



# 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.



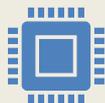
## RESUMEN EJECUTIVO

- **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



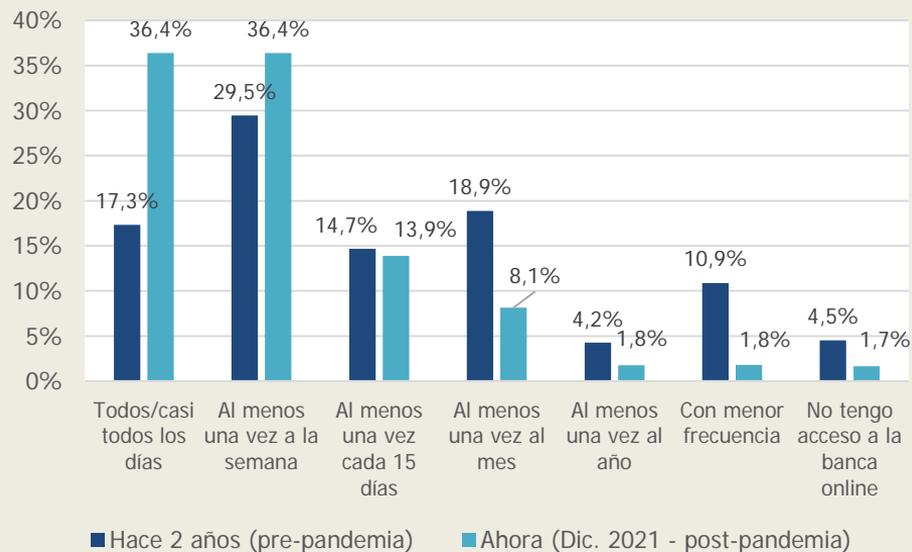
Conclusiones

## 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%

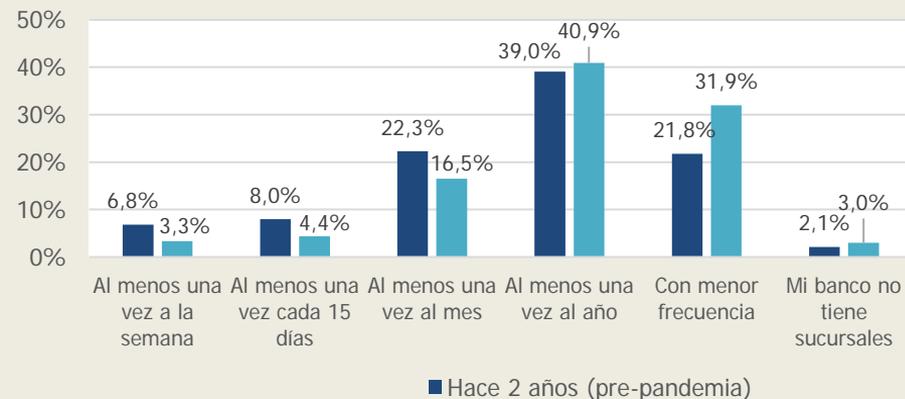
## AVANCE DE LA DIGITALIZACIÓN EN LA PANDEMIA BANCA PRESENCIAL Y BANCA ONLINE

### 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

% 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

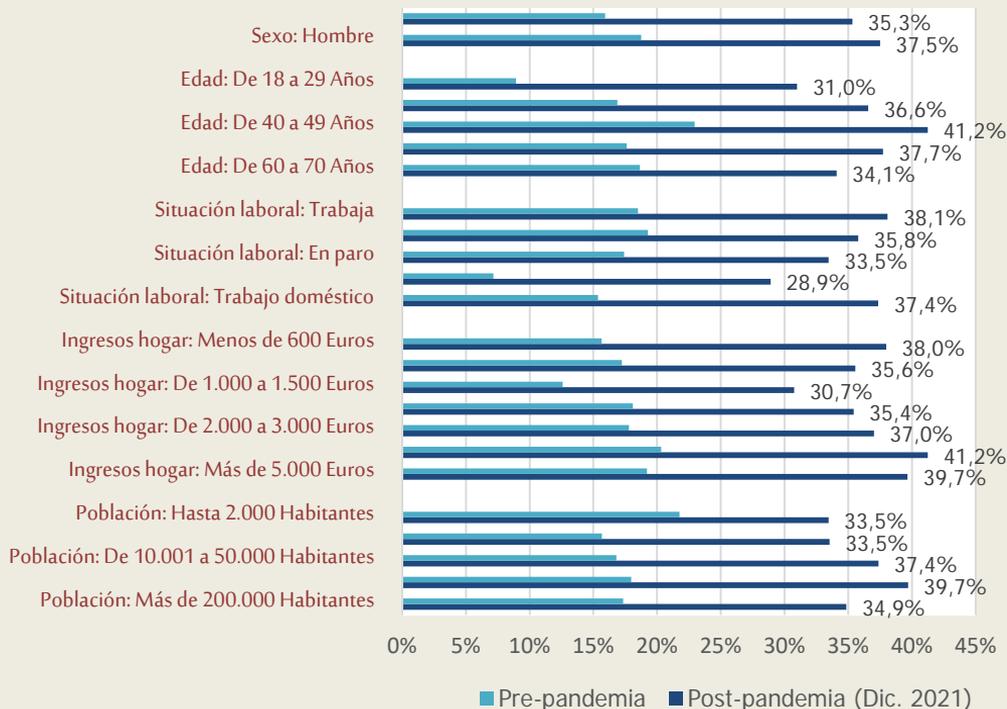
**i** El mayor uso de la sucursal se da en hogares con menores niveles de ingresos.

