

**Ciudad de México, 11 de mayo de 2021.**

**Versión estenográfica de la Sesión “Educación Financiera: herramienta clave para enfrentar los riesgos”, llevada a cabo durante el primer día de trabajos de la 30ª Convención de Aseguradores de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, AMIS, llevada a cabo de manera remota.**

**Presentadora:** Nuevamente bienvenidos. En esta sesión abordaremos el tema Educación financiera: herramienta clave para enfrentar los riesgos.

Nos acompañarán en esta dinámica como moderador Juan Ignacio González, Director General de HDI Seguros, Cristina Rohde, Directora General de Citibanamex Seguros y Citibanamex Pensiones; Óscar Rosado, Presidente de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, CONDUSEF, y Silvia Singer, Directora General del Museo Interactivo de Economía, MIDE.

Adelante.

**Juan Ignacio González:** Hola, qué tal. Buenas tardes. Me da mucho gusto saludarlos.

Y le damos la bienvenida a nuestro panel Educación financiera: herramienta clave para enfrentar los riesgos. En el marco de la 30 Convención de Aseguradores AMIS.

Les doy la bienvenida a nuestros expertos en el panel Óscar, Silvia, Cristina, bienvenidos.

Quiero iniciar un poquito el contexto citando a Fernando Savater, en un coloquio sobre cómo enfrentar las crisis sociales o los retos sociales. Y él mencionaba que la educación no es la solución a los retos sociales; pero siempre será parte de la solución.

En este panel vamos a discutir sobre el papel de la educación financiera como elemento clave para detonar la inclusión hacia los servicios financieros, y con ello poder mejorar el bienestar de la población, sobre todo la de ingresos bajos, ya que la educación financiera acerca a estos

servicios, da opción de protección y permite conocer cuáles son sus derechos, y sobre todo cómo ejercerlos.

En nuestro país tenemos un gran avance en materia de inclusión financiera, pero también estamos conscientes que hay una gran brecha todavía por recorrer. Esto si nos basamos en la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera que se realizó en el 2018, realizada por el INEGI y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

Esta nos dice que tres de cada 10 personas contaban con ningún tipo de producto financiero. Y esto puede variar según el contexto en el que lo veamos, si hablamos de un tema de género o de zona geográfica, por ejemplo, si hablamos del noroeste prácticamente la inclusión llegaba solamente en niveles menores del 20 por ciento, pero si hablamos sobre el sur, sobre el centro, sobre el oriente estamos hablando a niveles que pueden alcanzar hasta un 40 por ciento de personas que no tienen un producto financiero.

Ahora, si vamos a nuestra materia en seguros pues todavía es mayor el reto, ya que solamente dos de cada 10 personas cuentan con protección de seguros.

Por ello la prioridad de los gobiernos en México ha sido incentivar que más personas puedan usar estos servicios para su beneficio. Para lograr lo anterior la experiencia internacional nos marca que estos conceptos de educación financiera son multidimensionales, compuestos por varios elementos.

En la inclusión financiera deben de considerarse tres efectos fundamentales: acceso y uso de servicios, protección al consumidor y la educación financiera.

Los contenidos educativos son una herramienta que aumenta la comprensión de los productos financieros entre los usuarios. Da claridad de su funcionamiento, alcance y beneficios de forma que fomenta el comportamiento financiero responsable dividiendo en las personas la confianza para tomar control de sus finanzas.

En el caso de seguros, la palabra clave es prevención y protección.

La enseñanza financiera, es esencial para ayudar a las personas a entender la importancia de prevenir y transferir los riesgos que pueden crear inestabilidad a las familias y las empresas.

Por ello, las iniciativas de educación financiera, son un complemento importantísimo para el proceso de inclusión y en las medidas de reducción de la pobreza.

Ya que enseña a las personas cómo manejar sus finanzas personales y beneficiarse de los mercados financieros.

Por lo anterior, queda claro que es un objetivo en conjunto, para el sector público, sector privado y la población, en general para nuestra sociedad mexicana.

Por ello, quisiera comenzar el diálogo con estos expertos, estoy muy contento es un honor participar con ustedes en esta Sesión de preguntas.

Así que iniciaré con Óscar.

Óscar, como sabemos, la educación financiera es un elemento clave, ya lo mencionamos, para desarrollar habilidades para adquirir y seleccionar productos que se adecúen a las necesidades y además le da fuerza que empodera los derechos y responsabilidades de las personas.

En tu opinión, ¿cuáles son los principales retos que enfrentan los seguros en materia de educación financiera?

**Óscar Rosado:** Muy buenas tardes.

Gracias por la invitación. Estoy muy contento de estar aquí con ustedes, con Ernestina, con Silvia, contigo, Nacho.

Pues, efectivamente, desde la CONDUSEF que pensamos que el tema de educación financiera, es uno de los mayores retos que tenemos, en el sistema financiero.

¿Qué es lo que nosotros vemos desde la CONDUSEF?

La educación financiera se ha manejado desde un punto de vista, desde una manera demasiado lejana al lenguaje y a las necesidades del gran público.

Creo que la educación financiera tiene que dar un giro y creo que ya muchos lo estamos dando, en el sentido de comunicar y transmitir información en un lenguaje sencillo, cercano, coloquial y, sobre todo, que esos contenidos vayan de acuerdo al contexto cultural de las personas a las que estamos viendo, a sus códigos, a su lenguaje, y lo más importante de todo ello, que conecten con las necesidades de esas personas y con la forma que culturalmente ellos entienden esas necesidades.

