Educación financiera: Banca tradicional y banca digital

12 de julio de 2019

Autor: Miguel Adolfo Gil Fernández
Asesoría Jurídica, Cumplimiento Normativo, Gob. Corporativo e Institucional. Fundación Bancaria Unicaja

---

Lo primero que me gustaría destacar a la hora de abordar este artículo es el propio título. Se obvia,

---

intencionadamente, la abreviatura latina “VS”, usada sobremanera en las referencias a esta cuestión. Y es que no creo que sean dos modelos de banca excluyentes, sino que, muy al contrario, son complementarios. Y, precisamente, el vehículo que debe hacer de nexo de unión, es la educación financiera.

El fenómeno digital, en lo tocante al modelo de banca, es imparable. En 2018 un informe de Eurostat ya indicaba que un 47% de personas en España eran usuarios digitales de los servicios de banca. Dato ya más que significativo, teniendo en cuenta que las previsiones de crecimiento de ese porcentaje se estiman muy al alza.

El perfil de cliente usuario de la banca digital es, en primer lugar y con muchísima diferencia, el de un cliente joven, acostumbrado a una inmediatez total en sus gestiones, con accesibilidad constante y sin barreras horarias, y con exigencia de facilidad de tramitación. Ese cliente ha crecido en ese mundo digital y etiqueta como “pérdida de tiempo” el hecho de recurrir a otro tipo de gestión de sus intereses en el mundo de la banca, entendiendo como tal el simple desplazamiento a la entidad, aguardar turno, solicitar citas, etc.

Las entidades han reaccionado ante el cambio de perfil, incrementando exponencialmente su presencia digital, creando aplicaciones cada vez más interactivas y estableciendo una gran cantidad de servicios que, hasta hace muy poco tiempo, únicamente eran accesibles desde las oficinas bancarias.

En ese sentido, el paso más reciente ha sido, en algunas entidades, a través de diversas APP, abrir ese abanico de servicios y productos no solo a clientes individuales, sino también a empresas, que, poco a poco, se van sumando a esa dinámica.

Ahora, a través de los medios digitales, el contacto del cliente con la entidad y sus productos es directo, constante e inmediato. Y ello conlleva para las entidades de banca, necesariamente, una reconversión del trabajo en las oficinas, e incluso un estudio de la distribución y número de las mismas.

Pero, ¿de qué sirve una banca digital sin conocimiento previo para usarla? El usuario de las nuevas tecnologías debe gestionar todo ese potencial digital a su alcance partiendo de un conocimiento, en primer lugar, de sus necesidades financieras, y, a partir de ahí, de los productos y modalidades que mejor puedan cubrir esas necesidades y eso es una tarea que debe abordarse desde la óptica de la educación financiera.

Únicamente implantando el germen de lo que luego constituirá una base de conocimientos básicos financieros podrá el futuro usuario (en este aspecto, un futuro muy inmediato) de los productos financieros optimizar el increíble universo *on line* que se pone a su disposición.

Y para completar la gestión previa que debe realizar con la educación financiera, la buena gestión del profesional de banca en la oficina pasará a ser la de orientar al cliente/usuario sobre los productos y servicios que mejor se ajusten a su perfil. Es este aspecto, ninguna tecnología podrá sustituir a la gestión de un buen profesional, ayudando al cliente a tomar sus decisiones o aclarando diversos aspectos que generen dudas en la gestión *on line.*

El hecho de que el cliente ya disfrute de una educación financiera previa, incrementada por el uso de la tecnología *on line,* permite optimizar el factor “tiempo” (básico hoy día tanto para el cliente como para el gestor de banca), pasando directamente a resolver dudas y a proponer, concretar y gestionar servicios.

Imagen: Freepik.com