



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO DE FINANZAS Y CONTABILIDAD EN SEVILLA

Servicios bancarios y brecha digital en el ámbito rural. El caso de Zufre

Trabajo Fin de Grado presentado por Alejandro Vázquez Bejarano, siendo el tutor del mismo el profesor Isidoro Romero Luna.

Vº. Bº. del Tutor Isidoro Romero Luna

Alumno/a: Alejandro Vázquez Bejarano

Sevilla. Junio de 2023





GRADO EN LA FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

TRABAJO FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO [2022-2023]

TÍTULO:

SERVICIOS BANCARIOS Y BRECHA DIGITAL EN EL ÁMBITO RURAL. EL CASO DE ZUFRE

AUTOR:

ALEJANDRO VÁZQUEZ BEJARANO

TUTOR:

D. ISIDORO ROMERO LUNA

DEPARTAMENTO:

ECONOMÍA APLICADA I

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

Economía Aplicada

RESUMEN:

Este trabajo analiza la problemática que afecta al medio rural en relación con el acceso a los servicios bancarios y el impacto de la digitalización, abordando el caso de estudio de Zufre. Muchos bancos están cerrando sucursales debido a que están restringiendo el uso de las oficinas bancarias para que la operativa se realice de manera online o por cajero automático. Esto está ocasionando dificultades en el medio rural debido a la brecha digital que existe, provocando que personas de la tercera edad o personas que no disponen de acceso adecuado a internet tengan dificultades para la realizar sus gestiones bancarias. En cuanto al caso de Zufre, es una localidad que dispone de una única oficina bancaria, en la que además cada vez se están implementando más restricciones para la realización de trámites habituales. El trabajo empírico desarrollado se apoya en una encuesta realizada a la población de Zufre. Entre otros resultados, se ha observado que la población más envejecida necesita hacer uso de la oficina indispensablemente, debido a que no están adaptados a las nuevas tecnologías. Por el contrario, los jóvenes son nativos digitales y solo necesitan el uso del móvil para hacer las gestiones bancarias.

PALABRAS CLAVE: Servicios bancarios; digitalización; medio rural; envejecimiento

TITLE: Banking services and digital divide in rural areas. The case of Zufre.

ABSTRACT:

This paper analyzes the problems that affect the rural environment in relation to access to banking services and the impact of digitization, addressing the case study of Zufre. Many banks are closing branches because they are restricting the use of bank offices so that operations can be carried out online or by ATM. This is causing difficulties in rural areas due to the digital divide that exists, causing the elderly or people who do not have adequate access to the Internet to have difficulties in carrying out their banking procedures. As for the case of Zufre, it is a town that has a single bank branch, in which more and more restrictions are being implemented for carrying out regular procedures. The empirical work developed is supported by a survey carried out on the population of Zufre. Among other results, it has been observed that the older population absolutely needs to use the office, because they are not adapted to new technologies. On the contrary, young people are digital natives and only need to use their mobile phones to do banking.

KEY WORDS: Banking services, digitalization, rural environment, aging.

## ÍNDICE

CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1 JUSTIFICACIÓN .....	1
1.2 OBJETIVOS .....	2
1.4. ESTRUCTURA DEL TRABAJO .....	2
CAPÍTULO 2. SERVICIOS BANCARIOS Y BRECHA DIGITAL EN EL ÁMBITO RURAL. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
2.1 SOBRE LA DIFICULTAD DE ACCESO A LOS SERVICIOS BANCARIOS EN EL MEDIO RURAL .....	3
2.1.1 La “desbancarización” de las zonas rurales .....	3
2.1.2 Los problemas de conectividad en las zonas rurales. ....	5
2.1.3 El envejecimiento en las zonas rurales y la brecha digital.....	6
2.2 LA DIGITALIZACIÓN EN EL SECTOR FINANCIERO .....	7
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO DEL CASO DE ZUFRE.....	15
3.1. DATOS GENERALES DE LA LOCALIDAD .....	15
3.2. DISEÑO DE LA ENCUESTA Y TRABAJO DE CAMPO .....	16
3.3. MÉTODO DE ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	18
CAPÍTULO 4. RESULTADOS.....	19
4.1. DATOS GENERALES .....	19
4.2. DATOS DEL BANCO CON EL QUE OPERA.....	21
4.3. USO DE LA OFICINA BANCARIA .....	23
4.3.1. Utilidad de la oficina bancaria .....	23
4.3.2. Valoración media sobre el uso de la oficina bancaria .....	25
4.4. USO DEL CAJERO .....	28
4.4.1. Utilidad del cajero bancaria.....	28
4.4.2. Valoración media de cada pregunta sobre el uso del cajero .....	30
4.5. USO MÓVIL EN LA GESTIÓN BANCARIA.....	32
4.5.1. Uso de la aplicación móvil para gestiones bancarias .....	33
4.5.2. Valoración media de cada pregunta sobre el uso de la aplicación móvil .....	35
4.6. VALORACIÓN GLOBAL.....	37
CAPÍTULO 5. CONCLUSIÓN .....	40

6. BIBLIOGRAFÍA.....	43
7. ANEXO.....	45

# CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1 JUSTIFICACIÓN

En las últimas décadas estamos viviendo un proceso de transformación digital, el cual ha cambiado la forma de relacionarnos, producir y consumir. Hoy en día, existen multitud de dispositivos tecnológicos con los cuales podemos realizar todo tipo de operaciones, como compras online, consultar información, noticias o realizar gestiones bancarias.

En los últimos años, este proceso se ha visto acelerado debido a diferentes circunstancias, principalmente la pandemia del COVID-19, una crisis sanitaria que paralizó la economía mundial. Ante dicha situación, la población se ha visto afectada por este suceso que ha obligado a un proceso de adaptación a nivel global. Es por ello que existe un problema en sectores de la población española que se han encontrado con especiales dificultades para adaptarse a la digitalización.

Este cambio tecnológico no se está desarrollando al mismo nivel en los diferentes puntos del territorio nacional, sino que el ámbito rural se encuentra muy poco desarrollado en este aspecto respecto al ámbito urbano, por diferentes circunstancias que desarrollaremos en el transcurso del trabajo, cómo la España Rural se ha visto afectada por una brecha digital.

Las dificultades de este grupo de población para acceder a los servicios bancarios se han ido incrementando debido a la escasez de sucursales derivada del continuo proceso de cierre de oficinas. De este modo, los habitantes que residen en municipios rurales que están dispersos en el territorio y están escasamente poblados en el interior de España, son los que presentan mayores barreras de accesibilidad para gestionar sus servicios bancarios o tener una buena atención al cliente.

Las entidades financieras están reduciendo sus sucursales de forma drástica dando como explicación que los clientes están adaptados a la nueva era digital, en la que todo resulta más fácil de gestionar con las nuevas tecnologías. Algunos municipios cuentan con cajeros automáticos para poder realizar operaciones, pero muchos de los vecinos se ven obligados a tener que desplazarse, siendo en su caso personas de anciana edad, ya que no han podido adaptarse a la era digital.

Este trabajo pretende reflejar la realidad de la brecha digital que existe en las zonas rurales y las dificultades de acceso a los servicios financieros y analiza la situación particular de la localidad de Zufre en la provincia de Huelva. Mi residencia se ubica en este municipio que cuenta con muy pocos habitantes, en su gran mayoría de edad avanzada, lo que ha hecho que viva desde mi juventud cómo el proceso de digitalización bancaria está restringiendo cada vez más el acceso a los servicios financieros a las personas mayores de la localidad.

Este municipio cuenta exclusivamente con una sucursal de “La Caixa” que además impide realizar cada vez más trámites. Este trabajo estudia las restricciones con las que cuentan cada año los vecinos y cómo las afrontan.

Los servicios bancarios deberían tener una relación cercana al cliente la cual esté basada en el cara a cara con asesores que transmitan confianza y cercanía para que esto genere seguridad y bienestar. Pero la realidad apunta en sentido contrario: las personas han sido sustituidas por máquinas y no se tiene en cuenta a los sectores más desfavorecidos de la población en esta situación.

Aunque este aislamiento afecta a los clientes del banco de a pie, también se ven afectados los pequeños y medianos negocios que hay en la zona, a los cuales se le

acarrear dificultades en su gestión empresarial. Esto dificulta el desarrollo de proyectos empresariales en un pueblo que ya de por sí cuenta con otras limitaciones por su lejanía a ciudades o por sus pocos habitantes.

Es por ello, que proponemos la presente investigación sobre este tema, que es importante para el conjunto nacional, donde la gran mayoría de pueblos están viviendo estas mismas circunstancias.

## **1.2 OBJETIVOS**

Los objetivos que pretende llegar este trabajo de fin de grado son los siguientes:

- Presentar la problemática de la “desbancarización” en el medio rural.
- Mostrar cómo se está adaptando a la digitalización las zonas rurales y sus limitaciones.
- Análisis de la situación actual en el término de Zufre.

## **1.3. METODOLOGÍA**

El método de análisis que se aplica en este trabajo de fin de grado se divide en dos partes bien diferenciadas. La primera consiste en un planteamiento teórico del problema expuesto y de las consecuencias que este genera en el medio rural basado en informes y trabajos académicos previos.

En siguiente lugar, se realiza un estudio del caso de la localidad zufreña sobre dicha problemática, para así ponernos en la piel de los habitantes ante la situación tan difícil que viven muchos de ellos. Dicho estudio se basa en la realización de una encuesta de elaboración propia. El ulterior análisis de la misma tiene un carácter descriptivo y se basa en el cálculo de medias globales de los diferentes bloques de la encuesta.

## **1.4. ESTRUCTURA DEL TRABAJO**

El trabajo se compone de los siguientes apartados. En el apartado segundo se presenta, en primer lugar, la problemática que tienen las zonas rurales en relación con los servicios bancarios, para, a continuación, exponer las características del proceso de digitalización en el sector financiero.

Después de abordar estos puntos nos centraremos en el estudio de caso para la localidad de Zufre. De este modo, en el apartado tercero se presentará la encuesta que ha sido desarrollada entre la población del municipio y posteriormente se expondrá la metodología que ha sido aplicada para la codificación y el tratamiento de dichos datos. A continuación, en el apartado cuatro, habrá una presentación de los resultados derivados del análisis de datos municipales y de la encuesta realizada, para así plantear un diagnóstico de la situación.

El trabajo se cierra con una conclusión final.



## **CAPÍTULO 2. SERVICIOS BANCARIOS Y BRECHA DIGITAL EN EL ÁMBITO RURAL. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En este capítulo se aborda la problemática asociada a las dificultades de acceso a los servicios bancarios en las zonas rurales en el contexto de las transformaciones en el sistema bancario, particularmente las asociadas al proceso de digitalización.

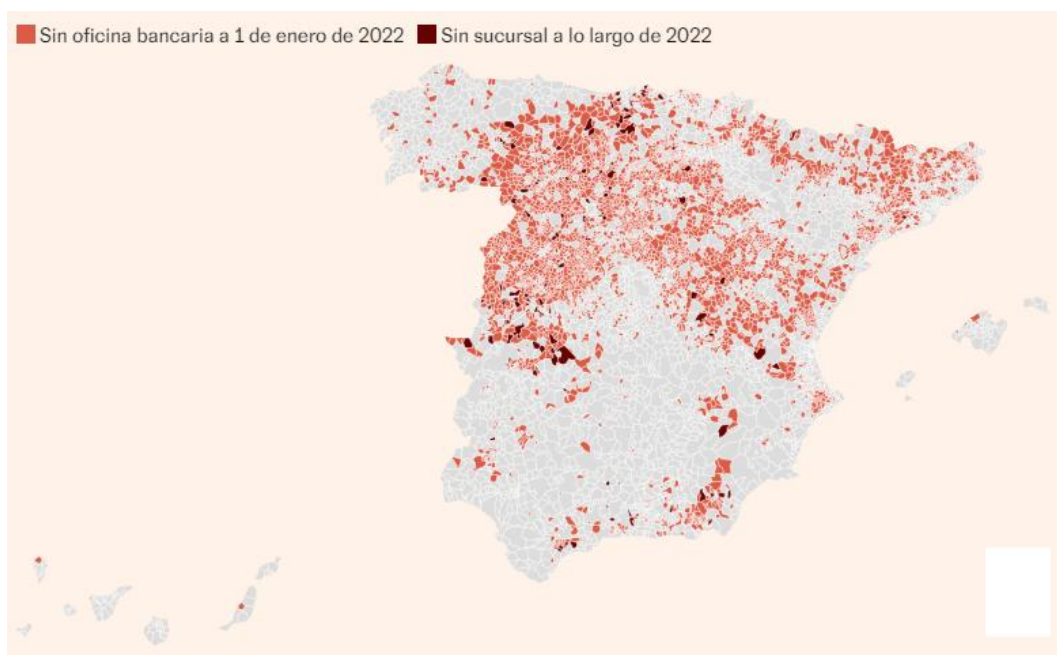
### **2.1 SOBRE LA DIFICULTAD DE ACCESO A LOS SERVICIOS BANCARIOS EN EL MEDIO RURAL**

En este apartado se presentará la problemática del acceso a los servicios bancarios en el medio rural, considerando el proceso de “desbancarización” que está afectando a las zonas rurales. Asimismo, se expondrá cómo el déficit de conectividad que sufren las zonas rurales y la brecha digital asociada al mayor grado de envejecimiento de las poblaciones en el ámbito rural dificultan el acceso online a los servicios bancarios como alternativa a la presencia física de oficinas en el territorio.

#### **2.1.1 La “desbancarización” de las zonas rurales**

En la España Rural existe una necesidad de aumentar la población, o al menos frenar su decrecimiento, para lo que se requiere mejorar las infraestructuras. Sin embargo, en el año 2022, las entidades bancarias dejaron sin sucursal a 121 municipios pese a los planes acordados junto al Gobierno para la inclusión financiera de colectivos vulnerables (Cinco Días, 2023). De los 8.131 pueblos que componen el territorio nacional, 4.618 carecen de oficina bancaria, lo que supone que en más de la mitad (57% de los municipios) no hay acceso a los servicios bancarios de forma presencial.

Estas cifras se han visto afectadas recientemente debido a que Unicaja acometió gran parte de su plan de reestructuración de la red tras la fusión con Liberbank. No obstante, la entidad andaluza mantiene con su marca oficinas bajo el régimen de la franquicia, lo que quiere decir, que en algunas poblaciones existen puntos físicos donde prestan servicios financieros, aunque no figuran registrados en las estadísticas del Banco de España, ya que no son sucursales como tal.



**Figura 2.1. Municipios sin oficinas bancarias en España**

*Fuente: Banco de España, recogido por Cinco Días (2023)*

En este proceso, las provincias de la mitad norte de la península y las del mediterráneo han sido las más castigadas y cada vez cuesta más encontrar establecimientos financieros en estos territorios.

La comunidad autónoma que más ha sufrido el cierre de sucursales ha sido Castilla y León, ya que en la mayor parte de su territorio no hay sucursales. De hecho, las nueve provincias de la comunidad autónoma se encuentran entre las diez primeras con mayor porcentaje de municipios sin sucursal, siendo Palencia la provincia con mayor tasa de municipios sin sucursal (91,6%) (Cinco Días, 2023).

Mientras tanto, el sector financiero sigue justificando el continuo cierre de oficinas apoyándose en los clientes digitales y en que cada vez hay menos afluencia de clientes a las oficinas, excusando los cierres por el hecho de que los establecimientos son poco rentables. La incongruencia llega cuando las oficinas que se están cerrando son las del medio rural, siendo las zonas que más requieren este servicio presencial, como se justificará en los siguientes apartados.

Ante esta problemática, ha surgido una solución a corto plazo en distintos puntos de la España Rural. Dicha solución se trata del “banco-bus”, consiste en un autobús que recorre los diferentes pueblos de las zonas que se encuentran en riesgo de despoblación para que puedan disponer de una sucursal física donde realizar todas sus gestiones bancarias.

Según comenta TeleMadrid (2019), uno de estos autobuses se encuentra en su comunidad. Como nos indica la noticia, este autobús recorre 31.000 kilómetros al mes por 37 pueblos de la Comunidad Autónoma de Madrid. Una vez cada quince días se instala en el centro del pueblo generando un rincón de negocio, ya que muchos vendedores ambulantes ponen allí sus puestos y camiones esperando a que los vecinos del pueblo extraigan dinero para desembolsarlo en sus negocios. Comenta el autor, que en los días donde el banco aparca en él, el pueblo vuelve a cobrar vida.

Por otro lado, hacia el noroeste de la península, El País también se ha hecho eco de una noticia similar, donde la empresa Novagalicia Banco, dedicada a la distribución de cajeros por el territorio para compensar el cierre de las oficinas, también ha puesto en

TFG-Finanzas y Contabilidad. Servicios bancarios y brecha digital en el ámbito rural. El caso de Zufre.

práctica este nuevo método. En su caso, el autobús recorre los pueblos que carecen de una sucursal por la Comunidad Autónoma de Galicia. Esta empresa dispone de dos “autobuses financieros” intentando abarcar todos los pueblos que tienen esta problemática siendo imposible hacerlo en su totalidad.

A falta de soluciones, hay personas que no ven bien el uso de estos autobuses como es el caso del alcalde de Os Blancos (Galicia), el cual no da el visto bueno a que haya aglomeraciones en la plaza del pueblo toda la mañana esperando a realizar gestiones bancarias.

A pesar de ello, esta iniciativa también se encuentra en proceso de elaboración en la Comunidad Autónoma de Barcelona como comenta, Jesús Sancho, del periódico de La Vanguardia, donde un centenar de municipios con menos de 5.000 habitantes no disponen de cajero automático o entidad bancaria. En el fondo, se trata de una medida de urgencia y provisional a la espera del Gobierno y las patronales bancarias para la instalación de al menos un cajero en aquellos municipios de más de 500 habitantes sin sucursal bancaria.

### **2.1.2 Los problemas de conectividad en las zonas rurales.**

En las poblaciones rurales, existe una gran brecha digital respecto a la población urbana. La España Rural cada vez sufre más las exigencias derivadas de la digitalización, la cual demanda cada vez más acceso a Internet para realizar los trámites o gestiones, lo que causa la llamada brecha digital entre las poblaciones.

Según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (2022), el 88,3% de las viviendas en un hábitat de más de 100.000 habitantes disfrutaban de conexión a internet en sus hogares. Este porcentaje va disminuyendo conforme la población baja; así pues, las poblaciones entre 20.000 y 10.000 habitantes tienen un 85,2% acceso a internet en sus hogares. Estas últimas, son poblaciones que se pueden llegar a considerar grandes comparado con la España Vacía, donde hay pueblos de 50 habitantes. Cuando se pasa el escalón por debajo de los 10.000 habitantes, la conexión a Internet en los hogares llega a disminuir a un 80,5%.

