

Millennials y medios de pago: Derribando prejuicios para encontrar el camino a su inclusión financiera

Los Millennials nos demuestran que si bien son fanáticos de la tecnología, también son muy cuidadosos cuando definen como pagar. Su incorporación al sistema financiero puede ser a través de la tarjeta de debito y los medios de pago electrónico inmediato (PEI), con la condición de que les expliquen de manera clara y simple cuáles son las ventajas y cómo evitar errores.

Compartimos resultados extraídos del estudio sobre tendencias de medios de pago, que D'Alessio IROL acaba de terminar en el mes de febrero. El estudio incluyó las respuestas de 225 individuos de niveles medios de 21 a 34 años.

- **8 de cada 10 Millennials registran interés por utilizar cambios tecnológicos que le hagan la vida más fácil. Sin embargo aún le temen al manejo online o por celular de sus datos personales, en especial los que se relacionan al manejo de su dinero.**
- **9 de cada 10** consideran que lo mejor es pagar en efectivo, mientras solo uno prefiere utilizar dinero plástico.
- Temen más a su propia falta de control si compran con dinero plástico que a los bancos: **4 de cada 10 justifican su preferencia por el efectivo como una barrera al descontrol que puede generar comprar sin pensar.** El 90% no pone como excusa su desconfianza hacia los bancos.
- **Existe espacio para extender la bancarización a través del uso de la tarjeta de débito.** El requisito es hacerles llegar las ventajas y una propuesta, como por ejemplo el instructivo al primer paso con una tarjeta de débito. De esta forma:
 - **8 de cada 10** consideran que puede serle útil tener una tarjeta de crédito.
 - **La mitad aprecia las ventajas** de los nuevos medios de pago electrónicos cuando se demuestran de manera clara y concisa, explicando sus características y diferenciadores. A su vez, el **35% piensa que podría reemplazar su uso actual del efectivo.**
- **Los canales online son los preferidos** para interiorizarse de las funcionalidades de los medios de pago electrónicos. Preferentemente desearían encontrar instructivos (simples y claros) enviados a sus mail -45%-.

1. Millenials, su uso de la tecnología para relacionarse con el mercado financiero. El caso de las Apps.

- Mientras que 8 de cada 10 de quienes tienen entre 21 hasta 34 años se muestran muy conocedores de los avances tecnológicos, la mitad -51%-expresa temor ante la posibilidad de que sus datos personales sean robados de su celular. Además, solo 2 de cada 10 mencionan que se sienten seguros brindando información personal bancaria online y/o por el celular.

Millenials , tecnología y el mundo financiero

			
Sé lo último en Tecnología	81	7	13
No tengo miedo de tener los datos...			
Personales en el celular porque no se puede acceder en caso de robo	49	30	21
Bancarios en Internet y en el celular	18	54	28

Las apps han ingresado con fuerza en los Millenials argentinos. 97% las conocen y 82% las usan para su vida diaria.

Sin embargo, no utilizan las de medios de pago y/o de bancos. Solo el 16% utilizan apps de medios de pago y/o de bancos. Dos explicaciones:

- Forman parte de la mayoría de los argentinos que no están bancarizados: 83% de los menores de 34 años indicó que no tienen y/o no usan tarjetas de débito ni crédito.
- A la vez, temen por el robo del equipo celular y son escépticos en el resguardo de sus datos personales.

2. El efectivo sigue siendo considerado el “mejor” sistema de pago por los Millenials.

- El efectivo es “el medio de pago” que utilizan (88%). Solo el 13% menciona complementarlo con las tarjetas de débito y/o crédito.
- Un punto relevante es la penetración de Mercado Pago que alcanza a las tarjetas bancarias -12%-.

- Justifican su uso del efectivo por la “seguridad que les brinda” -55%-, también les sirve para el “autocontrol de sus gastos” -41%- y “la seguridad de que será aceptado en todos lados” -30%-.
- Le agregan como beneficio la “posibilidad de negociar descuentos” -32%- y que tienen claro el gasto en que incurrir “sin costos extras ni intereses” -35%-.
- Un punto que puede ser útil para su inclusión financiera: El 90% no pone como excusa su desconfianza hacia los bancos.

El efectivo como el método de pago preferido

Motivos de pagar en efectivo %- Base: quienes elijen pagar en efectivo- R. Múltiple.		Total
Seguridad/ Control propios	Mayor seguridad	55
	Sé cuál es el monto que puedo gastar	41
	Aceptación en todos los negocios	30
	Evita tentarme que compre más de lo que puedo	24
Beneficios	Descuentos	32
Costos	No me genera costos o intereses adicionales	35
Desconfianza por otros medios de pago/Inst.	Desconfío de los medios electrónicos	19
	Evito que accedan/ hackeen mis datos bancarios (vinculados a una App)	14
	Desconfío de los Bancos	10

Fuente: D'Alessio IROL

3. El 83% de los Millenials puede considerar su bancarización cuando se les demuestra su utilidad y la seguridad que puede brindarles los medios de pago del ecosistema financiero de manera clara, útil y personalizada:

- **8 de cada 10 consideran que puede serle útil tener una tarjeta de débito** cuando se le explican sus ventajas. Así, señalan que podrían utilizarla por “la seguridad de no usar efectivo con el riesgo de robo” -73%-, “conseguir ‘extras’ como descuentos y promociones” -19%-, “pagar facturas” -29%-, y “poder comprar online” -28%-.
- El **51% aprecia las ventajas que los nuevos medios de pago electrónicos**, a partir de las explicaciones sobre sistemas como Todo Pago, Vale Pei, PIM, Billetera Rapipago, Ualá, Banelco.
- Incluso, este segmento es el que más rápidamente puede incorporarlos: la mitad “apenas los conozca”.

**Momento que comenzaría a usar
estos medios de pago electrónico-%-**

	Total
Apenas los conozca	50
Una vez que tenga las opiniones de amigos y familiares	44
No me interesan	6

Fuente: D'Alessio IROL

- Sienten que los PEI tienen como ventajas la “comodidad” -65%- y lo “fácil de su uso” -42%-. Y, el **35% piensa que podría reemplazar su uso actual del efectivo.**

4. Los canales online son los preferidos para interiorizarse de las funcionalidades de los medios de pago electrónicos.

Prefieren el envío de información a sus mails -45%-, link a redes -15%-, Instagram -7%- o Youtube -7%-. También mencionan la necesidad de que sea una persona quien les brinde una explicación -13%- o apuntar a la tradicional confianza que garantizan los avisos en medios masivos -10%- con un claro detalle de su utilidad y forma de uso.

En caso de utilización del material se ruega citar la fuente: D'Alessio IROL Tendencias en medios de pago

SOBRE D'ALESSIO IROL: empresa argentina dedicada a investigaciones de mercado y asesoramiento en estrategia, comunicación y marketing tanto en América Latina como para el mercado hispano en los EE.UU., con más de 30 años de presencia nacional e internacional. IRAM e IQNet le otorgaron la certificación ISO 9001:2000 por su Gestión de la Calidad en el Desarrollo del Procedimiento de Investigación.

www.dalessio.com.ar

