



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de León

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Curso 2018 / 2019

COMPARATIVA DEL USO DE LA BANCA ONLINE ENTRE LOS ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE ESPAÑA Y FINLANDIA

COMPARATIVE OF USES OF ONLINE BANKING BY UNIVERSITY STUDENTS
BETWEEN SPAIN AND FINLAND.

Realizado por el Alumno D^a Silvia Collado Sánchez

Tutelado por el Profesor D^o Miguel Cervantes Blanco

León, 8 de Julio de 2019

ÍNDICE

1. RESUMEN	1
2. INTRODUCCIÓN.....	3
3. OBJETIVOS	4
4. METODOLOGÍA.....	4
5. ¿QUÉ ES LA BANCA ONLINE?	7
5.1 TRANSFORMACIÓN DE LA BANCA TRADICIONAL A LA BANCA ONLINE	8
6. ENTIDADES FINANCIERAS EN ESPAÑA	10
7. INDICADORES DEL CAMBIO DE BANCA TRADICIONAL A BANCA ONLINE	20
7.1 NUEVOS USUARIOS.....	20
7.2 ADAPTACIÓN AL NUEVO SECTOR BANCARIO	22
7.3 OFICINAS Y CAJEROS AUTOMÁTICOS (ATM).....	25
8. ESTUDIO DE LA BANCA ONLINE ENTRE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES	28
8.1 ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DE BANCA ONLINE.....	28
8.2 ENCUESTA A JÓVENES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES	31
8.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE ENCUESTA A JÓVENES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES	33
9. ENTIDADES FINANCIERAS EN FINLANDIA	38
10. INDICADORES DEL CAMBIO DE BANCA TRADICIONAL A BANCA ONLINE	45
10.1 NUEVOS USUARIOS.....	45
10.2 ADAPTACIÓN AL NUEVO SECTOR BANCARIO	46
10.3 OFICINAS Y CAJEROS AUTOMÁTICOS (ATM).....	50
11. ESTUDIO DE LA BANCA ONLINE EN FINLANDIA ENTRE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS	52
11.1 ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DE BANCA ONLINE.....	53

11.2 ENCUESTA A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS FINLANDESES	56
11.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE ENCUESTA A JÓVENES UNIVERSITARIOS FINLANDESES	58
12. COMPARATIVA DE LOS RESULTADOS.....	62
13. CONCLUSIONES	68
13.1 RECOMENDACIONES	70
13.2 LIMITACIONES DEL ESTUDIO.....	70
14. BIBLIOGRAFÍA	72
15. ANEXOS	83
15.1 Anexo 1 Encuesta para los estudiantes universitarios españoles	83
15.2 Anexo 2 Guión de las entrevistas en español	86
15.3 Anexo 3 Resumen entrevista al estudiante universitario español	87
15.4 Anexo 4 Explicación del todo el proceso para comprobar la validez del modelo, tablas del resultado de SPSS para la muestra española, gráfico y sintaxis para España.....	90
15.5 Anexo 5 Encuesta a los estudiantes finlandeses..... (El idioma utilizado para llevarla a cabo es en inglés).....	98
15.6 Anexo 6 Guión de las entrevistas a estudiantes finlandesas en inglés	101
15.7 Anexo 7 Resumen entrevistas a estudiantes finlandesas.....	102
15.8 Anexo 8 Explicación del todo el proceso para comprobar la validez del modelo, tablas del resultado de SPSS para la muestra española, gráfico y sintaxis para Finlandia.	107
15.9 Anexo 9 Comparativa de los resultados	115

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Indicadores económico-financieros de las diferentes entidades españolas en el año 2018.....</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 2: Comparativa entre las entidades españolas con los productos ofrecidos de manera online.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 3: Ficha técnica</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 4: Ficha técnica</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 5: Porcentaje de las frecuencias de la encuesta realizada a estudiantes españoles</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 6: Porcentajes de las frecuencias de las variables del estudio en España</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 7: Porcentajes de las frecuencias de las variables acerca de la importancia de las prestaciones del sector bancario en España.</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 8: Porcentajes de las frecuencias de las variables acerca de los productos que ofrece la banca online</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 9: Porcentaje de las frecuencias de las variables de la encuesta a estudiantes españoles</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 10: Indicadores económico-financieros de las entidades finlandesas en el año 2018</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 11: Comparativa entre las entidades financieras y los servicios que ofrecen a través de la App y página web</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 12: Ficha técnica.</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 13: Ficha técnica</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 14: Porcentaje de las frecuencias de las variables socio demográficas de los estudiantes finlandeses.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 15 : Porcentaje de las frecuencias de las variables de la encuesta a estudiantes finlandeses.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 16: Porcentaje de las frecuencias de las variables en cuanto a las prestaciones del sistema financiero en Finlandia.</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 17: Porcentaje de las frecuencias en cuanto a la contratación de los productos/servicios de manera online.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 18: Porcentaje de las frecuencias de las variables acerca de los beneficios y otras utilidades de la banca online</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 191: Importancia que se otorga a cada producto/servicio.....</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 20: Importancia que se otorga a cada beneficio</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 21: Variables en la ecuación</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 22: Tabla de clasificación^{a,b} en el paso 0</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 23 Prueba ómnibus de coeficientes de modelo</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 24 Resumen del modelo</i>	<i>93</i>
<i>Tabla 25: Prueba de Hosmer y Lemeshow</i>	<i>93</i>
<i>Tabla 26: Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow.....</i>	<i>93</i>
<i>Tabla 27 Tabla de clasificación^a</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 28 Lista por casos^b</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 29 Historial de iteraciones^{a,b,c,d,e}</i>	<i>95</i>

<i>Tabla 30: Tabla de frecuencias de las variables del estudio</i>	96
<i>Tabla 31: Tabla de frecuencias de las variables del estudio</i>	97
<i>Tabla 32: Importancia que se otorga a cada producto/servicio</i>	99
<i>Tabla 33: Importancia que se otorga a cada producto/servicio</i>	100
<i>Tabla 34: Variables de la ecuación en el paso 0</i>	108
<i>Tabla 35: Tabla de clasificación^{a,b}</i>	108
<i>Tabla 36; Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo</i>	109
<i>Tabla 37: Resumen del modelo</i>	110
<i>Tabla 38: Prueba de Hosmer y Lemeshow</i>	110
<i>Tabla 39: Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow</i>	110
<i>Tabla 40: Tabla de clasificación^a</i>	111
<i>Tabla 41: Lista por casos^b</i>	111
<i>Tabla 42: Historial de iteraciones^{a,b,c,d,e}</i>	112
<i>Tabla 43: Tabla de frecuencias para las variables objeto de estudio</i>	113
<i>Tabla 44 Tabla de frecuencias para las variables objeto de estudio</i>	114

ÍNDICE DE IMÁGENES

<i>Imagen 1 Fuentes de Información primarias y secundarias utilizadas</i>	6
<i>Imagen 2: Logotipo Banco Santander</i>	11
<i>Imagen 4 Logotipo Banco Popular antes de la absorción</i>	11
<i>Imagen 3 Logotipo Banco Popular después de la absorción.</i>	11
<i>Imagen 5: Logotipo Banesto</i>	12
<i>Imagen 6: Logotipo BBVA</i>	12
<i>Imagen 7: Logotipo uno-e después de la absorción</i>	13
<i>Imagen 8: Logotipo Bankinter</i>	14
<i>Imagen 9: Logotipo Evo Banco</i>	15
<i>Imagen 10: Logotipo ING</i>	16
<i>Imagen 11: Logotipo Unicaja Banco</i>	17
<i>Imagen 12: Logotipo CaixaBank</i>	17
<i>Imagen 13: Logotipo Bankia</i>	18
<i>Imagen 14: Entrevista en profundidad con estudiante universitario español</i>	29
<i>Imagen 15: Logotipo del Banco Nordea</i>	38
<i>Imagen 16: Logotipo de Kredyt Bank</i>	39
<i>Imagen 17: Logotipo de Danske Bank</i>	41
<i>Imagen 18: Logotipo de OP-Pohjola</i>	42
<i>Imagen 19: Aplicación bancaria banco Nordea</i>	47
<i>Imagen 20: Oficina bancaria de Nordea</i>	50
<i>Imagen 21: Oficina bancaria antigua de Nordea</i>	51
<i>Imagen 22: Cajero automático Otto</i>	52
<i>Imagen 23: Entrevista personal con estudiante finlandesa</i>	53
<i>Imagen 24: Entrevista personal con estudiante finlandesa</i>	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1: Cambios en los métodos de pago en Finlandia.</i>	10
<i>Gráfico 2: Entidades españolas y las principales absorciones*.</i>	16
<i>Gráfico 3: Entidades españolas y las principales absorciones.*</i>	19
<i>Gráfico 4: Pirámide de población española</i>	21
<i>Gráfico 5: Evolución del número de oficinas en España.</i>	25
<i>Gráfico 6: Evolución del número de cajeros automáticos en España</i>	27
<i>Gráfico 7: Entidades Finlandesas y principales fusiones o uniones.*</i>	44
<i>Gráfico 8: Evolución de las oficinas en Finlandia desde los años 80 hasta 2017.</i>	50
<i>Gráfico 9: Número de pagos realizados electrónicamente en Internet en Finlandia desde 2014 hasta 2018.</i>	51
<i>Gráfico 10: Probabilidad de los grupos observados y esperados</i>	95
<i>Gráfico 11: Probabilidades observadas y esperadas</i>	112

1. RESUMEN

El objetivo de este proyecto es la comparativa del uso de la banca online entre los estudiantes de España y Finlandia. Este trabajo se divide en dos partes principalmente: la descripción del sector bancario en ambos países y el análisis de los datos obtenidos.

En la primera parte del trabajo se ha llevado a cabo una contextualización del sector bancario, así como el desarrollo de la banca tradicional a la banca online. Además se ha explicado cada una de las entidades más importantes para cada país, así como los datos más relevantes y actualizados de cada una de ellas en ambos países objetos de estudio.

La segunda parte está relacionada con el análisis de los datos obtenidos a partir de las fuentes primarias (entrevistas y encuestas) y el análisis de los mismos para poder realizar la comparativa objeto de este trabajo. Por último se realizan unas conclusiones con todos los resultados e información obtenidos en este trabajo.

Palabras clave: Sector bancario, banca tradicional, banca online, entidades financieras, estudiantes universitarios, España, Finlandia, APPs financieras, marketing financiero, investigación de mercados financieros y consumidor online.

ABSTRACT

The aim of this thesis is to compare the uses of online banking by university students between Spain and Finland. This project is divided into two main parts: the description of banking sector and the analysis of the data base obtained.

In the first part of the project, the contextualization of the banking sector was carried out, as well as the history and development of traditional banking to online banking. In addition, all of the most important bank entities for each country has been explained, also the most relevant and up-to-date data of each entity in both countries.

The second part is related to the analysis of the data obtained from the primary sources (interviews and questionnaire) and the analysis of them in order to obtain the comparative for the project. Finally, some conclusions are made with all the results and information I got in this thesis.

Keywords: Banking sector, traditional banking, online banking, financial entities, university students, Spain, Finland, financial APPs, financial marketing, financial markets research and online customer.

2. INTRODUCCIÓN

El principal objetivo que persigue este Trabajo de Final de Grado, es la comparativa del uso de la banca online entre los estudiantes universitarios en dos países europeos que son España y Finlandia. Para el desarrollo del mismo, se llevará a cabo un estudio de investigación de mercados. Uno de los objetivos más importantes para mí de manera personal con la realización de este trabajo es la autorrealización que ha supuesto el desarrollo y la obtención de información que he llevado a cabo, ya que puedo poner en práctica todo lo aprendido durante estos cuatro años tanto en España como en Finlandia, así como el realizar este trabajo sobre un tema que me llama mucho la atención como es el sector bancario, concretamente, la banca online.

De forma análoga, se podrá ver de manera real este estudio ya que en el momento de la elaboración del mismo me encuentro en Finlandia, y como la investigación de mercados nos ayuda a comprender el comportamiento de las personas en dos países que, aparentemente, son diferentes en lo que al ámbito tecnológico se refiere.

El objetivo académico de este Trabajo poder mostrar las diferencias o semejanzas en cuanto al tema de banca online se refiere entre dos países de la Unión Europea (España y Finlandia) acerca de un nuevo sector que está en auge a nivel global, que es el uso de la banca online, y contrastar en ambos países como los consumidores a los que se les denomina “nuevos usuarios” hacen uso de ello. Además con este trabajo, lo que se pretende es comparar todas las diferencias que hay entre ambos países objeto de estudio, por lo que no sólo son a nivel tecnológico, sino que también son a nivel cultural, ya que son dos países con dos culturas totalmente distintas y que puede resultar de agrado al lector.

El objetivo final de este Trabajo es que al lector le resulte interesante esta comparativa y que extraiga sus propias conclusiones sobre si existen tantas diferencias a nivel del uso de las nuevas tecnologías entre España y Finlandia.

3. OBJETIVOS

El principal objetivo que persigue este Trabajo de Final de Grado, es la comparativa del uso de la banca online entre los estudiantes universitarios en dos países europeos que son España y Finlandia. Para el desarrollo del mismo, se llevará a cabo un estudio de investigación de mercados.

Para poder cumplir el objetivo genérico antes propuesto, se tendrán que cumplir unos objetivos específicos, los cuáles son los siguientes:

- Determinar cuáles son los productos o servicios financieros online que los estudiantes utilizan.
- Determinar porque los estudiantes hacen uso de la banca online en sustitución de la banca tradicional.
- Las ventajas que la banca online les ofrece frente a la banca tradicional.
- Analizar las diferencias en cuanto al comportamiento de ambos estudiantes en relación al uso de la banca online.
- Analizar la diferencia cultural en cuanto al sector financiero se refiere entre dos países de la Unión Europea.
- Determinar si los estudiantes utilizan APPs bancarias para llevar a cabo sus gestiones y transacciones.

4. METODOLOGÍA

Para la realización de este TFG, se parte del objetivo de saber el uso de la banca online que los estudiantes universitarios dan de la misma en España y Finlandia. Con el fin de obtener un proyecto innovador y que me permitiese iniciarme en el ámbito de la investigación de mercados decidí obtener las siguientes fuentes de información primaria y utilizar las siguientes fuentes de información secundaria.

En referencia a la parte teórica del trabajo, se han utilizado las fuentes primarias y secundarias que se van a describir a continuación:

En cuanto a las fuentes de extracción de información secundarias, se han utilizado todas las páginas webs de las diferentes entidades para poder entender, por un lado la historia de cada una ellas y por otro lado, los diferentes resultados del cierre de ejercicio de cada una de ellas para poder contar con la información más actualizada posible.

En referencia a las demás fuentes secundarias, son sobre todo, periódicos e informes como por ejemplo “El economista” ó “20minutos”, en los que se podía contrastar información sobre cada una de las entidades estudiadas para poder comprender mejor la contextualización de cada una de ellas así como obtener nueva información o datos no reflejados en los informes anuales para cada una de las entidades tanto de España como de Finlandia de los que se consultaron todos los datos económico-financieros.

También se han consultado fuentes estadísticas como Eurostat para consultar, por ejemplo datos demográficos o cifras concretas de los capítulos de descripción de las oficinas y cajeros automáticos.

Las técnicas de obtención de la información primaria han sido llevadas a cabo por la alumna de manera personal, utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas aprendidas a lo largo de estos cuatro años de grado. Primeramente, se han realizado cuatro entrevistas en profundidad (2 a estudiantes españoles y 2 a estudiantes finlandeses) de entre el total de la población objeto de estudio. En relación con las que se han realizado a las estudiantes de Finlandia, el idioma utilizado es el que hay en común entre la entrevistadora y las entrevistadas el cual era el inglés, por lo que el desarrollo y preparación de la misma también ha sido en el mismo idioma.

En cuanto a las entrevistas en profundidad en español, se desarrollaron en Finlandia también pero a tres estudiantes españoles que residían allí, para que todos tuviesen el mismo entorno económico y social en el momento de la entrevista. Una de las entrevistas a los estudiantes universitarios españoles se realizó con dos personas a la vez, para comprobar, a su vez, el comportamiento de dos estudiantes ante el mismo tema de la entrevista que era el del uso de la banca online.

Con respecto a la técnica cuantitativa realizada, se ha optado por dos encuestas, realizadas posteriormente a las entrevistas, por lo que ha sido la última fuente de información utilizada, en la que se diseñó el cuestionario en la plataforma online Encuestafácil. Se realizaron dos encuestas, una para cada público objetivo, que eran los estudiantes universitarios de ambos países. La plataforma por la cual se han difundido las encuestas han sido las redes sociales, pero sobretodo, en el caso de España WhatsApp y en el caso de Finlandia Facebook. Hay que añadir, que al igual que las entrevistas, la encuesta en el país escandinavo, el idioma utilizado para la realización de la misma era el inglés ya que es el idioma común de ambos países.

Para la parte práctica, además de utilizar las fuentes de información primaria con la extracción que se ha mencionado, también se ha utilizado el programa SPSS para realizar el análisis estadístico y la recodificación de la base de datos obtenida gracias a las respuestas, que ha permitido sacar las conclusiones que se presentan en este proyecto.

Imagen 1 Fuentes de Información primarias y secundarias utilizadas

FUENTES DE INFORMACIÓN UTILIZADAS



Blogs especializados financieros y páginas web de las entidades financieras españolas y finlandesas, así como plataformas de bases de datos estadísticas como Eurostat.



Informes anuales de las entidades financieras españolas y finlandesas como Santander, Nordea, BBVA ó Danske Bank.



Prensa y artículos financieros como el economista, 20minutos además de bases de artículos como ProQuest.



Entrevistas en profundidad, dos a estudiantes finlandesas y dos a estudiantes españoles



Encuestas realizadas a 81 estudiantes españoles y a 86 estudiantes finlandeses

Fuente: Elaboración propia

CUERPO DEL TRABAJO

5. ¿QUÉ ES LA BANCA ONLINE?

Tras los problemas que ha sufrido el sector bancario en los últimos años, actualmente es uno de los sectores que más apuestan por la innovación tecnológica, y esto se puede ver claramente en la cantidad de bancos tradicionales que están invirtiendo en las TIC y por tanto, haciéndose un hueco en este nuevo mercado de la banca online. Muchos son los ejemplos de esto, como BBVA, Banco Santander entre otros que estudiaremos posteriormente.(Pedrero, 2006)

Previamente, se va a definir qué se entiende por banca online o banca electrónica para poder desarrollar y comprender el resto del Trabajo así como poder lograr los objetivos propuestos anteriormente. Se entiende por banca online o banca electrónica aquella *que presta servicios financieros al cliente mediante equipos informáticos de manera que estos pueden realizar sus transacciones bancarias en tiempo real*. A este concepto de banca electrónica o banca online también se le atribuyen otros nombres como son e-banking o banca virtual. Para algunos autores, no basta con los términos anteriormente expuestos, sino que van más allá e incluyen en este tipo de banca también las transacciones de la banca móvil o basada en la televisión interactiva.(El Economista.es, n.d.)

En relación con el concepto de banca online antes explicado, hay que tener en cuenta las ventajas que esta nueva banca propone a los consumidores. La principal ventaja que propone esta banca es la relación con el cliente, ya que ésta es totalmente digital y a distancia, por lo que todas las transacciones quedan registradas de manera transparente tanto para el consumidor como para la entidad financiera. Además este tipo de relación digital permite ahorrar tiempo tanto para la banca como para los clientes.(BBVA, 2017)

Otra de las ventajas que esta nueva banca propone es la sencillez que tiene, ya que cualquier cliente del banco puede utilizar la banca online para gestionar sus cuentas o realizar operaciones bancarias. En relación con esta sencillez que presenta, hay que añadir que los clientes de banca online tienen a su gestor 24 horas al día, por lo que si surge cualquier imprevisto, pueden consultarlo sin la necesidad de perder el tiempo en desplazamientos a la oficina a consultarlo con éste.

Una ventaja que es muy importante para los clientes es el servicio de atención telefónica que la banca online suele prestar, y que hasta la fecha está bien atendida, por lo que las ofertas de banca online son más económicas y más atractivas para los clientes, ya que no tienen los costes operativos que una transacción corriente (por ejemplo abrir una cuenta o la solicitud de una tarjeta) puede presentar al realizarla en la oficina física. (Clementi, 2012)

Como todo sector en auge, la banca online también tiene algunas desventajas como la desconfianza, que es algo presencial en muchas de las nuevas entidades que están entrando en este sector, al haber sido uno de los sectores más afectados por la crisis, los clientes nunca confiarán al cien por cien como lo hacían previamente. Otra desventaja es la gestión a nivel empresarial, ya que no se pueden realizar algunas gestiones burocráticas como el ingreso a cuentas de ayuntamientos, gobiernos regionales etcétera. (Busconómico, 2016)

Una de las desventajas más importantes es el alcance de internet, ya que hay muchas zonas rurales donde no hay acceso a internet por lo que puede resultar complicado el penetrar en este tipo de sociedades. Otra de las desventajas que presenta mayor interés para el cliente es la inseguridad que presenta la banca online, ya que los delitos de ciberdelincuencia están cada vez más en activo, por lo que los clientes presentan rechazo a la hora de incluir datos personales o confidenciales en internet. (BBVA, 2017; economiasimple, 2016; Freire, 2016; Gamero Martí, 2017)

5.1 TRANSFORMACIÓN DE LA BANCA TRADICIONAL A LA BANCA ONLINE

Para poder explicar esa transformación de la banca tradicional a la nueva banca online, definiremos previamente que es la banca tradicional para poder contextualizar ésta y entender posteriormente esa transformación.

Según varios autores, podemos definir como banca tradicional aquella que de manera presencial, almacena valor, es una fuente de finanzas, oferta préstamos, hipotecas, seguros, fondos de inversión y facilita las transacciones a los clientes, es decir, es una institución de confianza. (B General, n.d.; Javier & Dopico, 2013; Martín Vicente, 2017; Pwc, 2011)

Una vez explicado el concepto de banca tradicional, se va a estudiar la transformación que el sector bancario ha sufrido tanto en España como en Finlandia. En España, la banca tradicional, desde finales del siglo pasado hasta nuestros días ha sufrido cambios muy relevantes, ya que se está transformando en un sector no presencial. Estos cambios se deben a que las nuevas estrategias de una economía que está en constante cambio tecnológico han impulsado a que sectores como la banca, tengan que reestructurar sus modelos de negocio hacia uno más tecnológico e innovador como es la banca online.

Las décadas ochenta y noventa han representado un papel muy importante en cuanto a cambios estratégicos de la banca española y europea. Estos cambios se deben a que España se tuvo que adaptar a los nuevos marcos socioeconómicos y regulatorios de la Unión Europea, con lo cuál los factores competitivos de este período cambiaron considerablemente.(Campos, Salmador, & Morcillo, 2017)

Además el fenómeno de las FinTech, las cuáles podemos definir como empresas (startups) que prestan servicios financieros a través de la última tecnología para poder aumentar la comodidad y mejorar la experiencia del consumidor a través de una mayor rapidez e inmediatez en cuanto al acceso de información se refiere, y todo ello dentro de un medio,(Antón, n.d.; BBVA, 2015; López, 2016) causante de dos factores esenciales del cambio de la banca tradicional, ya que en primer lugar éstas tienen que adaptar sus procesos operativos y canales de comercialización hacia unos más involucrados en las TIC, y en segundo lugar el factor sociocultural, ya que surge una nueva sociedad más joven y con menor dependencia presencial que la anterior y ya consolidada por el sector bancario.

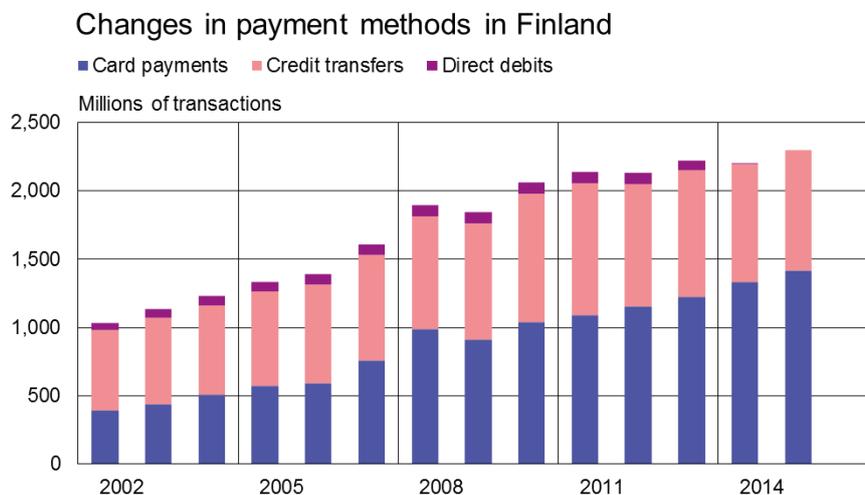
En cambio, en Finlandia, la evolución de la banca ha tenido mayor auge que en el resto de Europa, por lo que los bancos fineses han tenido una temprana adaptación tecnológica. A raíz de este desarrollo que se remonta al siglo XIX, cuando se creó la primera empresa de telecomunicaciones, la cual desarrolló una de las más sofisticadas redes de todo el este de Europa.

En relación con este entorno proactivo al cambio tecnológico, la sociedad no se quedó atrás, ya que está educada para adquirir todos los cambios tecnológicos como algo positivo. En definitiva, el factor de que la sociedad finlandesa tenga la red como algo cotidiano en sus vidas lo hace más sencillo a la hora de desarrollar productos financieros de manera online.

Al final del año 2002 más del 73% de los habitantes finlandeses tenían conexión a internet, lo que permitió que durante ese período se realizasen más de 2,8 millones de acuerdos sobre banca electrónica. Otro dato muy significativo es que durante este período el 67% de las facturas fueron pagadas vía online, mientras que tan solo el 5% fueron pagadas de manera física.(Suoranta, 2003)

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, en Finlandia el concepto de banca tradicional que se expuso al principio del capítulo ha desaparecido completamente, ya que casi todas las transacciones se realizan de manera no presencial.

Gráfico 1: Cambios en los métodos de pago en Finlandia.



Fuente:(Bank of Finland, 2017)

6. ENTIDADES FINANCIERAS EN ESPAÑA

Una vez estudiada la diferencia entre la banca tradicional y la banca objeto de estudio que es la banca online, vamos a ver el caso de las entidades en España, es decir, de forma detallada cómo las entidades tradicionales se han transformado en lo que conocemos ahora.

Para ello, se han elegido las cuatro entidades más grandes que operan ahora mismo en España, tanto de banca tradicional como de banca online, y también se estudiará la más relevante en cuanto a banca online en su totalidad. Las entidades sobre las que se va a realizar este capítulo son: Banco Santander, SA, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), ING y Bankinter. Además y debido a los resultados que la encuesta ha

proporcionado, se estudiarán las tres entidades más representativas de la misma que son: La Caixa, Unicaja y Bankia; que a priori no se habían considerado.

Banco Santander: Es el banco más grande e importante de España. Cuenta con 150 años de historia, la cuál que nos muestra como este banco fue creciendo poco a poco a través de la absorción de otras entidades competidoras y más pequeñas que ella. Es conocido como “la mejor del mundo”, tiene otorgado este galardón ya que es uno de los primeros bancos en España que ha desarrollado productos financieros novedosos y tecnológicos. Su actual presidenta es Ana Patricia Botín-Sanz. (Agencias. elmundodinero, 2001; Banco Santander, 2013a; Nvindi, 2012)

Imagen 2: Logotipo Banco Santander



Fuente: (Miami marathon, n.d.)

En el año 2018 el cierre del ejercicio mostraba como la entidad habría ingresado 48,42 miles de millones de euros correspondientes al margen bruto, dando lugar a 7,8 miles de millones de beneficio atribuido. La capitalización bursátil también del pasado año fue de 88.000 millones de euros. Otros indicadores económico-financieros que el cierre del ejercicio nos muestra y que como se pueden apreciar en la Tabla 1 son: El Santander obtuvo 790,899 miles de millones de euros en depósitos de clientes y el capital social del que dispone es de 8,118 miles de millones de euros. Además el Banco Santander cuenta con 202.713 empleados, así como 13.217 oficinas y con un volumen total de clientes de 144 millones, siendo el banco con más clientes de España. (Agreda Moreno, 2017)

Las principales absorciones que el Banco Santander ha realizado durante los últimos años son las siguientes:

En el año 2017 absorbió al sexto banco español, el Banco Popular, ya que este presentaba una situación de liquidez financiera en riesgo. Cinco años antes, el Banco Popular adquiría al Banco Pastor, por lo que el banco Santander, intrínsecamente habría adquirido también al banco Pastor gracias a esta absorción. El banco Santander adquirió la entidad por la simbólica cifra de un euro, ya que tendría que realizar una ampliación de capital de 7.000 millones de euros para poder resolver la situación de baja liquidez que presentaba por entonces la entidad.

