

# La transformación tecnológica del sector financiero y las entidades Fintech

*Diciembre 2019*

*Informe realizado por*



**ADICAE**  
Asociación de Usuarios de  
Bancos, Cajas y Seguros

*Con la colaboración de*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE SANIDAD, CONSUMO  
Y BIENESTAR SOCIAL

SECRETARÍA GENERAL  
DE SANIDAD Y CONSUMO

DIRECCIÓN GENERAL  
DE CONSUMO

*Su contenido es responsabilidad  
exclusiva de la Asociación*

# Índice del documento

1. Introducción
2. Ficha metodológica
3. Transformación del sector bancario
4. Medios de pago y digitalización
5. Fintechs
6. Toplines finales

# | 1 | Introducción

---

Como hemos podido ver en los últimos años, la irrupción de internet, y por consiguiente el desarrollo de las ya conocidas tecnologías de la información en todos los ámbitos de la vida y la sociedad resulta imparable, habiendo crecido de manera exponencial año tras año.

No podía ser una excepción el sector financiero, incluyendo dentro de este los medios de pago, la banca y las nuevas aplicaciones financieras digitales también conocidas como Fintechs.

ADICAE ha desarrollado este estudio en 2019 como forma de aproximación al consumidor, ayudándonos a entender su percepción sobre este sector en España y a poder vislumbrar ciertas tendencias y por tanto retos y oportunidades.



## |2| Ficha metodológica

- **Población objetivo.** El foco de esta investigación es la población internauta española mayor de 18 años.
- **Metodología.** Cuestionario estructurado y auto-administrado, siguiendo una metodología CAWI (online).
- **Muestra y error muestral.** 1.746 casos, lo que equivale a un error muestral de 3,1%, asumiendo muestreo aleatorio, varianza máxima y un nivel de confianza del 95%.
- **Ámbito:** La muestra está distribuida en la totalidad del territorio nacional (España), con porcentajes representativos del peso de cada Comunidad Autónoma.



# | 3 | Transformación del sector bancario

Durante los últimos años se ha apreciado un cambio progresivo en el sector financiero. Este se ha ido **digitalizando** progresivamente debido al creciente uso de la banca online por parte de los consumidores a través de dispositivos electrónicos como smartphones, tablets u ordenadores portátiles entre otros. De todas formas, no queda claro, y escapa al alcance del presente estudio, si este uso creciente responde en mayor medida al interés de la banca tradicional en trasladar hacia sus clientes parte del trabajo que realizaban sus empleados (impresión de estados de cuenta, escaneo de documentación de identificación personal, etc.) o si deriva, y en qué grado, a una demanda de los consumidores.

Seguendo los datos de este estudio, los porcentajes de encuestados que tienen una cuenta en un **banco tradicional** y en uno **digital** son:

### P.6 ¿Tienes una cuenta abierta en...?

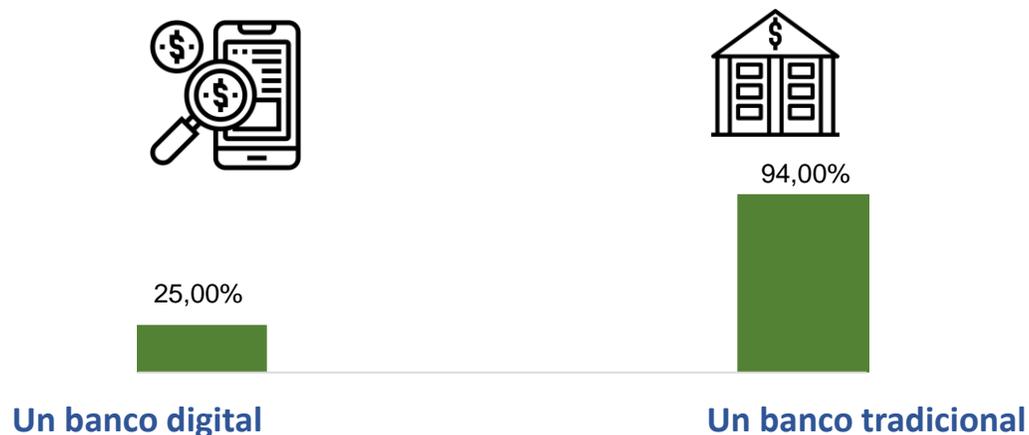
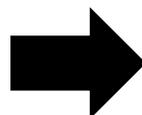


Gráfico 1

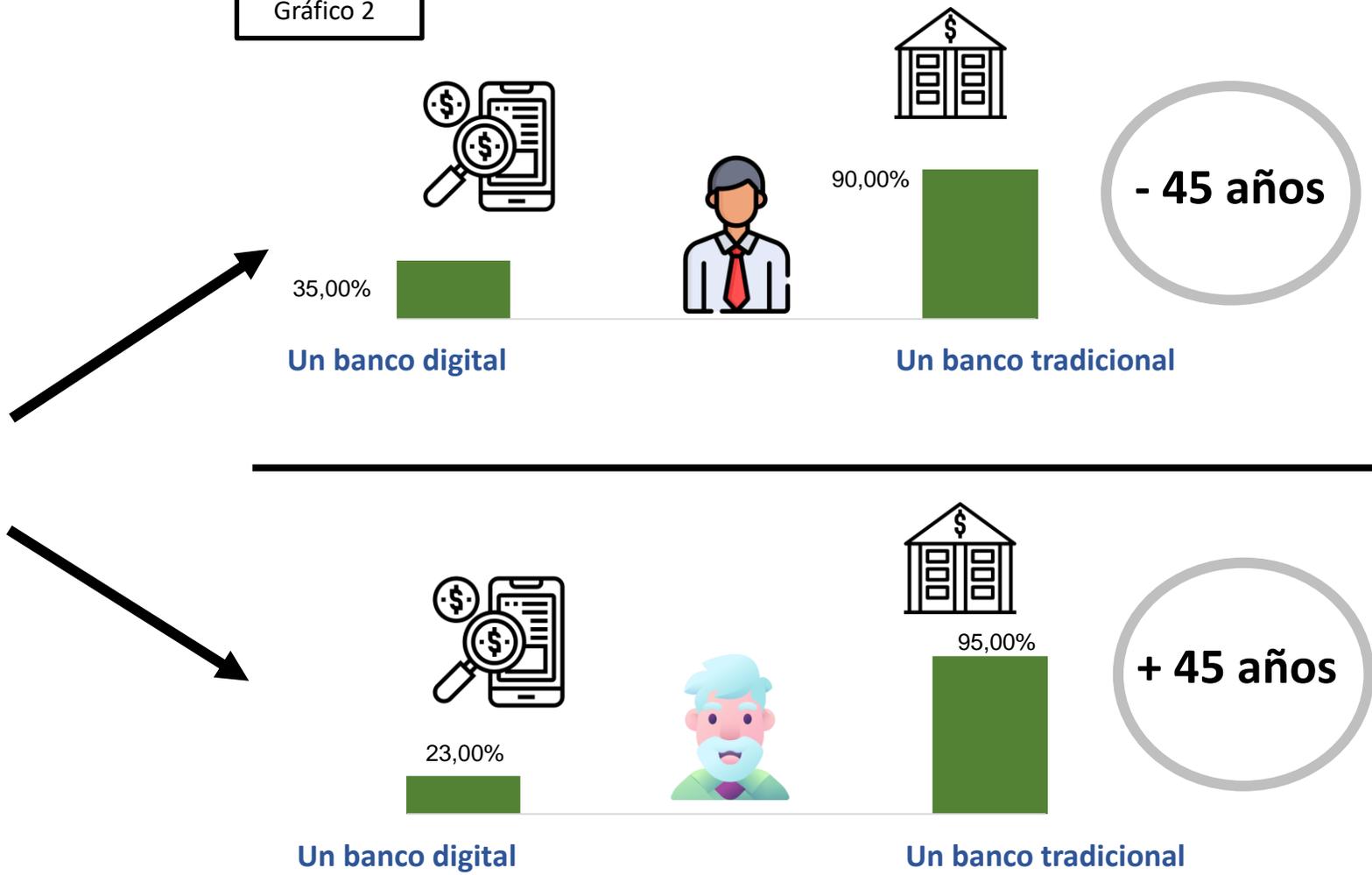


Como podemos ver, un **94%** de los consumidores posee una cuenta dentro de la banca tradicional. Esto demuestra como todavía la banca tradicional sigue teniendo fuerza en nuestra sociedad. Sin embargo, **sólo 1 de cada 4 personas tienen una cuenta en un banco digital**. Esto demuestra que el uso de este tipo de banca aún no está del todo generalizado.

El todavía alto porcentaje de pertenencia a un banco tradicional se puede relacionar con una sensación de seguridad y confiabilidad de este tipo de banca frente a la mayor incertidumbre, posiblemente por falta de información, de la banca online.

No se aprecian diferencias llamativas en cuanto a género o comunidad autónoma.

Gráfico 2



Cuando segmentamos este análisis por **edad** se aprecian algunos cambios en los porcentajes, siendo relativamente mayor la fidelización en los bancos digitales de clientes más jóvenes, en este caso **menores de 45 años**.

Cuando nos fijamos en el grupo de edad **mayores de 45**, el porcentaje de pertenencia a un **banco digital** desciende un **12%**, lo que se puede considerar un cambio notable.

Esto se puede relacionar con la mayor reticencia o desconfianza con las nuevas tecnologías de los más mayores.

Al cruzar por género no se apreciaron grandes diferencias en el análisis, siendo estos porcentajes relativamente equitativos entre hombres y mujeres.

Por edades, más de 1 de cada 3 menores de 45 años afirman recurrir a la banca digital. Para mayores de 45 años poco más de 1 de cada 5 lo hace.

Siguiendo con el análisis de las operaciones financieras que se realizan con el banco y en internet (a través de la web o app del banco), se ha realizado un análisis fanel (embudo):

**P.7 ¿Cuales de las siguientes operaciones financieras realizas?. P.8 ¿Y principalmente en internet?**

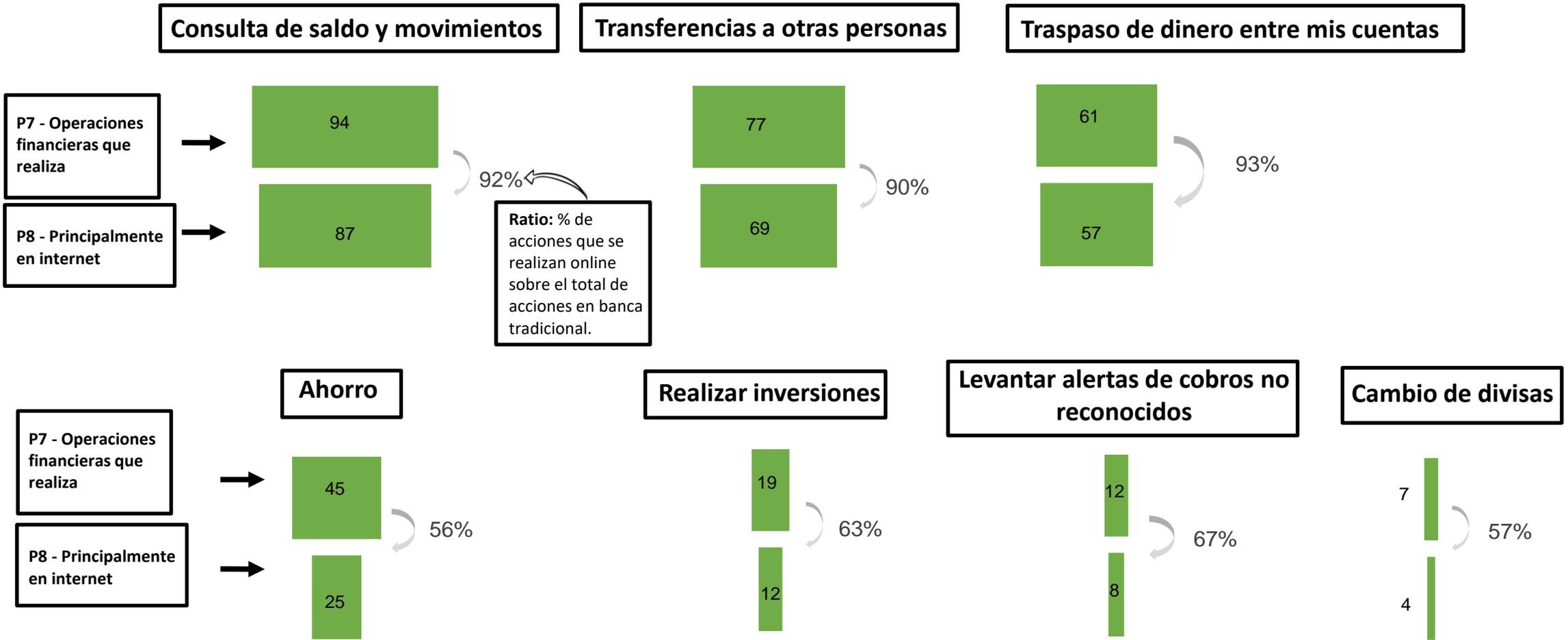


Gráfico 3



### Acciones que **más** se realizan

Consulta de saldo y movimientos

**94%**

Transferencia a otras personas

**77%**

Pago de facturas

**71%**



### Acciones que **menos** se realizan

Realizar inversiones

**19%**

Levantar alertas de cobros no reconocidos

**12%**

Cambio de divisas

**7%**

Top 3

### Acciones que **más** se realizan online



Consulta de saldo y movimientos

**87%**

Transferencias

**69%**

Traspaso de dinero entre mis cuentas

**57%**

### Acciones que **menos** se realizan online



Realizar inversiones

**12%**

Levantar alertas de cobros no reconocidos

**8%**

Cambio de divisas

**4%**

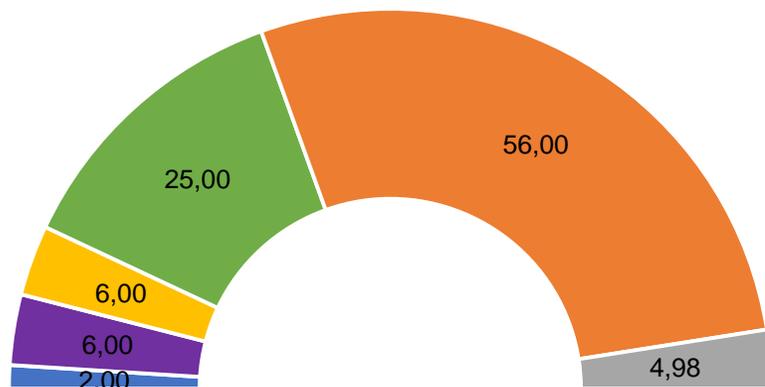
Las operaciones que más se realizan en **Internet** están en consonancia con las que más se realizan de manera tradicional, aunque con algunos cambios, ya que el **pago de facturas online** desciende un **25%** frente a realizar esta acción en la sede física. Esto puede llevar a conclusiones apresuradas si no se tiene en cuenta que omitimos la domiciliación bancaria de los recibos. Por tanto, sería posible afirmar que no existen grandes variaciones en ese sentido.

