

GRADO: ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Curso 2023/2024

Digitalización de las entidades financieras y su efecto en los distintos segmentos

Autor/a: Jon Legorburu Alcorta

Director/a: Julián Pando García

Bilbao, a 13 de febrero de 2024



ÍNDICE DE TABLAS	3
RESUMEN	4
ABSTRACT	5
1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	5
1.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	6
1.3. METODOLOGÍA	6
2. DIGITALIZACIÓN BANCARIA	7
2.1. EXPLICACIÓN DEL TÉRMINO DIGITALIZACIÓN BANCARIA	7
2.2. CONTEXTO HISTÓRICO DE LA DIGITALIZACIÓN BANCARIA	8
2.3. MOTIVOS QUE IMPULSAN LA INNOVACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR FINANCIERO	9
3. SEGMENTOS DE CLIENTES EN LA BANCA DIGITAL	10
3.1. PERFILES DE USUARIOS DE BANCA ONLINE	10
3.2. ADAPTACIÓN DE GRUPOS EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD A LA BANCA DIGITAL	19
4. LA IRRUPCIÓN DE LAS FINTECH Y EL BIG DATA EN LA NUEVA DIGITALIZACIÓN	23
4.1. FINTECH	23
4.2. BIG DATA	24
5. SERVICIOS PROPORCIONADOS POR LA BANCA DIGITAL	25
5.1. APLICACIONES MÓVILES Y BANCA ONLINE	25
5.2. ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE BANCOS Y FINTECH PARA LA INNOVACIÓN BANCARIA	27
5.3. LOS PRODUCTOS FINANCIEROS MÁS COMUNES ENTRE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA	28
6. PROS Y CONTRAS DE LA DIGITALIZACIÓN BANCARIA PARA LOS DISTINTOS SEGMENTOS	30
6.1. COMODIDAD Y EFICIENCIA PARA LOS USUARIOS	30
6.2. REDUCCIÓN DE COSTES	30
6.3. EXCLUSIÓN FINANCIERA DIGITAL	32
6.4. PÉRDIDA DE EMPLEO EN EL SECTOR BANCARIO TRADICIONAL	34
7. ADAPTACIÓN Y SOLUCIONES PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN LOS DISTINTOS SEGMENTOS	35
7.1. SEGMENTACIÓN GENERACIONAL	35
7.2. SEGMENTACIÓN POR NIVEL DE INGRESOS	41
7.3. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	43
8. ESTUDIO EMPÍRICO A TRAVÉS DE UNA ENCUESTA	44
9. CONCLUSIONES	49
10. BIBLIOGRAFÍA	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Uso de internet en los últimos 3 meses, 2022.....	10
Tabla 2: Porcentaje de personas que realizaron gestiones de banca electrónica en España en 2021.....	11
Tabla 3: Porcentaje de personas que realizaron gestiones de banca electrónica en España en 2023.....	12
Tabla 4: diferencias con respecto al grupo con menor nivel educativo del cabeza de familia.....	13
Tabla 5: diferencias con respecto al grupo con menor nivel de renta del hogar	13
Tabla 6: Matriz de muestra (Heatmap) por dimensiones y características sociodemográficas.....	14
Tabla 7: Causas de la vulnerabilidad financiera.....	17
Tabla 8: Segmentos de los distintos usuarios de banca online.....	18
Tabla 9: Edad mediana de la población en la UE: 44 años.....	19
Tabla 10: Porcentaje que adquiere vehículos de ahorro en los últimos dos años, por nivel de renta del hogar.....	28
Tabla 11: Porcentaje que adquiere seguros, tarjetas de crédito o deuda, en los últimos dos años, por nivel de renta del hogar.....	28
Tabla 12: Número de oficinas bancarias en España.....	30
Tabla 13: . Factores de acceso o uso que afectan la exclusión financiera.....	32
Tabla 14: Ampliación del horario de atención presencial.....	38
Tabla 15: Atención telefónica personalizada.....	38
Tabla 16: Balance de adaptación de canales (2021-2022).....	39
Tabla 17: Balance de atención y formación (segundo semestre).....	39
Tabla 18: Conclusiones del estudio.....	40
Tabla 19: ¿En qué rango de edad te encuentras?	43
Tabla 20: Situación laboral	44
Tabla 21: Lugar de residencia.....	44
Tabla 22: ¿Qué tan cómodo te sientes utilizando servicios bancarios digitales?	45
Tabla 23: Canal preferente para consultar dudas o problemas	45
Tabla 24: ¿Crees que la digitalización bancaria ha tenido un impacto positivo o negativo en la relación entre los bancos y sus clientes?	46
Tabla 25: En cuanto a seguridad. ¿Qué nivel de confianza sientes al realizar tus operaciones bancarias de manera digital?	47
Tabla 26: ¿Qué aspecto de la banca digital consideras más importante o valioso para ti?.....	47

RESUMEN

Los avances tecnológicos han supuesto un gran cambio en la forma en la que los seres humanos llevan a cabo sus labores diarias. Esta revolución tecnológica ha tenido múltiples impactos en diversas facetas de nuestra sociedad. El presente estudio se va a enfocar en un sector concreto; el sector bancario y su transición hacia la digitalización; examinando de qué manera los sucesos recientes están impactando en los diversos estratos de la sociedad (Martínez, Palma, Velásquez, 2020).

La digitalización bancaria representa una transformación sin igual en la forma en la que las entidades financieras ofrecen sus servicios y productos, así como en la manera en la que los clientes acceden a ellos y los utilizan. Este cambio ha sido impulsado por la rápida evolución tecnológica, desde la popularización de Internet hasta el auge de los dispositivos móviles. Estos avances han permitido a los bancos ofrecer servicios más ágiles y personalizados, mejorando la eficiencia y la experiencia del usuario. Este fenómeno ha redefinido completamente la relación entre los clientes y las instituciones financieras, marcando una era donde la accesibilidad, la innovación y la conveniencia son fundamentales (Funcas, KPMG, 2023).

A lo largo de este trabajo, se analizarán los aspectos clave de la transformación digital en el sector bancario. Asimismo, se estudiarán las medidas llevadas a cabo para promover la inclusión financiera, los pros y los contras de esta, así como los distintos efectos ocasionados en los distintos segmentos.

La industria en cuestión tiene un tamaño considerable y, por ende, las formas de clasificar a los clientes también son muy variadas. Por ello, el estudio se enfocará en tres segmentos de clientes: generacional, según ingresos y por ubicación geográfica. Esta delimitación resulta necesaria debido a la necesidad de acotar, para así ofrecer un estudio que ahonde y profundice en el tema en cuestión.

ABSTRACT

Technological advancements have brought about a significant change in the way humans carry out their daily tasks. This technological revolution has had multiple impacts on various aspects of our society. The present study will focus on a specific sector; the banking sector and its transition towards digitization; examining how recent events are impacting various strata of society (Martinez, Palma, Velásquez, 2020).

Banking digitization represents an unparalleled transformation in how financial institutions offer their services and products, as well as how customers access and use them. This change has been driven by rapid technological evolution, from the popularization of the

Internet to the rise of mobile devices. These advancements have allowed banks to offer more agile and personalized services, improving efficiency and user experience. This phenomenon has completely redefined the relationship between customers and financial institutions, ushering in an era where accessibility, innovation, and convenience are paramount (Funcas, KPMG, 2023).

Throughout this work, the key aspects of digital transformation in the banking sector will be analyzed. Additionally, the measures taken to promote financial inclusion, the pros and cons thereof, as well as the different effects on various segments, will be studied.

The industry in question is of considerable size, and therefore, the ways of classifying customers are also very diverse. Therefore, the study will focus on three customer segments: generational, income-based, and geographic location-based. This delimitation is necessary due to the need to narrow down, in order to provide a study that delves deeply into the subject at hand.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La principal motivación para la elección del tema radica en la experiencia vivida en primera persona, que abarca tanto la perspectiva del consumidor como la de quien ha trabajado en una entidad financiera. Esta vivencia personal ha despertado mi interés, especialmente en vista de la importancia de los acontecimientos: una banca cada vez más digital y su impacto en los distintos segmentos de la población. En respuesta, he optado por explorar este fenómeno desde una perspectiva analítica, con el objetivo de comprender a fondo los efectos y desafíos de este cambio de paradigma.

Es por tanto la comprensión del impacto de este fenómeno en la sociedad actual lo que me mueve a realizar este estudio. Además, es esencial comprender cómo este proceso influye en la inclusión financiera y en la posible exclusión de ciertos colectivos. La forma en la que las personas gestionan su dinero y acceden a los distintos servicios y productos es toda una prioridad y es por ello que abordar este fenómeno se convierte en una necesidad ineludible para la sociedad (Morgan, Peter J. y Pontines, Víctor, 2014).

En definitiva, la evolución hacia la digitalización bancaria no solo afecta a la forma en la que interactuamos con la banca, sino que también formula preguntas clave sobre la equidad y la accesibilidad. Este estudio tratará de arrojar luz sobre algunos de los interrogantes generados por esta convergencia entre la tecnología y las finanzas que tanto inquieta a la

sociedad actual. Estudiar las nuevas tendencias que se están implantando es esencial para moldear un futuro financiero sostenible y equitativo (Funcas, KPMG, 2023).

1.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado es analizar el efecto que causa esta conversión digital en los distintos grupos demográficos, identificando sus principales fortalezas y limitaciones. Para ello, se investigarán minuciosamente desde las razones que impulsan este cambio, su evolución histórica, análisis de datos o cifras relevantes relacionadas con la adaptación de los distintos grupos.

Se explicarán los distintos servicios proporcionados por estas nuevas aplicaciones, destacando cómo estas innovaciones influyen en la gestión de productos financieros. Por otro lado, se analizarán las iniciativas implementadas hasta el momento para abordar estos desafíos, así como su correspondiente seguimiento.

Además, se realizará un estudio empírico a través de una encuesta, en donde podremos observar las opiniones de los sujetos, para así contrastar si la información proporcionada por los distintos estudios realizados se corresponde con lo que dicen los usuarios.

En definitiva, este trabajo busca ofrecer una visión clara y general de lo que es la evolución digital en el ámbito financiero y su impacto en la sociedad, destacando las variaciones entre las diversas partes y el efecto generado en cada una de ellas.

1.3. METODOLOGÍA

El presente trabajo emplea una metodología descriptiva y exploratoria sobre la digitalización bancaria y su impacto en los distintos segmentos de clientes. Además, el análisis de encuestas realizadas tanto por terceros como por cuenta propia también estarán presentes a lo largo del trabajo.

En primer lugar, se dará inicio con una revisión detallada del contexto histórico y conceptual en los puntos (2.1) y (2.2), estableciendo así las bases teóricas necesarias. Identificando los motivos impulsores de la innovación digital en el sector financiero (2.3).

La segmentación de clientes en la banca (3) será abordada deduciendo los perfiles de usuarios (3.1) y evaluando la adaptación de los grupos vulnerables (3.2). La sección dedicada

a la incorporación de Fintech e inteligencia artificial (4) abordará el significado de estos conceptos y la relación existente con el tema a tratar en este estudio.

En el punto (5), se detalla la variedad de servicios ofrecidos por la banca digital, incluyendo aplicaciones móviles y banca online, alianzas estratégicas entre bancos y Fintech, así como los productos financieros más comunes en la población española. En el punto (6) se examinarán los aspectos positivos y negativos de la digitalización bancaria, incluyendo la evaluación de beneficios y desventajas, así como la reducción de costes, los riesgos de exclusión financiera y la posible pérdida de empleo en la banca tradicional.

Seguidamente, se aborda la adaptación y las soluciones llevadas a cabo para garantizar la inclusión de los distintos grupos, contemplando la clasificación generacional (7.1), por niveles de ingresos (7.2) y diversidad geográfica (7.3). En el punto (8) se llevará a cabo un estudio de mercado a través de encuestas online para conocer su opinión.

Por último, en el punto (9) se expondrán las conclusiones del estudio las cuales irán respaldadas por una exhaustiva revisión bibliográfica.

2. DIGITALIZACIÓN BANCARIA

2.1. EXPLICACIÓN DEL TÉRMINO DIGITALIZACIÓN BANCARIA

La digitalización bancaria es la respuesta de los bancos tradicionales a la disrupción tecnológica causada por las startups Fintech, las cuales han introducido nuevos modelos de negocio basados en tecnología (Carné, 2020).

Los autores (Arguedas, Sánchez y Martín, 2019) determinan que esta evolución digital consiste en transformar cualquier información. Es decir, toda aquella operativa llevada a cabo de manera personal, se puede convertir en información a través de ordenadores, conformando un ahorro en diferentes aspectos: ahorro de personal, de movimientos físicos, en materias primas, todo esto conlleva a procesos más rápidos y eficientes.

Según el analista (Fresneda 2022, p.1), *“el principal objetivo es adaptarse a los avances tecnológicos logrando la satisfacción de los clientes”*, generando así mayores ingresos y reduciendo costes, ya que las entidades consideran la automatización de procesos como la clave principal para reducir costes. No obstante, existe cierto escepticismo ya que a la hora de cuantificar la rentabilidad de dicha transformación hay bancos que están teniendo problemas para monitorizar dicho progreso, por no hablar de la adaptación forzosa de algunos segmentos de consumidores los cuales se sienten excluidos debido a esta modernización acelerada.

2.2. CONTEXTO HISTÓRICO DE LA DIGITALIZACIÓN BANCARIA

Para la elaboración de este apartado se ha recurrido a una publicación realizada por (Fine c, 2016) y a un artículo publicado por Nuevo Financiero en el año (2018).

La digitalización bancaria ha experimentado una evolución significativa a lo largo de los últimos 80 años, a continuación, cogiendo como horizonte temporal las últimas ocho décadas, veremos los hechos que han impulsado este fenómeno.

En 1948, se dio un gran paso con la creación de la primera tarjeta de crédito, la cual permitió realizar los primeros pagos en diferentes establecimientos. Con la llegada de la década de 1950 también llegaron las tan emblemáticas American Express y Bank of America, mejorando aún más las opciones de pago y financiamiento.

En plena década de los sesenta, marcada por las transformaciones socioculturales y avances tecnológicos, se gestaba una revolución que cambiaría la forma en la que las personas interactúan con la banca, en 1968 apareció el primer cajero automático, el cual ofrecía a sus clientes una novedosa forma de dar acceso a sus fondos. Posteriormente en 1994, con la llegada de Internet surgió la primera banca en línea de la mano de Stanford Credit Union. Este acontecimiento marcó un cambio radical al permitir a los usuarios acceder a servicios financieros directamente desde sus dispositivos. La digitalización bancaria empezó a trascender los límites físicos de las sucursales tradicionales. A medida que iba avanzando el siglo XXI, este servicio se convirtió en un servicio común para todos los bancos.

Entrados ya en los 2000, parecía que la digitalización había llegado para quedarse, pero hubo un hecho que aceleró todo el proceso de manera vertiginosa, la crisis del 2008, desencadenada por la quiebra de Lehman Brothers. Esta fue la mayor crisis del sistema bancario de nuestra historia y es fundamental entender bien este periodo para comprender la situación financiera actual. Resulta que los años precedentes a esta crisis ya venían pronosticando lo que iba a pasar, con el boom inmobiliario los bancos ofrecían préstamos e hipotecas a todo el mundo con condiciones muy ventajosas. Esta política de préstamos de alto riesgo, denominados “préstamos subprime” permitía que incluso aquellos con historiales crediticios cuestionables obtuvieron financiación para sus hipotecas.

Sin embargo, esta aparente bonanza ocultaba un gran problema. Los bancos empaquetaban estas hipotecas en productos financieros, vendiéndolas a inversores de todo el mundo. Cuando los precios de las viviendas comenzaron a bajar y las tasas de morosidad aumentaron, estos productos financieros cayeron en picado provocando una crisis global.

Este evento provocó que los bancos perdieran la confianza de sus clientes, los cuales buscaban alternativas como las famosas fintech. Solo les quedó reinventarse para captar de nuevo a la clientela, la cual era cada vez más exigente. Para no desaparecer, a muchas entidades no les quedó otra que unificarse, desapareciendo miles de sucursales. Otra forma de sobrevivir fue la digitalización acelerada, la cual suponía una forma de ahorrar costes y ganar clientela. Ofrecer productos tecnológicos se convirtió en la solución para adaptarse a un mundo en constante cambio, pero a qué precio.

Por último, debemos mencionar la era Covid-19, la cual ha generado cambios notables en los patrones de comportamiento de los ciudadanos, acelerando aún más si cabe el proceso de digitalización. Los pagos digitales a través de móviles han sustituido en gran medida el efectivo como medio de pago. Nuevas tecnologías como los cripto activos, la ciberseguridad son algunos de los temas del momento que están irrumpiendo con fuerza en la sociedad (Carbó, Cuadros, Rodríguez, 2022).

2.3. MOTIVOS QUE IMPULSAN LA INNOVACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR FINANCIERO

Según Guillermo Carne Miranda, *“la digitalización en el sector financiero es el procedimiento por el cual los bancos transforman sus productos y servicios ofreciéndole al cliente soluciones digitales a través de dispositivos electrónicos”*. Todas estas nuevas oportunidades surgen gracias a la evolución tecnológica constante que estamos viviendo (Carne, 2020, p.23).

Este proceso brinda grandes beneficios al sector, y es que hasta hace no mucho, la capacidad de poder gestionar tus ahorros desde un dispositivo móvil resultaba impensable, hoy por hoy no es más que la realidad de nuestro día a día. Uno de los motivos fundamentales de esta aceleración es mejorar la experiencia de usuario, evolucionando así hacia un modelo centrado en el cliente, ofreciendo productos y servicios a su medida (KPMG, Enfocados en el cliente: El modelo de omninegocio, 2016).

Otro motivo adicional radica en la búsqueda continua de nuevos clientes. Esta es una razón fundamental ya que las recientes crisis, tanto la del 2008 como la reciente pandemia, han provocado la pérdida de confianza por parte de estos. El crecimiento exponencial de las apps de banca y banca online han dejado en un segundo plano la banca tradicional (Carné, 2016).

La reducción de costes sería otro de los principales motivos, es por ello que se están realizando grandes inversiones en tecnología para poder automatizar diversos procesos que suponen un gran coste para las entidades. Según un informe sobre el sector bancario de Funcas, *“existe un crecimiento acumulado de las inversiones tecnológicas del 71,8%”*, en los últimos 5 años, esto se traduce en el uso generalizado de la banca online. La llegada de las Fintech en su día revolucionó por completo el sector financiero, el cual se vio obligado a

adaptarse a una nueva realidad, donde la competencia es cada vez mayor por lo que la reducción de costes es inevitable para su subsistencia (Carbó, Cuadros, Rodríguez, 2021a, p.24).

