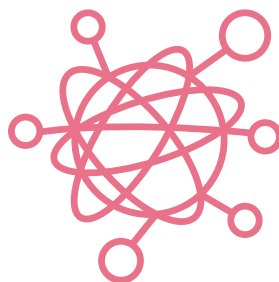


1º ESTUDIO SOBRE CONOCIMIENTO, HÁBITOS Y USO DE FINTECH EN ESPAÑA

ASUFIN |12.12.2019



asufintech

AsufinTech es un proyecto de ASUFIN subvencionado por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social/Dirección General de Consumo, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la organización beneficiaria.

 **asufin**
ASOCIACIÓN DE USUARIOS FINANCIEROS



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD, CONSUMO
Y BIENESTAR SOCIAL

SECRETARÍA GENERAL
DE SANIDAD Y CONSUMO
DIRECCIÓN GENERAL
DE CONSUMO

INTRODUCCIÓN

El fenómeno Fintech es una realidad empresarial en España. Estudios recientes como Fintech Radar estiman que el número de empresas de distintos ámbitos Fintech en España se eleva hasta 392, un 16% más que el año pasado. Esta estructura empresarial ya emplea entre 5.000 y 7.500 trabajadores según diferentes fuentes y pronostican superar los 10.000 empleos en los próximos dos años. El peso económico de las Fintech españolas es claro y creciente, todo ello sin contar con la próxima entrada de grandes operadores tecnológicos como Google, Amazon, Facebook o Apple (GAFA).

¿Pero qué impacto tiene el fenómeno Fintech en el consumidor español?

Este **I ESTUDIO SOBRE CONOCIMIENTO, HÁBITOS Y USO DE FINTECH EN ESPAÑA** realizado por ASUFIN tiene como objetivo conocer mejor el impacto de las Fintech en los consumidores, su nivel de conocimiento, uso y confianza en la nueva economía digital.

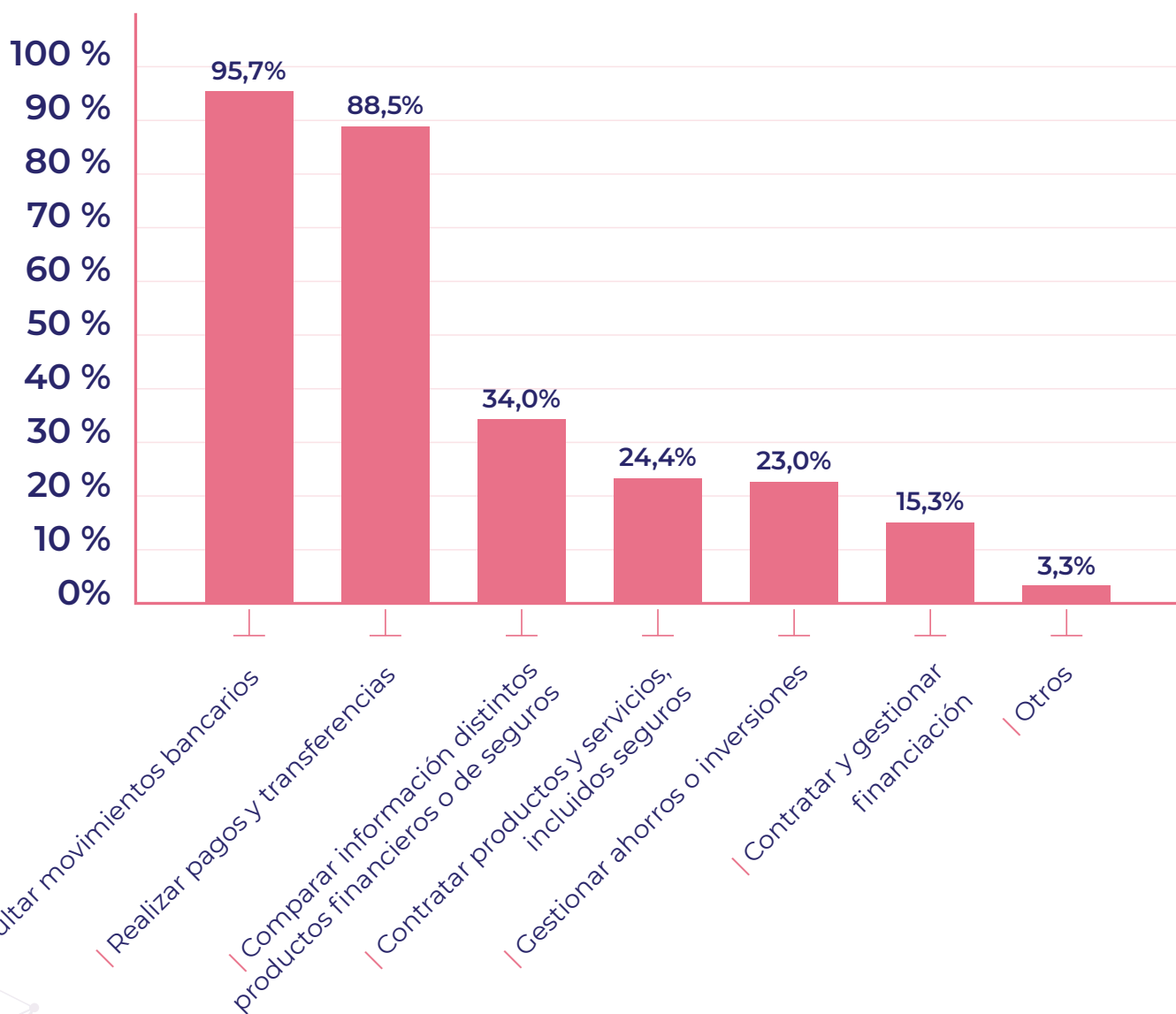
El presente estudio es un proyecto de ASUFIN subvencionado por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social y la Dirección General de Consumo, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la entidad beneficiaria.

