



Centennials: ¿qué valoran al elegir un servicio financiero?

Resultados encuesta Argentina 2023

■ ■ ■
Hacer mejores preguntas. Buscar mejores respuestas.
Y construir un mejor mundo de negocios.



EY

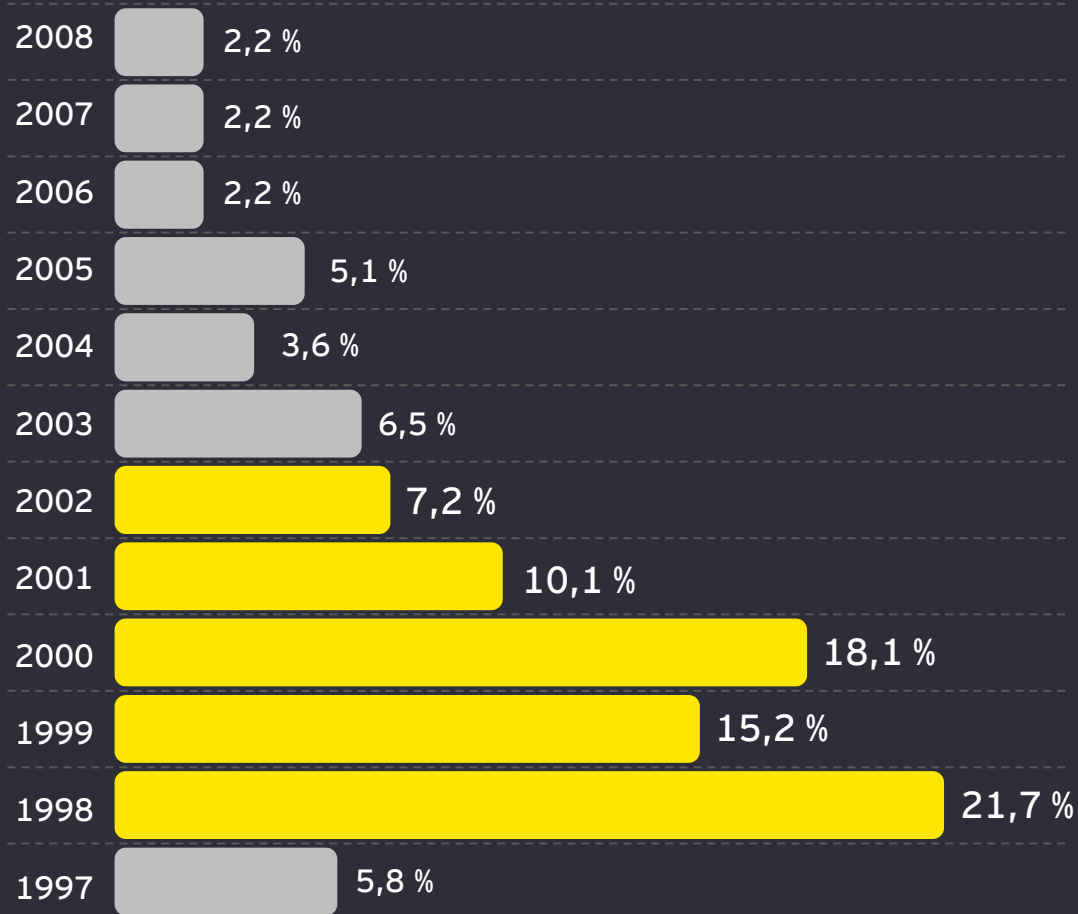
Building a better
working world

Sobre la encuesta y sus participantes

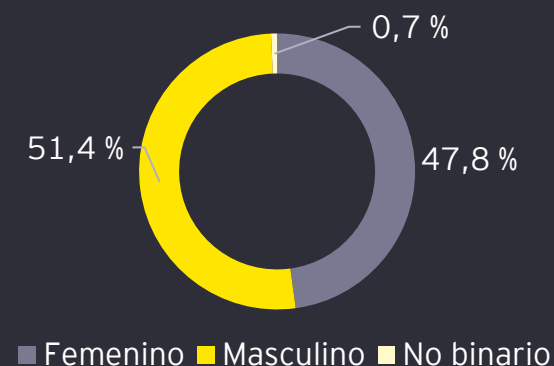
Metodología

- ▶ EY realizó una encuesta a 138 personas pertenecientes al segmento Generación Z/Centennials de Argentina.
- ▶ Para ser considerada miembro de la Generación Z, la persona tenía que haber nacido entre el 1 de enero de 1997 y el 31 de diciembre de 2008, es decir, tener entre 15 y 25 años.
- ▶ La encuesta se completó durante septiembre de 2023 de forma anónima, autoadministrada y *online*, siendo todas las preguntas de carácter obligatorio.

Año de nacimiento



Género



Ocupación



Principales hallazgos

Sus preocupaciones financieras están atravesadas por la situación económica¹

1. Inflación
2. Tener un buen sueldo/más ingresos
3. Contexto político-económico del país

Tan solo el 1 % declaró que el dinero no es un tema de conversación en su entorno².

La sostenibilidad es lo que más valoran al elegir una entidad financiera³

1. Compromiso con el medio ambiente, la sociedad y los empleados
2. Facilidad y rapidez para abrir una cuenta
3. Acceso a préstamos con intereses bajos

Top Of The Mind Awareness (TOMA)

¿Qué marca se le viene primero a la mente al pensar en una entidad financiera, ya sea banco o *FinTech*?

37 %

mencionó a una *FinTech* líder.

- ▶ Poco más de la mitad (54 %) pensó en algún **banco**.

Esperan una relación que vaya más allá de lo transaccional, a través de⁴

1. Consejos/orientación para gestionar mejor sus finanzas personales
2. Talleres para buscar trabajo o emprender
3. Premios y regalos

Solo el 0,2 % dijo no tener preocupaciones financieras¹. Sin embargo, la juventud es optimista, considerando que⁵

45 % se proyecta invirtiendo

43 % se ve ahorrando

¹¿Qué es lo que más te preocupa sobre tus finanzas? Elegí hasta 3 opciones.

