

# 5<sup>th</sup> Regional Seminar of the OECD/CVM Centre on Financial Education and Literacy in LAC

*Investing in the financial literacy skills  
of young people and MSMEs in LAC*

Comparative evidence from the region, policy solutions  
and their relevance in the COVID-19 crisis

9 December 2012





# Financial Literacy among Gen Z and the Importance of Workplace Financial Education

**Annamaria Lusardi**

**The George Washington University, Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC), and Italian Financial Education Committee**

**December 9, 2021**



# Topics covered in this presentation

- 1** ▶ **Financial literacy among Gen Z**  
Recent and novel data on Gen Z (age 18 to 23); they are just starting their careers or will soon enter the workplace. In our sample, around 40% are students and 47% are employed.
- 2** ▶ **The importance of financial literacy and fin. education**  
The cost of financial illiteracy and the link between financial education and financial literacy
- 3** ▶ **Financial education in the workplace**  
The importance of workplace financial wellness programs, reaching adults where they are

# A very comprehensive measure of financial literacy

- The TIAA Institute–GFLEC Personal Finance Index (P-Fin Index) is an annual barometer of knowledge and understanding that enable sound financial decision making and effective management of personal finances among U.S. adults.
- In addition to personal finance knowledge, it provides information on financial well-being indicators.
- The index is based on responses to 28 questions, with three or four questions for each of the eight functional areas.

The *P-Fin Index*'s 28 questions cover eight functional areas:

1. Earning
2. Saving
3. Consuming
4. Investing
5. Borrowing
6. Insuring
7. Comprehending risk
8. Go-to information sources



# Five years of P-Fin Index data (2017-2021)

## 2021 Report

**Financial well-being and literacy in the midst of a pandemic**  
The 2021 TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index

Paul J. Yakoboski, TIAA Institute  
Annamaria Lusardi, The George Washington University and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)  
Andrea Hasler, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)




TIAA Institute GFLEC

TIAA Institute GFLEC

**Financial literacy and well-being in a five generation America**  
The 2021 TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index

Paul J. Yakoboski, TIAA Institute  
Annamaria Lusardi, The George Washington University and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)  
Andrea Hasler, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)



TIAA Institute GFLEC

## 2020 Report

**The 2020 TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index**  
Many Do Not Know What They Do and Do Not Know

Paul J. Yakoboski, TIAA Institute  
Annamaria Lusardi, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)  
Joshua Huhay, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)



TIAA Institute GFLEC

**Financial literacy and wellness among U.S. women**  
Insights on underrepresented minority women

Paul J. Yakoboski, TIAA Institute  
Annamaria Lusardi, The George Washington University and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)  
Andrea Hasler, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)



TIAA Institute GFLEC

## 2019 Report

**Financial Literacy in the United States and Its Link to Financial Wellness**  
The 2019 TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index


Paul J. Yakoboski, TIAA Institute  
Annamaria Lusardi, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)



TIAA Institute GFLEC

**Financial literacy, wellness and resilience among African Americans**

Paul J. Yakoboski, TIAA Institute  
Annamaria Lusardi, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)  
Andrea Hasler, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)



TIAA Institute GFLEC

## 2018 Report

**The 2018 TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index**  
The State of Financial Literacy Among U.S. Adults

Paul J. Yakoboski, TIAA Institute  
Annamaria Lusardi, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)  
Andrea Hasler, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)



TIAA Institute GFLEC

**Millennial Financial Literacy and Fin-tech Use: Who Knows What in the Digital Era**  
New Insights from the 2018 P-Fin Index

Paul J. Yakoboski, TIAA Institute  
Annamaria Lusardi, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)  
Joshua Huhay, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)



TIAA Institute GFLEC

## 2017 Report

**The TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index: A New Measure of Financial Literacy**

Paul J. Yakoboski, TIAA Institute  
Annamaria Lusardi, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)  
Joshua Huhay, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)



TIAA Institute GFLEC

**Financial Literacy among U.S. Hispanics: New Insights from the Personal Finance (P-Fin) Index**

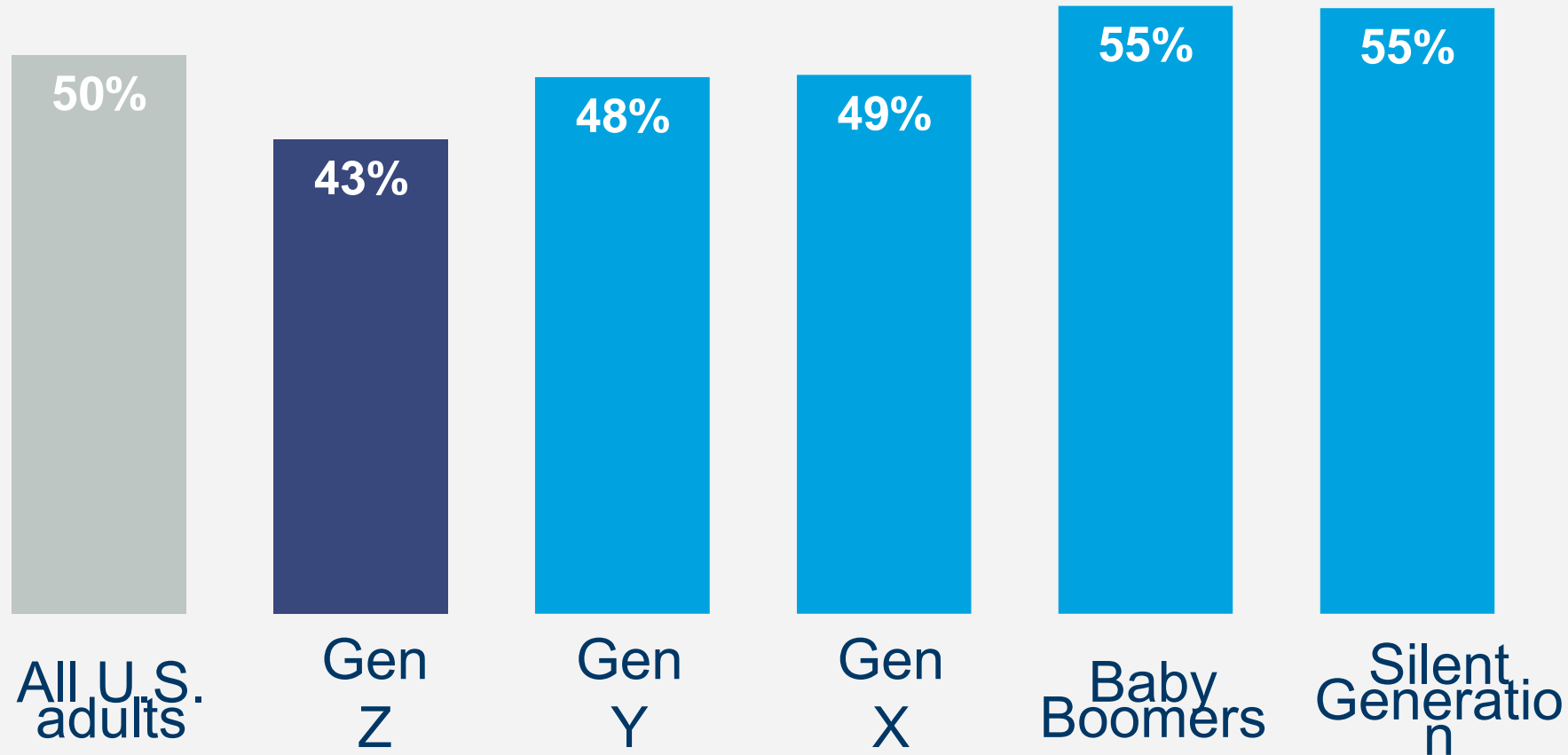
Paul J. Yakoboski, TIAA Institute  
Annamaria Lusardi, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)  
Joshua Huhay, The George Washington University School of Business and Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)



TIAA Institute GFLEC

# Financial literacy is lowest among Gen Z

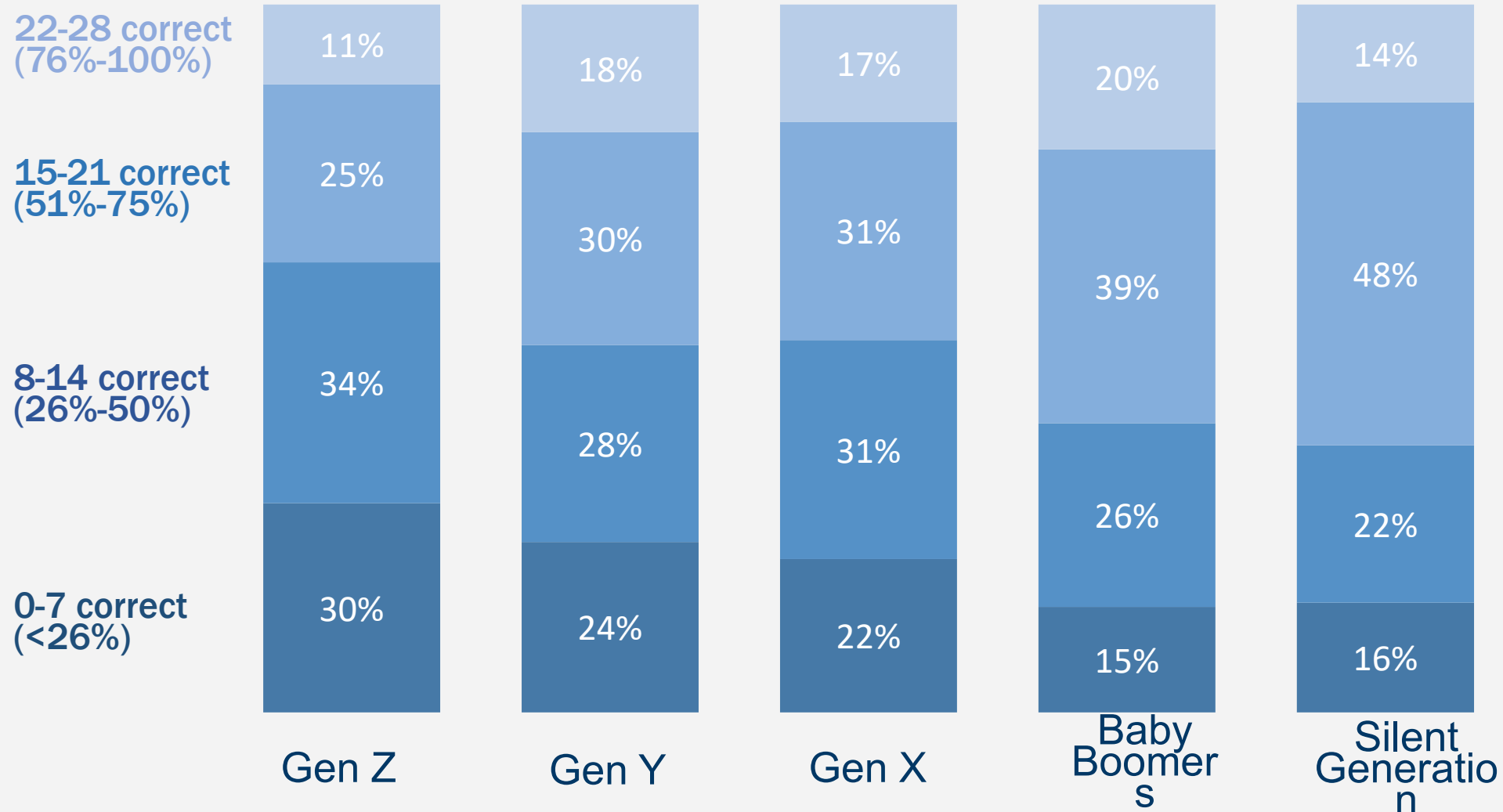
% of *P-Fin Index* questions answered correctly



Source: TIAA Institute-  
GFLEC Personal  
Finance Index (2021).

# Financial literacy within and across generations

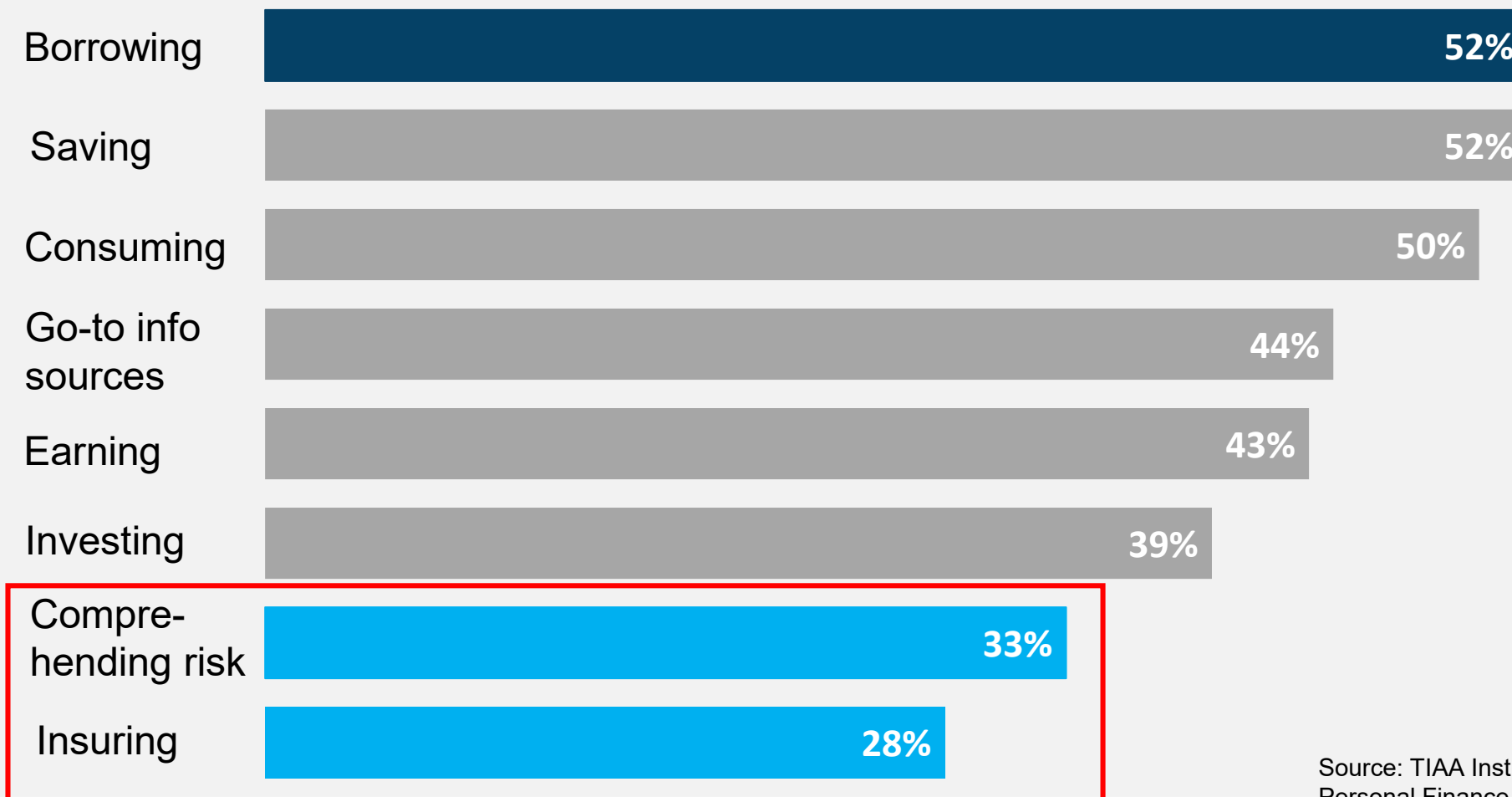
Distribution of correct answers to *P-Fin Index* questions



Source: TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index (2021).

# What Gen Z know the most and the least

*% of P-Fin questions answered correctly*



Source: TIAA Institute-GFLEC  
Personal Finance Index (2021).



# “Calculated risk” ?

Which of the following indicates the highest probability of getting a particular disease?

- There is a one-in-twenty chance of getting the disease
- 2% of the population will get the disease
- 25 out of every 1,000 people will get the disease
- Don't know
- Refuse to answer

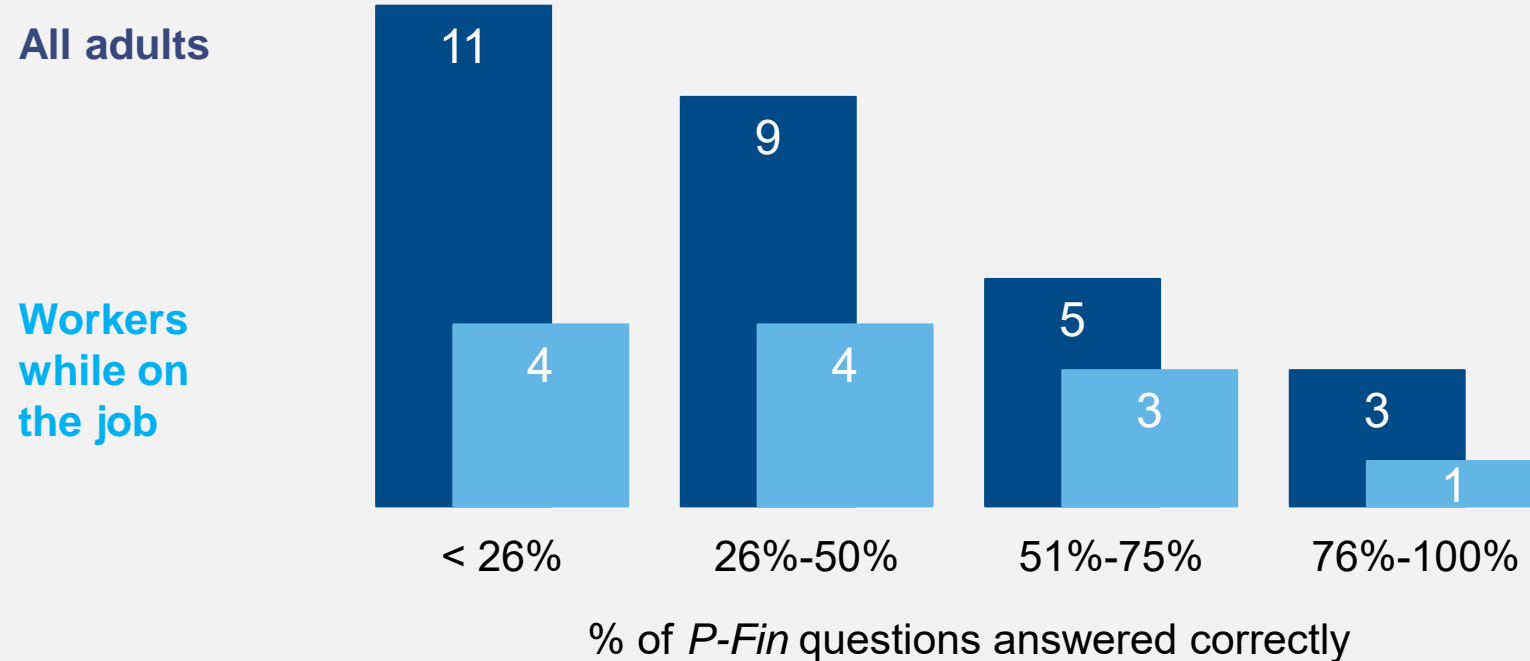
## Results for Gen Z:

Correct	37%
Incorrect	21%
Don't Know	42%
No Answer	0%

Source: TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index (2021).

# A simple way to measure the cost of financial illiteracy

*Average hours per week spent thinking about and dealing with issues and problems related to personal finances*

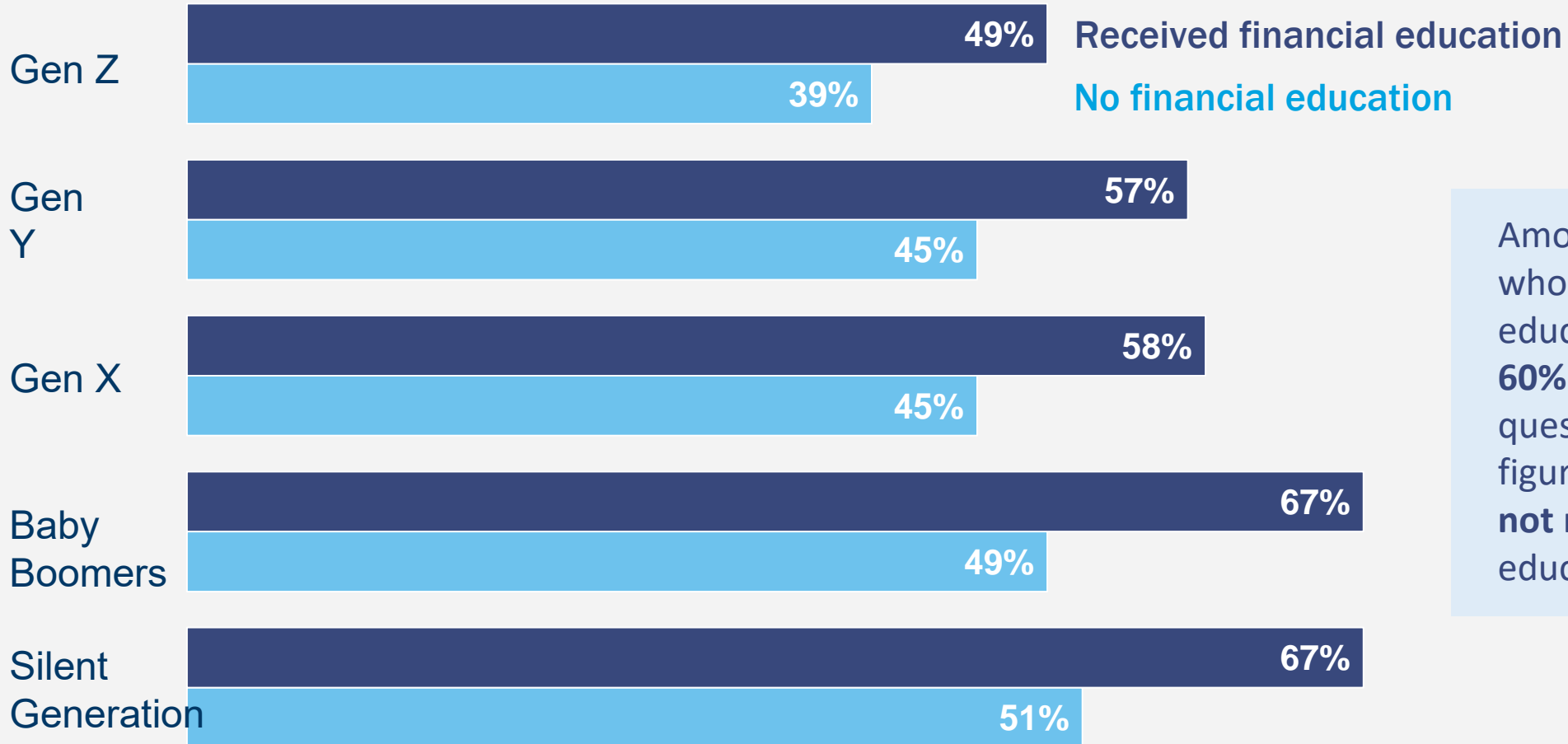


**Almost 1 in 5 Gen Z (18%) typically spent 10 or more hours a week thinking about and dealing with issues and problems related to their personal finances.**

Source: TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index (2021).

# Financial education is linked to financial literacy

% of *P-Fin Index* questions answered correctly



Among all U.S. adults, those who have received financial education correctly answered **60%** of the P-Fin Index questions. The analogous figure among those who have **not** received financial education is **46%**.

Source: TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index (2021).

# Using research to build effective programs

- **The young are an important group and can use time in their favor**
  - Start in school but also programs in the workplace
- **Cannot focus on saving for retirement only**
  - Holistic approach to personal finance
- **Some topics are particularly complex**
  - Risk and risk diversification
- **Personalized programs**
  - One size does not fit all



# Financial wellness in the workplace

- A focus on financial education as part of workplace financial wellness programs can help employees in their financial decision making and help relieve stress and improve productivity at work.
- Workplace education can help reach a large share of the adult population.
- There is a need to target vulnerable groups, e.g., the young.





# Recent publication on workplace financial education



Cornell Law Review

## DEFINED CONTRIBUTION PLANS AND THE CHALLENGE OF FINANCIAL ILLITERACY

Jill E. Fisch,<sup>†</sup> Annamaria Lusardi<sup>‡</sup> & Andrea Hasler<sup>††</sup>

*Retirement investing in the United States has changed dramatically. The classic defined benefit (DB) plan has largely been replaced by the defined contribution (DC) plan. With the latter, individual employees' decisions about how much to save for retirement and how to invest those savings determine the benefits available upon retirement.*

*We analyze data from the 2015 National Financial Capability Study to show that people whose only exposure to investment decisions is by virtue of their participation in an employer-sponsored 401(k) plan are poorly equipped to make sound investment decisions. Specifically, they suffer from higher levels of financial illiteracy than other investors. This lack of financial literacy is critical because of both the financial consequences of poor financial decisions and a legal structure that relies on participant choice to limit the fiduciary obligations of the employer with respect to the structure and options*

## Defined Contribution Plans and the Challenge of Financial Illiteracy

# GFLEC's research-based workplace financial wellness initiatives

Our workplace financial wellness webpage describes the financial wellness programs we have designed based on our research

<http://gflec.org/initiatives/workplace-financial-wellness>



# Example: Five Steps to Planning Success

- We designed a low-cost, easily-replicable financial education program: Five Steps to Planning Success
- The program covered five basic financial planning concepts that relate to retirement
- It covered concepts that people least understand, for example risk diversification, in a simple story
- The program was delivered via written narratives and online videos
- The messaging was free of economic / financial jargon
- The program was targeted to young workers

[Short video](#) about risk: don't put all your eggs in one basket



# Five Steps to Planning Success: Findings

We conducted a field experiment to evaluate the overall impact, with a follow-up tests administered 8 months after the intervention

- After being exposed to videos, the performance on financial literacy questions improved
- While Millennials were targeted, the videos affected all age groups
- 25-33% of the knowledge gain is still observable 8 months after program
- This simple program had effects both in the short and medium run



[Short video](#) about compound interest:  
How compound interest boosts savings



# New ways to make people save: The Dartmouth project

- We designed a program that targeted individuals who wanted to save but were limited by a lack of knowledge.
- Development of a comprehensive, cost-effective plan to improve participation in and contribution to Supplementary Retirement Accounts (SRAs).
- Step-by-step planning aid.
- Measure outcome 30 days and 60 days after the hiring date.





