



Digitalización financiera tras la pandemia

¿Qué ha cambiado?

Abril de 2022

Santiago Carbó Valverde

Pedro J. Cuadros Solas

Francisco Rodríguez Fernández





RESUMEN EJECUTIVO

- **Amplia encuesta online realizada en una muestra representativa de residentes con capacidades digitales entre 18 y 70 años**
- La pandemia ha **acelerado el proceso de digitalización** bancaria de los españoles (el **31,9%** de los clientes bancarios **acceden todos o casi todos los días** a su **banca online**) en detrimento de la sucursal bancaria (sólo el 7,7% afirman ir a su sucursal semanalmente o cada 15 días).
- La pandemia ha **reducido la brecha digital en el uso de la banca online**. El **34,1%** de los adultos **entre 60 y 70 años** acceden **todos o casi todos los días** a la **banca online**.
- El **69,1%** de las compras se realizan usando medios de pago distintos al efectivo. 3 de cada 4 encuestados usan Bizum.



RESUMEN EJECUTIVO

- Los consumidores **valoran** (prefieren) el **canal físico/presencial** para realizar **inversiones financieras**. El 76,8% (79,7%) prefiere la presencialidad para contratar un fondo de pensiones (inversión)
- El 72% (77%) de los encuestados percibe que la **banca móvil (online)** es **bastante o muy segura**
- **4 de cada 10** encuestados considera que sus **conocimientos financieros son bastante bajos o muy bajos**
- La **población con menos formación** (sin estudios o con estudios primarios) y la de **mayor edad** son los que presentan **menores tasas de capacitación digital**



RESUMEN EJECUTIVO

- Actualmente, cerca del **5%** de los encuestados ha **adquirido criptomonedas**. El perfil del inversor es un joven, que estudia o trabaja, con una renta mensual elevada y que reside en grandes núcleos de población.
- **Bitcoin, Ethereum y Cardano** concentran el **91%** de las inversiones en **criptomonedas**.
- El **79,5%** de los propietarios de criptomonedas afirma adquirirlas **como inversión**. Sólo un **8,3%** afirma hacerlo como **activo refugio**.
- De entre los que no han invertido (el 95% restante), **cerca de la mitad** afirma que no lo han hecho **por desinterés** y un **27,5%** por **desconocimiento**.
- Existe un **elevado grado de desconocimiento** sobre el **euro digital**. Cerca del **40%** de los encuestados **no ha oído hablar** de esta cuestión.



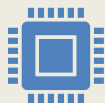
RESUMEN EJECUTIVO

- **Casi la mitad** de los encuestados afirma **haber recibido un correo electrónico o llamada de teléfono fraudulenta pidiendo información acerca de sus finanzas o cuentas bancarias**, aunque sólo el **3,4%** de los encuestados ha sido **víctima de un fraude**.
- Las **mujeres y las personas que viven en hogares con bajos niveles de renta** son más frecuentemente **víctimas** de fraudes bancarios.
- Un elevado porcentaje de la población **sigue las medidas de seguridad recomendadas** para acceder a **servicios bancarios digitales**, pero sólo el **44,2%** tienen un antivirus en el **móvil**.
- El **44,3%** de los encuestados **no saben la diferencia** entre una **web segura (https)** y otra corriente (**http**).

SUMARIO



La encuesta



Avance de la digitalización en la pandemia



Pandemia, digitalización y exclusión financiera

SUMARIO



Monedas digitales: criptomonedas y euro digital



Ciberseguridad



Conclusiones

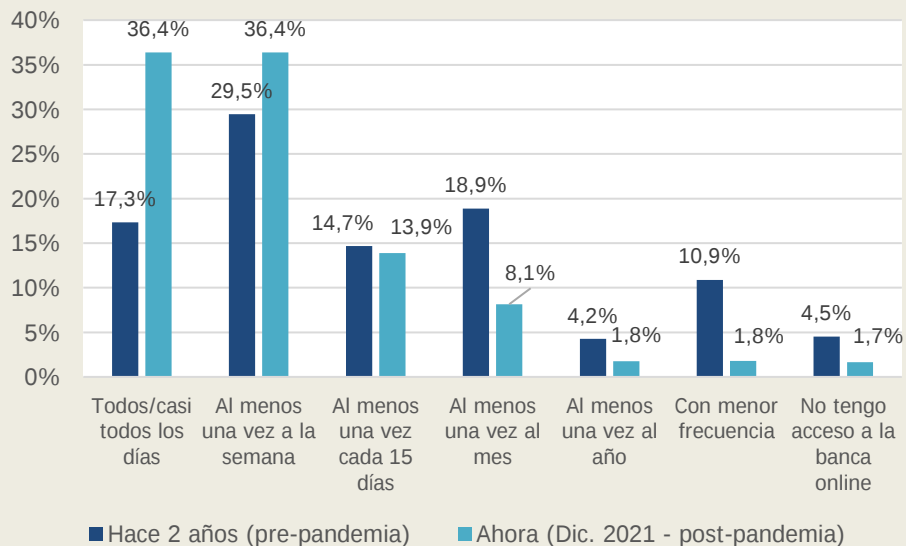
LA ENCUESTA

- **Encuesta realizada por IMOP para Funcas**
- **Universo:** residentes en el territorio nacional peninsular e insular de **18 a 70 años** mediante encuesta online
- **Tamaño muestral:** 2.121 entrevistas
- **Trabajo de campo:** del 30 de noviembre al 23 de diciembre de 2021. Encuesta online
- **Cuotas:** controladas por edad, sexo, comunidad de residencia y tamaño de la población
- **Error muestral:** $\pm 2,2\%$ para un nivel de confianza del 95,5%

AVANCE DE LA DIGITALIZACIÓN EN LA PANDEMIA

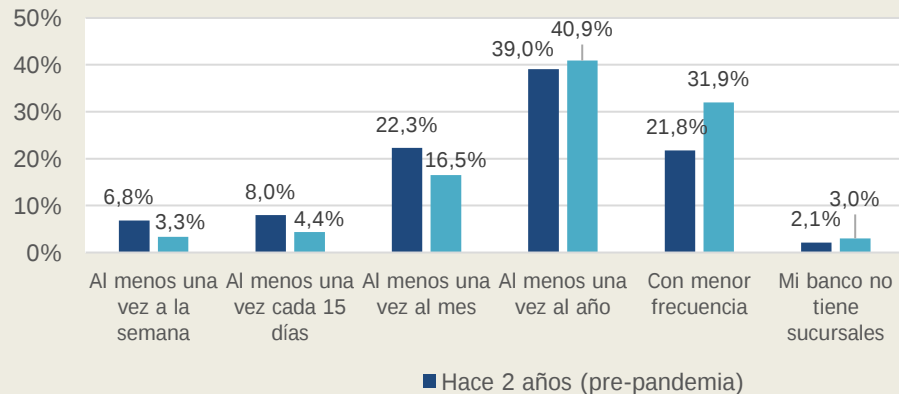
BANCA PRESENCIAL Y BANCA ONLINE

FRECUENCIA DE ACCESO A LA BANCA ONLINE



- i** El 31,9% de los clientes bancarios acceden todos o casi todos los días a su banca online
- El 72,7% afirma acceder regularmente (al menos cada semana)

