

ESTRATEGIA #12

Ofrecer herramientas de gestión y alfabetización financiera fuera del salón de clases

De acuerdo con Filene Research Institute, los adultos jóvenes generalmente tienen poco conocimiento sobre alfabetización financiera—incluso entre aquellos con alto nivel de educación e ingreso. Aunque tal vez no lo admitan, pudieran buscar ayuda para la gestión de la deuda.⁸ Como su experiencia en servicios financieros es relativamente escasa, la mayoría de los adultos jóvenes también se pudieran beneficiar de las recomendaciones acerca de cómo establecer un historial de crédito, comparar las ofertas de préstamos y ahorrar para alcanzar sus metas. Sin embargo, el costo y el tiempo que emplean en aprender son importantes limitaciones que les impide alcanzar altos niveles de asistencia a las clases de alfabetización financiera de las cooperativas de ahorro y crédito.

La respuesta es llevar la educación y asesoría financiera donde se encuentran los adultos jóvenes—en las redes sociales, en línea y a través de dispositivos móviles. Las redes sociales ofrecen consultoría y recomendaciones financieras virtuales. En los foros de Internet, los adultos jóvenes hacen preguntas acerca de asuntos financieros. A través



Lleve la educación y asesoría financiera donde se encuentran los adultos jóvenes—en las redes sociales, en línea y a través de dispositivos móviles



Lee Wetherington, orador principal en la Conferencia Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito 2014, explicó que las cooperativas de ahorro y crédito pudieran ofrecer a los socios las herramientas financieras de toma de decisiones sobre la base de los datos que ya tienen.

de los dispositivos móviles, las cooperativas de ahorro y crédito ofrecen herramientas de gestión financiera personal (PFM) para que los socios vean y administren todas sus cuentas y transacciones financieras en un solo lugar. Este software en línea/móvil detalla cómo los socios gastan, ahorran y manejan sus deudas, lo que ayuda a las cooperativas de ahorro y crédito a brindar asesoramiento a favor de los mejores intereses de los socios.

Lee Wetherington, estratega en tecnología, banca y pagos, exhorta a las cooperativas de ahorro y crédito a hacer uso de los datos de sus socios en lo que se refiere a gastos, ahorros, etc.—a lo que ninguna otra institución tiene acceso—para que los socios se sientan tranquilos de revisar sus finanzas antes de realizar una compra. Si las cooperativas de ahorro y crédito entienden los datos de sus socios, pueden ayudarlos a tomar decisiones en tiempo real a través de las herramientas PFM, si, cuándo y dónde deben gastar.

A medida que aumentan las compras en línea, también aumenta la demanda por las herramientas móviles PFM que ayudan a los usuarios a decidir cuándo *no* deben comprar, especialmente la Generación Y. Las herramientas PFM móviles son la transición ininterrumpida desde la banca móvil hasta las finanzas y préstamos móviles... y las compras móviles. Lo que todos quieren en PFM móvil es privacidad, facilidad y simplicidad", dice Wetherington.

El banco sin sucursales Tangerine en Canadá promueve hábitos de ahorro para sus clientes a través de una aplicación de banca móvil llamada Pequeños Sacrificios. La aplicación muestra a los usuarios, en forma gráfica, las ganancias financieras que obtienen a corto y largo plazo si renuncian a los gastos diarios, semanales y mensuales en artículos no esenciales y depositan el dinero en una cuenta de ahorros. La aplicación crea gráficas de barra que muestran cómo el dinero ahorrado aumentaría durante los próximos 5 a 25 años. La Cooperativa de Ahorro y Crédito Unitus en Portland, Oregon, ha informado que los socios que usan PFM en línea están entre los socios más rentables y más comprometidos.⁹

⁸ Carlo de Bassa Scheresberg, Annamaria Lusardi. *Gen Y Personal Finances: A Crisis of Confidence and Capability*. Filene Research Institute, 2014.

⁹ *The Future of PFM and Mobile Strategies*, Credit Union Times, 2013.