Imagen 3 Logotipo Banco Popular antes de la absorción

Fuente: (Alto Directivo, 2016)

Imagen 4 Logotipo Banco Popular después de la absorción.

Fuente: (Alto Directivo, 2016)

En el año 2013, el banco Santander absorbió las entidades Banesto y Banif, filiales de la misma. La primera de ellas fue absorbida ya que debido a la crisis y a la eliminación de las oficinas, Santander decidió incorporarla debido a la política de reestructuración que estaban llevando a cabo a causa de la crisis y por la creación de entidades de gran tamaño a nivel nacional.

En ese contexto de absorción, la integración de Banesto permitió en primer lugar, la eficiencia del Grupo en su conjunto gracias a las sinergias de costes y de ingresos que dieron como resultado 520 millones de euros. En segundo lugar, Santander reforzó su posición como Grupo Santander a nivel nacional gracias al incremento de su cuota de mercado bajo un solo nombre. (Banco Santander, 2013b; De Barrón & Fernández, 2012; Díaz Güell, 2013; Marco, 2012)

Imagen 5: Logotipo Banesto



Fuente: (Comparativa de bancos, 2019)

La entidad Banif fue absorbida debido a la política de reestructuración que el banco Santander estaba llevando a cabo durante la crisis con el objetivo de crear una entidad de mayor tamaño. Esta integración proporcionó al banco Santander el modelo de banca privada que Banif tenía y que en su momento era diferenciado de manera positiva de sus competidores. (Banco Santander & Banco Banif, 2013)

Banco BBVA: Es otro de los bancos más importantes y antiguos de España junto con el Banco Santander. El BBVA al igual que el Banco Santander, tiene más de 160 años de historia, siendo uno de los bancos más importantes durante los siglos: XIX, XX y XXI. Su actual presidente es Carlos Torres Vila. (BBVA & Torres Vila, 2018; De Azumendi, 2016)

Imagen 6: Logotipo BBVA



Fuente: (El mundo, 2019)

El ejercicio del último año (2018) mostraba que los resultados de BBVA han sido mejores que el año anterior, cerrándolo con unos beneficios atribuidos de 5,324 miles de millones de euros. Otros indicadores económico-financieros que son de interés respecto al cierre del ejercicio del pasado año de la entidad son: El número de depósitos de clientes con los que BBVA contaba son 375,970 miles de millones de euros y contaba con un capital social de 3,267 miles de millones de euros. Además el banco BBVA cuenta con una red de oficinas de 7.963, así como una plantilla de 125.627 empleados y una cartera de clientes de 74,5 millones. (Consolidadas & Gesti, 2018)

.Además el banco ha reiterado su Pacto Mundial de las Naciones Unidas, añadiendo al mismo un compromiso 2025 que consiste en un compromiso con las finanzas sostenibles.

Una de las características y ventajas más destacables de esta gran entidad es la creciente y rápida digitalización que tiene, ya que en el 2018 el 41% de las unidades vendidas por el Grupo BBVA se realizaron a través de canales digitales. A este dato hay que añadirle el umbral de clientes digitales con el que cuenta, que es más del 50% de su cuota total. Otro galardón del que es agraciada la entidad es la de mejor aplicación de banca móvil del mundo, galardón que ha sido reconocido por la consultora Forrester Research. También ha sido galardonado como mejor banco digital en España según los Digital Banking Awards de la revista World Finance.(BBVA & Torres Vila, 2018)

Las principales absorciones que la entidad ha realizado en los últimos años son las siguientes:

En el año 2016, el banco BBVA se fusiona por absorción con la entidad Uno-e, filial de la misma que operaba 100% de manera online. Esta entidad creada en el año 2000 y pionera en el sector de la banca online, fue absorbida por BBVA debido a la mala gestión de los recursos digitales de los que disponía; ya que la nueva competencia de los bancos tradicionales en el sector digital debilitó las de Uno-e. (EFE, 2016; Sotelo, 2016)

Imagen 7: Logotipo uno-e después de la absorción



Fuente: (economíadehoy.es, 2016)

Otra de las grandes y más importantes absorciones que BBVA ha realizado en los últimos años fue la de la entidad Catalunya Banc. La fusión por absorción fue comunicada el 1 de Septiembre del año 2016 al Ministerio de Economía y al CNMV como hecho relevante. La fusión se consolidó el 9 de Septiembre de 2016. La entidad absorbida era el resultado de una fusión anterior de algunas de las entidades catalanas debido a la reestructuración de las cajas de ahorro a causa de la crisis que en ese momento el país sufría. La entidad Catalunya Banc fue absorbida, entre otros motivos, por la cantidad de activos tóxicos que tenía en su último balance, por lo que la situación

se vio insostenible y tuvo que ser fusionada con BBVA como una de las mejores soluciones al problema que en aquel entonces, la entidad sufría. Una de las consecuencias más relevantes de esta fusión fue el cierre del mapa financiero de Cataluña, ya que con ella se enterró el sistema catalán de cajas de ahorro. (Botías Jiménez, 2016; Catalunya Banc & BBVA, 2016)

Por último, otra de las fusiones por absorción de BBVA tuvo lugar en el 2013 con la entidad Unnim Banc. Esta entidad fue adquirida por BBVA por el simbólico precio de un euro, ya que fue adquirida mediante subasta, y como en el caso del Santander con Banco Popular, la entidad tenía que hacer frente a la deuda heredada por la entidad. La entidad se vio en la situación de subasta debido a su patrimonio y activos, los cuáles ya no estaban la mejor situación y más favorable para la empresa. Esta absorción permitió a la entidad aprovechar de una manera más eficiente las ventajas y capacidades del Grupo BBVA. Además esta fusión permitió un mejor posicionamiento a BBVA dentro del panorama financiero catalán. (Barroso, 2012; BBVA & UNNIM BANC, 2012)

Bankinter: Es un banco muy relevante en el sector financiero español. Nacida en 1965 como asociación de dos bancos: Banco Santander y Bank

Imagen 8: Logotipo Bankinter



Fuente: (Bankinter, 2019b)

of América bajo el nombre de Banco Internacional Español el cual derivaría más tarde a lo que conocemos actualmente como Bankinter. Esta entidad se rige por los siguientes principios: agilidad, entusiasmo, integridad y originalidad. El beneficio atribuido en el último año fue de 0,5264 miles de millones de euros. Además y como se muestra en la Tabla 1 resumen, otros indicadores económico-financieros de interés sobre el pasado ejercicio de la entidad son: Cuenta con 48,468 miles de millones referidos a los depósitos realizados por los clientes y cerró el ejercicio con un capital de 0,270 miles de millones de euros Además, Bankinter cuenta con una red de oficinas de 444 así como el número de empleados que es de 7.961 y finalmente el número de clientes que tiene que es de 70,688 millones. Su actual presidenta es María Dolores Dancausa. (Bankinter, 2015, 2019c; Evo, 2018)(Bankinter, 2018)

La entidad, durante el paso de los años ha ido buscando su hueco en el sector bancario español gracias a una de sus ventajas que es la innovación. Gracias a esta innovación, Bankinter lanzó en el año 1987 la primera cuenta de alta remuneración, en 1992 creó el área de Banca Telefónica naciendo así la banca a distancia en España.

Bankinter además es pionera en operar a través de internet, en facilitar la inversión bursátil a través del móvil así como la primera entidad en promover un sistema de pago con el uso del teléfono móvil.

La principal absorción que Bankinter ha realizado durante los últimos años es la siguiente:

En el año 2018 Bankinter absorbe la entidad EVO Banco por 199,4 millones de euros. Además de absorber EVO Banco también absorbe su filial de financiación al consumo en Irlanda, denominada Avantcard, pero dentro de esta absorción excluyeron la compra de EVO Finance, la financiera del Grupo EVO Banco en España. (Evo, 2018; Raffin, 2018)

El principal beneficio que Bankinter obtuvo con la absorción de la entidad fue la cartera de clientes que tenía EVO Banco, ya que la mayoría de ellos se relacionaban con la entidad por canales digitales. Otra finalidad con la que se realizó esta absorción fue la de potenciar la apuesta en el negocio digital que la entidad presentaba. (Cinco Días, 2018; Selectra, 2018)

Imagen 9: Logotipo Evo Banco



Fuente: (cibersuite, 2019)

ING Direct: Es uno de los bancos más importantes de banca electrónica en España. Con 20 años de historia en España, esta entidad pertenece al grupo financiero holandés ING Group. ING Direct hace referencia a la marca de banca privada que el grupo tiene en España. Su actual presidente a nivel grupo es Ralph Hames; a nivel España su presidente es César González-Bueno. El beneficio atribuido en el año 2018 fue de 4,607 miles de millones de euros a nivel grupo, y de los cuáles, 0,195 miles de millones de euros son aportados nivel Español. Otros indicadores económico-financieros que se han considerado para este capítulo sobre la entidad son: ING cerró el ejercicio del 2018 con 380,294 miles de millones de euros referentes a los depósitos realizados por los clientes y un capital de 17,088 miles de millones de euros. Además, la entidad cuenta con una red de 29 oficinas, siendo así la entidad con menor volumen de España. ING tiene una plantilla de empleados de 1300 y una cartera de clientes de 3,9 millones.

ING Direct es una entidad famosa en España por su especialización en el modelo de banca directa o banca privada, ya que opera generalmente de manera digital. ING fue el primer banco en nuestro país en operar de manera digital por lo que a lo largo de estos 20 años de historia ha tenido que ir adaptándose a los cambios y reestructuraciones del sistema bancario español. ING ha sido agraciada con el certificado Top Employer desde el año 2012 de forma ininterrumpida, por lo que es considerada como una de las mejores empresas para trabajar en el sector financiero, contando con 1.300 empleados como se ha mencionado anteriormente. (ING, 2017)

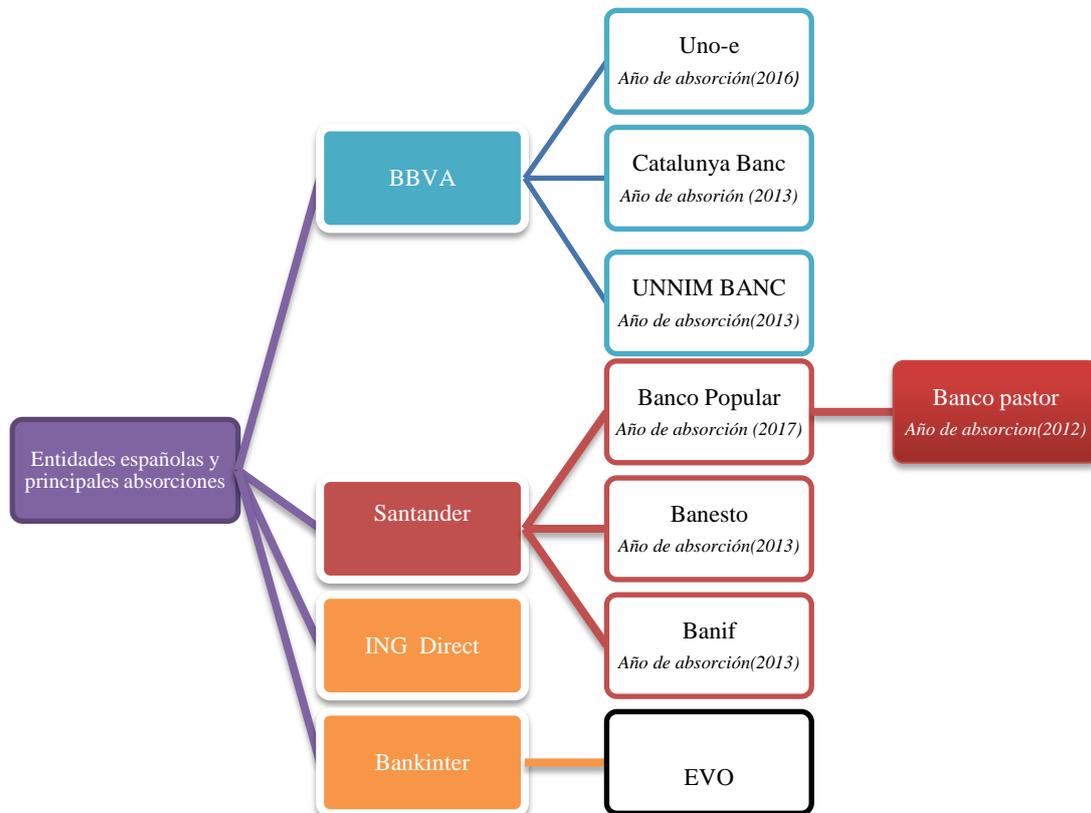
A nivel español, y como se ha estudiado en las demás entidades anteriores, para ING Direct, no consta ninguna absorción relevante u objeto de estudio para el capítulo.

Imagen 10: Logotipo ING



Fuente: (Temenos, 2019)

Gráfico 2: Entidades españolas y las principales absorciones*



Fuente: Elaboración propia

*Los colores del gráfico hacen referencia al color corporativo de cada una de las entidades

A continuación y debido a los resultados obtenidos por la encuesta realizada a los estudiantes universitarios españoles, ya que a priori no se habían considerado las siguientes entidades, se va a realizar el estudio de las tres entidades más mencionadas en la encuesta, que son: Unicaja, La Caixa y Bankia.

Unicaja: Entidad financiera española con 135 años de historia. Con sede en Málaga, es la entidad líder en Andalucía y Castilla y León, siendo así el octavo banco de España. Su presidente actual es Manuel Azuaga Moreno.

Imagen 11: Logotipo Unicaja Banco



Fuente: (a.f. diseño y comunicación, 2019)

Y como se ha estudiado en los demás casos anteriores, el beneficio atribuido en el último año fue de 1,526 miles de millones de euros. Otros datos económico-financieros de interés de la entidad que aparecen reflejados en la Tabla 1 son los siguientes: El volumen de depósitos de clientes que ascienden a 43,462 miles de millones de euros y el capital con el que la entidad cerró el ejercicio que asciende a 1,610 miles de millones de euros. Además la entidad en el año 2018 cuenta con una red de oficinas de 1.154, una plantilla de 6.337 y un número de clientes de 3 millones. Unicaja Banco es una entidad que consta de unos ratios de morosidad y rentabilidad por encima de la media del sector financiero español. (Rivera, 2017; Unicaja Banco, n.d.) y (UNICAJA BANCO, 2018)

A lo largo de todos estos años de historia de la entidad, Unicaja Banco que comenzó siendo la unión de dos entidades andaluzas (La Caja de Ahorros y Monte de Piedad en Cádiz), ha ido añadiendo al grupo las entidades de las demás comunidades andaluzas y, finalmente en el año 2011 las entidades castellano-leonesas. En cuanto a la unificación de la entidad Unicaja Banco, finalmente fue creada de manera indefinida en el año 2011, año en el que esta última fusión fue aprobada por la asamblea General de Caja España-Duero. (Agencias. 20minutos.es, 2011)(Ejecutivo, Presidente, 2019)

CaixaBank: Es una de las entidades más importantes del sector financiero español; siendo así el banco líder por excelencia en Catalunya. Esta entidad cuenta con

Imagen 12: Logotipo CaixaBank



Fuente: (PRComunicación, 2018)

113 años de historia. Su actual presidente es Jordi Gual Solé. Al igual que en los casos anteriores, el beneficio atribuido con el que CaixaBank cerró su ejercicio el pasado año fue de 1,605 miles de millones de euros. Otros datos de interés para el capítulo son los económico-financiero sobre la entidad referidos al cierre del ejercicio del año 2018, que son los siguientes: La cifra en cuanto a los depósitos de los clientes es de 210,199 miles

de millones de euros y el capital asciende a 5,981 miles de millones de euros. Además la entidad cuenta con una red de 5.110 oficinas en 2018 así como 37.440 empleados y 15,7 millones de clientes. Un dato muy importante para la entidad es el ratio de morosidad con el que cuenta, ya que es uno de los más bajos comparado con los ratios de los grandes grupos financieros españoles.(Agencia EFE, 2017; CaixaBank, 2019; EFE, 2011) y (Caixabank, 2019)

Uno de sus mayores logros que la entidad ha obtenido a lo largo de su historia es la Fundación la Caixa, que se la denominó así después de la reestructuración del Grupo la Caixa en el 2011, la cual finalizó teniendo CaixaBank destinada al sector financiero y la Fundación la Caixa destinada a las acciones de ámbito social. (La Caixa, n.d.)

En cuanto a la fundación, lo más sonado de la entidad, hay que destacar que cuenta con más de 110 años de historia. Fue creada con la finalidad de estimular el ahorro y la previsión de las familias españolas, así como evitar la exclusión financiera de aquellos pequeños ahorradores.(EFE, 2011)

Las principales absorciones que CaixaBank ha realizado en los últimos años son las siguientes:

En el año 2015 culminó la absorción de la entidad Barclays España. Dos años antes realizó la fusión del Banco de Valencia. Por último tres años antes, CaixaBank se fusionó con la Banca Cívica.(EFE Barcelona, 2012)

Bankia: Es una de las entidades más importantes de España a lo largo de los últimos años. Se originó en Julio del año 2010, como consecuencia de la integración de siete cajas de ahorros de toda España,

entre ellas la famosa Caja Madrid o Caja Ávila. Esta entidad cuenta con dos sedes en España, una en Madrid y otra en Valencia. Su actual presidente es José Sevilla Álvarez. Como se ha estudiado previamente en todas las entidades, el beneficio atribuido de Bankia en el último ejercicio fue de 2,052 miles de millones de euros, siendo así el cuarto mayor grupo bancario de España y quinto por volumen de activos. Otro de los motivos por los que es el cuarto banco más grande de España y como se refleja en la Tabla 1 son los siguientes indicadores económico-financieros con los que la entidad cerró el ejercicio el pasado año: Un capital de 3,084 miles de millones de euros y una

Imagen 13: Logotipo Bankia



Fuente: :(Vector Logo, 2019)

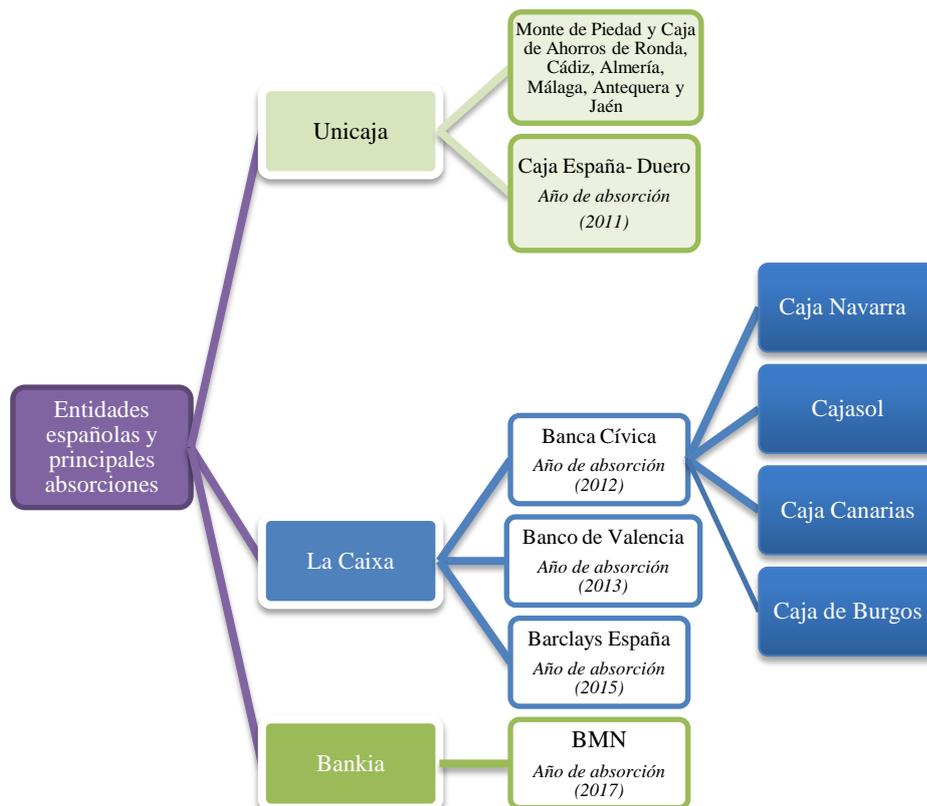
cifra en cuanto a los depósitos realizados por los clientes de 18,360 miles de millones de euros. Además la entidad cuenta con 8,2 millones de clientes, una red de oficinas de 2.298 y una plantilla de 15.924 empleados. (Bankia, n.d.-a) y (Bankia, 2018)

La historia de esta entidad financiera ha sido complicada a lo largo de los últimos años, ya que cuando se culminó, España estaba en época de reestructuración financiera por lo que Bankia puso fin a esta etapa en el año 2017. Un acontecimiento muy sonado en nuestro país y a nivel europeo fue en el año 2012 el rescate que sufrió la entidad ya que estaba en unos niveles negativos preocupantes.

En cuanto a las absorciones que la entidad ha realizado en los últimos años, hay que destacar la siguiente:

En el año 2017 Bankia se fusionó con la entidad BMN.

Gráfico 3: Entidades españolas y las principales absorciones.*



Fuente: Elaboración propia

*Los colores del gráfico hacen referencia al color corporativo de cada una de las entidades

Tabla 1: Indicadores económico-financieros de las diferentes entidades españolas en el año 2018

	Depósitos de clientes	Número de empleados	Número de oficinas	Número de clientes	Capital
Banco Santander	790,899 miles de millones de euros	202.713	13,217	144 millones	8,118 miles de millones de euros
BBVA	375,97 miles de millones de euros	125.627	7,963	74,5 millones	3,267 miles de millones de euros
Bankinter	48,468 miles de millones de euros	7.961	444	70,688 millones	0,270 miles de millones de euros
ING	380,294 miles de millones de euros	1.300	29	3,9 millones	17,088 miles de millones de euros
Bankia	43,462 miles de millones de euros	6.337	1,154	3 millones	1,610 miles de millones de euros
Unicaja Banco	18,360 miles de millones de euros	15.924	2,298	8,2 millones	3,084 miles de millones de euros
CaixaBank	210,199 miles de millones de euros	37.440	5,110	15,7 millones	5,981 miles de millones de euros

Fuente: Elaboración propia

7. INDICADORES DEL CAMBIO DE BANCA TRADICIONAL A BANCA ONLINE

Una vez explicadas y contextualizadas las principales entidades españolas, en este apartado se estudiará quienes son los nuevos usuarios, una de las razones por las cuáles la banca electrónica ha sufrido los cambios estudiados en el primer capítulo de este proyecto. Además en este apartado se tratarán también las aplicaciones bancarias más importantes en España así como la transformación de las oficinas y los cajeros automáticos (ATM por sus siglas en inglés).

7.1 NUEVOS USUARIOS

Primeramente se va a definir el concepto de “nuevos usuarios” del sector bancario español, ya que en España, según estudios demográficos, la población está envejecida, concentrada, generalmente en ciudades de gran tamaño y ésta tiene tendencia al ahorro. Dentro de esta atmósfera, nos encontramos con los “nuevos usuarios” del sector de la banca, los cuáles podemos definir como personas jóvenes, que presentan grandes cambios culturales respecto a las generaciones más veteranas en lo que se refiere a la visión acerca de las entidades y del sector bancario, también son susceptibles en cuanto a ciberseguridad, debido a que toda su información financiera está almacenada en los servidores de las entidades y cualquier tipo de ataque malicioso puede poner en peligro dicha información y por consiguiente su seguridad. Los nuevos clientes, consideran muy importante la escucha de su opinión acerca de los productos o servicios que dichas entidades les ofrecen. (Pwc, n.d.)

Gráfico 4: Pirámide de población española



Fuente: (Pwc, n.d.):

Respecto al sector bancario, y junto con los resultados obtenidos gracias a las técnicas cualitativas y cuantitativas que se han llevado a cabo para el desarrollo de este proyecto, los nuevos usuarios presentan una reducción de la contratación de los productos de crédito, optando por la demanda de productos y servicios que les ayudan a gestionar su liquidez de manera eficiente optando en menor medida por productos de ahorro a largo plazo. A raíz de la investigación previa a la realización de los análisis, se puede anticipar que los nuevos clientes prefieren la banca digital frente a la banca tradicional, ya que la mayoría de las operaciones que realizan son mediante algún canal digital (smartphones, ordenadores y tablets). Otra idea que se puede anticipar del análisis previo es el creciente interés por una atención personalizada las 24 horas diarias todos los días de la semana.

Para las entidades bancarias, resulta muy complicada la comercialización y oferta de sus servicios ya que estos nuevos usuarios son más exigentes, tienen mayor cantidad de información y se rigen por la política de “el cliente es el jefe”, ya que éste quiere que su opinión sea relevante en los productos que las entidades les ofrecen. Es esta opinión de los clientes la que conduce las estrategias de las entidades financieras, en parte gracias a las redes sociales, que son el medio por el cuál expresan sus opiniones y sentimientos. Los sentimientos de los clientes, son una de las variables más importantes a la hora de tomar sus decisiones y las entidades financieras están utilizando el medio social para promocionarse, ya que pueden llegar mucho más rápido y de manera más cercana a los consumidores. La gran cantidad de información que tienen los clientes dificulta esta

promoción de las entidades, ya que es más y de mayor calidad, por lo que les resulta muy difícil mantener clientes fieles a la marca o a la entidad.(Pwc, n.d.)

7.2 ADAPTACIÓN AL NUEVO SECTOR BANCARIO

Ante la presencia de los nuevos usuarios, las entidades financieras españolas han desarrollado diferentes estrategias, todas ellas utilizando canales digitales, como pueden ser aplicaciones para los teléfonos móviles o páginas web en las que los clientes pueden interactuar igual que si lo hiciesen de forma física en una oficina.

Después de analizar los principales canales mencionados anteriormente, se va a realizar una descripción de los servicios ofertados en los mismos, así como un cuadro comparativo en el cuál se podrán ver cada una de las entidades objeto de estudio para este proyecto con cada uno de los servicios que ofrece a los clientes en sus aplicaciones o páginas web.

En todas las entidades, como se puede apreciar en el cuadro comparativo, se pueden domiciliar recibos con la App o desde la página web, así como realizar transferencias traspasos con un solo click, tanto a personas que sean clientes de la misma entidad como a personas que sean clientes de otra entidad. Desde todas las aplicaciones y páginas web se pueden consultar entre otros, las tarjetas o incluso contratar nuevas. (BBVA, 2019; Santander, 2019)

Todas las entidades te permiten acceder a aplicaciones externas a través de las propias, como por ejemplo Apple Pay o Android Pay. Además todas las entidades salvo Bankinter ofrecen la oportunidad de encontrar tanto en la página web como en la aplicación móvil, cajeros automáticos para poder realizar las gestiones necesarias que lo requieran. (Bankia, n.d.-b; Unicaja Banco, 2019)

Un servicio que solo ofrecen las entidades Santander y BBVA es la lectura SMS, que consiste en la lectura automática de SMS acerca de gestiones bancarias (por ejemplo cuando se va a realizar una transferencia, una portación a un fondo de inversión, una contratación de un producto etcétera).(BBVA, 2019; Santander, 2019)

Todas las entidades ofrecen en ambos canales la oportunidad de abrir una cuenta con las diferentes características y adaptándose a todo tipo de necesidades que los clientes puedan requerir. Además de la apertura de la cuenta, las entidades ofrecen el servicio de

poder consultar todos los movimientos de la misma, así como realizar cualquier tipo de gestión. (Bankinter, 2019a; CaixaBank, n.d.)

Para comprobar que todas las entidades se están adaptando al nuevo sector bancario, en todas ellas tienes la oportunidad de simular la hipoteca que mejor se adapte a las necesidades del cliente, sin tener que recurrir a ninguna persona para llevarlo a cabo. Otro indicador de esta adaptación es la posibilidad de simular o directamente contratar, dependiendo del importe, un préstamo a través de tu teléfono móvil o la página web.(ING, 2019; Unicaja Banco, 2019)

Además, las entidades ofrecen en ambos canales la oportunidad de contratar fondos de inversión dónde toda esta área de inversión y mercados están totalmente informadas y actualizadas para que los clientes no tengan que esperar a ser atendidos en una oficina física, ofreciendo, incluso fondos de bancos y gestoras de fondos externas.(Bankinter, 2019a; Santander, 2019)

Otro indicio de que las entidades se han adaptado por completo, es que todas ellas cuentan con el área de contratación y consulta de planes de pensiones y seguros. Todas ellas presentan también la oportunidad de domiciliar la nómina para que no tengas que recurrir a la oficina física para llevarlo a cabo.

