

LOS ADOLESCENTES Y LAS FINANZAS

CONOCIMIENTO Y HÁBITOS EN ARGENTINA

2° EDICIÓN
NOVIEMBRE
2024

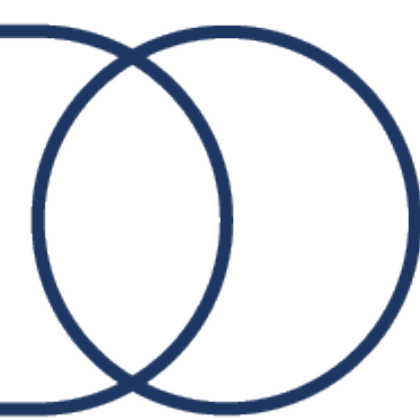


cepe
Evaluación de Políticas
basadas en la Evidencia

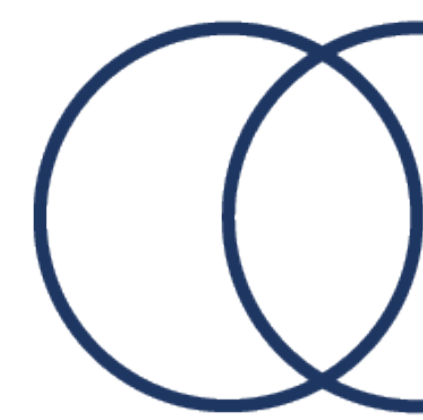
 **Junior
Achievement**
Argentina

Miembro de
JA Worldwide

BBVA



Sobre los impulsores de esta investigación	3
CAPÍTULO I	7
Contexto y motivación	7
CAPÍTULO II	8
Metodología	
CAPÍTULO III	10
Descripción de la muestra	
CAPÍTULO IV	13
Caracterización de la educación financiera de jóvenes argentinos (2022-2024)	
IV.a. Tenencia y uso de instrumentos financieros.....	13
IV. b. Hábitos financieros.....	16
IV. c. Conocimiento y fuentes de información.....	20
CAPÍTULO V	25
Virtualidad: billeteras digitales, apuestas y estafas	25
V. a. Billeteras digitales: tenencia, uso e implicancias.....	27
V. b. Apuestas virtuales: entre el tabú y la normalización.....	27
Modalidades y motivaciones.....	28
Factores de riesgo y percepción de la problemática.....	29
V. c. Estafas virtuales: exposición, detección y vulnerabilidades.....	31
Exposición y reacciones ante intentos de estafa.....	31
Capacidad de detección según tipo de estafa y reacción.....	32
Vulnerabilidad ante consejos financieros.....	33
CAPÍTULO VI	35
Género y roles en los hogares	35
VI. a. Diferencias de género en comportamientos financieros.....	35
Confianza y autopercepción.....	36
La paradoja del conocimiento financiero.....	36
Exposición y actitudes frente al riesgo.....	36
Fuentes de información y consulta.....	37
Sesgos inconscientes en confianza y expertise	37
VI. b. Roles de género en el hogar.....	36
CAPÍTULO VII	41
Perspectivas de futuro	41
CAPÍTULO VIII	45
Principales hallazgos y conclusiones	45



Sobre los impulsores de esta investigación

Al igual que en la edición 2022, este proyecto ha sido desarrollado por Junior Achievement Argentina y el Centro de Evaluación de Políticas Públicas de la Universidad Torcuato Di Tella, con el apoyo de BBVA Argentina.

Junior Achievement es una de las ONG más grandes del mundo. A través del aprendizaje práctico y combinado en educación financiera, formación para el trabajo y emprendimiento, empodera a los jóvenes para que hagan crecer sus ideas emprendedoras, perfeccionen sus habilidades laborales, administren sus ingresos y aseguren mejor calidad de vida para ellos, sus familias y sus comunidades.

Con más de 100 países miembros, la red de Junior Achievement está potenciada por más de 500.000 voluntarios y mentores, quienes sirven a 17 millones de jóvenes alrededor del mundo cada año. En Argentina, opera desde 1991 y cuenta con oficinas en Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y las regiones de CUYO y NOA; alcanzando con sus programas a más de 1.290.000 estudiantes de todo el país.

Más información en www.junior.org.ar

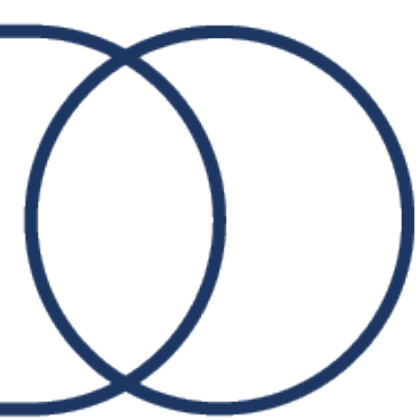
El **Centro para la Evaluación de Políticas basadas en Evidencia (CEPE)** es el centro de investigación aplicada en políticas públicas de la Escuela de Gobierno de la Universidad Torcuato Di Tella. Fundado en el año 2017, el CEPE se estableció como un modelo abierto de cooperación entre el sector académico, público y privado. Nuestra misión es mejorar la calidad de las políticas públicas y los programas con impacto social a través de la provisión y evaluación rigurosa de evidencia. El CEPE tiene como objetivos:

1. Mejorar la calidad de las políticas públicas y los programas con impacto social mediante la provisión y evaluación rigurosa de la evidencia relevante.
2. Satisfacer la demanda de análisis de información cuantitativa proveniente del mundo académico, de los responsables de la formulación de políticas públicas, de las organizaciones multilaterales, del sector privado y de las organizaciones de la sociedad civil, a través de programas de investigación, consultoría y la oferta de capacitación.
3. Promover una cultura de la evidencia en la ideación y diseño de políticas públicas que permita su evaluación externa y su calibración para optimizar su impacto social.

Más información en www.utdt.edu/cepe

BBVA es un grupo financiero global con una visión centrada en el cliente, que cuenta en la actualidad con más de 71 millones de clientes activos y más de 121.000 empleados. BBVA está presente en más de 25 países.

BBVA en Argentina es una de las principales entidades financieras privadas del país. A través de los valores: “el cliente es lo primero, pensamos en grande y somos un solo equipo” trabaja comprometido con el país y el desarrollo sostenible. Cuenta con una amplia red de sucursales en todo el territorio nacional, compuesta de 243 sucursales, 881 cajeros automáticos y 852 terminales de autoservicio. BBVA en Argentina tiene



un equipo de más de 6000 colaboradores y mantiene relaciones comerciales con más de 4 millones de clientes minoristas, más de 89.000 pymes y más de 850 grandes corporaciones.

Más información en www.bbva.com y bbva.com.ar

Resumen ejecutivo

La inclusión financiera juvenil en Argentina experimentó una transformación significativa entre 2022 y 2024. La exclusión financiera se redujo del 41% al 9%, impulsada principalmente por la masificación de las billeteras digitales, que pasaron de una penetración del 51% al 89%. Este cambio marca un punto de inflexión en la forma en que los jóvenes interactúan con el sistema financiero.

Sin embargo, el estudio revela que mayor inclusión no se traduce en mayor educación o mejores prácticas financieras. El escenario actual presenta tanto oportunidades como desafíos.

Digitalización financiera

-Mientras que en 2022 el 41% de los adolescentes no contaba con ningún instrumento financiero, en 2024 esta cifra se redujo al 9%. El acceso a servicios financieros fue propulsado por una mayor penetración de las billeteras digitales -superior a 80%-, siendo este instrumento escogido como principal medio de pago por el 50% de los jóvenes encuestados.

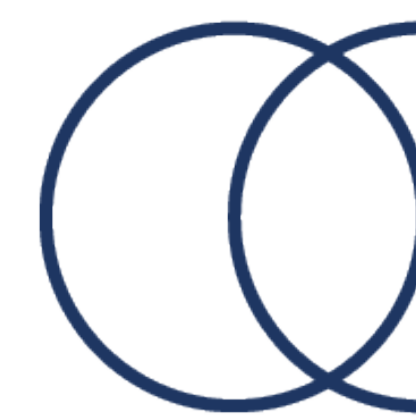
-El avance en la inclusión financiera no se traduce automáticamente en mejores prácticas financieras: contar con una billetera digital duplica o triplica la probabilidad de acceder a otros instrumentos financieros, sin embargo, no demuestra más altos niveles de ahorro, confianza en el manejo del dinero o conocimientos financieros.

-La digitalización también trae nuevos riesgos: las apuestas virtuales emergen como preocupaciones significativas, agravadas por la limitada capacidad para evaluar información financiera en línea, la impulsividad, la ausencia de diálogo y la indiferencia por la condición de legalidad.

1. Los casinos virtuales son el principal canal de apuesta. Mientras que en el nivel socioeconómico medio-alto la práctica está relacionada a un aspecto lúdico, en nivel socioeconómico bajo se enfatiza la búsqueda de ganancias rápidas.

2. Más de la mitad de los jóvenes afirma tener amigos que realizan apuestas online, con una presencia más marcada entre varones (6 de cada 10), y mayor frecuencia en niveles socioeconómicos medio-alto. Sin embargo, cuando se consulta sobre la práctica personal, solo el 7% de los jóvenes reconoce apostar.

-En cuanto a las estafas virtuales, gran parte de los jóvenes tiene las herramientas para identificarlas. Sin embargo, no llegan a accionar en consecuencia: 3 de cada 4 deciden ignorarlas y solo 1 lo reporta a un adulto



o a la empresa implicada.

Brechas de género

-Se identifica una marcada disonancia entre capacidades reales y auto-percepción. Si bien mujeres y varones muestran niveles similares de conocimiento financiero, 37% de las mujeres tienden a subestimar sistemáticamente sus capacidades.

-Esta brecha de confianza se reproduce a través de patrones familiares que transmiten diferentes tipos de conocimiento financiero según género, e impacta también en las proyecciones y perspectivas a futuro de las jóvenes encuestadas.

Vulnerabilidad socioeconómica

-6 de cada 10 adolescentes de nivel socioeconómico bajo mantiene el efectivo como medio de pago más frecuente. La facilidad de uso aparece como el principal argumento, sugiriendo que la elección del medio de pago responde más a hábitos y contextos que a ventajas inherentes del instrumento.

-En el nivel socioeconómico bajo, el conocimiento bajo alcanza al 45% de los adolescentes, esto es más del doble que en el nivel socioeconómico medio-alto (20%). A su vez, las proyecciones y perspectivas a futuro planteadas por los jóvenes de este segmento se ven influenciadas por las necesidades propias de su contexto socioeconómico: mientras que los jóvenes de nivel socioeconómico alto muestran una visión centrada en la independencia financiera y el desarrollo profesional, los de nivel socioeconómico bajo equilibran sus metas profesionales con un deseo de estabilidad familiar.

Actores clave y fuentes de información

-El desinterés por la administración del dinero es mínimo en todos los segmentos (entre 1 y 2%), mientras que 7 de cada 10 jóvenes manifiestan que quieren aprender a manejar mejor su dinero.

La escuela es un espacio estratégico para la democratización de la educación financiera. La demanda por parte de los jóvenes es clara: 8 de cada 10 mencionan a la educación financiera y económica como las asignaturas más relevantes para aprender en ámbito escolar.

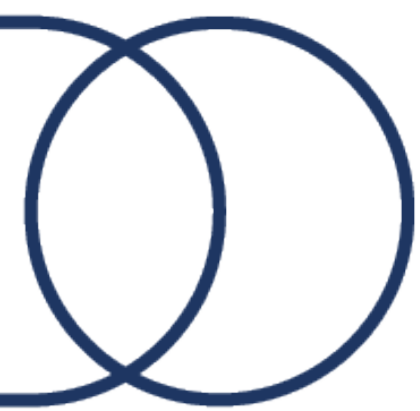
-En un contexto en el que 1 de cada 4 jóvenes no conversa con nadie sobre sus planes financieros, se torna relevante habilitar las conversaciones sobre dinero en los hogares. Los padres, responsables o tutores son la principal fuente de consulta en temas económicos y financieros para el 78% de los jóvenes encuestados.

-6 de cada 10 jóvenes afirma que seguiría consejos de inversión vistos en redes sociales para destinar sus ahorros.

Ahorro

-El 78% de los adolescentes manifiesta tener una disposición positiva hacia el ahorro, aunque con diferentes niveles de éxito en su implementación.

Los varones muestran una mayor propensión al ahorro en comparación con



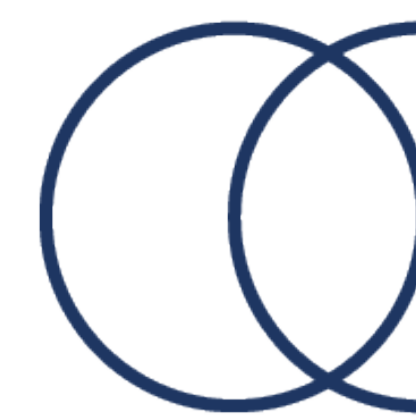
las mujeres (42%). También se observa una diferencia en la capacidad de ahorro entre los niveles socioeconómicos alto y bajo.

-Frente a estos hallazgos, se identifican cuatro prioridades para fortalecer la educación financiera juvenil:

1. Fortalecer la educación financiera escolar
2. Desarrollar programas específicos de educación financiera digital
3. Abordar activamente los sesgos y brechas de género
4. Fortalecer las capacidades críticas para la toma de decisiones financieras

-El informe sugiere que el éxito de las intervenciones futuras dependerá de su capacidad para considerar estas diferentes dimensiones, adaptando estrategias y contenidos según las necesidades específicas de cada grupo.

-A su vez, destaca la importancia de que todos los actores sociales contribuyan a impulsar espacios seguros de aprendizaje, en los cuales los jóvenes puedan adquirir las herramientas, los conocimientos y la confianza que necesitan para lograr un mejor manejo de sus finanzas personales.



CAPÍTULO I

Contexto y motivación

Los jóvenes se enfrentan hoy a un panorama financiero radicalmente transformado. La revolución digital está cambiando la forma en que se accede y se utilizan los servicios financieros, con la masificación de billeteras digitales y nuevas formas de pago. Sin embargo, esta transformación trae consigo tanto oportunidades como riesgos: mientras facilita el acceso a servicios financieros, también expone a los jóvenes a nuevos desafíos como las apuestas en línea y las estafas virtuales.

En este contexto, la educación financiera se torna cada día más necesaria. Si bien en la última década se han logrado avances significativos en inclusión financiera -con un crecimiento del 50% a nivel global en la proporción de adultos con cuentas bancarias, y más que duplicándose en Argentina (del 33% al 72% entre 2011 y 2021)¹-, este progreso en el acceso no se ha traducido necesariamente en un uso efectivo de los servicios financieros. La brecha entre acceso y uso efectivo es particularmente pronunciada entre los jóvenes, quienes, a pesar de ser nativos digitales, muestran los niveles más bajos de conocimientos financieros².

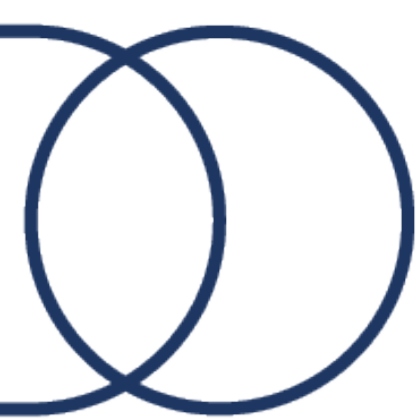
Organizaciones como Junior Achievement Argentina (Junior) buscan responder a este desafío a través de programas de educación financiera orientados a jóvenes. Sus programas, que alcanzan a estudiantes de todo el país, combinan capacitación en planificación de gastos, uso de herramientas financieras y conceptos de ahorro e inversión, con ejercicios de autoconocimiento que ayudan a los jóvenes a visualizar su futuro y planificar los pasos para cumplir sus metas.

El alcance geográfico y la representatividad de la población que alcanzan los programas de Junior presenta una oportunidad única para estudiar el conocimiento y los hábitos financieros de los jóvenes argentinos. Aprovechando esta plataforma, esta investigación se propone caracterizar y comprender los cambios en la inclusión y educación financiera juvenil entre 2022 y 2024, un período de particular intensidad en la transformación digital del sector financiero. El estudio busca no solo documentar estos cambios, sino también identificar brechas persistentes y grupos particularmente vulnerables, con el objetivo último de proponer líneas de acción para fortalecer la educación financiera.

El informe se estructura de la siguiente manera: el capítulo II presenta la metodología utilizada, que combina un abordaje cuantitativo con una estrategia de profundización cualitativa. El capítulo III caracteriza la población estudiada, mientras que el capítulo IV analiza la evolución de los principales indicadores de educación financiera entre 2022 y 2024. Los capítulos V y VI profundizan en dos fenómenos críticos: la revolución digital en los servicios financieros y las brechas de género en el acceso y uso de instrumentos financieros. El capítulo VII explora las perspectivas de futuro de los jóvenes en el contexto económico actual. Finalmente, el capítulo VIII integra los hallazgos para identificar los cambios más significativos y sus implicaciones para el futuro de la educación financiera juvenil.

¹Demirguc-Kunt, Asli; Klapper, Leora; Singer, Dorothe; Ansar, Saniya. 2022. The Global Findex Database 2021 : Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19. Washington, DC: World Bank. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/37578> License: CC BY 3.0 IGO

²Iglesias, M., & Mejía, D. (2018). Encuesta de medición de capacidades financieras en Argentina: 2017.



Metodología

Este informe se propone ahondar en los hábitos y conocimientos financieros de los jóvenes de 14 a 19 años en Argentina como una continuidad del relevados en el estudio del año 2022 y trabajar sobre nuevos fenómenos, como lo son el boom de las billeteras digitales y las apuestas virtuales, entre otros temas de relevancia actual. Para ello se desarrolló una investigación integral sobre esta línea de intervención, previendo un componente cuantitativo y uno cualitativo.

Componente cuantitativo

Como se indicó en el capítulo anterior, el alcance geográfico y la representatividad de la población joven en los cursos de educación financiera de Junior brindan una oportunidad única para recopilar información sobre su acceso, uso, hábitos y conocimientos.

En este contexto, se replicó la encuesta aplicada en el año 2022 y se le incluyó nuevas preguntas sobre fenómenos recientes. Esta nueva versión de la encuesta estructurada se incluyó en la plataforma digital de los programas de educación financiera de Junior, para que cada estudiante la completara antes de iniciar la propuesta educativa.

La encuesta se estructuró de modo tal de capturar variables sociodemográficas, de acceso y uso de servicios y productos financieros por parte de los adolescentes y sus familias, actitudes frente al dinero y su conocimiento de las herramientas y conceptos financieros básicos. A su vez, se añadieron preguntas cerradas y abiertas sobre apuestas y estafas virtuales, experimentos sobre aversión al riesgo y prácticas financieras, entre otros temas. Se utilizaron como insumo para la construcción del cuestionario encuestas difundidas y validadas internacionalmente, así como los cuestionarios aplicados para el contexto local de Argentina¹.

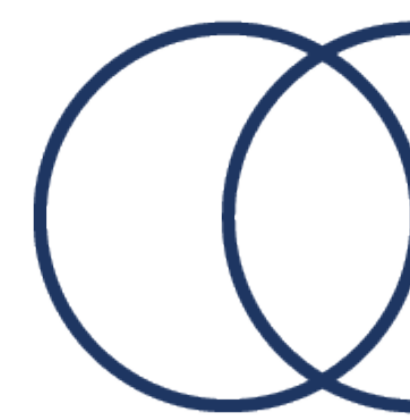
El levantamiento de la información cuantitativa analizada en este informe² se realizó entre el 6 de agosto y el 23 de septiembre de 2024, alcanzando a un total de 5.126 estudiantes de entre 14 y 18 años.

Componente cualitativo

De manera complementaria al abordaje cuantitativo, el componente cualitativo permite profundizar conceptualizaciones, motivaciones, resistencias y otras emociones asociadas al mundo financiero, pudiendo de ese modo aproximarse a la palabra espontánea de los estudiantes desde su propia perspectiva y experiencias vivenciadas.

¹La encuesta se diseñó en consonancia con la literatura pertinente (Iglesias, M., & Mejía, D. (2018). Encuesta de medición de capacidades financieras en Argentina: 2017; OECD (2018), Financial Literacy Questionnaire for PISA 2018, OECD Publishing, Paris, https://www.oecd.org/pisa/data/2018database/CY7_201710_QST_MS_FLQ_NoNotes_final.pdf; <https://dpi.wi.gov/sites/default/files/imce/cte/pdf/pflchap3.pdf>).

²El levantamiento de información continuará hasta fines del año 2024, pero se realizó un corte en el mes de septiembre, cuando se contó con un número de observaciones más que considerable para realizar el análisis presente en este documento.



Los objetivos específicos del abordaje cualitativo son:

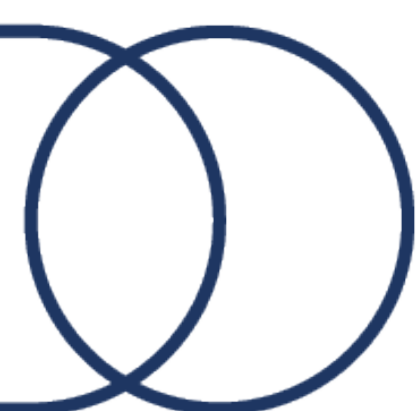
- Explorar **actitudes y hábitos** en relación con el manejo del dinero y al ahorro.
- Conocer el **acceso y uso de instrumentos financieros**, haciendo foco en las **billeteras virtuales**.
- Sondear **percepciones** sobre diferencias de **género** en torno a inversiones y demás actividades financieras.
- Conocer **actitudes** en torno a las **apuestas y estafas virtuales**.
- Explorar expectativas y percepciones de futuro.
- Conocer **expectativas y demandas no cubiertas** sobre la inclusión financiera.

Para dar respuesta a estos objetivos, se realizaron cuatro grupos focales (entre siete y diez participantes en cada uno de ellos) con estudiantes de 17 a 19 años de distintas provincias del país (CABA, GBA, Buenos Aires, Córdoba, San Luis, Salta, Santiago del Estero, Entre Ríos, Mendoza, San Juan, Tucumán y Chubut).

La segmentación para los grupos focales se basó en dos criterios: el nivel socioeconómico y el género de los jóvenes. De este modo, se realizaron dos grupos focales con varones representantes de bajo y alto nivel socioeconómico y dos con mujeres de bajo y alto nivel socioeconómico. Esta estrategia es diferente a la realizada en la edición anterior del estudio (donde se había segmentado por área geográfica -AMBA vs. Interior- y por nivel de inclusión financiera -medido según el conocimiento y prácticas financieras de los jóvenes-, manteniendo un nivel socioeconómico medio entre todos los participantes y contemplando tanto varones y mujeres al interior de cada grupo). A partir de la experiencia y hallazgos de la edición 2022, se modificó la convocatoria cualitativa para ahondar en cuestiones como diferencias asociadas al género y a la vida cotidiana de los hogares.

A lo largo del informe, las citas textuales que se desprenden de los grupos focales son identificadas por el género (Mujer o Varón) y nivel socioeconómico (Alto o Bajo) al que representan. El trabajo de campo se realizó entre el 10 y 19 de septiembre de 2024.

En las siguientes secciones se caracteriza a la muestra obtenida a partir de la estrategia cuantitativa y se presentan los resultados de las encuestas. Esta información se complementa con hallazgos relevantes derivados del estudio cualitativo.

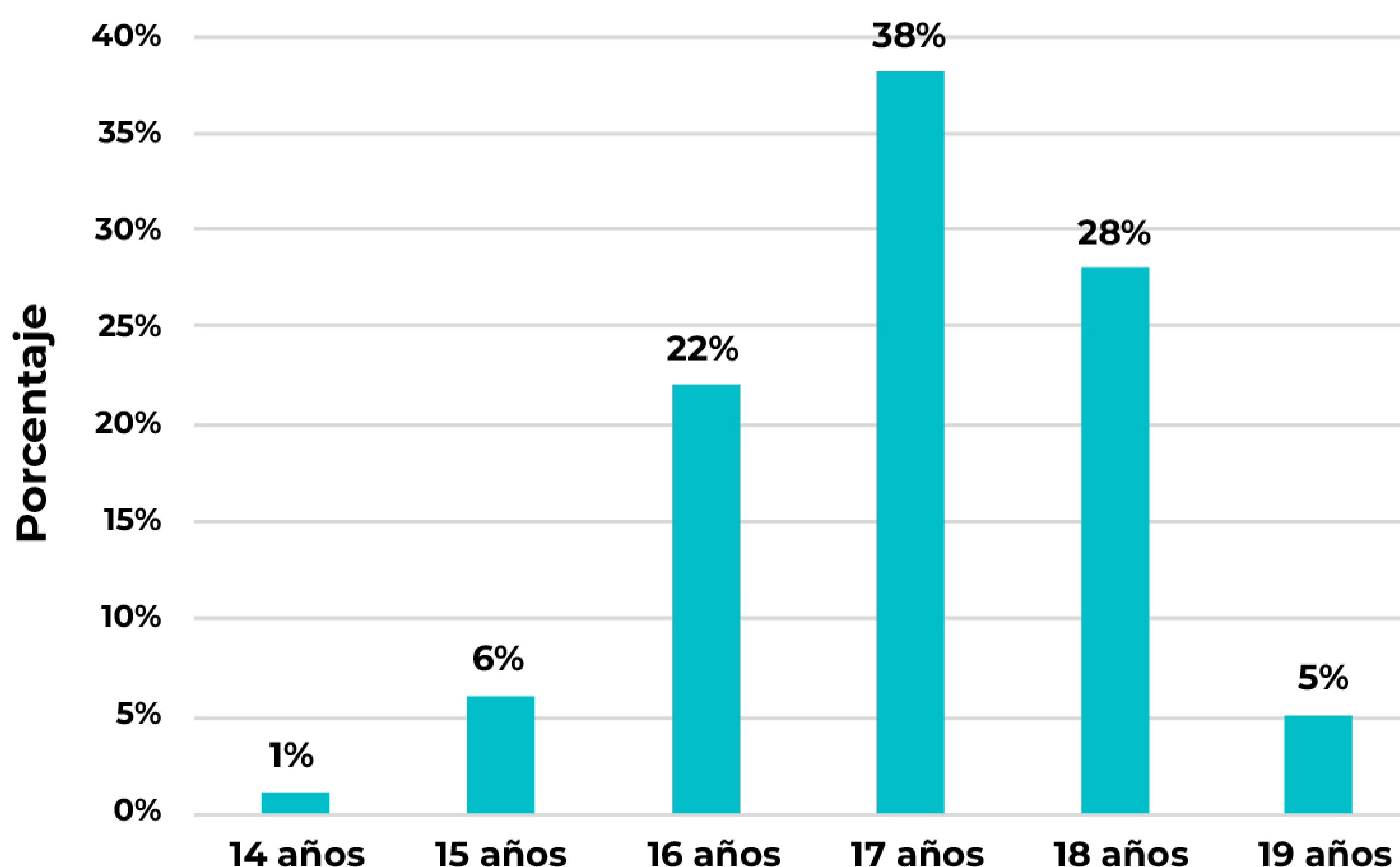


Descripción de la muestra

Con el objetivo de caracterizar el conocimiento y comportamiento financiero de los jóvenes estudiantes residentes de Argentina, se encuestó a jóvenes entre 14 y 19 años, alcanzando a un total de 5.126 estudiantes³ distribuidos en 20 distritos del país. Para la presentación de los resultados, se utilizaron diferentes cortes en los datos a fin de permitir comparaciones relevantes a la hora de establecer conclusiones y recomendaciones: la edad, el género y el nivel socioeconómico.