Una de las preguntas que hay que hacerse, para llevar contenidos de educación financiera a las capas populares, es qué entienden ellos por seguro; de qué manera en su código, en su lenguaje entienden ellos el riesgo.

Yo pienso que ellos ven el tema del riesgo desde una perspectiva totalmente distinta, por una simple y sencilla razón: en las capas populares desde hace 25 años o 30 años, se vive en una crisis permanente; o sea, no ha existido en las últimas generaciones la palabra auge, crecimiento.

En realidad, la crisis es permanente.

Entonces, la pregunta que debe de hacerse con ayuda de especialistas, con la ayuda de conocedores de la economía conductual y del marketing, es qué entiende la población por el riesgo y qué entiende esa población con la manera para cubrir ese riesgo.

Esa es una de las preguntas, porque creo que estamos llegando con los códigos de otras clases sociales, y estamos llegando con mensajes que finalmente no le dicen nada al gran público.

Creo que es todo un reto, se necesitan especialistas, hay que partir de una premisa básica, somos financieros, pero no somos expertos en temas de economía conductual, en temas de marketing, y entonces hay que buscarlos.

Y si es necesario el concurso de otras áreas o de otras ciencias, pues hay que hacerlo.

Termino diciendo, básicamente la educación financiera en tema de seguros tiene que ver con conectar con el gran público de una manera sencilla, coloquial y que hagan suya la necesidad de cubrir un riesgo. Esa es la clave.

**Juan Ignacio González:** Y la tecnología nos puede ayudar muchísimo a ese mayor acercamiento. Creo que es una solución muy importante también.

**Óscar Rosado:** Gracias.

**Juan Ignacio González:** Gracias, Óscar.

Silvia, hablando sobre la experiencia internacional y sobre todo de casos de éxito, ¿puedes contarnos sobre algunas prácticas innovadoras, ejemplos relevantes sobre educación financiera y en particular en seguros que es nuestra materia? ¿Tienes por ahí algún ejemplo que nos puedas compartir?

**Silvia Singer:** Muchísimas gracias, Ignacio, y muchas gracias por incluirme en este panel con tan distinguidos amigos, conocidos y profesionales en la materia.

Creo que voy a desviarme solo un momento antes de responder tu muy interesante pregunta. Hay un fenómeno en México muy importante, creo que la gente que hacemos educación financiera hemos estado constituyendo a lo largo de los últimos años un gremio muy amistoso, un gremio de mucha alianza, de muchas necesidades compartidas.

Y eso me da mucho gusto y me da mucho aliento para pensar que realmente podemos avanzar en este camino que es tan importante en la cultura general de la población y en donde, como muy bien decía Óscar, tenemos que construir mensajes específicos para las diferentes necesidades que tan diversa sociedad tiene y no dejar a nadie afuera de los temas de la educación financiera.

Y después me gustaría hablar un poco de eso, porque realmente Óscar con lo que nos ha dicho me ha provocado un par de pensamientos y me encantaría entrar por ahí.

Pero fíjate que tu pregunta es muy interesante y es muy interesante porque ahí realmente desde el año 2008 y dirigido mucho por la OCDE, hay un auge de la educación financiera a nivel global.

Sin embargo, parte de seguros es probablemente una de las partes más difíciles de abordar y de avanzar, donde hay menos experiencias de éxito por decirlo así.

Y lo que pasa es que tiene que ver mucho con la cultura de las personas. Cuando algunos temas relacionados con la educación, en este caso con la educación financiera no están en la vida cotidiana de las personas es muy difícil llegar a hacerles descubrir la utilidad de lo mismo.

Entonces, los mejores programas están en las sociedades en donde por años esas propias sociedades han tenido el seguro como parte de su cultura.

Sin embargo, en las sociedades en donde el seguro no es parte de la actividad que la mayor parte de la gente realiza, los programas se enfocan más a otras necesidades primarias, que serían como el buen uso de los instrumentos, el ahorro, otro tipo de momentos o de temas dentro de la educación financiera.

La OCDE y *IMFE* han estado trabajando sobre el tema de seguros, muy enfocados en la parte de pensiones, es decir, más enfocados a la parte de ahorro para el retiro que de la seguridad cotidiana; sin embargo, con COVID hubo una serie de nuevos desarrollos a nivel global muy interesantes que tiene que ver más con el seguro hacia la pérdida del empleo y el seguro hacia el cierre de los pequeños o grandes negocios más que en el seguro personal, aunque sabemos también que ha habido un auge en los seguros, sobre todo en los seguros paramétricos que están ligados a la seguridad en temas de salud.

Entonces, realmente y me apena decirlo así, no hay algún programa que uno diga este es el programa estelar, pero dado mi carácter y dada mi posición ante la educación financiera y mi estar en esto desde hace

20 años les puedo decir que es una gran oportunidad para México, podemos crear algo muy innovador, sobre todo si podemos justamente detectar cuáles son las necesidades de nuestra gente.

**Juan Ignacio González:** Muchas gracias.

Cristina, tú ya tienes una muy buena trayectoria en los dos lados, en la parte privada, en el sector privado y también tienes experiencia en el lado del sector público; y tú más que nadie sabe que las necesidades en materia de educación financiera son realmente muy sui generis, no son iguales para todos. Tenemos variables de edad, género, región, inclusión financiera, tiene que ver mucho incluso con alfabetización.

¿Cómo consideras que debe abordarse este gran reto y que nadie quede fuera? Y, sobre todo, ¿qué debe hacerse para superar los desafíos que persisten hoy en la educación financiera?

