



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES

ARAGÓN

**Es que yo no sabía... ¡usé
equivocadamente la tarjeta de crédito!**

R E P O R T A J E

Elaborado en el *Curso-Taller de Titulación en Trabajo
Periodístico Escrito.*

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LIENCIADA EN COMUNICACIÓN Y
PERIODISMO**

PRESENTA:

GLORIA PAULINA GARCÍA OLGUÍN

ASESORA: Mtra. Laura Rustrián Ramírez



MÉXICO, 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Sólo puedo darles las gracias por el apoyo incondicional que siempre me han brindado, ustedes han hecho esto posible, todo mi admiración y respeto como padres, personas, los quiero Ángel y Gloria. Y Ángeles gracias por siempre contar con tu ayuda.

Y todos los que colaboraron tanto para esta investigación y a lo largo de mi camino académico, familia, amigos, profesores y todas aquellas personas que me brindaron un poco de su tiempo para llevar a cabo este trabajo también les doy las gracias por todo el apoyo.

Índice

Introducción	4
1. Educación financiera ¿si yo ni tarjetas tengo!	6
• Y... ¿qué es la educación financiera?	8
• ¿A mí para qué me va a servir?	13
2. Yo también quiero un plan de pagos	24
• Me la dieron en el súper	26
• Y ahora ¿cómo le hago?	34
3. De música, noticias y ¿finanzas?	43
• Y usted ¿qué escucha?	45
• Finanzas en la radio... ¿para qué escucho, si ni entiendo!	60
A manera de conclusión	71
Fuentes de consulta	73
Glosario	80
Anexo	84

Introducción

La educación financiera debe comprenderse como el proceso en el cual las personas adquieren y comprenden la información de los conceptos y productos financieros con el fin de desarrollar las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y así tener una mejor calidad de vida.

En nuestra vida diaria, a cada paso que se da, o con cada acción que se realiza por mínima que esta sea tendrán repercusiones en nuestros bolsillos, hasta comerse un dulce todos los días traerá consecuencias financieras a largo plazo, es por ello que en este trabajo de investigación se resalta la necesidad de difundir el tema de la educación financiera dentro de uno de los medios masivos de comunicación, en este caso, la radio.

Al situar la difusión de ésta dentro de la radio del valle de México y concretamente en las estaciones de Frecuencia Modulada (FM). La ciudad de México fue considerada para esta investigación por ser una urbe con gran actividad económica y comercial. Y la FM, de acuerdo al avance tecnológico es la frecuencia que más se escucha, en comparación con la Amplitud Modulada (AM) y las transmisiones de radio por internet.

Por lo tanto, para esta investigación se realizó un reportaje expositivo e informativo, para el cual se revisaron y utilizaron diferentes textos sobre la radio en México, finanzas personales y específicamente sobre educación financiera. Además de revistas, libros, consultas en diversas páginas de internet relacionado con el tema, testimonios, encuestas, entrevistas a especialistas y monitoreo aleatorio a los distintos programas de radio especializados en el sector financiero.

Dentro de este trabajo, la opinión de los especialistas y los testimonios aportaron un gran parte del contenido, pues sobre el medio radiofónico en la actualidad se cuenta con poca información documental y en lo referente a la educación financiera se puede encontrar material didáctico e información sobre cómo mejorar las finanzas personales, pero no de cómo surgió y qué se ha hecho en cuanto a su difusión.

Es por ello, que este trabajo tiene como objetivo reconocer la importancia de la educación financiera dentro de uno de los medios masivos de comunicación (la radio), y de forma particular; exponer los programas financieros de radio que se manejan en el valle de México, evaluar las principales dudas y problemas de la audiencia en cuanto a cultura financiera y finalmente describir los contenidos de estos programas y el perfil de su audiencia.

Este reportaje cuenta con tres apartados, el primero: “Educación financiera ¡si yo ni tarjetas tengo!”, explica qué es la educación financiera, cuándo surge, los temas que trata y quiénes los difunden.

El segundo apartado, “Yo también quiero un plan de pagos”, está dedicado a los usuarios de servicios financieros, cuáles son los principales problemas que surgen a causa de la desinformación, las dudas y quiénes y cómo los pueden ayudar a resolverlo.

Y el último apartado “De música, noticias y ¿finanzas?”, da un panorama general de la radio FM actual, al identificar los gustos e intereses de la audiencia, para después situarnos en los programas financieros y exponer de qué tratan, y si se difunde o no la cultura financiera.

Sin duda, los datos que revela este reportaje pueden dar pie a futuras investigaciones, ya que se explica que se hace en cuanto a cultura financiera dentro de la radio FM en la ciudad de México, tema interesante para los creadores de contenidos dentro del medio, pues este muestra las inquietudes en este tema por parte de los radioescuchas.

Otro punto de interés que puede llamar la atención de los encargados de atención al cliente y directivos de educación financiera de los bancos, son las problemáticas de los usuarios, con ello se podría trabajar más en esos temas y brindar la información necesaria para evitar problemas, tanto para los usuarios como para las instituciones, mejorando así la calidad del servicio y la de vida de los consumidores.

1. Educación financiera ¿si yo ni tarjetas tengo!



Imagen tomada de <http://bit.ly/l7JjhO>, acceso 18 de septiembre 2013.

1. ¿Educación financiera? ¡si yo ni tarjetas tengo!

No hay dinero más caro que el que no se tiene. Ni crédito más caro que el que no se necesita.

ANÓNIMO

¡Ring, ring!

—¿Bueno?

—Con la señora Miriam.

—¿Sí?

—Señora, tiene hasta el día 30 para liquidar el pago de su tarjeta de crédito clásica Banamex o de lo contrario será embargada, si no cumple con el pago, se presentará la policía judicial para realizar el embargo, acompañada de una ambulancia por aquellas personas que se pongan mal.

—Sí, señor ya les dije que sí voy a pagar, pero ahora no tengo todo el dinero.

—Ya había sido notificada mediante ultimátum, se le han enviado en varias veces y hasta le hemos llamado, ¡si no paga será embargada!

Miriam, que ronda los 35 años no controló su manera desmedida de gastar y sólo dice “llegó el momento en que ya no las pude pagar”. Todo comenzó, en una visita como cualquier cliente al banco, solicitó una tarjeta de crédito y sin ningún impedimento se la otorgaron con una línea de crédito de acuerdo a sus posibilidades de pago.

Ropa, perfumes, dulces, chucherías eso es lo que venden en Liverpool y fue lo que comenzó a comprar, al convertirse en tarjetahabiente esa tienda departamental con la que hoy también tiene una deuda, y de la que ya no recuerda cuánto es.

Con la tarjeta de crédito de Banamex sucedió algo similar, también compraba por comprar, al enterarse que estaba embarazada comenzó a adquirir cosas para su bebé. La cuna, ropa, juguetes, todo aquello para que el nuevo integrante de la familia viviera de la forma más cómoda posible.

Y un día sucedió que sus pagos mínimos ya no eran destinados para el pago de sus deudas, sólo alcanzaban a cubrir una parte de los intereses de una deuda cada vez más grande al tiempo que terminaba por sobregirar la tarjeta.

Sé que no me va a pasar nada, no me van a embargar, te lo ponen muy dramático cuando te llaman, pero dejé de prestarle atención al enterarme que sólo lo hacen para intimidarte, mi esposo tiene un tío que trabaja en el tribunal y nos dijo que nunca hacen nada...

Ahora sólo espero que llegue un acuerdo más bajo de lo que me han ofrecido y a terminar de juntar el dinero para pagarlo, "voy juntando poco a poco para cuando me llegue una quita que pueda pagar", finalizó.

Ahora tronándose los dedos y evadiendo la mirada de un lado a otro, es como ella recuerda sus deudas, de las que le cuesta trabajo hablar.

• **Y... ¿qué es la educación financiera?**

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) la define de la siguiente manera: "es el proceso por el cual los consumidores y/o inversionistas mejoran su comprensión de los productos y servicios financieros, los conceptos y los riesgos, y, a través de información, instrucción y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones, saber a dónde ir para obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar bienestar económico". Esta definición

puede ser interpretada en un sentido amplio con el objeto de tener en cuenta las diversas necesidades de los individuos en diferentes contextos socioeconómicos.

La educación financiera comienza con nociones muy básicas, como las características y el uso de productos financieros, como lo puede ser la cultura del ahorro, para pasar así a nociones más avanzadas relacionadas con el entendimiento de conceptos financieros o el desarrollo de habilidades y actitudes para la gestión de las finanzas personales, las cuales generan cambios positivos en el comportamiento de las personas, al permitirles administrar de mejor manera sus recursos y las finanzas de sus familias.

Así comenzó

En México se han dado crisis financieras importantes, entre las más recientes encontramos: la del monetarismo en la década de los setenta, en 1982 la devaluación del peso y nacionalización de la banca fueron los elementos más sobresalientes de una crisis de liquidez, en 1995 el “error de diciembre” o conocida internacionalmente por el “efecto tequila” con gran repercusión internacional y la más reciente en 2008 de la que aún se viven algunas secuelas.

Las consecuencias sociales que tuvo “el efecto tequila” fueron incalculables: en muchos casos se tradujeron en pérdidas económicas para las familias. Perdieron sus casas y autos que habían adquirido en contratos con tasa de interés variable, ya que de un día para otro se podía duplicar o triplicar el monto de un crédito hipotecario.

Marco Carrera Santa Cruz, Director de Educación Financiera en la Comisión Nacional para Protección y Defensa de los Usuarios y Servicios Financieros (Condusef), comentó en entrevista:

Durante la crisis de 1995 hubo que hacer una serie de mejoras muy importantes en el sistema financiero mexicano, ese tipo de reformas implicaban costos fiscales y una problemática mayor, como el tema del Fondo Bancario de Protección al Ahorro (Fobaproa), etcétera, se buscaba una opción que tratase de cicatrizar o acercar a la gente con el sistema financiero mexicano entonces, el congreso decidió emitir lo que fue la Ley

para la Protección de los Usuarios y Servicios Financieros misma que dio lugar a que la Condusef arrancara operaciones en abril de 1999.

Para unir a la gente con las entidades financieras mexicanas, se analizó lo que pasaba en países como Reino Unido, Estados Unidos y Canadá, en estos apareció la figura del ombudsman financiero. La idea era empezar a trabajar en México ese concepto y es así como se implantó esa figura en nuestro país.

El concepto de ombudsman se orientaba al tema de reclamaciones y sobre ese, sale el tema de educación financiera de manera natural, algo que faltaba y en lo que eran y son necesarias acciones.



Marco Carrera Santa Cruz, director de Educación Financiera Condusef.
30 julio 2013. Foto: Paulina García.

Es así que todas estas acciones en conjunto dieron origen a la educación financiera y a la difusión de la misma por parte de las instituciones y bancos, de una forma armónica y organizada.

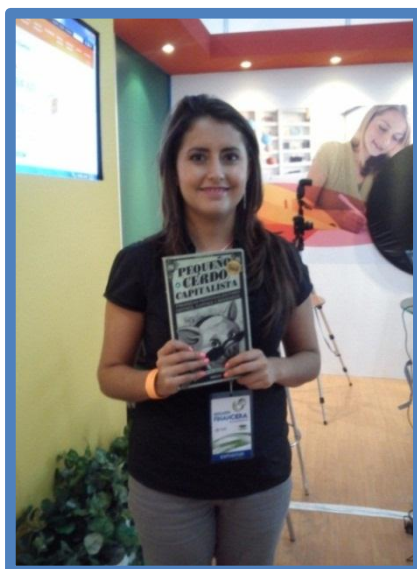
Temas que trata la educación financiera

Los temas que trata no son definiciones específicas sobre que es un crédito, de lo que se encarga es de informarnos cómo y cuál es la mejor manera de usar ese crédito.

Unos de los primeros temas que se toca cuando se habla de educación financiera es **el ahorro**, que suena a lo que los padres dicen en su gran mayoría a los hijos “Hay que ahorrar”, pero muchas

veces ni ellos los realizan. En este contenido también entra el fijarse metas, pues si no se tiene una, el ahorro carece de sentido y muchas veces no se logra.

La especialista en educación financiera, autora del libro *Pequeño cerdo capitalista* y periodista financiero, Sofía Macías, refirió en entrevista: “Es importante que la gente tenga metas, si la gente no tiene metas no se va a organizar, si no tienes un objetivo claro siempre será más fácil comprar los zapatos que viste, ir al cine o tirar comida a la basura, entonces cuando estás enfocada en una meta esas cosas pasan a segundo plano y lo más importante es tu meta porque realmente quieres lograrla, es más fácil así y después involucrarte en temas de inversión”.