1. USO DE LA TECNOLOGÍA EN SERVICIOS FINANCIEROS

La tecnología se impone a la hora de gestionar los servicios financieros de los ciudadanos españoles, pero su uso mayoritario sigue siendo en las tareas más sencillas. El 95,7% utilizan Internet para consultar movimientos bancarios y un 88,5% realiza pagos y transferencias.

Muy por debajo de estas cifras se sitúan el resto de las posibilidades que ofrece la tecnología. Un 34% compara información sobre distintos productos financieros o de seguros. Un porcentaje que se reduce drásticamente a la hora de contratar productos y servicios (24,4%), gestionar ahorros e inversiones (23%) y especialmente contratar y gestionar financiación que con un 15,3% lo realizan menos de 2 de cada 10 residentes en España.

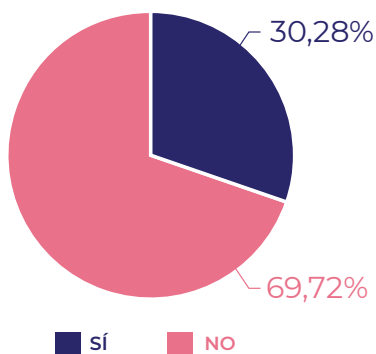
Este uso “conservador” se traslada a los medios en los que opera. El banco es la opción mayoritaria, un 98% de los encuestados opera a través de su entidad financiera seguido muy de lejos por aseguradoras con un 30,5%.



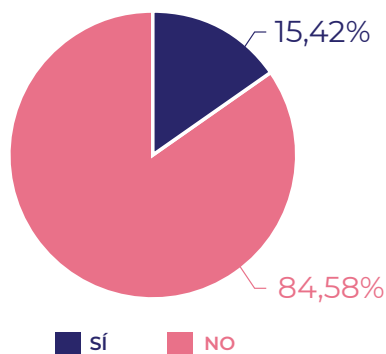
2. CONOCIMIENTO DE LAS EMPRESAS FINTECH

En una situación actual en la que el consumidor sigue usando mayoritariamente las entidades financieras el conocimiento de las Fintech es ya significativo y alcanza un 30,28% de la población.