Otro factor importante es la búsqueda imperante de una mayor eficiencia en los procesos. Sistemas como la firma electrónica, o las aplicaciones de banca online sirven para minimizar los errores humanos, ya que se estima que estos errores son más habituales y más caros que la propia creación de las apps.

Por último, el estilo de vida de la sociedad actual también ha contribuido a este fenómeno, una sociedad acomodada que se caracteriza por la inmediatez, el confort y la dependencia tecnológica, provoca también esta rápida evolución (Evolución y consecuencias de la hiperconectividad, 2023).

3. SEGMENTOS DE CLIENTES EN LA BANCA DIGITAL

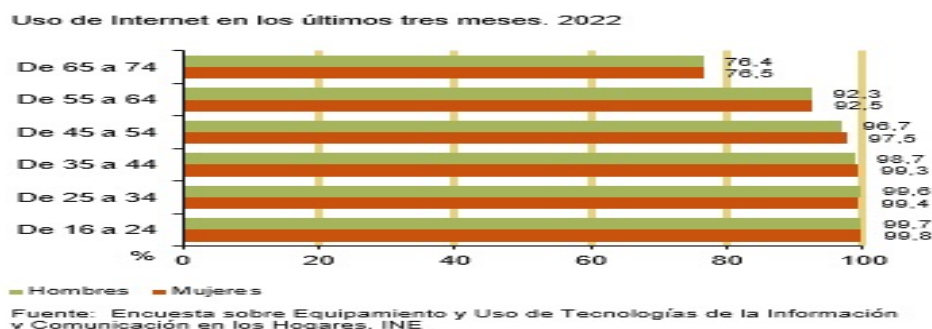
3.1. PERFILES DE USUARIOS DE BANCA ONLINE

Es importante conocer los diversos clientes que recurren a los servicios bancarios en línea, para así, conocer sus hábitos, preferencias, realizar predicciones futuras y también para ofrecerles soluciones a medida (Palomo, 2019).

Por otro lado, la clasificación de los distintos grupos ya sea por edad, nivel educativo, nivel de renta... Resulta de vital importancia para poder determinar los distintos perfiles que pueden existir y así poder atenderles de manera más personalizada.

En España el uso de las tecnologías de la información y comunicación ha crecido enormemente en los últimos tiempos, tanto que en los últimos meses los datos muestran como prácticamente la totalidad de la población ha recurrido a servicios de internet. Así lo refleja un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística INE del año (2022).

Tabla 1: Uso de internet en los últimos 3 meses, 2022



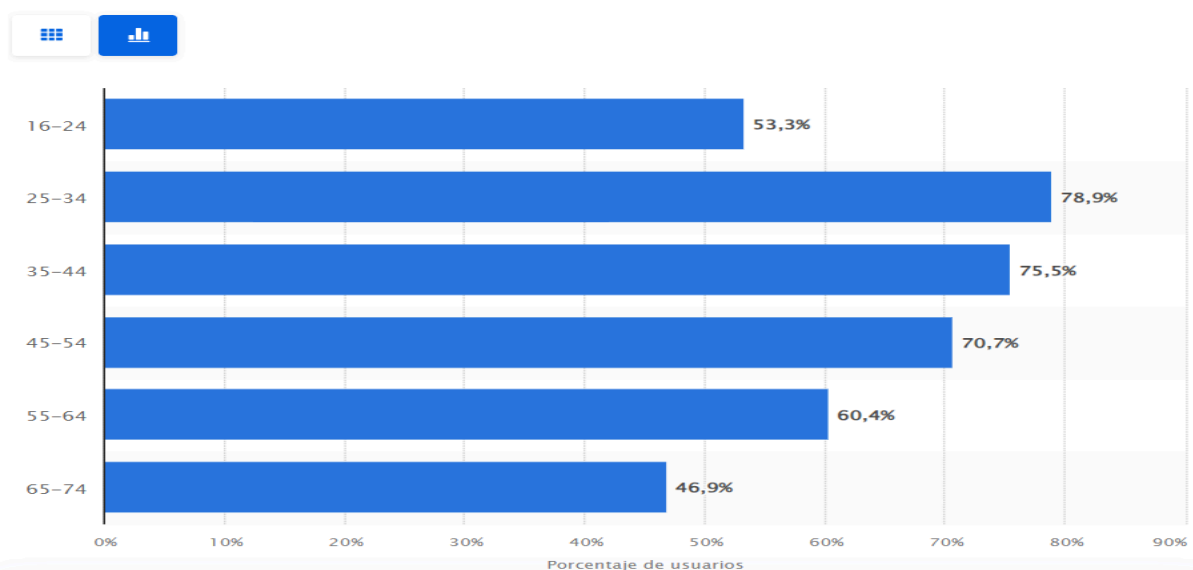
Esta gráfica nos indica cómo a medida que las edades son más extremas los resultados también lo son. Los más jóvenes poseen un gran manejo de las tecnologías, pero su relación con las entidades bancarias es menos frecuente. Los más mayores, aunque frecuentan los bancos y las cajas de ahorro, su manejo con las redes sociales resulta más precario en algunos casos. Es por esto que la edad es uno de los factores más determinantes a la hora de clasificar los distintos perfiles de usuarios de banca online. Varios estudios apuntan a que la edad es un factor determinante en la adopción de la banca online, de hecho, la edad avanzada es un factor de riesgo a la hora de adoptar banca en línea según Yates (2020).

Una vez puesta en perspectiva la importancia del internet en nuestra sociedad, vamos a centrarnos en el uso de la banca online según los grupos de edad en el año 2021, para después compararlo con el año 2023 y sacar conclusiones. Esta información se extrae de un informe trimestral que elabora el INE anualmente cuyo objetivo no es otro que obtener datos sobre el desarrollo y evolución de lo que se ha denominado la Sociedad de la Información (Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares, 2023).

Esta encuesta nos servirá para comparar la evolución del porcentaje de personas que realizaron gestiones de banca electrónica en los años 2021 y 2023.

Tabla 2: Porcentaje de personas que realizaron gestiones de banca electrónica en España en 2021

Porcentaje de personas que realizaron gestiones de banca electrónica en España en 2021, por edad

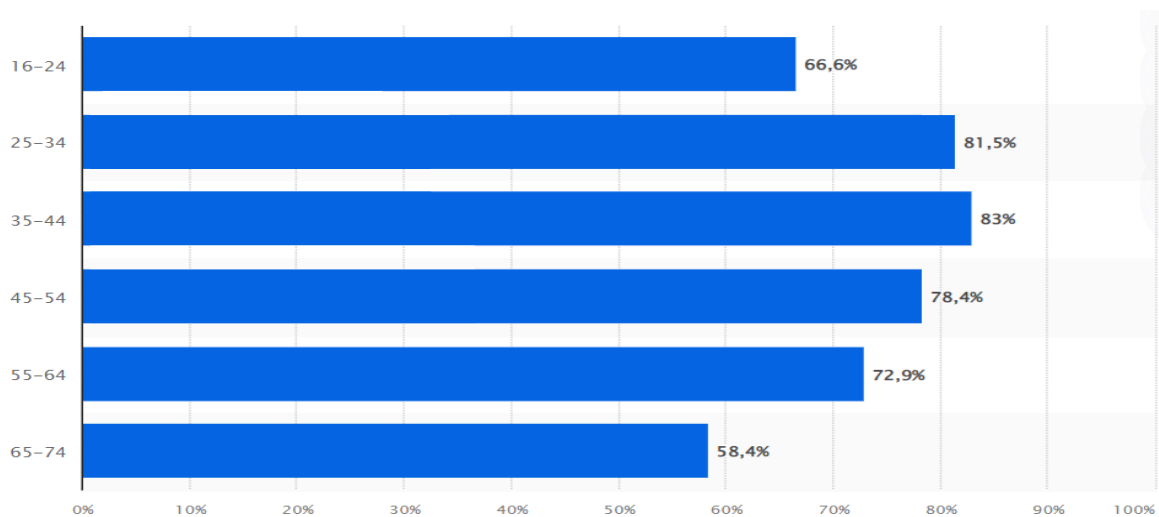


Fuente: Statista 2021

Esta gráfica nos muestra como en los extremos, tanto los usuarios más jóvenes como los de mayor edad tienden a utilizar en menor medida la banca electrónica, esto se debe por un lado a que los más jóvenes tienen una menor vinculación a los servicios bancarios, ya que por norma general tienen una menor actividad económica, por lo que la utilización de los diversos servicios es más esporádica (Galmés, G.A, 2012).

Por otro lado, se puede observar cómo de entre los mayores de 65 años tan solo el 46,9% de estos utilizaron la banca electrónica en esos tres meses. Esto es atribuible a la brecha digital. Los rápidos avances tecnológicos progresan rápidamente, dificultando la adaptación de los que no son nativos digitales (factores que originan la brecha digital, 2023).

Tabla 3: Porcentaje de personas que realizaron gestiones de banca electrónica en España en 2023



Fuente: Statista 2023

En esta segunda gráfica, podemos observar el porcentaje de personas que realizaron gestiones de banca electrónica dividido por grupos de edad referentes al año 2023. Resulta que los usuarios con edades comprendidas entre los 35-44 años fueron los que obtuvieron un mayor porcentaje en los servicios electrónicos, con un 83%, porcentaje superior al año predecesor (Fernández, 2023).

Lo realmente revelador de esta comparativa es el incremento porcentual tan pronunciado que se da con tan solo dos años de diferencia, sobre todo en personas mayores de 55 años en adelante, los cuales han pasado de un 60,4% a un 72,9%, lo que supone un incremento del 12,5%.

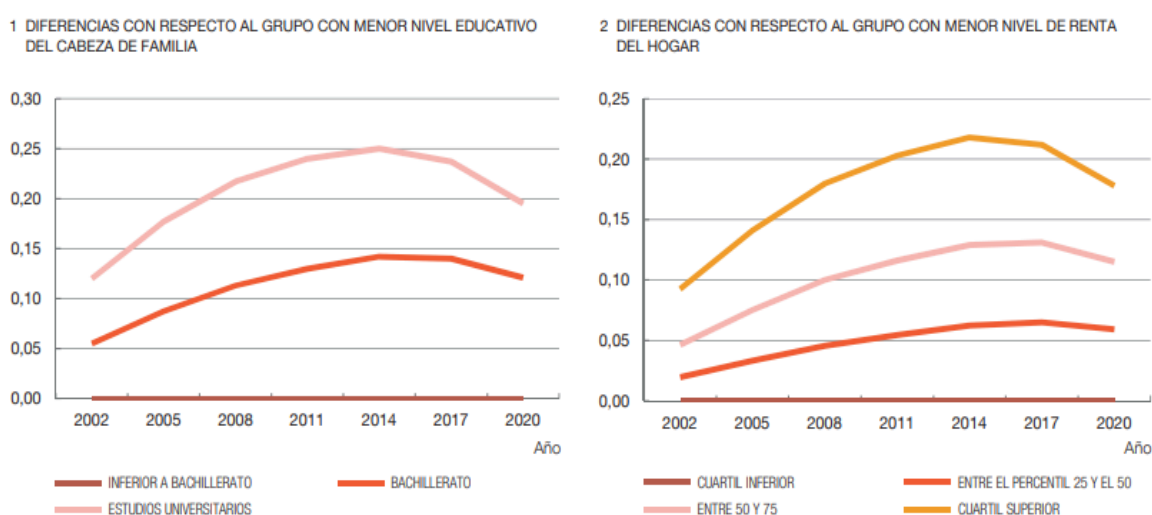
En el resto de rangos de edad también se observan variaciones al alza, aunque en los extremos de la gráfica es donde se observa un mayor cambio, con un 11,5% de incremento

entre los mayores de 65 y un 13,3% entre los menores de 24. En apenas 2 años, se ha registrado un incremento exponencial en cada uno de los rangos de edad. Esto demuestra el claro avance hacia la digitalización bancaria, y esta encuesta ilustra claramente esta transición en curso.

Por otro lado, existen otros factores de vital importancia por los cuales hay una gran parte de la población que se siente excluida de la digitalización bancaria. En el documento N. 2308 publicado por el Banco De España, (2023) se observa otro grupo vulnerable, este sería la población con menor renta y con un nivel educativo menor, los cuales tienen una menor capacidad de acceso a nuevas tecnologías, así como a los distintos servicios de banca online. A continuación, se muestran dos gráficas donde se compara el uso de la banca online por nivel de renta y educación.

Tabla 4: diferencias con respecto al grupo con menor nivel educativo del cabeza de familia

Tabla 5: diferencias con respecto al grupo con menor nivel de renta del hogar



(Banco de España, gráfico 7, 2023)

Estas dos gráficas nos muestran diferencias claras que conviene analizar. En primer lugar, se observan diferencias en el uso de la banca online entre aquellos que tienen estudios universitarios respecto a los que tienen estudios de bachillerato y los que tienen estudios inferiores a bachillerato. También conviene destacar el hecho de que con el paso del tiempo estos grupos han ido incorporando la banca online a su vida cotidiana.

Por otro lado, si comparamos las diferencias por niveles de renta el uso de la banca online presenta patrones muy similares a los del nivel educativo, es decir los hogares con rentas más pequeñas tienden a utilizar menos la banca online, sin embargo, con el paso de los años el uso de estas aplicaciones se ha ido incrementando.

En definitiva, los datos apuntan a que el uso de la banca online se ha extendido en la población a lo largo del periodo analizado, sin embargo, factores como la falta de competencias digitales o las barreras para adquirirlas, provocan que aún sigan existiendo diferencias sustanciales entre las distintas clases (Crespo, El Amrani, Gento, Villanueva, 2023).

Por otro lado, el estudio de (Carbo-Valverde S, Cuadros-Solas P, Rodríguez-Fernández F, 2020)

proporciona una valiosa perspectiva sobre el tema, al llevar a cabo un análisis empírico basado en datos de encuestas sobre banca en línea y servicios de pago, se hizo una clasificación de los distintos perfiles que emplean estos servicios. Fueron 3.005 las personas que respondieron, con una edad comprendida entre los 18 y 75 años. En ella se les preguntó sobre su experiencia personal, preferencias, fortalezas, debilidades...

Para que la muestra fuese representativa y lo más objetiva posible se establecieron cuotas controladas en función de la edad, el sexo y la ubicación. El instituto de investigación social y de mercado IMOP insights fue el encargado de llevar a cabo la encuesta a través de cuestionarios telefónicos para su posterior codificación y estudio.

Según la OCDE España ocupa el tercer puesto mundial en crecimiento anual en adopción de banca online por lo que los hallazgos de esta investigación podrían proyectarse o ser un reflejo de lo que sucede en otras economías desarrolladas. (Carbó-Valverde S, Cuadros-Solas P, Rodríguez-Fernández F 2020)

Dicho todo esto, a continuación, se mostrarán algunas tablas las cuales se han extraído del estudio en cuestión y que facilitarán la posterior clasificación de los segmentos.

Tabla 6: Matriz de muestra (Heatmap) por dimensiones y características sociodemográficas

	Degree of Digitalization				Degree of Financial Digitalization				Consumers' perceptions				Non-banking services and social networks					
	% Frequent Internet Users	% Mobile Phone	% Laptop	% Tablet	% Online Bank Account	% Exclusive Online Users	% Debit Card	% Credit Card	Low or Very Low Cost: Online Banking	Low or Very Low Cost: Mobile Banking	Safe or Very Safe: Online Banking	Safe or Very Safe: Mobile Banking	Easy or Very Easy: Online Banking	Easy or Very Easy: Mobile Banking	Non-Bank account	Social Network User	Facebook/ Twitter Communication	Facebook /Twitter Complain
Male	93.03	98.00	76.76	46.48	80.44	14.43	78.77	55.12	65.51	61.49	60.35	46.62	67.52	63.43	39.45	64.37	3.33	18.94
Female	89.74	97.00	72.95	47.16	78.31	11.18	78.37	47.09	60.05	56.15	57.61	42.00	66.20	63.76	30.29	66.93	3.75	16.60
18 - 24 years	100	100	91.84	43.62	85.11	5.67	75.18	30.14	76.95	75.53	58.51	45.39	80.85	83.33	50.71	91.13	2.33	21.40
25 - 34 years	100	99.59	83.73	51.41	88.35	21.89	84.14	38.35	79.72	77.91	68.67	57.83	79.12	78.11	50.60	89.36	5.17	19.10
35 - 44 years	98.39	99.71	76.82	56.85	87.32	18.22	82.94	56.71	72.45	70.26	67.64	53.79	74.34	73.62	41.98	76.38	2.86	18.51
45 - 54 years	96.35	97.29	78.76	50.08	82.41	13.15	79.87	49.60	60.22	54.83	61.49	45.01	69.10	63.87	32.96	63.55	2.49	14.71
55- 64 years	86.60	97.87	68.20	39.60	74.00	11.20	75.00	49.08	51.60	43.60	54.80	34.60	57.20	48.40	21.40	46.40	4.74	15.95
> 65 years	61.27	91.88	50.98	30.39	52.94	6.37	69.12	50.00	33.58	29.41	34.07	22.30	37.99	33.58	12.01	27.94	4.39	14.91
Working	97.41	98.90	80.66	52.56	87.05	16.75	83.58	56.25	71.13	67.05	67.82	51.90	74.77	71.40	40.55	72.67	3.94	18.20
Pensioner/retired	70.00	94.11	56.00	35.00	59.60	7.40	72.80	55.00	39.20	33.20	40.60	27.00	42.80	37.20	16.20	34.20	4.68	16.37
Unemployed	92.30	97.39	67.46	38.76	71.89	7.69	67.16	35.50	54.14	50.89	46.75	35.80	60.65	58.58	27.81	68.05	1.74	15.22
Student	100	100	93.78	39.38	87.05	6.74	76.17	25.91	80.83	78.76	60.62	49.74	83.42	85.49	53.37	88.60	2.34	18.71
Unpaid domestic work	77.36	92.98	60.38	44.65	60.38	3.14	66.67	43.40	37.74	37.74	39.62	23.27	45.28	41.51	20.75	51.57	2.44	18.29
Mean	91.38	98.50	74.84	46.82	79.57	12.81	78.57	51.08	62.76	58.80	58.97	44.29	66.86	63.59	34.84	65.66	3.55	17.74

Figura 19. (Carbo-Valverde S, Cuadros-Solas P, Rodríguez-Fernández F 2020)

Esta tabla nos muestra las principales características de los participantes de la encuesta, en su grado de digitalización, percepción de la banca online, grado de digitalización financiera....