Sofía Macías, especialista en educación financiera 24 de septiembre 2013.
Foto: Paulina García

El segundo tema es **el presupuesto**, para qué sirve y cómo se elabora son preguntas que derivan en la clasificación de gastos, armar un plan financiero y conocer la capacidad de pago, que es por lo que muchas veces se generan los problemas, como el sobreendeudamiento, la mayoría de las veces con una tarjeta de crédito.

El tercer tema, **la inversión**, qué son y cómo se utilizan, dependiendo del tipo de inversionista y en qué se quiera invertir, para después trazar una ruta de inversión y seleccionar el producto adecuado.

El crédito, este tema maneja todos los tipos de créditos del mercado financiero: de nómina, tarjeta, personales, hipotecarios, automotrices, microcréditos y el historial crediticio. Con esta información se debe comprender para qué se utiliza cada uno, pues hay gente que pretende comprar automóviles con tarjeta de crédito sin fijarse antes que para esto existe el crédito automotriz.

Los seguros son otro tema básico cuando se habla de cultura financiera, aquí entran el conocimiento y hábito de crear y mantener un fondo para emergencias ante cualquier imprevisto, ya que de acuerdo a la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2012 (ENIF), sólo el 22% de los mexicanos cuentan con un seguro, de este 22% el 79% son de vida, el 32.9% de automóvil y el 30.2% de gastos médicos. Dentro de este temas se difunde la variedad de seguros que existen así como las recomendaciones para antes de contratarlos.

Y finalmente **el retiro**, actualmente sólo 27.8% de los mexicanos están listos para el retiro, aun así, nueve de cada 10 personas, pretenden mantener su independencia económica en su retiro. En este tema se toca todo lo relacionado a las Afores, aportaciones voluntarias, cambios, ayudas, etcétera.

A decir de los expertos, este tipo de información debe de darse de forma gradual, primero el ahorro, luego la inversión y así sucesivamente.

Marco Carrera comenta que “Hay que informar a la gente cómo funcionan los servicios financieros, qué ventajas o riesgos puede tomar al elegir determinado producto o servicio, es en eso en lo que se basa la educación financiera y el principal objetivo de la Condusef”.

Los encargados de difundir la información

En mayo de 2001, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) creó el Comité de Educación Financiera para coordinar las distintas iniciativas, y establecer una metodología que permita medir los avances y rezagos en la materia para cubrir las necesidades de todos los sectores de la población. El comité está compuesto por:

- Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)

- Banco de México (BM)
- Financiera Rural
- Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB)
- Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros, (Bansefi)
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)
- Sociedad Hipotecaria Federal (SHF)
- Nacional Financiera (NF)
- Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (Consar)
- Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF)
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef)
- Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (Infonavit)
- Fondo de la Vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (Fovissste).

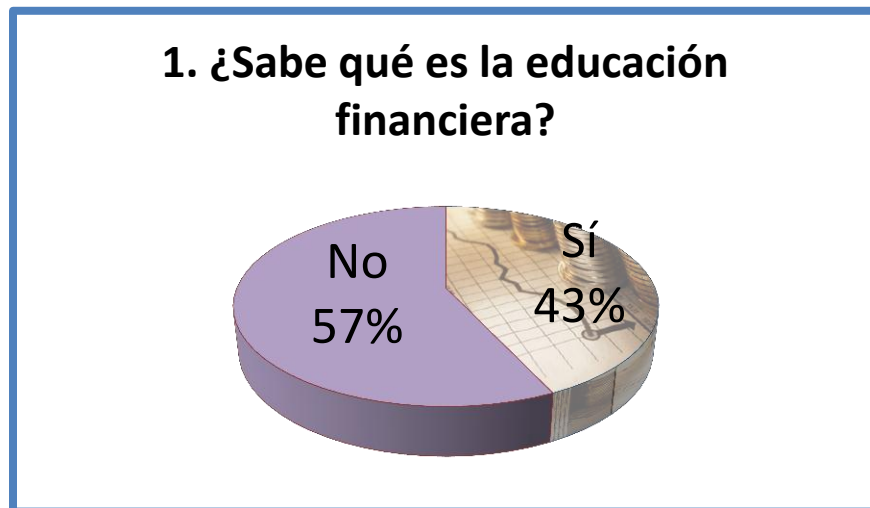
• ¿A mí para qué me va a servir?

En nuestra vida diaria, cada vez están más presentes los productos y servicios financieros: el recibir el pago de cada quincena mediante una cuenta de nómina, adquirir un automóvil a través de un crédito, recibir transferencias por medio de internet, retirar efectivo en el supermercado o tener un crédito hipotecario son una muestra de actividades que se realizan todos los días y de las que muchas veces son utilizadas de manera inadecuada.

La revista Proteja su dinero de la Condusef, en la edición de septiembre 2013, menciona que en el país hay muchas personas que creen que hablar de educación financiera es aburrido y difícil de comprender además de que es un tema ajeno a su vida, y estos temas sólo son tocados por economistas, así como gente del medio financiero.

Esta información pudo ser verificada mediante una encuesta aplicada para esta investigación a personas mayores de 18 años, en la cual se les preguntó si sabían qué es la educación financiera, 43 de 100 respondieron que sí, y al definirla éstas fueron algunas de las respuestas que la gente proporcionó:

- No endeudarse.
- La cultura para administrarse, invertir o desarrollar fines económicos.
- La enseñanza de cómo cuidar y administrar nuestros bienes y los productos que ofrecen las instituciones.
- Conocimiento básico sobre finanzas, bancos y préstamos, entre otras.



Resultados de la encuesta sobre educación financiera aplicada a mujeres y hombres mayores de 18 años, 2013.

Otro dato relevante de acuerdo con los resultados de la ENIF 2012, realizada por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) en colaboración con la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), es que en los últimos años más de la mitad de la población, ha hecho uso de productos y servicios financieros, 44% de los adultos del país admiten que ahorran de manera informal, sólo 28% se encuentra con una Administradoras de Fondos para el Retiro (Afore), 22% tiene algún tipo de seguro y únicamente 20% de los encuestados realiza un presupuesto.

Sin embargo, el rezago en materia de educación financiera es evidente, ya que por falta de información las personas desconocen las ventajas o desventajas que pueden obtener al usarlos. Es por ello que la inclusión financiera busca que la población esté en posibilidades de contratar servicios financieros adecuados a sus necesidades, lo que implica ingresar al sistema financiero formal, pero de muy poco sirve ingresar al sistema financiero si no se sabe utilizar los productos y servicios de forma adecuada.

Un ejemplo de como la falta de desconocimiento de los productos financieros puede derivar en grandes problemas es el de la señora Evangelina, jubilada y que ya pasa de los 60 años, ella tiene una deuda con su tarjeta de crédito clásica Banamex, cuando trabajaba hace ya más de dos años le alcanzaba para cubrir los pagos mínimos, siguió usando la tarjeta y realizando los pagos mínimos, con el paso el tiempo éstos se fueron elevando.

Ahora sólo recibe una pensión de tres mil pesos y la ayuda de sus hijos, ingresos que son inferiores a lo que debe pagar como mínimo de su deuda, así que se le hizo fácil retirar en el cajero automático de la tarjeta para ir a la ventanilla a pagar la misma tarjeta. Ahora ella dice —Es que, yo no sabía.

Por otro lado, hay que señalar que aún existe un sector de la población el cual no hace uso de instrumentos financieros, y es este sector de la población en que se hace la pregunta: ¿A mí para qué me va a servir?

Roberto Bello, subdirector de Educación Financiera Banamex, en su tesis de maestría “Una propuesta para redefinir y coordinar la educación financiera en México”, menciona:

¿Cuál debería ser la utilidad de la educación financiera para quienes no tienen acceso a los servicios financieros? Saber usar sus ingresos para aprovechar los mecanismos del mercado en su beneficio lo cual implica tener las habilidades para hacer un presupuesto, llevar el control de sus ingresos y gastos a fin de vivir con los recursos a su disposición, contar con los conocimientos que les permitan ejercer sus derechos como consumidores, entre otros aspectos.

Dicho en términos generales, lo que se busca con la educación financiera definida en su forma más amplia es que los ciudadanos sepan gastar, dinamizando así la economía.

En este sentido, lo que busca la educación financiera es que cada persona encuentre la referencia o apoyo adecuado para tomar mejores decisiones, ya que de no encontrarlas las consecuencias pueden ir de una pequeña deuda hasta perder su patrimonio.

Falta de información o desinterés

La educación financiera existe en los diversos medios de comunicación, al igual que en la mayoría de las instituciones financieras, sin embargo, hay muy poca difusión de ésta y las personas no le prestan interés hasta que se encuentran ante algún problema.

Al asistir a cualquier institución bancaria, la información que se brinda es referente a la venta o contratación de productos y no de cómo funcionan, en la ventanilla al finalizar la transacción muchas veces se revisa el historial de cada cliente tratando de ver si le interesa algún otro producto. —Usted tiene pre aprobada una tarjeta de crédito le gustaría tramitarla—, es lo que dice el empleado de la caja y no si tiene alguna duda respecto a la actividad que se acaba de realizar.

Es por ello que el acceso a esta información muchas veces se da por iniciativa propia, pero sólo de un pequeño sector de la población.

En la encuesta realizada para esta investigación se le preguntó a la gente si ha investigado cómo mejorar sus finanzas personales, la respuesta fue que sólo 13 de 100 han sentido curiosidad sobre este tema.



Resultados de la encuesta sobre educación financiera aplicada a mujeres y hombres mayores de 18 años, 2013.

Dentro de los espacios donde la gente dice que puede encontrar información para tener finanzas personales más sanas menciona:

- Al escuchar y ver programas de finanzas en radio y televisión
 - En el caso de radio *Finanzas personales* en 88.9
 - En el caso de televisión Foro Tv
- En el Museo Interactivo de Economía (MIDE)
- Portal de Condusef
- En las páginas de internet de los Bancos
- En revistas especializadas en finanzas
- En un curso de finanzas personales
- Libros Dependencia financiera y Padre rico padre pobre
- Internet

Carrera Santa Cruz señaló que en cuanto a la difusión de estos contenidos es limitado pues cuenta con el presupuesto adecuado.

Existen muchas cosas, pero no existe un presupuesto amplio para la divulgación de esta información, cuando empezó el tema de la educación financiera en el año 99 fue para abrir camino hablando de estos y por

supuesto que no existía dentro del presupuesto del gobierno federal en ese sentido y al no haber información tampoco había recursos para ello.

Históricamente no ha habido presupuesto suficiente para hacer ese tipo de campañas, lo que se ha hecho con el presupuesto disponible es generar los contenidos suficientes para dar ese tipo de información, existen muchas publicaciones de la Condusef, revistas, folletos, páginas de internet, algunos videos y cápsulas de radio algunas de éstas en lengua indígenas.



Folletos, cuadernillos y guía de educación financiera de la Condusef.
Foto: Paulina García

La estrategia de Condusef ha sido proveer de contenidos para sembrar el tema dentro de la comunidad mexicana, y es así como surge algunas iniciativas para hablar del tema, cuando antes ni siquiera se hablaba de eso.

Por otro lado también están algunos programas de radio, revista y talleres pero si falta el apoyo fuerte para que se cuente con el presupuesto a manera que el tema de educación financiera forme parte de la curricular de estudios, esto se dice fácil pero no es nada sencillo, que, en algún libro de texto puedan hacer espacio para poder meter esta información, hemos insistido y seguiremos insistiendo para que en los libros aparezca la temática de la educación financiera.

El director de Educación Financiera de la Condusef, menciona que este tema debe ser tratado desde la infancia, pues ésta es la etapa en la cual se adquieren bases y conocimientos para el futuro, en esta opinión coincide Wolfgang Erhardt, vocero de Buró de Crédito y quien se ha encargado de difundir la cultura financiera, especialmente el tema de Buró de Crédito, el cual, genera muchas

dudas entre la población, “la gente debe traer la educación financiera desde la infancia, de casa, ahí es donde están las bases para el futuro” ,comentó en entrevista durante la sexta Semana Nacional de Educación Financiera (SNEF).



Wolfgang Erhardt, vocero de Buró de Crédito, 24 de septiembre de 2013. Foto: Paulina García

Por otro lado, la especialista en educación financiera, autora del libro *Pequeño cerdo capitalista* Sofía Macías, refirió que a pesar de ser un tema nuevo, la gente está interesada:

A raíz de la crisis del 2008 se comenzó a darle mayor difusión a la educación financiera, pues mucha gente que tenía deudas con su tarjeta de crédito se vio afectada, una de las consecuencias de la crisis fue el aumento en las tasas de interés de las tarjetas de crédito causando grandes problemas financieros, que muchos no sabían ni cómo resolver.

Una muestra más del interés en este tema, es el que han mostrado los jóvenes o *millennials*, que son los menores de 30 años, nacidos a mediados de la década de los ochenta y noventa, caracterizados por tener una nueva visión del mundo y del trabajo, esta generación marca como una de sus prioridades tener una economía estable.

