



Universidad de Valladolid

**Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales**

Trabajo Fin de Grado

**Grado en Administración y Dirección de
Empresas**

**Evolución de la Banca
Española: Situación Financiera
e Imagen de Marca**

Presentado por:

Leonor Hernansanz Arranz

Tutelado por:

Jorge Gallud Cano

Itziar Oltra González

Valladolid, 08 de julio de 2025

RESUMEN

El presente estudio aborda la historia y evolución del sistema bancario, desde sus orígenes hasta la actualidad, proporcionando una perspectiva integral sobre su desarrollo a lo largo de varios siglos.

Dada la elevada cantidad de instituciones financieras existentes, este análisis se centrará en las entidad que cotizan en el IBEX 35, examinando específicamente BBVA, Banco Santander, Unicaja, Bankinter, Banco Sabadell y CaixaBank. La investigación se desarrollará desde una doble perspectiva. En primer lugar, se realizará un análisis financiero que incluirá una revisión de la evolución de cada entidad, seguida de un examen de datos clave para evaluar su rentabilidad, solvencia, liquidez y calidad crediticia. En segundo lugar, se llevará a cabo un análisis de marketing mediante una descomposición de las 4P (producto, precio, distribución y promoción) para cada una de las instituciones seleccionadas. Adicionalmente, se incluirá un estudio sobre Revolut, un neobanco de creciente relevancia en el sector.

Finalmente, los hallazgos obtenidos a través de los análisis financieros y de marketing se contrastarán con los resultados de una encuesta administrada a una muestra de población aleatoria, la cual evaluará diversos aspectos relacionados con la percepción de las entidades bancarias.

PALABRAS CALVE: entidades bancarias, evolución financiera, marketing bancario, encuesta.

ABSTRACT

This study addresses the history and evolution of the banking system, from its origins to the present day, providing a comprehensive perspective on its development over several centuries.

Given the large number of financial institutions in existence, this analysis will focus on IBEX 35 listed companies, specifically examining BBVA, Banco Santander, Unicaja, Bankinter, Banco Sabadell and CaixaBank. The research will be carried out from a dual perspective. Firstly, a financial analysis will be carried out which will include a review of the evolution of each entity, followed by an examination of key data to assess their profitability, solvency, liquidity and credit quality. Secondly, a marketing analysis will be carried out through a breakdown of the 4Ps (product, price, distribution and promotion) for each of the selected institutions. In addition, a study on Revolut, a neobank of growing relevance in the sector, will be included.

Finally, the findings obtained through the financial and marketing analyses will be contrasted with the results of a survey administered to a random sample of the population, which will evaluate various aspects related to the perception of the banking institutions

KEY WORDS: banking institutions. Financial developments, bank marketing, survey.

ÍNDICE

1. Introducción.....	7
2. Evolución del sector financiero.....	8
2.1 Historia.....	8
2.2 Contexto económico.....	8
2.3 Evolución de las entidades financieras.....	17
3. Evolución del marketing bancario.....	23
3.1 Banca Tradicional.....	25
3.1.1 <i>BBVA</i>	25
3.1.2 <i>Banco Santander</i>	26
3.1.3 <i>Unicaja</i>	27
3.1.4 <i>Banco Sabadell</i>	28
3.1.5 <i>Bankinter</i>	29
3.1.6 <i>CaixaBank</i>	30
3.2 Neobancos.....	32
3.2.1 <i>Revolut</i>	33
4. Análisis empírico.....	37
4.1 Muestra.....	37
4.1.1 <i>Datos financieros</i>	37
4.1.2 <i>Datos de encuesta</i>	39
4.2 Resultados.....	39
4.2.1 <i>Resultados financieros</i>	39
4.2.2 <i>Resultados de encuesta</i>	41
5. Conclusión.....	46
6. Bibliografía.....	48
7. Anexos.....	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Balance BBVA a 31-12-2024.....	53
Tabla 2: Balance Banco Santander 31-12-2024.....	54
Tabla 3: Balance Bankinter 31-12-2024.....	55
Tabla 4: Balance Unicaja 31-12-2024.....	56
Tabla 5: Balance Banco Sabadell 31-12-2024.....	57
Tabla 6: Balance CaixaBank 31-12-2024.....	58
Tabla 7: Tablas de Datos Financieros.....	59
Tabla 8: Cuestionario.....	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Evolución de la actividad.....	11
Figura 2: Solvencia y morosidad.....	12
Figura 3: Entidades Bancarias.....	42
Figura 4: Media de las Variables recogidas en la Encuesta.....	43
Figura 5: Desviación Típica de las Variables recogidas en la Encuesta.....	44

1. Introducción

La trayectoria de las entidades financieras en España abarca más de un siglo, un periodo marcado por fluctuaciones inherentes a la coyuntura económica y política del país. La crisis financiera de 2008 generó una percepción de desamparo entre la ciudadanía española, impactando negativamente en la confianza hacia el sector bancario.

Tras este episodio, se implementaron reformas estructurales destinadas a fortalecer la resiliencia del sistema bancario, con el objetivo de mitigar el riesgo de futuras disrupciones. La reciente pandemia de COVID-19 sirvió como prueba de la eficacia de estas medidas, demostrando la capacidad del sector para absorber impactos económicos significativos sin sufrir menoscabos severos.

La motivación subyacente a esta investigación radica en la curiosidad por verificar empíricamente la prevalencia y magnitud de la percepción social respecto a las entidades bancarias. El objetivo primordial de este estudio es analizar la evolución del sector bancario español, desde una perspectiva tanto empírica como sociológica, integrando la voz de la sociedad española.

Para lograrlo, se llevará a cabo un análisis exhaustivo de la situación bancaria precrisis y postcrisis, así como se realizará un estudio de la situación financiera y estratégica de marketing de la banca, respaldado por datos empíricos. Este análisis se complementará con la interpretación de los resultados obtenidos de un cuestionario administrado a una muestra aleatoria de la población española, lo que permitirá contrastar las realidades macroeconómicas con las percepciones ciudadanas.

2. Evolución del sector financiero

2.1 Historia

El Banco de España, institución fundamental en la estructura financiera del país, tiene sus orígenes en el siglo XVIII, específicamente en el año 1782. Fundado bajo la denominación de “Banco Nacional de San Carlos”, en honor al monarca reinante Carlos III, su establecimiento respondió a la necesidad de proveer apoyo financiero al Estado mediante la gestión de deuda pública, entonces conocida como vales reales, y su conversión en efectivo circulante. Asimismo, se le encomendó la provisión de créditos para el fomento de la industria y el comercio, la gestión de los pagos de la Corona en el extranjero y la cobertura de los gastos militares. (Banco de España. (s.f.))

A lo largo de su trayectoria, la institución ha experimentado diversas modificaciones en su denominación, reflejo de los cambios políticos y sociales acaecidos en el país. El cambio definitivo a “Banco de España” se produjo en 1856, en virtud de la Ley del 28 de enero. Esta legislación no solo estableció la denominación actual, sino que también transfirió al Gobierno la potestad de nombrar al gobernador y a sus dos subgobernadores. A partir de este hito, el Banco de España inició un proceso de expansión de su red de sucursales en las principales ciudades del territorio nacional. (Banco de España. (s.f.))

2.2 Contexto económico

Dada la extensa cantidad de entidades bancarias que han operado en España a lo largo de la historia, se hace necesario establecer criterios de selección para el presente análisis. Por eso este estudio va a centrar su enfoque en aquellos bancos que actualmente cotizan en el IBEX 35.

La selección resultante comprende las siguiente seis entidades: Banco Santander, BBVA, Bankinter, CaixaBank, Banco Sabadell y Unicaja. No obstante, para comprender la configuración actual del sistema bancario español, es imprescindible retroceder a los primeros años del siglo XXI, un periodo marcado

por transformaciones económicas significativas tanto a nivel nacional como europeo.

Desde el punto de vista del contexto europeo, la creación de la Unión Europea supuso un hito en la integración política y económica del continente, agrupando a 27 países con el objetivo de gestionar de forma conjunta los intereses comunes. Uno de los pasos más relevantes en este proceso fue la adopción de una moneda única: el euro. Esta decisión, tomada en 1998, se materializó inicialmente en 1999 con la introducción del euro en los mercados financieros, y se hizo plenamente efectiva en 2002, tras un periodo de transición que permitió la adaptación de los ciudadanos y las economías nacionales. En el caso de España, la sustitución de la peseta por el euro (a un tipo de cambio de 166,386 pesetas por euro) representó un cambio profundo, especialmente para los sectores de población mayor edad, quienes enfrentaron mayores dificultades en la adaptación al nuevo sistema monetario. (Banco de España. (s.f.).)

Paralelamente, España experimentaba un periodo de expansión económica impulsado por una intensa actividad en el sector inmobiliario. Desde comienzos de la década de 2000, el país vivió un auge en la construcción y compraventa de viviendas, alimentado por varios factores: un crecimiento económico sostenido, la reducción de los tipos de interés y la eliminación de los riesgos cambiarios derivados de la adopción de una moneda común. Esta coyuntura generó una burbuja inmobiliaria que, aunque inicialmente contribuyó al dinamismo económico, sentó las bases de una crisis profunda. (Banco de España. (s.f.).)

Este ciclo culminó a finales de 2007, cuando estalló una crisis financiera global que afectó severamente a las economías de todo el mundo, incluida la española, y puso de manifiesto las debilidades estructurales del sistema financiero y del modelo de crecimiento basado en el sector inmobiliario. (Banco de España. (s.f.).)

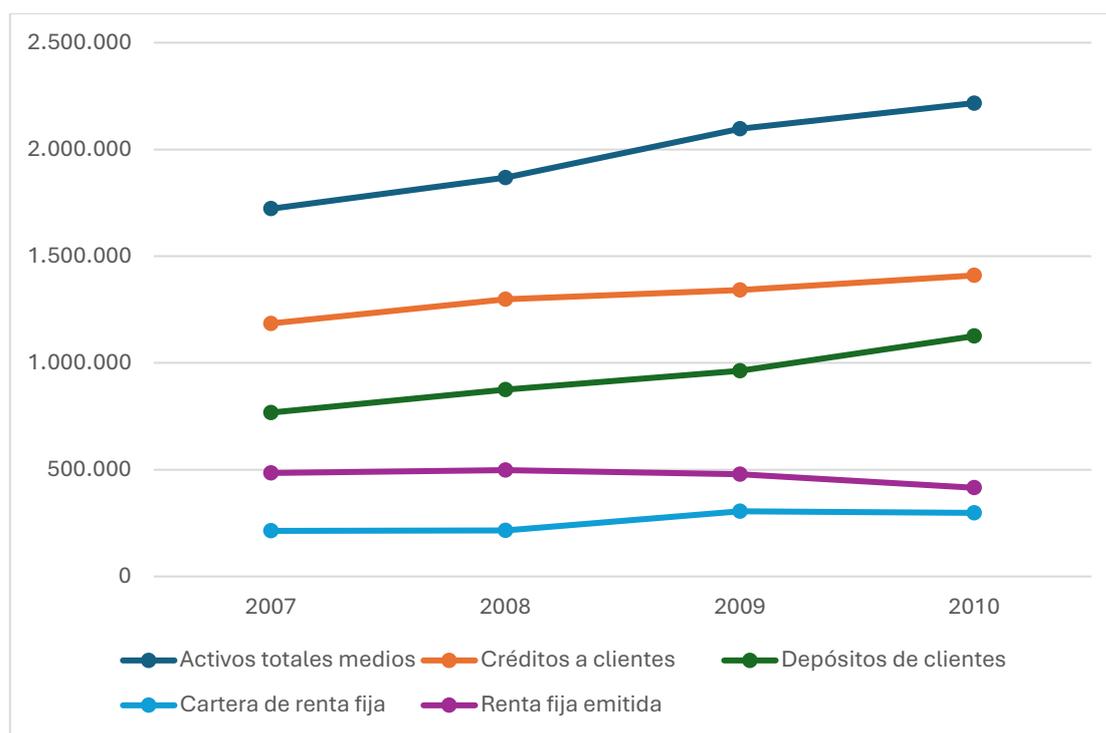
Posteriormente, en septiembre del año 2008, el banco Lehman Brothers uno de los bancos financieros más importantes en el mundo, quebró por sus hipotecas subprime e hizo que todos los valores del mercado bursátil se desplomaran. A nivel global fue una crisis financiera muy importante, la cual afectó a todos los países. (Banco de España. (s.f.).)