**Cristina Rohde:** Bueno, muchas gracias, Nacho, por la pregunta. Buenas tardes a todos y gracias a AMIS por la invitación.

Creo que los expertos en esa pregunta son Óscar y Silvia, pero bueno, yo lo que quisiera comentar y de alguna forma ya se dijo es que efectivamente la educación financiera es yo diría una pieza clave para que la inclusión financiera suceda, para ampliar el acceso a la población, sobre todo a los grupos vulnerables al sistema financiero porque podemos trabajar desde el sector privado y del lado de la oferta en muchos productos novedosos que puedan adaptarse a las necesidades.

Hablando de seguros específicamente creo que como decía Silvia, la pandemia dejó muchas oportunidades, pero realmente los productos pueden estar ahí, pero si no hay una educación financiera pues la inclusión financiera se nos queda corta.

Entonces, sí creo que es una pata fundamental que no podemos dejar de largo.

Ahora, tienes toda la razón y Óscar lo decía desde el principio, no podemos pensar en una educación financiera con un solo discurso, muchas veces la educación financiera o un mayor nivel de educación

financiera se asocia a poblaciones con un nivel socioeconómico mayor porque una población con un mayor nivel socioeconómico generalmente tiene mayores estudios y no necesariamente eso implica que tenga una mayor educación financiera o una educación financiera más profunda pero sí quizás tiene las herramientas o el acceso a tener un mayor conocimiento en términos financieros.

Pero efectivamente hay grupos vulnerables, ya lo decías, tanto poblaciones rurales, poblaciones de menores recursos, mujeres, gente de edad avanzada, gentes con discapacidades, y yo creo que la clave está poco en que no debe haber una sola estrategia. Yo creo que la educación financiera o la estrategia de educación financiera debe fijarse en eso, para mí debe empezar en edades con los niños, no con los jóvenes, con los niños debe incorporarse en la educación básica.

Creo que obviamente un factor importante es fortalecer la educación en términos generales, fortalecer la educación en ciencias, y creo que en esa medida el ir pudiendo generar estrategias focalizadas y generar contenidos que se adapten a las necesidades de los grupos, sobre todo de los grupos más vulnerables es la forma en la que podremos no dejar afuera a nadie.

O sea, realmente la educación financiera debe ser inclusiva, si queremos lograr una mayor inclusión financiera.

Entonces, creo que sí debemos ser muy insistentes en que debe ser focalizada y generarse contenidos adecuados a las características y necesidades de cada grupo haciendo especial énfasis en los grupos vulnerables.

**Juan Ignacio González:** Muy importante ese conocimiento sobre cada uno de los diferentes sectores.

Óscar, y siendo con este tema una de las iniciativas con mayores éxitos en el mundo siempre tiene que ver la incorporación de la educación financiera con niños y jóvenes, lo platicábamos previo a iniciar la conversación. ¿Podría ser una alternativa esto para nuestro país también?

**Óscar Rosado:** Por supuesto que sí, de alguna manera tiene que ver con lo que dijo al final Cristina. La educación financiera tiene que estar focalizada y dividida en sectores, y creo que uno de los sectores que primero tiene que abordar la industria son los millennials de clase media urbanos.

O sea, ahí en ese segmento hay que meterse a entender cómo entienden ellos el riesgo, y cómo entienden ellos la manera de cubrir el riesgo. O sea, no hay que ir muy lejos. El asunto es muy sencillo millennials, clase media, urbanos.

Si hacemos eso, y ahí ese tramo del 20 por ciento de mexicanos asegurados sube al 40, al 50 por ciento estaremos dando un brinco espectacular en el tema.

En el caso de los jóvenes y de los niños, básicamente desde 2019 se modificó la Ley General de Educación, el Artículo 30 y se dispone que deberá ser obligatorio los contenidos de educación financiera en Educación Básica, Preescolar, Primaria y Secundaria.

¿Qué es lo que ha sucedido? Estamos trabajando de manera coordinada con la Subsecretaría de Hacienda, con Banco de México, ha participado también el MIDE en estas pláticas y con la SEP.

¿Y cómo hemos avanzado? Lo que hemos logrado es que finalmente ya está construida una currícula, dentro de la currícula escolar ya están construidos los contenidos. Y desafortunadamente vino la pandemia y esto que se iba a echar a andar a partir del ciclo escolar 20-21 se tuvo que diferir.

Pero finalmente para el ciclo escolar 20-21, 21-22 estaríamos ya trabajando dentro de la currícula escolar contenidos de educación financiera.

Creo que es muy, muy importante y aquí también reitero lo que ya he comentado, se necesita el apoyo de expertos, además de llevar educación financiera, desde la primaria y la secundaria, además de ello, necesitamos crear contenidos atractivos, frescos, por las redes sociales, por otros servicios de mensajería que tienen los teléfonos celulares para llevar este tipo de información a los jóvenes y a los niños.

En el caso concreto de los niños, el gran reto es que la educación financiera deje de ser un tema tabú en las mesas. A mí me sorprendió quizás un poco, por lo que voy a decir, hay dos grandes temas tabú en las mesas de las familias mexicanas: el sexo y el dinero.

El primero, pues cada quien lo abordará como quiera y cuando quiera; pero el tema del dinero y que eso sí estamos aquí hablando y que eso sí es muy importante, el tema del dinero yo me permitiría sugerir que sí se debe de abordar, de acuerdo a la edad, de acuerdo a la manera en que entiende el mundo el niño, pero el tema del dinero, de los ingresos, de los gastos, se debe abordar desde la casa, desde el hogar.