De ellos, 85% está de acuerdo con que la educación financiera es importante para tener finanzas sanas y prosperar, pero sólo 26% dice tener una buena educación financiera.

Es por ello que hay que lograr romper la barrera numérica, y mezclar las finanzas personales con el lenguaje cotidiano, a la gente no le gustan los números, cuando les hablas de finanzas en lo primero que piensan, es en eso, la sola palabra les asusta, entonces si les hablas de dinero, economía personal o planes les parece más accesible que escuchar la palabra finanzas.

Por otra parte, los prestadores de servicios y productos financieros, también se han encargado de difundir la educación financiera a través de diferentes programas, tal es el caso de Banamex, institución que tiene nueve años fomentando la cultura financiera a través de diversas formas, Roberto Bello, subdirector de Educación Financiera Banamex expuso en entrevista:

Banamex fue la primera institución en poner en marcha un programa difusión, surgió como parte del fomento social Banamex, el cual difunde temas ecológicos, culturales, sociales y de educación financiera.

En el caso de la educación financiera se realizan diferentes actividades de capacitación para la población en general sin importar si es o no cliente del banco, muestra de esto es su difusión a través de internet en el portal "Saber cuenta" al cual puede ingresar cualquier persona sin que se esté de por medio la venta de algún producto o servicio por parte del banco.

Aunado a esto y como no toda la población tiene acceso a internet, también se distribuye material didáctico, tanto para niños, jóvenes y adultos que van desde juegos, folletos, libros, talleres, películas o cortometrajes para que se involucren más en temas como el ahorro, generar un presupuesto o los créditos.



Roberto Bello, subdirector de Educación Financiera Banamex. Foto tomada de <http://bit.ly/1fE1TMk>, acceso 30 de septiembre 2013.

También está el Movicine, que no es otra cosa que un tráiler que viaja por todo el país proyectando películas que difundan la cultura financiera de manera gratuita, ha beneficiado a 370 municipios a lo largo de toda la República Mexicana con más de 65 mil funciones.

Sin duda, los materiales que difunden este tipo de información existen y de todo tipo, otra muestra de ellos son las diferentes salas y actividades con las que cuenta el Museo Interactivo de Economía (Mide).

A decir de los funcionarios y prestadores de servicios financieros el esfuerzo se hace para que esta información llegue a toda la población. El problema radica en que muchas de las actividades no tienen una difusión adecuada para que la gente se acerque a ésta, ni la Semana Nacional de Educación Financiera (SNEF) 2013 realizada del 23 al 29 de septiembre contó con la participación ciudadana que se esperaba, en esto influyeron varios factores, el principal, el cambio de sede, se tenía contemplada la explanada del zócalo capitalino, pero por el conflicto magisterial se realizó en la explanada de la delegación Iztapalapa.

En entrevista con Maricarmen Cortés en el programa Fórmula Financiera, Mario Di Costanzo, presidente de la Condusef comentó que la delegación Iztapalapa fue elegida de acuerdo a sus condiciones socio demográficas, pues es la delegación con mayor población, además de la cantidad de negocios e instituciones financieras que hay en ésta.

De visita en la SNEF 2013

Pasan de las 10 de la mañana y comienzan las actividades de la SNEF 2013, desde lo lejos se aprecian las enormes carpas blancas que servirán para conferencias o aulas de talleres, afuera, personas con altavoces invitan a participar en las actividades gratuitas, al tiempo que entregan trípticos y folletos sobre ahorro, Afores y seguros.

Adelante unas vallas indican el camino a seguir, para después pasar por el detector de metales y finalmente la mesa de registro; edad, escolaridad, código postal, cómo se enteró de esta actividad y si se cuenta con algún producto financiero, son los datos que piden los prestadores de servicio social de la Condusef y registran en la tableta electrónica por cada uno de los asistentes.

En seguida otros prestadores de servicio social, esta vez del Mide entregan un folleto de actividades del museo y unas calcomanías, al tiempo que invitan a visitar su stand y participar en alguna de sus actividades. La gente de Santander entrega dulces y un tríptico sobre el uso correcto de la tarjeta de crédito.

Ya en la carpa principal se aprecian todos los stands de los bancos, aseguradoras y dependencia participantes en el evento, en cada pasillo los promotores entregan folletos, bolígrafos, bolsas, alcancías con forma de cerdito, gorras, camisetas y cuadernos.

Nuevamente las invitaciones a participar dentro de los eventos, esta vez en las actividades del Mide participan tres personas mezclando música al tiempo que se aprende sobre la administración de los recursos que genera el país. Concluye y todos son ganadores de un botón con la leyenda “no es lo mismo recaudaría que recaudaría”.

El señor Gerardo, hombre de edad avanzada y aspecto un tanto descuidado que participó en esa actividad se acerca al siguiente stand, en espera de una nueva dinámica para participar y si no hay, por lo menos espera un obsequio o algún tipo de información. Al hombro ya lleva una bolsa con el logo del IPAB en la que va acomodando más folletos, bolígrafos, alcancías y demás información que le han dado, sigue su camino y al final de todos los exhibidores se encuentra con la sala de conferencias, está por comenzar “Todo sobre Buró” .

La sala luce casi vacía, Gerardo ya no se quedó, sólo hay ocho personas, cuando el espacio es para más de 200. Sin importar la asistencia da inicio, en el transcurso de esta llegan 10 personas más, finalmente concluye con gran participación de los pocos asistentes entre preguntas y respuestas, y algunas personas que permanecen aún con dudas se acercan al ponente para resolverlas en persona, y una que otra hasta presenta su historial crediticio para una mejor comprensión.

Wolf como pidió ser llamado el ponente y experto en la materia comenta con su asistente y algunos invitados que ya sólo le falta una conferencia más, un día antes ya había participado en otras dos y que la asistencia había sido la misma, sólo en una de ella se contó con más participación y fue porque se presentó un grupo de estudiantes de secundaria.

Continúan las actividades del día y está por comenzar el taller de “compradores compulsivos”, que se realiza en una pequeña sala en donde un poco más de 30 personas están dispuestas a aprender cómo administrar sus recursos haciendo un presupuesto y dando prioridad a sus compras.

En las demás salas como en el teatro y movicine participan pequeños grupos de personas, algunos más grandes pues nuevamente las instalaciones de la SNEF son visitadas por estudiantes de secundaria que se distinguen por el uniforme café de educación física en su mayoría.

Comienza a caer la tarde y la afluencia es mayor, madres acompañadas de sus hijos, ancianos y amas de casa, curiosas por saber que pasa dentro de aquellas carpas blancas que invadieron la explanada delegacional y que generan tanto tráfico a los alrededores.

El director de Educación Financiera de la Condusef señaló que la responsabilidad de hacer llegar la educación financiera a toda la población no es responsabilidad única, es compartida, lo importante es tener una directriz en cuanto a la temática de educación financiera para que no se convierta en una promoción de marcas y productos.

En este sentido, una labor importante de la Condusef es revisar que se está manejando en materia de educación financiera. Hay que revisar el material para que se promueva la educación financiera y no venta de productos.

“Durante la SNEF sólo se brindará información, y ese es el compromiso con todos los que participan, nadie puede ni debe vender nada”, afirmó en entrevista previa a la SNEF.



Logotipo de la sexta semana nacional de educación financiera imagen obtenida de <http://bit.ly/1aTRXtR>, acceso 3 de octubre 2013.

2. Yo también quiero un plan de pagos



Imagen tomada de <http://on.fb.me/1gcLlsh>, acceso 20 de agosto 2013.

2. ¡Yo también quiero un plan de pagos!

Quienes invierten en su educación financiera corren menos riesgos.
SOFÍA MACÍAS

Julio siente que a veces la quincena no le alcanza, un día de compras le ofrecieron la tarjeta Soriana Banamex, para no seguirse tronando los dedos y salir de “problemitas” como el clásico de que ya hay que ir al súper otra vez y todavía no depositan, decidió aceptar la tarjeta —puedes decir... ya no tengo hoy, compro con la tarjeta, mañana que cobro pago y no hay problema, mencionó Julio.

El problema surgió cuando le comenzaron a cobrar un seguro por 345 pesos al mes que él no autorizó, al notarlo se comunicó al banco y pidió el reembolso, pero no le hicieron caso, así que se presentó a cancelar la tarjeta, le dijeron que no se podía, pues aún le faltaban cuatro meses para cumplir un año con ella y poder cancelarla.

Lo intentó varias veces, le decían que no llegaban los papeles, había que enviarlos otra vez y una vez más por si no llegaron en la primera ocasión, casi al cumplir el año, después de cuatro meses de trámite y ya con una queja ante Condusef le cancelaron la tarjeta, pero el reembolso del seguro no se realizó, con eso aunque no quedó totalmente satisfecho, él dice estar más tranquilo, y no volverá a sacar una tarjeta departamental o de supermercado, después de esa experiencia no le quedaron ganas.

Y es que de acuerdo con la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2012, en los últimos años el uso de servicios financieros se ha duplicado, es decir, que hoy en día, más de la mitad de la población hace uso de productos y servicios financieros.

Uno de los medios más utilizados es la tarjeta de crédito, y como se menciona en la revista Proteja su dinero del mes de octubre, la tarjeta de crédito es un medio de pago que no se puede tomar a la

ligera, pues puede hacer tropezar financieramente si no se lee detenidamente el contrato y los estados de cuenta mes con mes.

De ahí la importancia que éstos se conozcan para poder controlarlos, pues muchas veces se piensa que las instituciones financieras cargan más intereses de lo debido.

- **Me la dieron en el súper**

En 2008, Banamex en colaboración con la Facultad de Psicología de la UNAM, realizaron la primera encuesta sobre cultura financiera en México, hasta ese momento, 44% de los encuestados dicen haber solicitado algún tipo de crédito, pero sólo 2% dice estar informado acerca de los productos y servicios financieros.



Resultados de la encuesta sobre cultura financiera en México BX-UNAM.
<http://bit.ly/1iMfocE>, acceso 10 de septiembre 2013.

Esta investigación también reveló que 80% de los encuestados prefieren manejar el dinero en efectivo, lo que es un reflejo de que, ante un mayor nivel socioeconómico el uso de las tarjetas de crédito es mayor.

El uso del crédito en los niveles socioeconómicos más bajos (C/D/E), es sólo para realizar compras o pagos de servicios cuando no hay dinero, mientras que en los niveles más elevados (A/B) principalmente, el uso de las tarjetas es para no manejar dinero en efectivo.

De acuerdo con la encuesta realizada para esta investigación 51% de los encuestados ha tenido problemas por el mal uso de productos y servicios financieros, el problema más recurrente son los cargos no reconocidos.



Resultados de la encuesta sobre educación financiera aplicada a mayores de 18 años, 2013.

La Condusef señaló durante su informe del primer bimestre del año, que se dio un incremento del 40% en las reclamaciones por cargos no reconocidos en tarjetas de crédito y débito con respecto al mismo bimestre del 2012, esto de acuerdo a la información del artículo “Se incrementan los casos por consumos no reconocidos en tarjetas de crédito y débito” en la página de internet de la dependencia, <http://bit.ly/1gcMFLR>. Se pasó de 214 a 400 casos, es decir en el país este problema representó 36% de quejas interpuestas por los usuarios.

Dentro de los casos que dicen haber presentado alguna vez los usuarios que fueron encuestados se pueden encontrar: cobros por anualidad, cargos de seguros no autorizados, etcétera.



Tipo de problemas	Número de menciones	Porcentaje
Cargos no reconocidos	19	31.15%
Cobro de anualidad sin tener la tarjeta	2	3.28%
Seguros no autorizados	9	14.75%
Depósitos que no aparecen	2	3.28%
Recargos en los intereses	11	18.03%
El cajero automático no entregó el efectivo	1	1.63%
Cobros mayores	3	4.98%
No se respetó el tipo de cambio	1	1.63%
No se aplicaron las compras a meses sin intereses	2	3.28%
cobros de tarjeta que no están autorizadas	4	6.56%
Clonación de tarjeta	4	6.55%
Se le niega una tarjeta de crédito	1	1.63%
Cambio de Afore	1	1.63%
Cambio de fechas de corte de la tarjeta	1	1.63%
Total	61	

61 menciones de problemas, algunas personas mencionaron más de dos.
 Resultados de la encuesta sobre educación financiera aplicada a mayores de 18 años, 2013.

También, durante el primer balance trimestral de acciones la Condusef informó que al cierre del primer trimestre del 2013, se registraron 53 mil 19 controversias presentadas en contra de alguna institución. La delegación central, ubicada en avenida de los Insurgentes en el Distrito Federal, fue la que presentó un mayor porcentaje, con un total de 4 mil 749 casos.

Dentro de las quejas se registraron problemas de: tarjetas de crédito, Buró de Crédito, crédito personal, tarjeta de débito, seguro de daños, seguro de vida, cuentas de ahorro, cheques, registro de trabajadores, así como accidentes y enfermedad de los mismos.

