

## 2. FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO DE LA BANCA DIGITAL PARA MAYORES: ESPAÑA RURAL VS. URBANA

Francisco Liébana Cabanillas<sup>1</sup> (franlieb@ugr.es)

Sebastián Molinillo<sup>2</sup> (smolinillo@uma.es)

Carmen Zarco<sup>1</sup> (carmen.zarco@ugr.es)

Juan Pedro Cabrera Sánchez<sup>2</sup> (juanpedro.cabrera@uma.es)

<sup>1</sup> Universidad de Granada, <sup>2</sup> Universidad de Málaga

### Resumen ejecutivo

En los últimos años se ha observado cómo las entidades financieras han incrementado sus servicios a través de los canales digitales, reduciendo o dificultando su acceso en las sucursales. Este proceso ha puesto en riesgo de exclusión de los servicios financieros a las personas mayores de 65 años, con dificultad para acceder a ellos por medios digitales. En este estudio se analizan los factores determinantes del uso de la banca digital por las personas mayores, su importancia relativa y la influencia de la zona de residencia (urbana vs. rural). Para ello, se llevó a cabo una metodología mixta, a través de entrevistas en profundidad y encuestas con usuarios, así como con expertos del sector financiero. Los resultados muestran que la expectativa de rendimiento o utilidad, el esfuerzo esperado y la ansiedad son las variables que más influyen en el uso, observándose diferencias entre entornos geográficos.

### Takeaways

- Banca digital para mayores: ¿cómo satisfacer al usuario?
- Desafíos de la transformación digital en la banca para personas mayores.
- Banca digital para mayores: España rural versus urbana.
- La expectativa de rendimiento y la ansiedad o miedo a usar esta tecnología son las variables más influyentes.
- El lugar de residencia afecta a los resultados obtenidos.

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, uno de los principales avances en el sector bancario de la UE ha sido la expansión de los servicios *online*. En España, la frecuencia con la que los consumidores visitan una sucursal bancaria ha disminuido drásticamente, ya que las entidades financieras han reducido el número de sucursales en todo el territorio nacional y han dirigido a los usuarios a realizar muchas de sus operaciones (por ejemplo, reintegros de efectivo, pago de recibos y transferencias) preferentemente en los cajeros automáticos y en la banca *online*. En general, las entidades financieras han implantado unas condiciones tan restrictivas de prestación de los servicios en las oficinas (por ejemplo, horario reducido y comisiones adicionales) que, en la práctica, obligan a sus clientes a realizar las transacciones en esos otros canales sin la asistencia personalizada de un empleado.

De acuerdo con la nueva realidad social y empresarial, la banca digital es fundamental tanto por las ventajas que aporta a la competitividad de la economía y del sector financiero como a los propios clientes (empresas y consumidores). Los servicios a través de la banca *online* pueden ser prestados sin contacto personal y sin oficinas bancarias, lo que reduce considerablemente los costes de explotación, pero también permiten al cliente acceder a los servicios en cualquier lugar ininterrumpidamente durante los 365 días del año con comisiones más bajas. Esto ha hecho que en Europa la adopción de la banca digital por parte de los clientes haya sido muy rápida; sin embargo, en los tramos de mayor edad (65 a 74 años) la tasa de penetración de la banca digital (36%) es menos de la mitad de la tasa (74%) que se registra en el segmento con más usuarios (25 a 34 años).<sup>1</sup> Diversos estudios han señalado que el lugar de residencia de los clientes (área urbana vs. entorno rural) puede influir en el nivel de uso de la banca digital, debido a aspectos como la accesibilidad a redes de datos de alta velocidad (por ejemplo, cable vs. fibra), el nivel de conocimiento del entorno digital y la influencia del entorno social en las percepciones de confianza y seguridad de las transacciones.

La situación es tan paradójica que, tras una movilización del colectivo de mayores de nuestro país, el Gobierno tomó cartas en el asunto y propició, en febrero de 2022, la firma de un protocolo de las entidades para garantizar, con un decálogo de medidas, la inclusión financiera y la atención personalizada de las personas mayores.<sup>2</sup> A pesar de las medidas que dicho protocolo recogía, la realidad es que el acceso a la

banca digital por parte de este colectivo continúa siendo baja, hasta el punto de que a finales de 2023 el Gobierno prohibió por decreto que los bancos cobren comisiones a las personas mayores de 65 años por retirar efectivo en ventanilla.

