

Los usuarios tienen estacionamiento asegurado y son recibidos en la entrada por un concierge

Así funcionan las sucursales de Scotiabank para clientes de rentas altas

“A este segmento no se le conquista solo por acumulación de puntos, sino con exclusividad operativa y acompañamiento personalizado”, dice el especialista en finanzas Jorge Berríos sobre la irrupción de ofertas para el público ABC1.

MAURICIO RUIZ

El primer contacto no es visual, es a través del olfato. Apenas se cruza la puerta de la sucursal de Apoquindo 2827, en Las Condes, un aroma suave y agradable recibe a los usuarios de Singular, el nuevo servicio premium de Scotiabank Chile para clientes de rentas altas. No es un detalle dejado al azar: el banco está testeando distintas fragancias con la idea de que ese olor sea tan identificable como su logo o su color corporativo.

La experiencia empieza antes de entrar. La sucursal cuenta con estacionamientos exclusivos para estos clientes y, una vez dentro, quien recibe no es un guardia ni un tótem digital, sino un concierge (conserje en inglés) que les da la bienvenida y los acompaña hasta el escritorio de su ejecutivo. El mensaje es claro desde el inicio: aquí la lógica no es la fila ni el trámite, sino la asesoría y el tiempo dedicado.

La sucursal Singular de Apoquindo está diseñada como un lugar de encuentro más que como una oficina bancaria tradicional. Cuenta con cuatro salas de reuniones privadas, pensadas para largas conversaciones entre ejecutivos y clientes, además de áreas de atención con diseño sobrio, contemporáneo y silencioso y un espacio para servirse un buen café en grano. Todo apunta a generar un ambiente donde hablar de inversiones, patrimonio o planificación financiera no se sienta apurado ni impersonal.

Este nuevo formato es parte de la estrategia del banco para crecer en el segmento de clientes de mayores ingresos.

“La estrategia es global, no solo de Chile. En todos los países donde está Scotiabank estamos apuntando a atender mejor a los clientes del segmento de rentas altas, con una propuesta de valor diferenciada y ejecutivos que actúen como verdaderos asesores”, explica Carolina Echer, vicepresidenta de Distribución Banca Retail de Scotiabank.

¿Quiénes pueden ser clientes Singular? Según la ejecutiva, existen dos grandes criterios. El primero es la renta: personas con ingresos mensuales sobre los \$7.000.000. El segundo es el patrimonio invertido: clientes con más de \$100.000.000 en inversiones financieras dentro del banco, como fondos mutuos, depósitos a plazo u otros instrumentos

Carolina Echer, vicepresidenta de Distribución Banca Retail de Scotiabank, dice que esta es una estrategia global del banco.



RICHARD SALGADO



DAVID VELÁSQUEZ

En las sucursales con esta atención especial se ve el logo Singular junto al tradicional del banco.

financieros. Además, Scotiabank trabaja con otros segmentos desde rentas cercanas a los \$3.000.000 que pueden ser atendidos en otras 27 sucursales similares en Santiago y regiones, aunque no todas son exclusivamente Singular.

Uno de los pilares del modelo es la integración digital. Los clientes cuentan con un canal directo para interactuar con su equipo a través de la aplicación del banco. En la sección Tus Asesores Financieros, el cliente puede chatear, llamar o realizar videollamadas con su ejecutivo, el asesor de inversiones, el gerente de la sucursal o su asistente de negocios. No es un bot: son personas concretas, disponibles y a quienes se evalúa según sus tiempos de respuesta.

“El objetivo es que el cliente tenga comunicación inmediata y segura con su ejecutivo, que sienta que hay un equipo completo acompañándolo en todo su ciclo financiero”, señala Echer.

Y la atención no es solo para él, también incluye a su núcleo familiar.

Sobre las tarjetas de crédito, Carolina Echer señala que estas cumplen un rol central dentro de la propuesta Singular, ya que buscan combinar beneficios concretos con una lógica simple y transparente para el cliente. Explica que la tarjeta top de línea, Singular, que es metálica, ofrece un sistema de canje doble de puntos. Cada punto equivale a un peso y permite pagar

compras con la mitad de los puntos requeridos, todo de manera inmediata desde la aplicación del banco. A esto se suma el programa ScotiaRewards, con descuentos en gastronomía, retail, viajes y alianzas estratégicas, pensado para que los beneficios se usen en el día a día y no queden solo como un atributo aspiracional del segmento premium.

El plan Singular de Scotiabank no es aislado dentro de la industria. Este martes BCI anunció su nueva banca preferencial. En este caso el foco está puesto especialmente en los beneficios asociados a viajes, dirigidos a clientes con tarjetas Mastercard Black, Visa Signature y Visa Infinite. Su propuesta se articula a través de Viajes BCI e incluye hasta \$600.000 anuales en cupones de descuento para paquetes, vuelos y hoteles, además de accesos a salones VIP en aeropuertos de Chile y el extranjero, traslados gratuitos al aeropuerto

y equipaje sin costo en vuelos con Sky y LATAM comprados mediante su plataforma. A esto se suman beneficios financieros como acumulación de hasta tres veces más cashback, pagos en hasta 24 cuotas sin interés, 0% de comisión en compras internacionales y seguros asociados al uso de las tarjetas.

Otra oferta segmentada de un banco de perfil masivo es la de Santander Select.

“Está diseñada para entregar una experiencia integral y personalizada a los clientes, combinando asesoría especializada, beneficios exclusivos en viajes y descuentos en restaurantes a través de la tarjeta WorldMember Limited, además de servicios preferentes. La oferta incluye atención por parte de ejecutivos especialistas y productos con condiciones preferenciales”, comunicaron desde la entidad financiera.

Para Jorge Berríos, director del diplomado de Finanzas de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, la irrupción de propuestas como Singular y otras ofertas para segmentos de altos ingresos responde a un cambio estructural.

“Los bancos ofrecen productos muy similares entre sí y operan en un mercado altamente bancarizado, donde la verdadera diferenciación ya no está en la cuenta corriente ni en las tarjetas, sino en el servicio. A este segmento no se le conquista solo por acumulación de puntos, sino con exclusividad operativa y acompañamiento personalizado: ejecutivos que respondan directamente, sucursales más seguras y privadas, apoyo en inversiones, portafolios, divisas y planificación financiera integral. Así se retiene a estos clientes que son muy rentables para los bancos”.