Además de contar con todos los servicios para particulares como se ha visto anteriormente, las entidades cuentan también con varias áreas, tanto para autónomos como para empresas. Durante el estudio de esta última, se ha podido comprobar, que todas las entidades salvo ING ofrecen servicios para las empresas igualmente detallados como para los particulares, como por ejemplo el contrato de TPV. (ING, 2019; Santander, 2019)

Por último, y como no podría ser menos importante, todas las entidades en la aplicación para el teléfono móvil cuentan con un espacio específico para pagar online o sin necesidad de dinero físico, denominado Wallet, dónde los clientes pueden tener todas sus tarjetas sin necesidad de portarlas de manera física.

Tabla 2: Comparativa entre las entidades españolas con los productos ofrecidos de manera online

	Domiciliación de recibos	Transferencias y traspasos	Tarjetas	Otras Apps	Cajeros Automáticos	Lectura SMS	Abrir Cuenta	Consultar Cuenta	Simulación hipoteca	Préstamo	Fondos de inversión	Planes de pensiones
Banco Santander	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
BBVA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Bankinter	X	X	X	X			X	X	X	X	X	X
ING	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X
Bankia	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X
Unicaja Banco	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X
La Caixa	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia

7.3 OFICINAS Y CAJEROS AUTOMÁTICOS (ATM)

En este apartado se expondrá cómo han evolucionado tanto las oficinas como los cajeros automáticos a lo largo de estos años y las circunstancias han tenido que sufrir hasta dar como resultado lo que conocemos y entendemos en la actualidad por ello.

Primeramente, se definirá que se entiende por oficina de una entidad financiera. Una oficina es aquel espacio de desarrollo para las entidades, lugar de captación de nuevos clientes y principal flujo de negocio así como el lugar de referencia de cualquier entidad.

Las oficinas, fueron el centro de la reestructuración bancaria que comenzó en el año 2008 con el inicio de la crisis y finalizó en el 2017, y como se puede apreciar en el gráfico, en el año 2018 ha continuado su ajuste, pero en menor medida (Martín, 2019). Esta reestructuración y posterior consolidación del sistema financiero español, a través de las distintas fusiones que las entidades han realizado como se ha expuesto previamente, ha supuesto el cierre de un gran número de oficinas bancarias. Concretamente y según un estudio realizado por el Banco de España (Jiménez & Tejero, 2018), desde 2008 el número de oficinas ha disminuido en 17.873.

Gráfico 5: Evolución del número de oficinas en España.



Fuente:(Alconada Gonzalo, 2019)

Pese a sufrir esa baja en el número de oficinas, España en el 2017, seguía siendo uno de los países de la Eurozona con mayor número de oficinas por habitante, debido a la capilaridad del sistema bancario español los años previos a la crisis. Además otro de los motivos por los cuáles se ha reducido el número de oficinas por parte de las entidades bancarias son las distintas fusiones que se han llevado a cabo, por lo que muchas de las cajas de ahorro desaparecieron y junto con ellas las oficinas. Este ajuste de oficinas ha corregido los desequilibrios y ha mejorado la eficiencia de las entidades. Como solución a este problema, algunas entidades han optado por propuestas tecnológicas, para no dejar sin oficinas a algunos municipios españoles, por lo que se han creado las oficinas móviles u “ofibuses” en los cuáles hay agentes financieros que atienden a los clientes periódicamente (Jiménez & Tejero, 2018) y (Alconada Gonzalo, 2019).

Una vez definido y expuesto el concepto y uso de las oficinas de las entidades bancarias, se va a exponer otro de los componentes más conocidos de las entidades financieras y que también sufrió la reestructuración de las oficinas durante la crisis, que son los cajeros automáticos.

Los cajeros automáticos son conocidos por los servicios que prestan que son, actualmente, el ingreso de dinero o cheques, la oportunidad de realizar transferencias bancarias, así como el pago de recibos e impuestos o la recarga del móvil entre otras opciones que se puede realizar en el mismo. Siendo así la principal fuente de obtención de efectivo por los consumidores. (Comisión nacional de los mercados y la competencia, 2018)

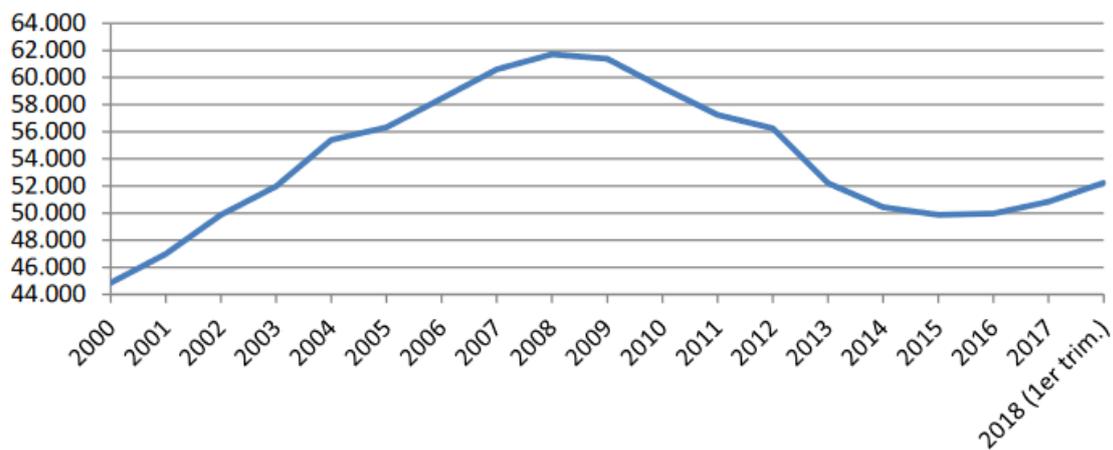
Los cajeros, para poder conocerlos con las prestaciones que nos ofrecen en la actualidad, han sufrido diversos cambios a lo largo de sus 50 años de historia. Un dato muy interesante es el origen del mismo, ya que se originó en Reino Unido de la mano de John Sheperd-Barron, y la primera entidad pionera en su instalación fue Barclays. (BBC, 2017) y (Quelart, 2017)

La reestructuración de las entidades financieras que comenzó como ya se ha expuesto en el año 2008 y finalizó en el 2017 trajo consigo fatales consecuencias para los cajeros, ya que al eliminarse las oficinas, como consecuencia y como no podía ser de otra manera, también se eliminaron los cajeros automáticos. Aunque hay que añadir que ésta eliminación de cajeros ha sido en menor medida que la de las oficinas teniendo así un repunte de apertura en el último año. Una de las soluciones que las entidades bancarias

han buscado a este problema de la reestructuración, ha sido el de desplazar los cajeros automáticos a espacios públicos como por ejemplo: centros comerciales, estaciones o aeropuertos. (Comisión nacional de los mercados y la competencia, 2018; Europapress, 2016; Jiménez & Tejero, 2018)

Según los datos publicados por el Banco de España (Jiménez & Tejero, 2018) en el año 2017 cuando se finalizó esta reestructuración, España contaba con un número de 50.839 cajeros automáticos. Además y como se aprecia en el gráfico, al igual que las anteriores, la disminución de los cajeros automáticos se puede asociar claramente a la de las oficinas ya que el comportamiento de ambas gráficas es el mismo.

Gráfico 6: Evolución del número de cajeros automáticos en España



Fuente:(Comisión nacional de los mercados y la competencia, 2018)

Otra de las soluciones que las entidades han buscado para esta pérdida de cajeros, es la de invertir en I+D+i para que los mismos presten, a día de hoy dos nuevas funcionalidades a mayores de las descritas previamente que son: tecnología contactless, que permite la extracción o realización de cualquier operación de manera más práctica y cómoda para el cliente y la integración con dispositivos móviles, por lo que si los clientes no disponen de la tarjeta, con el móvil pueden realizar cualquier operación en el mismo. Además muchos cajeros cuentan ya con el reciclaje de efectivo, que consiste en el uso de los mismos billetes que otro cliente ha ingresado previamente, por lo que prácticamente los cajeros automáticos son dispositivos autónomos sin necesidad de ningún empleado para gestionarlos. (Europapress, 2016; Quelart, 2017)

8. ESTUDIO DE LA BANCA ONLINE ENTRE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES.

En este apartado, una vez contextualizadas cada una de las entidades bancarias más importantes de España, se va a analizar la información obtenida por parte del estudiante mediante técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación de mercados, así como las conclusiones que se pueden interpretar de ello.

8.1 ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DE BANCA ONLINE

El objetivo principal que se ha querido perseguir con las entrevistas realizadas es conocer el comportamiento y opinión de los estudiantes universitarios españoles entrevistados acerca del uso que ellos hacen con la banca online de las distintas entidades bancarias con las que operan.

Los estudiantes elegidos para las dos entrevistas realizadas fueron escogidos de forma aleatoria, por lo que los resultados son totalmente aleatorios para el estudio. El número de entrevistados es 3 varones jóvenes estudiantes todos de Grado de las diferentes universidades en las que estudian en España.

Uno de los matices acerca de los usuarios es que en una de las entrevistas, realizada con dos usuarios a la vez, éstos no se conocían, por lo que los resultados de uno no tendrían que influir en los del otro, aunque en las conclusiones de las mismas se explicará todo el proceso con más detalle. Otro detalle de las entrevistas es que se realizaron en Finlandia, tanto a los estudiantes españoles como a los finlandeses, para que hubiese el mismo ambiente y este no interfiriera en la opinión de los mismos.

En cuanto al ámbito geográfico de los entrevistados, son estudiantes universitarios de España, concretamente dos de ellos de la Comunidad de Madrid y otro de Barcelona. Como ya se ha mencionado anteriormente, la entrevista se desarrollaron en la ciudad de Vaasa (Finlandia) con el principal objetivo de tener el mismo universo en todos los entrevistados de ambos países.

La técnica que el entrevistador ha utilizado para el desarrollo de las mismas es entrevistas personales en profundidad, ya que se realizaron físicamente con unas preguntas cerradas, sobre las cuáles, y según las respuestas de los entrevistados,

podieron surgir más preguntas para conocer mejor el comportamiento de los mismos. La plataforma utilizada para el desarrollo de las mismas, es la grabación en vídeo, para facilitar al entrevistador la obtención de las respuestas y posteriormente de los resultados.

Los entrevistados han sido elegidos de forma aleatoria por conveniencia, ya que el entrevistador no tenía una lista previa con todos los candidatos para poder elegir de la misma a los seleccionados a los que se les realizó la entrevista.

El lugar de celebración y como se puede observar en la imagen, es en un espacio común de la universidad de Vaasa para los estudiantes.

El período del trabajo de campo es del 20 de Mayo que se realizó la primera de ellas hasta el 26 de Mayo que se realizó la segunda, incluyendo en este espacio de tiempo el proceso de búsqueda y selección de los entrevistados.

Imagen 14: Entrevista en profundidad con estudiante universitario español



Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Ficha técnica

Universo	Estudiantes varones universitarios de 21 a 24 años de edad
Ámbito geográfico	Jóvenes estudiantes universitarios de Madrid y Barcelona
Número de entrevistas	3 entrevistas
Técnica utilizada	Personal en profundidad
Período de trabajo de campo	Del 20 Mayo al 26 de Mayo

Fuente: Elaboración propia

Las conclusiones que se han obtenido a partir de las entrevistas realizadas a los tres jóvenes (una de ellas con dos estudiantes a la vez), todos ellos estudiantes universitarios españoles son las siguientes:

En primer lugar, los estudiantes españoles prefieren la banca online a la banca tradicional debido a todas las facilidades que esta les ofrece, o como bien ellos han dicho: efectividad, rapidez y comodidad. Respondiendo así a dos de los objetivos planteados al principio del informe en relación al porqué los estudiantes hacen uso de la banca online en sustitución de la banca tradicional y que ventajas presenta la banca online frente a la tradicional. Además, no consideran la banca tradicional como una segunda opción en alguna de las entrevistas realizadas. En dos de los entrevistados, prefieren esperar a que la banca online les resuelva un problema que se está produciendo de manera online a que tener que ir a la banca tradicional para resolverlo; mientras que uno de ellos, debido a “la forma de ser” (literalmente dicho por el entrevistado) prefiere acudir a la oficina física a que le resuelvan el problema, por lo que se podría decir que a la hora de la toma de decisiones también influye la personalidad de cada persona y no sólo la percepción de la banca online.

En cuanto al número de oficinas, gracias a las respuestas de los entrevistados se puede decir que en España hay un número considerable de oficinas, ya que todos los estudiantes tenían una gran oferta de oficinas cercanas a los distintos lugares de trabajo, viviendas etcétera, aunque luego, y como se ha visto anteriormente, no recurran a ellas para realizar algunas gestiones o casi todas las gestiones que realizan con la entidad bancaria con la que operan.

Además la banca online española tiene un grado de desarrollo y oferta de productos de manera online considerable, gracias a la colaboración de los entrevistados que mostraron y describieron al entrevistador las aplicaciones que tienen así como una simulación de cómo contratar cualquiera de los productos que se han descrito anteriormente en la Tabla 1 de este proyecto. Por lo que los estudiantes españoles pueden realizar cualquier tipo de transacción desde sus aplicaciones. Sin embargo, todos los estudiantes entrevistados están de acuerdo en que para transacciones que, desde su punto de vista son más importantes como préstamos o transacciones con cifras de dinero considerables, prefieren la banca tradicional por el “cara a cara” con el trabajador.

El medio que utilizan los estudiantes entrevistados españoles para sus gestiones es el teléfono móvil, en concreto la aplicación que los diferentes bancos han desarrollado. Referido al medio y a las transacciones que todos los entrevistados realizan en él, el más

repetido es el traspaso o envío de dinero a amigos o familiares, pero siempre dentro de la aplicación bancaria, es decir, no utilizan una externa como PayPal para realizarlo.

Otro aspecto que los estudiantes entrevistados españoles tienen en común es el uso de los cajeros o ATM, ya que no los suelen utilizar frecuentemente, el uso que le dan es excepcional o para transacciones que no se pueden realizar de manera online como es el extracto de dinero en efectivo. Uno de los entrevistados respondió que incluso para ingresar dinero lo realiza en los cajeros, ya que prefiere hacerlo de manera personal en vez de entrar a la oficina para que los trabajadores lo realicen.

En cuanto al futuro del sector bancario, los encuestados lo ven como algo online completamente o cuasi-completamente, ya que para ellos las oficinas tradicionales como las conocemos no permanecerán y serán oficinas en las que habrá una dinámica virtual o con pocos trabajadores que resuelvan dudas, es decir, el concepto de banca que tenemos ahora cambiará completamente.

8.2 ENCUESTA A JÓVENES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES

El objetivo principal que se ha perseguido con la encuesta realizada es conocer el comportamiento que tienen los estudiantes universitarios con respecto al uso de la banca online así como qué servicios estarían dispuestos a contratar a través de la entidad con la que operan mediante el canal digital por el que se les ha preguntado.

El cuestionario realizado cuenta con 14 preguntas, de las cuáles todas son cerradas, dos de ellas medidas en escala de Likert así como las correspondientes preguntas de ámbito social como es la edad, el sexo ó el nivel de estudios en el que se encuentran actualmente en la universidad.

Para el desarrollo de este proyecto, se ha realizado una encuesta a una muestra no probabilística por efecto bola de nieve, ya que se administró a varios grupos de WhatsApp e individualmente mediante un link que redirigía directamente al cuestionario, y a partir de ahí los encuestados la han difundido a distintos estudiantes universitarios españoles de entre un rango de edad de 18 a 30 años.

Se han realizado 81 encuestas mediante la página web encuesta fácil en la cual se ha presentado un cuestionario (realizado previamente por el estudiante) de las cuales sólo 62 respuestas han sido válidas, ya que los encuestados restantes sólo hicieron click en la encuesta sin obtener, posteriormente, respuesta de la misma.

El ámbito geográfico que se ha seleccionado para realizar el cuestionario es toda España, ya que hay estudiantes encuestados de distintas comunidades autónomas y la principal explicación de ello es debido a el objetivo principal de la encuesta que es conocer el comportamiento de los estudiantes universitarios españoles, sin depender de la comunidad autónoma desde la que se ha realizado el mismo.

La metodología que se ha llevado a cabo para realizar la encuesta, como ya se ha dicho previamente es administrada mediante un link facilitado por la página web en la que se ha realizado el cuestionario, que se ha difundido a través de WhatsApp y desde ahí los estudiantes han accedido directamente al cuestionario y posteriormente la han completado

El período de trabajo de campo ha sido reducido ya que se completaron las encuestas satisfactoriamente temprano por lo que duró desde el 30 de Mayo hasta el 5 de Junio.

Tabla 4: Ficha técnica

Población objeto de estudio	Estudiantes universitarios de 18 a 30 años de edad
Ámbito geográfico	Población de España
Tamaño de la muestra	62 encuestas válidas
Unidad muestral geográfica	Jóvenes estudiantes universitarios de España
Método de la encuesta	CAWI (Encuesta web asistida por ordenador)
Marco muestral	Estudiantes universitarios
Sistema de muestreo	Muestreo no probabilístico de bola de nieve
Error muestral	Estudio exploratorio, aproximadamente del $\pm 10\%$
Período de trabajo de campo	30 de Mayo al 5 de Junio

Fuente: Elaboración propia

Algunas de las preguntas de control de la encuesta nos muestran los siguientes resultados, que se pueden apreciar en la tabla 5 acerca del sexo, la edad o el nivel de estudios de los estudiantes universitarios españoles de los que se ha obtenido un feedback en la encuesta.

Tabla 5: Porcentaje de las frecuencias de la encuesta realizada a estudiantes españoles

Variables	Modalidades	Porcentaje
Género	Hombre	56.5
	Mujer	43.5
Edad	18-22	82.3
	22-26	11.3
	26-30	6.5
Nivel de estudios	Grado	95.2
	Master	4.8

Fuente: Elaboración propia a través de los datos obtenidos en la salida de SPSS

Como se aprecia en la tabla anterior, hay mayor porcentaje de respuesta en la encuesta realizada por parte de hombres, la edad con mayor número de encuestados es entre 18 y 22 años, además el nivel de estudios en el que se encuentran la mayor parte de los encuestados es en estudios de Grado universitario.

8.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE ENCUESTA A JÓVENES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES

A continuación se a proceder a realizar el análisis de los resultados obtenidos por las encuestas que se han realizado a los estudiantes españoles.

Para realizar el análisis de los resultados, se va a llevar a cabo un modelo de regresión logística binaria, en el cual el objetivo es predecir si los estudiantes utilizan o no aplicación bancaria, a partir de la predicción de la variable *UtilizaApp* que se va a predecir gracias de las demás variables del estudio. El modelo que se va a realizar y posteriormente se va a interpretar se ha realizado sobre la muestra de la población de estudiantes universitarios españoles.

Se ha elegido este análisis debido a que el estudio presenta una muestra pequeña, ya que se ha probado un modelo factorial primeramente pero los resultados no eran significativos y por lo tanto éste es el que mejor puede explicar los resultados que se quieren obtener.

Las variables utilizadas en el análisis son: *Banco, Metodología, Oficina física, Nocomisiones, Bancovirtual, Muchos beneficios, Bancopersonalizado, Controldinero, Méto dodepago, Préstamo, Seguro, Cuentacorriente, Planpensiones, Tarjetas, Pinveryahorro, Hi*

potecas, Todas, Tiempo, Modernidad, Descripción detallada, Comodidad, Utiliza app, Qué app utiliza, Transfísica, Género, Edad, Estudios.

Primeramente, se ha realizado un estudio de las frecuencias de la base de datos obtenida, en la cual se pueden observar los porcentajes, porcentajes acumulados de cada una de las variables, así como las frecuencias de éstas de forma más detallada, las cuáles se ven reflejadas en el Anexo 4 en las tablas 28 y 29.

A continuación se muestran sólo los porcentajes de las frecuencias para cada una de las variables, así como una explicación de aquellas variables que presentan mayor interés de análisis con vista a la obtención de los objetivos marcados en este trabajo.

Tabla 6: Porcentajes de las frecuencias de las variables del estudio en España

Modalidades	Banco							Metodología		Control del dinero		Método de pago			Qué app utiliza	
Variables	Banco Santander	BBVA	Bankinter	Unicaja	La Caixa	Bankia	Otras entidades	Banco Tradicional	Banco Online	En efectivo en la cartera	En una cuenta corriente	Efectivo	Tarjeta Credito	Debito	Una app externa al banco	La app que el banco ofrece
Porcentaje	29	22.6	1.6	9.7	14.5	6.5	16.1	43.5	56.5	21	79	30.6	40.3	29.0	22.6	77.4

Fuente: Elaboración propia a partir de la salida de SPSS

A partir de la tabla anterior podemos sacar las siguientes conclusiones acerca de los estudiantes universitarios españoles y su relación con la banca online:

- La entidad más utilizada en España por los estudiantes universitarios es el banco Santander con un 29% de los encuestados, seguido por el BBVA con un 22.6% de los encuestados. Estos datos coinciden con la información previa expuesta en este proyecto en relación a la importancia de estas entidades en el país.
- En cuanto a la metodología que los estudiantes universitarios encuestados más utilizan para llevar a cabo sus gestiones y transacciones con las entidades bancarias, es con un 56.5% la banca online, frente al 43.5% de usuarios que utilizan la banca tradicional. Estas cifras permiten concluir que en España los estudiantes universitarios tienen una tendencia al uso de la banca online.
- En relación con la técnica del control del dinero por parte de los estudiantes encuestados, la más repetitiva y por tanto, más utilizada es el controlar el dinero en una cuenta corriente con un 79% de los usuarios.

- El método de pago más utilizado entre los universitarios españoles es la tarjeta de crédito con un 40.3% de los encuestados, frente al 30.6% y 20% de efectivo y tarjetas de débito respectivamente.
- En cuanto al uso de aplicaciones bancarias, la aplicación que los estudiantes universitarios utilizan con un 77.4% es la aplicación que el banco ofrece, por lo que una vez más podemos contrastar estos resultados con la información secundaria obtenida en referencia a que las entidades españolas han desarrollado unas aplicaciones que son de atractivo para los jóvenes en cuanto al uso de la banca online.

Tabla 7: Porcentajes de las frecuencias de las variables acerca de la importancia de las prestaciones del sector bancario en España.

Modalidades	Oficina física		No comisiones		Banco virtual		Muchos beneficios		Banco personalizado	
Variables	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante
Porcentaje	46.8	21	19.4	66.1	33.9	17.7	35.5	41.9	45.2	33.9

Fuente: Elaboración propia a partir de la salida de SPSS

A continuación, se van a sacar las conclusiones acerca de la importancia que los encuestados han dado a cada una de las prestaciones del sector bancario presentadas en la encuesta:

- En cuanto a las oficinas físicas, para los encuestados es importante, por lo que se puede explicar el porqué del uso de la metodología de banca tradicional.
- En cuanto a las comisiones que los bancos cobran por realizar transacciones o gestiones, los encuestados han dado una importancia de muy importante con un 66.1% lo cual demuestra que los estudiantes valoran positivamente que la entidad con la que operan no les cobre comisiones.
- En relación con la digitalización de la banca, para los encuestados, que la entidad de la que son clientes sea un banco virtual, tiene una importancia del 33.9% en la categoría de “importante” por lo que no es uno de los aspectos que más les interese.
- Para los encuestados, que la entidad tenga muchos beneficios es muy importante, con un 41.9% de los encuestados.

- Por último, que el banco sea personalizado, es un aspecto importante pero no llega a ser una prioridad ya que tiene un porcentaje del 45.2%

Tabla 8: Porcentajes de las frecuencias de las variables acerca de los productos que ofrece la banca online

Modalidades	Préstamo	Seguros	Cuenta corriente	Plan de pensiones	Tarjetas de Crédito	Planes de inversión y ahorro	Hipotecas	Todas
Variables	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Porcentaje	14.5	19.4	59.7	11.3	64.5	27.4	12.9	16.1

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la salida de SPSS

A continuación se van a sacar conclusiones acerca de los productos o servicios que los estudiantes universitarios están dispuestos a contratar a través de la banca online, y por tanto que utilizan:

- El producto que los encuestados están dispuestos a contratar con mayor porcentaje de personas de la muestra es “Tarjetas de Crédito” con un porcentaje del 64.5%. El segundo producto en términos porcentuales que los estudiantes universitarios están dispuestos a contratar de forma online son las cuentas corrientes con un 59.7% de personas de la población. Además, después de analizar los porcentajes actuales, los resultados en términos porcentuales no llegan ni a la mitad del total de encuestados, por lo que todavía los estudiantes no son proactivos a contratar productos financieros a través de la banca online. Solamente el 16.1% de la población contrataría todos los servicios expuestos en la tabla 8 anterior.
- El producto que prácticamente los estudiantes no incluyen en sus planes de contratación de manera online son los planes de pensiones, hipotecas y préstamos con un 11.3%, 12.9% y 14.5% respectivamente. Estas cifras pueden deberse a que los estudiantes universitarios españoles, normalmente no suelen contratar este tipo de productos bancarios, por lo que también se puede ver reflejado en la banca online.

Tabla 9: Porcentaje de las frecuencias de las variables de la encuesta a estudiantes españoles

Modalidades	Transacciones en oficina física	Utiliza app	Tiempo		Modernidad		Descripción detallada		Comodidad	
Variables	Sí	Sí	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante
Porcentaje	59.7	83.9	35.5	54.8	32.3	24.2	32	27.4	27	58.1

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en SPSS

Por último, se van a sacar las siguientes conclusiones acerca de la tabla anterior sobre la importancia que los encuestados dan beneficios de la banca online que aparecen reflejados en la tabla anterior, así como el uso de algunas prestaciones de las entidades financieras:

- En referencia a la importancia que los encuestados dan los beneficios de la banca online, el más repetitivo, y por tanto muy importante para los estudiantes, es la comodidad que presta la banca online a los universitarios a la hora de realizar transacciones, con un 58.1% de la población encuestada. Seguidamente se encuentra el beneficio del tiempo, ya que como se ha explicado con la información de las entrevistas, los estudiantes afirman que con el uso de la banca online ahorran tiempo al no tener que acudir a una oficina física a realizar las gestiones.
- En cuanto a la realización de transacciones físicas, los encuestados han respondido que si realizan ese tipo de transacciones con un 59.7% de la población, el cual nos permite concluir que los estudiantes universitarios españoles pueden entender como oficina física el contacto con un empleado de la entidad, el cuál realiza la transacción por él.
- Por último y como se estudiará en mayor profundidad a continuación con el estudio estadístico, el 83.9% de los estudiantes universitarios españoles encuestados utilizan una aplicación bancaria para llevar a cabo las transacciones.

A continuación una vez estudiadas todas las frecuencias obtenidas de las respuestas de la encuesta realizada a los estudiantes universitarios, se va a llevar a cabo el análisis estadístico, el cual, como ya se ha mencionado anteriormente, es un modelo de regresión logística binaria, en el cuál la variable elegida como dependiente para el estudio es *Utilizaapp*, ya que queremos saber si los estudiantes utilizan aplicación bancaria a partir de las demás variables que van a funcionar como independientes.

Para saber si el modelo es válido, hay que estudiar todos los parámetros pertinentes para confirmar la validez, los cuáles se sugiere al lector que los consulte para una mayor exhaustividad en el Anexo 4 dónde se encuentra todo el proceso detallado del estudio.

Después de realizar todo el estudio que se requiere para obtener el modelo más óptimo para llevar a cabo el análisis, la función final del modelo es la siguiente:

$$Pz = \frac{1}{1+e^{-(B_0 + B_1 X_1 + \dots + B_p X_p)}} = \frac{1}{1+e^{-(2,744-1,895 \text{ Control dinero}(1)-2,447 \text{ Metodología}(1)+1,1852 \text{ Que apputiliza}(1))}}$$

9. ENTIDADES FINANCIERAS EN FINLANDIA

Una vez expuestos todos los aspectos relacionados con España, en este apartado se va a empezar a estudiar todo lo referente a las entidades finlandesas, de la misma forma en la que se expusieron las ideas de las entidades españolas.

Las entidades que se van a estudiar son las principales en el país, además según la encuesta realizada a los estudiantes finlandeses, no hay otra entidad referente objeto de estudio. Las entidades por lo tanto, que se van a exponer son: Nordea, Danske Bank y OP Pohjola Group.