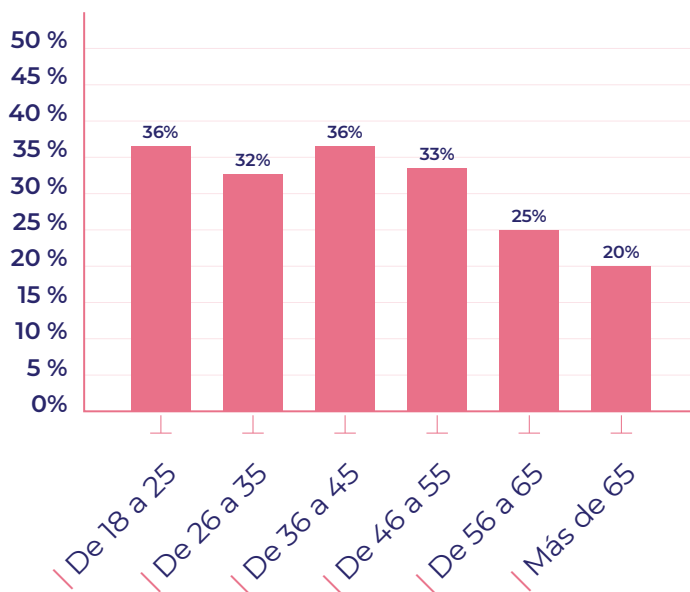
Conoce empresas Fintech



Uso Fintech total de población

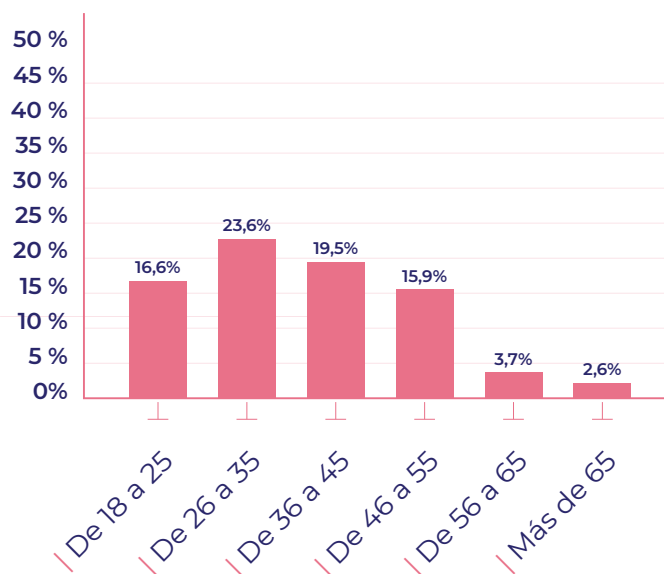


Este conocimiento no se traduce en uso por parte de los consumidores, de hecho, solo la mitad de los que conocen qué es una Fintech declara que las utiliza. En total, solo un 15,5% de los encuestados declara que usa Fintech. Este porcentaje es 4 puntos superior al que reconoce usar empresas no financieras al abarcar otro tipo de servicios que no se incluyen en la operativa financiera clásica tales como agregadores o criptomonedas.

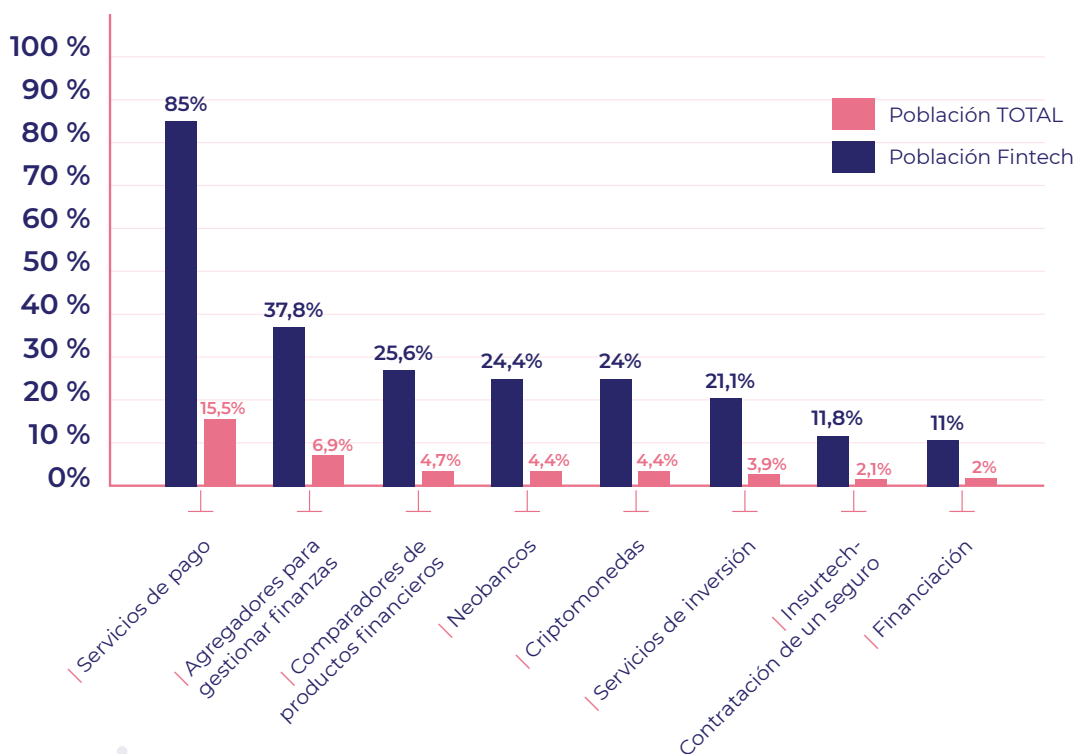


Este grado de conocimiento, con algunas diferencias, es bastante similar en los tramos de edad de entre 18 y 55 años. De 18 a 26 años y de 46 a 55 años son los que más conocen la existencia de empresas Fintech con un 36% cada una, pero seguidas muy de cerca por el tramo de 46 a 55 años (33%) y de 26 a 35 años (32%). Este conocimiento sí desciende de forma importante de 56 a 65 años (25%) y Más de 65 años (20%).

