en España. Esta institución financiera es una sociedad anónima jurídicamente independiente y perteneciente al Grupo Santander, ya que este posee el 100% de las participaciones del banco. En 1997 Openbank inicia sus pasos en la

prestación de servicios a través de Internet y en 1999 ya dispone de un broker para operar a través de la red.

En relación al número de oficinas bancarias de la entidad, debido a la política seguida en los años de bonanza económica en España y en la estrategia seguida por la entidad, esta abrió más de 30 oficinas repartidas por toda la península, aunque en la actualidad y debido a un proceso de “racionalización de la actividad” llevada a cabo por la dirección del banco, ha cerrado la totalidad de las oficinas de las que disponía excepto una oficina situada en Madrid. Este desmantelamiento de la red de oficinas físicas del banco se ha llevado a cabo debido a que únicamente un 1% de los clientes de Openbank utilizaban la red de sucursales para realizar algún tipo de operación, mientras que un 77% de los clientes realizaban exclusivamente a través de Internet su operativa habitual. Además Openbank sigue dando el servicio de caja a través de las oficinas del Banco Santander y Banesto, el cual también pertenece al Grupo Banco Santander. Openbank también dispone de una extensa red de cajeros, más de 6.000 en toda España gracias a que utiliza la red del Banco Santander y Banesto.

En relación a la cuota de mercado de la banca online en España , Openbank se sitúa en segundo lugar después de ING Direct con una cuota de mercado del 18,50%, situándose así en la cabeza de la banca electrónica creada en España ya que ING Direct es una sucursal de entidad de crédito extranjera.

**TABLA: DATOS RELEVANTES DE OPENBANK 2004-2011.**

Datos	2004	2011
Empleados	135	103
Oficinas	1	1
Cajeros	0	0
Tarjetas de Crédito y débito	205.514	n.d
Cuentas corrientes	284.232	514.643
Cuentas a plazo	212.586	470.226
Activo Total	3.197.646.000	4.687.819.000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AEB ( n.d no disponible).

En cuanto a la evolución de los datos más relevantes de Openbank, destaca la reducción de empleados, ya que, en el periodo 2004-2011 la entidad ha reducido un 24% su personal, todo ello provocado en mayor medida por lo citado anteriormente relativo al cierre de sus oficinas físicas. También es importante el dato de la evolución de sus cuentas corrientes y a plazo, como se muestra en la tabla, donde el incremento en siete años se sitúa en más de un 100%.

En relación al Activo Total de la entidad, reseñar que Openbank es la institución española con mayor volumen de Activo (4.687.819.000 euros) dentro de las instituciones nacidas en España, pero aun así, está muy por debajo de su competidora ING Direct (53.588.303.000 euros).

### **5.2.3.- Uno-e.**

Uno-e es un banco online creado en España en el año 2000 fundado por el Banco BBVA y la filial de Telefónica Terra Networks. En el año 2006 el Banco BBVA adquiere

el 100 % de Uno-e al comprar todas sus participaciones y de esta forma la entidad online se integra al Grupo BBVA. Tras 10 años de funcionamiento Uno-e emprende una estrategia para posicionarse en el mercado como un banco online puro, ofreciendo a sus clientes más y mejores servicios, y de esta forma, optimizando sus recursos y ampliando su oferta de canales por los cuales el usuario puede recibir mayor información, además de una mayor operativa online, lograr mejorar su cuota de mercado.

La entidad en sus inicios contaba con varias oficinas físicas desde las cuales ofrecían sus servicios presencialmente, pero a partir del 2010 y con la estrategia comentada anteriormente la entidad fue cerrando paulatinamente todas sus oficinas hasta no disponer de ninguna en la actualidad, todo ello corresponde a la imagen de banco “online puro” o banco virtual que la entidad quiere ofrecer al mercado. Uno-e dispone de una amplia red de cajeros de su empresa matriz, el banco BBVA, para que sus usuarios puedan llevar a cabo operaciones y consultas de cuentas, tarjetas, etc, además de poder utilizar también la red de oficinas del BBVA para poder realizar cualquier operación de caja. Este banco online también tiene a disposición de sus clientes una web específica y adaptada para su uso a través del teléfono móvil (Unoe.mobi) creada en 2010. En la actualidad Uno-e dispone además, de una aplicación móvil para sistemas operativos iOS y Android donde el usuario podrá conectarse y operar directamente desde su dispositivo.

En relación a los sistemas de seguridad utilizados por la entidad, cabe citar que ésta utiliza el doble sistema de seguridad de clave personal, además del envío de un SMS con una clave adicional para cada operación que quiera realizar el usuario.

**TABLA: DATOS RELEVANTES DE UNO-E 2004-2011**

Datos	2004	2011
Empleados	39	n.d
Oficinas	1	0
Cajeros	0	0
Tarjetas de Crédito y débito	398.627	3.281.764
Cuentas corrientes	76.629	147.789
Cuentas a plazo	140.523	71.010
Activo Total	1.167.412.000	1.368.465.000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AEB ( n.d no disponible).

Respecto a los datos generales de Uno-e, hay algunos aspectos relevantes como son la evolución del número de tarjetas de crédito y débito de la entidad, que según se muestra en la tabla superior, en el año 2004 la entidad había emitido casi 400.000 tarjetas y siete años después, Uno-e disponía de más de tres millones de tarjetas para sus usuarios, lo que significa un incremento espectacular del 800%.

En relación al balance del banco, según muestran los datos de la AEB en su anuario estadístico 2011, Uno-e tiene un Activo Total de 1.368.465.000 euros a 31 de diciembre de 2011, estos datos son llamativos ya que son significativamente inferiores a los de Openbank facilitados anteriormente (4.687.819.000 euros).

#### **5.2.4.- Bancopopular-e.**

La institución bancopopular-e fue creada por el grupo Banco Popular Español en el año 2000 con la finalidad de expandir el crecimiento del grupo a través de la inversión crediticia y apoyada en la alta rentabilidad de la entidad.



Dentro de la estrategia de Bancopopular-e, a diferencia de sus competidores online, esta entidad no ha entrado en la lucha de precios o en la lucha por captar clientes con agresivas campañas basadas en la alta remuneración de cuentas y bajos diferenciales. Aun así esta institución online esta dentro de las cinco primeras de España por cuota de mercado y volumen de Activo. En relación a su trayectoria a lo largo de los años, se puede destacar que Bancopopular-e ha marcado la diferencia respecto a sus competidores, ya que es el único banco online que dispone de una red de cajeros automáticos propia. Desde sus inicios la entidad financiera ha conseguido un crecimiento significativamente más moderado que sus competidores directos, pero este desarrollo a lo largo de los años ha sido muy equilibrado y constante. En la actualidad el Bancopopular-e solo dispone de una oficina física para prestar a sus clientes los servicios de caja, aunque entre los años 2000 y 2010 disponía de una decena de oficinas repartidas por toda la península.

**TABLA: DATOS RELEVANTES DE BANCOPOPULAR-E 2004-2011**

Datos	2004	2011
Empleados	68	88
Oficinas	6	1
Cajeros	14	9
Tarjetas de Crédito y débito	94.090	418.752
Cuentas corrientes	7.395	15.781
Cuentas a plazo	4.675	11.642
Activo Total	703.954.000	1.266.078.000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AEB (n.d no disponible).

A la vista de los datos más relevantes de Bancopopular-e en el periodo 2004-2011 lo primero que llama la atención es la escasa evolución de los empleados pasando de 68 a 88 en siete años. Otro aspecto también relevante es la evolución de sus cajeros

automáticos que pasaron de 14 en 2004 a 9 en 2011, siendo así el segundo banco online por número de cajeros por detrás de ING Direct el cual cuenta con 60 cajeros en 2011.