Los resultados se presentaron por sexo, edad y situación laboral.

Estos resultados lo que nos vienen a decir es que la digitalización bancaria está impulsada por las características individuales de los consumidores. Por ello, los bancos deberían segmentar a sus clientes para así ofrecerles resultados que se ajusten a las características de cada uno. Además, este estudio en particular apunta a que el cierre de sucursales no es el único factor determinante en el proceso de adopción de la digitalización bancaria, sino que las percepciones individuales de los clientes ejercen una fuerte influencia (entre otros factores que se explicarán más adelante en el trabajo) (Carbo-Valverde S, Cuadros-Solas P, Rodríguez-Fernández F 2020).

Según un estudio elaborado por (Choudrie J., CO junior, McKenna B. y Richter S. 2018), sugiere que a la hora de segmentar a los distintos clientes en la banca digital debemos hacer referencia a la brecha digital, siendo la edad un factor determinante en este aspecto. Un artículo elaborado por (Greengard, 2009) sugiere que la disminución de capacidades físicas y cognitivas, así como enfermedades crónicas, presenta desafíos para el uso de las TIC en adultos mayores. Otros artículos anteriores (Mattila, 2003) o (Laukkanen, 2007) también sostienen que los clientes maduros se resisten a los servicios bancarios por internet en mayor medida que los clientes más jóvenes, por lo que podemos afirmar que la edad se relaciona negativamente con la decisión de adoptar la innovación en la banca.

Dicho esto, la segmentación, se realizará considerando factores generacionales, geográficos y por niveles de ingresos, ya que las posibles formas de dividir a los clientes en un sector tan extenso pueden ser innumerables. Esta elección no es aleatoria, ya que, tras la revisión de multitud de estudios, en la fase previa a la elaboración de la memoria, pude identificar patrones recurrentes a la hora de segmentar, y esto motivó a la elección de estos criterios como base de estudio.

La primera que clasificaremos será la **generacional**. Y es que son escasos los estudios que han investigado las razones detrás de por qué los adultos mayores optan o no por utilizar las tecnologías de la comunicación. Aunque se ha observado que emplean nuevas tecnologías móviles en su día a día, aún falta investigación sobre cómo utilizan aplicaciones como la banca móvil. (Choudrie J., CO junior, McKenna B. y Richter S. 2018)

Sin embargo, de los pocos estudios realizados, el modelo TAM es el más popular, los autores (Yamakawa, Guerrero, Gareth, 2013) citan a (Davis, 1989) para decir que “Davis *propone la*

existencia de dos factores perceptuales que son fundamentales para la aceptación y uso de cualquier tecnología de la información (Davis, 1989). Este define a estos dos factores como: (1) Utilidad Percibida, que se refiere al “grado en que una persona cree que la utilización de una tecnología específica mejorará su rendimiento laboral” (1989, p. 320); de acuerdo con este factor, a mayor Utilidad Percibida que genere una nueva tecnología, mayor probabilidad tendrá de ser adoptada; (2) Facilidad de Uso Percibida, que se refiere al “grado en que una persona considera que el empleo de una tecnología específica no implicará mayor esfuerzo” (Davis, 1989, p. 320); de acuerdo con este factor, a mayor percepción de Facilidad de uso que ofrezca una nueva tecnología, mayor probabilidad tendrá de ser adoptada”.

Con toda esta información y habiendo analizado las respuestas de la encuesta, podemos decir que, en términos de percepciones, mientras que la mayoría de la gente percibe la banca online y móvil como de bajo o muy bajo coste y segura o muy segura, este porcentaje es menor entre los mayores de 65 años los cuales tienden a adoptar la tecnología bancaria digital de manera más lenta debido a la falta de familiaridad con estos dispositivos, o la posible desconfianza hacia la tecnología (Carbó-Valverde S, Cuadros-Solas P, Rodríguez-Fernández F 2020). Por ende, la fragmentación entre individuos de 65 años en adelante y el resto de la población sería adecuada.

En cuanto a la segmentación por **nivel de ingresos**, son diversos los estudios que relacionan de manera directa la exclusión financiera con la capacidad adquisitiva. Asimismo, son muchas las personas que pueden tener acceso a servicios financieros en línea pero deciden no usarlos, mientras que algunos colectivos simplemente no acceden a estos servicios debido a que les supone un alto coste que no pueden asumir (Padilla Sánchez, A.M.; Sanchis Palacio, J.R. Revesco 2021).

Barr, (2004) relaciona los bajos ingresos de algunos hogares como causante del poco acceso de estos grupos al sistema financiero, a esto hay que sumarle los altos costes transaccionales de los servicios básicos, entorpeciendo su capacidad de ahorro, planificación financiera o dificultando su capacidad de afrontar gastos inesperados. En esta línea, (Padilla Sánchez et al., 2021, pág.3) citan a Anderloni et al., (2008) resaltando que *“esas situaciones que limitan el uso y/o acceso de los productos y servicios financieros adecuados son un obstáculo para dar respuesta a las necesidades de estas personas o colectivos y para que puedan desarrollar una vida normal en la sociedad a la que pertenecen. De manera que incentivar el acceso, se vincula con la mejora en la disponibilidad de los servicios financieros para todas las personas a costes justos, haciendo referencia particularmente a la oferta de servicios”.*

Para dar una mayor veracidad a los hechos, la siguiente tabla elaborada por (Padilla Sánchez et al., 2021, pág.3) recoge las principales causas de vulnerabilidad financiera, citando estudios de diversos autores, en los cuales el nivel de ingresos es uno de los factores más repetidos a la hora de clasificar la vulnerabilidad financiera y dando así más motivos por los

cuales los ingresos de los individuos suponen una correcta manera de clasificación de los perfiles de usuarios de banca online.

Tabla 7: Causas de la vulnerabilidad financiera

Tabla. 1. Causas de la vulnerabilidad financiera

CAUSA	AUTORES
El analfabetismo y la falta de cultura financiera puede disminuir la confianza y la capacidad de actuar socialmente cuando se niegan o amenazan las necesidades del consumidor.	Adkins y Ozanne (2005), Joassart-Marcelli y Stephens (2009) y De la Cruz-Ayuso, (2016)
Ausencia de control del usuario y abuso por parte de las instituciones financieras.	Albers (2007), De Meza <i>et al.</i> (2008) y Fernández-Olit (2012)
No contar con ingresos suficientes, autoexclusión y la disponibilidad de cuentas de familiares o amigos para pagar los gastos.	Joassart-Marcelli y Stephens (2009), Zubeldia <i>et al.</i> (2012) e Ipsos (2013)
El acceso tecnológico limitado de los consumidores vulnerables y su desinterés en el uso de la banca electrónica.	Ipsos (2013), Fernández-Olit (2012) y Fernández-Olit (2016)
Malas prácticas comerciales, como el marketing confuso, que dificulta la comparación de productos de diferentes entidades e induce la toma de decisiones instantáneas.	Bowman <i>et al.</i> (2014) y De la Orden (2015)
Los consumidores experimentan un riesgo de vulnerabilidad, es decir, valor inapropiado en las transacciones de los consumidores en función de cuatro factores: individual (capacidades o estado socioeconómico), familia (estructura y roles familiares), comunidad (lugar de residencia o acceso limitado a bienes y servicios) y macro fuerzas (regulación o acceso a la tecnología).	Baker y Mason (2012) y Fernández-Olit <i>et al.</i> (2018)
Los hogares con bajos ingresos, desempleados o con poca educación son los más propensos a verse afectados por la banca.	Ampudia y Ehrmann (2016) y Barr (2004)
La calidad del entorno institucional, el coste de hacer cumplir los contratos y el grado de propiedad gubernamental de los bancos como determinantes de la banca.	Beck <i>et al.</i> (2007, 2009), Belmonte <i>et al.</i> (2013) y Gómez-Barroso y Marbán-Flores (2013)
Inseguridad laboral: personas desempleadas o que trabajan en la economía informal y bajos ingresos	Ampudia y Ehrmann (2016) y Anderloni <i>et al.</i> (2008)
Población inmigrante en España.	Anderloni y Carluccio (2007)

(Padilla Sánchez, A.M.; Sanchis Palacio, J.R. Revesco 2021, Pág.7)

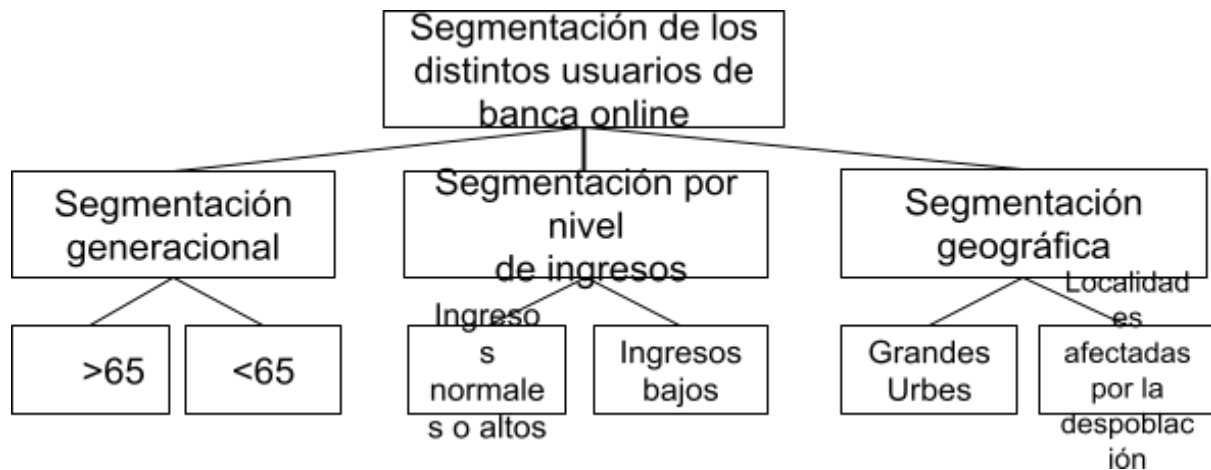
En este sentido, la distinción de los usuarios por nivel de ingresos queda aclarada, pudiendo dividirlos en dos clases, los que se quedan excluidos por esta circunstancia frente a los que no.

Por último la **segmentación geográfica**, aquí se puede observar una clara polarización de la sociedad, por un lado, observamos las urbes las cuales gozan de una gran variedad de entidades bancarias frente a los lugares con menor densidad de población a los cuales se les vincula con la existencia de un bajo número de oficinas bancarias, aquí las entidades financieras deben asumir mayores costes fijos por oficina, debido a una menor dimensión de mercado potencial, lo que dificulta el acceso a servicios financieros básicos (Carchano, M., Carrasco, I. & Soler, F. 2021).

La Unión Europea identificó las “Regiones Escasamente Pobladas del Sur de Europa”, las cuales son subdivididas en áreas escasamente pobladas, con densidades inferiores al 8% hab/km². En el caso particular de España se observaron extensas áreas con despoblamiento extremo, donde solo el 5% de la población habita en el 53% del territorio. Esto provoca que una parte importante de la población se encuentre en una situación de desabastecimiento financiero (Carchano, M. et al. 2021).

Considerando lo expuesto, el riesgo de exclusión financiera en las zonas poco pobladas aumenta en contraste a las zonas urbanas, por lo que una distinción entre estos a la hora de realizar la segmentación de los distintos usuarios de banca online es fundamental.

Tabla 8: Segmentos de los distintos usuarios de banca online



Fuente: Creación propia en base a los argumentos expuestos a lo largo del punto 3.

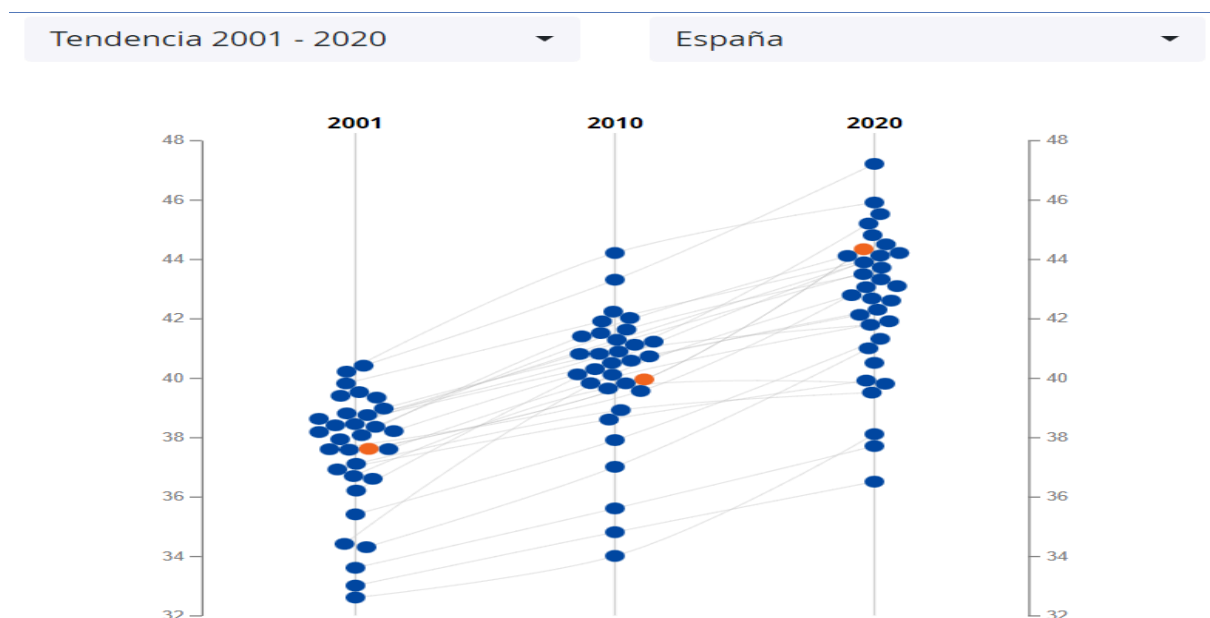
3.2 ADAPTACIÓN DE GRUPOS EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD A LA BANCA DIGITAL

La adaptación de grupos en situación de vulnerabilidad a la banca digital representa un desafío crucial en el panorama financiero, estos grupos financieros enfrentan obstáculos importantes que requieren un análisis detenido. En este contexto, se explorará la adaptación de estos grupos desfavorecidos, considerando tanto los desafíos como las oportunidades que ofrece esta evolución en el sector financiero (Rodilla Palencia, E. 2021). Cabe recalcar, el hecho de que este punto se abordará desde una perspectiva teórica y general, más adelante se estudiarán las medidas concretas llevadas a cabo por instituciones para paliar estos problemas.

Una publicación realizada por Eurostat llamada Demografía de Europa (2021) afirma que en la actualidad vivimos en una sociedad cada vez más envejecida, este fenómeno se debe a varios factores, como la disminución de la tasa de natalidad o el aumento de la esperanza de vida. Esto podemos verlo reflejado en distintos indicadores. Eurostat publicó unos datos que reflejan la evolución de la edad media de los distintos países europeos a lo largo de las últimas dos décadas. Esta gráfica se encuentra dividida en tres secciones que dividen los años 2001, 2010, y 2020. Los círculos representan los países de la UE y en el lateral vemos la edad media de sus ciudadanos. En 2001 la edad media en España era de 37,6 años frente a los 44,2 años en el año 2020. Esto denota que la población experimenta un envejecimiento

progresivo, lo cual subraya la importancia no trivial de la adaptación a la digitalización bancaria.

Tabla 9: Edad mediana de la población en la UE: 44 años



Fuente: Eurostat - [acceso al conjunto de datos](#)

Fuente: Eurostat

Esta gráfica nos ha servido para tener una perspectiva general del grupo tan numeroso que suponen las **personas mayores** en nuestra sociedad, las cuales representan más del 20% de la población en España. Una vez presentado el primer grupo en situación de vulnerabilidad, se expondrán algunos desafíos importantes a los que se enfrentan en su día a día en relación a este tema.

Este grupo de clientes ha acudido a las sucursales de manera presencial toda la vida, sin embargo, han visto cómo estas se están cerrando de manera indiscriminada, por lo que las pocas sucursales que quedan abiertas no pueden atender a toda la clientela que tienen a su cargo. Por otro lado, muchos de los servicios que tradicionalmente eran gratuitos han pasado a costar dinero. En resumen, el cierre de oficinas se ha producido de una forma más acelerada que la transformación de los clientes a la digitalización. Es de suponer que esta situación se vaya resolviendo con el pasar del tiempo, a medida que los clientes se vayan adecuando a la nueva normalidad, sin embargo, en la actualidad sigue siendo un problema el cual conviene mirar con lupa (Andújar, 2022).

En respuesta a esta situación, ya se han puesto en marcha directrices como las medidas para mejorar la atención de personas mayores, llevada a cabo por la Asociación Española de Banca, las cuales tienen *“el doble objetivo de contribuir a incrementar las habilidades digitales de sus clientes mediante la formación y ofrecer alternativas a aquellos otros que, por diferentes motivos, no están en condiciones de acceder a la sociedad digital, necesiten de*

un tiempo de adaptación más prolongado o sencillamente desean una atención más personalizada” (Asociación Española de Banca, 2022).

El segundo grupo en situación de vulnerabilidad son aquellas personas que por diferentes motivos puedan verse perjudicadas socialmente, económicamente y políticamente. Estas personas vulnerables serían aquellas que han perdido su empleo, que se encuentren en desigualdad de oportunidades o se encuentren en situación de pobreza. Gran parte de este colectivo se caracteriza por no tener una suficiente educación financiera (Padilla Sanchez, et al; 2021) por lo que se encuentran con barreras de acceso a la hora de querer contratar servicios financieros de manera online. Claro ejemplo de esto sería el hecho de que según un informe del Instituto Nacional de Estadística (INE), existe un 14,7% de la población que no tiene acceso a internet. Esto equivale a unos 6,9 millones de personas.

Por otro lado, también existen una serie de trabas que afectan a las personas con **bajos ingresos**. Estas incluyen:

- Cargos por no mantener un saldo mínimo en la cuenta.
- Tarifas más altas para transacciones extrabursátiles, que tienden a ser utilizadas más por las personas con bajos ingresos.
- Tarifas mensuales a tanto alzado, que discriminan a quienes ganan poco.
- Tarifas elevadas si se excede el número de transacciones gratuitas.

(Kempson, E., Atkinson, A., and Pilley, O. 2004, pág 6).