²¿En tu entorno se suele hablar de plata?

³¿Qué valorás al elegir una entidad financiera, ya sea un banco o una billetera digital? Ordená las opciones, del 1 al 10, siendo la primera la más importante para vos.

En el puesto número uno, la mayoría ubicó a 'Compromiso...'. En el número dos, 'Facilidad...' y así sucesivamente.

⁴¿Qué esperás de una entidad financiera (banco/*FinTech*), además de productos y servicios? Ordená las opciones, siendo la 1 la más importante para vos.

⁵¿Cómo proyectás tus finanzas de acá a 5 años? Elegí todas las opciones que apliquen.

Centennials: una generación exigente y ansiosa, en búsqueda permanente de sentido, bienestar y equidad

Introducción

Nativos digitales

- ▶ Acceso a dispositivos desde el nacimiento.
- ▶ Gratificación instantánea: servicios en línea, información en tiempo real y transparencia radical.
- ▶ Interacciones sociales habilitadas digitalmente.

Impacto de la pandemia

- ▶ Ritos perdidos (graduaciones y eventos importantes) y aislamiento social.
- ▶ Priorización de la salud y el bienestar (físico y mental).
- ▶ Expectativas de trabajo flexible y remoto.

Emergencia climática

- ▶ Clima históricamente visto como un problema de "próxima generación" por resolver.
- ▶ Exposición rutinaria a catástrofes: inundaciones, incendios y huracanes.

Geopolítica

- ▶ Votantes primerizos en un clima político polarizado.
- ▶ Afiliaciones políticas no solo ideológicas, sino de identidad.
- ▶ Exposición a eventos globales magnificada por las redes sociales.

Igualdad social

- ▶ Enfoque amplificado en la justicia social por las redes sociales.
- ▶ Asuntos sociales mediáticos.
- ▶ Una mentalidad colectiva: "nosotros, no yo".

Mercado de trabajo

- ▶ Exposición a un mercado laboral complejo (guerra por el talento, Gran Renuncia y renuncia silenciosa).
- ▶ Acceso a solicitudes abiertas, aplicaciones masivas y redes profesionales.

Nostalgia

- ▶ Sus proyectos conviven con el anhelo de su pasado con menos preocupaciones.
- ▶ Experiencias limitadas con "amigos del trabajo", eventos y celebraciones presenciales y viajes de negocios.

Cultura Startup

- ▶ Aspiraciones de cambiar el mundo y crear cosas nuevas.
- ▶ Cultura emprendedora venerada, glorificada en la cultura pop.
- ▶ Resistencia al sistema y deseo de autoempleo y autonomía.

Fuente: ¿Es la Generación Z la chispa que necesitamos para ver la luz? Estudio de segmentación Gen Z 2021.

¿Qué deberían contemplar las entidades financieras, en general, al interactuar con esta generación?

1

Les preocupa mucho no tener suficiente dinero y tomar malas decisiones con respecto a sus finanzas personales.

2

No ven al trabajo como única fuente de ingresos. Desde vender su ropa y ofrecer servicios, todo sea por conseguir sus objetivos.

3

No se sorprenden fácilmente. La tecnología no es sinónimo de innovación ni está de moda: es lo que se espera. No se trata tanto de la tecnología en sí, sino de la experiencia que esta puede ofrecer.

4

Demandan inclusión para sentirse parte. La integridad y la transparencia son las nuevas medidas de autenticidad y pertenencia. Sus reclamos son más humanitarios que partidarios.

5

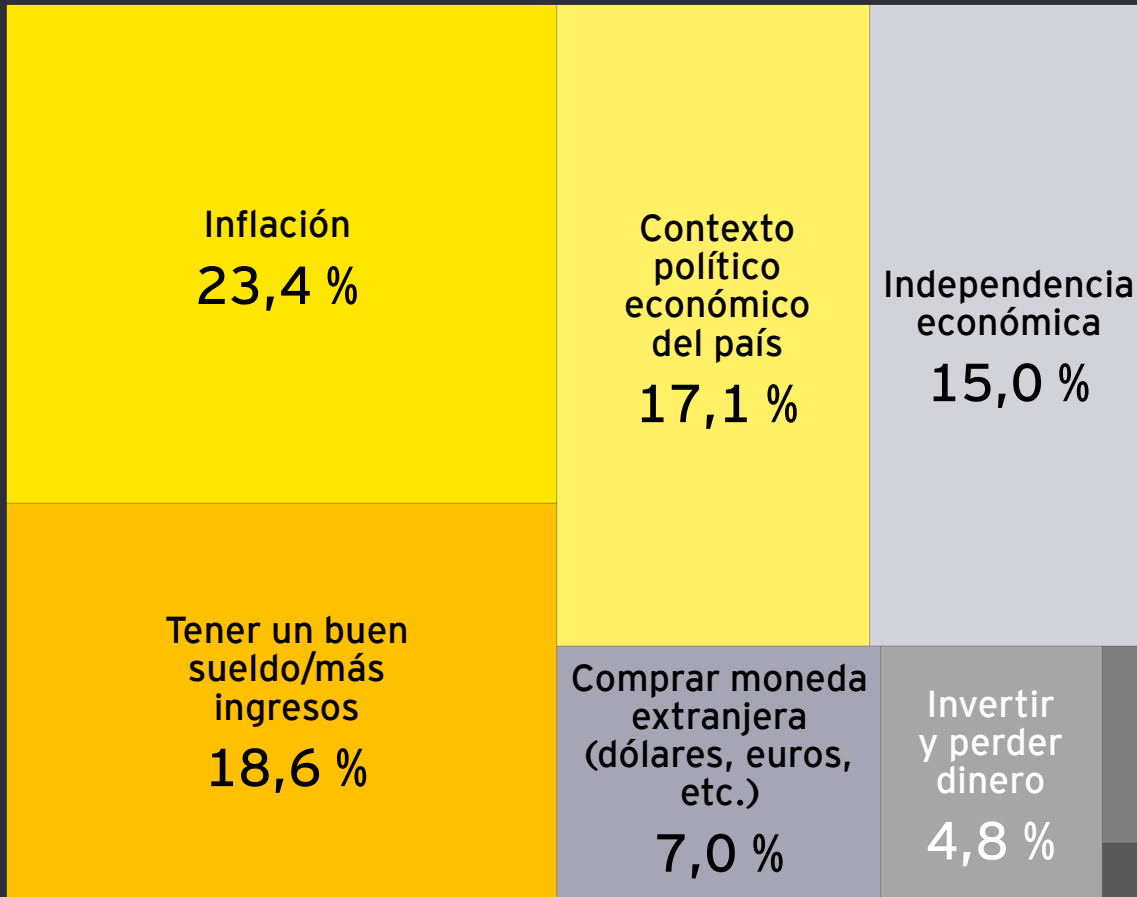
Desconfían de las instituciones y las grandes organizaciones. La inteligencia artificial está exacerbando la desconfianza en general.

