

**INCENTIVAR EL USO DE LAS APLICACIONES BANCARIAS EN LOS  
ADULTOS MAYORES ENTRE 60 A 80 AÑOS DE LA LOCALIDAD DE SUBA**

Investigadores

Johana Inés Cabanzo Zamudio

German David González Morales

Camilo Andrés Martínez Rivera

Sara Mayerly Rodríguez Castro

Seminario de Investigación

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias

Económicas, Universidad EAN

Docente Carmen Elizabeth Chaparro Malaver

Bogotá, noviembre de 2021

## Tabla de Contenido

Resumen.....	4
Problema de Investigación.....	5
Objetivos.....	7
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos.....	7
Justificación.....	8
Marco Teórico.....	10
Marco institucional.....	17
Metodología.....	18
Enfoque, alcance y diseño de la investigación.....	18
Definición de Variables.....	20
Población y Muestra.....	23
Selección de métodos o instrumentos para recolección de información.....	24
Técnicas de análisis de datos.....	27
Análisis y discusión de los resultados.....	28
Análisis cuantitativo.....	28
Análisis cualitativo.....	43
Primer eje de indagación - Actividades.....	43
Segundo eje de indagación – Experiencia.....	44
Tercer eje de indagación – Atributos.....	45
Propuesta.....	48

Conclusiones..... 50

Lista de Referencias..... 53

## Resumen

La transformación digital está generando una transición del comercio presencial a los medios digitales, por tanto, esta investigación busca analizar las variables que influyen en la aceptación de las aplicaciones bancarias mediante el análisis de datos cuantitativos y cualitativos obtenidos por medio de encuestas y entrevistas donde se buscará identificar en los adultos mayores entre 60 a 80 años cual es el uso a los bancos en sus sedes físicas y conectar esto con las necesidades que pueden cubrir las aplicaciones bancarias, toda vez que esta generación se desarrolló en escenarios un poco más conservadores donde la tecnología era percibida como algo futurista y poco utilizada.

Encontramos conexiones importantes entre las molestias habituales al ir a las oficinas físicas como la sensación de inseguridad y las muy comunes filas bancarias, junto a una necesidad de apoyo expresada por esta población para que sean entrenados en el uso de las aplicaciones.

Palabras clave: Intención de uso, aplicaciones bancarias, medios digitales, adultos mayores, tecnología, adaptación.

## **Problema de Investigación**

La transformación digital está permitiendo la eliminación de la presencialidad en múltiples actividades entre las que se resaltan las relacionadas a entidades financieras según lo mencionado por el vicepresidente de Asuntos Corporativos de Asobancaria, estas entidades son conscientes que el futuro está en la adaptación al internet y el progreso tecnológico; para esto, se han hecho importantes inversiones en tiempo y dinero para desarrollar herramientas seguras y ágiles para sus usuarios (Sitorus et al., 2017). Entre 2015 y 2050 el porcentaje de los habitantes del planeta mayores de 60 años casi se duplicará, pasando del 12% al 22% según la organización Mundial de la Salud 2018, así mismo en Colombia, el 13,2% de la población es considerada como adultos mayores y se estima que el para el 2070 este porcentaje aumente al 32% (DANE 2018), estas personas como lo menciona Prensky (2001), están en desventaja dado que han vivido la transición de una era análoga a una era digital lo cual los ha catalogado como inmigrantes digitales, descripción que los limita llevándolos a una posición de desventaja y aislamiento en esta migración económica mundial a la digitalización.

El anterior panorama ha cobrado relevancia en las agendas de diferentes gobiernos y Colombia no es ajeno a esta transformación digital, donde la educación financiera es protagonista no solo para incentivar la bancarización si no garantizar el eficiente uso de productos financieros, es por ello que el gobierno nacional ha buscado impulsar varios programas; uno de ellos es La Banca de las oportunidades

creado en 2006 con el objetivo de promover la inclusión financiera buscando equidad social, como resultado de las recomendaciones de política del documento Conpes 3424 de 2006, banca de las oportunidades reporte inclusión financiera (2017), así mismo se encuentra en vigencia promover el uso de medios de pagos electrónicos y disminución del uso del efectivo como estrategia para controlar el crimen organizado y el lavado de activos Asobancaria, Proyecto F (2017).

En este contexto, se hace necesario establecer medidas encaminadas a garantizar lo que la OMS (Organización Mundial de la Salud, 2018) define como “envejecimiento activo”, en la optimización de oportunidades en salud, participación y seguridad, que tiene como fin mejorar la calidad de vida de las personas a medida que envejecen, así como la creación de entornos adaptados a las personas mayores, que permitan su autonomía y evitar la discriminación por razones de edad; por tanto se debe pretender un trabajo inclusivo a este grupo etario, teniendo en cuenta sus limitaciones como consecuencia del descenso gradual de las capacidades físicas y mentales y aumento del riesgo de enfermedad, normales del proceso de envejecer.

Con base en lo anterior la presente investigación se desarrollara bajo un estudio con alcance descriptivo basado en Hernández (2018) donde indica que éste permite la caracterización, perfilamiento y detalle de los aspectos o atributos de personas, marcas, a partir de asociar variables planteadas en el problema o fenómeno de investigación, de esta manera se busca identificar las motivaciones, incentivos así como las barreras que puede presentar esta población mayor al momento de hacer uso de las aplicaciones bancarias, así como describir sus atributos y necesidades para entregar información valiosa y de primera mano, a las

entidades financieras o a quien pudiera implementar nuevas soluciones innovadoras de fácil entendimiento y uso a favor del adulto mayor.

¿Porque los adultos mayores no utilizan las aplicaciones bancarias para tramitar sus servicios financieros?

## **Objetivos**

### **Objetivo general.**

Realizar una propuesta para incentivar el uso de las aplicaciones bancarias en los adultos mayores entre 60 a 80 años en la localidad de Suba.

### **Objetivos específicos.**

- Identificar las características que tienen las aplicaciones para la facilidad de manejo en los adultos mayores
- Describir el conocimiento y percepción que tienen los adultos mayores entre 60 y 80 años sobre el uso de las aplicaciones Bancarias.
- Perfilar elementos y necesidades financieras de los adultos mayores entre 60 y 80 años, sobre el uso de las aplicaciones bancarias.
- Conocer las oportunidades y ventajas que ofrecen las aplicaciones bancarias para adultos mayores.
- Realizar una propuesta a las entidades bancarias para incentivar el uso de las aplicaciones bancarias en los adultos mayores entre 60 a 80 años de la localidad de Suba.

## **Justificación**

La presente investigación está orientada a identificar el conocimiento e intención de uso de aplicaciones bancarias que tienen los adultos mayores entre 60 a 80 años, en la localidad de Suba de la ciudad de Bogotá, analizando los productos financieros que más utilizan de manera física y mostrar las aplicaciones bancarias como solución más ágil e igual de segura a la banca física.

Debido a la congestión de usuarios que tienen las oficinas en la ciudad de Bogotá, los desafíos de movilidad, seguridad y economía, las entidades financieras tuvieron la exigencia de introducir sus productos a canales electrónicos para dar una mejor calidad de atención y cortesía a los usuarios.

La tendencia actual apunta a que las personas por agilidad y tiempo dejen de utilizar las oficinas bancarias de manera física, buscando que sus servicios sean mucho más rápidos y confiables, lo anterior se ha convertido en un constante reto para las entidades financieras, por tanto, han invertido en tecnología para ofrecer a sus usuarios canales digitales para hacer la vida más fácil.

De acuerdo con Asobancaria, en los últimos años Colombia ha avanzado en el número de personas con acceso a productos financieros y una de las estrategias que ha contribuido a esto, es la promoción y el uso de los canales virtuales, que incluyen tanto a la banca virtual (a través de sitios web) como a la banca móvil.

Asobancaria (2020)



Como se afirma en concepto emitido por la Superintendencia Financiera de Colombia en agosto de este año, dentro de las opciones de la banca móvil, muchas de las entidades vigiladas ofrecen a sus clientes los mismos productos y servicios que tradicionalmente se encuentran dentro de su portafolio como consultas de saldo, transferencias y pagos, pero adaptados específicamente a una interfaz electrónica que permite su utilización a través del teléfono celular Portafolio-Economy Today, (2016)

Las entidades bancarias se han visto beneficiadas con la implementación de la banca virtual, permitiendo tener una penetración en la gran mayoría de población en el país, más que todo en los jóvenes que están al tanto de la actualización y manejo de todo lo que tenga que ver con el uso de la virtualidad, pero el problema recae en las personas de tercera edad (60 años en adelante), que por su poco conocimiento en la tecnología ha generado poca aceptación en el cambio de la banca física a la banca digital.

El campo que mejor se adapta al desarrollo del problema de investigación es: Pedagogía y Didáctica Contemporánea, en la línea de Educación inclusiva, social y emocional, con alcance descriptivo. De acuerdo con Hernández, (2018) indica que este permite la caracterización, perfilamiento y detalle de los aspectos o atributos de personas, marcas, a partir de asociar variables planteadas en el problema o fenómeno de investigación. Teniendo en cuenta lo anterior, se detallarán las características propias de las personas adultas mayores entre 60 a 80 años y los diferentes factores que inciden en la percepción y hábitos de consumo de los productos y servicios bancarios de la localidad de Suba en la ciudad de Bogotá, indagando si esta población usa las aplicaciones bancarias, identificando las ventajas en los diferentes servicios bancarios, en canales móviles, así como las

oportunidades de mejora para acercar a las personas mayores a esta nueva realidad, como resultado de la investigación.

### **Marco Teórico**

Se entiende por banca móvil el servicio que presta el sector financiero mediante aplicaciones a través de los dispositivos móviles, para la realización de transacciones financieras como pagos, compras, traslados y movimientos de dinero, sin necesidad de ninguna intermediación o atención por parte de personas y sin limitaciones de horario.

La banca y las aplicaciones móviles de entidades financieras son herramientas que permiten a los usuarios, ingresar a sus cuentas bancarias a cualquier hora, desde cualquier lugar. Aunque este grado de accesibilidad representa, grandes ventajas para los usuarios, el número de clientes a nivel mundial que opera a través de las transacciones en línea no tiene el crecimiento que se espera. Se han identificado motivos importantes que justifiquen esto, como lo son poco nivel de confianza en los sistemas, o incluso que las personas no se sientan seguras, los incita a alejarse de esta tecnología (Muñoz Leiva, Climent-Climent, & Liebana Cabanillas, 2017).

En la actualidad es notable el uso de servicios de la banca virtual por parte de los usuarios, ya que con la facilidad que tienen para acceder a ellos, adquieren el portafolio de productos bancarios y como consecuencia para los bancos, presentan mayores ventas y más utilidades por que llegan a aquellos que no son sus clientes (Durkin, 2005), además los clientes también adquieren grandes beneficios ya que lo que deben pagar por transar en estas plataformas es mucho menor al que normalmente deben asumir de forma presencial en el banco, les permite también

pueden gestionar a su antojo estos productos por la forma en que están diseñados en internet (Barczak, 1997), (Mattila, 2003).

Los servicios de la banca virtual presentan una tendencia al crecimiento en el sector financiero, pasando a ser una forma de acceso integral a los portafolios bancarios muy de la mano con las páginas de internet bancarias y los demás canales electrónicos, como quioscos, cajeros electrónicos y multifuncionales electrónicos (Moraga, Blanco & Campos, 2007). La banca móvil es un gran avance en la tecnología desarrollada para el fácil acceso a la información, siendo una ramificación de las páginas web financieras construidas de tal forma que tienen su propia identidad tecnológica (Laukkanen & Pasanen, 2008). Siendo uno de los avances tecnológicos de los laboratorios de tecnología de los bancos, las aplicaciones bancarias tienen como bondades propias que los clientes realicen operaciones financieras por medio de sus teléfonos inteligentes, computadoras, tabletas, en cualquier momento, es decir de día y de noche, de forma constante y en todo momento (Zhou, 2010).

