

Cómo combatir las principales brechas de las personas mayores ante la banca digital según GDS Modellica

La banca tradicional y sus trabas: cierres de entidades, menos personal y horarios reducidos ponen en tela de juicio su accesibilidad. La digitalización financiera hacia la democratización de los servicios financieros garantiza la accesibilidad y usabilidad para todos, incluido los mayores. Informa EKMB

Las nuevas tecnologías han irrumpido en todos los ámbitos, de ser consideradas una cuestión inalcanzable y accesorio, a ser imprescindibles. En el sector financiero ha sucedido lo mismo, la propia evolución y el paso del tiempo han favorecido el incremento del uso de las nuevas tecnologías financieras. En cuanto a las razones, el propio progreso de la sociedad, pero sin duda, hay factores que han incidido en ese impulso: la covid, los cierres de entidades financieras u horarios reducidos de atención, entre otros.

La Banca Tradicional está desapareciendo. De las más de 43.000 sucursales bancarias que había en España en 2010, según los datos del Banco de España, en abril de 2022 quedaban 18.556 (una cifra parecida a la que existía en 1976). Este año, en tan sólo tres meses, se han cerrado 548 oficinas. En el último año han desaparecido 3.149 oficinas bancarias (14,5%). Además, hay menos personal, y en algunas zonas de la España "vacía", ni eso, o cuentan con un horario muy limitado y organizado por cita previa. Y es que, el cierre de numerosas entidades financieras ha provocado que muchos clientes, especialmente en aquellos municipios donde ya no hay sucursales, se hayan visto abocados a cambiar de entidad y a utilizar las nuevas tecnologías financieras a través de la banca online o banca móvil.

La Banca Digital ha de dar una respuesta al nuevo paradigma financiero y los retos planteados de forma inminente: accesibilidad e inclusión de todos sus clientes. El cliente ocupa el lugar central y prioritario, sin embargo, parece que la banca ha descuidado a ciertas cohortes etarias. Si la banca no llega a todos los grupos, incluido los mayores, está perdiendo eficiencia, rentabilidad y eficacia. Las empresas, afirman desde GDS Modellica, "necesitan realizar cálculos complejos en un solo cliente para encontrar el mejor producto para él/ella basado en la rentabilidad para el banco y en el uso de este producto para el cliente, por eso es imprescindible ir más allá de la segmentación y conseguir una verdadera personalización one-to-one en tiempo real". Para comprender lo que quieren sus compradores, primero deben observar sus comportamientos, no solo sus características demográficas. ¿Cómo interactúan los clientes con su marca? ¿Con qué temas o productos están más involucrados? Gracias a empresas como GDS Modellica es posible analizar los datos de comportamiento primarios y vincularlo con datos de terceros, creando un perfil más detallado.

En este nuevo contexto, a la banca no le queda más remedio que adaptarse e introducir productos digitales con el fin de dar un servicio sin necesidad de ir físicamente a la oficina, democratizando los productos y servicios financieros para que los usuarios accedan a ellos cuando quieran, desde donde quieran y como quieran. Claro está, la Banca Móvil no han de ser solo para expertos. Una situación que ha evidenciado la falta de atención presencial y alternativas para las personas mayores. A raíz de

esta cuestión, en España ha habido lugar una campaña "soy mayor, no idiota", que ha puesto sobre el tapete financiero una problemática evidente. El Gobierno dio una respuesta y obligó a la banca a revisar su estrategia y garantizar la inclusión financiera de las personas mayores.

En este proceso de implementación de nuevas tecnologías se ha pensado en incorporarlas, pero han de hacerlas accesibles. Qué sean accesibles no significa usables y ahí es donde está el quiz de la cuestión, muchas personas, en su mayoría mayores o con alguna discapacidad, no usan las nuevas tecnologías. La balanza ha de buscar un equilibrio que garantice la usabilidad de los servicios y productos con un diseño para todos, pero también con atención especial a los mayores facilitando la interacción, pero también la formación práctica acerca del uso de la app del banco, el bizum o consejos de ciberseguridad para que sus compras y su experiencia digital sean más seguras.

La seguridad es fundamental. El dinero, así lo transmiten las entidades financieras, está más protegido online que si se lleva encima, no obstante, existen ciertos riesgos, como el de ser engañados. El mensaje transmitido por la banca online es claro: evitar facilitar sus datos personales, contraseñas o claves y que accedan siempre a páginas web oficiales. "La brecha digital no ha de suponer una ruptura entre usuario y banco, sino lo contrario", como se afirma desde GDS Modellica: entender mejor y actuar.

En esta nueva era financiera, las entidades están automatizando y optimizando sus decisiones operativas para aprovechar el valor del negocio. Además, se está adoptando tecnología de gestión de decisiones, como la Decision Management Architecture de GDS Modellica, porque se necesita un mayor retorno de las inversiones en infraestructura, debido a una mayor complejidad de las decisiones empresariales, una presión competitiva por la toma de decisiones más sofisticadas y espacios cada vez más cortos en las ventajas competitivas. Las entidades financieras deben mejorar el valor creado a través de cada decisión mediante el despliegue de soluciones analíticas que garanticen accesibilidad y usabilidad integral y, a la vez, administren mejor las ventajas y desventajas entre la precisión, coherencia, agilidad, velocidad y el coste de la toma de decisiones.

GDS MODELICA

GDS Modellica es una empresa que provee de tecnología - analítica y de gestión de decisiones, así como consultoría especializada en los procesos de riesgo de crédito. La compañía ayuda las organizaciones a potenciar el proceso de toma de decisiones interconectadas en cada etapa del ciclo de vida del cliente generando relaciones rentables con los clientes gracias a su conocimiento, tecnología y mejores prácticas de la industria. GDS Modellica lleva más de 16 años colaborando con éxito para cientos de instituciones financieras, minoristas, aseguradoras y diversos sectores en más de 36 países. <https://www.gdsmodellica.com>.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting
912792470

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Sociedad](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#) [Personas Mayores](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>