

El cliente de la banca digital en España

Observatorio de la Digitalización Financiera
Funcas - KPMG

Santiago Carbó y Francisco Rodríguez

Resumen ejecutivo (I)

La creación de un Observatorio de la Digitalización Financiera se enmarca en el objetivo tradicional de Funcas de analizar las tendencias que transforman los vínculos entre realidad social y financiera.

El *venture* conjunto con KPMG permite aunar las perspectivas de oferta y demanda para ofrecer a la sociedad una visión completa de esa transformación.

El estudio de “demanda” que aquí se presenta bajo el título *El cliente de la banca digital en España* es un intento ambicioso de explicar la demanda actual de servicios financieros digitales y el perfil de sus usuarios.

El estudio se apoya en una extensa encuesta realizada por IMOP para Funcas con 3.005 entrevistas para residentes españoles en territorio peninsular de entre 18 y 75 años.

Resumen ejecutivo (II)

Al analizar el grado de digitalización general, se encuentra que el 92% de los clientes bancarios es usuario habitual de Internet, el 85,3% tiene smartphone, el 44,3% tiene al menos un ordenador en el hogar y el 47,2% dispone de tablet.

El perfil promedio del cliente de servicios financieros digitales en España es el de una mujer trabajadora de menos de 39 años, con hijos, residente en poblaciones de más de 200.000 habitantes y con ingresos entre 3.000 y 5.000 euros en el hogar.

El 20,1% de los encuestados declaran no contar con servicios online en sus cuentas bancarias. El 13,7% tiene alguna cuenta exclusivamente online. El 28,9% usa algún servicio financiero no bancarios online (ej. Paypal).

Sin embargo, el 75,7% no conoce el tipo de interés de su cuenta de ahorro ni un rango aproximado del mismo.

El 79,1% tiene tarjeta de débito y el 50,8% de crédito. Entre las actividades financieras típicas realizadas en un año en Internet destacan la consulta de saldos y movimientos (68,2%). El 27,6% de los usuarios de móvil realiza alguna transferencia por este medio a lo largo de un año.

Resumen ejecutivo (III)

Mientras que el 88,8% considera una domiciliación bancaria como segura o muy segura, únicamente el 54,8% lo considera así para banca online y el 44,2% para banca móvil. Resulta llamativo que solamente el 63,2% considere la banca online como de coste bajo o muy bajo y el 58,8% la banca móvil, frente a porcentajes más altos de servicios más asentados.

El 90% considera fácil o muy fácil retirar dinero en cajero o pago con tarjeta débito pero únicamente lo creen así para banca online y móvil el 67,8% y 64,4% de los usuarios, respectivamente. Existen menos diferencias entre medios tradicionales y digitales en lo que se refiere a la valoración de la disponibilidad y calidad de los registros e información sobre las transacciones.

El 40,8% de los usuarios de smartphone declara haber recibido un sms de su entidad bancaria a lo largo de un año y el 19,8% declara haber usado alguna app de pagos en ese período. El 28,9% utiliza Paypal y el 15% Amazon Payments pero el 62% no utiliza ningún servicio de pago online a lo largo del año.

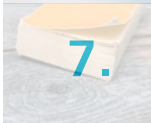
Resumen ejecutivo (IV)

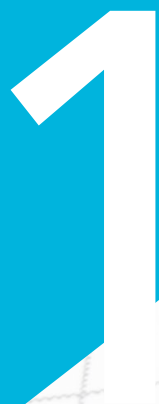
El 56% de los encuestados consulta el saldo de sus cuentas semanalmente y el 34% el de sus tarjetas de crédito. Solamente el pago en efectivo es percibido de forma mayoritaria como un medio poco o nada arriesgado.

El 70% de los usuarios de Internet encuestados tienen cuenta de Facebook y el 28% de Twitter.

El 37% acude a la oficina al menos una vez al mes para consultas. El 48% realiza una consulta al menos al mes a través del móvil (llamada o mensaje).

Sumario

-  1. La encuesta
-  2. Grado de digitalización
-  3. Perfil de digitalización financiera
-  4. Penetración medios digitales
-  5. Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales
-  6. Medios digitales, comunicación y reputación
-  7. Próximos estudios a partir de la encuesta



La encuesta

La encuesta

Una encuesta sobre usos de servicios bancarios y de pago relacionados con la digitalización.

Base metodológica del *Survey of Consumer Payment Choice (SCPC)* realizado por el Federal Reserve Bank of Boston.

- Encuesta realizada por IMOP para Funcas.
- Universo: residentes en el territorio nacional peninsular e insular de 18 a 75 años.
- Tamaño muestral: 3.005 entrevistas.
- Trabajo de campo: del 2 de noviembre al 6 de diciembre de 2016.
- Encuestas telefónica.
- Las "cuotas controladas" (edad, sexo, localización) y "métodos de ponderación" corresponden a los del EGM.
- Error muestral: $\pm 1,8\%$ para un nivel de confianza del 95,5%.

1

La encuesta

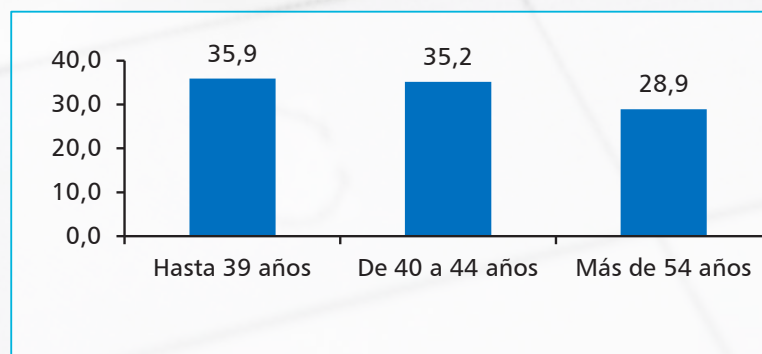
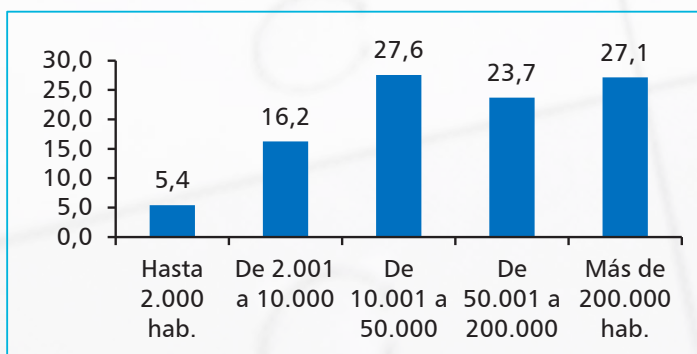
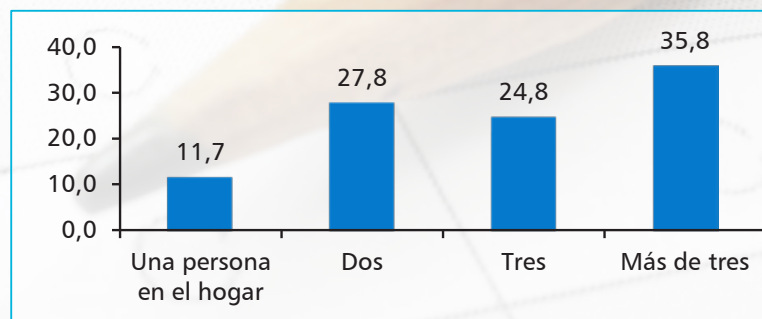
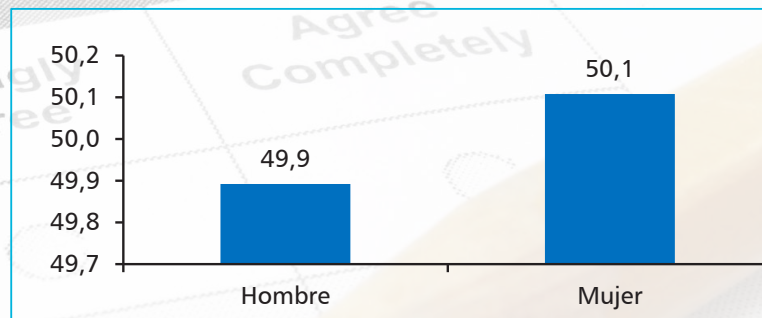


1

La encuesta

La muestra guarda equilibrios y proporciones en relación a las condiciones demográficas y posibilita discriminar por:

- Sexo
- Tamaño del hogar
- Edad
- Nivel de ingresos



2

Grado de digitalización

2

Grado de digitalización

El 92% de los clientes bancarios es usuario habitual de Internet y se conecta principalmente desde su domicilio.

El 97% tiene móvil y el 85,3% smartphone.

El 39,9% de los hogares no tiene ordenador de sobremesa en casa y el 47,1% tiene al menos uno.

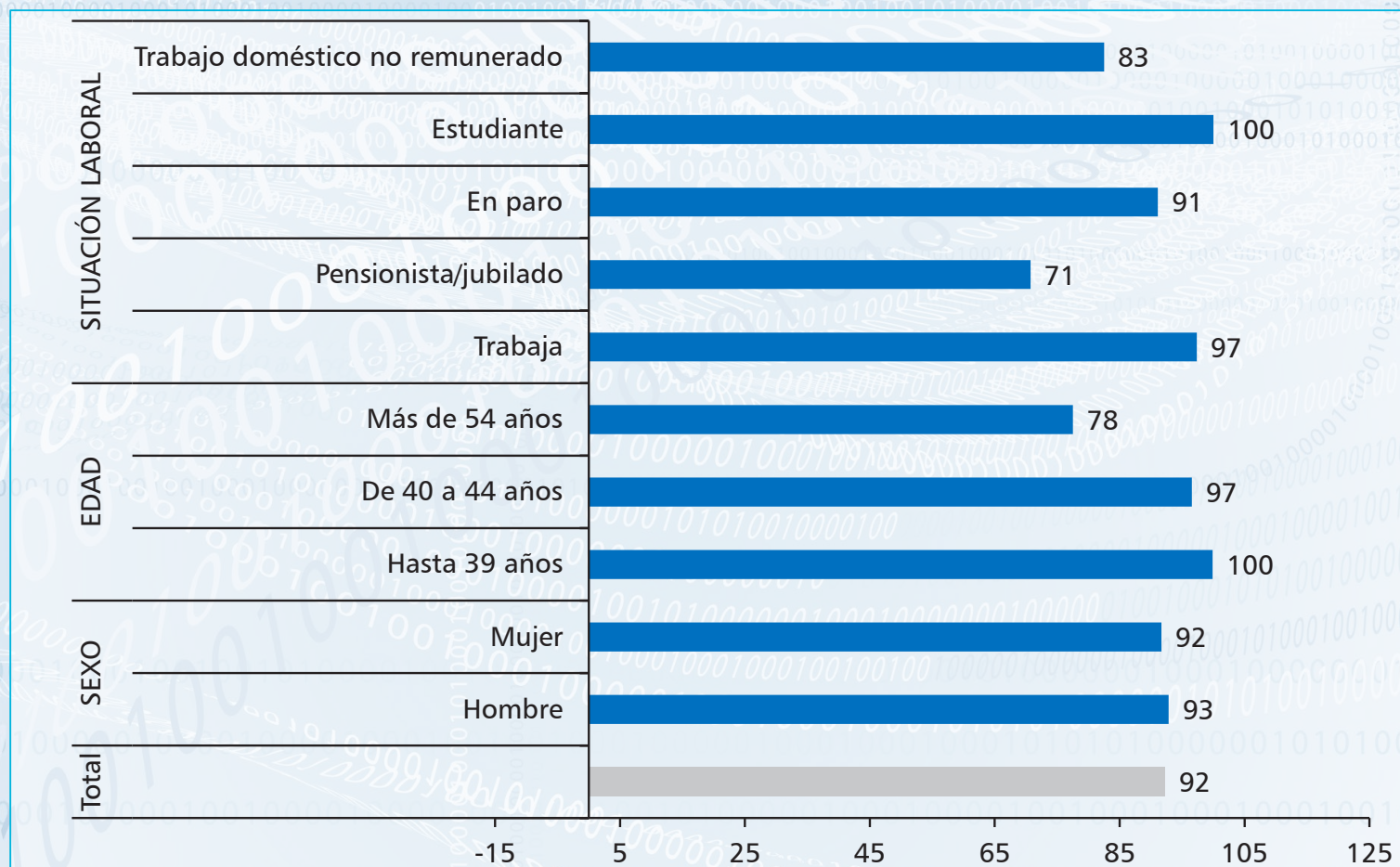
El 25,3% de los hogares no tiene ordenador de sobremesa en casa y el 44,3% tiene al menos uno.

El 47,2% dispone de tablet.

2

Grado de digitalización

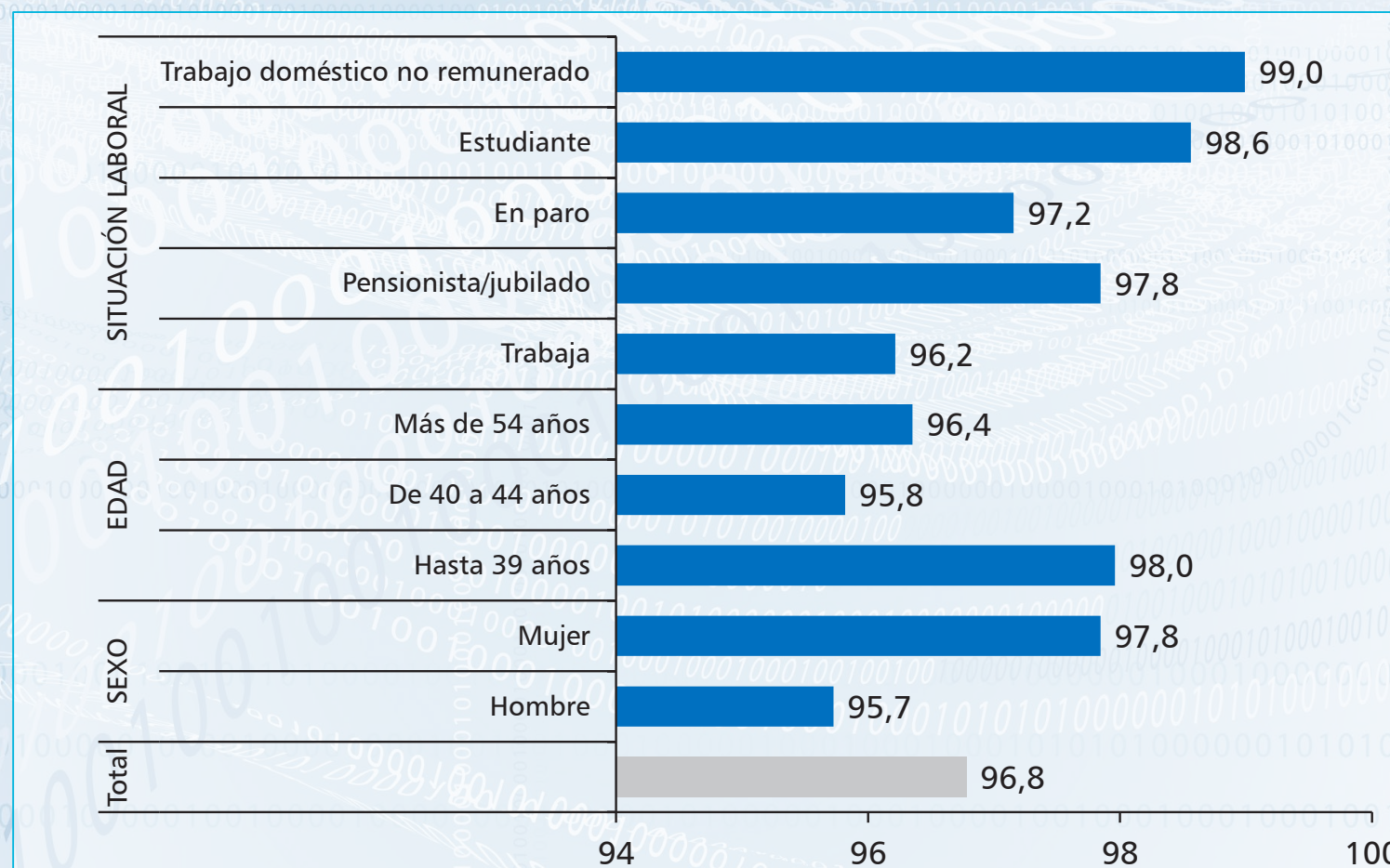
Usuarios habituales de Internet (%)



