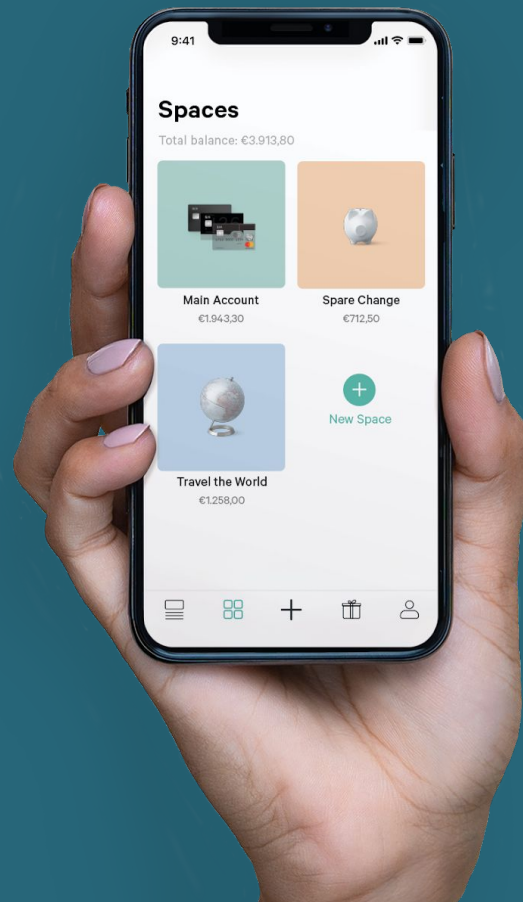


ESTUDIO N26

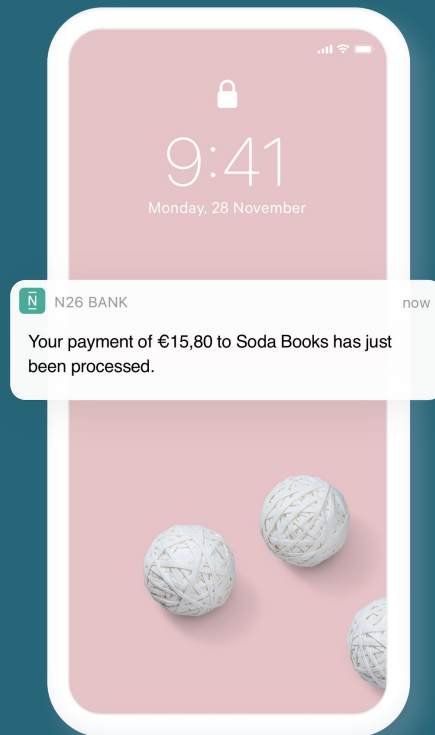
---

**De la libreta al móvil.**  
*La evolución del  
ecosistema bancario.*



# Índice

- 1- Tendencias
- 2- El banco ideal (digital vs tradicional)
- 3- Banca, hábitos y consumo, por edad y género
- 4- Banca, hábitos y consumo, por regiones
- 5- Anexo:  
Dime qué banco tienes y te diré cómo eres



# 1 TENDENCIAS

---

En solo unas semanas, la **transformación digital** de la banca ha pasado de ser una opción, a la **única alternativa de futuro**

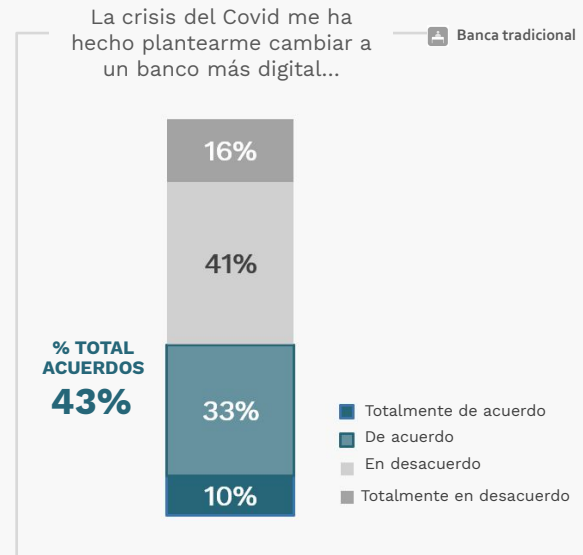
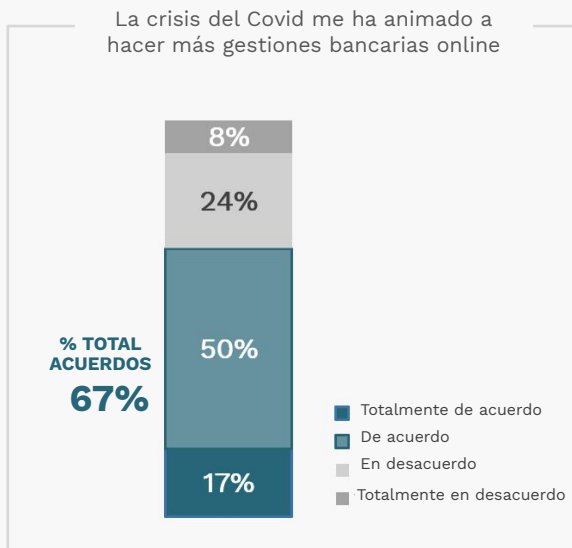
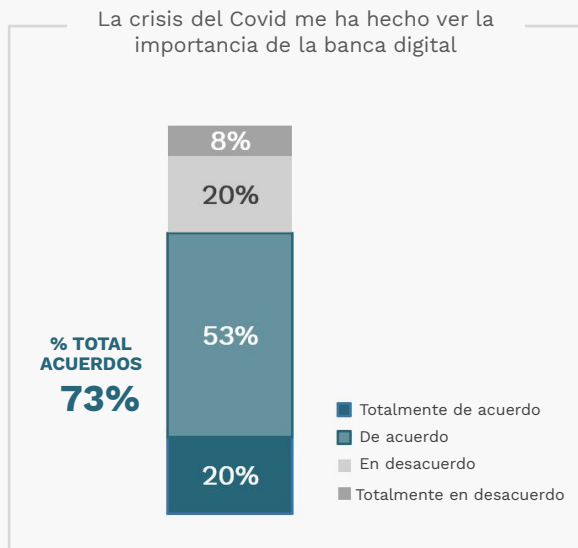


# La crisis del Covid-19 acelera la digitalización de los clientes de banca

Aproximadamente 3 de cada 4 reconocen que ahora valoran más la importancia de la banca digital.

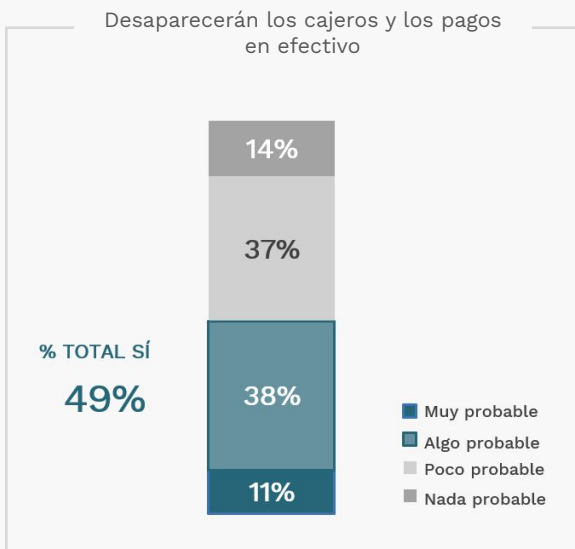
Casi el 70% se han animado a realizar más gestiones a través de la banca digital.

Tras el Covid alrededor de un 43% de los clientes de banca tradicional se han planteado cambiar a un banco más digital.



## Los españoles están convencidos de que en los próximos 5 años desaparecerá el efectivo y todos los pagos serán contactless

**Casi un 50% cree que podrían desaparecer los cajeros y pagos en efectivo**



**Más del 70% estaría dispuesto a dejar de usar efectivo**







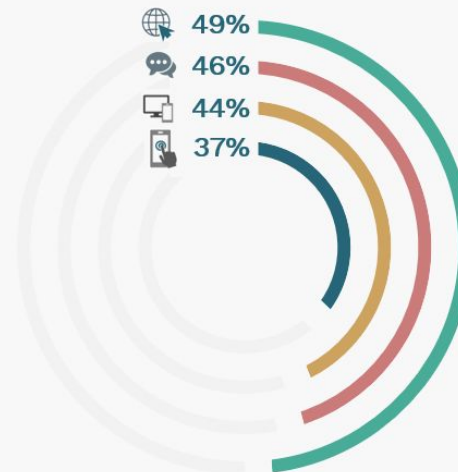
**7 de cada 10 considera que los pagos podrían llegar a ser únicamente contactless**



