Adueñándonos del futuro

La estrategia nacional para la educación financiera

2006

Members

Department of Agriculture

Department of Defense

Department of Education

Department of Health and Human Services

Department of Housing and Urban Development

Department of Labor

Department of the Treasury

Department of Veterans Affairs

Commodity Futures Trading Commission

Federal Deposit Insurance Corporation

Federal Reserve Board

Federal Trade Commission

General Services Administration

National Credit Union Administration

Office of the Comptroller of the Currency

Office of Personnel Management

Office of Thrift Supervision

Securities and Exchange Commission

Small Business Administration

Social Security Administration

Adueñándonos del futuro:
La estrategia nacional para la educación financiera

Índice

Prefacio – Parte I v

Prefacio – Parte II: Programas ilustrativos. xv

Capítulo 1: Ahorros. 1

1. Cómo cambiar el eje de la discusión pública del consumo al ahorro por medio de campañas de concientización pública 2
2. Cómo utilizar los incentivos de impuestos para lograr un ahorro más conveniente y asequible 5
3. Cómo adaptar las comunicaciones para que el ahorro pueda ser de interés general 7

Capítulo 2: Compra de vivienda. 11

1. Cómo utilizar enfoques de organizaciones comunitarias para transmitir programas de asesoría y capacitación 13
2. Cómo destacar el éxito por medio de la educación de calidad y la concientización pública 16
3. La colaboración comunitaria puede ser un elemento muy valioso para el desarrollo y distribución de programas. 19

Capítulo 3: Jubilación 23

1. Cómo educar a los trabajadores sobre todas las oportunidades de ahorro disponibles para la jubilación. 26
2. Cómo motivar el ahorro para la jubilación para empleados de empresas grandes. 29
3. Opciones de ahorro para la jubilación para empleados de pequeñas empresas 32
4. Cómo beneficiarse de los productos de ahorro individuales para la jubilación preferidos por los impuestos 33

Capítulo 4: Crédito 37

1. Cómo aumentar la comprensión del público acerca del crédito, los informes de crédito y los puntajes de crédito 39
2. Cómo utilizar los servicios de asesoría de crédito confiables 42

Capítulo 5: Protección del consumidor 49

1. Cómo brindar educación a los consumidores sobre las formas de reducir el riesgo del robo de identidad 50
2. Cómo protegerse de las ofertas de negocios fraudulentas 55
3. Cómo proteger a las personas de edad avanzada de las amenazas dirigidas contra los consumidores. 56

Capítulo 6: Derechos de los contribuyentes 59

1. Cómo ayudar a los individuos para identificar y utilizar los programas y servicios disponibles 61
2. Cómo educar y concientizar a individuos y empleadores 64
3. Cómo reducir los riesgos y costos de los contribuyentes fomentando el depósito directo 67
4. Cómo aprovechar nuevos e importantes beneficios para ahorrar 68

Capítulo 7: Protección del inversionista 71

1. Cómo equipar a los consumidores con información imparcial sobre inversiones 72
2. Cómo estimular un mayor entendimiento de las características de inversión, en especial los cargos 76
3. Cómo proteger a los inversionistas contra el fraude por medio del aumento de iniciativas de educación 77

Capítulo 8: Personas sin cuenta bancaria 81

1. Cómo utilizar los productos y servicios impulsados por el sector bancario para incrementar su comprensión y uso. 83
2. Cómo estimular la colaboración y utilización de las relaciones existentes para incrementar la familiaridad con el sistema financiero 85

Capítulo 9: Comunidades multilingües y multiculturales 91

1. Cómo promover la participación en el proceso de servicios financieros por medio de una mayor comprensión del sistema 92
2. Cómo cambiar las percepciones sobre la accesibilidad a la compra de viviendas 95
3. Cómo mejorar el acceso a los servicios financieros 96

Capítulo 10: Educación financiera desde el jardín infantil hasta la etapa postsecundaria 99

1. Cómo integrar la educación financiera dentro de los programas de estudio K-12 101
2. Cómo proporcionar capacitación y apoyo a los maestros para enseñar efectivamente los temas de educación financiera 105
3. Cómo proporcionar materiales, planes de estudio y recursos efectivos a los maestros para enseñar educación financiera 106
4. Cómo aumentar la educación financiera comunicándose con los jóvenes en lugares no tradicionales 108
5. Cómo incrementar las habilidades y conocimientos financieros de los estudiantes postsecundarios 112

Capítulo 11: Investigación académica y evaluación de programas 117

1. Cómo estimular la investigación académica 118
2. Cómo evaluar programas utilizando análisis cuantitativo 121
3. Cómo evaluar programas utilizando métodos cualitativos 123

Capítulo 12: Esfuerzos de coordinación 127

1. La coordinación de la información federal sobre educación financiera está disponible por medio de iniciativas de colaboración 128
2. Cómo evaluar los recursos federales y evitar la duplicación y la redundancia 129

Capítulo 13: Perspectiva internacional 133

1. Enfoques aplicados dentro de otras naciones y esfuerzos transfronterizos . . . 134
2. Cómo estimular las coaliciones mundiales 138

Siglas 141

Apéndice A: Resúmenes de las reuniones 147

Apéndice B: Aviso en el Registro Federal 166

Prefacio, Parte I

Adueñándonos del futuro

La estrategia nacional para la educación financiera

El mercado de servicios financieros actual, que es cada vez más complejo, ofrece a los consumidores una amplia variedad de productos, servicios y proveedores entre los cuales elegir para responder a sus necesidades financieras. Aunque esta variedad de opciones ofrece muchas alternativas, también requiere que los consumidores posean la información, el conocimiento y las habilidades para evaluar las opciones e identificar las que mejor se adapten a sus necesidades y circunstancias. Esto se aplica específicamente a las poblaciones que tradicionalmente no han recibido los servicios adecuados de nuestro sistema financiero.

La educación financiera es también esencial para ayudar a los consumidores a comprender cómo evitar involucrarse en transacciones que son destructivas desde el punto de vista financiero, cómo evitar ser víctimas del fraude y cómo ejercer sus derechos de protección del consumidor. Por otro lado, la educación financiera puede lograr que los consumidores sean mejores compradores, permitiéndoles obtener bienes y servicios a un costo inferior. Esto optimiza sus presupuestos familiares, dándoles más oportunidades de consumir, invertir y ahorrar. Además, una mayor educación puede ayudar a que las personas adquieran los conocimientos financieros necesarios para crear presupuestos familiares, iniciar planes de ahorros, administrar sus deudas y tomar decisiones estratégicas de inversión para su jubilación o para la educación de sus hijos. El contar con estas habilidades básicas de planificación financiera puede ayudar a las familias a cumplir con sus obligaciones de corto plazo y a maximizar su bienestar financiero de largo plazo.

En el año 2003, el Congreso de los Estados Unidos estableció la Comisión Federal de Educación Financiera por medio de la sanción de la Ley de Mejora de la Educación Financiera en virtud del Título V de la Ley de Igualdad y Transacciones de Crédito Correctas del año 2003 (Fair and Accurate Credit Transactions o FACT Act, por sus siglas en inglés) (P.L. 108-159). El Congreso designó a la Oficina de Educación Financiera del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos (OFE, por sus siglas en inglés) para facilitarle su experiencia y proporcionar apoyo primario a la Comisión, la cual está presidida por el Secretario del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos. Además del Departamento del Tesoro, las siguientes agencias federales están representadas en la Comisión: las agencias bancarias federales (según lo definido en la Sección 3 de la Ley Federal de Seguros de Depósito) — la Oficina del Contralor de la Moneda, la Junta de Gobernadores del Sistema de la Reserva Federal, la Corporación Federal de Seguros de Depósito, la Oficina de Supervisión de Entidades de Ahorro, la Administración Nacional de Cooperativas de Crédito, la Securities and Exchange Commission, cada

uno de los Departamentos de Educación, Agricultura, Defensa, Salud y Servicios Humanos, Vivienda y Desarrollo Urbano, Trabajo y de Asuntos de Veteranos de los Estados Unidos, la Comisión Federal de Comercio, la Administración de Servicios Generales, la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa, la Administración del Seguro Social, la Comisión del Comercio en Futuros sobre Mercancía de los Estados Unidos y la Oficina de Administración de Personal.

El Congreso encargó a la Comisión la tarea de "mejorar la educación financiera de las personas en los Estados Unidos por medio del desarrollo de una estrategia nacional para estimular la educación financiera". El reglamento estatutario también estipula la reevaluación anual del progreso de esa estrategia. Este documento representa el primer paso en el proceso de evolución de la creación y ajuste de un marco de trabajo para una estrategia nacional de mejora de la educación financiera de los estadounidenses. En virtud de los términos del reglamento estatutario, la Comisión revisará anualmente la estrategia nacional y hará los cambios y recomendaciones que considere necesarios.

La Sección 114 del Título V de la ley FACT del año 2003 establece que para la creación e implementación de esta estrategia "se deberá incluir y proveer la participación de los gobiernos estatales y locales y de instituciones privadas, públicas y sin fines de lucro". Por lo tanto, la participación del sector privado como la del sector público son esenciales para mejorar la educación financiera en los Estados Unidos. En cumplimiento de este mandato, la Comisión solicitó la opinión de proveedores de educación financiera y examinó los recursos del gobierno federal, de los gobiernos estatales y/o locales, organizaciones sin fines de lucro, instituciones académicas y del sector privado.

Desde su creación en enero del año 2004, la Comisión se reúne cada cuatro meses e invita a sus reuniones a representantes de varias fuentes de educación financiera para que presenten información sobre programas específicos con el fin de informar a los miembros de la Comisión. El 26 de agosto del año 2004, la Comisión también solicitó la presentación de comentarios del público y en respuesta a esta convocatoria, más de 150 personas y organizaciones ofrecieron su opinión. En un esfuerzo por obtener más información y detalles sobre los comentarios presentados, la Comisión organizó seis reuniones públicas específicas por sectores, invitando a aquellas personas que enviaron sus comentarios por escrito. Muchos de los invitados costearon sus propios viajes a Washington, D.C. para asistir a estas reuniones y otros pudieron participar por vía telefónica. La Comisión agradeció a todas estas personas y organizaciones por sus interesantes comentarios y su deseo de compartir sus conocimientos y opiniones. Muchos de los elementos mencionados en esta estrategia fueron sugeridas por los participantes de las citadas reuniones.

Es evidente que existe una gran cantidad de iniciativas de educación financiera en desarrollo en los Estados Unidos que están dirigidas a una amplia variedad de temas y audiencias, las cuales poseen diversas estrategias para proporcionar educación financiera. Algunas de las iniciativas identificadas por la Comisión se resumen en el apéndice adjunto y representan una investigación que fue un elemento crucial para crear un marco de trabajo para esta estrategia nacional. Estos y otros programas, patrocinados por el gobierno federal, estatal y local, varias entidades privadas, organizaciones sin fines de lucro

y por instituciones de enseñanza superior, responden a las necesidades de educación financiera ofreciendo información a varios segmentos de nuestra población. Además, un reto fundamental para mejorar la educación financiera es el poder llegar a las personas que desconocen la disponibilidad de tales recursos, personas que no tienen tiempo para mejorar su nivel de educación financiera, o para quienes no son adecuados los recursos existentes. Por lo tanto, es posible que los estadounidenses no puedan beneficiarse de los recursos existentes por diversas razones, incluyendo la falta de acceso al Internet, barreras idiomáticas o porque no han recibido la información debido a que no pertenecen a audiencias alcanzadas por los métodos de divulgación tradicionales. Uno de los principales objetivos de la estrategia nacional debe ser el facilitar el acceso y utilización de esta información para la educación financiera en el momento apropiado y en el formato más útil para sus destinatarios.

Además, otro reto que representa una oportunidad para el desarrollo de la Comisión es el poder ayudar a los estadounidenses a distinguir entre la diferencia de educación financiera y mercadeo. En algunas ocasiones alguna empresa puede tratar de ofrecer educación financiera en el contexto de una venta de un producto financiero. Esto puede dificultar la distinción entre la información de ventas y los puntos importantes de educación financiera. Esta confusión puede obstaculizar a los consumidores la selección de productos y el determinar la exactitud e integridad de la información recibida, o si el proveedor es imparcial y si la información que brinda a los consumidores no está interferida por su interés ganancioso.

Esto no es una tarea sencilla. La administración de las finanzas personales es un asunto extremadamente complejo que requiere recursos significativos y un compromiso sustancial por parte del consumidor para comprender y evaluar la variedad de productos disponibles en el mercado de servicios financieros. Además, este mercado cambia constantemente con la aparición de nuevos productos, servicios y proveedores que surgen para satisfacer la demanda de los consumidores. Como resultado, la variedad de temas que los consumidores deben evaluar es amplia y se encuentra en continuo crecimiento. Además, los esfuerzos de educación financiera deben estar dirigidos a ayudar a los consumidores a comprender y seleccionar los productos y servicios que mejor se adaptan a sus necesidades, objetivos y circunstancias. Para esto, hay que proveer una educación financiera efectiva, lo cual presenta grandes retos, no solamente debido a la complejidad de los temas que rodean este asunto, sino también a la naturaleza individualizada del enfoque necesario para responder a estas situaciones. Por lo tanto, otro objetivo de la estrategia nacional es ayudar a los consumidores a identificar fuentes de información confiables e imparciales, y equiparlos con las habilidades necesarias para seleccionar los productos y servicios que mejor se adaptan a sus necesidades y circunstancias.

Al reconocer el importante papel que desempeña la educación financiera en la promoción del bienestar financiero, se destaca que existe un compromiso duradero con la educación financiera de organizaciones del gobierno, la industria privada y organizaciones sin fines de lucro. La supervisión de este compromiso y la organización de iniciativas para producir

el mejor resultado posible, es el mayor de los retos, y éste puede responderse por medio de una estrategia nacional. La Comisión ha determinado que una estrategia nacional efectiva debe abarcar cuatro áreas cruciales explicadas a continuación. Las posteriores evaluaciones de esta estrategia se centrarán en revisar el progreso y en reajustar la articulación de estas principales áreas estratégicas.

1. Cómo crear concientización pública sobre los recursos disponibles

La mejora de la educación financiera entre los estadounidenses requiere un aumento de la concientización pública sobre estos temas, así como el conocimiento de muchos recursos estatales, locales y nacionales que están disponibles para la educación financiera. Uno de los aspectos surgidos en las reuniones de sectores específicos celebradas por la Comisión, fue tomar conciencia de que el gobierno federal debe lograr que sus recursos de educación financiera sean de más fácil disponibilidad. Este es un aspecto importante para utilizar mejor los recursos de educación financiera y evitar la superposición o duplicación.

La Comisión estableció una infraestructura de distribución de la información que ayudará a aumentar la concientización pública de los recursos disponibles en el gobierno federal estableciendo MyMoney.gov, un centro de aprobación y compilación de materiales de educación financiera. Este sitio Web contiene enlaces con materiales de educación financiera gratuitos producidos por miembros de la Comisión y también tendrá enlaces con ciertos sitios .edu mantenidos por centros universitarios y universidades con financiación pública afiliados con el Servicio de Investigación Cooperativa Estatal, Educación y Extensión del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (CSREES, por sus siglas en inglés). Asimismo, MyMoney.gov proveerá enlaces con sitios .org afiliados con agencias gubernamentales tales como los Bancos de la Reserva Federal que contienen información financiera y herramientas de aprendizaje valiosas además de las que ya están disponibles directamente a través de las agencias gubernamentales federales.

El objetivo del sitio Web MyMoney.gov es proporcionar una fuente conveniente y accesible de recursos gratuitos y confiables. Este sitio Web contiene información útil para personas que se enfrentan a varias expectativas financieras, como por ejemplo conciliar el balance de una cuenta corriente bancaria, comprar una hipoteca o tomar un préstamo para un vehículo, buscar formas de pagar los estudios universitarios, revisar estados de cuenta de tarjetas de crédito, ahorrar para la jubilación, entender un informe de crédito o simplemente decidir si pagar una compra en efectivo o con tarjeta de crédito. Este sitio Web contiene información sobre cómo entender, evaluar y comparar productos, servicios y oportunidades financieras y también para ayudar a los inversionistas a comprender qué hacer cuando se encuentran con dificultades con los intermediarios del mercado. Aunque el sitio Web está organizado de manera accesible y útil para los consumidores, también facilitará la tarea a los educadores comunitarios y organizaciones sin fines de lucro que necesiten encontrar y utilizar estos mismos recursos, reduciendo así los costos innecesarios de reproducción en la imprenta.

Una de las consecuencias derivadas del establecimiento del sitio MyMoney.gov ha sido el poder identificar de manera más

clara los recursos de educación financiera disponibles actualmente de parte de los miembros de la Comisión. Este paso importante facilitará el análisis de cada uno de los miembros de la Comisión, para así reconocer si existen áreas de superposición y duplicación innecesarias en este conjunto de materiales de educación financiera. La composición del sitio Web ha sido organizada por tema en lugar de por miembro de la Comisión, esto facilitará en gran medida la coordinación de esfuerzos para promover la educación financiera.

La creación de la Comisión Federal de Educación Financiera ha atraído la atención sobre el tema de la educación financiera, la cual conlleva varios temas que deben ser tratados. En las reuniones de la Comisión y en las reuniones específicas para los distintos sectores, los comentarios del público han resaltado la magnitud de diversos temas pertinentes que necesitan atención. Cada uno de los miembros de la Comisión abarca áreas específicas de su especialidad y por lo tanto estos estimularán las diversas facetas de la educación financiera comprendidas por la experiencia de cada agencia. A medida que se elaboran materiales adicionales y se enlazan con el sitio MyMoney.gov, cada uno de los miembros de la Comisión podrá enterarse de los temas que surgen y así seguir trabajando sobre sus experiencias acerca del tema para poder compartir su opinión con los demás.

La Comisión también ha establecido un número telefónico gratuito, 888-My-Money, para ofrecer materiales educativos localizados en el sitio Web a aquellas personas que no pueden o no desean utilizar el Internet. Al establecer una fuente central de todos estos materiales de educación financiera, el gobierno federal puede garantizar que los consumidores y educadores tengan acceso rápido a información actualizada, fácil de encontrar y correcta sobre circunstancias financieras.

El Congreso le ha encargado al Secretario del Tesoro la tarea de elaborar, implementar y dirigir una campaña piloto nacional de multimedios de comunicación para mejorar el estado de la educación financiera en los Estados Unidos. Esta campaña de multimedios, puede conllevar la creación de estrategias tales como anuncios de servicio público de radio y televisión, pancartas publicitarias y anuncios impresos y ésta será una parte crucial de la estrategia para concientizar al público sobre la importancia del tema, así como para comunicar a los estadounidenses adónde pueden recurrir para obtener información oportuna y de alta calidad sobre varios temas financieros. Las campañas de servicio serán herramientas efectivas para divulgar activamente el sitio web MyMoney.gov y el número gratuito 1-888-My-Money. Asimismo, al utilizar mensajes directos y creativos, se producirá una campaña efectiva en los medios de comunicación que puede ayudar a difundir y consolidar el sitio MyMoney.gov y el número gratuito como los portales principales a los que recurrirán los consumidores cuando necesiten encontrar fácilmente materiales de educación financiera sobre una variedad de temas financieros importantes. Por medio de la utilización de esta estrategia integral que incluya a los multimedios de comunicación, podremos comenzar a crear concientización en toda la nación sobre la totalidad de los valiosos recursos disponibles gratuitamente para todos los ciudadanos.

2. Cómo elaborar materiales y estrategias de divulgación específicas e individualizadas

Afortunadamente, existe una gran variedad de materiales financieros excelentes. El sitio Web MyMoney.gov ha catalogado una gran variedad de información neutral e imparcial destinada a educar a los consumidores para brindarles la oportunidad de obtener materiales para ayudarlos a tomar decisiones financieras con el conocimiento necesario. En lugar de crear nuevos materiales para la enseñanza, estos materiales pueden adaptarse para diferentes propósitos, los recursos dirigidos a audiencias específicas podrán ser distribuidos por estas organizaciones y por los canales de divulgación que sean los más confiables dentro de las comunidades. Un sitio Web centralizado como MyMoney.gov, puede ayudar a los educadores a maximizar la utilización de recursos gratuitos para proveer educación financiera y así eliminar la duplicación innecesaria de materiales.

El lograr una mejor educación financiera de los estadounidenses no es una acción fácil y única, ya que tiene que dirigirse a diversos grupos, culturas y tipos de personas. Las personas aprenden de modos muy diferentes, pero muchos de nosotros nos beneficiamos por medio de la información oral y visual educativa que se repite en diferentes ocasiones y en varias formas. Las iniciativas efectivas de educación financiera requieren materiales que lleguen al público y que sean entendidos claramente por la audiencia destinataria. Los recursos individualizados y específicos son importantes para alcanzar a los sectores demográficos clave, entre los que se incluyen los grupos de personas que no posen relaciones establecidas con instituciones bancarias, las comunidades multiculturales y multilingües, las comunidades remotas geográficamente y los consumidores con necesidades especiales. Por lo tanto, es importante apreciar que los canales de divulgación pública se distingan en gran medida según el mensaje a transmitir y el destinatario al cual va dirigido y considerar que lo que puede parecer una iniciativa duplicada, con frecuencia será utilizada necesariamente para llegar a diferentes audiencias. El duplicar documentos innecesarios ocurre solamente cuando los educadores y otras personas no conocen que existe información aprovechable.

El colaborar en conjunto con varios canales de comunicación efectivos para la divulgación de la información será una faceta importante en el reto de promover la educación financiera. La información puede compartirse en muchos tipos de ambientes, como por ejemplo el lugar de trabajo, las escuelas, los medios de comunicación y a través de organizaciones comunitarias. Cada uno de ellos ofrece valiosos medios para llegar a diferentes sectores demográficos de la población de nuestra nación.

Uno de los retos que enfrentan las iniciativas de educación financiera es poder comprender que el acceso a la información y a los programas educativos no siempre tiene como resultado una conducta positiva de parte del consumidor. Por ejemplo, el lugar de trabajo puede ser un canal importante para promover la divulgación de información financiera necesaria. Además, el acceso a un plan de jubilación a través del empleador ofrece un mecanismo esencial para facilitar el ahorro estructurado. Sin embargo, la disponibilidad de tal plan no está relacionada con la alta participación de personas en dichos planes. En el año 2004, solamente el 53.4% de todos los

empleados de tiempo completo participaba en un plan de jubilación patrocinado por el empleador. En reconocimiento de esto, en el año 2006 el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos y el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos organizarán conjuntamente una mesa redonda con grandes empleadores para discutir el tema de los ahorros para la jubilación. Los temas que se presentarán incluirán ejemplos de las estrategias exitosas sobre la integración de la entrega de educación financiera en el lugar de trabajo y otras opciones para aumentar la participación y las contribuciones a planes privados de jubilación, como por ejemplo la inscripción automática. Además, la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (SBA, por sus siglas en inglés), el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos (DOL, por sus siglas en inglés) y el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos se comprometen a realizar campañas de alcance a pequeñas empresas y continuarán ofreciendo valiosos recursos sobre opciones de jubilación para pequeñas empresas. SBA pondrá a disposición de las pequeñas empresas información específica sobre asuntos referentes a la jubilación ofreciendo adiestramiento vía Internet acerca de cómo educar a sus empleados sobre el ahorro para la jubilación en MyMoney.gov en el segundo cuatreño del año 2006.

Otro componente clave de la educación financiera es el reto de integrarla a los programas de estudios establecidos para elemental y secundaria y para las instituciones académicas de enseñanza postsecundaria. La identificación de estas oportunidades para poder incorporar la educación financiera en los planes de estudio escolares puede ser la clave para ayudar a los jóvenes estadounidenses a crecer convirtiéndose en adultos con educación financiera y así convertirse en consumidores astutos que, a su vez, transmitan estos conocimientos a sus hijos. Este tipo de educación financiera puede resultar en la mejora de la elaboración de presupuestos familiares y otras habilidades cruciales para la vida. Además, para ayudar a los educadores a combinar los conceptos de educación financiera con las asignaturas de enseñanza obligatoria, como la matemática y la lectura, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos y el Departamento de Educación de los Estados Unidos se asociarán para organizar una reunión cumbre enfocada en la integración de la educación financiera, la capacitación de los maestros y demás temas relacionados.

Los temas financieros y la educación varían entre las diferentes culturas, por este motivo, para entender estas diferencias, es crucial conocer los distintos tipos de necesidades y así lograr un aumento de la participación de los mercados de las poblaciones de las minorías en áreas financieras como las cuentas de transacciones y la propiedad de vivienda. Sin embargo, algunas personas experimentan desconfianza hacia los bancos y las agencias gubernamentales. Otras personas tienen diversas actitudes acerca del gasto y el ahorro, y muchos utilizan mecanismos financieros interculturales, como préstamos entre pares y grupos de inversión conformados dentro sus comunidades. Adicionalmente, otros deben adherirse a restricciones religiosas, como la prohibición islámica del pago de intereses. En algunas comunidades, como las reservas de poblaciones indígenas nativas y los vecindarios con alta concentración étnica, quizás no existan muchas instituciones financieras. Estas comunidades buscan estrategias

clave para garantizar de mejor manera los recursos de servicios financieros que poseen, al mismo tiempo que adquieren productos, seguros y mecanismos de entrega que sean compatibles para todos desde un punto de vista cultural.

Las organizaciones comunitarias pueden desempeñar un papel importante en las iniciativas destinadas a mejorar la entrega de información de educación financiera. Por ejemplo, el uso de la tecnología y la innovación han resultado en la creación de una amplia variedad de productos de préstamos hipotecarios que son complejos y poseen características que pueden ser inadecuadas, muy riesgosas y perjudiciales financieramente para algunos consumidores, como por ejemplo las hipotecas de interés ajustable y los préstamos en los que se pagan solamente los intereses cuyos niveles de pago pueden cambiar drásticamente durante el término del préstamo. Además, a medida que el mercado de préstamos hipotecarios se ha vuelto más competitivo y prolífico, la aparición de prestamistas inescrupulosos ha creado preocupaciones relativas a las prácticas abusivas de préstamo. Aunque se han puesto en práctica algunas medidas reguladoras y legislativas para prevenir y/o combatir los préstamos abusivos, la educación financiera es un componente crucial para la protección del patrimonio de los propietarios de viviendas. Los programas comunitarios pueden ser efectivos tanto para promover como para conservar la propiedad de la vivienda. Además, las iniciativas locales de propiedad de vivienda pueden aumentar la concientización y muchas veces atraen a individuos y a familias que desean hacer realidad su sueño de la vivienda propia. Del mismo modo, la intervención a nivel comunitario hacia los propietarios de viviendas que atraviesan dificultades financieras, puede ayudar a atenuar el efecto de las prácticas abusivas de préstamo sobre los consumidores y las comunidades en general.

3. Cómo crear coaliciones del sector público y/o privado y del sector privado entre sí

El mejoramiento de la educación financiera de la nación no es una tarea solamente del gobierno federal. Al contrario, actualmente, la mayoría de las actividades de educación y de desarrollo personal de habilidades financieras son llevadas acabo por organizaciones del sector privado. La participación comunitaria puede mejorar en gran medida la efectividad de la elaboración conjunta de recursos e iniciativas de divulgación. Las coaliciones de organizaciones públicas y privadas y las asociaciones de organizaciones privadas entre sí desempeñan un papel importante en la labor de equipar a los consumidores con las habilidades financieras necesarias. Las uniones exitosas de estas organizaciones pueden lograr transmitir la información de manera efectiva a audiencias clave con calidad e imparcialidad en su mensaje. Estas coaliciones pueden resaltar el éxito local de las iniciativas de educación financiera, como el estimular la participación local y el acceso a programas de educación. Las coaliciones son componentes valiosos de cualquier iniciativa de concientización pública iniciada por la Comisión y son una parte clave de la estrategia nacional para mejorar la educación financiera.

El tema de la propiedad de vivienda es solamente una de las muchas áreas en las que pueden funcionar las coaliciones entre el sector público y el privado. Además, entre el primer trimestre del año 2006 y el

primer trimestre de 2007, el Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de los Estados Unidos (HUD, por sus siglas en inglés) se unirá al Departamento del Tesoro de los Estados Unidos (DOT, por sus siglas en inglés) para organizar una serie de reuniones que resalten el trabajo de coaliciones exitosas que han fomentado la propiedad de la vivienda.

Las coaliciones entre las comunidades también pueden ser efectivas en el tratamiento de los temas que afectan a muchos individuos en este país que no mantienen cuentas bancarias, de crédito, de ahorro o de inversión. El Departamento del Tesoro de los Estados Unidos, junto con la Corporación Federal de Seguros de Depósito (FDIC, por sus siglas en inglés), la Administración Nacional de Cooperativas de Crédito y la Oficina del Contralor de la Moneda celebrarán una serie de cuatro conferencias regionales para compartir las mejores prácticas sobre banca para las personas sin cuenta bancaria. Las conferencias tendrán lugar entre el primer trimestre del año 2006 y el segundo trimestre de 2007 y reunirán a organizaciones comunitarias, proveedores de servicios financieros y reguladores federales, estatales y locales con el fin de forjar coaliciones y tratar sobre las últimas novedades y estrategias para acercar a las personas al sistema financiero principal.

Las coaliciones también han sido efectivas para estimular la creación de riqueza. Varios de los miembros de la Comisión son integrantes de múltiples organizaciones sin fines de lucro, empleadores, instituciones financieras y agencias gubernamentales que trabajan con coaliciones cooperativas a nivel local, estatal o nacional para estimular el ahorro entre las personas de ingresos bajos o módicos. Entre los participantes del gobierno se destacan la Junta de la Reserva Federal, la Oficina del Contralor de la Moneda, la U.S. Securities and Exchange Commission, el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos (DOL, por sus siglas en inglés) y CSREES, que es el socio federal en el Sistema de Extensión Cooperativa.

4. Cómo investigar y evaluar los programas de educación financiera

Aunque existen muchas iniciativas excelentes de educación financiera en toda la nación, hay un tema que se repitió en las cartas recibidas con comentarios del público y durante las reuniones de sectores específicos organizadas por la Comisión. Estos comentarios se basan en que no existe una evaluación sistemática para medir los programas de educación financiera. Además, hay pocos estudios actualmente efectuados sobre métodos exitosos de educación financiera. Por lo tanto, una base amplia y profunda de investigación sobre la educación financiera ayudará a los encargados de elaborar políticas, así como a los proveedores de educación financiera en los sectores públicos y privados, a mejorar la efectividad de su trabajo educativo sobre finanzas. Además, aunque se han realizado algunas buenas investigaciones, se sobreentiende que pueden hacerse aún más. En el desarrollo de la investigación se produce un conjunto de conocimientos compartidos sobre cómo informar y educar mejor a los diversos grupos sobre temas de educación financiera. Esta investigación es esencial para crear y replicar programas cuyos resultados hayan sido demostrados y para garantizar la utilización efectiva de los recursos.

Idealmente, los programas de educación financiera deberían esforzarse por incorporar resultados de investigaciones académicas que utilicen medidas cuantitativas y cualitativas para evaluar

la efectividad de los programas. Estos datos podrían ofrecer confianza a los consumidores sobre los programas que funcionan efectivamente, podrían brindar a los educadores modelos para desarrollar materiales de calidad basados en pruebas y además podrían servir para garantizar la optimización de los recursos de aquellos que proporcionan fondos para desarrollar educación financiera.

Para aumentar la concientización de la investigación académica existente y para definir lo que aún sigue necesitando un estudio más profundo, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos, junto con CSREES y el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, organizarán un simposio de investigadores especializados en educación financiera. El simposio tendrá como resultado un documento que analizará la investigación de la educación financiera actual y también identificará áreas de posible investigación futura.

Conclusión

Los Estados Unidos no son el único país del mundo que está realizando un análisis serio de las necesidades de educación financiera de sus ciudadanos. Prácticamente todas las naciones se enfrentan a los mismos retos para aumentar el conocimiento financiero y las habilidades necesarias que deben poseer sus ciudadanos a fin de poder tomar mejores decisiones financieras y evitar fraudes. A medida que continúa el proceso de desarrollo de nuestra estrategia nacional, será importante continuar el diálogo con otras naciones en un esfuerzo por aprender de sus iniciativas.

El cumplimiento del objetivo de desarrollar una población educada financieramente tomará tiempo, pero la Comisión está motivada por los numerosos y excelentes programas en práctica actualmente y por las organizaciones que los operan para mejorar los niveles de educación financiera de los estadounidenses. La Parte II del prefacio contiene descripciones de programas representativos que se encuentran actualmente en marcha por toda la nación. Forzosamente, esta segunda parte contiene solamente una pequeña porción de la gran cantidad de programas excelentes existentes en la actualidad. Cada uno de los programas detallados ilustra la multitud de pequeñas iniciativas que representan oportunidades de aprendizaje y colaboración para contribuir a la conformación del panorama nacional general que incluye la iniciativa de educación financiera de los estadounidenses.

Prefacio, Parte II

Programas ilustrativos

Comisión Federal de Educación Financiera

La Comisión Federal de Educación Financiera (la Comisión), fue establecida para mejorar la educación financiera entre todos los estadounidenses y se creó el 4 de diciembre del año 2003 cuando el presidente George W. Bush sancionó la Ley de Mejora de la Educación Financiera en virtud del Título V de la Ley de Igualdad y Transacciones de Crédito Correctas del año 2003 (Fair and Accurate Credit Transactions o FACT Act, por sus siglas en inglés) (P.L. 108-159).

El Congreso encargó a la Comisión la tarea de "mejorar la educación financiera de las personas en los Estados Unidos por medio del desarrollo de una estrategia nacional para estimular la educación financiera".[1]

Las principales tareas de la Comisión son las siguientes:

1. Estimular las iniciativas gubernamentales y del sector privado para promover la educación financiera.
2. Coordinar las iniciativas de educación financiera del gobierno federal.
3. Elaborar una estrategia nacional para promover la educación financiera entre todos los estadounidenses.
4. Establecer un sitio Web a nivel nacional sobre la educación financiera y por medio del mismo proporcionar un punto de acceso para proveer información sobre la educación financiera, programas educativos y subsidios.
5. Establecer una línea telefónica gratuita para atender solicitudes del público que necesite materiales sobre temas pertinentes a la educación financiera.

Programas tratados en este informe

En cada uno de los 13 capítulos temáticos incluidos en la estrategia, la Comisión trató sobre varios temas, la mayoría de los cuales habían sido identificados por el Congreso y que son pertinentes a la educación financiera. En cada capítulo se describen los diversos programas de educación financiera elaborados y operados por organizaciones sin fines de lucro, instituciones académicas, el gobierno federal, estatal y/o locales y por el sector privado. Estos programas se explican con más profundidad en cada capítulo según como han sido identificados, y las "Iniciativas de acción" identificadas al final de cada capítulo representan oportunidades de mejorar los esfuerzos la educación y conocimientos financieros en cada área en particular. Parte II representa algunos de los esfuerzos de investigación de los antecedentes realizados por la Comisión para obtener la información sobre oportunidades y retos referidos a la educación financiera necesarios para el desarrollo de la Estrategia Nacional.

La Comisión se esforzó arduamente por incluir todos los puntos de vista

en el proceso de deliberación, incluyendo lo siguiente:

- Primero, el 26 de agosto del año 2004, la Comisión publicó un aviso en el Registro Federal solicitando comentarios del público sobre la Estrategia Nacional. En respuesta a este aviso, se recibieron más de 150 comentarios de ciudadanos particulares, organizaciones sin fines de lucro, instituciones académicas, agencias federales y/o estatales y otras.
- Segundo, la Comisión organizó seis reuniones específicas de sector para reunir información más detallada de parte de aquellos que respondieron al aviso del Registro Federal publicado en el mes de agosto. Estas reuniones se celebraron en diversos lugares en Washington, D.C. entre el 25 de febrero y el 17 de marzo del año 2005. Tanto el aviso publicado en el Registro Federal como los resúmenes de las reuniones específicas de sector están incluidos en los apéndices de esta Estrategia.
- Finalmente, la Comisión reunió a un grupo de 13 agencias integrantes de la Comisión para proveer una gran cantidad de información para la Estrategia elaborada por el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos. Entre junio del año 2004 y junio de 2005 los representantes de distintos grupos de trabajo se reunieron en once ocasiones distintas en el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos para debatir los plazos de tiempo necesarios, contenido y la estructura general del documento.

La Sección 114 del Título V de la ley FACT del año 2003 establece que la Estrategia, “deberá incluir la participación de los gobiernos estatales y/o locales y de instituciones del sector privado, sin fines de lucro y públicas en la creación e implementación de la estrategia". Este mandato reconoce que tanto el sector privado como el público son esenciales para mejorar la educación financiera en los Estados Unidos. En cumplimiento de este mandato, la Estrategia examina y trata los recursos de educación financiera del gobierno federal, los gobiernos estatales y/o locales y proveedores subcontratados del sector privado.

El Departamento del Tesoro de los Estados Unidos consideró una variedad de programas que no son del gobierno federal sobre los que obtuvo información de alguno de estos dos modos:

a. Los programas fueron citados por un individuo que respondió al aviso publicado en el Registro Federal el 26 de agosto del año 2004 por medio del cual se solicitaban comentarios del público sobre recursos de educación financiera para la Estrategia Nacional. El periodo de comentarios se cerró el 31 de octubre del año 2004.
b. Estos programas fueron recomendados por empresas en respuesta a la tarea del Departamento del Tesoro de promover una variedad de programas.

El Departamento del Tesoro de los Estados Unidos determinó que los programas no federales gubernamentales tratados en el informe están compuestos por lo menos por seis de los siguientes ocho elementos que fueron elaborados por la Oficina de Educación Financiera del Departamento

del Tesoro de los Estados Unidos en el año 2003, en los cuales el programa:

a. El contenido del programa se centra en el ahorro básico, la administración del crédito, la propiedad de vivienda y/o la planificación para la jubilación.

b. El contenido del programa está adaptado para su audiencia específica, teniendo en cuenta su idioma, cultura, edad y experiencia.

c. El programa se ofrece por medio de un canal de distribución local que hace un uso efectivo de los recursos y contactos comunitarios.

d. El programa realiza tareas de seguimiento con los participantes para reforzar el mensaje y garantizar que los participantes puedan aplicar las habilidades enseñadas.

e. El programa establece objetivos específicos y utiliza medidas de rendimiento para seguir el progreso hacia el logro de esos objetivos.

f. El programa demuestra un impacto positivo en las actitudes de los participantes, conocimientos o comportamiento por medio de las pruebas, encuestas u otras evaluaciones objetivas.

g. El programa puede ser replicado fácilmente con carácter local, regional o nacional para tener un amplio impacto y sustentabilidad.

h. El programa está creado para perdurar según lo evidenciado por factores tales como el apoyo financiero continuo, el respaldo legislativo o la integración en un curso de instrucción establecido.

La finalidad de incluir estos programas no gubernamentales fue la de brindar ejemplos específicos y concretos de iniciativas de educación financiera que ilustren específicamente los temas tratados en cada capítulo. El gobierno de los Estados Unidos, incluyendo la Comisión Federal de Educación Financiera y las agencias que la integran no endosan a las entidades gubernamentales no federales mencionadas en este informe, ni garantizan de modo alguno los servicios, consejos o productos proporcionados por las entidades ajenas al gobierno federal mencionados en este informe. La referencia en este informe a cualquier institución financiera, producto, proceso o servicio específico no constituye endoso, aprobación o recomendación por parte del gobierno de los Estados Unidos, incluyendo la Comisión Federal de Educación Financiera o cualquiera de sus agencias integrantes, ni certifican o indican que las entidades ajenas al gobierno federal mencionadas en este informe – o cualquiera de sus servicios, consejos o productos – estén de conformidad con o satisfagan los requisitos de la legislación o reglamentos aplicables. En relación con las direcciones de los sitios Web que aparecen en este informe creados y mantenidos por entidades ajenas al gobierno federal, el gobierno de los Estados Unidos, incluyendo la Comisión Federal de Educación Financiera y sus agencias integrantes, no endosan, aprueban, certifican, ni controlan estos sitios externos y no garantizan la exactitud, integridad, efectividad u oportunidad de la información contenida en ellos.

Además, los programas descritos en esta Estrategia no son de ningún modo una lista exhaustiva de los programas que tienen un impacto positivo en la educación financiera y han sido incluidos con fines ilustrativos dentro de sus respectivos capítulos.

Tanto el aviso en el Registro Federal como los resúmenes de estas reuniones están incluidos como apéndices de esta Estrategia.

Capítulo 1
Ahorros

Visión general

El ahorrar brinda la oportunidad de adquirir los objetivos importantes de la vida de cada individuo, tales como el financiar una vivienda propia, el poseer una educación universitaria, el tener los recursos necesarios para enfrentar acontecimientos inesperados y el prepararse para la jubilación. Esto se puede lograr con una pequeña cantidad de ahorros que puede crecer y acumularse con el paso del tiempo contribuyendo a la seguridad económica que todos procuramos lograr.

Como nación, hemos presenciado un declive en la tasa del ahorro personal. Hace 35 años, el 9.4 por ciento del ingreso neto era separado para ahorro.[1] En el año 2004, la cifra comparable fue de 1.3 por ciento.[2]

Alan Greenspan, el antiguo presidente de la Junta de Gobernadores del Sistema de la Reserva Federal, indicó lo siguiente acerca de la importancia del ahorro personal: "Un componente clave del ahorro interno en los Estados Unidos durante las décadas futuras será el curso que siga la tasa de ahorro personal. Dicha tasa de ahorro dependerá de una cantidad de factores, especialmente del comportamiento que tenga la generación de las personas nacidas en la época de la posguerra (1946-1960) durante el período de la jubilación."[3]

Retos

Además, existen varias razones que explican la actual situación del ahorro

en los Estados Unidos, resulta que para muchos estadounidenses este es un tema complejo que requiere una comprensión de las situaciones y la toma de decisiones personales. Para algunos, el reto es aprender el valor del ahorro personal desde temprana edad. Para otros, será necesario hacer una planificación cuidadosa. Y aún para otros, requerirá una mejor comprensión de los mecanismos necesarios para ahorrar.

Asimismo, es importante que los estadounidenses posean la información, el conocimiento y las habilidades para identificar sus objetivos de ahorro (Ej.: el ahorrar para los gastos de educación que se presenten en un futuro, para el pago inicial de la compra de una vivienda y para la jubilación); y también para seleccionar los instrumentos y productos que pueden ser útiles para facilitar el logro de sus objetivos. Al contar con una mayor educación sobre los beneficios del ahorro, los estadounidenses pueden lograr una mejor comprensión de la importancia y los beneficios que éste proporciona, al igual que un mejor entendimiento de las estrategias que sustentan el ahorro sistemático y la acumulación de riqueza.

Temas relacionados con el ahorro

1. Cómo cambiar el eje de la discusión pública del consumo al ahorro por medio de campañas de concientización pública

En el mercado existe una gran competencia por los ingresos de la familia moderna. Mensualmente, la familia estadounidense promedio gira cheques para pagar el alquiler o la hipoteca, la atención de los niños, y los servicios de mantenimiento. Al combinar estos gastos mensuales con los egresos por transporte, alimentación, vestimenta, matrículas de estudios para los hijos, pagos de préstamos estudiantiles y gastos incurridos por la atención de los padres de edad avanzada a las familias les queda un limitado ingreso discrecional.

Al momento de decidir la manera de asignar estos ingresos discrecionales, las familias se enfrentan con mensajes persuasivos que los alientan a gastar su dinero. Comparativamente, las familias suelen recibir poca información y estímulo sobre el ahorro. Conocer el cómo y el por qué del ahorro puede otorgarles a los estadounidenses las herramientas necesarias para tomar decisiones inteligentes al momento de asignar los recursos discrecionales que a menudo son limitados.

Uno de los elementos que forma parte de la construcción del ahorro es la protección de dichos ahorros por medio del uso del las polizas de seguro. Al momento de planificar sus ahorros y demás temas financieros, las personas deben presupuestar fondos para contratar seguros de salud, vivienda, automóvil y vida. De esta manera, los estadounidenses pueden reducir las probabilidades de que un evento catastrófico elimine los ahorros de toda una vida.

Por medio de esfuerzos de concientización pública difundidos a través de los medios de comunicación, los estadounidenses pueden aprender más sobre los beneficios

adquiridos al ahorrar. El ahorro es un tema crucial para todos los estadounidenses y las campañas de anuncios de servicio público pueden ayudar a que muchas personas comprendan la importancia del ahorro.

Las campañas de anuncios de servicio público pueden educar a la nación sobre los beneficios del ahorro personal y los pasos específicos a considerar por cada individuo y familias estableciendo una comunicación directa con la población utilizando los canales de comunicación que se han ganado la confianza del público y con los cuales las personas se encuentran familiarizadas, por medio del desarrollo de mensajes con un estilo, formato y función que los haga sentir cómodos. Este tipo de anuncios de servicio público, podrá emprender la difusión de breves segmentos en radio y televisión, la distribución de material por medio del Internet y en localizaciones comunitarias, o a través del patrocinio de actividades educativas. Estas campañas deben ser continuas proporcionando la información al público y haciendo un seguimiento con el transcurso del tiempo.

En toda la nación existen programas individuales, tanto privados como públicos, que emplean campañas de anuncios de servicio público enfocadas en el tema del ahorro.

Campaña nacional de anuncios de servicio público de multimedios de comunicación

Para transmitir el mensaje de la importancia del ahorro, existe una campaña nacional de anuncios de servicio público que utiliza la gama completa de medios de comunicación disponible en todo el país, incluyendo la televisión, la radio, materiales impresos, el Internet, anuncios en autobuses, trenes y subterráneos, conferencias y demás canales de difusión. La campaña está diseñada para enfocar la atención del público con toda la información necesaria para lograr la seguridad económica y promover la idea de que el ahorro es un elemento vital para llegar a conseguir la seguridad económica del mañana. Desde el año 1997, la campaña ha obtenido el aporte de más de 20 millones de dólares de tiempo “en el aire” para emitir sus mensajes de servicio público a través de los medios de comunicación.

Este programa es solamente una parte de los esfuerzos de esta organización para incrementar la concientización pública respecto a las acciones necesarias que debe tomar cada individuo para facilitar su independencia financiera personal a largo plazo. Esta organización nacional sin fines de lucro, formada por instituciones del sector público y privado, trabaja a través de sus asociados para brindar educación a los estadounidenses sobre todos los aspectos de las finanzas personales y desarrollo de la riqueza, incluyendo temas tales como administración del crédito, ahorro para estudios universitarios, compra de vivienda y planificación para la jubilación.

Campaña nacional/local de anuncios de servicio público y programa de ahorro

Las campañas de anuncios de servicio público brindan información para el público; algunas campañas de este tipo estimulan a los individuos a tomar acción y comprometerse. Por ejemplo, en el año 2001, se lanzó una campaña de información a nivel local destinada a los ciudadanos de una ciudad de Ohio que inicialmente tenía como propósito motivar y ayudar a los estadounidenses de recursos bajos a ahorrar y crear riqueza. Actualmente, la campaña de promoción del ahorro tiene alcance nacional e incluye más de 50 iniciativas locales y nacionales

de organizaciones sin fines de lucro y gubernamentales que dirigen su función hacia grupos específicos, tales como la población afro-americana, estadounidenses de origen hispano, personal militar, grupos religiosos y jóvenes. La campaña no solamente emite anuncios de servicio público sino que también provee información y brinda servicios para motivar a las personas a inscribirse como ahorradores. Cada persona debe comprometerse a trabajar para alcanzar una meta de ahorro por medio de un plan específico que incluye depósitos mensuales en una cuenta específica. Estas personas que ahorran reciben información gratuita sobre estrategias y cuentas de ahorro, un boletín informativo trimestral y acceso a los servicios de asesoría de parte de profesionales certificados en planificación financiera.

Estos programas de información pública sobre el ahorro son ofrecidos y apoyados por más de 1,000 organizaciones, entre las cuales se incluyen a más de 100 instituciones financieras que ofrecen a las personas inscritas cuentas de ahorro sin requisito de balance mínimo o con balances mínimos de bajas cantidades de dinero. Como resultado de los esfuerzos de estos programas, más de 30,000 estadounidenses se han inscrito como ahorradores, y cientos de miles de personas han solicitado información sobre el ahorro.

Semana de concientización pública sobre la importancia de las polizas de seguro

El contar con un nivel mayor de información y conocimiento sobre la importancia de estar asegurado puede reducir la probabilidad de que un acontecimiento catastrófico elimine los ahorros de toda una vida. Esta asociación nacional promueve su semana anual de concientización pública, cuyo mensaje se centraliza en ayudar a los consumidores a evitar el fraude en la compra de seguros, revisar los niveles de cobertura de seguro, utilizar los servicios de los departamentos estatales de seguro y consultar con sus proveedores de seguro acerca de la posibilidad de obtener descuentos. Además, el año pasado participaron de esta campaña 45 estados y el Distrito de Columbia. Esta campaña fue emitida por radio y televisión al igual que líneas telefónicas disponibles para que los consumidores dirigieran sus preguntas y expresaran sus preocupaciones.

En una encuesta realizada recientemente, el 72 por ciento de los estadounidenses indicó que tenían la cantidad de cobertura de seguro correcto, pero solamente el 32% indicó haber entendido "muy bien" los detalles de las pólizas.[4] En consecuencia, la campaña de concientización pública se enfoca en cubrir la insuficiencia de conocimientos sobre el tema brindando a los consumidores información importante sobre el seguro.

Resumen

Las campañas de anuncios de servicio público representan un mecanismo para incrementar la concientización del público ayudando a los estadounidenses a mantener una predisposición orientada hacia el ahorro. A través de la realización de campañas de anuncios de servicio público los estadounidenses pueden adquirir una mejor comprensión del valor del ahorro, los pasos específicos a seguir para cumplir con los objetivos del ahorro personal y los beneficios provistos por un proceso perdurable del ahorro. Las campañas de concientización pública también pueden reunir a una variedad de organizaciones que se dirigen a grupos específicos y que ofrecen oportunidades

concretas para que los individuos logren convertirse en ahorradores.

2. Cómo utilizar los incentivos de impuestos para lograr un ahorro más conveniente y asequible

Durante las pasadas décadas, las libretas de ahorro y las típicas alcancías con forma de cerdito representaban los planes de ahorro. El ahorrar dinero es una actividad que requiere previsión, planificación, actividades específicas y responsabilidad y a menudo es una actividad que se emprende sin saber cuál será el beneficio específico que será alcanzado. Al contrario, el gastar es una actividad percibida como algo fácil, pero el ahorro es un ejercicio de paciencia y tenacidad con una visión que les permita a los individuos lograr o prepararse para un futuro mejor o para pavimentar el camino en caso de que deban enfrentarse a emergencias o a crisis inesperadas.

Para crear riqueza, es importante transmitir unas lecciones simples sobre el ahorro. Una cantidad muy baja de ahorro guardado en el presente puede acumularse llegando a crear los recursos necesarios para el futuro. Este tipo de recursos puede proporcionar la seguridad económica y la flexibilidad necesarias para enfrentar acontecimientos inesperados, ofreciendo simultáneamente los medios para afrontar las necesidades financieras y la planificación.

En su esfuerzo por ahorrar más, los estadounidenses deberían utilizar la gama completa de productos y herramientas de ahorro que se encuentran disponibles. Las herramientas para el ahorro incluyen un rango más amplio que el que ofrecen las libretas de ahorro y las alcancías. A medida que el sector público y privado continúa introduciendo innovaciones para satisfacer las crecientes y diversas necesidades de la nación, el ahorro puede resultar una actividad conveniente y asequible.

Tal innovación abarca todos los aspectos de nuestra vida cotidiana. Por ejemplo, las cuentas de ahorro para gastos médicos (HSA, por sus siglas en inglés) y las cuentas de ahorro Coverdell para gastos de educación brindan a las familias las herramientas que posibilitan planificar y administrar sus ahorros para afrontar los gastos médicos y educativos previstos para el futuro.

Cuentas de ahorro para gastos médicos (HSA)

Para algunos consumidores, las cuentas HSA forman parte de un programa innovador cuyo objetivo es el de impulsar el ahorro y la planificación personal para afrontar los gastos médicos que se presenten en el futuro. Basadas en el modelo de las cuentas de ahorro llamadas Archer Medical, las HSA son esencialmente planes de ahorro para pagar los costos de los servicios médicos. Estas cuentas permiten pagar los gastos médicos actuales sin impuestos, al mismo tiempo que posibilitan que las personas que se inscriban en este plan ahorren para afrontar los gastos médicos futuros durante los años de la jubilación. Al igual, que lo que sucede con una Cuenta Personal de Jubilación (IRA, por sus siglas en inglés) que promueve el ahorro para la jubilación, las cuentas HSA ayudan el ahorro para los gastos médicos.

