

IMAGE

2023

Generación Z: prioridades financieras, retos y camino a seguir

El estudio de Mejores Hábitos Financieros de 2023 examina las actitudes y comportamientos financieros de los estadounidenses mayores de la Generación Z (de 18 a 26 años). La encuesta mide la opinión de este grupo sobre las circunstancias económicas en constante cambio. Estas conclusiones profundizan nuestra comprensión de las preocupaciones y prioridades financieras únicas de la Generación Z, mientras fortalecen nuestra capacidad para satisfacer sus necesidades con recursos y orientación a lo largo de su camino financiero. La plataforma Mejores Hábitos Financieros de Bank of America conecta a las personas en todas las etapas de la vida, incluyendo a la Generación Z, con herramientas y recursos adecuados que ayudan a desarrollar conocimientos financieros y acercarlos a sus aspiraciones.

La encuesta se realizó en agosto de 2023 y se basa en una muestra representativa a nivel nacional de 1,167 adultos de la Generación Z (de 18 a 26 años). Los encuestados incluyen 276 afroamericanos, 267 hispanos y 616 mujeres.

Los resultados clave incluyen:

La Generación Z está haciendo cambios en su estilo de vida para combatir el aumento de precios.

- La mayoría de los miembros de la Generación Z (85%) afirmó afrontar al menos un reto para lograr el éxito financiero, incluida la mitad (53%) que dice que el alto costo de vida constituye un reto.
- Los miembros de la Generación Z están haciendo ajustes a su estilo de vida, ya que casi tres de cada cuatro (73%) cambiaron sus hábitos para gastar menos en alimentos y gasolina debido al aumento de los precios y a la inflación. Entre estos, el 96% prevé mantener esos ajustes de estilo de vida durante los próximos 12 meses. Esto indica un cambio significativo en la manera en que la Generación Z seguirá respondiendo a este entorno.
 - Casi la mitad (43%) de la Generación Z dice que cocina en casa con más frecuencia en lugar de salir a comer, y el 90% de este grupo planea mantener este cambio de estilo de vida durante el próximo año.
 - De manera similar, el 40% de la Generación Z gastó menos en ropa y el 79% de este grupo seguirá haciéndolo.
 - Un tercio (33%) limitó el gasto de compras de supermercado solo a lo esencial, y el 79% de este grupo planea mantener este cambio durante el próximo año.

La Generación Z está buscando maneras de mejorar su salud financiera y está superando los retos.

- Durante el último año, un tercio de la Generación Z (37%) experimentó un contratiempo financiero, como verse obligado a dejar de ahorrar o adquirir deudas adicionales, y dentro de ese grupo, más de uno de cada tres (37%) reportó una disminución de la autoestima.
- Uno de cada cuatro (27%) pidió dinero prestado a amigos o familiares.
- Los encuestados de la Generación Z que han experimentado un contratiempo financiero son tres veces más propensos a volverse más dependientes financieramente de la familia que cualquier otra generación (22% para la Generación Z).
- Como muchos estadounidenses este año, la Generación Z tuvo dificultades para reunir los ahorros adecuados: el 56% dijo que no tiene suficientes ahorros para emergencias para cubrir tres meses de gastos.
- Si bien una ligera mayoría de la Generación Z (52%) confía en que se dirige a lograr sus metas financieras, menos de la mitad (48%) se autodenominaría como total o mayoritariamente independiente desde el punto de vista financiero.
- En general, la Generación Z se siente preparada para manejar las actividades financieras cotidianas. La mayoría confía en su capacidad para administrar los gastos diarios (69%), llevar un presupuesto (70%) y manejar el crédito (67%). No obstante, existe una brecha de preparación para la Generación Z en torno a temas de planificación financiera más complejos, y son menos los que se sienten preparados para ahorrar para la jubilación (45%) o invertir en la bolsa de valores (29%).
- El 74% ha tomado al menos una medida financiera positiva durante el último año, incluido destinar dinero a los ahorros (55%), establecer metas financieras (22%), contribuir a una cuenta de jubilación (22%) o invertir en la bolsa de valores (15%), y solo uno de cada cuatro (24%) de los encuestados de la Generación Z confía en que la economía mejorará, lo que puede afectar sus prioridades financieras para el próximo año.
 - De cara a los próximos 12 meses, la confianza entre la Generación Z está disminuyendo. Durante el próximo año, solo el 32% confía en que el mercado laboral mejorará, en comparación con el 46% en 2021, y el 26% confía en que el mercado inmobiliario se mantendrá sólido, en comparación con el 32% en 2021.
- Los retos adicionales comunes incluyen no contar con suficientes ingresos para alcanzar metas financieras (36%), la economía/perspectivas económicas (34%), y los gastos de vivienda y de alquiler (30%).