O sea, antes que la escuela, está la casa y el tema del dinero, el tema del ahorro, el tema de cubrir riesgos, debe estar desde la casa y ahí es donde la industria de los seguros, ni el organismo gremial, tienen todo un reto para crear todo un equipo, un Comité para meternos de lleno a este tema.

Cuenta con nosotros para ello, si lo deciden.

**Juan Ignacio González:** Enhorabuena, con el proyecto y el mejor de los éxitos.

Silvia, el museo interactivo de economía, conocido como MIDE, el que tú estás muy orgullosa y nosotros también como mexicanos, es un museo que busca explicar el funcionamiento de la economía y las finanzas.

¿Cuáles son las principales lecciones en materia de educación financiera que les ha dejado, sobre todo a ustedes, a lo largo de esta existencia?

Y nosotros como instituciones, ¿qué podemos retomar de ese aprendizaje?

**Silvia Singer:** Claro.

Mira, esta es una pregunta que me encanta, porque el MIDE como Institución, pues sí realmente yo soy una promotora de que es un orgullo

mexicano, porque aunque he tenido la suerte profesional de ser la encargada de este proyecto desde su día cero, pues la verdad esto no se hace más que en equipo, y con muchísimos talentos a bordo, porque aquí no hay protagonismos de una persona, para nada.

Y lo que hemos aprendido que para mí cae perfecto en esta conversación, me parece súper útil, es algo muy importante y tiene que ver con la forma en la que diseñamos las cosas.

Finalmente, estas campañas, estos productos, esta educación financiera, necesita un diseño pedagógico.

Es decir, esta idea del marketing que Óscar marcaba, es muy importante, y la gente del mercadeo, fueron los primeros en descubrir la importancia de conocer el público meta, a quién te vas a dirigir y de tener sectorizados los grupos a los que te vas a dirigir.

Pero la educación sucede exactamente lo mismo.

Nosotros hemos descubierto que conocer a los sujetos a los que les vamos a comunicar las cosas.

Nosotros en el museo les llamamos visitantes, pero hoy el museo hace mucho más que exposiciones, hoy hace muchas cosas más. Entonces, yo diría que a estos sujetos que son a quienes vamos a mandar nuestros mensajes los tenemos que poner al centro del diseño, el diseño centrado en la persona.

Nosotros trabajamos con una metodología dual que realmente se puede aplicar a cualquier aspecto de la educación, que sería, por un lado tener muy claros los mensajes que quiero transmitir y su contenido, el contenido detrás del mensaje, o sea, no solamente el mensaje como un eslogan, sino qué es lo que yo realmente quiero que la gente descubra.

Y por otro lado, sectorizar a los grupos a los que nos vamos a dirigir, estudiarlos, es decir, nosotros en el museo hacemos estudios que les llamamos preliminares o de *pront tent* para conocer las necesidades de nuestros públicos, su lenguaje, por ejemplo, su nivel de lectura, cuánto tiempo permanecen atentos, cuántas palabras lee un mexicano.

No voy a hablar de niveles de educación, porque yo también creo que también en educación financiera, a ver, para ser honestos, yo tengo estudios de doctorado, cuando yo llegué a dirigir el MIDE no sabía nada de economía.

Entonces, no vamos a hablar si están muy educados o poco educados, creo que tiene que ver el contexto familiar, el contexto socioeconómico y las necesidades de las personas que son muy diversas.

Si podemos entender eso, entender su lenguaje, sus niveles de lectura, sus niveles de captación. Yo creo que hoy Óscar ha dicho cosas espléndidas, yo creo que su contexto cultural y lo que él llamó códigos de lenguaje para mí es eso, cómo se expresa la gente.

Entonces, podemos hacer verdadera inclusión, porque inclusión no es solo poner los seguros allá afuera, que eso es trabajo de ustedes muy importante, que haya seguros diseñados para cada necesidad, pero la educación tiene que estar hecha a la medida igual.

Entonces, nosotros diseñamos con el usuario al centro. ¿Qué necesita el usuario? Transformo el mensaje.

Pero quiero decirte una cosa más que es el otro asunto de éxito del MIDE y que me encanta compartirlo, porque para eso tiene un éxito en educación para compartir las buenas prácticas.

No es nada más poner al visitante en el centro, pero la otra parte importantísima es que la educación, creo yo humildemente y junto con mis colegas, debe girar en torno a la toma de decisiones.

Entonces, los mensajes de mercadeo no son suficiente. Protege tu dinero, protege, todos podemos ahorrar. “Mira, si vas a ahorrar un peso diario al final del mes tienes 30. Si solo puedes ahorrar uno, seguro 30 son un montón”.

Todo eso está muy bien, pero eso no es suficiente, sino lo que es importante es aprender a tomar decisiones, a discernir, cuáles son los productos que están afuera porque unos ni me importa ni me interesa y otros me son vitales.

¿Cómo tomo decisiones en torno a mi vida? ¿Qué quiero mejorar de mi vida?

Un poco dotar de poder a las personas de transformar su realidad, que no todo está resuelto afuera de su ambiente.

Entonces, para concluir yo diría, diseñar con el visitante al centro, con el usuario al centro, con nuestro público al centro, con sus clientes al centro y la toma de decisiones como un asunto fundamental en la sociedad contemporánea.

**Juan Ignacio González:** Muy interesante el enfoque y, sobre todo, lo importante no es la educación, per sé, sino cómo utilizamos esa educación. Creo que es el mensaje con el que me quedo.

