



**Finanzgruppe**  
Sparkassenstiftung für  
internationale Kooperation

**Mapeo de Iniciativas de  
Educación Financiera en México**





**Finanzgruppe  
Sparkassenstiftung für  
internationale Kooperation, e.V.**

**Mapeo de Iniciativas de Educación  
Financiera en México**

Octubre 2009

## ***Agradecimientos***

Deseamos enviar un agradecimiento especial a todas aquellas personas que desde sus instituciones y organizaciones nos mostraron los trabajos que vienen desarrollando en pro de la educación económica y financiera en México. Igualmente, queremos agradecer a la Secretaría de Cooperación Económica y Desarrollo del Gobierno alemán por el fondeo para realizar este estudio.

Ursula Heimann

Sergio Gómez Sainz

Sparkassenstiftung für internationale Kooperation

***Mapeo de Iniciativas de Educación  
Financiera en México***

Ursula Heimann

Sergio Gómez Sainz

## ***Tabla de contenido***

Prólogo.....	6
Introducción.....	10
<b><i>Primera parte</i></b>	
1. Enfoques, objetivos y alcances de las iniciativas de educación financiera en México.....	15
2. Grupos poblacionales alcanzados.....	29
3. En dónde se llevan a cabo las iniciativas.....	33
4. Medios por los cuales se llevan a cabo las iniciativas.....	36
5. Temas centrales de las iniciativas.....	37
6. Materiales en los que se basan las iniciativas para llevar a cabo sus propuestas.....	39
7. Alianzas desarrolladas.....	43
8. Mecanismos de evaluación.....	44
Conclusiones: perspectivas y necesidades de la educación financiera en México.....	46

### ***Segunda parte***

Principales iniciativas de educación financiera en el 2009.....	52
a. Organismos de Finanzas Populares.....	55
b. Sector bancario y aseguradoras.....	73
c. Organizaciones públicas.....	87
d. Instituciones académicas y museos.....	96
e. Medios de comunicación.....	103
f. Fundaciones y ONG´s.....	107

### ***Prólogo***

---

A principios del año 2007, Sparkassenstiftung für internationale Kooperation, desarrolló en México un estudio<sup>1</sup> sobre la situación general de la educación financiera en el país, en el cual se recabó información de doce iniciativas relevantes realizando programas o planeando actividades en la materia.<sup>2</sup> Este primer estudio mostraba que había relativamente pocas actividades en la materia en México.

Durante los últimos dos años, en el país han aumentado de manera muy considerable las acciones e iniciativas en materia de educación financiera. Se puede observar un fuerte interés de los sectores público, privado y social por informar sobre la importancia que tiene el contar con una buena educación financiera y económica, y por formar a la población desde sus muy diferentes trincheras y puntos de vista en un mejor entendimiento de estas cuestiones.

Muchos son los factores que han detonado la realización de nuevos programas e iniciativas a lo largo de los años recientes. Uno de estos factores son los actuales esfuerzos de bancarización o inclusión

---

<sup>1</sup> Sparkassenstiftung für internationale Kooperation, “Estudio Educación Financiera”, México, D.F., marzo de 2007.

<sup>2</sup> En este estudio se recabó información de las siguientes iniciativas: Pro Mujer, (Unión de Esfuerzos para el Campo) UDEC-URAC, Colmena Milenaria, Servicios Financieros Alternativos (SEFIA), Freedom from Hunger, Banamex/Saber Cuenta, el Instituto Tecnológico de Monterrey (ITESM) con sus Centros Comunitarios de Aprendizaje (CCA’s) y la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF). Además, se identificaron las siguientes organizaciones que estaban preparando o iniciando actividades en la materia: Apple Seed, ABM VISA y Master Card.



financiera en México, ya que la educación financiera juega un importante papel en los procesos de ampliar el acceso a los servicios financieros para grupos de la población que no cuentan con ello, proporcionando información sobre los productos y servicios financieros ofrecidos en el mercado y facilitando la comprensión sobre su uso.

Otro factor es la importancia que tiene la educación financiera, o la educación económica y financiera, como en algunos casos es llamada, para proveer a los individuos con mayor entendimiento de la economía en general y su rol en ella al igual de proveerlos con conocimientos y habilidades para usar de manera más eficiente sus propios recursos, incluyendo a ello el saber realizar ahorros, generar patrimonio y prevenir contingencias en la planeación financiera.

Todo ello permite a las personas una mejor toma de decisiones con respecto a sus finanzas e idealmente un mejor nivel de vida. Así, la educación financiera puede ser considerada como un instrumento que coadyuve a promover la estabilidad y el crecimiento económico de las personas, empresas y, finalmente, de los países. Lo anterior es de suma relevancia especialmente en momentos en los que el mundo entero vive una crisis económica y financiera severa, situación que lleva a la necesidad de que las personas sean cada vez más conscientes de su realidad y situación financiera y capaces de manejarla adecuadamente en circunstancias cambiantes y en entornos cada vez más complejos. La detonación de actividades y programas en educación económica y financiera conlleva a la necesidad de conocer más a fondo el panorama de las diversas iniciativas que se realizan actualmente en el país. Para este fin, hemos desarrollado este **“Mapeo de Iniciativas de Educación Financiera”** cuyo objetivo es presentar una visión general de la

educación financiera en México y de los objetivos, enfoques y metodologías de trabajo aplicados en los diferentes programas.

Con ello el presente documento pretende aportar a generar conclusiones acerca de como fortalecer aún más los esfuerzos de educación financiera en el país para poder llegar a segmentos de la población que todavía no han sido atendidos, y desarrollar materiales y medios para temáticas no cubiertas hasta este momento. De esta forma, la publicación pretende coadyuvar en la construcción de una política nacional de educación financiera, la cual permita sentar las bases de una sociedad mejor informada y con mayor capacidad para manejar sus recursos, consciente, además, de sus derechos y obligaciones como consumidor y con mayores habilidades para una mejor toma de decisiones como fundamento para un creciente nivel de bienestar de los mexicanos.

Es preciso integrar aquí algunas reflexiones acerca de lo que entendemos bajo el término de educación financiera, especialmente para fines de este estudio. Se puede observar que el término es usado en muchas ocasiones de manera muy general para referirse a una amplia gama de programas con diversos enfoques, cuyo denominador común esta orientado a transmitir conocimientos sobre temas de finanzas personales, servicios financieros y en algunos casos, la economía en general, a personas que no cuentan con mucha información sobre ello. Por lo general, este conocimiento se pretende transmitir con un fin práctico para ayudar a las personas a usar de manera más eficiente sus recursos o conocer y usar los servicios financieros ofertados en el mercado.

Ante esta situación actualmente se están debatiendo y aplicando, a nivel internacional, diferentes propuestas de precisar y definir el concepto de educación financiera. Algunas de ellas parten de los diversos contenidos que son transmitidos bajo el término de educación financiera (desde aspectos más elementales de las finanzas personales hasta información sobre estructura y procesos económicos sumamente complejos). Otras se enfocan a los objetivos de las actividades emprendidas bajo esta denominación, enfocando especialmente capacidades para saber usar de manera eficiente los propios recursos y tomar decisiones fundamentadas y adecuadas sobre el uso de servicios financieros.

Para fines de este mapeo decidimos no basarnos en una definición más estrecha de la educación financiera sino más bien en el entendimiento amplio de este concepto, para poder integrar el mayor número de iniciativas a este estudio, con el afán de recabar el panorama completo de iniciativas que declaran realizar actividades de educación financiera.

Queremos agradecer a todas las instituciones y organizaciones que con su colaboración e información han hecho posible este estudio y esperamos que la recopilación aquí presentada sea de utilidad para todos los interesados y activos en la materia.

***Ursula Heimann***

***Sparkassenstiftung für internationale Kooperation, e.V.***

## ***Introducción***

---

La educación financiera, sin lugar a dudas, ha venido tomando un papel mucho más relevante a últimas fechas tanto a nivel nacional como internacional, siendo más marcada esta tendencia por la profunda crisis económica en la que nos hemos encontrado inmersos desde el 2008.

En el presente ***“Mapeo de Iniciativas de Educación Financiera”*** se analizaron 53 iniciativas existentes actualmente que han venido operando en los últimos años, ocho de las cuales fueron contempladas por nuestro estudio del año de 2007 muchas de ellas ya consolidadas y operando a toda su capacidad, mientras que otras han sido creadas recientemente o se encuentran en proceso de implementación.

Estamos conscientes de que existen otras iniciativas más en la materia. Algunas de ellas no han podido integrarse en este documento por falta de información sobre ellas; otras, fundamentalmente en los diferentes estados de la República, no han podido identificarse por la falta de accesibilidad de información debido a lo vasto del territorio nacional y a la posible diseminación de las probables iniciativas. Sin embargo, para la realización de este análisis hemos procurado contar con el mayor número posible de iniciativas para conocer a mayor profundidad el panorama de la educación financiera en México.

El objetivo de la recopilación de datos es identificar las principales iniciativas en educación financiera que se están llevando a cabo en el

país, así como sus principales características, público objeto, acciones, materiales desarrollados, alianzas, métodos de evaluación y principales resultados obtenidos.

Para ello se levantaron datos de la información por escrito existente de los diversos programas, completando éstos por medio de entrevistas con los responsables de las iniciativas y de las áreas de educación financiera de las diferentes instituciones analizadas.

Las entrevistas se realizaron, en la mayoría de los casos, “frente a frente”, fundamentalmente en los casos de aquellas iniciativas que se encuentran en la Ciudad de México (que son la mayoría); en algunos otros casos se efectuó un levantamiento de información vía telefónica y a través de medios electrónicos.

***Tabla a.1 Medios para levantamiento de la información***

Entrevistas “frente a frente”	76%
Levantamiento de información vía telefónica	9%
Levantamiento de información por medios electrónicos	5%
Total	100%

Las entrevistas realizadas consistieron en el levantamiento de información referente a los siguientes ocho conceptos fundamentales:

1. Nombre de la iniciativa.
2. Temas centrales de la iniciativa.

3. Grupos objeto a los que busca llegar.
4. Lugar donde se lleva a cabo.
5. Acciones que se realizan para su ejecución.
6. Materiales desarrollados.
7. Alianzas desarrolladas.
8. Mecanismos de evaluación.

Con los resultados arrojados se trazó una matriz para cruzar la información recabada, que sirvió como base para el análisis cualitativo y cuantitativo de los datos recopilados y que forman parte del cuerpo de análisis de la primera parte del estudio, son los siguientes:

1. Enfoques, objetivos y alcances de las iniciativas de educación financiera.
2. Grupos poblacionales alcanzados.
3. Análisis de temas relevantes.
4. En dónde se llevan a cabo las iniciativas.
5. Análisis por tipo de acciones.
6. Análisis de materiales.
7. Establecimiento de alianzas.
8. Mecanismos de evaluación de las iniciativas.

Los resultados obtenidos de este mapeo de iniciativas de educación financiera en México se presentan en dos partes. En la primera se muestra el resumen del análisis cuantitativo y cualitativo de los datos recabados con el fin de contar con una visión general de las acciones emprendidas en el país.

Y al final de esta primera parte se presenta una conclusión sobre la situación de la educación financiera en México, las iniciativas que hasta

la fecha se han llevado a cabo, así como las perspectivas de la educación económica y financiera en el país en los años por venir.

En la segunda parte se integra un resumen con los principales aspectos de cada una de las iniciativas analizadas.

## ***Primera parte***

---

### ***Una visión general de la educación financiera en México***

1. Enfoques, objetivos y alcances de las iniciativas de educación financiera en México.
2. Grupos poblacionales alcanzados.
3. Lugar en el que se llevan a cabo las iniciativas.
4. Medios por los cuales se llevan a cabo las iniciativas.
5. Temas centrales de las iniciativas.
6. Materiales en los que se basan las iniciativas para llevar a cabo sus propuestas.
7. Alianzas desarrolladas.
8. Mecanismos y criterios de evaluación.



**1. Enfoques, objetivos y alcances de las iniciativas de educación financiera en México**

- 1.1 Crecimiento de iniciativas de educación financiera
- 1.2 Universo de instituciones analizadas
- 1.3 Instituciones cuya iniciativa se encuentra identificada o vinculada con un nombre específico
- 1.4 En dónde se lleva a cabo la educación financiera
- 1.5 Iniciativas analizadas dentro del sector financiero mexicano

**1.1 Crecimiento de iniciativas de educación financiera**

Durante los últimos años se ha venido observando un creciente interés por el tema de la educación financiera en nuestro país. Esto se ha visto reflejado en el incremento de iniciativas en la materia y que se han venido desarrollando a pasos agigantados, fundamentalmente entre el 2007 y el 2008.

Es importante considerar en este punto, que para el 2007, en base al estudio que realizamos sobre diversas iniciativas<sup>3</sup> pudimos tener conocimiento y acceso a 13 de éstas, sin embargo, sabemos que en el país debieron existir muchas más.

**Tabla 1.1.1 Total de iniciativas analizadas en 2007**

<b>Concepto</b>	<b>Total de iniciativas</b>
Total de iniciativas	13

---

<sup>3</sup> Sparkassenstiftung für internationale Kooperation, “Estudio de Educación Financiera”, México, D.F., marzo de 2007.

Para el 2008, vemos que se da un fuerte incremento en el número de iniciativas en educación financiera, sin embargo, reiteramos que deben existir muchas más, tanto en el Distrito Federal como en los diferentes estados de la República Mexicana, provenientes de diversas organizaciones tanto de la iniciativa privada como del sector público en sus tres niveles: federal, estatal y municipal.

Hemos podido observar cómo se ha extendido la conciencia entre dichas instituciones de crear u operar programas de educación financiera.

Como lo hemos comentado con anterioridad, para 2009 se detectaron 53 iniciativas que venían trabajando intensamente el tema de la educación financiera (lo cual no descarta que existan más y/o nuevas que se estén desarrollando actualmente), lo cual nos permite tener un parámetro de crecimiento:

**Tabla 1.1.2 Total de iniciativas analizadas entre 2007 y 2009**

<b>Concepto</b>	<b>Total de iniciativas 2007</b>	<b>Total de iniciativas 2009</b>
Total de iniciativas	13	53

De esta forma, vemos que entre 2007 y 2009 se desarrollaron 40 nuevas iniciativas, registrando un crecimiento en el periodo del 308%, lo cual nos muestra un creciente compromiso de los diversos sectores de la sociedad en pro de una mejor calidad de vida para la población en general.

## **1.2 Universo de instituciones analizadas**

En este mapeo se integraron las 53 iniciativas de educación económica y financiera detectadas entre el 2008 y el 2009 y que establecen el 100% de los programas objeto del presente estudio:

**Tabla 1.2.1 Total de iniciativas analizadas**

<b>Concepto</b>	<b>Total de iniciativas</b>	<b>%</b>
Iniciativas/programas en educación	53	100

Como punto de partida para el análisis de estas iniciativas y considerando los diversos ámbitos y/o sectores de los que provienen, hemos desarrollado la siguiente segmentación<sup>4</sup>:

### **a) Organizaciones públicas:**

Son todas aquellas instituciones, organismos y entidades de la administración pública en sus tres niveles, federal, estatal y municipal, en su caso, tales como secretarías de Estado, como la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), organismos descentralizados como la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de los Servicios Financieros (CONDUSEF) el Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI), etcétera.

---

<sup>4</sup> Ver la segunda parte del presente estudio (página 41) que muestra un listado detallado de instituciones en base a la segmentación diseñada para este fin.

**b) Organizaciones de las finanzas populares:**

Las organizaciones de sector de las finanzas populares son aquellas cuyos objetivos se encuentran orientados a prestar servicios financieros a los sectores con menos recursos de la población y con pocas posibilidades de acceso a servicios financieros tradicionales, por lo cual son atendidos por organizaciones tales como cajas de ahorro, cajas populares, cajas solidarias, bancos comunales, etc. Dentro de este sector también podemos observar instituciones que aglutinan a dichas organizaciones, tales como confederaciones y federaciones y cuyos objetivos están orientados a prestar servicios de asistencia técnica y capacitación con el fin de promover el fortalecimiento del sector.

**c) Bancos y aseguradoras:**

Los bancos son instituciones cuyo objetivo es prestar servicios financieros a la población, poniendo a su disposición productos de ahorro, crédito, etcétera.

Las instituciones aseguradoras proporcionan servicios para la previsión de siniestros mediante la contratación de seguros.

**d) Instituciones académicas y museos:**

Por instituciones académicas entenderemos a las universidades, tales como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Instituto Politécnico Nacional (IPN), el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITESM), etcétera.

Propuestas museológicas enfocadas a la educación financiera como la del Museo Interactivo de Economía (MIDE).

**e) Medios de comunicación:**

Se entienden como los medios que llegan simultáneamente a una gran audiencia, tales como la televisión, el radio y la prensa.

**f) Fundaciones y ONG´s:**

Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG´s) son creadas desde la sociedad civil, por lo cual tienen un carácter privado y se encuentran orientadas fundamentalmente a fines sociales y humanitarios y en las que el gobierno no tiene ninguna injerencia.

