



DATA ANALYSIS
INSIGHTS
TRENDS
FORECAST

BRIEF DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Banco de Chile

Plan

ESTUDIANTE

del Chile

El presente documento será el principal marco de referencia para los participantes del concurso DATA FINDERS, guiando sus proyectos hacia el cumplimiento de los objetivos planteados por Banco de Chile. La información recopilada los ayudará a abordar la primera etapa del concurso, además de entregar lineamientos para construir una propuesta de investigación rigurosa, estratégica y accionable para el negocio. El desafío busca que los equipos participantes comprendan en profundidad las motivaciones, barreras, expectativas y comportamientos financieros de los estudiantes de educación superior en Chile, con foco en el Plan Estudiante de Banco de Chile.

INCLUYE:

- Contexto del proyecto.
- Problema de negocio.
- Objetivo de la Investigación.
- Definición del Target.
- Cobertura.
- Entregables

65%

1. Contexto del proyecto.

El mercado financiero chileno se encuentra en un proceso de transformación impulsado por la digitalización, la aparición de nuevos actores fintech, el crecimiento de las billeteras digitales, los medios de pago móviles y una mayor exigencia de los consumidores por experiencias simples, rápidas, personalizadas y transparentes. En este escenario, los estudiantes de educación superior representan un segmento estratégico, ya que se encuentran en una etapa de formación de hábitos financieros, primeras decisiones de consumo, apertura de cuentas, recepción de ingresos y construcción de relaciones de confianza con instituciones financieras.

La Generación Z ha crecido en un entorno digital, social y altamente conectado. Para este grupo, la relación con una marca financiera no depende únicamente del producto, sino también de la facilidad de uso, la experiencia móvil, los beneficios percibidos, la recomendación de pares, la reputación, la transparencia y la capacidad de la institución para acompañar sus necesidades cotidianas. Esta generación espera soluciones financieras que sean útiles, comprensibles, seguras y coherentes con su etapa de vida.

La bancarización de los jóvenes ha aumentado, pero tener acceso a una cuenta o tarjeta no necesariamente significa que una institución sea considerada su banco principal. Muchos estudiantes utilizan simultáneamente cuentas bancarias, tarjetas de débito, productos de prepago, billeteras digitales, aplicaciones de pago, transferencias y beneficios de distintas marcas. Por ello, el desafío no se limita a captar estudiantes, sino a comprender cómo transformar una primera relación bancaria en una relación frecuente, valorada y sostenible en el tiempo.

Actualmente existe una alta competencia entre bancos tradicionales, bancos digitales, fintechs y plataformas financieras por capturar clientes jóvenes durante sus primeros años universitarios. Las propuestas dirigidas al segmento compiten mediante cuentas sin costo, beneficios, descuentos, experiencias digitales, rapidez de contratación y comunicación en canales sociales. En este contexto, Banco de Chile necesita identificar con precisión qué atributos pueden diferenciar su propuesta y qué elementos del Plan Estudiante son realmente relevantes para el segmento.



Banco de Chile cuenta con un producto específico para estudiantes de educación superior: PLAN ESTUDIANTE. Este producto está compuesto por:

- Cuenta Corriente
- Tarjeta de Débito
- Tarjeta de Crédito sujeta a evaluación.

La investigación deberá evaluar:

- Nivel de conocimiento del producto
- Comprensión de su propuesta de valor
- Atractivo de sus beneficios
- Barreras de contratación
- Factores que impulsan el uso
- Potencial para convertirse en la puerta de entrada hacia una relación financiera de largo plazo.

Información pública del producto: <https://sitiospublicos.bancochile.cl/plan-estudiante>

El caso debe considerar además restricciones regulatorias relevantes. Dentro de los centros educacionales NO es posible comercializar productos de crédito, por lo que en dichos espacios solo podrán promoverse productos no crediticios como cuenta corriente y tarjeta de débito. Fuera de los centros educacionales se pueden ofrecer todos los productos bancarios autorizados. Dentro de los canales de comunicación utilizados, se encuentran medios de comunicación tradicional tales como mail, teléfono o visitas presenciales y canales digitales como plataformas de redes sociales (Meta, Google, Tiktok), además, como marca NO se pueden utilizar influencers para difusión. Cualquier recomendación deberá estar alineada con prácticas de educación financiera, uso responsable de productos bancarios y endeudamiento responsable.