# Dartmouth project: Step-by-step planning aid

We have outlined 7 simple steps to help you complete the application.

- 1. Select a 30 minute time slot** right now to complete the online contribution to your Supplemental Retirement Account (SRA) during the next week.
- 3 minutes. Check to see if you have the following materials:** a) worksheet in your benefits packet , and b) the name and social security number of a beneficiary .
- 3. Select the amount you want to invest for 2006** (minimum: \$16/month, maximum: \$1,666.67/ month), even if you don't know your take-home pay in your first month. If you want, you can change this amount at a later date. This voluntary contribution is tax-deferred, you will not pay taxes on it until you withdraw the funds.
- 4. 5 minutes. Select a carrier.** if you do not select a carrier, Dartmouth will invest the non-voluntary portion of your college funds in a Fidelity Freedom Fund, a fund that automatically changes asset allocation as people age.
- 5. 5 minutes. Now you are ready to complete your worksheet.** Complete the worksheet even though you may be unsure of some options. You can change the options in the future.
- 6. Take your completed worksheet to a computer** that is available for 20 minutes. If you like, you can use the one in the Human Resources office at 7 Lebanon Street, Suite 203.
- 7. 15-20 minutes. Log on to Flex Online and complete your online SRA registration** within the 20 assigned minutes. Be sure to click on the investment company (TIAA-CREF, Fidelity, or Calvert) to complete the application. You need to set up your account – otherwise your savings will not reach the carrier.



- Step-by-step planning aid
- Reducing enrollment process into small, manageable steps.
- 7 simple steps to help Dartmouth employees complete their retirement plan application.

# Dartmouth project: Findings

There was a large increase in savings enrollment within 30 and 60 days of hiring among participants who received the brochure.

Percentage employees electing plan	30 days after hire	60 days after hire	Number of observations
Control group	7.3%	28.9%	210
Planning aid	27.6%	41.1%	166

The planning aid enhanced enrollment in supplementary pensions: Retirement plan election rates more than tripled in the 30-day period and almost doubled in the 60-day period.

# Looking forward

- The crisis provides an opportunity to reimagine the future; we need to change course
- We cannot go back to the “normal” before the pandemic, because that normal was not good enough
- Financial education should be part of the recovery from the COVID-19 pandemic
- We can all be ambassadors for financial education

**Financial literacy is like water in an ecosystem. Just as we ensure access to clean water to protect quality of life, we must provide people with the resources and skills they need to become financially literate so they can be more financially resilient and less worried about their future.**





# YOUNG PEOPLE IN LAC: THE IMPACT OF COVID-19 AND PISA FINANCIAL LITERACY DATA

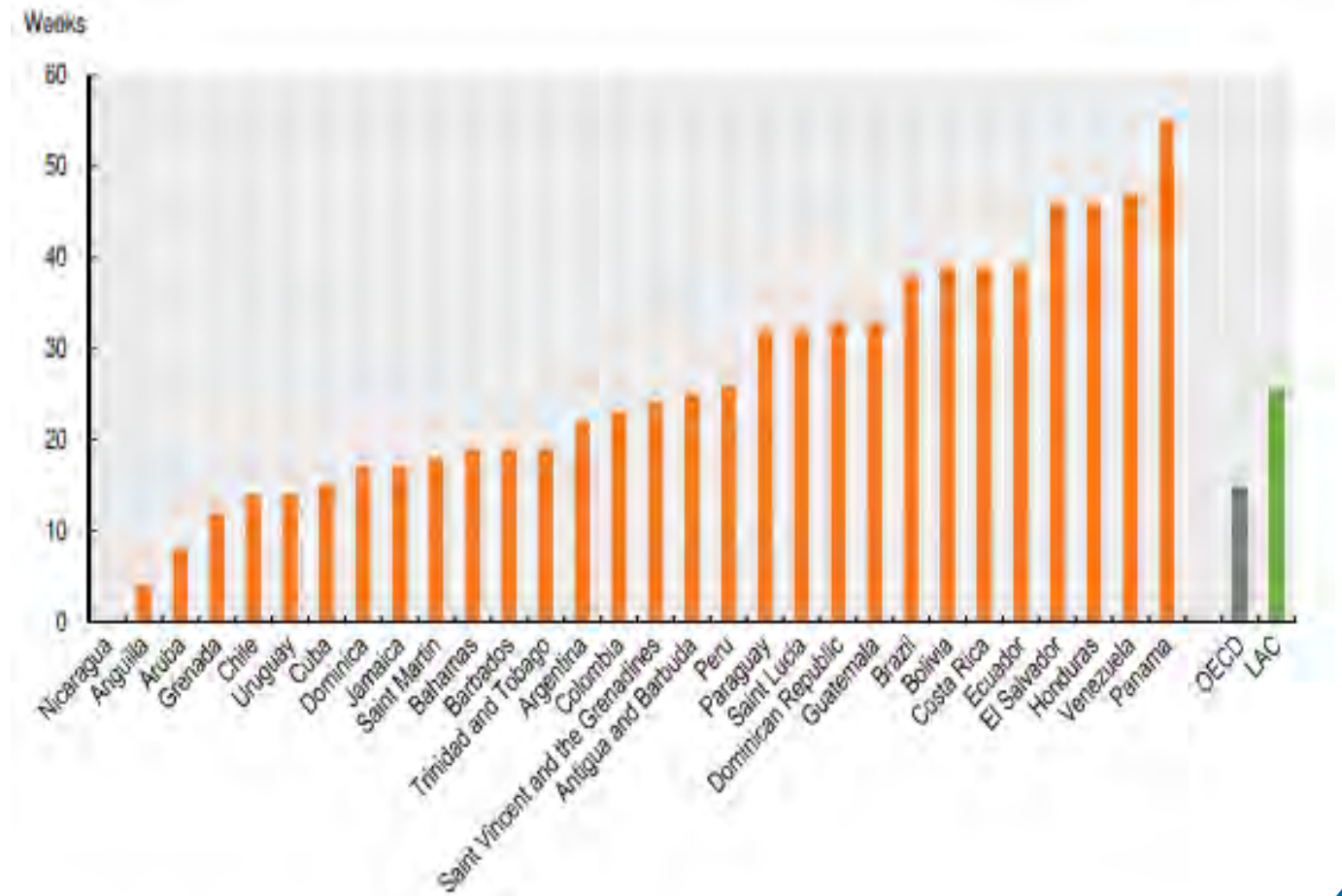
Andrea Grifoni, OECD  
OECD/CVM Centre on Financial Literacy and Education in Latin America and the  
Caribbean 5° Regional Seminar – 9° December 2021





# What has been the impact of COVID-19 on schools?

- School closures affected the learning of **154 million students**
- On average, between March 2020 and May 2021, **school closure status in LAC was more than 70% higher than in the OECD**
- LAC has been the region with the highest number of school days lost





# And what are the consequences for students?

---

COVID-19, like most crises, **has aggravated inequalities**: not all students were equally affected

---

Few schools were adequately equipped for digital learning before the pandemic

---

Households affected differently: only 34% of primary, 41% of secondary and 68% of tertiary education students have access to an Internet-connected computer at home

---

Students in households with less reliable support from parents significantly most affected: advantaged students are more likely to have parents with higher cognitive and digital skills who can support learning

---





# How does PISA define financial literacy?

## Financial literacy is:

- *the knowledge and understanding of financial concepts and risks, and the skills, motivation and confidence to apply such knowledge and understanding...*
- *...in order to make effective decisions across a range of financial contexts, to improve the financial well-being of individuals and society, and to enable participation in economic life*





# How does PISA 2018 measure financial literacy?

- A cognitive assessment measuring knowledge and understanding, and the application of this knowledge and understanding. Each item a combination of a content, a process, and a context:
- A questionnaire on students' financial attitudes, behaviour, and experience

Content	Processes	Context
Money and transactions	Identifying financial information	Education and work
Planning and managing finances	Analysing information in a financial context	Home and family
Risk and reward	Evaluating financial issues	Individual
The financial landscape	Applying financial knowledge and understanding	Societal

The questionnaire has been greatly expanded with new questions on:

- Digital financial literacy
- Financial education in schools
- Students' attitudes towards money matters
- Students' financial behaviours and spending strategies



# Financial literacy performance

The percentage of students that do not reach the baseline level of proficiency (2) is higher in LAC than in the OECD average: 44% in Brazil, 30% in Chile and 46% in Peru (15% in OECD)

At best, these students can identify common financial products and terms, recognise the difference between needs and wants, and make simple decisions on everyday spending in contexts that they are likely to have encountered personally



Numbers next to the country/economy names indicate upper and lower rank

Countries/economies with an asterisk\* did not meet the PISA 2018 technical standards but were accepted as largely comparable



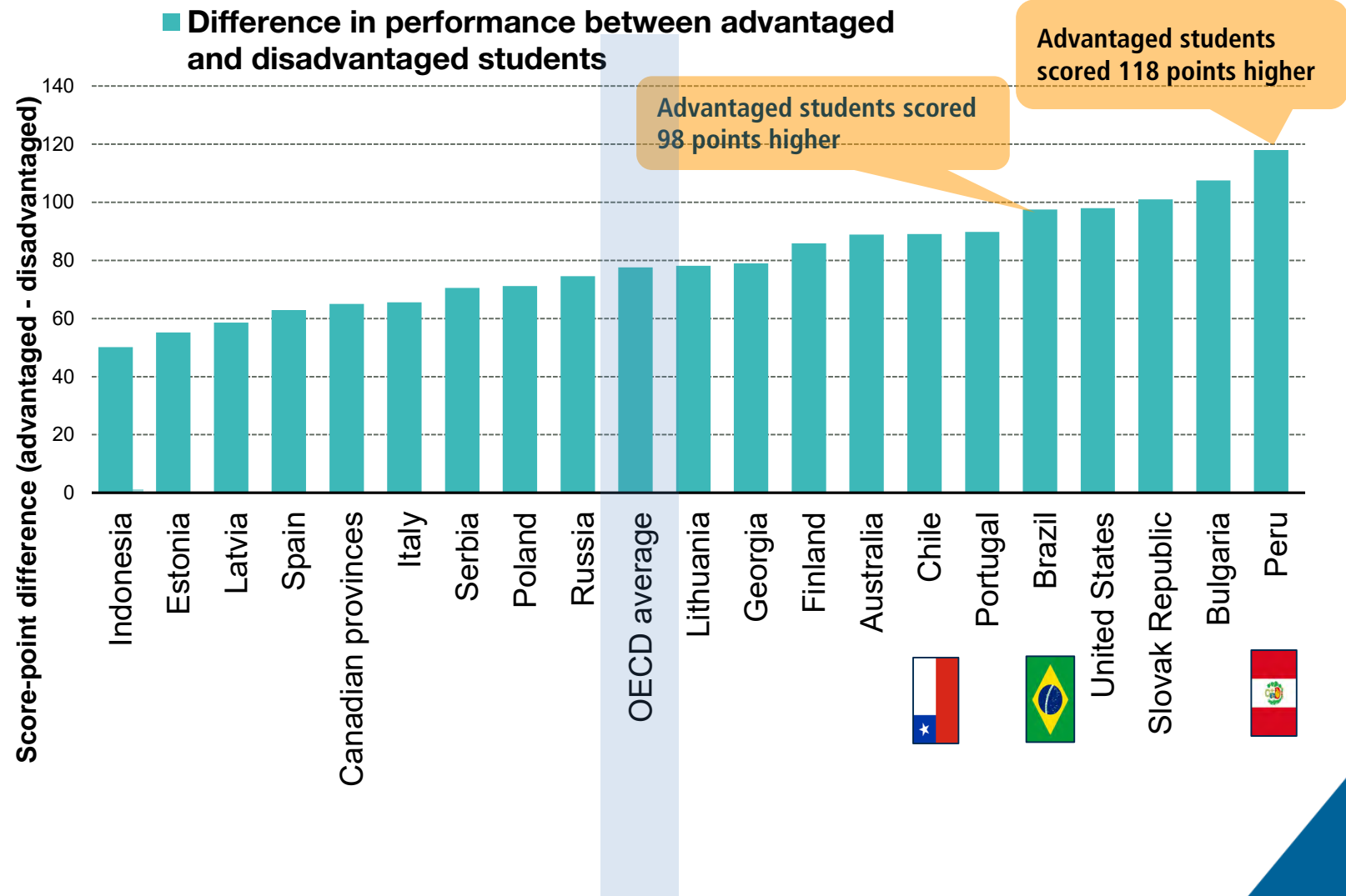


# The impact of socio-economic status is higher in LAC

Advantaged students score roughly one proficiency level higher, on average across OECD: gap is 78

Socio-economic status a greater predictor of performance in LAC than in the OECD average:

- Brazil 16%
- Chile 15%
- Peru 21% (OECD 10%)



All differences were statistically significant



# Holding an account at a financial institution and/or a payment/debit card

## Holding a bank account:

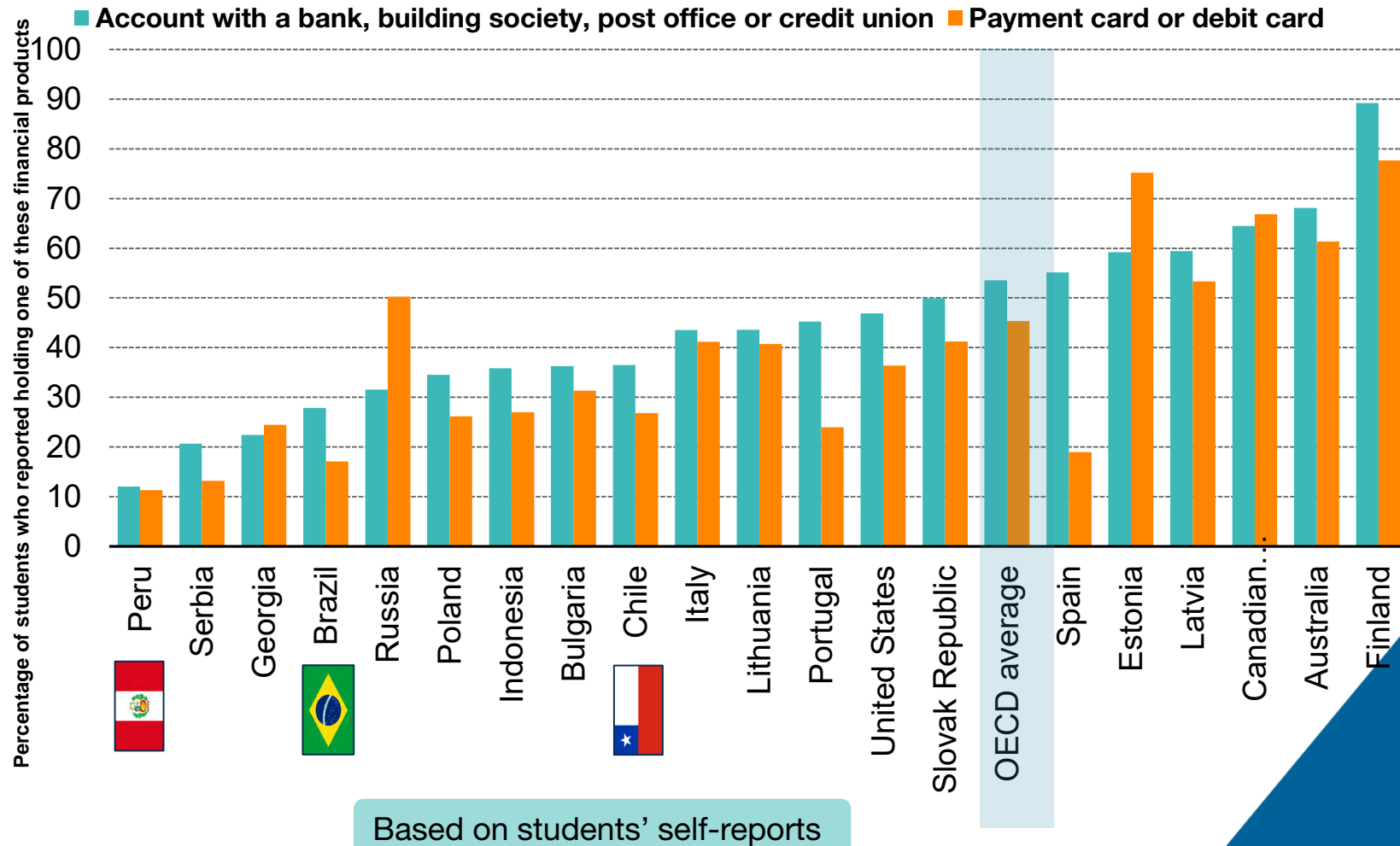
- Brazil 28%
- Chile 37% (27% in 2015)
- Peru 12%
- OECD 54%

## Holding a payment or credit card:

- Brazil 17%
- Chile 27%
- Peru 11%

*For all it was 9% in 2015*

- OECD 45%





# Holding an account at a financial institution and/or a payment/debit card

---

## Socio-economic differences

- Higher socio-economic status positively associated with the likelihood of holding both a bank account and a payment/debit card in all countries/economies that participated in PISA 2018.

## Gender differences

- In **Brazil and Peru** boys were significantly more likely than girls to hold an account

## Performance

- Holding a bank account was associated with an increase in financial literacy performance in **Brazil** (11-point) and **Chile** (17-point) (18 point OECD average).
- Similarly, holding a payment/debit card was associated with an increase in financial literacy performance in **Brazil** and **Chile**.



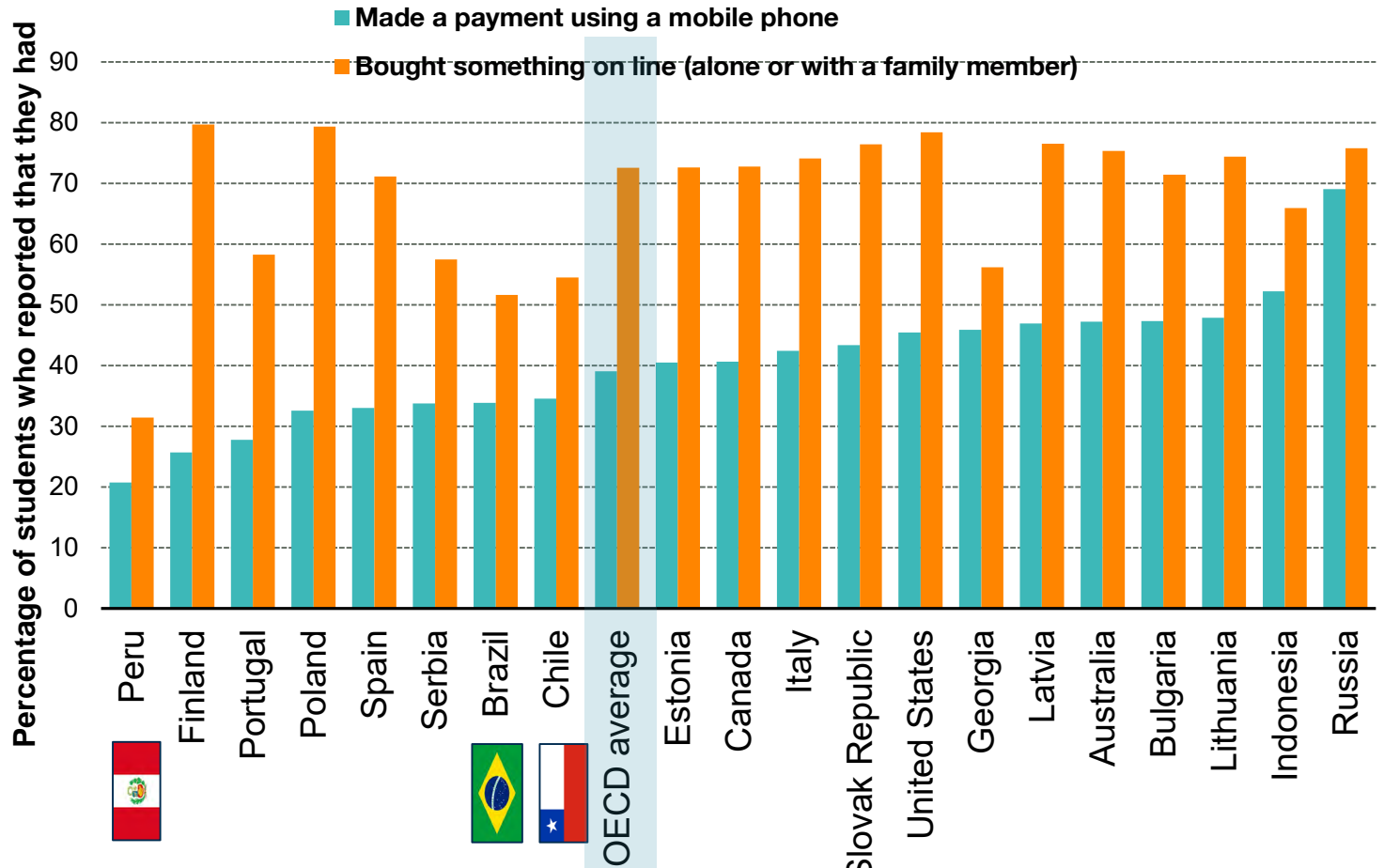
# Buying something on line and making a payment using a mobile phone

## Making a payment using a mobile phone

- Brazil 34%
- Chile 35%
- Peru 21%
- 39% OECD

## Buying something online more common

- Brazil 52%
- Chile 55%
- Peru 31%
- 73% OECD



Based on students' self-reports



# Buying something on line and making a payment using a mobile phone

## Gender differences

- **Boys were more likely than girls to have bought something on line** by more than 10 percentage points
- The gender gap was even larger when considering making payments using mobile phones

## Students from advantaged backgrounds were more likely

- **to have bought something on line** (alone or with a family member) The disparity was particularly large in Brazil and Peru (over 30 percentage points)
- **to have made a payment using a mobile phone** in Brazil Chile, Peru

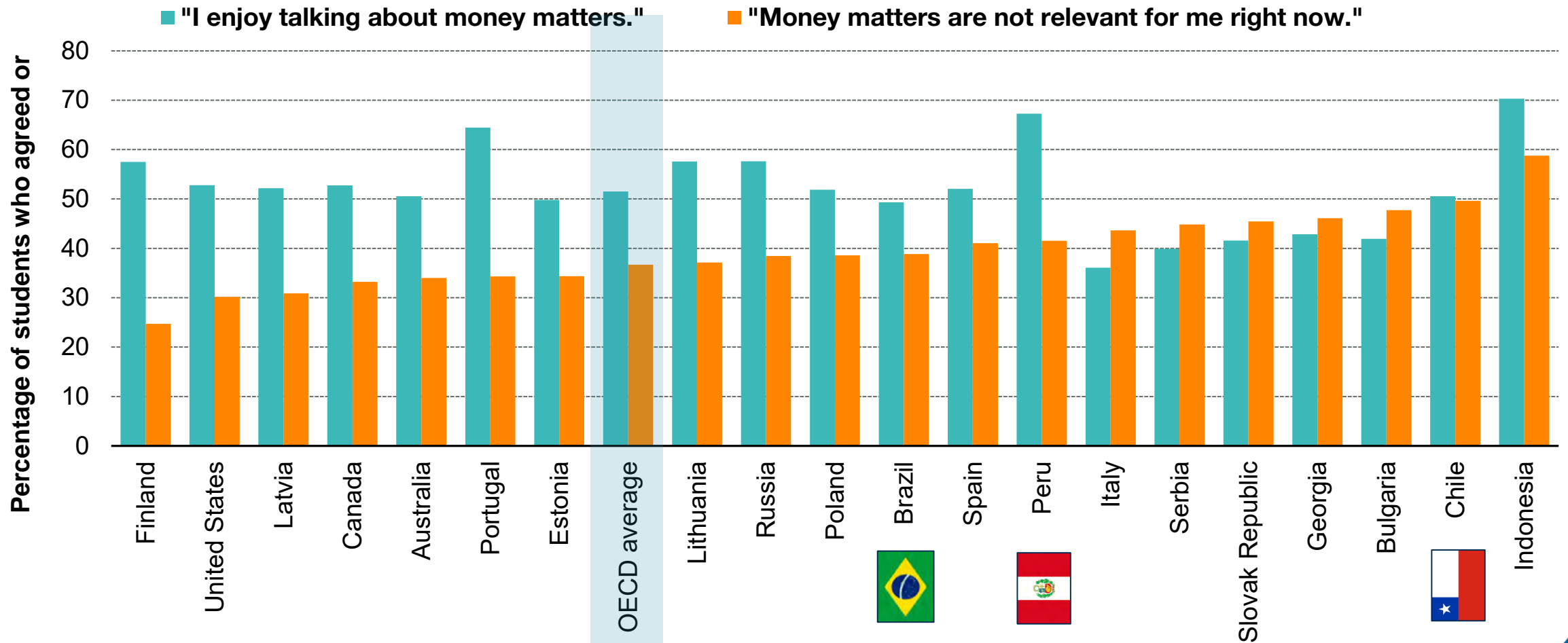
## Performance

- Buying something online is associated with higher financial literacy (in Brazil by 11 points, Chile 10-point and Peru 15-point after taking into account student characteristics - OECD average 18-point).





