

En esta edición

Mensaje del presidente de la mesa directiva

La FDIC expande la iniciativa de extensión hispana de educación financiera

Ensayo fotográfico: la FDIC lanza la campaña de promoción de la educación financiera en los medios hispanos de los Estados Unidos

Historias de éxito de *Money Smart* [INASEQUIBLE]

Money Smart: Participe

Noticias sobre los socios

Mensaje del presidente de la mesa directiva



Desde que la FDIC lanzó el premiado programa de educación financiera *Money Smart*, hace cuatro años, hemos ayudado a miles de consumidores no bancarizados a comenzar el camino hacia la independencia financiera. Estamos orgullosos de nuestro rol de liderazgo en este área, pero todavía queda mucho por hacer. En este número de nuestra circular nos centraremos en un problema muy grande, la necesidad de más educación financiera en la comunidad hispana - y la última información sobre lo que está haciendo la FDIC para ayudar.

Primero, el problema. En los Estados Unidos viven casi 40 millones de hispanos y de acuerdo con diversos estudios de años recientes, casi la mitad de la población hispana adulta no tiene una cuenta para transacciones (como por ejemplo una cuenta de ahorros o una cuenta de cheques) y una cantidad similar no conocen lo suficiente sobre cómo ahorrar e invertir su dinero. La FDIC considera que es muy problemático que millones de personas se puedan estar perdiendo oportunidades muy importantes de créditos, de adquisición de una vivienda, de ahorros y de otras formas para crear un futuro mejor para sus familias porque no tienen la comprensión básica de cómo funciona el sistema financiero de EE.UU. Al mismo tiempo, la FDIC cree que la industria de servicios financieros se está perdiendo oportunidades de negocios muy importantes para servir a este mercado grande y en crecimiento.

Aprenderá sobre los últimos esfuerzos de la FDIC para incorporar a más hispanos a la corriente bancaria. Mostramos detalles de nuestra campaña publicitaria en español realizada durante todo el verano, diseñada para llevar un mensaje claro y urgente a los estadounidenses hispanos, que la alfabetización financiera realmente es importante para ellos y sus familias y que el programa *Money Smart* de la FDIC los puede ayudar a comenzar. Hasta verá [fotos del evento de inicio de la campaña, realizado en junio](#) en Capitol Hill.

También leerá sobre la participación de la FDIC en algunas sociedades nuevas interesantes, cuyo fin es ayudar a las comunidades hispanas, entre las que se incluye una iniciativa de alfabetización financiera anunciada por el Presidente Bush.

La FDIC disfruta y se beneficia de las asociaciones con organizaciones dedicadas que desean introducir a más estadounidenses a la corriente financiera. Si desea hablar sobre la posibilidad de asociarse a la FDIC o a *Money Smart* para ayudar a que cualquier segmento de nuestra población esté más informada y sea más próspera, lo aliento a [comunicarse con el funcionario regional de Programas para la Comunidad de la FDIC](#).

La FDIC expande la iniciativa de extensión hispana de educación financiera

La FDIC está expandiendo sus esfuerzos para mejorar sus aptitudes para administrar el dinero en las comunidades hispanas, entre estos esfuerzos está el lanzamiento de una campaña publicitaria en español para promover el programa de educación financiera *Money Smart* en lugares clave de los Estados Unidos. Recientemente, el Presidente Bush anunció que se le pidió a la FDIC que brinde sus servicios en una nueva asociación de educación financiera para hispanos.

En la actualidad viven en los Estados Unidos casi 40 millones de hispanos. Muchos de ellos están intentando funcionar en nuestra sociedad sin una cuenta bancaria y sin comprender bien cómo administrar sus finanzas, dijo el Presidente de la mesa directiva de la FDIC, Donald E. Powell, cuando anunció la nueva campaña en los medios en Junio. “Sin este conocimiento”, expresó, “no pueden realizar el sueño de ahorrar dinero o adquirir una vivienda. La educación financiera es la clave para la independencia financiera, y podemos ayudar”.

A continuación se muestra una descripción general de lo que la FDIC está haciendo para alentar o ayudar a los estadounidenses hispanos para que ahorren para su futuro, eviten préstamos costosos o servicios de transferencia de dinero y para que se conviertan en administradores inteligentes de su dinero.