Los ratios de las acciones que se realizan en internet respecto a las acciones tradicionales que se realizan con más frecuencia son del **92%**, **90%** y **93%** respectivamente, es decir, el **92%** de las personas que **consultan su saldo y movimientos** lo realizan principalmente a través de Internet. De la misma forma, el **90%** de las personas que realizan **transferencias a otras personas** las realizan mayoritariamente a través de Internet.

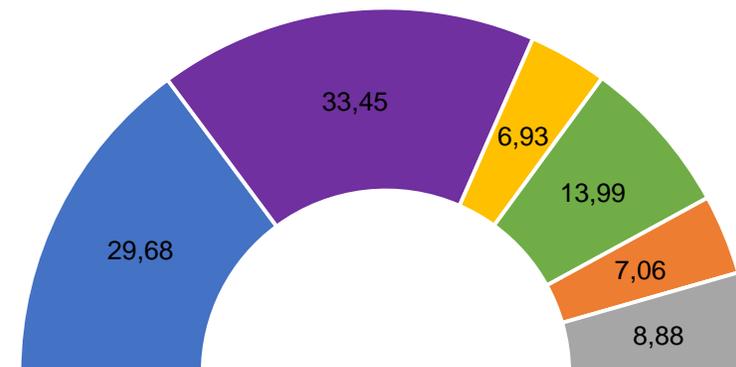
Estos ratios tan altos nos muestran que prácticamente la totalidad de las personas que realizan estas operaciones financieras las realizan sobretodo **online**, dejando claro que ciertas operaciones financieras online pueden llegar a superar fácilmente en los próximos años a las operaciones tradicionales en la sede física del banco.

Para poder entender un poco mejor la transformación digital del sector bancario, se preguntó a los encuestados por la **frecuencia** con la que acuden a su sucursal bancaria, con la que entran en la **web** del banco y con la que se usan **app**. Los resultados que se han obtenido han sido los siguientes:

**P.9 ¿Con qué frecuencia acudes a tu sucursal bancaria?**



**P.10 ¿Con qué frecuencia entras en la página web de tu banco?**



- Todos los días
- Una vez a la semana
- Cada quince días
- Alguna vez al mes
- De forma excepcional
- Nunca

Gráfico 4

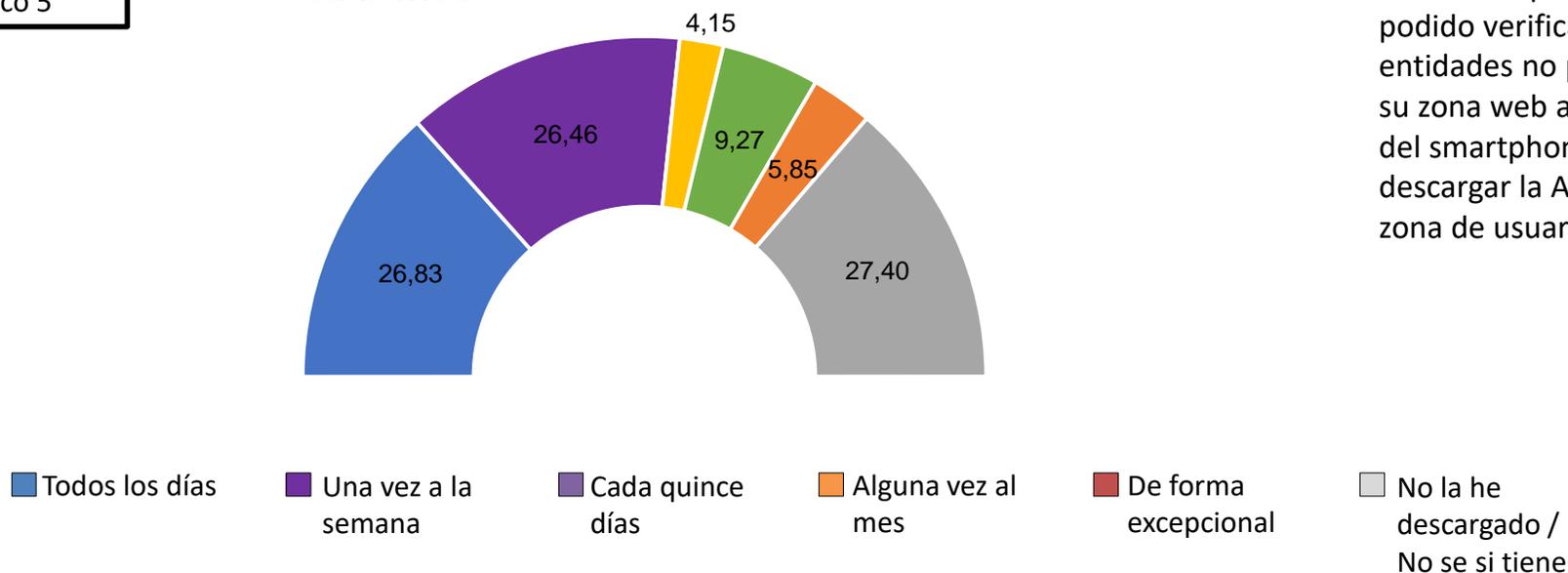
Como podemos ver los datos nos vuelven a confirmar la transformación digital que están experimentando los consumidores. En este gráfico se puede apreciar como **más de un 80% de los encuestados acude a la sucursal bancaria “Alguna vez al mes” o “De forma excepcional”,** es decir, **de forma muy ocasional.** Sin embargo, cuando preguntamos por la frecuencia en la que entra en la web de su banco, estos porcentajes cambian radicalmente, donde más del **60%** de encuestados visita la página web de su banco **Todos los días o Al menos una vez a la semana,** es decir, de forma frecuente.

Con la **APP** del banco sucede algo similar aunque de manera un poco más leve, ya que alrededor de **un 50% de los usuarios** que dispone de la app de su banco accede a la misma **“Todos los días” o “Al menos una vez a la semana”.** Sin embargo, el porcentaje de encuestados que no se han descargado la APP continúa siendo alto, superior al **25%**. Esto demuestra que las apps de los bancos no se han terminado de desarrollar ni de resultar totalmente atractivas para los usuarios, demostrando tal vez un desconocimiento por parte de los usuarios de la eficacia, facilidad e inmediatez que estas apps pueden proporcionar a los mismos, permitiendo a los usuarios acceder a su cuenta bancaria desde cualquier lugar y momento de una forma inmediata.

Estos datos nos vuelven a demostrar de que forma la banca digital está ganando terreno cada día frente a la tradicional. Los usuarios parecerían preferir acceder de forma creciente en la modalidad online a su cuenta bancaria que acudir de forma física a la sucursal, ahorrando de esta forma tiempo y esfuerzo.

Gráfico 5

### P.11 ¿Con qué frecuencia utilizas la app de tu banco?



Durante el presente estudio se ha podido verificar que algunas entidades no permiten el acceso a su zona web a través del navegador del smartphone, siendo obligatorio descargar la App para el acceso a la zona de usuario del consumidor

# |4| Medios de pago y digitalización

# Medios de pago

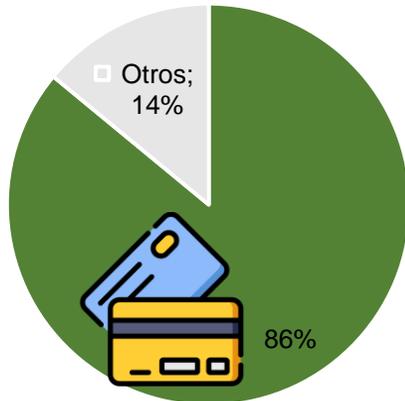
En la siguiente parte del estudio se han analizado las formas o medios de pago preferidos por los encuestados en la actualidad. Se ha atendido principalmente a las nuevas formas de pago como **apps móviles** (*Bizum, Twip...*) o **pago con móvil** (*en tiendas físicas*). De esta forma, se ha estudiado el estado de este sector en la actualidad y se han sacado algunas tendencias.

Para comenzar, se preguntó por el tipo de tarjetas que tienen los encuestados, obteniendo los siguientes resultados:

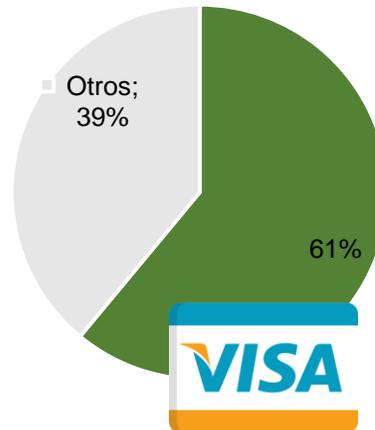
Gráfico 6

## P.12 ¿Cuál de los siguientes tipos de tarjeta tienes?

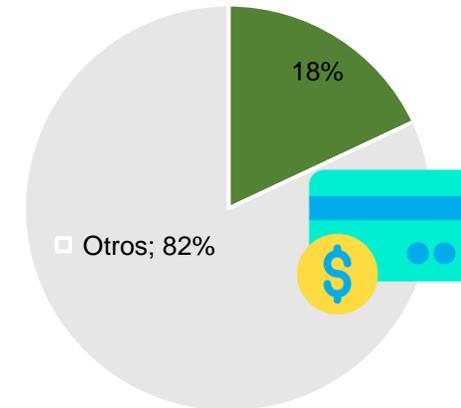
### Tarjeta de débito



### Tarjeta de crédito

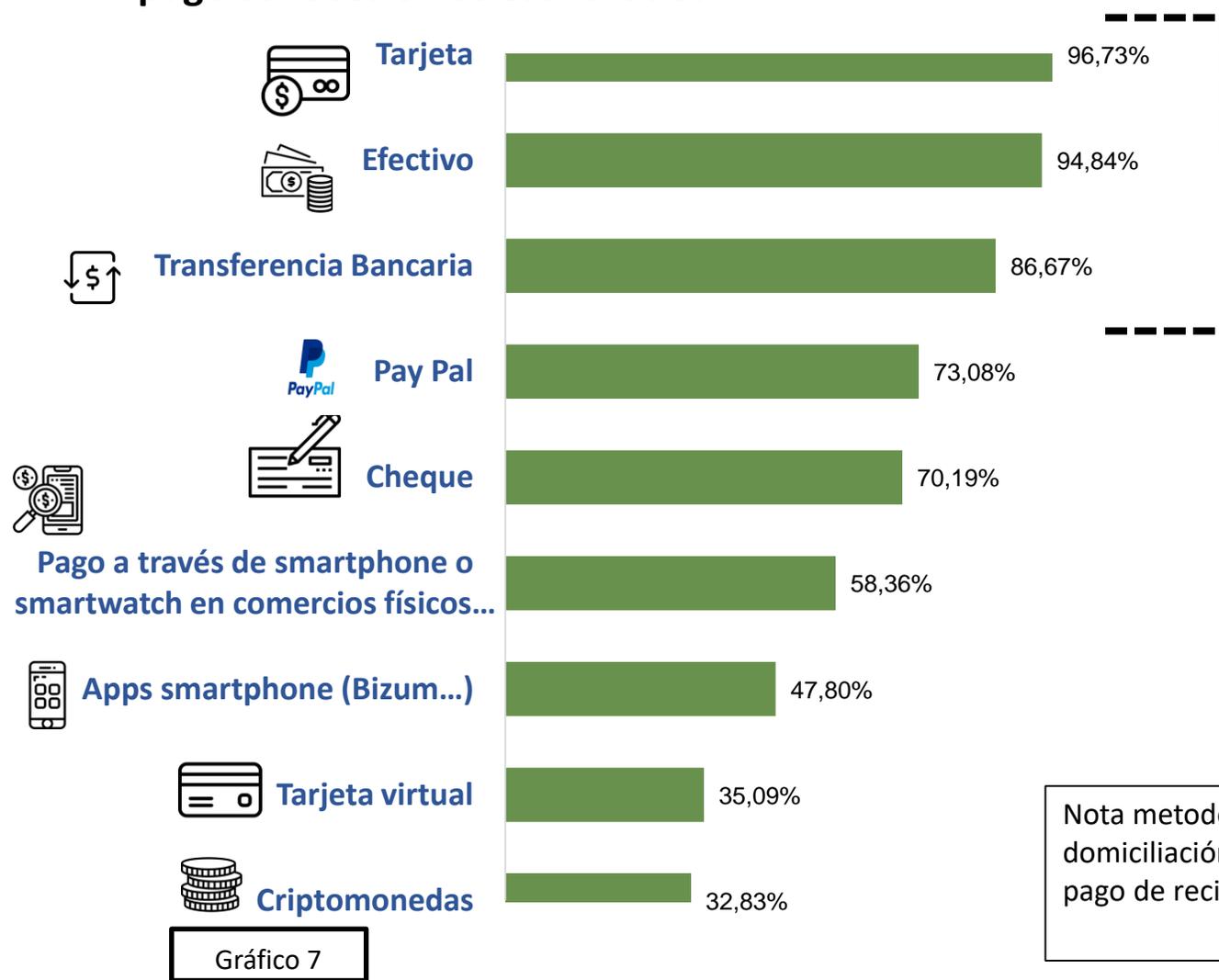


### Tarjeta de prepago



Como podemos ver, el tipo de tarjeta por excelencia es la **Tarjeta de débito**, liderando el ranking con un **86%**. Le sigue la de **Crédito** con un **61%**, y por último, con una gran diferencia la **Tarjeta de prepago**, con un **18%**.

