

# Propuesta multidimensional del portafolio banca personal para la economía plateada

## A MULTIDIMENSIONAL PROPOSAL OF PERSONAL BANKING PORTFOLIO FOR SILVER ECONOMY

**Campo Elías López-Rodríguez<sup>1\*</sup>** 

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

**Yamile Andrea Cubillos Gómez<sup>1</sup>** 

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

**Edisson Pérez Cristancho<sup>1</sup>** 

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

**Jorge Andrés de la Rosa Cárdenas<sup>1</sup>** 

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

\* Autor corresponsal.

1 Especialización en Gerencia Financiera, Facultad de Ciencias Empresariales, Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Cra. 74 #81 C-05 Engativá, código postal 111321, Bogotá, COLOMBIA.

### Resumen

**Propósito:** Diseñar una propuesta integral para consolidar un portafolio de servicios de banca personal orientado al segmento de la “economía plateada”, entendida como el conjunto de actividades económicas dirigido a satisfacer las necesidades y aprovechar las oportunidades derivadas del envejecimiento de la población.

**Metodología:** Se utilizó como método cuantitativo transversal el análisis factorial exploratorio y confirmatorio para analizar las respuestas de una encuesta aplicada a 385 adultos mayores.

**Resultados:** La propuesta identifica como principales componentes del portafolio la seguridad financiera, la planificación de la jubilación, la gestión de activos y herencia, la salud y gasto en estudios médicos, la educación y formación continua, y finalmente la planificación fiscal.

**Implicaciones:** Los hallazgos permiten orientar a entidades financieras en el desarrollo de estrategias de segmentación y comunicación más efectivas, centradas en las necesidades particulares del segmento de personas mayores y el fomento de su inclusión financiera, siendo esto un desafío que evidencia la responsabilidad social de las instituciones bancarias.

**Originalidad:** El análisis ofrece una comprensión contextualizada de las necesidades financieras del segmento adulto mayor, orientando el diseño de servicios bancarios más inclusivos y efectivos.

### INFORMACIÓN ARTÍCULO

Recibido: 28 de Febrero 2025

Aceptado: 25 de Abril 2025

### Palabras Claves:

Banca personal  
Sector bancario  
Adulto mayor  
Economía plateada  
Portafolio

## Abstract

**Purpose:** To design a comprehensive proposal for consolidating a personal banking service portfolio aimed at the silver economy segment, understood as the set of economic activities directed towards meeting the needs and seizing the opportunities arising from an ageing population.

**Methodology:** A cross-sectional quantitative method was employed, using exploratory and confirmatory factor analysis to examine the responses from a survey administered to 385 older adults.

**Findings:** The main components of the portfolio – such as financial security, retirement planning, asset and inheritance management, health and medical expenditure, lifelong education and training as well as tax planning – are highlighted.

**Practical implications:** These findings enable financial institutions to develop more effective segmentation and communication strategies tailored to the specific needs of older adults, thereby promoting their financial inclusion – a challenge that underscores the social responsibility of entities within the banking sector.

**Originality:** This study offers a contextualized understanding of the financial needs of the older adult segment, which guides the design of more inclusive and effective banking services.

## ARTICLE INFO

Received: 28 February 2025

Accepted: 25 April 2025

### Keywords:

Personal banking  
Banking sector  
Older adults  
Silver economy  
Portfolio

## INTRODUCCIÓN

Aunque los cambios demográficos afectan a todos los sectores económicos, inciden especialmente en el sector bancario y financiero, dado que es uno de los que participa en los procesos de compra, pago y demás transacciones económicas de todos los sectores. En este contexto, surge el concepto de economía plateada o *silver economy*, que se refiere al conjunto de actividades económicas enfocado a cubrir las necesidades de las personas mayores de 50 años (Butt et al., 2021). Este concepto emerge como resultado de las dinámicas demográficas, donde el aumento en la esperanza de vida y la reducción de las tasas de natalidad han causado una inversión en la pirámide poblacional, no solo en los países desarrollados sino también en vías de desarrollo (López-Rodríguez et al., 2024). En tanto, la consolidación de dicho segmento ofrece una gran oportunidad para las empresas al ofrecer bienes y servicios con propuestas de valor acordes a sus necesidades.

Por su parte, la economía plateada no solo está orientada al ámbito de la salud, pues también abarca sectores como el turismo, la vivienda, la tecnología, el transporte y los servicios financieros (Yang et al., 2020), todos adaptados a una población adulta con nuevas demandas y capacidades de consumo. Estas dinámicas reconocen el potencial de este grupo etario como motor económico, en lugar de relacionarlo úni-

camente con fenómenos como la dependencia o la carga social (Choudrie et al., 2018). Y aunque no existe consenso asociado con la delimitación etaria del segmento de economía plateada, comúnmente se emplea como umbral los 50 años (Niemczyk et al., 2024), aunque algunos estudios sitúan el inicio a partir de los 55 o incluso los 60 años, dependiendo del enfoque y la región analizada (Solomon et al., 2024; McGuirk et al., 2022).

La tecnología juega un papel crucial en la economía plateada, porque facilita la autonomía de las personas mayores y mejora su calidad de vida. Por ello, Rajaobelina et al. (2020) manifiestan que innovaciones como dispositivos de monitoreo de salud, soluciones de domótica y plataformas digitales accesibles, permiten a esta población mantenerse conectada y activa como agente económico (López-Rodríguez & Rodríguez-Calderón, 2024). De esta forma, la adopción de tecnologías adaptadas en diferentes sectores productivos no solo beneficia a las personas mayores, sino que impulsa el crecimiento económico en general.

Desde una perspectiva financiera, el segmento de economía plateada consume productos adaptados a las necesidades específicas de los adultos mayores, como la planificación de la jubilación, seguros de vida y portafolios de inversión personalizados (López-Rodríguez & Sandoval-Escobar, 2023); razón por la cual las entidades bancarias deben dirigir el desarrollo

de estrategias que permitan garantizar la seguridad económica de esta población, fomentando su inclusión en el sistema financiero y la disminución de barreras tecnológicas (Chaouali & Souiden, 2019), lo que implica el diseño de herramientas accesibles como aplicaciones bancarias amigables, planes de ahorro flexibles y asesorías personalizadas para la gestión del sistema pensional, asegurando así su sostenibilidad económica en la jubilación de estos consumidores (Choudrie et al., 2018).

