



INICIATIVAS PRIVADAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA EN MÉXICO

OFERTA, DEMANDA Y OPORTUNIDADES DE MEJORA

RESUMEN TÉCNICO

ITAM



Nacional Monte de Piedad



**Centro de Estudios
de Competitividad**

PRÓLOGO

La **educación financiera** es un mecanismo efectivo que permite desarrollar las habilidades y confianza para tomar mejores decisiones financieras. Es también un medio para lograr una mayor inclusión financiera, lo que es especialmente relevante para la situación actual de México.

La esencia de la **educación financiera** –y de los programas en los que se instrumenta– han evolucionado sustancialmente en los últimos años, por lo que es muy importante realizar un análisis de las iniciativas de **educación financiera** existentes en México, así como de las mejores prácticas a nivel internacional.

Los programas deben responder específica y puntualmente a las vulnerabilidades y deficiencias en capacidades financieras de segmentos particulares de la población. Por lo tanto, es necesario realizar un análisis de dichos segmentos en función de sus capacidades en términos de conocimientos, comportamientos y actitudes hacia los instrumentos y decisiones financieras. Este análisis es crítico como paso previo a la mejora y orientación de las intervenciones en materia de **educación financiera**.

Con base en lo anterior, **Nacional Monte de Piedad** tuvo la iniciativa de promover el presente estudio "**Iniciativas de educación financiera en México: oferta, demanda y oportunidades de mejora**", cuyo objetivo es realizar un mapeo de todos aquellos programas, proyectos e iniciativas existentes en materia de educación financiera que son coordinados, financiados o impulsados por la iniciativa privada en México. El fin último es identificar el alcance de la oferta de **educación financiera** de este sector y la brecha con las capacidades financieras de la población, poniendo énfasis en la población que se encuentra en la base de la pirámide. Los resultados nos permiten identificar los vacíos en temas y/o población objetivo en materia de **educación financiera** que aún no están siendo cubiertos por la oferta actual.



ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	4
1. MAPEO DE PROGRAMAS E INICIATIVAS EN MATERIA DE EDUCACIÓN FINANCIERA	6
1.1 Introducción al mapeo de programas	6
1.2 Estadísticas descriptivas de los programas de educación financiera	9
1.3 Mapas de características (concentración de programas para las principales variables analizadas) y áreas desatendidas	11
1.4 Diagramas de correspondencias múltiples	17
1.5 Conclusiones	19
2. DIAGNÓSTICO DE LAS CAPACIDADES FINANCIERAS DE LA POBLACIÓN	21
2.1 Análisis de la situación actual de los consumidores mexicanos en cinco dimensiones de alfabetización financiera	21
2.2 Identificación, descripción y estimación del volumen de los segmentos de población objetivo en términos poblacionales de los distintos segmentos	24
2.3 Perfilamiento de los segmentos más vulnerables de acuerdo con variables sociodemográficas	27
2.4 Análisis de implicaciones para México derivadas de la identificación de las capacidades idóneas a nivel internacional	28
2.5 Priorización de los segmentos con mayor probabilidad de mejora en sus capacidades financieras por medio de los programas de educación financiera	29
2.6 Diagnóstico de las capacidades financieras cuyo desarrollo es prioritario para la reducción de la vulnerabilidad de los segmentos identificados	30
3. ANÁLISIS DE BRECHAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA	33
3.1 Mejores prácticas de educación financiera	33
3.2 Análisis de brechas de los programas actuales con respecto a las mejores prácticas	39
3.3 Análisis de brechas por segmentos	43
Mujeres	44
Migrantes	46
Jóvenes	48
Base de la pirámide	50
Tercera edad/retiro	51
Micro-emprendimiento	53
3.4 Recomendaciones sobre áreas de oportunidad para crear nuevas iniciativas de educación financiera en México	55
3.5 Conclusiones	58
4. BIBLIOGRAFÍA	60
ANEXO 1. ÁRBOLES DE CLASIFICACIÓN (MÉTODO CART) PARA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA	66

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio busca identificar la oferta de programas financieros del sector privado, las necesidades de la población en México, y con base en estos elementos determinar las brechas que existen entre oferta y demanda, y así **proponer acciones que subsanen estas brechas.**

Como resultado de una extensa búsqueda bibliográfica, de la revisión de los programas registrados en el Buró de Entidades Financieras y de la realización de entrevistas con principales actores del sector, se detectaron 73 programas propios y 22 programas que están afiliados a algún programa fuente (Programa Gremial de la Asociación de Bancos de México (ABM), los programas Educa tu Cartera y Consejos de Bolsillo de la Comisión Nacional para la Protección y defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), material de Nacional Financiera (Nafin) y/o Finanzas Prácticas de VISA).

Los atributos básicos de los programas propios fueron codificados y analizados para obtener estadísticas descriptivas, de las que destacan: 53% de los programas tiene algún esfuerzo de focalización al segmento de jóvenes; los programas de divulgación fueron los más populares (38%), pero al no contar con dinámicas de enseñanza, es probable que sean menos efectivos en cambiar el comportamiento; la variedad de recursos utilizada es muy baja (el promedio de recursos utilizados es 3.2), y los recursos más innovadores son

los menos utilizados (app y teatro); solo el 8.2% de los programas realiza esfuerzos de monitoreo; el 14% de los programas utilizó algún modelo para diseñar su programa, la mayoría de estos basados en la Economía del Comportamiento.

Para caracterizar la demanda, se buscó medir el nivel de educación financiera existente en México, para lo que se analizaron cinco dimensiones de alfabetización que cubren aspectos cognitivos, actitudinales, hábitos de control financiero y uso efectivo de instrumentos financieros para transacciones de corto plazo y planeación para el retiro.

En todos los índices, la población con menores niveles de alfabetización financiera se relaciona con menores niveles educativos, empleo informal y género femenino. En cuanto a la edad, la relación es de U invertida, ya que los segmentos con menores niveles de alfabetización son los más jóvenes y los adultos mayores. La participación en cursos de educación financiera se relaciona con mayores valores del índice, aunque no es posible inferir que exista una

Basados en el análisis de brechas, se realizaron propuestas de programas de educación financiera que atendieran las áreas de oportunidad más evidentes y urgentes.

relación de causalidad, es decir, que el curso de educación financiera ejerza un impacto positivo en la alfabetización.

Finalmente, se analizó la brecha existente entre la oferta de programas de educación financiera del sector privado del país y las necesidades financieras que presenta la población mexicana, identificando cuáles son las mejores prácticas deseables en un programa de educación financiera.

De acuerdo con las experiencias internacionales, las mejores prácticas que aumentan la eficacia de los programas son:

- 1)** analizar el segmento a atender antes de diseñar un programa;
- 2)** ofrecer diferentes elementos como canales, recursos y métodos de enseñanza; incorporar métodos innovadores con aspectos experienciales y de entretenimiento;
- 3)** llevarse a cabo en momentos oportunos;
- 4)** ofrecer incentivos o subsidios económicos, o hacerlo obligatorio;

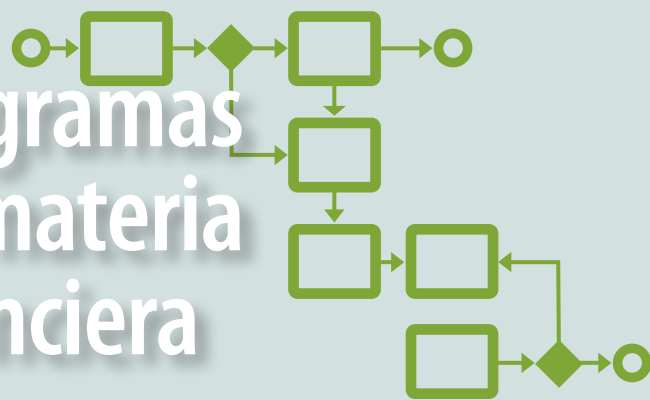
- 5)** estimular el sentimiento de comunidad y empatía;
- 6)** buscar el cambio de comportamiento más que transmitir conocimiento.

El análisis de la oferta educativa en México en educación financiera muestra que en general los programas no cuentan con los atributos de las mejores prácticas internacionales: el método de enseñanza predominante es el tradicional, lo cual no ha mostrado tener impacto en cambiar el comportamiento a largo plazo; el contenido de los programas suele ser promocional; los programas no cuentan con una teoría del cambio definida ni con un sistema de evaluación y monitoreo (público).

Basados en el análisis de brechas, se realizaron propuestas de programas de educación financiera que atendieran las áreas de oportunidad más evidentes y urgentes: educación a adultos mayores, programas obligatorios en las escuelas, alcance a zonas rurales, atención a mujeres con mayor vulnerabilidad, impartir los programas en momentos oportunos y enseñar sobre el retiro a jóvenes.

1

Mapeo de programas e iniciativas en materia de educación financiera



1.1 INTRODUCCIÓN AL MAPEO DE PROGRAMAS

En este capítulo se realizó un mapeo de los programas, proyectos, e iniciativas existentes en materia de educación financiera que son coordinados, financiados o impulsados por la iniciativa privada. Se aplicaron las siguientes metodologías:

- Revisión bibliográfica extensa
- Entrevistas semi-estructuradas

A los programas encontrados se les codificó por atributos básicos de un programa financiero, que incluye tipo de organismo creador, objetivos, población objetivo y canales. A partir de esta codificación, se realizaron mapas para visualizar las estadísticas descriptivas de cada atributo.

Finalmente, se llevó a cabo un Análisis de Correspondencias Múltiples para identificar grupos de programas con características similares.

IDENTIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS

Para comenzar el mapeo de programas, se partió de la lista de instituciones de banca múltiple de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Se visitó cada una de las páginas web para detectar si contaban con un apartado de educación financiera y definir si tenían un programa propio o si se apoyaban en material de otras instancias, como el Programa Gremial de la Asociación de Bancos de México, el Programa de Finanzas Prácticas de VISA y material de la Comisión Nacional para la Protección de Datos y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) o Nacional Financiera (Nafin).

El Buró de Entidades Financieras (BEF), en su portal de Internet¹ reportó que existían 160 programas de educación financiera operando en el primer semestre de 2019.

De esos programas, 39 se llevaban a cabo en sinergia con Condusef y 121 eran programas propios. Los programas propios corresponden a diferentes sectores: 22 bancos, dos Sociedades Financiera de Objeto Múltiple, Entidad no regulada (SOFOM ENR), una Sociedad Financiera de Objeto Múltiple, Entidad regulada (SOFOM ER), cuatro aseguradoras, dos Bancos de Desarrollo, cuatro Administradoras de Fondos para el Retiro (Afores), una Sociedad Cooperativa de Ahorro y Préstamo y 85 a otros.

$$160 = 39 + 121$$

PROGRAMAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA EN SINERGIA CON CONDUSEF PROGRAMAS PROPIOS

Los 85 programas de otros sectores incluyen: dos aseguradoras de pensiones, una aseguradora especializada en salud, tres casas de bolsa, dos sociedades operadoras de sociedades de inversión, 74 fondos y sociedades de inversión (de los cuales 73 corresponden a programas de BBVA) y tres sociedades controladoras.²

Sin embargo, este dato corresponde al número de instituciones que declaran tener algún programa, lo que implica que puede haber múltiples instituciones con el mismo programa. Esto sobreestima la oferta de educación financiera del sector privado del país.

Para solucionar esto, los programas se contabilizaron independientemente de su afiliación a las instituciones. Para cada programa declarado en el BEF, obtuvimos el nombre del programa, descripción y página web respectiva. Se visitó cada una de las páginas para completar o verificar la información recabada por las búsquedas anteriores. Adicionalmente, se revisó la página web de la Asociación de Bancos de México,³ que en su sección de educación financiera enlista los programas de los miembros del Comité de Educación Financiera, la cual coincidía con la información recabada hasta el momento.

¹ Buró de Entidades Financieras. <http://www.buro.gob.mx/>

² *Ibid.*

³ <https://www.abm.org.mx/educacion-financiera/>

Posteriormente, mediante la aplicación de la Semana Nacional de Educación Financiera, se buscaron participantes, talleres, pláticas impartidas, y eventos relevantes, para detectar alguna entidad o programas adicionales. Así se encontró al Finanzgruppe Sparkassenstiftung que en su estudio “Financial Literacy – A comparative study in selected countries” de 2007, integra seis instituciones adicionales que cuentan con programas de educación financiera, las cuales fueron agregadas a la lista. Adicionalmente, Sparkassenstiftung envió un Mapeo de Iniciativas Financieras en México de octubre 2009, del cual se obtuvieron seis programas de cuatro instituciones más. Otra fuente fueron los Mapeos de Iniciativas realizados por Bank of America en 2012 y 2015, que arrojó cinco programas adicionales.

Además, se agregaron programas pertenecientes al sector privado pero no financiero: organizaciones no gubernamentales, asociaciones civiles, universidades, SOFIPO, y empresas. Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y Asociaciones Civiles (AC) se agruparon en nuestro análisis como una misma categoría, por ser sin fines de lucro. Estos programas fueron obtenidos con la técnica de bola de nieve,⁴ noticias y referencias dentro de sitios web relacionados con el tema.

Con el objetivo de validar la integración de programas, se llevaron a cabo entrevistas con directivos de ABM, Condusef, Compartamos Banco, Citibanamex y Sparkassenstiftung.

NORMATIVIDAD

La normatividad respecto a la educación financiera del país se fortaleció en la Reforma Financiera del 2014, a través de la creación de instituciones y el fortalecimiento de la Condusef.⁵ Estas se dieron a través de las siguientes modificaciones:

- **Ley para Regular Agrupaciones Financieras.**
 - Se formalizó al Comité de Educación Financiera. Entre sus competencias están coordinar esfuerzos, acciones y programas para tener una Estrategia Nacional de Educación Financiera, y evitar que se dupliquen esfuerzos, procurando que se optimicen recursos. También está facultada para “formular lineamientos, proponer nuevas acciones, establecer metodologías de medición e indicadores, y aprobar reglas de operación”. (Artículos 188 y 189 de la LRAF)
- **Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros.**
 - Se añadió a las atribuciones de Condusef la promoción de la educación financiera.

- Se creó el Buro de Entidades Financieras, dependiente de la Condusef. En este, las entidades pueden incluir sus programas voluntariamente. El BEF no lleva a cabo medición de impactos ni califica los programas.⁶
- Se mencionan como obligaciones de la Condusef, elaborar programas y colaborar con las instituciones financieras.⁷

Es importante resaltar que los programas de educación financiera no son mandatorios, y las instituciones, en caso de contar con un programa, no están obligados a registrarlo en el BEF. La Condusef no está facultada para exigir reportes de resultados ni evaluar los programas existentes.

Debido a que la normatividad en materia de educación financiera no es obligatoria para el sector privado, las instituciones de este sector pueden declarar que tienen programas por subir su “puntuación” en el BEF (que califica a las instituciones, no a los programas), y/o para cumplir con requisitos para ser una Empresa Socialmente Responsable. Para ser incluidas en el BEF, las empresas no tienen que cumplir con estándares en cuanto a diseño, implementación, y monitoreo y evaluación de sus programas. Esto resulta en que, algunas instituciones chicas muestren programas muy básicos y algunas instituciones grandes no incluyen programas elaborados.

Al no existir regulación, tampoco hay restricciones al contenido promocional dentro de los programas, ni a las asesorías impartidas a los consumidores/público.

1.2 ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS DE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA

DEFINICIONES/PROGRAMAS FUENTE:

De los 121 programas localizados con el BEF, se obtuvo el número de programas “únicos”, independientemente de su afiliación a múltiples instituciones. **Las iniciativas para proporcionar educación financiera se clasificaron en tres conceptos:**



⁴ Bola de nieve es una técnica de muestreo no probabilístico utilizada para identificar a sujetos potenciales en estudios en donde los sujetos son difíciles de encontrar.

⁵ Condusef. La reforma financiera es para ti.

⁶ *Ibid.*

⁷ Artículo 5, Ley de Protección y Defensa a Usuarios de Servicios Financieros.

Definidas de la siguiente forma:

1. Se denominó "Programa" a las iniciativas que las instituciones declaraban, en las que se hicieran esfuerzos por proporcionar educación financiera formal, más allá de la promoción de sus propios productos.⁸
2. Existen varias instituciones que crean contenido educativo y lo proveen a otras instituciones financieras. Los denominamos "programa fuente", y son:
 - a. Programa Gremial de Educación Financiera ABM
 - b. Condusef (a través de los programas Educa tu Cartera, Consejos para tu Bolsillo, Sistema de Educación Financiera en tu Institución, y Plan de Educación Financiera en Sinergia con Condusef)
 - c. Finanzas Prácticas de VISA
 - d. Nafin
3. Se revisó qué tipo de contenido tiene cada programa. Si:
 - a. El programa tiene contenido adicional a la promoción de productos y adicional a la de algún proveedor (programa fuente), y;
 - b. Este contenido adicional consta de más de un recurso (no solo "Consejos" en texto plano);
 Entonces se le puede considerar un programa propio.
4. No se considera un programa propio si el contenido del sitio web consiste únicamente de entradas de texto con párrafos breves. (No hay recursos adicionales como Blog, simuladores, calculadoras, juegos, etc.). Esto se consideró como Contenido, como opuesto a programa propio.
5. Si una institución solamente cuenta con el acceso/la referencia a los Programas Fuente, no se consideró como programa propio.

Bajo estos criterios, de la lista inicial de los programas declarados por las instituciones, consideramos a

73
de estos como
PROGRAMAS PROPIOS.

Esta es la relación de programas propios por tipo de institución:

TIPO DE INSTITUCIÓN	NO. DE PROGRAMAS
Bancos	22
Sofom	5
Aseguradoras	4
Afore	5
Sociedades Cooperativas	5
Otras entidades financieras	0
ONG/AC	24
Privadas	8
Total	73

Las instituciones que no cuentan con un programa propio pero sus programas están afiliados a algún programa fuente (Programa Gremial de la ABM, los programas Educa tu Cartera y Consejos de Bolsillo de la Condusef, y/o Finanzas Prácticas de VISA), mas no cuentan con programa propio son:

TIPO DE INSTITUCIÓN	NO. DE PROGRAMAS
Bancos	17
Sofom	4
Aseguradoras	1
Total	22

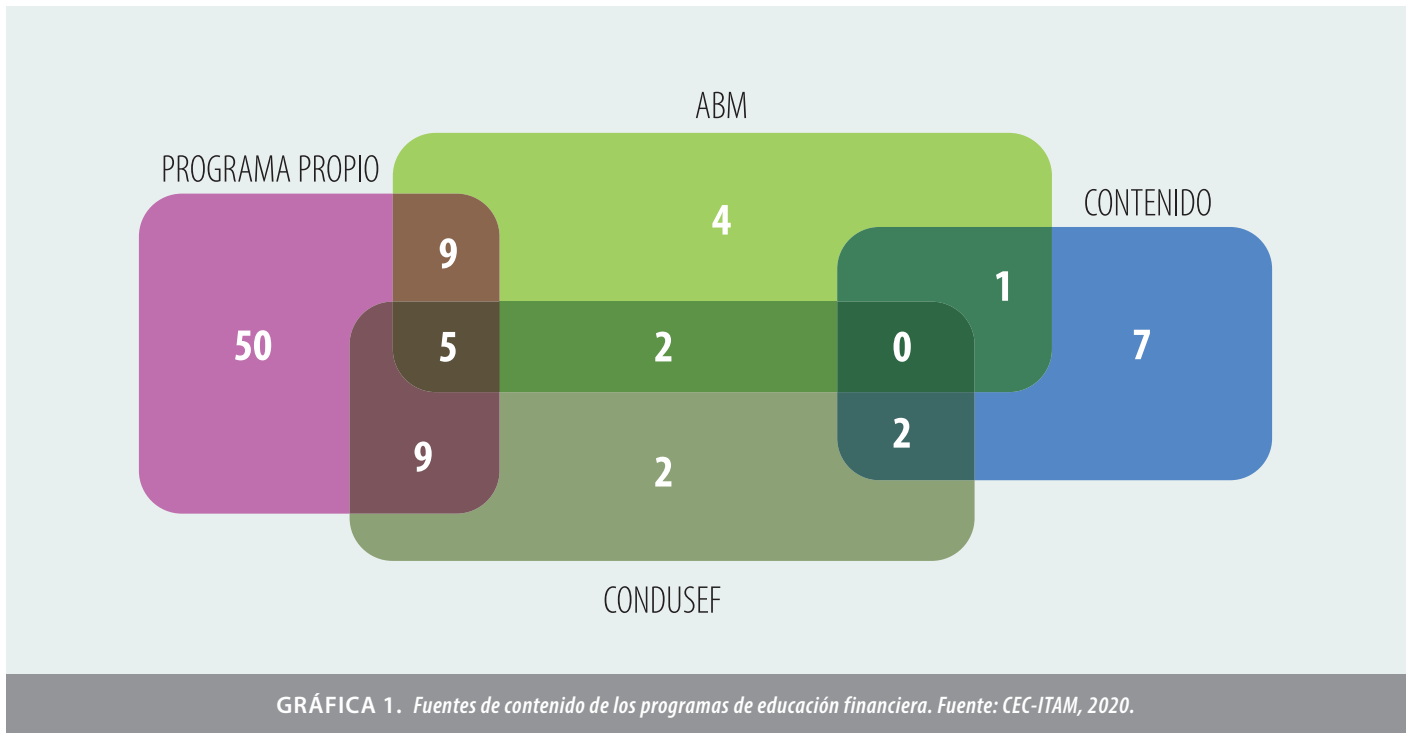
1.3 MAPAS DE CARACTERÍSTICAS (CONCENTRACIÓN DE PROGRAMAS PARA LAS PRINCIPALES VARIABLES ANALIZADAS) Y ÁREAS DESATENDIDAS

Para visualizar las características de los programas, se utilizaron diagramas para clasificar a los programas según sus atributos principales. Estos datos fueron obtenidos vaciando la información de cada programa en una base de datos que los codificaba por atributos.