2

Grado de digitalización

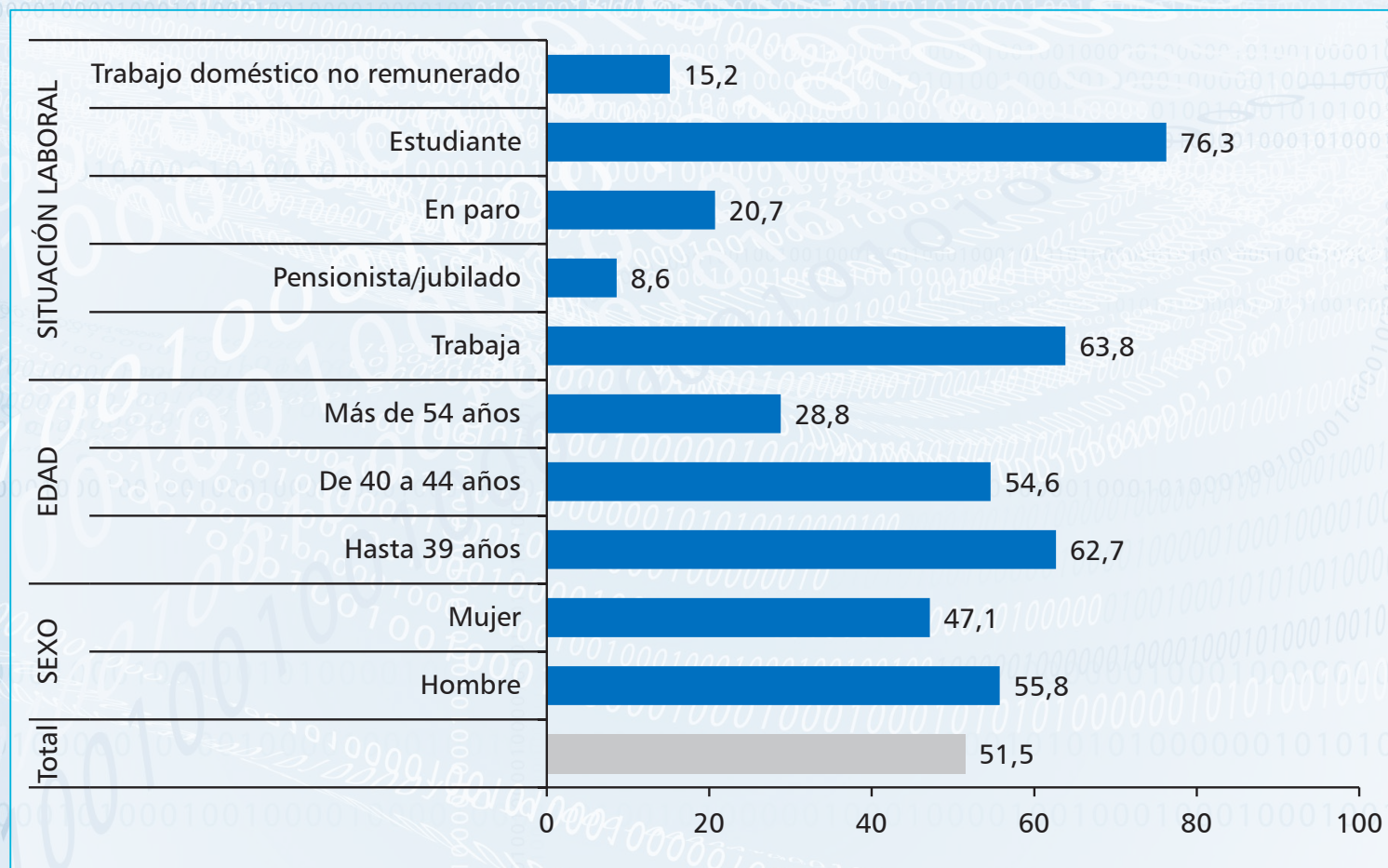
Conexión desde el domicilio (% total conexiones)



2

Grado de digitalización

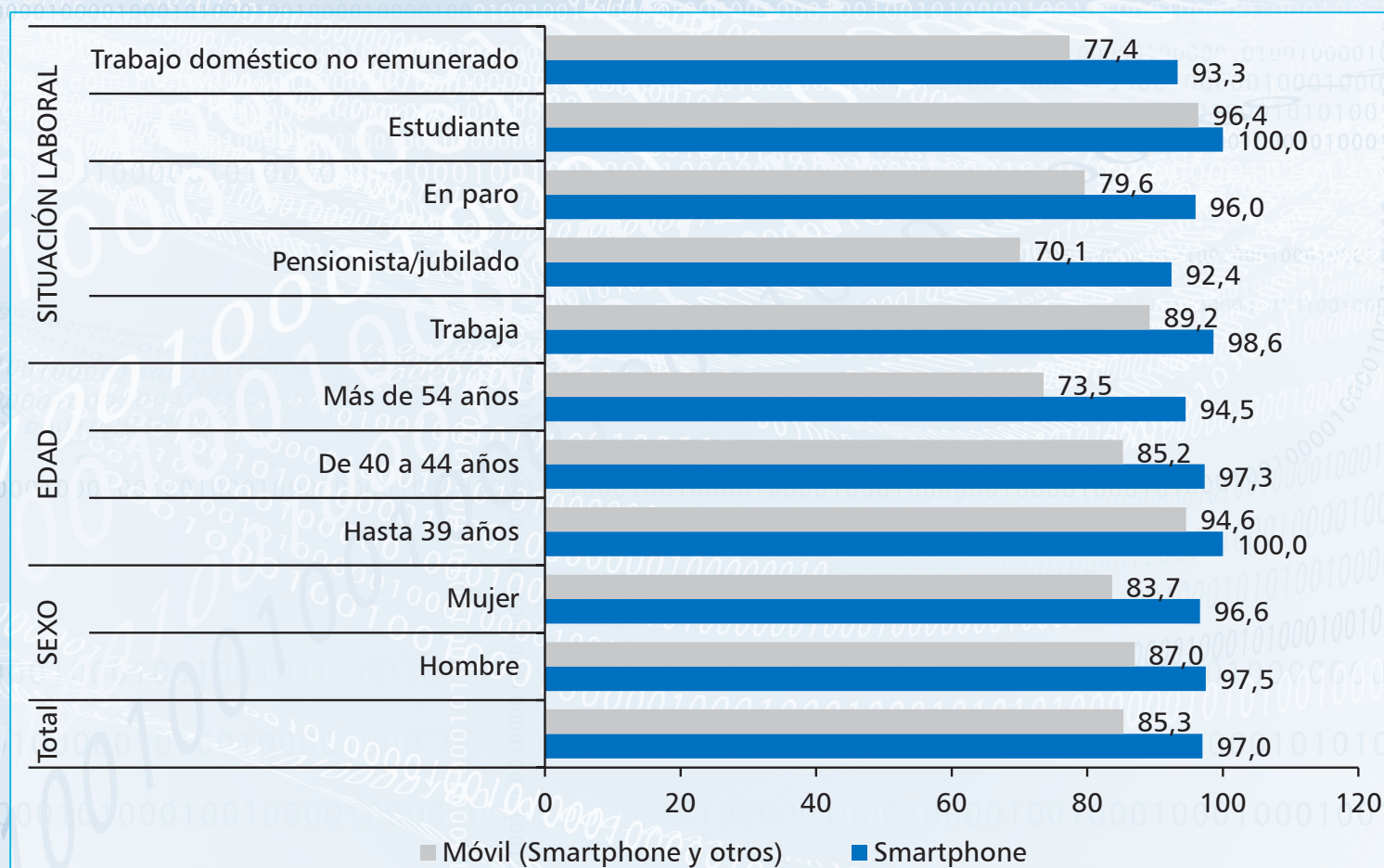
Conexión desde lugar de trabajo (% total conexiones)



2

Grado de digitalización

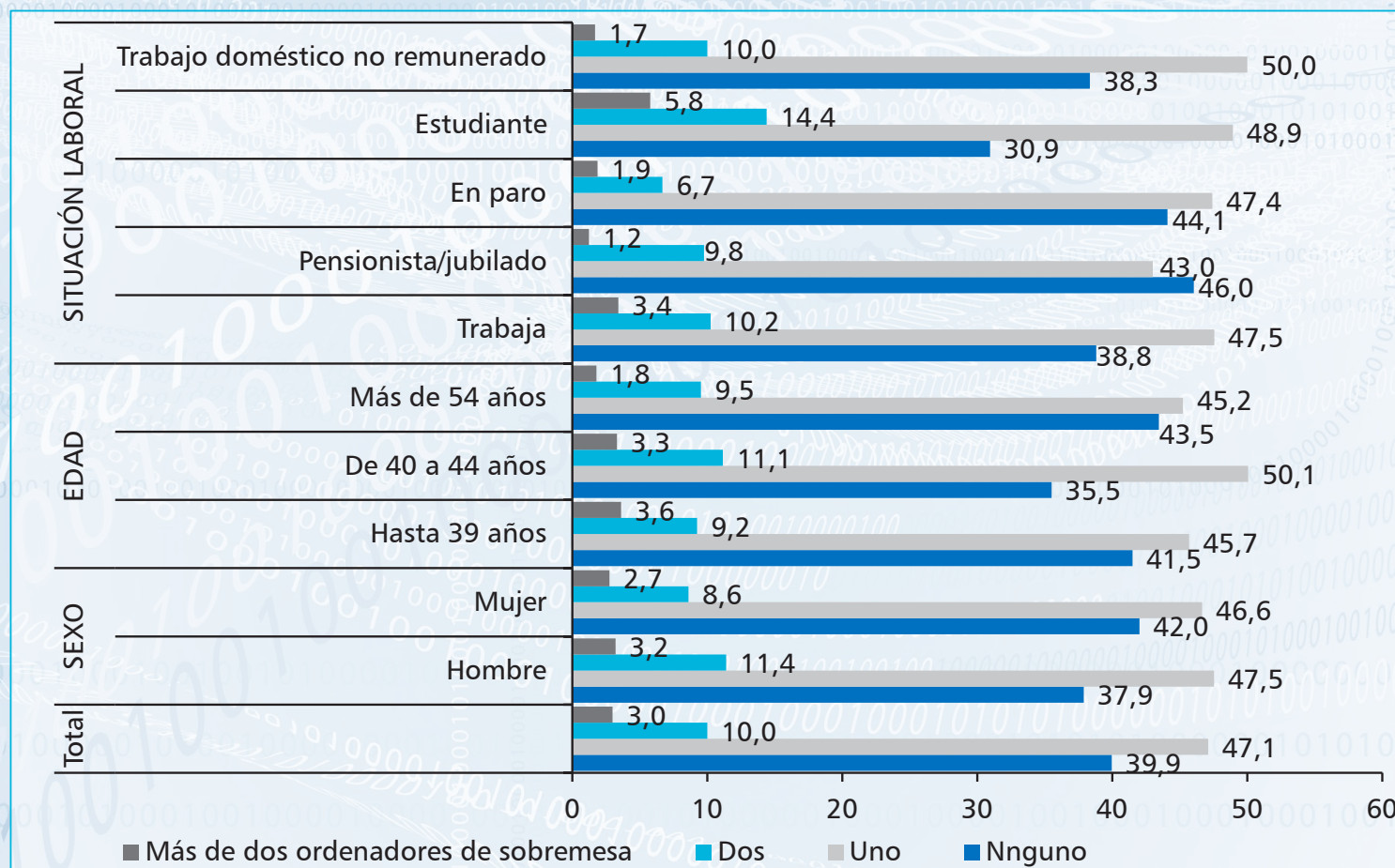
¿Móvil o Smartphone?



2

Grado de digitalización

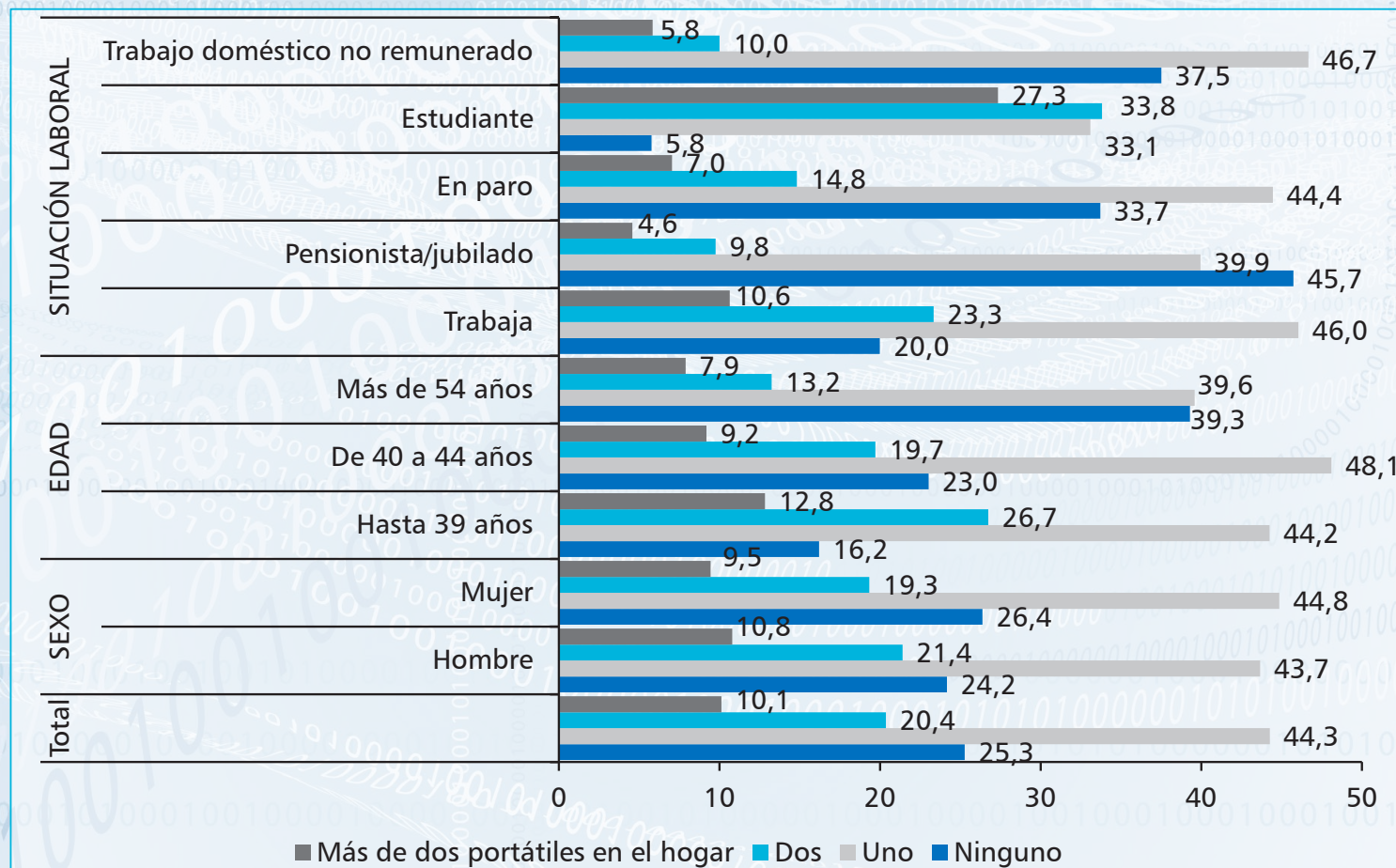
Número de ordenadores de sobremesa en el hogar



