

Participación de la generación Z en productos financieros



Disposición de centennials a tomar créditos educativos



POR VICENTE VERA V.

JÓVENES NACIDOS A PARTIR DE 1997

Centennials: el rentable nicho aún **inexplorado** por la banca

Una nueva generación está entrando al mundo financiero y no son los *millennials*, sino los *centennials* o generación Z, todas aquellas personas nacidas a partir de 1997. De acuerdo a cifras de Rave Reviews, un 64% de este grupo etario indica que está buscando planes de ahorro: comienzan a los 13 años en este proceso.

Los *postmillennials* tienen claro que planificar su futuro financiero es algo clave, pues el 89% declara que realizar dicho plan los hace estar más empoderados para tomar decisiones en sus vidas.

Al momento de ver la penetración de productos y servicios financieros, el 60% tiene una cuenta de ahorro, el 54% posee cuenta corriente y un 32% tiene tarjeta de crédito. Además, el 33% posee seguros de salud.

El director global de Marketing de Latínía, Oriol Ros,

■ Estudio internacional revela que esta generación es más proclive al ahorro que los *millennials*.

explica que si bien la generación Z no tienen una gran capacidad de ahorro, destaca por tener una actitud proclive para hacerlo.

Ros cree que actualmente las entidades financieras no están sacando provecho de los llamados *millennials*.



“Ya son rentables; es recomendable centrarse en la generación Z. Los jóvenes de este nuevo target se caracterizan por ser nativos digitales ya que no conocen otra realidad e incluso no recuerdan la crisis financiera de 2008”, dice.

El experto de Latínía señala que los centennials pueden significar para los bancos un nuevo espacio por explorar aún muy virgen, ya que esta generación se encuentra al principio de su vida financiera.

Mayor rentabilidad

Desde Latínía recalcan que si bien los *millennials* en el corto y mediano plazo, es uno de los segmentos más rentables para la banca, las fichas deberían moverse hacia los *centennials*.

Ros dice que la generación Z ofrece “una oportunidad para que las instituciones financieras se puedan diferenciar”. Esto, pues “la oferta sigue siendo demasiado igual para el mayor porcentaje de entidades

financieras”, sostiene Ros.

El experto apunta a que en la medida en que haya bancos o instituciones financieras que “no hayan hecho una especial reflexión estratégica sobre los *millennials*, tienen una ventaja competitiva si comienzan a pensar en el siguiente público, los *centennials*”.

A su juicio, la industria debería enfocarse para atender a este segmento a través de *managers* de finanzas personales, con el objetivo de otorgar un asesoramiento financiero, ya que este grupo etario está más inclinado al ahorro que al endeudamiento, manifiesta Ros.

Una de las diferencias entre los *centennials* y los *millennials*, es que a los últimos “nos les interesaba tanto los productos o servicios que les ofrecía el banco. La generación Z quiere ser educada financieramente y consumirán contenidos en ese sentido. Cualquier banco que ofrezca estos productos va a encontrar un espacio para su propuesta”, dice Ros.

TOMA UNA PARTICIPACIÓN MAYORITARIA EN ULTRASERFINCO

Credicorp **adquiere compañía financiera** en Colombia

Después de varios meses de rumores sobre la venta de la compañía financiera colombiana Ultraserfinco, finalmente ayer salió humo blanco. Credicorp Capital anunció que firmó “un acuerdo para la adquisición de una participación mayoritaria de las acciones” de la firma.

Según indicó Credicorp, esta operación permitirá que la empresa en Colombia pueda crecer en sus cinco líneas de negocio: banca privada, mercado de capitales, gestión de activos, banca de inversión y negocios fiduciarios.

Además, destacó que la adquisición

■ El CEO del conglomerado manifestó que el objetivo de la operación es “seguir creciendo en la región”.

mayoritaria de Ultraserfinco permitirá fortalecer su presencia en las cuatro principales ciudades de Colombia: Barranquilla, Bogotá, Cali y Medellín; y llegar a más clientes con dos nuevas sedes en Cartagena y Bucaramanga.

El CEO de Credicorp Capital, Eduardo Montero, explicó que uno de los obje-

tivos que tienen es “seguir creciendo en la región y los países donde operamos. Es por lo que con Ultraserfinco no sólo consolidamos la plataforma de asesoría y servicios financieros que tenemos en el país, sino que es un paso más para seguir ofreciendo una propuesta de valor diferencial, en Colombia, Chile y Perú”.

De acuerdo a lo informado por el diario La República, la venta de Ultraserfinco se venía dando desde hace varios meses e incluso, fuentes cercanas a la firma colombiana indicaban que dentro de los interesados en entrar a la propiedad estaba Scotiabank y BBVA.



El monto del negocio liderado por Credicorp se mantuvo bajo reserva.

JULIO CASTRO

INVERTIR CON SEGURIDAD
ES SUMAR VALOR