FRECUENCIA DE ACCESO A UNA SUCURSAL BANCARIA



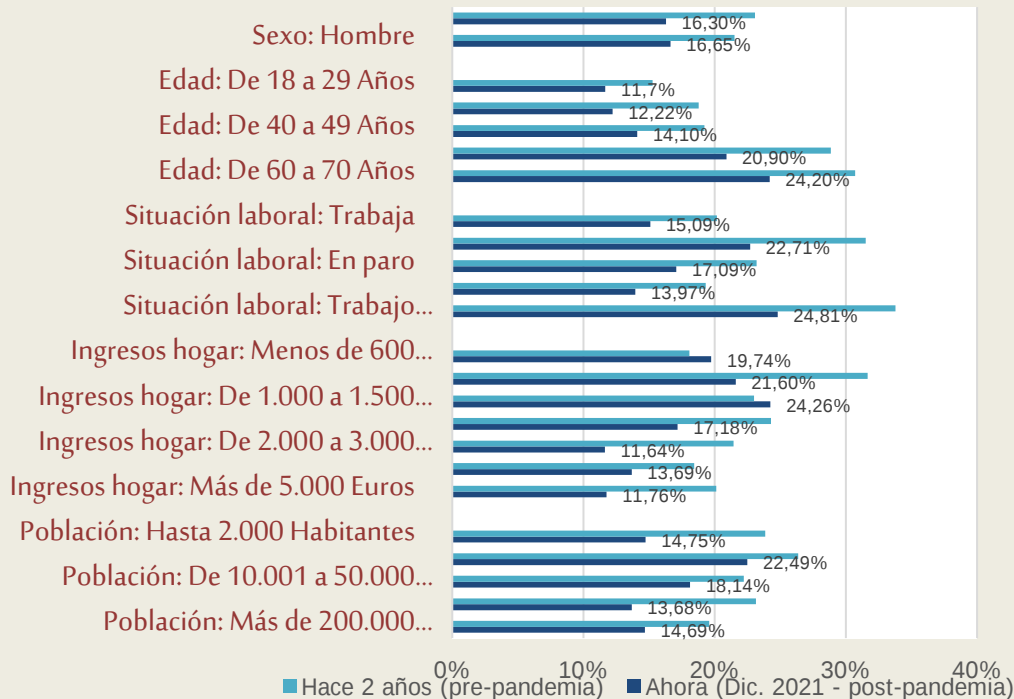
- i** La frecuencia de acceso a la sucursal bancaria ha caído con la pandemia. El 31,9% de los clientes bancarios afirma que acuden menos frecuentemente
- Sólo el 7,7% afirma ir a su sucursal regularmente (semanalmente o cada 15 días)

AVANCE DE LA DIGITALIZACIÓN EN LA PANDEMIA BANCA PRESENCIAL Y BANCA ONLINE

i En todos los grupos socioeconómicos se observa un menor uso de la sucursal bancaria

i El 24,2% de los adultos entre 60 y 70 años acuden una vez al mes a la oficina bancaria

% de clientes bancarios que acude al menos una vez al mes a una sucursal bancaria



Nota: los % corresponden a la post-

i La mayor caída en el uso de la sucursal se observa en las poblaciones de hasta 2.000 habitantes

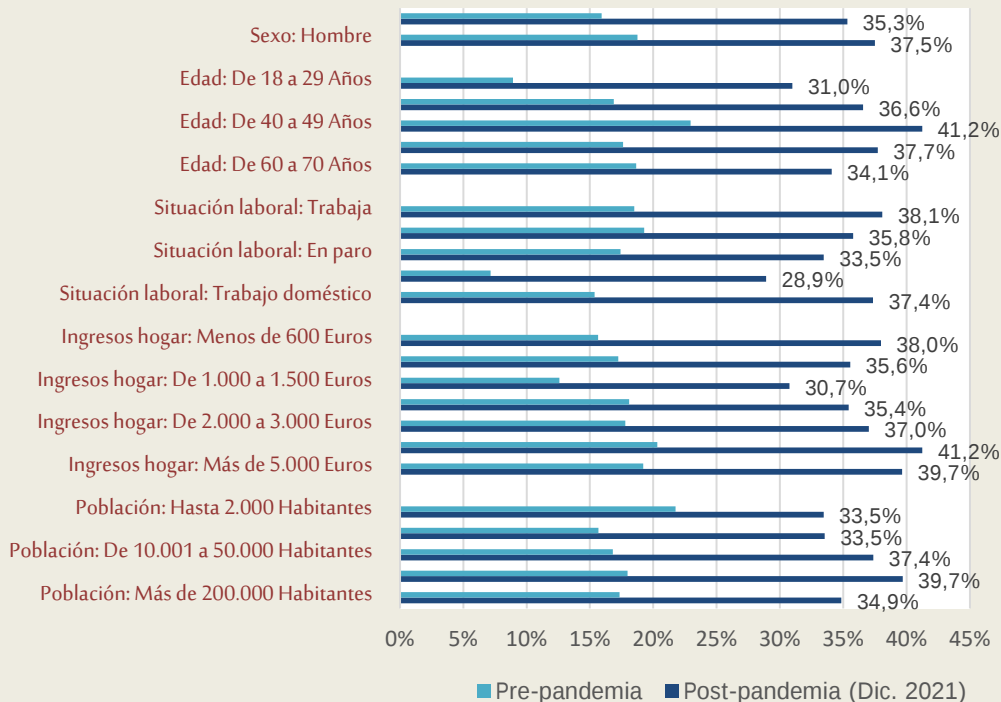
i El mayor uso de la sucursal se da en hogares con menores niveles de ingresos.

AVANCE DE LA DIGITALIZACIÓN EN LA PANDEMIA BANCA PRESENCIAL Y BANCA ONLINE

i En todos los grupos socioeconómicos se observa un mayor uso de la banca online con la pandemia

i La pandemia ha reducido las brechas en el uso de la banca online

% de clientes bancarios que accede todos o casi todos los días a la web de su banco



Nota: los % corresponden a la post-

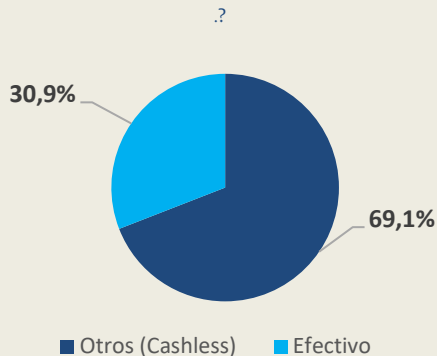
i El 34,1% de los adultos entre 60 y 70 años accede todos o casi todos los días a la banca online

i No existen diferencias significativas en el uso de la banca online por nivel de ingresos, situación laboral o localidad de residencia

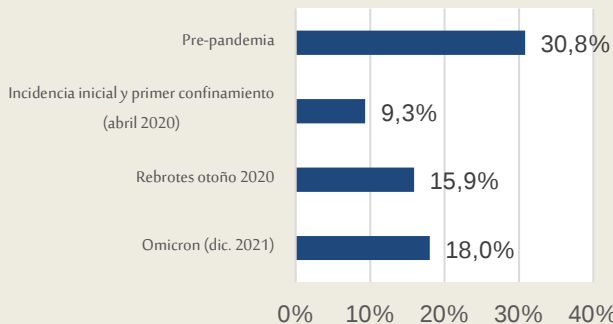
AVANCE DE LA DIGITALIZACIÓN EN LA PANDEMIA EFECTIVO Y MEDIOS DE PAGO DIGITALES

i El menor uso del efectivo persiste a pesar de haber superado la fase más dura de la pandemia

ACTUALMENTE, ¿QUÉ PORCENTAJE DE SUS COMPRAS (ACTOS DE COMPRA) REALIZA EN . .