Existen diversos elementos que generan influencia en la forma en que el usuario determina el propósito de uso y de cómo proceden a que estos servicios electrónicos, los cuales serán objeto de análisis en la investigación presente y que serán asociadas de acuerdo con el resultado obtenido en el trabajo de campo. Dentro de estos elementos se encuentra el entono social, que se describe como el impacto en que la sociedad que rodea al consumidor puede de cierta forma persuadir sus decisiones (Moscovici, Mugny & Pérez, 1991). De acuerdo con Lian & Yen (2014) indican que la forma en que influye la sociedad, en una de los factores determinantes para que la persona tome la decisión de aceptar o no aceptar esta tecnología como son las bancas móviles y no se encuentran diferencias relación a

las diferentes edades objeto del estudio, Agarwal, Driscoll, Gabaix, (2009), indican que los clientes y consumidores de los productos financieros asumen que existe un nivel de riesgo, no se sienten seguros de uso de internet, por lo que es mejor para ellos ir directamente a las oficinas bancarias y evitar ese posible riesgo que perciben en internet y que el poder hablar directamente con un asesor del banco o incluso con el gerente de banco, les proporciona seguridad y confianza.

En Colombia, los adultos mayores son todas aquellas personas que tienen 60 años o más, que necesitan ser visibilizadas de acuerdo a sus necesidades personales y al desarrollo mismo de su persona, donde se debe valorar su experiencia de vida, su actuar, su pensar, respetar sus derechos y preferencias (Dane, 2021), al mismo tiempo, es necesario desarrollar un campo de estudio relacionado con la calidad de vida y el bienestar a este grupo socioeconómico vulnerables en los procesos de inclusión económica. Sepúlveda, Aravena, J., Navarro, Blanco, R., Denegri-Coria, M., Arias-Lagos, L. (2021)

La importancia que tiene el uso del internet en el adulto mayor es que le ayuda a superar el miedo a estar solo y al estar apartado de su familia, le permite interactuar, tomar sus decisiones personales y sociales, ya que el medio le abre la posibilidad para hacerlo, (El adulto mayor y el uso de la tecnología en tiempos de COVID, 2020). Como cualquier otro usuario en la era de la comunicación y la tecnología de la información, los adultos mayores tienen insuficiencias y peticiones muy parecidas a las de personas de otras edades y necesitan tecnologías ventajosas, prácticas y fáciles de manejar, (Revista Portafolio, 2019).

Teniendo en cuenta lo concluido por Diaz, Pérez y Florido, (2011), es importante conservar un balance entre los adelantos tecnológicos y la forma en que se incorporan las tecnologías de la información y las comunicaciones, puesto que se

no se debe perder de vista las barreras que se puedan presentar para poder tomar los desafíos de la actualidad y desarrollar mejoras constantes dentro del campo social de la informática.

Se presume que en Colombia que cerca de 3 millones de personas viven de alguna condición que lo limita física o cognitivamente. Sin embargo, en estas no son tenidas en cuenta, convirtiéndolas en discapacidades “invisibles”, que son cerca del 70% y se manifiestan en dificultades de aprendizaje, dislexia o estado emocional o físico que afecta considerablemente el desplegar todo el potencial de cualquier persona. La inteligencia artificial y los avances tecnológicos innovadores han provocado que actores de la población que frecuentemente eran aislados, ya puedan tener acceso a estas tecnologías y beneficiarse de diferentes servicios, superando innumerables barreras de comunicación y acceso a la información, (Tecnología inclusiva, una gana – gana, 2020).

En Colombia rige la ley 1341 de 2009 donde establece la relevancia del internet que es comparable con el agua, la luz y el gas. Por lo tanto, las empresas que prestan este servicio deben propender por el constante suministro, (Senado, 2009).

De acuerdo con Lewis, (2009), considera la decisión como una forma de análisis que se puede aplicar a diversas áreas como la sociología, la economía, la filosofía y a las ciencias y que tiene como fin analizar una circunstancia definida de en la que busca su resultado sea el ejercicio más racional. Como factores relevantes en una decisión es el sujeto que decide, el grado de creencia del sujeto y el valor esperado. Por otra parte, según Bernoulli, (2014), quien contribuyo con relación a la teoría de la decisión, su criterio de la “máxima utilidad moral esperada” distinguiendo entre esperanza matemática y “esperanza moral”, debido a que no todas las

personas se presiden con igual criterio para evaluar los efectos de una decisión.

Romero, C. (1996), un asunto de toma de decisión puede pensarse como la elección por parte de un persona o grupo de personas es escogen lo mejor, de lo mejor posible, en lo que para cada uno sea lo llamado “mejor”.

De acuerdo con Bedoya, (2021), las aplicaciones les permiten a los usuarios acceder a comunicarse, ejecutar diversos procesos, divertirse, guiarse, laborar, mantenerse informado y ejecutar diversas actividades de fácilmente desde diferentes dispositivos, como computadoras, celulares y tabletas. Los bancos con la transformación de la tecnología incursionaron en el desarrollo de plataformas móviles que dieron paso a que sus clientes pudiesen acceder y manejar de forma fácil y útil sus productos y servicios desde un dispositivo electrónico, esto mejor conocido como m-banking (Tam & Oliveira, 2019). De acuerdo con Shaikh y Karjaluo (2015), indica que las diversas funciones de las bancas móviles siempre tendrán una tendencia al crecimiento y cada vez será aún más fácil el utilizarlas. Para contar con un manejo más eficiente del Mobile banking, las entidades bancarias aplican el Mobile marketing.

En cuanto a las personas mayores en edad, donde su familia y amigos son las que les recomiendan el usar esas nuevas tecnologías, sienten más seguridad y acceden a atender su concejo y las usan (Featherman & Hajli, 2016). Según García, (2010), concluye que las personas mayores serán orientadas, guiadas y dirigidas por las personas más jóvenes, mientras que sus contemporáneos serán un modelo al cual seguir, en que sí estos llegan a conquistar el manejo de las aplicaciones por internet, el adulto mayor entenderá que cuenta con las aptitudes requeridas para su uso, lo que establecerá para ambas situaciones, el impulso en la tendencia del comportamiento del adulto mayor.

En cuanto a los componentes que aquietan el uso de un servicio por la web se hallan los riesgos percibidos, especificados por Featherman & Pavlou (2003) como aquella pérdida en la que puede resultar del gestionar un servicio por medio de internet. Se definen siete elementos de riesgo: de rendimiento, financieros, de tiempo, psicológicos, sociales, de privacidad y general, lo que se deduce como los posibles riesgos existentes. Cuando los servicios y productos por internet no se conocen a cabalidad por el consumidor, no es posible que ellos los valoren como tal y de forma adecuada, que, aun existiendo riesgos en su uso, estos realmente se relacionan con el uso no adecuado, mas no por que estos no sean buenos, perdiendo la oportunidad de conocer esta nueva tecnología siendo así rechazados por el consumidor, Lian & Yen (2014).

Según concluyen Featherman & Ha- jli (2016) el usuario o consumidor de los productos y servicios financieros tiene una tendencia a poner más su atención principalmente en esos riesgos supone pueden sucederle, que por el beneficio de acceder a usar estos productos y servicios por medios digitales o por internet, esto para manejar las aplicaciones bancarias y de acuerdo con Laukkanen, Sinkkonen, & Laukkanen (2007), quienes exponen que los usuarios que se resisten a el uso, es por los riesgos que a los que posiblemente se pueden exponer, convirtiéndose en unas de las principales limitantes al uso.

Según menciona E Rajaobelina, L., Brun, I., Line, R., & Cloutier-Bilodeau, C. (2021). en su estudio sobre la experiencia y confianza de los adultos mayores en la banca móvil, nos demuestra que estos son clientes con necesidades diferentes pero el resultado es que es necesario desarrollar confianza en este servicio bancario.

Y de igual forma Chaouali, W., & Souiden, N. (2019) quienes relacionaron en su estudio las barreras psicológicas y físicas de los adultos mayores encontrar la

heterogeneidad entre los ancianos cognitivamente jóvenes y los ancianos cognitivamente mayores con respecto a sus percepciones de las barreras de la banca móvil.



## Marco institucional

El sistema financiero colombiano está conformado por un conjunto de organismos e instituciones, tanto públicas como privadas, por medio de las cuales se captan, administran, regulan y dirigen los recursos financieros que se negocian entre los diversos agentes económicos llámense personas, empresas, Estado y/o sector público. Está integrado por los establecimientos de crédito, las sociedades de servicios financieros y otros establecimientos financieros que agrupan las diferentes líneas de negocio del sector (Asobancaria,2020), dentro de los métodos de contacto se tienen diferentes canales siendo los más tradicionales las oficinas bancarias donde funcionarios de las entidades bancarias ejecutan servicios con atención personal, desde hace unos años se implementaron las líneas telefónicas como un canal complementario de atención el cual migro buena parte de los usuarios a este canal para resolver algunas de sus necesidades de interacción con el banco.

Con los avances tecnológicos y la expansión del uso del internet y de los celulares, muy lentamente se ha venido dado esta implementación digital (En 2015 solo 11 bancos tenían aplicaciones para móviles) y hoy en día todas las entidades bancarias poseen aplicación para celular en la AppStore de Apple y en la PlayStore de Android las cuales hoy son las tiendas de aplicaciones de los 2 principales sistemas operativos con mas de un 95% de utilización. Con este avance a hoy podemos ver que el esfuerzo de los bancos para este proceso de ofrecer herramientas digitales dentro su portafolio de servicios se ha venido haciendo desde hace varios años con retos importantes y avances muy veloces en la inclusión de mayor número de operaciones que se pueden realizar a través de estos sistemas digitales, así como inversiones y desarrollos enfocados en fortalecer los sistemas de

seguridad de las herramientas digitales para que sean más robustos y permitan evadir a los hackers y delincuentes digitales.

Los bancos han encontrado que con estas inversiones en fortalecimiento y desarrollo de canales digitales tienen un retorno con la disminución de carga y personal en las instalaciones físicas lo cual ha permitido descongestionar sus oficinas e incluso disminuir el personal de servicio dado que las aplicaciones permiten cubrir la mayoría de las operaciones que se realizan en los bancos.

Suba es una de las localidades más extensas de Bogotá con un área de más de 10.056 hectáreas, es el número 11 y la más poblada de la ciudad ya que alberga a 1'252.675 habitantes, de los cuales 186.159 son adultos mayores a 60 años Alcaldía Mayor de Bogotá 2021. Limita al norte con el municipio de Chía (Cundinamarca), al sur con la localidad de Engativá, al oriente con la localidad de Usaquén y al occidente con el municipio de Cota (Cundinamarca). Bogota.gov

## **Metodología**

### **Enfoque, alcance y diseño de la investigación**

Así como explica Hernández-Sampier y Mendoza, (2008) que los métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección de datos tanto cuantitativos como cualitativos, la investigación se desarrolla en un enfoque mixto teniendo en cuenta que se construirán datos cuantitativos y cualitativos que complementándose entre sí, permitirán realizar análisis para lograr identificar la intención de uso de las aplicaciones bancarias por parte de los adultos mayores entre 60 a 80 años.

Esta investigación aplicada, resuelve el problema planteado y profundiza en un grupo poblacional especificado, identificando la mejor alternativa de servicio y/o características que se deben considerar las entidades bancarias para incentivar el uso de aplicaciones en los adultos mayores, su alcance es descriptivo al referir los datos y características identificadas en la intención de uso de la población objetivo, para ser sometido posteriormente a la descripción de variables y su posterior análisis.

Su diseño es no experimental transversal, que busca medir en un solo periodo de tiempo las variables relacionadas en el planteamiento del problema, utilizando instrumentos de recolección de datos para su análisis, procurando no manipular variable alguna.