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2024) se espera que la población mundial de personas mayores de 50 años crezca de 962 millones en 2017 a 2.100 millones para el año 2050, lo que equivaldría aproximadamente al 21% del total de habitantes del planeta. Asimismo, se resalta que a nivel global 36.1 millones de adultos mayores tienen al menos un producto financiero, 30.8 millones poseen cuentas de ahorro, 27.5 millones cuentan con depósitos de bajo monto, y 13.5 millones tienen al menos un crédito bancario (La República, 2024). Al respecto, la banca personal representa un segmento fundamental del sistema financiero para la administración de los recursos económicos de las personas, y ha evolucionado significativamente con la digitalización, lo que permite a los clientes gestionar sus productos de forma eficiente (Windasari et al., 2022). De ahí que la personalización de servicios bancarios es un factor diferenciador clave en la retención de clientes de estas entidades.

Luego, la relación con el cliente es un aspecto esencial en la banca personal porque la confianza y la satisfacción son determinantes para la lealtad, aspecto que conforma el valor que perciben de las marcas los consumidores (López-Rodríguez et al., 2024). Por lo cual, se afirma que la retención de clientes en el sector bancario es mucho más rentable que la adquisición de nuevos usuarios, lo que influye longitudinalmente en el ciclo de vida del cliente en las entidades. En esta línea, Negassa y Japee (2023) sostienen que la satisfacción del consumidor en el sector bancario depende de la calidad del servicio percibida, como de la capacidad de la entidad para generar experiencias positivas y confiables a lo largo del tiempo.

A partir de lo anterior, el portafolio de banca personal enfocado en la economía plateada se debe estructurar para atender las necesidades financieras de una población con característi-

cas particulares, oferta que debe responder a los desafíos y oportunidades de este segmento, donde se incluyen productos especializados diferentes a las soluciones financieras tradicionales, con una importante orientación a la planificación de la jubilación (Figueroa et al., 2021), la gestión de ahorros (Tinta et al., 2022), seguros de salud y vida (Wang et al., 2021), así como productos de inversión adaptados al perfil de riesgo conservador de este segmento (Huang et al., 2021), ofreciendo soluciones financieras personalizadas que garanticen que los adultos mayores perciban de las entidades bancarias una adecuada propuesta de valor. Al respecto, algunos componentes que pueden estructurar un portafolio de banca personal dirigido al segmento de economía plateada se relacionan a continuación.

La seguridad financiera (SF) se vincula con la percepción de estabilidad y confianza que el segmento de economía plateada asocia a los productos bancarios (Wang et al., 2021). Esta seguridad depende de factores como la transparencia en las condiciones financieras, la accesibilidad a su dinero, la protección contra fraudes y la disponibilidad de asesoría personalizada (Tinta et al., 2022). Mientras que, la planificación de la jubilación (PJ) se orienta hacia la consolidación de estrategias financieras que permitan al segmento de economía plateada asegurar ingresos estables cuando inicie su jubilación (Figueroa et al., 2021).

El componente de la gestión de activos y herencia (GAH) está enfocado en el desarrollo eficiente del patrimonio acumulado a lo largo de la vida, y en la planificación de su transferencia a las futuras generaciones del segmento de economía plateada (Huang et al., 2021). Otro aspecto relevante es la salud y gasto en estudios médicos (SGM), y teniendo en cuenta que el envejecimiento implica mayores necesidades asociadas con la salud, la planificación financiera está orientada a cubrir costos de atención médica, tratamientos y diagnósticos necesarios en la etapa de jubilación, siendo componentes fundamentales que deben estar presentes en la oferta del sector bancario para este segmento (Tinta et al., 2022).

En complemento, la educación y formación continua (EFC) es una alternativa estratégica del sector bancario para mejorar la inclusión financiera y el bienestar del segmento de economía plateada (Huang et al., 2021), porque su

objetivo se enfoca en fortalecer los conocimientos en finanzas personales, inversión y uso de tecnologías bancarias a este tipo de consumidor (Tinta et al., 2022). El objetivo de la planeación fiscal (PF), como componente del portafolio, es asesorar a los consumidores del segmento de economía plateada en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, identificando beneficios, deducciones y exenciones aplicables a su situación tributaria (Negassa & Japee, 2023).

En coherencia con lo descrito, esta investigación está orientada a responder la siguiente pregunta: ¿Cuál es el comportamiento de las dimensiones para consolidar un portafolio banca personal dirigido al segmento de economía plateada? Para lograrlo, se identifica la estructura subyacente de las variables teóricas asociadas con la banca personal conducente al segmento de la economía plateada mediante un análisis factorial exploratorio, y se evalúa el ajuste de las dimensiones del portafolio de banca personal dirigido a este grupo a través de un análisis factorial confirmatorio.

## METODOLOGÍA

La población de esta investigación estuvo compuesta por individuos pertenecientes a la denominada economía plateada, un segmento económico enfocado en satisfacer las necesidades de personas mayores de 50 años. Este sector está conformado por consumidores que buscan productos más específicos y personalizados, y que cuentan con tiempo libre para dedicarse a actividades culturales y de ocio (Zhang et al., 2024). Participaron en el estudio adultos mayores residentes en la ciudad de Bogotá, Colombia, con edades entre los 50 y 80 años, hombres y mujeres, quienes poseen al menos un producto bancario con alguna entidad, y que cuentan con ingresos mensuales asociados a sus salarios, pensiones, actividades independientes, o apoyo económico familiar. Se utilizó como pregunta filtro el rango de edad de los participantes.

Para la selección de la muestra se utilizó un muestreo no probabilístico de conveniencia. Bajo un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5% y un coeficiente de variación de 50%, se determinó una muestra total de 385 participantes. El estudio se desarrolló siguiendo un enfoque cuantitativo y adoptando un diseño de tipo descriptivo-correlacional.