El 50% de los españoles dejaría de ir a la oficina si su banco se lo permitiera

### Preferencias a la hora de realizar operaciones bancarias

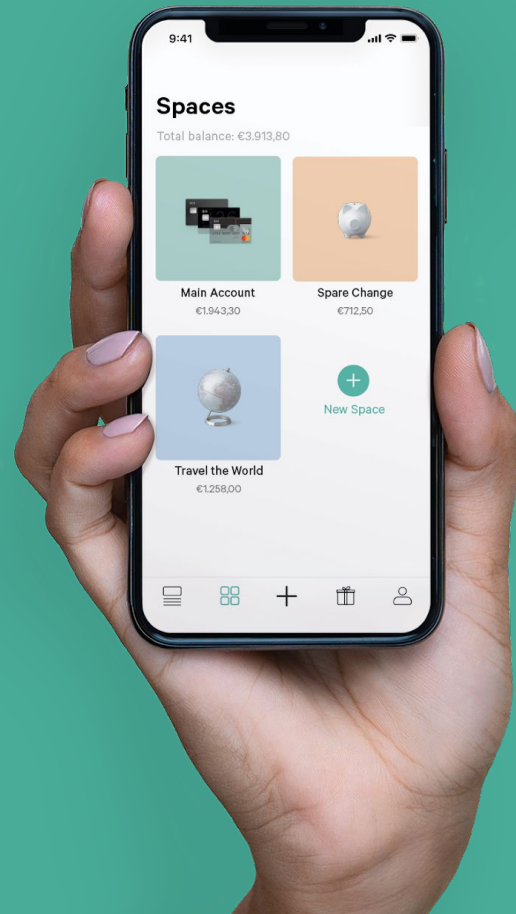
-  **49%** quiere realizar todas las operaciones online
-  **46%** preferiría un chat instantáneo para sus consultas
-  **44%** Combinaría tanto el uso web como la App móvil
-  **37%** gestionaría todas tus operaciones y gastos desde el móvil



Base: 1000

## 2 EL BANCO IDEAL

# Banca digital vs tradicional



## Los españoles quieren una banca libre, sin comisiones y 100% online

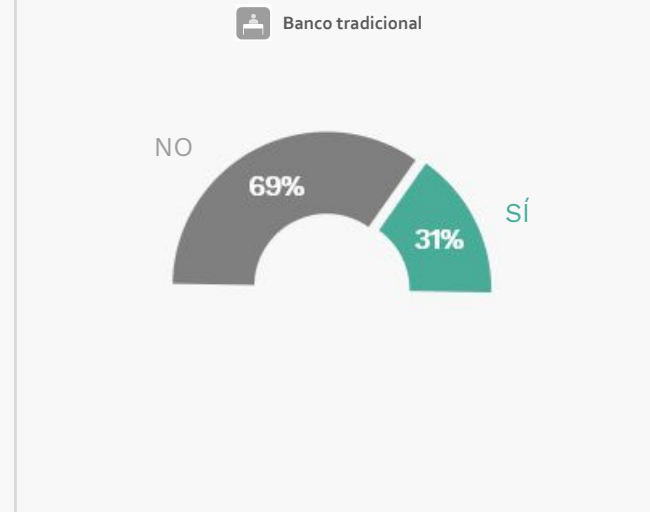
Casi 8 de cada 10 clientes de bancos tradicionales imaginan un banco ideal sin comisiones: cerca de un 60% apuesta por retirada de efectivo gratis en cualquier parte del mundo, un 55% por transferencias gratuitas y casi la mitad priman las operaciones online

Casi el 70% de los clientes de banca tradicional no encuentran en su banco las características que les gustaría que tuviera un banco ideal.

Características de tu banco ideal

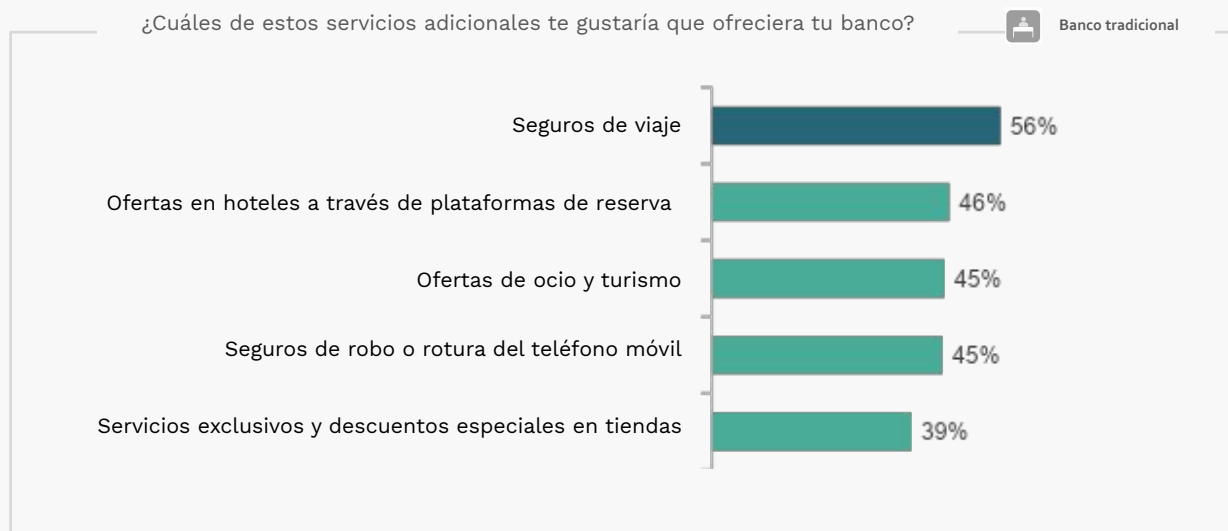


¿Las encuentras en tu banco actual?





Entre el 40% y 60% de los clientes de banca tradicional reclamaría servicios de mayor valor para su día a día



Fuerte castigo al modelo de banca tradicional: el 63% de sus clientes se cambiaría a un banco más transparente y sin comisiones



## La banca digital se gana el reconocimiento de los españoles

BANCO TRADICIONAL

BANCO DIGITAL

### 1. Recomendarían su banco

**33% RECOMENDARÍAN**  
con 9 ó 10 su banco  
actual.

NPS= 11



**51% RECOMENDARÍAN**  
con 9 ó 10 su banco  
actual.

NPS= 41

### 2. Cambiarían de banco

Solo un **22%** de los  
clientes de banca  
tradicional **NO estaría**  
dispuesto a cambiarse  
de banco.



Un **55%** de los clientes  
de banca digital están  
tan satisfechos que **NO**  
se cambiarían de  
banco.

BANCO TRADICIONAL

BANCO DIGITAL

### 3. Información

**59% INFORMADOS**  
Se sienten plenamente  
al corriente de las  
comisiones que le  
aplica su banco.



**86% INFORMADOS**  
Se sienten  
plenamente al  
corriente de las  
comisiones que le  
aplica su banco.

### 4. Transparencia

**20% considera que su  
banco es MUY  
transparente**, y un 49%  
algo transparente.



**54% considera que su  
banco es MUY  
transparente**, y un 39%  
algo transparente.

## Las comisiones ocultas y la falta de información penalizan a la banca tradicional en favor del modelo digital, más transparente

**El 92% de los clientes de banca digital considera que su banco proporciona información fiable sobre las comisiones que aplica, frente al 67% de banca tradicional.**

### INFORMACIÓN FIABLE

Mi banco proporciona información fiable sobre las comisiones que aplica

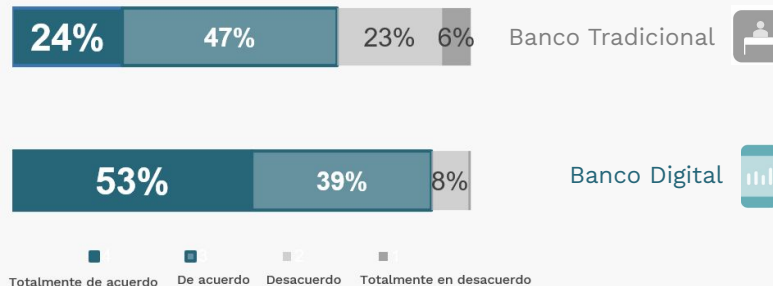
% TOTAL ACUERDOS **67%**



**Más de la mitad de los clientes de banca digital (53%) se considera muy informado sobre las comisiones que aplica su banco. Entre los tradicionales, solo el 24%.**

### INFORMACIÓN RECIBIDA

¿Te consideras informado sobre las comisiones bancarias que aplica tu banco?



## La banca camina hacia el modelo “freemium” de Spotify: más del 60% pagaría una tarifa fija por su banco ideal

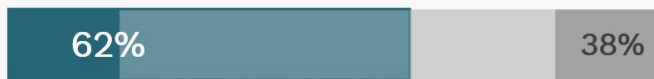


Las comisiones por servicios básicos, más las comisiones ocultas de muchos bancos pueden superar los 20€ al mes... ¿Y si pudieras pagar una tarifa más baja que la suma de estas comisiones por disfrutar de tu banco ideal?

¿Estarías dispuesto a pagar una cuota fija mensual por una banca de suscripción (al estilo Spotify o Amazon Prime)?