(Kempson, E., et al; 2004), afirma que existen también las llamadas barreras psicológicas, hay diversas investigaciones que nos dicen que, en numerosos países, aquellos con menores ingresos suelen percibir que los bancos no toman en cuenta sus necesidades y que los servicios financieros no se adaptan a sus circunstancias. Como consecuencia, se produce el fenómeno de la autoexclusión, y esta es más significativa que la exclusión directa por parte de las entidades bancarias.

Por su parte, esta situación se suele ver agravada al no disponer de una cuenta bancaria en muchos casos, esto origina situaciones complejas en donde la contratación de servicios básicos ya sean de agua, luz, gas... acceder a una vivienda o solicitar prestaciones como el Ingreso Mínimo Vital se complican de sobremanera (Ministerio de Consumo, 2022). Con el fin de abordar esta situación, se han implementado algunas medidas que más adelante serán explicadas en detalle.

El tercero de los colectivos en situación de vulnerabilidad, dentro del ámbito de la **segmentación geográfica**, serían aquellos clientes afectados por el fenómeno de la

despoblación. En España el declive rural resulta ser un proceso ineludible el cual debe ser observado muy de cerca. A medida que la sociedad avanza, esta se ha ido transformando, pasando de una economía agraria, a una urbana-industrial y más adelante, a una economía basada en el sector terciario. La falta de empleo hace que resulte complicado la permanencia y desarrollo laboral en los territorios de origen por lo que son muchos los que deciden migrar a grandes urbes. (Alonso, Gargallo, López-Escolano, Miguel, Salvador, 2023)

Junto a lo antedicho, la crisis financiera del 2008 y el COVID-19 han provocado la reestructuración del sector bancario, provocando una importante ola de fusiones y cierre de oficinas físicas. La despersonalización de los servicios financieros sumado a un fuerte proceso de digitalización ha provocado que una gran parte de las zonas rurales se queden desamparadas, debido a la falta de personal y a la falta de acceso a un internet de calidad (Alonso et al., 2023).

Por ende, es esencial fomentar políticas que impulsen la creación de nuevos empleos, e infraestructuras básicas necesarias para que los residentes mantengan un nivel de vida determinado. De hecho, ya se están poniendo en marcha medidas más concretas para combatir esta problemática. Ejemplo de ello es el protocolo Estratégico para Fortalecer el Compromiso Social y Sostenible del Sector Banca (CECA, 2021 ; AEB, 2021), donde se proponen soluciones concretas para favorecer la inclusión financiera rural.

Por último, (Alonso et al., 2023) en la página 11 citan a (SL Nández Alonso, J. Jorge-Vázquez, M.Á. Echarte Fernández, K. Kolegowicz , W. Szymła, 2022b) para decir que *“hay que tener en cuenta que el cierre de sucursales bancarias no es la causa de la despoblación, sino su consecuencia, porque cuando un municipio pierde su dinamismo económico y laboral, su población mengua y los servicios, tanto públicos como privados, desaparecen. Por este motivo, la colaboración público-privada es fundamental y las soluciones no deben venir únicamente del sector bancario. El acceso a los servicios financieros (incluido el efectivo) también es responsabilidad del sector público”*.

4. LA IRRUPCIÓN DE LAS FINTECH Y EL BIG DATA EN LA NUEVA DIGITALIZACIÓN

4.1. FINTECH

La digitalización financiera ha tenido un impacto en la sociedad actual, y la comprensión de este suceso es el motor que da paso a la creación de esta investigación. En todo este proceso hay algunos fenómenos que han acelerado este proceso y entre ellos se encuentran tanto las Fintech como la inteligencia artificial. En este punto se explicará qué quieren decir estos dos conceptos y se evaluará su influencia en la transformación bancaria digital.

Durante los últimos años debido a los múltiples avances tecnológicos en el ámbito financiero, se ha popularizado el término “Fintech”. Das, s. (2019) definió este término de la siguiente manera *“cualquier tecnología que elimina o reduce los costos de intermediación financiera”*.

Según Gai, K., Qiu, M., & Sun, X. (2018), *“Fintech se ha convertido en un término común en la industria de servicios financieros que describe las nuevas tecnologías adoptadas por las instituciones financieras. En general, Fintech implica el uso de tecnología para crear y brindar servicios financieros tanto para individuos como para entidades comerciales a un costo menor”*.

“Por primera vez en los últimos años, con la irrupción de estas nuevas empresas tecnológicas en el sector, estas esperan competir con instituciones financieras sólidas en términos de cuota de mercado, esto supone un punto de inflexión para las entidades las cuales se están percatando de cómo la banca tradicional se está quedando cada vez más anticuada a causa de la llegada de nuevos competidores” (Banderas Moreno; A.C. 2023).

“La introducción de estas nuevas tecnologías han supuesto un cambio de paradigma, el cliente promedio busca autonomía para las transacciones básicas y son más exigentes en cuanto al papel de los bancos para las sofisticadas” (Paulet y Mavoori. 2019).

Las empresas de tecnología financiera han venido para ofrecer avances que aumenten la productividad en la industria y reduzcan costes, Banderas (2023) lo clasifica de la siguiente manera:

Podemos agrupar los servicios que ofrecen la “Fintech” en 7 grandes categorías:

- 1- Gestión de finanzas personales y medios de pago a través del “Smartphone”.
- 2- Asesoramiento y gestión patrimonial.
- 3- Agregadores financieros y de seguros “Insur Tech”.

- 4- Nuevos medios de financiación.
- 5- Nuevos bancos digitales.
- 6- Tecnologías “Blockchain”.
- 7- Identificación online de clientes y “Big Data”.

Una publicación llevada a cabo por (Rodríguez López, Hinojo González, 2019), sugiere que tras el estudio del “Fenómeno Fintech” las conclusiones generales a las que han llegado son dos; en primer lugar, afirman que la irrupción de las Fintech conlleva un aumento de la competencia en el sistema financiero, lo que implica una mejora de servicios. Favoreciendo así, tanto a consumidores finales como a empresas. Por otro lado, señalan que estas pueden mitigar fallos de mercado sobre todo los vinculados a imperfecciones informativas, ofreciendo la oportunidad de rebajar el tono restrictivo de las regulaciones en el sector.

4.2. BIG DATA

En la actualidad son muchos los sectores que hacen uso del big data. Este concepto hace referencia a la construcción, organización y utilización de enormes cantidades de datos utilizados para extraer relaciones o crear nuevas formas de valor en los mercados, organizaciones, servicios públicos, etc. (Montalvo, 2014). Se trata de una herramienta que posee una base de datos desmesurada por lo que es muy útil tanto para los negocios como en este caso para las entidades financieras ya que les proporciona una gran cantidad de información muy variada. Este instrumento está provocando la creación de barreras de entrada, ya que el procesamiento de información proporcionada tanto a la banca como en las Fintech, coloca en desventaja a los nuevos competidores que quieren acceder al mercado (Banderas, 2023).

En el año 2001, Amazon utilizó multitud de críticos para sugerir títulos que pudieran atraer el interés de los clientes, convirtiendo a Amazon Voice en el crítico más influyente de Estados Unidos. A finales de los 90 esta empresa trabajó con equipos para automatizar el procedimiento de recomendaciones de libros, utilizando así muestras y similitudes entre los distintos compradores. Hasta que Linden propuso una nueva solución, llamado el item by-item, a través de la utilización de algunos de los principios básicos del big data. Este método utiliza todos los datos y busca capacidad predictiva y no explicativa o de causalidad. A la hora de comparar estos dos procedimientos este último proceso resultó ser mucho más eficiente, por lo que se dejó de utilizar el Amazon Voice. Hoy en día un tercio de las ventas de Amazon proceden de este sistema personalizado de recomendaciones (Montalvo, 2014).

En este sentido el autor José García Montalvo, nos explica la relación existente entre la función que puede desarrollar el big data en el sector financiero y la función desarrollada por Amazon Voice a través de una analogía muy interesante. Sugiere que mediante la

utilización del big data, la banca pueda poner en el centro de su estrategia futura las necesidades de cada cliente de manera singularizada, al igual que Amazon realiza recomendaciones personalizadas sobre productos que puedan ser de interés para cada uno de sus clientes. El objetivo debe ser mejorar la accesibilidad de familias de renta media-baja y baja a productos financieros de bajo coste adecuados a su perfil de ingresos. De esta forma se permite el acceso a los servicios bancarios a grupos de la población que no utilizan los mismos o tienen problemas para el acceso. (Montalvo, 2014).

El potencial del big data para mejorar la eficiencia, provisión de servicios y satisfacción de los clientes en el sector financiero es enorme, sin embargo, la utilización indiscriminada de datos masivos sin objetivos bien definidos puede suponer una amenaza, ejemplo de ello es el hecho de que la utilización de estas herramientas suponen un alto coste para las empresas por lo que si el proyecto no se realiza adecuadamente esos datos se pueden perder, por lo que resulta conveniente realizar estudios de coste beneficio antes de empezar. Otra problemática muy habitual tiene que ver con el uso de datos privados ya que en los últimos años se han puesto de manifiesto casos en los que se ha podido identificar a individuos que a priori eran anónimos (Montalvo, 2014).

5. SERVICIOS PROPORCIONADOS POR LA BANCA DIGITAL

5.1. APLICACIONES MÓVILES Y BANCA ONLINE

Comprender las diversas funciones proporcionadas por las nuevas herramientas bancarias digitales puede darnos una perspectiva más amplia sobre muchas de las cuestiones que venimos abordando a lo largo del estudio. Por ejemplo, es esencial para comprender la evolución de la industria financiera, su impacto en la sociedad y las oportunidades y desafíos que esto supone para la sociedad actual.

Al ofrecer una nueva situación beneficiosa tanto para los bancos como para la mayoría de los consumidores (Koksal, 2016), la banca online se ha convertido en la aplicación de comercio móvil más valiosa en los últimos años (Laukkanen, 2016). A parte de poder realizar transacciones bancarias, los consumidores pueden consultar el saldo de su cuenta, realizar inversiones, solicitar talonarios de cheques, pagar facturas...

Es por esto que enumerar algunas de las funciones que ofrecen puede ser enriquecedor para comprender el contexto de lo que venimos tratando a lo largo de este estudio. En primer lugar, se hablará de una de las aplicaciones móviles más populares de nuestro país, Bizum.

Bizum, es una aplicación la cual proporciona servicios de pago en nuestro país, y colabora con la mayoría de los bancos, con los que en conjunto, han formado una red de pagos que se hacen de forma instantánea. Es una de las formas más simples de realizar pagos a familiares, amigos... En la actualidad hay en nuestro país 24 millones de usuarios activos. Son muchas las aplicaciones que realizan una función similar a la de Bizum, ejemplo de ello son aplicaciones como Verse (Durante, 2022).

Revolut, es otra de las aplicaciones que está adquiriendo popularidad en los últimos años. Esta aplicación es muy similar a un banco, la única diferencia es que es totalmente virtual, ya que no dispone de sucursales y el cliente únicamente puede operar desde su aplicación (Durante, 2022).

PayPal es una de las plataformas de pagos más utilizada en el mundo, mayoritariamente utilizada para realizar compras online de forma segura. Este servicio te permite pagar, enviar dinero y aceptar pagos sin tener que introducir tus datos financieros continuamente (Durante, 2022).

Por otro lado, tenemos la banca online, debido al rápido desarrollo de la tecnología de la información e internet, la banca móvil ha experimentado un crecimiento notable en todo el mundo, especialmente en los últimos años. Sin embargo, a pesar de la inversión realizada por los bancos para abrir esta nueva línea de negocio en internet, es necesario que una gran cantidad de clientes utilicen estos canales electrónicos. En comparación a su predecesor, la banca online proporciona mayor flexibilidad y servicios personalizados a sus usuarios. Ofreciendo una gran variedad de productos; transferencias inmediatas, domiciliación de recibos, consultas de saldos, buzón de avisos, aportaciones a tus planes de pensiones, contratación de préstamos, te permite configurar tus tarjetas a tu gusto, te permite también apagar, o bloquear tarjetas en caso de pérdida... (Manzano, Navarre, Mafe, Blass, 2011)

Recientemente la banca online se ha convertido en el canal más rentable para prestar servicios bancarios, y esto no es más que un reflejo de las ventajas que ofrece respecto a la banca convencional. Sin embargo, son muchos los consumidores que todavía utilizan los servicios online de manera intermitente, sobre todo para realizar consulta de saldos. Algunas operaciones generan cierto miedo entre los más escépticos, ya que, en los entornos virtuales, el riesgo asociado a posibles pérdidas derivadas de la transacción es mayor que en los entornos clásicos (Manzano, et al., 2011).

Por lo tanto, las entidades deben trabajar para ganarse la lealtad de aquellos clientes que aún siguen sintiendo cierto temor. Según (Manzano, et al., 2011, p.30), *“muchos consumidores desarrollan estrategias de reducción de riesgo y, en consecuencia, prefieren mantenerse leales hacia un establecimiento en el que pudieron confiar en el pasado, que incrementar su riesgo percibido con nuevas alternativas”*. (Manzano, et al., 2010, p.30) cita a

unos estudios centrados en el comercio electrónico llevados a cabo por (Flavián y Guinaliu, 2006, 2007; Flavián et al., 2004, 2006; Lee et al., 2000) en donde se dice que *“la lealtad del individuo hacia un establecimiento virtual está relacionada con sus niveles de confianza. La confianza no afecta únicamente a la intención de compra, sino también al componente afectivo del comportamiento de compra (preferencia, coste y frecuencia de visitas etc.) y, por tanto, a la rentabilidad de cada cliente”*. Dicho esto, el aprendizaje por parte de los usuarios para el correcto uso de estas nuevas plataformas sería una muy buena forma que ayude a mejorar la confianza de estos y así conseguir su lealtad.

5.2. ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE BANCOS Y FINTECH PARA LA INNOVACIÓN BANCARIA

La conexión entre las Fintech y las entidades bancarias no se ha limitado únicamente a su rivalidad, sino que también han trabajado en colaboración. Distintos bancos han visto el valor de las Fintech y han establecido asociaciones estratégicas para avanzar en la digitalización de sus servicios. Mediante estas alianzas, los bancos han implementado tecnologías diseñadas por las Fintech, para así adaptarse al mundo digital de manera más eficiente (Cermeño, 2023).

Son múltiples los ejemplos donde podemos ver cómo este tipo de alianzas se han llevado a cabo con éxito. La alianza entre BBVA y Alipay en 2017 es un claro ejemplo de ello. El acuerdo consistía en tratar de que el turista chino no encontrara problemas para pagar en los establecimientos españoles. Beneficiando así al turismo nacional (Cermeño, 2023).

El Banco Santander es uno de los mayores inversores en empresas Fintech (Bolsa de Madrid, 2022). La entidad ha optado por las inversiones en estas empresas de nueva creación antes que las fusiones con otras entidades. El Banco Santander publicó en 2020 un artículo que decía lo siguiente en referencia a este tema: *“Banco Santander anunció hoy el cierre de la compra de una participación cercana al 50,1% en Ebury, una de las mejores plataformas de pagos y divisas para pymes, tras obtener todas las autorizaciones regulatorias necesarias. Esta operación se anunció en noviembre de 2019 y se enmarca dentro de la estrategia digital del banco y de su apoyo a las pequeñas y medianas empresas para dotarlos de las herramientas necesarias para su expansión internacional con servicios globales de financiación al comercio”* (Santander culmina su inversión en Ebury, 2020).

Por último, quería mencionar el caso de Bizum. Este caso es distinto a los anteriores debido a que esta plataforma surgió en 2016, y fue creada por un extenso grupo de bancos españoles, los cuales pretendían crear una plataforma capaz de ofrecer una forma sencilla de realizar transferencias y pagos móviles entre particulares. Esta plataforma funciona a través de la vinculación de las cuentas de los clientes a su teléfono móvil, y ofrece una serie de ventajas en comparación a la banca tradicional. Por un lado, la universalidad, al tratarse

de una Fintech creada por 23 entidades bancarias, esta se encuentra disponible en cualquier smartphone y no tienes la necesidad de cambiar de banco para su uso, ya que se encuentra interconectada prácticamente con todos. Por otro lado, ofrece comodidad ya que no es necesario conocer el número de cuenta del destinatario, sólo su número de teléfono. La rapidez también es uno de sus atributos más destacables ya que en menos de 5 segundos el dinero está en la cuenta del destinatario (Cermeño, 2023).

5.3. LOS PRODUCTOS FINANCIEROS MÁS COMUNES ENTRE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA

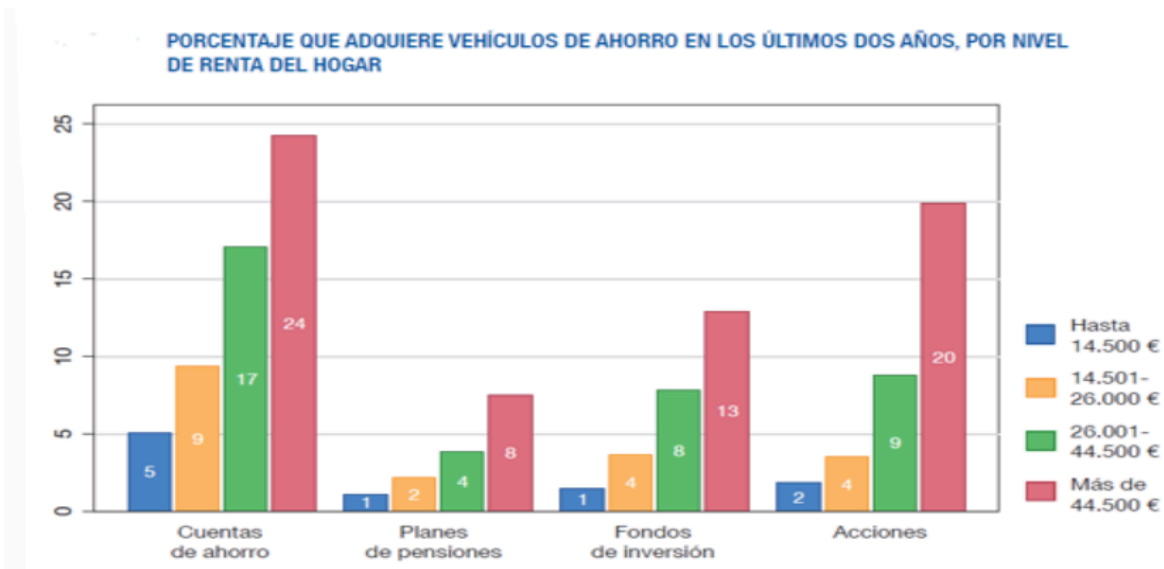
Para la realización de este punto he recurrido al informe elaborado por (Bover, Hospido, Villanueva, 2016), en donde a través de la colaboración del Banco de España y la Comisión Nacional de Mercado de Valores se ha realizado una encuesta de Competencias Financieras (ECF), con el objetivo de medir el conocimiento, así como el uso de distintos productos financieros por parte de la población española de entre 18 y 79 años.