Nordea: Es uno de los bancos más importantes de Finlandia, siendo por tanto el más grande. Fundado en el año 1820, Nordea

Imagen 15: Logotipo del Banco Nordea



Fuente: (Nordea, 2019b)

contaba con más de 300 bancos, incluyendo en los mismos algunos de los bancos más antiguos de los países nórdicos. En Finlandia, Nordea fue pionero en cuanto al establecimiento de una industria bancaria comercial en el año 1862. Además durante los años 1890 en adelante, Nordea fue uno de los primeros bancos en realizar visitas individuales a los clientes para vaciar las cajas personales que los éstos tenían en sus viviendas, creando así la primera caja fuerte de ahorro en el año 1902, ya que anteriormente a esto, desde que se fundó se había avalado con bienes físicos como por ejemplo bebidas alcohólicas. Nordea es uno de los primeros bancos a nivel global que aplicó a su política de distribución de servicios bancarios la idea de “mobile banking” en el año 1986, con el cual los clientes podían pagar facturas y tenían acceso a sus cuentas bancarias. Su actual presidente es Casper von Koskur. El beneficio atribuido en el año 2018 fue de 3,081 miles de millones de euros. Además y como ya se hizo con las entidades españolas, para las entidades finlandesas también se han extraído algunos

indicadores económico-financieros como se muestran en la Tabla 5, estos indicadores son: El capital con el cuál la entidad cerró el ejercicio el pasado año que fue de 4,050 miles de millones de euros y la cifra de los depósitos realizados por los clientes que es de 164,958 miles de millones de euros. Además la entidad cuenta con 1.400 oficinas, una plantilla de 28.990 empleados y 9,9 millones de clientes.(Nordea, 2019d, 2019c) (Miranville, 2019)

Como ya se expuso en los apartados referentes a las entidades españolas, para las entidades finlandesas también se va a hacer referencia a las diferentes fusiones que han realizado a lo largo de estos años.

Las principales fusiones que el banco Nordea ha realizado son:

Durante los años 90 Nordea se empezó a establecer como entidad financiera principal en los países Bálticos. En el año 2001 se creó la entidad como ahora la conocemos, ya que fue la fusión de los cuatro bancos más importantes de los países nórdicos. Esos bancos son: Nordbanken, Unibank, Kreditkassen y Meritabank. Como consecuencia de esa fusión, todas las operaciones realizadas posteriores a ello se llevan a cabo bajo el nombre de Nordea. (Nordic + ideas = Nordea). El significado del nombre es como desarrollan y comparten buenas ideas nórdicas para crear soluciones de alta calidad basadas en los siguientes, y más relevantes valores nórdicos: Igualdad, “open mind” y políticas que respeten el medio ambiente. (Nordea, 2019c)

Durante los años 2002 y 2004, Nordea adquiere dos grandes bancos el LG Petro Bank en Polonia y el banco más grande a nivel online en Lituania (Kredyt Bank SA).(Nordea, 2019c)

Imagen 16: Logotipo de Kredyt Bank



Fuente: (Kredyt Bank, 2019)

Por último, en el año 2007 Nordea era 100% propietario de OJSC Nordea Bank en Rusia, por lo que la marca Nordea está totalmente incorporada en todas las actividades comerciales en Rusia.(Nordea, 2019c)

Nordea cuenta con cuatro millones de clientes que utilizan servicios de banca online, por lo que es reconocido como el mejor banco de internet del mundo medido por los pagos realizados de manera online. Además es el primer banco nórdico que implementó los Principios de Ecuador que consisten en que la industria financiera gestione los problemas sociales y ambientales en la gestión de proyectos. (Nordea, 2019c)

En el año 2011, la entidad recibió el reconocimiento de ser uno de los bancos más importantes para la economía, siendo así el único banco referido a los países nórdicos que tiene esa condecoración. (Nordea, 2019c)

Desde su origen hasta la actualidad, Nordea sigue su política de querer convertirse en un banco digital, tanto es así que están trabajando junto con varias Fintechs de Estocolmo, Helsinki, Oslo y Copenhague. Desde el año 2017 Nordea tiene un acuerdo con la Fintech Spiff que consiste en cooperar en cuanto al desarrollo de una aplicación de ahorro social, en la cual con un solo click los clientes pueden reservar dinero para un futuro viaje, una vivienda o incluso una pensión. (Nordea, 2019c)

Otro galardón que Nordea ha recibido en el año 2017 fue el premio “IT Innovation of the Year” por parte de Global Retail Banker por su programa de simplificación y por los esfuerzos de crear un banco totalmente digital. (Nordea, 2019c)

Danske Bank: Banco Danés con más de 145 años de historia, se crea en Copenhague en 1871. Es uno de los bancos más importantes de los países nórdicos, contando con unas fuertes raíces locales y puentes con el resto de países del mundo. Desde su origen en la fundación del banco Den Danske Landmandsbanken en 1871 hasta la actualidad, la entidad se ha fusionado con algunos de los bancos más relevantes de los países nórdicos. Dos años más tarde se funda la entidad Handelsbanken, que aunque sigue siendo competidor del primero, se acabarían fusionando en el año 1990. La política que el banco sigue es la de ayudar a los clientes a ser financieramente seguros así como a construir sus vidas y negocios sobre una base financiera sólida. Uno de los objetivos que tiene el banco es crear valor a largo plazo para accionistas, clientes y sociedades de las que forma parte la entidad. Además la entidad quiere ser reconocida como el socio financiero más confiable o seguro para todas las partes mencionadas anteriormente. Su actual presidente es Chris Vogelzang. El beneficio neto atribuido en el año 2018 fue de 2,09 miles de millones de euros. Además y como ya se ha realizado para la otra entidad finlandesa, algunos indicadores que se han extrído del resultado del ejercicio del año

2018 son los siguientes: El capital con el cuál la entidad cerró su ejercicio en el año 2018 que fue de 8,960 miles de millones de euros y la cifra en cuanto a los depósitos realizados por los clientes que asciende a 120 miles de millones de euros. Por otra parte, Danske Bank cuenta con una red de 273 oficinas, una plantilla de 20.683 empleados y 2,8 millones de clientes.(Danske Bank, n.d., 2018, 2019d, 2019a)

Imagen 17: Logotipo de Danske Bank



Fuente: (Danske Bank, 2019c)

En el año 1910, Danske Bank es el banco más grande de los países nórdicos. Fue el primer banco en Dinamarca en organizar actividades sociales para niños. Después de dos semanas la organización contaba con la presencia de 50.000 niños unidos a la causa (Pondus club).(Danske Bank, 2019a, 2019d)

En el año 1976 Den Danske Landmandsbank cambia su nombre al actual Danske Bank. Más tarde en el año 1997 la entidad abre oficinas en las ciudades más importantes de los países nórdicos como Oslo, Estocolmo y Helsinki entre otras, además durante este año la entidad adquirió Östgöta Enskilda Bank perteneciente a Suecia. (Danske Bank, 2019d)

Al igual que en la entidad anterior, Danske Bank también ha adquirido distintas entidades a lo largo de estos años, las más relevantes son las siguientes:

En el año 1999 la entidad adquiere el banco Fokus Bank, banco perteneciente a Noruega. Además ese mismo año, la entidad abre oficinas en una de las ciudades más importantes de Polonia como es Varsovia. (Danske Bank, 2019d)

En el año 2004 Danske Bank adquiere la entidad Northern Bank perteneciente al norte de Irlanda, así como el National Irish Bank. (Danske Bank, 2019d)

Por último, en el año 2006 adquiere el banco finés Sampo Bank. Gracias a esta operación adquiere gran importancia en Finlandia, así como en los países Bálticos y Rusia. (Danske Bank, 2019d)

La entidad tiene previsto para el año 2023 cambiar las oficinas centrales que tienen actualmente con el objetivo de crear un banco con las siguientes características: más orientado al cliente, simple y eficiente. (Danske Bank, 2019d, 2019a)

Imagen 18: Logotipo de OP-Pohjola

OP-Pohjola Group: Es un grupo que está formado por 180 bancos cooperativos que son miembros y también por la cooperativa Central OP-Pohjola



Fuente: (Nisula, 2019)

Group, incluidas filiales y empresas relacionadas. Tiene más de 110 años de historia, siendo uno de los bancos más grandes en la actualidad en Finlandia teniendo desde su origen unas grandes raíces y un enorme éxito en el mismo. Su política es proporcionar a sus clientes la gama más amplia y diversificada de servicios de banca, inversión y seguros. Además la entidad está constantemente innovando para las necesidades presentes y, sobretodo futuras de los clientes. Su actual presidente es Timo Ritakallio. El beneficio atribuido neto, según los últimos datos publicados por la entidad en el pasado año es de 3,330 miles de millones de euros. Otros datos de interés que se han extraído al igual que para las demás entidades de ambos países son los económico-financiero y para OP-Pohjola Group son los siguientes: El capital con el que la entidad cerró el ejercicio del pasado año 2018 fue de 11,835 miles de millones de euros y la cifra referida a los depósitos realizados por los clientes asciende a 61,300 miles de millones de euros. Además la entidad cuenta con una red de oficinas de 100 por lo que sería en número la más pequeña respecto a las otras dos entidades finlandesas explicadas anteriormente, cuenta con una plantilla de 12.000 empleados y 6 millones de clientes. (Op-Pohjola Group, 2019b; Op Pohjola Group, 2018)

La historia de la entidad se remonta al año 1902 cuando se fundó Osuuskassojen Keskuslainarahasto (En inglés Central Lending Fund of the Cooperative Credit Societies Limited Company), es decir, como ya se ha expuesto previamente, una cooperativa de sociedades de crédito. Por otro lado, Pohjola lo adquiere el grupo en el año 2005. El nombre de Pohjola es el nombre que se le dio a esa entidad ya que el nombre que tenía previamente significaba compañía de seguros contra incendio, fundada en el año 1891. (Op-Pohjola Group, 2019b; Op Pohjola Group, 2018)

Oko Bank (Que era como se definía previamente al grupo cooperativo de bancos), se une en el año 1912 a la bolsa de Helsinki, siendo en los años posteriores uno de los bancos más importantes y cotizados de Finlandia. En el año 1920 la entidad comienza a

hacer transacciones y operaciones que se acercan más a la actividad de las entidades financieras, ya que previamente solo realizaba préstamos a las sociedades de crédito. (Op-Pohjola Group, 2019b; Op Pohjola Group, 2018)

El año 1930 es muy importante para la entidad, ya que emite la primera emisión internacional de bonos en el mercado de capitales francés. Además durante el período de posguerra, la participación en la entidad aumenta, dando como resultado la participación más alta en la historia bancaria finlandesa, por lo que gracias a ello consiguen que los bancos cooperativos estén al mismo nivel que los grandes bancos del país. (Op-Pohjola Group, 2019b; Op Pohjola Group, 2018)

En el año 1952 y en honor al 50 aniversario de la entidad, las cooperativas de crédito adoptan el logotipo de “Sower” que simboliza el crecimiento, el ahorro y la seguridad de los clientes. (Op-Pohjola Group, 2019b; Op Pohjola Group, 2018)

Uno de los grandes avances en cuanto a la tecnología se produjo para la entidad en la década de los años 60, ya que da su primer paso en el campo del procesamiento automatizado de datos. Además la entidad firma el primer acuerdo de compra de ordenadores y procesadores informáticos en el año 1966. En la misma línea de avances tecnológicos, en el año 1975 la entidad se une al sistema de transferencia de pagos SWIFT establecido por la red de cooperación internacional de los bancos. (Op-Pohjola Group, 2019b; Op Pohjola Group, 2018)

La entidad también ha sufrido momentos no tan favorables a lo largo de su historia, ya que en los años 90 sufrió una gran crisis de la que sobrevivió por sí sola sin ningún tipo de ayuda por parte del Estado finlandés. Tan exitosa es esa auto-recuperación que en el año 1991 Op Bank Group se convierte en el mayor grupo bancario. Además durante estos años, concretamente en el año 1996, la entidad lanza OP eServices, siendo así el primer banco en Europa y segundo el mundo con este tipo de banca online. (Op-Pohjola Group, 2019b; Op Pohjola Group, 2018)

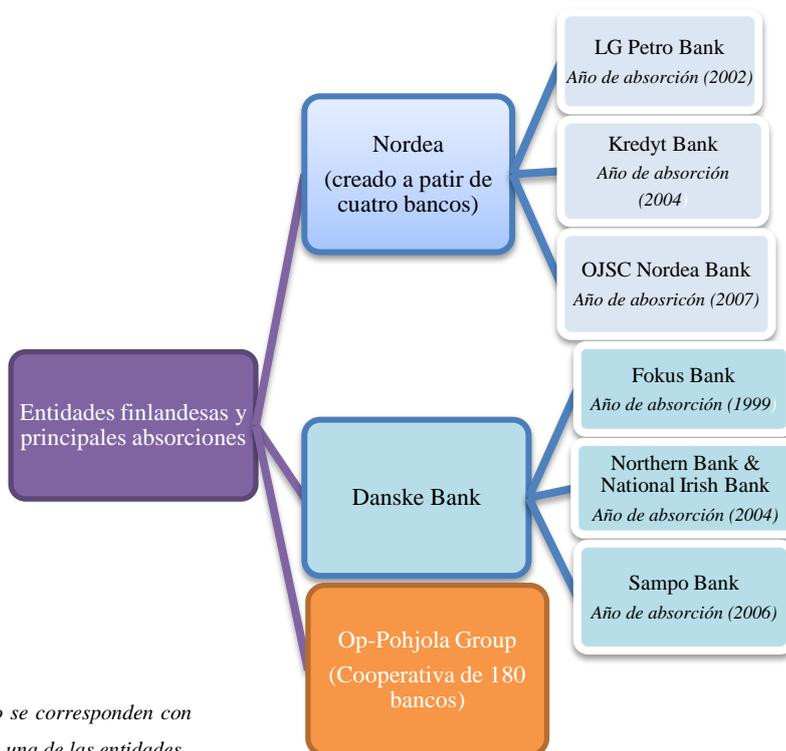
A principios de los años 2000, la entidad ya es uno de los bancos más importantes de Finlandia, tanto es así, que “The Banker” otorga a OP Financial Group el título del banco del año en Finlandia durante varios años de esta década. (Op-Pohjola Group, 2019b; Op Pohjola Group, 2018)

En el año 2017 Oko Bank se convierte en Pohjola Bank. Debido a este nuevo nombre, en el año 2011 la entidad se divide en dos instituciones, una de ellas se encarga de dirigir y supervisar el grupo mientras que la otra se centra en los servicios, concretamente para el desarrollo y la producción de los mismos para todos aquellos bancos miembros de la cooperativa. (Op-Pohjola Group, 2019b; Op Pohjola Group, 2018)

La única unión con otros bancos que la entidad ha realizado en su historia fue en el año 1976 que se unió con otros cinco bancos cooperativos de Europa en uno único que se denominó Unique Banking Group. (Op-Pohjola Group, 2019b; Op Pohjola Group, 2018)

Una vez contextualizados cada uno de los bancos, y al igual que con todas las entidades españolas, se presenta un cuadro resumen con las entidades y las principales uniones o fusiones de las mismas, todas ellas descritas detalladamente previamente.

Gráfico 7: Entidades Finlandesas y principales fusiones o uniones.*



*Los colores del gráfico se corresponden con los corporativos de cada una de las entidades

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10: Indicadores económico-financieros de las entidades finlandesas en el año 2018

Nordea	164,958 miles de millones de euros	28.990	1,400	9,9 millones	4,050 miles de millones de euros
Danske Bank	120 miles de millones de euros	20.683	273	2,7 millones	8,960 miles de millones de euros
Op-Pohjola Group	61,300 miles de millones de euros	12.000	100	6 millones	11,835 miles de millones de euros

Fuente: Elaboración propia

10. INDICADORES DEL CAMBIO DE BANCA TRADICIONAL A BANCA ONLINE

Una vez expuestas las entidades más importantes del panorama financiero finlandés y todo aquello ocurrido desde sus inicios hasta el día de hoy, en este capítulo se van a exponer y, como ya se hizo en cuanto al otro país objeto de estudio, los indicadores del cambio de la banca tradicional a la banca online. En concreto se va a exponer como son los usuarios de la banca online en Finlandia, así como las aplicaciones y las páginas web de cada una de las entidades y por último, como han evolucionado las oficinas de las entidades y los cajeros automáticos del país.

10.1 NUEVOS USUARIOS

En Finlandia el 87% de los clientes de las entidades financieras utilizan la banca online siendo, como ya se dijo en capítulos anteriores, uno de los países pioneros en cuanto al uso de las nuevas tecnologías. El mayor agravante por el cuál usan la banca online está relacionado con el desarrollo que han tenido durante toda su historia como se ha visto en el capítulo anterior, ya que los clientes no han sufrido el cambio tan brusco como por ejemplo lo han sufrido los cliente españoles en cuanto a las prestaciones online que ofrecen las entidades. (this is Finland, 2019; Trade, 2019)

Los usuarios finlandeses, prefieren, frente a la banca tradicional, la banca online ya que no requiere de esperas y sobretodo como se verá más adelante, la influencia de su cultura que les impulsa a utilizar los canales digitales como preferencia frente a lo tradicional. Otra de las características y por tanto uno de los mayores agravantes del uso de la banca online en Finlandia es el número de personas que tienen acceso a Internet, el cuál es de 91 personas por cada 100 habitantes, y por consecuencia, el uso de la banca online se ve impulsado de manera positiva debido a ese uso de internet. (Dirigentesdigital.com, 2018; finec, 2018) y (Eurostat, 2018)

El cliente finlandés lo podemos definir como personas muy orgullosas de su país, por lo que prefieren productos nacionales o europeos frente a los de los demás países. Además son personas interesadas por aquellas empresas que respetan por el medio ambiente, empresas que ofrecen innovaciones tecnológicas constantes entre otros motivos. Los factores más importantes que influyen en el comportamiento de los usuarios finlandeses en relación a las entidades son: la calidad, seguridad en aquello que se les ofrece y el origen del producto como ya se ha expuesto previamente. Además los consumidores finlandeses creen que la marca de la empresa es lo más importante, ya que está relacionada con la calidad de los productos o servicios que ofrece.

El mercado en el que las entidades financieras finlandesas operan es un mercado sofisticado, con alto nivel de vida y una fuerza de trabajo muy educada. Los clientes finlandeses poseen gran nivel adquisitivo, por lo que el nivel de endeudamiento que soportan es mayor, debido a que poseen mayores rentas. Además este nivel de endeudamiento se ve estrechamente relacionado con el tamaño de los hogares finlandeses, ya que pueden llegar a ser un número abundante los hogares de una sola persona. (finec, 2018; Trade, 2019)

10.2 ADAPTACIÓN AL NUEVO SECTOR BANCARIO

En este capítulo se tratará como ya se hizo para las entidades españolas, mediante un cuadro comparativo, cada una de las entidades explicadas anteriormente, con los diferentes productos y servicios que ofrecen a los clientes finlandeses mediante los dos principales canales digitales: la página web y la aplicación de banca para los dispositivos móviles.

Como se aprecia en el cuadro inferior, todas las entidades finlandesas ofrecen la oportunidad de abrir una cuenta bancaria y consultarla bien sea desde la aplicación para el móvil o desde la página web. Además, en todas ellas, se permiten realizar transferencias y traspasos tanto a personas que sean clientes de la misma entidad como a aquellos que no lo sean, así como transacciones entre cuentas del mismo cliente. (Danske Bank, 2019c; Nordea, 2019f; Op-Pohjola Bank, 2019)

Todas las entidades ofrecen en la aplicación de los dispositivos móviles la oportunidad de consultar y gestionar las tarjetas que se tengan contratadas con las mismas, así como una opción “Wallet” que también se vio expuesta en las entidades españolas con las que

se puede pagar con el móvil sin la necesidad de poseer la tarjeta física en el momento de la transacción. (Nordea, 2019f)

Al igual que las entidades financieras españolas, las finlandesas también ofrecen el servicio de domiciliar la nómina y por tanto, realizar las consultas pertinentes desde la aplicación o la página web. Además también está disponible la opción de cálculo de préstamos en cada una de ellas así como la simulación de hipotecas. (Nordea, 2019f; Op-Pohjola Bank, 2019)

En todas las aplicaciones y páginas web de las tres entidades expuestas, también se ofrece la opción de contratar fondos de inversión con toda la información actualizada y pertinente para la operación que el cliente quiera realizar. Al igual que las entidades españolas, también se pueden domiciliar recibos y consultarlos desde ambos canales digitales sin ningún tipo de problema.

Imagen 19: Aplicación bancaria banco Nordea



Fuente: (Nordea, 2019a)

En dos de las entidades finlandesas (Op-Pohjola Group y Danske Bank), se pueden contratar también a través de la aplicación y la página web planes de pensiones, mientras que en la otra entidad (Nordea) no está disponible esa opción. También la oportunidad de contratar algún tipo de servicio relacionado con los seguros y la opción de consultar la localización de las oficinas solo está disponible en Danske Bank y OP-Pohjola Group. Un servicio que solo está disponible en una de las entidades es la oportunidad de calcular el IBAN donde solo es posible en Nordea. (Danske Bank, 2019c) y (Nordea, 2019f)

Además todas ellas ofrecen un apartado específico en la página web para empresas, teniendo para ellas todos los servicios que necesitan y ellos pueden prestar. Para las empresas en la aplicación móvil también hay un espacio desde donde pueden gestionar

todos los servicios contratados con la misma facilidad y comodidad que los particulares.(Danske Bank, 2019b; Op-Pohjola Group, 2019a)

Dos opciones que las entidades finlandesas ofertan a diferencia de las españolas, es el “Book meeting” en el cuál los clientes mediante la aplicación pueden concertar una cita con alguno de los gestores del banco para resolver o consultar todas aquellas dudas o problemas que les puedan surgir con la aplicación, la página web o simplemente con alguno de los servicios contratados. La otra opción es la de poder contactar vía online con algún gestor en el momento del problema, de manera que todas ellas cuentan con una opción específica a mayores del teléfono de atención al cliente para llevarlo a cabo.

Tabla 11: Comparativa entre las entidades financieras y los servicios que ofrecen a través de la App y página web

	Domiciliación de recibos	Transferencias y traspasos	Tarjetas	Abrir Cuenta	Consultar Cuenta	Simulación hipoteca	Préstamo	Fondos de inversión	Planes de pensiones	Seguros	Nómina	Oficinas	Wallet	Gestores Online	Book Meeting	Calcular IBAN	Servicios para empresas
Nordea	X	X	X	X	X	X	X	X			X		X	X	X	X	X
Danske Bank	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X
Op-Pohjola Group	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X

Fuente: Elaboración propia

10.3 OFICINAS Y CAJEROS AUTOMÁTICOS (ATM)

En este capítulo se va a exponer la evolución y el origen de las oficinas bancarias en Finlandia y de los cajeros automáticos, ya que presentan una peculiaridad respecto de lo tradicional.

Como ya se definió en el apartado correspondiente a las oficinas en España, las oficinas bancarias son los espacios en los cuáles las entidades gestionan y asesoran a los clientes en lo referido a todos los productos que ofrecen.

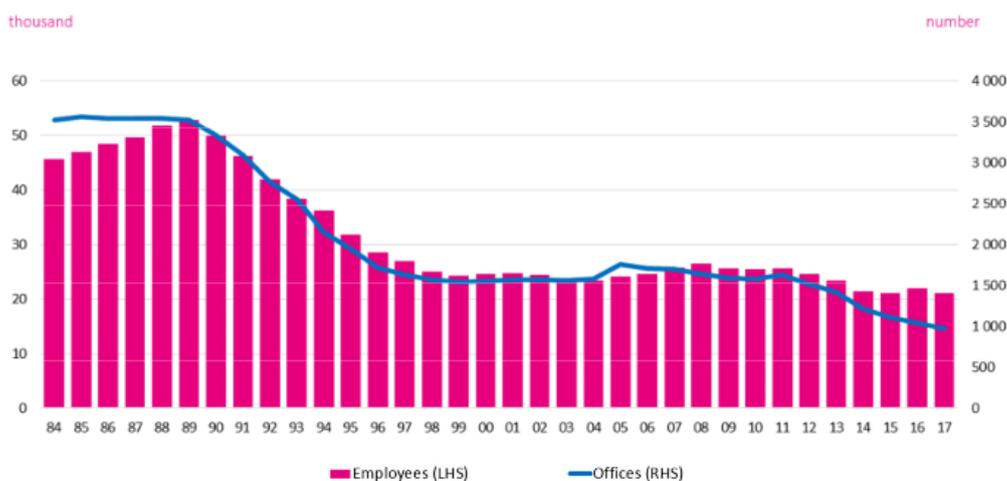
Imagen 20: Oficina bancaria de Nordea



Fuente: (Nordea, 2019e)

Finlandia es otro de los países europeos en el cuál también se ha reducido el número de oficinas de entidades bancarias, pero por otro motivo diferente al estudiado previamente con el otro país objeto de estudio. El motivo por el cuál se han eliminado oficinas es la amenaza de las Fintech en el sector bancario, por lo que las oficinas finlandesas han sufrido un cambio muy brusco en los últimos años. Además el número de entidades ha disminuido debido a las diferentes fusiones que los bancos han realizado y que ha dado forma al sector bancario moderno en el país, por lo que a finales del año 2017 constaba en Finlandia un número de 970 oficinas en total. Como consecuencia de esa reducción y sobre el nuevo uso de la banca tradicional en banca online, los horarios de las oficinas existentes son más reducidos. (Eurostat, 2018; Finland Bank, 2019; Finnish Banking, 2017)

Gráfico 8: Evolución de las oficinas en Finlandia desde los años 80 hasta 2017



Fuente: (Finnish Banking, 2017)

Además y como se aprecia en el gráfico anterior, Finlandia no es un país arraigado a las oficinas físicas bancarias, ya que desde los años 80, el número de oficinas en todo el país ha ido disminuyendo desde 3500 hasta menos de 1000 en el año 2017. (export.gov, 2019; Finland Bank, 2019)

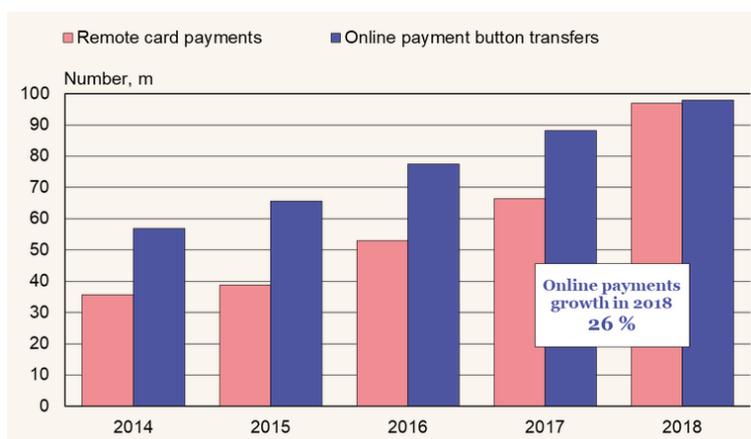
Imagen 21: Oficina bancaria antigua de Nordea



Fuente: (Nordea, 2019e)

Otro de los motivos por los que se han reducido las oficinas bancarias está relacionado con el uso de efectivo entre otros motivos, ya que en el año 2018 se realizaron 2,9 millones de pagos y transacciones mediante algún canal digital como móvil, ordenador o tablet. Además el uso de la función de pago sin contacto con un particular aumentó durante el último año, por lo que las oficinas de las entidades por naturaleza tienden a disminuir año tras año. (export.gov, 2019; yle uutiset, 2013)

Gráfico 9: Número de pagos realizados electrónicamente en Internet en Finlandia desde 2014 hasta 2018



Fuente: (Finland Bank, 2019)

En referencia a los cajeros automáticos, en Finlandia, la peculiaridad mencionada anteriormente es que hay una empresa externa a las entidades bancarias que lo gestiona.

Esa empresa es OTTO, que significa “retirada” en finés. Es propiedad y está operada por la empresa Automatia. OTTO posee la red más grande de cajeros en Finlandia. Por tanto, es la red interbancaria que conecta los cajeros automáticos de casi todos los bancos del país, por lo que no hay cajeros de cada una de las entidades como España. Una de las características de estos cajeros es que cuentan con dos ranuras para tarjeta, dependiendo del chip o la banda magnética que éstas tengan. (export.gov, 2019; yle uutiset, 2013)

Imagen 22: Cajero automático Otto



Fuente: (Gree Cap Tours, 2018)

La reducción de cajeros no ha sido tan agravada como la de las oficinas ya que en Finlandia están preocupados por algunos colectivos como ancianos o discapacitados ya que sólo utilizan el efectivo por lo que no se pueden retirar todo lo que quisieran. (News from Finland, 2014)

Actualmente hay algunos cajeros que cobran comisión de un euro por la retirada de efectivo si esta es más de cuatro veces al mes, todo ello para incentivar el uso del pago con tarjeta u online.

