

Día Internacional de la Juventud

¿La generación *millennial* prefiere las *apps* y la banca electrónica?

Hace 22 años, la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) designó el 12 de Agosto como el Día Internacional de la Juventud para reconocer el papel de las personas como socios esenciales en los procesos de cambio y generar un espacio de conciencia sobre los desafíos y problemas a los que estos se enfrentan y uno de estos retos es el correcto uso de su dinero.

Por esta razón, te presentaremos algunos datos interesantes sobre cómo manejan las y los jóvenes sus finanzas personales con el uso de la tecnología.

¿Las y los *millennials* odian los bancos, pero la banca electrónica es su salvación?

De acuerdo con el estudio *¿Por qué los millennials odian los bancos?*; realizado por la plataforma de banca digital Fondeadora y *Dada Room*, reveló que nueve de cada 10 personas *millennials* mexicanas odian los bancos, pues han experimentado diversas problemáticas al contratar sus servicios.

Los cargos no reconocidos, la suscripción a servicios no solicitados y la negación de préstamos o servicios, son las adversidades más comunes con las que se enfrentan las personas actualmente.

Además de las problemáticas antes mencionadas, las quejas más recurrentes de esta generación son:



88% por recibir llamadas telefónicas para ofrecerles servicios que no les interesan.

80% le desagradan los cargos por saldo mínimo y los pagos de anualidades.

76% le irrita tener que ir a sucursal para realizar ciertos trámites.

En cambio, según el estudio Servicios Financieros de los Usuarios de Internet en México, dio a conocer que las y los *millennials* prefieren la banca electrónica, ya que es más práctico realizar movimientos desde su *smartphone* en la comodidad de su casa que ir a perder tiempo en la fila del banco.

Totalmente contrario a la primera estadística, nueve de cada 10 personas jóvenes de entre 18 a 34 años en México, prefieren utilizar medios electrónicos para acceder a sus servicios financieros. Solamente el 9% de ese rango de edad no utiliza estos medios electrónicos, principalmente por falta de confianza y desinformación. También se destaca que el **41%** de las personas usuarias de internet en México, considera que **puede encontrar casi todos los servicios financieros en línea**, a diferencia del 52% que considera que sí encuentra todos.

La tecnología también incentiva el ahorro para el retiro...

De acuerdo con la encuesta **¿Qué piensan los millennials mexicanos del ahorro para el retiro?** de la CONSAR, es importante brindar la información adecuada en cuanto a retiro se refiere, además de ofrecer a este sector poblacional más y mejores herramientas para ahorrar (*apps*, calculadoras, domiciliación) ya que esto es una de las claves para que ellos y ellas lleven a cabo un ahorro constante.

Aunque la generación *millennial* está consciente que el ahorro debe



¿Sabías que de acuerdo con la CONSAR, el 64% por ciento de los y las *millennials* mexicanos no llevan un registro de sus ingresos y gastos?

iniciar a edades más tempranas, el ahorro de largo plazo no es parte de sus prioridades.

Para mejorar este tema, el estudio de la CONSAR menciona que es necesario ofrecerles información práctica y bien sustentada sobre los beneficios de ahorrar en una AFORE para su retiro. En el caso de las personas trabajadoras formales, "se requiere incentivar el ahorro voluntario en la AFORE vía la domiciliación automática y sin tantos trámites".

Para las y los trabajadores no afiliados, se debe favorecer su inclusión financiera al Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR) a través de herramientas sencillas que les permita registrarse fácilmente en una AFORE y empezar a ahorrar.

Si bien los *millennials* cuentan con una mejoría en cuanto a conocimientos de la educación financiera, se deben incentivar los temas del ahorro e inversión, esto es posible con el uso y acceso de las nuevas tecnologías.

De acuerdo con BBVA, la generación *millennial* la conforman más de 83 millones de nativos digitales, que se están convirtiendo en el conjunto demográfico más importante para todos los sectores económicos. En el caso de la banca, la mejora de los canales *online*, las menores visitas a las sucursales y el incremento del coste de las transacciones no digitales están propiciando un cambio de mentalidad en el uso y consumo de los servicios financieros.