Según la encuesta, el porcentaje de personas que adquirieron algún tipo de producto financiero en los últimos dos años previos a la encuesta fue el 38%. A partir de aquí, se pudo observar cuáles fueron los productos más adquiridos por estos sujetos; En primer lugar, las tarjetas de crédito con un 16%, los préstamos personales con un 14% y las cuentas de ahorro con un 11%. A estos les siguen los productos seguros, ya sean de vida con un 9% o los seguros médicos con un 8%. Por detrás de estos se encuentran las acciones y fondos de inversión con un 6% y 5%. También resulta destacable el hecho de que *“el porcentaje de individuos que adquieren productos financieros aumenta con el nivel educativo y sobre todo, con la renta del hogar”* (Bover et al., 2016, p.35).

Esto lo venimos explicando en puntos anteriores, donde hemos podido observar como el nivel educativo o la renta son factores determinantes a la hora de contratar distintos productos financieros. Por otro lado, atendiendo al factor de la edad, las personas mayores de 64 años son aquellas que menos productos financieros adquieren, tan solo el 25% de ellos manifiesta haber adquirido algún producto financiero en los últimos dos años, un porcentaje muy inferior en comparación con los adultos de entre 35 y 44 años.

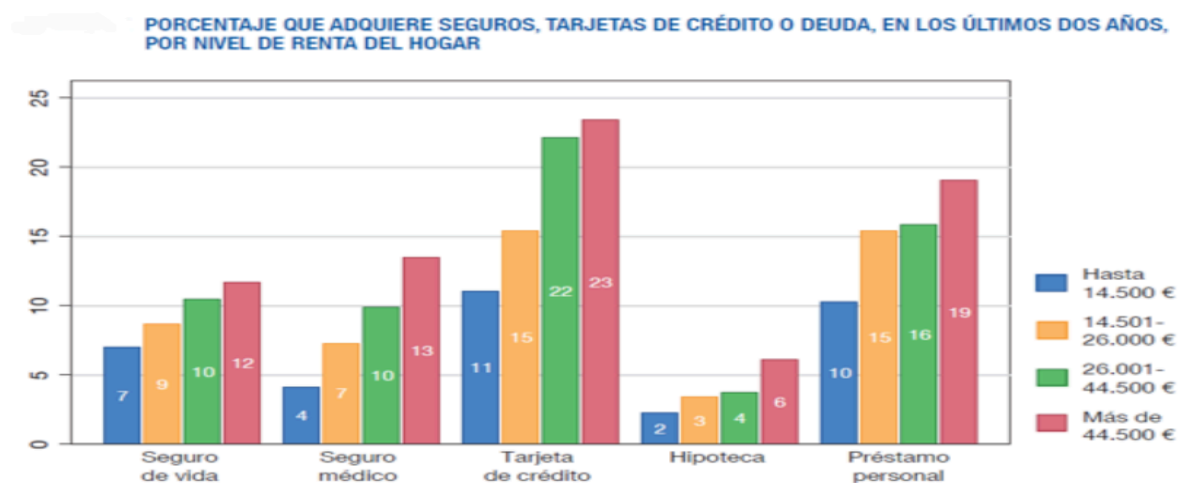
A continuación, se mostrarán dos gráficas extraídas de la Encuesta de Competencias Financieras (EFC), las cuales a través del nivel de renta del hogar podemos ver en qué porcentaje se contratan los distintos productos financieros, dejando en claro como la adquisición de los productos comerciales está relacionado con el nivel de renta de las personas.

Tabla 10: Porcentaje que adquiere vehículos de ahorro en los últimos dos años, por nivel de renta del hogar



Fuente: Encuesta de Competencias Financieras (ECF), 2016

Tabla 11: Porcentaje que adquiere seguros, tarjetas de crédito o deuda, en los últimos dos años, por nivel de renta del hogar



Fuente: Encuesta de Competencias Financieras (ECF), 2016

6. PROS Y CONTRAS DE LA DIGITALIZACIÓN BANCARIA PARA LOS DISTINTOS SEGMENTOS

6.1. COMODIDAD Y EFICIENCIA PARA LOS USUARIOS

Los hábitos del cliente han cambiado, provocando así un nuevo modelo de relación con el banco. Este nuevo cliente podríamos catalogarlo como cliente omnicanal, es decir, aquel que utiliza diferentes vías para interactuar con el banco. Esto ha generado la necesidad de crear

nuevos modelos de distribución que sean capaces de cubrir las nuevas necesidades subyacentes. Como respuesta a estas exigencias, surge la digitalización bancaria (Galdo, 2015). Siguiendo con lo anterior, una de las nuevas demandas subyacentes de la sociedad actual es la inmediatez, que gracias a la digitalización permite realizar operaciones en cualquier momento y lugar, antes impensables, logrando rapidez y eficacia.

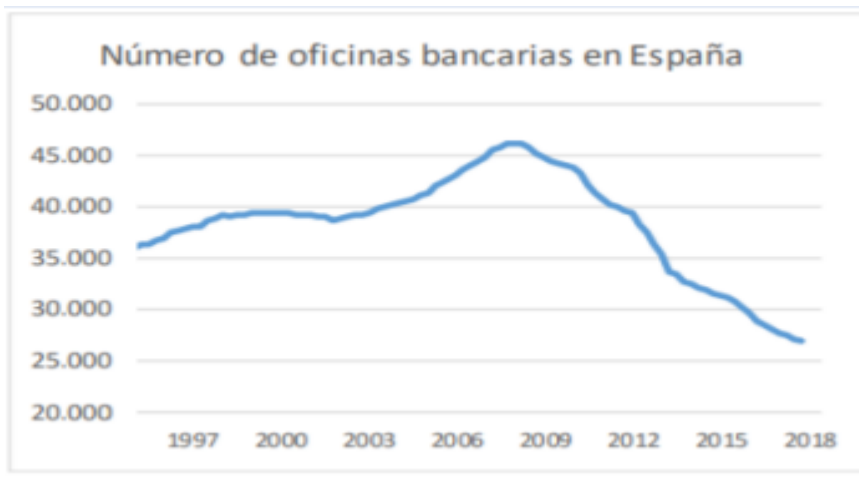
Por otro lado, la transparencia es otro de los rasgos principales de esta transformación. Antiguamente había que acudir a una sucursal para negociar o informarse de las condiciones de los productos o servicios que se deseaban contratar, en la actualidad desde las propias webs y aplicaciones te puedes informar y contratar dichos servicios. La competencia existente entre los distintos bancos y empresas que se han iniciado en el sector genera una gran variedad de ofertas interesantes, también se ofrece una mayor personalización de los productos acorde a lo que precise el cliente en cada momento.

Otro de los puntos claves sería la seguridad. Tras el cierre de multitud de sucursales y el despido de muchos de sus trabajadores, el ahorro en costes ha sido muy elevado. Muchos de estos fondos han ido a parar a la seguridad de las nuevas aplicaciones. La preocupación por desarrollar apps totalmente seguras se ha convertido en una prioridad para los bancos, creando sistemas de seguridad cibernética para protegerse de los ciberataques, la protección de datos, las constantes actualizaciones de sus sistemas software y los nuevos sistemas desarrollados para la detección de fraude identificando y previniendo actividades sospechosas, son algunas de las medidas tomadas para garantizar la seguridad del cliente (Durante, 2022).

6.2. REDUCCIÓN DE COSTES

Con la evolución digital que estamos viviendo, las oficinas bancarias se encuentran en pleno proceso de extinción. En el año 2008 España contaba con 46.167 oficinas bancarias y cerca de 270.000 empleados. Tras la fuerte crisis, siguió un proceso de reestructuración en el sector financiero por lo que el número de oficinas pasó a ser de 27.706 oficinas, perdiendo su empleo una de cada tres personas que trabajaban en el sector. Durante este periodo, en rara ocasión se realizaban nuevos contratos, y en caso de hacerlo se trataban de contratos temporales. Se estandarizó un término llamado empleados en back office, los cuales no se ajustaban al convenio de la banca, y por tanto disponían de sueldos inferiores. Por otro lado, para salir adelante comenzaron a darse las fusiones y absorciones lo cual supuso una reducción del 28% de entidades financieras (Ballano, 2020).

Tabla 12: Número de oficinas bancarias en España



Fuente: (Ballano, 2020)

La pandemia del COVID-19 también tuvo un gran impacto en el sector financiero, y a pesar de los efectos iniciales sobre sus balances, mostraron una gran capacidad de recuperación y resiliencia adaptando su modelo de negocio a través de la digitalización (Carbo, Rodriguez, 2021a).

El cierre de tal cantidad de sucursales, así como la preferencia de los clientes por realizar transacciones en línea, ha provocado un grandísimo ahorro tanto en infraestructura física, como en contratación de personal.

Este cierre masivo de sucursales ha obligado a reorganizar la red de oficinas, la tendencia que están siguiendo los grandes bancos consiste en apostar por los llamados “flagship” stores, es decir, grandes espacios donde se centran en la atención personalizada y prestación de servicios alternativos como espacios con conexión wifi gratuita, salas de trabajo o incluso espacios de reestructuración y cafetería (KPMG, 2023).

Un estudio elaborado por Funcas y KPMG llamado La digitalización como eje de la transformación bancaria, es realmente interesante y en él se dice que, con el objetivo de reducir costes, también se están realizando cambios en la forma en la que las entidades gestionan las operaciones bancarias más básicas, como las transferencias bancarias, contratación de productos básicos o la gestión de efectivo. Para lograr esto se están implementando soluciones tecnológicas que están permitiendo a los clientes realizar estas operaciones de manera más segura y eficiente a través de canales digitales como la banca online (Bizum, revolut...) (KPMG, 2023).

En resumen, el cierre de sucursales en la banca tradicional ha provocado una reorganización significativa en la cual ofrecer soluciones tecnológicas innovadoras adaptándose a las nuevas exigencias del mercado tratando de reducir los costes, está permitiendo mantener su posición competitiva.

6.3. EXCLUSIÓN FINANCIERA DIGITAL

“La exclusión financiera es la incapacidad para acceder adecuadamente a los servicios financieros que se necesitan, ya sea por razones de precio, requisitos de acceso, escasez de oferta o por discriminación social o autoexclusión” (Valverde, Fernández, 2015, pág. 74).

El Banco Mundial lo considera como la capacidad de acceder a productos y servicios financieros asequibles, convenientes y ofrecidos de forma responsable y sostenida. Por su parte, la Comisión Europea apunta tanto al acceso como al uso de servicios financieros (Comisión Europea, 2008).

Esta realidad adquiere aún más importancia en una sociedad en la que las relaciones sociales se encuentran cada vez más financiarizadas, es decir, cada vez se requiere más de contratación de servicios financieros para llevar una vida social normal (Zubeldia, Grajirena, Sogorb, Zubiaurre, 2008).

Por otro lado, existen otro tipo de factores a parte de los sociales, los cuales pueden tener un impacto en el difícil acceso al sistema financiero, entre ellos la oferta y la demanda de los productos y servicios ofertados. Algunas personas no tienen acceso a estas prestaciones debido a restricciones, como requisitos legales y condiciones específicas, como controles de identidad, historial crediticio y evaluación de riesgos. Las limitaciones estructurales, como la liberación de los mercados financieros, la desigualdad de ingresos, cambios en los mercados laborales y las limitaciones en las normativas vigentes de cada país también serían factores a tener en cuenta (Padilla, Palacio, 2021).

Estos mismos autores elaboraron una tabla donde categorizaban los tres factores fundamentales que causaban la exclusión, y su correspondiente desarrollo en cada uno de ellos.

Tabla 13: Factores de acceso o uso que afectan la exclusión financiera



Fuente: Padilla, Palacio, 2021

No obstante, los autores amplían la lista centrándose en aspectos vinculados a las políticas internas de entidades bancarias, como la escasa actividad en la cuenta, saldos negativos prolongados, deudas adicionales, relaciones conflictivas con las entidades, falta de domicilio fijo, ausencia de ingresos domiciliados, resistencia costos elevados en las operaciones y la preferencia de algunos clientes por las transacciones presenciales.

El aislamiento geográfico también juega un papel fundamental, debido a la falta de sucursales o el acceso a tecnologías en determinadas áreas (Padilla, Palacio, 2021).

Dicho todo esto, ahora sí, vamos a adentrarnos en algunos de los grandes colectivos que se ven más afectados por la digitalización bancaria, por un lado, las personas mayores, las cuales exigen una atención más personalizada y menos digital. Como respuesta a estas reivindicaciones, los bancos han anunciado una serie de medidas que ya están implementando. Extensión de los horarios de caja, formación específica del personal de oficina, mejora de la usabilidad de los canales digitales, así como formación de los clientes senior en este ámbito. Sin embargo, aunque este plan ayude a reforzar el servicio a las personas mayores, este problema va más allá del ámbito de la banca. Al igual que en muchos otros servicios esenciales, la digitalización se está aplicando en multitud de servicios por lo que esta cuestión “no puede reducirse únicamente a un problema sectorial” sino que

debe abordarse de manera más general, así lo corrobora Alberto Aza portavoz de CECA en un artículo del confidencial publicado en 2022 (Aza, 2022).

Por otro lado, las personas con un nivel de educación y una renta baja también se encuentran en muchas ocasiones en una situación de exclusión financiera digital. Existen múltiples razones por las cuales estas personas están excluidas. Por un lado, el rechazo de los bancos a ciertos perfiles de clientes es una realidad cruel. Al fin y al cabo, los bancos son empresas privadas que, como todas, justifican su existencia con la generación de beneficio, por tanto, clientes que no puedan garantizarles un margen de rentabilidad suficiente, son rechazados más fácilmente (Ferluga Gabriele, 2019).

Otra de las razones fundamentales que genera situaciones de exclusión resultan ser los problemas de acceso, provocados por el cierre de sucursales bancarias o por vivir en ubicaciones geográficas que no les permita contar con una sucursal accesible. La transición hacia la banca online ha provocado que muchas de estas personas se sientan excluidas. Hay estudios que demuestran que el cierre de estas provoca el aumento de barreras psicológicas (Kempson y Whyley, 1999).

Dicho esto, las barreras psicológicas es otro de los factores más determinantes. Las personas con bajos ingresos se sienten bastante desconectadas del sector bancario. Barreras como las mencionadas previamente alimentan la creencia de que los bancos no se encuentran interesados en las necesidades de personas con estas características, por lo que los servicios y productos ofrecidos por estos no se ajustan a este tipo de individuos (Kempson et al., 1999).

6.4. PÉRDIDA DE EMPLEO EN EL SECTOR BANCARIO TRADICIONAL

¿Es la pérdida de empleo en el sector, una consecuencia directa de la digitalización? o son otros los factores que han ocasionado este suceso? Comprender el contexto que ha provocado esta circunstancia proporcionará una visión más global sobre esta situación tan alarmante.

Desde que estalló la crisis financiera en 2008, la banca española es la que ha sufrido una mayor reestructuración en Europa. En primer lugar, fue la crisis de Lehman Brothers, luego la digitalización y por último el COVID. Tres situaciones de naturaleza diversa y unos tipos de interés negativos en Europa han golpeado el sector en la última década, todo esto unido a cambios de hábitos de los consumidores, está provocando una gran reestructuración. (Alconada, 2020).

En 2008, la industria bancaria en España empleaba a más de 270.000 personas, mientras que, en 2022, esta cifra se redujo a 130.000 empleados, lo que representa una disminución de más del 50%. Resulta complicado vaticinar el porvenir, sin embargo, se cree que esta reestructuración durará todavía algún tiempo. Principales ejecutivos de la industria afirman que los bancos dejarán de cambiar el día que dejen de cambiar a sus clientes (Fernández, J.G. Martínez, M. 2021).

Por otro lado, tenemos las fusiones y adquisiciones, las cuales se han venido intensificando en las últimas décadas y estas se encuentran muy relacionadas también a los despidos que hemos mencionado previamente. La fusión de CaixaBank y Bankia es la última que acaba de sellarse, la cual ha dejado una cifra de 8.291 despidos, uniéndose así a la lista de una treintena de operaciones que han protagonizado las entidades españolas en la última década (Fernández, J.G Martínez, M. 2021).

Estas fusiones se realizan por diversos motivos, principalmente por razones económicas que están vinculadas a estrategias de reducción de costes que se pueden llevar a cabo a través de economías de escala. Otro de los motivos fundamentales sería para ganar poder de mercado con el fin de conseguir una mayor dimensión y competitividad en el mercado (Fernández et al., 2021).

7. ADAPTACIÓN Y SOLUCIONES PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN LOS DISTINTOS SEGMENTOS

En el punto tres del trabajo se han identificado los distintos segmentos que van a ser objeto de estudio a lo largo de la investigación, y se ha explicado el porqué de dicha elección, aquí se tratará de exponer cómo ha sido su adaptación a la digitalización del sector (a través de las distintas soluciones que se están implantando para garantizar la inclusión financiera).

7.1. SEGMENTACIÓN GENERACIONAL

Antes de adentrarnos en materia conviene repasar bien el término en cuestión, para ello es conveniente repasar el concepto de la mano de algunos expertos en la materia.

Philip Kotler decía que “la segmentación generacional es el proceso de dividir a la población en grupos demográficos basados en sus edades, lo que permite a las empresas diseñar estrategias de marketing específicas para satisfacer las necesidades y deseos de cada generación”.

Según Ken Dychtwald “la segmentación generacional implica la identificación de grupos de individuos que comparten una historia de vida similar, que a menudo se manifiesta en patrones de comportamiento, valores, actitudes y preferencias de compra similares.”

Una vez definido este término, se ordenará a los distintos segmentos por edad y se estudiará su adaptación a la digitalización bancaria. Sin embargo, es importante recalcar como en el punto (3) a través del Modelo de aceptación de tecnología (TAM) propuesto por Davis (1989), y los resultados de la encuesta elaborada por (Carbó-Valverde S et al., 2020), se llegó a la conclusión de que, por norma general, las personas de 65 años en adelante tienden a adoptar la tecnología bancaria digital de manera más lenta. Por lo que partiendo de esa premisa la segmentación se dividirá en clientes mayores de 65 años y resto de la población.