**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

## AVANCE DE LA DIGITALIZACIÓN EN LA PANDEMIA BANCA PRESENCIAL Y 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** 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

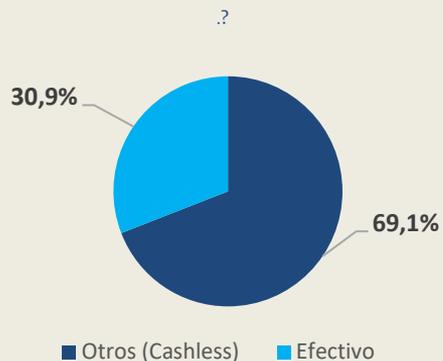
**i** El 34,1% de los adultos entre 60 y 70 años accede todos o casi todos los días a la banca online

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

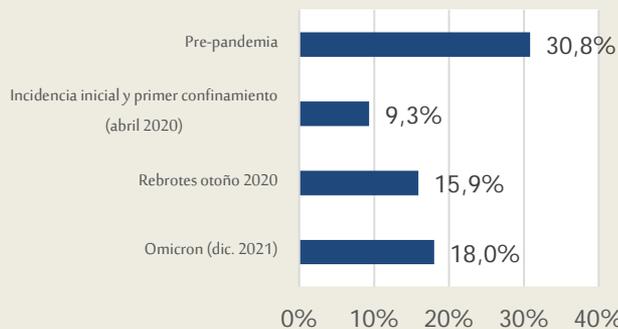
## AVANCE DE LA DIGITALIZACIÓN EN LA PANDEMIA EFECTIVO Y MEDIOS DE PAGO DIGITALES

**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

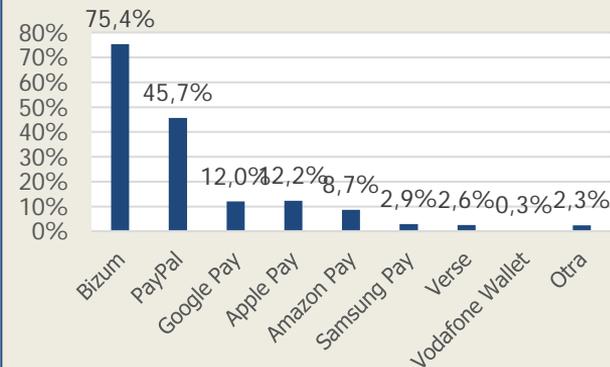


**i El 18% de los consumidores usa el efectivo como principal medio de pago**

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

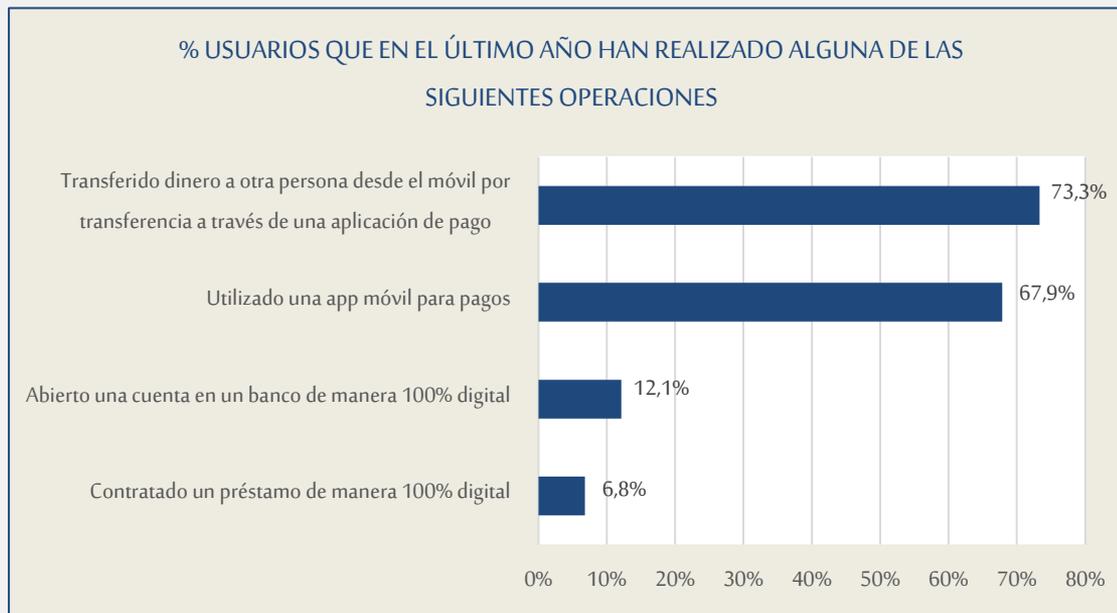
**i Bizum es la principal aplicación de pagos. 3 de cada 4 encuestados la usan**