2

Grado de digitalización

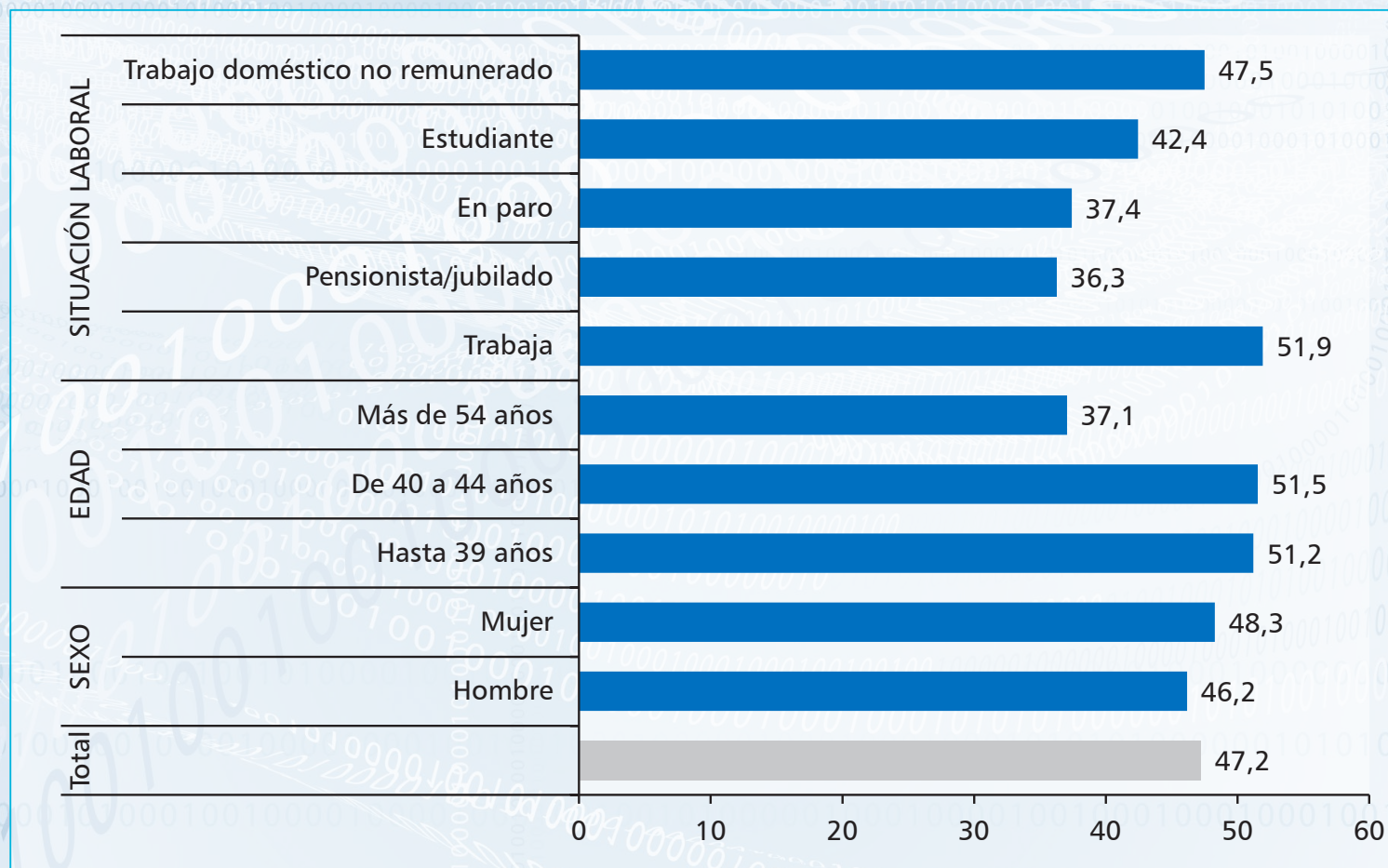
Número de ordenadores portátiles en el hogar



2

Grado de digitalización

Dispone de Tablet (% respuestas afirmativas)



3

Perfil digitalización financiera

Perfil digitalización financiera

- Mediante el cálculo de las medianas de usuarios habituales de servicios financieros digitales, la encuesta permite ofrecer un perfil “típico” del usuario de estos servicios en España.
- El 58,1% de los encuestados cuenta con una cuenta bancaria, el 31,3% tiene dos y el 8,4% tres.
- El 43,3% opera con una sola entidad bancaria, el 32,9% con dos y el 14% con tres.
- El 20,1% declaran no contar con servicios online en sus cuentas bancarias.
- El 13,7% tiene alguna cuenta exclusivamente online.
- El 28,9% usa algún servicio financiero no bancarios online (ej. Paypal).

3

Perfil digitalización financiera

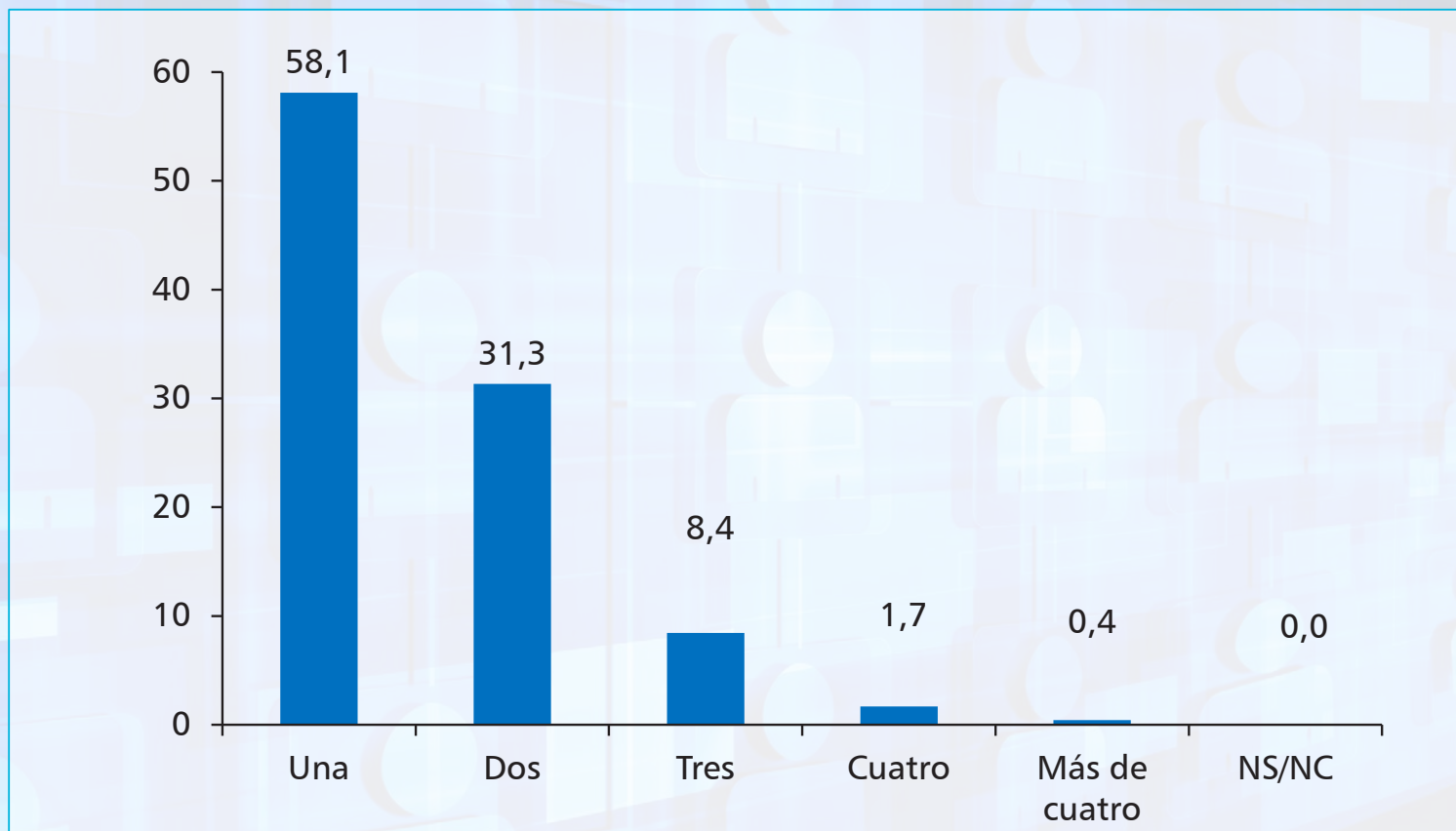
Perfil de usuario servicios digitales financieros en España

- /// Mujer de menos de 39 años.
- /// Trabajadora.
- /// Con hijos.
- /// Residente en poblaciones de más de 200.000 habitantes.
- /// Ingresos entre 3.000 y 5.000 euros en el hogar.

3

Perfil digitalización financiera

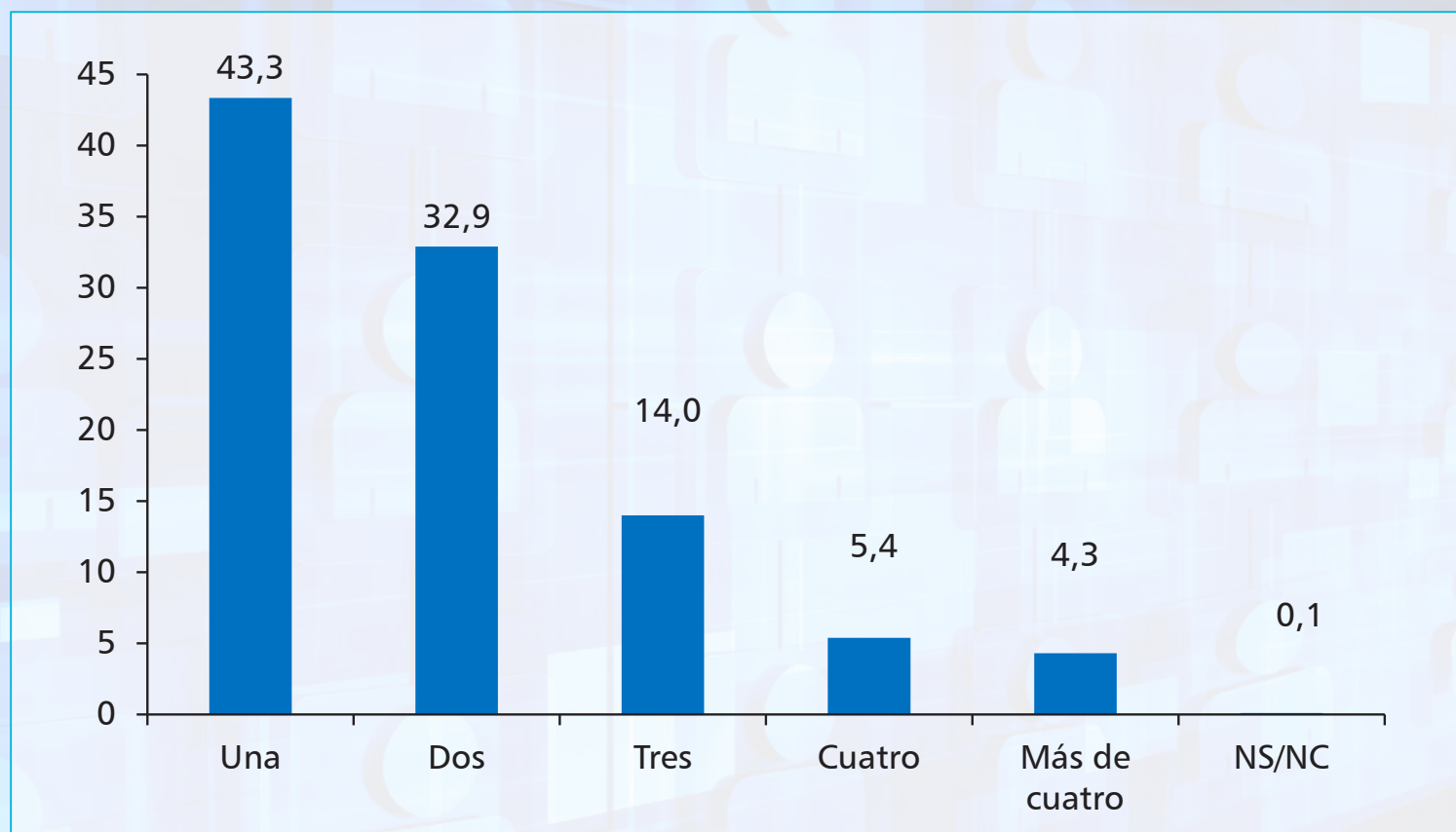
Número de cuentas bancarias (incluidas las online)
(% sobre el total encuestados)



