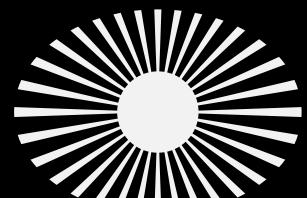


La nueva app de BBVA México: una lección en Gestión del Cambio.



CASO DE ESTUDIO

10 MINUTOS
DE LECTURA

AUTOR. MTRO. ABRAHAM DE LA ROSA

Contexto

BBVA México presentó **Futura** como una renovación completa de su aplicación.

La ambición era clara: transformar la experiencia bancaria móvil y llevarla hacia un estándar más rápido, más inteligente y más personalizado.

La propuesta incluía un rediseño profundo del sistema, pero también una nueva promesa para el usuario: una banca que se adapta a ti, no al revés.

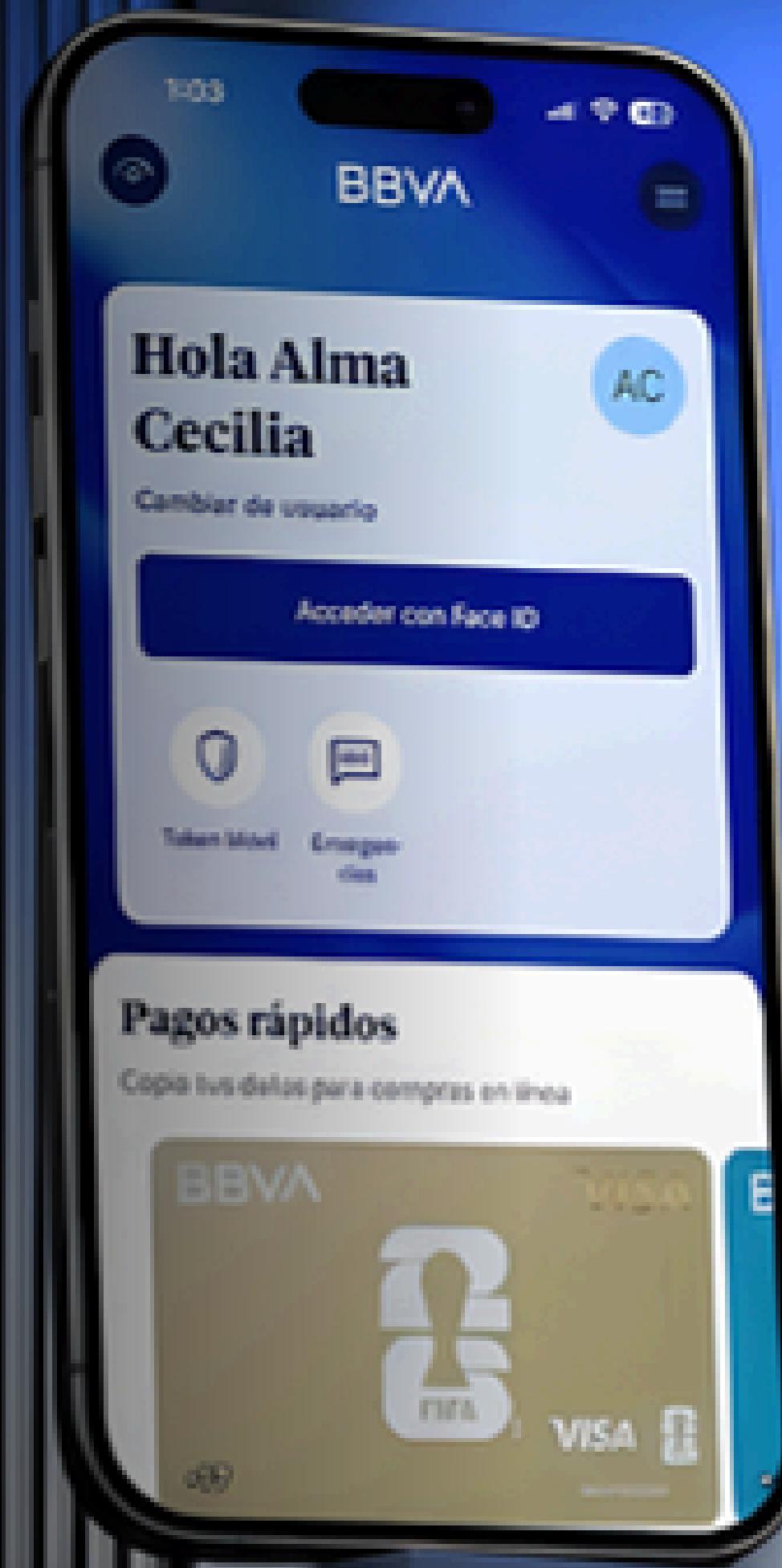
La actualización integró:

* **Hiperpersonalización** basada en hábitos financieros

* Un **asistente conversacional (Blue)** con IA y lenguaje natural.

* Un diseño visualmente nuevo, moderno y minimalista

No era un retoque estético. Era una **reconfiguración radical del producto** y del modo en que millones de personas se relacionan con su dinero.



Cuando todo cambió de un día para otro

Para los usuarios, el salto fue abrupto:

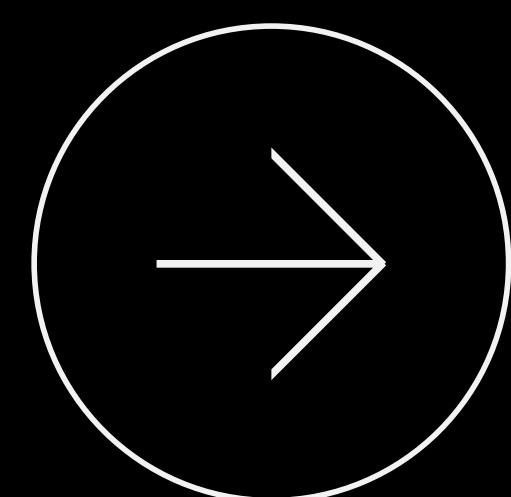


- * La navegación tradicional desapareció
- * Los menús se convirtieron en accesos dinámicos
- * La interfaz adoptó una lógica totalmente distinta
- * La personalización se volvió el centro de la experiencia

El problema no fue la intención del rediseño, que tenía fundamentos sólidos, sino la forma en que llegó.

La transición fue súbita: una noche, la app anterior dejó de existir y Futura apareció para 27 millones de personas.

Sin gradualidad. Sin pilotos amplios. Con una comunicación pensada para medios, no para usuarios reales enfrentándose al cambio al día siguiente.



La reacción del usuario

La retroalimentación no tardó en llegar.

Miles de comentarios, reseñas críticas, contenidos virales y notas de prensa describieron la misma sensación: **desconcierto**.

Los usuarios reportaron:

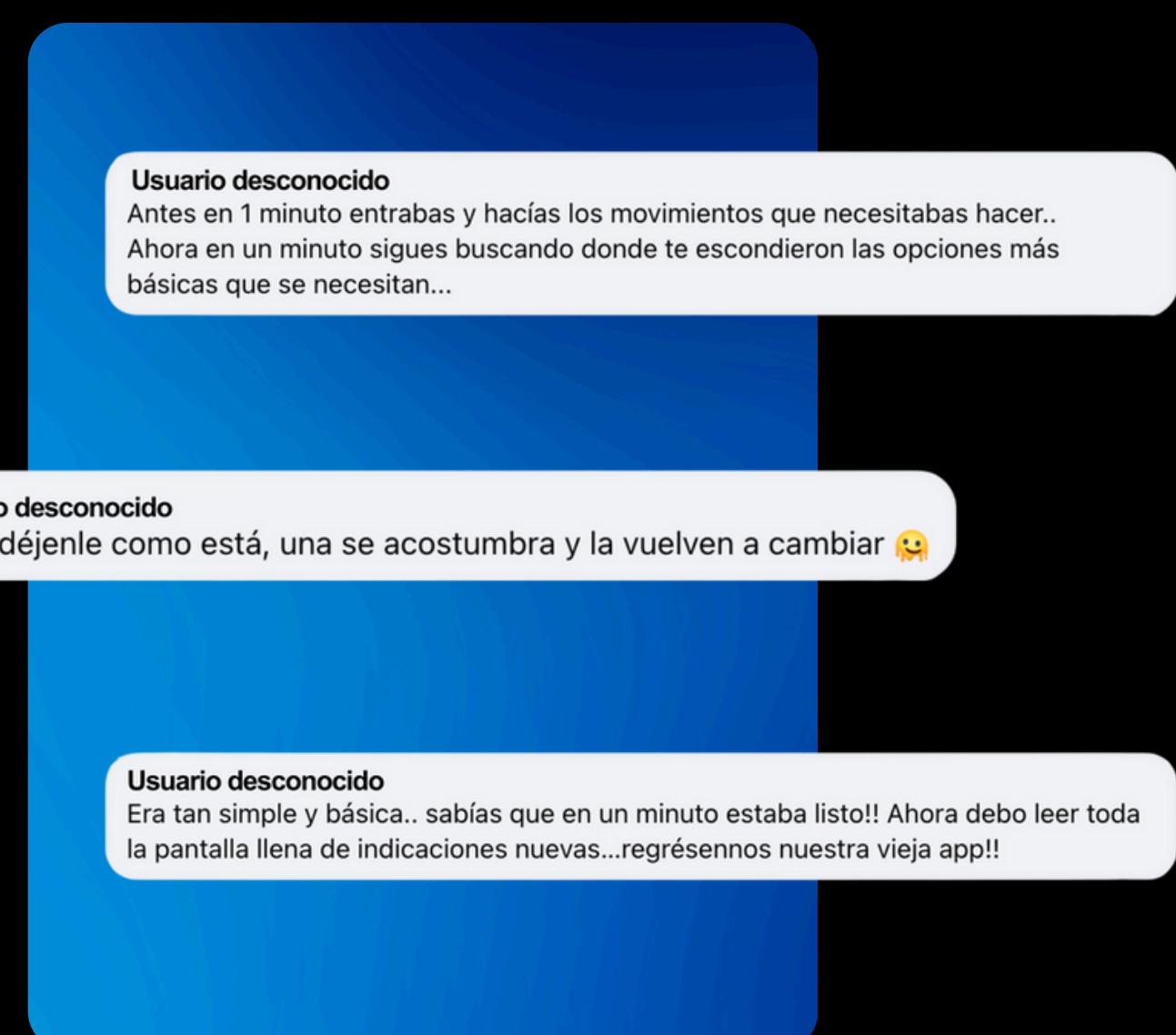
Confusión con la nueva estructura

Sensación de pérdida de control

Lentitud y errores inesperados

Dificultad para encontrar funciones esenciales

La impresión de que “todo cambió sin avisar”



Comentarios de usuarios en redes sociales

Este malestar activó algo que muchas organizaciones subestiman: la resistencia humana al cambio, especialmente en productos que gestionan tareas sensibles como las finanzas personales.

Para muchos, la familiaridad era parte del valor de la app. Cuando esa familiaridad desapareció en un solo día, la confianza se erosionó.

La postura oficial por parte de BBVA México fue firme: **Futura es el futuro; los usuarios eventualmente la amarán.**

En otras palabras: **acostúmbrate.**

Lo que causó la crisis

El problema no estuvo en el producto, la IA o la interfaz. Lo que encontramos al analizar este caso es un fallo en la gestión del cambio: **no se preparó a los usuarios para un salto tan radical.**

Identificamos tres fallas principales dentro del proceso:



Validaciones insuficientes

Las pruebas previas no consideraron perfiles que dependían de funciones avanzadas o del uso intensivo de Blue. Esto provocó que tareas cotidianas se volvieran innecesariamente complejas para muchos usuarios desde el primer día.