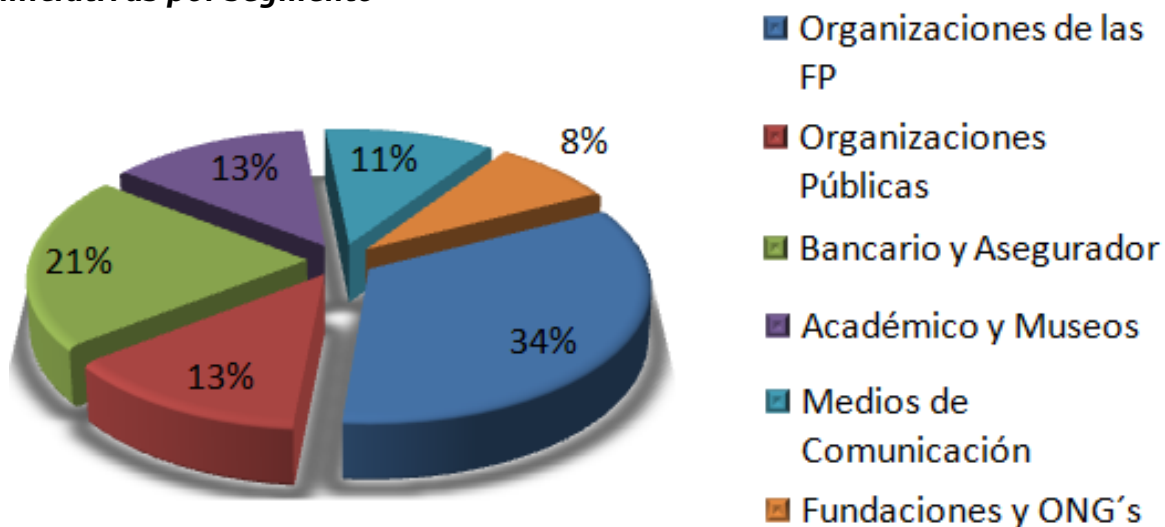
Para desarrollar sus actividades, las ONG´s se conforman bajo diversas figuras jurídicas, tales como: asociaciones, fundaciones, cooperativas, etcétera.

Resultados obtenidos de acuerdo a la segmentación:

**Tabla 1.2.2 Participación porcentual de iniciativas por tipo de segmento al que pertenecen**

<b>Sector</b>	<b>Núm. de instituciones</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Organizaciones de finanzas populares	18	34
Bancario y aseguradoras	10	20
Organizaciones públicas	8	15
Académico y museos	6	11
Medios de comunicación	6	11
Fundaciones y ONG´s	5	9
Total	53	100%

**Gráfico A. Participación porcentual de iniciativas por segmento**



De la información anterior se desprende que del total de las iniciativas analizadas para el presente estudio el 34% corresponden a programas implementados en el sector de las finanzas populares (cajas populares, cajas de ahorro, federaciones, etcétera).

La siguiente posición dentro de la escala del presente análisis corresponde a las instituciones bancarias y de seguros, incluye organizaciones como Banamex, Bancomer, la Asociación de Bancos de México (ABM), la Asociación Mexicana de Financieras Especializadas (AMFE), la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas (AMASFAC) y la Asociación Mexicana de Seguros (AMIS), etcétera, con un 20% de la participación total.

En tercer lugar, con 11% de la participación, encontramos a las iniciativas de las organizaciones públicas; Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), Secretaría de Educación Pública (SEP), Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), Banco Nacional del Ahorro y Servicios

Financieros (BANSEFI), Instituto de los Mexicanos en el Exterior (IME), Nacional Financiera, entre otras), así como instituciones académicas y museos (Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Tecnológico de Monterrey, Instituto Politécnico Nacional (IPN), Museo Interactivo de Economía (MIDE), entre otros.

No menos importante es la participación de los medios de comunicación (televisión, radio y prensa) con un 11%, encontrándose entre ellos Televisa, Grupo Imagen (Reporte 98.5), periódico *Reforma*, *El Financiero*, *El Economista* y revistas como *Entrepreneur*, etcétera.

Finalmente encontramos a las fundaciones y organismos no gubernamentales (Apple Seed, Sparkassenstiftung fur internationale Kooperation, FFH Alcance e Impulsa) con una participación del 8%.

Con el fin de contar con un panorama más amplio de las diversas iniciativas en educación financiera que se están llevando a cabo en el país, a continuación haremos un breve análisis conforme a los siguientes puntos:

- Análisis de iniciativas que cuentan con un nombre específico
- Análisis de instituciones del sector financiero

### **1.3 Instituciones cuya iniciativa se encuentra identificada o vinculada con un nombre específico**

Un aspecto que hemos detectado durante el desarrollo del presente análisis es el hecho de que las iniciativas en educación financiera asociadas con un nombre específico muestran una mayor formalidad y robustez, lo que permite sentar las bases de un proceso más

estructurado y que hacen referencia a un propósito en particular, tal es el caso de Banamex con “Saber Cuenta”, Bancomer con “Adelante con tu futuro”, “Programa de Educación Cooperativa y Educación Financiera” de la Caja Solidaria Chiquiliztli, “Avanza con educación financiera” de Sparkassenstiftung für internationale Kooperation, etcétera.

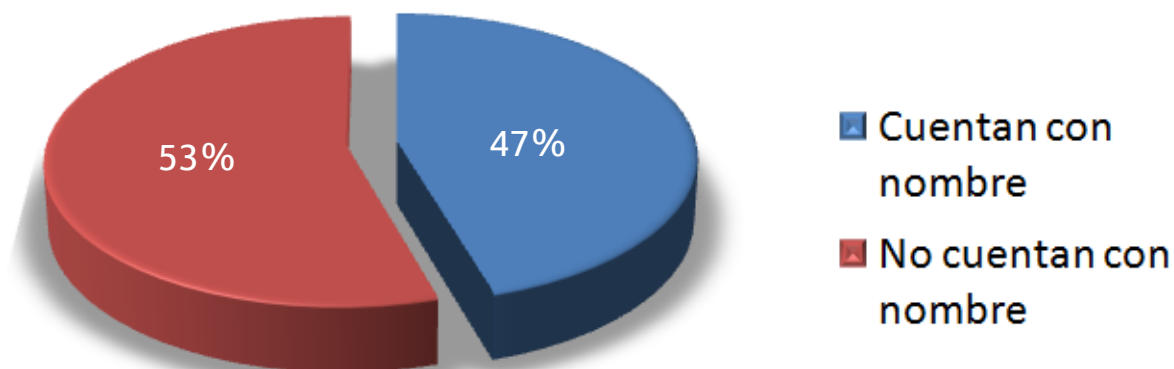
Consideramos importante hacer este análisis para tener un panorama general de las iniciativas en relación a su denominación e particular. A continuación hacemos un breve análisis comparativo de las iniciativas que cuentan con un nombre específico y aquellas que no lo tienen:

**Tabla 1.3.1. Total de iniciativas analizadas**

<b>Concepto</b>	<b>Núm. de iniciativas</b>	<b>%</b>
Instituciones que cuentan con nombre en sus programas de educación financiera	25	47
Instituciones que no cuenta con nombre en sus programas de educación financiera	28	53
Total	53	100



**Gráfico B. Comparativo de instituciones que ostentan o no un nombre.**



Como podemos observar el 47% de las iniciativas cuentan con un nombre específico, mientras que el 53% restante aún no ha recibido un nombre específico que lo identifique ante la población objeto de una manera formal.

### **1.4 En dónde se lleva a cabo la educación financiera**

En base al análisis efectuado, hemos podido observar que la mayor parte de los programas de educación financiera se desarrollan desde el Distrito Federal, ya que las instituciones que los generan se encuentran en la capital.

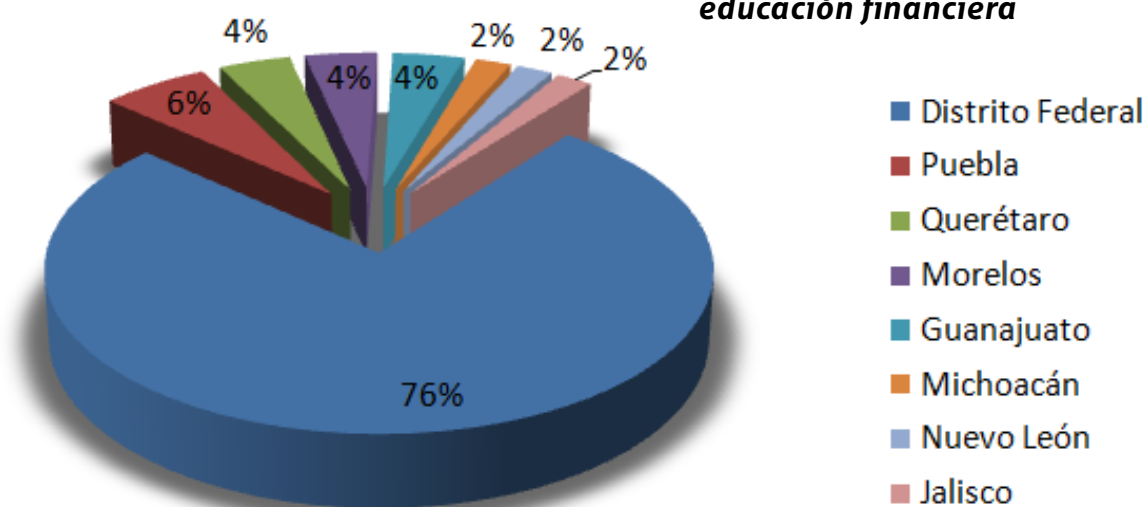
Sin embargo, debemos tener presente que la mayor parte de la iniciativas llevan sus programas a otras muchas ciudades en el interior del país, ya sea a través de su propia infraestructura o mediante la alianza con algunas otras instituciones tanto con sede en la propia de Ciudad de México como en los diferentes estados de la República Mexicana.

Esto significa que aunque las iniciativas de educación financiera se confeccionen en gran medida desde la capital, éstas se dispersan por diversos medios al resto del país, observándose que en muchos casos llegan incluso a poblaciones marginadas y alejadas de las capitales de los propios estados.

**Tabla 1.4.1. En dónde se lleva a cabo la educación financiera**

<b>Sector</b>	<b>Núm. de instituciones</b>	<b>%</b>
Distrito Federal	41	76
Puebla	3	6
Querétaro	2	4
Morelos	2	4
Guanajuato	2	4
Michoacán	1	2
Nuevo León	1	2
Jalisco	1	2
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>100</b>

**Gráfico C. En dónde se genera la educación financiera**



Como podemos observar en el gráfico, dentro de las instituciones analizadas en este estudio, existe una alta concentración de iniciativas en el Distrito Federal, y le siguen Puebla, Querétaro, Morelos, Guanajuato, Michoacán, Nuevo León y Jalisco.

Recalamos que este análisis comparativo no quiere decir que sea en esta proporción y sólo en estos estados en donde se esté llevando a cabo educación financiera, sino el lugar donde están establecidas las instituciones y de dónde parte para otras entidades y comunidades del país.

Sin embargo nos sirve como marco referencial para ubicar los lugares de dónde surgen las propuestas e iniciativas, y no obstante que se estén desarrollando en otros estados que no estén integrados en la tabla 1.4.1., es importante recalcar que éste análisis, por razones logísticas, no pudo hacer un análisis exhaustivo de las iniciativas que se hayan generado en las otras entidades del país, por lo cual los resultados que se muestran en el gráfico son limitados.

Así, podemos observar que una parte muy importante de la educación financiera que se está generando en el país se realiza desde el Distrito Federal en instituciones y organismos que tienen sus sedes en la capital del país y que en muchos casos trasladan sus tecnología en educación financiera a las diferentes entidades o la generan en sus propios estados y los trasladan a diferentes municipios de la misma demarcación.

### ***1.5 Instituciones analizadas dentro del sector financiero mexicano***

Si bien la educación financiera es una tarea de todos, es fundamental que también las instituciones que brindan algún tipo de servicio financiero provean a sus clientes y/o socios instrumentos de concientización en educación financiera con la finalidad de desarrollar habilidades para un manejo más adecuado de su dinero y de las alternativas financieras que ofrecen.

Desde esta perspectiva, hemos querido realizar un breve análisis específicamente dentro del sector financiero y elaborar un gráfico comparativo de la proporción de iniciativas existentes entre las instituciones financieras y aquellas iniciativas que no pertenecen al sector financiero del país.

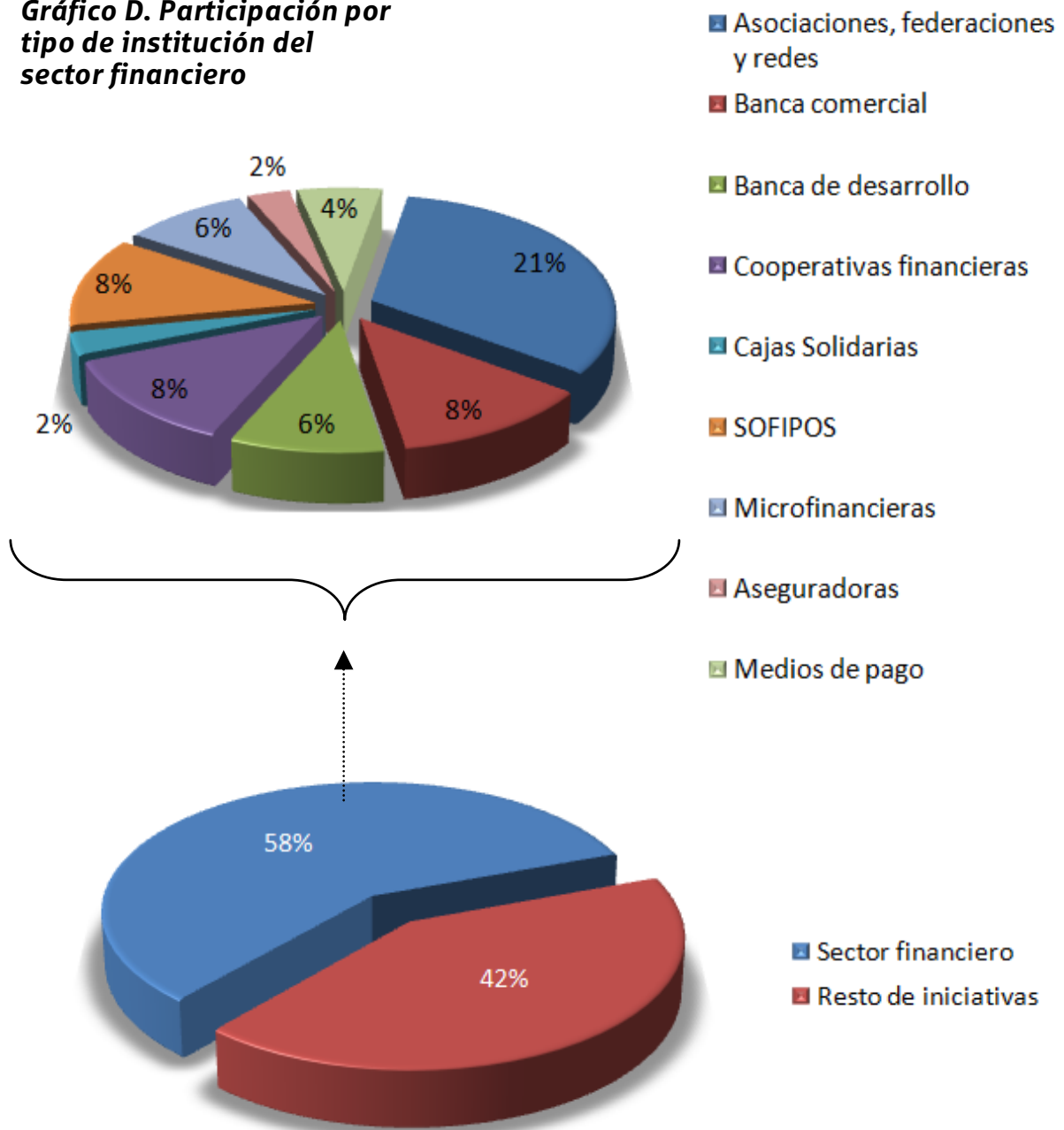
A continuación se presenta un cuadro conteniendo dicha información:

**Tabla 1.5.1. Participación porcentual del Sector financiero**

<b>Sector</b>	<b>Iniciativas</b>	<b>Núm. de instituciones</b>	<b>%</b>
Asociaciones, federaciones y redes	Asociación de Bancos de México, AMIS, AMASFAC, AMFE, FNCS, Federación Centro-Sur, Federación Alianza, Pro Mujer, Colmena Milenaria, AMUCSS, RENAMUR	11	20
Banca Comercial	Banamex, Bancomer, Banco Wal-Mart, HSBC	4	7
Banca de Desarrollo	Nacional Financiera, BANSEFI, Sociedad Hipotecaria Federal	3	6
Cooperativas financieras	Caja Morelia Valladolid, Cooperativa Financiera Tosepantomin	2	4
Cajas Solidarias	Caja Solidaria Chiquiliztli	1	2
Sociedades Financieras Populares	Servicios Financieros Alternativos, Financiera Unete de Allende, Unión de Esfuerzas por el Campo, Servicios Financieros Libertad	4	7
Microfinancieras	Compartamos Banco, Credimedios, Provident	3	6
Aseguradoras	ING Seguros	1	2
Medios de pago	Master Card, VISA	2	4
<b>Total</b>		<b>31</b>	<b>58</b>

Nota: esta relación porcentual es en relación al total de las 53 iniciativas analizadas en este estudio.

**Gráfico D. Participación por tipo de institución del sector financiero**



El gráfico anterior nos muestra la relación que existe entre las iniciativas del sector financiero, específicamente, y el resto de las iniciativas no pertenecientes a dicho sector: organizaciones públicas, académicas, medios de comunicación, ONG's, entre otros, donde podemos observar que del total de las iniciativas el 58% corresponden a las instrumentadas por las diversas organizaciones del sector financiero, lo

cual quiere decir que del total de iniciativas de educación financiera en el país la mayor parte (58%) corresponde al sector financiero.