Un dato también significativo es el número de cuentas corrientes y cuentas a plazo de la entidad 15.781 y 11.642 respectivamente durante el año 2011, lo cual, comparado con el resto de segmento online resulta muy llamativo, teniendo en cuenta que Bancopopular-e tiene un Activo Total similar al de Uno-e el cual posee un número de cuentas mucho superior (147.789 cuentas corrientes y 71.010 cuentas a plazo).

### **5.3.-Análisis comparativa de balances.**

En el análisis del balance de las cuatro entidades online hemos utilizado los datos del año 2012 debido a su cercanía en el tiempo y para así tener una visión más reciente de la situación de las entidades en la actualidad. En primer lugar me gustaría comentar la dificultad para encontrar información financiera de la entidad ING Direct, debido a que a partir del primer trimestre del año 2012 ha dejado de publicar en España sus balances, y cuenta de pérdidas y ganancias. Teniendo en cuenta este factor, y por la ausencia de datos oficiales del año 2012 de ING Direct, he realizado un balance para esta entidad con los datos del ejercicio 2011 en lugar del año 2012 como el resto de entidades.

Es importante destacar que dentro de los cuatro bancos analizados, ING Direct es una sucursal de banco extranjero que opera en nuestro país, lo voy a tener en cuenta para el desarrollo de este trabajo ya que es el banco online más importante de España y su

matriz International Netherlands Group, es una de las instituciones financieras líder en el mundo por volumen de ingresos.

Lo que voy a realizar a continuación es un análisis de los balances de los cuatro bancos online más importantes de España, lo que se busca son las posibles diferencias en su estructura de Activo y de Pasivo, que puedan confirmar la presencia de diferentes modelos de negocio o estrategias.

**BALANCES RESUMIDOS ING DIRECT – OPENBANK - UNO-E – POPULAR-E  
(A 31 DE DICIEMBRE DE 2012, EN MILES DE EUROS )**

<b>ACTIVO</b>	<b>ING Direct</b>	<b>Openbank</b>	<b>Uno-e</b>	<b>Popular-e</b>
Crédito a entidades de crédito	7.584.711	0	0	0
Caja y depósitos en bancos centrales	N.D	46.775	5.185	4.276
Activos financieros disponibles para la venta	N.D	N.D	309	360.642
Depósitos en entidades de crédito	N.D	4.984.131	231.180	47.207
Valores representativos de deuda	33.755.196	66.878	0	0
Crédito a la clientela	9.350.097	27.711	1.044.429	863.112
Activos no corrientes en venta	N.D	N.D	281	756
Participaciones en entidades del grupo	N.D	N.D	9.139	N.D
Inmovilizado material	N.D	N.D	63	319
Activo intangible	N.D	N.D	3.024	216
Activos fiscales	N.D	1.039	17.332	1.456
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>53.588.303</b>	<b>5.130.292</b>	<b>1.313.070</b>	<b>1.306.215</b>
<b>PASIVO</b>				
Depósitos de bancos centrales	0	0	0	277.540
Depósitos de entidades de crédito	33.003.933	13.278	589.213	1.149
Depósitos de la clientela	18.721.593	4.897.044	541.542	868.287
Provisiones	N.D	2.811	108	8
Pasivos fiscales	N.D	15	6.249	4.380
Capital	N.D	129.587	80.317	31.000
Reservas	N.D	- 28.800	38.623	77.871
Resultado del ejercicio	24.254	177	21.052	28.575
Patrimonio neto	N.D	160.318	161.647	141.105
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>53.588.303</b>	<b>5.130.292</b>	<b>1.313.070</b>	<b>1.306.215</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos d AEB.

En relación a la estructura de Activo de los bancos a analizar, destaca la partida de valores representativos de deuda de la entidad ING Direct con un volumen de 33.755.196.000 euros (63 % del Activo) frente a la escasa o incluso nula cifra de las demás entidades, de estos datos podemos deducir la estrategia de la compañía de realizar grandes inversiones en obligaciones o bonos de empresas asociadas o vinculadas.

Otro dato también muy llamativo es el activo total del banco ING Direct ( 55.588.303.000 euros) donde se aprecia la envergadura o tamaño de la entidad frente a sus competidores, ya que es diez veces más grande que Openbank, que es la segunda entidad por volumen de activo del mercado español. ING Direct también destaca por su partida de créditos concedidos a sus clientes con un importe de más de 9 mil millones de euros frente a los poco más de mil millones de la entidad Uno-e que esta en segundo lugar. Teniendo en cuenta los datos citados hasta ahora de ING Direct, no hay duda en que la entidad es líder absoluta en el mercado español de banca online.

De la entidad Openbank destacan los datos relativos a depósitos en entidades de crédito con una partida que supone el 97 % del total de activo de la entidad, lo cual es muy representativo, y fijándonos en la partida de depósitos de la clientela del pasivo, cabe pensar que la entidad destina todos estos recursos de sus clientes en depósitos en terceras entidades de crédito.

Y en relación a la estructura de pasivo de las entidades analizadas, es destacable la cifra de depósitos de entidades de crédito, de más de 33 mil millones de euros del banco ING Direct, esta entidad también es líder en depósitos de la clientela con un volumen de más de más de 18 mil millones de euros frente a los casi 5 mil millones de su principal competidora Openbank.

De la entidad Popular-e destaca dentro de su pasivo, su partida de depósitos de bancos centrales, siendo la única entidad de las estudiadas, en la cual un banco central hace algún depósito, en este caso de casi 300 millones de euros.

Respecto a los fondos propios de las cuatro entidades, destacar que Openbank es la entidad de origen español con un mayor capital social (129.587.000 euros), frente al capital de Uno-e de poco más de 80 millones de euros y los 31 millones de euros de Popular-e.

#### **5.4.- Análisis comparativo de la cuenta de Pérdidas y Ganancias.**

En el análisis de la cuenta de pérdidas y ganancias de las cuatro principales entidades financieras online, vamos a registrar los datos en función de lo comentado en el apartado anterior, para así poder hacer una comparativa lo más objetiva posible, por lo tanto vamos a utilizar datos de ING Direct relativos al ejercicio 2011 y para el resto de bancos utilizaremos datos del ejercicio 2012 como ha ocurrido en el análisis de balances anterior.

En este apartado lo que se pretende estudiar o analizar son las diferentes estructuras de ingresos y de costes que predominan en las entidades online de nuestro país, para ello, mostramos a continuación una breve tabla con los datos más significativos de la cuenta de pérdidas y ganancias de las cuatro entidades online en estudio.

**DATOS DE LA CUENTA DE P Y G DE ING DIRECT – OPENBANK - UNO-E POPULAR-E. (A 31 DE DICIEMBRE DE 2012, EN MILES DE EUROS).**

<b>CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>	<b>ING DIRECT</b>	<b>OPENBANK</b>	<b>UNO-E</b>	<b>POPULAR-E</b>
Intereses y rendimientos asimilados	2.066.643	133.546	82.179	80.980
Intereses y cargas asimiladas	723.450	99.906	21.032	28.005
<b>MARGEN DE INTERESES</b>	<b>1.343.317</b>	<b>33.640</b>	<b>61.147</b>	<b>52.975</b>
Rendimiento de instrumentos de capital	---	---	911	---
Comisiones percibidas	53.043	10.027	15.432	10.038
Comisiones pagadas	16.425	3.235	6.650	3.325
Resultado de operaciones financieras	- 315.725	2.990	-----	1
Diferencias de cambio	1.543	377	24	10
Otros productos de explotación	-----	---	197	257
Otras cargas de explotación	42.846	8.822	1.594	1.965
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>1.022.907</b>	<b>34.977</b>	<b>69.467</b>	<b>57.991</b>
Gastos de administración	165.286	34.276	21.654	13.253
Dotaciones a provisiones	5.843	54	641	109
Pérdidas por deterioro de activos financieros	485.564	172	17.955	3.773
<b>RESULTADO DE LA ACTIVIDAD</b>	<b>711.126</b>	<b>475</b>	<b>29.688</b>	<b>40.907</b>
Pérdidas por deterioro del resto de activos	148.562	425	-----	2
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>77.000</b>	<b>50</b>	<b>29.656</b>	<b>40.817</b>
Impuesto sobre beneficios	22.345	127	8.604	12.242
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>54.655</b>	<b>177</b>	<b>21.052</b>	<b>28.575</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por AEB.