2. Problema de negocio.

Banco de Chile busca convertirse en el banco principal de los estudiantes de educación superior a nivel nacional.

El desafío estratégico consiste en identificar qué debe ofrecer, comunicar y representar Banco de Chile para que los estudiantes no solo conozcan el Plan Estudiante, sino que lo consideren relevante, lo contraten, lo usen de manera frecuente y lo recomienden dentro de su entorno. La investigación deberá aportar evidencia para tomar decisiones relacionadas con captación universitaria, optimización de beneficios, experiencia digital, comunicación, educación financiera y construcción de relaciones de largo plazo.

Este problema es relevante para el crecimiento futuro del banco porque los estudiantes de hoy serán los futuros clientes más rentables del banco, por lo que tener su preferencia en una etapa temprana ayuda a generar fidelización como ventaja competitiva.

3. Objetivo de la Investigación

Objetivo general

Investigar y comprender las motivaciones, percepciones, comportamientos financieros, necesidades, expectativas y procesos de decisión de los estudiantes de educación superior en Chile, con el propósito de identificar oportunidades estratégicas que permitan posicionar el Plan Estudiante de Banco de Chile dentro de los jóvenes del país.

Objetivos específicos

- 1. Identificar los principales intereses, preocupaciones, aspiraciones y necesidades financieras de los estudiantes de educación superior.
- 2. Medir el nivel de conocimiento, familiaridad y awareness del Plan Estudiante de Banco de Chile.
- 3. Evaluar la percepción, atractivo, claridad y relevancia de los beneficios actualmente ofrecidos por Banco de Chile para los estudiantes.
- 4. Comprender qué atributos son más valorados al momento de elegir una institución financiera o billeteras digitales (confianza, costo, beneficios, experiencia digital, reputación, seguridad, cercanía, simplicidad, etc.).
- 5. Levantar insights sobre el customer journey asociado al Plan Estudiante y detectar oportunidades de mejora.
- 6. Identificar barreras, fricciones y motivadores para contratar y usar el Plan Estudiante.
- 7. Realizar un benchmark competitivo respecto a bancos, fintechs, wallets y otras alternativas financieras utilizadas por estudiantes.
- 8. Determinar si existe influencia de terceros (¿cuáles o quiénes?) a la hora de elegir un producto bancario o pasa por una decisión propia.
- 9. Identificar los canales de comunicación e información más relevantes para conectar con estudiantes de educación superior.
- 10. Comprender el Daily Banking de estudiantes.



Alcance esperado

Generar insights accionables para:

1. Optimizar la estrategia de captación universitaria, identificando momentos, canales y mensajes de mayor efectividad.
2. Mejorar la propuesta de valor del Plan Estudiante, priorizando beneficios relevantes para el segmento.
3. Incrementar la principalidad bancaria, comprendiendo qué comportamientos, productos, beneficios y experiencias impulsan el uso frecuente.
4. Mejorar la comunicación del producto, utilizando lenguaje, tono y formatos acordes a la realidad del estudiante.
5. Diseñar nuevas experiencias digitales, simples, autogestionadas y centradas en el usuario.
6. Incorporar acciones que generen valor real en los estudiantes, educación financiera, soporte y recomendación.
7. Identificar oportunidades de activación presencial y digital respetando las restricciones regulatorias aplicables dentro de centros educacionales.
8. Definir segmentos o perfiles de estudiantes con necesidades, barreras y motivadores diferenciados.
9. Construir recomendaciones concretas para fortalecer la vinculación de largo plazo con Banco de Chile.