En cuanto a España, hubo varias etapas marcadas por el cauce de los hechos. En el año 2007 ya existía una caída de números, pero no fue hasta 2008 cuando estalló por completo. Por su parte, el año 2009, fue un año muy duro para el país porque entra en una profunda recesión marcada por la caída del comercio y la producción y el aumento del paro. En el tramo que comprende los años 2010 a 2012 se tomaron medidas seriamente censuradas, ya que conllevó a la pobreza a muchas familias españolas. A esto le unimos la gran desconfianza que había en el sistema bancario, lo que dificultaba el acceso a créditos. 2013 y 2014 fueron años de lenta recuperación, creciendo económicamente y aumentando el empleo. Los años posteriores pueden ser considerados como años dónde se experimentan las secuelas de los acontecimientos económicos de las épocas previas. (Banco de España. (s.f.).)

Venimos viendo que España hasta entonces atravesaba uno de sus momentos más gloriosos económicamente, por lo que esta crisis fue un impacto de gran escala. Supuso una ruptura en la etapa de crecimiento económica que había desde los años noventa. Para hacernos una idea, la tasa de paro paso de rondar niveles de 8%, a alcanzar niveles de 27%. (Banco de España. (s.f.).)

En estas coordenadas económicas, el sector bancario fue uno de los sectores que más sufrió las consecuencias de esta crisis, y esta circunstancia dio lugar a un desplome de beneficios, aumento en la morosidad y elevado nivel de deuda acumulando. Como pone en manifiesto Joaquín Maudos, el objetivo del análisis de las entidades bancarias es cuantificar el impacto de la crisis española, y en este sentido, desde finales de 2007 hasta 2010, la evolución de la banca está marcada por el impacto de la crisis y el final del boom inmobiliario. Dos indicadores muy importantes que nos hacen ver claramente los nefastos rendimientos son la contracción de la actividad económica y la fuerte dependencia del sector inmobiliario. Ambos han provocado una elevada tasa de morosidad que se traduce en una presión de solvencia para el sector.

Figura 1: Evolución de la actividad



Fuente: Elaboración propia a partir del informe de Joaquín Maudos (2011)

La figura 1 ilustra la evolución de la actividad bancaria en el periodo comprendido entre 2007 y 2010, cuantificada a través de cinco indicadores financieros clave: Activos totales medios (representado por la línea azul oscuro), créditos a clientes (representado por la línea naranja), depósitos a clientes (representado por la línea gris), cartera de renta fija (representado por la línea azul claro) y renta fija emitida (representado por la línea amarilla).

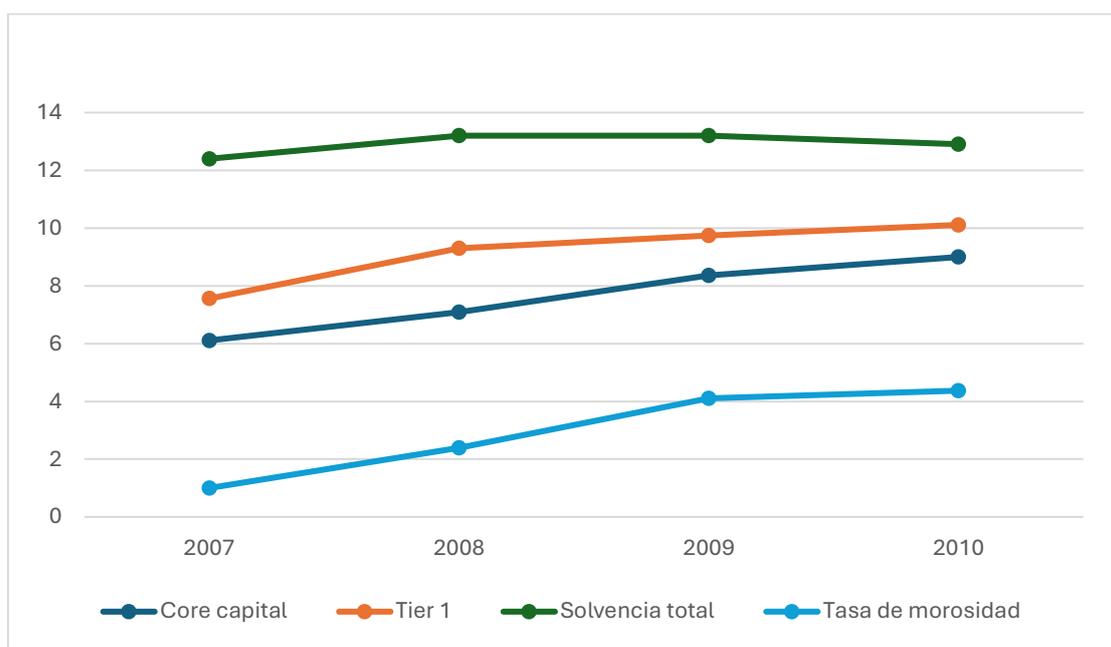
Se observa una tendencia de crecimiento ascendente y consistente en tres de los indicadores principales: los activos totales medios, los créditos a clientes y los depósitos a clientes. Esta trayectoria se mantiene a lo largo de todo el periodo analizado, sugiriendo una expansión sostenida de la actividad o el tamaño del sector en cuestión.

Sin embargo, la evolución de la cartera de renta fija (línea amarilla) presenta un comportamiento diferenciado. Tras un incremento entre 2007 y 2009, se registra un ligero descenso en 2010. Esta disminución puede atribuirse a la depreciación del valor de los activos de renta fija que componen dicha cartera, un fenómeno que podría vincularse a las condiciones del mercado en el momento.

Por su parte, la renta fija emitida (línea azul claro) mantiene una tendencia relativamente estable hasta el año 2009, experimentando una disminución discernible entre 2009 y 2010. Este decremento sugiere una menor capacidad de la entidad para emitir deuda de renta fija durante dicho periodo, siendo indicativo de los cambios en las estrategias de financiación que atravesaba el entorno económico.

Considerando la tendencia ascendente tanto de los créditos como de los depósitos de los clientes, la necesidad de financiación externa por parte del sistema bancario se ha visto reducida. Esto se debe a que el ritmo de crecimiento de los depósitos supera al de los créditos, lo que permite a las entidades bancarias incrementar su capacidad de autofinanciación. Y, además, mejora la posición de liquidez interna.

Figura 2: Solvencia y morosidad



Fuente: Elaboración propia a partir del informe de Joaquín Maudos (2011)

Esta figura 2 presenta la evolución entre 2007 y 2010 de cuatro indicadores bancarios como son: Core capital (representado por la línea azul), Tier 1 (representado por la línea naranja), Solvencia total (representado por la línea gris) y tasa de morosidad (representado por la línea amarilla).

Se observa que la mayoría de los indicadores bajo consideración exhiben un incremento significativo a lo largo del periodo, con la notable excepción de la solvencia, la cual, en contraste, se mantiene en un nivel robusto.

No obstante, el aspecto más crítico y alarmante de esta evolución es el pronunciado aumento de la tasa de morosidad, que se cuadruplicó entre los años 2007 y 2010. Este dato reviste una seria preocupación, ya que un incremento de la morosidad conlleva directamente al deterioro de la calidad de los activos y eleva el riesgo de insolvencia bancaria. Como se constatará en análisis posteriores, esta tendencia fue un factor determinante en la trayectoria de las entidades financieras españolas.

Al considerar otras variables clave que permiten analizar la situación del sector bancario durante el periodo de crisis, destaca el comportamiento del ratio de cobertura, el cual evidencia una creciente dificultad por parte de las entidades financieras para provisionar adecuadamente sus riesgos o cubrir sus exposiciones a activos deteriorados. La disminución de este indicador, en un contexto de aumento de morosidad como se ha señalado previamente, pone de manifiesto una tensión creciente en la capacidad de las entidades para gestionar de forma preventiva sus riesgos crediticios.

Por otro lado, los márgenes de interés experimentaron una contracción entre 2009 y 2010, atribuible a la presión ejercida sobre los tipos de interés durante dicho periodo. En lo que respecta a las dotaciones y provisiones, el notable incremento registrado responde directamente al deterioro en la calidad de los activos, fenómeno estrechamente vinculado al repunte de la morosidad. Finalmente, la reducción del rendimiento sobre los activos (ROA) constituye un indicador directo de la disminución de la rentabilidad global e los activos gestionados por las entidades bancarias.

La evolución de la eficiencia en el sector bancario entre 2007 y 2010 presenta una trayectoria en forma de “U”. En los primeros años del periodo, concretamente entre 2007 y 2008, se observa una mejora en la eficiencia operativa. Sin embargo, a partir de 2009 se registra un leve deterioro, reflejado en un incremento del indicador, lo

que sugiere una pérdida relativa en la capacidad del sector para optimizar la relación entre costes e ingresos.

Los resultados consolidados correspondientes al periodo 2007-2010 evidencian una tendencia descendente, coherente con el contexto económico adverso que atravesaba el país en esos años. Esta evolución se alinea con los distintos indicadores analizados previamente, los cuales reflejan el deterioro progresivo de la actividad bancaria y financiera durante dicho intervalo de tiempo.

En definitiva, teniendo en cuenta los acontecimientos económicos que han tenido lugar en el periodo referido, la recuperación de España viene dada por mayores dificultades en comparación con otros países debido al impacto significativo en el tejido empresarial y el sistema bancario nacional. No obstante, como se ha evidenciado, la crisis afectó de manera heterogénea a los grupos bancarios.

No obstante, el año 2010 marcó un punto de inflexión decisivo para las entidades bancarias en España, redefiniendo la estructura y el panorama del sector financiero. Este periodo estuvo caracterizado por una profunda reestructuración, impulsada por la delicada situación de las cajas de ahorro y su elevada exposición a la deuda.

Ante este escenario, se implementaron las denominadas “fusiones frías”. Estas operaciones estratégicas condujeron a la consolidación de numerosas cajas de ahorro, sentando las bases para nuevas entidades. Ejemplos prominentes incluyen la fusión de Caja Duero y Caja España para formar Caja España, o la unión de Caja Madrid, Bancaja y otras, que dio origen a Bankia. Estas fusiones buscaron fortalecer la solvencia y la eficiencia de las entidades resultantes, crucial para la estabilidad del sistema. Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos de consolidación, la economía española no logró revertir su tendencia decreciente. La esperanza de una recuperación en 2010 se vio frustrada, y el país se sumergió en una segunda recesión, prolongando el periodo de inestabilidad y desafíos económicos. (Informe Anual, BCE, 2010)

En el año 2011, la economía española inició una leve recuperación que se vio truncada por el agravamiento de las tensiones financieras en Europa a partir del verano. Esta situación provocó una contracción del PIB del 1%, un aumento del

desempleo, una crisis en el crédito y el sector inmobiliario, así como una desviación significativa del déficit público y un incremento de la deuda hasta el 69% del PIB. En respuesta a estos acontecimientos, el Gobierno emitió el Real Decreto-Ley 2/2011, que elevó los requisitos de capital e impulsó una serie de reformas estructurales. (Informe Anual, BCE, 2011)

El periodo comprendido entre los años 2012-2014 marcó una fase crítica y transformadora para el sector bancario español, caracterizada por la intervención externa, la implementación de reformas estructurales y una lenta recuperación de la confianza financiera.

En concreto, en 2012, España enfrentó una profunda crisis económica y financiera que exigió una asistencia financiera externa. La Unión Europea respondió concediendo un paquete de aproximadamente 65 millones de euros. Estos fondos, gestionados a través del Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria (FROB), fueron canalizados directamente a las entidades bancarias con el propósito de recapitalizarlas y sanear sus balances. (Informe Anual BCE 2012)

El año 2013 representó un punto de inflexión, con el inicio de un proceso de reestructuración profunda del sector bancario. Tras la inyección de capital del año previo, la confianza en el sistema financiero comenzó a recuperarse, aunque de forma muy gradual y lenta. Sin embargo, este periodo también se caracterizó por significativas restricciones en la concesión de créditos, afectando de manera notable a pequeñas y medianas empresas (pymes) y a particulares. Paralelamente, las entidades bancarias llevaron a cabo un saneamiento intensivo de sus activos para cumplir con los nuevos y más estrictos requisitos de capital, así como con los índices establecidos en el acuerdo de Basilea III. (Informe Anual BCE 2013)

Hacia 2014, el panorama bancario evidenció cambios estructurales importantes, como la drástica reducción del número de cajas de ahorro, un proceso que venía gestándose tras años de deterioro. A pesar de los desafíos persistentes, las ratios de rentabilidad y solvencia comenzaron a mostrar signos de mejora. Esta recuperación fue impulsada por el saneamiento de activos y un leve descenso de la morosidad. Adicionalmente, el sector experimentó la implementación de nuevas

reformas derivadas del Mecanismo Único de Supervisión, lo que contribuyó a fortalecer el marco regulatorio. (Informe Anual BCE 2014)

Superado el periodo de crisis financiera, el sistema bancario español ha exhibido una notable estabilidad y resiliencia. La superación de la pandemia de COVID-19 sin incidentes significativos es atribuible, en gran medida, a la elevada capitalización de las entidades y al soporte proporcionado por las medidas de apoyo del BCE.