% 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



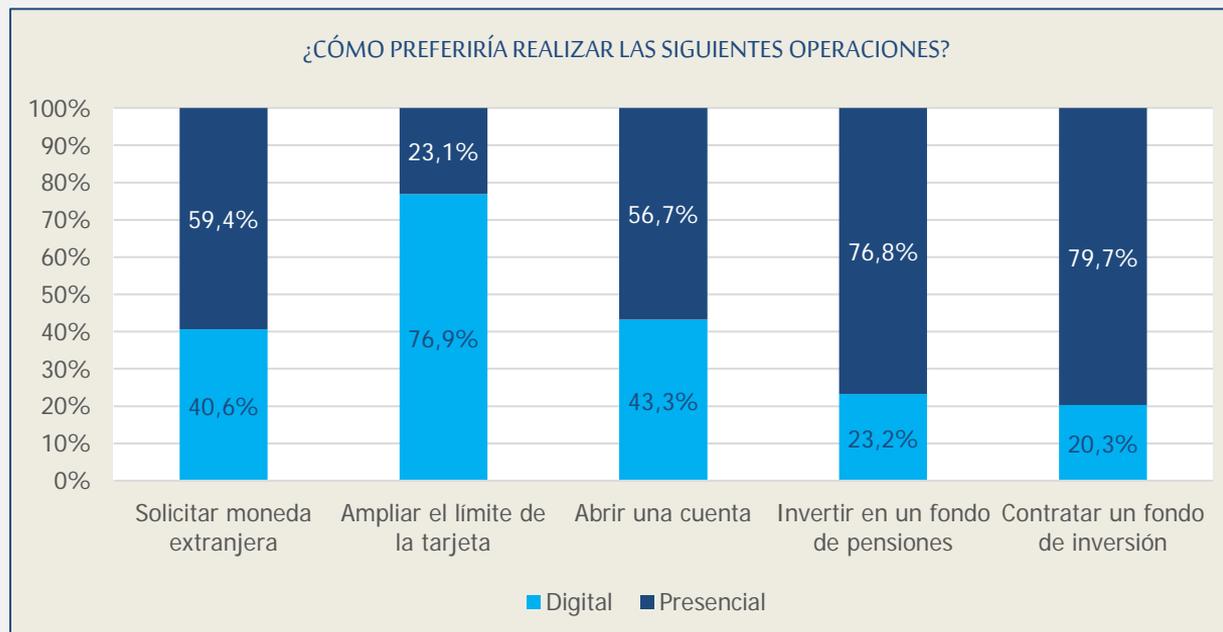
**i** El 73,3% de los encuestados ha transferido dinero a otro persona a través de un app de pagos

**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**



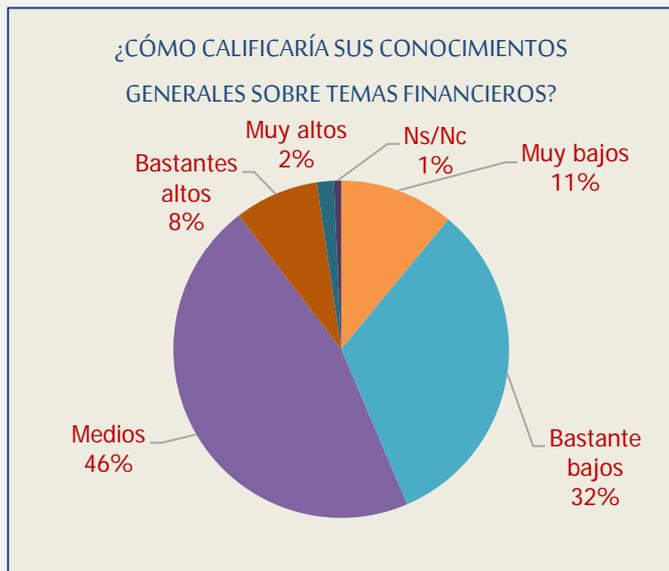
**i El 76,9% de los encuestados prefiere el canal digital para ampliar el límite de gasto de su tarjeta**

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

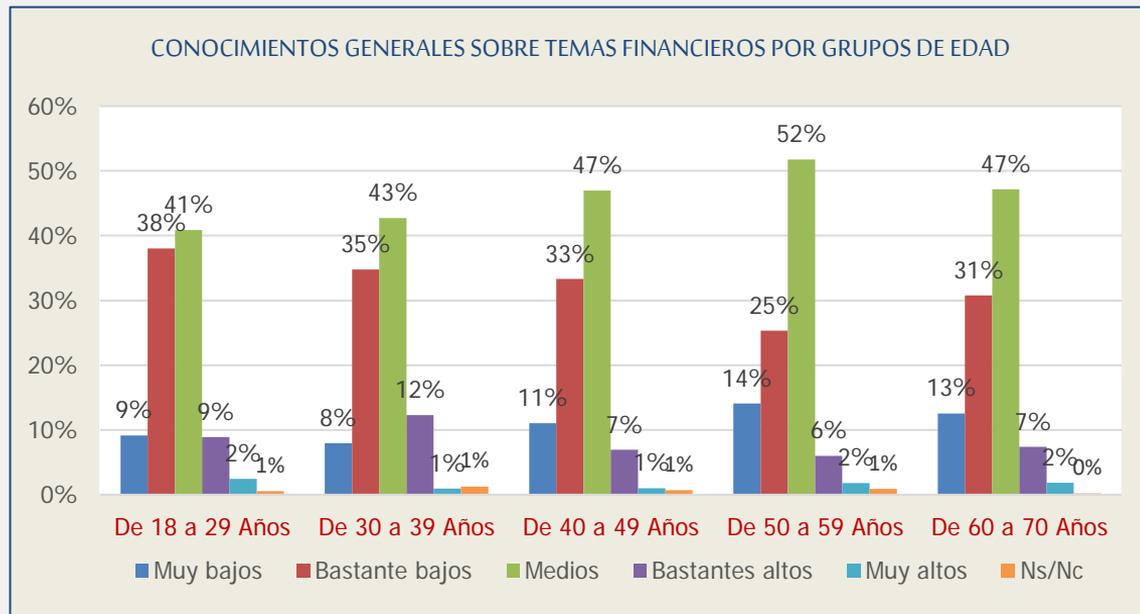
**i El 76,8% (79,7%) de los encuestados prefiere la presencialidad para contratar un fondo de pensiones (inversión)**