La campaña en los medios hispanos:

La campaña en los medios hispanos, que se realizará durante todo el verano, promueve el uso del programa gratuito de la FDIC, *Money Smart*, en publicidades impresas y por radio en comunidades hispanas en 14 lugares clave: Atlanta, Austin, Boston, Chicago, Dallas, Denver, Kansas City, Los Ángeles, McAllen (TX), Miami, Nueva York, Puerto Rico, San Antonio y Washington, DC. Los avisos publicitarios se centran en la importancia de la educación financiera en situaciones como ahorrar dinero para pagar la educación de un hijo o para adquirir una vivienda. También alientan a los consumidores a considerar asistir a una clase en español de *Money Smart* en su área y para más información refiere a las personas a un número gratuito especial atendido en español (1-877-449-6629) y a la nueva página Web en español de la FDIC (www.fdic.gov/quicklinks/spanish.html), que también ofrece otros materiales educativos.



La FDIC también está trabajando con organizaciones hispanas nacionales, instituciones financieras, grupos comunitarios y escuelas y universidades para promover la campaña de publicidad en los medios. Hasta la fecha, 38 organizaciones en los 14 mercados mediáticos también han aceptado enseñar más de 270 clases de *Money Smart* en español.

“Con el lanzamiento de la nueva campaña publicitaria, la FDIC está dando otro paso muy importante para proporcionar oportunidades educativas de alta calidad y sin costo sobre la administración del dinero a nuestras comunidades hispanas” dijo Lee Bowman, el Coordinador Nacional del Programa para la Comunidad de la agencia. “Estamos seguros de que este esfuerzo de extensión ayudará a darles más poder a los estadounidenses hispanos para hacer que sus sueños de adquirir una casa o un negocio o enviar a sus hijos a la universidad se convierta en realidad”.

Para ver un ensayo fotográfico del anuncio del 9 de Junio de la FDIC sobre la campaña mediática hispana en el edificio Rayburn House Office Building en Capitol Hill en Washington, ingrese a [Money Smart Ensayo fotográfico sobre extensión hispana](#).

La campaña de publicidad de extensión hispana de la FDIC está centrada en la importancia de la educación financiera en situaciones de la vida real. Este aviso impreso se centra en el hecho de que muchas parejas casadas desean adquirir una vivienda pero sus miedos a solicitar un préstamo hipotecario los detiene.

La iniciativa de alfabetización financiera del Presidente:

En mayo, el Presidente Bush le solicitó a la FDIC que contribuya con la primera asociación público-privada nacional para garantizar que la educación financiera llegue de manera consistente e integral a todas las comunidades hispanas. El Presidente anunció esta iniciativa durante un discurso realizado ante la Conferencia 2005 Sobre Economía de las Pequeñas Empresas Latinas, donde se analizó la reforma sobre seguridad social y la necesidad de incrementar el patrimonio financiero de la población latina.

El Presidente acotó que “En los Estados Unidos hace falta incrementar la alfabetización financiera y es por eso que he dado instrucciones a la FDIC, a la SBA y al Departamento del Tesoro para que trabajen junto a el Latino Coalition, la Cámara de Comercio Hispana y otros grupos para asegurarnos de que la alfabetización financiera tenga un mayor alcance tanto en los vecindarios como en las comunidades”. Luego dijo que la FDIC, con su programa *Money Smart*, trabajaría con Latino Coalition para concienciar sobre la educación financiera.

Una asociación exitosa con el gobierno mexicano:

Durante los últimos dos años, la Oficina Regional de Chicago de la FDIC y el Consulado General de México se han unido en un programa piloto en el oeste medio que ha hecho que los inmigrantes latinos se unan a la corriente bancaria principal a través de promoción de la educación financiera y programas de extensión y productos bancarios innovadores. Esta asociación -- la New Alliance Task Force -- se ocupa principalmente del alto costo de las remesas (la parte de las ganancias de un inmigrante que se envía a familiares en su país de origen) y alienta a las instituciones bancarias a promocionar cuentas que ofrezcan características de remesas para los inmigrantes mexicanos, como una alternativa a los servicios de transferencia bancaria de alto costo. Con este programa, más de 10,000 inmigrantes mexicanos han participado en clases de educación financiera en la zona del oeste medio de Estados Unidos; se abrieron más de 50,000 cuentas bancarias nuevas en un período de dos años y se depositaron más de \$100 millones en instituciones financieras estadounidenses.

Organizaciones hispanas nacionales que apoyan el programa *Money Smart*:

La FDIC se unió a cuatro socios nacionales hispanos para incorporar la versión interactiva con soporte informático (CBI) de *Money Smart* en su capacitación laboral actual o en programas de extensión a la comunidad. Las organizaciones son: Bert Corona Leadership Institute (brinda programas de capacitación a poblaciones emigrantes e inmigrantes), MANA, A National Latina Organization (da poder a Latinas a través de desarrollo de liderazgo y servicio a la comunidad), ASPIRA Association, Inc. (brinda educación y desarrollo de liderazgo a jóvenes portorriqueños y otros latinos) y SER-Jobs for Progress National, Inc. (una red de empleo y organizaciones de capacitación para hispanos).