Todo adulto que esté cubierto por un plan de salud con una cláusula de deducible alto (y que no tenga ninguna otra cobertura ni posea ninguna otra cobertura desde el primer dólar) puede establecer una cuenta HSA.[5] Con el fin de motivar el ahorro para afrontar aquellos gastos médicos que se presenten durante la jubilación, las personas mayores de 55 años pueden

hacer contribuciones adicionales para nivelar su cuenta HSA hasta tanto se inscriban en Medicare.

El dinero ahorrado en una cuenta HSA es la propiedad y está bajo control de cada individuo, y las decisiones relacionadas con el gasto de estos fondos no requieren de la participación de un asegurador de salud ni de ningún tercero. Los titulares de cuentas HSA deciden qué tipos de inversiones desean hacer con su dinero, controlando de esta manera el crecimiento de sus cuentas HSA. Si bien es cierto que algunas empresas pueden establecer cuentas HSA para sus empleados, los individuos pueden obtener este tipo de cuenta en instituciones financieras, cooperativas de crédito, compañías de seguro y otras compañías aprobadas.

Cuentas de ahorro Coverdell para gastos de educación

Una cuenta de ahorro para gastos de educación (ESA, por sus siglas en inglés) es otro de los ejemplos de un producto de ahorro innovador que fue creado como un incentivo para ayudar a los padres y a los estudiantes a ahorrar para los gastos de educación. Los padres de los estudiantes menores de 18 años pueden aportar anualmente a la cuenta hasta una cantidad de $2,000 por hijo. El estudiante no deberá pagar impuestos sobre estas contribuciones si la cantidad de los aportes efectuados no supera la cantidad de los gastos de educación en una institución educativa elegible. Este beneficio se aplica a los gastos de educación superior como también a los gastos educativos de enseñanza primaria y secundaria.

Generalmente, cualquier individuo (incluyendo el beneficiario) puede hacer aportes a una cuenta ESA si el ingreso bruto ajustado modificado del individuo es menor a $110,000 ($220,000 en caso de que el individuo presente una declaración de impuestos conjunta). La cantidad de la contribución máxima de $2,000 por beneficiario se reduce gradualmente si el ingreso bruto ajustado modificado del contribuyente es más alto. Los aportes a estas cuentas son libres de impuestos si son aplicados para gastos de educación, como por ejemplo el costo de la matrícula, libros, cargos, etc., cobrados por una institución educativa elegible. La definición de institución educativa elegible incluye a toda escuela pública, privada o religiosa que provee educación primaria o secundaria tal como se determina bajo ley estatal.

Resumen

Estos son solamente dos ejemplos incluidos en el código fiscal de la variedad de mecanismos existentes que brindan incentivos de ahorro para afrontar los gastos de necesidades futuras. Los estadounidenses deben evaluar cuidadosamente estos ejemplos y la multitud de oportunidades de ahorro existentes para determinar la manera de satisfacer sus necesidades financieras actuales y futuras.

3. Cómo adaptar las comunicaciones para que el ahorro pueda ser de interés general

Además de los amplios esfuerzos impulsados por las campañas masivas de servicio público, existen otras oportunidades para utilizar los programas dirigidos a individuos o grupos de personas. Los organizadores pueden impulsar la efectividad de los programas concentrándose en la elaboración de mensajes que sean lo más relevantes posible para cada sector.

Para lograr este objetivo, los diseñadores de los programas deben primero determinar los intereses financieros y las expectativas de la audiencia por medio de la investigación de mercado. Contando con estos datos, los organizadores de los programas pueden comenzar por identificar las clases, materiales y expertos apropiados para el tema (Ej.: planificadores financieros) para difundir la información sobre ahorro a la audiencia específica. Los diseñadores de los programas también deberían usar este proceso para garantizar que los programas traten las necesidades y exigencias financieras particulares de la audiencia, teniendo en cuenta temas tales como el idioma materno, acceso al Internet de los destinatarios y otros retos de comunicación.

El ahorro tiene significados diferentes para diferentes personas. Los esfuerzos educativos adaptados a grupos específicos, como por ejemplo los realizados por el Departamento de Agricultura (USDA, por sus siglas en inglés) y por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos (DoD, por sus siglas en inglés), pueden maximizar el alcance y la efectividad de las actividades generales relacionadas al ahorro.

Servicio de Investigación Cooperativa Estatal, Educación y Extensión del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos

Los estadounidenses de las zonas rurales enfrentan muchos de los mismos retos que las personas que residen en regiones urbanas, como por ejemplo un excesivo endeudamiento con tarjetas de crédito, una planificación financiera deficiente, falta de ahorro para la jubilación y carencia de capacitación para explorar un mercado financiero complejo. Lamentablemente, debido a las distancias y a la falta de servicios (entre los que se incluyen la ausencia de oportunidades educativas), es posible que los residentes de las áreas rurales no tengan los mismos recursos que aquellos que viven en zonas urbanas. Es por este motivo que organizaciones tales como el Servicio de Investigación Cooperativa Estatal, Educación y Extensión (CSREES, por sus siglas en inglés) del USDA, llega con sus esfuerzos hasta los estadounidenses que residen en áreas rurales — además de las áreas más pobladas — a través de la realización de talleres, cursos de estudio domiciliario, programas de estudio en el Internet y otros métodos educativos.

Por ejemplo, para ayudar a los individuos a centrar su atención en sus situaciones económicas de largo plazo, el CSREES estableció su iniciativa *Financial Security in Later Life* (Seguridad para la vida futura). A través de un conjunto de programas disponibles por medio del Internet y otros dictados personalmente, esta iniciativa impulsa a los participantes a planificar su jubilación y estar preparados para los costos potenciales de la atención de la salud de largo plazo y a evaluar su propia conducta financiera para garantizar que

sus acciones estén bien encaminadas para cumplir con sus objetivos financieros.

Desde el 24 de enero de I 2005, 24 estados reportaron 36,563 individuos inscritos en uno o más de los planes de estudios de los ocho programas educativos de *Financial Security in Later Life's*.[6] Como resultado de esta participación, el 90 por ciento de los inscritos aumentó su conocimiento financiero, el 62 por ciento de las personas piensa utilizar las prácticas de planificación financiera recomendadas, y el 48 por ciento planificó manejar el uso del crédito, reducir la deuda o reducir los gastos del grupo familiar.[7] Un grupo de 7,574 individuos que completó los programas reportó un total de $6,307,708 de impacto financiero anual (en conceptos tales como dólares ahorrados, deuda reducida o dinero para nuevas inversiones).[8]

Military Saves

Para aquellas personas que desempeñan tareas en las fuerzas armadas de los Estados Unidos, el ahorro representa un reto, particularmente para los individuos enlistados en las categorías inferiores de 18 y 21 años de edad. Aproximadamente un cuarto de los hombres y mujeres uniformados de la nación no ahorra nada y casi la mitad solamente ahorra lo que le resta luego de pagar sus gastos mensuales, lo que significa que el personal de las fuerzas armadas no tiene establecido ningún plan sistemático de ahorro. Es por este motivo que el DoD ha desarrollado programas de ahorro específicamente adaptados a las necesidades y características del personal de las fuerzas armadas que necesita comenzar a ahorrar para prepararse para el futuro.

Sobre la base del modelo provisto por la campaña llamada *America Saves* de la Federación de Consumidores de América (CFA, por sus siglas en inglés), las pruebas piloto de este esfuerzo de mercadeo social han demostrado el mismo nivel de éxito en términos de motivación de los miembros del servicio acerca de reducir el nivel de endeudamiento y establecer ahorros para el futuro. Además, algunas de los lugares en dónde se están desarrollando los programas piloto han demostrado que la campaña *Saves* puede motivar a que los miembros de las fuerzas armadas tomen acción. En una locación, el 50 por ciento de la audiencia se inscribió acordando en ahorrar $93,000 durante el primer año.

Resumen

El motivar a las personas a implementar en sus vidas el hábito del ahorro resulta efectivo solamente si llega a aquellos a quienes tiene la intención de ayudar. Consecuentemente, para ocuparse de los intereses de un amplio rango de edades, comunidades geográficas y niveles económicos, resulta de crucial importancia que los esfuerzos de concientización y educación garanticen que los materiales y actividades se ofrezcan en los idiomas necesarios. Al adaptar los mensajes y actividades a la medida de aquellos que los necesitan, las organizaciones pueden estar seguras de que los mensajes no solamente lleguen sino que también tengan resonancia dentro de las audiencias destinatarias.

Se debe enfatizar que los mensajes y programas educativos se adopten teniendo en cuenta específicamente a los grupos por edad y sectores demográficos. La meta es utilizar una multitud de mensajes y enfoques metodológicos con el fin de que cada mensaje tenga la relevancia necesaria para impactar a diversos grupos e individuos.

Iniciativas de acción

Táctica empleada: Información pública, focalización

1-1 En el primer trimestre del año 2006, el Departamento del Tesoro se asociará con una organización sin fines de lucro para desarrollar e implementar un anuncio de servicio público acerca de los beneficios de ahorrar durante el transcurso de la vida y para difundir los recursos para el ahorro disponibles en el sitio Web de la Comisión Federal de Educación Financiera, MyMoney.gov.

1-2 Las organizaciones que abogan por un aumento del nivel de ahorro deben ampliar sus enfoques metodológicos de comunicación general con mensajes adaptados para ocuparse de los intereses de los miembros de los grupos por edad, comunidades geográficas y niveles económicos específicos.

Notas

[1] Documento del Departamento de Comercio de los Estados Unidos. National Income and Product Accounts Table. (n.d.). Extraído el 26 de julio de 2005 de http://www.bea.doc.gov/bea/dn/nipaweb/TableView.asp#Mid.

[2] Ibid.

[3] Greenspan, A. (27 de agosto de 2004). Comentarios ante el Simposio del año 2004 del Banco de la Reserva Federal, Kansas City.

[4] Encuesta del año 2003 de la National Association of Insurance Commissioners. Extraída de http://www.naic.org/consumer_home.htm.

[5] Para el año 2005, un plan de salud con cláusula de deducible alto (HDHP, por sus siglas en inglés) es un plan de seguro de salud con un deducible mínimo de $1,000 (cobertura individual) o $2,000 (cobertura familiar). Para el año 2005, los gastos anuales pagados en efectivo (incluyendo los deducibles y los co-pagos) no pueden exceder $5,100 (cobertura individual) o $10,200 (cobertura familiar). Los planes HDHP pueden tener una cobertura de primer dólar para atención preventiva.

[6] Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. (n.d.). CSREES. Extraído el 26 de Julio de 2005 de http://www.csrees.usda.gov/index.html.

[7] Ibid.

[8] Ibid.

Capítulo 2
Compra de vivienda

Visión general

En el año 2001, el presidente George W. Bush dijo: "La vivienda propia está en el corazón del sueño americano. Es un elemento clave para la movilidad económica ascendente de los estadounidenses que perciben niveles de ingresos financieros bajos o módicos. Es un elemento de consolidación para las familias y una fuente de estabilidad para las comunidades. La vivienda propia actúa como el cimiento de la seguridad financiera de muchas personas. Y es una fuente de orgullo para las personas que han trabajado con esmero para sustentar a sus familias".

Para los hogares, las comunidades y para la nación en conjunto, la compra de la vivienda propia transmite beneficios económicos y sociales significantes. Por consecuencia, hace más de 70 años, la compra de vivienda ha sido un objetivo primordial de los proyectos de ley promovidos por el gobierno Federal y el foco principal de los programas y políticas importantes.

En el año 2004, el 69 por ciento de los estadounidenses eran propietarios de su vivienda — la tasa más alta de todos los tiempos. La compra de la vivienda

es un tema importante para todos los estadounidenses porque representa un activo considerable para el patrimonio hogareño. En el año 2001, el 97 por ciento de todos los propietarios de viviendas mantenía al menos una parte del valor neto sobre sus viviendas (con un promedio nacional de capital acumulado sobre la hipoteca de $70,000). El capital acumulado sobre la hipoteca de vivienda representó el 42 por ciento del valor neto patrimonial.

La compra de vivienda puede ser también uno de los medios más efectivos de creación de riqueza para las familias de ingresos bajos y módicos. Para los propietarios de viviendas de ingresos módicos, el capital acumulado sobre la hipoteca representa el 60 por ciento del total del valor neto patrimonial; y para los propietarios de viviendas de bajos ingresos, es el 80 por ciento del mismo concepto. De hecho, mientras que el valor neto patrimonial de un típico grupo familiar de bajos ingresos es de $7,900, se multiplica más de seis veces, $50,000, para los propietarios de vivienda de bajos ingresos.

Retos

Pese a los beneficios que pueden derivarse del hecho de ser propietario de la vivienda, es posible que por múltiples razones la compra de vivienda no esté en el centro del interés financiero de algunas familias. Sin embargo, para aquellos que están a favor de la compra de la vivienda propia, esto representa un hito financiero de gran importancia y debería ser accesible a los consumidores para los cuales la compra de su vivienda resulte financieramente provechosa. Algunos estadounidenses pueden percibir la posibilidad de la compra de la vivienda como un reto, esto puede deberse a varias razones, entre las que se incluyen: historias de crédito negativas, cantidades intimidantes requeridas en relación con el pago inicial, costos de cierre y también a las complejas transacciones de préstamo. Para ayudarlos a hacer realidad la compra de una vivienda, algunas personas solamente necesitarán una educación básica para compradores de vivienda o la promoción de los productos de préstamo especializados. Otros pueden necesitar una asesoría intensiva de largo plazo y servicios de reparación de crédito.

La tecnología y la innovación han dado como resultado la creación de una abundancia de productos de préstamo hipotecario que son complejos y que poseen características que pueden ser inapropiadas, muy riesgosas y financieramente perjudiciales para algunos consumidores. Entre estos productos hipotecarios pueden citarse a título de ejemplo las hipotecas con tasas ajustables, préstamos en los que solamente se pagan los intereses, y en los cuales pueden producirse cambios drásticos en el nivel de las cuotas de pago durante el transcurso del término del préstamo. Por otro lado, en el mercado hipotecario actual que es altamente técnico y complicado, el mayor reto para los consumidores es el de estar capacitados para evaluar el vasto surtido de productos e identificar aquellos que sean más beneficiosos para las circunstancias individuales y su bienestar financiero.

Además, como el mercado de préstamos hipotecarios se ha convertido en un ámbito más competitivo y prolífico, la aparición de prestamistas inescrupulosos ha creado preocupación respecto a las prácticas abusivas de préstamo. Por medio de la utilización de prácticas agresivas de comercialización, declaraciones equívocas y mediante el fraude, este tipo de acreedor despoja a los dueños de propiedades de los capitales que han

acumulado complicándolos con hipotecas que terminan siendo desventajosas para ellos. En algunas comunidades, este tipo de préstamo ha resultado en altos índices de ejecuciones hipotecarias y ha producido la ruina financiera de los propietarios que fueron damnificados por los prestamistas abusivos. Además, se han llevado a cabo intervenciones normativas y legislativas para combatir las prácticas abusivas de préstamo. Por todo esto, la educación financiera es percibida como un componente crucial para la protección del capital acumulado de la hipoteca de los dueños de vivienda.

Los programas comunitarios pueden ser efectivos tanto para promover como para preservar la propiedad de la vivienda. Las iniciativas locales para estimular la compra de la vivienda pueden aumentar la concientización de los individuos y lograr que muchas personas y familias logren el sueño de la vivienda propia. Similarmente, la intervención realizada a nivel comunitario a favor de aquellos dueños de vivienda que atraviesan dificultades financieras puede ayudar a mitigar el efecto que tienen las prácticas abusivas de préstamo sobre los consumidores y las comunidades.

Temas relacionados con la compra de vivienda

1. Cómo utilizar enfoques de organizaciones comunitarias para transmitir programas de asesoría y capacitación

Actualmente, la asesoría y los programas de capacitación en temas de propiedad de vivienda tratan las etapas específicas de la compra de una vivienda — pre-compra, post-compra, extracción del capital acumulado sobre la hipoteca y mitigación de las ejecuciones hipotecarias. Para educar satisfactoriamente a los consumidores sobre estos temas, los planes de los programas deberían superar este modelo y así contemplar las circunstancias financieras de los prestatarios y propietarios en todas las etapas. También es necesario que los programas exitosos se ocupen de una variedad de retos adicionales, entre los que se incluyen los temas idiomáticos y culturales y los impedimentos geográficos que se presentan en las comunidades rurales. Para explicar la manera de alcanzar y mantener la propiedad de vivienda no existe una solución única que se adapte a todos los casos.

Debido a su familiaridad con el mercado local, muchas organizaciones locales o comunitarias están bien posicionadas para brindar información y asesoría sobre la compra de viviendas. Las organizaciones nacionales sin fines de lucro, las instituciones financieras, incluyendo las cooperativas de crédito y las asociaciones de vivienda ofrecen una variedad de información y asesoría personal a los potenciales compradores de viviendas. Además, los esfuerzos realizados en el ámbito federal a través de los centros llamados *Local Homeownership Centers* (Centros de compra de vivienda) establecidos por el Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de los Estados Unidos (*HUD, por sus siglas en inglés*), también colaboran para que las familias tomen en cuenta los beneficios potenciales de la compra de la vivienda propia y las asisten en el proceso hipotecario.

La organización NeighborWorks America® usa una red de organizaciones para prestar servicios de asesoría

Para recibir asesoría y capacitación sobre compra de vivienda muchos estadounidenses recurren a organizaciones sin fines de lucro que se dedican especialmente a sus comunidades locales. NeighborWorks America® es una organización nacional sin fines de lucro formada por más de 230 grupos liderados por residentes que operan dentro de una gran coalición de asociaciones locales de residentes ejecutivos y funcionarios públicos de todo el país.

Esta organización sin fines de lucro, instituida por el Congreso y financiada con fondos federales, usa una variedad de métodos para incrementar el apoyo brindado a familias de bajos ingresos para que éstas puedan tener una vivienda propia, entre los que se incluyen servicios de asesoría personal, centros de compra de vivienda y asociaciones con organizaciones de préstamo. Esta organización ha establecido el grupo de asesores certificados en educación de compra de vivienda más grande del país, y ha prestado servicios de asesoría a más de 471,000 individuos. Asimismo, ha apoyado el establecimiento de 78 centros de compra de vivienda alrededor del país. Estos centros, creados en el año 1997, son lugares que mantienen su información sobre una amplia gama de servicios de compra de vivienda que están disponibles para las familias de ingresos bajos o módicos. Neighborhood Works también procura cultivar asociaciones con el gobierno y con el sector privado para proveer préstamos accesibles a posible compradores de viviendas y también ha establecido un centro nacional de prevención de ejecuciones hipotecarias para tratar temas relacionados con las prácticas inescrupulosas y abusivas de préstamo y para colaborar con la identificación y prevención de ejecuciones hipotecarias de los actuales propietarios de vivienda.

A través de una iniciativa de preservación de la vivienda propia, NeighborWorks America® ha colaborado con el trabajo de funcionarios publicos. Y más de 20 instituciones de préstamo para reducir las ejecuciones hipotecarias en sectores geográficos. Mediante actividades de asistencia comunitarias innovadoras, campañas de información pública y un trabajo de asesoría, esta organización previno 650 ejecuciones hipotecarias en un período de 18 meses. Actualmente, NeighborWorks America® está emprendiendo esfuerzos para repetir esta iniciativa en Ohio y en otras comunidades que están asediadas por tasas altas de ejecuciones hipotecarias.

Una cooperativa de crédito local ofrece un programa para compradores de su primera vivienda

Por décadas, las cooperativas de crédito de todo el país han ofrecido a sus miembros asesoría y capacitación de manera satisfactoria, cumpliendo con las necesidades financieras de los individuos y las comunidades a las que prestan servicio. A cambio de esto, los compradores de vivienda han recurrido a las cooperativas

de crédito para que los ayuden a explorar el proceso de compra de vivienda y para que les proporcionen los servicios necesarios para que la compra sea efectiva.

Por ejemplo, una de estas cooperativas de crédito establecida en Maryland ofrece a sus miembros un programa *First-Time Homebuyer Program* (programa para compradores de su primera vivienda) que brinda asistencia en cada etapa a lo largo del proceso de compra de vivienda. Para complementar este programa, la cooperativa de crédito ofrece unas clases de autoayuda en *líneas llamadas Fundamentals of Personal Finance: Making Informed Choices* (conceptos básicos de finanzas personales para aprender a tomar opciones informadas),talleres y seminarios continuos, como por ejemplo: *Renting versus Buying* (Alquilar versus Comprar).

La cooperativa de crédito de las fuerzas armadas brinda servicio a las familias militares

Un segundo ejemplo de este tipo se presenta en una cooperativa de crédito de las fuerzas armadas que se centra en brindar servicios financieros a su base de clientes de características únicas compuesta por más de 2.5 millones de miembros de la Marina y el Cuerpo de Marina y sus familias que se encuentran por todo el mundo. El personal de la cooperativa de préstamo visita a sus clientes en embarcaciones de la Marina y realiza más de 200 presentaciones anuales sobre la importancia de poseer un buen crédito, transacciones, informes de crédito, mantenimiento de un buen crédito, asesoría en elaboración de presupuestos, robo de identidad y otros temas. La cooperativa de crédito también brinda a sus miembros herramientas en línea, folletos y un boletín informativo trimestral que cubre temas tales como administración de dinero, puntaje de crédito y los factores que contribuyen a dichos puntajes.

Una asociación de vivienda para poblaciones indigenas ofrece asistencia en las reservaciones o en sus cercanías

Organizaciones del sector público y privado dedicadas a temas de vivienda reúnen a entidades con y sin fines de lucro, y al gobierno en una comunidad local particular para ocuparse de temas tales como vivienda accesible, financiación y las barreras que limitan la compra de vivienda. Las organizaciones destinadas a prestar servicios en las reservaciones de poblaciones indigenas están particularmente situadas para brindar información y asistencia en áreas frecuentemente remotas procurando vencer las diferencias culturales. Una de estas organizaciones de vivienda lleva programas y materiales específicos directamente a la comunidad ya sea en la reservación como en los lugares de trabajo. Estos programas procuran mejorar la comprensión de temas relacionados con la compra de vivienda y el acceso a

la vivienda propia, y también incluyen servicios de mediación para el comprador con las autoridades de las tribus y demás autoridades gubernamentales e instancias de aprobaciones ambientales.

Estas organizaciones fueron creadas para proporcionar oportunidades de financiación de vivienda innovadoras y flexibles en la reservación o en zonas cercanas. La organización de vivienda le confiere a las familias de las poblaciones indigenas los nuevos conocimientos, habilidades y comprensión necesarios para poder les permitan construir, comprar o renovar sus casas. A través de este programa, los individuos participan en clases educativas sobre finanzas y compra de vivienda y aprenden la manera de establecer cuentas individuales de desarrollo (IDAs, por sus siglas en Ingles). Las familias de las poblaciones indigenas también recurren a la organización de vivienda para que la primera financiación hipotecaria les resulte más accesible y para recibir asistencia para conseguir financiación secundaria por medio de la reducción de la cantidad del pago inicial, costos de cierre y monto principal del préstamo.

Centros locales de compra de vivienda de HUD

Las organizaciones comunitarias también son apoyadas a través de los esfuerzos federales llevados a cabo en cuatro centros regionales de compra de vivienda de HUD localizados en Pennsylvania, Georgia, Colorado y California. Conjuntamente, estos cuatro centros llegan a todas partes del país y brindan a los propietarios de vivienda actuales y potenciales información no solamente sobre la Administración Federal de Vivienda (FHA, por sus siglas en inglés) y sobre sus programas de seguro hipotecario individual y familiar, sino también acerca de los programas de compra de vivienda no operados por la FHA, asesoría, servicios hipotecarios y otros temas relacionados con la compra de vivienda.

Resumen

Las instituciones financieras y las organizaciones comunitarias pueden proveer a todos los estadounidenses las herramientas necesarias para hacer realidad el sueño de la casa propia utilizando enfoques comunitarios específicos para estimular la compra de una vivienda. Los programas con arraigo comunitario pueden ayudar a las familias a lograr, mantener y sostener la compra y propiedad de la vivienda a través de asesoría personal y programas educativos específicos.

2. Cómo destacar el éxito por medio de la educación de calidad y la concientización pública

Los programas de educación y concientización pública exitosos son sólidos en la medida que también lo sean los mensajes que difunden, los planes educativos utilizados y los instructores que los ofrezcan. Los programas de educación e información para compradores de vivienda deben ser de la más alta calidad y deben ser ofrecidos por instructores calificados que comprendan la información y sepan de qué manera se relacionan con los compradores de vivienda potenciales.

Los mejores programas de educación y concientización de compra de vivienda y temas hipotecarios buscan suministrar a los posible compradores de vivienda los conocimientos necesarios para tomar decisiones inteligentes, sin centrarse simplemente en vender un producto en particular. Estos programas resaltan

historias exitosas de compra de vivienda y motivan a los individuos a relacionar la compra de vivienda con la inversión y el ahorro. Los esfuerzos de concientización pública, como por ejemplo los que han sido creados por una asociación de vivienda de Ohio, dan mensajes claros sobre los beneficios de ser dueño de la vivienda (en vez de alquilar). Además, los esfuerzos educativos, como aquellos llevados a cabo por HUD, los asesores certificados en temas de vivienda y por el Mes Nacional de la Compra de Vivienda ayudan a promover el éxito del ahorro y la compra de vivienda.

Asociación de vivienda en Ohio

En una ciudad de Ohio, los residentes están aprendiendo a convertirse en exitosos dueños de vivienda y a adquirir las habilidades financieras necesarias de parte de una asociación local de vivienda. Basando sus esfuerzos en programas que han demostrado su eficacia y a través de actividades de educación pública, esta asociación de vivienda ha establecido una campaña de compra de vivienda llamada *Despida a su arrendador ahora*. Usando anuncios coloridos y de diseño contemporáneo colocados en los autobuses del sistema de transporte de Ohio con textos tales como *Despida a su arrendador ahora*, *Compre una casa grande con pocos dólares*, la asociación de vivienda pudo atraer la atención de los potenciales compradores de viviendas que perciben ingresos bajos y módicos para que se beneficien de los recursos ofrecidos. La cantidad de llamadas telefónicas y consultas sobre compra de vivienda recibidas por la asociación de vivienda ha aumentado drásticamente.

Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de los Estados Unidos

Como agencia federal primaria en temas de compra de vivienda, HUD está posicionado exclusivamente para ayudar a los actuales y potenciales propietarios de vivienda a brindar el acceso a programas educativos de calidad efectivos para compradores de vivienda. Con este propósito, HUD provee información de contacto con servicios de asesoría en compra de vivienda sobre una base estado por estado y distrito por distrito a través de un extenso recurso en el Internet, www.hud.gov/local/index.cfm. (La información de contacto de las agencias de asesoría en vivienda de HUD pueden encontrarse en: http://www.hud.gov/offices/hsg/sfh/hcc/hccprof14.cfm.) Los estados listados en este sitio Web incluyen sus estrategias y eventos locales sobre compra de vivienda. HUD también opera una línea telefónica de acceso gratuito para que los consumidores puedan localizar una agencia de asesoría dentro de su comunidad. Tanto el sitio Web como el número telefónico gratuito son incluidos en todos los folletos y publicaciones de HUD.

En 1995, HUD creó el programa llamado *Neighborhood Networks* (redes de comunicación en los vecindarios) con el objetivo de estimular a los propietarios de vivienda a establecer centros comunitarios con tecnología en las propiedades aseguradas y asistidas por HUD. Actualmente, más de 1,100 centros *Neighborhood Networks* ayudan a mejorar la calidad de vida de los residentes: (1) brindando capacitación, (2) creando oportunidades educativas y de empleo, (3)

optimizando los programas de educación y enseñanza de idiomas y (4) brindando acceso a información sobre atención de la salud y otros servicios sociales. Las sesiones del programa *Neighborhood Networks* llamadas Train-the-Trainer (capacitación para instructores) permiten que los directores de los centros *Neighborhood Networks* hagan llegar los recursos a los residentes de viviendas multifamiliares y a las comunidades circundantes. Estos individuos reciben capacitación en temas basados en las necesidades de los residentes las cuales son identificadas a través de las encuestas realizadas entre los clientes de los centros *Neighborhood Networks.*

Estándar nacional para educación de pre-compra de vivienda y certificación para asesores e instructores

La campaña de Propiedad de Vivienda de NeighborWorks America® ha establecido un estándar nacional para la educación de pre-compra o preadquisición de vivienda, y dispuso un curso de capacitación y certificación, de cinco días para asesores e instructores. Las personas capacitadas a través del programa de instrucción de NeighborWorks America® se adhieren a los siguientes estándares:

- Todos los potenciales compradores de vivienda reciben un mínimo de ocho horas de educación grupal sobre compra de vivienda con sesiones individuales de seguimiento.
- Los asesores en temas de vivienda reciben su certificación luego de completar y aprobar el curso de cinco días de clases llamado *Métodos de educación para compradores de vivienda: Capacitación para instructores.*
- El contenido, difusión y formato de la capacitación para compradores de vivienda está adaptado para satisfacer las necesidades de los participantes (como concepto opuesto a un enfoque único para todos).
- Preferiblemente, la capacitación y asesoría se lleva a cabo antes de que se firme el contrato de compra.
- Las encuestas de satisfacción de los clientes se utilizan para evaluar la efectividad de la capacitación.
- Todos los instructores voluntarios deben adherirse a un código de ética.

Mes Nacional de Compra de Vivienda

Los consumidores estadounidenses están aprendiendo el valor que representa la vivienda propia de parte de los líderes de más alto nivel, incluido el Presidente de los Estados Unidos de América. Desde el año 2002, el presidente George W. Bush ha proclamado el mes de junio como el Mes Nacional de Compra de Vivienda (National Homeownership Month), convocando al pueblo de los Estados Unidos a acompañarlo en el reconocimiento de la importancia de brindarles a todos los ciudadanos la oportunidad de cumplir con el sueño americano.

Durante el Mes Nacional de Compra de Vivienda, los estadounidenses son motivados a aprender más sobre la administración financiera y cómo aprovechar las oportunidades de compra de vivienda disponibles en sus comunidades. Durante el Mes Nacional de Compra de Vivienda del año 2005 se enfatizó el mensaje de que en el camino que lleva hacia la compra de vivienda existen otros temas aparte de encontrar un agente inmobiliario y obtener una hipoteca. El Mes Nacional de Compra de Vivienda incluyó una visita por cinco

ciudades, esta gira fue una colaboración de doce agencias federales y durante la misma se destacó la gran variedad de programas disponibles para todas las personas. Durante el mes de junio, también se llevaron a cabo simultáneamente en todo el país otros eventos relacionados con la compra de vivienda. Estos programas tienen como meta enseñarles a las familias los procedimientos para comprar su primera vivienda. A través de este esfuerzo educativo, los individuos y las familias descubrieron cómo convertirse en dueños de su viviendas, lo cual constituye un paso importante para salvaguardar sus futuro económico que también contribuye a la fortaleza general de nuestra nación.

Resumen

Una mayor concientización pública sobre las mejores prácticas y logros, particularmente a nivel local, puede dar como resultado una mayor comprensión y aceptación de la compra de la vivienda propia como una base de la seguridad financiera. Enlazando la educación financiera y la compra de vivienda, los esfuerzos de concientización pueden promover estrategias efectivas a mayor escala. A través de amplios esfuerzos de educación pública y de una campaña integrada a los medios de comunicación, las organizaciones pueden expandir el acceso al rango de recursos educativos disponibles para los consumidores mediante la divulgación y promoción de historias exitosas.

3. La colaboración comunitaria puede ser un elemento muy valioso para el desarrollo y distribución de programas

Los programas de educación y capacitación trascendentales solamente tienen valor si los destinatarios de los mismos tienen conocimiento de su disponibilidad y a su vez, se benefician completamente de lo que se les ofrece. Por ejemplo, es posible que muchas personas que alquilan su vivienda no sepan dónde obtener información sobre la compra de vivienda o sobre cómo obtener asistencia para establecer sus objetivos para comprar una casa: Por lo tanto, es necesario que estas personas estén expuestas a mensajes que los orienten hacia los programas correspondientes.

Además, la tarea de conectar a las personas con los mensajes financieros apopiados puede ser un reto muy grande para que una organización sola pueda cumplirla por sí sola. A título de ejemplo, se puede dar el caso de un programa que tenga la experiencia pero que no tenga la presencia necesaria en el terreno. Al asociarse y crear coaliciones, las organizaciones pueden juntar sus recursos para alcanzar objetivos comunes.

Las iniciativas de información de compra de vivienda verdaderamente exitosas requieren de la colaboración de todos los sectores que tienen llegada a los grupos específicos con más necesidad de recibir información. Trabajando conjuntamente, las organizaciones del sector público y privado pueden desmitificar el proceso de compra de vivienda y brindar a los consumidores las herramientas necesarias para convertirse en dueños de su casa. Organizaciones tales como una red de compra de vivienda de Montana, una asociación de vivienda de California y una agencia de vivienda de base religiosa de Michigan, demuestran la manera en que los programas de compra de vivienda que están dirigidos a grupos específicos pueden ser herramientas educativas exitosas.

En Montana existe una coalición de entidades

de préstamo y agencias gubernamentales que brinda asesoría y financiación a potenciales compradores de vivienda

Organizaciones del sector público y privado se han unido para brindar a los residentes de Montana la información y el acceso necesarios para explorar satisfactoriamente el proceso de compra y propiedad de vivienda. Por medio de un sistema de prestadores de servicios, las organizaciones promueven la compra de vivienda a través de 184 comunidades de Montana. Las entidades de préstamo y agencias del gobierno se asocian para suministrar financiación para los pagos iniciales y costos de cierre de operaciones de préstamo a los compradores de su primera vivienda, hogares con jefe de familia único y familias con un integrante discapacitado. Las organizaciones también les brindan a los residentes educación sobre compra de vivienda, asesoría sobre prevención de ejecución hipotecaria y asesoría individual.

En una ciudad de California existe una coalición de organizaciones sin fines de lucro y agencias gubernamentales que opera un programa de vivienda y equiparación de fondos ahorrados

El gobierno y el sector privado se han reunido para brindar la educación, capacitación y asistencia necesarias para los residentes de una ciudad de California, para aconsejarles y hacer que la vivienda propia se convierta en realidad. La coalición de vivienda establecida en esa ciudad no solamente desarrolla sino que posee y opera viviendas multifamiliares asequibles a la vez que procura establecer comunidades fuertes y estables a través de la participación de los residentes y del desarrollo del liderazgo. Un objetivo clave es el acumular bienes para garantizar la auto suficiencia de estos residentes a largo plazo.

Con esa meta, la coalición de organizaciones de vivienda estableció un programa de cuentas individuales de desarrollo IDAs que utiliza fondos recibidos en donación para equiparar los ahorros personales de los residentes. Como parte de las clases de educación financiera a los participantes se les solicita separar un pequeño porcentaje de sus ingresos y depositarlo en cuentas de ahorros vinculadas a un objetivo particular de el establecimiento de un patrimonio (Ej., la compra de una casa). Estas cuentas tienen un sistema de equiparación del ahorro — dos dólares por cada dólar ahorrado — que es aportado por la asociación de vivienda gracias a las donaciones privadas. El programa ayuda a que los ciudadanos puedan realizar el sueño de la casa propia proporcionando información financiera, orientación y acumulación de bienes.

En Michigan una agencia de asesoría en temas de vivienda se une a una organización religiosa para llegar a nuevos clientes

Gracias a la tarea de una agencia de asesoría en temas de vivienda de base religiosa, se les ha facilitado el acceso a la información de educación financiera a los residentes de una ciudad de Michigan. Esta agencia de asesoría en temas de vivienda fue establecida como un esfuerzo de asistencia comunitaria a través de una iglesia local y ha asesorado a aproximadamente 32,000 individuos sobre compra de vivienda mediante la tarea de organizaciones religiosas y comunitarias. Aproximadamente 6,000 clientes se han convertidos en dueños de su casa propia con la ayuda de esta agencia. En su calidad de intermediario nacional de asesoría de Vivienda de HUD, esta agencia supervisa a 23 organizaciones religiosas afiliadas que prestan sus servicios de asesoría de vivienda en varias comunidades de Michigan.

Resumen

La compra de vivienda puede ser un proceso complejo para las familias promedio. Por medio de la colaboración del los sectores

público y privado, la concientización pública y los programas de educación se pueden difundir los esfuerzos de educación y asesoría para los compradores de vivienda. Las coaliciones entre las organizaciones del sector público y privado pueden ayudar a aquellos individuos y familias que tienen poca participación en el mercado de la compra de viviendas a entender de mejor manera cómo convertirse en dueños de su casa.

Iniciativas de acción

Táctica empleada: Coaliciones

2-1 Entre el segundo trimestre de 2006 y el segundo trimestre de 2007, el Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano se unirá al Departamento del Tesoro para patrocinar una serie de reuniones destinadas a resaltar el trabajo de las coaliciones exitosas que han fomentado la compra de vivienda.

2-2 Para desmitificar el proceso de compra de una vivienda, las entidades de préstamo y demás negocios deberían asociarse con las organizaciones con arraigo comunitario para proporcionar información financiera sobre compra de vivienda y asesoría personalizada.

Notas

1 Bush, George W. (2001). Mensaje a la nación del Presidente difundido por radio. Extraído el 24 de junio de 2005 de http://www.whitehouse.gov/news/releases/2001/06/20010608-7.html.

2 Dietz, R.D. & Haurin, D.R. (2003). Consecuencias sociales y privadas de la vivienda propia, The Journal of Urban Economics, 54, 401-450.

3. Junta de la Reserva Federal. (2001). Survey of consumer finances. Extraído de http://www.Federalreserve.gov/pubs/oss/oss2/2001/scf2001home.html.

4 Ibid.

5 Ibid.

6 El 11 de abril de 2005, Neighborhood Reinvestment Corporation comenzó a operar como NeighborWorks America®. Para consultar información adicional, véase www.nw.org/network/aboutUs/history/default.asp.

7 Neighborhood Reinvestment Corporation. (2004). Creating Educated Homebuyers: A Comprehensive Approach, Written Testimony before the House Committee on Financial Services, Subcommittee on Housing and Community Opportunity. Washington, D.C.

Capítulo 3
Jubilación

Visión general

Hoy en día, la perspectiva ante la jubilación es muy diferente de la que tenían generaciones anteriores. Los estadounidenses viven ahora más años que antes, los costos de los servicios médicos representan una porción mucho mayor de los gastos de la jubilación y los trabajadores deben tomar más responsabilidad individual por sus ahorros para la jubilación debido a un cambio de los planes de beneficios definidos tradicionalmente. Por lo tanto, es más importante que nunca que los estadounidenses empleen estrategias de por vida para acumular los ahorros para la jubilación.

La expectativa de vida promedio para las personas nacidas hoy día es de 78 años, casi una década más que la expectativa de vida para los nacidos en el año 1950.[1] En el año 2002, la expectativa de vida de una persona de 65 años subió a 83, mientras que una persona de 75 años puede vivir más de 11 años adicionales.[2] Estos 11 años adicionales conllevan mayores gastos médicos y de vida que requieren una planificación correspondiente. Un estudio muestra que siete de cada diez estadounidenses tienen confianza en que tendrán suficiente dinero para vivir cómodamente durante la jubilación, pero solamente el 42 por

ciento ha calculado realmente lo que necesitará y lo que necesita ahorrar para lograr sus objetivos para la jubilación.[3]

Asimismo, a medida que la nación envejece y la perspectiva de la jubilación continúa cambiando, hay un mayor ímpetu en planificar correctamente y ahorrar para la jubilación. El Seguro Social continúa desempeñando un papel importante en la seguridad de la jubilación de los estadounidenses. De hecho, el Seguro Social proporciona actualmente el 50 por ciento o más de los ingresos para dos tercios de los hogares integrados por personas mayores de 65 años y es la única fuente de ingresos para el 22 por ciento de los hogares.[4] Para los beneficiarios con ingresos promedio, los beneficios del Seguro Social sustituirán solamente el 40 por ciento de sus ingresos antes de la jubilación.

Además, el sistema del Seguro Social está enfrentándose a varios retos con la generación de los niños de la posguerra (personas nacidas entre 1946-1960) que están preparándose para jubilarse pronto. También, el Seguro Social pagará más de lo que recibe en el año 2017 y los fondos de fideicomiso estarán agotados para el año 2041.[5] Llegado ese momento, sin cambios en el programa, el Seguro Social no podrá pagar todos los beneficios programados. El presidente George W. Bush comentó lo siguiente sobre esta situación: "El Seguro Social fue un gran éxito moral del siglo XX y debemos dar honra a sus grandes finalidades en este siglo. Sin embargo, por el camino actual, el sistema se dirige a la quiebra. Y por lo tanto, debemos unirnos para fortalecerlo y salvar el Seguro Social".[6] La discusión actual sobre política pública del futuro del Seguro Social es algo que los estadounidenses deberían considerar al planear sus planes de jubilación.

Desde su comienzo, el Seguro Social ha proporcionado una fundación mínima de protección. Una jubilación cómoda requiere de los ingresos del Seguro Social, y también necesita del ahorro personal y del ahorro de planes de empleador. En el año 2001, el 64 por ciento de todos los trabajadores asalariados estaba empleado por organizaciones que patrocinaban planes de pensiones.[7] Mientras que el 91 por ciento de los empleados del sector público tenía acceso a un plan de jubilación en el trabajo, el porcentaje era solamente del 60 por ciento para los empleados del sector privado.[8] En el año 2004, solamente el 53.4 por ciento de todos los empleados de tiempo completo participaba en un plan de jubilación patrocinado por el empleador.[9]

Estas oportunidades de ahorro para la jubilación son más probables de ocurrir en compañías grandes. Los empleados de compañías con más de 100 trabajadores tienen el doble de probabilidades de obtener los beneficios antes mencionados que aquellos que trabajan para compañías con 100 empleados o menos.[10] En el año 2003, el 42 por ciento de los trabajadores empleados en pequeñas empresas (1-99 empleados) tenía acceso a planes de jubilación, y el 35 por ciento participaba de los mismos, mientras que el 75 por ciento y 65 por ciento respectivamente de empleados en compañías grandes.[11]

Un estudio reciente examinó la actividad de ahorro e inversión de más de 600 empleados en una compañía *Fortune® 500* considerados como ahorradores módicos — aquellos que no contribuyen al plan lo suficiente como para recibir la equiparación completa de la compañía o que no contribuyen al plan en lo absoluto. El estudio determinó que el 72 por ciento no tenía conocimiento de cuánto dinero

necesitaban ahorrar para la jubilación, pero pensaba que debería ahorrar el doble o el triple de la cantidad que acostumbra ahorrar. A pesar de esto, el 77 por ciento dijo que seguiría contribuyendo al nivel actual y el 34 por ciento dijo que no tenía intención de participar en el plan. El estudio identificó también varias barreras para ahorrar, incluyendo la falta de conocimientos básicos sobre el plan por parte de su empleador, la falta de finalidad hacia la inversión, la pereza y la deuda.[12]

Por último, los estadounidenses deberían considerar las cuentas individuales preferidas para la desgravación impositiva destinadas al ahorro para la jubilación. Un ejemplo de estas cuentas son las cuentas IRA y las Roth IRA. Aproximadamente 5.7 millones de contribuyentes aportaron alguna cantidad de dinero a una cuenta IRA para el año 2000 y 6.8 millones contribuyeron a una cuenta Roth IRA.[13]

Retos

Los retos del ahorro para la jubilación incluyen el aumento de la expectativa de vida; el hecho de que el Seguro Social por sí solo nunca tuvo la intención de proporcionar y no proporcionará ingresos adecuados para la jubilación; el hecho de que muchos empleados no tienen acceso a planes patrocinados por el empleador y que muchos que sí tienen acceso no participan y finalmente que muchos estadounidenses nunca han calculado la cantidad de dinero que necesitarán ahorrar para una jubilación cómoda.

A medida que la expectativa de vida promedio aumenta y que los empleados deben asumir una mayor responsabilidad individual para preparar y ahorrar para la jubilación también aumenta la necesidad de una mayor concientización pública sobre la importancia del ahorro para jubilarse y las formas en que los consumidores pueden lograr su objetivo. Es importante determinar cómo alcanzar y educar mejor a esos grupos de individuos que no están ahorrando adecuadamente y desarrollar productos o campañas destinadas a estimular más el ahorro. Hay papeles específicos que tanto los empleadores grandes como los pequeños, así como el gobierno y las organizaciones sin fines de lucro pueden desempeñar para impulsar el entendimiento de la planificación para la jubilación y aumentar la participación del empleado en las opciones de ahorro.

Estos retos son significativos, pero pueden superarse maximizando las oportunidades disponibles y proporcionando programas educativos y de asesoría que han demostrado ser eficaces en la práctica. La financiación de la jubilación es una tarea compleja y requiere planificación detenida y comprensión de las opciones existentes.

La discusión actual sobre el Seguro Social, iniciada por el Presidente Bush, ha creado conciencia sobre la seguridad para la jubilación y la necesidad de planificar para el futuro. Personas en todo el país están participando en las

discusiones sobre el Seguro Social, cuentas personales y planificación para la jubilación. A medida que más personas comprendan los problemas reales a los que se enfrenta el Seguro Social, también podrán entender la necesidad de tomar medidas drásticas para fortalecer el sistema para las generaciones futuras.

Para llevar a cabo una planificación para la jubilación efectiva, los estadounidenses deberían centrarse en los papeles que el Seguro Social, el ahorro para la jubilación en el empleo y el ahorro individual desempeñarán en su ahorro para la jubilación.

Temas relacionados con el ahorro para la jubilación

1. Cómo educar a los trabajadores sobre todas las oportunidades de ahorro disponibles para la jubilación

Millones de estadounidenses pertenecientes a la generación de los niños de la posguerra (personas nacidas entre 1946-1960) comenzarán a jubilarse entre ahora y el año 2019. Sin embargo, solamente el 62 por ciento de los trabajadores estadounidenses está ahorrando para la jubilación.[14] Además, solamente 4 de cada 10 trabajadores han dedicado el tiempo y esfuerzo para calcular lo que necesitarán para jubilarse, lo cual se considera como la planificación básica para que las personas puedan determinar cuánto dinero probablemente necesitarán para la etapa de su jubilación.[15]

A medida que aumentan las opciones de ahorro para la jubilación, los empleados necesitan comprender que la planificación para esto conlleva algo más que solamente pagar al sistema del Seguro Social. Aunque esto sea una fundación mínima y un componente valioso de la jubilación, el Seguro Social es solamente uno de los numerosos componentes de los ingresos durante la jubilación. Además, algunos empleados que no habían ahorrado para la jubilación anteriormente tienen ahora la oportunidad de realizar contribuciones de alcance o nivelación en sus planes de jubilación.

Muchas agencias del gobierno federal están asociándose para mejorar la utilización pública de las estrategias y vehículos de ahorro disponibles para la jubilación. El objetivo colectivo de estas iniciativas es garantizar que los estadounidenses conozcan todas las opciones de ahorro disponibles para la jubilación y que estén equipados para utilizarlas de forma efectiva mejorando su seguridad general para jubilarse.

Existe una amplia gama de iniciativas federales para aumentar el conocimiento del público sobre el ahorro para la jubilación y que al mismo tiempo motiva a más estadounidenses a ahorrar para la jubilación. Entre tales iniciativas se encuentran acciones específicas como la distribución anual del *Estado de Cuenta del Seguro Social*, la *Cumbre Nacional sobre Ahorros para la Jubilación (Cumbre de Ahorradores)* y los recientes cambios legislativos y administrativos en las leyes federales sobre la jubilación.

Estado de Cuenta del Seguro Social

La Administración del Seguro Social (SSA, por sus siglas en inglés) está comprometida a educar a todos los estadounidenses sobre sus futuros individuales de jubilación aumentando el entendimiento público sobre las funciones básicas del Seguro Social y ayudando a los trabajadores a prepararse para su seguridad económica a largo plazo. Por medio del envío anual por correo del *Estado de Cuenta del*

Seguro Social, SSA proporciona a más de 140 millones de trabajadores mayores de 25 años un resumen de sus aportes y contribuciones y estima los beneficios de jubilación futuros del Seguro Social, explicando a todos los estadounidenses el papel que puede desempeñar el Seguro Social en la jubilación de un trabajador. Este estado de cuenta permite a los individuos saber si han acumulado los suficientes créditos de trabajo para calificar, para obtener beneficios y en ese caso, cuánto podrían ser esos beneficios.

El *Estado de Cuenta del Seguro Social* representa una de las mayores iniciativas del gobierno federal para comunicarse directamente con los estadounidenses sobre el Seguro Social y la necesidad de que las personas se preparen por adelantado para la jubilación. Sin embargo, muchos estadounidenses no están utilizando la información en la medida posible. De hecho, una encuesta reciente de la Oficina de Contabilidad del Gobierno (GAO, por sus siglas en inglés) indica que solamente el 66 por ciento de los encuestados recuerda haber recibido el estado de cuenta.[16] Para expandir su alcance educativo sobre la jubilación, SSA complementa la información disponible en el estado de cuenta con calculadoras de beneficios disponibles en www.socialsecurity.gov/planners y con la gran cantidad de información disponible en www.socialsecurity.gov y MyMoney.gov.

Departamento de Trabajo de los Estados Unidos – Cumbre Nacional sobre Ahorros para la Jubilación

En la primavera del año 2006, el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos (DOL, por sus siglas en inglés), organizará su *Tercera Cumbre Nacional sobre Ahorros para la Jubilación (Cumbre de Ahorradores).* La finalidad de esta cumbre es mejorar el conocimiento del público sobre el ahorro para la jubilación y su importancia crucial para el futuro bienestar de los trabajadores y sus familias. La cumbre facilitará el desarrollo de programas de educación para las masas que (1) estimulen y mejoren la dedicación individual a una estrategia de ahorro personal para la jubilación; (2) identifiquen los problemas que tienen los trabajadores para ahorrar la cantidad adecuada para la jubilación; (3) identifiquen las barreras a las que se enfrentan los empleadores, en especial las pequeñas empresas, para ayudar a sus trabajadores a acumular ahorros para la jubilación y (4) examinen el impacto y la eficacia de los empleadores individuales para promover el ahorro personal para la jubilación entre sus trabajadores y promover la participación en opciones de ahorro para la compañía.

Cambios legislativos y administrativos

Las iniciativas legislativas y administrativas especiales han equipado a los estadounidenses con opciones adicionales para planificar correctamente y ahorrar

activamente para la jubilación. Mientras las iniciativas de educación pública continúan destacando estos cambios positivos en el ahorro para la jubilación, muchos estadounidenses no los conocen o no saben cómo y dónde acceder a la información correspondiente. Algunos ejemplos de estos cambios legislativos y administrativos son la posibilidad de realizar contribuciones de alcance para nivelar sus planes de jubilación, el dictamen consultivo de DOL acerca de proporcionar educación financiera en el lugar de trabajo y el *Crédito del Ahorrador.*

En años recientes, el gobierno federal ha promovido cambios de la política que actualmente posibilitan a los trabajadores crear mayores ahorros para la jubilación, permitiéndole a los trabajadores de edad avanzada realizar contribuciones de alcance y proporcionando incentivos a los empleadores para que ofrezcan planes de jubilación. Además, la *Ley de Crecimiento Económico y Ayuda Fiscal del año 2001 (Economic Growth and Tax Relief and Reconciliation Act of 2001)* (Ley pública 107-16) permite a las personas mayores de 50 años realizar contribuciones de alcance en sus planes de ahorro para la jubilación a la vez que establece aumentos para los límites de contribución a cuentas de IRA de $2,000 a $4,500.

Por lo tanto, para motivar a los empleadores a proporcionar asistencia a sus empleados, DOL provee lineamientos por medio de su dictamen consultivo sobre cómo los empleadores pueden aconsejar sobre inversiones a los participantes de planes de contribuciones definidas en *Advisory Opinion 2001-09A.*[17] Antes de haberse publicado este dictamen, muchos empleadores dudaban si debían dar ciertos materiales educativos o herramientas (como programas informáticos) a sus empleados debido a inquietudes referentes a la responsabilidad de asesorar sobre inversiones.

Por último, el *Crédito del Ahorrador*, promulgado en el año 2001, ofrece incentivos específicos para que los trabajadores de ingresos módicos puedan ahorrar para la jubilación. Al igual que proporciona una contribución equivalente del gobierno en forma de un crédito fiscal no reembolsable para contribuciones individuales voluntarias a planes de tipo 401(k), IRA y similares a estos planes de ahorro para la jubilación.

Resumen

Actualmente, en toda la nación, se están poniendo en marcha iniciativas para concientizar a la poblacion sobre las formas más eficaces de planificar y ahorrar para la jubilación. Estas iniciativas intentan educar a los estadounidenses sobre las ventajas de los diversos productos para el ahorro, y también sobre las nuevas opciones de ahorro para la jubilación. Además, deberían recibir atención los esfuerzos educativos destinados a aumentar el entendimiento del público sobre el ahorro para la jubilación.