## 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.

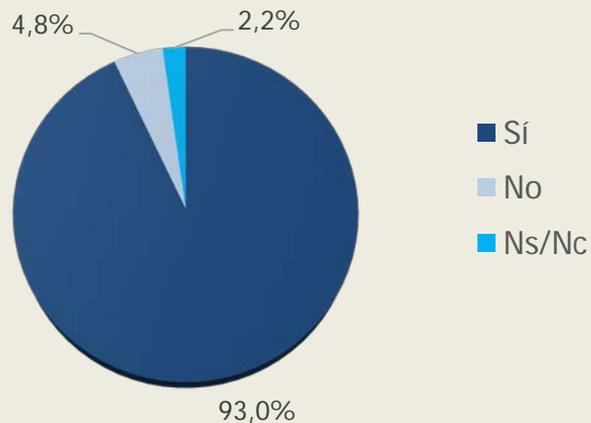


**i** La población de edad más avanzada es la que considera que tiene un nivel de conocimiento financiero más bajo.

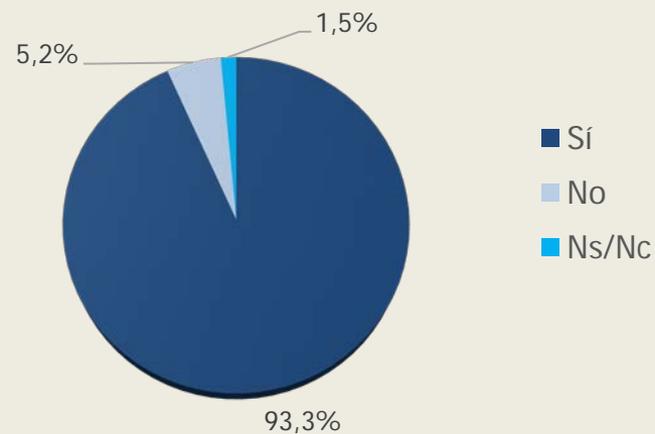
**i** Un 47% de los jóvenes entre 18 y 29 años considera que sus conocimientos son bastante bajos o muy bajos.

## 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?



¿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?

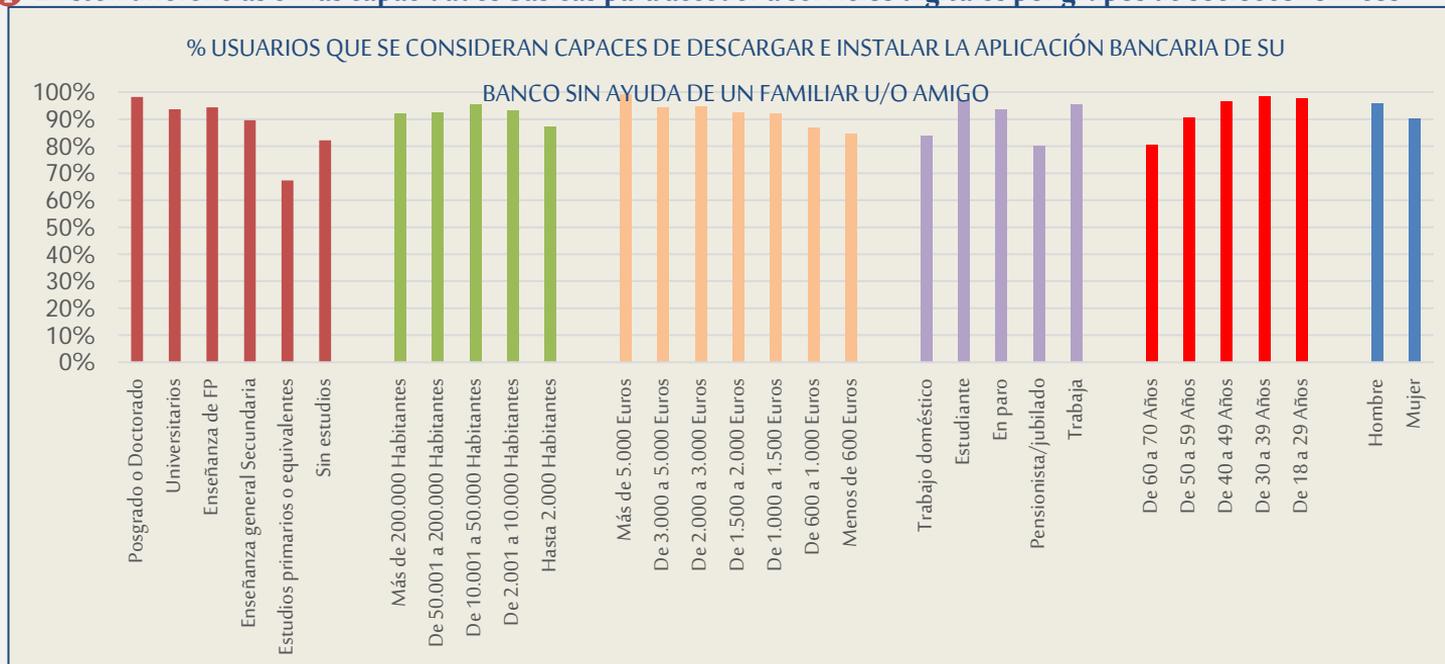


**i** El 93% de los encuestados sería capaz de descargar e instalar la aplicación de su banco por sí mismo.

**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

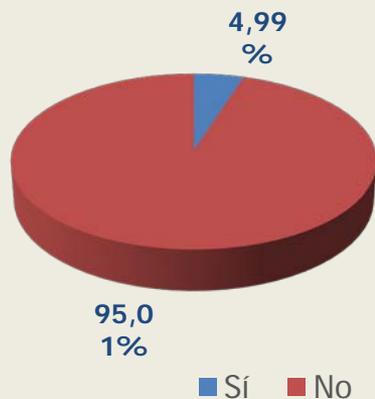


**i** La población con menos formación (sin estudios o con estudios primarios) y la de mayor edad son los que presentan menores tasas de capacitación digital.