Ante esta situación, en el presente estudio nos planteamos las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuáles son los factores determinantes del uso de la banca digital por las personas mayores?
- ¿Qué factores tienen mayor importancia relativa?
- ¿Influye la zona de residencia (urbana vs. rural) en el comportamiento de los usuarios de banca?

## USO DE LA BANCA DIGITAL EN ESPAÑA

Según datos del Banco de España, la banca española ya ha cerrado casi la mitad de las oficinas bancarias que existían en el país en los momentos previos a la quiebra de Lehman Brothers, en septiembre de 2008. En general, la constante digitalización de los servicios tiene importantes ventajas para las empresas y los clientes. Sin embargo, en algunos colectivos de usuarios, como el de las personas mayores, la digitalización no ha sido bien recibida por las dificultades de acceso que encuentran, por lo que se corre el riesgo de que queden excluidos del sistema financiero.

De acuerdo con el informe del INE<sup>3</sup> sobre equipamiento y uso de las TIC en los hogares en 2022, el 83,3% de las personas de 25 a 29 años utiliza la banca digital, pero en las personas de 55 a 64 años la proporción cae al 57,1%, y hasta el 43% en las de 65 a 74 años. En todos los grupos de edad, el uso es mayor en España que en la UE-27 y en la zona euro, incluido en los más mayores. Además, en el segmento de los más mayores (65-74 años) es donde más ha crecido en los últimos 5 años, ya que se ha multiplicado por 2,2, pasando del 19,1% de 2017 al 43% de 2022, impulsados sobre todo por los cambios del sector.

El uso de la banca digital exige poseer un mínimo de competencias digitales. Los más jóvenes (de 16 a 24 años) son los que más competencias tienen (el 84,9% tiene competencias al menos básicas), mientras que la proporción cae al 66% en el segmento de 45 a 54 años, al 50% de 55 a 64 años, al 40,6% de 65 a 74 años y al 26,8% de 75 a 84 años.

## TEORÍA UNIFICADA DE ACEPTACIÓN Y USO DE LA TECNOLOGÍA

En esta investigación, el estudio de los factores determinantes del uso de la banca digital por las personas mayores se aborda desde la perspectiva de la teoría unificada de aceptación y uso de la tecnología 2 (UTAUT2, por sus siglas en inglés).<sup>4</sup> Esta teoría sostiene que siete son los factores críticos que explican la intención de uso y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC): expectativas de rendimiento o utilidad, expectativas de esfuerzo, influencia social, condiciones facilitadoras, motivación hedónica, valor del precio y hábito (Tabla 2.1). La UTAUT2 ha sido ampliamente utilizada para explicar la adopción de la banca digital y de los medios de pago electrónicos en muy diversos contextos nacionales y culturales, por lo que se considera un marco válido para el estudio de los factores determinantes del uso de la banca digital entre las personas mayores.

Tabla 2.1  
FACTORES DE LA UTAUT2

Factor	Definición
Expectativa de rendimiento	Percepción acerca de los beneficios y resultados positivos que espera obtener al utilizar la banca electrónica, como conveniencia, eficiencia y acceso rápido a servicios financieros.
Expectativa de esfuerzo	Percepción sobre la facilidad y el esfuerzo requerido al adoptar y utilizar la banca electrónica, incluyendo la simplicidad de la interfaz y los procesos.
Influencia social	Impacto de las opiniones, recomendaciones y experiencias de otras personas, como amigos, familiares o colegas, en la decisión del usuario de adoptar la banca electrónica.
Condiciones facilitadoras	El usuario tiene los conocimientos y los medios necesarios para acceder a la banca digital.
Motivaciones hedónicas	Aspectos emocionales y placenteros asociados con el uso de la banca electrónica, como la satisfacción personal, el disfrute de la tecnología y la sensación de novedad.
Valor del precio	Percepción sobre la relación costo-beneficio de utilizar la banca electrónica en comparación con métodos tradicionales, considerando aspectos como tarifas, costos y ahorros.
Hábito	Tendencia arraigada del usuario a realizar transacciones bancarias de una manera específica, ya sea tradicional o electrónica, debido a la repetición y la familiaridad.