### **2. Grupos poblacionales alcanzados**

2.1 Organismos de las finanzas populares

2.2 Organizaciones públicas

2.3 Sector bancario y aseguradoras

2.4 Instituciones académicas y museos

2.5 Medios de comunicación

2.6 Fundaciones, ONG's y proyectos sociales

Uno de los aspectos centrales en el tema de la educación financiera tiene que ver con los grupos de la población a los que se está llegando o atendiendo. En este sentido y en base a la segmentación que realizamos en el punto 1.2 del presente estudio partimos para determinar los grupos más representativos que se encuentran ligados a las diferentes iniciativas, teniendo muchas de ellas grupos de la población perfectamente bien definidos, como el caso es el caso de IMPULSA, RENAMUR, Colmena Milenaria, etc. Algunas otras tratan de dirigir sus esfuerzos a mayores capas poblacionales, tales como CONDUSEF, Banamex, Bancomer, etc. A continuación se hace un breve resumen de los grupos poblacionales alcanzados por las 53 iniciativas analizadas en el presente estudio:

## **2.1 Organismos de las finanzas populares**

Este sector atiende fundamentalmente población rural<sup>5</sup> y población urbana marginada y de bajos recursos<sup>6</sup> a través de cajas populares, bancos comunales, Cajas Solidarias, microfinancieras, etc.

Fundamentalmente estas instituciones y organizaciones orientan sus esfuerzos a alcanzar a aquella parte de la población que enfoca sus actividades a los sectores primarios y secundarios de la economía (agricultura y comercio) y que se encuentran en condiciones de pobreza, tanto de zonas urbanas como rurales del país.

## **2.2 Organizaciones públicas**

Dentro de las organizaciones del sector público se vienen desarrollando diversas iniciativas que buscan llegar a muy diversos sectores de la población. Por ejemplo, la CONDUSEF o Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) buscan llegar a un espectro muy amplio de la población con un enfoque urbano y en donde no existe una segmentación específica de la población a la que llegan. BANSEFI, que para efectos del presente estudio se encuentra registrada dentro del sector de organismos públicos, busca de manera particular atender a la población rural y urbana de bajos recursos. La propuesta del Instituto de los Mexicanos en el Exterior, está orientada a migrantes. Nacional Financiera tiene un enfoque dirigido al apoyo del emprendimiento (micro, pequeñas y medianas empresas) y la SEP se encuentra enfocada

---

<sup>5</sup> Según la metodología del Instituto de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), por población rural entendemos a aquellos grupos de la población que viven en comunidades menores a 2,500 personas

<sup>6</sup> Por población urbana y también utilizando la metodología del INEGI entendemos a aquellos grupos de la sociedad que se agrupan en comunidades mayores a 2,500 personas, de esta población vemos que existen estratos con diversos niveles de ingreso, para efectos, haciendo referencia, en este caso a los estratos urbanos marginados y de bajos ingresos.



al trabajo con estudiantes y profesores de educación básica, media y media superior.

### ***2.3 Sector bancario y aseguradoras***

Este sector ha venido trabajando fuertemente en el tema de la educación financiera. La orientación fundamental de las instituciones que conforman al sector está dirigida a la atención de sus propios clientes, sin embargo, algunas de las iniciativas, como es el caso de Banamex y Bancomer, tratan de abarcar a mayores segmentos de la población.

### ***2.4 Instituciones académicas y museos***

Estas instituciones canalizan sus esfuerzos fundamentalmente hacia los segmentos de estudiantes y maestros. En el caso de Consejo Mexicano de Educación Económica y Financiera (CMEEF) su propuesta se encuentra totalmente dirigida maestros sobre todo de educación básica, media y media superior. El ITESM canaliza gran parte de sus esfuerzos hacia la función emprendedora y apoya acciones sociales en sectores de la población con marginación o alta marginación, el MIDE busca llevar su propuesta en especial a estudiantes y maestros, sin embargo, también busca llegar al grueso de la población, básicamente en el Distrito Federal.

### ***2.5 Medios de comunicación***

El caso de los medios de comunicación es muy particular. Las diversas propuestas e iniciativas en este sector se encuentran desarrolladas ya sea en cápsulas televisivas, programas de radio o aportaciones en periódicos y revistas. Esto implica que dichas propuestas llegan a

diversos grupos de la población, fundamentalmente en zonas urbanas del país. Así vemos que los diarios *“El Financiero”* y *“El Economista”*, que tienen secciones de finanzas personales, se orientan a ejecutivos y empresarios; la revista *Entrepreneur* está totalmente orientada al emprendimiento; Grupo Imagen con su iniciativa *“No tire su dinero”* en Reporte 98.3, y Televisa con las cápsulas televisivas que ocasionalmente ha lanzado con su programa *“Ahora es el momento. Hazlo por ti”* en horarios dónde la audiencia es fundamentalmente de amas de casa.

### **2.6 Fundaciones, ONG´s y proyectos sociales**

El trabajo de este sector es diverso. Por ejemplo, la iniciativa de Impulsa está dirigida a estudiantes y maestros y se orienta fundamentalmente al emprendimiento; Apple Seed dirige parte de sus esfuerzos a población migrante y a sus familias en México; Sparkassenstiftung für internationale Kooperation trabaja con población rural y urbana de bajos recursos, población urbana marginada y, además se enfoca a segmentos de jóvenes pre y universitarios. Finalmente, la propuesta de educación financiera de Verónica Huacuja está dirigida hacia niños en edad preescolar y primaria.

Resumen de segmentos de la población alcanzados:

**Gráfico E. Población objeto alcanzada**

Población objeto alcanzada	Org. de Finanzas Populares	Organizaciones públicas	Bancos y aseguradoras	Académicas y museos	Medios de comunicación	Fundaciones y ONG's
Estudiantes		X	X	X		X
Maestros		X		X		X
Niños en edad preescolar						X
Amas de casa		X			X	
Ejecutivos/empresarios					X	
Emprendedores		X	X	X	X	X
Clientes institucionales	X		X			
Migrantes		X				X
Mujeres rurales en condición de pobreza	X	X				X
Mujeres urbanas en condición de pobreza	X	X				X
Campesino/agricultores	X	X				X

Como podemos observar, si bien es cierto que existe un número importante de iniciativas de educación financiera en el país, también lo es cierto que aún no llegan de una forma sistemática a todos los sectores de la población. Estamos actualmente en un proceso de expansión de las ofertas, sin embargo todavía falta mucho por hacer para alcanzar al grueso de la población de manera sistemática y continua.

### **3. En dónde se llevan a cabo las iniciativas**

Las iniciativas analizadas tienen diversas formas para poder implementarse, desde ser impartidas directamente en las propias instalaciones de las organizaciones que las han creado hasta desarrollar

alianzas estratégicas para poder lograr los objetivos de cada una de las iniciativas.

En base al análisis efectuado de las 53 iniciativas analizadas en el presente estudio, se detectaron los principales mecanismos por medio de los cuales se valen las organizaciones para operarlas, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 3.1. En donde se llevan a cabo las iniciativas**

<b>Mecanismos de implementación de la iniciativa</b>	<b>Núm. iniciativas</b>	<b>Porcentaje</b>
En instalaciones propias	27	51%
En escuelas e instituciones educativas	13	25%
En alianza con otras instituciones que cuentan con infraestructura adecuada	11	21%
A través de televisión, radio y prensa	10	19%
Vía internet	9	17%
En reuniones semanales	6	12%
A través de foros y conferencias	5	10%
En centros de trabajo	3	6%
De forma itinerante	3	6%
Presentaciones móviles	2	4%

De los resultados obtenidos se desprende que el mecanismo utilizado por las iniciativas en educación financiera es a través de la utilización de instalaciones propias, ya sea para la impartición de cursos y talleres, pláticas, presentaciones museográficas, etcétera, que representan un 51% del total de las iniciativas.

Por otra parte, observamos que el segundo medio más importante para llevar las propuestas a las poblaciones objeto es la impartición directamente en escuelas e instituciones educativas, este mecanismo representa el 25% del total de las iniciativas.

Como tercer mecanismo más relevante es la generación de alianzas interinstitucionales, implicando que muchas de las iniciativas no cuentan con infraestructura propia, por lo que deben buscar alianzas con otras instituciones para poder cumplir el objetivo de la iniciativa, representando el 21% de las iniciativas analizadas.

Podemos observar también que existe un número importante de iniciativas que son realizadas por un medio masivo de comunicación (como es el caso de periódicos de circulación nacional, revistas especializadas en finanzas, etcétera), que fundamentan su iniciativa por estos medios. Más allá de ello, hay iniciativas de otras organizaciones que igualmente buscan usar los medios de comunicación para alcanzar a sus poblaciones objeto, especialmente a la televisión y a la radio como mecanismo de promoción y plataforma de comunicación. En este sentido, podemos observar que el 19% de las iniciativas de nuestro universo analizado utilizan a los medios masivos de comunicación como plataforma para dar o conocer o llevar a cabo su propuesta en educación financiera.

Otro instrumento que es utilizado con mayor frecuencia es el de los medios electrónicos (Internet y correo electrónico) y existen nueve iniciativas que llevan a cabo sus propuestas a través de dichos medios y que representan el 17% del total de las iniciativas.

Un mecanismo estratégico poco usado son los foros y conferencias para como mecanismo estratégico para ampliar la difusión de la educación financiera u existen sólo cinco instituciones que utilizan este mecanismo y que representan solo un 10% del total de las iniciativas analizadas.

Otros mecanismos poco utilizados aún en el país son la implementación de actividades itinerantes (6%) y presentaciones móviles (2%).

#### **4. Medios por los cuales se llevan a cabo las iniciativas**

Para llevar a cabo sus propuestas, las diversas instituciones analizadas han desarrollado diversos mecanismos. En la presente tabla se presentan los medios más utilizados conforme a la siguiente información:

**Tabla 4.1. Mecanismos para llevar a cabo las iniciativas**

<b>Medio</b>	<b>Núm. de instituciones</b>	<b>%</b>
Talleres/Cursos	32	63
Sitios web	12	24
Pláticas	10	20
Artículos	7	14
Folletería	6	12
Charlas informativas	6	11
Conferencias/Foros	5	10

Como podemos observar, el mecanismo más utilizado por las instituciones es la impartición de cursos y/o talleres, con un 63% del total de las iniciativas.

El segundo mecanismo más utilizado y que es incorporado por muchas instituciones, es el Internet y/o el correo electrónico para llevar a cabo su propia propuesta de educación financiera que representa un 24% del total de las iniciativas.

Un tercer medio es la impartición de pláticas sobre diversos temas de educación financiera, representando este método el 20% del total de las iniciativas.

Dentro de un promedio del 12% se encuentran la redacción de artículos especializados, desarrollo de folletería, y charlas informativas.

El desarrollo de foros y conferencias es el mecanismo menos utilizado por las instituciones, representando sólo el 10% del total de las iniciativas analizadas.

### **5. Temas centrales de las iniciativas**

Del análisis efectuado sobre los temas más relevantes que son manejados por las diferentes iniciativas objeto de este estudio, se muestran las tendencias más importantes que se están siguiendo dentro de la operación de las diferentes iniciativas y que se presentan más adelante en este estudio.

Consideramos que es fundamental el análisis sobre las temáticas que se están desarrollando en las iniciativas de educación financiera existentes

porque esto nos permite saber cuáles son los temas prioritarios, así como determinar en los que no se está trabajando y abrir una ventana de oportunidad en ese sentido.

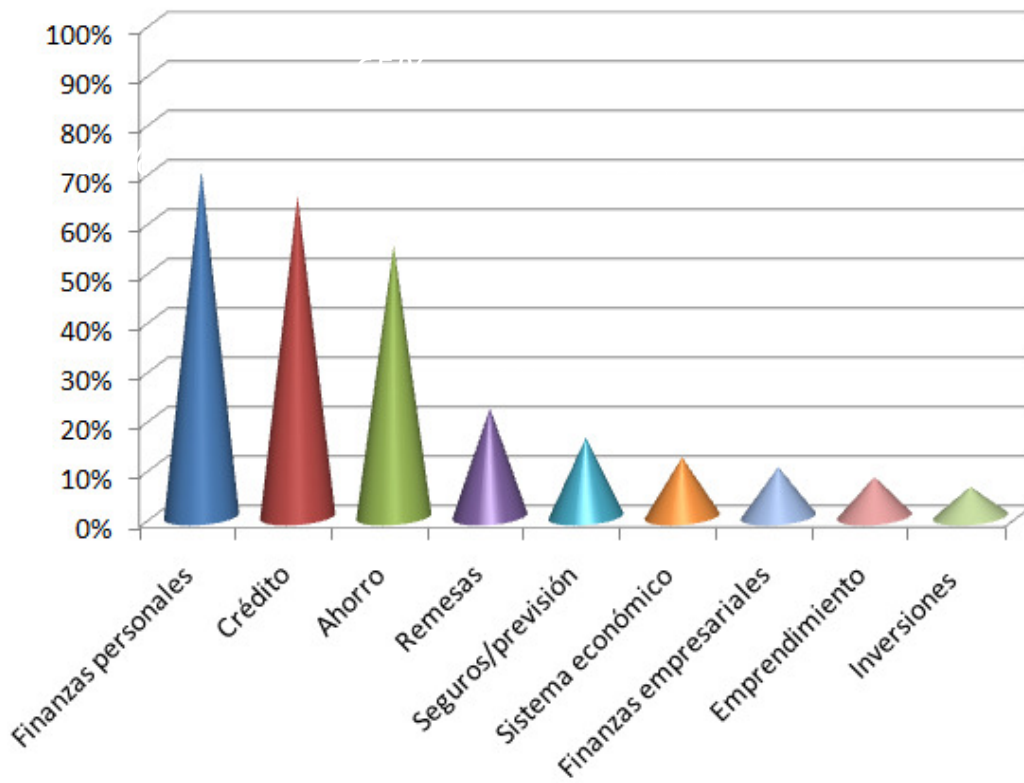
**Tabla 5.1. Temas centrales de las iniciativas**

<b>Tema</b>	<b>Núm. de instituciones</b>	<b>Porcentaje</b>
Finanzas personales	37	70%
Crédito	33	65%
Ahorro	28	55%
Remesas	11	22%
Seguros/previsión	8	16%
Sistema económico	6	12%
Finanzas empresariales	5	10%
Emprendimiento	4	8%
Inversiones	3	6%

Como podemos observar en la tabla anterior, muchas de las iniciativas tocan múltiples temas, sin embargo, cuentan con temas prioritarios como el de finanzas personales (cómo elaborar un presupuesto, metas, etcétera). Este es uno de los temas más abordados por las diversas iniciativas, le siguen los de crédito y ahorro.



**Gráfico F. Representación porcentual por temas tratados**



### **6. Materiales en los que se basan las iniciativas para llevar a cabo sus propuestas**

Los diversos programas analizados usan una gama amplia de materiales e instrumentos para lograr sus objetivos de educación financiera con su población objeto. Algunos usan manuales, trípticos, dípticos, folletos, revistas, libros, cuadernillos de trabajo, etcétera, para la impartición de cursos y talleres. Otros presentan información en medios electrónicos como páginas web o por envío de correos electrónicos, (como el caso de VISA a través de sus *new letters* o del boletín electrónico de “Finanzas Prácticas”, o “Brújula de Compra” de PROFECO) en los que se presenta información para autoestudio, ya sean cursos, artículos, calculadoras, etcétera. Finalmente, algunas iniciativas desarrollaron materiales

audiovisuales como videos o películas, así como spots de radio y televisión para alcanzar su población objeto.

En la siguiente tabla se presenta de manera resumida la utilización de los diversos instrumentos mencionados. Muestra los diversos instrumentos o medios mediante los cuales las instituciones llevan a cabo sus iniciativas de educación financiera.

*Medios documentales:* son todos aquellos medios tales como manuales, cuadernillos, libros, folletos, revistas, etcétera.

*Medios electrónicos:* son páginas web, intranets, correo electrónico, etc.

*Medios audiovisuales:* son videos promocionales, videos educativos, películas, etcétera.

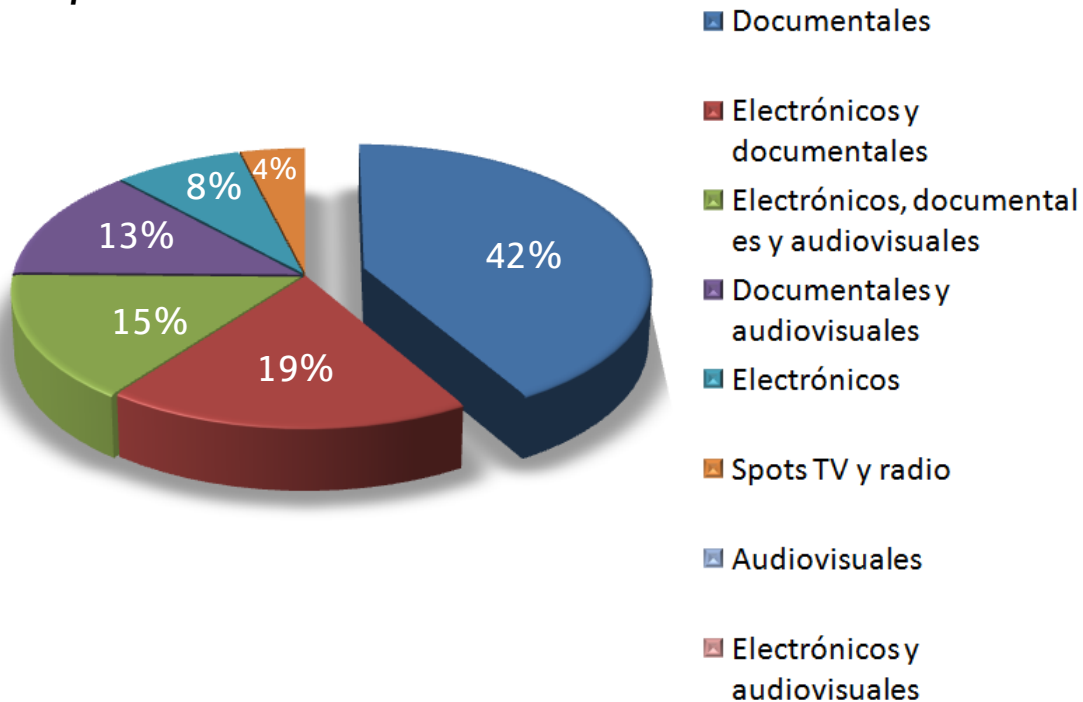
*Spots televisivos y de radio:* son cápsulas de televisión y radio, etcétera.

