

IV Estudio sobre conocimiento, hábitos y uso de Fintech en España



Octubre 2022

Estudio realizado en el marco del programa Educación Financiera y Digital 2022



El presente proyecto ha sido subvencionado por el Ministerio de Consumo, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de ASUFIN.



tech.asufin.com



Sobre **ASUFIN**

ASUFIN es una asociación consagrada a la defensa del consumidor financiero, fundada en 2009. Forma parte del **BEUC** (Bureau Européen des Unions de Consommateurs), la mayor organización europea de asociaciones de consumo. Su presidenta, Patricia Suárez, además representa a los consumidores en el Consejo Consultivo (**BSG**) de la **EBA** (Autoridad Bancaria Europea), pertenece al Comité de Protección a Inversores (**IPISC**) de la **ESMA** (Autoridad Europea de Valores y Mercados) y es miembro del Grupo de usuarios de servicios financieros (FSUG) de la DG FISMA de la Comisión Europea. Además, forma parte de la Junta Directiva de *Finance Watch*.

ASUFIN participa activamente en el desarrollo de la economía digital, como socio de la red **Alastria**, y forma parte del programa Finanzas para todos que coordinan el **Banco de España** y la **CNMV**.

La asociación desarrolla, entre otros, programas de educación financiera y digital, sobreendeudamiento y préstamo responsable, vivienda, seguros, inversión y finanzas sostenibles en el marco de la Agenda 2030. Por todo ello, el **Banco de España** y la **CNMV** han concedido a **ASUFIN**, en el marco del programa Finanzas para Todos, del que la asociación forma parte, el Premio a la trayectoria en Educación Financiera 2021.

Sobre **el autor**

Estudio realizado por el Departamento de Estudios de **ASUFIN**, con la colaboración de Antonio Luis Gallardo Sánchez-Toledo. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid, con las especialidades de Dirección Financiera e Investigación Económica. Tras haber trabajado en la sociedad de valores de La Caixa (hoy CaixaBank) y en el Grupo Santander, lleva más de 18 años desarrollando su labor en el ámbito de la protección de los consumidores y la educación financiera, realizando labores divulgativas que incluyen la elaboración de estudios en el ámbito de las finanzas personales y los seguros.

Introducción

La aceleración de la digitalización en las finanzas es una realidad marcada, especialmente, por los cambios en la estructura del sistema financiero, que ha provocado una reducción de la red comercial clásica, desplazando el servicio al cliente a los canales digitales. Esta tendencia es creciente y por ello las entidades financieras se esfuerzan en tener un papel importante en la digitalización pero frente a ellos, la competencia es creciente.

Pequeños operadores Fintech y grandes empresas, que controlan un enorme flujo de datos, siguen buscando abrirse un hueco en un mercado financiero y de seguros excesivamente copado en España por las entidades tradicionales. No es una labor sencilla, pero en el entorno actual, marcado por una subida de los costes financieros y en el que el precio y ahorro son valores al alza, también surgen oportunidades.

Estas oportunidades se centran en cómo reacciona el consumidor. Por eso, en el presente estudio, hacemos un especial énfasis en cómo se percibe la digitalización desde distintos ámbitos, desde su conocimiento y actitud ante la cesión de algo cada vez más valioso, como son los datos, al uso que se hace de nuevas alternativas, como la inversión en criptomonedas.

Por otra parte, el presente estudio, que ya supone la cuarta edición dedicada a la temática Fintech, está marcado por el impacto de la COVID-19 y un uso mayor de forma obligada de las alternativas digitales.

Para realizarlo se ha consultado a 1.509 consumidores, mayores de edad, entre el 5 de septiembre y el 23 de septiembre de 2022 (nivel de confianza del 95,00% y un margen de error de $\pm 2,17\%$).

Cinco principales conclusiones

1

Aumenta el uso de servicios Fintech para contratar financiación, especialmente tarjetas y préstamos de pequeña cuantía, que pasa del 16,50% al 22,70%, un 6,20% más; así como, el uso de comparadores para buscar las mejores condiciones en productos y servicios, que se eleva, en un año, del 34,50% al 40,50%.

2

También aumenta la brecha generacional. El tramo de 26 a 35 años usa de manera intensiva servicios Fintech, en un 33,70%, que desciende al 22,50%, en tramo de edad siguiente, de 36 a 45 años. Al saltar al tramo de 56 a 65 años, el porcentaje de uso desciende al 5,00%.

3

El banco es aún el canal principal para operar de forma digital, al concentrar el 97,00% de la operativa, sin variación importante respecto a 2021. Sin embargo, la operativa a través de empresas Fintech ha crecido en apenas un año, del 16,50% al 21,10%.

4

Un 71,60% de los españoles no confían en las empresas tecnológicas, un 17,00% más que el 54,60% de los que no confían en los bancos. **Aunque son conscientes de la cesión de datos**, un 94,00% estaría dispuestos a ceder en mayor cantidad por contar con servicios que les den mayores contraprestaciones económicas.