3

Perfil digitalización financiera

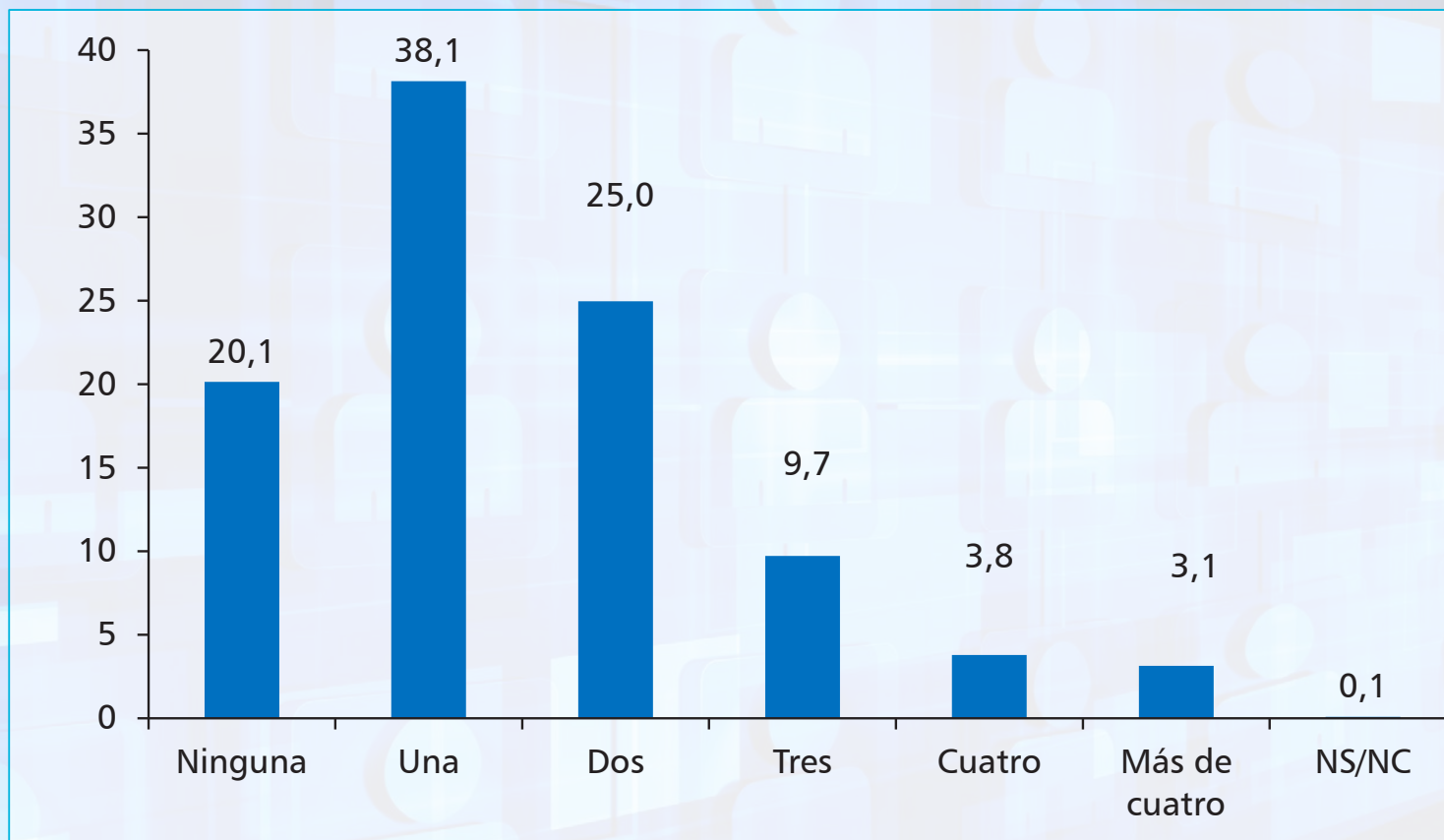
Número de entidades bancarias con las que se opera



3

Perfil digitalización financiera

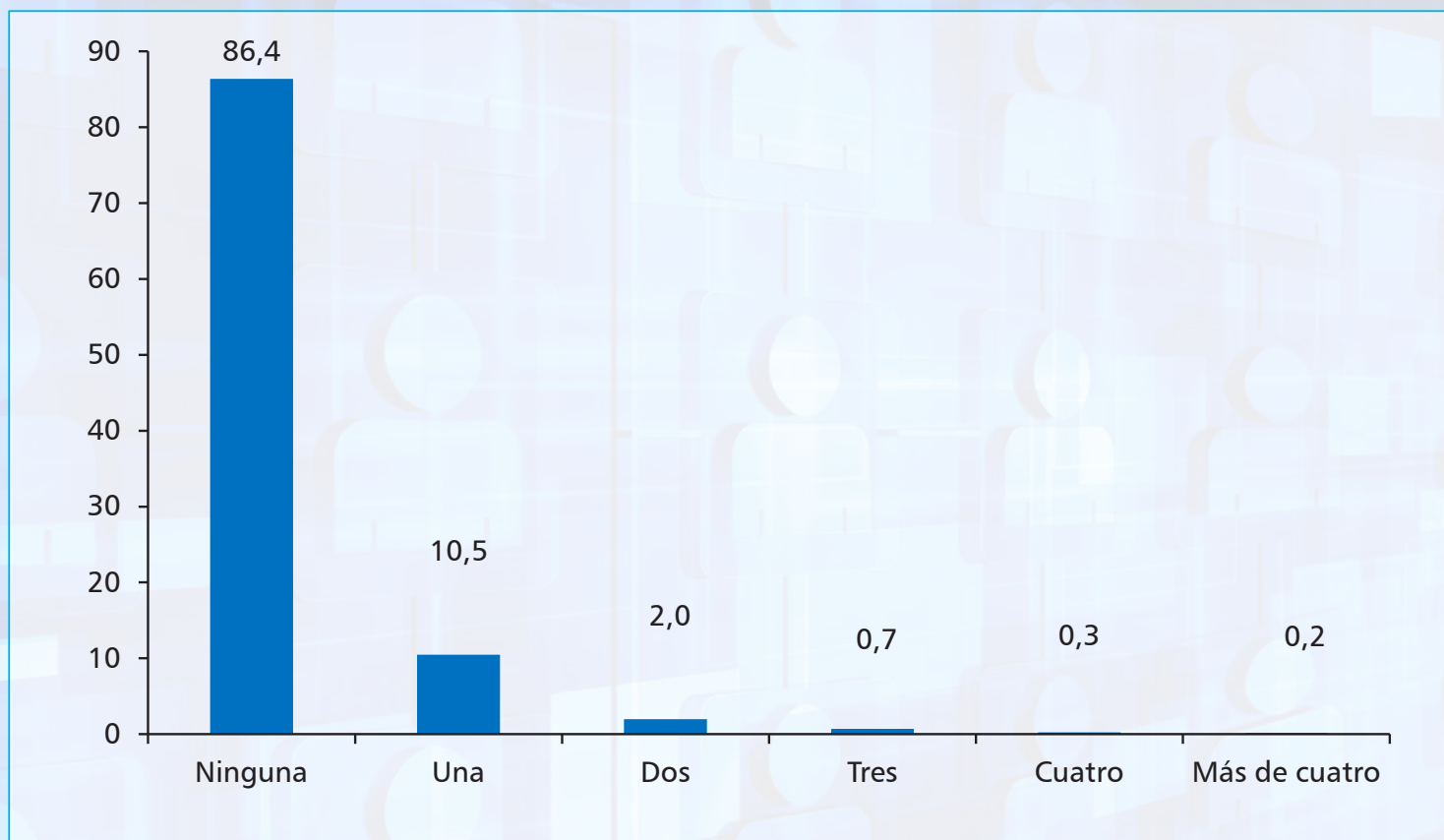
Porcentaje de cuentas con servicios online



3

Perfil digitalización financiera

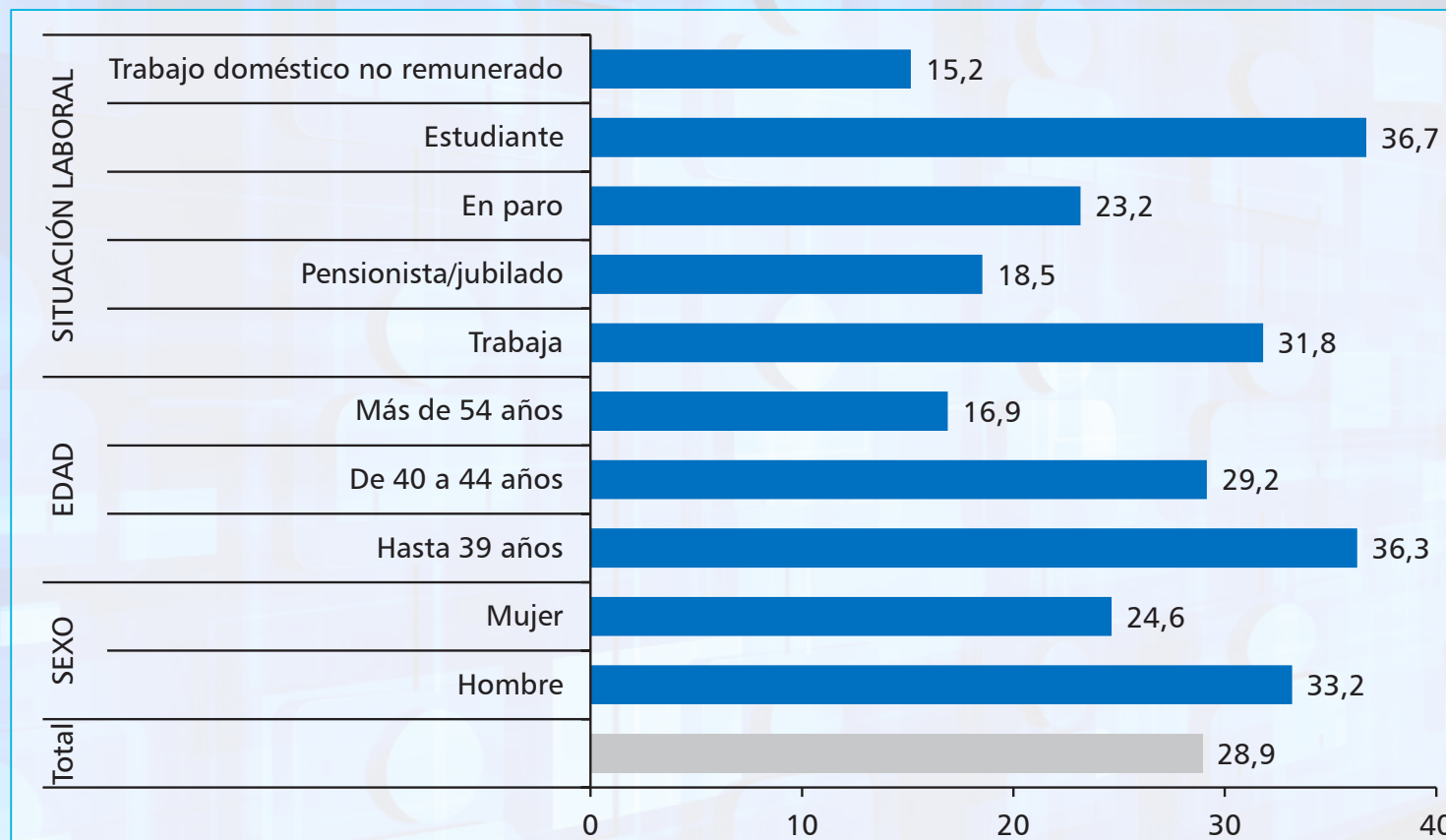
Porcentaje de cuentas con acceso sólo online



3

Perfil digitalización financiera

Porcentaje que usa servicios financieros no bancarios (ej. Paypal)



4

Penetración de medios digitales

4

Penetración de medios digitales

■ Mientras que el 93,7% declara tener una cuenta corriente, solamente el 42,2% tiene una cuenta de ahorro.

■ Sin embargo, el 75,7% no conoce el tipo de interés de su cuenta de ahorro ni un rango aproximado del mismo.

■ El 79,1% tiene tarjeta de débito y el 50,8% de crédito.

■ Entre las actividades financieras típicas realizadas en un año en Internet destacan:

- Consulta de saldos/movimientos: 68,2%
- Recibir comunicaciones del banco: 51,4%
- Realizar transferencias: 50,9%

■ El 27,6% de los usuarios de móvil realiza alguna transferencia por este medio a lo largo de un año.

4

Penetración de medios digitales

Porcentaje que desconoce el tipo de interés de su cuenta de ahorro



4

Penetración de medios digitales

Porcentaje que desconoce el tipo de interés de su cuenta de ahorro



4

Penetración de medios digitales

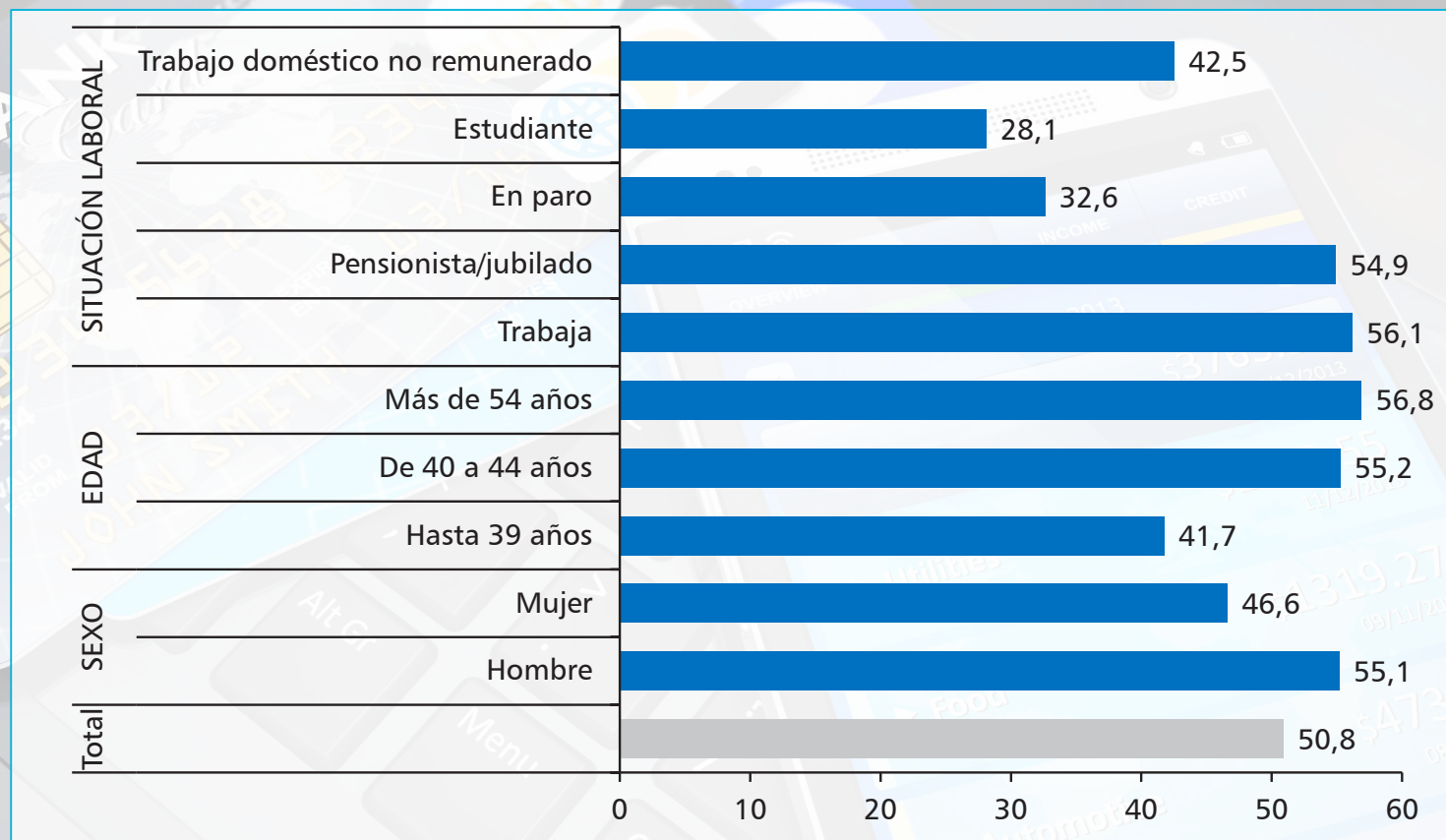
Disponibilidad de tarjeta de débito (% sobre total encuestados)