La deuda es aún un reto para algunos

20% dice que la deuda es un reto para lograr el éxito financiero

- Durante el año pasado, 16% señaló haber adquirido más deuda
- Los pagos de deuda también han disminuido año tras año. Solo el 18% dice haber pagado la deuda (préstamos para estudiantes, tarjetas de crédito, etc.)

La Generación Z recurre a familiares y amigos a través de las redes sociales en busca de asesoría financiera confiable.

- La Generación Z recurre mayormente a familiares (55%), amigos (13%) y a recursos de educación financiera de terceros (15%) en busca de asesoría financiera.
- Solo el 10% de los encuestados de la Generación Z recurre a *influencers* de las redes sociales como fuente fiable de información financiera.
 - La mayoría de la Generación Z (53%) que sigue los consejos de *influencers* examinará esos consejos financieros antes de implementarlos. Los que examinan la información lo hacen comparando los consejos en línea con los recursos educativos.
 - La mayoría (53%) de los que han seguido los consejos financieros de un *influencer* se sienten motivados a informarse más sobre los temas después de seguir los consejos del *influencer*.

- En cuanto a las plataformas a las que recurre la Generación Z para ver contenido de finanzas personales, YouTube (34%) y TikTok (30%) encabezan la lista.
- Las redes sociales de un tercio de la Generación Z (32%) los incentivan a tener más dinero para gastos no esenciales.
- Afortunadamente, las redes sociales no desaniman a la mayoría de la Generación Z: el 61% no compara su situación financiera con la de las personas que ven en las redes sociales.

La Generación Z está impulsada por su carrera y trabaja duro por su dinero.

- Las principales prioridades de la Generación Z para el próximo año incluyen ampliar su formación (36%), avanzar en su carrera profesional, aumentar su salario (31%) y conseguir un nuevo empleo (31%).
- Las prioridades adicionales de la Generación Z incluyen ahorrar para la jubilación (26%), pagar deudas (26%), establecer y mejorar el crédito (23%) y viajar (21%).
- La Generación Z busca activamente maneras de mejorar su vida profesional. Durante el año pasado, las medidas profesionales que tomó la Generación Z incluyeron comenzar un nuevo trabajo o puesto (33%), negociar un aumento (22%) y solicitar un nuevo empleo en una nueva área (14%).
- Un poco más de un tercio (35%) de la Generación Z tiene actualmente un trabajo secundario o ha tenido uno en el pasado.
 - La principal razón para iniciar un trabajo secundario fue contar con ingresos adicionales para gastos no esenciales (44%) y para tener más estabilidad financiera (36%).

Enfoque profesional Generación Z

La Generación Z que comenzó un nuevo trabajo o puesto enumeró varias motivaciones para el cambio:

- Un salario más alto (36%)
- Mejores perspectivas a largo plazo y avance profesional (32%)
- El puesto implica progreso (32%)
- Descontento con su puesto anterior (23%)

Motivaciones financieras, prioridades y retos en el grupo diverso de adultos jóvenes

La Generación Z afroamericana destacó tasas más altas de independencia financiera y confianza en comparación con sus pares.