## P.14 ¿Cuáles de los siguientes métodos de pago conoces o has escuchado?



Siguiendo con el análisis, debemos fijarnos en las formas de pago más conocidas o populares.

En orden decreciente, encontramos la **tarjeta** y el **efectivo**, ambas con un porcentaje superior al **95%**, seguidos por la **transferencia Bancaria (87%)**, **Pay Pal (73%)** y el **cheque (70%)**. Todos estos métodos o formas de pago tienen una larga tradición en nuestra sociedad, por lo que no sorprenden los altos porcentajes de conocimiento.

Sin embargo, si nos centramos en las nuevas formas de pago, los porcentajes son mucho menores, liderando esta lista el **pago a través de smartphone (58%)**, el cual ha conseguido una mayor difusión respecto a las demás. Le siguen las **apps smartphone (48%)** como Bizum o Twip, y quedando en ultimo lugar la **tarjeta virtual (35%)** y las **criptomonedas (32%)**.

Estos datos nos enseñan que las nuevas formas de pago están consiguiendo progresivamente una mayor difusión, a pesar de no ser formas de pago totalmente generalizadas.

Nota metodológica: Premeditadamente no se ha incluido en el cuestionario la domiciliación bancaria, que es la forma de pago mayoritaria sin discusión para el pago de recibos.

## P.15 De los siguientes métodos de pago. ¿Cuáles utilizas habitualmente?

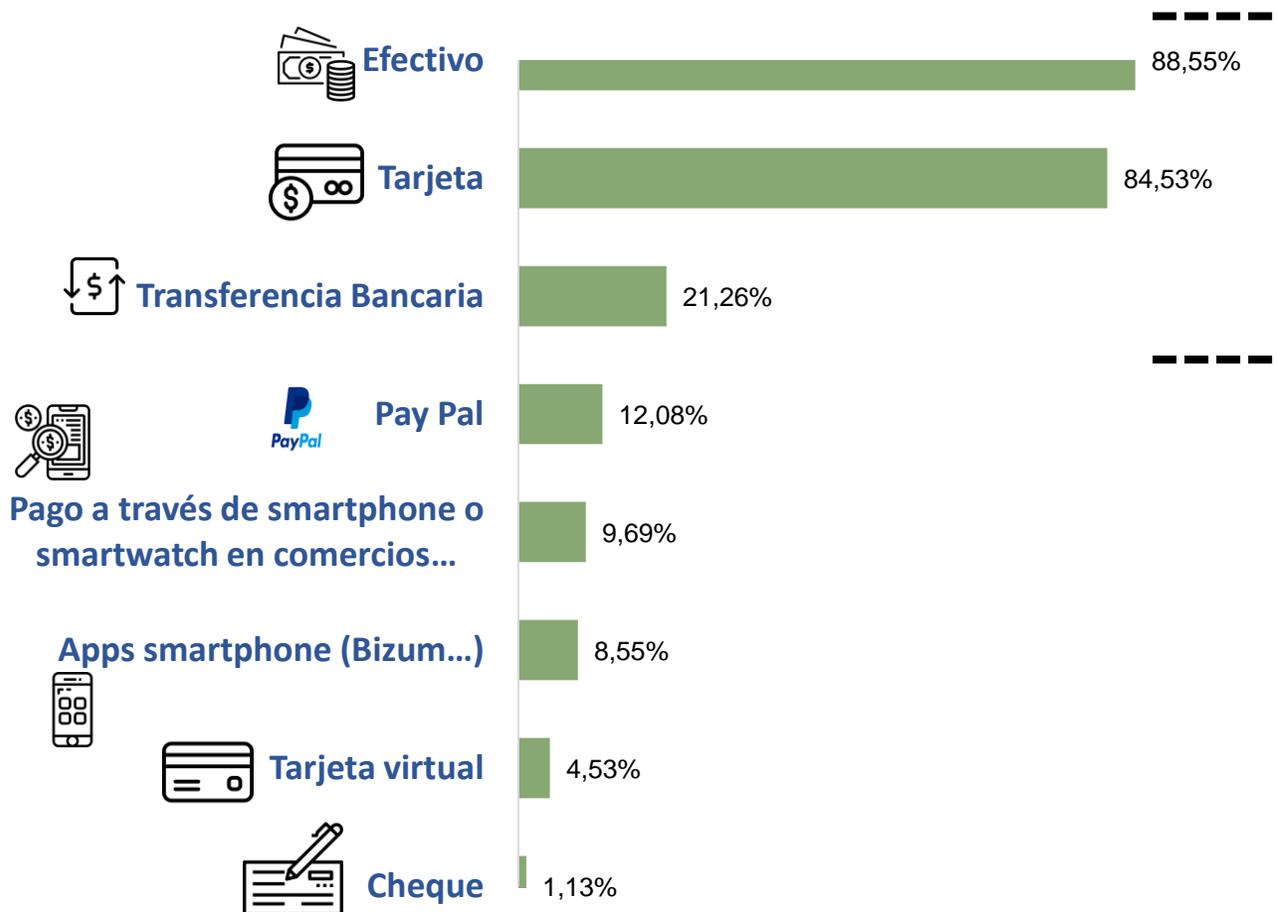


Gráfico 8

Sin embargo, si pasamos a ver los porcentajes de uso habitual que han declarado los encuestados, nos encontramos con una gran diferencia.

El efectivo encabeza la lista con un **89%** aproximadamente, seguido muy de cerca por la tarjeta. Esto nos deja claro la todavía gran permanencia de estos dos medios de pago habituales entre los consumidores.

Si seguimos el análisis de forma decreciente, se produce un salto abrupto al comparar el **Pago con tarjeta** con la **Transferencia bancaria**. Los primeros prácticamente que cuadruplican a los segundos en su frecuencia de uso para pagos habituales. Por tanto, pese de ser uno de los medios de pago más conocidos, el uso de las transferencias no resulta ser tan frecuente.

**Pay Pal** se posiciona ahora en el grupo de los menos usados con un **12%** de frecuencia de uso habitual, indicándonos que un conocimiento extendido de una forma de pago no garantiza su utilización, influyendo en su uso diversos factores que intervienen como la seguridad o la practicidad del mismo.

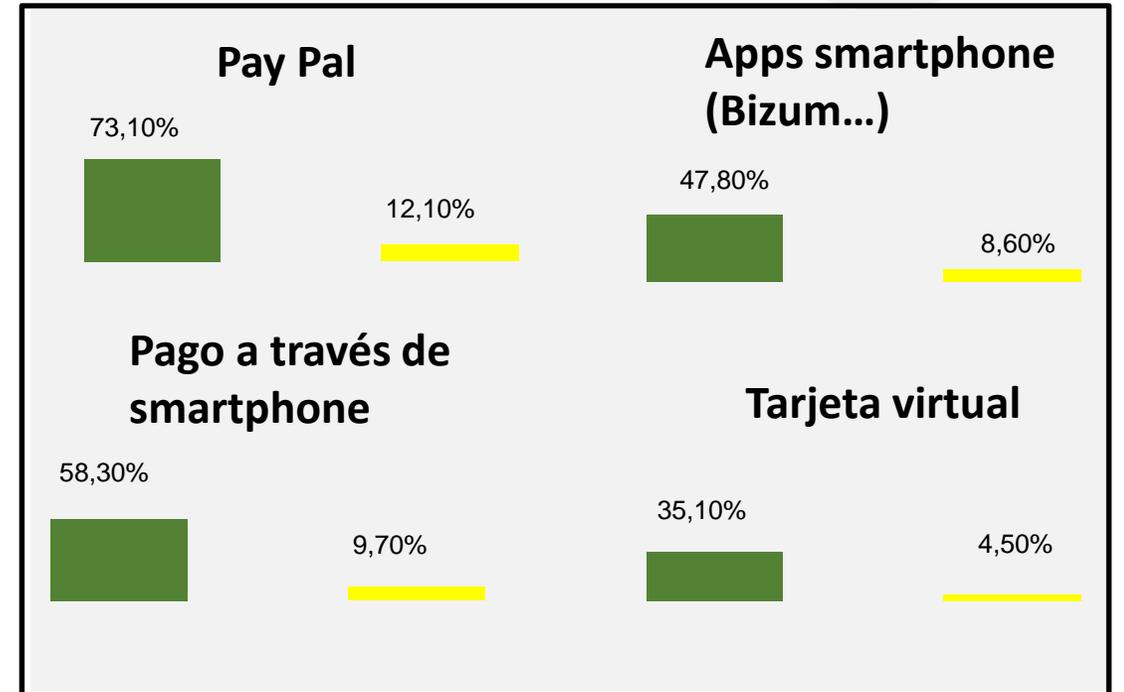
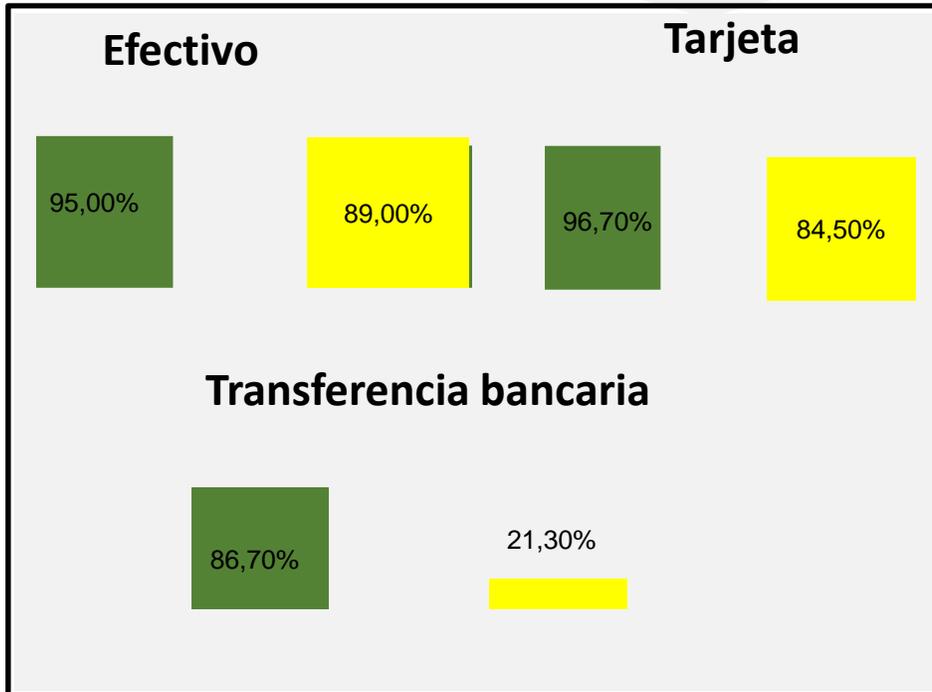
El **Pago a través de smartphone** y las **Apps smartphone** también descienden en este ranking, confirmándonos su menor uso habitual. La tarjeta virtual y el cheque no superan el **5%**.

Las **criptomonedas** no son usadas habitualmente por ningún encuestado.

## Formas de pago tradicionales

Para que de forma más sencilla y gráfica se pudiese ver la diferencia entre conocimiento y uso de cada una de las formas de pago se realizó este gráfico.

## Nuevas formas de pago



■ Conocen ■ Usan habitualmente

En el gráfico precedente podemos ver que las formas tradicionales de pago, exceptuando la transferencia bancaria se mantienen constantes (*con altos porcentajes*) tanto si atendemos a su conocimiento como a su uso, constatando que tanto el **efectivo** como el pago con **tarjeta** son todavía las formas de pago más extendidas en nuestro país.