Cristina, yendo un poco más a la actualidad con respecto a lo que vivimos o estamos viviendo sobre la pandemia y todos estos cambios de conducta que tuvimos ante la sana distancia, hubo buenas cosas, el tema de la digitalización creo que ayudó mucho en este contexto.

Para ti, ¿qué repercusiones tuvo este cambio en la educación financiera hablando de la pandemia? Y más aún este aprendizaje y este uso mayor de herramientas digitales, ¿cómo lo podemos orientar en esta materia?

**Cristina Rohde:** Bueno, es complicada la pregunta. Ciertamente la pandemia ha traído una crisis económica donde hemos visto no nada más las lamentables pérdidas humanas, sino evidentemente una desaceleración de la economía, una pérdida de empleo importante, negocios que han tenido que cerrar, sobre todo las mujeres son quienes más han perdido sus empleos, y desafortunadamente cuando sucede un evento catastrófico o ante una crisis dentro de las pérdidas y dentro de las cosas terribles que nos dejan estos eventos pues siempre queda como alguna enseñanza o como alguna lección de vida o como alguna posibilidad, por supuesto para cada quien es diferente.

Ahora, ¿qué nos deja en ese sentido? Bueno, Óscar lo decía, con la pandemia se han retrasado la implementación de algunos programas educativos, pero ciertamente el mundo digital es una herramienta que se puede aprovechar y que de hecho se aprovecha, pero creo que

podemos sacarle todavía mucho más jugo para dar a conocer y para promover la educación financiera.

Entonces, realizando algunos estudios, digamos que de las tres cosas más complicadas para la población en general de entender son, una es la creación de un presupuesto o de un plan el cual evidentemente cuando hay este tipo de situaciones se tiene que ajustar y eso es un concepto que a la población en general le cuesta mucho trabajo; el otro es cómo manejar los niveles de endeudamiento y estoy hablando tanto en el sector formal como en sectores informales, que además es muy costoso y a la gente le cuesta trabajo este manejo de las deudas, sobre todo cuando hay una crisis la gente muchas veces recurre a esto.

Y el tercero y muy importante es justamente los beneficios que tienen las coberturas de seguros. Entonces, son digamos tres de las cosas más complicadas.

Entonces, ciertamente la tecnología y el mundo digital nos brinda extraordinarias oportunidades para reforzar y para divulgar contenido y material, el propio MIDE y la CONDUSEF y algunas instituciones educativas gremiales o privadas, instituciones financieras privadas tienen y proporcionar contenido extraordinario el chiste es llegar a ello.

Y un poco cómo hace sobre todo en ciertos entornos y en ciertas poblaciones, existe el MIDE, lleguemos al MIDE, veamos lo que el MIDE tiene para nosotros de manera virtual o digital.

Y obviamente también estar atentos al mal uso o a la mala información que se puede encontrar ciertamente en las redes sociales.

Entonces, sí es una herramienta que creo que hay que explotar y que podemos aprovechar muchísimo más, siempre con precaución y creo que el reto fundamental es justamente eso, cómo ayudas a la gente a discernir qué es información de calidad y qué es información que a lo mejor, no que no sea información de calidad, sino que incluso puede llevar detrás la comisión de algún fraude o algo.

Cuando la gente tiene una necesidad y está ante una crisis económica puede acudir a préstamos o cosas que encuentra por internet, y que muchas veces, y lo hemos visto, son una estafa. Entonces, creo que el

gran reto está en eso, el poder encauzar y poder ayudar a la población a discernir en dónde está esa información y en dónde está todo ese material que puede utilizarse como una herramienta valiosísima para fortalecer la educación financiera y que como decía Silvia, al final del día ayude a tomar decisiones.

**Juan Ignacio González:** Las redes sociales, en general los medios digitales nos dan mucha información, pero como bien dices el reto está en cómo en este mar de información que empodera a la gente, pero también la puede confundir nos acercamos a las verdaderas fuentes de información.

Óscar, cuando se trata de protección de los usuarios, porque ustedes son los campeones, sobre todo en el enfoque que le están dando de educación financiera, esto nos ayuda mucho a que CONDUSEF se vuelva un elemento fundamental en la sociedad.

Ya nos platicaste sobre los proyectos en los que están trabajando ahora. Si quieres pronunciarte aún más; pero aún más cómo ves el futuro yendo varios años más hacia delante.

**Óscar Rosado:** Yo creo que dividiría la respuesta en dos partes. La primera es cerrar el tema de los proyectos. Ya hablamos de la Educación Básica, contenidos de educación financiera en la Educación Básica.

Estamos trabajando desde la CONDUSEF con los programas sociales, llevando educación financiera a los programas sociales más importantes, sobre todo los que tienen que ver con el tema económico, no son programas en sí asistenciales a *per se*, sino son programas que tienen un impacto económico. Son básicamente tandas para el bienestar, donde el 80 por ciento de las beneficiarias son mujeres, y en el programa Sembrando Vida, donde es exactamente al revés, el 85 por ciento de los beneficiarios de Sembrando Vida son hombres, y el 15 por ciento mujeres.

Tenemos de la mano con la AMIS estamos en una alianza estratégica con el curso el Proyecto Minerva, que es un curso de cuatro horas, on line, gratuito que tiene incorporado el tema de seguros, y es el permite

cursos del tema de Educación Financiera con perspectiva de género. Eso estamos de la mano con la AMIS.