Estos datos prueban que una parte de la población española tiene aún algún tipo de dificultad para el acceso a Internet. A la localización geográfica se suma otras brechas digitales como la asociada a la edad de las personas mayores.

En España, el artículo 81 de la Ley Orgánica 3/2018 del 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, garantiza un acceso universal, asequible, de calidad y no discriminatorio para toda la población: *“todos tienen derecho a acceder a Internet independientemente de su condición personal, social, económica o geográfica”*.

Sin embargo, la realidad es que en España, la mayoría de pequeños municipios con menos de 1.000 habitantes, además de no disponer de una conexión a Internet de calidad y estable, tienen una red eléctrica con parpadeo intermitente, o se enfrentan a la situación de que una simple tormenta puede ocasionar una interrupción del suministro de electricidad durante varios días.

Esta deficiente conectividad de algunas zonas rurales ubicadas lejos de las ciudades obstaculiza la participación en determinadas actividades sociales y económicas. Por estos motivos, la población rural en España se encuentra en una situación de elevada vulnerabilidad en el contexto del proceso de digitalización de los bancos y otros trámites administrativos.

### 2.1.3 El envejecimiento en las zonas rurales y la brecha digital

Por otro lado, uno de los principales rasgos que caracterizan al medio rural español es su gran heterogeneidad debido a la gran diversidad geográfica, demográfica, económica, social e histórica de sus territorios. Aun así, son varios los problemas y desafíos que comparten gran parte de los territorios rurales españoles.

Uno de los más importantes es el declive demográfico; junto a este problema se encuentra el envejecimiento de la población. Esto es debido a que cada vez nacen menos personas y la esperanza de vida cada vez es mayor. Asimismo, la mayoría de los jóvenes de los pueblos se marchan a las grandes ciudades donde pueden tener una mejor calidad de vida y mayores oportunidades de trabajo debido a una actividad empresarial superior. La Figura 2.2 muestra la pirámide demográfica en pueblos de menos de 1000 habitantes y en el conjunto nacional.

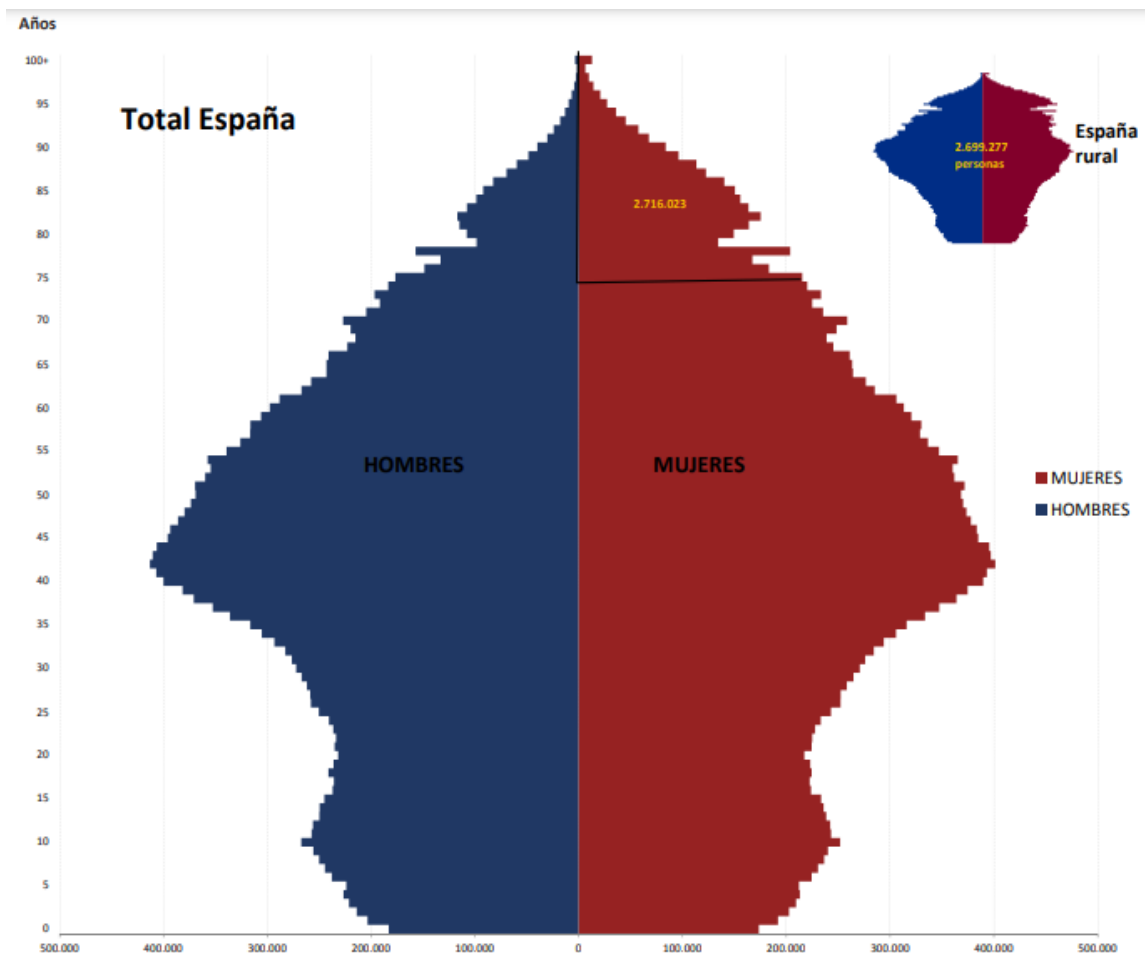


Figura 2.2. Pirámide poblacional de España y la España Rural en cifras absolutas, 2020

Fuente: INE: Estadísticas del Padrón Continuo el 1 de enero de 2020. Datos por municipios

Haciendo una comparativa de la pirámide poblacional entre la España Rural y la total, vemos cómo en la rural la población en las primeras edades es menor que en la total. Por otro lado, viéndolo desde el otro extremo de la pirámide se puede observar cómo

el porcentaje de población en la última etapa de la vida en la España Rural es bastante mayor que en el conjunto nacional.

Un informe realizado por el Laboratorio Envejecimiento en red (2020), el laboratorio forma parte del CSIC. En el informe analiza el Padrón Continuo (INE) de 2019, concluye que en España hay un 19,3% de personas mayores de 65 años en el conjunto de 47.026.208 de habitantes de población total. La edad media de las personas se sitúa en los 43,3 años, cifra que era de 32,7 años en 1970. El número de personas de anciana edad sigue en aumento, en una población donde cada vez es mayor la media de edad junto con la esperanza de vida, debido a una mejor calidad de vida y bienestar.

Según dicho informe, el INE espera para los próximos 50 años, 14 millones más de personas mayores. Esto supone un 29,4% del total de la proyección de la población, alcanzando los 48.531.614 habitantes, debido al envejecimiento de las personas nacidas durante el baby boom (1946-1964).

Las personas de edad más avanzada no son nativos digitales por lo que muestran menores competencias digitales que generaciones más jóvenes. De este modo, el mayor nivel de envejecimiento de la población en las zonas rurales se manifiesta como otro obstáculo para el acceso de la población rural a los servicios bancarios en un contexto de digitalización acelerada de los procesos en este sector, el cual pasaremos a exponer en el apartado siguiente.

## 2.2 LA DIGITALIZACIÓN EN EL SECTOR FINANCIERO

En este apartado veremos el significado de la digitalización y como se ve afectada en el sector financiero. Para ello, se analizará su impacto en los diferentes sectores centrándose en el sector financiero y sus principales tendencias tecnológicas. Por otro lado, se conocerá la experiencia de las marcas digitales en el consumo del uso del móvil y como invierten su tiempo dichos consumidores.

Antes de todo cabe preguntarse ¿qué es la digitalización?; Según Gartner (2022), la digitalización consiste en “el uso de tecnologías digitales para cambiar un modelo de negocio y proporcionar nuevos ingresos y oportunidades de generación de valor”. La digitalización permite facilitar ciertas operaciones que se pueden agilizar gracias al uso de ordenadores, móviles u otros dispositivos electrónicos. Estas operaciones las cuales podrían llevar horas o días hacerlas en formato analógico, gracias a estas tecnologías se pueden realizar en cuestión de minutos con la ayuda de una buena conexión a Internet.

La digitalización no implica solo realizar estos procesos con empresas o administraciones en forma virtual, sino que supone para las personas un cambio en la forma de gestionar todo tipo de información, ya sea su cuenta del banco, las fotos hechas con los móviles o sus compras.

Según un informe realizado por el Observatorio Vodafone en 2017 que analiza el impacto de la digitalización en los diferentes sectores, el sector financiero está inmerso en un cambio sin precedentes obligado a adaptarse a los hábitos del nuevo cliente digital que demanda rapidez y eficacia. El nacimiento de nuevas empresas innovadoras en el ámbito financiero (*fintech*) ha dinamizado la manera de hacer negocio. Además, nuevas formas de pago, como el *blockchain*, han instaurado una forma distinta de cerrar cualquier tipo de transacción sin tener que pasar por un intermediario financiero. Todo ha estado ocurriendo mientras el sector financiero se intenta reponer de una de las mayores crisis de su historia previa al COVID-19.

Actualmente, vivimos en un mundo donde la oficina bancaria se puede llevar en el bolsillo, en la que una máquina puede realizar miles de operaciones en un minuto, donde nuestro cuerpo puede ser la contraseña para acceder a nuestras cuentas o en la que existen empresas que han inventado sus propias monedas.

Las organizaciones financieras, aún presionadas por las regulaciones que emergieron después de la pasada crisis económica, evolucionan a un ritmo vertiginoso para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Los actores financieros están en constante movimiento debido a la transformación digital que está cambiando la manera de atender al cliente. En España, la banca móvil ha tomado posicionamiento gracias al crecimiento de uso, un porcentaje que se sitúa en el 65,8% en 2020. Los clientes se conectan una media de 15 veces al mes y realizan de media cuatro operaciones, sobre todo transferencias (MPIx®, 2020).

Las principales tendencias tecnológicas del sector son:

- **Big Data y Analytics:** La recopilación y análisis de gran cantidad de datos ha permitido a las empresas financieras segmentar a sus clientes y resolver tres preguntas simples: dónde están, de dónde vienen y hacia dónde van. No es casualidad, que en 2017 un 73% de los bancos en España ya contasen con iniciativas de *big data* y análisis de información (KPMG / FUNCAS, 2017).
- **Ciberseguridad y soluciones cloud computing:** Permiten custodiar y disponer de datos y aplicaciones desde cualquier lugar, convirtiéndose en elementos clave para la gestión de las compañías financieras. Un 27% de los directivos de banca afirman que las aplicaciones nativas en la nube forman parte del núcleo de su estrategia *cloud* (Capgemini, 2018).
- **Inteligencia artificial:** La optimización de los procesos se ha convertido en un reto esencial para el sector financiero y la tecnología permite hacer más con menos. Trasladar operaciones del ámbito humano a las máquinas, incansables, disponibles 24 horas al día, 365 días al año y con índices de fallo mucho menores que la mente humana es hoy una realidad.
- Aspectos como la analítica de riesgo bancario a través de *machine learning* crecerán hasta el 40% en 2025 (MacKinsey & Company, 2017). En España uno de los grandes actores financieros invertirá 500 millones de euros en tres años para renovar 10.000 cajeros automáticos con el objetivo de que permitan realizar múltiples transacciones a través de la inteligencia artificial (Declaraciones de Juan Alcaraz, Director de Negocio de CaixaBank, 2018).

En cuanto a los desafíos a los que se enfrenta el sector están asociados a las siguientes cuestiones:

- **Nuevos modelos de negocio:** Términos como el *crowdfunding* o *blockchain* se han hecho hueco en el vocabulario habitual y los actores financieros los integran en sus sistemas operativos.
- **Competencia digital:** Las empresas *FinTech* han sido un boom en el país, por lo que el 91% de los bancos manifiestan querer colaborar con las *FinTech*, un 42% piensa que no colaborar con ellas traerá consecuencias negativas para su negocio y un 86% de los bancos ve un ahorro de costes en la colaboración con las *FinTech* (Capgemini, 2018).
- **Cliente más exigente:** El nuevo cliente digital demanda un mejor servicio de banca móvil y ofertas personalizadas, así como una mayor confianza en su institución financiera y seguridad operativa. En nuestro país, 14,8 millones de

usuarios usan la banca online en 2017, lo cual significa más de la mitad del total (El País Negocios, 2018).

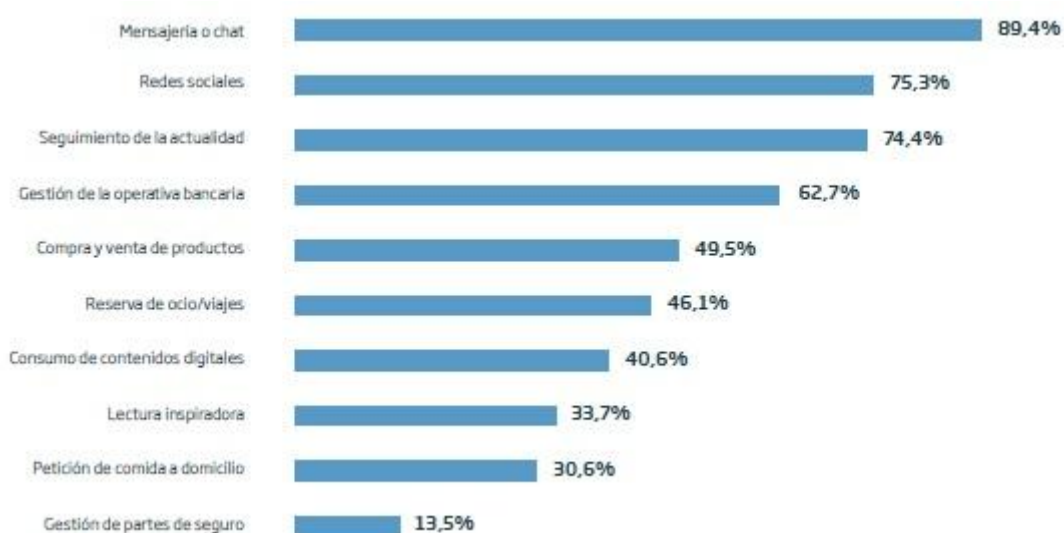
Por otro lado, la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) ha elaborado un informe de forma conjunta con Minsait en 2019 en el que se analizan todos los aspectos que forman parte de la experiencia digital, desde el grado de digitalización de la marca hasta el perfil y los hábitos que llevan al cliente a tener una expectativa predefinida.

Para realizar dicho informe, se ha realizado una encuesta de forma online dirigida a 2.000 consumidores, a través de la que se quiere conocer la experiencia con las distintas marcas digitales y cómo influye esta en la valoración de la compañía. Para ello, se necesita conocer el perfil digital del consumidor en cuanto al uso de dispositivos móviles.

Los dispositivos móviles son el canal preferente entre los consumidores como medio de comunicación e información, pero no por ello podemos dar por hecho que su uso es homogéneo.

En cuanto a la investigación, se puede definir tres tipos de actividades que ayudan a clasificar el tipo de uso de los consumidores según las diferentes acciones que realizan:

- **Gestión:** Dedicada a la realización de trámites con las diferentes compañías (Darse de alta o baja, cambiar de contrato, etc.).
- **Compra:** Capta información sobre la compraventa de productos (encargar comida a domicilio, ocio o viajes, etc.).
- **Información:** Es la que está relacionada con la formación mediante la lectura (leer noticias, comunicarse por mensajería, etc.).



**Figura 2.3. Uso del móvil en los consumidores**

*Fuente: DEC & Minsait (2019)*

Como podemos observar en la gráfica, la gestión de la operativa bancaria se ubica en el cuarto lugar en las acciones que se completan con los dispositivos móviles, siendo más utilizados para eso que para otras acciones como puede ser la reserva de ocio/viajes o la compra y venta de productos.

Por otro lado, se puede comprobar que lo más demandado es lo que involucra la relación entre las personas, ocupando el primer lugar la comunicación por mensajería o chat (89,4%) y siendo una de las aplicaciones más utilizadas, Whatsapp; seguidamente se encuentra las redes sociales (75,3%), siendo en tercer uso más extendido el seguimiento de la actualidad (74,4%).

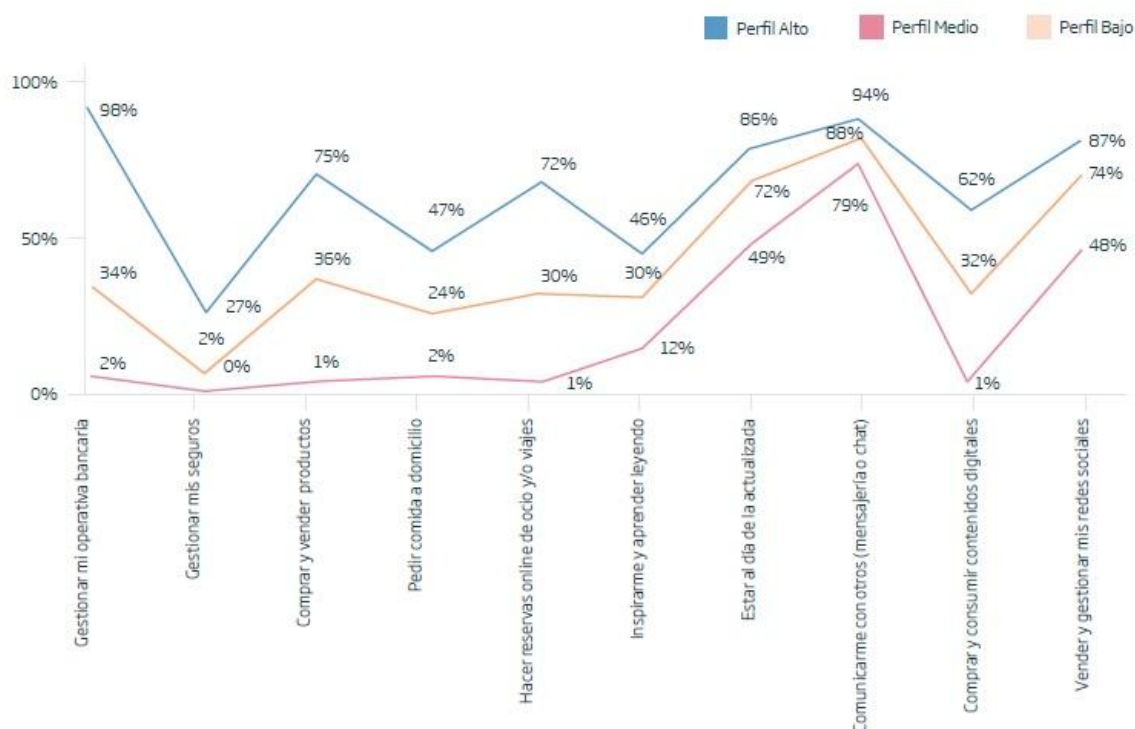
Al igual que no existe un uso de los dispositivos móviles idéntico entre los consumidores, tampoco hay un único perfil de consumidor. Se encuentran tres tipos de consumidores en función a las tres acciones que se consideran más importantes que son gestión, compra e información con el uso del móvil, siendo los tipos los siguientes:

**Avanzados:** Son los que utilizan con frecuencia alta el móvil para los tres tipos de actividades.

**Intermedios:** Aquellos que a menudo usan el dispositivo móvil para al menos dos tipos de actividades.

**Básicos:** Son los emplean el móvil solo en uno de los tres tipos de actividad.

La muestra de los encuestados nos da la siguientes información sobre los tipos de perfiles: Avanzados (55,60%), Intermedios (23,20%) y Básicos (18,2%).



