



PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
BANCOS VS. FINTECHS: COMPARACIÓN DE RENTABILIDAD,
SEGURIDAD Y COSTOS EN OPCIONES DE AHORRO E
INVERSIÓN EN CHILE

ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CHILE (AGRECU)
FONDO CONCURSABLE SERNAC
PRIMER LLAMADO 2025



Información de contacto
Constanza Trujillo Meléndez
c.trujillomelendez@gmail.com
investigacion@agrecu.cl
+569 56693167

Índice

Tabla de contenido

Índice	2
Introducción	3
Capítulo 1 - Marco Teórico y Jurídico	7
1.1 Enfoque general	7
1.2 Apartado Teórico	7
1.3 Asimetría de información e inclusión financiera	8
1.4 Apartado Jurídico Internacional	9
1.5 Apartado Jurídico Nacional	9
1.6 Consideraciones finales en torno al análisis jurídico-teórico	10
Capítulo 2 - Metodología del estudio	10
2.1. Enfoque general y justificación	10
2.2. Técnicas de recolección de información	11
2.3. Universo y muestra	12
2.4. Instrumentos de recolección de datos	13
2.5. Selección de casos	14
2.6. Técnicas de análisis	14
2.7 Consideraciones éticas	14
2.8 Limitaciones metodológicas	14
Capítulo 3 - Desarrollo del estudio	15
3.1. Marco comparativo de entidades bancarias y financieras	15
3.1.2. Selección de casos	15
3.1.3. Marco comparativo de dimensiones	17
3.2. Cuestionario de encuesta de opinión a usuarios de entidades financieras: banca tradicional y fintech	18
3.3. Análisis estadístico de encuestas	22
3.3.1. Perfil sociodemográfico de las personas encuestadas	22
3.3.2. Uso y confianza en soluciones digitales	23
3.3.3. Factores que más valoran al elegir ahorro/ inversión	24

3.3.4. Comparación percibida: Bancos vs. Fintech	24
3.4. Guión de entrevista semiestructurada	25
3.5. Análisis entrevistas semiestructurada	27
3.6. Análisis integrado de marco comparativo, encuestas y entrevistas	31
<i>Capítulo 4 – Resultados</i>	<i>34</i>
4.1. Análisis del uso real de las entidades bancarias y servicios financieros virtuales	34
4.2. Hallazgos generales	35
4.3. Hallazgo transversal	37
<i>Capítulo 5 – Conclusiones</i>	<i>38</i>
<i>Referencias</i>	<i>42</i>

Introducción

En poco más de una década, la digitalización de los servicios financieros ha dejado de ser un fenómeno marginal para convertirse en una dimensión estructural del acceso a cuentas, pagos, ahorro e inversión. El desarrollo de aplicaciones móviles, billeteras digitales y plataformas de inversión automatizada ha reconfigurado los modos en que las personas depositan confianza, comparan alternativas y administran su dinero, desplazando parte relevante de la experiencia financiera desde la sucursal y la interacción presencial hacia entornos de interfaz, contratos en línea y decisiones mediadas por información fragmentaria. Este giro ha sido presentado, con frecuencia, como una promesa de inclusión y democratización: más opciones, menores barreras de entrada y servicios más accesibles. Sin embargo, junto con estas oportunidades, la expansión de la oferta digital ha introducido tensiones nuevas en la relación de consumo financiero, asociadas a la comparabilidad efectiva de costos, la opacidad de condiciones, la evaluación del riesgo y la construcción de confianza en un ecosistema donde conviven instituciones bancarias tradicionales y actores fintech de rápido crecimiento.

En este contexto emerge la necesidad de comprender el fenómeno no solo desde la perspectiva de la innovación, sino desde sus efectos sobre la experiencia cotidiana del consumidor. La literatura ha planteado que la evolución de las fintech representa un cambio de paradigma en la arquitectura del sistema financiero posterior a la crisis, reconfigurando prácticas, intermediación y competencia (Arner, Barberis & Buckley, 2015; Gomber, Koch & Siering, 2017). Sin embargo, para los consumidores, la expansión de alternativas no se traduce automáticamente en decisiones mejores: un mercado con más opciones puede también aumentar la carga de comparación, intensificar la incertidumbre y trasladar al usuario el trabajo de entender comisiones, plazos, condiciones de retiro o eventuales riesgos. En términos clásicos, este escenario se articula con el problema de las asimetrías de información: cuando la información es incompleta, compleja o difícil de comparar, las decisiones tienden a organizarse por atajos, señales de confianza o percepciones generales antes que por evaluaciones plenamente informadas (Akerlof, 1970; Stiglitz & Weiss, 1981). A ello se suma que la evaluación del riesgo no opera de manera estrictamente racional; la evidencia sobre decisiones bajo incertidumbre muestra que las personas ponderan pérdidas potenciales, seguridad percibida y certezas de forma no lineal, lo que resulta especialmente relevante cuando se trata de ahorrar o invertir (Kahneman & Tversky, 1979).

En Chile, este proceso se inserta en un entorno de alta digitalización cotidiana y de rápida expansión del consumo de servicios financieros por canales tecnológicos. Al mismo tiempo, se trata de un mercado históricamente bancarizado de forma desigual, donde la promesa de inclusión convive con brechas persistentes de alfabetización financiera y desigual acceso a soportes de orientación. En este plano, el debate público ha comenzado a reforzar la idea de que la digitalización puede ampliar acceso y oportunidades, pero también producir nuevas vulnerabilidades si los usuarios no cuentan con herramientas para comprender condiciones,

dimensionar costos totales o evaluar el respaldo institucional de cada alternativa. En términos internacionales, esta tensión aparece de forma recurrente en discusiones sobre inclusión financiera digital: el acceso crece, pero los desafíos de protección, comprensión y confianza se mantienen como problemas críticos (Banco Mundial, 2021; OCDE, 2022).

Desde una perspectiva jurídico-institucional, el desafío adquiere particular relevancia. La protección de los consumidores financieros digitales se sostiene, en lo fundamental, sobre un marco normativo que combina reglas generales de consumo y privacidad con normativa sectorial y supervisión financiera. La Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores establece principios centrales vinculados a información veraz y oportuna, no discriminación arbitraria, seguridad en el consumo y mecanismos de reclamo. La Ley N° 19.628 sobre Protección de la Vida Privada adquiere relevancia específica en un mercado donde el tratamiento de datos y la personalización algorítmica forman parte de la experiencia de servicio. A ello se suma el hito reciente de la Ley N° 21.521 (Ley Fintech), que configura un marco general para la prestación de servicios financieros mediante medios tecnológicos y que busca ordenar un ecosistema en expansión, con implicancias directas sobre supervisión, estándares y funcionamiento del mercado. La Comisión para el Mercado Financiero (CMF), por su parte, ocupa un rol central en la supervisión y en la generación de información pública relevante, pero la experiencia cotidiana de los consumidores muestra que la existencia de regulación y supervisión no siempre se traduce en señales legibles, comparabilidad simple o certezas prácticas para decidir.

En este escenario, el presente artículo se propone contribuir a un vacío de investigación que persiste en Chile: la mayor parte de la información disponible sobre banca y fintech proviene de reportes de mercado y literatura centrada en innovación, adopción o expansión sectorial, sin profundizar sistemáticamente en la experiencia de consumo, en la comprensión de costos, en la percepción de seguridad, ni en la forma en que se construye la confianza en servicios digitales de ahorro e inversión. Existe, por tanto, una necesidad de análisis que articule dimensiones económicas, tecnológicas y jurídicas desde un enfoque centrado en consumidores, incorporando no solo atributos “objetivos” (costos, rentabilidad, condiciones), sino también percepciones y criterios de decisión que operan en la práctica.

El estudio “Bancos vs. Fintechs: Comparación de rentabilidad, seguridad y costos en opciones de ahorro e inversión en Chile”, desarrollado por la Asociación de Consumidores y Usuarios (AGRECU) y financiado por los Fondos Concursables del SERNAC (2025), se orienta precisamente a cubrir ese vacío. En términos generales, busca analizar cómo se comparan bancos y fintech en tres dimensiones que estructuran la experiencia del consumidor financiero: la seguridad (respaldo, regulación y confianza), la rentabilidad (retornos esperados o percibidos) y los costos (comisiones, cobros y claridad de la información). Más específicamente, el estudio indaga en cómo se organizan las percepciones de seguridad y rentabilidad entre ambos tipos de proveedores, qué lugar ocupan los costos y su comprensión en la decisión, qué grado de adopción y preferencia por canales

digitales se observa, y qué argumentos emergen en las experiencias narradas por usuarios al evaluar banca tradicional frente a plataformas fintech.

Para abordar estas preguntas, la investigación adopta una estrategia metodológica mixta, exploratoria y descriptiva. En primer lugar, se realiza una revisión documental y normativa que sitúa el problema en el marco de la literatura sobre transformación digital del sistema financiero, asimetrías de información y protección del consumidor en entornos digitales. En segundo lugar, se desarrolla un análisis comparativo de casos —BancoEstado, Banco Santander, Fintual y Mercado Pago— construyendo una matriz de atributos relevantes para consumidores, que permite observar diferencias en tipo de entidad, cobertura, base de usuarios, rentabilidad, costos, seguridad, experiencia digital y perfil de usuario. Finalmente, se aplica una encuesta de opinión (N=102) y se realizan entrevistas semiestructuradas (n=6), con el objetivo de caracterizar patrones de uso, percepciones comparadas y criterios de decisión, integrando la evidencia cuantitativa con los sentidos y argumentos emergentes en los relatos de los participantes.

De este modo, el artículo se organiza en cinco secciones principales. En la primera se presenta el marco teórico y jurídico que orienta el análisis. La segunda describe la metodología y las técnicas de recolección de información. La tercera expone el marco comparativo de entidades bancarias y fintech seleccionadas, explicitando las dimensiones que estructuran el contraste. La cuarta sección presenta los hallazgos integrados de la encuesta y las entrevistas, destacando patrones de confianza, adopción digital, percepciones de rentabilidad y dificultades de comprensión de costos. Finalmente, la quinta sección cierra con las conclusiones del estudio, discutiendo sus implicancias para la protección de los consumidores financieros digitales y para futuras líneas de investigación y educación financiera orientadas a mejorar la comparabilidad, la transparencia y la toma de decisiones informada en el mercado chileno.

Capítulo 1 - Marco Teórico y Jurídico

1.1 Enfoque general

El siguiente estudio analiza comparativamente la oferta de bancos tradicionales y fintechs en Chile, atendiendo a tres dimensiones clave para consumidores que buscan ahorrar o invertir: rentabilidad, seguridad y costos. La comparación se enmarca en un proceso de transformación del sistema financiero, donde la digitalización ha ampliado la gama de productos, canales y plataformas disponibles, intensificando la competencia y reconfigurando los mecanismos clásicos de intermediación financiera (Del Barrio, Menéndez, & Ibáñez, 2017; Gomber, Koch, & Siering, 2017).