6

Suelen vivir con bastante ansiedad, producto de la incertidumbre por el futuro, sintiendo el peso del mundo sobre sus hombros.

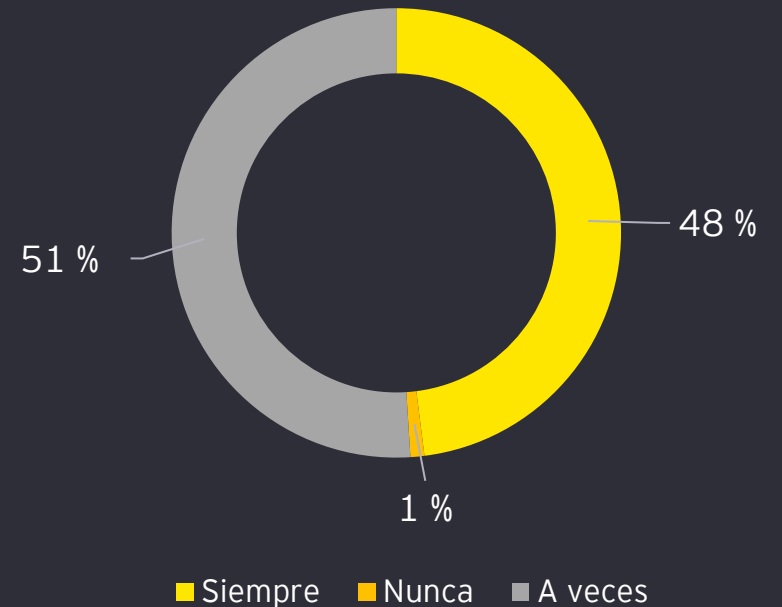
En Argentina, la situación económica sin duda está marcando a esta generación

El **99,8%** tiene preocupaciones vinculadas con sus finanzas, ¿cuáles son?¹



- Pedir un préstamo y no poder pagarlo 0,7 %
- Poder operar con criptoactivos 0,2 %