FUENTES DE CONTENIDO

Esta variable clasifica a los programas según las fuentes de su contenido: programa propio, de la ABM, de Condusef, conjunto entre estos, o exclusivamente contenido (texto plano).

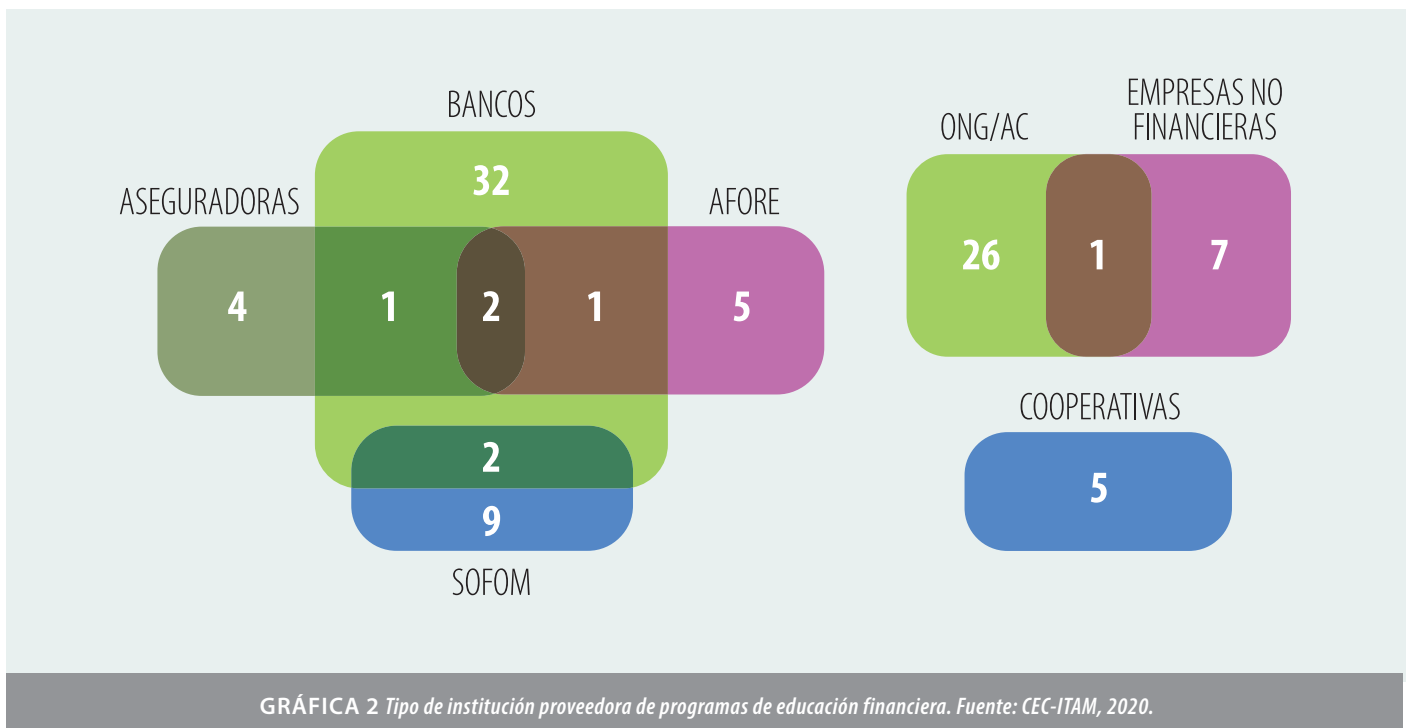
⁸ The World Bank. (2014). *Financial Education Programs and Strategies: Approaches and Available Resources*. En este documento se establece que los programas de educación financiera deben ser independientes a la promoción de productos de la institución que lo provea.



Existen 73 **programas propios** institucionales, de los cuales 23 están complementados con los programas de la ABM y/o Condusef. Adicionalmente, 4 cuentan con el programa Finanzas Prácticas de VISA. La presencia de los proveedores de contenido (o "Programas Fuente") está en 43 de las iniciativas, mientras que los programas independientes a ellos son 38.

TIPO DE INSTITUCIÓN

Considera qué tipo de institución son las instituciones proveedoras de programas de educación financiera en el sector privado. Se pueden clasificar en tres: pertenecientes al sector financiero, no pertenecientes al sector financiero (ONG, escuelas, empresas) y sociedades cooperativas.



Los bancos y las ONG son los tipos de institución más relevantes como proveedor de programas educativos.

TEMAS CENTRALES

Se clasificó el contenido de los programas de acuerdo con los siguientes temas centrales: planificación financiera, productos financieros, comportamientos y actitudes, y conceptos financieros.



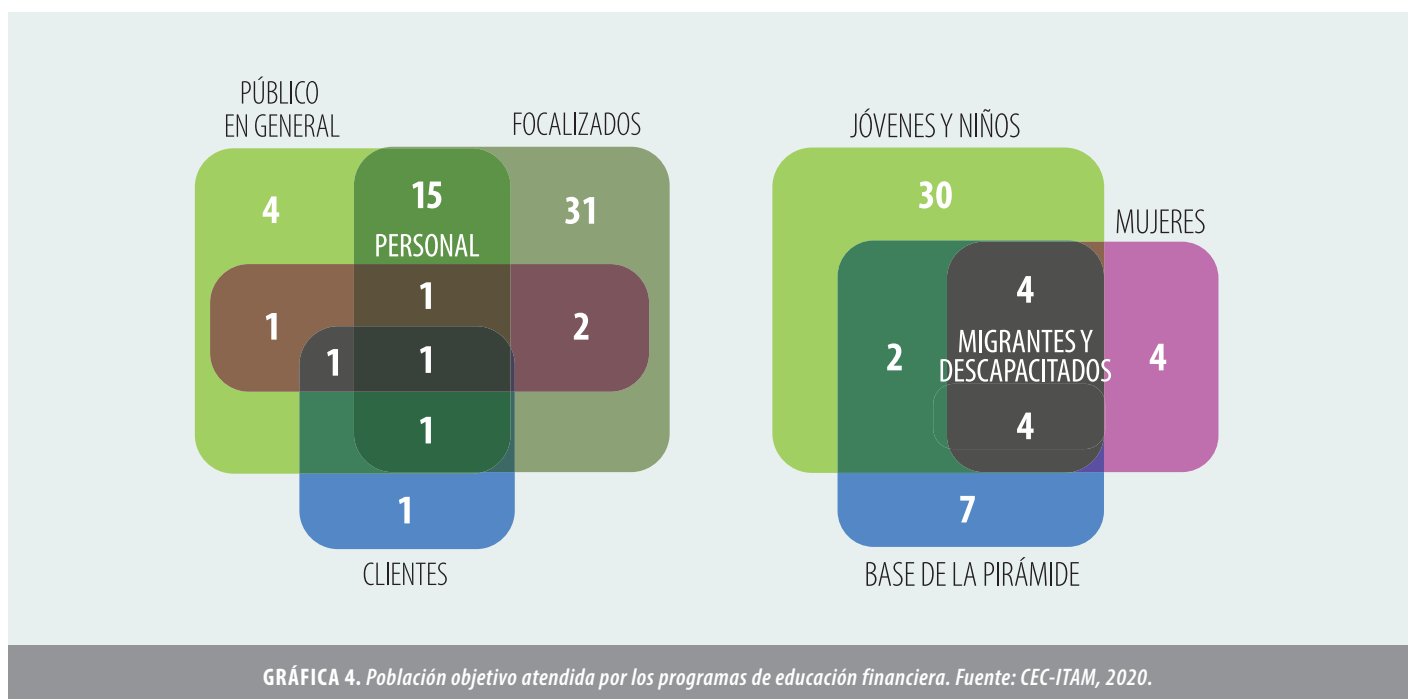
EL NÚMERO DE PROGRAMAS QUE ABARCAN LOS DIFERENTES TEMAS SON:



POBLACIÓN OBJETIVO

Los programas pueden tener iniciativas dirigidas hacia más de un segmento. Además de al público en general, se contó si estaban dirigidas hacia el personal y/o clientes de la empresa, y/o si estaban personalizadas en segmentos de la población. Los programas “personalizados” recibieron una clasificación posterior según el grupo que atendieran: jóvenes y niños, mujeres, migrantes y discapacitados, y base de la pirámide. Se consideró base de la pirámide a trabajadores de zonas urbanas de escasos recursos y campesinos.

Los programas que no mencionan hacia quién va dirigido o no es claro hacia quién dirigen sus esfuerzos, fueron considerados en la categoría de “no específica”, la cual no intersecta con otras poblaciones objetivos. Dentro de esta hay 15 programas.

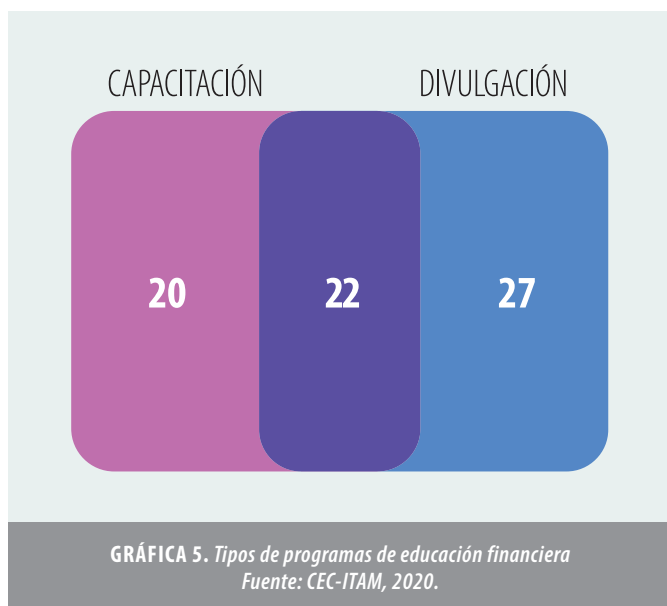


El grupo más atendido por el sector privado fue el de jóvenes y niños. Es importante destacar que es posible que la cantidad de estos que son parte de la población de escasos recursos puede estar subestimada, ya que no se contaba con declaraciones explícitas del nivel de ingresos de sus participantes.

TIPO DE PROGRAMA

Los programas podían ser de dos tipos:

- 1. Capacitación.** Tienen una dinámica de enseñanza; los participantes toman el rol de alumnos. La información está dividida por temas y tiene alguna forma de evaluación.
- 2. Divulgación.** Se proporciona información, sin participación de los individuos y sin evaluación.

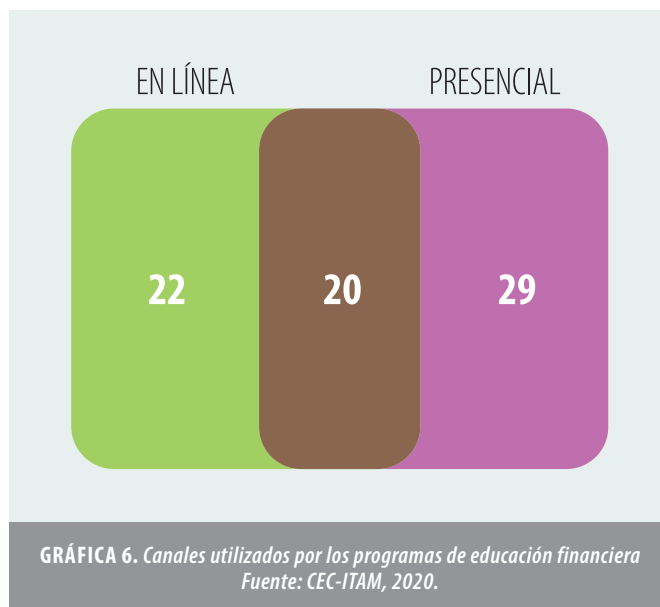


La mayoría de los programas es de divulgación. Esto puede aumentar los conocimientos de las personas pero difícilmente se dará un cambio de comportamiento; es una postura de enseñanza pasiva. Los programas de divulgación 39% del total, los mixtos representaron el 32% del total, y los de capacitación 29%.



CANALES

Esta variable se refiere a si el contenido del programa se imparte por medio de recursos en línea o presenciales. Los canales pueden ser mixtos.

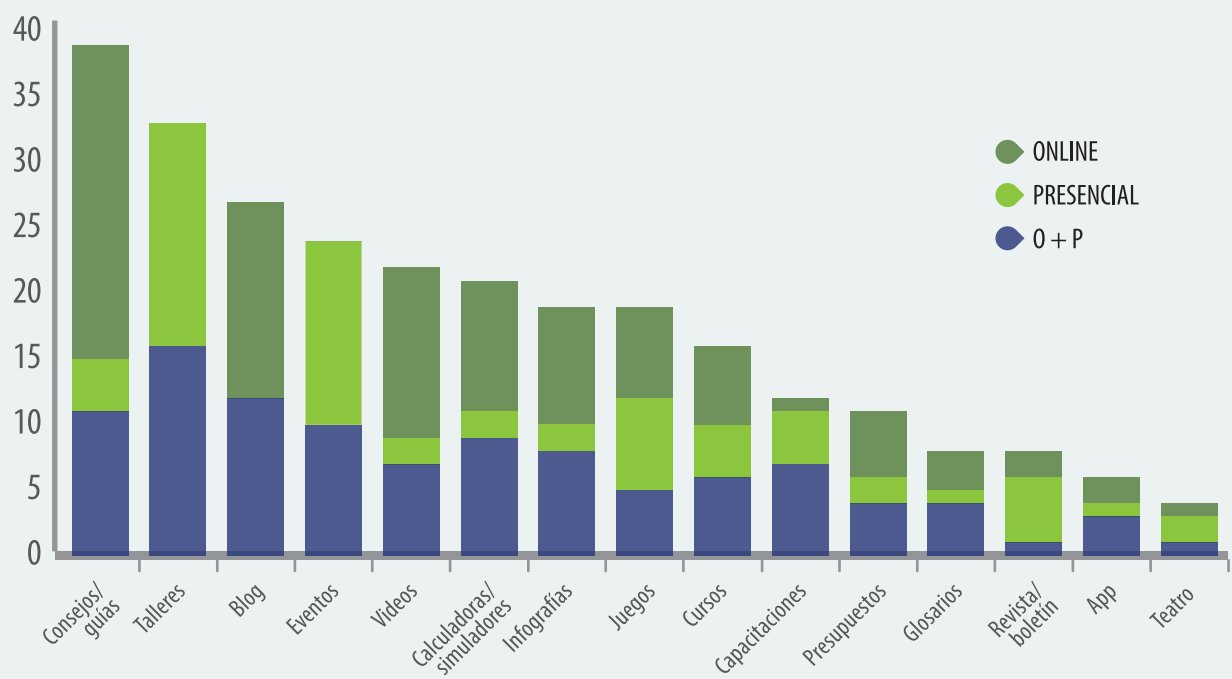


Los recursos presenciales son preponderantes (40%), seguidos de presenciales (30%) y que combinan ambos (30%).



RECURSOS

Son las diferentes herramientas que el programa utiliza para comunicar su contenido. Se obtuvieron a partir de lo observable en sus páginas web y de lo que mencionaban respecto a sus iniciativas presenciales. Sirve como indicador para la variedad de herramientas que se utilizan y para medir el nivel de innovación en los programas.



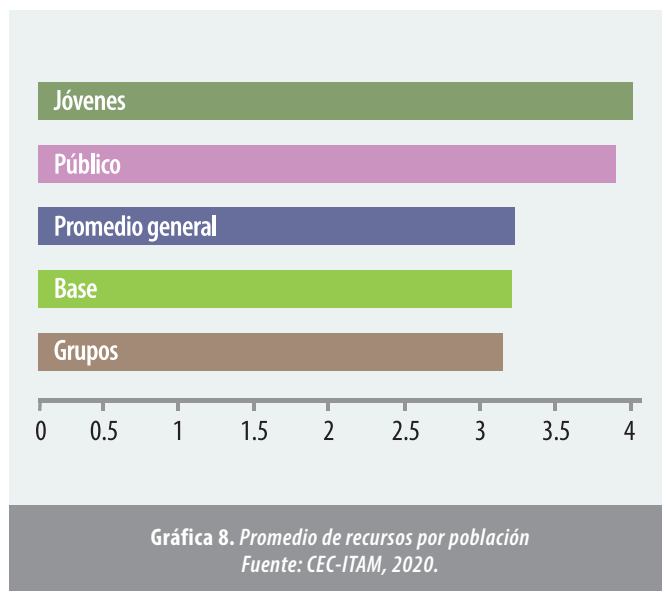
GRÁFICA 7. Recursos utilizados por los programas de educación financiera. Fuente: CEC-ITAM, 2020.

Los recursos más utilizados fueron consejos/guías, talleres, blogs, eventos, videos, calculadoras y simuladores, mientras que los menos usados fueron teatro, apps y revistas/boletines, siendo las apps y la obras de teatro recursos considerados de los más innovadores, y de los más utilizados en programas exitosos.

POBLACIÓN	RECURSO MÁS UTILIZADO
Jóvenes	Juegos, eventos y talleres
Grupos vulnerables	Talleres
Base de la pirámide	Talleres

El promedio más alto de recursos utilizados por segmentos es el de los programas enfocados en jóvenes, mientras que el menor es el de grupos vulnerables, la cual se coloca por debajo del promedio general de los programas.

Dentro de grupos vulnerables, se consideraron a los migrantes, personas con discapacidad, mujeres indígenas y personas de zonas rurales con marginación alta.

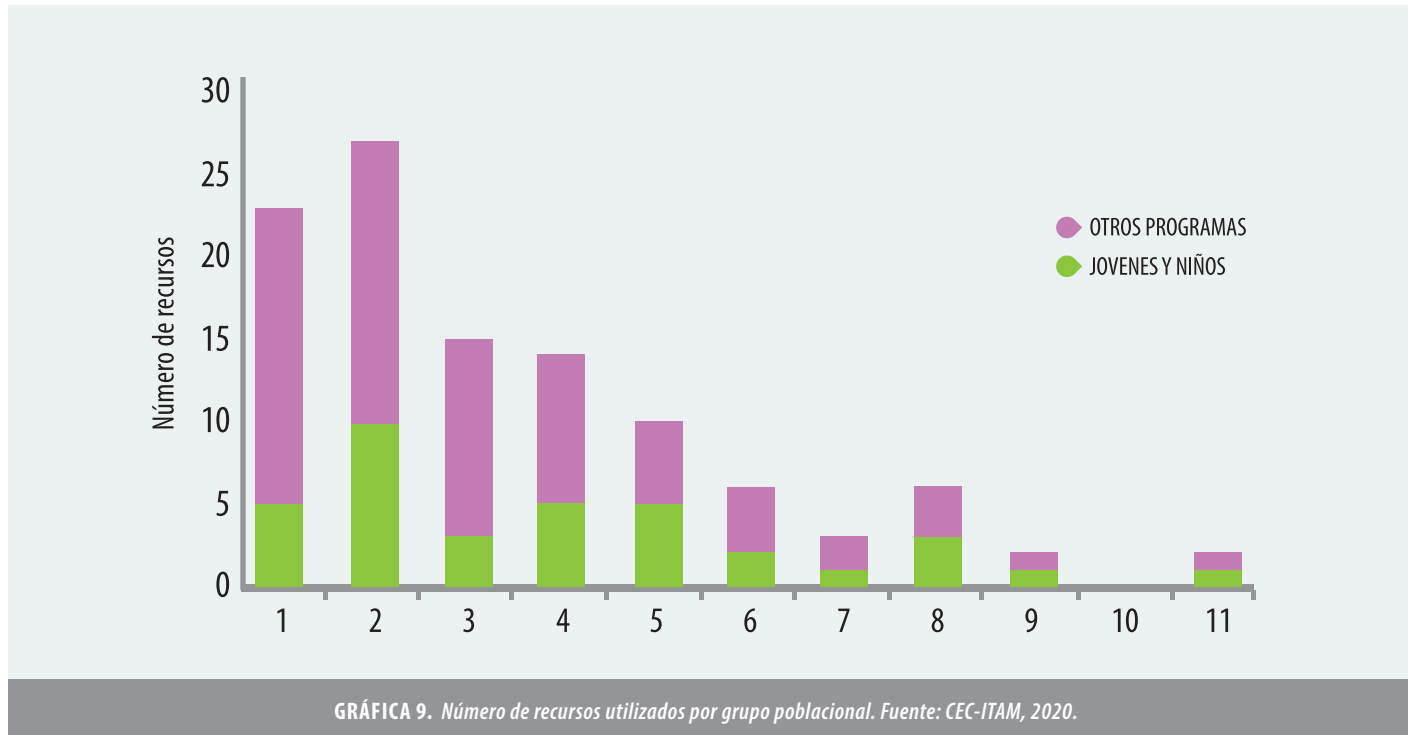


Gráfica 8. Promedio de recursos por población. Fuente: CEC-ITAM, 2020.

