

EN LATINOAMÉRICA

De la alcancía al celular: Cómo las fintechs conquistan a adolescentes

Los *teens* desafían a la industria al buscar experiencias de pago más simples y rápidas, con alta seguridad y personalización.



Cada vez más jóvenes usan cuentas digitales gratuitas para pagar, enviar dinero, recargar tarjetas o celulares y hacer compras tanto nacionales como internacionales.

IRINA TORO S.

En los últimos años, el uso de cuentas digitales entre adolescentes viene creciendo en América Latina impulsado por el acceso digital a servicios financieros, el aumento de smartphones, la mayor conectividad y la preferencia por las transacciones online, en lugar de efectivo.

Las fintechs han generado productos específicos para este público, fomentando la educación financiera, la gestión autónoma del dinero y transacciones seguras. En algunas, la monetización se logra mediante comisiones, tarjetas prepago, funciones premium e integración con plataformas de pago.

Para estas empresas, captar clientes jóvenes permite fidelizar y poder ofrecerles servicios más avanzados en el futuro; además, al incluir educación

financiera se reducen riesgos de impagos. Y otro factor clave es la influencia de los adolescentes en las decisiones de compras familiares, lo que impulsa medidas de protección financiera. A su vez, los padres pueden monitorear y controlar los gastos de sus hijos.

Para abrir una cuenta fintech, los jóvenes descargan la app, se registran con autorización de un adulto y acceden a servicios como cuentas digitales, tarjetas de prepago y ahorro, en un proceso ágil y seguro.

Expansión regional

Brasil, México y Argentina lideran la región con una variada oferta de

productos. En Brasil, Nubank ha sido clave en la inclusión financiera juvenil; mientras que en México, Mibo, de Weex Mobile, ofrece soluciones digitales para estudiantes desde 2017.

Argentina, en particular, cuenta con una legislación que permite a los menores acceder a servicios financieros en ban-

cos y proveedores de pago, garantizado su uso adecuado con normativas sobre montos y operaciones.

Según el Banco Central de Argentina, un millón de adolescentes tiene cuentas en billeteras virtuales. El número de jóvenes que administran su dinero a través de estas plataformas subió de 20% en 2022 a 55% actualmente, con un 70% de uso activo.

El estudio "Transformación digital

e inclusión financiera juvenil" (2024), de Junior Achievement, BBVA y la Universidad Torcuato Di Tella, en tanto, revela que el 89% de los jóvenes argentinos usa billeteras digitales a diario y que el 49% las emplea para ahorrar o invertir. Entre 2022 y 2024, la exclusión financiera juvenil en ese país cayó al 9%, con las billeteras virtuales como el principal medio de pago entre los 14 y 19 años.

El documento agrega que entre las fintechs que ofrecen estos productos están Mercado Pago, Nubi, Ualá, Naranja X y BKR, la mayoría con tarjetas prepagadas a partir de los 14 años.

Diego Díaz, *head of Payments & Crypto* de la Cámara Fintech Argentina, explica que los jóvenes están transformando el comercio digital a gran velocidad, lo que constituye un desafío para la industria. "Los teens buscan experiencias de pago más simples y rápidas, valoradas por adolescentes y tutores, ya que evitan que porten dinero y les permite afrontar imprevistos", opina.

Ámbito local

En Chile, una de las primeras aproximaciones al segmento adolescente fue la cuenta RUT de Banco Estado, disponible para niñas y niños a partir de los 12 y 14 años, respectivamente. Ya en materia 100% digital, se sumó TuMACH de BCI, que tiene más de 40.000 usuarios (entre 14 y 17 años), quienes la usan principalmente para pagos digitales, *delivery* y compras en línea. Y el año pasado, Santander lanzó la cuenta Más Lucas Joven (para usuarios entre 12 y 17 años), que registra un promedio de seis compras mensuales por usuario, por unos \$7.000 cada una, ocupadas principalmente también en *apps* de transporte, comercios *online*, cadenas de comida rápida y supermercados.

Tenpo es una de las pocas fintechs chilenas con productos para menores de edad. Su plataforma Tenpo tiene más de 40.000 cuentas activas de usuarios entre 14 y 17 años, con un 60% de hombres y 40% de mujeres. El servicio permite compras físicas y online, transferencias, ahorros y pagos internacionales de forma segura, con beneficios y descuentos. Una de sus funciones más populares es la transferencia P2P (*peer to peer*), que facilita pagos rápidos entre contactos. Además, a principios de abril lanzó, dentro de la misma plataforma Tenpo, una cuenta remunerada para menores de edad, con el objetivo de fomentar en edades tempranas el ahorro y una gestión financiera responsable.

"Identificamos una necesidad aún no cubierta; un servicio moderno, digital, con altos estándares de seguridad y personalización, que les permita dar sus primeros pasos en el mundo financiero. Con este producto, avanzamos hacia la 'financracia', es decir, la democratización de las finanzas, haciéndolas accesibles para todos", explica Fernando Araya, cofounder y CEO de Tenpo.