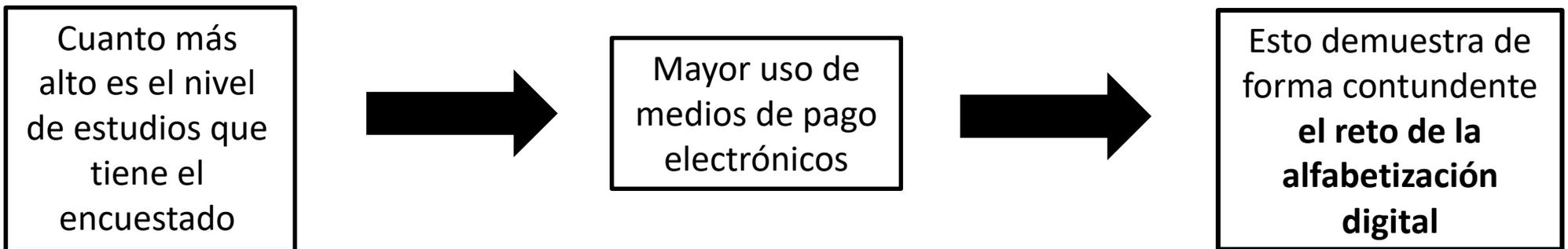
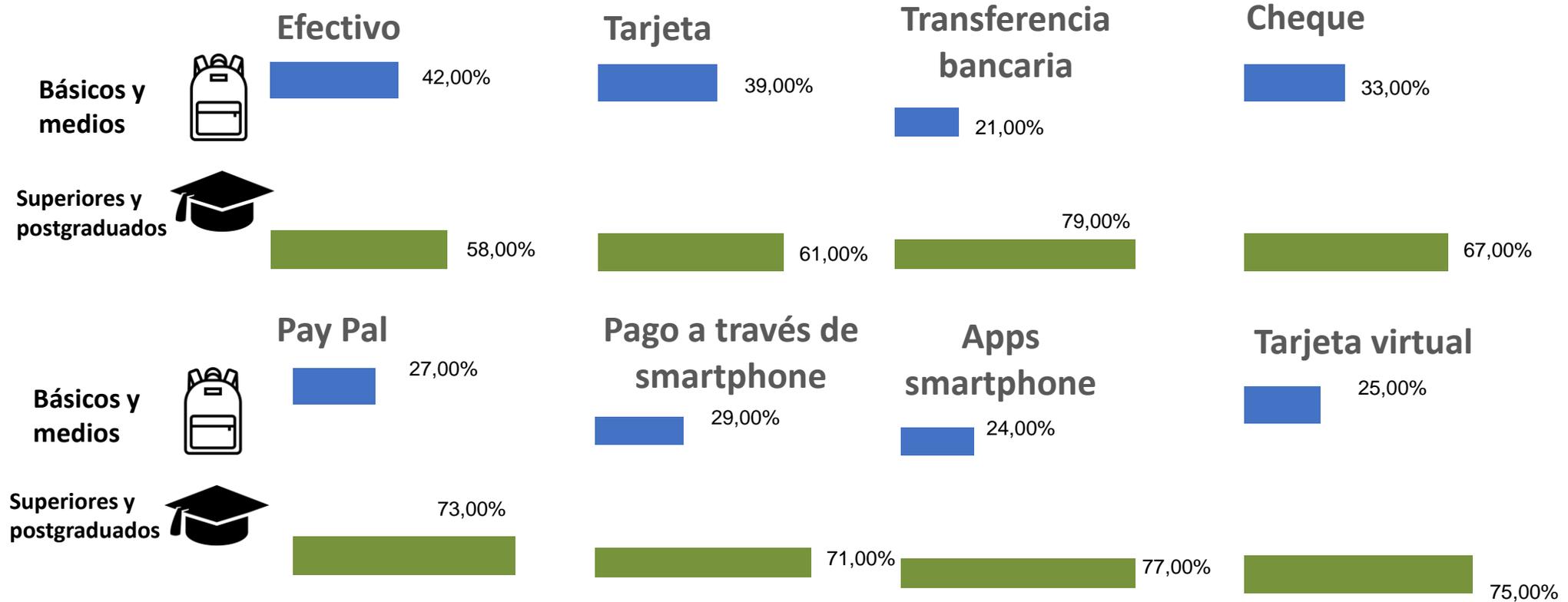
De todas formas, debemos manejarnos con precaución al analizar estos datos ya que estudios previos indican que las respuestas que señalan a la tarjeta como medio de pago incluye a las retiradas de efectivo. Esto podría sobreestimar el uso de las tarjetas y por contrapartida subestimar el de efectivo.

Sin embargo, si nos fijamos en las nuevas formas de pago o pagos digitales, podemos ver como estos porcentajes difieren enormemente entre su conocimiento y su uso.

Como ya hemos indicado, el conocimiento de estos medios de pago es cada vez más generalizado, rondando el **50%** en la mayoría de los casos. Lo característico de estas nuevas formas de pago es que cuando analizamos su uso habitual entre los encuestados, el porcentaje cae drásticamente hasta el **10%** aproximadamente. Podemos por tanto señalar que **no siempre mayor conocimiento se traduce en mayor uso**, al menos por el momento.

De entre las nuevas formas de pago las que más se utilizan son **Pay Pal, pago a través de smartphone** y las **apps smartphone**, cuyo uso está comenzando a crecer, aunque todavía permanecen como formas de pago marginales en comparación con los medios de pago tradicionales.

**P.4 ¿Cuál es el nivel de estudios más alto que obtuviste? x P.15 ¿Qué medios de pago utilizas habitualmente?**



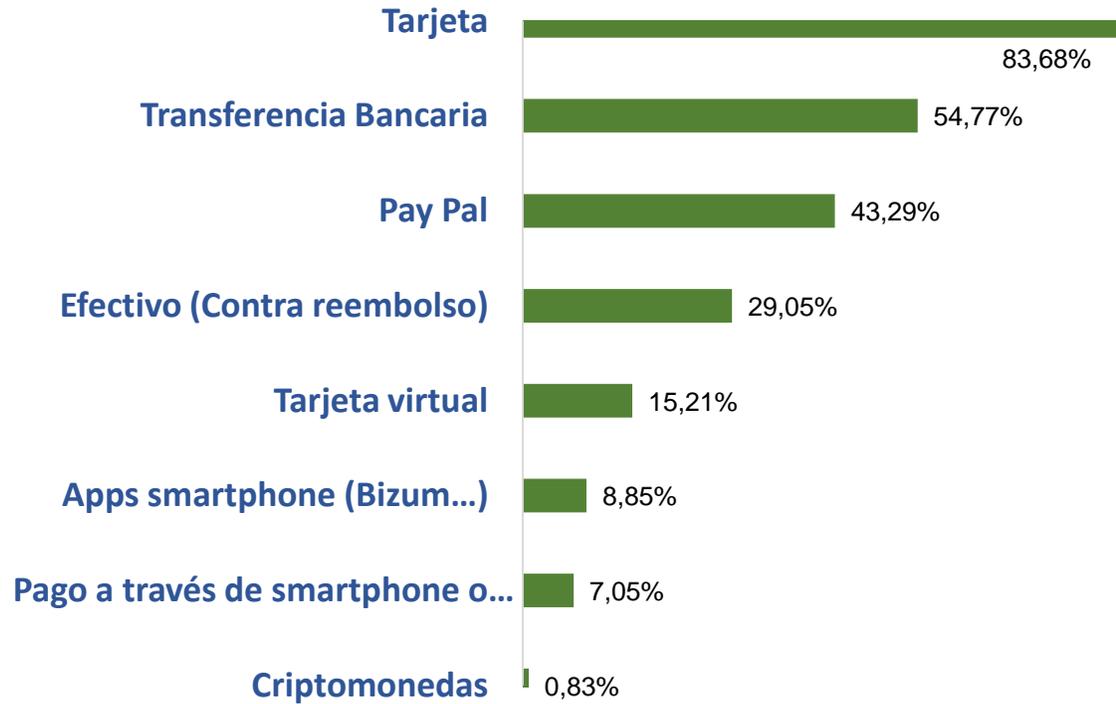
Si nos fijamos en el cruce realizado por **nivel de estudios** y los **medios de pago** que utilizan **habitualmente** los encuestados, estos resultados arrojan grandes diferencias en el análisis, sobre todo cuando atendemos a los medios de pago electrónicos.

La **transferencia bancaria** es un método de pago usado mucho más por los que tienen **estudios superiores** frente a los que solamente tienen **estudios medios**.

Además, todas las nuevas formas de pago como ***pago mediante smartphone*** o ***pago a través de aplicación de smartphone*** como Bizum, son mucho más usados por los que tienen estudios superiores y postgraduados, con una diferencia de más del **50%** en la mayoría de los casos frente a los que tienen un nivel de estudios medios o básicos.

Acorde a estos resultados podemos inferir que a mayor nivel de estudios hay un mayor uso habitual de los medios electrónicos de pago.

### P.16 ¿Cuáles de las siguientes formas de pago has utilizado alguna vez en internet?



Si pasamos a analizar las formas de pago que se han utilizado en internet, la tarjeta, la transferencia bancaria y Pay pal son las más populares.

Otro rasgo del consumidor que resulta esencial analizar si queremos entender la evolución y digitalización del mercado es la frecuencia de compra en tiendas online y su comparación con la compra en establecimientos físicos.

Para ello se preguntó a los encuestados si **compran más** en establecimientos físicos, online, o equivalentemente en ambas. A rasgos generales se puede apreciar como la compra en establecimientos físicos sigue representando la mayoría, un **70%** aproximadamente.

Sin embargo, comprar más en tiendas online comparado con años atrás ha aumentado notablemente, llegando a un **10%** el porcentaje de encuestados que compra más online, y un **20%** en ambas por igual.

### P.13 ¿Habitualmente compras más en establecimientos físicos u online?

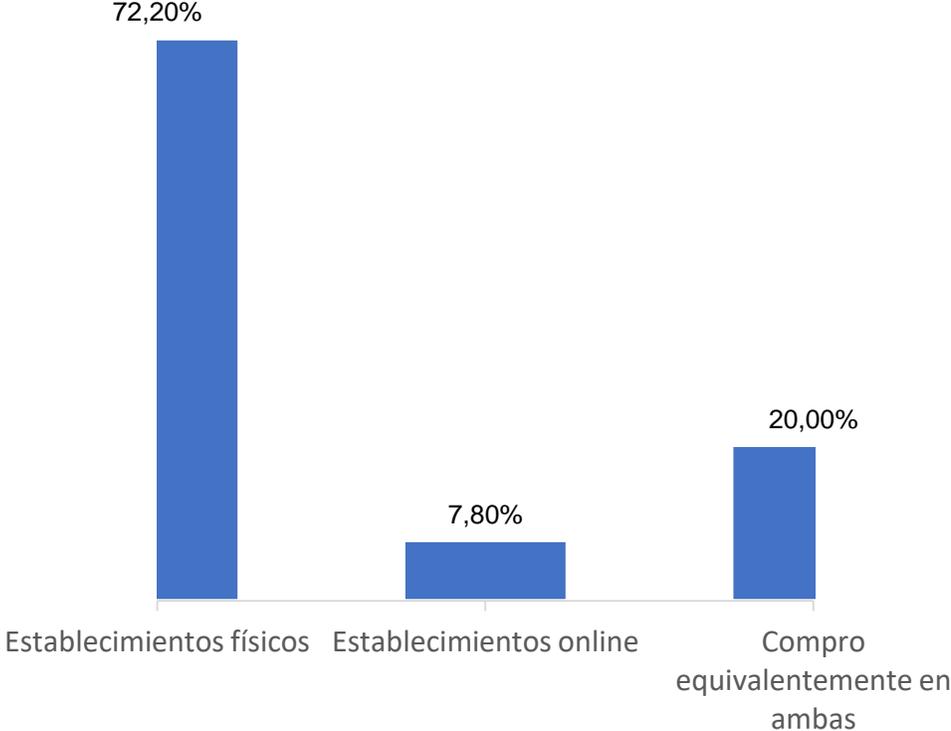


Gráfico 11

# P.13 ¿Habitualmente compras más en establecimientos físicos u online?



- 45 años

+ 45 años



Uno de cada dos menores de 45 años compra de forma online o indistinta respecto a establecimientos físicos

