

EDUCACIÓN FINANCIERA E INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA BANCA

LAS CLAVES

- ◇ La educación financiera no solo facilita el uso seguro y efectivo de las herramientas digitales, sino que también puede influir de manera decisiva en la percepción que el cliente bancario desarrolla hacia tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial.
- ◇ Según una reciente encuesta representativa de la población bancarizada española formada por 2.018 usuarios de entre 18 y 75 años, realizada por Funcas y The Cocktail Analysis, a medida que aumenta el nivel de educación financiera se incrementa tanto el porcentaje de clientes que piensan que han recibido un servicio basado en IA como el de aquellos que son conscientes de que su banco utiliza esta tecnología.
- ◇ Esto sugiere que la educación financiera no solo mejora la comprensión de los productos y servicios bancarios tradicionales, sino que también capacita a los clientes para identificar el uso de tecnologías avanzadas como la IA, reconociendo su presencia y valor dentro de la oferta bancaria.
- ◇ Además, una mayor educación financiera también incrementa la satisfacción del cliente respecto a la utilización de la IA, especialmente en tareas críticas como la seguridad de las transacciones.

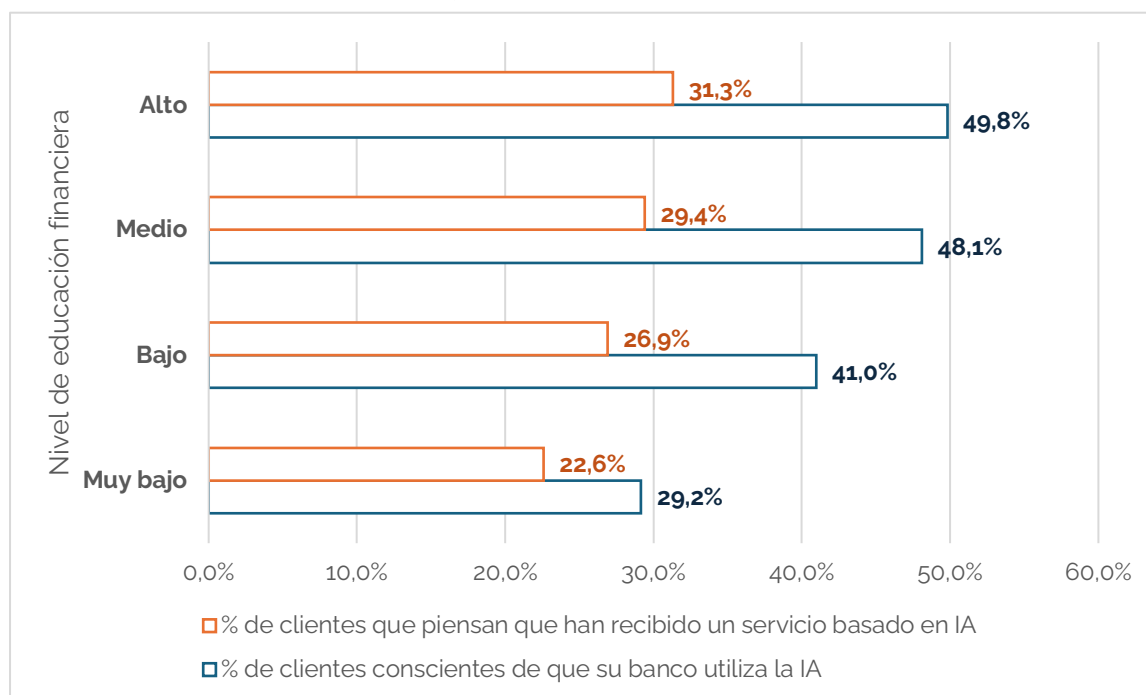
La educación financiera y la inteligencia artificial

La educación financiera constituye un pilar fundamental para mejorar la calidad de las decisiones financieras que toman los individuos, permitiéndoles gestionar de manera más eficiente sus ahorros, evaluar riesgos y aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado. En un contexto como el actual, de creciente digitalización bancaria, este conocimiento también resulta esencial para que los clientes se adapten a nuevos canales y servicios digitales, comprendiendo sus beneficios, riesgos y limitaciones. Además, fomenta una actitud más proactiva hacia el aprendizaje continuo y la adopción de innovaciones tecnológicas, elementos imprescindibles en un entorno financiero en rápida evolución. En este proceso de transformación, la educación financiera no solo facilita el uso seguro y efectivo de las herramientas digitales, sino que también puede influir de manera decisiva en la percepción que el cliente bancario desarrolla hacia tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial. En este sentido, una mayor formación podría ayudar a que los usuarios entendiesen mejor el funcionamiento y el propósito de las aplicaciones basadas en IA, lo que podría mitigar sus temores y recelos en el uso de esta tecnología disruptiva. Esta percepción consciente podría generar confianza con las innovaciones tecnológicas, a la vez que podría llevar al cliente a valorar positivamente el potencial de esta tecnología para que su entidad pueda ofrecerle una mejor experiencia de cliente.