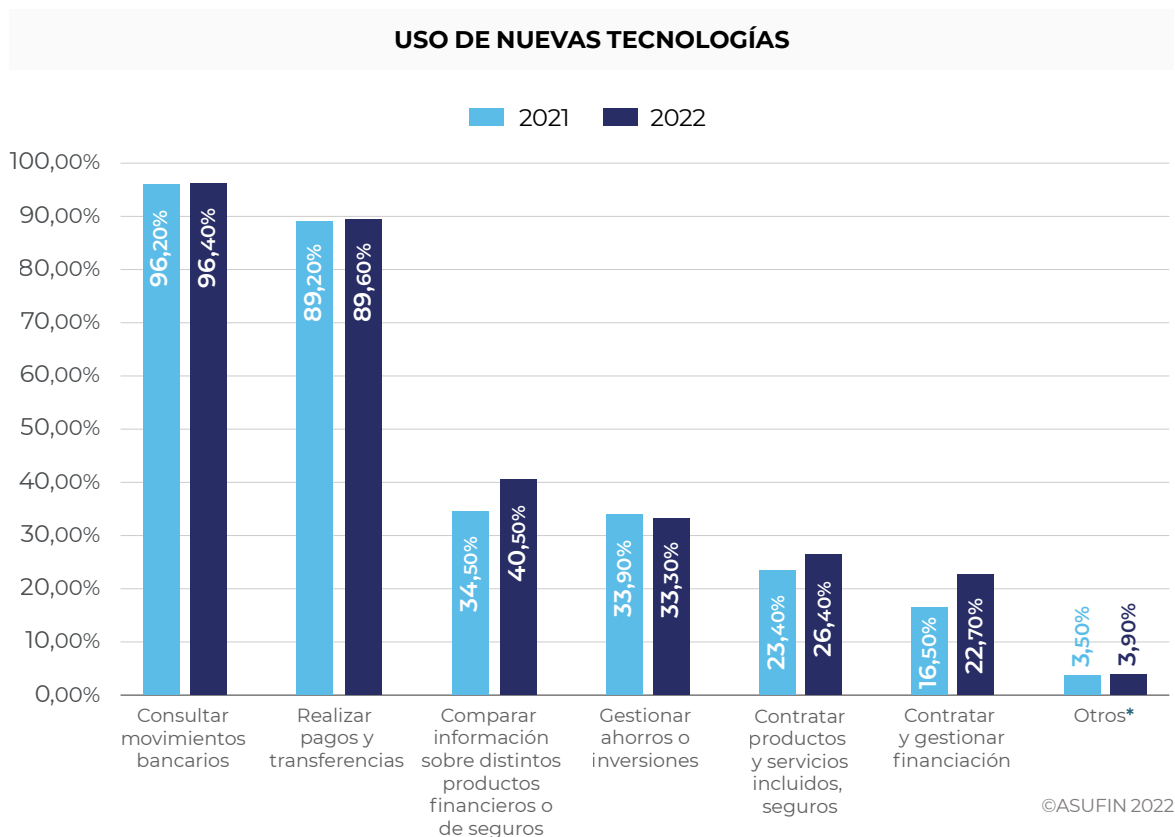
5

La realidad de la inversión cripto arroja dos datos interesantes: **un 66,20%**, un 7,10% más que el 59,10% del año anterior, **ya señala que se trata de una inversión de riesgo y un 58,60%**, que está perdiendo dinero, un 29,80% más que el 28,80% de 2021.

PARTE 1 CONOCIMIENTO Y USO DE FINTECH

Comparar y buscar mejores precios y financiación, las dos opciones al alza

La digitalización en las finanzas está presente en dos tipos de operativa bancaria, que se mantienen como mayoritarias. Por un lado, la mera consulta de los movimientos bancarios, que realizan el **96,40%**, un 0,20% más que en 2021, y realizar pagos y transferencias, con un **89,60%**, un 0,40% más que en 2021. Es decir, porcentajes prácticamente invariables pero muy mayoritarios.



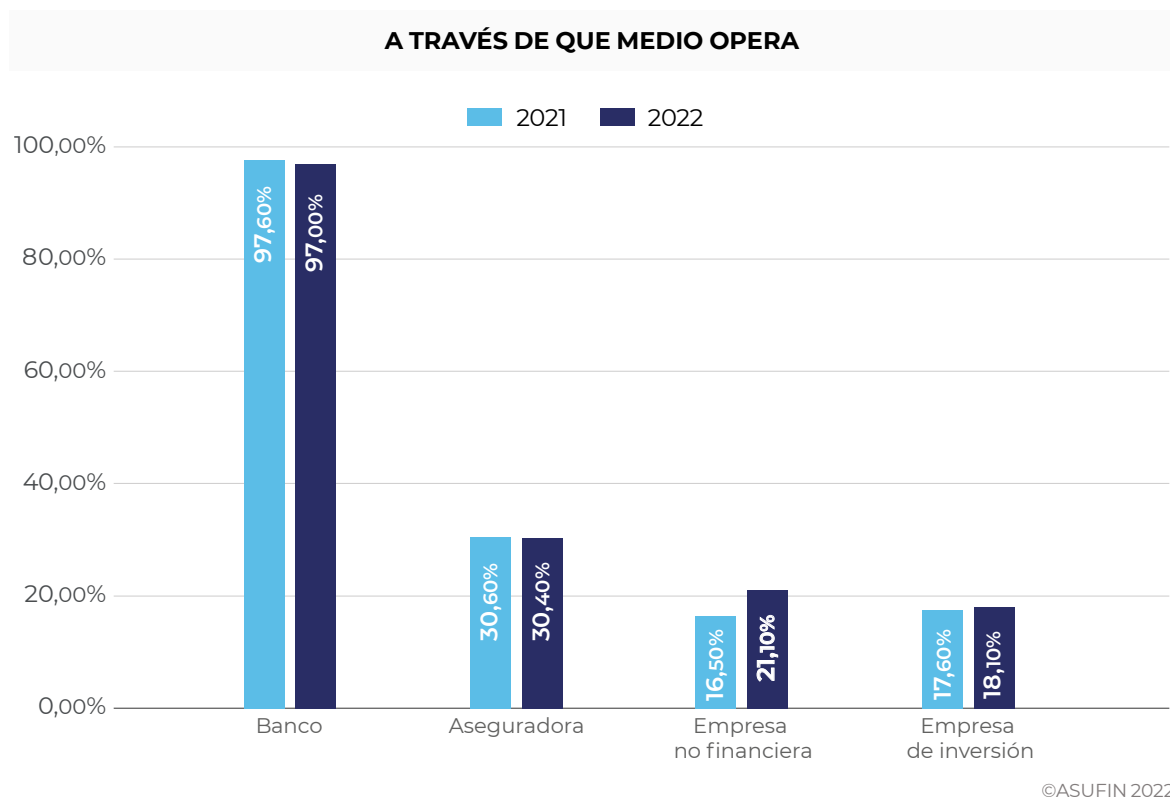
*crowdequity, crowdfunding inmobiliario, social trading

Con relación al resto, hay que destacar que, en un momento de pérdida de poder adquisitivo, gana relevancia la solicitud de financiación por canales online, a menudo de carácter informal. En concreto pasa del **16,50%** de 2021, al **22,70%**, un 6,20% más. Otro dato llamativo es la subida en el uso de comparadores para buscar las mejores condiciones del mercado, que pasa del **34,50%** al **40,50%**, un 6,00% más. También gana adeptos la contratación de productos y servicios, incluidos seguros, que sube del **23,40%** al **26,40%**, un 3,00% más. Otra clase de operativa apenas experimenta cambios: gestionar ahorro e inversión de forma online, por ejemplo, baja ligeramente del **33,90%** al **33,30%**.

Las empresas no financieras: una alternativa al alza

El banco sigue siendo el canal principal por el que se opera, con un **97,00%** del total, seguido del asegurador, con el **30,40%**. Las empresas Fintech, propiamente dichas, reunidas bajo el epígrafe de “no financieras” concentran el **21,10%** de los usuarios digitales, seguidas de las de inversión, con el **18,10%**.

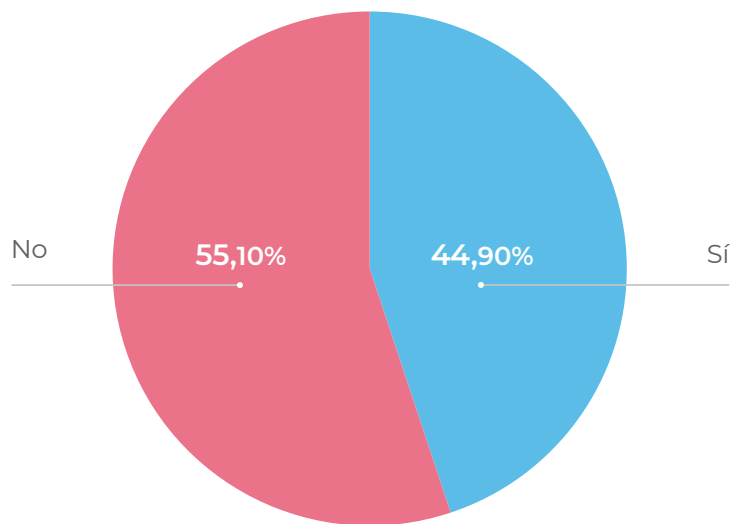
Cabe destacar la variación experimentada en las empresas Fintech, cuyo uso se eleva del **16,50%** del 2021 al **21,10%** de 2022, un 4,60%. Aunque en esta categoría se engloba a empresas muy diversas, sin duda tiene un peso importante el incremento de contratación de otros productos de financiación como los minicréditos, muy relacionados con mayores necesidades de dinero por parte de las familias. Las variaciones con respecto a 2021 del resto son mínimas y se mantienen estas pautas de uso.



