

Ecoaula

El 84% de los españoles admite no tener conocimientos suficientes para autogestionar sus ahorros

* Este porcentaje se eleva al 89% en el caso del segmento de 22 a 34 años y al 91% en el caso de las mujeres



eE

elEconomista.es

Barcelona • 21/06/2022 - 11:58

La tendencia creciente en el interés sobre las inversiones financieras, especialmente en los segmentos más jóvenes de la población, ha aumentado en los últimos años de forma importante.

El bienestar financiero de la población española ha descendido en los últimos dos años. El impacto de la crisis sanitaria sumado a la guerra de Ucrania, sigue haciendo mella en la economía de los españoles. Ante este contexto de incertidumbre, una gran parte de la población está **accediendo a los mercados financieros mediante una explosión de plataformas de intermediación financiera.**

A finales del año pasado, un estudio de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) sobre la educación financiera alertaba que los conocimientos de los ciudadanos **españoles en este ámbito eran únicamente de un 6 sobre 10.**

Te recomendamos



WhatsApp lanza nivel mundial su función más esperada: ya puedes editar los mensajes



Algo huele podrido en la banca central: el giro inesperado en los casos de manipulación del euríbor y libor



Mediaset prescindirá de Borja Prado como presidente si no se limita a una labor institucional

En este sentido, dotar de conocimientos y criterio para dar mayor seguridad a la hora de tomar decisiones de inversión en los mercados financieros, es el principal objetivo de HollyMontt. HollyMontt es una multiplataforma independiente que, mediante estrategias de gamificación, permite acceder de forma fácil, lúdica pero rigurosa, a todos aquellos que hasta el momento no han tenido la oportunidad o el interés de adquirir esos conocimientos.

Es esencial dotar de criterio para la toma de decisiones, especialmente en los segmentos más jóvenes, para una mejor aproximación a los mercados financieros. La creciente facilidad de acceso a los mercados financieros es positiva, aunque es fundamental tener una adecuada **formación basada en criterios de rigor con sólidos fundamentos, comenta José Luis Álvarez, CEO y Fundador de HollyMontt.**

HollyMontt acaba de realizar un estudio de mercado en España, con hombres y mujeres de entre 22 y 55 años, con el objetivo de conocer las actitudes y nivel de conocimientos de los diferentes segmentos de la población en el mundo de las inversiones financieras. Se ha profundizado, también, en identificar las motivaciones hacia las inversiones financieras, barreras asociadas y las necesidades a satisfacer en cuanto a formación en el sector.

El informe revela que solo el 16% de los encuestados reconoce que tiene suficientes conocimientos financieros para la gestión de sus ahorros. Este porcentaje se eleva al 89% en el caso del segmento de 22 a 34 años y al 91% en el caso de las mujeres. Por ello, una plataforma como HollyMontt, es fundamental para universalizar los conocimientos financieros.

Aunque los planes de pensiones y los depósitos son los productos más conocidos por los españoles y los fondos de inversión los que generan más interés, el estudio revela que las criptomonedas, con un 47%, ya presentan un mismo nivel de conocimiento de las acciones (49%), demostrándose, así, la tendencia que estos productos de más riesgo, están generando mayor interés especialmente en la población más joven.

A pesar de que los españoles conocen diferentes productos para diversificar su dinero, es llamativo que un 33% de ellos no haya invertido nunca en productos financieros. Este dato muestra que la población todavía es muy reticente a invertir su capital por miedo a perderlo o por desconocimiento, lo cual refuerza la necesidad de apostar por una mayor educación financiera para obtener seguridad y criterio en las decisiones.

La edad, clave a la hora de buscar información sobre los mercados financieros

Se dice que la información es poder y, en el caso de los mercados financieros, es fundamental tener buenas fuentes para moverse con seguridad en el mundo de las inversiones financieras. Según el estudio realizado por HollyMontt, la búsqueda de información en el canal online y la recomendación de amigos y familiares ya supera a la de los bancos.

Esto es más evidente según el segmento de edad. El 41% de los jóvenes de **22 a 34 años, se apoyan más en canales online y recomendaciones de amigos o familiares**, mientras que el 56% de los más mayores de 45 a 55 años, siguen confiando en el banco y sus asesores.