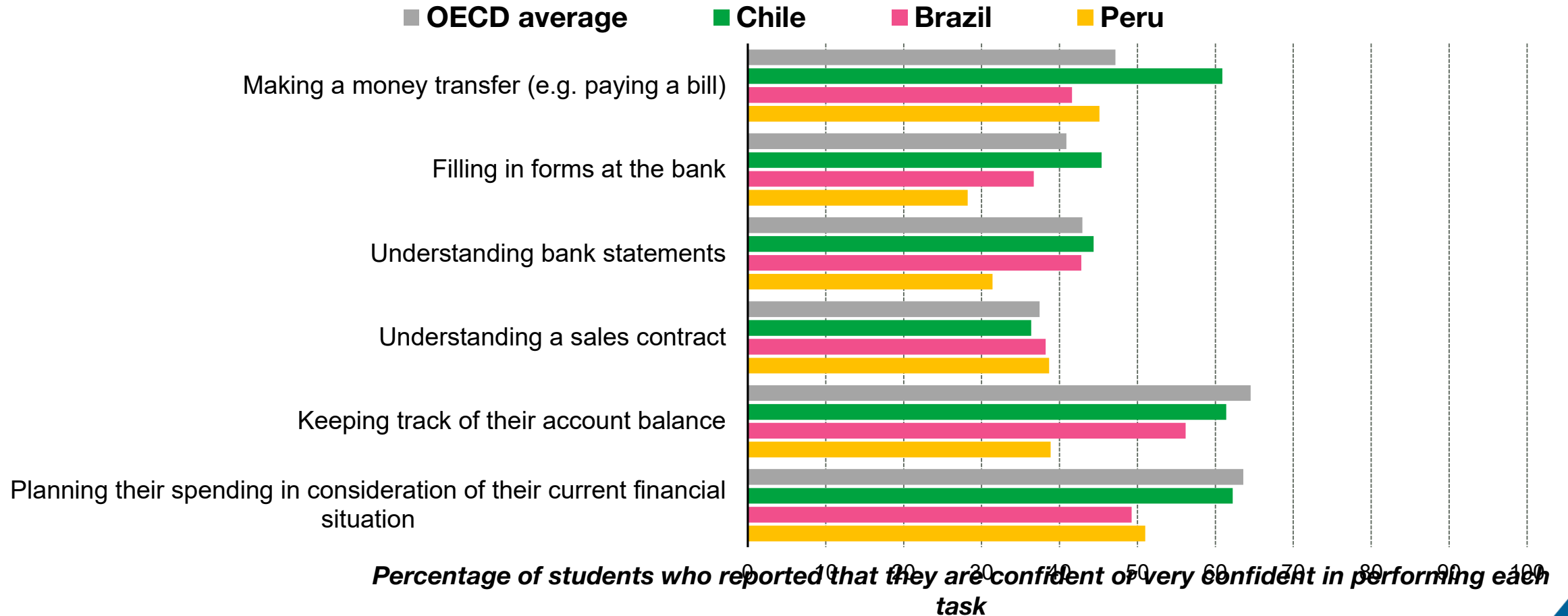
# Motivation and interest about money matters



Based on students' reports



# Students' confidence in dealing with money matters



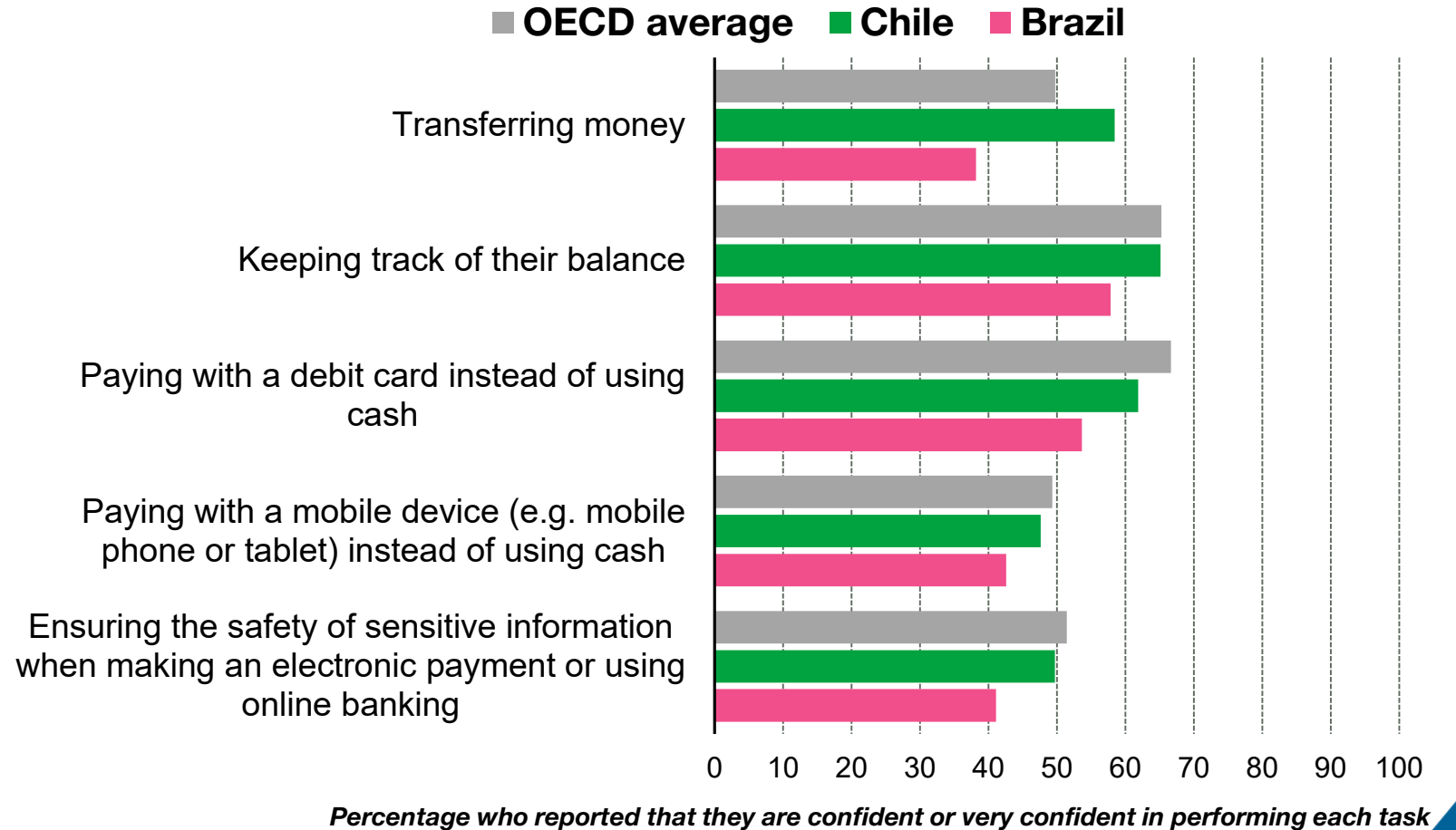
Based on students' reports



# Students' confidence in using digital financial services

54% of students in Brazil and 62% of students in Chile reported that they feel confident or very confident in paying with a debit card instead of using cash (67% across OECD)

58% of students in Brazil and 65% of students in Chile reported that they feel confident or very confident in keeping track of their balance digitally (65% across OECD)



Based on students' reports



# Students' motivation and confidence about money matters

**Girls feel less confident than boys in**

- Paying a bill, understanding a sales contract, paying with a mobile device instead of using cash and ensuring the safety of sensitive information
- They are also less likely to enjoy talking about money matters and find them relevant

**... but are equally confident about**

- keeping track of their balance
- paying with a debit card instead of using cash

**Socio-economic status is also associated with**

- Interest, motivation and confidence
- The relationship is stronger in Brazil, Chile and Peru than at the OECD average

**Financial literacy performance positively associated with**

- Motivation and interest about money matters
- confidence in dealing with money matters
- confidence in using digital financial services



## Selected policy recommendations

---

Tackle inequalities in education and skills acquisition at an early stage in life to increase positive outcomes and opportunities

Improve training of teachers

Offer extra-curricular support to the most disadvantaged

Take into account gender differences and provide equal opportunities for learning

Support access to and education about safe and age-appropriate (digital) financial products

Reinforce financial literacy at school and at home through coordinated approaches (NS)





COMISIÓN  
PARA EL MERCADO  
FINANCIERO

# Educación Financiera para jóvenes en la CMF

Departamento de  
Educación Financiera

Erik Berwart

Diciembre, 2021

# Nivel de EF en Chile

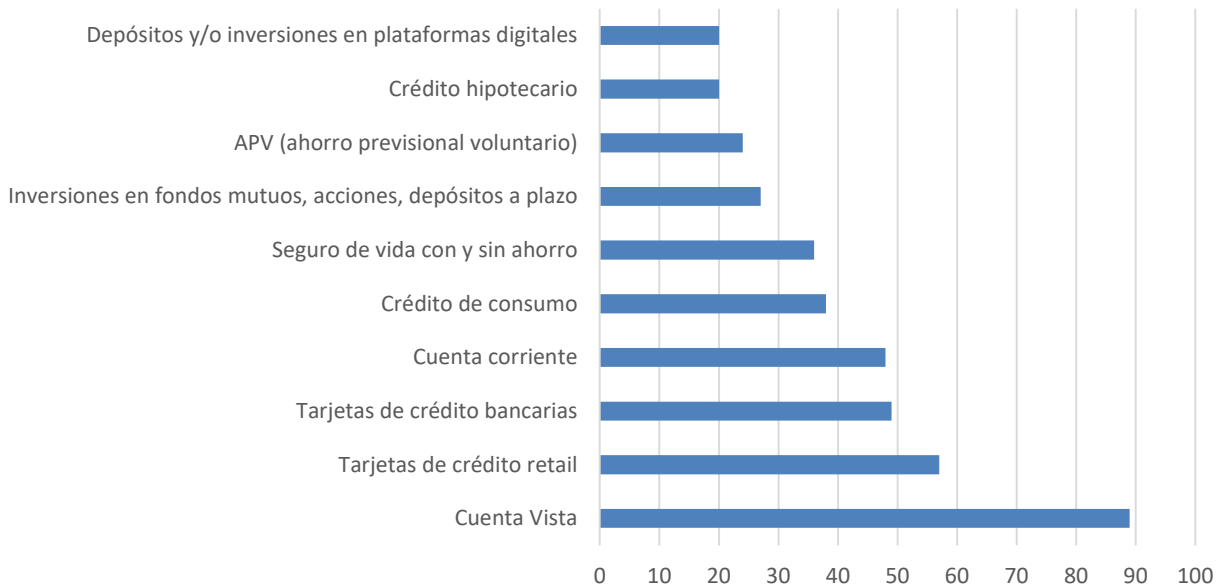
- Diversas encuestas miden el nivel de conocimientos financieros de la población en Chile, abordando los conceptos de:
  - ✓ Inflación
  - ✓ Conocimiento de composición de intereses
  - ✓ Diversificación
- Estos conceptos son de uso transversal a los productos de manejo del efectivo, ahorro, protección, crédito e inversión.
- Todas ellas llegan a las mismas conclusiones:
  - ✓ Un 30% de la población es iletrada financieramente y sólo un 20% maneja bien todos estos conceptos. Además, los resultados son inferiores a los estándares internacionales.
  - ✓ Los resultados empeoran en mujeres, jóvenes y adultos mayores.
  - ✓ Un bajo nivel socioeconómico, educacional y el vivir en zonas rurales empeora los resultados.



# Productos y Servicios más demandados

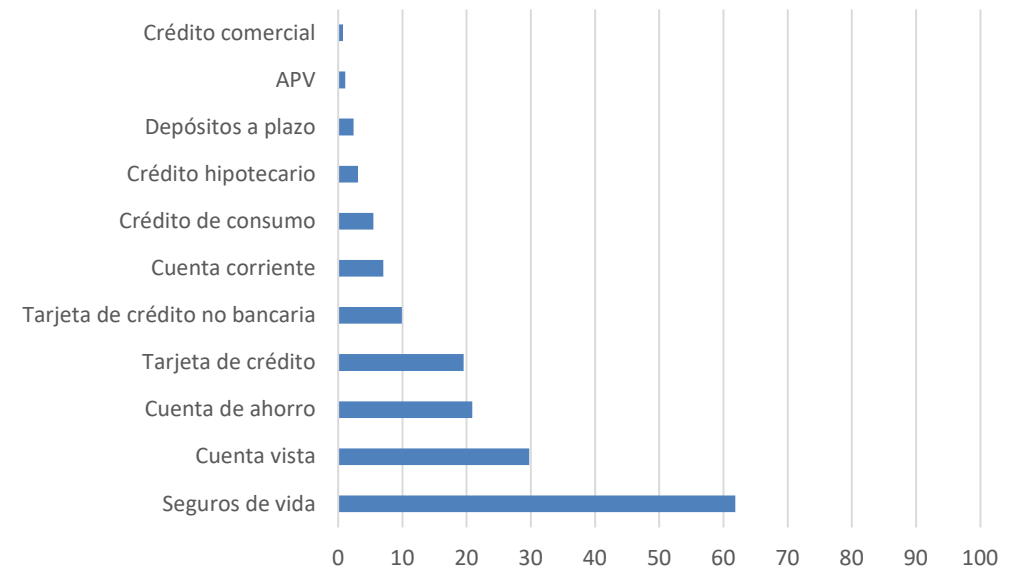
## Encuesta

Tenencia de productos financieros (%)  
Encuesta ESE-DCV 2020



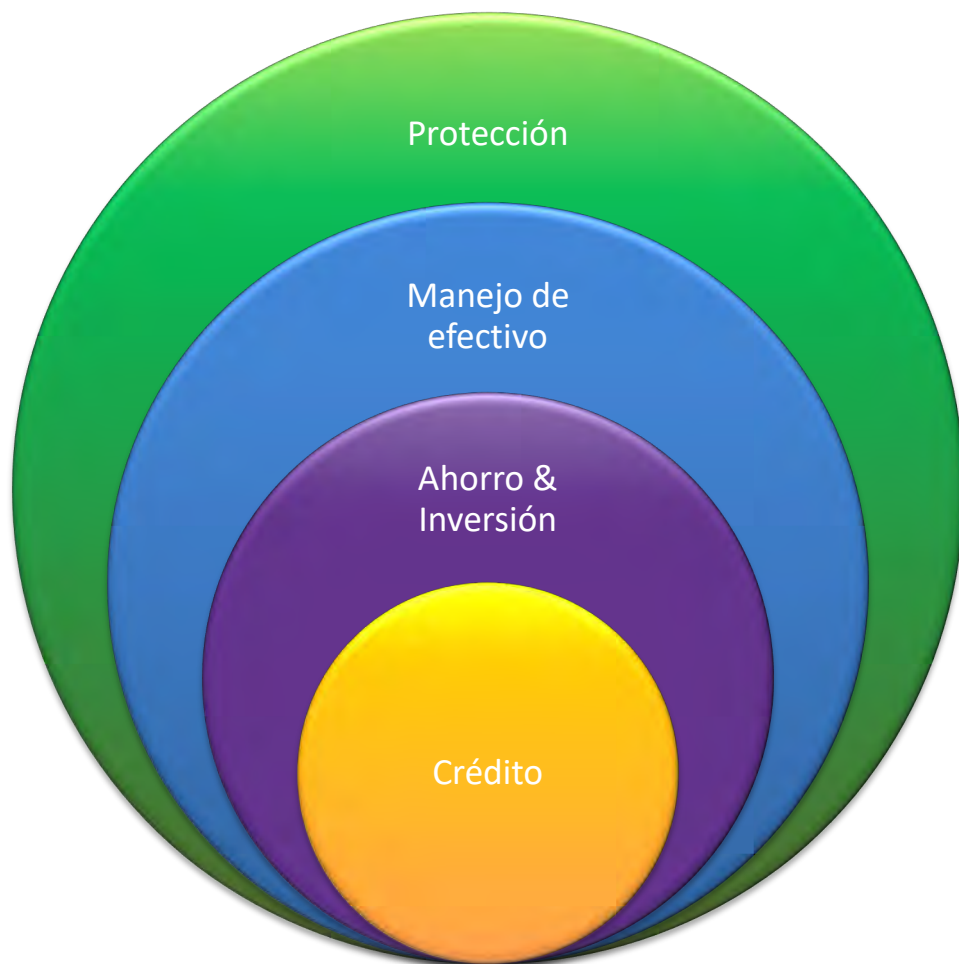
## Datos administrativos

Hemos resumido los datos administrativos en la figura



**Fuente:** elaboración propia usando datos reportados a la SP, SUCESO, CMF datos poblacionales del INE. Seguros de vida (sin seguros de desgravamen ni SIS) y APV.

# Productos más contratados (categorías)



Una persona tiene en promedio 7 seguros. (previsional, de desgravamen, de salud, daño a vehículos motorizados, otro de Terremoto y Tsunami o incendio y el resto de otros tipos). Esta cifra baja a 2,7 si se consideran solamente seguros de vida de personas naturales (sin seguros de desgravamen ni SIS)

Una persona tiene en promedio 4 productos bancarios. (Cuenta Vista, Cuenta de ahorro, Tarjetas de crédito, cuenta corriente, crédito de consumo y otros)

Un 20% de las personas entre 15-60 años tiene APV.

El 58% de los mayores de 15 años tiene cuenta en una AFP.

A 08/2021 2,8 MM de participantes (personas y empresas) invertían en FFMM. (60% en renta fija y 25,2% en renta variable)

# Productos más contratados (categorías)

## Global

Cta. Vista  
Cta. ahorro  
TC  
Cta. Cte.  
Cred. Consumo  
Cred. Hipotecario

42%

27%

32%

Manejo de efectivo

Ahorro e Inversión

Productos de Crédito

## Jóvenes

< 18 años

↑ Cta. ahorro  
↑ Cta. Vista  
↓ TC

31%

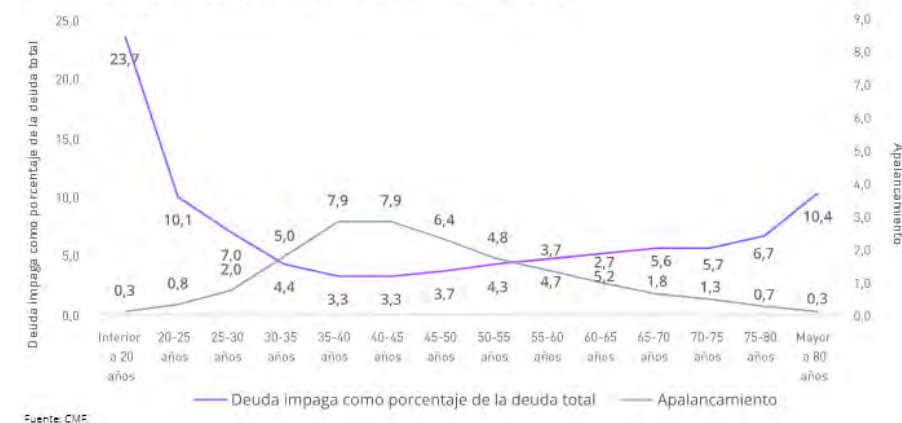
69%

0%

Los jóvenes menores de 20 años presentan los niveles más altos de endeudamiento aunque más bajos de apalancamiento

Cifras dan alertas sobre mora y posibles consecuencias de mal manejo de finanzas personales en el grupo

(porcentaje de la deuda total, veces el ingreso mensual)





# Iniciativas de EF en Chile

Gobierno

Asociaciones gremiales

Academia

ONG's

IFI's

Centrada en cursos  
Entrega de conocimientos

Foco transversal en jóvenes



No se centra en cerrar brechas



Poca Coordinación



No se mide impacto



Falta de Continuidad



## Hallazgos

Los grupos con brechas significativas de EF, como mujeres y adultos mayores, no son priorizados

Existe poca información detallada sobre las temáticas específicas abordadas en las diferentes actividades. Revisando la descripción de los programas, no se puede decir que estos aborden temas necesarios para disminuir las brechas.

Las actividades más recurrente son cursos centrados en la entrega de conocimientos.

Pocas actividades se centran en instalar habilidades específicas que ayuden a las personas a tomar mejores decisiones.

Casi no existe medición de impacto de las iniciativas. Se mide cobertura y solo algunas tienen tests de conocimientos adquiridos y satisfacción de los participantes.

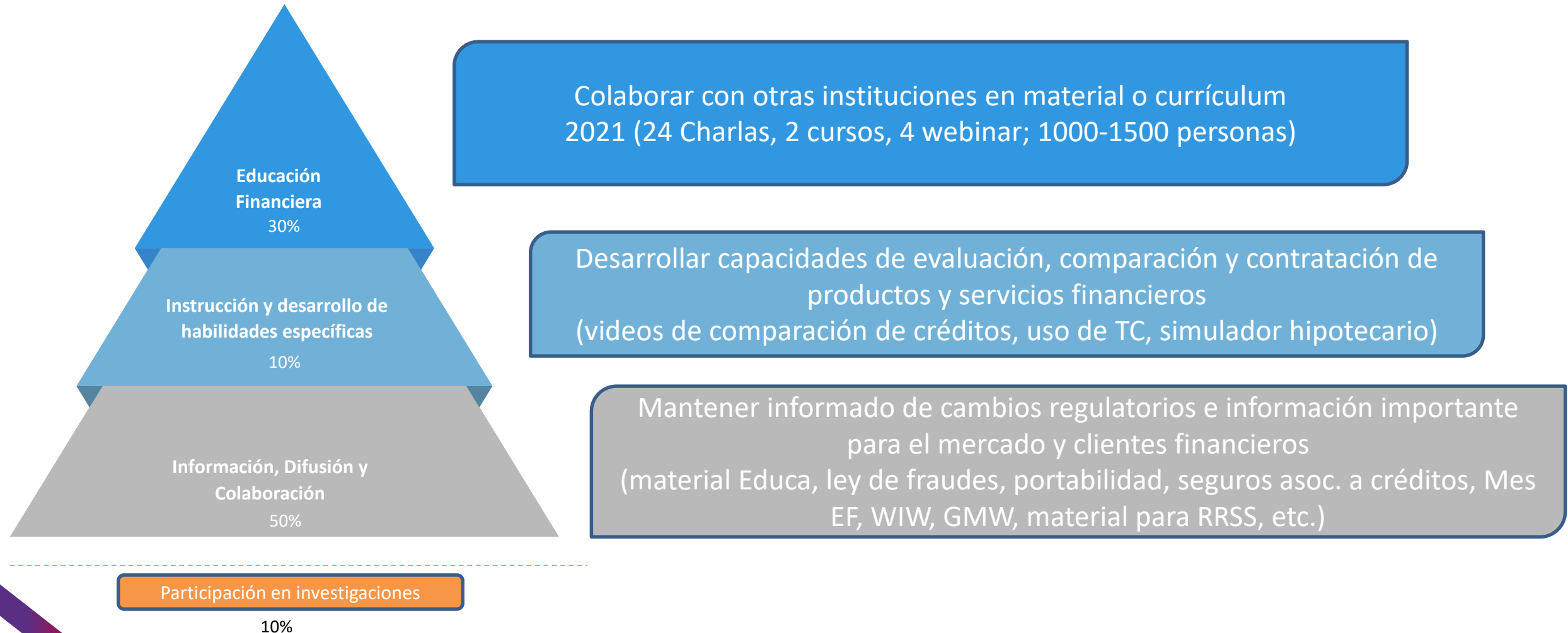
Falta coordinación entre las instituciones y de un rol orientador de la ENEF.

Existe duplicidad de esfuerzos y priorización no está respecto de las necesidades reales de la población.

Falta de continuidad en el tiempo de las iniciativas y están limitadas para el proceso formativo.