Desde esta perspectiva, el “desplazamiento” hacia servicios financieros digitales no es solo un cambio de canal, sino un reordenamiento del sistema económico-financiero respecto a sus instrumentos, pues emergen actores que ofrecen procesos más ágiles, interfaces centradas en el usuario, automatización de decisiones y nuevas modalidades de captación/gestión de fondos. En términos analíticos, este giro se ha descrito como un nuevo paradigma poscrisis que reconfigura los fundamentos del sistema financiero global (Arner, Barberis, & Buckley, 2015). En Chile, esta transformación se observa en el crecimiento del sector fintech y su consolidación como fenómeno relevante para usuarios, mercado y regulación (Finnovista, 2024; Moncada, 2023; Forbes Chile, 2024).

Por lo que, la pregunta que fundamenta y moviliza el desarrollo del marco teórico-jurídico es ¿en qué medida la expansión de estas alternativas digitales implica mejores condiciones para consumidores –más retorno, menos costos, mayor accesibilidad– y en qué medida abre nuevas vulnerabilidades –información difícil de comparar, nuevos riesgos, brechas de alfabetización digital y desafíos regulatorios–?

1.2 Apartado Teórico

Desde una perspectiva teórica, se subraya que las fintechs no deben entenderse solo como “apps financieras”, sino como parte de una transformación estructural del sistema financiero y de los medios de pago. En esa línea, se destaca que la digitalización produce cambios en competencia y modelo de servicio, acelerando procesos de innovación y generando presiones para que actores tradicionales adapten sus canales y productos (Del Barrio et al., 2017; Soto & Botía, 2020; Gomber et al., 2017).

En términos generales, la “promesa fintech” se asocia a mejoras en experiencia de usuario, reducción de fricciones y mayor disponibilidad de alternativas para el público. Sin embargo, esta promesa debe leerse junto a sus efectos, es decir, la multiplicación de plataformas y productos

puede aumentar la carga de comparación y decisión, especialmente cuando se trata de productos de ahorro/inversión cuyos atributos relevantes (riesgo, comisiones, horizonte temporal, disponibilidad de retiro, etc.) requieren comprensión técnica.

En el plano macro, también se vincula el desarrollo del sistema financiero con el crecimiento económico, lo que refuerza la importancia pública del sector y la necesidad de observar impactos en consumidores y hogares (Landa & Silva, 2024). Así, el mercado financiero, y en particular las decisiones de ahorro e inversión, tienen una repercusión directa en el bienestar social, la equidad económica y la movilidad intergeneracional. En este sentido, el acceso equitativo a productos financieros seguros, rentables y con costos razonables constituye un derecho ciudadano que debe ser resguardado por políticas públicas y estructuras normativas efectivas.

En el caso chileno, informes como el de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF, 2024) advierten sobre un crecimiento sostenido del número de usuarios que acceden a servicios financieros digitales, lo que exige mecanismos de fiscalización adecuados. Álvarez-Sepúlveda (2024) plantea que “la educación financiera debe ser una prioridad estatal para que la ciudadanía pueda tomar decisiones informadas y protegerse ante prácticas abusivas” (2024, 20).

De esta manera, la relevancia social también se vincula al rol que estas instituciones juegan en la reactivación económica, la bancarización de sectores marginados y la construcción de una cultura del ahorro que trascienda el consumo inmediato.

1.3 Asimetría de información e inclusión financiera

Para explicar por qué los consumidores no necesariamente eligen la alternativa “más rentable”, sino la que consideran “más confiable” o “más entendible”, el estudio retoma la literatura sobre asimetrías de información. Akerlof (1970) muestra que, cuando existe incertidumbre sobre calidad y atributos del producto, se generan fallas de mercado que afectan la decisión racional. En servicios financieros, esta idea se vuelve especialmente pertinente: la información sobre costos reales, riesgos y condiciones puede ser compleja, incompleta o difícil de comparar, lo que afecta directamente la capacidad de decisión del consumidor (Akerlof, 1970; Stiglitz & Weiss, 1981).

En particular, Stiglitz y Weiss (1981) enfatizan que la información imperfecta altera los mecanismos de asignación (por ejemplo, en crédito), lo que en clave de consumidor sugiere que decisiones de contratación no se realizan en condiciones de simetría informativa. Por eso, el estudio considera central evaluar no solo “atributos objetivos”, sino también percepción de claridad, transparencia y confianza en las alternativas comparadas.

A esto se suma la literatura sobre decisiones bajo riesgo, Kahneman y Tversky (1979) aportan un marco para comprender cómo las personas evalúan pérdidas, ganancias y riesgos de forma no lineal. En el terreno del ahorro/inversión, esta perspectiva permite interpretar por qué, ante

escenarios de incertidumbre, los consumidores pueden priorizar seguridad percibida o respaldo institucional por sobre retornos más altos, especialmente cuando no se comprende del todo el producto o cuando existe temor a fraudes o pérdida de capital (Kahneman & Tversky, 1979).

También se incorpora una lectura que vincula el crecimiento fintech con inclusión financiera. Desde esta óptica, las fintech pueden ampliar el acceso a servicios para segmentos tradicionalmente excluidos o subatendidos, facilitando cuentas, ahorro y mecanismos de pago en formatos más accesibles (Mastercard, 2025). Esta hipótesis conecta con evidencia internacional sobre expansión de servicios financieros y digitalización (Banco Mundial, 2021).

Sin embargo, el mismo enfoque exige cautela, pues inclusión no equivale automáticamente a protección. Si el acceso digital se produce sin estándares de transparencia comparativa, sin alfabetización financiera suficiente o sin canales efectivos de reclamo/soporte, las innovaciones pueden traducirse en nuevas formas de vulnerabilidad y desigualdad de información (OCDE, 2022; Banco Mundial, 2021). Por ello, el estudio sitúa el análisis del ecosistema bancos/fintech como un problema tanto de mercado como de derechos del consumidor.

1.4 Apartado Jurídico Internacional

En el ámbito internacional, organismos como el Banco Mundial y la OCDE han promovido lineamientos sobre la digitalización financiera y la protección del consumidor en entornos digitales. El Global Findex Database (2021) del Banco Mundial subraya que la inclusión financiera mediante canales digitales ha avanzado rápidamente, pero aún presenta brechas en términos de seguridad, privacidad de datos y alfabetización digital.

La OCDE (2022) ha planteado la necesidad de generar estándares de protección para consumidores financieros que utilicen servicios digitales, incluyendo transparencia en comisiones, acceso a información clara y procesos de resolución de disputas en línea. Estas iniciativas buscan reducir los riesgos asociados a una industria en expansión que opera, muchas veces, por fuera de los marcos regulatorios tradicionales.

1.5 Apartado Jurídico Nacional

En Chile, la Ley N° 21.521 (Ley Fintech) ha sido un hito normativo relevante al establecer un marco normativo general para la prestación de servicios financieros por medios tecnológicos. Esta ley introduce principios como la interoperabilidad, la supervisión proporcional y el tratamiento responsable de datos, apuntando a garantizar condiciones de competencia y protección al consumidor.

Complementariamente, la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores y la Ley N° 19.628 sobre Protección de la Vida Privada ofrecen un respaldo normativo para la defensa del usuario en entornos digitales, sin embargo, aún presentan limitaciones frente a las nuevas prácticas del mercado. Garrigues (2024) destaca que “Chile ha avanzado significativamente en la regulación fintech, aunque persisten desafíos en términos de fiscalización efectiva y coordinación institucional” (2024, 4).

La Comisión para el Mercado Financiero ha jugado un rol fundamental en la promoción de la transparencia, la prevención del fraude y la orientación al consumidor digital, especialmente a través de estudios y fiscalización de nuevos actores del sistema.

1.6 Consideraciones finales en torno al análisis jurídico-teórico

La comparación entre bancos tradicionales y fintechs desde una mirada jurídica y teórica revela un escenario dinámico, con oportunidades para democratizar las finanzas, pero también con nuevos riesgos que deben ser abordados. Las fintechs han introducido modelos de negocio centrados en el usuario, con menores costos y mayor accesibilidad; sin embargo, su consolidación requiere marcos normativos rigurosos y específicos que aseguren la protección del consumidor, la estabilidad del sistema y la competencia leal.

Desde un enfoque teórico, es imprescindible seguir explorando cómo las innovaciones tecnológicas alteran los mecanismos clásicos de intermediación y cómo los marcos institucionales deben adaptarse a este nuevo ecosistema constituido a partir del mercado y las finanzas. Así, parte de las pretensiones de la investigación es enfocarse en evaluar empíricamente la rentabilidad, seguridad y costos reales de ambas opciones en el mercado chileno, así como en el diseño de estrategias de educación financiera que preparen a la ciudadanía para un entorno digital en constante transformación.

Capítulo 2 - Metodología del estudio

Este capítulo describe el diseño metodológico utilizado para comparar alternativas de ahorro e inversión ofrecidas por bancos tradicionales y fintechs en Chile. Dado el carácter multidimensional del objeto de estudio —que involucra atributos del mercado (costos, rentabilidad, seguridad) y, a la vez, percepciones y experiencias de los consumidores— se optó por un enfoque mixto que combina un análisis comparativo de casos con un componente empírico basado en encuesta y entrevistas semiestructuradas (Creswell & Plano Clark, 2011; Teddlie & Tashakkori, 2009). Este apartado detalla la lógica del diseño, los criterios de selección de casos, las técnicas e instrumentos de recolección, los procedimientos de análisis y las consideraciones éticas y limitaciones que enmarcan la interpretación de resultados.

2.1. Enfoque general y justificación

Se El propósito metodológico del estudio fue hacer comparable un mercado heterogéneo —donde conviven bancos y plataformas fintech con lógicas operativas distintas— y, al mismo tiempo, capturar cómo esa heterogeneidad se traduce en decisiones y evaluaciones de los consumidores. Para ello, se adoptó un diseño mixto de carácter exploratorio–descriptivo, orientado a producir evidencia empírica útil para el consumo informado y para identificar tensiones relevantes en la experiencia de ahorro e inversión (Creswell & Plano Clark, 2011; Teddlie & Tashakkori, 2009).

La elección de un enfoque mixto responde a que los atributos centrales de comparación (rentabilidad, costos y seguridad) operan en dos planos simultáneos. En un primer plano, existen como características “estructurales” del servicio —condiciones, comisiones, resguardos, requisitos— que pueden describirse desde fuentes públicas y un marco comparativo. En un segundo plano, estos atributos se expresan como percepciones: confianza, claridad de información, tolerancia al riesgo y evaluación del soporte (digital o presencial), dimensiones que requieren ser observadas directamente en usuarios mediante instrumentos empíricos.

En consecuencia, la estrategia metodológica articula dos componentes complementarios, un análisis comparativo de casos seleccionados, que permite ordenar variables y construir criterios de contraste entre banca y fintech (Yin, 2018); y un componente empírico basado en encuesta y entrevistas semiestructuradas, orientado a describir patrones de uso, preferencias y mecanismos de decisión (Mayring, 2000). El valor del diseño radica en su capacidad para triangular resultados, es decir, identificar convergencias y divergencias entre lo que “ofrece” el mercado y lo que efectivamente “pesa” en la decisión del consumidor.

