

Zonas rurales, una oportunidad para las entidades bancarias

Frente al progresivo cierre de sucursales, la innovación tecnológica es clave para combatir el riesgo de exclusión financiera en las poblaciones rurales

Madrid, 21 de abril de 2021- La fusión de entidades bancarias, sumada a la crisis del sector financiero, ha contribuido a la reducción de la red de sucursales bancarias. Según datos del Banco de España, el número de oficinas se ha reducido en un 54,9 % en los últimos 12 años, una cifra que seguirá previsiblemente aumentando debido al esfuerzo de las entidades por mantener su rentabilidad.

La apuesta de muchos bancos por potenciar los servicios a través de sus canales online ha permitido rentabilizar determinados procesos, pero también ha aumentado la brecha digital, dejando sin acceso a los servicios bancarios a gran parte de la población en zonas rurales. A menudo, los núcleos de población rural no disponen de buena conexión a internet y pueden quedar aislados si no cuentan con otro método para acceder a los servicios que ofrece su banco.

Este aspecto no ha pasado desapercibido para muchas entidades que están concentrando los cierres en las grandes poblaciones y apostando por mantener una parte de las sucursales en localidades de menor tamaño donde existe una población de mediana edad. Por ejemplo, [según datos del Banco de España](#), a finales de 2020 Soria y Palencia no llegaban a las 100 sucursales en su territorio, y Segovia y Ávila estaban ligeramente por encima de esa cifra.

Y es que la desaparición de la oficina bancaria en estos entornos no solo impide que su población pueda ejecutar determinados trámites, sino que también elimina la posibilidad de acceso al efectivo, tan relevante en España. Según el informe [‘Digitalización de los medios de pago en España: desafíos y oportunidades’](#) elaborado por Payment Innovation Hub y Afi, el 58 % de los autónomos españoles reciben sus cobros en efectivo, especialmente cuando se trata de cantidades pequeñas.

La continua búsqueda por una mayor rentabilidad y agilidad del negocio financiero pasa por esta apuesta por los canales digitales. Sin embargo, tras el confinamiento por la pandemia hemos comprobado que los usuarios aprecian más que nunca el contacto y la atención humanas, así como algunos hábitos, como acudir a un determinado espacio físico para realizar un trámite, y que se basan en el hecho de que algunos clientes confían más en la infraestructura de la sucursal que en la banca digital, o que por ejemplo algunos no son nativos digitales.

Para [Auriga](#), proveedor líder de *software* y soluciones técnicas para las industrias bancarias y de pago, la solución debe poner el foco en las necesidades del cliente. La atención debe ser primordial y para ello, es necesario establecer nuevos puntos de contacto y aprovechar todos los canales con los que el usuario pueda interactuar con su banco. Por ejemplo, las soluciones que incluyen funcionalidades de videobanca son muy interesantes porque permiten utilizar la tecnología para ofrecer una atención personalizada a los clientes de forma remota sin necesidad de mantener a los operarios en la propia sucursal.

“Optar por dispositivos de autoservicio es una buena idea para cubrir una gran parte de las operaciones que los clientes realizan en su día a día mientras los empleados se encargan de tareas con mayor valor añadido, como el asesoramiento experto en operaciones complejas”, afirma Niccolò Garzelli, vicepresidente sénior de Ventas de Auriga.

Una tendencia creciente que están adoptando rápidamente las principales entidades financieras es la de transformar la sucursal en un espacio compartido en el que convivan diversos negocios como una cafetería, una librería o un *coworking*. De este modo, se reduce la inversión y se mantiene el espacio físico y el contacto cercano con el cliente, a la vez que la sucursal deja de ser un entorno despersonalizado para convertirse en un lugar de encuentro.

Acerca de Auriga

[Auriga](#) es un proveedor líder de *software* y soluciones técnicas para las industrias bancarias y de pago, así como un proveedor especializado en soluciones omnicanal innovadoras para bancos y otras instituciones financieras. Sus soluciones, implementadas en más de un 70 % de los ATMs de Italia, se basan en arquitectura moderna y mejoran el tiempo de comercialización de los nuevos servicios, a la vez que reducen los costes y crean una ventaja competitiva a largo plazo. Auriga es una compañía global que ofrece soluciones de transformación de bancos minoristas a nivel mundial.

Para más información:

Verónica Rodríguez veronica.rodriguez@alephcom.es

Jennifer Arenas jennifer.arenas@alephcom.es

Aleph Comunicación

Tel.: 91 386 69 99

Contacto con Auriga

Antonella Comes, directora de Marketing

antonella.comes@aurigaspa.com

Tel.: +39 080 56 92 255