- El 62% se considera total o mayoritariamente independiente desde el punto de vista financiero, más que sus pares no afroamericanos (46%).
- Más de la mitad (58%) se siente seguro de que se dirige a lograr sus metas financieras, más que sus pares no afroamericanos (51%).
- Las tres principales prioridades de la Generación Z afroamericana para el próximo año son comprar un auto (33%), conseguir un nuevo trabajo o puesto (31%) y pagar deudas (29%).
- Casi dos tercios (62%) de los afroamericanos encuestados se sienten preparados para crear un fondo para emergencias, en comparación con el 55% de sus pares no afroamericanos.
- Los afroamericanos encuestados de la Generación Z se muestran optimistas en que mejorará su futuro financiero personal (71%), el mercado laboral (51%) y la economía (41%), y en que el mercado inmobiliario se mantendrá fuerte (36%) y el precio de los productos cotidianos se normalizará (37%).
- Además de aceptar nuevos empleos para progresar en sus carreras profesionales y salarios, muchos afroamericanos tienen trabajos secundarios para complementar sus ingresos.
 - El 37% dijo que actualmente tiene un trabajo secundario, el 20% dijo que había tenido un trabajo secundario anteriormente (frente al 18% y el 14%, respectivamente, de sus pares no afroamericanos).

Los hispano-latinos encuestados de la Generación Z señalan que están en camino a lograr metas financieras, como ahorrar.

- Las tres principales prioridades financieras de los hispanos de la Generación Z para el próximo año son conseguir un nuevo trabajo o puesto (37%), continuar su formación (33%) y pagar sus deudas (29%).
- Entre los hispano-latinos encuestados de la Generación Z, el 49% confía en que va por buen camino para lograr sus metas financieras; esto es similar a lo que apunta toda la Generación Z (52%).
- Dos de cada tres (68%) afirmaron que no tienen suficientes ahorros para emergencias para cubrir tres meses de gastos. Esto es un porcentaje más alto que el de sus pares no hispanos (52%), sin embargo, en general refleja lo que reporta toda la Generación Z (56%).
- Los principales retos para alcanzar el éxito financiero señalados por los hispanos encuestados de la Generación Z incluyeron el alto costo de vida (49%), el estado de la economía (31%) y la deuda (21%).
- La mitad (50%) de los hispanos encuestados dijo que pudo destinar dinero a ahorros durante el último año.

- Los hispanos de la Generación Z han cambiado de trabajo en una tasa ligeramente más alta que sus pares (32% frente a sus pares no hispanos 24%). La tasa en la que los hispanos de la Generación Z han conseguido con éxito un mejor empleo con salarios más altos también es ligeramente más alta que la de sus pares (32% frente a 24% de sus pares no hispanos).

Las mujeres de la Generación Z siguen enfrentando brechas en su preparación financiera y en la confianza en comparación con los hombres.

- En general, las mujeres de la Generación Z se sienten menos seguras de estar en el camino correcto para lograr sus metas financieras (49% de mujeres frente a 55% de hombres).
- Cuando se les preguntó a las mujeres de la Generación Z acerca de las medidas financieras que habían tomado en el último año, estas estaban detrás de los hombres en cuanto a invertir en la bolsa de valores (11% frente a 18%).
 - Cuando se les preguntó a las mujeres si se sienten preparadas para invertir en la bolsa de valores, solo el 22% respondió que se siente preparada para hacerlo (frente al 35% de los hombres). *Igual que los datos de 2022.*
- Las mujeres de la Generación Z también se sienten menos preparadas que sus pares masculinos para administrar sus finanzas de forma independiente (56% frente a 63%) y ahorrar para la jubilación (40% frente a 51%).
- Sin embargo, las mujeres se sienten casi igualmente preparadas para administrar sus finanzas diarias (70% frente a 68%) y establecer crédito y manejarlo inteligentemente (68% versus 67%).