Los resultados se encuentran en la tabla que a continuación se presenta:

**Tabla 6.1. Tipo de materiales utilizados como fundamento por cada una de las iniciativas**

<i>Iniciativas</i>	<i>Núm. Iniciativas</i>	<i>Porcentaje</i>
Medios documentales	22	42%
Medios electrónicos+Medios documentales	10	19%
Medios electrónicos+Medios documentales+Medios audiovisuales	8	15%
Medios documentales+Medios audiovisuales	7	13%
Medios electrónicos	4	8%
Spots televisivos y de radio	2	4%
Medios audiovisuales	-	-
Medios electrónicos+Medios visuales	-	-
Total	53	100%

**Gráfico G. Representación porcentual por tipo de materiales utilizados**



Un mayor número de iniciativas sólo utilizan medios documentales (42%) mientras que 10 utilizan electrónicos aunados a documentales, representando el 19% del total de las iniciativas. Un número de ocho iniciativas, que representan el 15% del total utilizan los tres tipos de medios: electrónicos, documentales y audiovisuales y siete utilizan documentales y audiovisuales (13%) para cumplir con sus objetivos.

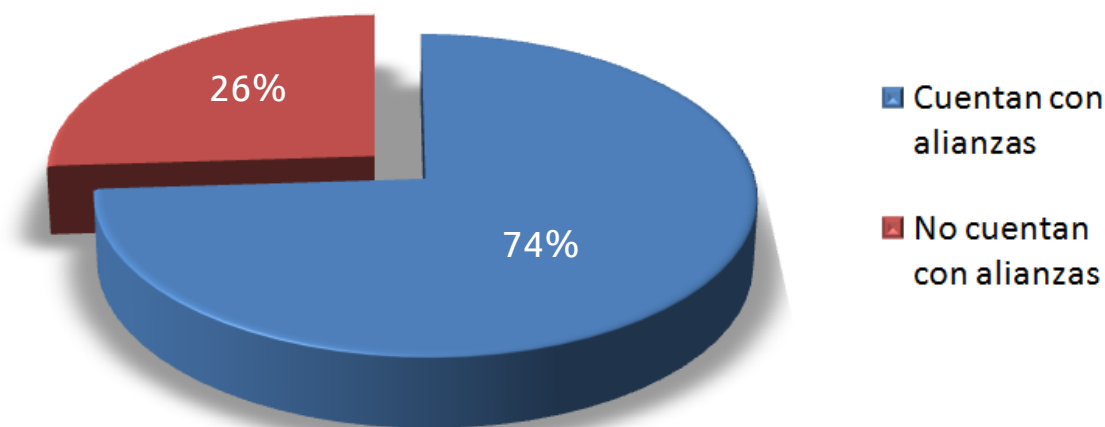
Cuatro instituciones (8%) utilizan exclusivamente medios electrónicos para hacer llegar su propuesta y dos instituciones (4%) utilizan exclusivamente *spots* en televisión y radio.

La utilización de medios masivos de comunicación permite - a las instituciones que pueden hacer uso de ellos-, el acceso a un mayor número de personas, sin poder saberse, por falta de instrumentos de medición, números concretos de población alcanzada.

### 7. Alianzas desarrolladas

Un aspecto relevante en el panorama de la educación financiera en el país es la creación de alianzas estratégicas interinstitucionales que permiten una complementación entre las diversas iniciativas existentes.

**Gráfico H. Comparativo porcentual en relación a la estructuración o no de alianzas interinstitucionales**



Así observamos que un total de 39 iniciativas (74%) han creado diversos tipos de alianzas estratégicas con algunas de las propias instituciones analizadas o con otras que por no desarrollar específicamente programas de educación financiera no están mencionados en el presente mapeo. Un número de 14 iniciativas (26%) no trabajan bajo un esquema generador de alianzas interinstitucionales.

Con relación a las diversas iniciativas que se están desarrollando actualmente en el país, la generación de alianzas se ha convertido en un proceso fundamental para su operación. Muchas de éstas van dirigidas a establecer una estrecha colaboración técnica a través del suministro de contenidos en materia de educación financiera, como ha sido el caso de la Asociación de Bancos de México, , BANAMEX con “Saber Cuenta”, el

MIDE, BANSEFI a través de su programa “Su dinero y su futuro”, entre otras.

CONDUSEF ha desarrollado diversas alianzas con organizaciones de los sectores público, privado y social. Muestra de ello es la Semana Nacional de Educación Financiera que se creó en el 2008, cuyo objetivo principal fue llevar a la población del país los conceptos fundamentales de la educación financiera y crear una conciencia ciudadana sobre el tema.

La SENEF es un claro ejemplo de la creación de alianzas y sinergias interinstitucionales en donde se establecen alianzas para la utilización de contenidos, la complementariedad de información de temas financieros, la utilización de espacios físicos, el aprovechamiento de recursos humanos altamente calificados para la impartición de cursos, talleres, conferencias, charlas, etcétera.

Hoy por hoy, las alianzas y sinergias son una de las mejores vías para aprovechar el aprendizaje generado por todas las instituciones que están desarrollando educación financiera en el país, lo cual permitirá sentar las bases para generar una población consciente de la importancia de contar con finanzas personales sanas.

### ***8. Mecanismos de evaluación***

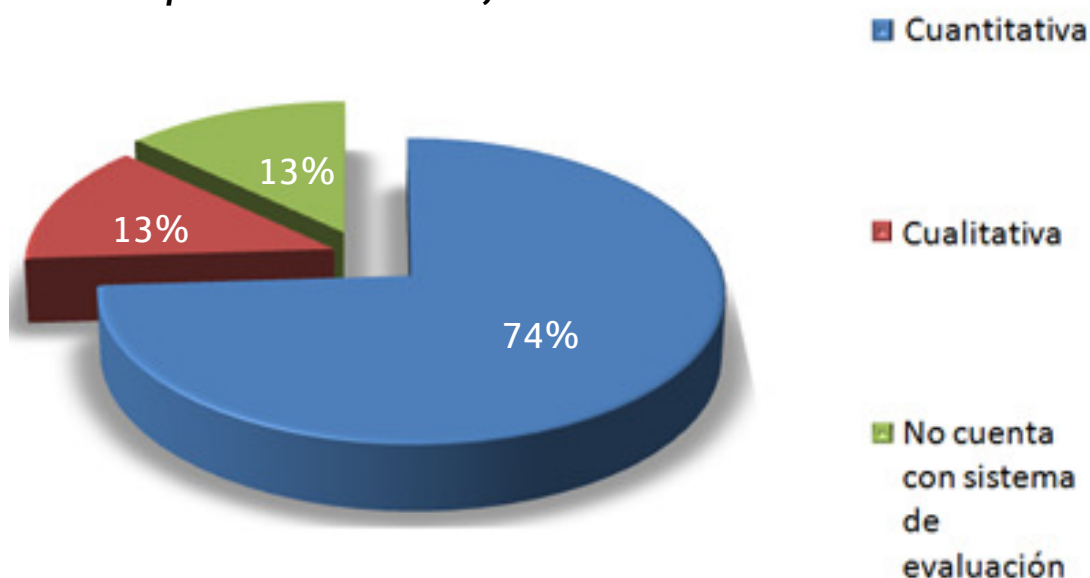
Un tema complejo con respecto a la educación financiera es la cuestión de la evaluación de sus resultados y su impacto, es decir, la pregunta de que si a través de los diversos esfuerzos en la materia realmente se está contribuyendo a modificar los hábitos y costumbres de las poblaciones objeto a las que se está llegando.

La evaluación de impacto en educación financiera es un tema no muy desarrollado y metodológicamente complicado de atender de manera adecuada. No obstante, podemos observar que las iniciativas presentadas en este documento están realizando ciertos esfuerzos de evaluación, entre las cuales, no obstante, prevalecen mediciones cuantitativas de resultados.

**Tabla 8.1 Evaluación de iniciativas**

<b>Iniciativas</b>	<b>Núm. iniciativas</b>	<b>Porcentaje</b>
Cuantitativa	39	74%
Cualitativa	7	13%
Sin sistema de evaluación	7	13%
Total	53	100%

**Gráfico I. Comparativo porcentual en relación a la evaluación que desarrollan las diferentes iniciativas**



## ***Conclusiones: perspectivas y necesidades de educación financiera en México***

La “Encuesta sobre Cultura Financiera en México”<sup>7</sup>, publicado por Educación Financiera Banamex y la UNAM en marzo de 2008 arrojó como conclusiones que la población mexicana en su mayoría, no tenía una visión de mediano y largo plazo de sus finanzas, no contaba con una cultura de control y planeación de gastos y tampoco con una cultura o hábito del ahorro.

Si esto constituye una situación problemática en sí, ante la actual crisis económica y financiera esta situación adquiere una mayor relevancia. Mientras en los últimos tres o cuatro años se ha podido observar un creciente interés por la educación financiera y un número cada vez mayor de iniciativas sobre ésta en el país, la grave crisis económica ha mostrado una vez más la gran relevancia que tiene la educación financiera para la estabilidad económica de las familias e incluso para economías enteras.

Son muchas sin duda las instituciones y organizaciones del país interesadas en desarrollar iniciativas y programas de educación financiera. Dentro de nuestro estudio hemos podido identificar a 53 organizaciones en diversos lugares del país, que trabajan con diversos enfoques en cuanto a temas, poblaciones objeto y metodologías. Seguramente existen más iniciativas y otras estarán en proceso de

---

<sup>7</sup> Primera Encuesta sobre Cultura Financiera en México, Educación Financiera Banamex y Facultad de Psicología de la UNAM, marzo de 2008, México, D.F. Versión Corta, 32 págs.



creación en estos momentos que no se han podido integrar a este estudio.

Aun si el número de programas e iniciativas de educación financiera está en aumento, también salta a la vista que hay mucho camino por recorrer todavía, especialmente bajo la perspectiva de que la educación financiera sea un instrumento para apoyar el desarrollo y la estabilidad económica de las familias y de la economía local y regional en el país. Para iniciar, será de mucha importancia definir de manera concisa los objetivos claves para fomentar la educación financiera y sentar bases firmes de una cultura económica y financiera a nivel nacional. Con base en ello se deberán identificar los grupos poblacionales prioritarios y los temas y capacidades a transmitir en cada caso para ampliar la cobertura de temas, grupos poblacionales objeto y regiones en esta materia.

Existen diversos factores que promueven el éxito de las iniciativas, entre los más importantes cuentan los siguientes:

1. Contar con objetivos claros y fijación de prioridades.
2. Contar con credibilidad y establecimiento de estándares para la educación financiera.
3. Trabajar con temas prioritarios en base a los resultados arrojados por estudios preliminares.
4. Adaptar al contexto del grupo objeto.
5. Utilizar medios adecuados.
6. Considerar la calidad de los programas.
7. Contar con una buena distribución y organización.
8. Crear redes y alianzas.
9. Desarrollar programas continuos y de largo plazo.
10. Contar con recursos seguros para la operación de las iniciativas.

Estos factores, en conjunto, permiten que las iniciativas sean exitosas. Podemos observar que muchos de los programas desarrollados en México cuentan con más de dichas premisas, otros requerirán revisar sus estrategias y materiales para enfocarlos de manera más adecuada a los objetivos.

Una parte de las iniciativas trabajan temas bien orientados y definidos y en varios casos avalados por estudios preliminares sobre las poblaciones objeto a las que desean llegar. Asimismo, se ha buscado adaptar los materiales a los grupos poblacionales objeto de las iniciativas. No obstante, del estudio aquí presentado resalta que para aumentar el alcance y el impacto de los programas de educación financiera en los diferentes grupos poblacionales valdría la pena integrar metodologías innovadoras adicionales a la gama de metodologías usadas actualmente. Especialmente recomendable será incursionar en el aprovechamiento más amplio de los medios audiovisuales de comunicación.

Igualmente es de mucha relevancia buscar unificar criterios entre las organizaciones que ofrecen educación financiera y desarrollar al menos un set de estándares mínimo de contenidos y calidad de los programas a realizar. Con base en ello también será significativo para el fomento de la educación financiera desarrollar y aplicar metodologías de evaluación de resultados e impacto, cuyas derivaciones pueden ser una base fundamental para afinar, en su caso, los objetivos, estrategias y actividades en los programas. Hoy en día muchas de las organizaciones activas en este campo ven la necesidad de contar con mecanismos de evaluación que permitan determinar la validez de los programas y puedan coadyuvar a su mejora.

El estructuramiento de alianzas se ha convertido en una estrategia clave para ampliar la cobertura de educación financiera. El futuro de ésta demanda el fortalecimiento y consolidación de más alianzas y más coordinación interinstitucional para responder a las necesidades de una sociedad ávida de educación financiera. Las capacidades y alianzas en la materia, hasta ahora instaladas, son un muy buen punto de partida para ello.

Finalmente, la clave para contar con una amplia y firme educación financiera de la población es la continuidad de los programas, lo cual se refiere igualmente a la atención que se presta a este tema, como a estructuras organizacionales y fondos disponibles.

Hemos detectado que muchas de las iniciativas analizadas en el presente estudio tienen una visión de largo plazo, viendo en la educación financiera una forma de afianzamiento institucional y de contribución con la sociedad deseosa de ésta. Es importante que se mantenga y fortalezca aún más esta visión de largo plazo en las organizaciones e instituciones involucrados en esta temática. Además, será elemental que se disponga de los fondos requeridos para darle continuidad a los programas. Esto será un esfuerzo importante a realizar igualmente por parte de organizaciones públicas que privadas.

El fin último de la educación financiera y su papel en la sociedad actual es coadyuvar a que los individuos aprovechen de mejor manera sus recursos materiales y financieros y establezcan de esta forma su economía y su bienestar familiar. Esto tendrá importantes repercusiones en las economías locales y regionales y con ello en la estabilidad general de la economía del país. A la vez, la educación financiera es un elemento importante para ampliar el acceso a servicios financieros para aquellas

capas de la población que no cuentan con ello. De esta forma, la educación financiera es un instrumento muy importante para fomentar la inclusión financiera en este país. Su continuo fortalecimiento será clave para México y los mexicanos.



## ***Segunda Parte***

---

### ***Principales iniciativas de educación financiera en el 2009***

Las 53 iniciativas analizadas en este documento surgen de diferentes organizaciones e instituciones de diversos sectores de la sociedad<sup>8</sup>. A continuación se presenta un breve esbozo institucional, así como las principales características de sus iniciativas de educación financiera.

#### ***a) Organizaciones de finanzas populares***

- a.1) Asociación Mexicana de Uniones de Crédito del sector social (AMUCSS).
- a.2) Caja Morelia Valladolid
- a.3) Caja Solidaria Chiquiliztli
- a.4) Colmena Milenaria
- a.5) Compartamos Banco
- a.6) Cooperativa Financiera Tosepantomin
- a.7) Credimedios
- a.8) Federación de Cajas Populares Alianza

---

<sup>8</sup> Ver clasificación en la página

- a.9) Federación Centro-Sur
- a.10) Federación Nacional de Cajas Solidarias
- a.11) Financiera Unete de Allende
- a.12) Pro Mujer
- a.13) Provident
- a.14) Red Nacional de Mujeres Rurales (RENAMUR)
- a.15) Servicios Financieros Alternativos (SEFIA)
- a.16) Servicios Financieros Libertad
- a.17) Unión de Esfuerzos para el Campo (UDEEC)

### **b) Sector bancario y aseguradoras**

- b.1) Asociación de Bancos de México (ABM)
- b.2) Asociación Mexicana de Entidades Financieras Especializadas (AMFE)
- b.3) Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas (AMASFAC)
- b.4) Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)
- b.5) BANAMEX
- b.6) Banco Wal-Mart
- b.7) BBVA Bancomer
- b.8) Master Card
- b.9) ING Seguros
- b.10) VISA
- b.11) HSBC

**c) Organizaciones públicas**

- c.1) Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI)
- c.2) Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los
- c.3) Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)
- c.4) Instituto de los Mexicanos en el Exterior (IME)
- c.5) Nacional Financiera (NAFIN)
- c.6) Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO)
- c.7) Secretaría de Educación Pública (SEP)
- c.8) Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)
- c.9) Sociedad Hipotecaria Federal (SHF)

**d) Instituciones académicas y museos**

- d.1) Consejo Mexicano de Educación Económica y Financiera d.2) (CMEEF)
- d.3) Instituto de Finanzas Personales (IFP)
- d.4) Instituto Politécnico Nacional (IPN)
- d.5) Instituto Tecnológico de Monterrey (ITESM)
- d.6) Museo Interactivo de Economía (MIDE)
- d.7) Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

**e) Medios de comunicación**

- e.1) Grupo Imagen
- e.2) Periódico *El Economista*
- e.3) Periódico *El Financiero*
- e.4) Periódico *Reforma*
- e.5) Revista *Entrepreneur*
- e.6) Televisa



**f) Fundaciones, otras ONG´s y proyectos sociales**

f.1) Apple Seed

f.2) FFH Alcance (Freedom from Hunger)

f.3) Impulsa

f.4) Sparkassenstiftung für internationale Kooperation

f.5) Educación Financiera para niños (Verónica Huacuja)

**Resumen de las iniciativas**

**a) Organismos de finanzas populares**

**a.1) Asociación Mexicana de Uniones de Crédito del Sector Social  
(AMUCSS)**

La Asociación Mexicana de Uniones de Crédito del Sector Social (AMUCSS), es una asociación civil con más de 20 años de experiencia en la operación de instituciones financieras rurales, como uniones de crédito campesinas, fondos de auto aseguramiento, cooperativas de ahorro y crédito y microbancos rurales en diversas regiones del país.

