

El 84 % de los usuarios afirma sentirse seguro cuando opera a través de su banca digital

A las puertas de periodo de mayor consumo del año, las compras *online* se posicionan como la segunda operación más común en España con la banca digital, según un estudio de CECA

Cuatro de cada diez encuestados utilizan diariamente los canales digitales bancarios

Ocho de cada diez usuarios de canales digitales consideran grave la amenaza de ciberataques, pero solo la mitad cree probable ser víctima directa

Respecto al conocimiento de la ciberseguridad, seis de cada diez reconocen tener nociones limitadas, una carencia que se acentúa especialmente entre mujeres y personas mayores de 65 años

En un mundo donde el comercio electrónico avanza a pasos agigantados, algunas fechas se han convertido en auténticos epicentros del consumo digital y de las transacciones *online*. Acontecimientos como el *Black Friday* o las fiestas navideñas se posicionan entre los momentos de mayor consumo y son cada vez más los compradores que optan por los canales digitales para realizar sus compras. Sin embargo, estas fechas, que registran picos en consumo *online*, también se han convertido en escenario ideal para la proliferación de ciberfraudes y delitos digitales, poniendo en jaque la seguridad de los usuarios.

El impacto de este fenómeno es evidente: las **compras *online* se han convertido en la segunda operación bancaria más común en España** (26 %), solo superada por la consulta de saldo y movimientos bancarios (36 %). En tercer lugar, se sitúan los pagos a través de Bizum (22 %), con especial relevancia entre los más jóvenes. Esta es una de las conclusiones de la encuesta de ['Ciberseguridad y hábitos de uso de canales digitales'](#), elaborada por CECA en colaboración con Sigma Dos, que analiza el comportamiento, el conocimiento y los hábitos de uso de los canales digitales; la exposición y medidas de

protección de los clientes ante los ciberataques; y la valoración de los usuarios sobre las iniciativas de las entidades bancarias para afrontar la ciberdelincuencia.

En un escenario marcado por la digitalización acelerada y la integración constante de nuevas tecnologías en el sector financiero, los usuarios de la banca digital observan con creciente inquietud la amenaza de los ciberataques. Así, la percepción media del riesgo de ser víctima de un ciberataque se sitúa en 8,3 sobre 10, y un 85,9 % los califica como graves, otorgándoles una calificación por encima del 7. A pesar de esta percepción colectiva, **solo la mitad de los encuestados cree probable ser víctima directa de un ciberfraude**, reflejando una aparente desconexión entre la consciencia del riesgo y la percepción de vulnerabilidad a nivel personal.

Asimismo, ante la constante evolución de la tecnología, la sociedad también ha sido testigo del auge de los ciberataques desplegados mediante técnicas de ingeniería social, es decir, aquellas que explotan el error humano en lugar de una brecha de seguridad informática. Los métodos más temidos incluyen los mensajes sospechosos recibidos por correo electrónico, SMS o WhatsApp, señalados por un 73 % de los encuestados; las llamadas falsas en nombre de entidades o empresas legítimas, con un 42 %; y los intentos de contacto por redes sociales, que preocupan a un 35 %.

Las entidades bancarias como pilar de confianza en el mundo digital

En un panorama donde la digitalización transforma el día a día de millones de personas, las entidades bancarias tradicionales se consolidan como pilar de confianza para la gestión y protección de datos personales en los canales digitales. Así lo demuestra el estudio, que otorga a estas instituciones una puntuación media de 7,5 sobre 10 en términos de confianza, por delante incluso de las Administraciones públicas. Además, tres de cada cuatro usuarios valoran como buenas o muy buenas las medidas de seguridad implementadas por sus bancos y cajas de ahorros.

El uso de la banca digital ha alcanzado niveles históricos, convirtiéndose en una herramienta indispensable para la operativa diaria. **Cuatro de cada diez encuestados acceden a estas plataformas todos los días**, y un 88 % lo hace al menos una vez por semana. En este entorno, el 84 % de los usuarios afirma sentirse seguro al operar con su banca digital.