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

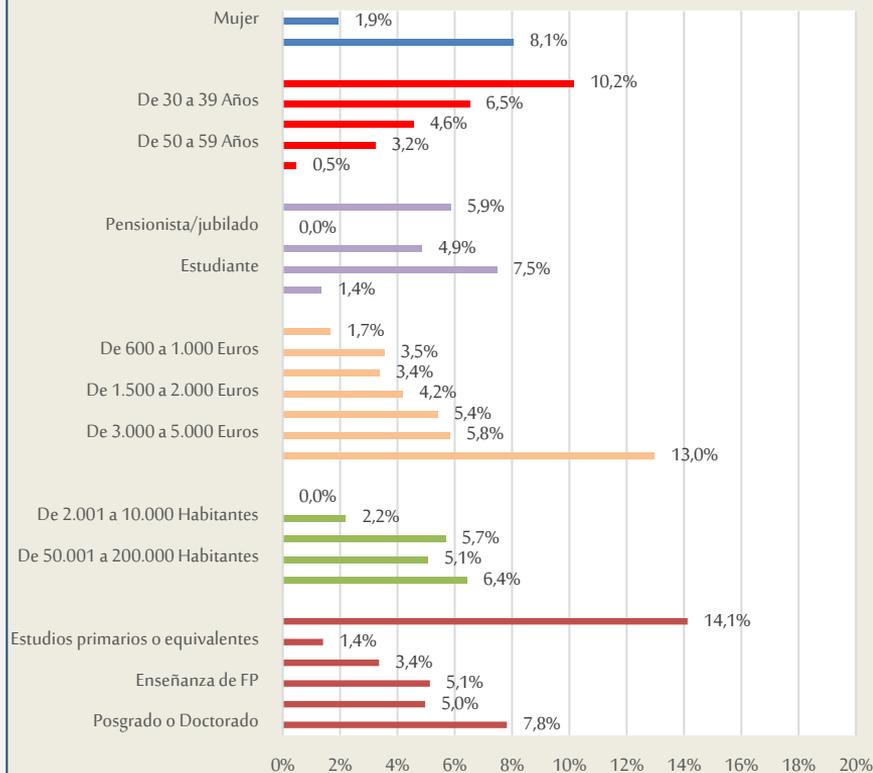
## CRIPATOMONEDAS, EURO DIGITAL Y CIBERSEGURIDAD: ADOPCIÓN DE LAS CRIPATOMONEDAS

¿ES USTED POSEEDOR DE ALGUNA CRIPATOMONEDA?



**i** El 5% de los encuestados tiene criptomonedas

### % ENCUESTADOS QUE SON POSEEDORES DE UNA CRIPATOMONEDA



Perfil del inversor español en criptomonedas, según la encuesta:

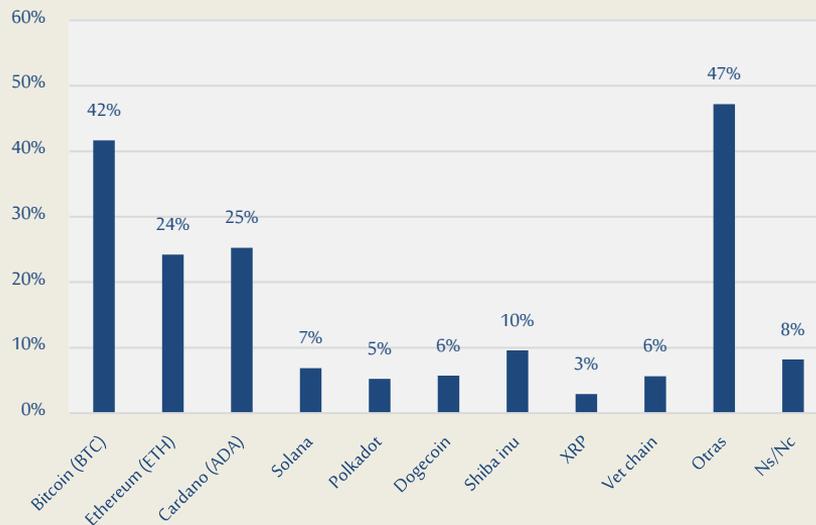
- Joven: entre 18 y 29 años
- Estudiante o Trabajando
- Con una renta elevada
- Residente en ciudades de tamaño medio y grande

