

ASNEF celebra su evento anual para analizar las nuevas tendencias de consumo y financiación de los jóvenes

- La Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito ha celebrado su jornada sectorial anual, que este año ha tenido lugar bajo la denominación 'Las nuevas generaciones: consumo y financiación'
- El encuentro ha reunido a representantes de empresas y cargos institucionales de distintos ámbitos para debatir sobre los nuevos hábitos de consumo, la influencia de las redes sociales y los creadores de contenido y el papel de la inteligencia artificial en la relación entre marcas y consumidores
- La jornada ha estado presentada por Uri Sabat, conductor del podcast 'La Fórmula del Éxito', quien ha puesto el foco en los retos y oportunidades que plantea la evolución de los hábitos de consumo para las empresas y el sector de la financiación

Madrid, 28 octubre de 2026. Los hábitos de consumo de las nuevas generaciones, marcados por los entornos digitales y por nuevas formas de descubrir y comprar productos, están transformando la relación entre consumidores, marcas y servicios de financiación, y obligan a las empresas a adaptar sus estrategias. Este ha sido el eje de la jornada "Las nuevas generaciones: consumo y financiación", organizada por la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF). En ella, representantes empresariales e institucionales han analizado las tendencias del consumo juvenil y su relación con la financiación.

El acto, moderado por Uri Sabat, ha sido inaugurado por el presidente de ASNEF, Fernando Casero, quien puso de manifiesto que **las entidades del sector son el motor que facilita el acceso a la tecnología, la educación, movilidad sostenible y proyectos de vida de las personas, siempre bajo un principio irrenunciable: el crédito responsable**. En un momento de profunda transformación tecnológica, económica y social, Casero recordó que los jóvenes, nativos digitales, son la generación que más compara antes de contratar (según el último estudio de Kantar para ASNEF, el 64% de los usuarios de entre 25 y 34 años compara las condiciones con otros créditos similares, frente al 55% del total) y que más valoran la inmediatez, la usabilidad, la flexibilidad y el acceso por encima de la propiedad. Ante esta realidad, el presidente de la patronal recalcó que el sector no solo debe adaptarse, sino liderar la respuesta con innovación, máxima responsabilidad y educación financiera como herramienta clave.

Además, Fernando Casero reclamó un marco normativo seguro y estable poniendo el foco en el Anteproyecto de Ley de contratos de crédito al consumo y recalcó que "es una oportunidad clave para garantizar la reserva de actividad y el principio de 'misma actividad, mismas reglas y misma supervisión', erradicando el crédito en la sombra, protegiendo al consumidor sin asfixiar la financiación regulada, con el objetivo de lograr un mercado sano, competitivo y transparente.

A continuación, Marta Nieto Novo, directora general de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid, agradeció a ASNEF este espacio de reflexión sobre la relación de las nuevas generaciones con el consumo y la financiación. Nieto advirtió que hoy en día hay usuarios "perfectamente capaces de comprar productos, utilizar distintas plataformas o contratar en cuestión de segundos que, sin embargo, no dominan conceptos como la TAE, el coste total del crédito o los intereses de demora". Por ello,

hizo también hincapié en la educación financiera como elemento clave, y complementario a los estrictos estándares de transparencia e información precontractual que ya cumplen las entidades supervisadas, para dar a los jóvenes las herramientas necesarias para poder tomar decisiones.

Descifrando los hábitos de consumo de los jóvenes

La primera mesa redonda, 'Descifrando los hábitos de consumo de los jóvenes', ha contado con la participación de Liliana Marsán, directora de Observatorio Cetelem; Santiago Estrada, COO de REVEL; y Laureano Turienzo, Presidente de la Asociación Española del Retail y del Círculo Iberoamericano del Retail. Durante la sesión, los expertos han analizado las principales tendencias de consumo de las nuevas generaciones y los factores que influyen en sus decisiones de compra.

Desde el Observatorio Cetelem, Liliana Marsán ha presentado los últimos datos sobre la percepción económica de los jóvenes. Los españoles valoran mejor su situación personal que la del país, y los jóvenes muestran más preocupación por el contexto general, aunque son algo más optimistas sobre el futuro. Sus intenciones de compra se concentran en tecnología y, en plena etapa de emancipación, en muebles y electrodomésticos para equipar el hogar.

Por su parte, Santiago Estrada ha explicado que, después de la vivienda, el coche es el siguiente gran bien que se financia. REVEL ha desarrollado una fórmula de renting con todos los servicios incluidos, que se contrata en pocos minutos y se apoya en la tecnología de Open Banking para analizar el riesgo. La clave, ha señalado, está en "ser súper transparente, ser súper fácil".

Por último, Laureano Turienzo ha subrayado que, con el auge del comercio electrónico, la tienda física debe ofrecer algo más que precio. También ha advertido de que "la inteligencia artificial, en las formas de consumo, es posiblemente lo más revolucionario", por encima incluso de la llegada del comercio digital.

La mesa ha puesto de manifiesto que los cambios en la forma de consumir no son solo generacionales, sino sociales: la inmediatez, la transparencia y la inteligencia artificial están redefiniendo cómo se informan, deciden y pagan los consumidores.

El papel de la financiación en las nuevas decisiones de compra

Para terminar, la mesa redonda 'Clic, financia y estrena: claves para la generación inmediata' ha contado con la participación de David Urbano, Chief Growth & Digital Sales Officer de Imagin; Juan Manuel Hernando, CEO de Findirect & Frakmenta; y Sergio Carretero, CEO de Stellantis Financial Services. Durante la sesión, los expertos han analizado el papel de la financiación en las decisiones de compra de los jóvenes y la importancia de ofrecer soluciones ágiles, accesibles y adaptadas a sus hábitos digitales.

Desde Imagin, David Urbano ha destacado que los jóvenes han integrado la inteligencia artificial de forma natural y que el gran reto de las entidades financieras es usar la información que tienen de sus clientes para ofrecer a cada uno el producto más adecuado y darles una mejor atención.

Por su parte, Juan Manuel Hernando ha destacado que muchos jóvenes prefieren pagar poco a poco para conservar liquidez ante imprevistos, y la tarea de las entidades es acompañarlos para evitar el sobreendeudamiento, con productos sencillos y claros en coste y plazos.

Por último, Sergio Carretero ha explicado que en el automóvil se ha pasado de la financiación tradicional a cinco años a fórmulas que priorizan el acceso, el uso y la flexibilidad. Un ejemplo son las opciones que permiten utilizar el vehículo durante tres años y decidir después si se devuelve o se renueva, lo que, según ha señalado, genera relaciones a largo plazo y una alta fidelización.

A lo largo del encuentro, los participantes han analizado cómo están cambiando los procesos de compra, el papel de la tecnología y los factores que guían las decisiones de consumo de los jóvenes, un escenario en el que la financiación al consumo se consolida como una herramienta clave para facilitar el acceso a bienes y servicios, siempre que sea responsable, transparente y adaptada a los nuevos perfiles de consumo. Con esta jornada, ASNEF reafirma su papel como punto de encuentro del sector y su compromiso con el análisis de las tendencias que están transformando el consumo y la financiación.