Dentro del grupo de personas menores de 65 años, tenemos a los nativos digitales o a los millennials, con una edad que va desde los 20 hasta los 35 años. Financieramente hablando estos se definen por las siguientes características:

- Utilizan las aplicaciones para hacer transferencias, compras por internet y pagos con tarjetas contactless.
- Operan mayoritariamente por banca móvil e internet y evitan ir a sucursales a no ser que sea necesario.
- Su situación financiera es frágil, es decir, no tienen una gran capacidad económica para hacer frente a imprevistos.
- Se independizan más tarde que sus padres. Cuando se independizan suelen optar por el alquiler, por no tener capacidad de ahorro para acceder a una vivienda habitual.

Su adaptación a la digitalización es excelente ya que desde muy jóvenes han vivido con ellas. Es por ello que suelen ser muy abiertos a la hora de entender las necesidades de desarrollo que tienen las compañías y los bancos, y aceptan con gusto sus nuevas propuestas. Sin embargo, los resultados del Estudio Nacional de Capacidad Financiera (NFCS) llevado a cabo en 2015 indicó que este grupo tiene un nivel de conocimiento financiero inferior al de las generaciones pasadas. Esto puede deberse a que los millennials ingresaron al mercado laboral en una época posterior a la crisis del 2008, por lo que se enfrentan a un mayor desempleo y salarios más bajos que las generaciones anteriores en la misma etapa. Además, tanto la complejidad como la cantidad de los instrumentos financieros han aumentado en los últimos años, lo que proporciona un mercado mucho más complicado. (Kim, KT, Anderson, SG Seay, 2019).

Por otro lado, los Millennials informan que gastan más que lo que ingresan, lo que les deja sin ahorros para los tiempos difíciles (Mottola, 2014). Otra gran diferencia que encontramos entre esta generación y otras es el uso que hacen de los bancos, estos dependen menos de los acuerdos bancarios tradicionales como préstamos. (Mottola, 2014).

En esencia se trata de una generación con una muy buena adaptabilidad a las nuevas tecnologías, sin embargo, en muchas ocasiones sus conocimientos financieros resultan ser más escasos en comparación a generaciones pasadas.

En segundo lugar, (seguimos dentro de los usuarios menores de 65 años) tendríamos a los estables que engloba tanto a la generación X como a la generación del baby boom, estos tienen una edad de entre los 35 y los 65 años. En el ámbito financiero estos tienen las siguientes características:

- Normalmente tienen unos ingresos altos.
- Han experimentado la transición a lo digital en sus vidas.
- Están dispuestos a utilizar aplicaciones móviles para operaciones bancarias básicas.
- Pueden preferir una combinación de servicios en línea y sucursales físicas.
- Cuentan con empleos estables y la mayoría de los productos y servicios bancarios van dirigidos a estos.
- Son ahorradores
- A menudo buscan asesoramiento financiero.

A este grupo también se le denomina como la mediana edad, “y son aquellas personas las cuales la mayoría han formado una familia, han logrado un modo de subsistencia, en algunos casos han terminado con la crianza de los hijos y han comenzado a preocuparse por la vejez de los padres. En las sociedades modernas, en ciertos sectores de la población, dependiendo del género, es la etapa en que se está al mando –en términos de poder e influencia–, tomando decisiones sobre la juventud y sobre la vejez, ya que es entre los hombres de 30 a 60 años entre los que se distribuye el 80 % de los puestos de decisión, tanto políticos y militares como industriales” (Sande Muletaber, S. 2019).

Existe una palabra que define en gran medida la adaptación experimentada por este grupo a este nuevo fenómeno de la digitalización el cual es la “Resiliencia”. Vesga, de la Ossa (2013) citan a Luthar y Cushing (1999,) los cuales definen la Resiliencia como "un proceso dinámico que tiene como resultado la adaptación positiva en contextos de gran adversidad.

Dicho esto, la adaptación de este grupo ha sido muy buena. Aunque no son nativos digitales, siempre han estado abiertos a probar innovaciones tecnológicas que hagan de su día a día algo más sencillo. Lo mismo sucede con la digitalización bancaria, a la cual se han adaptado y siguen adaptándose de manera exitosa.

En tercer lugar, tenemos a la generación silenciosa, grupo formado por personas mayores de 65 años. En términos financieros este grupo se define por;

- El nivel de conocimientos financieros de este grupo está por debajo del nivel del total de la población española.
- Prefieren una atención personalizada a la hora de realizar gestiones bancarias.
- Uso mayoritario de dinero en metálico.
- Poca habilidad digital.
- A pesar de que muchos de ellos utilicen internet, no disponen de habilidades avanzadas, por lo que el uso de aplicaciones financieras les resulta muy complicado.
- Son ahorradores.
- Tienden a endeudarse menos que el anterior grupo ya que prefieren recurrir a sus ahorros antes que a otras fuentes de financiación externas.

“El colectivo de las personas mayores es, sin duda, uno de los más afectados por estas tendencias entrelazadas de digitalización y reducción de la atención presencial” (Andújar, 2022). Se trata de un colectivo con unos conocimientos acerca de las tecnologías mucho más reducido que el resto de la población, por lo que el riesgo de exclusión es alto. Muchas personas mayores se sienten desamparadas y son muchos los que piensan que se les ha dejado al margen. Por ello propuestas como la de Carlos San Juan, médico jubilado de 78 años, han adquirido notable importancia. Carlos, comenzó una campaña bajo el lema soy mayor, no idiota, en donde reclamaba el despliegue de actuaciones frente al riesgo de exclusión financiera de las personas mayores. Este gran esfuerzo provocó que el gobierno atendiera a su demanda y pusiera en marcha una serie de medidas para paliar esto. (García. M, 2023). En respuesta, las principales entidades de crédito de nuestro país (AEB, CECA, Y UNACC) firmaron la actualización del “Protocolo estratégico para reforzar el compromiso social y sostenible de la banca”. En ella las entidades se comprometieron a cumplir con una serie de medidas concretas para tratar de atender las necesidades de acceso a los servicios bancarios de las personas que se encontraban en situación de exclusión. (Banco De España, 2023).

Estas medidas se basan en la mejora de la atención presencial en las oficinas, ampliando horarios, estableciendo canales prioritarios, impartiendo formación específica a sus empleados, y reforzando la educación financiera de aquellos clientes que lo necesiten, la atención telefónica también entra dentro de las prioridades, al igual que la prevención de fraudes. También la adaptación de los cajeros, las aplicaciones móviles y los sitios web con el objetivo de ofrecer versiones más simplificadas.

Por otro lado, para medir de alguna manera el impacto de estas nuevas mejoras, se incluye el compromiso de llevar a cabo la elaboración de un informe de seguimiento de las medidas adoptadas. Esto se ejecutará a través del informe de seguimiento de las medidas dirigidas a mejorar la atención personalizada de personas mayores o con discapacidad (ceca, 2022).

Tras la puesta en marcha de las medidas adoptadas, seis meses más tarde en septiembre de 2022, CECA Y Unacc presentaron el primer Informe de seguimiento de las medidas dirigidas

a la atención personalizada de personas mayores y personas con discapacidad. En primer lugar, se habla de cómo los horarios de atención presencial se han ampliado desde las 9 de la mañana hasta las 14 del mediodía. El número de oficinas que operan con este horario de caja ampliado es más del doble en comparación a diciembre del 2021. Según el informe, desde la implantación de las medidas más de 6,3 millones de clientes mayores de 65 años se han beneficiado de estas oficinas de atención presencial ampliada.

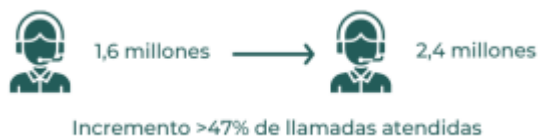
Tabla 14: Ampliación del horario de atención presencial



Fuente: (ceca, 2023)

Otra de las medidas llevadas a cabo es la mejora de atención telefónica personalizada, aquí el informe revela que se han atendido cerca de 2,4 millones de llamadas de clientes mayores de 65 años, este servicio ha supuesto un incremento del 47% respecto a los registros del semestre pasado.

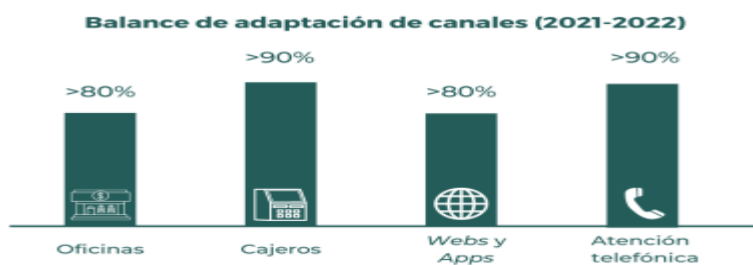
Tabla 15: Atención telefónica personalizada



Fuente: (ceca, 2023)

En cuanto a la adaptación de cajeros y canales digitales, el 91% del total de cajeros se encuentran adaptados a las necesidades de personas mayores de 65 años. Por otro lado, el plazo medio de subsanación de las incidencias en cajeros ha pasado de dos días laborables a uno. En cuanto a los canales digitales más del 80% del sector ha incluido hasta el momento mejoras en sus páginas webs con lenguaje y vistas más simplificadas.

Tabla 16: Balance de adaptación de canales (2021-2022)



Fuente: (ceca, 2023)

Otra de las áreas en las que las entidades bancarias tenían previsto mejorar es en el fomento de la educación financiera y digital. Según el informe de seguimiento más de 245.000 clientes de 65 años o más han recibido formación financiera tanto en el área digital, como en prevención de fraudes, promoviendo tanto la educación presencial como la online e incrementando en un 45% en el segundo semestre del curso pasado.

Sumado a ello, se ha avanzado en la formación de los empleados del sector, para así garantizar una mayor empatía y compromiso a la hora de poder ayudar a adaptarse a aquellas personas mayores que lo necesiten. Un total de 70.000 empleados han recibido formación, lo que supone un 44% del total de la plantilla general en el sector, un 69% más en la segunda mitad del año 2022, el número de horas de formación ha ascendido a 466.000, un 68% más.

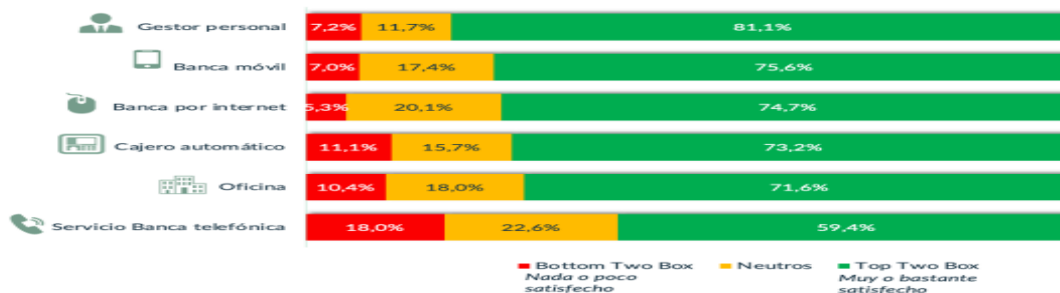
Tabla 17: Balance de atención y formación (segundo semestre)



Fuente: (ceca, 2023)

Estos datos resultan de gran interés, sin embargo para extraer conclusiones concluyentes sería conveniente saber que opinan aquellos colectivos vulnerables a los que han ido dedicadas estas medidas, en pro de ayudarles. Para ello una empresa independiente ha elaborado una encuesta a 800 mayores para conocer sus opiniones, en ella se extrajeron los siguientes datos:

Tabla 18: Conclusiones del estudio



(ceca, 2023)

La mayoría de los encuestados afirman que se encuentran satisfechos con los nuevos cambios, un 81,1% se encuentra satisfecho con su gestor personal, un 75,6% afirma estar contentos con la banca móvil ya que el 89,4% puede finalizar con éxito la gestión en estos canales.

Estos datos resultan esperanzadores y nos hacen pensar que las medidas están siendo un éxito, sin embargo, siempre se puede seguir mejorando y es por ello que se les ha preguntado cuales son las posibles áreas en las que aún hay margen de mejora (Observatorio de Inclusión Financiera, 2023):

- *Seguir mejorando la atención y el trato (29,7 %)*
- *Más atención personal (15,5 %)*
- *La ampliación de horarios (10,1 %)*
- *Más oficinas y cajeros e información más comprensible (±7 %, ambos)*

Estos datos se han obtenido del observatorio de inclusión financiera, creado por AEB, CECA y Unacc, (2023).

7.2. SEGMENTACIÓN POR NIVEL DE INGRESOS

Exclusión financiera es el concepto que da nombre a aquello por lo cual sufren muchas personas. Se trata de “la incapacidad de acceder a los servicios financieros básicos de una forma adecuada. Puede surgir como resultado de problemas en el acceso, las condiciones, los precios, el marketing o la autoexclusión en respuesta a diferentes experiencias o intuiciones negativas” (Sinclair, 2001). Sin embargo, este concepto engloba a todos y cada uno de las personas o grupos que sufren de esta condición, ejemplo de ello son los algunos de los grupos que hemos mencionado previamente. En este caso hablaremos de aquellos que sufren exclusión financiera a raíz de los bajos ingresos.

Según Joaquín Maudos, catedrático de Análisis Económico de la Universidad de Valencia, ha presentado un informe que indica que “657.557 individuos en España no tienen acceso a ningún servicio bancario lo que supone el 1,4% de la población total del país”. Según el INE,

en el año 2021, el 35,4% de la población no podía hacer frente a un gasto imprevisto de 650 euros, el 45,1% llega con alguna dificultad a final de mes y el 12,2% tiene atraso en el pago de los gastos de la vivienda. (EAPN, 2022)

Por otro lado, una investigación de EAPN-ES realizada sobre una muestra de 348 personas en situación de vulnerabilidad social, ha revelado que al (47,6 %) en el último año, su entidad le ha incrementado las comisiones. El 44,2% ha asegurado que las condiciones de su cuenta han empeorado, y el 20,2% ha querido abrirse una cuenta y se la han denegado. (EAPN, 2022)

Las principales causas de exclusión al acceso de una cuenta bancaria señaladas por las personas encuestadas son:

- Desde las entidades les exigen requisitos que no pueden cumplir (80%).
- Sus ingresos son muy escasos (60%).
- Miedo a operar por internet (20%).

A esto hay que sumarle otro concepto nuevo; violencia administrativa, que hace referencia al trato distante, sin empatía y prejuicioso por parte de las entidades encargadas de atender a las personas sin recursos o en vulnerabilidad. Ejemplo de ello es la complejidad de los trámites, ya que no tienen un servicio de defensa legal que los apoye, lo cual los lleva a abandonar las reclamaciones. Otro ejemplo, es la tramitación en línea la cual se está priorizando frente a la atención presencial dejando desamparada a algunas de estas personas las cuales no tienen la misma facilidad para acceder a estos servicios. (EAPN, 2021).

La adaptación de estos grupos vulnerables es toda una prioridad para el sector por lo que, para paliar esta situación, las entidades bancarias tienen la obligación de ofrecer una cuenta bancaria básica, sin comisiones, sin gastos de apertura, sin gastos de cierre y con 120 operaciones al año. Para ello las personas solicitantes deben cumplir al menos una de las siguientes características:

- 1- Residir legalmente en la UE.
- 2- Ser solicitante de asilo.
- 3- No tener permiso de residencia y estar en situación excepcional que impida la expulsión del país.

(Ministerio de Consumo, 2022)

En el otro extremo tenemos a los clientes poderosos o con un alto poder adquisitivo, los cuales según (Gonzalo Calello, 2019) citando a (Porter, 2008) son capaces de capturar más valor obligando a las empresas a que los precios bajen o exigiendo mejor calidad en los productos y servicios, es decir, estos clientes tienen un gran poder de negociación.

7.3. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

La digitalización de los servicios bancarios y su incidencia en el medio rural es otro de los temas a tratar. Las recientes crisis, la digitalización acelerada o el surgimiento de nuevos competidores ha provocado que los bancos busquen nuevas estrategias para poder garantizar su continuidad competitiva, esto se discute más detalladamente en la sección 2.3, “Motivos que impulsan la innovación digital en el sector financiero”.

En los últimos 5 años la banca española ha cerrado el 33,4% de las sucursales. La transición de la tradicional atención presencial a la digitalización ha generado que multitud de clientes ubicados en zonas vulnerables, no tengan una sucursal cercana donde poder realizar o consultar los servicios que hasta no hace mucho disponían. El mediterráneo y las provincias del noroeste de la península han sido las zonas geográficas más afectadas. (Sobrino, 2022)

Según datos del Banco de España citados por Sobrino (2022), son 4.400 los pueblos que no tienen oficina en España, es decir un 54%. En términos absolutos más de 1,6 millones de personas están sin acceso a una sucursal. Por otro lado, hay un fenómeno que se está observando el cual afirma que es precisamente en estas zonas rurales en donde los ciudadanos tienen más necesidad de usarlas. Suelen ser zonas ganaderas y agrícolas en donde sus habitantes pertenecen a un grupo de edad que tiene más difícil el acceso a los canales digitales.

A continuación, se mostrará un mapa que mediante distintos colores representa en qué porcentaje se han cerrado bancos en las distintas comunidades.

Se han puesto en marcha iniciativas para paliar esa ausencia de servicios bancarios presenciales y así evitar la exclusión financiera. En una nota de prensa emitida por Correos, junto con las asociaciones AEB, CECA y Unacc han puesto en marcha un protocolo general que consiste en poner a disposición del ciudadano el servicio Correos Cash, para realizar retiradas e ingresos de efectivo mediante 6000 carteros rurales, que garantizan la entrega de dinero en el 100% de los municipios. El objetivo es garantizar que todas las personas, sin importar donde vivan, puedan acceder a dinero en efectivo con la menor necesidad de desplazamientos. (Correos, AEB, ceca, Unacc, 2022)

Durante el año 2022 este proyecto registró 134.189 operaciones lo que supuso un 30% más que en 2021, en el que se realizaron 103.807 operaciones. En la actualidad, Banco Santander, Ibercaja, Evo Banco, Banco Mediolanum, Triodos Bank y Bancofar son las entidades que están colaborando en este plan, sin embargo, la empresa pretende colaborar con todos los bancos que estén interesados. (Correos, AEB, ceca, Unacc, 2022).