4. Definición del Target

Público Objetivo

El target está compuesto por estudiantes de educación superior residentes en Chile, pertenecientes a universidades e institutos profesionales acreditados. El estudio deberá considerar clientes actuales de Banco de Chile, clientes de otras instituciones financieras, usuarios de fintechs y usuarios de billeteras digitales.

Características Demográficas

Edad: Estudiantes entre 18 y 27 años.

Nivel socioeconómico: ABC1, C2, C3 y D, con apertura suficiente para identificar diferencias en necesidades, motivadores y barreras.

Cobertura geográfica: todo el territorio nacional, con énfasis en zonas urbanas y regiones con concentración de instituciones de educación superior.

Situación académica: estudiantes de primer año, años intermedios, último año, estudiantes vespertinos, estudiantes que trabajan y recién egresados.

Tipo de institución: universidades e institutos profesionales acreditados.

5. Cobertura

Todo el territorio nacional. El estudio deberá considerar diversidad regional, tipos de instituciones de educación superior y distintas realidades del segmento estudiante, incluyendo diferencias entre universidades, institutos profesionales, estudiantes de jornada diurna, vespertina, estudiantes que trabajan y egresados.

6. Entregables

Los estudiantes deberán elaborar un proyecto de investigación que contemple los siguientes elementos.

1. Antecedentes, profundizar la información entregada por el caso. Documento adjunto, de máximo 2 páginas en formato Word o PDF.

2. Propósito, determinar la razón fundamental por la cual se lleva a cabo el estudio o investigación específica. Este punto orienta el enfoque del trabajo, y permite comprender en entendimiento de los objetivos y establece la relevancia del tema a investigar. TEXTO EN FORMULARIO: máximo 1500 caracteres.

3. Objetivo general y específicos, los participantes pueden agregar otros objetivos en el caso de considerarlos pertinentes para su investigación con el fin de diferenciar su propuesta. Agregar hipótesis en este apartado. TEXTO EN FORMULARIO máximo 1500 caracteres.

4. Metodología

4.1 Determinar metodología diseño cualitativo y/o cuantitativo
TEXTO EN FORMULARIO máximo 1200 caracteres.

4.2 Grupo objetivo
TEXTO EN FORMULARIO máximo 1500 caracteres.

4.3 Diseño muestral
TEXTO EN FORMULARIO máximo 1800 caracteres.

5. INSTRUMENTOS (instrumentos de investigación) Seleccionar y diseñar instrumentos de investigación. Explica el orden y la forma en la que quieres aplicar los instrumentos. Documento adjunto, de máximo 5 páginas en formato Word o PDF.

6. Carta Gantt, determinar los plazos del Proyecto, indicar claramente las fechas clave que el equipo determina, incluyendo la fecha límite para la entrega del proyecto en sus dos etapas, para ello considerar las fechas actualizadas que se entregaran vía correo en los próximos días. Si existen hitos intermedios importantes, por favor menciónelos para que pueda explicar la propuesta. Documento adjunto en formato Excel.



78%

TRENDS
FORECAST

Se valorarán especialmente propuestas capaces de traducir resultados en recomendaciones concretas para captación, principalidad, experiencia digital, comunicación, beneficios, uso responsable de IA y educación financiera. Las propuestas deberán respetar las restricciones regulatorias aplicables a la comercialización de productos financieros dentro de centros educativos.

En esta etapa solo se solicita el diseño de los instrumentos de investigación; su aplicación corresponde exclusivamente a la segunda fase del concurso.

Para la entrega de toda la información se ha activado la plataforma DATAFINDERS.CL a la que podrá acceder cada líder de equipo con las credenciales que les serán enviadas en los próximos días. En esta plataforma cada equipo deberá ingresar sus respuestas de texto, directo en el formulario; además de cargar los documentos adjuntos solicitados en los formatos requeridos. Es fundamental que se respeten los plazos establecidos para asegurar una entrega adecuada.

Por último, deben considerar que solo serán consideradas para revisión por el jurado aquellas entregas que cumplan con el 100% de la información solicitada.

Dudas a admin@datafinders.cl.

¡ÉXITO!