

APPS BANCARIAS: ¿CUMPLEN CON LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES?

LAS CLAVES

- ◊ La experiencia ofrecida a través de las aplicaciones móviles adquiere una importancia creciente para la relación con el cliente y para la percepción que este tiene de la entidad.
- ◊ En términos generales, se observa una tendencia positiva en la valoración de las apps bancarias de los principales bancos españoles durante los últimos años. Tanto en sistemas Android como iOS, la valoración de las apps bancarias se sitúa por encima de 4 sobre 5.
- ◊ Las valoraciones medias observadas para el conjunto del sector no deben ocultar la existencia de diferencias relevantes entre entidades. La valoración media de las aplicaciones es superior para las entidades de mayor tamaño (4,48) respecto a las entidades medianas (4,09)
- ◊ Estas diferencias pueden tener implicaciones en la captación y retención de los clientes más digitalizados, especialmente si estos perciben que determinadas entidades son capaces de responder mejor a sus necesidades a través de la app bancaria.

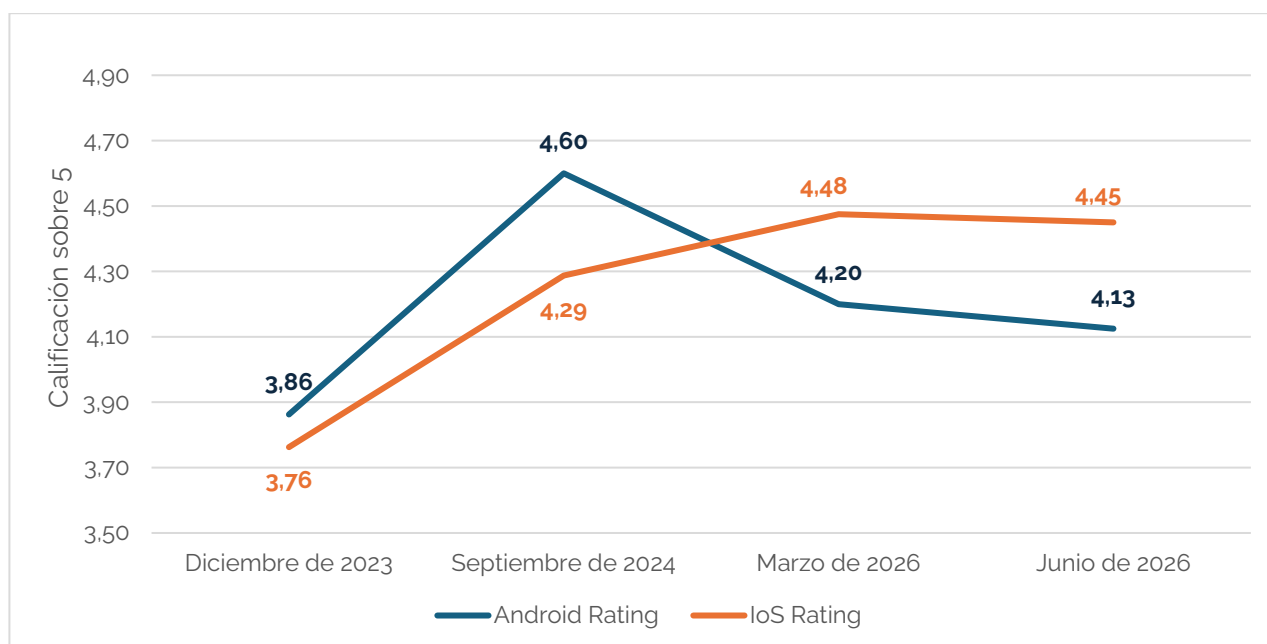
La aplicación bancaria: más que un simple canal

Las aplicaciones bancarias se han convertido en uno de los principales canales de relación entre las entidades financieras y sus clientes. La creciente digitalización de los servicios financieros, junto con la generalización del uso del teléfono móvil, ha modificado profundamente la forma en que los usuarios consultan sus cuentas, realizan pagos y transferencias, contratan productos o se comunican con su entidad. Esta realidad es especialmente visible entre los clientes más jóvenes y digitalizados, para quienes la aplicación móvil constituye, en muchos casos, el principal, e incluso único, punto de contacto habitual con su banco. Como consecuencia, la experiencia ofrecida a través de estas aplicaciones adquiere una importancia creciente para la relación con el cliente y para la percepción que este tiene de la entidad. Ya no basta, por tanto, con disponer de una aplicación que permita realizar las principales operaciones bancarias. Los usuarios esperan que estas herramientas sean fáciles de utilizar, rápidas, seguras, fiables y capaces de ofrecer funcionalidades adaptadas a sus necesidades. Una aplicación bancaria que no cumpla las expectativas de sus usuarios resta clientes a la entidad. Sin embargo, aunque tener la mejor aplicación no es sinónimo de éxito, sí es cierto que ayuda a la entidad a mejorar la imagen percibida que tienen sus clientes.

¿Cómo están valoradas las apps de los bancos españoles?