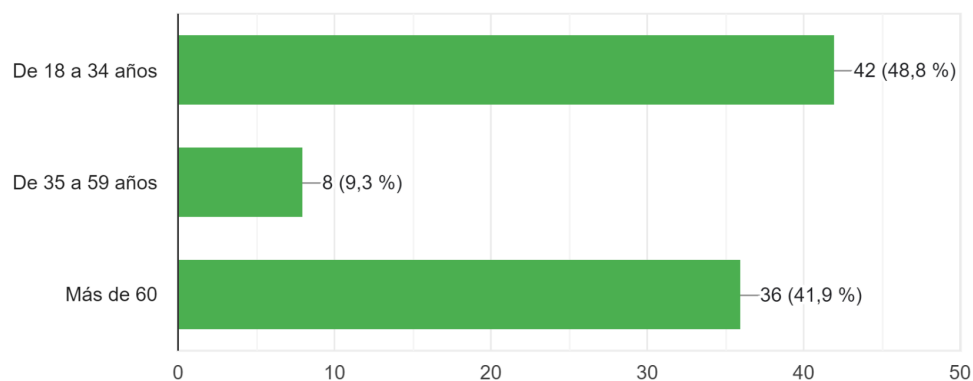
8. ESTUDIO EMPÍRICO A TRAVÉS DE UNA ENCUESTA

Para la realización del estudio empírico, se ha utilizado una metodología basada en la elaboración de una encuesta a través de Google Forms. Esta encuesta se ha basado en la recopilación de opiniones acerca de cómo han percibido los usuarios la digitalización bancaria en primera persona. Para ello, se realizaron una serie de preguntas estructuradas que abordan diversos aspectos relacionados con la banca digital. Esta metodología ha permitido obtener una amplia muestra de opiniones, lo que facilitó el análisis y la interpretación de los resultados. En total participaron 88 personas, cuyas edades van desde los 18 años en adelante. La encuesta se realizó la última semana de enero de 2024, y estuvo abierta hasta el día 5 de febrero. La finalidad del estudio empírico ha sido contrastar las hipótesis del estudio con las opiniones de los distintos usuarios para ver si existe correlación alguna.

Tabla 19: ¿En qué rango de edad te encuentras?

¿En qué rango de edad te encuentras?

86 respuestas



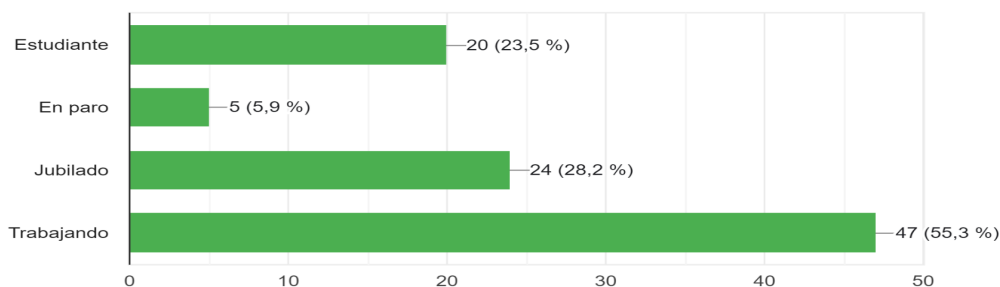
Fuente: Elaboración propia

Del total de los encuestados, 42 son jóvenes de entre 18 y 34 años, 8 son de mediana edad y los 36 restantes pertenecen al grupo de mayores de 60 años. El grupo de los jóvenes es el que tiene más representantes ya que son el 48,8% de la muestra. En segundo lugar, estarían los mayores de 60 años, los cuales son el 41,9% del total, cifra que se aproxima mucho a los jóvenes, y en último lugar tenemos al grupo formado por personas con una edad comprendida entre los 35 y 59 años, los cuales únicamente representan el 9,3% del total.

Es interesante que exista disparidad entre las edades de los usuarios ya que de esta manera los datos estarán menos sesgados.

Tabla 20: Situación laboral

Situación Laboral
85 respuestas

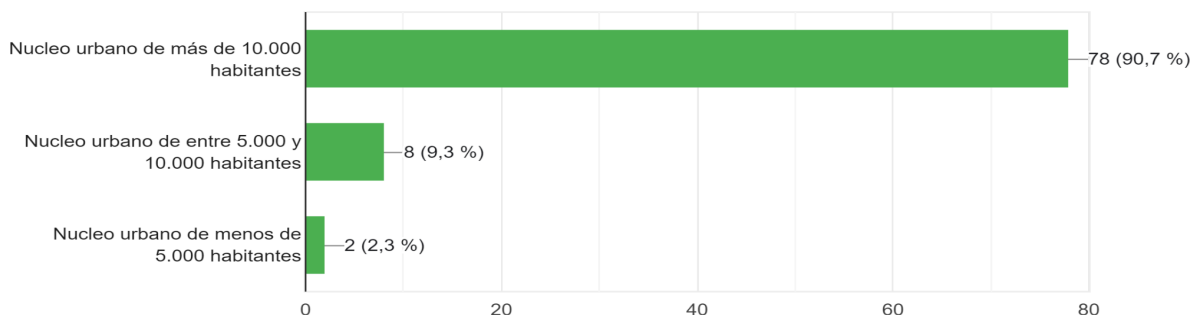


Fuente: Elaboración propia

El 55% de los encuestados están empleados, por lo que estarán familiarizados con la operativa bancaria. Por otro lado, el 28,2% son jubilados, esto ofrece una perspectiva muy valiosa, ya que este grupo ha vivido la mayor parte de su vida con banca tradicional, y en estos últimos años les ha tocado transicionar hacia un mundo totalmente desconocido para muchos de ellos. A lo largo del trabajo hemos observado cómo muchos de los individuos que forman parte de este rango de edad o colectivo se sienten excluidos, por falta de conocimientos digitales. Conocer sus opiniones será de gran ayuda para la elaboración de las conclusiones.

Tabla 21: Lugar de residencia

Lugar de residencia
86 respuestas



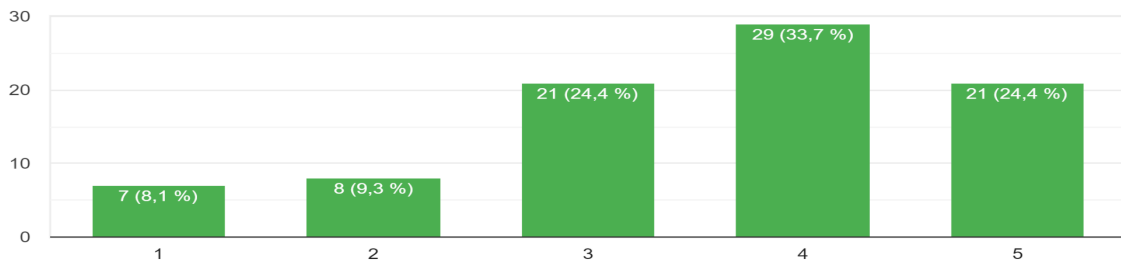
Fuente: Elaboración propia

Respecto a la procedencia de los encuestados, los datos muestran una gran homogeneidad: más del 90% vive en núcleos urbanos de más de 10.000 habitantes, mientras que solo 10 encuestados viven en áreas de menos de 10.000 habitantes. Esto limita el análisis geográfico y la comparación entre zonas urbanas y rurales. En el punto 7.3 hemos abordado este tema,

por lo que, contar con la opinión de aquellos que viven esa situación hubiera sido muy interesante y valioso.

Tabla 22: ¿Qué tan cómodo te sientes utilizando servicios bancarios digitales?

Del 1 al 5 ¿Qué tan cómodo te sientes utilizando servicios bancarios digitales?
86 respuestas

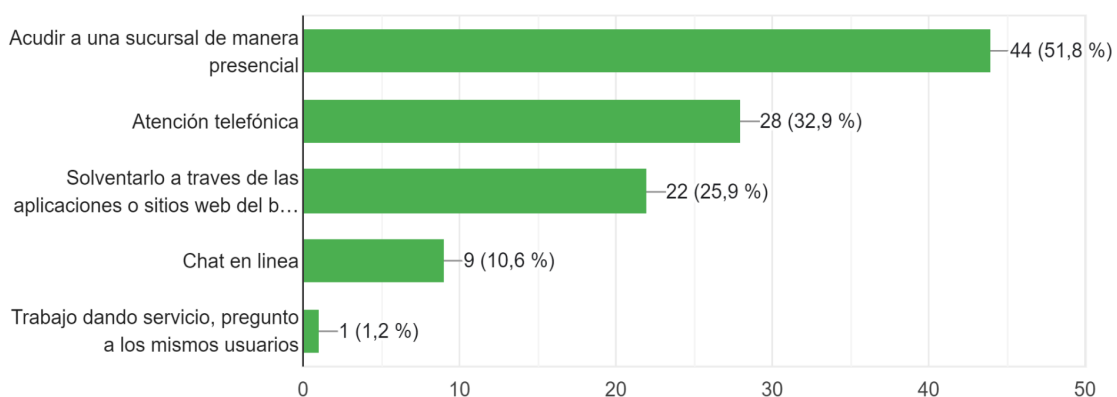


Fuente: Elaboración propia

En una escala del 1 al 5, donde 1 representa muy incómodo y 5 muy cómodo, el 33,7% ha respondido que se encuentran bastante cómodos con la banca digital, un 24,4% muy cómodos y otro 24,4% cómodos. Tan solo un 9,3% y un 8,1% no se encuentran a gusto. Resulta sorprendente, ya que una gran proporción de los encuestados son gente mayor y según estudios previamente expuestos, muchos de ellos se sienten excluidos por lo que cabía esperar que los resultados hubiesen sido algo más heterogéneos hacia ambos lados de la gráfica.

Tabla 23: Canal preferente para consultar dudas o problemas

Canal preferente para consultar dudas o problemas
85 respuestas

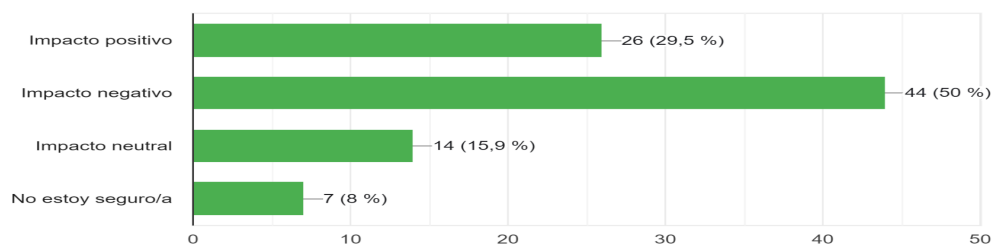


Fuente: Elaboración propia

Se les preguntó sobre su canal preferente para consultar sus dudas e inquietudes. Aquí, observamos cómo el 51,8% prefiere seguir acudiendo a una sucursal de manera presencial. Esto demuestra que este método, utilizado desde tiempos inmemoriales, sigue siendo el más utilizado. No obstante, la asistencia telefónica y las aplicaciones web también son muy populares entre los consumidores. Ir supervisando la evolución de estas preferencias a lo largo del tiempo, sería muy interesante para observar si la digitalización se va imponiendo sobre la atención presencial.

Tabla 24: ¿Crees que la digitalización bancaria ha tenido un impacto positivo o negativo en la relación entre los bancos y sus clientes?

¿Crees que la digitalización bancaria ha tenido un impacto positivo o negativo en la relación entre los bancos y sus clientes?
88 respuestas



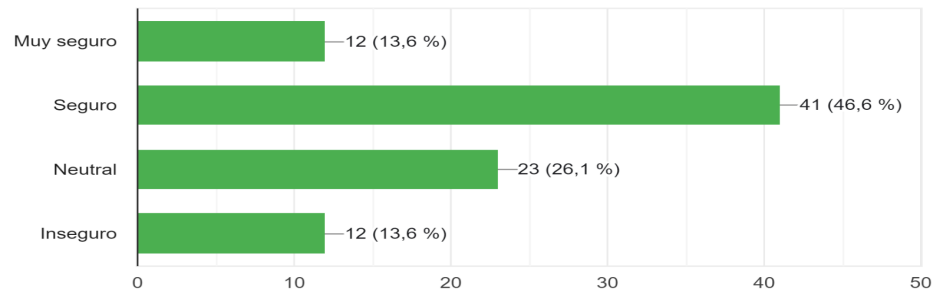
Fuente: Elaboración propia

Estos resultados sugieren una percepción general negativa hacia la digitalización bancaria. La mitad de los encuestados sugiere que el impacto ha sido negativo, mientras que un tercio lo considera positivo y un 15,9% lo considera neutral. Por otro lado, un 8% afirma no estar seguro acerca del tema lo que supone incertidumbre para estas personas. Esto indica la necesidad de optimizar la experiencia del cliente para que su percepción hacia la digitalización mejore. Resulta paradójico, previamente han afirmado que se sienten bastante cómodos utilizando banca digital, sin embargo, perciben una relación negativa entre bancos y clientes debido a la digitalización.

Una posible explicación para esta contradicción podría ser que, aunque los encuestados se sientan cómodos utilizando la banca online, creen que hay aspectos concretos que han ido a peor, quizás los cambios en la relación entre los bancos y los clientes debido a la automatización y la reducción de la interacción humana sea una de las razones fundamentales por la cual piensen de esta manera.

Tabla 25: En cuanto a seguridad. ¿Qué nivel de confianza sientes al realizar tus operaciones bancarias de manera digital?

En cuanto a seguridad, ¿qué nivel de confianza sientes al realizar tus operaciones bancarias de manera digital?
88 respuestas



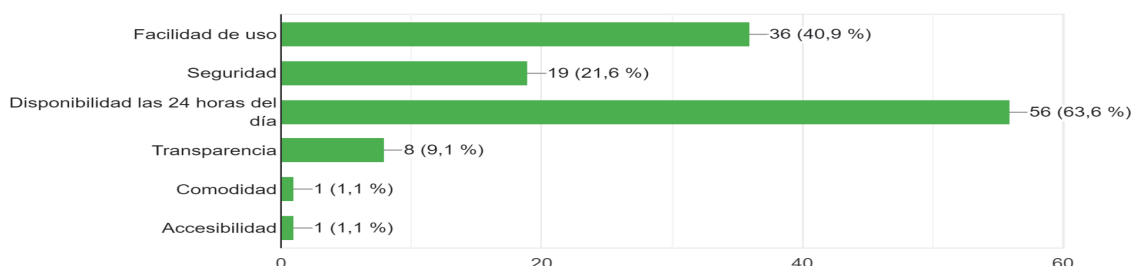
Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta resulta de gran interés. A lo largo del estudio hemos observado cómo garantizar la seguridad se encuentra dentro de las prioridades que se han marcado los bancos de cara a evitar posibles ciberataques, la inversión en seguridad ha sido elevada, y conocer la percepción de los clientes resulta interesante.

Más del 60% de los encuestados afirman sentirse seguros o muy seguros utilizando estas nuevas vías, un 26,1% sienten imparcialidad y un 13,6% se sienten inseguros operando de esta manera. Esto nos incita a pensar que la inversión está generando resultados positivos y esto se ve reflejado en las opiniones de la gente. Sin olvidar que, casi el 14% sigue sintiéndose insegura, por lo que tocará seguir trabajando en esa línea.

Tabla 26: ¿Qué aspecto de la banca digital consideras más importante o valioso para ti?

¿Qué aspecto de la banca digital consideras más importante o valioso para ti?
88 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El aspecto más positivo percibido por los encuestados es la disponibilidad de uso que ofrece las 24 horas del día, ya que, poder realizar operaciones, consultar saldos, movimientos... en

cualquier momento del día y cualquier día de la semana, es una ventaja competitiva que hasta hace no mucho era impensable. Por otro lado, un 40,9% valora la facilidad de uso de estas aplicaciones, ya que únicamente se requiere de un móvil con conexión a internet para poder acceder a las aplicaciones. Por otro lado, el 21,6% valora la seguridad y un 9,1% valora la transparencia. En general los usuarios encuentran aspectos positivos que la banca tradicional no ofrece, y que se están convirtiendo en hábito.

9. CONCLUSIONES

El presente trabajo trata de explicar en qué consiste la digitalización bancaria y cómo se han adaptado los distintos tipos de usuarios a este fenómeno. Para ello, se ha recabado información de diferentes estudios, artículos académicos, publicaciones y se ha buscado una confirmación de las ideas plasmadas, a través de un estudio empírico que ha consistido en una encuesta. A continuación, se expondrán las principales conclusiones que se han extraído de este trabajo.

Para comenzar, quisiera decir que previo a la realización de este estudio, tenía ciertas ideas preconcebidas sobre la actividad bancaria. Tras una breve experiencia laboral en una entidad financiera, concluí, que los bancos estaban cerrando las sucursales de forma generalizada para maximizar sus beneficios, sin importarles la cantidad de usuarios que se verían perjudicados por sus decisiones. Tras la realización del estudio, puedo decir que hay circunstancias que han acelerado este proceso y que no lo han hecho por egoísmo sino por supervivencia. Sigo pensando que hay ciertos colectivos que se encuentran en situación de exclusión, pero también creo que las entidades están realizando un gran esfuerzo para que la transición hacia la digitalización sea colaborativa e inclusiva.

En primer lugar, y en base a los datos recabados y analizados, se puede afirmar que la digitalización bancaria ha tenido un gran impacto tanto para las entidades financieras como para los clientes. También podemos decir qué factores como la crisis del 2008, el declive rural, la irrupción de las Fintech, el Big Data y la pandemia del COVID-19 han acelerado significativamente este proceso en los últimos años.

Por otro lado, la digitalización en el sector financiero ha traído consigo mejoras como la oferta de servicios más ágiles y personalizados, mejorando la eficiencia y la experiencia de usuario. Este fenómeno ha redefinido completamente la relación entre los clientes y las instituciones financieras, marcando una era donde la accesibilidad, la innovación y la conveniencia son fundamentales.

Por su parte, se ha observado que algunos grupos carecen de las capacidades o habilidades necesarias para hacer un correcto uso de estas nuevas tecnologías, lo que les coloca en una situación de exclusión. Sin embargo, varias asociaciones bancarias han puesto en marcha protocolos que consisten en poner a disposición del ciudadano herramientas para eliminar o reducir al máximo estas problemáticas y así garantizar la inclusión financiera. Por lo que hemos podido ver en el análisis de las soluciones llevadas a cabo hasta el momento, la mayoría de los encuestados están satisfechos con los cambios implementados. Sin embargo, y en base a los segmentos analizados, creo que lo más adecuado sería la realización de medidas y políticas específicas para cada segmento.