La historia de AMUCSS da inicio cuando un grupo de organizaciones económicas campesinas regionales decide crear “bancos campesinos” como organismos autónomos para financiar las actividades productivas de sus socios. Estas agrupaciones veían los programas de financiamiento públicos como formas de control del Estado, que llevaba a producciones ineficientes y dirigidas de manera centralizada. En su búsqueda de opciones, promovieron una red de uniones de crédito campesinas, fondos de auto aseguramiento, cooperativas y cajas de ahorro y crédito en diversas regiones del país.

Durante más de una década, ese grupo trabajó intensamente, construyendo un modelo de autogestión y de organización

especializada y profesional en las finanzas rurales. Ese grupo, diecisiete Uniones de Crédito Campesinas, constituyó a la AMUCSS en 1992.

Acceso web: [www.amucss.org.mx](http://www.amucss.org.mx)

### ***a.2) Caja Morelia Valladolid***

Caja Morelia Valladolid, es una Sociedad Cooperativa de Responsabilidad Limitada de Capital Variable creada con el fin de contribuir al desarrollo social y económico de sus asociados; se basa en los principios universales del cooperativismo, que contemplan una adhesión voluntaria y una participación democrática, mediante una administración eficiente, que permita impulsar la educación y la integración de Cooperativas, con fines no lucrativos a través del ofrecimiento de servicios financieros, de seguridad y de salud, cumpliendo de esta forma con su compromiso con la sociedad.

Acceso web: [www.cajamorelia.com.mx](http://www.cajamorelia.com.mx)

### ***a.3) Caja Solidaria Chiquiliztli***

La Caja Solidaria Chiquiliztli es una de las organizaciones que conforman al Sector de Ahorro y Crédito Popular en México. En 2008 obtuvo su autorización como entidad apegada a los lineamientos de la Ley de Ahorro y Crédito Popular (LACP), habiendo cumplido de manera integral con los requerimientos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores para operar como una entidad autorizada.

Cumpliendo con sus objetivos y políticas internas, así como filosóficas, la Caja ha venido desarrollando un intenso trabajo local en materia de

educación financiera. Para lograr estos objetivos, creó el denominado “Programa de Educación Financiera y Cooperativa” (PEFCoop), que inicia operaciones en agosto de 2008, teniendo como objetivo dotar de conocimientos y herramientas a los socios, empleados y comunidad de la caja en dos líneas estratégicas de transmisión de conocimientos, la educación financiera, por una parte, y la cooperativa por otra.

Para llevar a cabo su propuesta, la Caja se vale de dos medios fundamentales:

Utilización del programa “Su Dinero y Su Futuro” desarrollado por BANSEFI y Freedom From Hunger.

Utilización de folletería para transmitir temas de educación financiera relevantes.

Acceso web: No cuenta con página en internet

### ***a.4) Colmena Milenaria***

La Colmena Milenaria tiene su sede en la Ciudad de México. Se origina en 1998 como resultado de una serie de planteamientos y propuestas encabezadas por la Unión de Esfuerzos para el Campo (UDEEC), sobre el papel de las finanzas populares en el ámbito rural, los esfuerzos educativos y organizativos que estaban realizando en sus regiones y el modelo de ahorro y crédito que se venía desarrollando dentro de la UDEEC.

Las organizaciones que dieron origen a esta red fueron: Fondo Solidario del Frente Democrático Campesino de Chihuahua S.C.C. de R.L.

(FEDECOOP), Sistemas de Proyectos Organizados en Comunidad S.C.L. (POC), Cobanaras Federación Estatal de Sociedades de Solidaridad Social (CFESSS), Desarrollo Sustentable para la Mujer y la Niñez A.C. (DESMUNI) y Unión de Esfuerzos para el Campo, A. C. (UDEEC); están ubicadas en Chihuahua, Tabasco, Sonora, Chiapas y Querétaro, respectivamente.

En 2003, la Colmena Milenaria se constituyó legalmente como Asociación Civil. En la actualidad está integrada por 13 instituciones que trabajan en los estados de Oaxaca, Guanajuato, Puebla, Veracruz, D.F., Chihuahua, Morelos, Chiapas, Hidalgo, Tabasco y Querétaro.

Los preceptos institucionales de los que parte la Colmena Milenaria se fundamentan en el principio de que las organizaciones asociadas a la red, no deberían concentrarse solamente en diseñar y operar sistemas financieros adecuados, accesibles y eficaces para la población de bajos recursos y/o excluida, sino que es necesario partir de una perspectiva integral con un desempeño financiero de calidad, donde las personas, su mundo, sus necesidades y carencias son puestas por delante y la actividad financiera es una oportunidad para construir valores y prácticas sociales, como lo son el compromiso, la solidaridad, la participación y la organización, componentes de una ciudadanía responsable de su entorno.

La Colmena Milenaria busca:

- Transmitir las experiencias, desarrollos y logros de las diferentes instituciones que conforman la red.

- Dar una fuerte prioridad a la educación como herramienta de desarrollo de sus afiliados, dotándoles de conocimientos para lograr una mejor toma de decisiones sobre sus recursos monetarios.

Para llevar su propuesta la Colmena Milenaria utiliza:

- Impartición de talleres y foros que se realizan en las diferentes comunidades.
- Impartición de talleres y cursos que son impartidos a las instituciones asociadas, aunque no se descarta la participación de público interesado.
- En las sesiones semanales de cada una de las instituciones asociadas, se promueve la concientización sobre el ahorro y el crédito.
- Se editan boletines informativos, folletos y libros que, entre otros temas, tocan aspectos de educación financiera.

Acceso web: [www.colmenamilenaria.org.mx](http://www.colmenamilenaria.org.mx)

### ***a.5) Compartamos Banco***

Compartamos Banco es una institución financiera especializada en microfinanzas dirigidas a segmentos de la población que no cuentan con acceso al sistema financiero formal, ofreciéndoles acceso al crédito, al ahorro, seguros y otros servicios que contribuyen al desarrollo de sus negocios y sus familias.

Compartamos Banco es una institución financiera especializada en microfinanzas dirigidas a segmentos de la población que no cuentan con acceso al sistema financiero formal, ofreciéndoles acceso al crédito, al ahorro, seguros y otros servicios que contribuyen al desarrollo de sus negocios y sus familias.

En materia de educación financiera la metodología utilizada por esta institución se basa en la metodología de proporcionar información a los socios/clientes en las reuniones que se efectúan de manera semanal. En éstas se transmiten temas sobre cómo administrar el crédito, su utilización y administración, etcétera.

Para lograr estos objetivos, utiliza los siguientes medios:

- Pláticas en reuniones semanales.
- Publicación de la revista “*Avancemos hacia el éxito*”, con temas de educación financiera y valores (se resalta el tema de éstos últimos).
- Un manual de emprendedores.
- Utilización de video cápsulas sobre crédito, ahorro, presupuesto y valor del dinero.

Acceso web: [www.compartamos.com](http://www.compartamos.com)

### **a.6) Cooperativa de Ahorro y Crédito Tosepantomin**

En la ciudad de Cuetzalan, estado de Puebla, se encuentra la Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan Titaniske (Unidos Venceremos), cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de todos los socios a través de acciones que permitan alcanzar el desarrollo sustentable de las familias y comunidades y de la región.

Para lograr sus objetivos, la cooperativa lleva a cabo diversos programas de trabajo, como son:

- Producción de café, pimienta y miel virgen.
- Desarrollo de la mujer.
- Un centro de formación.
- Un segmento de negocio de turismo alternativo.
- Un programa de mejoramiento de la vivienda.
- Un programa de educación ambiental.
- Un programa de microfinanciamiento.

Específicamente, el programa de microfinanciamiento es operado a través de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tosepantomin, cuyo objetivo es contar con mecanismos financieros propios que posibiliten la captación de los ahorros de unos socios para otorgárselos en forma de crédito a otros, así como a los programas de trabajo de la Cooperativa. Con este programa se fomentan la cultura del ahorro y el pago, a la vez se contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de las familias.

La educación financiera que se ha venido desarrollando en Tosepantomin, utiliza los siguientes medios para cumplir sus objetivos:

Utilización del programa “Su Dinero y Su Futuro” desarrollado por BANSEFI y Freedom From Hunger.

Utilización de folletería para transmitir temas de educación financiera relevantes.

Acceso web: [www.tosepan.com/tosepantomin.htm](http://www.tosepan.com/tosepantomin.htm)

### **a.7) Credimedios**

Credimedios es una empresa creada para desarrollar diagnósticos institucionales para los intermediarios no bancarios o sus partes interesadas (fondeadores, donantes, reguladores e inversionistas), planes de negocio, valuación de cartera de clientes y diligencias valuatorias (*due diligence*) de entidades completas con propósito de asociación o compra, diseño de procesos, elaboración de manuales y capacitación de los intermediarios financieros no bancarios, así como calificación de riesgos y de contraparte y análisis de crédito para franquicias.

Desde 2008 ha venido trabajando en el tema de la educación financiera a través de un programa denominado “Sácale más provecho a tu dinero”, cuyos objetivos son:

Proporcionar información básica para que los participantes mejoren su relación con el dinero y lo administren más eficientemente.

Proporcionar información básica para que los participantes asimilen y difundan la cultura del ahorro en la zona de influencia.

Para el desarrollo de la iniciativa, Credimedios utiliza básicamente la transmisión de información a través de cursos-talleres impartidos a personas de escasos recursos dentro de la zona de influencia de la institución que se encuentra en la ciudad de Puebla.

Acceso web: [www.credimedios.com.mx/index.php](http://www.credimedios.com.mx/index.php)



**a.8) Federación de Cajas Populares Alianza**

La Federación de Cajas Populares Alianza es un organismo de integración del Sector de Ahorro y Crédito Popular y se encuentra autorizada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores para que proporcione servicios de supervisión, asistencia técnica y capacitación a las instituciones afiliadas a ella.

La federación de Cajas Populares Alianza representa 24 organizaciones de ahorro y préstamo con 200 oficinas de servicio. Más de 450,000 ahorradores en los estados de Guanajuato, Michoacán, Jalisco, Querétaro, San Luis Potosí, Aguascalientes, Veracruz, Tamaulipas y Puebla, y cuenta con más de 700 empleados y 180 directivos voluntarios.

Acceso web: [www.cpalianza.com.mx](http://www.cpalianza.com.mx)

**a.9) Federación Centro Sur**

La Federación Centro Sur es un organismo de integración del Sector de Ahorro y Crédito Popular y se encuentra autorizada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores para que proporcione servicios de supervisión, asistencia técnica y capacitación a las instituciones afiliadas a ella.

La Federación Centro Sur se encuentra en la ciudad de Cuernavaca, Morelos y tiene una amplia trayectoria en el sector cooperativista financiero del país, por lo que parte importante de su filosofía radica en contar con una sólida educación cooperativa.

En este sentido, la Federación actúa en cuatro líneas fundamentales:

Educación Cooperativa

Capacitación

Educación Financiera

Educación básica

En la línea estratégica de educación financiera están trabajando para formar, en una primera etapa, a los socios y ahorradores menores, teniendo previsto ampliar el programa a los jóvenes con la idea de dotarlos de herramientas para que tengan un mejor desempeño de sus finanzas personales y familiares.

Para llevar a cabo su iniciativa, Centro Sur se vale de:

La utilización del programa “Su Dinero y Su Futuro” desarrollado por BANSEFI y Freedom From Hunger.

El diseño de materiales complementarios adicionales con temas específicos como ahorro, crédito, remesas, etcétera.

Acceso web: [www.fedcentrosur.org.mx/](http://www.fedcentrosur.org.mx/)

### ***a.10) Federación Nacional de Cajas Solidarias (FNCS)***

La Federación Nacional de Cajas Solidarias es un organismo de integración del Sector de Ahorro y Crédito Popular autorizado por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores para operar bajo los lineamientos de la Ley de Ahorro y Crédito Popular y se encuentra en la Ciudad de México.

La FNCS tiene por objetivo promover e integrar a las sociedades afiliadas y no afiliadas en un ámbito nacional, proporcionando servicios especializados que colaboren en su crecimiento, expansión, desarrollo y competitividad; asimismo, dotarlas de valores agregados por efecto directo de la integración mediante servicios de supervisión, asistencia técnica y capacitación.

La FNCS ha venido trabajando el tema de la educación financiera con sus instituciones afiliadas a través de:

Utilización del programa “Su Dinero y Su Futuro” desarrollado por BANSEFI y Freedom From Hunger.

Utilización de folletería para transmitir temas de educación financiera relevantes.

Acceso web: [www.fncsac.com.mx/](http://www.fncsac.com.mx/)

### ***a.11) Financiera Unete de Allende***

Unete Financiera de Allende se encuentra en el municipio de Allende, Nuevo León, y es una Sociedad Financiera Popular autorizada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores para operar bajo los lineamientos de la Ley de Ahorro y Crédito Popular.

Financiera Unete ha venido trabajando con el tema de la educación financiera desde 2008, fundamentalmente con los propios clientes y la comunidad localizada en el municipio de Allende. Para llevar a cabo su iniciativa, Financiera Unete se basa en:

Utilización del programa “Su Dinero y Su Futuro” desarrollado por BANSEFI y Freedom From Hunger.

Utilización de folletería para transmitir temas de educación financiera relevantes.

Edición temporal de notas en periódicos locales con temas como ahorro, crédito y finanzas personales.

Acceso web: no tiene sitio web

### ***a.12) Pro Mujer***

Pro Mujer México es una organización de desarrollo no gubernamental y sin fines de lucro, inició operaciones en el 2001 en el estado de Hidalgo y pertenece a una red internacional dedicada a las microfinanzas y el desarrollo de la mujer, siendo su misión el proporcionar los medios para generarse el sustento y labrar un futuro para sus familias a través de las microfinanzas, la capacitación en negocios y el apoyo en salud.

Pro Mujer combate la pobreza estableciendo organizaciones microfinancieras sostenibles que proporcionan un paquete integrado de servicios financieros y de desarrollo personal que las mujeres necesitan para construir y mejorar sus pequeños negocios. Pro Mujer apoya la salud de sus clientes y sus familias y ayuda a las mujeres a fortalecer su autoestima. Asimismo, la red vincula a las mujeres y sus familias con recursos y servicios existentes en sus comunidades.

La educación financiera es una parte fundamental dentro de los principios filosóficos y operativos de Pro Mujer; para llevar a cabo parte de su propuesta educativa en la materia utiliza:

Cursos y talleres de capacitación en sesiones grupales de manera semanal.

Acceso web: <https://promujer.org/>

### **a.13) Provident**

Provident México es una Compañía de International Personal Finance enfocada al otorgamiento de microcréditos a domicilio. Tiene cobertura en las ciudades de Puebla, Veracruz, Morelos, Oaxaca, Tlaxcala, Hidalgo, Guanajuato, Tabasco, Querétaro, Aguascalientes y Michoacán.

La misión de Provident es establecer, con cada cliente, relaciones de largo plazo basadas en la confianza, la responsabilidad y la cercanía. Esto se ha podido lograr a partir de soluciones financieras, simples, justas y transparentes y que cumplen con altos estándares profesionales y de negocio.

Una de las prioridades de Provident es incluir la responsabilidad corporativa en su estrategia global de negocios. En este sentido y en relación a la educación financiera su población objeto, se centra en jóvenes estudiantes de 17 años en adelante de zonas marginadas de las comunidades de Puebla y León, así como de los propios colaboradores de la institución para que aprendan y desarrollen habilidades encaminadas a que tomen mejores decisiones en el manejo de su dinero.

Para llevar a cabo estos objetivos, Provident trabaja en conjunto con la iniciativa de Impulsa-Junior Achievement, basada en cursos de educación financiera, fundamentalmente enfocados al tema “El valor del

dinero”; estos cursos se imparten directamente en las escuelas seleccionadas previamente.

Provident actualmente es uno de los principales socios de la Iniciativa de Impulsa, y ha logrado una excelente sinergia en sus objetivos institucionales.

Acceso web: [www.provident.com.mx](http://www.provident.com.mx)

### ***a.14) Red Nacional de Mujeres Rurales (RENAMUR)***

La RENAMUR es una asociación civil que agrupa a diversas organizaciones regionales que trabajan con mujeres rurales en programas de microcrédito, ahorro, desarrollo productivo y humano en varios estados de la República, con el fin de mejorar las condiciones de vida de las mujeres rurales.

La RENAMUR representa un esfuerzo para construir una estrategia nacional de participación activa de las mujeres en el desarrollo rural de México.

RENAMUR busca lograr un desarrollo rural integral, sustentable y equitativo con desarrollo de proyectos alternativos para la dignificación de la calidad de vida de las familias rurales centrandó la atención en el desarrollo y fortalecimiento de las capacidades de las mujeres, así como con la instrumentación de una estrategia de sustentabilidad rural integral con perspectiva de género a través del apulantamiento y articulación de las capacidades locales, regionales y nacionales.

También busca alcanzar procesos de empoderamiento y asociación cooperativa para el fortalecimiento de la participación y organización comunitaria, regional y nacional desarrollando el potencial que representan las mujeres como agentes activas de transformación de la sociedad rural.

Asimismo, pretende integrar los servicios, herramientas y metodologías que faciliten los procesos de empoderamiento de las mujeres.

Todo lo anterior a través de tres procesos:

1. Servicios financieros (Red Mexicana de Mujeres (SEFIMUR).
2. Fortalecimiento institucional (CAVIMUR y PETRUS).
3. Fortalecimiento productivo y comercial.

Para RENAMUR la educación financiera representa uno de los mecanismos que le permite lograr sus objetivos, que son cristalizados a través de la impartición de cursos y talleres en sus propias instalaciones en el estado de Morelos y próximamente estarán desarrollando un centro de capacitación en su propia sede. Asimismo, están desarrollando alianzas estratégicas con otras instituciones para poder impartir capacitación en otros estados de la república.