Crece el conocimiento de las empresas Fintech

Una de las consecuencias más importantes es el aumento del conocimiento de las empresas Fintech, que pasa del 40,10% del año 2021, al **44,90%**, un 4,80% más que en el año 2021, y un 12,30% más que hace tan solo dos años.

CONOCIMIENTO DE EMPRESAS FINTECH



©ASUFIN 2022



¿Qué es Fintech?

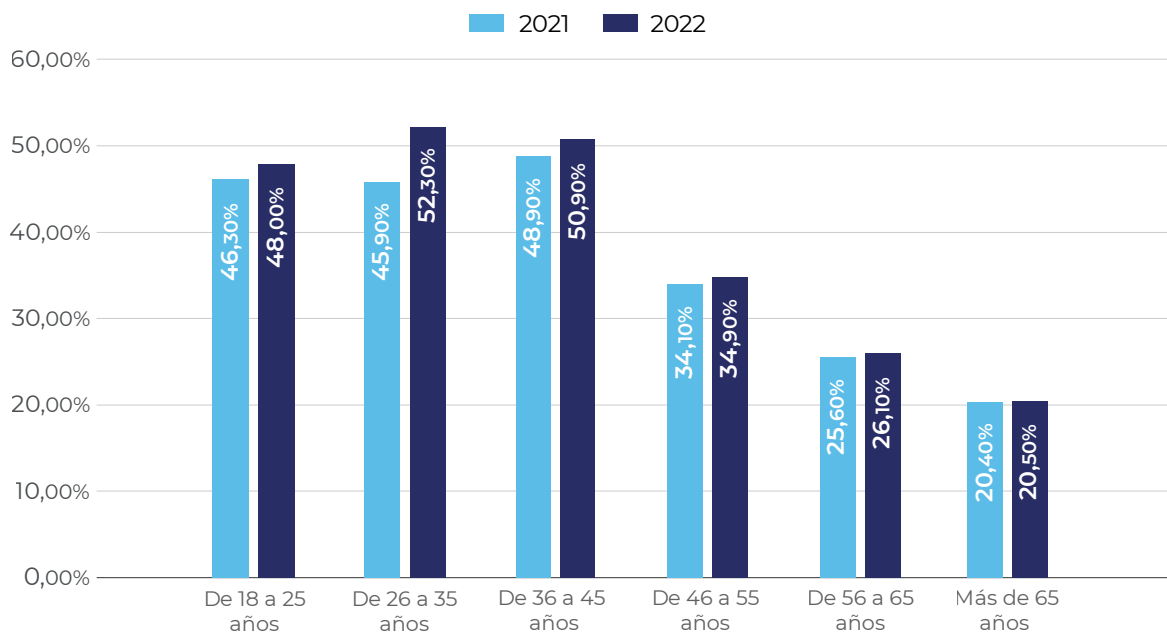
Procede los conceptos en inglés *Finance and Technology* e implica el uso de innovación y procedimientos tecnológicos para prestar productos y servicios financieros.

Crece el conocimiento especialmente entre los más jóvenes y se amplía la brecha con los mayores

Crece el conocimiento entre todos los grupos de edad, pero lo hace a dos velocidades muy distintas: tasas elevadas entre los más jóvenes (menores de 45 años) y mucho más lenta entre los más mayores (más de 45 años).

El grupo más importante, con un **52,30%**, es el de los situados entre los 26 y 35 años, que aumenta un 6,40%, desde el **45,90%** del año 2021. Le sigue la horquilla entre 36 y 45 años, que pasa del **48,90%** al **50,90%**, un 2,00% más y, por último, entre 18 y 25 años que alcanza el **48,00%** tras subir un 1,70% con respecto a 2021.

CONOCIMIENTO DE EMPRESAS FINTECH POR TRAMO DE EDAD



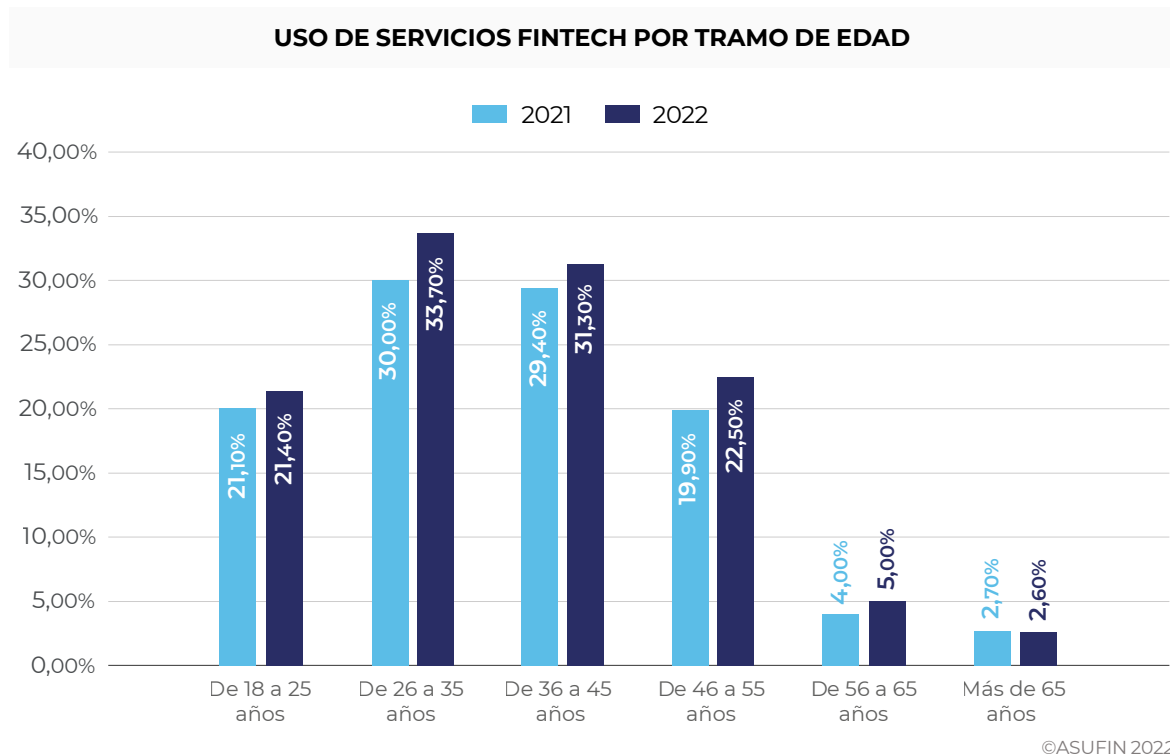
©ASUFIN 2022

Para los usuarios de mayor edad, el aumento del conocimiento se produce más discretamente. Así, entre 46 y 55 años, sube un 0,80% para pasar del **34,10%** al **34,90%**; de 56 a 65 años solo crece un 0,50%, pasando del **25,60%** al **26,10%**, y de 65 años en adelante pasa del **20,40%** al **20,50%**, apenas un 0,10% más. Esto está agrandando la brecha financiera y digital. Si en 2021 la diferencia de conocimiento entre el grupo de 36 a 45 años y el de 46 a 55 años era de un 14,80%, en este 2022 esta diferencia crece hasta un 16,00%.

