

MÁS ALLÁ DEL USO INFORMATIVO: CONTRATACIÓN DE ACTIVIDADES FINANCIERAS DIGITALMENTE

LAS CLAVES

- ◇ El uso del canal digital en el ámbito financiero ha dejado de limitarse a funciones básicas de información, como la consulta de saldos, movimientos o extractos, para convertirse progresivamente en un verdadero canal de contratación de productos y servicios financieros.
- ◇ Cerca de 5,1 millones de españoles (el 18,8%) contrataron alguna actividad financiera a través de internet durante el último año.
- ◇ Destaca especialmente la suscripción o renovación de pólizas de seguros, incluida la contratación de seguros vinculados a otros servicios, que alcanza el 12,6 % de la población.
- ◇ El usuario tipo de actividades financieras online sería, en términos generales, un hombre (23,5%), de 25 a 44 años (en torno al 25,7%), con renta alta (24,3% en hogares de 4.400 euros o más), elevado nivel educativo (hasta el 37,0 % entre quienes tienen doctorado) y residente en un entorno urbano (21,6 % en municipios de más de 100.000 habitantes y capitales de provincia).

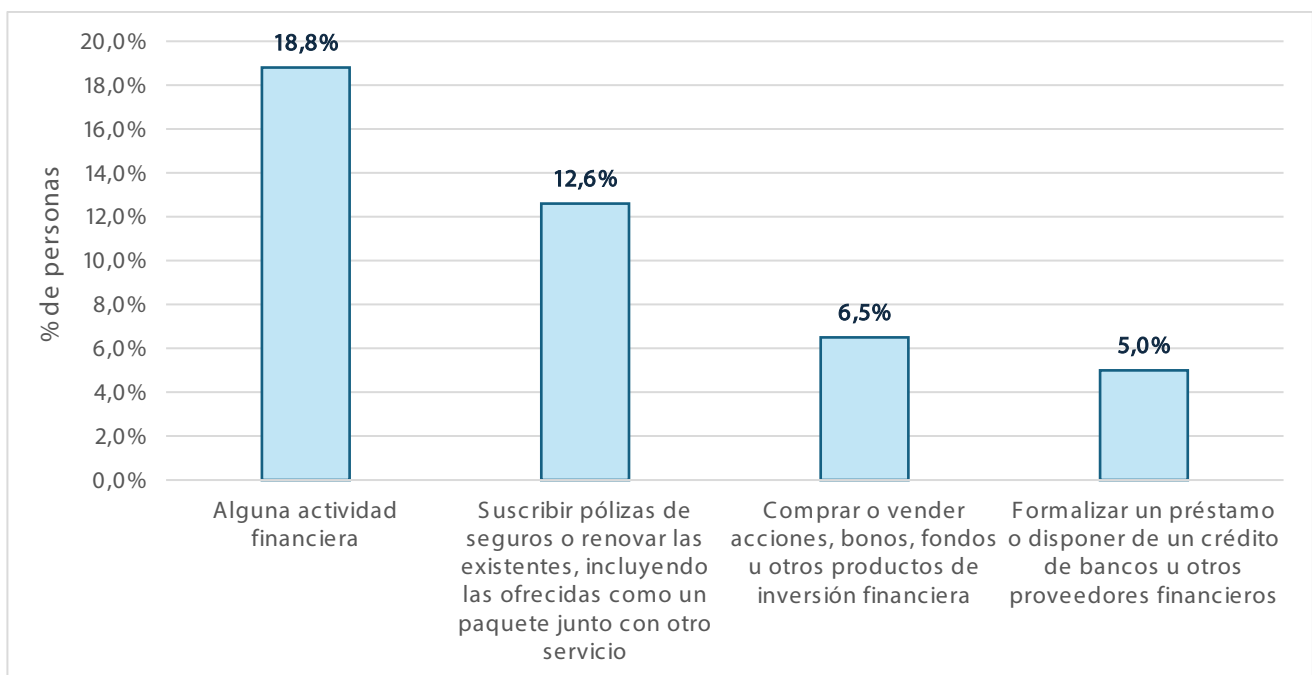
De la información a la contratación *online*