# EF en la CMF: ¿qué se hace?

Tres tipos de actividades:



# Diseñamos un curso para Ed. Terciaria

Basados en el marco de Educación Financiera para jóvenes se creó el curso

Cada tópico o área tiene competencias que se quieren instalar

El desarrollo de cada clase se ideó de manera de instalar las competencias en los alumnos

	Conciencia, conocimiento y entendimiento	Habilidades y conductas	Confianza, motivación y actitudes
<b>Matemáticas financieras básicas</b>	Conciencia del valor del dinero en el tiempo	¿Cómo protegerse de la inflación?	Tener confianza en los conocimientos ya que uno sabe como funcionan las tasas de interés
	Conciencia de múltiples tipos de tasas de interés	Buscar como maximizar la ganancia por intereses	
	Entendimiento de la inflación y su impacto en las finanzas personales	Gastar de una manera que minimice los costos y permita sacar el mayor provecho a los ahorros	Promover actitudes de cautela ante la inflación y las tasas de interés
	Entender el interés compuesto, sus usos e impacto en inversión y deuda		Motivarse a tener un plan de ahorros y ver las bondades del efecto de la composición de intereses

# Curso para Ed. Terciaria cont.

- Se entrega el kit para que sea impartido por la institución educacional
- Se la apoya en su implementación y desarrollo



## Contenido

- Matemáticas financieras básicas
- Mercado financiero chileno (instituciones & operación)
- Productos financieros en Chile (cuenta vista, depósitos a plazo, seguros, créditos, FINTECH, etc.)
- Finanzas personales (ingresos, gasto, impuestos, presupuestos, pensiones, quiebra personal)
- Conducta de mercado
- Protección al cliente financiero
- Como ser monitor de EF

## Resultados

- Desde 2018 más de 20 versiones
- Instituciones de regiones
- Mediciones ex-ante y ex-post
- Relaciones de las instituciones de estudio con su comunidad
- Solicitud de consentimiento para seguir el comportamiento financiero
- Se espera en 2024 tener una investigación del impacto de la actividad

# La distancia que nos acercó más

Economía y Finanzas para docentes

Curso e-Learning



# Metodología educativa: aprendizaje significativo

Implicación personal:  
“Si lo hago, lo comprendo”

Centrado en la persona

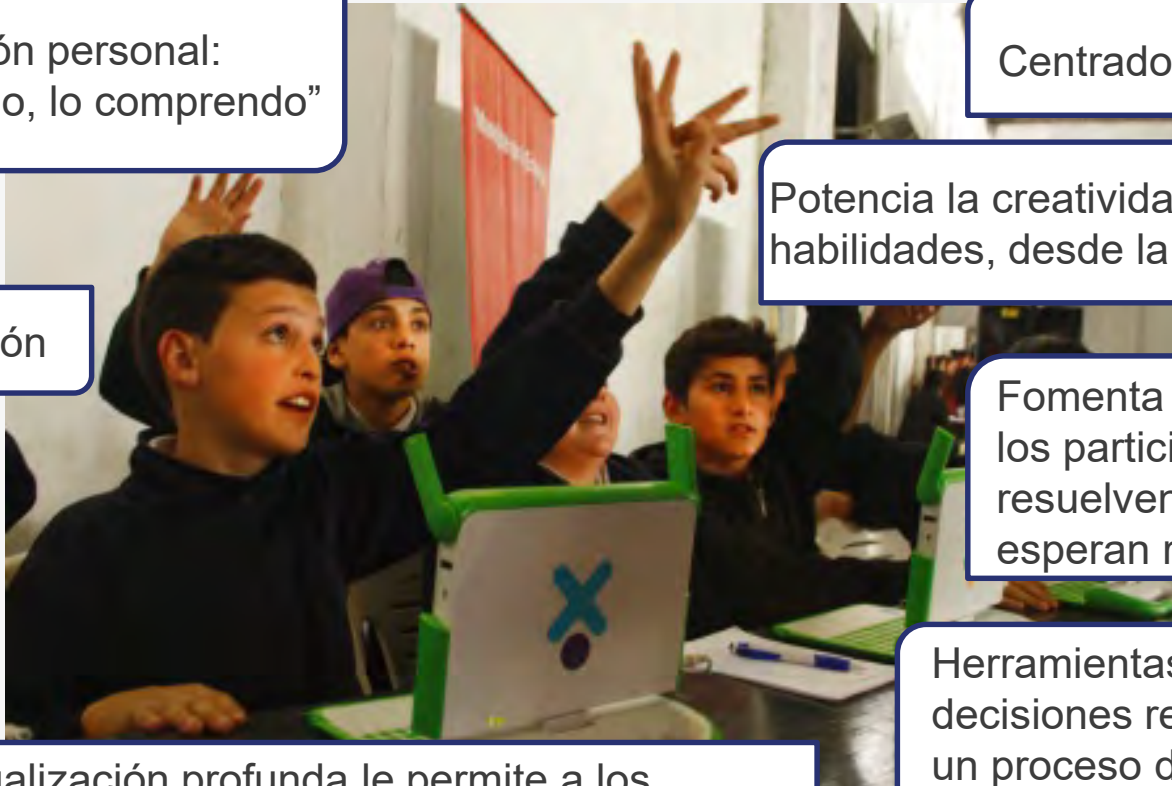
Motivación

Potencia la creatividad y el desarrollo de  
habilidades, desde la prueba y el experimento

Fomenta el descubrimiento:  
los participantes exploran y  
resuelven, toman decisiones y  
esperan resultados

Herramientas útiles para la toma de  
decisiones responsables a partir de  
un proceso de reflexión consciente

Conceptualización profunda le permite a los  
alumnos realizar la transferencia del conocimiento  
aprendido, tanto a nivel personal como familiar







# Feria Interactiva de Economía y Finanzas



Desde 2012

**75.000** estudiantes de 5 a 18 años y sus docentes

**42** ediciones

**1.500** estudiantes por jornada

**25** actividades

# Programa de Capacitación Docente



Lograr la inclusión en el currículo nacional.

## Objetivo específico:

**Apropiación** del material didáctico, para **fortalecer** sus propios conocimientos y **articular** con sus prácticas educativas, para lograr el **aprendizaje efectivo** de sus estudiantes.

**Primera fase:** Guía Docente

**Segunda fase:** Taller presencial de 6 horas

**Tercera fase:** Curso en línea de 30 horas

**49** talleres presenciales

**1** edición e-learning

**1.400** participantes

**5.250** guías distribuidas

# Guía Docente

1. CONCEPTOS BÁSICOS  
¿QUÉ ES LA ECONOMÍA?  
TOMA DE DECISIONES ECONÓMICAS
2. DINERO y COMERCIO
3. INDICADORES MACROECONÓMICOS  
PRODUCTO INTERNO BRUTO  
INFLACIÓN
4. INGRESOS y MERCADO LABORAL
5. COMPRA DE BIENES Y SERVICIOS  
EL CONSUMO  
MEDIOS DE PAGO
6. AHORRO, CRÉDITO y SISTEMA FINANCIERO  
AHORRO  
CRÉDITO  
SISTEMA FINANCIERO





que el resto, o que la tarjeta de crédito esté ofreciendo una muy buena promoción para comprar pintura? Es probable que la familia cambie de idea, ya que la disminución de los costos representa un incentivo.

## ¿Sabía Ud. que...?

En Francia, el número de ciudadanos que utiliza la bicicleta para ir a trabajar se ha duplicado en cinco meses gracias a la iniciativa del gobierno de incentivar a los empleados de 18 empresas voluntarias, pagándoles 0,25 euros por cada kilómetro recorrido.

Esta experiencia ha resultado todo un éxito y ha conseguido aumentar del 2% al 3,6% el uso de la bicicleta entre sus trabajadores.

Fuente: Publicado el 27/01/2015 en <http://www.cidadefera.com>



Se sugiere, según la edad de los alumnos, realizar la actividad 1.2 o 1.3 para internalizar el concepto de los incentivos.

Las personas aprovechan las oportunidades para mejorar su situación.

Cuando los individuos, las familias y las empresas toman decisiones, evalúan alternativas y responden a incentivos.

Los incentivos pueden cambiar las decisiones.

Todas las decisiones que implican qué, cómo y para quién, involucran un costo de oportunidad.

La forma que cada sociedad responde a estas preguntas es lo que las hace diferenciarse unas de otras.



## B

### DECISIONES ECONÓMICAS PARA LAS SOCIEDADES

Así como la familia Gutiérrez toma sus decisiones económicas, las sociedades también lo hacen.

Pero como hemos venido mencionando anteriormente, los recursos no alcanzan como para producir todos los bienes y servicios que satisfacen las infinitas necesidades de la gente. Por lo tanto, una sociedad debe tomar decisiones importantes:

- ¿Qué bienes y servicios producir?
- ¿Cómo producir bienes y servicios?
- ¿Para quién producir bienes y servicios?

#### ¿Qué bienes y servicios producir?

Cada sociedad se plantea y también decide qué bienes elaborará, qué servicios brindará y en qué cantidades. Para satisfacer las necesidades y deseos de

las personas, es necesario producir **bienes económicos** que, a diferencia de los bienes libres como el sol y el aire, requieren del esfuerzo de personas para su creación o consumo.

Pero ¿qué es un bien económico? Es un producto que se adquiere en el mercado, diferenciado por su materialidad: la computadora de Lucía es un bien, y es **tangible**, mientras que la clase que ayer dictó María es un servicio, y es **intangible**.

Un bien económico se caracteriza así:

- surge de un **proceso de elaboración**
- es **útil** a quien lo posee, para determinado fin
- es **escaso** en relación a cuántos se precisan para satisfacer necesidades y deseos
- tiene un **valor monetario**
- puede **ofertarse y demandarse** en el mercado

En un lenguaje más cotidiano, los bienes económicos son los que generamos con nuestro trabajo.

## G

Se define mercado en el capítulo 2.



## ➔ ACTIVIDADES

### 3.2

#### ¡VIVIMOS EN CATANIA!

12 a 18 años

#### PIB y el cálculo por el enfoque del gasto

##### ➔ Objetivos de la actividad:

- Definir PIB (Producto Interno Bruto)
- Identificar y diferenciar los componentes del PIB
- Calcular el PIB usando el enfoque del gasto

##### ➔ Materiales necesarios:

- Un juego de tarjetas de bienes y servicios finales de Catania y de importaciones realizadas por Catania- material de apoyo 3.2/1

Nota: Si la clase supera los 30 alumnos realice más copias de tarjetas. Si existe el recurso utilice tarjetas imantadas y una pizarra para pegarlas, de lo contrario utilice tarjetas de papel y la pizarra convencional.

- Una copia del cálculo del PIB por el enfoque del gasto para el docente- material de apoyo 3.2/2
- Una copia de la tabla para el cálculo del PIB de Catania para el docente- material de apoyo 3.2/3
- Una copia para cada subgrupo del cálculo del PIB - material de apoyo 3.2/4



##### Procedimiento

- 1 Explique a los alumnos que a partir de ese momento van a ser ciudadanos de un país llamado Catania.
- 2 De algunas características del país que favorezcan la dramatización: ejemplo lenguaje: jergona / clima: tropical /saludo típico: agacharse y decir "hopolapa".
- 3 Explique que la moneda de ese país se llama "peso latinoamericano" y su símbolo es \$L.
- 4 Ponga sobre el escritorio u otra mesa dispuesta en el salón las tarjetas que contienen gastos en distintos bienes y servicios del

110

país Catania y distintas importaciones que realiza el país, boca abajo (material de apoyo 3.2/1). Pueden ser tarjetas imantadas o tarjetas de papel.

- 5 Explique a los alumnos el enfoque del gasto para el cálculo del PIB- material de apoyo 3.2/2.
- 6 Pida a cada uno de los alumnos que determinen a qué componente del PIB corresponde su tarjeta.
- 7 Explíqueles que deben anotar en la parte de atrás de la tarjeta C, G, I, X, M según el esquema de enfoque del gasto ilustrado previamente. De 5 minutos.
- 8 Dígoles que tienen 5 minutos para agruparse de la siguiente manera: todos los C juntos en un sector del salón, todos los G en otro sector, todos los I en otro, todos los X en otro y finalmente los M en otro lugar del salón.
- 9 Cada subgrupo conformado con los diferentes gastos debe verificar que todos los miembros pertenezcan a ese gasto. De 10 minutos para que cada subgrupo discuta sobre este punto y nombre un representante.
- 10 Pida al representante de cada subgrupo que pase adelante y ponga las tarjetas imantadas de su grupo en la pizarra o que coloque con cinta las tarjetas en el lugar correspondiente de la tabla- material de apoyo 3.2/4 y calcule el monto total en pesos latinoamericanos, producto de la suma de todos los montos de su componente.
- 11 Solicite al representante que explique brevemente para el resto del grupo qué gastos integran su componente y qué significa el mismo.
- 12 Una vez completada la tabla con los datos de los subgrupos, pida a cada uno que calculen el PIB total de Catania y el porcentaje de cada componente o variable (C, G, I, X, M).
- 13 Pida a un alumno que pase al frente y realice el cálculo del PIB y también indique el porcentaje de cada componente o variable del mismo. Corrija colectivamente de manera de asegurarse que todos los alumnos comprendieran.

##### Elementos de discusión:

- Recuerde y analice con los alumnos la definición de PIB como el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un período, generalmente un año.
- En el cálculo del PIB sólo se incluyen los productos y servicios finales, no se contabilizan los productos y servicios intermedios.
- Existen diferentes enfoques para calcular el PIB: enfoque del gasto, enfoque de producción y enfoque de ingreso. En la actividad se utilizó el enfoque del gasto, en donde se separan los gastos en: consumo de las familias, gasto del gobierno, inversión de las empresas y del gobierno y exportaciones netas. Los diferentes enfoques llegan al mismo resultado del PIB, son diferentes formas de mirar el proceso productivo de un país.

*Realizar la discusión colectivamente. El docente ejercerá la función de guía y de generador de reflexión.*

Ciclo 3-Actividades

111


# Campus virtual BCUEduca

## ECONOMÍA & FINANZAS PARA DOCENTES

Curso interactivo teórico - práctico

 Avisos

 Programa del Curso

Introducción y  
bienvenida 

Conceptos básicos

Progreso: 57%

MÓDULO 1

Dinero y Comercio

MÓDULO 2

Indicadores  
macroeconómicos

MÓDULO 3

Ingresos y mercado  
laboral

MÓDULO 4

Compra de bienes y  
servicios

MÓDULO 5

Ahorro, crédito y sistema  
financiero

MÓDULO 6

Evaluación final

Emisión de certificados



Consultas a soporte técnico



Consultas administrativas sobre el curso

<https://campus.bcueduca.gub.uy/>



# Diplomado e-learning - Recursos interactivos y videos

Banco central  Material complementario



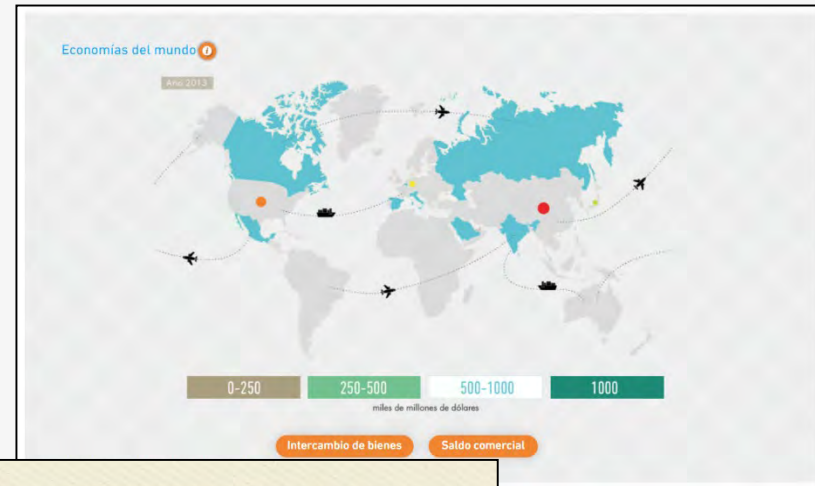
El banco central de un país es la máxima autoridad monetaria y financiera de la economía. Su misión y funciones están detalladas en su Carta Orgánica.

Entre las funciones del Banco Central del Uruguay se destacan:


La promoción y el desarrollo de la educación y la cultura económica y financiera, para que la ciudadanía pueda tomar mejores decisiones en materia de consumo, crédito y ahorro.

En el artículo 3.º de la Carta Orgánica del Banco Central del Uruguay se establecen como finalidades primordiales:  
A) La estabilidad de precios que contribuya con los objetivos de

Continuar 

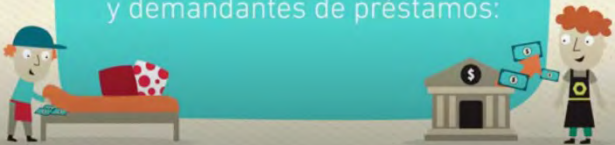


Tipo de cambio



← Anterior Continuar 

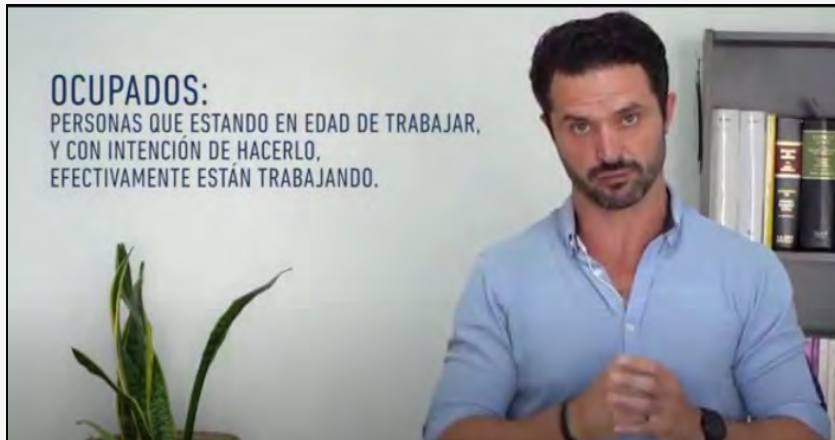
Analizaremos el **ahorro**, el **crédito** y también el sistema que conecta a ahorradores y demandantes de préstamos:



## AHORRO

- > ¿Por qué se decide ahorrar? <
- > Modalidades de ahorro-inversión <
- > Alternativas de ahorro-inversión <
- > La tasa de interés nominal y real <

# Diplomado e-learning - Videos de unidades de aprendizaje





# Diplomado e-learning - Clases síncronas/foros/evaluaciones



### MEDIOS DE PAGO

Establecer fondo | Borrar marco

T de débito | TARJETA DE DÉBITO | Tarjeta de DÉBITO | TARJETA DE DÉBITO | tarjeta de débito

Tarjeta de débito | tarjeta de debito | tarjeta de débito

SON EMITIDOS POR LOS BANCOS AL ABRIR UNA CUENTA CORRIENTE O UNA CAJA DE AHORRO

Tarjeta de débito

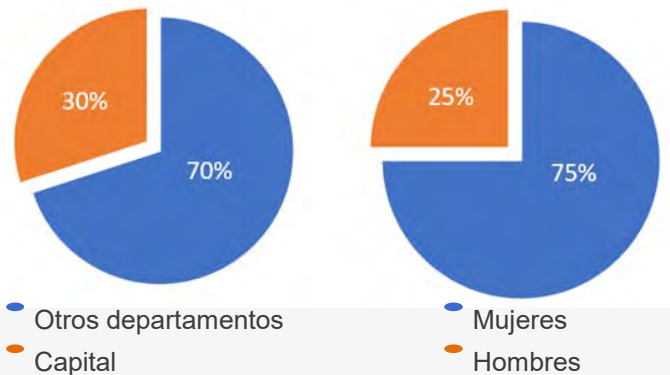
SIRVEN PARA REALIZAR COMPRAS DE BIENES Y SERVICIOS EN LOCALES COMERCIALES

AL HACER UNA COMPRA EL DINERO ES RETIRADO DE LA CUENTA CORRIENTE O CAJA DE AHORRO, Y SE REDUCE AUTOMÁTICAMENTE EL SALDO DE LA CUENTA



# Diplomado e-learning – Evaluación del e-learning

**300 maestros, profesores y futuros docentes** obtuvieron su diplomado en economía y finanzas.  
**Todos** los subsistemas educativos representados.  
Participantes de **todo el país**.



Fue de utilidad para la comprensión teórica de conceptos económicos y financieros: **63% presencial / 80% virtual**.

Influencia de la carga horaria.

**99%** evalúa al e-learning como muy bueno o excelente.

**89%** considera que el curso le brindó herramientas útiles para la transmisión en el aula

**99%** recomienda incluir estos temas en los planes de estudio.

**100%** lo recomienda a un colega.

Los **materiales digitales** se destacaron por su claridad conceptual, por ser visualmente atractivos, por su diseño instruccional.

Se registró un **aumento de impacto de efectividad del curso de 39%** (respuestas correctas de 50% a 89%).

# Diplomado e-learning – Medición del e-learning

**Evaluación de impacto de corto plazo** sobre la **eficacia del curso** impartido de seis horas en economía y finanzas, observándose que era eficaz en cuanto a los objetivos planteados. Esta evaluación también se incorporó y aplicó al curso online.

“¿Cuál es el impacto o efecto causal del programa  $P$  en un resultado  $Y$ ?”, donde  $P$  es el **PROCAD** y el resultado  $Y$  son los **“Conocimientos en economía y finanzas de los docentes”**.

**El impacto causal  $\alpha$  del PROCAD ( $P$ )** es la **diferencia** entre el resultado **promedio** de la **evaluación de los conocimientos** en economía y finanzas de los docentes **“después”** que hicieron el curso ( $Y \setminus P = 1$ ) y el promedio de la evaluación de los conocimientos en economía y finanzas de los docentes **“antes”** de la realización del curso ( $Y \setminus P = 0$ ).

$$\alpha = (Y \setminus P = 1) - (Y \setminus P = 0)$$

Se registró un **aumento de impacto de efectividad del curso de 39%**

$$\alpha = (89\%) - (50\%)$$

$$\alpha = 39\%$$

Los cursos presenciales en el promedio acumulado anual 2017-2019 tuvieron un impacto positivo de 15%,

**50%** en el grupo de control (497 docentes que respondieron previo a recibir el curso) y **89%** es el resultado de respuestas correctas del mismo cuestionario realizado al grupo de tratamiento (331 docentes que participaron del curso).





# Educação Financeira na Escola

*Leda Regina Bitencourt da Silva*

*Coordenadora na Coordenação Geral de Formação de Professores da Educação Básica*



# DESAFIOS DA EDUCAÇÃO BÁSICA NO BRASIL EM NÚMEROS



Matrículas  
da EB

47.295.294

Total de  
Estabelecimentos

179.533

Docentes

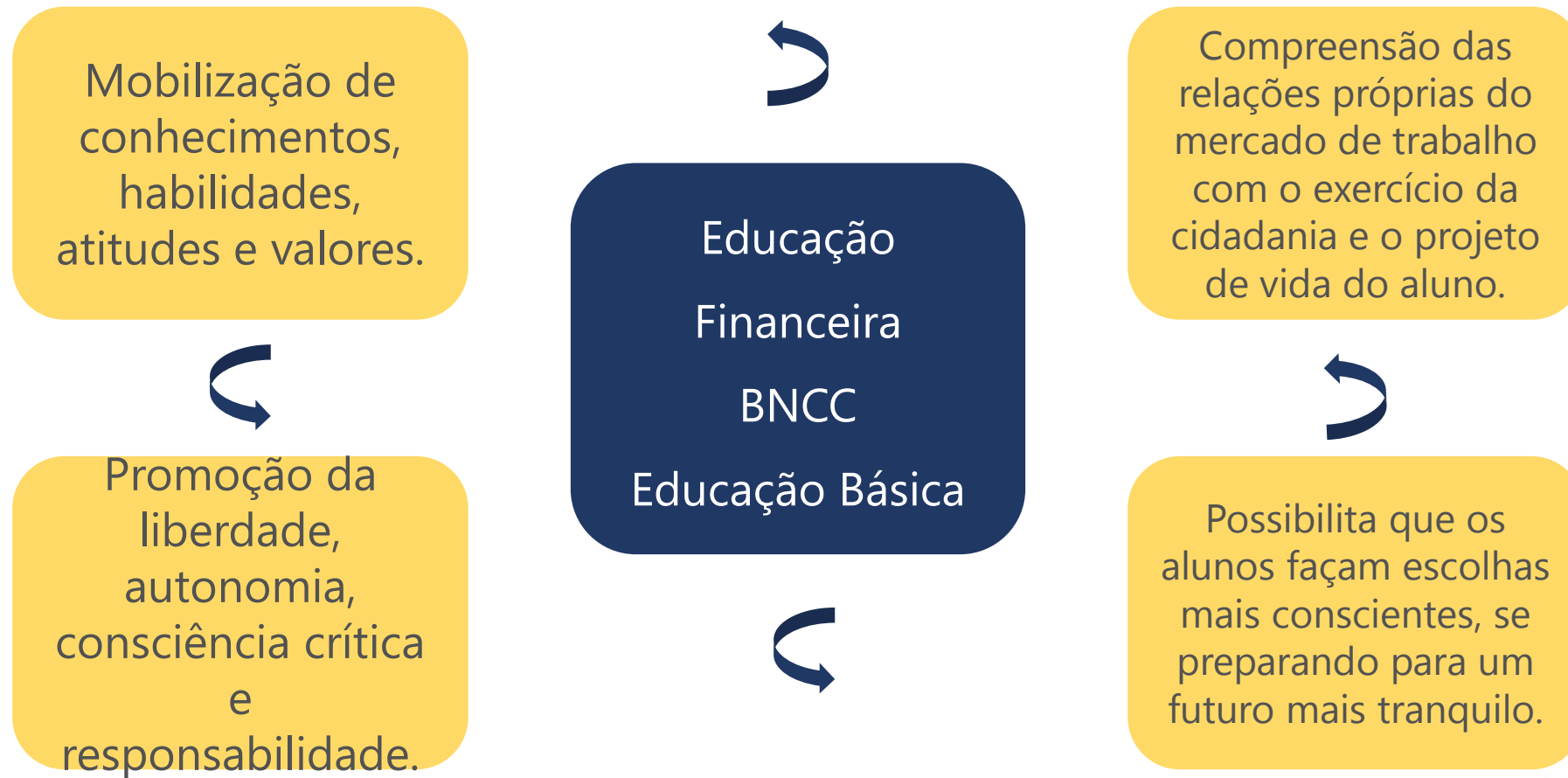
2.189.005

# BNCC e a Educação Financeira

Em 2018 a Educação Financeira foi inserida na Base Nacional Comum Curricular (BNCC), como um dos Temas Contemporâneos Transversais (TCTs), a serem trabalhados em toda a Educação Básica.