Uno de cada tres usuarios de entre 26 y 35 años ya usa Fintech

El mayor conocimiento está derivando en un mayor uso, con un crecimiento moderado en todos los tramos de edad, menos el de los mayores de 65 años, que baja ligeramente del **2,70%** de 2021 al **2,60%** en 2022, un 0,10% menos.

El que más sube es el tramo de 26 a 35 años, que lidera el uso con un **33,70%** en 2022, tras elevarse un 3,70% con respecto al **30,00%** de 2021. Le sigue el tramo de 36 a 45 años, que sube un 1,90%, del **29,40%** de 2021 al **31,30%** en 2022. El tercer segmento, de 18 a 25 años, se sitúan en el **22,50%** en 2022, un 2,60% más que el **19,90%** de 2021. Los situados entre 18 y 25 años pasan del **20,10%** de 2021 al **21,40%** en 2022, un 1,30% más.

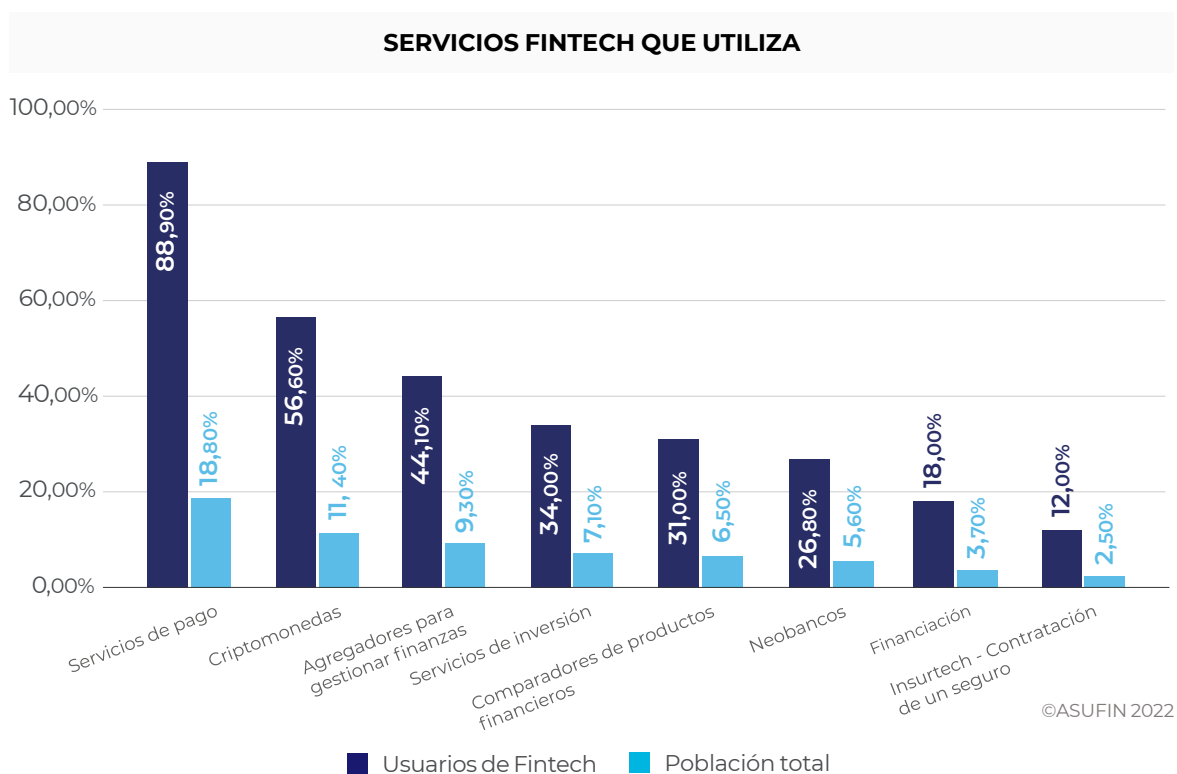


La brecha generacional se amplía, en este caso, entre la horquilla de 46 a 55 años y la de 56 a 65 años. Si en 2021 era de 15,9 puntos porcentuales se ha ampliado hasta los 17,5 puntos porcentuales.

Agregadores y financiación los servicios Fintech que más suben, criptomonedas se estancan

Sobre los servicios Fintech que se utilizan, los de pago siguen siendo los principales, con algunas fórmulas que crecen como el *Buy Now Pay Later*, que desarrollan los bancos pero también otras empresas y que supone el **88,90%** de los servicios Fintech (un 0,90% más que el 88,00% del año pasado) y un **18,80%** del total de la población (0,30% más que el 18,50% del 2021).

La inversión de criptomonedas es la segunda opción, pero tras el crecimiento espectacular de 2021 se estanca. Así supone un **56,60%** de los usuarios Fintech (0,60% más que el 56,00% de 2021) y un **11,40%** de la población total, solo un 0,20% más que el 11,20% de 2021. Por el contrario la tercera opción, agregadores, sí experimenta un importante crecimiento pasando del 37,50% de 2021 al **44,10%** del 2022 del total de usuarios Fintech, y del 7,50% de la población total del 2021 al **9,30%** en 2022, un 1,80% más.