PORCENTAJE DE POBLACIÓN QUE USA EL EFECTIVO COMO PRINCIPAL MEDIO DE PAGO

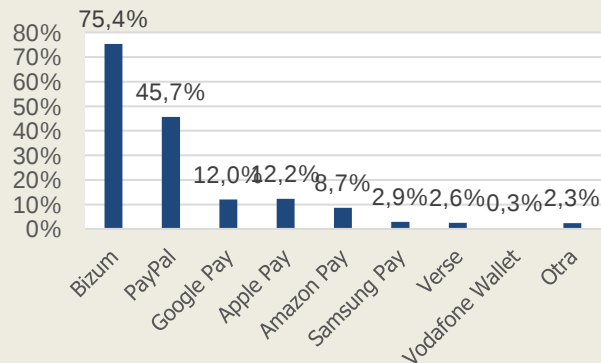


i El 18% de los consumidores usa el efectivo como principal medio de pago

El 69,1% de las compras se realiza usando medios de pago distintos al efectivo

i Bizum es la principal aplicación de pagos. 3 de cada 4 encuestados la usan

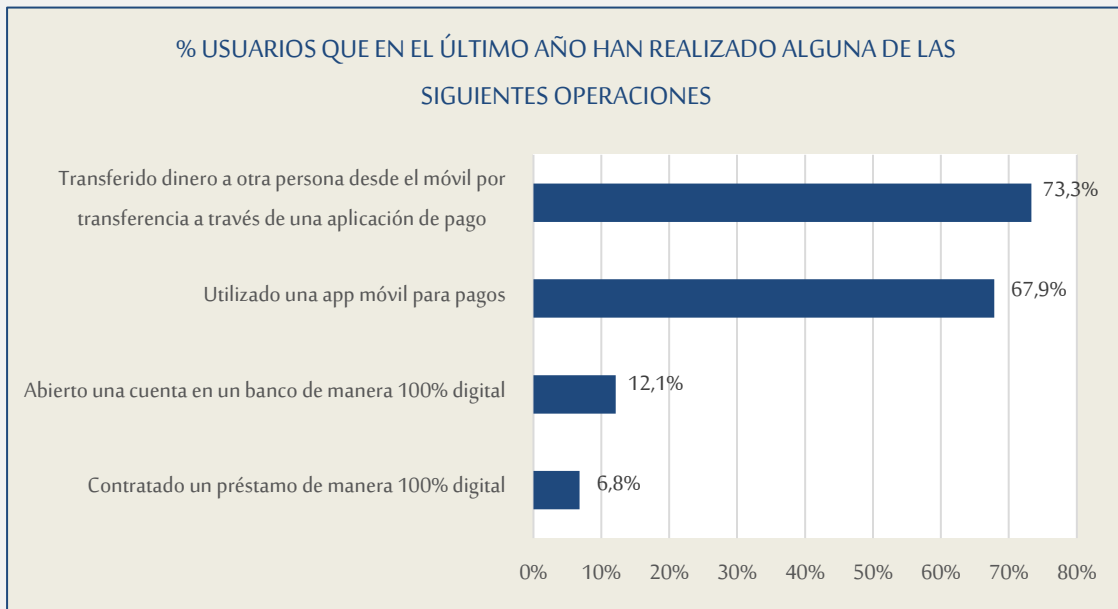
% USUARIOS QUE USAN LAS SIGUIENTES APLICACIONES DE PAGOS



PANDEMIA, DIGITALIZACIÓN Y EXCLUSIÓN FINANCIERA

USO Y VARIEDAD DE USO DE LA BANCA ONLINE

i Existen diferencias en el grado de uso de la banca online para realizar actividades financieras



i El 73,3% de los encuestados ha transferido dinero a otro persona a través de un app de pagos

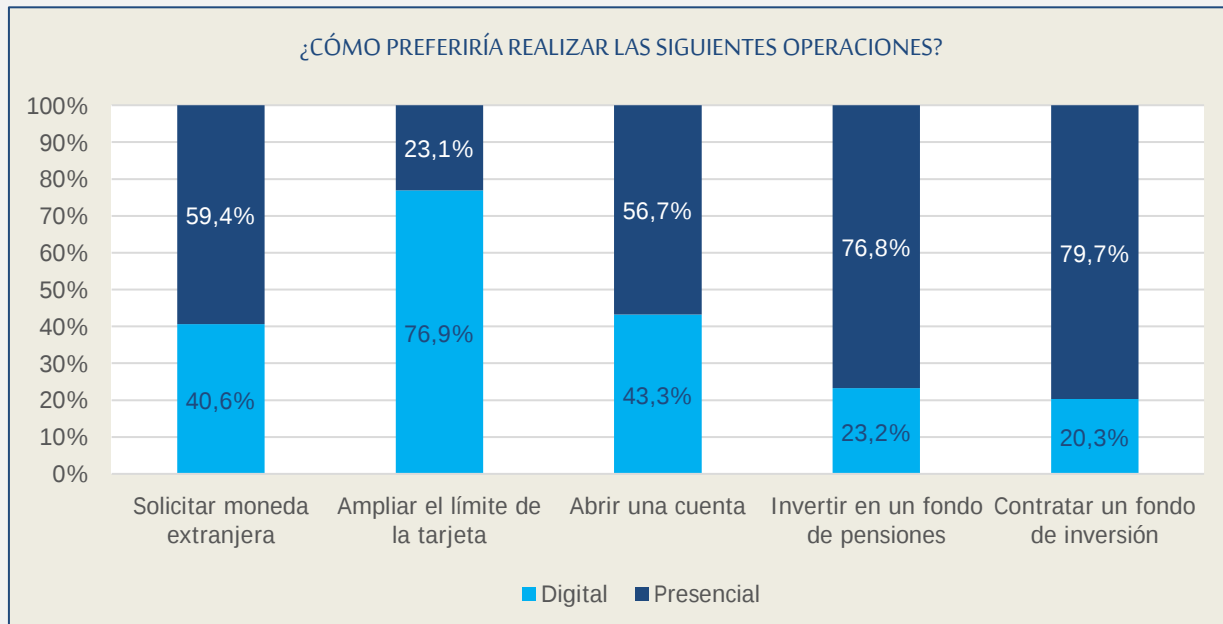
i El 12,1% de los encuestados ha abierto una cuenta bancaria de manera 100% digital

i El 6,8% de los encuestados ha contratado un préstamo de manera 100% digital

PANDEMIA, DIGITALIZACIÓN Y EXCLUSIÓN FINANCIERA

PREFERENCIAS EN LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES FINANCIERAS

i Los consumidores valoran (prefieren) el canal físico/presencial para realizar inversiones financieras



i El 76,9% de los encuestados prefiere el canal digital para ampliar el límite de gasto de su tarjeta