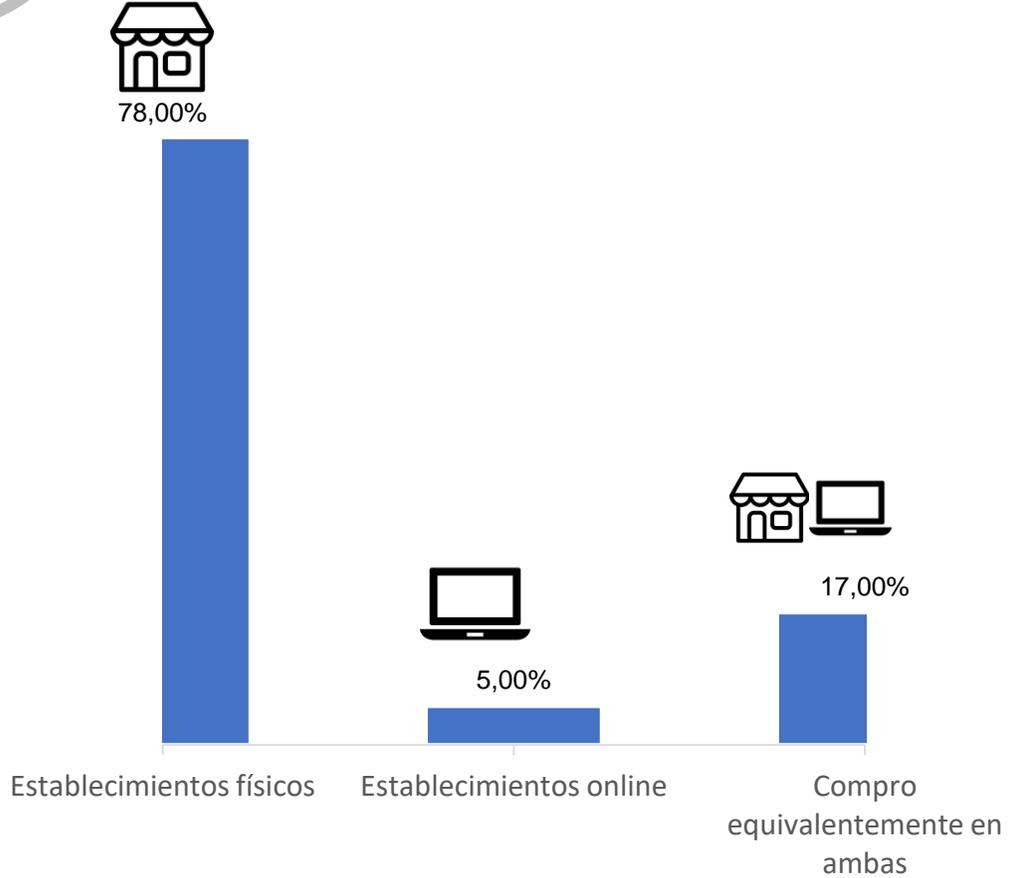
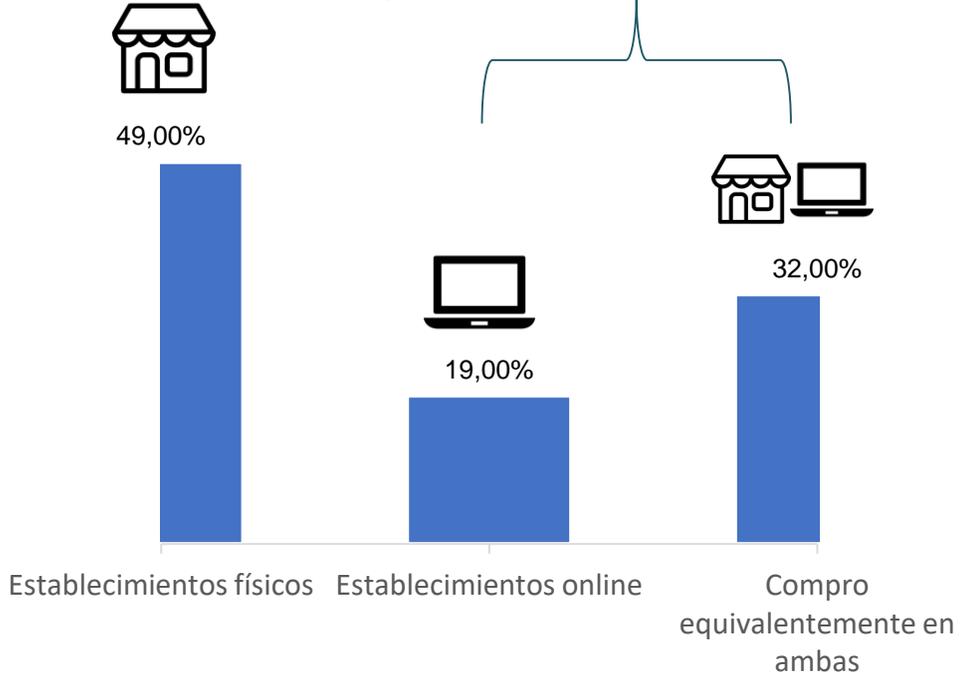


Gráfico 12

# P.13 ¿Habitualmente compras más en establecimientos físicos u online?

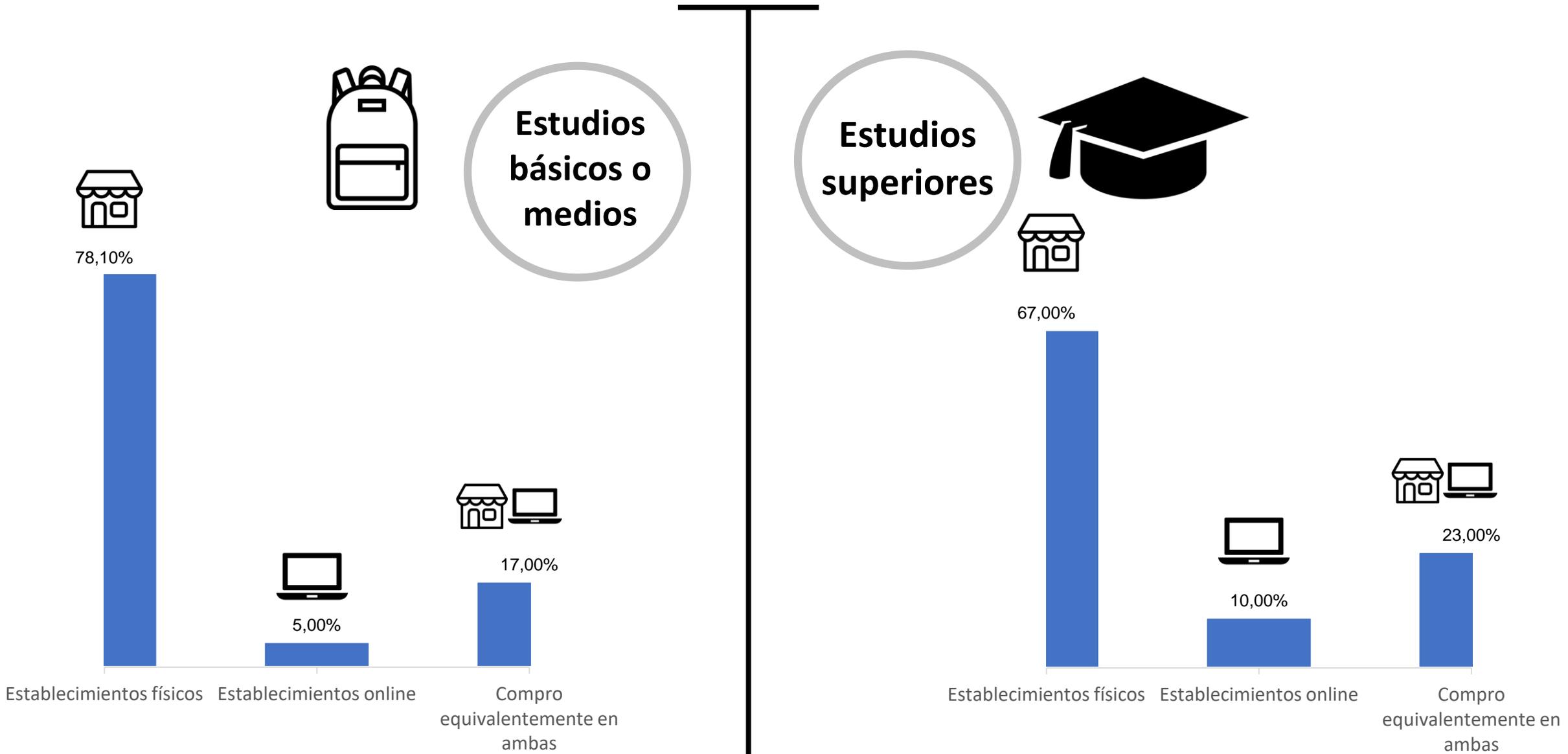


Gráfico 12

Sin embargo, si analizamos este mismo fenómeno por edad, las diferencias se intensifican, dejándonos claro que la edad es un factor determinante en el comportamiento de los consumidores digitales.

Los menores de **45 años** compran más en establecimientos online que los mayores, siendo este porcentaje cercano al **20%**, mientras que compran equivalentemente en ambas un **32%**. Estos dos porcentajes superan el **50%**, lo que nos sugiere que a una menor edad, la probabilidad de comprar online aumenta notablemente.

Entre los mayores de **45 años**, probablemente menos familiarizados con las tecnologías digitales, el porcentaje de comprar más en establecimientos online se queda en un **5%**, lo que representa un porcentaje marginal, y equivalentemente en ambas (online y en tienda física) solamente un **17%**.

Cuando cruzamos esta misma variable por **nivel de estudios**, los resultados nos volvieron a confirmar que a mayor nivel de estudios existe una relación más estrecha y un uso más habitual de las tecnologías digitales.

Como podemos ver, el doble de los encuestados con estudios superiores y postgraduados, compran en establecimientos online respecto a los que no obtuvieron este nivel de estudios (10% frente a 5%), y casi un **50%** más también en la categoría de respuesta **equivalentemente en ambas** (23% frente a 17%).

# Medios de pago por sectores

Para profundizar un poco más en el análisis de los medios de pago resulta fundamental entender el uso de los medios de pago según los sectores en los que se consume.

Esta información nos va a proporcionar una visión más detallada de los compradores y de las pautas que siguen los mismos..

Para comenzar con el análisis **se preguntó a los encuestados si el importe a pagar influía en el medio de pago elegido.**

Un abrumador **73%** contestó que sí frente a un **27%**.

**P.19 Cuando compras en establecimiento físico ¿el importe a pagar determina tu decisión para escoger la forma de pago entre efectivo o un medio de pago electrónico?**

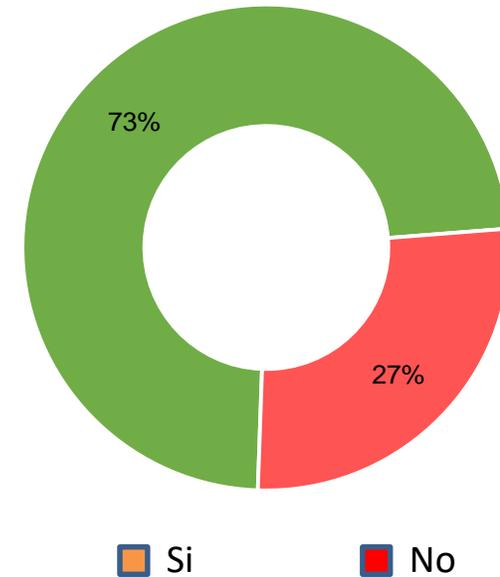


Gráfico 13

Siguiendo esta línea teórica, se preguntó a rasgos generales si el tipo de establecimiento influía también en la forma de pago, ganando también el **Si**, con un **56%**, un porcentaje algo más bajo que en la **P.19**, dándonos a entender que **el importe influye más que el tipo de establecimiento a la hora de elegir un medio de pago u otro.**

**P.20 Cuando compras un bien servicio en establecimiento físico, ¿el tipo de establecimiento influye en la decisión entre pagar en efectivo o en otros medios de pago electrónicos?**