## Definición de Variables

Variable	Dimensión	Definición conceptual	Operativización	Preguntas
Perfil	Geográfico Demográfico	<p>Edad: Naciones Unidas: Se entiende por edad el intervalo transcurrido entre la fecha de nacimiento y la fecha del censo, expresado en años solares completos.</p> <p>Género: "construcción social, cultural y psicológica que determina el concepto de mujer, hombre y de otras categorías no binarias o normativas. Es la conceptualización de nuestra identidad y comportamientos.  <a href="https://profamilia.org.co/aprende/diversidad-sexual/identidades-de-genero/">https://profamilia.org.co/aprende/diversidad-sexual/identidades-de-genero/</a>"</p> <p>Salario: Dinero que recibe una persona de la empresa o entidad para la que trabaja en concepto de paga, generalmente de manera periódica RAE (2020)</p> <p>Estado civil: Situación de convivencia administrativamente reconocida de las personas en el momento en que se realiza la recogida de información. Consta de las siguientes modalidades: soltero o soltera, casada o casado, viudo o viuda, separada o separado y divorciado o divorciada</p> <p>Nivel educativo: En Colombia la educación se define como un proceso de formación permanente, personal cultural y social que se fundamenta en una concepción integral</p>	Preguntas cerradas (edad, género, salario, Nacionalidad, núcleo familiar)	1 a la 7

		de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes		
Conocimiento de aplicaciones bancarias	Frecuencia de uso Software APP Acceso a Internet	Entendimiento, inteligencia, tener noción elemental de algo (RAE 2020) para aplicación de esta investigación destrezas sobre el manejo de las aplicaciones bancarias	Será analizada con una encuesta con 17 preguntas cerradas	8 - 12
Intención de uso	Motivación Seguridad Necesidades Uso	Interés por parte de un individuo en hacer uso de un bien o producto (RAE 2020) Grado de deseo de compra del consumidor hacia un determinado producto (Chu et al. 2007)	Será analizada con una encuesta con 17 preguntas cerradas	9 - 11 - 14 - 15
Aplicaciones (móviles) bancarias	Conocimiento Apps Acceso Transacciones	Servicio que presta el sector financiero mediante aplicaciones a través de los dispositivos móviles, para la realización de transacciones financieras como: pagos, compras, traslados y movimientos de dinero, sin necesidad de intermediación o atención por parte de personas y sin limitaciones de horario. (Superfinanciera de Colombia 2020)	Será analizada con una encuesta con 17 preguntas cerradas	10
Necesidades financieras	Productos y Servicios Bancarios	Consisten en las exigencias con que nuestra naturaleza reclama los medios materiales, que son indispensables para el cumplimiento de su destino. (Vocabulario de la economía 2007)	Será analizada con una encuesta con 17 preguntas cerradas	9 - 13

Percepción del servicio de aplicaciones bancarias	Seguridad Respuesta de solicitudes Servicios Experiencia	La percepción es la forma en la que el cerebro interpreta las sensaciones que recibe a través de los sentidos para formar una impresión inconsciente o consciente de la realidad física de su entorno (RAE 2021), por otro lado, Kotler (1997) define al servicio como “cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra para efectos de la presente investigación enfocados a las aplicaciones bancarias	Será analizada con una encuesta con 17 preguntas cerradas	16 - 17 - 18 - 19
Dispositivos móviles	Tipos	Aparato de pequeño tamaño, con algunas capacidades de procesamiento, con conexión permanente o intermitente a una red, con memoria limitada, que ha sido diseñado específicamente para una función, pero que puede llevar a cabo otras funciones más generales.	Será analizada con una encuesta con 17 preguntas cerradas	10 - 20 -21 -22 -23 -24 -25
Incentivar (el uso de las aplicaciones bancarias)	Diseño App Servicios que presta Acompañamiento	Estimular algo para que aumente o mejore (RAE 2021)	Será analizada con una encuesta con 17 preguntas cerradas	26 - 27 - 28 - 29 - 30

Fuente: Propia

## Población y Muestra

Según el ministerio de salud, las personas adultas mayores son sujetos de derecho, socialmente activos, con garantías y responsabilidades respecto de sí mismas, su familia y su sociedad, con su entorno inmediato y con las futuras generaciones. Generalmente, una persona adulta mayor es una persona de 60 años o más de edad.

Teniendo en cuenta el informe del DANE sobre el adulto mayor en Colombia que basa sus números en el censo del 2019, evidenciamos que de acuerdo con las proyecciones de población 2020, en Colombia se estima que hay 6.808.641 personas adultas mayores. De ellas: 3.066.140 (45%) son hombres y 3.742.501 (55%) son mujeres.

Usando la pirámide poblacional de Bogotá D.C. (Alcaldía mayor de Bogotá, s.f.) encontramos que en la localidad de Suba para 2020, hay un total de 186.159 adultos mayores entre hombres y mujeres.

Una parte fundamental para realizar el estudio estadístico es obtener unos resultados confiables y que puedan ser aplicables, resulta impráctico intentar hacer el estudio en toda la población por lo que la solución será llevar a cabo el estudio basándose en un subconjunto de esta población que se llama muestra, para definir el tamaño de la muestra, aplicamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{NE^2 + Z^2PQ}$$

Donde,

n = tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población 186.159

P = Variabilidad positiva de 50%

Q = Variabilidad negativa de 50%

Z = Nivel de confianza, 90%

E = Grado de precisión o error, 5%

Hay que considerar las variables P y Q de la ecuación son complementarios es decir que la suma de ellas debe ser igual al 100% (o 1), en este ejercicio consideramos el concepto de máxima variabilidad dado que no encontramos antecedentes sobre la investigación por lo tanto  $P=Q=0.5=50\%$ .

La operación de la fórmula nos entrega como resultado el número 81, por conveniencia y para desarrollo oportuno de la presente investigación la muestra se reduce a 60, éste el número de personas a quienes se les aplicara el instrumento de investigación encuesta.

Por conveniencia ejecutaremos una entrevista a 8 personas de este grupo poblacional de adultos mayores de edad entre 60 y 80 años.

### **Selección de métodos o instrumentos para recolección de información**

Se plantea la utilización de 2 instrumentos para la recolección de información y su posterior análisis.

Encuesta: Este método consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, Sobre opiniones, actitud y sugerencias. Según (Doupovec, 2010) la encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual



se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

Se realizarán encuestas a 60 personas, utilizando la herramienta tecnológica, Google forms.

Las encuestas se van a realizar a los adultos mayores de edad entre 60 y 80 años de la localidad de Suba de la ciudad de Bogotá y se busca obtener información de interés, permitiendo conocer la opinión y valoración sobre las diferentes variables del uso de las aplicaciones bancarias.

La información será tabulada y permitirá responder el objetivo principal de la investigación descubriendo los factores que inciden en el uso de las aplicaciones bancarias.

Segundo instrumento: Entrevista en Profundidad: son encuentros reiterados cara a cara entre el investigador y los informantes. Es una técnica donde el entrevistador es un instrumento de análisis, explora, detalla por medio de preguntas, cual es la información más relevante para los intereses de la investigación, creando una atmosfera con el entrevistado donde se sientan más cómodos y se expresen libremente (Taylor y Bogdan, 1990)

Se ejecutará esta herramienta a 8 personas con el objetivo de obtener de viva voz la percepción de las aplicaciones bancarias en los adultos mayores entre 60 a 80 años de la localidad de suba para incentivar su uso.

La estructura de la entrevista será la siguiente:

Categorías	Ejes de indagación	Preguntas
Perfil	<p><b>Edad:</b> Nos indicara si está dentro del rango de edad de nuestra investigación</p> <p><b>Ocupación:</b> Orienta la actividad laboral que realiza</p> <p><b>Ubicación:</b> barrio en el que se encuentra para categorizar que está en la localidad de Suba</p> <p><b>Rango Salarial:</b> permite validar su nivel de ingresos.</p> <p><b>Cuenta bancaria:</b> Permite validar si se encuentra en el sistema financiero.</p>	<p>P1 ¿Cuál es su edad?</p> <p>P2 ¿Cuál es su ocupación actual?</p> <p>P3 ¿en dónde vive?</p> <p>P4 ¿En qué promedio se encuentra sus ingresos mensuales?</p> <p>P5 ¿Posee cuenta bancaria?</p> <p>P6 ¿En qué banco tiene su cuenta?</p>
Categorizar las actividades por las cuales se dirige a las oficinas físicas del banco	<p><b>Actividades:</b> Las respuestas obtenidas permitirán saber que actividades son las que más le interesa ejecutar al ir a una oficina física.</p>	<p>AC1 ¿Se dirige usted a las oficinas físicas del banco a hacer algún trámite?</p> <p>AC2 ¿Que oficinas prefiere para hacer sus trámites bancarios?</p> <p>AC3 ¿con que frecuencia se dirige ustedes a las oficinas del banco?</p> <p>AC4 ¿Cuáles son los trámites que más realiza en las sucursales físicas?</p> <p>AC5 ¿Porque le gusta ir al banco?</p>
Clasificar la <b>experiencia</b> emocional por dirigirse al banco.	<p><b>Experiencia:</b> Con estas preguntas podemos medir la experiencia de los adultos mayores al dirigirse al banco</p>	<p>E1 ¿De los trámites en las instalaciones físicas del banco, cual es para usted la mejor parte? ¿qué es lo que más le gusta? ¿Qué es lo que menos le gusta?</p> <p>E2 ¿Qué haría para usted de los trámites bancarios una mejor experiencia?</p> <p>E3 ¿Qué sensación siente cuando se dirige al banco?</p> <p>E4 ¿Estas diligencias bancarias prefiere hacerlos con quien: ¿amigos, familia o hacerlo solo?</p> <p>E5 ¿Ha utilizado aplicaciones bancarias para los trámites bancarios?</p> <p>E6 ¿se siente usted cómodo con los trámites utilizando aplicaciones bancarias? ¿Qué le genera confianza o desconfianza?</p>
Enumerar los <b>atributos</b> de principal importancia que buscan quienes intentan migrar a una operación con las aplicaciones bancarias	<p><b>Atributos:</b> saber cuáles los aspectos mínimos importantes para la utilización de aplicaciones bancarias</p>	<p>AT1 ¿Qué aspectos son relevantes para usted que estén cubiertos al momento de utilizar las aplicaciones bancarias?</p> <p>AT2 ¿Cuál no es tan importante?</p>
Conocer las reglas de decisión del adulto mayor para para utilizar las aplicaciones bancarias.	<p><b>Reglas de decisión:</b> permita entender la percepción de utilizar más las aplicaciones en un futuro.</p>	<p>R1 ¿Preferiría usar la aplicación bancaria en vez de ir al banco? ¿o prefiere continuar visitando el banco físicamente?</p> <p>R3 ¿Qué ventajas puede ofrecer las aplicaciones bancarias versus las sucursales físicas del banco?</p>

Fuente: Propia

## **Técnicas de análisis de datos**

Una de las técnicas a utilizar es la estadística descriptiva o deductiva que trata del recuento, ordenación y clasificación de los datos obtenidos por las observaciones. Se construyen tablas y gráficos que permiten simplificar la complejidad de los datos que intervienen en la distribución. Asimismo, se calculan parámetros estadísticos que caracterizan la distribución y se limita a realizar deducciones directamente a partir de los datos obtenidos. (Davidian, 2012). La Estadística trata de la recogida de datos, así como de su análisis e interpretación. Lehmann (1978)

Para el análisis de la parte cuantitativa de la investigación, utilizaremos la herramienta IBM SPSS Statistics para recopilar los datos producto de la aplicación de las encuestas, de manera tal que nos permita validar suposiciones y tendencias de previsión, esta herramienta nos permitirá por medio de la asociación y cruce de variables construir tablas para comprender conexiones entre variables que nos permitan identificar la intención de uso de las aplicaciones bancarias en la población objetivo.

Utilizaremos CAQDAS (Computer Assisted Qualitative Data Analysis Software) de los cuales la herramienta seleccionada es Atlas. Ti y la construcción de redes semánticas desde las cuales construiremos nubes de palabras para el análisis de la parte cualitativa, este programa nos ayudara a manejar un gran volumen de datos, producto de la ejecución de las entrevistas, para mantener la información organizada, ordenada y accesible para recuperarla fácilmente y visualizar nuestras relaciones y resultados.