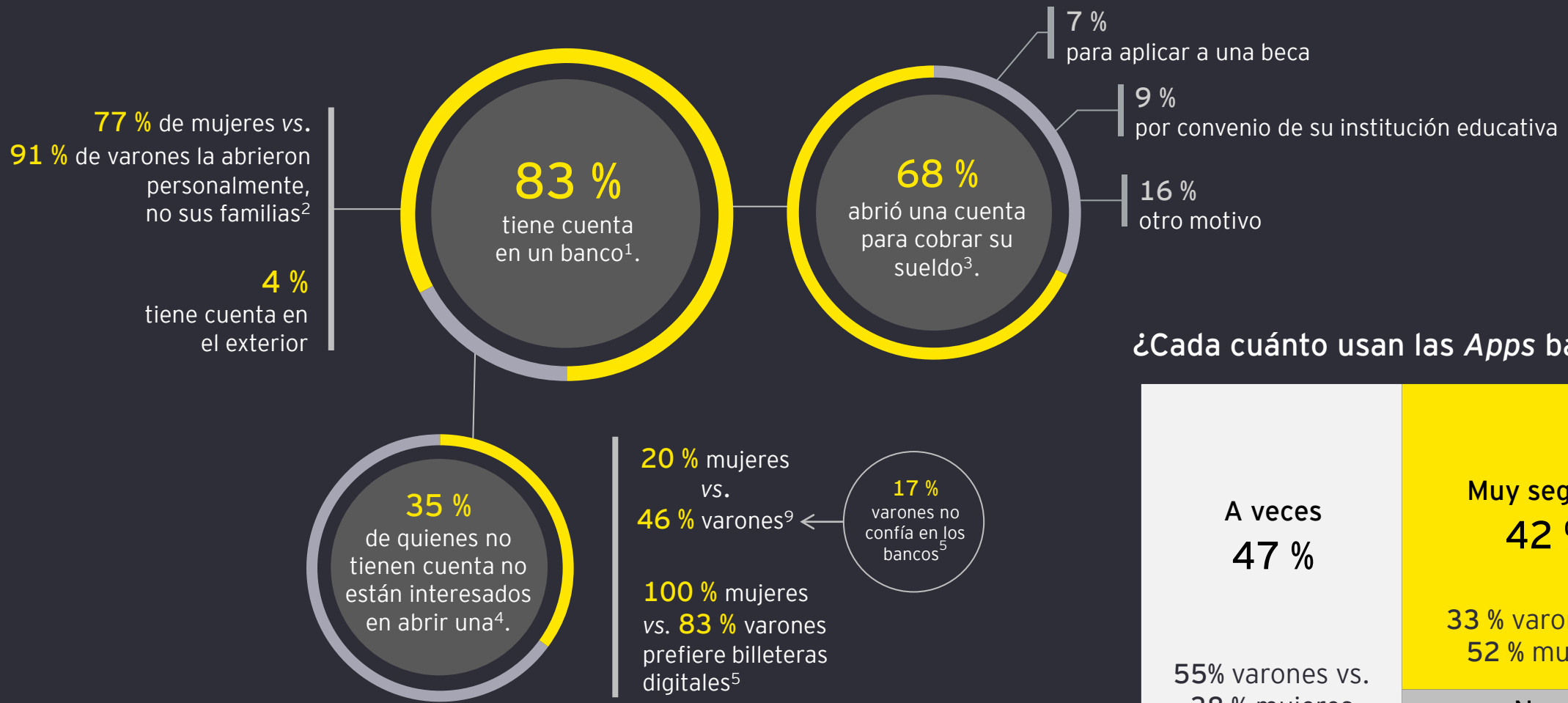
En su entorno, ¿se habla de dinero?²



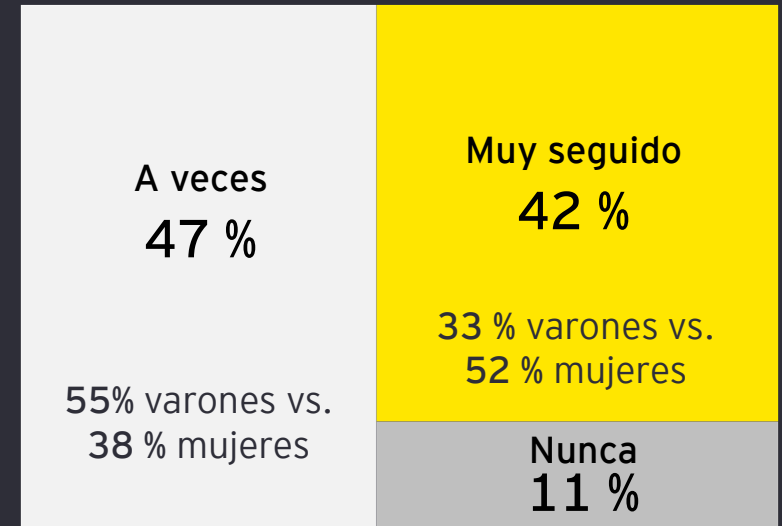
¹¿Qué es lo que más te preocupa sobre tus finanzas? Elegí hasta 3 opciones.

²¿En tu entorno se suele hablar de plata?

¿Cómo participan en el sistema financiero?



¿Cada cuánto usan las Apps bancarias?



¹¿Tenés cuenta en algún banco? (que no sea billetera digital)

²¿Cómo abriste tu primera cuenta?

³¿Cuál fue el motivo por el que abriste tu cuenta?

⁴¿Te gustaría abrir una cuenta?

⁵Contanos por qué no te gustaría abrir una cuenta

La banca aún se encuentra en el *Top of the Mind Awareness (TOMA)*...

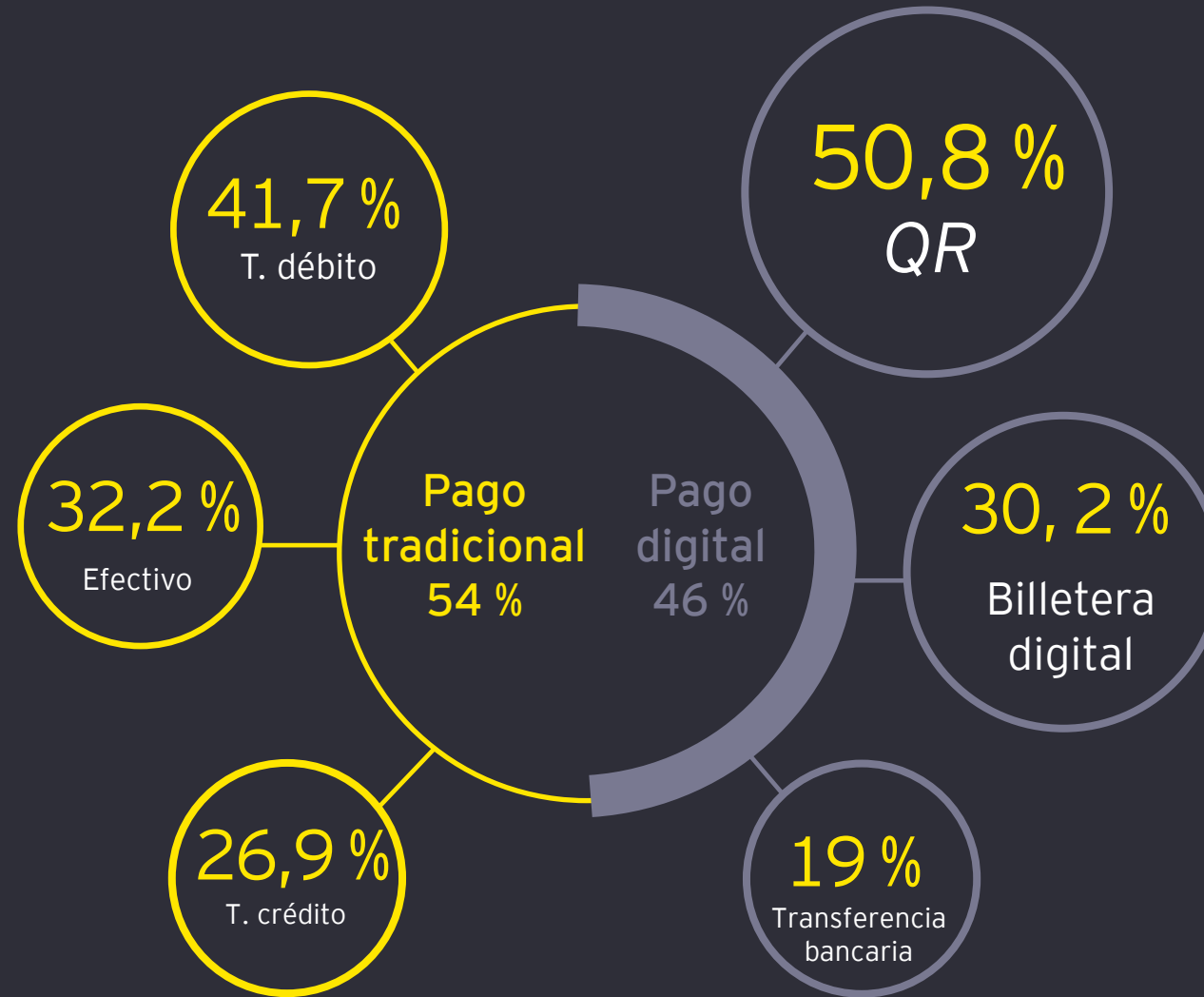
... Pero la principalidad se concentra en un jugador no tradicional.

