



mercado
pago

Hablar sobre plata también es inclusión financiera

Cómo Mercado Pago transformó datos en conversación pública



¿Cuál es tu pecado financiero?

Confiesa aquí



mercado
pago



Categoría 10.2
Inclusión y educación
financiera



Categoría 10.2: Inclusión y educación financiera

Título:

Estudio Finanzas Personales: Confesionario Financiero

Organización:

Mercado Pago

Responsables:

Bernardita Mazo

Javier Beghelli

Daniela Jadresic

Sebastián Correa

Ester Valenzuela

¿Por qué nos cuesta tanto hablar de plata? A partir de esa pregunta, Mercado Pago y Critería desarrollaron el **Estudio de Finanzas Personales**, una iniciativa que buscó abrir la conversación sobre ahorro y educación financiera desde una mirada cercana y respaldada por datos. Para amplificar su impacto se llevó a cabo el **“Confesionario Financiero”**, una activación que permitió conectar con la audiencia y generar conversación en torno a la relación de las personas con el ahorro.

Introducción y diagnóstico

La educación financiera sigue siendo un desafío en Chile: diversos estudios han evidenciado una creciente preocupación por la falta de hábitos de ahorro, planificación y acceso a productos financieros. De acuerdo con el informe “La cultura del ahorro en Chile: desafío en los bancos” de Deloitte, solo un 16% de los chilenos declara ahorrar de forma sistemática, mientras que un 72% reconoce tener dificultades para organizar sus finanzas personales. En tanto, más del 60% de los encuestados en el estudio “Cómo perciben los chilenos su bienestar financiero” de AFP Capital y Cadem, admite sentir ansiedad o estrés al administrar su dinero.

Según el Banco Central, la tasa de ahorro de los hogares pasó de -0,6% del PIB en 2022 a 4,7% del PIB en 2023, impulsada por un crecimiento del ingreso disponible y un menor aumento del consumo. Esta alza marca un avance positivo, pero también evidencia la necesidad de continuar fortaleciendo las herramientas y conocimientos para una mejor gestión financiera personal.

En este escenario, Mercado Pago buscó aportar a la conversación pública sobre educación financiera desde un enfoque accesible, cercano y basado en evidencia.

En esa línea, con el objetivo de entender en profundidad los hábitos, percepciones y barreras que enfrentan los chilenos al momento de gestionar su dinero, ahorrar o invertir, Mercado Pago en conjunto con Critería, desarrollaron el **Estudio de Finanzas Personales** para contribuir a la inclusión financiera, visibilizando los desafíos estructurales que aún persisten y **el rol que pueden jugar las billeteras digitales para facilitar el acceso a herramientas de ahorro simples, seguras y modernas**, especialmente para los sectores más jóvenes y grupos tradicionalmente menos bancarizados.

La estrategia

La estrategia buscó transformar un estudio técnico en una **conversación masiva y cercana**, combinando credibilidad académica (FEN, U. de Chile), respaldo metodológico (Critería) y una activación experiencial (Confesionario Financiero), capaz de conectar emocionalmente con las personas.

La estrategia se desarrolló en torno a tres pilares:

1. Credibilidad y respaldo

- Alianza con Critería.
- Lanzamiento en la FEN U. de Chile.
- Participación de José De Gregorio, Decano de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile y exvicepresidente del Banco Central (2007 - 2011).

2. Humanización de los datos

- “Confesionario Financiero” (recopilación de testimonios reales).

3. Amplificación mediática

- Exclusiva con Diario Financiero.
- Gestión de entrevistas en radio y TV.
- Participación del medio digital Prensa Chilena (@prensachilena) y la influencer de finanzas, Carolina Molina (@soycaromolina) durante la activación “Confesionario Financiero”.

De esta manera, el posicionamiento del estudio consistió en **dos momentos distintos** -una activación y la presentación de los resultados en la Universidad de Chile- que, en conjunto, contribuyeron a que la investigación trascendiera más allá de un documento, convirtiéndose en una experiencia que lograra **conectar, educar y generar conversación en la audiencia**.

Desarrollo y ejecución

Fase 1: El estudio

Se entrevistó a un total de 1.310 casos entre el 07 y el 11 de marzo de este año. La muestra estuvo compuesta por hombres y mujeres de entre 18 y 70 años, pertenecientes a los segmentos ABCD con ingresos en los últimos 12 meses y residentes a lo largo de todo Chile.

Principal hallazgo: sólo el 21% de quienes tienen ingresos propios logra ahorrar de forma sistemática cada mes.

Fase 2: Activación “Confesionario Financiero”

Una activación en pleno Paseo Ahumada donde transeúntes compartieron sus “pecados financieros”. La acción, que contó con la participación de @prensachilena y la influencer @soycaromolina, dio origen a dos videos con testimonios espontáneos y auténticos sobre las dificultades de ahorrar.

Fase 3: Presentación de los resultados

El lanzamiento del estudio se realizó una semana después de la activación -el 21 de agosto- en la Facultad de Economía y Negocios (FEN) de la Universidad de Chile, instancia en la que también participaron estudiantes.

Marco Silva, Director de Mercados y Consumidores de Critería realizó la presentación del informe, que posteriormente, fue comentado por **José De Gregorio**, Decano de la Facultad de Economía y Negocios de la FEN y exvicepresidente del Banco Central, junto a **Matías Spagui**, Director Senior de Mercado Pago.

Además, la presentación de los resultados fue acompañada por una **exclusiva en Diario Financiero** y la cobertura en medios como CNN, Biobío, y Chócale -que asistieron al lanzamiento-, consolidando la conversación sobre educación financiera en el país.

Resultados en prensa

- **+40** Notas de cobertura en medios Tier 1
- **+30MM** Ad Value (orgánico)
- **+20** Minutos al aire en Mega y CNN Chile

Resultados y evaluación

La iniciativa permitió posicionar a Mercado Pago como un actor relevante en la conversación sobre educación e inclusión financiera en Chile, transformando un estudio técnico en una experiencia cercana, pública y con impacto mediático.

El éxito del estudio, se materializó en resultados concretos:

En Prensa

- **43 publicaciones en medios**, con sentiment 100% positivo.
- Presencia en los principales medios del país: Diario Financiero, La Segunda, Mega, CNN Chile.
- Cobertura de los resultados en medios económicos y generalistas de primer nivel.
- **Cuatro entrevistas en TV:** programa “Con Peras y Manzanas” (Mega), Agenda Económica, CNN Prime y CNN Noticias (CNN Chile).
- **Tres entrevistas en radio:** Infinita, Universo y Tele13 radio.

A través de una estrategia que combinó respaldo académico, datos confiables y una activación experiencial, el proyecto logró amplificar la discusión sobre hábitos financieros y conectar con las audiencias desde una problemática cotidiana y transversal.

En un escenario informativo altamente competitivo, la difusión de los resultados del estudio, consiguió instalar el tema en medios económicos, generalistas, televisión y radio, consolidando el valor de las comunicaciones como herramienta para acercar la educación financiera a las personas.



mercado
pago

Hablar sobre plata también es inclusión financiera

Cómo Mercado Pago transformó datos en conversación pública



¿Cuál es tu pecado
financiero?

Confiesa aquí



mercado
pago



Categoría 10.2
Inclusión y educación
financiera