

DEBE SER TAREA CONJUNTA ENTRE INSTITUCIONES Y GOBIERNO

Dispositivos móviles, una llave para la educación financiera

Especialistas consideran que la llegada de nuevas tecnologías despertaría interés en los usuarios para mejorar sus finanzas personales

Montserrat Galván

EL ECONOMISTA

EL CRECIENTE uso de la tecnología en el sector financiero, a través de la banca móvil o en línea, no solamente permite una mayor inclusión financiera o facilita los procesos de atención entre usuarios e instituciones, también podría incentivar un área muy poco contemplada: la educación financiera.

Expertos en la materia señalaron que gracias a la implementación de los celulares y otros dispositivos electrónicos no solamente se debe contemplar como un acercamiento o mejora en la contratación de algunos servicios, sino también como un detonante para que los usuarios mejoren sus finanzas personales.

En el marco de la clausura de las actividades de la Semana Nacional de Educación Financiera, organizada por la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), especialistas detallaron que gracias a las diversas aplicaciones desarrolladas por entidades financieras, se podría contribuir a una mejor toma de decisiones respecto a los productos que contratan.

De acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2018, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, de 62.2 millones de personas que tienen celular, sólo 51% afirmó tener una cuenta en un banco o institución financiera.

Respecto al acceso a servicios financieros a través de smartphones, sólo 22% cuenta con el servicio de

banca móvil contra 78% que señala no tenerlo, de éstos, la mayoría señala como motivo principal preferir los medios tradicionales como ir al cajero o acudir a una sucursal bancaria.

CAMBIO CULTURAL A TRAVÉS DE LAS APPS

Carlos González, socio director de Banca para la Región de las Américas de la consultoría Everis, indicó que una de las grandes oportunidades que tiene nuestro país en los próximos años no es solamente lograr una mayor inclusión financiera, sino que a través de estos dispositivos inteligentes, los usuarios sepan administrar sus finanzas de una manera más práctica e intuitiva.

Señaló que para lograr dicho cambio cultural y de aprendizaje, a través del uso de estas aplicaciones y con ello impulsar una mayor educación financiera, debe agilizarse y ser de manera conjunta no sólo por parte de las instituciones financieras o del gobierno, sino también se debe involucrar a las diferentes empresas financieras tecnológicas, mejor conocidas como fintech.

“El hecho de disponer de aplicaciones, en donde de una manera sencilla todos interactuamos con ellas varias veces al día, el tener alertas que nos indiquen los gastos que tenemos como usuarios, estas notificaciones pueden ayudar al cambio cultural sobre el manejo de las finanzas y con ello, educarnos un poco más al respecto”, aseguró.

El socio director enfatizó que un beneficio de una mayor cultura financiera en nuestro país es que

genera una mayor competencia entre las entidades respecto a los servicios que se presta a los usuarios, ya que éstos buscarán quién les ofrezca un mejor producto, no solamente en las instituciones tradicionales, sino también en las fintech.

“Cada vez hay más empresas de tecnologías financieras especializadas en cuestiones de finanzas, no sólo para transferir dinero o comprar un producto, sino también para ayudar a organizar o manejar mejor los recursos de los usuarios. Los bancos también compiten con ello, y esto permite una competencia más sana y más ofertas en el mercado”, puntualizó.

A decir del socio director de Everis, otro punto a considerar es la experiencia que el usuario tiene a través de este tipo de aplicaciones. Lo anterior se debe a que si al usar estas aplicaciones digitales no es sencillo, práctico o intuitivo, puede desalentar el uso de estas herramientas digitales y no lograr el objetivo.

A su vez, Juan Luis Ordaz, director Operativo de Educación Financiera de Citibanamex, afirmó que la digitalización debe ir acompañada de herramientas que ayuden a las personas a entender y a conocer todos estos dispositivos, y con ello, mejorar los conceptos que tienen del dinero y cómo administrarlo.

TAREA TITÁNICA

Óscar Rosado, presidente de la Condusef, indicó que si bien la llegada de nuevos jugadores al siste-



Fecha 14.10.2019	Sección Valores y Dinero	Página 18
----------------------------	------------------------------------	---------------------

ma financiero podría detonar un mayor interés de los usuarios en temas de **educación financiera**, este tema es un asunto de las entida-

des financieras, el gobierno y los usuarios.


Señaló que este tema debe posicionarse dentro de la agenda nacional y no como asunto colateral,


lo cual es una tarea titánica con el fin de que los usuarios comprendan y entiendan el impacto del manejo de sus finanzas.

montserrat.galvan@eleconomista.mx

TODOS CONECTADOS

Aunque el número de usuarios con acceso a teléfonos inteligentes e Internet aumentó, los mexicanos usan más estos dispositivos para estar comunicados y para entretenimiento.






Ocho de cada 10 usuarios cuentan con un *smartphone* que les permite conectarse a Internet.

69.6 millones fue el número total de usuarios que contó con un dispositivo inteligente en el 2018.

51% de los encuestados de la ENIF 2018 tiene una cuenta con una institución financiera.

93.4% de los usuarios que se conectan a Internet lo hace a través de un *smartphone*.




Un mundo de apps

45.5 millones de usuarios con celular inteligente instalaron aplicaciones en sus teléfonos:


- 89.5%** de mensajería instantánea.
- 81.2%** herramientas para acceso a redes sociales.
- 71.9%** aplicaciones de contenidos de audio y video.
- SÓLO 18.1%** instaló alguna aplicación para acceder a banca móvil.

Conexiones más utilizadas por los mexicanos




89% Datos móviles | 11% wifi


Las tres actividades principales para las que usan Internet:



90.5%
Entretenimiento




90.3%
Para comunicarse




89%
Buscar información

¿Y las finanzas?



De los usuarios que cuentan con un producto financiero, **78%** señaló **no tener** banca por celular.



De éstos, la mayoría señala como motivo principal **preferir el uso de canales tradicionales** como cajeros o sucursales bancarias.

FUENTE: INEGI Y ENIF 2018 GRÁFICO EE: STAFF