La técnica utilizada para la recolección de la información fue un cuestionario con preguntas cerradas, dividido en tres secciones. La primera incluyó 5 ítems destinados a caracterizar demográficamente a los participantes, comenzando con una pregunta filtro sobre la edad, con el fin de asegurar que todos los encuestados pertenecieran al segmento de la economía plateada. Luego, se propuso un ítem para identificar el nivel de satisfacción con el portafolio de banca personal ofrecido actualmente en el sector financiero. Finalmente, se presentaron 37 ítems que conforman 6 dimensiones para la consolidación de un portafolio banca personal al segmento de economía plateada. Dichas dimensiones fueron las siguientes: seguridad financiera (SF) (Wang et al., 2021), planificación de la jubilación (PJ) (Figuerola et al., 2021), gestión de activos y herencia (GAH) (Huang et al., 2021), salud y gasto en estudios médicos (SGM) (Tinta et al., 2022), educación y formación continua (EFC) (Huang et al., 2021), y planificación fiscal (PF) (Negassa & Japee, 2023), los cuales se midieron a través de una escala Likert de 5 puntos donde 1 significa “muy irrelevante” y 5 “muy importante”.

El cuestionario se aplicó de manera presencial por parte de los investigadores en centros religiosos, comerciales y sociales, así como también en zonas aledañas a las entidades bancarias. Los investigadores se presentaron con los participantes y, posteriormente, se les explicó el formulario de consentimiento informado, el cual fue conocido antes de responder el instrumento por cada uno de ellos. Allí se resaltaron también las consideraciones éticas de la investigación, entre las que se resaltan la justicia, el respeto, la beneficencia y no maleficencia respecto a los participantes y la información que suministraron para la investigación.

El cuestionario fue sometido a un riguroso proceso de evaluación que incluyó las etapas de validación de contenido, de consistencia interna y análisis de constructo. Para la validación de contenido se empleó el método de consulta a dos expertos, en el cual se realizaron ajustes en la redacción de los ítems para garantizar que reflejaran de manera precisa y completa las dimensiones que se pretendían medir. Estos expertos fueron Doctores en Psicología y en Marketing, con profundos conocimientos en psicometría y construcción de escalas. En cuanto a la consistencia interna, se calculó el coeficiente



ciente Alfa de Cronbach, obteniendo un valor global de  $\alpha=0.979$ , lo que indicó un alto nivel de

fiabilidad en los ítems teóricos del instrumento, como se observa en la Tabla 1.

**Tabla 1.** Consistencia interna de los ítems teóricos del instrumento.

Dimensiones	Alpha de Cronbach	Número de ítems
Seguridad financiera (SF)	0.888	5
Planificación de la jubilación (PJ)	0.925	6
Gestión de activos y herencia (GAH)	0.928	6
Salud y gasto en estudios médicos (SGM)	0.930	5
Educación y formación continua (EFC)	0.918	5
Planificación fiscal (PF)	0.929	5

*Fuente: elaboración propia.*

Para llevar a cabo el análisis de constructo, se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) y confirmatorio (AFC). En el AFE se utilizó la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) para evaluar la adecuación muestral, y la prueba de esfericidad de Bartlett respecto a la correlación entre las variables. Se utilizó el método de extracción de factorización de ejes principales con una rotación Varimax, lo que permitió identificar patrones y agrupar las variables observadas en factores latentes de manera más clara (Grieder & Steiner, 2022).

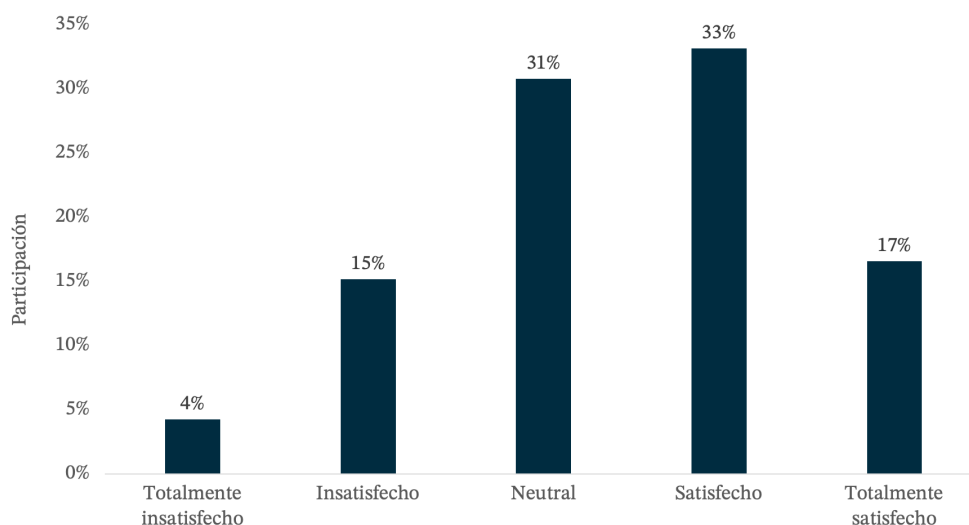
En el desarrollo del AFC el método de mínimos cuadrados ponderados diagonalmente fue el aplicado, considerando que los ítems eran de naturaleza ordinal (Prudon, 2015). El ajuste del modelo se evaluó mediante pruebas como el Chi-cuadrado ( $\chi^2$ ), el índice de error cuadrático medio de aproximación (RMSEA) y el índice de residuo cuadrático medio estandarizado (SRMR). Se revisaron el Índice de Ajuste Comparativo (CFI) y el Índice de Tucker-Lewis (TLI), ambos con valores superiores a 0.95, lo que indica un buen ajuste (Lai & Green, 2016).

Se verifican los coeficientes Omega ( $\omega$ ) y Alpha ( $\alpha$ ), considerando un ajuste adecuado al superar el umbral de 0.80 (Deng & Chan, 2017), para consolidar la consistencia interna. Se calculó la Varianza Media Extraída (AVE), esperando que explicara más del 50% de la varianza de los indicadores (Kyriazos, 2018). Se aplicó la prueba KMO a cada ítem, verificando que valores cercanos a 1.0 confirmaran la idoneidad del análisis factorial (Prudon, 2015).