4

Penetración de medios digitales

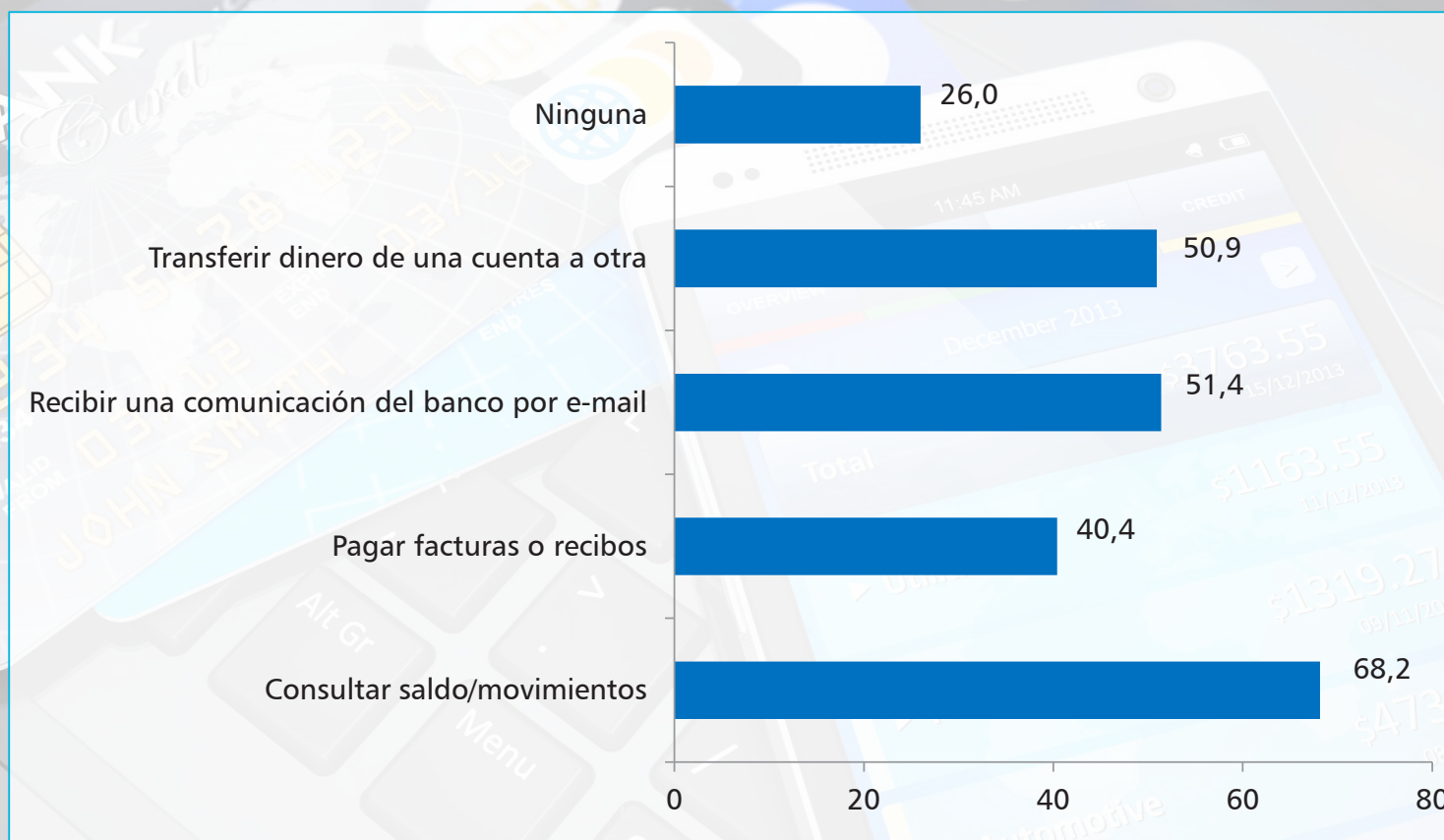
Disponibilidad de tarjeta de crédito (% sobre total encuestados)



4

Penetración de medios digitales

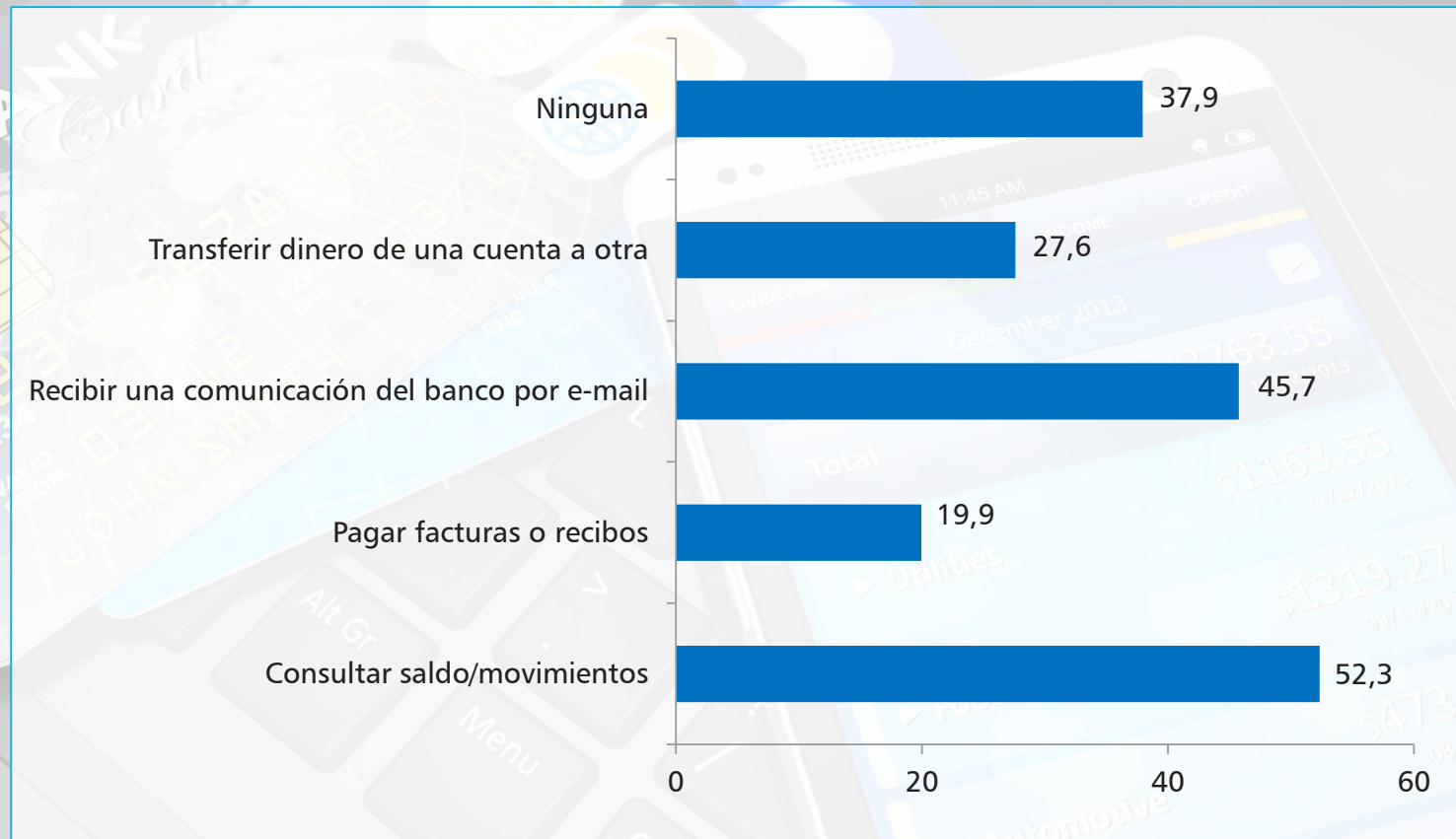
Principales actividades bancarias realizadas por Internet en un año



4

Penetración de medios digitales

Principales actividades bancarias realizadas desde el móvil en un año



5

Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

- El pago en efectivo se percibe como el medio más seguro (87,8% de los encuestados), seguido de la tarjeta de débito (76,2%). Retirar dinero en cajeros (66,8%) y pagar con tarjeta de crédito (65,7) se considera algo menos seguro.
- Mientras que el 88,8% considera una domiciliación bancaria como segura o muy segura, únicamente el 54,8% lo considera así para banca online y el 44,2% para banca móvil. Sin embargo, existe una percepción de que la tarjeta se acepta más como medio de pago que la domiciliación.
- Resulta llamativo que sólo el 63,2% considere la banca online como de coste bajo o muy bajo y el 58,8% la banca móvil, frente a porcentajes más altos de servicios más asentados. Similares diferencias existen en la percepción sobre cuán útil es el servicio (más favorable a medios tradicionales).

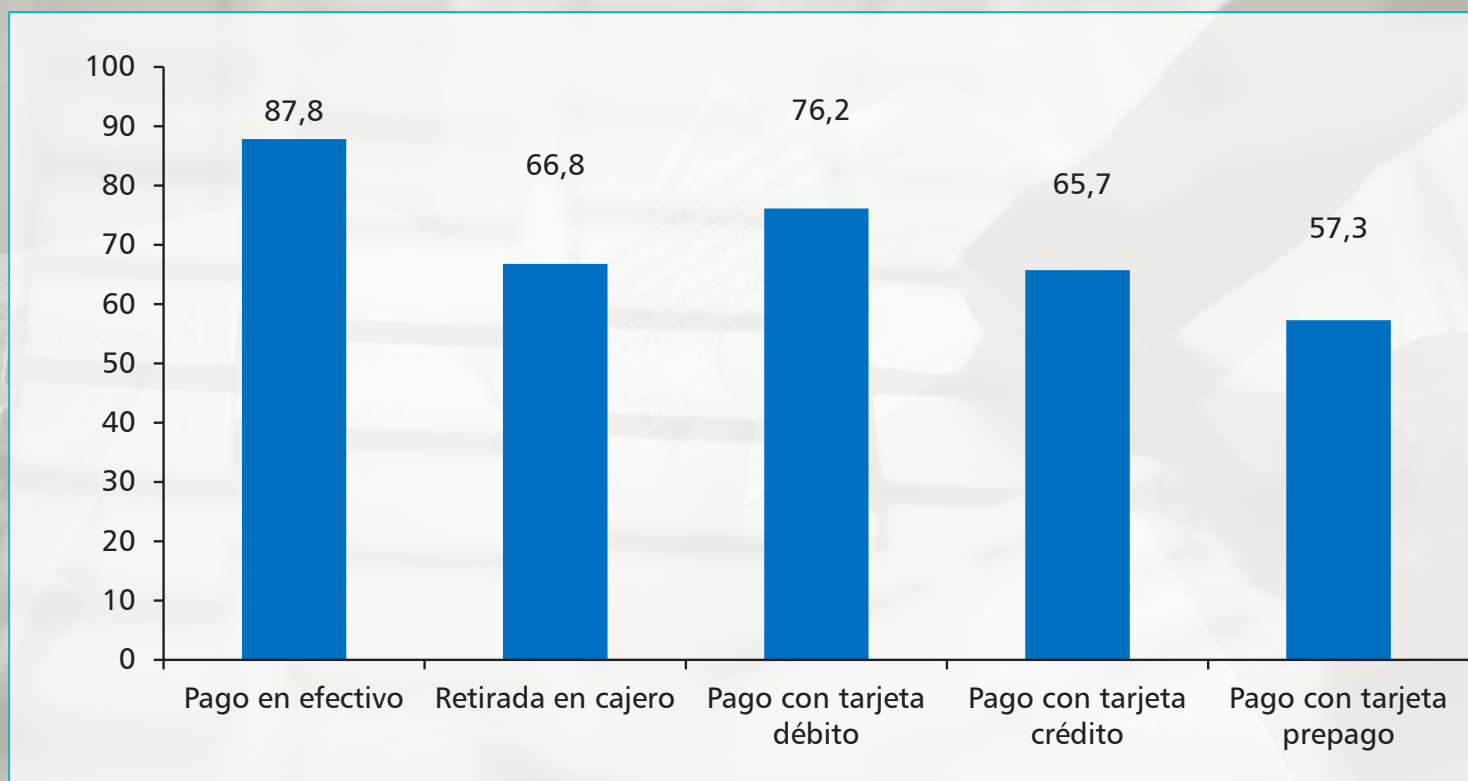
5

Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

- Mientras que más del 90% considera fácil o muy fácil retirar dinero en cajero o pago con tarjeta débito, sólo lo creen así para banca online y móvil el 67,8% y 64,4% de los usuarios, respectivamente.
- Sin embargo, existen menos diferencias entre medios tradicionales y digitales en lo que se refiere a la valoración de la disponibilidad y calidad de los registros e información sobre las transacciones.
- El 25,6% de los hogares tiene guardados hasta 500 euros en su casa. El 69,5% suele llevar hasta 50 euros en el bolsillo. Un 5,7% no suele llevar efectivo alguno.
- El 40,8% de los usuarios de smartphone declara haber recibido un sms de su entidad bancaria a lo largo de un año y el 19,8% declara haber usado alguna app de pagos en ese período.
- El 28,9% utiliza Paypal y el 15% Amazon Payments pero el 62% no utiliza ningún servicio de pago online a lo largo del año.

Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

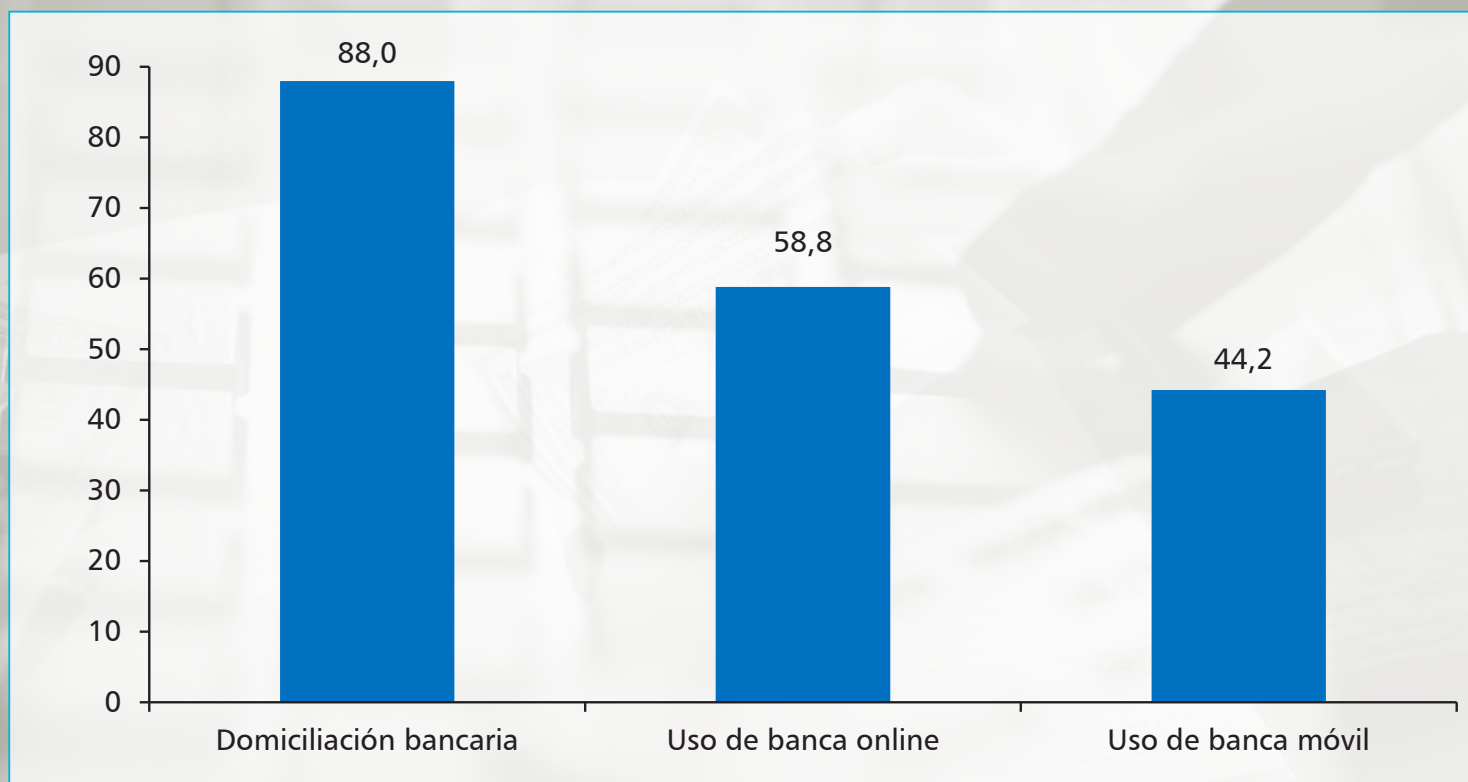
Porcentaje que considera tipo de transacción como bastante segura o muy segura