Estos reclamos fueron en contra de 342 instituciones, 10 de ellas concentraron el 70% de los casos registrados: Banamex, 11 mil 930 casos; BBVA Bancomer, 8 mil 884 casos; Tras Union de México, 4 mil 573; Banco Santander, 3 mil 81; Banco Azteca, mil 970; HSBC, mil 889; Seguros BBVA Bancomer mil 778; Círculo de crédito, mil 660 casos; Banco Mercantil de Norte mil 291 y finalmente IXE Banco 808 quejas.

Malos bancos

Banamex encabeza la lista de controversias con sus cuentahabientes, aunque en el primer semestre del año mostraron una disminución, mientras que Banco Azteca fue la que mostró mayor crecimiento.

CONTROVERSIAS
(Enero-junio)

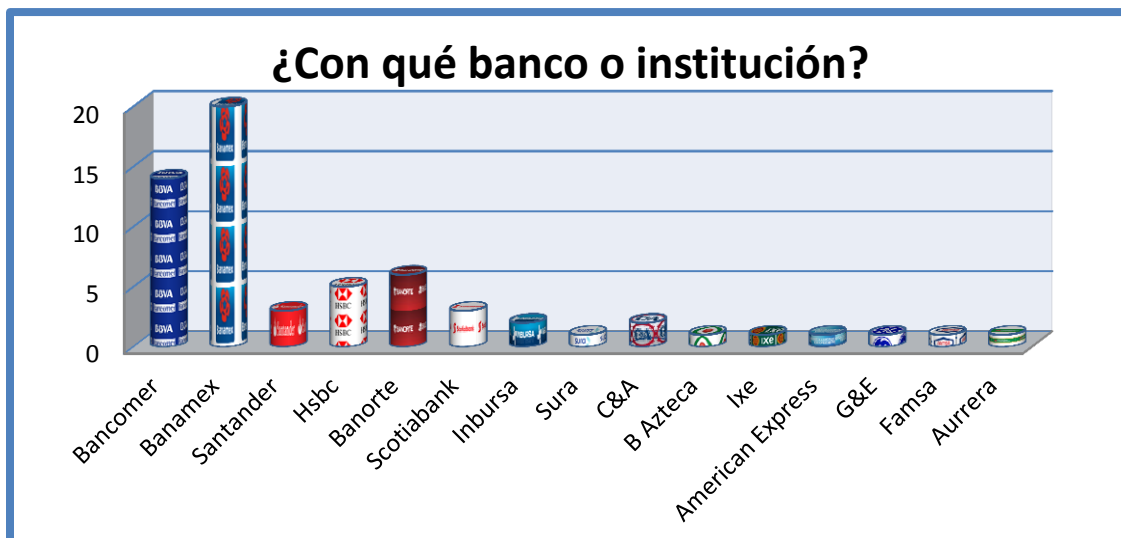
	2013	2012	VAR. (%)
Banamex	23,330	25,607	-8.9
BBVA Bancomer	18,375	15,765	16.6
Transunión de México	9,761	10,326	-5.5
Banco Santander	6,393	6,605	-3.2
Banorte Ixe	4,214	4,453	-5.4
Banco Azteca	4,077	2,802	45.5
HSBC	3,846	3,871	-0.6
Círculo de Crédito	3,680	3,789	-2.9
Seguros			
BBVA Bancomer	3,532	3,265	8.2
Scotiabank Inverlat	1,587	1,844	-13.9
Otras instituciones	29,994	27,848	7.7
Total	108,789	106,175	2.5

Fuente: Conducel

Tomado de la página de Facebook de Econometría Aplicada, <http://on.fb.me/193mn9D>, acceso 18 de septiembre 2013.

Nuevamente en este balance se dio a conocer que los problemas más recurrentes fueron los cargos no reconocidos, siendo Banamex la institución que presentó un mayor número de estos casos, con 3 mil 943 quejas por consumos que los clientes no reconocen en tarjetas de crédito y débito. De acuerdo con información de su página de internet <http://bit.ly/18kaO3t>, 56% de estas controversias se resolvieron en favor de los usuarios.

Corroborando esa información, con la encuesta que se realizó para esta investigación, 51 de los 100 encuestados que dicen haber tenido algún problema con alguna institución financiera, 19 mencionan que Banamex es el banco con el que han tenido problemas, seguido de BBVA Bancomer con 14 menciones.



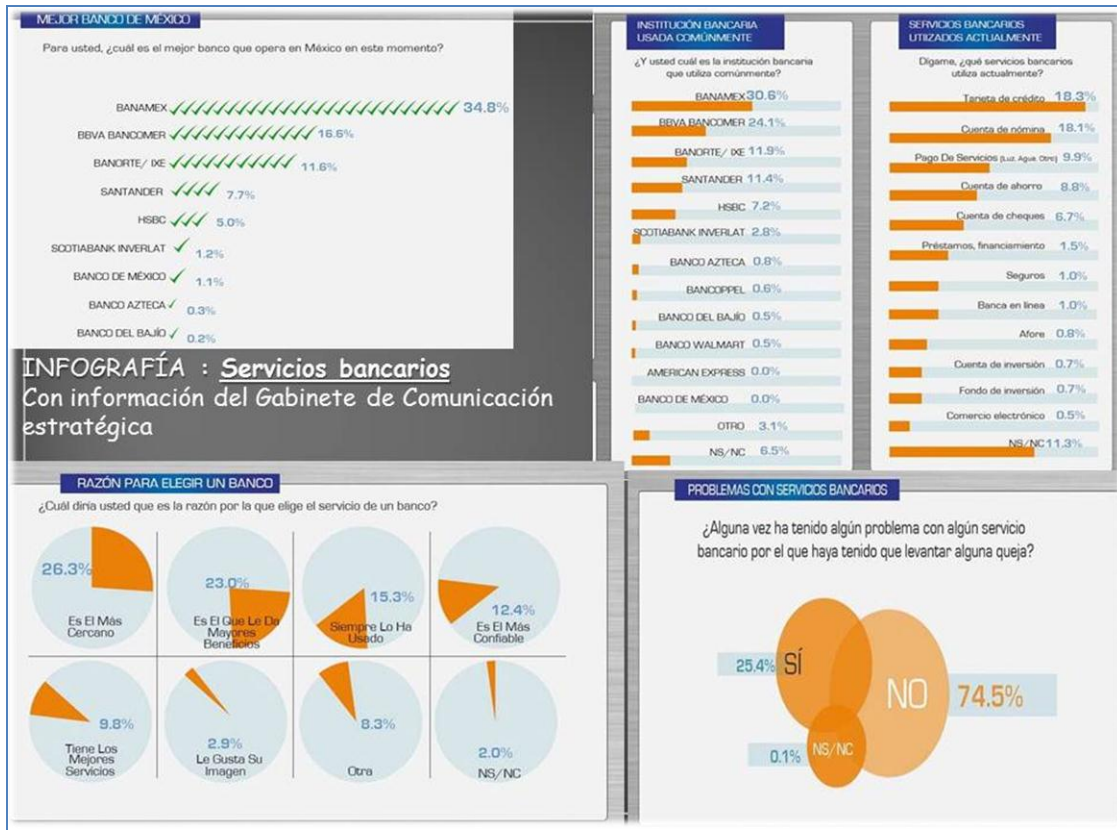
Resultados de la encuesta sobre educación financiera aplicada a mujeres y hombres mayores de 18 años, 2013.

Marco Carrera Santa Cruz, director de Educación Financiera de la Condusef, refiere a que si Banamex es el banco con el cual se presentan más controversias, es porque su número de clientes y productos es mayor al que ofrecen las demás instituciones, y no necesariamente por ser un mal prestador de servicios financieros.

Por otra parte, el subdirector de Educación Financiera Banamex, Roberto Bello, mencionó que este número de quejas, por parte de los usuarios son un reto para el banco, tanto para los encargados de atención a clientes que son los primeros en encargarse de solucionarlo como para los que están enfocados en difundir la cultura financiera “si bien no todas la controversias se dan por una falta de desinformación, las que si se dan de esta manera puedan ser prevenidas”.

Sin embargo, y sin tomar en cuenta estos datos, muchos de los usuarios prefieren este banco, de acuerdo a la última encuesta realizada por el Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE), empresa de investigación en opinión pública, dio a conocer que 34% de los encuestados mencionó que Banamex es el banco más confiable y 30.6% mencionó que es el que más utiliza, esto de acuerdo a su estudio “Servicios bancarios 2013” realizado durante el mes de abril y aplicado a 800 personas.

Dentro de la siguiente gráfica también se podrá encontrar que el uso de las tarjetas de crédito es cada vez mayor, además de que una gran mayoría de las personas utiliza el banco más cercano a su domicilio o lugar de trabajo y no porque tenga los mejores servicios o sea el más confiable.



Información obtenida Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) en su página <http://www.gabinete.mx/site/> , acceso 30 de septiembre 2013.

Con lo expuesto, se resalta que las personas utilizan los servicios financieros, sin compararlos, pues muchas veces acuden a la sucursal más cercana y sin investigar si realmente ésta es la que les da los mejores beneficios.

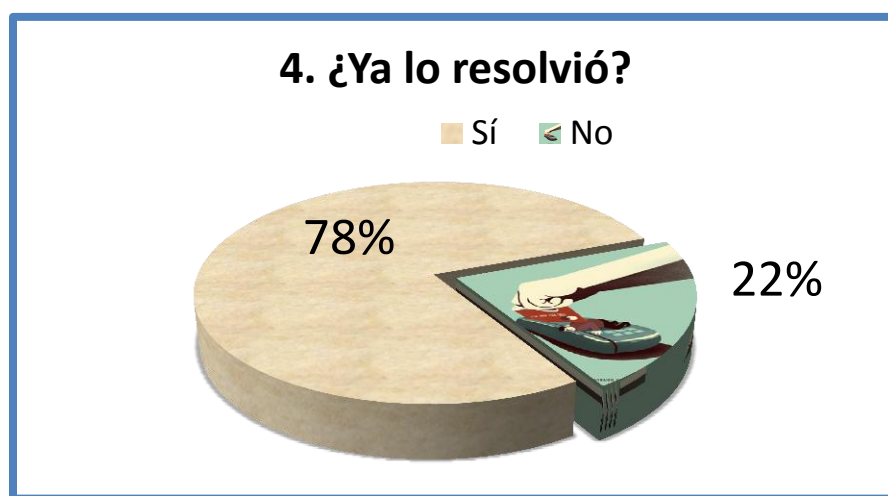
Tengo un “problemita”

Angélica tramitó su primera tarjeta de crédito en la tienda departamental. Un día cualquiera, realizaba algunas compras y cuándo se acercó a la caja, y antes de pagar, el vendedor le mostró todos los beneficios que obtendría si la adquiría, ella no estaba tan convencida, pero el vendedor insistió tanto y se le terminó haciendo atractivo adquirir ropa e ir pagando poco a poquito.

La aceptó, no le pidieron muchos requisitos, firme aquí y ya, ¡listo! Aquí está su tarjeta C&A... casi un año después le llegó el cobro de una anualidad por mil 400 pesos.

Al hacer la reclamación, sólo le explicaron que debió de haber leído detenidamente el contrato antes de firmar, ahora dice: “ya me fijo que cobren sólo lo que consumo, y lo que autorizó”.

Retomando la encuesta, en la que 51 de 100 personas dicen haber tenido algún problema con el banco, el 78% (40 personas) dice ya haberlo resuelto.



Resultados de la encuesta sobre educación financiera aplicada a mujeres y hombres mayores de 18 años, 2013.

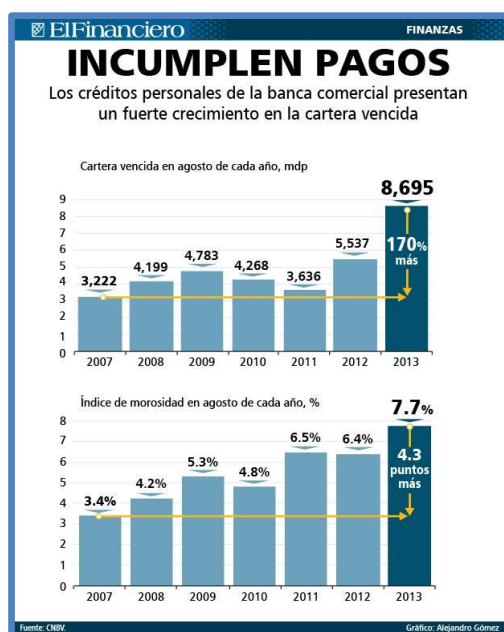
De las diferentes respuestas que se obtuvieron encontramos:

- Mediante una aclaración en sucursal.
- Pagué lo que pedía y cancelé la cuenta para no generar más problemas.
- Llamé a la línea de atención de la institución.
- Por medio de la Condusef.
- Pagué la deuda.
- Cancelé la cuenta y cambié de banco.
- Mediante una quita.

