

En esta edición

Mensaje de la FDIC

Nuevo recurso para las organizaciones que realizan talleres de capacitación de instructores

Nuestras más recientes historias de éxito: Cómo los bancos comunitarios están fortaleciendo a sus comunidades con Money Smart

El boletín de noticias para el consumidor de la FDIC ofrece estrategias para crear un mejor futuro financiero

Ayuda para que los consumidores entiendan cómo funciona el seguro de depósito de la FDIC

El Comité Asesor estudia tendencias en banca móvil, tarjetas prepagadas

Saque el mayor provecho de la semana "America Saves"

Mensaje de la FDIC



Esta edición de *Noticias de Money Smart* se publica antes de dos eventos clave para los educadores financieros. El primero es la semana "America Saves" (19-26 de febrero), una campaña anual a escala nacional a través de la que miles de organizaciones promueven el buen hábito de ahorrar. El otro es el *Mes de la educación financiera* (abril), durante el que agencias gubernamentales, organizaciones privadas y grupos comunitarios unen sus esfuerzos para concientizar a los consumidores sobre los beneficios de aprender más sobre sus asuntos financieros.

Aunque estos son eventos anuales, nuestros mensajes como educadores financieros – tanto en el aula de clase como en la comunidad – no deberían ser los mismos año tras año. En otras palabras, por los cambios en la economía o la manera en que las personas hacen negocios, nuestros mensajes tienen que adaptarse a los tiempos. No desempolva los mismos enfoques y técnicas educativas del año pasado – o incluso del penúltimo año – dando por sentado que seguirán siendo oportunos para este año.

¿Qué vemos de nuevo e informativo en 2012? Muchas de las últimas tendencias en la administración financiera personal involucran la tecnología. Por ejemplo, como parte de la iniciativa del Tesoro de los EE.UU. de ser "todo electrónico", todos los nuevos Bonos de Ahorros (sin incluir los que se compran usando una parte del reembolso de impuestos durante la temporada de impuestos) se emitirán sólo en forma electrónica. Además, las personas que tienen derecho a recibir beneficios federales como el Seguro Social y, en ciertos estados, como el seguro de desempleo, deben recibir su dinero electrónicamente en vez de por cheque.

Al mismo tiempo, el comercio se ha puesto al día con la manera en que las personas se comunican y buscan información, dando lugar a un nuevo término: *comercio social*. ¿Cómo es así? Con cada vez más frecuencia, se están dirigiendo ofertas especiales a los consumidores por e-mail o teléfonos inteligentes (*smartphones*), por lo que los consumidores deben guardarse de permitir que la promesa de un "descuento" los haga caer en la trampa de una compra innecesaria o, peor aún, una transacción fraudulenta. Y las tendencias en el volumen cada vez menor del correo de EE.UU. reflejan el hecho de que muchos consumidores prefieren manejar sus necesidades financieras básicas en línea – a veces exponiéndose a riesgos y pagos innecesarios. Ese puede ser el caso si, por ejemplo, un consumidor realiza una transacción en línea con un agente tercero sin antes revisar sus políticas de seguridad y privacidad, o si el individuo paga cargos substanciales para obtener un adelanto de dinero en línea.

Aunque las formas de manejar las finanzas han evolucionado con los años, los conceptos básicos de la educación financiera siguen siendo válidos. Entre ellos: comparar precios de servicios financieros, tomar medidas para evitar el robo de identidad y usar un presupuesto para manejar los gastos. Y, desde el punto de vista de su implementación, el programa de estudios *Money Smart* se actualiza regularmente para reflejar los tiempos, y sigue siendo una excelente herramienta y catalizador para que las asociaciones entre bancos y comunidades provean a los consumidores de los conocimientos y habilidades que necesitan para navegar por los cambios de los tiempos económicos.

Esta edición de *Money Smart* destaca la manera en que las instituciones depositarias comunitarias han aprovechado nuestro programa de educación financiera para ayudar a los residentes locales y crear nuevas oportunidades de negocios – temas importantes y oportunos, especialmente porque *Money Smart* se lanzó en 2001 como una herramienta para que bancos y comunidades formen alianzas.

Si tiene alguna pregunta, o quiere hacer alguna sugerencia o enviar una historia de éxito de *Money Smart*, envíe un correo electrónico a communityaffairs@fdic.gov.

Mark Pearce

Director

División FDIC de depositante y protección al consumidor

Nuevo recurso para las organizaciones que realizan talleres de capacitación de instructores

Desde hace años, la FDIC ofrece un breve video para la capacitación de instructores con el fin de familiarizar rápidamente a los instructores potenciales con el programa de estudios *Money Smart*. La FDIC también realiza, de forma limitada, talleres de capacitación de instructores de un día completo para brindar mayor orientación sobre la implementación del programa. Ya que reconoce que muchos socios de *Money Smart* organizan sus propios talleres de capacitación de instructores para su personal o partes interesadas que utilizarán el programa, la FDIC ahora ofrece un CD que contiene recursos útiles para el uso de los socios al llevar a cabo sus propios talleres de capacitación de instructores. Para pedir el nuevo CD, titulado “Train-the-Trainer (in-a-box) Resources,” [visite el catálogo de productos en línea de la FDIC](#).