# BNCC e a Educação Financeira



# BNCC e a Educação Financeira

- Essa disciplina está incluída no componente curricular de Matemática, no entanto a BNCC trás este olhar para a interdisciplinaridade, no momento em que sugere o uso da Educação Financeira no componente de história.
- É importante destacar que a **Educação Financeira** se difere da disciplina **Matemática Financeira**. A Educação Financeira está voltada para a formação de comportamentos do indivíduo em relação às finanças, enquanto a Matemática Financeira aborda os conhecimentos matemáticos.

# Programa Educação Financeira na Escola

## Objetivo:

Promover a formação de docentes da Educação Básica para disseminação da educação financeira nas escolas brasileiras abrangendo temas relacionados ao projeto de vida e itinerários formativos nos anos finais do Ensino fundamental e Ensino Médio.

## Principais Temáticas:

- Formação de poupança;
- Estímulo ao consumo consciente;
- Orientações aos investimentos;
- Proteção contra fraudes financeiras;
- Desenvolvimento de bons hábitos e atitudes financeiras.

## Público-alvo:

Professores do Ensino Fundamental e Médio das redes públicas de ensino.

## Período:

3 anos, com possibilidade de prorrogação.





# Principais Ações

- Desenvolver e ofertar formações em Educação Financeira para professores da Educação Básica;
- Estabelecer Redes de Excelência nas 5 regiões da País sobre Educação Financeira;
- Realizar diagnóstico para verificar o nível de conhecimento dos docentes sobre finanças pessoais e finanças comportamentais;
- Olimpíada de Educação Financeira; e
- Avaliação e monitoramento anual.

# A Rede

A Rede de Excelência em Educação Financeira (A Rede), instituída no âmbito da cooperação entre o MEC e a CVM, objetiva fortalecer a estratégia de disseminação da educação financeira na escola, apoiando a formação e o engajamento dos docentes, gestores e autoridades.

- **Região Norte** - Secretaria de Estado de Educação e Desporto do Amazonas.
- **Região Nordeste** - Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
- **Região Sul** - Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (CODEM) e Secretaria da Fazenda de Tubarão.
- **Região Sudeste** - Sebrae Minas.





# Educación Financiera



ASOBANCARIA

**Andrés Felipe Rojas**  
**Vicepresidente de Asuntos**  
**Corporativos de Asobancaria**

**Diciembre de 2021**



## Integrantes:

1. El Ministro de Hacienda y Crédito Público
2. El Ministro de Educación Nacional
3. El Superintendente Financiero de Colombia
4. El Superintendente de la Economía Solidaria
5. El Director del Departamento Administrativo Nacional de Planeación
6. Fogafin
7. Fogacoop.
8. URF

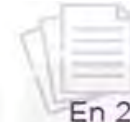
## Subcomisiones técnicas de apoyo y consultivas



En 2012 Colombia ocupó el último lugar en educación financiera en las **pruebas PISA**.



El **Ministerio de Educación (MEN)** define orientaciones para la integración de la EEF en las instituciones educativas.



En 2014 se publica el documento **Mi plan, mi vida y mi futuro**, que brinda una guía para integrar la EEF en los planes institucionales educativos (PEI).



En 2018, se lanza Nueva Pangea, una estrategia lúdica para apoyar la integración de la EEF con **perspectiva de gestión del riesgo** en las instituciones educativas.

En 2014 se crea la Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera, como el órgano de coordinación y orientación superior del Sistema Administrativo Nacional para la Educación Económica y Financiera



En 2020 se publica la Política Nacional de Inclusión y Educación económica y Financiera, a través del documento **CONPES No. 4005**



En 2021 se pone a disposición de las instituciones educativas **Nueva Pangea: la expedición**

# Mapa Estratégico

## Conocimiento (Educación Financiera)

Política Pública

Herramientas,  
programas y  
contenidos

Buenas  
prácticas

Mesas de trabajo con el  
Gobierno Nacional –  
Conpes 4005

Saber Más, Ser Más

Asobancaria presenta

Digital

Investigaciones

Convenio Ministerio de  
Educación Nacional –  
Nueva Pangea

Presencial



# NUEVA PANGEA

## LA EXPEDICIÓN



ASOBANCARIA

fasecolda

Federación de Aseguradores Colombianos



La educación  
es de todos

Mineducación



# El acuerdo:

A photograph of a classroom. In the foreground, a young girl with her back to the camera, wearing a red and blue striped shirt, has her right hand raised. In the middle ground, another child is also raising their hand. The classroom has wooden desks and chairs. A teacher is partially visible in the background near a chalkboard.

Asobancaria ha decidido **aunar esfuerzos técnicos y humanos** junto con el Ministerio de Educación Nacional para desarrollar una estrategia de educación económica y financiera en los establecimientos educativos del país buscando:

- **Promover una cultura del ahorro**
- **Endeudamiento responsable**
- **Gestión adecuada del riesgo y la planeación.**

# ¿Qué es Nueva Pangea: La expedición?

En Nueva Pangea el estudiante desarrolla habilidades económicas, financieras y ciudadanas que permiten el uso y administración responsable de los recursos, y son útiles para su **integración al entorno** y su **participación como ciudadanos**.






# Nueva Pangea en el aula de Clase:

Aborda diferentes temáticas en talleres de hasta dos horas de duración y en el contexto de diferentes asignaturas, en las cuales los estudiantes deben ayudar a los habitantes de Nueva Pangea en retos diversos que pondrán a prueba su capacidad para valorar, identificar, caracterizar y gestionar los riesgos y sus recursos.



- 
- Valoración de lo Importante
  - Identificar Amenazas
  - Gestión del Riesgo
  - Contextualización
- Financiera
- 
- Presupuesto
  - Ahorro
  - Financiamiento

Emprender  
Trabajar  
Estudiar

# Nueva Pangea como proyecto transversal

Impacto en más de

**1000**

**estudiantes**

A nivel nacional

**30** colegios

De 7 departamentos  
de Colombia

Participaron en el

**piloto** de Nueva

Pangea:La expedición



**90%**

Porcentaje de **satisfacción** en  
estudiantes y  
docentes en  
interactividad y  
usabilidad

**Resultados 2021**

**Piloto Nueva Pangea**



# Algunos Resultados

- Más de **11.000 personas formadas** con los sistemas pedagógicos del gremio
- El 96% de las personas formadas **afirma que realizará cambios en el manejo de sus recursos** reportando además un nivel de satisfacción del 83% con los talleres
- 4.529.060 personas impactadas con la estrategia digital de educación financiera



# Retos

- Estrategias de incentivo para la implementación masiva
- Medición de Impacto 2022 – 2024
- Mejora del sistema con los hallazgos del piloto
- Formación Docente





# G20/OECD-INFE REPORT NAVIGATING THE STORM: MSMES' FINANCIAL AND DIGITAL COMPETENCIES IN COVID-19 TIMES

Chiara MONTICONE, OECD

2021 Annual Meeting of the OECD/CVM Centre on Financial  
Education and Literacy in LAC - 9 December 2021



# G20/OECD-INFE report Navigating the storm: MSMEs' financial and digital competencies in COVID-19 times



- Developed for the G20 Global Partnership for Financial Inclusion in the context of Italy's Presidency of the G20 in 2021
- Based on a primary data collection in 14 countries:
  - G20 countries: **Brazil**, **China**, **France**, **Germany**, **Italy**, **Mexico**, **Russia**, **Saudi Arabia**, **Turkey**; and,
  - non-G20 countries: **Georgia**, **the Netherlands**, **Peru**, **Portugal**, **Spain**



## Aim

---

1. Mapping the financial literacy, account holding, and digitalisation of MSMEs
2. How did the COVID-19 pandemic affect MSMEs?
3. How did financial literacy and digitalisation help MSME navigate the storm?





# Background

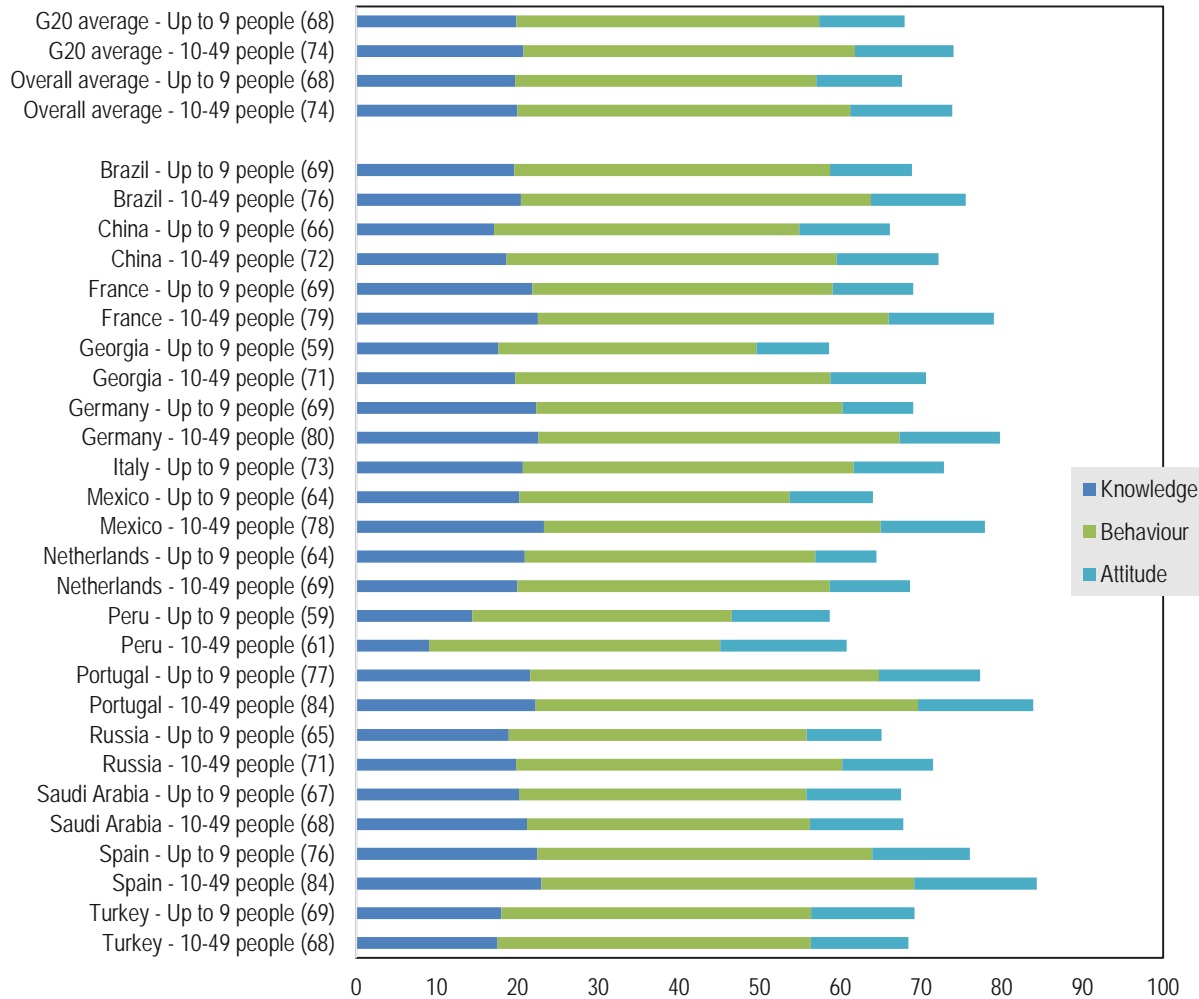
---

- **Motivation:**
  - Several international surveys to measure the FL of adults and young people (PISA), but this is the first for MSMEs owners
  - Severe impact of the COVID-19 crises on MSMEs
  - Growing digitalisation of MSMEs, especially during COVID-19
- **Based on a questionnaire**
  - developed by the OECD/INFE to be internationally relevant
  - piloted in **Brazil, Chile**, Italy, Lebanon, Portugal, Russia and South Africa in 2018-2019
  - Revised in 2020 to add information about COVID-19 in collaboration with the Bank of Italy
- **Multivariate analysis** taking into account
  - Owners characteristics: gender, education, experience as entrepreneurs
  - Business characteristics: size (number of people) and sector



# Low financial literacy among MSME owners

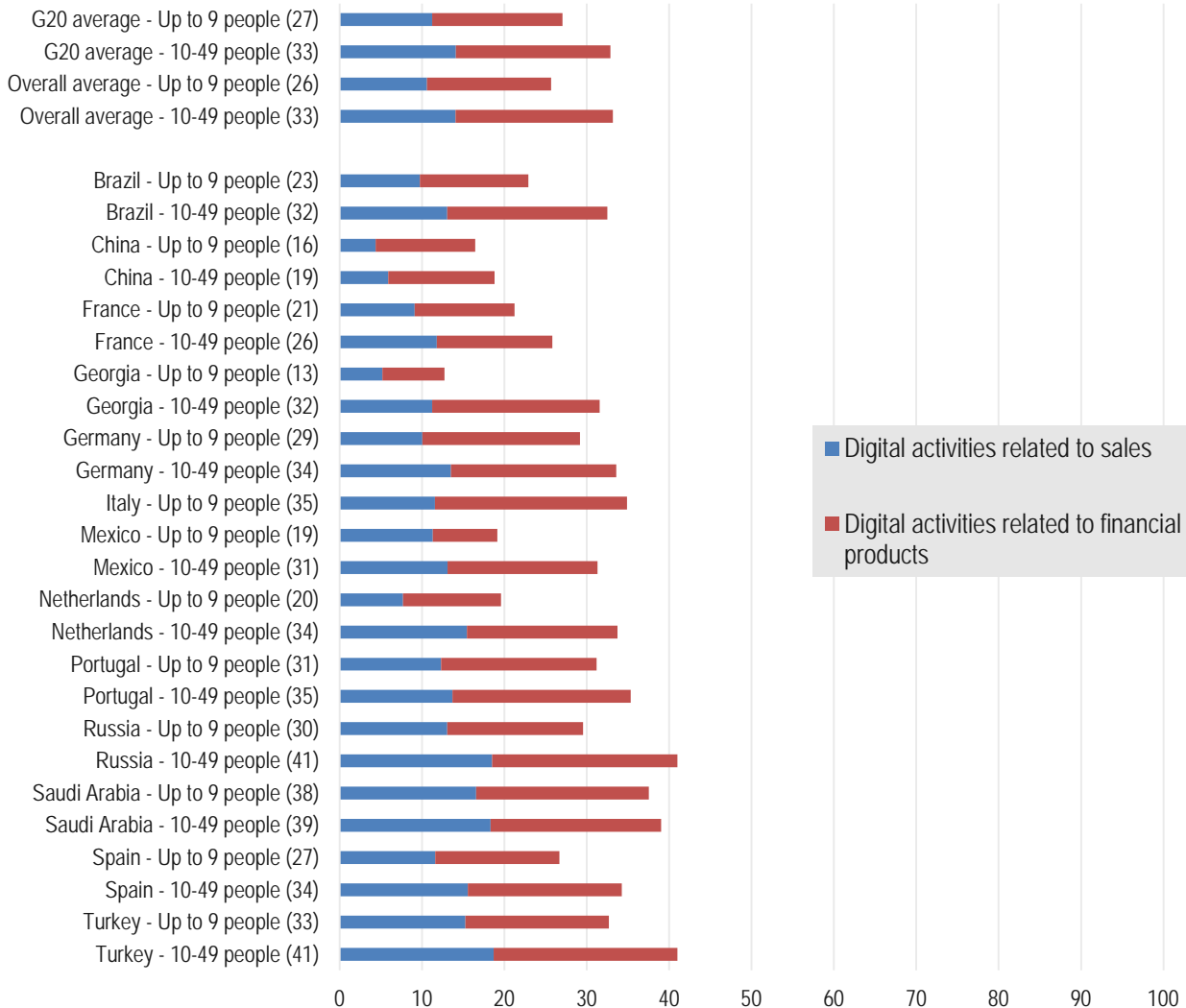
Financial literacy of MSME owners



- On average across G20 participating countries, only 27% of MSME owners with up to 9 people and 41% of MSME owners with 10-49 people showed **high levels of financial literacy**
- On average across G20 countries, financial literacy associated with (taking into account personal and business characteristics):
  - **Gender** (including in Brazil, Mexico, and Peru)
  - **Education** (including in Brazil, Mexico, and Peru)
  - **Size** (number employees) (including in Brazil and Mexico)



# Digitalisation (pre-pandemic)



On average across G20 countries, digitization associated with (taking into account personal and business characteristics):

- **Size** (employees) – incl. Brazil and Mexico
- **Education** – incl. Brazil and Mexico
- **Sector**: in several countries, higher levels of pre-pandemic digitization in companies working in the accommodation, food and beverage services and information and communication sectors than in the manufacturing sector

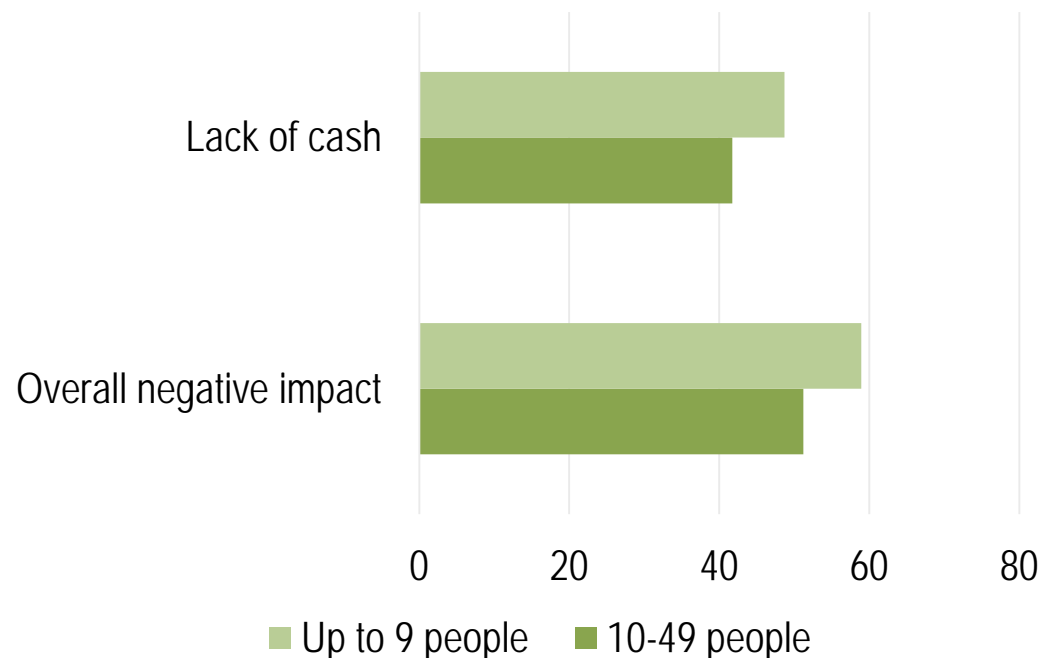


# Negative economic impact on MSMEs during the COVID-19 crisis

Percentage of business owners who

- reported a negative economic impact on their business
- experienced situations where cash inflows were insufficient to cover cash outflows or to pay for expected expenses of the business since the start of the COVID-19 pandemic

*G20 average*



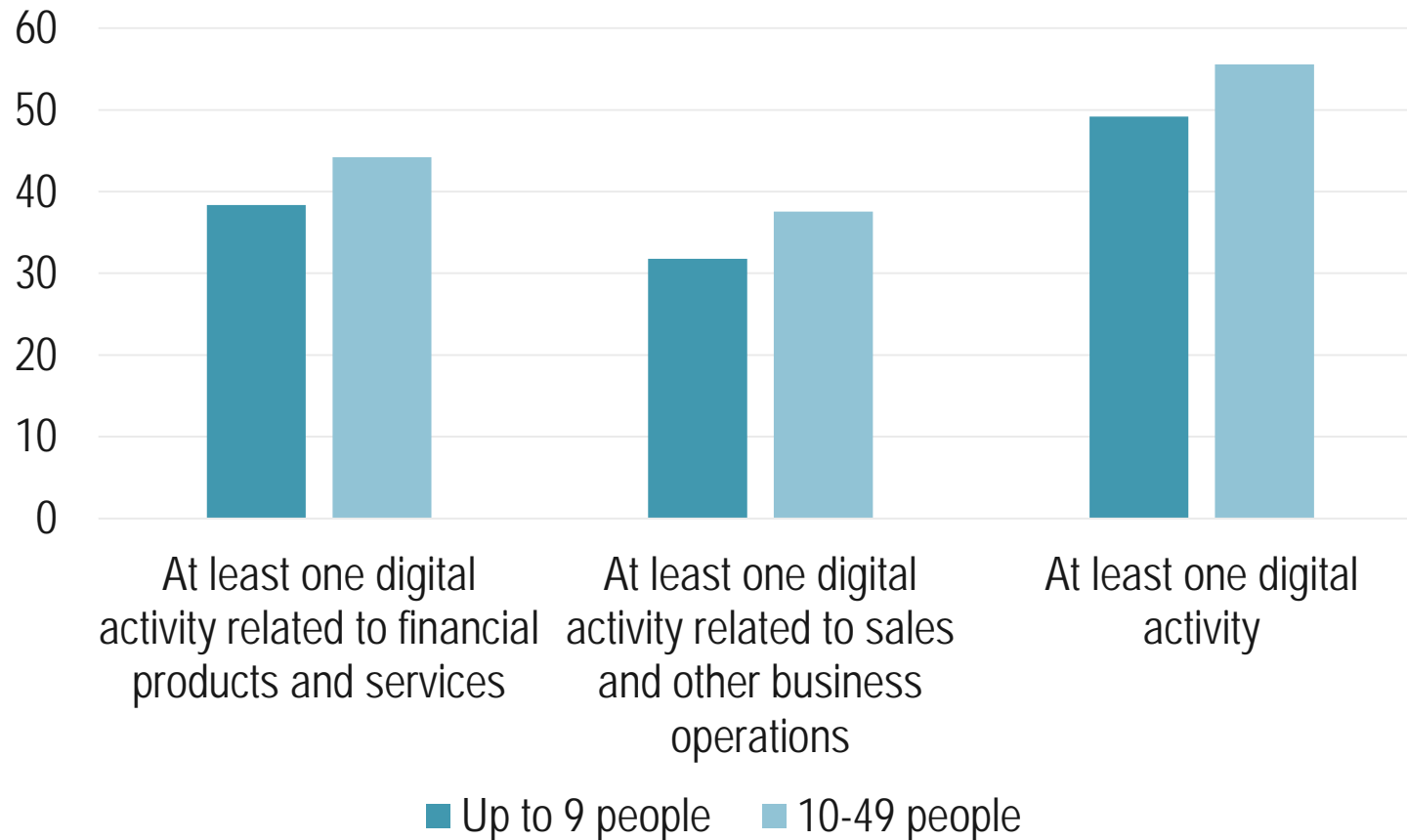
The impact of the COVID-19 crisis has been worse for:

- **smaller MSMEs** (up to 4 people) – incl. Brazil and Mexico
- **female-headed MSMEs**
- MSMEs operating in **accommodation, food and beverage services**, those providing other **personal services**, and in those in **construction and real estate**



# Many MSMEs stepped up their digitalisation during the COVID-19 pandemic

Percentage of business owners who reported an increase in the following digital activities since the outbreak of the COVID-19 pandemic – *G20 average*



- On average across G20 countries, MSMEs that **reported lacking cash during the crisis were over 30% more likely to have increased their digital activities** than MSMEs not reporting a lack of cash, suggesting that MSMEs heavily affected by the COVID-19 crisis may have had to increase their digitalisation to help overcome the shock





# Financial literacy is associated with positive business outcomes

On average across participating G20 countries, and after taking into account personal and business characteristics:

## Less negative impact from the crisis

- In **Brazil**, China, Italy, **Mexico**, Portugal and Spain, financially literate MSME owners were less likely than low financial literacy ones to suffer from a lack of cash during the COVID-19 crisis

## Greater awareness and lower need for government support during the crisis

- financially literate MSME owners were more likely than less financially savvy ones to report that they had not used government support because it was not needed (including **Brazil** and **Mexico**).

