

Mambu identifica las 5 tribus financieras surgidas tras la pandemia

La crisis sanitaria ha provocado que el 75% de los consumidores a nivel global sea más proclive a utilizar servicios de banca digital, que 61% haya hecho un mayor uso de dichos servicios en los últimos 18 meses, y que un 41% los haya comenzado a utilizar por primera vez. De acuerdo con un nuevo informe de Mambu, plataforma cloud de servicios financieros SaaS

Según The financial tribes you need to know un nuevo informe de Mambu, plataforma cloud de servicios financieros SaaS, tres cuartas partes (75%) de los consumidores a nivel global son ahora más proclives a utilizar la banca digital que antes de la pandemia. Según dicho informe, casi dos tercios (61%) de los consumidores a nivel mundial han hecho un mayor uso de los servicios de banca digital en los últimos 18 meses, y dos de cada cinco (41%) han comenzado a utilizar estos servicios por primera vez.

Para realizar dicho estudio, último de la serie "Disruption Diaries" de Mambu, la compañía ha encuestado a 4.500 consumidores en todo el mundo y ha podido identificar cinco "tribus" financieras emergentes que los bancos deberían tener en cuenta tras la pandemia:

Aceleradores tecnológicos

Incluye a aquellos usuarios que acaban de llegar al mundo de la banca digital y que han adoptado estos servicios digitales como respuesta al cierre de sucursales bancarias físicas. Esta tribu es la más grande a nivel mundial y representa un tercio (33%) del total de encuestados. Más de la mitad (57%) tienen más de 35 años y han utilizado con más frecuencia los servicios de banca digital en los últimos 18 meses.

Banqueros éticos

Jóvenes ahorradores que desean tener un impacto positivo en el mundo. Esta tribu es la segunda más grande a nivel mundial, representa el 31% de los encuestados y casi la mitad (49%) tienen entre 18 y 34 años. Están dispuestos a pagar un coste extra por poder utilizar servicios financieros "premium" con los que proteger al medio ambiente o las comunidades locales, y más de tres cuartas partes (77%) prefieren los bancos que priorizan los valores éticos que los financieros.

Aficionados a la comodidad

Compuesta por aquellos compradores que quieren tener todo el control al alcance de la mano y sin coste adicional. Este grupo representa casi una cuarta parte (23%) de los encuestados a nivel mundial y son predominantemente personas de mediana edad o mayores, 55% mayores de 35 años. Esta tribu es más reacia a pagar una prima por servicios que ahorren tiempo y que ofrezcan flexibilidad, y esperan recibir, como base, una experiencia de cliente de alta calidad.

Covidemprendedores

Emprendedores que han creado su propio negocio durante la pandemia y necesitan servicios bancarios comerciales fiables y fáciles de usar. Los covidemprendedores son la tribu más joven a nivel mundial, con casi dos tercios (64%) menores de 35 años y una cuarta parte (25%) menores de 25. Este grupo defiende la importancia de los servicios comerciales de los bancos y es probable que inviertan en activos tradicionales.

Neo Activos

Compuesta por nuevos propietarios de activos que desean utilizar servicios financieros para gestionarlos. Es la tribu más pequeña, pero de rápido crecimiento a nivel mundial. Dos tercios (66%) son hombres y más de la mitad tienen menos de 35 años. Es más probable que este grupo posea neoactivos, como criptomonedas (75%) o NFT (26%), y, además, consideran que este tipo de activos son importantes para los bancos.

Conclusiones en la región de EMEA

La mayoría de los consumidores en EMEA se identifican con las tribus de Banqueros Éticos (34%) o con la de Aceleradores Tecnológicos (33%). Sin embargo, se ven menos reflejados en los Covidemprendedores (6%) o los Neo Activos (4%). Por otro lado, el 84% de los encuestados considera que las entidades financieras deben dar un valor importante a la banca digital y a los servicios online.

Eugene Danilkis, CEO de Mambu, comenta, “cada tribu nos dice algo significativo sobre la forma en que se está adaptando el comportamiento del consumidor y lo que los bancos deben hacer para mantenerse a la vanguardia. La segmentación tradicional de los clientes en los servicios financieros ya no existe. El modelo de `talla única` para todos, en el que los clientes se clasificaban en función de cuánto ganaban o sus datos demográficos, ya no funciona en el escenario financiero actual. Si los bancos quieren prosperar en el futuro, deben pensar en cómo acercarse a los nuevos grupos que surgen dentro de la sociedad y qué productos ofrecerles que satisfagan sus necesidades y valores. En Mambu tenemos más de 50 millones de usuarios finales a nivel mundial lo que demuestra la creciente demanda de productos financieros digitales”.

Tom Cheesewright, experto en análisis de tendencias, señala, “la industria bancaria y financiera ha sido históricamente gestionada de manera tradicional, y se ha visto sacudida de manera repentina por una gran demanda de servicios digitales. El impacto de los bloqueos globales ha impulsado al mundo hacia su propio futuro digital, y ha logrado un cambio repentino en la percepción positiva de la banca online: cambio que se esperaba que tardase unos años en implementarse. Los bancos con planes de transformación previos a la pandemia han sido abandonados por clientes ya que han encontrado nuevas formas de administrar su dinero durante la crisis financiera, como lo ilustran las “tribus” identificadas en el informe. Ahora existe cierta presión para que las instituciones financieras demuestren que pueden cumplir con la ética, la eficiencia y la innovación”.

Acerca de Mambu

SaaS, nativa en la nube y orientada al uso de APIs. Todo esto describe a Mambu, la plataforma de servicios bancarios y financieros, líder en el mercado. Creada en 2011, Mambu habilita la aceleración del lanzamiento de productos digitales para las instituciones financieras, como bancos, financieras, fintechs, y otras. Basado en el principio de la banca por componentes, las organizaciones pueden crear su propio ecosistema al integrarse con sus partners tecnológicos y así satisfacer las necesidades del

negocio y las demandas del usuario final. Mambu cuenta con 800 empleados que dan soporte a 180 clientes en más de 65 países, incluyendo Naranja X del Grupo Galicia, ank del Grupo Itau, MACH del Grupo BCI, N26, OakNorth, Tandem, ABN AMRO, Bank Islam y Orange Bank. www.mambu.com

Datos de contacto:

Francisco Sánchez Blanco

+34.639.16.60.38

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [E-Commerce](#) [Software](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>