Los modos de aumentar el conocimiento e impulsar el ahorro para la jubilación incluyen el *Estado de Cuenta del Seguro Social*, *Cumbres de Ahorradores*, y medidas legislativas y administrativas. Todos los estadounidenses — jóvenes, adultos y ancianos — deberían conocer los beneficios del Seguro Social y comprender su *Estado de Cuenta del Seguro Social.* Este estado de cuenta es una herramienta eficaz para planificar la jubilación y proporciona a todos los estadounidenses una breve perspectiva de lo que podrían esperar del sistema del Seguro Social durante su jubilación. Las agencias gubernamentales,

instituciones financieras, y organizaciones sin fines de lucro y comunitarias ofrecen una amplia gama de información para informar a las personas sobre el ahorro para la jubilación. Los esfuerzos actuales para educar a los estadounidenses sobre cómo prepararse para la jubilación deberían complementarse con información de otras fuentes, incluyendo, por ejemplo, la información que se centre en tipos de ahorro para la jubilación y contribuciones de alcance.

2. Cómo motivar el ahorro para la jubilación para empleados de empresas grandes

Con la gran popularidad de los planes de contribución definidos, los empleadores están observando que sus empleados necesitan más ayuda para planificar sus futuros financieros. Muchos empleados piden consejo a sus empleadores sobre la posibilidad de ahorrar para la jubilación. Con frecuencia, se considera a los empleadores como un recurso educativo primario para recibir información confiable sobre opciones de inversión, estrategias de distribución de activos y planificación básica para la jubilación.

Muchos empleadores cumplen con estas expectativas de sus empleados y proporcionan extensos programas de educación financiera en el trabajo para mejorar el ahorro para la jubilación. De hecho, algunos empleadores han podido aumentar las tasas de participación en los planes de jubilación estableciendo varios planes que inscriben automáticamente a los trabajadores, permitiéndoles darse de baja del ahorro para la jubilación en lugar de requerir inscribirse en él.[18]

Los empleadores privados, el gobierno federal y las organizaciones sin fines de lucro están desempeñando papeles importantes en la distribución de información sobre la jubilación a sus empleados y están proporcionando una base de conocimiento para todas las personas que ahorran para su jubilación. También, para ayudar a los empleados a prepararse para el futuro, algunos empleadores privados están analizando funciones de planes de ahorros para la jubilación tales como la inscripción automática.

Iniciativas de educación para la jubilación - Empleadores del sector privado

El sector privado ha demostrado éxito en la educación sobre la jubilación equipando a sus empleados con información y servicios valiosos. Algunos de estos empleadores proporcionan a sus trabajadores un programa educativo financiero básico que incluye talleres con un instructor especializado, programas computarizados de educación financiera específico para la compañía, una línea de ayuda de asesoría financiera administrada por planificadores financieros y educadores y acceso a un campo financiero en línea. Esta iniciativa ha dado como resultado una mayor participación en el plan 401(k) y un aumento de las tasas de contribución.[19]

Otros empleadores han estado ofreciendo programas educativos similares centrados en la capacitación de educación financiera a sus empleados por muchos años. Este tipo de compañías cree firmemente

que la educación es un componente necesario para integrar los beneficios del empleador con las vidas de los empleados. Los empleados asisten durante horas de trabajo a programas patrocinados por el empleador tales como *Life Planning 101(Planificación para la vida 101), Investing in Your Future (Invertir en su Futuro)* y *Healthy, Wealthy, and Wise* (*Sano, rico e inteligente).* Las encuestas de evaluaciones internas han demostrado que normalmente estos programas reciben opiniones favorables.[20]

Iniciativas de educación para la jubilación – El gobierno federal como empleador

Como uno de los empleadores principales de la nación, el gobierno federal participa en una amplia gama de actividades educativas para preparar a sus trabajadores para la jubilación e impulsar el ahorro para cuando dejen de trabajar. El *Plan de Ahorro* (el Plan), es administrado por la Junta Federal de Inversión para la Jubilación (FRTIB, por sus siglas en inglés) y proporciona un sistema definido de contribución para la jubilación de los empleados federales, empleados postales y miembros de los servicios uniformados. Para motivar el ahorro, se distribuyen a los empleados diversos comunicados y DVD's. Asimismo, los funcionarios de las agencias encargadas del plan reciben una capacitación especializada para que puedan responder preguntas de modo eficaz.

El Plan es un plan de contribución definido con impuestos diferidos similar a un plan 401(k) del sector privado. Por lo general, todos los empleados federales contratados después del año 1983 están cubiertos por el Sistema Federal de Jubilación de Empleados y son inscritos automáticamente en el plan independientemente de si realizan contribuciones salariales. Además, según lo establecido por ley todas las agencias federales contribuyen una cantidad equivalente al 1 por ciento de la paga básica de un empleado en su cuenta cada periodo de pago. Todas las contribuciones de los empleados son voluntarias y la agencia de empleo contribuye un equivalente al primer 5 por ciento de la contribución del empleado. Los empleados en el Sistema de Jubilación del Servicio Civil (CSRS, por sus siglas en inglés) pueden contribuir al plan sin ninguna contribución de equivalencia de la agencia.

A través del sitio Web (www.tsp.gov), los empleados pueden tener acceso a sus cuentas, utilizar diversas calculadoras de ahorro, ver los estados de cuenta en línea e imprimir formularios relacionados con sus cuentas. FRTIB también proporciona una línea telefónica gratuita para los participantes y sus beneficiarios, lanzó una iniciativa de comunicaciones relacionada con fondos nuevos de ciclo de vida y participa en las ferias financieras patrocinadas por la Oficina de Administración de Personal de los Estados Unidos (OPM, por sus siglas en inglés) destinadas a empleados federales.

Además de proporcionar el plan a sus empleados, el gobierno federal está intentando educar a sus trabajadores sobre la necesidad de ahorrar e invertir para la jubilación. Como parte de esta iniciativa, OPM ha desarrollado una estrategia de educación financiera para la jubilación de sus empleados. Esta iniciativa proporciona a los trabajadores la información sobre cómo planificar para jubilarse y calcular la inversión necesaria para lograr los objetivos individuales para la jubilación.

La estrategia para empleados federales desarrollada por OPM está basada en la creencia de que los empleadores necesitan

educar a los empleados sobre los beneficios proporcionados por el empleador a la vez que proporcionan recursos y guías clave sobre cómo utilizar mejor otros programas e iniciativas para lograr una jubilación exitosa. Para guiar este proceso educativo, OPM realizó una encuesta entre los trabajadores federales y está elaborando un índice de preparación para la jubilación que ayudará a los empleados y empleadores a comprender mejor las necesidades de educación en este tema al tener la necesidad de definir un estándar de preparación de los trabajadores para la jubilación. Este enfoque podría servir de modelo al educar a los empleadores sobre los temas que es necesario enfatizar en la educación sobre el ahorro para la jubilación de los empleados.

Iniciativas de educación para la jubilación – Asistencia de organizaciones sin fines de lucro

Los empleadores grandes también están trabajando con las organizaciones sin fines de lucro para mejorar la educación para la jubilación que se proporciona a los empleados. Por medio de diversas iniciativas, las organizaciones sin fines de lucro han demostrado cómo pueden ayudar a compañías grandes y al gobierno federal a proporcionar a los empleados la educación financiera que necesitan para planificar su jubilación.

La publicación llamada *Savings Fitness* proporciona a las personas información clave sobre el ahorro para la jubilación y fue elaborada por medio de una coalición de la Administración del Seguro de Beneficios de Empleados de DOL y una organización profesional de proveedores de servicios financieros. Esta publicación ha sido mencionada en medios de comunicación importantes a nivel nacional y es distribuida por medio de talleres de planificación para la jubilación y a través del sitio Web de la Comisión Federal de Educación Financiera, www.mymoney.gov.

Otra organización profesional de contadores públicos certificados ha desarrollado un programa multifacético que incluye lecciones sobre la jubilación. Esta iniciativa desempeña un amplio papel de liderazgo en la educación del público estadounidense, de los niños en edad escolar, de los jubilados y de toda persona de edad intermedia, sobre temas financieros aplicables específicamente en la vida de cada grupo en particular. Entre otros temas, las iniciativas de ahorro para la jubilación se concentran en la planificación de anualidades y jubilación, tomar prestado o retirar dinero de un 401(k), cerrar un desnivel de ingresos para esto, estimar las necesidades de ingresos durante el tiempo de jubilación y comprender los planes de beneficios definidos.

Opciones de características de los planes para la jubilación - Planes de inscripción automática

Para ayudar a sus empleados a maximizar las oportunidades para la jubilación y ahorrar eficientemente para el futuro, algunos empleadores grandes están implementando planes de inscripción automática en 401(kz). En virtud de estos planes, los empleados son inscritos automáticamente en el programa de ahorro para jubilación a menos que decidan no participar.

Los planes de inscripción automática se diferencian de los planes 401(k) tradicionales porque estos últimos requieren que los trabajadores decidan activamente participar en el plan. En virtud de la estructura tradicional de "optar por inscribirse" de la mayoría de los planes 401(k), muchos trabajadores

nunca optaron por ahorrar en primer lugar, perdiendo una oportunidad sólida de ahorrar e invertir. Además, muchos empleados dejaron pasar la oportunidad de recibir una contribución equivalente de la compañía por no contribuir a sus planes 401(k). La inscripción automática fomenta la participación activa de los empleados.

Con la inscripción automática, las contribuciones de los empleados que aumentan gradualmente con el tiempo, se invierten con prudencia y se conservan para la jubilación, todo esto sin imponerle a los trabajadores la iniciativa de actuar en cualquiera de estos pasos. Los trabajadores siguen siendo libres para anular las opciones predeterminadas, seleccionando si ahorrar o no y controlar cómo se invierten sus ahorros, pero aquellos que no ejercitan sus ahorros para la jubilación no se quedan atrás.

Los efectos de la inscripción automática son claramente positivos, con estudios que muestran que la inscripción automática aumenta tanto la participación en planes 401(k) y el nivel de contribuciones de empleados.[21] Las funciones de inscripción son utilizadas por una gran cantidad de compañías en los Estados Unidos.

Resumen

La educación financiera proporcionada por empleadores ha demostrado ser eficaz para ayudar a los trabajadores a planificar y ahorrar para la jubilación.[22] Al establecer sus propios programas de educación y materiales para jubilarse o al asociarse con iniciativas de educación de organizaciones sin fines de lucro, los empleadores pueden ayudar a sus empleados a comprender sus planes para la jubilación y ayudar a los empleados a planificar y ahorrar adecuadamente para el futuro. Para aumentar las tasas de participación y el ahorro para la jubilación, debería ponerse un énfasis específico en ayudar a los grandes empleadores a instituir nuevas características de planes de jubilación innovadores, tales como la inscripción automática en planes de pensiones 401(k).

3. Opciones de ahorro para la jubilación para empleados de pequeñas empresas

Muchos propietarios de pequeñas empresas encuentran que no están familiarizados con los diferentes planes de jubilación que existen a su disposición, incluyendo las opciones creadas específicamente para pequeñas empresas y diseñadas como alternativas menos costosas y más fáciles de administrar.[23]

Por ejemplo, el 73 por ciento de los propietarios de pequeñas empresas nunca ha oído hablar de estas alternativas o no está muy familiarizado con el plan de Pensión Simplificada de Empleado (SEP, por sus siglas en inglés) y el 52 por ciento nunca ha oído hablar de esto o no está muy familiarizado con el Plan de Equivalencia de Incentivo de Ahorro para Empleados de Pequeñas Empresas (SIMPLE, por sus siglas en inglés) — dos planes específicamente diseñados para pequeñas empresas.[24] En contraste, el 85 por ciento de los propietarios de pequeñas empresas está un poco o muy familiarizado con los planes 401(k) diseñados para empleadores de todo tamaño, no específicamente para los de pequeñas empresas.[25]

La misma cantidad de medios y actividades de comunicación disponibles para grandes compañías que tienen la capacidad de fomentar el entendimiento de los empleados sobre el ahorro para la jubilación está disponible tanto para las grandes como para las pequeñas empresas. Además, existen recursos específicos disponibles para

pequeñas empresas para utilizarlos en la educación de sus empleados sobre la planificación para la jubilación.

DOL, proporciona a los propietarios de pequeñas empresas y a sus empleados recursos de educación sobre opciones de planes de jubilación, gestión de planes y responsabilidades del empleador en la operación de planes de jubilación.

Opciones y gestión de planes de jubilación

Para impulsar el crecimiento en el número de planes de jubilación disponibles, DOL, en colaboración con la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa y una asociación nacional de líderes de negocios desarrollaron un sitio web interactivo para ayudar a los empleadores de pequeñas empresas a determinar la mejor opción de plan para sus negocios. Este programa proporciona a las pequeñas empresas información centrada en los motivos para ofrecer planes de jubilación a empleados, consideraciones si una pequeña empresa no ofrece planes de jubilación y cómo los planes benefician a los empleados y también al negocio.

Para expandir este sitio, DOL se asoció con el Servicio de Rentas Internas (IRS, por sus siglas en inglés) para elaborar publicaciones sobre los diversos tipos de planes tales como SEP y SIMPLE.[26] DOL también ofrece una serie de seminarios en colaboración con IRS y una coalición de negocios y asociaciones profesionales para ayudar a los propietarios de pequeñas empresas a crear y operar sus planes y para educarlos sobre sus responsabilidades como fideicomisarios.

Resumen

El ayudar a los empleados a entender mejor y prepararse para la jubilación no es solamente una tarea para los grandes empresarios y el gobierno federal. Los propietarios de pequeñas empresas pueden beneficiarse de las herramientas anteriormente mencionadas para ofrecer planes de jubilación a sus trabajadores y poder desempeñar un papel importante en la motivación y la educación de sus trabajadores sobre la planificación para la jubilación.

4. Cómo beneficiarse de los productos de ahorro individuales para la jubilación preferidos por los impuestos

Muchos estadounidenses no utilizan plenamente los vehículos de ahorro para la jubilación, como las tradicionales cuentas IRA y Roth IRA. Aproximadamente 5.7 millones de contribuyentes estadounidenses depositaron una cantidad de dinero en una cuenta IRA en el año 2000, mientras que solamente 6.8 millones contribuyeron a una cuenta Roth IRA.[27] Existen muchos beneficios de ahorrar para la jubilación en estas cuentas individuales, incluidas las contribuciones deducibles de impuestos y las acumulaciones libres de impuestos de las ganancias de inversión. Por ejemplo, tanto con las cuentas *IRA* como con las *Roth IRA*, las familias pueden planificar y administrar su ahorro para la jubilación de manera más inteligente según sus futuras necesidades.

Cuentas Individuales para la Jubilación (IRA) y Roth IRA

Una Cuenta Individual para la Jubilación (IRA, por sus siglas en inglés) tradicional es una cuenta de ahorro personal que ofrece ventajas fiscales para separar fondos para la jubilación. Las contribuciones anuales, de un máximo de $4,000 para personas menores de 50 y $4,500 para los mayores de 50 (en el año 2005), son

completamente deducibles de impuestos y no están cubiertas por pensiones patrocinadas por el empleador. Si un empleado está cubierto por un plan de pensiones patrocinado por el empleador, la deducción de ese empleado para las contribuciones a una cuneta IRA se reduce o se va eliminando gradualmente de conformidad con los ingresos brutos ajustados modificados del empleado. Las ganancias de inversión para todas las contribuciones a las cuentas IRA tradicionales se acumulan sin impuestos y no se aplican impuestos hasta que se distribuyan los fondos, por lo general en una categoría fiscal inferior en la jubilación. Los retiros de dinero de las cuentas IRA tradicionales, realizadas antes de los 59 ½ años se cargan impositivamente a un 10 por ciento adicional.

Además, la *Ley de Ayuda a los Contribuyentes del año 1997* creó las cuentas Roth IRA que se diferencian de las cuentas tradicionales en que las contribuciones se realizan con dinero post-impositivo pero las ganancias y las distribuciones son libres de impuestos. El límite de contribución a una cuenta Roth IRA en el año 2005 era de $4,000 para los menores de 50 años y $4,500 para los mayores de 50 años. No obstante, al igual que con las cuentas IRA tradicionales, el límite de contribución de una persona puede reducirse o eliminarse gradualmente de conformidad con sus ingresos brutos ajustados modificados. Los retiros de dinero de las cuentas Roth IRA, realizadas antes de los 59 ½ años, se cargan impositivamente a un 10 por ciento adicional.

Resumen

Las cuentas IRA y las Roth IRA proporcionan una oportunidad para los individuos de ahorrar para la jubilación y de obtener beneficios suplementarios a los del Seguro Social y a los de las pensiones proporcionadas por los empleadores. Los estadounidenses elegibles deberían utilizar las cuentas IRA y Roth IRA para acumular sus ahorros para su jubilción.

Iniciativas de acción

Táctica empleada: Especialización, Integración, Momento educativo

3-1 En el año 2006, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos y el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos organizarán conjuntamente una mesa redonda con empleadores de compañías grandes sobre el ahorro para la jubilación. Entre los temas a tratar destacarán estrategias exitosas para la integración de la entrega de educación financiera en el lugar de trabajo y otras opciones para aumentar la participación y las contribuciones en pensiones privadas, como la inscripción automática.

3-2 La Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (SBA, por sus siglas en inglés), el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos y el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos se han comprometido a realizar campañas de alcance para pequeñas empresas y continuarán ofreciendo valiosos recursos sobre opciones de jubilación para pequeñas empresas. Durante el primer trimestre de 2006, SBA pondrá al alcance de las pequeñas empresas información específica sobre temas generales referentes a la jubilación y cómo educar a los empleados sobre el ahorro para su jubilación en MyMoney.gov.

Notas

[1] Centros para el Control y Prevención de Enfermedades. (10 de noviembre de 2004). *National Vital Statistics Reports*. Extraído el 5 de julio de 2005 de http://www.cdc.gov/nchs/data/dvs/nvsr53_06t12.pdf.

[2] Centro Nacional de Estadísticas de Salud. (2003). *Health, United States, 2003*, Hyattsville, MD.

[3] Instituto de Investigación sobre Beneficios para Empleados. (2004). *Saving and retiring in America (2004 RCI fact sheet)*. Washington, DC.

[4] Administración del Seguro Social de los Estados Unidos (2002). *Income of the aged chartbook: 2002* (Publicación 13-11727). Washington, DC.

[5] Administración del Seguro Social de los Estados Unidos (2005). Annual report of the Board of Trustees of the Federal old-age and survivors insurance and disability insurance trust funds (p. 81). Washington, DC.

[6] Bush, G. W. (2005). *The State of the Union Address*.

[7] Beller, D. [*Coverage status of workers under employer provided health and pension plans*]. Cálculos no publicados. Washington, DC: Administración del Seguro de Beneficios para Empleados, Departamento de Política e Investigación.

[8] Ibíd.

[9] Purcell, P.J. (Septiembre 2005). *Pension sponsorship and participation: Summary of recent trends* (Informe del CRS al Congreso RL30122). Washington DC: Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos, Servicio de Investigación del Congreso.

[10] Departamento de Estadísticas Laborales. (Enero 2005). *National compensation survey: Employee benefits in private industry in the United States*, 2002-2003 (Bulletin 2573). Washington, DC: Author.

[11] Ibíd.

[12] Hewitt Associates, "*Hewitt Study Reveals Biggest Barrier to Retirement Saving May Be Lack of Motivation,*" [Comunicado de prensa] Extraído el 22 de febrero de 2005 de http://was4.hewitt.com/hewitt/resource/newsroom/pressrel/2005/02-22-05.htm

[13] Sailer, P.J. and Nutter, S.E. (2000) *Accumulation and distribution of individual retirement arrangements, 2003*. Extraído el 5 de julio de 2005 de http://irs.gov/pub/irs-soi/00retire.pdf.

[14] Employee Benefit Research Institute and Mathew Greenwald & Associates, Inc. (2005). *2005 retirement confidence survey*. Washington, DC.

[15] Ibíd.

[16] Oficina de Contabilidad del Gobierno, Estado de Cuenta del Seguro Social. (Abril 2005). *Social Security Administration should better evaluate whether workers understand their statements* (GAO-05-192). Extraído el 5 de julio de http://www.gao.gov/highlights/d05192high.pdf.

[17] Departamento de Trabajo de los Estados Unidos, Administración del Seguro para Beneficios de Empleados. (2001). *Advisory opinion (2001-09A)*. Extraído el 26 del 2005 de mayo de http://www.dol.gov/ebsa/regs/AOs/ao2001-09a.html.

[18] Madrian, B. & Shea, D.F. (Noviembre 2001). The power of suggestion: Inertia in 401(k) participation rates and savings behavior. *Quarterly Journal of Economics*. Vol 116(4). Cambridge, MA: MIT Press.

[19] Vitt, L.A., et al.(2000). *Personal finance and the rush to competence: Financial literacy education in the U.S*: A national field study commissioned and supported by the Fannie Mae Foundation. Middleburg, VA: Institute for Socio-Financial Studies.

[20] Ibíd.

[21] Madrian, B. & Shea, D.F. (Noviembre 2001). The power of suggestion: Inertia in 401(k) participation rates and savings behavior. *Quarterly Journal of Economics*. Vol 116(4). Cambridge, MA: MIT Press.

[22] B.D. Bernheim. (1996). *Financial Literacy, Education, and Retirement Savings*. Universidad de Pennsylvania: Consejo de Investigación sobre Pensiones.

[23] Employee Benefit Research Institute and Mathew Greenwald & Associates, Inc. (2003). The *2003 small employer retirement survey*. Washington, DC: Instituto de Investigación sobre Beneficios para Empleados.

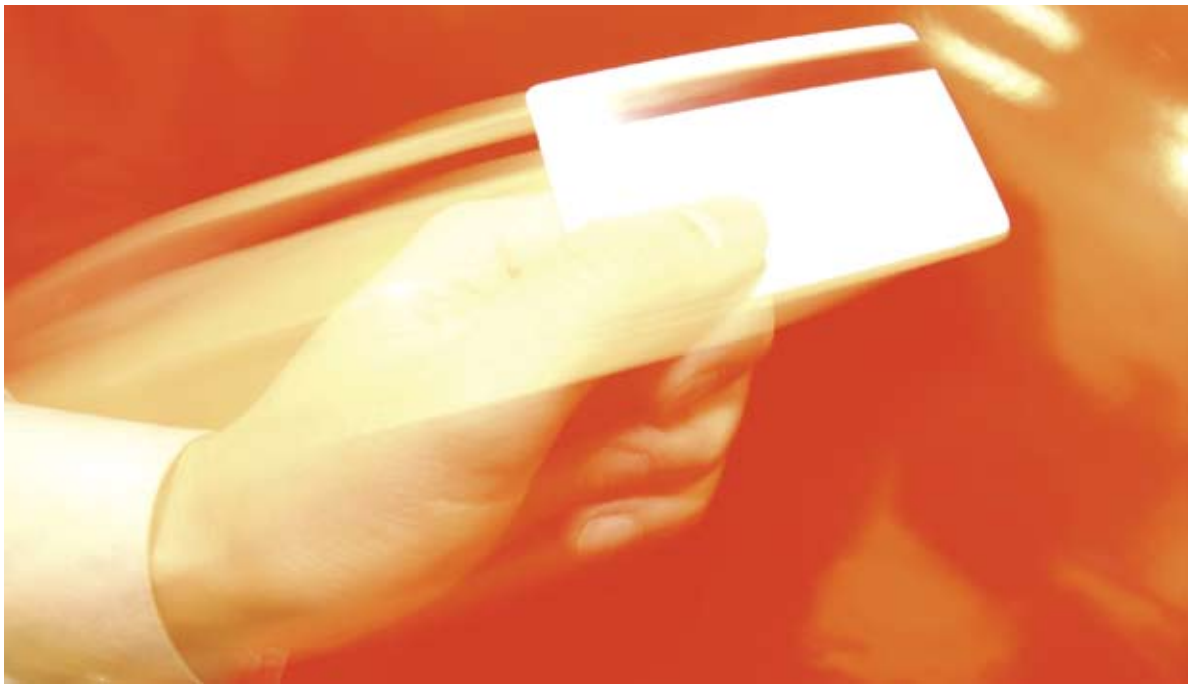
[24] Ibíd.

[25] Ibíd.

[26] www.dol.gov/ebsa/pdf.simplenet.pdf y www.dol.gov/ebsa/pdf/simpleIRA.pdf, respectivamente.

[27] Employee Benefit Research Institute and Mathew Greenwald & Associates, Inc. (2003). The *2003 small employer retirement survey*. Washington, DC: Instituto de Investigación sobre Beneficios para Empleados.

Capítulo 4
Crédito



Visión general

A través de la nación, los consumidores están enfrentando niveles más altos de deudas. Desde enero del año 2003 hasta enero del 2005, el nivel de deudas de los consumidores incrementó en un 9 por ciento, el nivel de deuda rotatoria (mayormente incurrida con tarjetas de crédito) incrementó un 8 por ciento y la deuda no-rotatoria aumentó un 10 por ciento.[1]

Este aumento en las deudas de los consumidores está relacionado con la mayor disponibilidad de crédito ofrecido por prestamistas. También, el aumento de la disponibilidad de crédito ha sido abastecido en parte por la tecnología, lo cual ha permitido la eficiencia de los mecanismos de evaluación para otorgar crédito y el costo del mismo. La tecnología ha aumentado significativamente la capacidad de los acreedores de obtener y procesar la información necesaria para realizar las evaluaciones de riesgo de crédito y la fijación de los costos en concordancia con el riesgo que representa cada solicitante. Esta tecnología también ha desempeñado un papel importante en el crecimiento de los préstamos llamados subprime que son aquellos con altas tasas de interés extendidos al prestatario con riesgo.

Además, entre septiembre del año 2003 y septiembre del 2004, se presentaron más de un millón de declaraciones

de bancarrota no-comerciales.[2] Los servicios de asistencia para las personas en bancarrota y otros consumidores que experimentan problemas financieros tuvieron como resultado el crecimiento del sector de proveedores de estos servicios.[3] En términos de los efectos producidos por los servicios de asesoría, la cantidad de personas que están a busqándoles sobrepasa a los proveedores.[4] La utilización de los servicios de asesoría de crédito confiables tiene un impacto significativo sobre la solvencia o aptitud al crédito, aumentando la cantidad de cuentas canceladas mediante el pago y disminuyendo el total de deudas individuales.[5]

Hay dos componentes importantes sobre el crédito de los consumidores: los informes de crédito y los sistemas de puntaje de crédito. Los informes de crédito contienen el desempeño de los consumidores respecto a sus obligaciones financieras, incluyendo las deudas contraídas por contrato, en concepto de impuestos y servicios públicos. Los prestamistas utilizan estos historiales para evaluar los riesgos de devolución de dinero que representa cada consumidor. Un puntaje de crédito es una asignación numérica del riesgo calculado mediante un algoritmo que utiliza la información registrada en el informe de crédito para predecir las probabilidades de pago.

Los resultados de un informe difundido por la Oficina de Contabilidad del Gobierno (GAO, por sus siglas en inglés) titulado *Credit Reporting Literacy: Consumers Understood the Basics but Could Benefit from Targeted Educational Efforts* (Educación sobre informes de crédito: Los consumidores comprendieron los conceptos básicos, pero podrían beneficiarse de esfuerzos educacionales específicos) muestran que un gran porcentaje de los consumidores estadounidenses entiende los conceptos básicos del sistema de informes de crédito: aparentemente conocen cómo se usan los informes de crédito, cuál es la información que contiene un informe de crédito y también están al tanto de los derechos que los asisten para disputar la información incorrecta.[6] Sin embargo, muchos consumidores no parecen comprender que los informes de crédito son utilizados para suscribirse a las pólizas de seguro y fijar sus precios, y que estos pueden impactar sobre las posibilidades de conseguir un empleo.[7] Además, los consumidores no tienen conocimiento de que, en caso de encontrar inexactitudes en sus informes de crédito, pueden presentar una queja ante la Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés) y también pueden hacerlo si no están satisfechos con la resolución tomada por las agencias de informes de crédito respecto al reclamo presentado. Según lo que indica el informe de GAO, la mayoría de los consumidores saben qué es un puntaje de crédito, pero desconocen que algunos comportamientos afectan sus puntajes negativamente.

Los consumidores pueden administrar sus asuntos financieros de mejor manera mediante una mejor comprensión de sus informes de crédito, y así optimizar sus puntajes de crédito. Además, los consumidores que revisan y comprenden sus informes de crédito pueden detectar más fácilmente las inexactitudes registradas y las instancias de robo de identidad.

Retos

Independientemente de sus niveles de ingreso o historia de crédito, los consumidores se enfrentan a numerosos ofertas de crédito de parte de una amplia variedad de prestamistas. A medida que aumenta el volumen de crédito, los estadounidenses se enfrentan a una variedad de temas a considerar al momento de tomar decisiones relacionadas con el crédito. Para comenzar, es importante que los consumidores comprendan el impacto que puede tener el poseer una deuda excesiva sobre su solvencia financiera de largo plazo. Además, es muy importante que al momento de evaluar los ofrecimientos de crédito, los consumidores comprendan el sistema de puntaje de crédito y los efectos que puede tener un historial negativo sobre el costo del crédito.[8] Al igual que cuando los estadounidenses optan por obtener crédito, es de crucial importancia que comprendan los términos que les son ofrecidos para poder seleccionar el tipo de crédito que mejor se adapte a sus situaciones. Estos retos se multiplican si se desconoce dónde buscar información y orientación específicas sobre temas generales de crédito.[9]

Los programas y materiales educativos efectivos provistos por el gobierno federal, el sector privado y por las organizaciones sin fines de lucro pueden ayudar a vencer estos retos, dotar a los consumidores con los conocimientos necesarios sobre los costos y beneficios del crédito, brindarles un pronto acceso a los recursos requeridos para evaluar los ofrecimientos de crédito, y comprender los derechos y protecciones establecidos para los consumidores. Debido a las agresivas campañas de comercialización enfrentadas por los consumidores que son llevadas a cabo con regularidad por los prestamistas y que están destinadas a que los consumidores posean un mayor acceso al crédito, la necesidad de fortalecer la educación sobre el crédito de los consumidores se convierte en una tarea de mayor importancia.

Temas relacionados con el crédito

1. Cómo aumentar la comprensión del público acerca del crédito, los informes de crédito y los puntajes de crédito

Uno de los retos financieros más grandes que enfrentan los consumidores estadounidenses es tener el acceso a la información, educación y asesoría en el momento que más lo necesitan. Los estadounidenses necesitan orientación e información sobre crédito personal durante las etapas de aprendizaje cruciales que se presentan en la vida de los consumidores — como por ejemplo: cuando reciben su primera tarjeta de crédito, cuando asumen la responsabilidad de préstamos para cubrir gastos de estudios, prestamos de automóviles, préstamos hipotecarios, o simplemente cuando buscan de estos productos para comprarlos luego.

Los esfuerzos educativos sobre el crédito para consumidores deben informar a los consumidores de los derechos que les son otorgados en virtud de la ley *Fair*

Credit Reporting Act (Ley de Informes de Crédito Equitativos o FCRA, por sus siglas en inglés), la cual le permite a los consumidores revisar la exactitud de la información registrada en sus informes de crédito. En caso de que los consumidores encuentren un error o una sección incompleta en sus informes de crédito, deben contactar inmediatamente a la agencia de informes de crédito que emitió el informe y solicitar que se corrija. La ley estipula que la agencia de informes de crédito y la organización que otorgó la información (por ejemplo un banco o una compañía de tarjeta de crédito) tiene la responsabilidad de corregir la información incorrecta o incompleta de los informes de crédito de los consumidores. Después de recibir la solicitud de corrección y en caso de que se efectuara un cambio, la agencia de informes de crédito debe remitir por escrito los resultados al consumidor junto con otra copia gratuita y actualizada del informe de crédito. Si no se efectuara ningún cambio, la declaración de la disputa presentada por el consumidor aún debe ser incluida en el registro oficial mantenido por la agencia.

El ámbito de las transacciones de crédito de los consumidores puede ser muy complicado. En los esfuerzos realizados para aumentar la comprensión pública del crédito, los informes de crédito y los puntajes de crédito, las tareas de concientización pública deben enfocarse en la explicación de los componentes fundamentales del crédito, tales como la terminología clave (tasa porcentual anual, capital, cargos por intereses, cargos financieros, pago mínimo, intereses diferidos, préstamos de pago exclusivo de intereses, etc.), el cálculo de los cargos financieros y los tipos de crédito disponibles (crédito sin garantía colateral, como las deudas contraídas con tarjeta de crédito, líneas de crédito de sobregiro, préstamos para consumidores y préstamos estudiantiles versus crédito con garantía colateral como los préstamos hipotecarios, préstamos sobre el capital acumulado en la hipoteca y líneas de crédito garantizadas por la acumulación de cancelación hipotecaria). Los programas de alta calidad también brindarán educación a los consumidores sobre los proveedores de crédito, incluyendo los bancos, cooperativas de crédito, instituciones de préstamo, comerciantes y prestamistas que extienden préstamos sobre los cheques de pago de salario.

Los consumidores de todo el país han tenido la oportunidad de aprender acerca de la terminología clave y las partes involucradas en el crédito a través de un amplio rango de iniciativas de educación pública, incluyendo a la ley FCRA y la nueva regla que establece la gratuidad de un informe de crédito anual y de recursos públicos tales como la nueva publicación federal titulada *Your Access to Free Credit Reports* (Tu acceso a informes de crédito gratuitos). Además de las fuentes federales de orientación, los proveedores de crédito, como las cooperativas de crédito y los bancos, también están

informando a los consumidores sobre el papel que representa el crédito y las opciones individuales de crédito. Estos programas operados por prestamistas incluyen seminarios y campañas públicas sobre temas importantes que afectan el puntaje de crédito.

Ley de Informes de Crédito Equitativos y la Nueva Regla de Informe de Crédito Gratuito

FCRA promueve la exactitud y la privacidad de la información contenida en el registro de las agencias de informes de crédito. Esta enmienda fue introducida en el año 2003 por medio de la ley llamada *Fair and Accurate Credit Transactions Act* (Ley de Igualdad y Transacciones de Crédito Correctas o FACT, por sus siglas en inglés) que requiere que a solicitud de los consumidores cada una de las agencias de informes de crédito a nivel nacional les provea cada 12 meses una copia gratuita de sus informes de crédito, www.annualcreditreport.com.[10] Esto se puede realizar de inmediato a través de Internet visitando www.annualcreditreport.com. Los consumidores también pueden completar y enviar por correo el formulario, Annual Credit Report Request Form, que está disponible en el Internet. Si los consumidores solicitan la copia de su informe llamando al número telefónico gratuito 877-322-8228, y el informe será procesado y enviado por correo dentro de un plazo de 15 días.

Un informe de crédito contiene información sobre el lugar de residencia de una persona, la manera en que ésta paga sus facturas y si ha sido demandada, arrestada o se ha declarado en bancarrota. Las agencias de informes de crédito de todo el país venden la información contenida en los informes a otorgantes de crédito, aseguradores, empleadores y otros negocios que utilizan dicha información para evaluar las solicitudes de crédito, seguro, empleo o alquiler.

Además, la ley FCRA dispone otros derechos para los consumidores con respecto al crédito. Por ejemplo, bajo las disposiciones de esta ley la mayoría de los consumidores tienen derecho a conocer la información que será utilizada para tomar acciones en su contra, solicitar un puntaje de crédito y disputar la información incompleta o incorrecta.

La ley también establece responsabilidades para las agencias de informes de crédito. Por ejemplo, las agencias de informes de crédito deben eliminar o corregir la información incorrecta o que no pueda ser verificada; no pueden reportar información negativa caducada y deben obtener el consentimiento del consumidor antes de suministrar información a sus potenciales empleadores.

Publicación de la Comisión Federal de Comercio, Tu acceso a informes de crédito gratuitos

La Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés) ha preparado un folleto titulado *Your Access to Free Credit Reports* (Tu acceso a informes de crédito gratuitos), disponible en inglés y en español en MyMoney.gov, y también ha desarrollado su propio sitio Web de temas de crédito, www.ftc.gov/bcp/online/edcams/credit/index.html. El folleto describe detalladamente cómo solicitar un informe de crédito gratuito por año, explica las razones por las cuales los consumidores podrían beneficiarse al solicitar su informe de crédito, reseña otras instancias en las cuales los consumidores tienen derecho a recibir un informe gratuito, y explica lo que se debe hacer en caso de encontrar inexactitudes o

errores en el informe. Desde septiembre del 2005, los informes gratuitos están disponibles en todos los estados, territorios y posesiones de los Estados Unidos y en el Distrito de Columbia.

Cooperativa de crédito ofrece un seminario público sobre puntaje de crédito

En agosto del 2004, una cooperativa de crédito regional del nordeste de Florida ofreció gratuitamente al público un seminario sobre puntaje de crédito y otro seminario sobre el sistema del puntaje de crédito durante el otoño del 2005. Los seminarios de puntaje de crédito son ofrecidos por representantes de la cooperativa de crédito y tienen la intención de enseñar a los participantes la manera de leer e interpretar los informes de crédito, cómo mejorar el puntaje de crédito individual, identificar los errores y resolver las disputas. La elegibilidad para hacerse miembro de la cooperativa de crédito se extiende a todos los individuos de la región nordeste de Florida y el público general está invitado a asistir a los seminarios gratuitos sobre puntaje de crédito realizados por esta institución.

Banco brinda clases y materiales sobre el manejo del crédito

Con los fondos proporcionados por uno de los bancos más importantes del país, se ha creado un centro para responder a la gran necesidad de educacion financiera de los consumidores. Este centro ayuda a las familias a lograr sus objetivos financieros enseñándoles cómo administrar el dinero y usar el crédito prudentemente. Uno de los componentes centrales de la campaña de concientización pública de este centro está diseñado para educar a los consumidores sobre la importancia de conocer el propio puntaje de crédito. El centro también realiza talleres de educación financiera para adultos en todo el país y mantiene un sitio Web que contiene educación financiera.

Resumen

Contando con una sólida comprensión del sistema de crédito, su terminología y las instituciones involucradas en el crédito personal y el sistema de informes de crédito, y en consecuencia alcanzado un nivel de comodidad con estos temas, los consumidores estadounidenses pueden convertirse en administradores eficientes del crédito. Los individuos también deberían estar al tanto de los derechos que les otorga la ley FCRA, comprender la forma de verificar la exactitud de sus informes de crédito y aprender la manera de corregir los errores de los informes de crédito u otros problemas similares a través del proceso de disputa.

2. Cómo utilizar los servicios de asesoría de crédito confiables

Aún para aquellos que comprenden el proceso de crédito, saber qué es lo que tienen que hacer durante un período de dificultades financieras específicas puede ser una tarea particularmente ardua. Muchos consumidores no saben cómo buscar asesoría de crédito en el momento que más la necesitan.

Para los consumidores estadounidenses que están experimentando problemas financieros, los servicios de asesoría de crédito confiables y efectivos no solamente les brindan ayuda negociando con los acreedores en su representación sino que también los ayudan a aprender cómo administrar las finanzas personales y evitar problemas

de crédito en el futuro. Los servicios de asesoría de crédito confiables emplean a consejeros o asesores certificados y capacitados en temas de crédito para consumidores, manejo de dinero y deuda y elaboración de presupuestos. Además, las organizaciones sin fines de lucro que prestan servicios de asesoría de crédito tienen la obligación legal de suministrar educación y asesoría a los consumidores.[11]

También los servicios de asesoría efectivos ayudan a los consumidores a entender cómo presentar las solicitudes de crédito, cómo buscar, comparar, obtener y mantener el crédito. Los asesores de crédito pueden fortalecer los conocimientos de los titulares de crédito aconsejándolos sobre temas, tales como el establecimiento de crédito, índices de relación entre el nivel de ingresos y el nivel de deudas, historia de crédito, términos de las compañías de crédito, pago efectuado en fecha, gestión de crédito y consolidación de deuda. Además, los esfuerzos de asesoría de crédito pueden proporcionar estrategias específicas para las resoluciones y comprensión de la protección de los consumidores y los derechos que los asisten. En su representación, los asesores pueden contactar a los prestamistas para discutir opciones en momentos de agobio financiero y ayudarlos a identificar a las agencias competentes que pueden consultar sobre temas de crédito del consumidor y lugares donde pueden presentar quejas o reclamos específicos.

Pero, no todas las organizaciones de asesoría de crédito prestan estos servicios. Algunas organizaciones de asesoría de crédito cobran cargos altos, algunos de los cuales pueden estar ocultos, o pueden urgir a los consumidores a hacer contribuciones voluntarias lo cual les causa un endeudamiento aún mayor. Muchas de estas organizaciones afirman que la única opción para un consumidor endeudado es un plan de manejo de la deuda — aún antes de que los asesores inviertan tiempo revisando la situación financiera del consumidor — y varias ofrecen muy poca o ninguna educación o asesoría para consumidores. Además, solamente por el hecho de que una organización diga que opera sin fines de lucro no significa que sus servicios sean gratuitos o asequibles ni tampoco que opere legítimamente.[12]

Lamentablemente, durante los últimos años han aumentado las prácticas fraudulentas dentro del mercado de asesoría de crédito. Recientemente, FTC y algunos Fiscales Generales estatales tomaron acciones contra varias compañías que se denominaban a sí mismas como organizaciones de asesoría de crédito. FTC y los Fiscales Generales estatales indicaron que estas compañías engañaron a los consumidores respecto al costo, naturaleza y beneficios de los servicios ofrecidos; se dio el caso de algunas compañías que hasta llegaron a falsificar su estatus no lucrativo.[13]

El Servicio de Rentas Internas (IRS, por sus siglas en inglés) incluyó a algunas agencias de asesoría de crédito en su

informe del año 2005 titulado *Dirty Dozen* para recordarles a los contribuyentes que deben ser cuidadosos con aquellas agencias de asesoría de crédito que los presionan para aceptar acuerdos de pago de deuda, que cobran altos cargos por sus servicios o que les prometen reparar sus calificaciones de crédito.[14] Además, con el objeto de garantizar que las agencias de asesoría de crédito sin fines de lucro cumplan con las disposiciones legales, IRS ha establecido la prioridad de auditarlas.

Los consumidores pueden encontrar asistencia y orientación sobre asuntos de crédito personal trabajando con servicios de asesoría de crédito confiables. Otros consumidores utilizan los servicios de agencias de asesoría financiera sin fines de lucro que operan en las ciudades que ofrecen programas que se ocupan de las necesidades especializadas de los residentes con problemas de crédito y también de los esfuerzos judiciales del ámbito federal que se ocupan de los asuntos de los estadounidenses que procuran mitigar los efectos causados por problemas persistentes e irresueltos solicitando la protección dispuesta por la bancarrota.

Servicios de asesoría de crédito confiables

Alrededor del país, los estadounidenses recurren a los servicios de asesoría de crédito para obtener la información y orientación que necesitan para explorar los difíciles temas de crédito. Una organización de asesoría confiable negociará en nombre del consumidor con sus acreedores, y aún más importante, le ofrecerá asesoramiento sobre el manejo del dinero y de sus deudas.[15] Además, un asesor de crédito ayudará a que el cliente desarrolle un presupuesto y le suministrará materiales educativos gratuitos y talleres de formación.

Las organizaciones de asesoría de crédito confiables emplean asesores certificados y capacitados en áreas de crédito para consumidores, manejo de deuda y elaboración de presupuestos.[16] Estas organizaciones trabajan junto a los consumidores para analizar su situación financiera global y para desarrollar un plan personalizado para resolver sus problemas monetarios.[17] Habitualmente ofrecen sesiones de seguimiento que están diseñadas para hacer un monitoreo del presupuesto del consumidor y mantener al consumidor dentro de los parámetros de su presupuesto.

Organizaciones sin fines de lucro ofrecen servicios de asesoría de crédito en centros comunitarios

Una organización sin fines de lucro presente en varias ciudades importantes de los Estados Unidos incluye la asesoría de crédito entre los servicios financieros que brinda en sus centros comunitarios urbanos. Los visitantes de estos centros comunitarios pueden beneficiarse de servicios de asesoría financiera que los ayuden a alcanzar la autosuficiencia económica y colaborar para que las comunidades en las cuales residen adquieran un espíritu sostenido de revitalización. Por medio de colaboraciones continuas y coaliciones de largo plazo con organizaciones gubernamentales, del sector privado y de interés comunitario, estos centros urbanos sin fines de lucro se ocupan de las necesidades especiales de los residentes de la ciudad con problemas de crédito, brindando programas prácticos de autoayuda que les permiten trabajar para lograr la seguridad financiera y lograr la independencia económica.

En estos centros comunitarios, los asesores capacitados trabajan con los

participantes de los programas de asesoría de crédito durante un período de entre dos semanas y seis meses. Este programa es operado en los centros comunitarios que esta organización ha instalado en ocho ciudades del país. Este programa y otros similares funcionan para resolver las cuestiones que previamente han limitado las posibilidades de los consumidores de convertirse en clientes de un banco. Los asesores ayudan a los consumidores a resolver varios problemas limitantes, tales como los que pueden impedirles el acceso y apertura de líneas de crédito de bajo costo u otras cuestiones que obstaculicen su acceso a la vivienda propia.

Por medio de la implementación práctica de estos programas especializados destinados a fortalecer a los individuos en temas de crédito que están orientados a la obtención de resultados — incluyendo el fortalecimiento económico, herramientas digitales y educación económica — estos centros comunitarios pretenden satisfacer las necesidades especializadas de los residentes de la ciudad que están luchando por resolver sus problemas de crédito. El programa ofrece asistencia de asesoría de crédito persona a persona, identificando y trabajando para eliminar las barreras que impiden que aquellos individuos con problemas de crédito puedan alcanzar su potencial económico de manera integral. El objetivo de este programa de asesoría de crédito que pone especial énfasis en la autoayuda, es el de brindar a los consumidores un curso de corrección enfocado y asistido.

Asesoría de crédito y educación financiera para solicitantes de bancarrota

Los consumidores que enfrentan problemas financieros graves que pueden derivar en la declaración de bancarrota o quiebra deben saber que la nueva ley de quiebras les requiere recibir asesoría de crédito de parte de una agencia de asesoría aprobada por el Programa de la Sindicatura de los Estados Unidos (parte integrante del Departamento de Justicia) dentro de los 180 días previos a presentar su declaración de bancarrota.

La nueva ley también requiere que, como condición para recibir un descargo de la deuda, un consumidor declarado en bancarrota asista a un curso de instrucción de finanzas personales después de presentarse en bancarrota. El Programa de la Sindicatura de los Estados Unidos aprobará los cursos de instrucción financiera para este propósito y el Secretario de la Corte de Quiebras mantendrá a disposición del público una lista de los cursos aprobados a tal fin.

Estas disposiciones, que entraron en vigor el 17 de octubre de 2005, fueron adoptadas como parte de la ley llamada *Bankruptcy Abuse Prevention and Consumer Protection Act* (Ley de Prevención del Abuso de la Bancarrota y Protección del Consumidor) del año 2005, aprobada como ley el 20 de abril del 2005.

Resumen

Debido a que los consumidores estadounidenses están enfrentando un aumento de deudas, que confrontan ofrecimientos financieros confusos, que además están expuestos a programas que ofrecen soluciones rápidas para sus problemas financieros, los servicios de asesoría de crédito confiables desempeñan un papel de fundamental importancia para que los estadounidenses puedan hacer un manejo satisfactorio del crédito. Los esfuerzos de asistencia comunitaria deben promover servicios de asesoría de

crédito confiables para los consumidores y ayudar a las personas que los necesiten acercándolos a los servicios disponibles.

La asesoría de crédito no debe ser percibida simplemente como la opción de último recurso. Los consumidores deberían buscar la ayuda de un servicio de asesoría de crédito antes de enfrentarse a problemas más graves durante momentos de agobio financiero y antes de que se malogre su situación financiera o de declararse en bancarrota. Utilizados de manera efectiva, los servicios de asesoría de crédito pueden ayudar a los consumidores a evitar problemas financieros futuros.

Iniciativas de acción

Tácticas empleadas: Concientización pública, Integración, Momento educativo

4-1 Durante el tercer trimestre del año 2006, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos lanzará una campaña de multimedios de comunicación procurando mejorar la educación e información sobre informes de crédito y puntaje de crédito entre los consumidores. Además, la campaña invitará a los estadounidenses a obtener información sobre el manejo del crédito para consumidores visitando el sitio Web MyMoney.gov. Accediendo a este sitio Web, los estadounidenses pueden aprender más sobre historia de crédito, informes de crédito y puntaje de crédito.

4-2 Los consumidores deberían aprovechar las herramientas de manejo de crédito a su disposición tales como la solicitud de informe de crédito anual gratuito visitando en el Internet www.annualcreditreport.com , y telefónicamente llamando al 1-877-322-8228. Los consumidores deberían revisar la información registrada en sus informes, comprender de qué manera se utiliza, y saber cómo detectar errores y posibles instancias de robo de identidad.

4-3 Las entidades que extienden préstamos a consumidores deberían usar su experiencia exclusiva en el tema y los canales de distribución existentes para promover la educación sobre crédito entre sus clientes y el público en general. Entre los esfuerzos útiles a realizar podrán incluir el desarrollo y distribución de materiales educativos sobre crédito, apoyo de asesoría de crédito confiable o esfuerzos de educación financiera, referencias a recursos educativos de crédito o la creación y mantenimiento de otros programas educativos en temas financieros. Los esfuerzos pueden estar dirigidos a los adultos o a los jóvenes, pero tales esfuerzos de educación financiera deberían ser percibidos diferencialmente desde la perspectiva del consumidor de aquellos esfuerzos de comercialización institucionales.

4-4 Los consumidores deberían buscar servicios de asesoría de crédito confiables tempranamente, cuando recién se presentan los problemas financieros, para de esta manera, evitar la posibilidad de la bancarrota. Los prestamistas y organizaciones de servicios sociales deberían referir a los consumidores a servicios confiables de asesoría de crédito en el momento en que se inician las dificultades financieras.

Notas

1 Reserva Federal (n.d.). *G19 Consumer Credit,* Extraído el 2 de agosto de 2005 de http://www.Federalreserve.gov/releases/g19/hist/cc_hist_sa.html

2 American Bankruptcy Institute (n.d.). *Annual U.S. non-business bankruptcy filings by chapter 2000-2004.* Extraído el 2 de agosto de 2005 de www.abiworld.org/Template.cfm?Section=Press_Releases2&CONTENTID=12267&TEMPLATE=/ContentManagement/ContentDisplay.cf

3 Elliehausen, G.E., Lundquist, C., & Staten, M.E. (Enero de 2003). *The impact of credit counseling on subsequent borrower credit usage and payment behavior.* Washington, DC: Credit Research Center, Universidad de Georgetown.

4 Ibid.

5 Ibid.

6 Oficina de Contabilidad del Gobierno. (Marzo 2005). *Credit reporting literacy: Consumers understood the basics but could benefit from targeted educational efforts* (Report GAO-05-223). Washington, DC: Author.

7 Ibid.

8 Varias compañías privadas e instituciones de préstamo desarrollan programas de computación para calcular los puntajes de crédito. Las agencias de informes de crédito no generan puntajes de crédito pero en cambio funcionan como centros repositorios de las historias de crédito de los consumidores.

9 Oficina de Contabilidad del Gobierno. (Marzo 2005). *Credit reporting literacy: Consumers understood the basics but could benefit from targeted educational efforts* (Report GAO-05-223). Washington, DC: Author.

10 Actualmente, los informes de crédito gratuitos están disponibles en todos los estados, territorios y posesiones de los Estados Unidos y en el Distrito de Columbia.

11 Una agencia de asesoría de crédito con estatus 501(c)(3) bajo el Código del Servicio de Rentas Internas (IRS) está obligada a organizarse para suministrar servicios educativos o caritativos, o sea, es el estatus de agencia 501(c)(3) lo que la obliga a suministrar servicios educativos.

12 Comisión Federal de Comercio. (Marzo 2005). *Facts for consumers: For people on debt management plans: A must do list* (Para las personas en un plan de administración de deuda: Una lista de lo que deben hacer). Extraído el 26 de julio de 2005 de http://www.ftc.gov/credit/.

Comisión Federal de Comercio. (Noviembre 2003). *Fiscal fitness: Choosing a credit counselor (Salud fiscal: Cómo elegir un asesor de crédito)* y *Knee deep in debt (Endeudado hasta el cuello)* Ambas publicaciones extraídas el 26 de julio de 2005 del sitio Web de FTC sobre crédito http://www.ftc.gov/credit.

13 Ibid.

14 El informe anual del IRS titulado "Dirty Dozen" lista las estafas impositivas más notorias. El informe también les recuerda a los contribuyentes que deben tener cuidado con las promesas que les hagan acerca de eliminar impuestos u otras declaraciones que parezcan demasiado buenas para ser reales. Para consultar más información, véase www.irs.gov.

15 Véase también Jean Chatzk (Agosto 2005). *How to find a credit counselor that you can trust.* Extraído el 22 de agosto de 2005 de http://www.msnbc.msn.com/id/9034211l.