5

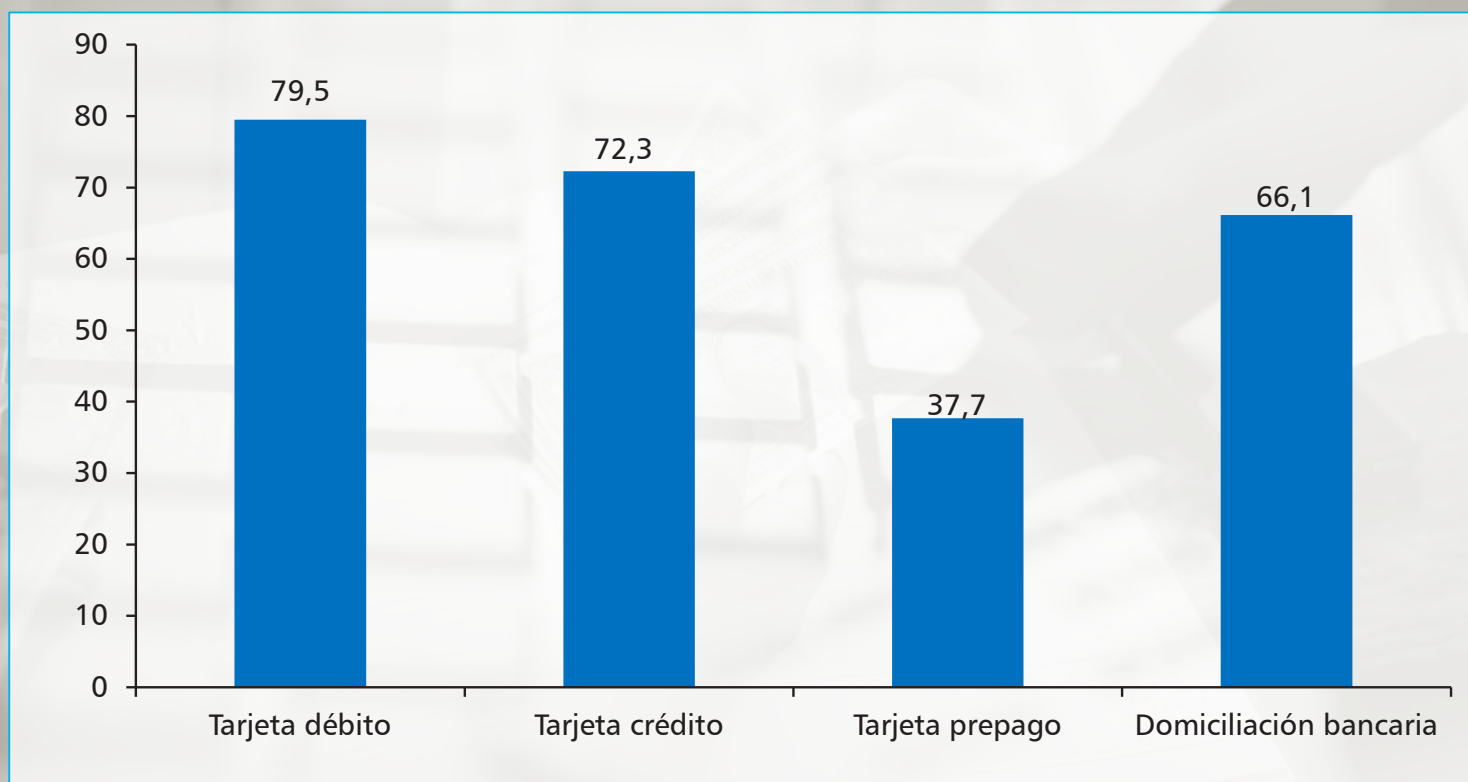
Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

Porcentaje que considera tipo de canal como bastante seguro o muy seguro



Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

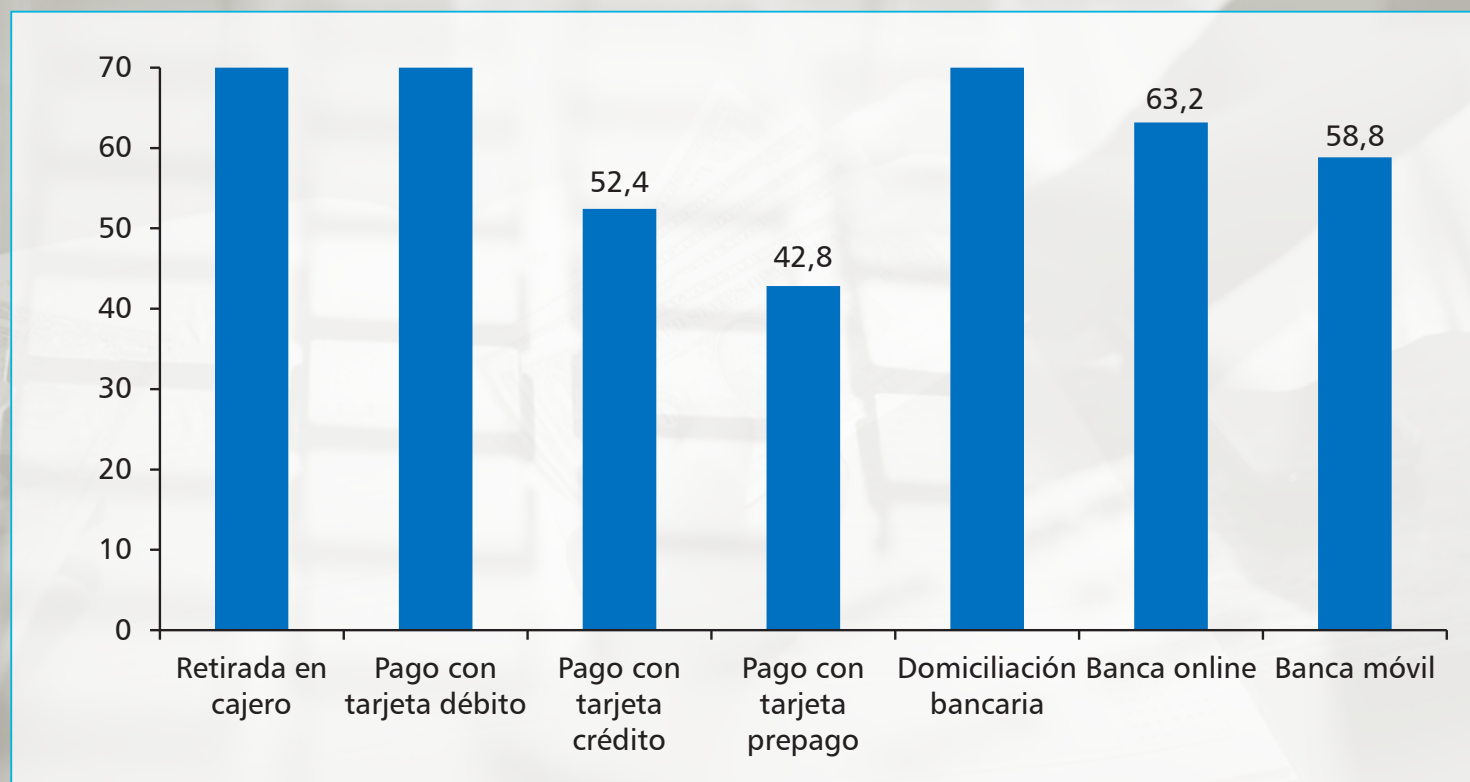
Percepción de que el medio de pago se acepta siempre o casi siempre (%)



5

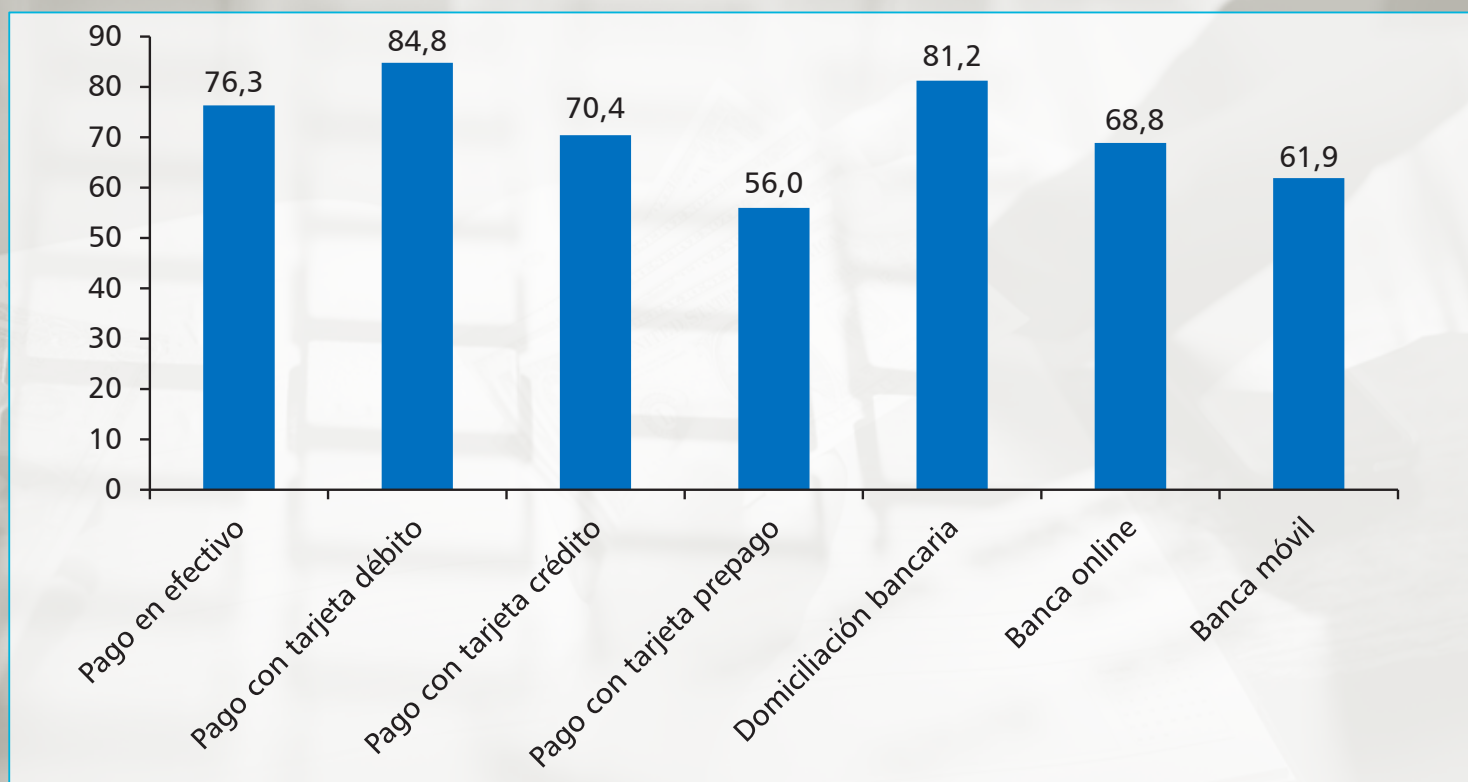
Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

Percepción del coste del servicio como bajo o muy bajo (%)



Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

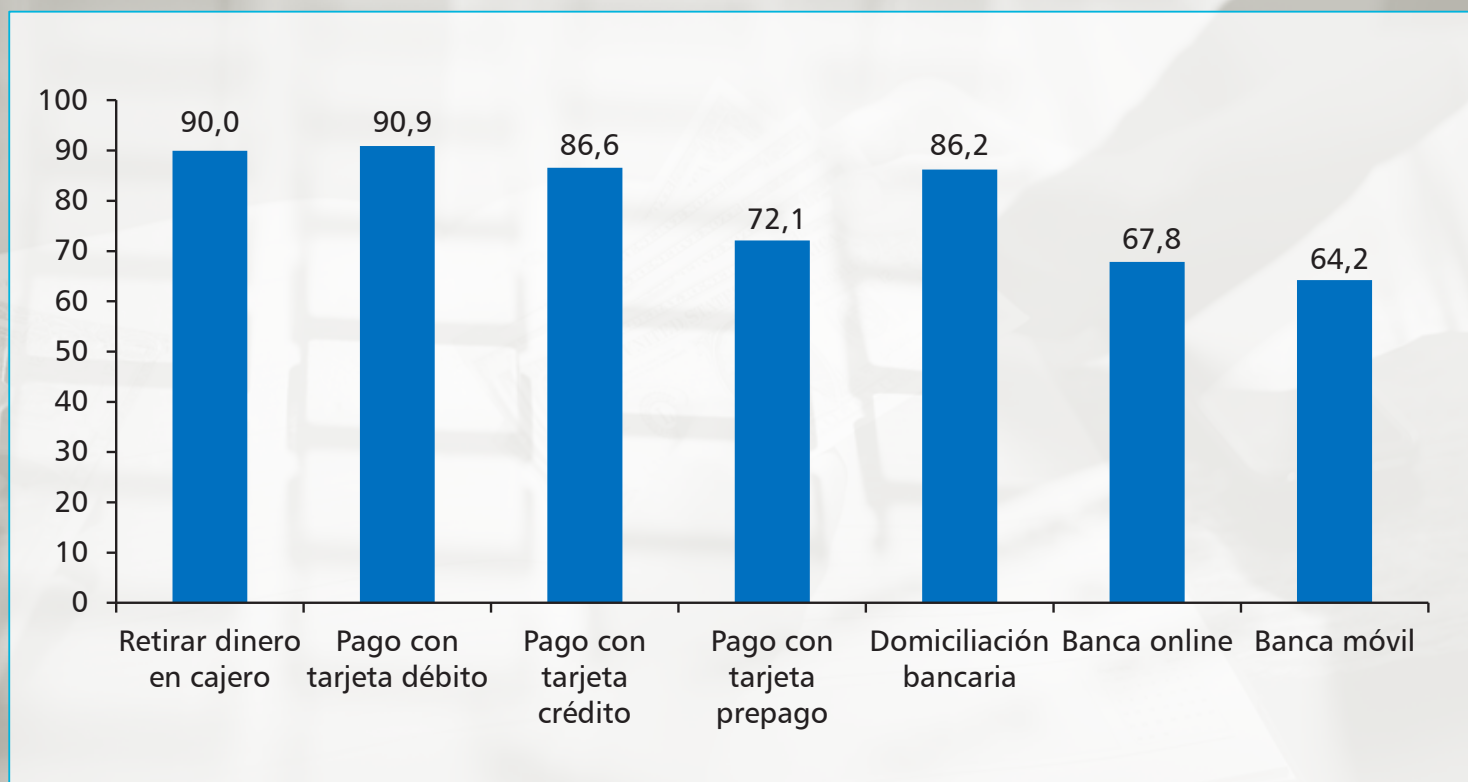
Consideración del servicio como bastante práctico o muy práctico (%)