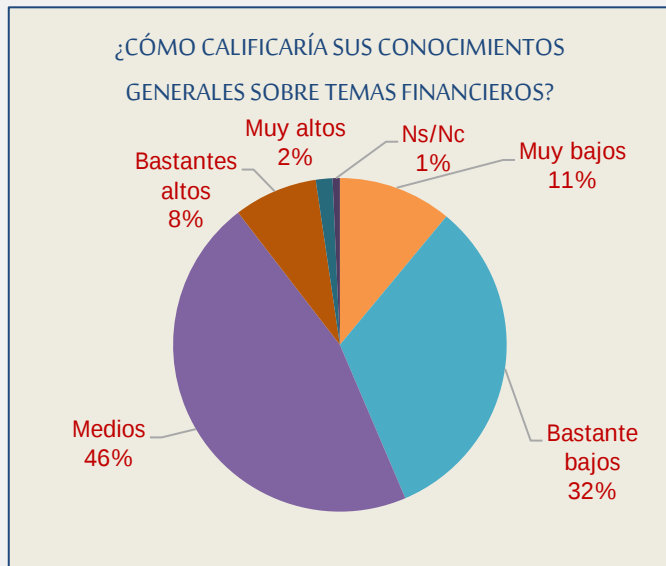
i El 43,3% de los encuestados prefiere abrir una cuenta bancaria sin que exista interacción personal.

i El 76,8% (79,7%) de los encuestados prefiere la presencialidad para contratar un fondo de pensiones (inversión)

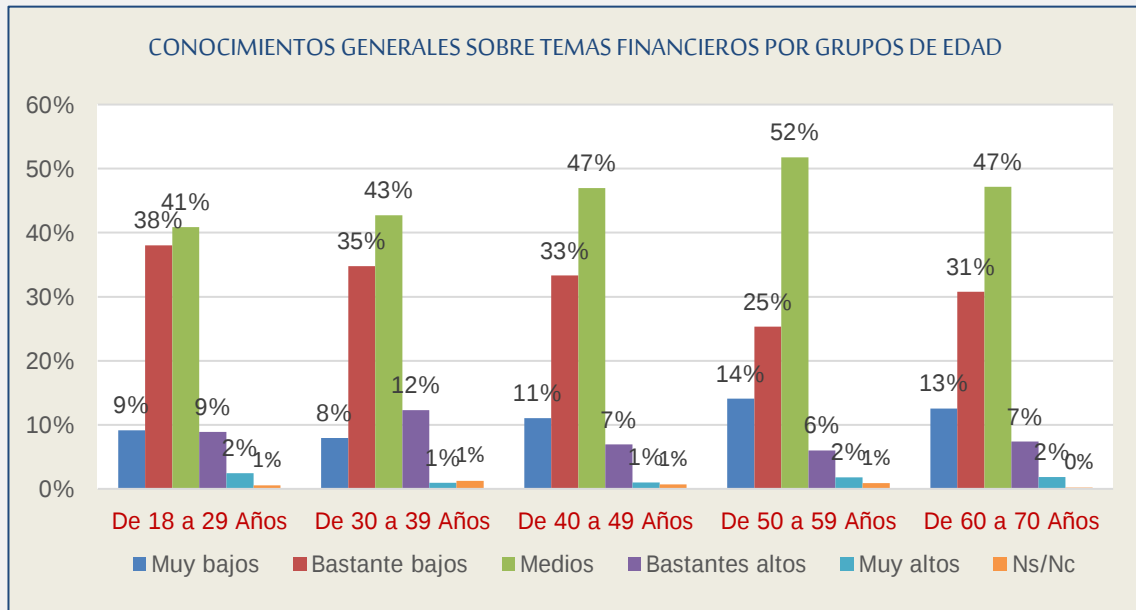
PANDEMIA, DIGITALIZACIÓN Y EXCLUSIÓN FINANCIERA

CONOCIMIENTOS FINANCIEROS

i 4 de cada 10 encuestados considera que sus conocimientos financieros son bastante bajos o muy bajos.



i Sólo 1 de cada 10 encuestados considera que dichos conocimientos son bastante altos o muy altos.



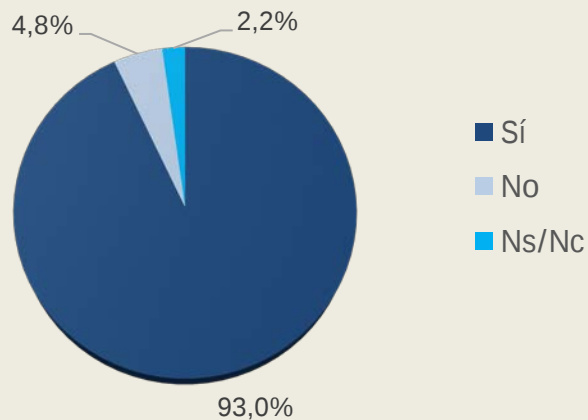
i La población de edad más avanzada es la que considera que tiene un nivel de conocimiento financiero más bajo.

i Un 47% de los jóvenes entre 18 y 29 años considera que sus conocimientos son bastante bajos o muy bajos.

PANDEMIA, DIGITALIZACIÓN Y EXCLUSIÓN FINANCIERA

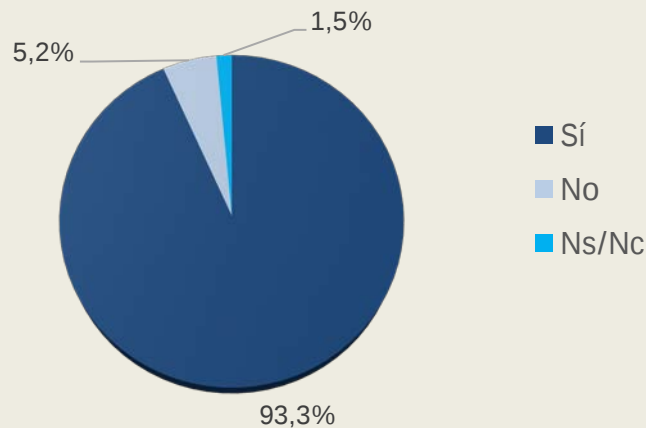
CAPACIDADES DIGITALES

¿SERÍA CAPAZ DE DESCARGAR E INSTALAR LA APLICACIÓN
BANCARIA DE SU BANCO SIN AYUDA DE UN FAMILIAR U/O AMIGO?



i El 93% de los encuestados sería capaz de descargar e instalar la aplicación de su banco por sí mismo.

¿SERÍA CAPAZ DE USAR SU TELÉFONO MÓVIL PARA ESCANEAR UN
CÓDIGO QR Y ACCEDER A SU CONTENIDO SIN AYUDA DE UN
FAMILIAR Y/O AMIGO?