La anterior estrategia metodológica permitió consolidar el portafolio de banca personal dirigido a la economía plateada desde una perspectiva multidimensional, al identificar factores latentes que agrupan y sintetizan los principales componentes del portafolio en beneficio del segmento adulto mayor, los cuales pueden orientar su diseño para la satisfacción de un segmento cada vez más representativo a nivel económico y social. El procesamiento de los datos se realizó en el software de código abierto JASP (Jeffreys's Amazing Statistics Program), el cual ofrece herramientas para análisis estadístico-frecuentista, bayesiano y de regresión (Van Doorn et al., 2021).

## RESULTADOS

Respecto a la edad de los participantes, el 63.5% de ellos oscila entre los 50 y 54 años, el 21.5% lo conforman adultos entre 55 y 60 años, y el 15% restante personas entre 61 y 64 años. El 61.1% pertenece al género masculino, un 37% al femenino y el 1.9% a otro. En cuanto al estrato, los niveles 2 y 3 presentaron una participación del 28% cada uno, seguido de un 15.6% de estrato 5, 12.3% estrato 4 y el 5.2% restante de estrato 6. Además, el 32% correspondió a bachilleres, 19% a técnicos, 22% a tecnólogos, 21% a profesionales, y el 6% restante contaba con formación posgradual. En cuanto a su ocupación, el 44.1% fue asalariado, el 21.3% empresario, el 23.3% trabajador independiente, 10.4% dedicado al hogar y el 0.9% restante, desempleado.



**Figura 1.** Nivel de satisfacción con la oferta bancaria. *Fuente: elaboración propia.*

La Figura 1 ilustra la distribución por nivel de satisfacción con el portafolio de banca ofrecido actualmente en el sector financiero que tuvieron los participantes, resaltando que solo un 17% está totalmente satisfecho y el 33% satisfecho, un 31% se encuentra en una posición neutral, 15% insatisfecho y un 4% totalmente insatisfecho. El hecho de que solo el 17% de los participantes esté totalmente satisfecho y un 33% satisfecho evidencia que más del 50% de los clientes no percibe el portafolio actual con plena satisfacción, siendo esta realidad una oportunidad de mejora para la oferta por parte del sector bancario, enfocada en el segmento de economía plateada.

Para iniciar el análisis factorial exploratorio (AFE), la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin, que mide la adecuación de la muestra y respalda la relevancia del análisis, contó con un índice de 0.959. Por otra parte, la prueba de esfericidad de Bartlett fue estadísticamente significativa ( $\chi^2 = 4462.121$ ,  $p < 0.001$ ). Con respecto al error de

aproximación (RMSEA), que indica la cantidad de varianza no explicada, se obtuvo un valor de 0.044, lo cual sugiere un ajuste adecuado a los datos. El índice de Tucker-Lewis (TLI), que compara el ajuste entre el modelo propuesto y el modelo nulo en función de los grados de libertad, alcanzó un valor de 0.972, lo que indica un ajuste excelente. El Índice de Ajuste Comparativo (CFI), que mide la calidad del ajuste del modelo a los datos observados, registró un valor de 0.985, lo que señala un ajuste sobresaliente del modelo.

El AFE mostró las cargas factoriales del modelo, confirmando los 6 constructos teóricos que representan los componentes multidimensionales de un portafolio de banca personal orientado al segmento de economía plateada. Sin embargo, manualmente se eliminaron algunos ítems que presentaron una carga factorial menor a 0.40, con el fin de mejorar la consistencia y validez del modelo analizado, resultando en un total de 24 ítems. Esto se presenta en la Tabla 2.

**Tabla 2.** Comportamiento de las cargas factoriales del AFE.

	Salud y gasto en estudios médicos (SGM)	Educación y formación continua (EFC)	Planificación de la jubilación (PJ)	Planificación fiscal (PF)	Seguridad financiera (SF)	Gestión de activos y herencia (GAH)
SGM3	0.731					
SGM2	0.714					
SGM5	0.700					
SGM1	0.658					
SGM4	0.631					
EFC4		0.824				
EFC2		0.748				
EFC3		0.748				
EFC1		0.630				
EFC5		0.586				
PJ5			0.693			
PJ1			0.623			
PJ6			0.544			
PJ4			0.457			
PF2				0.606		
PF4				0.589		
PF1				0.519		
PF5				0.497		
SF5					0.669	
SF3					0.493	
SF4					0.452	
GAH2						0.622
GAH3						0.526
GAH6						0.431

Fuente: elaboración propia.

La Tabla 3 muestra el informe general sobre la bondad de ajuste del análisis factorial confirmatorio (AFC), permitiendo evaluar qué tan adecuadamente el modelo propuesto se ajusta a los datos observados y comprender la estructura subyacente de los componentes multidimensio-

nales de un portafolio de banca personal, dirigido al segmento de economía plateada. Los resultados obtenidos son favorables para el instrumento y, en general, confirman que los factores observados respaldan la estructura factorial teórica con la cual fue diseñado.

**Tabla 3.** Reporte general de ajustes del AFC.

Indicador	Ajustes del CFA
Prueba de chi-cuadrado ( $\chi^2$ ) del modelo base	4678.834
Prueba de chi-cuadrado ( $\chi^2$ ) del modelo factorial	405.447
Índice de ajuste comparativo (CFI)	0.962
Índice de Tucker-Lewis (TLI)	0.955
Error cuadrático medio de aproximación (RMSEA)	0.058
Límite inferior del intervalo de confianza del 90% del RMSEA	0.048
Límite superior del intervalo de confianza del 90% del RMSEA	0.068
Residuo cuadrático medio estandarizado (SRMR)	0.035

*Fuente: elaboración propia.*

La escala empleada en el AFC mostró un Coeficiente Omega de 0.976 y un Alfa de 0.971. La Tabla 4 presenta estos mismos indicadores de forma individual para cada constructo teórico identificado AFE, así como para todos los ítems de la escala. También se incluyeron las cargas factoriales no estandarizadas, el valor de la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y el error estándar. Los resultados fueron satis-

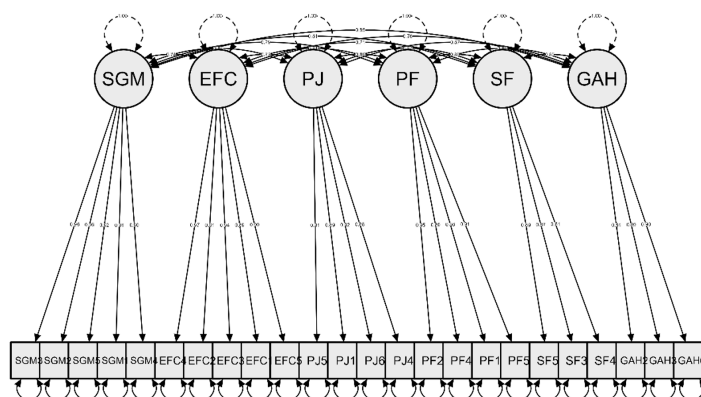
factorios para cada subescala. En la Figura 2 se presenta el modelo multidimensional para la consolidación de un portafolio banca personal al segmento de economía plateada, resaltando en él las cargas factoriales entre las variables latentes y observadas, así como la estimación de las covarianzas factoriales entre los constructos teóricos del modelo.