Edad. Se agruparon las respuestas en dos grupos etarios: un grupo que reúne a los jóvenes de entre 14 y 16 años (un 29% del total) y un segundo grupo que reúne a las personas de entre 17 y 19 años (el 71% restante). En la tabla siguiente se puede observar la distribución de las observaciones según la edad de cada estudiante:

Gráfico 1. Edad

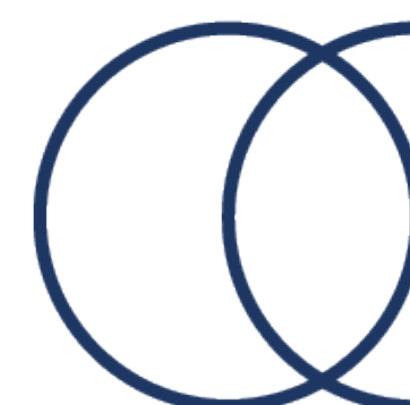


Género

En cuanto al género de los participantes, un 53% son mujeres y un 47% de la muestra, hombres⁴.

³Este número de observaciones es mayor al analizado en el informe 2022 (3.470 estudiantes).

⁴Al igual que en 2022, existe menos de un 1% de las personas que se identificaron con la opción "otro" en la encuesta 2024. Esta categoría no se presenta en el reporte de los resultados dado que la misma no resulta representativa por la baja cantidad de casos dentro del total.



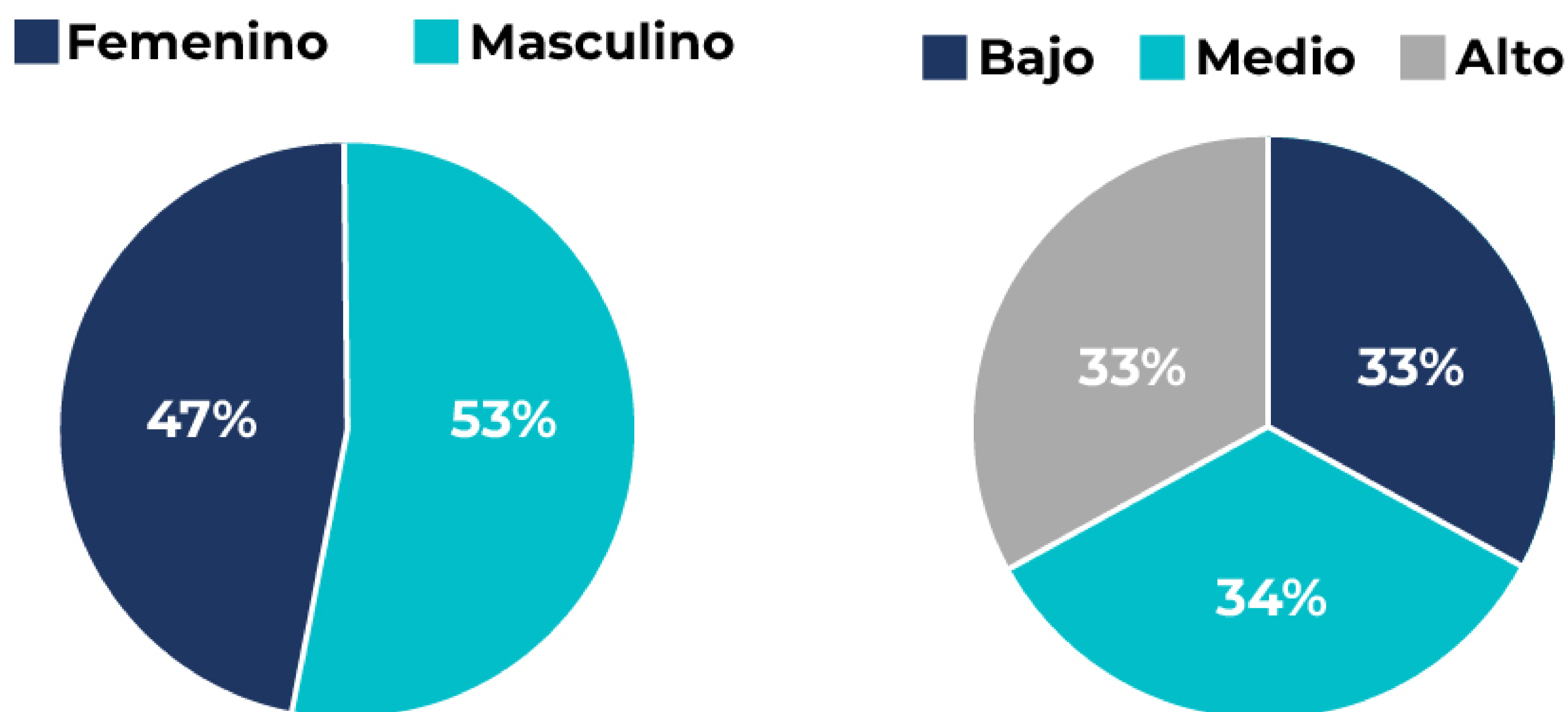
Nivel socioeconómico

Se replicó el indicador de nivel socioeconómico utilizado en la edición anterior, que suma las siguientes variables estandarizadas y divide a los estudiantes en nivel socioeconómico bajo, medio y alto:

-**Ingreso del hogar:** medido a través de una pregunta de opción múltiple en la que se pidió al estudiante que indicara si el ingreso de su hogar era suficiente para cubrir diversas necesidades, bienes y/o servicios. Específicamente, se preguntó por: alimentos necesarios en el hogar; servicios del hogar (luz, agua, gas, etc.); televisión por cable/satelital; internet (cable o wifi); teléfono celular con acceso a datos para todo el mes; compra de ropa nueva cuando es necesario; compra de libros, manuales, útiles y todo lo necesario para ir a la escuela; gastos de entretenimiento; vacaciones dentro del país; vacaciones fuera del país.

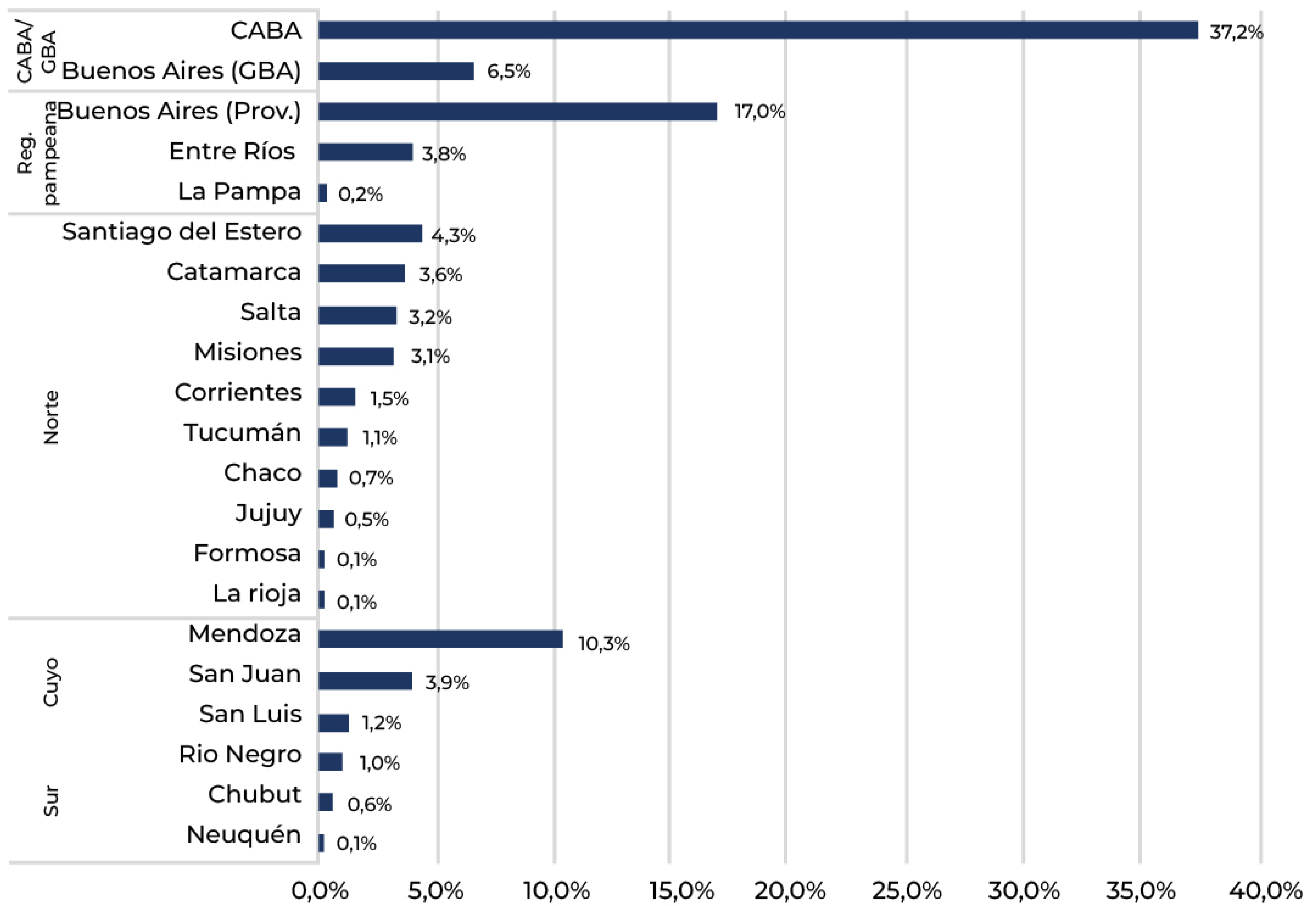
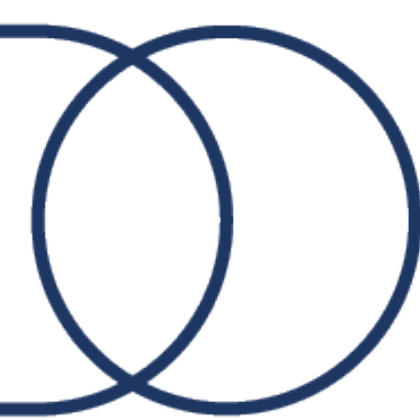
-**Nivel educativo alcanzado por los padres:** medido a través de dos preguntas categóricas y cerradas cuyas respuestas abarcaban opciones desde “no fue a la escuela” hasta “universitario o terciario completo”.

-**Situación laboral de los padres:** si contaban o no con trabajo al momento de realizar la encuesta.



Provincias

Los participantes se encuentran dispersos en diferentes puntos del país, aunque con una concentración de los datos en la región céntrica. Al dividirlo en regiones, se observa que el 44% se encuentra en CABA/GBA, el 21% en la región pampeana, el 18% en el Norte del país, 15% en Cuyo y un 2% en el Sur. Dado que en el informe del año 2022 no se observaron diferencias relevantes entre los estudiantes según su ubicación geográfica, en esta nueva edición no se incluye el recorte de los estudiantes según esta variable. De todas maneras, a continuación, se detalla el porcentaje de respuestas según su distribución geográfica en la encuesta 2024.



A continuación, el análisis de los siguientes capítulos se basa en desagregar la variable de interés según las primeras tres variables (edad, género y nivel socioeconómico).

CAPÍTULO IV

Caracterización de la educación financiera de jóvenes argentinos (2022-2024)

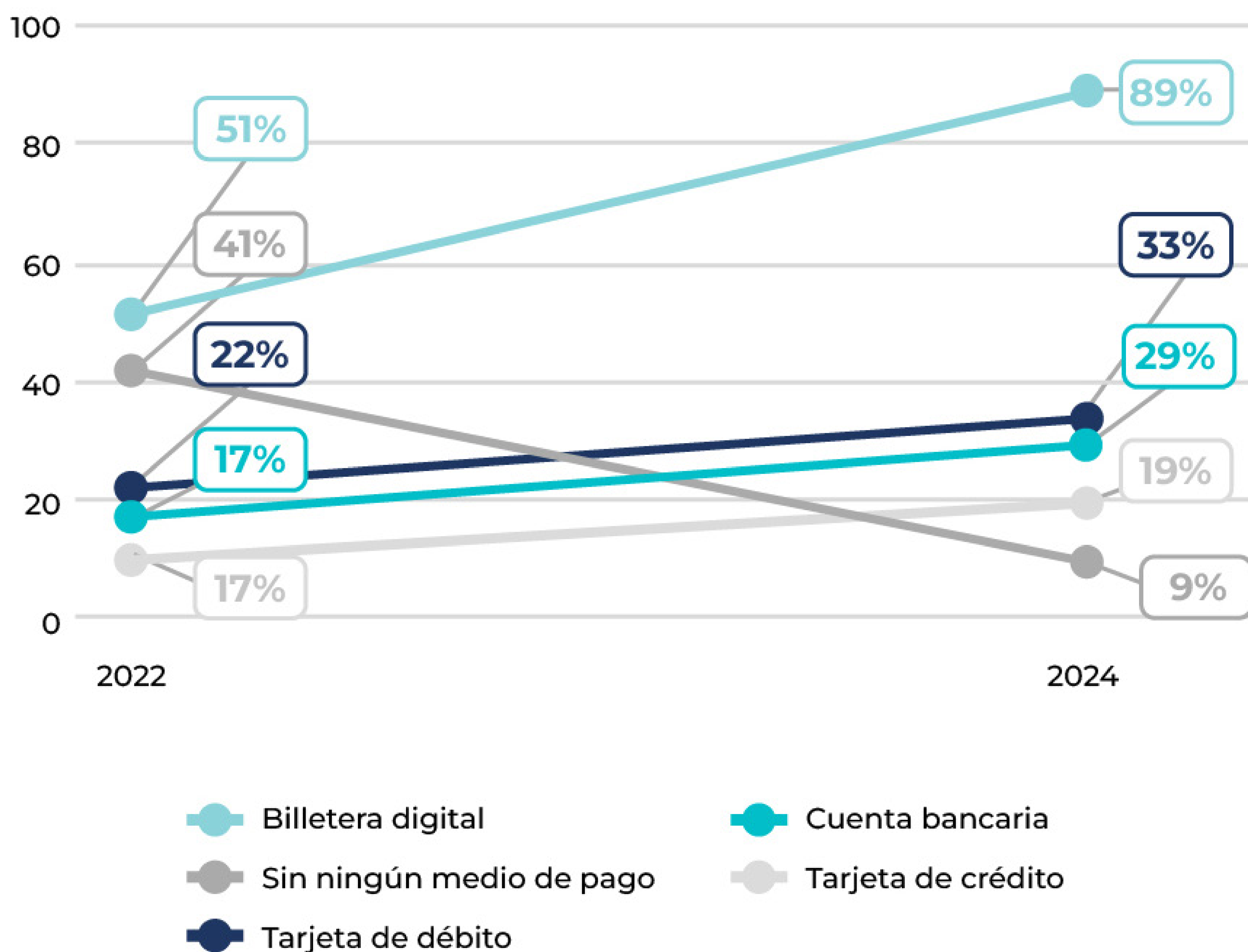
Este capítulo consiste en realizar una descripción de las principales características asociadas a la educación e inclusión financiera de los jóvenes argentinos, haciendo foco en las similitudes y diferencias entre las ediciones de 2022 y 2024.

IV. a. Tenencia y uso de instrumentos financieros

IV.a.1 Acceso y uso de diversos medios de pago

El panorama de inclusión financiera entre adolescentes ha experimentado una transformación significativa entre 2022 y 2024. **Mientras que en 2022 el 41% de los adolescentes no contaba con ningún instrumento financiero, en 2024 esta cifra se redujo al 9%**, señalando una importante democratización en el acceso a servicios financieros.

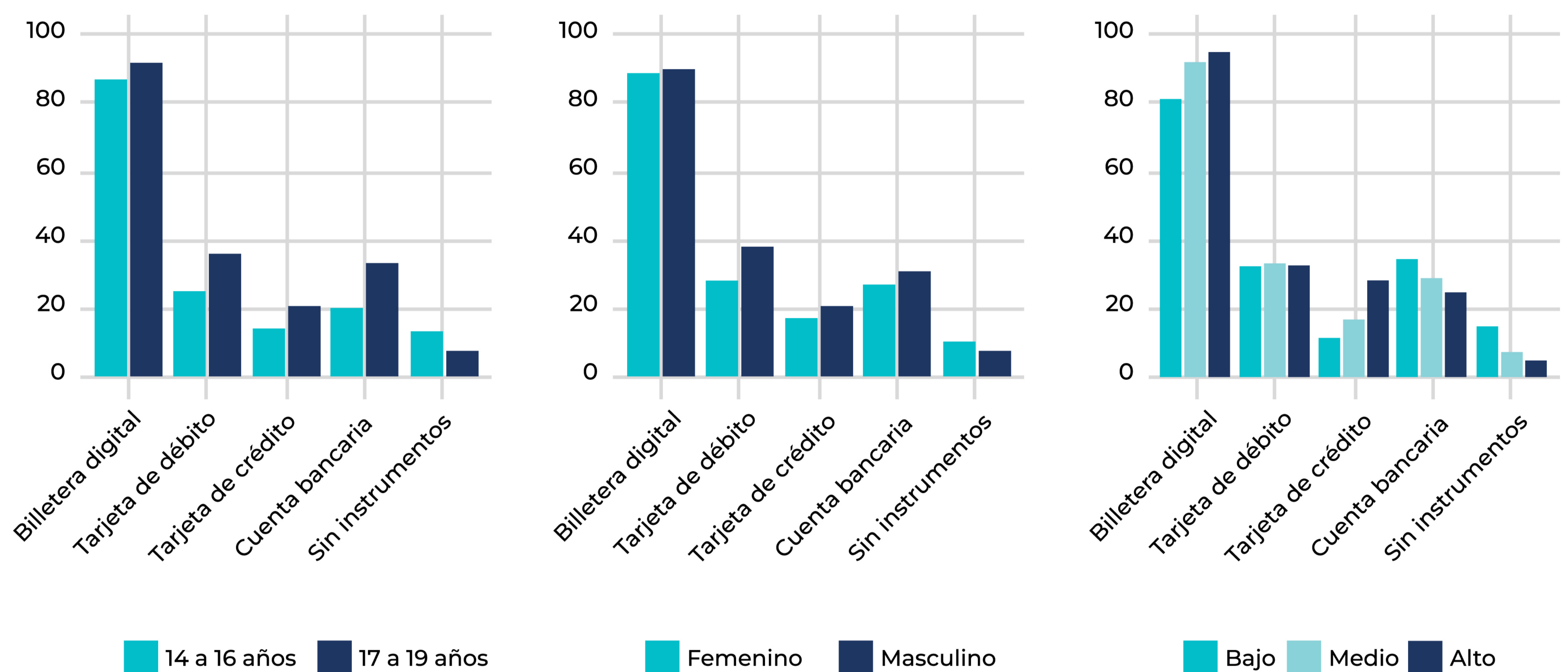
Gráfico 5. Tenencia de instrumentos financieros 2022-2024
Porcentaje de jóvenes que tienen cierto instrumento en 2022 y en 2024





Las billeteras virtuales emergen como el protagonista indiscutible de esta transformación. Su adopción se incrementó del 51% al 89% en solo dos años, estableciéndose como el medio de pago predominante entre los adolescentes. En contraste, los instrumentos financieros tradicionales mantienen una penetración menor, con las tarjetas de débito liderando este segmento.

Gráfico 6. Tenencia de instrumentos financieros
Porcentaje de jóvenes que tienen cierto instrumento, según variables sociodemográficas



El análisis por segmentos revela que los adolescentes de 17 a 19 años muestran una mayor propensión a la tenencia de cuentas bancarias y tarjetas de débito, aunque esta diferencia no se replica en el uso de billeteras digitales. En paralelo, los hombres tienden a tener mayor probabilidad de tener una tarjeta de débito que las mujeres. En cuanto al nivel socioeconómico, mientras los adolescentes de nivel alto tienen mayor acceso a tarjetas de crédito y billeteras digitales, es notable que, incluso en el nivel socioeconómico bajo, la tenencia de billeteras digitales alcanza al 80% de los adolescentes.

IV.a.2. Frecuencia de uso

Los patrones de uso reflejan esta transformación digital. **Los medios digitales de pago se han convertido en el método preferido, siendo elegidos por el 50% de los encuestados, seguidos por el dinero en efectivo con un 42%.** Este cambio es particularmente notable al compararlo con 2022, cuando el 86% de los jóvenes identificaba al efectivo como su medio de pago principal.

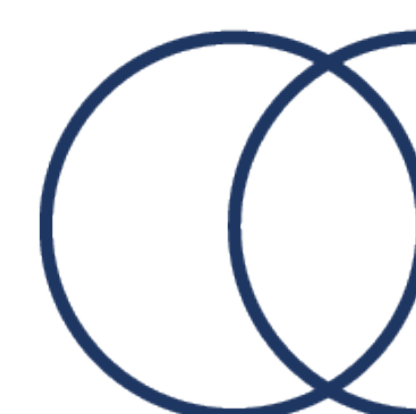
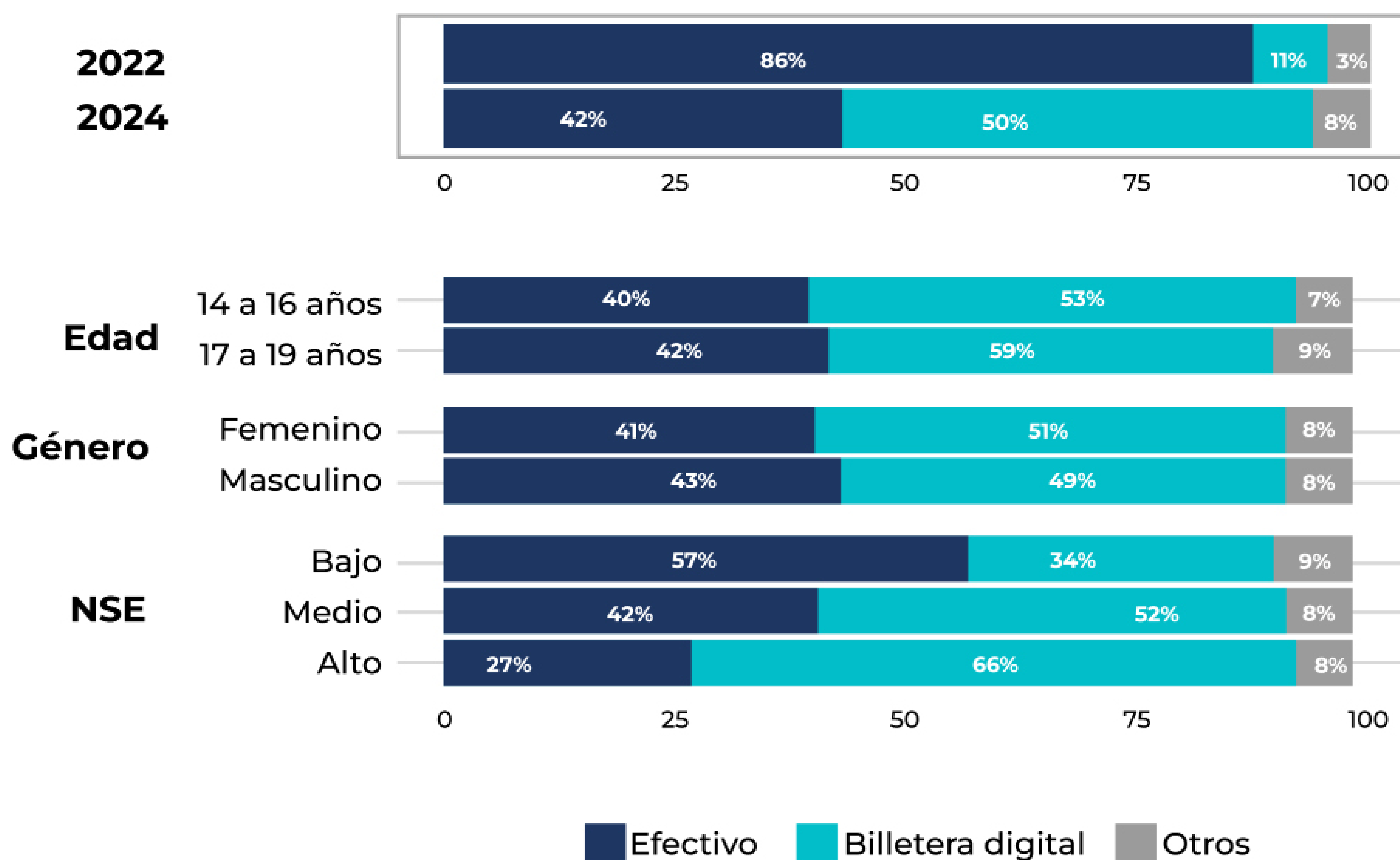


Gráfico 7. Método de pago preferido

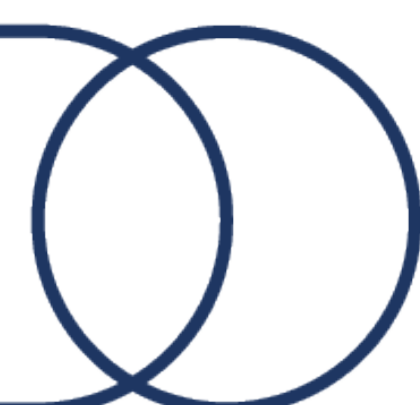
Porcentaje de jóvenes que prefieren cierto instrumento, según variables sociodemográfica



Las preferencias de uso mantienen una clara segmentación por nivel socioeconómico: mientras los adolescentes de niveles socioeconómicos alto y medio se inclinan más por las billeteras digitales, una proporción significativa de adolescentes de nivel socioeconómico bajo (57%) mantiene el efectivo como su principal medio de pago.