Fuente: Venkatesh et al. (2012).<sup>4</sup>

## EFFECTO MODERADOR DE LA ZONA DE RESIDENCIA DEL USUARIO

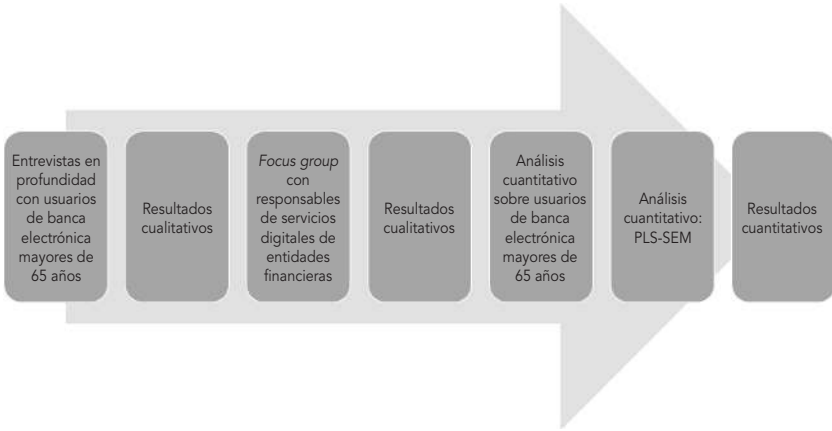
La adopción de la banca digital varía según la zona de residencia del usuario. Diversos estudios atribuyen el diferente nivel de adopción a varios factores. En primer lugar, el nivel de acceso a las TIC puede ser un factor determinante en la adopción de la banca electrónica. Los usuarios que residen en áreas rurales o remotas tienen un menor acceso a las TIC y, por lo tanto, es posible que sean menos propensos a adoptar la banca digital. En esta misma línea, algunos trabajos han puesto de manifiesto que los clientes rurales solo utilizan servicios básicos de la banca digital, como la consulta de saldo, mientras que prefieren la sucursal bancaria para otras operaciones; por el contrario, los clientes de zonas urbanas hacen uso de servicios avanzados de la banca digital y prefieren el cajero automático para otras operaciones. Además, también se ha mostrado una brecha en cuanto al conocimiento y uso de los distintos canales bancarios. A esos aspectos se le añade que la cultura y las creencias de los usuarios también pueden influir en la adopción de la banca digital, y que ambas están condicionadas por las influencias sociales; en un entorno rural podrían confiar menos en la banca digital que en entornos urbanos. Por último, la infraestructura y la calidad de los servicios de telecomunicaciones también pueden afectar a la adopción de la banca digital. Por todo lo anterior, consideramos relevante analizar el posible efecto moderador de la zona de residencia del usuario.

### ESTUDIO REALIZADO

La Figura 2.1 muestra el proceso secuencial de la investigación en la que se han utilizado tres métodos: entrevistas en profundidad con usuarios, *focus group* o grupo focal con expertos y encuestas a usuarios. En primer lugar, tras la revisión de la literatura, se realizaron 11 entrevistas en profundidad con usuarios de banca digital mayores de 65 años (estudio cualitativo 1) y un *focus group* con 5 expertos de diferentes entidades financieras con responsabilidades en servicios *online* (estudio cualitativo 2). Los resultados de estos estudios cualitativos, junto con la revisión de la literatura, ayudaron a confeccionar un cuestionario *online* (estudio cuantitativo). Los datos se recogieron de una muestra de participantes a través del panel de consumidores de la empresa Toluna España en enero de 2023. En el estudio, se contó con la colaboración de la Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España, organiza-

ción nacional que representa a diversas asociaciones que velan por los derechos e intereses de las personas mayores y pensionistas.

Figura 2.1  
PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN



Fuente: Elaboración propia.

Para conocer el punto de vista de las personas mayores de 65 años se realizaron 11 entrevistas en profundidad. Esta técnica permite conocer con detalle la opinión de los usuarios, a través de un diálogo que aborda los temas de interés con mayor detalle. La muestra entrevistada estaba formada por 5 hombres y 6 mujeres, mayores de 65 años (media 70 años), residentes casi a partes iguales entre zonas urbanas y rurales, y usuarios de banca digital. Las entrevistas se grabaron con el consentimiento de los participantes, se transcribieron y se analizaron con posterioridad.