A partir de 2015, las entidades bancarias en España iniciaron una fase de reestructuración poscrisis, caracterizada por la optimización de su red de sucursales y la consecuente reducción de personal. Este proceso resultó en una disminución significativa de la presencia bancaria en entorno rurales. No obstante, desde 2018, el sector ha emprendido una profunda transformación digital, disminuyendo progresivamente su dependencia de la infraestructura física. En paralelo, se ha observado un incremento sustancial en la inversión en tecnología, medioambiente y sostenibilidad, impulsada por la creciente demanda de servicios asociados a estas áreas. (KPMG en España, 2021)

Si bien la rentabilidad del sector se ha visto impactada por el aumento de la inflación en los últimos años, la regulación europea ha jugado un papel crucial al exigir una mayor transparencia y un control de riesgos más riguroso, con el objetivo de prevenir futuras recesiones. Actualmente, los canales digitales, como la banca en línea y las aplicaciones móviles, constituyen los medios predilectos para la interacción con los clientes. Adicionalmente, la emergencia y consolidación de los neobancos, operando exclusivamente en formato digital, representa una tendencia disruptiva y permanente en el panorama financiero.

Finalmente, en la actualidad, España mantiene una deuda de 12 mil millones de euros correspondiente al rescate bancario de 2012, estimándose su liquidación total para el año 2027. (Allendesalazar, 2024)

2.3 Evolución de las entidades financieras

A partir de la contextualización anterior, el estudio se va a centrar en el análisis de la trayectoria evolutiva de las seis principales entidades bancarias identificadas con anterioridad: BBVA, Banco Santander, Unicaja, Banco Sabadell, Bankinter y CaixaBank.

En primer lugar, BBVA. Los orígenes de la entidad bancaria Banco Bilbao Vizcaya (BBVA) se remontan a 1857, año en que se establece el Banco de Bilbao. Esta fundación se produjo en el contexto de la Ley de Bancos de 1856, promulgada durante el reinado de Isabel II. Inicialmente concebido como un banco de emisión, la institución evolucionó gradualmente para abarcar también las actividades de banca comercial y de inversión. Durante sus primeras décadas, el Banco de Bilbao desempeñó un papel fundamental en el apoyo a la actividad empresarial en la región de Vizcaya. (BBVA, 2025)

En 1901, ante la creciente competencia de nuevas entidades, como el Banco de Vizcaya en el País Vasco, el Banco de Bilbao procedió a su fusión con el Banco de Comercio. Si bien el Banco de Comercio pasó a operar como una filial, mantuvo su denominación e identidad propias. Este evento marcó el inicio de un periodo de intensa rivalidad bancaria que se prolongaría durante varias décadas, impulsando a las entidades a una constante búsqueda de mejora y expansión a nivel nacional. No obstante, la dinámica competitiva culminó en 1988 con la fusión del Banco Bilbao y Banco de Vizcaya. Esta unión estratégica tenía como objetivo fortalecer sus capacidades y fomentar un crecimiento conjunto ante un panorama financiero cada vez más complejo, caracterizado por nuevas regulaciones y la emergencia de nuevos competidores. La fusión más trascendental se materializó en 1999, cuando el resultante Banco Bilbao Vizcaya (BBV) se fusionó con Argentaria. Esta operación dio origen a la entidad que hoy conocemos como Banco Bilbao Vizcaya Argentina S.A. (BBVA), fusión que no solo representó una significativa ampliación financiera, sino también una considerable expansión de su patrimonio básico.

En la actualidad, BBVA opera con una presencia global en más de 25 países, donde facilita las transacciones financieras cotidianas de familias y empresas.

Vamos a proceder con el análisis del balance de situación (Anexo 7.1) y la valoración de mercado (Anexo 7.7) de la entidad financiera para determinar sus métricas actuales. Todo ello a fecha de 31-12-2024.

A fecha de 31 de diciembre de 2023, el balance de situación del BBVA presentaba un total de activo de 775.558 millones de euros, cifra que se correspondía de forma exacta con el total del pasivo más el patrimonio neto, en cumplimiento del principio contable de equilibrio patrimonial. (Informe 4T24 Grupo Balance Actividad - Inversiones En Bolsa, Analistas de Mercados y Financieros – BBVA)

La disminución del balance de situación a 31 de diciembre de 2024, en comparación con la misma fecha en 2023, se atribuye principalmente a modificaciones significativas en la composición de sus activos y pasivos. En el lado de los activos, se observa una reducción en la liquidez disponible, manifestada por una caída en el efectivo y equivalentes, así como un descenso en los activos financieros mantenidos para negociación. En cuanto a los pasivos, la contracción se debe fundamentalmente a una disminución en los depósitos de bancos centrales y otras entidades de crédito. A pesar del incremento en los fondos propios, este no fue suficiente para compensar la reducción global de activos y pasivos, resultando en la contracción neta del balance.

Al cierre del ejercicio 2024, el valor de mercado de BBVA se situó en 9,45 euros por acción, posicionándose como entidad con la cotización más elevada dentro del sector financiero español. Esta valoración se tradujo en una capitalización bursátil de 54.463 millones de euros.

En segundo lugar, el Banco Santander que es una destacada institución financiera. Fue fundado en 1857 bajo la autorización de la Reina Isabel II, quién promulgó la normativa para su constitución. En sus inicios, esta entidad operaba bajo la supervisión gubernamental, centrandose sus actividades en la emisión del papel moneda y el comercio marítimo. Su estratégica ubicación en el puerto de Santander le confería una ventaja inherente para la industria naval de la época; sin embargo, su expansión no tardó en trascender las fronteras nacionales a internacionales. (Banco Santander, Nuestra Historia | Sobre Nosotros)

A lo largo de su historia, el Banco Santander se ha caracterizado por su participación en fusiones significativas con grandes entidades internacionales, especialmente en países de Sudamérica. Un hito relevante en su desarrollo ocurrió en 1965, cuando, en colaboración con el Bank of América, se estableció lo que hoy es Bankinter. No obstante, pocos años después, Bankinter comenzó a cotizar de manera independiente en la Bolsa de Madrid, desvinculándose de la participación original.

La fusión más trascendental para la entidad se produjo en 1999, con la integración del Banco Central Hispano. Este evento marcó un punto de inflexión, consolidando al Banco Santander como la mayor entidad financiera en España y un líder indiscutible en el ámbito iberoamericano. En la actualidad, es reconocido como un referente global en la banca, con una presencia y una influencia significativas tanto en España como en América.

Vamos a proceder con el análisis del balance de situación (Anexo 7.2) y la valoración de mercado (Anexo 7.7) de la entidad financiera para determinar sus métricas actuales.

A fecha de 31 de diciembre de 2023, el balance de situación del Banco Santander presentaba un total de activo de 1,797.062 millones de euros, cifra que se correspondía de forma exacta con el total del pasivo más el patrimonio neto, en cumplimiento del principio contable de equilibrio patrimonial. (Invierte, 2025)

A partir de los datos disponibles, se observa que el balance de situación del ejercicio 2024 experimentó un incremento del 2,23% en comparación con el cierre del ejercicio 2023. Este crecimiento se explica, fundamentalmente, por la expansión de los activos totales, impulsada por el aumento de las carteras de crédito. Asimismo, se registró un incremento de los pasivos, derivado de una mayor captación de depósitos. A ello se suma la mejora de indicadores clave de solvencia, como la ratio de capital Tier 1, así como una optimización en la estructura de costes operativos, factores que en conjunto contribuyeron al fortalecimiento del balance general de la entidad.

A cierre del ejercicio 2024, el valor de mercado del Banco Santander se situó en 4,465 euros por acción, lo que, en conjunto con el número total de acciones en circulación, dio lugar a una capitalización bursátil de 67.048 millones de euros.

En tercer lugar, Unicaja. La génesis de Unicaja Banco se sitúa en 1991, con la constitución de una caja de ahorros mediante la fusión de diversas cajas preexistentes, tales como las de Almería y Cádiz. No obstante, no fue hasta 2011 cuando esta institución adoptó formalmente la denominación de Unicaja Banco. (Unicaja, 2025)

Se trata de una entidad con carácter eminentemente español, que ha consolidado una significativa presencia en las comunidades autónomas donde fue establecida originalmente. Su modelo de negocio se ha centrado en proporcionar un servicio financiero de proximidad y alta calidad a sus clientes en estas regiones.

A continuación, se realizará un análisis detallado del balance de situación (Anexo 7.4) de la entidad financiera al 31 de diciembre de 2024. Asimismo, se procederá al desglose del valor de mercado de la entidad en esa misma fecha (Anexo 7.7).

A 31 de diciembre 2023, el balance de situación de Unicaja registró un total de activo de 97153 millones de euros, en perfecta correspondencia con el total de pasivo más patrimonio neto, que ascendió a la misma cifra.

Los datos interanuales revelan un incremento del 0,22%. Aunque este crecimiento no sea cuantitativamente elevado, el hecho de que la entidad experimente una expansión, incluso si es modesta, constituye un indicador positivo. Un aspecto destacable es el sólido crecimiento en rentabilidad de Unicaja, acompañado de un aumento de los ingresos por intereses.

A 31 de diciembre de 2024, el valor de cotización de las acciones de Unicaja se situó en 1,27 euros por acción. En consecuencia, la capitalización bursátil de la entidad ascendió a 5.020 millones de euros.

En cuarto lugar, Banco Sabadell. El Banco de Sabadell fue fundado en 1881 por un grupo de empresarios, quienes aportaron un capital inicial de 10 millones de pesetas. Sus actividades iniciales se centraron en el comercio de lanas y carbón, evolucionando hacia los servicios financieros a principios del siglo XX. Tras la Guerra Civil Española, la mejora del contexto económico y la recuperación de la

confianza permitieron a la entidad iniciar una fase de expansión, abriendo nuevas sucursales fuera de Sabadell. Esta expansión territorial alcanzó Londres en la década de 1970. (Banco Sabadell, Historia)

Posteriormente, el banco realizó una significativa inversión en tecnología. En la década de 1990, tras una renovación de su imagen corporativa, la entidad pasó a denominarse formalmente “Banco Sabadell”. El siglo XXI marcó un punto de inflexión con su inclusión en el IBEX35 y la adquisición de Banco Herrero. A estas operaciones le siguieron otras adquisiciones estratégicas, incluyendo Banco Atlántico, Banco Urquijo, Transatlantic Bank de Miami, Banco Guipuzcoano y Banco CAM.

Estas múltiples adquisiciones consolidaron una fase de expansión internacional, posicionando a Banco Sabadell como un referente destacado en la banca española. Actualmente, la situación de Banco Sabadell se encuentra bajo un escrutinio significativo debido a la propuesta de una Oferta Pública de Adquisición (OPA) hostil por parte de BBVA.

A continuación, se realizará el análisis del balance de situación de la entidad a 31 de diciembre de 2024, en contraste con su balance a cierre de 2023. El objetivo es identificar y evaluar las mejoras financieras registradas entre ambos ejercicios. El balance completo para el año 2024 puede consultarse en el Anexo 7.5.

A fecha 31 de diciembre de 2023, el balance de situación del Banco Sabadell reflejó un total de activo de 235173 millones de euros, equilibrado por un total de pasivo más patrimonio neto de 235173 millones de euros.

La comparación de estos datos con el ejercicio 2024 revela un incremento del balance del 1,88%. Aunque este aumento pueda no ser tan pronunciado como en otras entidades del sector, reviste una importancia considerable para Banco Sabadell, dado que la entidad ha alcanzado récords en beneficio bruto. Adicionalmente, se ha observado un incremento en su valor contable y se posiciona como líder en el ranking europeo de crecimiento de la rentabilidad, junto con Unicaja.

A 31 de diciembre de 2024, la valoración de mercado de la entidad se determinó a partir de su capitalización bursátil, que alcanzó los 10.063 millones de euros, y su cotización por acción, la cual se situó en 1,88 euros. Véase Anexo 7.7.

En quinto lugar, Bankinter. Fue fundado en 1965 como un banco industrial, resultado de una inversión a parte iguales entre el Banco Santander y el Bank of América, lo que marcó su independencia de las instituciones financieras y su transformación en un banco comercial. (Bankinter, Historia)

Bankinter se ha distinguido por ser una entidad pionera en banca electrónica en España. A lo largo de su trayectoria, ha demostrado una capacidad constante de crecimiento y una notable habilidad para capitalizar las diversas oportunidades de mercado que se le han presentado.

A continuación, se procederá al análisis de la situación financiera con la que la entidad bancaria concluyó el ejercicio fiscal de 2024.