Principales hallazgos. Tenencia y uso de instrumentos financieros

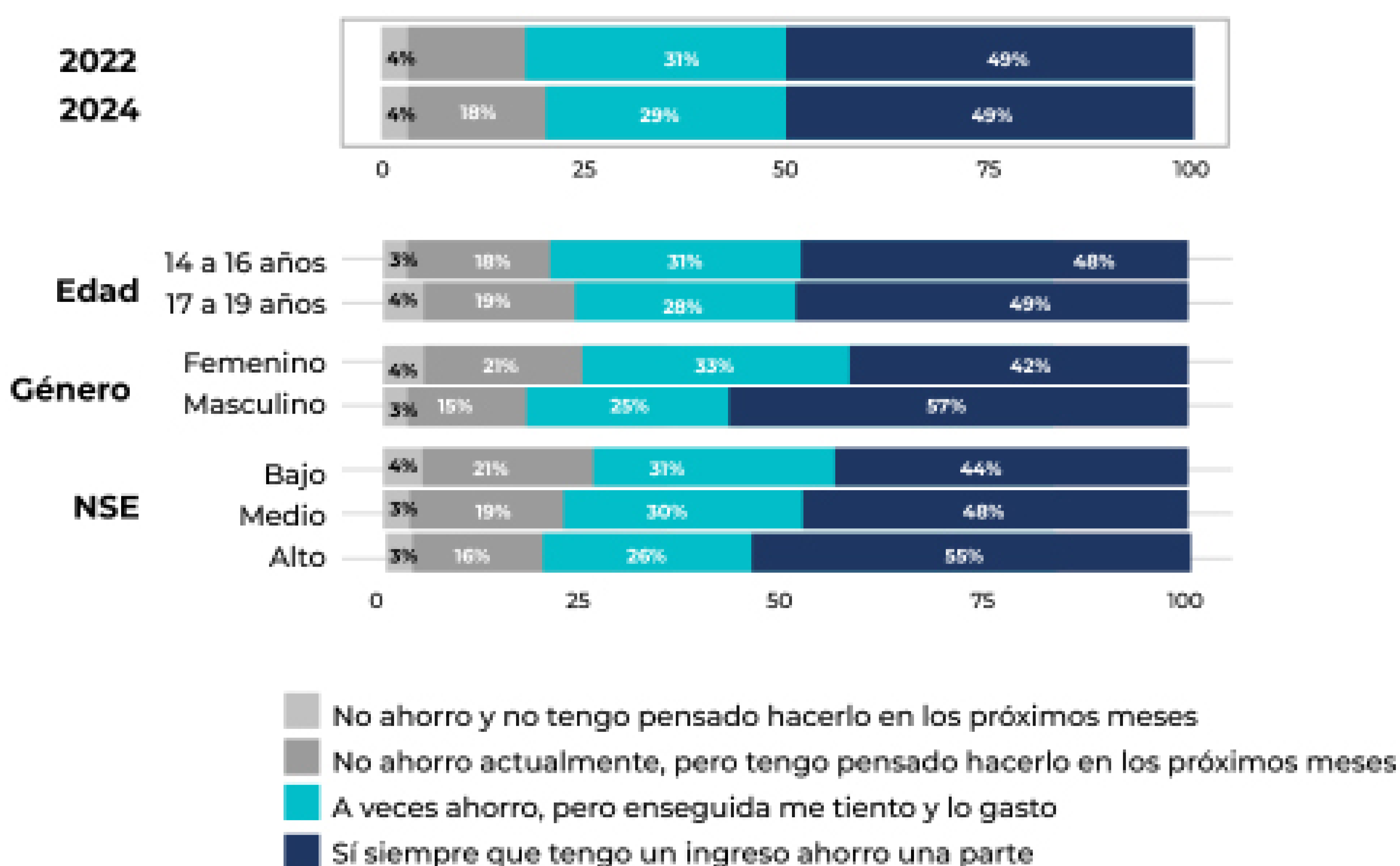
Dimensión	Hallazgo clave
<i>Inclusión financiera</i>	Reducción del 41% al 9% en adolescentes sin instrumentos financieros (2022-2024).
<i>Billeteras virtuales</i>	Aumento del 51% al 89% en adopción (2022-2024). Incluso en NSE bajo alcanza el 80%.
<i>Cambio en preferencias</i>	Caída del uso de efectivo del 86% al 42% como método principal.
<i>Brecha socioeconómica</i>	NSE alto y medio lideran en uso de medios digitales; NSE bajo aún con alta preferencia por efectivo.



IV. b. Hábitos financieros

IV.b.1. Ahorro

El 78% de los adolescentes manifiesta tener una disposición positiva hacia el ahorro, aunque con diferentes niveles de éxito en su implementación. Mientras el 49% logra sostener una conducta de ahorro, un 29% reconoce que gasta sus ahorros antes de lo planificado. Solo un 4% expresa desinterés por el ahorro, mientras que el 18% restante, si bien no ahorra actualmente, reconoce su importancia y planea hacerlo en el futuro. La disposición al ahorro que muestran los jóvenes en 2024 es muy similar a la de 2022.

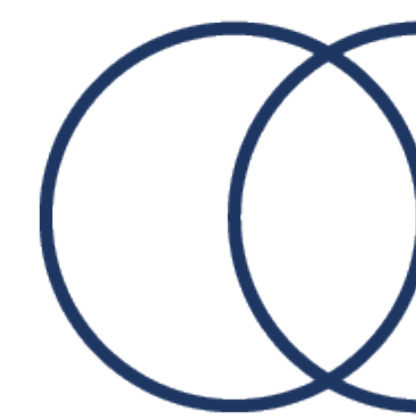


El análisis por segmentos revela diferencias significativas por género y nivel socioeconómico. Los varones muestran una mayor propensión al ahorro (57%) en comparación con las mujeres (42%). También se observa una diferencia de 11 puntos porcentuales en la capacidad de ahorro entre los niveles socioeconómicos alto y bajo.

Las diferencias por género se manifiestan también en las actitudes hacia el ahorro, como se evidencia en los grupos focales. Los varones tienden a mostrar un enfoque más estructurado y orientado a la inversión:

“...eso es el ahorro en términos simples, separar un porcentaje basado en función de, una determinación de un presupuesto.” (Varón - Alto)
“Yo, principalmente lo que considero que hago es separar porcentaje del capital para poder invertirlo (...) también me interesa todo lo relacionado con el mercado” (Varón - Alto)

Mientras que las mujeres reconocen enfrentar mayores desafíos con las decisiones impulsivas de gasto:



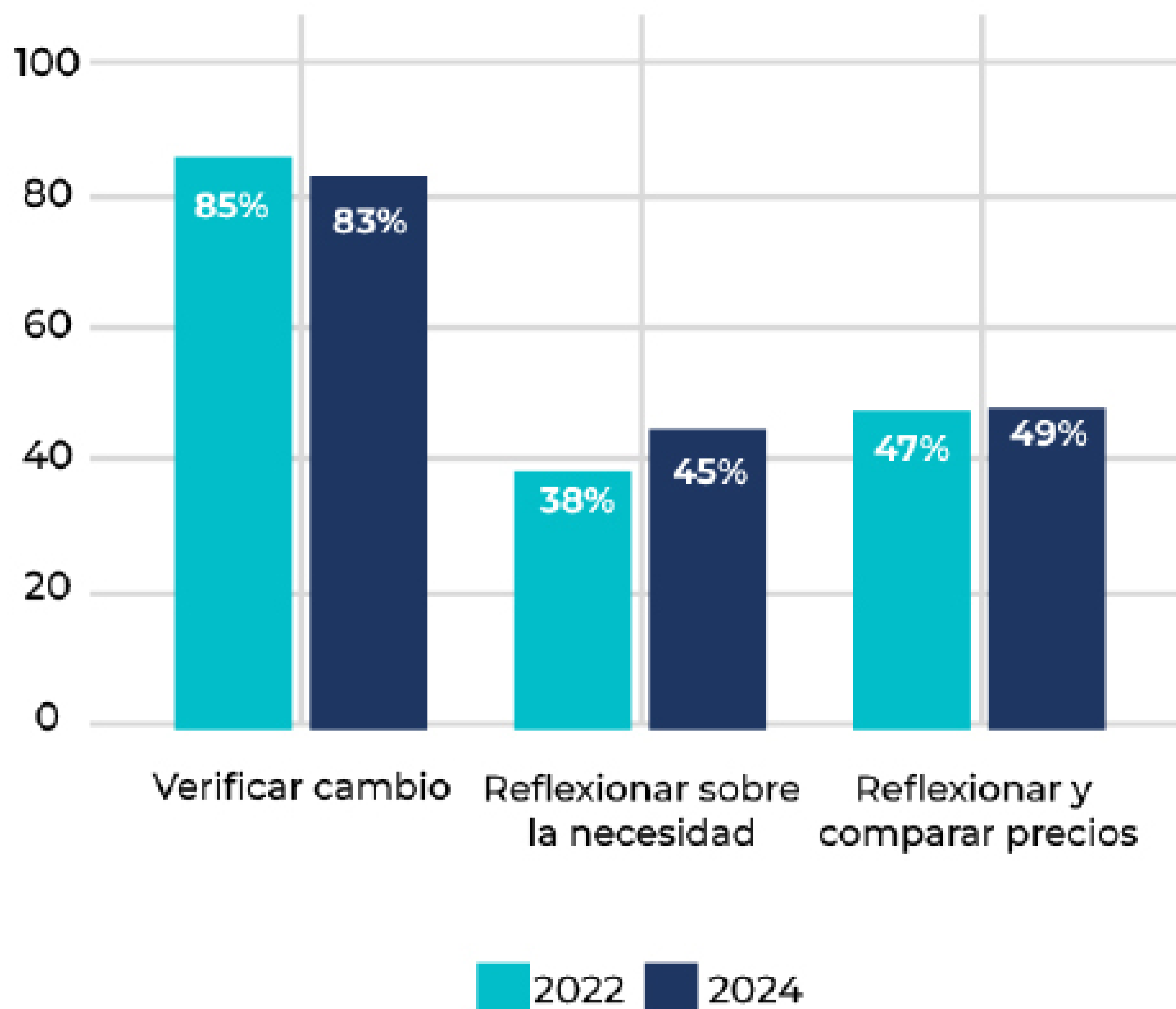
*“Soy muy compulsiva y termino haciendo compras innecesarias, pero estoy tratando de regular eso gracias a lo que aprendí sobre presupuestos.”
(Mujer - Alto)*

“Algunas veces gasto mi dinero en cosas innecesarias, como ropa, y después no me alcanza para otras cosas.” (Mujer - Bajo)

IV.b.2. Hábitos de consumo

Para analizar los hábitos de consumo, se consultó a los adolescentes sobre tres aspectos específicos de su comportamiento al momento de realizar compras: si verifican que el cambio recibido sea correcto, si reflexionan sobre la necesidad real de lo que están por comprar, y si además de reflexionar sobre la necesidad, comparan precios en diferentes lugares. Aun cuando los patrones generales de ahorro se mantuvieron relativamente estables entre 2022 y 2024, se observaron cambios significativos particularmente en la reflexión previa a las compras.

Gráfico 9. Hábitos de consumos 2022-2024
Porcentaje de jóvenes que respondió “Sí” o “Siempre”



Se observa un incremento de 7 puntos porcentuales en el porcentaje de adolescentes que siempre reflexionan antes de comprar, posiblemente vinculado al contexto socioeconómico actual. Este cambio no ha sido uniforme entre los distintos segmentos de la población estudiada.

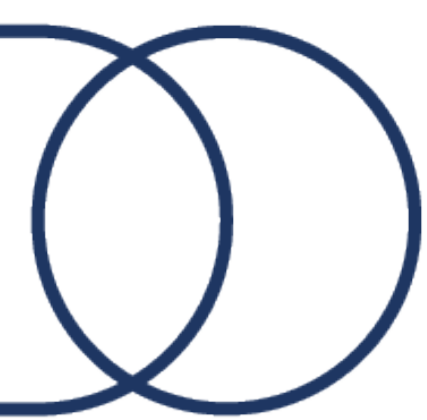
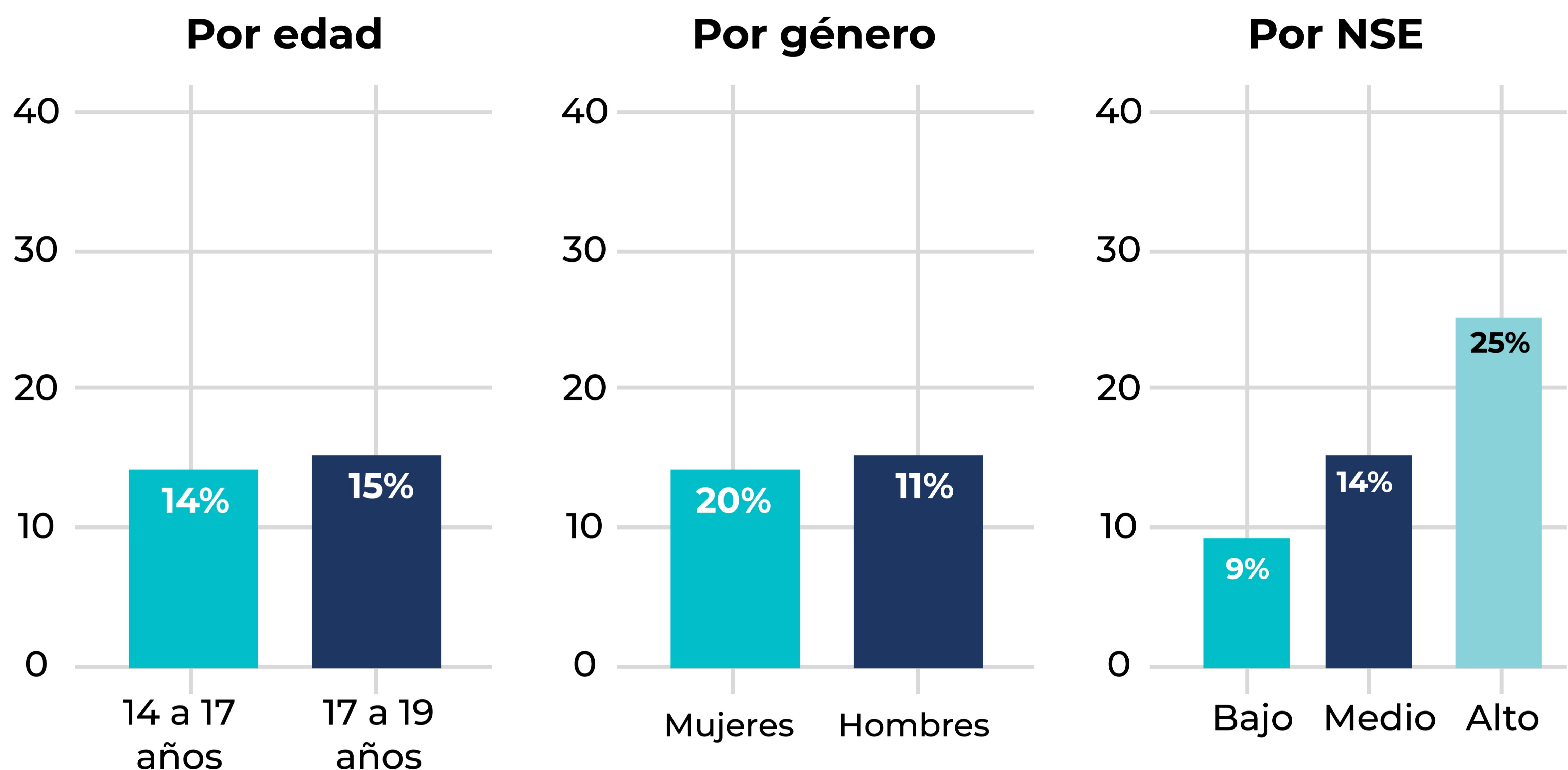


Gráfico 10. Reflexión sobre la necesidad previo a realizar una compra
Porcentaje de aumento de tal reflexión entre 2022 y 2024, según variables socio-demográficas



El análisis por segmentos revela que este aumento en la reflexión previa a las compras no fue homogéneo. Mientras que, en 2022, el 35% de las mujeres indicó reflexionar siempre sobre la necesidad de la compra, este valor ascendió a un 42% en 2024, lo que indica un porcentaje de aumento del 20% entre un año y otro. Este aumento entre 2022 y 2024 se vio aún más presente entre los adolescentes de nivel socioeconómico alto, aunque no identificándose diferencias por grupo etario. A partir del análisis de los datos, se pueden plantear algunas hipótesis explicativas de estas diferencias. En el caso de los jóvenes mayores, su proximidad a la independencia económica podría generar una mayor consciencia sobre el valor del dinero. Para las mujeres, el incremento podría vincularse a un esfuerzo por contrarrestar la tendencia a las compras impulsivas que ellas mismas reconocen en los grupos focales. En el nivel socioeconómico alto, la mayor reflexión podría relacionarse con un acceso más frecuente a oportunidades de consumo y, por ende, una necesidad más frecuente de tomar decisiones financieras.

IV.b.3. Confianza y autonomía

El análisis de la confianza en el manejo del dinero revela que la mayoría de los jóvenes (70%) quiere aprender a manejar mejor su dinero. El 58% considera que se maneja bien, pero podría mejorar, mientras que el 12% no sabe cómo manejar su dinero, pero quiere aprender a hacerlo. Sólo el 2% manifestó no estar interesado en la temática. En relación con el género: **los varones muestran niveles significativamente más altos de confianza (37%) en comparación con las mujeres (21%).**

El nivel socioeconómico también muestra algunas variaciones, con **una tendencia hacia mayor confianza en el nivel alto (32%) comparado con el nivel bajo (26%).** Por edad, los patrones son muy similares, y es destacable que **el desinterés por la administración del dinero es mínimo en todos los segmentos** (entre 1% y 2%), lo que sugiere una alta valoración general por el aprendizaje financiero.

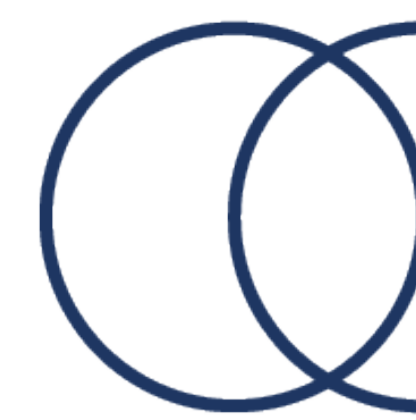
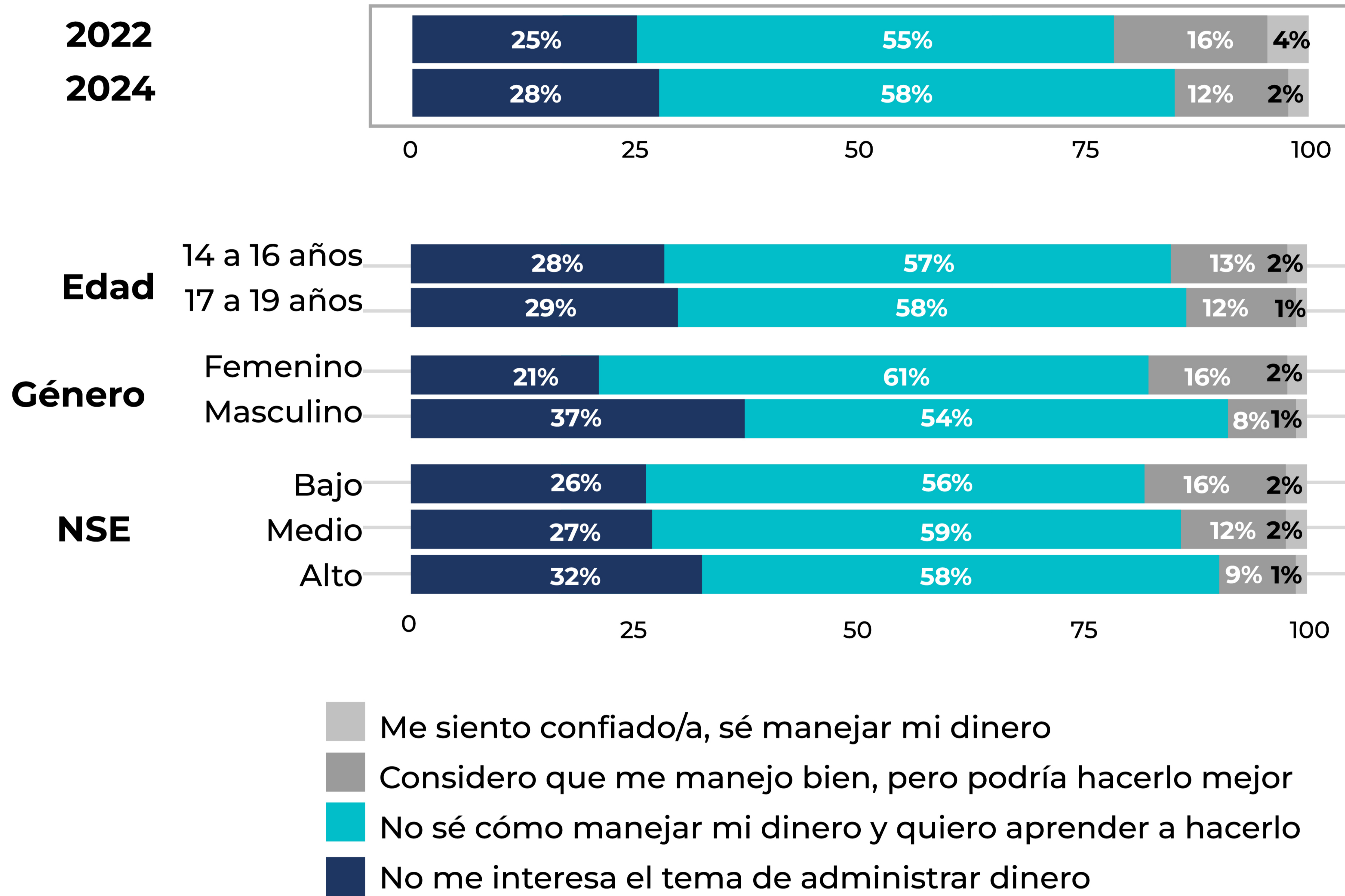
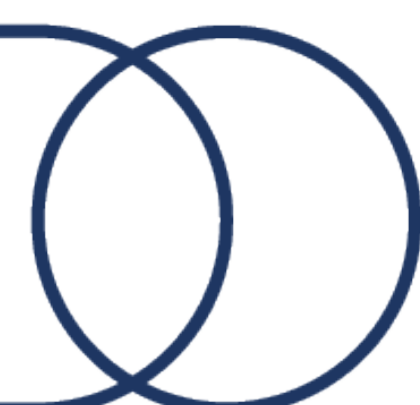


Gráfico 11. Confianza en el manejo del dinero
Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas



Principales hallazgos. Hábitos financieros	
Dimensión	Hallazgo clave
<i>Disposición al ahorro</i>	78% tiene disposición positiva al ahorro, manteniéndose estable respecto a 2022. De estos, 49% logra mantenerlo efectivamente.
<i>Brechas en ahorro</i>	Diferencias significativas por género (57% varones vs 42% mujeres) y por NSE (11 p.p. de diferencia entre alto y bajo).
<i>Hábitos de consumo</i>	Incremento de 7 p.p. en reflexión previa a compras (2022-2024), principalmente en jóvenes mayores, mujeres y NSE alto.
<i>Autopercepción de manejo financiero</i>	Brechas de género en confianza. Marcada diferencia en la confianza sobre el manejo del dinero: 37% de varones vs 21% de mujeres se sienten confiadas.

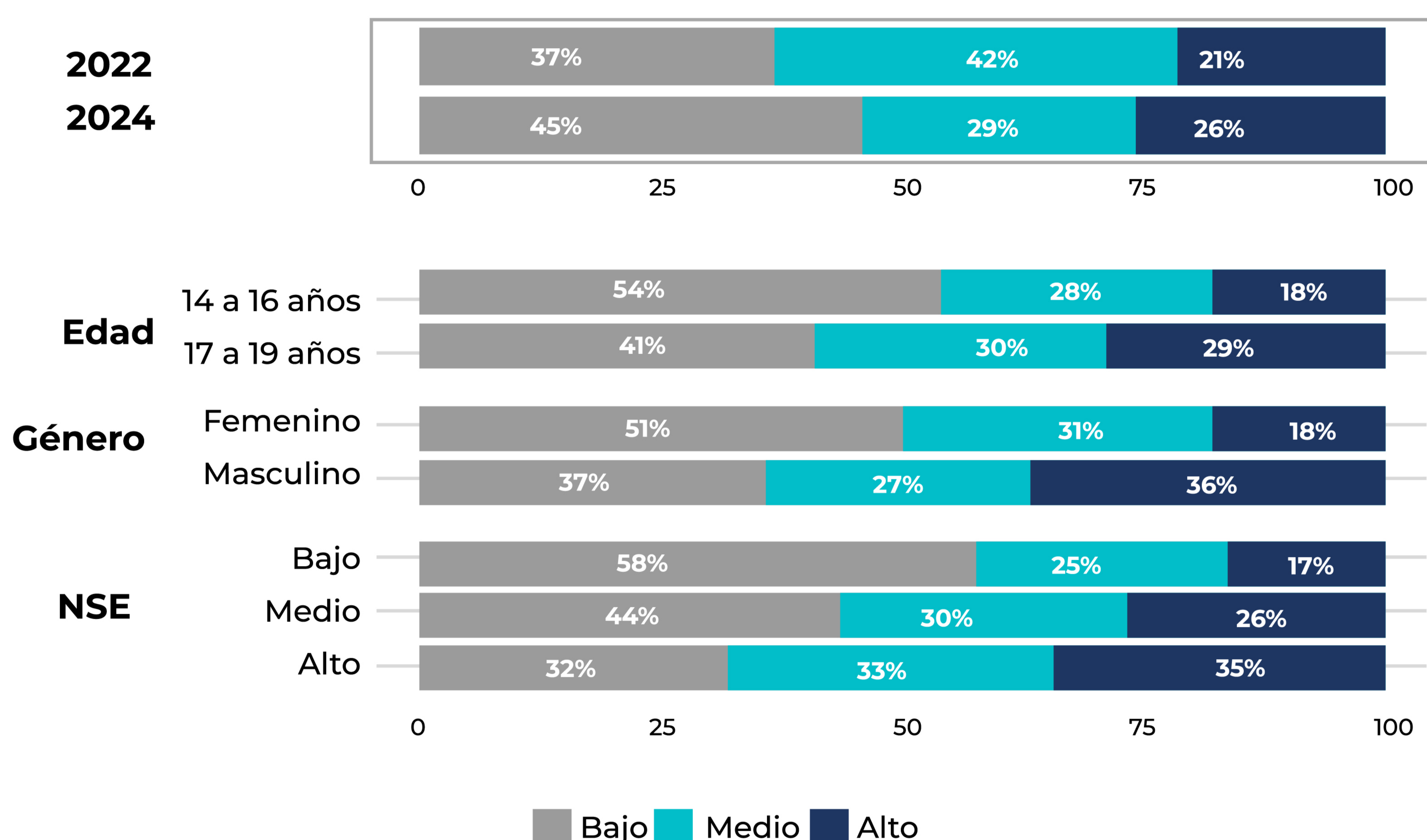


IV. c. Conocimiento y fuentes de información

IV.c.1. Percepción del conocimiento

Para evaluar la percepción de conocimiento de los estudiantes, se les solicitó que indiquen su grado de conocimiento sobre trece conceptos clave correspondientes a la educación financiera, indicando si habían escuchado cada término y, en caso afirmativo, si conocían su significado⁵. A partir de las respuestas obtenidas se conformó un índice que diferencia a los/as adolescentes según cuenten con una percepción de conocimiento baja, media o alta.