¿Qué marca se le viene primero a la mente al pensar en una entidad financiera, ya sea un banco o *FinTech*?

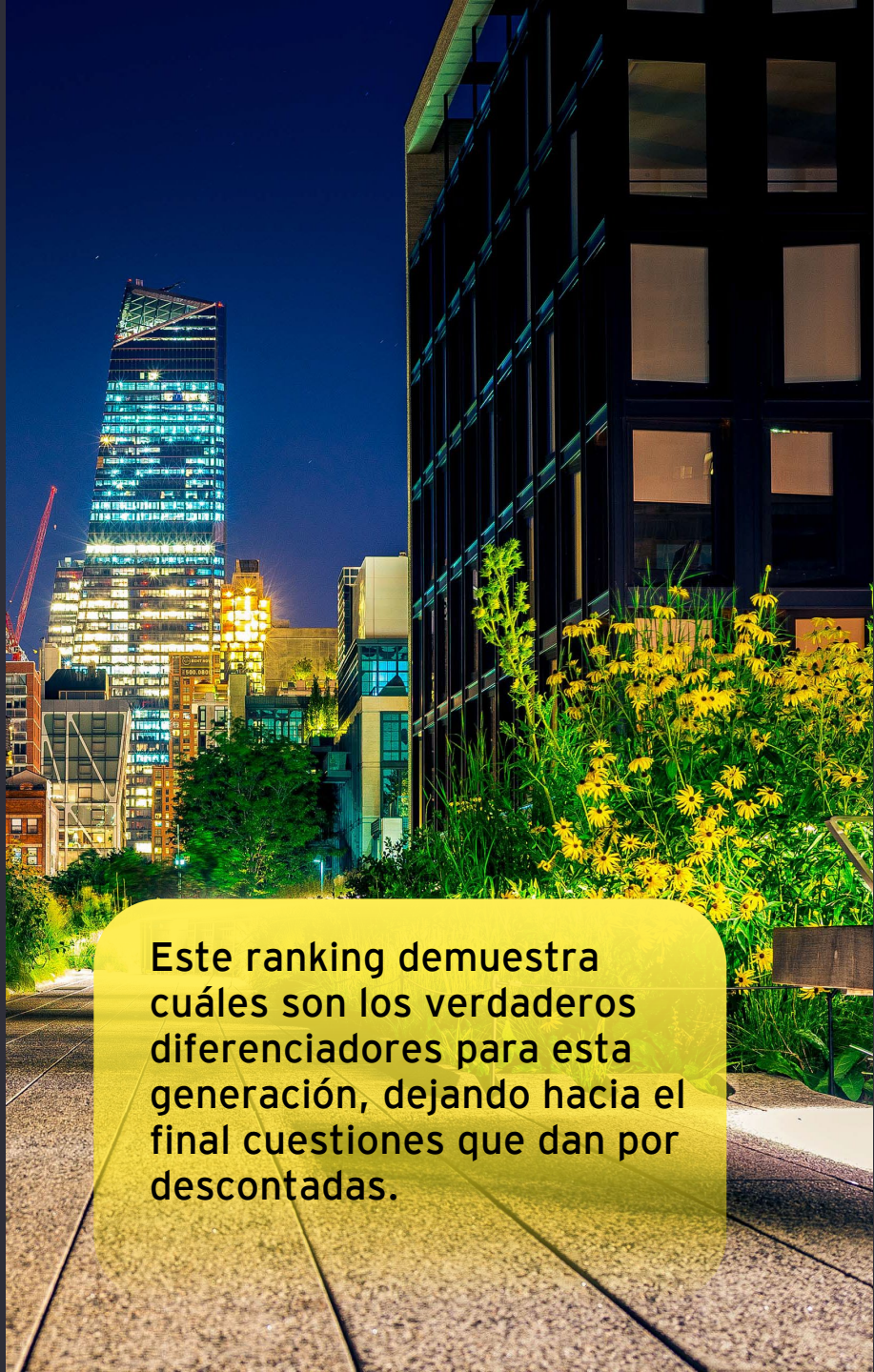
37 %
mencionó a
una *FinTech*
líder.

Poco más de la **mitad (54 %)** pensó en algún **banco** (el 96 % mencionó bancos privados que operan en Argentina).

... siendo el pago tradicional aún su medio preferido¹



¹¿Cuál es tu medio de pago preferido?



Este ranking demuestra cuáles son los verdaderos diferenciadores para esta generación, dejando hacia el final cuestiones que dan por descontadas.

La sostenibilidad influye en sus elecciones...