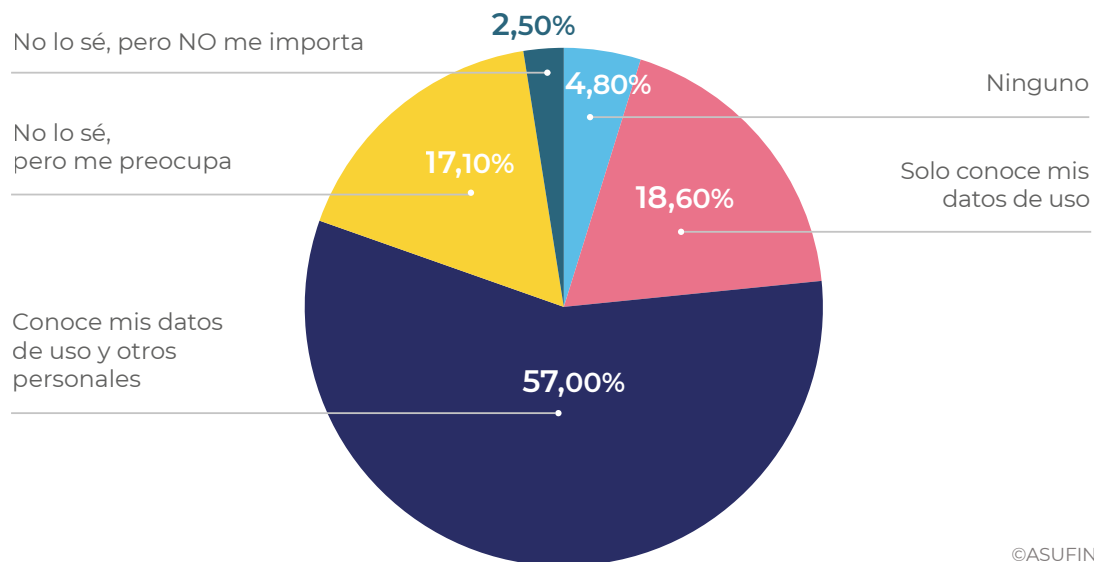
Más leve es la subida de servicios de inversión, que señalan usarlo el **34,00%** de los usuarios Fintech, un 0,80% más que el 32,20% del año 2021, y un **7,10%** de la población total, un 0,40% más que el 6,7% de 2021. Suben más los comparadores, que es la quinta opción con un **31,00%** de los usuarios Fintech, 4,00% más que el 27,00% del año 2021, y un **6,50%** del total del total, un 1,10% más que el 5,4% del año 2021.

La categoría de neobancos sube más ligeramente, hasta un **26,80%** de los usuarios fintech (1,00% más que el 25,80% que el 2021) y un **5,60%** del total (0,40% más que en 2021). Financiación se eleva más, hasta llegar a un **18,00%** del total Fintech (6,10% más del 11,90% de 2021) y un **3,70%** del total, un 1,40% más que en 2021. Por último la contratación de seguros y servicios Insurtech apenas cambia siendo un **12,00%** del total, 0,10% más que el 11,90% del 2021, y un **2,50%** del total (un 0,10% más que el 2,40% de 2021).

PARTE 2 CONFIANZA Y CONOCIMIENTO DE LAS EMPRESAS TECNOLÓGICAS

Los usuarios más concienciados de la cesión de datos a empresas tecnológicas

En un momento en el que los usuarios están haciendo un uso mayor de la digitalización, es importante ser conscientes de otra de sus caras, la de la cesión de datos. En este sentido, y con respecto a las grandes tecnológicas (GAFA: Google, Amazon, Facebook y Apple), más de la mitad, un **57,00%** es consciente de que ceden sus datos, un 2,00% más que el 55,00% de 2021.

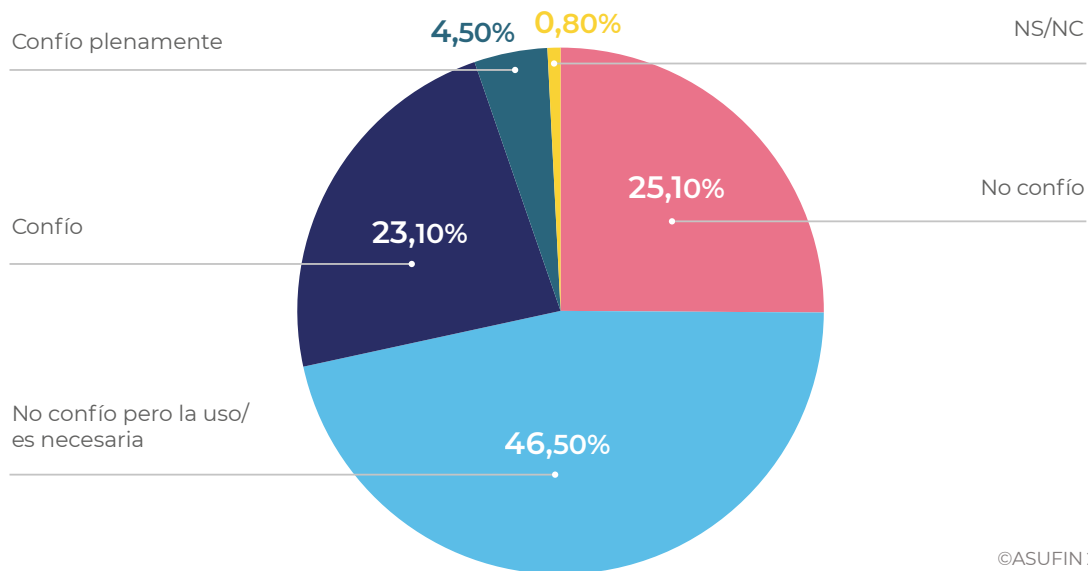
CONOCIMIENTO DE LA CESIÓN Y TRATAMIENTO DE LOS DATOS: GAFA


Los que consideran que solo conocen sus datos de uso suponen un **18,60%**, 0,50% menos con respecto al 19,10% del año 2021. También bajan los que afirman que no lo saben, pero que les preocupa, que pasa del 18,10% del 2021 al **17,10%** del 2022, un 1,00% menos. Por último, se reducen a un **4,80%** los que afirman que no ceden ningún dato, un 0,30% menos que el 5,01% de 2021, y los que señalan que no lo saben pero que no les importa, que supone solo un **2,50%** del total, un 0,20% menos que el 2,70% de 2021.

Un 71,6% de los usuarios no confían en las grandes tecnológicas pero un 46,5% las considera necesarias

Crece la desconfianza en las grandes tecnológicas. Quienes declaran que no confían suben del 23,00% de 2021 al **25,10%** en 2022, un 2,10% más. También lo hacen los que señalan que no confían pero que lo consideran necesario, que sube del 45,10% al **46,50%** un 1,40% más. Ambas opciones ya suponen un 71,60%, más de 7 de cada 10 usuarios.

CONFÍO EN EMPRESAS GAFA (GOOGLE, AMAZON, FACEBOOK, APPLE)

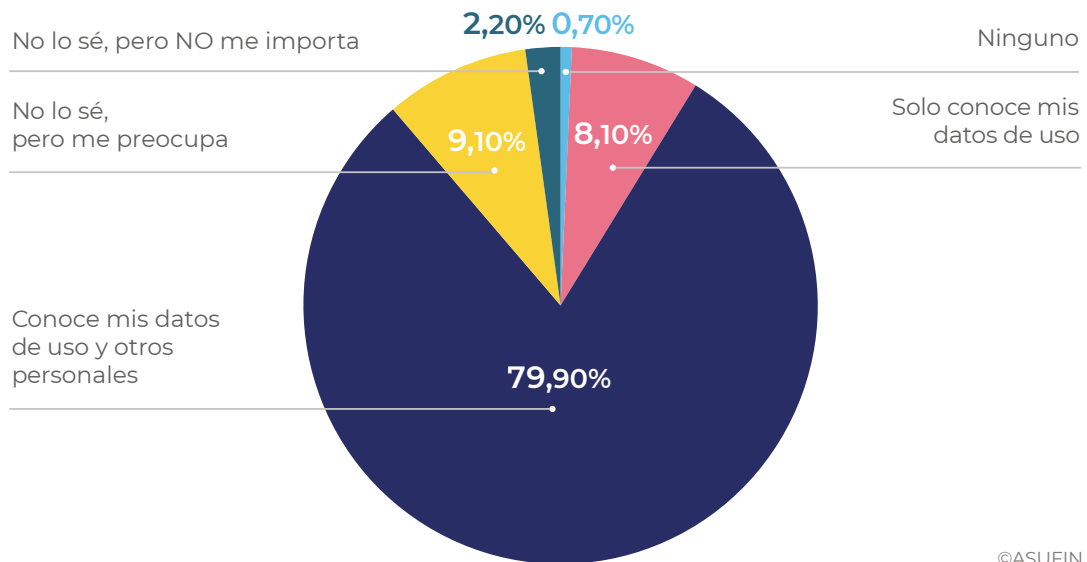


Por el contrario, los que declaran que confían descienden del 24,00% de 2021 al **23,10%** de 2022, un 0,90% menos y los que confían plenamente se mantienen prácticamente igual, ya que pasan del 4,40% de 2021 al **4,50%** en 2022, solo un 0,10% más.