Uno de los motivos por los cuáles se han reducido pero en menor medida los cajeros es el uso del pago online, aunque según los últimos datos publicados en el 2014 Finlandia contaba con 1600 cajeros en total y preveían que se redujeran hasta finales de la década en un 30%. Además otro de los motivos por los que los finlandeses no utilizan los cajeros es, como ya se ha mencionado, el pago online, por lo que la cantidad de efectivo retirado de los cajeros automáticos ha disminuido más de una quinta parte entre los años 2014 y 2018. (Jones, 2019; News from Finland, 2014)

11. ESTUDIO DE LA BANCA ONLINE EN FINLANDIA ENTRE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS.

Una vez explicadas las entidades bancarias finlandesas, en este capítulo se van a explicar las técnicas cualitativas y cuantitativas elegidas para la obtención de información primaria referida a los estudiantes universitarios finlandeses.

11.1 ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DE BANCA ONLINE

El principal objetivo que se ha perseguido con las entrevistas realizadas es el conocer el comportamiento de los estudiantes universitarios finlandeses así como el uso que estos dan a la banca online que las entidades de su país les ofrecen.

El universo que se ha seleccionado para las entrevistas es de dos mujeres jóvenes estudiantes universitarias ambas de 22 años de edad. El ámbito geográfico seleccionado para las entrevistas es Finlandia, en concreto las ciudades de las que las entrevistadas eran que son Tampere y Pori, dos ciudades importantes en Finlandia.

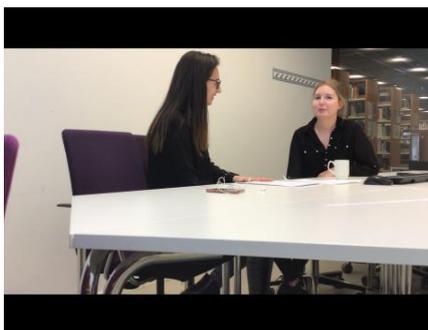
La técnica utilizada es la misma que la utilizada en el caso de las entrevistas a los estudiantes españoles, ya que es entrevista personal en profundidad en las que la entrevistadora realizó una serie de preguntas cerradas previamente a las entrevistadas así como otras que fueron surgiendo dependiendo de las respuesta e información que las estudiantes reportaban a la entrevista. El medio por el cual se ha obtenido la información de las entrevistas ha sido mediante grabación en vídeo de la misma, con el previo acuerdo por parte de ambas entrevistadas.

Las entrevistadas fueron elegidas por la entrevistadora sin necesidad de un panel en el que estuviesen todos los estudiantes finlandeses y de ahí elegir a los entrevistados. Por lo que podemos decir que es un estudio exploratorio según las razones expuestas anteriormente sobre la selección de los candidatos.

El período del trabajo de campo es del 29 de Abril hasta el 16 de Mayo, incluyendo en el mismo la selección y desarrollo de las entrevistas. Ambas entrevistas tuvieron lugar en la universidad de Vaasa.

Un dato que hay que añadir, es que las dos entrevistas se realizaron en inglés ya que es la lengua en común del entrevistador y el entrevistado.

Imagen 23: Entrevista personal con estudiante finlandesa



Fuente: Elaboración propia

Imagen 24: Entrevista personal con estudiante finlandesa



Fuente: Elaboración propia

Tabla 12: Ficha técnica.

Universo	Estudiantes mujeres universitarias de 22 años de edad
Ámbito geográfico	Jóvenes estudiantes universitarios de Tampere y Pori
Número de entrevistas	2 usuarios
Técnica utilizada	Personal en profundidad
Período de trabajo de campo	Del 29 Abril al 16 de Mayo

Fuente: Elaboración propia.

Las conclusiones que se han obtenido de las entrevistas realizadas a las dos estudiantes finlandesas son las siguientes:

Primeramente, ambas estudiantes finlandesas como prefieren la banca online frente a la banca tradicional debido a todas las facilidades que esta les ofrece, o como bien ellas han dicho: rapidez y comodidad. Además, no consideran la banca tradicional como una segunda opción, ya que no lo ven como una opción debido a que no disponen de oficinas en uno de los casos cercanas a sus lugares de empleo, vivienda etc. En ambos casos, las estudiantes entrevistadas prefieren esperar a que la banca online les resuelva un problema que se está produciendo de manera online a que tener que ir a la banca tradicional para resolverlo, debido, entre otras razones a la expuesta anteriormente acerca de la disponibilidad de oficinas físicas.

En cuanto al número de oficinas, gracias a las respuestas de las entrevistadas y lo explicado anteriormente acerca del número de oficinas y su disminución en los últimos años, se puede decir que en Finlandia hay un número ínfimo de oficinas, ya que por lo que he podido apreciar en las entrevistas de los estudiantes finlandeses, estos no

recurren a las oficinas principalmente porque no hay un número excesivo de ellas y por lo tanto para poder acudir a una tienen que hacer considerables desplazamientos.

En cuanto a las aplicaciones bancarias de las que los estudiantes finlandeses disponen, hay que resaltar que éstos no pueden realizar todas las gestiones para poder prescindir al 100% de la banca tradicional por lo que tienen que recurrir a ella si quieren, por ejemplo, realizar una hipoteca.

El medio que utilizan las estudiantes entrevistadas finlandesas para sus gestiones es el teléfono móvil, en concreto la aplicación que los diferentes bancos han desarrollado, además éstas también consultan la página web de su entidad bancaria para algunas transacciones que requieran de mayor importancia. Referido al medio y a las transacciones que las entrevistadas realizan en él, el más repetido es el traspaso o envío de dinero a amigos o familiares, pero siempre dentro de la aplicación bancaria, es decir, no utilizan una externa como PayPal para realizarlo.

Otro aspecto que ambas estudiantes entrevistadas tienen en común es el uso de los cajeros o ATM, ya que no los suelen utilizar frecuentemente, el uso que le dan es excepcional o para transacciones que no se pueden realizar de manera online como es el extracto de dinero en efectivo. Además las entrevistadas proporcionaron la información de que incluso para ingresar dinero lo realizan en los cajeros, ya que prefieren hacerlo de manera personal en vez de entrar a la oficina para que los trabajadores lo realicen.

En cuanto al futuro del sector bancario, las entrevistadas lo ven como algo online completamente o cuasi-completamente, ya que las oficinas tradicionales como las conocemos no permanecerán, además ellas no disponen de un gran número por lo que la adaptación a un nuevo sector sin casi oficinas no supondría un problema pero en el caso de existir oficina, éstas serán oficinas en las que habrá una dinámica virtual o con pocos trabajadores que resuelvan dudas, es decir, el concepto de banca que tenemos ahora cambiará completamente.

11.2 ENCUESTA A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS FINLANDESES

El objetivo principal que se ha perseguido con la encuesta realizada a los estudiantes finlandeses era complementar aquella información obtenida a través de las entrevistas así como el estudio del comportamiento que tienen los estudiantes universitarios de Finlandia y el uso que dan a la banca online de su país.

La población que se ha elegido para llevar a cabo la investigación son jóvenes estudiantes universitarios de Finlandia con un rango de edad de 18 a 30 años, ya que hay disponible, al igual que en España los estudios de posgrado y doctorado.

En cuanto al ámbito geográfico elegido para el estudio, son todos los estudiantes universitarios finlandeses, por lo que no habría distinción entre las diferentes áreas del país.

El tamaño de la muestra es de 86 encuestados, de las cuales sólo 58 encuestas han sido válidas, ya que las 28 restantes han sido encuestados que han accedido la encuesta mediante el link pero no se ha obtenido respuesta de la misma, por lo que no son válidas para el estudio.

La unidad muestral que se ha elegido para la investigación son los jóvenes estudiantes universitarios de Finlandia.

El método que se ha utilizado para realizar la encuesta, al igual que en el caso de la encuesta española, es mediante la plataforma digital Encuestafácil, desde la cual se ha realizado la encuesta por el encuestador y posteriormente, mediante un link que genera la página se ha difundido como se va a explicar a continuación.

El método de difusión de la encuesta a los estudiantes finlandeses ha sido más compleja que a los estudiantes españoles, ya que ha requerido más tiempo y mayores plataformas de difusión debió a la baja tasa de respuesta. Para la difusión, se ha enviado individualmente a algunos estudiantes universitarios vía WhatsApp con el link que administra Encuestafácil. Además se ha creado una página de Facebook en la cual los estudiantes tenían la información pertinente sobre el estudio así como el link que les redirigía directamente a la encuesta. También, se ha difundido mediante una página de

Facebook de estudiantes universitarios finlandeses, para obtener mayor tasa de respuesta.

El sistema de muestreo con el que se ha desarrollado el estudio ha sido no probabilístico por efecto de bola de nieve al igual que en el caso de España, ya que una vez difundido el link a varios estudiantes conocidos, éstos lo han enviado a otros por efecto bola de nieve a los demás, los cuáles, a ojos del estudio han sido aleatorios.

El error que se va a considerar en la investigación es aproximadamente del $\pm 10\%$, ya que al ser un estudio exploratorio no podemos saber a ciencia cierta todos los resultados o si los encuestados son adecuados para el estudio que se quería realizar sobre el uso de la banca online entre los estudiantes universitarios.

El período de trabajo de campo, y como ya se ha explicado, ha sido más largo que en el caso de España, ya que y como se explicará en las limitaciones del trabajo, ha habido ciertos inconvenientes a la hora de obtener respuesta de los encuestados, por lo que ha sido de un mes, desde el 30 de Mayo al 30 de Junio.

Un dato muy importante es que el idioma en el que se ha realizado la encuesta ha sido en inglés ya que es la lengua en común de los encuestados y el encuestador.

Tabla 13: Ficha técnica

Población objeto de estudio	Estudiantes universitarios de 18 a 30 años de edad
Ámbito geográfico	Población de Finlandia
Tamaño de la muestra	58 encuestas válidas
Unidad muestral geográfica	Jóvenes estudiantes universitarios de Finlandia
Método de la encuesta	CAWI (Encuesta web asistida por ordenador)
Marco muestral	Estudiantes universitarios
Sistema de muestreo	Muestreo no probabilístico de bola de nieve
Error muestral	Estudio exploratorio, aproximadamente del $\pm 10\%$
Período de trabajo de campo	30 de Mayo al 30 de Junio

Fuente: Elaboración propia.

Al igual que en el caso español, se va a realizar un estudio de las frecuencias a partir de los porcentajes de la tabla siguiente, de las variables socio demográficas para contextualizar a los estudiantes universitarios finlandeses encuestados.

Tabla 14: Porcentaje de las frecuencias de las variables socio demográficas de los estudiantes finlandeses

Género	Hombre	22.4
	Mujer	77.6
Edad	18-22	31.0
	22-26	50.0
	26-30	19.0
Nivel de estudios	Grado	62.1
	Master	37.9

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en SPSS

A partir de la tabla anterior se puede concluir que la mayor parte de las respuestas obtenidas por parte de los universitarios son mujeres, con un porcentaje del 77.6%. Además, el rango de edad más significativo es de entre 22 y 26 años. El nivel de estudios más significativo es el de Grado universitario con un 62.1% de la población.

11.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE ENCUESTA A JÓVENES UNIVERSITARIOS FINLANDESES

Al igual que en el caso de la muestra de estudiantes universitarios españoles, para la muestra de estudiantes de Finlandia se ha llevado a cabo la misma técnica estadística, que es un análisis de regresión logística binaria.

Hay que añadir, que para realizar el análisis se han traducido del inglés todas las variables y modalidades salvo el nombre de los bancos, para que a la hora de comparar los resultados que se realizará más adelante, todas las variables tengan el mismo nombre.

Las variables utilizadas en el análisis son: *Banco, Metodología, Oficina física, Nocomisiones, Bancovirtual, Muchos beneficios, Banco personalizado, Control dinero, Método de pago, Préstamo, Seguro, Cuenta corriente, Plan pensiones, Tarjetas, Pin y ahorro, Hipotecas, Todas, Tiempo, Modernidad, Descripción de talla, Comodidad, Utiliza app, Que app utilizas, Transo física, Género, Edad, Estudios.*

Al igual que en el caso español, a partir de las tablas de frecuencias, porcentajes y porcentajes acumulados que está referenciada en el Anexo 8 con detalle, se pueden sacar las siguientes conclusiones acerca de la base de datos obtenida a partir de las respuestas de los encuestados de Finlandia.

A continuación se muestran sólo los porcentajes de las frecuencias para cada una de las variables como en el caso español, así como una explicación de aquellas variables que presentan mayor interés de análisis con vista a la obtención de los objetivos marcados en este trabajo y su posterior comparativa.

Tabla 15 : Porcentaje de las frecuencias de las variables de la encuesta a estudiantes finlandeses

Modalidades	Banco				Metodología	Control del dinero	Método de pago		Qué app utiliza	
	Nordea	Danske Bank	OP-Pohjola Group	Otras entidades			Banco Online	En una cuenta corriente	Tarjeta Crédito	Débito
Variables										
Porcentaje	31	15.5	15.5	22.4	100	100.0	37.9	62.1	67.2	32.8

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en SPSS

A partir de la tabla anterior podemos sacar las siguientes conclusiones acerca del comportamiento de los estudiantes universitarios finlandeses con el uso de banca online:

- En primer lugar, la entidad que mayor índice de respuesta tiene y que por tanto coincide con lo explicado anteriormente acerca del tamaño y volumen de clientes es Nordea con un 31% de la población. Está muy seguida de otras entidades, en la cual se pueden incluir algunos bancos pertenecientes a OP-Pohjola Group, por lo que también concuerda con todo lo explicado en capítulos anteriores.
- En cuanto a la metodología que los estudiantes universitarios finlandeses llevan a cabo para realizar sus transacciones financieras es el método de banca online con un 100% de la población.
- En referencia al control del dinero que hacen los encuestados, con un 100% de la población, el método de control del dinero para ellos es en una cuenta corriente.
- El método de pago más utilizado por los encuestados son las tarjetas de débito con un porcentaje del 62.1% de los encuestados totales de Finlandia.
- Por último, las aplicaciones bancarias que los estudiantes universitarios de Finlandia utilizan es una aplicación externa al banco como PayPal con un 67.2% del total de la población encuestada.

Tabla 16: Porcentaje de las frecuencias de las variables en cuanto a las prestaciones del sistema financiero en Finlandia.

Modalidades	Oficina física		No comisiones		Banco virtual		Muchos beneficios	
Variables	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante
Porcentaje	24.1	10.3	25.9	24.1	31	36.2	34.5	17.2

Fuente: Elaboración propia

A continuación se van a estudiar las conclusiones acerca de la importancia (en la tabla anterior) que los encuestados finlandeses han dado a cada una de las prestaciones del sector bancario en Finlandia presentadas en la encuesta realizada:

- En primer lugar, para los estudiantes finlandeses el que la entidad posea una oficina física, tiene un porcentaje de importancia muy bajo, ya que solo el 24.1% de la misma ha respondido que es importante para ellos, por lo que una vez más nos demuestra que los estudiantes finlandeses no son proclives al uso de servicios de manera tradicional.
- En cuanto a la variable *No comisiones*, para los estudiantes finlandeses resulta importante con un 25.9% de la población, por lo que no podemos decir que sea significativa esa importancia.
- En relación a que el banco con el que operan sea virtual, para los encuestados el nivel de muy importante consta con un porcentaje del 36.2%.
- Por último, que el banco les ofrezca muchos beneficios, es importante para ellos con un 34.5% pero no es uno de los aspectos que más les importen a la hora de trabajar con una entidad financiera u otra.

Tabla 17: Porcentaje de las frecuencias en cuanto a la contratación de los productos/servicios de manera online

Modalidades	Préstamo	Seguros	Cuenta corriente	Plan de pensiones	Tarjetas de Crédito	Planes de inversión y ahorro	Hipotecas	Todas
Variables	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Porcentaje	53.4	43.1	48.3	31	55.2	58.6	9	48.3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en SPSS

En relación a los productos o servicios que los estudiantes universitarios finlandeses están dispuestos a contratar mediante banca online, las conclusiones que se han obtenido de ello son las siguientes:

- Los estudiantes universitarios finlandeses, sí contratarían préstamos mediante banca online, ya que como se aprecia en la tabla anterior, más del 50% (exactamente un porcentaje del 53.4%) de la población total encuestada en Finlandia ha afirmado que lo haría.
- Además los estudiantes finlandeses también contratarían servicios de seguros a través de la plataforma online, ya que tiene como porcentaje de respuesta un 43.1% de la población total.
- Además el 48.3% de los encuestados si contratarían una cuenta corriente a través de banca online, así como tarjetas de Crédito o planes de inversión y ahorro con un 55.2% y 58.6% respectivamente.
- Los productos que los estudiantes finlandeses no estarían dispuestos a contratar de manera online y que por tanto tienen los porcentajes más bajos son: las hipotecas y los planes de pensiones. Esta baja tasa de respuesta puede deberse a la edad de los encuestados, ya que estudiantes universitarios no tienen como prioridad la contratación de este tipo de servicios a su temprana edad.
- Por último, casi el 50% de la población contrataría todas ellas a través de internet, lo cual nos muestra la confianza y el uso de la banca online que los estudiantes universitarios de Finlandia tienen.

Tabla 18: Porcentaje de las frecuencias de las variables acerca de los beneficios y otras utilidades de la banca online

Modalidades	Transacciones en oficina física	Utiliza app	Tiempo		Modernidad		Descripción detallada		Comodidad	
	Sí	Sí	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante	Importante	Muy importante
Porcentaje	72.4	60.3	27.6	56.9	25.9	46.6	34.5	22.4	29	34.5

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en SPSS

Por último, y como se aprecia en la tabla anterior se va a proceder a la obtención de las conclusiones de beneficios y otras utilidades e la banca online que los estudiantes universitarios han respondido en la encuesta.

- En primer lugar, los estudiantes consideran que el ahorro de tiempo es muy importante, ya que un 56.9% de la población ha opinado lo mismo.
- En relación con la modernidad de la banca online, para los estudiantes finlandeses es uno de los beneficios también más importantes, ya que casi el

50% de la población (exactamente el 46.6%) ha respondido la modalidad *Muy importante*.

- En cuanto a la descripción detallada de los productos, es uno de los aspectos que no resulta de gran interés a los encuestados, ya que el porcentaje de personas pertenecientes a importante es del 34.5%.
- Por último, para los estudiantes finlandeses resulta muy importante la comodidad que la banca online presenta, no obstante no es uno de los beneficios que más les atraiga ya que tiene un porcentaje del 34.5%.
- Los estudiantes finlandeses han respondido que si realizan transacciones en oficinas físicas con un 72.4% de los encuestados, pero el concepto de oficina física no sería el mismo que para el caso anterior, ya que éstos ven como oficina física al simple hecho de ir al banco, no a la atención al cliente.
- Por último, y como se va a estudiar en mayor profundidad a continuación en el estudio estadístico, los estudiantes universitarios utilizan aplicaciones bancarias con un 66.5% de los encuestados.

Una vez explicadas las frecuencias para cada una de las variables del estudio, se va a exponer el estudio estadístico llevado a cabo, que es un modelo de regresión logística binaria, en el cual la variable elegida como dependiente es *Utilizaapp*, ya que queremos saber si los estudiantes utilizan aplicación bancaria a partir de las demás variables que van a funcionar como independientes, al igual que en el caso español.

Para saber si el modelo es válido, hay que estudiar todos los parámetros pertinentes para confirmar la validez, los cuáles se sugiere al lector que los consulte para una mayor exhaustividad en el Anexo 8, (al igual que en el anterior análisis de los estudiantes españoles) dónde se encuentra todo el proceso detallado del estudio.

Después de realizar todo el estudio que se requiere para obtener el modelo más óptimo para llevar a cabo el análisis, la función final del modelo es la siguiente:

$$P_z = \frac{1}{1+e^{-(B_0+B_1 X_1+\dots+B_p X_p)}} = \frac{1}{1+e^{-(-1,030+1,556 \text{ Seguros}(1)+1,459 \text{ Préstamo}(1))}}$$

12. COMPARATIVA DE LOS RESULTADOS

Una vez expuestos los dos análisis de los resultados obtenidos por las encuestas realizadas en España y Finlandia, se va a realizar una comparativa de éstos para

comprobar si el comportamiento de ambos países es diferente o tiene similitudes como en otros aspectos que se van a exponer a continuación.

Para el desarrollo de esta comparativa, se va a llevar a cabo dos procedimientos: el primero de ellos es comparar los porcentajes de las frecuencias de las variables que son atractivas para poder conseguir y explicar los objetivos propuestos de este trabajo, el segundo de los procedimientos para que esta comparación sea más real, es el seleccionar a cinco individuos de manera aleatoria de cada una de las muestras. Una vez escogidos los encuestados, se van a utilizar las funciones de regresión obtenidas previamente. Sobre éstas se va a predecir la probabilidad de que ese usuario utilice aplicación bancaria o no para cada uno de los países.

Cuando se hayan obtenido los resultados, se van a comparar de manera que se pueda ver si de verdad existen o no diferencias, junto con los datos obtenidos en las entrevistas realizadas.

La primera variable que se va a comparar entre ambos países es la metodología que los estudiantes universitarios utilizan para llevar a cabo sus transacciones financieras. Como se ha podido comprobar anteriormente, en España existen disparidades entre el uso de la banca tradicional y la banca online, ya que los resultados mostraban que no hay una clara preferencia del uso de la misma. En cuanto a los estudiantes universitarios finlandeses, hay que confirmar que todos ellos utilizan la banca online, y esto puede ser debido a ese afán de las entidades finlandesas de querer ofrecer todo lo posible de manera online, así como el factor cultural que se estudiará más adelante.

La segunda variable objeto de comparación es el método del control de dinero que los estudiantes de ambos países utilizan, habiendo diferencias entre ambos, ya que en España, como se ha podido ver anteriormente, esa desagregación de los jóvenes en cuanto al uso de la banca online y tradicional afecta al control de su dinero, ya que una parte de la población lo controla mediante una cuenta corriente y la otra en efectivo en sus carteras. A diferencia de España, todos los estudiantes finlandeses encuestados llevan un control de su dinero a través de una cuenta corriente, lo que una vez más comprueba que Finlandia está más digitalizada en lo que a estos términos se refiere.

Por último, y en relación con el comportamiento que los estudiantes universitarios tienen con el uso de banca online y respondiendo a los objetivos propuestos, en España

los estudiantes el método de pago que más utilizan son las tarjetas de crédito, seguido del efectivo, mientras que los estudiantes universitarios finlandeses utilizan en mayor medida tarjetas de débito seguidas de las de crédito, por lo que una vez más se pueden apreciar diferencias en cuanto a la elección de métodos tradicionales o digitales en ambos países.

En relación a las diferencias que existen con los productos o servicios que los estudiantes universitarios de ambos países contratan, los estudiantes finlandeses son más proclives a la hora de contratar préstamos de manera online que los estudiantes españoles, esto es debido a que los estudiantes en Finlandia, como se observó de manera personal en las entrevistas, los estudiantes suele solicitar préstamos de estudiantes para os gastos pertinentes durante sus años de estudio. Uno de los productos que presenta mayor diferencia en lo que a los resultados se refiere son los planes de inversión y ahorro ya que los estudiantes españoles no tienen como preferencia la contratación de los mismos, mientras que casi un 60% los estudiantes finlandeses si los contratarían mediante banca online. Otras dos diferencias muy significativas en cuanto a la contratación de servicios a través de banca online hace referencia a los seguros y a los planes de pensiones, ya que los estudiantes españoles no tienen como preferencia el solicitar este tipo de servicios de manera online, mientras que los estudiantes finlandeses, con una mayor vista de cara al futuro, si los solicitarían. Por lo que, como consecuencia, hay un mayor porcentaje de estudiantes encuestados pertenecientes a Finlandia que contratarían todos los productos que se les expuso en la encuesta, mientras que para el caso español, no es tan alto el porcentaje de respuesta.

Por otro lado, existen similitudes en cuanto a los siguientes productos y servicios: Cuenta corriente, tarjetas de crédito e hipotecas ya que en ambos países los resultados obtenidos son similares en términos de porcentaje.

En cuanto a las ventajas que los servicios de banca online presentados en las encuestas realizadas a los estudiantes universitarios, se pueden sacar las siguientes conclusiones en términos de comparativa entre ambos países: El tiempo es el beneficio con mayores porcentajes para ambos países ya que para los estudiantes es muy importante el ahorro de tiempo a la hora de llevar a cabo sus transacciones y gestiones bancarias en el medio online. En cuanto a la comodidad del medio online, existen diferencias, ya que para casi el 60% de los estudiantes universitarios españoles es muy importante, mientras que para

los estudiantes universitarios finlandeses es solo del 34.5% por lo que no es un beneficio significativo en Finlandia pero sí lo es en España. La modernidad es otro beneficio de la banca online en el que existen diferencias entre ambos países ya que para los estudiantes españoles es sólo importante, para los estudiantes finlandeses es muy importante con casi un porcentaje del 50% de la población encuestada. Por último, en cuanto a la descripción detallada de los productos y servicios en la banca online, no hay diferencias entre ambos países ya que los porcentajes de respuesta son similares.

Por último, en cuanto a la comparativa de transacciones llevadas a cabo en una oficina física, en España los estudiantes las realizan pero no en gran medida como en Finlandia, pero esto se debe a lo explicado anteriormente de la influencia del factor cultural en lo que se refiere al término oficina física para ambos países explicado anteriormente.

En segundo lugar, se van a exponer los resultados de los encuestados elegidos para la muestra de 62 estudiantes universitarios españoles en la función de regresión obtenida anteriormente, los siguientes individuos son los elegidos de manera aleatoria: 34, 48, 31,46 y 55

Para el primer individuo seleccionado (el estudiante número 34), la función (explicada en el Anexo 9 de manera más detallada), muestra que el individuo tiene una probabilidad de 98,07% de utilizar una aplicación bancaria. ya que utiliza cuenta corriente como método de controlar el dinero, la metodología que prefiere a la hora de realizar sus gestiones es banca online y la aplicación que utiliza es la del banco: (Donde z es Sí utiliza aplicación bancaria)

Para el segundo individuo seleccionado, que se corresponde con el estudiante número 48 de la muestra, y teniendo en cuenta que utiliza como método de controlar su dinero una cuenta corriente, la metodología que prefiere a la hora de realizar las transacciones es banca online y que utiliza la aplicación que el banco ofrece, la probabilidad de que utilice aplicación es la siguiente: al igual que en el primer caso es del 98,07%

Para el tercer individuo, que es el estudiante número 31 del total de la muestra de estudiantes universitarios españoles, la función de regresión (explicada en el Anexo 9) en cuanto a las respuestas que ha dado siendo así el método de control de su dinero mediante una cuenta corriente, la metodología que prefiere a la hora de realizar sus gestiones es a banca online y que la aplicación que utiliza es la que el banco ofrece, es

la siguiente: al igual que en los dos casos anteriores la probabilidad de que el encuestado utilice una aplicación bancaria es del 98,07%.

Para el cuarto estudiante que se corresponde con el número 46 de la muestra, la probabilidad de que utilice una aplicación bancaria para realizar sus gestiones es la siguiente, debido a que es una persona que el método por el cual controla el dinero es en efectivo en la cartera, la metodología que prefiere a la hora de realizar sus gestiones es la banca online y que utiliza una aplicación externa a la entidad con la que opera; es la siguiente: una probabilidad del 70%

Por último, para el quinto estudiante encuestado, que es el número 55 de la muestra, el cual el método que utiliza para controlar su dinero es efectivo en la cartera, la metodología que prefiere para llevar a cabo sus gestiones es la banca tradicional y utiliza una aplicación externa, la probabilidad resultante es del 16,82%, siendo la más baja de todos los individuos estudiados

Como conclusión y a la vista de los resultados, generalmente los estudiantes universitarios españoles utilizan aplicaciones de banca online para llevar a cabo las gestiones, consultas ó transacciones a diario. Además podemos complementar con la información de las entrevistas, que el uso de la banca online está en auge entre los más jóvenes aunque hay casos, cada vez en menor número, de estudiantes que siguen utilizando la banca tradicional, debido a razones personales o por el desconocimiento del sector.

