



VIVIR COMO REINA Y GASTAR COMO PLEBEYA

REGINA REYES-HEROLES C.

@vivircomoreina



## Ya cambien: centennials a **bancos**

La tarjeta de crédito es el producto financiero que más atrae a los mexicanos de la generación Z; las cuentas de inversión o hipotecas, les parecen muy poco interesantes.

“En lugar de que esta generación llegue a los **bancos** o instituciones a pedir productos financieros tradicionales, la tarea que nos pone es cómo adecuarnos a sus necesidades”, me dijo **Alejandro Martí Bolaños Cacho**, director de asuntos corporativos de Provident, proveedor de préstamos personales a domicilio.

Los jóvenes que nacieron entre 1994 y 2010, los *centennials* o generación Z, son nativos digitales que valoran la expresión individual, se movilizan para apoyar diversas causas —ya vimos a **Greta Thunberg**— y creen en el poder del diálogo, dice un estudio de McKinsey.

Si se habla de consumo, esta generación “espera tener acceso y evaluar una gran cantidad de información antes de comprar”, dice McKinsey. El consumo tiene un nuevo significado, no se trata de ser dueños de ‘algo’, sino de tener acceso a productos y servicios.

“No les interesa o necesitan un crédito automotriz porque usan plataformas para moverse de un lado a otro”, me dijo **Alejandro**. De hecho, si los *centennials* tuvieran dinero extra, solo tres de cada 10 lo usaría para comprar un auto”, según la encuesta “La Generación Z en México: su percepción sobre el manejo de sus finanzas personales y el empre-

dimiento”, realizada por Provident.

Las *fintech* solucionará una parte de lo que quieren: servicios financieros digitales y dinámicos. Pero, “el gran paso que debemos dar en México es tener una identidad digital que no permita diferentes perfiles que distorsionen los sistemas y mercados”, dijo **Alejandro**.

Hoy se puede deber dinero al SAT y pedir préstamos a los **bancos**. Una identidad digital cruza datos entre todos los sistemas, el del INE, el de la CURP, el RFC, los datos biométricos de las Afore, los pagos de impuestos y hasta nuestro con los **bancos** o las *fintech*. Así, el sector financiero podría, “pensar como los *centennials*, y vernos como potencialmente una plataforma con datos abiertos y disponibles”.

¿Cómo beneficiaría esto a la generación Z? Se le podría dar, “aprovechando la tecnología, apoyo durante la toma de decisiones”, me dijo **Alejandro**.

En el futuro la educación financiera podría darse justo antes de dar clic para pagar, un mensaje podría cuestionar si es buena idea gastar y si no sería mejor invertir. “Educar en el momento de la toma de decisiones puede tomar tiempo, pero si el objetivo son decisiones correctas puede ser interesante acompañarlos justo antes de la decisión de impulso”, añadió **Alejandro**.

La mayoría de la generación Z todavía viven en casa de sus padres y tienen poco historial financiero, pero definitivamente cambiarán cómo pagamos, consumimos y decidimos. ¿Están listos los **bancos**?