2.2. Técnicas de recolección de información

El estudio contempla dos niveles de recolección de información:

- a) **Análisis comparativo de productos y servicios financieros** a partir de fuentes secundarias disponibles públicamente, con foco en variables de rentabilidad, costos/comisiones, seguridad y accesibilidad.
- b) **Recolección de percepciones ciudadanas** mediante una encuesta autoadministrada y entrevistas semiestructuradas, orientadas a capturar criterios de decisión, experiencias de contratación, confianza/desconfianza, y aprendizajes en el uso de plataformas bancarias y fintech.

Este diseño comparativo busca, además, identificar similitudes y diferencias entre entidades con estructuras distintas (bancos y fintechs), lo que resulta especialmente

adecuado cuando el objetivo es contrastar atributos y patrones de comportamiento del consumidor entre “familias” de proveedores (Yin, 2018).

2.3. Universo y muestra

El universo del estudio está compuesto por personas mayores de 18 años residentes en Chile que utilizan o evalúan utilizar productos de ahorro e inversión, ya sea en bancos o fintechs. Dado el carácter exploratorio del estudio y sus objetivos informativos, se utiliza un muestreo por conveniencia. Este tipo de muestreo es adecuado cuando se busca recoger percepciones o experiencias específicas de consumidores reales, priorizando la viabilidad y diversidad contextual por sobre la representatividad estadística (Etikan, Musa & Alkassim, 2016). Es una técnica ampliamente empleada en estudios sociales aplicados cuando los recursos son limitados y se requiere una aproximación inicial al fenómeno.

Se incluyen:

- i. Una encuesta autoadministrada en formato digital dirigida a 100 personas, con distribución diversa por sexo y grupo etario diseñada en Google Forms.

De esta forma, el presente estudio utiliza un diseño de muestreo no probabilístico por conveniencia, con un enfoque exploratorio-descriptivo. Dado que la encuesta será aplicada en formato digital y autoadministrado, a través de canales abiertos de difusión (correo electrónico, redes sociales, contactos directos, etc.), no es posible establecer cuotas predeterminadas ni garantizar representatividad estadística de la población general. Sin embargo, se busca asegurar una muestra diversa y suficiente para fines comparativos.

Tamaño muestral

El tamaño muestral mínimo establecido corresponde a 100 personas adultas (18 años o más). Esta cantidad permite obtener una primera aproximación a las percepciones, conocimientos y preferencias de los consumidores frente a las distintas opciones de productos financieros (bancarios y fintech), de manera compatible con los objetivos del proyecto.

Criterios de segmentación considerados

Aunque no se fijan cuotas estrictas, el cuestionario incluye variables sociodemográficas para facilitar el análisis segmentado posterior. En particular, se considera:

- Género: Se incluye una pregunta con opciones de respuesta múltiple que considera mujer, hombre, otro, y preferencia por no responder. Esto permite observar

posibles diferencias en la percepción y uso de plataformas financieras digitales entre distintos géneros.

- Rango etario: Se recoge la edad agrupada en tramos significativos, lo que facilita el análisis de patrones generacionales en relación con el uso de servicios financieros digitales. Esta variable es especialmente relevante dada la evidencia previa sobre brechas digitales según edad (CMF, 2024).
- ii. Seis entrevistas semiestructuradas aplicadas a personas de la población objetivo, seleccionadas intencionalmente para reflejar distintas experiencias de uso y acceso.

Justificación

El uso de un muestreo abierto, sin cuotas preestablecidas, responde a la lógica de levantamiento digital y a la necesidad de reducir barreras de acceso para la participación voluntaria de personas interesadas. Se espera que la muestra recoja una variedad de perfiles que permita realizar análisis comparativos por género y edad, sin pretensión de representatividad poblacional, pero sí de diversidad experiencial.

2.4. Instrumentos de recolección de datos

Se utilizan dos instrumentos principales:

- Una encuesta estructurada, que recoge datos sobre conocimiento, uso, confianza, percepción de seguridad y evaluación comparativa de productos bancarios y fintech. La encuesta digital permite una recolección rápida y eficiente de información, especialmente en contextos donde el objeto de estudio incluye plataformas digitales y usuarios familiarizados con tecnologías (Bryman, 2016). Las encuestas estructuradas son adecuadas para medir la frecuencia de uso, niveles de confianza y percepciones generales de productos financieros (Groves et al., 2009).
- Un guión de entrevista semiestructurada, que permite profundizar en experiencias, motivaciones, barreras y valoraciones personales respecto a las plataformas analizadas. La técnica de entrevistas semiestructuradas se utiliza para explorar más profundamente las motivaciones, experiencias y barreras percibidas por los consumidores. Esta herramienta es recomendada para indagar en la significación social y subjetiva de las decisiones financieras, complementando los datos cuantitativos (Kvale & Brinkmann, 2009; Rubin & Rubin, 2011).

Ambos instrumentos son diseñados por la AdC y aplicados con consentimiento informado digital.

2.5. Selección de casos

El estudio considera una selección intencional de cuatro casos para el análisis comparativo. Se incluyen dos bancos tradicionales: BancoEstado y Banco Santander, y dos fintechs: Fintual y Mercado Pago. La elección se fundamenta en su alta presencia en el mercado chileno, diversidad de servicios y su representatividad respecto a distintas configuraciones de rentabilidad, costos, seguridad y experiencia digital del usuario.

2.6. Técnicas de análisis

Los datos cuantitativos obtenidos en la encuesta se analizan mediante estadística descriptiva, con énfasis en frecuencias, porcentajes y cruces simples que permiten caracterizar perfiles de consumidores y sus percepciones.

Los datos cualitativos provenientes de las entrevistas se procesan mediante análisis temático, identificando patrones narrativos y categorías emergentes que aportan profundidad interpretativa al estudio. El análisis de contenido permite identificar patrones temáticos en los relatos de los participantes, facilitando la interpretación sistemática de textos provenientes de entrevistas (Mayring, 2000). Se utiliza codificación abierta para organizar las respuestas y generar categorías inductivas que reflejen las preocupaciones y percepciones más relevantes.

La técnica de análisis comparativo es adecuada cuando se busca establecer diferencias y similitudes entre entidades con características estructurales distintas, como bancos tradicionales y fintechs (Yin, 2018). Este enfoque permite identificar atributos clave en términos de rentabilidad, costos y seguridad, contrastando tanto la oferta objetiva como la percepción de los consumidores.

2.7 Consideraciones éticas

El estudio garantiza la confidencialidad, anonimato y voluntariedad de las personas participantes. Todos los instrumentos de recolección incluyen un formulario de consentimiento informado, y los resultados se reportan de forma agregada, sin identificación individual.

2.8 Limitaciones metodológicas

El diseño metodológico de este estudio, si bien permite una caracterización exploratoria útil para informar a los consumidores, presenta ciertas limitaciones que deben ser consideradas:

- El uso de un muestreo no probabilístico por conveniencia impide la generalización estadística de los resultados al conjunto de la población chilena. No obstante, se privilegia

la diversidad de perfiles para capturar distintos tipos de experiencias y percepciones.

- El tamaño muestral reducido en la encuesta y entrevistas limita la posibilidad de análisis segmentados por grupos sociodemográficos específicos.
- Las comparaciones de productos se basan en fuentes secundarias disponibles públicamente, las cuales pueden no reflejar la totalidad de condiciones asociadas a cada servicio o sus actualizaciones más recientes.
- El análisis de percepción y uso se centra en declaraciones autoinformadas, las cuales podrían verse afectadas por sesgos de recuerdo o deseabilidad social.

A pesar de estas limitaciones, el enfoque mixto y la triangulación de fuentes permiten obtener hallazgos relevantes y representativos de experiencias comunes, aportando evidencia útil para la toma de decisiones informada por parte de los consumidores.

Capítulo 3 - Desarrollo del estudio

3.1. Marco comparativo de entidades bancarias y financieras

En este apartado se presenta la matriz comparativa de las entidades bancarias seleccionadas que se analizarán en este estudio. Los casos de estudio se ubican en el lugar de las filas, se detallan a continuación.

3.1.2. Selección de casos

Entidades bancarias y financieras: Los casos seleccionados son cuatro, dos figuras bancarias que responden a cánones tradicionales en el mundo financiero –Banco Estado y Banco Santander. Las dos figuras representativas de los Fintechs: Fintual y Mercado Pago.

Banco Estado

Seleccionado por su fuerte presencia territorial y orientación a la inclusión financiera. Ofrece productos tradicionales como cuentas de ahorro y depósitos a plazo, ampliamente utilizados por diversos grupos socioeconómicos. Su digitalización progresiva (por ejemplo, CuentaRUT y su app móvil) lo posiciona como un actor clave para analizar cómo la banca pública se adapta a los desafíos digitales.

Banco Santander Chile

Uno de los bancos privados más importantes del país, con amplia oferta de productos financieros y liderazgo en digitalización. Herramientas como Santander Life y Superdigital permiten observar cómo la banca privada incorpora innovación para competir con el entorno fintech, manteniendo una base sólida de clientes.

Fintual

Fintech chilena regulada por la CMF, especializada en fondos mutuos e inversión automatizada. Se destaca por su enfoque en transparencia, comisiones bajas, uso de lenguaje claro y facilidad de acceso. Orientada a usuarios jóvenes o con poca experiencia en inversión, representa un modelo de planificación financiera digital a largo plazo.

Mercado Pago

Plataforma digital del ecosistema Mercado Libre, que ha alcanzado más de 4,9 millones de usuarios en Chile. Ofrece servicios como pagos, transferencias y una opción de ahorro con rendimiento diario. Su masividad y simplicidad la convierten en un referente para analizar hábitos financieros cotidianos en contextos digitales, especialmente entre personas que no acceden a productos bancarios tradicionales.

En cuanto a las categorías que se emplearán para dar cuenta de las similitudes y diferencias, estas se ubican en las columnas, son ocho y se detallan a continuación:

1. **Tipo:** Categoría que da cuenta de la naturaleza jurídica e institucional de la entidad bancaria o servicio. Puesto que esta puede ser un banco tradicional (público o privado) o una fintech (empresa tecnológica de servicios financieros).
2. **Cobertura:** Da cuenta del alcance territorial y operativo de la entidad, es decir, presencia física en el país, accesibilidad digital y nivel de penetración en el mercado chileno.
3. **Usuarios:** Indica la cantidad aproximada de personas que utilizan los servicios de cada entidad, considerando usuarios activos o clientes registrados.
4. **Rentabilidad:** Señala el rendimiento estimado o histórico que ofrecen los productos de ahorro o inversión que cada institución pone a disposición del público.
5. **Costos:** Explicita en qué consisten las comisiones, tarifas y gastos asociados a los productos financieros ofrecidos, ya sea expresos o integrados en el valor cuota.
6. **Seguridad:** Evalúa el nivel de respaldo institucional, regulación, estabilidad financiera y percepción de confianza que ofrece cada entidad a sus usuarios.
7. **UX/Experiencia:** Hace referencia a la calidad de la experiencia digital del usuario (User Experience), considerando facilidad de uso, interfaz, agilidad y disponibilidad en línea.

