

PRIVILEGIAN LA OFERTA ANTES QUE LA MARCA:

En qué se fijan los jóvenes al escoger a sus proveedores de servicios financieros

Manejo completo en los celulares, facilidades al contratar y pagar productos, y acceso a beneficios son algunos de los determinantes de sus preferencias y los movilizan a la bancarización.

NOEMÍ MIRANDA G.

Agilidad. Esta es una de las características centrales que determina en la actualidad las preferencias de los jóvenes a la hora de contratar servicios financieros, a la que se suman otros elementos claves, como la transparencia en los procesos, acceso a financiamiento, una fluida experiencia de uso y personalización, según el reporte "Banking and Capital Markets Outlook" de Deloitte.

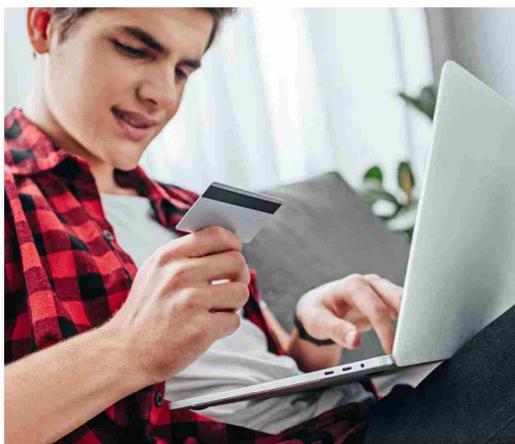
Para Sergio Dubó, socio de Consultoría de la Industria Financiera en la firma, un factor relevante es la posibilidad de realizar todas las operaciones desde su móvil, con procesos simples y rápidos, pero más importante aún, es la disminución de fricciones al contratar productos financieros.

Es aquí donde emerge un desafío para la banca tradicional, advierte Dubó, que aún necesita diferenciarse y competir con *fintech* y *startups* que ofrecen modelos más ágiles y centrados en la experiencia del cliente.

Innovar para estar en la vanguardia

La necesidad de que la banca tradicional adopte innovaciones tecnológicas de vanguardia para estar en línea con el mercado cobra mayor relevancia si se consideran dos aspectos. Primero, los jóvenes prefieren siempre "la flexibilidad y facilidad de uso, tanto para suscribirse y utilizar un servicio, como para dejar de hacerlo. Es decir, entrar y salir de acuerdo con sus necesidades y sin barreras de burocracia o de costos", comenta George Lever, gerente de Estudios de la Cámara de Comercio de Santiago.

Segundo, las tendencias muestran que existe gran interés por parte de las nuevas generaciones por contar con productos que están fuera de la banca tradicional, como las tarjetas de prepago o las que proveen fondos que luego son pagados en cuotas, explica Esteban Carrasco, director del Programa de Educación Financiera de la Universidad San Sebastián. En este sentido, les interesan más



Este segmento muestra gran interés por contar con productos que suelen estar fuera de la banca tradicional, como las tarjetas de prepago.

Atención, beneficios y costos: las claves de la fidelidad

Una encuesta realizada en seis países por Mambu, la plataforma bancaria en la nube, a más de 1.250 personas entre 18 y 35 años, mostró que el 77% de los jóvenes estaba satisfecho o muy satisfecho con su banco o *fintech* financiera, y el 75% lo estaba con los productos que utiliza.

El 69% dijo que no se cambiaría de proveedor aunque otra institución se lo pidiera, pero sí dejarían a su banco si encuentran que hay una oferta con mayores beneficios y menores costos, mejor servicio al cliente y herramientas digitales, así como productos y servicios más en sintonía con lo que necesitan.

las ventajas de un producto o servicio que la institución o empresa que los ofrezca, y para informarse fácilmente "acceden a plataformas donde pueden comparar el costo de tener una tarjeta de prepago o de abrir una cuenta. Pero también escuchan mucho las opiniones

y experiencias de sus pares y de los *influencers* financieros que han ido cobrando espacio en distintas redes sociales", agrega el académico, quien es creador de @manejatubilletera, perfil en Instagram que busca enseñar buenas prácticas a los jóvenes.

Acceden a plataformas donde pueden comparar el costo de tener una tarjeta de prepago o de abrir una cuenta. Pero también escuchan mucho las opiniones y experiencias de sus pares y los *influencers* financieros".

ESTEBAN CARRASCO,
 director del Programa de Educación Financiera de la Universidad San Sebastián.

Productos y ventajas

"En términos de productos, suelen optar por aquellos que actúan como puente hacia la bancarización, como tarjetas de prepago; cuentas básicas o de bajo riesgo y con menores requisitos de apertura, cuentas supervisadas y programas de fidelización específicos, que están eliminando barreras de entrada", indica Dubó.

Y no solo buscarán los menores costos, sino también los mayores beneficios, desde descuentos y ofertas exclusivas, hasta premios o puntos por uso de la cuenta o tarjeta y, en general, experiencias gamificadas.

Una tendencia muy interesante, describe George Lever, "es el desarrollo y utilización de herramientas P2P (entre pares), como los sistemas de financiamiento colaborativo, muy disruptivos comparados con los servicios de la banca tradicional, pero que están en sintonía con el uso de plataformas como las de transporte, o de turismo y alojamiento. En Chile, aún se encuentran en estado muy emergente, pero la velocidad e innovación con que se ha desarrollado la industria *fintech* local y los hábitos de *millennials* y *centennials* permiten prever que ganarán importancia en los próximos años".

CIFRAS

Fintech en Europa 2024

25%
 cayó el

financiamiento al sector, debido a menos acuerdos comerciales y a la baja de apoyo cuando los proyectos empiezan a ser rentables.

2.400
 millones de

euros fue el total del capital invertido en *fintech* en la región durante la primera mitad de 2024.

65%
 de los
 capitales

para *fintech* emergentes se concentra en Reino Unido.

6
 países

atraerán la mirada en 2025: Países Bajos, Irlanda, Alemania, Francia y España.

FUENTE: State of European FinTech 2024, Finch Capital.