

EDITORA:
Ana María
Rosas
COEDITORA:
Gloria Aragón

valores
@eleconomista.mx
eleconomista.mx

COEDITORAS GRÁFICAS:
Deniss Aldape
y Paola Ceja

Los centros locales se están transformando en centros de asesoramiento ya sea sobre inversiones, hipotecas, préstamos para estudiantes o servicios para pequeñas empresas, lo que significa menos cajeros y más salas de reuniones privadas.

Buscan ser un lugar para vivir una experiencia

En EU existe un nuevo rol de las sucursales bancarias

● Hoy la mayoría de las transacciones bancarias básicas pueden realizarse fácilmente desde el sofá, lo que ha llevado, a que 3,400 sucursales estadounidenses hayan cerrado durante el último año



Capital One lanzó Capital One Cafes, con áreas de descanso, de mascotas, además de que las ubicaciones ofrecen programas como entrenamiento de dinero gratis y programas de educación financiera. FOTO: SHUTTERSTOCK

Redacción
valores@eleconomista.mx

Como ha ocurrido en otros segmentos, los bancos ahora están buscando que sus sucursales bancarias, más allá de ser un lugar para adquirir productos y servicios financieros, sean uno en el que los clientes tengan mejores experiencias.

De acuerdo con un artículo publicado en www.axios.com, mientras que en todo Estados Unidos en algún momento las sucursales bancarias fueron un elemento básico de los vecindarios, hoy se están acercando a miles.

“Por qué es importante: al igual que la transformación del comercio minorista tradicional, las sucursales bancarias están tratando de evolucionar de lugares para comprar cosas, a lugares para tener una experiencia”, señala el texto.

Destaca que hoy la mayoría de las transacciones bancarias básicas pueden realizarse fácilmente desde el sofá, lo que ha llevado, según S&P Global Market Intelligence, a que 3,400 sucursales estadounidenses hayan cerrado

durante el último año.

Resalta que las nuevas ubicaciones se parecen más a los centros de gestión patrimonial del mercado masivo, sin el aspecto y la sensación de lujo; y que los centros locales se están transformando en centros de asesoramiento ya sea sobre inversiones, hipotecas, préstamos para estudiantes o servicios para pequeñas empresas, lo que significa menos cajeros y más salas de reuniones.

Como ejemplo, menciona que Capital One lanzó Capital One Cafes, con cafeterías y áreas de descanso de mascotas, además de que las ubicaciones ofrecen programas como entrenamiento de dinero gratis y programas de bienestar financiero.

Otro caso que alude el artículo, es el de Chase Bank, que tiene un nuevo modelo de “centro comunitario”, donde se albergan eventos como talleres de educación financiera y ventanas emergentes para pequeñas empresas. “Chase también tiene una asociación con Joe Coffee en uno de sus centros de atención de Nueva York”.

De igual forma, señala que Citizens Bank ha reducido su número total de sucursales y está transformando aproximadamen-

te la mitad de las restantes para centrarse en el asesoramiento “en los momentos importantes”.

Santander, un ejemplo

En México, directivos de los principales bancos han coincidido en que, más que su desaparición, las sucursales bancarias han comenzado a jugar otro papel con los clientes. Ahora, y aprovechando la banca digital, se enfocarán más en la contratación de productos específicos como inversiones o hipotecas. El resto ya puede hacerse desde las aplicaciones móviles.

Santander, por ejemplo, desde hace más de un año ha traído a México su modelo de Work Café.

Ahí, los clientes, con tan sólo tener una cuenta activa, pueden aprovechar las salas, mesas, wifi y tener asesoría personalizada sin la burocracia de las sucursales tradicionales. Además, si no es cliente, también pueden aprovecharse las salas, aunque con un pequeño costo.

El reto es renovar su oferta digital y reforzar sus propias fortalezas, haciendo que la experiencia del usuario en cualquiera de los canales de atención —o en todos— tenga valor.