% TOTAL O ALGO DISPUESTO

% NADA O POCO DISPUESTO



Totalmente dispuesto

Algo dispuesto

Poco dispuesto

Nada dispuesto

### Banco ideal



- 0 comisiones
- 100% móvil y digital
- Sin permanencia
- Retirada de efectivo gratis en todo el mundo
- Cambio de divisas sin comisiones
- Transferencias en todo el mundo gratis
- Operaciones instantáneas sin comisión
- Chat instantáneo para consultas
- Control y categorización de gastos
- Seguros de viaje, de móvil
- seguros de vehículos
- Descuentos y servicios exclusivos

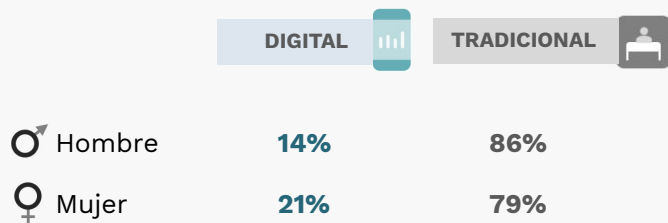
### 3 HÁBITOS Y CONSUMO

## Banca, según edad y género

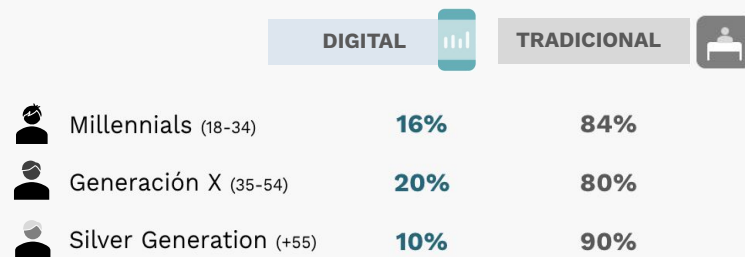


## Mayor uso de bancos digitales entre mujeres y Generación X

Los hombres hacen menos uso de los bancos digitales: sólo un 14% tienen un banco digital frente al 21% de las mujeres.



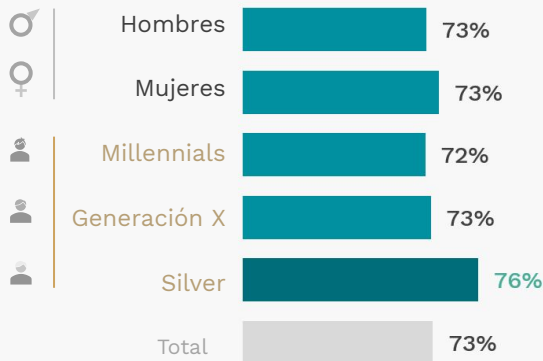
Los bancos digitales están más extendidos entre la Generación X: un 20% tiene un banco digital, frente al 16% de los millennials y el 12% de los mayores de 55 años.



## Los mayores de 55 años se digitalizan durante la crisis del Covid-19

**3 de cada 4 mayores valora ahora más la importancia de la banca digital**

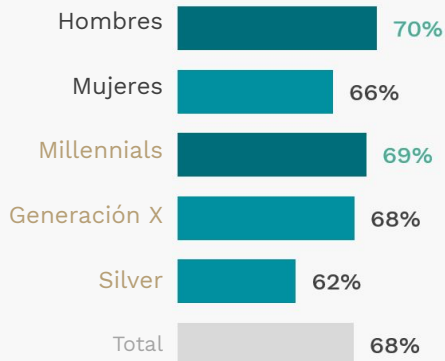
... Me han hecho ver la importancia de la banca digital



% Totalmente de acuerdo + De acuerdo

**Además, más de un 60% reconoce estar realizando más gestiones bancarias por Internet.**

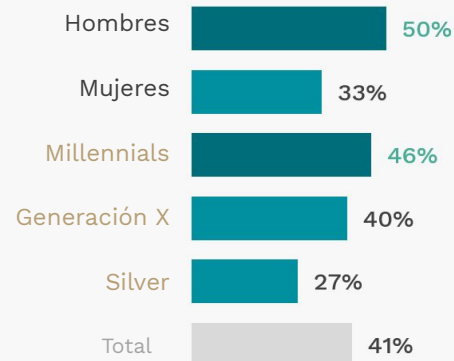
... Me han animado a hacer más gestiones a través de la banca digital



% Totalmente de acuerdo + De acuerdo

**Y 1 de cada 4 mayores de 55 años se ha planteado cambiar a un banco digital. En el caso de los hombres, asciende hasta el 50%.**

... Me han hecho plantearme cambiar a un banco más digital



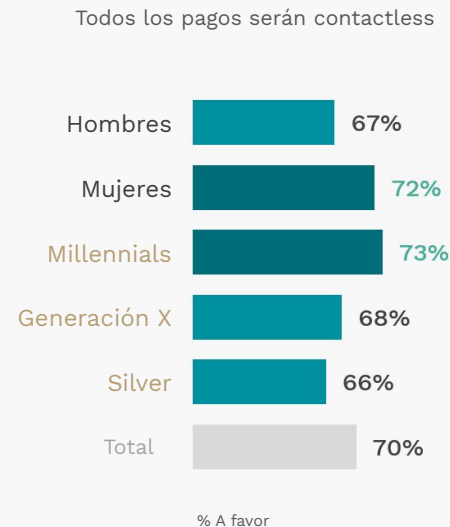
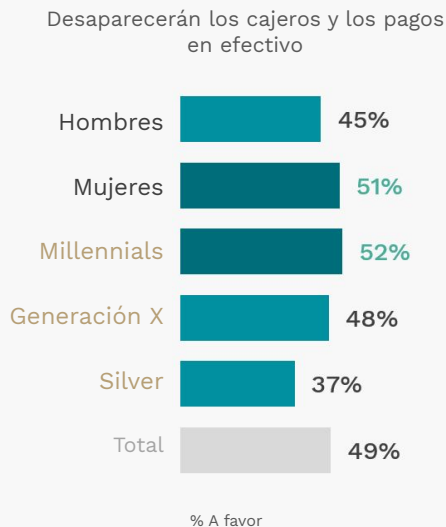
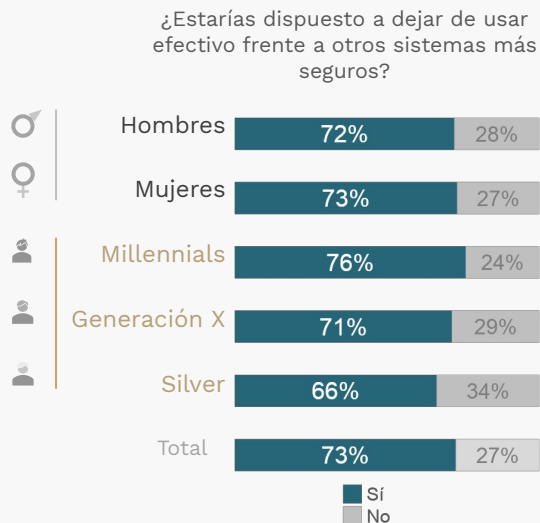
% Totalmente de acuerdo + De acuerdo



## Aunque millennials y mujeres encabezan el cambio digital, 2 de cada 3 mayores estarían dispuestos a dejar de usar efectivo

Los mayores de 55: más escépticos a la hora de creer en la desaparición de los cajeros en los próximos años, frente a los millennials...

No obstante, 2 de cada 3 silver creen que los pagos podrían llegar a ser únicamente contactless y estarían dispuestos a dejar de usar efectivo frente a otros sistemas de pago



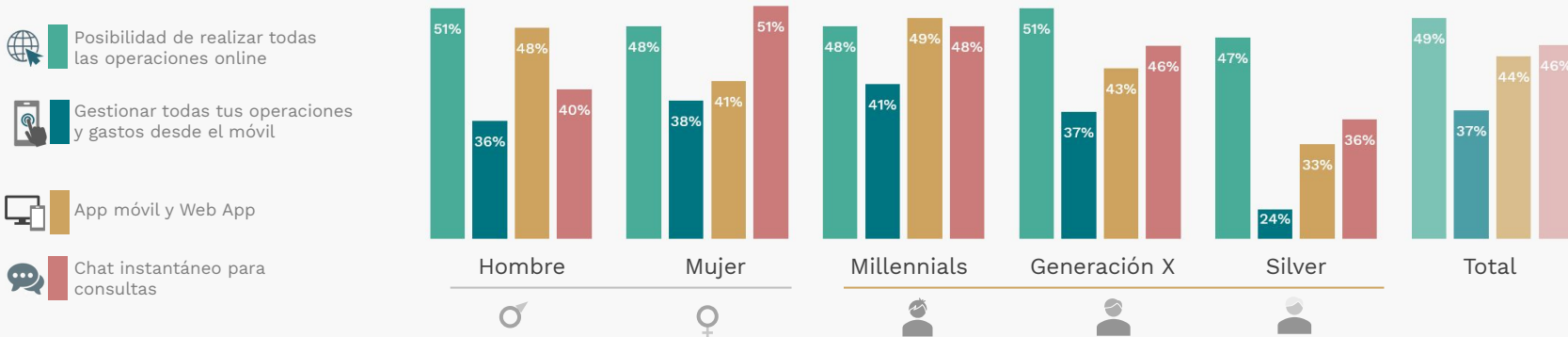
## Casi el 50% de los mayores de 55 años preferiría no ir a la oficina; Los Millennials quieren su banca en el móvil

La mitad de los Silver busca la posibilidad de realizar todas las operaciones online, casi la misma proporción que el grupo más digitalizado en banca (Generación X)

Los Millennials son los más interesados en las características relacionadas con la tecnología y manifiestan su mayor inclinación al móvil para gestionar todas sus operaciones

Los hombres, algo más interesados que las mujeres en el uso de App móvil, y menos que ellas en el chat instantáneo para las consultas

¿Qué te gustaría que tuviera tu banco ideal?