El Gráfico 1 muestra la evolución de la calificación media otorgada por los usuarios a las aplicaciones móviles de las diez principales entidades bancarias españolas (por total de activos) en Android e iOS. En términos generales, se observa una tendencia positiva en la valoración de las apps bancarias durante los últimos años, reflejando una mejora progresiva en la experiencia percibida por los usuarios. Tras partir de niveles inferiores a 4 puntos sobre 5 a finales de 2023, las valoraciones aumentaron de forma significativa y, posteriormente, se han consolidado por encima de los 4 puntos tanto en Android como en iOS. En Android, la valoración aumentó desde 3,86 puntos en diciembre de 2023 hasta 4,13 en junio de 2026. En el caso de iOS la calificación media ha pasado de 3,76 puntos en diciembre de 2023 a 4,45 en junio de 2026. Esta evolución sugiere que las aplicaciones bancarias están alcanzando niveles elevados de satisfacción entre sus usuarios y que estos se han consolidado en el tiempo. Las mejoras introducidas por las entidades en términos de funcionalidad, usabilidad, rapidez o estabilidad parecen estar siendo reconocidas positivamente. En conjunto, estos datos apuntan a que las apps bancarias se han consolidado como un canal digital bien valorado, aunque mantener estos niveles de satisfacción exigirá seguir respondiendo a unas expectativas de los clientes cada vez más elevadas.

Gráfico 1. Evolución de la calificación otorgada por los usuarios a las apps de las diez principales entidades españolas en Android e iOS.



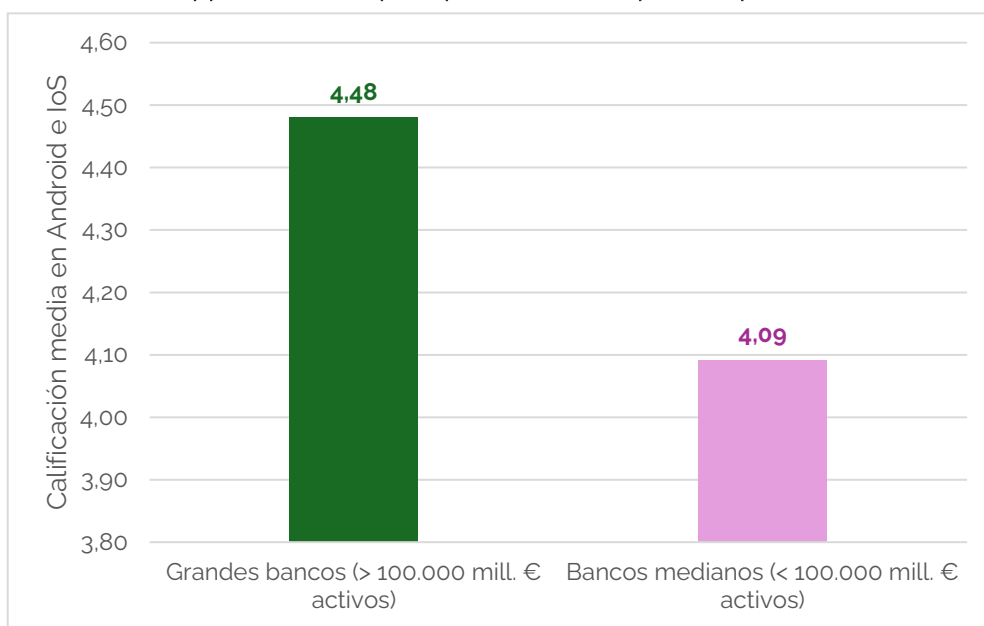
Fuente: Google Play, Apple Store y elaboración propia.

Diferencias en la valoración según el tamaño de la entidad

Las valoraciones medias observadas para el conjunto del sector no deben ocultar la existencia de diferencias relevantes entre entidades. El Gráfico 2 muestra la valoración media de las aplicaciones de los diez principales bancos españoles agrupados según su tamaño. Los resultados reflejan una mejor valoración de las apps de las entidades de mayor dimensión, cuya calificación media se sitúa próxima a 4,5 puntos sobre cinco, frente a algo más de 4 puntos en el caso de los bancos de tamaño mediano. En

cualquier caso, ambos grupos presentan valoraciones superiores a cuatro puntos, lo que confirma un nivel elevado de satisfacción con las aplicaciones bancarias con independencia del tamaño de la entidad. No obstante, la diferencia observada sugiere que la experiencia digital percibida por los clientes no es completamente homogénea dentro del sector. Las entidades de mayor tamaño pueden disponer de más recursos para invertir en tecnología, desarrollar nuevas funcionalidades, mejorar la usabilidad o actualizar sus aplicaciones con mayor frecuencia, aunque los datos no permiten establecer una relación causal entre tamaño y valoración. Estas diferencias pueden tener implicaciones en la captación y retención de los clientes más digitalizados, especialmente si estos perciben que determinadas entidades son capaces de responder mejor a sus necesidades a través de la app bancaria. En un contexto en el que la aplicación móvil se ha convertido en uno de los principales puntos de contacto con el banco, ofrecer una experiencia digital satisfactoria puede constituir un elemento cada vez más relevante de diferenciación entre entidades.

Gráfico 2. Valoración de las apps de los diez principales bancos españoles por tamaño



Fuente: Google Play, Apple Store y elaboración propia.