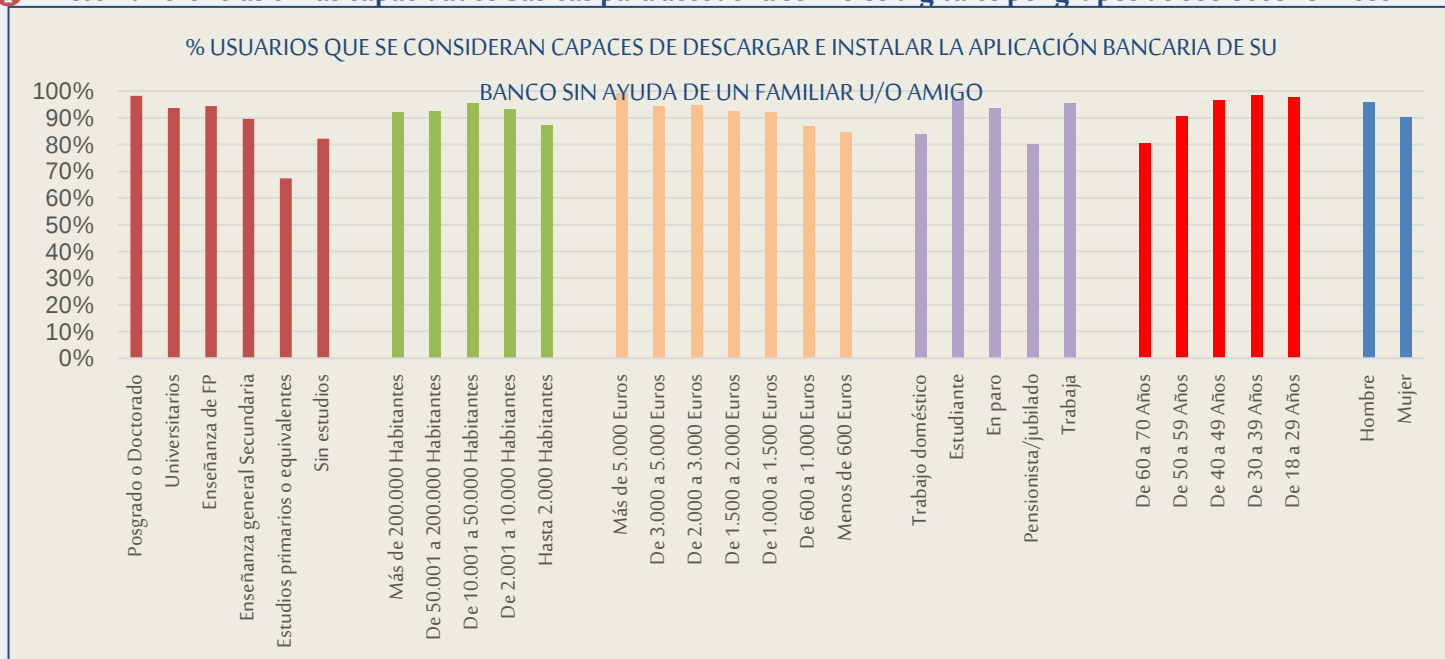


i El 93,3% de los encuestados sería capaz de escanear un código QR y acceder a su contenido por sí mismo.

PANDEMIA, DIGITALIZACIÓN Y EXCLUSIÓN FINANCIERA

CAPACIDADES DIGITALES

i Existen diferencias en las capacidades básicas para acceder a servicios digitales por grupos de socioeconómicos

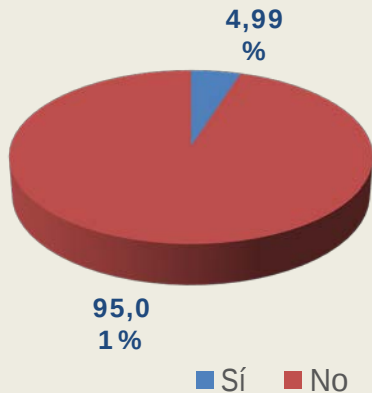


i La población con menos formación (sin estudios o con estudios primarios) y la de mayor edad son los que presentan menores tasas de capacitación digital.

i No existen diferencias significativas por género ni por localidad de residencia.

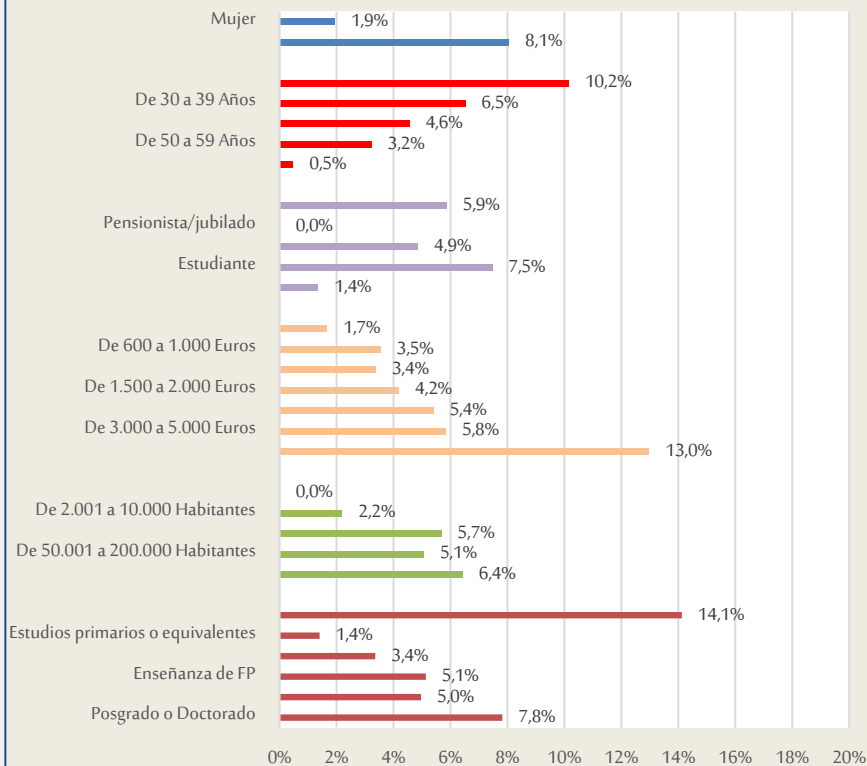
CRIPTOMONEDAS, EURO DIGITAL Y CIBERSEGURIDAD: ADOPCIÓN DE LAS CRIPTOMONEDAS

¿ES USTED POSEEDOR DE
ALGUNA CRIPTOMONEDA?



i El 5% de los encuestados tiene criptomonedas

% ENCUESTADOS QUE SON POSEEDORES DE UNA CRIPTOMONEDA



Perfil del inversor español en criptomonedas, según la encuesta:

- Joven: entre 18 y 29 años
- Estudiante o Trabajando
- Con una renta elevada
- Residente en ciudades de tamaño medio y grande

