

## La banca en la era de la personalización

Viernes, 09 de Marzo de 2018 - Id nota:718932

Medio : Diario Financiero  
Sección : DF Weekend  
Valor publicitario estimado : \$20560000.-  
Página : 26-27  
Tamaño : 50 x 32

<http://www.clientes.chileclipping.com/multimedia/20180309/909e0c5d0d6139fc2da2fd36975efae3.jpg>

# La banca en la era de la personalización

■ Cambios tecnológicos y productos que resuelven temas relacionados con la inmigración. El mundo financiero está dando pasos para adaptarse a una nueva realidad. ¿Qué falta para que esto llegue a Chile?

POR VÍCTOR GUILLOU VÁSQUEZ

Salirse del molde y adaptarse a los cada vez más variados clientes. Cada mercado tiene sus características y la industria bancaria alrededor del mundo está buscando el adecuado mix entre productos con interés comercial, beneficios específicos y personalización de acuerdo al perfil del consumidor.

Si bien en el último tiempo Chile ha realizado cambios a nivel normativo, para permitir que nuevos productos entren al mercado financiero, aún hay una serie de alternativas en otros países más desarrollados que están lejos de aterrizar en la realidad nacional. Y las razones parecen ser múltiples.

Ya se dio un paso. Con la nueva Ley de Medios de Pago que entró en

vigencia en noviembre, se abrieron las puertas a la aún poco desarrollada industria del prepago para empresas no bancarias.

El cambio, que supone una mayor competencia en un mercado que hasta ahora era únicamente operado por los bancos, abre oportunidades en términos tecnológicos.

Pero restan otros ajustes para una serie de innovaciones que se pueden realizar. Uno -no menor-, es en temas de seguridad.

Por ejemplo, el uso del "regtech", tecnología que combina la entrega de datos personales con la biometría, para verificar la identidad de quienes usan medios de pago como los electrónicos o pulseras 'contactless' (ver recuadro).

"La gente no tiene problemas en entregar sus datos personales o,

por ejemplo, registrar su huella en una institución mientras tenga certeza que no se usará para un fraude, por lo que creo que lo que requiere el sistema financiero es producir regulaciones que adapten la biometría al uso de los clientes", plantea el economista de la Universidad de Chile, Alejandro Alarcón.

Pero hay otros temas que también requieren trabajo. En concreto, el nivel de personalización y especificidad que se observa en mercados como Canadá y Europa suponen mayores esfuerzos para las áreas comerciales en el diseño de los productos bancarios, atendiendo no sólo a los cambios demográfi-

cos sino también al cada vez más extendido fenómeno migratorio. Ello, en atención a las necesidades de conseguir financiamientos a pesar de la falta de un historial crediticio detallado.

Acá podrá ver una muestra de lo que ofrece la banca en otras partes del mundo.



### Pulseras "contactless" y de prepago

En Europa es común ver que los ciudadanos realizan pagos tan cotidianos como el transporte público con tarjetas de prepago, ya sean bancarias o de otros emisores. Gracias al avance de la biometría y el "regtech", el uso de estos instrumentos se ha vuelto cada vez más intensivo y seguro para los usuarios. ¿La clave? La rápida verificación de la identidad de los usuarios que entregan estos dispositivos. "Lo que pasa es que la biometría no ha sido utilizada en forma intensiva. En Europa tiene estándares que son universalmente aceptados. La biometría permite que puedes acreditar a través de tu huella digital, tu ojo o tu cara que eres tú, y creo que eso es lo que falta, y pese a todo lo que han dicho las antiguas autoridades, no han hecho nada al respecto. La Superintendencia de Bancos no hizo nada en temas biométricos estos años", señala el economista de la Universidad de Chile, Alejandro Alarcón.

### Créditos automotrices para motos y RV's

Los créditos automotrices son cada vez más comunes. Por ejemplo, Tanner, uno de los líderes de la industria, creció en dicho segmento de colocaciones un 25% en 2017. Santander Consumer, otro actor relevante en el financiamiento automotriz, incrementó en un 13,2% el stock de su cartera bruta en 2016. Todo en un contexto de desaceleración económica. Sin embargo, en mercados como Canadá se ofertan créditos especialmente diseñados para distintos tipos de vehículos, como son las motocicletas y RV's o vehículos rodantes. Scotiabank, por ejemplo, lidera la participación en el mercado en ese país a la hora de financiar este tipo de bienes, específicamente en el segmento prime. De hecho, estos créditos representaban el 2,5% del total de sus colocaciones. En Chile estos préstamos son genéricos y no distinguen entre la adquisición de los distintos tipos de vehículos.

### Para que migrantes "comiencen bien"

El fenómeno migratorio no es exclusivo de Chile. En Canadá las políticas públicas impulsan la llegada de extranjeros al país. Tanto que hasta cuentan con préstamos especialmente diseñados para quienes se aventuran a vivir allí. Por ejemplo, Scotiabank ofrece el programa de financiamiento automotriz "StarRight", al que se puede acceder a pesar de no contar con historial crediticio en dicho mercado. ¿Por qué no existen en Chile? El economista Alejandro Alarcón resalta en la necesidad de contar con un 'track' del comportamiento financiero, conocido como 'character'. "Prestar a gente que no conoces puede ser muy difícil al comienzo, pero en la medida que se va construyendo un track eso puede resultar", dice. "La banca tiene que ser muy cuidadosa con los riesgos y con la probabilidad de recuperación de esos créditos. El track y el character resultan fundamentales", resalta.