8 de cada 10 españoles reconocen que los bancos y aseguradoras conocen sus datos personales

De forma parecida, crece el conocimiento que tenemos con respecto a la cesión de nuestros datos personales a las entidades financieras. Así 8 de cada 10 españoles, un **79,90%**, afirma que los bancos y aseguradoras conocen sus datos de uso y otros personales, lo que supone un 2,80% más que el 77,0% del año 2021.

CONOCIMIENTO DE LA CESIÓN Y TRATAMIENTO, BANCOS Y ASEGURADORAS DE DATOS: GAFA

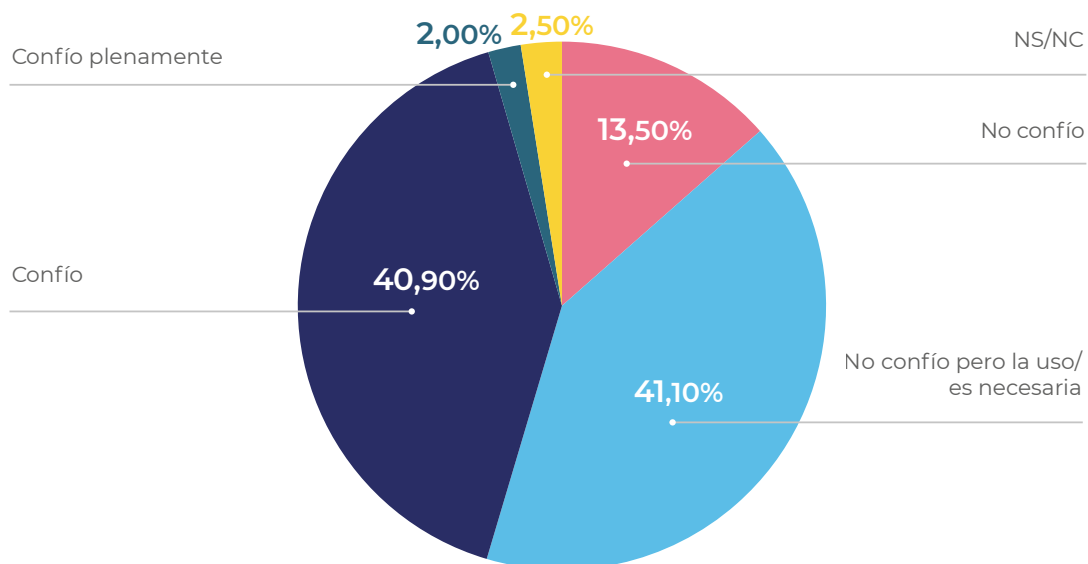


En el otro lado de la balanza, están los que afirman que solo conocen sus datos de uso, que caen del 10,00% de 2021, al **8,10%** del 2022, un 1,90% menos. También descienden los que señalan que no lo saben pero que no le importa que pasan del 9,60% de 2021 al **9,10%** del 2022, un 0,50% menos. Los que señalan que no lo saben pero no les importa baja del 2,70% de 2021 a tan solo un **2,20%** en 2022. Por último, los que afirman que no ceden ningún dato solo supone un **0,70%**, apenas un 0,10% más que el 0,60% del año anterior.

Un 54,60% de los usuarios no confían en los bancos y aseguradoras

Más de la mitad de los usuarios no confían en bancos y aseguradoras. En concreto, un **13,50%** declara que no confía, un 0,20% más que el 13,30% del año 2021, y un **41,10%** que no confían pero que las consideran necesarias, un 4,40% más que el 36,70% del año 2021. Aunque supone más de la mitad de los usuarios, un 54,60%, supone un porcentaje muy inferior, un 17,00% menos, que el 71,60% que declara desconfiar de las empresas tecnológicas.

CONFÍO EN BANCOS Y ASEGURADORAS

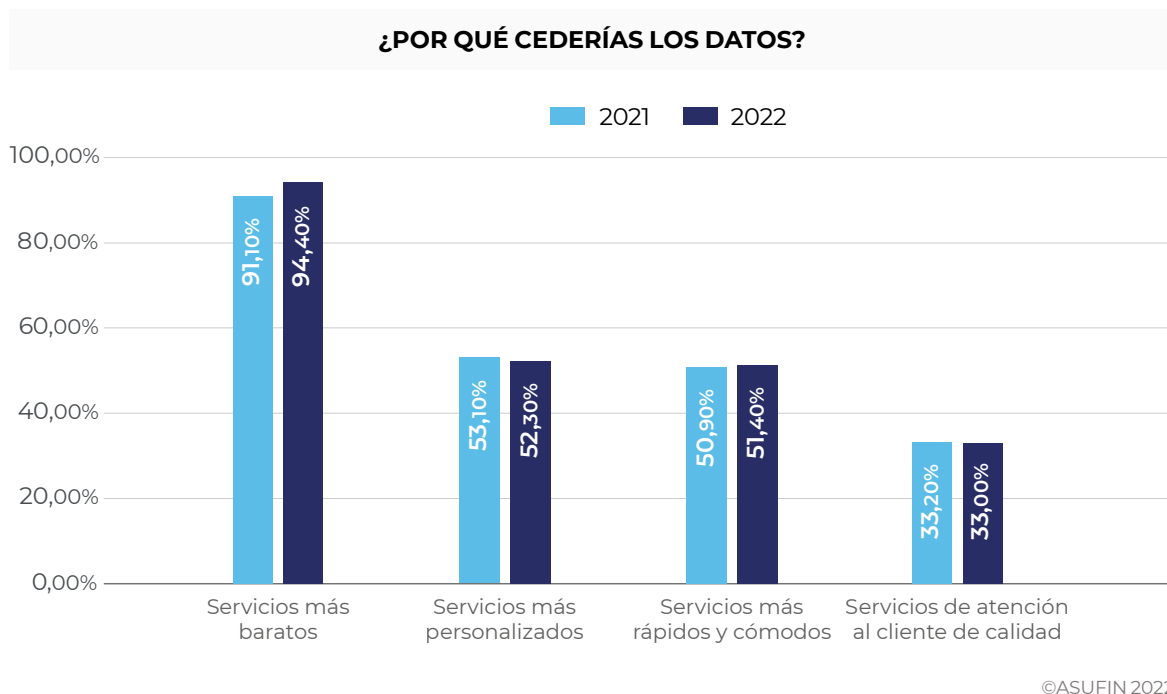


©ASUFIN 2022

De hecho, un porcentaje elevado, un **40,90%** señala que confía, aunque ha bajado un 3,00% con respecto al 43,90% del 2021.