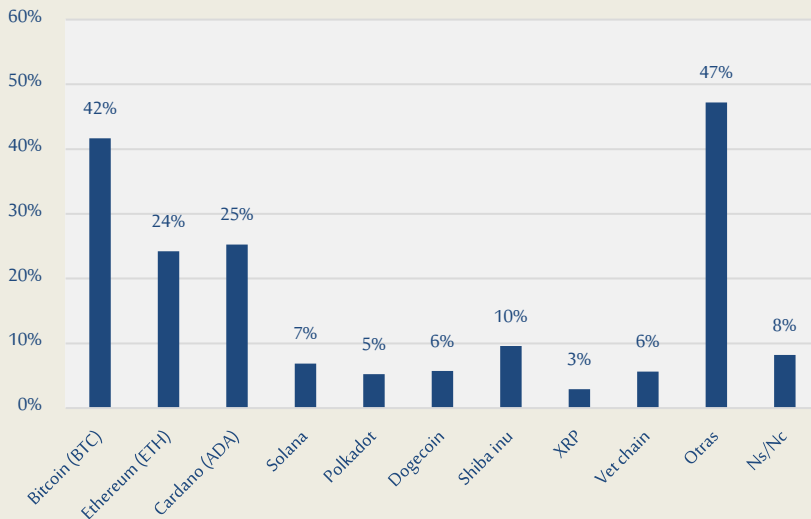
i El 14,1% de los encuestados que tiene criptomonedas no cuenta con estudios primarios o equivalentes

MONEDAS DIGITALES: CRIPTOMONEDAS Y EURO DIGITAL

ADOPCIÓN DE LAS CRIPTOMONEDAS

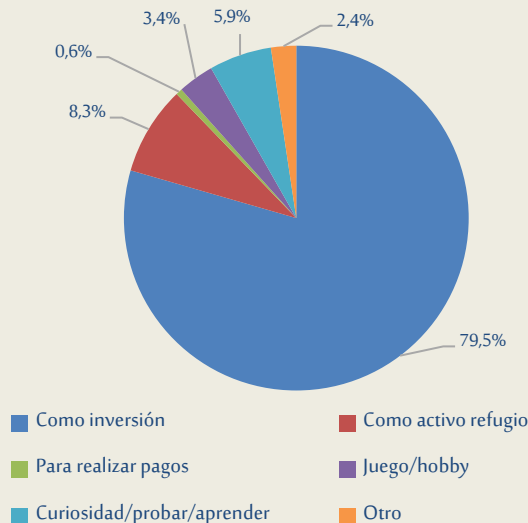
- 4 de cada 10 inversores en criptomonedas tiene Bitcoins.
- Bitcoin, Ethereum y Cardano concentran el 91% de las inversiones en criptomonedas
- En todos los grupos de edad, Bitcoin es la principal moneda en la que se invierte

¿EN QUÉ CRIPTOMONEDAS HA INVERTIDO?



i Existe una elevada pluralidad de criptomonedas en las que invierten los encuestados que las tienen, aunque la mayor parte de los inversores concentran sus tenencias en Bitcoin, Ethereum

¿CUÁL ES EL PRINCIPAL MOTIVO PARA ADQUIRIR ESTE CRIPTOACTIVO?



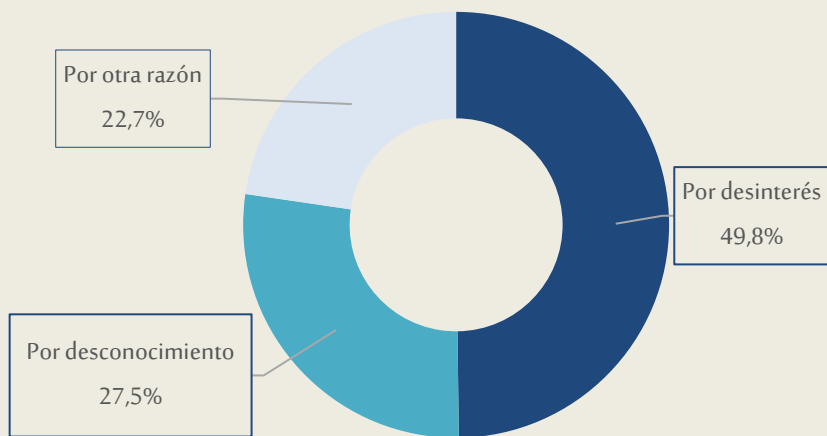
i El 79,5% de los encuestados afirma adquirir criptomonedas como inversión. Sólo un 8,3% afirma hacerlo como activo refugio

MONEDAS DIGITALES: CRIPTOMONEDAS Y EURO DIGITAL

ADOPCIÓN DE LAS CRIPTOMONEDAS

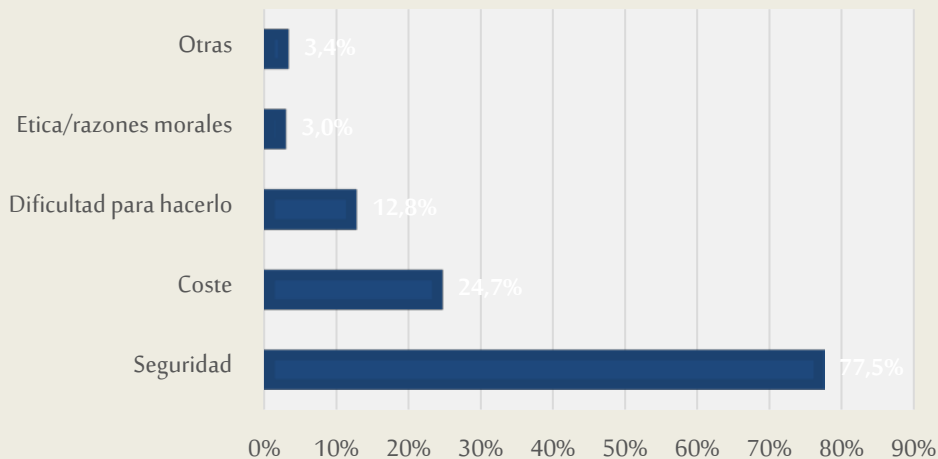
i Cerca del 50% de aquellos que no han adquirido criptomonedas afirma que no lo han hecho por desinterés

A AQUELLOS QUE NO HAN COMPRADO
CRIPTOMONEDAS, ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL MOTIVO?



i Un 27,5% de aquellos que no han adquirido criptomonedas afirma que no lo han hecho por desconocimiento

¿QUÉ OTRA RAZÓN?



i Entre aquellos que argumentan otras motivaciones, destacan los que señalan tener preocupaciones sobre su seguridad

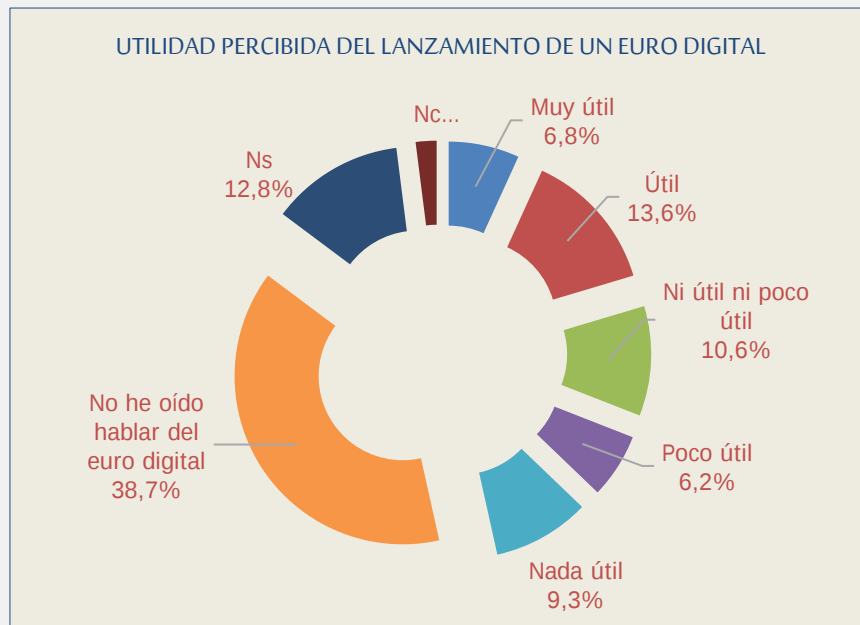
MONEDAS DIGITALES: CRIPTOMONEDAS Y EURO DIGITAL

EURO DIGITAL

i Existe un elevado grado de desconocimiento acerca del proyecto del euro digital

i Cerca del 40% de los encuestados no ha oído hablar del proyecto del euro digital