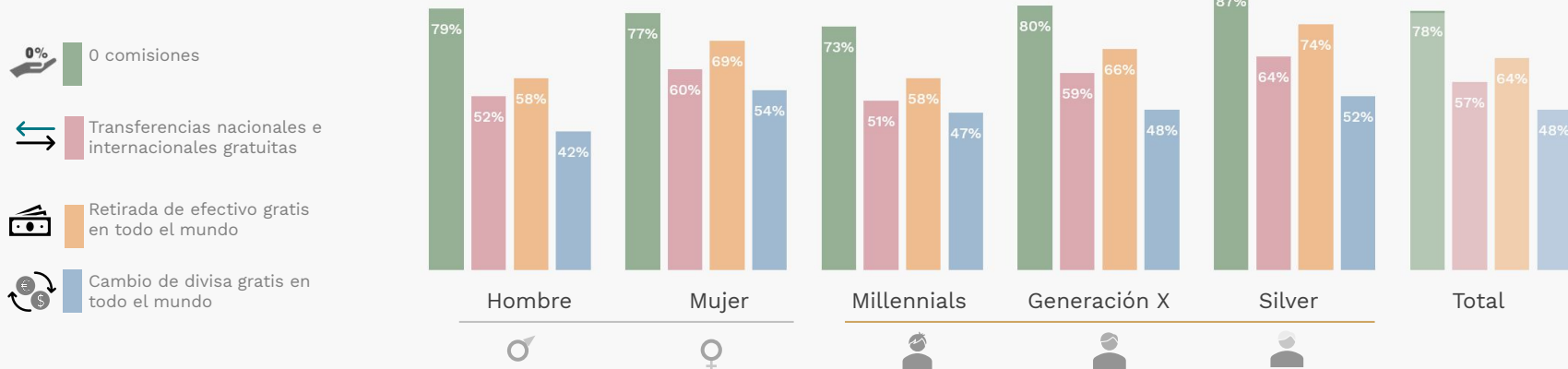
## 9 de cada 10 mayores busca un banco que le ofrezca 0 comisiones; Las mujeres demandan menos comisiones en el extranjero

Las mujeres, más interesadas que los hombres en las funcionalidades relacionadas con las gestiones hacia el extranjero.

Las comisiones, lo más importante para los silver: 9 de cada 10 busca un banco con 0 comisiones y la retirada de efectivo gratis en todo el mundo (74%).

A mayor edad, mayor es la demanda de prestaciones en un banco ideal.

¿Qué te gustaría que tuviera tu banco ideal?



## Las mujeres buscan más servicios adicionales en un banco Millennials: ocio y turismo; Silver: seguros de viaje

**Las mujeres, más interesadas que los hombres en los servicios adicionales, especialmente los relacionados con ofertas hoteleras, servicios exclusivos en ocio o descuentos especiales en tiendas.**

**Millennials y Generación X, más interesados en ofertas de ocio y turismo y entregas a domicilio gratuitas. Los Silver se decantan por los seguros de viaje y descuentos especiales en ocio y tiendas.**

¿Cuáles de estos servicios adicionales te gustaría que ofreciera tu banco?

Ofertas en hoteles a través de plataformas online

Seguros de viaje

Seguros de robo o rotura del teléfono móvil

Ofertas de ocio y turismo

Entregas a domicilio gratuitas en servicios o entregas a domicilio

Ofertas en servicios exclusivos en ocio y descuentos especiales en tiendas

	Hombre	Mujer	Millennials	Generación X	Silver	Total
Ofertas en hoteles a través de plataformas online	42%	50%	49%	44%	46%	46%
Seguros de viaje	54%	57%	55%	55%	63%	56%
Seguros de robo o rotura del teléfono móvil	43%	48%	44%	46%	48%	46%
Ofertas de ocio y turismo	40%	49%	46%	45%	35%	45%
Entregas a domicilio gratuitas en servicios o entregas a domicilio	26%	42%	39%	33%	21%	35%
Ofertas en servicios exclusivos en ocio y descuentos especiales en tiendas	29%	47%	33%	41%	46%	38%




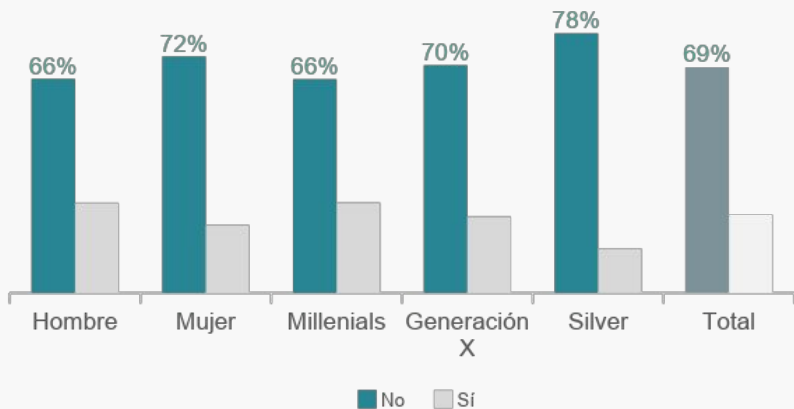
## Los clientes de banca tradicional mayores de 55 y las mujeres, más dispuestos a cambiar a otro banco que se ajuste más a sus aspiraciones

**Casi el 80% de los clientes Silver de banca tradicional no encuentran en su banco actual lo que buscan en su banco ideal. Al igual que las mujeres: un 72% frente a un 66% de los hombres de banca tradicional no encuentra las características del banco ideal en su banco actual.**



**Los hombres y los Millennials de banca tradicional se cambiarían más por un banco “100% móvil y digital” que el resto de grupos. La motivación de un banco transparente y 0 comisiones motiva más a los Silver y a las mujeres.**


Las características de su banco ideal  
¿Las encuentras en tu banco? (% NO)

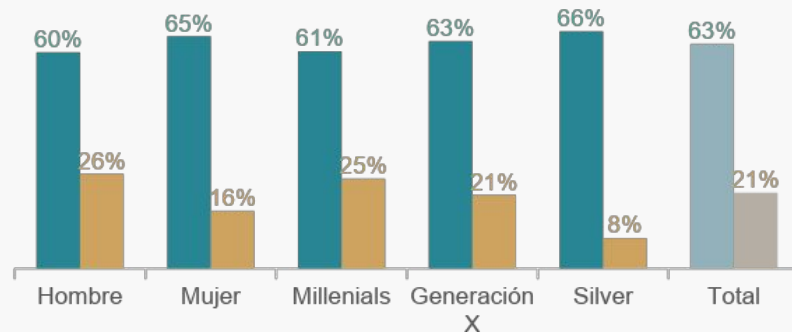
 Banco tradicional



Cambiarías de banco si encontraras otro que...

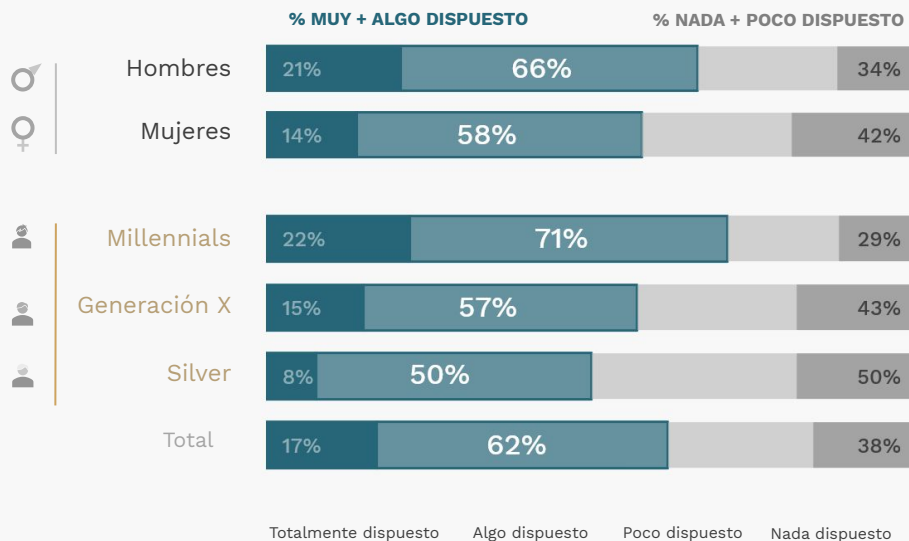
 Fuera transparente y ofreciera 0 comisiones  
 Fuera 100% móvil y digital