5

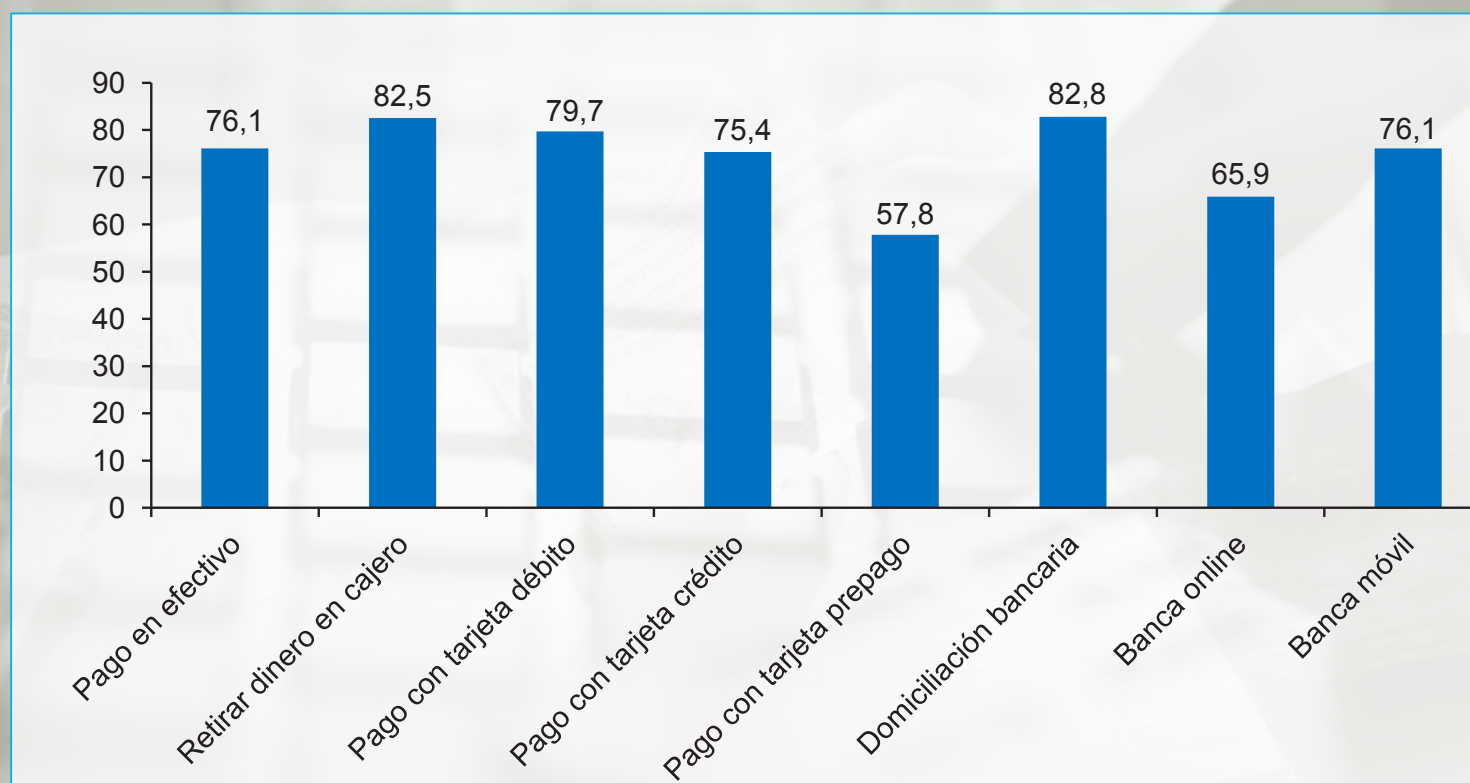
Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

Porcentaje que considera fácil o muy fácil comenzar a utilizar el servicio financiero



Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

Percepción del registro (electrónico o físico) de la transacción como bueno o muy bueno (%)



5

Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

Sobre la persistencia del uso de efectivo en España

% que ha pagado alguna vez en efectivo en último año	99,2
% que lleva hasta 50 euros en el bolsillo	69,5
% que no lleva efectivo alguno	5,7
% que declara no tener efectivo guardado en casa	65,3
% que tiene hasta 500 euro guardados en casa	25,6
% que retira efectivo principalmente en cajeros	85,3
% que retira efectivo mensualmente	56
% que retira efectivo semanalmente	35,2
% que retira efectivo hasta 3 veces al año	52,9
% que retira efectivo más de 5 veces al año	32,4

5

Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

Usos de smartphone a lo largo de un año (%)

Recibidos SMS de publicidad del banco	40,8
Utilizado móvil en lector (ej. tarjeta de embarque)	16,1
Escaneado código QR	30,8
Compra online	33,3
Utilizado app para pagos	19,8
Compra in-app	17,9
Transferencia dinero	19,7

5

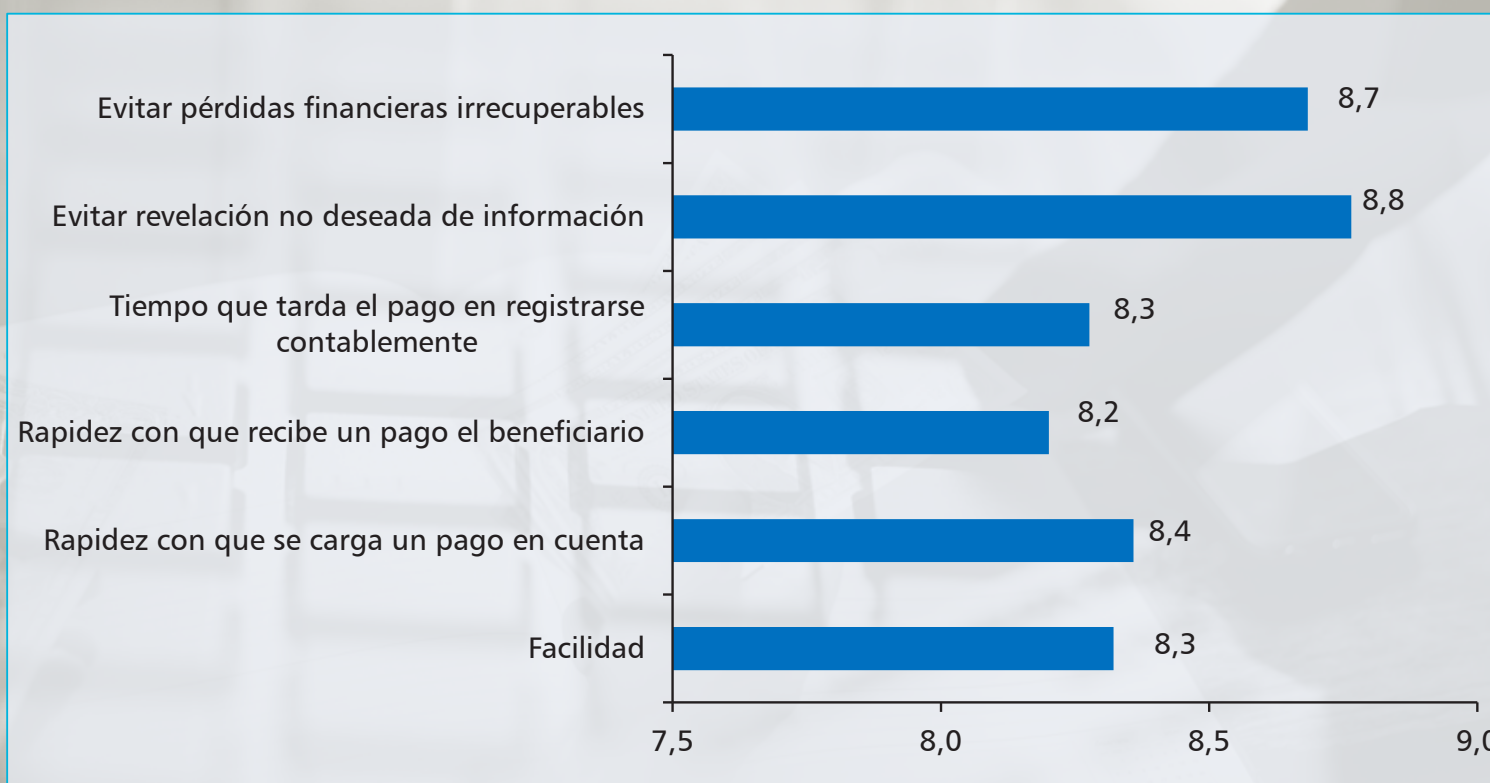
Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

Porcentaje de usuarios de servicios de pago no bancarios

Paypal	28,9
Monederos electrónicos	2,6
Cuentas de una página web	5,7
Amazon Payments	15,0
Otros servicios de pago online no bancario	4,3
Ninguno	62,0

Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

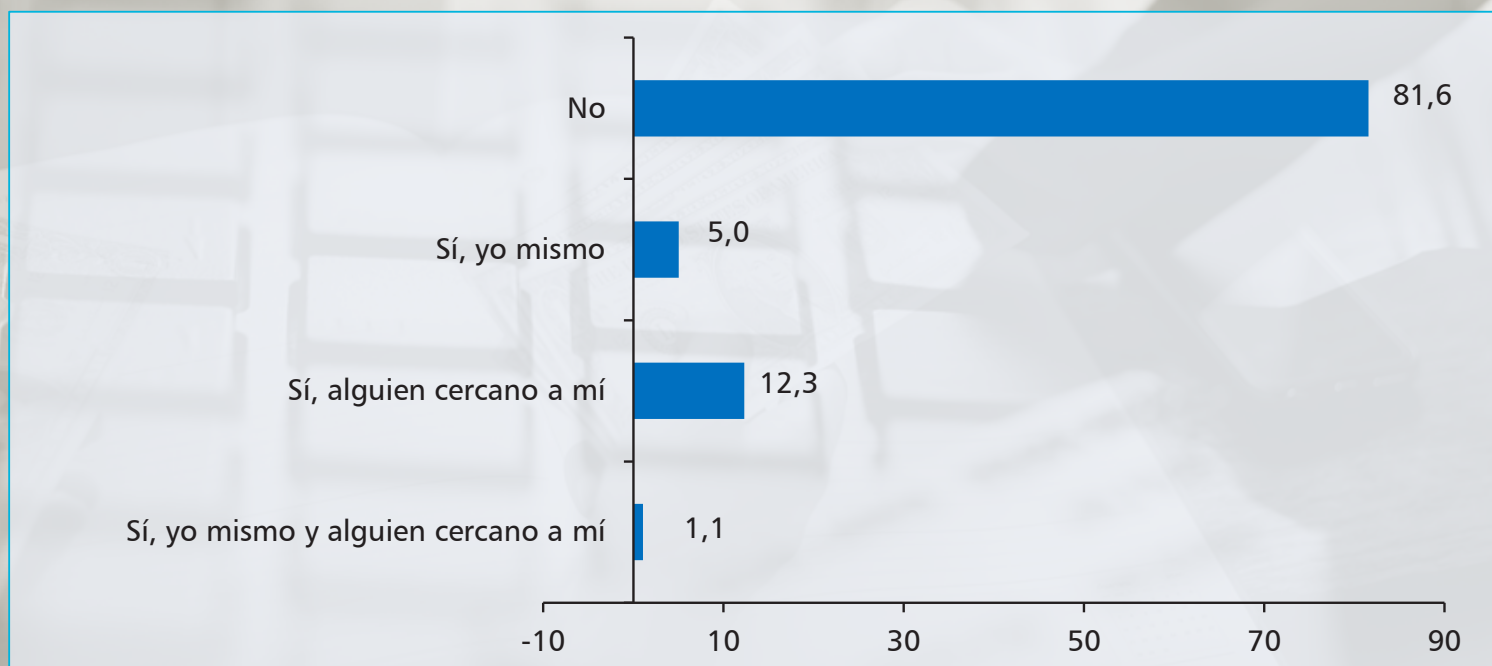
Aspectos valorados de la transacción financiera (escala 1 a 10)



5

Usos y valoración: servicios tradicionales vs servicios digitales

Percepción sobre seguridad de datos e identidad. Porcentaje de respuestas a la pregunta "¿Alguna vez ha sido usted, o alguien cercano (familiar, amigo, vecino, compañero de trabajo,...), víctima de un supuesto robo de identidad?"



6

Medios digitales, comunicación y reputación

6

Medios digitales, comunicación y reputación



El 56% de los encuestados consulta el saldo de sus cuentas semanalmente y el 34% el de sus tarjetas de crédito.

Tan sólo el pago en efectivo es percibido de forma mayoritaria como un medio poco o nada arriesgado. Esta percepción se reduce al 35,6% en el caso de uso de app móvil y al 15% en caso de pago vía conversación telefónica.

Hay pocas diferencias en la posibilidad percibida de realizar consultas o presentar quejas sobre distintos tipos de servicios financieros. Se prefiere el correo electrónico a las redes sociales para expresar quejas.

El 70% de los usuarios de Internet encuestados tiene cuenta de Facebook y el 28% de Twitter.

El 37% acude a la oficina al menos una vez al mes para consultas. El 48% realiza una consulta al menos al mes a través del móvil (llamada o mensaje).