El promedio de recursos que tienen los programas enfocados a jóvenes discrepa del promedio general debido a cómo se distribuyen los programas; los que tienen uno, dos y tres recursos concentran el 50% del total, mientras que los programas con cuatro, cinco y seis recursos y ocho recursos son el 33%, y de ocho a 11 solo el 14%.

De forma general, el 78% de los programas tiene los recursos concentrados en uno, dos, tres y cuatro los demás recursos concentrando menos del 8% del total cada uno.

Asimismo, se puede notar que se usan menos recursos en los programas enfocados en grupos vulnerables que el promedio general.



GRÁFICA 9. Número de recursos utilizados por grupo poblacional. Fuente: CEC-ITAM, 2020.

MONITOREO Y EVALUACIÓN

El monitoreo y la evaluación son procesos que implican la recolección y análisis de datos provenientes de los programas, y sirven para:

1. Seguir el progreso del programa respecto a los objetivos establecidos
2. Vigilar desempeño
3. Mejorar debilidades
4. Optimizar recursos

Únicamente seis programas mostraron algún indicio de actividades de monitoreo y evaluación.

RESULTADOS

La finalidad de la medición de impacto de los programas educativos es evaluar si se obtuvieron los resultados esperados, si se cumplieron los objetivos, y si el programa se puede considerar eficiente o no.

Veintitrés programas presentan datos de resultados (32%), pero no es claro cómo obtuvieron sus datos, o si cuentan con sistemas de evaluación y monitoreo formales. Los datos que se

recopilaron son en su mayoría de alcance (cuántas personas fueron atendidas en qué cantidades), más no de impacto (cambio de comportamiento, aumento de conocimientos, inclusión financiera, etc.).

El 61% de los programas que reportó resultados es de sectores no financieros, mientras que las entidades financieras que reportaron resultados son bancos (HSBC, Citibanamex, BBVA, Santander y BanBajío) y la Caja Popular Mexicana.

Solo un programa mencionó en entrevista el uso de métodos cuantitativos para medir el impacto de una de sus capacitaciones piloto.

1.4 DIAGRAMAS DE CORRESPONDENCIAS MÚLTIPLES

El propósito del Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) es sintetizar un espacio de atributos o propiedades de los programas de educación financiera a través de la generación de nuevas variables-resumen que se denominan factores (o ejes).

Estas nuevas variables o factores resaltan las diferencias existentes entre las unidades de análisis (programas de educación financiera en estudio) de acuerdo con las combinaciones de las características que presentan. Así, las características o atributos pueden ser la población objetivo (jóvenes, mujeres, pequeños empresarios, etc.), el canal de enseñanza (presencial, web, etc.), el modelo de enseñanza (conceptual, aplicado, taller, etc.), por citar algunos ejemplos.

Una de las virtudes de este análisis es que es posible transformar las tablas en gráficos o diagramas, facilitando así la visualización de las distancias entre los atributos de los programas y entre los programas. De esta forma, los programas de educación financiera con características semejantes aparecerán próximos en el espacio y,

simultáneamente, cada uno de los atributos se localizará en el espacio de los programas. Así, los atributos asociados presentarán coordenadas similares. A partir de la noción de distancia entre objetos y entre grupos de objetos, el ACM permite construir tipologías en el conjunto de estos objetos construyendo así la visualización de la oferta de programas de educación financiera. La visualización permite identificar espacios no atendidos por los programas (por ejemplo, mujeres en entornos rurales). Igualmente, es posible detectar la concentración de programas que atiendan las mismas necesidades con un enfoque idéntico, lo que redundaría en una posible sobre-oferta de programas.

A continuación presentamos una versión del ACM que incluye las principales variables de análisis:



Podemos observar que los programas del sector social (organizaciones no gubernamentales, asociaciones civiles, cooperativas) tienden a ser presenciales, focalizados, e innovadores. El sector "otro" (empresas privadas, escuelas) sigue un patrón parecido, más utiliza pocos recursos.

Por otro lado, el sector financiero tiende a hacer programas dirigidos al Público en general, impartir cursos en línea y utilizar una variedad de recursos mayor. Asimismo, el canal mixto (en línea y presencial), por su naturaleza, usa más recursos.

Los programas que son llevados a cabo en momentos enseñables son pocos (9), equilibrados entre el sector financiero y social.

1.5 CONCLUSIONES

En el Componente 1 se llevó a cabo el mapeo de la oferta de educación financiera del sector privado en México. En este se redujo la cantidad de programas estimada para el sector por dos razones:

- 1) Un programa puede ser contado varias veces para una misma institución, por lo que hay que contabilizar solo los programas "únicos", y
- 2) Múltiples programas cuentan solo con la afiliación al programa de la ABM o Condusef, por lo que no cuentan como programas únicos.

La normatividad respecto a la educación financiera establece que las instituciones no están obligadas a contar con un programa, y si cuentan con uno, pueden reportarlo al Buró de Entidades Financieras, mas éste no se encarga de evaluarlo ni verificar actividades.

De las estadísticas descriptivas, los resultados más relevantes son:

- Los bancos y las organizaciones no gubernamentales son los tipos de institución con más oferta de programas de educación financiera.
- Solo el 23% de los programas da alguna explicación de los principales conceptos financieros, mientras que el 90% trata temas de planificación financiera.
- La mayoría de los programas que tiene contenido dirigido al público en general también tiene esfuerzos de focalización (70%), mientras que los jóvenes fueron el segmento más atendido (53% de los programas tenían algún esfuerzo de focalización hacia este segmento, 71% de los programas focalizados).

- Los programas de divulgación fueron los más populares (39%). Al no contar con dinámicas de enseñanza, es probable que sean menos efectivos en cambiar el comportamiento.
- La variedad de recursos utilizada es muy baja (el promedio de recursos utilizados es 3.2), y los recursos más innovadores son los menos utilizados (apps y teatros). Mientras que los programas para jóvenes tienen la mayor variedad de recursos, los focalizados en los grupos vulnerables utilizan menos recursos que el promedio general de los programas, lo que puede implicar que no haya suficiente personalización o innovación en este sector, cuando es el que más requiere de herramientas innovadoras (Ver Capítulo 3. Análisis de brechas).
- Solo los programas enfocados en jóvenes realizan mejores prácticas. Se contabilizó innovación, variedad de recursos, y momentos enseñables, siendo este el menos realizado.
- Solo el 8.2% de los programas realiza esfuerzos de monitoreo, mientras que los que reportan resultados (32%) utilizan solo indicadores cobertura, no medición de impactos. El 14% de los programas utilizó algún modelo para diseñar su programa, la mayoría de estos basados en la Economía del Comportamiento.



2

Diagnóstico de las capacidades financieras de la población



2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS CONSUMIDORES MEXICANOS EN CINCO DIMENSIONES DE ALFABETIZACIÓN FINANCIERA

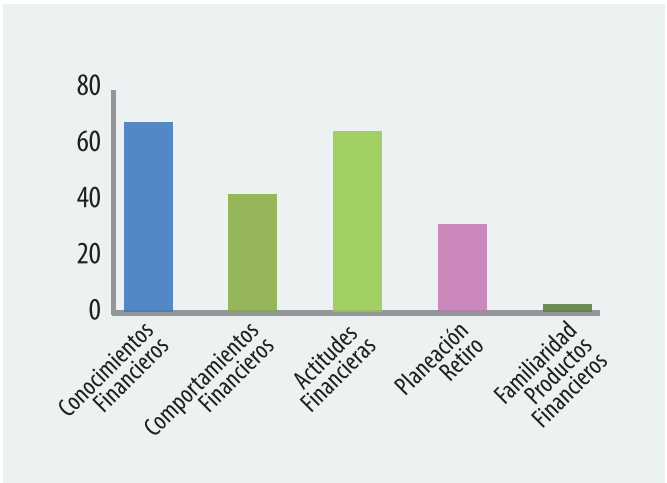
Con objeto de medir el nivel del grado de educación financiera que existe en México, se adoptó la metodología propuesta por OECD/INFE⁹ incorporada en la fuente de los datos fundamentales que es la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2018 realizada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). El indicador de alfabetización financiera se define como la suma de tres subíndices que reflejan la capacidad de los ciudadanos para tomar mejores decisiones financieras, es decir: conocimientos financieros (siete puntos), comportamientos financieros (nueve puntos) y actitudes financieras (cinco puntos) para cada individuo. Se considera un rango alto para el índice si el puntaje obtenido es mayor o igual a 14 puntos, conforme a la metodología de OECD/INFE. El puntaje obtenido se normalizó a 100, para una interpretación más intuitiva del valor obtenido.

El subíndice de conocimientos financieros evalúa conceptos básicos como el valor del dinero en el tiempo, interés simple y compuesto, riesgo y retorno, inflación y diversificación a través de siete preguntas de la ENIF. Para calcular el subíndice de comportamiento financiero se cuestiona la realización de actividades tales como la elaboración de presupuesto, realización de compras cuidadosas, pagos puntuales, ahorro activo, comparación de productos y asesoramiento independiente. El tercer subíndice, relativo a actitudes financieras se mide a través de una sola pregunta: generalmente usted ¿prefiere gastar dinero que ahorrarlo para el futuro?, ofreciendo como posibles respuestas siempre, algunas veces, nunca, no sabe o no responde.

El concepto de educación financiera está evolucionando a enfatizar su propósito último, es decir, apoyar el cambio de comportamiento que permita a los individuos optimizar sus decisiones de naturaleza financiera para lograr así un mayor bienestar. Por lo tanto, la tendencia de los programas más innovadores se orienta a la generación de capacidades y comportamientos, más que en el conocimiento. En este sentido, se propuso la consideración de dos índices adicionales a los establecidos por OECD/INFE, relacionados con la capacidad de los individuos para planear su estabilidad financiera en la etapa del retiro, así como el uso efectivo de instrumentos financieros formales. De esta forma, el subíndice de planeación financiera mide el alcance de la planeación para el retiro a través de tres preguntas que informan sobre la posesión de cuenta de ahorro o Afore, la realización de aportaciones voluntarias y planeación para cubrir los gastos en la vejez por medio de la pensión, jubilación, plan privado de retiro, Afore y/o venta o renta de bienes inmuebles obteniendo un puntaje máximo de tres puntos. Por otro lado, el subíndice de familiaridad con instrumentos financieros busca identificar el uso y frecuencia de productos financieros como tarjeta de crédito, débito, nómina, cuenta de ahorro, cuenta de cheques, banca por Internet, seguros de vida, auto, gasto médico, entre otros; así como los métodos de pago utilizados para distintos tipos de transacciones y la información utilizada para la comparación de dichos productos. Este subíndice tiene un puntaje máximo de 36 puntos calculados al incluir las respuestas afirmativas de una serie de preguntas en una variable aditiva.

En síntesis, se analizaron cinco dimensiones de alfabetización que cubren aspectos cognitivos, actitudinales, hábitos de control financiero y uso efectivo de instrumentos financieros para transacciones de corto plazo y planeación para el retiro, cuyos promedios se representan en la Gráfica 10.

⁹ OECD/INFE Toolkit for measuring Financial Literacy and Financial.

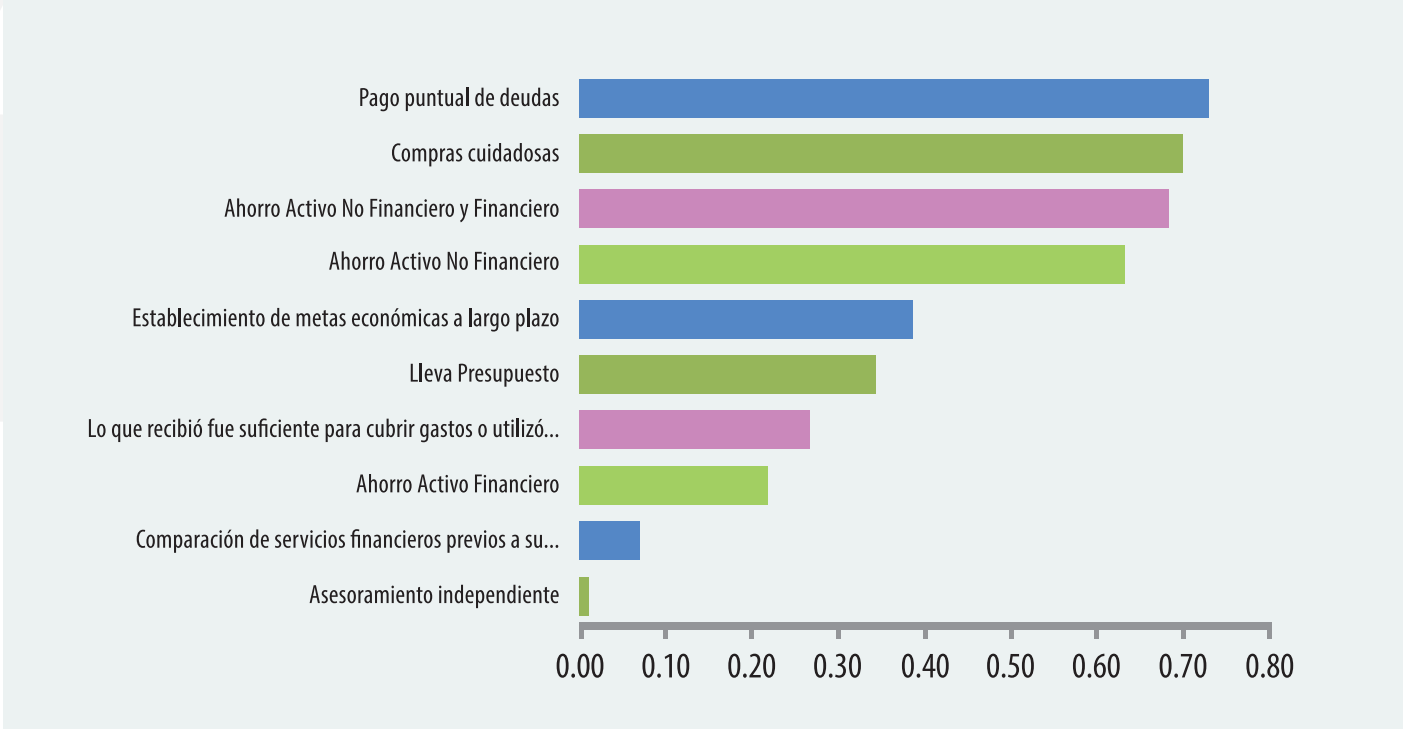


GRÁFICA 10. Promedios de los Subíndices de alfabetización. Fuente: CEC-ITAM, 2020, con base en datos de la ENIF 2018.

Partiendo del supuesto básico de la orientación de la educación a las necesidades específicas de cada individuo, es fundamental identificar los diferentes segmentos o grupos de individuos con requerimientos homogéneos dentro de cada grupo y heterogéneos entre grupos. Para poder identificarlos, se partió de un análisis exploratorio que identificara los aspectos individuales que se relacionaban con mayores avances en cada uno de los subíndices. En este sentido, se analizaron los puntajes o scores para crear un modelo de clasificación. Este análisis da como resultado re-

glas de decisión para clasificar a los individuos de acuerdo con sus características sociodemográficas y estimar su puntaje en cada uno de los subíndices de alfabetización financiera. Para facilitar su lectura, estas reglas pueden ser representadas a través de árboles de decisión, que permiten en su representación gráfica una comprensión de los niveles específicos de las variables que distinguen a unos grupos de otros. Algunos árboles de clasificación ilustrativos se encuentran en el Anexo 1.

En el caso del subíndice del comportamiento financiero, el nivel educativo es la variable como mayor capacidad discriminante, seguido por la forma de financiamiento de la compra de activos duraderos (vivienda, auto, etc.), además de la participación en cursos de educación financiera. Es interesante observar los patrones de respuesta a cada uno de los comportamientos que componen este subíndice, ya que es muy evidente la gran dispersión existente entre los componentes (Gráfica 11). Los mayores valores se encuentran en comportamientos que pueden evidenciar un sesgo social (como pago puntual de deudas y compras cuidadosas). Por el contrario, se observan bajos niveles de sofisticación (al ser muy inferior el ahorro en instrumentos financieros vs. no financieros). Un tema preocupante es la escasa fundamentación con que se toman las decisiones, ya que menos del 10% de los encuestados comparan las condiciones de los servicios financieros previamente a su adquisición y un porcentaje cercano a cero acude a asesores independientes para fundamentar su decisión financiera.



GRÁFICA 11. Ranking de componentes del Subíndice de Comportamiento Financiero. Fuente: CEC-ITAM, 2020, con base en datos de la ENIF 2018.

En cuanto al índice de familiaridad con los servicios financieros, los resultados muestran que la penetración de dichos servicios en la población es relativamente baja y generalmente relacionada por la recepción de pagos e ingresos en este tipo de instrumentos (nómina, apoyo, pensión). Este dato es preocupante, ya que la relación con este tipo de servicios es normalmente reactiva, es decir, la contratación no fue buscada de manera proactiva por el usuario, sino como condición para la percepción de un salario, ayuda, etc.

Esta conclusión se ve reforzada por la razón asociada con mayor frecuencia con la decisión de cancelar el servicio financiero, ya que es precisamente dejar de percibir el ingreso asociado con la cuenta. En términos de transacciones monetarias, el efectivo es el medio de pago más habitual, incluso para montos elevados. La penetración de la banca móvil, que en otros países ha sido el instrumento de inclusión bancaria más eficiente, es muy incipiente en niveles inferiores a los dos dígitos.

Finalmente, el subíndice de planeación financiera, orientado a cuantificar el alcance de la planeación para el retiro, muestra que el 42.7% de encuestados dispone de una cuenta de ahorro para el retiro. Las variables que más discriminan en este subíndice son contar con un seguro médico, el nivel educativo y si tienen ingreso por nómina, que parece ser la clave para una mayor inclusión financiera.

En conclusión, la población con menores niveles de alfabetización financiera se relaciona con menores niveles educativos, empleo informal y género femenino. En cuanto a la edad, la relación es de U invertida, ya que los segmentos con menores niveles de alfabetización son los más jóvenes y los adultos mayores.

En todos los índices, la participación en cursos de educación financiera se relaciona con mayores valores del índice, aunque no es posible inferir que exista una relación de causalidad, es decir, que el curso de educación financiera ejerza un impacto positivo en la alfabetización.