El 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de Bankinter presentó un total de activos de 113011642 miles de euros, el cual corresponde exactamente con el total de pasivo más patrimonio neto, reflejando ecuación contable fundamental.

Comparando ese dato con el balance desglosado para el año 2024 (cuyos detalles se presumirán en el Anexo 7.3), se observa un incremento de 8960181 miles de euros, lo que representa un crecimiento del 7,93% en el balance de la entidad. Este resultado positivo es atribuible a la eficacia estratégica implementada durante el ejercicio 2024. Entre los factores clave de este crecimiento se destacan el aumento en los depósitos de clientes y la expansión de las carteras de créditos.

A cierre del ejercicio fiscal 2024, el valor de mercado de Bankinter se estableció en 7,64 euros por acción en la cotización bursátil del 31 de diciembre. La capitalización bursátil de la entidad ascendió a 6.900 millones de euros. Véase Anexo 7.7.

En último lugar, CaixaBank. El origen de la entidad financiera que hoy conocemos como CaixaBank se remonta a 1904, año en que Francesc Moragas fundó la Caja de Pensiones para la Vejez y de Ahorros. La iniciativa surgió con el propósito fundamental de fomentar el ahorro y la previsión entre la población, en respuesta

directa a la crisis social que caracterizaba el contexto de la época. (CaixaBank, Historia del Grupo)

La expansión inicial de la institución se centró en Cataluña, sentando las bases de sus distintivos rasgos: proximidad, cercanía, compromiso social, marcada capacidad comercial, un servicio de calidad y un modelo de gestión diferencial. En 1913, su alcance territorial se amplió con la apertura de sucursales en las Islas Baleares. Durante las décadas subsiguientes, la entidad consolidó su obra social, lo que contribuyó a fortalecer su vínculo con la sociedad.

Actualmente, CaixaBank posee la red de oficinas más extensa de España, superando las 5000 sucursales, lo que subraya su posición dominante en el panorama bancario nacional.

A continuación, se procederá al análisis de la situación financiera con la que la entidad bancaria concluyó el ejercicio fiscal de 2024. El balance de situación utilizado para este análisis, con fecha de 31 de diciembre de 2024, se encuentra detallado en el Anexo 7.6 del presente documento.

A fecha 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de CaixaBank reflejó un total de activos de 500.024 millones de euros, equilibrado por un total de pasivo más patrimonio neto de la misma cuantía.

Los datos comparativos entre 2023 y 2024 indican un incremento del balance del 3,29%. Este crecimiento se atribuye principalmente a la superación de los objetivos establecidos en el plan estratégico 2022-2024, una gestión de riesgos prudente, y un sólido crecimiento tanto en la actividad comercial como en la rentabilidad de la entidad.

Al cierre del ejercicio fiscal de 2024, la cotización bursátil se situó en 5,236€ por acción. Consecuentemente, la capitalización bursátil alcanzó los 37.269 millones de euros. Véase Anexo 7.7.

3. Evolución del marketing bancario

La exposición diaria de los individuos a un volumen considerable de impactos publicitarios conlleva, en su mayoría, a una omisión involuntaria de dicha

información. Este fenómeno se atribuye a la saturación informativa que experimenta el cerebro humano, lo que representa un desafío significativo para las empresas que buscan captar la atención de los consumidores.

Para analizar con precisión la publicidad empleada por las entidades bancarias y su repercusión en la población, es fundamental comprender el concepto de marketing bancario. Definimos el marketing bancario como el conjunto de estrategias y técnicas implementadas por las entidades financieras, tras la realización de un análisis interno y externo, con el objetivo de atraer la atención de los clientes, optimizar la comunicación y promover la venta de sus productos o servicios. (Suarez, 2025)

Como pone de manifiesto Ana Trenza, ex empleada del Banco Popular S.A., la utilización óptima de los recursos disponibles para la elaboración de un plan de marketing financiero permite a las entidades identificar los factores clave de su estrategia de comunicación, que incluyen: imagen corporativa y su gestión, precios de productos y servicios, canales de distribución y comunicación, campañas publicitarias y promocionales y oferta de productos y servicios. (Trenza, 2024)

A lo largo del ejercicio anual, las entidades bancarias destinan una parte significativa de sus beneficios a estrategias de marketing financiero, con el propósito de ampliar su base de clientes, fidelizar a los ya existentes y fomentar una mayor adopción de su cartera de productos y servicios.

No obstante, evaluar qué entidad logra una mayor captación de audiencia resulta complejo, dado que intervienen múltiples factores en la elección del banco de referencia por parte de la población. Entre estos factores destacan variables demográficas, la proximidad geográfica de las sucursales y la influencia del entorno familiar, especialmente en el caso de los segmentos más jóvenes de la población.

Cada entidad financiera desarrolla su propia estrategia de marketing, adaptada a sus objetivos y características particulares. Por ello, resulta pertinente realizar un análisis individualizado de cada banco antes de abordar una evaluación comparativa del sector.

3.1 Banca Tradicional

Este análisis examina las estrategias de producto, precio distribución y promoción de seis de las principales entidades en España: BBVA, Banco Santander, Unicaja, Banco Sabadell, Bankinter y CaixaBank. El objetivo es ofrecer una visión comparativa de sus modelos de negocio y posicionamiento en el mercado, con especial atención a las dinámicas observadas durante el año 2024.

3.1.1 BBVA

BBVA ofrece un portafolio de servicios financieros diversificado y adaptado a segmentos específicos de clientes. En el ámbito de las cuentas, se distinguen opciones como la “Cuenta Online” dirigida a menores y jóvenes. El catálogo de tarjetas es extenso, abarcando modalidades de crédito, débito y prepago, como la “Tarjeta Azul BBVA” y la “Tarjeta Crea BBVA”. En el segmento de financiación, se destacan hipotecas con tasas de interés competitivas, complementadas con simuladores en línea, y préstamos personales flexibles. La oferta se completa con seguros (vehículo, salud, vida, viaje, hogar), planes de pensiones (orientados a clientes con nómina domiciliada), un “Espacio de Energía” para ahorro energético y soluciones de inversión y ahorro que incluyen fondos, depósitos y carteras gestionadas. (BBVA, 2025)

La estructura de precios de BBVA es variable, condicionada por factores como la edad, ingresos mensuales y el tipo de cuenta. Las cuentas presentan un coste inicial de 0€ durante los primeros meses, transitando posteriormente a un rango de 0€, 15€ o 40€ trimestrales, en función del uso y la contratación de servicios adicionales. Las tarjetas conllevan un coste anual que oscila entre 40€ y 120€. Las comisiones por retirada en cajeros extranjeros son del 4,5% para débito y 5% para crédito, con un 3% por cambio de divisas. Las transferencias interbancarias inmediatas incurren en una comisión aproximada del 1%, mientras que las transferencias internacionales rondan el 0,65%. Para el resto de los productos, la

tarificación se ajusta a las condiciones individuales del cliente y los servicios contratados. (BBVA, 2025)

BBVA se posiciona como una entidad líder en digitalización. Sus canales de distribución incluyen una sólida banca online, una aplicación móvil avanzada, presencia activa en redes sociales, asistentes virtuales y canales de comunicación interna. Paralelamente, mantiene una extensa red de oficinas físicas y una amplia cobertura de cajeros automáticos a nivel peninsular. La atención telefónica opera de manera ininterrumpida (24/7). (BBVA, 2025)

El año 2024 fue notable para BBVA, marcado por la controversia de la Oferta Pública de Adquisición (OPA) sobre Banco Sabadell. Las campañas promocionales se centraron en este evento, así como en la banca online y la sostenibilidad. Entre las iniciativas destacadas se encuentra la campaña "La vida en el móvil, Cuenta Online", que enfatiza la simplicidad y accesibilidad de los servicios digitales. La campaña "Diálogo por la integración con Banco Sabadell" buscó persuadir a los accionistas sobre los beneficios de la potencial fusión. La estrategia promocional se complementa con patrocinios relevantes, como las colaboraciones con los hermanos Roca y la FIFA. (BBVA, 2024)

3.1.2 Banco Santander

Banco Santander ofrece una amplia gama de productos financieros. Esto incluye cuentas corrientes y tarjetas (crédito, débito y prepago) con distintas características. En el área de ahorro e inversión, se proporcionan fondos, planes de pensiones, seguros de ahorro, acceso a bolsas y mercados, y un conversor de moneda. La oferta hipotecaria es variada, con opciones fijas, variables y mixtas. Los préstamos abarcan desde anticipos de nómina hasta préstamos personales de mayor envergadura. Adicionalmente, se ofrecen seguros (MAPFRE, vida, coche, viaje) y alarmas, junto con servicios de banca online y pago móvil. (Banco Santander, 2025)

En cuanto a la política de precios, las cuentas corrientes pueden estar exentas de comisiones si se cumplen los requisitos específicos de cada una; de lo contrario,

la "Cuenta Santander One" puede tener costes entre 120€ y 240€ anuales. La mayoría de las tarjetas son gratuitas, con la excepción de la "Tarjeta Santander Iberia" que tiene un coste anual de 100€. Las hipotecas presentan tipos de interés que varían significativamente según la situación individual, oscilando entre el 1,55% y 2% para las fijas, y entre 0,15% y 0,25% para las variables. Las comisiones de los préstamos varían del 0,5% al 3%. Las transferencias realizadas a través de la banca online son gratuitas hasta 60.000€, mientras que las gestionadas en oficina tienen un coste de 6€ a 25€. (Banco Santander, 2025)

La estrategia de distribución de Banco Santander combina canales físicos (oficinas y sucursales con atención personalizada y cajeros automáticos) con canales virtuales robustos, incluyendo banca online y una aplicación móvil que permite el acceso completo a las funcionalidades bancarias 24/7. También mantienen una presencia significativa en redes sociales y ofrecen atención telefónica y por correo electrónico. (Banco Santander, 2025)

El año 2024 para Banco Santander se caracterizó por una intensa actividad publicitaria, con campañas protagonizadas por figuras públicas e incentivos atractivos. La campaña "Bienestando", con la participación de Aitana, se dirigió a un público joven, promoviendo la facilidad de acceso a servicios bancarios y de vida. La campaña "Te dejaré sin palabras: iPhone 16 por 0€", con Ricardo Darín, ofreció un dispositivo móvil a cambio de la domiciliación de nómina. Los patrocinios son un pilar fundamental en su estrategia de marketing, destacando su asociación con la Fórmula 1. (Banco Santander, Sala de Comunicación)

3.1.3 Unicaja

Unicaja ofrece cuentas bancarias como la "Cuenta Joven" (18-27 años), la "Cuenta de Pago Básica" y la "Cuenta de Ahorro Hucha". Dispone de una variedad de tarjetas, incluyendo la "MasterCard Unicaja" (débito y crédito) y la "Unicaja Baloncesto" (débito). Su oferta de hipotecas incluye modalidades fijas, variables e hipotecas específicas para jóvenes menores de 35 años, con opción de tramitación online. Los préstamos se adaptan a jóvenes (estudio, anticipo de nóminas). La

cartera de seguros es amplia, cubriendo hogar, coche, salud, accidentes, vida y decesos. Complementariamente, ofrece planes de pensiones y fondos de inversión. (Unicaja, 2025)

La estructura de precios de Unicaja presenta particularidades en sus cuentas: la "Cuenta Joven" y la "Cuenta de Ahorro Hucha" no tienen comisiones, mientras que la "Cuenta de Pago Básica" es gratuita para personas vulnerables y tiene un coste de 3€ mensuales para el resto. Las tarjetas de débito son gratuitas el primer año, pasando a costar 32€ anuales a partir del segundo, y las tarjetas de crédito carecen de comisiones si se cumplen ciertos requisitos. Las hipotecas para jóvenes ofrecen una TAE entre 3,8% y 4,35%, con plazos de hasta 30 años. Los préstamos se rigen por tipos de interés fijos personalizados. (Unicaja, 2025)

Unicaja opera a través de canales tradicionales, con una red de oficinas bancarias y cajeros automáticos cuya presencia es más acentuada en regiones específicas de España, y agentes financieros. A nivel digital, dispone de banca online, banca telefónica y aplicación móvil, además de presencia en redes sociales. (Unicaja, 2025)

Unicaja se enfoca en campañas promocionales localizadas, dirigidas a públicos objetivo específicos, dado su mayor arraigo en determinadas regiones. Las estrategias buscan incentivos directos y el incremento de promociones para clientes. Destaca la campaña de "Captación de haberes", que ofrece incentivos económicos por la domiciliación de nóminas o pensiones. También son relevantes los sorteos y promociones directas, como el "Sorteo Fin de Semana Unicaja en Sierra Nevada", dirigido a clientes. La entidad es reconocida por sus patrocinios deportivos, especialmente con el equipo "Unicaja Baloncesto" y la Copa del Rey. (Unicaja, 2024)

3.1.4 Banco Sabadell

Banco Sabadell ofrece una cartera de productos financieros diversa. Sus cuentas bancarias presentan diferentes rentabilidades y promociones. Dispone de tarjetas bancarias de débito y crédito. Las hipotecas incluyen modalidades fijas, mixtas y

variables, con opciones bonificadas o sin bonificar. Los préstamos requieren una antigüedad mínima de 6 meses como cliente y se ajustan a los ingresos individuales. Adicionalmente, la oferta incluye productos de ahorro e inversión (fondos, carteras), seguros (vida, salud) y soluciones para la jubilación (planes de pensiones, rentas vitalicias). (Sabadell, 2025)

En relación con los precios, las cuentas bancarias y tarjetas de crédito varían según la modalidad. La "cuenta remunerada" ofrece un 2% TAE. La cuenta online no tiene comisiones ni condiciones, incluyendo una tarjeta de débito y una de crédito gratuitas. En contraste, la "Cuenta Sabadell" es gratuita para menores de 30 años, pero para otros segmentos puede implicar costes trimestrales de 10€ a 60€. Las hipotecas generalmente conllevan una TAE entre el 3% y el 4%. (Sabadell, 2025.)