Una vez analizados los estudiantes españoles, se va a utilizar la muestra de los universitarios finlandeses, para que al azar, cinco estudiantes representen al conjunto total de 58 encuestados.

El procedimiento de estudio será el mismo que en el caso anterior, por lo que los estudiantes escogidos aleatoriamente del total de la muestra son los siguientes: 24, 4, 53,35 y 20.

Para el primer estudiante (el número 24), se va a estudiar sobre la función de regresión obtenida (explicada en mayor detalle en el Anexo 9) si utiliza una aplicación bancaria en función de si estaría dispuesto a contratar servicios de seguros de manera online y solicitar un préstamo de manera online. Las respuestas del este primer individuo es que no estaría dispuesto a contratar servicios de seguros de manera online pero si estaría

dispuesto a solicitar un préstamo en esta plataforma digital. Por lo que la probabilidad de que el primer individuo utilice una aplicación bancaria es del 60,56%

Para el segundo estudiante, que es el número 4 el cual estaría dispuesto a contratar servicios de seguros y a solicitar un préstamo a través de la banca online, la probabilidad es la siguiente: 87,92%

El tercer encuestado elegido es el estudiante número 53, el cual estaría dispuesto a contratar servicios de seguros y a solicitar un préstamo a través de la banca online, al igual que el estudiante anterior, por lo que la probabilidad es la misma, siendo ésta del 87,92% de utilizar una aplicación bancaria.

Para el cuarto estudiante, el cuál es el número 35 elegido aleatoriamente como los demás estudiantes, ha respondido que no estaría dispuesto a contratar servicios de seguros pero que si solicitaría prestamos de manera online. La probabilidad de que el usuario utilice una aplicación online es la misma que para el primer estudiante, la cuál es del 60,56%.

Por último, el quinto encuestado que es el número 20 ha contestado que sí estaría dispuesto a contratar servicios de seguros y a solicitar un préstamo a través de la banca online, al igual que el estudiante número 53 y 4. Como ya se ha mencionado, este último estudiante presenta la misma probabilidad de utilizar una aplicación bancaria del 87,92% como el tercer y cuarto caso estudiados previamente.

Como conclusión se puede afirmar, que gracias a los datos contrastados como la información obtenida mediante las entrevistas, los estudiantes universitarios finlandeses utilizan en mayor medida la banca online ó los servicios online debido a su cultura de digitalización y constante cambio como se ha podido apreciar en capítulos anteriores. En este caso, como se puede apreciar en cada una de las probabilidades calculadas, todas ellas son similares por lo que, y como se ha mencionado anteriormente, los estudiantes finlandeses presentan similar interés acerca de la banca online y el funcionamiento de la misma.

Como comparativa de los resultados de ambos países, se puede afirmar que en España los estudiantes están el uso de la banca online todavía no está homogeneizado, ya que los resultados son más dispares que en el caso de los estudiantes universitarios finlandeses que presentan un comportamiento y uso similar de la banca online.

13. CONCLUSIONES

Una vez realizada la investigación sobre el uso de la banca online entre los estudiantes de España y Finlandia, se van a indicar las conclusiones a partir de los datos e investigación realizadas a lo largo de este proyecto.

En primer lugar, existen diferencias en cuanto a los países de estudio, en el que uno de los factores más importantes es el cultural, ya que en España en lo que al sector bancario se refiere y como se ha podido estudiar en los capítulos previos, está haciendo un gran esfuerzo en inversión en I+D+i para poder competir en el sector de la banca online con el resto de países del mundo. Por otra parte, Finlandia es uno de los países europeos más importantes y a la vez pioneros en el sector tecnológico, lo cual se ve reflejado en todos los sectores del país, pero sobre todo en el sector bancario, ya que han sido los primeros en aplicar muchas de las técnicas digitales a sus entidades desde principios del siglo pasado, haciendo de estas unas de las más importantes del mundo y por tanto, más competitivas.

En segundo lugar, el factor cultural influye en gran medida, ya que son culturas completamente distintas y por tanto, estas diferencias se ven reflejadas en el comportamiento de los ciudadanos a la hora de desempeñar unas tareas u otras, así como en la aplicación de nuevas tecnologías en su día a día.

Además, y gracias a las fuentes de información primaria obtenidas para esta investigación, se pueden incluir las siguientes conclusiones sobre el comportamiento real de los estudiantes universitarios de ambos países, y el uso ó dinámicas de comportamiento que emplean con el sector de la banca online:

- Los estudiantes españoles están, en la actualidad, implementando todos los cambios tecnológicos en sus vidas, de manera que por norma general, ya utilizan más todos los servicios online que sus entidades les ofrecen. No obstante, aun existe un pequeño nicho de este mercado en el cuál la banca online no ha penetrado ya que algunos de estos estudiantes aún siguen utilizando los métodos tradicionales de banca como primera opción en su día a día.
- Los estudiantes finlandeses, en cambio, tienen implementada toda la tecnología de la que disponen en su día a día, por lo que no lleva lugar a dudas el no tener que usar servicios tradicionales de banca ya que en su comportamiento desde

que han aprendido a realizar transacciones, este método no ha sido una opción debido al gran avance tecnológico que las entidades finlandesas prestan a sus clientes.

- En cuanto al desarrollo de aplicaciones bancarias, la principal herramienta de todas las entidades del mundo a la hora de competir en el sector de banca online, hay que destacar que las aplicaciones de las entidades españolas, en la actualidad, están más desarrolladas, por lo que los estudiantes pueden realizar un número mayor de operaciones sin tener que acudir a las oficinas físicas. Sin embargo, las aplicaciones finlandesas, en consonancia con la cultura de austeridad y sencillez con la que se caracterizan, las aplicaciones no prestan todos los servicios que las españolas sí prestan, por lo que en este aspecto España estaría por delante (no en gran medida) de Finlandia.
- El impulso del uso de esta nueva banca online, se ve más reflejado en Finlandia que en España, ya que el número de oficinas y el uso que los estudiantes les dan, hacen reflexionar sobre si su existencia será duradera o no en ambos países, siendo en Finlandia, como ya se ha estudiado, un número menor de oficinas dando como consecuencia un uso casi obligatorio de la banca online.
- En cuanto al uso de aplicaciones bancarias, ambos países se encuentran a la par, pero no deja de ser Finlandia pionero de su uso de forma habitual en la vida de los estudiantes.
- Uno de los grandes esfuerzos que están haciendo las entidades españolas es el implementar algunos de sus productos en las universidades, con el objetivo de captar mayores clientes de banca digital. A diferencia de lo mencionado anteriormente, los estudiantes finlandeses no cuentan con estos servicios por parte de las entidades ligadas a las universidades, por lo que hace reflexionar, una vez más, si el uso de la banca online puede que esté más ligado a la cultura que al uso y conocimiento de las nuevas tecnologías.
- Por último, los estudiantes de ambos países coinciden, mediante sus respuestas, en que la banca online es el futuro, para España, un futuro más próximo debido a la novedad del sector, mientras que para Finlandia un futuro a un ritmo “normal” en el cuál todos los estudiantes y posteriores ciudadanos se adapten al sector a un ritmo monótono y sin grandes cambios.

Para concluir, se puede afirmar que los objetivos propuestos al principio de este proyecto se han cumplido gracias a las investigaciones realizadas y a los resultados obtenidos por lo que uno de los objetivos era comprobar si existen diferencias entre ambos países y se puede afirmar que sí existen diferencias entre el comportamiento de los estudiantes españoles y finlandeses a lo que el uso de la banca online se refiere, no obstante, estas diferencias cada vez se están haciendo menores, pero hay que tener en cuenta que la cultura de ambos países es fundamental para que el uso y el posterior éxito de la misma se lleve a cabo.

Para acabar quería concluir que los resultados de los datos pueden estar influenciados por las muestras obtenidas, ya que al haber hecho un muestreo aleatorio pero por efecto bola de nieve, puede que no sea el tamaño de la muestra el idóneo para llevar a cabo el estudio con mayor profesionalidad.

13.1 RECOMENDACIONES

En cuanto a las recomendaciones que se pueden aplicar a las entidades financieras tanto para Finlandia, pero sobre todo, para España son las siguientes:

- Mayor promoción e inversión de las aplicaciones bancarias que hay en la actualidad disponible, además de mayor información sobre el uso de las mismas junto con la cartera de productos o servicios que se pueden contratar en cada una de ellas.
- Mayor promoción de los beneficios de la banca online entre los estudiantes, ya que aunque la utilicen, no tienen constancia de todos los beneficios que ésta tiene.
- Mayor personalización de productos para estudiantes, ya que algunos de los que ahora mismo se ofertan no están destinados a ellos y por tanto no pueden contratarlos.

13.2 LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Las principales limitaciones que esta investigación ha tenido son las siguientes:

- Búsqueda de fuentes de información secundarias para Finlandia, ya que no hay la suficiente disponible para poder llevar a cabo comparaciones o contrastes de informes.

- Búsqueda de participantes para las entrevistas de los estudiantes finlandeses, ya que algunos de ellos rechazaron llevarla a cabo por falta de tiempo, aunque finalmente se desarrollaron favorablemente las dos realizadas.
- La recolección de estudiantes universitarios finlandeses para la encuesta, ya que hubo que crear una página web en Facebook para poder atraer más estudiantes mediante este canal, además del contacto con asociaciones para poder promocionar la encuesta.
- El idioma en el que se ha realizado la encuesta a los estudiantes universitarios finlandeses, ya que pueden haber tenido problemas a la hora de comprender los objetivos de las preguntas, y por tanto, los datos pueden verse influenciados por ello.

14. BIBLIOGRAFÍA

- a.f. diseño y comunicación. (2019). Unicaja Banco - a.f. diseño y comunicación.
Retrieved June 27, 2019, from <https://www.afgrafico.com/cliente/unicaja-banco/>
- Agencia EFE. (2017). CaixaBank, un banco heredero de La Caixa con 113 años de historia. *Inversión&finanzas.Com*. Retrieved from <http://www.finanzas.com/noticias/mercados/bolsas/20171006/caixabank-banco-heredero-caixa-3700556.html>
- Agencias. 20minutos.es. (2011). Caja España-Caja Duero aprueba por mayoría la fusión con Unicaja. *20 Minutos*. Retrieved from <https://www.20minutos.es/noticia/1169899/0/caja-espana/caja-duero/unicaja-integracion/>
- Agencias. elmundodineroo. (2001). Banco Santander: el peso de la tradición. Retrieved from <https://www.elmundo.es/especiales/2001/08/economia/bsch/santander.html>
- Agreda Moreno, E. J. (2017). *Estados financieros consolidados. Cuadernos de Administración* (Vol. 20). <https://doi.org/10.25100/cdea.v20i31.194>
- Alconada Gonzalo, Á. (2019). El número de oficinas bancarias cae a su nivel más bajo desde 1980 | Compañías | Cinco Días. *Cinco Días*. Retrieved from https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/03/22/companias/1553289119_647990.html
- Alto Directivo. Banco popular (2016). Retrieved from <http://www.altodirectivo.com/secciones/22022/banco-popular-aprueba-el-nuevo-organigrama>
- Antón, J. (n.d.). ¿Qué es el Fintech? Retrieved April 5, 2019, from <https://neoattack.com/que-es-fintech/>
- B General. (n.d.). Banca - Qué es y Definición 2019. Retrieved April 5, 2019, from <https://conceptodefinicion.de/banca/>
- Banco Santander. (2013a). Grupo Santander. Retrieved from <https://www.pb-santander.com/node/18>
- Banco Santander. (2013b). *Proyecto común de fusión*.

- Banco Santander, & Banco Banif. (2013). *Proyecto común de fusión*.
- Bank of Finland. (2017). Changes in payment methods in Finland. Retrieved February 20, 2019, from <https://www.bofbulletin.fi/en/charts/chart/changes-in-payment-methods-in-finland/>
- Bankia. (n.d.-a). Origen - Bankia. Retrieved June 17, 2019, from <https://www.bankia.com/es/quienes-somos/sobre-nosotros/origen/>
- Bankia. (n.d.-b). Particulares - Bankia.es. Retrieved June 17, 2019, from <https://www.bankia.es/es/particulares>
- Bankia. (2018). *informe-anual-cuentas-anuales-consolidadas-2018.pdf*.
- Bankinter. (2015). 50 años pensando diferente, Bankinter. Retrieved June 17, 2019, from <https://docs.bankinter.com/www/webcorp/swf/memoria2015/50aniversario/el-nacimiento-del-banco.html>
- Bankinter. (2018). *Informe anual bankinter 2018*.
- Bankinter. (2019a). Banca online y servicios financieros | Particulares | Bankinter. Retrieved June 19, 2019, from <https://www.bankinter.com/banca/inicio>
- Bankinter. (2019b). Bankinter logra entrar en el TOP 25 de las mejores marcas de España. Retrieved June 27, 2019, from <https://blog.bankinter.com/economia/-/noticia/2018/1/19/bankinter-mejores-marcas-espana-2017-interbrand>
- Bankinter. (2019c). Bankinter supera el resultado récord del año anterior y alcanza en 2018 un beneficio neto de 526,4 millones de euros, un 6,3% más. Retrieved June 17, 2019, from <https://saladecomunicacion.bankinter.com/prensa/bankinter-supera-el-resultado-record-del-ano-anterior-y-alcanza-en-2018-un-beneficio-neto-de-526-4-millones-de-euros-un-6-3-mas#>
- Barroso, G. (2012). El BBVA absorbe Unnim | Empresa y economía. *Republica*. Retrieved from <http://empresayeconomia.republica.com/banca/el-bbva-absorbe-unnim.html>
- BBC. (2017). La curiosa historia de cómo nacieron los cajeros automáticos. *BBC*.

- Retrieved from <https://www.bbc.com/mundo/noticias-40417156>
- BBVA. (2015). *¿Qué es el fintech? Innovación en servicios financieros*. BBVA.
Retrieved from <https://www.bbva.com/es/que-es-el-fintech/>
- BBVA. (2017, June 7). Ocho conceptos clave a considerar en la banca ‘online.’
Retrieved April 4, 2019, from <https://www.bbva.com/es/8-conceptos-clave-cuenta-banca-online/>
- BBVA. (2019). Banca Online de BBVA. Retrieved June 19, 2019, from
<https://www.bbva.es/particulares/index.jsp>
- BBVA, & Torres Vila, C. (2018). Información corporativa. Retrieved June 15, 2019,
from <https://www.bbva.com/es/informacion-corporativa/>
- BBVA, & UNNIM BANC. (2012). Unnim Banc, S.A.U., 224.
- Botías Jiménez, M. (2016). Adiós a Catalunya Banc. *El Periódico*. Retrieved from
<https://www.elperiodico.com/es/economia/20160513/adios-a-catalunyacaixa-5130114>
- Busconómico. (2016). Ventajas y desventajas de la banca online y tradicional. Retrieved
April 4, 2019, from <https://www.busconómico.com/post/banca-tradicional-y-banca-online-ventajas-desventajas.aspx>
- CaixaBank. (2019). CaixaBank mejora todos sus márgenes y obtiene un beneficio de
1.985 millones (+17,8%). Retrieved June 17, 2019, from
https://www.caixabank.com/comunicacion/noticia/caixabank-mejora-todos-sus-margenes-y-obtiene-un-beneficio-de-1-985-millones--17-8-_es.html?id=41453
- Caixabank, G. (2019). Cuentas anuales del Grupo CaixaBank 2018.
- CaixBank. (n.d.). CaixaBank | Particulares, Empresas | CaixaBank. Retrieved June 17,
2019, from https://www.caixabank.es/particular/home/particulares_es.html
- Campos, E. B., Salmador, M. P., & Morcillo, P. (2017). *La Innovación Del Modelo De
Negocio Bancario: El Reto De La Banca Digital*. Retrieved from
<http://www.aeca1.org/xixcongresoaecca/cd/61w1.pdf>
- Catalunya Banc, & BBVA. (2016). *ENTRE BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA*

, S. A. Y (como sociedad absorbida) 31 de marzo de 2016.

Cinco Días. (2018). Bankinter acuerda la compra de Evo Banco en España | Compañías | Cinco Días. *Cinco Días*. Retrieved from https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/09/25/companias/1537890350_279446.html

Clementi, F. (2012). *¿Qué es la banca online?* Retrieved from <http://blog.francoisecllementi.com/2012/¿que-es-la-banca-online/>

Comisión nacional de los mercados y la competencia. (2018). *INFORME SOBRE LAS COMISIONES POR LA RETIRADA DE EFECTIVO DE LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS*.

Comparativa de bancos. (2019). Banesto. Retrieved from <https://www.comparativadebancos.com/bancos/banesto/>

Consolidadas, C. A., & Gesti, I. D. E. (2018). *Cuentas Anuales Consolidadas E Informe De Gestión Consolidado Informe Anual 2010*.

Danske Bank. (n.d.). Report. Retrieved from <https://danskebank.com/news-and-insights/news-archive/press-releases/2018/pr02022018a>

Danske Bank. (2018). *Financial statements Q4 2018*.

Danske Bank. (2019a). About us. Retrieved from <https://danskebank.com/about-us>

Danske Bank. (2019b). Business Banking Startpage. Retrieved June 25, 2019, from <https://danskebank.dk/en/business>

Danske Bank. (2019c). Online banking. Retrieved June 25, 2019, from <https://danskebank.dk/en/personal/tools/e-banking/online-banking>

Danske Bank. (2019d). Our history. Retrieved from <https://danskebank.com/about-us/our-history>

De Azumendi, L. (2016, October 14). Breve historia de BBVA (I): nace Banco de Bilbao. Retrieved June 15, 2019, from <https://www.bbva.com/es/breve-historia-bbva-i/>

- De Barrón, Í., & Fernández, D. (2012). El Santander absorbe Banesto | Economía | EL PAÍS. *El País*. Retrieved from https://elpais.com/economia/2012/12/17/actualidad/1355730788_882033.html
- Díaz Güell, C. (2013). Santander-Banesto: La fusión de los dos bancos más rentables de sus categorías. Retrieved June 15, 2019, from https://ideas.economiadigital.es/ideas/santander-banesto-la-fusion-de-los-dos-bancos-mas-rentables-de-sus-categorias_136748_102.html
- Dirigentesdigital.com. (2018). Un 46% de la población usa banca online. *Dirigentesdigital.Com*. Retrieved from https://dirigentesdigital.com/hemeroteca/un_46-de_la_poblacion_usa_banca_online-AYDD68376
- economiadehoy.es. (2016). Cuenta atrás para la integración de Unoe en BBVA: ¿cómo le va afectar al cliente? | Economía de Hoy. Retrieved June 27, 2019, from <https://www.economiadehoy.es/noticia/10709/economia/cuenta-atras-para-la-integracion-de-unoe-en-bbva:-como-le-va-afectar-al-cliente.html>
- economiasimple. (2016). Ventajas e inconvenientes de la banca online | Banca. Retrieved April 4, 2019, from <https://www.economiasimple.net/ventajas-e-inconvenientes-de-la-banca-online.html>
- EFE. (2016). BBVA culminará en diciembre la integración de Unoe. *El Expansión*. Retrieved from <http://www.expansion.com/empresas/banca/2016/11/28/583c8a2de2704e680b8b45ad.html>
- EFE, B. (2011). La Caixa “se bancariza” bajo el nombre de Caixabank. *Ideal. Ideal.Es*. Retrieved from <https://www.ideal.es/jaen/rc/20110127/economia/caixa-anuncia-conversion-banco-201101271129.html>
- EFE Barcelona. (2012). CaixaBank culmina la absorción de Banca Cívica | Noticias de Economía en Diario de Navarra. *El Diario de Navarra*. Retrieved from https://www.diariodenavarra.es/noticias/mas_actualidad/economia/2012/08/03/caixa_bank_culmina_absorcion_banca_civica_87979_1033.html
- Ejecutivo, Presidente, U. (2019). *No Title*.

- El Economista.es. (n.d.). Banca electrónica: qué es - Diccionario de Economía - elEconomista.es. *El Economista*. Retrieved from <https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/banca-electronica>
- El mundo. (2019). BBVA cambia su logo.
- Europapress. (2016). Los cajeros automaticos. *Europa Press*. Retrieved from <https://www.europapress.es/extremadura/noticia-cajeros-automaticos-evolucion-adaptarse-demandas-ciudadano-20160815112932.html>
- Eurostat. (2018). *Eurostat*.
- Evo. (2018). EVO BANCO Y SU FILIAL DE CRÉDITO AL CONSUMO EN IRLANDA, AVANTCARD, SE SUMARÁN AL GRUPO BANKINTER. Retrieved June 17, 2019, from <https://www.evobanco.com/que-es-evo/noticia/EVO-BANCO-Y-SU-FILIAL-DE-CREDITO-AL-CONSUMO-EN-IRLANDA-AVANTCARD-SE-SUMARAN-AL-GRUPO-BANKINTER/#>
- export.gov. (2019). Finland - Banking Systems | export.gov. Retrieved June 25, 2019, from <https://www.export.gov/article?id=Finland-Banking-Systems>
- finect. (2018). ¿En qué países europeo se usa más la banca digital? - Popcoin - Finect. Retrieved June 25, 2019, from <https://www.finect.com/grupos/Popcoin/articulos/en-que-paises-europeo-mas-banca-digital>
- Finland Bank. (2019). Payments statistics. Retrieved June 25, 2019, from <https://www.suomenpankki.fi/en/Statistics/payments-statistics/>
- Finnish Banking. (2017). *Finnish banking in 2017*.
- Freire, B. (2016). BANCA ELECTRÓNICA.
- Gamero Martí, M. (2017). Cuáles son las ventajas y desventajas de la banca online. Retrieved April 4, 2019, from <https://negocios.uncomo.com/articulo/cuales-son-las-ventajas-y-desventajas-de-la-banca-online-20057.html>
- Gree Cap Tours. (2018). How to find an ATM in Finland? - Green Cap Tours. Retrieved June 28, 2019, from <https://greencaptours.com/how-to-find-an-atm-in->

finland/

- ING. (2017). Nota de prensa: César González-Bueno, nuevo Consejero Delegado de ING España & Portugal. Retrieved June 17, 2019, from <https://www.ing.es/sobre-ing/prensa/prensa090317.html>
- ING. (2019). ING, banco online sin comisiones - People in Progress. Retrieved June 19, 2019, from <https://www.ing.es/>
- Javier, A., & Dopico, G. (2013). *La Banca Electrónica en España*. Universidad de A Coruña.
- Jiménez, C., & Tejero, H. (2018). *Cierre de oficinas bancarias y acceso al efectivo en España Concha Jiménez Gonzalo (*) y Helena Tejero Sala (**)*. Madrid.
- Jones, M. (2019). Currency in Finland - Discover Helsinki. Retrieved June 25, 2019, from <https://discoverhelsinki.fi/good-to-know/currency-finland/>
- Kredyt Bank. (2019). Kredyt Bank | Brands | Brandirectory. Retrieved June 27, 2019, from <https://brandirectory.com/brands/kredyt-bank>
- La Caixa. (n.d.). Misión, visión y valores - Obra Social. Retrieved June 17, 2019, from <https://obrasociallacaixa.org/es/quienes-somos/informacion-corporativa/mision-vision-y-valores>
- López, E. (2016). ¿Qué es Fintech? - Crowdlending.es. Retrieved April 5, 2019, from <https://www.crowdlending.es/blog/que-es-fintech>
- Marco, A. (2012). Santander absorbe Banesto para ajustar su deficitaria banca nacional. *El Confidencial*. Retrieved from https://www.elconfidencial.com/economia/2012-12-17/santander-absorbe-banesto-para-ajustar-su-deficitaria-banca-nacional_417340/
- Martín, J. (2019). La década negra de las oficinas bancarias: 20.000 sucursales cerradas. *ED Economía Digital*. Retrieved from https://www.economiadigital.es/finanzas-y-macro/la-decada-negra-de-las-oficinas-bancarias-20-000-sucursales-cerradas_616424_102.html
- Martín Vicente, J. L. (2017). La banca tradicional y los nuevos conceptos emergentes |

- SoyEconomista.com |. Retrieved April 5, 2019, from <http://www.soyeconomista.com/mercados-financieros/banca-tradicional/>
- Miami marathon. (n.d.). Logo banco santander. Retrieved from <https://www.themiamimarathon.com/groups/santander-logo/>
- Miranville, A. (2019). *Annual Report 2018. AIMS Mathematics* (Vol. 4). <https://doi.org/10.3934/math.2019.1.166>
- News from Finland. (2014). ATMs rapidly disappearing in Finland. *HELSINKI TIMES*. Retrieved from <http://www.helsinkitimes.fi/finland/finland-news/domestic/8907-atms-rapidly-disappearing-from-finland.html?ref=uutiskirje>
- Nisula. (2019). Nisula - op-pohjola. Retrieved June 28, 2019, from <https://www.nisulaforest.com/sv/foretaget/op-pohjola-2/>
- Nordea. (2019a). Mobilbank - hent app | Nordea.dk. Retrieved June 28, 2019, from <https://www.nordea.dk/privat/produkter/digitale-services/mobilbank.html>
- Nordea. (2019b). Nordea master brand | nordea.com. Retrieved June 27, 2019, from <https://www.nordea.com/en/press-and-news/press-photos/nordea-master-brand/>
- Nordea. (2019c). Our history | nordea.com. Retrieved June 23, 2019, from <https://www.nordea.com/en/about-nordea/who-we-are/our-history/#New-CEO---2015>
- Nordea. (2019d). Our leadership | nordea.com. Retrieved June 24, 2019, from <https://www.nordea.com/en/about-nordea/who-we-are/our-leadership/>
- Nordea. (2019e). Our organisation | nordea.com. Retrieved June 26, 2019, from <https://www.nordea.com/en/about-nordea/who-we-are/our-organisation/>
- Nordea. (2019f). Services overview | nordea.com. Retrieved June 25, 2019, from <https://www.nordea.com/en/our-services/servicesoverview/>
- Nvindi. (2012). Historia del Banco Santander. Retrieved from <http://www.mejoresbancos.es/historia-del-banco-santander>
- Op-Pohjola Bank. (2019). Private customers - OP. Retrieved June 25, 2019, from <https://www.op.fi/private-customers>

- Op-Pohjola Group. (2019a). Corporate and institutional customers - Corporate and institutional customers - OP. Retrieved June 25, 2019, from <https://www.op.fi/corporate-customers>
- Op-Pohjola Group. (2019b). History-About us-Op-Pohjola Group. Retrieved from <https://www.op.fi/op-financial-group/about-us/op-financial-group-in-brief/history>
- Op Pohjola Group. (2018). *OP Financial Group´s Financial Statements Bulletin*. Helsinki.
- Pedrero, E. (2006). El auge de la banca online || NetworkWorld. *NETWORKWORLD*. Retrieved from <https://www.networkworld.es/archive/el-auge-de-la-banca-online>
- PRComunicación. (2018). CaixaBank ofrecerá productos y servicios específicos al colectivo de pediatras de la Asociación Española de Pediatría. Retrieved June 27, 2019, from <https://prnoticias.com/comunicacion/prcomunicacion/20171261-caixa-bank-productos-y-servicios-colectivo-asociacion-espanola-pediatria>
- Pwc. (n.d.). *La banca, en la encrucijada*.
- Pwc. (2011). *CER - evolution or revolution? PharmacoEconomics & Outcomes News* (Vol. 630). <https://doi.org/10.2165/00151234-201106300-00006>
- Quelart, R. (2017). El cajero automático cumple 50 años. *La Vanguardia*. Retrieved from <https://www.lavanguardia.com/vida/20170627/423709787592/aniversario-primer-cajero-automatico.html>
- Raffin, C. (2018). EVO Banco: Bankinter compra Evo Banco y su filial AvantCard al fondo Apollo. Retrieved June 17, 2019, from https://www.elconfidencial.com/empresas/2018-09-25/evo-bank-bankinter_1620929/
- Rivera, A. (2017). Noticias de Unicaja: Unicaja Banco: 20 claves en 26 años de éxitos, fracasos, fechas y protagonistas. *El Confidencial*. Retrieved from https://www.elconfidencial.com/empresas/2017-07-01/unicaja-banco-bolsa-fusiones-banca_1408000/
- Santander. (2019). Servicios financieros. Retrieved June 19, 2019, from https://www.santander.com/cs/gs/Satellite/CFWCSancomQP01/es_ES/Corporativo/

Servicios-financieros.html

- Selectra. (2018). Bankinter compra EVO Banco y su filial de consumo irlandesa. Retrieved June 17, 2019, from <https://selectra.es/finanzas/actualidad/bankinter-cierra-compra-evo-banco-y-avantcard>
- Sotelo, R. (2016). Unoe cierra y se integra en BBVA: ¿el fin de la banca nativa online? Retrieved June 15, 2019, from <https://marketing4ecommerce.net/unoe-cierra-y-se-integra-en-bbva-el-fin-de-la-banca-nativa-online/>
- Suoranta, M. (2003). *Jyväskylä Studies in Business and Economics 28 Adoption of Mobile Banking in Finland.*
- Temenos. (2019). ING Belgium - Temenos. Retrieved June 27, 2019, from <https://www.temenos.com/en/customer-success/customer-case-studies/case-studies-h-n/ing-belgium/>
- this is Finland. (2019). Guía Internet de usos y costumbres en Finlandia - thisisFINLAND. Retrieved June 25, 2019, from <https://finland.fi/es/vida-y-sociedad/guia-internet-de-usos-y-costumbres-en-finlandia/>
- Trade, P. S. (2019). Llegar al consumidor finlandés - Santandertrade.com. Retrieved June 25, 2019, from https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/finlandia/llegar-al-consumidor?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser
- Unicaja Banco. (n.d.). Unicaja Banco. Retrieved June 17, 2019, from <https://www.unicajabanco.com/PortalServlet?pag=1481113506580.1497974508539&menu-alias=composicionconsejoWC>
- Unicaja Banco. (2019). Unicaja Banco | Particulares. Retrieved June 19, 2019, from <https://www.unicajabanco.es/es/particulares>
- UNICAJA BANCO. (2018). *Informe anual UNICAJA BANCO.*
- Vector Logo. (2019). logo vector Bankia - Vector Logo. Retrieved June 27, 2019, from <https://www.vectorlogo.es/logos/logo-vector-bankia/>

yle uutiset. (2013). Bank of Finland concerned about dwindling cash services | Yle Uutiset | yle.fi. *Yle Uutiset*. Retrieved from https://yle.fi/uutiset/osasto/news/bank_of_finland_concerned_about_dwindling_cash_services/6361210

15. ANEXOS

15.1 Anexo 1 Encuesta para los estudiantes universitarios españoles

Realizo esta encuesta como fuente de estudio primario para el TFG, con el fin de llevar a cabo un estudio sobre el uso de la banca tradicional y la banca online entre los estudiantes universitarios.