Para llevar a cabo su iniciativa RENAMUR ha desarrollado materiales de capacitación en una colección denominada “Caja de Herramientas para el desarrollo humano” la cual contiene, entre otros, temas de educación financiera.

Acceso web: [www.renamur.org.mx/](http://www.renamur.org.mx/)

**a.15) Servicios Financieros Alternativos (SEFIA)**

SEFIA es una Sociedad Financiera Popular (SOFIPO) del Sector de Ahorro y Crédito Popular autorizada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores para operar dentro de los lineamientos establecidos por la Ley de Ahorro y Crédito Popular.

Su enfoque está orientado a ofertar servicios financieros a mujeres en localidades rurales y marginadas, fundamentalmente en los estados de Oaxaca y Chiapas.

Sus principales objetivos son:

Fomentar el ahorro como cultura y otorgar crédito como una oportunidad para que mujeres de localidades marginadas puedan apoyar a la unidad familiar con actividades generadoras de ingresos que promuevan el autoempleo y la productividad.

Las principales actividades de SEFIA son *fomentar el ahorro como cultura y otorgar crédito como una oportunidad* para que mujeres de localidades marginadas puedan apoyar a la unidad familiar con actividades generadoras de ingresos que promuevan el autoempleo y la productividad.

Para llevar a cabo la iniciativa, SEFIA utiliza los siguientes recursos:

Impartición de cursos y talleres en donde las mujeres son capacitadas cuatro semanas, previo al otorgamiento de un crédito con la finalidad de desarrollar habilidades para un manejo adecuado de éste y que esté bien orientado y cumpla los objetivos de haberlo contratado.



Para llevar a cabo su iniciativa, SEFIA se fundamenta en la utilización de manuales y folletos informativos.

Acceso web: [www.sefia.com.mx/](http://www.sefia.com.mx/)

### ***a.16) Servicios Financieros Libertad (SFL)***

Servicios Financieros Libertad es una institución del sector de ahorro y crédito popular que recientemente fue autorizada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores para operar como sociedad financiera popular (SOFIPO) en base a los lineamientos de la Ley de Ahorro y Crédito Popular.

SFL cuenta con una amplia trayectoria cooperativa, por lo que cuenta con un programa de educación muy amplio; tiene como objetivos llevar conocimientos básicos sobre finanzas a sus clientes y colaboradores, sin embargo, llegan más allá tratando de proporcionar educación financiera a estudiantes, comerciantes y pequeños empresarios.

SFL cuenta con un programa en educación financiera denominado “La Educación Financiera es para todos” y tiene como objetivo el referenciar los temas financieros para sensibilizar y comprender la magnitud de lo que implica el valor del dinero en función del tiempo y, adicionalmente, comprender cómo poder utilizar las herramientas que actualmente existen.

Para llevar a cabo su propuesta educativa, cuentan con los siguientes métodos:

- Presentaciones ejecutivas (participación en conferencias, foros, etcétera.).
- Boletines informativos con temas de educación financiera.
- Folletería con temas especializados en la materia.
- Materiales didácticos impresos.

Acceso web: [www.libertad.com.mx](http://www.libertad.com.mx)

### ***a.17) Unión de Esfuerzos para el Campo (UDEEC)\****

Es una organización no gubernamental sin fines de lucro y tiene el fin de promover el desarrollo humano en comunidades rurales a través de la educación, la capacitación, la organización y la participación.

Tiene como objetivo el desarrollo de las personas a través de la educación, el entrenamiento, la organización y la participación, así como construir una red sólida de comunidades microregionales vinculadas a través de juntas periódicas a diferentes niveles.

La educación financiera se transmite a través de reuniones donde se desarrollan diversos temas que en primera instancia tienen que ver con sus actividades primarias, alimentación, actividades productivas, así como la manera adecuada para el manejo de sus recursos financieros, crédito fundamentalmente.

Para llevar a cabo su propuesta educativa utiliza:

- Una revista de comunicación mensual denominada *“Adelante vamos... cosechando”* que es el principal instrumento de difusión de educación financiera de la institución.

- Cursos y talleres de capacitación

- Manuales

- Folletos

Acceso web: No cuenta con sitio en internet

### ***b) Sector bancario y aseguradoras***

#### ***b.1) Asociación de Bancos de México (ABM)***

La ABM es el organismo coordinador de las instituciones de crédito. Su propósito es satisfacer diversas necesidades comunes, tales como las de representación, información, estudios e investigación, contacto con autoridades, interacción internacional y mantenimiento de servicios de interés al gremio, entre otros.

Durante los últimos dos años y medio, la ABM ha trabajado intensamente en el tema de la educación financiera, teniendo como objetivos: buscar que los usuarios de servicios financieros aprendan a comparar, informarse y tomar decisiones financieras adecuadas; desarrollar materiales de calidad; concientizar sobre la necesidad de generar ahorro, el manejo del crédito y la administración adecuada de las finanzas personales; despertar el interés en la población infantil y adolescente por los temas financieros; y generar alianzas interinstitucionales a fin de coadyuvar y promover la educación financiera en México.

Para llevar a cabo su propuesta de educación financiera, la ABM divide sus labores en acciones formativas e informativas. Mientras las primeras se abocan a proporcionar materiales y contenidos tanto a usuarios como a población no bancarizada para ayudar en la toma de decisiones, las segundas sirven para acercar información a los usuarios de los servicios y productos bancarios.

De las actividades orientadas a la formación destacan:

- Elaboración de medios electrónicos y documentales para la transmisión de contenidos didácticos, así como firma de convenios de colaboración para difundirlos entre la población estudiantil.
- Adaptación de materiales de educación económica y financiera, así como consulta gratuita desde el sitio web de la ABM.
- Programas de “Formación de formadores” con universidades públicas del país.
- Participación en diversos consejos consultivos y comités de educación económica y financiera.
- Participación en foros y conferencias, tanto nacionales como internacionales.

Entre las actividades orientadas a la información, se encuentran:

- Utilización de su página web como micro sitio para acceder a más de 100 sitios de educación económica y financiera de todo el mundo.

- Creación de alianzas interinstitucionales para desarrollo y divulgación de materiales.
- Establecimiento de un módulo interactivo sobre la banca en el Museo Interactivo de Economía.
- Participación y apoyo a la organización de la Semana Nacional de Educación Financiera de CONDUSEF.

Las acciones formativas e informativas de la ABM han servido para tender puentes entre diversas iniciativas que promueven la educación económica y financiera en el país.

Actualmente la ABM es una de las instituciones que cuentan con un mayor número de alianzas y parte importante de su oferta está orientado a la población estudiantil. Las acciones formativas e informativas desempeñadas por la ABM le han permitido llegar a un público amplio, que incluye tanto a los usuarios de las instituciones bancarias como a la población no bancarizada. La bancarización sigue siendo una de las tareas a las que dedica más esfuerzos la ABM, por lo que entre sus acciones futuras se encuentran no sólo la expansión de las actividades hasta ahora realizadas, sino también la elaboración de folletos y carteles, así como la suma de esfuerzos con más instituciones dedicadas a impulsar la educación económica y financiera en México.

Acceso web: [www.abm.org.mx](http://www.abm.org.mx)

***b.2) Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas (AMASFAC)***

La AMASFAC es una organización privada que representa a los agentes de seguros y fianzas del país. Tiene como objetivo contribuir a la formación profesional de sus asociados mediante acciones que fomenten su desarrollo dentro de un código de ética, para lograr una mayor participación en el mercado de seguros y fianzas, aportando su experiencia a los organismos del sector para beneficio de la sociedad.

Para la MASFAC y de manera particularmente, en materia de educación financiera, tiene un fuerte compromiso para fomentar la cultura del seguro, previsión y responsabilidad entre la niñez mexicana, por lo cuál su propuesta se centra en jóvenes estudiantes del país de educación básica, fundamentalmente de cuarto y quinto grados.

La iniciativa de la AMASFAC consiste en la impartición de pláticas impartidas por los propios agentes de seguros y fianzas (asociados). Estas son impartidas en escuelas previamente seleccionadas en donde también se llevan a cabo concursos de pintura que tienen una premiación, todo esto basado en la previsión.

Acceso web: [www.amasfac.org.mx](http://www.amasfac.org.mx)

***b.3) Asociación Mexicana de Entidades Financieras Especializadas (AMFE)***

La AMFE, antes AMSFOL, es la entidad que agrupa a las Sociedades Financieras de Objeto Limitado (Sofoles) y Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (Sofomes), arrendadoras financieras, empresas de factoraje financiero y demás entidades financieras especiales, que

participan activamente en el financiamiento de sectores prioritarios de la economía, como una parte importante del sistema financiero del país.

Con relación a su aportación en materia de educación financiera, cuenta con un programa denominado “Crédito Responsable en México”, el cual busca:

Evitar el sobreendeudamiento entre la población y las empresas.

Sensibilizar a los clientes del riesgo y consecuencias de caer en un sobreendeudamiento al utilizar el mismo tipo de productos y empresas financieras, incluyendo bancos, Sofoles, Sofomes y otros intermediarios especializados.

Para desarrollar su iniciativa, la AMFE utiliza los siguientes recursos:

- Comunicados
- Mesas de trabajo
- Conferencias
- Boletines
- Reuniones periódicas con socios
- Desayunos dónde se trasmite información

Acceso web: [www.amfe.org.mx](http://www.amfe.org.mx)

#### ***b.4) Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)***

La AMIS es la institución encargada de representar los intereses de las instituciones aseguradoras del país. Es el órgano interlocutor encargado de velar por los intereses del gremio.

Durante los últimos años, la AMIS ha venido trabajando de una manera importante el tema de la educación financiera, ya que dentro de sus objetivos busca concientizar a la población sobre los riesgos y el uso del seguro.

Para ello, la AMIS cuenta con un programa de educación financiera denominado “Crece Seguro” que inicia sus actividades en el 2007 después de haber elaborado un trabajo en conjunto con la SEP en el sistema “Enciclomedia” con el tema de la previsión.

La iniciativa de la AMIS está orientada fundamentalmente a estudiantes de educación básica de de cuarto y quinto grados, así como a padres de familia y profesores, aunque también orienta la propuesta al público general usuario de seguros.

Para llevar a cabo su propuesta, la AMIS utiliza los siguientes medios:

- A través de “Enciclomedia”.
- Mediante su sitio web con la sección especializada en Educación Financiera “Te lo aseguro”.
- Mediante la conformación de alianzas estratégicas con diversas instituciones para aportar su *expertise* en materia de previsión.
- Con la participación en foros y conferencias.



Acceso web: [www.amis.gob.mx](http://www.amis.gob.mx)

### **b.5) BANAMEX**

Banamex es una subsidiaria del Grupo Financiero City Bank, es uno de los bancos más importantes del país.

Con relación a la educación financiera, Banamex se ha distinguido por ser una de las primeras instituciones privadas en desarrollar un programa sobre educación financiera, así, en 2004 se crea “Saber Cuenta”, con el fin de promover la cultura financiera en el país. Este programa busca promover una cultura que impulse la calidad de vida de personas, familias, comunidades, empresas e instituciones a través del diseño, formulación, implementación y evaluación de estrategias educativas que les permitan la generación de recursos financieros, así como la administración y optimización de su economía. El programa tiene un enfoque educativo, formativo y práctico, centrado en la persona, donde se promueve el desarrollo de conocimientos, habilidades, actitudes y valores con el fin de que las personas y familias tomen decisiones encaminadas a lograr su propio bienestar y progreso social (de acuerdo a la realidad y contexto de cada uno).

La población objeto de este programa está orientada a niños, jóvenes y adultos de todas las condiciones socioeconómicas, así como a miembros de empresas, comunidades e instituciones públicas, privadas y sociales.

Es un programa social que propicia la cultura financiera a través de diversos instrumentos didácticos, con un enfoque educativo, formativo y práctico, centrado en la persona.

Diseña diversos programas, proyectos, acciones y materiales educativos para distintos grupos de población de todas las condiciones socioeconómicas.

Fomenta el desarrollo de habilidades y actitudes de reflexión, análisis y planeación, así como la organización, administración y toma de decisiones.

Promueve los valores de responsabilidad, compromiso, autogestión, autoestima, colaboración y toma de decisiones.

Favorece alianzas con instituciones de los sectores público, privado y social.

Fomenta la participación y el trabajo voluntario de los colaboradores del Grupo Financiero para que transmitan sus conocimientos y experiencias a quienes requieren de educación financiera.

Impulsa el desarrollo integral de las personas y el progreso de la sociedad.

Además del desarrollo de una serie de herramientas y materiales (que se muestran a continuación), “Saber Cuenta” ha participado en diversos eventos, ferias y exposiciones.

Uno de los principios fundamentales de “Saber Cuenta” es el de la creación de alianzas estratégicas que le han permitido, de una manera muy certera, el cumplir con los objetivos trazados y a la fecha ha establecido alianzas estratégicas con innumerables socios de los

sectores público, privado y social (a nivel municipal, estatal, nacional e internacional). Actualmente cuenta con más de 50 socios estratégicos.

El programa “Saber Cuenta” ha atendido a la fecha a más de dos millones de personas.

Acceso web: [www.banamex.com.mx/esp/grupo/saber\\_cuenta/index.html](http://www.banamex.com.mx/esp/grupo/saber_cuenta/index.html)

### ***b.6) Banco Wal-Mart***

Esta institución financiera surge a partir de la apertura que genera la SHCP para la creación de nuevos bancos, razón por la cual Wal-Mart de México decide incursionar en el sector financiero mediante la creación de Banco Wal-Mart de México Adelante, S. A., con la finalidad de prestar servicios financieros, fundamentalmente a sus clientes de tiendas, clubes y restaurantes pertenecientes al grupo.

En noviembre de 2006, las autoridades financieras autorizan la constitución de la nueva entidad financiera y el 1º de octubre de 2007 la Comisión Nacional Bancaria y de Valores le otorga el certificado de autorización como institución de banca múltiple para el inicio de sus operaciones.

En noviembre de 2007 se inicia la operación formal de la institución mediante la instrumentación de productos de ahorro, crédito y depósito de dinero.

Con relación con la educación financiera, Banca Wal-Mart ha venido organizando ferias de ahorro y financiamiento para la clientela de las

empresas que forman la organización, desarrollando charlas sobre finanzas personales, ahorro y crédito en sus propias instalaciones.

Acceso web: [www.bancowalmart.com/](http://www.bancowalmart.com/)

### ***b.7) BBVA Bancomer***

BBVA Bancomer (Bancomer) es la principal subsidiaria de GFBB (Grupo Financiero BBVA Bancomer) y subsidiaria del Banco Bilbao Vizcaya. BBVA Bancomer que opera una banca de servicios universales mediante una red comercial, a septiembre de 2007, de 1,801 sucursales y 5,161 cajeros automáticos, que representan 20.4% y 19.7%, respectivamente, de participación de mercado del sistema bancario mexicano a 2007.

El modelo de negocios de BBVA Bancomer se orienta a cada segmento de cliente mediante unidades que atienden necesidades y deseos específicos, diseñando una oferta de productos y servicios a la medida, bajo la marca Bancomer. Asimismo, cada unidad especializada para individuos o empresas tiene su propia red de distribución.

GFBB también participa en el mercado de servicios financieros no bancarios en los segmentos de banca, seguros, pensiones, gestión de activos, gestión de fondos para el retiro, transferencias de remesas de dinero y fondos de inversión.

En materia de educación financiera, BBVA Bancomer ha diseñado el programa “Adelante con tu futuro”, que persigue los siguientes objetivos:

Otorgar a la población en general herramientas en materia de educación financiera.

Beneficiar a 250,000 personas al año con los diferentes talleres que conforman el programa.

El programa se trazó en dos fases: la primera en conjunto con el MIDE en donde se impartieron talleres diseñados por los expertos del banco y una segunda fase en la que se ampliaría la oferta a través de la red de sucursales, unidades móviles, utilización de medios virtuales y la formación de una red de facilitadores para visitas a centros de trabajo, escuelas, universidades, etcétera.

Uno de los criterios fundamentales de la iniciativa de BBVA Bancomer es el de desarrollar las habilidades a través de talleres, considerando que éste es uno de los métodos más certeros para lograrlo.

Acceso web: [www.adelantecontufuturo.com.mx](http://www.adelantecontufuturo.com.mx)

### ***b.8) HSBC***

Es una subsidiaria en México del Grupo Financiero HSBC y en México representa a uno de los cuatro bancos más importantes del país.

HSBC mundial, así como sus subsidiarias en el resto del mundo, ha venido trabajando, en materia de educación financiera, con el programa Junior Achievement “Mas allá del dinero”, cuyo objetivo es enseñar a los estudiantes conceptos tales como ingresos, gastos, compartir, ahorro, emprendimiento, etcétera.

Este programa se desarrolló bajo los lineamientos del programa en educación financiera de Junior Achievement World Wide, a través de su socio en México Impulsa.

Con el programa “Students in Free Enterprise” (SIFE) se participa en un programa de educación financiera que tiene como objetivo fomentar en los futuros empresarios y líderes de negocio una cultura de responsabilidad social y de contribuir con la comunidad.

La iniciativa de HSBC se desarrolla en dos vertientes fundamentales:

Llevar cursos/talleres a la población estudiantil de niveles básico, medio y medio superior.

Formar a sus jóvenes ejecutivos directamente en sus propias oficinas.

Acceso web: [www.hsbc.com.mx](http://www.hsbc.com.mx)

### ***b.9) ING Seguros***

ING es una empresa de servicios financieros que a nivel mundial atiende a 85 millones de clientes, opera en más de 50 países y es una de las 20 compañías más grandes del planeta.