Vamos a empezar comentando los datos relativos al margen de intereses de las entidades online a estudiar. Observando la cuenta de pérdidas y ganancias anteriormente expuesta resalta el volumen de la cuenta de ingresos por intereses del banco ING Direct que se sitúa en más de 2.000 millones de euros, frente a los poco más de 130 millones de euros de Openbank y los 80 millones de Popular-e. Pero si analizamos el margen de intermediación en relación con el volumen total de activos de cada entidad, se observa que Openbank es el banco online que tiene un margen de intermediación menor (0,65 %),

frente a Uno-e (4,60%), Popular-e (4,05%) e ING Direct (2,5 %). De estos datos se puede deducir que la entidad más eficiente a la hora de generar ingresos con un determinado volumen de activo es el banco Uno-e, además se entiende que Uno-e tiene un mayor margen de intermediación debido, entre otras cosas, a que la entidad online probablemente consigue financiarse a un tipo de interés menor que sus competidores.

Si analizamos la partida de gastos generales de administración de las entidades, nos encontramos con que ING Direct es el banco que menos recursos utiliza en su administración (0,29% del activo total), y en el extremo opuesto estaría la entidad Uno-e que utiliza un 1,64 % de su activo para cubrir sus gastos generales de administración.

En relación a los resultados económicos de la banca online en España, hay que destacar que gracias a la rápida evolución en la captación de clientes y de pasivo, las entidades pasaron rápidamente en sus inicios de tener pérdidas a obtener beneficios, las pérdidas de los años iniciales se deben en gran medida a los altos costes de implantación de la tecnología necesaria para poder desarrollar las infraestructuras tecnológicas de la información, necesarias para la operativa online.

**TABLA: RESULTADOS BANCA ONLINE (EN MILES DE EUROS)**

ENTIDAD	2001	2002	2003	2004	2005	2010	2011	2012
ING	-29.489	-16.814	7.178	27.600	43.500	59.382	54.655	N.D
OPENBANK	-16.220	446	1.485	2.010	3.016	-4.237	2.900	177
UNO-E	-34.784	-24.370	-5.065	8.068	7.506	-1.733	34.602	21.052
POPULAR-E	-551	672	730	8.713	10.580	8.205	24.492	28.575

Fuente: elaboración propia a partir de datos de AEB.

Desde el año 2002 gran parte del segmento de banca electrónica empezó a tener resultados positivos, según muestra la tabla anterior, los primeros bancos en salir de pérdidas fueron Openbank y Popular-e.

Un dato que destaca en la tabla anterior es lo ocurrido en el ejercicio 2010, donde las entidades tradicionales, y en este caso también las entidades online, debido a la crisis financiera internacional, arrojaron resultados negativos en sus cuentas, en concreto, las entidades con más dificultades durante este año han sido Openbank, con unas pérdidas de más de 4 millones de euros y Uno-e con más de 1,5 millones de euros de pérdidas. En cambio el banco ING Direct y Popular-e gracias a sus políticas y gestión del riesgo son las únicas entidades que han conseguido obtener beneficios (59,3 y 8,20 millones de euros respectivamente). En 2011 las entidades online analizadas ya consiguen obtener unos resultados mucho mejores y destaca la evolución del beneficio de Uno-e que pasa de unas pérdidas de casi 2 millones de euros a unos beneficios de más de 34 millones de euros, también destacan los datos del banco Popular-e aumentando sus beneficios un 300% respecto al año anterior.

Es muy llamativa también la caída espectacular del beneficio de 2012 (-93,8 %) de la entidad Openbank respecto al año anterior, logrando un beneficio después de impuestos de sólo 177.000 euros, y en contra podemos observar los beneficios del banco Popular-e (28,5 millones de euros), mejorando los resultados obtenidos en el año anterior. Teniendo en cuenta la coyuntura económica de la economía española de los últimos años debido a la crisis financiera, deja en buen lugar al segmento de banca electrónica la cual no arrastra las elevadas pérdidas del conjunto de entidades financieras españolas, debido a las elevadas provisiones que tuvieron que dotar para sanear sus créditos dudosos.



El banco online dentro de las entidades nacidas en España que ha obtenido unos mayores beneficios durante 2012 ha sido Popular-e con más de 28,5 millones de euros debido en gran medida a sus reducidos gastos de administración y también a sus menores pérdidas por deterioro de activos financieros.

Por último vamos a analizar los ratios de rentabilidad económica (ROA)<sup>6</sup> y los ratios de rentabilidad sobre capital (ROE)<sup>7</sup> de las cuatro entidades analizadas.

La rentabilidad económica define la calidad con que las entidades financieras gestionan su activo y la rentabilidad sobre capital o rentabilidad financiera mide los rendimientos teóricos que los accionistas obtienen por sus inversiones en la entidad. Durante el ejercicio 2012 las entidades en estudio han obtenido los siguientes resultados de rentabilidad económica y de rentabilidad financiera:

**TABLA: RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LAS ENTIDADES ONLINE DURANTE EL EJERCICIO 2012.**

	ING DIRECT	OPENBANK	UNO-E	POPULAR-E
ROA	0,143 %	0,000974 %	2,25 %	3,12 %
ROE	No disponible	0,11 %	17,69 %	26,24 %

Fuente: elaboración propia a partir de datos de AEB.

De la tabla anterior se desprende que la entidad financiera online con un mejor comportamiento de su rentabilidad económica es el banco Popular-e con una cifra del 3,12 %, por lo cual esta entidad es la que mayor productividad saca de sus activos, y en el

<sup>6</sup> ROA, del inglés Return On Assets.

<sup>7</sup> ROE, del inglés Return On Equity.

extremo contrario se encuentra la entidad Openbank con un ROA del 0,00097 % debido a sus malos resultados en el ejercicio en estudio.

En relación a la rentabilidad financiera, no es posible realizar el cálculo de este ratio para la entidad ING Direct ya que esta no publica en España sus datos de fondos propios, teniendo en cuenta esto, la entidad que mayor rentabilidad obtiene de sus recursos propios es el banco popular-e con un ROE del 26,24 %, seguido por el banco Uno-e con una rentabilidad financiera del 17,69 %.

### **5.5.- Eficiencia operativa.**

Uno de los indicadores más utilizados para hacer comparaciones sobre la productividad entre instituciones financieras es el llamado ratio de eficiencia operativa, y según afirman muchos economistas puede considerarse como el principal indicador de eficiencia bancaria. Se podría definir este indicador como un ratio que mide la relación existente entre los costes bancarios de transformación y el margen ordinario de las entidades, entendiendo como costes de transformación, los costes en los cuales incurren las instituciones como son los salarios, alquileres, tecnología, costes de administración, etc, para conseguir producir ingresos. Por lo tanto una entidad financiera será más eficiente cuando aplique menores costes de transformación por cada unidad de margen ordinario generado. A continuación mostramos los datos de la eficiencia operativa calculados para las cuatro entidades online en estudio

**TABLA: EFICIENCIA OPERATIVA DE LAS PRINCIPALES ENTIDADES ONLINE 2012.**

	ING DIRECT	OPENBANK	UNO-E	POPULAR-E
EFICIENCIA OPERATIVA	64,19 %	98,64 %	57,94 %	29,54 %

Fuente: elaboración propia a partir de datos de AEB.

A la vista de los datos calculados de la tabla anterior sobre los ratios de eficiencia operativa de las principales entidades online, destaca la entidad Popular-e con el ratio de menor porcentaje (29,54 %), y consecuentemente como el banco más eficiente de los cuatro analizados, en segundo lugar aunque a bastante distancia estaría la entidad Uno-e (57,94 %). En último lugar se encontraría el banco Openbank como la institución menos eficiente, ya que ésta, para obtener unos ingresos de 100 unidades monetarias por ejemplo, necesitaría gastarse 98,64 unidades monetarias.