8. **Perfil del usuario:** Describe el tipo de cliente o usuario al que principalmente se orienta cada entidad, según su diseño de servicios, accesibilidad y enfoque comercial.

3.1.3. Marco comparativo de dimensiones

Para ordenar la comparación entre casos, se definió una matriz con categorías que permiten observar diferencias estructurales y de experiencia: tipo de entidad, cobertura/canales, base de usuarios, rentabilidad, costos, seguridad, experiencia de uso y perfil de usuario.

Categorías	BancoEstado	Banco Santander	Fintual	Mercado Pago
Tipo	Banco estatal	Banco privado	Fintech (robo-advisor)	Fintech (plataforma digital de pagos)
Cobertura	Presencia nacional, CajaVecina, digital	Cobertura nacional y digital	100% digital	100% digital
Usuarios	+12 millones	+3 millones	+85.000	Millones de usuarios en LATAM
Rentabilidad	Baja a moderada (fondos mutuos)	Moderada según producto	Alta: 15% anual promedio (variable)	Promocional: hasta 10%, luego ~5–6%
Costos	TAC incluida en cuota; comisiones	Comisiones tradicionales	1,19% anual fija, sin costos ocultos	Sin costos adicionales visibles
Seguridad	Máxima (respaldo estatal)	Alta (rating internacional)	Regulado CMF, confiable	Regulado, opera vía fondos del BICE

UX/Experiencia	Avances digitales (RutPay, BEPay)	App + Superdigital + Getnet	Interfaz simple, automatización	Ágil, intuitiva, retiro inmediato
Perfil usuario	Masivo, sectores populares	Público general y corporativo	Jóvenes, inversionistas emergentes	Usuarios digitales, pequeñas inversiones

3.2. Cuestionario de encuesta de opinión a usuarios de entidades financieras: banca tradicional y fintech

Bienvenida

Esta encuesta forma parte del proyecto “Bancos vs. Fintechs: Comparación de Rentabilidad, Seguridad y Costos en Opciones de Ahorro e Inversión en Chile”, desarrollado por la Asociación de Consumidores y Usuarios (AGRECU) y financiado por los Fondos Concursables del SERNAC (2025). Tus respuestas son completamente anónimas y serán utilizadas únicamente con fines investigativos.

La encuesta toma aproximadamente 5 minutos. ¡Gracias por participar!

Bloque 1: Perfil sociodemográfico

- Edad:
 - Menor de 18 años
 - 18 – 29 años
 - 30 – 44 años
 - 45 – 59 años
 - 60 – 74 años
 - 75+ años
- Género:
 - Mujer
 - Hombre
 - No binario / Prefiero no decir
- Región de residencia:

- ☐ RM
- ☐ Norte Grande
- ☐ Norte Chico
- ☐ Zona Central
- ☐ Sur
- ☐ Austral / Patagonia

4. Nivel educacional alcanzado:

Educación básica completa

Educación básica incompleta

Enseñanza media completa

Enseñanza media incompleta

Técnico profesional

Universitaria

Postgrado

Prefiero no responder

Bloque 2: Uso de productos financieros

5. ¿Actualmente tienes algún producto de ahorro o inversión? (Puedes marcar más de una opción)

- ☐ Cuenta de ahorro bancaria
- ☐ Depósito a plazo
- ☐ Fondos mutuos
- ☐ Inversiones en plataformas digitales (ej. Fintual, Mercado Pago, Racional, etc.)
- ☐ Criptomonedas
- ☐ Otro: _____
- ☐ No tengo ningún producto de ahorro o inversión

6. ¿Has utilizado alguna plataforma digital para ahorrar o invertir en los últimos 12 meses?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sé / no recuerdo

7. ¿Qué entidades has utilizado o conoces para ahorro/inversión? (marcar todas las que correspondan)

- ☐ BancoEstado

- ☐ Banco Santander
- ☐ BICE / BCI / Itaú u otros bancos
- ☐ Fintual
- ☐ Mercado Pago
- ☐ Otra fintech (especificar): _____
- ☐ No conozco ninguna

Bloque 3: Percepciones

8. ¿Qué tan seguro consideras que es invertir en...?
(1: Nada seguro – 5: Muy seguro)

Plataforma	1	2	3	4	5
Bancos tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fintechs (Fintual, Mercado Pago...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. ¿Qué tan rentable percibes que es invertir en...?
(1: Nada rentable – 5: Muy rentable)

Plataforma	1	2	3	4	5
Bancos tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fintechs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿Qué tan claros y comprensibles consideras los costos (comisiones, cobros) en...?
(1: Nada claros – 5: Muy claros)

Plataforma	1	2	3	4	5
------------	---	---	---	---	---

Bancos tradicionales ☐ ☐ ☐ ☐ ☐Fintechs ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

11. ¿Qué factores valoras más al elegir una opción de ahorro/inversión? (marca los tres más importantes)

- ☐ Rentabilidad
- ☐ Seguridad
- ☐ Comisiones y costos
- ☐ Facilidad de uso
- ☐ Atención al cliente
- ☐ Confianza institucional
- ☐ Recomendación de otras personas

12. ¿Preferirías contratar un producto financiero...?

- ☐ De forma presencial en una sucursal
- ☐ De forma digital (app o página web)
- ☐ Me da lo mismo

13. ¿Confiarías en una plataforma fintech para invertir tus ahorros?

- ☐ Sí, totalmente
- ☐ Sí, con ciertas condiciones
- ☐ No estoy seguro/a
- ☐ No

Bloque 4: Opinión general

14. ¿Sientes que tienes suficiente información para comparar opciones de ahorro e inversión?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Parcialmente

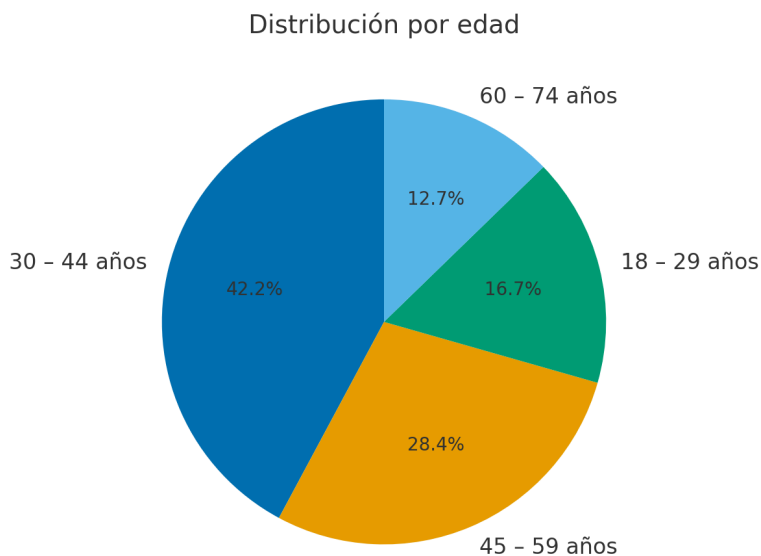
15. ¿Qué tipo de información te gustaría recibir para tomar una mejor decisión financiera?

[Respuesta abierta]

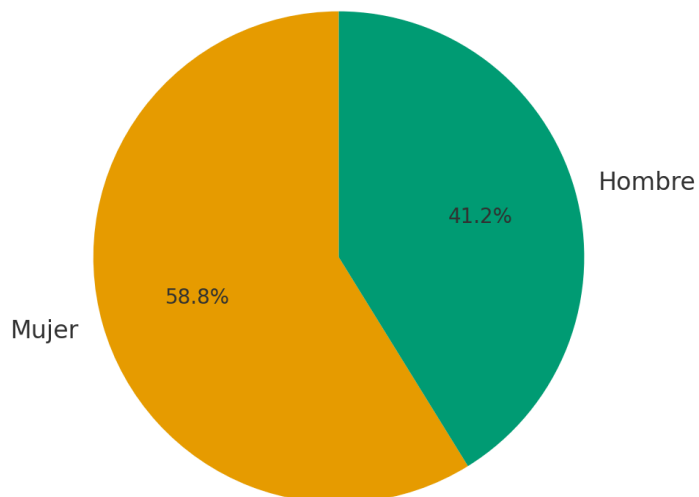
3.3. Análisis estadístico de encuestas

3.3.1. Perfil sociodemográfico de las personas encuestadas

La muestra se concentra mayoritariamente en el tramo 30–44 años, seguido por 45–59 años. Predomina el género mujer. Territorialmente, la Región Metropolitana reúne la mayor proporción de casos, con presencia menor de otras regiones. En escolaridad, el nivel universitario es el más frecuente, con participación relevante de personas con postgrado.

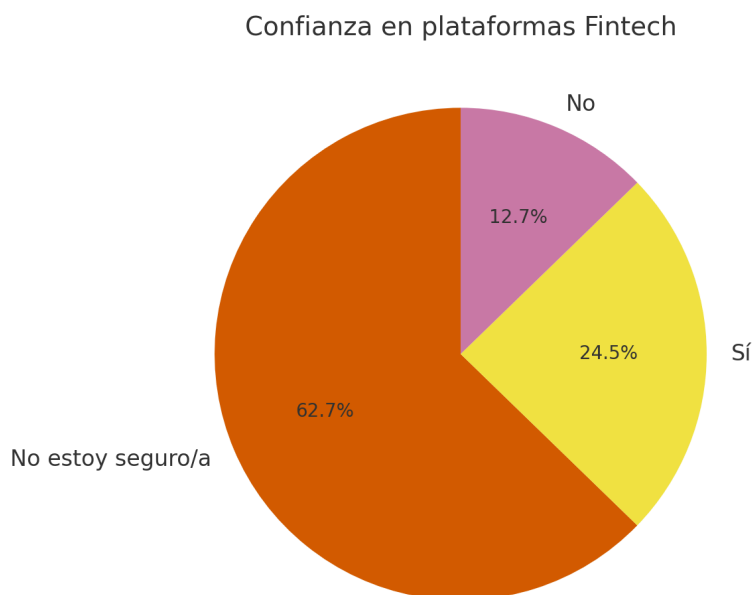


Distribución por género



3.3.2. Uso y confianza en soluciones digitales

El 55,9% declara haber usado plataformas digitales de ahorro o inversión en los últimos 12 meses. Frente a la confianza en fintech, se observa prudencia: 62,7% dice “no estar seguro/a”, 24,5% sí confiaría y la proporción restante no confiaría.