**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

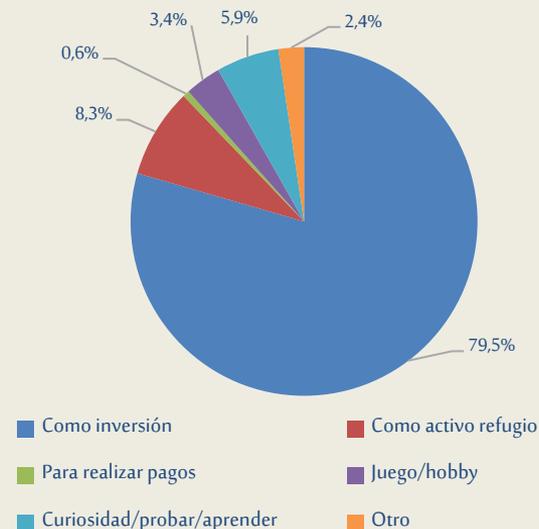
- 4 de cada 10 inversores en criptomonedas tiene Bitcoins.
- Bitcoin, Ethereum y Cardano concentran el 91% de las inversiones en criptomonedas
- En todos los grupos de edad, Bitcoin es la principal moneda en la que se invierte

### ¿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?

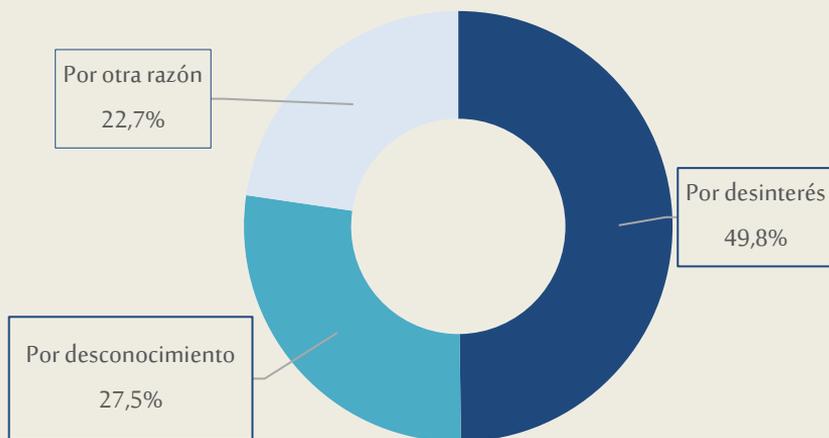


**i** El 79,5% de los encuestados afirma adquirir criptomonedas como inversión. Sólo un 8,3% afirma hacerlo como activo refugio

## MONEDAS DIGITALES: CRIPTOMONEDAS Y EURO DIGITAL ADOPCIÓN DE LAS CRIPTOMONEDAS

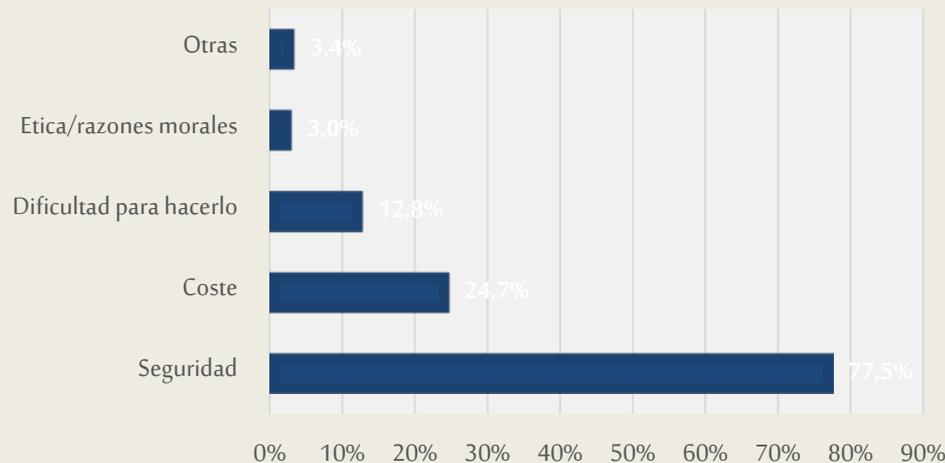
**i** Cerca del 50% de aquellos que no han adquirido criptomonedas afirma que no lo han hecho por desinterés