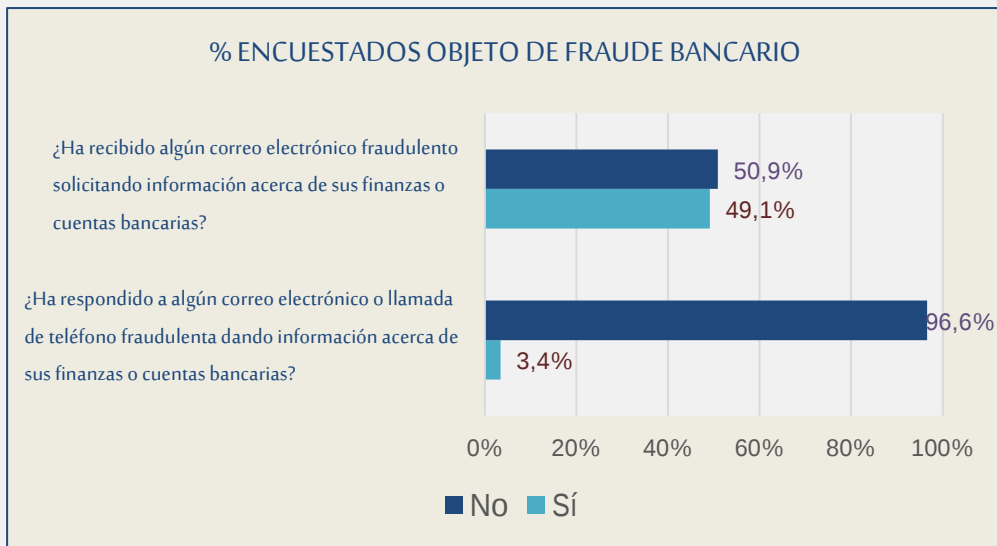
i El 20,4% de los encuestados considera que dicha moneda digital pública sería útil o muy útil



i El 9,3% de los encuestados considera que dicha moneda digital pública sería poco o nada útil

i Un 10,6% de los encuestados es indiferente en cuanto a su utilidad (la considera ni útil ni poco útil)

CIBERSEGURIDAD FRAUDE BANCARIO



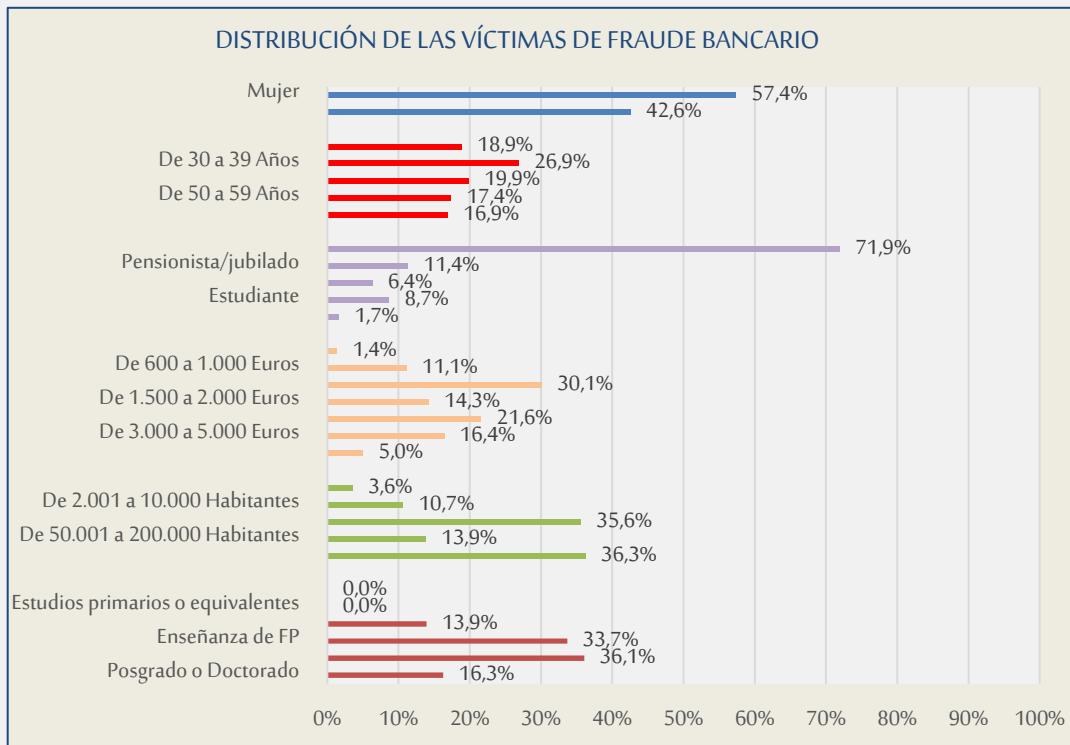
i Casi la mitad de los encuestados afirman haber recibido un correo electrónico o llamada de teléfono fraudulenta dando información acerca de sus finanzas o cuentas bancarias

i Sólo el 3,4% de los encuestados ha respondido a algún correo electrónico o llamada de teléfono fraudulenta dando información acerca de sus finanzas o cuentas bancaria

CIBERSEGURIDAD Y BANCA ONLINE FRAUDE BANCARIO

i Las mujeres (57%) son más frecuentemente víctimas de fraudes bancarios que los hombres (42%), según los resultados de la muestra

i El mayor porcentaje por nivel de ingresos se concentran en personas que viven en hogares que ganan entre 1.000 y 1.500€ mensuales