## **Análisis y discusión de los resultados**

Como se menciona en el punto anterior, para la presente investigación se utilizaron instrumentos para analizar los datos de manera cuantitativa y cualitativa, de adultos mayores entre 60 a 80 años de la localidad de Suba, de esta manera identificar las principales necesidades financieras, conocimiento y percepción que las APPS bancarias pueden atender a la población analizada, así mismo identificar factores que puedan incentivar su uso y presentar una propuesta que promueva la comunicación basada en el servicio y empatía entre las personas mayores y las entidades financieras.

### **Análisis cuantitativo**

Se aplicaron 60 encuestas en un escenario virtual elaborada en Google Forms, a personas residentes en la localidad de Suba entre 60 a 80 años. El cuestionario se diseña en cuatro partes: la primera buscando identificar los datos demográficos como edad, genero, ingresos, segunda: dividir la población en aquellos que usan y no usan la Banca Móvil, tercera: medir el conocimiento y/o habilidad que presenta esta población en el manejo de los dispositivos y herramientas necesarios para acceder a la Banca Móvil, cuarta: medir el grado de aceptación y nivel de servicio de estas plataformas y su intención de uso.

Los datos se analizan en el programa estadístico SPSS de IBM, cruzando diferentes variables llevadas a la prueba chi cuadrado, para identificar aquellas con mayor relación y poder mostrar aquellas con un nivel de significancia mayor que

permita responder a los objetivos propuestos en la presente investigación, de la cual basados en datos y estadística se puede deducir lo siguiente:

La población se encuentra concentrada entre los 60 a 65 años, el 60% son de género femenino, el nivel educativo con mayor porcentaje es secundaria con el 43%, 34 personas son pensionadas en términos porcentuales el 56,7%, el rango de ingresos con mayor peso porcentual 46,7% se encuentra entre \$1.000.000 hasta \$2.999.999, como banco principal se encuentra Bancolombia con el 23,3% apalancado en gran parte con su producto “Nequi”.

Tabla:1

**Estadísticos Generales**

		Estadísticos Generales					
		Edad	Género	Nivel educativo	Ocupación	Ingresos mensuales	Banco principal
N	Válido	60	60	60	60	60	60
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		2,08	1,40	3,53	4,00	2,82	5,15
Mediana		2,00	1,00	4,00	5,00	3,00	5,00
Moda		1	1	4	5	3	5

Elaboración propia

El 50% hace uso de la Banca Móvil, teniendo mayor participación el género femenino con el 60%, así mismo se logra identificar que el 55% cuenta con acceso a las herramientas básicas para hacer uso de la Banca Móvil el dispositivo más utilizado para acceder al servicio es el smartphone con el 83%, el 42% está completamente de acuerdo en que la Banca Móvil, es una herramienta útil para realizar transacciones financieras más rápido, el 75% está de acuerdo en utilizar la Banca Móvil para evitar el traslado a oficinas físicas, el 81.8% está completamente de acuerdo que su dinero se encuentra protegido, el servicio más utilizado con un 43%

son las transferencias, el principal producto que se consulta a través de la APP con el 90% de participación son las cuentas de ahorro, el nivel educativo con mayor porcentaje es primaria con el 33%, las tablas cruzadas muestran la media de la población en conocimiento medio en cuanto a sincronización, uso de cámara, conexión, instalaciones, el 70% definitivamente si continuaran haciendo sus transferencias por este medio.

El 50% restante que no utiliza la BM, el 60% pertenecen a género femenino, el 60% responde en estar completamente de acuerdo en ir al banco de manera presencial, la media en no tener habilidades en manejo de dispositivo móvil como uso de cámara, notificaciones, sincronización es mayor al 50%, el nivel académico con mayor porcentaje es primaria con 53%, se evidencia estadísticamente que cerca del 47% de las personas que aún no hacen uso de la Banca Móvil lo empiecen a utilizar en el corto plazo.

Tabla: 2

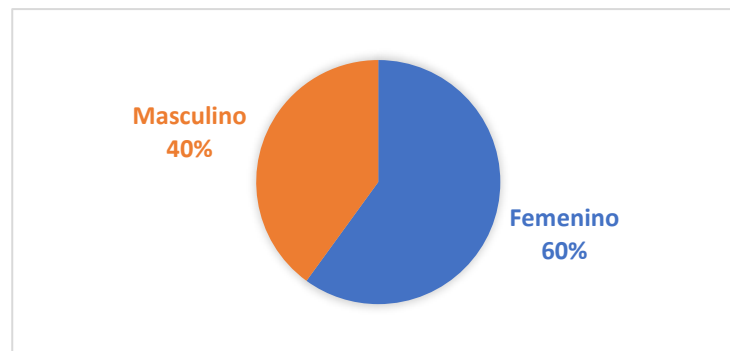
Intención de uso de la Banca Móvil

			¿Tiene como propósito empezar o continuar usando las aplicaciones bancarias?				
			Definitivamente no	Definitivamente si	Probablemente no	Probablemente si	Total
¿Utiliza la banca móvil?	No	Recuento	5	2	9	14	30
		Recuento esperado	2,5	11,5	4,5	11,5	30,0
		% dentro de ¿Utiliza la banca móvil?	16,7%	6,7%	30,0%	46,7%	100,0%
		% del total	8,3%	3,3%	15,0%	23,3%	50,0%
Si		Recuento	0	21	0	9	30
		Recuento esperado	2,5	11,5	4,5	11,5	30,0
		% dentro de ¿Utiliza la banca móvil?	0,0%	70,0%	0,0%	30,0%	100,0%

Elaboración propia

Continuamos con el análisis de las gráficas elaboradas de las preguntas realizadas en la encuesta, en las que se busca analizar y distinguir dentro de las opciones de respuesta cual es la participación de cada una para determinar el peso, información que sirve de insumo para la toma de decisiones en cuanto a la propuesta que se planteara en la presente investigación.

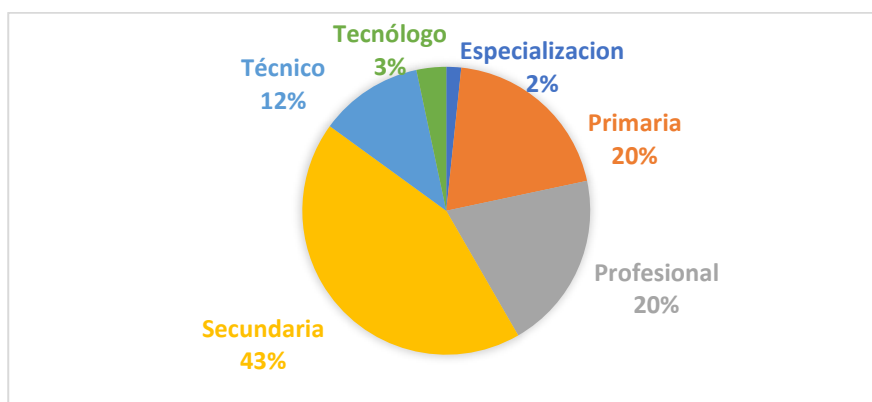
Entre la población encuestada se encontró que el 40% tiene entre 60 a 65 años, seguidos por un 27% en el rango de 66 a 70 años, seguidamente por un 18% en rango de 71 y 75 años y el 15% restante en el rango de 76 a 80 años.



**Figura 1. Genero de los encuestados.**

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al nivel educativo, se encontró el 43% de los encuestados son bachilleres, con un 20% son profesionales, el 20% cursaron solo cursaron primaria, el 12% son técnicos, el 3% son tecnólogos y tan solo el 2% son especializados.



**Figura 2. Nivel educativo de los encuestados.**

Fuente: Elaboración propia

Se preguntó a los encuestados acerca del ingreso mensual que tiene cada uno y se halló que el 47% perciben entre \$1.000.000 hasta \$2.999.999, el 28% reciben menos de \$999.999, el 13% tienen ingresos entre \$3.000.000 a \$4.999.999, el 7% no tienen ningún tipo de ingreso y el 5% cuenta con ingresos de \$5.000.000 o más.

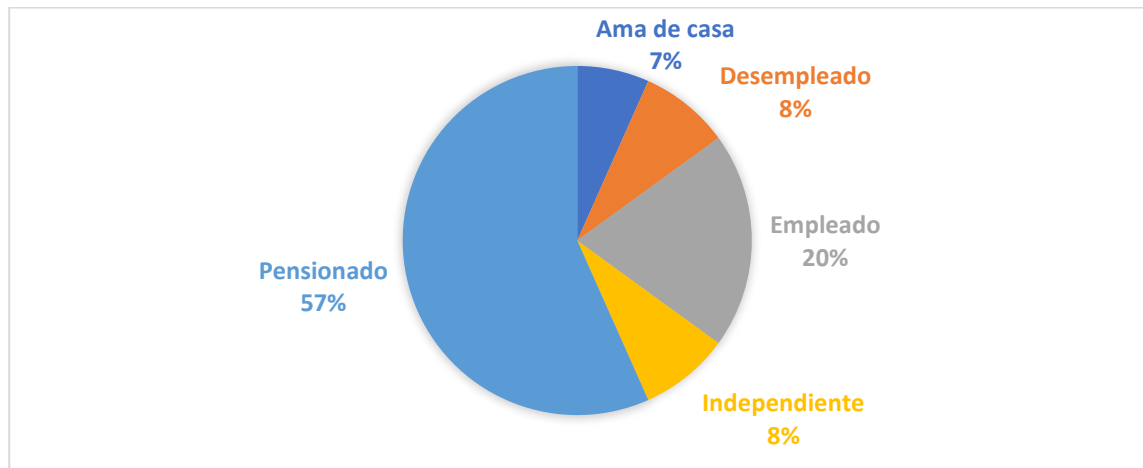


**Figura 3. Ingresos mensuales de los encuestados.**

Fuente: Elaboración propia



En cuanto a la ocupación de los encuestados, se encontró que un 57% son pensionados, un 20% son empleados, un 8% son Independientes, un 8% son desempleados y el 7% son amas de casa.



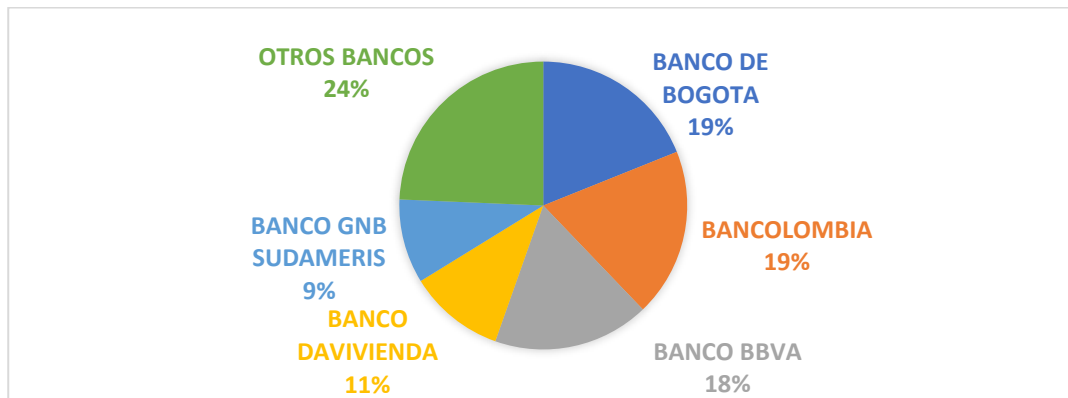
**Figura 4. Ocupación de los encuestados.**

Fuente: Elaboración propia

En esta segunda parte de la encuesta se enfoca en el conocimiento sobre el conocimiento de aplicaciones bancarias, intención de uso de las aplicaciones bancarias, necesidades financieras de los encuestados, percepción de servicio de las aplicaciones, dispositivos móviles utilizados para acceder a las aplicaciones bancarias y los incentivos para su uso.