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

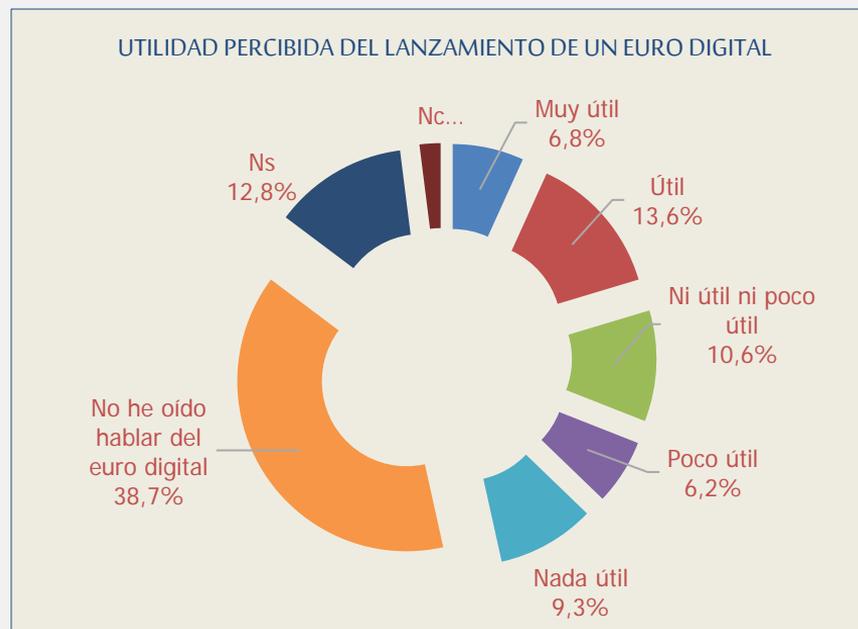
## MONEDAS DIGITALES: CRIPTOMONEDAS Y EURO DIGITAL

### 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

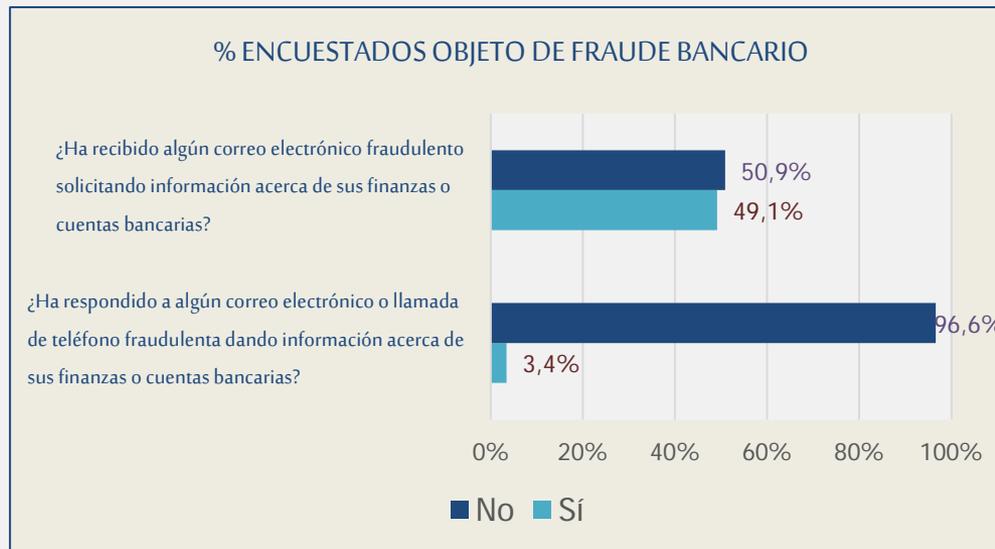
**i** El 20,4% de los encuestados considera que dicha moneda digital pública sería útil o muy útil



**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



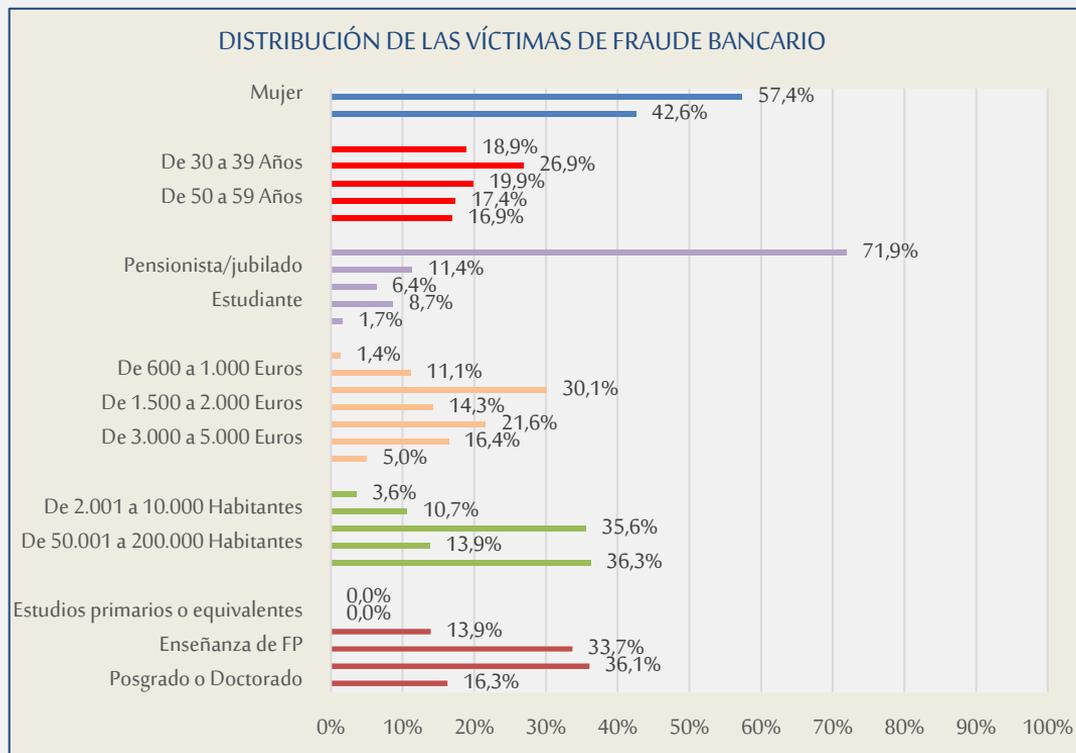
**i** Casi la mitad de los encuestados afirman haber recibido un correo electrónico o llamada de teléfono fraudulenta dando información acerca de sus finanzas o cuentas bancarias