El uso del canal digital en el ámbito financiero ha dejado de limitarse a funciones básicas de información, como la consulta de saldos, movimientos o extractos, para convertirse progresivamente en un verdadero canal de contratación de productos y servicios financieros. En la actualidad, los clientes pueden abrir cuentas, solicitar tarjetas, contratar depósitos, fondos de inversión, seguros, préstamos personales o incluso hipotecas a través de plataformas digitales, sin necesidad de acudir físicamente a una oficina. Este cambio ha sido posible gracias a diversos factores, entre los que destacan la mejora de la seguridad en las transacciones electrónicas, la implantación de sistemas de autenticación reforzada, la firma electrónica, la verificación digital de identidad y el desarrollo de marcos regulatorios que han dado mayor confianza jurídica a estas operaciones. Asimismo, la aparición y consolidación de entidades financieras que operan exclusivamente en entornos digitales ha contribuido a normalizar la contratación online, ofreciendo procesos más ágiles, costes reducidos y una experiencia de usuario adaptada a las expectativas de consumidores cada vez más familiarizados con el uso de herramientas digitales. La contratación digital amplía el acceso a los servicios financieros y aumenta la competencia, pero también exige garantizar que el cliente comprenda adecuadamente las condiciones del producto contratado, que pueda prestar un consentimiento informado y que disponga de mecanismos eficaces de reclamación y asistencia.

Grado de penetración de la contratación *online* de actividades y servicios financieros en España

Los datos más recientes de la Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares¹ del INE permiten obtener una imagen aproximada del grado de penetración de la contratación online de actividades y servicios financieros en España. Según estos datos, cerca de 5,1 millones de españoles (el 18,8% de la población) contrataron alguna actividad financiera a través de internet durante el último año. El Gráfico 1 muestra cómo destaca especialmente la suscripción o renovación de pólizas de seguros, incluida la contratación de seguros vinculados a otros servicios, que alcanza el 12,6% de la población. Asimismo, un 6,5% declara haber comprado o vendido acciones, bonos, fondos u otros productos de inversión financiera por vía digital, mientras que un 5,0% ha formalizado un préstamo o dispuesto de un crédito de bancos u otros proveedores financieros a través de canales online. Estas cifras son relevantes porque no están calculadas sobre el conjunto de personas que contratan productos financieros, sino sobre el total de la población española. Por tanto, no deben interpretarse como porcentajes reducidos, sino como indicadores significativos de que la contratación financiera digital ha dejado de ser un fenómeno marginal. Reflejan que una parte apreciable de la ciudadanía ya utiliza internet no solo para consultar información bancaria o realizar operaciones sencillas, sino también para adoptar decisiones contractuales en ámbitos financieros con implicaciones económicas relevantes.

Tabla 1. Contratación de actividades financieras *online*



Fuente: INE y elaboración propia.