Antes de contestar al cuestionario por favor, lea detenidamente las preguntas y las opciones de respuesta, algunas preguntas serán más fáciles de contestar que otras. Si se paran en una pregunta porque le parece difícil, por favor pase a la siguiente en vez de dejar sin contestar el resto del cuestionario, y luego vuelva a esa pregunta e intente contestarla.

La encuesta es totalmente anónima y los datos se tratarán con confidencialidad.

Ante todo, gracias por su colaboración.

Les dejo un email de contacto por si hubiese algún problema con la encuesta: consultaencuestatfgsilvia@gmail.com

1. ¿Cuál de los siguientes es el banco en el que operas normalmente? (Seleccionar una)

- a) Banco Santander
- b) BBVA
- c) Bankinter
- d) ING
- e) Otro (Especificar qué entidad)

2. ¿Qué tipo de banco prefieres a la hora de realizar tus gestiones?

- a) Banco tradicional
- b) Banca online

3. ¿Para usted, cuál de las siguientes opciones es la que prefiere a la hora de escoger un banco?

Tabla 191: Importancia que se otorga a cada producto/servicio

	1. No es importante	2. Poco importante	3. Neutral	4. Importante	5. Muy importante
Oficina física					
Comisiones por las gestiones					
Que sea un banco virtual					
Que tenga muchos beneficios					
Que el servicio del banco sea					

Fuente: Elaboración propia.

4. ¿Qué sistema utilizas a la hora de controlar tu dinero?

- a) En efectivo en la cartera.
- b) En una cuenta corriente.

5. ¿Qué método de pago prefieres a la hora de hacer tus transacciones

- a) Efectivo
- b) Tarjeta de crédito
- c) Débito
- d) Cheque

6. ¿Qué productos contratarías en un banco online? (Respuesta Múltiple)

- a) Préstamos
- b) Seguros
- c) Apertura de una cuenta corriente
- d) Plan de pensiones
- e) Tarjetas de crédito
- f) Productos de inversión y ahorro
- g) Hipotecas
- h) Todas las anteriores.

7. ¿Qué beneficios crees que son necesarios para utilizar banca online en vez de banca tradicional?

Tabla 20: Importancia que se otorga a cada beneficio

	1. No es importante	2. Poco importante	3. Neutral	4.Importante	5.Muy importante
Tiempo					
Modernidad					
Descripción detallada de los productos/servicios					
Comodidad					

Fuente: Elaboración propia.

8. ¿Utilizas alguna app para realizar tus gestiones online?

a) Si

b) No

9. ¿Qué app utilizas para realizar tus transacciones online?

a) La aplicación que el banco tiene.

b) Una aplicación externa al banco (Ejemplo PayPal)

10. ¿Has realizado alguna de tus transacciones durante el último año en una oficina física?

a) Si

b) No

11. Género

a) Mujer

b) Hombre

12. ¿Entre que rango de edad te encuentras?

a) 18-22

b) 22-26

c) 26-30

13. ¿Qué tipo de estudios realizas en la universidad de León?

- a) Grado
- b) Postgrado
- c) Doctorado.

15.2 Anexo 2 Guión de las entrevistas en español

Buenos días/tardes. Mi nombre es Silvia y estoy realizando un estudio sobre el uso de la banca online entre los estudiantes universitarios en España y Finlandia.

La idea es conocer el comportamiento de los jóvenes para comprobar si existen diferencias entre España y Finlandia en este aspecto

En este sentido, siéntase libre de compartir sus ideas en este espacio. Aquí no hay respuestas correctas o incorrectas, lo que importa es su opinión sincera.

Cabe aclarar que la información es sólo para este TFG, sus respuestas serán unidas a otras opiniones de manera anónima y en ningún momento se identificará qué dijo cada participante.

Para agilizar la toma de información, resulta de mucha ayuda la grabación de la entrevista. ¿Tiene algún inconveniente con ello?

¡Desde ya muchas gracias por su tiempo!

En primer lugar sería de interés conocer el perfil del entrevistado por lo que me podría decir: ¿Cual es su nombre? ¿De dónde eres? ¿Qué estudias? ¿Cuántos años tienes?

- 0. ¿Cuál es la entidad bancaria con la que opera actualmente? ¿Por qué?
- 1. Si yo le digo las palabras banca online que es lo primero que se le viene a la mente? ¿Por qué?
- 2. Hoy en día, ¿Qué beneficios crees que tiene la banca online? ¿Por qué?
- 3. a nivel personal, ¿Utilizas algún tipo de app para llevar a cabo todas las gestiones? ¿Por qué?
- 4. ¿Qué medio utiliza para esas gestiones bancarias que realiza? ¿Por qué?

5. ¿Con qué frecuencia realiza transacciones u operaciones financieras? ¿Cuáles son estas? ¿Por qué?
6. Qué imagen tiene de la banca online ¿Por qué?
7. ¿Crees que la imagen de la banca tradicional ha impulsado el uso de la banca online? ¿Por qué?
8. Si yo le digo que describa con una palabra la banca online, ¿Cuál sería?
9. en su opinión, ¿Qué tipo de bancos tradicionales son los más adaptados a este nuevo sector? ¿Por qué?
10. Alguna vez ha utilizado algún servicio de la banca tradicional? ¿Por qué?
11. Podría poner algún ejemplo sobre su experiencia con la banca online ¿Cual? ¿Por qué esa decisión?
12. A nivel personal, qué tipo de transacciones realiza en banca online ¿Por qué?
13. Realizas algún tipo de transacción/gestión de forma física ¿Por qué?
14. Cree que la banca online ha sustituido o está sustituyendo a la banca tradicional ¿Por qué?

Ahora bien, para terminar. ¿Cómo se imagina el sector bancario y en concreto la banca online en 10 años? ¿Cómo se imagina las oficinas y a los trabajadores de este sector?

Finalmente, ¿Algún otro comentario que quiera agregar?

Muchas gracias por la colaboración.

15.3 Anexo 3 Resumen entrevista al estudiante universitario español

El entrevistado es un varón de 21 años de origen español, concretamente de Barcelona. Estudia el grado en la universidad de Barcelona de ADE y tecnología.

Con respecto a la entidad con la que opera actualmente, el entrevistado contestó que con BBVA debido al carné de estudiante de la universidad, ya que al principio era Catalunya Banc, pero como ya se ha visto en otro capítulo de este proyecto, se fusionaron y pasó a ser BBVA.

En cuanto a lo primero que se le viene a la cabeza cuando el entrevistador le dijo las palabras banca online, el entrevistado respondió: “Es un modelo de banca tradicional pero adaptado a lo digital porque se puede hacer todo lo que podría de una banca tradicional de manera online y desde casa”. Con respecto a los beneficios que la banca online inspira en el entrevistado son: reducción de tiempos a la hora de no tener que ir a

la oficina del banco a realizar las gestiones, el aumento de la experiencia del usuario, ya que puedes ser más autodidacta y realizarlo todo por sí mismo y la comodidad de poder utilizar la banca desde tu casa.

En relación con la aplicación que utiliza para realizar todas las gestiones, el entrevistado respondió que la del BBVA ya que tiene todas sus cuentas y gestiones ahí además que a nivel personal es la App más completa ya que la ha comparado con la de amigos y familiares y ninguno tiene todas las prestaciones que ésta le presta a él. Además el entrevistado utiliza “Bizum” un plugin de la aplicación con el cual él puede pagar de manera digital a otra persona que también la tenga de manera instantánea sin necesidad de realizar transferencias más complejas o formales.

El medio que el entrevistado utiliza para realizar todas estas gestiones y transacciones es el teléfono móvil, porque es el medio que tiene a mano siempre y por lo tanto le resulta más cómodo a la hora de tener que realizarlas. No obstante el entrevistado puntualizó que no utiliza la tarjeta a la hora de pagar de manera digital, ya que puede pagar con el móvil, por lo que no sería necesaria ni la tarjeta física para realizar pagos.

A la pregunta de por qué no utiliza la página web de la entidad con la que opera, el entrevistado respondió que no la utiliza por la comodidad de tener todo en la App del móvil por lo que no lo ve útil.

El entrevistado realiza diariamente varias operaciones ó transacciones con la App de la entidad, por lo menos y textualmente dicho por el entrevistado: “2 ó 3 veces diarias para pagar en la universidad o en el supermercado”.

Con respecto a la imagen que el entrevistado tiene de la banca online, su respuesta fue avance e inversión por parte de las entidades bancarias en este nuevo sector de la banca online. Además puntualizó que la banca online ofrece muchos servicios con mayor comodidad para los clientes que la banca tradicional. Además el entrevistado piensa que la banca tradicional no ha impulsado la imagen de la banca online que él tiene, ya que es algo que las entidades han tenido que hacer por “obligación” debido a los avances tecnológicos que tenemos.

En cuanto a la descripción de la banca online, el entrevistado ha respondido que es eficiente, rápida, fácil y al alcance de cualquiera en cualquier momento. Para el

entrevistado la entidad que ahora mismo está más adaptada es BBVA, debido a la información que tiene a la comparativa con otras aplicaciones móviles.

El entrevistado contestó que solo ha utilizado servicios de la banca tradicional para la formalización de la nomina y la retirada de dinero, ya que son dos operaciones necesarias, una de ellas debido a que en el empleo que tenía era obligatorio. Por norma general, el entrevistado no utiliza los cajeros automáticos, ya que no suele utilizar el efectivo, y si lo utiliza es en casos en los cuales no tiene otra opción.

Al entrevistado se le propuso un situación en la cual él está realizando transacciones en su aplicación móvil y ésta deja de funcionar con lo cual, espera a que se arregle o acude a la oficina bancaria para que le resuelvan ese problema, a lo que el entrevistado contestó que ahora mismo las entidades cuentan con un gran servicio técnico con lo cual quedaría solucionado sin necesidad de tener que ir a la oficina física para resolver ese problema.

Además el entrevistado asocia la banca tradicional con personas mayores o aquellas que no tengan conocimiento de cómo utilizar los medios tecnológicos o internet. Para él en 20 años la banca tradicional será mínima ya que las personas que son menores de 60 años utilizan la banca online de manera normal y adaptados a ella, además de todas las facilidades que ofrece y el tiempo que ahorran a la hora de realizar las transacciones. En relación con ese ahorro de tiempo, el entrevistado hizo referencia a que él realiza sus transferencias de manera habitual con un espacio de la aplicación en el cual no tienen que insertar todos los datos ya que la aplicación la tiene recogida y por tanto tarda menos de un minuto en realizarla.

En cuanto a cómo se imagina el entrevistado el sector de la banca en 10 años ha respondido que éste tendrá cada vez un menor porcentaje de uso de la banca tradicional dando como resultado un mayor porcentaje de usuarios y por tanto de uso de la banca online. Además apunta, que habrá más seguridad y mejora en las aplicaciones bancarias.

En cuanto a cómo se imagina que serán las oficinas en 10 años, el entrevistado ha respondido que serán sin mostradores y solo habrá zonas de trabajo donde los clientes podrán consultar con una persona todas aquellas gestiones que tienen así como una zona

de cajeros donde poder realizar aquellas operaciones más rutinarias, pero no habrá tanto personal.

Por último, el entrevistado apuntó que las aplicaciones bancarias no tienen la valoración que merecen, ya que las personas no quieren pagar comisiones por los servicios que éstas prestan a los usuarios.

15.4 Anexo 4 Explicación del todo el proceso para comprobar la validez del modelo, tablas del resultado de SPSS para la muestra española, gráfico y sintaxis para España.

LOGISTIC REGRESSION VARIABLES Utilizaapp

/METHOD=FSSTEP(COND) Queapputiliza Transofifisica Género Edad Estudios Banco Metodología OficinaFísica Nocomisiones Bancovirtual Muchosbeneficios BancoPerson Controldinero Métopago Préstamo Seguros Cuentacorriente Planpensiones TarjetasCrédito Pinveryahorro Hipotecas Todas Tiempo Modernidad Descripdetalla Comodidad

/CONTRAST (Banco)=Indicator

/CONTRAST (Metodología)=Indicator

/CONTRAST (OficinaFísica)=Indicator

/CONTRAST (Nocomisiones)=Indicator

/CONTRAST (Bancovirtual)=Indicator

/CONTRAST (Muchosbeneficios)=Indicator

/CONTRAST (BancoPerson)=Indicator

/CONTRAST (Controldinero)=Indicator

/CONTRAST (Métopago)=Indicator

/CONTRAST (Préstamo)=Indicator

/CONTRAST (Seguros)=Indicator

/CONTRAST (Cuentacorriente)=Indicator

/CONTRAST (Planpensiones)=Indicator

/CONTRAST (TarjetasCrédito)=Indicator

/CONTRAST (Pinveryahorro)=Indicator

/CONTRAST (Hipotecas)=Indicator

/CONTRAST (Todas)=Indicator

/CONTRAST (Tiempo)=Indicator

/CONTRAST (Modernidad)=Indicator

/CONTRAST (Descripdetalla)=Indicator

/CONTRAST (Comodidad)=Indicator

/CONTRAST (Queapputiliza)=Indicator

/CONTRAST (Transofifisica)=Indicator

/CONTRAST (Género)=Indicator

/CONTRAST (Estudios)=Indicator

/SAVE=PRED PGROUP COOK LEVER DFBETA RESID LRESID SRESID ZRESID DEV

/CLASSPLOT

/CASEWISE OUTLIER(2)

/PRINT=GOODFIT CORR ITER(1) CI(95)

/CRITERIA=PIN(0.05) POUT(0.10) ITERATE(20) CUT(0.5).

Primeramente, para estudiar la validez del modelo, hay que estudiar la bondad del mismo, la cual vamos a interpretar de la tabla inferior.

Tabla 21: Variables en la ecuación

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	
Paso 0	Constante	1.649	.345	22.797	1	.000	5.200

Fuente: Salida de SPSS

En la tabla anterior tenemos un coeficiente B0 igual a 1,649, que sigue una Chi cuadrado con 1 grado de libertad. Obtenemos un valor p menor de 0,05 por lo que el modelo es significativo y en consecuencia rechazamos la hipótesis nula de que todos los coeficientes del modelo excepto la constante son cero.

Siendo B0 igual a 1,649 y sustituyéndolo en la ecuación siguiente podemos contrastar la probabilidad de utilizar una aplicación móvil con la información de la siguiente tabla en la cual nos muestra el porcentaje global. Por lo que la probabilidad de utilizar aplicación de banca online es del 83,9 %.

$$Pz = \frac{1}{1+e^{-(B_0+B_1 X_1+\dots+B_p X_p)}} = \frac{1}{1+e^{-(1,649)}} = 0.839$$

Tabla 22: Tabla de clasificación^{a,b} en el paso 0

Observado			Pronosticado		Corrección de porcentaje
			Utilizaapp		
			No	Si	
Paso 0	Utilizaapp	No	0	10	0.0
		Si	0	52	100.0
		Porcentaje global			83.9

a. La constante se incluye en el modelo.

b. El valor de corte es .500

Fuente: Salida de SPSS

Como se aprecia en la tabla referida en el Anexo 4, el proceso ha realizado 3 pasos, en el primer paso ha introducido la variable *controldinero* en la modalidad 1 que se corresponde con controlar tu dinero en efectivo en la cartera, la cual toma un valor de -2,266 en la iteración 5. En el segundo paso, se ha introducido la variable *metodología* en la modalidad 1 que se corresponde con la banca tradicional, que tiene un valor de -0,802 en la iteración 6 y por último se ha introducido en el paso tres la variable

queapputiliza en la modalidad 1 que se corresponde con la aplicación externa al banco con un valor de 1,852 en la iteración 6.

Además lo que nos interesa es un modelo que tenga el valor de $-2 \log$ de la verosimilitud lo más pequeño posible por lo que nos quedamos con el paso 3 el cual tiene un valor de 33,477 que lo podemos encontrar en la tabla referida en el Anexo 4.

La prueba ómnibus sobre los coeficientes del modelo (la cual se puede apreciar en la tabla inferior) rechaza en el primer paso que el coeficiente para control de dinero en la cartera sea cero, en el segundo paso rechaza que el coeficiente sea cero para metodología de banca tradicional y en el tercer paso rechaza que el coeficiente sea cero para la utilización de la aplicación que el banco ofrece. Por lo que se puede afirmar que el modelo es válido, ya que los coeficientes son distintos de cero.

Tabla 23 Prueba ómnibus de coeficientes de modelo

		Chi-cuadrado	gl	Sig.
Paso 1	Escalón	9.130	1	.003
	Bloque	9.130	1	.003
	Modelo	9.130	1	.003
Paso 2	Escalón	7.741	1	.005
	Bloque	16.872	2	.000
	Modelo	16.872	2	.000
Paso 3	Escalón	4.435	1	.035
	Bloque	21.307	3	.000
	Modelo	21.307	3	.000

Fuente: Salida de SPSS

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, cuando solamente tenemos la primera variable el Rcuadrado de Nagelkerke indica que se puede explicar el 23,3% de la variable dependiente a partir de la primera variable. Este porcentaje aumenta a un 40,6% cuando se incluye la segunda variable. Por último aumenta a un 49,6% cuando se incluye la última variable.

Tabla 24 Resumen del modelo

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	45,653 ^a	.137	.233
2	37,912 ^b	.238	.406
3	33,477 ^b	.291	.496

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 5 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de .001.

b. La estimación ha terminado en el número de iteración 6 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de .001.

Fuente: Salida de SPSS

En las siguientes tablas no se rechaza para el paso 2 y 3 que no hay diferencias entre los valores observados y esperados, con unos valores p de 0,6 y 0,453 respectivamente. Además podemos comprobar en la tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow la similitud entre los valores observados y esperados.

Tabla 25: Prueba de Hosmer y Lemeshow

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	0.000	0	
2	1.022	2	.600
3	3.668	4	.453

Fuente: Salida de SPSS

Tabla 26: Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow

		Utilizaapp = No		Utilizaapp = Si		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	6	6.000	7	7.000	13
	2	4	4.000	45	45.000	49
Paso 2	1	6	5.557	3	3.443	9
	2	3	3.443	15	14.557	18
	3	0	.443	4	3.557	4
	4	1	.557	30	30.443	31
Paso 3	1	4	3.327	0	.673	4
	2	2	2.184	3	2.816	5
	3	1	2.431	5	3.569	6
	4	2	1.357	11	11.643	13
	5	1	.431	6	6.569	7
	6	0	.270	27	26.730	27

Fuente: Salida de SPSS

La utilización de un modelo con todas las variables tiene una bondad de predicción del 90,3 %. En este caso, el porcentaje correcto de no utilizar App es del 40% y el si utilizar App del 100%.

Tabla 27 Tabla de clasificación^a

Observado			Pronosticado		
			Utilizaapp		Corrección de porcentaje
			No	Si	
Paso 1	Utilizaapp	No	0	10	0.0
		Si	0	52	100.0
	Porcentaje global				83.9
Paso 2	Utilizaapp	No	6	4	60.0
		Si	3	49	94.2
	Porcentaje global				88.7
Paso 3	Utilizaapp	No	4	6	40.0
		Si	0	52	100.0
	Porcentaje global				90.3

a. El valor de corte es .500

Fuente: Salida de SPSS

Por lo que la función final del modelo es la siguiente:

$$Pz = \frac{1}{1+e^{-(B_0 + B_1 X_1 + \dots + B_p X_p)}} = \frac{1}{1+e^{-(2,744-1,895 \text{ Controldinero}(1)-2,447 \text{ Metodología}(1)+1,1852 \text{ Que apputiliza}(1))}}$$

Además podemos observar tanto en la tabla inferior como en el gráfico (referenciado en el Anexo 4), que el modelo ha clasificado mal tres individuos que son los siguientes: el 3, el 4 y el 16

Tabla 28 Lista por casos^b

Caso	Estado seleccionado ^a	Observado	Pronosticado	Grupo pronosticado	Variable temporal	
		Utilizaapp			Resid	ZResid
3	S	N**	.896	S	-.896	-2.929
4	S	N**	.940	S	-.940	-3.943
16	S	N**	.896	S	-.896	-2.929

a. S = Seleccionado, U = casos sin seleccionar, y ** = casos clasificados incorrectamente.

b. Se listan los casos con residuos estudentizados mayores que 2.000.

Fuente: Salida de SPSS

Tabla 30: Tabla de frecuencias de las variables del estudio

Variables	Modalidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Banco	Banco Santander	18	29	29
	BBVA	14	22.6	51.6
	Bankinter	1	1.6	53.2
	Unicaja	6	9.7	62.9
	La Caixa	9	14.5	77.4
	Bankia	4	6.5	83.9
	Otras entidades	10	16.1	100
Metodología	Banco Tradicional	27	43.5	43.5
	Banco Online	35	56.5	100
Oficina física	No es importante	2	3.2	3.2
	Poco importante	4	6.5	9.7
	Neutral	14	22.6	32.3
	Importante	29	46.8	79
	Muy importante	13	21	100
No comisiones	Neutral	9	14.5	14.5
	Importante	12	19.4	33.9
	Muy importante	41	66.1	100
Banco virtual	No es importante	1	1.6	1.6
	Poco importante	8	12.3	14.5
	Neutral	21	33.9	48.4
	Importante	21	33.9	82.3
	Muy importante	11	17.7	100
Muchos beneficios	Poco importante	3	4.8	4.8
	Neutral	11	17.7	22.6
	Importante	22	35.5	58.1
	Muy importante	26	41.9	100.0
Banco personalizado	Neutral	13	21.0	21.0
	Importante	28	45.2	66.1
	Muy importante	21	33.9	100.0
Control del dinero	En efectivo en la cartera	13	21.0	21.0
	En una cuenta corriente	49	79.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en SPSS

Tabla 31: Tabla de frecuencias de las variables del estudio

Variables	Modalidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Método de pago	Efectivo	19	30.6	30.6
	Tarjeta Credito	25	40.3	71.0
	Debito	18	29.0	100.0
Préstamo	No	53	85.5	85.5
	Si	9	14.5	100
Seguros	No	50	80.6	80.6
	Si	12	19.4	100.0
Cuenta corriente	No	25	40.3	40.3
	Si	37	59.7	100.0
Plan de pensiones	No	55	88.7	88.7
	Si	7	11.3	100.0
Tarjetas de Crédito	No	22	35.5	35.5
	Si	40	64.5	100
Planes de inversión y	No	45	72.6	75.9
	Si	17	27.4	100
Hipotecas	No	54	87.1	87.1
	Si	8	12.9	100
Todas	No	52	83.9	83.9
	Si	10	16.1	100
Tiempo	Poco importante	1	1.6	1.6
	Neutral	5	8.1	9.7
	Importante	22	35.5	45.2
	Muy importante	34	54.8	100.0
Modernidad	Poco importante	7	11.3	11.3
	Neutral	20	32.3	43.6
	Importante	20	32.3	75.8
	Muy importante	15	24.2	100.0
Descripción detallada	Poco importante	4	6.5	6.5
	Neutral	21	33.9	40.4
	Importante	20	32.3	72.7
	Muy importante	17	27.4	100.0
Comodidad	Neutral	9	14.5	14.5
	Importante	17	27.4	41.9
	Muy importante	36	58.1	100
Utiliza app	No	10	16.1	16.1
	Si	52	83.9	100
Que app utiliza	Una app externa al banco	14	22.6	22.6
	La app que el banco ofrece	48	77.4	100.0
Transacciones en oficina	No	25	40.3	40.3
	Si	37	59.7	100.0
Género	Hombre	35	56.5	56.5
	Mujer	27	43.5	100.0
Edad	18-22	51	82.3	82.3
	22-26	7	11.3	93.6
	26-30	4	6.5	100
Nivel de estudios	Grado	59	95.2	95.2
	Master	3	4.8	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en SPSS

15.5 Anexo 5 Encuesta a los estudiantes finlandeses

(El idioma utilizado para llevarla a cabo es en inglés)

I'm doing this questionnaire as a source of primary study for my thesis, in order to carry out a study on the use of traditional banking and online banking among university students.

Before answering the questionnaire, please read carefully the questions and answer it, some questions will be easier to answer than others. If you stop at a question because it seems difficult, please go to the next one instead of leaving the rest of the questionnaire unanswered, and then go back to that question and try to answer it.

The survey is completely anonymous and the data will be treated with confidentiality.

First of all, thank you for your cooperation.

I leave a contact email in case there is any problem with the survey:

consultencuestatfgsilvia@gmail.com

1. Which of the following is the bank in which you normally operate?

- a) Nordea
- b) Danske Bank
- c) OP Pohjola group

2. What type of bank do you prefer when making your arrangements?

- a) Traditional bank
- b) Online Banking

3. For you, which of the following options do you prefer when choosing a bank?

Tabla 32: Importancia que se otorga a cada producto/servicio

	1. Not important	2. Few important	3. Neutral	4. Important	5. Very important
Physical office					
No commissions for the negotiations					
Make it a virtual bank					
That has many benefits					
That the bank service is personalized					

Fuente: Elaboración propia.

4. What system do you use when controlling your money?

- a) In cash in the wallet.
- b) In a checking account

5. What payment method do you prefer when making your transactions?

- a) Cash
- b) Credit Card
- c) Debit
- d) Check

6. What products would you hire in an online bank? (Multiple Choice)

- a) Loans
- b) Insurance
- c) Opening a checking account
- d) Pension plan
- e) Credit cards
- f) Investment and savings products
- g) Mortgages
- h) All of the above

7. What benefits do you think are necessary to use online banking instead of traditional banking?

Tabla 33: Importancia que se otorga a cada producto/servicio

	1. Not important	2. Few important	3. Neutral	4.Important	5. Very important
Time					
Modernity					
No lack of information					
Comfort					

Fuente: Elaboración propia.

8. Do you use any app to perform your online transactions?

- a) Yes
- b) Do not

9. Which app do you use to make your online transactions?

- a) Bank app
- b) External app (Example: PayPal)

10. Have you made any of your transactions during the last year in a physical office?

- a) Yes
- b) Do not

11. Gender

- a) Female
- b) Male

12. How old are you?

- a) 18-22
- b) 22-26
- c) 26-30

13. What kind of studies are you doing in Finland?

- b) Grade
- b) Postgraduate
- c) Doctorate

15.6 Anexo 6 Guión de las entrevistas a estudiantes finlandesas en inglés

Good morning/ afternoon. My name is Silvia and I am carrying out a study on the use of online banking among university students in Spain and Finland.