La mayoría de los participantes han percibido un importante cambio en el sector financiero en los últimos años, que les ha obligado a modificar sus hábitos financieros. Las limitaciones de horarios para realizar ciertas operaciones (por ejemplo, pago de recibos) y el uso incentivado de otros canales alternativos a la oficina bancaria tradicional, o incluso la penalización del uso de esta última vía comisiones, han reducido notablemente el nivel de satisfacción hacia sus entidades financieras de referencia.

El uso de la banca digital supone retos para estos usuarios de mayor edad, ya que requiere de una atención y comprensión de los procesos extraordinaria por su parte. Esto hace que con frecuencia demanden la

asistencia de un familiar o de un empleado para utilizar no solo la banca digital, sino incluso los cajeros automáticos. La mayoría de los usuarios entrevistados manifiesta sus reticencias a usar estos nuevos canales de servicios por la falta de formación que tienen y por la ansiedad que su uso les genera, aunque reconocen y aceptan resignados que el cambio del modelo de negocio es imparable.

Para complementar los resultados del estudio cualitativo anterior y definir mejor el posterior estudio cuantitativo mediante encuestas, se realizó un grupo focal con la participación de cinco expertos de diferentes entidades financieras con responsabilidad directa en el diseño y creación de los servicios digitales. Esta actividad permitió conocer cómo los expertos dan sentido colectivamente al fenómeno investigado y construyen significados en torno a él. El perfil de los participantes era mayoritariamente masculino, con una edad media superior a los 48 años y con una experiencia mínima de 10 años en su empresa.

Una vez que los expertos expresaron sus opiniones respecto a los aspectos que incentivaron el uso de la banca digital (reducción de los costes de explotación, transformación digital de la economía, facilidad de uso para gran parte de la población, periodo de pandemia, etc.), expusieron las principales barreras que perciben por parte de los usuarios. En este sentido, entre las personas mayores las barreras de acceso a este tipo de servicios tienen más impacto que en otras franjas de edad. Al no estar tan habituadas al manejo de las tecnologías digitales, por su escasa experiencia en los entornos profesionales y privado, perciben un mayor riesgo e inseguridad en el uso de la banca digital que en las sucursales. A su juicio, esta falta de confianza en los nuevos sistemas digitales se interpretó por el propio sector financiero como una debilidad asumible, ya que el cambio de modelo de negocio era inminente. Además, con el tiempo se mejorarán los factores facilitadores y se producirá una reducción progresiva de las barreras de acceso.

En la última fase del estudio se recogieron datos de una muestra de usuarios a través de una encuesta. El cuestionario contenía preguntas en una escala Likert de 7 puntos (desde 1=totalmente en desacuerdo, hasta 7=totalmente de acuerdo) para medir los constructos del modelo UTAUT2, comentado anteriormente. Además, la revisión de la literatura y los dos estudios cualitativos realizados con usuarios y con expertos nos llevó a incluir en el cuestionario preguntas para medir cuatro variables adicionales: riesgo percibido, confianza, ventaja relativa y ansiedad (Tabla 2.2).

Tabla 2.2  
FACTORES AGREGADOS A LA UTAUT2

Factor	Definición
Riesgo percibido	Percepción del usuario sobre los posibles riesgos asociados con el uso de la banca electrónica, incluyendo preocupaciones sobre seguridad, privacidad y posibles fallos tecnológicos.
Confianza percibida	Seguridad y credibilidad que el usuario percibe en la plataforma de banca electrónica y en las instituciones financieras que la respaldan.
Ventaja relativa	Percepción del usuario sobre cómo la banca electrónica es superior o más ventajosa en comparación con las alternativas tradicionales, como la rapidez, la comodidad y el acceso a servicios adicionales.
Ansiedad	Preocupación o inquietud emocional que el usuario puede experimentar al utilizar la banca electrónica, especialmente en relación con aspectos como la seguridad de la información personal y financiera.

Fuente: Elaboración propia.