Las mujeres de la Generación Z sienten más presión para estar al día con su círculo social cuando se trata de gastos.

- El 17% de las mujeres de la Generación Z dijo que se sentía presionado a participar con amigos en un evento o actividad que realmente no podían pagar (frente al 11% de los hombres).
- El 21% de las mujeres dijo que compraron algo que realmente no podían pagar en ese momento (frente al 14% de los hombres).
- Cuando se les preguntó si alguna vez habían recomendado un evento o actividad social alternativa y de menor costo a sus amigos, el 24% de las mujeres dijo que sí (frente al 13% de los hombres).
- El 28% de las mujeres dijo que no asistieron a un evento o actividad porque no podían pagarlo (frente al 21% de los hombres).
- Las mujeres también sienten más presión de las redes sociales. El 41% dice que sus redes sociales les hacen querer tener más dinero para gastos no esenciales (frente al 24% de los hombres).

Si bien las mujeres de la Generación Z enfrentan retos, se sienten optimistas en cuanto a su futuro financiero y están tomando el control de su carrera profesional.

- La mayoría de las mujeres de la Generación Z (58%) dijo sentirse optimista de que su futuro financiero, a la par de los hombres (57%).
- Las mujeres de la Generación Z cambiaron de trabajo más que sus pares masculinos durante el último año (37% frente a 30%).
 - Cuando se les preguntó por qué estaban buscando nuevos trabajos, las mujeres dijeron que el nuevo puesto ofrecería un salario más alto (40%) y significaría un avance para ellas (36%).
- De cara al año que viene, las cuatro prioridades principales de las mujeres de la Generación Z incluyen ampliar su formación (39% frente a 33% de los hombres), conseguir un nuevo trabajo (32% frente a 31%), avanzar en su carrera profesional y aumentar su salario (29% frente a 34%) y pagar sus deudas (29% frente a 23%).

Metodología

La encuesta de la Generación Z (18-26) de Mejores Hábitos Financieros de Bank of America 2023 se realizó del 15 al 28 de agosto de 2023. El estudio fue realizado por Ipsos en inglés y en español se basa en un muestreo probabilístico representativo a nivel nacional de 1,156 adultos de la población general (18 años o más) y un muestreo parcialmente superpuesto de 1,167 adultos de la Generación Z (de 18 a 26 años), incluidos 122 adultos de la Generación Z de un muestreo no probabilístico. Esta encuesta se realizó utilizando KnowledgePanel® de Ipsos, el panel en línea basado en probabilidades más grande y mejor establecido, que representa a la población adulta de EE. UU. Los panelistas son reclutados científicamente en este panel solo por invitación y a través de correo postal enviado a una selección aleatoria de direcciones residenciales. Para garantizar que se incluyan los hogares que no tienen acceso a Internet, Ipsos proporciona acceso a una tableta y conexión a Internet a quienes los necesitan. Debido a este enfoque de muestreo basado en la probabilidad, los hallazgos de KnowledgePanel pueden informarse con un margen de error de muestreo y proyectarse a la población general. El margen de error de muestreo para la población general es de +/- 3.6 puntos porcentuales con un nivel de confianza del 95 por ciento.

Los datos de la encuesta se han analizado para que coincidan con los puntos de referencia demográficos nacionales. El muestreo de la población general y el muestreo de la Generación Z se analizaron por separado para coincidir con los datos demográficos de la población nacional en cuanto a género, edad, raza/etnia, educación, región, estado metropolitano, ingresos del hogar, dominio del idioma y origen hispano. Los puntos de referencia para estas variables se obtuvieron de la Encuesta de población actual (CPS) de 2022 de la Oficina del Censo, con la excepción de los puntos de referencia para el dominio del idioma que se obtuvieron de la Encuesta sobre la comunidad estadounidense (ACS) de 2021 de la Oficina del Censo.