Algunas personas más dicen estar en proceso de dictamen, pero en lo que coinciden la mayoría es que ya sea por teléfono o acudiendo directamente a la sucursal, se debió insistir varias veces para

poder obtener una respuesta favorable o no, ya que a decir de los usuarios los bancos, éste es el tema al que le prestan menos atención.

Además, muchos de los casos que no llegan a un acuerdo con las institución desde un inicio termina en cartera vencida, tal y como lo confirma el vocero de Buró de Crédito Wolfgang Erhardt: “Muchas personas dejan en el olvido sus deudas con alguna institución y esperan a que estas las tome un despacho de cobranza para pagar menos de lo que le debían al banco”.



Tomada de la página de internet del financiero <http://bit.ly/1iMiOfE>, acceso 25 de septiembre 2013.

Un claro ejemplo del incumplimiento en los pagos, es el aumento de la cartera vencida causada en su mayoría por créditos personales que la gente ha dejado de pagar, las razones varían, en su mayoría falta de recursos o pérdida del empleo, entre otros.

Jaime González Aguadé, presidente de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), explicó en el artículo de *El Financiero*, “Sube cartera vencida de créditos personales; CNBV en alerta”, que esto causó supervisiones específicas en algunos bancos, para verificar el proceso de originación del crédito.

En este párrafo también se señala que la mitad de los créditos personales registrados por la CNBV, corresponden a Banco Azteca, en tanto Banco Ahorro Famsa, es la segunda institución con mayor presencia en este segmento y la que más ha crecido, al pasar de otorgar un millón 536 mil 353 créditos personales en abril de 2012, a tres millones 108 mil 490 créditos en abril de este año, lo que representa un crecimiento de 102 por ciento.

A raíz de los hallazgos, las autoridades regulatorias hicieron observaciones y recomendaciones en general a las instituciones bancarias para que tomaran las medidas necesarias para evitar el crecimiento de la morosidad.

Este tipo de problemas, tal vez sean causa de una desinformación, pues la gente muchas veces sólo piensa en solventar o arreglar un problema de momento y no ve las consecuencias a futuro.

• Y ahora ¿cómo le hago?

Una tarde de jueves de abril, alrededor de las 3 de la tarde, la señora Martha contestó su teléfono celular después de desviar la llamada de aquel número que desconoce varias veces.

—¿Bueno?

—Buenas tardes, la señora Martha E...

—Sí ella habla.

—Hola señora muy buenas tardes, hablamos del programa *No tires tu dinero*, ayer recibimos una llamada, en la que nos cuenta que tiene un problema con Bancomer y Banamex y requiere asesoría urgente.

—Sí, ¡ay señorita que bueno que me llaman! Pues fíjese que ya no puedo pagar, ya es mucho lo que debo, ¡siento que me va a dar un infarto!, dijo la señora Martha con voz alterada y preocupada.

Mi deuda se fue haciendo como una bola de nieve, hace unos meses mi mamá falleció, me hice cargo de los gastos del hospital, estuvo más de un mes internada y luego los gastos funerarios, la deuda entre mis tarjetas y el crédito ascienden a casi 700 mil pesos, me gustaría un plan de pagos personales para que ya no me cobren más intereses y que comience a bajar mi deuda.

—¿Qué tarjetas maneja?

—De Bancomer y Banamex.

—¿Cuáles?

—Con Bancomer la azul y oro, y con Banamex Bsmart y Travel Pass y con Bancomer también saqué un préstamo personal por 100 mil pesos.

—¿Está al corriente en sus pagos mínimos?

—Pues ya no me alcanza, más o menos entre todo lo que debo y lo mínimo que debo pagar al mes es de 40 mil pesos, pero no me alcanza.

—¿Cuánto gana?

—Soy maestra y madre soltera gano 16 mil pesos mensuales.

—Entonces no está al corriente en sus pagos mínimos...

—Pues saco de la tarjeta de un banco para pagar la deuda del otro y el crédito personal... por eso quiero el plan de pagos para que sepa ya cuanto voy a pagar aunque me tarde muchos años.

—Muy bien señora, entonces paso su caso a los asesores de Bancomer y Banamex para ver si es posible el plan de pagos, le regreso la llamada mañana después de las seis de la tarde...

—Sí, muchas gracias, la voy a estar esperando, trabajo en la tarde, pero no importa no voy, me quedo a esperar su llamada.

—No es necesario que no asista a laborar, la llamada sólo le tomará máximo 20 minutos, ya posteriormente los asesores se ponen en contacto y le dan un seguimiento a su caso.

—No, prefiero tener todos los papeles a la mano.

—Muy bien entonces le regreso la llamada mañana, gracias.

Y pasó el viernes, la señora Martha no recibió la llamada por motivos de agenda del programa, y tampoco sucedió el lunes pues de una lista de casos, el suyo tampoco salió ese día, fue hasta el martes después de las 7:30 y ya casi para cerrar el programa que sonó su teléfono, contestó y de inmediato le dieron las instrucciones para salir al aire, seguido de un reclamo: "Señorita quedaron de marcarme desde el viernes no he ido a trabajar en dos días y hoy es el tercero por estar esperando la llamada, una falta más y me dan de baja".

—Una disculpa señora, fue la Bancaria y nos vimos limitados en el tiempo, pero ya la dejo en la línea.

—Ok, muchas gracias —contestó Martha enojada, pero resignada a esperar en línea.

Minutos después, el caso de la señora Martha Sandoval, quien omitió su primer apellido por miedo a ser reconocida salió al aire, la conclusión: debe mucho y ya no está al corriente en sus pagos, no es candidata para el plan que solicitaba con alguno de los dos bancos, la solución por parte de los asesores y de conductor del programa es esperar a que algún despacho le ofrezca una quita, ya que ni destinando todo su sueldo, y ni con un segundo o tercer empleo lograría cubrir una parte de su deuda.

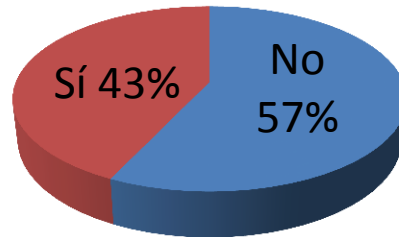
Ella sólo esperó una llamada por tres días porque conoce el formato del programa No tires tu dinero, en el que se brinda asesoría financiera, y decidió no acercarse al banco en primera instancia, aunque la conclusión hubiera sido la misma.

Sin embargo, este no es el caso de miles de personas que se encuentran a diario con problemas financieros y que no saben a dónde acudir. Estos problemas pueden quedar olvidados porque en voz de los mismos usuarios al levantar una reclamación o queja, ya sea en la sucursal o por teléfono en la líneas de cada una de estas instituciones, no se les da un buen seguimiento a cada uno de los problemas que presentan o a decir de éstos, se excusan diciendo que no se recibió la documentación a tiempo y que la reclamación no procedió.

Mucha gente desconoce que si el banco o prestador de servicio financiero no da una conclusión favorable o no se revisa bien cada uno de sus casos pueden levantar una queja ante la institución encargada de brindar asesoría y buscar la revisión correcta de cada uno de estos problemas, en este caso el organismo indicado es la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) en el caso de instituciones financieras (bancos), pero también está la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), quien atiende los problemas con tiendas departamentales, y algunos de los supermercados si no se encuentra en convenio con algún banco.

En la encuesta realizada para esta investigación de 100 personas sólo 43 dicen saber con quién pueden acudir para resolver conflictos contra algún banco. Entre las respuestas que dieron los usuarios encontramos que 32 identifican a la Condusef, siete mencionan que la Profeco, dos más mencionaron que el mismo banco y otros dos señalaron que con instituciones como Resuelve tu deuda que son instituciones que se encargan de resolver problemas financieros mediante la institución bancaria a través de una remuneración económica.

5.¿Conoce a qué institución recurrir para solucionar problemas con bancos aseguradoras u otras instituciones financieras?



¿Cuál?

Condusef		
Profeco	32	74.42%
Con el banco que se tiene el problema	7	16.28%
Instituciones dedicadas a resolver problemas con Bancos a cambio de una remuneración económica	2	4.65%
* De un total de 43 que dicen saber con quién acudir	2	4.65%
	43	

Resultados de la encuesta sobre educación financiera aplicada a mujeres y hombres mayores de 18 años, 2013.

Quién ayuda a solucionar el “problemita”

Después de ir al banco en varias ocasiones y quejarse con la mayoría de los empleados y hasta el gerente en un sinnúmero de ocasiones, los usuarios pueden hacer uso de una instancia más antes de llevar el conflicto a la Condusef, existe un recurso que de acuerdo a la Ley Federal de Protección al Consumidor incluido en el artículo 17 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, agregado en 2010.

En cumplimiento de la Ley para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, todos los bancos deben tener una Unidad Especializada en atención a Usuarios (UNE), la cual tiene por objeto atender las consultas y reclamos de los clientes.

La Unidad Especializada de Atención a usuarios atiende dos tipos de inquietudes:

- Resolver dudas referentes a los productos o servicios que ofrece cada institución.
- Atender reclamaciones e inconformidades del cliente: por prestación de servicios, irregularidades, infringir el contrato, o por operaciones irregulares.

Las personas que se encargan de revisar las controversias interpuestas por los clientes, no deben estar implicadas en ninguna área de la institución y normalmente son conocidas como el ombudsman financiero, éstos cuentan con no más de 30 días hábiles para contestar cualquier reclamación.

Condusef: prevenir y corregir

Marco Carrera Santa Cruz, menciona que esta institución se enfoca principalmente a dos acciones: “Prevenir y Corregir”

La Condusef realiza dos acciones correctiva y preventiva, la preventiva tiene precisamente que ver con el hecho de fomentar el tema de qué es la cultura financiera, de informar a la gente cómo funciona cuáles son los productos financieros, y que ventajas o riesgos pueden implicar el uso de determinados productos o servicios financieros. Entonces en ese sentido explicar a la gente textualmente qué es un producto financiero.

Este es el compromiso, en cuanto a la acción correctiva, los usuarios pueden realizar sus preguntas por medios electrónicos y se les contesta a través de éste, se le da la asesoría por teléfono o si vienen también se les brinda información.

Llama la atención de cómo la gente que acude a Condusef el 85% viene a hacer preguntas, consultas o averiguar, no viene a presentar reclamaciones, sólo un 15% viene a presentar una reclamación.

Las reclamaciones varían, lo más común son los cargos indebidos, la asesoría es inmediata, por cualquiera de las formas ponen su queja y el tiempo de respuesta es de 15 a 20 días.

En estos casos, por lo general la gente siempre responde de manera adecuada, algunas veces hay reclamos improcedentes y cuando a la gente no se le da la razón, es cuando se dice que la Condusef está en favor del banco, y no es así, pero es un riesgo que se corre cuando se toma ese tipo de opciones de ahí el lema de Condusef “La razón a quien la tenga”.

Al presentar una queja es un reto lograr que en ocasiones la banca responda, a veces hay un problema del lado de la banca y hay que forzar para que responda, se debe trabajar en el marco legal para que esta respuesta sea más enérgica, en favor de los usuarios, en el marco legal que tenemos aún hay lagunas en las que debemos de trabajar para lograr esa mejoría.



Resoluciones de controversias, primer trimestre de 2013, tomado de la página de de la dependencia <http://bit.ly/1a5yRxe>, acceso 24 de septiembre 2013.

Hoy en día se cuenta con esta institución pero hace un poco más de 10 años, antes de que ésta comenzara operaciones, la gente debía acercarse a cada una de las áreas de atención de las instituciones con la que existiera el problema, las comisiones como la bancaria y de valores tenía un área de atención y reclamaciones de bancos, la de seguros y fianzas tenía un área de reclamación de seguros, la Consar tenía un área para la reclamación de afores, no existía una labor consolidada como la de hoy en día, evidentemente el tema de la educación financiera no existía y no había algo que agrupara todos estos elementos.



Usuarios atendidos por la Condusef de enero a agosto 2013, de acuerdo a la <http://bit.ly/ljPHCe>, acceso 2 de octubre 2013.

¿Alguien más que ayude?

Cómo se mencionó en la entrada de este apartado, la función del programa *No tires tu dinero*, es resolver conflictos entre las instituciones y los usuarios. Lourdes López, coordinadora de información de éste, mencionó en entrevista que a lo largo de más de 5 años, ellos se han encargado de conciliar y ayudar a resolver cerca de 6 mil conflictos, además de responder dudas de cualquier tipo relacionadas con el tema financiero.