**Tabla 4.** Descripción factorial de ítems de los componentes multidimensionales en un portafolio de banca personal dirigido al segmento de economía plateada.

Constructos teóricos	Coficiente Omega	Coficiente Alpha	AVE	Ítems	Cargas factoriales	KMO	p
Seguridad financiera (SF)	0.830	0.828	0.618	SF5	0.888	0.958	< 0.001
				SF3	0.870	0.966	< 0.001
				SF4	0.809	0.977	< 0.001
Planificación de la jubilación (PJ)	0.900	0.899	0.691	PJ5	0.906	0.948	< 0.001
				PJ1	0.891	0.954	< 0.001
				PJ6	0.924	0.975	< 0.001
				PJ4	0.880	0.979	< 0.001
Gestión de activos y herencia (GAH)	0.874	0.874	0.699	GAH2	0.845	0.969	< 0.001
				GAH3	0.888	0.959	< 0.001
				GAH6	0.899	0.976	< 0.001
Salud y gasto en estudios médicos (SGM)	0.930	0.930	0.727	SGM3	0.955	0.940	< 0.001
				SGM2	0.956	0.942	< 0.001
				SGM5	0.924	0.953	< 0.001
				SGM1	0.914	0.946	< 0.001
				SGM4	0.900	0.969	< 0.001
Educación y formación continua (EFC)	0.921	0.918	0.694	EFC4	0.973	0.943	< 0.001
				EFC2	0.910	0.939	< 0.001
				EFC3	0.937	0.951	< 0.001
				EFC1	0.889	0.936	< 0.001
				EFC5	0.900	0.960	< 0.001
Planificación fiscal (PF)	0.911	0.911	0.720	PF2	0.946	0.972	< 0.001
				PF4	0.888	0.945	< 0.001
				PF1	0.858	0.979	< 0.001
				PF5	0.911	0.975	< 0.001

Fuente: elaboración propia.

**Figura 2.** Modelo multidimensional del portafolio banca personal para la economía plateada. Fuente: elaboración propia.

En forma general, en la Tabla 5 se propone la estructura de dimensiones e ítems para la con-

solidación de un portafolio banca personal al segmento de economía plateada.

**Tabla 5.** Estructura multidimensional para la consolidación del portafolio banca personal para la economía plateada

Dimensión del portafolio	Ítems
Seguridad financiera (SF)	<p>Preferencia por estrategias de inversión conservadoras.</p> <p>Relevancia de los seguros para el amparo de imprevistos.</p> <p>Valoración de productos financieros garantizados.</p>
Planificación de la jubilación (PJ)	<p>Importancia de ajustar el plan financiero a los cambios en el costo de vida.</p> <p>Valoración de la asesoría en estrategias de retiro o jubilación.</p> <p>Necesidad de opciones de inversión que preserven el capital durante la jubilación.</p> <p>Preferencia por productos que generen ingresos regulares durante la jubilación.</p>
Gestión de activos y herencia (GAH)	<p>Relevancia de estrategias fiscales para la transferencia de patrimonio.</p> <p>Relevancia de productos financieros que faciliten la transmisión de activos.</p> <p>Importancia de la protección de los activos frente a posibles reclamaciones legales.</p>
Salud y gasto en estudios médicos (SGM)	<p>Valoración de productos financieros que cubran cuidados a largo plazo.</p> <p>Necesidad de fondos para gastos médicos imprevistos.</p> <p>Importancia de la planificación financiera para tratamientos médicos especializados.</p> <p>Importancia de contar con seguros de salud adecuados.</p> <p>Relevancia de la asesoría en la planificación para los cuidados de salud.</p>
Educación y formación continua (EFC)	<p>Relevancia de asesoría para equilibrar el gasto en estilo de vida con los objetivos financieros a largo plazo.</p> <p>Necesidad de ajustar el presupuesto para viajes y entretenimiento.</p> <p>Preferencia por productos que permitan disfrutar de actividades sin preocupaciones financieras.</p> <p>Valoración de la planificación financiera para actividades recreativas.</p> <p>Necesidad de liquidez para hobbies y pasatiempos.</p>
Planificación fiscal (PF)	<p>Necesidad de asesoría en la gestión de impuestos durante la jubilación.</p> <p>Relevancia de productos financieros que optimicen la carga fiscal.</p> <p>Importancia de la planificación fiscal para maximizar los beneficios tributarios.</p> <p>Preferencia por asesoría en planificación fiscal personalizada.</p>

*Fuente: elaboración propia.*

## DISCUSIÓN

Teniendo en cuenta los hallazgos evidenciados en esta investigación, se confirma que la estructura multidimensional para consolidar un portafolio banca personal dirigido al segmento de economía plateada, está conformada por estos constructos: seguridad financiera (SF), planificación de la jubilación (PJ), gestión de activos y herencia (GAH), salud y gasto en estudios médicos (SGM), educación y formación continua (EFC), y planificación fiscal (PF).

Esta propuesta multidimensional es integral y ajustada a las necesidades de los adultos mayores que conforman el segmento de economía plateada, y representa una oportunidad de disfrutar de una jubilación tranquila y segura, con acceso a servicios y productos diseñados para proteger su calidad de vida, dinámica similar a la de diversos estudios que han resaltado la importancia de conocer las actitudes de las personas mayores hacia la gestión financiera, particularmente, en el uso de servicios financieros apoyados por tecnologías de la información

(Yang et al., 2020; Krzyminiewska, 2019). Para las entidades bancarias, un portafolio fundamentado en estas dimensiones es una alternativa de valor para atraer y fidelizar a un segmento en crecimiento, diversificar sus ingresos y fortalecer su posición en un mercado, el cual valora cada vez más la responsabilidad social y el compromiso con este grupo etario.