**Gráfico 12. Indicador sobre percepción del conocimiento
Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas**



Por edad, es mayor el porcentaje de adolescentes de 17 a 19 años que dan cuenta de una percepción alta de conocimiento financiero (29%) en comparación con sus pares más jóvenes (18%).

La brecha de género es particularmente notable: mientras el 36% de los varones presenta una percepción alta de conocimiento, solo el 18% de las mujeres comparte esta percepción. Las mujeres tienden a concentrarse en niveles medios (31%) y, sobre todo, bajos (52%) de percepción sobre sus conocimientos.

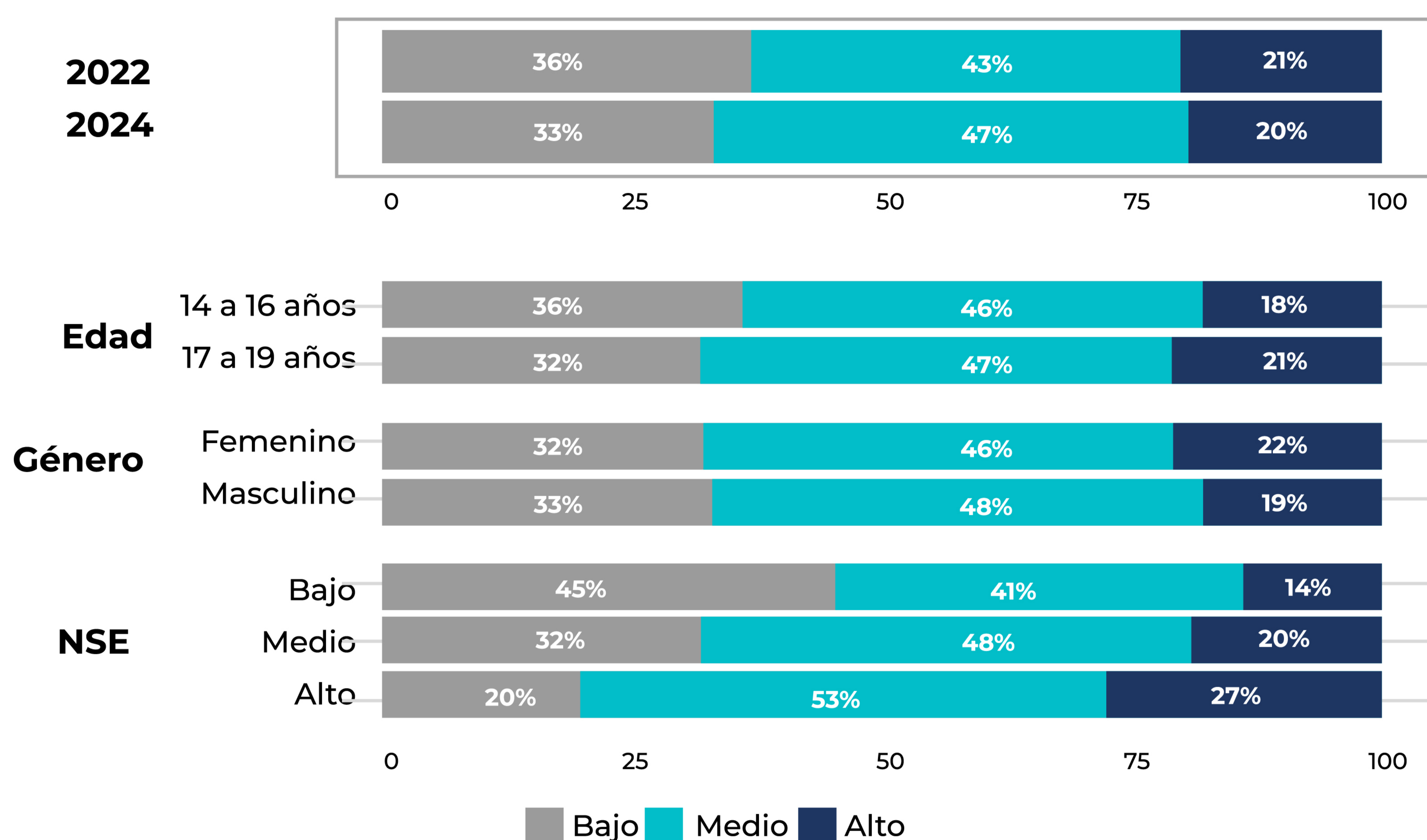
El nivel socioeconómico también marca diferencias importantes: el 35% de los adolescentes de nivel socioeconómico alto reporta una alta percepción de conocimiento, cifra que se reduce a 26% en el nivel medio y a un 17% en el nivel bajo. Es especialmente notable que más de la mitad de los jóvenes de nivel socioeconómico bajo reporta una baja percepción de sus conocimientos.

⁵Si bien existe un indicador similar para 2022, no se realiza una comparación temporal ya que el indicador 2024 fue modificado, incorporando nuevos términos (como Cedears) y ajustando otros, pasando de once a trece términos evaluados. Por lo tanto, el análisis se centra en las diferencias entre segmentos para 2024.

IV.c.2. Conocimiento

Para contrastar la percepción subjetiva con una medida más objetiva del conocimiento en educación financiera, se implementó una evaluación basada en ocho preguntas de opción múltiple. A partir de las respuestas, se construyó un índice que clasifica el nivel de conocimiento en tres categorías: bajo, medio y alto⁶.

Gráfico 13. Indicador de conocimiento
Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas



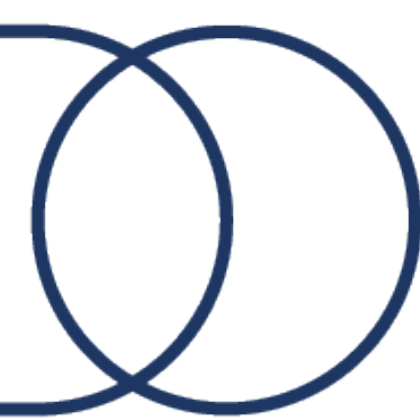
Los resultados muestran un contraste interesante con las percepciones analizadas anteriormente. **A diferencia de la autopercepción, no se observan diferencias marcadas por edad o género:** aproximadamente el 20% de los adolescentes alcanza un nivel alto de conocimiento, independientemente de su edad y género.

Particularmente relevante es el caso de las mujeres, quienes, a pesar de reportar una percepción más baja que los varones, muestran niveles similares de conocimiento efectivo, e incluso ligeramente superiores (3 p.p. de diferencia a favor de las mujeres).

Las diferencias por nivel socioeconómico, sin embargo, persisten: los adolescentes de nivel socioeconómico alto muestran mayor proporción de conocimiento alto (27%) y menor proporción de conocimiento bajo (20%). En contraste, en el nivel socioeconómico bajo el conocimiento bajo alcanza al 45% de los adolescentes, evidenciando una brecha significativa que señala la necesidad de fortalecer la formación en estos temas.

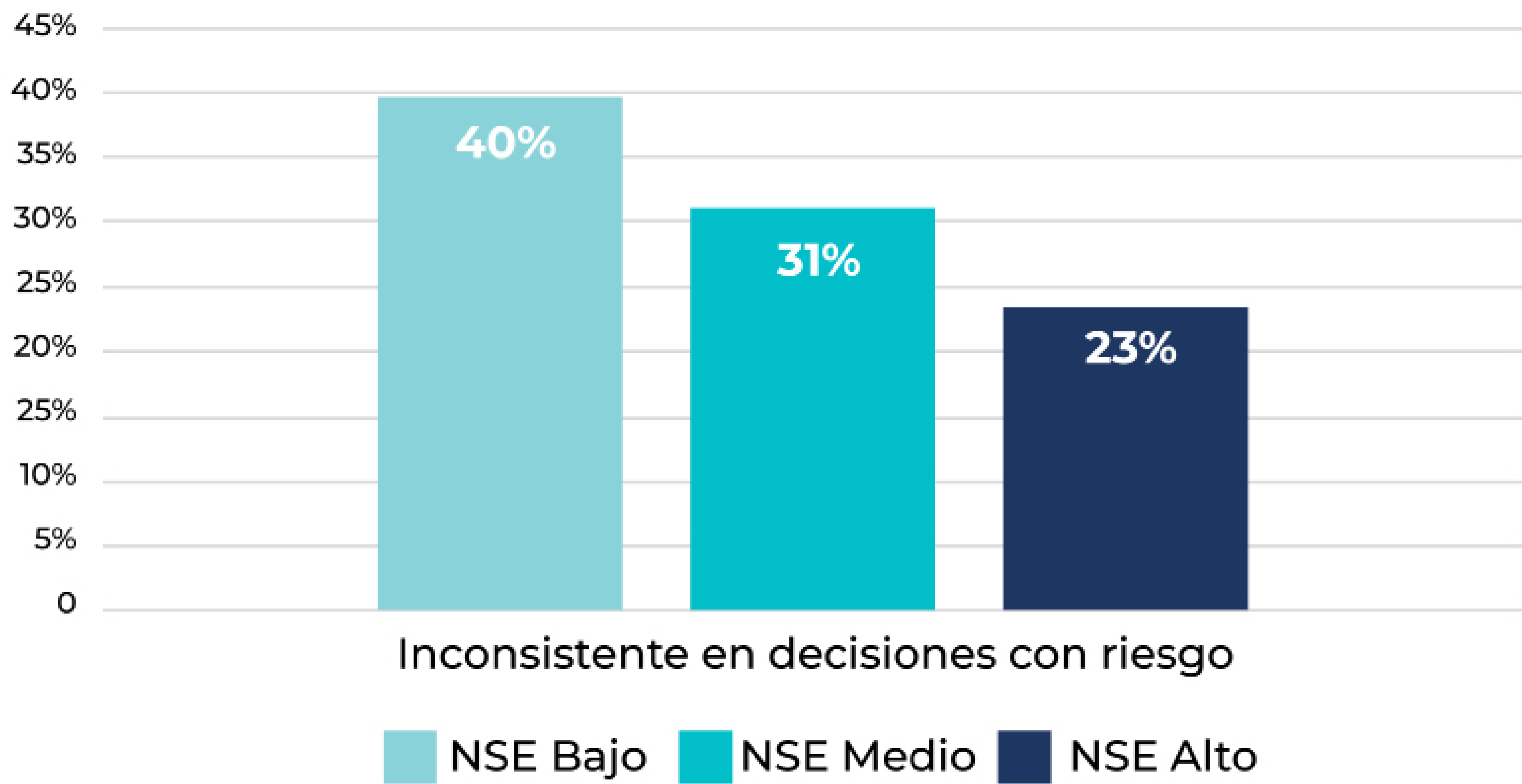
La necesidad de formación en educación financiera se verifica también en el análisis de la inconsistencia al momento de tomar decisiones de riesgo. Por medio de un conjunto de ejercicios de toma de decisiones que suponían cuantificar pérdidas y ganancias en distintos escenarios, así como también evaluar los riesgos asociados a cada caso, se pudo cuantificar atributos de los adolescentes vinculados a la impulsividad y al riesgo.

⁶El indicador de conocimiento de 2024 fue modificado respecto al de 2022, incorporando nuevas preguntas en la evaluación. Por lo tanto, no se realiza una comparación temporal y el análisis se centra en las diferencias entre segmentos para 2024.



En ese contexto se dio cuenta de la inconsistencia de los adolescentes al momento de tomar decisiones asociadas al riesgo, verificando claras diferencias por nivel socioeconómico. La inconsistencia, se entiende, puede asociarse a la falta de formación financiera y a la vacancia de políticas públicas específicas en los estratos más bajos.

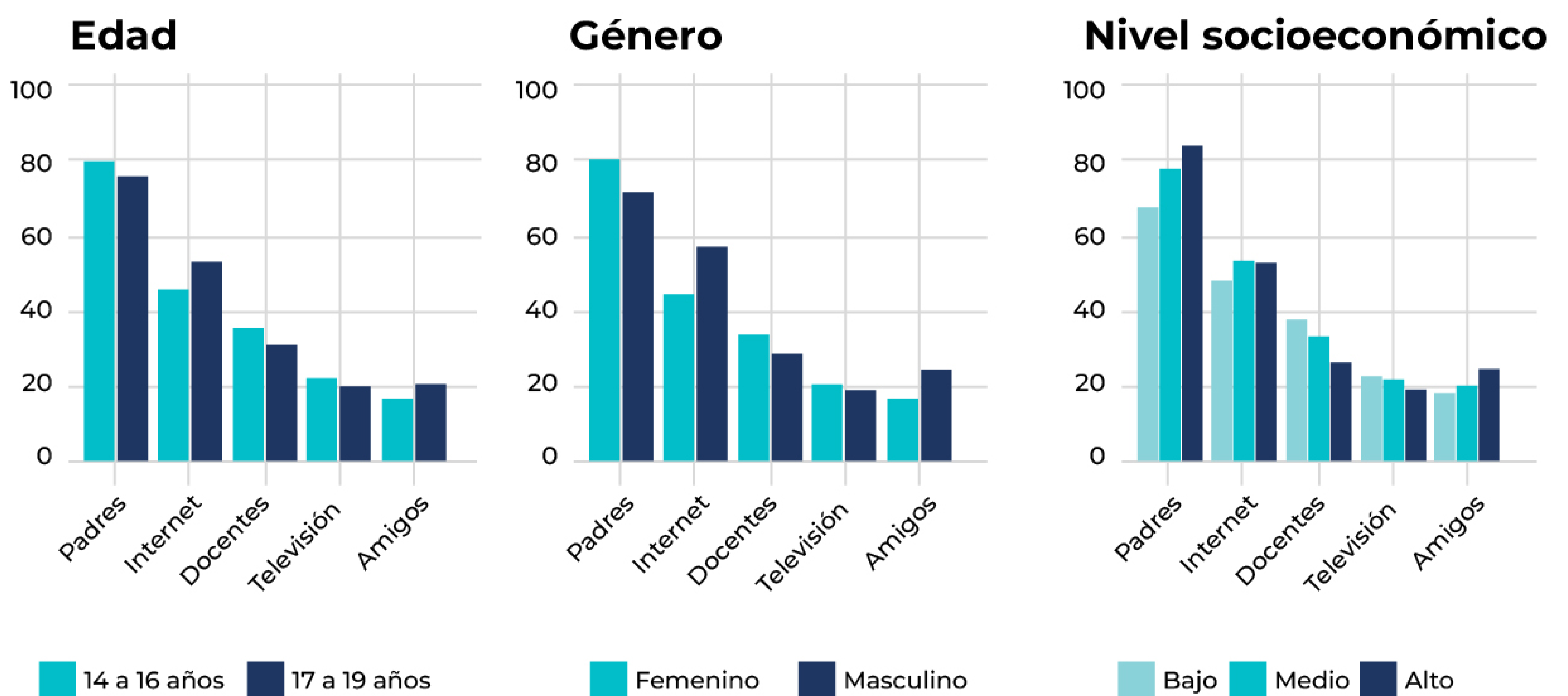
Gráfico 14. Inconsistencia en la toma de decisiones con riesgo. En porcentaje de adolescentes, según nivel socioeconómico



IV.c.3. Fuentes de información

Los padres, responsables o tutores son la principal fuente de consulta en temas económicos y financieros, utilizada por casi 8 de cada 10 adolescentes (78%). Internet se posiciona como la segunda fuente más consultada (52%), seguida por los docentes (32%). Con menor frecuencia aparecen la televisión (21%) y los grupos de amigos (20%). Se destaca que las tendencias observadas son las mismas que aquellas relevadas en el año 2022.

Gráfico 15. Fuente de información financiera
Porcentaje de jóvenes que afirman consultar a cierta fuente, según variables sociodemográficas

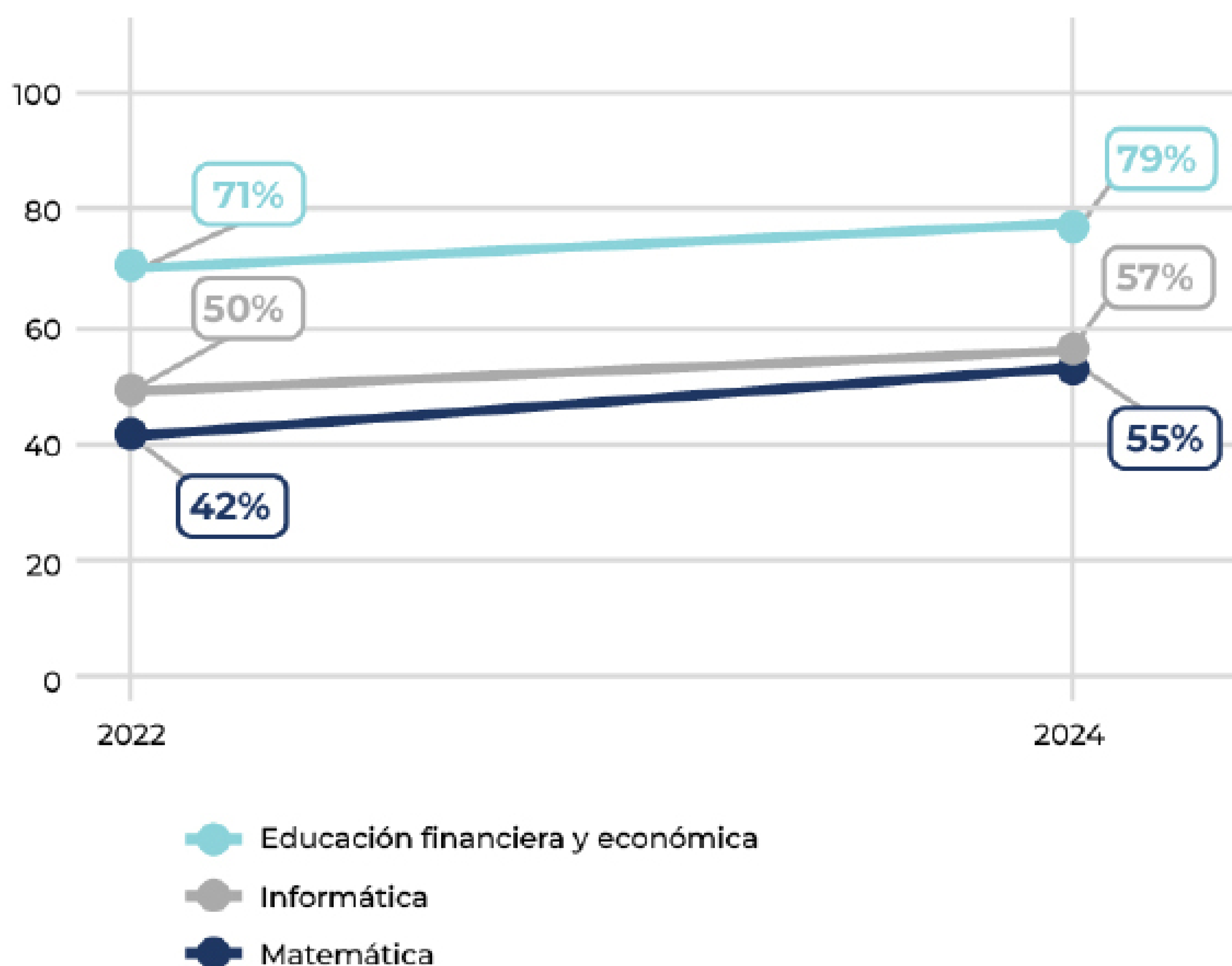


Las principales diferencias se observan por género y nivel socioeconómico. Los varones muestran mayor preferencia por fuentes independientes como internet (59% vs 45% en mujeres) y amigos (25% vs 17%), mientras que las mujeres recurren más a padres (82% vs 72% en hombres) y docentes (35% vs 29%). Por nivel socioeconómico, mientras los adolescentes de nivel socioeconómico alto consultan más a padres (85%) y amigos (24%), aquellos de nivel socioeconómico bajo recurren más a sus docentes (38%), sugiriendo un rol complementario de la escuela en su formación financiera.

IV.c.4. Intereses

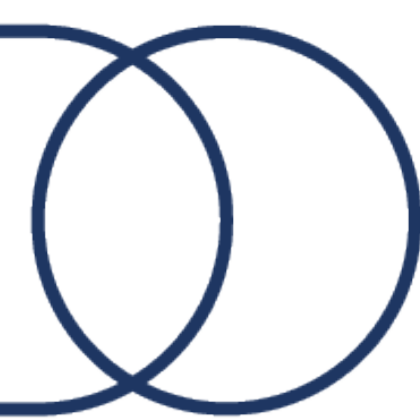
La educación financiera y económica encabeza las materias consideradas más relevantes por los adolescentes, **siendo mencionada por casi 8 de cada 10 encuestados (79%)**, seguida por matemática (57%) e informática (55%). Estas tres materias no solo mantienen su posición como las más valoradas desde 2022, sino que además han incrementado su relevancia e interés entre los estudiantes.

Gráfico 16. Asignaturas relevantes a aprender en la escuela 2022-2024
Porcentaje de jóvenes que mostraron interés por cierta asignatura en 2022 y en 2024



Si bien las preferencias por materias no muestran diferencias significativas por edad, género o nivel socioeconómico en términos cuantitativos, los grupos focales revelan un mayor interés por temas de inversión entre los varones de nivel socioeconómico alto, quienes además muestran una búsqueda más activa de información, particularmente a través de internet y consultas con sus padres:

“...investigo sobre criptos, invierto algo, pero estoy empezando. ... Más que nada, porque como vi que el mercado está muy activo en los últimos 10 años ...”
(Varón - Alto)

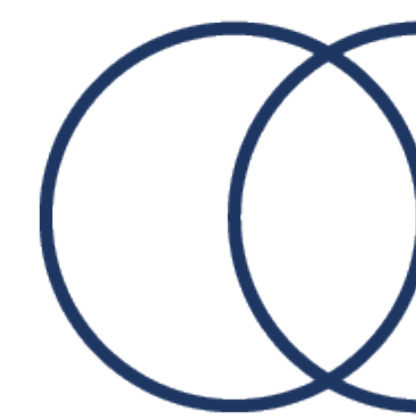


“... estoy intentando ahora adentrarme evidentemente en todo lo relacionado a las finanzas (...) Un ejemplo muy trillado (de éxito financiero), por ejemplo, Warren Buffett. Que es uno de los de mayores inversores dentro de la bolsa a largo plazo... (...) (¿cómo aprendiste de él?) Por videos, libros, etcétera ...” (Varón - Alto)

“A mí se me hace que mi padre me da muchos más consejos que mi madre.” (Varón - Alto)

Principales hallazgos. Conocimiento y fuentes de información

Dimensión	Hallazgo clave
<i>Brecha percepción-conocimiento</i>	Mientras la percepción de conocimiento varía significativamente por género (es alta en el 36% varones vs 18% mujeres), el conocimiento real es similar (aproximadamente 20% alto en ambos).
<i>Nivel socioeconómico</i>	Persisten brechas tanto en percepción como en conocimiento real.
<i>Fuentes de información</i>	Predominio de padres/tutores (78%) e internet (52%) como principales fuentes, con un rol secundario de docentes (32%).
<i>Oportunidades de mejora</i>	Espacio para fortalecer mediación docente en el uso de recursos digitales y reducir brechas de conocimiento por NSE.
<i>Interés en formación</i>	Alta valoración de la educación financiera (8 de cada 10), con incremento respecto a 2022. Junto con matemática e informática, aumentan su relevancia percibida.



CAPÍTULO V

Virtualidad: billeteras digitales, apuestas y estafas

La revolución digital ha transformado significativamente el panorama financiero entre los adolescentes. Este capítulo analiza tres fenómenos distintivos de esta transformación: la masificación de las billeteras digitales como puerta de entrada a la inclusión financiera, y dos aspectos que presentan desafíos para la educación financiera: las apuestas y las estafas en línea.

V. a. Billeteras digitales: tenencia, uso e implicancias

Como se observó en el capítulo anterior, la adopción de billeteras digitales ha crecido exponencialmente, pasando del 51% en 2022 al 89% en 2024, y consolidándose como el medio de pago preferido (50%) por sobre el efectivo (42%). La facilidad de uso aparece como el principal argumento tanto para quienes prefieren billeteras digitales como para quienes optan por el efectivo, sugiriendo que la elección del medio de pago responde más a hábitos y contextos que a ventajas inherentes de cada instrumento⁷.

Esta preferencia muestra una clara segmentación por nivel socioeconómico: mientras el 66% de los jóvenes de nivel socioeconómico alto las elige como medio principal de pago, este porcentaje se reduce al 34% en nivel socioeconómico bajo. No se observan diferencias significativas por edad o género. Los grupos focales reflejan esta segmentación:

“Yo uso Mercado Pago para todo, de las grandes o sea hasta las más chiquitas...” (Mujer - Alto)

“No tanto. Uso más efectivo (...) últimamente estoy usando más efectivo” (Varón - Bajo)

El análisis de este fenómeno revela dos hallazgos significativos. Por un lado, las billeteras digitales actúan como catalizador para la inclusión financiera: entre quienes las poseen, el 31% tiene cuenta bancaria, el 35% tiene tarjeta de débito y el 20% tarjeta de crédito, cifras que contrastan significativamente con quienes no las poseen (14%, 12% y 9% respectivamente). Esta tendencia se mantiene en todos los niveles socioeconómicos, donde contar con una billetera digital duplica o triplica la probabilidad de acceder a otros instrumentos financieros.