**Figura 2.4. Perfiles de los consumidores en el uso del móvil**

*Fuente: DEC & Minsait (2019)*

Analizando la gráfica, se empezará analizando el perfil avanzado en el cual se puede destacar la gestión operativa bancaria (98%) siendo su principal uso, seguidamente de la comunicación por chat (94%) y estar al día en la actualidad (95%). Cabe destacar que es el único perfil en el que empieza a gestionar los seguros mediante el móvil (27%).

En cuanto al usuario medio, resalta sobre lo demás la comunicación por chat (88%), siguiéndole los contenidos digitales y la compraventa de productos.



Por último, el usuario básico usa el móvil básicamente para comunicarse a través de mensajería (79%), utilizándolo para seguir la actualidad (49%) y gestionar las redes sociales (48%) en menor medida.

Para finalizar, el estudio recoge la valoración de los consumidores, desglosándolo en siete atributos:

**Personalización:** La marca presta atención a las necesidades particulares del consumidor.

**Omnicanalidad:** Se homogeneiza la experiencia a través de todos los canales (físicos y digitales).

**Instantaneidad:** Atención de las necesidades del cliente de manera eficiente en tiempo real.

**Social:** Posibilidad de contactar con la marca a través de las redes sociales y recibir respuesta inmediata.

**Innovación:** Captación de experiencias innovadoras en los productos o servicios.

**Feedback:** La marca recoge las opiniones de los consumidores de forma pertinente y continua para mejorar su propuesta de valor.

**Seguridad:** Los consumidores no desconfían a la hora de facilitar información personal a las marcas.

En ellos se define el nivel de desarrollo de la experiencia digital de cada sector a partir de la percepción media por parte de los consumidores de cada uno de los atributos de la digitalización. De este modo, se analiza la percepción del usuario respecto a cómo se está desarrollando en cada sector en la digitalización. En el siguiente gráfico se muestra la valoración media de los atributos por sector.



**Figura 2.5. Valoración media de los atributos por sectores**

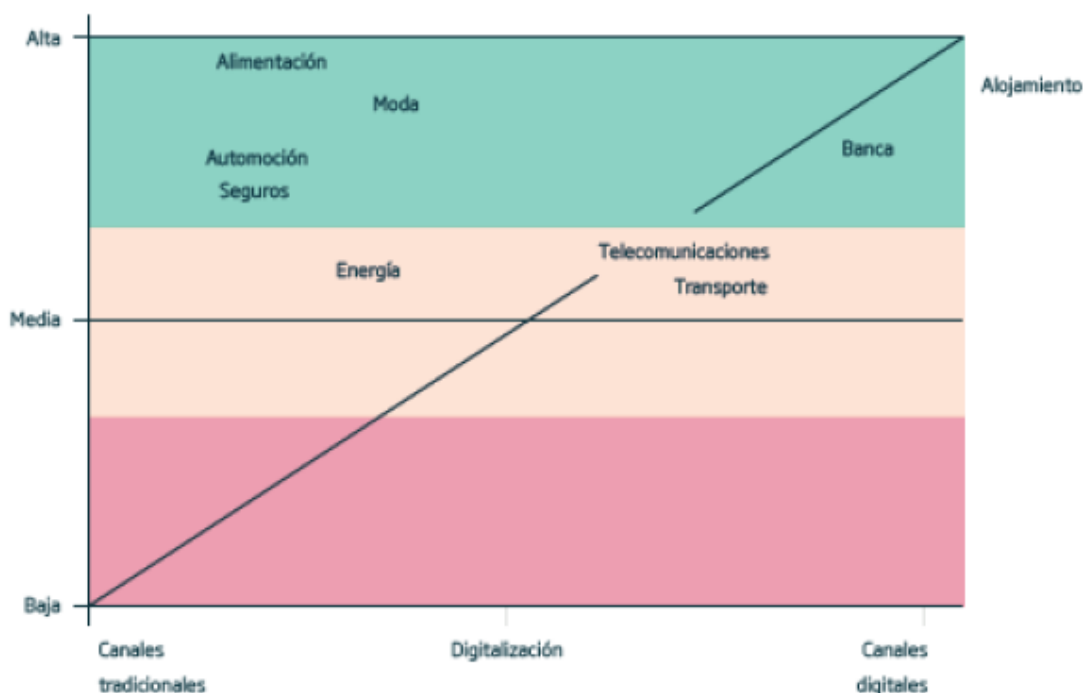
*Fuente: DEC & Minsait (2019)*

Analizando la banca, hay un alto porcentaje de penetración, remarcando sobre ella la personalización de los servicios, lo que ocurre, que en las estadísticas, cuando no se segmenta por edad o por zonas, se suele pasar por alto a gran parte de la población que, no se está adaptando bien a la digitalización, debido a los siguientes motivos:

- Falta de medios.
- Falta de conocimientos.

- Ausencia de ayuda de las marcas para su posterior adaptación.
- Productos o servicios de riesgo que la población no ve adecuada adquirir a través de los medios por digitales.

En cuanto a las zonas rurales, como hemos señalado con anterioridad, están viviendo un proceso de desbancarización y falta de servicios básicos para las personas.



**Figura 2.6. Interacción digital y física**

*Fuente: DEC & Minsait (2019)*

Como podemos apreciar en el balance presentado en la Figura 2.6, la banca se está posicionando como un sector con nivel de digitalización muy alto. Sin embargo, hemos visto que, según el tipo de servicios, los clientes pueden preferir la omnicanalidad en los productos o servicios de riesgo que requieren experiencia. Este tema es importante en la actual transformación digital de los servicios bancarios.

En el sector financiero, se ha impuesto la digitalización sin considerar los hábitos del ciudadano ni tampoco las características geográficas de la zona donde reside, siendo un sector esencial.

En cuanto a la España Vacía, ha supuesto un gran impacto negativo, dada su brecha digital, de modo que la digitalización de la banca en lugar de conectar a las personas en las zonas rurales, ha aumentado su marginación aún más.

Desde esta perspectiva, la “era digital” es un hecho y supone continuos cambios que requieren “obligatoriamente” un proceso de adaptación, ya que si no lo haces, en poco tiempo ya no podrás sacar dinero del banco o hacer una cosa tan habitual como la compra diaria en la tienda.

Desde el gobierno español, se trata de reducir esta brecha digital mediante estrategias en los diferentes sectores. Ejemplo de ello es la Estrategia de Digitalización del Sector Agroalimentario y Forestal y del Medio Rural, siendo presentada en 2019. Esta define las líneas estratégicas y medidas necesarias para impulsar la transformación digital de los sectores agroalimentario y forestal y del medio rural, y los instrumentos previstos para su implementación.

TFG-Finanzas y Contabilidad. Servicios bancarios y brecha digital en el ámbito rural. El caso de Zufre.

Su principal objetivo es encontrar la reducción de las barreras técnicas, legislativas, económicas y formativas existentes, favoreciendo el liderazgo de un sector agroalimentario sostenible económica, social y medioambientalmente, y al poblamiento activo del medio rural haciéndolo un lugar más atractivo, vivo, dinámico y diversificado, siendo un generador de riqueza y empleo de calidad, con especial atención a jóvenes y mujeres.

Dicha estrategia se alinea con los objetivos de la Política Agraria Común 2021-2027, la cual pretende innovar el sector agrícola introduciendo nuevas tecnologías, apoyar y reforzar la protección del medio ambiente y fortalecer el tejido socioeconómico de las zonas rurales.

El II Plan 21-23 cuenta con un presupuesto de 38 millones de euros. Este segundo plan de acción contempla la digitalización integral de la cadena agroalimentaria para mejorar vínculos entre productores y consumidores creando un ecosistema de agricultura inteligente.

Estos planes ayudan al ámbito rural, pero todo desarrollo necesita un proceso de adaptación porque como vimos anteriormente, la población es vulnerable a grandes cambios tecnológicos en la zona rural, debido a la población tan envejecida que tiene, a lo que se le suman las barreras digitales que se manifiestan, por lo que debe ser un proceso lento, en el que toda la población pueda seguir el mismo ritmo de adaptación tecnológica sin marginar a ningún segmento de la población.



## CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO DEL CASO DE ZUFRE

En este capítulo se presenta la metodología que se ha empleado para desarrollar el estudio del caso para el municipio de Zufre. A tal fin, se comenzará con un apartado introductorio en el que se facilitarán datos sobre la localidad de Zufre y, posteriormente, se describirá los métodos de captación de la información de la que se nutre el estudio empírico.

### 3.1. DATOS GENERALES DE LA LOCALIDAD

La localidad de Zufre es un municipio español que se encuentra ubicado en la provincia de Huelva, concretamente, al norte de la provincia, dentro del parque natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche. Se encuentra situado en la carretera comarcal 435 de Higuera de la Sierra a Santa Olalla del Cala.

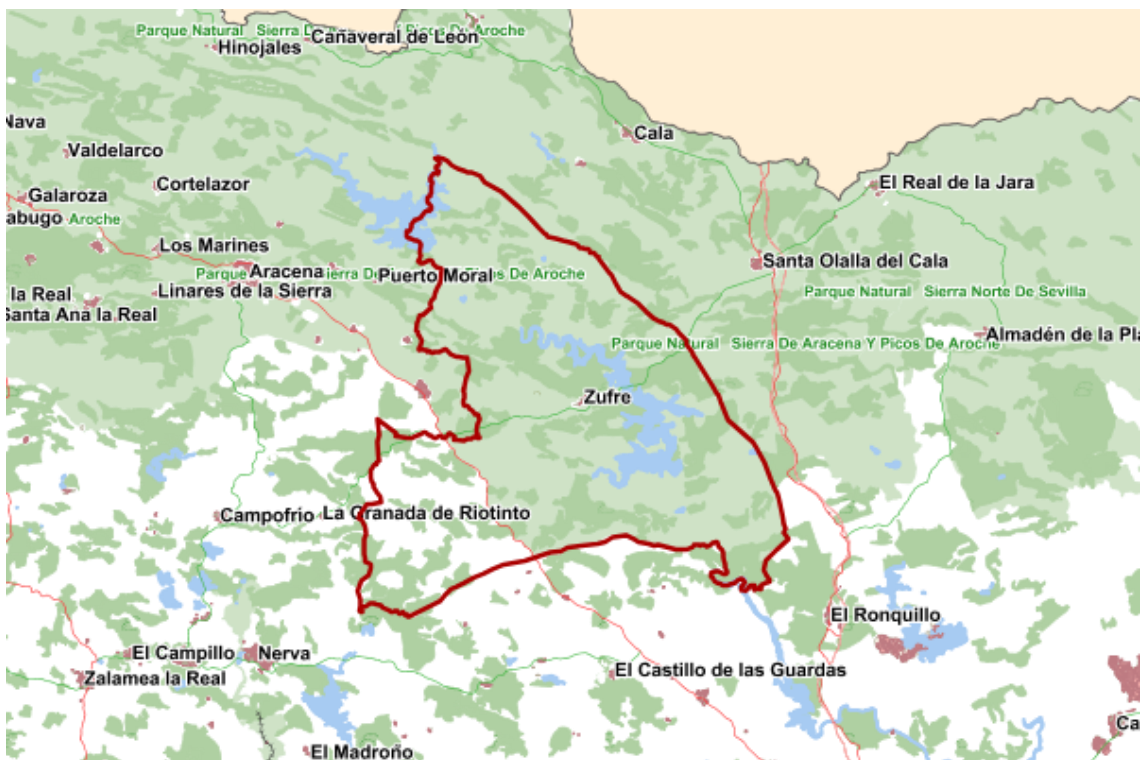


Figura 3.1. Ubicación de Zufre

Fuente: IECA (2022)

Zufre es el tercer municipio de Huelva con mayor término municipal, pero, por otro lado, es uno de los pueblos con menos habitantes, siendo este último año de 774 habitantes (IECA, 2022).



**Figura 3.2. Censo de población de Zufre**

*Fuente: INE (2022)*

Como se observa en la gráfica, desde 2005 ha sufrido un descenso demográfico, año tras año debido a que cada vez hay menos natalidad, siendo la mortalidad constante.

Otro hecho que provoca este descenso, es la inmigración de los jóvenes a la ciudad en búsqueda de trabajo, para así obtener una mayor calidad de vida.

Según los últimos datos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía el porcentaje de población menor de 20 años es de un 15,8% respecto a la población total. Por otro lado, la población mayor de 65 años es del 24,7%. Respecto a la variación relativa de la población en los últimos 10 años ha sido -15,7%, debido a que continuamente la población se encuentra en decrecimiento.

A pesar de la escasez de juventud que tiene la localidad, dispone de un colegio público ubicado en el casco antiguo del pueblo. Debido a la problemática de los pocos niños que hay, en los cursos suele haber de 3 a 5 niños por curso, siendo grupos muy reducidos en clase. Por ello, el colegio tomó medidas para que los grupos sean un poco más grandes, por lo que han unido dos cursos, por ejemplo 1º y 2º de primaria, 3º y 4º y así con todos los cursos escolares.

En cuanto a su sector financiero, la localidad cuenta con una sucursal bancaria de “La Caixa”. Esta sucursal cuenta con una oficina en el centro del pueblo y con un cajero. A medida que han pasado los años, la oficina bancaria ha dado menos facilidades para acceder a ella, empezando por sus servicios, obligando a las personas a hacer todas sus gestiones al cajero que se encuentra ubicado fuera de la oficina. En segundo lugar, la reducción horaria de la oficina, la cual ha pasado de abrir todas las mañanas de 9 a 14h y martes y jueves por la tarde de 18 a 20h, a abrir solo la oficina los martes y jueves de 9 a 12h.

Esto ha sido una decisión que no ha gustado a los habitantes del pueblo, pero han tenido que acatar esta decisión.

### **3.2. DISEÑO DE LA ENCUESTA Y TRABAJO DE CAMPO**

En este apartado se presentará la encuesta que se ha realizado en la localidad para recoger los datos para así después hacer una posterior evaluación.

En primer lugar, se ha diseñado un cuestionario de elaboración propia para analizar los datos de la localidad y tener una perspectiva de cómo se enfrenta la población local a la digitalización bancaria. Esta encuesta ha sido respondida exclusivamente por

los habitantes de la localidad mayores de edad, ya que son los que utilizan los servicios bancarios.

La encuesta se encuentra distribuida en los siguientes cinco apartados (la encuesta completa se incluye como Anexo a este trabajo):

- 1) Datos generales de la persona encuestada. Es un punto más bien introductorio para conocer un poco sobre la persona encuestada, en la que se le pregunta sobre:
  - Sexo
  - Edad
  - Nivel de estudios
  
- 2) Datos sobre el banco con el que se opera. En este apartado se quiere conocer con que bancos opera el encuestado, ya que en Zufre sólo se encuentra “La Caixa” y hay personas que operan con más de un banco. Por ello se quiere conocer con qué bancos opera el encuestado y cuál es su banco principal.
  
- 3) Datos sobre el uso de la oficina bancaria principal (UOBP). A partir de este punto, se ha cambiado la dinámica de la encuesta, pasando a valorar como es la oficina de su banco. En primer lugar se le ha cuestionado sobre si utiliza la oficina y después se pretende valorar cuatro indicadores fundamentales:
  - Nivel de satisfacción. (UOBP 02)
  - Atención al cliente. (UOBP 03)
  - Seguridad al hacer gestiones bancarias en la oficina. (UOBP 04)
  - Si el oficinista ofrece productos adicionales. (UOBP 05)
  
- Para evaluar estos indicadores se han utilizado una escala Likert con siete ítems (valores numéricos del 1 hasta el hasta el 7), siendo uno nunca o nada y 7 siempre o mucho.
  
- 4) Datos sobre el uso del cajero del banco principal (UCBP). Aquí se vuelve a utilizar el mismo modelo del punto anterior, pero esta vez evaluando el uso del cajero. Se ha comenzado preguntado si lo utiliza y luego se ha pedido al encuestado que evalúe los siguientes indicadores:
  - Frecuencia con que lo utiliza. (UCBP 02)
  - Nivel de satisfacción. (UCBP 03)
  - Seguridad al utilizarlo. (UCBP 04)
  - Dificultad del manejo del cajero. (UCBP 05)
  
- 5) Datos sobre el uso móvil para la gestión bancaria (UMGB). Este último apartado continúa con el modelo de los anteriores, valorando en este caso el uso del móvil para realizar las diferentes gestiones bancarias. Se pregunta sobre si utiliza la aplicación de su banco, para después evaluar los mismos indicadores del anterior apartado.

En el desarrollo de esta encuesta se han obtenido 65 cuestionarios válidos, lo que supone una muestra representativa de la población de Zufre con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%.

Todas las encuestas han sido realizadas en entrevistas personales (no de forma telemática). Se optó por este método debido a que muchas personas mayores no controlan el uso de dispositivos tecnológicos y no hacen un uso frecuente del correo electrónico u otras aplicaciones de comunicación digital. También de esta forma evitamos el riesgo de la falta de comprensión de las preguntas, la presencia de cuestionarios respondidos a medias u otras problemáticas. Gracias a esto, no habido necesidad de descartar ninguna encuesta. El trabajo de campo se realizó entre los días 21 de mayo hasta el 1 de junio.