Falta de gradualidad

No hubo versiones A/B, liberaciones modulares ni convivencia temporal entre la versión anterior y la nueva. El aprendizaje se forzó en un solo día, contraviniendo principios básicos de adopción tecnológica en servicios sensibles como la banca digital.



Comunicación desconectada del usuario

La narrativa del lanzamiento fue aspiracional, centrada en la visión del futuro, pero no explicó cómo sería la transición. Faltaron anticipos, tutoriales y mensajes que prepararan a la población para los primeros días de adaptación.

Qué pudo hacerse distinto

Hay tácticas probadas para implementar transformaciones profundas sin sacrificar estabilidad ni confianza.

Entre ellas:



Pilotos segmentados con usuarios avanzados



Liberaciones graduales por módulos, funciones o rutas de navegación



Opción de escoger entre la versión anterior y la nueva por un tiempo



Tutoriales previos y mensajes educativos dentro de la app



Mapeo de tareas críticas para asegurar continuidad operativa



Campaña masiva y omnicanal para anunciar el cambio

Estas acciones no ralentizan la innovación.

La vuelven **sostenible**.

Toda innovación exige adaptación.

Pero no toda organización acompaña a sus usuarios durante esa adaptación.

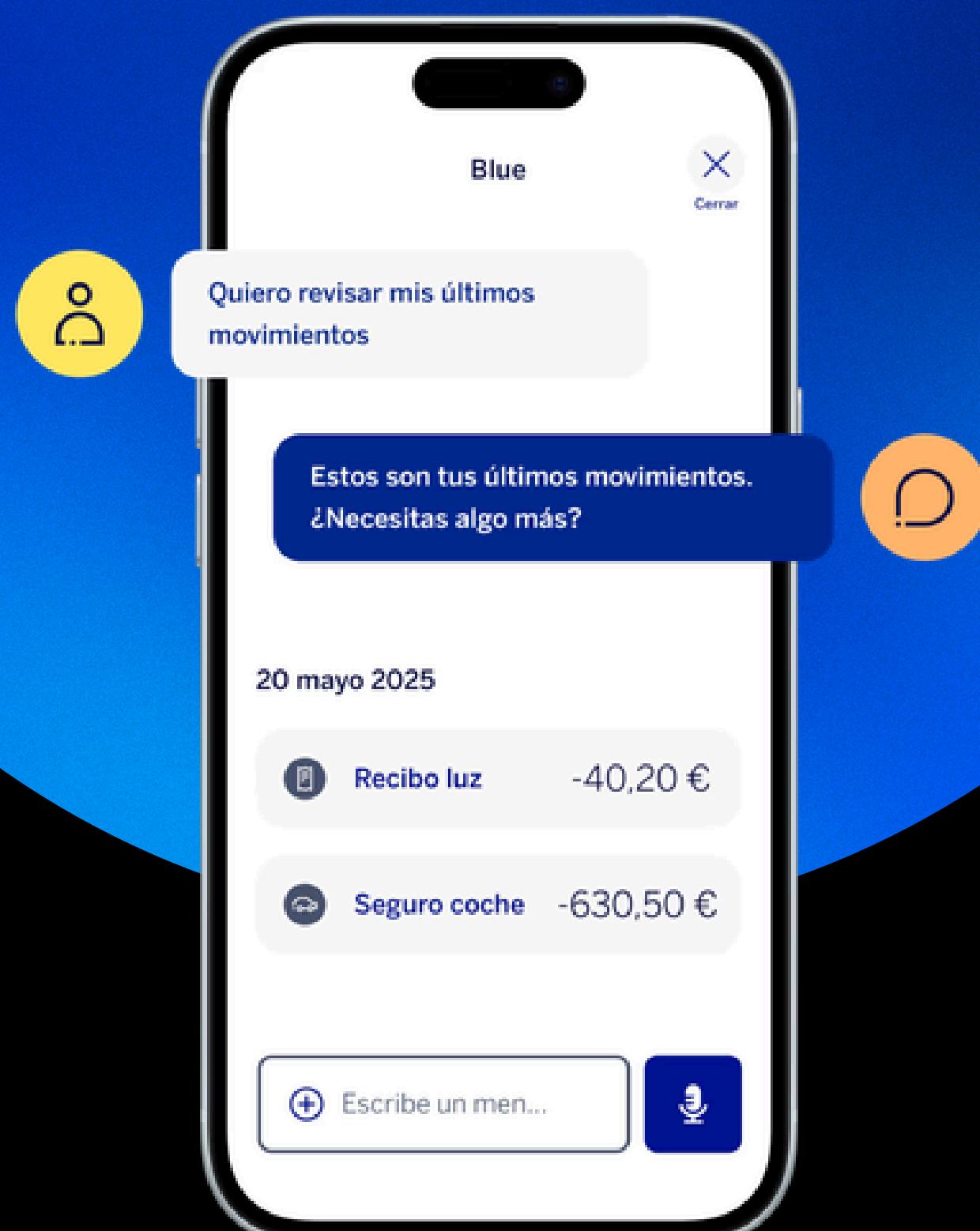
Este caso lo deja claro:

Los usuarios no rechazan lo nuevo; rechazan lo que les resulta desconocido e impuesto

La enseñanza: los grandes cambios requieren gestión.

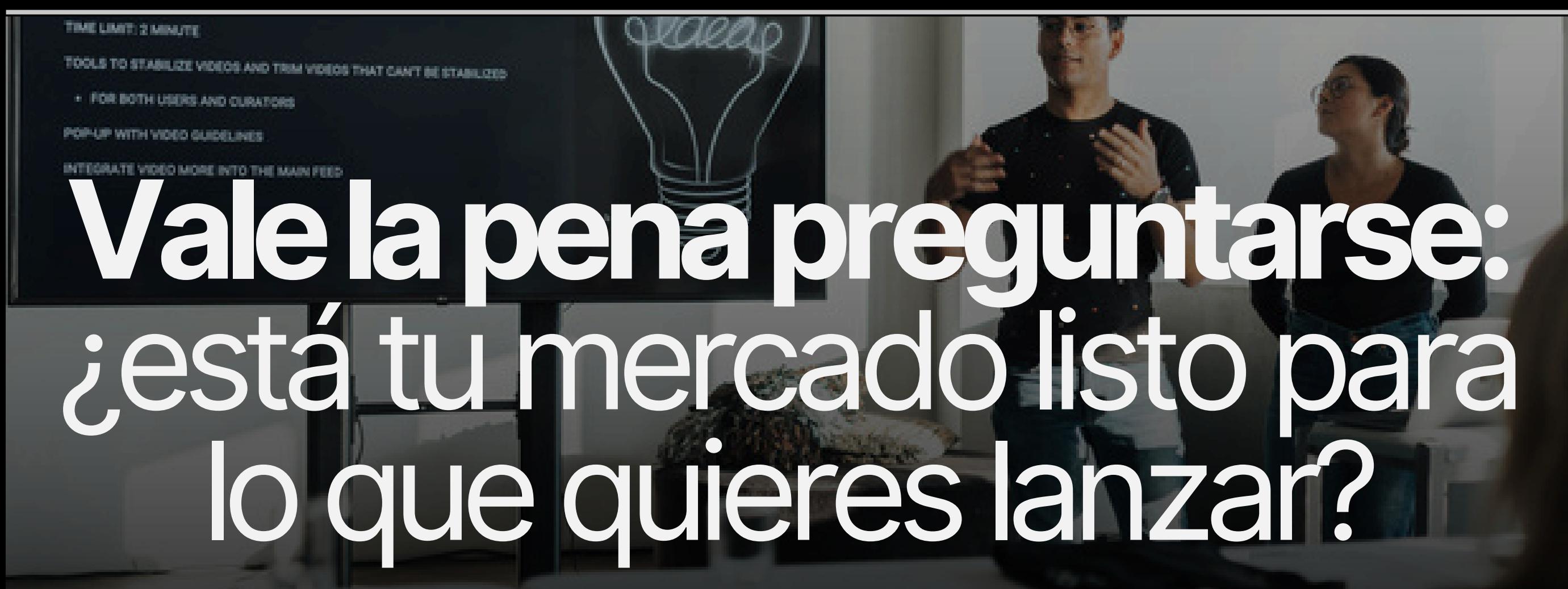
La aceptación y adaptación del usuario son decisivas para el éxito

Una estrategia disruptiva también necesita implementarse de forma gradual y fluida



Futura es una visión acertada.