<http://www.clientes.chileclipping.com/multimedia/20180309/37a720d69bc78efcf587f64361155f0a.jpg>



## Los propios clientes: la piedra de tope para personalizar productos

■ La banca mira al mundo digital, pero sólo el 52% de los clientes estaría dispuesto a probar nuevas aplicaciones para mejorar servicios.

Uno de los puntos clave para ofrecer mejores productos bancarios son los datos personales de cada cliente.

Y pese a los reparos normales que pueden existir a la hora de entregar información sensible, cuando se trata de ayudar a la banca, los chilenos se dividen.

Según el Estudio Global 2017 de API en Servicios Financieros, elaborado por Ipsos, un 52% de los encuestados en Chile se mostró dispuesto a suscribirse a procesos de evaluación que permitan perfilar de mejor manera el comportamiento de los clientes bancarios.

Juan Pablo Cordero, Client Service Director de Ipsos Loyalty explica este resultado en que

25%  
de los chilenos está  
dispuesto a usar  
aplicaciones.

9%  
de los clientes bancarios  
en Chile son rezagados  
tecnológicos.

hay otras maneras de convencer a quienes necesitan productos financieros.

“La buena experiencia de un cercano motiva seriamente la consideración al uso. Podemos ver en este estudio que hay un segmento importante que necesita tangibilizar los beneficios que brindarán estos nuevos servicios, por lo tanto, prefieren ‘esperar y ver’ su funcionamiento antes de usarlo”, detalla.

En su visión, el desafío para el sector será importante, ya que “las entidades bancarias van a tener que adaptar su oferta de productos, servicios y precios de cara a un consumidor más informado y a una competencia con posibilidades de estar constantemente dando la pelea por posicionarse y lograr mayor captación y fidelización de clientes”.

Con un mundo viviendo constantes cambios tecnológicos, la disposición a adoptar nuevos servicios también es clave. Pese a ello, el estudio muestra que el 21% califica como “adoptantes activos”, quienes son los primeros en probar las nuevas tecnologías. Dicho porcentaje sube al 25% en el caso de los chilenos.

Con todo, desde Ipsos ven que el cliente nacional “se siente cómodo y confiado con el uso de nuevas tecnologías. Es un cliente que tiene cada vez más interés y confianza en el uso de lo digital en su relación con la banca, sin embargo, necesita sentirse constantemente apoyado en el uso de este tipo de herramientas”.

Con todo, “los cuentacorrentistas declaran tener confianza respecto del uso de sus datos en mayor medida si son administrados por algún actor importante de la banca”, sostiene Cordero.

### Cuentas con foco en los adultos mayores

● En Chile los productos para estudiantes universitarios son conocidos. Múltiples entidades ofertan cuentas corrientes de bajo o nulo costo para quienes cursan la educación superior, con la promesa de extender en el tiempo las bajas comisiones. En cambio, Europa y Canadá ofrecen cuentas para adultos mayores, segmento de la población cada vez más relevante ante los cambios demográficos en curso. Pese a ello, según expertos este tipo de productos podría penetrar fácilmente en el mercado local, pero hasta ahora no lo hacía por el lento ritmo de crecimiento económico.

“Durante cuatro años tuvimos una economía que estaba una desaceleración enorme. Ahora llega el desafío, yo creo que esos productos van a aparecer ahora que la economía se está expandiendo de nuevo”, sostiene Alejandro Alarcón.

Entre los beneficios de estos productos no solo figuran los menores cobros de comisiones, sino también recompensas por el uso de tarjetas de débito, con devoluciones de hasta el 1%, que podrían traducirse en hasta US\$ 300 anuales.

### Hipotecas especiales para segundas viviendas

● ¿Quieres tener una casa en la playa? ¿Piensas adquirir una vivienda como instrumento de inversión? ¿Tu hijo se fue a vivir a otra ciudad y quieres una vivienda para él? Todas estas preguntas son parte de las opciones que se presentan en grupos familiares de ingresos altos y que si bien pueden solucionarse a través de hipotecarios comunes, en otros mercados están especialmente diseñados para la adquisición de segundas viviendas. Incluso hay productos de financiamiento especiales para la compra de ranchos o casas ubicadas en zonas rurales. Y, nuevamente, el beneficio de estos radica en las condiciones personalizadas y ajustadas a las realidades particulares de cada cliente. Scotiabank lo hace en Canadá, aunque también tiene productos para quienes concretan “el sueño de la casa propia”, con programas dirigidos a aquellos que compran por primera vez una vivienda. “La banca siempre estará interesada en prestar a distintos segmentos, proveyendo que la capacidad esté en un rango razonable y que se puede hacer un seguimiento de esos créditos”, dice el economista Alejandro Alarcón.