**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



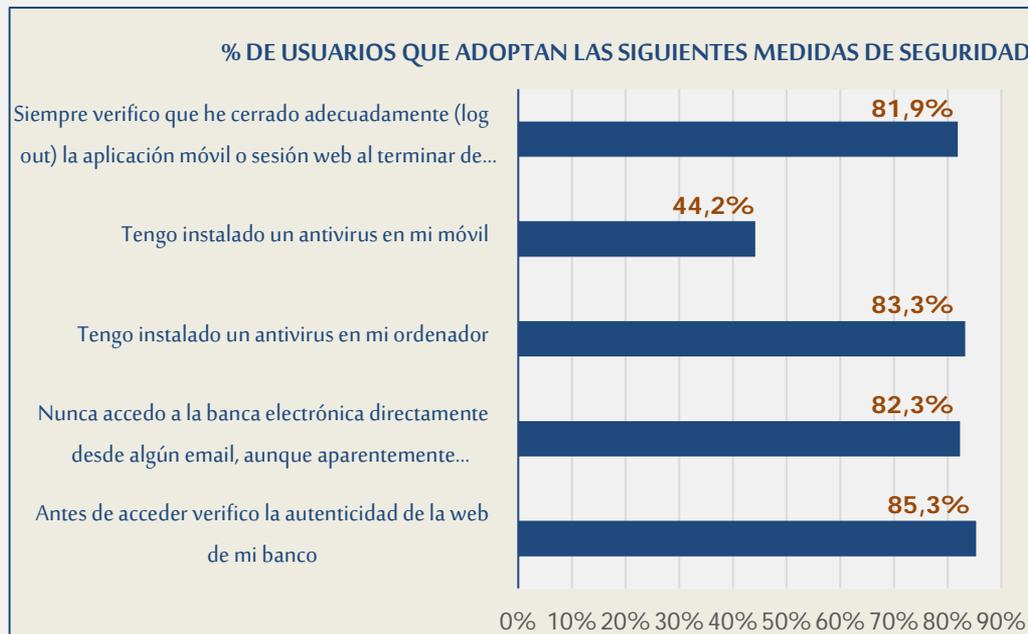
**i** Las personas con mayor formación (universitarios o estudios de posgrado) concentran cerca del 70% de las víctimas de fraude bancario

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

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

## 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.



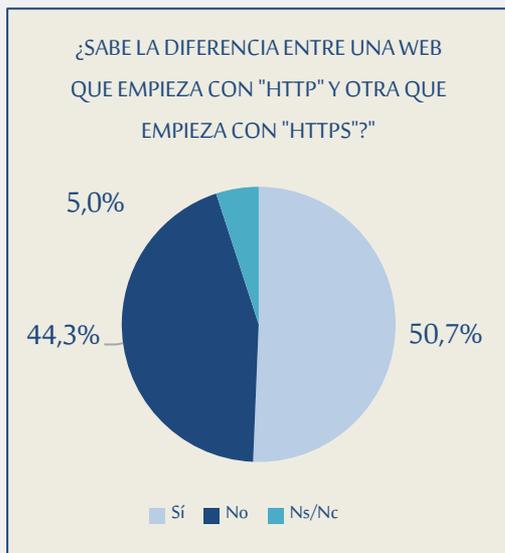
**i** El 81,9% de los encuestados verifica que han cerrado la aplicación/sesión al salir de su banca digital

**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%)

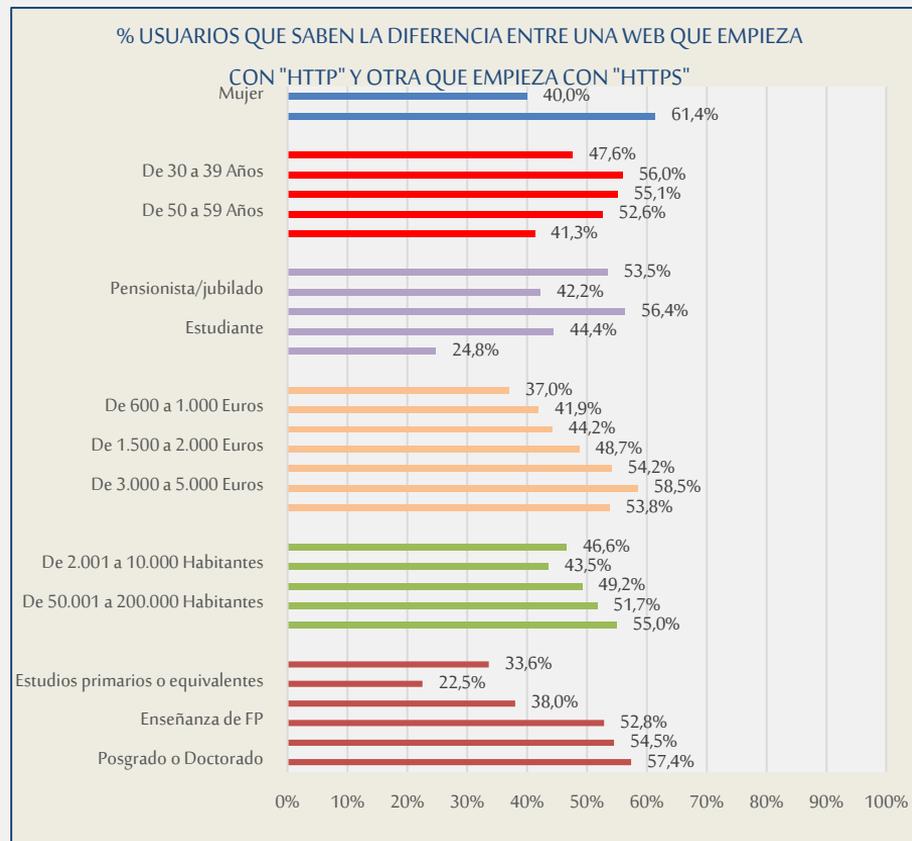
## CIBERSEGURIDAD Y BANCA ONLINE

### 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