



en particular en África y en los países subdesarrollados.

La pobreza no es sólo una cuestión económica. Se trata de un fenómeno que comprende la falta de las capacidades básicas para vivir con dignidad, como el acceso al agua potable, a la electricidad, saneamiento y alimentos.

La pobreza es en sí misma un problema de derechos humanos urgente y es causa y consecuencia de violaciones de los derechos humanos. Por ello, reducir la pobreza y erradicarla es una obligación de todas las sociedades.

Tema 2023: Trabajo decente y protección social para la dignidad de las personas

El lema de este año 2023 fue: «Trabajo decente y protección social para poner en marcha la dignidad».

Este lema se basa en testimonios de primera mano que muestran que las personas atrapadas en la pobreza extrema a menudo trabajan largas y agotadoras jornadas en condiciones peligrosas y, sin embargo, no pueden obtener ingresos suficientes para mantenerse a sí mismas y a sus familias. Aboga por un trabajo digno y protección social para todos, reconociendo la importancia de salarios justos y condiciones seguras. Además, insta a los líderes a priorizar la dignidad humana en la toma de decisiones, promoviendo los derechos humanos y la justicia social sobre los beneficios empresariales. El objetivo final es erradicar la pobreza y promover una economía centrada en el bienestar humano y ambiental.

Tema 2022: Dignidad para todos en la práctica

En 2022, el tema fue: «Dignidad para todos en la práctica». La dignidad no es sólo un derecho humano sino que es la base de todos los demás derechos fundamentales. Muchas personas que viven en la pobreza persistente ven violada su dignidad.

Tema 2020: Actuar juntos para lograr justicia social y medioambiental para todas las personas

En 2020, el lema de la campaña se centró en conseguir una verdadera justicia social y medioambiental, teniendo en cuenta a las personas más pobres como impulsores del cambio, escuchando sus opiniones y valorando sus contribuciones.

De hecho las personas que viven en extrema pobreza, precisamente por necesidad, son las primeras que actúan en su ámbito, en respuesta a los desafíos medioambientales, sin embargo, sus esfuerzos no suelen ser reconocidos ni recompensados.

Campaña «Acabar con la Pobreza»

Paralelamente al acto conmemorativo en Nueva York el 17 de octubre, se ha creado una campaña internacional en redes sociales bajo las etiquetas #EndPoverty, #AcabarConLaPobreza, para que puedas conectarte con personas de todo el mundo que luchan por esta causa.

9 de cada 10 mexicanos no confía en los bancos

Por el Staff de El Inversionista

El hartazgo contra la banca mexicana es real y masivo: nueve de cada 10 mexicanos no confía en los bancos y rechaza que tengan el nivel de seguridad necesario para proteger su dinero, cuentas y datos personales.

Un estudio presentado por DINAMIC, el primer software de antropología digital en México y la agencia de consultoría INFLUENCE, arrojó que 89.21% de los clientes expresa “animadversión”, rechazo y hasta temor hacia la seguridad bancaria.

Señaló que este último dato revela una “notable desconfianza” hacia los sistemas de seguridad financiera; además de una “fuerte frustración” de los usuarios ante los “incidentes repetidos” de fraudes, robo de identidad y accesos no autorizados a sus cuentas.

Indicó que este último sentimiento se agrava y se profundiza entre miles de personas, debido a que –al reportar la presunción de tales delitos– encuentran “dificultades significativas” para recibir respuestas rápidas y eficaces.

“Los usuarios critican la falta de preparación del personal bancario en temas de seguridad, además de fallas en medidas como la autenticación de dos pasos y la gestión de contraseñas, lo que incrementa sus temores sobre la vulnerabilidad de sus datos”, alertó el estudio.

En contraste, sólo 8.31% de los mexicanos expresó “simpatía” hacia los bancos, pero sólo hacia aquellos que muestran una capacidad ágil para resolver fraudes rápidamente; mientras que 2.48% reportó “indiferencia” y propuso la implementación de tecnologías avanzadas para prevenir estafas.

A través del estudio Miedos, quejas y preocupaciones del uso de servicios financieros en México, que analiza las

conversaciones, denuncias y mensajes dirigidos al sector bancario en las redes sociales, DINAMIC e INFLUENCE confirmaron que la opinión sobre la banca es muy negativa.

El documento puntualizó que 82.60% de los usuarios reportan animadversión hacia el servicio y atención que reciben de las instituciones financieras, que se traducen en sentimientos de enojo y reclamos.

Entre las opiniones expresadas por los clientes bancarios, refirió, predominan las críticas hacia los intereses excesivos, las comisiones abusivas y los cargos ocultos que generan sensación de abuso.

“La desconfianza general hacia los bancos se intensifica con experiencias de mala atención, trámites engorrosos, fraudes, promociones incumplidas y complicidad percibida con autoridades. “Los problemas con las apps bancarias –como la dificultad de uso, la brecha digital y la inseguridad en transacciones– también alimentan el rechazo” y las expresiones de reprobación contra los servicios de la banca.

El estudio indicó que apenas 1.04% de los mexicanos muestra “agradecimiento”, aunque éste no está relacionado con la eficiencia de los servicios de la banca, “sino por la solidaridad entre usuarios a través de grupos de WhatsApp y Telegram, para ofrecer apoyo mutuo frente a los abusos percibidos”.

El restante 16.36% de los clientes sostiene una postura de indiferencia ante el escenario descrito. “Se observa una posición intermedia en la comparación entre bancos, donde algunos usuarios reconocen matices sin una valoración claramente positiva o negativa”.