Uno de los objetivos centrales de esta institución, es brindar a sus clientes servicios para el manejo de su futuro financiero, y en México lo realizan a través de sus tres divisiones de negocios: ING Afore, ING Pensiones, ING Hipotecaria e ING Arrendadora.

La visión de ING Seguros es posicionarse adecuadamente en México con la instrumentación de productos de ahorro para el retiro y para concretar

objetivos específicos de corto, mediano y largo plazo para sus clientes y para lograrlo ofrece productos y servicios financieros lo más acordes a sus necesidades para facilitar la administración de su patrimonio.

Desarrollando una conciencia de responsabilidad social, ING Seguros viene implementando cursos de educación financiera sobre temas de seguros y prevención, así como de finanzas personales orientados fundamentalmente a jóvenes estudiantes de nivel medio y medio superior.

Acceso web: [www.ing.com.mx/](http://www.ing.com.mx/)

### ***b.10) Master Card***

Es una institución de alcance mundial que brinda servicios como medio de pago de los denominados de crédito, el cual permite el aplazamiento del pago por la adquisición de bienes o servicios, respalda la emisión de tarjetas de crédito y débito de las diferentes instituciones financiera alrededor del mundo y se cuenta con una serie de servicios adicionales como disposiciones en efectivo y seguros.

Su propósito es agregar valor a sus asociados y al mercado mundial, siendo una constante el construir marcas y plataformas superiores que aseguren el fácil acceso de sus pagos desde cualquier lugar en que se encuentre.

Master Card tienen en México un programa de educación financiera denominado "Consumo Inteligente", el cual tiene por objeto el dotar de herramientas para la correcta toma de decisiones en lo referente al crédito y uso del dinero, y está orientado fundamentalmente a los

usuarios de tarjetas con la firma Master Card, este programa puede ser accesado solo de manera virtual por la Internet.

El medio fundamental por el cual Master Card logra los fines de su iniciativa es mediante la utilización de la plataforma tecnológica de su sitio web, el cuál contiene múltiples temas e información sobre temas de educación financiera, tales como: finanzas personales, presupuesto, endeudamiento, formas de ahorro, consejos financieros, tarjeta de crédito, tarjeta de débito, las reglas del crédito, historial de crédito seguridad sobre el fraude, etc.

Acceso web: [www.consumointeligente.org](http://www.consumointeligente.org)

### ***b.11) Visa***

Visa es un sistema de pago a nivel internacional que respalda el uso de tarjetas de crédito y débito en todo el mundo.

Visa es una sociedad global, propiedad conjunta de las más de 21.000 instituciones financieras miembros a nivel mundial. Su filosofía es global, pero su actuación es siempre local.

Todas las tarjetas Visa se emiten localmente y están respaldadas por una institución financiera local.

VISA internacional cuenta con un programa de educación financiera denominado “Finanzas Prácticas”. El programa forma parte de la estrategia de responsabilidad social corporativa de VISA en México.

Ofrecer a los consumidores mexicanos una asesoría financiera práctica y sencilla de entender y que les ayuden a tomar decisiones mejor



informadas.

El objetivo es educar a los usuarios sobre todos los aspectos de las finanzas y con ello mejorar la calidad de vida de los individuos y sus comunidades, para que las personas cuenten con herramientas especialmente diseñadas para cubrir las necesidades de información financieras de los mexicanos y que se actualizan periódicamente.

Finanzas prácticas forma parte de la responsabilidad social corporativa de VISA, no solo en México sino en Latinoamérica, así como en otros países del mundo.

Para llevar a cabo su propuesta, utiliza la plataforma tecnológica de su sitio web. A través de formación vía electrónica mediante ejemplos, simulaciones y actividades interactivas en línea donde se obtienen consejos prácticos en diferentes líneas: presupuesto, crédito, vivienda, etcétera.

Acceso web: [www.finanzaspracticas.com](http://www.finanzaspracticas.com)

### ***c) Organizaciones públicas***

#### ***c.1) Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI)***

BANSEFI es una institución financiera del gobierno federal enfocada a sectores de la población de bajos ingresos, tanto de zonas urbanas como rurales. Uno de sus objetivos es el de lograr una mayor profundización financiera, prestando servicios a grupos de la población que por sus características no han logrado tener acceso a ellos. Para BANSEFI la educación financiera se ha convertido en un tema central,

considerándola como “el proceso de desarrollo de habilidades y actitudes que, mediante la asimilación de información comprensible y herramientas básicas de administración de recursos y planeación, permiten a los individuos: a) tomar decisiones personales y sociales de carácter económico en su vida cotidiana, y b) utilizar productos y servicios financieros para mejorar su calidad de vida bajo condiciones de certeza.”<sup>9</sup>

BANSEFI se encuentra actualmente trabajando en varias vertientes, como son:

- Impartición de talleres para el Sector de Ahorro y Crédito Popular; formación de instructores y usuarios.
- Integración de servicios de capacitación para intermediarios no bancarios: asesoría y acompañamiento para el diseño de sus propias estrategias de educación financiera.
- Formación de capacitadores/promotores de organizaciones civiles que trabajan en comunidades marginadas.
- Montaje de unidades móviles donde se imparten talleres directamente a usuarios y usuarios potenciales del Sector.
- Impartición de talleres sobre ahorro como mecanismo para enfrentar emergencias, en localidades inferiores a 20,000 habitantes.
- Alianzas con instituciones académicas y públicas que permiten hacer llegar los cursos a comunidades marginadas.
- Participación en comités interinstitucionales (SEP) para temas específicos sobre educación financiera.
- Micrositio con cápsulas animadas sobre educación financiera [www.finanzasparatodos.org.mx](http://www.finanzasparatodos.org.mx).

---

<sup>9</sup> Página web: <http://www.bansefi.gob.mx>, sección “Educación Financiera”.

- Participación en Foros y Conferencias.

Su sitio en Internet cuenta con información amplia sobre diversos aspectos en materia de educación financiera; también se tiene acceso a la descarga de los archivos de los materiales en educación financiera denominados “Su dinero, Su futuro” y contiene ligas de interés sobre proyectos en educación financiera que se están desarrollando en otros países.

Acceso web:

[www.bansefi.gob.mx/eduFinanciera/.../Bansefieducacionfinanciera.aspx](http://www.bansefi.gob.mx/eduFinanciera/.../Bansefieducacionfinanciera.aspx)

### ***c.2) Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)***

A partir del 19 de abril 1999 entró en vigor la Ley de Protección y Defensa del Usuario de Servicios Financieros, cuya misión central es velar por los intereses de los usuarios de servicios financieros.

Entre sus facultades se encuentran la atención y resolución de consultas presentadas por los usuarios de servicios financieros, así como la resolución de las reclamaciones formuladas por los mismos en materia de la competencia de dicha Comisión.

Otra de sus atribuciones es la de crear y promover una cultura financiera entre los ciudadanos mexicanos sobre la operación y los servicios financieros disponibles.

Uno de los criterios por los que fue creada la CONDUSEF radicó en el hecho de que muchos mexicanos no pudieron enfrentar sus deudas durante la crisis del 1994-1995, lo cual se tradujo en múltiples quejas

por parte de los usuarios de servicios financieros. Para este organismo esto implica que en México hay una grave falta de educación y cultura financiera, por lo cual ha venido trabajando intensamente los últimos años mediante:

- Información desarrollada especialmente para su página web a través de un micro sitio denominado “Aprende para Ganar”.
- Elaboración de folletería especializada en temas de educación financiera.
- Elaboración de una revista de distribución abierta llamada *Proteja su Dinero*, que en la actualidad se encuentra orientada totalmente al tema de educación financiera.
- Desarrollo de una semana nacional de educación financiera que busca, a través de la colaboración interinstitucional, llevar información y formación a la mayor cantidad posible de la población en todos los estados de la República mexicana.
- Cuenta con cápsulas didácticas (videos) y de radio.
- Actualmente está trabajando en el desarrollo e implementación de muestras itinerantes desarrolladas en conjunto con el Museo Interactivo de Economía, entre otros proyectos.

Acceso web: [www.condusef.gob.mx](http://www.condusef.gob.mx)

### **c.3) Instituto de los Mexicanos en el Exterior (IME)**

Con la finalidad de lograr que los migrantes recibieran respuesta a sus crecientes demandas, se diseñó una estrategia integral creando una Oficina de Representación para los Mexicanos en el Exterior y México-

Americanos que culminó en la instalación del Consejo Nacional para las Comunidades Mexicanas en el Exterior, el Instituto de los Mexicanos en el Exterior (IME) y el Consejo Consultivo del IME.

El IME es un organismo público dependiente de la Secretaría de Relaciones Exteriores y busca, entre otras cosas, apoyar a nuestros connacionales en el extranjero. Tiene como objetivos promover estrategias, integrar programas, recoger propuestas y recomendaciones de las comunidades, sus miembros, sus organizaciones y órganos consultivos, tendientes a elevar el nivel de vida de las comunidades mexicanas en el extranjero, así como ejecutar las directrices que emanen del Consejo Nacional para las Comunidades Mexicanas en el Exterior. Una de estas estrategias radica precisamente en la educación financiera, para lo cual busca la colaboración con diversas organizaciones sin fines de lucro, bancos, uniones de crédito y compañías de envío de remesas, que permitan impulsar acciones para la difusión de programas de educación financiera dirigidos a la población de habla hispana.

Para lograr esto, el IME utiliza:

- Su página web con información especialmente dirigida a migrantes donde existen múltiples ligas a portales de organizaciones tanto en los Estados Unidos como en México que desarrollan educación financiera.
- A través de los consulados, se proporciona información a través de folletería especializada y mediante circuito cerrado se transmiten videos sobre educación financiera.
- Realización de jornadas informativas con líderes que posteriormente retroalimentan a sus comunidades.

- Se organizan talleres y ferias sobre la temática en alianza con diferentes instituciones y organizaciones locales.

Acceso web: [www.ime.gob.mx](http://www.ime.gob.mx)

### **c.4) Nacional Financiera (NAFIN)**

Nacional Financiera (Nafin) es parte de la banca de desarrollo orientada a apoyar con financiamiento, capacitación y asistencia técnica a las pequeñas y medianas empresas del país.

Nacional Financiera viene realizando desde hace ya muchos años diversas actividades que tienen que ver con la educación financiera. Por sus propias características y objetivos institucionales, las más importantes son dotar a los micro, pequeños y medianos empresarios del país de herramientas para el financiamiento.

Adicionalmente, trabaja en diversas áreas: cultura emprendedora y habilidades empresariales y cultura crediticia. Para apoyar sus actividades en la materia, se apoya de:

- Información a través de su página web.
- Impartición de asesoría y consultoría especializada sobre temas de crédito.
- Imparte cursos y talleres orientados fundamentalmente al tema del crédito.

Acceso web: [www.nafinsa.gob.mx](http://www.nafinsa.gob.mx)

### **c.5) Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO)**

PROFECO es un organismo dependiente de la Secretaría de Economía, tiene como objetivos:

- Promover los derechos del consumidor.
- Fomentar una cultura de consumo inteligente.
- Procurar la equidad en las relaciones de consumo.
- Procurar la seguridad jurídica en las relaciones de consumo.
- Tornar eficiente el desempeño institucional.
- Crear una cultura de administración de los recursos de manera eficiente

Dentro de estos objetivos se encuentra implícito el fomento de la cultura financiera para lo cual utiliza:

- Su sitio web con una sección denominada Brújula de Compra con temas de finanzas personales, hábitos de consumo, recomendaciones, etcétera.
- Publicación de la *Revista del Consumidor*.
- Folleto “El mandado”.

Acceso web: [www.profeco.gob.mx](http://www.profeco.gob.mx)

### **c.6) Secretaría de Educación Pública (SEP)**

La Secretaría de Educación Pública (SEP) es el órgano gubernamental responsable de conducir la política nacional en materia de educación en sus niveles básico, medio y medio superior (bachillerato).

En el ámbito de la educación financiera, la SEP ha venido trabajando fuertemente en el tema, para lo cual ha desarrollado los siguientes medios:

Establecimiento de un Consejo Consultivo Interinstitucional de Educación Económica y Financiera.

Conformación de un Comité de Educación en Economía y Finanzas para la Educación Media Superior (Desarrollo del taller “CONSTRUYE Tu economía”, dirigido a maestros y estudiantes de educación media superior).

- Inserción en los libros de texto gratuitos de educación básica de temas de educación financiera.
- Organización de una Olimpiada Nacional de Educación Económica y Financiera.
- Utilización del sistema “Enciclomedia” donde se incluyen temas como previsión.

Una herramienta fundamental para la SEP ha sido la conformación de alianzas estratégicas con diversos organismos e instituciones que actualmente se encuentran trabajando en los ámbitos académico y financiero fundamentalmente.

### ***c.7) Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)***

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) es el organismo oficial del gobierno federal que propone, dirige y controla la política



económica del Gobierno Federal en materia financiera, fiscal, de gasto, de ingreso y deuda pública, así como de estadísticas, geografía e información, con el propósito de consolidar un país con crecimiento económico de calidad, equitativo, incluyente y sostenido, que fortalezca el bienestar de las mexicanas y los mexicanos.

En relación a la educación financiera, actualmente la SHCP se encuentra interesada en sentar las bases de una política nacional en la materia, para ello realiza estudios y análisis. También se encuentra trabajando en diversos comités interinstitucionales.

Acceso web: [www.shcp.gob.mx](http://www.shcp.gob.mx)

### ***c.8) Sociedad Hipotecaria Federal (SHF)***

La SHF es una institución financiera perteneciente a la banca de desarrollo creada en 2001 bajo la coordinación de la SHCP y tiene el fin de propiciar el acceso a la vivienda a la población que la demanda, estableciendo las condiciones para que se destinen recursos públicos y privados a la oferta de créditos hipotecarios. Mediante el otorgamiento de créditos y garantías. SHF promueve la construcción y adquisición de viviendas preferentemente de interés social y medio, así como impulsar el desarrollo de los mercados primario y secundario de crédito a la vivienda, mediante el otorgamiento de garantías destinadas a la construcción, adquisición y mejora de la vivienda, preferentemente de interés social; al incremento de la capacidad productiva y del desarrollo tecnológico relacionados con la vivienda; así como a los financiamientos relacionados con el equipamiento de conjuntos habitacionales.

Los programas de crédito, ahorro y garantías de SHF promueven las condiciones adecuadas para que las familias mexicanas, de zonas urbanas o rurales, tengan acceso al crédito hipotecario y puedan disfrutar de viviendas dignas, construidas con tecnología moderna, espacios y servicios funcionales y seguridad jurídica en su tenencia, sin importar si están casados o no, con hijos o sin hijos, o si su situación laboral es de no asalariado.

En este sentido, una de las preocupaciones de SHF estriba en el manejo del crédito al que puedan tener acceso dichas familias, por ello, en relación a la educación financiera, su objetivo es dotar de herramientas a los demandantes de viviendas a utilizar de una manera más adecuada el crédito contratado con la Hipotecaria Nacional, fundamentalmente a través de:

Acceso a información en la página web en el micro sitio denominado “Guías, Consejos y Capacitación” dónde existen diversos recursos para solicitantes de crédito, intermediarios financieros, desarrolladores, Inversionistas y para registros públicos.

Acceso web: [www.shf.gob.mx](http://www.shf.gob.mx)

### ***d) Instituciones académicas y museos***

#### ***d.1) Consejo Mexicano de Educación Económica y Financiera***

El Consejo Mexicano para la Educación Económica y Financiera (CMEEF) es una asociación civil que tiene como misión el fortalecimiento de la cultura económica y financiera de la sociedad mexicana a través de

programas de soporte y de formación profesional de maestros en servicio.

El CMEEF agrupa a miembros de la sociedad civil, reconocidos por su calidad profesional en los diversos campos de la vida económica y educativa, con el fin de fortalecer, de manera solidaria, las capacidades educativas de nuestro país. A través de talleres de formación para entrenadores y maestros, el CMEEF configura un modelo multiplicador para educar a miles de alumnos al menor costo posible.

Para el CMEEF la educación económica fortalece la educación cívica y ética, porque propone el entendimiento de la vida económica como una relación de interdependencia social para generar el bienestar económico individual y social.

A través de su programa “Educación Económica y Financiera para la Vida” el CMEEF busca producir formación profesional de calidad dirigida a maestros y a la comunidad en general.

Todo su trabajo académico está basado en los estándares de educación económica y financiera, así como en la observación de altos estándares de calidad docente.

La iniciativa del Consejo utiliza los siguientes medios para llevar a cabo sus objetivos:

Mediante la consolidación de redes de infraestructura educativa.

Sinergia con el Council on Economic Education de Estados Unidos.

Talleres para entrenadores y para maestros.

Promoción de estándares de contenido y de docencia.

Programa de acreditamiento escolar en educación y finanzas para la vida.

Acceso web: [www.cmeef.org.mx/](http://www.cmeef.org.mx/)

### **d.2) Instituto de Finanzas Personales (IFP)**

El IFP es una institución privada cuyo objetivo es llevar herramientas a la población en general con el fin de que controle de una manera más adecuada sus recursos financieros.

El Instituto se encuentra en la Ciudad de México y cuenta con una serie de recursos para el cumplimiento de sus objetivos:

- i. Cuenta con un sitio web con información sobre diversos temas de educación financiera y recursos tales como artículos, cursos e información sobre diversos temas financieros.
- ii. Imparte cursos y talleres sobre temas de endeudamiento, construcción del presupuesto, tarjeta de crédito, inversión, instituciones financieras, fondos de inversión, etcétera.
- iii. Artículos en temas financieros en el periódico *El Economista*

Acceso web: [www.ifip.com.mx/](http://www.ifip.com.mx/)

### ***d.3) Instituto Politécnico Nacional (IPN)***

El Instituto Politécnico Nacional (IPN) es una institución pública con más de siete décadas de tradición en la educación superior que le han valido un amplio reconocimiento por su destacado papel ante la sociedad. El IPN es una institución líder y vanguardista en educación e investigación científica y tecnológica.