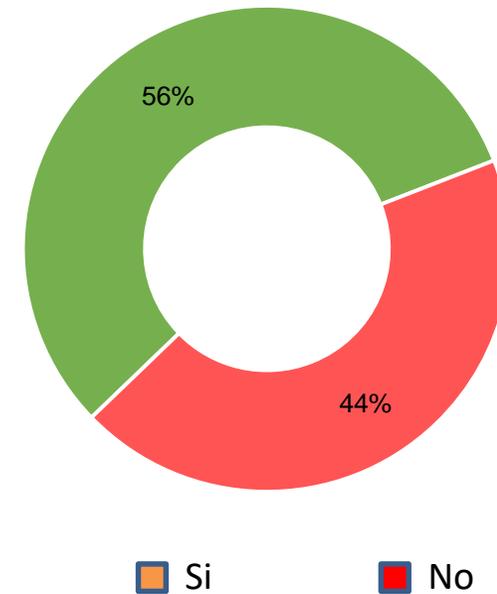


Gráfico 14

### P.18 ¿Que tipo de productos sueles comprar con...? – Medios de pago electrónicos

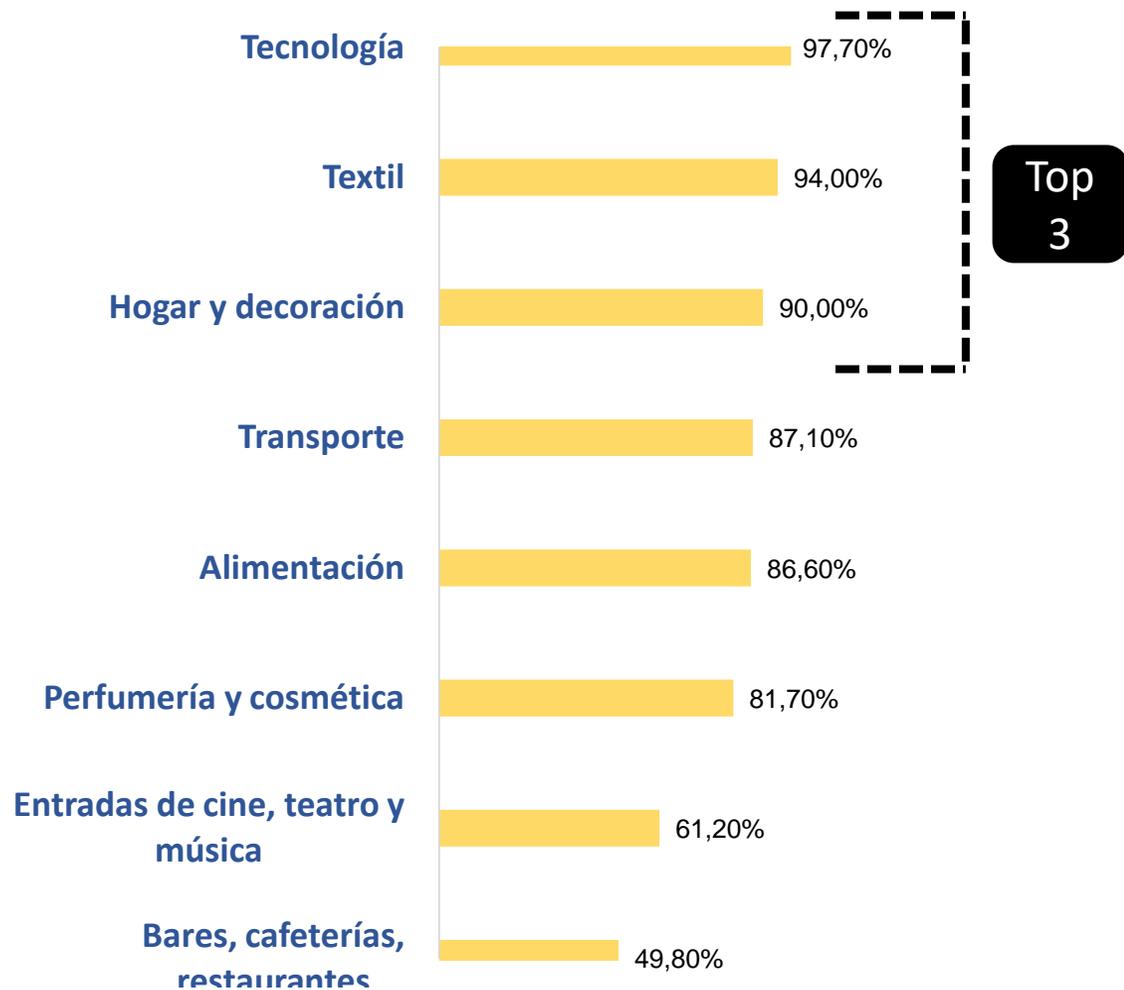


Gráfico 15

### P.18 ¿Que tipo de productos sueles comprar con...? – Efectivo

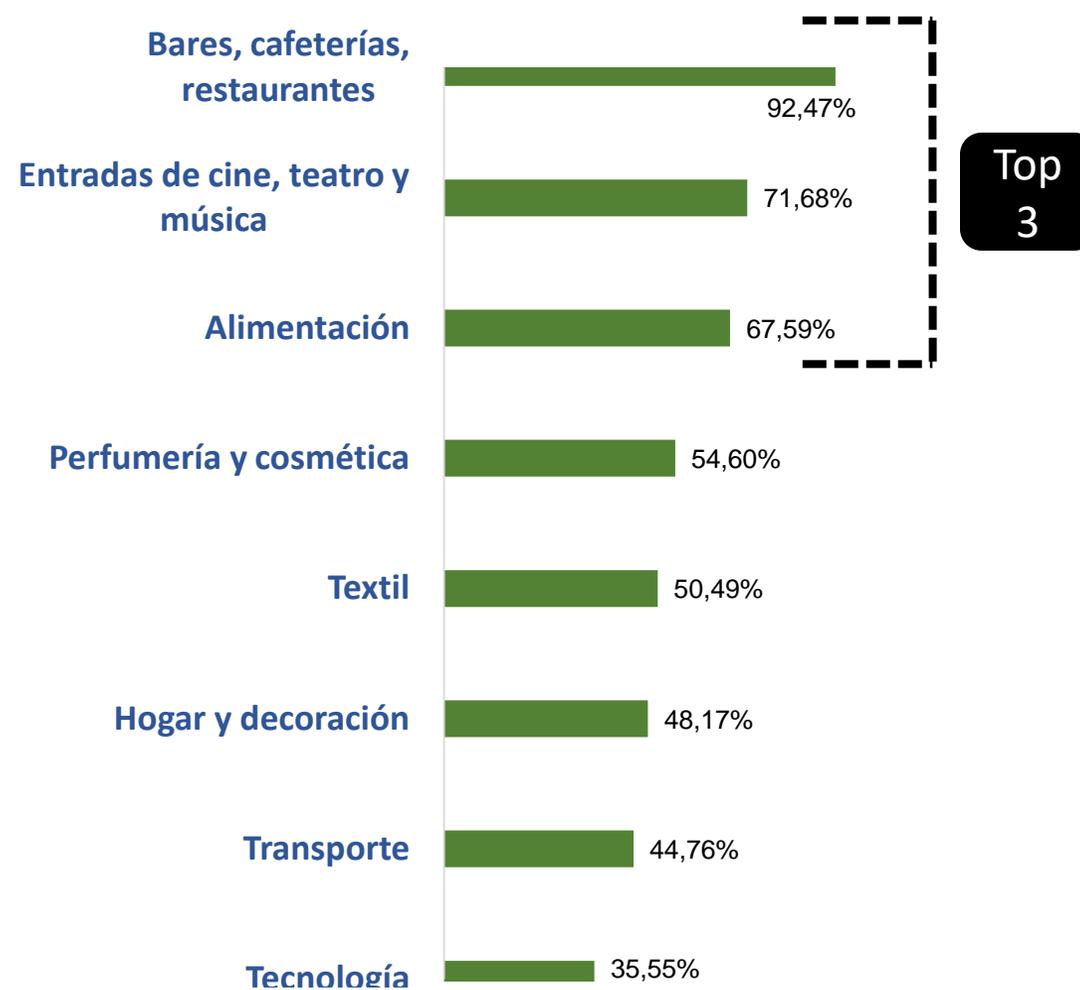


Gráfico 16

## P.21 Elige la respuesta que más se ajuste a tus preferencias...

Para poder entender de forma más detallada que factores influyen en la elección de uso de los medios de pago, se preguntó por el medio de pago preferido según sectores.

Siguiendo los resultados podemos ver que los sectores en los que más se paga con medios de pago electrónicos (*móvil o tarjeta*), son **Tecnología, Textil** y **Hogar y decoración**.

Los sectores en los que prevalece el efectivo son **Bares y restaurantes, Entradas de cine, teatro** etc., y **Alimentación**.

Estos resultados nos reafirman que el importe a pagar, es decir, que sea un importe alto o bajo, todavía influye en gran medida en el medio de pago elegido por los consumidores, ya que en bares, restaurantes, compra de entradas de cine, o productos de alimentación, los importes suelen ser más bajos que en el sector tecnológico o textil.

De hecho, para terminar de contrastar esta hipótesis, se propuso que los encuestados eligieran una de estas definiciones, habiendo ganado...

Cuanto mayor es el importe prefiero pagar con medios de pago electrónicos y cuanto menor es el importe prefiero pagar con efectivo **65%**

Siempre que puedo pago en efectivo. **15%**

Siempre que puedo pago con medios de pago electrónicos. **19%**

Cuanto mayor es el importe prefiero pagar con efectivo y cuanto menor es el importe prefiero pagar con medios de pago electrónicos. **1%**

Centrándonos en las nuevas formas de pago, vale la pena atender exclusivamente al pago con móvil, para poder entender como esta evolucionando esta nueva forma de pago en nuestro país.

Como podemos ver en los resultados, los porcentajes de pago con móvil frente a la tarjeta o el efectivo son bastante bajos.

Sin embargo llama la atención que los sectores donde más se paga con móvil coinciden en cierta medida con los preferidos para el pago en efectivo como **alimentación** y **entradas de cine o teatro**.

De aquí se puede concluir que el pago con móvil resulta un medio de pago práctico (*entre los que lo conocen*) para realizar pagos con un bajo importe.

De esta forma, si se generaliza esta forma de pago en el futuro, puede ir progresivamente sustituyendo al efectivo.

## P.18 ¿Que tipo de productos/servicios sueles comprar en efectivo y cuáles con medios e pago electrónicos? – PAGO CON MOVIL

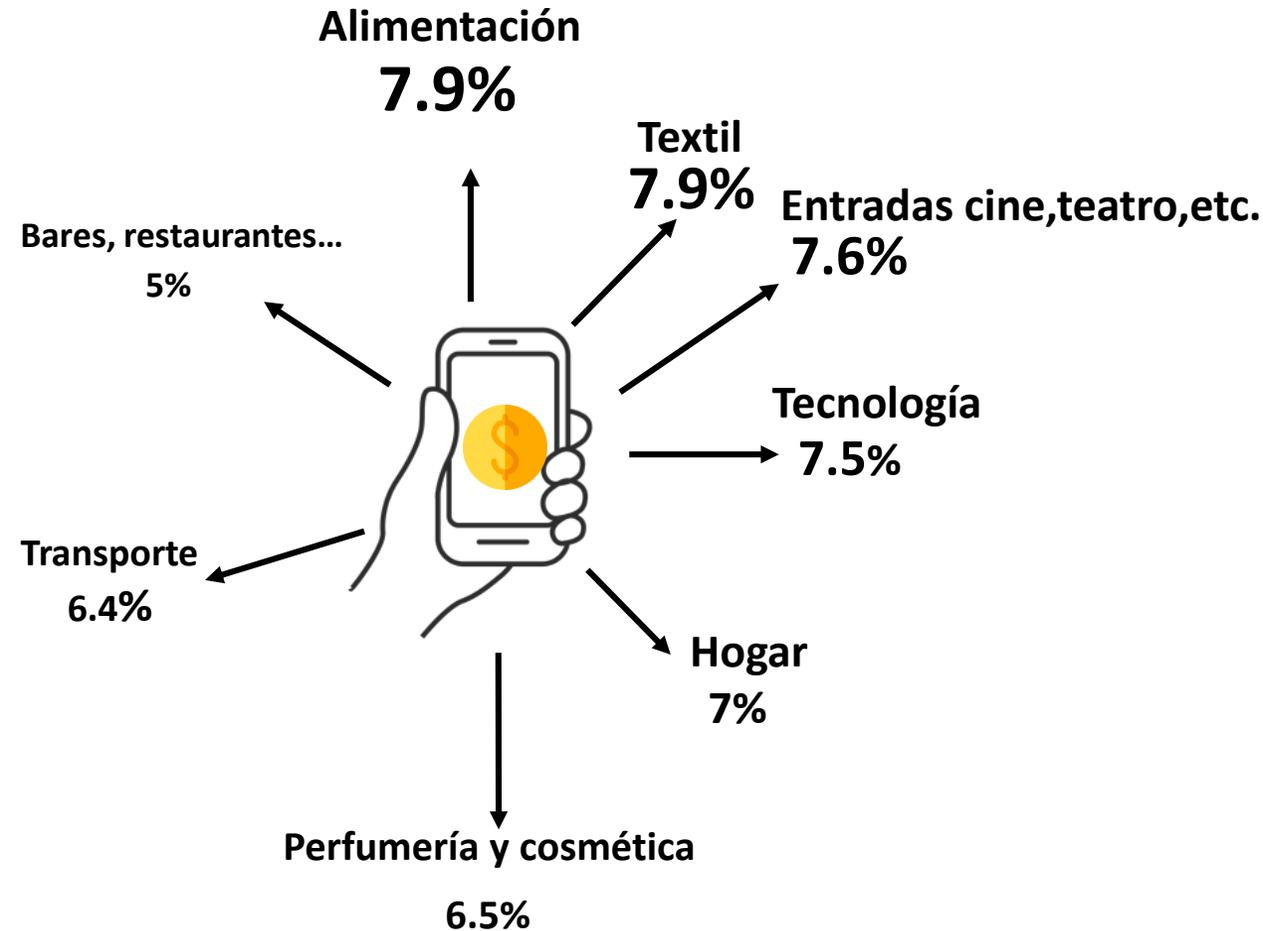


Gráfico 17

# Percepción de los medios de pago

En esta parte del estudio se ha analizado la percepción de los encuestados acerca de las distintas formas de pago.

Para acercarnos a su percepción, se pidió que valoraran las distintas forma de pago en una escala, siendo los extremos de esta valoración **completamente Seguro** y **completamente inseguro** los cuales han sido graficados.