 Banco tradicional



## 7 de cada 10 Millennials y la mitad de los Silver pagarían una cuota fija por un servicio premium en banca

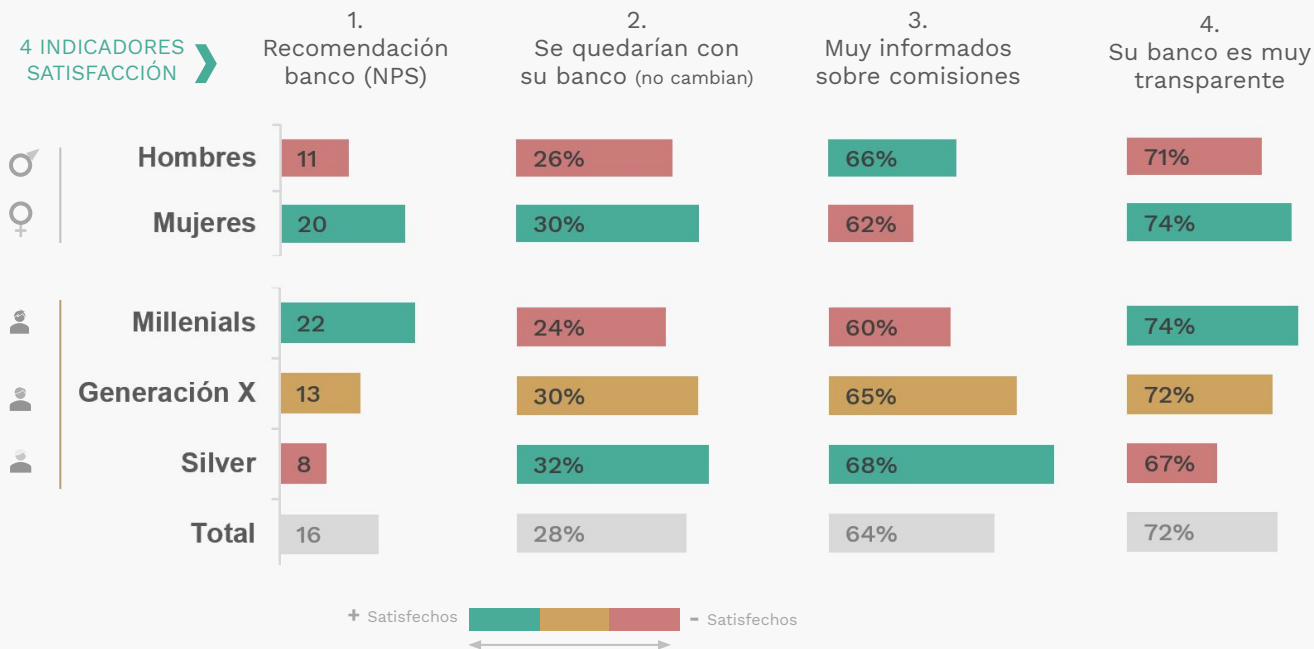
¿Estarías dispuesto a pagar una cuota fija mensual por una banca de suscripción (al estilo Spotify o Amazon Prime)?



**Los hombres, más dispuestos a pagar por un servicio premium: 66% frente al 58% de las mujeres.**

**Por edad, los Millennials son los más interesados en una cuota fija mensual, el 71%, frente al 57% de los X y el 50% de los Silver.**

## Mujeres y Millennials, los más satisfechos con su banco actual, pero menos informados



Las mujeres más satisfechas con su banco actual, aunque menos informadas.

Cuanto más jóvenes, más satisfechos, pero menos informados y con más disposición a cambiar.

## Generación X y Millennials, más inclinados a compartir gastos por banca y más abiertos a nuevas herramientas

Los Millennials y la Generación X son los que más usan las transferencias para compartir gastos. Los Silver lo hacen en efectivo. Además, el 38% de los Millennials usan apps con este fin, frente al 15% de los Silver.

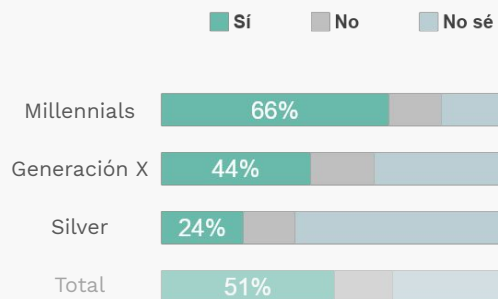
El 67% de los Millennials cree que una herramienta digital les permitiría ahorrar más y gestionar mejor sus finanzas, frente al 44% de los X y el 24% de los Silver.

El 73% de los Millennials estaría interesado en crear una subcuenta para invitar a personas con las que podrían compartir gastos y objetivos financieros, frente al 57% de los X y el 38% de los Silver.

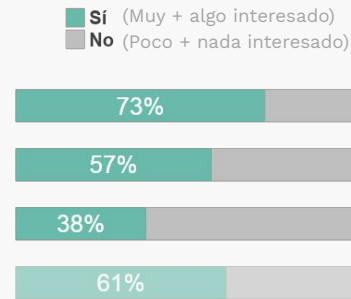
### GESTIÓN GASTOS COMPARTIDOS

	Efectivo	Transferencia bancaria	App o herramientas de gastos
Millennials	46%	55%	38%
Generación X	47%	56%	26%
Silver	57%	47%	15%
Total	48%	55%	30%

### INTERÉS HERRAMIENTA PARA COMPARTIR



### INTERÉS SUBCUENTA COMPARTIDA





## MUJERES

- Mayor % de usuarias de bancos digitales.
- Las mujeres están más dispuestas a creer que en el futuro todos los pagos serán contactless y que desaparecerá el efectivo.
- En un banco ideal, las mujeres, más interesadas en gestiones hacia el extranjero y en servicios adicionales, especialmente ofertas hoteleras, servicios de ocio y descuentos en tiendas.
- Están más satisfechas con su banco actual, aunque se sienten menos informadas sobre las comisiones.
- Entre los clientes de banca tradicional, las mujeres son las más dispuestas a cambiar de banco si fuera transparente y 0 comisiones.

## HOMBRES

- Menor % de hombres en banco digital (frente a las mujeres).
- Pero la crisis del Covid-19 ha tenido más impacto en ellos: son quienes más se han animado a hacer gestiones online y más se han planteado cambiar a un banco digital.
- Casi la mitad de los hombres están interesados en la App móvil.
- Los hombres se muestran más atraídos por la idea de una suscripción de tarifa fija.
- Están menos satisfechos con su banco actual, consideran que es menos transparente y están más dispuestos a cambiar de banco.

## MILLENNIALS

- Un 16% de los Millennials tiene banco digital.
- Con la crisis del Covid-19 son quienes más se han animado a hacer gestiones y más se han planteado cambiar a un banco más digital vs otras generaciones.
- En un banco ideal, tienen mayor inclinación hacia el móvil, así como disponer de servicios adicionales de ocio, turismo o entregas a domicilio gratuitas.
- Con diferencia, son los más interesados en un modelo de cuota fija, así como en herramientas para compartir gastos.
- Más satisfechos con su banco actual, pero también más abiertos al cambio.

## GENERACIÓN X

- Es el grupo de edad que hace mayor uso de bancos digitales.
- Después de los Millennials son de los que más se han animado a hacer gestiones de banca digital y a cambiar a un banco más digital durante la crisis del Covid-19.
- En un banco ideal, son la generación más inclinada a realizar todas las operaciones online y, después de los silver, los más interesados en las funcionalidades relacionadas con gestiones y pagos en el extranjero.
- La satisfacción y fidelidad con su banco, más moderadas e intermedias (frente a los extremos de millennials y silver).

## SILVER



- Menor % de usuarios de bancos digitales.
- Pero son quienes más han percibido la importancia de la banca digital tras la crisis del Covid-19. Más de un 60% se ha animado a más gestiones bancarias por Internet.
- Se consideran los más informados sobre comisiones: 9 de cada 10 busca un banco con 0 comisiones.
- Son los más insatisfechos con su banco actual y quienes lo consideran menos transparente, pero se resisten algo más al cambio.
- No obstante, entre los clientes de banca tradicional, son los más dispuestos a cambiar de banco si fuera transparente y con 0 comisiones.

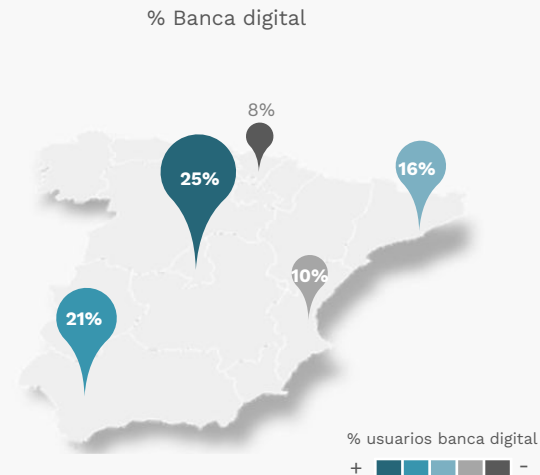
# 4 HÁBITOS Y CONSUMO

## Comparativa por regiones



Madrid es la ciudad con más usuarios de banca digital: 1 de cada 4. Le siguen Sevilla, Barcelona y Valencia

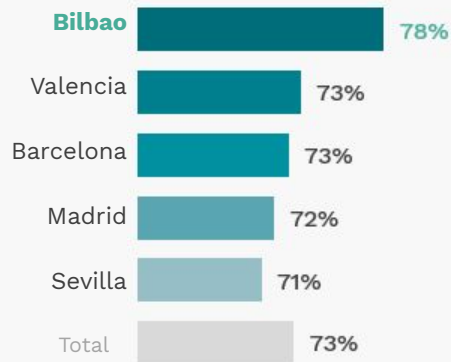
	DIGITAL 	TRADICIONAL 
Madrid	<b>25%</b>	<b>75%</b>
Barcelona	<b>16%</b>	<b>84%</b>
Valencia	<b>10%</b>	<b>90%</b>
Sevilla	<b>21%</b>	<b>79%</b>
Bilbao	<b>8%</b>	<b>92%</b>
Total	<b>18%</b>	<b>82%</b>



## La crisis del Covid-19 despierta el interés de Bilbao hacia la banca digital y motiva a Valencia y Barcelona a plantearse el cambio a digital