### **3.3. MÉTODO DE ANÁLISIS DE LOS DATOS**

En este apartado se explicará la metodología llevada a cabo para realizar la evaluación de las encuestas y la obtención de los resultados adecuados al objetivo del trabajo.

El tratamiento de las encuestas se ha realizado mediante plantillas de elaboración propia para analizar dichos datos. Estas plantillas son de formato Excel, facilitando así reunir todos los datos en un mismo formato y archivo.

El análisis posterior de los datos que presentamos en el apartado cuatro tiene un carácter descriptivo y se basa en el cálculo de medias globales y para distintos subgrupos de población.

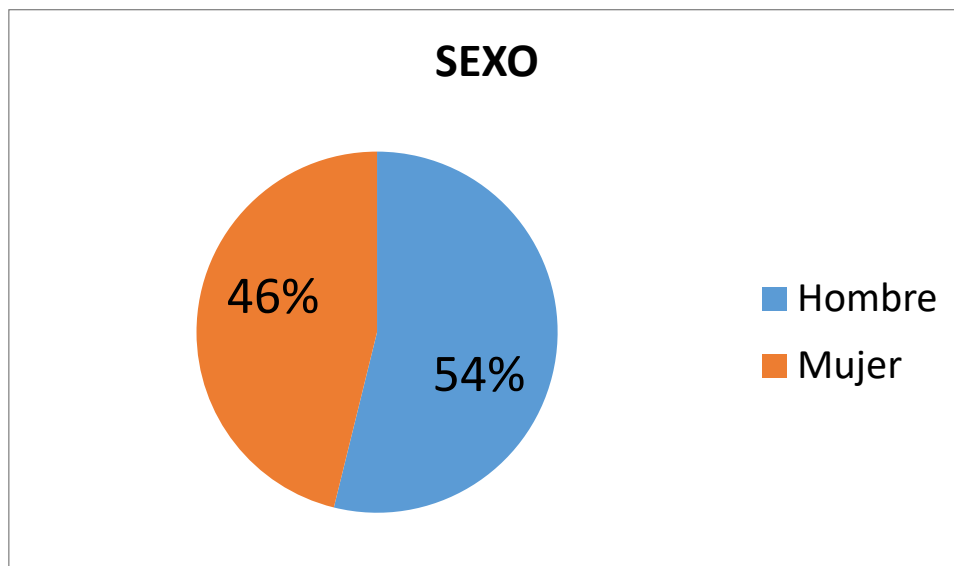


## CAPÍTULO 4. RESULTADOS

En este apartado se realizará un análisis exhaustivo de la situación de la localidad de Zufre respecto a la gestión bancaria a partir del estudio de los datos obtenidos de la encuesta efectuada.

### 4.1. DATOS GENERALES

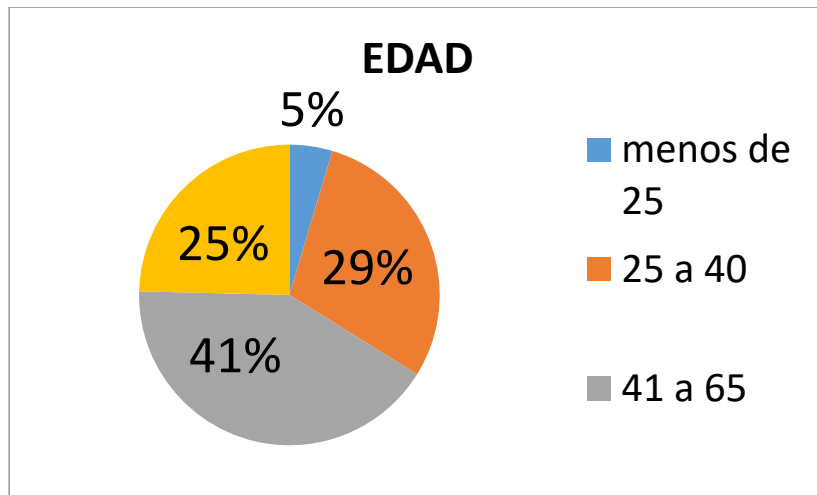
En este primer apartado de la evaluación, se procederá a hacer un análisis general de las personas que han respondido al cuestionario según grupos de sexo, edad y formación.



**Gráfica 4.1. Distribución de los encuestados por género**

*Fuente: Elaboración propia*

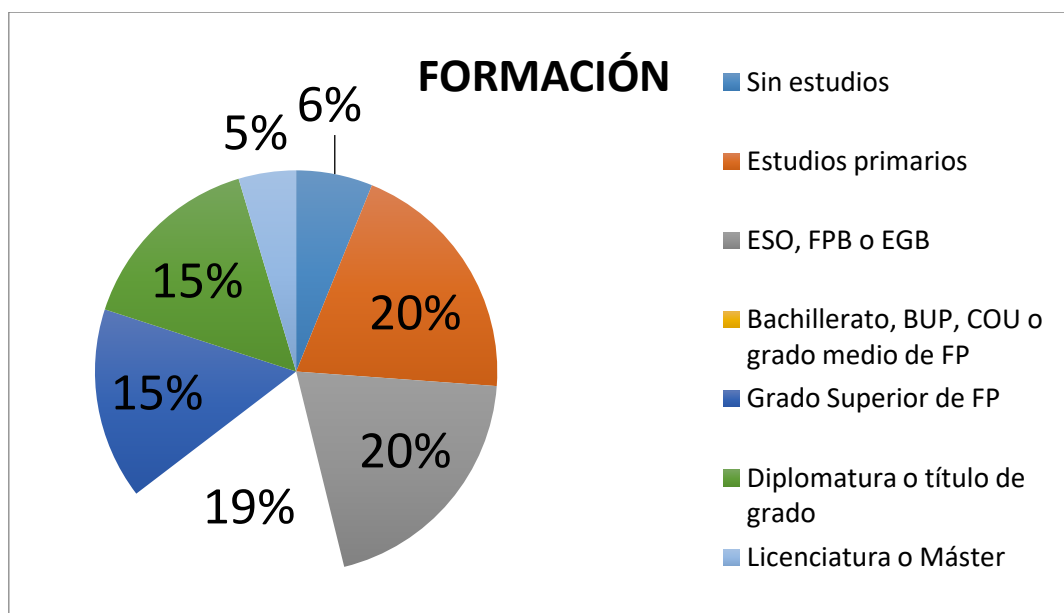
De entre las 65 encuestas totales realizadas, se puede observar como hay una distribución por sexo bastante equilibrada con una ligera predominancia de la población masculina, lo que entendemos que es producto del azar.



**Gráfica 4.2. Distribución de los encuestados por edad**

*Fuente: Elaboración propia*

En cuanto a las franjas de edad de los encuestados, se observa que el 41% de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 41 a 65 años, lo cual representa la franja con mayor porcentaje de encuestas. Como hemos comentado anteriormente, a partir del Padrón Continuo realizado por el INE, la media de la población rural oscila en los 43,3 años, por lo que se ajusta a los resultados obtenidos. Por otro lado, la menor proporción de personas encuestadas corresponde a aquellos con menos de 25 años, con tan solo un 5%. Esto se debe a dos razones principales. En primer lugar, esta franja de edad abarca desde los 18 años, que es la mayoría de edad y permite el acceso a servicios bancarios, hasta los 25 años. En segundo lugar, esta franja representa a la población más joven, y como se mencionó anteriormente, el pueblo experimenta una baja natalidad y se encuentra en decrecimiento, lo que ha llevado a una escasez de jóvenes en la localidad, reflejándose en el bajo número de encuestas realizadas en este grupo específico.



**Gráfica 4.3. Distribución de los encuestados por formación**

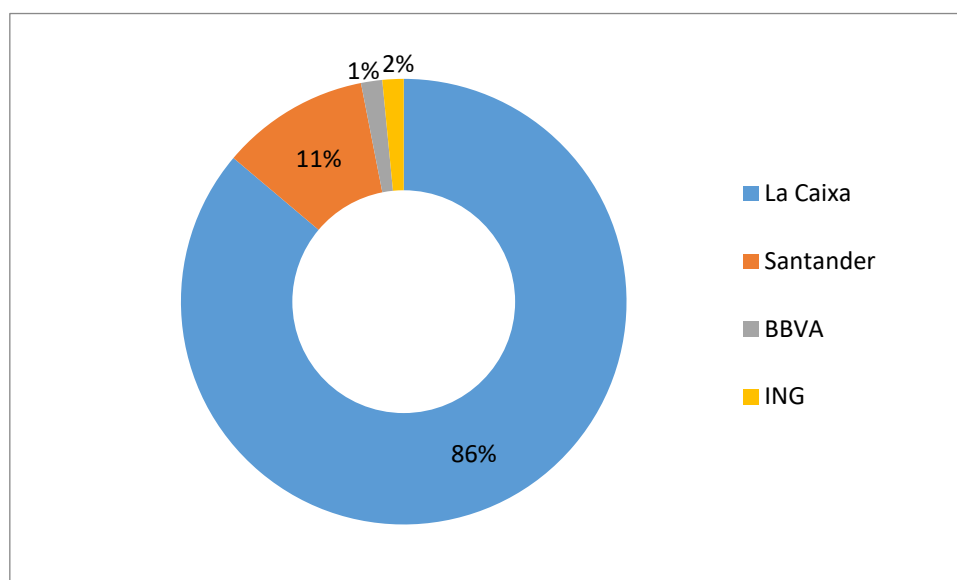
*Fuente: Elaboración propia*

Para terminar con los datos generales, se ha obtenido el gráfico del indicador de formación el cual muestra que la gran mayoría de los encuestados ha realizado estudios aunque sea de carácter básico, siendo solo 4 de ellos los que no han realizado ningún tipo de estudio.

En cuanto a estudios de carácter más profesional, se puede ver como 30% de los encuestados han realizado un grado superior o una diplomatura o título de grado, siendo por último un 5% de las personas encuestadas las que han realizado una licenciatura o máster, siendo estas las personas con estudios más avanzados. Ninguno de los encuestados dispone de doctorado.

#### 4.2. DATOS DEL BANCO CON EL QUE OPERA

En este apartado vamos a analizar el segundo bloque de la encuesta, en el que se quiere conocer con qué entidades operan los habitantes de la localidad y cuáles son sus principales bancos.



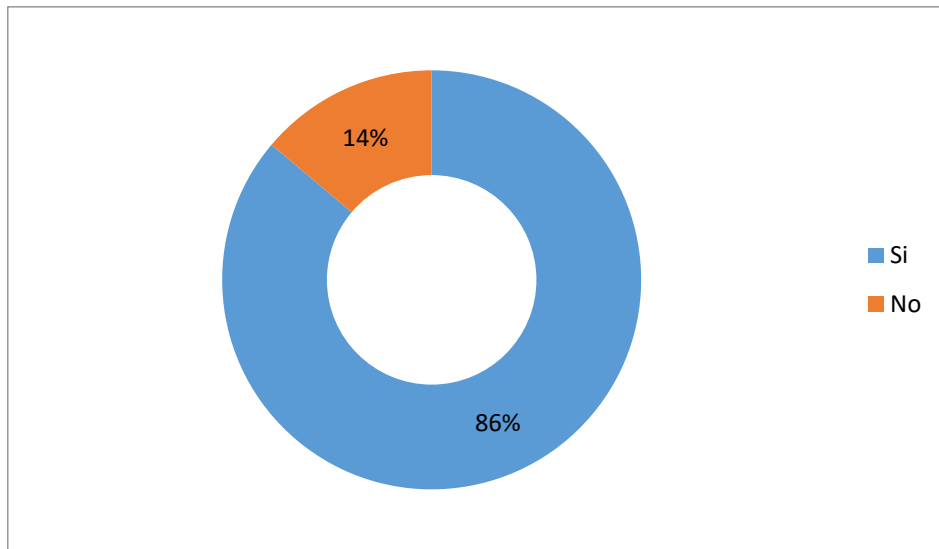
**Gráfica 4.4. Banco principal de los encuestados**

*Fuente: Elaboración propia*

En cuanto al banco principal de los encuestados, la gran mayoría tiene a La Caixa como su banco principal, esto es debido a que en Zufre es la única sucursal que existe.

Después, con gran diferencia, se sitúa el banco Santander, cuya sucursal más cercana se encuentra en Aracena, uno de los pueblos más grandes de la Sierra Norte de Huelva, que se ubica a 15 minutos en coche de la localidad de Zufre. Allí existen más sucursales bancarias y también cadenas alimenticias, como Mercadona o Lidl, lo que provoca que muchos habitantes de Zufre se trasladen a Aracena para comprar productos básicos y tengan, por tanto, facilidad para poder operar con otros bancos allí.

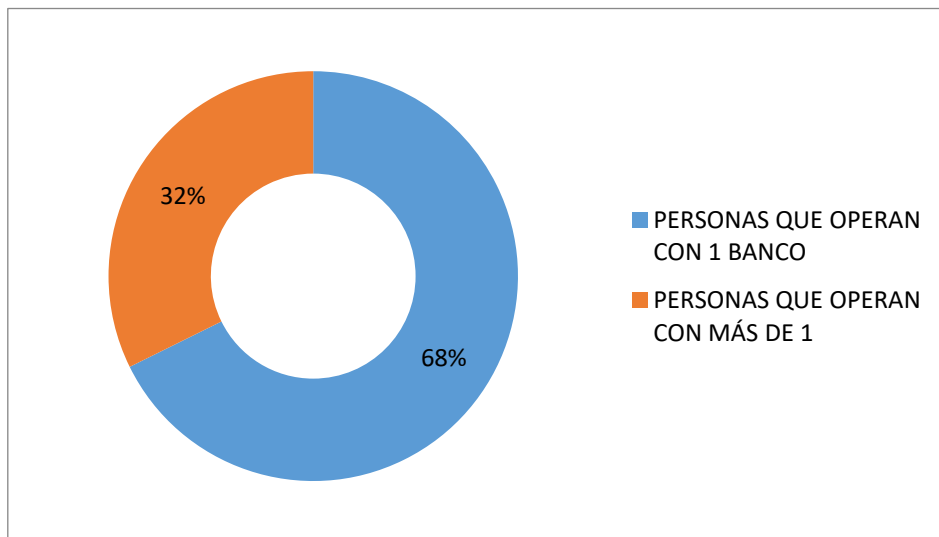
Por otro lado, tenemos dos pequeños porcentajes de individuos que operan con BBVA e ING Direct como bancos principales. Este primero dispone de una oficina bancaria ubicada en Aracena siendo no tan representativa por la localidad zufreña como lo hace el banco Santander. Respecto al segundo, para encontrar una sucursal o cajero deben desplazarse a la capital, por lo que se puede suponer que estos encuestados utilizan otros medios para hacer gestiones bancarias, como el canal online.



**Gráfica 4.5. Disponibilidad de oficina del banco principal**

*Fuente: Elaboración propia*

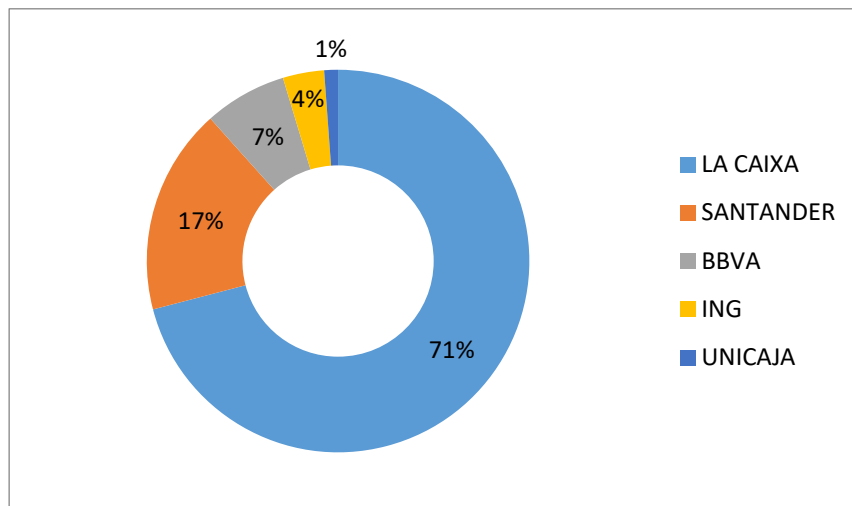
En cuanto a la disponibilidad de la oficina en su localidad, la gran mayoría de encuestados disponen de ella, porque como hemos visto anteriormente, todos los que trabajen con La Caixa disponen de esta posibilidad, teniendo los demás que desplazarse a otro pueblo o ciudad si desea operar a través de una oficina bancaria.



**Gráfica 4.6. Distribución del número de bancos que opera los encuestados**

*Fuente: Elaboración propia*

Aun existiendo diversas vías para operar con otros bancos, como puede ser de manera online o utilizando un cajero, la mayoría de las personas encuestadas suelen operar con un banco, aunque por otro lado, vemos como un tercio de ellos, prefieren operar con dos o más bancos. Esto puede deberse a que ciertas personas les dé más seguridad o comodidad tener dos cuentas en diferentes bancos o prefieren gestionar las operaciones diarias en su banco principal ubicado en la localidad y tener otro banco con el que operar con menor frecuencia obteniendo mejores prestaciones.



**Gráfica 4.7. Totalidad de bancos con los que opera los encuestados**

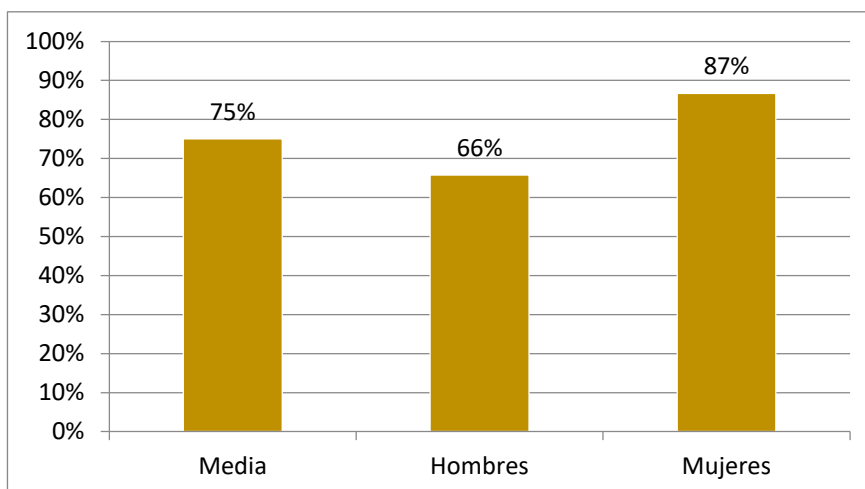
*Fuente: Elaboración propia*

En cuanto a los bancos más utilizados independientemente de si es el principal, La Caixa se encuentra como el más utilizado, de modo que solo cuatro de los sesenta y cinco encuestados no es cliente de esta entidad, ya que, aunque para algunos no es su banco principal, la mayoría de los habitantes de Zufre tiene una cuenta en La Caixa debido a su cercanía y comodidad. En segundo lugar, nos encontramos el banco Santander, ya que como hemos comentado, tiene una sucursal cerca de la localidad, lo cual hace que sea más fácil trabajar con él.