Hay más diferencias es en el uso de servicios Fintech. El tramo de edad que más lo utiliza es el del **26 a 35 años** con un 23,6%, le sigue de **36 a 45 años**, con un 19,5%. El tercero es de **18 a 25 años** con un 16,6%. Este tramo que destacaba en conocimiento de servicios Fintech desciende bruscamente en uso por los problemas que tienen los más jóvenes en posibilidad de acceso a servicios como financiación y de forma más destacada de inversión. El cuarto tramo es de **46 a 55 años** con un 15,9% pero especialmente desciende entre los de más de edad. Entre **56 y 65 años** solo señalan que usan estos servicios un 3,7%, porcentaje que se reduce a tan solo un 2,6%.

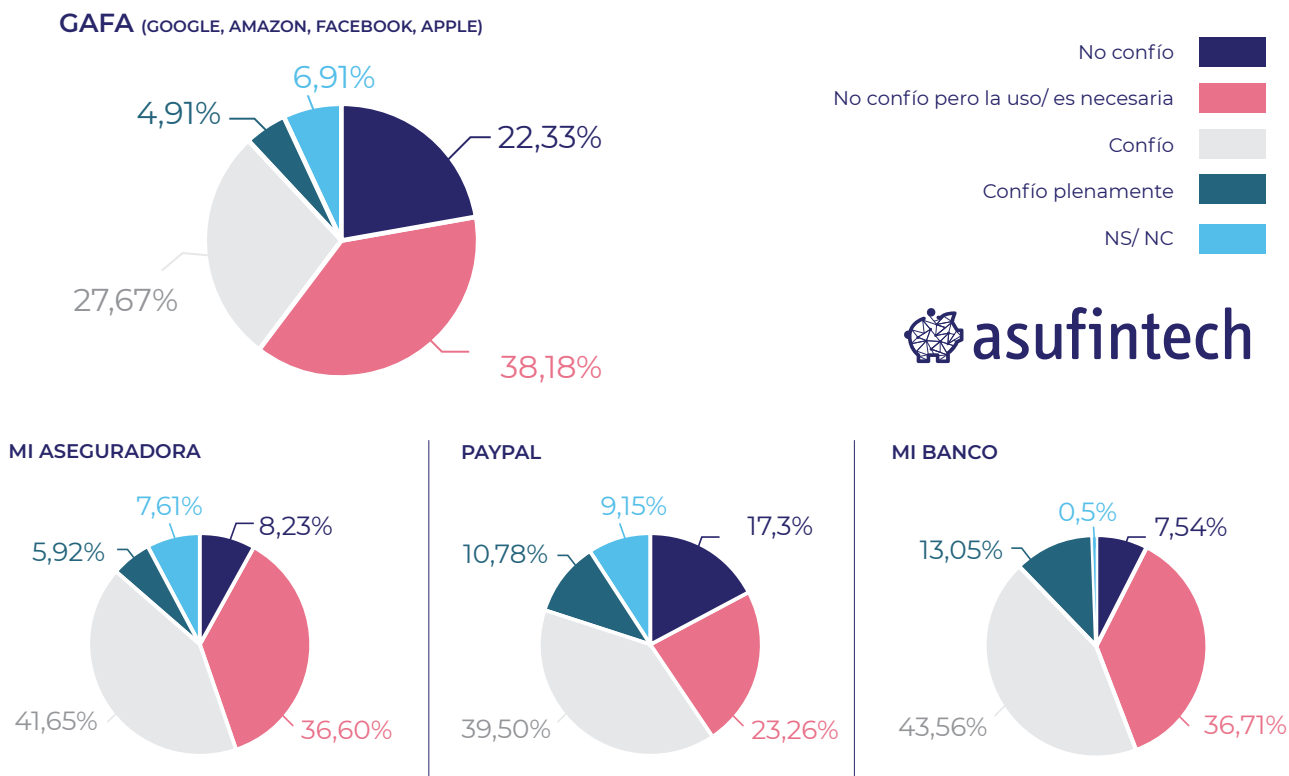


El uso de servicios Fintech también sigue siendo muy tradicional. El 15,1% de la población usa servicios de pago, tales como Paypal o Transferwise, porcentaje que llega prácticamente a la totalidad en el caso de los que declaran que utiliza empresas Fintech, descendiendo de forma muy importante en el resto de servicios como agregadores para gestionar finanzas (6,9%), comparadores de productos financieros (4,7%), Neobancos y criptomonedas (4,4%) o servicios de inversión (3,9%).