16 Comisión Federal de Comercio. (Marzo 2005). *Facts for consumers: Credit and your consumer rights (El crédito y sus derechos como consumidor), Comisión Federal de Comercio Choosing a credit counselor (Cómo elegir un asesor de crédito).* Extraído el 26 de mayo de 2005 del sitio Web de FTC sobre temas de crédito http://www.ftc.gov/credit/.

17 Ibid.

Capítulo 5
Protección del consumidor

Visión general

Las acciones de los consumidores mueven los mercados al punto que pueden determinar la diferencia entre el éxito y el fracaso de industrias y negocios. Los programas gubernamentales de protección al consumidor que tratan el fraude, el engaño y los quebrantamientos de privacidad perturbando la confianza de los consumidores debilitando su capacidad de tomar de decisiones.

Cuando los consumidores son estafados, pierden algo más que su dinero: pierden la fe en el mercado. Los consumidores conocen la importancia de seguir el principio *caveat emptor* (por cuenta y riesgo del comprador). Una economía vibrante no puede permitir que los consumidores pierdan la confianza en el mercado.

De acuerdo a los datos de la Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés), alrededor del 11 por ciento de los estadounidenses es estafado anualmente. La encuesta de FTC sobre fraude contra consumidores en los Estados Unidos, difundida en agosto del año 2004, demostró que aquellos consumidores que poseen altos niveles de deudas presentan un mayor riesgo de convertirse en víctimas del fraude.[1]

De los cuatro fraudes más comunes que han sido identificados por la encuesta

señalada anteriormente, tres están relacionados al crédito, incluidas las estafas de servicios de reparación de crédito. Frecuentemente, estos fraudes están dirigidos a personas con una gran cantidad de deudas, con escaso acceso al crédito o con antecedentes de crédito deficientes. De acuerdo a los datos proporcionados por el Departamento Federal de Investigaciones (FBI, por sus siglas en inglés), las personas de edad avanzada son frecuentemente un blanco para los estafadores.[2] FTC, los Fiscales Generales estatales y otras agencias de protección del consumidor a nivel federal, estatal y local persiguen este tipo de fraudes aplicando medidas severas de cumplimiento de la ley.

De todas las amenazas que enfrentan los consumidores en el mercado, una de las más complicadas es el robo de identidad. FTC ha hallado que casi 10 millones de personas son víctimas del robo de identidad anualmente; este delito puede involucrar el uso indebido de cuentas existentes o el establecimiento fraudulento de cuentas nuevas a nombre de las víctimas. En términos monetarios esto representa aproximadamente $48 mil millones en pérdidas para los negocios, alrededor de $5 mil millones en pérdidas para las víctimas individuales afectadas y casi 300 horas por víctima en términos de tiempo invertido en intentar resolver los problemas relacionados con este delito. Aunque los casos de personas a cuyos nombres se abrieron cuentas nuevas representan un tercio del total de víctimas, éstas sufrieron dos tercios del perjuicio.[3]

Durante el año 2004, el robo de identidad encabezó la lista de fraude contra consumidores recibidas por FTC, contabilizando el 39 por ciento del total de quejas presentadas ante la Comisión durante el año citado. De hecho, FTC recibe entre 15,000 y 20,000 contactos semanales de parte de víctimas del robo de identidad y de otros consumidores que desean saber cómo protegerse de este delito o cómo mitigar los riesgos.[4]

Recientemente, los empleadores y las entidades comerciales que poseen archivos electrónicos con información de identificación personal se han convertido en el blanco de los ataques de los ladrones de identidad. Este hecho representa otra vulnerabilidad para la perpetración del delito de robo de identidad y otra razón más que indica la necesidad de que los consumidores sepan de la existencia del robo de identidad y la forma de lidiar con sus consecuencias.

Retos

Una de las claves para reducir el fraude es transmitir el mensaje a los consumidores en aquellos momentos en que se encuentran receptivos al aprendizaje y al cambio de comportamientos, como por ejemplo, cuando se enfrentan a una dificultad económica o han sido víctimas de un fraude de crédito o de robo de identidad. La educación puede facilitar a los consumidores las herramientas necesarias para reconocer, evitar y denunciar las prácticas fraudulentas o engañosas, y también es esencial para la protección del individuo.

Temas relacionados con la protección del consumidor

1. Cómo brindar educación a los consumidores sobre las formas de reducir el riesgo del robo de identidad

Uno de los bienes financieros más importantes de un consumidor es su historia de crédito. Los ladrones de

identidad buscan despojar a un creciente número de estadounidenses de la buena reputación de crédito que intentaron crear. El robo de identidad es un delito malicioso; y hasta es posible que muchos consumidores ni siquiera se den cuenta de que han sido víctimas del mismo. La mayor parte de los consumidores se percata de que ha sido víctima del robo de identidad al recibir una factura de una cuenta de tarjeta de crédito que ellos no abrieron, o cuando encuentran en sus informes de crédito deudas no contraídas, al advertir que durante un período de facturación no recibieron un resumen de cuenta o cuando encuentran en un resumen de cuenta cargos que no fueron firmados o autorizados por ellos o que no tienen conocimiento sobre la procedencia de estos.

Las entidades gubernamentales, como por ejemplo FTC, están trabajando para garantizar que los estadounidenses estén mejor informados sobre el robo de identidad. A través de la tarea llevada a cabo por coaliciones del sector público y privado, los consumidores continúan aprendiendo más sobre los signos que pueden estar indicando el robo de identidad, los pasos preventivos, los derechos legales individuales y la manera de ejercer estos derechos en caso de que se produzca un incidente. Las campañas nacionales de concientización pública también son mecanismos funcionales para ayudar a los estadounidenses a continuar recibiendo importantes mensajes sobre la protección del consumidor.

Las iniciativas de educación pública, por ejemplo, las que han sido establecidas por la Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés), el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos (DOT, por sus siglas en inglés), el Servicio de Inspección Postal de los Estados Unidos (USPIS, por sus siglas en inglés) y por el comité directivo compuesto por el sector público y privado que produce la *Semana Nacional de Protección del Consumidor* son de particular utilidad para destacar los temas relacionados al robo de identidad.

Comisión Federal de Comercio (FTC)

De todas las agencias federales, es la que ha tomado la iniciativa en el terreno del desarrollo y difusión de información para consumidores sobre el robo de identidad, tanto en inglés como en español. FTC publicó un folleto titulado *ID Theft: What's It All About?* (Todo sobre el robo de identidad), con el fin de incrementar el conocimiento de los consumidores y para ayudarlos a minimizar el riesgo del robo de identidad. Otro folleto de FTC, titulado *Take Charge: Fighting Back Against Identity Theft* (Tome control: Defiéndase contra el robo de identidad), es una guía sobre el proceso de recuperación de las víctimas en la cual se describen los pasos a seguir, los derechos legales, la manera de manejar los problemas específicos que pueden encontrar en el proceso de restauración de su reputación y los puntos a los que se debe prestar atención en el futuro. Esta guía también incluye el formulario *ID Theft Affidavit*, que es una declaración jurada desarrollada para consumidores damnificados, funcionarios a cargo del cumplimiento de la ley y otorgantes de crédito que puede ser utilizada por las víctimas para disputar con sus acreedores las cuentas que han sido establecidas sin autorización. Todas las publicaciones de FTC sobre robo de identidad y crédito incluyen información sobre los derechos otorgados a los consumidores por la ley FACT.

FTC también administra la base de datos centralizada de casos de robo de identidad llamada Identity Theft Data Clearinghouse,

que es el centro del gobierno federal de información sobre robo de identidad y su base de datos para las quejas presentadas por robo de identidad. FTC mantiene una línea de asistencia telefónica gratuita (1-877-IDTHEFT) y un formulario de queja electrónico en www.consumer.gov/idtheft.

La campaña de educación para consumidores y negocios sobre robo de identidad incluye otros materiales, entre los que se encuentran el envío postal de circulares informativas a los medios de comunicación, anuncios de servicio público por radio y presentaciones de funcionarios en entrevistas de programas de radio y televisión emitidos nacional y localmente. Las recomendaciones para los consumidores de FTC acerca de la manera de reducir el riesgo de convertirse en víctimas del robo de identidad o la forma de lidiar con sus consecuencias han sido reproducidas en miles de emisiones de radio y televisión, artículos de periódicos y revistas y en sitios Web.

Ciertamente, muchas agencias que velan por el cumplimiento de la ley, organizaciones de protección del consumidor e instituciones financieras han impreso, distribuido o adaptado la información para consumidores de FTC sobre el robo de identidad. Una asociación nacional de personas jubiladas colaboró con la campaña de FTC acerca del robo de identidad para darle un mayor alcance imprimiendo 500,000 ejemplares en inglés y 30,000 en español de la publicación *ID Theft: What It's All About*. La asociación imprimió estos ejemplares bajo su sello y los distribuyó a través de sus oficinas estatales durante la realización de eventos, foros, ferias y "universidades de consumo". Una de las principales cadenas de supermercados, la Administración del Seguro Social (SSA, por sus siglas en inglés), la Corporación Federal de Seguros de Depósito (FDIC, por sus siglas en inglés), el Servicio Secreto de los Estados Unidos (USSS, por sus siglas en inglés) y dos compañías nacionales de tarjetas de crédito son algunas de las demás entidades que han adaptado la información de FTC y que han distribuido sus materiales entre su público y clientes.

Departamento del Tesoro

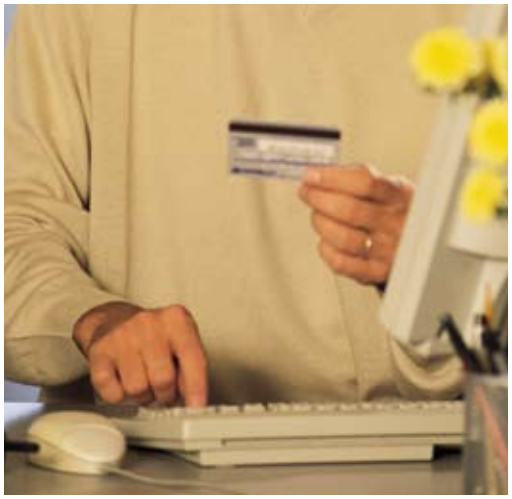
El Departamento del Tesoro de los Estados Unidos difundió un informe público titulado *The Use of Technology to Combat Identity Theft* (Uso de la tecnología para combatir el robo de identidad), cuyo contenido se centra en las tecnologías biométricas disponibles para verificar la identificación de los clientes durante sus transacciones financieras.
Este informe, que está disponible en www.treas.gov/offices/domestic-finance/financialinstitution/cip/biometrics_study.pdf, también examina varias tecnologías no biométricas utilizadas actualmente por las instituciones financieras para impedir y detectar delitos de robo de identidad. El Departamento del Tesoro prevé mejoras continuas en las tecnologías no biométricas junto con un creciente uso de la seguridad biométrica y productos relacionados a la identidad sobre una base caso por caso, pero cree que las tecnologías biométricas no son una solución única e infalible para reducir el robo de identidad.

En el año 2004, el Departamento del Tesoro, trabajando conjuntamente con otros integrantes del gobierno federal y con el sector de servicios financieros, difundió un informe titulado *Lessons Learned by Consumers, Financial Sector Firms, and Government Agencies During the Recent Rise of Phishing Attacks* (Lecciones aprendidas por los consumidores, compañías del sector financiero y agencias

gubernamentales durante el reciente incremento de los ataques de la práctica denominada "phishing"). Esta publicación, describe las medidas que pueden tomar los consumidores para prevenir el perjuicio causado por la práctica denominada "phishing" — que consiste en obtener la información personal de los consumidores mediante engaño — y cómo reaccionar si reciben un mensaje de correo electrónico de este tipo o si se convierten en víctimas de esta práctica.

Servicio de Inspección Postal

USPIS, trabaja junto a otras agencias estatal es y locales y con otras partes interesadas del gobierno y de la industria para ayudar a prevenir, investigar y juzgar los delitos que involucran la identidad de las personas. Los inspectores del Servicio Postal de los Estados Unidos USPIS tienen a su cargo la tarea de investigar los delitos de identidad y de índole financiera que involucren al correo de los Estados Unidos. El Servicio de Inspección Postal ha producido y distribuido un DVD titulado *Identity Crisis* (Crisis de identidad) en el cual se presenta una visión dramática de una pareja damnificada por el robo de identidad, los delincuentes que los defraudan y las consecuencias devastadoras sufridas por los protagonistas. La película proporciona recomendaciones sobre la manera en que pueden actuar los individuos para protegerse preventivamente contra los delitos que comprometen la identidad y los pasos que pueden tomar en caso de convertirse en víctimas del mismo.



DVD del Departamento del Tesoro

El Departamento del Tesoro desarrolló un DVD que tiene por propósito enseñarles a los consumidores la manera de impedir y detectar el robo de identidad y las medidas a tomar en caso de convertirse en víctimas de este delito. El DVD titulado *Identity Theft: Outsmarting the Crooks* (Robo de identidad: Cómo ser más listo que los malhechores), examina el costo del delito de robo de identidad. A causa del este problema, el año pasado los consumidores tuvieron que invertir más de 250 mil millones de horas para reparar el daño ocasionado a sus registros. Además del costo que este delito le inflige a los consumidores, las compañías comerciales y financieras pierden miles de millones de dólares cada año. El DVD presenta la historia real de una víctima y resalta la importancia de actuar rápidamente para resolver la situación. El debate desarrollado por el panel de representantes del sector financiero y funcionarios gubernamentales enfatiza el valor de la colaboración de la industria, el gobierno y los consumidores en la tarea de combatir este delito tanto en el mundo cibernético como en el físico.

En el DVD, un grupo de representantes del sector financiero y de funcionarios gubernamentales debate sobre el robo de identidad, el modo de operación de los ladrones de identidad y cuáles son los pasos específicos que podemos

tomar como individuos para salvaguardar nuestra información vulnerable. Los espectadores de este DVD aprenderán que tomando medidas de sentido común, pueden ayudar a detener el accionar de los ladrones de identidad. Los espectadores también descubrirán que presentar una denuncia policial puede ayudar a acelerar el proceso de recuperación del robo de identidad. Una biblioteca de recursos contiene información adicional, folletos, formularios y sitios Web de ayuda para los consumidores.

Durante el primer trimestre del año 2006, el Departamento del Tesoro pondrá el DVD a disposición del público en el sitio Web MyMoney.gov y también se podrá solicitar a través de la línea telefónica gratuita 1-888-MyMoney.

Semana Nacional de Protección del Consumidor

La Semana Nacional de Protección del Consumidor (NCPW, por sus siglas en inglés) está diseñada con el propósito de destacar los esfuerzos de protección y educación del consumidor realizados en todo el país. Cadas mes de febrero, un comité directivo integrado por representantes de agencias gubernamentales y grupos del sector público y privado trabaja mancomunadamente para seleccionar y elaborar un tema oportuno del interés de los consumidores. Por ejemplo, para la campaña del año 2005, las entidades se asociaron para brindar información educativa a los consumidores y a los negocios sobre el robo de identidad. El tema de la NCPW del año 2004 se ocupó de los beneficios de la educación financiera. Todos los años, el sitio Web del comité directivo de la NCPW ofrece un conjunto de materiales de prensa para despertar el interés en el tema que incluye un modelo de comunicado de prensa, cartas para los editores, textos editoriales, anuncios de servicio público de radio, afiches, materiales educativos e ideas para promocionar el evento.

La NCPW está organizada por una coalición de organizaciones, entre las que se incluyen FTC, el Centro Federal de Información para Ciudadanos (FCIC, por sus siglas en inglés), la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por sus siglas en inglés), la Corporación Federal de Seguros de Depósito (FDIC, por sus siglas en inglés), la Oficina de Asistencia a Víctimas del Delito del Departamento de Justicia, USPS, y USPIS. Esta coalición también está integrada por una asociación nacional que agrupa a líderes de agencias de consumidores, una organización nacional de consumidores, una asociación nacional de personas jubiladas, una organización nacional que representa a negocios locales, una agencia líder en temas de derechos y protección de los consumidores, la Asociación Nacional de Fiscales Generales (NAAG), una asociación nacional que reúne a líderes de asuntos del consumidor, la Oficina de Protección de Privacidad de California, la Oficina del Fiscal General de Ohio, un centro de recursos sin fines de lucro enfocado en temas de robo de identidad y un centro de aprobación de materiales que opera sin fines de lucro que se ocupa de temas de derechos de privacidad.

Resumen

La educación es la línea principal de defensa de los consumidores contra una variedad de prácticas desleales, engañosas y equívocas presentes en el mercado. Los consumidores pueden aprender a evitar, identificar y denunciar una variedad de amenazas accediendo a los materiales educativos que difunden los

medios de comunicación y que ofrecen las agencias gubernamentales estatales y locales, las organizaciones comunitarias y aquellas que abogan por los derechos de sus representados, las escuelas y otras fuentes confiables de recursos.

2. Cómo protegerse de las ofertas de negocios fraudulentas

Algunos estadounidenses pueden ser engañados por oportunidades de negocio ficticias y otros esquemas dudosos para ganar dinero que también es posible que sean utilizados por los defraudadores para acceder a la información financiera de los consumidores y a sus recursos financieros. Estos esquemas fraudulentos plantean peligros reales a aquellos estadounidenses que están a la búsqueda de oportunidades de negocio para invertir su dinero.

Para evitar fraudes, FTC ejercita severas medidas de cumplimiento de ley y pone a disposición de los consumidores herramientas educativas creativas para incrementar el conocimiento del público de las oportunidades de negocio fraudulentas debido a que potencialmente éstas pueden afectar a largo plazo a los consumidores. FTC está expandiendo sus esfuerzos para alertar a los consumidores y permitirles reconocer, evitar y denunciar fraudes de todo tipo, entre los que se incluyen estafas de préstamos con cargo adelantado, planes de protección de pérdida de tarjeta de crédito y estafas de servicios de reparación de crédito.

El proyecto de FTC llamado *Project Biz Opp Flop* (Proyecto para el fracaso de las oportunidades de negocio fraudulentas) es un claro ejemplo de la metodología utilizada por la agencia para concientizar sobre uno de los temas principalmente relacionados a la protección del consumidor.

Proyecto Biz Opp Flop

Las estafas de oportunidades de negocio apelan al aspecto optimista presente en cada uno de nosotros, exhortando a los consumidores con mensajes tales como "¡Sea su propio jefe!" Estas estafas representan una preocupación especial para FTC debido a que frecuentemente buscan sus presas entre aquellos consumidores que están intentando construirse un futuro económico sólido y por lo tanto, contra los individuos más desaventajados para soportar las estafas. FTC ataca estas estafas en dos frentes: a través de acciones de cumplimiento de ley coordinadas y mediante la educación de los consumidores.

Por ejemplo, recientemente FTC lanzó la *Operation Biz Opp Flop*, un esfuerzo cooperativo de ejecución de la ley civil y penal para castigar severamente el fraude de oportunidades de negocio, incluyendo las estafas de franquicias y trabajo en casa. Este esfuerzo abarcó seis casos de FTC dirigidos contra esquemas que defraudaron a los consumidores por un monto de aproximadamente $100 millones y más de 100 acciones civiles y penales entabladas por el Departamento de Justicia, el Servicio de Inspección Postal y 14 estados.

Con el objetivo de llegar a los consumidores que buscan oportunidades de negocio utilizando el Internet, el esfuerzo también incluyó el lanzamiento de un sitio Web ficticio que despierta la curiosidad de las personas que están a la búsqueda de oportunidades de negocio y que en realidad proporciona valiosa información sobre cómo evitar convertirse en víctima de un fraude de este tipo. El sitio Web de *Sundae Station* (La estación de los helados) localizado en www.wemarket4u.net/sundaestation, luce como un ofrecimiento de una oportunidad de

negocio ideal para operar una máquina de cremas heladas. El sitio contiene las típicas declaraciones utilizadas para ganar dinero rápidamente a cambio de un esfuerzo mínimo. Cuando los consumidores presionan en los enlaces del supuesto anuncio, se enteran de que en realidad se trata de un material educativo para consumidores puesto en línea por FTC que contiene orientación para reconocer y evitar las estafas de oportunidades de negocio. El sitio Web *Sundae Station* forma parte de una campaña de educación más extensa que abarca también a los medios de comunicación, la distribución de folletos, mensajes electrónicos, mensajes de servicio público para las secciones de anuncios clasificados de los periódicos y breves columnas publicadas en periódicos.

La cooperación entre FTC y las autoridades de ejecución competentes — y la cobertura de prensa resultante de su tarea — envía un mensaje claro a los estafadores de oportunidades de negocio: las autoridades están alertas; y si usted opta por comprometerse en un fraude, lo encontrarán y clausurarán sus operaciones. Como resultado de las campañas públicas, estos estafadores oportunistas también están empezando a percatarse de que como resultado de sus delitos podrían pasar cierto tiempo en la cárcel.

Resumen

Los esfuerzos de educación pública deben acompañar a cada anuncio de cumplimiento de ley relacionado con la protección del consumidor. Este tipo de actividades de asistencia comunitaria desempeña un papel importante en la educación de los consumidores acerca de los fraudes que aparecen en el mercado, también respecto a las maneras de reconocer y evitar el fraude y cómo reaccionar en caso de convertirse en víctimas del mismo.

3. Cómo proteger a las personas de edad avanzada de las amenazas dirigidas contra los consumidores

Muchos delincuentes optan por buscar sus víctimas entre los estadounidenses de edad avanzada. Como resultado de los esfuerzos de educación y de su participación en campañas lanzadas por organizaciones como las Oficinas de los Fiscales Generales de Florida y Kentucky, cada vez son más las personas de edad avanzada que están en mejores condiciones de defenderse a sí mismas del fraude perpetrado contra los consumidores, incluido el robo de identidad.

Oficina del Fiscal General de Florida

La Oficina del Fiscal General de Florida, conciente de las amenazas específicas de fraude dirigidas contra las personas de edad avanzada y procurando brindar educación a los residentes para mantenerlos informados sobre las formas de evitar este tipo de riesgos, estableció el proyecto llamado *Seniors vs. Crime Project* (Proyecto personas de edad avanzada versus el delito). Este programa, destinado principalmente a personas de edad avanzada, es llevado a cabo por voluntarios y tiene como propósito reforzar el mensaje de la prevención del delito y proporcionar los medios específicos para alertar a la población anciana de Florida sobre el fraude contra consumidores y otros actos delictivos. Al día de hoy, el programa *Seniors vs. Crime* ha capacitado a más de 2,000 voluntarios en todo el estado para que colaboren con este esfuerzo de educación pública.

Seniors vs. Crime comenzó como un programa de seminarios de prevención

del delito para los residentes de Florida de edad avanzada, y al mismo tiempo para impartir una extensa capacitación a los funcionarios encargados de velar por el cumplimiento de la ley y otras personas que se desempeñan en el ámbito de la justicia penal con el objeto de que lograran una mejor comprensión del impacto que tiene la población de edad avanzada de Florida sobre sus tareas. A partir del lanzamiento del programa, se han establecido centros de servicio al público en los cuales las personas de edad avanzada pueden presentar denuncias de posibles fraudes o solicitar información adicional.

Oficina del Fiscal General de Kentucky

La Oficina del Fiscal General de Kentucky trabaja en colaboración con los funcionarios locales encargados de velar por el cumplimiento de la ley en la operación de un programa de prevención y protección del consumidor llamado *Senior Crime College (Escuela para personas de edad avanzada para la prevención del delito)*. El programa *Senior Crime College* está diseñado para enseñarles a las personas de edad avanzada la manera de reconocer los delitos potenciales antes de que se produzcan informándolos acerca de las técnicas usadas más comúnmente por los perpetradores e indicándoles a quiénes deben alertar en caso de identificar una estafa o si resultan damnificados. Este programa que comenzó en 1998, ha brindado educación a miles de personas de edad avanzada de Kentucky sobre varios tópicos de protección del consumidor como por ejemplo el fraude de telemercadeo, fraude de trabajos de mejoras y reparaciones de viviendas, robo de identidad y fraudes de concursos y sorteos. Mensualmente se realiza un promedio de cuatro programas, en este caso. Los representantes de la oficina del Fiscal General y funcionarios locales encargados del cumplimiento de la ley se trasladan hasta los centros e instalaciones comunitarias de la tercera edad. Para complementar el programa *Senior Crime College*, la oficina del Fiscal General también distribuye un manual de prevención del delito dirigido a personas de edad avanzada.

Resmen

Al saber que frecuentemente las personas de edad avanzada son un objetivo de los perpetradores del fraude, es necesario que los esfuerzos generales de protección del consumidor llevados a cabo por las organizaciones del sector público y privado contemplen de manera especial las necesidades de este grupo. Los programas, materiales y tareas de asistencia comunitaria deben ocuparse explícitamente de las personas de edad avanzada y facilitarles a las víctimas los medios para denunciar el fraude.

Iniciativas de acción

Tácticas empleadas: Concientización pública, coaliciones, materiales de calidad

5-1 Los estadounidenses deberían aprender más sobre la prevención y recuperación del perjuicio producido por el robo de identidad a través de la utilización de los materiales del gobierno federal. Los medios de comunicación, las compañías privadas y las entidades sin fines de lucro pueden colaborar con los esfuerzos realizados por el gobierno federal para aumentar el conocimiento de los consumidores orientándolos a que consulten en el Internet MyMoney.gov y www.consumer.gov.

5-2 Durante el primer trimestre del año 2006, el Departamento del Tesoro pondrá a disposición del público el DVD titulado *Identity Theft: Outsmarting the Crooks* en el sitio Web MyMoney.gov que también podrá solicitarse a través de la línea telefónica gratuita 1-888-MyMoney.

Notas

[1] Comisión Federal de Comercio: Informe del personal de FTC sobre la encuesta Consumer Fraud in the United States: An FTC Survey. Agosto 2004. www.ftc.gov/reports/consumerfraud/040805confraudrpt.pdf.

[2] Departamento Federal de Investigaciones: www.fbi.gov/majcases/fraud/seniorsfam.htm

[3] Ibíd.

[4] Ibíd.

Capítulo 6

Derechos de los contribuyentes

Visión general

Casi para todos los estadounidenses, comprender los derechos y responsabilidades como contribuyentes al sistema fiscal es un componente esencial de los conocimientos financieros. A medida que ha ido evolucionando la economía estadounidense, las disposiciones del Código Fiscal han proliferado y aumentado en complejidad. La exploración del complicado laberinto del Código Fiscal es un reto cada vez mayor para muchas personas. La tarea de simplificar el Código Fiscal es una cuestión importante que atrae la atención a los niveles más altos del gobierno. El presidente George W. Bush convirtió esta tarea en parte de su agenda de reformas, proyectando su plan en el Discurso del Estado de la Unión del año 2005. "Año tras año, los estadounidenses se sienten abrumados por un Código Fiscal Federal arcaico e inconsistente. He nombrado un panel bipartidario para que examine el Código Fiscal de principio a fin. Y cuando nos entreguen sus recomendaciones, ustedes (el Congreso de los Estados Unidos) y yo trabajaremos juntos para darle a esta nación un Código Fiscal a favor del crecimiento, fácil de comprender y justo para todos".

En enero del año 2005, el Presidente nombró un panel sesor bipartidario sobre la Reforma Fiscal Federal, encabezado por los senadores federales Connie

Mack y John Breaux, para elaborar recomendaciones a fin de hacer que el Código Fiscal sea más justo para todos los estadounidenses; más sencillo para que todos puedan comprenderlo y a favor del crecimiento para impulsar nuestra economía. El panel también tiene a su cargo la tarea de elaborar recomendaciones neutrales en cuanto a los aquileres, la consideración de la importancia de tener una vivienda propia y las donaciones caritativas. El panel se reunió alrededor del país para escuchar a expertos, economistas, abogados y contribuyentes. Estudiaron la información que se les presentó y elaboraron recomendaciones claras. Tales recomendaciones se presentaron ante el Secretario del Tesoro de los Estados Unidos John W. Snow el 1° de noviembre del año 2005, dando comienzo al diálogo que moldeará el futuro de la política fiscal. Su consejo es el punto de partida, y el Departamento del Tesoro está revisando actualmente sus recomendaciones y considerándolas detenidamente antes de entregar sus recomendaciones al Presidente.

Debido a la complejidad de la legislación fiscal federal, muchos estadounidenses actualmente necesitan asistencia de terceros (pagada o voluntaria) para presentar sus declaraciones de impuestos. De hecho, más del 60 por ciento de los estadounidenses utiliza servicios de preparación de declaraciones de impuestos y gastan más de $140 mil millones anualmente en tales servicios. Muchos contribuyentes se centran estrictamente en cumplir con sus obligaciones — es decir, pagar la cantidad que deben al gobierno. No obstante, los contribuyentes también tienen derechos, al igual que obligaciones, y los contribuyentes educados son conscientes de ambos. El Código Fiscal Federal estipula que algunas personas, como aquellas con discapacidades, personas de edad avanzada, personas de bajos ingresos a medios, individuos desempleados y otros grupos, pueden ser elegibles para diversos beneficios disponibles por medio de programas federales e incentivos fiscales. A menudo, este apoyo resulta crucial, y en algunos casos incluso acerca un poco más a los contribuyentes de ingresos bajos o la estabilidad financiera.

Retos

Muchos contribuyentes no reciben la ayuda fiscal que tienen derecho a obtener. Para comprender por qué sucede esto hay que considerar dos factores principales. En primer lugar, los contribuyentes (tanto personas como negocios), no reciben beneficios automáticamente sino que deben tomar la iniciativa de iniciar el trámite para reclamar el beneficio. No obstante, esto lleva consigo el segundo aspecto: los contribuyentes, deben conocer primero los beneficios a los que tienen derecho. Un enfoque clave de las campañas de información pública e iniciativas educativas es que traten el tema de cómo conseguir que los contribuyentes conozcan los beneficios para los cuales son elegibles en virtud del Código Fiscal Federal.

Los derechos de los contribuyentes se ponen en peligro cuando éstos no conocen toda la variedad y el ámbito de los programas e iniciativas disponibles. El aumento de la información pública ofrece el potencial de maximizar el acceso de los contribuyentes a recursos que simplifican el proceso de pago de impuestos, e incrementan la utilización de programas y derechos a los que tienen derecho los contribuyentes.

Temas relacionados con los derechos de los contribuyentes

1. Cómo ayudar a los individuos para identificar y utilizar los programas y servicios disponibles

Las personas pueden ser elegibles para beneficios fiscales por una serie de motivos. Las personas con discapacidades y/o sus cuidadores, personas de edad avanzada, personas de ingresos módicos, individuos desempleados y demás pueden ser elegibles para recibir beneficios valiosos. Los beneficios fiscales se organizan a nivel tanto nacional como comunitario y pueden tener forma de créditos fiscales, asistencia para la preparación de impuestos o incluso representación directa.

Créditos fiscales

Cuando los contribuyentes no ejercitan sus derechos, están renunciando a miles de millones de dólares en beneficios no reclamados. Los que ejercitan sus derechos consiguen una devolución significativa. Es decir, 21 millones de contribuyentes estadounidenses de bajos ingresos y empleados reciben aproximadamente $38,000 millones reclamando el Crédito Fiscal por Ingresos (Earned Income Tax Credit o EITC, por sus siglas en inglés), una medida diseñada para asistir a estadounidenses de bajos ingresos. Sin embargo, millones de contribuyentes elegibles para el crédito no lo reclaman, renunciando así a miles de millones de dólares cada año. EITC es solamente uno de muchos créditos disponibles para beneficiar a estadounidenses empleados y de ingresos módicos.

Otros contribuyentes saben que son elegibles para beneficios, pero ignoran su elegibilidad para obtener otros beneficios. Por ejemplo, los contribuyentes que reciben el Ingreso Suplementario del Seguro (Supplemental Security Income o SSI, por sus siglas en inglés), con frecuencia ignoran otros beneficios a los que tienen derecho en virtud del Código Fiscal Federal. Asimismo, una encuesta Harris del año 2004 determinó que el 83 por ciento de las personas con discapacidades nunca reclamó créditos fiscales o deducciones relacionados con el trabajo; y menos de la mitad de las personas con discapacidades que son propietarias de viviendas reclamaron deducciones de intereses hipotecarios.

Programas Nacionales de Preparación de Impuestos por Voluntarios

Las personas que tienen derecho a recibir EITC, SSI y otros beneficios federales pueden maximizar sus oportunidades acudiendo a preparadores de impuestos voluntarios, quienes con frecuencia están disponibles a través de una gama de organizaciones federales, sin fines de lucro y religiosas. Por ejemplo, los trabajadores de bajos ingresos pueden obtener asistencia del programa de IRS de Asistencia Voluntaria con el Impuesto a los Ingresos — (Voluntary Income Tax Assistance o VITA, por sus siglas en inglés).

VITA proporciona asistencia a aquellas personas que necesitan ayuda para preparar sus declaraciones de impuesto sobre los ingresos, poniendo en contacto a contribuyentes y voluntarios capacitados para preparar declaraciones de impuestos federales básicas. VITA ofrece asistencia fiscal gratuita a personas cuyos ingresos son $36,000 o menos. Los voluntarios patrocinados por diversas organizaciones reciben capacitación para preparar declaraciones de impuestos básicas en comunidades de toda la nación. Los centros VITA generalmente se encuentran en centros comunitarios y de vecindario, bibliotecas, escuelas, centros comerciales y otros lugares convenientes. También, en algunos lugares, los participantes pueden recibir un envío electrónico de las declaraciones de impuestos completadas. El sitio Web de VITA es http://www.irs.gov/individuals/article/0,,id=107626,00.html.

IRS también patrocina programas para asistar a los contribuyentes de ciertos grupos, incluyendo, por ejemplo, a las personas de edad avanzada y al personal militar. El Programa de Asesoría Fiscal para las Personas de Edad Avanzada (Tax Counseling for the Elderly o TCE, por sus siglas en inglés), ofrece asistencia fiscal gratuita a personas mayores de 60 años de edad, y durante la temporada de preparación de impuestos, los asesores voluntarios de Tax-Aide ofrecen asesoría fiscal a contribuyentes de ingresos módicos a medios, especialmente aquellas personas mayores de 60 años de edad. El Consejo Fiscal de las Fuerzas Armadas ofrece coordinadores de programas fiscales para miembros del Ejército, la Aviación, la Marina, el Marine Corps y la Guardia Costera. Por medio de sitios VITA militares, el personal de las fuerzas armadas puede recibir asesoría fiscal gratuita, preparación de impuestos y asistencia al personal militar y sus familias en todo el mundo. Además, las personas con discapacidades pueden recibir información sobre beneficios fiscales y asistencia por medio de una campaña nacional de colaboración para temas de impuestos y agencias locales de servicios sociales.

Una organización local de servicios sociales ofrece preparación de impuestos gratuita a contribuyentes de bajos ingresos en Florida

Con frecuencia, la ayuda gratuita para la preparación de impuestos existe a nivel local. Tales servicios dan la asistencia necesaria a aquellos que requieren de ayuda para explorar las disposiciones actuales del Código Fiscal.

Por ejemplo, los contribuyentes de una ciudad en Florida que buscan asistencia para obtener los beneficios fiscales a los que tienen derecho tienen acceso a un programa que les permite acudir a organizaciones locales para recibir ayuda. Esta iniciativa intenta ayudar a los individuos y a las comunidades promoviendo la participación de los ciudadanos, la justicia económica y la mejora del acceso a servicios de salud y humanos. Un objetivo clave de esta campaña es aumentar la información pública e incrementar el número de trabajadores de bajos ingresos del área que reclaman el reintegro federal EITC.

Lanzado por primera vez en el año 2002, durante su primer año el programa generó $62 millones adicionales de ingresos para los residentes del área al aumentar significativamente las reclamaciones de EITC. Con el efecto multiplicador del gasto local, el impacto del lanzamiento inaugural del programa se estima en $250,000 millones para la economía local. En una ciudad de Florida, el programa ayudó a 9,258 residentes en la temporada de impuestos del año 2004, logrando

ahorrar más de $800,000 en gastos de preparación de impuestos. Además, la campaña ayuda a los consumidores a presentar declaraciones de impuestos electrónicas, y estimula a los contribuyentes que no poseen cuentas bancarias a abrir cuentas en bancos o cooperativas de crédito para permitir el depósito directo de los reintegros de impuestos.

Para lograr esto, el programa trabaja con 6,000 voluntarios comunitarios capacitados por IRS que se elijen de un amplio espectro de grupos comunitarios, organizaciones religiosas, encargados de elaborar leyes y reglas, negocios e individuos. Los servicios gratuitos de preparación de impuestos se ofrecen a los consumidores que los necesitan, siendo un servicio que aumenta el volumen general de reclamaciones de EITC en las comunidades. Un objetivo adicional de la iniciativa es promover la educación financiera en general y mejorar la capacidad de los trabajadores de crear patrimonio, haciéndolos conocedores de las instituciones financieras de buena reputación y de programas de desarrollo de bienes.

Servicio de representación de contribuyentes

Para resolver problemas relacionados con los impuestos, los contribuyentes individuales y de negocios tienen acceso a recursos útiles, incluyendo asesoría gratuita y confidencial. El Servicio de Representación del Contribuyente (TAS, por sus siglas en inglés) está disponible para proporcionar asistencia con estos temas.

Aunque TAS es parte de IRS, evita el conflicto de intereses por medio de su independencia legal, y sus representantes de caso trabajan en nombre de los contribuyentes para garantizar que se resuelvan correctamente los problemas. TAS tiene autoridad para indicar a IRS que interrumpa ciertos cobros inminentes hasta que el contribuyente haya tenido la oportunidad de hablar con personal de IRS sobre sus alternativas. Para solicitar servicios de un representante de TAS, los contribuyentes deben ponerse en contacto con TAS llamando a su número gratuito.

Asimismo, todos los contribuyentes tienen derecho a obtener representación para resolver conflictos sobre sus impuestos federales. Dependiendo de su nivel de ingresos, las clínicas para contribuyentes de ingresos módicos (Low-Income Taxpayer Clinics o LITC, por sus siglas en inglés), representan a los contribuyentes de ingresos módicos ante IRS en conflictos de impuestos federales, gratis o por una cantidad minima.

TAS también administra un programa de subsidios para LITC. Los centros reciben financiamiento parcial de IRS. Tanto los centros como los voluntarios son totalmente independientes y no están afiliados con el gobierno federal sino que operan a través de organizaciones sin fines de lucro o instituciones académicas. Las clínicas LITC también ofrecen educación fiscal y asistencia comunitaria para contribuyentes que hablan inglés como su segundo idioma. Existe una lista de LITC disponible en el sitio Web de IRS.

Resumen

Existe una serie de beneficios fiscales para los contribuyentes estadounidenses. Al aprovechar los créditos y servicios descritos, los contribuyentes pueden comprender mejor sus derechos y optimizar sus declaraciones de impuestos, tanto personales como de negocios. El incremento de los

conocimientos de los contribuyentes les permite obtener todos los beneficios a aquellos individuos elegibles en virtud del Código Fiscal Federal.

2. Cómo educar y concientizar a individuos y empleadores

La educación y la asistencia comunitaria son esenciales para que los contribuyentes conozcan los beneficios que tienen a su disposición como parte del Código Fiscal Federal. Al igual, que se han mencionado algunos programas, esta sección de la *Estrategia Nacional* se concentra en los aspectos de educación y de asistencia comunitaria de estos programas. La educación y la asistencia comunitaria se diseñan frecuentemente para tratar las necesidades de los contribuyentes claves, como las personas con discapacidades y los que los emplean o mantienen. Por ejemplo, otros programas respaldan las necesidades especializadas de los contribuyentes que residen en áreas rurales; mientras que otros describen las iniciativas especializadas de agencias locales de servicios sociales. También se tratan las iniciativas federales para aumentar la información sobre el acceso a incentivos fiscales para negocios.

Campaña nacional para individuos con discapacidades y sus cuidadores y empleadores

El treinta y ocho por ciento de los adultos en edad de trabajar que posee discapacidades vive en familias con ingresos anuales inferiores a $15,000, y el 30 por ciento de los adultos que trabajan y son discapacitados no tienen cuentas corrientes bancarias ni de ahorros. Estas estadísticas demuestran la necesidad de educar mejor a las personas con discapacidades sobre su elegibilidad para beneficios específicos a fin de mejorar su situación financiera. Las organizaciones comunitarias desempeñan un papel crucial en la respuesta a la necesidad de un aumento de la información. Por ejemplo, una coalición de organizaciones sin fines de lucro, agencias gubernamentales federales, prestamistas e instituciones educativas lanzó recientemente una campaña nacional de tres años y de múltiples aspectos para informar a las personas con discapacidades, sus familias y empleadores sobre disposiciones fiscales favorables, educación financiera y otras estrategias de creación de bienes.

La campaña de servicio público de estas organizaciones ayuda a las personas discapacitadas y aumenta la seguridad económica autodirigida a través de la divulgación de nuevas publicaciones y productos sobre acceso, acomodación, capacitación, beneficios, disposiciones fiscales y asistencia técnica. Uno de los principales miembros de la asociación es una organización sin fines de lucro que también ha establecido un sitio Web que opera como núcleo de información financiero e identifica recursos útiles para personas con discapacidades. Asimismo, IRS incluye vínculos a publicaciones para personas con discapacidades en www.irs.gov.

Extensión Cooperativa realiza un proyecto de alcance rural para los contribuyentes en Georgia

El proyecto de educación y alcance de los contribuyentes en zonas rurales de los Estados Unidos, establecido en 12 estados por la Extensión Cooperativa del Departamentode de Agricultura de los Estudos Unidos (USDA, por sus siglas eningles), es un sistema educativo informal a nivel nacional que proporciona una oportunidad anualmente para la creación de activos en familias trabajadoras o pobres, así ayudando con la determinación correcta de pasivos y créditos fiscales. El programa fomenta la educación de los contribuyentes, ofrece información sobre reintegros de créditos fiscales y otorga asistencia fiscal gratuita al alcance de los residentes de áreas rurales de los estados. Además, el programa conecta a contribuyentes con los programas educativos sobre finanzas ofrecidos conjuntamente con el Servicio Estatal de Cooperativas (de USDA) para Investigación, Educación y Extensión.

Para la temporada de impuestos del año 2003, la oficina de Extensión Cooperativa de Georgia se asoció a IRS, que proporcionó computadoras portátiles, software, capacitación, certificación y soporte técnico. El personal proporcionó un día de asistencia gratuita con la preparación de impuestos cada semana durante la temporada de impuestos en cinco lugares y en numerosos centros de servicio por un día establecidos en colaboración con empleadores locales y otros participantes. Como resultado, se prepararon en total más de 400 declaraciones de impuestos. En el año 2004, los asistentes del programa ofrecieron gratuitamente un día por semana de preparación de impuestos en cada uno de los 18 condados durante la temporada de impuestos y en los numerosos centros por un día en lugares convenientes para preparar 1,000 declaraciones de impuestos federales y estatales. Estos contribuyentes recibieron un reintegro total de $1.4 millones, que a su vez se gastó o se ahorró en los 18

condados rurales principalmente pobres. Más de la mitad, el 57 por ciento había pagado entre $19 y $425 por la preparación de impuestos en el año 2003, siendo el promedio $104; esto dio como resultado un ahorro combinado de $49,572 en el año 2004 para unos 575 contribuyentes. La utilización del depósito directo por parte de los contribuyentes se duplicó, pasando de solamente un 24 por ciento que admitió haber utilizado el depósito directo el año pasado a casi la mitad (49 por ciento) de los contribuyentes este año.

Agencia de servicios sociales en Kansas ayuda a las personas discapacitadas a reclamar beneficios fiscales

Las agencias de servicios sociales suelen ejercer una influencia significativa en sus comunidades. Por ejemplo, una agencia de servicios sociales está colaborando con organizaciones y oficinas en todo el estado de Kansas para aumentar el conocimiento y el acceso a productos de servicios financieros disponibles entre personas con discapacidades. La agencia diseñó iniciativas específicamente destinadas a que las personas que están bajo el régimen de SSI y Seguro de Discapacidad del Seguro Social (Social Security Disability Insurance o SSDI, por sus siglas en inglés) conozcan los beneficios fiscales para los cuales pueden ser elegibles en virtud del crédito fiscal por ingresos, pero que no los hayan necesariamente reclamado hasta ahora.

En el año 2003, la agencia preparó declaraciones de impuestos para 97 personas que no tenían requisitos de presentar impuestos ni retenciones, el 53.6 de los cuales recibió reintegros de impuestos por primera vez. Los reembolsos sumaron un total de $36,161, lo cual significó nuevo dinero para residentes locales. Algunos reintegros se invirtieron en ahorros personales mientras que otros se reinvirtieron en la economía local.

El Departamento de Trabajo ayuda a las empresas a emplear a personas discapacitadas

Las empresas deberían comprender los beneficios a los que tienen derecho en virtud del Código Fiscal Federal, como por ejemplo, los proporcionados por contratar y adaptar las instalaciones para acomodar a personas con discapacidades. El Departamento de Política de Empleo para Personas Discapacitadas del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos — (Office of Disability Employment Policy u ODEP, por sus siglas en inglés), ha elaborado una hoja informativa titulada *Tax Incentives for Business Fact Sheet*. Este documento describe brevemente los tres incentivos fiscales que ayudan a los empleadores a compensar los costos realizados para acomodar a empleados con discapacidades: el Crédito Fiscal para Pequeñas Empresas, la Deducción Fiscal Arquitectónica o por Transporte, y el Crédito Fiscal de Oportunidades Laborales (Work Opportunity Tax Credit o WOTC, por sus siglas en inglés).

En virtud del Crédito Fiscal para Pequeñas Empresas, las empresas pueden realizar una deducción anual por gastos realizados para retirar barreras físicas, estructurales y de transporte en el lugar de trabajo para acomodar a personas con discapacidades. WOTC proporciona un crédito fiscal máximo de $2,400 por nuevo empleado para empleadores que contratan a trabajadores de uno de los ocho grupos especificados, incluyendo los veteranos elegibles, beneficiarios de SSI elegibles, jóvenes de alto riesgo, derivaciones de rehabilitación vocacional y destinatarios de cupones para alimentación elegibles.

Resumen

Las campañas, programas y otras iniciativas de asistencia comunitaria respaldadas por asociaciones del gobierno federal, organizaciones comunitarias, organizaciones sin fines de lucro e instituciones académicas pueden aumentar la información del público sobre disposiciones fiscales útiles. Todos los estadounidenses — contribuyentes individuales, y en especial personas con discapacidades, sus cuidadores y empleadores — pueden beneficiarse de un incremento de los conocimientos de los derechos de los contribuyentes, sus responsabilidades y asistencia. Los esfuerzos de asistencia comunitaria ayudan a los contribuyentes individuales y empresariales a lograr su potencial financiero en virtud de la legislación fiscal, proporcionando incluso ayuda en la resolución de conflictos fiscales.

3. Cómo reducir los riesgos y costos de los contribuyentes fomentando el depósito directo

Los contribuyentes que reciben beneficios federales, como los que otorga el Seguro Social, pueden tener mayor riesgo de fraude. Esto se debe a que muchos estadounidenses de ingresos bajos y módicos reciben beneficios federales por correo y sus cheques pueden ser interceptados, además la información confidencial luego puede utilizarse indebidamente.

Los contribuyentes pueden proteger sus beneficios federales de las personas que intentan cometer fraude y otros riesgos externos beneficiándose con programas innovadores como el depósito directo de cheques. La aplicación de iniciativas exitosas, como la campaña *Go Direct* (detallada abajo), pueden contribuir a equipar a los consumidores con las herramientas que necesitan para beneficiarse con las oportunidades de depósito directo.

La campaña Go Direct aumenta la seguridad y comodidad de recibir beneficios federales

Patrocinada por el Departamento del Tesoro y un banco de la Reserva Federal, *Go Direct* es una iniciativa destinada a educar a los estadounidenses sobre los numerosos beneficios del depósito electrónico de sus pagos. La campaña intenta motivar a las personas a recibir beneficios federales de la forma más segura, rápida y fácil posible: el depósito directo. La campaña de educación pública *Go Direct* ha sido creada para motivar a más estadounidenses a depositar sus pagos de beneficios federales, como los del Seguro Social y los Ingresos Suplementarios del Seguro Social (SSI por sus siglas en inglés), directamente en sus cuentas con instituciones financieras.

El objetivo del programa es ayudar a la gente a recibir sus beneficios federales de forma sencilla, segura y protegida. El depósito directo es más sencillo para los beneficiarios porque se depositan los pagos directamente en su cuenta personal, eliminando así la necesidad de llevar los cheques al banco, una cooperativa de crédito u otra institución de depósito. Por lo tanto, al enviarse y recibirse el pago electrónicamente, el proceso es más rápido que los métodos de pago tradicionales, otorgando a los participantes una mayor flexibilidad financiera. La oportunidad para que se roben los cheques queda completamente eliminada al desaparecer el riesgo de fraude por correo y reduciendo el riesgo de robo de identidad.

El depósito directo genera un ahorro significativo para el sistema financiero

en general, unos 75 centavos por pago en comparación con cheques impresos, multiplicado por millones de pagos de beneficios realizados cada mes. Debido a que el Departamento del Tesoro emite casi 160 millones de cheques de beneficios cada año, el depósito directo tiene el potencial de ahorrarle a los contribuyentes unos $120 millones anuales.

A pesar del atractivo del depósito directo, actualmente millones de estadounidenses, muchos de los cuales son personas de edad avanzada o discapacitadas, todavía no aprovechan esta oportunidad, prefiriendo recibir sus beneficios del Seguro Social y otros beneficios federales por correo. Las iniciativas para aumentar el depósito directo beneficiarán a las personas de edad avanzada de hoy y a las generaciones futuras de numerosas formas. Por lo tanto, el Departamento del Tesoro se compromete a estimular a más personas a sacar provecho de los numerosos beneficios del depósito directo por medio de la campaña *Go Direct*.

Resumen

Los contribuyentes estadounidenses pueden aprovechar los beneficios federales a su disposición, sin temor al fraude o robo, utilizando herramientas financieras importantes tales como el depósito directo. Además de los beneficios de seguridad del depósito directo, el sistema conlleva grandes ahorros.

4. Cómo aprovechar nuevos e importantes beneficios para ahorrar

A medida que la población continúa envejeciendo, la cobertura de medicamentos recetados es de crucial importancia para los jubilados actuales y futuros. En virtud de un nuevo programa federal, los medicamentos recetados se ofrecerán a todos con cobertura de Medicare a partir de enero del año 2006. La campaña de aumento de la información pública sobre la Cobertura de Medicamentos Recetados del Departamento de Salud y Servicios Humanos (HHS, por sus siglas en inglés) es un programa de información extenso que educará a los consumidores sobre los beneficios que pueden recibir del nuevo plan de Cobertura de Medicamentos Recetados de Medicare.

Campaña de aumento de la información pública sobre la Cobertura de Medicamentos Recetados de Medicare

HHS tiene una extensa campaña de información pública y educación para ayudar a los estadounidenses elegibles a comprender e inscribirse en el nuevo Plan de Cobertura de Medicamentos Recetados de Medicare. Por medio de esta iniciativa, HHS distribuirá folletos a todos los beneficiarios de Medicare, pondrá información sobre el plan disponible en su sitio Web, también a través de sus números de teléfono gratuitos y ofrecerá asesoría personalizada por medio del Programa de Asistencia Estatal con Seguros Médicos y otras organizaciones comunitarias.

En virtud de este nuevo plan, los beneficiarios de Medicare pueden obtener cobertura de medicamentos recetados y nuevo apoyo para su cobertura existente de medicamentos, por medio de planes médicos y de medicamentos recetados que tienen un contrato con Medicare. También, pueden tener acceso a organizaciones de proveedores de las opciones de planes médicos más populares para aquellas personas menores de 65 años.

Para tener acceso a esta nueva cobertura, las personas deben inscribirse específicamente en el plan de Cobertura de Medicamentos Recetados de Medicare. El periodo inicial de inscripción en este plan es del 15 de noviembre de 2005 hasta el 16 de mayo de 2006. Las personas que se inscriban después del plazo inicial tienen más probabilidad de pagar cuotas mensuales más altas, especialmente si actualmente no tienen un plan médico que cubra medicamentos recetados.

Los consumidores que actualmente tengan cobertura de medicamentos recetados por medio de sus empleadores o sindicatos, pueden continuarla, y Medicare trabajará con esos proveedores para garantizar la cobertura.

Para estimular más la inscripción en el plan de Cobertura de Medicamentos Recetados de Medicare, se pondrán en marcha iniciativas amplias de educación para aumentar la información pública y la comprensión de los beneficios.

Iniciativas de acción

Tácticas empleadas: Información pública, coaliciones, materiales de calidad

6-1 Los grupos comunitarios, incluyendo las organizaciones de servicios sociales, organizaciones profesionales, organizaciones religiosas y otros grupos deberían aprovechar el programa de Asistencia Voluntaria con el Impuesto sobre los Ingresos de IRS.

