

SOLUCIONES SIMPLES Y DIGITALES: Banca y neobancos ajustan su oferta para captar al cliente joven

Este segmento etario interactúa con múltiples cuentas o plataformas, prioriza el control en tiempo real y la facilidad de uso por sobre la complejidad. Las instituciones responden con foco en la captación temprana, la personalización y la inclusión financiera.

TRINIDAD VALENZUELA V.

Hoy, los clientes bancarios no se casan con nadie. En una industria donde las instituciones se perciben como prácticamente iguales, la marca ha perdido peso: menos del 5% la considera relevante al elegir su banco principal, según el estudio "Consumer Banking Survey: Understanding Customer Needs", de Deloitte. En cambio, factores como la simplicidad, el costo, la variedad de productos y la experiencia despiertan mayor interés.

En los segmentos jóvenes, la exigencia es aún mayor. Según el informe "Experiencia digital y confianza: factores clave para captar clientes en la banca latinoamericana", de Boston Consulting Group, este perfil prioriza soluciones rápidas y digitales, lo que está empujando a la banca a replantearse cómo compete y se relaciona con sus clientes.

"El cliente joven es, por definición, digital; prefiere la autoatención, valora la inmediatez y busca experiencias simples y ágiles, principalmente a través de canales *online*", dice Marco Cauduro, gerente de Retail Customers de Santander Chile. A ello se suma una creciente preferencia por soluciones simples, personalizadas y flexibles, junto con una fuerte conexión con programas de beneficios, agrega Ignacio Bravo, gerente de Medios de Pago y Marketing de Banco Falabella.

En la misma línea, desde Tempo explican que este segmento etario interactúa con múltiples cuentas o plataformas, prioriza el control en tiempo real y la facilidad de uso por sobre la complejidad. "Se trata de usuarios más activos y exigentes, que comparan alternativas y cambian de proveedor con mayor facilidad, aunque también muestran mayor apertura a probar nuevos productos, generalmente con montos acotados en etapas iniciales", añaden.

A diferencia de las generaciones anteriores, que tendían a concentrar su relación en una sola institución y privilegiaban la atención presencial, los jóvenes hoy construyen vínculos más flexibles y optan por experiencias simples y rápidas.

Captación temprana y beneficios

Frente a este escenario, las entidades están ajustando sus estrategias. Tempo, por ejemplo, avanza hacia un modelo de banca 100% digital, con foco en procesos simples y acceso ágil. Entre sus productos, cuenta con una oferta para jóvenes de entre 14 y 18 años sin intermediarios, lo que facilita un primer acercamiento al sistema financiero.



Los jóvenes construyen vínculos más flexibles
y optan por experiencias simples y rápidas.

En Santander, la captación desde edades tempranas gana protagonismo. El banco ofrece cuentas digitales desde los 12 años, con funcionalidades como transferencias, tarjeta de débito y pagos *online*, pero sin productos de riesgo y con supervisión de tutores.

A medida que los jóvenes avanzan en su formación profesional, la oferta evoluciona hacia productos con mayor nivel de bancarización, como cuentas corrientes y tarjetas de crédito asociadas a programas de beneficios.

En paralelo, el foco también está en facilitar el acceso. Banco Falabella ha puesto el acento en simplificar la experiencia, con una *app* funcional, oferta personalizada y productos orientados a la inclusión financiera, especialmente para el segmento juvenil sin historial crediticio. A ello se suma un ecosistema de beneficios y programas de fidelización enfocado en flexibilidad y experiencias.

Más allá de los productos, el cambio es más profundo. La banca está transitando hacia modelos que combinan lo digital con nuevas formas de atención. Santander, por ejemplo, avanza hacia un esquema híbrido que integra canales digitales con espacios físicos como los Work/Café, mientras que Banco Falabella ha fortalecido su *app* con funcionalidades simples, como transferencias usando solo el número telefónico, mayor personalización y el uso de inteligencia artificial para mejorar la experiencia y resolver consultas de forma ágil.