3.3.3. Factores que más valoran al elegir ahorro/ inversión

Al agregar las tres opciones marcadas por cada persona, los factores más valorados son:

- Seguridad (1º)
- Comisiones y costos (2º)
- Confianza institucional (3º)

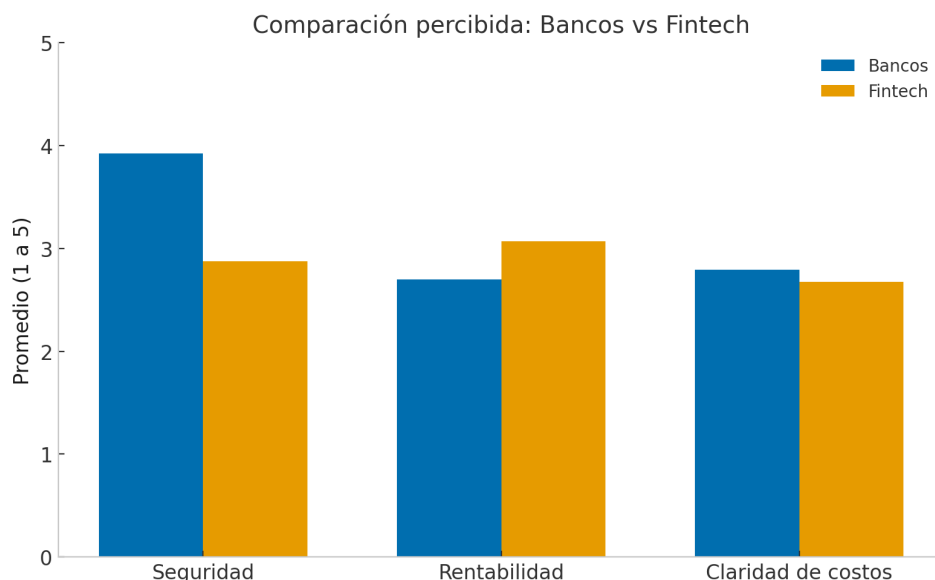
También aparecen con frecuencia la rentabilidad esperada, la claridad de la información y la facilidad de uso de la plataforma.



3.3.4. Comparación percibida: Bancos vs. Fintech

A partir de escalas de 1 a 5 puntos, los promedios muestran matices relevantes:

- **Seguridad percibida:** Bancos 3,92 vs. Fintech 2,87. La banca tradicional mantiene una ventaja clara en la noción de resguardo y respaldo.
- **Rentabilidad percibida:** Fintech 3,07 vs. Bancos 2,70. Se asocia levemente mayor potencial de retorno a las plataformas fintech.
- **Claridad de costos/comisiones:** Bancos 2,79 vs. Fintech 2,68. Ambos puntajes son bajos, con leve ventaja para la banca; persiste una debilidad transversal en la comprensión de costos.



En este corte descriptivo, la muestra —de alto nivel educacional y concentrada en RM— revela adopción digital mayoritaria, pero aún con dudas hacia fintech. La seguridad y los costos lideran las prioridades de elección; en esa línea, los bancos preservan una posición de mayor confianza y seguridad, mientras que las fintech aparecen mejor evaluadas en rentabilidad. Un hallazgo transversal es la baja claridad de comisiones en ambas alternativas, lo que sugiere oportunidades de mejora en transparencia y comunicación de costos.

3.4. Guión de entrevista semiestructurada

Proyecto	Bancos vs. Fintechs: Comparación de Rentabilidad, Seguridad y Costos en Opciones de Ahorro e Inversión en Chile
Entidad responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios (AGRECU)
Financiamiento	Fondos Concursables SERNAC 2025
Duración estimada	30–40 minutos

Consentimiento	Se informa al participante que la entrevista es anónima, voluntaria y que su información será utilizada exclusivamente con fines de investigación.
-----------------------	--

Bloque 1: Perfil general

1. ¿Podrías contarme brevemente a qué te dedicas y qué edad tienes?
2. ¿Actualmente te encuentras afiliado a alguna entidad bancaria?
3. ¿Utilizas actualmente algún producto de ahorro o inversión? ¿Desde hace cuánto tiempo?

Bloque 2: Uso y experiencia

4. ¿Qué tipo de productos de ahorro o inversión has utilizado, ya sea en bancos tradicionales o plataformas digitales?
5. ¿Cómo describirías tu experiencia general con esos productos?
6. En tu opinión, ¿qué diferencias has notado entre los servicios ofrecidos por bancos y por plataformas digitales (fintechs)?
 - a. *(Si no ha usado ambos, preguntar por percepción general)*

Bloque 3: Percepción de características clave

7. ¿Qué tan importante es para ti la rentabilidad a la hora de elegir una alternativa de ahorro o inversión?
8. ¿Qué tan importante es la seguridad en este tipo de productos?
9. ¿Qué piensas sobre los costos o comisiones que cobran las instituciones financieras?
10. ¿Qué tan fácil o difícil te resulta usar plataformas digitales para estos fines?
11. ¿Te has enfrentado a barreras tecnológicas, desconfianza o confusión?

Bloque 4: Confianza y decisión

12. ¿En cuál de estas opciones confiarías más para guardar o invertir tu dinero: un banco tradicional o una fintech? ¿Por qué?
13. ¿Qué factores influyen más en tu decisión de contratar un producto financiero?
14. ¿Has dejado de usar algún producto financiero por mala experiencia o desconfianza? ¿Qué ocurrió?

Bloque 5: Opinión final y sugerencias

15. ¿Crees que tienes suficiente información para comparar opciones financieras y tomar decisiones informadas?
16. ¿Qué tipo de información o herramientas te gustaría tener para ayudarte a elegir mejor dónde ahorrar o invertir?
17. ¿Te gustaría agregar algo más sobre tu experiencia con productos financieros o tus recomendaciones para otras personas?

3.5. Análisis entrevistas semiestructurada

Las seis entrevistas evidencian un clivaje nítido entre confianza institucional y conveniencia digital. Para mayores de 30 (BVF-01, BVF-04, BVF-06) predomina la seguridad percibida de la banca tradicional (solventía, regulación, presencia física y ejecutivo), aun asumiendo menor rentabilidad y comisiones. En usuarios más jóvenes o tecnológicamente familiarizados (BVF-02, BVF-05), la rentabilidad y liquidez pesan más y habilitan adopción fintech (Fintual, Mercado Pago), aunque la seguridad sigue siendo condición habilitante y la experiencia de uso un diferenciador clave. Se observan brecha digital (BVF-01) y rol del ejecutivo (BVF-06) como factores críticos en decisiones.

Tipologías emergentes:

1. **Conservadora institucional:** prioriza seguridad/regulación y presencia física; usa DAP/FMM conservadores; desconfía de fintech (BVF-01, BVF-03, BVF-04).
2. **Rentabilista digital líquida:** prioriza rendimiento/rapidez de retiro; usa fintech; evalúa costos; confía por prueba social (BVF-02, BVF-05).

3. **Híbrida pragmática:** usa banca para operar y fintech selectivas para ahorro; compara por experiencia y liquidez (BVF-06 con Mercado Pago + DAP/ahorro BancoEstado).

Enfoque y procedimiento analítico

Se realizó análisis de contenido guiado por el guion semiestructurado (5 bloques), con codificación abierta y axial para agrupar patrones. Se extrajeron citas literales para cada categoría y se mapearon implicancias para el consumidor.

Hallazgos

1. Perfil general

Participantes entre 26 y 67 años, ocupaciones diversas (abogacía, gasfitería, ingeniería comercial, gerencia de operaciones, desarrollo de software, nutrición). La experiencia previa y la edad median la confianza tecnológica (p. ej., BVF-01 vs BVF-05).

2. Uso y experiencia

Banca tradicional	Depósitos a plazo (DAP), cuentas de ahorro (p. ej., "Platino giro diferido"), fondos mutuos (incluso perfiles arriesgados con ~50% en acciones).
Fintech	Fintual (ahorro/inversión con perfil conservador), Mercado Pago (interés diario y alta liquidez), Tenpo/Match (uso decreciente por costos o desconfianza). Experiencia reportada como fácil/intuitiva en apps bancarias y fintech; existen intermitencias técnicas puntuales en banca (BVF-04) y dolores de adopción en fintech emergentes (BVF-05).

3. Percepción de características clave

Rentabilidad	Es central para perfiles rentabilistas (BVF-02, BVF-05); DAP se percibe como poco rentable (BVF-01). Mercado Pago destaca por interés diario (BVF-05).
Seguridad	Condición mínima. Usuarios conservadores priorizan regulación/solvencia y presencia física (BVF-01, BVF-04); otros asumen seguridad una vez validada socialmente (BVF-02). Costos/comisiones: Se perciben altos o injustos en banca (BVF-05), aunque también se valora costo cero/menor percibido en algunas fintech (BVF-02).

Costos/comisiones	Apps se perciben fáciles (BVF-02, BVF-04, BVF-05, BVF-06), pero existe brecha digital y mal acompañamiento en cambios (coordenadas→app) que afectan a mayores (BVF-01).
-------------------	---

4. Confianza y decisión

Predomina confianza en banca tradicional por regulación (CMF/"SBIF"), solvencia y ejecutivo (BVF-04, BVF-06). Fintech se adoptan por rentabilidad y liquidez, una vez despejada la duda de fraude (validación por pares; BVF-02). Mercado Pago genera percepciones mixtas sobre seguridad de pagos sin segunda clave (BVF-02), pero es valorado por interés diario (BVF-05, BVF-06) y facilidad.

5. Información y herramientas

Hay asimetría de información: algunos dicen que “hay mucha info” (Fintual) pero no la usan (BVF-02), otros “no saben dónde” comparar (BVF-01) y piden comparadores oficiales por institución validada (CMF/SERNAC). Banca entrega folletos y análisis del fondo (BVF-04). Varios piden comparadores claros de tasas, costos y seguridad (BVF-01, BVF-05).

Matriz de categorías con citas textuales y uso previsto

Área del guion	Categoría	Definición operativa	Citas literales (código)	Interpretación	Implicancias para el proyecto
Uso/experiencia	Liquidez inmediata	Facilidad y rapidez para retirar	“Se puede sacar la plata... relativamente rápido” (BVF-02)	Liquidez es atributo clave para adopción fintech	Incluir liquidez/tiempos de rescate en comparador
Percepción	Rentabilidad como driver	Priorizar retorno por sobre otros atributos	“La rentabilidad... es lo más importante” (BVF-02)	Segmento rentabilista digital	Visualizar rentabilidad histórica/riesgo ajustado
Percepción	DAP baja rentabilidad	DAP percibidos como poco atractivos	“Dan muy poca ganancia los depósitos a plazo” (BVF-01)	Refuerza búsqueda de alternativas	Educar sobre DAP vs fondos conservadores
Confianza	Seguridad regulatoria	Confianza por regulación/solvencia	“Que sea una entidad regulada... y con respaldo” (BVF-04)	Regulación reduce incertidumbre	Señalar estatus regulatorio (CMF/Ley Fintech)

Confianza	Presencia física	Valorar sucursal y “pelear” con alguien	“Prefiero... ir al banco... para pelear con ellos” (BVF-01)	Tangibilidad como ancla de confianza	Incluir canal de atención humana como atributo
Percepción	Costos/comisiones	Sensibilidad a cobros bancarios	“A veces pienso que es solo un robo” (BVF-05)	Dolor de precio en banca	Tabla de comisiones transparentes
Usabilidad	Brecha digital	Dificultad de adopción mayores	“Nos excluyen... no sabían cómo bajar la app” (BVF-01)	Riesgo de exclusión	Recomendaciones de accesibilidad y alfabetización
Usabilidad	Intermitencias técnicas	Fallas/bloqueos puntuales	“No podía realizar inversiones... bloqueado” (BVF-04)	Fricciones afectan confianza	Advertir SLA/soprote y canales de contingencia
Decisión	Rol del ejecutivo	Ejecutivo como factor decisivo	“El ejecutivo... es fundamental” (BVF-06)	Capital relacional pesa en la elección	Medir calidad de atención humana
Información	Comparador oficial	Demanda de fuente validada	“Debería hacerlo la CMF... y darlo a conocer” (BVF-01)	Necesidad de arbitraje público	Diseñar verificador/infografía con sello AGRECU
Decisión	Validación social	Confianza por “boca a boca”	“Consulté con gente... y confié” (BVF-02)	Prueba social habilita adopción	Incorporar testimonios y casos de uso
Uso/experiencia	Arma de doble filo	Liquidez incentiva gasto	“No la uso como ahorro... termino sacando la plata” (BVF-06)	Diseño de producto afecta disciplina de ahorro	Incluir reglas/objetivos y “candados” en recomendaciones

Nota: las citas se han recortado para énfasis y legibilidad.