6-2 En el año 2006, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos y un Banco de la Reserva Federal continuarán la campaña nacional de educación pública "Go Direct". La campaña ha sido creada para estimular a los estadounidenses que reciben pagos de beneficios federales, especialmente los del Seguro Social, a utilizar el depósito directo. Anualmente, las agencias evaluarán el programa para determinar su eficiencia y viabilidad.

6-3 El programa de Cobertura de Medicamentos Recetados de Medicare del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos continuará su campaña de información pública que anima a las personas de edad avanzada a inscribirse en el programa. Esta campaña comenzó el 15 de noviembre de 2005 y continúa hasta el 16 de mayo de 2006. La campaña proporciona a los contribuyentes elegibles acceso fácil a información relativa a la inscripción.

Notas

[1] Servicio de Rentas Internas. (Marzo de 2005). Internal Revenue Service Data Book 2004, Publicación 55B. Extraído el 27 de julio de 2005 de www.irs.gov/taxstats.

[2] Organización Nacional sobre Discapacidades – Louis Harris and Associates, Inc. (2004). N.O.D./ Harris survey of Americans with disabilities, Washington, DC.

[3] El Plan de Prosperidad para Florida. (n.d.). Florida Communities Help Families Climb Out Of Poverty. Extraído el 2 de agosto de 2005 de http://www.prosperitycampaign.com/floridapc.html.

[4] Ciudad de Miami. (n.d.). City of Miami's Tax Preparation Campaign Most Successful Ever. Extraído el 2 de agosto de 2005 de http://www.ci.miami.fl.us/comm/pages/Press_Release/2005_taxpreparation.asp.

[5] Organización Nacional sobre Discapacidades – Louis Harris and Associates, Inc. (2000). N.O.D./Harris survey of Americans with disabilities Washington, DC.

[6] Crédito fiscal para pequeñas empresas: Código de IRS, Sección 44, Crédito de acceso para personas discapacitadas.

[7] Deducción impositiva arquitectónica o por transporte: Código de IRS, Sección 190, Supresión de barreras.

[8] Hace referencia a un individuo con una discapacidad que dé como resultado un handicap sustancial para el empleo que ha sido derivado para rehabilitación vocacional.

[9] Crédito fiscal de oportunidades laborales: Código de IRS, Sección 51, Crédito fiscal de oportunidades laborales (WOTC).

Capítulo 7
Protección del inversionista

Visión general

La educación eficaz de los inversionistas puede ayudar a todos los estadounidenses a estar en mejor situación de lograr la seguridad financiera personal y de alcanzar sus metas de ahorro e inversión tales como la compra de una vivienda y la educación universitaria para sus hijos. A largo plazo, la participación eficaz en nuestros mercados financieros es crucial para alcanzar estos objetivos, así como para lograr una seguridad general durante la jubilación. Un conocimiento de los conceptos básicos de inversiones mejorará sustancialmente el futuro financiero de un inversionista aunque éste participe en los mercados solamente por medio de un plan de jubilación con contribuciones definidas. Dado que una reciente encuesta indicó que solamente el 40 por ciento de los inversionistas dijeron que "sabían la mayoría de lo que necesitaban saber para tomar buenas decisiones," es claro que una mayor educación sobre inversiones beneficiará a todos los estadounidenses.

Además de ayudar a los inversionistas a comprender conceptos financieros, el incremento de la educación del inversionista puede conllevar beneficios económicos y sociales significativos. Cuando los inversionistas tienen la oportunidad y la habilidad de invertir, agregan a los mercados un capital vital que fortalecerá a los negocios y a las economías. A su vez, estas inversiones en la economía garantizan que nuevas y

creativas tecnologías tengan la oportunidad de desarrollarse y florecer. El ahorro y la inversión también pueden ayudar a los individuos y las familias a crear activos y aumentar su estabilidad y seguridad. Al promover y respaldar activamente la educación financiera a todos los niveles — desde los conceptos básicos a los más complejos — los reguladores, profesionales de la industria de valores y demás pueden desempeñar un papel clave en garantizar que todos los inversionistas obtengan la información necesaria para invertir de modo inteligente y evitar errores costosos.

Un componente importante de la educación de los inversionistas es ayudarlos a comprender las características más destacables de los productos de inversión. Los cargos y costos son atributos significativos para cualquier inversión, y en especial para las que se retienen a largo plazo. Si bien los reguladores ponen a disposición de los inversionistas recursos gratuitos para ayudar a los estadounidenses a comprender las características de los diversos tipos de inversiones, incluyendo la información sobre costos y cargos, tanto el sector público como el privado pueden hacer mucho más en este terreno tan importante.

Si bien la inversión ofrece beneficios potenciales significativos, conlleva riesgo, e incluso la posibilidad de fraude. Lamentablemente, los estafadores financieros se aprovechan de la tendencia de algunos estadounidenses a permitir que la emoción empañe su sentido común. Los estadounidenses pierden millones de dólares cada año a causa de estafadores que participan en fraude de afinidad y otros delitos financieros, con mentiras sobre ellos y sobre los productos que venden. Cada vez más en nuestra economía global, estos estafadores pueden encontrarse fuera del país y es posible que no tengan que cumplir con la legislación vigente en los Estados Unidos. La educación de los inversionistas es la mejor defensa contra el fraude de inversiones, puesto que los consumidores informados estarán preparados para hacer preguntas e identificar las estafas.

Retos

Los estadounidenses pueden beneficiarse financieramente aumentando su comprensión de la diversificación, intereses acumulados y de cómo evaluar productos financieros. Existe una gran cantidad de materiales educativos gratuitos de alta calidad, principalmente en el Internet. No obstante, muchos de estos materiales excelentes no están siendo utilizados suficientemente y no se divulgan ampliamente.

Estos retos pueden superarse educando a los inversionistas para que puedan tomar las decisiones financieras adecuadas y para que comprendan y evalúen los productos financieros y se protejan contra el fraude.

Temas relacionados con la protección del inversionista

1. Cómo equipar a los consumidores con información imparcial sobre inversiones

Para tener la mejor oportunidad de lograr sus objetivos financieros personales, es importante que los inversionistas tengan acceso a materiales educativos con información imparcial sobre inversiones. Estos materiales deben ayudar a los inversionistas a comprender las preguntas que deben hacer sobre las inversiones a sus profesionales de inversiones, dónde obtener información adicional y adónde acudir para conseguir ayuda y asesoramiento.

Las organizaciones tales como la Securities and Exchange Commission, la Comisión del Comercio en Futuros sobre Mercancía de los Estados Unidos y los reguladores estatales de valores se dedican a la protección de los inversionistas y son fuentes muy útiles para este tipo de información neutra e imparcial para los inversionistas, alguna de la cual también puede ser elaborada por medio de financiación de fondos obtenidos como resultado de Resoluciones Judiciales. Los reguladores estatales de valores y las asociaciones de comercio para los profesionales del sector han creado varias campañas de educación financiera que proporcionan información necesaria por medio de sitios Web y otros programas. Por último, algunas organizaciones se han asociado para elaborar y divulgar mensajes dirigidos a inversionistas de las comunidades afro-americana e hispana.

La Securities and Exchange Commission proporciona recursos de educación para inversionistas

La Securities and Exchange Commission (SEC, por sus siglas en inglés) produce una amplia gama de publicaciones útiles, calculadoras y otros materiales destinados a ayudar a los inversionistas a tomar decisiones de inversión informadas. Las publicaciones incluyen los títulos: Get the Facts on Saving And Investing, Invest Wisely: An Introduction to Mutual Funds y Variable Annuities: What You Should Know. SEC no retiene los derechos exclusivos de propiedad intelectual de ninguno de sus materiales educativos para inversionistas y los pone a disposición de todos. El sitio Web de SEC (www.sec.gov) también proporciona a los inversionistas herramientas interactivas para evaluar sus decisiones de inversión, conectándolos con más de media docena de herramientas interactivas de otras agencias federales, organizaciones autorreguladoras y organizaciones educativas sin fines de lucro.

Por medio del Internet, SEC permite a los inversionistas verificar las credenciales de sus profesionales de inversión, en una página titulada "Check Out Your Broker or Adviser" (Verifique el desempeño de su firma o asesor de inversiones). Esta página muestra a los inversionistas cómo acceder a bases de datos públicas y gratuitas que contienen información disciplinaria y de otro tipo sobre los corredores de bolsa y asesores de inversión. La página también recomienda que los inversionistas llamen a su regulador estatal de valores para obtener más información y proporciona un enlace con una lista de números de teléfono útiles.

La mayoría de los acuerdos de cuentas de firmas de inversionistas requiere que los inversionistas resuelvan los conflictos existentes con sus corredores de bolsa por medio del arbitrio en lugar de acudir a los tribunales. SEC educa a los inversionistas sobre cómo presentar un reclamo de

arbitrio y cómo encontrar un abogado que se especialice en reclamos de arbitrio. Las facultades de leyes de varios estados proporcionan a algunos inversionistas representación legal por medio de clínicas de arbitrio/mediación. Estas clínicas pueden ayudar a los inversionistas que tienen reclamos menores y que no pueden contratar a un abogado. SEC ayuda a los inversionistas a ponerse en contacto con estos programas para encontrar la asistencia que necesitan.

La Comisión del Comercio en Futuros sobre Mercancía de los Estados Unidos proporciona un folleto preparador en línea

La Comisión del Comercio en Futuros sobre Mercancía de los Estados Unidos (CFTC, por sus siglas en inglés) proporciona a los consumidores una amplia gama de información general y herramientas para educar a los nuevos inversionistas en futuros. Los recursos de CFTC proporcionan a los inversionistas herramientas continuas y en tiempo real que los ayudan a detectar posibles actividades fraudulentas. En el sitio Web de CFTC (www.CFTC.gov), la página titulada Before You Trade (Antes de invertir) presenta a los inversionistas los conceptos básicos del comercio de futuros y la necesidad crucial de realizar investigación sobre la compañía o la persona con quien deciden invertir, así como enlaces que proporcionan acceso directo a publicaciones que contienen información general sobre el comercio de este sector. Este sitio Web también ofrece acceso a recursos en línea para registro de corredores e información general. Los boletines asesores del consumidor de CFTC tienen la finalidad de proteger a los inversionistas contra el posible fraude y mencionan valiosas precauciones que deberían tomar los inversionistas antes de comprometer fondos para su inversión.

Organización de Reguladores Estatales de Valores

La organización de reguladores estatales de valores hace de portavoz de los reguladores estatales y provinciales de valores y centra sus iniciativas en la protección de los inversionistas. Esta organización es una fuente de información para los consumidores sobre cómo evitar el fraude de inversiones. Los recursos de educación de los inversionistas disponibles en su sitio Web incluyen enlaces con el regulador de valores de cada estado. Asimismo, para estimular a los inversionistas a anotar los puntos importantes de cualquier conversación que tengan con su corredor de inversiones, en el sitio Web se incluye una lista gratuita para el inversionista con preguntas fundamentales que debe hacer antes de invertir. Este recurso también proporciona consejos a los consumidores, tales como ignorar ofertas telefónicas no solicitadas de compra de valores.

Fondos para educación de los inversionistas de las resoluciones judiciales

En el año 2003 y 2004, las resoluciones de litigios de cortes federales por

reguladores de valores dieron como resultado la aprobación judicial de un pago de $85 millones a realizar en un periodo de cinco años, destinados a la educación de los inversionistas. De este total, $30 millones están destinados específicamente a reguladores estatales de valores para educación de inversionistas y $55 millones son para iniciativas federales. Las resoluciones estaban relacionadas a conflictos de intereses entre investigación y operaciones bancarias de inversión de las principales firmas de inversión de la nación. Ocho firmas contribuyeron los $85 millones.

Los reguladores estatales de valores realizan programas de asistencia comunitaria y educación

Los reguladores de valores en diversos estados también han creado información para la educación de los inversionistas. Por ejemplo, los reguladores de valores de Florida han elaborado una iniciativa de educación pública amplia que emplea la asistencia comunitaria, una campaña en los medios de comunicación y un sitio Web sobre temas de finanzas personales para comunicar su mensaje con eficacia. Esta iniciativa es el resultado de una coalición innovadora entre grupos del sector privado y el Departamento de Servicios Financieros de Florida.

En todo el estado de Oklahoma, se está integrando la educación de los inversionistas con programas, capacitación, talleres y oportunidades en los medios de comunicación existentes y relacionados con las finanzas, gracias a Ganar por medio de Estrategias y Educación sobre la Inversión (WISE, por sus siglas en inglés). WISE fue creado para modificar y expandir la guía de enseñanza de educación financiera llamada Financial Literacy 2010 para utilizarla en Oklahoma. (Financial Literacy 2010 es un proyecto conjunto para promover la educación financiera, patrocinado por entidades entre las que se encuentran organizaciones estatales de valores). Establecido por el Departamento de Valores de Oklahoma y un programa de alcance universitario, WISE utiliza con éxito programas de televisión y radio, talleres gratuitos para recién casados, un instituto para maestros, un seminario de acciones intergeneracional, y talleres gratuitos para grupos de personas en edad pre-jubilación para equipar a los residentes de Oklahoma con el conocimiento sobre inversiones que necesitan para tener éxito.

Programas de educación sobre inversiones dirigidos a afro-americanos y a hispanos

Cuatro organizaciones se asociaron para crear un programa que fortaleciese los conocimientos de los inversionistas, especialmente en las comunidades afro-americanas e hispanas. Profesionales del sector de fondos mutuos proporcionan educación gratuita e información sobre inversiones personales en talleres y conferencias en toda la nación, en universidades y centros universitarios que históricamente han contado con población afro-americana y también por medio de cursos interactivos en el Internet disponibles en inglés y en español.

Asociación de comercio patrocina un sitio Web para inversionistas

Las asociaciones de comercio pueden proporcionar información para inversionistas. Por ejemplo, una fundación de asociaciones de comercio patrocina un sitio Web con información sobre cómo invertir y ahorrar para la jubilación. Este sitio Web proporciona información gratuita sobre la compra de viviendas, cómo funcionan los mercados, la diversificación y los principios de distribución de activos.

Resumen

Una educación eficaz puede ayudar a los inversionistas a lograr el bienestar financiero de largo plazo. Por medio de una educación eficaz de los inversionistas, los estadounidenses pueden aprender a comprender su propia tolerancia de riesgo, objetivos de inversión y percepción para maximizar sus oportunidades de inversión. Muchas entidades de servicios financieros y organizaciones comunitarias se centran en ayudar a educar a los inversionistas. Los reguladores estatales y federales proporcionan recursos excelentes que están a disposición de todos los consumidores.

2. Cómo estimular un mayor entendimiento de las características de inversión, en especial de los cargos

Comprender cómo realizar una investigación adecuada y comparar con eficacia las características de las diversas inversiones es un componente crucial de la educación de los inversionistas.

Los inversionistas deben comprender completamente los tipos de costos, cargos y gastos que pueden cobrarse en sus cuentas y el impacto de estas cantidades con el transcurso del tiempo. Incluso las cantidades pequeñas pueden resultar en un total significativo en una inversión mantenida por muchos años.

SEC tiene una Calculadora de costos de fondos mutuos en su sitio Web, y la National Association of Securities Dealers tiene un analizador de gastos para fondos mutuos y fondos cotizados en la bolsa. Estos sitios de fácil exploración permiten a los inversionistas comparar cargos, gastos y otros costos de la propiedad de estos productos, y existe información gratuita disponible. Asimismo, el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos tiene información sobre los cargos para las personas que participan en planes de jubilación.

Calculadora de costos de fondos mutuos de SEC

La Securities and Exchange Commission creó su calculadora de costos de fondos mutuos para permitir a los inversionistas comparar fácilmente los costos de los fondos y evaluar su impacto. Esta herramienta que está disponible gratuitamente en el Internet en www.sec.gov elimina los complejos cálculos matemáticos y el misterio de preguntas tales como: "¿Me es más conveniente comprar un fondo sin comisión con gastos anuales del 1.75 por ciento o un fondo con un cargo de ventas inicial del 3.5 por ciento y gastos anuales del 0.9 por ciento?"

La calculadora de costos estima los costos de propiedad de un fondo mutuo incluyendo los cargos de ventas (comisiones), los gastos de operación anuales pagados por los inversionistas y las "ganancias perdidas" (dinero que se podría haber ganado si se hubiese invertido el dinero que se gastó en los cargos).

National Association of Securities Dealers

La National Association of Securities Dealers ofrece información en línea por medio de sus analizadores de gastos de Fondos Mutuos y Fondos Cotizados en la Bolsa (ETF, por sus siglas en inglés). Estos analizadores son herramientas gratuitas que permiten comparar cómo las tarifas de ventas, cargos, comisiones y otros gastos del fondo pueden reducir las rentas en fondos mutuos y en ETF. Los analizadores permiten a los consumidores calcular los gastos de un máximo de tres fondos o clases de un único fondo a la vez. La organización pone su analizador de gastos de fondos mutuos gratuito a disposición de firmas de valores para que lo utilicen en sus sitios Web públicos para que sus clientes puedan usarlo.

El Departamento de Trabajo de los Estados Unidos ofrece recursos para explicar los 401(k)

Las personas que participan en planes de jubilación 401(k) pueden también recurrir al Departamento de Trabajo de los Estados Unidos (DOL, por sus siglas en inglés) para obtener información valiosa sobre los cargos aplicables. DOL ha elaborado materiales para ayudar tanto a los empleadores que patrocinan planes 401(k) como a los empleados que participan en planes 401(k) a comprender los cargos y gastos de la inversión. Estos materiales están disponibles en www.dol.gov/ebsa/publications. Los materiales ayudan a los consumidores a comprender que algunas tarifas aplicadas en los planes 401(k) son pagadas por el empleador, pero otras, por lo general, las pagan los participantes, en forma de beneficios totales netos para su cuenta del plan. DOL proporciona diversos materiales sobre el cumplimiento de los requisitos de los planes, así como información sobre los seminarios gratuitos realizados por DOL sobre las responsabilidades fiduciarias relativas a inversiones y cargos de los planes.

Además, existe un formulario de divulgación de cargos uniformes, creado para ayudar a los empleadores a comparar los cargos de los futuros proveedores para sus planes, disponible en el sitio Web de DOL en http://www.dol.gov/ebsa/pdf/401kfefm.pdf.

Resumen

Los inversionistas deberían revisar y comprender los costos, cargos y gastos asociados con los diversos productos de inversión. Los inversionistas necesitan comprender el impacto que estos cargos y gastos pueden tener en el posible crecimiento de su vehículo de inversión. Esto puede lograrse por medio de la educación pública y la divulgación extensa de información efectiva.

3. Cómo proteger a los inversionistas contra el fraude por medio del aumento de iniciativas de educación

El conocimiento es una de las mejores defensas contra el fraude de inversión. Los reguladores de valores aconsejan a los inversionistas que investiguen antes de invertir. Los estafadores buscan personas que no hagan investigación sobre sus inversiones antes de invertir

en ellas. De hecho, si algo parece demasiado bueno para ser verdad, probablemente no sea cierto. Muchos recursos gratuitos posibilitan investigar compañías, productos, profesionales del sector y promotores antes de invertir.

Es crucial investigar y evaluar opciones de inversión para que los estadounidenses sepan cómo evitar el fraude. La Securities and Exchange Commission ayuda a los estadounidenses a comprender cómo se presenta el fraude de inversión, y cómo evitarlo. La Comisión del Comercio en Futuros sobre Mercancía de los Estados Unidos advierte a los que desean convertirse en inversionistas sobre posibles fraudes en el comercio de mercancía y futuros.

La Securities and Exchange Commission utiliza una herramienta interactiva para enseñar a los inversionistas sobre el fraude

SEC ha lanzado una serie de iniciativas en el Internet para informar a aquellos que desean convertirse en inversionistas cuáles son sus puntos más vulnerables. Por medio de sitios Web de estafas ficticias, SEC muestra a los consumidores lo fácil que puede ser para los estafadores obtener direcciones de correo electrónico, números de teléfono, direcciones de correo e incluso números de cuentas bancarias, instrucciones de transferencias bancarias e información sobre tarjetas de crédito de personas que desean ser inversionistas. SEC responde individualmente todas las preguntas recibidas en estos sitios Web, y en muchos casos tiene que dedicar una cantidad significativa de tiempo para convencer a los consumidores que estas ofertas de inversión increíbles son "demasiado buenas para ser ciertas" y son ficticias.

SEC comenzó este enfoque cuando lanzó www.McWhortle.com, un sitio que decía ser "un fabricante establecido y bien conocido" con un producto revolucionario que tenía intención de producir con el dinero recaudado por medio de una oferta pública inicial. En realidad, la compañía no existía (era una compañía ficticia creada por SEC), y todo consumidor que intentase "invertir ahora" recibía un mensaje educativo de advertencia sobre el peligro de tales estafas. Tan sólo unas semanas después de su lanzamiento, el sitio Web había recibido más de 1.5 millones de visitas y el administrador Web de McWhortle (en realidad, personal de SEC), recibió más de 500 mensajes, casi todos ellos muy positivos sobre esta oportunidad falsa. SEC ha trabajado con maestros para incluir McWhortle en módulos y planes de estudios docentes, utilizándolo como herramienta para separar lo bueno de lo malo en el Internet.

SEC también publica folletos, impresos y coloca información en su sitio Web sobre cómo evitar el fraude de inversión. Asimismo, el personal de SEC realiza seminarios y talleres sobre protección de los inversionistas para grupos de inversionistas en toda la nación.

La Comisión del Comercio en Futuros de Mercancía de los Estados Unidos proporciona consejos sobre cómo evitar el fraude

La Comisión del Comercio en Futuros de Mercancía de los Estados Unidos (CFTC, por sus siglas en inglés) publica información para ayudar a los consumidores a evitar el fraude de comercio de futuros en http://www.cftc.gov/opa/opaconsumeradv0404.htm. Los inversionistas reciben advertencias sobre cualquier firma que ofrezca vender mercancía o futuros de mercancía u opciones, especialmente si la promoción

de ventas resalta alta rentabilidad y bajo riesgo. CFTC también advierte a los consumidores sobre firmas que declaran haber logrado ganancias para todos sus clientes, aconsejando que los "planes para hacerse rico rápidamente, incluyendo aquellos que implican el comercio de divisas extranjeras, tienden a ser fraudes". El sitio Web de CFTC también permite a los inversionistas reportar electrónicamente cualquier actividad o transacción sospechosa.

Resumen

Por medio de la educación, los estadounidenses pueden ampliar sus conocimientos sobre los diversos tipos de esquemas fraudulentos de inversiones, a la vez que se convierten en consumidores más informados e instruidos sobre los productos en general.

Iniciativas de acción

Tácticas empleadas: Materiales de calidad, concientización pública

7-1 Los inversionistas deberían beneficiarse de la gran cantidad de información de alta calidad, neutral e imparcial ofrecida gratuitamente.

7-2 Como parte de la reunión organizada por el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos y el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos (véase 3-1), los temas de conversación incluirán un énfasis educativo sobre los cargos de inversión. La reunión tratará sobre los modos de presentar esa información sobre cargos a los participantes de forma clara y comprensible.

Capítulo 8

Personas sin cuenta bancaria

Visión General

Aún cuando las oportunidades de participar en el sistema bancario en los Estados Unidos siguen aumentando, los beneficios de tal participación aún no se han logrado: En Estados Unidos, más de 10 millones de personas todavía no mantienen cuentas tradicionales bancarias, cuentas de crédito, de ahorro o de inversión. De hecho, según lo que demuestra la Encuesta de la Junta de la Reserva Federal del año 2001 titulada Survey of Consumer Finances (Encuesta de Finanzas de los Consumidores) aproximadamente el 10 por ciento de las familias estadounidenses no posee cuentas de transacción y más del 12 por ciento carece de cuentas corrientes de cheques. Muchos más estadounidenses pueden tener cuentas de transacción, pero no aprovechan los beneficios ofrecidos por las opciones disponibles y en su lugar utilizan los servicios de proveedores alternativos de servicios financieros.

El término "persona no-bancarizada" o "persona sin cuenta bancaria" (*unbanked* en inglés) se utiliza ampliamente para describir a aquellas individuos que no poseen una cuenta con ningún tipo de institución financiera tradicional, no únicamente con un "banco". Este término también incluye a aquellas personas que no poseen cuentas establecidas con

cooperativas de crédito, entidades de ahorro ni con ninguna otra institución de depósito tradicional. Esta Estrategia Nacional adopta este uso común y más amplio del término "personas sin cuenta bancaria" en referencia a los individuos que carecen de una relación establecida con una institución de depósito o que se encuentran fuera del sistema financiero principal".

De acuerdo a los datos de una encuesta realizada en 46 bancos en el año 2003, más del 98 por ciento de los bancos encuestados suministró algún tipo de programa de educación financiera; sin embargo, muchos de estos programas concernían a personas que ya utilizaban servicios financieros. Por ejemplo, el 96 por ciento de los bancos brindó asesoría en temas de compra de vivienda e hipotecas; el 93 por ciento ofreció programas de hipotecas asequibles y el 91 por ciento ofreció servicios de asesoría de crédito. En comparación, solamente el 57 por ciento de los bancos encuestados ofreció programas educativos específicamente dirigidos a las personas sin cuenta bancaria.

Retos

Las personas que no han establecido una relación con una institución de depósito le dan la espalda a los servicios financieros tradicionales por una cantidad de razones, entre las que se incluyen las diferencias culturales (para más información véase el Capítulo 9), barreras idiomáticas, desconfianza en las instituciones financieras, conocimiento limitado de los productos y servicios disponibles o una evaluación insuficiente de sus propias necesidades financieras. Estas personas también demuestran una tendencia a no utilizar las instituciones de depósito tradicionales (Ej.: bancos, cooperativas de crédito, entidades de ahorro, etc.). Hay varios factores que contribuyen a que estas personas desconfíen de las instituciones financieras tradicionales: la falta de dinero, la falta de locales convenientemente ubicados, o la visión (equivocada) de que el hecho de girar unos pocos cheques por mes no justifica la necesidad de mantener una cuenta bancaria. Al momento de elaborar esfuerzos de educación financiera significativos, se debe considerar esta cantidad de barreras citadas que obstaculizan la participación de las personas en el sistema financiero tradicional. Una de estas barreras es la pronta disponibilidad de servicios alternativos, como por ejemplo los servicios de cambio de cheques.

Además, es posible que algunas instituciones de depósito no ofrezcan productos que se adapten a las necesidades de muchas de las personas sin cuenta bancaria. Por ejemplo, las cuentas corrientes de cheques pueden exigir el mantenimiento de balances mínimos de altos montos, lo cual impide que los consumidores de bajos ingresos puedan utilizarlas efectivamente. Mientras que estos retos pueden ser superados mediante productos y servicios financieros impulsados por el sector bancario, resulta esencial establecer y expandir coaliciones del sector público y privado y entre integrantes del sector privado que se comprometan a realizar actividades de educación financiera específicamente adaptadas a las personas sin cuenta bancaria. Estas actividades pueden incluir campañas de educación pública continuas a nivel local y nacional que tengan como prioridad la educación de las personas que están fuera del sistema financiero principal brindándoles educación sobre la disponibilidad y beneficios de los servicios financieros.

Temas relacionados con las "personas sin cuenta bancaria"

1. Cómo utilizar los productos y servicios impulsados por el sector bancario para incrementar su comprensión y uso

Las diferencias culturales pueden ser el obstáculo inicial que impide que las personas que se encuentran fuera del sistema financiero principal no utilicen los servicios financieros tradicionales. Además de cierta desconfianza que experimentan las personas sin cuenta bancaria respecto a los bancos, varios productos del sector bancario no están adecuadamente diseñados para satisfacer las necesidades de los inmigrantes de bajos ingresos — que representan el grupo más numeroso con mayor probabilidad de ser considerado "personas sin cuenta bancaria". En cambio, para enviar dinero a sus familiares, estas personas recurren a servicios financieros alternativos, como por ejemplo compañías de transferencia de dinero y cambio de moneda extranjera porque posiblemente no perciban que los bancos de los Estados Unidos pueden proveerles los mismos servicios. En los Estados Unidos, solamente durante el año 2004, los inmigrantes enviaron aproximadamente $35 mil millones de dólares a los países de América Latina y el Caribe — de donde proviene la mayoría de los inmigrantes presentes en Estados Unidos. Además, los cargos mensuales y los requisitos de mantenimiento de balances mínimos aplicables a las cuentas corrientes de cheques, pueden retrasar o impedir de alguna otra manera que las personas de bajos ingresos, particularmente los inmigrantes, abran este tipo de cuentas y accedan a los demás productos hipotecarios con requisitos de pago inicial.

A medida que aumenta la cantidad de productos y servicios disponibles a través del sistema bancario de los Estados Unidos (instituciones financieras tradicionales), se presentan más oportunidades para las personas que están fuera del sistema financiero principal que pueden ser aprovechadas para ayudarlas a aprender y comprender qué es lo que les ofrecen las instituciones locales. Por ejemplo, dependiendo de la manera en que sean estructurados, los programas de remesas para enviar dinero a los países de origen de los inmigrantes, las sucursales bancarias con servicios especiales, las cuentas corrientes de cheques "iniciales", las cuentas de contribuciones o aportes de valor fijo, los préstamos asegurados, las tarjetas de crédito aseguradas para aquellos que carecen de historia de crédito y las tarjetas de "débito/ATM" establecidas para el pago de salarios, pueden operar como buenos servicios para introducir a este grupo al sistema financiero principal. También puede incluirse dentro del sistema financiero una combinación de servicios tradicionales y no-tradicionales de las instituciones de depósito (Ej.: órdenes de pago, transferencias de dinero nacionales e internacionales y venta de tarjetas telefónicas prepagadas) como forma de desarrollar y distribuir productos que pueden ayudar a satisfacer las necesidades de las personas sin cuenta bancaria.

Los esfuerzos comunitarios establecidos localmente tales como Access Across America, el programa First Home Club Savings y las cuentas de ahorro que ofrecen fondos equivalentes a lo que el consumidor ha depositado permiten que los individuos que no poseen una relación con una institución de depósito recurran a las instituciones financieras de los Estados Unidos para beneficiarse de los productos o programas valiosos disponibles.

Cooperativas de crédito llegan a las personas sin cuenta bancaria a través de la iniciativa Access Across America

Access Across America (Acceso a través de los Estados Unidos), una iniciativa de la Administración Nacional de Cooperativas de Crédito (NCUA, por sus siglas en inglés), fue establecida para el fortalecimiento económico y facilitación de la extensión de servicios financieros accesible a los individuos y comunidades de todo el país. NCUA se asoció en esta tarea con agencias federales con el fin de desarrollar oportunidades para asistir a las cooperativas de crédito con los recursos necesarios para prestar servicio a las áreas de escasos recursos. Desde el año 2000, a través del moderno marco regulatorio de NCUA, más de 700 cooperativas de crédito han adoptado a más de 1,200 áreas de escasos recursos, dando acceso al servicio de las cooperativas de crédito a más de 100 millones de estadounidenses. Access Across America ha forjado oportunidades asociativas para las cooperativas de crédito para lograr que la propiedad se haga realidad para millones de estadounidenses que de otra manera hubieran quedado apartados de esta posibilidad. La iniciativa se enfoca en áreas clave como compra de vivienda, cuentas de ahorro para gastos médicos (HSA, por su sigla en inglés), préstamos para pequeñas empresas, educación financiera y en brindar servicios a quienes carecen de ellos.

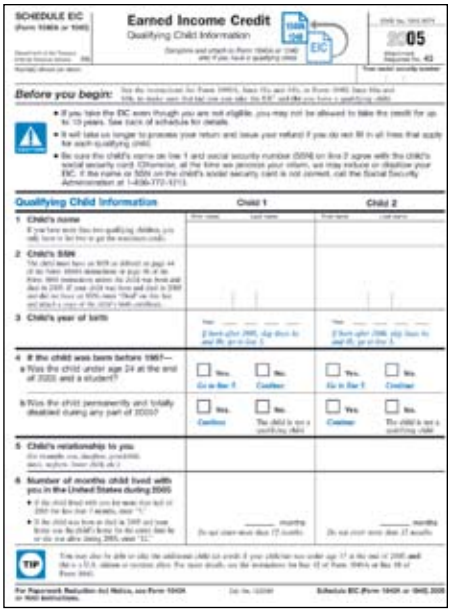
Programa First Home Club Savings

Para aquellas personas desacostumbradas a ahorrar a través de las instituciones de depósito tradicionales, el concepto de Club representa un programa de cuenta comprensible y fácil de implementar que está diseñado para que los individuos obtengan servicios financieros básicos. Para introducir a la gente a los servicios disponibles, los bancos participantes del programa First Home Club Savings Account (Programa de Club de Cuentas de Ahorro para la Compra de la Primera Vivienda) les brindan a las personas de ingresos bajos y módicos las herramientas y apoyo necesarios para ayudarlos a lograr la vivienda propia. Los miembros del Club mantienen una cuenta de ahorro exclusivamente designada para el pago inicial y costos de cierre de la compra de la primera vivienda. Los miembros del Club deben participar tanto en el grupo como en sesiones de educación individuales. Finalmente, cuando los participantes completan el programa, el Club hace un aporte equivalente a una proporción de tres-a-uno con los ahorros por una cantidad de hasta $5,000.

Cuentas de ahorro con fondos apareados

Para cualquier persona, ahorrar para afrontar el pago inicial de una vivienda puede ser una tarea agobiante, pero lo es particularmente para aquellas personas que no están familiarizadas con los planes de ahorro de las instituciones financieras tradicionales. Para estimular y apoyar el ahorro de este tipo entre los residentes de una ciudad del Estado de Nueva York,

los bancos locales junto con la autoridad de vivienda de la ciudad, estimulan a los ciudadanos a ahorrar ofreciéndoles fondos de equiparación o apareamiento de ahorros; de esta manera, los individuos pueden comenzar a ahorrar fondos para el pago inicial de una vivienda. Los participantes establecen un objetivo de ahorro y hacen depósitos regularmente durante un período de tiempo determinado. Cuando se cumple el objetivo establecido por el individuo, la autoridad de vivienda, que es una organización de viviendas asequibles, equipara los fondos depositados. Como incentivo adicional, a la cuenta de ahorro no se le aplican los cargos tradicionales.


SCHEDULE EIC
Earned Income Credit
Qualifying Child Information
2005
Before you begin:
Qualifying Child Information
Child 1
Child 2

Resumen

La industria financiera puede abrir nuevas puertas a los individuos y fortalecer las comunidades locales desarrollando productos y servicios financieros innovadores que satisfacen las necesidades de aquellas personas que no poseen una relación establecida con una institución financiera al nivel de servicios pre-bancarios y avanzados de acceso al sistema bancario.

2. Cómo estimular la colaboración y utilización de las relaciones existentes para incrementar la familiaridad con el sistema financiero

Algunos inmigrantes sienten desconfianza respecto al sistema financiero de los Estados Unidos, esto se debe quizás a la inestabilidad de los sistemas financieros de sus países de origen o a otras razones. La resistencia para acceder a los servicios financieros es más fuerte cuando las barreras idiomáticas impiden que las instituciones financieras y otras organizaciones brinden educación a los consumidores sobre los programas y servicios disponibles. Es posible que otras personas sin cuenta bancaria no recurran a los servicios de las instituciones financieras debido a que éstas se encuentran alejadas de su lugar de residencia, a experiencias negativas previas o a la idea de que convertirse en ahorradores puede afectar su elegibilidad para recibir beneficios del gobierno o también a otros factores. Trabajando con los individuos en un ambiente educativo, las coaliciones locales pueden ayudar a que la gente adquiera las habilidades financieras necesarias para alcanzar objetivos tales como procurarse un empleo, comprar una casa o ahorrar para alcanzar un objetivo personal. Esto resulta evidente en el éxito obtenido por esfuerzos tales como el programa llamado Money Smart y el Programa Assets for Independence del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos (HHS, por sus siglas en inglés).

Programa de educación financiera Money Smart

Para expandir el alcance de los servicios financieros al creciente rango de grupos considerados “no-bancarizados” o “sin cuenta bancaria”, la Corporación Federal de Seguros de Depósito (FDIC, por sus

siglas en inglés) está colaborando con organizaciones del sector público y privado para promover el programa Money Smart y toda la gama de recursos de educación y servicios financieros que provee. Money Smart es un programa de estudios integral para adultos sobre educación financiera diseñado con el objetivo de ayudar a los individuos de ingresos bajos y módicos que se encuentran fuera del sistema financiero principal a desarrollar habilidades financieras y relaciones bancarias positivas. Conjuntamente con otros programas de creación de activos, FDIC puede ofrecer un programa multimedia y multilingüe de fácil comprensión. El programa Money Smart está disponible en el Internet gratuitamente y sin restricciones de derecho de propiedad intelectual en inglés, español, chino, coreano y vietnamita en (www.fdic.gov/consumers/consumer/moneysmart). FDIC ha vinculado a varios bancos con grupos comunitarios a través del programa Money Smart, estableciendo cerca de 1,200 coaliciones del sector público y privado en todo el país cuyo resultado ha sido un aumento del alcance de sus esfuerzos de educación financiera.

En el nivel federal, FDIC se ha asociado con el Servicio de Rentas Internas (IRS, por sus siglas en inglés) para enlazar los sitios Web del Programa de IRS de Asistencia Voluntaria al Contribuyente con el Impuesto sobre los Ingresos (VITA, por sus siglas en inglés) con los del modelo Money Smart, mediante los que se enseña educación financiera sobre una base regular generando participantes activos. Esta coalición trabajó conjuntamente para incrementar los conocimientos entre los consumidores de bajos ingresos acerca de la elegibilidad a los créditos impositivos como el Crédito Tributario por Ingresos del Trabajo (EITC, por sus siglas en inglés). El sitio Web de VITA también ofrece ayuda en temas impositivos a los asalariados elegibles y ayuda a los consumidores a obtener los créditos impositivos aplicables. Durante el año 2004, los participantes de la coalición del sitio Web del modelo Money Smart de FDIC ayudaron a 3,435 familias a presentar los reclamos de EITC totalizando algo más de $5.1 millones (lo que indica un promedio de $1,485 por familia).

También a nivel federal, FDIC se ha asociado con la Administración de Empleo y Capacitación del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos a través de la tarea de los One-Stop Career Centers (Centros de Carreras Profesionales). El objetivo de esta asociación es el de ofrecer el programa Money Smart como parte de los programas dirigidos a las poblaciones con mayores probabilidades de estar fuera del sistema financiero principal, como por ejemplo participantes del programa llamado welfare-reform, personas sin acceso a los proveedores de servicios financieros principales, residentes de viviendas públicas, inmigrantes y compradores de vivienda de bajos ingresos.

En el ámbito comunitario, Money Smart ha unido a FDIC y a una organización nacional de vivienda sin fines de lucro para colaborar con la revitalización de las comunidades de todo el país a través de esfuerzos de educación financiera. Esta organización ha estado utilizando el programa de estudios Money Smart para capacitar a educadores de organizaciones locales sin fines de lucro que impartirán enseñanza a un total de entre 1,000 y 2,000 estudiantes por año.

A nivel regional, FDIC en la Región de Kansas City ha trabajado con 270 participantes y colaboradores de desarrollo comunitario de la región para facilitar la participación de 18,000 individuos de bajos ingresos a las clases del programa

Money Smart. Como resultado de esta tarea, 9,500 hogares de bajos ingresos, incluyendo familias de inmigrantes, han abierto cuentas de depósito y ahorrado un total de $2.25 millones durante un período de dos años. Estas cifras incluyen 724 cuentas individuales de desarrollo (IDA, en inglés) que hacen una equiparación o apareamiento de fondos de dos-a-uno a las familias con cuentas de depósito. Estos fondos solamente pueden ser utilizados por los participantes para propósitos determinados, tales como la compra de la primera vivienda, seguir estudios universitarios o carreras técnicas o vocacionales o también para abrir pequeños negocios. En algunas locaciones, todos los participantes de las cuentas IDA debieron asistir a las clases de Money Smart para poder acceder a los fondos.

En su conjunto, Money Smart ha ayudado a más de 300,000 consumidores, dando como resultado la conformación de 80,000 nuevas relaciones de cuentas de depósito.

Los estadounidenses ingresan al sistema financiero principal a través de un Programa del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos

La Oficina de Servicios Comunitarios y la Administración para Familias y Niños del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos, administran el programa Assets for Independence que provee actualmente subsidios para apoyar a más de 300 proyectos de cuentas IDA en todo el país. Cada proyecto posee acuerdos con una sólida coalición entre entidades con base comunitaria o una agencia gubernamental estatal o local y un banco o cooperativa de crédito del sector privado. Varias organizaciones bancarias nacionales están apoyando el concepto de cuentas IDA a través de sus afiliados locales.

Las cuentas IDA son cuentas de banco o de cooperativa de crédito con restricciones especiales que permiten que los individuos y familias de bajos ingresos ahorren los ingresos ganados y que les conceden fondos equiparados o apareados por hasta un monto de $2,000 por individuo. Los participantes de estas cuentas usan sus ahorros acumulados más los fondos apareados IDA para adquirir un activo de largo plazo, como por ejemplo su primera vivienda, micro-negocios o para matricularse para recibir educación superior. Los clientes con cuentas IDA reciben educación financiera y asesoría de crédito y son aconsejados sobre como manejar sus deudas junto con otros servicios de apoyo para garantizar un logro de largo plazo. Para muchos de los participantes, la cuenta IDA es su primera cuenta de ahorros o cuenta bancaria.

Resumen

A través de coaliciones comunitarias cooperativas se puede suministrar directamente la información y recursos de educación financiera a aquellos que no poseen una relación con una institución financiera, “personas sin cuenta bancaria” o “no-bancarizadas”. Los participantes de estas coaliciones, tanto las conformadas por el sector público y privado y las integradas entre participantes del sector privado exclusivamente, pueden desempeñar un valioso papel en esta tarea.

Iniciativas de acción

Tácticas empleadas: Materiales de calidad Coaliciones

8-1 Entre el segundo trimestre del año 2006 y el tercer trimestre del año 2007, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos, junto con la Corporación Federal de Seguros de Depósito, la Administración Nacional de Cooperativas de Crédito y la Oficina del Contralor de la Moneda, llevará a cabo una serie de cuatro conferencias regionales para compartir las mejores prácticas bancarias para las personas sin cuenta bancaria. Las conferencias reunirán a organizaciones de base comunitaria, proveedores de servicios financieros, reguladores federales, estatales y locales con el objetivo de consolidar coaliciones y discutir los últimos desarrollos y estrategias sobre cómo acercar a las personas al sistema financiero principal.

Notas

1 Braunstein, S. & Welch, C. (Noviembre 2002). Financial literacy: An overview of practice, research, and policy (Federal Reserve Bulletin). Washington, DC: Junta de la Reserva Federal.

2 Ibíd.

3 Cuentas de transacción de una amplia categoría que comprende cuentas corrientes de cheque, cuentas de ahorro y cuentas de depósito del mercado monetario, como así también cuentas de fondos mutuos del mercado monetario y cuentas de opción de compra de firmas de administración de inversiones. En lugar de usar el término "unbanked" o "personas sin cuenta bancaria" algunas instituciones financieras pueden referirse a estos individuos como consumidores del mercado sub-prime o individuos "de escasos recursos". Para consultar más información, véase Samuels, G. (2003, Fall). Banking unbanked immigrants through remittances. Boston, MA: Federal Reserve Bank of Boston.

4 Consumer Bankers Association. (Abril 2003). CBA Encuesta de programas educativos sobre finanzas patrocinados por bancos realizada en el año 2003 extraída en abril de 2003 de http://www.cbanet.org

5 Terry, D.F. (Artículo de prensa) Las remesas de dinero como una herramienta de desarrollo. D.F. Terry & S.R. Wilson (Eds.). Beyond small change: Making migrant remittances count. Washington, D.C: Banco Interamericano de Desarrollo.

6 Para consultar más información sobre remesas, véase Frumkin, S. (Septiembre 2004). Remittances: A gateway to banking for unbanked immigrants. Oficina del Contralor de la Moneda, Community Developments Insights. Extraído el 26 de mayo de 2005 de http://www.occ.treas.gov/cdd/Remittances1.pdf

7 Corporación Federal de Seguros de Depósito (FDIC). (Enero 2005). (Comunicado de Prensa) FDIC y IRS se unen para promover acceso y educación financiera a los trabajadores elegibles para los créditos impositivos EITC. Extraído el 27 de Julio de 2005 de http://www.fdic.gov/consumers/consumer/moneysmart/press/2005/mspr105.html.

[8] Corporación Federal de Seguros de Depósito (FDIC). (Abril 2002). (Comunicado de prensa) FDIC y Neighborhood Reinvestment Corporation anuncian un programa para promover la educación financiera y la compra de vivienda. Washington, DC.

[9] Riddle, Julie. (Comunicaciones personales) (n.d.). Extraído el 27 de julio de 2005 de http://www.thefamilyconservancy.org/life/fab.htm. Connell, Kelly Moema. (Comunicaciones personales) (n.d.). Extraído el 27 de julio de 2005 de http://www.elcentroinc.com/english/special_initiatives/programs_soon.htm.

[10] Para consultar más información sobre cuentas IDA, véase Oficina del Contralor de la Moneda, Community Developments Insights. (Febrero 2005). Individual Development Accounts: An Asset Building Product for Lower-Income Consumers. Howard, S. and Frumkin, S. http://www.occ.treas.gov/ftp/release/2005-25a.pdf o http://www.acf.hhs.gov/assetbuilding/about.html.

Capítulo 9

Comunidades multilingües y multiculturales

Visión general

En todo el país, los mercados de las poblaciones de las minorías sirven como un área importante de crecimiento para la economía estadounidense. La comunidad de servicios financieros mira a los mercados de las minorías como áreas para el crecimiento demostrable, particularmente con su proyectado poder adquisitivo. Las proyecciones efectuadas para el período 2004-2009 indican lo siguiente: un incremento del poder adquisitivo de la población de origen asiático del 45.4 por ciento, un incremento del poder adquisitivo hispano del 44.6 por ciento, un incremento del poder adquisitivo de las poblaciones indígenas nativas del 37.5 por ciento; un incremento del poder adquisitivo afro-americano del 33.4 por ciento; y un incremento del poder adquisitivo multirracial del 30 por ciento. En comparación, se proyecta que el poder adquisitivo de los estadounidenses caucásicos aumentará sólo el 26.7 por ciento durante el mismo período de cinco años.

Se espera que estos aumentos proyectados del poder adquisitivo de las poblaciones de las minorías den por resultado un poder adquisitivo de minorías combinadas de $3 mil millones para el año 2009. Sin embargo, a pesar de la significativa contribución de las poblaciones de las minorías a la economía nacional, es probable que los inmigrantes dentro de esas minorías tengan una menor

participación en los servicios financieros principales que la población nacida en los Estados Unidos. Entre los inmigrantes mexicanos, el 53 por ciento no mantiene cuentas de transacción, mientras que el 37 por ciento de otros inmigrantes de América Latina no tienen ningún tipo de cuenta. Del mismo modo, el 20 por ciento de los asiáticos y el 17 por ciento de los inmigrantes europeos no tiene cuentas de transacción.

Mientras que el índice de propiedad de vivienda entre las familias de las minorías es mayor que nunca, las poblaciones de las minorías aún no compran viviendas al mismo ritmo que otros grupos. En los últimos 10 años, (desde el año 1995 al primer trimestre de 2005) la tasa de propiedad de vivienda de la población caucásica ha aumentado del 70.9 por ciento al 76.0 por ciento, la tasa de propiedad de vivienda de la población afro-americana subió del 42.7 al 48.8 por ciento, y el índice por el mismo concepto de la población hispana ha aumentado del 42.1 por ciento al 49.7 por ciento. Del mismo modo, entre el año 1994 y 2004, el índice de propiedad de vivienda de la población indígena/aleuta/esquimo aumentó del 51.7 al 55.6 por ciento y el de los asiáticos o isleños del Pacífico subió del 51.3 por ciento al 59.8 por ciento. Mientras que parte de la disparidad de los índices de propiedad de vivienda entre las poblaciones integradas por minorías y la caucásica puede explicarse en parte por el acceso limitado a los servicios financieros y productos para los sectores de la población que viven en comunidades inaccesibles, las diferencias culturales fundamentales pueden tener un impacto mucho mayor y deben ser reconocidas y preparadas para conectar efectivamente los programas educativos sobre finanzas con las poblaciones multilingües y/o multiculturales.

Retos

A medida que los mercados de las poblaciones de las minorías se transforman en segmentos más grandes y poderosos de la economía de los Estados Unidos, es importante que estas poblaciones aprovechen los servicios financieros y oportunidades que están a su disposición. Ya sea porque no participan en los mercados financieros, dudan de la posibilidad de ser propietarios, o porque confrontan otras dificultades, las poblaciones de las minorías enfrentan retos específicos con respecto al acceso a los servicios financieros que necesitan. A pesar de estos retos, pueden tomarse medidas para mejorar la comprensión y la utilización de los servicios financieros y estimular la propiedad de vivienda.

Temas relacionados con las poblaciones multilingües y multiculturales

1. **Cómo promover la participación en el proceso de servicios financieros por medio de una mayor comprensión del sistema**

En razón de que los temas financieros y la educación varían entre las diferentes culturas, es fundamental lograr la

comprensión de estas diferencias para incentivar el papel de los mercados de poblaciones de las minorías en áreas tales como las cuentas de transacción y la compra de la vivienda propia. Para algunos, hay una desconfianza en los bancos y agencias gubernamentales. Otros tienen diversas actitudes con respecto a gastar y ahorrar, y pueden estar usando mecanismos financieros intra-culturales tales como préstamos entre pares y grupos de inversión presentes dentro de sus comunidades. Otros aún deben adherir a restricciones religiosas, como la prohibición islámica al pago de intereses.

Para superar estas diferencias también se requiere superar barreras de lenguaje y de tipo cultural cuando se brinda educación y servicios financieros. A través de una investigación cuidadosa y de programas innovadores, los diferentes sectores pueden comprender mejor las necesidades de las comunidades de minorías y/o etnias y al mismo tiempo promover un mayor conocimiento del consumidor de los servicios financieros y los derechos de protección del consumidor.

Para lograr una mejor comprensión de los ofrecimientos del servicio financiero, muchos consumidores se dirigen a grupos con los cuales se sienten familiarizados y en los que confían. Por medio de la asociación con organizaciones e instituciones clave –incluyendo empleadores, consulados, líderes religiosos/lugares de culto, grupos comunitarios, instituciones comunitarias de enseñanza superior y escuelas - los esfuerzos de educación pública pueden desarrollar estrategias para trabajar de manera efectiva con los mercados de poblaciones de las minorías.

Las estrategias educativas exitosas deben concordar con las prioridades y normas culturales y ofrecer una variedad de actividades, entre ellas clases inter-generacionales, educación orientada hacia la juventud, y aprendizaje basado en la familia. Al ganar confianza en los proveedores de servicios financieros del sistema principal los consumidores pueden, por ejemplo, aprender cuáles son las diferencias entre los bancos, cooperativas de crédito y otros proveedores de servicios financieros, y entender cómo buscar y comparar productos y servicios financieros.

Las actividades desarrolladas por el Grupo de Trabajo Nueva Alianza (NATF, por sus siglas en inglés) de FDIC, por el programa del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos “Las Mujeres y el Dinero”, por la tarea desarrollada por una reconocida agencia de educación y asesoramiento financiero orientada a servir a los inmigrantes y por la labor desempeñada por una cooperativa de crédito de Tejas orientada a servir a los empleados del gobierno, demuestran que la construcción de asociaciones estratégicas puede fortalecer a las comunidades necesitadas, para brindarles con éxito una amplia variedad de servicios financieros y programas educativos que contemplen los aspectos lingüísticos y culturales.

El grupo de trabajo NATF de FDIC ayuda a los hispanos a acceder a los servicios financieros

Para dotar a la población hispana de información específica y comprensible sobre los beneficios y la importancia de poseer cuentas financieras y también del proceso de crédito y actividades bancarias del sistema financiero principal, el Grupo de Trabajo Nueva Alianza de la Corporación Federal de Seguros de Depósito (FDIC, por sus siglas en inglés) reúne a organizaciones del sector público y privado con el fin de aumentar la cantidad de hispanos dentro del sistema financiero. El grupo NATF de la Corporación Federal de Seguros de Depósito es una amplia coalición de bancos, organizaciones comunitarias y demás organizaciones que le proporciona a los hispanos la educación financiera necesaria y los servicios de apoyo para mejorar su acceso al sistema bancario formal. Por ejemplo, en la región de Chicago de FDIC, el Grupo de Trabajo de Educación Financiera de NATF educa a los hispanos sobre los beneficios y la importancia de poseer una cuenta financiera, el proceso bancario y las actividades bancarias del sistema financiero principal como una alternativa al sistema bancario "marginal". Diez mil hispanos han participado en las clases y los talleres de educación financiera. Quince bancos integrantes de NATF de la región central de los Estados Unidos ofrecen ahora productos que incluyen el servicio de envío de remesas que les permiten a los hispanos abrir cuentas bancarias, evitar los altos costos de los servicios de transferencia de dinero e incurrir en menores gastos de envíos de remesas para mandar dinero a sus países de origen. Durante el año 2003 y 2004 en los bancos que participan de NATF de la región central se abrieron 50,000 cuentas nuevas, por un total de 100 millones de dólares (con un saldo promedio de 2,000 dólares por cuenta).