## Greater access to credit during the crisis

- MSME owners with high levels of financial literacy have been almost twice as likely than low financial literacy respondents to receive a positive response on their loan application,



## Next steps

---

- Initial analysis
- Rich dataset that will allow for further explorations
- Follow up work with additional countries
- *Implementation of the survey in LAC discussed tomorrow at the 5<sup>th</sup> meeting of the OECD/INFE LAC Regional Network*



**SUPERINTENDENCIA**  
DE BANCA, SEGUROS Y AFP

República del Perú

---

# Políticas e iniciativas de Educación Financiera en Perú

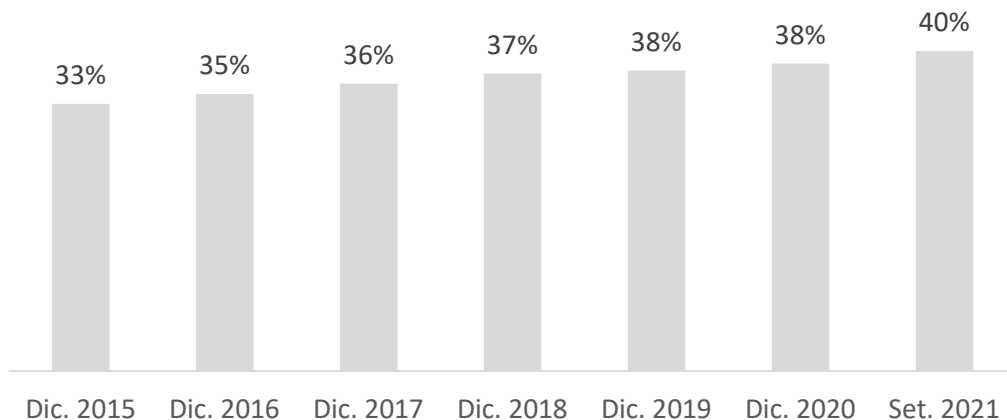
---

Mariela Zaldivar

Superintendente Adjunta de Conducta de Mercado e Inclusión Financiera

# Situación de la MYPE en el Perú

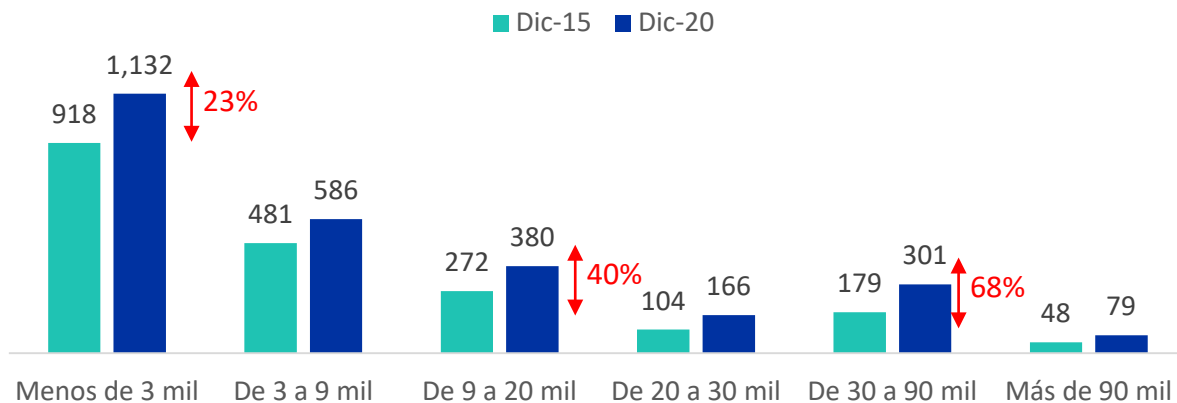
## Deudores MYPE / Deudores totales



Las mujeres tienen una participación importante en los créditos MYPE representando el 57% de los deudores.

Sin embargo, las mujeres alcanzan en promedio menores niveles de deuda que los hombres (S/13 mil vs S/19 mil)

## Número de deudores de créditos MYPE según rango de deuda (Miles de personas naturales)



El número de deudores MYPE creció en 32% entre el 2015 y 2020, el crecimiento fue mayor en los rangos de deuda más altos

# Articulación de políticas nacionales para impulsar las capacidades financieras de los microempresarios

---

## Política Nacional de Inclusión Financiera

### **Incrementar el acceso y uso de servicios financieros de calidad.**

- MYPE →
- Desarrollar capacidades sobre uso de herramientas digitales.
  - Oferta de servicios innovadores y adecuados
  - Mejorar condiciones de financiamiento
  - Generar evidencia

## Política Nacional de Competitividad y Productividad

### **Articular esfuerzos que se vienen desarrollando para la competitividad y productividad del país.**

- MYPE →
- Fortalecimiento del capital humano en las empresas
  - Impulsar mecanismos de financiamiento
  - Desarrollar competencias y capacidades financieras

## Política Nacional de Igualdad de Género

### **Resolver la discriminación estructural contra las mujeres.**

- Resolver asignación diferenciada de roles, espacios y actividades que se realizan según género.
- Generar conocimiento e información para identificar la discriminación hacia las mujeres.
- Incrementar la productividad de los emprendimientos de las mujeres para reducir las desigualdades



# Educación financiera y emprendedora

## En la escuela



**Competencia 19:**  
Gestiona responsablemente los recursos económicos.



**Competencia 27:**  
Gestiona proyectos de **emprendimiento** económico o social.



**Competencia 28:**  
Se desenvuelve en los entornos virtuales generados por las TIC.



## Espacios para emprendedores



**SBS+COFIDE:**  
Miércoles Financieros.



**SBS+MINTRA:**  
Charlas sobre educación financiera y emprendedora.



**SBS+ COFIDE+PRODUCE+SECO:**  
Nuevas intervenciones en base a encuesta de capacidades financiera.

**Currículo**  
Nacional

de la Educación Básica



**FINANZAS**  
**EN EL COLE**

PROGRAMA  
DE ASESORÍA  
A DOCENTES

SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP



**FINANZAS**  
**PARA TI**

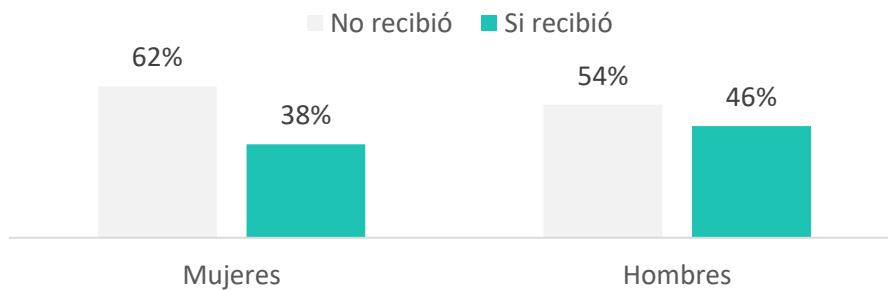
CHARLAS  
DE CULTURA  
FINANCIERA

SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP

# Nivel de educación financiera de las MIPYME

Entre mayo y agosto de 2021, la **SBS y PRODUCE** implementaron la **1ra encuesta de capacidades financieras de empresarios en el Perú**, en base a la metodología de la OECD/INFE.

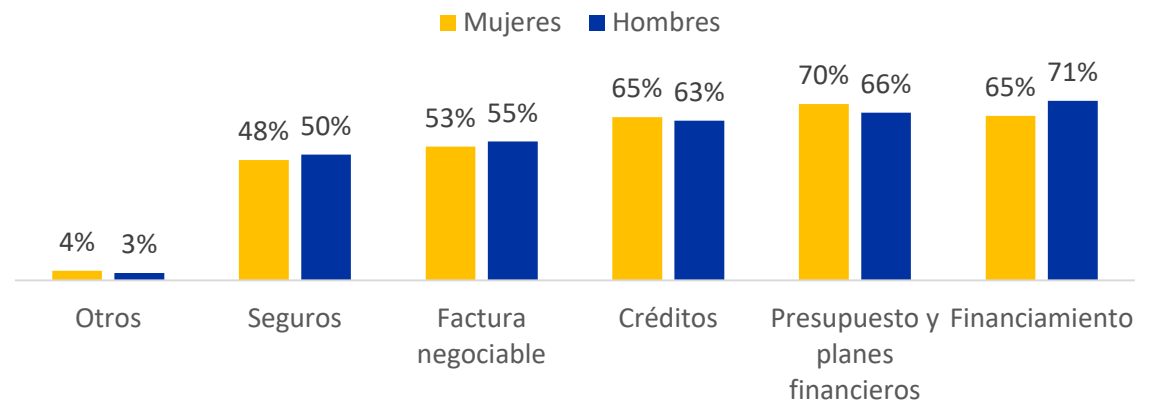
## Porcentaje de microempresarios según participación en capacitaciones de finanzas



La encuesta mostró que el 43% de los empresarios ya había recibido alguna capacitación en finanzas.

El 98% de los encuestados están interesados en recibir capacitación.

## Temas preferidos por los microempresarios según género

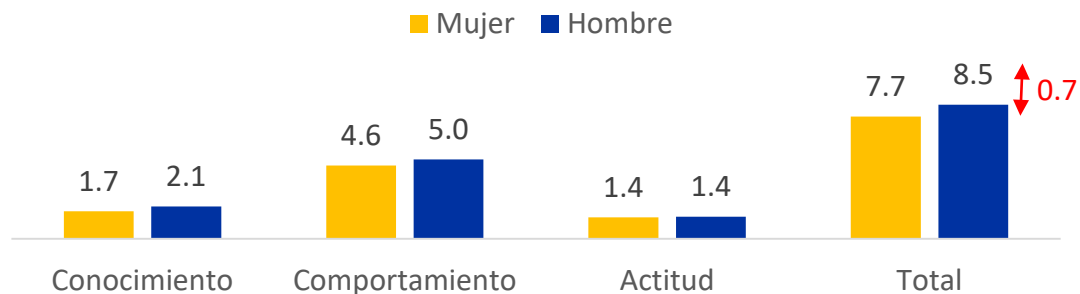


# Nivel de educación financiera de las MIPYME

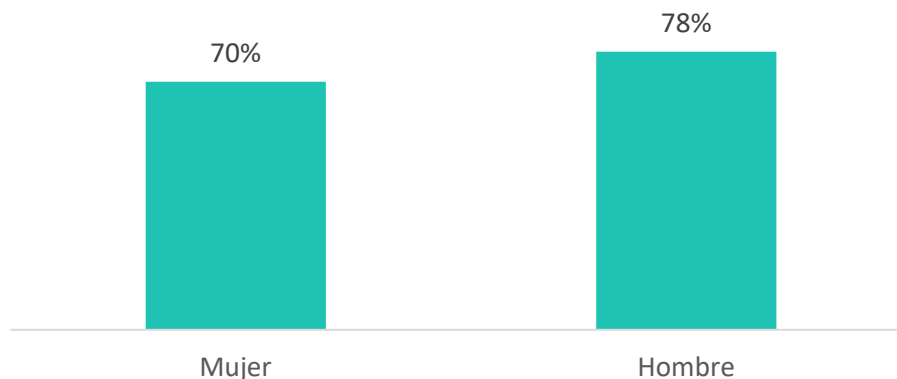
## Principales resultados

- Los empresarios hombres mantienen mejores niveles de EF que las mujeres.
- El 75% de los empresarios reportó que utiliza transferencias bancarias para pagar a sus proveedores; el uso es más frecuente en los hombres.

### Puntaje alcanzado en cada componente de educación financiera según género



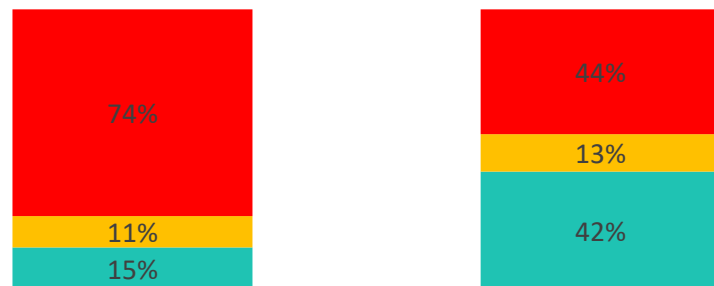
### Porcentaje de empresarios que pagan proveedores mediante transferencias bancarias



# Nivel de educación financiera e impacto del COVID-19

## Porcentaje de empresarios por situación de sus ingresos debido a la pandemia

■ Se incrementó ■ Se mantuvo ■ Se redujo



Baja EF

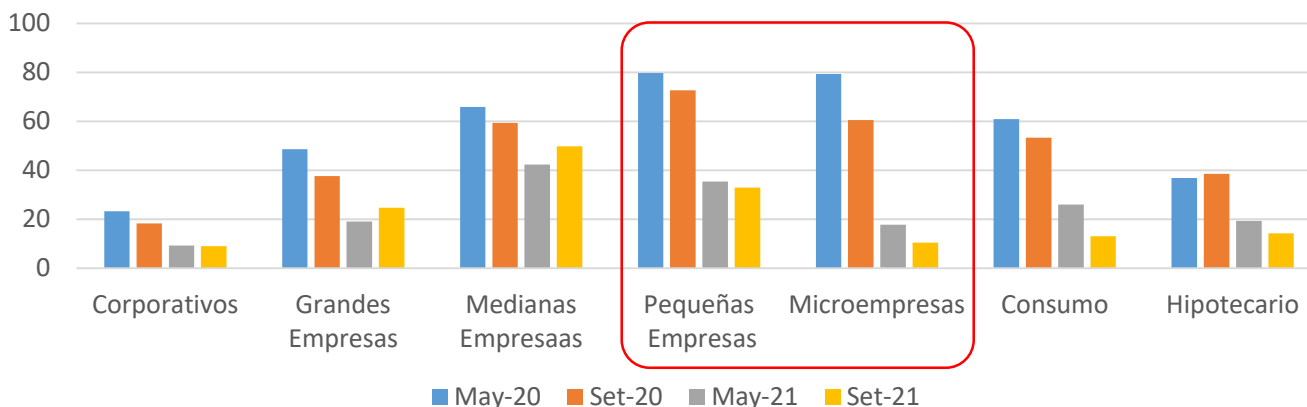
Alta EF

Solo el 17% de los empresarios peruanos cuenta con alta EF.

El 74% de empresarios con baja EF reportaron haber sufrido una reducción en sus ingresos debido a la pandemia. Este porcentaje cae a 44% en empresarios con alta EF.

Fuente: SBS/PRODUCE - Encuesta de capacidades financieras de microempresarios 2021

## Deudores Reprogramados / Deudores Totales por tipo de crédito (En porcentaje)



Si bien los deudores MYPES fueron los que más accedieron a las reprogramaciones en el tiempo han podido recuperarse

Fuente: SBS - Boletín Especial del Sistema Financiero en el contexto del COVID-19: Programas del Gobierno y medidas de la SBS

# MSMEs' Financial and Digital Competencies in COVID-19 times: a tale from Brazil

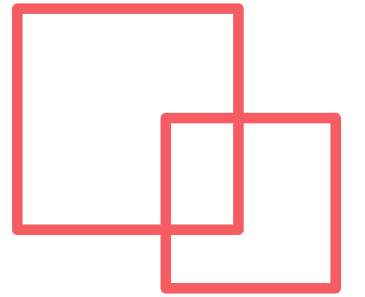






# Survey Methodology in Brazil

1011 telephone interviews were carried out by Datafolha, with people from all regions of Brazil

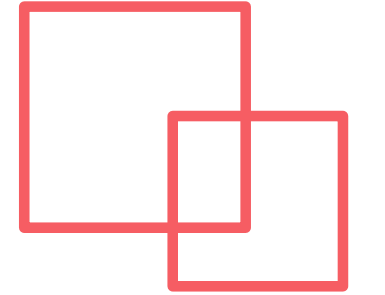


# Larger Brazilian companies have higher annual revenues

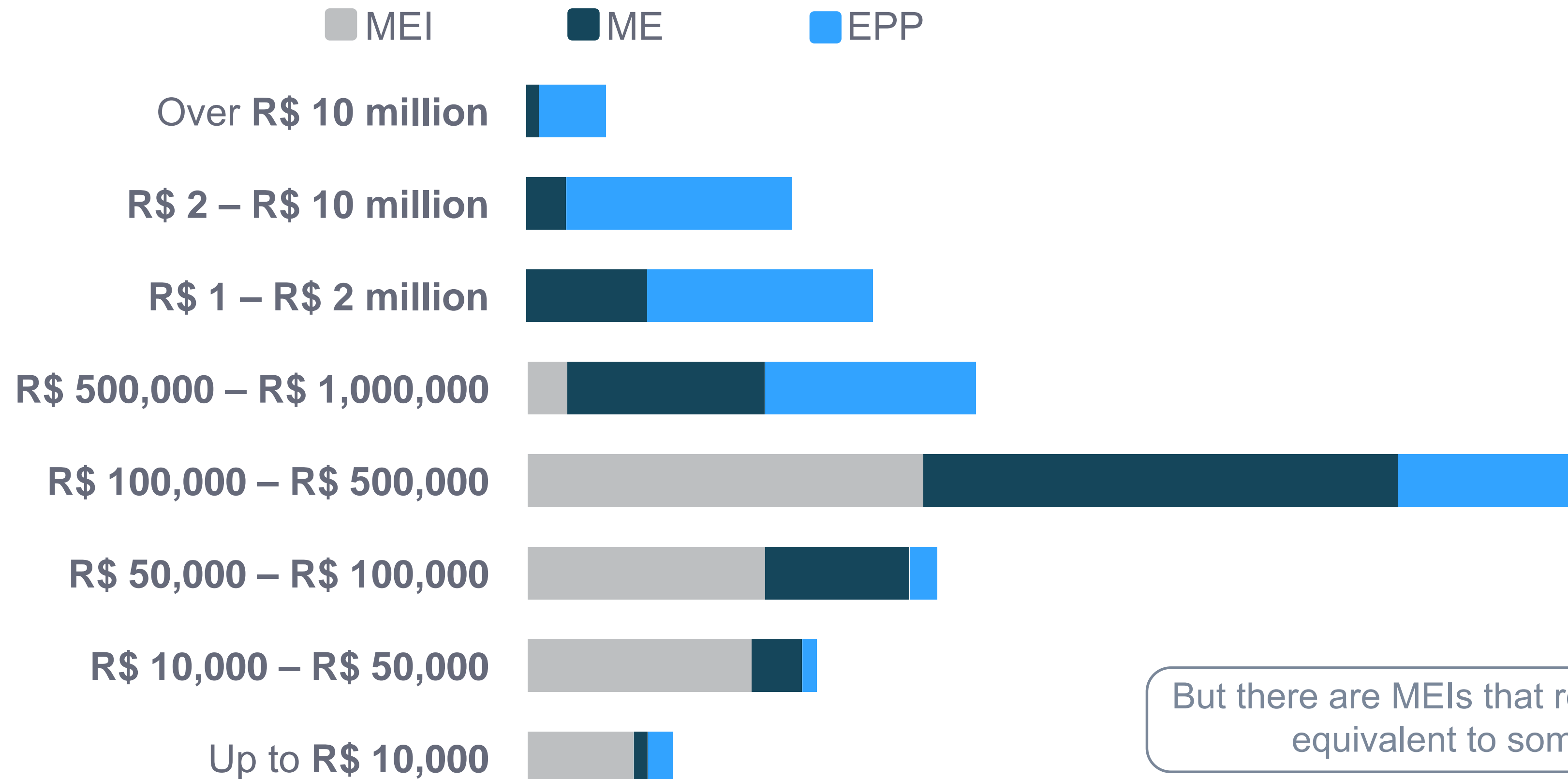
MEIs = average annual revenue: R\$ 184,700.00 (US\$ 32,627.33)

MEs = average annual revenue: R\$ 985,800.00 (US\$ 174,141.96)

EPPs = average annual revenue: R\$ 4,301,100.00 (US\$ 759,791.04)



Annual revenue by company size

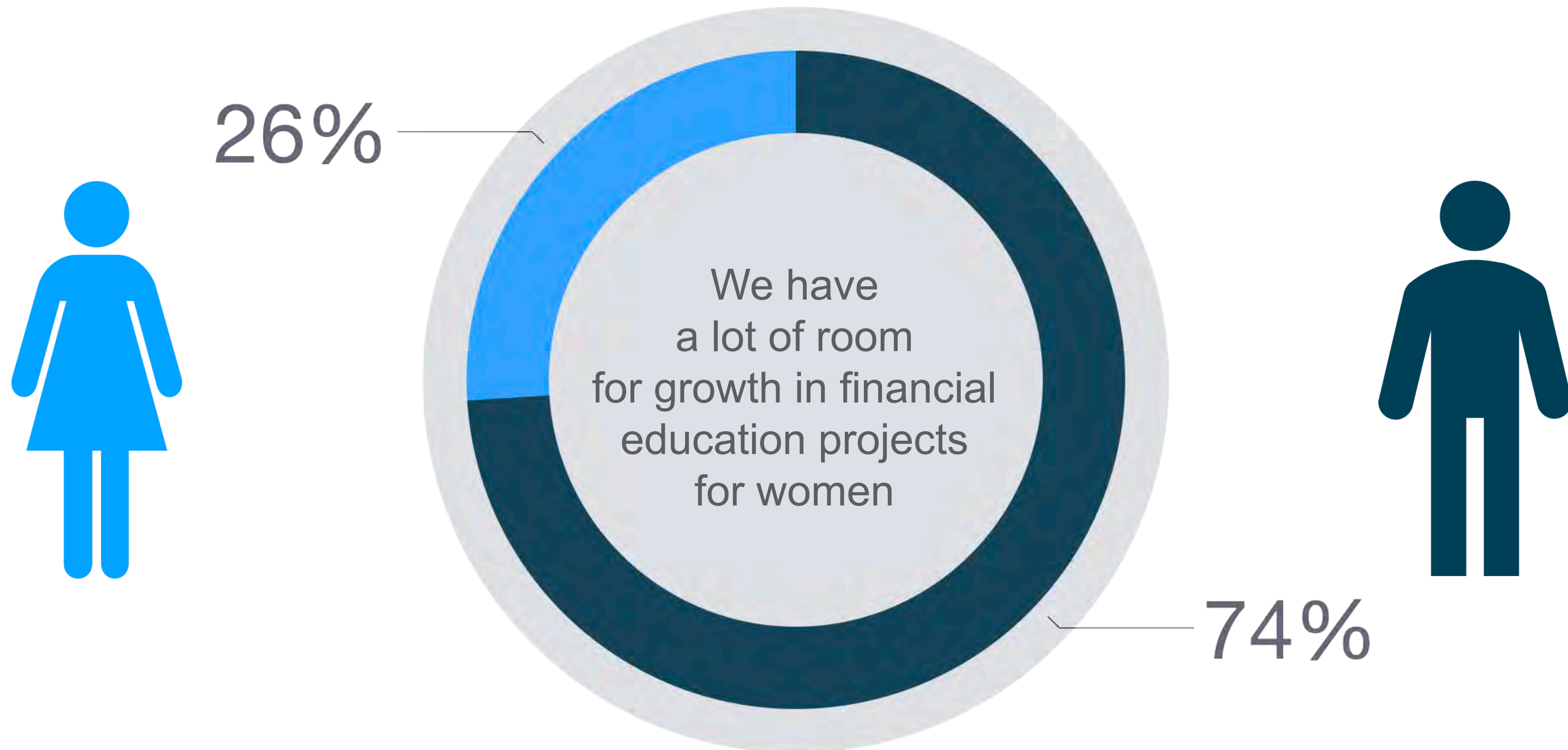
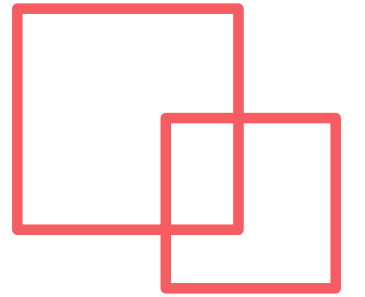


But there are MEIs that record revenues equivalent to some EPPs

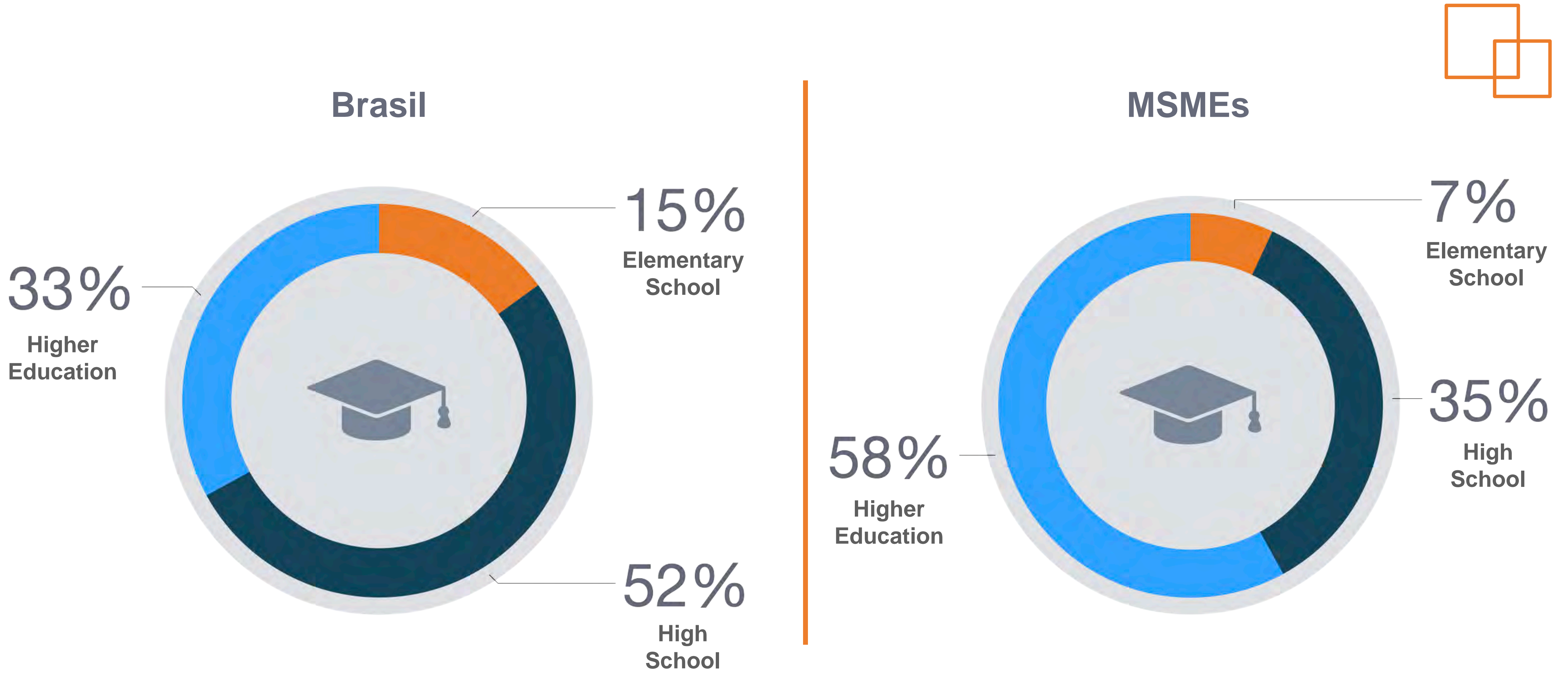
# The Brazilian business universe is predominantly made up of men

## Sample of our survey in Brazil:

1011 interviewees, 74% men and 26% women



 The level of education among entrepreneurs tends to be higher



Source: IBGE, Research Executive Board, Work and Income Coordination, Continuous National Household Sample Survey 2016-2019.