⁷El 84% de quienes usan principalmente billeteras digitales señalan la facilidad de uso como razón principal, mientras que el 64% de quienes prefieren efectivo indican el mismo motivo. En ambos casos, este es el argumento más mencionado para justificar su elección.

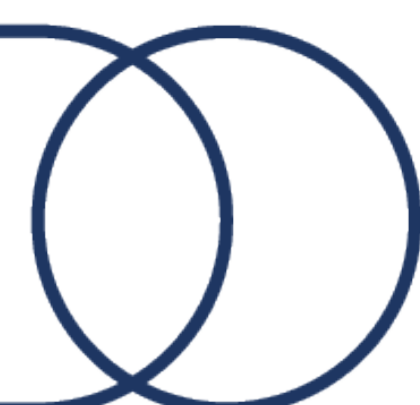
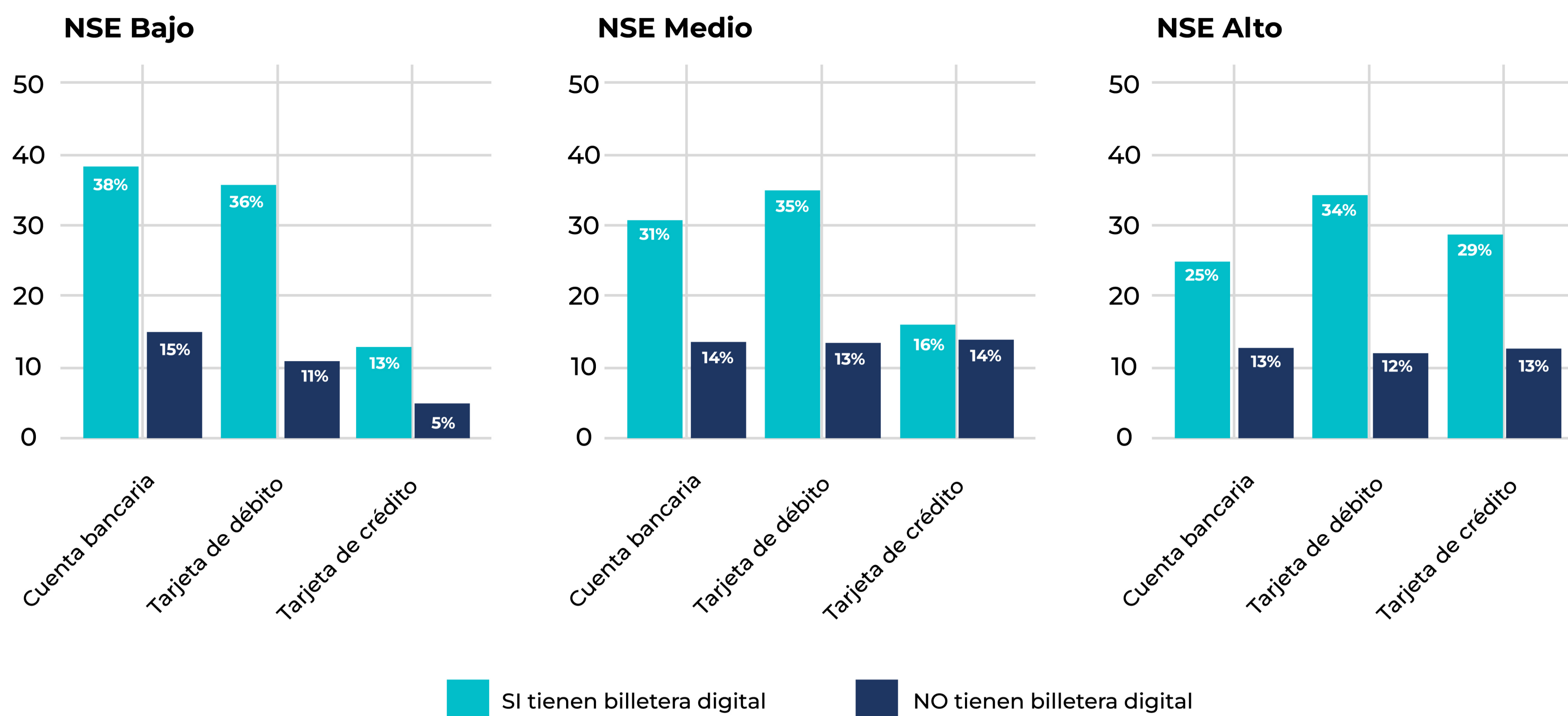


Gráfico 17. Tenencia de instrumentos, según tenencia de billetera digital
 Porcentaje de jóvenes, según nivel socioeconómico



Sin embargo, y este es un punto crítico, **esta mayor inclusión financiera no se traduce en mejores prácticas financieras:** los usuarios de billeteras digitales muestran niveles similares de ahorro, confianza en el manejo del dinero y conocimientos financieros que quienes no las usan prioritariamente⁸. Esta disparidad entre acceso y hábitos se refleja en las percepciones contradictorias de los jóvenes sobre el control del gasto:

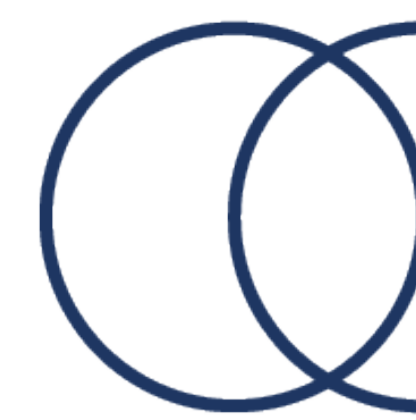
“...tener esto en cuenta virtual es mejor porque es como que tenés más control, es como que ves los números y cuando van bajando mucho es como que estoy gastando mucho, en cambio con los billetes no me pasa eso” (Mujer - Alto)

“Se hace como más imperceptible el dinero que está en las billeteras virtuales... En el caso de la billetera virtual, quizás ese impacto no es tan directo, tan visible” (Varón - Alto)

Estos hallazgos sugieren que, si bien las billeteras digitales son efectivas para ampliar el acceso al sistema financiero, existe una oportunidad significativa para desarrollar programas educativos que traduzcan este acceso en mejores hábitos y decisiones financieras.

Principales hallazgos. Billeteras digitales: tenencia, uso e implicancias	
Dimensión	Hallazgo clave
Masificación	Aumento del 51% al 89% en tenencia (2022-2024), consolidándose como medio de pago preferido.
Brecha socioeconómica	66% de NSE alto las usa como medio principal vs 34% en NSE bajo.

⁸Para llegar a esta conclusión, se analizaron las respuestas relativas a la predisposición al ahorro, la confianza con el manejo del dinero, la percepción de conocimiento y el conocimiento explícito entre quienes tienen y no tienen, y entre quienes usan y no usan billeteras digitales. Para estos cruces, no encontramos diferencias significativas entre los grupos.



Brecha socioeconómica

66% de NSE alto las usa como medio principal vs 34% en NSE bajo.

Rol catalizador

Duplica o triplica la probabilidad de acceder a otros instrumentos financieros.

Limitaciones

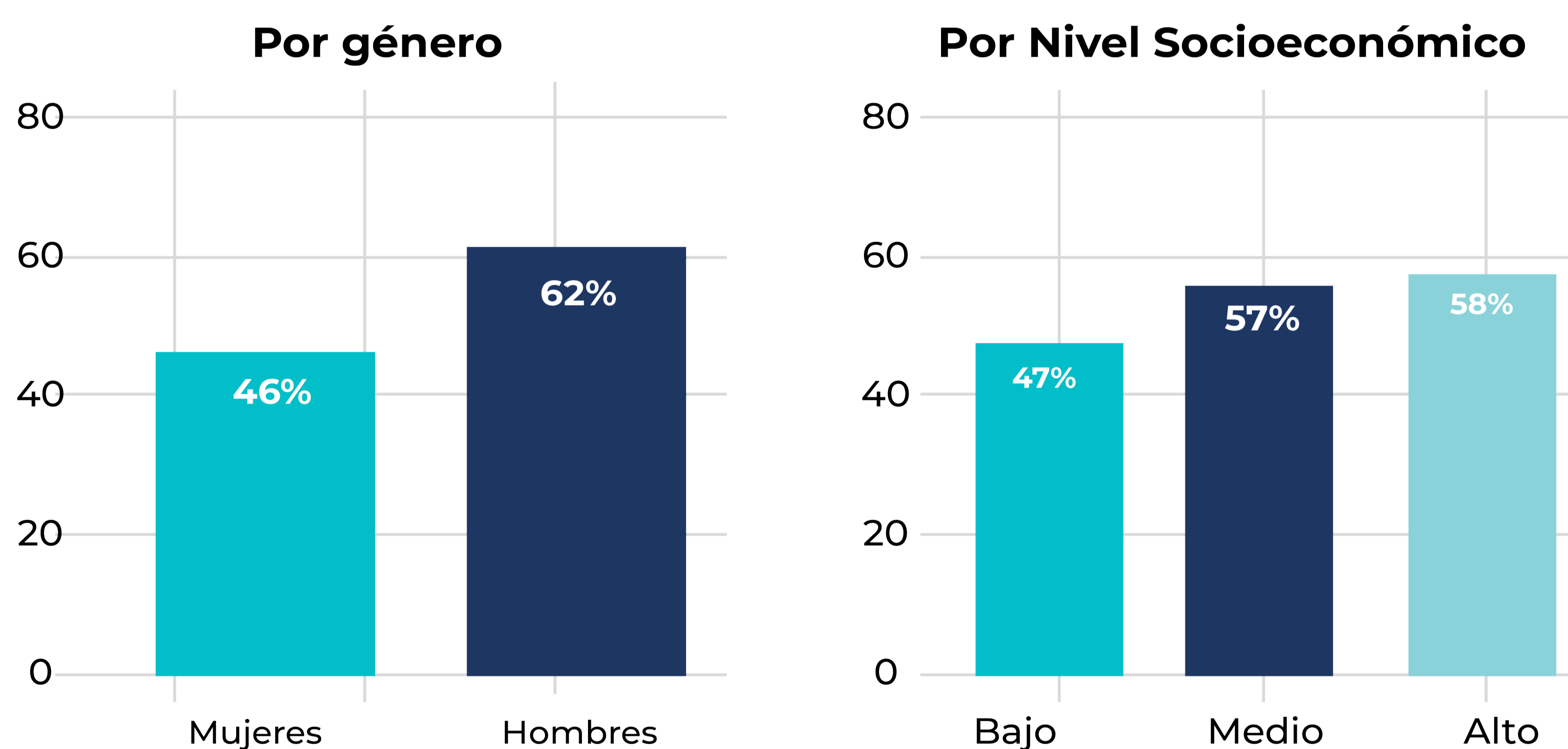
Mayor inclusión financiera no se traduce en mejores hábitos o conocimientos financieros.

V. b. Apuestas virtuales: entre el tabú y la normalización

Las apuestas virtuales emergen como un fenómeno preocupante entre los adolescentes, caracterizado por una notable brecha entre el comportamiento reportado y el observado. El 54% de los encuestados afirma tener amigos que realizan apuestas online, con una presencia más marcada entre varones (62%) que entre mujeres (46%), y mayor frecuencia en niveles socioeconómicos medio-alto. Al cruzar género y nivel socioeconómico, del 62% de los varones, el 17% corresponde a nivel socioeconómico bajo, 22% a nivel socioeconómico medio y 23% a nivel socioeconómico alto, mientras que entre las mujeres (46%) la distribución es más uniforme entre niveles socioeconómicos.

Gráfico 18. ¿Tenés algún amigo que haya jugado apuestas online en el último mes?

Porcentaje de jóvenes que dicen que sí, según variables sociodemográficas

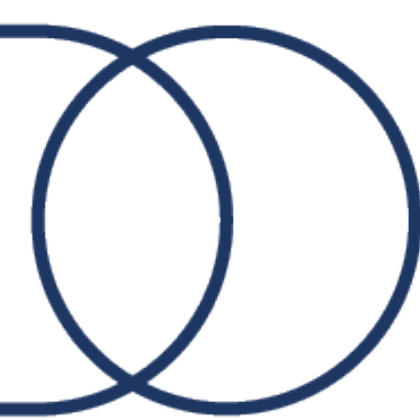


Esta percepción se refleja en los grupos focales:

“En mi caso, casi todos mis amigos apuestan”. (Varón - Alto)

*“Yo tengo mis compañeros del colegio que juegan apuestas o a la ruleta”
(Mujer - Alto)*

Sin embargo, cuando se consulta sobre la práctica personal, **solo el 7% reconoce apostar**, manteniendo el patrón de género (11% varones vs 4% mujeres) pero sin diferencias significativas por nivel socioeconómico o edad. Esta marcada diferencia entre lo observado y lo reportado sugiere la existencia de un tabú alrededor de esta práctica. Los testimonios de los grupos focales refuerzan esta interpretación, describiendo experiencias “aisladas” o atribuyendo la práctica a terceros:



“Sí lo jugué una vez... los jugué solo una vez porque he perdido toda la plata. Había puesto 2000 pesos y lo perdí todo” (Mujer - Bajo)

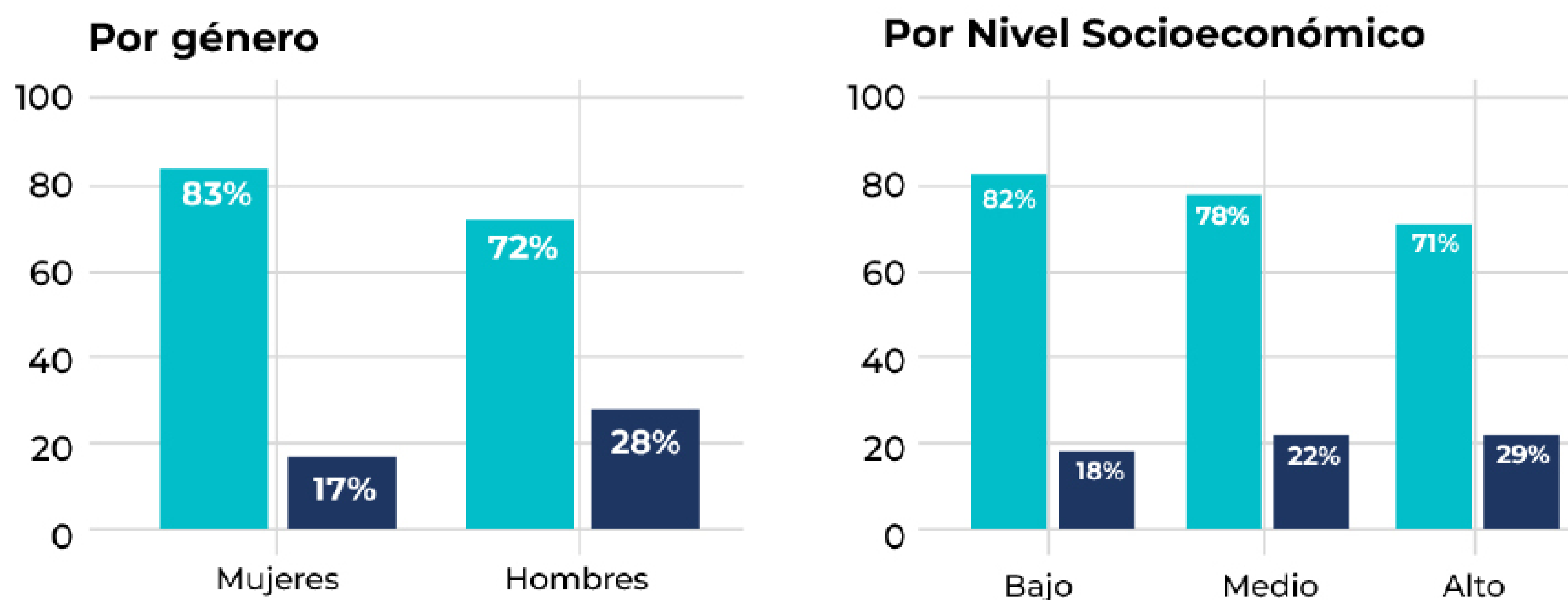
“Yo también lo hice. Entonces como que nunca me pasaba nada, pero ahora los veo y les digo que lo dejen de hacer porque la verdad es más lo que pierden que lo que ganan.” (Varón - Bajo)

Realizar apuestas es una actividad que suele ser penalizada socialmente, especialmente en el caso de los adultos. En el caso de los jóvenes la asociación de las apuestas con el juego problemático está menos extendida. De hecho, para evaluar el sesgo de deshabilitación social en la respuesta de los jóvenes ante la pregunta directa de si apostaron o no en el último mes, la encuesta incluyó técnicas experimentales capaces de atenuar este sesgo. Los resultados parecen indicar que las mujeres prácticamente no apostaron el último mes, mientras que los varones sí lo han hecho, y en la misma proporción autodeclarada (7%). Sin embargo, al abrir el análisis por edades se encuentra que los varones de mayor edad subreportan sus actividades de apuestas online, las cuales llegan al 15% para los mayores de 17 años (vs el 10% autodeclarado). Además, esta fracción es especialmente alta entre los varones que no tienen habilidades básicas como para entender los pagos y riesgos en una lotería básica.

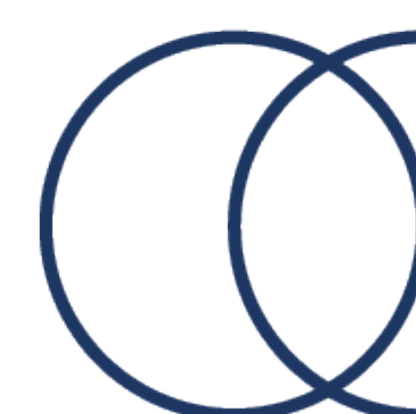
Modalidades y motivaciones

Tres de cada cuatro jóvenes indican que sus amigos apuestan en casinos virtuales y uno de cada cuatro en apuestas asociadas a deportes⁹. Aunque los casinos son los más frecuentes, se encuentran diferencias entre género y nivel socioeconómico. Los hombres tienden a reportar que sus amigos juegan con mayor frecuencia a apuestas de deportes. A su vez, estas apuestas de deportes están más presentes entre personas de nivel socioeconómico alto.

Gráfico 19. ¿Qué tipo de apuestas es la más conocida entre tus amigos?
Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas

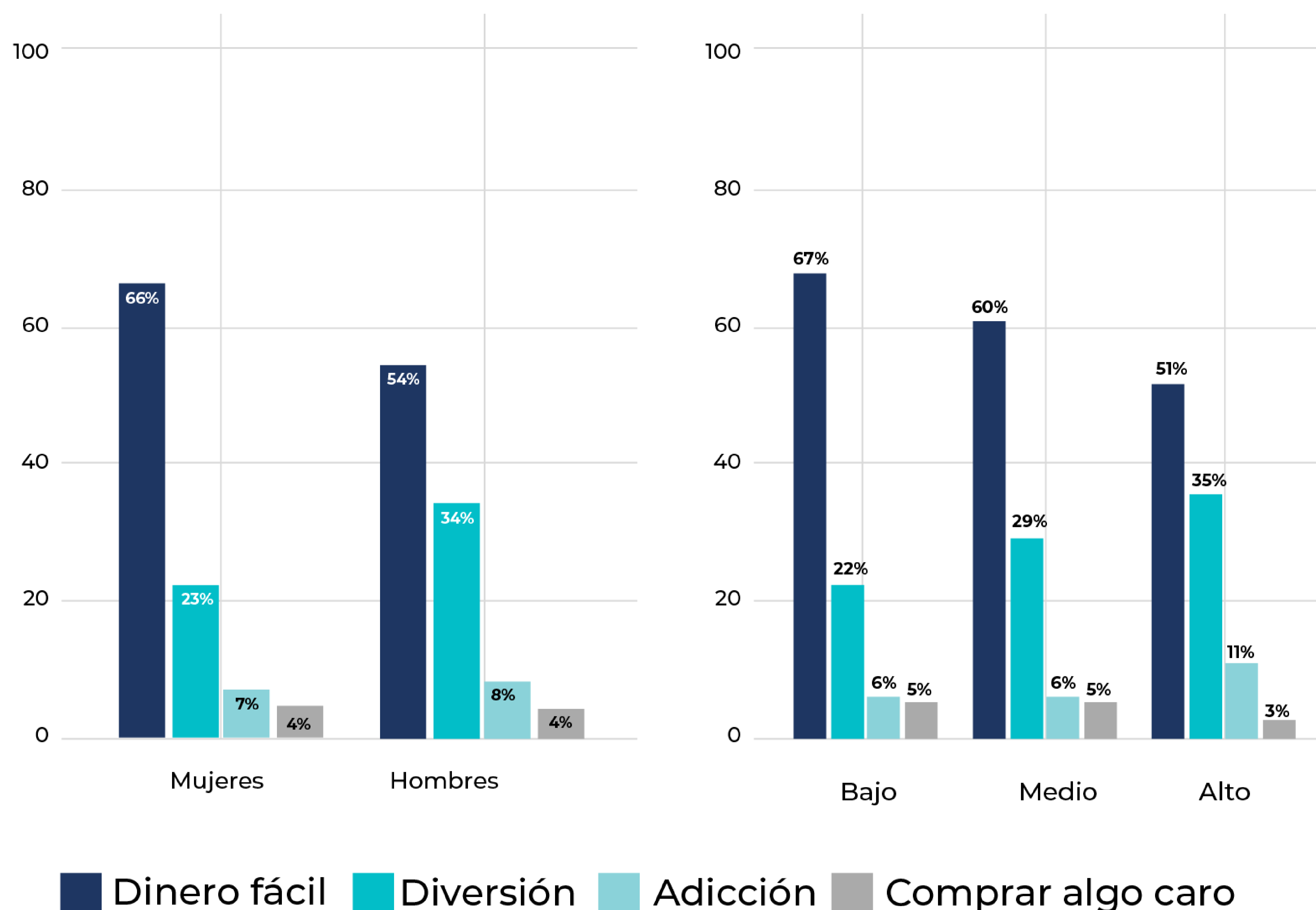


⁹Otras dos posibles respuestas a esta pregunta eran “Lotería” y “Otros”. Se dejaron de lado dado que representaban menos del 2% de las respuestas.



Las motivaciones revelan patrones interesantes: el 59% dice que sus amigos apuestan buscando “dinero fácil”, 29% dice que lo hacen por diversión, 8% identifica un carácter adictivo y 4% lo vincula a objetivos de consumo específicos. Existe una diferenciación por nivel socioeconómico: mientras en niveles altos el aspecto lúdico gana relevancia, en nivel socioeconómico bajo se enfatiza la búsqueda de ganancias rápidas.

Gráfico 20. ¿Cuál crees que es la razón principal por la que tus amigos juegan apuestas?
Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas



Factores de riesgo y percepción de la problemática

Tres elementos confluyen para hacer de las apuestas virtuales un fenómeno particularmente preocupante. Primero, **la impulsividad¹⁰ aparece como un factor significativo**: la proporción de jóvenes que reporta amigos que apuestan aumenta del 52% entre quienes muestran baja impulsividad al 57% en casos de alta impulsividad.