2.2 IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y ESTIMACIÓN DEL VOLUMEN DE LOS SEGMENTOS DE POBLACIÓN OBJETIVO EN TÉRMINOS POBLACIONALES DE LOS DISTINTOS SEGMENTOS

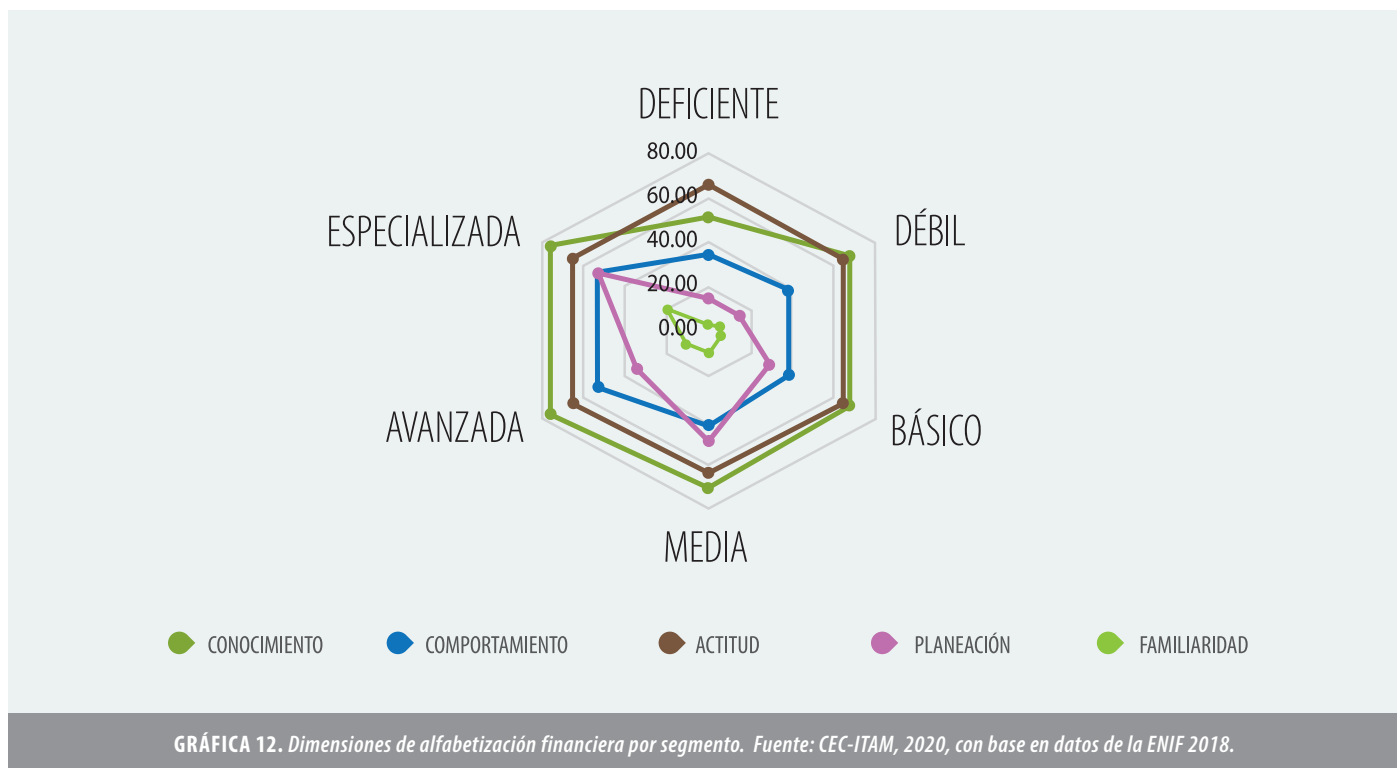
Una vez concluido el análisis exploratorio enfocado a diagnosticar las variables más relevantes para pronosticar un mayor nivel de alfabetización financiera, se procedió a identificar los distintos segmentos que se pueden distinguir en la población mexicana en términos de alfabetización financiera (Tabla 2). Para ello, se realizó un análisis por conglomerados de k-medias,¹⁰ que identificó un número idóneo de seis segmentos.

	CONOCIMIENTO	COMPORTAMIENTO	ACTITUD	PLANEACIÓN	FAMILIARIDAD
Deficiente	51.21	34.76	65.80	14.24	2.31
Débil	67.54	38.50	65.04	14.33	3.86
Básico	67.99	39.85	63.87	29.41	4.38
Media	70.26	41.46	63.13	49.49	8.93
Avanzada	75.26	52.30	64.89	33.59	10.52
Especializada	76.22	53.03	65.30	54.83	19.01

TABLA 2. Descripción de los segmentos para cada índice de alfabetización financiera. Fuente: CEC-ITAM, 2020, con base en datos de la ENIF 2018.

¹⁰ Un análisis por conglomerados de k-medias es un método de agrupación de casos que se basa en las distancias existentes entre ellos en un conjunto de variables. Es especialmente útil cuando se dispone de un gran número de casos. (<http://halweb.uc3m.es/esp/Personal/personas/jmmarin/esp/GuiaSPSS/21conglk.pdf>)

La Gráfica 12 permite representar visualmente los rasgos que definen cada uno de los segmentos:



GRÁFICA 12. Dimensiones de alfabetización financiera por segmento. Fuente: CEC-ITAM, 2020, con base en datos de la ENIF 2018.

La segmentación ponderó en mayor medida en las dimensiones en las que existen mayores diferencias entre individuos, es decir, familiaridad (uso) de servicios financieros y planeación para el retiro.

El segmento deficiente se caracteriza por ser el más vulnerable, ya que presenta deficiencias en todas las dimensiones excepto en la de actitud, lo que implica que reconocen la importancia del ahorro, pero no disponen de las estrategias para lograr este ahorro de manera cotidiana. Es el segmento que presenta un nivel de conocimientos significativamente inferior al resto y el menor uso de servicios financieros. Por lo tanto, sus necesidades de educación financiera se detectan en todas las dimensiones.

Por lo que respecta al segmento débil, sus mayores necesidades se refieren a la planeación y uso de servicios financieros ya que se encuentran en un nivel precario, además de un grado de comportamiento todavía incipiente, al menos en comparación con los segmentos siguientes.

El segmento básico supera al débil en un mayor nivel de planeación, uso de servicios financieros y comportamientos, si bien todavía se encuentra en una etapa inicial de desarrollo.

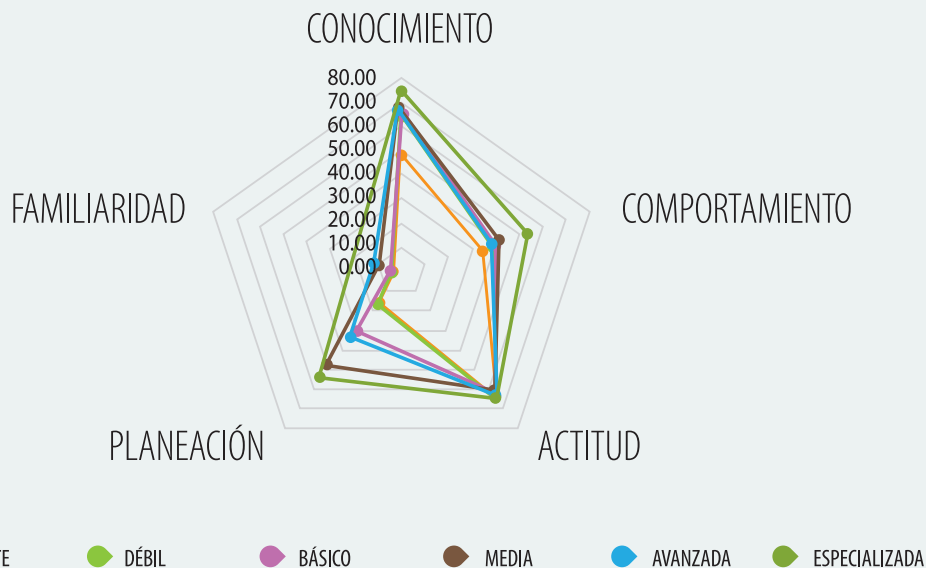
En cuanto al segmento medio, se evidencia un cambio importan-

te debido a un salto significativo en los niveles de planeación y uso de servicios financieros, derivado probablemente de su inclusión al empleo formal. Sin embargo, sus niveles de comportamiento financiero no evolucionaron con la misma velocidad, lo que representa una oportunidad para incidir en este punto con programas de educación financiera.

En cuanto al segmento avanzado, se define por niveles destacados de comportamiento financiero y uso de productos financieros. Sin embargo, se ve superado por el segmento anterior en su nivel de planeación, lo que representa un área de oportunidad para la educación financiera.

Finalmente, el segmento sofisticado se define por un nivel destacado en todas las dimensiones, aunque la que destaca de manera sobresaliente es el uso de productos financieros. Parece que un grado de madurez en el conocimiento y uso de productos financieros detona un incremento exponencial en el uso de dichos productos.

Tomando ahora como perspectiva el análisis de las dimensiones, aquellas relativas a familiaridad con productos financieros y planeación para el retiro, son las menos desarrolladas en casi todos los segmentos, especialmente en los más vulnerables (Gráfica 13).



GRÁFICA 13. Análisis de dimensiones. Fuente: CEC-ITAM, 2020, con base en datos de la ENIF 2018.

2.3 PERFILAMIENTO DE LOS SEGMENTOS MÁS VULNERABLES DE ACUERDO CON VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Con base en el conglomerado o segmento asignado a cada individuo, se analizaron las características sociodemográficas para identificar los rasgos distintivos de cada uno de los segmentos, los cuales se describen a continuación:

1. Deficiente (12% de la población)

En su mayoría son mujeres dedicadas al hogar con un nivel de estudios menor a primaria o sin estudios en las regiones fuera de la Zona Metropolitana del Valle de México. Los hombres que se encuentran dentro de este segmento son aquellos que viven en zonas rurales del país excepto en la región Centro Sur y CDMX con un nivel menor a primaria o sin estudios. Una característica relevante sobre el segmento de la población que tiene una alfabetización financiera deficiente es la falta de familiaridad con el uso de celular.

2. Débil (22% de la población)

La población con un nivel de alfabetización financiera débil se caracteriza por ser mujeres de zonas rurales con niveles de estudios de primaria y secundaria que se dedican en su mayoría al hogar o poseen un trabajo, sin contar con seguro médico. Por su parte, los hom-

bres de la región de CDMX y Centro Sur que tienen estudios menores a nivel secundaria también pertenecen a este segmento de la población con alfabetización financiera débil.

3. Básica (33% de la población)

El mayor porcentaje de la población mexicana cuenta con un nivel de alfabetización financiera básica y se caracteriza por ser hombres y mujeres con nivel de estudios de preparatoria o técnico con preparatoria terminada que se dedican por una parte las mujeres al hogar o trabajan en la región del Noroeste y los hombres al trabajo a nivel nacional exceptuando la CDMX y la región Centro Sur del país. Este segmento de la población en general no cuenta con seguro médico y aunque la mayoría posee celular, aún hay un porcentaje significativo que carece de él.

2.4 ANÁLISIS DE IMPLICACIONES PARA MÉXICO DERIVADAS DE LA IDENTIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES IDÓNEAS A NIVEL INTERNACIONAL

La revisión extensiva de la literatura que analiza numerosos programas a nivel internacional, en varios casos a través del enfoque del meta-análisis, ¹¹ enfatiza que el objetivo último de la educación financiera es desarrollar las capacidades en los individuos que les permitan tomar mejores decisiones financieras, además

de identificar ciertas condiciones que mejoran la efectividad de los aspectos pedagógicos de los programas de educación asociados a mejores resultados en la población objetivo.

Es importante subrayar que estas habilidades no son estáticas, sino que responden a las exigencias relacionadas con momentos específicos de la vida, como son eventos familiares (bodas, nacimiento de hijos, estudios superiores, compra de un inmueble o productos durables, etc.) y de trabajo (ahorro para el retiro, seguros, etc.).

La revisión bibliográfica concluye que existe una relación positiva entre la educación financiera y la mejora en la conciencia financiera y las actitudes. Sin embargo, los efectos de los cursos sobre el cambio en el comportamiento a más largo plazo, en el ahorro y en el endeudamiento, no son evidentes. Algunos de los hallazgos que aparecen sistemáticamente en la literatura es la gran dificultad experimentada por los participantes en los cursos de educación financiera para aplicar y perseverar en las enseñanzas impartidas en dichos cursos. En este sentido, resulta crítico determinar cuáles son las barreras que impiden que los beneficiarios alcancen plenamente los beneficios de la educación financiera, para poder así diseñar instrumentos más efectivos en el cambio de hábitos financieros.

Varios estudios concluyen que ciertos factores relativos al comportamiento como posponer actividades o simplemente olvidarlas, representan barreras críticas para cambiar los hábitos financieros. Dichos estudios identifican que los cursos con una mayor intensidad (un mayor número de horas), la personalización del apoyo a la educación financiera (tanto en temas como aportando un asesoramiento individualizado) e incluso grupos de apoyo,

pueden apoyar de manera efectiva a las personas para emprender acciones que les permitan gestionar mejor sus finanzas. Obviamente estos requerimientos representan un gran reto en cuanto al costo de recursos humanos y financieros requeridos, así como la escalabilidad de estos programas.

2.5 PRIORIZACIÓN DE LOS SEGMENTOS CON MAYOR PROBABILIDAD DE MEJORA EN SUS CAPACIDADES FINANCIERAS POR MEDIO DE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA

Se entiende por población vulnerable aquellos que enfrentan:

- Mayores riesgos de exposición a crisis, incertidumbre y eventos catastróficos como enfermedades, pérdida de empleo, etc.
- Riesgo de contar con capacidades y recursos insuficientes para afrontar y responder adecuadamente a dichas crisis.
- Riesgo de sufrir consecuencias graves (e incluso irreversibles) derivadas de las dos condiciones anteriores.

A partir de los datos de la ENIF, la vulnerabilidad puede medirse como el índice de subdesarrollo con respecto a los niveles del segmento más alto (denominado como especializado). Así, los índices o dimensiones en los que se observan mayores distancias con respecto al segmento más avanzado corresponden a los aspectos relacionados con la planeación para el retiro y el uso de un portafolio de servicios financieros, según se observa en la Tabla 3.

	CONOCIMIENTO	COMPORTAMIENTO	ACTITUD	PLANEACIÓN	FAMILIARIDAD
Deficiente	67.19	65.54	100.77	25.98	12.16
Débil	88.61	72.61	99.61	26.14	20.32
Básico	89.20	75.15	97.82	53.63	23.02
Media	92.18	78.18	96.68	90.27	46.95
Avanzada	98.74	98.64	99.37	61.25	55.31
Especializada	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

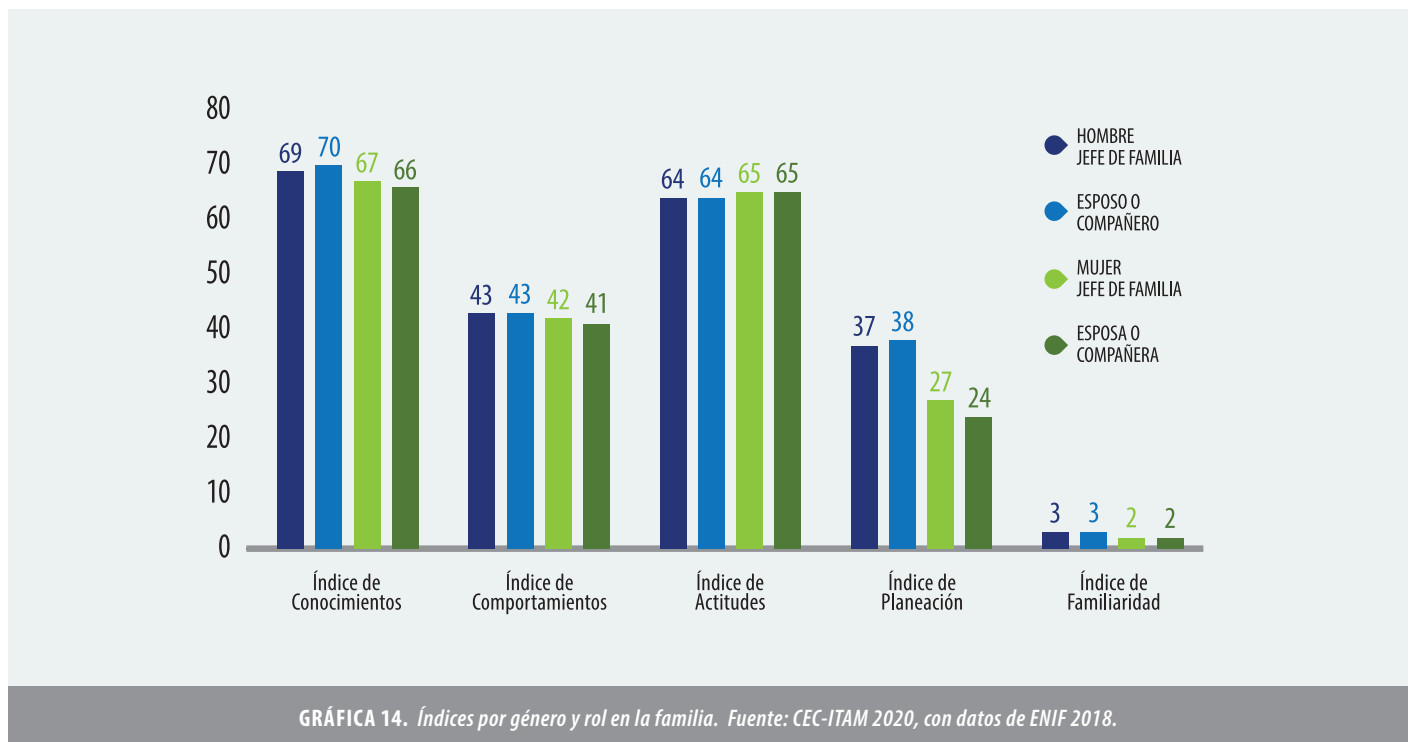
TABLA 3. Índices de subdesarrollo con respecto al segmento más avanzado. Fuente: CEC-ITAM 2020, con datos de ENIF 2018.

11 Un meta-análisis implica una síntesis cuantitativa de la evidencia acumulada sobre una pregunta de investigación previamente definida. La respuesta se basará en la información contenida en los estudios previamente publicados (estudios primarios). Las principales características del meta-análisis son la precisión, la objetividad y la replicabilidad. Su aplicación permite obtener una estimación combinada del tamaño del efecto. (Botella y Zamora, 2017).

Por lo tanto, los segmentos prioritarios son los tres con menores índices de desarrollo. En cuanto a los temas, las dimensiones en las que deben enfocarse los programas son las de comportamiento, planeación y el uso de los servicios financieros.

Un tema que aparece recurrentemente en la literatura es el de documentación sobre la brecha de género en materia de capacidades financieras, motivada por razones educativas, psicológicas (mayor aversión al riesgo y menor autoestima de las mujeres) y sociocultural. Esta brecha prevalece a nivel mundial y México no es la excepción.

Para separar el efecto del género del rol de jefe de familia, se separó la muestra de los encuestados en la ENIF por género y rol familiar (Gráfica 14). El análisis concluyó que el rol familiar no es relevante en el caso de los hombres para explicar sus capacidades financieras. En el caso de las mujeres, las capacidades de las jefas de familia son superiores a las mujeres que son esposas o compañeras. Sin embargo, incluso las jefas de familia tienen capacidades significativamente inferiores a las de los hombres en todos los índices excepto el de actitudes. Por lo tanto, es importante diseñar programas que se dirijan a eliminar las menores capacidades financieras de las mujeres, especialmente aquellas que no ocupan la posición de jefe de familia.



2.6 DIAGNÓSTICO DE LAS CAPACIDADES FINANCIERAS CUYO DESARROLLO ES PRIORITARIO PARA LA REDUCCIÓN DE LA VULNERABILIDAD DE LOS SEGMENTOS IDENTIFICADOS

El programa con mayor aceptación global dirigido a la población de la base de la pirámide es el propuesto por Microfinance Opportunities and Freedom from Hunger.¹² Este programa está específicamente diseñado para las personas de bajos ingresos residentes en los países en desarrollo, partiendo del supuesto

que se enfrentan a mayores desafíos debido a su falta de recursos financieros y educativos, variabilidad de los ingresos y exposición a mayores riesgos inherentes a sus entornos externos. Por lo tanto, este programa se considera idóneo específicamente para los tres segmentos más vulnerables de los seis identificados. Los temas cubiertos en términos generales se describen en la Tabla 4.

Adicionalmente, el mismo organismo propone diferentes temáticas para segmentos específicos, tales como:

- Jóvenes
- Migrantes y remesas
- Protección de riesgos y seguros
- Protección al consumidor: derechos y responsabilidades

En el caso de las mujeres, se prevé un currículum que se diferencia de acuerdo con cada una de las etapas por las que frecuentemente atraviesan las mujeres de la base de la pirámide, las cuales representan los principales puntos de estrés que pueden ser superados con la ayuda de la educación financiera.

Durante estos periodos, la educación financiera puede proporcionar a las mujeres una guía para reducir su vulnerabilidad, gestionar

mejor el flujo de efectivo y aliviar las presiones financieras. Las principales etapas son las siguientes:

- De la adolescencia a la edad adulta
- Transiciones familiares
- Transición geográfica
- Transiciones para superar la pobreza
- Transiciones a la vejez

12 <https://www.microfinanceopportunities.org/4-work-with-us/mfo-in-the-field/project-list/fec/>

PRINCIPIOS BÁSICOS DE FINANZAS PERSONALES	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de situación financiera personal • Determinación de objetivos financieros • Distinción entre necesidades y deseos • Evaluación de tu personalidad o estilo financiero
ADMINISTRACIÓN DE LOS FLUJOS DE CAJA	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación de un plan financiero • Preparación de un presupuesto • Seguimiento del presupuesto • Control de gastos, haz rendir más tu dinero
INVERSIÓN EN ACTIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Inmuebles, terrenos y otros activos físicos • Inversión en un negocio • Protección de activos
PREPARACIÓN PARA EVENTOS IMPORTANTES	<ul style="list-style-type: none"> • Matrimonio • Formación de un hogar • Nacimiento de un hijo • Educación de los hijos • Retiro • Fallecimiento
RELACIÓN Y NEGOCIACIÓN CON INSTITUCIONES FINANCIERAS FORMALES E INFORMALES	<ul style="list-style-type: none"> • Ahorro: apertura de cuenta, determinación de objetivos de ahorro, participación en tandas • Préstamos: determinación de conveniencia de solicitud, riesgos implicados, comparación de términos y condiciones, cálculo de intereses, manejo de la deuda • Seguros: entendimiento de opciones
RETOS COMPLEJOS	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedad de familiares • Fallecimiento de familiares • Enfermedad propia • Apoyo a otras familias • Divorcio • Pérdida de empleo • Desastres naturales y accidentes
PROCESOS DE TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS	<ul style="list-style-type: none"> • Decisiones individuales y conjuntas
PLANEACIÓN PARA EL FUTURO	<ul style="list-style-type: none"> • Inversiones • Ahorro para el retiro • Fallecimiento
INCREMENTO DE INGRESOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ideas para la generación de ingresos • Búsqueda de empleo • Emprendimiento • Planeación de vida y carrera

TABLA 4. Temas propuestos para programas de educación financiera enfocados en la base de la pirámide.
Fuente: Microfinance Opportunities and Freedom from Hunger, 2006.