### 4.3. USO DE LA OFICINA BANCARIA

Este tercer apartado de la evaluación estudiará el uso de la oficina bancaria en la localidad. Este apartado se dividirá en dos subapartados: por un lado, se analizará la utilidad por los diferentes grupos y, por otro lado, la valoración media por pregunta, que también será analizada por grupos.

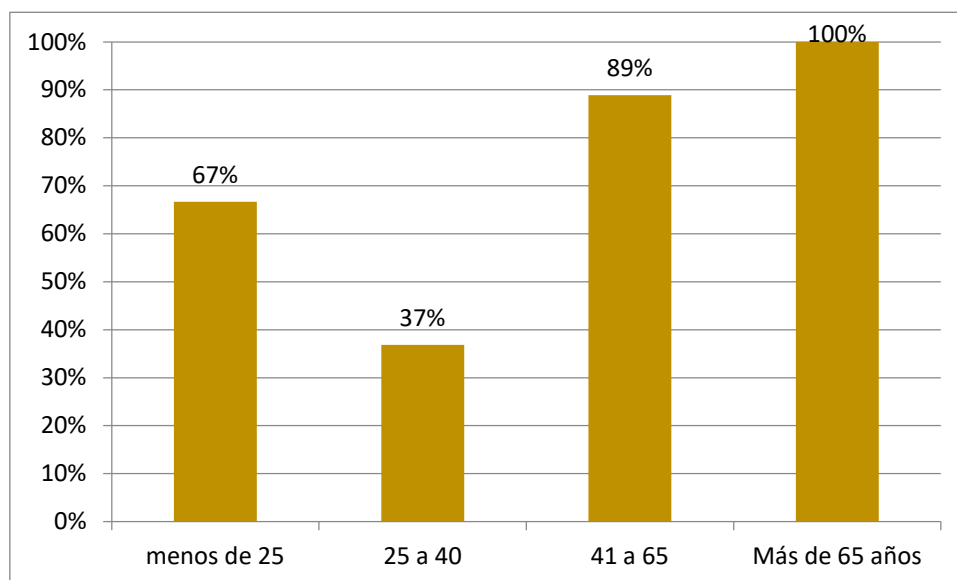
#### 4.3.1. Utilidad de la oficina bancaria



**Gráfica 4.8. Utilidad de la oficina bancaria por sexo**

*Fuente: Elaboración propia*

Analizando el uso de la oficina bancaria, observamos que la media general está en un 75%, por lo que la mayoría de los encuestados asisten a la oficina para hacer gestiones. En cuanto al análisis por sexo, las mujeres tienen un mayor porcentaje de asistencia que los hombres. Esto puede indicar que las mujeres prefieren la interacción personal en la oficina o que se encuentran menos familiarizadas con otros canales, como el online.



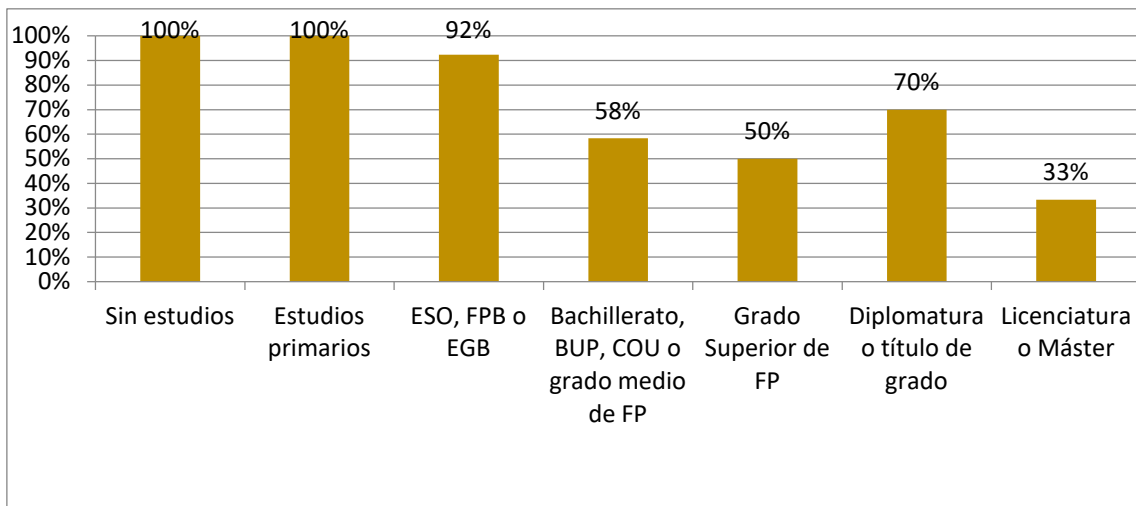
**Gráfica 4.9. Utilidad de la oficina bancaria por edad**

*Fuente: Elaboración propia*

Haciendo un análisis por edades, vemos como según va avanzando la edad, el porcentaje de asistencia a la oficina va en aumento. En el caso de menos de 25 años con un 67% al haber solo 3 encuestados con esa edad el resultado puede ser poco representativo. Por otro lado, la falta de conocimientos y experiencia a esa edad puede generar más seguridad, lo que puede favorecer la realización de gestiones a través de la oficina.

Por otra parte, vemos que en edades de 25 a 40 años se presenta el menor porcentaje de clientes que utilizan las gestiones presenciales. Esto puede deberse a que este grupo ha vivido toda su vida o gran parte de ella en la era digital, lo cual provoca que tengan mayor facilidad para hacer gestiones bancarias por otras vías y no requieran la necesidad de ir a la oficina para realizar gestiones.

Por último, en las dos últimas franjas de edad, la utilidad de la oficina bancaria aumenta exponencialmente, de modo que a partir de los 65 años van todas las personas a realizar gestiones a la sucursal. Esto puede ocurrir debido a que el aprendizaje tecnológico ya va resultando más difícil a estas edades, por lo que necesitan ir a la oficina para realizar las gestiones bancarias.



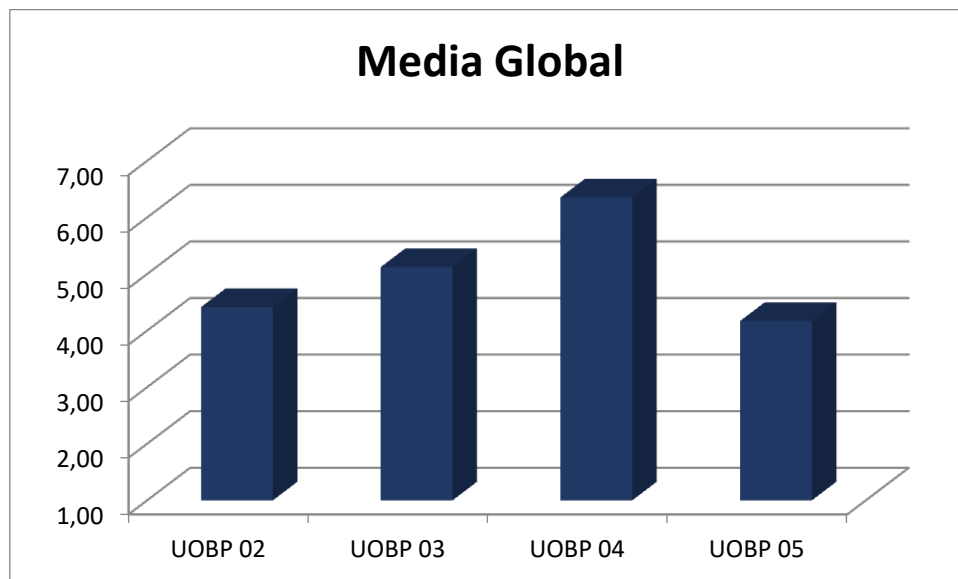
**Gráfica 4.10. Utilidad de la oficina bancaria por niveles de formación**

*Fuente: Elaboración propia*

En cuanto a la utilidad de la oficina según la formación de la persona, se puede apreciar que conforme las personas disponen de un nivel educativo superior, tienden a no utilizar la oficina bancaria. De este modo, solo el 50% de las personas con grado superior de Formación Profesional acude a la oficina y solo el 33% en el caso de los individuos con una licenciatura o máster.

Por contra, las personas sin estudios o con solo estudios primarios acuden a la oficina bancaria en su totalidad. Se trata en este caso fundamentalmente de personas de anciana edad que no han tenido la suerte de poder disfrutar de una educación, ya sea porque debían trabajar de jóvenes o no se podían permitir unos estudios.

#### 4.3.2. Valoración media sobre el uso de la oficina bancaria



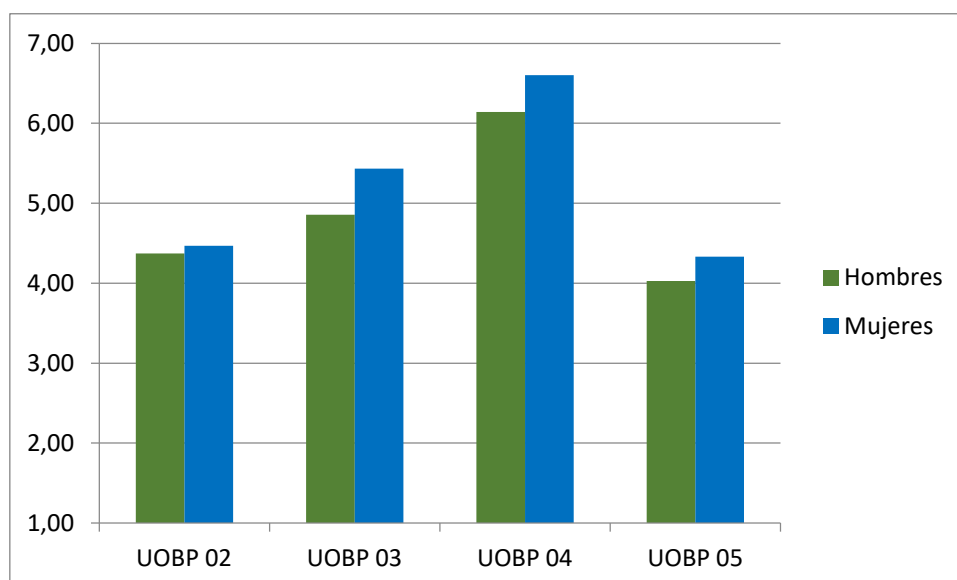
**Gráfica 4.11. Valoración media por pregunta sobre el uso de la oficina bancaria**

*Fuente: Elaboración propia*

Haciendo un análisis por pregunta sobre el uso de la oficina bancaria, vemos que, en general, los aspectos estudiados reciben puntuaciones altas. La valoración más baja se obtiene en la pregunta 05 sobre si su oficina le ofrece productos adicionales. A este respecto, hay discrepancia entre los encuestados: a muchos de ellos no se les suele ofrecer nuevos productos o servicios, ya sea por su edad u otra circunstancia que se desconoce.

En siguiente lugar con valoraciones más bajas se sitúa la pregunta 02 sobre la satisfacción general con la oficina. Esto puede deberse, como se ha comentado anteriormente en el apartado 3.1, a que la oficina cada vez impone más restricciones a la operativa de los usuarios, como obligar a la gente a hacer uso del cajero o la reducción de horario de la oficina, la cual solo abre martes y jueves de 9 a 12.

Por último, la pregunta 04, sobre la seguridad de al hacer gestiones en la oficina, es la que obtiene mejor valoración, ya que a las personas encuestadas les proporciona tranquilidad acudir a la oficina a realizar sus gestiones bancarias gracias al cara a cara con el gestor financiero, lo cual le transmite al cliente cercanía y seguridad.

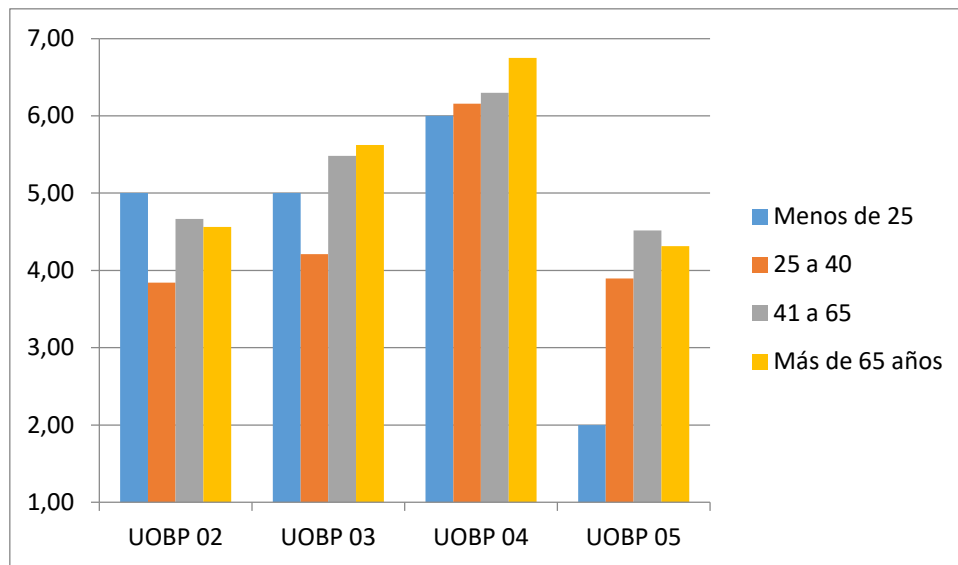


**Gráfica 4.12. Valoración media por pregunta sobre el uso bancario por sexo**

*Fuente: Elaboración propia*

Observando la valoración de las preguntas por sexo, vemos que las mujeres otorgan una mejor valoración a la oficina en todas las preguntas en comparación a los hombres. Esto se debe a que están más satisfechas con sus servicios y les proporciona más seguridad que a los hombres, lo que explica, como vimos en la Gráfica 4.7, que las mujeres acudan más que los hombres a la oficina bancaria.

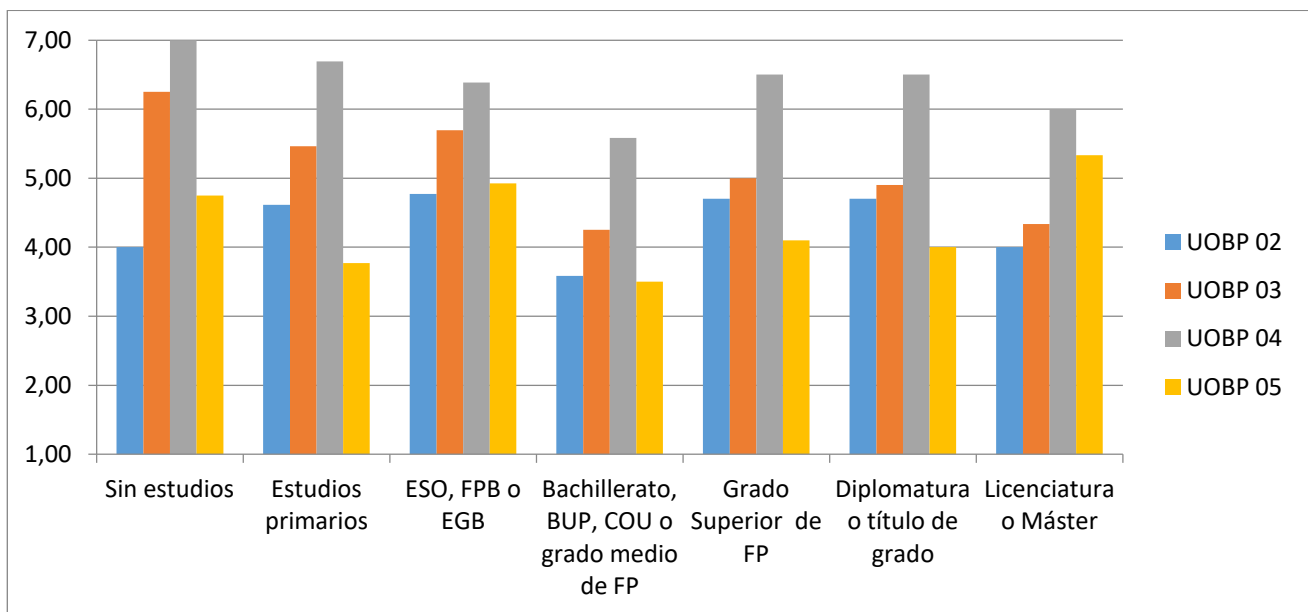




**Gráfica 4.13. Valoración media por pregunta sobre el uso bancario por edad**

*Fuente: Elaboración propia*

Respecto a la edad, se observa como las personas de mayor edad suelen destacar en todas las preguntas, ya que estas son las que más necesidad tienen de utilizar las oficinas bancarias. Es este el grupo al que el uso de la oficina le proporciona una mayor seguridad (04), aunque no se sientan muy satisfechos con sus servicios (01). Por el lado opuesto, los menores de 25 años son los que más satisfechos se sienten con la oficina, pero es el grupo al que el oficinista menos le ofrece productos adicionales (04).