Openbank es el claro ejemplo de institución financiera con una eficiencia operativa casi nula, lo que significa que la entidad ha dedicado casi los mismos recursos económicos en su estructura de costes de funcionamiento, que lo que ha obtenido de margen ordinario de su actividad, esto ocurre por que durante el ejercicio analizado (2012) la entidad redujo en gran medida su margen de intereses y sus gastos de explotación se mantuvieron muy elevados en relación con sus principales competidores.

## **6.- Comparativa banca online vs banca tradicional.**

### **6.1.- Desarrollo y estrategia.**

En el presente apartado lo que se pretende analizar son las diferencias entre el modelo de negocio de las entidades financieras tradicionales y las entidades online desde un punto de vista de sus características, relación con el cliente, rentabilidad, eficiencia, etc.

En primer lugar, la banca tradicional se caracteriza por su presencia física para prestar su servicio en una determinada zona geográfica, a través de las sucursales u oficinas bancarias la banca tradicional hace posible las transacciones en efectivo y consigue a su vez dar servicio a sus clientes que carecen o tienen escasos conocimientos de las nuevas TIC, que habitualmente son personas de una edad avanzada o una clase socio-cultural baja. Gracias a la presencia física de los bancos tradicionales, las entidades logran una proximidad con el usuario y consiguen transmitir un elevado grado de confianza en relación con la seguridad en las operaciones. Además las entidades localizadas en una determinada región suelen participar en programas sociales comunitarios (habitualmente cajas de ahorro) y de esta forma generan un clima de confianza y logran una imagen corporativa de la entidad.

En segundo lugar la banca electrónica o banca online permite eliminar las limitaciones temporales y geográficas de las instituciones tradicionales, ya que los servicios financieros online tienen un carácter instantáneo, automático y eficiente.

Una característica muy importante de la banca online es la gran capacidad que tiene para transmitir información y servicios a través de la red, así los usuarios de servicios financieros online consiguen una mayor transparencia de la información de cada entidad.

En resumen, la banca online se caracteriza por ser una banca eficiente, de mayor comodidad para el usuario y por la personalización de los servicios que presta. La banca online nació con la expectativa de la minimización de costes y la maximización de ingresos, esto ocurre por que se basa en el autoservicio, donde no existe la intervención humana entre la entidad financiera y los sistemas de operaciones, de esta manera se mejora la calidad del servicio, los tiempos de respuesta, se reducen los errores y lo más importante, se reducen los costes de explotación de los bancos online.

El impacto de la banca electrónica ha cambiado las competencias tecnológicas y ha transformado el modelo de negocio del sector bancario en general. Internet ha cambiado la forma de transmisión de la información, las infraestructuras tecnológicas de las instituciones tradicionales, ha modificado los medios de pago, los sistemas de seguridad, etc. Dentro de las características de las entidades tradicionales y online vamos a destacar una serie de puntos fuertes y puntos débiles que determinan su funcionamiento y modelo de negocio.

En primer lugar, los puntos fuertes de la banca tradicional están relacionados con su propuesta de valor compuesto por sus ventajas en relación con la ubicación de las oficinas, el bajo riesgo de transacciones, confianza del cliente, etc. La estructura de costes sería una desventaja ya que estos son muy elevados en relación a los gastos de explotación

y de establecimiento. Las entidades tradicionales juegan con un factor añadido como es la confianza en la “marca” y la alta fidelidad por parte de sus clientes.

En segundo lugar, dentro de las ventajas de las entidades online destaca su eficiencia operativa, accesibilidad permanente, rápido crecimiento, servicio personalizado, etc. Dentro de la propuesta de valor al cliente destaca por su comodidad, autoservicio 24 horas, precio competitivo, amplia gama de productos, software financiero, información financiera extensa y comparativa. En relación a los costes de los bancos online destacan los altos costes en publicidad y de inversiones tecnológicos iniciales. Dentro de los riesgos resalta la difícil comercialización de determinados productos complejos, la falta de presencia física para algunos usuarios, inseguridad del canal y por último la baja fidelidad de los usuarios.

Desde el punto de vista de la estrategia de la banca tradicional es importante diferenciar las dos posibilidades que poseen en relación a la utilización de Internet, estas pueden utilizar el nuevo canal como complementario del canal presencial o pueden utilizarlo como canal alternativo. Se diferencian en que cuando se utiliza como canal complementario la entidad tradicional no realiza diferenciación de precios de sus productos y cuando se utiliza como canal alternativo, la entidad suele aplicar políticas de precios diferenciadas en función del canal utilizado por el usuario.

Una de las estrategias llevadas a cabo por las entidades tradicionales multicanal hace ya varios años, ha sido el desplazar a los clientes menos rentables a su canal por Internet para así ahorrar en costes (ya que el canal de Internet lógicamente es menos costoso) y dedicarse mayoritariamente a sus clientes mas rentables de forma presencial,

pero por desgracia para las entidades que han practicado esta estrategia, los usuarios más rentables han sido captados por las entidades online debido a la oferta de intereses más competitivos, mientras que los clientes menos rentables para las entidades tradicionales (70 % del total) siguen realizando la mayoría de sus operaciones en las sucursales.

Otro aspecto característico de la estrategia de las entidades tradicionales es la alta fidelidad sus clientes, confianza lograda a lo largo de varios años, lo cual hace que las entidades tradicionales estén casi obligadas a ofrecer Internet como canal complementario para poder ofrecer un servicio de calidad y eficiente a sus clientes habituales.

Desde el punto de vista de la estrategia llevada a cabo por las entidades online puras destaca la política de precios, ya que es habitual que este tipo de entidades no cobre comisiones a sus clientes y ofrecen unos tipos de interés muy competitivos en relación con los bancos tradicionales. Estas políticas de precios han favorecido que los depósitos y los activos totales de las entidades hayan crecido y superado ampliamente el crecimiento de las entidades tradicionales.

La confianza sigue siendo uno de los factores fundamentales en el desarrollo de las instituciones online, por ello muchas entidades deciden abrir varias sucursales como un instrumento de promoción comercial y sobre todo para generar confianza en los clientes. La baja fidelidad del cliente de banca online es un gran reto para las entidades, esto sucede por la facilidad o bajo coste que supone para el usuario el cambio de un banco a otro y por la gran competencia existente entre las distintas instituciones. Otra característica de la banca online es la distribución de productos y servicios de terceros, estas entidades suelen comercializar fondos de inversión y otros productos financieros, los cuales no son propios

de la institución, por lo tanto en este tipo de entidades se produce una separación de la producción y distribución, y en muchos casos las entidades actúan como simple distribuidoras de productos de terceros. Además es habitual que las entidades online ofrezcan de forma gratuita abundante información financiera de alta calidad, programas de gestión financiera, etc, para sus clientes más avanzados.

La creación de valor de las entidades online consiste en lograr unos costes fijos reducidos gracias a la eliminación de la red de sucursales, y al operar con unos márgenes más estrechos el crecimiento de las entidades será mucho más rápido y obtendrán mayores beneficios. Además el uso intensivo de las TIC en un sistema de producción automatizado genera economías de escala tecnológicas.

Es muy relevante la estructura de costes de los bancos online que se caracterizan por unos altos costes en publicidad e informática, esto es así por que las entidades online necesitan una gran captación de nuevos clientes, necesitan crear una imagen de marca, e inicialmente tienen hacer una gran inversión en la plataforma informática de gestión y el portal en Internet.

En relación a los cajeros automáticos, en general estos pertenecen a la empresa matriz de la entidad online por lo tanto los costes de esta red son mínimos, en cambio la entidad ING Direct si dispone de una red propia de cajeros, por ello esta entidad si que tendría unos costes relevantes por este servicio.