## P.25 ¿Qué medios de pago te parecen más seguros y cuáles menos?

### Completamente seguro

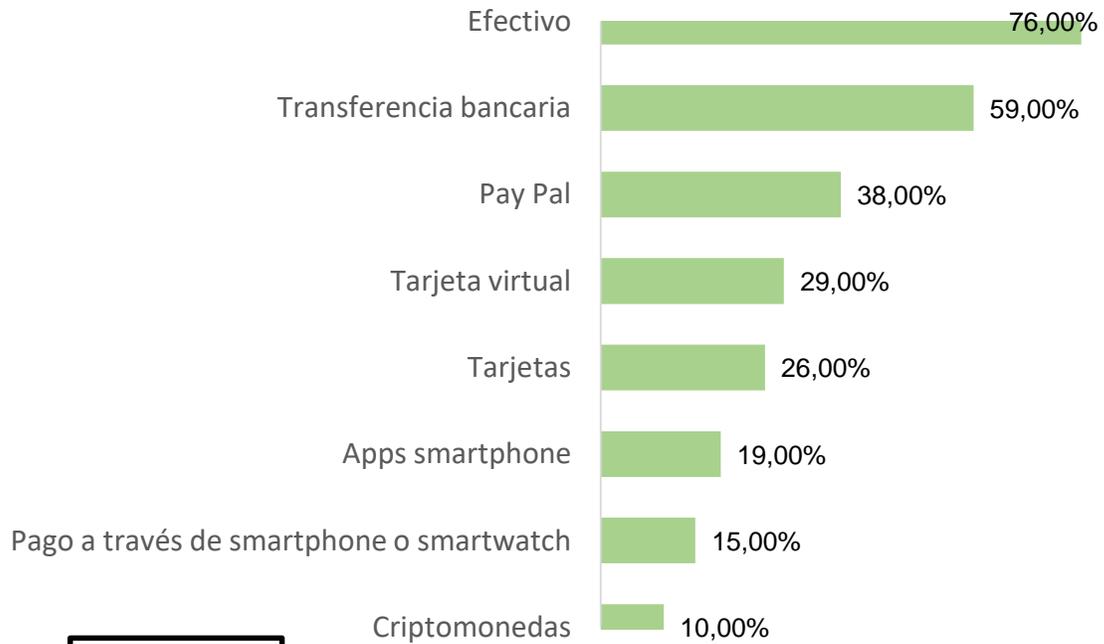


Gráfico 18

### Completamente inseguro

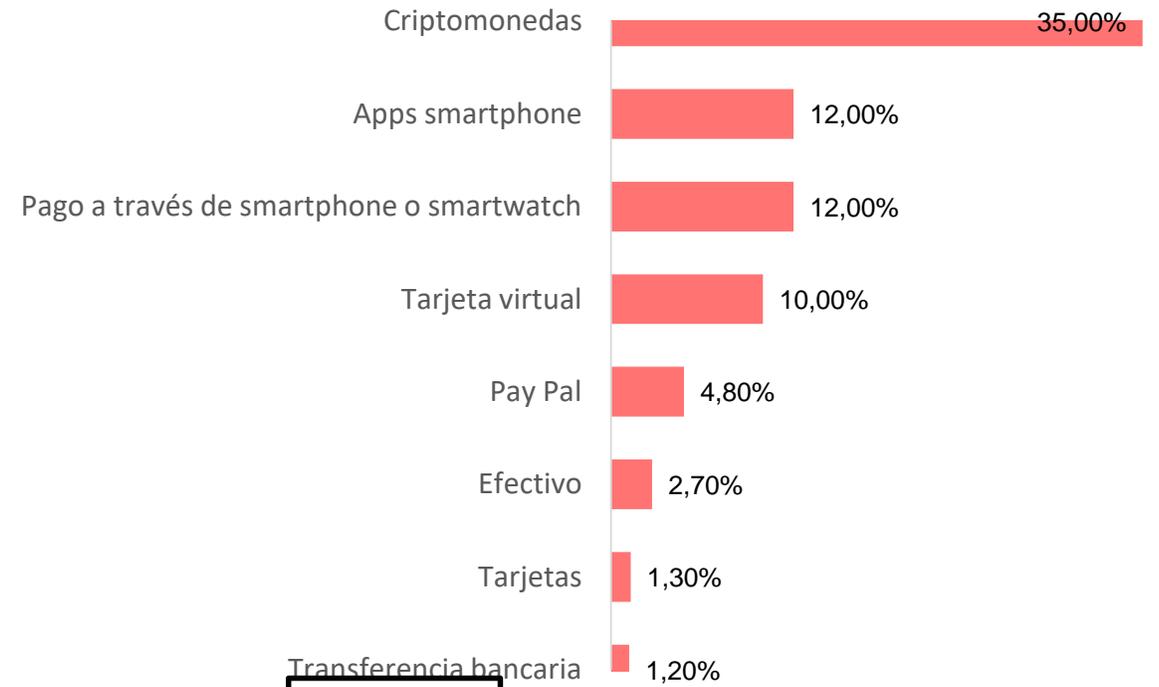


Gráfico 19

En el análisis previo surgen algunos datos que llaman la atención en cuanto a la seguridad de los medios de pago.

Por ejemplo, parece especialmente bajo que tan solo uno de cada cuatro encuestados considere a las tarjetas como un medio de pago completamente seguro.

Por el lado de los medios de pago considerados completamente inseguros, encabezan el ranking las criptomonedas. Poco más de uno de cada tres encuestados las considera muy inseguras.

En diapositivas anteriores señalamos que ningún encuestado empleaba criptomonedas como medio de pago habitual.

Resultaría interesante investigar la evolución de esta percepción a medida que comiencen a difundirse y conocerse más estas alternativas como medios de pago. Ello en el supuesto de que éstas se constituyan de manera efectiva, en su caso, en instrumento o medio de pago.

Hasta ahora las criptomonedas han sido mencionadas como alternativas de inversión especulativas, con promesas de importantes ganancias. Este tipo de inversión, con elevados riesgos, no son aptas para cualquier inversor y debemos ser muy precavidos al realizarlas.

En consonancia con este estudio, debemos fijarnos también en los nuevos medios de pago. Entre ellos **Pay Pal** aparece como de los mejor valorados, seguramente por la tradición que tiene esta forma de pago en nuestro país.

Sin embargo la tarjeta virtual le sigue muy de cerca, siendo una forma de pago relativamente nueva y con unos porcentajes de conocimiento y de uso bastante bajos.

El pago a través del móvil y pagos a través de apps también aparecen en los últimos lugares en cuanto a percepción de seguridad.

Si nos fijamos en la escala **completamente inseguro**, podemos ver como lideran el ranking las **criptomonedas**, siendo la forma de pago con una peor percepción de entre las nuevas formas de pago.

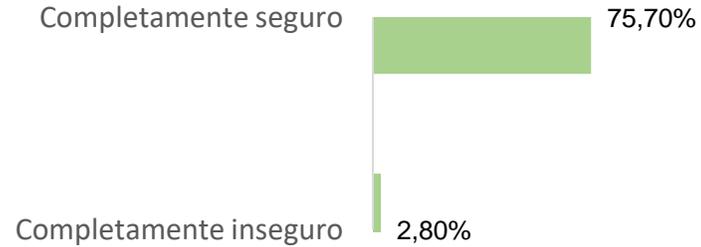
Las **apps smartphone** y el **pago a través del móvil** le siguen en el ranking con un **12%**.

Esto nos vuelve a demostrar como la falta de difusión y de conocimiento entre la población generan indudablemente una peor percepción de las mismas.

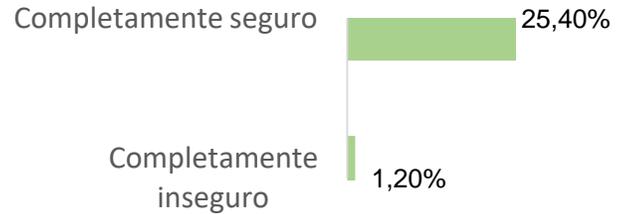
# Medios de pago tradicionales

## Métodos de pago que conoce

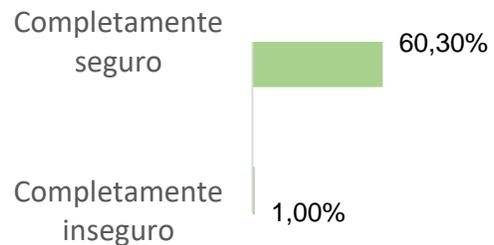
### Efectivo



### Tarjeta



### Transferencia bancaria

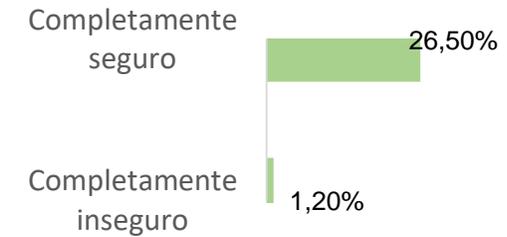


## Utiliza habitualmente

### Efectivo



### Tarjeta



### Transferencia bancaria

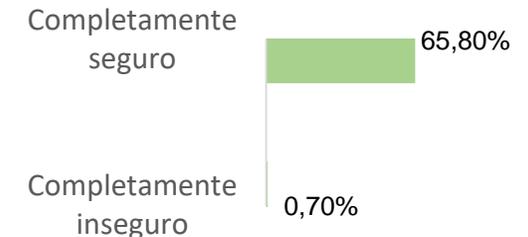


Gráfico 20

# Nuevos medios de pago

Métodos de pago que conoce



Usa habitualmente

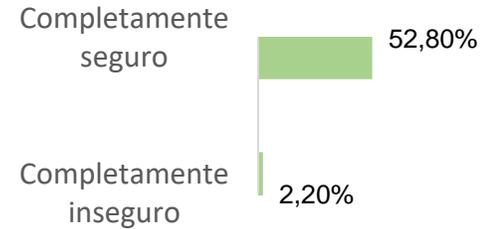
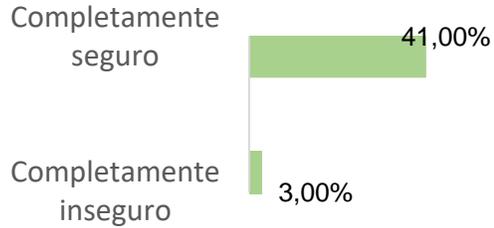
Métodos de pago que conoce



Usa habitualmente

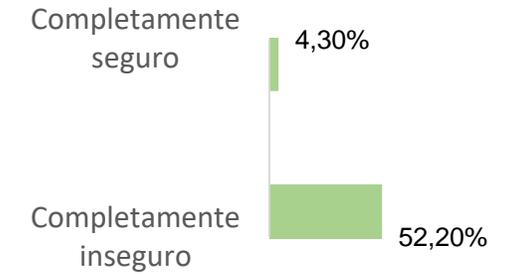
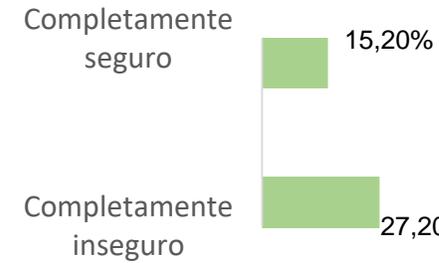
## Pay Pal

## Pay Pal



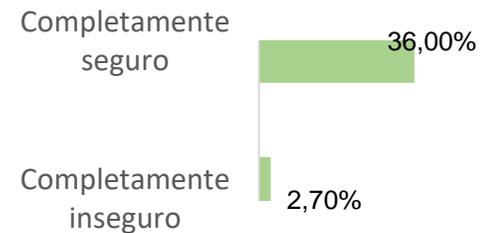
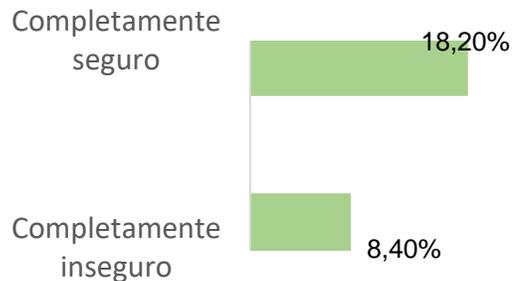
## Criptomonedas

## Criptomonedas



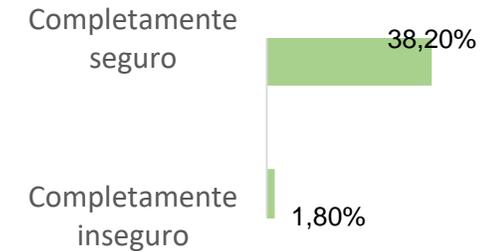
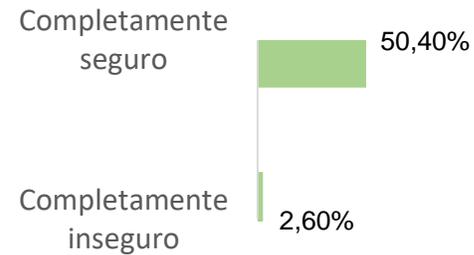
## Pago a través de smartphone

## Pago a través de smartphone



## Tarjeta virtual

## Tarjeta virtual



## Apps smartphone (Bizum...)

## Apps smartphone (Bizum...)

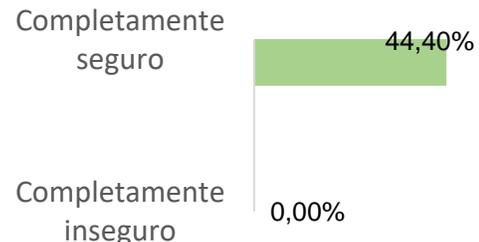
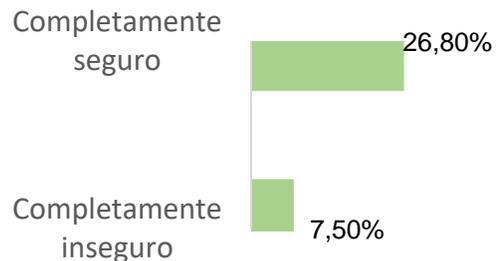


Gráfico 21

En el análisis previo se cruzó la variable ***Completamente Seguro*** – ***Completamente inseguro*** con la de si ***conocían*** o ***usaban*** cada medio o forma de pago.

Este análisis ha sido bastante revelador, ya que se ha relacionado la percepción de los usuarios con las distintas formas de pago dependiendo de si simplemente la conoce, o la usan habitualmente. Este cruce nos ha permitido trazar algunas tendencias.

Si nos  **fijamos en los medios de pago tradicionales, los porcentajes no varían mucho entre los que los conocen y los usan**, ya que el conocimiento de los mismos es prácticamente general por los usuarios.

**Sin embargo, esto cambia cuando nos centramos en las nuevas formas de pago.** Vale la pena resaltar el caso de *Pay Pal*, *Pago a través del móvil* y *Pago a través de apps*.

**En todas estas formas de pago la percepción de que es un medio de pago completamente seguro aumenta entre los que lo utilizan habitualmente**, siendo la forma de pago que más aumente en su percepción positiva el *pago a través del móvil*, representando prácticamente el doble entre los que lo usan habitualmente frente a los que lo conocen.