Entre las diferentes instituciones que participan encontramos: BBVA Bancomer, Banamex, HSBC, Santander, Banorte y Buró de Crédito, además de que también se mantiene relación con dependencias como el SAT, Profeco, Consar, Infonacot, Infonavit y el Seguro Social. Aunque las dudas que más les llegan son asuntos relacionados con el crédito, tanto en el uso de tarjetas como personales, y de vivienda, además de dudas sobre el Buró de Crédito.

Para que nosotros ayudemos a las personas, primero se les cometa que su caso se pasará al aire, si están de acuerdo, deben seguir unas reglas, después el asesor les responde y para darle seguimiento a su caso en los días posteriores él personalmente les llama y les pide todo lo que sea necesario para la revisión del problema.

Muchas veces a la gente sí le queda claro al realizar el ejemplo con un caso, pero siempre buscan una solución a su favor y eso por eso que las preguntas que presentamos al aire muchas veces se repiten, a veces

la gente es muy necia para entender qué necesita o debe hacer, entonces al llamarnos y hacerlo de una forma personalizada y siempre teniendo al asesor les es más fácil.

Es así como funciona este programa, que resulta una alternativa, como mucha gente lo dice no se cuenta con el tiempo para acudir al banco.

Además existen sociedades civiles como Defensa del Deudor, que se encargan de brindar asesoría gratuita a toda persona que tenga dificultades para pagar sus deudas, es vía telefónica o en sus oficinas, además de la página en línea <http://bit.ly/lpYuTB> en la que sus dudas son aclaradas a través del chat o en su programa de radio en línea, el cual funciona presentando casos al aire.

Esta asociación, es diferente a las reparadoras de deudas, pues, en este caso lo que hacen estas empresas como por ejemplo Resuelve tu deuda, es brindar asesoría, realizar préstamos y hasta en caso de ser necesario, encargarse del problema de los usuarios para ayudarlos a través de una remuneración económica.

Sin embargo, Marco Carrera y Wolfgang Erhardt coinciden en que no todas las reparadoras de deudas están reguladas y hay poner especial atención si se requiere la ayuda de alguna, pues si surge un conflicto con éstas no hay institución encargada de brindar ayuda para los usuarios.

Sin duda, para evitar todo este tipo de “problemitas” es mejor informarse primero antes de contratar algún producto o servicio financiero y comparar opciones, ya que muchos de estos casos son a causa de una desinformación.

3. De música, noticias y ¿finanzas?



Imagen tomada de <http://bit.ly/1aVLrnf>, acceso 10 de octubre 2013.

3. De música, noticia y ¿finanzas?

Llegará el día en que un hombre te hablará a miles de kilómetros de distancia, y tú tranquilamente le podrás escuchar donde este, más no le podrás ver por estar tan lejos.

QUINTA PROFECÍA MAYA

Voces que se escuchan a lo lejos comienzan a interrumpir su sueño, da vueltas de un lado a otro en la cama tratando de dormir un poco más, estira su mano y tocando todo lo que se encuentra sobre el buró alcanza el botón del despertador... los murmullos desaparecen y vuelve a dormir, al cabo de unos minutos las voces regresan, esta vez, escucha con gran claridad lo que una de ellas dice: son las 6:30 de la mañana y vamos con lo más relevante de lo que ha pasado en México en torno a los sucedido en Michoacán...

De inmediato abre los ojos, brinca de la cama y comienza sus actividades diarias, de fondo el noticiero de la mañana, la voz de Sergio Sarmiento se escucha dando el acontecer político, social, cultural y deportivo que se vive en este país, al tiempo que se baña, desayuna y se prepara para salir a trabajar.

Ya son 7:30 y todo está listo para dirigirse a la oficina; sube al auto, lo enciende y sin pensar prende el radio, se encuentra en el 92.1, suena música rock en inglés de los ochenta, y está por comenzar la hora Beatle. En el tráfico, avanza lentamente al tiempo que canta Across The Universe, al terminar la canción escucha: “hay choque sobre Circuito Interior a la altura de Marina Nacional como alternativa puede tomar paseo de la Reforma, maneje con precaución”. Hay un percance y es hora de buscar otra salida o no llegará a la oficina, deja la programación musical y busca un noticiero para mayor información vial.

Aprieta de arriba abajo los botones del control de frecuencia, se encuentra con Martín Espinosa en Reporte primera emisión, no es de su total agrado, pero ahí lo deja, llega al siguiente semáforo y

busca nuevamente otra frecuencia, va de arriba abajo y nada, sólo cortes comerciales, está por ponerse la luz verde y piensa —ni modo, ya le di toda la vuelta, le regresamos a Martín Espinoza por lo menos en cada corte hay información vial— y sigue su camino.

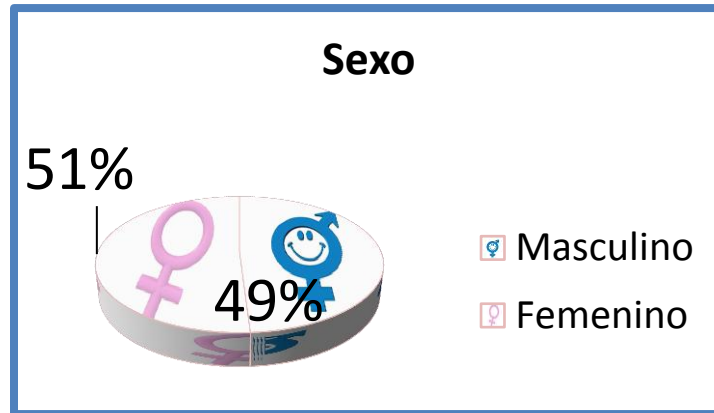
Es así como comienza el día a día de la mayoría de los habitantes del valle de México, al prepararse para salir, y en la mayoría de sus actividades matutinas ya sea para dirigirse a la escuela o el trabajo se prefiere estar acompañado de la radio.

De acuerdo con información de la Asociación de Radio del Valle de México (ARVM) en su último estudio sobre percepción de la radio en 2006, y dado a conocer hasta el año 2008, éste es el primer medio de comunicación con el que se establece un contacto al iniciar el día, principalmente para saber cómo amaneció el mundo, qué pasa en nuestras calles y fomentar el buen ánimo.

• **Y usted ¿qué escucha?**

En promedio los habitantes del área metropolitana que escuchan la radio, le dedican a este medio 20 horas a la semana, al tiempo que se realizan otras actividades, un promedio de tres horas diarias tal vez no en conjunto, y que a decir de la ARVM se han incrementado entre los automovilistas debido a la gran cantidad de vehículos que circulan por la metrópoli.

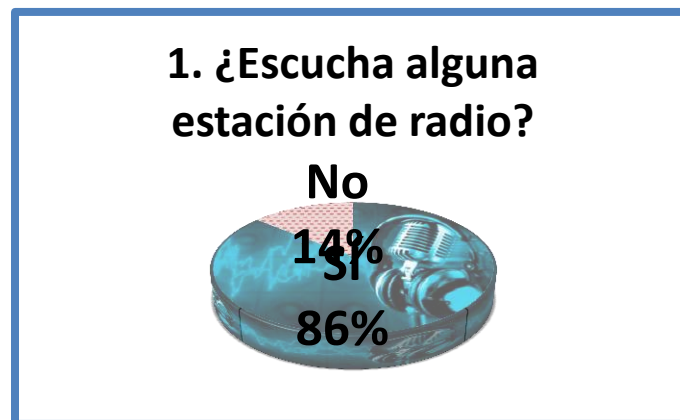
Hasta el 2006, la ciudad de México contaba con 11.8 millones de radioescuchas, cifra que ha ido en aumento de acuerdo al cambio en la densidad de población, pero de la cual, hasta la fecha no se tiene registro de un número preciso. Estas escuchas son un reflejo de la distribución en la población, es decir el 51% de la audiencia son mujeres y el resto hombres.



Población de hombres y mujeres mayores de 18 años que respondió la encuesta, durante el mes de junio 2013.

Dentro de esta metrópoli hay 52 emisoras todas con personalidades distintas, cada una tiene su propia esencia y forma de hablar para cada uno de sus oyentes, de éstas hay 23 de AM y 29 de FM.

“Yo escucho música para entretenerme”, es la respuesta que da la mayoría de las personas al cuestionarles qué escuchan. De acuerdo con una encuesta realizada para esta investigación sobre los contenidos en la radio, 86 personas de 100 mayores de 18 años, escuchan este medio de comunicación, la mayoría en FM.

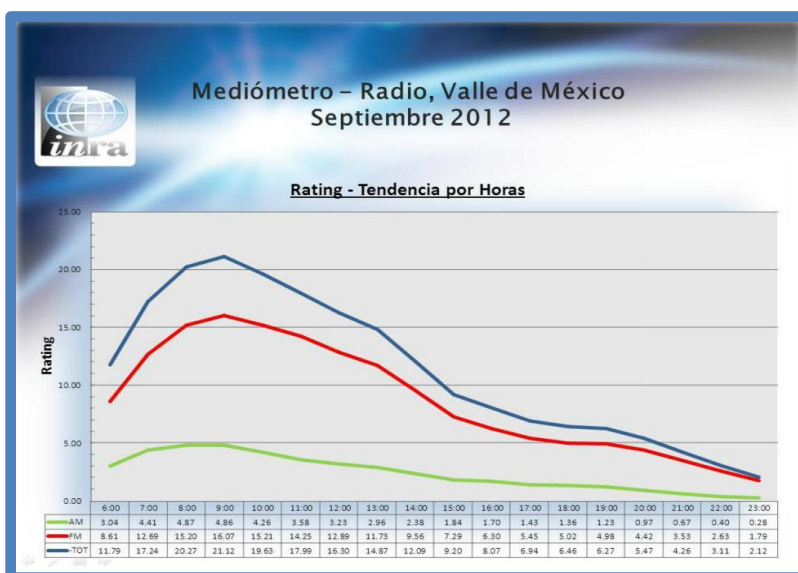


Porcentaje de las 100 personas que respondieron la encuesta sobre radio, realizada durante junio 2013.

Gabriel Sosa Plata investigador sobre medios de comunicación, mediador del Instituto Mexicano de la Radio (Imer), locutor de radio y profesor de la carrera de comunicación en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), señala en su

artículo “La radio en el 2000”, Revista Mexicana de Comunicación, en la página de internet: <http://bit.ly/18I4W2c>, que las estaciones de AM son cada vez menos escuchadas. El 70% de la publicidad es dirigida siempre a FM, y la situación de AM va en decadencia, algunas de ellas subsisten porque el dueño de éstas también es dueño de alguna estación de FM.

La opinión de Sosa Plata la comparte Fernando Mejía Barquera investigador de medios, catedrático de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) y columnista de Milenio, él refiere que la AM está condenada a desaparecer con el avance digital, mientras que la FM es el espacio del presente y del futuro del medio, sobre estas frecuencias se dará la revolución tecnológica de la radio.



Tomado de la página de internet de INRA medios <http://bit.ly/ltdKOM>, acceso 10 de septiembre 2013.

Los cambios que se han dado y seguirán en este medio de comunicación han hecho que en los últimos años se hayan creado alianzas, desapareciendo algunos de los grandes grupos que fueron pioneros de la radio mexicana, cambiando el formato de alguna de las estaciones ya existentes y dando concesiones para la creación de nuevas frecuencias.

Hoy en día, la industria de la radio en FM cuenta con una gran variedad de competencia en cuanto a programación se refiere. A la ARVM pertenecen 29 estaciones de FM; de las cuales 22 son concesionadas y siete permisionadas, entre los grupos que manejan esta industria se encuentran: Grupo Radio Centro, Grupo Acir, NRN Comunicaciones, Grupo Imagen, Prisa Radio, Grupo

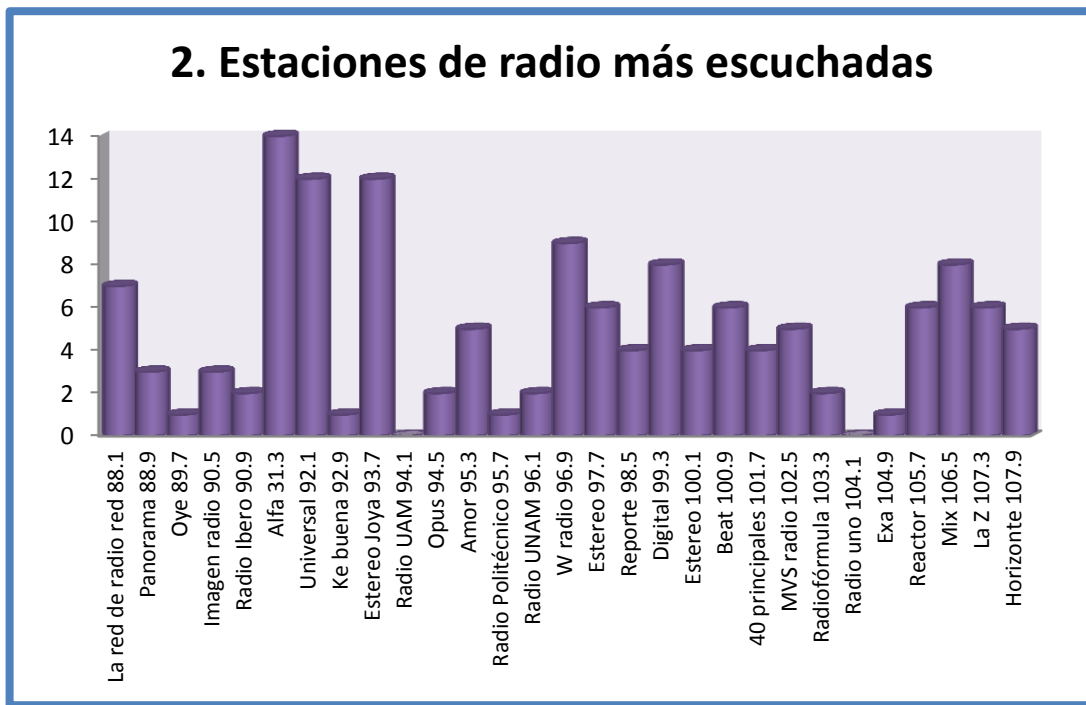
Fórmula, MVS Radio y representando a la radio pública el Imer, además de las frecuencias de la universidades como lo son; radio UNAM, radio Politécnico, radio UAM y finalmente radio Ibero.