Mapa de perfiles de usuario (tipologías)

- Conservadora institucional** (BVF-01, BVF-03, BVF-04): Seguridad regulatoria y presencia física; productos DAP/FMM (a veces arriesgados pero en banca); tolera comisiones moderadas; bajo apetito por cambios tecnológicos.
- Rentabilista digital líquida** (BVF-02, BVF-05): Rentabilidad y liquidez mandatorias; adopta fintech validadas socialmente; muy sensible a comisiones; compara experiencias; menor apego a sucursal.

- C. **Híbrida pragmática** (BVF-06): Combina ahorro/inversión en banca con cuentas fintech líquidas; valora ejecutivo; busca equilibrio entre disciplina de ahorro y conveniencia.

Variables moduladoras: edad, profesión/alfabetización digital, objetivo del ahorro (casa, colchón), historial de fraudes cercanos, trato con ejecutivos.

Respuestas a las preguntas centrales del proyecto

¿Dónde pesa más la rentabilidad? En fintech con interés visible y rescate rápido (Fintual/Mercado Pago) y en usuarios con objetivos de acumulación acelerada. En banca, la rentabilidad es aceptada como menor a cambio de seguridad/regulación.

¿Dónde pesa más la seguridad? En banca tradicional, por regulación, solvencia y posibilidad de atención humana; seguridad es condición mínima incluso para adopción fintech (se despeja con validación social y trayectoria percibida).

¿Qué se percibe sobre costos? Banca es percibida como más costosa (mantenciones, comisiones), salvo que los beneficios compensen. Fintechs se perciben como de bajo costo, aunque existen percepciones erradas (“no cobran”) que requieren educación.

¿Qué barreras se reportan? Brecha digital y cambios mal comunicados (coordenadas→app); intermitencias técnicas puntuales; restricciones de acceso a productos por tipo de cuenta (cuenta vista vs corriente); diseño de productos con liquidez que dificulta disciplina de ahorro.

¿Qué información falta? Comparadores oficiales y simples de rentabilidad, seguridad (estatus regulatorio) y costos, con lenguaje claro, y herramientas para entender parrillas de inversión/asignaciones.

3.6. Análisis integrado de marco comparativo, encuestas y entrevistas

Propósito y enfoque

Este apartado triangula resultados del marco comparativo de empresas financieras con la encuesta y los testimonios obtenidos en entrevistas semiestructuradas. La integración de la encuesta y entrevistas se organiza en cinco ejes —seguridad, rentabilidad, costos/comisiones, confianza en fintech y experiencia de contratación—, presentando los promedios de la encuesta y citas breves de distintos casos para ilustrar patrones y matices. Finalmente, se presenta un análisis integrando los datos del marco comparativo.

Seguridad: ancla de decisión

En la encuesta, la seguridad percibida favorece a la banca (bancos: 3,92/5; fintech: 2,87/5).

Además, “Seguridad” es el criterio más valorado al elegir dónde ahorrar/invertir (27,5 % de las menciones). En los relatos, la primacía del resguardo aparece en perfiles distintos: *“Es muy importante, uno no puede confiar su dinero en algo que no entiende bien”* (BVF-05); *“Asumo que son seguras... pero igual prefiero no arriesgarme”* (BVF-02); *“No me gusta el riesgo de perder plata; prefiero ganar menos antes que arriesgarla”* (BVF-01). Incluso entre usuarios con experiencia en inversión, la seguridad institucional pesa más que otros atributos: *“Me interioricé en otros mecanismos... pero no me dan la misma seguridad que un banco”* (BVF-04).

Rentabilidad: promesa reconocida, conducta prudente

La rentabilidad percibida resulta mayor en fintech (3,07/5) que en bancos (2,70/5). Sin embargo, la práctica se mantiene cauta. En jóvenes con formación analítica se privilegia la certeza: *“Con los depósitos sé que me pagan lo prometido y listo”* (BVF-03). Al mismo tiempo, hay usuarios que sí asumen carteras con riesgo acotado y horizonte largo: *“Manejo dos fondos, perfil arriesgado, con cerca de 50% en acciones”* (BVF-04). Otros reconocen oportunidades, pero no ejecutan por aversión al seguimiento: *“He pensado en acciones o dólares, pero no lo he hecho”* (BVF-02). En síntesis, se reconoce la ventaja de retorno de lo digital, pero la preservación de capital sigue guiando la decisión.

Costos y comisiones: baja claridad y necesidad de comparabilidad

La claridad de costos/comisiones es baja en ambos (bancos: 2,79/5; fintech: 2,68/5) y el tema es el segundo criterio más citado (22,2 %). Los testimonios piden reglas del juego simples: *“Que sea transparente y que pueda sacar la plata rápido”* (BVF-02); *“A veces siento que te cobran cosas que no viste”* (BVF-03); *“Si bien es importante la rentabilidad, pondero más la certeza que me dé la institución”* (BVF-04). Aparece, por tanto, la demanda por comparadores oficiales que integren seguridad, costos y coberturas en un lenguaje claro para usuarios no expertos.

Confianza específica en fintech: ambivalencia dominante

Aun con uso digital extendido, la confianza para invertir vía fintech se distribuye en Sí: 24,5 %; No: 12,7 %; No estoy seguro/a: 62,7 %. La ambivalencia se expresa en espectadores y usuarios habituales: *“Confiarle plata a una app me da inseguridad, ¿cachai?”* (BVF-03); *“Al inicio me enfrenté a la desconfianza... después se fueron ligando a bancos y tomó más seriedad”* (BVF-05); *“Entré a Fintual... asumí que era segura, pero igual comparo con mi banco”* (BVF-02). En paralelo, hay adopción pragmática de múltiples marcas: *“Banco y además aplicaciones donde manejo mi dinero”* (BVF-05). La convergencia con la encuesta sugiere que usabilidad por sí sola no basta: la confianza se construye con resguardo, supervisión visible y resolución de incidentes.

Experiencia de contratación: preferencia digital, pero con “puente humano”

En el canal preferido al contratar, la opción digital concentra 47,1 %, la presencial 25,5 % y el resto declara indiferencia. Aun así, el “seguro emocional” del canal humano persiste: *“Me gusta saber que, si pasa algo, puedo hablar con alguien en persona”* (BVF-03). En

perfiles más intensivos en inversión la experiencia omnicanal es la regla: *“Uso la web y la app; es transparente y la transacción se refleja de inmediato”* (BVF-04). Otros reconocen límites personales y prefieren el banco por autocontrol: *“Elegiría banco porque soy irresponsable financieramente”* (BVF-06). En breve, la digitalización convive con la necesidad de un soporte humano accesible y vías claras de escalamiento.

Vinculación con el marco comparativo de casos

Los resultados integrados dialogan directamente con el marco comparativo de empresas (BancoEstado, Banco Santander, Fintual y Mercado Pago). La primacía de la seguridad observada en la encuesta y en las entrevistas se corresponde con la ventaja estructural de la banca en atributos de respaldo institucional y regulación, mientras que las fintech –aunque reguladas y en expansión– siguen construyendo confianza específica para productos de ahorro e inversión. Esta convergencia ayuda a explicar por qué la banca opera como “ancla” de decisión, incluso entre usuarios familiarizados con lo digital.

En rentabilidad y costos, la percepción de mejor retorno en fintech que capturamos en la encuesta se alinea con el posicionamiento de Fintual (comisión fija y propuesta de carteras) y con las tasas promocionales de ahorro de Mercado Pago, mientras que los bancos tienden a ofrecer rendimientos más conservadores en productos masivos. Sin embargo, la baja claridad comparativa en comisiones y cargos –señalada por los propios participantes– sugiere que la adopción efectiva depende de traducir esas diferencias a reglas del juego simples y comparables para no expertos. Este cruce refuerza la recomendación de avanzar en comparadores estandarizados que integren retorno esperado, costos y niveles de resguardo.

Respecto de experiencia de uso y canales, la preferencia por lo digital “con puente humano” que aparece en las entrevistas se entiende a la luz de las categorías de cobertura y UX del marco comparativo: fintech 100% digitales ofrecen agilidad y simplicidad, mientras que la banca combina aplicaciones robustas con presencia física y redes de atención (p. ej., sucursales o corresponsalías), que funcionan como seguro emocional cuando hay incidentes o dudas. Esta lectura integrada sugiere que los modelos omnicanal seguirán siendo decisivos para ampliar la confianza y reducir fricciones en la contratación y postventa.

Finalmente, el cruce entre “perfil de usuario” del marco y la ambivalencia observada en la confianza hacia fintech ayuda a segmentar hallazgos: jóvenes y usuarios con mayor tolerancia al riesgo y alfabetización digital se sienten atraídos por propuestas de inversión automatizada y apps simples, mientras que públicos masivos o más aversos al riesgo priorizan el resguardo institucional y el acceso a soporte humano. Esta segmentación aporta una hoja de ruta para recomendaciones diferenciadas por perfil y para el diseño de mensajes de educación financiera alineados con preocupaciones reales de los consumidores.

Capítulo 4 – Resultados

4.1. Análisis del uso real de las entidades bancarias y servicios financieros virtuales

Los resultados acumulados de la encuesta y las entrevistas muestran un patrón estable que estructura la decisión de ahorro e inversión de los consumidores entre banca y fintech: la banca funciona como ancla de seguridad, mientras que las fintech se asocian a mayor rentabilidad percibida, en un contexto donde la claridad de costos y comisiones aparece como un dolor transversal. Esta lectura se apoya en promedios de la encuesta (muestra de 102 casos) y en testimonios cualitativos que ilustran por qué, aun en usuarios digitales, el resguardo institucional sigue ordenando la elección. En el agregado, la seguridad percibida favorece a la banca ($\approx 3,9/5$) frente a fintech ($\approx 2,9/5$), la rentabilidad percibida favorece a fintech ($\approx 3,1/5$) frente a la banca ($\approx 2,7/5$) y la claridad de costos se ubica en zona media-baja para ambos ecosistemas ($\approx 2,8$ vs. $\approx 2,7$), conformando un trade-off que el consumidor debe resolver con información incompleta o poco comparable.