**Esto nos indica que en el caso de estas formas de pago las barreras a una mayor utilización de las mismas son el desconocimiento**, ya que entre los usuarios habituales, la percepción de las mismas es bastante positiva.

Sin embargo, entre los usuarios de las **criptomonedas** pasa exactamente lo contrario. La mala percepción de esta forma de pago aumenta entre los usuarios habituales frente a los que simplemente la conocen, más de un **20%**.

**P.24 ¿Consideras garantizada la seguridad de tus datos personales a la hora de efectuar pagos con medios de pago electrónicos?**

Cuando preguntamos por si consideraban garantizada la seguridad de los datos personales a la hora de efectuar pagos con medios de pago electrónicos, la mayoría con un **54%** contestó que sí frente a un **28%** que afirmó que no consideraba garantizada la seguridad de sus datos personales.

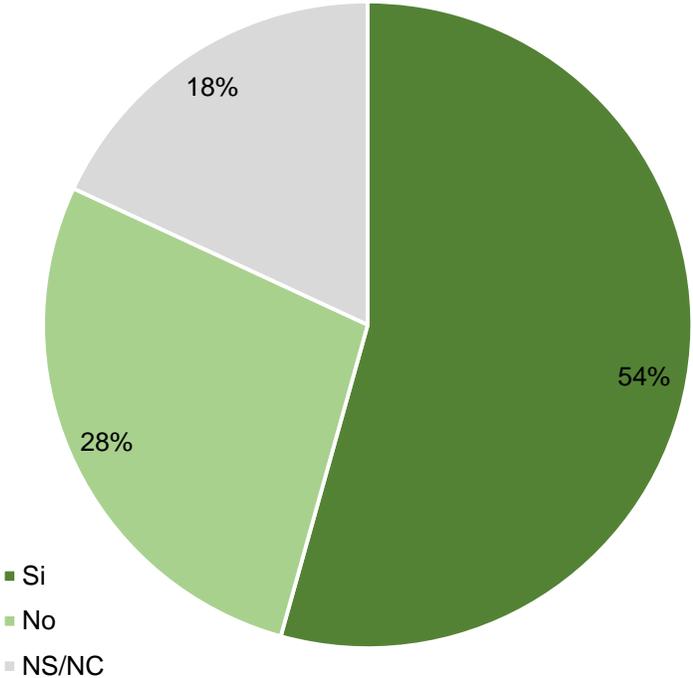


Gráfico 22

**P.26 ¿De los medios de pago que conoces, en qué medida te influyen las comisiones por uso del servicio a la hora de utilizarlos o no?**

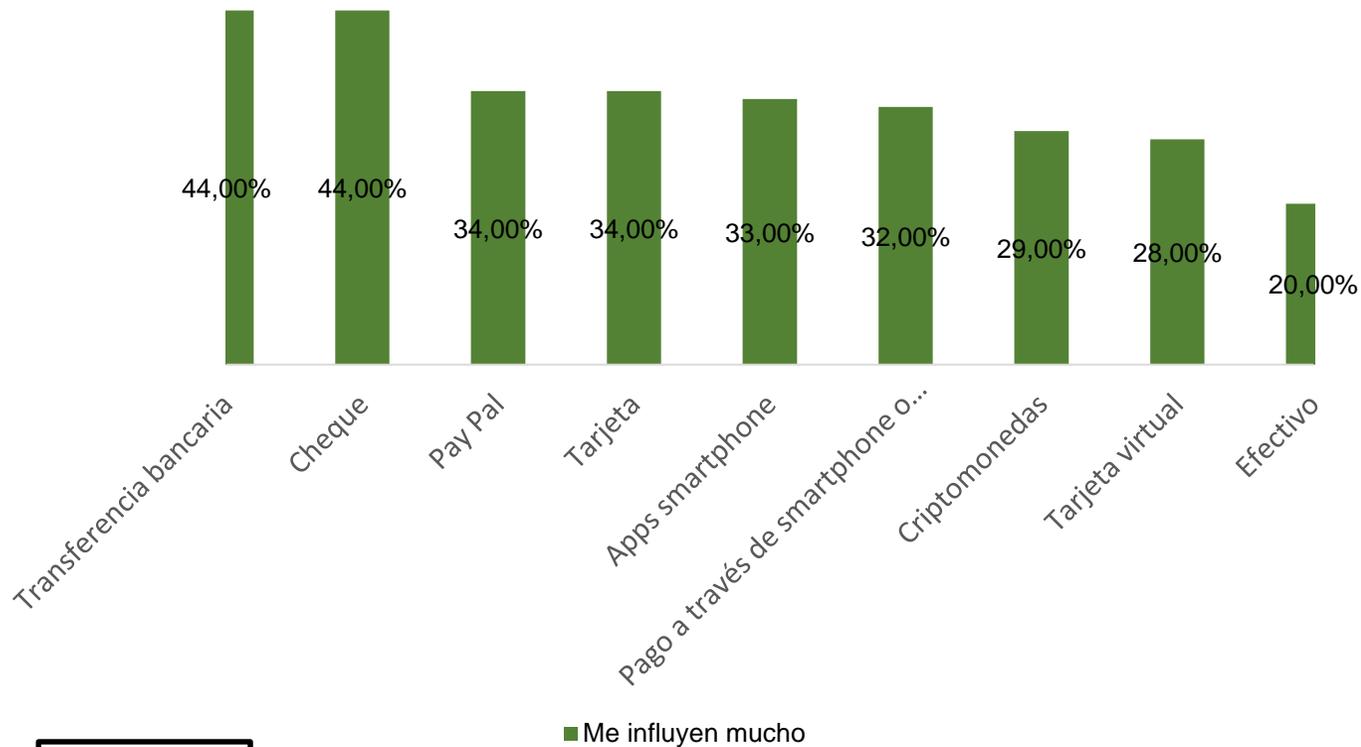


Gráfico 23

Quando se les preguntó a los encuestados si las comisiones le influían en el uso de las distintas formas de pago, afirmaron que les influían mucho a la hora de realizar transferencias bancarias y pago a través de cheque como los que más, seguido por Pay Pal y operaciones con tarjeta.

# | 5 | Fintechs

# Conocimiento y uso de las entidades Fintech

En la última parte del estudio se analizó el conocimiento y uso de las nuevas entidades Fintech.

Para analizar su conocimiento se preguntó:

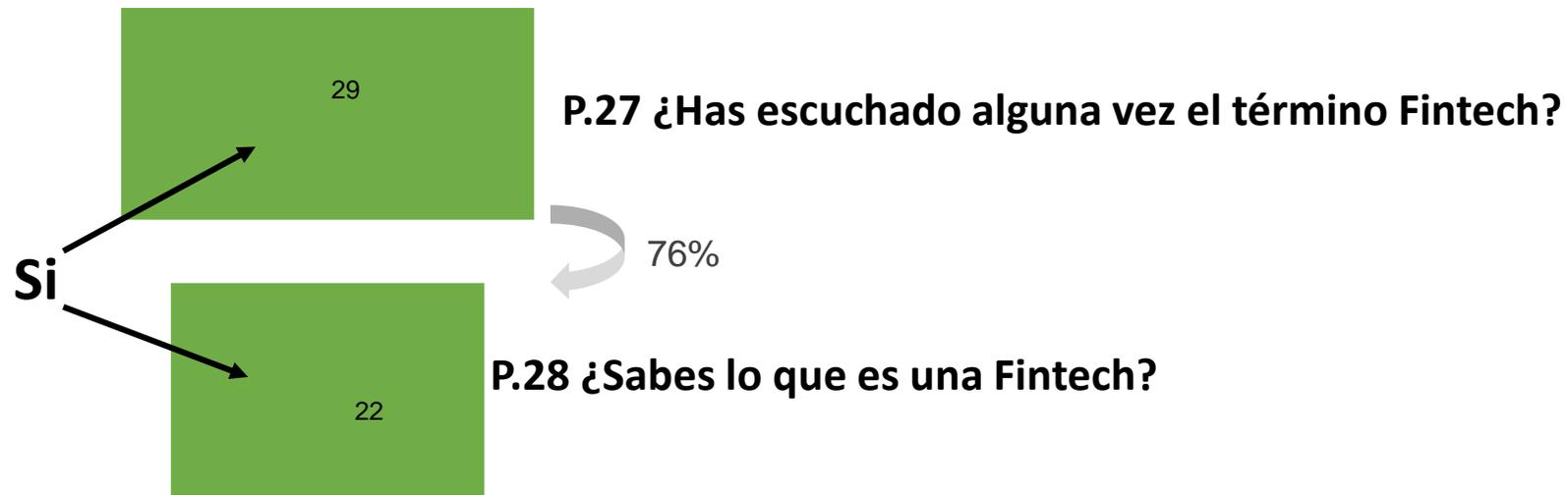


Gráfico 24

Como indican los resultados, el porcentaje de conocimiento de las Fintech es bastante bajo, habiendo declarado que sabían lo que es una Fintech únicamente un **22%** de los encuestados.

**P.29 ¿Cuáles de las siguientes frases definen lo que es una Fintech?**

Fintech se refiere a los servicios financieros que ofrecen los bancos. **12%**

Fintech define a todas aquellas empresas de servicios financieros que utilizan la última tecnología para ofrecer productos y servicios financieros innovadores.. **69%**

Las Fintech son nuevos tipos de bancos que no requieren sede física. **17%**

Las Fintech son apps que sirven para realizar inversiones de forma online. **11%**

Sin embargo, cuando se les sugirieron varias definiciones del concepto Fintech, un **69%** de los encuestados eligió la definición correcta.

**P.31 De la siguiente lista de apps, por favor, señala las que conozcas, las que hayas utilizado y las que utilizas habitualmente.**



Gráfico 25

Por último, se sugirieron a los encuestados, dentro de las empresas Fintech, un listado de las más populares en la actualidad, y se les preguntó por su conocimiento y uso. Con estos resultados se realizó un análisis fanel para poder analizar las respuestas de forma gráfica.

En relación con las respuestas obtenidas, **Twyp** y **Fintonic** resultaron ser las que tienen un mayor conocimiento entre los encuestados, sin embargo, el uso habitual de las mismas no supera el **3%** en ambos casos.

Con porcentajes más marginales encontramos **N-26**, **ETORO** y **bit2me** en orden decreciente.

Para las fintechs **Zank** y **Goin**, con un porcentaje del **2%** de conocimiento, los encuestados declararon no haberlas utilizado nunca.

# | 6 | Toplines

# Toplines finales

---

## |1| Transformación del sector bancario

- A nivel total, un 94% tiene cuenta en un banco tradicional, mientras que el porcentaje de personas que tienen una cuenta en un banco digital es de un 25%. Al segmentar el análisis por edad se aprecia la mayor penetración de los bancos digitales entre más jóvenes, en este caso. Menores de 45 años, donde un 35% posee una cuenta en este tipo de bancos, mientras que sólo un 23% de los mayores de 45 años afirma poseer una cuenta en un banco digital.
- Los ratios de las operaciones financieras que se realizan online sobre las que se realizan offline, superan el 90% entre las tres operaciones que más se realizan, lo que nos demuestra el cambio que se está produciendo en el consumidor, haciendo necesaria la digitalización de los bancos para poder ofrecer así mayor agilidad e innovaciones constantes para hacer frente a este cambio de paradigma y mantener al cliente satisfecho.

## |2| Medios de pago y digitalización

- Los nuevos medios de pago electrónicos, a pesar de haber conseguido una creciente difusión entre los consumidores en los últimos años, sus porcentajes de uso todavía continúan siendo muy bajos, demostrando que todavía no se ha producido una definitiva popularización de los mismos.
- Se ha observado, que a mayor nivel de estudios, mayor uso de nuevo medios de pago digitales. Este mayor uso de las nuevas formas de pago electrónicas se puede deber a que cuanto mayor es el nivel de estudios obtenido por la persona, su relación con las tecnologías de la información es más estrecha y su conocimiento de las mismas más amplio, lo que hace que se pierdan ciertos miedos relacionados con el desconocimiento de estas tecnologías que muchas veces suponen un freno para la utilización de las mismas.
- A la hora de acercarnos a los porcentajes de compra en comercios físicos y online, los resultados obtenidos representaron únicamente un 8% de compra en comercios online frente al 72% en tiendas físicas. Sin embargo, cuando se cruzó por edad, los menores de 45 años declararon comprar más en comercios online exclusivamente que en tiendas físicas, un 19% frente a un 5% de los mayores de 45 años, dándonos a entender que la edad es una variable clave para entender la evolución de este tipo de comercio electrónico. Además, cuando se cruzó por nivel de estudios, los que obtuvieron estudios superiores y de postgrado declararon comprar más online exclusivamente un 10% frente a un 5% de los que únicamente obtuvieron estudios básicos y medios.

- Los datos de este estudio declararon que a mayor importe, los medios de pago electrónicos son los preferidos por los consumidores y viceversa, es decir, a menor importe, el efectivo sigue siendo la forma de pago más utilizada.
- Los pagos por móvil, a tenor de los resultados obtenidos, se configura como potencial alternativa a los pagos en efectivo en el futuro.

### **|3| Fintechs**

- En cuanto al conocimiento y uso de las Fintech, ambos resultan ser marginales con porcentajes de conocimiento menores al 35%. El uso de las mismas resulta todavía menor, dejando claro que este tipo de aplicaciones financieras no han tenido todavía un desarrollo total en nuestro país. Sin embargo, la autogestión bancaria es un fenómeno creciente al que debemos atender si queremos entender el desarrollo de la banca y de la gestión económica en España, donde las Fintechs van a tener un papel principal en esta transformación.