Banco Sabadell utiliza canales de distribución convencionales y digitales. Los canales físicos comprenden oficinas y sucursales con atención personalizada, algunas con denominaciones regionales específicas (SabadellGallego, SabadellHerrero). Los canales digitales incluyen una plataforma web y aplicaciones móviles que brindan acceso integral a los productos y servicios. Adicionalmente, disponen de asistencia virtual 24/7. (Sabadell, 2025.)

El año 2024 para Banco Sabadell estuvo fuertemente influenciado por la OPA de BBVA. La campaña "Poder elegir es tu poder" fue una respuesta estratégica, enfocada en la captación de clientes sólidos (especialmente pymes), resaltando los logros y fortalezas de la entidad. Otras campañas, como "Ganar te queda de la mano", se dirigieron a comercios y autónomos, subrayando su focalización en el segmento empresarial. (Sabadell, 2024)

3.1.5 Bankinter

Bankinter ofrece una variedad de cuentas (inteligente digital, corrientes, profesionales) y tarjetas para diversos perfiles de clientes, incluyendo la "Tarjeta Dúo Perfecto" con pago a fin de mes. En el ámbito de ahorro e inversión, se destacan servicios como fondos, planes de pensiones y bróker. Proporciona

hipotecas y préstamos personalizados, y una gama de seguros que cubren vida, hogar y salud. (Bankinter, 2025.)

La política de precios de Bankinter se caracteriza por la exención de comisiones en cuentas y tarjetas si se domicilia la nómina. En caso contrario, las comisiones pueden oscilar entre el 2% y el 4% TAE. Algunas tarjetas específicas ("Solidarias", "Oro", "Platinum") tienen comisiones anuales de 50€ a 90€. Las transferencias bancarias son gratuitas, aunque las realizadas en oficina tienen un coste del 0,4% y las inmediatas de 1€. Las comisiones de hipotecas y préstamos varían según el plan y el perfil del cliente. (Bankinter, 2025.)

Bankinter opera con una red de oficinas universales que ofrecen servicios diarios y asesoramiento, complementadas por oficinas de banca privada y corporativa para clientes de alto poder adquisitivo. Sus canales digitales y a distancia incluyen una sólida presencia web y aplicación móvil, así como oficinas a distancia que facilitan el servicio desde cualquier lugar. La entidad también aprovecha las redes sociales, destacando su canal de Telegram. (Bankinter, 2025.)

La estrategia de marketing de Bankinter adopta un tono más informal y cercano, buscando conectar con el público a través del humor, la música y la comunicación directa. Su campaña más notoria en 2024, "¿Y si por una vez, en lugar de tener que entender tú la economía, es la economía la que te entiende a ti?", abordó de manera innovadora los desafíos económicos de los hogares. Bankinter también se distingue por sorteos y acuerdos publicitarios con figuras públicas, y por su pionera presencia en plataformas como TikTok. (Marketing Bankinter, 2024)

3.1.6 CaixaBank

CaixaBank se basa en una oferta de productos centrada en el cliente. Sus cuentas son diversas, con opciones como "Cuenta Joven Imagin", cuentas para menores y para extranjeros residentes. La variedad de tarjetas es igualmente extensa, incluyendo ejemplos como "Visa&Go" y "Vueling Visa". Dispone de una amplia cartera de seguros (salud, dental, coche, moto), fondos de inversión y ahorro, e hipotecas personalizadas como "CasaFácil" o "Eficiente". Otros servicios incluyen

"Facilitea" (cashback por compras) y renting de vehículos. (CaixaBank, Home Particulares, 2025.)

En general, la mayoría de las cuentas bancarias de CaixaBank son sin comisiones ni condiciones, a excepción de la cuenta corriente y la cuenta para jóvenes que requieren el cumplimiento de ciertos requisitos. Las tarjetas son gratuitas el primer año, y sus precios varían a partir de entonces. Las comisiones por hipotecas o préstamos dependen del tipo de cliente y el monto solicitado. (CaixaBank, Home Particulares, 2025.)

CaixaBank se distingue por su cercanía y accesibilidad al cliente. Sus canales de banca tradicional incluyen una diferenciación de oficinas según el segmento de cliente (Oficinas Store, Store Premier, Banca Privada, Oficinas Rurales), además de una extensa red de cajeros automáticos. La banca digital abarca "CaixaBankNow" (banca online y aplicación móvil), "Imagin" (plataforma 100% online) y "CaixaBank Mobile Store" para la comercialización de productos. Ofrece atención a través de redes sociales, banca telefónica, WhatsApp y correo electrónico. (CaixaBank, Home Particulares, 2025.)

A pesar de ser una entidad bancaria consolidada, CaixaBank mantiene una activa estrategia promocional para la captación de clientes y la consolidación de marca. Su fundación, "La Caixa", es una entidad no lucrativa con una notable visibilidad en España por su labor social. La campaña principal de 2024, "La Isla", ilustró cómo CaixaBank facilita el desarrollo de proyectos económicos y sociales en comunidades remotas. Los patrocinios deportivos son significativos, incluyendo la Selección Española de fútbol y equipos de baloncesto como Básquet Girona y Forca Lleida. (CaixaBank, Actualidad)

Tras el análisis realizado de las principales entidades bancarias y la evolución de sus respectivas carteras en el ámbito nacional, es posible extraer una serie de conclusiones relevantes.

En primer lugar, se observa que BBVA ha sido la entidad que ha experimentado el mayor crecimiento relativo en su cartera de clientes, con un incremento del 37,5% entre los ejercicios 2023 y 2024. Este dato refleja una notable captación de atracción y expansión comercial en el contexto actual.

En contraste, otras entidades como Banco Sabadell y CaixaBank también han registrado un aumento en el número de clientes, si bien dicho crecimiento ha sido considerablemente más moderado. Resulta particularmente llamativo en el caso de CaixaBank, ya que, a pesar de ser la entidad con el mayor número de clientes, el incremento neto de su cartera ha sido tan solo de un 1,5% respecto al periodo anterior, lo que sugiere una menor retención de clientes.

3.2 Neobancos: “El caso Revolut”

Los neobancos, surgieron a principios del siglo XXI en Alemania y el Reino Unido, experimentando un crecimiento significativo a partir de la década de 2010.

Inicialmente centrados en el mercado europeo, estos bancos han expandido su presencia a otros continentes, respondiendo a la creciente digitalización de la población y a la demanda de servicios financieros transparentes, accesibles y ágiles.

Los neobancos son entidades financieras que operan exclusivamente en el entorno digital, ofreciendo sus servicios a través de aplicaciones móviles o plataformas web. Esta modalidad permite a los usuarios abrir cuentas y realizar operaciones bancarias en cuestión de minutos, sin necesidad de acudir a una sucursal física. (Calvo, 2024)

Entre sus principales características destaca la simplicidad y rapidez en la apertura de cuentas, así como la eliminación de restricciones horarias gracias a su disponibilidad continua en línea. A diferencia de la banca tradicional, los neobancos no cuentan con oficinas físicas, lo que les permite reducir significativamente sus costes operativos y, en consecuencia, ofrecer comisiones reducidas o incluso inexistentes. (Linares, 2025)

Además, estos bancos digitales promueven una política de total transparencia en cuanto a comisiones y condiciones, lo que genera una mayor confianza entre los usuarios. También incorpora herramientas de gestión financiera que facilitan el control de gastos y permiten realizar operaciones en múltiples divisas, adaptándose así a un entorno globalizado.

Otro aspecto destacable en su constante innovación tecnológica. Las plataformas digitales de los neobancos se actualizan de forma regular para incorporar las últimas tecnologías, mejorando la experiencia del usuario. En cuanto a la seguridad, implementan medidas avanzadas como la autenticación biométrica y la encriptación de datos, garantizando la protección de la información personal y financiera. (Crombie, 2024)

A pesar de sus múltiples ventajas, los neobancos también presentan ciertas limitaciones. Entre ellas se encuentran las restricciones en la retirada gratuita de efectivo, la posible incompatibilidad con algunas plataformas de pago móvil y la disponibilidad limitada de servicios como Bizum. Además, su atención al cliente se gestiona exclusivamente a través de canales digitales, lo que puede resultar poco accesible para usuarios con escasa familiaridad tecnológica. (Crombie, 2024)

En España, operan alrededor de una decena de neobancos, destacando Relovut, N26, Bnext, Imagin, Bunq y EVO. Revolut lidera el mercado español, con aproximadamente 4 millones de usuarios en 2024, seguido por N26 con aproximadamente 1 millón de usuarios. (Rodríguez, 2024)

El análisis se centrará en Revolut, dada su posición dominante y su rápido crecimiento.

3.2.1 Revolut

Revolut, entidad neobancaria fundada en el Reino Unido en 2015 por Nik Storonsky y Vlad Yatsenko, ha experimentado un crecimiento constante desde su creación. Si bien en sus primeros años logró una expansión gradual en el mercado y una creciente captación de clientes, fue en 2018 cuando alcanzó un hito significativo. La obtención de la licencia bancaria otorgada por el Banco de Lituania, con la autorización del Banco Central Europeo, consolidó su posición como “challenger bank”, es decir, una entidad bancaria digital que compite directamente con los bancos tradicionales. (Revolut, Discovery Our Company)

A partir de este momento, Revolut ha mantenido una trayectoria de crecimiento sostenido, tanto en el número de clientes como en la expansión geográfica de sus

servicios. Actualmente, Revolut cuenta con más de 50 millones de clientes a nivel global, opera en más de 160 países y ofrece la posibilidad de gestionar transacciones en 36 divisas distintas a través de su aplicación móvil.

En el mercado español, Revolut ha experimentado un crecimiento notable, con márgenes que permiten la continuidad de su expansión. Un hito importante fue la implementación de cuentas con IBAN nacionales en 2023. Para el año 2025, la estrategia de la compañía incluye la instalación de una red de cajeros automáticos propios en todo el territorio español.

Revolut ofrece una amplia gama de productos financieros diseñados para adaptarse a las distintas necesidades de sus usuarios. Entre ellos se encuentran las cuentas corrientes, tanto para clientes Particulares como para empresas, que se ajustan a los requerimientos específicos de cada usuario. El servicio de cambio de divisas permite realizar conversiones entre múltiples monedas sin comisiones, utilizando el tipo de cambio real del mercado. Las transferencias internacionales son rápidas y gratuitas, lo que facilita las operaciones transfronterizas. También se ofrecen tarjetas de débito Visa o MasterCard, válidas para pagos y retiros a nivel global. En el ámbito de los activos digitales, Revolut permite comprar, vender y almacenar criptomonedas. Además, los usuarios pueden invertir en acciones y fondos, accediendo así a los principales mercados financieros. En materia de protección, se incluyen seguros de viaje y para dispositivos electrónicos, brindando seguridad ante imprevistos. Finalmente, la integración con aplicaciones de terceros como Google Pay y Apple Pay permiten realizar pagos móviles de forma ágil y segura. (Revolut Productos)

Si bien estos productos son universalmente accesibles para cualquier usuario registrado que utilice la plataforma, Revolut distingue su oferta a través de programas escalonados de lealtad y beneficios. Estos programas brindan condiciones superiores a los clientes que optan por planes más premium.