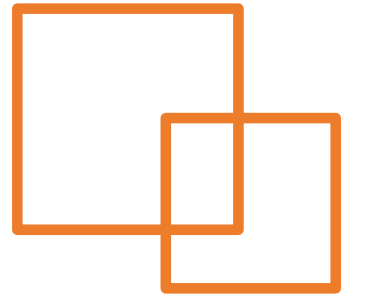


# Financial literacy: Where is Brazil in relation to other countries?

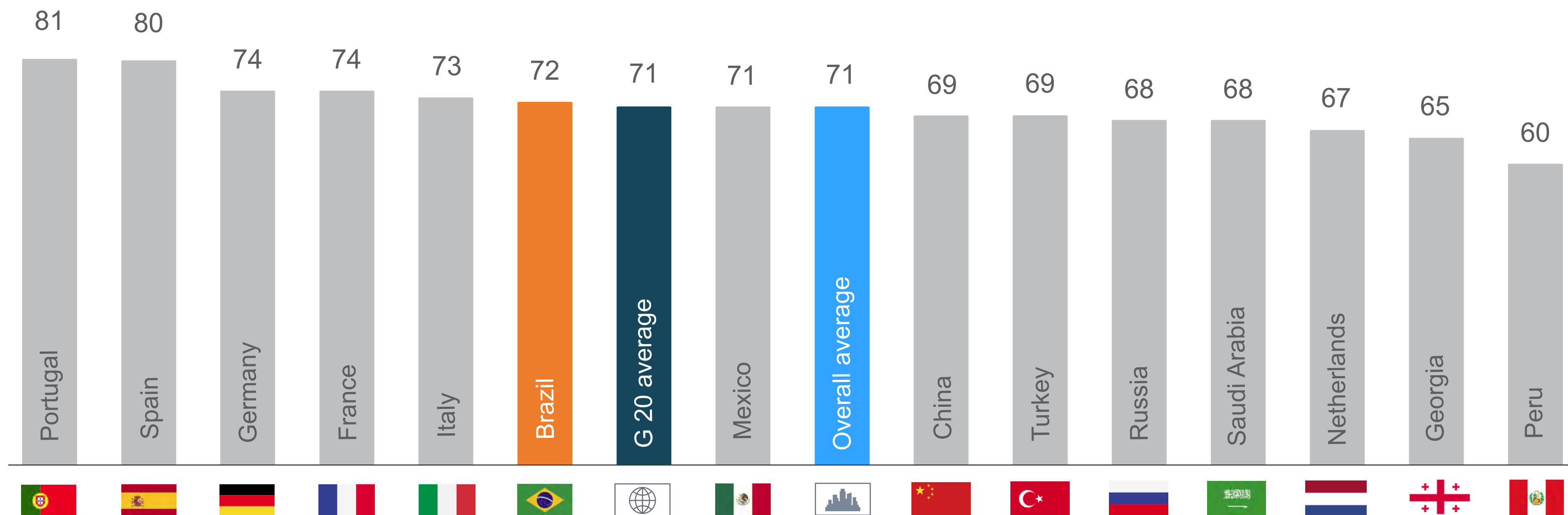
**We are close to the average for other countries.**

One with a very positive tone saying "Topics we did very well: risk and inflation"

One with a more negative tone saying "Topic we did very poorly: dividends"



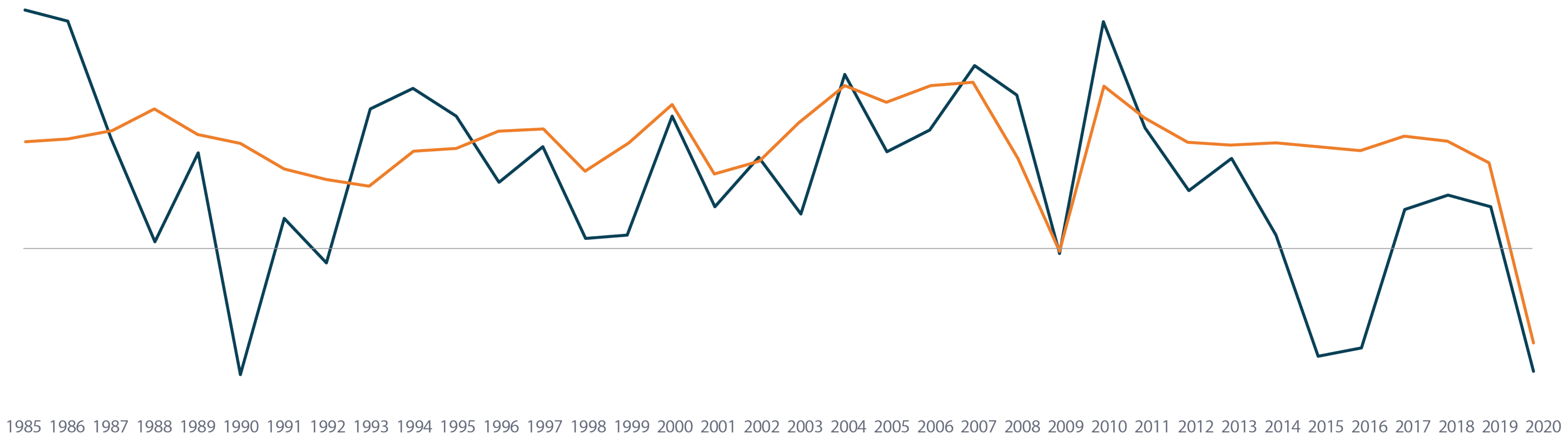
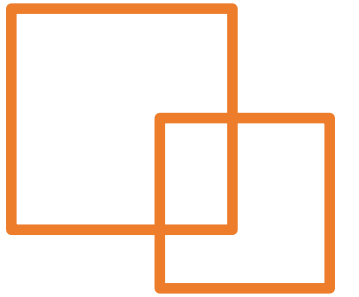
### Financial literacy scores





### Brazil GDP vs. World GDP

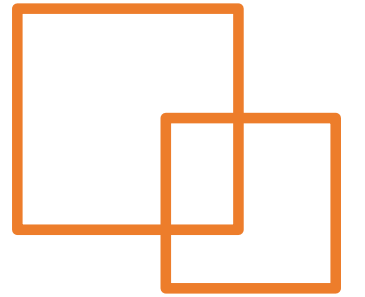
(1985 to 2020)



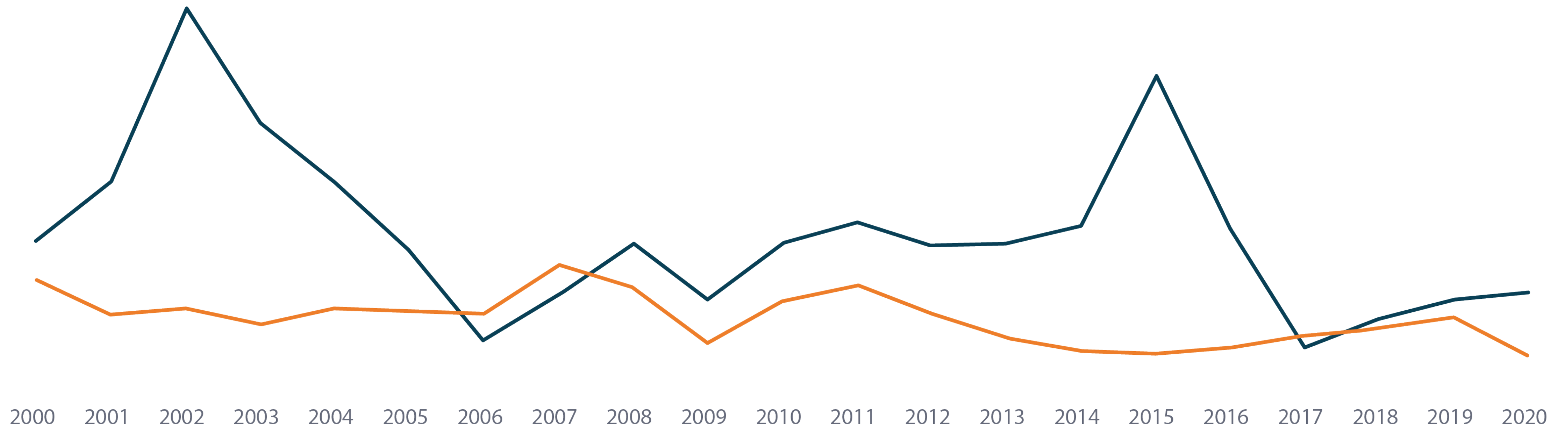
■ Brazil ■ World

## Brazil Inflation vs. World Inflation

(2000 to 2020)

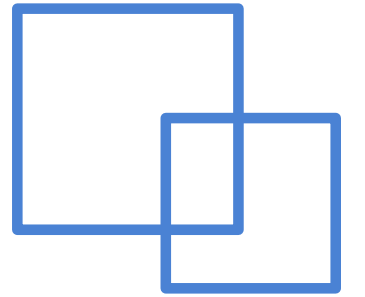


The Brazilian inflation tends to be higher than the world inflation...  
But we are only considering it from 2000 onwards

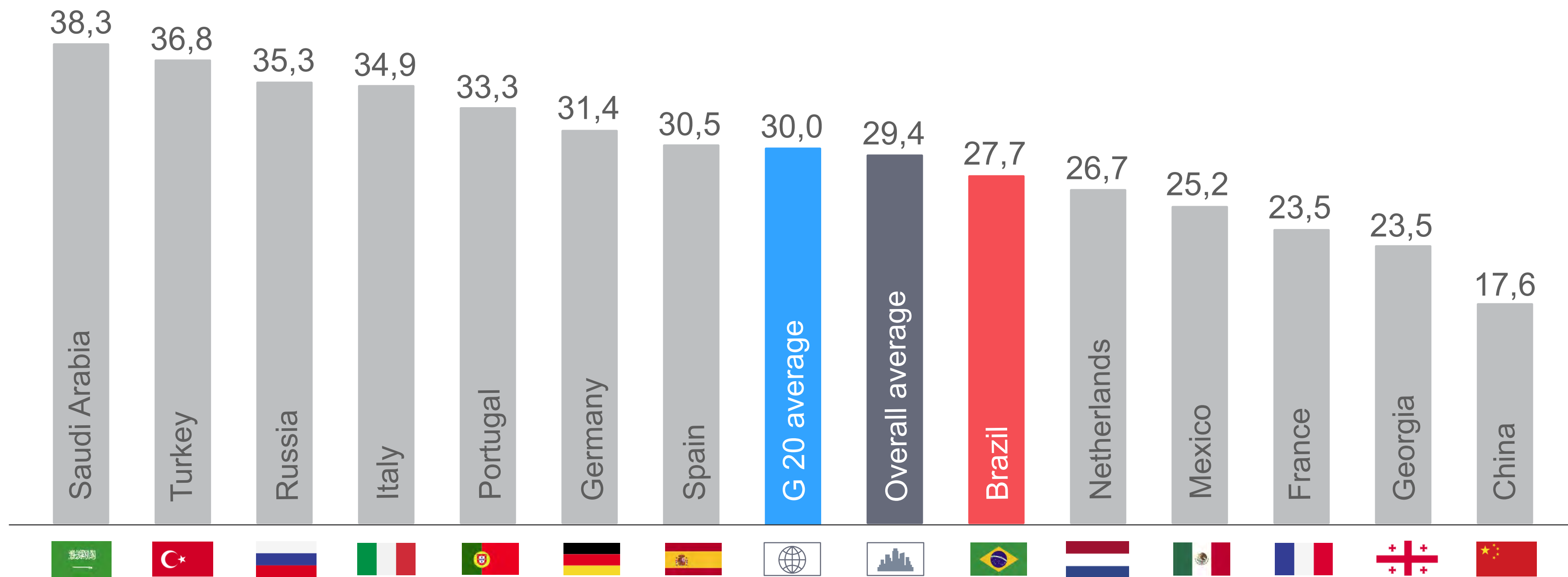


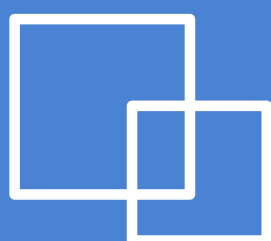
# Brazil's digitization level was below average

## Digitalization level before the pandemic



Digitalization of many research companies was limited prior to the COVID-19 pandemic.





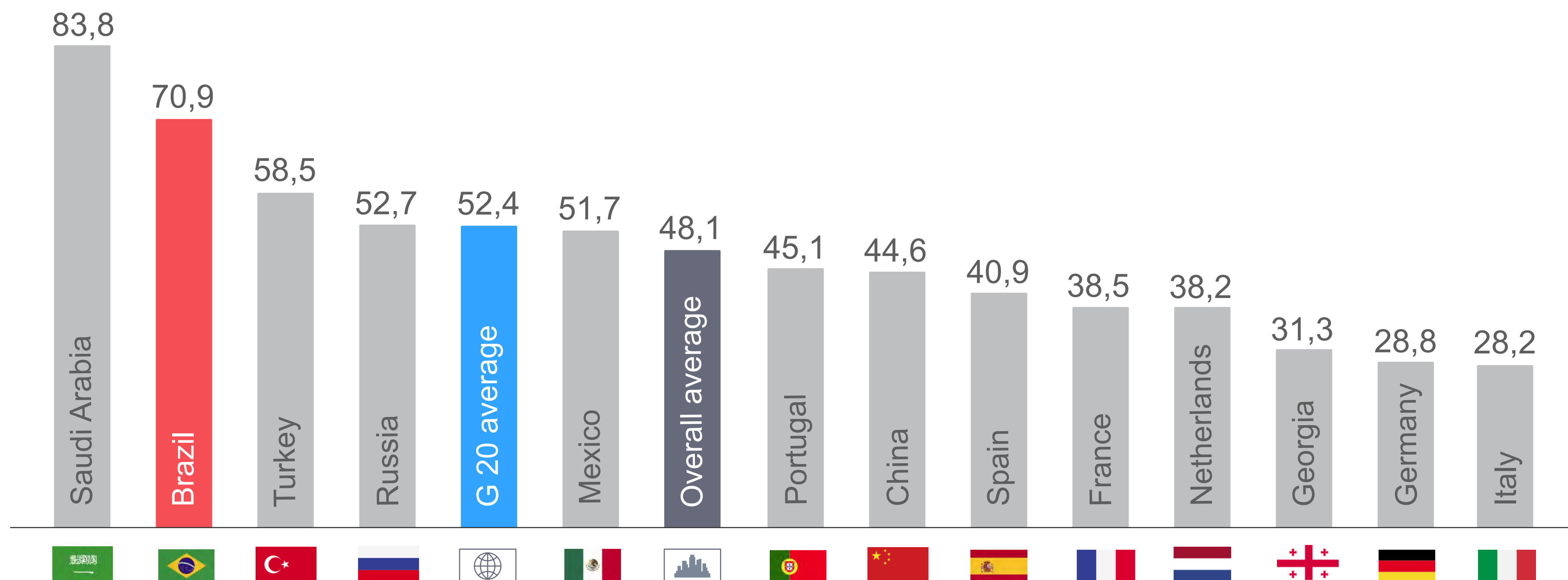
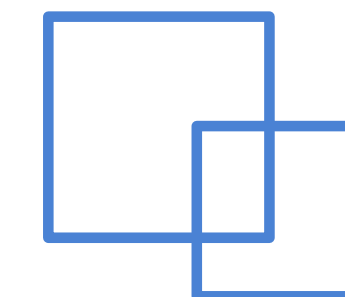
We were one of those countries that had the greatest increase in digital activities during the pandemic

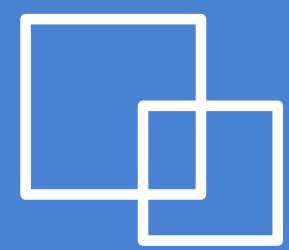
## Increased digital activities during the pandemic



**Amid the COVID-19 crisis, Brazil leveraged the number of bank users:**

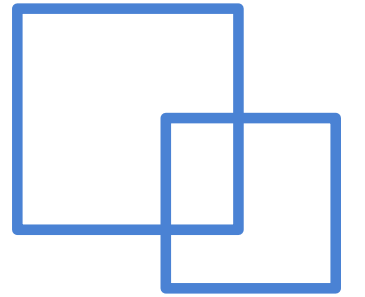
From January 2020 to June 2021, 38 million Brazilians opened their first bank account, driven by the payment of Emergency Aid, the launch of PIX and the growth of fintechs.





# We had an increase in virtually all digital activities

## Volume das atividades digitais na empresa



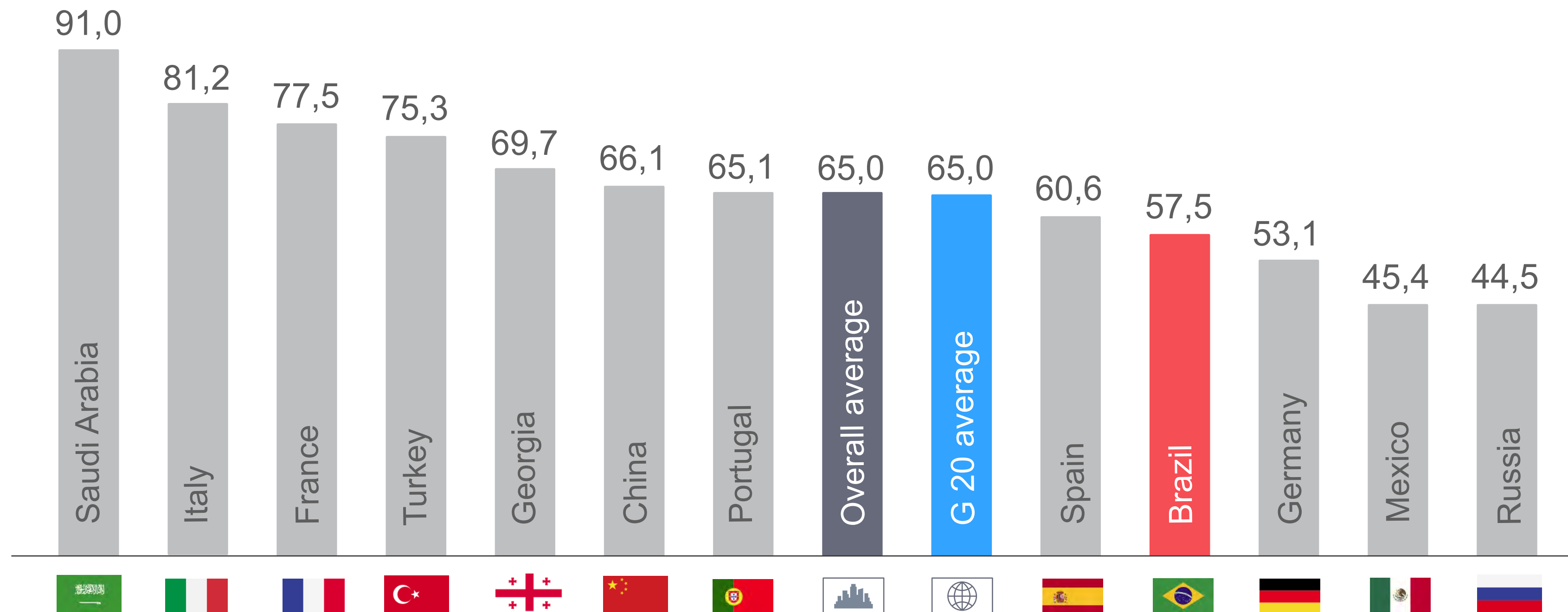
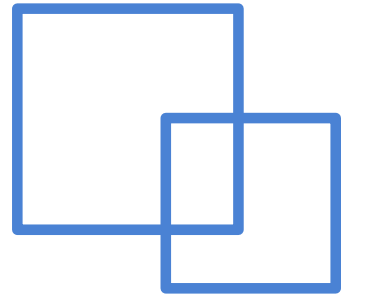
	Antes da pandemia		Atualmente
	Volume grande ou muito grande		Volume grande ou muito grande
Número de operações em conta corrente realizadas on-line como um percentual do total de operações em conta corrente	42%	+7 p.p	49%
Pagamentos on-line para fornecedores como um percentual do pagamento total para fornecedores	38%	+9 p.p	47%
Pagamentos on-line pelos clientes como um percentual do pagamento total dos clientes	27%	+11 p.p	38%
Uso de redes sociais como o Facebook e Instagram para atividade comercial, com publicidade e networking	26%	+11 p.p	37%
Venda de produtos ou serviços por meio do site da sua empresa como um percentual e vendas totais	12%	+4 p.p	16%
Vendas de produtos ou serviços por meio de uma plataforma on-line compartilhada, como Mercado Livre ou Get Ninjas, como um percentual das vendas totais	5%	+1 p.p	6%

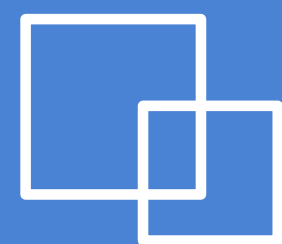
(Estimulada e múltipla, em %)



# MSMEs in Brazil were among those who least relied on government financial support

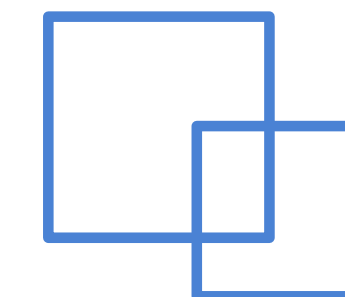
## Percentage of MSME owners who used government support





Most of those who did not apply for a loan answered that it was because they did not need it

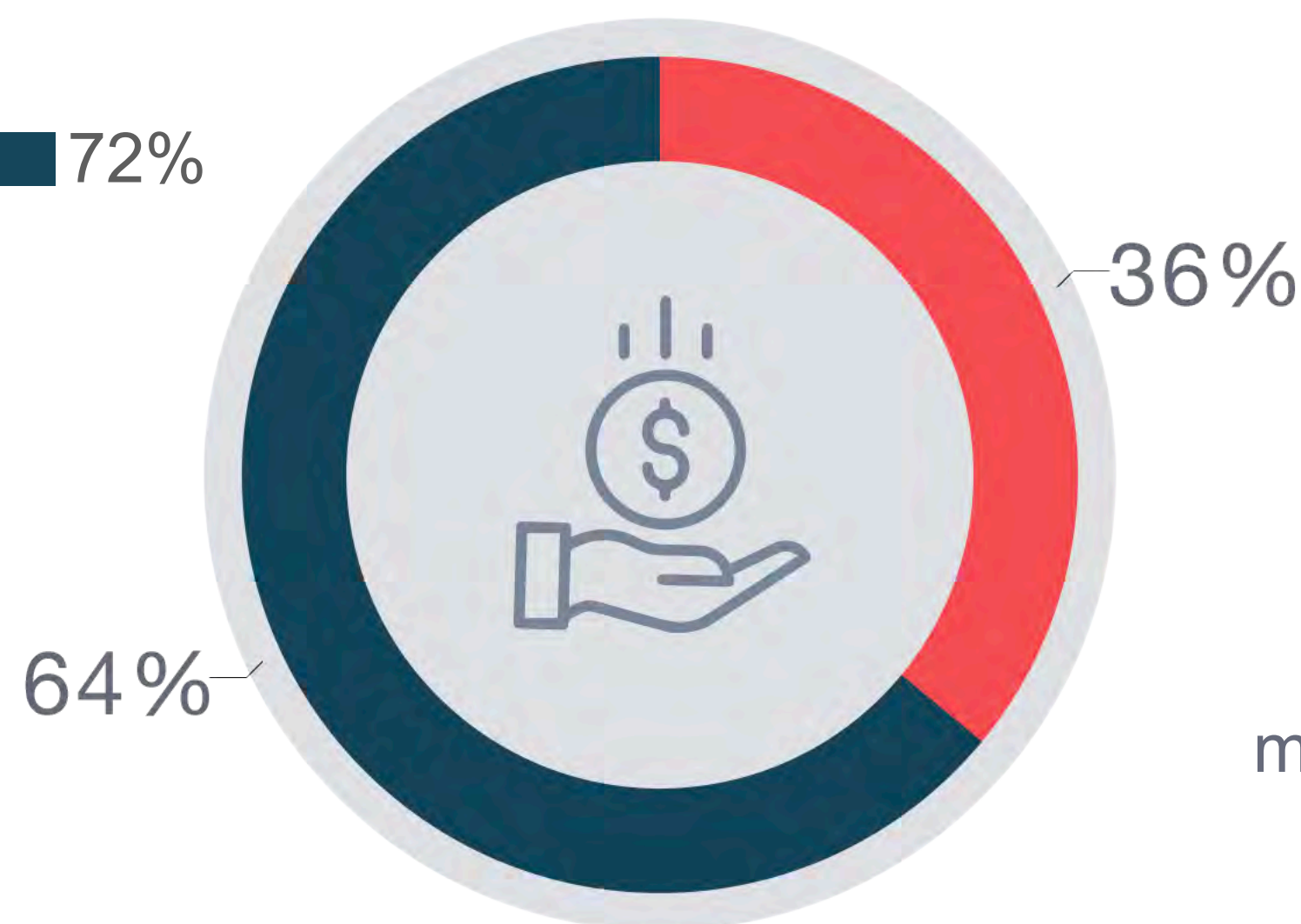
## Solicitou empréstimo durante a pandemia de COVID-19