Evidencia empírica: relación entre educación financiera y percepción en el uso de la IA en banca

Una reciente encuesta representativa de la población bancarizada española formada por 2.018 usuarios de entre 18 y 75 años, realizada por Funcas y The Cocktail Analysis, aborda la evidencia acerca de la relación existente entre educación financiera e inteligencia artificial. El gráfico 1 muestra una relación positiva entre el nivel de educación financiera de los clientes y su grado de discernimiento respecto al uso de inteligencia artificial (IA) en los servicios bancarios. A medida que aumenta el nivel de educación financiera - medido como el porcentaje de preguntas correctas sobre cuestiones financieras básicas de inflación, interés compuesto y diversificación del riesgo - también se incrementa tanto el porcentaje de clientes que piensan que han recibido un servicio basado en IA como el de aquellos que son conscientes de que su banco utiliza esta tecnología. En concreto, entre los clientes con un nivel muy bajo de educación financiera, apenas un 22,6% cree haber recibido un servicio basado en IA, y solo un 29,2% es consciente de que su banco emplea esta tecnología. En contraste, en el grupo con alto nivel de educación financiera, estas cifras ascienden al 31,3 % y 49,8%, respectivamente. Esta diferencia sugiere que la educación financiera no solo mejora la comprensión de los productos y servicios bancarios tradicionales, sino que también capacita a los clientes para identificar el uso de tecnologías avanzadas como la IA, reconociendo su presencia y valor dentro de la oferta bancaria. Este patrón subraya la importancia de impulsar la educación financiera como un elemento clave para que los clientes puedan adaptarse a los procesos de digitalización bancaria y aprovechar plenamente las ventajas que ofrece la inteligencia artificial, reduciendo posibles temores y aumentando su confianza en la innovación tecnológica del sector.

Gráfico 1. Nivel de educación financiera y consciencia en el uso de la IA en banca

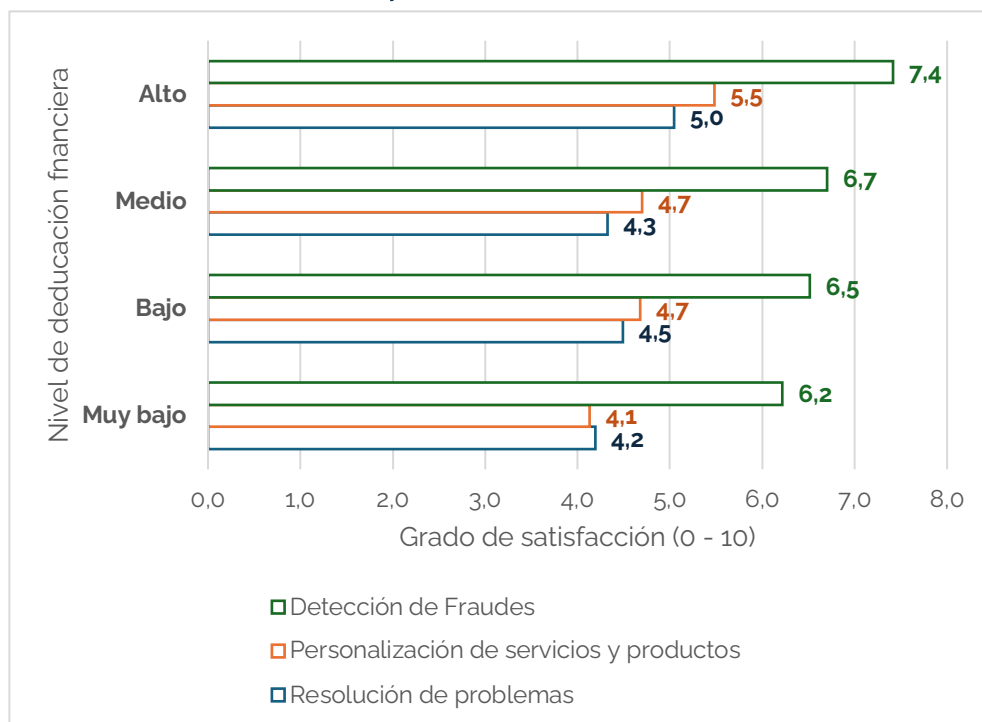


Fuente: Encuesta Funcas – The Cocktail y elaboración propia

Evidencia empírica: relación entre educación financiera y satisfacción del cliente con el uso de la IA en banca

Por otra parte, el gráfico 2 muestra la relación entre el nivel de educación financiera de los clientes y su grado de satisfacción con distintos usos de la inteligencia artificial en el ámbito bancario, específicamente en tres áreas: detección de fraudes, personalización de servicios y productos, y resolución de problemas. Se observa que, independientemente del nivel de educación financiera, la detección de fraudes es el ámbito que genera mayores niveles de satisfacción, superando a las otras dos dimensiones. Esta tendencia es más marcada entre los clientes con alto nivel de educación financiera, donde la satisfacción en detección de fraudes alcanza los valores más elevados, seguidos por la personalización de servicios y la resolución de problemas. De manera similar, a medida que disminuye el nivel de educación financiera, la satisfacción en todas las áreas tiende a ser menor, aunque las diferencias no son drásticas. Especialmente interesante es que la resolución de problemas presenta valores de satisfacción relativamente más bajos en comparación con la detección de fraudes en todos los grupos, lo que podría indicar que los clientes perciben que la IA, aunque eficiente en la prevención y vigilancia, todavía enfrenta desafíos a la hora de gestionar incidencias o consultas específicas. En conjunto, el gráfico sugiere que una mayor educación financiera no solo incrementa la percepción de presencia de la IA, como refleja el gráfico 1, sino también la satisfacción respecto a su utilización, especialmente en tareas críticas como la seguridad de las transacciones. Este patrón pone de relieve la importancia de promover competencias financieras para mejorar no solo la adaptación tecnológica de los clientes, sino también su experiencia y confianza en la digitalización de los servicios bancarios.

Gráfico 2. Nivel de educación financiera y satisfacción con el uso de la IA en banca



Fuente: Encuesta Funcas – The Cocktail y elaboración propia