Para el mes de junio se va a iniciar la inscripción para posteriormente iniciar en julio la generación número uno del diplomado de Seguros. Tenemos un diplomado de Educación Financiera, ahora vamos a tener un diplomado en Seguros. Es dirigido básicamente a personas mayores de 15 años con escolaridad de preparatoria, no se trata de que se conviertan en agentes de seguros o en expertos en el tema, pero sí es que conozcan la importancia del producto financiero que cubre riesgos.

Entonces, este diplomado va a ser on line, gratuito, 120 horas, las inscripciones van a ser en junio, y la generación número uno empieza el proceso en julio.

Otro tema que tenemos es la Semana Nacional de Educación Financiera, es totalmente en línea, gratuita. Ya aquí la AMIS está participando activamente desde el año pasado, y este año va a participar más activamente.

Finalmente concluyo diciendo que el tema de la Educación Financiera, mi invitación es a la industria, es que nos unamos y que trabajemos de manera coordinada. Puede participar obviamente el MIDE, la Comisión Nacional de Seguros y Finanzas, de parte mía tienen toda la apertura necesaria y que trabajemos en el tema de Educación Financiera, y que no lo veamos como un requisito legal como una monserga, como algo que desafortunadamente hay que cumplir, porque es tema de regulación. No. Yo creo que no. Yo creo que el tema de Educación Financiera es un asunto que puede llevarnos a colocar productos y a la rentabilidad.

Si dejamos de ver el tema de la educación financiera como un tema legal, como un tema social, como un tema que a ver cuándo lo vemos y ahí lo cumplimos, estamos perdidos.

Creo que tenemos que darle un giro y ver a la educación financiera como lo que puede representar una colocación de productos y rentabilidad.

Esto es totalmente legal, legítimo, y cuentan con nosotros, porque para el Estado mexicano, lo que en ustedes puede ser colocación de productos, rentabilidad, aumento en la penetración del mismo, para el Estado mexicano, para la CONDUSEF, representa inclusión financiera y solidez al sistema financiero.

Creo que de manera distinta, coincidimos; mi invitación pues es a la industria de seguros, al organismo gremial, a que trabajemos de manera coordinada, y nos aboquemos a encontrar las mejores maneras o de la mano de especialistas, para que esto se convierta en un tema de inclusión y en un tema de rentabilidad también.

**Juan Ignacio González:** Gracias, Óscar.

Creo que lo resumiste muy bien: ir hacia lo más simple y lo más fácil, puede ser la solución más poderosa.

**Óscar Rosado:** Siempre con lo más sencillo, lo que está a la mano, y lo que está a la mano, son los millennial, clase media, urbanos. Y esos tienen códigos muy diferentes, a los tradicionales que manejan la industria de seguros.

O uno de ellos, porque con eso termino, porque ya se me acabó el tiempo, no les gusta lo presencial.

O sea, al millennial no le gusta el tema presencial. Entonces, querer venderles seguros a un millennial con un esquema presencial, ya, no nos funciona.

**Juan Ignacio González:** Interesante.

Silvia, hemos estado hablando mucho de la importancia de la educación, como un evento fundamental para la inclusión financiera. Yo creo que ha quedado muy claro.

¿Qué papel puede jugar la colaboración ahora entre la iniciativa privada y el sector público para poder alcanzar estos objetivos? ¿Cómo podemos diseñar programas de educación que atienden a todos los segmentos de la población y cómo lo podemos instrumentar?

**Silvia Singer:** Mira, éste es un tema muy importante, y en el que el MIDE vive instalado todo el tiempo; porque nosotros somos una institución sin fines de lucro y una institución donataria y autorizada, que no recibimos dinero de nadie.

Tenemos un fondo de reserva que paga 14 por ciento de nuestra operación, cuando los intereses han estado mejor, puede acercarse al 20 por ciento, el resto del dinero es autogenerado de alguna manera.

Las entradas al museo, en fin, servicios que hacemos, que damos, y aportaciones del sector privado, y de los bancos, y de los intermediarios financieros.

Y es aquí donde te das cuenta: uno, todos somos sociedad, todos; todos tenemos que trabajar juntos, porque tenemos un mismo objetivo que es el bienestar.

Entonces, no es el bienestar de unos versus el bienestar de otros, es el bienestar de todos, creo, y hay una intersección muy interesante, porque quiero suponer que no es nada más que me preguntas entre los esfuerzos de los sectores privados y los sectores públicos. Pero estamos aquí hablando del esfuerzo de los sectores financieros privados, y de la educación pública tal vez; o sea, tal vez en ese binomio.

Yo creo que los intermediarios financieros tienen una obligación muy grande, que es hablar de sus productos, de los productos que ponen frente a las personas, con total claridad y que no debe haber letras chiquitas y que la información debe estar en manos de todos.

Porque si yo estoy diciendo que lo importante es enseñar o aprender a discernir, pues ahí está el discernimiento, necesito la información si no, no puedo discernir. Eso es paso número uno.

Otra cosa que siempre he dicho y se lo he dicho a mucha gente de diversos bancos y lo hemos platicado, es que debería de haber una especie de instructivo claro del uso de los productos que no necesariamente es educación financiera.

Cuando yo compro un cochecito de pilas y no camina, trae un papelito que dice: "si no dan vuelta las ruedas, uno, cheque que esté prendido;

dos, revise que las pilas estén puestas en este orden; tres, vuélvalo a poner en el piso”, ese tipo de instructivo.

Alguna vez, incluso, a uno de los bancos le dije: “yo te lo escribo, porque a ti te conviene que la tarjeta de crédito se use así con el uno, dos tres. A ti te conviene que la gente no se engarce en deudas”.