Estaciones FM en el Valle de México	Personas que las escuchan	Porcentaje
La red de radio red 88.1	7	5%
Siempre 88.9	3	2.16%
Oye 89.7	1	0.72%
Imagen radio 90.5	3	2.16%
Radio Ibero 90.9	2	1.44%
Alfa 31.3	14	10.07%
Universal 92.1	12	8.63%
Ke buena 92.9	1	0.72%
Estereo Joya 93.7	12	8.63%
Radio UAM 94.1	0	0.00%
Opus 94.5	2	1.44%
Amor 95.3	5	3.60%
Radio Politécnico 95.7	1	0.72%
Radio UNAM 96.1	2	1.44%
W radio 96.9	9	6.47%
Estereo 97.7	6	4.32%
Reporte 98.5	4	2.88%
Digital 99.3	8	5.76%
Estereo 100.1	4	2.88%
Beat 100.9	6	4.32%
40 principales 101.7	4	2.88%
MVS radio 102.5	5	3.60%
Radiofórmula 103.3	2	1.44%
Radio uno 104.1	0	0.00%
Exa 104.9	1	0.72%
Reactor 105.7	6	4.32%
Mix 106.5	8	5.76%
La Z 107.3	6	4.32%
Horizonte 107.9	5	3.60%
De un total de 139 votos de 86 personas que escuchan el radio		100%

Lista de las 29 frecuencias FM en el valle de México y el número de radioescuchas que sintonizan cada una de éstas de acuerdo a la encuesta realizada para esta investigación, 2013.

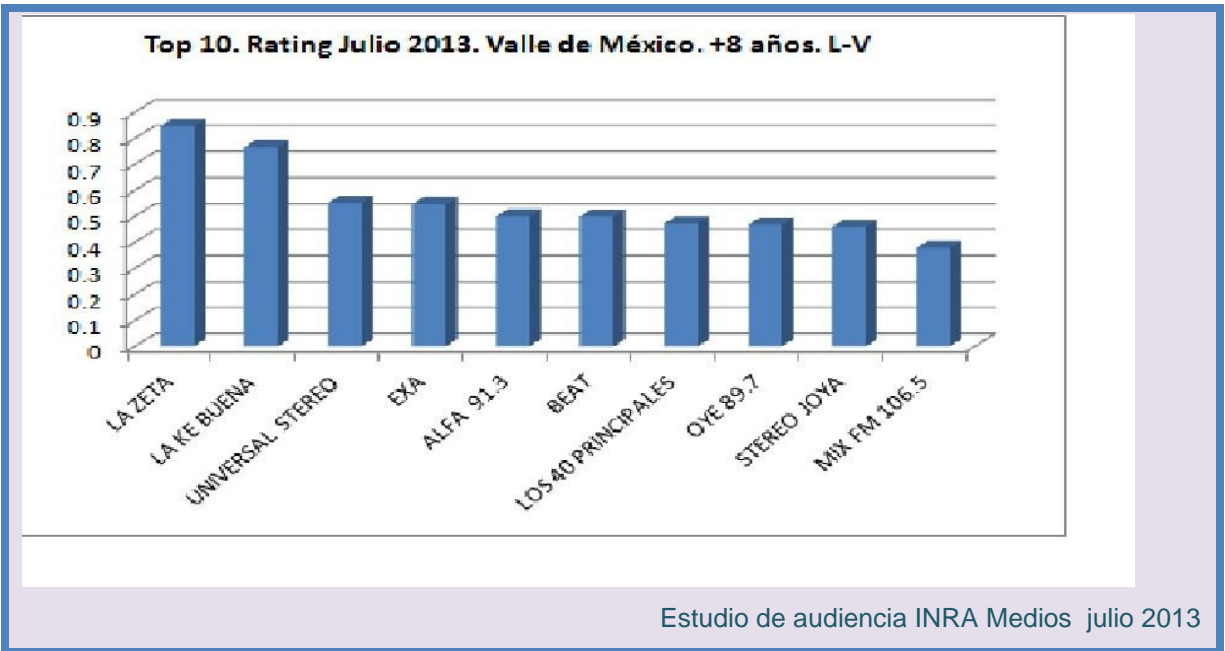
En el valle de México Grupo Radio Centro es el corporativo que tiene una mayor audiencia, dentro de éste encontramos las estaciones de FM: La Red de Radio Red, Universal Estéreo, Alfa, Estéreo Joya, 97.7 y La Z.

De acuerdo con la encuesta realizada para esta investigación, las frecuencias de este grupo son las más escuchadas, la mayoría la población prefiere las estaciones con programación musical. Siendo Alfa 91.3 de Grupo Radio Centro la más escuchada, seguida de Universal Estereo y Estéreo Joya del mismo grupo radiofónico.



Estaciones de radio más escuchadas de acuerdo a la encuesta realizada para esta investigación, 2013.

Sin embargo, al compararla con la encuesta realizada en 2012 por INRA Medios, empresa dedicada a los estudios de audiencia de los medios de comunicación en México, revela que las estaciones de música grupera son las más escuchadas, de éstas La Z es la que encabeza la lista, seguida de la Ke Buena, Universal Estéreo, Exa, Oye, y Alfa.



Estaciones de radio más escuchadas en el valle de México de acuerdo al estudio de audiencia de INRA medios. Imagen tomada de su página de Facebook <http://on.fb.me/18zFE5T>, acceso 7 de septiembre 2013.

Mejía Barquera comentó en entrevista que el género grupero dentro la radio de la ciudad de México es el más escuchado y es una tendencia que cuando alguna estación se encuentra en crisis por pérdida de anunciantes o una baja en el rating es muy común que se cambie a este formato.

Uno de los cambios más recientes que se ha dado dentro del medio radiofónico, y el cual no fue precisamente a música gruper, sino una combinación entre programación musical y espacios informativos durante las horas de mayor audiencia (mañanas), son los de 88.9 de Grupo Acir, esta frecuencia radiofónica pasó de estación hablada, con noticiarios, bajo el nombre de Panorama Informativo 88.9 a una casi musical.

Los cambios, que se dieron el pasado julio, mostraron un nuevo formato, en el que presenta música en español de la década de los ochenta y noventa, con el nombre Siempre 88.9, en este nuevo espacio convive la programación musical y por la mañana se pueden escuchar el noticiario matutino, que conducen Iñaki Manero y Alejandro Villalvazo, seguida de música hasta entrada la noche, cuando se puede sintonizar Espacio deportivo con Toño de Valdés alrededor de las 18 horas.

Ahí déjale, “está bueno”

De acuerdo a la ARVM en su última publicación Una historia que sí suena en 1998, menciona que en 1975 la programación musical era orientada principalmente a jóvenes menores de 24, pues estos representaban un 70% de la población que escuchaba radio. Y siendo por excelencia el horario matutino el favorito de la población, pues hasta esa década 43.7% de los radioescuchas lo preferían, comportamiento que ha seguido hasta hoy en día.

Siguiendo la tendencia de evolución de la FM en la ciudad de México, a partir del cambio que se dio de AM a FM en las últimas décadas el catedrático de la AUCM comenta:

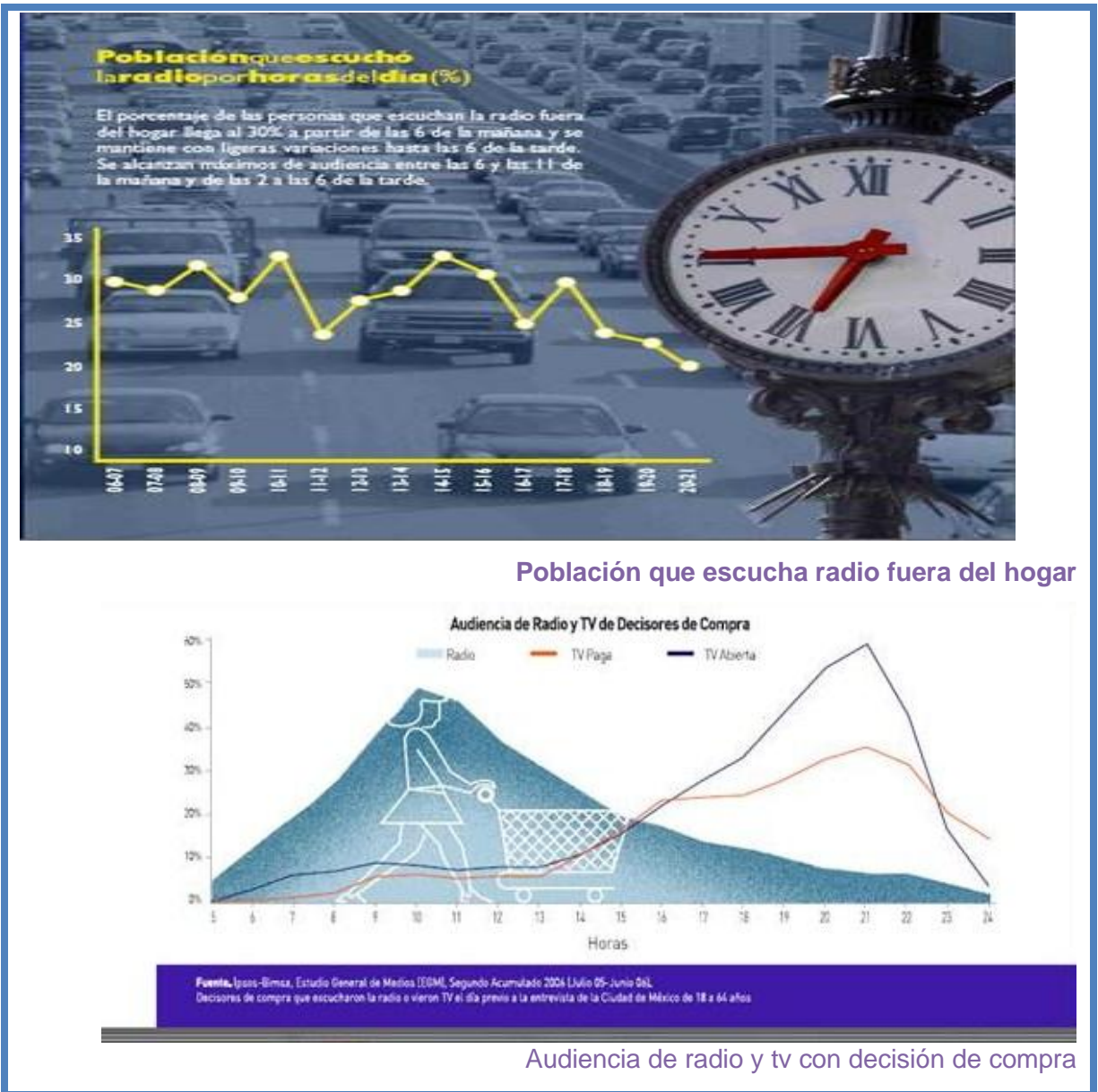
La FM, es un medio que se posicionó entre los mexicanos en la década de los setenta y ochenta, evolucionó de acuerdo a las necesidades de información de la generaciones que lo comenzaron a escuchar, en un inicio fue musical pues su audiencia se concentraba en los jóvenes, pero conforme éstos fueron creciendo surgieron necesidades de otro tipo de información abriéndole paso a diferentes contenidos de información como revistas, programas especializados, noticias, entre otros.