3. CONFIANZA EN TECNOLÓGICAS, ENTIDADES FINANCIERAS E INSTITUCIONES

Buena parte de los servicios Fintech se basan en el conocimiento y uso de datos personales para poder ofrecer servicios más personalizados. Este uso será incluso mayor cuando entren activamente en el mercado las grandes empresas tecnológicas (GAFA) como Google, Apple, Facebook y Amazon.



La mayoría de los encuestados desconfían en el uso de sus datos por parte de las tecnológicas. Solo un 32,6% confían (27,67% confían y un 4,91% confían plenamente). Por el contrario, un 22,33% no confían y casi 4 de cada 10 consumidores, un 38,18% no confían, aunque la usan o las consideran necesaria.

Es esta dependencia es la que confiere un mayor poder a las grandes empresas tecnológicas y potencial de desarrollo de otras soluciones, aunque, como veremos más tarde, la mayoría considera esta cesión de datos como suficiente.

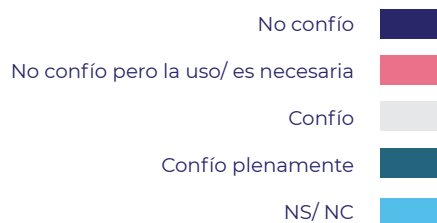
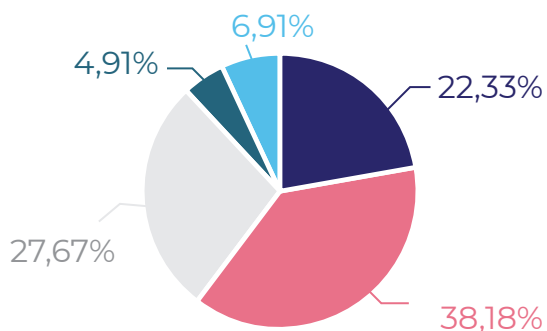
Estos resultados chocan con los que se piensa de los bancos y aseguradoras. Así, mientras un 60% no confiaba en las grandes tecnológicas este porcentaje se reduce hasta el 44% en el caso de los bancos (7,5% no confía y un 36,7% no confía, pero la usa o considera necesaria).

Con respecto a las aseguradoras, aunque generan algo menor confianza que los bancos (47,5% confían o confían plenamente frente al 55,2% de los bancos) es un porcentaje mucho más elevado que el 32,6% de las grandes tecnológicas. Lo que sí genera en el caso de las aseguradoras es un menor conocimiento sobre qué uso de datos realizan como muestra el mayor número No Saben/No contestan.

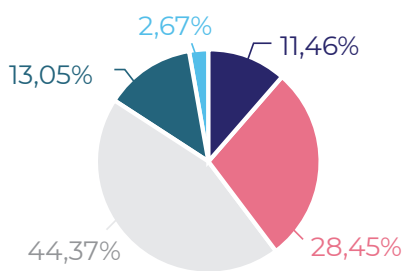
Con respecto a las instituciones, el grado de confianza en la Agencia Tributaria y la Seguridad Social es superior a la no confianza. En el caso de la Agencia Tributaria un 56,7% declara que confía o confía mucho, un porcentaje que se eleva hasta el 66,1% en la Seguridad Social.

Con respecto a los Tribunales, un 50,7% declara no confiar en los Tribunales Españoles (20,3% no confía y 30,4% no confía, pero lo considera necesario), y solo confían (confían o confían plenamente) un 40,2%. Estos datos contrastan con la confianza de los Tribunales Europeos que es un mucho más elevada y que alcanza un 55,4% (11,4% confía plenamente y 44% confía).

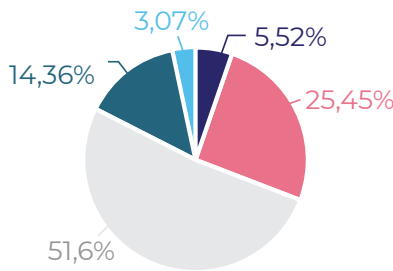
GAFIA (GOOGLE, AMAZON, FACEBOOK, APPLE)



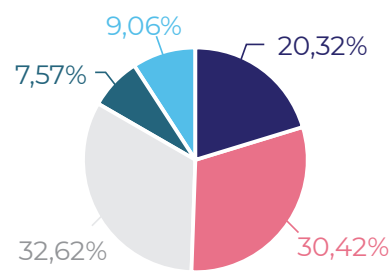
AGENCIA TRIBUTARIA



SEGURIDAD SOCIAL



TRIBUNALES ESPAÑOLES



4. CONOCIMIENTO EN LA CESIÓN DE DATOS

Con respecto al conocimiento que tenemos sobre el uso y cesión de datos personales, un 62,9% afirma que las principales empresas tecnológicas (GAFA) conocen sus datos de uso y otros personales y otro 15% solo los datos de uso. Frente a esto solo un 1,6% afirma que desconoce el uso y no le preocupa y otro 19,4% que aún no sabiéndolo le preocupa.

