

Se desata la competencia financiera

Tecnología y menos barreras: la banca cuenta cómo conquista “no sólo” a los millenials

Tarjetas de prepago electrónicas, bajas comisiones y acceso a todo el ecosistema de los bancos, son algunas de las estrategias de inclusión financiera.

Por Sergio Sáez

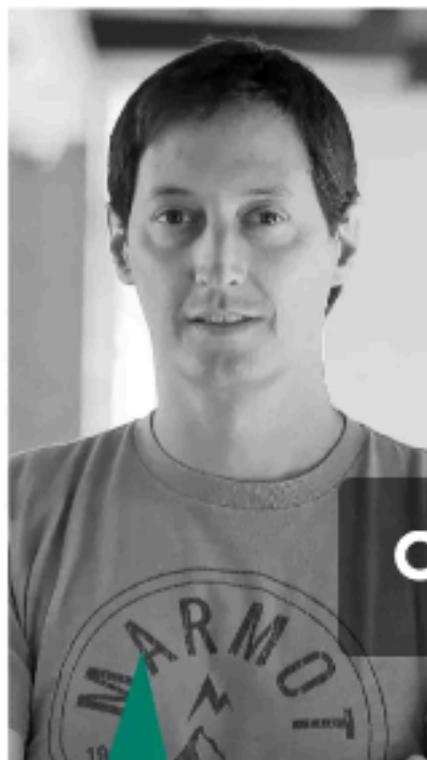
A principios de enero, nuestro país cayó en el ranking de inclusión financiera de Global Microscope, que elaboran el BID y The Economist. Se establecía que en Chile, el 47% de los segmentos de bajos ingresos no están bancarizados. Asimismo, el grupo de personas sin cuenta bancaria tiene una elevada representación de mujeres (59%) y personas de la tercera edad (26%). Esta realidad, cambios regulatorios y de tendencias en el consumo, ha abierto una carrera entre los bancos para llegar a nuevos segmentos.

En las últimas semanas la publicidad por atraer más clientes se ha intensificado. Una estrategia que parece razonable para el profesor de Ingeniería Industrial, U. de Chile José Miguel Cruz, la movida apunta a “una estrategia de corto plazo que consiste en conseguir abrir cuentas en un periodo de mayor liquidez de los consumidores producto de los alivios asociados a la crisis sanitaria, especialmente con el retiro del 10% de las AFPs. Esto trae beneficios muy relevantes en la obtención de clientes y su fidelización, en pleno periodo de mayor competencia producto de la portabilidad financiera”.

Atraer más clientes no solo significa captar sus ahorros sino que gracias al carácter digital de estos productos y junto con el uso de herramientas de análisis de datos, los bancos obtienen información para “la venta de nuevos productos de crédito, y crecer en la base de clientes”, explica Cruz.

Y la tendencia no solo abarca a los bancos con foco en personas sino que ha llegado incluso a instituciones como Credicorp, que pese a no contar con una licencia bancaria tradicional, a través de la *fintech* Tenpo promete una cuenta digital gratuita que se puede suscribir en menos de cuatro minutos desde un *smartphone*.

Similar a como funcionan otras *fintech*, Tenpo permite “cargar dinero en tu cuenta basta con realizar una transferencia desde cualquier banco, y prontamente habilitaremos la posibilidad de realizar depósitos en efectivo desde diferentes comercios presenciales” explica el CEO de la compañía, Fernando Araya. El ejecutivo explica que los clientes de Tenpo tienen, en general, un bajo nivel de bancarización y que actualmente tiene “más de 150 mil clientes activos y más de



“Uno podría pensar que solo los jóvenes serían los interesados, sin embargo, grupos como los adultos mayores ya superan las 50 mil personas”

Ignacio Larrain, CEO de Mach, ligada a BCI

500.000 descargas”.

Chile, Santander y BCI

El primer semestre de 2019, Banco de Chile creó una cuenta vista 100% digital llamada Fan. Según el gerente de transformación digital de la entidad controlada por el grupo Luksic, Rodrigo Devia explica que su cuenta se puede obtener a través de un enrolamiento de reconocimiento facial o preguntas de seguridad; o bien de manera presencial.

“Fan permite que todo mayor de 18 años, mediante un simple proceso digital, pueda realizar compras nacionales o internacionales por Internet, retirar dinero de cajeros automáticos de la red Banco de Chile sin necesidad de contar con una tar-

“Tenpo tiene más de 150 mil clientes activos y más de 500.000 descargas”

Fernando Araya
CEO de Tenpo, ligada a Credicorp



jeta física, utilizar las aplicaciones de *delivery* y suscribirse a servicios como Uber, Netflix y Spotify, entre otros”, explica el ejecutivo.

Santander también cuenta su propia propuesta: Life. Según la información pública del banco, éste logró un récord al alcanzar durante agosto un crecimiento de 76.500 cuentas corrientes netas, de las cuales 70 mil corresponden a la nueva cuenta corriente Life, cuenta corriente de bajo costo tiene una comisión de fija de UF 0,08 al mes.

En el caso de BCI, el banco ligado a la familia Yarur incubó Mach en 2017. La idea comenzó como una plataforma para transferir dinero entre conocidos, como un “whatsapp financiero”, que permitía cobrar y recibir montos, sólo teniendo el contacto guardado en el celular. Ahora es una cuenta digital, con acceso a una tarjeta Vi-



“Fan permite que todo mayor de 18 años, mediante un simple proceso digital, pueda realizar compras”

Rodrigo Devia
gerente de transformación digital Banco de Chile

sa virtual, una tarjeta física, transferencias entre personas dentro de una red Mach y opción de retirar dinero en cajeros Bci con 2,5 millones de usuarios y no sólo *millenials*.

“Uno podría pensar que solo los jóvenes serían los interesados, sin embargo, segmentos como el de adultos mayores ya superan las 50 mil personas. Asimismo, hay alrededor de 230 mil usuarios extranjeros. Todos ellos han encontrado en Mach la posibilidad de hacer compras nacionales e internacionales, realizar transferencias y pagos online de manera fácil, segura y sin costos de mantención o comisiones, lo que, antes sólo podías hacer contando con acceso a una tarjeta de crédito”, comenta Ignacio Larrain, CEO de Mach.