También se indago a los encuestados sobre los bancos que normalmente manejan, donde se refleja el siguiente resultado: Los bancos con mayor participación de manejo dentro de la población encuestada son el Banco de Bogotá y Bancolombia con una participación del 19%, respectivamente, seguidos por el banco BBVA con un 18%, a su vez le sigue el Banco Davivienda con un 11% de participación, luego esta el banco GNB Sudameris con un 9% y por último encontramos que el 24% manejan otros

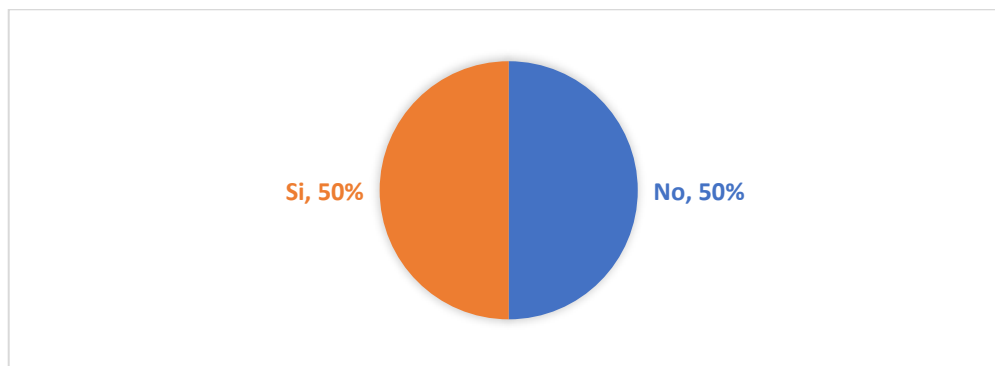
bancos. En este sondeo se manejó pregunta abierta para conocer a libre escogencia del encuestado sus opciones, ya que en algunos casos se presentó que 1 encuestado maneja más de dos bancos.



**Figura 5. Bancos que manejan los encuestados**

Fuente: Elaboración propia

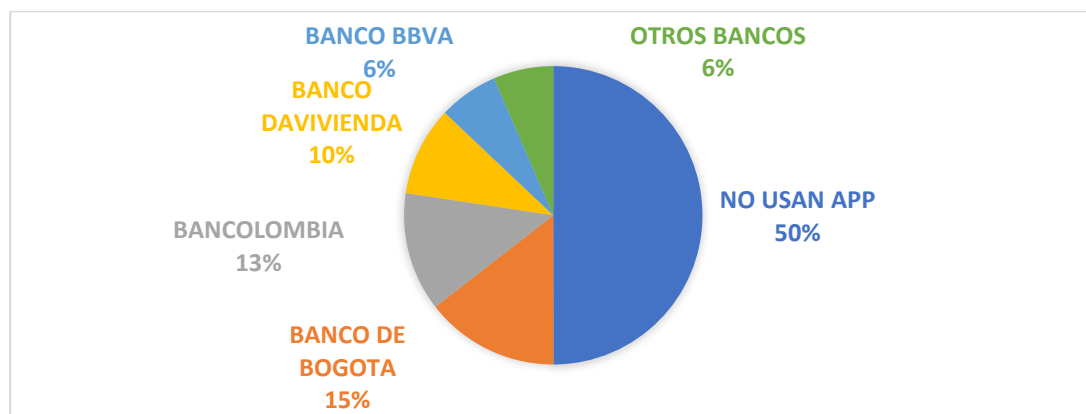
Se buscó conocer también acerca del uso de las aplicaciones bancarias en las personas encuestadas, donde se halla que el 50% usan aplicaciones bancarias y el otro 50% no usan aplicaciones bancarias.



**Figura 6. Uso de aplicaciones bancarias.**

Fuente: Elaboración propia

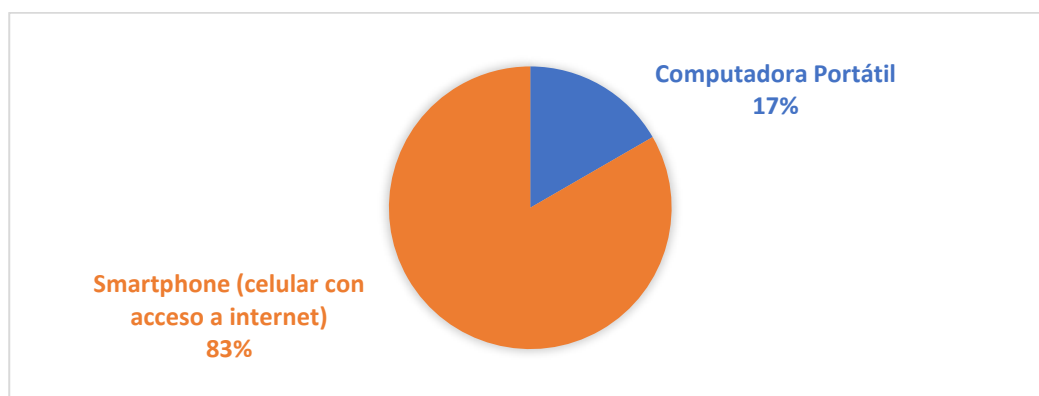
Se averiguo a los encuestados, de que banco usaban las apps bancarias, donde se encuentra que la app más usada es la del Banco de Bogotá con una participación del 15%, le sigue Bancolombia con un 13%, luego está el banco Davivienda con un 10%, seguido del banco BBVA con un 6% y el 8% restante usan apps de otros bancos. Sin embargo, el 50% de los encuestados manifestaron no usar app, lo que concuerda con el resultado de la anterior pregunta.



**Figura 7. Uso de aplicaciones bancarias**

Fuente: Elaboración propia

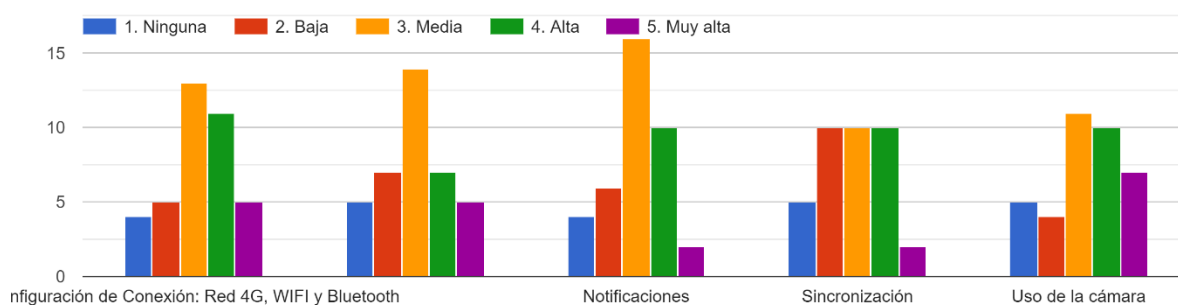
Respecto al dispositivo móvil utilizado por la población objeto del estudio para el acceso tanto a internet como a las aplicaciones bancarias, se encontró que un mayor porcentaje están los dispositivos smartphones con acceso a internet con un 83%, por otra parte, con un 17% usan el computador portátil.



**Figura 8. Dispositivo móvil utilizada por los encuestados**

Fuente: Elaboración propia

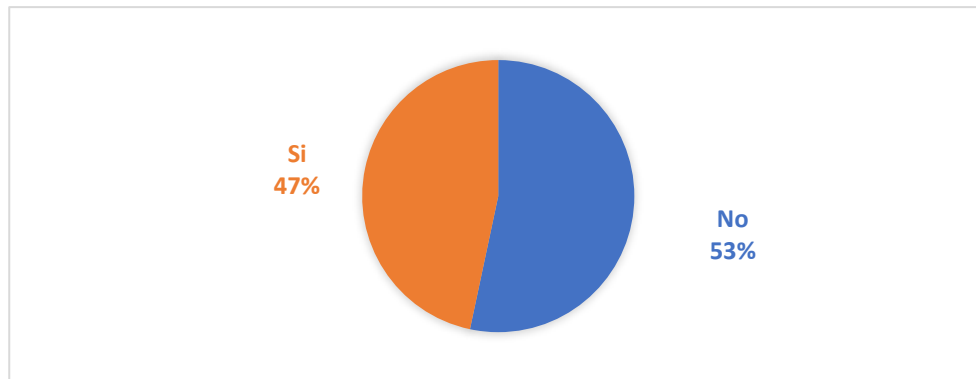
Es importante para esta investigación conocer que habilidades tiene las personas encuestadas en el manejo de su dispositivo móvil, por lo que de acuerdo al resultado reflejado en la siguiente gráfica con relación a la pregunta de tipo escala Likert, se puede observar que, en cuanto a la configuración de conexión, red 4G, WIFI, Bluetooth, instalación de aplicaciones, notificaciones, sincronización y uso de la cámara, los encuestados manifiestan en general tener un manejo medio.



**Figura 9. Habilidades en el manejo de dispositivos móviles**

Fuente: Elaboración propia

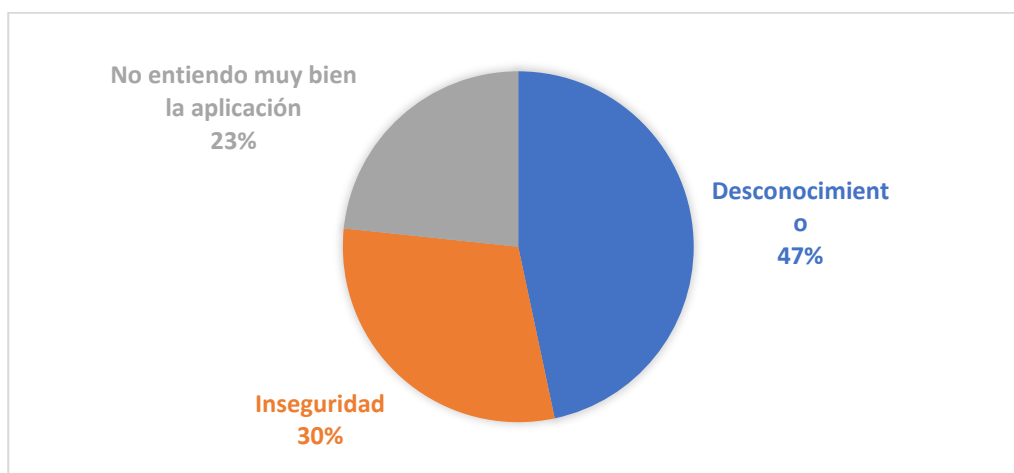
De las personas encuestadas que manifestaron usar aplicaciones bancarias, se indago en si al usarlas solicitaban ayuda a alguien para poder acceder, por lo que los encuestados manifestaron que el 47% de ellos si solicitan ayudar, mientras que el 53% manifiestan que no.



**Figura 10. Encuestados que solicitan ayuda para acceder a las apps**

Fuente: Elaboración propia

Respecto a las motivaciones que llevan a las personas encuestadas a pedir ayuda para usar las aplicaciones bancarias, en el que el desconocimiento es la motivación más relevante con un 47%, seguido de la inseguridad que sienten este representado con un 30% y por último manifiestan que no entienden la aplicación, este con un porcentaje del 23%.