Es lo que más valoran al decidirse por una entidad financiera, ya sea un banco o una billetera digital¹

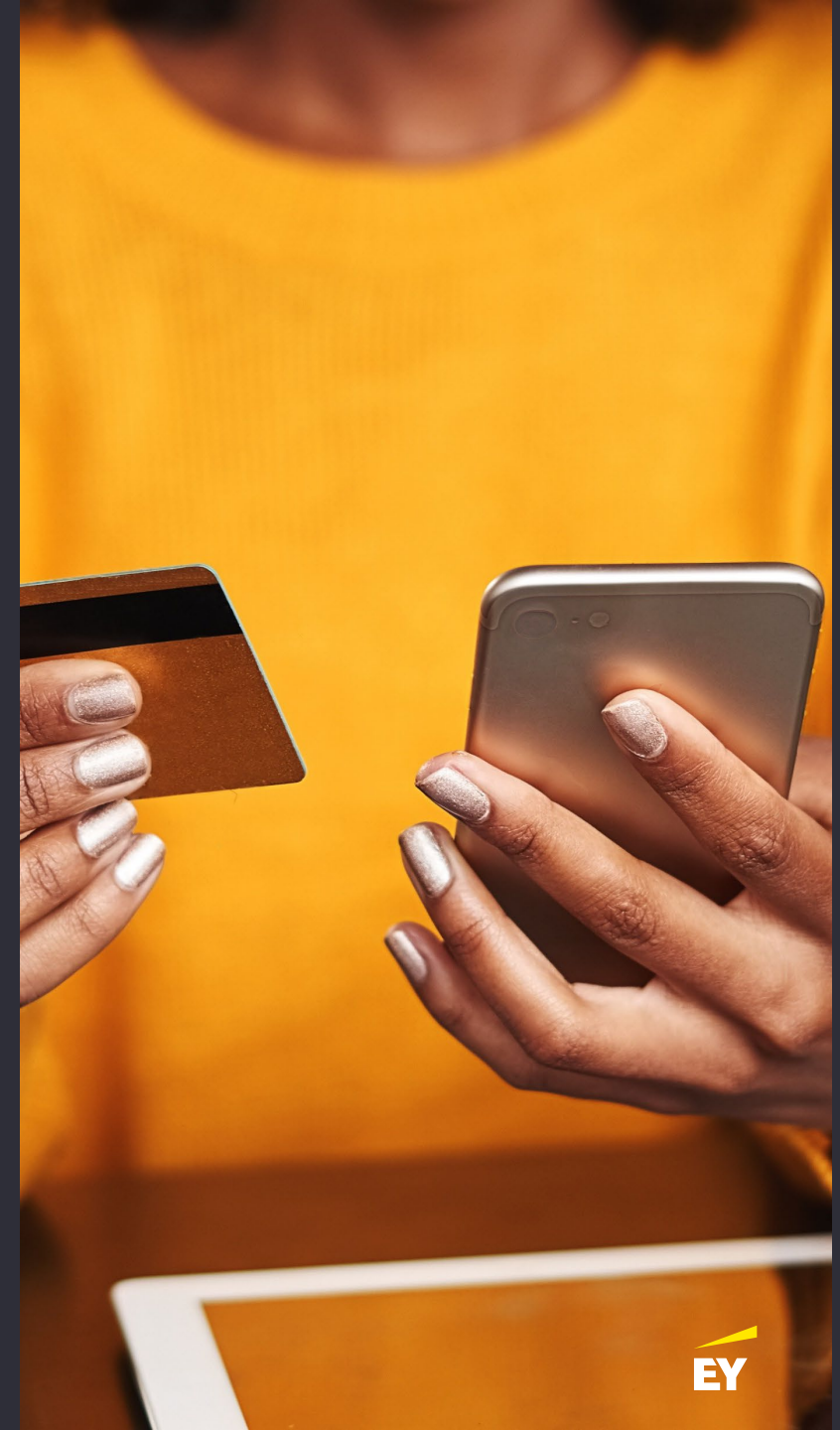
1. Compromiso con el medio ambiente, la sociedad y los empleados
2. Facilidad y rapidez para abrir una cuenta
3. Acceso a préstamos con intereses bajos
4. Buena atención al cliente
5. Inversiones rentables y saldos remunerados
6. Sucursales cercanas
7. App y *home banking* fáciles de usar
8. Mantenimiento gratuito o de bajo costo
9. Descuentos, promociones y beneficios
10. Seguridad de datos y fondos

¹¿Qué valorás al elegir una entidad financiera, ya sea un banco o una billetera digital? Ordená las opciones, del 1 al 10, siendo la primera la más importante para vos. En el puesto número uno, la mayoría ubicó a 'Compromiso...'. En el número dos, 'Facilidad...' y así sucesivamente.

¿Cuánto valoran cada producto/servicio financiero?¹

Resultados encuesta

Saldos remunerados	★	★	★	★	★
Tarjeta de crédito	★	★	★	★	★
Caja de ahorro en dólares sin costo	★	★	★	★	★
Pagar servicios, recargar saldo al celu/SUBE	★	★	★	★	
Comprar dólar MEP (dólar bolsa)	★	★	★	★	
Extraer efectivo	★	★	★	★	
Plazo fijo	★	★	★	★	
Invertir en Fondos Comunes de Inversión (FCI)	★	★	★		
Pago en cuotas sin tarjeta de crédito	★	★	★		
Seguros (para el celular, la compu, la bici, etc.)	★	★	★		
Criptomonedas	★	★	★		



¹ Del 1 al 5, ¿cómo valorás los siguientes productos/servicios? Siendo 5 el máximo nivel de valoración

Esta generación espera que las entidades le ayuden a hacer rendir su dinero

Top 5 de expectativas¹



1

Consejos/
orientación
para
gestionar
mejor sus
finanzas
personales



2

Talleres para
buscar
trabajo o
emprender



3

Premios
y regalos



4

Charlas
y
eventos



5

Becas
de
estudio

Sin dudas la remuneración de saldo es el servicio estrella para esta generación, el cual se convirtió en costumbre y en una demanda habitual del ciclo de vida del cliente.