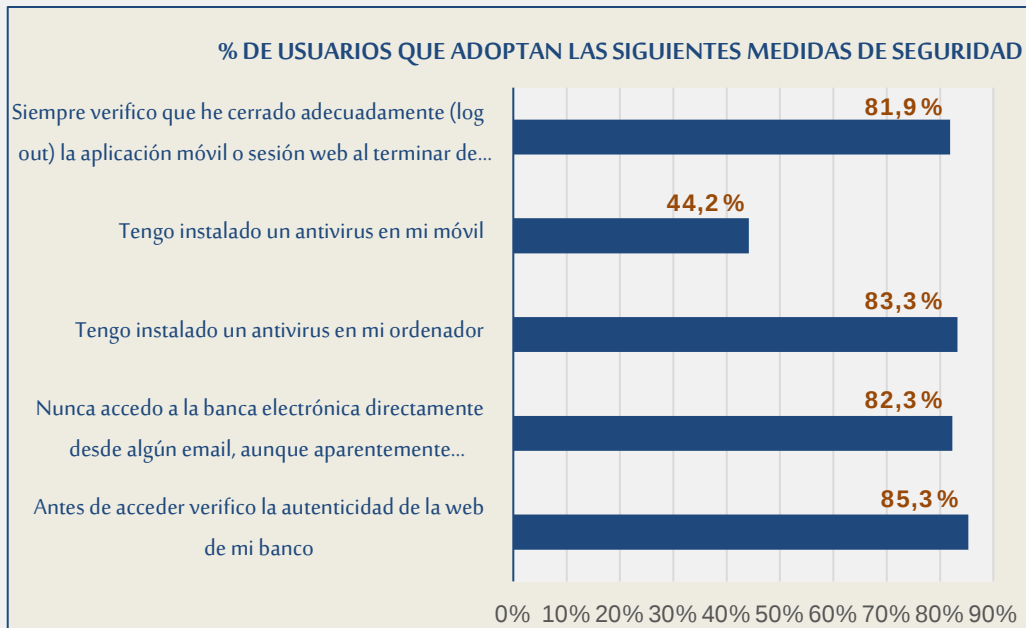
(ha respondido a algún correo electrónico o llamada de teléfono fraudulenta dando información acerca de sus finanzas o cuentas bancaria)

i Las personas con mayor formación (universitarios o estudios de posgrado) concentran cerca del 70% de las víctimas de fraude bancario

i El 71,9% de las víctimas son trabajadores en activo

CIBERSEGURIDAD Y BANCA ONLINE SEGURIDAD EN EL ACCESO A SERVICIOS DIGITALES

i Un elevado porcentaje de la población, sigue las medidas de seguridad recomendadas para acceder a servicios bancarios digitales.



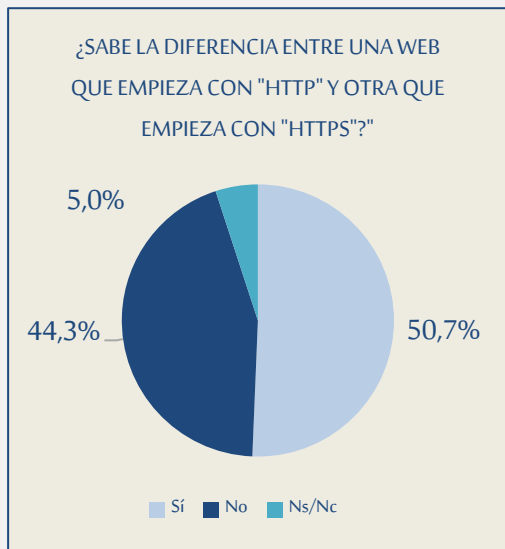
i El 81,9% de los encuestados verifica que han cerrado la aplicación/sesión al salir de su banca digital

i El 82,3% de los encuestados no accede a su banca digital desde un email

i El uso del antivirus está extendido en los ordenadores (83,3%) pero poco en los móviles (44,2%)

CIBERSEGURIDAD Y BANCA ONLINE

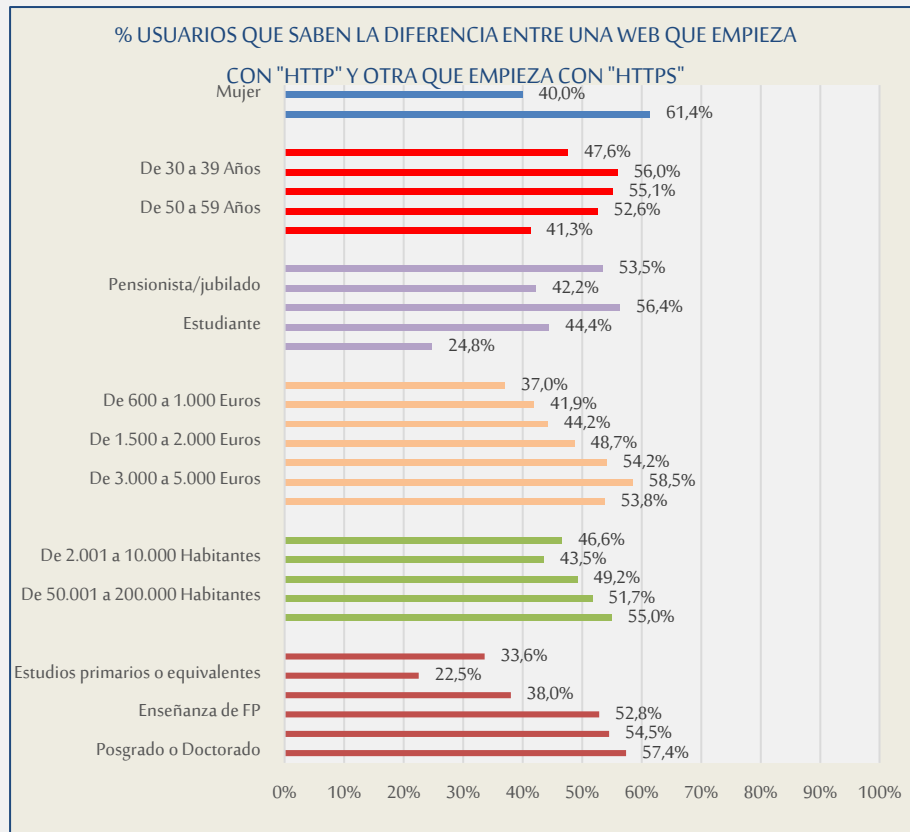
SEGURIDAD EN EL ACCESO A SERVICIOS DIGITALES



Este conocimiento acerca de la seguridad de la web es menor en:

- Mujeres
- Personas de mayor edad (entre 60 y 70 años)
- Personas con bajos niveles de ingresos
- Personas con poco nivel de formación

i El 44,3% de los encuestados no conocen la diferencia entre una web segura (https) y otra que no lo es (http)





CONCLUSIONES

- Los españoles han avanzado significativamente en su grado de digitalización financiera con la pandemia. El uso de la banca online y de medios de pago digitales se imponen.
- Aunque la pandemia ha reducido la brecha digital, se evidencia que parte de la población (la de mayor edad) requiere de un tiempo adicional para abordar dicho proceso.
- Sigue quedando un amplio margen para avanzar en la digitalización financiera en España. Los clientes bancarios están lejos de poder ser considerados usuarios “omnidigitales”.
- Los clientes aún valoran el “componente humano” a la hora de establecer relaciones banco-cliente, especialmente cuando se trata de comprar o suscribir productos de inversión.



CONCLUSIONES

- La adopción de las criptomonedas aún es relativamente baja en nuestro país aunque empieza a ser relevante entre los más jóvenes. La mayor parte compra estos activos con fines de inversión
- Existe un elevado grado desconocimiento acerca del proyecto del euro digital.
- Una gran parte de los encuestados (cerca del 80%) toma medidas de seguridad para acceder a sus servicios bancarios digitales. En todo caso, casi la mitad (49%) son objeto de intentos de fraude por email o por teléfono
- Existe una brecha en el grado de conocimiento de la seguridad digital para el acceso a los servicios bancarios digitales. Las mujeres, personas de mayor edad (entre 60 y 70 años), con bajos niveles de ingresos y con poco nivel de formación tienen menos conocimientos sobre seguridad digital