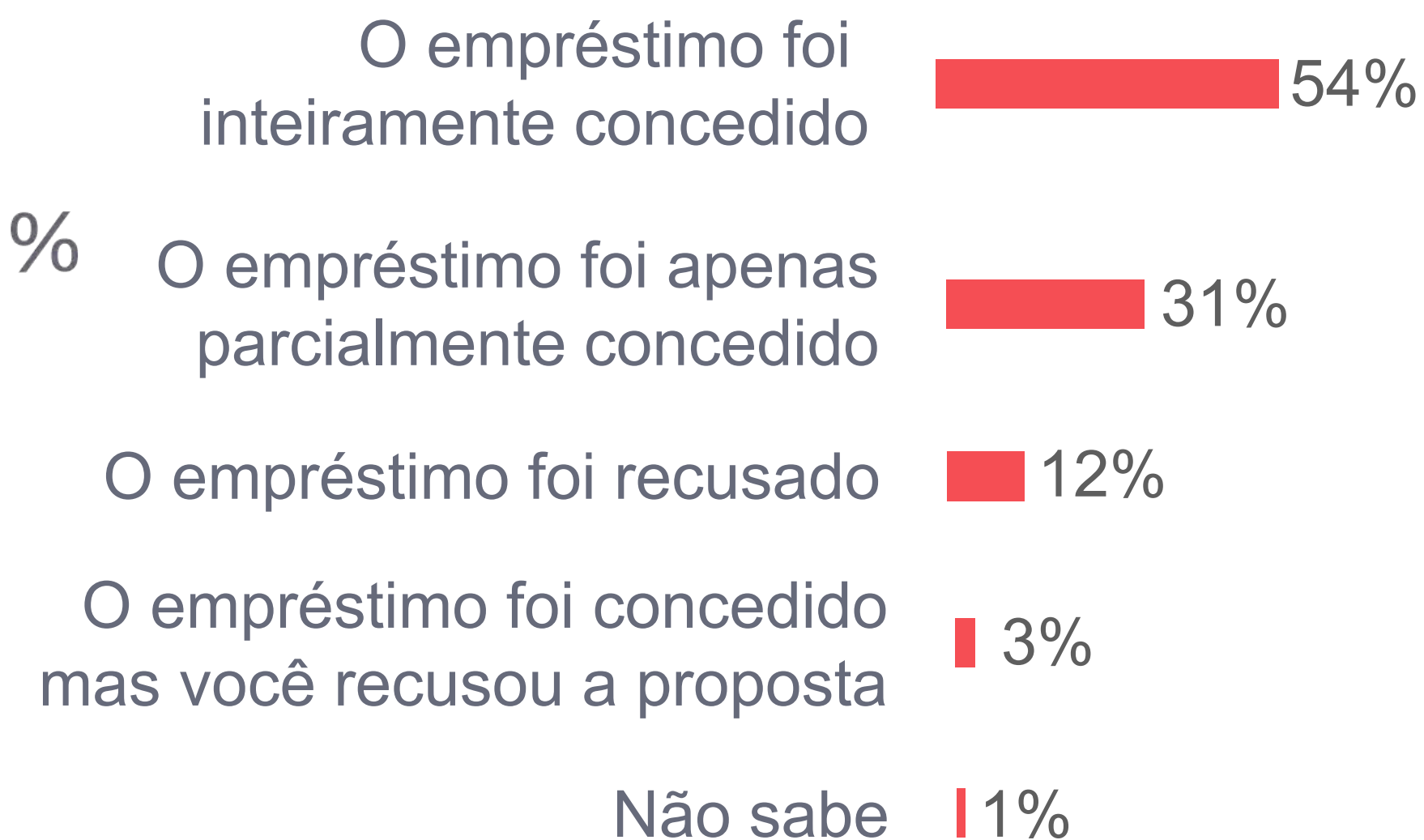
### Razões para não ter solicitado o empréstimo



■ Não ■ Sim



### Situação do empréstimo



Grande parcela não pediu empréstimos durante a pandemia, principalmente por não precisar.

Entre os que solicitaram empréstimo, 85% tiveram a solicitação inteiramente ou parcialmente concedida.



# Education programs and target audiences

## Projects



Target audience



Audience

### Como investir em você

Estudantes / Professores universitários 

### Partiu investir

Investidores / Público final 

Estudantes / Professores universitários 

### Cursos livres

Investidores / Público final 

Profissionais certificados 

Mercado 

Estudantes / Professores universitários 

Imprensa 

### Como investir e redes sociais

Investidores / Público final 

Estudantes / Professores universitários 

### Se liga na fraude

Investidores / Público final 

Profissionais certificados 

Mercado 

Imprensa 

### Site fake

Investidores / Público final 

### Raio X do investidor


Associados 

Mercado 


Academia / Pesquisadores 

Imprensa 

### Prêmio mercado de capitais

Associados 

Mercado 

Academia / Pesquisadores 

### Conferência CVM

Mercado 

Academia / Pesquisadores 



## Alfabetización financiera de propietarios de MIPYMES en México (2021)

2021 Annual Meeting of the OECD/CVM Centre on Financial Education and Literacy in Latin America and the Caribbean

*Las opiniones de la expositora no necesariamente coinciden con las de la Institución*

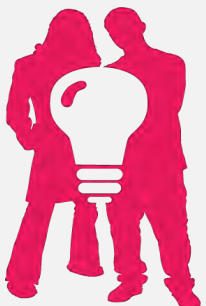


BANCO DE MÉXICO

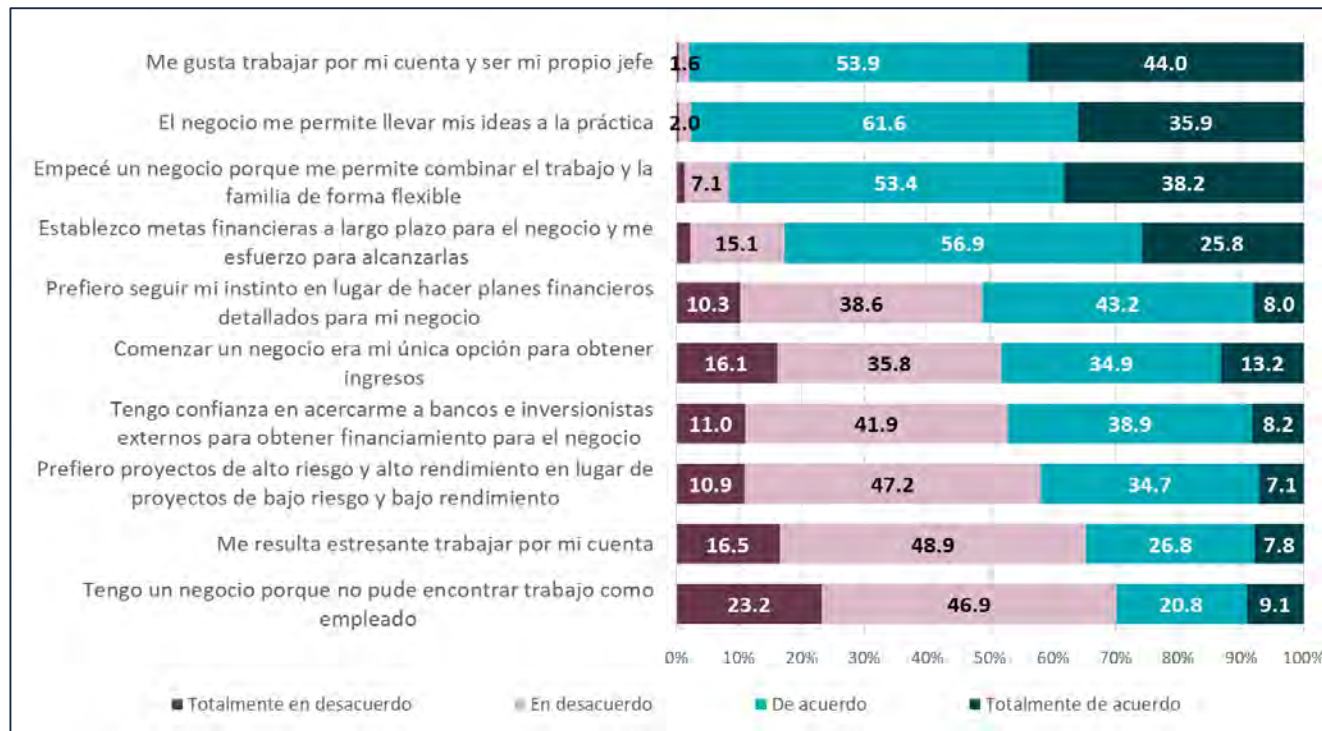


# Perfil de las personas propietarias de MIPYMES en México

- 65% hombres, 35% mujeres
- 47 años (mediana)
- En alrededor del 50% de los casos, al menos uno de sus padres tiene/ha tenido un negocio.
- Más de la mitad cuenta con licenciatura o posgrado
- Experiencia como propietario/a de negocios:
  - >10 años: 58%
  - Entre 5 y 10 años: 20%
- 50% han recibido educación en temas relacionados con negocios, economía y finanzas.<sup>1</sup>
- Autoevaluación de conocimientos financieros: 36% bajos o muy bajos
- Habilidades en el uso de computadora y tecnología:\*
  - 4 de 10 altas
  - 4 de 10 suficientes
  - 2 de 10 bajas



## Razones para tener una microempresa y actitudes respecto al riesgo (En por ciento)



Fuente: Encuesta para medir la alfabetización financiera de los empresarios de MIPYMES, BANXICO, 2021.

1/ Personas con al menos preparatoria.

\*/ Pregunta agregada por Banxico a la Encuesta OCDE/INFE.

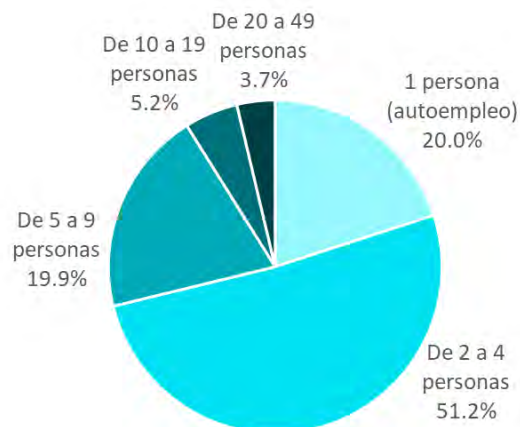


# Características de las MIPYMES en México

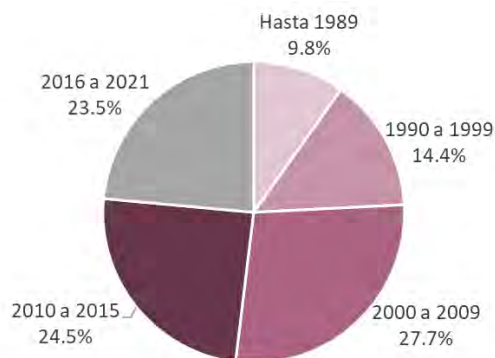
**Distribución de las MIPYMES en muestra por giro y tamaño de la empresa**  
(No de empresas y en por ciento del total)

Giro	Tamaño de la empresa			Total	Proporción por giro
	Micro	Pequeña	Mediana		
<b>Número de empresas</b>					
Industria	120	10	No aplica	130	13.0
Comercio	452	11	7	470	47.0
Servicios	371	29	No aplica	400	40.0
<b>Total</b>	<b>943</b>	<b>50</b>	<b>7</b>	<b>1,000</b>	<b>100.0</b>
<b>Proporción por tamaño de la empresa</b>	<b>94.3</b>	<b>5.0</b>	<b>0.7</b>	<b>100.0</b>	

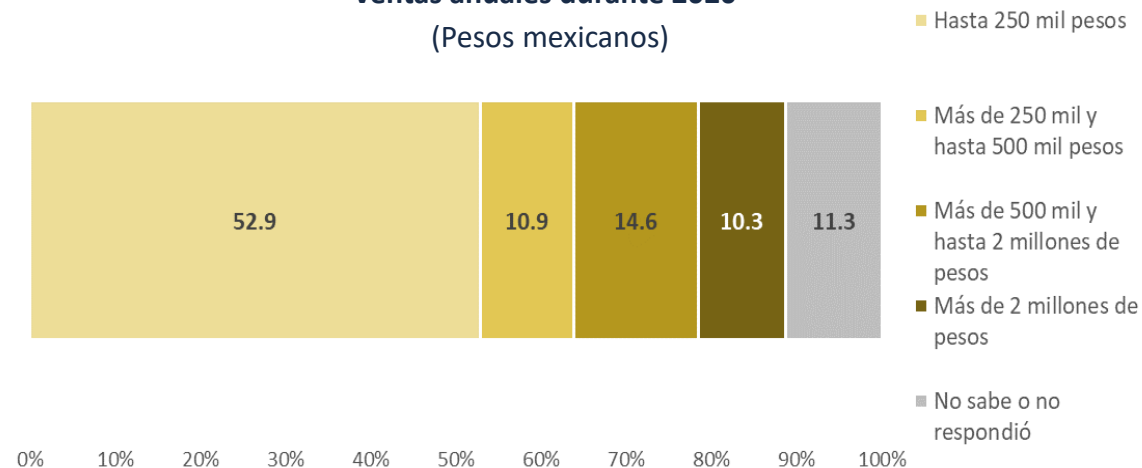

**Número de empleados/as**  
(En por ciento del total de negocios)



**Fecha de inicio de las operaciones**  
(En por ciento del total de negocios)



**Ventas anuales durante 2020<sup>1</sup>**  
(Pesos mexicanos)




- 75% son negocios familiares\*.
- 86% formales.
- El principal obstáculo que enfrentan es la falta de acceso a financiamiento (34%)\*.

1/ Si la empresa comenzó operaciones hace menos de un año, estas cifras se refieren a las ventas anuales esperadas durante 2021.

\*/ Preguntas agregadas por Banxico a la Encuesta OCDE/INFE.

Fuente: Encuesta para medir la alfabetización financiera de los empresarios de MIPYMES, BANXICO, 2021.

# Índice de competencias financieras de las MIPYMES

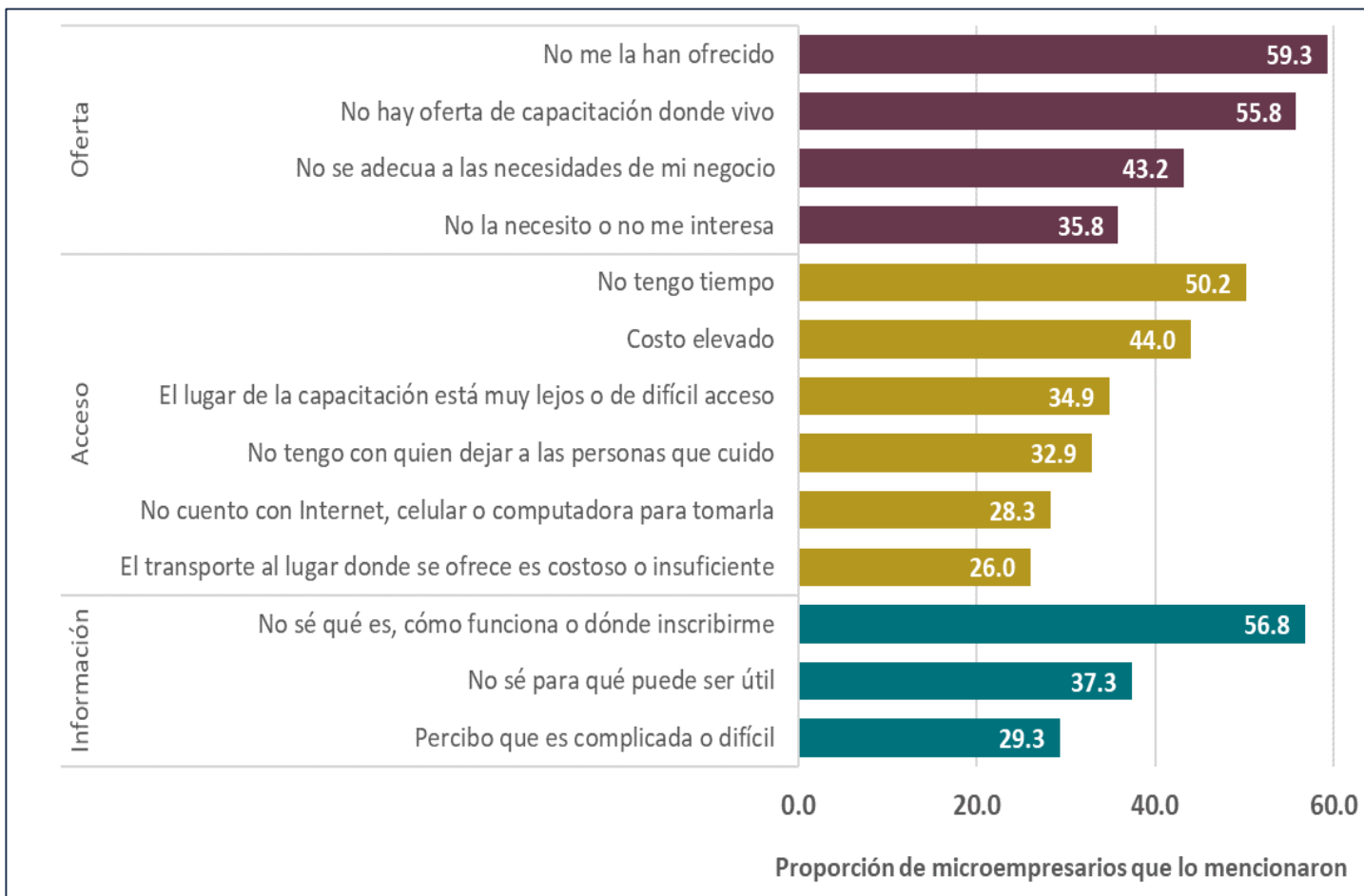
Índices de competencias financieras	MX: Promedio Adultos (2018)	MX: Promedio MIPYMES (2021)			G20: Promedio MIPYMES (2021)	
		Total	0-9 empleados	10-49 empleados	0-9 empleados	10-49 empleados
 Conocimientos	65.8	68.0	68.7	79.1	67.5	70.5
 Comportamientos	48.2	64.4	63.3	78.7	70.8	77.5
 Actitudes	65.0	60.0	58.5	73.3	60.0	69.2
<b>General</b>	<b>58.2</b>	<b>64.7</b>	<b>64.0</b>	<b>77.9</b>	<b>68.0</b>	<b>74.0</b>

Fuentes: Banxico (2021). Encuesta para medir la alfabetización financiera de los empresarios de MIPYMES. INEGI (2018). Encuesta Nacional de Inclusión Financiera. OECD (2021), G20/OECD-INFE Report Navigating the Storm: MSMEs' financial and digital competencies in COVID-19 times, [www.oecd.org/finance/navigating-the-storm-MSMEs-financial-and-digital-competencies-in-COVID-19-times.htm](http://www.oecd.org/finance/navigating-the-storm-MSMEs-financial-and-digital-competencies-in-COVID-19-times.htm)

# Educación financiera de las MIPYMES

¿Cuáles son las razones por las que se le dificulta recibir capacitación sobre las finanzas de su negocio?\*

(En por ciento del total de personas propietarias de negocios)



- 44.5% ha tomado algún curso de capacitación sobre cómo administrar las finanzas de un negocio o finanzas personales.
- Hay una falta de oferta de capacitación para los propietarios y que esta sea cercana.
- El principal motivo por el cual no toman una capacitación es escasez de tiempo, seguida de los costos.
- En casi 6 de 10 propietarios existe desconocimiento sobre qué capacitación hay disponible y 4 de cada 10 no la considera útil.

\*/ Preguntas agregadas por Banxico a la Encuesta OCDE/INFE.

Fuente: Encuesta para medir la alfabetización financiera de los empresarios de MIPYMES, BANXICO, 2021.

# Impacto del COVID-19 en las MIPYMES

## Capacidad de operación\*

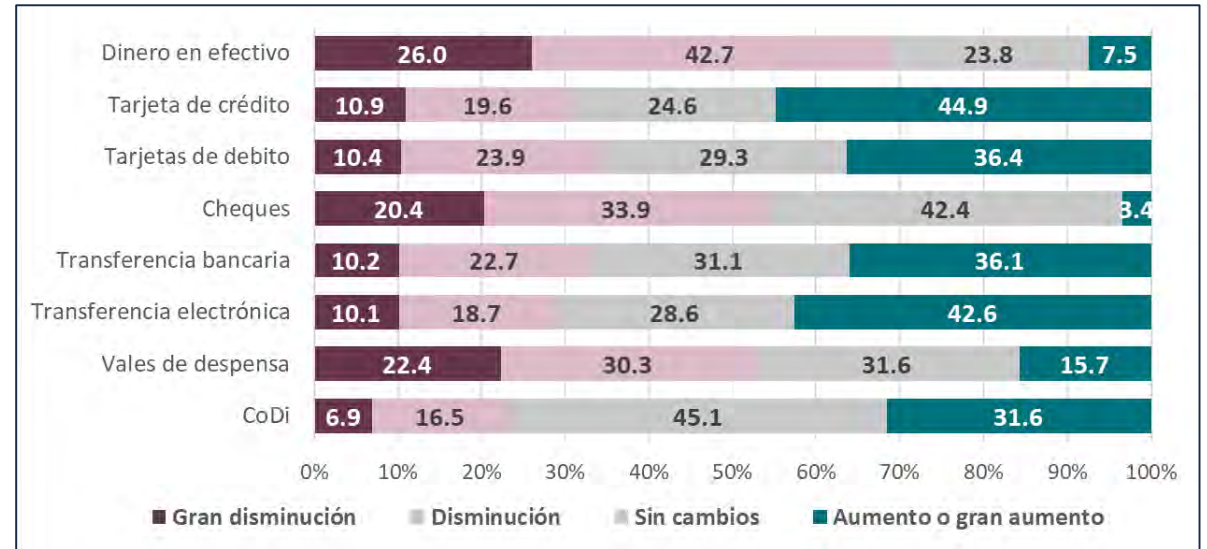
- Durante la pandemia, el porcentaje de negocios que operó a la mitad de su capacidad o menos pasó de 49.3% en 2019 a 74.1% en 2020. En 2021 dicho porcentaje se ubicó en 67.6% todavía por encima de la cifra pre-COVID.



## Ventas y deuda

- 8 de cada 10 propietarios registraron un impacto negativo de la pandemia en sus negocios, particularmente en la disminución de sus ventas (81%) y ganancias (83%), así como en un incremento en su deuda (84%).

## Cambios en la frecuencia con que los clientes usan los medios y sistemas de pago derivados de la emergencia sanitaria por COVID19\* (porcentaje del total de propietarios de negocios)



**La pandemia generó un aumento en el uso de medios de pago electrónicos, incluyendo CoDi, la plataforma de pagos digitales a través de celulares desarrollada por Banxico<sup>1</sup>.**

1/ Cabe señalar que 9 de cada 10 MIPYMES usan efectivo como medio de pago, 7 de cada 10 transferencias bancarias/electrónicas y poco más de 4 de cada 10 usan tarjetas de débito y crédito.

\*/ Preguntas agregadas por Banxico a la Encuesta OCDE/INFE.

Fuente: Encuesta para medir la alfabetización financiera de los empresarios de MIPYMES, BANXICO, 2021.

# Acciones de Banco de México para la educación económico-financiera de las MIPYMES

**Taller piloto en línea de educación económico-financiera para colectivos de mujeres indígenas emprendedoras (Monterrey, N.L.)**

**Capacitación y difusión en el uso de nuevos medios de pago**

## Temáticas abordadas

- El valor de mi trabajo
  - Mi función en la economía
  - El impacto de mis decisiones
  - ¿Necesidad o deseo?
  - La utilidad de un registro de cuentas
  - Finanzas personales vs. Mi negocio
  - De sueños a realidades: Ahorro
- 
- Campañas en redes sociales y caravana CoDi<sup>®</sup> para la difusión del CoDi<sup>®</sup> como un medio alternativo de pago con muchas ventajas (cero comisión, seguro, 24 X 7) para las MIPYMES.
  - Capacitación del uso de esta nueva herramienta.



Fuente: Banxico. Información sobre CoDi Cobro Digital. Cifras de la imagen al 05 de octubre de 2021. <https://www.banxico.org.mx/sistemas-de-pago/codi-cobro-digital-banco-me.html>



## Siguientes pasos

- Profundizar el análisis de datos de la Encuesta de Alfabetización Financiera de Propietarios de MIPYMES para explorar aspectos como diferencias de género y considerarlas dentro del diseño de iniciativas educativas.
- Fortalecer el taller piloto en línea de educación económico-financiera para colectivos de mujeres indígenas emprendedoras, considerando los hallazgos de la Encuesta (ej. obstáculos para su financiamiento, preferencias para seguir su instinto, utilizar la misma cuenta para el negocio y para su hogar, etc.), así como ampliar su difusión para lograr un mayor alcance.
- Integrar la información proporcionada por la Encuesta en la estrategia de capacitación y difusión sobre CoDi®.
- Elaborar una estrategia de difusión de los resultados de la Encuesta para que más organizaciones y proyectos puedan beneficiarse de sus hallazgos.