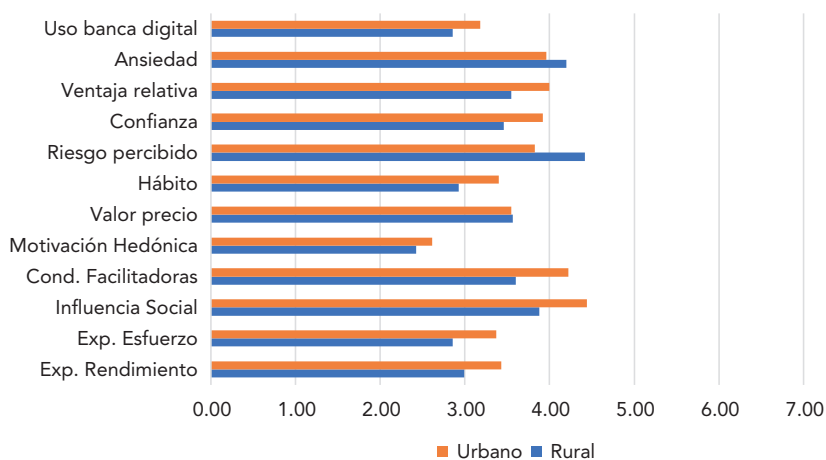
Los participantes en la encuesta eran usuarios de banca digital y recibieron previamente una breve explicación de los fines del estudio. La muestra final estaba formada por 215 personas. El 52,09% eran mujeres, el 100% mayores de 65 años, con un nivel educativo elemental (51,63%) y un nivel de renta inferior a los 1.500 euros mensuales (67,44%).

De acuerdo con el valor medio de las variables analizadas, se observa una puntuación mayor entre los clientes residentes en zonas urbanas en la expectativa de rendimiento o utilidad, expectativa de esfuerzo, influencia social, condiciones facilitadoras, motivación hedónica, hábito, confianza, ventaja relativa y uso. En cambio, las puntuaciones entre los residentes en zonas rurales son mayores en ansiedad y riesgo percibido. La percepción del valor del precio (relación coste-beneficio) es prácticamente similar en los dos entornos geográficos (Figura 2.2).

Los datos se analizaron mediante la modelización de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM). El análisis se realizó en un proceso de dos etapas: en primer lugar, se evaluó el modelo de medición (fiabilidad y validez de las escalas de medida) y, a continuación, se evaluó el modelo estructural (poder explicativo

del modelo y significación de las relaciones entre las variables). Posteriormente, para evaluar el efecto moderador del lugar de residencia (entorno urbano vs. rural), se realizó un análisis de mínimos cuadrados parciales-multigrupos (PLS-MGA).<sup>5</sup> El análisis de los datos se realizó con el *software* SmartPLS 3.0.<sup>6</sup> Previamente a la evaluación del modelo, se comprobó que los datos no estuvieran afectados por sesgos causados por el instrumento de medida utilizado en el estudio.

Figura 2.2  
VALORES MEDIOS DE LAS VARIABLES ANALIZADAS



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados confirman que la expectativa de rendimiento, la expectativa de esfuerzo y el hábito influyen positivamente en el uso de la banca digital. En contra de lo esperado, la ansiedad también influye positivamente en el uso de la banca digital. Este resultado es un hallazgo importante porque, si bien hasta ahora la mayoría de los estudios han mostrado una relación negativa entre estos factores, algunas investigaciones sugieren que sentir ansiedad libera dopamina que motiva a las personas a buscar recompensas y a actuar para conseguir lo que desea.<sup>7</sup> Este efecto positivo ya fue observado por Lazaro et al. (2020),<sup>8</sup> quienes identificaron en personas mayores un efecto positivo de la ansiedad en la intención de uso de la tecnología a través de la utilidad percibida. Sin embargo, la información disponible no es suficiente para explicar este hallazgo, por lo que se considera que requiere profundizar en su estudio en un futuro. Por otra parte, no se encontró evidencia empírica de