3

Análisis de brechas de educación financiera



3.1 MEJORES PRÁCTICAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA

En este apartado se enlistan las principales lecciones aprendidas de las mejores prácticas en educación financiera a nivel mundial, aplicables a la oferta de educación financiera en México. Se revisó de forma exhaustiva la literatura sobre la evaluación de múltiples programas, así como lo que las autoridades en educación financiera consideran buenas prácticas. Esta lista es una síntesis de las principales recomendaciones encontradas.

1.1 Los programas deben ser focalizados y deben estar diseñados para satisfacer las necesidades específicas del grupo que se busque atender.¹³

Los programas deben ser “hechos a la medida” para los diferentes segmentos de la población que busquen ser atendidos. Para lograr esto, se deben llevar a cabo estudios cuantitativos y cualitativos para identificar en la población objetivo cuál es su contexto, necesidades, aspiraciones, rasgos de personalidad, posibles limitantes para inscribirse a un programa de educación financiera, etc. Así, se asegura la relevancia del contenido para el segmento a atender, logrando un mayor impacto que acciones dirigidas al público en general.¹⁴

El contenido, así como el método de enseñanza de los programas, debe variar según el grupo que se busque atender, y debe adecuarse en aspectos como lenguaje y nivel educativo, experiencias de vida y testimonios de parte de personas con las que se sientan identificados. Esto provoca estímulos emocionales y que las personas se sientan entendidas, logrando captar su atención y retener lo aprendido en el programa.¹⁵

Otra posible variable de segmentación es la de espacio geográfico.

Se puede analizar a distintos niveles de agregación, como comunidades o estados, así como en rural y urbano. En el caso de México, se podría focalizar desde el nivel más micro (por ejemplo, una comunidad) a uno más amplio, como región (norte, centro, sur).

Se han desarrollado diversas metodologías para mejorar la probabilidad de que un producto o servicio sea útil para la población que se quiere atender. Por ejemplo, el Diseño Centrado en la Persona es una metodología que consiste en diseñar un servicio o producto basándose en la comprensión a profundidad de la población a la que se desea atender y a su entorno. Para lograr esto, se utilizan métodos cualitativos como entrevistas a profundidad y observación directa. A partir de lo observado en las investigaciones, se generan prototipos que serán probados y corregidos iterativamente, acompañados de estas personas, hasta lograr un producto que garantice la satisfacción de la necesidad buscada.

1.2 Cada programa debe tener múltiples canales, recursos, y métodos de enseñanza según el segmento de la población que se busque atender.¹⁶

Los métodos de enseñanza innovadores son más efectivos en captar la atención de las personas, estimular la memoria y la retención del contenido, particularmente en la base de la pirámide. Los diseños interactivos y experimentales, como los videojuegos o simuladores, suelen ser los más estimulantes.¹⁷ Asimismo, recursos como novelas, obras de teatro, transmisiones de radio, televisión, y otros medios narrativos, han sido eficientes para aumentar el conocimiento financiero y propiciar cambios de actitudes y comportamiento.

Las intervenciones únicas suelen tener un impacto muy limitado, por lo que se recomienda que las intervenciones sean en varias etapas, y que el contenido relevante sea reforzado en cada sesión.¹⁸

¹³ F.A. Messy, et al. (2016). *Financial Education Policies in Asia and the Pacific*.

¹⁴ OECD (2016). *Financial Education in Europe*.

¹⁵ OECD (2013). *Improving Financial Education Effectiveness*.

¹⁶ The World Bank. (2014). *Financial Education Programs and Strategies*; F. Messy

(2009). *OECD Financial Education Principles and Best Practices*.

¹⁷ A. Atkinson, et al. (2015). *Financial Education for Long-term Savings and Investments*.

¹⁸ OECD (2013). *Improving Financial Education Effectiveness*.

Debido a que la capacidad financiera es multidimensional, atender cada aspecto de esta requiere de diferentes medios de aprendizaje. Complementando con el punto 1.1, se debe averiguar cuál es la combinación de canales que optimiza el aprendizaje de cada grupo.

1.3 Para aumentar la receptividad y la utilidad de un programa, se debe impartir en momentos enseñables (oportunos).

La recomendación más común en la literatura sobre las buenas prácticas de educación financiera es la de llevar a cabo los programas en momentos enseñables. Esto implica que sea oportuno: que sea impartido en un momento o contexto que pueda ser beneficioso e inmediatamente accionable para los alumnos, logrando captar su interés y atención.¹⁹

Hay dos tipos de momentos enseñables. El primero es cuando las personas tienen que tomar una decisión financiera relevante respecto a su etapa de vida: matrimonio, educación superior de los hijos, retiro, etc. El segundo es antes y durante la adquisición de un producto o servicio financiero, o un bien duradero (por ejemplo, un auto o casa).

Si se quiere impartir el curso sin estar ligado a un suceso financiero relevante de los alumnos, se puede generar un momento enseñable si el contenido educativo se adapta al contexto de las personas. Así, el programa puede proveer de oportunidades reales para poner en práctica lo aprendido en el programa, volviéndolo experiencial, y por lo tanto relevante.²⁰

1.4 La formación y aprovechamiento de las relaciones sociales, o “Capital Social”,²¹ es clave para aumentar la motivación de las personas y para volver a la educación experiencial, así como para generar externalidades positivas en las comunidades de los individuos.²²

Las dinámicas grupales han demostrado aumentar la motivación en las personas que participan. Al estar motivados, los individuos están más dispuestos a aprender y poner en práctica lo aprendido. Los talleres participativos, al llevar a cabo actividades como compartir experiencias, discutir temas de interés común, y solucionar problemas conjuntamente, generan sentimientos de adhesión a un grupo o comunidad, lo cual es un fuerte incentivo para participar en el programa y para tomar acción respecto a su situación financiera.²³

De esta forma, se puede generar capital social,²⁴ pero también se puede aprovechar el que ya tienen los alumnos del programa (con su familia, amigos, comunidad, etc.). Existen tres formas en las que las relaciones sociales influyen la toma de decisiones financieras de las personas:

- 1) Transmisión de información
- 2) Presión social
- 3) Observación

Otra aplicación del Capital Social en la educación financiera es la capacitación de los maestros bajo el sistema de “entrenamiento de cascada” (entrenar a los entrenadores) entre “pares” (personas del mismo segmento de la población, por ejemplo, alumnos enseñando a otros alumnos),²⁵ la cual ha resultado eficiente para el interés y participación en los programas educativos.

1.5 Los programas voluntarios tendrán tasas de participación muy bajas si no se complementan con incentivos; los programas obligatorios pueden no tener los resultados esperados si no se logra motivar a los participantes.²⁶

Los programas de participación voluntaria tienden a tener poca participación. Las personas pueden percibir que los costos de participar en un programa de este tipo, como costo de transporte o de tiempo de ocio, serán mayores a los beneficios que este les traerá.²⁷ Los programas que son impartidos en lugares “obligatorios” y en horarios ordinarios, como la escuela o el trabajo, son más efectivos que los voluntarios.²⁸

Si no es posible impartir un programa obligatorio, se deben tomar dos tipos de acciones para aumentar la inscripción y terminación de un curso:

- 1) Otorgar incentivos monetarios o en especie
- 2) Facilitar las condiciones para participar en él²⁹

1.6 La finalidad última de los programas de educación financiera es lograr cambios conductuales perdurables; se deben incorporar elementos de la Economía del Comportamiento a la Teoría del Cambio subyacente al programa.

19 S. Agarwal, et al. (2017). *What Shapes Consumer Choice and Financial Products?*

20 OECD (2013). *Improving Financial Education Effectiveness.*

21 P. Bourdieu. (1986). *The Forms of Capital.*

22 L. Xu, et al. (2012). *Financial Literacy around the World.*

23 OECD (2013). *Improving Financial Education Effectiveness.*

24 L. Xu, et al. (2012). *Financial Literacy around the World.*

25 J. Goetz, J., et al. (2011). *A Peer-Based Financial Planning & Education Service Program.*

26 OECD (2013). *Improving Financial Education Effectiveness.*

27 M. Bruhn, et al. (2013). *Why Is Voluntary Financial Education So Unpopular? Experimental Evidence from Mexico.*

28 A. Atkinson, et al. (2015). *Financial Education for Long-term Savings and Investments; OECD (2016). Financial Education in Europe; OECD (2013). Improving Financial Education Effectiveness.*

29 M. Bruhn, et al. (2013). *Why Is Voluntary Financial Education So Unpopular?*

La educación financiera puede estar enfocada en alguna o en las tres etapas del proceso de aprendizaje: transmisión de conocimiento, cambio de comportamiento y confianza en las capacidades propias.³⁰ En los últimos años, el énfasis ha migrado de un enfoque tradicional de transmitir conocimiento hacia uno que busca cambiar el comportamiento financiero de las personas.

Esta tendencia está basada en utilizar la Economía del Comportamiento aplicada a las Finanzas. Su relevancia es debido a que explica cuáles son los sesgos cognitivos que influyen en el razonamiento de las personas, y cómo afecta a su toma de decisiones financieras. La premisa es que aunque las personas reciban información, mientras no se mitiguen estos sesgos que determinan a la retención y uso de información, los esfuerzos de los programas de educación financiera serán poco efectivos.³¹

Estos sesgos afectan a la población en general, aunque algunos de estos están exacerbados en los segmentos de bajos ingresos, lo que aumenta su vulnerabilidad. Adicional a estos, el contexto de las personas, la información con la que cuentan, y su percepción o confianza hacia las instituciones financieras influenciará a su situación financiera.

Algunos de los sesgos que afectan a las decisiones financieras son:³² impulsividad, intertemporalidad, seguridad excesiva, aversión a la pérdida, procrastinación/inercia, y tentación.

Estos sesgos hacen que las personas actúen diferente a lo planeado, dándose así la “brecha entre intención y acción”, particularmente si se requiere de fuerza de voluntad, atención, o esfuerzos que impliquen costos.

Por ende, los programas de educación financiera se deben enfocar en proporcionar herramientas que faciliten a las personas hacer lo que planean, cerrando la brecha mencionada. En otras palabras, se debe cambiar el comportamiento de las personas para que formen hábitos financieros positivos y abandonen los dañinos. Para lograr esto, se deben llevar a cabo estrategias que reduzcan los sesgos mencionados.

Algunos de los métodos para lograr esto y orientar a las personas a la acción son:

- Pruebas de conocimientos, actitudes y comportamiento, con diagnósticos inmediatos para concientizar a las perso-

nas de sus posibles sesgos cognitivos

- Inscripción automática a los programas y otros mecanismos facilitadores³³
- Incentivos monetarios o en especie condicionados³⁴
- Provisión inmediata de productos como cuentas bancarias de ahorro, o productos y servicios de prueba³⁵
- Mecanismos que generen compromiso, así como de rendición de cuentas³⁶
- Herramientas de visualización, que permitan observar su estado actual y progreso como resultado del cambio del programa
- Aumentar visibilidad de las acciones propias ante comunidad/grupo³⁷
- Apps u otros materiales gratuitos para presupuestar y llevar un control de gastos e ingresos
- Establecimiento explícito de metas
- Material (físico y en línea) que sirva de referencia básica al contenido de los cursos. Debe contener herramientas que eviten que se olvide lo aprendido, como listas³⁸

Como se mencionó en los puntos anteriores, la personalización del programa, la variedad de recursos y canales, las dinámicas grupales y que sea llevado a cabo en un momento enseñable, son métodos que provocan cambios conductuales.

Algunas consideraciones adicionales para la planeación de estrategias basadas en la Economía Conductual son:³⁹

- Presentación de la información (simpleza de información y de opciones, destacar beneficios inmediatos de comenzar a cambiar hábitos financieros y pérdidas potenciales por no hacerlo)
- Provisión de reglas básicas, no técnicas, que deban aplicar en su día a día (heurísticas, atajos, guías por pasos)
- Simulación de escenarios
- Asesorías personalizadas, imparciales a productos o servicios de instituciones particulares

La atención limitada debe ser considerada siempre al diseñar un programa: sin importar qué tan útil sea la información que se está proveyendo, si es excesiva puede saturar a las personas y causarles estrés.⁴⁰ El contenido debe ser relevante, oportuno, y fácil de digerir. Por esto se sugiere que los mensajes y el contenido de los cursos sean simples y concretos, para así retener su atención.⁴¹

30 OECD (2016). *G20/OECD INFE Core competencies framework*.

31 IMEC (2017). *Manual de Economía del Comportamiento*.

32 M. Altman. (2013). *What Behavioural Economics*.

33 *Ibid.*

34 M. Bruhn, et al. *Why Is Voluntary Financial Education So Unpopular?*

35 A. Atkinson, et al. (2015). *Financial Education for Long-term Savings and Investments*.

36 IOSCO & OECD (2018). *The Application of Behavioural Insights to Financial Literacy*.

37 IOSCO & OECD (2018). *The Application of Behavioural Insights to Financial Literacy*.

38 OECD (2013). *Improving Financial Education Effectiveness*.

39 *Ibid.*

40 S. Agarwal. (2017). *What Shapes Consumer Choice and Financial Products?*

41 Cities for Financial Empowerment Fund (2019). *Making the Case for Banking Access: Talking to Unbanked People about Bank Accounts*; F. Messy, et al. (2016). *Financial Education Policies in Asia and the Pacific*.

Para lograr lo anterior, se recomienda encontrar cuáles son los intereses y necesidades específicos de las personas a las que se quiere alcanzar, y comunicar solo conceptos clave.⁴² Si es mucha la información que se quiere transmitir, es recomendable aplicar varias intervenciones de corta duración, repitiendo la información más relevante.⁴³ Asimismo, es importante enseñar a las personas cómo buscar y comparar información, en vez de brindar demasiada.

Otra sugerencia es comunicar los beneficios tangibles que obtendrán del programa, los estilos de vida posibles que un buen manejo del dinero podría lograr, así como las consecuencias negativas que tienen los errores financieros. Es importante causar una reacción intuitiva de las personas: usar mensajes que apelen a sus necesidades, aspiraciones y preocupaciones aumenta su motivación y retención.⁴⁴

Para concluir, es importante resaltar que existen múltiples modelos de Economía Conductual que pueden ser aplicados en la construcción de programas de educación financiera. Dos de estos son el modelo EAST y MINDSPACE.



En México, las autoridades e instituciones financieras entrevistadas mostraron conciencia de las limitaciones de los programas actuales, que se basan principalmente en un método de enseñanza tradicional y sin un diseño conductual subyacente.

Como consecuencia, se están implementando programas que incorporan mejores prácticas, como el “entretenimiento educativo” (recursos innovadores e interactivos), y métodos de cambio conductual, ya que existe conciencia de que hay una brecha entre lo que las personas aprenden y lo que aplican, y de que el método didáctico es tan importante como el contenido del programa.

Actualmente, las instituciones no difunden la Teoría del Cambio que subyace a sus programas. La relevancia de conocerlas, es que hacen explícitos los resultados que el programa busca lograr, justi-

ficando su diseño e implementación y los indicadores que deberán utilizarse para una posterior evaluación y monitoreo.

3.2 ANÁLISIS DE BRECHAS DE LOS PROGRAMAS ACTUALES CON RESPECTO A LAS MEJORES PRÁCTICAS

En esta sección se realizó un análisis de brechas para identificar las áreas de oportunidad de los programas financieros del sector privado del país en comparación con las mejores prácticas internacionales identificadas en el punto 3.1. Los elementos de un Análisis de Brechas son:

- Área de enfoque: ¿qué tema quieres comparar?
- Estado futuro deseado: ¿dónde te gustaría estar?
- Estado actual: ¿dónde estás ahora?
- Brecha identificada: diferencia entre el estado deseado y el estado actual
- Líneas de acción: estrategias y proyectos a emprender para cerrar la brecha

En este análisis, se evaluó la situación de la oferta educativa en México respecto a las mejores prácticas enlistadas en la primera sección del componente presente.

Fue realizado de la siguiente forma:

- 1) El Estado deseado se basó en objetivos teóricos, apalancándose de las Mejores Prácticas que se establecieron anteriormente;
- 2) El Estado actual fue obtenido con estadísticas descriptivas provenientes de bases que codificaron los atributos principales de cada programa de educación financiera del sector privado en México.
- 3) El Estado actual y la brecha identificada se fusionaron en una sola columna, ya que la brecha la podemos inferir como la diferencia entre este estado y el estado futuro deseado.
- 4) Las Líneas de acción fueron obtenidas con la técnica de benchmarking, revisando las acciones que programas que han demostrado su efectividad llevaron a cabo.

Las tablas siguientes muestran para cada mejor práctica identificada, el estado futuro deseado, el estado actual de la oferta de educación financiera en México, así como las acciones propuestas para cerrar la brecha.

⁴² L. Xu, et al. (2012). *Financial Literacy around the World*.

⁴³ A. Atkinson, et al. (2015). *Financial Education for Long-term Savings and Investments*.

⁴⁴ S. Agarwal, et al. (2017). *What Shapes Consumer Choice and Financial Products?*

PERSONALIZACIÓN Y FOCALIZACIÓN

ESTADO FUTURO DESEADO	ESTADO ACTUAL Y BRECHA IDENTIFICADA	LÍNEA DE ACCIÓN
<p>Los programas están focalizados y su diseño se hace a partir de un análisis previo de las necesidades de la población objetivo. La elección del contenido, métodos y canales optimizan el aprendizaje del grupo en cuestión.</p>	<p>El 65% de los programas tiene algún esfuerzo de focalización. El resto está dirigido al público o no específica. Los programas de niños, jóvenes y migrantes están personalizados, más no es claro que los focalizados en mujeres lo estén.</p>	<p>Llevar a cabo una evaluación del grupo a atender con métodos cualitativos y cuantitativos. Utilizar metodologías como el Diseño Centrado en la Persona para asegurar la relevancia de los programas.</p>

GRÁFICA 1 Mejores prácticas 1. Fuente: CEC-ITAM, 2020.

VARIEDAD DE CANALES, RECURSOS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA

ESTADO FUTURO DESEADO	ESTADO ACTUAL Y BRECHA IDENTIFICADA	LÍNEA DE ACCIÓN
<p>Los programas utilizan diferentes canales, recursos y métodos de enseñanza para fomentar los múltiples aspectos de la capacidad financiera.</p>	<p>El rango de recursos es de 1 a 11, la mayoría (55%) contando con 1 y 2 recursos, mientras que el 18% utiliza más de 5 recursos. El 36% de los programas se imparte en línea, 34% es presencial y 31% canales mixtos.</p>	<p>Se debe complementar el uso de recursos tradicionales con los recursos innovadores que sean más relevantes para el segmento a atender (teatros, juegos, simuladores, cómics, etc.).</p>

GRÁFICA 2 Mejores prácticas 2. Fuente: CEC-ITAM, 2020.

MOMENTOS ENSEÑABLES

ESTADO FUTURO DESEADO	ESTADO ACTUAL Y BRECHA IDENTIFICADA	LÍNEA DE ACCIÓN
<p>Los programas están impartidos en momentos donde se tienen que tomar decisiones financieras relevantes. Los programas “generan” momentos enseñables adaptando lecciones al contexto.</p>	<p>10 programas (17%) hacen alguna referencia a los momentos enseñables, más no se llevan a cabo en momentos oportunos.</p>	<p>Impartir capacitaciones antes y durante la adquisición de productos financieros o de un evento financiero relevante. Proporcionar herramientas que sean inmediatamente accionables.</p>

GRÁFICA 3 Mejores prácticas 3. Fuente: CEC-ITAM, 2020.

CAPITAL SOCIAL

ESTADO FUTURO DESEADO	ESTADO ACTUAL Y BRECHA IDENTIFICADA	LÍNEA DE ACCIÓN
Los programas incluyen dinámicas de grupo, ya que estas generan adhesión a una comunidad y tienen efectos como motivación, compromiso y relevancia.	Iniciativas de ONGs, universidades y sociedades cooperativas llevan a cabo talleres participativos.	Llevar a cabo talleres participativos, capacitar a “pares” para impartir los cursos, involucrar a miembros de la comunidad.

GRÁFICA 4 Mejores prácticas 4. Fuente: CEC-ITAM, 2020.