## 6.2.- Comparativa entre un banco online y un banco tradicional.

### 6.2.1.- Openbank vs Banco Gallego.

Dentro de esta parte del trabajo vamos a analizar y comparar la estructura de los balances y de la cuenta de pérdidas y ganancias de la entidad online Openbank con la de la entidad tradicional Banco Gallego, ya que ambas instituciones financieras posee un tamaño similar, donde sus activos totales se encuentran dentro del mismo rango.

**TABLA: DATOS GENERALES OPENBANK VS BANCO GALLEGO A 31 DE DICIEMBRE DE 2012, EN MILES DE EUROS.**

ENTIDAD	TOTAL ACTIVO	DEPÓSITOS DE CLIENTES	RESULTADO EJERCICIO	EMPLEADOS	OFICINAS
OPENBANK	5.130.292	4.897.044	177	102	1
BANCO GALLEGO	4.260.238	3.029.633	- 362.059	737	183

Fuente: elaboración propia a partir de datos de AEB.

En la tabla superior se pueden apreciar los datos básicos de las dos entidades objeto de comparación y análisis. A primera vista se puede apreciar, el hecho de que, a pesar de que son dos entidades con una cifra de activos totales muy similares, Openbank tiene unos depósitos de clientes y unos resultados muy superiores al Banco Gallego. También se observan notables diferencias entre el número de empleados y de oficinas al tratarse de dos entidades con un diferenciado modelo de negocio.

## 6.2.2.- Análisis comparativo de balances.

Lo que vamos a realizar a continuación es un análisis exhaustivo de los balances de la entidad online Openbank y la entidad tradicional Banco Gallego para tratar de encontrar y describir las posibles diferencias en su estructura de activo y de pasivo, que puedan confirmar la presencia de diferentes modelos de negocio o estrategias, dependiendo de si es un banco tradicional o una entidad que opera exclusivamente a través de Internet.

### BALANCES RESUMIDOS DE BANCO GALLEGO Y OPENBANK (A 31 DE DICIEMBRE DE 2012, EN MILES DE EUROS)

<b>ACTIVO</b>	<b>Banco Gallego</b>	<b>Openbank</b>
Caja y depósitos en bancos centrales	162.061	46.775
Cartera de negociación	5.006	---
Activos financieros disponibles para la venta	108.842	----
Depósitos en entidades de crédito	53.242	4.984.131
Valores representativos de deuda	-----	66.878
Crédito a la clientela	2.098.577	27.711
Cartera de inversión a vencimiento	1.503.915	---
Activos no corrientes en venta	-----	--
Participaciones en entidades del grupo	29.703	33
Inmovilizado material	55.674	----
Activo intangible	10.334	---
Activos fiscales	201.158	1.039
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>4.260.238</b>	<b>5.130.292</b>
<b>PASIVO</b>		
Depósitos de entidades de crédito	-----	13.278
Derivados de negociación	3.991	----
Depósitos de la clientela	3.036.510	4.897.044
Provisiones	7.045	2.811
Pasivos fiscales	1.579	15
Capital	148.792	129.587
Reservas	68.937	28.800
Resultado del ejercicio	- 362.059	177
Patrimonio neto	93.801	160.318
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>4.260.238</b>	<b>5.130.292</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos d AEB.

En relación a la estructura de activo de las entidades en estudio, destaca que la entidad tradicional Banco Gallego tiene un volumen de activos mucho superior colocados en bancos centrales (más de 160 millones de euros) que la entidad online (46,7 millones de euros). Otro dato a destacar es el de depósitos en entidades de crédito donde la institución online coloca casi todo su activo total (4,984 mil millones de euros) en esta partida, frente a los 53,2 millones depositados por el Banco Gallego.

La entidad tradicional en contra de lo que hace su homólogo online coloca gran volumen de su activo en créditos a la clientela (2,098 mil millones de euros) frente a los reducidos 27 millones de euros de la entidad Openbank, de estos datos se puede desprender que la entidad online tiene mayores dificultades a la hora de conceder créditos donde el usuario bancario habitualmente requiere una relación más personalizada, difícilmente compatible con el modelo de banca online. También es relevante el volumen de activos destinados por la entidad tradicional en inmovilizado material (55,6 millones de euros) debido en gran medida a los costes de la red de oficinas físicas del banco.

Dentro de la estructura del pasivo nos encontramos con diferencias importantes en relación a los depósitos de la clientela de las dos entidades, en este sentido el banco online dispone de un volumen de depósitos de la clientela de casi 5 mil millones de euros, lo que significa que su estructura de pasivo esta compuesta casi exclusivamente por recursos de sus clientes a través de depósitos, y en el caso de la entidad tradicional, estos depósitos de la clientela ascienden a poco más de 3 mil millones de euros, suponiendo un 71 % del pasivo total.

Como se observa en la tabla el capital social de las dos entidades en estudio es muy similar, siendo en este caso un poco superior la cifra de capital del Banco Gallego con 148,79 millones de euros, pero en cambio el resultados del ejercicio de la entidad tradicional ha sido negativo (-362 millones de euros de pérdidas) frente a los 177.000 euros de beneficio del banco online Openbank.

Si se observa la evolución de los activos totales correspondientes al periodo 2008-2012 de la tabla inferior, se puede observar como el crecimiento del banco online es superior en todo el periodo estudiado a la entidad tradicional, por lo cual se cumple una de las características del modelo de negocio de la banca online: el rápido crecimiento. Además en este caso, el activo total del Banco Gallego se ha reducido un 0,14 % en el periodo de estudio.

**TABLA: EVOLUCIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES BANCO GALLEGO VS OPENBANK EN EL PERIODO 2008-2012(DATOS EN MILES DE €)**

	2008	2009	2010	2011	2012	VARIACIÓN 2008-2012
<b>BANCO GALLEGO</b>	4.266.323	4.223.635	4.570.382	4.795.863	4.260.238	- 0,14 %
<b>OPENBANK</b>	4.604.905	3.912.854	4.412.965	4.687.819	5.130.292	+ 11,40 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la AEB.

### **6.2.3.- Análisis comparativo de la cuenta de Pérdidas y Ganancias.**

En este apartado lo que se pretende estudiar y comparar son las diferentes estructuras de ingresos y de costes que predominan en las entidades online y tradicionales.

**DATOS DE LA CUENTA DE P Y G DE OPENBANK Y BANCO GALLEGO  
(A 31 DE DICIEMBRE DE 2012, EN MILES DE EUROS).**

<b>CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>	<b>OPENBANK</b>	<b>BANCO GALLEGO</b>
Intereses y rendimientos asimilados	133.546	189.040
Intereses y cargas asimiladas	99.906	100.973
<b>MARGEN DE INTERESES</b>	<b>33.640</b>	<b>88.067</b>
Rendimiento de instrumentos de capital	-----	611
Comisiones percibidas	10.027	20.218
Comisiones pagadas	3.235	2.198
Resultado de operaciones financieras	2.990	1.526
Diferencias de cambio	377	527
Otros productos de explotación	----	2.637
Otras cargas de explotación	8.822	9.292
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>34.977</b>	<b>102.096</b>
Gastos de administración	34.276	71.448
Dotaciones a provisiones	54	325
Pérdidas por deterioro de activos financieros	172	- 534.993
<b>RESULTADO DE LA ACTIVIDAD</b>	<b>475</b>	<b>- 515.380</b>
Pérdidas por deterioro del resto de activos	425	-----
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>50</b>	<b>- 517.261</b>
Impuesto sobre beneficios	- 127	- 155.202
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>177</b>	<b>- 362.059</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la AEB.