Este segmento en el sector bancario representa una base de clientes leales a las propuestas de valor que cumplan con su propósito de forma asertiva, dado que los adultos mayores suelen ser más cautelosos y prefieren opciones conservadoras, pero seguras (Parida et al., 2016). Por consiguiente, al proporcionarles servicios de asesoría e inversión a su medida, las entidades pueden construir relaciones a largo plazo y fortalecer su reputación como instituciones confiables y responsables.

En definitiva y en ciertos casos, las entidades bancarias crean productos y sistemas automatizados que no se adaptan adecuadamente a las necesidades de las personas mayores, lo que puede provocar situaciones de exclusión, porque ese desarrollo no considera los cambios físicos, emocionales y cognitivos propios de este grupo etario. Por ello, el adulto mayor, en su rol de consumidor, presenta características particulares derivadas tanto del envejecimiento como de los cambios sociales propios de esta etapa de la vida, las cuales deben ser tenidas en cuenta al analizar su vínculo con las entidades bancarias (Lee & Lee, 2019; Zhou, 2023).

## CONCLUSIONES

La seguridad financiera (SF), como dimensión del portafolio, garantiza la estabilidad económica en la etapa de retiro de este mercado. Por lo tanto, los adultos mayores requieren servicios bancarios que minimicen el riesgo de pérdida de su capital y aseguren ingresos sostenibles a lo largo del tiempo. El amparo brindado a este segmento contra fraudes, así como la asesoría en inversiones, acceso a seguros de vida y salud, son elementos clave que proporcionan lealtad y confianza de este consumidor a las marcas bancarias.

En tanto, la planificación de la jubilación (PJ) representa una dimensión esencial del portafolio que permite a los adultos mayores mantener

su calidad de vida en el momento en que su etapa laboral haya finalizado. Este portafolio debe poseer alternativas relacionadas con los fondos de pensión, rentas, y asesoramiento en la administración de ahorros programados. Para este segmento contar con productos bancarios que apoyen su calidad de vida después de su jubilación, es una propuesta de valor atractiva por parte de los bancos, porque la estructuración de estrategias adecuadas permite optimizar sus recursos disponibles y evitar problemas financieros a mediano y largo plazo.

A su vez, la correcta gestión de activos y herencia (GAH) posibilita a este mercado la distribución de su patrimonio de manera eficiente y acorde con sus deseos. No obstante, esta dimensión debe incluir productos de inversión, fideicomisos y asesoramiento en sucesiones para asegurar que sus bienes sean transferidos de manera pertinente a las siguientes generaciones, previniendo conflictos familiares y disminuyendo cargas fiscales a futuro.

Dentro de las principales preocupaciones de la economía plateada se encuentra su salud, porque a medida que se envejece, los adultos mayores experimentan una reducción en su movilidad y un deterioro gradual de su funcionalidad física, mental y social. La dimensión salud y gasto en estudios médicos (SGM) dentro del portafolio, resalta la importancia de contar con opciones de financiamiento para tratamientos médicos, seguros de salud para medicina especializada y otras opciones que les permitan acceder a la atención médica adecuada, sin comprometer su estabilidad financiera.

La dimensión del portafolio enfocada en consolidar una educación y formación continua (EFC), es clave para fomentar la integración de los adultos mayores en la sociedad y el mercado laboral. El proceso de envejecimiento es una etapa natural de la vida que no implica necesariamente la presencia de patologías, dependencia de otros o improductividad laboral (Molina et al., 2011). Por lo cual, son fundamentales los elementos de un portafolio de banca personal para este segmento del mercado, que faciliten el acceso a formación y certificaciones académicas que puedan contribuir a su desarrollo personal y profesional, siendo esto un claro ejercicio de responsabilidad social por parte de las entidades bancarias. Por su parte, una adecuada planificación fiscal (PF) como dimensión del portafolio permite a los adultos mayores optimi-

zar sus recursos financieros. La banca personal enfocada en la economía plateada debe ofrecer asesoramiento en temas fiscales y desarrollo de estrategias para la reducción de impuestos de manera eficiente y legalmente favorable.

En consecuencia, esta investigación contribuye a la consolidación de la economía plateada como concepto, porque integra enfoques como el de finanzas personales y la economía del envejecimiento cuando se analiza cómo las preferencias, la percepción del riesgo y la planificación financiera de este segmento influye en la estructuración de la propuesta multidimensional de un portafolio de servicios bancarios personalizados para el adulto mayor. Este ejercicio empírico enriquece la literatura sobre segmentación de clientes en el sector bancario (Kumar & Rajan, 2020), resaltando la necesidad de generar propuestas de valor adaptadas a las necesidades particulares de este mercado.

En cuanto al diseño de servicios bancarios, esta propuesta posee una importante implicación en el desarrollo de estrategias basadas en la personalización de productos y en la inclusión financiera, generando una intersección entre la gerencia de productos bancarios (Reichheld, 1994) y la teoría del valor percibido por el consumidor (Sweeney & Soutar, 2001), donde se sugiere que la experiencia de consumo debe adaptarse no solo desde las características funcionales de los servicios bancarios, sino también a partir del fortalecimiento de componentes simbólicos y emocionales como la seguridad, tranquilidad, autonomía, control, reconocimiento y accesibilidad.

Lo anterior, se convierte en un marco conceptual que sustenta la evolución de la banca relacional en contextos demográficos emergentes como la economía plateada, donde la seguridad financiera, la planificación de la jubilación, la gestión de activos y herencia, la salud y gasto en estudios médicos, la educación y formación continua, y la planificación fiscal adquieren un rol preponderante.