RÉGIMEN DEL PROGRAMA

ESTADO FUTURO DESEADO	ESTADO ACTUAL Y BRECHA IDENTIFICADA	LÍNEA DE ACCIÓN
Los programas voluntarios están acompañados de incentivos, los obligatorios son relevantes y atinados.	Ninguno de los programas provee incentivos monetarios. Intervenciones experimentales han mostrado que los incentivos aumentan la participación en programas voluntarios.	Los programas deben disminuir su costo o dificultad de adopción e incrementar su beneficio percibido mediante incentivos (monetarios o en especie) para inscribirse al programa y terminarlo.

GRÁFICA 5 Mejores prácticas 5. Fuente: CEC-ITAM, 2020.

CAMBIO CONDUCTUAL

ESTADO FUTURO DESEADO	ESTADO ACTUAL Y BRECHA IDENTIFICADA	LÍNEA DE ACCIÓN
Los programas busca cambiar el comportamiento de forma significativa, no solo transmitir conocimiento.	El 25% de los programas utiliza herramientas conductuales, mientras que el 14% usa simuladores, cómics y otras actividades interactivas.	Incorporar herramientas enfocadas en cambiar la conducta financiera de las personas, basadas en la Economía Conductual.

GRÁFICA 6 Mejores prácticas 6. Fuente: CEC-ITAM, 2020.

3.3 ANÁLISIS DE BRECHAS POR SEGMENTOS

El análisis de brechas de esta sección fue realizado en los siguientes pasos. Primero, se identificó cuál es la segmentación más prac-

ticada en los programas de educación financiera a nivel internacional. Se encontraron los siguientes:

- Población objetivo: mujeres, migrantes, jóvenes, base de la pirámide,⁴⁵ tercera edad, micro-emprendedores.
- Etapa de vida: crédito, compra de casa, matrimonio.

⁴⁵ Como se comentó en el punto 1.3, se consideró base de la pirámide a trabajadores de zonas urbanas de escasos recursos y campesinos.

- Temas y capacidades financieras:⁴⁶ competencias respecto al dinero, Planeación y administración de las finanzas, Riesgos y retornos, y Sistema financiero.

Esta segmentación es congruente con las recomendaciones de diseñar e impartir programas según las necesidades específicas del grupo que se busque atender y la de llevarlos a cabo en momentos enseñables.

Posteriormente, se encontraron cuáles son las mejores prácticas para diseñar un programa según el enfoque que se desee tomar (por población objetivo, etapa de vida, o capacidades financieras).

El estado futuro deseado y actual se dividen en dos partes: en el estado deseado o actual para la población, etapa de vida, o capacidad financiera objetivo y la de la oferta de programas en México.

A continuación se describe el análisis de brechas, únicamente para las poblaciones objetivo.

MUJERES

ESTADO FUTURO DESEADO⁴⁷

Las mujeres:

- Cuentan con conocimientos y seguridad en sus habilidades para tomar decisiones financieras, lo cual les permite tener independencia económica.
- Pueden resolver su situación financiera a corto plazo reduciendo sus deudas, aumentando sus ahorros, y tomando oportunidades de negocio, y puede planear a largo plazo, formando un “colchón” de emergencias y ahorros para el retiro.
- Saben cómo adquirir productos y servicios financieros, y cuentan con capacidades laborales básicas. Esto les permite obtener trabajos dignos, emprender su propio negocio y les da la posibilidad de salir de situaciones indeseables para ellas.
- Cuentan con una red de apoyo entre otras mujeres que les ayuda a tomar acción y tomar mejores decisiones financieras, y que aumenta su Capital Social.
- Forman parte del sector financiero formal, con percepciones positivas respecto a él y conocimiento de sus productos, beneficios y cómo utilizarlos. Conoce las herramientas para buscar información sobre productos y servicios, comparar, escoger y pedir ayuda.

Los programas:

- Están segmentados para atender las necesidades de cada sub-grupo (viudas, tercera edad, bajos recursos, desempleadas, excluidas del sector financiero).
- Se comienzan a impartir desde edades tempranas, ya que desde entonces se empiezan a dar diferencias en niveles de conocimiento y patrones de conducta financiera.

ESTADO ACTUAL Y BRECHA IDENTIFICADA

Las mujeres:

- Son el grupo más vulnerable de la población mexicana, sobre todo las mujeres indígenas.⁴⁸
- Tienen niveles desiguales de conocimientos financieros, seguridad propia, y acceso a servicios financieros formales. Además, muestran mayor dificultad que los hombres en buscar información y asesorías.⁴⁹
- Tienen mayor probabilidad de: enviudar primero que su pareja (expectativa de vida mayor),⁵⁰ contar con un nivel educativo menor,⁵¹ no tener una pensión o cuenta de ahorros, no contar con una generación de ingresos constante, ser más vulnerables debido a menores periodos de trabajo.⁵²
- Tienen una independencia financiera limitada debido a factores sociales y culturales.
- Son más difíciles de inscribir a estos programas, debido a una falta de tiempo por trabajo o cuidado del hogar referida por ellas mismas.

Los programas:

- No existen enfocados a niñas.
- No evalúan los resultados de sus intervenciones diferenciando por sexo.
- Tienen poca focalización en este segmento.
- No están apegados a las mejores prácticas internacionales.

LÍNEAS DE ACCIÓN

- Combinar la educación financiera con acceso a productos financieros, así como otras capacitaciones (emprendimiento, capacidades laborales, cuidado de salud, etc.).
- Proporcionar espacios para llevar a cabo grupos de auto-ayuda y de rotación de ahorro y de deuda. Está comprobado que la pertenencia a un grupo, además de ocasionar comportamientos financieros positivos, afecta beneficiosamente al bienestar general de las personas.
- Llevar el programa a cabo en momentos enseñables (matrimonio, nacimiento de hijos, manejo de emergencias), enfocándose primero en el corto plazo.

⁴⁶ Tomadas del marco conceptual que la OCDE propone como las competencias que los programas financieros deben proveer.

⁴⁷ OECD (2013). *Women and Financial Education: Evidence, Policy Responses and Guidance*.

⁴⁸ CONEVAL (2018). *Población indígena con carencias en todos los derechos sociales*.

⁴⁹ OECD (2013). *Women and Financial Education: Evidence, Policy Responses and*

Guidance.

⁵⁰ L. Xu, et al. (2012). *Financial Literacy around the World*.

⁵¹ OECD (2013). *Women and Financial Education: Evidence, Policy Responses and Guidance*.

⁵² *Ibid.*



COMENZAR
A IMPARTIR
EDUCACIÓN
FINANCIERA
DESDE
EJES
TEMPRANAS.

- Comenzar a impartir educación financiera desde edades tempranas.
- Impartir cursos antes y durante procesos financieros (adquisición de beneficios de programas sociales, obtención de crédito, apertura de cuentas).
- Utilizar recursos y canales adecuados según el medio (rural/urbano), nivel-socioeconómico, edad, etc.⁵³

Entre los programas más exitosos a nivel global que atienden a este segmento, destacan: Safe and Smart Savings Products for Vulnerable Adolescent Girls, enfocado en mujeres jóvenes, Kenia y Uganda; Mujeres Ahorradoras en Acción, enfocado en mujeres de escasos recursos, Colombia; Wi\$e Up, enfocado en mujeres de la tercera edad y de alta marginación, EUA; Gender-responsive Economic Actions for the Transformation of Women (GREAT Women), enfocado en mujeres emprendedoras y de bajos ingresos, Filipinas; Women's Entrepreneurship Development and Gender Equality (WEDGE), enfocado en micro-emprendedoras de escasos recursos, Cambodia.

MIGRANTES ⁵⁴

ESTADO FUTURO DESEADO

Los migrantes:

- Han recibido capacitaciones financieras junto con sus familiares, y saben cómo optimizar el monto y frecuencia de remesas, así como el uso que se le da.
- Saben qué productos están disponibles para ellos, en qué instituciones, qué deben hacer y dónde acudir en caso de dudas o emergencias.
- Tienen conocimientos sobre productos específicos para ahorro, cómo encontrar el mejor intermediario para mandar remesas, tipos de remesas, pago de crédito, acceso a microcréditos, cómo manejar e invertir el dinero, emprendimiento, innova-

ción, depósitos, comparar precios, y sobre el retiro.

- Saben cuáles son los fraudes y abusos a los que son susceptibles y cómo evitarlos.

ESTADO ACTUAL Y BRECHA IDENTIFICADA

Los migrantes:

- Son grupos vulnerables de las sociedades donde se encuentran, con barreras al acceso de productos y servicios financieros. Adicionalmente, la oferta de productos especializados para migrantes no es alta, y cuando sí existe está acompañada de un desconocimiento de su existencia por parte de ellos.
- Los migrantes mexicanos presentan niveles educativos menores a los de otros países, lo cual los convierte en objeto de fraude y abusos. Adicionalmente, tienen familias mayores al promedio estadounidense (cinco integrantes), y son el grupo de la población peor pagado de EUA, el mayor receptor de migrantes mexicanos.
- Tienen niveles de conocimiento financiero bajos, no tienen cuentas bancarias y muestran una baja disposición a participar en programas de ahorro para el retiro o tener cuentas de crédito. Factores que pueden influir en esto son la falta de fluidez del idioma local, falta de entendimiento de su sistema financiero y discrepancias culturales.

Los programas:

- No están focalizados en migrantes, únicamente Banco Azteca cuenta con un programa focalizado a este segmento.

LÍNEAS DE ACCIÓN ⁵⁵

- Para que sean oportunos, los programas deben estar segmentados en tres partes: antes de partir (los programas incluyen planificación financiera y servicios y productos financieros básicos, como ahorro y crédito); estancia fuera del país (enfocado en remesas); regreso (emprendimiento y retiro).
- Debido a que este segmento de la población suele tener percepciones negativas del sector financiero, el uso de mensajes breves y concisos pero al mismo tiempo relevantes es efectivo para llamar su atención, por ejemplo: "Cual sea el producto, recuerda:
 - 1) Saber los beneficios
 - 2) Entender los riesgos
 - 3) Considerar los costos" (Campaña Nacional de Indonesia, 2008).
- Proporcionar información sobre ahorros, remesas, pago de crédito y microcréditos. Posterior a esto, deben aplicar este conocimiento en actividades prácticas. Finalmente, se pide retroalimentación a los migrantes para verificar si fue fácil de entender y aplicar. (Programa del Banco Central de Indonesia).

⁵³ OECD (2013). *Women and Financial Education*.

⁵⁴ Atkinson, A. & Messy, F. (2015). *Financial Education for Migrants and their Families*.

⁵⁵ *Ibid.*

- Crear herramientas que: muestren y comparen los costos de las remesas, incluidos comisiones y otros cargos; faciliten la transferencia de remesas a través de la tecnología.
- Proporcionar un “Kit de Manejo del Dinero” para cuando lleguen a su destino, con contenido audiovisual en su idioma nativo. (Money Smart, Australia).

Entre los programas más exitosos a nivel global que atienden a este segmento, destacan: Pravasi Bandhu Welfare Trust, Qatar; Philippine Overseas Workers Welfare Administration, Filipinas; Yunnan Institute for Development, China; Mahatma Gandhi Pravasi Suraksha Yojana, India; Plan Nacional de Inclusión Financiera, Indonesia.

JÓVENES

ESTADO FUTURO DESEADO

Los jóvenes:

- Saben cómo administrar sus ingresos, ya sean laborales o no laborales, para dedicarlos a lo que ellos prioricen, y cuentan con estrategias para disminuir gastos.
- Saben conceptos básicos financieros y económicos, como qué tipos de riesgo existen y cómo protegerse contra ellos, y qué implica ser un consumidor financiero responsable.
- Cuentan con habilidades que neutralizan los sesgos cognitivos que afectan a la toma de decisiones financieras a lo largo de su vida, como el desarrollo de paciencia y auto-control. Saben diferenciar una necesidad de un deseo, y toman decisiones más consistentes en el tiempo.⁵⁶
- Tienen la capacidad de elaborar un presupuesto.
- Ahorran para productos que se deseen comprar, educación futura, etc.
- Piden asesoría financiera de organismos de este sector.

ESTADO ACTUAL

- La adopción y uso de productos y servicios financieros formales es baja debido a falta de confianza en las instituciones financieras, ya sea propia o de los padres, o conocimiento e información limitados.⁵⁷
- Este segmento de la población es más maleable, pues se encuentran en un proceso de desarrollo de hábitos.⁵⁸
- Se enfrentan a mercados financieros cada vez más sofisticados, los cuales serán difíciles de navegar sin las habilidades adecuadas.
- Dan mayor preponderancia al presente.
- Los jóvenes que cuentan con educación profesional son los más proclives a mejorar sus actitudes respecto al ahorro y retiro.⁵⁹

Los programas:

- Tienen un promedio de recursos utilizados mayor al de los no focalizados: 5.3 vs. 2.7.
- Algunas ONG trabajan con escuelas, mas la educación financiera de forma obligatoria en el país es prácticamente inexistente.

LÍNEAS DE ACCIÓN

- Volver obligatorios que los programas sean impartidos en la escuela, por un periodo prolongado, y en horarios escolares, ya que este tipo de intervención es más efectiva que las voluntarias y extracurriculares; estos tienden a tener impactos nulos.⁶⁰ Debe ser una materia propia o adjunta a otras, como Economía, Negocios, Ética, Ciencias Sociales, Matemáticas, etc.⁶¹
- Empezar desde una edad temprana, de forma continua durante los años escolares.
- Los maestros deben recibir capacitaciones específicas para impartir temas de educación financiera.⁶²
- Utilizar recursos experienciales.⁶³
- Aplicar encuestas sobre hábitos financieros del hogar, y que midan aspectos de la personalidad y preferencias, así como de su comportamiento financiero.⁶⁴ Esto contribuirá a personalizar el contenido del programa.
- Utilizar un sistema en el que otros jóvenes o compañeros den las capacitaciones, para aumentar la probabilidad de que entiendan y apliquen los conocimientos, y para que puedan compartir experiencias parecidas a los de los otros alumnos.⁶⁵

JÓVENES DEN LAS CAPACITACIONES Y COMPARTIR EXPERIENCIAS



- Enfocarse en comunicar los beneficios tangibles y cuantitativos que obtendrán, así como estilos de vida que podrían permitirse en el futuro y consecuencias que podrían tener errores financieros.

⁵⁶ V. Frisancho. (2019). *The Impact of Financial Education for Youth*.

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ M. Bruhn, et al. (2013). *Why Is Voluntary Financial Education So Unpopular?*

⁶⁰ Frisancho. (2019). *The Impact of Financial Education for Youth*.

⁶¹ *OECD Financial Education Principles and Best Practices*.

⁶² V. Frisancho. (2019). *Educación Financiera en la Escuela Secundaria*.

⁶³ *OECD Financial Education Principles and Best Practices*.

⁶⁴ V. Frisancho. (2019). *Educación Financiera en la Escuela Secundaria*.

⁶⁵ J. Goetz (2011). *A Peer-Based Financial Planning & Education Service Program*.

- Aplicar teorías conductuales al diseño de los programas. Tres ejemplos de las acciones tomadas por otras instituciones en este respecto:⁶⁶
 - cursos para alumnos universitarios;
 - desarrollo de una plataforma para jóvenes de bachillerato y licenciatura, que contenga juegos y técnicas de aprendizaje experiencial, e incentive a tomar decisiones financieras (respecto a ahorro, inversiones, consumo, etc.);
 - programa anual para alumnos de secundaria y bachillerato que busque fomentar habilidades financieras y aumentar conocimiento.

Entre los programas más exitosos a nivel global que atienden a este segmento, destacan: Programa Piloto de Educación Financiera, Brasil; My Classroom Economy, EUA; Finanzas en mi colegio, Perú; Aflatoun y Honest Money Box, Ghana; Money Talks; Should I be listening?, EUA.⁶⁷

BASE DE LA PIRÁMIDE

ESTADO FUTURO DESEADO⁶⁸

La base de la pirámide:

- Cuenta con capacidades y conocimientos para presupuestar y llevar a cabo planificaciones para el hogar y sus negocios, administración de proyectos, manejo de efectivo, ahorro, y efectos estacionales en sus negocios.
- Transmite información de los beneficios de la educación financiera a sus familias y comunidades.
- Cuenta con habilidades administrativas y con la seguridad para emprender un negocio propio.
- Toman mejores decisiones sobre cómo asignar sus ingresos y hace apartados de dinero distinguiendo entre necesidades esenciales y superfluas.
- Entiende la terminología básica del sistema económico y financiero.
- Saben qué es una tasa de interés y cómo afecta a sus ahorros y a sus deudas.

ESTADO ACTUAL

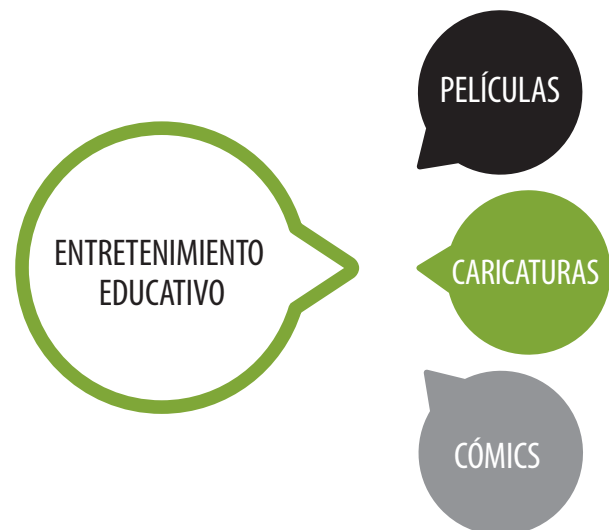
- Diferentes encuestas y estudios arrojan la siguiente evidencia en países de ingresos bajos:⁶⁹ la educación financiera tiene una correlación positiva con la tenencia de una cuenta bancaria; la educación financiera afecta a la obtención de seguros; la educación financiera enfocada al emprendimiento es baja.
- En los países en desarrollo, los ingresos provienen de pequeños negocios. No suelen ser parte del sector financiero, por lo que sus probabilidades de aumentar sus ahorros de forma segura y obtener acceso a créditos de calidad son bajas.

Programas:

- No están lo suficientemente enfocados en emprendimiento.
- Las cooperativas, Banco Azteca y Citibanamex son los principales proveedores de programas para este segmento.

LÍNEAS DE ACCIÓN

- Utilizar canales innovadores. Estos son más efectivos en este segmento, ya que no están tan familiarizados al sistema tradicional de educación. Algunos recursos innovadores son telenovelas y teatros, las cuales muestran altos niveles de retención después de ser vistas.
- Generar guías de temas relacionados con el dinero que sean fáciles de entender.
- Comprender cuáles son las metas económicas de las familias, cómo manejan sus recursos, qué hacen para generar ingresos, y cómo sobrellevan las adversidades económicas.
- Considerar que existe una relación negativa entre alcance de los programas y su impacto, siendo los canales más efectivos (de mayor a menor): asesoría particular; grupos comunitarios de deuda y ahorro; capacitaciones en salones de clase; telenovelas; radio; campañas en medios masivos de comunicación.
- Recurrir al “entretenimiento educativo”, con canales como películas, caricaturas y cómics.



Entre los programas más exitosos a nivel global que atienden a este segmento, destacan: Scandall, Sudáfrica; Financial education impact project, Uganda; ACDEP Financial Education Project (AFE), Ghana; Gender, Socioeconomic Status, and Youth HIV Risk and Enhancing the Economic, Health, and Social Capabilities of Highly Vulnerable Youth, Sudáfrica; Bubomi – Absa, Sudáfrica.

⁶⁶ IOSCO & OECD (2018). *The Application of Behavioural Insights to Financial Literacy*.

⁶⁷ A. Amagir, et al. (2018) *A review of financial-literacy education programs for children and adolescents*.

⁶⁸ J. Sebstad, et al. (2003). *Financial Education for the Poor. Financial Literacy Project*.

⁶⁹ L. Xu, et al. (2012). *Financial Literacy around the World*.

TERCERA EDAD/RETIRO

ESTADO FUTURO IDEAL

Los adultos mayores:

- Son capaces de:⁷⁰ administrar sus gastos en salud; pagar cuentas a tiempo; saber qué tratamientos requieren y cuáles son sus opciones; tomar decisiones de acuerdo con los recursos disponibles; planear para el largo plazo y manejar sus gastos cotidianos.
- Saben cuáles son los principales abusos hacia su grupo de edad y cómo prevenirlos.
- Saben el valor de sus bienes inmuebles, inversiones y ahorros, y cómo administrarlos.
- Si así lo desean, cuentan con las herramientas para encontrar un trabajo. Si ya están retirados, conocen el funcionamiento del Seguro Social y de su pensión. Al mismo tiempo, saben de qué programas podrían ser beneficiarios y cómo aplicar a ellos.
- Cuentan con asesores que los guían en procesos financieros y los ayudan a optimizar sus ingresos y gastos.
- Sus familiares cuentan con la información de cómo manejar las finanzas de una tercera persona.
- Antes de retirarse, se preparan para recibir una pensión, y planean acorde a ella.
- Saben cómo evitar errores comunes en procesos financieros y toman acciones preventivas para escenarios indeseables junto con su familia y/o los que tomen cuidado de ellos.