En términos de segmentación, la encuesta evidencia que la adopción digital y las preferencias por canal varían con la edad y, en menor medida, por género. Entre 18–29 años predomina ampliamente la contratación digital y una valoración relativamente mayor de la rentabilidad fintech; hacia 60–74 años aumenta la preferencia por sucursal y se ensancha la brecha a favor de la seguridad bancaria, mientras cae la claridad percibida de costos en fintech. Por género, se mantiene la brújula general, con matices en costos (ligera ventaja de claridad para fintech en hombres y de la banca en mujeres). Estas diferencias no invierten el patrón central, pero sí orientan mensajes y prioridades de educación financiera por segmento.

Las entrevistas permiten comprender los mecanismos detrás de esos promedios. En los perfiles conservadores y de mayor edad, la seguridad se ancla en la regulación, la solvencia y la posibilidad de “recorrer a un humano” en caso de problemas; en los perfiles más jóvenes o tecnológicamente familiarizados, la rentabilidad y la liquidez inmediata de ciertos productos digitales justifican la adopción, aunque la seguridad sigue siendo condición habilitante. De ahí emergen tipologías útiles: la “conservadora institucional” (seguridad regulatoria y presencia física), la “rentabilista digital líquida” (retorno y rescate rápido, una vez despejada la duda de fraude) y la “híbrida pragmática” (banca para operar + fintech selectivas para ahorrar), que explican la convivencia de cuentas bancarias con “wallets” o fondos en una misma persona.

El análisis integrado triangula estas piezas con el marco comparativo de empresas: los datos cuantitativos y cualitativos convergen en que la ventaja estructural de la banca está en el respaldo institucional y regulatorio, mientras que las fintech, aun reguladas y en

expansión, siguen construyendo confianza específica para el ahorro y la inversión. En rentabilidad y costos, el posicionamiento de actores como Fintual y Mercado Pago refuerza la percepción de mejor retorno y tarifas simples, pero la adopción efectiva depende de traducir esa propuesta a reglas comprensibles para no expertos, idealmente en comparadores que integren retorno esperado, costos y niveles de resguardo en una sola vista. La experiencia real de contratación también es coherente con la idea de “digital con puente humano”: las apps simplifican, pero la presencia de canales de atención accesibles sigue operando como seguro emocional y funcional ante incidentes.

Estos hallazgos conversan con el marco teórico y jurídico del estudio. Desde la economía de la información (Akerlof; Stiglitz & Weiss), la elección del consumidor en finanzas está atravesada por asimetrías informativas: cuando la información sobre seguridad, costos o desempeño es difícil de observar o comparar, los usuarios privilegian señales de calidad y mecanismos de mitigación de riesgo (regulación, solvencia, reputación). La Ley Fintech N° 21.521 avanza en proveer un marco de supervisión proporcional e interoperabilidad, pero la protección al consumidor digital exige también transparencia efectiva en comisiones y vías de resolución de disputas que sean visibles para el usuario final. En suma, los patrones empíricos que observamos —banca=seguridad; fintech=rentabilidad; costos poco claros— son coherentes con la teoría de asimetrías y con el énfasis internacional (OCDE, Banco Mundial) en estándares de transparencia y educación financiera para cerrar brechas de comprensión en entornos digitales.

A nivel conductual, la “cautela racional” que muestran segmentos de mayor edad no es mero rezago tecnológico, sino una respuesta a riesgos percibidos (fraude, pérdida de capital, falta de asistencia) y a experiencias pasadas con fricciones. La literatura de inclusión financiera sugiere que la digitalización amplía acceso, pero si la claridad de precios y los mecanismos de resguardo no se vuelven tangibles, se consolidan usuarios mixtos que diversifican por conveniencia sin abandonar el “ancla” bancaria. La evidencia cualitativa de nuestro estudio —necesidad de un interlocutor, validación social, demanda por comparadores oficiales— refuerza esa lectura y alinea el rol de AGRECU y SERNAC con verificadores pedagógicos que hagan explícitos los trade-offs para el público general.

4.2. Hallazgos generales

En términos generales, la evidencia sugiere que la banca tradicional conserva una ventaja simbólica y práctica asociada al resguardo. En la encuesta, los bancos obtienen una evaluación significativamente mayor en seguridad percibida (3,92/5) que las fintech (2,87/5), y la seguridad aparece como el factor más valorado al momento de elegir una alternativa de ahorro o inversión. Esta primacía de la seguridad no es solo una preferencia declarativa; se traduce en un tipo de racionalidad cotidiana que privilegia el respaldo

institucional, la regulación y la posibilidad de contar con canales de atención “humanos” frente a contingencias. Lo que emerge es una confianza anclada en la estabilidad y en la tangibilidad: la idea de que “si ocurre algo”, existe un espacio de resolución más claro y un interlocutor identificable.

Sin embargo, este anclaje en la banca no implica que los consumidores desestimen lo digital. Por el contrario, la adopción de plataformas digitales es alta: 55,9% declara haberlas utilizado en los últimos doce meses. Aun así, esta disposición a lo digital convive con una ambivalencia marcada cuando se trata de depositar confianza para invertir. La encuesta muestra que 62,7% declara “no estar seguro/a” de confiar en una fintech para invertir sus ahorros; solo 24,5% afirma que sí confiaría y 12,7% responde negativamente. En otras palabras, lo digital aparece como una práctica instalada, pero no necesariamente como un espacio de confianza plena cuando el dinero se asocia a riesgo, incertidumbre o pérdida potencial.

Esta ambivalencia se ilumina con fuerza al incorporar las entrevistas. En ellas se consolida un clivaje nítido: por un lado, la banca se asocia a seguridad institucional y respaldo; por otro, las fintech se asocian a conveniencia, liquidez y percepción de mejores retornos. En perfiles mayores de 30 o con menor familiaridad tecnológica, predomina la preferencia por banca tradicional, aun reconociendo costos altos o menor rentabilidad. En perfiles más jóvenes o con mayor alfabetización digital, se abre un espacio de experimentación fintech, especialmente cuando se perciben ventajas concretas —como intereses diarios, rescate rápido o interfaces intuitivas—, pero siempre bajo la condición de que el servicio sea “lo suficientemente seguro” o socialmente validado. Aquí aparece un mecanismo de confianza distinto: cuando el respaldo institucional no es evidente, la adopción se apoya en la recomendación de pares y la trayectoria percibida de la plataforma.

La dimensión de rentabilidad opera como promesa que tensiona el dominio de la seguridad, aunque no lo reemplaza. En la encuesta, la rentabilidad percibida es mayor en fintech (3,07/5) que en bancos (2,70/5), lo que sugiere que el imaginario de retorno se desplaza hacia lo digital. Pero esa percepción no se traduce automáticamente en conducta: los testimonios muestran una prudencia extendida, en parte por aversión al riesgo y en parte por incertidumbre sobre reglas del producto. Así, aun cuando exista interés en diversificar o buscar rendimientos mayores, la decisión se frena si el consumidor no comprende los mecanismos, desconfía del soporte, o teme no poder resolver incidentes.

4.3. Hallazgo transversal

El hallazgo más transversal del estudio aparece con claridad en la opacidad o baja comprensión de costos y comisiones atraviesa tanto a banca como a fintech. En la encuesta, la claridad de costos obtiene puntajes bajos en ambas (bancos 2,79/5; fintech 2,68/5). Aun cuando se suele suponer que las fintech “cobran menos” o “son más transparentes”, los datos sugieren que el problema no es solo cuánto se cobra, sino cómo se informa y cuán comparable resulta para el usuario. En las entrevistas, la sensibilidad a cobros bancarios se expresa como frustración e incluso como desconfianza (“te cobran cosas que no viste”), mientras que en fintech aparece la idea de “costo cero” o ausencia de comisiones visibles, lo que puede ser una percepción incompleta si el usuario no identifica costos indirectos o condiciones del servicio. De fondo, la dificultad para traducir tasas, comisiones y condiciones en una comparación comprensible produce asimetrías de información que terminan ordenando la decisión por atajos: “lo más seguro” o “lo más recomendado”, antes que “lo más eficiente”.

La experiencia de contratación aporta una clave adicional. Aunque la preferencia por contratar digitalmente es mayor (47,1%) que la preferencia por lo presencial (25,5%), persiste la necesidad de un “puente humano” como soporte simbólico y práctico. Es decir, la digitalización no elimina la expectativa de atención, sino que reconfigura su demanda: los consumidores buscan rapidez y autonomía, pero también desean la posibilidad de escalamiento humano ante dudas, errores o incidentes. Esta necesidad se vuelve más intensa en perfiles con brecha digital o que vivieron procesos de cambio mal acompañados (por ejemplo, migraciones de sistemas de seguridad o dificultades para operar con aplicaciones). En consecuencia, la omnicanalidad emerge como elemento relevante: no solo como oferta de canales, sino como forma de reducir incertidumbre.

Finalmente, el análisis cualitativo permite sintetizar el fenómeno en tipologías de usuario que organizan la evidencia. Se observa una tipología conservadora institucional, que privilegia regulación, solvencia y presencia física; una tipología rentabilista digital líquida, que prioriza retorno y rescate rápido, y adopta fintech con validación social; y una tipología híbrida pragmática, que combina banca para operaciones y fintech para ahorro líquido selectivo, buscando equilibrio entre conveniencia y disciplina. Estas tipologías muestran que la comparación bancos/fintech no opera como sustitución lineal, sino como un continuo de combinaciones prácticas, mediadas por edad, alfabetización digital, objetivo del ahorro y experiencias previas de confianza o fraude.

En síntesis, los hallazgos del Capítulo 4 permiten sostener que el mercado chileno de ahorro e inversión se organiza hoy por una tensión estructural: la banca continúa ocupando el lugar de la seguridad, mientras las fintech ganan terreno por conveniencia y rentabilidad percibida, pero enfrentan un techo de confianza para inversión. En ambos mundos, la baja comparabilidad de costos y condiciones constituye un déficit transversal que limita decisiones informadas. Por ello, más que una disputa tecnológica, el problema central es de información, confianza y protección del consumidor: cómo se construyen entornos donde la innovación financiera no sea sinónimo de mayor incertidumbre, sino de mejores capacidades reales para elegir.

Capítulo 5 – Conclusiones

El estudio desarrollado por AGRECU confirma que la comparación entre banca tradicional y fintech en Chile no puede reducirse a una oposición simple entre “lo antiguo” y “lo nuevo”, sino que expresa un reordenamiento observable del ecosistema financiero que combina promesas de conveniencia y retorno con persistentes asimetrías de información y necesidades de resguardo institucional por parte de los consumidores. La expansión de plataformas digitales para ahorrar e invertir ha introducido nuevas formas de acceso, rapidez y automatización, pero también ha trasladado al usuario una parte relevante del “trabajo” de comprender condiciones, comparar costos y evaluar riesgos en un entorno que no siempre resulta transparente. A partir de un enfoque mixto que articula un marco teórico-jurídico, un análisis comparativo de casos (BancoEstado, Banco Santander, Fintual y Mercado Pago), una encuesta de opinión (N=102) y entrevistas semiestructuradas (n=6), el estudio permite caracterizar de manera integrada cómo se organiza hoy la decisión financiera cotidiana entre seguridad, rentabilidad y costos, y cuáles son sus implicancias para la protección de los consumidores.