Nuestras más recientes historias de éxito: Cómo los bancos comunitarios están fortaleciendo a sus comunidades con *Money Smart*

Hace diez años, *Money Smart* se lanzó como una herramienta para que los bancos “fortalecieran a sus comunidades”. Esta edición de nuestras historias de éxito se centra en cómo los bancos comunitarios están utilizando *Money Smart* para forjar nuevas relaciones. ([Lea las historias.](#))

El boletín de noticias para el consumidor de la FDIC ofrece estrategias para crear un mejor futuro financiero

Los consumidores tienen que tomar decisiones importantes en cuanto a cómo administrar su dinero y ahorrar para el futuro, particularmente en una economía difícil donde cada dólar cuenta. Para ayudar a los consumidores a tomar decisiones difíciles basadas en información práctica proveniente de fuentes confiables, la edición de *FDIC Consumer News* de otoño de 2011 ofrece estrategias sencillas en tres áreas: ahorrar para la jubilación, mejorar los puntajes crediticios y comprar o alquilar una vivienda. Además, la edición ofrece nuevos consejos e información relacionados con la banca en Internet. A los educadores financieros se les recomienda utilizar *FDIC Consumer News* como un suplemento para repartir a sus estudiantes. Vea esta edición del boletín de noticias, así como la información para suscribirse (el boletín se ofrece gratis), en www.fdic.gov/consumers/consumer/news/cnfall11.

Ayudar a los consumidores a entender cómo funciona el seguro de depósito de la FDIC

Los educadores financieros pueden introducir a sus estudiantes al seguro de depósito usando una variedad de herramientas proporcionadas por la FDIC. Por ejemplo, el sitio web de la FDIC en www.FDIC.gov/deposit/deposits incluye una serie de videos sobre la cobertura del seguro de depósito y un video de tres minutos que describe cómo funciona el fondo del seguro. El sitio web también ofrece el folleto “*Insured or Not Insured?*” (“¿Asegurado o no asegurado?”), una guía sobre lo que está protegido o no protegido por el seguro de la FDIC, así como los folletos “Información general sobre el seguro de depósito” y “Sus depósitos asegurados”, que describen la cobertura del seguro de depósito con ejemplos muy útiles. Si tienen preguntas específicas, los consumidores pueden llamar gratuitamente al 1-877-275-FDIC (1-877-275-3342), o enviar sus preguntas por e-mail usando el formulario en línea en www2.fdic.gov/starsmail.

El Comité Asesor estudia tendencias en banca móvil, tarjetas prepagadas

El Comité Asesor para la Inclusión Económica (ComE-IN) de la FDIC se reunió el 1 de diciembre de 2011 para examinar las innovaciones en la prestación de servicios financieros tales como los servicios financieros móviles y las tarjetas prepagadas, que pueden conllevar oportunidades y desafíos para las poblaciones desatendidas. Se examinaron dos programas piloto. Uno es el modelo piloto "cuentas seguras", en el que nueve instituciones financieras ofrecen cuentas de transacciones y de ahorros seguras y económicas para consumidores de ingresos bajos y moderados. La otra iniciativa, el programa piloto "adopte una escuela", les da a los empleados de la FDIC la oportunidad de enseñar lo básico sobre dinero, banca, y finanzas personales a estudiantes en escuelas ubicadas en comunidades desatendidas, durante horas oficiales de trabajo. Para ver un video o acceder a los documentos de la reunión, visite <http://www.fdic.gov/about/comein>.

Saque el mayor provecho de la semana "America Saves"

La semana "America Saves" es una campaña anual que brinda la oportunidad para que las organizaciones y profesionales promuevan el buen hábito de ahorrar entre los consumidores individuales. El tema de la campaña de este año (19-26 de febrero) es "Fije una meta, haga un plan, ahorre automáticamente". La FDIC es uno de los muchos socios que apoyan el programa. Para conocer más sobre cómo usted o su organización pueden participar, visite <http://www.americasavesweek.org>.

Recordatorios

Envíenos sus historias de éxito

La FDIC desea conocer de qué manera *Money Smart* está marcando una diferencia. Estamos interesados en conocer sus programas y procedimientos, consejos e información que puedan resultar de utilidad a los educadores y socios de *Money Smart*. Las mejores contribuciones pueden aparecer en una edición futura de *Noticias de Money Smart*. [Vea nuestras historias de éxito publicadas anteriormente](#). [¡Envíe sus historias](#) hoy mismo!

Manténgase al día con las *Noticias de Money Smart*

Para suscribirse a una lista de correo que le notificará automáticamente cuando se haya publicado una edición nueva de *Noticias de Money Smart*, siga las instrucciones en www.fdic.gov/about/subscriptions/index.html. La FDIC no envía correo electrónico no solicitado. Si esta publicación llegó a sus manos por error, o si no desea recibir más este servicio, [retire la suscripción](#).

Para obtener más ayuda o información

Si necesita ayuda adicional, [comuníquese con el Funcionario de Programas para la Comunidad de su región](#); o si desea obtener información adicional sobre el programa *Money Smart*, visite nuestras [páginas de información general](#).

Ediciones anteriores

Lea ediciones anteriores de la publicación trimestral [Noticias de Money Smart](#) que se remontan al año 2003.