**Figura 11. Motivaciones para pedir ayuda al usar las aplicaciones bancarias**

Fuente: Elaboración propia

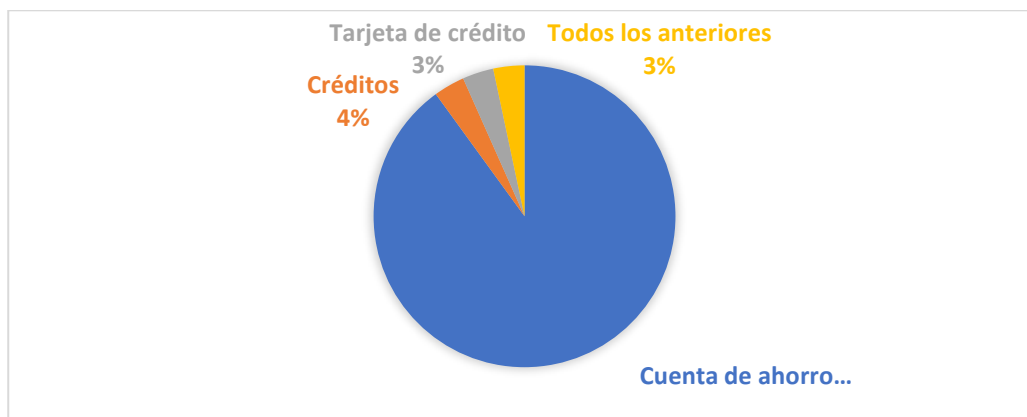
La siguiente variable a analizar es la relacionada con las necesidades financieras de los encuestados que usan las aplicaciones bancarias, esto con el fin de conocer cuál de los servicios bancarios son más utilizados, donde el 42% manifiestan usarla para realizar transferencias entre cuentas, seguido por la consulta de saldos con un 22%, el pago de servicios públicos es el siguiente más relevante con un 23%, un 10% indicar usarla para el pago de créditos o préstamos bancarios y un 3% usan la app para realizar todas las anteriores.



**Figura 12. Principales servicios bancarios que utilizan en las apps bancarias**

Fuente: Elaboración propia

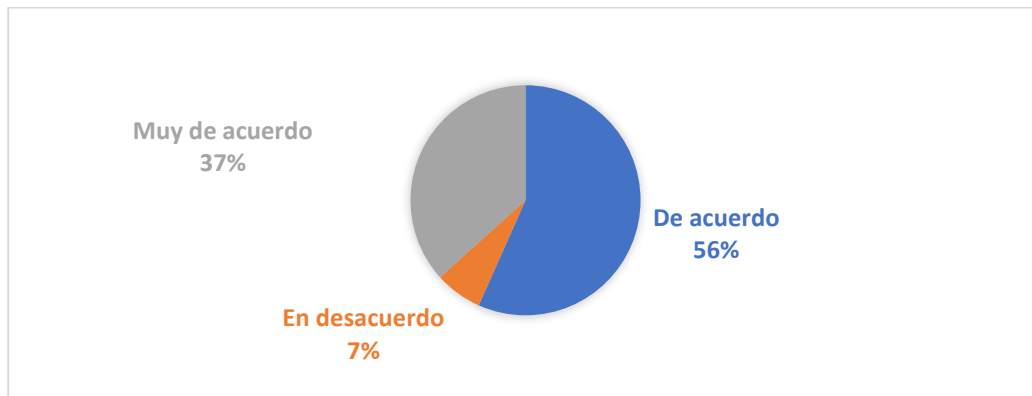
En cuanto a los productos financieros más accedidos mediante la aplicación bancaria, la mayor participación esta en las cuentas de ahorro con un 90%, seguido de los créditos bancarios con un 4%, luego están las tarjetas de crédito con un 3% y un 3% manifiestan acceder a las aplicaciones para usar todos los productos anteriormente nombrados.



**Figura 13. Principales productos bancarios por los que utilizan las apps bancarias.**

Fuente: Elaboración propia

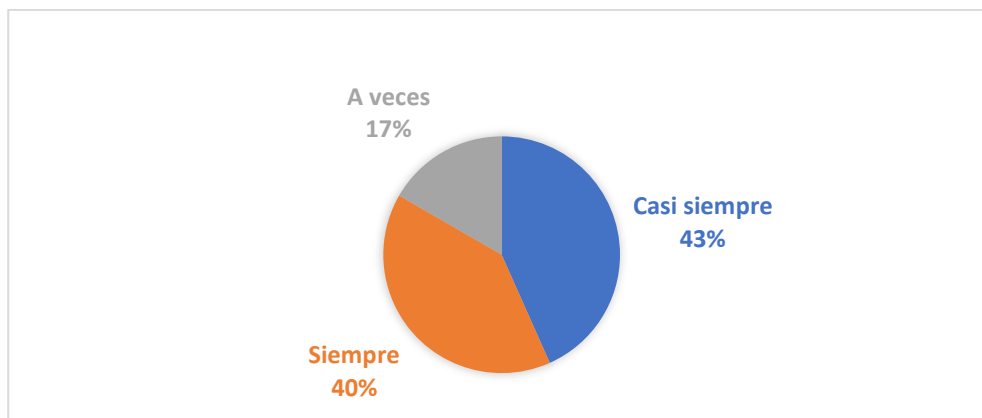
En la percepción de si es adecuado el servicio prestado por las aplicaciones bancarias, los encuestados manifestaron estar muy de acuerdo en una 37%, a su vez un 56% está de acuerdo y en desacuerdo el 7 %.



**Figura 14. Percepción de servicio de las apps bancarias.**

Fuente: Elaboración propia

También se indago acerca de si las aplicaciones bancarias cumplían con las expectativas esperadas de las personas encuestadas, donde el 43% manifiesta que casi siempre cumplen con las expectativas, un 40% siempre cumplen con las expectativas y un 17% a veces cumplen con las expectativas.

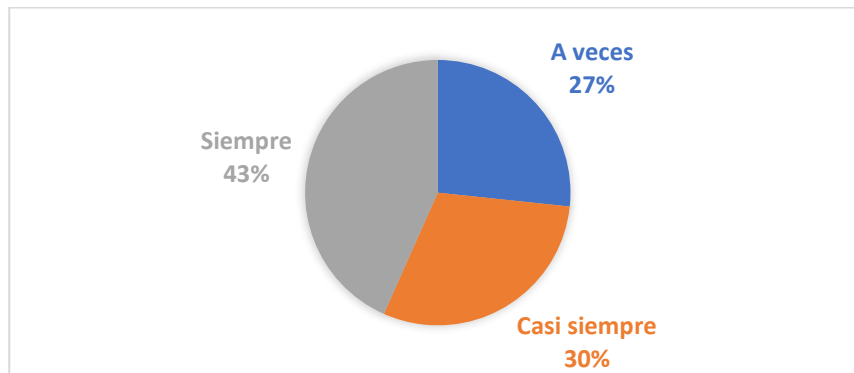


**Figura 15. Cumplen o no las expectativas de servicio las apps bancarias.**

Fuente: Elaboración propia



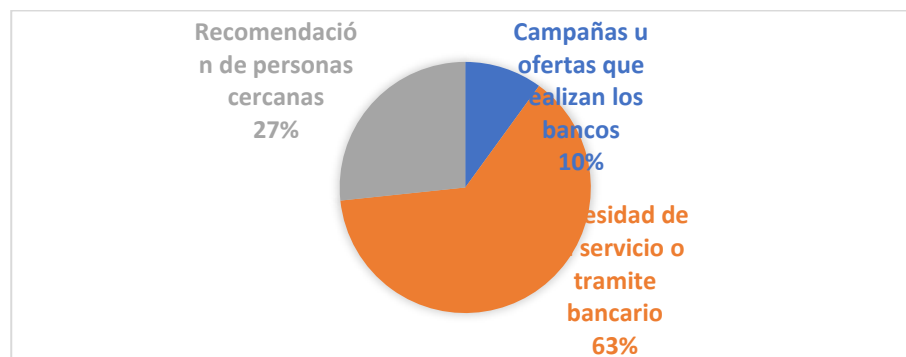
Dentro de las preguntas realizadas, se indagó si los tiempos de respuesta de solicitudes y tramites por las aplicaciones bancarias son ágiles y fáciles, un 43% de los encuestados indicaron que siempre, un 30% casi siempre y un 27% a veces.



**Figura 16. Cumplen o no las expectativas de servicio las apps bancarias.**

Fuente: Elaboración propia

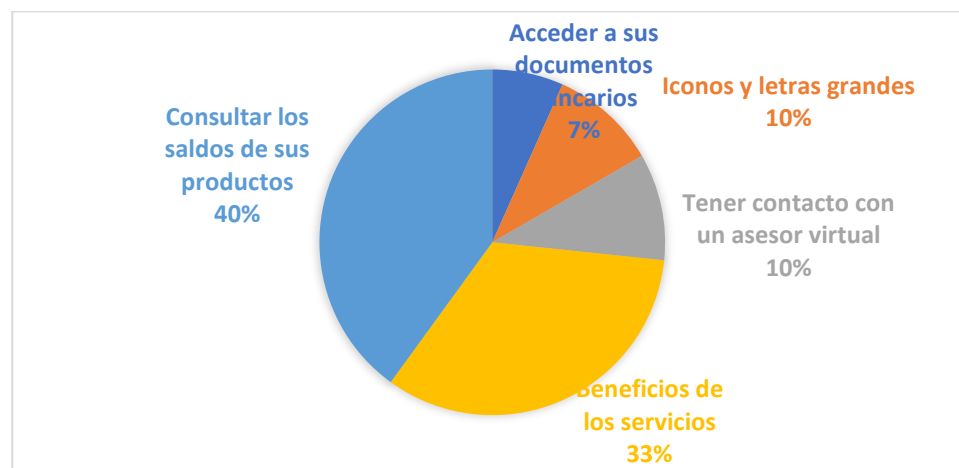
Una de las variables objeto de la investigación, es la motivación que tienen las personas para usar las aplicaciones bancarias, en lo que respecta al resultado de la encuesta, se encontró que el 63% de los encuestados son motivados por la necesidad de un servicio o tramite bancario, el 27% por recomendación de personas cercanas y un 10% por campañas u ofertas que realizan los bancos.



**Figura 17. Principal motivación en el uso de las apps bancarias.**

Fuente: Elaboración propia

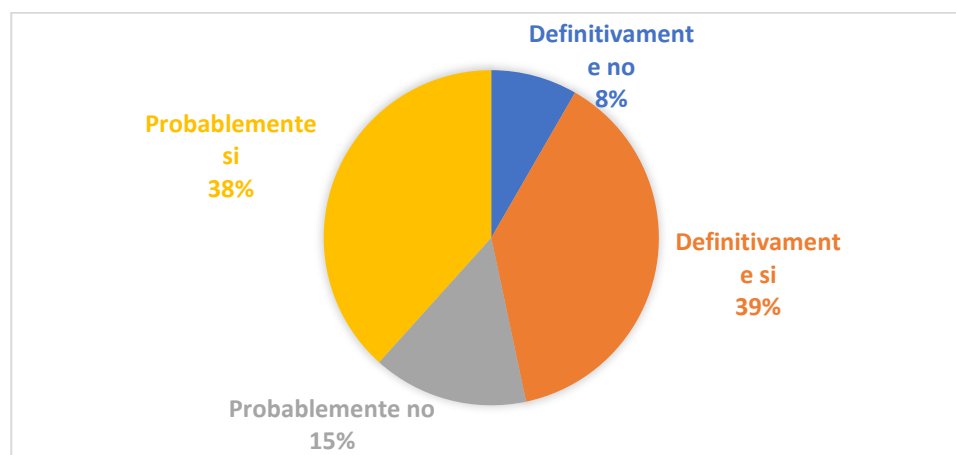
Dentro de las características que las personas encuestadas encontraron determinantes al momento de usar una app bancaria, consultar los saldos de los productos tiene una participación del 40%, convirtiéndose en la más importante, seguida de beneficios en los servicios con un 33%, luego encontramos que la app cuente con iconos y letras grandes con un 10% y por último esta acceder a sus documentos bancarios con un 7%



**Figura 18. Características más importantes al momento de usar una app**

Fuente: Elaboración propia

Cuando se preguntó por el propósito de empezar o continuar usando las aplicaciones bancarias, los encuestados mostraron su interés por continuar con el uso, donde con una 39% definitivamente si la usaran, probablemente si la usaran un 38%, probablemente no 15% y definitivamente no 8%.