**Gráfica 4.14. Valoración media por pregunta sobre el uso bancario por formación**

*Fuente: Elaboración propia*

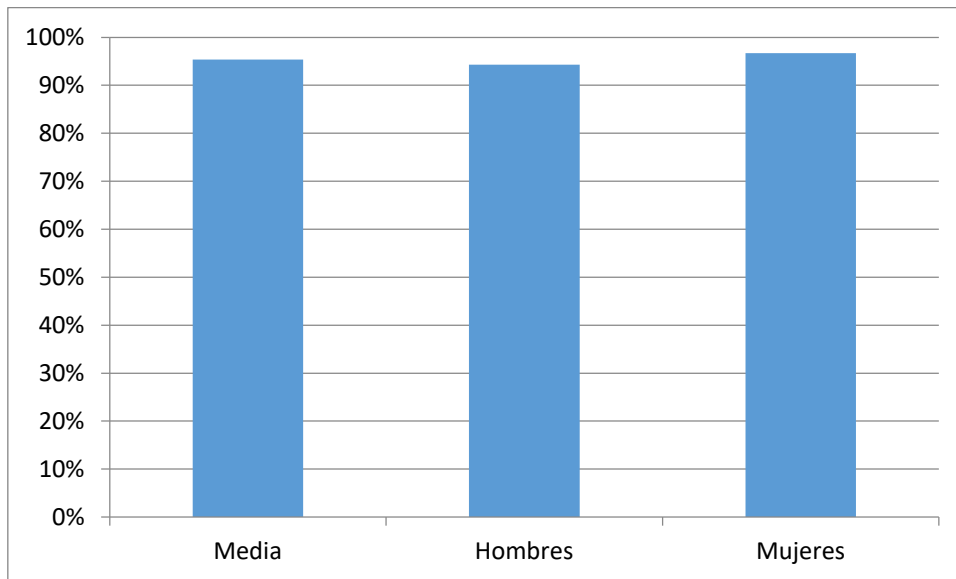
En cuanto a la valoración por niveles de formación, no parecen existir diferencias importantes entre los distintos grupos, siendo la pregunta 04 la que obtiene mayor valoración entre ellos, referida a la seguridad de realizar gestiones bancarias en la

oficina, por lo que para estas personas se les hace un medio indispensable para su tranquilidad a la hora de realizar operaciones.

#### 4.4. USO DEL CAJERO

En este apartado analizaremos el uso del cajero del banco principal a partir de los resultados de los encuestados y siguiendo el mismo método que en el punto anterior.

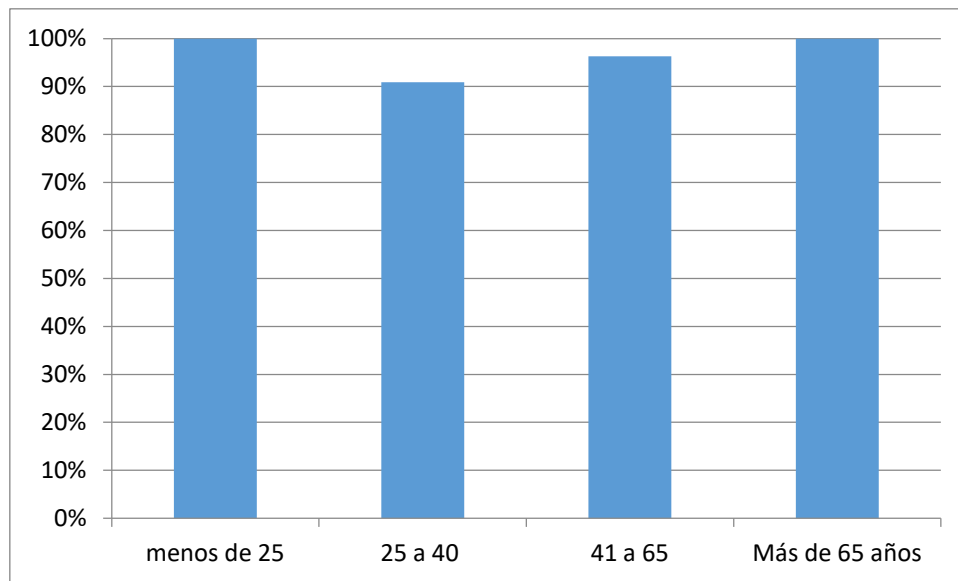
##### 4.4.1. Utilidad del cajero bancaria



**Gráfica 4.15. Utilidad del cajero por sexo**

*Fuente: Elaboración propia*

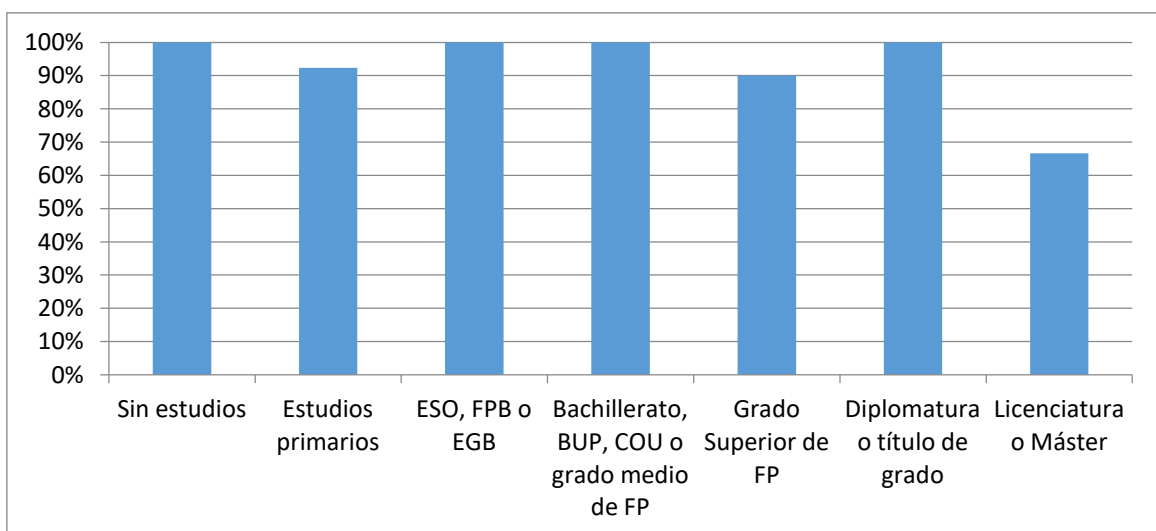
En cuanto al uso del cajero según sexos, se puede apreciar cómo ambos sexos tienen unos resultados semejantes. Los porcentajes son muy elevados, de modo que una gran mayoría de personas acuden al cajero a hacer gestiones bancarias, debido a las restricciones que hemos comentado, las cuales están obligando a las personas a realizar todas las gestiones por el cajero u otro medio que no sea la oficina. Los gestores solo quieren que los clientes vayan a la oficina para trámites indispensables o consultas que no puedan realizar a través del cajero.



**Gráfica 4.16. Utilidad del cajero por edad**

*Fuente: Elaboración propia*

Observando el gráfico por edad, se puede apreciar como las personas que menos emplean al cajero son las de 25 a 40 años, aun teniendo también un elevado porcentaje de uso del mismo. Como vimos anteriormente, esta franja de edad también fue la que obtuvo menor porcentaje en la asistencia a la oficina bancaria. Esto tiene como explicación a que como se ha mostrado en otros gráficos, esta franja de edad ha vivido con las nuevas tecnologías desde la juventud, por lo que tienen mayor facilidad de manejo de dispositivos móviles y ordenadores, y utilizan el canal digital para hacer todo tipo de gestiones, sin necesidad de acudir a oficinas o cajeros para realizar operaciones.



**Gráfica 4.17. Utilidad del cajero por formación**

*Fuente: Elaboración propia*

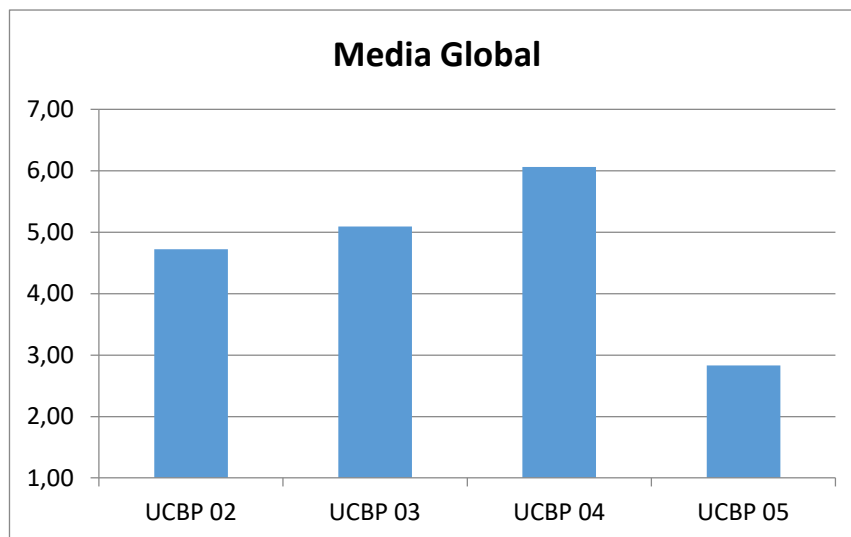
Realizando un análisis de la utilidad del cajero por formación, se puede percibir como en todos los niveles el uso es equitativo salvo las personas con licenciatura o más al cual le corresponde el valor más bajo, el cual al ser 3 personas las que han sido

encuestadas con dicho nivel de estudios, no tiene una valoración realmente representativa.

#### 4.4.2. Valoración media de cada pregunta sobre el uso del cajero

Realizando un análisis de cada pregunta del bloque del uso del cajero, podemos apreciar como la pregunta 04, sobre la seguridad al realizar operaciones en el cajero, es la que tiene una mayor valoración, la cual nos indica que las personas, por lo general, se sienten seguras realizando gestiones bancarias utilizando este medio. Respecto a la pregunta 02 y 03, se puede observar como tienen niveles bastante parejos, las cuales nos indican la frecuencia con la que lo usan (02) y el nivel de satisfacción que tienen (03).

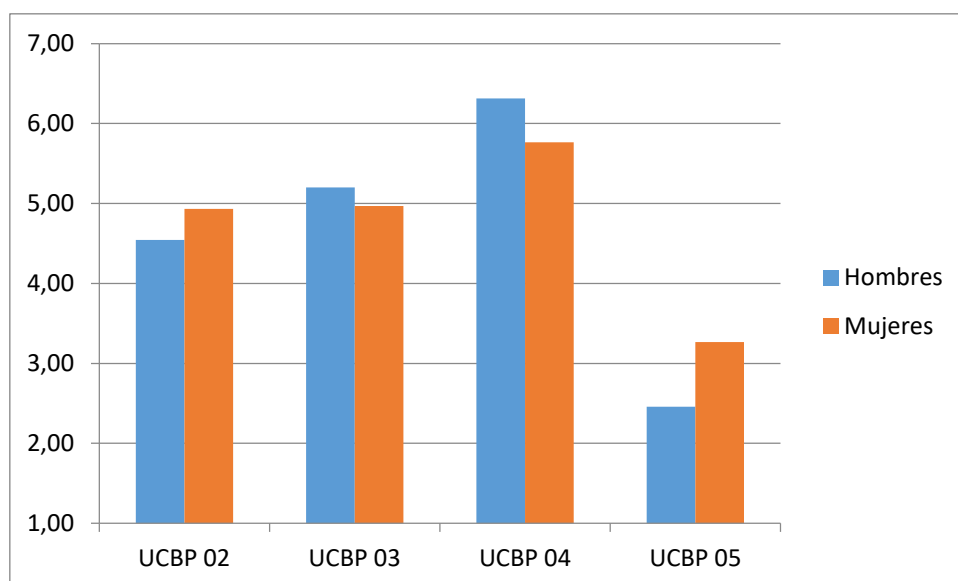
En cuanto a la última pregunta, se observa que no se obtiene una alta puntuación. Este cierto descontento de la población viene explicado por el hecho de que en muchas ocasiones el cajero está inutilizable por diversos motivos, como puede ser por interrupción de suministro eléctrico en la localidad, y esto provoca el bloqueo del mismo, llevándose días sin que se puedan realizar ningún tipo de operación en él.



**Gráfica 4.18. Valoración media por pregunta sobre el uso del cajero**

*Fuente: Elaboración propia*

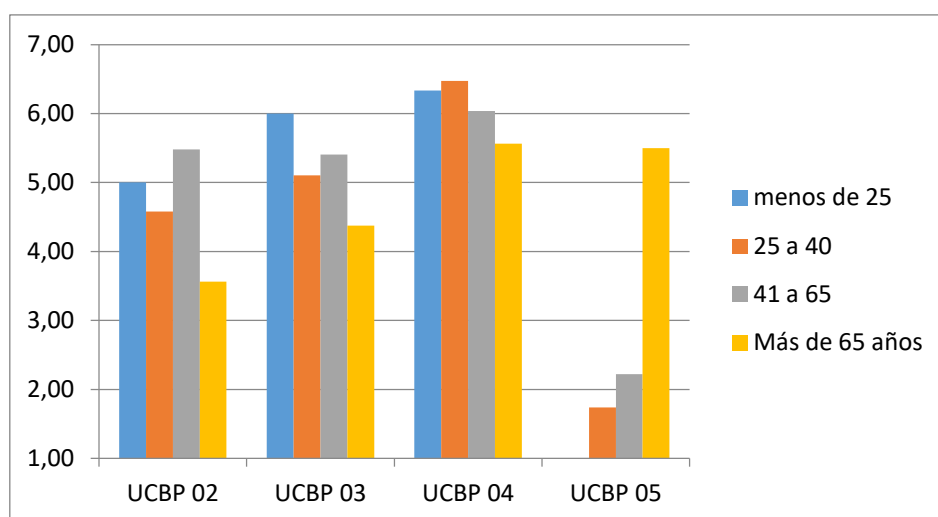
Por último, en cuanto a la pregunta 05, que trata sobre la dificultad del cajero, es la que obtiene la menor puntuación, lo que implica que los encuestados encuentran una baja dificultad en su uso.



**Gráfica 4.19. Valoración media por pregunta sobre el uso del cajero por sexo**

*Fuente: Elaboración propia*

Contemplando los resultados por sexo, se puede destacar como las mujeres frecuentan más el cajero, como vimos anteriormente también con el uso de la oficina. Por otro lado, los hombres se sienten más seguros y a su vez sienten menos dificultad con el uso del cajero que las mujeres.

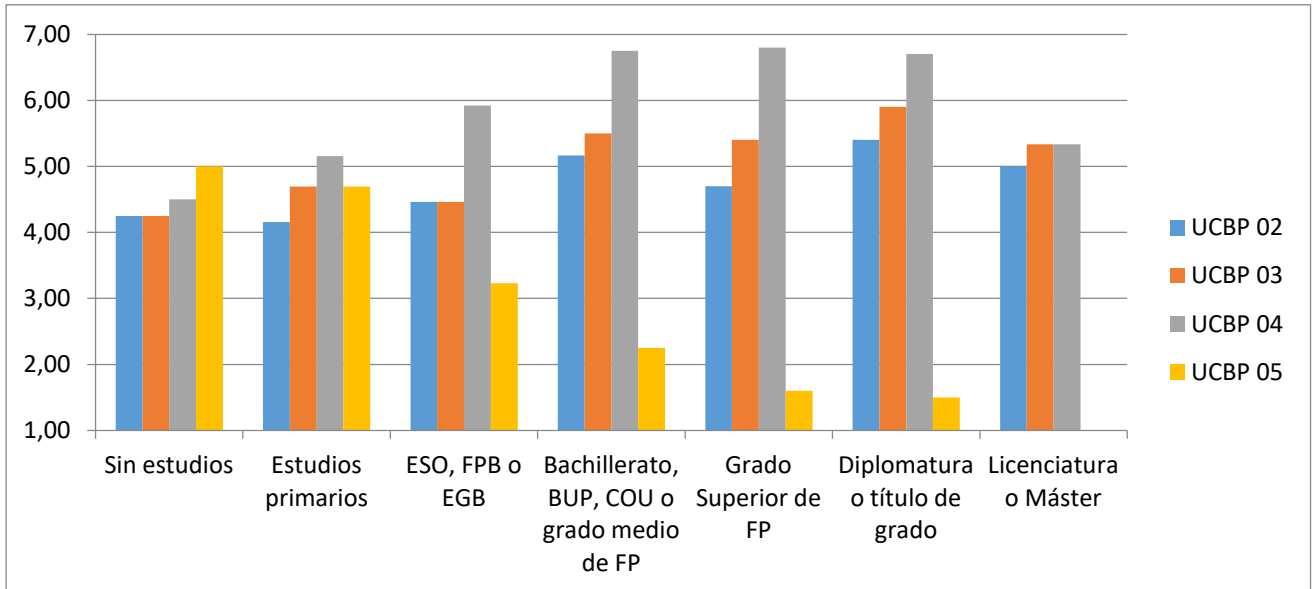


**Gráfica 4.20. Valoración media por pregunta sobre el uso del cajero por edad**

*Fuente: Elaboración propia*

Respecto a la valoración media de las preguntas por edad, cabe destacar principalmente cómo la dificultad en el manejo del cajero aumenta conforme la franja de edad se eleva, produciéndose un gran escalón en comparación con los demás en las personas en cuanto a los mayores de 65 años. Es esta una dificultad notable que los bancos pasan por alto, ya que en edades de muy anciana edad hay personas que no tienen estudios, lo cual explica que no sepan utilizar un cajero. Algunas de estas personas nos comentaron que tienen que ir acompañados al cajero para realizar las gestiones, ya que ellos no saben manejarlo. Apoyando este argumento, se puede

observar en las preguntas 02 y 03 sobre la frecuencia de uso y la satisfacción del cajero, cómo las personas mayores son las que menos acuden al cajero a realizar sus distintas operaciones y las que menos satisfechas se encuentran con los servicios del mismo.