Lo que falló fue el puente entre esa visión y las personas que debían habitarla.



Este caso deja una pregunta inevitable:
¿tu mercado está preparado para recibir sin fricción una innovación?

A veces la idea es sólida, pero el entorno no está listo. O falta comunicación. O falta acompañamiento.

Por eso preparamos una guía que te ayudará a evaluar la madurez de tus usuarios y a anticipar cómo podrían reaccionar ante un cambio significativo.

La recibirás en tu correo en unos días como parte del seguimiento a tu registro.

Metodología utilizada

Para garantizar la objetividad, este caso de estudio se basó en una metodología de investigación con enfoque mixto que incluyó una recopilación de datos exhaustiva y un marco analítico de cinco fases.

La recolección de información primaria y secundaria abarca:

1

Fuentes institucionales y periodísticas verificadas (comunicados, Expansión, El Financiero)

2

Reacciones de usuarios en redes sociales y foros (octubre-noviembre 2025)

3

Declaraciones clave del BBVA Summit 2025. Asimismo, el análisis se estructuró en cinco etapas temáticas (contexto, transición, reacción, aprendizaje y cierre) para presentar las causas y extraer lecciones, triangulando datos cuantitativos y cualitativos con el fin de validar los hechos

Fuentes

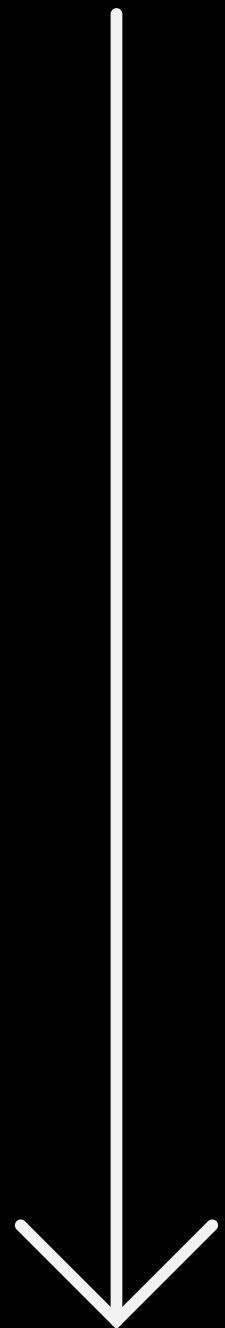
- <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/bbva-mexico-evoluciona-app-futura-impulsada-ia-20251024-783381.html>
- <https://www.jornada.com.mx/noticia/2025/10/23/economia/presenta-bbva-a-futura-nueva-aplicacion-para-dispositivos-moviles>
- <https://es-us.finanzas.yahoo.com/noticias/adi%C3%B3s-app-bbva-llega-futura-225302157.html>
- <https://www.bloomberglinea.com/latinoamerica/mexico/bbva-mexico-ve-resistencia-en-quejas-de-usuarios-por-nueva-app-movil/>
- <https://www.marca.com/mx/actualidad/dinero/2025/11/01/69055f02ca47414b3a8b45dc.html>
- <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2025/10/30/bbva-mexico-responde-a-quejas-por-nuevo-diseno-de-app-en-poco-tiempo-terminaran-amandola/>
- <https://www.elsiglodetorreón.com.mx/noticia/2025/bbva-mexico-defiende-su-nueva-app-frente-a-quejas-de-usuarios.html>

kinéz®

Si tu idea aún no está lista para salir al
mercado, podemos ayudarte.



Conoce nuestro trabajo.



No olvides seguirnos en Instagram.
@kinez.services

ELEVAMOS TUS IDEAS ®