Supervisores bancarios de capacitación en países latinos:

La FDIC se une a la Association of Supervisors of Banks of the Americas (ASBA, Asociación de Supervisores de Bancos de las Américas) para ofrecer los materiales y la capacitación de *Money Smart* a supervisores bancarios de México y otros países latinoamericanos para su uso en la educación de ciudadanos en cuanto a la administración del dinero, que incluye la mejor forma de manejar los pagos de remesas recibidos del exterior. Los funcionarios de la FDIC dicen que Chile, Uruguay, Bolivia, Guatemala y Ecuador demostraron estar interesados en conformar una asociación y desarrollar un programa de educación financiera utilizando *Money Smart*.

Proyectos junto con Inter-American Development Bank (IADB):

La FDIC está trabajando con el IADB para alentar a las instituciones financieras a establecer programas diseñados para disminuir el costo de las remesas y para desarrollar un paquete publicitario que promueva la “democracia financiera” en las comunidades inmigrantes latinas no bancarizadas y con pocos recursos y para mejorar el acceso a la corriente financiera de los Estados Unidos.

Ensayo fotográfico: la FDIC lanza la campaña de promoción de la educación financiera en los medios hispanos de los Estados Unidos

El 9 de junio de 2005, en Capitol Hill, la FDIC anunció el lanzamiento de una campaña en los medios que durará todo el verano en la que se utilizarán avisos publicitarios impresos y en la radio para concienciar al público sobre la importancia de la educación financiera en las comunidades hispanas de Estados Unidos.

El Presidente de la mesa directiva de la FDIC, Don Powell (en sentido de las agujas del reloj desde la esquina superior izquierda) y los miembros clave del Congreso, entre ellos el Miembro del Comité de Servicios Financieros Barney Frank (MA) y la Co-Presidente del Grupo de Alfabetización Financiera y Económica Judy Biggert (IL), hablaron ante la gente reunida en el evento realizado en el edificio Rayburn House Office Building. (Fotos cortesía de James Kegley, W.W. Reid y Melissa M. Guido)



Una impresionante variedad de congresistas hicieron comentarios de apoyo de las iniciativas de educación financiera de la FDIC en comunidades hispanas (en sentido de las agujas del reloj, desde la esquina superior izquierda): Miembro del Comité de Servicios Financieros del Congreso, Barney Frank (MA); Co-Presidente del Grupo de Alfabetización Financiera y Económica, Judy Biggert (IL); Co-Presidente del Grupo de Alfabetización Financiera y Económica, Rubén Hinojosa (TX); Presidente de la Conferencia Hispana del Congreso, Ileana Ros-Lehtinen (FL); Presidente del Grupo Hispano del Congreso, Grace Flores Napolitano (AZ) y Miembro del Comité de Servicios Financieros del Congreso, Steve Pearce (NM). (Fotos cortesía de James Kegley)



Los funcionarios de la FDIC también tuvieron la oportunidad de hablar informalmente con representantes de organizaciones comunitarias, instituciones financieras y otros involucrados en servir a las comunidades hispanas. A la izquierda, el Presidente de la mesa directiva de la FDIC, Don Powell escuchó a José Niño, Presidente de American Dream Homes, Inc. En la foto a la derecha, Donna Gambrell, Directora Suplente de la División de Supervisión y Protección al Consumidor de la FDIC (parada segunda desde la izquierda), participó en un debate espontáneo con Alma Morales Riojas, Presidente de MANA, A National Latina Organization, y estudiantes que viajaron a Washington gracias al Bert Corona Leadership Institute. (Fotos cortesía de James Kegley)



Money Smart: Participe

Cualquier organización interesada en la educación financiera puede utilizar *Money Smart*. Si desea información e instrucciones sobre cómo obtener copias del programa de estudios, visite www.fdic.gov/consumers/consumer/moneysmartsp/index.html o llame al 1-877-275-3342.

El programa de estudios de *Money Smart* está formado por diez módulos integrales guiados por un instructor que cubren los temas financieros básicos, incluyendo una introducción a los servicios bancarios, sugerencias para obtener un crédito e información sobre cómo adquirir una vivienda. Puede ser fácilmente reproducido para su distribución masiva y no tiene restricciones de copyright. *Money Smart* es gratuito para los usuarios. La versión de *Money Smart* sólo para uso en el aula está disponible en CD-ROM en inglés, español, chino, coreano y vietnamita.