En primer lugar, los resultados muestran que la seguridad continúa operando como el eje estructurante de la elección. La banca tradicional conserva una ventaja clara en seguridad percibida, lo que sugiere que el respaldo institucional —regulación, solvencia y estabilidad— sigue siendo el principal criterio de anclaje cuando se trata de resguardar ahorros. Esta preferencia no aparece como un mero hábito conservador, sino como una respuesta coherente a la experiencia de incertidumbre que acompaña a las decisiones financieras: el consumidor no solo evalúa tasas o rendimientos, evalúa también su capacidad de reacción ante un problema, la posibilidad de reclamar y la existencia de un interlocutor. En las entrevistas, esta dimensión se expresa como un “seguro emocional” que refuerza la banca como espacio de confianza, especialmente entre perfiles con menor familiaridad tecnológica o con alta aversión al riesgo, para quienes la presencia física y la figura del ejecutivo funcionan como garantía práctica de resolución.

En segundo lugar, el estudio evidencia que las fintech se posicionan por la vía de la conveniencia digital y una rentabilidad percibida como más atractiva, pero esa promesa convive con una ambivalencia persistente respecto de la confianza específica para invertir. La adopción de plataformas digitales está instalada como práctica en la muestra, lo que indica que lo digital dejó de ser excepcional; sin embargo, cuando la acción implica “poner los ahorros”, la confianza no se transfiere automáticamente desde el uso cotidiano a la inversión. En los testimonios, las fintech se valoran por su facilidad de uso, rapidez de

rescate y experiencia intuitiva, pero la decisión de utilizarlas para ahorrar o invertir suele depender de que se despejen temores asociados a fraude, estabilidad o falta de soporte. En este escenario, la confianza se construye menos por respaldo institucional visible y más por trayectoria percibida y validación social: recomendaciones, experiencias de pares y reputación pública. Esto contribuye a explicar por qué la relación entre banca y fintech no se expresa como sustitución lineal, sino como combinación pragmática: banca como base segura y fintech como complemento para liquidez, experimentación o búsqueda de retorno.

En tercer lugar, los hallazgos revelan un problema transversal que estructura la vulnerabilidad del consumidor financiero contemporáneo: la baja claridad y comparabilidad de costos y comisiones. Tanto en banca como en fintech, la comprensión de cobros aparece debilitada, lo que limita la posibilidad de comparar opciones bajo reglas claras. En banca, la percepción dominante es de costos altos o de cargos que no siempre se anticipan con suficiencia; en fintech, aparece con frecuencia la idea de “bajo costo” o “sin comisiones”, que puede operar como percepción incompleta cuando las condiciones no se comunican en un lenguaje simple o cuando los cargos se integran indirectamente. De fondo, la dificultad para traducir comisiones, tasas y condiciones a un “costo total” comparable refuerza asimetrías de información y empuja a los consumidores a decidir mediante atajos —seguridad institucional, recomendación, facilidad de uso— antes que por evaluaciones integrales de riesgo, retorno y costo. En ese sentido, el estudio sugiere que la competencia entre proveedores no se traduce automáticamente en bienestar del consumidor si la información disponible no es comprensible y comparable.

En cuarto lugar, los resultados muestran que la digitalización financiera no elimina la necesidad de protección: la reconfigura. Aunque existe una preferencia significativa por contratar digitalmente, persiste la demanda por canales efectivos de orientación y resolución, especialmente en situaciones de duda, error o contingencia. En las entrevistas, la omnicanalidad aparece como un elemento de confianza en sí mismo: no solo importa que la app sea ágil, sino que exista claridad sobre qué hacer cuando algo falla, cómo se escala un problema y quién responde. La brecha digital se manifiesta así no solo como dificultad técnica, sino como sensación de exclusión cuando los cambios tecnológicos son mal acompañados o cuando los usuarios no encuentran soporte accesible. Esta dimensión resulta especialmente relevante para una mirada institucional: la innovación que facilita la entrada al sistema puede, al mismo tiempo, aumentar exposición a riesgos si no se acompaña de mecanismos robustos de atención, reclamo y trazabilidad.

Finalmente, la evidencia cualitativa permite comprender que el mercado se organiza por perfiles de usuario más que por categorías rígidas de proveedor. Se observan trayectorias conservadoras que privilegian regulación y presencia física, trayectorias rentabilistas que adoptan soluciones digitales por retorno y liquidez, y trayectorias híbridas que combinan banca y fintech según objetivos y momentos. Estas tipologías muestran que el dilema no es “bancos o fintech”, sino cómo se articulan seguridad, disciplina de ahorro, tolerancia al riesgo y comprensión del producto en contextos reales. Desde esta perspectiva, los hallazgos sugieren que cualquier estrategia de educación financiera y protección al consumidor debería reconocer objetivos distintos —colchón de emergencia, ahorro de mediano plazo, inversión de largo plazo— y adecuar mensajes a capacidades y preocupaciones efectivas de los usuarios.

Desde el punto de vista institucional, las conclusiones del estudio entregan insumos claros para orientar acciones públicas y de política de consumo. La evidencia sugiere que la principal brecha no reside en la falta de oferta, sino en la falta de condiciones de decisión informada: se vuelve prioritario fortalecer formatos estandarizados y simples de información que permitan comparar, en una sola vista, costos, condiciones de retiro, riesgos, estatus regulatorio y canales de soporte, reduciendo la carga cognitiva que hoy recae en el consumidor. Del mismo modo, la construcción de confianza en el ecosistema fintech no depende solo de interfaces amigables, sino de señales institucionales legibles para usuarios no expertos: qué significa estar regulado, qué resguardos existen, cuáles son los límites y qué rutas de reclamo corresponden. En esa articulación, se refuerza la importancia de una coordinación efectiva entre las instituciones con competencias en protección al consumidor y supervisión financiera, de modo que la innovación no debilite garantías, sino que las fortalezca.

En síntesis, la investigación muestra que el mercado de ahorro e inversión en Chile se organiza hoy por la convergencia entre una banca que mantiene ventaja estructural en seguridad y confianza, y un mundo fintech que avanza por conveniencia y rentabilidad percibida, pero enfrenta un umbral de confianza aún no resuelto. En ambos espacios persiste una debilidad crítica en la claridad y comparabilidad de costos, lo que reproduce asimetrías de información y limita decisiones plenamente informadas. Lejos de ser un problema menor, este fenómeno se inscribe en transformaciones más amplias del consumo digital: la expansión de alternativas no siempre se traduce en mayor bienestar, y la protección efectiva de derechos requiere articular dimensiones tecnológicas, económicas y jurídicas en un lenguaje accesible para la ciudadanía. El estudio ofrece así un diagnóstico robusto y replicable, que puede servir de base para productos de difusión

orientados a consumidores, para eventuales comparadores estandarizados y para futuras profundizaciones que incorporen segmentaciones más finas, variaciones territoriales y evaluación de cambios regulatorios en la experiencia cotidiana del consumidor financiero digital.

Referencias

- Akerlof, G. A. (1970). *The market for lemons: Quality uncertainty and the market mechanism*. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488–500. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- Álvarez-Sepúlveda, H. A. (2024). Educación financiera para la ciudadanía: Desafíos y perspectivas en el contexto chileno. *Revista Tecnológica-Educativa Docente 2.0*, 17(1), 18–24. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2665-02662024000100018
- Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. P. (2015). *The evolution of FinTech: A new post-crisis paradigm?* University of Hong Kong Faculty of Law Research Paper No. 2015/047. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2676553>
- Banco Mundial. (2021). *Global Findex Database 2021: Financial inclusion, digital payments, and resilience in the age of COVID-19*. Washington, DC: World Bank Group. <https://globalfindex.worldbank.org/>
- Comisión para el Mercado Financiero (CMF). (2024). *Informe sobre consumidores financieros digitales*. Santiago de Chile: CMF. <https://www.cmfchile.cl>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research* (2ª ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Del Barrio, O., Menéndez, A., & Ibáñez, J. (2017). Fintech: La tecnología en las finanzas. Oportunidades y desafíos. *Revista Icade: Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, (103), 117–140. <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistaicade/article/view/8397>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Finnovista. (2024). *Fintech Radar Chile 2024*. Ciudad de México: Finnovista. <https://www.finnosummit.com/wp-content/uploads/2024/07/Comunicado-Prensa-Fintech-Radar-Chile-2024.pdf>
- Forbes Chile. (2024, 17 de septiembre). *Fintechs chilenas: Son más actores y más diversos pero todavía persisten algunos de sus desafíos*. <https://forbes.cl/negocios/2024-09-17/fintechs-chilenas-son-mas-actores-y-mas-diversos-pero-todavia-persisten-algunos-de-sus-desafios/>
- Garrigues. (2024). *Así avanza la regulación fintech en Colombia, Chile, México y Perú*. Madrid: Garrigues Digital. https://www.garrigues.com/es_ES/garrigues-digital/asi-avanza-regulacion-fintech-colombia-chile-mexico-peru

- Gomber, P., Koch, J.-A., & Siering, M. (2017). Digital finance and FinTech: Current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537–580. <https://doi.org/10.1007/s11573-017-0852-x>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Landa, H. O., & Silva, T. (2024). Impacto del desarrollo financiero en el crecimiento económico de América Latina. *Contaduría y Administración*, 69(4), 101115. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422021000400115&script=sci_arttext
- Ley N° 19.496. (1997). *Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores*. *Diario Oficial de la República de Chile*, 7 de marzo de 1997. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=30390>
- Ley N° 19.628. (1999). *Sobre protección de la vida privada*. *Diario Oficial de la República de Chile*, 28 de agosto de 1999. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=141599>
- Ley N° 21.521. (2023). *Establece un marco general para la prestación de servicios financieros mediante medios tecnológicos (Ley Fintech)*. *Diario Oficial de la República de Chile*, 4 de enero de 2023. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1187323>
- Mastercard. (2025). *El papel clave de las fintechs en la inclusión financiera en América Latina y el Caribe*. Miami: Mastercard Latin America. <https://www.mastercard.com/news/latin-america/es/sala-de-prensa/>
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), Art. 20. <https://doi.org/10.17169/fqs-1.2.1089>
- Moncada, C. (2023). *Fintech en Chile: Evidencias de una tecnología financiera en desarrollo* [Tesis de licenciatura, Universidad de Chile]. Repositorio Académico de la Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/>
- OCDE. (2022). *Financial consumer protection and digitalisation in Asia*. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/finance/>
- Soto, G. M., & Botía, M. T. (2020). La revolución FinTech en los medios de pago: Situación actual y perspectivas. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 2(2), 69–90. <https://doi.org/10.17561/ree.v2020n2.7>
- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. *The American Economic Review*, 71(3), 393–410.
- Teddlie, C., & Tashakkori, A. (2009). *Foundations of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.