Un 94,4% de españoles cedería más datos para conseguir servicios más baratos

En medio de una situación económica marcada por la subida de precios e incertidumbre, sigue elevado el porcentaje de españoles que cedería una mayor cantidad de sus datos personales por recibir servicios más baratos. En concreto, el **94,40%**, un 3,30% más que el **91,10%** del año 2021. Sube también la tercera opción, la de recibir servicios más rápidos y cómodos, que motiva al **51,40%**, un 0,50% más que el **50,90%** del año 2021.



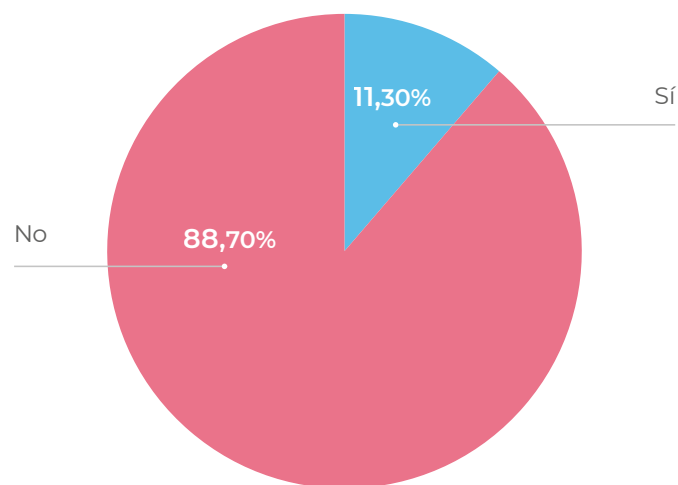
Se mantiene prácticamente invariable la opción de recibir servicios más personalizados, que motiva al **52,30%**, un 0,80% menos que en 2021; y la mejora del servicio de atención al cliente, que baja del **33,20%** de 2021 al **33,00%** del año 2022.

PARTE 3 CRIPTOMONEDAS

La inversión en criptomonedas se estanca y se reducen las cantidades invertidas

El “invierno de las criptomonedas”, marcado por la caída brusca de su cotización desde el primer trimestre del año, ha estancado la progresión en inversión, que apenas crece del 11,20% del año 2021, al **11,30%** del año 2022.

¿HAS INVERTIDO EN CRIPTOMONEDAS?

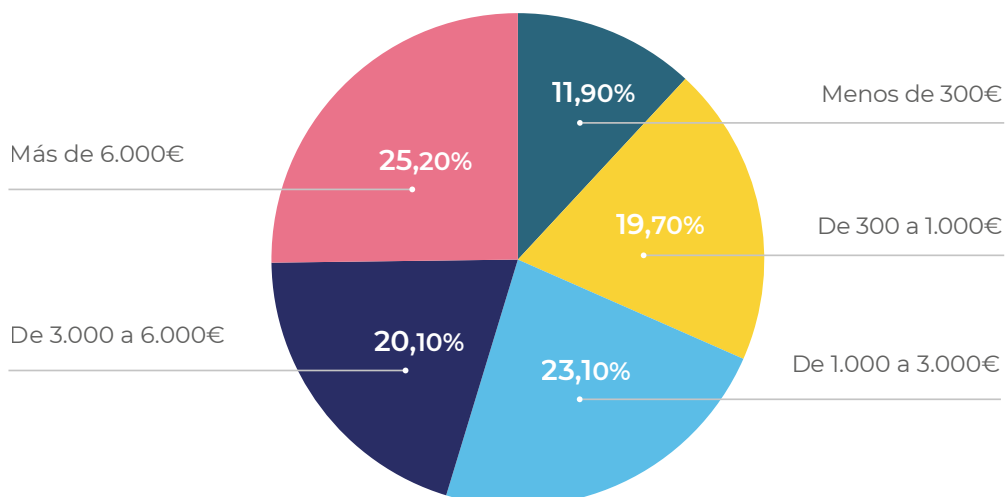


©ASUFIN 2022

Este cambio se traslada a los volúmenes de inversión, que bajan. Los que invierten más de 6.000 euros, pasan del 26,20% al **25,20%** en 2022. También se reducen los que invierten entre 3.000 y 6.000 euros, que pasan del 23,40% al **20,10%** de 2022.

Por el contrario, se elevan las inversiones de menor cuantía. Entre 1.000 y 3.000 euros, suben del 21,00% del 2021 al **23,10%** en 2022, un 2,10% más. También suben los que invierten de 300 a 1.000 euros que pasa del 18,30% de 2021 al **19,70%** de 2022, un 1,40% más. Por último suben los que invierten menos de 300 euros que se elevan del 11,10% de 2021 al **11,90%** del 2022, un 0,80% más.

CUÁNTO HAS INVERTIDO EN CRIPTOMONEDAS

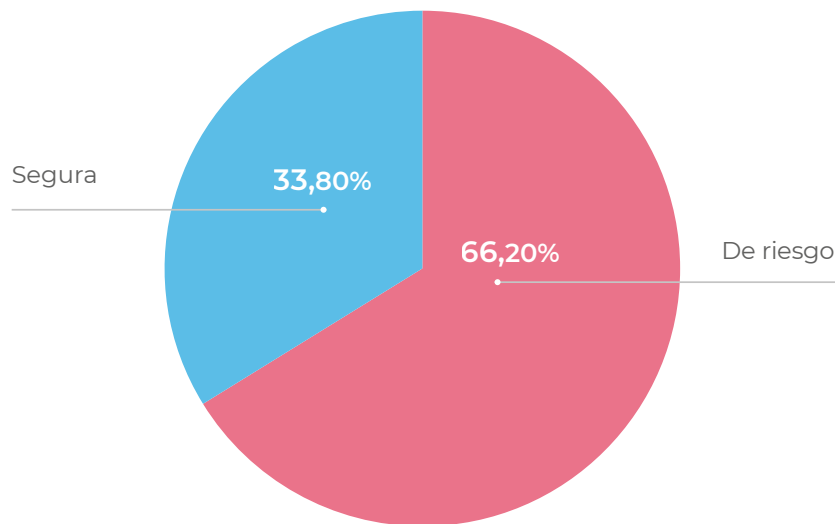


©ASUFIN · octubre 2022

Las criptomonedas pierden confianza, dos de cada tres la consideran inversión de riesgo mientras se disparan los que pierden dinero

El **66,20%**, es decir, dos de cada tres inversores, considera que las criptos es una inversión de riesgo. Un porcentaje superior en un 7,10% al registrado el año pasado, del 59,10%.