**Bilbao: mayor porcentaje de personas que afirman haberse dado cuenta de la importancia de la banca online (78%).**

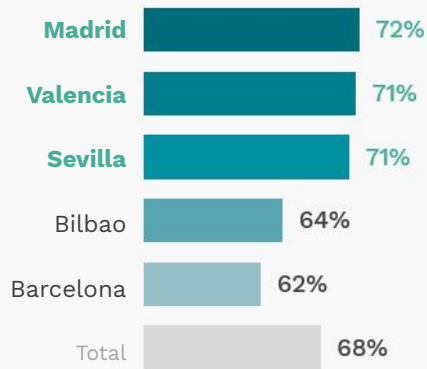
... Me han hecho ver la importancia de la banca digital



% Totalmente de acuerdo + De acuerdo

**En Madrid, Valencia y Sevilla, 7 de cada 10 hacen ahora más gestiones online.**

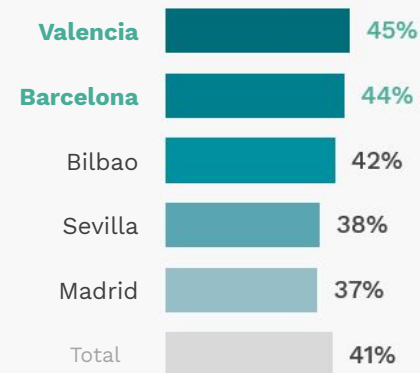
... Me han animado a hacer más gestiones a través de la banca digital



% Totalmente de acuerdo + De acuerdo

**Alrededor de un 45% de personas en Valencia y Barcelona se plantean cambiar a un banco más digital.**

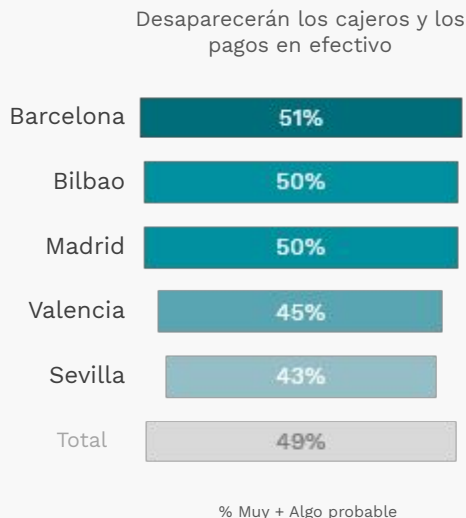
... Me han hecho plantearme cambiar a un banco más digital



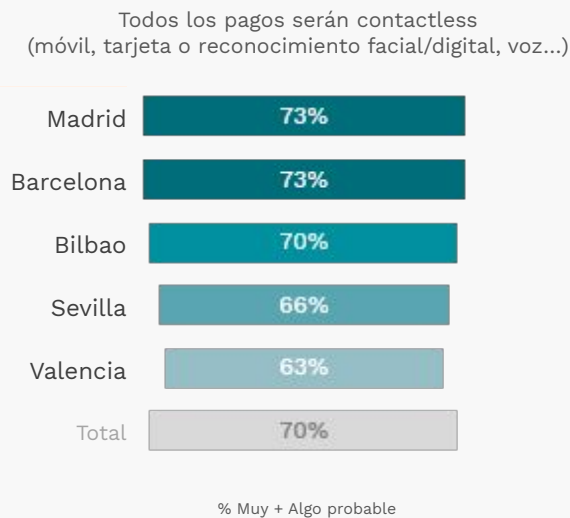
% Totalmente de acuerdo + De acuerdo

## Barcelona, Madrid y Bilbao anticipan el fin de los pagos en efectivo

**La mitad de los ciudadanos en Barcelona, Bilbao y Madrid consideran que los pagos en efectivo podrían desaparecer en los próximos 5 años.**



**En Madrid y Barcelona están más dispuestos a creer que en el futuro todos los pagos serán contactless.**



## La posibilidad de dejar de ir a la oficina y hacer todas las gestiones online tiene un gran atractivo en las 5 ciudades





En todas las ciudades, cerca de la mitad buscarían en un banco ideal la posibilidad de realizar todas las operaciones online.

Barcelona es la ciudad que más interés manifiesta por la banca móvil y Bilbao da más importancia a gestionar todas las operaciones y gastos en el móvil.

Madrid, Valencia y Bilbao destacan también por su preferencia por el chat instantáneo para consultas.



¿Qué te gustaría que tuviera tu banco ideal?

-  Posibilidad de realizar todas las operaciones online
-  Gestionar todas tus operaciones y gastos desde el móvil
-  App móvil y Web App
-  Chat instantáneo para consultas

## Madrid y Bilbao más interesados en servicios adicionales

**Madrid y Bilbao: ciudades con mayor interés por servicios adicionales ofrecidos por un banco. Especialmente por Seguros de viaje, robo y ofertas hoteleras.**

**Sevilla y Barcelona: ciudades con menos interés (en comparación con el resto) en este tipo de servicios.**

¿Cuáles de estos servicios adicionales te gustaría que ofreciera tu banco?

Ofertas en hoteles a través de plataformas como Booking

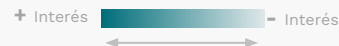
Seguros de viaje

Seguros de robo o rotura del teléfono móvil

Ofertas de ocio y turismo

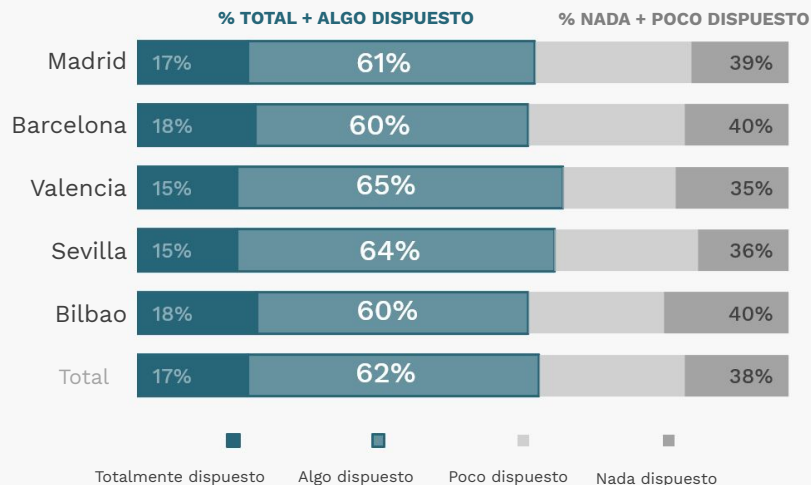
Ofertas en servicios exclusivos en ocio y descuentos especiales en tiendas

	Madrid	Barcelona	Valencia	Sevilla	Bilbao	Total
Ofertas en hoteles a través de plataformas como Booking	48%	43%	49%	39%	54%	46%
Seguros de viaje	62%	59%	41%	46%	63%	56%
Seguros de robo o rotura del teléfono móvil	48%	45%	41%	44%	50%	46%
Ofertas de ocio y turismo	46%	41%	52%	40%	45%	45%
Ofertas en servicios exclusivos en ocio y descuentos especiales en tiendas	42%	35%	42%	29%	42%	38%



## Buena acogida al modelo de cuota fija en banca (al estilo Spotify) en las 5 ciudades

¿Estarías dispuesto a pagar una cuota fija mensual por una banca de suscripción (al estilo Spotify o Amazon Prime)?

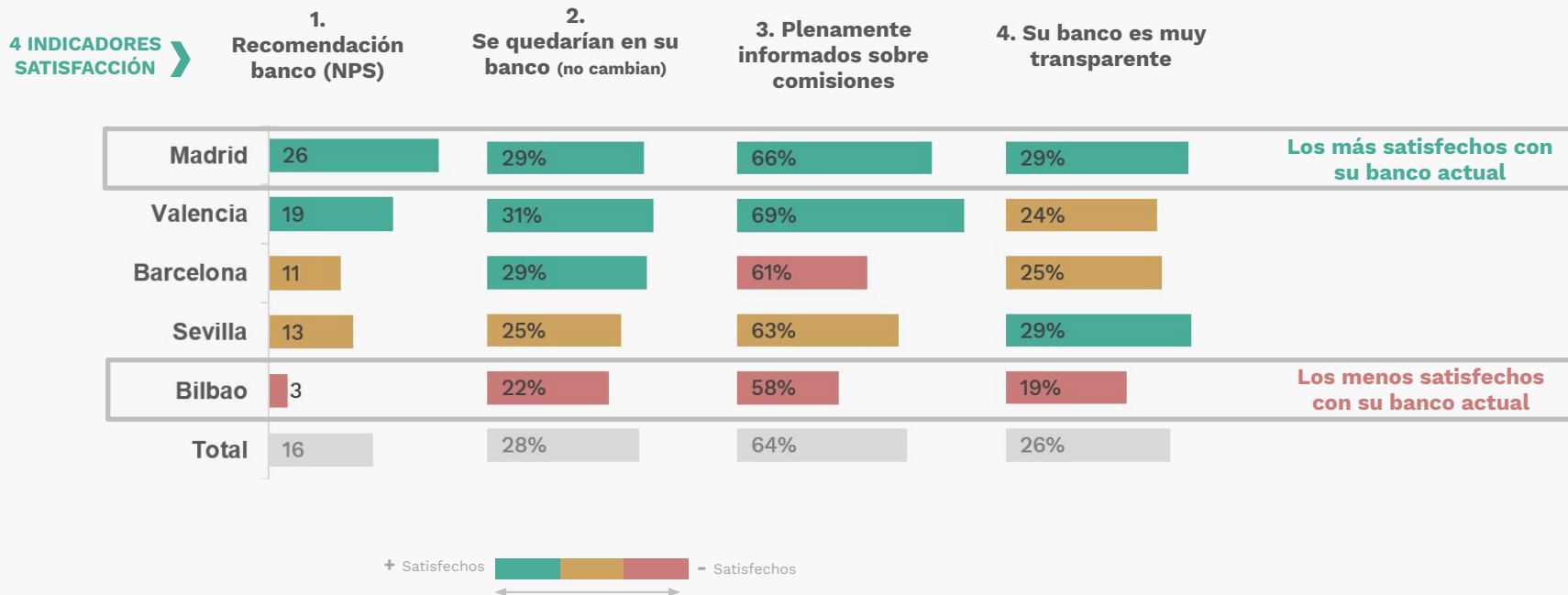


**Valencia y Sevilla, ciudades con mayor disposición general a cambiar el modelo tradicional de banca por un modelo de suscripción (65% y 64% respectivamente)**