La percepción de seguridad no se limita al uso cotidiano, sino que también refleja un reconocimiento hacia las iniciativas de las entidades bancarias. Un **78 % de los encuestados reconoce que su entidad se preocupa por la seguridad de sus datos financieros y personales**, y tres de cada cuatro encuestados se muestran satisfechos o muy satisfechos con las medidas de ciberseguridad adoptadas por su banco o caja de ahorros. Además, ante un fraude, las entidades bancarias son consideradas los actores mejor preparados para la protección ante posibles fraudes financieros en Internet,

seguidos de los cuerpos de seguridad del Estado y las Administraciones públicas; esta opinión se acentúa en los sectores poblacionales de mayor edad. De hecho, esta relación de confianza entre usuarios y entidades bancarias se hace especialmente evidente en situaciones de vulnerabilidad. La mayoría de los encuestados prioriza el contacto directo con su entidad al detectar una actividad sospechosa en sus cuentas, y aquellos que han sufrido un ciberfraude califican con un notable (7,2 de media) la atención recibida.

La brecha en conocimientos de ciberseguridad: un desafío clave en la era digital

La falta de conocimientos en ciberseguridad continúa siendo uno de los mayores desafíos en la era digital. Según el estudio, **seis de cada diez españoles reconocen tener nociones limitadas en esta materia**, esta carencia afecta especialmente a mujeres y personas mayores de 65 años. De hecho, a pesar de los esfuerzos de las entidades bancarias para informar acerca de medidas de protección ante ciberataques, el 20 % de los encuestados cree erróneamente que su banco podría solicitarle claves de usuario y contraseñas a través de correo electrónico, SMS, WhatsApp o llamadas telefónicas.

Ante la falta de conocimientos en materia de ciberseguridad, las entidades bancarias se vuelcan en crear y divulgar contenidos bajo el firme propósito de impulsar, fomentar y ofrecer a sus clientes las herramientas necesarias para reducir su exposición a ciberfraudes. Así, el **85 % de los encuestados reconoce recibir este tipo de comunicaciones por parte de su banco, pero solo el 54 % afirma prestarle atención**. Por edades, la población más joven es la menos atenta a este tipo de comunicaciones (solo el 33 % la tiene en cuenta), mientras que los mayores de 65 años son más receptivos (el 67 % lo tiene en cuenta).

A pesar del escaso conocimiento, el 65 % de los encuestados considera que toma medidas suficientes para proteger su seguridad digital, una cifra que sube al 86 % entre quienes afirman tener nociones sólidas en ciberseguridad. Entre las prácticas más comunes destacan la activación de notificaciones para alertar sobre movimientos en la cuenta, el uso de datos biométricos para acceder a aplicaciones y la protección activa de las contraseñas mediante su actualización periódica.

Las cifras reafirman la necesidad de capacitar a los diferentes colectivos en competencias digitales, necesarias para gestionar eficazmente sus finanzas personales. Para el sector CECA -representa a CaixaBank, Kutxabank y Cajasur Banco, ABANCA, Unicaja, Ibercaja Banco, Caixa Ontinyent, Colonya Pollença y Cecabank, y a más de treinta fundaciones- la formación en conocimientos financieros y habilidades digitales es una prioridad absoluta. Lo que hace que se posicione como uno de los mayores inversores en educación financiera en España, con una dotación de cerca de 18 millones de euros en los últimos seis años. En 2023, destinó más de 2,58 millones de euros a más de un centenar de programas, que alcanzaron a 34 millones de beneficiarios.

Sobre CECA

CECA es la asociación bancaria que defiende los intereses de las cajas de ahorros y los bancos creados por ellas y promueve la misión que desempeñan a través de su actividad financiera y su Obra Social.

<https://www.ceca.es/>

@sectorceca

Departamento de Comunicación

T. 699 534 065

comunica@ceca.es

Entidades adheridas a CECA

Entidades de crédito



Fundaciones