**Figura 19.** Propósito de empezar o continuar usando las aplicaciones bancarias

Fuente: Elaboración propia

### **Análisis cualitativo**

Con el objetivo de identificar las propiedades y características cualitativas que impactan la decisión de uso de las aplicaciones bancarias de las personas mayores entre 60 a 80 años, se ejecutaron 7 entrevistas a profundidad en físico para mediante un proceso de transcripción detallado, cargar esta información en el software Atlas Ti, especializado para el análisis de datos cualitativos. Se analizaron las entrevistas en los 4 ejes de indagación y se construyeron redes semánticas que alimentaron la construcción de nubes de palabras que serán el instrumento que utilizaremos para construir las hipótesis del caso de investigación

### **Primer eje de indagación - Actividades.**

Con este primer eje, se busca identificar las acciones o necesidades que presenta este grupo poblacional y que los impulsa a dirigirse físicamente al banco, las nubes de palabras nos permitirán capturar estas perspectivas cualitativas e indagar si las aplicaciones móviles pueden cubrir esta necesidad.

## Imagen 1

Eje de indagación: Actividades



Elaboración propia

Dentro de la nube de palabras identificamos que las que presentan mayor repetitividad y son relevantes al eje de indagación son: pagar, cobrar, servicios públicos, crédito, consultar saldos y cheques. Con base en lo anterior se puede deducir que éstas son las actividades básicas que invitan a los adultos mayores a dirigirse a las sucursales físicas y son las que las entidades financieras deben considerar cubrir en su banca móvil si desea incentivar su uso.

### **Segundo eje de indagación – Experiencia**

Estamos ante un grupo poblacional con necesidades particulares, y se debe propender cuidar su salud y acceso a servicios básicos, el financiero es uno de ellos, con este eje de indagación se busca identificar las emociones que les genera desplazarse a una oficina donde las palabras más destacadas son: demorado, filas, no me gusta, inseguridad.



Identificamos que definitivamente hay una percepción positiva de la digitalización de la banca y pese a que algunos de los entrevistados no usaban este servicio, tienen un conocimiento y expectativa de agilidad y confianza en este tipo de servicios, esto claramente basado en las percepciones o recomendaciones de uso de sus familiares y amigos

#### **Cuarto eje de indagación - Reglas de decisión**

En este último eje la intención es encontrar que factores afectan la propensión de uso de las aplicaciones bancarias y entender cuáles son esas reglas de decisión de los adultos mayores que de cubrirse impulsarían el uso de las aplicaciones.

Imagen 4

Eje de indagación: Reglas de decisión



Elaboración propia

En esta nube de palabras se destaca seguridad, enseñar, evitar filas y confianza, y de esta forma encontramos que definitivamente la información respecto a la seguridad de estas plataformas no ha sido suficiente para este grupo poblacional o no les brinda la suficiente confianza para su uso, es evidente una desconfianza en

el uso de las aplicaciones bancarias al no tener soportes físicos y no ver el flujo de efectivo en físico.

Igualmente, la palabra enseñar nos ilustra que hay un desconocimiento bien sea por falta de habilidad o por su migración a la era tecnológica que les impide por poder usar las aplicaciones bancarias de forma intuitiva.

## Propuesta

Se propone a las entidades financieras desarrollar una actualización a la aplicación bancaria que permita distinguir al adulto mayor para que esta se adapte a servir a este tipo de personas con menús más simples y con tutoriales para su uso.

- Realizar campañas educativas frente a los usos fáciles y prácticos de las aplicaciones bancarias, con el fin de evidenciar lo simple y seguro que puede llegar a ser la experiencia con ellas de tal forma que se muestren los beneficios como el ahorro de tiempo, evitar filas.
- Generar acciones desde los canales físicos que promuevan al usuario la interacción online con el fin de conectar la experiencia física y la digital y comenzar la práctica simple en el uso de estas aplicaciones.

Como recomendación se sugiere realizar campañas educativas frente a los usos fáciles, entretenidos y prácticos de las aplicaciones bancarias, con el fin de evidenciar lo agradable y simple que puede llegar a ser la experiencia con ellas. Se propone generar acciones desde los canales físicos en donde el usuario comience la interacción online con el fin de conectar la experiencia y comenzar la práctica simple en el uso de estas aplicaciones, para que posterior a esto se genere la interacción fuera de las sucursales. La idea es que los adultos mayores realicen dentro de la sucursal acciones online para practicar y comenzar la familiarización con las ventajas y apropiación del manejo de los dispositivos y de los procesos transaccionales bajo el acompañamiento del banco físico. Se espera que dada la práctica de estas



actividades el usuario las apropie y luego esté en capacidad de realizarlas desde casa o el lugar que decida.

## Conclusiones

Las estrategias de comunicación por parte de las entidades financieras dirigidas o que generen impacto en esta población analizada son muy bajas, toda vez que las personas que empezaron a utilizar la banca móvil lo hicieron por necesidad propia (63%), esto es una oportunidad para generar estrategias de marketing experiencial, supliendo los riesgos percibidos en el uso de un servicio a través de la web Featherman & Pavlou (2003).

La analítica de los datos muestra una sensibilidad significativa en cuanto a la edad y asistencia de ir a las oficinas físicas, a mayor edad menor interés en visitar una oficina física, esto unido al informe entregado por el (DANE 2018) donde la población mayor representa a 2018 el 13,2% del total de la población porcentaje que aumentara al 32% a 2070, se comprueba que se deben generar estrategias no solo para bancarizar este grupo etario sino para asegurar su inclusión y atención financiera de ser posible dentro de la virtualidad.

En las motivaciones e intenciones de los adultos mayores para el uso de las aplicaciones bancarias, figura el ahorro de tiempo que les genera, en particular porque consideran que evitan filas y largas esperas para realizar operaciones en las oficinas físicas de los bancos, además que evitan salir de sus casas. Respecto a las expectativas sobre las aplicaciones bancarias se espera es mejorar las aplicaciones para que sean más fáciles de comprender para el adulto mayor que no están tan familiarizados con los menús para dispositivos móviles, así mismo que garantice mayor seguridad, por tal motivo es necesario que las instituciones brinden capacitación a los usuarios y se haga una mayor promoción del tema, adicional a una

comunicación enfocada a explicar el tipo de operaciones que permiten hacer las aplicaciones de forma que ellos entiendan que las aplicaciones bancarias pueden reemplazar las operaciones que hacen en oficinas físicas.

El Banco BBVA en su informe del manejo de las aplicaciones bancarias respecto a los adultos mayores, dice que el entorno familiar es indispensable para familiarizar a los adultos mayores con el uso de las aplicaciones de servicios bancarios, sin embargo, al ser un tema nuevo, la paciencia será gran aliada para ayudar a entender su funcionamiento, esto definitivamente es esencial pues los adultos mayores expresan su necesidad e intención de aprender a usar las aplicaciones como un factor de decisión para migrar a su uso.

Para que las personas adultas logren familiarizarse con las aplicaciones bancarias, se recomienda tener paciencia, así como el acompañamiento de un conocido o familiar en este proceso. De esta manera se logrará que hagan uso de estas aplicaciones con pasos sencillos y muy claros.

- **Configurar el equipo.** Como inicio, es de gran utilidad realizar la personalización del equipo que se va a utilizar: laptop, celular o tableta; además, debe ser accesible para la persona que lo va a usar para lograr que se familiarice con las opciones.
- **Elegir la instalación de una 'app'.** Se puede apoyar a los adultos mayores a buscar la aplicación bancaria del banco que utiliza, configurando como lectura, sonidos, audios, servicios financieros, entre otras.

- **Generar un manual digital.** Así como se generan las recetas de cocina de la abuela, es importante escribir el paso a paso la instalación de la aplicación, así como algunas funcionalidades de las mismas y acompañarlas con imágenes o íconos. La fácil lectura y repetición de estos procesos les ayudará a que logren entenderlos y sea más sencillo memorizarlos.
- **Facilitar el aprendizaje.** Algunos dispositivos o servicios tienen un funcionamiento complejo, por lo que se recomienda ir poco a poco y solo enseñar lo que se requiere. Más adelante se puede incluir algún otro funcionamiento.
- **Aclarar dudas.** No existen preguntas ininteligibles, solo es una forma de expresión para conocer y entender el tema. El responder con burla puede provocarse frustración en el adulto mayor y evitarle el deseo de seguir aprendiendo el uso de la tecnología.
- **Concientizar sobre seguridad informática.** Una vez finalizados los pasos mencionados, es tiempo de disfrutar de la 'app'. Sin embargo, se recomienda concientizar a los adultos mayores a no caer en estafas por dar clic a enlaces sospechosos que pueden llegar a través del correo electrónico, mensajes de texto (SMS) o redes sociales, así como evitar poner contraseñas no seguras o repetidas.

## Lista de Referencias

- Agarwal, S., Driscoll, JC, Gabaix, X. y Laibson, D. (2009). La edad de la razón: decisiones financieras a lo largo del ciclo de vida e implicaciones para la regulación. *Brookings Papers on Economic Activity*, 2009 (2), 51-117
- Alcaldía Mayor de Bogotá (5 de mayo 2021) SaluData Observatorio de Bogotá “*Datos de Salud, demografía y salud*” tomado de:  
<https://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/demografia/piramidepoblacional/>
- Alcaldía mayor de Bogotá (s.f.), *Pirámide Poblacional Bogotá D.C.*  
<https://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/demografia/piramidepoblacional/>
- Asobancaria (2020) Banca & Economía “*El papel de la transformación digital de la banca durante el periodo de cuarentena por la emergencia sanitaria*” Obtenido de: <https://www.asobancaria.com/2020/08/10/edicion-1245-el-papel-de-la-transformacion-digital-de-la-banca-durante-el-periodo-de-cuarentena-por-la-emergencia-sanitaria/>
- Asobancaria (2017) “*Proyecto F, Diagnóstico del uso del efectivo en Colombia*”  
Banca de las oportunidades “*Reporte de inclusión financiera 2017*”
- Barczak, G., Ellen, PS y Pilling, BK (1997). Desarrollar tipologías de motivos de consumo para el uso de servicios bancarios de base tecnológica. *Revista de investigación empresarial*, 38 (2), 131-139.

- Bedoya, E. (2021). Canales de comunicación mediada por computador y sus efectos en la satisfacción de la comunicación. *TEUKEN BIDIKAY. Revista Latinoamericana de Investigación en Organizaciones, Ambiente y Sociedad.*, 12(18).
- Campaña, A. (1992). Metodología estadística.
- Céspedes, E. (2009). La teoría de la decisión de David Lewis y la paradoja de Newcomb. *Límite. Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología*, 4(20), 53-68.
- Cumming, G., Williams, J., & Fidler, F. (2004). Replication and researchers' understanding of confidence intervals and standard error bars. *Understanding Statistics*, 3, 299 – 311.
- Chaouali, W., & Souiden, N. (2019). The role of cognitive age in explaining mobile banking resistance among elderly people. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 342–350. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.009>
- DANE. (2018). Censo nacional de población y vivienda 2018. Bogotá.
- DANE (enero de 2020), “Características generales del adulto mayor en Colombia”  
Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/presentacion-caracteristicas-generales-adulto-mayor-en-colombia.pdf>
- Davidian, M. & Louis, T. A. (2012) “Why statistics?”. *Science*, 336, p. 12. Doi: 10.1126/science.1218685
- de Bogotá, C. D. C. (2010). Ley 1341 de 2009 Ley registro TIC.
- Díaz Lazo, J., Pérez Gutiérrez, A., & Florido Bacallao, R. (2011). Impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) para disminuir la brecha digital en la sociedad actual. *Cultivos tropicales*, 32(1), 81-90.