**Y, aunque la receptividad general en Bilbao y Barcelona es aparentemente más baja, son las ciudades donde se encuentra una mayor proporción de personas “totalmente dispuestas” (18%).**



## Madrid, los más satisfechos; Bilbao, los más insatisfechos con su banco actual




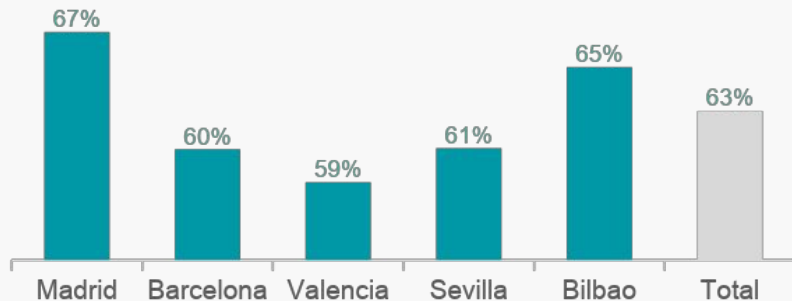
## Los clientes de banca tradicional en Madrid y Bilbao, más dispuestos a cambiar a una banca más transparente y sin comisiones

**Un 67% de los clientes de banca tradicional de Madrid y un 65% de Bilbao se cambiarían de banco si fuera transparente y 0 comisiones.**


**El 77% de los clientes de banca tradicional en Bilbao y el 73% en Madrid no encuentran la características deseadas en su banco actual. En Sevilla, casi el 40% sí las encuentra.**

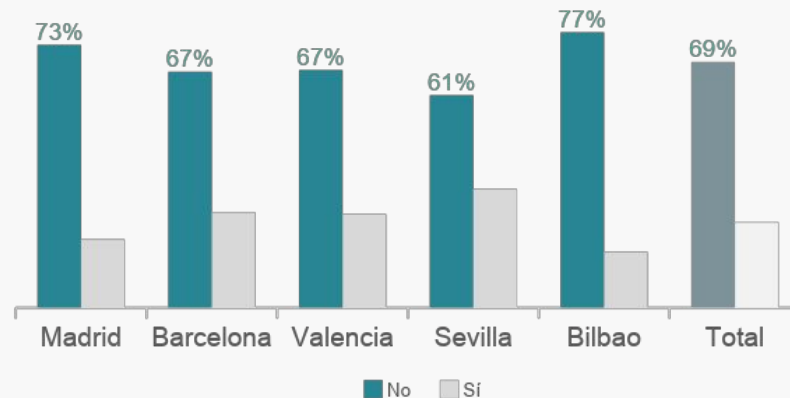
Cambiarías de banco si encontraras otro que...  
Fuera transparente y ofreciera 0 comisiones

 Banco tradicional



Las características de un banco ideal  
¿Las encuentras en tu banco? (% NO)

 Banco tradicional



### MADRID

- Es la ciudad con mayor % de usuarios de banca digital.
- Son quienes más se han animado a hacer gestiones de banca digital durante la crisis del Covid-19.
- Están más dispuestos a creer que en el futuro todos los pagos serán contactless y que desaparecerá el efectivo.
- Junto con Bilbao, están muy interesados en servicios adicionales.
- Son los más satisfechos con su banco actual.
- Pero los clientes de banca tradicional son los más dispuestos a cambiar de banco si fuera transparente y 0 comisiones.

### BARCELONA

- Los bancos digitales tienen una presencia media comparada con el resto de ciudades.
- Tras la crisis del Covid-19, son junto con Valencia, quienes más se han planteado cambiar a un banco más digital.
- Y son los que están más dispuestos a creer que en el futuro desaparecerá el efectivo y todos los pagos serán contactless.
- Es la ciudad que más interés tiene en banca móvil.
- Casi un 20% estaría muy dispuestos a contratar una cuota fija mensual, al estilo Spotify.
- Son de los menos satisfechos con su banco actual pero menos dispuestos al cambio.

### VALENCIA

- Es la segunda ciudad, por detrás de Bilbao, con menor incidencia de la banca digital.
- Tras la crisis del Covid-19, son de los que más se han animado a hacer gestiones de banca digital, y junto con Barcelona, que más se han planteado cambiar a un banco más digital.
- En cambio, están menos dispuestos a creer que en el futuro desaparecerá el efectivo y todos los pagos serán contactless.
- Muestran una disposición general algo mayor a una suscripción bancaria..
- Son de los más satisfechos con su banco actual y menos dispuestos al cambio.

### SEVILLA

- Junto con Madrid, Sevilla es una de las ciudades con mayor penetración de la banca digital.
- Son de los que más se han animado a hacer gestiones de banca digital durante la crisis del Covid-19.
- Sin embargo, están menos dispuestos a creer que en el futuro desaparecerá el efectivo y todos los pagos serán contactless.
- Tienen menos interés en servicios adicionales de su banco, pero les atrae la idea de una banca de suscripción.
- Son de los menos satisfechos con su banco actual.

### BILBAO

- Menor % de usuarios de bancos digitales.
- Pero son quienes más han percibido la importancia de la banca digital tras la crisis del Covid-19.
- Están menos informados por su banco y quienes lo consideran menos transparente.
- Son los que menos encuentran las características deseadas y los más insatisfechos con su banco actual.
- Junto con Madrid, están muy interesados en servicios adicionales.
- Detrás de Madrid, son los más dispuestos a cambiar de banco si fuera transparente y 0 comisiones.

# 5 ANEXO

---

Dime qué banco  
tienes y te diré  
cómo eres...



# Ocio y consumo



## Uso tecnología

(grado "adicción" a la tecnología)



## Ocio en casa vs fuera de casa



## Plataformas audiovisuales



## Redes sociales

### Tipo de banca

**Cientes de banca digital, más adictos a la tecnología:** un 33% de digitales y 22% de tradicionales, se consideran muy adictos (9-10).

### Género

Los **hombres** se consideran **muy adictos** (eligen 9 ó 10): 27% hombres frente a 23% mujeres.

El 37% de los **hombres** prefieren ahora **música en streaming** en lugar de ir a un concierto. Entre las mujeres, el 31%.

Más **mujeres** se decantan por **Netflix** (58% frente a 53%) y más **hombres** por **Amazon Prime** (16% frente a 13%).

Diferencia en uso **Instagram**: elegida por el 45% de **mujeres**, frente al 28% de hombres. **Twitter** más usado por **hombres**, 16% vs 9%.

### Edad

Los **Millennials** se consideran **más adictos** a la tecnología: 33% frente a 22% de la Generación X y un 7% de los silver.

**Los Millennials prefieren ocio en casa** vs los Silver: comida a domicilio (40% vs 17%) y plataformas audiovisuales (62% vs 40%).

**Netflix**, la favorita sobre todo entre los **Millennials**: 68% frente al 38% de los Silver y 50% de Generación X. **Movistar +** es la favorita para el 20% de los **Silver** vs 7% de Millennials y 10% de los Generación X.

**Instagram** es la más visitada por los **jóvenes**, segunda entre los X (antes Facebook) y tercera entre los mayores (antes Facebook y Twitter)

### Ciudad

**Valencia, Madrid y Barcelona** se consideran **más adictos** a la tecnología (28%, 25% y 25%).

**Madrid y Barcelona:** mayor porcentaje de los que prefieren **comida a domicilio** (en lugar de restaurantes) y las **plataformas** (en vez de ir al cine).

**Facebook** es la red social más usada en todas las ciudades, excepto **Barcelona** que prefiere **Instagram**



## Medio de transporte principal



## Taxis



## Aplicaciones y movilidad sostenible

### Tipo de banca

**Vehículo propio:** medio principal para el 50% clientes de banca **tradicional**, frente 41% de los digitales. Casi el 35% de los **digitales** usan **transporte público** como medio principal, frente al 30% de los tradicionales.

Los clientes de **banca tradicional** prefieren **taxis** tradicionales. Los más **digitales** se decantan por **plataformas de VTC**.