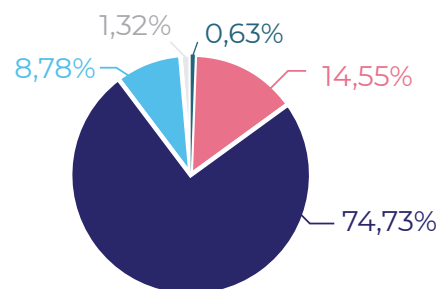
Estos datos vuelven a contrastar con lo que pensamos de nuestro banco y aseguradora. Con respecto a ambos, los españoles asumen que conocen tanto sus datos de uso como otros personales, incluso en un grado superior a las empresas tecnológicas, la gran diferencia está en que desconfiamos menos que en estas empresas.

Así, solo un 9,7% de los encuestados afirma que no sabe lo que la aseguradora conoce de datos de uso o información personal y le preocupa y un 2,95% no lo sabe pero no le preocupa. En un banco, el porcentaje es incluso menor: un 1,3% no lo sabe pero no le importa y solo un 8,8% afirma que no lo sabe y le preocupa.

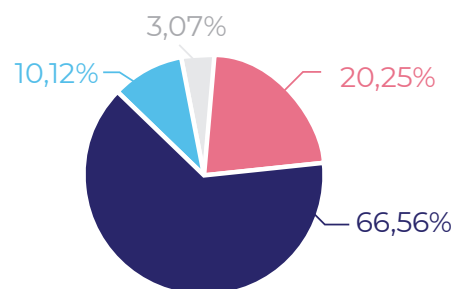
GAFA (GOOGLE, AMAZON, FACEBOOK, APPLE)



MI BANCO



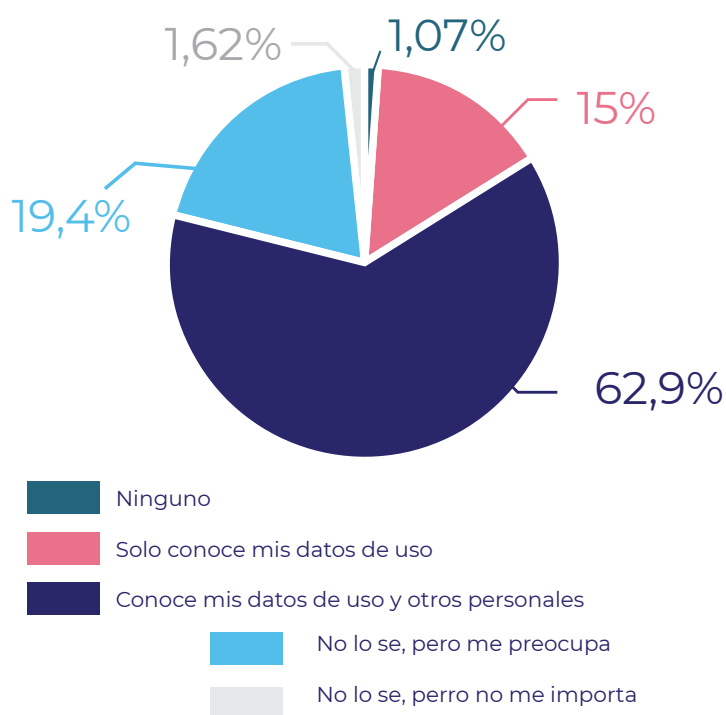
MI ASEGURADORA



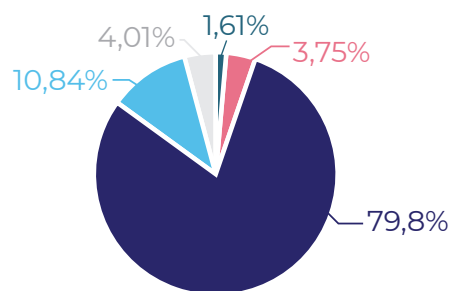
En términos generales estos datos son similares con respecto a la Seguridad Social y la Agencia Tributaria. Un 79,5% afirma que la Agencia Tributaria conoce datos de uso y personales, porcentaje que se reduce ligeramente hasta el 74,2% en la Seguridad Social. Pero lo más relevante vuelve estar en los que lo desconocen. Solo un 10,8%, afirma que no lo sabe y le preocupa y otro 4% que no lo sabe pero no le importa. En la Agencia Tributaria y en la Seguridad Social estos porcentajes son mucho menores: un 4,8% afirma que no lo sabe pero no le importa y solo un 7,5% no lo sabe y señala que le preocupa.