Revolut ofrece una gama de planes de servicio estructurados para satisfacer diversas necesidades de los usuarios, los cuales son: Estándar, Plus, Premium, Metal y Ultra. Cada plan presenta un conjunto diferenciado de beneficios que se

incrementan con el coste de la suscripción, reflejando una estrategia de segmentación de mercado. (Revolut Plans)

Plan Estándar: El plan Estándar es de acceso gratuito y se incluye automáticamente para todos los usuarios registrados en la plataforma. Sus ventajas más destacables se manifiestan en el ámbito de los servicios para viajes, particularmente en la posibilidad de realizar operaciones de cambio de divisas sin comisiones hasta un límite de 1.000 euros mensuales, estableciéndose únicamente un recargo del 1% durante los fines de semana. Asimismo, se ofrece el acceso desde el primer momento a cuentas remuneradas con una tasa de interés del 1,51%, lo que representa una opción atractiva para la gestión eficiente del ahorro.

Plan Plus: Con un coste de 3,99 euros mensuales, el plan Plus representa la opción más asequible tras el Estándar. Aunque mantiene la misma distribución de beneficios, se incorporan mejoras incrementales que repercuten positivamente en las condiciones ofrecidas para las inversiones y las operaciones de cambio de divisas, incrementando así su atractivo y competitividad dentro del mercado financiero.

Plan Premium: El plan Premium, con un coste de 8,99 euros al mes, introduce beneficios significativamente mejorados en comparación con los planes anteriores. El ajuste del límite mensual para retiradas en cajeros automáticos, establecido en 400 euros sin comisiones, representan un avance hacia una política más realista y alineada con las necesidades cotidianas de los usuarios. Del mismo modo, la supresión total de comisiones en el apartado de servicios vinculados a viajes incrementa significativamente el atractivo de la oferta, especialmente en contextos de movilidad internacional.

Plan Metal: El plan Metal se posiciona como el segundo plan de mayor coste, con una suscripción de 15,99 euros mensuales. El valor añadido de este plan se fundamenta en la amplitud y calidad de los beneficios que incorpora, entre los que destacan la disponibilidad de una tarjeta de débito de carácter exclusivo y el acceso a un servicio de asistencia prioritaria. Asimismo, los seguros ofrecidos por la entidad, como el seguro médico internacional, están integrados en el coste del plan, por lo que refuerza su atractivo. Por último, las condiciones asociadas a la

sección de ahorro y fondos experimentan una mejora significativa en términos de rentabilidad,

Plan Ultra: El plan Ultra es la oferta de mayor coste de Revolut, con un precio de 55 euros mensuales. La propuesta de valor de este plan se justifica en función de la proporcionalidad entre el coste asumido y la exclusividad de los beneficios ofrecidos. El usuario que opte por esta modalidad podrá realizar transferencias internacionales sin comisiones y en cualquier divisa, así como disponer de 3GB mensuales de datos móviles fuera del territorio español. En el ámbito de los viajes, se incluye el acceso ilimitado a salas VIP en aeropuertos, lo que incrementa notablemente el nivel de confort durante los desplazamientos. En lo relativo a inversiones de ahorro, el plan presenta condiciones altamente competitivas, constituyendo uno de los escenarios más favorables en términos de rentabilidad dentro de la oferta financiera disponible.

Dada la naturaleza de Revolut como neobanco, su modelo de negocio se cimienta íntegramente en el ámbito digital, lo que naturalmente dirige sus estrategias promocionales hacia canales exclusivamente en línea. Durante el ejercicio de 2024, Revolut ha ejecutado una serie de campañas promocionales masivas orientadas primordialmente a la captación de nuevos usuarios.

Revolut ha llevado a cabo diversas iniciativas promocionales con el objetivo de incentivar la captación de nuevos usuarios y fortalecer el compromiso de los clientes actuales. Entre las más destacadas se encuentra el programa de referidos “Invita a un Amigo”, basado en un sistema de recompensas mutuas. A través de esta campaña, los usuarios existentes pueden invitar a nuevos contactos mediante un código de referencia; una vez que el invitado completa ciertos requisitos preestablecidos, ambos reciben una compensación económica. (News, s. f.)

Otra iniciativa relevante ha sido la promoción de una “Cuenta Remunerada”, dirigida específicamente a nuevos clientes. Esta oferta ofrecía una tasa anual equivalente (TAE) del 3,56%, vigente hasta marzo de 2025, con el objetivo de atraer ahorros y ofrecer rentabilidad desde el primer momento.

Además, estas acciones, Revolut ha apostado por campañas promocionales con un componente lúdico basado en sorteos, caracterizadas por altos niveles de

participación. Un ejemplo fue la campaña navideña para nuevos clientes, donde quienes se registraban y realizaban una transacción cualificada entraban en el sorteo de un premio de 1000 euros. Por otro lado, mediante una promoción vinculada al evento “La Velada del Año IV”, aquellos nuevos usuarios que se registraban y efectuaban una transacción mínima de 20 euros podían ganar dos entradas para asistir al espectáculo, incentivando así tanto el alta como el uso activo de la cuenta.

Por último, Revolut ha extendido su alcance promocional a las redes sociales, implementando campañas publicitarias en plataformas como Instagram y TikTok. En estas iniciativas, han recurrido a la colaboración con influencers de relevancia mediática, como Ibai Llanos, quienes actúan como embajadores de marca para amplificar el mensaje y la penetración en segmentos de audiencia específicos.

4. Análisis empírico

Este apartado abordará un análisis dual de la situación. En primer lugar, se examinarán los datos empíricos que reflejan la situación financiera real de las entidades bancarias. Paralelamente, se analizarán los resultados de la encuesta realizada a la población española, con el fin de capturar la percepción social respecto a las instituciones bancarias.

4.1 Muestra

4.1.1. Datos financieros

La naturaleza de las entidades bancarias, a diferencia de las empresas no financieras, requiere de un enfoque analítico diferenciado. Esto se debe a que su balance de situación refleja directamente su modelo de negocio central, que se basa en la intermediación financiera. Así, el balance no solo documenta el volumen de negocio a través de activos vinculados a la inversión crediticia, sino también los pasivos derivados de los depósitos captados de clientes y otras fuentes de

financiación. Esta particularidad exige la aplicación de métricas específicas para una evaluación financiera precisa. (Velasco, 2024)

El presente análisis empírico se centrará en los indicadores clave indispensables para evaluar la contabilidad y la salud financiera de una entidad bancaria. Estos indicadores fundamentales son:

- Rentabilidad: La rentabilidad bancaria se define como la capacidad de una entidad para generar beneficios a partir de sus operaciones bancarias habituales. En este contexto, los factores de “plazo” y “riesgo” son determinantes, ya que influyen directamente en el margen de intermediación y en la estructura de ingresos y gastos de la entidad. Para medir la rentabilidad usaré el siguiente parámetro: ROE (Return on Equity). (Velasco, 2024)
- Solvencia: La solvencia bancaria es una métrica que proporciona una medida proporcional de los recursos propios de la entidad en relación con el nivel de riesgo asumido en sus operaciones. Este indicador es crucial para determinar la capacidad del banco para absorber pérdidas inesperadas y cumplir con sus obligaciones a largo plazo. Para medir la solvencia utilizaré los parámetros Tier 1 y CET1. (Roca, 2022)
- Liquidez: La liquidez en el ámbito bancario se refiere a la capacidad de las entidades para cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo mediante el uso de sus fondos líquidos y activos de fácil convertibilidad. Una adecuada gestión de la liquidez es vital para garantizar la estabilidad operativa y la confianza en la entidad. Para medir la liquidez usaré el parámetro NSFR (Coeficiente de financiación estable neta). (BBVA, 2024)
- Calidad crediticia: La calidad crediticia de un banco hace referencia a la capacidad de sus prestatarios para cumplir con sus obligaciones de pago con préstamos y otras deudas. Un alto nivel de calidad crediticia en la cartera de un banco es indicativo de un menor riesgo de impago, y, por ende, de una mayor solidez financiera. Para medir este indicador, usaré las ratios de morosidad y de cobertura. (BBVA, 2021)

El detalle de los indicadores para cada entidad bancaria se desglosa y analiza a partir de las tablas contenidas en el Anexo 7.7.

4.1.2. Datos de encuesta

Hasta este punto, hemos recopilado y analizado datos empíricos proporcionados por las propias entidades bancarias. Con el objetivo de contrastar esta información con la percepción que tiene la población usuaria de sus servicios, se diseñó y aplicó una encuesta.

La encuesta fue realizada a una muestra aleatoria de 200 individuos, todos mayores de 18 años. El cuestionario consta de 10 preguntas principales (véase Anexo 7.8), además de preguntas adicionales de carácter anónimo pero específicas, como el sexo, la edad y si el encuestado trabaja profesionalmente en el sector financiero.

A través de estas preguntas, se busca medir la percepción real que tiene la ciudadanía sobre los bancos, y así comparar dicha percepción con los datos objetivos ofrecidos por las propias entidades.

4.2. Resultados

4.2.1. Resultados financieros

El presente análisis se fundamenta en los datos detallados en las tablas del Anexo 7.7., aplicando los indicadores financieros previamente definidos para evaluar el desempeño de diversas entidades bancarias. El objetivo es identificar los umbrales de referencia para cada institución financiera y determinar cuáles de ellas sobresalen en cada categoría de evaluación.

Para evaluar la rentabilidad, se emplea el indicador ROE, que cuantifica la relación entre beneficio bruto y los recursos propios. Un valor de ROE más elevado indica un mayor retorno para el inversor. A modo de ejemplo, un ROE del 14% implica un retorno de 14 céntimos por cada euro invertido.

Los datos analizados revelan que BBVA y Bankinter presentan los ROE más elevados, lo que se considera un indicador de alta rentabilidad. En contraste,

Unicaja registra el ROE más bajo, evidenciando una rentabilidad significativamente inferior en comparación con las demás entidades. A pesar de estas diferencias, es importante destacar que todas las entidades muestran valores positivos en este indicador, lo que significa que el capital invertido está generando beneficios en todos los casos.

La solvencia se examina a través de los ratios Tier 1 y CET1. Estos ratios, introducidos tras la reforma Basilea III, son fundamentales en el sector bancario. El ratio Tier 1 es una medida más amplia, ya que engloba tanto el CET1 como otros componentes de capital de nivel 1. Sin embargo, el CET1 se considera el indicador de mayor calidad y fortaleza dentro del marco regulatorio bancario. Un valor más alto en estos ratios implica una mayor capacidad de la entidad para absorber pérdidas ante eventuales crisis financieras.

Los datos obtenidos reflejan valores sólidos de solvencia en todas las entidades. Tomando el CET1 como referencia debido a su mayor calidad, se observa que la mayoría de las instituciones financieras mantienen un CET1 en el rango del 12%-13%. No obstante, Unicaja destaca con un CET1 del 15,1%, lo que la posiciona como la entidad con mayor solvencia antes de una posible crisis financiera.

La liquidez se evalúa mediante el NSFR, un indicador que mide la capacidad de los bancos para financiar sus activos a largo plazo con financiación estable. Según los acuerdos de Basilea III, este valor debe ser al menos del 100% en todo momento.

Los resultados indican que todas las entidades bancarias cumplen holgadamente con este requisito. Unicaja presenta el valor NSFR más elevado, mientras que BBVA y Banco Santander se sitúan en los puestos inferiores, aunque también cumpliendo con el umbral exigido.

La calidad crediticia en el sector bancario se define como la capacidad de los prestatarios para cumplir con sus obligaciones de deuda frente a las entidades. Este indicador se analiza mediante la tasa de morosidad y la ratio de cobertura.

La tasa de morosidad representa el porcentaje de impagos de créditos o préstamos sobre el total de la cartera. Se observa que la mayoría de las entidades financieras presentan tasas de morosidad que oscilan entre el 2% y el 3%, con la excepción de BBVA, que registra un 3,70%.

Por otro lado, la ratio de cobertura mide la capacidad de un banco para hacer frente a sus obligaciones financieras. En este indicador, Banco Santander presenta la ratio más bajo, seguido por BBVA y Banco Sabadell.

En síntesis, los datos indican que BBVA es la entidad más afectada en ambos indicadores de calidad crediticia. Por el contrario, Bankinter lidera en términos de menor tasa de morosidad y mayor ratio de cobertura.