¹¿Qué esperás de una entidad financiera (banco/FinTech), además de productos y servicios? Ordená las opciones, siendo la 1 la más importante para vos.

Hoy la mayoría ahorra, pero no es lo que más espera hacer en el futuro

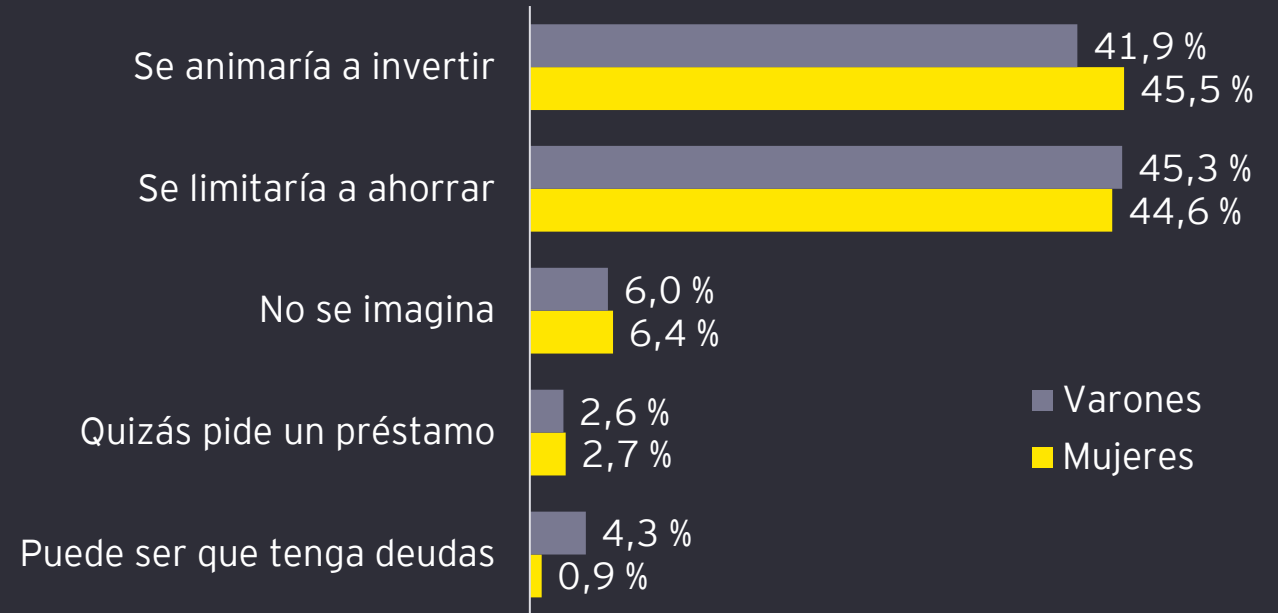
Costumbre de ahorro actual¹

1  Siempre **49 %**

2  A veces **40 %**

3  Nunca, pero le gustaría **11 %**

Las inversiones son su principal proyección en los próximos 5 años²



La mayor diferencia entre géneros se encuentra en la posibilidad de endeudamiento.

¹¿Tenés como costumbre ahorrar?

²¿Cómo proyectás tus finanzas de acá a 5 años? Elegí todas las opciones que apliquen.

Por lo visto, para captar este segmento, hay que revisar las propuestas de valor, a partir de ciertos ejes



Cercanía

Humanizar las marcas y los modelos de atención es todo un desafío para las entidades.

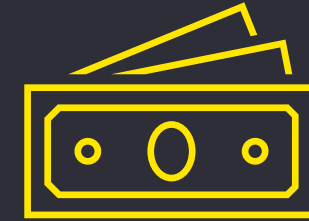
Esta generación busca cercanía, tanto a través de canales físicos como virtuales. Por esto le conceden gran importancia a contar con acompañamiento para gestionar sus problemas diarios y sus finanzas personales.



Sostenibilidad

La transparencia pasó de ser un *nice-to-have* a un *must*. Quieren ver el cambio y no solo que se lo cuenten.

Para visualizar su futuro, necesitan poder confiar en que las entidades harán todo lo posible para proteger el bienestar de las personas y el medio ambiente, no tan solo sus ahorros y finanzas.



Inversiones y asesoramiento

Será necesario repensar estrategias de promociones, como topes y condiciones, para temas de consumos y alianzas.

Los descuentos no generan tanto atractivo como la generación de rendimientos y la asesoría para ayudarles a mantener o conseguir el estilo de vida que quieren.

Por lo visto, para captar este segmento, hay que revisar las propuestas de valor, a partir de ciertos ejes (cont.)



Vínculo

El ingreso al sistema financiero todavía está concentrado en la cuenta sueldo. Este hito en la vida de las personas es clave en el inicio de la relación con la entidad.

En este contexto, es muy importante para toda entidad lograr una sinergia adecuada entre la banca empresas y la banca retail.



Confianza

El 87,5 % de quienes no tienen cuenta bancaria prefiere las billeteras digitales.

La ayuda para gestionar las finanzas y cuidar sus ahorros es algo que las entidades podrían capitalizar para generar una relación de largo plazo y principalidad con estos clientes.



Apoyo

Solo el 0,2 % dijo no tener preocupaciones financieras. A pesar de este bajo %, la juventud es optimista, considerando que la mayoría se visualiza ahorrando e invirtiendo en los próximos 5 años.

Esta necesidad de contención y este deseo de progresar representan una gran oportunidad para las entidades.