En primer lugar vamos a empezar nuestro análisis comparativo estudiando el margen de intermediación de las dos entidades. En este sentido se cumple la premisa que se comento con anterioridad, donde el modelo de negocio de los bancos tradicionales suelen tener un margen de intereses superiores a las entidades online, en el caso de las entidades en estudio esta característica se cumple de forma destacada, ya que el Banco Gallego tiene un margen de intermediación de más de 88 millones de euros frente a los poco más de 33 millones de euros de la entidad Openbank durante el ejercicio 2012. Si

tenemos en cuenta este margen de intereses de las dos entidades y lo comparamos con su activo total obtenemos que la entidad online obtiene un margen de intermediación del 0,65 % y la entidad tradicional de un 2,02 %, por lo tanto se cumple la característica básica de que las entidades online cobran unos tipos de interés inferiores a los bancos tradicionales.

En relación a las comisiones percibidas por cada tipo de entidad, si observamos los datos de la cuenta de pérdidas y ganancias se aprecia una gran diferencia entre las comisiones cobradas por la entidad tradicional y la entidad online, donde las comisiones del banco tradicional doblan a las del banco online (20,21 millones de euros, frente a 10,02 millones de euros).

Si analizamos la partida de gastos generales de administración de las dos instituciones, nos encontramos con que Openbank es el banco que menos recursos utiliza en su estructura administrativa (0,60 % del activo) y la entidad tradicional por el contrario utiliza un 1,67 % de sus recursos para cubrir los gastos generales de administración, lo que es habitual en este tipo de entidades con una extensa red de oficinas y cajeros.

En cuanto a los resultados económicos de las dos entidades en estudio, destacar que debido a la crisis financiera y a la controvertida gestión de las entidades financieras en relación a sus políticas de gestión del riesgo crediticio, la entidad Banco Gallego en el ejercicio 2012 ha obtenido unas pérdidas de más de 362 millones de euros debido al deterioro de sus activos financieros (- 534,9 millones de euros de créditos al sector inmobiliario). Openbank en cambio no ha estado tan expuesto al sector inmobiliario y ha

conseguido obtener unos resultados positivos aunque muy reducidos en el ejercicio en estudio.

**TABLA: RESULTADOS BANCO GALLEGO VS OPENBANK 2007-2012  
(EN MILES DE EUROS)**

ENTIDAD	2007	2008	2009	2010	2011	2012
BANCO GALLEGO	13.672	12.608	11.676	9.454	-24.475	-362.059
OPENBANK	23.493	17.233	1.777	-4.237	2.900	177

Fuente: elaboración propia a partir de datos de AEB.

Si analizamos la evolución de los beneficios de las dos entidades en el periodo 2007-2012 podemos apreciar el gran efecto de la crisis financiera en la cuenta de resultados de las dos entidades, si observamos los datos del ejercicio 2007 cuando todavía las entidades no sufrían la crisis financiera, podemos ver como el banco Openbank (de reciente constitución) ya obtenía unos beneficios mucho superiores que la entidad tradicional, de ahí que se cumpla otra característica del modelo de negocio de las entidades online: rápido y fuerte crecimiento. Si observamos la evolución de los beneficios de las dos entidades a lo largo del periodo de estudio, se puede apreciar que la entidad online ha sabido adaptarse mejor al nuevo contexto financiero español, consiguiendo mantener beneficios aunque estos son muy reducidos en comparación a los obtenidos en los años anteriores a la crisis financiera.

Por último vamos a analizar los ratios de rentabilidad económica (ROA) y los ratios de rentabilidad sobre capital (ROE) de las dos entidades en estudio. Como ya se comento anteriormente la rentabilidad económica o de la inversión, mide el rendimiento

de los activos de las entidades y la rentabilidad sobre capital o rentabilidad financiera, mide los rendimientos teóricos que los accionistas obtienen por su inversión en la entidad. Teniendo en cuenta lo anterior expuesto, durante el ejercicio 2012 las entidades en estudio han obtenido los siguientes resultados de rentabilidad económica y de rentabilidad financiera:

**TABLA: RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL BANCO GALLEGO VS OPENBANK DURANTE EL EJERCICIO 2012.**

	BANCO GALLEGO	OPENBANK
ROA	- 12,14 %	0,000974 %
ROE	- 166,28 %	0,11 %

Fuente: elaboración propia a partir de datos de AEB.

De la tabla anterior se desprende que la entidad financiera online tiene un mejor comportamiento de su rentabilidad económica ya que en este caso la entidad tradicional Banco Gallego tiene una rentabilidad negativa debido a que este banco ha tenido pérdidas en el ejercicio analizado.

En relación a la rentabilidad financiera de las dos entidades ocurre algo similar que en la rentabilidad sobre activos, ya que el Banco Gallego tiene un mayor volumen de pérdidas que de fondos propios, por lo tanto este ratio también resulta negativo. En el caso de Openbank, al tener beneficios en el ejercicio de estudio, ha obtenido una rentabilidad sobre recursos propios del 0,11 % que destaca por ser muy inferior a la de sus competidores online debido a los reducidos resultados del ejercicio.



#### **6.2.4.- Eficiencia operativa.**

A modo de introducción vamos a empezar comentando como ha sido la evolución de la eficiencia operativa en el sector bancario español a lo largo de su historia. En primer lugar hay que tener muy en cuenta las diversas políticas llevadas a cabo en el sector financiero a partir de los años ochenta donde se impulsó la desregulación, la apertura al exterior y la liberalización del sector bancario.

En segundo lugar hay que destacar el papel jugado por entidades como la Asociación Española de Banca y del Banco de España que desde los años ochenta impulsaron la colaboración entre las entidades de nuestro país, permitiendo y facilitando la modernización acelerada del sector.

En tercer lugar, otro factor clave que ha influido de forma muy importante en la evolución de la eficiencia de las entidades españolas ha sido la concentración producida en el sector en los últimos 30 años, en concreto, en el año 2.000 en España había 135 instituciones financieras entre bancos y cajas de ahorros y a finales del 2009 sólo quedaban 109. Después de la crisis financiera mundial iniciada en el año 2007 y la crisis inmobiliaria de nuestro país, el sector bancario español ha tenido que iniciar un fuerte proceso de reestructuración, concentración y saneamiento de sus instituciones financieras para lograr su viabilidad económica, lo cual ha transformado el mapa del sistema financiero español, ya que debido a las fusiones y absorciones producidas, en la actualidad existen un total de 72 bancos y 20 cajas de ahorro según indica el banco de España en su registro de entidades financieras a Julio de 2013. Todos estos factores comentados han permitido la reducción de los costes unitarios de las entidades, y en consecuencia, un

aumento continuado de su productividad, basándose en las economías de escala desarrolladas, originando que el ratio de eficiencia operativa cada vez sea más positivo.

En el informe de la AEB de los “resultados del primer trimestre de 2013” se puede observar como el ratio de eficiencia del conjunto de las instituciones financieras españolas se sitúa entorno al 40 %, a pesar de la disminución de ingresos de los últimos años debido la crisis económica actual y en cambio el ratio de eficiencia de las instituciones de la zona euro se sitúa en un 55 %, datos que ponen en buen lugar a las entidades españolas en relación con su eficiencia operativa.

En cuanto a los factores que influyen en la mejora de la eficiencia de las entidades, uno de los factores principales, es la utilización intensiva de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC). Inicialmente la utilización de las TIC facilitó la automatización de los procesos bancarios y de esta forma las entidades pudieron crecer en sus volúmenes de activos gestionados sin aumentar significativamente sus costes. Posteriormente con la llegada de Internet, se consigue crear un nuevo canal de distribución de productos y servicios facilitando la reducción de los costes operacionales desde las oficinas físicas.

El estudio de la eficiencia pretende identificar aquellas diferencias de productividad que son atribuibles a factores que tienen que ver con la capacidad de gestionar mejor los recursos utilizados, tanto para reducir los costes como para generar beneficios. Por lo tanto las diferencias de eficiencia entre las instituciones bancarias deben ser atribuidas a factores como la calidad de la gestión del equipo directivo, la organización de los recursos humanos y materiales, el diseño de políticas comerciales, etc.