ESTADO ACTUAL

Los adultos mayores:

- Necesitan conocimiento sobre finanzas personales y de cómo manejar sus necesidades de salud.
- Deben hacerse cargo de decisiones y gastos que antes tal vez eran asumidos por los empleadores.⁷¹
- Cuentan con una reducida habilidad cognitiva, más la confianza para tomar decisiones financieras no se reduce,⁷² así como una tendencia negativa a buscar información.⁷³
- Presentan menos capacidad para tomar decisiones debido a la reducción de su capacidad de comunicarse, transportarse y la dependencia de otras personas.⁷⁴
- Son vulnerables a abusos y fraudes.
- Tienen dificultades para ingresar al mercado laboral después de la edad de retiro.
- Les es difícil adaptarse al cambio tecnológico, o encontrar productos acorde a sus necesidades.

Los programas:

- Cuentan con información sobre el retiro, principalmente en los sitios web, mas no programas especializados.
- El producto que más se promociona es el de aportaciones voluntarias.

LÍNEAS DE ACCIÓN

- Impartir lecciones para que aprendan sobre: sus necesidades de salud y considerar sus opciones; el tamaño de ahorros e ingreso necesarios para gastos mensuales; opciones de seguros y cuidados de salud; planeación a largo plazo; terminología sobre seguros, como prima, deducibles y reembolsos.
- Dar materiales sobre la Seguridad Social y la Afore.
- Formar talleres.
- Brindar ayuda individualizada.⁷⁵
- Trabajar siguiendo las prioridades establecidas por el GPFI para atender la inclusión y educación financiera de los adultos de la tercera edad:⁷⁶ identificación de necesidades a través de la recolección de datos y evidencia sobre la oferta y demanda de educación financiera para este segmento; fortalecer habilidades digitales y conocimientos financieros; desarrollar productos que incentiven la planeación a largo plazo, acompañados de asesorías.
- El diseño debe considerar ahorro y seguridad. Algunos incentivos podrían ser transferencias automáticas o premios al ahorro (depósitos emparejados); utilizar tecnologías inclusivas, que tomen en cuenta aspectos de protección y de educación. Este segmento tiene barreras de adopción de medios tecnológicos, por lo que se pueden aplicar de otras formas, como con tecnología biométrica, que facilitaría a adultos con discapacidades la autonomía y mantenerse incluidos.



**SE DEBE CONSIDERAR
ALGUNOS INCENTIVOS
PODRÍAN SER TRANSFERENCIAS
AUTOMÁTICAS O PREMIOS AL
AHORRO (DEPÓSITOS EMPAREJADOS)**

70 S. MacLeod, et al. (2017). *The Growing Need for Resources*

71 *Ibid.*

72 *Ibid.* Ohata, H. (2015). *Financial Education for Elderly People.*

73 S. Agarwal, et al. (2017). *What Shapes Consumer Choice and Financial Products?*

74 GPFI & OECD (2019). *G20 Fukuoka Policy Priorities on Aging and Financial Inclusion - 8 Key Steps to Design a Better Future.*

75 OECD (2013). *Improving Financial Education Effectiveness.*

76 GPFI & OECD (2019). *G20 Fukuoka Policy Priorities on Aging and Financial Inclusion.*

Entre los programas más exitosos a nivel global que atienden a este segmento, destacan: New Horizons Programme for Seniors, Canadá; Money Smart for Older Adults, EUA; Bolsa Familia, Brasil; Financial Education Activation Plan, Corea del Sur; Fundación AARP, EUA.

MICRO-EMPREDIMIENTO

ESTADO FUTURO DESEADO

Los emprendedores:

- Cuentan con independencia económica, con negocios propios estables y finanzas sanas.
- Tienen acceso a servicios financieros formales.
- Están capacitados para afrontar las responsabilidades del día a día de sus negocios, así incrementando sus utilidades y asegurando su supervivencia.
- Pueden implementar modelos de negocio competitivos, escalables, innovadores, digitalmente adaptados, y sostenibles.
- Cuentan con habilidades empresariales, actitud positiva, aceptan y toman riesgos, y se adhieren a mejores prácticas legales y económicas.

ESTADO ACTUAL

- El 85% de las MiPyMEs en México no sobreviven más de tres años. Algunas de las razones por las que esto ocurre son: falta de acceso a créditos competitivos; complejidad legal para formalizar un negocio; falta de adopción de medios digitales; falta de educación financiera.⁷⁷
- La ausencia de conocimiento en el negocio que se inicia, la carencia de planeación administrativa y financiera, así como la poca capacidad de análisis de variables económicas causan que las MiPyMEs mexicanas no logren sobrevivir.⁷⁸
- La oferta en México de programas de educación financiera no se ha enfocado a este segmento.

LÍNEAS DE ACCIÓN

- Personalizar según el tipo de emprendedor que se busque atender, la etapa de vida en la que se encuentra el negocio, y segmento de la población a la que pertenece (jóvenes, mujeres, tercera edad, etc.).
- Impartir información, enseñar habilidades, y moldear actitudes respecto a cuatro temas principales:⁷⁹ elección y uso de productos y servicios financieros; administración financiera y empresarial; planeación; seguros; entorno financiero y económico.
- Proporcionar capacitaciones basadas en heurísticas, ya que se ha comprobado que este método, aplicado a micro-emprendedores de la base de la pirámide, es el más efectivo para mejorar el desempeño de las actividades financieras de los negocios, así como sus utilidades.

⁷⁷ Rodríguez, J. (2017). *Los principales riesgos de una Pyme*.

⁷⁸ Saucedo, J. (2015). *Micro, pequeñas y medianas empresas y su relación con la educación financiera*

BRINDAR ASESORÍA PERSONALIZADA



- Brindar asesoría personalizada.
- Llevar a cabo estrategias para construcción de historial crediticio.
- Enseñar a utilizar medios digitales para diversos aspectos del negocio, como contaduría, inventarios, registros de ingresos y egresos, seguridad, cobranza, mercadotecnia, etc.⁸⁰
- Impartir lecciones de contaduría básicas de temas como Estados Financieros, impuestos, decisiones de inversión, etc.
- Condicionar la adquisición de servicios y productos financieros, o elegibilidad para apoyos del gobierno, con la terminación de programas de educación financiera especializados en micro-emprendedores.

Entre los programas más exitosos a nivel global que atienden a este segmento, destacan: Your Business- Money Smart, Australia; Financial Services Authority (OJK), Indonesia; People's Bank, China; Development of entrepreneurship skills and entrepreneurial learning, Estonia; Entrepreneurship Development Institute, India.

3.4 RECOMENDACIONES SOBRE ÁREAS DE OPORTUNIDAD PARA CREAR NUEVAS INICIATIVAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA EN MÉXICO

Con base en los resultados de los tres componentes, se identificaron seis áreas de oportunidad principales sobre la oferta de educación financiera en México:

- Proporcionar educación financiera a adultos mayores y cerca del retiro
- Integrar la educación financiera a jóvenes y niños a programas escolares
- Programas sostenibles de educación financiera en zonas rurales
- Programas a sub-segmentos de mujeres con mayor vulnerabilidad
- Programas vinculados a momentos enseñables
- Retiro enfocado a jóvenes

⁷⁹ OECD/INFE Core competencies framework on financial literacy for MSMEs

⁸⁰ Drexler et al. *Keeping it Simple: Financial Literacy and Rules of Thumb*

A continuación se describe cada una de estas áreas de oportunidad.

PROPORCIONAR EDUCACIÓN FINANCIERA A ADULTOS MAYORES Y CERCA DEL RETIRO



Aunque existe contenido en los sitios web sobre retiro, no existen programas que cumplan con las mejores prácticas respecto a este segmento. Un programa debería:⁸¹

- Estar enfocado en este segmento.
- Contar con canales y recursos adaptados a las necesidades y limitantes de este segmento (adopción digital, impedimentos cognitivos y físicos, características socioeconómicas, etc.).
- Llevarse a cabo en momentos oportunos (antes de jubilarse/ recién pensionados).
- Capacitar enfocándose a la identificación y prevención de posibles abusos.
- Brindar asesorías personales.

INTEGRAR LA EDUCACIÓN FINANCIERA A JÓVENES Y NIÑOS A PROGRAMAS ESCOLARES



Las mejores prácticas señalan que la educación financiera se debe comenzar desde edades tempranas y de manera formal.⁸²

Sin embargo, en México las escuelas no tienen incorporados esquemas de educación financiera, siendo estas de iniciativa privada y con alcance limitado.

- Se ha demostrado que en este segmento, los programas más exitosos se llevan a cabo: de forma obligatoria y/o en horarios ordinarios.
- Se deben utilizar métodos de enseñanza basados en Economía Conductual.
- Los recursos y canales deben ser mixtos (innovadores y tradicionales), así como experienciales e interactivos.⁸³
- Las capacitaciones deben ser “en cascada” y entre pares (otros jóvenes), para así aumentar relevancia y convertir en Momento Enseñable.

PROGRAMAS SOSTENIBLES DE EDUCACIÓN FINANCIERA EN ZONAS RURALES



De acuerdo con las entrevistas llevadas a cabo, los programas de educación financiera en este segmento suelen ser de corta duración y de efectos limitados, además de existir poca oferta de parte del sector privado. Se sugiere:⁸⁴

- Llevar a cabo los programas como complemento a suscripción a programas sociales, no solo antes si no durante la duración del beneficio.
- Recibir entrenamiento financiero y productivo; herramientas de ejercicios prácticos.
- Implementar un sistema de asesoría entre pares.
- Promover el ahorro a través de diferentes canales: capacitaciones por medios digitales, alcancías diseñadas bajo teoría de economía del comportamiento, información sobre productos financieros formales, promoción de grupos de ahorro.

⁸¹ GPFI & OECD (2019). G20 Fukuoka Policy Priorities on Aging and Financial Inclusion - 8 Key Steps to Design a Better Future.

⁸² F.A. Messy, et al. (2016). Financial Education Policies in Asia and the Pacific.

⁸³ L. Xu, et al. (2012). Financial Literacy around the World.

⁸⁴ Fundación Capital. <https://www.fundacioncapital.org/home>

PROGRAMAS A SUB-SEGMENTOS DE MUJERES CON MAYOR VULNERABILIDAD



En México existen brechas de género importantes en educación e inclusión financiera, así como en variables económicas que posicionan a las mujeres en situaciones de vulnerabilidad, particularmente las mujeres de zonas rurales, indígenas y campesinas son particularmente vulnerables. Existen programas, sobre todo de ONGs, que buscan atender a mujeres en situaciones de inseguridad económica. Se sugiere:

- Tomar en cuenta necesidades y circunstancias específicas de cada subgrupo dentro del segmento (jóvenes y niñas, viudas y tercera edad, madres solteras, excluidas del sector financiero, emprendedoras, etc.), así como las barreras que puedan tener para acceder a los programas.
- Apoyar en generar estrategias que mejoren su situación a corto plazo y después a planear a largo plazo, combinando el acceso a productos financieros formales y educación sobre emprendimiento.
- Generar capital social a través de talleres participativos (empoderamiento, seguridad, efecto de redes sociales) y aprovechar el ya existente.⁸⁵

PROGRAMAS VINCULADOS A MOMENTOS ENSEÑABLES

Aunque los programas cuentan con información en línea sobre ciertos momentos enseñables (momentos en los que toman decisiones financieras relevantes), no hay evidencia de que los programas lleven a cabo su enseñanza en momentos oportunos para su población objetivo. Está demostrado que es más probable que las personas cambien su comportamiento financiero o retengan más la información si se da durante estos. Se sugiere:

- Que las intervenciones acompañen a procesos de adquisición de productos o servicios financieros. Estas deben ser antes y durante los procesos (por ejemplo: compras, reclamos, renovaciones).⁸⁶
- Para esto, se sugiere trabajar junto con proveedores de servicios financieros.
- Considerar las características socio-demográficas de las personas, para identificar posibles sesgos cognitivos y encontrar formas más eficientes de comunicación y transmisión de contenido.
- Proveer herramientas y material práctico que faciliten comprensión.

RETIRO ENFOCADO A JÓVENES



Instancias del sector público y privado han mostrado su preocupación por la falta de ahorro generalizada y la falta de aportaciones voluntarias a las Afores. Para esto se sugiere:

- Aplicar métodos conductuales para incentivar ahorro (mensajes de texto, domiciliación y transferencias automáticas).
- Utilizar herramientas creativas para enseñar efectos positivos y negativos futuros respecto a la planeación del retiro (o falta de). Ejemplo: calculadoras, simuladores de la persona en la tercera edad.⁸⁷
- Llevar a cabo seminarios en universidades o lugares de trabajo; efectos de redes sociales ampliamente documentados (transmisión de información, presión social y observación).⁸⁸
- Mostrar beneficios de aportaciones voluntarias.
- Enfocarse en cómo se comunica el mensaje; está demostrado que el cambio de comportamiento depende más del arreglo y elección de palabras que del contenido objetivo.

⁸⁵ OECD (2013). *Improving Financial Education Effectiveness*.

⁸⁶ *Ibid.*

⁸⁷ A. Atkinson, et al. (2015). *Financial Education for Long-term Savings and Investments*.

⁸⁸ OECD (2013). *Improving Financial Education Effectiveness*; S. Agarwal, et al. (2017). *What Shapes Consumer Choice and Financial Products?*

3.5 CONCLUSIONES

De una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre programas eficaces en cambiar el comportamiento financiero de las personas, se definieron las seis mejores prácticas que los programas de educación financiera deben tener.

La práctica más relevante es la de emplear teorías de economía conductual aplicada a las finanzas. Esto debido a que sin un diseño de programa que contemple estos aspectos, solo se podrá esperar aumentar el conocimiento financiero, más no cambiar el comportamiento. Aunque el fin del programa sea aumentar conocimiento, sin técnicas de economía conductual las probabilidades de que las personas retengan lo aprendido son bajas.

Las otras prácticas se resumen en focalización y personalización de los programas según el grupo atendido y contemplan: integrar variedad de recursos y canales innovadores en la enseñanza; generar redes sociales a través de talleres participativos, así como explotar el capital social ya existente de los participantes; e impartir los programas en momentos enseñables, u oportunos, momentos donde las personas tienen que tomar decisiones financieras importantes y pueden poner lo aprendido en práctica inmediatamente.

En el análisis de brechas de los programas actuales con respecto a las mejores prácticas, se comparó la información obtenida sobre la oferta de educación financiera en el país del Componente 1, con las mejores prácticas mencionadas. Para cada práctica se obtuvo el estado futuro deseado y se comparó con la situación actual de ese rubro. Finalmente, se hicieron propuestas para cerrar la brecha entre el estado actual y el deseado.

Las principales brechas son:

- Los esfuerzos por aplicar herramientas conductuales son escasos (25% de los programas tiene alguna herramienta conductual), mientras que el 14% cuenta con simuladores y cómics, herramientas interactivas más populares entre los programas de educación financiera.
- El 65% de los programas declara estar focalizado hacia un segmento de la población, más no es claro el nivel de personalización alcanzado. La focalización en jóvenes es la más popular, mientras que la de migrantes y discapacitados es llevada a cabo solo por un programa.
- La mayoría de los programas utiliza solo de 1-3 recursos (55%), mientras que solo el 18% usa más de cinco.

- El 17% de los programas tiene módulos de información sobre algún momento enseñable (obtención de crédito, hipoteca o matrimonio), mas no hay programas que se encarguen de impartir sus talleres aunados a estos procesos.
- La mayoría de los programas son voluntarios, lo cual tiene tasas de inscripción y de terminación muy bajas.⁸⁹

En cuanto al análisis de brechas por segmentos, se tomaron tres segmentos de educación financiera (poblacional o sociodemográfico, momentos enseñables, y temas y capacidades financieras) y se determinaron las brechas en la oferta de México.

Hallazgos importantes son:

- La falta de focalización hacia mujeres y niñas, y la falta de adaptación a mejores prácticas de los programas ya existentes.
- La educación financiera en las escuelas no es obligatoria, y esta es la modalidad más eficaz para que los jóvenes cambien su comportamiento financiero.
- Los programas para la base de la pirámide no incluyen lo suficiente al emprendimiento.
- No hay programas para adultos de la tercera edad, solo programas que hablan del retiro, además de que no hay un enfoque en que los jóvenes comiencen a planear para este.
- Existe información sobre crédito, más no es obligatorio cursar programas de educación financiera para adquirir uno.
- Los programas en México no están lo suficientemente enfocados en que las personas obtengan seguridad en las habilidades financieras propias. Al ser de corte tradicional se enfocan en pasar conocimiento.

Finalmente, basados en los análisis de brechas, se realizaron propuestas de programas de educación financiera que atendieran las áreas de oportunidad más evidentes y más urgentes: educación a adultos mayores, programas obligatorios en las escuelas, alcance a zonas rurales, atención a mujeres con mayor vulnerabilidad, impartir los programas en momentos oportunos, y enseñar sobre retiro a jóvenes.

⁸⁹ M. Bruhn, et al. (2013). *Why Is Voluntary Financial Education So Unpopular? Experimental Evidence from Mexico.*