El programa del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos "Las Mujeres y el Dinero" ofrece educación financiera a las mujeres hispanas

Entre octubre del año 2003 y octubre de 2004 la Oficina de Asuntos de la Mujer del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos patrocinó el programa llamado "Las Mujeres y el Dinero" (Women and Money), una serie de conferencias sobre educación financiera destinada a las mujeres hispanas. Las conferencias, que tuvieron lugar en cada una de las 10 regiones del Departamento de Trabajo, contaron con oradores que presentaron alocuciones motivadoras y talleres educativos. Las conferencias fueron escuchadas por 4,000 mujeres hispanas en Tejas, Florida, Pennsylvania, Washington, Connecticut, Missouri, Ohio, Colorado y Nueva York.

Agencia de asesoría de Minnesota asiste a los musulmanes con problemas financieros

A través de la educación y la comunicación con banqueros e instituciones financieras locales, una agencia de educación de temas de crédito y asesoría financiera identifica recursos capaces de asistir a los musulmanes a lograr sus objetivos de comprar viviendas, automóviles y ser propietarios de negocios sin violar sus creencias religiosas. La agencia, con sede en Minnesota, ha prestado servicio a más de 10,000 inmigrantes y refugiados de la comunidad africana, ayudándolos a explorar el sistema financiero estadounidense. Desde el año 2000, la agencia ha proporcionado una amplia gama de educación financiera sobre una variedad de temas, incluyendo la elaboración de presupuestos, operaciones bancarias, manejo del crédito, compra de viviendas, inversiones y presentación de declaraciones de impuestos. Además, la agencia brinda educación financiera a mujeres a través de un centro destinado

a servir las necesidades de desarrollo económico y a construir la capacidad financiera de las mujeres inmigrantes.

Cooperativa de crédito de Tejas promueve servicios de envío de remesas de bajo costo

Una cooperativa de crédito de Tejas, destinada a los empleados del gobierno que viven en los Estados Unidos – en la frontera con México le ofrece servicios a sus miembros en su mayoría hispanos. En octubre de 2000, la cooperativa de crédito se unió a una importante red de envío de remesas para ofrecer a los miembros de la comunidad local una alternativa segura frente a los servicios de transferencia de dinero más caros. Las transacciones de remesas se llevan a cabo en un espacio dentro de la misma sucursal de la cooperativa y los interesados son atendidos por empleados bilingües especializados en la prestación de este servicio. Para la cooperativa de crédito, el servicio de remesas ha ayudado a establecer relaciones y atraer al sector financiero formal a los inmigrantes de escasos recursos.

Resumen

Al trabajar con los líderes en las comunidades multilingües y multiculturales y al construir coaliciones entre organizaciones del sector público y privado y asociaciones del sector privado entre sí, los vecindarios pueden garantizar que los asuntos culturales sean debidamente abordados. Los líderes locales son particularmente expertos en identificar normas culturales, asuntos legales y de gobierno, necesidades de información y productos, canales efectivos para difundirlos y los lenguajes esenciales necesarios para proporcionar una exitosa educación financiera a los mercados de poblaciones de minorías. Comprometiéndose en acrecentar la participación en los servicios financieros principales, los líderes comunitarios están haciendo una inversión en los residentes de su comunidad.

2. Cómo cambiar las percepciones sobre la accesibilidad a la compra de viviendas

Para todas las comunidades y mercados, la compra de la vivienda propia es una parte importante de la seguridad económica. Pero para algunos, el proceso de comprar y mantener una vivienda resulta intimidante. Para estimular la propiedad de la vivienda de mejor manera dentro de las comunidades de las poblaciones de minorías, los esfuerzos de educación deben ocuparse de las barreras impuestas por las diferencias lingüísticas y las influencias culturales, como así también deben atender la posibilidad de que exista una falta de información o una interpretación errónea de la misma. Mediante tareas de asesoría, el acceso a intérpretes, clases sobre compra y propiedad de la vivienda por medio de los programas que se ofrecen en una variedad de lenguas y en diversos lugares culturales específicos, la propiedad de la vivienda puede convertirse en realidad para aquellos que se encuentran dentro de mercados integrados por minorías.

Para ayudar a los potenciales dueños de vivienda a superar las barreras idiomáticas que les impiden cumplir sus sueños, existen iniciativas como la de un centro de recursos para compra de vivienda de la región central del oeste que ha proporcionado valiosa información y orientación sobre compra de vivienda en el idioma de origen de los residentes locales.

Centro de compra de vivienda emplea recursos humanos multilingües para promover la compra de viviendas en Minnesota

A través de clases y materiales desarrollados en su lengua nativa, en dos ciudades de Minnesota cada vez más consumidores de poblaciones de las minorías están aprendiendo cómo hacer para que la compra de la vivienda propia se haga realidad. El centro proporciona servicios de interpretación a los consumidores que los necesitan. Para asistir a las personas que están aprendiendo inglés, los proveedores de casas pueden recurrir al equipo de intérpretes del centro, todos ellos capacitados en temas de compra de vivienda y en terminología financiera. El centro ofrece clases de educación para la compra de viviendas a los residentes del área en español, camboyano, ruso y lengua hmong (idioma hablado en el sur de China, norte de Vietnam, Laos y norte de Tailandia). Además, el centro trabaja en asociación con un amplio consorcio de organizaciones del sector público y privado y autoridades de las dos ciudades de Minnesota en las cuales están trabajando conjuntamente para mejorar y estandarizar su tarea de educación financiera para las poblaciones de las minorías con el apoyo de asesoramiento de alta calidad.

Resumen

Para estimular el crecimiento de la tasa de propiedad de vivienda en los mercados de las poblaciones de las minorías, las comunidades locales deben trabajar en conjunto para crear y distribuir materiales y servicios referidos a la compra de vivienda en idiomas nativos.

3. Cómo mejorar el acceso a los servicios financieros

Los mercados integrados por minorías enfrentan también una cantidad de obstáculos para utilizar servicios financieros, incluyendo las distancias geográficas. En algunas comunidades, como las reservas de poblaciones indígenas nativas y vecindarios de gran concentración étnica, puede haber una carencia de instituciones financieras. Estas comunidades buscan estrategias específicas que las ayuden a asegurar de mejor manera los recursos de servicios financieros, al mismo tiempo que obtienen productos, aseguramiento y mecanismos de difusión que sean culturalmente compatibles.

En los mercados de las poblaciones de las minorías, los comportamientos financieros exitosos se dan con mayor frecuencia cuando los ciudadanos poseen un mayor conocimiento y comprensión de los temas financieros y cuando cuentan con acceso físico a aquellos servicios que les resulten más beneficiosos.

Trabajando a través de la escuela pública, de los profesores de inglés, de los centros de educación ciudadana, organizaciones recreativas y sitios de preparación de declaraciones impositivas, las organizaciones del sector privado y público pueden aumentar el acceso a los servicios financieros de las comunidades de escasos recursos. Esfuerzos tales como la Iniciativa de Educación Financiera del Presidente de la Nación y el programa de educación financiera para poblaciones indígenas nativas han demostrado lo que se puede lograr mediante la optimización del acceso a los servicios financieros.

Iniciativa de Educación Financiera del presidente Bush

Conciente de la necesidad de una mayor educación financiera en los Estados Unidos que incorpore un enfoque especializado sobre la creciente propiedad de activos financieros de la población hispana, el

4 de mayo del año 2005 el presidente George W.Bush invitó a las agencias a integrarse en la primera coalición nacional pública y privada con la comunidad hispana. La Comisión, encabezada por el Departamento del Tesoro, la Corporación Federal de Seguros de Depósito (FDIC) y la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (SBA), trabajará con los grupos hispanos, asociaciones empresarias y el sector privado para llegar a poblaciones que tradicionalmente han carecido de recursos para la educación financiera. FDIC condujo una importante campaña publicitaria para promover el uso del programa Money Smart y para ofrecer clases locales a través de la red regional de FDIC y de los grupos hispanos. La Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa continuará creando instrucción basada en el Internet en su sitio Web en español www.sba.gov/espanol/. El Departamento del Tesoro trabajará con la Comisión Federal de Educación Financiera para mantener la disponibilidad de materiales en español en www.mymoney.gov y a través de la línea telefónica gratuita 1-888- MyMoney.

Una coalición crea e implementa programas adaptados para desarrollar habilidades y conocimientos financieros en las familias de poblaciones indígenas nativas

Creado a través de una coalición de grupos y comunitarios y fundaciones, existe un programa que le proporciona a las familias de poblaciones indígenas nativas lecciones especiales para desarrollar habilidades y conocimientos financieros personales, aún conservando las tradiciones y valores nativos. Mediante un plan de estudios específicamente diseñado, los miembros de las poblaciones indígenas nativas reciben la información, orientación y asistencia que necesitan para mejorar su situación financiera. Como parte de este esfuerzo, a los miembros de la comunidad se les ofrece una serie de módulos de un programa que incluye estrategias sobre los siguientes temas: cómo construir una economía sana, cómo desarrollar un plan de gastos, cómo funcionan las cuentas corrientes bancarias de cheques y las cuentas de ahorro, cómo comprender el concepto de crédito y cómo interpretar su informe de crédito y cómo acceder al crédito. A los educadores también se les provee una guía del instructor y libros de ejercicios para los participantes que tienen por objetivo ayudar a las familias de las poblaciones indígenas nativas a fortalecer sus habilidades y conocimientos financieros personales.

Resumen

Los consumidores que residen en áreas geográficamente inaccesibles del país y de escasos recursos, necesitan contar con un mayor acceso físico a los bancos y demás servicios financieros requeridos para una planificación financiera, de ahorro e inversión adecuada.

Iniciativas de acción

Tácticas empleadas: Concientización pública Focalización

9-1 Entre el último trimestre del año 2006 y el último trimestre de 2007, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos realizará una serie de mesas redondas sobre temas de educación financiera de especial interés para comunidades específicas. El objetivo de cada mesa redonda será despertar la conciencia sobre los importantes temas de educación financiera dentro de la comunidad específicamente seleccionada.

Notas

1 Selig Center for Economic Growth, Universidad de Georgia. (Tercer trimestre del 2004). The multicultural economy 2004: America's minority buying power. Georgia Business and Economic Conditions, 63(3). Extraído el 27 de julio de 2005 de www.selig.uga.edu/forecast/GBEC/GBEC043Q.pdf

2 Ibíd.

3 Berry, Michael B. (Ed.). (Octubre 2004). Financial access for immigrant's conference: Learning from diverse perspectives [Special issue]. [Versión electrónica]. Profitwise News and Views. Extraído el 27 de julio de 2005 de www.chicagofed.org/community_development/files/10_2004_pnv_session.pdf

4 U.S. Census Bureau, (25 de abril de 2005). Census Bureau Reports on Residential Vacancies and Homeownership. Extraído el 2 de agosto de 2005 de www.census.gov/hhes/www/housing/hvs/qtr105/q105prss.pdf

5 U.S. Census Bureau, (25 de abril de 2005). Census Bureau Reports on Residential Vacancies and Homeownership. Extraído el 2 de agosto de 2005 de www.census.gov/hhes/www/housing/hvs/qtr105/q105prss.pdf

6 Frias, M. (Invierno de 2004). Linking international remittance flows to financial services: Tapping the Latino immigrant market, Supervisory Insights, 22-23. http://www.fdic.gov/regulations/examinations/supervisory/insights/siwin04/latino_mkt.html

7 Orozco, Manuel. (2004). The remittance marketplace: Prices, policy and financial institutions (Pew Hispanic Center Report), Washington, DC: Universidad de Georgetown. Institute for the Study of Internal Migration.

8 Orozco, Manuel. (2004). The remittance marketplace: Prices, policy and financial institutions (Pew Hispanic Center Report), Washington, DC: Universidad de Georgetown. Institute for the Study of Internal Migration.

9 Neighborhood Reinvestment Corporation, The NeighborWorks America® Network, and the NeighborWorks America® Campaign for Homeownership 2002. (2001) Winning strategies: Best practices in the work of homeownership promotion. Washington, DC: Neighborhood Reinvestment Corporation.

Capítulo 10

Educación financiera desde el jardín infantil hasta la etapa postsecundaria

Visión General

"Al igual de lo que sucede con el aprendizaje en general, la educación financiera es un proceso que debe comenzar a una edad temprana y continuar a lo largo de la vida. Este proceso de aprendizaje genera las habilidades necesarias para la toma de decisiones financieras cruciales que afectan la capacidad de los individuos para lograr objetivos tales como el acceso a la educación, la propiedad y los ahorros que contribuyen el bienestar económico". Solamente algunas personas podrían contradecir las declaraciones del antiguo presidente de la Reserva Federal Alan Greenspan, pero la verdad es que para muchos jóvenes estadounidenses, la educación financiera todavía no es una realidad.

Cada año, los jóvenes estadounidenses gastan aproximadamente $150 mil millones de dólares, pero estos jóvenes no poseen una sólida comprensión de los conceptos financieros básicos tales como tasa porcentual anual, inflación e intereses. De acuerdo a los datos suministrados por una encuesta sobre educación financiera personal realizada en el año 2004, los estudiantes que cursan el último grado de la escuela secundaria respondieron correctamente más del 50 por ciento de las preguntas sobre educación financiera. Esto ocurrió por primera vez desde el año 1997, lo que demuestra un aumento en los conocimientos sobre el tema, pero todavía el 65.5 por ciento de los estudiantes que cursan el último año de la escuela secundaria reprobaron el examen.

Los resultados de la encuesta indican que aquellos estudiantes que respondieron correctamente a las preguntas de la encuesta tenían algo en común. Los estudiantes de 12º grado que tomaron cursos de administración de dinero en la escuela secundaria obtuvieron mejores resultados que aquellos que no asistieron a estos cursos. En las escuelas en la que todos los estudiantes deben tomar clases de educación financiera, el 54.1 por ciento de las preguntas sobre educación financiera obtuvo respuestas correctas. Este mismo porcentaje de respuestas correctas bajó al 50.5 por ciento en las escuelas que no es obligatorio tomar clases de educación financiera y disminuyó al 52.7 por ciento en las escuelas que esta materia se enseña como curso electivo. Los resultados de la encuesta también indican que la mayoría de los participantes (58.3 por ciento) aprende la mayor parte de las habilidades de administración de dinero en su casa. Comparativamente, solamente el 19.5 por ciento dijo que aprendió tales habilidades en la escuela y el 17.6 por ciento dijo haberlas aprendido por medio de la experiencia personal.

La problemática que plantea la deficiencia de educación financiera no se limita solamente a los estudiantes secundarios. De acuerdo a la información del Centro Nacional de Estadísticas de Educación del Departamento de Educación de los Estados Unidos, el porcentaje de estudiantes que toma la decisión de abandonar los estudios universitarios indicando motivos financieros es superior al porcentaje que cita razones académicas. De igual manera, existen varias razones financieras que quizás contribuyan a que un estudiante abandone sus estudios, uno de estos factores puede ser la incapacidad de los estudiantes universitarios de planificar y administrar sus finanzas de tal manera que les permita cubrir los gastos de la universidad o escuelas superiores.

Retos

Los datos reunidos por varias organizaciones demuestran la existencia de verdaderos retos en términos de educación financiera entre los niños y jóvenes, particularmente durante los años de su educación formal. Algunos de estos retos incluyen la dificultad de encontrar el tiempo necesario para brindar educación financiera dentro de la jornada escolar, la falta de preparación de los maestros sobre este tema y la ausencia de conocimiento de los materiales y planes de estudio efectivos existentes. Aunque el período educativo desde el comienzo del jardín infantil hasta 12º grado, en adelante abreviado como K-12, representa un lugar y momento clave para cubrir las necesidades de enseñar más conceptos de educación financiera, existen otros lugares fuera del ámbito escolar y programas ofrecidos a nivel universitario que también ofrecen opciones para cumplir con este objetivo.

Temas relacionados con la educación

1. Cómo integrar la educación financiera dentro de los programas de estudio K-12

Actualmente muchos educadores comprenden la importancia de enseñar a su alumnado los conocimientos básicos sobre el manejo del dinero, pero frecuentemente los programas de sus cursos están estrictamente controlados y no queda tiempo disponible para desarrollar un nuevo curso separado sobre este tema para cumplir con esta prioridad recientemente identificada. Usualmente, los programas de estudio de las asignaturas básicas y obligatorias consumen la mayor parte de la jornada escolar, dejando muy poco tiempo disponible para que los educadores puedan ayudar a sus estudiantes a adquirir conocimientos financieros.

También, podría parecer que materias tales como matemáticas, ciencia, estudios sociales, estudios económicos, historia, inglés y clases de economía doméstica y del consumidor compiten con la educación financiera por el valioso tiempo disponible en los programas de estudio y que para agregar una materia de educación financiera sería necesario excluir alguna otra disciplina. De hecho es lo opuesto, ya que la integración de la educación financiera dentro de los programas de estudio establecidos permite que las escuelas y los educadores cumplan con sus responsabilidades de enseñar los cursos obligatorios mientras que simultáneamente exponen a los estudiantes a valiosas lecciones de educación financiera.

Por ejemplo, los estudiantes de segundo grado que están aprendiendo la suma básica pueden usar monedas para entender el valor del dinero al mismo tiempo que practican sus conocimientos de aritmética. Los estudiantes de enseñanza media que están aprendiendo el porcentaje en sus clases de matemática, pueden aprender los conceptos de tasas de interés compuesto. Los alumnos de primer año de escuela secundaria que estudian en sus clases de

historia el período de la Gran Depresión, pueden aprender sobre el comienzo del sistema bancario moderno y el sistema del Seguro Social. Los estudiantes del último año de la escuela secundaria que toman el curso de economía doméstica y del consumidor pueden aprender los conceptos del funcionamiento del crédito durante las clases en las que reciben instrucción sobre cómo hacer compras importantes, como por ejemplo automóviles o viviendas. Este enfoque, no solamente maximiza el escaso tiempo de clase, sino que integra la educación financiera aplicada a contextos del "mundo real" creando la posibilidad de atraer el interés de los estudiantes y facilitar su aprendizaje.

En las escuelas de los Estados Unidos, los estudiantes se benefician de la integración de la educación financiera a las materias principales de los programas de estudio. Las organizaciones sin fines de lucro y el gobierno federal han desempeñado un papel en el desarrollo de materiales y programas de estudio, como por ejemplo *Money Math: Lessons for Life* (Dinero matemático: Lecciones para la vida). Además, otras organizaciones han desarrollado periódicos escolares para permitir que los educadores usen las noticias y tendencias del mundo de los negocios para transmitir a sus estudiantes lecciones significativas. Para diseñar sus propios modelos de lecciones que transmitan a los estudiantes los conocimientos financieros, los educadores y encargados de elaborar las políticas educativas también pueden utilizar la orientación contenida en el documento oficial del Departamento del Tesoro sobre la integración de la educación financiera.

Organizaciones sin fines de lucro emplean a ejecutivos voluntarios y utilizan materiales especializados para integrar los temas de la libre empresa a las aulas escolares

Por medio de la ayuda de voluntarios y el uso de materiales rigurosamente probados, una organización internacional sin fines de lucro se comprometió a brindarle a cada niño informción fundamental sobre el sistema de la libre empresa, esta organización también apoya los esfuerzos realizados por los maestros para integrar la educación financiera dentro de una amplia variedad de cursos. Estos cursos incluyen Economía, Negocios, Desarrollo Profesional, Economía Doméstica & de Consumo, Historia de los Estados Unidos, Geografía, Gobierno, Matemática e Historia Mundial. En esta tarea de estrecha coordinación con los maestros de clase, los voluntarios capacitados ofrecen una perspectiva del "mundo real" a los estudiantes sobre comportamientos financieramente ilustrados. Ya sea por medio de modelos de clases ofrecidos durante el horario escolar o después de clase, los voluntarios de esta organización, que generalmente provienen del sector de negocios, trabajan para apoyar a los maestros y reforzar los conceptos de enseñanza por medio de visitas frecuentes coordinadas durante el transcurso de un semestre académico. Los voluntarios ofrecen un programa que ayuda a que los estudiantes comprendan la "economía de la vida". El conjunto de elementos de enseñanza de esta organización incluye materiales de clase, útiles y guías de estudio integradas con secciones para estudiantes, maestros y voluntarios. Estos programas, que son patrocinados por los negocios y grupos comunitarios locales, son desarrollados gratuitamente en las escuelas.

La organización les enseña a los estudiantes a comprender y apreciar el sistema de la libre empresa. Los elementos de la educación financiera están entrelazados en todos los cursos K-12. Las oficinas locales de la organización coordinan la programación para adaptar los cursos a las necesidades

de cada comunidad, llegando con su programa a aproximadamente 4 millones de estudiantes en 145 mercados de los Estados Unidos.

El Departamento del Tesoro y una universidad de la región medio-este colaboran para desarrollar un programa de estudios que interrelaciona el dinero y la matemática

En el año 2001, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos trabajó en colaboración con una universidad de la región del medio-este para crear un programa de estudios llamado *Money Math:*

Lessons for Life que emplea situaciones personales financieras del mundo real para enseñar conceptos matemáticos y conceptos financieros básicos a los estudiantes de séptimo a noveno grado. Las lecciones de este curso enfatizan la aplicación de la matemática en temas de ahorro, impuestos, equilibrio de presupuestos y proyectos de trabajos de mejoras en las viviendas. El conjunto de materiales del programa contiene actividades prácticas para los estudiantes e incorpora el uso de planillas de cálculo. Este programa de estudio fue desarrollado considerando los estándares nacionales de matemática para conseguir una fácil integración a los mismos, es apropiado para ser aplicado en las clases de cursos de economía doméstica y del consumidor o de estudios sociales, o en programas dictados en el horario postescolar para enseñar conceptos prácticos financieros o matemáticos a los estudiantes que cursan de séptimo a noveno grado. Por ejemplo, aprendiendo el cálculo de interés compuesto y comprendiendo su significado matemático, los estudiantes pueden apreciar los beneficios acumulativos de tener un hábito regular de ahorro. El contenido del programa de estudio está disponible gratuitamente en formato electrónico e impreso en www.publicdebt.treas.gov/mar/marmoneymath.htm.

Una importante publicación financiera con lecciones sobre negocios y economía llega a las escuelas secundarias por medio de una edición escolar del periódico y un programa de estudio especializado

Algunos maestros integran a sus clases la educación financiera por medio de una versión adaptada para estudiantes de un periódico económico. Este periódico de clase ha sido publicado durante 14 años y se entrega mensualmente a más de 5,000 escuelas secundarias llegando a aproximadamente 750,000 estudiantes.

Además del periódico para estudiantes de aparición mensual, este servicio incluye una guía para los maestros que contiene páginas de ejercicios y planes de lecciones para ayudar a los maestros a integrar los contenidos del periódico a sus programas de estudio. En el sitio Web del periódico para estudiantes se incluyen lecciones y recursos de enseñanza adicionales. El programa también incluye un ejemplar de la publicación de aparición diaria que permite que los maestros puedan reforzar

los principios económicos del periódico escolar con los desarrollos cotidianos que surgen en el mundo de los negocios. El periódico mensual para estudiantes publica artículos especialmente seleccionados que son extraídos de periódicos de aparición diaria, entre los que se encuentran "Who Deserves Healthcare?" y "House of Cards: The Risks and Rewards of America's Credit Culture". Las historias presentadas en el periódico tienen la intención de emplear las noticias y tendencias del mundo de negocios para transmitir lecciones significativas que puedan ser practicadas cotidianamente por los estudiantes, ya sea en la escuela, en el hogar o en sus comunidades. El periódico para estudiantes es distribuido mensualmente con el apoyo de suscriptores, patrocinadores y asociados del sector público y privado.

Documento Oficial del Departamento del Tesoro—Integración de la Educación Financiera a los Planes de Estudio

Como resultado del debate llevado a cabo por un panel patrocinado por el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos y por el Departamento de Educación de los Estados Unidos en octubre del año 2002, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos difundió un documento oficial sobre la integración de la educación financiera a los planes de estudio escolares. Este documento está disponible en www.treasury.gov/financialeducation. El panel de referencia estuvo integrado por grupos claves especializados en la educación de niños y jóvenes a nivel nacional y centralizó su discusión sobre los beneficios de incorporar la educación financiera a los programas de estudio de matemática y lectura dentro de los estándares nacionales del sistema educativo.

El informe titulado "Integrating Financial Education into School Curricula" identificó cinco puntos de acceso para introducir el tema de la educación financiera en las escuelas. Los puntos de acceso son los estándares estatales de educación, exámenes, libros, materiales educativos sobre finanzas y capacitación de los maestros. El documento oficial puede servir como una base práctica para los encargados de elaborar políticas, educadores y otras partes interesadas en lograr el objetivo de integrar la educación financiera a los programas de estudio obligatorios de matemática y lectura. En el documento se incluye una lista de centros de recopilación y aprobación en el Internet y otras organizaciones que compilan listas de recursos dirigidos al público de edad escolar.

Resumen

El punto de partida para brindarle a las personas una comprensión básica sobre las finanzas personales es la educación financiera de los niños y jóvenes, y el mejor lugar para comenzar a dar alcance a grandes cantidades de niños y jóvenes proporcionándoles educación financiera es la escuela. La enseñanza de educación

financiera en las escuelas es el inicio del proceso de preparación para que los niños y jóvenes se conviertan en consumidores y administradores competentes de la prosperidad de sus propios hogares.

Si bien algunas escuelas pueden optar por clases independientes, la incapacidad de ofrecer este tipo de clase no debería impedir que una escuela o un educador enseñe temas financieros a los estudiantes. La integración de los conceptos de educación financiera como parte de otros temas y materias, como por ejemplo matemática, estudios sociales o clases de economía doméstica y del consumidor, ofrece un método creativo para otorgar a los estudiantes conocimientos y habilidades financieras que los acompañarán toda la vida. Este tipo de integración no solamente realza la enseñanza de materias como lectura y matemática, sino que también reduce las posibilidades de que la educación financiera sea excluida de las escuelas como resultado de los recortes presupuestarios escolares locales o por los cambios en la disponibilidad de cursos.

2. Cómo proporcionar capacitación y apoyo a los maestros para enseñar efectivamente los temas de educación financiera

Muchos maestros no están capacitados para enseñar temas financieros. La educación financiera no es un tema que les haya sido enseñado a los maestros durante sus estudios universitarios o que hayan aprendido por medio del desarrollo profesional, y por lo tanto, es posible que no se sientan cómodos o seguros de sus capacidades para enseñar estos temas a los estudiantes. Además, es posible que algunos maestros se cuestionen su propio nivel de educación financiera, dificultándoles la tarea de enseñar este tema con autoridad en la materia. Como resultado, es posible que un maestro reconozca totalmente que sus estudiantes necesitan aprender educación financiera, pero simplemente puede ser que no esté capacitado para cumplir con este objetivo.

Aumentando el nivel de conocimiento y autosuficiencia de los educadores para enseñar temas de educación financiera en un amplio rango de ámbitos educativos (incluyendo escuelas públicas, privadas y cursos comunitarios), las escuelas pueden promover la disponibilidad de educación financiera para los estudiantes. A través de programas de capacitación para maestros, materiales y recursos efectivos y mediante la implementación de planes de estudio apropiados, se puede mejorar la educación financiera de los educadores y de sus estudiantes.

Por medio de la implementación de programas innovadores, en Wisconsin y West Virginia los maestros y educadores comunitarios están mejorando sus conocimientos sobre temas de educación financiera y se están convirtiendo en instructores de la materia más seguros de sí mismos.

Un programa de Wisconsin instruye a los maestros sobre temas de educación financiera

Un programa desarrollado en el estado de Wisconsin brinda a los maestros la capacitación y educación necesarias para convertirse en instructores efectivos de educación financiera. El programa proporciona materiales, planes de estudio y recursos para realzar la autosuficiencia y educación financiera de los educadores y de miles de estudiantes de K-12 a los cuales les proveen enseñanza. En asociación con una coalición estatal de educación financiera, este programa ofrece a los educadores una serie de cursos de capacitación de enseñanza de una semana de duración. En estas clases realizadas durante el verano en un campo universitario de Wisconsin, se suministra información y recursos sobre temas tales como finanzas personales, economía, ahorro e inversión, seguros, crédito y emprendimientos empresariales.

El plan de estudio es ofrecido por una combinación de profesionales académicos y de negocios y ha creado una experiencia motivadora y profesional que brinda a los educadores el contenido, materiales y habilidades necesarios para enseñar y promover la educación financiera en sus aulas y comunidades.

Capacitación sobre finanzas personales para educadores de West Virginia

En el año 2001, en el estado de West Virginia se inició un programa de capacitación sobre finanzas personales. Este programa ayuda a que los maestros adquieran dominio sobre los temas de educación financiera ofreciendo cursos gratuitos a los educadores estatales y otorgando hasta tres horas de crédito de diploma, licenciatura o desarrollo profesional. Los temas del programa incluyen crédito y asesoría de crédito, robo de identidad, educación para inversionistas y una variedad de otros temas. El programa de capacitación fue iniciado por una coalición estatal para la educación financiera, integrada por agencias estatales, negocios privados y organizaciones educativas con interés en la promoción de las finanzas personales.

Resumen

Los maestros deben buscar y beneficiarse de la capacitación de educación financiera disponibles en sus estados o regiones. Las escuelas también pueden asociarse con bancos locales, cooperativas de crédito u otras instituciones financieras para proveer capacitación sobre educación financiera a los maestros.

3. Cómo proporcionar materiales, planes de estudio y recursos efectivos a los maestros para enseñar educación financiera

En caso de que se cuente con el tiempo y la voluntad de incorporar la educación financiera al medio escolar, muchos maestros carecen de los recursos y conocimientos necesarios para desarrollar y

enseñar satisfactoriamente a sus estudiantes un programa educativo sobre finanzas. Similarmente, es posible que muchos padres no se sientan adecuadamente capacitados para instruir satisfactoriamente a sus hijos sobre temas de asuntos financieros. Son muchos los padres y maestros que desconocen la abundancia de información y materiales educativos sobre finanzas que ya están disponibles gratuitamente o a muy bajo costo.

Existe una variedad de planes de estudio sobre educación financiera que puede satisfacer las necesidades de todos los estudiantes de los Estados Unidos. Varias organizaciones han establecido bases centralizadas de recopilación y aprobación de materiales gratuitos o de bajo costo que pueden ser utilizados por los educadores y padres para enseñar conceptos financieros. Los gobiernos estatales y locales, los negocios y las entidades sin fines de lucro pueden beneficiarse de estos materiales para implementar programas educativos sobre finanzas dentro de sus comunidades.

Para proveer a los educadores de los recursos disponibles de mejor manera, las escuelas pueden asociarse con las organizaciones que desarrollan, patrocinan y difunden los programas educativos sobre finanzas. Las coaliciones del sector público y privado y asociaciones entre sí pueden llevar con éxito la educación financiera a las aulas y brindar los recursos y experiencia necesarios a las escuelas para que enseñen conceptos valiosos.

Los educadores y padres pueden acceder a la información y recursos sobre educación financiera disponibles en el mercado por medio de los esfuerzos realizados por una coalición nacional para la educación financiera y a través de un centro de recopilación y aprobación de materiales educativos sobre finanzas.

Una coalición nacional mantiene una base de datos de materiales educativos sobre finanzas

Una coalición para la educación financiera procura ayudar a los educadores y padres, incluyendo a los padres de niños que estudian en sus casas, a localizar materiales educativos sobre finanzas personales.

Para cumplir con este objetivo, la coalición estableció una base de datos de recursos sobre finanzas personales puestos a disposición por una variedad de proveedores de educación tales como el gobierno y organizaciones de negocios y sin fines de lucro. Esta base de datos está localizada en el sitio Web de la coalición, y muchos de los materiales incluidos son gratuitos o de bajo costo. Los maestros pueden usar estos materiales de enseñanza de finanzas personales para apoyar los estándares estatales establecidos para las materias de negocios, matemática y cursos de economía doméstica y del consumidor. Para garantizar que los materiales diseminados se adhieran a altos estándares, la coalición utiliza una lista de verificación como guía para la selección de materiales incluida en la base de datos.

Una fundación recopila y aprueba materiales educativos sobre finanzas

Los educadores de todo el país, incluyendo los padres de los niños que estudian en sus casas, pueden recurrir a un centro de recopilación y aprobación de materiales educativos sobre finanzas que opera en el Internet, establecido para suministrar materiales y planes de estudio sobre una variedad de temas. Este centro de recopilación y aprobación posee materiales para todas las edades, pero con un especial acento en la disponibilidad de materiales para niños y jóvenes, especialmente para aquellos que cursan la escuela secundaria. Los materiales provistos a través de este centro están clasificados por áreas temáticas que incluyen una variedad de contenidos financieros. Las organizaciones pueden acceder a las guías para maestros y materiales de clase de educación financiera por medio del sitio Web del centro de recopilación y aprobación de la fundación.

Resumen

Los maestros y padres pueden conseguir materiales de una variedad de recursos gratuitos o de bajo costo que ofrecen varias organizaciones comprometidas en el desarrollo e implementación de planes de estudio de educación financiera.

4. Cómo aumentar la educación financiera comunicándose con los jóvenes en lugares no tradicionales

La educación financiera no es una tarea únicamente delegada a las escuelas. Las organizaciones sin fines de lucro, las empresas privadas, los clubes de niños y jóvenes y otras organizaciones juveniles deberían tener una participación activa para comprometerse en proveer estos recursos y educación a los estudiantes de toda la nación. Para complementar lo que se está desarrollando en las aulas escolares, las organizaciones involucradas en esta tarea pueden llegar a los niños y jóvenes por medio de métodos y lugares no tradicionales, ofreciendo información adaptada y dirigida directamente a los jóvenes.

Por medio de los esfuerzos comunitarios como los que se brindan en los programas ofrecidos en el horario postescolar, campamentos de verano, clubes de finanzas personales, instalaciones correccionales y organizaciones de servicios para jóvenes, los estudiantes están en condiciones de adquirir conocimientos y habilidades de educación financiera en un ambiente fuera del sistema escolar. Además, en Arizona, los estudiantes que han abandonado sus estudios secundarios están aprendiendo conceptos financieros a través de una escuela secundaria alternativa.

Organización nacional para niñas enseña habilidades y conocimientos financieros

Una organización para niñas enseña conceptos de liderazgo, carácter y una variedad de habilidades prácticas. Una de las habilidades que la organización le ha estado enseñando a sus miembros es la educación financiera. La organización ha desarrollado un plan de estudio para ayudar a los miembros de entre nueve y once años a aumentar sus conocimientos financieros. Los proyectos y actividades incluidos en el plan de estudio ofrecen oportunidades para que los voluntarios ayuden a las niñas a aprender y poner en acción conceptos y habilidades importantes para la administración personal del dinero.

El programa también utiliza efectivamente las asociaciones con empresas privadas que colaboran con la educación de sus miembros. Trabajando junto a varias

empresas privadas, los líderes del programa desarrollaron sitios Web específicamente diseñados para niños. Por medio de estos sitios Web, las niñas pueden aprender sobre los temas financieros que enfrentarán durante las diferentes etapas de sus vidas. Estos sitios están adaptados para este sector demográfico y con características atractivas para sus destinatarias. Por ejemplo, uno de los sitios Web ofrece un videojuego en el que las niñas pueden escoger un personaje y tomar decisiones financieras con la expectativa de alcanzar los objetivos establecidos. Este sitio Web también incluye enlaces con oportunidades de ayuda financiera y becas de estudio.

También, para estimular la educación financiera, el programa otorga premios y distinciones. Estos premios de reconocimiento son entregados a los miembros luego de completar varias tareas, como por ejemplo proponer campañas de comercialización para vender productos o luego de completar ciertos ejercicios colocados en los sitios Web de educación financiera.

Un campamento de verano de North Carolina brinda capacitación financiera como parte de las habilidades esenciales para la vida

En un campamento de verano del estado de North Carolina se enseñan habilidades para la vida a niños y niñas de hogares de bajos ingresos que inician los cursos de sexto, séptimo u octavo grado. Las actividades del campamento de verano se enfocan en combatir una variedad de problemas, incluyendo la falta de educación financiera. Los estudiantes que demostraron un logro y progreso académico en el año escolar previo, son seleccionados por cada condado para participar en este programa.

Las actividades del campamento de verano están orientadas a la preparación de los estudiantes de la escuela media para el momento en que inicien sus carreras, a tal fin se ofrecen clases que incluyen temas tales como emprendimientos empresariales, responsabilidades ciudadanas, resolución de conflicto, temas bancarios y de negocios. Los estudiantes aprenden a conciliar el estado de una cuenta de cheques, preparar un presupuesto, obtener ganancias en un negocio, evaluar el valor del dinero y administrar el dinero prudentemente. Los estudiantes también participan en las actividades tradicionales de los campamentos de verano como montar a caballo, nadar y escalar.

Una red nacional de centros juveniles de actividades postescolares adopta planes de estudio de educación financiera

Una organización de actividades desarrolladas en el horario postescolar que cuenta con centros comunitarios en todo el país, ha identificado la educación financiera como un tema prioritario para los niños y jóvenes a

los que brinda servicio. Esta coalición conformada por entidades privadas entre una importante firma de administración de inversiones y un club de jóvenes de ambos sexos, está comprometida en mejorar los conocimientos y habilidades financieras del alumnado. Por medio de programas conjuntos, 4 millones de jóvenes tienen acceso a educación financiera adicional brindada a través de una red nacional de 3,700 centros.

La organización brinda servicio primordialmente a los jóvenes en situación desventajosa. Por ejemplo, en una ciudad importante de Colorado, el 70 por ciento de los jóvenes proviene de hogares desaventajados. Los jóvenes que participan en programas educativos sobre finanzas reciben lecciones sobre el tema y adquieren nuevos conocimientos sobre preparación de presupuestos, ahorro e inversiones. Los participantes de este programa reciben lecciones de educación financiera personal por medio de actividades y ejercicios interactivos sobre cómo usar una cuenta corriente de cheques, administración de deudas, ahorro para gastos de estudios universitarios y conceptos básicos sobre inversiones. Los adolescentes de entre 13 y 18 años de edad aprenden métodos prácticos de ahorro, gasto e inversión de dinero. Estas lecciones son ofrecidas por empleados de esta firma de administración de inversiones a los que se les concede tiempo para hacer el trabajo voluntario y de esta manera pueden compartir sus conocimientos financieros con los jóvenes estudiantes miembros del club y con sus familias.

Hasta la fecha, más de 450 clubes han adoptado el programa y se prevé que aproximadamente 36,000 jóvenes adolescentes completarán el programa durante los próximos dos años. El club pudo iniciar rápidamente un esfuerzo de tal magnitud al asociarse a una firma nacional de administración de inversiones que proveyó el plan de estudios de educación financiera.

Una instalación correccional de Minnesota reconoce la importancia de la educación financiera como mecanismo de rehabilitación de delincuentes

Una de las instalaciones correccionales estatales de Minnesota presta servicios de tratamiento, educación y transición a delincuentes juveniles que son ofensores de la ley. La edad promedio de los residentes de la instalación es de 18 años. Los directivos de la instalación consideran que las deficiencias en administración financiera y habilidades relacionadas a este tema son factores de riesgo de los delincuentes juveniles admitidos en sus instalaciones. En respuesta a esta consideración, la instalación les brinda a los residentes la oportunidad de aprender habilidades financieras y relacionadas al tema para reducir la tasa de reincidencia. El objetivo del programa es equipar a los residentes con las herramientas necesarias para que se conviertan en integrantes exitosos de la sociedad. Los residentes con estudios secundarios completos o graduados con un diploma GED participan en un programa que provee instrucción sobre áreas de administración financiera, mecanismos de sustento independiente y retención del empleo.

Los participantes del Programa de Servicios de Transición de esta instalación correccional calificaron en la franja superior del 8 por ciento a nivel nacional entre los programas estudiados bajo el Inventario de Evaluación de Programas Correccionales (CPAI, por sus siglas en inglés). El conjunto de programas establecidos bajo CPAI está basado en las

mejores prácticas y es una herramienta de evaluación recomendada por el Instituto Nacional Correccional del Departamento de Justicia de los Estados Unidos.

Organizaciones de servicios para jóvenes

Una organización de servicios para jóvenes ofrecidos por el Sistema de Extensión Cooperativa en asociación con el Servicio de Investigación Cooperativa Estatal, Educación y Extensión del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, desempeña un papel importante en la educación de los jóvenes sobre el manejo de dinero. La organización llega anualmente a 7 millones de jóvenes y tiene tres planes de estudio nacionales para ayudar a los jóvenes a comprender los conceptos básicos sobre cómo ganar y administrar dinero para que éstos puedan desarrollar hábitos financieros sólidos a temprana edad.

En uno de los programas, la organización de servicios para jóvenes trabaja con los estudiantes para establecer objetivos, comprender el concepto de crédito y aprender sobre la planificación financiera. Otro programa de esta organización ayuda a los jóvenes a convertirse en consumidores responsables e informados del mercado dinámico actual. Un tercer programa de esta organización es un esfuerzo empresarial enfocado en el conocimiento, habilidades y predisposición mental que necesitan los jóvenes para cumplir con los retos laborales y comunitarios pendientes en el siglo XXI.

Una escuela secundaria alternativa de Arizona refuerza el conocimiento financiero de los estudiantes

Los estudiantes que han abandonado sus estudios secundarios están aprendiendo habilidades y conocimientos financieros a través de un esfuerzo cooperativo. Esta escuela secundaria alternativa, establecida a través de una coalición entre un distrito escolar local y dos fundaciones, está diseñada para ayudar a los estudiantes (de entre 17 y 21 años de edad) que han abandonado sus estudios secundarios y que desean obtener un diploma de estudios secundarios completos en lugar de un GED.

Los estudiantes de esta escuela alternativa reciben capacitación en temas de educación financiera, obtienen experiencia laboral y participan en actividades de servicios comunitarios. Estos estudiantes también reciben educación por medio de actividades de desarrollo profesional tales como conferencias de oradores invitados y visitas a universidades y lugares de trabajo. La escuela ofrece su programa computarizado de instrucción en horarios flexibles que son determinados por los estudiantes y al mismo tiempo brinda servicios de asesoría a los estudiantes por medio de un coordinador de recursos profesionales. El plan de estudio de educación e instrucción financiera es suministrado por una cooperativa de crédito local.

Resumen

Por medio de las actividades ofrecidas por las organizaciones sin fines de lucro, empresas privadas, clubes juveniles y otras organizaciones para niños y jóvenes, los estudiantes pueden recibir la tan necesitada educación sobre finanzas. La educación brindada a nivel comunitario, diseñada para complementar cualquier otra instrucción financiera que se produzca en las escuelas, puede llegar a los jóvenes a través de métodos no tradicionales. Todos los demás interesados en transmitir conocimientos

y aptitudes financieras fuera del ámbito escolar, pueden seguir el ejemplo de los programas referidos y aprovechar los lugares y medios no tradicionales para hacer llegar a los jóvenes información sobre este tema tan importante.

5. Cómo incrementar las habilidades y conocimientos financieros de los estudiantes postsecundarios

De acuerdo a los datos del Centro Nacional de Estadísticas de Educación del Departamento de Educación de los Estados Unidos, entre los 9,000 estudiantes encuestados en 800 instituciones de educación postsecundaria, aproximadamente 3,300 no completaron satisfactoriamente el programa en el cual se habían inscrito. A nivel nacional, el 14 por ciento de los estudiantes que abandonaron sus estudios postsecundarios sin obtener un diploma indicó que fue por razones financieras, mientras que solamente el 2 por ciento citó razones académicas.

Para aquellos estudiantes que están enfrentando dificultades financieras, tanto en la etapa universitaria como en las instancias educativas posteriores, los conocimientos y habilidades de educación financiera pueden constituir una herramienta útil para explorar los temas económicos personales y cumplir exitosamente los objetivos propios. Estos conocimientos y habilidades pueden ser adquiridos por medio de esfuerzos educativos sobre finanzas ofrecidos por escuelas superiores, universidades, entidades de préstamo y organizaciones sin fines de lucro.

Las instituciones de educación superior citadas a continuación están brindando oportunidades educativas sobre finanzas a los estudiantes.

Florida Community College enseña temas de finanzas personales

Bajo la orientación de los profesores de la Escuela de Negocios y del Departamento de Inglés como Segundo Idioma, los instructores de cinco campos universitarios han incorporado los planes de estudio de educación financiera a sus objetivos de aprendizaje. Por medio de una coalición con una institución financiera importante, se está implementando el plan de estudio de FDIC llamado Money Smart. Las sesiones son facilitadas por los estudiantes de las clases de negocios o por estudiantes de organización empresarial junto a un representante de un banco para tratar las cuestiones específicas relacionadas a los productos y servicios bancarios.

Estas clases están abiertas al público en general, pero están fundamentalmente dirigidas a los estudiantes de nivel universitario. Durante el año 2004, la institución de estudios universitarios capacitó a 380 participantes y durante el semestre de primavera del año 2003 instruyó a más de 1,000 alumnos. En el año escolar 2005-2006, la institución de estudios universitarios planifica expandir el programa y agregar una opción de instrucción por computadora para llegar con su programa a más estudiantes y miembros de la comunidad.

Una universidad de Rhode Island le brinda a los estudiantes de primer año herramientas para administración de dinero

En una universidad de Rhode Island, los estudiantes del primer año se inscriben en un curso dictado a trávas del internet sobre educación de crédito que forma parte de las clases de orientación. El programa se desarrolla como un curso corto de instrucción que ofrece una introducción a la administración de dinero y uso del crédito. Para reforzar

los conceptos presentados durante cada módulo, estos programas de cinco secciones usan materiales adaptados, como por ejemplo ejercicios prácticos.

Además, los estudiantes interesados también pueden inscribirse en un programa de Planificación y Asesoramiento Financiero Familiar (FFCP, por sus siglas en inglés) certificado por el Departamento de Desarrollo Humano y Estudios Familiares de la universidad. Los estudiantes que reciben un certificado de estudios FFCP pueden utilizar las habilidades adquiridas en temas de educación financiera para encontrar carreras orientadas en asesoría de finanzas personales o planificación en nombre de las organizaciones comunitarias que brindan servicios a familias y niños.

Resumen

Para muchas personas, los años inmediatamente posteriores a la finalización de los estudios secundarios son un hito financiero importante. Para poder manejar con éxito las necesidades del pago de las matrículas y la gestión de préstamos estudiantiles, la obtención de la primera tarjeta de crédito o el alquiler del primer apartamento es necesario contar con habilidades financieras sólidas y con acceso a la información correcta. Para equipar mejor a los estudiantes postsecundarios con las habilidades monetarias requeridas, los colegios, universidades, entidades de préstamo y organizaciones sin fines de lucro pueden desempeñar un papel de crucial importancia haciendo llegar a los jóvenes la educación financiera necesaria.

Iniciativas de acción

Tácticas empleadas: Coaliciones, Integración, Momento educativo, Materiales de calidad

10-1 En el año 2006, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos se unirá al Departamento de Educación de los Estados Unidos para patrocinar una reunión cumbre enfocada en la integración de la educación financiera a los programas de estudio de las materias principales de enseñanza obligatoria. En un esfuerzo por asistir a aquellos que están iniciando o mejorando programas, el grupo también evaluará cuáles son las prácticas promisorias en materia de educación financiera y capacitación de maestros. Esta reunión pública reunirá a los encargados de elaborar políticas, educadores y demás líderes del campo de educación en general y educación financiera. Las conclusiones de esta reunión se pondrán a disposición de los educadores y encargados de la elaboración de políticas de todo el país.

10-2 Los maestros, padres y organizaciones juveniles deberían hacer un uso intensivo de la abundancia de materiales gratuitos o de bajo costo disponibles sobre una variedad de temas de educación financiera por medio de los centros de recopilación y aprobación de recursos.

10-3 Las instituciones de estudios postsecundarios deberían considerar métodos para incrementar los niveles de educación financiera de sus estudiantes con el fin de ayudarlos a evitar las dificultades económicas que resultan de una mala administración del crédito y el dinero.

Notas

1 Greenspan, Alan (8 de abril de 2005). 4º Conferencia anual de investigación sobre asuntos comunitarios del Sistema de la Reserva Federal, Washington, D.C.: Junta de la Reserva Federal.

2 The National Council on Economic Education. (Marzo 2005). The standards in economics survey: What American teens & adults know about economics. New York, NY.

3 Jump$tart Coalition® for Personal Financial Literacy. (2004). 2004 personal financial survey of high school seniors. Washington, D.C.

4 Ibíd.

5 Ibíd.

6 Ibíd.

7 Ibíd.

8 Ibíd.

[9] Centro Nacional de Estadísticas de Educación. (Noviembre 2002). Short-term enrollment in postsecondary education: Student background and institutional differences in reasons for early departure, 1996–98 (NCES 2003–153). Washington, DC: Departamento de Educación de los Estados Unidos, Office of Educational Research and Improvement. Extraído el 4 de agosto de 2005 de http://nces.ed.gov/pubs2003/2003153.pdf.

[10] Documento Oficial de la Oficina de Educación Financiera del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos. (Octubre 2002). Integrating financial education into school curricula: Giving America's youth the educational foundation for making effective financial decisions throughout their lives by teaching financial concepts as part of math and reading curricula in elementary, middle, and high schools (White Paper). Washington, DC.

[11] Datos del Servicio de Investigación Cooperativa Estatal, Educación y Extensión del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos.

[12] Centro Nacional de Estadísticas de Educación del Departamento de Educación de los Estados Unidos. (2001) Beginning postsecondary students longitudinal study. Washington, D.C.

Capítulo 11

Investigación académica y evaluación de programas

Visión general

La investigación ha demostrado que muchos estadounidenses carecen del conocimiento básico acerca de las finanzas personales que necesitan para tomar decisiones financieras eficazmente. En todos los grupos demográficos y de acuerdo a la edad, los estadounidenses carecen del conocimiento suficiente de cuestiones financieras personales. La investigación, ha afirmado esta conclusión y como resultado, actualmente se está prestando atención a promover y expandir los esfuerzos de educación financiera. Desde mediados de los años 90, muchas organizaciones han iniciado programas educativos sobre finanzas en respuesta a este tema. De hecho, un estudio de programas educativos sobre finanzas realizado recientemente determinó que el 65 por ciento de los programas encuestados comenzó en la década de los años 90 y casi un 75 por ciento de los programas comenzó a finales de los años 90 o a principios de los años 2000.

Puesto que muchos programas educativos sobre finanzas son relativamente nuevos, todavía falta un enfoque común y sistemático para desarrollar y proporcionar educación financiera. A medida que las escuelas, empleadores, organizaciones comunitarias y gobiernos locales, estatales y federal trabajan para ayudar a los estadounidenses a adquirir educación

financiera, es necesario realizar más investigación o evaluaciones de programas para que las organizaciones puedan validar o mejorar sus iniciativas y medir el impacto de su trabajo en la educación financiera.

Los programas exitosos utilizan pruebas, encuestas y otros modos de evaluación para indicar su mérito demostrando un impacto positivo en las actitudes, conocimiento o comportamiento de los participantes aplicando una evaluación formal del programa para determinar su calidad, eficacia o valor. A medida que los programas educativos sobre finanzas individuales vayan demostrando su efectividad esto ayudará a establecer objetivos específicos y medidas de rendimiento para registrar el progreso y éxito de otros programas, sirviendo de modelos para iniciativas futuras.

Retos

Para evaluar correctamente los programas educativos sobre finanzas y avanzar modelos exitosos a mayores niveles de práctica en toda la nación, los líderes de educación financiera pueden utilizar investigación académica y programas para identificar las mejores prácticas.

Temas relacionados con la evaluación de programas

1. Cómo estimular la investigación académica

La investigación sobre la efectividad de los programas educativos sobre finanzas se realizó sobre una serie de áreas, incluyendo el crédito, la propiedad de vivienda, ahorros y ahorro para la jubilación. Además, algunos estudios se han enfocado en el medio en el que se ha proporcionado la educación financiera, como por ejemplo el lugar de trabajo o como parte del plan de estudios de la escuela secundaria.

Entre los ejemplos de investigación académica acerca de la educación financiera se incluyen estudios realizados por las siguientes organizaciones: Centro de Investigación de Crédito de la Universidad de Georgetown, Consejo de Investigación sobre Pensiones de la Escuela Wharton de la Universidad de Pennsylvania y Centro para el Desarrollo Social de la Universidad de Washington en St. Louis. Otras áreas de investigación académica incluyen la educación financiera en el lugar de trabajo y en los planes de estudios escolares.