En respuesta a estas necesidades, EY está a nivel global y local a las entidades a generar propuestas de valor enfocadas en esta generación

Estrategia para jóvenes *millennials*

Banco internacional trabajó con EY para redefinir la relación con el segmento, desarrollando la visión y la hoja de ruta para captar a esta generación y desarrollar una relación a largo plazo.



Una experiencia bancaria única para la generación Z

Filial bancaria argentina de banco internacional confió en EY para crear una *App* pensada para jóvenes. Participamos en el *end to end* del proyecto: desde la definición de la propuesta de valor, hasta el diseño mismo del servicio y el producto.

Colaboraron en este estudio

Financial Services Consulting



Juan Pablo Grisolia

Market Segment Leader Partner
juan-pablo.grisolia@ar.ey.com



Florencia Vernet

Senior Manager, Transformation
florencia.vernet@ar.ey.com



Camila Balter

Marketing&Business Development
camila.balter@ar.ey.com

Design Studio Latin America South



Gonzalo Auza

Leader Partner
gonzalo.auza@ar.ey.com



Guzmar Castillo

Senior UX Content Writer
guzmar.castillo@ar.ey.com



Juan Aparicio

Manager
juan.aparicio@ar.ey.com

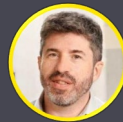
Brand,Market&Communications



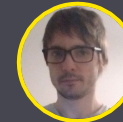
Benito Nazar Anchorena
Associate Director



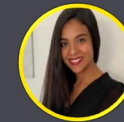
Ximena González Rossi
Assistant Director



Carlos Dominguez
Supervising Associate



Ricardo Klammer
Supervising Associate



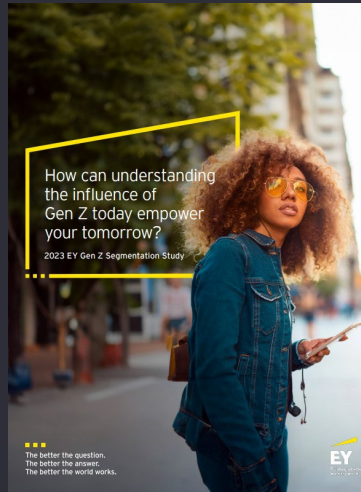
Antonella Sonnante
Senior Associate

EY monitorea constantemente este segmento para ayudar a las organizaciones a atraerlo y fidelizarlo

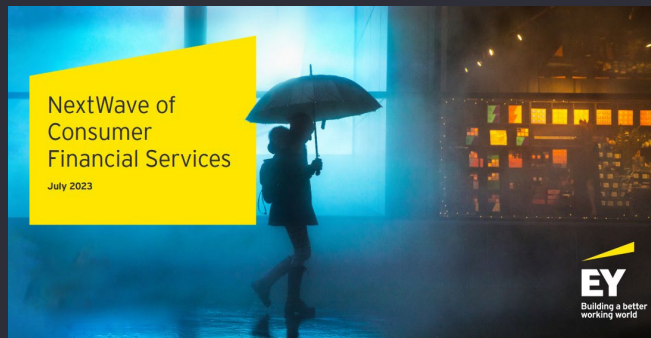
Tomorrow's customers:
Reinventing banking
for young millennials



- ▶ Informe de EY y HSBC que examina cómo los cambios demográficos y el comportamiento transformarán la banca minorista y las perspectivas de los principales bancos.



- ▶ Resultados de la encuesta de EY que recopiló la visión de más de 1.500 jóvenes en Estados Unidos en 2023.



- ▶ Investigación realizada con mil consumidores tras las crisis bancarias de marzo de 2023 en Estados Unidos que estudia la confianza en los bancos.



- ▶ Resultados de la encuesta de EY que recopiló la visión de más de 1.500 jóvenes en Estados Unidos en 2021.



- ▶ Análisis de los comportamientos e intereses de las distintas generaciones para ayudar a las organizaciones a pensar cómo acompañar a cada una de ellas.



¡Seguinos para estar al tanto de nuevas investigaciones!

-  [@EY_Argentina](https://twitter.com/EY_Argentina) y [@EY_CareersAR](https://twitter.com/EY_CareersAR)
-  [@EYArgentina](https://www.facebook.com/EYArgentina) y [@EYCareersArgentina](https://www.facebook.com/EYCareersArgentina)
-  [@ey.argentina](https://www.instagram.com/ey.argentina)
-  [EY](https://www.linkedin.com/company/ey)
-  [EY Argentina](https://www.youtube.com/EYArgentina)
-  www.ey.com

EY | Construyendo un mejor mundo de negocios

EY existe para construir un mejor mundo de negocios, ayudando a crear valor a largo plazo para sus clientes, su gente y la sociedad en general, así como también para construir confianza en los mercados de capitales.

Por medio de datos y tecnología, los equipos diversos e incluyentes de EY, ubicados en más de 150 países, brindan confianza a través de la auditoría y ayudan a los clientes a crecer, transformarse y operar.

El enfoque multidisciplinario en auditoría, consultoría, legal, estrategia, impuestos y transacciones, busca que los equipos de EY puedan hacer mejores preguntas para encontrar nuevas respuestas a los asuntos complejos que actualmente enfrenta nuestro mundo.

EY se refiere a la organización global y podría referirse a una o más de las firmas miembro de Ernst & Young Global Limited, cada una de las cuales es una entidad legal independiente. Ernst & Young Global Limited, una compañía del Reino Unido limitada por garantía, no proporciona servicios a clientes. Para conocer la información sobre cómo EY recaba y utiliza los datos personales y una descripción de los derechos que tienen las personas conforme a la ley de protección de datos, ingrese a ey.com/privacy. Las firmas miembro de EY no ofrecen servicios legales en los casos en que las leyes locales lo prohíban. Para obtener mayor información acerca de nuestra organización, ingrese a ey.com.

© 2023 EYGM Limited.
Todos los derechos reservados.

ey.com