Desde la perspectiva de la gerencia estratégica bancaria, este estudio fortalece la teoría de la innovación en servicios financieros (Christensen et al., 2006), al proponer una visión integral de un portafolio con un enfoque multidimensional, sugiriendo a este sector fortalecer los análisis del consumidor financiero para la toma de decisiones y la gestión del ciclo de

vida del cliente en función de sus necesidades temporales. Desde esta misma premisa, la teoría de la transformación digital del sector bancario (Brynjolfsson et al., 2014) y la literatura sobre inclusión financiera (Huang et al., 2021), se ven enriquecidas con esta investigación, la cual promueve con su propuesta multidimensional el desarrollo de ambientes comerciales que faciliten no solo el bienestar financiero del segmento de adultos mayores, sino también el fortalecimiento del valor de marca basado en el consumidor (Keller, 1993) en beneficio de estas entidades.

Esta propuesta multidimensional para la consolidación de un portafolio banca personal dirigido al segmento de economía plateada, permite a las entidades bancarias diseñar servicios personalizados, facilitando la alineación de su oferta con las necesidades reales de este segmento. Este sector financiero, para su consolidación comercial y el desarrollo de sus prácticas de responsabilidad social, requiere fortalecer la confianza y credibilidad por parte del adulto mayor, siendo la seguridad y la integridad aspectos fundamentales en su propuesta de valor.

Al respecto, la presente investigación plantea la necesidad de reconocer, a nivel operativo, ajustes en la infraestructura y canales de atención para mejorar la experiencia del segmento estudiado en el sector bancario, lo que implica la optimización de plataformas digitales con interfaces accesibles y de fácil uso, para evitar que estas se conviertan en una barrera de resistencia al consumo de productos bancarios del adulto mayor, así como en mejoras de la atención presencial y el trato a clientes de edad avanzada, por medio de una asertiva capacitación a los equipos comerciales y operativos.

Una estrategia pertinente que surge de los resultados del estudio se orienta al diseño de plataformas digitales adaptadas a las necesidades de los adultos mayores, con interfaces intuitivas, de tipografía pertinente, y opciones de accesibilidad como comandos de voz o navegación simplificada, facilitando su uso y evitando la exclusión tecnológica. La oferta de programas de educación financiera digital, que no solo proporcione información sobre el manejo de productos bancarios, sino que también ofrezca capacitación sobre el uso de herramientas digitales, fortalecería el relacionamiento entre este segmento del mercado y las marcas bancarias, porque se asegura un acceso equitativo al por-

tafolio y se fomenta una mayor autonomía en el manejo de las finanzas de los adultos mayores.

Una limitación de esta investigación se visualiza en su diseño transversal; por ello, se recomienda para futuros ejercicios el desarrollo de estudios longitudinales y/o experimentales, que permitan reconocer el comportamiento del adulto mayor como consumidor a nivel cronológico. También se recomienda desarrollar estudios de causalidad que permitan reconocer cómo las dimensiones del portafolio que se proponen en esta investigación, inciden en la intención de consumo de productos bancarios por parte del adulto mayor. Otra de las limitaciones radica en el uso de un muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual restringe la posibilidad de generalizar los resultados a toda la población de la economía plateada. Se recomienda para futuras investigaciones el uso de métodos de muestreo probabilístico que permitan una mayor representatividad.

Finalmente, factores como el nivel educativo de los participantes y su acceso a la tecnología podrían haber influido en las respuestas, de ahí la pertinencia para futuros ejercicios investigativos de analizar estos factores para proporcionar una comprensión más precisa de los resultados obtenidos. En conclusión, los resultados del estudio se contextualizan en una realidad cultural y económica particular, lo que puede limitar su generalización en entornos globales, al respecto, se recomienda realizar investigaciones en diferentes contextos geográficos y culturales para contrastar y ampliar la comprensión de las necesidades bancarias de este segmento del mercado.

#### **Declaración de conflicto de interés:**

Los autores declaran que no presentan conflictos de interés.

#### **Financiamiento:**

Los autores no recibieron financiamiento para el desarrollo de esta investigación.

#### **Uso de Inteligencia Artificial (IA):**

Los autores declaran que no recibieron asistencia de una IA durante el proceso de investigación, ni durante la escritura de este documento.

#### **Contribución de los autores:**

Conceptualización: YAC, EPC y JAR; Curación de Datos, Análisis Formal: CELR; Investigación, Metodología: todos; Administración del Proyecto, Software, Supervisión: CELR; Validación y Visualización: todos; Redacción – borrador original: YAC, EPC y JAR; Redacción – revisión y edición: CELR.

Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito.

## **REFERENCIAS**

- Brynjolfsson, E., McAfee, A., & Spence, M. (2014). New world order: labor, capital, and ideas in the power law economy. *Foreign Affairs*, 93(4), 44-53.
- Butt, S. A., Elhadjamor, E. A., Pappel, I., Öunapuu, E., & Draheim, D. (2021). A knowledge map for ICT integration in the silver economy. *Procedia Computer Science*, 181, 693-701. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.01.220>
- Chaouali, W., & Souiden, N. (2019). The role of cognitive age in explaining mobile banking resistance among elderly people. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 342-350. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.009>
- Choudrie, J., Junior, C. O., McKenna, B., & Richter, S. (2018). Understanding and conceptualising the adoption, use and diffusion of mobile banking in older adults: A research agenda and conceptual framework. *Journal of Business Research*, 88, 449-465. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.029>
- Christensen, C. M., Baumann, H., Ruggles, R., & Sadtler, T. M. (2006). Disruptive innovation for social change. *Harvard business review*, 84(12), 94-101.
- Deng, L., & Chan, W. (2017). Testing the difference between reliability coefficients alpha and omega. *Educational and psychological measurement*, 77(2), 185-203. <https://doi.org/10.1177/0013164416658325>