Yo sé que afuera las personas piensan que la mayor ganancia del banco viene de las deudas, pero no; la mayor ganancia del banco viene de la revolvencia de los créditos. Entonces, la deuda no es lo mejor para nadie.

Creo que el instructivo es importante, pero después del instructivo ahí sí entramos nosotros los educadores. La educación financiera hará que las personas usen el producto correcto para las necesidades correctas.

Y la verdad creo que es fundamental esta colaboración, fundamental, la educación cuesta, no hay educación gratuita.

Y aunque se dé gratuita a ciertos sectores, como el MIDE lo hace muchas veces, ese sector que se beneficia le cuesta al MIDE, le cuesta a la SEP, le cuesta a alguien, a alguien le cuesta.

Entonces, no hay gratuidad en las cosas, hay que asumir el costo. El costo se puede asumir en este binomio público-privado de una mucha mejor manera.

Creo que todos debemos de tener un espacio para participar ahí. Creo que el MIDE es un ejemplo de éxito de esta colaboración mixta.

Me llena el corazón escuchar a Cristina decir: “hay que ir al MIDE para aprender de esto”, porque eso es donde los vamos compenetrando y todo el apoyo que recibimos de Óscar, por ejemplo, que nos invita a todas las iniciativas.

Yo creo, y como dije al principio, somos un gremio bien atendido, creo que la colaboración es posible y muy deseable.

**Juan Ignacio González:** Mira, yo creo que nos dejás claro algo, más que buscar nuevos programas que siempre son bienvenidos, por qué

no buscar a los programas, a las organizaciones que ya existen y buscar colaboración sacando provecho del camino recorrido.

Así que muy bien, felicitaciones, Silvia.

**Silvia Singer:** Gracias.

**Juan Ignacio González:** Cristina, tú ahora que juegas desde un tiempo ya en el rol de las instituciones financieras privadas, desde tu perspectiva al sector privado qué nos falta para hacer más asertivos y efectivos en la educación financiera y, específicamente, en el tema que nos apasiona a los seguros.

¿Qué podemos hacer nosotros como sector privado para que la población esté más informada?

**Cristina Rohde:** Gracias, Nacho.

Mira, yo creo que efectivamente y como lo decía Silvia, yo sí creo que el sector privado, el sector financiero ha hecho esfuerzos y hace esfuerzos importantes para promover la educación financiera.

Y en estos temas hemos trabajado y se ha trabajado con la CONDUSEF, con el MIDE, con la Comisión Seguros y Fianzas, con instituciones educativas tanto públicas como privadas.

Yo creo que sí existe no nada más ese apetito, sino realmente ese compromiso que como decía Oscar, de alguna forma no es nada más que se haga nada porque te pongan palomita, sino que realmente el que promovamos una mayor educación financiera, como lo decía al principio, es fundamental para que haya inclusión.

Ahora, el tema que comentaba Silvia ahorita de la información también es fundamental, tenemos que seguir insistiendo y se ha avanzado en este tema muchísimo con las reformas que ha habido en materia de seguros, específicamente con la nueva list y el reforzamiento del pilar 3 del modelo de solvencia II y tal, en el tema de transparencia información disponible, etcétera.

Entonces, si bien creo que sí se han hecho muchos esfuerzos, la propia AMIS creo que ha trabajado muchísimo, ya Oscar hablaba del proyecto Minerva, pero AMIS ha hecho un montón de cosas específicamente para seguros y además enfocados a distintos grupos de la población, incluso el concurso este de *Crece seguro para niños*, también concursos enfocados a universitarios, adultos, resaltando la importancia de la prevención, del riesgo, etcétera.

Entonces, creo que sí se ha hecho mucho, nos falta sí, creo que esta parte que decía Silvia es fundamental.

Del lado del sector privado tenemos que ser capaces de poner a disposición del público productos mucho más sencillos, no nada más de entender, sino como dice Silvia de operar el ABC, el 1,2,3.

Entonces, de alguna forma del lado de la oferta creo que también el hacer productos y pensar en las necesidades de nuestros clientes, pero de una manera muy clara, muy transparente, muy sencilla en donde no haya complicaciones ni como decía Silvia, letras chiquitas, creo que eso es fundamental. Lo hemos hecho y se ha avanzado mucho, sí, pero creo que ahí es donde tenemos que seguir trabajando y reforzando, y creo que necesitamos sumar con la AMIS.

Ya lo decían también, específicamente seguros es un producto o un sector dentro del sector financiero que es de lo que cuesta más trabajo entender los beneficios y creo que ahí ciertamente tanto CONDUSEF con este proyecto Minerva, por ejemplo, que hablaba Oscar y con el MIDE tenemos que redoblar esfuerzos las instituciones privadas con AMIS para que como gremio realmente podamos seguir dando a conocer los beneficios de los seguros y seguir promoviendo junto con AMIS o dentro de AMIS estas alianzas con el sector público, con instituciones educativas, etcétera, el hablar cada vez más y con más transparencia y claridad de lo que son los seguros y los beneficios que tiene.

Entonces, eso es lo que añadiría.

**Juan Ignacio González:** Muy bien. Gracias, Cristina.

Bueno, el tiempo vuela, prácticamente se nos fue el tiempo rapidísimo en estos temas tan interesantes.

Y voy a invitar a los panelistas para que nos compartan unas conclusiones, creo que dos minutos parece ser que es el tiempo que nos resta por persona. Así que los invitaría a que nos compartan un mensaje final.

Así que iniciamos con Silvia, por favor.