6

Medios digitales, comunicación y reputación

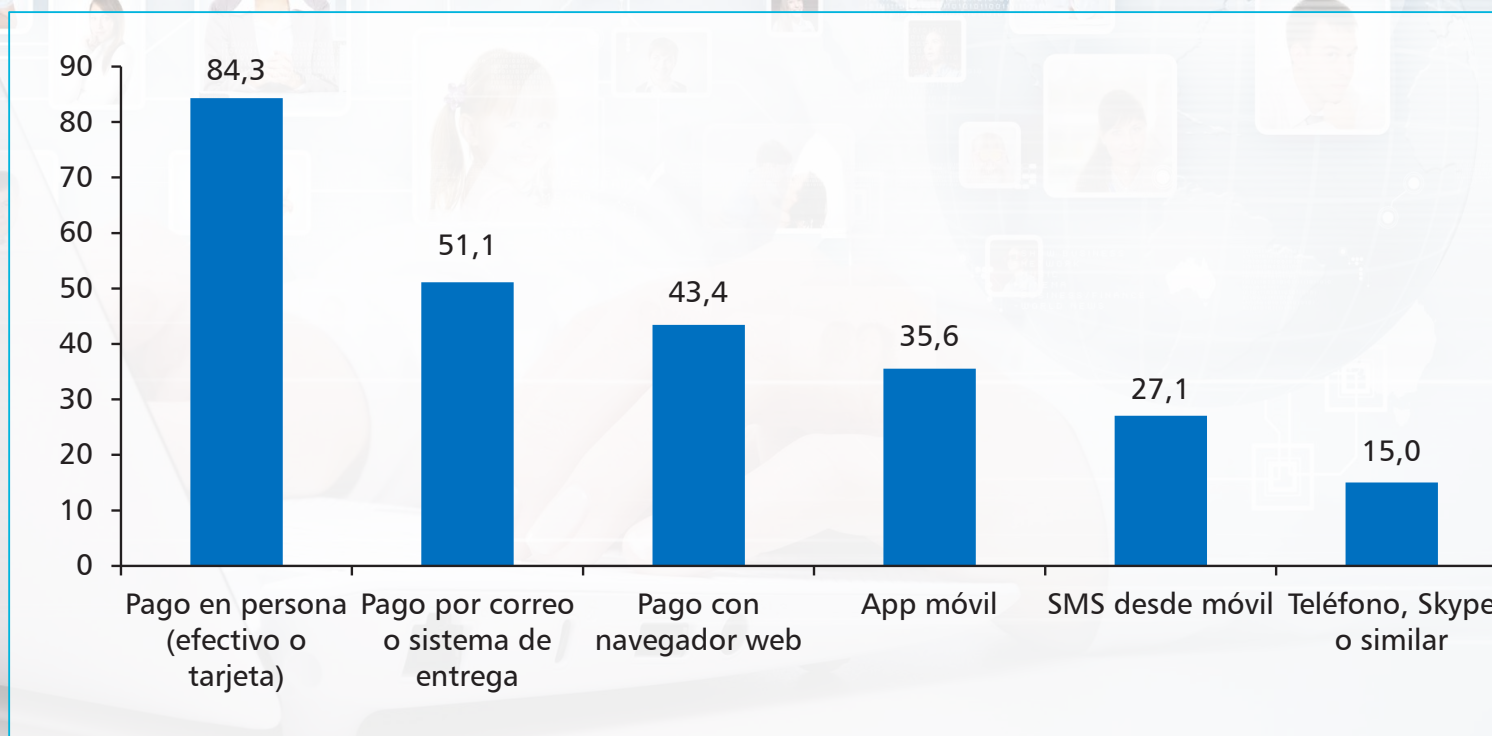
Frecuencia de consulta de operaciones (% total encuestados)

	Semanal	Mensual
Cuenta bancaria	56	34,5
Tarjeta de crédito	34	36

6

Medios digitales, comunicación y reputación

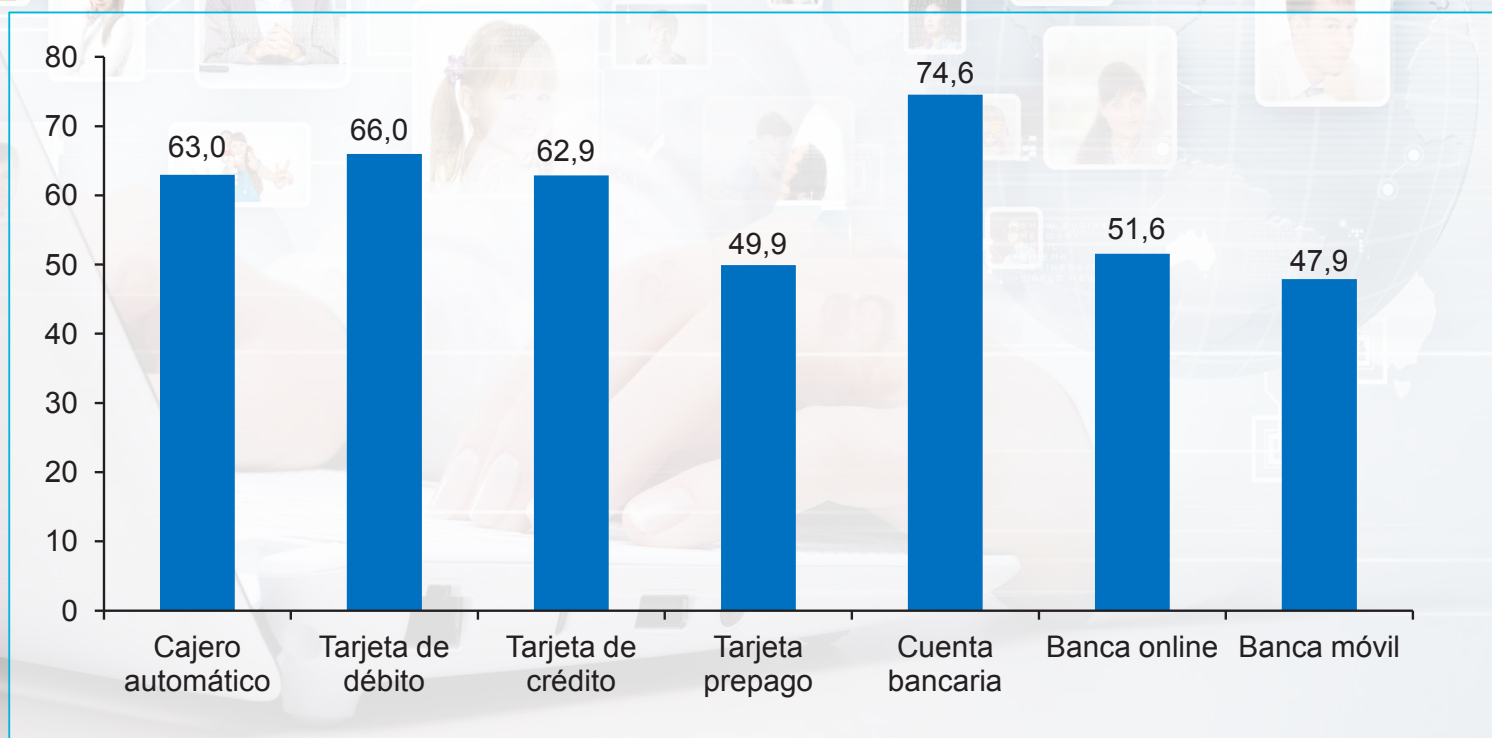
Percepción del medio de pago como poco o nada arriesgado (%)



6

Medios digitales, comunicación y reputación

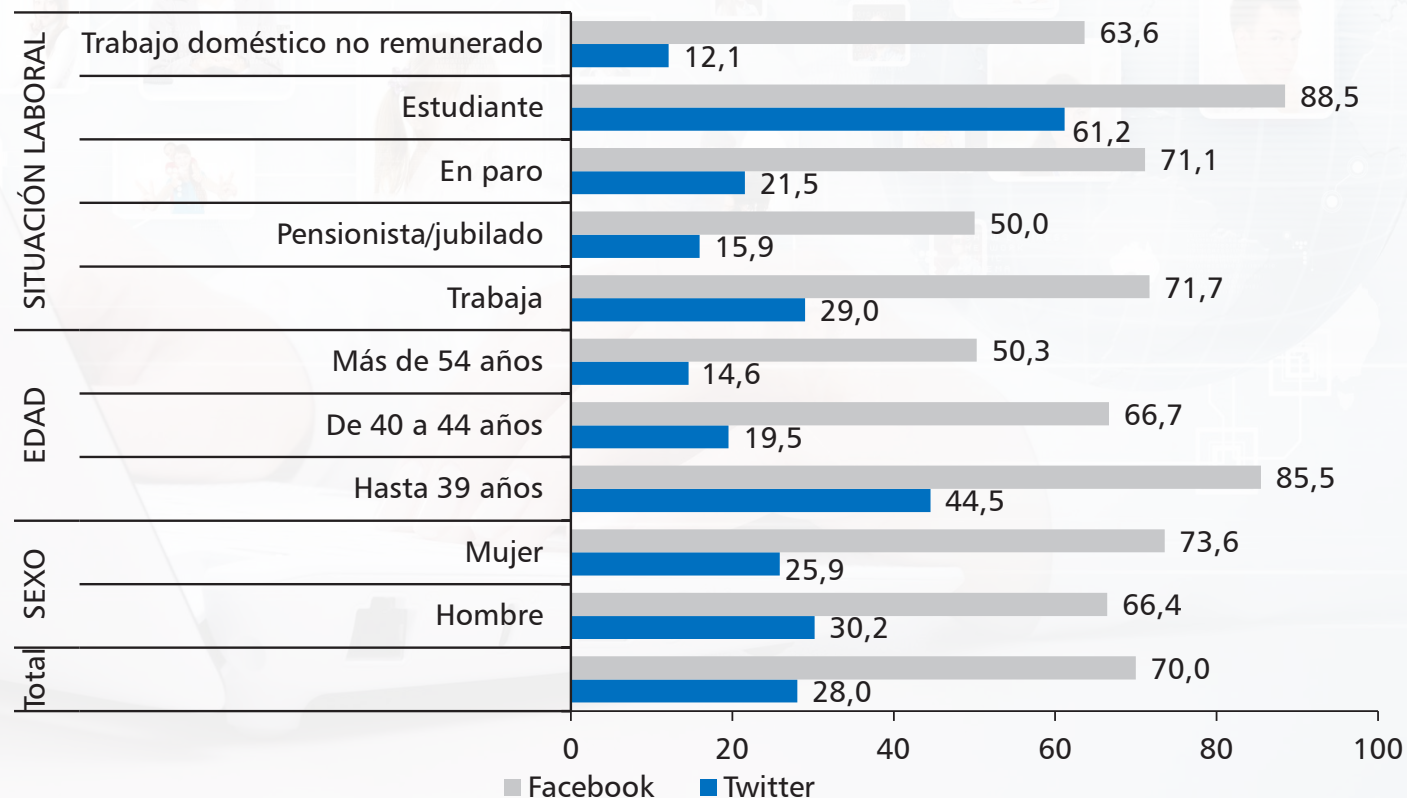
Percepción como bastante o muy fácil de la capacidad de realizar una consulta o presentar una queja sobre el servicio financiero (%)



6

Medios digitales, comunicación y reputación

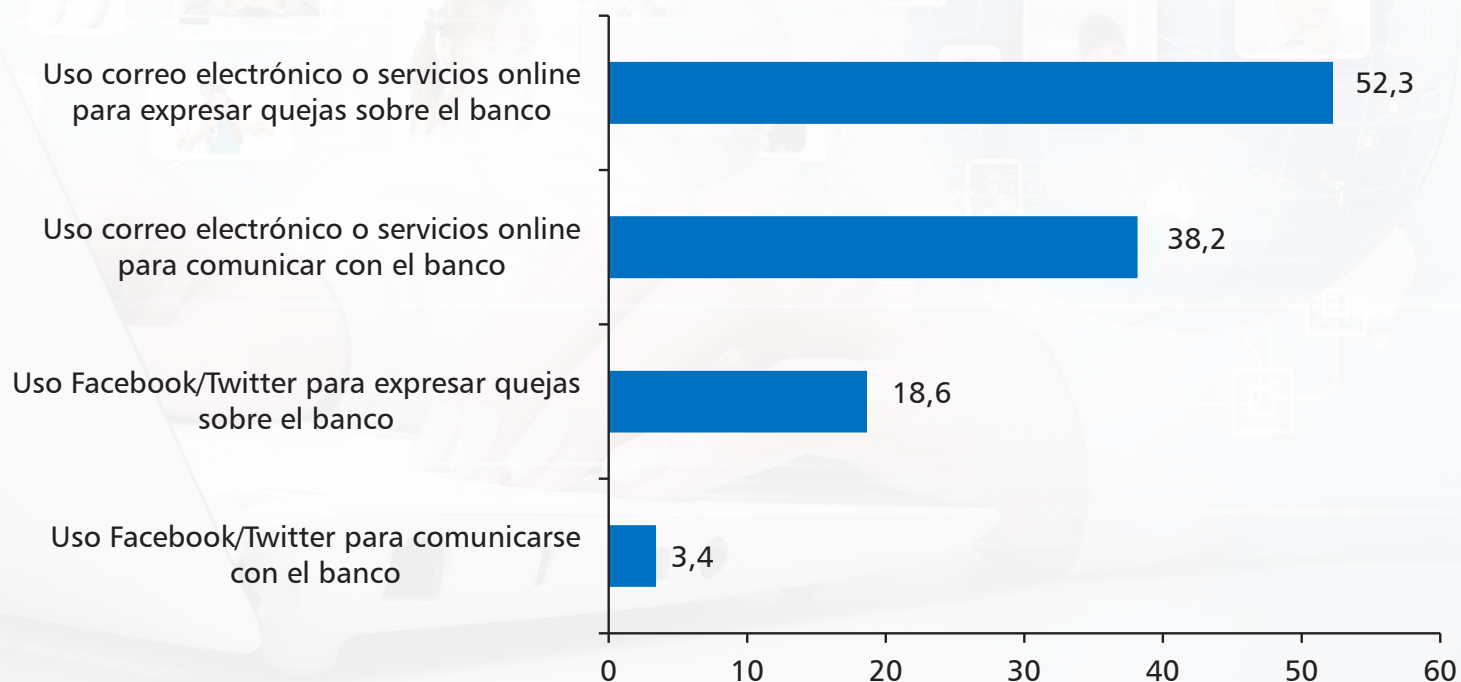
Usuarios de Internet con cuenta en Facebook y Twitter



6

Medios digitales, comunicación y reputación

Formas de comunicación no convencionales con el banco
(% sobre total encuestado)



6

Medios digitales, comunicación y reputación

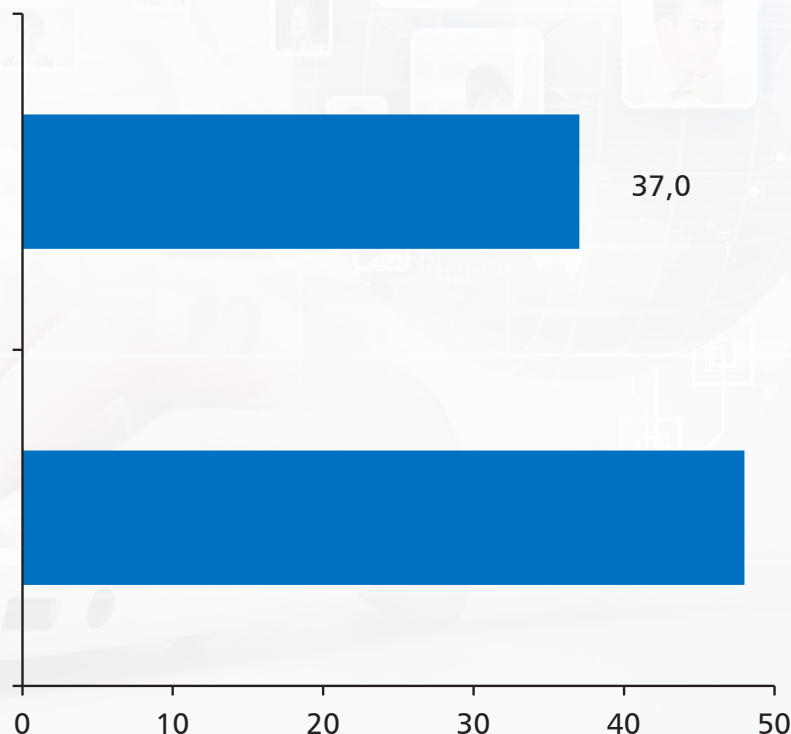
Oficinas vs móvil como canal de información
(% sobre total encuestados)

Acude a la oficina al menos una vez al mes

37,0

Utiliza el dispositivo móvil (llamada o mensaje) para comunicarse con su banco

48,0





7

Próximos estudios de Funcas a partir de la encuesta

7

Próximos estudios de Funcas a partir de la encuesta

- /// Condiciones del hogar y digitalización financiera.
- /// Género y digitalización financiera.
- /// Las edades de la digitalización financiera.
- /// Desempleo y exclusión financiera digital.
- /// Diferencias regionales en digitalización financiera.
- /// Proyecciones de la digitalización financiera en España (2017-2025).

Funcas
Caballero de Gracia, 28
28013 Madrid (España)
Teléfono: 91 596 54 81
www.funcas.es