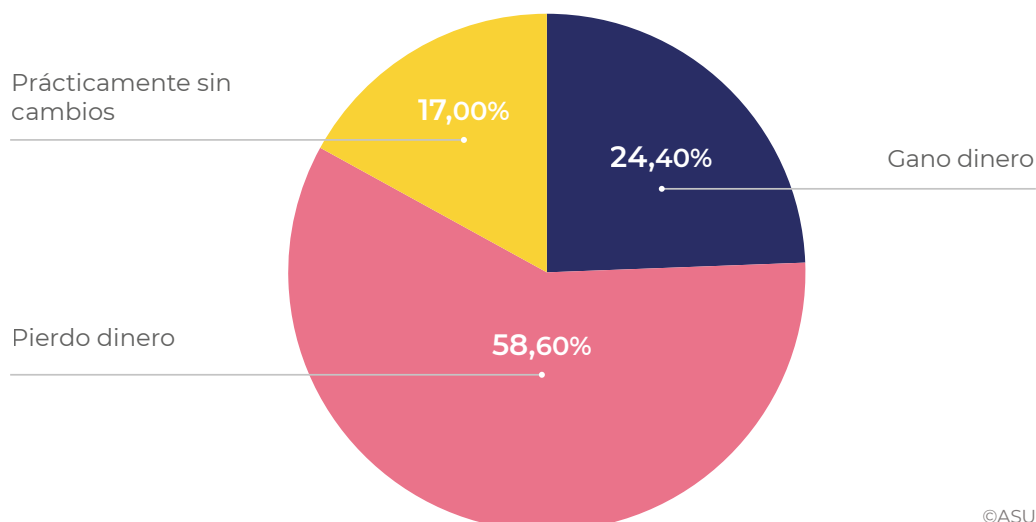
¿CONSIDERA LAS CRIPTOMONEDAS COMO UNA INVERSIÓN DE RIESGO O SEGURA?



©ASUFIN 2022

Un **58,60%** ya declara que pierde dinero, lo que supone un 29,90% más que el 28,80% que declaraba perder dinero el año pasado.

¿CÓMO ESTÁ SIENDO SU INVERSIÓN EN CRIPTOMONEDAS?



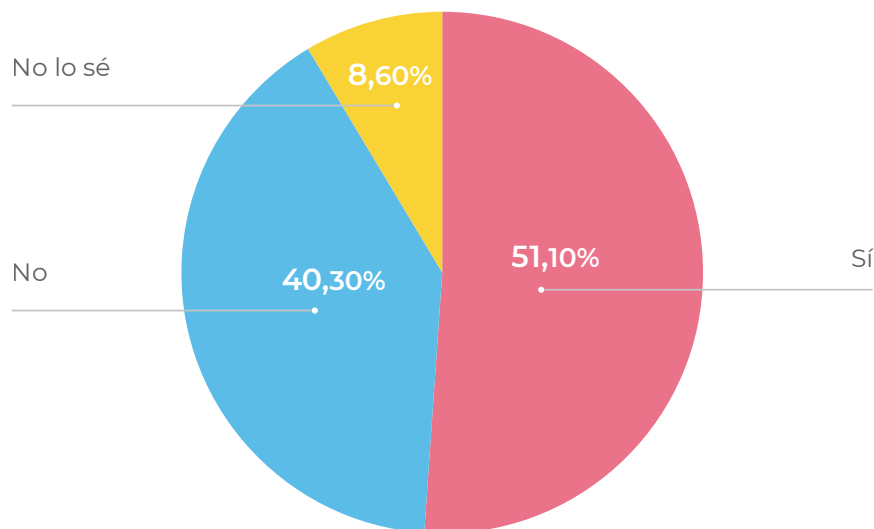
©ASUFIN 2022

Más concienciación con la falta de regulación y de las obligaciones fiscales

El difícil año que se está viviendo en las criptomonedas con cierres de algunas plataformas tiene un lado positivo, el de mayor concienciación de sus obligaciones y conocimiento de las características de las plataformas.

Así, aunque algo más de la mitad, un **51,10%**, cree que las plataformas están reguladas por la CNMV, Banco de España o Banco Central Europeo, cae un 18,50% con respecto al 69,60% que si lo creía en 2021. El lado contrario es lo que no lo creen que sube del 22,10% en 2021 al **40,30%** en 2022, un 18,20% más. Los que lo desconocen apenas cambian, subiendo del 8,30% del 2021 al **8,60%** del 2022, un 0,30% más.

¿CREES QUE LAS PLATAFORMAS EN LAS QUE INVIERTEN ESTÁN SUPERVISADAS POR BANCO DE ESPAÑA, BCE O CNMV?



©ASUFIN 2022

Con respecto a las obligaciones impositivas, menos de la mitad afirma que sí tienen que pagar impuestos, en un año como el 2022 en el que la Agencia Tributaria ha hecho una campaña activa en la declaración de la renta señalando esta obligación. En concreto lo afirma un 44,30% con un crecimiento del 14,10% con respecto al 30,20% del año 2021.

En el lado contrario los que afirman que no tienen que pagar ya es la segunda opción, bajando del 41,40% del 2021 al 31,10% del 2022, un 10,30% menos. También descienden los que señalan que no lo saben, que pasa del 28,40% del 2021 al 24,60% del 2022, un 3,80% menos.

Conclusiones

El proceso de digitalización en el ámbito financiero avanza en un momento de turbulencias, y lo hace a través de otros servicios, más allá de la mera consulta de posiciones o realizar funciones básicas como la transferencia. Es destacable el uso de agregadores y comparadores de productos financieros en busca de mejorar las condiciones económicas o mejor financiación. Esto conlleva que, aunque los bancos sean las entidades principales, se vean crecimientos en otro tipo de empresas, especialmente las no financieras.

Eso sí, este crecimiento es desigual, ensanchando la brecha digital entre los mayores, lo que supone un reto futuro importante, ya que los más jóvenes podrán optar a más productos y servicios, potencialmente a mejores condiciones.

Pero no solo se trata de cambios de uso, también de ser más conscientes de lo que conlleva el uso de servicios digitales, como es que la cesión de los datos y una mayor desconfianza en las empresas a las que las cedemos. En este sentido la desconfianza de las tecnológicas (71,60% de los usuarios) es muy superior de la que generan bancos y aseguradoras (54,60%), algo especialmente derivado de la opacidad y del desconocimiento de lo que van a realizar con los datos.

Finalmente, los cambios también se trasladan al ámbito de la inversión en criptos. El año desfavorable está llevando a que se estanque el número de usuarios y que bajen las inversiones medias, que dos tercios ya la consideran inversión de riesgo y cerca de un 60,00% ya declare pérdidas. Pero lo más positivo es que se incrementa la preocupación sobre si las plataformas están reguladas o no y también de las obligaciones fiscales.

En definitiva, cambios relevantes en la conexión entre tecnología y finanzas que presumiblemente se aceleren pero que dejan también retos de futuro, como es combatir la brecha digital con los más mayores que sigue creciendo.

¿Hablamos?



Plaza de las Cortes, 4. 4ºD
28014 - Madrid



91 532 75 83
626 796 713



info@asufin.com



Horario de atención telefónica:
L-V: 09:00 - 16:00 H.



tech.asufin.com