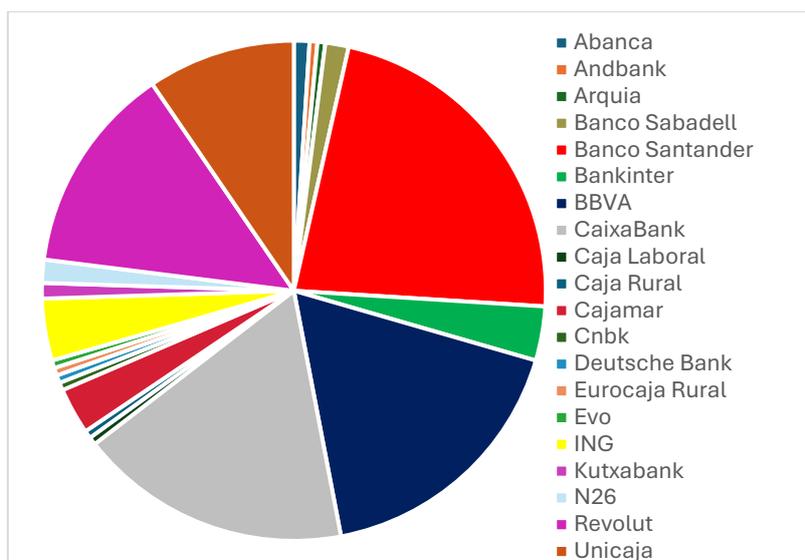
En resumen, Unicaja destaca como la entidad con mayor solvencia y liquidez. Por su parte, Bankinter exhibe la mejor calidad crediticia y comparte el liderazgo en rentabilidad con BBVA.

4.2.2. Resultados de encuesta

En términos de participación, los datos reflejan una distribución del 56,5% correspondiente a mujeres y del 43,5% a hombres. Asimismo, los grupos de edad "menores de 35 años" y de "51 a 65 años" se destacan como los más representativos dentro del conjunto analizado.

Respecto a la dedicación al sector financiero, únicamente un 6,5% de los participantes de la encuesta afirmó desempeñarse en esta área. Estos datos adquieren especial relevancia, ya que, como se analizará en los gráficos posteriores, la falta de educación financiera incide directamente en la capacidad de los clientes para acceder a información adecuada y tomar decisiones fundamentadas en el ámbito bancario.

Figura 3: Entidades Bancarias



Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta

En la actualidad, el número de entidades bancarias existentes es considerablemente amplio, abarcando desde bancos tradicionales como BBVA y Santander, hasta cajas de ahorro como Caja Rural y Cajamar, así como neobancos como Revolut y N26. Cada individuo busca una entidad de referencia que le brinde mayor seguridad en sus operaciones financieras diarias, lo que se refleja en la diversidad observada en la gráfica. Las entidades más recurrentes son Banco Santander, BBVA, CaixaBank, Revolut y Unicaja, seguidas por otras como ING, Bankinter, Cajamar y Banco Sabadell.

Figura 4: Media de las Variables recogidas en la Encuesta



Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta

La figura 4 que se presenta a continuación muestra los resultados obtenidos a partir de la encuesta previamente mencionada. Con el objetivo de facilitar un análisis más claro y coherente, se han representado las medias correspondientes a cada variable evaluada. En términos generales, los datos reflejan puntuaciones medias bajas por parte de los encuestados.

En primer lugar, se observa una baja valoración en relación con la transparencia en la aplicación de comisiones. Los participantes consideran que, en líneas generales y teniendo en cuenta que cada individuo puede operar con entidades distintas, las instituciones bancarias no ofrecen la suficiente claridad al momento de aplicar comisiones sobre los servicios prestados o productos contratados.

Por otro lado, las variables con medias más elevadas corresponden a la confianza en el sistema financiero y a la percepción de seguridad en el uso de la banca en línea. Que esta última obtenga la media más alta no resulta sorprendente, dado el elevado porcentaje de personas que utilizan este tipo de servicios de forma habitual. Sin embargo, el hecho de que la confianza en el sistema financiero se sitúe como la segunda media más elevada puede resultar llamativo, especialmente si se contrasta con otras dimensiones, como la preparación ante emergencias o el

nivel de satisfacción con la regulación bancaria, que presentan medias considerablemente más bajas.

Figura 5: Desviación Típica de las Variables recogidas en la Encuesta



Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta

La presente figura 5 tiene como objetivo visualizar la dispersión de las variables analizadas con respecto a su promedio. Se observa que todas las variables presentan valores de dispersión superiores a cero, lo cual indica que las respuestas obtenidas son heterogéneas y no manifiestan un patrón de respuesta monótono.

Para un análisis exhaustivo, se realizará una comparación sistemática entre los gráficos de tendencia central y dispersión.

- **Variables de Bajas Medias y Alta Dispersión:** Se identifica que variables con valores medios reducidos, tales como transparencia de comisiones, preparación ante emergencias e información sobre los derechos, exhiben simultáneamente desviaciones estándar elevadas. Este hallazgo sugiere que, además de obtener puntuaciones bajas en promedio, la variabilidad intrínseca entre las respuestas a estas preguntas es considerable.
- **Variables con Altas Medias y Alta Dispersión:** Adicionalmente, se observa que variables con medias elevadas, como seguridad en bancos en línea, también presentan una marcada dispersión con respecto a su promedio.

Este patrón indica que, a pesar de las altas puntuaciones promedio, aún persisten diferencias significativas en las percepciones u opiniones entre los clientes.

- **Variables con Medias Moderadas-Altas y Baja Dispersión:** Finalmente, se destaca que variables como trato justo y confianza en el sistema financiero muestran las desviaciones estándar más bajas, con medias moderadas a altas. Este comportamiento sugiere que estas variables son las que presentan una mayor concentración en las respuestas de los encuestados, indicando un mayor consenso o menor variabilidad en sus percepciones.

5. Conclusiones

A lo largo de este trabajo se ha cumplido el objetivo principal: analizar las entidades bancarias desde una doble perspectiva (financiera y de marketing), proporcionando así una visión integral de su evolución, situación actual y estrategias de posicionamiento.

En una primera fase, se abordó un recorrido histórico por las distintas etapas que han atravesado las entidades bancarias desde sus orígenes hasta la actualidad, prestando especial atención al impacto de la crisis financiera de 2008. Tras el marco contextual, se procedió al análisis individual de las principales entidades seleccionadas (BBVA, Banco Santander, Unicaja, Bankinter, Banco Sabadell y CaixaBank).

Desde el enfoque financiero, el examen de los balances ha permitido evaluar el crecimiento económico de las entidades. Salvo en el caso de BBVA, que ha experimentado una reducción en su liquidez y en los depósitos interbancarios, las demás entidades reflejan una tendencia positiva. No obstante, cabe destacar que, a fecha de 31 de diciembre de 2024, BBVA ostenta la mayor capitalización bursátil del sector, lo que sugiere una valoración por acción superior respecto al resto de competidores.

La segunda parte del estudio se centró en el marketing bancario, empleando el modelo de las 4P (producto, precio, distribución y promoción) como herramienta de análisis. Esta metodología permitió identificar las estrategias diferenciadas que emplea cada entidad para conectar con su público objetivo. Pese a la similitud en las gamas de productos ofrecidas, se observaron diferencias sustanciales en las políticas de precios. Asimismo, la amplia aceptación de la banca digital y las aplicaciones móviles se evidenció como una constante transversal entre todas las entidades, independientemente de su tamaño. En cuanto a las estrategias promocionales, estas varían considerablemente en función de los recursos económicos disponibles, dando lugar a campañas de distinta envergadura, pero alineadas con los objetivos corporativos. En este sentido, BBVA destacó como la entidad con mayor captación de nuevos clientes en 2024 con respecto al año

anterior, lo cual pone de manifiesto la eficacia y agresividad de sus campañas publicitarias.

El apartado de marketing incluyó también un análisis de los neobancos, presentado una particular atención en el caso de Revolut. Este se presentó como un modelo de banca digital en pleno proceso de expansión, con perspectivas de crecimiento sostenido a medio y largo plazo.

La tercera sección del estudio estuvo dedicada al análisis cuantitativo de los indicadores financieros: rentabilidad, solvencia, liquidez y calidad crediticia. Los resultados obtenidos muestran que Unicaja lidera en dos de las cuatro variables, seguida por Bankinter, que destaca en una variable y comparte liderazgo en rentabilidad con BBVA.

Por último, se incorporó una encuesta de percepción social que reveló que la opinión de la población española sobre las entidades bancarias continúa siendo mayoritariamente negativa. Las puntuaciones medias fueron relativamente bajas y acompañadas de elevadas desviaciones típicas, lo que indica una fuerte dispersión en las percepciones individuales.

En conclusión, este análisis ha confirmado la hipótesis inicial: a pesar de la presencia cotidiana de la banca en la vida de los ciudadanos, la confianza y el vínculo emocional con las entidades no se han recuperado plenamente desde la crisis financiera de 2008.

6. Bibliografía

- Allendesalazar, P. (2024, 9 diciembre). España paga este miércoles 4.575 millones del rescate europeo de 2012 y deberá aún 11.860 millones hasta 2027. El Periódico. <https://www.elperiodico.com/es/economia/20241209/tesoro-paga-miercoles-4-575-millones-recate-europeo-bancos-2012-112462763>
- Banco de España. <https://www.bde.es/wbe/es/> [Última consulta 14/06/2025]
- Banco de España. Informe Anual 2010. <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/10/Fich/inf2010.pdf>
- Banco de España. Informe Anual 2011. <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/11/Fich/inf2011.pdf>
- Banco de España. Informe Anual 2012. <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/12/Fich/inf2012.pdf>
- Banco de España. Informe Anual 2013. <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/13/Fich/inf2013.pdf>
- Banco de España. Informe Anual 2014. <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/14/Fich/inf2014.pdf>
- Banco Sabadell. Información económica-financiera 2024. <https://www.grupbancsabadell.com/corp/es/accionistas-e-inversores/informacion-economico-financiera.html>
- Banco Sabadell. Historia. <https://www.grupbancsabadell.com/corp/es/sobre-el-grupo/historia.html>
- Banco Sabadell. Particulares. <https://www.bancsabadell.com/bsnacional/es/particulares/> [Última consulta 26/06/2025]

- Banco Santander. Sala de comunicación | Banco Santander.
<https://www.santander.com/es/sala-de-comunicacion> [Última consulta 27/06/2025]
- Banco Santander. PARTICULARES. Banco Santander.
<https://www.bancosantander.es/particulares> [Última consulta 26/06/2025]
- Banco Santander. Informe financiero 2024.
<https://www.santander.com/content/dam/santander-com/es/documentos/informe-financiero-anual/2024/ifa-2024-informe-financiero-anual-consolidado-es.pdf>
- Banco Santander. Nuestra historia | Sobre Nosotros .
<https://www.santander.com/es/sobre-nosotros/nuestra-historia>
- Bankinter. Bankinter Inicio. <https://www.bankinter.com/banca/inicio> [Última consulta: 29/06/2025]
- Bankinter. Historia. <https://www.bankinter.com/webcorporativa/informacion-corporativa/sobre-bankinter/historia>
- Bankinter. Informe financiero 2024.
https://www.bankinter.com/file_source2/webcorporativa/estaticos/pdf/accionistas-e-inversores/informacion-financiera/informes-trimestrales/2024/t4/Informe_trimestral_4T24.pdf
- Bankinter. Marketing Bankinter.
<https://www.bankinter.com/blog/tags/marketing-bankinter> [Última consulta 27/06/2025]
- BBVA. Publicidad | BBVA. BBVA NOTICIAS.
<https://www.bbva.com/es/comunicacion-marketing-y-publicidad/publicidad/>
[Última consulta: 27/06/2025]
- BBVA. Banco BBVA - Productos financieros para particulares | BBVA.
<https://www.bbva.es/personas.html> [Última consulta 27/06/2025]
- BBVA. Información corporativa | BBVA. BBVA NOTICIAS.
<https://www.bbva.com/es/informacion-corporativa/> [Última consulta 27/06/2025]

- BBVA. (2021, 15 julio). Análisis financiero: ¿Cómo se mide la calidad crediticia de un banco? <https://www.bbva.com/es/economia-y-finanzas/como-se-mide-la-calidad-crediticia-de-un-banco/>
- BBVA. (2024, 6 agosto). Qué es la liquidez financiera y por qué es tan importante. <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-la-liquidez-financiera-y-por-que-es-tan-importante/>
- BBVA. Informe 4T24 Grupo Balance Actividad - Inversiones en Bolsa, Analistas de Mercados y Financieros – BBVA. Inversiones En Bolsa, Analistas de Mercados y Financieros – BBVA. <https://accionistaseinversores.bbva.com/informes/informe-4t24-grupo-balance-actividad/>
- BBVA. Informe Financiero 2024. https://accionistaseinversores.bbva.com/wp-content/uploads/2025/02/Informe-anual-2024_esp.pdf
- Calvo, B. (2024, 26 noviembre). Qué es un neobanco, cómo funciona, ventajas y desventajas. <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/negocios/articulo/que-es-un-neobanco-como-funciona-ventajas-y-desventajas-54839.html>
- Crombie. (2024, 19 diciembre). Neobancos vs banca tradicional: Cómo será el futuro del sector financiero. <https://www.linkedin.com/pulse/neobancos-vs-banca-tradicional-c%C3%B3mo-ser%C3%A1-el-futuro-del-sector-oipyf/>
- CaixaBank, actualidad. <https://www.caixabank.com/es/actualidad.html> [Última consulta: 27/06/2025]
- CaixaBank. Historia. https://www.caixabank.com/deployedfiles/comunicacion/Estaticos/pdf/Historia_ES_2018_01.pdf
- CaixaBank. Home Particulares. https://www.caixabank.es/particular/home/particulares_es.html
- CaixaBank. Informe financiero 2024. https://www.caixabank.com/deployedfiles/caixabank_com/Estaticos/PDFs/Accionistasinversores/Informacion_economico_financiera/IF_4T24_ESP.pdf
- Invierte, A. (2025, 7 febrero). Resultados 2024 del Banco Santander: ¿Una Oportunidad para Pequeños Inversores? Ahorrainvierte.