Los españoles conocen y asumen mejor que bancos, aseguradoras y principales organismos conozcan y usen sus datos que las empresas tecnológicas.

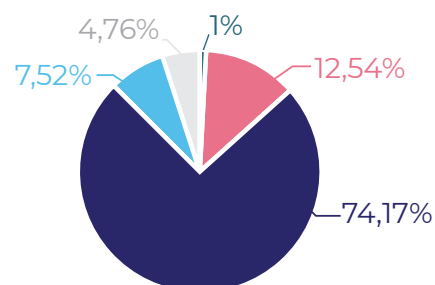
GAFAs (GOOGLE, AMAZON, FACEBOOK, APPLE)



AGENCIA TRIBUTARIA



SEGURIDAD SOCIAL

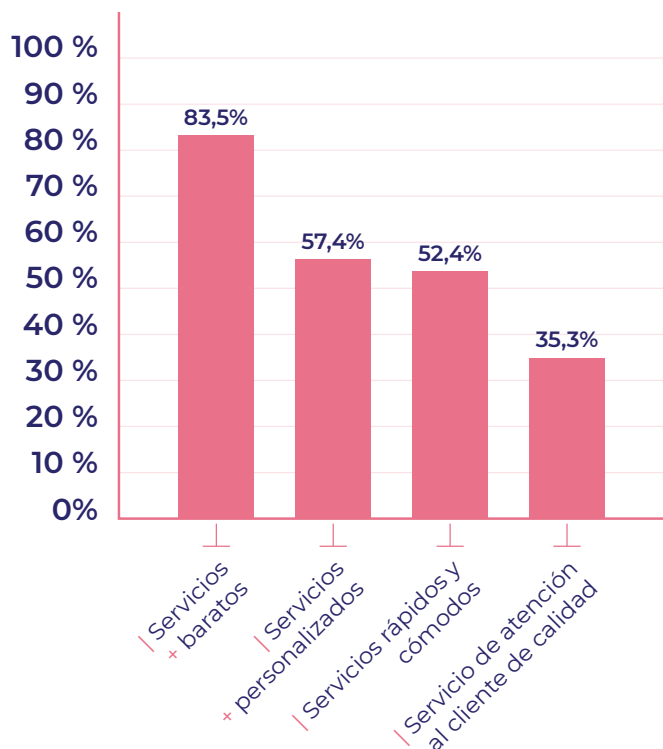
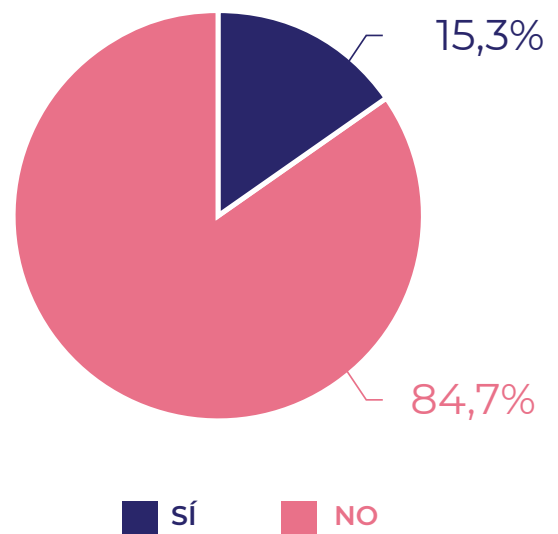


5. ¿CEDERÍAMOS MÁS DATOS? ¿POR QUÉ SE CEDERÍAN?

Este mayor recelo se ve más claramente cuando se les pregunta si cederían más datos personales a las empresas tecnológicas, a lo que tan solo un 15,3% responde positivamente.

Entre las razones por las que llevarían a ceder en su privacidad destaca principalmente conseguir servicios más baratos para un 83,5%. Le siguen dos opciones que, aunque directamente no se refieren a precio, sí lo hacen indirectamente como servicios más personalizados y servicios más rápidos y cómodos, con un 57,4% y un 52,4% cada uno.

Como última opción se sitúa conseguir un servicio de atención al cliente de calidad, opción que solo destacan un 35,3% de los encuestados.