The idea is to know the behaviour of young people and the differences between Spain and Finland in this aspect

Referring to the interview, feel free to share your ideas of this topic. There are not right or wrong answers here, what matters is your own and honest opinion.

It is important to clarify that the information would be only used for this thesis; your answers will be joined to other opinions anonymously and anyone will be identified what each participant has said.

To speed up the collection of information, I'll record the interview, because is very helpful. Do you have any problem with it?

Thank you very much in advance for your time!

First of all, I need some information about the interviewee: What is your name? Where are you from? What are you studying? How old are you?

0. Which is the bank that you currently operate with? Why?
1. If I tell you the words online banking which is the first word that comes to your mind? Why?
2. Today, what benefits/advantages do you think online banking has? Why?
3. In a personal way, do you use some kind of application to carry out all the procedures? Why?
4. What media do you use for banking transactions? Why?

5. How often do you use financial transactions /operations? What are these transactions/ operations? Why?
6. What image/impression does online banking have to you? Why?
7. You believe that the image/impression of traditional banking has driven the use of online banking. Why?
8. If I tell you to describe the word “online”, which one would be?
9. In your opinion, do you think traditional banks are adapted to this new sector?
10. Have you ever been used the traditional banking service? Why?
11. Can you say an example of your experience with online banking?
12. Which kind of transactions do you perform with online banking?
13. Do you perform a type of transaction / management in a physical way? Why?
14. Do you think that online banking has replaced or is replacing traditional banking? Why?

Now, finally. How do you imagine the banking and specifically online banking sector in 10 years? How do you imagine the offices and workers in this sector?

To close the interview; are there any other comments that you would like to add?

Thank you very much for your collaboration.

15.7 Anexo 7 Resumen entrevistas a estudiantes finlandesas.

En primer lugar, la entrevistada es una mujer de 22 años de edad estudiante de comunicación en la universidad de Vaasa en Finlandia, originaria de una ciudad finlandesa llamada Tampere.

La entrevistada es cliente de la entidad Nordea ya que su familia siempre lo ha sido por lo que le ha resultado muy fácil ser cliente y trabajar con esta entidad. Además la entrevistada utiliza otra entidad financiera del grupo S-Banking ya que su empleo requiere tener una cuenta en esta cadena.

Cuando se le preguntó que palabra o con qué concepto relacionaba las palabras banca online, la entrevistada respondió que lo asocia con la consulta de su cuenta corriente para ver que movimientos realiza.

Los beneficios de la banca online que la entrevistada ha mencionado son: el no tener que desplazarte a una oficina física a realizar las gestiones, no tener que esperar para realizar cualquier consulta y la facilidad que la banca online ofrece como una de las principales características.

En cuanto al medio por el cual realiza todas las gestiones, la entrevistada ha respondido que son el teléfono móvil y el ordenador ya que consulta desde el mismo la página web de la entidad para realizar algunas gestiones o transacciones.

Para la entrevistada, la banca online es fácil y flexible para realizar las transacciones que tiene a diario. Por lo que ha respondido que utiliza la banca online una vez por semana para hacer transferencias de una cuenta corriente a otra., entre otras operaciones como pagar en la universidad o en el supermercado.

En cuanto a la imagen que la entrevistada tiene de la banca online puede que esté influenciada en mayor o menor medida por la banca tradicional, ya que los jóvenes piensan que en la banca tradicional tienen que utilizar mayor tiempo de espera y para la realización de las transacciones.

La estudiante describe la palabra online como algo fácil porque lo tiene siempre que lo necesita y en cualquier parte o momento en el que se encuentre con la necesidad de utilizarlo.

Para la entrevistada, los bancos finlandeses están adaptados al nuevo sector bancario. Justifica la respuesta anterior diciendo que todos los bancos están reduciendo sus horarios para realizar las gestiones que los clientes requieran, con el propósito de impulsar el uso de la banca online entre la población finlandesa. Además la entrevistada ha contado una experiencia personal en la que tuvo un problema y llamó al servicio al cliente y en éste le dijeron que se podía hacer online por lo que no tenía que acudir a la oficina física para resolver el problema; finalmente el problema se resolvió de manera online, por lo que ella es más propensa desde entonces a utilizar todos los servicios online que las entidades le ofrecen.

Para la entrevistada, la banca tradicional es la segunda opción cuando en la banca online no puede realizar aquellas gestiones que quiere, como por ejemplo, préstamos.

La entrevistada explicó que para estudiantes sí pueden realizar préstamos online, pero para particulares tienen que acudir a la oficina a realizarlo. Por lo que las gestiones que realiza en la aplicación del banco son: el pago de facturas, transferencias a amigos y familiares.

La entrevistada utiliza aplicaciones externas al banco como PayPal y también utiliza las propias aplicaciones de las entidades con las que opera.

Además, con respecto a la pregunta de la banca tradicional, la entrevistada respondió que la asocia con gente de mayor edad, ya que ni ella ni sus conocidos la utilizan para nada, por lo que tiene una imagen de esta como anticuada o destinada a aquellas personas que no tienen internet o algún dispositivo para poder operar con la banca online.

La entrevistada solo utiliza los cajeros automáticos cuando necesita hacer alguna gestión en sustitución de entrar a la oficina, ya que puede hacerlo sola y es más rápido que entrar y tener que esperar a que un trabajador la atienda. Además la estudiante siempre utiliza tarjeta o la aplicación bancaria como método de pago, ya que si no tiene que desplazarse a los cajeros automáticos para retirar efectivo y no hay disponibilidad de los mismos cerca de su entorno de trabajo y vivienda.

A la entrevistada se le propuso una situación en la cual su aplicación deja de funcionar por lo que tiene que elegir entre ir a la oficina física a que un trabajador le resuelva el problema o esperar a que la aplicación online se repare y se resuelva. La respuesta de la entrevistada es que si la oficina del banco se encuentra cercana a ella en el momento del problema acudirá a ella, si no esperará a que el servicio técnico resuelva el problema.

En cuanto al futuro del sector bancario, la estudiante lo percibe como un sector en el que se podrán hacer todas las gestiones de manera online con lo cual los bancos tradicionales desaparecerán. En cuanto al número de oficinas será muy reducido para poder hacer alguna gestión o consulta, ya que en la actualidad la banca finlandesa cuenta con un servicio online de 24 horas en el que se puede realizar cualquier gestión.

En cuanto a su opinión sobre la banca online, la entrevistada afirmó que es muy común utilizar la banca digital en Finlandia, por lo que en el futuro el sector bancario será completamente online bajo su punto de vista.

Resumen de la entrevista 2 a las estudiantes finlandesas

La segunda entrevista realizada a los estudiantes finlandeses, se realizó a una mujer de 22 años de edad, estudiante universitaria de la universidad de Vaasa el grado en ventas y marketing.

El banco con el que opera es del grupo OP-Pohjola Group, ya que su familia ha sido cliente siempre, por lo que ella también abrió una cuenta en el mismo. Además la estudiante entrevistada tiene otra cuenta en otra entidad también del mismo grupo, para pagar por internet, por lo que tiene dos cuentas en función de la tarjeta con la que realice los pagos.

La entrevistada relaciona la palabra online con páginas web o internet, ya que ella consulta todo lo relacionado con sus cuentas en las páginas web de las entidades.

En cuanto a los beneficios que la entrevistada selecciona de la banca online son los siguientes: accesibilidad, ya que si quiere realizar cualquier gestión en la oficina tienes que ir a hasta allí y puede resultarle un problema.

La entrevistada utiliza como medio de consulta el móvil ya que en él tiene la aplicación donde puede revisar a diario cada una de sus cuentas y movimientos. Las principales transacciones y gestiones que realiza son: pagar el alquiler además de pagar facturas o transferencias a amigos y familiares.

La imagen de la banca online que la estudiante tiene está relacionada con algo de fácil uso, rápido y más accesible que la banca tradicional. Justifica esta respuesta diciendo que si quiere operar con banca tradicional tiene que explicar todo aquello que quiere al trabajador mientras que si lo realiza ella desde la banca online le resulta más cómodo.

Para la entrevistada la imagen de la banca tradicional no influye en la imagen actual de banca online, ya que personalmente prefiere la banca online por lo que bajo su punto de vista no influye.

La descripción de la palabra online que la estudiante ha dado es la siguiente: “algo instantáneo, rápido a la hora de realizar las operaciones”.

En cuanto a la imagen de la banca tradicional, la entrevistada piensa que hay un espacio en el sector de banca tradicional para las personas de mayor edad o para aquellas personas que no tengan teléfono móvil además de para aquellos productos o servicios que requieran de una mayor consulta y gestión.

La entrevistada no ha utilizado servicios de banca tradicional ya que tiene todo aquello que necesita en la aplicación móvil, además puntualizó una situación que tuvo en la cual sólo realizó una llamada y el problema que tenía se resolvió sin necesidad de acudir a la oficina física, por lo que la banca tradicional es la segunda opción.

Además la estudiante puntualizó que para pedir un préstamo de estudiantes puede hacerlo a través de internet, pero para otro tipo de préstamos tiene que pedirlos en la página web y luego los consulta en su móvil, sin necesidad de tener contacto físico con ningún trabajador de la entidad.

Las aplicaciones que utiliza son las de las entidades disponibles para dispositivos móviles y también aplicaciones externas a las mismas, pero sólo para realizar transferencias de dinero a amigos y familiares de manera instantáneas.

En cuanto al futuro del sector bancario en 10 años, la banca tradicional seguirá existiendo ya que la banca online está en pleno auge de importancia en Finlandia, aunque siempre se necesitara a algún trabajador en la oficina física por si surge algún problema.

Al igual que al resto de entrevistados, se le propuso la situación de si su aplicación diera algún fallo si ella acudiría a la oficina física para seguir realizando la transacción en curso o si esperaría a que el servicio técnico le resolviera el problema, a lo que la entrevista respondió que va a esperar a que la aplicación funcionara, pero previamente habría llamado para ver qué ocurre y cuánto tardará en arreglarse.

En cuanto al número de oficinas en el futuro, la entrevistada opinó que no van a existir en algunas zonas rurales, ya que se les suministrara algún tipo de servicio online con el que puedan realizar todo tipo de transacciones.

15.8 Anexo 8 Explicación del todo el proceso para comprobar la validez del modelo, tablas del resultado de SPSS para la muestra española, gráfico y sintaxis para Finlandia.

GET

```
FILE='C:\Users\SILVIA\Desktop\base de datos tfg finlandia.sav'.
DATASET NAME Conjunto_de_datos1 WINDOW=FRONT.
LOGISTIC REGRESSION VARIABLES Utilizaapp
/METHOD=FSSTEP(COND) Banco Metodología Oficinafísica Nocomisiones
Bancovirtual Muchosbeneficios BancoPersona Controldinero Métodopago Préstamo
Seguro Cuentacorrien Planpensiones Tarjetas Pinveryahorro Hipotecas Todas Tiempo
Modernidad Descripdetalla Comodidad Queapputiliza Transofifísica Género Edad
Nivelestudios
/CONTRAST (Banco)=Indicator
/CONTRAST (Metodología)=Indicator
/CONTRAST (Oficinafísica)=Indicator
/CONTRAST (Nocomisiones)=Indicator
/CONTRAST (Bancovirtual)=Indicator
/CONTRAST (Muchosbeneficios)=Indicator
/CONTRAST (BancoPersona)=Indicator
/CONTRAST (Controldinero)=Indicator
/CONTRAST (Métodopago)=Indicator
/CONTRAST (Préstamo)=Indicator
/CONTRAST (Seguro)=Indicator
/CONTRAST (Cuentacorrien)=Indicator
/CONTRAST (Planpensiones)=Indicator
/CONTRAST (Tarjetas)=Indicator
/CONTRAST (Pinveryahorro)=Indicator
/CONTRAST (Hipotecas)=Indicator
/CONTRAST (Todas)=Indicator
/CONTRAST (Tiempo)=Indicator
/CONTRAST (Modernidad)=Indicator
/CONTRAST (Descripdetalla)=Indicator
/CONTRAST (Comodidad)=Indicator
/CONTRAST (Queapputiliza)=Indicator
/CONTRAST (Transofifísica)=Indicator
/CONTRAST (Género)=Indicator
/CONTRAST (Nivelestudios)=Indicator
/SAVE=PRED PGROUP COOK LEVER DFBETA RESID LRESID SRESID
ZRESID DEV
/CLASSPLOT
/CASEWISE OUTLIER(2)
/PRINT=GOODFIT CORR ITER(1) CI(95)
/CRITERIA=PIN(0.05) POUT(0.10) ITERATE(20) CUT(0.5).
```

Para saber si el modelo es válido, hay que estudiar la bondad del mismo, la cual vamos a interpretar de la tabla inferior

Tabla 34: Variables de la ecuación en el paso 0

		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 0	Constante	.420	.268	2.447	1	.118	1.522

Fuente: Salida de SPSS

En la tabla anterior hemos obtenido un coeficiente B0 igual a 0,420, que sigue una Chi cuadrado con 1 grado de libertad. Obtenemos un valor p que no es menor de 0,05 por lo que el modelo no es significativo y en consecuencia no se rechaza la hipótesis nula de que todos los coeficientes del modelo excepto la constante son cero. Por lo que a priori, el modelo no sería válido

Siendo B0 igual a 0,420 y sustituyéndolo en la ecuación siguiente podemos contrastar la probabilidad de utilizar una aplicación móvil con la información de la siguiente tabla en la cual nos muestra el porcentaje global. Por lo que la probabilidad de utilizar aplicación de banca online es del 60,3%

$$Pz = \frac{1}{1+e^{-(B_0+B_1 X_1+\dots+B_p X_p)}} = \frac{1}{1+e^{-(0,420)}} = 0.603$$

Tabla 35: Tabla de clasificación^{a,b}

Observado			Pronosticado		
			Utilizaapp		Corrección de porcentaje
			No	Sí	
Paso 0	Utilizaapp	No	0	23	0.0
		Sí	0	35	100.0
		Porcentaje global			60.3

a. La constante se incluye en el modelo.

b. El valor de corte es ,500

Fuente: Salida de SPSS

Como se aprecia en la tabla referida en el Anexo 8, el proceso ha realizado 2 pasos, en el primer paso ha introducido la variable *Seguro* en la modalidad 1 que se corresponde a que el estudiante estaría dispuesto a contratar un servicio de seguro a través de banca online, la cual toma un valor de 1,545 en la iteración 4. En el segundo paso, se ha introducido la variable *Préstamo* en la modalidad 1 que se corresponde con que el

estudiante está dispuesto a solicitar un préstamo a través de banca online tiene un valor de 1,459 en la iteración 4.

Además lo que nos interesa es un modelo que tenga el valor de $-2 \log$ de la verosimilitud lo más pequeño posible por lo que nos quedamos con el paso 2 el cual tiene un valor de 64,348 que lo podemos encontrar en la tabla referida en el Anexo 8.

La prueba ómnibus sobre los coeficientes del modelo (la cual se puede apreciar en la tabla inferior) rechaza en el primer paso que el coeficiente para Contratar servicios de seguros a través de banca online sea cero, en el segundo paso rechaza que el coeficiente sea cero para solicitar un préstamo a través de banca online. Por lo que se puede afirmar que el modelo es válido, ya que los coeficientes son distintos de cero, contrastando así la información de la primera tabla interpretada, en la cuál los resultados no eran favorables para la validez del modelo.

Tabla 36; Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo

		Chi-cuadrado	gl	Sig.
Paso 1	Escalón	7.699	1	.006
	Bloque	7.699	1	.006
	Modelo	7.699	1	.006
Paso 2	Escalón	5.858	1	.016
	Bloque	13.557	2	.001
	Modelo	13.557	2	.001

Fuente: Salida de SPSS

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, cuando solamente tenemos la primera variable el Rcuadrado de Nagelkerke indica que se puede explicar el 12,4% de la variable dependiente a partir de la primera variable. Este porcentaje aumenta a un 20,8% cuando se incluye la segunda variable. Por lo que las variables que el modelo ha introducido no explican ni un tercio del modelo, por lo que no sería válido aunque las variables sean distintas de cero como ya se ha explicado.

Tabla 37: Resumen del modelo

Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	70,205 ^a	.124	.168
2	64,348 ^a	.208	.282

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 4 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

Fuente: Salida de SPSS

En las siguientes tablas no se rechaza para el paso 2 que no hay diferencias entre los valores observados y esperados, con unos valores p de 0,414. Además podemos comprobar en la tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow la similitud entre los valores observados y esperados en el paso 1, mientras que en el paso 2 como se puede apreciar, hay menos similitudes entre ellos, esto puede deberse a la poca validez que el modelo tiene en su conjunto.

Tabla 38: Prueba de Hosmer y Lemeshow

Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	0.000	0	
2	1.762	2	.414

Fuente: Salida de SPSS

Tabla 39: Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow

		Utilizaapp = No		Utilizaapp = Sí		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	15	15.000	10	10.000	25
	2	8	8.000	25	25.000	33
Paso 2	1	10	11.055	5	3.945	15
	2	5	3.945	5	6.055	10
	3	7	5.945	9	10.055	16
	4	1	2.055	16	14.945	17

Fuente: Salida de SPSS

La utilización de un modelo con todas las variables tiene una bondad de predicción del 69 %. En este caso, el porcentaje correcto de no utilizar App es del 43,5% y el si utilizar App del 85,7%.

Tabla 40: Tabla de clasificación^a

Observado			Pronosticado		
			Utilizaapp		Corrección de porcentaje
			No	Sí	
Paso 1	Utilizaapp	No	15	8	65.2
		Sí	10	25	71.4
	Porcentaje global				69.0
Paso 2	Utilizaapp	No	10	13	43.5
		Sí	5	30	85.7
	Porcentaje global				69.0

a. El valor de corte es ,500

Fuente: Salida de SPSS

Por lo que la función final del modelo es la siguiente:

$$Pz = \frac{1}{1+e^{-(B_0+B_1 X_1+\dots+B_p X_p)}} = \frac{1}{1+e^{-(-1,030+1,556 \text{ Seguros}(1)+1,459 \text{ Préstamo } (1))}}$$

Además podemos observar tanto en la tabla inferior como en el gráfico (referenciado en el Anexo 8), que el modelo ha clasificado mal sólo un individuo que es el siguiente: 11

Tabla 41: Lista por casos^b

Caso	Estado seleccionado ^a	Observado	Pronosticado	Grupo pronosticado	Variable temporal	
		Utilizaapp			Resid	ZResid
11	S	N**	.879	S	-.879	-2.697

a. S = Seleccionado, U = casos sin seleccionar, y ** = casos clasificados incorrectamente.

b. Se listan los casos con residuos estudentizados mayores que 2,000.

Fuente: Salida de SPSS

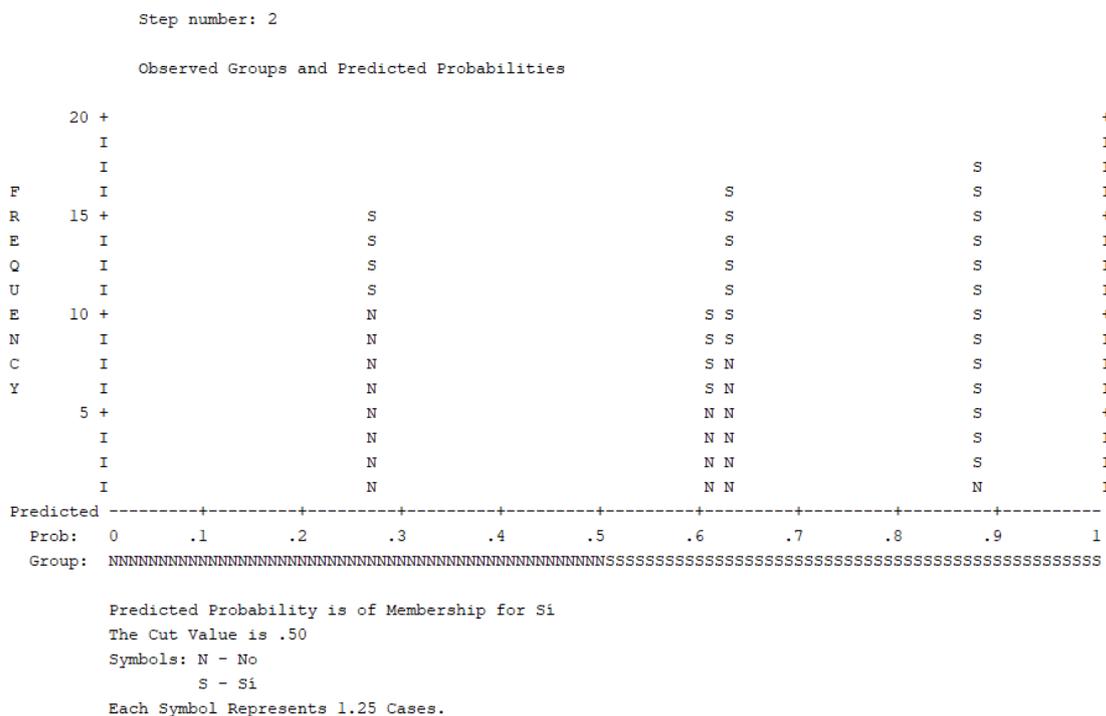
Tabla 42: Historial de iteraciones^{a,b,c,d,e}

Iteración		Logaritmo de la verosimilitud -2	Coeficientes		
			Constante	Seguro(1)	Préstamo(1)
Paso 1	1	70.279	-.400	1.430	
	2	70.205	-.405	1.542	
	3	70.205	-.405	1.545	
	4	70.205	-.405	1.545	
Paso 2	1	64.813	-.863	1.297	1.157
	2	64.351	-1.015	1.532	1.430
	3	64.348	-1.030	1.556	1.458
	4	64.348	-1.030	1.556	1.459

- a. Método: Avanzar por paso (Condicional)
- b. La constante se incluye en el modelo.
- c. Logaritmo de la verosimilitud -2 inicial: 77,904
- d. La estimación ha terminado en el número de iteración 4 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

Fuente: Salida de SPSS

Gráfico 11: Probabilidades observadas y esperadas



Fuente: Salida de SPSS

Tabla 43: Tabla de frecuencias para las variables objeto de estudio

Variables	Modalidades	Frecuencia	Procentaje	Porcentaje acumulado
Banco	Nordea	18	31	31
	Danske Bank	9	15.5	46.6
	OP-Pohjola Group	18	15.5	77.6
	Otras entidades	13	22.4	100
Metodología	Banco Online	58	100	100
Oficina física	No es importante	10	17.2	17.2
	Poco importante	16	27.6	44.8
	Neutral	12	20.7	65.5
	Importante	14	24.1	89.7
	Muy importante	6	10.3	100
No comisiones	No es importante	7	12.1	12.1
	Poco importante	5	8.6	20.7
	Neutral	17	29.3	50
	Importante	15	25.9	75.9
	Muy importante	14	24.1	100
Banco virtual	No es importante	5	8.6	8.6
	Poco importante	7	12.1	20.7
	Neutral	7	12.1	32.8
	Importante	18	31	63.8
	Muy importante	21	36.2	100
Muchos beneficios	No es importante	8	13.8	13.8
	Poco importante	7	12.1	25.9
	Neutral	13	22.4	48.6
	Importante	20	34.5	82.8
	Muy importante	10	17.2	100.0
Banco personalizado	No es importante	7	12.1	12.1
	Poco importante	12	20.7	32.8
	Neutral	13	22.4	55.2
	Importante	19	32.8	87.9
	Muy importante	7	12.1	100.0
Control del dinero	En una cuenta corriente	58	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenido por SPSS

Tabla 44 Tabla de frecuencias para las variables objeto de estudio

Variables	Modalidades	Frecuencia	Procentaje	Porcentaje acumulado
Método de pago	Tarjeta Crédito	22	37.9	38
	Débito	36	62.1	100
Préstamo	No	27	46.6	47
	Si	31	53.4	100
Seguros	No	33	56.9	57
	Si	25	43.1	100
Cuenta corriente	No	30	51.7	52
	Si	28	48.3	100
Plan de pensiones	No	40	69.0	69
	Si	18	31	100
Tarjetas de Crédito	No	26	44.8	45
	Si	32	55.2	100
Planes de inversión y	No	24	41.4	41
	Si	34	58.6	100
Hipotecas	No	53	91.4	91
	Si	5	8.6	100
Todas	No	30	51.7	52
	Si	28	48.3	100
Tiempo	Poco importante	5	8.6	9
	Neutral	4	6.9	16
	Importante	16	27.6	43
	Muy importante	33	56.9	100
Modernidad	Poco importante	7	12.1	12
	Neutral	9	15.5	28
	Importante	15	25.9	54
	Muy importante	27	46.6	100
Descripción detallada	Poco importante	10	17.2	17
	Neutral	15	25.9	43
	Importante	20	34.5	78
	Muy importante	13	22.4	100
Comodidad	Poco importante	7	12.1	12
	Neutral	14	24.1	36
	Importante	17	29.3	66
	Muy importante	20	34.5	100
Utiliza app	No	23	39.7	40
	Si	35	60.3	100
Que app utiliza	Una app externa al banco	39	67.2	67
	La app que el banco ofrece	19	32.8	100
Transacciones en oficina	No	16	27.6	28
	Si	42	72.4	100
Género	Hombre	13	22.4	22
	Mujer	45	77.6	100
Edad	18-22	18	31.0	31
	22-26	29	50.0	81
	26-30	11	19.0	100
Nivel de estudios	Grado	36	62.1	62
	Master	22	37.9	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenido por SPSS

15.9 Anexo 9 Comparativa de los resultados.

Función de regresión para el primer individuo español:

$$PZ = \frac{1}{1+e^{-(2,744-1,895 \text{ Controldinero}(1)-2,447 \text{ Metodología } (1)+1,1852 \text{ Que apputiliza}(1))}} =$$

$$= \frac{1}{1+e^{-(2,744+1,1852)}} = 0,9807$$

Función de regresión para el segundo individuo español:

$$PZ = \frac{1}{1+e^{-(2,744-1,895 \text{ Controldinero}(1)-2,447 \text{ Metodología } (1)+1,1852 \text{ Que apputiliza}(1))}} =$$

$$= \frac{1}{1+e^{-(2,744+1,1852)}} = 0,9807$$

Función de regresión para el tercer individuo español:

$$PZ = \frac{1}{1+e^{-(2,744-1,895 \text{ Controldinero}(1)-2,447 \text{ Metodología } (1)+1,1852 \text{ Que apputiliza}(1))}} =$$

$$= \frac{1}{1+e^{-(2,744+1,1852)}} = 0,9807$$

Función de regresión para el cuarto individuo español:

$$PZ = \frac{1}{1+e^{-(2,744-1,895 \text{ Controldinero}(1)-2,447 \text{ Metodología } (1)+1,1852 \text{ Que apputiliza}(1))}} =$$

$$= \frac{1}{1+e^{-(2,744-1,895)}} = 0,70$$

Función de regresión para el quinto individuo español:

$$PZ = \frac{1}{1+e^{-(2,744-1,895 \text{ Controldinero}(1)-2,447 \text{ Metodología } (1)+1,1852 \text{ Que apputiliza}(1))}} =$$

$$= \frac{1}{1+e^{-(2,744-1,895-2,447)}} = 0,1682$$

Función de regresión para el primer individuo finlandés:

$$PZ = \frac{1}{1+e^{-(1,030+1,556 \text{ Seguros}(1)+1,459 \text{ Préstamo } (1))}} = \frac{1}{1+e^{-(1,030+1,459)}} = 0,6056$$

Función de regresión para el segundo individuo finlandés:

$$PZ = \frac{1}{1+e^{-(1,030+1,556 \text{ Seguros}(1)+1,459 \text{ Préstamo } (1))}} = \frac{1}{1+e^{-(1,030+1,556+1,459)}} = 0,8792$$

Función de regresión para el tercer individuo finlandés:

$$PZ = \frac{1}{1+e^{-(-1,030+1,556 \text{ Seguros}(1)+1,459 \text{ Préstamo } (1))}} = \frac{1}{1+e^{-(-1,030+1,556+1,459)}}=0,8792$$

Función de regresión para el cuarto individuo finlandés:

$$PZ = \frac{1}{1+e^{-(-1,030+1,556 \text{ Seguros}(1)+1,459 \text{ Préstamo } (1))}} = \frac{1}{1+e^{-(-1,030+1,459)}}=0,6056$$

Función de regresión para el quinto individuo finlandés:

$$PZ = \frac{1}{1+e^{-(-1,030+1,556 \text{ Seguros}(1)+1,459 \text{ Préstamo } (1))}} = \frac{1}{1+e^{-(-1,030+1,556+1,459)}}=0,8792$$