- <https://ahorrainvierte.com/resultados-2024-del-banco-santander-una-oportunidad-para-pequenos-inversores/>
- KPMG en España, 2021. Transición digital y transformación del negocio bancario en España impulsado por la COVID-19. KPMG. <https://kpmg.com/es/es/informes-publicaciones/2021/06/transicion-digital-transformacion-negocio-bancario.html>
 - Linares, J. (2025, 15 febrero). ¿Qué es un Neobanco y cómo funciona? Javi Linares. <https://javilinares.com/que-es-un-neobanco-y-como-funciona/#:~:text=Pues%20eso%20es%20exactamente%20lo,romper%20con%20la%20banca%20tradicional>
 - Maudos, J. (2011). Impacto de la crisis en los bancos españoles 2007-2010. Funcas. https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_CIE/222art15.pdf
 - Revolut. News. <https://www.revolut.com/es-ES/news/> [Última consulta 18/06/2025]
 - Revolut. Discovery Our Company. <https://www.revolut.com/es-ES/discover-our-company/>
 - Revolut plans. Revolut. <https://www.revolut.com/es-ES/our-pricing-plans/>
 - Revolut productos. Revolut. <https://www.revolut.com/es-ES/legal/products/>
 - Roca, M. (2022, 28 abril). Qué es la solvencia de un banco. El Blog de CaixaBank. <https://blog.caixabank.es/blogcaixabank/que-es-la-solvencia-de-un-banco/#>
 - Rodríguez, D. Y. (2024, 16 octubre). Los neobancos siguen ganando presencia en España. David Yagüe Rodríguez. <https://www.linkedin.com/posts/david-yag%C3%BCe-rod%C3%ADguez-3036992a-los-neobancos-superan-los-cinco-millones-activity-7252389064601964545-ZXXI?originalSubdomain=es>
 - Suarez, I. P. M. (2025, 17 enero). Desafíos del marketing bancario en la era digital. Digital Marketing Agency. <https://www.seonetdigital.com/es/blog/marketing-bancario>
 - Trenza, A. (2024, 31 octubre). Marketing financiero: Definición, estrategias y ejemplos. Ana Trenza. <https://anatrenza.com/marketing-financiero/>
 - Unicaja. Institucional. <https://www.unicajabanco.com/es/institucional> [Última consulta 22/03/2025]

- Unicaja. Informe financiero 2024. <https://www.unicajabanco.com/es/inversores-y-accionistas/informacion-economico-financiera/informes-financieros>
- Unicaja. Noticias. <https://www.unicajabanco.com/es/sala-de-comunicacion/buscador-noticias> [Última consulta 27/06/2025]
- Unicaja. Particulares. <https://www.unicajabanco.es/es/particulares> [última consulta 27/06/2025]
- Velasco, A. L. S. F. (2024, 19 agosto). Análisis financiero: ¿Cómo interpretar el balance de un banco? BBVA NOTICIAS. <https://www.bbva.com/es/economia-y-finanzas/interpretar-balance-banco/>

7. Anexos

7.1 Balance BBVA a 31-12-2024

(en millones de euros)

Efectivo, saldos en efectivo en bancos centrales y otros depósitos a la vista	51.145	Pasivos financieros mantenidos para negociar	86.591
Activos financieros mantenidos para negociar	108.948	Pasivos financieros designados a valor razonable con cambios en resultados	14.952
Activos financieros no destinados a negociación valorados obligatoriamente a valor razonable con cambios en resultados	10.546	Pasivos financieros a coste amortizado	584.339
Activos financieros designados a valor razonable con cambios en resultados	836	Pasivos amparados por contratos de seguros o reasegurado	10.981
Activos financieros designados a valor razonable con cambios en otro resultado global acumulado	59.002	Otros pasivos	15.525
Activos financieros a coste amortizado	502.400	TOTAL PASIVO	712.388
Inversiones en negocios conjuntos y asociadas	989	Intereses minoritarios	4.359
Activos tangibles	9.759	Otro resultado global acumulado	(17.220)
Activos intangibles	2.490	Fondos propios	72.875
Otros activos	26.287	TOTAL PATRIMONIO NETO	60.014
TOTAL ACTIVO	772.402	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO	772.402

Elaboración propia a partir del informe anual 2024 de la compañía

7.2 Balance Banco Santander a 31-12-2024

(en millones de euros)

Efectivo, saldos en efectivo en bancos centrales y otros depósitos a la vista	192.208	Pasivos financieros mantenidos para negociar	152.151
Activos financieros mantenidos para negociar	230.253	Pasivos financieros designados a valor razonable con cambios en resultados	36.360
Activos financieros designados a valor razonable con cambios en resultados	14.045	Pasivos financieros a coste amortizado	1.484.322
Activos financieros designados a valor razonable con cambios en otro resultado global	89.898	Pasivos por contratos de seguros	17.829
Activos financieros a coste amortizado	1.203.707	Provisiones	8.407
Inversiones en negocios conjuntos y asociadas	7.277	Otras cuentas de pasivos	30.685
Activos tangibles	32.087	TOTAL PASIVO	1.729.754
Activos intangibles	19.259	Fondos propios	135.196
Otras cuentas de activo	48.347	Otro resultado global acumulado	(36.595)
		Intereses minoritarios (participaciones no dominantes)	8.726
		TOTAL PATRIMONIO NETO	107.327
TOTAL ACTIVO	1.837.081	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO	1.837.081

Elaboración propia a partir del informe anual 2024 de la compañía

7.3 Balance Bankinter a 31-12-2024

(en miles de euros)

Efectivo, saldos en efectivo en bancos centrales y otros depósitos a la vista	15.417.808	Pasivos financieros mantenidos para negociar	3.419.667
Activos financieros mantenidos para negociar	3.372.005	Pasivos financieros a coste amortizado	110.942.549
Activos financieros designados a valor razonable con cambios en otro resultado global	918.429	Derivados contabilidad de coberturas	480.654
Activos financieros no destinados a negociación valorados obligatoriamente a VR con cambios en PyG	281.391	Provisiones	333.840
Activos a coste amortizado	99.383.287	Pasivos por impuesto y otros pasivos	917.448
Derivados contabilidad de coberturas	524.645	TOTAL PASIVO	116.094.158
Inversiones en negocios conjuntos y asociadas	244.605	Fondos propios	5.908.327
Activos tangibles	446.639	Otro resultado global acumulado	(30.663)
Activos intangibles	320.446	TOTAL PATRIMONIO NETO	5.877.665
Activos por impuestos y resto de activos	898.045		
Activos no corrientes y grupos enajenables de elementos que se han clasificado como mantenidos para la venta	164.523		
TOTAL ACTIVO	121.971.823	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO	121.971.823

Elaboración propia a partir del informe anual 2024 de la compañía

7.4 Balance Unicaja a 31-12-2024

(en millones de euros)

Efectivo y saldo efectivo en bancos centrales	7.502	Pasivos financieros para negociar y con cambios en PyG	434
Activos financieros para negociar y con cambios en PyG	1.142	Pasivos financieros a coste amortizado	87.239
Activos financieros con cambios en otro resultado global	3.849	Derivados y coberturas	666
Préstamos y anticipos a coste amortizado	52.812	Provisiones	901
Valores representativos de deuda a coste amortizado	23.733	Pasivos por impuestos	391
Derivados y coberturas	966	Otros pasivos	994
Inversiones en negocios conjuntos y asociados	789	TOTAL PASIVO	90.625
Activos tangibles	1.601	Fondos propios	6.725
Activos intangibles	89	Otro resultado global acumulado	15
Activos por impuestos	4.414	Intereses minoritarios	0
Activos no corrientes en venta y Otros activos	470	TOTAL PATRIMONIO NETO	6.740
TOTAL ACTIVO	97.365	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO	97.365

Elaboración propia a partir del informe anual 2024 de la compañía

7.5 Balance Banco Sabadell a 31-12-2024

(en millones de euros)

Efectivo, saldo efectivo en bancos centrales y otros depósitos a la vista	18.382	Pasivos financieros mantenidos para negociar y a valor razonable con cambios en resultados	2.381
Activos financieros para negociar y a valor razonable con cambios en resultados	3.607	Pasivos financieros a coste amortizado	220.228
Activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado global	6.370	Provisiones	478
Activos financieros a coste amortizado	196.520	Otros pasivos	1.477
Inversiones en negocios conjuntos y asociadas	525	TOTAL PASIVO	224.565
Activos tangibles	2.078	Fondos propios	15.389
Activos intangibles	2.549	Otro resultado global acumulado	(391)
Otros activos	9.567	Intereses de minoritarios	34
		TOTAL PATRIMONIO NETO	15.033
TOTAL ACTIVO	239.598	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO	239.598

Elaboración propia a partir del informe anual 2024 de la compañía

7.6 Balance CaixaBank a 31-12-2024

(en millones de euros)

Efectivo, saldos en efectivo en bancos centrales y otros depósitos a la vista	45.210	Pasivos financieros mantenidos para negociar	8.084
Activos financieros mantenidos para negociar	12.603	Pasivos financieros a coste amortizado	469.198
Activos financieros no destinados a negociación valorados obligatoriamente a valor razonable con cambios en resultados	38	Derivados contabilidad de coberturas	1.374
Activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado global	8.202	Cambios del valor razonable de los elementos cubiertos de una cartera con cobertura del riesgo de tipo de interés	(1.359)
Activos financieros a coste amortizado	414.696	Provisiones	3.925
Derivados contabilidad de coberturas	366	Pasivos impuestos por	2.383
Cambios del valor razonable de los elementos cubiertos de una cartera con cobertura de riesgo de tipo de interés	(32)	Otros pasivos	1.757
Inversiones en negocios conjuntos y asociadas	8.947	TOTAL PASIVO	485.362
Activos tangibles	5.379	Fondos propios	31.443
Activos intangibles	1.019	Otro resultado global acumulado	(347)
Activos por impuestos	16.145	TOTAL PATRIMONIO NETO	31.096

Otros activos	3.173		
TOTAL ACTIVO	516.458	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO	516.458

Elaboración propia a partir del informe anual 2024 de la compañía

7.7 Tablas de datos financieros

EMPRESA	Tier 1	CET1	Capitalización Bursátil (en euros)	Cotización a 31-12-2024 (en euros)
BBVA	14,40%	12,88%	54.463.000.000	9,45
Banco Santander	14,40%	12,80%	67.048.000.000	4,465
Unicaja	17%	15,10%	5.020.000.000	1,27
Bankinter	14,04%	12,41%	6.900.000.000	7,64
Banco Sabadell	15,19%	13,00%	10.063.000.000	1,88
CaixaBank	14,05%	12,19%	37.269.000.000	5,236

Elaboración propia a partir de los informes anuales 2024 de las compañías

EMPRESA	Tasa de morosidad	Ratio NSFR	Ratio de cobertura	ROE
BBVA	3,70%	127%	59%	18,90%
Banco Santander	2,68%	126%	52,60%	13,00%
Unicaja	2,70%	159%	67,90%	8,46%
Bankinter	2,40%	142,70%	68,80%	17,90%
Banco Sabadell	2,84%	142%	59%	12,40%
CaixaBank	2,60%	146%	69%	15,40%

Elaboración propia a partir de los informes anuales 2024 de las compañías

7.8 Cuestionario

1	Confío en el sistema financiero en general.
2	Estoy satisfecho/a con los servicios que me ofrecen los bancos.
3	El acceso a los créditos y préstamos es sencillo.
4	Las comisiones y las tarifas bancarias son transparentes.
5	Me siento seguro al utilizar bancos en línea.
6	Estoy informado sobre mis derechos como consumidor financiero.
7	El trato que recibí por parte de las entidades financieras es justo.
8	La información que me proporciona el banco para tomar decisiones financieras es útil.
9	Me siento preparado/a para afrontar situaciones financieras inesperadas.
10	Estoy satisfecho/a con la regulación del sistema bancario.

Elaboración Propia