¹⁰El indicador de impulsividad se construye a partir de las respuestas a 3 preguntas específicamente diseñadas para medirlo. Éstas son preguntas asociadas a cuentas matemáticas básicas donde existe una respuesta impulsiva, una correcta y dos incorrectas (pero no impulsivas). La impulsividad de la persona se calcula sumando la cantidad de respuestas impulsivas a estas preguntas, de modo que Cada estudiante puede tener un nivel bajo de impulsividad/racionalidad (0 respuestas impulsivas/correctas), medio (1 o 2 respuestas impulsivas/correctas) o alto (3 respuestas impulsivas/correctas). Ver detalle en el Anexo

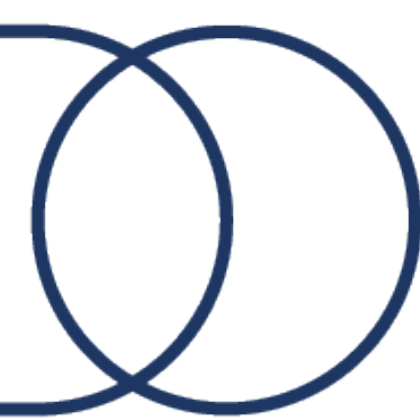
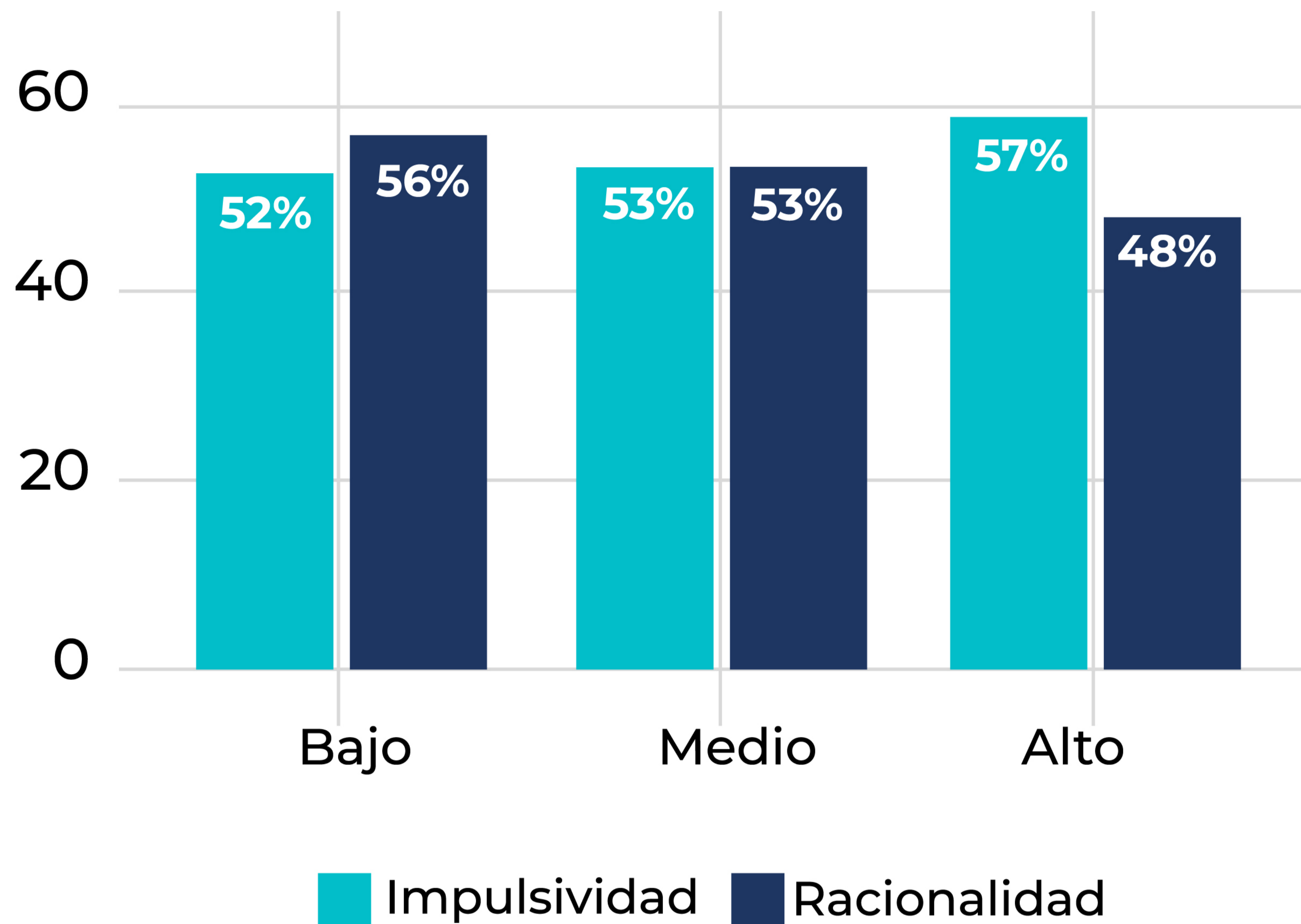


Gráfico 21. Apuestas y nivel de impulsividad
 Porcentaje de jóvenes que afirman que sus amigos jugaron apuestas en el último mes

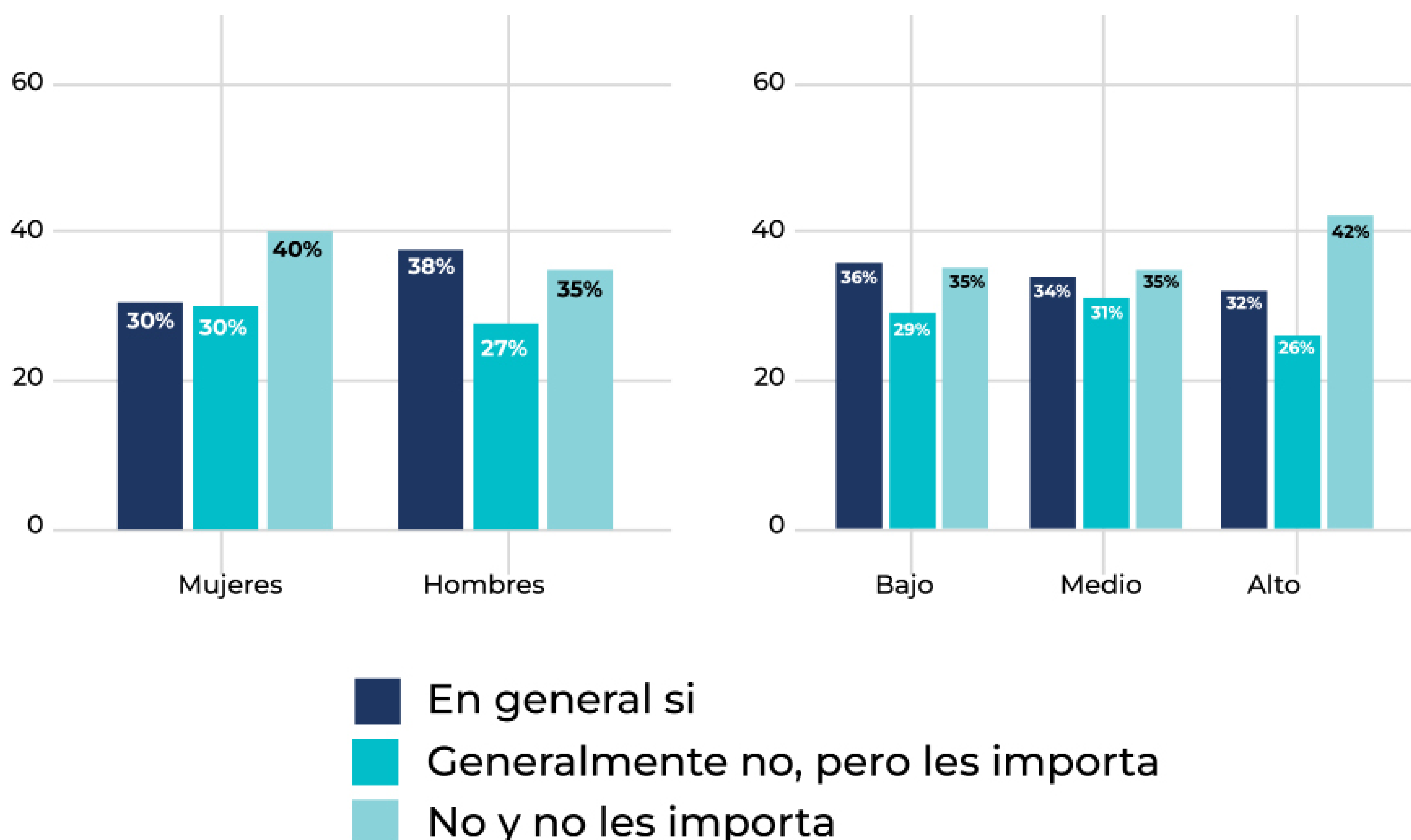


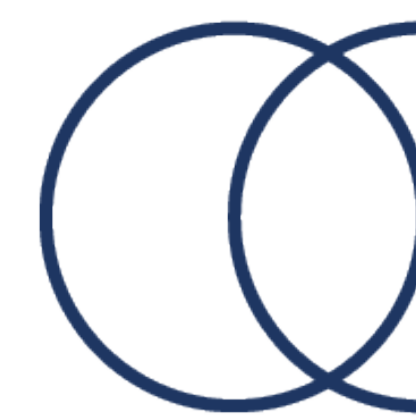
Segundo, **existe una notable ausencia de diálogo**: sólo el 6% discute el tema en el hogar, en marcado contraste con otros temas económicos como inflación (60%) o inversiones (46%). Como señala un participante:

“Los padres no creo (que sepan) porque obviamente no van a estar informados de lo que hacen.” (Varón - Alto)

Tercero, **se observa una preocupante indiferencia por la legalidad**: 7 de cada 10 jóvenes (66%) no chequea que el sitio de apuestas online sea legal. De los cuales el 29% le da importancia a la condición de legalidad y 37%, no.

Gráfico 22. ¿Tus amigos chequean que el sitio de apuestas online sea un sitio legal?





Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas La evidencia cualitativa sugiere una mayor conciencia sobre los riesgos entre mujeres y en el nivel socioeconómico alto:

“Para ellos (amigos) es como que les parece divertido... pero a mí no me parece... uno se vuelve como re adicto a esas cosas y me parece que es bastante peligroso” (Mujer - Alto)

“Evidentemente es un sistema que está diseñado... para que las personas que han creado la apuesta ganen... influenciar a la persona... con la idea falsa e implantada por la emoción” (Varón - Alto)

Sin embargo, la mayoría de los jóvenes tiende a ver las apuestas como un “juego” más que como una potencial adicción, comparándolas con inversiones, pero sin reconocer plenamente sus riesgos:

“Porque es muy al azar y es jugar con algo que no tendría que hacer... no es una inversión, como que estás dedicando tu plata a un juego y algo que no tenés certeza” (Mujer - Alto)

Principales hallazgos. Apuestas virtuales: entre el tabú y la normalización

Dimensión	Hallazgo clave
Brecha reportada	54% tiene amigos que apuestan vs 7% que reconoce apostar.
Perfil de riesgo	Mayor prevalencia en varones y NSE medio-alto.
Autoreporte de apuestas	Los varones de mayor edad subreportan sus actividades de apuestas online, las cuales llegan al 15% para los mayores de 17 años (vs el 10% autodeclarado).
Modalidades y motivaciones	Predominio de casinos virtuales (76%), énfasis en búsqueda de "dinero fácil" en NSE bajo vs aspecto lúdico en NSE alto.
Factores de riesgo	Correlación positiva con impulsividad (57% con impulsividad alta vs 52% con impulsividad baja).
Vulnerabilidades	Escasa comunicación familiar (6%) y baja preocupación por legalidad (37%)

V. c. Estafas virtuales: exposición, detección y vulnerabilidades

Exposición y reacciones ante intentos de estafa

Al consultarles si alguna vez recibieron un mensaje o correo electrónico que parecía ser de una empresa o persona conocida, pero que en realidad era un intento de engaño para obtener información personal (como contraseñas o detalles de tarjetas), el 28% de los jóvenes confirmó haber experimentado esta situación, mientras que otro 24% indicó no estar seguro de haberla identificado correctamente.

La reacción más común ante estos intentos de estafa es ignorarlos: **tres de cada cuatro jóvenes optaron por esta respuesta, mientras que solo el 21% lo reportó a un adulto o a la empresa implicada.**

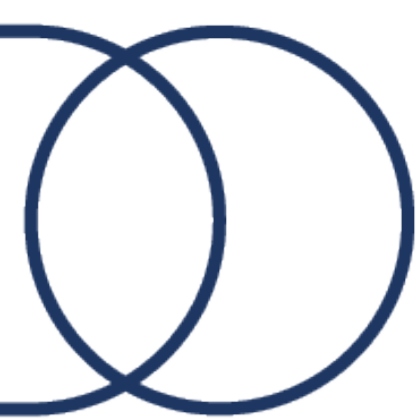
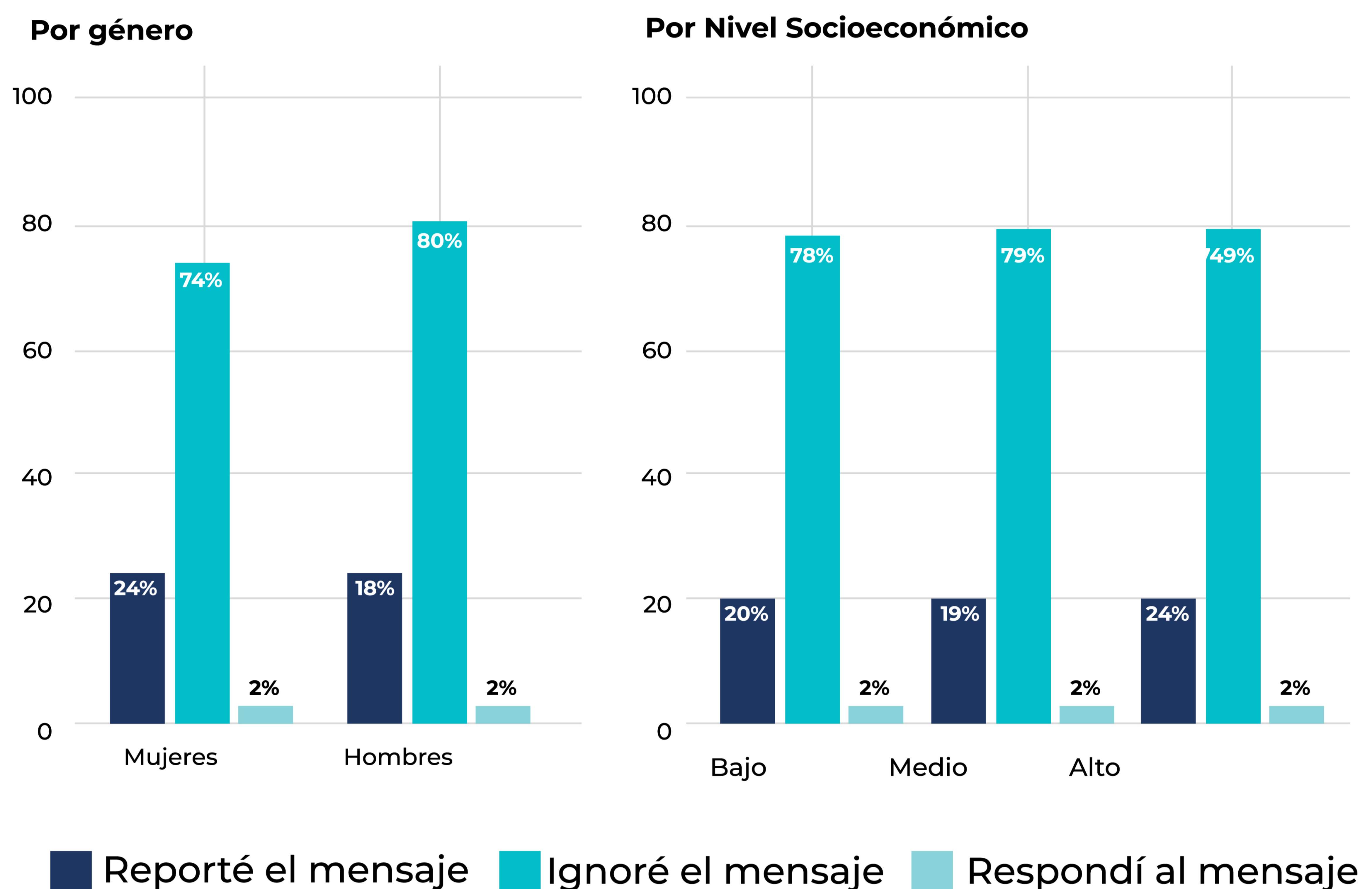


Gráfico 23. ¿Qué hiciste cuando recibiste ese mensaje o correo electrónico?
Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas



Capacidad de detección según tipo de estafa y reacción

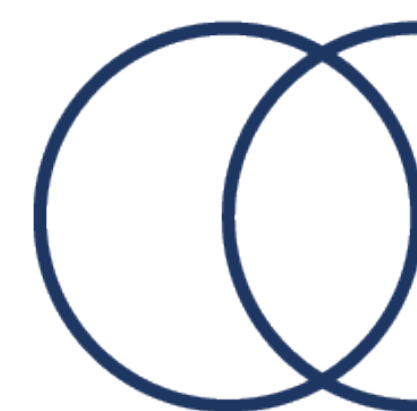
Para profundizar en la capacidad de los jóvenes para detectar estafas, se trabajó en los grupos focales con mensajes diseñados específicamente para este estudio¹¹. Se presentaron dos tipos de situaciones: un mensaje de WhatsApp donde se solicitaba dinero prestado y un correo electrónico aparentemente proveniente de una empresa conocida.

Frente al mensaje de WhatsApp, la mayoría de los participantes mostró capacidad para identificar señales de alerta, principalmente en el lenguaje y forma de escribir:

“Es una estafa porque sería muy raro que un amigo escriba así de esa manera... quizá te manda un audio o te llama” (Mujer - Alto)

Sin embargo, en NSE bajo se observó una tendencia diferente: en lugar de cuestionar la legitimidad del mensaje, la preocupación principal era verificar la urgencia y el destino del dinero solicitado:

¹¹En los grupos focales, se expuso a los jóvenes a dos imágenes que mostraban mensajes de Whatsapp y Gmail diseñados ad hoc para este estudio con la intención de generar debate y repercusiones entre los participantes, como estrategias disparadoras para el abordaje cualitativo y la profundización sobre esta dimensión de análisis. Estos recursos se encuentran disponibles en la guía cualitativa de pautas, en el Anexo. ¹



“La verdad yo le pasaría la plata, pero primero sabiendo para qué lo necesita... Y sería algo muy urgente” (Varón - Bajo)

El correo electrónico, por su parte, generó mayores dudas y respuestas más diversas. Algunos participantes se mostraron más confiados por la presencia de elementos visuales de la marca:

“Este me da más confianza porque veo que hay una marca ahí que dice Spotify...” (Varón - Alto)

Mientras otros identificaron inconsistencias en la calidad de la comunicación:

“En mi caso me genera más desconfianza... porque es una empresa grande, dudo que sea tan pobre visualmente el mail” (Varón-Alto)

Al momento de consultarles sobre estrategias de resolución ante situaciones experimentadas, los participantes mencionan, por un lado, el diálogo con sus familias y, por otro, la instancia de bloquear/denunciar al remitente. De todos modos, dejan traslucir un manejo autónomo recurriendo a sus padres/madres posteriormente a lo sucedido.

“Yo más que nada le avisaría a mis papás para que tengan cuidado, reportarían número y lo bloqueo, nada más.” (Mujer - Alto)

“Me acuerdo que yo era muy chico, me acuerdo que había que hablarle a un chico por Instagram ... y al final le pasabas la plata (¿Y después lo pudiste hablar con algún adulto?) Sí con mis padres... obviamente me decían que tenía que ser más cuidadoso, pero en el momento no te das cuenta.” (Varón - Alto)

A partir de los descripto hasta aquí se puede evidenciar que los jóvenes se encuentran expuestos a distintos tipos de engaños y, según lo recopilado cualitativamente, pareciera ser que tienen ciertas herramientas para advertirlos. Sin embargo, no llegan a accionar en consecuencia y denunciar los mismos.

Vulnerabilidad ante consejos financieros

Un dato preocupante es que el **56% de los encuestados afirma que seguiría consejos de inversión vistos en redes sociales para destinar sus ahorros**. Si bien confían más en familiares o expertos, más de la mitad de los jóvenes está dispuesto a invertir basándose en recomendaciones de redes sociales.

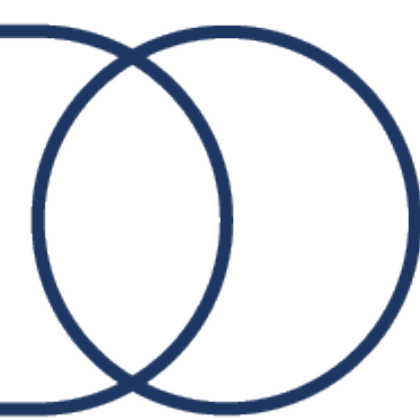
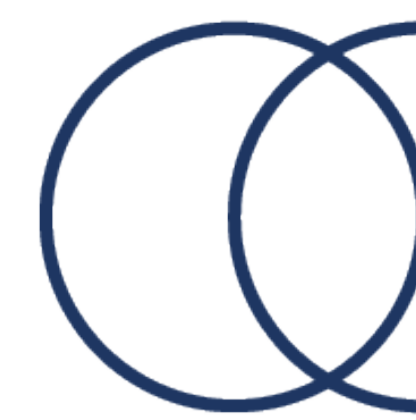


Gráfico 24. Seguiría un consejo de... e invertiría parte o todos los ahorros
 Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas



En paralelo, los hombres tienden a creer levemente más que las mujeres en los consejos que reciben, aunque la diferencia es sutil. En cambio, no existen divergencias relevantes entre el grado de confianza en el consejo de un experto o una experta. En el capítulo siguiente se profundizarán, las cuestiones asociadas al género.

Principales hallazgos. Conocimiento y fuentes de información	
Dimensión	Hallazgo clave
<i>Brecha percepción-conocimiento</i>	Mientras la percepción de conocimiento varía significativamente por género (es alta en el 36% varones vs 18% mujeres), el conocimiento real es similar (aproximadamente 20% alto en ambos).
<i>Nivel socioeconómico</i>	Persisten brechas tanto en percepción como en conocimiento real.
<i>Fuentes de información</i>	Predominio de padres/tutores (78%) e internet (52%) como principales fuentes, con un rol secundario de docentes (32%).
<i>Oportunidades de mejora</i>	Espacio para fortalecer mediación docente en el uso de recursos digitales y reducir brechas de conocimiento por NSE.
<i>Interés en formación</i>	Alta valoración de la educación financiera (8 de cada 10), con incremento respecto a 2022. Junto con matemática e informática, aumentan su relevancia percibida.



CAPÍTULO VI

Género y roles en los hogares

La educación financiera presenta patrones diferenciados según género, tanto en las experiencias y comportamientos de los jóvenes como en los roles que observan en sus hogares. Este capítulo analiza estas diferencias y explora cómo los patrones de género en el hogar pueden influir en el desarrollo de habilidades financieras.

VI. a. Diferencias de género en comportamientos financieros

A lo largo de lo analizado hasta el momento, se encuentran diferencias relevantes en lo que refiere al género de los jóvenes y su educación financiera. A continuación, se resumen los principales hallazgos de las diferencias de género.

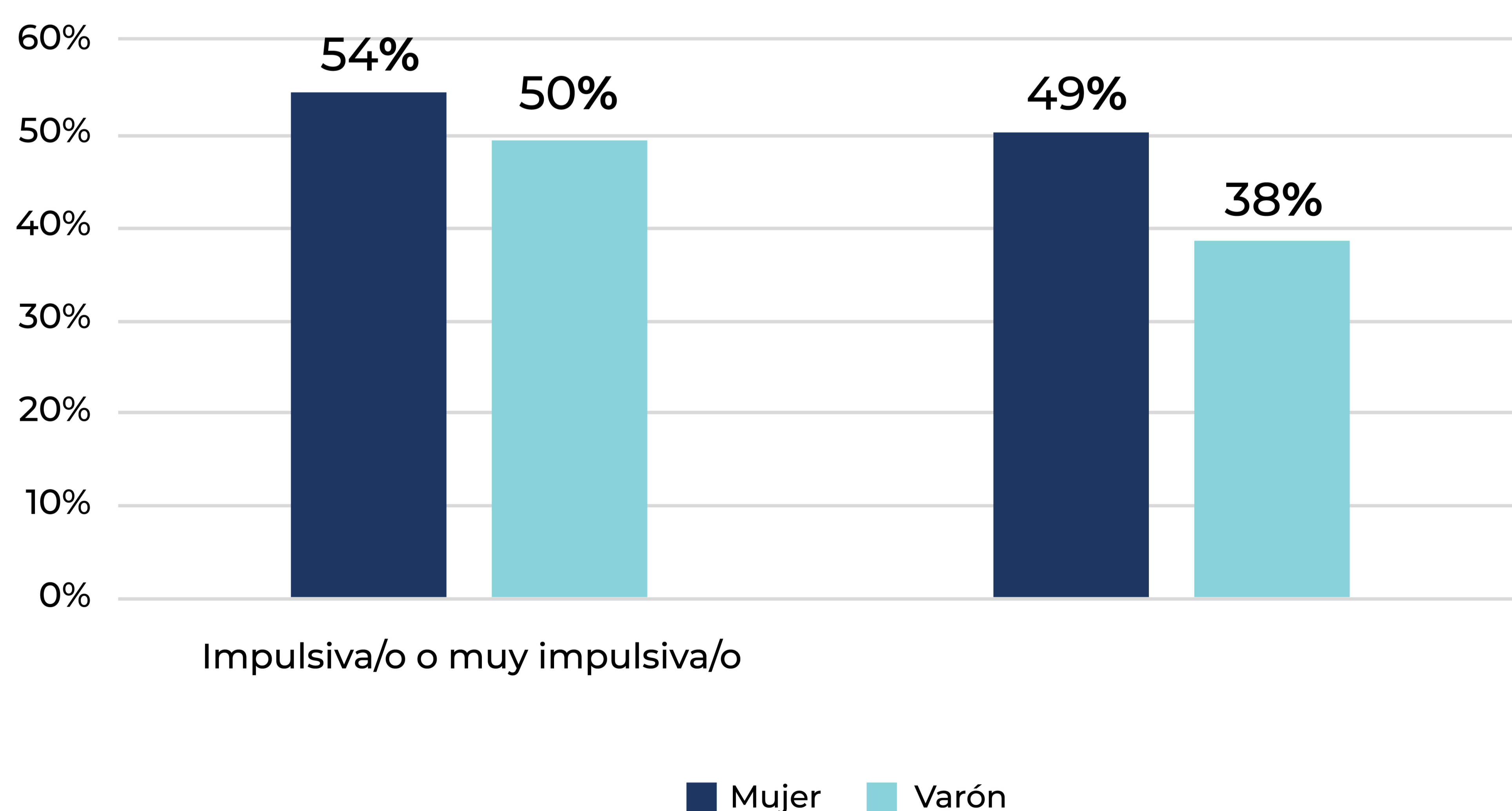
Ahorro

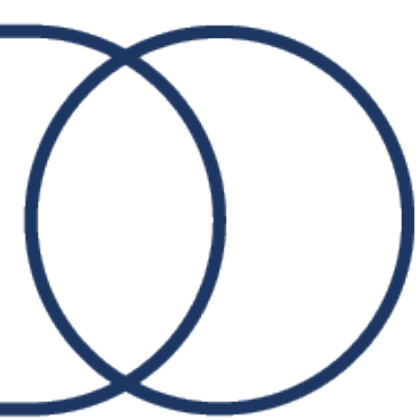
A pesar de que no existen diferencias significativas en la tenencia y uso de instrumentos financieros entre géneros, sí se observan diferencias en relación con el ahorro, brecha que se mantiene constante desde 2022. Mientras que 3 de cada 5 varones (57%) reportan ahorrar sistemáticamente, solo 2 de cada 5 mujeres (42%) lo hacen. Además, las mujeres reportan mayor tendencia a gastar sus ahorros antes de lo planeado (33% vs 25% en hombres), lo cual adhiere a lo enfatizado en los grupos focales donde las mujeres se autoperciben como “más impulsivas”.

Esta autopercepción por parte de las mujeres contrasta con algunos atributos personales que fueron cuantificados en este estudio y que tienen una fuerte conexión con las decisiones de ahorro e inversión. Estas decisiones involucran cuantificar pérdidas y ganancias en distintos escenarios, así como evaluar los riesgos asociados a cada caso. El Gráfico 25 señala que alrededor de la mitad de los jóvenes encuestados tiende a ser impulsiva al dar respuestas que requieren un cálculo mental no trivial sobre cantidades. Las mujeres presentan niveles **ligeramente superiores de impulsividad** en comparación con los varones, mientras que la brecha de género es mayor en la aversión al riesgo: **las mujeres se muestran más cautelosas**, mientras que los varones están más dispuestos a asumir mayores riesgos a cambio de ganancias potenciales.