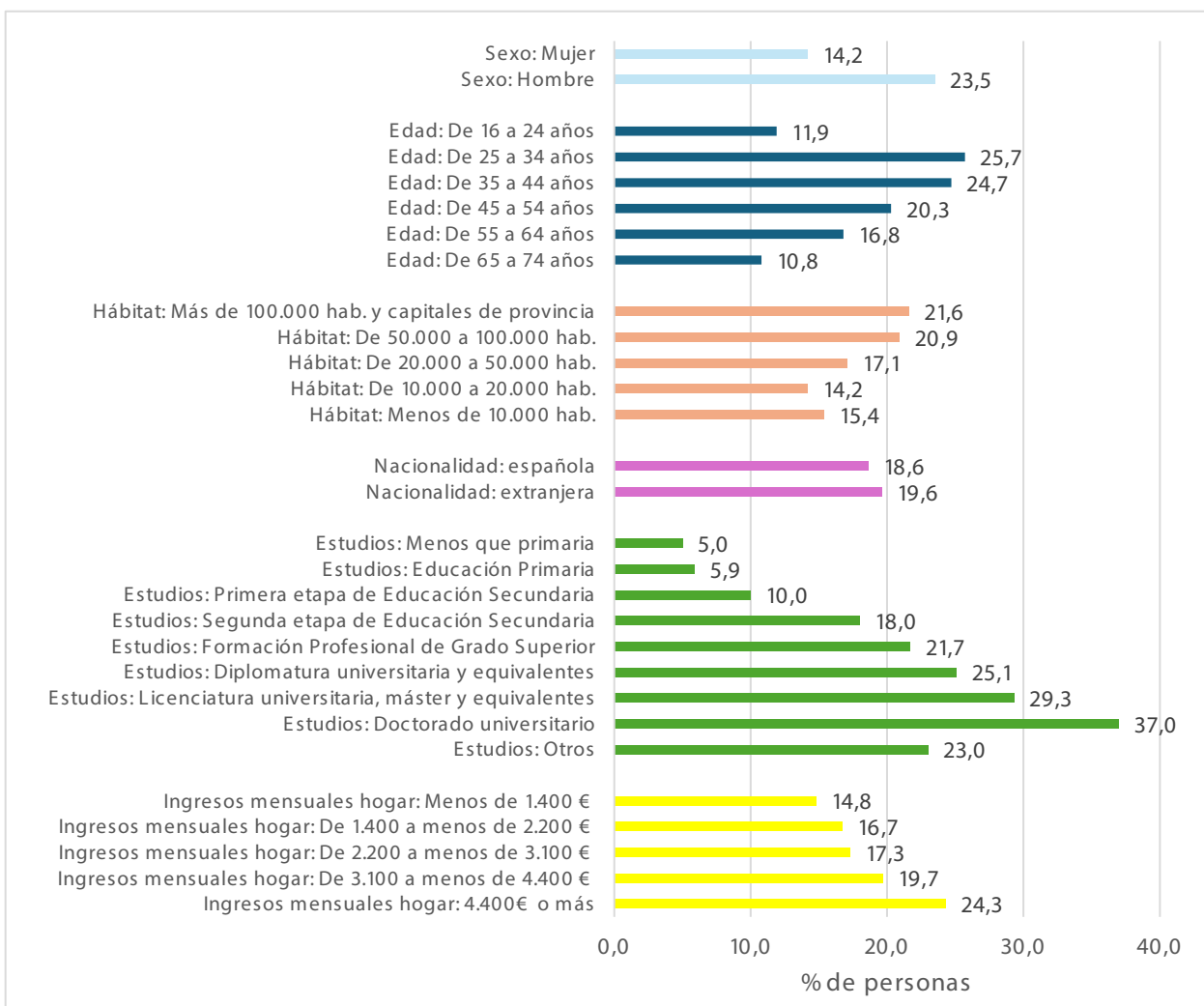
Perfil de quienes realizan alguna actividad financiera online

La Tabla 1 examina el perfil de quienes realizan alguna actividad financiera online. Como puede observarse, existe una clara asociación con variables socioeconómicas, educativas y demográficas. El perfil que se

¹ Datos disponibles en: <https://www.ine.es/dynt3/inebase/index.htm?padre=1834&capsel=12815>

desprende de los datos sugiere que la contratación o realización de actividades financieras online no se distribuye de forma homogénea entre la población, sino que está asociada a determinados factores socioeconómicos y demográficos. El usuario tipo de actividades financieras online sería, en términos generales, un hombre (23,5%), de 25 a 44 años (en torno al 25,7%), con renta alta (24,3% en hogares de 4.400 euros o más), elevado nivel educativo (hasta el 37,0% entre quienes tienen doctorado) y residente en un entorno urbano (21,6% en municipios de más de 100.000 habitantes y capitales de provincia). Estos resultados permiten intuir que la contratación financiera digital exige no solo acceso a internet, sino también confianza en el canal, familiaridad con los productos financieros y cierta capacidad para comparar, comprender y formalizar operaciones a distancia. En consecuencia, el avance de estos servicios puede reforzar la eficiencia y comodidad para determinados segmentos de población, pero también evidencia el riesgo de que persistan brechas de uso entre colectivos con menor formación, menor renta, mayor edad o menor vinculación con entornos digitales.

Gráfico 1. Perfil socioeconómico de la población que ha realizado alguna actividad financiera *online* en el último año



Fuente: INE y elaboración propia.