Para poder llevar a cabo el análisis de la eficiencia de una entidad financiera hay varios ratios que podrían ayudarnos a conocer esta variable, uno de ellos es el ratio de eficiencia que relaciona los gastos de explotación con el activo total, este ratio tiene la limitación de que no tiene en cuenta el efecto de las diferencias de especialización productiva sobre los costes soportados. Por ello si una entidad por ejemplo, eligiera una especialización más costosa pero que proporciona mayores ingresos, la estrategia llevada a cabo esta entidad estaría logrando ventajas competitivas por una vía distinta de los costes. Por ello es habitual utilizar el ratio de eficiencia operativa, que se podría definir como el porcentaje del margen ordinario que absorben los gastos de explotación. Al utilizar como denominador el margen ordinario en lugar del activo, se tiene en cuenta implícitamente los efectos de los ingresos, por lo cual el efecto de la especialización se recoge, no simplemente en los costes, sino también en los ingresos.

A continuación vamos a mostrar una tabla con la evolución de la eficiencia operativa de la entidad tradicional Banco Gallego y la entidad online Openbank para poder comparar la eficiencia de cada tipo de modelo de negocio.

**TABLA: EFICIENCIA OPERATIVA DE BANCO GALLEGO VS OPENBANK PERIODO 2007-2012.**

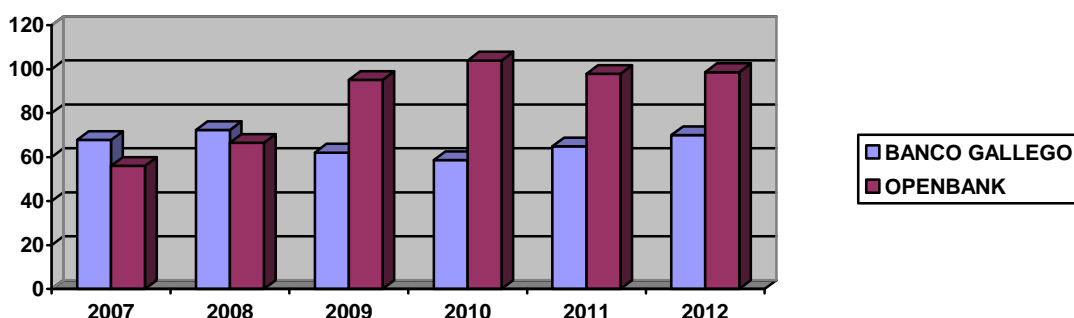
EFICIENCIA OPERATIVA	2007	2008	2009	2010	2011	2012
BANCO GALLEGO	67,76 %	72,32 %	62,04 %	58,62 %	64,87 %	69,98 %
OPENBANK	56,19%	66,46 %	95,07 %	103,93 %	97,87 %	98,64%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de AEB.

En la tabla anterior se puede observar como ha sido la evolución de la eficiencia operativa de las dos entidades en estudio desde el año 2007 hasta el año 2012, citar que, en el caso concreto de estos dos bancos y provocado por la actual crisis económica y financiera desde el año 2009 estas entidades han sufrido un deterioro paulatino de su ratio de eficiencia debido principalmente a la reducción del margen de intermediación de sus cuentas. Es más representativo en el caso que nos interesa, los datos relativos anteriores a la crisis financiera, para así poder hacer una comparación más objetiva sin la influencia de la citada coyuntura económica. Si se observan los datos de 2007 y 2008 se puede apreciar como se cumple otra de las características del modelo de banca online, ya que en este periodo destaca como la entidad online Openbank dispone de un ratio de eficiencia operativa inferior al del banco tradicional y por lo tanto una mayor productividad y gestión de sus activos.

Como ejemplo descriptivo de la eficiencia de las dos entidades, se podría citar que durante el ejercicio 2007 la entidad online, para poder obtener unos ingresos de 100 unidades monetarias, ha tenido que invertir o aplicar unos costes operativos de 56,19 unidades monetarias frente a los datos de la entidad tradicional Banco Gallego, la cual para obtener 100 unidades monetarias de ingresos tuvo que soportar unos costes de explotación de 67,76 unidades monetarias. Esto sucede por que la entidad online consigue, gracias a su modelo de negocio unos costes de explotación menores, y la entidad tradicional siempre va a soportar unos mayores costes de administración, personal, etc, por su estructura de negocio y en mayor grado por su extensa red de oficinas y su superior número de empleados, y todo ello aunque la entidad tradicional obtenga un margen de intermediación mucho superior, como es el caso de las entidad analiza.

**GRAFICO: EVOLUCIÓN DE LA EFICIENCIA OPERATIVA BANCO GALLEGO VS OPENBANK 2007-2012**



Fuente: elaboración propia a partir de datos de AEB.

Respecto al número de empleados, en el periodo de estudio de 2009 a 2012, cabe resaltar que tanto la entidad tradicional como el banco online han reducido notablemente sus plantillas, debido lógicamente a la reducción de sus ingresos por la situación económica de España. Es importante destacar que para poder valorar adecuadamente las diferencias existentes en la utilización de los recursos humanos por parte de los dos tipos de entidades financieras, es necesario relacionar el número medio de empleados con el volumen de activos gestionados por ellos.

**TABLA: NÚMERO MEDIO DE EMPLEADOS BANCO GALLEGO VS OPENBANK 2009-2012.**

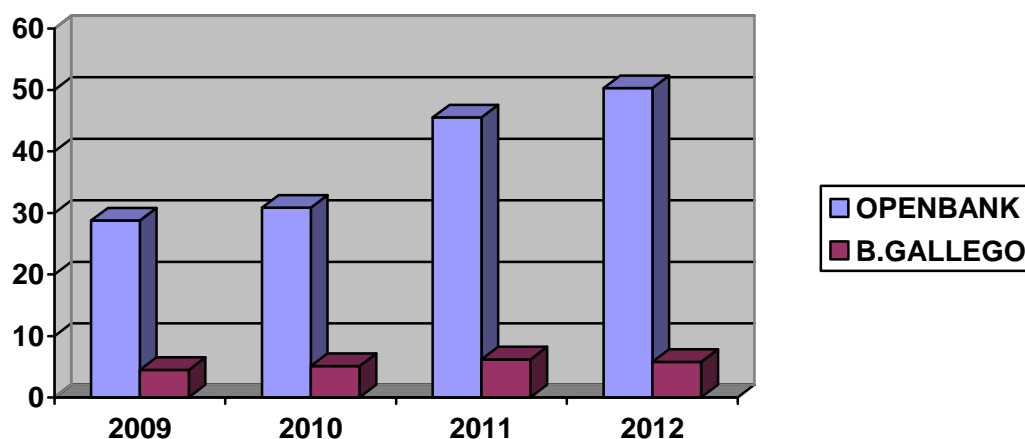
	2009	2010	2011	2012
B. GALLEGO	944	897	768	737
OPENBANK	136	143	103	102

Fuente: elaboración propia a partir de datos de AEB.

En la tabla anterior se pueden apreciar el número medio de empleados de las dos entidades entre el 2009 y 2012. Resalta la gran diferencia de empleados de las dos entidades, por ejemplo durante el ejercicio 2012 la entidad tradicional Banco Gallego disponía de siete veces más personal que la entidad online, y todo ello teniendo en cuenta que ambos bancos tenían un activo total muy similar, aproximadamente 5.000 millones de euros.

Si relacionamos el número de empleados con los activos gestionados descubrimos que la entidad online Openbank gestiona con cada empleado una media de 50 millones de euros frente a los datos de la entidad tradicional Banco Gallego, que con cada empleado gestiona una media de 5,8 millones de euros, por lo cual, la institución online gestiona 10 veces más recursos por empleado que la entidad tradicional. De mantenerse estas tendencias a lo largo del tiempo, el modelo de negocio de la banca online podría beneficiarse de unas crecientes eficiencias, en el uso de los recursos humanos, difícilmente alcanzables para las entidades online.