Centro de Investigación de Crédito de la Universidad de Georgetown

La investigación realizada por el Centro de Investigación de Crédito de la Universidad de Georgetown comparó el uso de tarjetas de crédito por parte de tres grupos diferentes: cuentas de tarjetas de crédito abiertas por jóvenes adultos a través de programas de comercialización dirigidos a estudiantes universitarios; cuentas de tarjetas de crédito abiertas por jóvenes adultos (18-24 años) a través de canales de mercadeo convencionales y cuentas de tarjetas de crédito abiertas por adultos a través de medios convencionales. La investigación determinó que las cuentas dirigidas a los estudiantes tenían saldos más bajos, límites de crédito inferiores y menores tasas de utilización que las cuentas abiertas por los otros grupos. También se determinó que aunque las cuentas dirigidas a los estudiantes tenían más probabilidad de demora en el pago y cancelación, tanto las tasas de morosidad como las tasas de cancelación de estas cuentas para estudiantes y las de las cuentas convencionales de los

jóvenes adultos alcanzaron el mismo nivel dentro de un período de 24 meses.

Los resultados de la investigación se asemejan con las declaraciones de los emisores de las tarjetas de crédito, quienes afirmaron que establecían cuentas para estudiantes con límites de crédito

relativamente bajos, esperando que la gran mayoría de los nuevos y jóvenes titulares de tarjetas aprendieran a administrar sus tarjetas de crédito, establecer historias de crédito sólidas y convertirse en clientes de crédito de largo plazo.

Consejo de Investigación sobre Pensiones de la Escuela Wharton de la Universidad de Pennsylvania

La investigación realizada por el Consejo de Investigación sobre Pensiones examinó una serie de temas relacionados con la educación financiera utilizando una encuesta anual de hogares realizada por una compañía de asesoría y administración financiera. Esta investigación determinó que las familias no evaluaban integralmente sus vulnerabilidades financieras y no poseían habilidades adecuadas para tomar decisiones en lo referente a temas financieros. Como resultado de esta evidencia, la investigación examina programas educativos sobre finanzas ofrecidos en el lugar de trabajo y se enfoca en los efectos de estos programas sobre los comportamientos de las familias.

El estudio determinó que la educación financiera en el lugar de trabajo aumenta tanto la participación en planes privados de pensiones como el nivel de contribuciones para dichos planes. Por este motivo, el estudio concluye en que cualquier mejora que se haga en los programas educativos sobre finanzas ofrecidos en el lugar de trabajo podría estimular en gran medida un mayor ahorro para la jubilación.

Centro para el Desarrollo Social de la Universidad de Washington en St. Louis

Los estudios del Centro para el Desarrollo Social de la Universidad de Washington en St. Louis han examinado los datos de los participantes de la Demostración de Política para el Sueño Americano, una demostración nacional de Cuentas de Desarrollo Individual (IDA, por sus siglas en inglés). La diferencia clave entre las cuentas IDA y otros programas de ahorro subsidiados es que las cuentas de desarrollo IDA requieren educación financiera y por este motivo los participantes están interesados específicamente en el terreno de la educación financiera. Por medio de estos estudios llevados a cabo por el Centro para el Desarrollo Social, el primer análisis cuantitativo de los efectos de la educación financiera sobre los ahorros en cuentas IDA, determinó que doce horas de educación financiera aumenta el nivel de ahorro, aunque los efectos pueden disminuir o revertirse a medida que se aumenta

el número de horas de instrucción.

Aunque las implicaciones de estos estudios solamente pueden determinarse para los participantes de la Demostración de Política para el Sueño Americano, los resultados sugieren que la educación financiera tiene efectos significativos sobre los comportamientos y que los cursos no necesitan ser largos para lograr estos efectos positivos. Específicamente, los resultados sugieren que los mensajes de mercadeo dirigidos a una población específica y con relevancia cultural ayudan a convencer a la gente de asistir a clases de educación financiera y considerarlas válidas.

Educación financiera en el trabajo

La educación financiera en el trabajo ha sido examinada por una serie de estudios. La investigación realizada en la Universidad Estatal de Iowa examinó la conexión entre la educación financiera en el trabajo y el nivel de satisfacción laboral. Por medio de los datos de una muestra nacional de empleados de una compañía de seguros, el estudio determinó que los empleados que participan en actividades de educación financiera en el trabajo comprenden mejor las finanzas personales y reconocen la manera en que la educación financiera impacta sus asuntos financieros futuros. Además, el estudio determinó que a través de las actividades educativas en el lugar de trabajo, los empleados adquieren conocimiento acerca de su situación financiera futura y hay mayor probabilidad de estar satisfechos con la compañía en la que trabajan y que la apoyen.

Asimismo, la investigación realizada por la Facultad de Administración de la Universidad Estatal de North Carolina examinó si los programas educativos sobre finanzas modifican efectivamente los objetivos de ahorros para la jubilación, como por ejemplo las tasas de contribución, la necesidad de ingresos durante la jubilación y la selección de opciones de jubilación en el plan de pensiones. Utilizando datos de tres encuestas realizadas entre los participantes de un seminario de educación financiera, la investigación determinó que la participación en el seminario aumentó las contribuciones a los planes de pensiones y que muchos participantes reevaluaron su edad anticipada de jubilación y sus objetivos de ingresos para la jubilación. Sin embargo, el estudio determinó que había una falta de conexión significativa entre la intención indicada de cambiar la conducta de ahorros y las acciones realizadas por los participantes. Por ejemplo, más de un tercio de los participantes reportaron que no habían tomado las medidas necesarias para aumentar sus ahorros para la jubilación, a pesar del deseo indicado de hacerlo a la finalización del programa.

La investigación realizada por el Departamento Nacional de Investigación Económica también examinó los efectos de la educación financiera en el lugar de trabajo. Utilizando una encuesta de hogares, este estudio analizó los efectos del programa educativo sobre finanzas ofrecido en el lugar de trabajo sobre los ahorros en general y los ahorros para la jubilación. Esta investigación determinó que una cantidad importante de empleados depende en gran medida de la educación financiera ofrecida en el lugar de trabajo, porque la educación financiera en el trabajo sustituyó a otras fuentes con autoridad en este tema, como por ejemplo los planificadores financieros y relegó a menor importancia a otras fuentes, como padres y amigos. También, el estudio determinó que la educación financiera en el trabajo aumentó las tasas

de ahorro en general y para la jubilación.

Educación financiera en los planes de estudios escolares

La investigación sobre educación financiera también se ha centrado en los efectos que tiene sobre los estudiantes la enseñanza de educación financiera aplicada en los planes de estudio escolares. Por ejemplo, la investigación del Departamento Nacional de Investigación Económica, examinó los efectos de largo plazo que tienen las clases obligatorias sobre temas de ahorros sobre las decisiones de los adultos. Utilizando una encuesta de familias estadounidenses, el estudio determinó que el establecimiento de disposiciones estatales que requieren que los estudiantes secundarios reciban instrucción sobre temas referentes a decisiones financieras familiares (como presupuesto, administración de crédito, ahorros e inversiones), aumentó significativamente la acumulación de activos una vez que los estudiantes alcanzaron la edad adulta. Estos efectos en la acumulación de activos se dio a largo plazo y no inmediatamente.

Resumen

La investigación académica sobre la educación financiera y sus efectos en el comportamiento personal es necesaria para ayudar a los encargados de elaborar políticas y programas en el diseño y la implementación de programas educativos sobre finanzas.

2. Cómo evaluar programas utilizando análisis cuantitativo

A medida que se implementan programas educativos sobre finanzas en las comunidades de toda la nación, se debe garantizar que los materiales y planes de estudios sean eficaces con el fin de mejorar las habilidades de educación financiera. Al revisar detenidanmente el rendimiento y logros pasados, los proveedores de educación financiera pueden establecer un sentido claro de las mejores prácticas y éxitos de los programas.

Para evaluar con eficacia los programas educativos sobre finanzas, los evaluadores deben asegurarse de que: 1) se prueben los materiales antes de publicarlos en condiciones que repliquen con realismo los entornos y audiencias específicos; 2) se reúna información de los maestros y estudiantes para ilustar la elaboración y revisión de materiales; 3) los materiales incluyan herramientas de evaluación, previas y posteriores a las pruebas; y 4) las herramientas de evaluación midan tanto el conocimiento como el cambio de conducta del estudiante como resultado de la enseñanza y el aprendizaje.

Tanto los sectores sin fines de lucro como el federal han evaluado sus programas utilizando métodos cuantitativos. Las organizaciones que han elaborado tales programas como el programa de planificación financiera para estudiantes de escuela secundaria, plan de estudios K-12 sobre finanzas personales y Money Smart han utilizado estudios prácticos para evaluar la calidad y entrega de sus iniciativas de educación financiera.

Programa de administración de dinero aumenta los conocimientos de los estudiantes secundarios

La investigación demuestra que los estudiantes secundarios inscritos en un programa de planificación financiera de una fundación sin fines de lucro a nivel nacional tienen más habilidades y confianza acerca de los temas relacionados

con la educación financiera. Al realizar un estudio extenso de los participantes de este programa, la fundación pudo determinar empíricamente que los estudiantes secundarios inscritos en el programa de planificación financiera saben más sobre la administración de dinero y han comenzado a utilizar habilidades de administración de dinero que conservarán para toda la vida. El programa de planificación financiera se ofrece en colaboración con el Servicio de Investigación Cooperativa Estatal, Educación y Extensión (CSREES, por sus siglas en inglés) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, participantes de los Servicios de Extensión Cooperativa de Concesión de Tierras de la Universidad y asociaciones de cooperativas de crédito.

El programa de planificación financiera, que está disponible gratuitamente para todas las escuelas secundarias de los Estados Unidos, utiliza materiales contemporáneos para enseñar los conceptos básicos de las finanzas personales a los jóvenes, a la vez que desarrolla hábitos y actitudes monetarias de por vida. El estudio determinó que como resultado de la participación en el programa, el 60 por ciento de los participantes había cambiado su manera de ahorrar. Entre los que reportaron haber cambiado sus costumbres de ahorro, el 80 por ciento dijo que ahora ahorra para lo que realmente necesita o quiere y el 20 por ciento indicó que actualmente ahorra cada vez que recibe dinero. Comparando el conocimiento financiero y los comportamientos después de haber participado en el plan de estudios con los niveles previos al programa, el 38 por ciento de los estudiantes mejoró sus habilidades para registrar sus gastos, el 61 por ciento sabe más ahora sobre el costo del crédito, el 58 por ciento mejoró su conocimiento sobre inversiones y el 44 por ciento tiene más confianza en cómo administrar el dinero.

Se encuestó a los estudiantes antes de que repasaran el material del plan de estudios, inmediatamente después de haber completado las clases, y otra vez más tres meses después de haber finalizado. Inmediatamente después de haber estudiado el material del plan de estudios, se registró un aumento significativo de aprobación en todas las preguntas sobre conocimientos financieros, comportamiento y confianza. Tres meses después de completarlo, los estudiantes presentaron aumentos estadísticos en todas las preguntas excepto una. El proyecto nacional de evaluación de 18 meses, fue realizado por la Extensión Cooperativa de Minnesota en colaboración con el servicio CSREES del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos.

Organización sin fines de lucro documenta un aumento en la habilidad financiera de los estudiantes después de haber completado la clase

Un plan de estudios de finanzas personales desarrollado por una organización sin fines de lucro se enfocó en la enseñanza del sistema de libre empresa a niños pequeños. Los estudios detallados del impacto de este programa secuencial e integrado han destacado la capacidad de la organización de mejorar las habilidades financieras entre los estudiantes K-12. Los estudiantes tratan cuestiones de negocios, economía y asuntos financieros utilizando información, aplicando habilidades básicas, pensando críticamente y resolviendo problemas complejos. En los estudios de estos programas realizados por evaluadores externos, se indicó que estos estudiantes demostraron una comprensión significativa de conocimientos de

economía y negocios y un aumento del deseo de continuar estudiando y realizar una carrera en el campo de los negocios.

La investigación cuantitativa de este plan de estudios sobre finanzas personales demostró altos niveles de interés por parte de los estudiantes en un entendimiento de temas financieros y un fuerte apoyo de maestros y voluntarios. Los estudiantes no solamente mejoraron su entendimiento de conceptos de economía y negocios, sino que también pudieron utilizar este entendimiento para tomar decisiones financieras responsables.

En general, el estudio determinó que los estudiantes que habían participado previamente en el programa tenían un nivel mayor de conocimientos antes de comenzar el programa que los estudiantes que no habían participado anteriormente.

Money Smart

FDIC y una organización de viviendas sin fines de lucro se han asociado para realizar una encuesta a los estudiantes del programa *Money Smart* y el impacto que *Money Smart* tiene en las vidas de los participantes. En particular, la encuesta está intentando determinar si como resultado de aplicar información aprendida en la capacitación *Money Smart*, los participantes desarrollan relaciones bancarias, por ejemplo abriendo cuentas corrientes o de ahorros, obteniendo préstamos o utilizando otros servicios bancarios. FDIC encuestará a estudiantes que han participado en clases de *Money Smart*—específicamente en aquellas clases centradas en banca básica, presupuesto, administración financiera y crédito, incluyendo la comprensión de la importancia de tener un buen informe de crédito.

La encuesta estará formada por dos cuestionarios que serán completados por los estudiantes de *Money Smart* y una entrevista telefónica de seguimiento que se realizará entre seis y doce meses después de que los estudiantes completen su capacitación de *Money Smart*. El objetivo de la encuesta es determinar en qué medida la capacitación de educación financiera de *Money Smart* es efectiva para ayudar a los participantes a cambiar su comportamiento con el fin de mejorar sus habilidades de administración de dinero.

Resumen

Una base amplia de investigación sobre educación financiera ayudará a los encargados de elaborar políticas y proveedores de los sectores público y privado de educación financiera en su trabajo en este terreno. Aunque se haya realizado algo de investigación sobre educación financiera, todavía quedan algunas preguntas pendientes. Además, es posible que algunos proveedores de educación financiera no estén al tanto de la investigación más avanzada y actualizada sobre el tema.

3. Cómo evaluar programas utilizando métodos cualitativos

Para complementar la investigación cuantitativa que resalta las iniciativas exitosas de educación financiera, los educadores y gobiernos estatales y locales, organizaciones sin fines de lucro y empleadores también pueden utilizar medidas cualitativas para evaluar el éxito de los programas educativos sobre finanzas.

Para garantizar que los estadounidenses tengan acceso a programas educativos sobre finanzas que puedan ayudarlos a obtener el conocimiento práctico y las habilidades necesarias para tomar decisiones financieras informadas durante toda la vida, la Oficina de Educación

Financiera del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos ha publicado una lista de ocho elementos aplicables a un programa educativo sobre finanzas. Estos ocho indicadores se relacionan con el contenido del programa, la entrega, el impacto y la continuidad; vistos en conjunto, los ocho indicadores sirven de guía para elaborar nuevos programas o mejorar los existentes con el fin de lograr el mayor impacto posible.

Indicador uno: enfoque en los principios básicos

Un programa de educación financiera exitoso debería centrarse en uno o más de los cuatro principios básicos del poder financiero: los ahorros básicos, administración del crédito, vivienda y planificación para la jubilación. Aunque existen otros temas de educación financiera que merecen ser incluidos, estas cuatro áreas constituyen los elementos básicos para lograr la seguridad financiera.

Indicador dos: dirigido a la audiencia específica

Un programa de educación financiera exitoso debería estar dirigido a su audiencia específica, teniendo en cuenta el idioma, la cultura, edad y experiencia de la audiencia. Las inclinaciones culturales, diferencias idiomáticas y otros factores relacionados, desempeñan un papel importante en la elaboración de cualquier programa educativo.

Indicador tres: distribución local

Un programa de educación financiera exitoso tiene un mayor impacto cuando es proporcionado a través de un canal local de distribución que utiliza con eficacia los recursos y contactos comunitarios. Las coaliciones con organizaciones locales que ya están arraigadas en la comunidad son uno de los medios más eficaces para reunir apoyo y aceptación dentro de la comunidad y darán como resultado una entrega de información más efectiva.

Indicador cuatro: seguimiento de los participantes

Un programa de educación financiera exitoso continúa la comunicación con los participantes para reforzar el mensaje y garantiza que estos puedan aplicar las habilidades enseñadas. Estas acciones sirven para eliminar esas barreras y pavimentar el camino a un mejor acceso a servicios financieros.

Indicador cinco: objetivos específicos del programa

Un programa de educación financiera exitoso establece objetivos específicos y utiliza medidas de rendimiento para registrar el progreso en el alcance de tales objetivos. Para alcanzar los objetivos, una organización debe primeramente establecerlos. Es importante que para lograr su cometido, los proveedores de educación financiera establezcan un estándar de excelencia y registren el progreso alcanzado.

Indicador seis: impacto demostrable

Un programa de educación financiera exitoso puede probar su mérito demostrando un impacto positivo en las actitudes, conocimiento o comportamiento de los participantes por medio de pruebas, encuestas y otra evaluación objetiva. El éxito del programa, tanto para el individuo como para la comunidad, puede medirse, determinando, por ejemplo, si los participantes aumentaron sus ahorros,

abrieron cuentas bancarias, ahorraron para comprar una vivienda o si demostraron niveles más altos de elegibilidad para préstamos hipotecarios que los individuos que no participaron en el programa.

Indicador siete: replicabilidad

Un programa de educación financiera exitoso puede replicarse fácilmente con carácter local, regional o nacional para que tenga un impacto y continuidad amplios.

Indicador ocho: durabilidad

Un programa educativo sobre finanzas exitoso es duradero, según lo ponen de manifiesto factores tales como el apoyo financiero continuo, el respaldo legislativo o la integración en un curso de instrucción establecido. Este elemento simplemente reconoce que los buenos programas deben tener la capacidad de sobrevivir para tener un fuerte impacto.

En la práctica, estos indicadores se han utilizado para premiar programas, como los que han sido reconocidos por el Premio John Sherman a la Excelencia en Educación Financiera, por estar marcando la diferencia en el terreno educativo sobre finanzas.

Premio John Sherman a la Excelencia en Educación Financiera

Por medio de su Premio John Sherman, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos otorga reconocimiento a programas que representan los logros cualitativos identificados en sus ocho indicadores. El nombre del premio se debe a John Sherman que fue el 32° Secretario del Tesoro que ejerció funciones bajo la administración del presidente Rutherford B. Hayes desde el año 1877 al 1881. Establecido por la Oficina de Educación Financiera del Departamento del Tesoro, el Premio John Sherman a la Excelencia en Educación Financiera reconoce a organizaciones en todo el país que implementan programas educativos sobre finanzas ejemplares. Al incrementar la concientización pública de las prácticas de educación financiera efectivas, el premio tiene dos fines. En primer lugar, honra programas exitosos, lo cual aumenta la participación de los individuos en la comunidad y también realza la relevancia del programa, lo que puede contribuir a que estos programas recauden fondos. En segundo lugar, proporciona programas modelo a otras personas para colaborar con el desarrollo de iniciativas en comunidades que necesitan asistencia con educación financiera.

El sitio Web del premio, que incluye una lista de galardonados en años anteriores, se encuentra en www.treas.gov/offices/domestic-finance/financial-institution/fin-education/.

Resumen

Los programas efectivos poseen características similares. De igual manera, los programas exitosos no solamente producen resultados estadísticos positivos, sino que también representan cualidades que reflejan el enfoque del programa, el enfoque en las audiencias específicas y un compromiso para con el alcance al público. También, tales programas fijan objetivos específicos y demuestran resultados aplicables. Los ocho indicadores desarrollados por el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos son recursos que pueden ayudar a aquellas personas que desempeñan un papel clave en la toma de decisiones para determinar la eficiencia de los métodos de educación financiera que están utilizando.

Iniciativa de acción

Tácticas empleadas: Concientización pública, Materiales de calidad

11-1 El Departamento del Tesoro de los Estados Unidos, junto con el Servicio de Investigación Cooperativa Estatal, Educación y Extensión del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, organizará un simposio de investigadores especializados en educación financiera entre el tercer trimestre del año 2006 y el tercer trimestre del año 2007. El objetivo es la concientización de la investigación académica existente y definir preguntas que requieren un análisis adicional. El simposio dará como resultado un documento técnico que analizará la investigación actual sobre la educación financiera y también identificará áreas de posible investigación futura.

Notas

1 The Government Accountability Office. (Noviembre 2004). The Federal government's role in improving financial literacy (Report GAO-05-93-SP). Washington, DC.

2 Vitt, L.A., y otros (2003). Personal finance and the rush to competence: Financial literacy education in the U.S: A national field study commissioned and supported by the Fannie Mae Foundation. Middleburg, VA: Instituto de Estudios Socio-financieros.

3 Ibíd.

4 Barron, J.M. & Staten, M.E. (2004). Usage of credit cards received through college student-marketing programs. NASFAA Journal of Student Financial Aid, 34(3).

5 B.D. Bernheim. (1996). Financial literacy, education, and retirement savings. Universidad de Pennsylvania: Consejo de Investigación sobre Pensiones.

6 Clancy, N., Grinstein-Weiss, M., & Schreiner M. (2001). Financial education and savings outcomes in Individual Development Accounts. Universidad de Washington en St. Louis: Centro para el Desarrollo Social.

7 Hira, T.K. (2005). Understanding the impact of employer-provided financial education on workplace satisfaction. Journal of Consumer Affairs, 39(1).

8 Clark, R.L., & d-Ambrosia, M.B. (2003). Ignorance is not bliss: The importance of financial education. Universidad Estatal North Carolina y TIAA-CREF Institute.

9 Bernheim, B.D. y Garrett, D.M. (1996). The determinants and consequences of financial education in the workplace: Evidence from a survey of households. Cambridge, MA: Departamento Nacional de Investigación Económica.

10 Bernheim, B.D., Garrett, D.M., y Maki, D.M. (1997). Education and savings: The long-term effects of high school financial curriculum mandates. Cambridge, MA: Departamento Nacional de Investigación Económica.

Capítulo 12

Esfuerzos de coordinación

Visión general

El Departamento del Tesoro de los Estados Unidos, en cumplimiento con la misión que le ha sido encomendada bajo la Sección 114 del Título V de la ley llamada Fair and Accurate Credit Transactions (Ley de Igualdad y Transacciones de Crédito Correctas o FACT Act, por sus siglas en inglés), ha trabajado con el importante aporte recibido de la Comisión Federal de Educación Financiera para analizar los recursos de educación financiera existentes, particularmente en lo que se refiere a las publicaciones y programas. Este esfuerzo tuvo como meta "identificar áreas de superposición y duplicación entre los materiales federales de educación e información financiera con el fin de desarrollar un plan para optimizar la coordinación de dichas actividades".

Para guiar a la Comisión a llevar a cabo sus tareas, el Congreso designó a la Oficina de Educación Financiera del Departamento del Tesoro (OFE, por sus siglas en inglés) para facilitarle su experiencia y proporcionar apoyo primario a la Comisión Federal de Educación Financiera — en adelante citada como la Comisión. OFE fue establecida en mayo del año 2002 como parte del compromiso de largo plazo asumido por el Departamento del Tesoro para garantizar que todos los estadounidenses tengan acceso a los programas de

educación financiera que los ayuden a tomar decisiones financieras informadas a lo largo de toda la vida. Como parte de este compromiso, OFE ha asumido la responsabilidad primaria sobre las iniciativas de la Comisión específicamente en lo que se refiere a los recursos disponibles en Mi Dinero (My Money en inglés) y otras áreas de coordinación.

Temas relacionados con la coordinación

1. La coordinación de la información federal sobre educación financiera está disponible por medio de iniciativas de colaboración

Todos los años, las agencias federales desarrollan materiales de información y educación sobre temas financieros para consumidores y protección del consumidor. Actualmente, debido a que para obtener información inmediata y confiable sobre los temas de su interés los estadounidenses recurren a los sitios Web de las agencias federales ya que mucha de esta información está disponible en el Internet.

Para garantizar que los consumidores cuenten con una localidad central de acceso a toda la información de educación financiera actualizada, la Comisión ha lanzado su campaña llamada Mi Dinero. Por medio de este esfuerzo, la Comisión ha establecido el sitio Web Mi Dinero, disponible en MyMoney.gov, para que éste opere como una base centralizada de recopilación y aprobación de todos los recursos e información de educación financiera del gobierno federal. Asimismo, se ha habilitado una línea gratuita de asistencia telefónica, 1-888-MyMoney, mediante la cual los ciudadanos pueden solicitar un ejemplar gratuito de la útil Guía Mi Dinero (My Money Tool Kit, en inglés) de publicaciones federales.

Mi Dinero

La Comisión estableció el sitio Web Mi Dinero, (www.mymoney.gov), que es una base centralizada de recopilación y aprobación de todos los materiales federales de educación financiera para consumidores, proporcionándoles de este modo un lugar de visita única donde consultar materiales educativos sobre temas financieros y de interés a los consumidores.

El sitio Web ofrece información sobre temas clave, incluyendo elaboración de presupuestos, impuestos, crédito, planificación financiera, compra de vivienda, privacidad, fraudes y estafas, formas de responder a los eventos que se enfrentarán en la vida, planificación para la jubilación, ahorros e inversiones e iniciación de pequeñas empresas.

Además, a través del sitio Web, los consumidores pueden solicitar la Guía Mi Dinero, que provee información sobre temas de administración financiera personal tales como inversiones, manejo prudente del crédito, planificación para la jubilación y comprensión de los beneficios del Seguro Social. La Guía Mi Dinero también les proporciona a los ciudadanos acceso a una más amplia variedad de información financiera personal a través del Catálogo de Información para el Consumidor. El Catálogo trimestral, producido por el Centro Federal de Información para Ciudadanos de la Administración General de Servicios de los Estados Unidos (GSA,

por sus siglas en inglés), lista 200 de las publicaciones más consultadas y útiles producidas por más de 40 agencias federales, entre las que se incluyen las agencias que integran la Comisión.

El sitio Web Mi Dinero fue establecido por el subcomité de la Comisión. Este sitio está patrocinado por el Centro Federal de Información para Ciudadanos de GSA. Entre los miembros que integraron el subcomité se listan la Junta de Gobernadores del Sistema de la Reserva Federal, la Administración Nacional de Cooperativas de Crédito (NCUA, por sus siglas en inglés), la Securities and Exchange Commission, el Departamento de Educación de los Estados Unidos, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, el Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos, el Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de los Estados Unidos, el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos, el Departamento de Asuntos de los Veteranos de los Estados Unidos, la Comisión Federal de Comercio, GSA, SBA, la Administración del Seguro Social, la Comisión del Comercio en Futuros sobre Mercancía de los Estados Unidos y la Oficina de Administración de Personal de los Estados Unidos.

Además de visitar en el Internet el sitio Web Mi Dinero, los estadounidenses también pueden llamar a la línea 1-888-MyMoney para solicitar una guía gratuita en la cual se listan las publicaciones federales de utilidad que los ayudarán a cimentar su información de educación financiera. Los operadores de esta línea pueden tomar los pedidos de las guías de publicaciones tanto en inglés como en español. Muchas de las publicaciones ofrecidas en la guía están disponibles en inglés y en español y todos los recursos de Mi Dinero son gratuitos.

Para desarrollar esta línea telefónica de asistencia, la Comisión estableció un subcomité integrado por la Oficina de Supervisión de las Entidades de Ahorro (OTS, por sus siglas en inglés), la Corporación Federal de Seguros de Depósito (FDIC, por sus siglas en inglés), la Administración Nacional de Cooperativas de Crédito (NCUA, por sus siglas en inglés), el Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos (HHS, por sus siglas en inglés), el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos y la Administración General de Servicios de los Estados Unidos. La operación de esta línea telefónica está a cargo del Centro Nacional de Contacto de la Administración General de Servicios.

Resumen

La Comisión lanzó su iniciativa MyMoney.gov con el fin de garantizar que todos los consumidores reciban información y recursos sobre finanzas precisos, actualizados y fáciles de encontrar. Por medio de una mayor concientización pública de los recursos disponibles en Mi Dinero, incluyendo una campaña nacional de anuncios de servicio público, la Comisión puede brindar acceso a los estadounidenses a valiosos programas, materiales e información federales de educación financiera.

2. Cómo evaluar los recursos federales y evitar la duplicación y la redundancia

Es importante que las agencias federales garanticen que los recursos disponibles sean efectivos, actualizados y que se evite la redundancia y

superposición de información.

Los contribuyentes estadounidenses merecen recursos de educación financiera efectivos. Para garantizar que los contribuyentes tengan acceso a recursos efectivos, la Comisión le encomendó a todos sus miembros la tarea de evaluar sus propios recursos de educación financiera para poder determinar su efectividad. La Comisión recopiló los datos de auto-evaluación de las agencias y los presentó en la estrategia llamada Strategy for Assuring Financial Empowerment (Estrategia para Garantizar el Poder Financiero o "SAFE", por sus siglas en inglés) la cual será actualizada y enviada al Congreso anualmente. Cada una de las agencias consideró que sus programas y recursos eran efectivos y que ameritaban su continuación. Los detalles de ese análisis se encuentran en la Estrategia SAFE.

Además de ser efectivos, los recursos federales de educación financiera no deben superponerse innecesariamente ni ser redundantes. Para ocuparse de este tema, la Comisión revisó los programas federales de información y educación financiera para identificar la posible superposición o duplicación. Luego de revisar estos programas y recursos, la Comisión encontró que superficialmente algunos de estos materiales y programas eran aparentemente iguales. Pero sin embargo, al hacer una revisión más exhaustiva, se detectó claramente que los recursos tenían diferencias importantes. Las diferencias encontradas se debieron ya sea a la audiencia a la que estaban dirigidos los materiales, su plataforma de difusión o a sus contenidos específicos.

Por ejemplo, aunque hay una superposición aparente entre la publicación del Internet del Departamento de Trabajo (DOL, por sus siglas en inglés) titulada Preparation for Retirement (Preparación para la jubilación) y la de la Administración del Seguro Social (SSA) titulada *Step by Step Retirement Planner* (Plan de jubilación paso a paso), los dos recursos ofrecen información muy distinta. La publicación de DOL incluye información sobre jubilaciones provistas por los empleadores, planes de beneficios compartidos y sobre contribuciones a planes de ahorro de reducción o amparo impositivo. En contraste, el recurso de SSA provee información detallada sobre beneficios del Seguro Social y sus requisitos.

En muchos casos, es posible que se haya encontrado que dos recursos compartían una pequeña cantidad de información similar debido a que la información compartida en cada recurso era un prerrequisito para discutir el tema principal, pero el resto de la información difería ampliamente entre los recursos. En estos casos se comunicaron los mismos conceptos básicos para que los consumidores pudieran entender de mejor manera los conceptos diferentes más avanzados que seguían a la información común a los dos recursos. Por ejemplo, la publicación del Sistema de la Reserva Federal titulada *How to Establish, Use, and Protect Your Credit* (Cómo establecer, usar y proteger su crédito), ofrece información similar a la de múltiples publicaciones impresas y en línea producidas por la Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés) (Ej. Reparación de crédito, Cómo construir un mejor registro de crédito, Cómo disputar los errores de los informes de crédito y Robo de Identidad). La principal diferencia entre los materiales de estas dos agencias está en que los materiales de FTC son más detallados que los del Sistema de la Reserva Federal.

Finalmente, algunos recursos pueden tratar el mismo tema pero estar dirigidos a distintas audiencias. En estos casos, los mismos conceptos pueden estar desarrollados con un grado mayor o menor de especificidad, dependiendo de la audiencia a la que están dirigidos y su nivel de sofisticación financiera. Por ejemplo, la publicación del Departamento de Trabajo (DOL) titulada Savings Fitness (Ejercicios de ahorro) y la de Securities Exchange Commission (SEC) titulada Tips for Teaching Students about Savings (Recomendaciones para enseñarles nociones de ahorro a los estudiantes) brindan información general sobre cómo empezar a ahorrar. Sin embargo, la publicación en línea de SEC, está dirigida a los maestros mientras que la publicación de DOL presenta una visión general para todos los estadounidenses.

Al momento de considerar la forma de reducir la aparente duplicación presente en varias publicaciones, es importante no omitir los beneficios que ofrece la adaptación de un recurso a la audiencia a la cual está dirigido. Además, es importante evitar la fragmentación de la información ya que esto podría causar que los consumidores tengan que buscar y consultar varios documentos para obtener una respuesta completa a sus interrogantes financieros sobre un tema en particular.

Luego de realizar la revisión de los materiales federales de educación financiera, la Comisión concluyó que, en aquellos casos que se encontró algún grado de superposición, ésta era mínima y necesaria.

La Comisión está trabajando con todos sus miembros para garantizar que las agencias federales trabajen conjuntamente para que, en lo referido a los materiales educativos sobre finanzas, eviten "recrear lo que ya existe". De esta manera, el gobierno federal puede optimizar la efectividad en el uso de sus recursos de educación financiera utilizando los programas y publicaciones existentes, en lugar de gastar fondos adicionales en la creación de nuevos recursos. A título de ejemplo: varios miembros de la Comisión elaboran valiosos programas y publicaciones, permitiendo que otros miembros de la Comisión puedan utilizar esas herramientas sin necesidad de crear nuevos recursos propios. Esto puede ejemplificarse con el trabajo asociativo llevado a cabo por el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos, el Servicio de Rentas Internas y la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa respecto a los recursos del programa Money Smart de la Corporación Federal de Seguros de Depósito. De esta manera, los miembros de la Comisión están trabajando juntos para evitar la duplicación y redundancia.

El Departamento de Trabajo de los Estados Unidos, el Servicio de Rentas Internas y la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa

DOL trabaja conjuntamente con el Servicio de Rentas Internas (IRS) para desarrollar publicaciones sobre planes de jubilación que son distribuidos por la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (SBA) entre los propietarios y empleados de muchas pequeñas empresas. DOL e IRS crean publicaciones sobre varios tipos de planes de jubilación pertinentes a las pequeñas empresas, como por ejemplo los planes SEP y SIMPLE. En lugar de recrear las publicaciones existentes o desarrollar nuevos recursos que reseñen estos tipos de planes de jubilación, la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa

utiliza los recursos de DOL e IRS y envía esas publicaciones a las pequeñas empresas que están a la búsqueda de información sobre este tipo de planes de jubilación.

Programa Money Smart de la Corporación Federal de Seguros de Depósito

El programa *Money Smart* de la Corporación Federal de Seguros de Depósito (FDIC, por sus siglas en inglés) es otro ejemplo de un programa del gobierno federal que reduce la redundancia entre los recursos federales de educación financiera. En lugar de crear un programa similar y desarrollar un plan de estudios equivalente, numerosas agencias federales y ocho miembros de la Comisión utilizan el programa Money Smart de FDIC. Específicamente, DOL optó por utilizar el programa Money Smart en los Centros de Carreras Profesionales de Trámite Único (One Stop Career Centers) establecidos en virtud de la ley llamada Workforce Investment Act (Ley de Inversión en la Población Laboral). Los Centros de Carreras Profesionales de Trámite Único ofrecen el programa *Money Smart* en coordinación con otros programas dirigidos a aquellas poblaciones que pueden encontrarse fuera del sistema financiero principal, tales como participantes de los programas welfare reform, individuos que carecen de acceso a los proveedores principales de servicios financieros, residentes de viviendas públicas, inmigrantes y compradores de vivienda de bajos ingresos. En todo el país hay Centros de Carreras Profesionales de Trámite Único que utilizan el programa Money Smart.

Resumen

La Comisión evaluará continuamente los recursos del gobierno federal sobre educación financiera y hará recomendaciones respecto de las mejoras o actualizaciones a publicaciones o su discontinuación. Además, la Comisión estimulará a que, en lugar de crear sus propios recursos, sus miembros utilicen los recursos existentes.

Iniciativas de acción

Táctica empleada: Concientización pública

12-1 La Comisión Federal de Educación Financiera continuará optimizando el sitio Web MyMoney.gov, para hacerlo más extenso e interactivo. La Comisión también trabajará con otras organizaciones para promover el conocimiento y uso del sitio Web.

12-2 Cada seis meses, la Administración General de Servicios y el Departamento del Tesoro se reunirán para evaluar los programas y recursos federales de educación e información financiera con el fin de identificar la potencial superposición y duplicación. Los resultados de esta evaluación se presentarán en un informe que será remitido a los miembros de la Comisión, el primer informe será expedido en septiembre del año 2006.

Capítulo 13

Perspectiva internacional

Visión general

Debido a que la educación financiera tiene un impacto en la economía mundial, la preocupación por la educación financiera se expande más allá de nuestras costas y fronteras. Al igual que en los Estados Unidos, otras naciones procuran educar a sus ciudadanos sobre cuestiones tales como el crédito, la administración de dinero y las inversiones. En el Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda, Japón y otros países, los educadores y planificadores financieros están confrontando temas similares a los que enfrentamos en los Estados Unidos. Por ejemplo, en Australia una encuesta reciente realizada entre adultos sugirió que los trabajadores podrían beneficiarse recibiendo educación sobre la planificación para la jubilación.

Los países con mercados de consumidores emergentes también se están concentrando en la necesidad de educar a los consumidores sobre temas financieros. Como parte de una iniciativa continua por incrementar sus economías de libre mercado, las naciones en vías de desarrollo están centrando sus esfuerzos para incluir la educación financiera como parte de sus estrategias de desarrollo económico. Aunque en el presente documento no se mencionan todas las iniciativas internacionales llevadas a cabo

para aumentar la educación financiera, a continuación se destacan varias iniciativas valiosas que resaltan algunos esfuerzos importantes para mejorar la educación financiera realizados en todo el mundo.

Retos

En los Estados Unidos, las personas involucradas en la educación financiera tienen dificultad para conseguir que el público tome conciencia de la necesidad de recibir educación financiera y hacer llegar la información correcta a las personas indicadas en el momento preciso. Hay que destacar que otras naciones se enfrentan a los mismos problemas. Resulta aún más valioso observar la forma en que otros países se ocupan de estas situaciones y las prácticas que se están implementando con mayor y probado éxito.

Temas relacionados con la perspectiva internacional

1. Enfoques aplicados dentro de otras naciones y esfuerzos transfronterizos

Las naciones y regiones están cambiando demográficamente cada día. El aumento de la diversidad implica la aparición de nuevas poblaciones que requieren comunicaciones y educación específicas. Los países están comenzando a reconocer este tema y la necesidad de que todas las personas en sus países estén mejor informadas sobre asuntos financieros. Pero junto con este reconocimiento, se presenta el hecho de que hay pocos mecanismos disponibles para compartir lo aprendido e implementar mejoras sistemáticas para educar e informar al público sobre cuestiones financieras.

Varias naciones parecen estar implementando iniciativas paralelas a nivel nacional con el fin de mejorar la educación financiera. El diálogo entre las organizaciones responsables de estas iniciativas puede validar las actividades y expandir el rango de las mejores prácticas. Al aprender de las experiencias de países similares y de las organizaciones internacionales desarrolladas para encontrar soluciones a problemas comunes, organizaciones tales como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, Organización Internacional de Comisiones de Valores, Consejo de Reguladores de Valores de las Américas, una Organización Internacional de Asociaciones de Valores, la entidad reguladora de servicios financieros del Reino Unido, el Consejo Central Japonés para Información sobre Servicios Financieros y la Comisión Australiana de Valores e Inversiones están identificando formas de mejorar las iniciativas de educación financiera.

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD)

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD, por sus siglas en inglés) está integrada por 30 países que poseen un compromiso de gobierno democrático y una economía competitiva. OECD tiene relaciones activas con otros 70 países y otras organizaciones no gubernamentales y es reconocida ampliamente por sus publicaciones y estadísticas. Su trabajo abarca temas económicos y sociales, incluyendo macroeconomía, comercio, educación, desarrollo, ciencia e innovación.

A finales del año 2005, OECD publicó un informe titulado Thirty Principles and

Good Practices for Financial Education and Awareness (Treinta principios y buenas prácticas para la educación y concientización financiera) para proporcionar lineamientos útiles a nivel internacional con el fin de mejorar la educación y concientización financiera entre los países integrantes de OECD y en países no miembros de la organización. Dentro del marco de este informe, OECD resalta la importancia de la educación financiera en términos de ayudar a los individuos a presupuestar y administrar sus ingresos, ahorrar e invertir con eficacia y evitar ser víctimas de fraude. El informe también pone énfasis en la necesidad de que los individuos con educación financiera se enfoquen en el aumento del conocimiento de las pautas de inversión y de las leyes de protección al consumidor. La implementación de estos lineamientos voluntarios y buenas prácticas variará de un país a otro,

teniendo en cuenta los diversos factores económicos, sociales, demográficos y culturales de las diferentes naciones.

Organización Internacional de Comisiones de Valores

La Organización Internacional de Comisiones de Valores (IOSCO, por sus siglas en inglés) es una organización internacional integrada por aproximadamente 181 miembros reguladores que supervisan en su conjunto a más del 90 por ciento de los mercados de valores del mundo. IOSCO y las organizaciones que la integran trabajan para garantizar una regulación justa, eficiente y sólida de los mercados financieros en el mundo. Uno de los principales enfoques de IOSCO es estimular el objetivo global de la protección de inversionistas sólidos. IOSCO y sus organizaciones integrantes reconocen que para lograr altos niveles de protección de los inversionistas, necesitan centrarse en la promoción de la educación financiera en todo el mundo. Con este fin, muchas organizaciones integrantes de IOSCO han creado sus propios programas nacionales de educación para inversionistas. Estas iniciativas de educación incluyen publicaciones para los consumidores, líneas telefónicas de asistencia, sitios Web, alertas para inversionistas, planes de estudios de educación financiera, reuniones para el público, herramientas de inversión y documentos de divulgación redactados en un lenguaje sencillo.

Además, IOSCO y sus comités de trabajo han publicado varios informes sobre iniciativas internacionales de educación para inversionistas. Uno de ellos, publicado en el año 2002, se enfocaba en los países de mercados emergentes

e indicaba que 27 de los 33 países en vías de desarrollo encuestados tenían en marcha algún tipo de iniciativa de educación para inversionistas. El informe destacaba que los principales objetivos de los programas de educación para inversionistas en estos países de mercados emergentes eran la mejora de la educación financiera y de inversiones entre los inversionistas locales, el aumento de los conocimientos de los derechos y deberes de los inversionistas y el interés público en el desarrollo o crecimiento de mercados. Este informe demuestra la preocupación global de los reguladores de valores por estimular la educación financiera como parte de su misión general de protección de los inversionistas.

Consejo de Reguladores de Valores de las Américas

El Consejo de Reguladores de Valores de las Américas (COSRA, por sus siglas en inglés) fue fundado en el año1992 para proporcionar un foro mutuo para la cooperación y la comunicación entre los reguladores de valores en el Hemisferio Occidental. COSRA actualmente incluye más de 31 organizaciones integradas por miembros de 26 países en Norteamérica, Centroamérica, Sudamérica y también en el Caribe. Desde su fundación, el Consejo se ha centrado en la necesidad de elaborar programas sólidos de educación para los inversionistas. El enfoque de COSRA acerca de la educación de los inversionistas proviene del reconocimiento de que la amplia participación en mercados financieros redunda en el mejor interés del desarrollo económico.

En la década de los años 90, COSRA desarrolló una campaña de educación y protección de los inversionistas diseñada como catalizador para sus organizaciones a través de toda la región. Ya en el año 1998, COSRA organizó una semana de educación para inversionistas durante la cual cada uno de sus miembros realizó una campaña nacional de educación para los inversionistas. Derivada de esta campaña surgió una iniciativa anual continuada de los países miembros del Consejo para proporcionar programas de educación para inversionistas en sus respectivos países. Estos programas han incluido reuniones públicas, programas de radio y televisión, seminarios, folletos, anuncios de servicio público y la habilitación de líneas telefónicas gratuitas para recibir preguntas y quejas de los inversionistas. Las campañas de COSRA se esfuerzan por proporcionar información a los inversionistas sobre la importancia de la inversión, cómo seleccionar cuidadosamente las inversiones y el uso de inversiónistas profesionales.

Organización Internacional de Asociaciones de Valores

Existe una organización internacional de asociaciones de valores integrada por asociaciones de comercio y autorreguladoras de once países y que fomenta el crecimiento de los mercados internacionales de valores. Esta

organización reconoce que la educación de los inversionistas es un elemento crucial para el crecimiento de largo plazo de los mercados internacionales de valores. Como tal, una de sus principales iniciativas de política es centrarse en esfuerzos efectivos de educación para inversionistas realizados a nivel internacional. Los integrantes de esta organización creen que los inversionistas educados pueden tomar decisiones informadas y tienen una mayor capacidad para invertir en productos de valores, promoviendo su propio bienestar, lo cual a su vez contribuirá al crecimiento de los mercados de valores, mayores niveles de ahorro y una distribución más eficaz del capital.

Para demostrar su dedicación a la educación de los inversionistas, en el año 2004, la organización publicó un documento que promovía varios principios y mejores prácticas centrados en proporcionar educación a los inversionistas. Estos principios se centran en la necesidad de una divulgación amplia y eficaz de vastos programas de educación para inversionistas por parte de organizaciones de la industria de valores. La organización también se enfoca en la aplicación de estos principios de educación de los inversionistas para mejorar el crecimiento continuado de los mercados internacionales de valores. Por ejemplo, los miembros de la organización están trabajando actualmente con el Foro Internacional para la Educación de los Inversionistas (International Forum for Investor Education o IFIE, por sus siglas en inglés). IFIE proporciona educación e información sobre procesos de inversión en el mercado financiero internacional y sobre programas de educación de los inversionistas en distintas partes del mundo. Además, por medio de la distribución de investigación relevante para sus miembros, IFIE proporciona la información más actualizada sobre las tendencias vigentes en la educación para inversionistas.

Agencia Reguladora de Servicios Financieros (Reino Unido)

La agencia reguladora de servicios financieros del Reino Unido es un organismo independiente no gubernamental con poder legal otorgado en virtud de la Ley de Servicios y Mercados Financieros del año 2000 (Financial Services and Markets Act 2000). Su objetivo principal es promover mercados eficientes, organizados y justos para que los consumidores consigan un trato equitativo. El enfoque primordial de la agencia es regular a los proveedores de servicios financieros en el Reino Unido, pero también tiene otros objetivos estatutarios, uno de los cuales es estimular el entendimiento público del sistema financiero.

En noviembre del año 2003, la agencia anunció que, bajo su liderazgo y trabajando en colaboración con una gran variedad de organizaciones, propuso desarrollar e implementar una estrategia nacional para mejorar la capacidad financiera. El Director Ejecutivo preside un grupo directivo integrado por representantes de rango superior de sus asociados principales: gobierno, empresas, empleadores, organizaciones sin fines de lucro, representantes de los consumidores y medios de comunicación. La agencia reconoce que mejorar la capacidad financiera es un elemento complementario y no sustitutivo para que las empresas traten de modo justo a sus clientes. La comprensión y concientización de los consumidores ejercen influencia en la intensidad de la regulación necesaria

para la protección del consumidor y el conocer si los consumidores se benefician de la competencia en el mercado.

El Grupo Directivo de Capacidad Financiera (Financial Capability Steering Group) ha identificado siete proyectos prioritarios: escuela, adultos jóvenes, lugares de trabajo, familias, planificación para la jubilación, préstmos y el papel de consejos genéricos. Cada una de estas prioridades está siendo llevada adelante por un grupo de trabajo organizado específicamente para este fin. Se están tomando medidas para poder medir el impacto de la estrategia nacional.

Consejo Central para Información sobre Servicios Financieros (Japón)

En Japón, las actividades de información de servicios financieros son llevadas a cabo por el Consejo Central para Información sobre Servicios Financieros. La misión del Consejo Central es educar al público sobre la importancia de los conocimientos financieros y económicos básicos relacionados con la vida diaria. Desde el año1983, el Consejo Central ha participado en la promoción nacional de la educación y el conocimiento financiero y económico a través de varias iniciativas de multimedios de comunicación, como periódicos, videos, un sitio Web, un servicio gratuito de consultas computarizadas y una encuesta habitual sobre las finanzas del hogar. En sus iniciativas de alcance, el Consejo Central lanza campañas de multimedios de comunicación para aumentar los conocimientos financieros básicos, organiza eventos de "planificación de por vida" y proporciona servicios de consultoría, asociándose con instituciones gubernamentales, escuelas, familias y comunidades para realizar actividades que procuran enseñar a los niños la importancia de elaborar un presupuesto familiar y la administración de las deudas. El Consejo Central está formado por expertos en información sobre servicios financieros y representantes de organizaciones financieras, industriales, de comunicaciones, comunitarias y similares.

Comisión Australiana de Valores e Inversión

La Comisión Australiana de Valores e Inversión (Australian Securities and Investment Commission o ASIC, por sus siglas en inglés) tiene un programa educativo sobre finanzas y ha establecido una estrategia nacional como parte de su Grupo de Trabajo para Consumidores y Educación Financiera. Para desarrollar esta estrategia, ASIC realizó una investigación sobre programos modelos exitosos de educación financiera en el Reino Unido y en los Estados Unidos y además ha encuestado a los australianos sobre temas de educación financiera. Por medio del apoyo del Grupo Bancario Australiano y Neozelandés, la encuesta local ha demostrado que la educación financiera entre los jóvenes y los mayores requiere atención específica. ASIC está empleando enfoques innovadores para llegar a estos grupos específicos, como por ejemplo una caricatura llamada "The Max" destinada a jóvenes de entre 14 y 18 años de edad diseñada para atraer a este grupo de edades.

Cómo estimular las coaliciones mundiales

Debido a la globalización de la economía y al beneficio de compartir el conocimiento a nivel internacional, una mejor comunicación y educación entre las naciones, en especial por medio de coaliciones, permitiría una asimilación más rápida de las mejoras en todo el mundo.

Las naciones están trabajando para establecer estrategias amplias a fin de

dirigir los recursos gubernamentales disponibles para educar a los consumidores. Los enfoques gubernamentales exitosos están enfatizando colaboraciones eficaces con organizaciones sin fines de lucro y el sector privado. Por medio de coaliciones con organizaciones como el representante mundial de cooperativas de crédito, una organización mundial sin fines de lucro que trabaja con estudiantes, el Intercambio de Educación Financiera Asia – Pacífico y Oeconomix en Alemania, las naciones han aumentado su capacidad de desarrollar campañas de información pública y materiales de educación financiera, así como de proporcionar servicios a los ciudadanos que más los necesitan.

Representante Mundial de Cooperativas de Crédito

La organización que proporciona representación a nivel mundial para las cooperativas de crédito sirve como un líder defensor y como plataforma para el intercambio de conocimientos y funciona como agencia de desarrollo para las cooperativas de crédito. La organización también presenta una oportunidad de promover la educación financiera en muchos países. Esta organización representa los intereses de más de 40,000 cooperativas de crédito en 84 países, sirviendo a 123 millones de clientes. La organización actualmente organiza programas de asistencia técnica en diez países con el objetivo de mejorar el rendimiento financiero, movilizar los ahorros y aumentar la asistencia comunitaria para crear acceso a cooperativas de crédito de calidad para todos.

Una asociación nacional de cooperativas de crédito de los Estados Unidos es el participante más grande de la organización. Las cooperativas de crédito de los Estados Unidos están conectadas con movimientos de cooperativas de crédito en naciones en vías de desarrollo por medio de una coalición internacional. Quince ligas de cooperativas de crédito en los Estados Unidos han entablado acuerdos de colaboración, proporcionando asistencia técnica y una plataforma de intercambio de enfoques innovadores para servir a los miembros de cooperativas de crédito con movimientos de asociaciones. La estructura cooperativa sin fines de lucro de las cooperativas de crédito es la misma en todo el mundo, con un sistema de elección de integrantes de la junta directiva donde “cada miembro equivle a un voto”, determinando el futuro de la institución financiera y en última instancia contribuyendo a la creación de sociedades en propiedad.

Organización mundial sin fines de lucro centrada en el libre comercio divulga educación financiera a nivel internacional

Los estudiantes de todo el mundo que están interesados en asuntos financieros no están limitados por fronteras nacionales y pueden trabajar juntos en cuestiones de libre comercio. Una organización mundial sin fines de lucro que trabaja con estudiantes en 1,800 campos universitarios en más de 40 países proporciona oportunidades para aprender sobre el libre comercio. Esta organización ayuda a los estudiantes a desarrollar sus habilidades de educación financiera e identifica oportunidades para los individuos para servir como voluntarios en sus comunidades locales enseñando finanzas personales, espíritu empresarial, ética profesional y economía de los mercados de valores.

Fundación internacional crea recursos de educación financiera en dos continentes

En Asia, una fundación del sector privado de los Estados Unidos se asoció con una de las mejores escuelas de negocios del mundo y organizó en Hong Kong la conferencia de educación financiera para mujeres. El resultado clave de la conferencia fue la idea de crear una plataforma de conocimiento y educación operada en línea para brindar a los proveedores de educación financiera locales mayor acceso a materiales de capacitación y recursos, permitiéndoles compartir su conocimiento y experiencia con más mujeres, así como con la comunidad en general.