- Doupovec, Marjohn. Técnicas de recolección de datos. España. Blogspot 2010. P.1-50
- Durkin, M., O'Donnell, A., Mullholland, G. y Crowe, J. (2007). Sobre la adopción de la banca electrónica: de la percepción bancaria a la realidad del cliente. *Revista de marketing estratégico*, 15 (2-3), 237-252.
- Featherman, MS y Pavlou, PA (2003). Predecir la adopción de servicios electrónicos: una perspectiva de las facetas de riesgo percibido. *Revista internacional de estudios humanos-informáticos*, 59 (4), 451-474.
- Featherman, M. S., & Hajli, N. (2016). Self-service technologies and e-services risks in social commerce era. *Journal of Business Ethics*, 139(2), 251-269.
- Fundación Albeiro Vargas, (17 de septiembre de 2020) “*El adulto mayor y el uso de la tecnología en tiempos de covid*” Obtenido de <https://fundacionalbeirovargas.org/el-adulto-mayor-y-el-uso-de-la-tecnologia-en-tiempos-de-covid/>
- García, F. B. (2010). Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista de estudios de juventud*, (88), 97-114.
- Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. P. M. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 4). México^ ed. F DF: McGraw-Hill Interamericana.
- La República (18 de enero de 2020) “*Tecnología inclusiva una gana –gana*” Obtenido de <https://www.larepublica.co/internet-economy/tecnologia-inclusiva-un-gana-gana-2953157>
- La República (22 de agosto de 2021) “*El número de las oficinas de bancos disminuyó 6,8% durante el primer año de pandemia*” Obtenido de

<https://www.larepublica.co/finanzas/el-numero-de-las-oficinas-de-bancos-disminuyo-68-durante-el-primer-ano-de-pandemia-3217545>

Laukkanen, T. y Pasanen, M. (2008). Innovadores y pioneros en la banca móvil: ¿en qué se diferencian de otros usuarios en línea? *Revista de marketing de servicios financieros*, 13 (2), 86-94.

Laukkanen, T., Sinkkonen, S., Kivijärvi, M. y Laukkanen, P. (2007). Resistencia a la innovación entre consumidores maduros. *Revista de marketing de consumo*.

Lian, JW y Yen, DC (2014). Impulsores y barreras de las compras en línea para los adultos mayores: diferencias de edad y género. *Computadoras en el comportamiento humano*, 37, 133-143.

Malka Mekler (2021) ¿Cuáles son las transacciones más populares de las aplicaciones bancarias?, *Mercados y tendencias*, <https://revistamyt.com/cuales-son-las-transacciones-mas-populares-de-las-aplicaciones-bancarias/>

Mattila, M., Karjaluo, H. y Pento, T. (2003). Adopción de la banca por Internet entre clientes maduros: ¿mayoría temprana o rezagados? *Revista de marketing de servicios*.

Ministerio de Salud y Protección Social (20 de marzo de 2020) Resolución 470 marzo 2020. Bogotá

Ministerio de Salud y Protección Social (agosto 2020) “*Boletines poblacionales: Personas adultas mayores de 60 años, corte a diciembre de 2019*” Bogotá.

Moraga, E. T., Blanco, C. F., & Campos, P. H. (2007). Construcción de la confianza del consumidor hacia la banca en Internet: un análisis de los factores de la imagen corporativa. *Estudios de administración*, 14(1), 23-45.



Moscovici, S., Mugny, G., & Pérez, J. A. (Eds.). (1991). *La influencia social inconsciente: estudios de psicología social experimental* (Vol. 14). Anthropos Editorial.

Munoz-Leiva, F., Climent-Climent, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2017). Determinants of intention to use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model. SPANISH JOURNAL OF MARKETING - ESIC

Organización Mundial de la Salud OMS 2018 “*Envejecimiento y Salud*” tomado de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/envejecimiento-y-salud>

Portafolio - Economy Today, (2016). La banca virtual y la móvil están ganando terreno.

Obtenido de: <https://www-emis-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/php/search/doc?dcid=553650218&ebso=1>

Portafolio (28 de abril de 2019) “*Las personas mayores y la brecha digital*” Obtenido de <https://www.portafolio.co/opinion/manuel-jose-cardenas/las-personas-mayores-y-la-brecha-digital-529004>

Prensky, M. Nativos e Inmigrantes *Digitales*, 2010. Distribuidora SEK, SA Disponible en: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS E INMIGRANTES DIGITALES>.

Rajaobelina, L., Brun, I., Line, R., & Cloutier-Bilodeau, C. (2021). Not all elderly are the same: fostering trust through mobile banking service experience.

INTERNATIONAL JOURNAL OF BANK *MARKETING*, 39(1), 85–106.

<https://www-emerald->

com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/insight/content/doi/10.1108/IJBM-05-2020-0288/full/html

Rincón, G., & López, S. (2014). Los Bernoulli y sus aportes a la teoría de la probabilidad. El caso de la paradoja de San Petersburgo.

Romero, C. (1996). Análisis de las decisiones multicriterio (Vol. 14). Madrid: Isdefe.

Sepúlveda, Aravena, J., Navarro Blanco, R., Denegri-Coria, M., Arias-Lagos, L. (2021)

Meaning of subjective well-being and economic inclusion in older adults leaders of associations in southern Chile [Article@Significado de bienestar subjetivo e

inclusión económica en adultos mayores líderes de asociaciones en el sur de

Chile]. Tomada de: [https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-](https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85100640296&doi=10.16888%2finterd.2021.38.1.8&partnerID=40&md5=4b39a896436f6369e22ef8a7899850f7)

85100640296&doi=10.16888%2finterd.2021.38.1.8&partnerID=40&md5=4b39a896436f6369e22ef8a7899850f7

Sola, C. F., Molina, J. G., & Padilla, J. M. H. (2020). *ATLAS. ti para investigación cualitativa en salud* (Vol. 50). Universidad Almería.

Shaikh, AA y Karjaluoto, H. (2015). Adopción de la banca móvil: revisión de la literatura. *Telemática e informática*, 32 (1), 129-142.

Tam, C., Loureiro, A. y Oliveira, T. (2019). El resultado de desempeño individual detrás del comercio electrónico: Integrando el éxito de los sistemas de información y la confianza general. *Investigación en Internet*.

Taylor, SJ y R. Bogdan 1990 *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona, Paidós. P 101-108

Zhou, B., Chen, F., Zhang, Y., Wei, J., Ou, HW, Zhao, JF, ... y Feng, DL (2010).

Estructura electrónica de Fe<sub>1.04</sub>Te<sub>0.66</sub>Se<sub>0.34</sub>. *Revisión física B*, 81 (1),

014526.

## Anexo 1

La estructura de la encuesta realizada a la población y muestra especificados fue la siguiente:

### Encuesta Como incentivar el uso de las aplicaciones bancarias en los adultos mayores entre 60 a 80 años en la localidad de Suba

La siguiente encuesta es de carácter académico correspondiente al módulo de Seminario de Investigación de la Universidad EAN. Agradecemos su colaboración respondiendo de acuerdo con su libre opinión y experiencia.

1. Nombre y apellido: \_\_\_\_\_ Indique su edad: \_\_\_\_\_ En caso de que su respuesta sea NO por favor responda la pregunta No. 10 y 23 únicamente y con esto finaliza su encuesta.
2. Indique su género, marque una opción:
  - a. Femenino
  - b. Masculino
  - c. Otro \_\_\_\_\_
  - d. Prefiero no decir
3. Nivel educativo:
  - a. Primaria
  - b. Secundaria
  - c. Profesional
  - d. Otro \_\_\_\_\_
4. Indique su ocupación, marque una opción:
  - a. Empleado
  - b. Desempleado
  - c. Pensionado
  - d. Otro, ¿Cuál? \_\_\_\_\_
5. Indique su nivel de ingresos mensuales, marque una opción:
  - a. \$0 Ingresos
  - b. Menos de \$1.000.000
  - c. Desde \$1.000.000 hasta \$2.999.999
  - d. Desde \$3.000.000 hasta \$4.999.999
  - e. \$5.000.000 o más.
6. ¿Qué bancos maneja? Elija máximo dos opciones)
  - a. Banco de Bogotá
  - b. Davivienda
  - c. Popular
  - d. Sudameris
  - e. BBVA
  - f. Otro
7. Indique su banco principal (el que más frecuenta)  
\_\_\_\_\_

10. Por favor indique su apreciación de los siguientes aspectos
- Si su respuesta en la pregunta No. 9 fue SI por favor responda

Aspectos por considerar	1. Completamente de acuerdo	2. De acuerdo	3. Indiferente	4. En desacuerdo	5. Completamente en desacuerdo
Tiene acceso a los recursos básicos para usar la banca móvil (celular y datos móviles)					
Considera la banca móvil una herramienta útil para realizar transacciones financieras más rápido					
Le resultaría cómodo utilizar la banca móvil, teniendo en cuenta evitar ir a una oficina física.					
Se sentiría seguro al usar la banca móvil, ya que su dinero se encuentra protegido.					
Considero que el servicio prestado por la banca móvil es claro y fácil de entender					
Las personas que son importantes para mi podrían ayudarme a usar la banca móvil					
Me gusta ir al banco de manera presencial					

*La banca móvil es "Servicio que presta el sector financiero mediante aplicaciones a través de los dispositivos móviles, para la realización de transacciones financieras como: pagos, compras, traslados y movimientos de dinero, sin necesidad de intermediación o atención por parte de personas y sin limitaciones de horario. (Superfinanciera de Colombia 2020)*

De acuerdo con la anterior definición, responda a continuación

9. ¿Hace uso de la Banca móvil?
  - a. Si
  - b. No

11. ¿De qué banco utiliza la banca móvil?  
\_\_\_\_\_
12. ¿Qué dispositivo utiliza para ingresar a la banca móvil?
  - a. Smart Phone (celular con acceso a internet)
  - b. Computadora local
  - c. Computadora Portátil
  - d. No cuenta con dispositivo móvil

d. Otro \_\_\_\_\_

13. Califique la habilidad que tiene en cuanto al manejo de su dispositivo móvil, de acuerdo con la siguiente escala

Aspectos por considerar	1. Ninguna	2. Baja	3. Media	4. Alta	5. Muy alta
Configuración de Conexión: Red 4G, WIFI y Bluetooth					
Instalación y desinstalación de aplicaciones					
Notificaciones					
Sincronización					
Uso de la cámara					

14. ¿Solicita ayuda para hacer uso de este servicio?
- Si
  - No
15. ¿Qué lo motiva a pedir ayuda?
- Inseguridad
  - Desconocimiento
  - No entiendo muy bien la aplicación
  - Otro \_\_\_\_\_
16. ¿Cuáles son las principales obligaciones o necesidades financieras que le ayuda a cumplir el servicio de banca móvil?
- Consulta de saldos
  - Transferencias
  - Pago de prestamos os créditos
  - Pago de servicios públicos
  - Otro \_\_\_\_\_
17. ¿Cuál es el principal producto que usted accede a través de la APP?
- Cuenta de Ahorros
  - Cuenta Corriente
  - Tarjeta de crédito
  - Créditos
  - Otro \_\_\_\_\_
18. ¿Considera que el servicio prestado en las APP's bancarias es el adecuado?
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - En desacuerdo
  - Totalmente en desacuerdo
19. ¿El servicio que recibido en las APP's bancarias cumplen sus expectativas?
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Nunca
20. ¿Cree que los tiempos de respuesta de sus solicitudes y tramite por las aplicaciones bancarias son ágiles y fáciles?
- Siempre
  - Casi siempre

- A veces
- Nunca

21. ¿Usted comenzó a utilizar la banca móvil por?
- Publicidad en redes
  - Campañas u ofertas que realizan los bancos
  - Mensajes de texto o WhatsApp con promociones
  - Necesidad propia de un servicio o tramite bancario
  - Recomendación de personas cercanas
22. ¿Que considera más importante en el momento de usar una app bancaria?
- Iconos y letras grandes
  - Tutorial de uso de la app
  - Beneficios de los servicios
  - Acceder a sus documentos bancarios
  - Consultar los saldos de sus productos
  - Tener contacto con un asesor virtual
23. ¿Tiene como propósito empezar o continuar usando las aplicaciones bancarias?
- Definitivamente si
  - Probablemente si
  - Probablemente no
  - Definitivamente no