que las restantes variables analizadas influyeran en el uso. Para evaluar si el lugar de residencia de los usuarios influye en el uso de la banca digital, se empleó la técnica multigrupo PLS-MGA. Los resultados mostraron diferencias significativas en las relaciones entre la expectativa de rendimiento o utilidad y el hábito con el uso de la banca digital. En la primera relación, en las zonas urbanas, las expectativas por el rendimiento suponen un mayor uso de la banca digital que en las zonas rurales. En la segunda relación, en las zonas rurales, el hábito propicia un mayor uso de la banca digital que en las zonas urbanas, debido fundamentalmente a que no tienen posibilidad de acceder a las oficinas de la banca tradicional, ya que el cierre de sucursales es aún más notorio que en las zonas urbanas.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los resultados de esta investigación confirmaron la preocupación de los usuarios de mayor edad por los cambios que el sector financiero está ejecutando, así como la reducción progresiva de la satisfacción por las medidas adoptadas por el conjunto de entidades bancarias. En esta línea, la necesidad de acceder a los servicios y la «obligación» impuesta por las entidades financieras para hacerlo a través de los canales digitales han provocado un incremento importante del uso de la banca digital, aunque en muchas ocasiones los usuarios se valgan de la ayuda de familiares o amigos para ejecutar las transacciones.

Entre los factores que más influyen en el uso de la banca digital por parte de las personas mayores de 65 años, destacan la expectativa de rendimiento, el esfuerzo esperado, el hábito y la ansiedad. Además, se han observado diferencias entre la población urbana y la rural. En la primera tiene una mayor influencia la expectativa de rendimiento, mientras que en la segunda lo es el hábito.

A partir de estos resultados, se proponen las siguientes recomendaciones para el sector bancario:

- La banca tiene que adaptar los servicios digitales a las características de la población mayor de 65 años, diferenciando los entornos urbanos y rurales.
- El uso de los canales digitales tiene que ser más intuitivo y se debe de apoyar la capacitación de este segmento de edad.

- Más que penalizar el acceso a los servicios de las sucursales, se debe incentivar el uso de los canales digitales entre las personas mayores de 65 años y comunicar mejor las ventajas que este canal les puede aportar.
- Las estrategias de marketing de las entidades deben incidir también en la reducción de la percepción del riesgo y el valor de las ventajas relativas de la banca digital para las personas mayores de 65 años cuando se enfrentan a este canal. Por ejemplo, un periodo de formación y acompañamiento por parte del personal de las oficinas podría contribuir a estos fines.

## REFERENCIAS

<sup>1</sup> Statista (2023). Porcentaje de usuarios de servicios de banca *online* en la Unión Europea (EU-27) en 2022, por grupos de edad. Disponible en <https://es.statista.com/estadisticas/503851/porcentaje-de-internautas-usuarios-de-online-banking-en-la-ue-por-edad/>

<sup>2</sup> Gobierno de España (2022). Nota de prensa: Asuntos Económicos y Transformación Digital acoge la firma del protocolo de las entidades financieras para garantizar la inclusión financiera y la atención personalizada de los mayores. <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/asuntos-economicos/Paginas/2022/210222-protocolo-sostenible-banca.aspx>

<sup>3</sup> INE —Instituto Nacional de Estadística— (2022). Proyecciones de Población 2022-2072.

<sup>4</sup> Venkatesh, V., Thong, J. Y. y Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 157-178.

<sup>5</sup> Hair J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. y Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage publications, Thousand Oaks.

<sup>6</sup> Ringle, C. M., Wende, S. y Becker, J. M. (2015). *SmartPLS*. "SmartPLS 3." Boenningsstedt: SmartPLS GmbH.

<sup>7</sup> University of California. (2023, abril 18). How we misunderstand anxiety and miss out on its benefits. University of California News. <https://www.universityofcalifornia.edu/news/how-we-misunderstand-anxiety-and-miss-out-its-benefits>

<sup>8</sup> Lazaro, M. J. S., Lim, J., Kim, S. H. y Yun, M. H. (2020). Wearable technologies: acceptance model for smartwatch adoption among older adults. In Human Aspects of IT for the Aged Population. Technologies, Design and User Experience: 6th International Conference, ITAP 2020, Held as Part of the 22nd HCI International Conference, HCII 2020, Copenhagen, Denmark, July 19–24, 2020, Proceedings, Part I 22 (pp. 303-315). Springer International Publishing.

