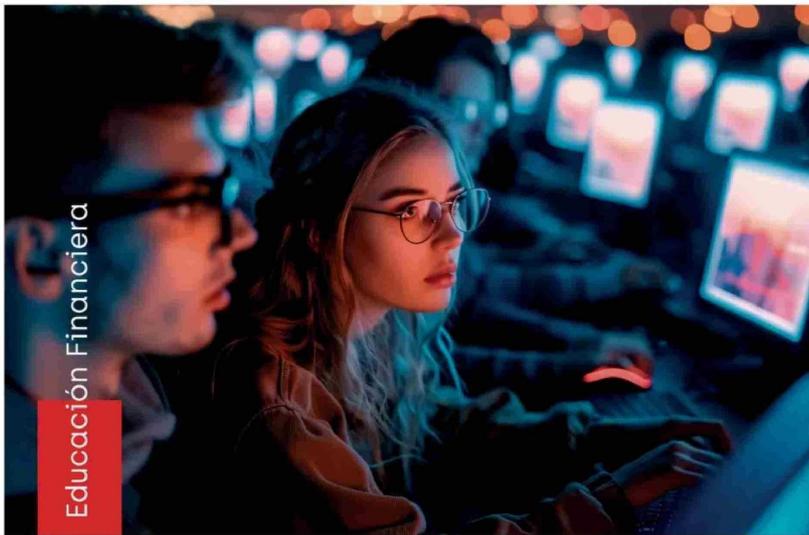


Cómo la gamificación puede abrir las puertas para que los jóvenes aprendan a manejar sus finanzas

Esta técnica, que está comenzando a ganar terreno en la industria local, permite que los usuarios experimenten las consecuencias de sus decisiones financieras en un entorno seguro, a través de simulaciones y juegos.



El aumento del uso de teléfonos inteligentes y dispositivos móviles ha abierto una oportunidad al aprendizaje basado en juegos y un diseño lúdico que permita acercar conceptos financieros relevantes, especialmente a los más jóvenes.

Esta técnica, conocida como gamificación, "aplica elementos de juegos en contextos no recreativos para aumentar la motivación y la participación", explica la gerente de sostenibilidad de Banco Santander, Soledad Ramírez, y acota que, aplicada a la educación financiera, hace que los conceptos sean más accesibles y dinámicos, preparando a las nuevas generaciones para tomar decisiones responsables.

Las plataformas adaptadas con este sistema permiten a los usuarios simular escenarios económicos, evaluar riesgos y familiarizarse con productos a través de experiencias interactivas. "Esto facilita la comprensión de temas que, en circunstancias convencionales, podrían resultar tediosos y poco atractivos", comenta el director ejecutivo para la industria financiera de Accenture Chile, Nicolás Deino. Y, dado que esta metodología ha demostrado ser útil para impulsar la educación financiera, asegura que la implementación de este recurso no solo favorece la retención de clientes, sino que también contribuye a una cultura financiera más sólida y consciente.

Entre las ventajas de su implementación, la gerente de Sostenibilidad de Banco Santander menciona que fomenta la comprensión de conceptos como el ahorro, la inversión y la gestión presupuestaria. Además, elementos como puntuaciones, niveles y recompensas virtuales "hacen que el aprendizaje sea más estimulante", dice, lo que refuerza hábitos financieros saludables y sostenibles.

La adaptabilidad y la personalización son otros de los atributos que Ramírez destaca de la gamificación, ya que "los juegos pueden ajustarse al nivel de conocimiento y habilidades de cada individuo, permitiendo un aprendizaje a medida".

Así, al ser bien implementada, esta técnica permite que los jóvenes "no solo aprendan sobre finanzas personales, sino que construyan buenos hábitos", complementa el profesor asistente del ESE Business School de la Universidad de los Andes, Hugo Benedetti. Cómo administrar su presupuesto, la importancia de planificar sus gastos, cómo endeudarse de forma responsable o ahorrar e invertir de acuerdo con su perfil de riesgo, son algunos de los aprendizajes que pueden lograr con estas herramientas.

Oportunidades de desarrollo

Según cifras de la consultora PricewaterhouseCoopers

Research, se espera que el mercado global de la gamificación crezca hasta los US\$ 96,8 mil millones para 2030. En Chile, "ha comenzado a ganar terreno, especialmente en el ámbito de la educación financiera", dice Ramírez, quien espera que en el mediano y largo plazo se integre en programas educativos para llegar a más personas y fortalecer sus conocimientos financieros. También visualiza que las fintech pueden usar esta técnica para personalizar productos y mejorar la interacción con los clientes e, incluso, puede ser una herramienta clave para "atraer a segmentos de la población que tradicionalmente han estado excluidos del sistema financiero".



Contar con una mayor educación financiera afecta de manera positiva a todos los actores de la industria, ya que cuando los usuarios conocen y usan mejor los productos financieros, "aumentan los pagos digitales, disminuyen los fraudes y la morosidad, aumenta el ahorro y la inversión, todo el ecosistema se hace más robusto", explica Benedetti.

Por eso, Deino señala que es "esencial definir objetivos claros y alinearlos con las necesidades del usuario", garantizando que la experiencia gamificada potencie el aprendizaje de conceptos financieros relevantes, así como también se deben integrar sistemas de análisis y métricas que permitan evaluar en tiempo real la eficacia de la estrategia.

Por su parte, Ramírez plantea que con el avance de la tecnología y la creciente adopción de soluciones digitales, esta estrategia "tiene un gran potencial para transformar la industria financiera chilena". Fuera del mundo digital, Santander lleva adelante iniciativas de educación financiera donde lo lúdico también tiene un rol fundamental. En este contexto, destaca **Misión Ahorro** -desarrollada junto a la empresa Kyklos-, que se enfoca en llevar conceptos de educación financiera a estudiantes de diferentes regiones del país a través de juegos, utilizando conceptos relevantes como el ahorro ligado a la protección ambiental. Además, cuenta que están desarrollando una iniciativa de gamificación financiera destinada a estudiantes de primero a cuarto medio, a través del trabajo con profesores.

Para más contenido de Educación Financiera

Es el momento de aprender



Con el apoyo de

STUDIO DF
Lab de Contenidos

GRUPO DF
DF - MMS - ESE - INEFOP