4. BIBLIOGRAFÍA

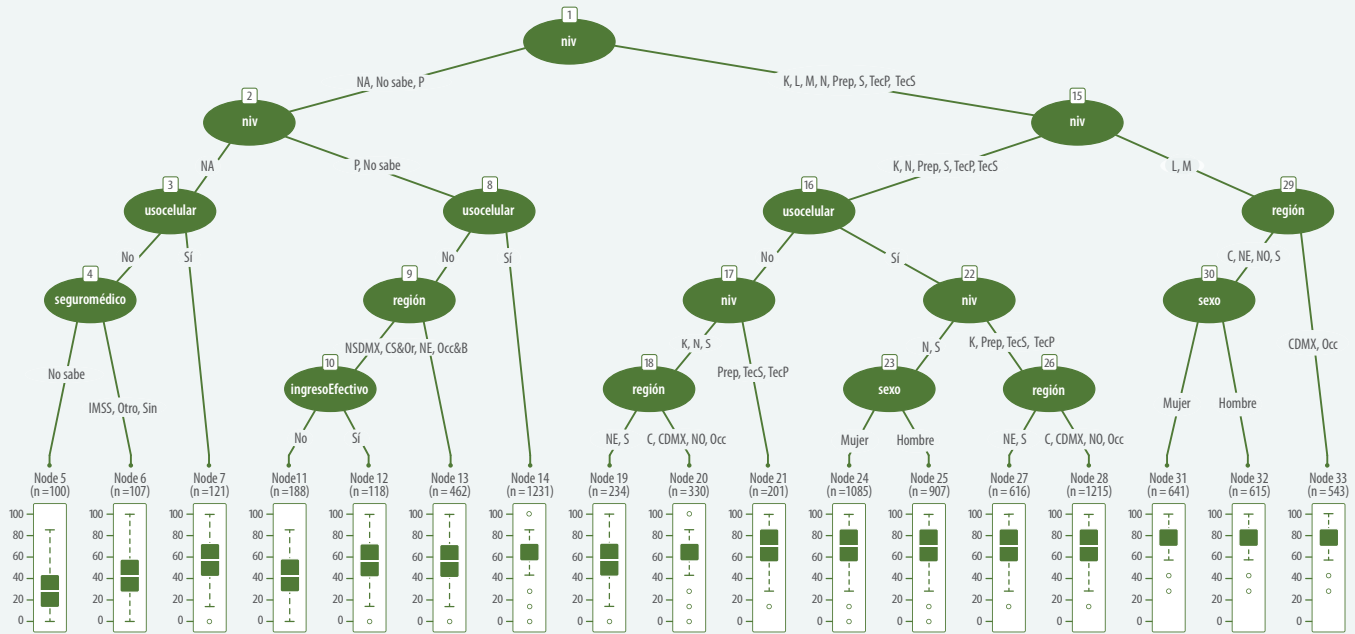
- AARP Foundation. (s/f). AARP Foundation Finances 50+. Disponible en: <https://www.aarp.org/aarp-foundation/our-work/income/finances-50-plus-financial-capability/>
- Agarwal S., Chomsisengphet, S. & Lim, C. (2017). What Shapes Consumer Choice and Financial Products? A Review. *Annual Review of Financial Economics*, 9(1), pp. 127–146. <https://doi.org/10.1146/annurev-financial-110716-032417>.
- Altman, M. (2012). Implications of behavioural economics for financial literacy and public policy. *The Journal of Socio-Economics*, 41(5), pp. 677-690.
- Altman, M. (2013). What Behavioural Economics Has to Say about Financial Literacy. *Applied Finance Letters*, 2(1), p.12.
- Amagir, A. et al. (2018) A review of financial-literacy education programs for children and adolescents. *Citizenship, Social and Economics Education*, 17(1), pp. 56–80. doi: 10.1177/2047173417719555.
- ASPE. (2009). Foundations for Strong Families 101: Healthy Relationships and Financial Stability. Disponible en: <https://aspe.hhs.gov/system/files/pdf/75656/report.pdf>
- ASPE. Financial Literacy. <https://aspe.hhs.gov/document-terms/financial-literacy>
- Atkinson, A. & Messy, F. (2015). Financial Education for Migrants and their Families. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions No. 38.
- Atkinson, A., Messy, F., Rabinovich, L. & Yoong, J. (2015). Financial Education for Long-term Savings and Investments: Review of Research and Literature. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions No. 39. <https://dx.doi.org/10.1787/5jrtgzfl6g9w-en>
- Babiarz, P., & Robb, C. A. (2014). Financial literacy and emergency saving. *Journal of Family and Economic Issues*, 35(1), pp. 40-50.
- Baglioni, A., Colombo, L., & Piccirilli, G. (2018). On the anatomy of financial literacy in Italy. *Economic Notes: Review of Banking, Finance and Monetary Economics*, 47(2-3), pp. 245-304.
- Barua, R., Shastry, G. K., & Yang, D. (2019). Financial education for female foreign domestic workers in Singapore. *Economics of Education Review*, 101920.
- Berg, G., & Zia, B. (2013). Harnessing emotional connections to improve financial decisions: Evaluating the impact of financial education in mainstream media. The World Bank.
- Bongini, P., Iannello, P., Rinaldi, E. E., Zenga, M., & Antonietti, A. (2018). The challenge of assessing financial literacy: alternative data analysis methods within the Italian context. *Empirical Research in Vocational Education and Training*, 10(1), p. 12.
- Boogio, C., Fornero, E. Prast, H. & Sanders, J. (2015). Seven Ways to Knit Your Portfolio: Is Investor Communication Neutral? Netspar Academic Series, DP 10/2015-030. Tilburg School of Economics and Management, the Netherlands, and Netspar.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. John G. Richardson (ed): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Nueva York: Greenwood Press 1986, s. 241-258
- Bruhn, M., de Souza Leão, L., Legovini, A., Marchetti, R., & Zia, B. (2013). The impact of high school financial education: Experimental evidence from Brazil. The World Bank.
- Bruhn, M., Ibarra, G. L., & McKenzie, D. (2014). The minimal impact of a large-scale financial education program in Mexico City. *Journal of Development Economics*, 108, pp. 184-189.
- Bruhn, M., Lara, G. & McKenzie, D. (2013). Why Is Voluntary Financial Education So Unpopular? Experimental Evidence from Mexico. Policy Research Working Paper No. 6439, Impact Evaluation series, No. IE 90. Washington, DC: World Bank. <http://documents.worldbank.org/curated/en/726701468045022845/Why-is-voluntary-financial-education-so-unpopular-Experimental-evidence-from-Mexico>
- Buró de Entidades Financieras. <http://www.buro.gob.mx/>
- Carpenter, F., Cole, S., Shapiro, J., & Zia, B. (2019). The ABCs of financial education: experimental evidence on attitudes, behavior, and cognitive biases. *Management Science*, 65(1), pp. 346-369.
- Cities for Financial Empowerment Fund (2019). Making the Case for Banking Access: Talking to Unbanked People about Bank Accounts.
- CNBV (2019). Alfabetización financiera en México, Estudios de Inclusión Financiera. Número 1
- Condusef. La reforma financiera es para ti. Disponible en: <https://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/condusef-responde/476-reforma-financiera-resultados>
- CONEVAL (2018). Población indígena con carencias en todos los derechos sociales. Comunicado de prensa No. 8. Disponible en: <https://www.coneval.org.mx/SalaPrensa/Comunicadosprensa/Documents/Comunicado-Dia-Pueblos-Indigenas.pdf>
- CONSAR (2017). Resultados de la Encuesta Nacional ¿Qué piensan los Millennials mexicanos del ahorro para el retiro?
- Deloitte (2012). Financial Education Improving financial skills for prosperity. Disponible en: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/lu/Documents/human-capital/lu_en_financialeducation_30012012.pdf
- Drexler, A., Fischer, G. & Schoar, A. (2014). Keeping it Simple: Financial Literacy and Rules of Thumb. *American Economic Journal: Applied Economics*. Vol. 6, No. 2, pp. 1-31. Disponible en: https://www.povertyactionlab.org/sites/default/files/publications/124_303%20Rules%20of%20Thumb%20AEJ%20Apr2014.pdf
- Duflo E., & Saez E. (2003). The Role of Information and Social Interactions in Retirement Plan Decisions: Evidence from a Randomized Experiment. *The Quarterly Journal of Economics*, 118(3), pp. 815–842, <https://doi.org/10.1162/00335530360698432>
- Durana, J. (2010). Financial Literacy Programs for Immigrants. National League of Cities, Municipal Action Guide.
- Empowering and Strengthening Ohio’s People (ESOP). <http://www.esop-cleveland.org/>
- Fan, L., & Chatterjee, S. (2018). Application of situational stimuli for examining the effectiveness of financial education: A behavioral finance perspective. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 17, pp. 68-75.
- Fernandes, D., Lynch Jr, J. G., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. *Management Science*, 60(8), pp. 1861-1883.

- Fonseca, C. (2016). Using "Teachable Moments" to Increase Understanding of Insurance. Center for Financial Inclusion. <https://www.centerforfinancialinclusion.org/using-teachable-moments-to-increase-understanding-of-insurance>
- Frisancho, V. (2016). How to raise household savings in LAC: Constraints and best practices. Nota técnica del BID. Departamento de Investigación, TN-962. Washington, DC: BID.
- Frisancho, V. (2019). Educación Financiera en la Escuela Secundaria: Evaluación de Impacto de Finanzas en mi Colegio. Nota técnica No. IDB-TN-1720. Banco Interamericano de Desarrollo. <http://dx.doi.org/10.18235/0001810>
- Frisancho, V. (2019). The impact of financial education for youth. *Economics of Education Review*, 101918.
- Frisancho, V. (2019). The Impact of Financial Education for Youth. IBD-WP-1038. Inter-American Development Bank, Department of Research and Chief Economist. <http://dx.doi.org/10.18235/0001791>
- Fundación Capital. <https://www.fundacioncapital.org/home>
- García, I., Lember, M. (2015). 1,2,3 Educación financiera para niños y jóvenes. Cátedra Bank of America Merrill Lynch - Anáhuac.
- García, N., Grifoni, A., López, J. C., & Mejía, D. (2013). N° 12. La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas.
- Goetz, J., Durband, D., Halley, R. & Davis, K. (2011). A Peer-Based Financial Planning & Education Service Program: An Innovative Pedagogic Approach. *Journal of College Teaching & Learning (TLC)*, 8(4), pp. 7-14. <https://doi.org/10.19030/tlc.v8i4.4195>
- Gómez McFarland (2018) La educación financiera en México. Cuaderno de Investigación. Dirección General de Análisis Legislativo. Disponible en http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/4190/CI_53.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- GPFI & OECD (2019). G20 Fukuoka Policy Priorities on Aging and Financial Inclusion - 8 Key Steps to Design a Better Future.
- Henager, R., & Cude, B. J. (2016). Financial Literacy and Long-and Short-Term Financial Behavior in Different Age Groups. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 27(1), pp. 3-19.
- Hounsell, C. (2018). When Life Happens: Financial Literacy is Necessary to Optimize Access to Aging Resources. Securing Future Retirements Essay Collection.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), pp. 296-316.
- Ibarra, G. L., McKenzie, D., & Ortega, C. R. (2017). Learning the impact of financial education when take-up is low. The World Bank.
- IMEC (2017). Manual de Economía del Comportamiento. Volumen III: Finanzas del Comportamiento.
- IOSCO & OECD (2018). The Application of Behavioural Insights to Financial Literacy and Investor Education Programmes and Initiatives. Disponible en: <http://www.oecd.org/pensions/The-Application-of-Behavioural-Insights-to-Financial-Literacy-and-Investor-Education-Programmes-and-Initiatives.pdf>
- Kadoya, Y., Khan, M., Hamada, T. and Dominguez, A. (2018). Financial Literacy and Anxiety about Life in Old Age: Evidence from the USA. *Review of Economics of the Household*, 16(3), pp.859-878.
- Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2017). Does financial education impact financial literacy and financial behavior, and if so, when?. The World Bank.
- Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2018). Active learning fosters financial behavior: Experimental Evidence. DIW Berlin Discussion Paper No. 1743
- Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2019). Financial education in schools: A meta-analysis of experimental studies. *Economics of Education Review*, 101930.
- Karlan, D., Kendall, J., Mann, R., Pande, R., Suri, T., & Zinman, J. (2016). Research and impacts of digital financial services (No. w22633). National Bureau of Economic Research.
- Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, de 18 de enero de 1999. Diario Oficial de la Federación, de 9 de marzo de 2018.
- Ley para Regular Agrupaciones Financieras, de 10 de enero de 2014. Diario Oficial de la Federación, de 9 de marzo de 2018.
- Loke, V., Choi, L., & Libby, M. (2015). Increasing youth financial capability: An evaluation of the MyPath savings initiative. *Journal of Consumer Affairs*, 49(1), pp. 97-126.
- Lusardi, A. (2008). Household saving behavior: The role of financial literacy, information, and financial education programs (No. w13824). National Bureau of Economic Research.
- Lusardi, A. (2015). Financial literacy skills for the 21st century: Evidence from PISA. *Journal of consumer affairs*, 49(3), pp. 639-659.
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1), p. 1.
- Lusardi, A., Michaud, P. C., & Mitchell, O. S. (2019). Assessing the impact of financial education programs: A quantitative model. *Economics of Education Review*.
- MacLeod, S., Musich, S., Hawkins, K., et al. (2017). The Growing Need for Resources to Help Older Adults Manage their Financial and Healthcare Choices. *BMC Geriatrics*, 17(84). doi:10.1186/s12877-017-0477-5.
- Mandell, L. (2008). Financial education in high school. Overcoming the saving slump: How to increase the effectiveness of financial education and saving programs, pp. 257-279.
- Martínez, J. M. D. (2017). Los programas de educación financiera: aspectos básicos y referencia al caso español. e-Pública, (20), p. 19.
- Messy, F. & Monticone, C. (2016). Financial Education Policies in Asia and the Pacific. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions No. 40. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/5jm5b32v5vvc-en>.
- Messy, F.A. (2009). OECD Financial Education Principles and Best Practices. OECD-IOPS Mena Workshop on Pension Regulation and Supervision 6 2/3. <http://www.iopsweb.org/principlesguidelines/42155019.pdf>
- Mitchell, J. (2018). Financial Counseling for Older Adults with Low Incomes. *Leading Age*, 8(3). <https://www.leadingage.org/magazine/may-june-2018/Financial-Counseling-for-Low-Income-Seniors-V8N4>.
- NCOA (2020). Top 10 Scams Targeting Seniors. <https://www.ncoa.org/economic-security/money-management/scams-security/top-10-scams-targeting-seniors/>
- OECD (2013). Improving Financial Education Effectiveness through Behavioural Economics.

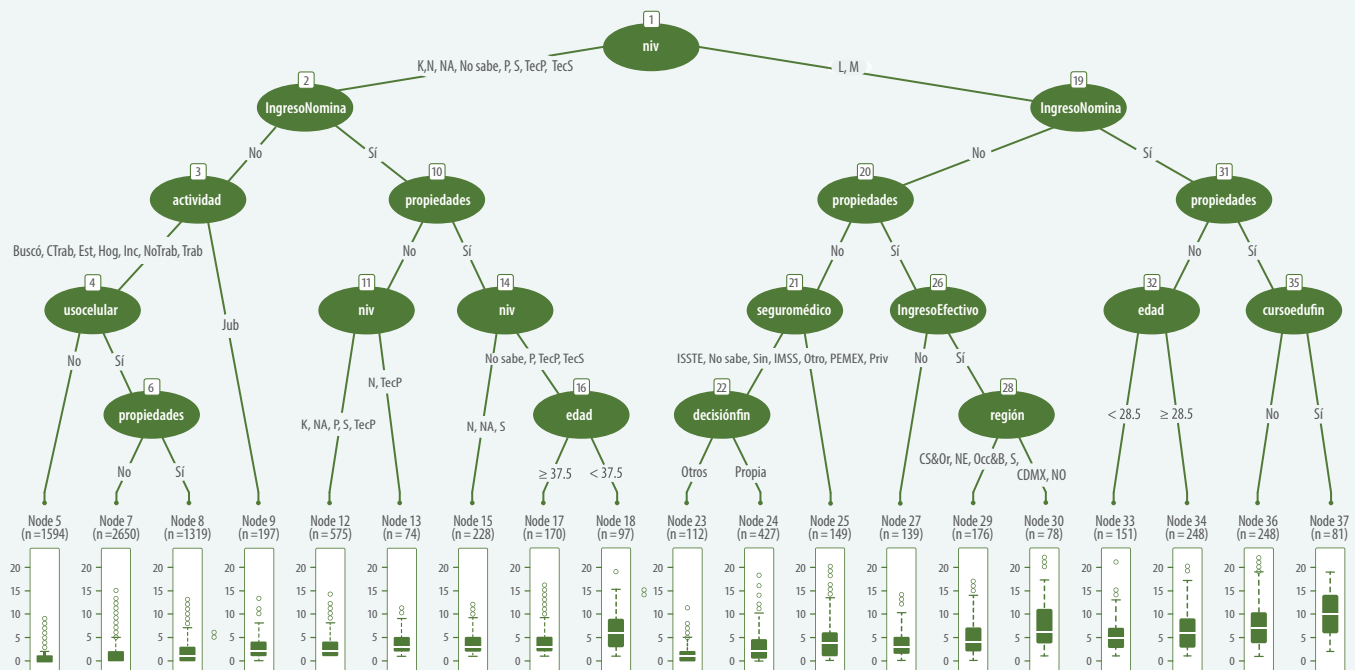
- OECD (2013). Women and Financial Education: Evidence, Policy Responses and Guidance. OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264202733-en>
- OECD (2016). Financial Education in Europe: Trends and Recent Developments. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264254855-en>.
- OECD (2016). G20/OECD INFE Core competencies framework on financial literacy for adults. Disponible en: <https://www.oecd.org/finance/Core-Competencies-Framework-Adults.pdf>
- OECD (2018). OECD/INFE Core competencies framework on financial literacy for MSMEs. Disponible en: <https://www.oecd.org/finance/financial-education/OECD-INFE-core-competencies-framework-on-financial-literacy-for-MSMEs.pdf>
- OECD/INFE (2013). Addressing Women's Needs for Financial Education. https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD_INFE_women_FinEd2013.pdf
- Ohata, H. (2015). Financial Education for Elderly People. ABDI-Japan-OECD High-Level Global Symposium. Financial Services Agency, Japan.
- Prast, H.M. & van Soest, A.H. (2016). Financial Literacy and Preparation for Retirement. *Intereconomics*, 51(3), pp.113-118. <https://www.intereconomics.eu/contents/year/2016/number/3/story/financial-literacy-and-preparation-for-retirement.html>
- Reinsch, M. (2012). Youth financial inclusion: Promising examples for achieving youth economic empowerment. *European Dialogue*, (5), pp. 1-154.
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of consumer affairs*, 44(2), pp. 276-295.
- Riitsalu, L. (2018). Goals, commitment and peer effects as tools for improving the behavioural outcomes of financial education. *Citizenship, Social and Economics Education*, 17(3), pp. 188-209.
- Rodríguez, J. (2017). Los principales riesgos de una Pyme. *Forbes México*. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/los-principales-riesgos-de-una-pyme>
- Saucedo, J. (2015). Micro, pequeñas y medianas empresas y su relación con la educación financiera. (Tesis de maestría). Instituto Politécnico Nacional, Ciudad de México.
- Sebstad, J. & Cohen M. (2003). Financial Education for the Poor. Financial Literacy Project. Working Paper Number 1. Microfinance Opportunities. <https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-en-paper-financial-education-for-the-poor-2003.pdf>
- Sebstad, J., & Cohen, M. (2003). Financial education for the poor. Financial Literacy Project, Working Paper, 1, pp. 2-17.
- Shim, S., Serido, J., Bosch, L., & Tang, C. (2013). Financial identity-processing styles among young adults: A longitudinal study of socialization factors and consequences for financial capabilities. *Journal of Consumer Affairs*, 47(1), pp. 128-152.
- Son, J., & Park, J. (2019). Effects of financial education on sound personal finance in Korea: Conceptualization of mediation effects of financial literacy across income classes. *International journal of consumer studies*, 43(1), pp. 77-86.
- The World Bank. (2014). Financial Education Programs and Strategies: Approaches and Available Resources. Washington, D.C.: World Bank Group. Disponible en: <http://documents.worldbank.org/curated/en/901211472719528753/Financial-education-programs-and-strategies-approaches-and-available-resources>.
- The World Bank. (2014). Financial Education Programs and Strategies: approaches and available resources. Washington, D.C.: World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/901211472719528753/Financial-education-programs-and-strategies-approaches-and-available-resources>
- Xu, L. & Bilal, Z. (2012). Financial Literacy around the World: An Overview of the Evidence with Practical Suggestions for the Way Forward. Policy Research Working Paper, No. WPS 6107. Washington, DC: World Bank. <http://documents.worldbank.org/curated/en/264001468340889422/Financial-literacy-around-the-world-an-overview-of-the-evidence-with-practical-suggestions-for-the-way-forward>.
- Zorrilla, J.P. (2018). Mexicanos endeudados, ¿por qué nos pasa esto? *Forbes México*. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/mexicanos-endeudados-por-que-nos-pasa-esto/>

ANEXO 1. ÁRBOLES DE CLASIFICACIÓN (MÉTODO CART) PARA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

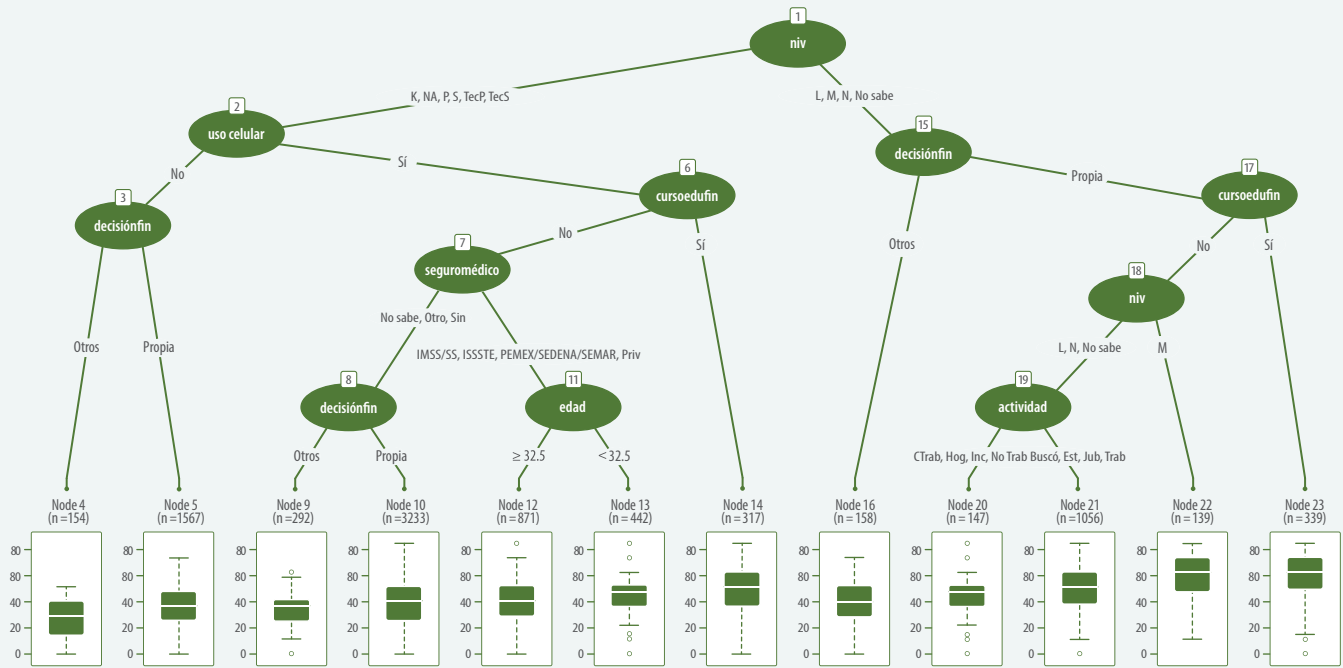
ÁRBOL DE CLASIFICACIÓN ÍNDICE DE CONOCIMIENTOS FINANCIEROS



ÁRBOL DE CLASIFICACIÓN ÍNDICE DE FAMILIARIDAD CON INSTRUMENTOS FINANCIEROS



ÁRBOL DE CLASIFICACIÓN ÍNDICE DE COMPORTAMIENTOS FINANCIEROS



2020 Nacional Monte de Piedad, I.A.P., Centro de Estudios de Competitividad y el Instituto Tecnológico Autónomo de México. Todos los Derechos Reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, así como cualquier forma de comunicación por cualquier medio conocido o por conocerse, sin la autorización por escrito del titular.

ITAM



Nacional Monte de Piedad



Centro de Estudios
de Competitividad