Los clientes de banca **digital** usan más servicios como **coches** (18% frente al 14% de los tradicionales) y **motos eléctricas** (16% frente a 11% de los tradicionales).

### Género

El **vehículo propio** es el transporte principal para el 57% de los **hombres** frente al 39% de las mujeres. El **transporte público** elegido como medio principal por el 37% de las **mujeres** frente al 23% de los hombres.

Más **hombres** se decantan por los **VTC** (32% frente a 27%) y más **mujeres** por el servicio de **taxi tradicional** (34% frente a 29%).

Los **hombres** hacen **más uso** de **aplicaciones** y **servicios de movilidad** sostenible (bicis, patinetes, motos eléctricas).

### Edad

La **Generación X** es la que más usa el **vehículo propio** (49%); los **Silver**, los que más van a **pie** (19%) o **transporte público** (35%) y los **Millennials** los que más usan la **bicileta** (6%).

Los **VTC** se eligen más entre los **Millennials** (38%) vs Generación X y Silver (24% y 23% respectivamente). El servicio de **taxis** tradicional es el preferido entre el 45% de los **Silver**, frente al 24% de los Millennials.

El 71% de los **mayores** **no ha usado** nunca aplicaciones o servicios de movilidad sostenible. Los **jóvenes** son los que más las usan, especialmente aplicaciones para **compartir gastos en viajes**.

### Ciudad

**Sevilla** y **Valencia**, ciudades donde más se usa el **vehículo propio** como medio de transporte principal. **Madrid** es, entre las 5 ciudades, donde se hace mayor uso del **transporte público**.

**Madrid** es la única ciudad en la que prefieren los **VTC** por encima del servicio de taxis tradicional.

**Madrid** es donde más se usan las aplicaciones de alquiler de **coches** o **motos eléctricas**. **Sevilla** destaca en **aplicaciones** para compartir gastos en viajes. **Barcelona** y **Bilbao**, en la app de **bicis eléctricas**.

# Viajes



## Tipo de turismo



## Destinos



## Organización



## Tecnología y pagos

### Tipo de banca

Preferencias similares en cuanto a tipo de turismo preferido. Diferencias en turismo **nacional: digitales más montaña** (39% vs 27%)

Los destinos **internacionales** son elegidos en mayor porcentaje entre los **digitales** (51%) que entre los tradicionales (41%).

Los **tradicionales** recurren más a la ayuda de una **agencia** para organizar sus vacaciones que los digitales (16% vs 11%).

Los **digitales** hacen más uso de **tecnología** en sus viajes (tickets, entradas, reservas) y usan más los **cajeros** en el país de destino (18% vs 10%).

### Género

Turismo **cultural** y **playa nacional**, lo más elegido por las **mujeres**. Los **hombres** se decantan por **montaña nacional** (34% vs 24%).

Las **mujeres** prefieren destinos **internacionales** (47% vs 39%) y los **hombres nacionales** (41% vs 37%).

Aunque es minoritario, los **hombres** acuden más a **agencia**: 18% frente a 13%.

Mayor uso de la **tecnología en viajes** por parte de las **mujeres**, especialmente para la reservas de **alojamientos** (69% vs 56%)

### Edad

El 50% de los **Silver** eligen **turismo cultural**, los **Millennials** el turismo de **Aventura** (21%) y 40% de **Generación X**. elige playa

Casi la mitad de los **Millennials** prefieren destinos **internacionales**, frente al 40% entre el resto de edades.

Lo **Silver** son los **menos previsores**, el 33% organiza el viaje unas semanas/días antes y el 11% improvisa.

Aunque utilizan menos la tecnología que los jóvenes, un **69%** de los **Silver** utiliza **mapas digitales** y un **55%** **reserva de alojamientos**.

### Ciudad

**Madrid**, **Sevilla** y **Valencia** prefieren las vacaciones de **turismo cultural**. **Bilbao** y **Barcelona** las de **playa** y relax.

**Madrid**, **Bilbao** y sobre todo **Barcelona** (más de la mitad), prefieren los destinos **internacionales**. **Sevilla** y **Valencia**, los **nacionales**.

**Madrid**, mayor porcentaje de personas que organiza sus viajes con la **máxima antelación**. **Valencianos**, los que más **improvisan**.

**Madrid** y **Bilbao** ciudades con **mayor uso de tecnología** móvil en los viajes. **Sevillanos**: usan más los **cajeros** del país de destino.

# Salud y deporte



## Hábitos saludables

### Tipo de banca

Los clientes de banca **digital** manifiestan vivir una **vida con menos estrés** que los de banca **tradicional** (48% frente a 44%).

### Género

Los **hombres** hacen **más deporte** regularmente (74% frente a 70% de mujeres). También dicen estar **menos estresados**: 49% vs 41% de mujeres lleva una vida sin estrés.

### Edad

**3 de cada 4 Millennials** hacen **deporte regularmente**. Los **Silver** también están en forma: el **60% hace deporte de manera regular**.

### Ciudad

La **comida ecológica** despierta un mayor interés en **Barcelona**. **Sevilla** es la **ciudad con menos estrés** y **Madrid** donde sus ciudadanos se **alimentan de forma más saludable**.

# Impacto en hábitos Covid-19



## Uso tecnología durante cuarentena

4 de cada 10 clientes de banca tradicional han hecho **más gestiones bancarias** online y **más compras** online durante la cuarentena.

Durante el confinamiento, **más mujeres** han incrementado su **uso de redes sociales** (67% vs 47%) y **app de deporte** (38% vs 23%).

**1 de cada 2 Silver** ha hecho más uso de las **redes sociales**, y casi un 40% de servicios de **video en streaming**.

En **Madrid** es donde más se ha incrementado el uso de **redes sociales** (63%) y video en streaming (52%), junto con **Barcelona** (54%).



## Viajes tras la cuarentena

Los **digitales más dispuestos a viajar** tras la cuarentena (71% frente a 66%). También más dispuestos a que ese **destino sea internacional**.

Los **hombres más dispuestos a viajar** tras la cuarentena: 75% frente a 70% de mujeres.

A **mayor edad menos intención** de viajar después de la cuarentena: 71% entre los Millennials, 61% entre los silver.

**Madrid y Barcelona: más disposición** a viajar tras el periodo de cuarentena. **Valencianos**, los **menos dispuestos**.



## FICHA TÉCNICA

---



## Ámbito

Ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Bilbao

## Tamaño Muestra

1000  
entrevistas

**Margen error muestral:**  $\pm 3,1\%$  para el conjunto de la muestra, con un margen de confianza del 95,5%, bajo el supuesto de  $p=q$  y de muestra aleatoria.

## Universo

Población española entre 18 y 60 años  
(internautas: usuarios de internet al menos de manera ocasional).

Error muestral por segmentos:

Tipo Banca	Límite	Género	Límite
Tradicional	3,4	Hombre	4,5
Digital	7,4	Mujer	4,2

Ciudad	Límite	Grupo de edad	Límite
Madrid	5,6	18-24	8,9
Barcelona	5,9	25-34	6,0
Valencia	8,0	35-44	5,9
Sevilla	8,0	45-54	6,2
Bilbao	8,7	55 o más	10,2

## Procedimiento

Encuesta online enviada a panel de internautas

## Periodo de campo

Entre 8 y 21 de abril

## Edad

	%	Frec.
18 a 24	12%	121
25 a 34	26%	264
35 a 44	28%	275
45 a 54	25%	248
55 ó más	9%	92
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1000</b>

## Edad (agrupada)

	%	Frec.
Millennials (18-34)	39%	385
Generación X (35-54)	52%	523
Silver (55 o más)	9%	92
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1000</b>

## Género

	%	Frec.
Hombre	47%	466
Mujer	53%	534
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1000</b>

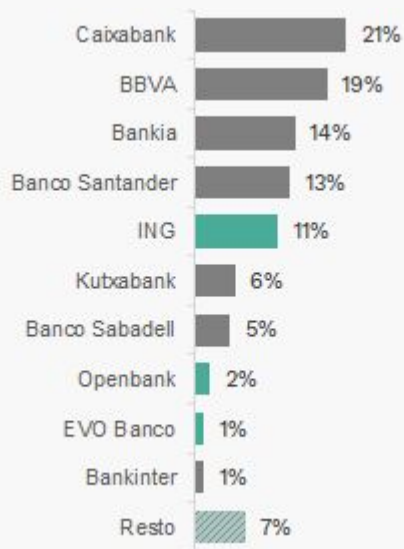
## Ciudad

	%	Frec.
Madrid	30%	300
Barcelona	28%	275
Valencia	15%	150
Sevilla	15%	150
Bilbao - Vizcaya	13%	125
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1000</b>

## Convivencia

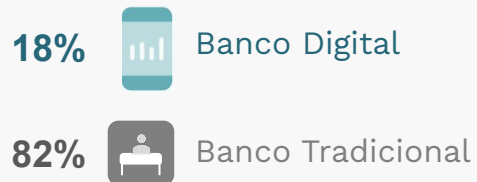
	%	Frec.
Vivo en pareja con hijos	47%	468
Vivo en pareja sin hijos	19%	187
Vivo solo	9%	92
Compañeros de piso, residencia estudiantes	5%	48
Vivo con otros miembros de mi familia	19%	194
Otros	1%	11
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1000</b>

### Banco principal utilizado de manera habitual



Base: 1000

### Tipo de banco



**N26**

**n26.com**

prensa@n26.com