

NUEVA ZELANDA

El poder colectivo aumenta la importancia para el mercado de los jóvenes

Los neozelandeses están acostumbrados a rendir por encima de sus posibilidades en el escenario mundial: con una población de tan solo 4.5 millones de personas, los neozelandeses se presentan como líderes en varios sectores. Se les conoce como 'adoptadores precoces', especialmente en el sector bancario, siendo uno de los primeros países en adoptar por completo la tecnología EFTPOS (Transferencia electrónica de fondos en el punto de venta).

En un sector dominado por cuatro grandes bancos australianos, las cooperativas de ahorro y crédito de Nueva Zelanda tienden a operar en mercados nichos en lugar de competir de frente con sus contrapartes de 'prestigio'. En un mercado tan sofisticado, reviste cada vez más importancia que las cooperativas de ahorro y crédito sigan siendo relevantes para su membresía — en particular para el grupo más crítico y exigente de socios entre 18 y 35 años de edad.

Mientras que los grandes bancos tienen magnitud internacional para utilizar sus desarrollos tecnológicos, existen 14 cooperativas de ahorro y crédito en Nueva Zelanda que prestan servicios a cerca de 180,000 socios. Las cooperativas de ahorro y crédito de Nueva Zelanda han tenido que trabajar colectivamente con mayor inteligencia para mantenerse por delante del juego en todos los segmentos de consumo. A través de Co-op Money NZ, su asociación industrial y comercial de pertenencia cooperativa, las cooperativas de ahorro y crédito desarrollaron un sistema de banca compartida (datos), administran una de las redes de cajeros automáticos más grandes en el país (103 cajeros automáticos), tienen una moderna tarjeta de débito MasterCard y el año pasado introdujeron una sofisticada aplicación de banca móvil desarrollada por las propias cooperativas y luego etiquetada de blanco para cada cooperativa de ahorro y crédito.

"Atraer y conservar el mercado de los jóvenes es obviamente clave para garantizar que la membresía de las cooperativas de ahorro y crédito aumente en el futuro", dijo Henry Lynch, presidente de Co-op Money NZ. "Las personas de menos de 35 años de edad ven la banca móvil como algo esencial, pero crear una aplicación móvil es un negocio costoso. Para la mayoría de los socios "hacerlo por cuenta propia" resultaría prohibitivo tanto desde el punto de vista del costo como de los recursos", agregó. "Al crear escala y trabajar en forma cooperativa, habremos lanzado una aplicación vanguardista de banca móvil con diferentes 'pieles' de marca, permitiendo entregar un producto personalizado".

Co-op Money NZ no solo ofrece las oportunidades tradicionales de promoción y de hacer contactos en el sector, sino que también proporciona a sus socios la gama completa de infraestructura bancaria y productos y servicios de seguros que en otros países están a menudo son externalizados a múltiples proveedores.

"Nuestro enfoque de colaboración ayuda a nuestros socios a mantenerse al día con la tecnología que ahora los mercados más jóvenes, en especial, esperan como algo incluido, es decir, como una tarjeta de débito que se puede usar para hacer compras



Yvonne Tuionetoa

Gerente de
Relaciones Públicas y
Comunicaciones

[Co-op Money NZ](#),
Nueva Zelanda



"Al crear escala y trabajar en forma cooperativa, habremos lanzado una aplicación vanguardista de banca móvil con diferentes 'pieles' de marca, permitiendo entregar un producto personalizado".



Co-op Money NZ ve a la generación más joven como “impulsora del desarrollo en el espacio en línea”. Empleados jóvenes muestran su participación en weCU2, el centro educativo digital del Consejo Mundial diseñado para conectar la Generación Y y las cooperativas de ahorro y crédito.



Una tarjeta Nueva Zelanda primero — la doble tarjeta internacional de identificación de estudiante y tarjeta de débito MasterCard, un producto innovador desarrollado por Co-op Money NZ en conjunto con First Credit Union para ayudar a llegar al mercado de estudiantes con su ‘cuenta terciaria (estudiante)’.

en línea”, dijo el Sr. Lynch. “Fuimos los primeros en introducir en el mercado neozelandés una tarjeta de débito MasterCard con la funcionalidad sin contactos ‘Tap & Go’. También ayudamos a una de nuestras cooperativas de ahorro y crédito a desarrollar una tarjeta internacional de identificación de estudiante /tarjeta de débito MasterCard comercializada conjuntamente y diseñada para llegar al mercado de estudiantes terciarios — otro logro de Nueva Zelanda primero”.

La motivación de Co-op Money NZ para aumentar la escala ha llegado con éxito a muchos miembros asociados (incluidos las cajas de ahorro de pertenencia mutual) y otros clientes que valoran su experiencia y su capacidad de personalizar los productos. “La maximización de la capacidad de nuestra actual infraestructura significa que hemos aceptado a otros clientes de la industria financiera que lo que sencillamente quieren son ciertos productos o servicios y no necesariamente el ‘paquete’ completo. Este negocio tradicional por supuesto beneficia a nuestros socios en términos de nuestra rentabilidad y, por lo tanto, el rendimiento de los dividendos”, dijo el Sr. Lynch.

El aprendizaje y el desarrollo es un área donde los recursos han sido recientemente maximizados con la llegada de un innovador sistema de “aprendizaje cooperativo”, combinando módulos en línea y sesiones grupales con el apoyo de la teleconferencia. Este modo de aprendizaje es exactamente lo que los miembros del personal entre 18 y 35 años de edad desean ver en su organización.

“Recientemente hemos introducido certificaciones reconocidas a nivel nacional. Esto ha demostrado ser extremadamente popular en todos los grupos de edad y permite al personal obtener una certificación externa que puede mejorar sus futuras perspectivas de carreras”, expresó el Sr. Lynch.

El aumento en la demanda para realizar transacciones en línea (especialmente por parte del mercado de jóvenes), también llevado a establecer un canal comercial directo para su producto de seguro de vehículos a motor. Todo el proceso de cotización y compra se puede realizar en línea.

“El mercado de jóvenes tiende a ser el que impulsa muchas de nuestras mejoras tecnológicas — nos mantiene buscando maneras de poder hacer las cosas en forma más sencilla, más rápida y con menos papeleo que en última instancia, nos beneficie a todos”, concluyó el Sr. Lynch.