**Gráfica 4.21. Valoración media por pregunta sobre el uso del cajero por formación**

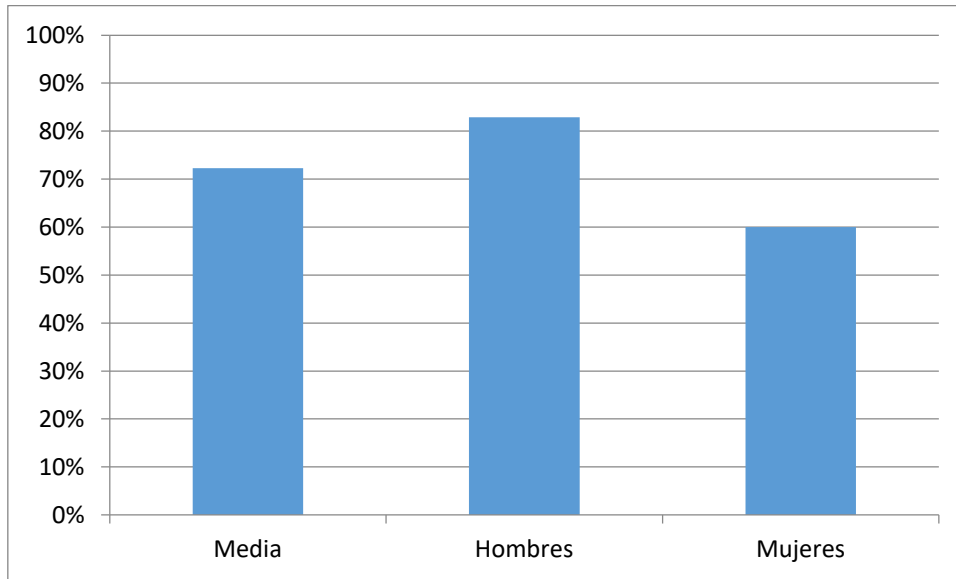
*Fuente: Elaboración propia*

En lo que se refiere a la formación, puede remarcarse que en las preguntas 04 y 05 sobre la seguridad y la dificultad del cajero se aprecia un impacto directo del nivel educativo en las puntuaciones obtenidas, que van en aumento según se tiene un mayor grado de estudios en cuanto a la primera pregunta y van disminuyendo con el nivel educativo en la segunda. Por otro lado, se aprecia cómo en el caso de las preguntas 02 y 03 sobre la frecuencia de uso y el nivel de satisfacción se mantiene una mayor igualdad entre los diferentes grupos, obteniéndose, en cualquier caso, las puntuaciones en el grupo de personas sin estudios, que como hemos comentado en las anteriores gráficas, en su mayoría son personas de la tercera edad.

#### **4.5. USO MÓVIL EN LA GESTIÓN BANCARIA**

En este último bloque, se realizará un análisis sobre el uso móvil para las gestiones bancarias. Estudiaremos, por un lado, el uso de la aplicación de sus bancos principales y, en segundo lugar, se valorará diversos aspectos específicos en los diferentes grupos de población.

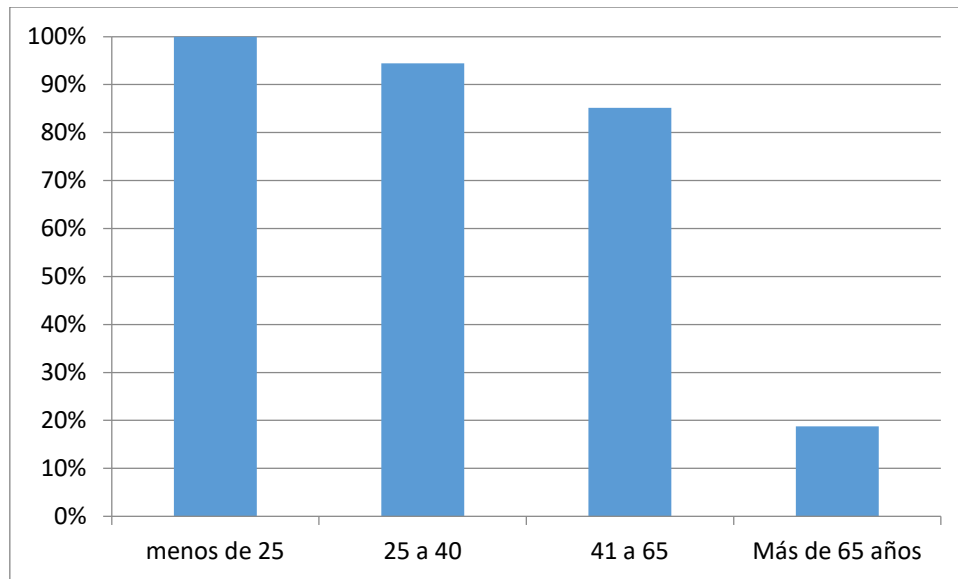
#### 4.5.1. Uso de la aplicación móvil para gestiones bancarias



**Gráfica 4.22. Uso de la aplicación bancaria por sexo**

*Fuente: Elaboración propia*

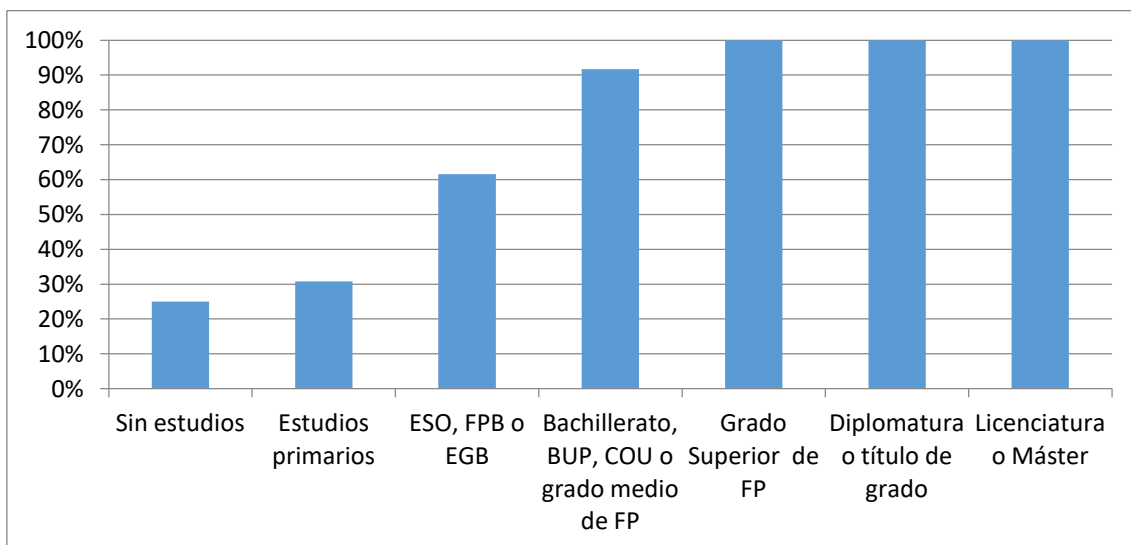
Efectuando un análisis sobre el uso de la aplicación móvil, se puede apreciar en cuanto al sexo, que los hombres utilizan más la aplicación del banco con respecto a las mujeres, con una diferencia de hasta un 20%.



**Gráfica 4.23. Uso de la aplicación bancaria por edad**

*Fuente: Elaboración propia*

Siguiendo con el análisis por edad, se puede apreciar que según avanza la edad, las personas utilizan menos el móvil para realizar operaciones bancarias. Resalta, como en los tres primeros grupos el nivel de uso disminuye despacio, pero en las personas de 65 años se desploma el indicador hasta menos del 20%. Esto ocurre porque muchas personas mayores no saben utilizar un “Smartphone” (teléfono inteligente); la mayoría de ellas siguen comunicándose por el teléfono fijo o por el llamado teléfono de “teclas”.



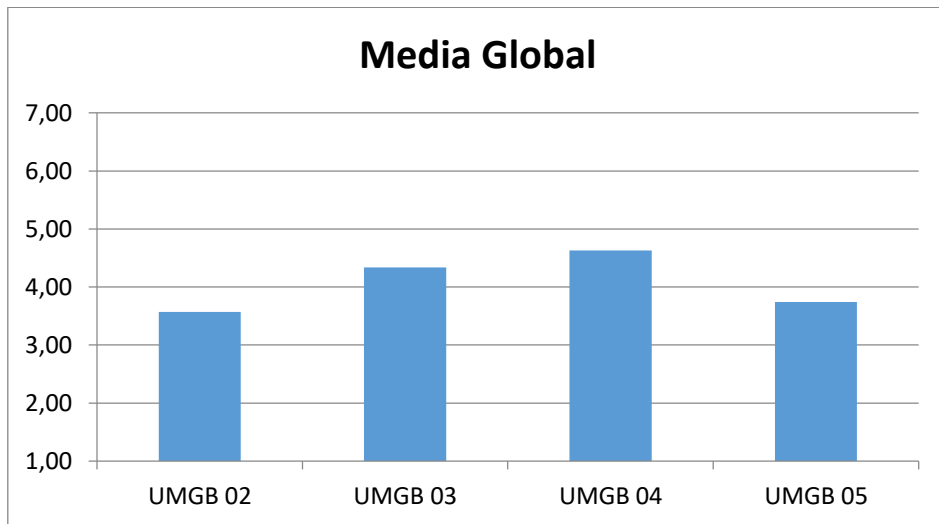
**Gráfica 4.24. Uso de la aplicación bancaria por formación**

*Fuente: Elaboración propia*

Realizando un estudio en cuanto a la formación, se aprecia como las personas con menos estudios académicos realizan menos gestiones bancarias con el móvil, mientras que todas las personas con estudios universitarios o formación profesional superior lo usan para ejecutar operaciones con su banco.



#### 4.5.2. Valoración media de cada pregunta sobre el uso de la aplicación móvil



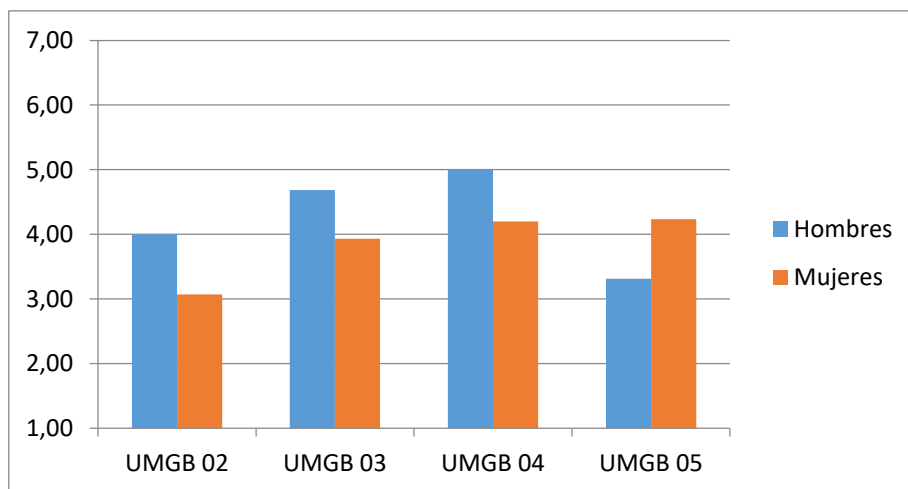
Gráfica 4.25. Valoración media por pregunta sobre el uso de la aplicación bancaria

Fuente: Elaboración propia

Realizando una valoración global de cada pregunta, las cuales tienen la misma composición que el bloque anterior, se puede observar cómo con respecto a la valoración del cajero la media baja en todas las preguntas, siendo la más valorada la seguridad de hacer gestiones en el teléfono móvil (pregunta 04).

Por otro lado, vemos que la pregunta 02 sobre la frecuencia de uso, es la que menor valoración obtiene, ya que puede que la mayoría de personas utilicen la aplicación de forma informativa y esporádica, sin realizar apenas gestiones con ella.

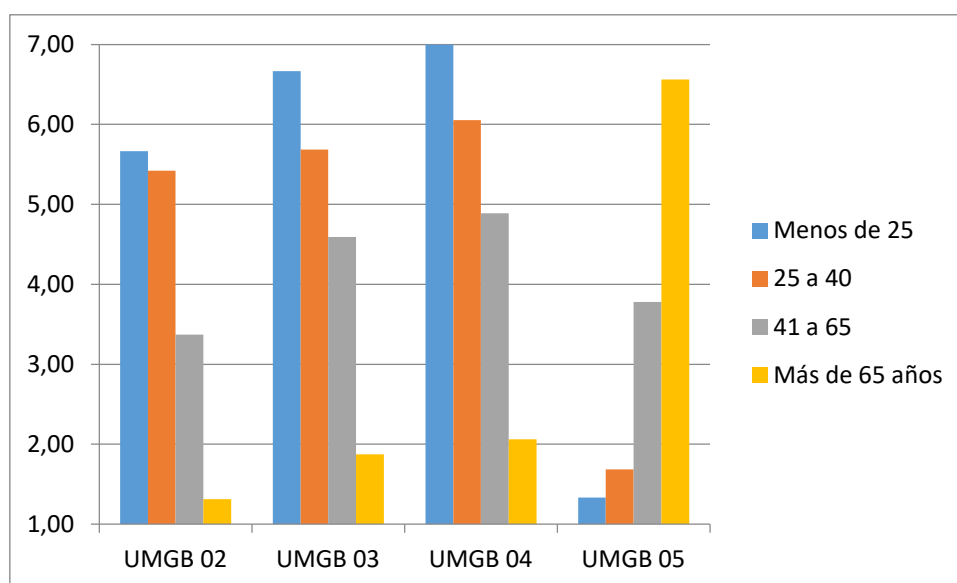
Destacar por último, que la pregunta 05 sobre la dificultad de uso de la aplicación móvil, muestra una valoración media llegando casi a los cuatro puntos, por lo que a las personas no parece resultarles fácil hacer operaciones por este canal.



Gráfica 4.26. Valoración media por pregunta sobre el uso de la aplicación bancaria por sexo

Fuente: Elaboración propia

Respecto al sexo, los hombres puntúan más favorablemente los aspectos considerados en proporción a las mujeres. En comparación con el cajero, todos los valores se reducen menos los referidos a la pregunta sobre la dificultad de uso (05), que aumenta. Esto puede afectar de forma directa a las valoraciones de las demás preguntas, ya que, al no saber utilizar bien la aplicación móvil, por no ser orientativa y sin ningún tipo de tutorial informativo para las personas a las cuales les cueste más, provoca que algunas personas les den poco uso y hacen que su nivel de satisfacción baje, a la vez que sufren incertidumbre al utilizarla por riesgo a equivocarse.

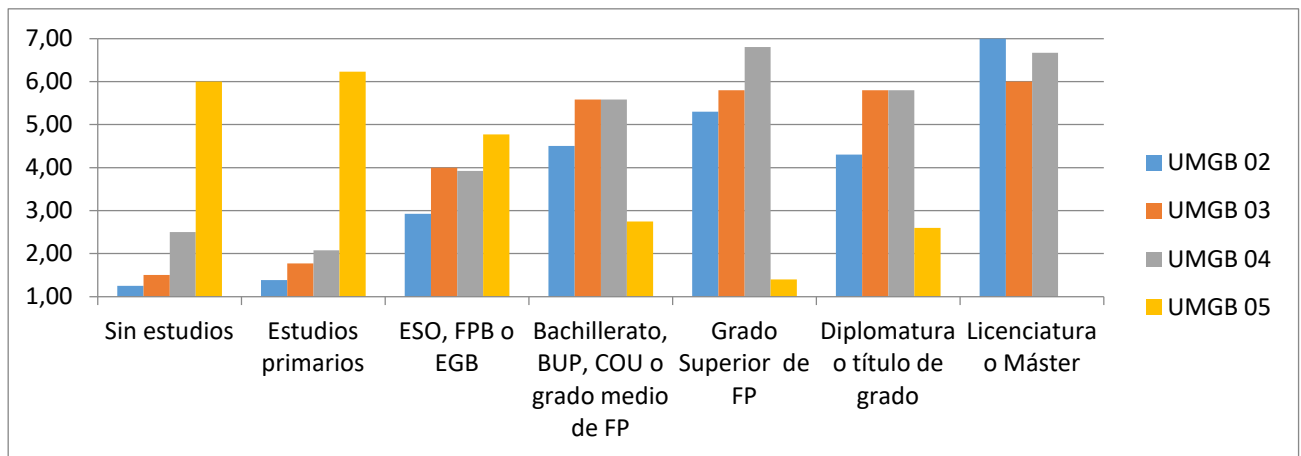


**Gráfica 4.27. Valoración media por pregunta sobre el uso de la aplicación bancaria por edad**

*Fuente: Elaboración propia*

En cuanto a la edad, se puede observar grandes contrastes a partir de los 65 años con respecto a los demás, ya que su uso es mínimo debido a que la dificultad para usar el móvil es muy alta en las personas de mayor edad. Como se ha comentado anteriormente, la mayoría de personas mayores no utilizan los últimos modelos de teléfonos móviles debido a que les acarrea una alta dificultad de aprendizaje, a lo que le sumamos que, en algunos casos, ni siquiera disponen de internet en su hogar. A este respecto, según los datos aportados por el INE, el 20% de la población rural no dispone de conexión a internet en sus hogares.

Respecto a los demás intervalos de edad, vemos como según se consideran grupos de población más jóvenes, los valores de cada pregunta aumentan. Los más jóvenes han convivido con la tecnología toda su vida, lo que les proporciona una gran habilidad para el manejo de los dispositivos informáticos.



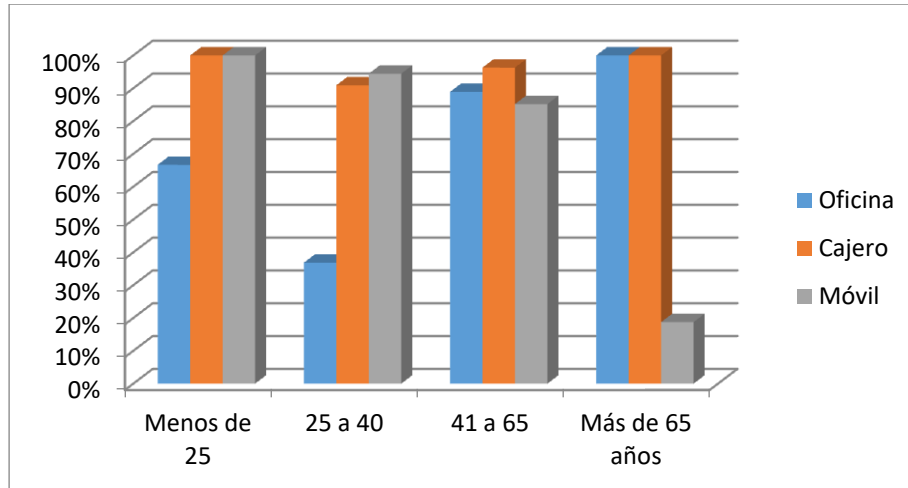
**Gráfica 4.28. Valoración media por pregunta sobre el uso de la aplicación bancaria por formación**

*Fuente: Elaboración propia*

Para finalizar el análisis de este bloque con los grupos por nivel educativo, destacar que las personas que no tienen estudios o tienen educación básica les resulta muy difícil realizar gestiones bancarias con la aplicación móvil, lo que conlleva que no utilicen el móvil para estas operaciones. Por otro lado, las personas con estudios más avanzados le dan una mayor utilidad a la aplicación del móvil, con la que se sienten cómodos y no tienen ningún tipo de dificultad. En particular, las personas con licenciatura o máster utilizan el móvil para realizar gestiones habitualmente, por lo que estas personas no necesitan ir a la oficina ni frecuentar el cajero para hacer operaciones bancarias.

