



Los clientes desconfían más de su banco tras el Covid por la subida de comisiones

La fusión de CaixaBank y Bankia es percibida de forma negativa

Á. GONZALO
MADRID

La pandemia ha supuesto un antes y un después en la relación de los clientes con sus bancos. El usuario bancario ha empeorado considerablemente su opinión y percepción sobre la banca, pese a que ha sido uno de los pocos servicios que se han mantenido activos durante el estado de alarma. Así, se ha observado un fuerte descenso en la vinculación emocional durante el ejercicio hasta niveles de 2015, siendo la política de comisiones uno de los aspectos que más ha penalizado, según el estudio de *Emociones en banca 2021* de EMO Insights International, el noveno que realiza sobre la banca española.

El cliente se siente menos vinculado a su banco principal, ha descendido su confianza y agradecimiento durante la pandemia. La caída ha sido menos acusada entre aquellos que han conseguido adaptarse a las nuevas necesidades, mientras que la operativa con canales digitales se ha mantenido como sostén del sector.

Por entidades, se ha mantenido como líder con mayor vinculación de clientes ING, con 55,5 puntos (sigue líder, aunque su puntuación desciende); seguido de Bankinter (49,1 puntos), Triodos Bank (44,9) y Evo Banco (44,7). A más distancia se sitúan BBVA (36,2), Kutxabank (33,4), Cajamar (32,8), Sabadell (30,2), CaixaBank (28,8), Ibercaja (28,0), Abanca (27,2), Santander (19,2), Bankia (17,4), Unicaja (7,5) y Liberbank (-3,5). En cualquier caso, el 17,2% de los encuestados ha valorado la actuación de su banco principal en estos últimos meses como insuficiente; el 28,7% le ha otorgado un aprobado; el 28,8% un notable, y el 15,1% un sobresaliente.

El estudio de *Emociones en banca* también pone de manifiesto que el pago de comisiones sigue siendo un importante polarizador del cliente, con una diferencia de casi 60 puntos entre los que las pagan y los que no.



Bankinter, el segundo banco mejor valorado.

Sumado a esto, los clientes castigan especialmente a sus bancos si han percibido un endurecimiento de las condiciones para el cobro de comisiones en el último año. El 41,4% de los clientes no entiende el cobro de comisiones asociado a procesos u operativa autogestionada por ellos mismos.

Respecto a la concentración bancaria, aunque la mayor parte de clientes no ven alterada su vinculación emocional en función de su percepción sobre estas operaciones, hay diferencias entre los que son clientes de entidades inmersas en un proceso de integración. Así, la integración CaixaBank-Bankia es percibida de forma mayoritariamente negativa por los clientes de ambas entidades (más de un 30%), un poco más acusado en el caso de Bankia.

Por el contrario, la operación Unicaja-Liberbank es mejor recibida por sus clientes.

La vinculación emocional de los usuarios cae a niveles de 2015

ING, Bankinter y Triodos, las entidades mejor valoradas