**GRAFICO: EVOLUCIÓN DE LOS ACTIVOS GESTIONADOS POR EMPLEADO B. GALLEGO VS OPENBANK 2009-2012 EN MILLONES DE EUROS.**



Fuente: elaboración propia a partir de datos de AEB

## 7.- Conclusiones finales.

Como conclusiones finales del trabajo desarrollado, se puede constatar que la banca electrónica está influyendo y cambiando la forma en que las instituciones financieras comercializan y distribuyen sus productos y servicios. Internet como nuevo canal de distribución financiero<sup>8</sup> es, con diferencia, el más eficiente de los canales conocidos hasta el momento ya que permite una gran reducción de los costes operativos de las entidades, además de que permite una rápida y fuerte expansión de las estrategias de las instituciones.

La irrupción de la banca electrónica y su encaje en la prestación tradicional de productos y servicios financieros ha generado un profundo proceso de transformación que ha provocado la aparición de entidades financieras independientes que operan exclusivamente a través de la red (bancos virtuales o pure Internet bank<sup>9</sup>). En segundo lugar, la banca electrónica ha incorporado servicios online a las entidades financieras tradicionales, y por último, como consecuencia de de la asociación entre banca virtual, banca online y banca electrónica, surge y se consolida la banca multicanal, que pretende complementar la actividad financieras tradicional con todo tipo de servicios y productos con base digital.

En un sector tan maduro como el bancario, no cabe duda que el potencial crecimiento de las finanzas electrónicas es muy elevado, al mismo tiempo que, en un proceso de alta competencia, integración y consolidación financiera como el actual, el

---

<sup>8</sup> Martínez Guerrero Mario, "Impacto de las nuevas tecnologías en los canales de distribución financieros.

<sup>9</sup> Castañeda Jose E, "El consumidor ante nuevas formas de banca: el banco virtual." Cuadernos de Estudios Empresariales.

ahorro y la mejora de costes, y en mayor medida, la posibilidad de poder ofrecer nuevos servicios y productos financieros sitúan a la banca electrónica en una situación privilegiada para absorber notables cuotas de mercado en el segmento minorista.

Dentro de nuestro trabajo hemos definido el perfil sociodemográfico del usuario de banca electrónica y sus factores diferenciados en relación con sexo, edad, nivel cultural o situación laboral. Concretando, el usuario medio de banca online o banca electrónica tiende a ser de sexo masculino, de edad comprendida entre los 25 y 44 años de edad, con estudios universitarios, trabajadores en activo en la mayoría de los casos y por último tiende a residir en localidades con más de 50.000 habitantes.

En relación a las barreras de entrada al sector bancario, se podría decir que Internet no ha podido eliminar estas barreras. Un claro ejemplo que corrobora esta idea es que casi la totalidad de las entidades online que operan en nuestro país son filiales de grandes grupos bancarios tradicionales, en este sentido, la única barrera de entrada que Internet ha reducido ha sido la barrera geográfica, ya que para poder operar y ocupar un lugar destacado en el mercado online no es necesario tener una densa red de sucursales bancarias por todo el país.

La banca online puede operar con márgenes financieros más reducidos y así captar a sus clientes de una forma más extensa que las entidades tradicionales, ya que los costes operacionales o de explotación de estas entidades son mucho más reducidos debido a su modelo de negocio basado en canales de distribución no presenciales y un sistema de producción automatizado. Del modo descrito estas entidades online obtienen una reducción muy importante de sus costes y obtienen, igualmente, unas economías de escala



muy elevadas, derivadas del uso intensivo de las TIC. En resumen la banca electrónica alcanza, por su modelo de negocio, un alto y rápido crecimiento en el mercado, aunque hay varios factores que ponen en riesgo a estas entidades, como son la baja fidelidad de los usuarios y las reticencias de parte de la población a realizar operaciones con bancos que no poseen oficinas físicas.

Internet es desde un punto de vista comercial un canal de distribución muy eficiente, pero la banca online se ha percatado de que este canal no puede utilizarse de forma exclusiva, porque para ofrecer un servicio de calidad las entidades tienen que complementar su modelo de negocio con la prestación de servicios presenciales para poder ofrecer un servicio más eficiente y completo. Por la mejora de costes las entidades online a lo largo de su andadura han iniciado la apertura de oficinas. Un buen ejemplo de lo señalado es que los clientes de banca privada operan online pero visitan las oficinas para la planificación de sus inversiones. Sucede, igualmente, con la family-office.

En el ámbito de la seguridad de la operativa a través de la red, queda constatado que las entidades han realizado grandes esfuerzos para que las transacciones por Internet y la confidencialidad de los usuarios este salvaguardada en todo momento, pese a ello, los sistemas de firma utilizados por la banca online, todavía están bastante alejados de ser una solución que permita evitar los ataques informáticos, ya que todos los sistemas de seguridad de las instituciones padecen del mismo “fallo” o punto débil, que sería la utilización del protocolo “http”, el cual se diseñó para ser funcional, pero en ningún caso para ser seguro para las transacciones bancarias.

Se confirma que el uso intensivo de las TIC en las entidades online ha producido tasas de crecimiento superiores a las de las entidades tradicionales, pero con una menor inversión en activos materiales y una mayor eficiencia de los recursos humanos. En consecuencia, gracias a la mayor eficiencia de las entidades online éstas pueden captar a más clientes ofreciendo precios más competitivos que las entidades tradicionales y todo ello, manteniendo unos ratios rentabilidad económica y financiera superiores.

## **8.- Bibliografía.**

### **8.1.- Bibliografía consultada.**

- Cáceres Diego Gómez 2006. “La banca en el comercio internacional”  
Esic Editorial.
- Campos Eduardo Bueno, 2001. “Evolución y perspectivas de la banca española”  
Editorial Civitas.
- Campos Eduardo Bueno, 1990. “La banca del futuro.”  
Editorial Pirámide.
- Cortiña Rafael Martínez, 1990. “ Banca y finanzas competencia y tendencias”  
Ediciones de la Ciencias Sociales.
- Díaz Díaz Lidia Nieves , 2008. “La banca online en la empresa canaria”.  
Fundación FYDE, Caja Canarias.
- Firma de información, 2003. “La revolución de la banca electrónica”. UDC.
- García Martín Francisco , 2003. “Sistemas y medios de pago de la banca online  
Española.”
- Martínez Álvarez José Antonio, 2012. “Banca y mercados financieros.”  
Editorial Tirant Loblanch.
- Mercado Idoeta Carmelo, 1999. “Banca en Internet”. Marketing y nuevas  
tecnologías. Editorial Dykinson.
- Moroy Fernando, 2011. “Banca comercial con talento”. Claves de un modelo de  
éxito en banca minorista. Editorial Esic.
- Sellens Joan Torrent, 2010. “Hacia la banca multicanal”. La transformación del  
sector financiero en la economía del conocimiento. Esic Editoal.

## 8.2.- Fuentes de información online.

- Asociación Española de Banca (AEB). [www.aebanca.es](http://www.aebanca.es)
- Asociación Española de Usuarios de Internet. [www.aui.es](http://www.aui.es)
- Banco Central Europeo (BCE). [www.ecb.europa.eu](http://www.ecb.europa.eu)
- Banco de España (BDE). [www.bde.es](http://www.bde.es)
- Bancopopular-e. [www.bancopopular-e.com](http://www.bancopopular-e.com)
- Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA). [www.cec.a.es](http://www.cec.a.es)
- Oficina Europea de Estadística (EUROSTAT).  
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>
- Fundación de las Cajas de Ahorro (FUNCAS). [www.funcas.es](http://www.funcas.es)
- Instituto Nacional de Estadística (INE). [www.ine.es](http://www.ine.es)
- ING Direct. [www.ingdirect.es](http://www.ingdirect.es)
- Openbank. [www.openbank.es](http://www.openbank.es)
- Uno-e. [www.uno-e.com](http://www.uno-e.com)