Gráfico 25. Atributos personales relacionados al ahorro y el riesgo financiero

Porcentaje de jóvenes, según género Confianza y autopercepción





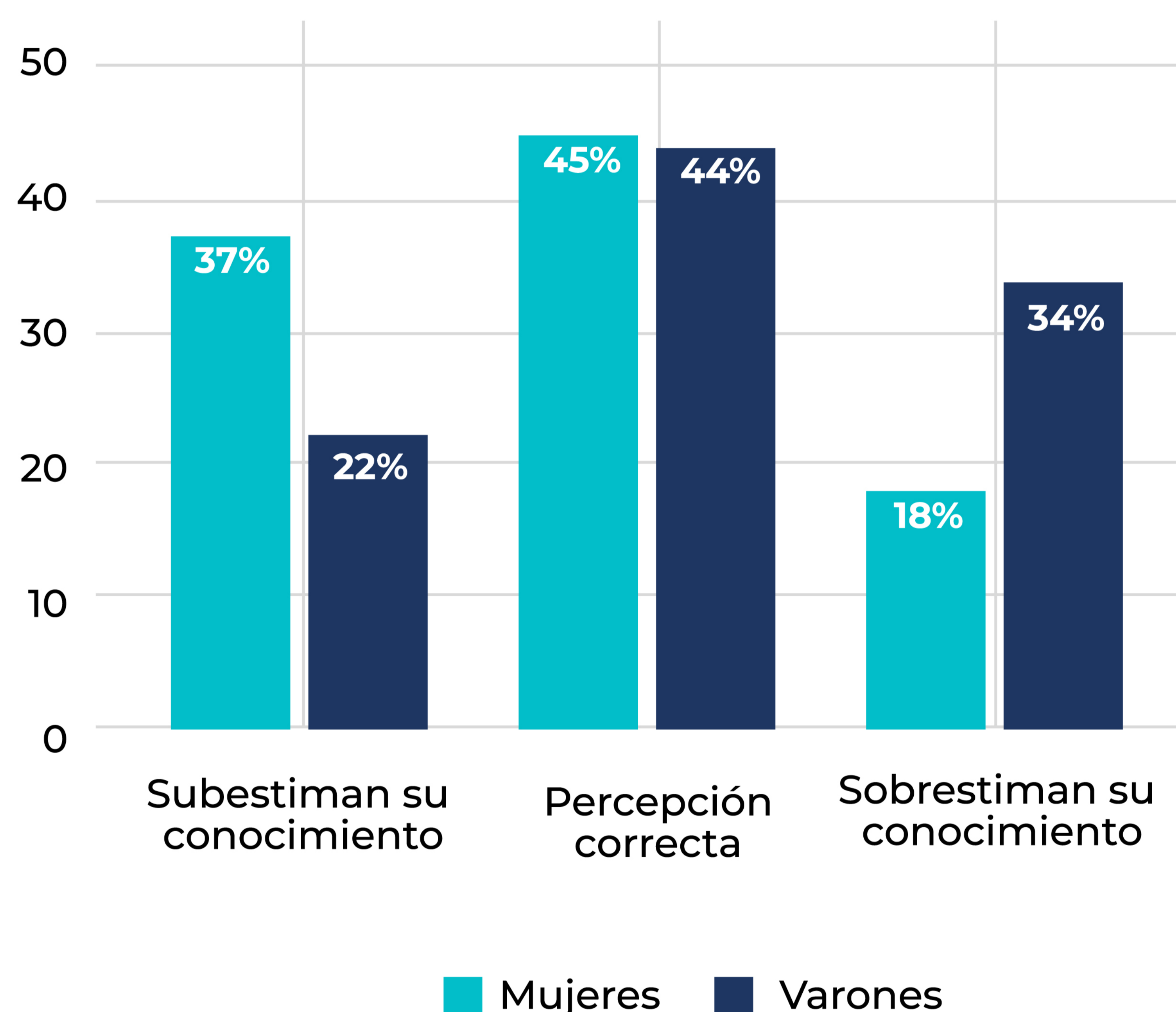
Confianza y autopercepción

Las diferencias de género se manifiestan marcadamente en la confianza para administrar dinero. Mientras el 37% de los varones se siente confiado en su manejo financiero, solo el 21% de las mujeres comparte esta percepción. La mayor parte de las mujeres (61%) considera que maneja bien su dinero, pero podría mejorar, comparado con el 54% de los varones. Apenas un 16% de mujeres indica que no sabe cómo administrar su dinero, pero le interesaría aprender, frente a un 8% de varones.

La paradoja del conocimiento financiero

La brecha en la confianza contrasta notablemente con los niveles reales de conocimiento financiero. Los datos revelan que casi 4 de cada 10 mujeres subestiman su conocimiento financiero¹², mientras que una proporción similar de hombres lo sobreestima. Esta disparidad es particularmente llamativa considerando que las evaluaciones objetivas muestran niveles similares de conocimiento efectivo entre géneros, con una leve ventaja para las mujeres en el nivel alto (22% vs 19%).

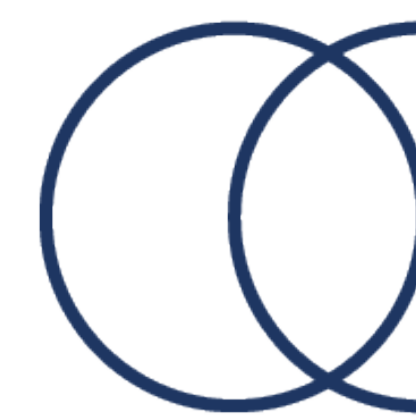
Gráfico 26. Indicador de estimación del conocimiento
Porcentaje de jóvenes, según género



Exposición y actitudes frente al riesgo

Los varones muestran mayor propensión a comportamientos financieros de riesgo. El 62% de los varones reporta tener amigos que realizan apuestas online, comparado con el 46% de las mujeres. Esta diferencia se refleja también en el comportamiento personal: 11% de varones reconoce apostar versus 4% de mujeres. A su vez, los hombres indican que sus amigos tienden a apostar más por deportes que lo que indican las mujeres y lo ven en mayor proporción como algo lúdico (antes que una manera sencilla de reunir dinero).

¹²El indicador de estimación del conocimiento (que se presenta en el gráfico 25) se construye comparando el nivel de auto-percepción con el nivel de conocimiento real de cada encuestado/a. Para construirlo, se calcula la diferencia entre el cuartil de percepción y el cuartil de conocimiento real. El indicador toma valor 0 cuando coinciden (por ejemplo, percepción “baja” y conocimiento “bajo”), valor positivo cuando hay sobreestimación (por ejemplo, percepción “alta” y conocimiento “medio”) y valor negativo cuando hay subestimación (por ejemplo, percepción “baja” y conocimiento “medio”). El conocimiento real se midió a través de preguntas de respuesta múltiple, mientras que la autopercepción se basó en el reporte de los propios encuestados sobre su nivel de conocimiento financiero.



Fuentes de información y consulta

Los patrones de consulta sobre temas financieros muestran diferencias por género. Si bien padres, internet y docentes son las principales fuentes para ambos géneros, las mujeres prefieren canales más personales: consultan más a padres (82% vs 72% de varones) y docentes (35% vs 29%). Por su parte, los varones se inclinan más por fuentes independientes como internet (59% vs 45% de mujeres) y amigos (25% vs 17%). Esta preferencia masculina por fuentes digitales se refleja también en una mayor predisposición a seguir consejos de inversión vistos en redes sociales (58% vs 54%).

Sesgos inconscientes en confianza y expertise

Al analizar la confianza en expertos financieros, emerge un patrón interesante: aunque no existen diferencias significativas en la confianza hacia expertos según su género, los grupos focales revelaron una tendencia inicial a preferir asesores del mismo género. Sin embargo, esta preferencia inicial luego se diluye al considerar la experiencia y trayectoria profesional:

“Al equipo de las mujeres yo, porque siento que una mujer es más precavida a la hora de gastar su dinero...” (Mujer - Bajo)

“Realmente no hay un aspecto en el cual pueda profundizar debido a que evidentemente es muy subjetivo basarse únicamente en una imagen, pero como la mayoría respondieron, evidentemente lo único que me hace que seleccione la V es inconscientemente... La seguridad en la imagen V” (Varón - Alto)

VI. b. Roles de género en el hogar

Las diferencias de género observadas en los comportamientos financieros de los jóvenes no surgen en el vacío. El análisis de los roles y dinámicas en sus hogares revela la persistencia de patrones tradicionales de género que pueden ayudar a explicar estas diferencias. Si bien se observan algunos cambios generacionales, especialmente en hogares de nivel socioeconómico alto, los datos muestran que los roles de género en la gestión financiera familiar siguen siendo marcados.

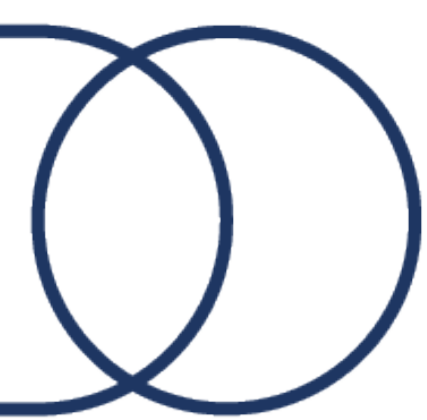
Participación laboral y manejo de instrumentos financieros

Los padres tienen mayor participación en el mercado laboral que las madres (95% vs 79%), una diferencia que se mantiene estable desde 2022. Sin embargo, esta brecha no se refleja en la tenencia de instrumentos financieros: las madres muestran mayor adopción de tarjetas y billeteras digitales. Esta diferencia es particularmente notable en hogares de nivel socioeconómico bajo, donde 59% de las madres tienen billetera digital frente a 46% de los padres, incluso con menor participación laboral femenina.

Gestión financiera del hogar

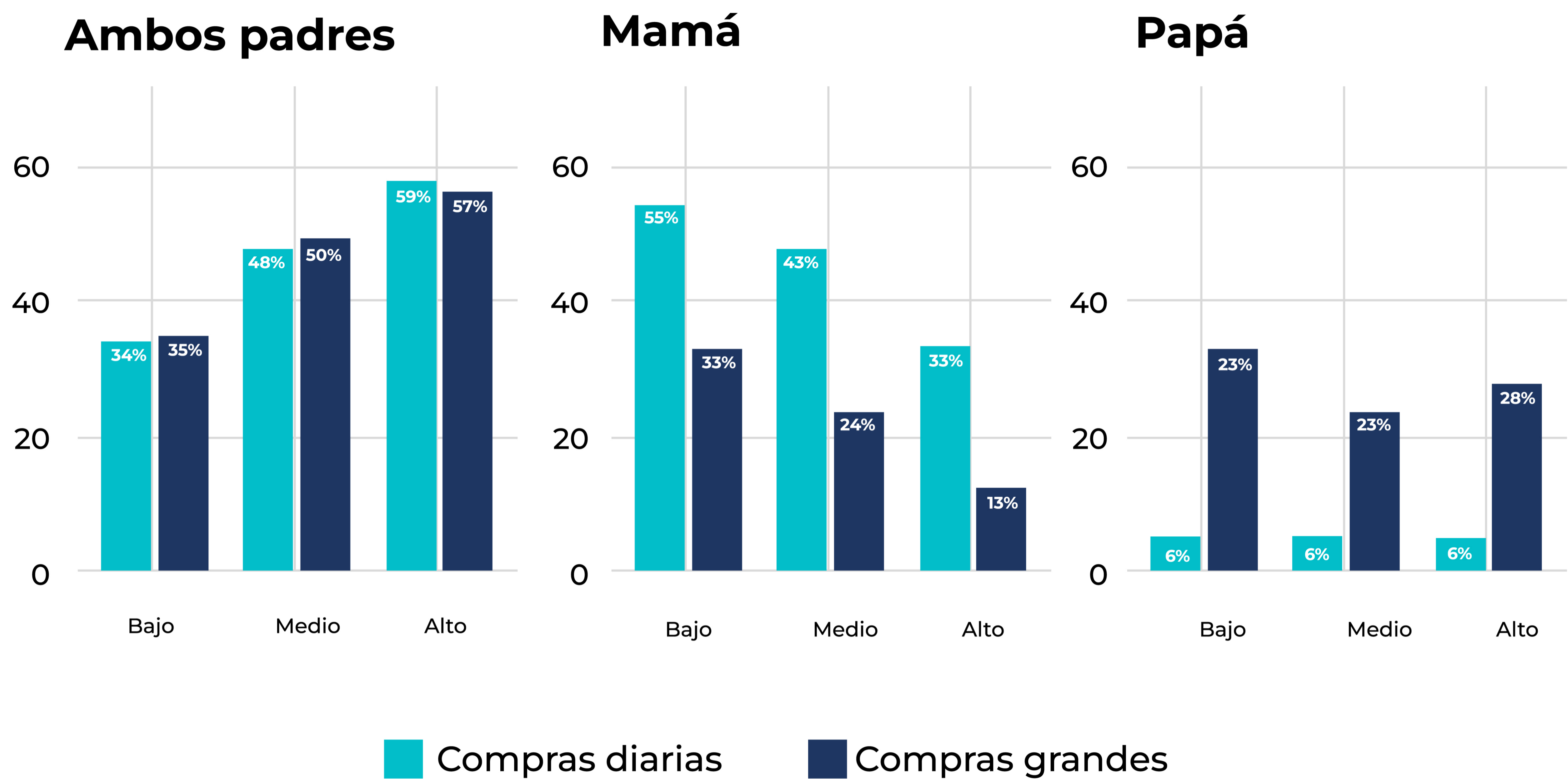
La gestión financiera del hogar revela tanto la persistencia como la transformación gradual de los roles tradicionales de género. Históricamente, estos roles asignaban a las mujeres la gestión de gastos cotidianos mientras reservaban para los hombres las decisiones financieras de mayor envergadura. Este patrón tradicional comienza a transformarse, aunque de manera desigual según el nivel socioeconómico.

En hogares de nivel socioeconómico alto se observa una mayor ruptura con estos roles tradicionales: predomina la gestión compartida tanto en decisiones cotidianas como en compras grandes, sugiriendo una mayor equidad en la toma de decisiones financieras. En contraste, en hogares de nivel socioeconómico bajo, los roles tradicionales persisten con mayor fuerza en las compras diarias, donde las madres son las principales responsables. Sin embargo, llamativamente, en estos hogares las madres



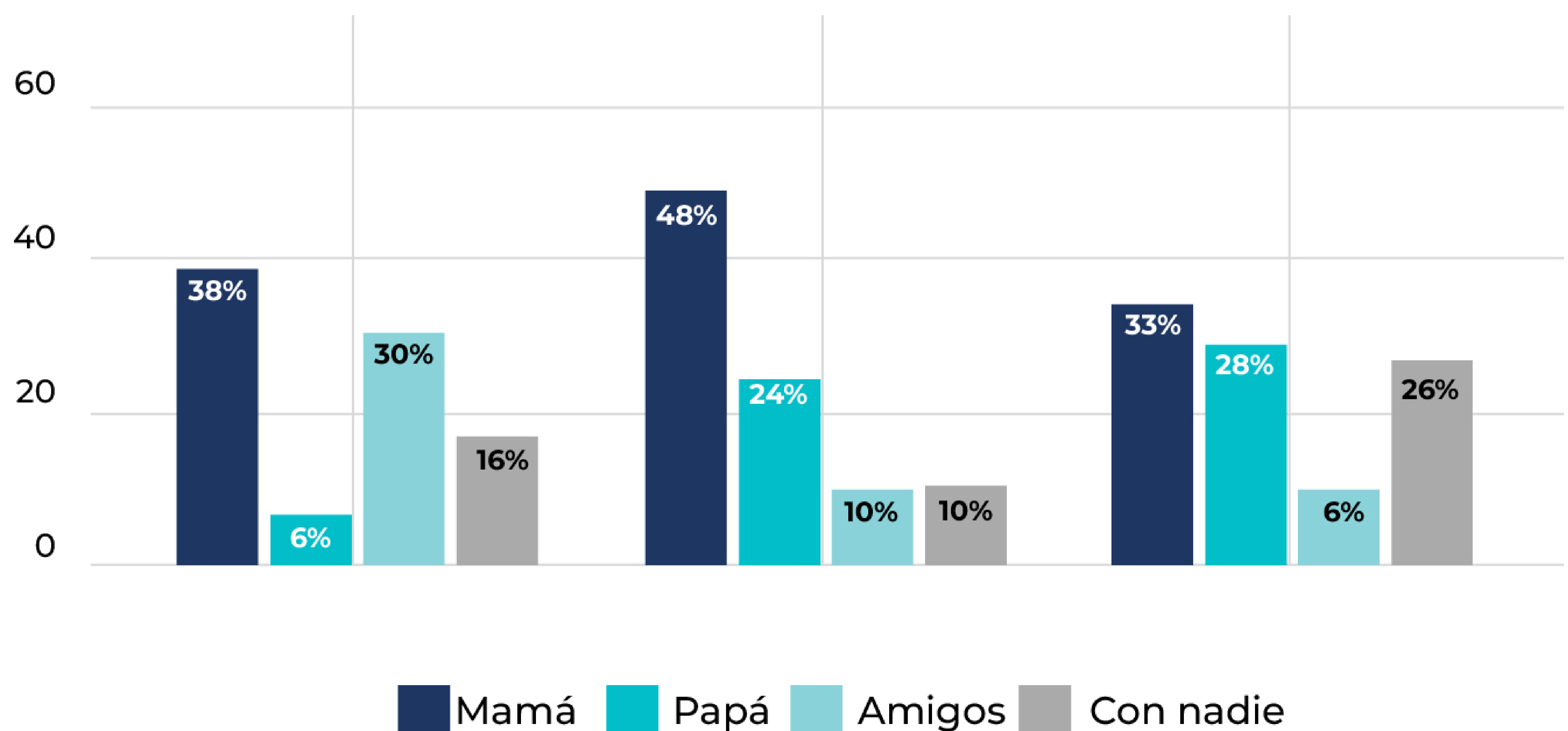
también tienen un rol importante en las compras grandes, posiblemente reflejando su papel como administradoras principales de la economía familiar en contextos de mayores restricciones económicas.

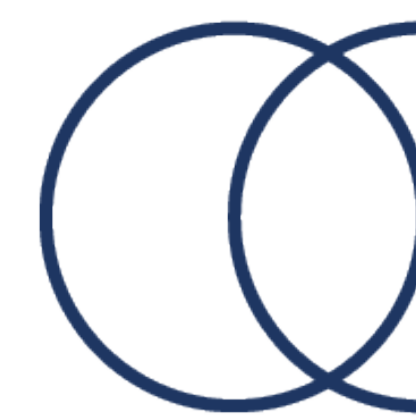
Gráfico 27. ¿Quién se ocupa de las compras diarias/grandes en el hogar?
 Porcentaje de jóvenes que indican que cierta persona realiza dichas compras, según nivel socioeconómico Transmisión de conocimientos financieros



Los patrones de diálogo familiar revelan preferencias claras: los jóvenes tienden a consultar más con sus madres sobre diversos temas, con diferencias que se amplían según el tipo de conversación. Si bien en temas financieros la diferencia es moderada (33% madre vs 28% padre), esta se amplía en desarrollo profesional (48% vs 24%) y es especialmente marcada en temas personales (proporción 8 a 1 a favor de las madres).

Gráfico 28. ¿Con quién conversas sobre los siguientes temas?
 Porcentaje de jóvenes que afirman conversar cada tema con cierta persona





El contenido de los consejos financieros también difiere significativamente según el género del progenitor, como surge de la indagación en grupos focales. Las madres tienden a dar consejos más relacionados con la gestión cotidiana de las finanzas y el cuidado personal, centrándose en la organización del dinero para necesidades inmediatas y bienestar personal:

“Mi mamá aconseja más sobre el cuidado personal, como tener un presupuesto para ropa o actividad física.” (Varón - Alto)

“Mi mamá y mis abuelos me aconsejan sobre el uso del dinero, que no lo gaste en cosas innecesarias y lo ahorre.” (Varón - Bajo)

“He aprendido a administrar mi dinero viendo a mi mamá diciendo que compre cosas necesarias y no innecesarias” (Mujer - Bajo)

“Mi mamá nos da plata cuando la necesitamos, pero también nos dice que tengamos cuidado con el gasto” (Mujer - Alto)

Los padres, por su parte, especialmente en nivel socioeconómico alto, comparten recomendaciones enfocadas en inversiones, manejo del crédito y planificación a largo plazo:

“Mi papá siempre me dijo que el trading o comprar acciones es algo más riesgoso... y mi papá es el típico hombre empresario y cada vez está buscando invertir en sus empresas” (Mujer - Alto)

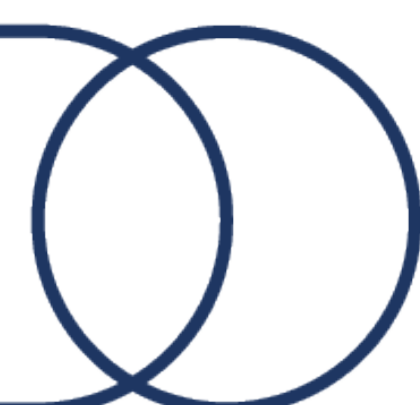
“Mi viejo se maneja mucho mejor con el dinero, trata de evitar los gastos innecesarios, como el uso de la tarjeta de crédito.” (Varón - Alto)

“Con mi viejo como más del hombre, en la parte de esas cosas, por ejemplo, en un auto. Saber administrar. El manejo del dinero en qué invertirlo” (Varón - Alto)

Esta diferenciación en el tipo de consejos financieros refleja y posiblemente refuerza los roles de género tradicionales en la gestión financiera del hogar, aunque tanto padres como madres coinciden en enfatizar la importancia del ahorro y la prudencia en el gasto. Capítulo VII. Perspectivas de futuro

Principales hallazgos. Género y roles en los hogares.

Dimensión	Hallazgo clave
<i>Brecha en comportamientos financieros</i>	Marcada diferencia en ahorro (57% varones vs 42% mujeres) y confianza (37% varones vs 21% mujeres se sienten seguros en manejo financiero). No se observan diferencias significativas por género en impulsividad. Las mujeres son marcadamente más adversas al riesgo en comparación a los varones (49% vs 38%).
<i>Paradoja conocimiento-confianza</i>	Mientras 4/10 mujeres subestiman su conocimiento y 4/10 hombres lo sobreestiman, aunque los niveles reales son similares (mujeres levemente superiores).
<i>Patrones de riesgo</i>	Mayor propensión masculina al riesgo: 62% de varones reporta amigos que apuestan vs 46% de mujeres; 11% vs 4% en práctica personal.

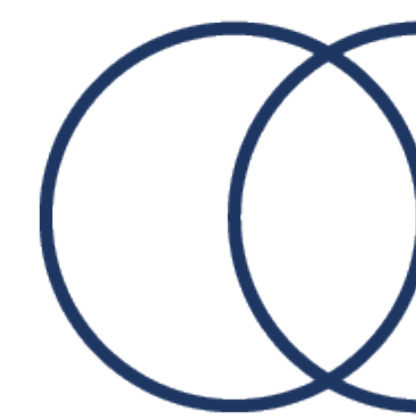


Fuentes de información

Mujeres prefieren canales personales (82% padres, 35% docentes); varones fuentes independientes (59% internet, 25% amigos).

Transmisión intergeneracional

Diferenciación en contenido de consejos: madres enfatizan gestión cotidiana, padres (en nivel socioeconómico alto) inversiones y planificación



CAPÍTULO VII

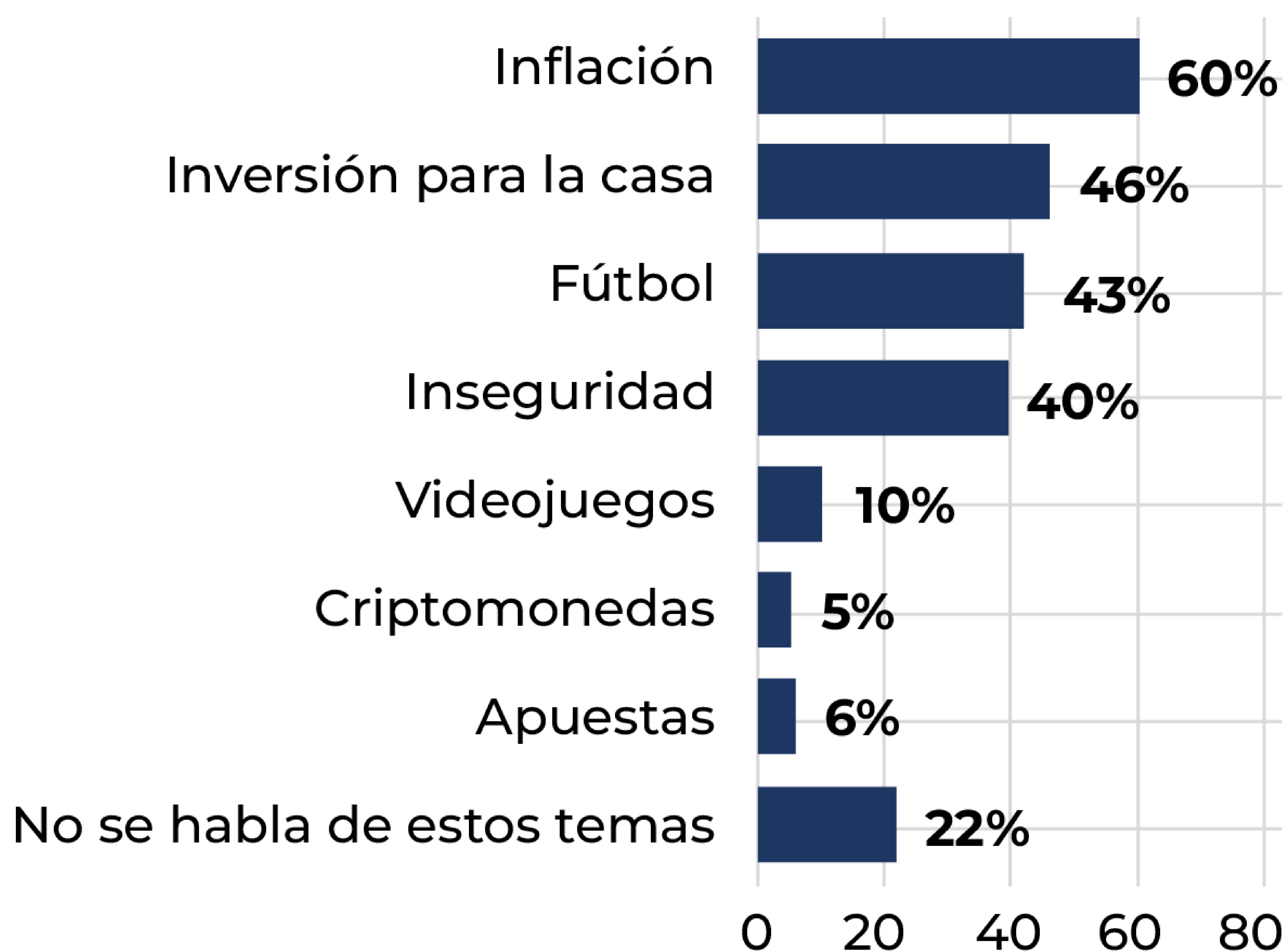
Perspectivas de futuro

La comprensión del contexto socioeconómico y las proyecciones a futuro de los jóvenes muestran patrones diferenciados, principalmente según nivel socioeconómico y género.