#### 4.6. VALORACIÓN GLOBAL

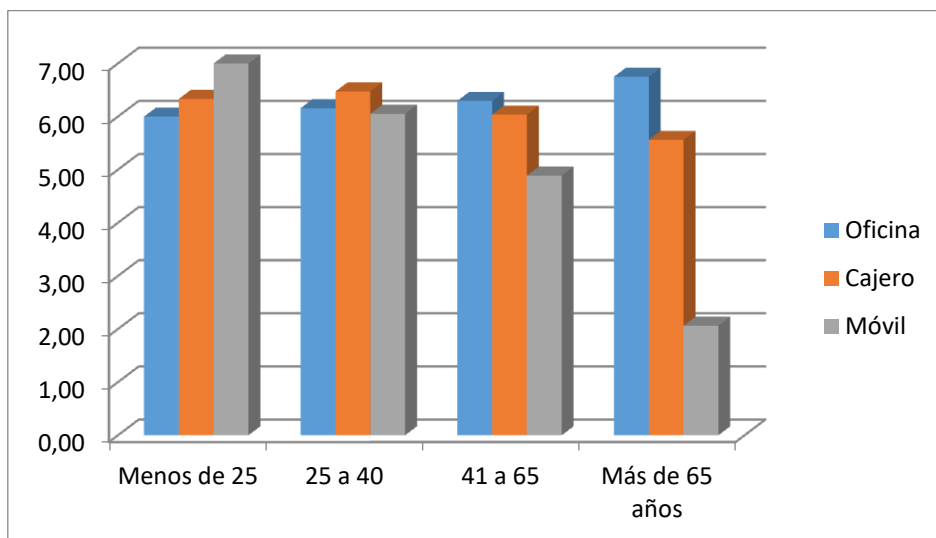
En este último apartado se realizará un análisis global comparando las diferentes vías en cuanto a las cuestiones consideradas más importantes en este tema, que son la seguridad, la dificultad que les conlleva y la utilización de las mismas.



**Gráfica 4.29. Uso de las diferentes vías para realizar gestiones bancarias vías por edad**

*Fuente: Elaboración propia*

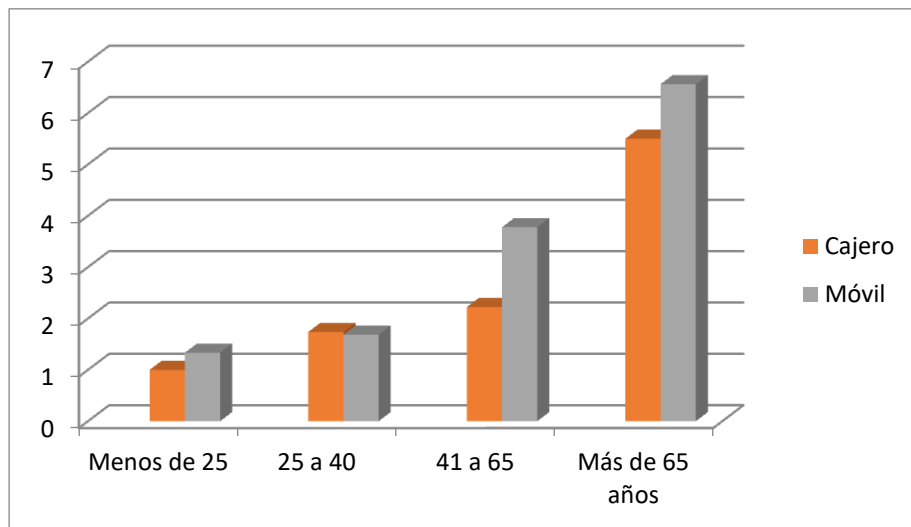
Viendo la gráfica sobre el uso de las diferentes vías para las gestiones bancarias, se puede destacar cómo las personas jóvenes, que están adaptadas a las nuevas tecnologías, prefieren el uso de cajero o del móvil para realizar las operaciones, mientras que, por el otro lado, se observa como la población envejecida prefiere la oficina, aunque también hagan uso del cajero, debido a que están forzados a emplearlo por las restricciones de la oficina.



**Gráfica 4.30. Valoración media de la seguridad que les proporciona las diferentes vías por edad**

*Fuente: Elaboración propia*

Valorando la seguridad de los diferentes métodos, se aprecia como la juventud siente muy segura con las gestiones bancarias por la vía móvil, siendo la que para ellos alcanza mayor valor, mientras que para las personas más envejecidas se trata de la oficina, confiando muy poco en la seguridad de los móviles, ya sea porque puedan equivocarse al hacer la operación o por el simple miedo de ser “hackeados”.



**Gráfica 4.31. Valoración media por edad de la dificultad que genera realizar operaciones bancarias por las diferentes vías digitales**

*Fuente: Elaboración propia*

Por último, en cuanto a la dificultad que genera tanto el cajero como el uso del móvil para realizar las diferentes gestiones bancarias, se puede comprobar que hay un gran escalón en cuanto al último sector de edad a diferencia de los demás. Las personas mayores no están adaptadas a la era digital, por lo que necesitan ayuda de un familiar para realizar gestiones, a lo que hay que sumar que no todas las personas cuentan con familiares que puedan ofrecerles esa ayuda.

## CAPÍTULO 5. CONCLUSIÓN

La población envejecida está cobrando un gran protagonismo siendo un grupo notorio en la actualidad que irá en aumento en los próximos años. Como se ha comentado en el trabajo, dicho sector de la población es un mercado relevante, de modo que las empresas están adaptando sus estrategias de marketing para tener éxito en este nicho de mercado.

En la España Rural dicho segmento de la población cobra mayor protagonismo que en el medio urbano. En la localidad de Zufre, según los últimos datos del IECA, la población mayor de 65 años representa el 24,7% del total, obteniendo un mayor porcentaje que los jóvenes de menos de 20 años que representan un 15,8% de la población local. Esto es un hecho que hay que afrontar como una oportunidad de negocio y no como un problema.

La transformación digital ha provocado que muchas empresas y marcas obtengan un mayor valor de mercado. No obstante, estas tecnologías deben ser adaptadas para todos los segmentos de la población, para que así, estén al servicio del cliente sin dejar a nadie al margen. Las empresas deberían poner al cliente en el centro de su estrategia para así cubrir sus necesidades acompañándolo en el proceso de la digitalización, por lo que no debería dejarse apartada a parte de la población española independientemente de donde resida o de la edad que tenga.

En los últimos años, tras el COVID-19, hay una clara tendencia del sector bancario a impulsar el uso de los diferentes dispositivos digitales para realizar gestiones bancarias. El informe realizado por el Observatorio Vodafone, en su análisis del uso móvil, muestra que las gestiones bancarias es uno de los usos más frecuentes de los usuarios con un 62,7%, sólo superado por el uso en redes sociales, la mensajería y el seguimiento de la actualidad. Como se ha comentado, la pandemia producida en 2020 ha provocado que este proceso digital se acelere.

Por contra, para el medio rural este proceso ha supuesto el nacimiento de una barrera digital. La falta de infraestructuras, que conlleva la interrupción del suministro eléctrico generado por la meteorología o la falta de acceso adecuado a internet en algunas localidades, son situaciones que afectan al ámbito rural. Antes de hacer una transformación digital de ese calibre en el medio rural se requiere dotarla de una infraestructura digital de alta velocidad y que esto vaya acompañado de una formación digital para las personas que no estén adaptadas a estas tecnologías.

A ello se le suma que las entidades financieras están cerrando una gran cantidad de sucursales. En el último año se han quedado sin oficina a 121 municipios rurales siendo 4.618 los que carecen de ellas (57% de los municipios) sin tener acceso a los servicios bancarios de forma presencial. La mayoría de estas sucursales han sido cerradas en el ámbito rural, siendo el lugar donde más necesidad hay de que las haya.

Por otro lado, el sector financiero sigue justificando el cierre de sucursales apoyándose en los clientes digitales, excusando los cierres por el hecho de que estas oficinas son poco rentables. La población más envejecida, por su parte, necesita de la colaboración de estas para poder sumarse a esta transformación digital, ya que por cuestiones éticas y morales, no se puede marginar a esta parte de la población. Esta problemática no existiría si se hubiese colocado desde el principio al cliente en el centro de la estrategia.

En el caso de la localidad de Zufre, la cual dispone de una única sucursal bancaria, se está sufriendo cada vez más restricciones respecto a la operativa en la oficina,

TFG-Finanzas y Contabilidad. Servicios bancarios y brecha digital en el ámbito rural. El caso de Zufre.

impidiéndosele ir a las personas para realizar operaciones habituales y obligándolas a hacerlas por el cajero. Por otro lado, se ha introducido una restricción horaria en la oficina, que ha pasado de abrir todos los días a solo dos, con solamente 3 horas de apertura.

El estudio de caso de la localidad de Zufre que hemos realizado, hace hincapié en la importancia que sigue teniendo el trato del personal, a pesar que en la población joven ganan protagonismo los medios digitales. Este trato debe ir dirigido hacia las personas de anciana edad las cuales necesitan ser escuchadas y que se les ofrezca ayuda a sus demandas. El interés de las compañías bancarias por el bienestar de dicho segmento produciría a estos clientes una mayor satisfacción y una fidelidad a la marca. Este segmento de la población tiene la necesidad también de tener un gestor que lo oriente en la adaptación a las tecnologías digitales, lo que haría sentir a sus clientes más realizados.

En este trabajo se ha mostrado la alta dificultad que tienen las personas mayores en el uso de las nuevas tecnologías, ya que, en el ámbito rural, muchas de ellas carecen de estudios básicos, e incluso en algún caso no están alfabetizadas. Esto ocurre debido a que en su juventud no pudieron disponer de acceso a la educación, porque eran familias muy numerosas en las que debían trabajar en el campo para poder llevar comida a sus hogares. Es por ello, la gran necesidad de que la figura del gestor bancario no se pierda, por lo menos en las próximas décadas, ya que algunas personas no podrán adaptarse a esta nueva era digital.

Los resultados de este trabajo nos llevan a defender la necesidad de investigar y desarrollar aplicaciones y herramientas digitales de banca enfocadas a la tercera edad, para una más fácil comprensión y uso. Asimismo, resultaría conveniente crear la figura de un asesor financiero que atienda a este colectivo en oficina y que pueda facilitar el aprendizaje de los colectivos de mayor edad en el uso de las herramientas digitales.





## 6. BIBLIOGRAFÍA

Ayuntamiento de Zufre. (2023). *Localización de Zufre*.

<https://www.zufre.es/es/municipio/localizacion/>

BOE (2023). *Documento BOE-A-2018-1667. Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales*.

<https://boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16673&p=20230509&tn=1#a8-3>

Capgemini (2023). *Ciberseguridad y soluciones cloud computing*.

<https://investors.capgemini.com/en/publication/annual-report-2018/>

Casal Tavasci, Javier (2023). *Garantía de los Derechos Digitales (Parte I)*.

<https://protecciondata.es/garantias-derechos-digitales-parte-i/>

CES (2021). *Informe 02/2021. Un medio rural vivo y sostenible*.

<https://www.ces.es/documents/10180/5250220/Inf0221.pdf>

Computing (2021). *El uso de banca móvil cae un 4,4%*.

<https://www.computing.es/movilidad/el-uso-de-la-banca-movil-cae-un-44/>

CSIC (2020). *Informes envejecimiento en red, número 25*.

<http://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/enred-indicadoresbasicos2020.pdf>

Gallardo-Cobos, R., & Sánchez-Zamora, P. (2022). *Retos y oportunidades de la digitalización en el medio rural*.

Gartner (2022). *Definición de digitalización*.

<https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/digitalization>

Güner, O. (2020). Institutional dimension of the digital transformation and its future in the european union. In *Future of The European Union Integration*.

INE (2018). *Proyecciones de Población 2018*.

INE (2023) *Acceso a Internet de las viviendas principales por tamaño del hogar, tipo de hogar, hábitat, ingresos mensuales netos del hogar y forma de conexión por banda ancha*. <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?tpx=55066>

INE (2023). *Censo de población de la localidad de Zufre*.

<https://www.ine.es/consul/serie.do?d=true&s=DPOP9952>

INE (2023). *Proporción de personas mayores de cierta edad por provincia*.

<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=1488>

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2023). *SIMA. Ficha municipal de Zufre*.

<https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/ficha.htm?mun=21079>

KPMG / FUNCAS (2023). *Big Data y Analytics*.

<https://www.funcas.es/articulos/digitalizacion-financiera-pospandemia-una-aproximacion-basada-en-aprendizaje-automatico/>

MacKinsey & Company (2023). *Analítica de riesgo bancario*.

<https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/digital%20disruption/harnessing%20automation%20for%20a%20future%20that%20works/a-future-that-works-executive-summary-spanish-mgi-march-24-2017.pdf>

MAPA (2021). *II Plan de Acción 2021-2023. Estrategia de Digitalización del Sector Agroalimentario y Forestal y del Medio Rural*.

[https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/planes-estrategias/estrategia-digitalizacion-sector-agroalimentario/ii-plan-accion-estrategia-digitalizacion-2021-2023\\_tcm30-583049.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/planes-estrategias/estrategia-digitalizacion-sector-agroalimentario/ii-plan-accion-estrategia-digitalizacion-2021-2023_tcm30-583049.pdf)

MAPA (2023). *La Política Agrícola Común 2023-2027 y el Plan Estratégico*.

<https://www.mapa.gob.es/es/pac/pac-2023-2027/>

Minsait (2019). *Digitalización y experiencia de cliente Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente*.

Observatorio Vodafone (2020). *Informe sobre el Futuro del Sector Financiero*.

Sancho, Jesús (2022). *La Vanguardia. Habilitarán cajeros automáticos móviles en pueblos pequeños sin oficina bancaria*.

<https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20221107/8597048/instalaran-cajeros-automaticos-moviles-pueblos-pequenos-oficina-bancaria.html>

Sobrino, R. (2023). *La banca deja a 121 municipios más sin oficina pese a los planes de inclusión financiera. CincoDías* [https://cincodias.elpais.com/companias/2023-04-11/la-banca-deja-a-100-municipios-mas-sin-oficina-pese-a-los-planes-de-inclusion-financiera.html?ssm=TW\\_CM](https://cincodias.elpais.com/companias/2023-04-11/la-banca-deja-a-100-municipios-mas-sin-oficina-pese-a-los-planes-de-inclusion-financiera.html?ssm=TW_CM)

TeleMadrid (2019). *El banco-bus, la sucursal que va de pueblo en pueblo*.

<https://www.telemadrid.es/programas/mi-camara-y-yo/banco-bus-sucursal-va-pueblo-2-2115408487--20190423111500.html>

TerritorioSeguro (2023). *Ya no hay sucursales bancarias en el 57% del territorio español*. <https://territorioseguro.com/ya-no-hay-sucursales-bancarias-en-el-57-del-territorio-espanol/>

Turismo Andalucía. (2023). *Zufre*. <https://www.andalucia.org/es/zufre>

Víctor Honorato. (2013). *El País. El último invento, el banco en bus*.

[https://elpais.com/economia/2013/10/19/actualidad/1382213120\\_253973.html?event=go&event\\_log=go&prod=REGCRART&o=cerrado](https://elpais.com/economia/2013/10/19/actualidad/1382213120_253973.html?event=go&event_log=go&prod=REGCRART&o=cerrado)

## 7. ANEXO

### ENCUESTA SOBRE EL USO DEL BANCO EN EL ÁMBITO DE ZUFRE

#### 1) Datos generales de la persona encuestada

1. Sexo de la persona que contesta.
  1. Hombre.
  2. Mujer.
2. Edad de la persona que contesta.....
3. Nivel de estudios.
  1. Sin estudios.
  2. Estudios primarios.
  3. Bachiller o BUP y COU.
  4. Licenciatura, diplomatura o título de grado.
  5. Máster.
  6. Doctorado.
4. Estado civil.
  1. Soltero/a.
  2. Casado/a.
  3. Viudo/a.
  4. Separado/a o divorciado/a.

#### 2) Datos sobre la oficina del banco

1. A qué banco se encuentra afiliado:
  1. La Caixa
  2. Santander
  3. BBVA
  4. Otro: .....
  
2. Dispone de oficina en su localidad:
  1. Si
  2. No



**OBJETIVOS E INSTRUCCIONES:**

El objetivo de este cuestionario es conocer el uso para realizar gestiones bancarias con su banco. Para ello se debe valorar cada una de las preguntas tomando en consideración la siguiente codificación:

1. No sabe/no contesta.
2. Nunca/Nada.
3. Casi nunca.
4. Poco.
5. A veces.
6. Bastante.
7. Casi siempre.
8. Siempre/Mucho.

**3) Datos sobre el uso de la oficina bancaria**

SERVICIO DE LA OFICINA	VALOR							
	SI				NO			
1. ¿Utiliza usted la oficina de su banco?								
2. Nivel de satisfacción con el servicio de la oficina	1	2	3	4	5	6	7	8
3. ¿Es su asunto siempre atendido de manera eficiente y rápida?	1	2	3	4	5	6	7	8
4. ¿Cuánta seguridad le da ir a la oficina para realizar sus gestiones bancarias?	1	2	3	4	5	6	7	8
5. ¿El oficinista de ofrece productos adicionales?	1	2	3	4	5	6	7	8

**4) Datos sobre el uso del cajero**

SERVICIO DEL CAJERO	VALOR							
	SI				NO			
1. ¿Utiliza el cajero de su banco?								
2. ¿Cuánto utiliza usted el cajero de su banco?	1	2	3	4	5	6	7	8
3. Nivel de satisfacción con el servicio del cajero	1	2	3	4	5	6	7	8
4. ¿Cuánta seguridad le da hacer las gestiones en el cajero de tu banco?	1	2	3	4	5	6	7	8
5. Dificultad del manejo del cajero	1	2	3	4	5	6	7	8

5) Datos sobre el uso móvil para la gestión bancaria

SERVICIO POR MÓVIL DEL BANCO	VALOR							
	SI				NO			
1. ¿Utiliza la aplicación de su banco?								
2. ¿Cuánto suele utilizar su móvil para realizar gestiones bancarias?	1	2	3	4	5	6	7	8
3. Nivel de satisfacción con el servicio móvil.	1	2	3	4	5	6	7	8
4. ¿Qué seguridad le da hacer gestiones bancarias con su teléfono móvil?	1	2	3	4	5	6	7	8
5. Dificultad de realizar gestiones con su dispositivo móvil	1	2	3	4	5	6	7	8