En Alemania, la misma fundación está trabajando con el Instituto Alemán de Economía para desarrollar un programa innovador en CD-ROM y el Internet que contiene planes de lecciones, apoyos visuales y recursos adicionales para ayudar a los educadores a enseñar a los estudiantes temas sobre administración financiera personal y familiar, el espíritu empresarial y las finanzas corporativas. En el año 2004, más de 6450 maestros se registraron en el programa.

En todo el mundo, las naciones están dedicando más atención y recursos a las iniciativas de educación financiera. Por medio de coaliciones del sector público y privado como las citadas anteriormente, los gobiernos pueden ayudar a sus ciudadanos a obtener la información necesaria y el nivel de preparación para lograr acceso a los servicios financieros pertinentes.

Iniciativas de acción

Tácticas empleadas: Coaliciones

13-1 Entre el tercer trimestre del año 2006 y el segundo trimestre del año 2007, el Departamento del Tesoro organizará una cumbre internacional sobre educación financiera. Para convertir en realidad este diálogo multinacional, el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos invitará a las autoridades gubernamentales centrales responsables de la educación financiera en sus respectivos países a reunirse para debatir sobre eventos recientes, métodos innovadores y estrategias exitosas para mejorar la educación financiera en sus naciones.

Notas

[1] ANZ Survey of adult financial literacy (Informe final. Mayo 2003) Melbourne, Victoria: Roy Morgan Research.

Siglas

La estrategia nacional para la educación financiera Siglas

AARP	Asociación Estadounidense de Personas Jubiladas *American Association of Retired People*
AICPA	Instituto Estadounidense de Contadores Públicos Certificados *American Institute of Certified Public Accountants*
APR	Tasa porcentual anual *Annual Percentage Rate*
ASEC	Consejo Estadounidense de Educación sobre el Ahorro *American Savings Education Council*
ASIC	Comisión Australiana de Valores e Inversión *Australian Securities and Investment Commission*
ATM	Cajero automático *Automated Teller Machine*
CFTC	Comisión del Comercio en Futuros sobre Mercancía de los Estados Unidos *Commodity Futures Trading Commission*
COSRA	Consejo de Reguladores de Valores de las Américas *The Council of Securities Regulators of the Americas*
CPA	Contadores públicos certificados *Certified Public Accountants*
CPAI	Inventario de Evaluación de Programas Correccionales *Corrections Program Assessment Inventory*
CRA	Agencia de informes de crédito *Credit Reporting Agency*
CSREES	Servicio de Investigación Cooperativa Estatal, Educación y Extensión *Cooperative State Research, Education, and Extension Service*
DOL	Departamento de Trabajo de los Estados Unidos *U.S. Department of Labor*
EITC	Crédito tributario por ingresos del trabajo *Earned Income Tax Credit*
ESA	Cuenta de ahorro para gastos de educación *Education Savings Account*
ETF	Fondo mutuo y fondo cotizado en la Bolsa *Mutual Fund and Exchange Traded Fund*

FACT Act	Ley de Igualdad y Transacciones de Crédito Correctas *Fair and Accurate Credit Transactions Act*
FBI	Departamento Federal de Investigaciones *Federal Bureau of Investigation*
FCC	Comisión Federal de Comunicaciones *Federal Communications Commission*
FCIC	Centro Federal de Información para Ciudadanos *Federal Citizen Information Center*
FCRA	Ley de Informes de Crédito Equitativos *Fair Credit Reporting Act*
FDIC	Corporación Federal de Seguros de Depósito *Federal Deposit Insurance Corporation*
FFCP	Asesoría y Planificación Financiera para Familias *Family Financial Counseling and Planning*
FHA	Administración Federal de Vivienda *Federal Housing Administration*
FHLB	Banco Federal de Préstamos para Viviendas *Federal Home Loan Bank*
FRTIB	Junta Federal de Inversión en Ahorro para la Jubilación *Federal Retirement Thrift Investment Board*
FSA	Autoridad de Servicios Financieros *Financial Services Authority*
FTC	Comisión Federal de Comercio *Federal Trade Commission*
GAO	Oficina de Contabilidad del Gobierno de los Estados Unidos *U.S. Government Accountability Office*
GED	Desarrollo General Educacional *General Educational Development*
GSA	Administración General de Servicios de los Estados Unidos *U.S. General Services Administration*
HDHP	Plan de salud con cláusula de deducible alto *High Deductible Health Plan*
HHS	Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos *U.S. Department of Health and Human Services*
HSA	Cuenta de ahorro para gastos médicos *Health Savings Account*

HSBC	Corporación Bancaria de Hong Kong y Shanghai *Hong Kong and Shanghai Banking Corporation*
HSC	Coalición de Servicios Humanos *Human Services Coalition*
HSFPP	Programa de Planificación Financiera para Escuelas Secundarias *High School Financial Planning Program*
HUD	Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de los Estados Unidos *U.S. Department of Housing and Urban Development*
ICIEF	Fundación para Educación del Instituto de Compañías de Inversión *Investment Company Institute Education Foundation*
IDA	Cuenta individual de desarrollo *Individual Development Account*
IFIE	Foro Internacional para la Educación de los Inversionistas *International Forum for Investor Education*
IOSCO	Organización Internacional de Comisiones de Valores *The International Organization of Securities Commissions*
IRA	Cuenta personal de jubilación *Individual Retirement Account*
IRS	Servicio de Rentas Internas *Internal Revenue Service*
ITIN	Número de identificación de contribuyente individual *Individual Tax Identification Number*
LITC	Clínica para Contribuyentes de Bajos Ingresos *Low-Income Taxpayer Clinic*
MCF-RW	Centro Penal de Minnesota en Red Wing *Minnesota Correctional Facility in Red Wing*
NAAG	Asociación Nacional de Fiscales Generales *National Association of Attorneys General*
NAFT	Grupo de Trabajo Nueva Alianza *New Alliance Task Force*
NASD	*National Association of Securities Dealers, Inc.*
NASAA	Asociación Norteamericana de Administradores de Valores *North American Securities Administrators Association*
NCPW	Semana Nacional de Protección del Consumidor *National Consumer Protection Week*

NCUA	Administración Nacional de Cooperativas de Crédito *National Credit Union Administration*
NEFE	Subsidio Nacional para Educación Financiera *National Endowment for Financial Education*
NFIB	Federación Nacional de Negocios Independientes *National Federation of Independent Business*
NN	Redes de vecindarios *Neighborhood Networks*
NRC	Corporación de Reinversión en Vecindarios *Neighborhood Reinvestment Corporation*
NUL	Liga Urbana Nacional *National Urban League*
NYSE	*New York Stock Exchange*
OCC	Oficina del Contralor de la Moneda *Office of the Comptroller of the Currency*
ODEP	Departamento de Política de Empleo para Personas Discapacitadas *Office of Disability Employment Policy*
OECD	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico *Organization for Economic Co-operation and Development*
OFE	Oficina de Educación Financiera del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos *U.S. Department of the Treasury's Office of Financial Education*
OPM	Oficina de Administración de Personal de los Estados Unidos *U.S. Office of Personnel Management*
PSA	Anuncio de servicio público *Public Service Announcement*
PwC	*PricewaterhouseCoopers*
SAFE	Estrategia para Garantizar el Poder Financiero *Strategy for Ensuring Financial Empowerment*
SBA	Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa *U.S. Small Business Administration*
SEC	*U.S. Securities and Exchange Commission*
SEP	Pensión simplificada de empleador *Simplified Employer Pension*

SHRM	Sociedad para la Gestión de Recursos Humanos *Society for Human Resource Management*
SIFE	Estudiantes en Libre Comercio *Students in Free Enterprise*
SIMPLE	Plan de equivalencia de incentivo de ahorro para empleados *Savings Incentive Match Plan for Employees*
SMHA	Asociación Mutua de la Vivienda de Sacramento *Sacramento Mutual Housing Association*
SSA	Administración del Seguro Social *Social Security Administration*
SSDI	Seguro por discapacidad del Seguro Social *Social Security Disability Insurance*
SSI	Ingresos suplementarios del Seguro Social *Supplemental Security Income*
TAS	Servicio de Representación del Contribuyente *Taxpayer Advocate Service*
TCE	Programa de Asesoría Fiscal del IRS para Personas de Edad Avanzada *IRS Tax Counseling for the Elderly Program*
TSP	Plan de ahorro *Thrift Savings Plan*
UPS	*United Parcel Service*
USDA	Departamento de Agricultura de los Estados Unidos *U.S. Department of Agriculture*
USPIS	Servicio de Inspección Postal de los Estados Unidos *U.S. Postal Inspection Service*
USPS	Servicio Postal de los Estados Unidos *U.S. Postal Service*
VITA	Programa del IRS de asistencia voluntaria al contribuyente con el impuesto sobre los ingresos *IRS Voluntary Income Tax Assistance Program*
WISE	Ganar a través de Estrategias y Educación sobre la Inversión *Winning through Investment Strategies and Education*
WOTC	Crédito fiscal de oportunidades laborales *Work Opportunity Tax Credit*
YMCA	*Young Women´s Christian Association*

Apéndice A

Resumen de la reunión de sector de la Comisión Federal de Educación Financiera

Reunión específica — Otros sectores comerciales

Lugar:

Securities and Exchange Commission, 450 5th Street, NW, Washington, DC

Fecha:

25 de febrero de 2005

Moderadores del debate

El debate fue moderado por Dan Iannicola, Asistente del Subscretario para la Educación Financiera del Departamento del Tesoro; John Nester, Securities and Exchange Commission y Carolyn Welch de la Junta de Gobernadores del Sistema de la Reserva Federal.

Participantes del debate

PRESENTES:

DAN IANNICOLA, Departamento del Tesoro de los Estados Unidos

JOHN NESTER, Securities and Exchange Commission

CAROL WELCH, Junta de Gobernadores de la Reserva Federal

SUSAN WYDERKO, Directora de la Oficina de Educación y Asistencia a los Inversionistas de SEC

PARTICIPANTES:

MICHAEL BEACHAM, Money Savvy Generation

LAURA DAMBIER, Lincoln Financial Group

BILL DEERY, REMTECH, Inc./TimeMAPS

BILL DEERY, REMTECH, Inc./TimeMAPS

MICHELLE GLASSBURN, Eleve Group, Inc.

MARK GUIMOND, Asociación Estadounidense de Administración de Deuda

KATY JACOB, Centro para la Innovación de Servicios Financieros

CHRISTOPHER JACOBS, Consejo Estadounidense de Aseguradores de Vida

JENNA KEEHNEN, Organizaciones de los Estados Unidos para Alternativas a la Bancarrota

MATHILDA RICHARDSON-WHITFIELD, AAA Straight Forward

ELINORE ROBEY, Charles Schwab Foundation

JOANNE SEYMOUR, Dynaminds, Inc.

AMY TRAVERSA, Lincoln Financial Group

CAROL WALKER, Financial Freedom, Inc.

Enfoque primario de la reunión

Los participantes debatieron acerca de la responsabilidad compartida de educar mejor a los consumidores sobre cuestiones financieras. Los programas e iniciativas exitosos requieren de la participación de organizaciones del sector público y privado y ambas partes deben desempeñar papeles específicos que enfaticen su fortaleza en el diálogo. Además de contar con materiales y planes de estudios efectivos para la educación financiera, también se deben considerar las campañas de concientización pública como un fuerte componente del aumento de la educación de los consumidores sobre cuestiones y temas financieros.

Puntos claves del debate

Función del gobierno federal

Los participantes indicaron que el gobierno federal desempeña un papel adecuado y vital en las iniciativas de educación financiera, especialmente centrándose en esfuerzos que ponen énfasis en la importancia de la educación financiera y que en lo referido al aspecto comunitario, colocan el tema al mismo nivel de consideración de otros temas, como por ejemplo la nutrición, el estado físico y la salud en general. Para colaborar con esta iniciativa, el gobierno federal debería estudiar los tipos de programas de educación financiera y mecanismos de entrega que son más efectivos y necesarios. También podría utilizarse la investigación para establecer un estándar uniforme para los programas de educación financiera y para resaltar las mejores prácticas como modelos para coaliciones efectivas, elaboración de materiales, entrega y medición de resultados.

También, el gobierno federal debería catalogar los materiales de educación financiera existentes, supervisar el desarrollo de nuevos materiales y proporcionar incentivos para la elaboración y entrega de programas de educación financiera. También podrían implementarse cambios específicos en los terrenos de legislación y elaboración de políticas para simplificar las transacciones financieras.

Mecanismos de entrega efectivos

Los participantes identificaron al sistema escolar público como un canal de entrega importante para la educación financiera, indicando que las iniciativas de ecuación financiera deberían ser obligatorias, ya sea como parte de los planes de estudio actuales (por medio de la integración de lecciones sobre finanzas personales) o como un requisito específicamente diseñado para la graduación. Además de la tarea realizada por las escuelas, debería ponerse un énfasis especial en proporcionar información sobre asesoría de crédito y planes de administración de deuda a las familias que atraviesan una situación financiera difícil, trabajar con programas comunitarios para llegar a los niños en ambientes “entretenidos” y utilizar materiales computarizados para personas que no responden a educación de grupo.

Los empleadores y las cortes familiares también se consideran medios valiosos para transmitir educación y asesoría financieras, especialmente si los programas de concientización son la clave para motivar una fácil utilización e integración por parte de todas las organizaciones.

Desarrollo de materiales y planes de estudios

No se pudo llegar a un consenso sobre quién tiene la responsabilidad primaria de desarrollar recursos de educación financiera. El sector público es una fuente de información imparcial y confiable,

pero puede ser un mejor coordinador que creador. El sector privado es una fuente sólida de materiales y programas innovadores y creativos. La fuente primaria de los materiales no es tan importante como lo es el garantizar que los materiales se distribuyan sistemáticamente y adoptar un sistema de estándares consistente. También se indicó que los materiales de ventas y mercadeo de fuentes del sector privado no son iguales a los verdaderos materiales de educación financiera.

Habilidades fundamentales de educación financiera

Los participantes identificaron varias habilidades que deberían estimularse en las iniciativas de educación financiera: 1) elaboración de presupuestos y ahorro, 2) compras de productos y servicios financieros, 3) demora en la gratificación, 4) comprensión del sistema de tarjetas de crédito, 5) definición de objetivos financieros perdurables y 6) comprensión de las opciones y recursos disponibles cuando las personas enfrentan dificultades financieras, como por ejemplo en la negociación de deuda, asesoría de crédito y planes de administración de deuda.

Anuncios de servicio público y campañas de concientización

Las campañas de concientización centradas en temas de educación financiera ofrecen una amplia variedad de beneficios para los consumidores. Las iniciativas nacionales, incluyendo la distribución de anuncios de servicio público, pueden ayudar a educar a los estadounidenses sobre los recursos disponibles para personas con dificultades financieras, el poder y costo del dinero (impacto de acumular deuda y ahorros) y los conceptos financieros claves, como por ejemplo tipos de interés, acumulación de interés y programa de pago de la deuda rotatoria. Además de un enfoque factual, algunos participantes indicaron que puede ser necesario utilizar un "valor de choque" para ilustrar los resultados negativos tales como la bancarrota y la disminución del nivel de calidad de vida.

Resumen de la reunión de sector de la Comisión Federal de Educación Financiera

Sesión del sector del gobierno

Lugar:

FDIC, 550 17th Street, N.W., Washington, D.C.,

Fecha:

4 de marzo de 2005

Moderadores del debate

El debate fue moderado por Lee Bowman, Coordinador Nacional de Asuntos Comunitarios de FDIC y Dan Iannicola, Asistente del Subsecretario para la Educación Financiera del Departamento del Tesoro.

Participantes del debate

PRESENTES:

DAN IANNICOLA, Departamento del Tesoro de los Estados Unidos

LEE BOWMAN, Corporación Federal de Seguros de Depósito

RALPH AVERY, Oficina Administrativa de las Cortes de los Estados Unidos

REBECCA FANNING, Oficina Administrativa de las Cortes de los Estados Unidos

HILLARY HUNT, Pennsylvania

DARRELL LLOYD, Servicio de Rentas Internas

DAVID MANCL, Wisconsin Jump$tart, Coalición de Finanzas Personales para la Juventud

JERRY MUNK, Asociación Norteamericana de Administradores de Valores

ADAM RABINER, Departamento de Banca del Estado de Nueva York

DAPHNE SMITH, Asociación Estadounidense de Administradores de Valores

JUSTIN SOUTHERN, Oficina del Auditor de Cuentas del Estado de West Virginia

MARGARET WARREN, Servicio de Rentas Internas

TIM MULLEN, Asociación Nacional de Comisionados de Seguros

Enfoque primario de la reunión

Los participantes describieron varias ideas para aplicar a una campaña nacional de concientización pública sobre la educación financiera. Varios indicaron la necesidad de un enfoque sostenido durante varios años, iniciando una campaña que dará como resultado cambios duraderos en los comportamientos financieros. Los mensajes de la campaña deberían ser positivos y fortalecedores, en particular en el terreno de la creación de activos. Los mensajes también deberían tener en cuenta e incluir a personas de diferentes culturas, niveles de ingresos e idiomas. Debería realizarse un esfuerzo especial por "poner de moda" la educación financiera tanto para los jóvenes como para los adultos.

Puntos claves del debate

Mejores prácticas de ahorro y estrategia de creación de activos

Los ejemplos de programas citados durante la reunión incluyeron los sitios de las cuentas IDA, reintegros del crédito por ingresos del trabajo, Asistencia Voluntaria con el Impuesto a los Ingresos (VITA, por sus siglas en inglés), (en especial los sitios establecidos como una coalición donde muchas organizaciones de servicios financieros están localizadas conjuntamente dentro del sitio), iniciativas regionales de instituciones financieras (como el Grupo de Trabajo Nueva Alianza de FDIC en el área de Chicago) y sucursales bancarias en las escuelas.

Función del gobierno en el estímulo de la participación del sector privado

Si bien no existió consenso en lo referente al papel del gobierno en la educación financiera, varios participantes mencionaron que todos los niveles del gobierno (federal, estatal, local) deberían motivar a los diversos profesionales y organizaciones del sector privado a dedicar tiempo como voluntarios para la enseñanza de educación financiera. Podrían proporcionarse incentivos tales como crédito de educación continuada o incentivos monetarios (dinero o reducción de impuestos). También podrían resultar útiles los programas de educación financiera en el trabajo, la instalación de sucursales de instituciones financieras en las escuelas y los eventos para educadores patrocinados por el gobierno. Como parte de su función, el gobierno podría encabezar el desarrollo y la implementación de un sistema centralizado de medición para determinar el éxito de las iniciativas de educación financiera.

Coordinación y administración de programas de educación financiera

Los participantes acordaron que es crucial educar mejor a los ciudadanos sobre la disponibilidad de todos los programas de educación financiera existentes actualmente en el mercado. El mantener actualizados los programas existentes y promocionar mejor sus recursos disponibles debería ser una prioridad primordial, permitiendo así que las iniciativas actuales respondan mejor a las necesidades de los consumidores y que amplíen la enseñanza sobre temas de educación financiera según sea necesario.

Medición del éxito de una campaña

Los participantes identificaron diversas maneras de medir el éxito de una campaña sostenida de concientización pública. Las recomendaciones incluyeron el monitoreo de la cantidad de personas con acceso a sus informes de crédito, realizar un estudio longitudinal de niños con educación financiera y sin ella (la Oficina Nacional de Investigación Económica realizó un estudio similar que podría servir de modelo), medir la cantidad de cuentas IDA y el volumen de fondos de equivalencia o apareados y su impacto. Como mecanismos de medición, también se consideró utilizar expertos en ciencias del comportamiento para el diseño de la métrica seleccionada, comparar el volumen de presentaciones de declaraciones de bancarrota con el transcurso del tiempo, realizar una encuesta antes y después de las campañas de concientización sobre estafas financieras y considerar si existen medidas incluidas en la ley llamada No Child Left Behind que pudieran ser útiles para evaluar los niveles de educación financiera.

Cómo hacer progresar la campaña

En primer lugar, los estados podrían considerar el establecimiento de una oficina dedicada a la educación financiera. Esta oficina comprendería a todas las organizaciones en el estado que tienen un papel y/o función relevante en lo referente a la educación financiera. La oficina coordinaría actividades relevantes para el estado y reportaría directamente al gobernador. Esta oficina se crearía sin un fondo general ni implicación monetaria para los contribuyentes y podría estar estructurada en sistemas de entrega (comunitarios, escolares, del lugar de trabajo, etc.). Se indicó que el estado de Pennsylvania actualmente tiene una oficina de este tipo.

A nivel federal, el gobierno podría servir de centro de recopilación y aprobación para las mejores prácticas y organizar y coordinar reuniones nacionales sobre temas específicos donde podrían compartirse las mejores prácticas con las organizaciones estatales y locales.

Resumen de la reunión de sector de la Comisión Federal de Educación Financiera

Sesión del sector de educación

Lugar:

U.S. Mint, 801 9th Street, N.W., Washington, D.C.

Fecha:

7 de marzo de 2005

Moderadores del debate

El debate fue moderado por Marcie Brown, Jefa de Personal la Oficina de Innovación y Mejora del Departamento de Educación y Dan Iannicola, Asistente del Subsecretario para la Educación Financiera del Departamento del Tesoro.

Participantes del debate

PRESENTES:

DAN IANNICOLA, Departamento del Tesoro de los Estados Unidos

HENRIETTA FORE, Directora, Casa de la Moneda de los Estados Unidos

MARCIE BROWN, Departamento de Educación de los Estados Unidos

JOE BOTTA, Extensión Cooperativa de Virginia

NORINE FULLER, Instituto de Diseño y Comercialización de la Moda

NINA TORRES, Asociación Hispana de Centros Universitarios y Universidades

TAMBIÉN PARTICIPARON:

DEBRA MINOR DRISCOLL, Servicio de Extensión de la Universidad Estatal de Oregon

ANNE FREMION, Servicio de Extensión de la Universidad Estatal de Ohio

JOYCE LASH, Servicio de Extensión de la Universidad Estatal de Iowa

ANGELA LYONS, Universidad de Illinois

WAYNE MOORE, Servicio de Extensión de la Universidad de Missouri

GAYLE ROSE MARTINEZ, Universidad de Wisconsin

RITA STRAUB, Servicio de Extensión de la Universidad de Wisconsin

Enfoque primario de la reunión

Los participantes debatieron sobre las diversas formas de distribuir y difundir los recursos de educación financiera a todas las comunidades de la nación. Al analizar las formas de difundir con mayor efectividad la educación financiera, se analizaron ejemplos individuales de estudiantes que carecían de habilidades de educación financiera básica. Los participantes recomendaron que el gobierno federal encabece la creación de coaliciones que permitan que las herramientas de educación financiera lleguen a las personas y comunidades que más las necesitan. Las coaliciones a todos los niveles del gobierno, incluyendo las entidades no gubernamentales tales como la comunidad académica, instituciones sin fines de lucro y la comunidad prestadora fueron mencionadas como una forma muy efectiva de mejorar la educación financiera.

Puntos claves del debate

Función del gobierno en la mejora de la educación financiera

El papel del gobierno en la educación financiera debería ser estimular coaliciones, tanto tradicionales como no tradicionales, de un amplio espectro de entidades. El gobierno federal debería reunir a las partes interesadas, especialmente instituciones privadas y sin fines de lucro, para determinar la forma más efectiva de llegar a todas las poblaciones y grupos demográficos. Además, varios participantes sugirieron que el Departamento de Educación se asocie con otras agencias federales, como por ejemplo el Departamento del Tesoro, para generar una participación más activa por medio de la realización de reuniones y realizando investigación sustantiva adicional. Varios participantes también mencionaron que los incentivos del gobierno para enseñar y llevar herramientas de educación financiera serían muy efectivos.

Medición del éxito

Con respecto a la medición del éxito, los participantes consideraron que necesitarían tiempo para revisar este instrumento y sugirieron que el gobierno federal considere que los resultados se producirán con el paso del tiempo (no se pueden lograr resultados importantes en un periodo de tiempo breve). Dos de los temas mencionados como posibles indicadores que deberían ser considerados por la Comisión Federal de Educación Financiera para medir la efectividad de los esfuerzos colectivos son el porcentaje de personas que se declaran en bancarrota, probado después de ofrecer lecciones de educación financiera a los niños y el estudio del aumento o reducción de la cantidad de participantes de planes para la jubilación. Asimismo, se mencionó que las partes interesadas en la educación financiera deberían considerar la evaluación de los resultados de las instituciones privadas que ofrecen educación sobre planificación para la jubilación como parte de la orientación de sus empleados, frente a aquellas que no la ofrecen durante la orientación y comparar el porcentaje de empleados que deciden inscribirse en planes de jubilación. El grupo reconoció la necesidad considerar formas creativas de aumentar la participación de los empleados en planes de jubilación patrocinados por el empleador.

Campaña multimedios de servicio público

Los participantes acordaron que el lanzamiento de una campaña de servicio público a través de los multimedios de comunicación sería muy efectiva para

llegar a los consumidores. Se puso énfasis en crear específicamente un mensaje para ciertas poblaciones y comunidades. Por ejemplo, cuando el mensaje está dirigido a los jóvenes, la campaña debería centrarse en un área popular para los jóvenes y utilizarla para enfocar temas clave de la educación financiera. Los mensajes generales claves tratados por los participantes estuvieron referidos a temas de ahorros, las opciones individuales y la importancia de evitar un nivel de deuda excesiva fueron componentes esenciales para desarrollar una fuerte campaña de concientización, también se mencionaron la transmisión de los efectos beneficiosos del interés acumulado y el ofrecer una forma de ayudar a los consumidores endeudados. Algunos participantes sugirieron que educar a los consumidores para comprender mejor sus puntajes de crédito y para que conozcan los efectos de un mal puntaje de crédito eran elementos clave para que los consumidores estén en condiciones de tomar mejores decisiones financieras.

Educación financiera en instituciones postsecundarias

Se resaltó la necesidad de mejorar la educación financiera en centros de estudios superiores y universidades y se proporcionaron ejemplos de estudiantes que tenían problemas con deuda de tarjetas de crédito. Varios participantes destacaron que la principal razón mencionada por los estudiantes para abandonar los estudios eran motivos financieros y no razones académicas. Otro participante destacó que personalmente conocía a dos estudiantes de último año de carrera que habían sido rechazados para ocupar puestos de trabajo porque los empleadores realizaron una verificación del crédito y descubrieron que los estudiantes tenían malos puntajes de crédito. Otros participantes mencionaron que los estudiantes tienen más probabilidades de pagar sus préstamos de tarjeta de crédito que de pagar los préstamos estudiantiles.

Como posibles planes para ayudar a los estudiantes a tomar decisiones financieras firmes se mencionaron las coaliciones con escuelas y bancos locales, los seminarios de educación financiera en las instituciones universitarias y los cursos sobre pagos de préstamos. Muchos participantes apoyaron la sugerencia de organizar talleres en los campos de los centros universitarios.

Resumen de la reunión de sector de la Comisión Federal de Educación Financiera

Sesión de organizaciones sin fines de lucro

Lugar:

Office of Personnel Management, 1900 E Street, NW, Washington, DC

Fecha:

11 de marzo de 2005

Moderadores del debate

El debate fue moderado por Marcus Beauregard, Departamento de Defensa; Dan Iannicola, Asistente del Subsecretario para la Educación Financiera del Departamento del Tesoro y Ray Kirk, Oficina de Administración de Personal de los Estados Unidos.

Participantes del debate

DAN IANNICOLA, Departamento del Tesoro de los Estados Unidos

RAY KIRK, Oficina de Administración de Personal de los Estados Unidos

MARCUS BEAUREGARD, Departamento de Defensa de los Estados Unidos

JORDANA BEEBE, Centro de Recopilación y Aprobación de Información sobre Derechos de Privacidad

DON BLANDIN, Fondo de Protección del Inversionista

EDWIN BODENSIEK, Junior Achievement Worldwide

DAVID CASSERLY, Coalición Jump$tart para la Educación Financiera Personal

THEODORE DANIELS, Sociedad para la Educación Financiera

VIRGINIA DAVIS, Coalición para la Educación Financiera de Poblaciones Indígenas Nativas

AL DUARTE, Vicepresidente de la Fundación Educativa InCharge Education Foundation

BOB DUVALL, Consejo Nacional para la Educación Económica

HECTOR GAMBOA, Coalición Hispana para la Vivienda

DAVID GODSTED, Networks Financial Institute

TRACEY GORDY, CFED

KAREN GROSS, Coalición para la Prevención de la Bancarrota de Consumidores

JOHNETTE HARTNETT, NCB Development Corporation

VARINY PALADINO, Consejo Estadounidense de Educación sobre el Ahorro

CHERYL REYNOLDS, Instituto Estadounidense de Contadores Certificados

JENA ROSCOE, Operation Hope, Inc.

JAY SEATON, Consumer Credit & Counseling Service Midwest

LINDA SHERRY, Consumer Action

MAX SIMMONS, Take Charge America

Enfoque primario de la reunión

Las organizaciones sin fines de lucro reconocen la necesidad de mejorar la educación financiera en todas las audiencias, tanto a nivel nacional como local. En el ámbito nacional, una campaña de concientización pública, incluyendo anuncios de servicio público, puede guiar el debate sobre el tema y generar ánimo e interés entre los consumidores. A nivel local, los sectores público, privado y sin fines de lucro pueden trabajar juntos para distribuir los recursos existentes e implementar con éxito las mejores prácticas dirigidas a las necesidades de la comunidad local.

Puntos claves del debate

Educación financiera en las escuelas públicas

Los participantes reconocieron que las escuelas públicas desempeñan un papel importante en mejorar los esfuerzos de educación financiera. Los participantes indicaron que las escuelas locales pueden hacer progresar la educación financiera asociándose con entidades sin fines de lucro y no gubernamentales. Las iniciativas de concientización pública y educación funcionan en colaboración mutua, centrándose en las mejores prácticas y en la instrucción pragmática. Debería ponerse un énfasis especial en proporcionar a los educadores el desarrollo profesional y el apoyo necesarios para integrar la educación financiera en los planes de estudios existentes.

Utilización de los recursos existentes para la educación financiera

Los participantes indicaron que existen diversas iniciativas específicas que puede ponerse en marcha para utilizar los recursos existentes para la educación financiera y para coordinar las iniciativas de asistencia a la comunidad con el fin de la superposición o duplicación. Los gobiernos estatales pueden establecer oficinas para ayudar a supervisar el proceso y coordinar las iniciativas estatales de educación financiera. El gobierno federal puede reunir a organizaciones privadas, públicas y sin fines de lucro para promover actividades de educación financiera. En particular el Departamento de Educación de los Estados Unidos puede trabajar para facilitar la tarea a las autoridades locales y estatales para impulsar el aumento de las habilidades financieras entre los consumidores. Los diferentes sectores también pueden trabajar juntos para establecer una lista de recursos para compartir información sobre las mejores prácticas y utilizar técnicas de manejo de ciencias sociales a fin de mejorar el entendimiento acerca de manejo específicos de educación financiera.

Campaña de concientización pública

Los participantes acordaron que es necesaria una campaña de concientización pública sobre educación financiera, la cual será beneficiosa para las comunidades de toda la nación. Toda nueva iniciativa de participación pública debe coordinarse con los esfuerzos existentes y debería elaborarse cuidadosamente para garantizar que contemple la diversidad y se adecue culturalmente. Por ejemplo, podrían utilizarse anuncios de servicio público para proporcionar a los consumidores información directa sobre la administración de dinero y creación de riqueza, la posibilidad de identificar a un portavoz popular reconocido nacionalmente fue identificada como un componente valioso.

Medición del éxito

Los participantes recomendaron que el éxito de las iniciativas de educación financiera puede medirse de diversas maneras, incluyendo el seguimiento de los cambios en las conductas de ahorro, inversión y administración financiera y por medio de la realización de reuniones públicas frecuentes para recolectar respuestas del público. Los participantes reconocieron que el éxito requiere tiempo, primero a través de la concientización pública, luego con un aumento del nivel de conocimiento y finalmente con el cambio de la conducta. El primer año de cualquier iniciativa de educación debería centrarse en la concientización general.

Resumen de la reunión de sector de la Comisión Federal de Educación Financiera

Sesión de entidades de préstamo

Lugar:

Room H-C-8, U.S. Capitol, Washington, DC

Fecha:

14 de marzo de 2005

Moderadores del debate

El debate fue moderado por el Asistente del Subsecretario para la Educación Financiera del Departamento del Tesoro Dan Iannicola y por Barry Wides de la Oficina del Contralor de la Moneda.

Participantes del debate

DAN IANNICOLA, Departamento del Tesoro de los Estados Unidos

BARRY WIDES, Departamento del Tesoro, Oficina del Contralor de la Moneda

HONORABLE DANIEL AKAKA, Senado de los Estados Unidos

HONORABLE JUDY BIGGERT, Congreso de los Estados Unidos

HONORABLE DAVID DREIER, Congreso de los Estados Unidos

RHONDA BENTZ, Visa

KIM BOHANNON, Liga de Cooperativas de Crédito de Carolina del Norte

CHRISTY MINTON, (por teleconferencia), Bancorp South

Enfoque primario de la reunión

Los participantes debatieron sobre la necesidad de que todos los sectores trabajen juntos para proporcionar información a los consumidores. A medida que el gobierno federal, los educadores, empleadores y organizaciones comunitarias trabajan juntos para elaborar planes de estudios e identificar y modelar las mejores prácticas, la difusión de anuncios de servicio público y la implementación de otras iniciativas de educación pública pueden ser valiosas para aumentar el entendimiento por parte del consumidor de los asuntos financieros.

Puntos claves del debate

Función del gobierno federal

Los participantes destacaron que el gobierno debería participar en una serie de actividades a fin de instalar la educación financiera como un tema de interés del público y hacer que ésta forme parte de la conciencia nacional. El gobierno federal puede lograr esto proporcionando asesoría acerca de los estándares y mejores prácticas, promoviendo las coaliciones entre los sectores y trabajando con los gobiernos estatales y locales para integrar la educación financiera en las escuelas públicas. Como punto más importante se señaló que el gobierno federal puede dar un sentido de urgencia al tema de la educación financiera que los participantes consideraron que en la actualidad no existe.

Medición del éxito

Los participantes recomendaron que el éxito de las iniciativas de educación

financiera pueda medirse de diversas maneras, incluyendo la medición de la cantidad de planes 401(k) e IRA que se utilizan actualmente y en 10 años en el futuro; cuantificando las tasas de ahorro, el declive del índice de declaraciones de bancarrota y las reducciones de los montos de deuda no asegurada, realizando pruebas antes y después para medir los efectos de los planes de estudios de educación financiera en las escuelas públicas, aumentos de los puntajes de crédito y reducción de prácticas abusivas de préstamo.

Selección y utilización de programas

El gobierno federal puede desempeñar un papel importante en la selección de programas trabajando con organizaciones confiables para identificar las iniciativas actuales de educación financiera y las mejores prácticas, en particular en estados y ciudades específicos. Por ejemplo, los centros universitarios comunitarios, ligas de cooperativas de crédito y la Extensión Cooperativa del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos son algunas de las organizaciones que también podrían desempeñar un papel en la evaluación de los programas actuales y podrían ponerse sus resultados en un sitio Web federal. Los programas efectivos deberían ser objetivos (no percibidos como herramienta de ventas) y deberían presentarse en el lenguaje y formato adecuados.

La distribución adecuada de la educación financiera es un elemento clave para su utilización efectiva. La distribución puede lograrse por medio de coaliciones, educación pública y desarrollo profesional para educadores. Las iniciativas específicas deberían centrarse también en proporcionar a los empleadores los incentivos para incorporar la educación financiera en el lugar de trabajo. Los empleadores pueden convocar a expertos para explicar los beneficios y la planificación. Los clérigos, iglesias y las organizaciones religiosas también pueden desempeñar un papel importante en la promoción de la educación financiera.

Anuncios de servicio público y campañas de concientización

Todas las iniciativas de educación pública deberían responder a la pregunta: "¿En qué me va a beneficiar?" Los anuncios de servicio público son considerados como una herramienta valiosa para establecer una iniciativa de acción específica para ciertos grupos (estudiantes de secundaria, personas de 30 años, personas que estudian inglés como segundo idioma, etc.). Para llegar satisfactoriamente a estas audiencias, los anuncios de servicio público y otras iniciativas de asistencia a la comunidad deben estar adaptadas a los destinatarios, un enfoque demasiado generalizado no será efectivo.

Todos los materiales de concientización pública deberían estar redactados para un nivel de 7º grado de educación, con listas de verificación y materiales básicos similares que comuniquen efectivamente el contenido. El contenido debería ser sencillo y simplificado. Los participantes consideran que la inclusión de información general adicional corre el riesgo de obstaculizar el mensaje.

Resumen de la reunión de sector de la Comisión Federal de Educación Financiera

Sesión de prestadores

Lugar:

Room H-C-8, U.S. Capitol, Washington, DC

Fecha:

14 de marzo de 2005

Moderadores del debate

El debate fue moderado por el Asistente del Subsecretario para la Educación Financiera del Departamento del Tesoro Dan Iannicola y por Barry Wides de la Oficina del Contralor de la Moneda.

Participantes del debate

DAN IANNICOLA, Departamento del Tesoro de los Estados Unidos

BARRY WIDES, Departamento del Tesoro, Oficina del Contralor de la Moneda

HONORABLE DANIEL AKAKA, Senado de los Estados Unidos

HONORABLE JUDY BIGGERT, Congreso de los Estados Unidos

HONORABLE DAVID DREIER, Congreso de los Estados Unidos

RHONDA BENTZ, Visa

KIM BOHANNON, Liga de Cooperativas de Crédito de Carolina del Norte

CHRISTY MINTON, (por teleconferencia), Bancorp South

JODI MITCHELL, Mountain America Credit Union

CYNDY SCOTT, Tower Federal Credit Union

SHERYL NEAS, Asociación Nacional de Capital Comunitario

Enfoque primario de la reunión

Los participantes debatieron sobre la necesidad de que todos los sectores trabajen juntos para proporcionar información a los consumidores. A medida que el gobierno federal, los educadores, empleadores y organizaciones comunitarias trabajan juntos para elaborar planes de estudios e identificar y modelar las mejores prácticas, los anuncios de servicio público y otras iniciativas de educación pública pueden ser valiosas para aumentar el entendimiento por parte del consumidor de los asuntos financieros.

Puntos claves del debate

Función del gobierno federal

Los participantes destacaron que el gobierno debería participar en una serie de actividades a fin de instalar la educación financiera como un tema de interés del público y hacer que ésta forme parte de la conciencia nacional. El gobierno federal puede lograr esto proporcionando asesoría acerca de los estándares y mejores prácticas, promoviendo las coaliciones entre los sectores y trabajando con los gobiernos estatales y locales para integrar la educación financiera en las escuelas públicas. Como punto más importante se señaló que el gobierno

federal puede dar un sentido de urgencia al tema de la educación financiera que los participantes consideraron que en la actualidad no existe.

Medición del éxito

Los participantes recomendaron que el éxito de las iniciativas de educación financiera pueda medirse de diversas maneras, incluyendo la medición de la cantidad de planes 401(k) e IRA que se utilizan actualmente y en 10 años en el futuro; cuantificando las tasas de ahorro, el declive del índice de declaraciones de bancarrota y las reducciones de los montos de deuda no asegurada, realizando pruebas antes y después para medir los efectos de los planes de estudios de educación financiera en las escuelas públicas, aumentos de los puntajes de crédito y reducción de prácticas abusivas de préstamo.

Selección y utilización de programas

El gobierno federal puede desempeñar un papel importante en la selección de programas trabajando con organizaciones confiables para identificar las iniciativas actuales de educación financiera y las mejores prácticas, en particular en estados y ciudades específicos. Por ejemplo, los centros universitarios comunitarios, ligas de cooperativas de crédito y la Extensión Cooperativa del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos son algunas de las organizaciones que también podrían desempeñar un papel en la evaluación de los programas actuales y podrían ponerse sus resultados en un sitio Web federal. Los programas efectivos deberían ser objetivos (no percibidos como herramienta de ventas) y deberían presentarse en el lenguaje y formato adecuados.

La distribución adecuada de la educación financiera es un elemento clave para su utilización efectiva. La distribución puede lograrse por medio de coaliciones, educación pública y desarrollo profesional para educadores. Las iniciativas específicas deberían centrarse también en proporcionar a los empleadores los incentivos para incorporar la educación financiera en el lugar de trabajo. Los empleadores pueden convocar a expertos para explicar los beneficios y la planificación. Los clérigos, iglesias y las organizaciones religiosas también pueden desempeñar un papel importante en la promoción de la educación financiera.

Anuncios de servicio público y campañas de concientización

Todas las iniciativas de educación pública deberían responder a la pregunta: "¿En qué me va a beneficiar?" Los anuncios de servicio público son considerados como una herramienta valiosa para establecer una iniciativa de acción específica para ciertos grupos (estudiantes de secundaria, personas de 30 años, personas que estudian inglés como segundo idioma, etc.). Para llegar satisfactoriamente a estas audiencias, los anuncios de servicio público y otras iniciativas de asistencia a la comunidad deben estar adaptadas a los destinatarios, un enfoque demasiado generalizado no será efectivo.

Todos los materiales de concientización pública deberían estar redactados para un nivel de 7º grado de educación, con listas de verificación y materiales básicos similares que comuniquen efectivamente el contenido. El contenido debería ser sencillo y simplificado. Los participantes consideran que la inclusión de información general adicional corre el riesgo de obstaculizar el mensaje.

Resumen de la reunión de sector de la Comisión Federal de Educación Financiera

Sesión de respondientes individuales

Lugar:

Departamento de Salud y Servicios Humanos, Administración para Niños y Familias, Washington DC

Fecha:

17 de marzo de 2005

Moderadores del debate

El debate fue moderado por Dan Iannicola, Asistente del Subsecretario para la Educación Financiera del Departamento del Tesoro; Luke Bernstein, Asesor Especial del Tesoro para la Oficina de Educación Financiera y por James Gatz, Departamento de Salud y Servicios Humanos.

Participantes del debate

DAN IANNICOLA, Departamento del Tesoro de los Estados Unidos

LUKE BERNSTEIN, Departamento del Tesoro de los Estados Unidos

JIM BILELLO

KELVIN BOSTON

CATHY BOWEN

RUTH FREEMAN

JAMES GATZ, Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos

KAREN HARRIS

JULIE JUDY

CHERYL MOORE

SHANNON MOYER

JANE SCHUCHARDT

MICHAEL SCHUTT

ROBERT WEAGLEY

JUDY WEISS

ANNE YOEMAN

Enfoque primario de la reunión

El aumento de la educación financiera es un proceso a largo plazo que requiere múltiples estrategias y enfoques. Es necesario desarrollar detenidamente las iniciativas para que tengan éxito y éstas deberían incluir estrategias específicas de participación y mecanismos de evaluación. Los participantes consideran que existen funciones específicas para los intereses de los sectores público y privado a nivel federal, estatal y local y que los participantes de la educación financiera deberían comprender y realizar con éxito sus funciones y capitalizar los éxitos educativos de otros sectores.

Puntos claves del debate

Estado actual y consecuencias de la educación financiera

Según lo que expresaron los participantes, existe una gran carencia de habilidades financieras entre la población en general y en subgrupos específicos de la población. Es necesario continuar trabajando para ayudar a las instituciones financieras

a comprender los beneficios, tanto individualmente como a nivel nacional, de mejorar la educación financiera entre los consumidores, especialmente con los inmigrantes, familias de todos los segmentos impositivos, pequeñas empresas y estudiantes postsecundarios. El impacto de esta educación podría dar como resultado una economía nacional más fuerte, una mayor autosuficiencia familiar y una reducción en las prácticas abusivas de préstamo y dependencia de la economía de dinero en efectivo.

Las iniciativas existentes de educación financiera necesitan enfocarse más en la medición de la efectividad de los programas. Actualmente se conoce poco sobre el impacto de la educación financiera en el comportamiento individual o institucional. Los participantes consideran que el gobierno federal podría encabezar un esfuerzo para identificar y promover las mejores prácticas en las iniciativas de educación financiera, elaborando pautas para evaluar los efectos a corto y largo plazo de tales iniciativas en las familias y comunidades.

Función del gobierno federal

Los participantes indicaron que la función primaria del gobierno federal es identificar las prácticas de educación financiera que resultan efectivas y promoverlas por medio de canales de información reconocidos (como www.mymoney.gov). Los consumidores deberían recibir información creíble y útil que responda específicamente a sus necesidades y situaciones personales. Además de distribuir información, el gobierno federal debería reunir, analizar y difundir datos sobre prácticas y diseños efectivos para colaborar con la tarea de aquellos que implementan programas de educación financiera a nivel estatal y local. Por ejemplo, las iniciativas especializadas de educación podrían centrarse en consumidores, empleadores e instituciones financieras, entre otros. El gobierno federal podría proveer incentivos entre los programas federales e instituciones privadas para premiar el éxito en la educación financiera.

Función de las instituciones estatales y locales

Las instituciones educativas, las instituciones financieras y las organizaciones privadas religiosas y comunitarias también desempeñan un papel importante en el aumento de las habilidades financieras. Los participantes indicaron que las instituciones estatales y locales podrían replicar o adaptar las mejores prácticas identificadas por el gobierno federal a las condiciones estatales y locales. Podría ponerse un énfasis específico en proporcionar educación financiera a través del sistema escolar público (las escuelas locales podrían considerar instituir requisitos específicos de educación financiera para la graduación). Las redes estatales y locales también podrían acudir a la Extensión Cooperativa, centros universitarios, universidades e instituciones financieras privadas para planificar, implementar y evaluar iniciativas de educación. Las instituciones financieras podrían trabajar con los empleadores para elaborar incentivos locales o corporativos por lograr metas financieras, como por ejemplo condonación de préstamos, elegibilidad para hipotecas o tasas de interés más bajas.

Medición del éxito

Los participantes recomendaron que el éxito de las iniciativas de educación financiera se mida de diversas maneras, incluyendo los cambios en el nivel de oportunidades de planes 401(k),

aumento de los ahorros personales, reparación de crédito y cantidad de titulares primerizos de cuentas. Existió un fuerte acuerdo en que las medidas de efectividad deberían ser realistas en términos de tiempo y conductas.

Campañas de concientización pública

Los participantes estuvieron de acuerdo en que es necesario que todas las estrategias de participación y educación estén dirigidas correctamente a los consumidores en general y a sectores específicos de la población. Las iniciativas de comunicación deberían ser positivas y claras y proporcionar a las audiencias las herramientas y recursos necesarios para mejorar las conductas financieras. Toda campaña de concientización pública debería estar conformada de manera tal que los mensajes se superpongan y se refuercen entre sí, independientemente de su origen y la audiencia a la que vayan dirigidos.

Las iniciativas deberían planificarse, ejecutarse y medirse detenidamente y deberían realizarse ajustes según el éxito de la campaña. Deberían utilizarse múltiples medios, lugares físicos y modos de acceso para llegar con efectividad a los diversos sectores de la población, incluyendo a los estudiantes, inmigrantes, trabajadores mayores, residentes rurales y urbanos y personas en diversas etapas de sus vidas financieras.

Apéndice B

52538 **Federal Register** / Vol. 69, No. 165 / Thursday, August 26, 2004 / Notices

The purpose of the trackage rights is to allow KO to continue to provide rail service over the subject line.

As a condition to this exemption, any employees affected by the trackage rights will be protected by the conditions imposed in *Norfolk and Western Ry. Co.—Trackage Rights—BN*, 354 I.C.C. 605 (1978), as modified in *Mendocino Coast Ry., Inc.—Lease and Operate*, 360 I.C.C. 653 (1980).

This notice is filed under 49 CFR 1180.2(d)(7). If the notice contains false or misleading information, the exemption is void *ab initio*. Petitions to revoke the exemption under 49 U.S.C. 10502(d) may be filed at any time. The filing of a petition to revoke will not automatically stay the transaction.

An original and 10 copies of all pleadings, referring to STB Finance Docket No. 34535, must be filed with the Surface Transportation Board, 1925 K Street, NW., Washington, DC 20423–0001. In addition, a copy of each pleading must be served on Craig Richey, 315 W. 3rd Street, Pittsburg, KS 66762.

Board decisions and notices are available on our Web site at *http://www.stb.dot.gov*.

Decided: August 20, 2004.

By the Board, David M. Konschnik, Director, Office of Proceedings.

Vernon A. Williams,

Secretary.

[FR Doc. 04–19529 Filed 8–25–04; 8:45 am]

BILLING CODE 4915–01–P

DEPARTMENT OF THE TREASURY

Comment Request for Financial Literacy and Education Commission National Strategy

AGENCY: Departmental Offices, Treasury.

ACTION: Request for comments.

SUMMARY: The Financial Literacy and Education Improvement Act established the Financial Literacy and Education Commission. On behalf of the Commission, the Department of the Treasury invites the public to comment on the development of a national strategy to promote the basic financial literacy and financial education of everyone in the United States.

DATES: Comments should be received on or before October 31, 2004 to be assured of consideration.

ADDRESSES: Written comments should be sent to Department of the Treasury, Financial Literacy and Education Commission, Room 5001B, 1500 Pennsylvania Avenue NW., Washington, DC 20220, or via e-mail to *flecstrategy@do.treas.gov*.

FOR FURTHER INFORMATION CONTACT: Requests for additional information should be directed to Michael Schutt at (202) 622–5770 (not a toll-free call), or by e-mail to the above address.

Additional information regarding the Commission and the Department of the Treasury's Office of Financial Education may be obtained through the Office of Financial Education's Web site at: *http://www.treas.gov/financialeducation*.

SUPPLEMENTARY INFORMATION: The Financial Literacy and Education Improvement Act, which is Title V of the Fair and Accurate Credit Transactions Act of 2003 (the "FACT Act") (Pub. L. 108–159), established the Financial Literacy and Education Commission to improve financial literacy and financial education of persons in the United States.

Request for Comments: Comments are specifically requested concerning: (1) What are the three most important issues that the national strategy should address, and why? (2) What existing resources may be used to address those issues, and how could they be employed? (3) What are the best ways to improve financial literacy and financial education in the United States? Commenters are urged to keep comments succinct and responsive to these questions.

The Commission: The Commission is chaired by the Secretary of the Treasury and is composed of the heads of the Office of the Comptroller of the Currency; the Office of Thrift Supervision; the Board of Governors of the Federal Reserve System; the Federal Deposit Insurance Corporation; the National Credit Union Administration; the Securities and Exchange Commission; the Departments of Education, Agriculture, Defense, Health and Human Services, Housing and Urban Development, Labor, and Veterans Affairs; the Federal Trade Commission; the General Services Administration; the Small Business Administration; the Social Security Administration; the Commodity Futures Trading Commission; and the Office of Personnel Management. The Commission is required, not later than 18 months after the date of enactment of the FACT Act, to develop a national strategy to promote basic financial literacy and education among all American consumers. The FACT Act was enacted on December 4, 2003.

Dated: August 20, 2004.

Dan Iannicola, Jr.,

Deputy Assistant Secretary of the Treasury.

[FR Doc. 04–19527 Filed 8–25–04; 8:45 am]

BILLING CODE 4810–25–P

DEPARTMENT OF VETERANS AFFAIRS

Disciplinary Appeals Board Panel

AGENCY: Department of Veterans Affairs.

ACTION: Notice with request for comments.

SUMMARY: Section 203 of the Department of Veterans Affairs Health Care Personnel Act of 1991 (Pub. L. 102–40), dated May 7, 1991, revised the disciplinary grievance and appeal procedures for employees appointed under 38 U.S.C. 7401(1). It also required the periodic designation of employees of the Department who are qualified to serve on Disciplinary Appeals Boards. These employees constitute the Disciplinary Appeals Board panel from which Board members in a case are appointed. This notice announces that the roster of employees on the panel is available for review and comment. Employees, employee organizations, and other interested parties shall be provided, without charge, a list of the names of employees on the panel upon request and may submit comments concerning the suitability for service on the panel of any employee whose name is on the list.

DATES: Names that appear on the panel may be selected to serve on a Board or as a grievance examiner after September 27, 2004.

ADDRESSES: Requests for the list of names of employees on the panel and written comments may be directed to: Secretary of Veterans Affairs (051E), Department of Veterans Affairs, 810 Vermont Avenue, NW., Washington, DC 20420. Requests and comments may also be faxed to (202) 273–9776.

FOR FURTHER INFORMATION CONTACT: Catherine Baranek, Employee Relations Specialist (051), Office of Human Resources Management and Labor Relations, Department of Veterans Affairs, 810 Vermont Avenue, NW., Washington, DC 20420. Ms. Baranek may be reached at (336) 631–5019.

SUPPLEMENTARY INFORMATION: Pub. L. 102–40 requires that the availability of the roster be posted in the **Federal Register** periodically, and not less than annually.

Dated: August 19, 2004.

Anthony J. Principi,

Secretary of Veterans Affairs.

[FR Doc. 04–19495 Filed 8–25–04; 8:45 am]

BILLING CODE 8320–01–M