

¿Cómo se relacionan los *millennials* con sus bancos?

Los *millennials* son el segmento de población que más rápidamente se ha digitalizado financieramente. Representan, además, el futuro de la demanda de los servicios financieros. Por eso el sector bancario es consciente de la necesidad de ofrecer unos servicios que se adapten a las necesidades de este segmento de clientes. De hecho, el 70% de los jóvenes afirma que el futuro de los servicios financieros incluye, necesariamente, la oferta de nuevos modos de acceso al dinero y de realización de pagos¹.



La relación entre *millennials* y sus entidades financieras es eminentemente digital. En España, el 88% de los jóvenes entre 25 y 34 años acceden a la banca online, siendo además el segmento de población con un mayor porcentaje de usuarios exclusivamente online (un

21%)². Aproximadamente un tercio de estos afirman no haber ido a una sucursal bancaria³. La banca móvil ha reemplazado las visitas a la oficina e, incluso, al cajero, ya que estos jóvenes son los que más pagan con medios distintos al efectivo. Los estudios para Estados Unidos sugieren que gran parte de los *millennials* lleva menos de 5 dólares (o euros) en efectivo en el bolsillo. De ahí, que sean el segmento poblacional más próximo al “cashless”.



Los bancos observan que los jóvenes son los que más usan los canales digitales (email o redes sociales) para solventar sus problemas técnicos o para formular sus quejas ante la ocurrencia de determinados problemas.

Por otra parte, la relación de los *millennials* con sus entidades financieras comienza a plasmarse en el área de asesoramiento

¹ Accenture. Más allá de lo digital: ¿Cómo pueden satisfacer los bancos las demandas de los clientes.

² ODF Funcas. El cliente de la banca digital en España.

³ Business Insider Intelligence

financiero, a través de los “robo-advisors”. De hecho ya existen entidades financieras que están lanzando a través sus apps la posibilidad de invertir pequeñas cantidades. Este crecimiento en el ámbito del asesoramiento financiero está siendo principalmente liderado por neobancos como el alemán N26 o el británico Revolut.

dicho porcentaje es ligeramente superior para los bancos que para otras compañías como PayPal, Facebook o Venmo⁴.



Además, el 67% de los consumidores de esta generación considera importante contar con herramientas de planificación financiera en su banco. Es lo que se ha llamado “*financial planning*”, la necesidad de controlar los ingresos y gastos mensuales.

Pero también los millennials considerarían a las instituciones bancarias para servicios no financieros. En Estados Unidos, cuando se les preguntó a quién comprarían un paquete que incluyese servicios como almacenamiento de datos, protección de la identidad, protección contra daños en el smartphone o seguros de viaje, el 36% afirmó que lo harían con un banco. Es significativo, porque

⁴ J.D. Power