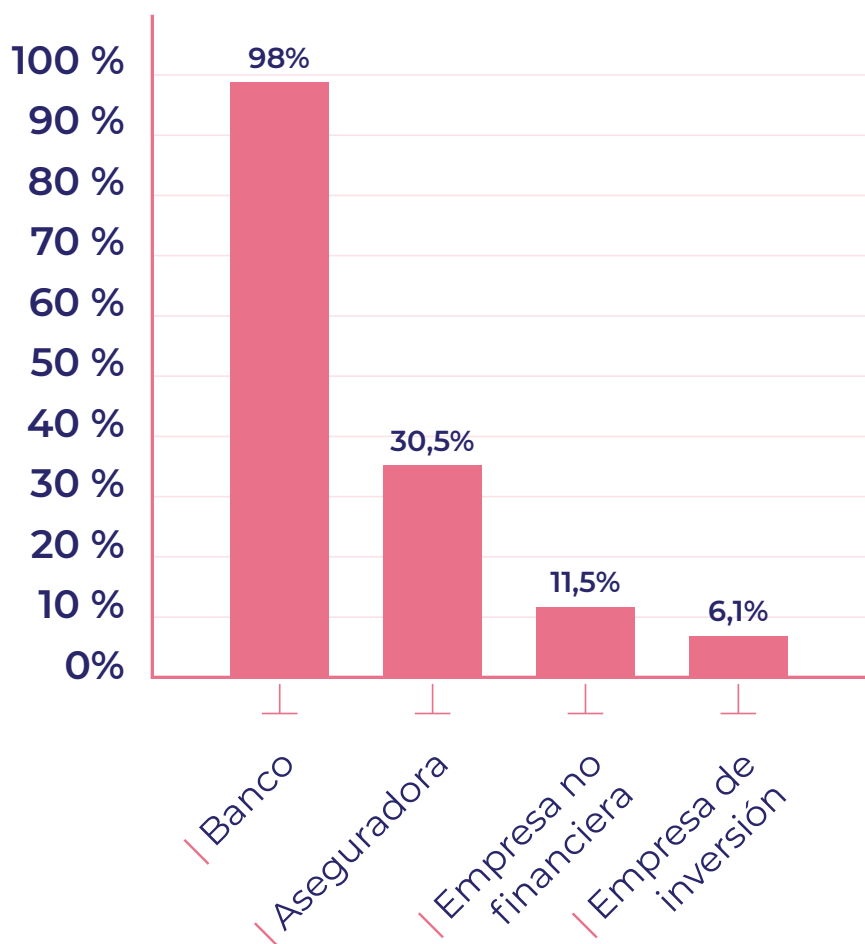


METODOLOGÍA

La población objeto de la investigación han sido 1.594 entrevistas mediante un cuestionario online y telefónico realizada a mayores de 18 años cuyo ámbito geográfico lo constituye todo el territorio español. El ámbito temporal o periodo de estudio ha sido del 11 al 30 de noviembre de 2019 y en el mismo se han ponderado tanto las poblaciones de cada comunidad autónoma y grupo de edad para conseguir resultados representativos en toda la muestra realizada.

El presente estudio se enmarca dentro del proyecto AsofinTech subvencionado por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social y la Dirección General de Consumo, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la entidad beneficiaria.

Muy por debajo están las empresas o servicios de inversión (Agencias de valores, Asesores Financieros Independientes, etc.) que solo supone un 6,1% del total. Un porcentaje que supera las empresas no financieras en las que ya declaran que operan un 11,5% de los encuestados.

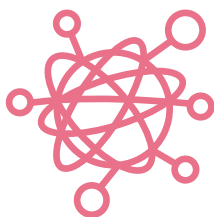


¿QUÉ ES ASUFINTECH?

En un escenario complejo y de rápido cambio, **ASUFIN pone en marcha AsufinTech**, un proyecto de educación financiera y tecnológica para empoderar al consumidor frente a los posibles abusos financieros y digitales.

Todos los días, las entidades financieras, bancarias o no, aprovechan la tecnología para llegar a millones de consumidores: préstamos rápidos, gestión financiera, pagos móviles, ahorro, etc. La experiencia de usuario es rápida y sencilla, todo parece ventajoso para el consumidor.

Sin embargo, el rápido crecimiento e innovación de las Fintech puede ir acompañado de prácticas financieras ya conocidas causando perjuicios a los consumidores, como préstamos usuarios, sobreendeudamiento, violaciones de privacidad, uso indebido de datos del consumidor y términos restrictivos, incluido el arbitraje forzoso.



Conoce más sobre nuestro proyecto en
www.asufin.tech



asufintech

AsufinTech es un proyecto de ASUFIN subvencionado por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social/Dirección General de Consumo, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la organización beneficiaria.