Además, hay disponible una versión interactiva nueva de *Money Smart* para enseñanza con soporte informático en dos formatos: como CD-ROM y en el sitio Web de la FDIC. A diferencia de la versión anterior de *Money Smart*, el programa con soporte informático está diseñado para uso individual. *Money Smart* con soporte informático se encuentra disponible en inglés y español. La FDIC también alienta a las organizaciones asociadas a poner a disposición del público *Money Smart* con soporte informático para las personas que no tengan acceso a las computadoras o a Internet.

Envíenos sus historias de éxito

Queremos saber de qué manera *Money Smart* está marcando una diferencia. Estamos interesados en escuchar sobre sus programas y procedimientos, consejos y otra información que le pueda resultar útil a los educadores y socios de *Money Smart*. Las mejores contribuciones pueden aparecer en un número de Noticias de *Money Smart*. [¡Envíe sus historias](#) hoy mismo! Además vea nuestras [historias de éxito publicadas anteriormente](#).

Noticias sobre los socios

Desde que se lanzó *Money Smart* en 2001, la FDIC ha distribuido más de 216.000 copias (en versiones en papel y CD-ROM) de *Money Smart* a instituciones financieras, grupos de la comunidad y agencias de todo el país. Además, la FDIC ha proporcionado adiestramientos gratis a más de 9.000 instructores. Más de 300.000 personas han asistido a las clases de *Money Smart* y más de 40.000 relaciones bancarias nuevas han sido establecidas por los estudiantes de *Money Smart*.

La FDIC también creó el Programa de Alianzas de *Money Smart* para las organizaciones que deseen firmar un acuerdo con la FDIC para promover *Money Smart* a través de sus miembros. En muchos casos, estas organizaciones tienen operaciones en un número de estados o a escala nacional.

Desde que el Presidente de la mesa directiva de la FDIC, Don Powell anunció la creación del Programa de Alianzas de *Money Smart* en junio de 2002, la cantidad de Socios de la Alianza ha crecido a más de 900.

Desde la publicación de Primavera de 2005 de las Noticias de *Money Smart*, Bank of America se ha unido al programa de Alianzas de *Money Smart* de la FDIC. El banco, que tiene una de las redes financieras más grande al nivel nacional en el área bancaria y banca electrónica esta de acuerdo con usar *Money Smart* para promover la educación financiera y los ahorros en las familias de ingresos bajos y moderados y en su área minorista de servicio bancario.

Además, durante este período, la FDIC firmó una asociación con el Departamento de Servicios Sociales de Louisiana. El estado promoverá el programa *Money Smart* entre las personas y familias de ingresos bajos y moderados a través de sus programas, que incluyen la red de soluciones para la pobreza (Solutions to Poverty [S.T.O.P.] Network), que brinda capacitación sobre administración financiera para ayudar a reducir la pobreza en las comunidades.



Funcionarios de la FDIC y el Bank of America en el anuncio realizado el 10 de junio en que se informó que el banco promoverá el programa de educación financiera *Money Smart* a través de su extensa área de servicio. De izquierda a derecha: Greg Barnard, Apoyo Nacional de Desarrollo de la Comunidad, Bank of America; Vickie Tassan, Vice Presidente Principal, Apoyo Nacional de Desarrollo de la Comunidad, Bank of America; Michael J. Zamorski, Director de la División de Supervisión y Protección al Consumidor de la FDIC; Miembros de la mesa directiva de la FDIC Thomas J. Curry y William Couper, Presidente, Bank of America Greater Washington. (Foto cortesía de Steve Barrett)

Todos nuestros socios y los miembros de la alianza nos ayudan a cumplir el objetivo común de ayudar a las personas de bajos a moderados recursos de EE.UU. a adquirir *Money Smart*, en inglés, para así establecer relaciones saludables con sus bancos, comenzar a generar su patrimonio y asegurar un mejor futuro para ellos mismos y sus familias.

La FDIC anunció que la National School Boards Association, una federación sin fines de lucro compuesta por asociaciones estatales de juntas escolares a través de todo Estados Unidos, ha endosado de forma unánime el programa de educación financiera *Money Smart* de la FDIC. Este endoso le permite a la FDIC promocionar mejor su programa de estudios de *Money Smart* a las 95.000 juntas de escuelas locales de la asociación, que gobiernan 14.890 distritos escolares locales que proporcionan servicio a 47 millones de alumnos de escuelas públicas.

¡Queremos saber de qué forma *Money Smart* está marcando una diferencia! [Comparta sus historias](#).