En materia de educación financiera, el instituto ha desarrollado una fuerte sinergia con la Asociación de Bancos de México (ABM), con quien ha firmado un convenio de colaboración por tres años con el fin de generar programas y proyectos que permitan fomentar la educación financiera tanto entre la propia comunidad politécnica como con el público en general a través del uso de medios como talleres, cursos, conferencias, seminarios, etc., también se efectuarán estudios sobre la situación de la educación financiera y la incorporación de temas afines en los currículos de los programas de estudio.

Otros medios serán la realización de estudios, investigaciones, encuestas, y la utilización del portal en Internet.

Actualmente, en el IPN se están llevando a cabo un programa denominado “Taller de Educación Económica y Finanzas”, que será impartido por los propios docentes del instituto que fueron previamente certificados por el Consejo de Educación Económica de Estados Unidos bajo el programa “Formador de Formadores” quienes capacitarán durante el 2009 a unos 300 profesores de diversos centros del instituto.

Se prevé que los conocimientos adquiridos por los docentes sean replicados a sus estudiantes con el fin de transmitir la importancia de un adecuado manejo de las finanzas personales.

Acceso web: [www.ipn.gob.mx](http://www.ipn.gob.mx)

### ***d.4) Instituto Tecnológico de Monterrey***

El Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) es una institución de educación superior de alto nivel y con una vasta cultura en la formación de emprendedores, teniendo una visión internacional y contando con una de las mayores plataformas educativas del país.

Los CCA del Tecnológico de Monterrey se crearon con el objetivo de proveer de educación de calidad a comunidades de escasos recursos para su desarrollo humano, social y económico; de igual forma, facilitar entre sus habitantes, la adquisición de nuevas habilidades que eleven su calidad de vida. Pero además de ofrecer cursos de formación, pretenden ser un centro de contacto de la población con organismos diversos que los puedan apoyar para su crecimiento.

Con el fin de descentralizar los servicios que ya brindan las Incubadoras Sociales del Tecnológico de Monterrey en la Zona Metropolitana de Guadalajara, continuar apoyando el auto-desarrollo de la población a través de su instrucción educativa y asesoría en negocios, y así contribuir a combatir la pobreza, el Tecnológico de Monterrey, con el apoyo del DIF Guadalajara, inauguró siete Centros Comunitarios de Aprendizaje (CCA) en esa ciudad.

Con relación a la educación financiera, el Tecnológico de Monterrey ha sido parte de múltiples alianzas interinstitucionales con la finalidad de poder trasladar sus amplios conocimientos o complementarlos con algunas otras organizaciones interesadas en el tema.

Acceso web: [www.itesm.mx](http://www.itesm.mx)

### ***d.5) Museo Interactivo de Economía***

El Museo Interactivo de Economía (MIDE) es una institución educativa y cultural cuyo propósito es la divulgación de la ciencia económica y la promoción de la educación financiera en nuestro país. Su objetivo es que los visitantes sean capaces de reconocer el papel que la economía tiene en su vida cotidiana.

El MIDE es un proyecto educativo que opera sin fines de lucro y que integra un centro de información, un foro educativo y un programa cultural.

Dentro de los fines que persigue el MIDE, es el divulgar la ciencia económica y la promoción de la educación financiera en nuestro país, así como que los visitantes a través de la oferta del museo, sean capaces de reconocer el papel que la economía tiene en su vida cotidiana y les permita incidir sobre su comportamiento económico.

Para llevar a cabo su objetivo, el MIDE utiliza:

- Puesta museográfica donde se exponen conceptos económicos y financieros que permiten a los asistentes comprender el funcionamiento de la economía, el sistema financiero, el manejo del

dinero, la interacción de las personas en la economía y su desempeño.

- Un Foro educativo con talleres, cursos y diplomados
- Tiene nuevos proyectos como el que realiza en conjunto con Bancomer: “Adelante con tu futuro” (educación financiera)
- Con Visa prepara una sección museográfica sobre el futuro del dinero (uso de tarjeta de crédito).

Acceso web: [www.mide.org.mx/](http://www.mide.org.mx/)

### ***d.6) Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)***

La UNAM es una de las instituciones públicas de educación de nivel medio superior y superior más importantes del país.

Para la Universidad es muy importante participar en los procesos de cambio de México en lo que se refiere a la formación e información de la población, por ello ha tomado un papel importante en lo que a educación financiera se refiere.

La UNAM ha sido centro de diversas alianzas con instituciones de sumo prestigio como lo son BANAMEX (para la realización de la Primera Encuesta sobre Cultura Financiera en México (ver referencia bibliográfica) y la Asociación de Bancos de México, entre otras.

Si bien la UNAM ha contribuido desde diversos ámbitos o enfoques a través de las Facultades de Psicología, Economía y Contaduría y Administración, hoy por hoy no cuenta con un programa de educación financiera. Sin embargo, dentro de la Facultad de Contaduría y Administración en la Academia de Finanzas se está tratando de implementar un programa de educación financiera que permee al interior de todas las escuelas y facultades del sistema UNAM.



La institución participa constantemente en foros de debate, conferencias y en comisiones y comités interinstitucionales.

Acceso web: [www.unam.mx](http://www.unam.mx)

### **e) Medios de comunicación**

#### **e.1) Grupo Imagen**

Grupo Imagen es una empresa de comunicación que cuenta con un canal de televisión (Cadena Tres), estaciones de radio (entre ellas Reporte 98.5) y el periódico *Excélsior*.

En su formato de radio, a través de Reporte 98.5, tiene un programa de radio denominado “No Tires tu dinero” orientado a atender y resolver dudas de carácter económico y financiero. Su objetivo principal es poner en contacto al público directamente con los funcionarios y representantes de este sistema.

La educación financiera y los consejos de finanzas personales se explican de manera ágil y sencilla, con un lenguaje sin complicaciones, fácil de comprender para el público en general, con la ayuda de los mismos funcionarios de las diversas instituciones.

Acceso web: [www.imagen.com.mx](http://www.imagen.com.mx)

### **e.2) Periódico *El Economista***

*El Economista* es uno de los periódicos más reconocidos en el medio financiero, siendo su especialidad la publicación de notas y artículos referentes al mundo de los negocios, la economía y las finanzas.

El diario se imprime en la Ciudad de México y tiene una circulación nacional, cuenta con una sección especializada en educación financiera denominada “Finanzas Personales”, que se publica todos los días, las secciones “Doctor Ahorro” y “Consultorio Financiero” de publicación rotatoria.

Todas ellas tratan sobre diversos temas de educación financiera como ahorro, presupuesto, riesgos, inversiones, afores, etcétera.

Para llevar a cabo su propuesta, *El Economista* utiliza:

- La publicación de artículos especializados a través del periódico.
- La utilización de la plataforma tecnológica del sitio web.

Acceso web: [www.eleconomista.com.mx](http://www.eleconomista.com.mx)

### **e.3) Periódico *El Financiero***

Periódico de circulación nacional que se imprime en la Ciudad de México cuyo objetivo se centra en presentar noticias de carácter económico-financiero.

*El Financiero* ha contribuido a la educación financiera a través de la publicación del libro *Educación para todos desde el financiero*, así como

a través de artículos sobre diversos temas tales como ahorro, inversiones, presupuesto, afores, seguros, etcétera, en la sección denominada “Tus Finanzas”.

Acceso web: [www.elfinanciero.com.mx](http://www.elfinanciero.com.mx)

### ***e.4) Periódico Reforma***

Diario de circulación nacional que cuenta con una sección especializada en educación financiera denominada “Cuida tu Dinero”, en la cual se presentan artículos sobre diversos temas tales como ahorro, presupuesto, seguros, afores, inversiones, etcétera.

Acceso web: [www.reforma.com.mx](http://www.reforma.com.mx)

### ***e.5) Revista Entrepreneur***

Revista mexicana especializada en temas de negocios orientada a personas que están emprendiendo alguna actividad productiva o cuentan ya con un negocio. La publicación cuenta con diversas secciones orientadas a proporcionar herramientas prácticas a los lectores que les permitan desarrollar y consolidar sus negocios.

Para *Entrepreneur*, la transmisión de conocimientos en materia de educación financiera es fundamental para que los emprendedores puedan cosechar éxitos, tanto a nivel personal como a nivel de negocios, por ello se crearon las secciones de “Finanzas Personales” y “Finanzas de Negocios”, con el objetivo de dar herramientas prácticas al lector (emprendedores) para que puedan manejar sus finanzas de la manera más inteligente y rentable posible.

Para llevar a cabo esto, la revista utiliza los siguientes medios:

Artículos sobre diversos temas de educación financiera a través de la publicación mensual de la revista en sus dos secciones.

A través del sitio web “Soy Entrepreneur”, que retoma algunos de los artículos de la propia revista.

A través de ediciones especiales a manera de guías prácticas, así como la publicación de “Guías de Negocio” sobre diversos temas, como pueden ser obtención de financiamiento, elaboración de planes de negocio, etcétera.

Acceso web: [www.soyentrepreneur.com](http://www.soyentrepreneur.com)

### ***e.6) Televisa***

Televisa es la cadena televisiva más importante del país.

En relación a la educación financiera, ha implementado una nueva campaña llamada "Ahora es el momento. Hazlo por ti". Por medio de ésta campaña Televisa presenta, a través de todas sus ventanas de exposición, consejos útiles para un mejor manejo del gasto familiar.

En este esfuerzo se unen Televisa, la Secretaría de Economía y la Procuraduría Federal del Consumidor, promoviendo información práctica y de fácil aplicación que pueda ayudar a que la población en general tenga mejores formas de ahorrar y de ejercer el gasto familiar.

"Ahora es el momento. Hazlo por ti" ofrece al público herramientas que le permitan sacarle partido a su dinero y respaldar el esfuerzo que ha hecho para conseguirlo.

Para ello esta campaña, que se desarrolló desde el 23 de febrero hasta el 31 de mayo de 2009, presentó 20 cápsulas institucionales, con actores y actrices reconocidos por el público telespectador, cortinillas en todos los programas, comentarios especializados, entrevistas, reportajes, artículos en revistas y una página en el portal Esmas.com, en los que se ofrece orientación sobre temas relacionados con la mejor administración del gasto familiar.

Acceso web: [www2.esmas.com/hazlo-por-ti/que-es/](http://www2.esmas.com/hazlo-por-ti/que-es/)

### ***f) Fundaciones y ONG´s***

#### ***f.1) Apple Seed***

Organización norteamericana sin fines de lucro que comienza operaciones en México en el 2002 y que busca formar una sociedad más justa a través de tres vertientes:

-Justicia, educación y acceso a mayores oportunidades.

En México trabaja en tres líneas: educación financiera, ambiental y desarrollo del trabajo pro bono.

El enfoque de Apple Seed se fundamenta en la importancia al Acceso a los servicios financieros, en los que se efectúan detecciones de necesidades de comunidades latinas en Estados Unidos y México. Para

ello se llevan a cabo investigaciones de alto impacto social sobre productos financieros, protección al consumidor, regulación y educación financiera.

En materia de educación financiera, esta institución se centra, por una parte, en los inmigrantes, que es su principal población objeto, pero también trabaja con las familias de los mismos en sus países de origen, dotándoles de herramientas sobre el uso del dinero y la utilización de servicios financieros enfocados al envío de remesas.

Para llevar a cabo la su iniciativa, Apple Seed utiliza materiales impresos como folletería que se encuentra disponible también a través del sitio web de la institución, así como folletería física que se encuentra disponible en consulados y embajadas de diversos países en Estados Unidos.

Acceso web: [www.mexico.appleseednetwork.org](http://www.mexico.appleseednetwork.org)

### ***f.2) FFH Alcance (Freedom from Hunger)***

FFH Alcance es la organización que representa a Freedom from hunger. En México realiza Servicios no remunerados de asistencia social para promover, fomentar y realizar actividades contra el hambre y la pobreza extrema.

FFH Alcance ha establecido un centro de capacitación en la Ciudad de México que apoya a las asociaciones civiles, instituciones financieras y entidades gubernamentales que desean mejorar los servicios financieros y no financieros ofrecidos a la población en situación de pobreza.

Con este fin, Alcance México, busca combatir la pobreza y desnutrición con iniciativas innovadoras como es el caso de la educación financiera.

Este fin lo alcanza a través del desarrollo e impartición de cursos y talleres con metodologías especialmente diseñadas para la población objeto a la cual se desea dirigir la propuesta educativa.

Acceso web: [www.ffhalcance.net](http://www.ffhalcance.net)

### ***f.3) Impulsa***

Impulsa es el brazo operativo de Junior Achievement WorlWide en México, una de las mayores organizaciones educativas internacionales sin fines de lucro en el mundo.

A través de JA Worldwide, está presente con más de 500 oficinas en 98 países de los cinco continentes, desde Albania hasta Jamaica pasando Ghana o Venezuela, sin distinguir entre países al considerar que su labor es igualmente necesaria en todos los jóvenes, convirtiéndose en la organización no lucrativa dedicada a la educación de los jóvenes de mayor crecimiento y proyección internacional.

En México, Impulsa ha venido trabajando intensamente en pro de la educación financiera en el país, y tiene como objetivo principal llevar al mayor número posible de personas la oportunidad de conocer y entender el sistema de economía de mercado con contenido social, desarrollando en ellos su espíritu emprendedor.

Impulsa logra su misión por medio de programas educativos dirigidos a alumnos de 5 a 21 años, que son dictados por profesionales voluntarios en instituciones públicas y privadas. Todos los programas tienen como objetivo transmitir a los alumnos la importancia de:

Responsabilizarse por el propio destino.

Proponerse objetivos claros y realistas.

Actuar para la consecución de los mismos.

Desarrollar la perseverancia, la creatividad y la confianza en uno mismo.

Educarse en forma constante durante toda la vida.

Para llevar a cabo esto, Impulsa promueve a través de sesiones de aprendizaje práctico, enseñando habilidades básicas, fomentando la importancia de la administración del dinero para una adecuada toma de decisiones.

“Más allá del dinero” es un curso diseñado para impartirse en seis sesiones y una visita previa, e involucra la participación de los ejecutivos voluntarios como instructores del programa.

Acceso web: [www.impulsa.org.mx](http://www.impulsa.org.mx)

### ***f.4) Sparkassenstiftung für internationale Kooperation***

Sparkassenstiftung für internationale Kooperation o Fundación Alemana de Cajas de Ahorro para la Cooperación Internacional, como se le conoce



en México, es una institución fundada en 1992 por las Cajas de Ahorro (Sparkassen) alemanas. Se trata de una institución sin fines de lucro y representa el brazo consultor internacional de las Cajas de Ahorro alemanas.

Fundación Alemana ha venido desarrollando hasta ahora alrededor de 120 proyectos en apoyo a los sectores de finanzas populares en aproximadamente 50 países en desarrollo y transformación.

Los trabajos desarrollados por Fundación Alemana están orientados a prestar servicios de asistencia técnica, consultoría y capacitación a instituciones financieras enfocados a la población de bajos y medianos recursos, así como a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Uno de los principios filosóficos de Fundación Alemana es acompañar a las instituciones apoyadas en su desarrollo sustentable para que puedan mejorar y ampliar el acceso a servicios financieros para los grupos objeto.

En el ámbito de la educación financiera, las cajas de ahorro alemanas cuentan con una amplia tradición. Por ello una de las consignas de la institución es transmitir en diferentes países esta experiencia de educación financiera como uno de los mecanismos para fomentar el desarrollo y el bienestar de las familias, las empresas y las economías locales y regionales.

En México, Fundación Alemana ha desarrollado diversos proyectos enfocados a fortalecer sector de ahorro y crédito popular y la inclusión financiera en México.

En materia de educación financiera, Fundación Alemana ha desarrollado varios análisis y estudios en México y otras partes del mundo y proporciona consultoría de carácter estratégico a diversas instituciones y organismos de los sectores público, privado y social que requieren asistencia para el diseño y la implementación de sus programas de educación financiera.

También ha trabajado en el desarrollo de materiales didácticos innovadores, entre ellos audiovisuales para apoyar los procesos de concientización y de desarrollo de habilidades en materia de educación financiera.

Acceso web: [www.fundacionalemana.com.mx](http://www.fundacionalemana.com.mx)

### ***f.5) Educación Financiera para niños de Verónica Huacuja***

Dos de las pasiones de Verónica Huacuja son los niños y la educación financiera. Por ello, su propuesta en estas materias tiene un enfoque muy particular, dado que busca despertar en el niño - a través de la literatura, con personajes fantásticos: hadas, sapos encantados, reyes y princesas- su conciencia e interés en torno a su presente y futuro financieros, tanto personal como familiar. Por otra parte, esta educadora y autora busca hacer copartícipe al adulto (maestros, autoridades escolares y padres de familia) en el proceso educativo del niño en estas materias. De esta forma, este proceso de enseñanza-aprendizaje, se transforma en uno bidireccional: del niño hacia el adulto y viceversa.

La iniciativa de Verónica Huacuja es implementada en los siguientes medios:

Fundamentalmente a través del sitio oficial web:

[www.veronicahuacuja.com.mx](http://www.veronicahuacuja.com.mx)

A través de la creación de alianzas con diferentes instituciones públicas y de la sociedad civil para la difusión de sus materiales (Fundación Alemana de Cajas de Ahorro, Fundación Impulsa, Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, Santo Domingo Animation, Asociación de Bancos de México, Banco de México, Centro de la Familia de Utah, Fundación La Puerta, etc.).

Verónica Huacuja incursiona como editora de una revista infantil en educación financiera y económica, “Para un tesoro, una alcancía” ([www.parauntesoro.com.mx](http://www.parauntesoro.com.mx)). Publicación orientada a niños de 6 a 12 años de edad, así como a sus padres y maestros.