También se ha llegado a la conclusión de que es imprescindible mejorar la infraestructura en las zonas rurales, ya que, con el cierre masivo de sucursales, muchas personas se están quedando totalmente aisladas. Para ello, ya se están llevando a cabo iniciativas como la de correos, que se basa en poner a disposición del ciudadano el servicio Correos Cash, para así garantizar que todas las personas, sin importar donde vivan, puedan acceder a dinero en efectivo con la menor necesidad de desplazamientos. Estas medidas parecen positivas de cara a garantizar la inclusión de aquellos colectivos vulnerables, sin embargo, muchas de estas personas reclaman que estas acciones se conviertan en ley para así garantizar su perdurabilidad en el tiempo.

A su vez, también hemos observado la segmentación por edad. Las personas mayores de 60 años tienden a adoptar la tecnología bancaria digital de manera más lenta, debido a la falta de familiaridad o la desconfianza hacia estos dispositivos electrónicos. No obstante, a través de una encuesta elaborada por el INE donde se compara el porcentaje de personas que realizaron gestiones de banca electrónica en distintos años y el estudio empírico que se realizó a través de la encuesta, se vio cómo estas personas están utilizando cada vez más estas herramientas, por lo que el futuro puede ser esperanzador para este colectivo.

Para finalizar, la inversión realizada por las entidades bancarias para transicionar hacia esta nueva era digital, ha supuesto un cambio de paradigma, ya que ha transformado el funcionamiento de este sector. Distintos estudios afirman que el proceso de digitalización es positivo a grandes rasgos, a pesar de que existan grupos minoritarios a los que les está costando adaptarse a esta nueva realidad. La encuesta realizada en el presente trabajo confirma esta hipótesis.

Quisiera añadir que este trabajo podría extenderse por varias vías. En lo personal, la profundización en el modelo TAM y el fenómeno de la autoexclusión me parecen realmente interesantes. En ellos se relaciona la psicología de los consumidores con su percepción y aceptación de la digitalización. A lo largo del estudio se han mencionado estos conceptos, sin embargo, ahondar en ellos y realizar encuestas especializadas en esta dirección sería de

gran interés, ya que la segmentación demográfica no es la única manera válida de diversificar y estudiar a los consumidores.

10. BIBLIOGRAFÍA

Alconada, Á. G. (2020, noviembre 2). La banca destruye 120.000 empleos en España desde la crisis financiera. Ediciones EL PAÍS S.L. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/10/30/companias/1604092983_042292.html

Andújar Nagore, I. (2022, julio). Educación financiera y personas mayores: evidencias y experiencias para el caso español. *Panorama Social*, (35). FUNCAS. <https://www.funcas.es/articulos/educacion-financiera-y-personas-mayores-evidencias-y-experiencias-para-el-caso-espanol/>

Andújar Nagore, I. (2022). Educación financiera en píldoras: jeroglíficos financieros y posts en el Portal del Cliente Bancario. *Tecnología, Ciencia y Educación*, 21, 81-114. <https://doi.org/10.51302/tce.2022.634>

Aza, A. (2022, 30 marzo). Digitalización y exclusión financiera: dos desafíos más allá de la banca. *elconfidencial.com*. https://blogs.elconfidencial.com/economia/tribuna/2022-03-30/banca-digitalizacion-exclusion-ceca_3400088/

Ballano, A. (2020). La reestructuración de la red de oficinas en el sector bancario y sus consecuencias. Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Zaragoza. <https://zagan.unizar.es/record/101904/files/TAZ-TFG-2020-1695.pdf>

Banderas Moreno, A. C. (2023). LA DIGITALIZACIÓN DE LA BANCA: ESTUDIO DEL IMPACTO EN LAS GENERACIONES NO NACIDAS EN LA ERA DIGITAL. <https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/25629/2023-24-FCEE-N-2304-2304047-ac.banderas.2019-MEMORIA.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>

Barr, N. (2004). Financiación de la educación superior. *Revisión de Oxford de la política económica*, 20 (2), 264-283. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187229746008>

Bover, O., Hospido, L., & Villanueva, E. (2016). Encuesta de competencias financieras. *Banco de España*. https://www.bde.es/f/webbde/SES/estadis/otras_estadis/2016/EncuestaCompetencias_Web.pdf

Carne, G. (2020, abril). LA EVOLUCIÓN Y DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR BANCARIO <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/43242/1/TFG%20-%20Carne%20Miranda%2C%20Guillermo.pdf>

Carbo-Valverde, S., Cuadros-Solas, P., & Rodríguez-Fernández, F. (2020). A machine learning approach to the digitalization of bank customers: Evidence from random and causal forests. *PloS One*, *15*(10), e0240362. <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0240362#sec001>

Carbó-Valverde, S., Cuadros-Solas, PJ, & Rodríguez-Fernández, F. (2022). Estrategias empresariales, institucionales y financieras para la rentabilidad de las FinTech. *Innovación financiera*, *8* (1), 1-36. <https://jfin-swufe.springeropen.com/articles/10.1186/s40854-021-00325-2>

Carbó, S., & Rodríguez, F. (2021). EL SECTOR BANCARIO ESPAÑOL TRAS LA PANDEMIA: RUMBO A LAS PLATAFORMAS. Universidad de Granada y Funcas. https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2021/12/PEE-170_Carb%C3%B3.pdf

Carbó,S; Cuadros P; Rodriguez, F. (2021, noviembre 24). *Informe sobre el sector bancario español en un entorno de cambios en la productividad*. Funcas; Funcas - Fundación de las Cajas de Ahorro. <https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2021/11/Informe-Sector-Bancario-COMPLETO.pdf>

Carchano, M; Carrasco, I; Soler,F. (2021). La contribución de las cooperativas de crédito para aliviar la exclusión financiera geográfica en los espacios menos poblados. El caso de España. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa. <https://rodrigo.uv.es/bitstream/handle/10550/90855/17509-73603-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Choudrie, J., Obuekwe, C., McKenna, B., & Richter, S. (2018). Understanding and Conceptualising the adoption, use and diffusion of mobile banking in older adults: a research agenda and conceptual framework. *Journal of Business Research*, *88*, 449-465. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296317304757?via%3Dihub#bb0365>

Correos, AEB, CECA, Unacc. (2022a, 20 de julio). La banca y Correos colaborarán para mejorar el acceso al efectivo en el mundo rural. Asociación Española de Banca https://www.ceca.es/wp-content/uploads/2022/07/NdP_La-banca-y-Correos-colaboraran-para-mejorar-el-acceso-al-efectivo-en-el-mundo-rural.pdf

Cermeño , P. (2023, a 2 de octubre). ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS FINTECH EN EL SECTOR BANCARIO Y FINANCIERO

<https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/24980/2023-24-FCEE-N-2304-2304047-p.cermeno.2018-MEMORIA.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>

Comunicación. (2022, 13 octubre). Conoce las medidas para mejorar la atención personalizada de personas mayores. *Asociación Española de Banca*.

<https://www.aebanca.es/noticias/articulos/informe-de-seguimiento-de-las-medidas-dirigidas-a-mejorar-la-atencion-personalizada-de-personas-mayores-o-con-discapacidad/>

Crespo, L., El Amrani, N., Gento, C., & Villanueva, E. (2023). *Heterogeneidad en el uso de los medios de pago y la banca online: un análisis a partir de la encuesta financiera de las familias (2002-2020)*. Banco de España.

<https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSerias/DocumentosOcasiones/23/Fich/do2308.pdf>

Das, SR (2019). El futuro de las fintech. *Gestión Financiera* , 48 (4), 981-1007. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/fima.12297>

Del Pilar Alonso Logroño, M., Gargallo, P., Escolano, C., Miguel, J., & Salvador, M. (2023). Financial Exclusion, Depopulation, and Ageing: An analysis based on panel data. *Journal of Rural Studies*, 103, 103105.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0743016723001717>

Durante Zurro, J. (2022). La Banca Online y su evolución.

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/54544/TFG-J-383.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Eurostat. (2021). Demografía de Europa. https://www.ine.es/prodyser/demografia UE/img/pdf/Demograh-InteractivePublication-2021_es.pdf?lang=es

Ferluga, G. (2019, octubre 22). *Los clientes que los bancos no quieren ver ni en pintura*. Ediciones EL PAÍS S.L.

https://elpais.com/economia/2019/10/08/mis_finanzas/1570544924_078615.html#comentarios

Fernandez, J.GMartinez, M. (2021, junio 28). Una década negra para el empleo en la banca. EXPANSIÓN. <https://lab.expansion.com/despidos-banca/>

Fine, C. (2016). DIGITALIZACIÓN FINANCIERA: EL COMMUNITY BANKING EN LA ERA DE LA DISRUPCIÓN DIGITAL. [[FINANCIAL DIGITIZATION: THE COMMUNITY BANKING IN THE AGE OF DIGITAL DISTRUPTION]] *Papeles De Economía Española*, (149), 2-20,171-172.

<https://www.proquest.com/docview/1920727656/fulltextPDF/623F26331AD04F58PQ/1?accountid=17248&sourcetype=Scholarly%20Journals>

Fine, C. (2016). Digitalización financiera: el community banking en la era de la disrupción digital. *Papeles De Economía Española*, (149), 2-20, 171-172. <https://www.proquest.com/docview/1920727656?parentSessionId=xGeFkgJvB4DFmkEk4GzQBSdfr%2FEPqhep%2FvH2Tr4%2F5U8%3D&sourcetype=Scholarly%20Journals>

Funcas - Fundación de las Cajas de Ahorros. (2022, 14 septiembre). *Educación financiera y personas mayores: evidencias y experiencias para el caso español* - Funcas. Funcas. <https://www.funcas.es/articulos/educacion-financiera-y-personas-mayores-evidencias-y-experiencias-para-el-caso-espanol/>

FUNCAS-KPMG. (2023). La digitalización como eje de transformación bancaria. kpmg.es <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/es/pdf/2023/09/informe-funcas-2023.pdf>

Gai, K., Qiu, M., & Sun, X. (2018). A survey on FinTech. *Journal of Network and Computer Applications*, 103, 262-273. <https://doi.org/10.1016/j.jnca.2017.10.011>

Galdo, M. (2015, julio). Multicanalidad y digitalización bancaria. ICADE BUSINESS SCHOOL. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/6338/TFM000186.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Galmés, G.A, (2012). Plan de Negocio Fidelización Temprana del Segmento Joven en un Banco Argentino. (Tesis de maestría). Instituto Tecnológico de Buenos Aires. <https://ri.itba.edu.ar/server/api/core/bitstreams/c6a884c8-a832-4f31-912d-bf8db2946efc/content>

Gracia, M. (2023, 22 de febrero). El líder de ‘Soy mayor, no idiota’ suspende a la banca y reclama que las medidas sean ley. El Independiente. <https://www.elindependiente.com/economia/2023/02/22/el-lider-de-soy-mayor-no-idiota-suspende-a-la-banca-y-reclama-que-las-medidas-sean-ley/>

Greengard, S. (2009). Frente a un problema antiguo. *Comunicaciones de la ACM*, 52 (9), 20-22. <https://dl.acm.org/doi/fullHtml/10.1145/1562164.1562173>

H, M. (2022, 18 julio). Los nuevos retos de la banca digital y cómo abordarlos con tecnología. *Diario de Sevilla*.

https://www.diariodesevilla.es/tecnologia/nuevos-retos-banca-digital-abordarlos-tecnologia_0_1702930443.html

INE. (2021). Encuesta sobre el equipamiento y uso de tecnologías de información en los hogares 2021

INE. (2023). Encuesta sobre el equipamiento y uso de tecnologías de información en los hogares en 2023.

<https://es.statista.com/estadisticas/1063059/porcentaje-de-usuarios-de-banca-online-por-edad-en-espana/>

Kempson, E., Atkinson, A., & Pilley, O. (septiembre de 2004). Respuesta a nivel de políticas a la exclusión financiera en las economías desarrolladas: lecciones para los países en desarrollo. Informe encargado por el Equipo del Sector Financiero, División de Políticas, Departamento de Desarrollo Internacional, Universidad de Bristol. https://www.researchgate.net/publication/241102753_Policy_Level_Response_to_Financial_Exclusion_in_Developed_Economies_Lessons_for_Developing_Countries

Kempson, E; Whyley, C. (1999). Kept out or opted out? Bristol.ac.uk. <http://www.bris.ac.uk/media-library/sites/geography/migrated/documents/pfrc9902.pdf>

Kim, KT, Anderson, SG & Seay, MC Conocimiento financiero y comportamientos financieros a corto y largo plazo de los Millennials en los Estados Unidos. *J Fam Econ Edición* **40** , 194–208 (2019). <https://doi.org/10.1007/s10834-018-9595-2>

Koksal, M. H. (2016). The intentions of Lebanese consumers to adopt mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, *34*(3), 327–346. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-03-2015-0025/full/html>

KPMG. (2016). Enfocados en el cliente El modelo de omninegocio. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/es/pdf/2017/01/top-of-mind-enfocados-cliente.pdf>

Laukkanen, T. (2007). Banca por Internet versus banca móvil: comparación de las percepciones de valor del cliente. *Diario de gestión de procesos de negocio* , *13* (6), 788-797. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/14637150710834550/full/html?journalCode=bp>

Manzano, J. A., Navarré, C. L., Mafé, C. R., & Blas, S. S. (2011). Análisis de los factores determinantes de la lealtad hacia los servicios bancarios online. *Cuadernos De Economía Y*

Dirección De La Empresa, 14(1), 26-39.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138575811000041>

Martínez, R., Palma, A., & Velásquez, A. (2020, agosto). Revolución tecnológica e inclusión social. CEPAL
https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45901/S2000401_es.pdf

Montalvo, J. G. (2014). *Papeles de Economía Española*, suppl. 75, 43–58.
<https://www.proquest.com/docview/1624969829?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true&sourcetype=Scholarly%20Journals>

Mottola, G. R. (2014). La capacidad financiera de los adultos jóvenes: una visión generacional. Washington, DC: FINRA. Insights: Capacidad financiera, marzo.

Morgan, P. J., & Pontines, V. (2014, 9 de julio). Financial Stability and Financial Inclusion. ADBI Working Paper 488. <https://ssrn.com/abstract=2464018>

Mundial, B. (2022, 13 Julio). La COVID-19 incrementa el uso de los pagos digitales a nivel mundial. *World Bank*.

<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2022/06/29/covid-19-drives-global-surge-in-use-of-digital-payments>

Observatorio de Inclusión Financiera, AEB, CECA, & UNACC. (febrero de 2023). Informe anual de seguimiento de las medidas dirigidas a mejorar la atención personalizada de personas mayores y personas con discapacidad.
https://observatorioinclusionfinanciera.es/wp-content/uploads/2023/03/aebcecaunacc_informe-anual-de-seguimiento.pdf

Padilla Sánchez, Á. M., & Sanchis Palacio, J. R. (2021). La relación causa-efecto entre exclusión/inclusión social y financiera. Una aproximación teórica. *Revesco* (138) 2021: 1-22
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7873079>

Palomo Moreno, M. (2019, abril). Influencia de internet en la toma de decisiones del consumidor y estrategias de marketing de las empresas. Universidad Pontificia de Comillas, ICADE.
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/27200/TFG%20LPM%2004042019.pdf?sequence=1>

Paulet, E. y Mavoori, H. (2019). Bancos convencionales y Fintechs: cómo la digitalización ha transformado ambos modelos. *Revista de estrategia empresarial*, 41 (6), 19-29.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JBS-06-2019-0131/full/html>

Rodilla Palencia, E. (2021). Los servicios financieros digitales y su repercusión en la inclusión financiera.

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/46613/TFG-Rodilla%20Palencia%2c%20Eva.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Rodríguez López, J; Hinojo Gonzalez, P. (2019, marzo). Oportunidades de la tecnología aplicada a los mercados financieros: El fenómeno Fintech. Boletín económico de ICE 3109 https://www.researchgate.net/profile/Pedro-Hinojo/publication/331953895_Oportunidades_de_la_tecnologia_aplicada_a_los_mercados_financieros_el_fenomeno_Fintech/links/5cf1074d299bf1fb184c0caf/Oportunidades-de-la-tecnologia-aplicada-a-los-mercados-financieros-el-fenomeno-Fintech.pdf

Sande Muletaber, S. (2019). ¿ De qué hablamos cuando hablamos de mediana edad? Anatomía del sujeto envejeciente. *Desde la niñez a la vejez. Nuevos desafíos para la comprensión de la sociología de las edades. Asociación Latinoamericana de Sociología. Buenos Aires: Editorial Teseo, 213-30.* <https://www.teseopress.com/sociologiadelas edades/chapter/de-que-hablam os-cuando-hab lamos-de-mediana-edad-anatomia-del-sujeto-envejeciente/#:~:text=La%20mediana%20edad%20se%20entiende,la%20vejez%20de%20los%20padres.>

Santander. (2020, abril 29). *Santander culmina su inversión en Ebury e impulsa su oferta de comercio internacional a pymes.* Santander Bank.

<https://www.santander.com/es/sala-de-comunicacion/notas-de-prensa/2020/04/santander-culmina-su-inversion-en-ebury-e-impulsa-su-oferta-de-comercio-internacional-a-pymes#:~:text=Madrid%2C%2029%20de%20abril%20de,todas%20las%20autorizaciones%20regulatorias%20necesarias>

Valverde, S. C., & Fernández, F. R. (2015). Concepto y evolución de la exclusión financiera: Una revisión. *Cuadernos de Información económica*, (244), 73-83. Universidad de Granada y Funcas.

https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_CIE/244art09.pdf

Vesga, M. C. G., & de la Ossa, E. D. (2013). Desarrollo teórico de la Resiliencia y su aplicación en situaciones adversas: Una revisión analítica. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, niñez y juventud*, 11(1), 63-77. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4220133>

Yamakawa, P., Guerrero, C., & Rees, G. (2013). Factores que influyen en la utilización de los servicios de banca móvil en el Perú. *Universidad & Empresa*, 15(25), 131-149. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187229746008>

Yates, S. (2020). Factors Associated with Electronic Banking Adoption. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 31, JFCP18. doi:10.1891/JFCP-18-00079

Zubeldia, A. M., Grajirena, J. M., Sogorb, A. O., & Zubiaurre, M. Z. (2008). Reflexiones sobre el origen y las implicaciones de la exclusión financiera. In *Universidad, sociedad y mercados globales* (pp. 209-218). Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2751715>

1,3 millones de hogares en España sufren distrés financiero. (s. f.). EAPN España. <https://www.eapn.es/actualidad/1482/13-millones-de-hogares-en-espana-sufren-distres-financiero>