- Figuerola, A., Gil, A. M., & Merigó, J. M. (2021). Herramientas para la toma de decisiones en la planificación financiera de la jubilación. *Cuadernos del CIMBAGE*, 2(23), 33-47.
- Grieder, S. & Steiner, M. D. (2022). Algorithmic jingle jungle: A comparison of implementations of principal axis factoring and promax rotation in R and SPSS. *Behavior research methods*, 54(1), 54-74. <https://doi.org/10.3758/s13428-021-01581-x>
- Huang, R., Kale, S., Paramati, S. R., & Taghizadeh-Hesary, F. (2021). The nexus between financial inclusion and economic development: Comparison of old and new EU member countries. *Economic Analysis and Policy*, 69, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2020.10.007>
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22. <https://doi.org/10.1177/002224299305700101>
- Kumar, V., & Rajan, B. (2020). Customer lifetime value: What, how, and why. In *The Routledge companion to strategic marketing* (pp. 422-448). Routledge.
- Krzyminiewska, G. (2019). Financial services market in an ageing society. Challenges for the development of silver economy. In *Effective Investments on Capital Markets: 10th Capital Market Effective Investments Conference (CMEI 2018)* (pp. 111-120). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-21274-2\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-030-21274-2_8)
- Kyriazos, T. A. (2018). Applied psychometrics: writing-up a factor analysis construct validation study with examples. *Psychology*, 9(11), 2503. <https://www.doi.org/10.4236/psych.2018.911144>
- La República (2024). El sector financiero comienza a buscar alternativas para incluir a los adultos mayores. La República. <https://www.larepublica.co/finanzas-personales/sector-financiero-comienza-a-buscar-alternativas-para-incluir-a-los-adultos-mayores-3972143>
- Lai, K., & Green, S. B. (2016). The problem with having two watches: Assessment of fit when RMSEA and CFI disagree. *Multivariate Behavioral Research*, 51(2-3), 220-239. <https://doi.org/10.1080/00273171.2015.1134306>
- Lee, J. Y., & Lee, J. (2019). *Consumer financial well-being: Knowledge is not enough*. *Journal of Family and Economic Issues*, 40(3), 443-457. <https://doi.org/10.1007/s10834-019-09683-2>
- López-Rodríguez, C. E., & Rodríguez-Calderón, L. F. (2024). Acceptance and Use of Technology: The Influence on Consumption in the Colombian Banking Sector. *Revista Galega de Economía*, 33(3), 9714-9714. <https://doi.org/10.15304/rge.33.3.9714>
- López-Rodríguez, C. E., Sandoval-Escobar, M., & Maldonado, J. A. (2024). Resistance to technological innovation and brand equity in the banking sector. *Management & Marketing*, 19(1), 93-112. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2024-0006>
- López-Rodríguez, C. E., & Sandoval-Escobar, M. (2023). Dimensions of brand equity for the banking sector: A study in the elderly segment. *Journal of International Studies*, 16(4). <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2023/16-4/14>
- McGuirk, H., Conway Lenihan, A., & Lenihan, N. (2022). Awareness and potential of the silver economy for enterprises: a European regional level study. *Small Enterprise Research*, 29(1), 6-19. <https://doi.org/10.1080/13215906.2021.1919915>
- Molina, E. H., Mayorga, I. M., Galán, V. M., & Gala, M. C. (2011). Experiencias españolas en la promoción de la autonomía personal en las personas mayores. *Gaceta sanitaria*, 25, 147-157. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2011.09.016>
- Negassa, G. J., & Japee, G. P. (2023). The effect of bonding, responsiveness and communication on customer retention: the mediating role of customer satisfaction. *Journal of relationship marketing*, 22(2), 115-131. <https://doi.org/10.1080/15332667.2023.2191111>
- Niemczyk, A., Szalanka, K., Gardocka-Jałowiec, A., Nowak, W., Seweryn, R., & Gródek-Szostak, Z. (2024). *The Silver Economy: An Ageing Society in the European Union*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003213406>
- Organización Mundial de la Salud (2024). Envejecimiento y salud. WHO. [https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health?utm_source=chatgpt.com)



- Parida, V., Mostaghel, R. & Oghazi, P. (2016). Factors for elderly use of social media for health-related activities. *Psychology and Marketing*, 33(12), 1134-1141. <https://doi.org/10.1002/mar.20949>
- Prudon, P. (2015). Confirmatory factor analysis as a tool in research using questionnaires: a critique. *Comprehensive Psychology*, 4, 1-19. <https://doi.org/10.2466/03.CP.4.10>
- Rajaobelina, L., Brun, I., Line, R., & Cloutier-Bilodeau, C. (2020). Not all elderly are the same: fostering trust through mobile banking service experience. *International Journal of Bank Marketing*. 39(1), 85-106. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2020-0288>
- Reichheld, F. F. (1994). Loyalty and the renaissance of marketing. *Marketing Management*, 2(4), 1-10.
- Solomon, S., Rao, G. P., Li, Y. R., Vanichsrirattana, W., Manimeklai, R., Singh, P., & Duong, C. A. (2024). Silver Jubilee Special Issue: Sustainability through Diversification in the Sugar Industry. *Sugar Tech*, 26(4), 921-925. <https://doi.org/10.1007/s12355-024-01469-y>
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00041-0](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00041-0)
- Tinta, A. A., Ouédraogo, I. M., & Al-Hassan, R. M. (2022). The micro determinants of financial inclusion and financial resilience in Africa. *African Development Review*, 34(2), 293-306. <https://doi.org/10.1111/1467-8268.12636>
- Van Doorn, J., Van den Bergh, D., Böhm, U., Dablander, F., Derks, K., Draws, T., ... & Wagenmakers, E. J. (2021). The JASP guidelines for conducting and reporting a Bayesian analysis. *Psychonomic Bulletin & Review*, 28, 813-826. <https://doi.org/10.3758/s13423-020-01798-5>
- Wang, H., Zhang, D., Guariglia, A., & Fan, G. Z. (2021). 'Growing out of the growing pain': Financial literacy and life insurance demand in China. *Pacific-Basin Finance Journal*, 66, 101459. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2020.101459>
- Windasari, N. A., Kusumawati, N., Larasati, N., & Amelia, R. P. (2022). Digital-only banking experience: Insights from gen Y and gen Z. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 100170. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100170>
- Yang, F., Hin, K., Cheung, E., & Lou, V. (2020). Silver Finance—Asset Management of Elderly People in the Modern Era. *Innovation in Aging*, 4(Suppl 1), 441-442. <https://doi.org/10.1093/geroni/igaa057.1427>
- Zhang, C., Liu, S., Chen, G., & Harper, S. (2024). Green finance and the silver economy: catalyzing China's low-carbon development. *Frontiers in Environmental Science*, 12, 1406812. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2024.1406812>
- Zhou, Y. (2023). Aging population and digital inclusive finance: A natural experiment from China. *PLOS ONE*, 18(12), 0281234. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0281234>