Comprensión del contexto económico

Los jóvenes demuestran conciencia del contexto económico actual, en particular en relación con la estabilidad de la moneda: la inflación es el tema económico más discutido en los hogares, presente en las conversaciones de 3 de cada 5 familias, sin diferencias significativas por nivel socioeconómico.

Gráfico 29. Temas conversados en almuerzos familiares
Porcentaje de jóvenes que respondió “Sí” a cierto tema



Esta preocupación por el contexto se refleja también en sus preferencias monetarias: casi 9 de cada 10 jóvenes elegiría cobrar en dólares antes que en pesos: proporción que aumenta con el nivel socioeconómico.

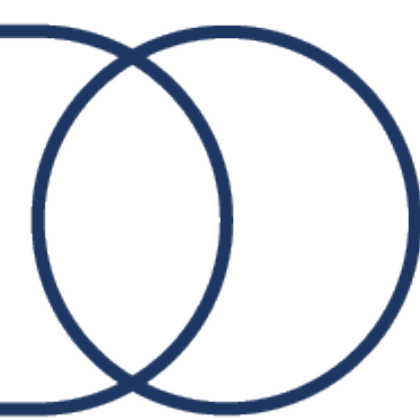
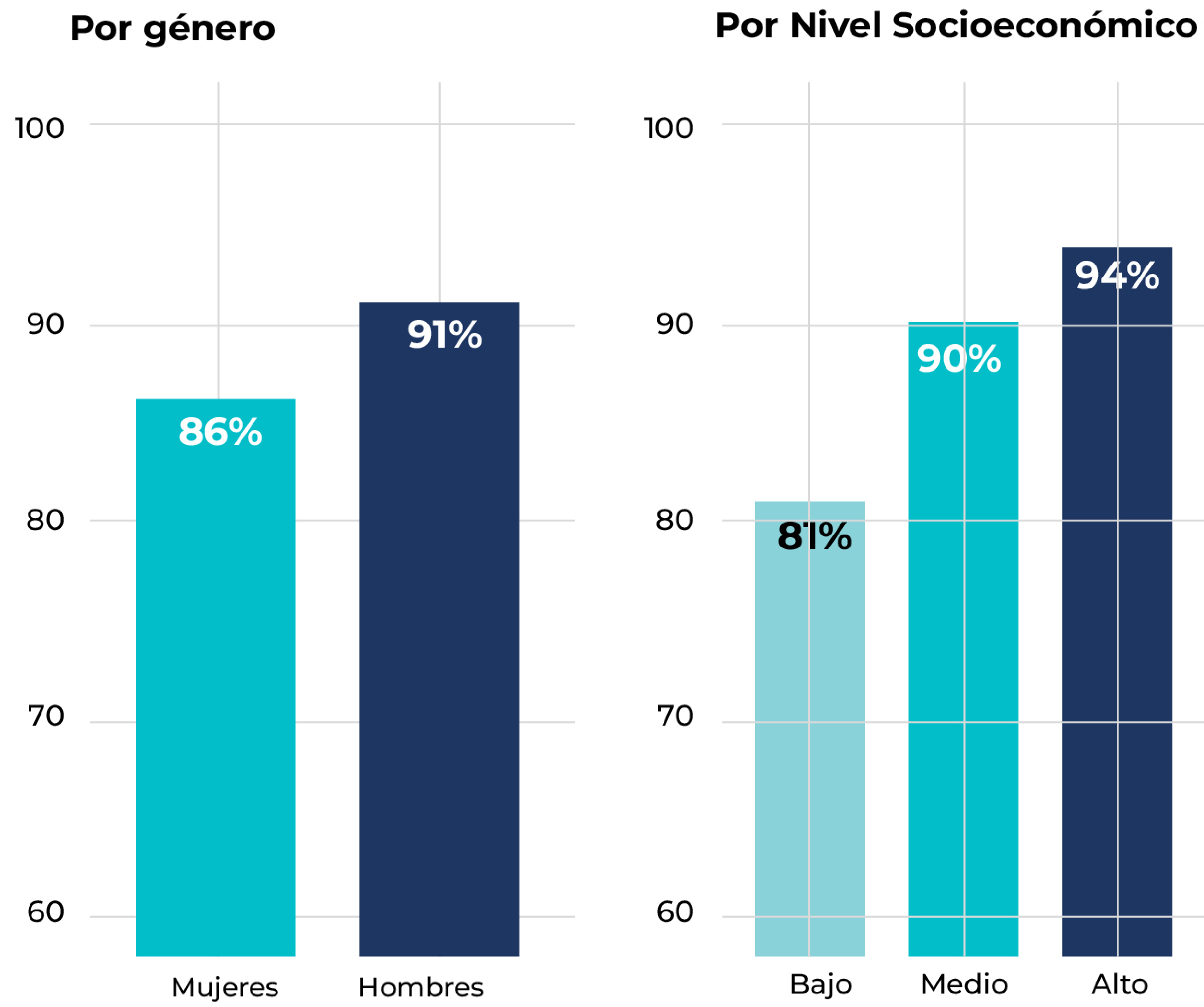


Gráfico 30. ¿Elegirías cobrar en pesos o en dólares?

Porcentaje de jóvenes que respondió “dólares”, según variables sociodemográficas



Al analizar las razones que dan los jóvenes que prefieren dólares (Gráfico 31, Panel A) o pesos (Panel B) aparecen claras diferencias. Entre las personas que prefieren el dólar, los sentimientos hacia esa moneda suelen ser predominantemente positivos o neutrales. La mayoría destaca atributos como la seguridad, estabilidad y protección que esta moneda les brinda frente a la inestabilidad económica. En cuanto al peso argentino, el sentimiento general es más variado: muchos lo perciben de forma negativa, asociándolo con la devaluación y la pérdida de valor. Sin embargo, algunos expresan un sentimiento neutral o incluso positivo, valorando la facilidad de su uso en el contexto local.

Gráfico 31. Razón por la que prefieren pesos/dólares

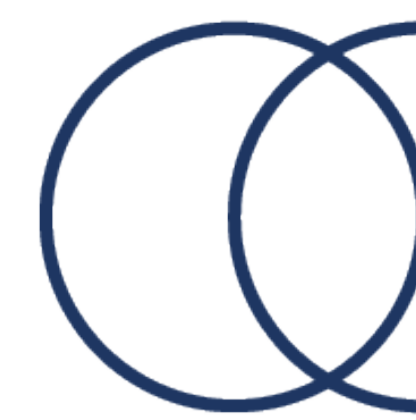
Nube de palabras

Panel A. Dólares



Panel B. Pesos





Proyecciones diferenciadas por nivel socioeconómico

A partir de lo relevado en los grupos focales, se puede indicar que las aspiraciones y proyecciones a futuro varían significativamente según el contexto socioeconómico. Los jóvenes de nivel socioeconómico alto muestran una visión centrada en la independencia financiera y el desarrollo profesional, con mayor confianza en su acceso a oportunidades. En contraste, los de nivel socioeconómico bajo equilibran sus metas profesionales con un deseo de estabilidad familiar, enfrentando mayores desafíos que afectan sus aspiraciones. A su vez, dentro de cada nivel socioeconómico, se observan ciertas diferencias entre varones y mujeres.

En nivel socioeconómico **alto**, los varones enfatizan el emprendimiento y las inversiones como vías para lograr independencia financiera. Sus narrativas revelan una clara preferencia por generar ingresos que no dependan exclusivamente del trabajo físico:

“A mí lo que me gusta es emprender, entonces (me genera) el sentimiento de saber que si Dios quiere, terminar mi carrera y poder emprender” (Varón - Alto)

“Me encantaría poder tener un ingreso que no dependa de un esfuerzo físico que haya que hacer de forma sistémica y periódica, sino que dependa de un ingreso que venga, por ejemplo de la bolsa, del mercado” (Varón - Alto)

“Yo soy de los que creen más en lo físico... si pudiera invertir, invertiría en algún terreno o hacer algo para que alquile o lo que sea.” (Varón - Alto)

Las mujeres del nivel socioeconómico alto, por su parte, muestran una marcada tendencia a considerar horizontes internacionales, vinculando explícitamente esta preferencia con la situación económica del país:

“No sé qué voy a estudiar todavía pero sería más que nada, como administración de empresas o algo parecido, y también ya viviendo sola no sé si acá o afuera, eso depende.” (Mujer - Alto)

“...que todos amamos nuestro país, yo amo Argentina y la verdad tienes linda gente, es bello, pero temas que económicamente está mal Argentina, y el único problema es que la gente no progresa” (Mujer - Alto)

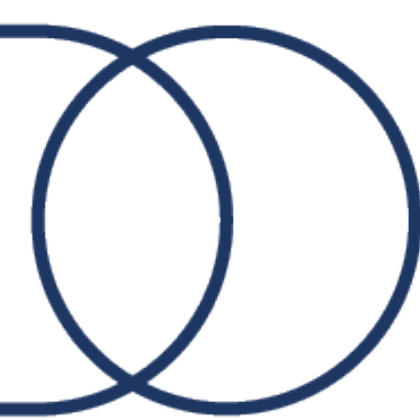
El panorama sobre el futuro personal es diferente en el nivel socioeconómico **bajo**. Los varones de hogares de bajos ingresos priorizan la estabilidad familiar y laboral, con aspiraciones que combinan el desarrollo profesional con la construcción de un hogar:

“Me imagino que voy a estar viviendo con mi familia. Con mi novia muy tranquilo y nada, muchos viajes, muchos planes. Eso me encantaría.” (Varón - Bajo)

“...haber terminado la carrera de bioingeniería, tengo un trabajo relacionado y vivir solo con mi novia y solo depender de mí y no de alguien más.” (Varón - Bajo)

Las mujeres, en cambio, muestran expectativas más moderadas, particularmente en lo que respecta a la vivienda, donde el alquiler aparece como una meta más realista que la compra:

“Lo que yo tengo planeado es seguir estudiando al mismo tiempo que trabajo, por lo que habría muchos gastos de por medio [...] Probablemente con un negocio pro-



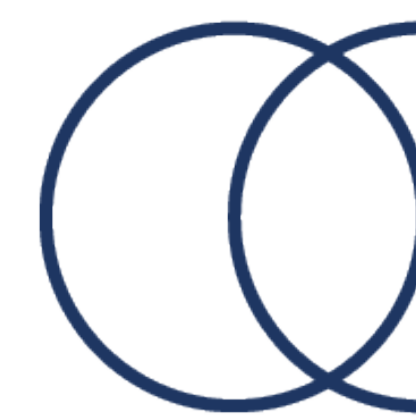
*pio, administrándolo yo misma, pero viviendo en un departamento con amigos”
(Mujer - Bajo)*

“A mí me gustaría estar recibida de profesora de educación física, poder tener mi propia casa. Y tener un trabajo, conseguir trabajo. (La casa) No comprándola, no creo, pero al menos alquilándola.” (Mujer - Bajo)

Demanda de formación

En este contexto, el 79% de los jóvenes, independientemente de nivel socioeconómico, edad o género, considera que la escuela secundaria debería fortalecer la educación financiera. Esta demanda cobra especial relevancia considerando que 1 de cada 4 jóvenes no conversa con nadie sobre sus planes financieros.

Principales hallazgos. Perspectivas de futuro	
Dimensión	Hallazgo clave
<i>Conciencia del contexto</i>	Alta presencia de temas económicos en conversaciones familiares: 60% discute sobre inflación; 88% preferiría cobrar en dólares.
<i>Aspiraciones NSE alto - varones</i>	Énfasis en emprendimiento e inversiones, búsqueda de ingresos no dependientes del trabajo físico.
<i>Aspiraciones NSE alto - mujeres</i>	Tendencia a considerar horizontes internacionales como respuesta al contexto económico local.
<i>Aspiraciones NSE bajo - varones</i>	Priorización de estabilidad familiar y laboral, combinando desarrollo profesional con construcción de hogar.
<i>Aspiraciones NSE bajo - mujeres</i>	Expectativas más moderadas, particularmente en acceso a vivienda (alquiler vs compra).
<i>Demanda educativa</i>	79% considera necesario fortalecer educación financiera en secundaria, sin diferencias por nivel socioeconómico o género



CAPÍTULO VIII

Principales hallazgos y conclusiones

El período 2022-2024 ha sido testigo de una transformación significativa en la inclusión financiera de los jóvenes argentinos. En apenas dos años, se ha producido un salto cuantitativo notable: **la exclusión financiera se redujo del 41% al 9%**, impulsada principalmente por la adopción masiva de billeteras digitales, que pasaron de una penetración del 51% al 89%. Este cambio no solo representa un avance en términos de acceso, sino que marca un punto de inflexión en la forma en que los jóvenes interactúan con el sistema financiero.

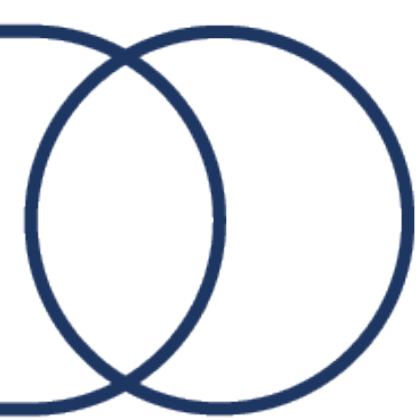
Esta transformación digital se refleja claramente en los métodos de pago: mientras que en 2022 el 86% de los jóvenes identificaba al efectivo como su medio principal de pago, en 2024 los medios digitales (50%) han superado al efectivo (42%) como método preferido. Sin embargo, esta evolución no ha sido uniforme: persisten brechas significativas por nivel socioeconómico y se observan nuevos desafíos en términos de uso responsable y seguro de las herramientas financieras digitales.

a) La digitalización financiera: oportunidades y desafíos

La masificación de las herramientas financieras digitales representa una de las transformaciones más significativas en la inclusión financiera juvenil. El impacto positivo es claro: entre quienes poseen billeteras digitales, el 31% tiene cuenta bancaria, el 35% tiene tarjeta de débito y el 20% tarjeta de crédito, cifras que contrastan significativamente con quienes no las poseen (14%, 12% y 9% respectivamente). Este efecto multiplicador se mantiene incluso en los niveles socioeconómicos más bajos, donde contar con una billetera digital duplica o triplica la probabilidad de acceder a otros instrumentos financieros.

Sin embargo, el acceso a herramientas financieras digitales no garantiza por sí mismo el desarrollo de mejores prácticas financieras. Los datos revelan que los usuarios de billeteras digitales no muestran diferencias significativas en sus niveles de ahorro, confianza en el manejo del dinero o conocimientos financieros respecto a quienes no las utilizan prioritariamente. Esto sugiere que la inclusión financiera, si bien es un paso necesario, debe ir acompañada de educación financiera específica para traducirse en mejores hábitos y decisiones.

La digitalización financiera también ha traído consigo nuevos riesgos y vulnerabilidades que requieren atención. Las apuestas en línea emergen como una preocupación significativa, especialmente entre varones jóvenes. El estudio revela un subreporte sistemático de esta práctica, lo que sugiere cierta conciencia de su problematicidad. Sin embargo, resulta preocupante la tendencia a normalizar las apuestas como una forma de entretenimiento: la mayoría las percibe como una actividad recreativa y solo un 8% las asocia con problemas de adicción. El perfil de mayor riesgo se concentra en varones de mayor edad, particularmente aquellos que muestran mayores niveles de impulsividad y menor comprensión de conceptos financieros básicos. La vulnerabilidad se agrava por la ausencia de diálogo: solo el 6% de los jóvenes discute este tema en el hogar, en marcado contraste con otros temas económicos como inflación (60%) o inversiones (46%).



En cuanto a las estafas virtuales, el 28% de los jóvenes confirma haber estado expuesto a intentos de engaño, pero solo el 21% las reporta a adultos o autoridades competentes, optando la mayoría (75%) por simplemente ignorarlas. A esto se suma una preocupante vulnerabilidad ante la desinformación financiera digital: el 56% de los jóvenes estaría dispuesto a seguir consejos de inversión vistos en redes sociales, evidenciando una limitada capacidad crítica para evaluar la legitimidad de las fuentes de información financiera.

Es crucial desarrollar un enfoque integral que aproveche el potencial inclusivo de las herramientas financieras digitales mientras aborda sus riesgos inherentes. Los programas educativos deben combinar la alfabetización digital con la educación financiera, enfocándose en tres aspectos clave: el desarrollo de habilidades críticas para la toma de decisiones financieras, la capacidad para identificar y responder adecuadamente ante riesgos digitales, y el fortalecimiento de competencias para evaluar la calidad y legitimidad de la información financiera en línea. Especial atención requieren los grupos más vulnerables, como los jóvenes varones frente a las apuestas en línea, promoviendo espacios de diálogo y concientización sobre estos riesgos emergentes.

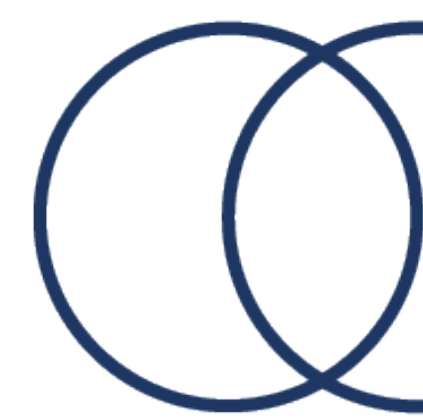
b) Dinámicas de género

El estudio revela un fenómeno complejo en las diferencias de género, que va más allá de las brechas aparentes y expone una disonancia significativa entre percepciones y comportamientos reales. La primera paradoja se observa en el conocimiento financiero: mientras que mujeres y varones muestran niveles similares de conocimiento (con una leve ventaja para las mujeres), existe una notable brecha en la confianza y auto-percepción. Mientras el 37% de los varones se siente seguro en el manejo financiero, solo el 21% de las mujeres comparte esta confianza. De hecho, casi 4 de cada 10 mujeres subestiman su conocimiento financiero, mientras que una proporción similar de varones lo sobreestima.

Esta disonancia entre percepción y realidad se extiende a otros comportamientos financieros. En el autoreporte de ahorro, el 57% de los varones indica ahorrar sistemáticamente, frente a un 42% de las mujeres. En los grupos focales, las mujeres atribuyen esta diferencia a una supuesta mayor impulsividad en su comportamiento financiero. Sin embargo, al evaluar la impulsividad mediante ejercicios específicamente diseñados, los datos revelan que las mujeres no son más impulsivas que los varones. Más aún, las mujeres muestran niveles significativamente más altos de aversión al riesgo (49% vs 38% en varones), un rasgo típicamente asociado con un manejo más prudente del dinero.

Este contraste entre auto-percepción y comportamiento medido revela un patrón preocupante: las mujeres jóvenes tienden a subestimar sistemáticamente sus capacidades y a sobreestimar sus debilidades en el ámbito financiero. Paradójicamente, mientras los jóvenes en los grupos focales expresan que no existen diferencias de género significativas -reflejo positivo de un avance en el empoderamiento femenino-, los datos revelan la persistencia de brechas importantes, especialmente en la dimensión de la autoconfianza.

Estas diferencias no ocurren en el vacío, sino que se enmarcan en patrones de género que persisten en los hogares. Si bien se observa una transformación gradual, especialmente en niveles socioeconómicos altos donde predomina una gestión financiera más compartida, los roles tradicionales de género siguen influyendo en la transmisión intergeneracional del conocimiento financiero. Los datos revelan que madres y padres tienden a transmitir tipos diferentes de conocimiento financiero: mientras las madres



suelen aconsejar sobre la gestión cotidiana y el cuidado del dinero en el día a día, los padres, especialmente en niveles socioeconómicos altos, tienden a compartir conocimientos sobre inversiones y planificación a largo plazo. Esta diferenciación en el tipo de educación financiera que reciben los jóvenes en sus hogares puede contribuir a perpetuar las brechas observadas, especialmente en aspectos como la confianza para tomar decisiones financieras de mayor envergadura.

Es fundamental desarrollar estrategias educativas que no solo aborden las brechas de conocimiento, sino que trabajen explícitamente sobre la visibilización de estos sesgos de autopercepción y los patrones de género que se reproducen en los hogares. El primer paso para superar las diferencias de género es reconocer su existencia y comprender cómo operan en múltiples niveles, desde lo individual hasta lo familiar, incluso cuando no son evidentes para los propios jóvenes. Esto implica un abordaje que combine el fortalecimiento de competencias financieras con el desarrollo de la autoconfianza, especialmente en las mujeres, aprovechando sus fortalezas demostradas en áreas como el manejo prudente del riesgo y el conocimiento financiero efectivo, mientras se trabaja en paralelo con las familias para promover una transmisión más equitativa del conocimiento financiero.

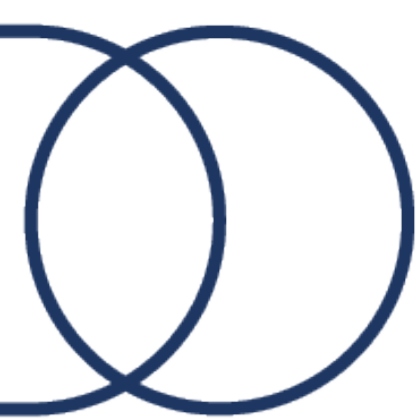
c) Desigualdades socioeconómicas y educación financiera

El estudio revela diferencias significativas en la educación financiera según el nivel socioeconómico de los jóvenes. Los adolescentes de niveles socioeconómicos más bajos muestran menores niveles tanto de percepción como de conocimiento financiero efectivo. Particularmente preocupante resulta que estos jóvenes presentan mayores niveles de inconsistencia al momento de evaluar riesgos y beneficios en decisiones financieras, lo que sugiere una mayor vulnerabilidad ante productos financieros complejos o potencialmente riesgosos.

Esta vulnerabilidad se manifiesta de manera particular en el entorno digital. Los jóvenes de niveles socioeconómicos más bajos tienden a ver las apuestas en línea principalmente como una vía de “dinero fácil”, en contraste con la visión más recreativa que prevalece en otros sectores. Esta diferencia en la percepción del riesgo, combinada con la mayor inconsistencia en la evaluación de decisiones financieras, sugiere la necesidad de adaptar los programas de educación financiera digital según el contexto socioeconómico.

Un hallazgo que ofrece una oportunidad importante es el rol diferencial de las fuentes de información financiera: mientras en niveles socioeconómicos más altos predomina la consulta familiar, en los niveles más bajos los docentes emergen como referentes clave (38% los consulta sobre temas financieros). Esto señala a la escuela como un espacio estratégico para la democratización de la educación financiera.

Es fundamental desarrollar estrategias diferenciadas que consideren los distintos niveles de vulnerabilidad y los canales más efectivos para cada grupo socioeconómico. La escuela emerge como un espacio privilegiado para la intervención en sectores de menores recursos, donde los docentes ya cumplen un rol significativo como referentes en temas financieros. El contenido debe adaptarse para abordar las vulnerabilidades específicas identificadas, particularmente en lo que refiere a la evaluación de riesgos y la comprensión de productos financieros digitales.



Prioridades emergentes

El análisis realizado permite identificar cuatro áreas prioritarias que requieren atención específica.

1. Fortalecimiento de la educación financiera escolar: La demanda es clara y transversal: el 79% de los jóvenes considera necesario fortalecer la educación financiera en la escuela secundaria. La escuela es un actor clave en la democratización del acceso a la educación financiera, especialmente relevante en sectores de menores recursos donde los docentes ya son referentes en estos temas. Además, el ámbito escolar ofrece una oportunidad única para abordar y desafiar los sesgos de género identificados, en un contexto donde uno de cada cuatro jóvenes no conversa con nadie sobre sus planes financieros.

2. Educación financiera integral: El notable avance en la inclusión financiera digital requiere ser acompañado por programas educativos que promuevan un uso efectivo y seguro de las herramientas financieras. Esto implica desarrollar capacidades para evaluar críticamente la información financiera en línea y reconocer riesgos emergentes como las apuestas y estafas virtuales. Asimismo, la educación financiera debe ser integral y promover el autoconocimiento y el desarrollo de habilidades socioemocionales. Es necesario que los jóvenes tengan las herramientas y la confianza necesarias para manejar su dinero, alcanzar sus metas financieras y hacer realidad sus sueños y proyectos.

3. Abordaje de sesgos y brechas de género: La educación financiera debe abordar activamente la brecha identificada entre capacidad real y autopercepción en las mujeres jóvenes. Es fundamental desarrollar programas que fortalezcan la confianza financiera femenina y promuevan una transmisión más equitativa del conocimiento financiero, aprovechando fortalezas demostradas como la mayor prudencia en el manejo del riesgo.

4. Diálogo y desarrollo de capacidades críticas: Transversal a las anteriores prioridades, resulta fundamental fortalecer la capacidad de evaluación de riesgos y beneficios financieros. Esto incluye promover el pensamiento crítico frente a la información financiera en redes sociales y fomentar el diálogo sobre temas financieros en el hogar. Es necesario generar entornos seguros de diálogo y aprendizaje para anticiparse a los riesgos de los nuevos fenómenos como las apuestas en línea.

La evidencia presentada sugiere que nos encontramos en un momento crítico: mientras el acceso a servicios financieros se ha democratizado significativamente, emergen nuevos desafíos que requieren un abordaje integral y diferenciado. El éxito de las intervenciones futuras dependerá de su capacidad para considerar las diferentes dimensiones identificadas: la digital, la de género y la socioeconómica, adaptando estrategias y contenidos según las necesidades específicas de cada grupo.

A su vez, destaca la importancia de que todos los actores sociales contribuyan a educar e incluir financieramente a los jóvenes. Gobiernos, organizaciones y empresas también son responsables de impulsar espacios seguros de aprendizaje, en los cuales los jóvenes puedan adquirir las herramientas, los conocimientos y la confianza que necesitan para lograr un mejor manejo de sus finanzas personales y hacer realidad sus proyectos.



Miembro de
JA Worldwide

