

## ***Behavioral banking: analizar el comportamiento del cliente***

Una consecuencia de la disrupción tecnológica que está viviendo el sector bancario es el nacimiento de nuevos modelos de negocio que compiten con los de la banca más tradicional. A las entidades nativas digitales (neobancos) también se unen ahora los bancos conductuales o “behavioural banks”. La esencia de estas instituciones es que sea el comportamiento del cliente el que dicte el precio de su oferta. Así, en lugar de segmentar a los clientes por sus ingresos lo hacen por lo que sugieren sus acciones.



Este innovador diseño de negocio vincula los tipos de interés en operaciones de financiación al riesgo que sugieren el comportamiento financiero del cliente. Con este modelo, es posible que un cliente con ingresos relativamente reducidos pero con comportamiento financieramente “saludable” o responsable pueda obtener mejoras significativas en sus condiciones, mientras que

alguien otros de altos ingresos pero con comportamiento más dudoso podría tener más dificultades de acceso. El objetivo de es crear un ecosistema atractivo de recompensas para los clientes en función del grado de responsabilidad y confianza demostrado.



Definir qué comportamientos son financieramente saludables depende de cada entidad. En la mayoría de los casos se establecen condiciones como que los gastos no superen sistemáticamente a los ingresos, que el cliente esté asegurado contra eventos serios, que cumpla con sus pagos mensuales (domiciliaciones e hipoteca) y cuente con un plan de inversión/ahorro a largo plazo, por modesto que sea.

Para los clientes el ingreso en este tipo de programas “conductuales” es voluntario. Incluso pueden suscribirse a programas con objetivos más o menos ambiciosos,

en función de su demanda de productos financieros.

El uso y tratamiento de los datos es clave para poder conocer el comportamiento financiero del cliente y a partir de ahí ofrecerle una estructura única de recompensas. Este tipo de bancos hacen un uso intensivo del *big data*, el *machine learning* y la inteligencia. Además, como los neobancos, se orientan al canal digital, donde la banca móvil es el principal medio de interacción y de información sobre el comportamiento.



Por el momento, la apuesta más fuerte en este segmento la ha realizado Discovery Bank, que pretende captar 1.000 clientes diarios con este modelo. Algunos neobancos también están explorando la posibilidad de lanzar programas parecidos para ofrecer una banca más personalizada.