**Silvia Singer:** Gracias. Prometo no usar más de dos minutos.

Yo creo que el mensaje es muy claro. Tenemos que reconocer las necesidades específicas de los distintos grupos que forman el enorme, riquísimo y bellísimo mosaico de la sociedad mexicana, tenemos que reconocerlas y tenemos que adecuar los mensajes y los contenidos para estos distintos grupos, para que ellos puedan encontrar, sobre todo dado el tema de la Convención en la que estamos participando, para que ellos puedan encontrar en los diversos tipos de seguros un aliado para el crecimiento de su bienestar.

No hemos hablado de cómo el seguro realmente lo que está protegiendo es el patrimonio de las personas, ya sea su patrimonio físico, ya sea el patrimonio de trabajo o el patrimonio de sus bienes.

Y creo que todo tenemos algo que proteger, no es privativo de a quién le sobre el dinero proteger su patrimonio. Yo soy mi primer patrimonio más importante, mi familia junto conmigo.

Entonces, creo que si podemos reconocer las especificidades podemos crear programas innovadores únicos y de verdad de vanguardia, que podemos llevar al extranjero, como llevamos el MIDE, que ahora hay varios museos alrededor del mundo.

En México somos muy creativos, somos muy aventados y le podemos echar muchas ganas.

Creo que la educación financiera en seguros es fundamental.

Gracias a AMIS, por supuesto. Un placer estar aquí.

**Juan Ignacio González:** Cristina.

**Cristina Rohde:** Gracias, Nacho.

Realmente me quedo con esto que decía Silvia de ayudar a la toma de decisiones, y creo que eso es realmente fundamental y no nada más pensando en educación financiera. Yo creo que en general somos una población a la que nos cuesta trabajo tomar decisiones, las que sean.

Entonces, este foco que creo que nos compete a todos y nos interesa a todos de la educación financiera, específicamente hablando de seguros, creo que en la medida en la que podamos transmitir y seamos capaces de transmitir sector privado, sector público, sector educativo, entre todos esta importancia de la protección de nuestro patrimonio y esta importancia de realmente la cultura de la prevención y fortalecer esto, creo que realmente podremos, obviamente impulsar la inclusión financiera y permitir que muchos más mexicanos estén protegidos y participen del sector financiero, que al final del día también el tener un sector financiero más desarrollado es en beneficio de todos. Entonces, creo que sí se puede.

También coincido con Silvia que podemos ser ejemplo a nivel mundial, y creo que con el apoyo del sector privado y público, y haciendo estas mancuernas es muy factible.

**Juan Ignacio González:** Muchas gracias, Cristina.

Y finalmente Óscar.

**Óscar Rosado:** Suscribo lo que comenta Silvia y Cristina, ya he hablado bastante del tema del lenguaje sencillo, cercano, coloquial y de acuerdo a las necesidades.

Yo lo que diría simple y sencillamente de que tenemos que hacer esfuerzos coordinados.

Tenemos un tema, que es la educación financiero que es de los muy pocos en este momento, en este país y en el mundo no genera controversia.

Si tenemos ese tema que no genera controversia, pues yo creo que lo que sigue es frenar la dispersión.

Hay un tema muy fuerte de dispersión, todo mundo anda haciendo educación financiera en mayor y menor medida, pero a su real y saber entender, creemos mecanismos de coordinación; aquí trabajamos junto con el Banco de México, nosotros, el MIDE, trabajamos con muchísimos economistas, influencers, tenemos un grupo de trabajo.

Yo le diría a la AMIS y a la industria que se sumen a este esfuerzo, no estoy pidiendo que inviertan más dinero en el tema, no, sino que lo que están utilizando, se utilice de manera conjunta y vayamos todos juntos hacia un mismo objetivo.

Como el tema no genera controversia, y podemos tener mucho más coincidencias que diferencias, juntemos los recursos para ir todos juntos, que nos convirtamos en una gran caja de resonancia, en el tema de educación financiera.

No se trata de poner más dinero, en este momento eso no lo voy a pedir, es un momento complejo.

Simplemente que los 10 pesos, los 100 pesos, el millón de pesos que está destinado a esto, vaya de manera coordinada y juntemos estos recursos para ir en un vuelo cumplido.

Y que el tema de la educación financiera les llegue a todos, de acuerdo a las clases sociales, de acuerdo al tema urbano o rural, etcétera, pero que les llegue.

Esa sería mi participación final. Muchísimas gracias a la AMIS por este espacio y les agradezco la invitación.

**Juan Ignacio González:** Pues para mí fue de veras un gusto estar con ustedes, y sobre todo me dio más gusto ver cómo sector privado, sector público, organización de la educación, podemos convivir y dialogar, sobre todo llegar a muchos acuerdos.

Eso creo que nos da una muestra clara de que podemos actuar en conjunto.

A final de cuentas, es un problema social, y como sociedad mexicana, depende de nosotros acelerar todo este proceso.

No importa lo que pasó, no importa de quién fue la culpa, lo importante es el futuro, y el futuro sigue siendo de nosotros, conforme vayamos actuando en consecuencia.

Así que muchas gracias por compartir, gracias a AMIS y bueno, les deseamos lo mejor y que estén bien.

**Presentadora:** Gracias, Juan Ignacio, Cristina, Óscar y Silvia, por tan interesantes comentarios en el Panel.

Nos quedamos con mucha información para análisis, a nuestra audiencia las y los invitamos a responder a la evaluación de la Sesión.

Volvemos en un momento, no se desconecten.

-- -o0o- --