Fernando Mejía Barquera, catedrático de la UACM,
5 septiembre 2013. Foto: Paulina García.

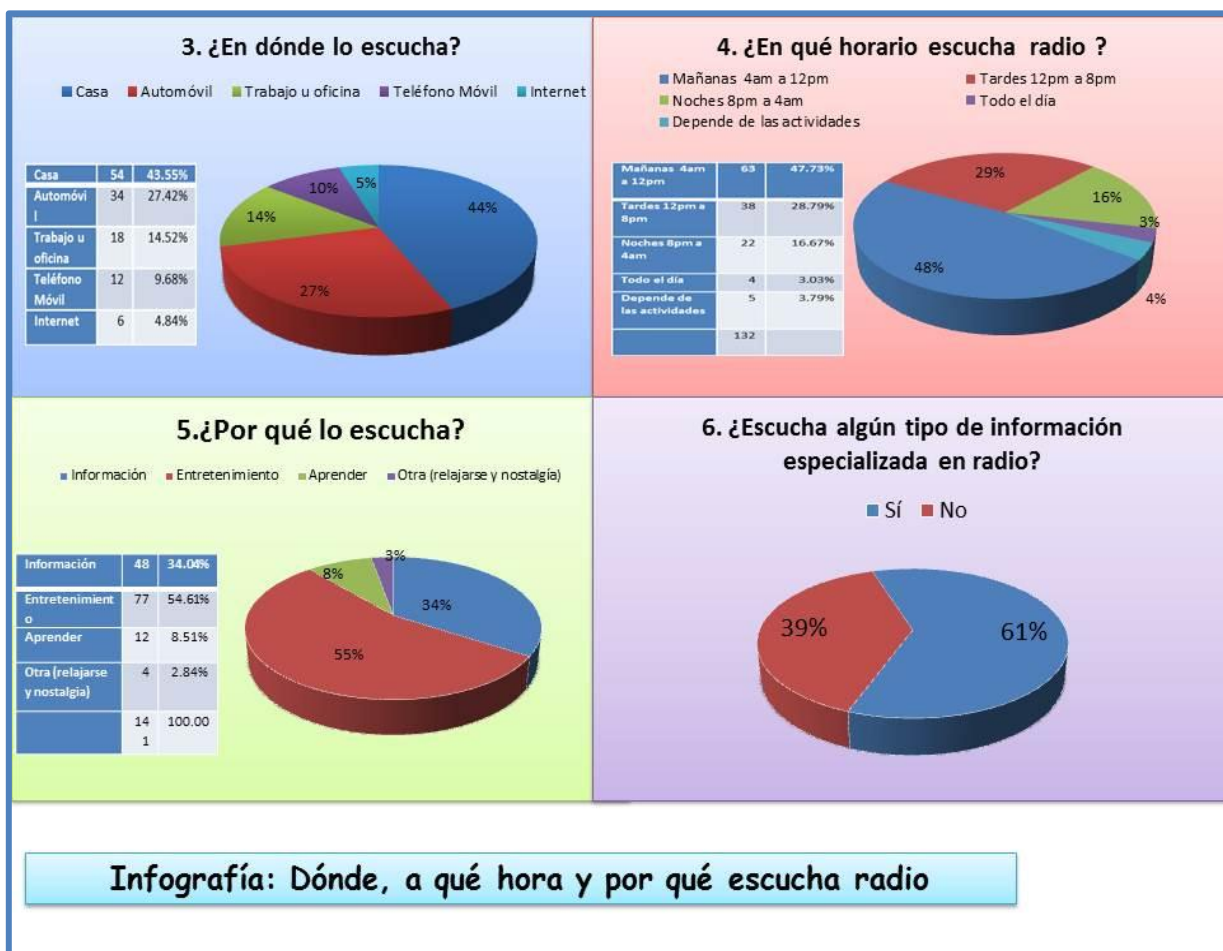
De acuerdo a la información recabada para esta investigación, mediante la encuesta, entre las preferencias de los capitalinos encontramos que 48% de los que escuchan radio lo hacen por la mañana, 44% lo sintonizan en el hogar, además de que más de la mitad, un 55% lo escucha sólo como forma de entretenimiento.

En los últimos estudios de la ARVM, “Estudio de hábitos de escuchar la radio fuera del hogar” y el de “percepción de la audiencia” realizado en 2006 a personas mayores de 13 años, los niveles máximos de audiencia se alcanzan entre las 6 y las 11 de la mañana, seguidos del horario vespertino de 14 a 16 horas cuando se está fuera del hogar.



“Estudio de hábitos de escuchar la radio fuera del hogar” y de “percepción de la audiencia” de la ARVM. Imágenes tomadas de su página de internet. 21 de julio 2013.

El segundo estudio arroja que después de las 9 de la mañana se registra su punto más alto, entre las 10 a las 11 horas, son los mejores horarios para las ventas, a esta hora se registra los mayores niveles de audiencia y por lo tanto los compradores potenciales se elevan.



Información obtenida de la encuesta realizada para esta investigación, 2013.

Haciendo referencia a la imagen anterior, encontramos que sólo una pequeña parte de total de los radioescuchas tiene preferencias por los programas especializados, y esto según los expertos responde a distintas variables, Gabriel Sosa Plata en entrevista dijo al respecto:

Los programas especializados y de orientación no están en el interés de los radiodifusores, se ha dejado de lado la función social, que con base en la Ley Federal de Radio y Televisión están obligados a difundir estos contenidos, ahora lo importante es conseguir la rentabilidad del negocio a como dé lugar y eso implica que en lugar de tener un buen programa se le venda a quien lo puede pagar, en la radio comercial así es la lógica.

Con los medios públicos lo que sucede es que hay que tomar en consideración sus formatos e historias, en el caso del Instituto Mexicano de la Radio (Imer) se ha buscado un equilibrio de música y programación hablada lo cual genera conflicto porque hay radioescuchas que piden música y hay quien pide cultura y educación son dos mundos encontrados. Los programas especializados con los que cuenta el Imer se enfocan más a la cultura y difusión, programas educativos más formativos.



Cultura	27	25.23%
Deportes	15	14.02%
Finanzas	13	12.15%
Espectáculos	23	21.50%
Salud	23	21.50%
Otra	6	05.61%
	Política	2
	Tecnología/Investigación	2
	Ciclismo	1
	Niños	1

107

Tipo de programas que escuchan los encuestados, con base en las 66 personas que dicen escuchar algún programa especializado.

Más del 50% de los encuestados que dicen escuchar un programa de contenido especializado en radio lo hacen porque tiene interés en los temas, y les brindan buena información, mientras que un 8% los escucha porque están dentro de la barra de programación de su estación favorita o simplemente les agrada el locutor o conductor del mismo sin que sea de su completo interés la información que se maneja.

En Informativos radiofónicos de Xosé Soengas se indica que este tipo de programas deben ser de actualidad permanente, la información que se trata debe tener una estructura similar a los

informativos, pero la gran diferencia radica en el tratamiento de los contenidos, pues estos sólo abordan un área temática y deben profundizar en ésta, haciendo muchas veces a su audiencia especializada.

Además este tipo de contenidos deben ser conducidos por expertos en la materia y dichos especialistas debe reunir las siguientes características:

- El que se encarga de redactar los temas y contenidos debe ser experto en la materia.
- Periodistas deben ser especializados en el tema.
- Y si no se es experto en la materia se deben consultar las fuentes adecuadas.
- Los periodistas tiene que mantener la distancia de los hechos, situándose en la óptica de la audiencia, para que estos temas sean comprensibles.

Independientemente de si estos contenidos van o no a una audiencia especializada, la información que se transmite a través de este medio masivo de comunicación debe ser considerada como un servicio público y de interés social, dejando de lado los intereses de cada emisora sea pública o privada, pues los medios tienen la obligación de mantener informados a los diferentes sectores sociales, para que los ciudadanos tengan conocimiento de qué sucede en su entorno, cumpliendo con las tres funciones de la radio; educar, entretener e informar.

Mejía Barquera menciona que “estas funciones se cumplen en parte, pues sí entretiene, pero se informa parcialmente ya que si nos situamos en el deber ser de la ética periodística hay un déficit en la información, en la mayoría de los noticiarios radiofónicos, éstos tienden a favorecer o a privilegiar la expresión de una sola de las partes que interviene en un conflicto y finalmente educar... se necesitaría entender qué se comprende por educación”.

Sosa Plata señala que estos programas responden a una lógica comercial Las transmisiones como las de economía y finanzas se han convertido en un buen negocio para las estaciones de radio, justifican su incorporación en el sentido que el público desea conocer más sobre estos temas y podría tener un beneficio a los radioescuchas, pero muchas veces sólo suelen ser programas de relaciones públicas y de ingresos y esto se reflejan en la incorporación de publicidad:

Se convierte en periodismo de “cuates” y para “cuates” y entonces son temas lejanos para muchos de los radioescuchas que no les importan, que no tienen ninguna trascendencia social o política y que poco abona incluso al periodismo especializado.

Por otra parte, aterrizar esos temas no siempre es fácil, pero a veces la parte de las relaciones públicas y el periodismo que trate de explicarle a la gente de sus derechos como usuarios tiene una cabida limitada, porque no es negocio y puede contraponer a los propios anunciantes, por eso no se ahonda en muchos temas como por ejemplo:

Lo que pasó con la campaña de 149 calorías de Coca-Cola cuando fue retirada por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), la respuesta de esa empresa vino de inmediato y hasta López Doriga entrevistó al director de Coca-Cola México y fue entrevistado por muchas estaciones más. Fue tal la avalancha informativa con lo que se dijo inicialmente, que se trató de opacar ese mensaje negativo de la campaña de 149 calorías, las radiodifusoras prefieren quedar bien con Coca-Cola quien es de los principales anunciantes en el país, que quedar bien con los consumidores que no le generan ningún ingreso a las estaciones.

Eso es lo que se vive cotidianamente, muchos de los espacios económico financieros no abordan ciertos temas porque no resultan convenientes para los intereses de la empresa, van a atacar a los que no son anunciantes y a los otros los van a proteger.

También cuando hay un nuevo producto o servicio se difunde porque al final son relaciones públicas, en algunos programas, muchos de los directivos de estas empresas son entrevistados por ser anunciantes de la estaciones y no porque sea periodísticamente importante dar a conocer esa información.

Raúl Trejo Delarbe en su libro Perfiles del cuadrante indica:

La radio, sí tendría que servir para algo más, pero en México, salvo excepciones que son precisamente eso, ha servido para muy poco. Ha cumplido más funciones de distracción o evasión, que de auténtico entretenimiento. Ha banalizado más que informado.

En su factura habitual, los intereses mercantiles han sustituido a la imaginación o la búsqueda de nuevas opciones de producción. [...]

Espectáculos, deportes y salud los temas preferidos

Los habitantes del valle de México mencionaron en la encuesta algunos de los programas de contenido especializado que en general escuchan, entre ellos destacan: *El club Beatle*, programa que transmite música del cuarteto de Liverpool y proporciona algunos datos sobre la banda.

Palco Deportivo con Alfredo Domínguez Muro, el cual no es un programa, son cápsulas deportivas y secciones dentro de la mayoría de los espacios de Grupo Radio Centro. Además de *Crónicas de Salud* de Imagen Radio con Ethel Soriano.

Programa	Frecuencia	Horario	Días que se transmiten	Contenido	Grupo	Menciones
Expediente Animal	105.7	11-12hrs	Martes	Político	IMER	2
Bicitlan	105.7	11-12hrs	Miércoles	Ciclismo	IMER	2
Cinececuencias radio	105.7	11-12 hrs	Sábado	Espectáculos	IMER	1
Crónicas de Salud	90.5	15-15:30 hrs	L-V	Salud	IMAGEN	3
De película	101.7	19-20 hrs	Viernes	Espectáculos	Televisa (Prisa)	1
Deportes MVS	102.5	15-16 hrs	L-V	Deportes	MVS	1
Don Dinero	88.1	20-21 hrs	L-V	Finanzas	Radio centro	2
El club Beatle	92.1	8-9 y 13-14 hrs	L-V	Música	Radio centro	3
El placer de vivir	102.5	19-21 hrs	L-V	Salud	MVS	1
Finanzas Personales	88.9	20-21 hrs	L-V	Finanzas	ACIR	1
La enredadera	105.7	11-12 hrs	Lunes	Tecnología	IMER	1
La taquilla	104.1	11-12 hrs	L-V	Espectáculos	FÓRMULA	1
No tires tu dinero	98.5	18-20 hrs	L-V	Finanzas	IMAGEN	1
Palco deportivo	88.1	diferentes emisiones		Deportes	Radio centro	3
Trovadicción	95.1	20-21hrs	L-Mi-V	Música	Radio IPN	1

Detalles de los programas especializados que escuchan: nombre, frecuencia, horario y tipo de contenido, de acuerdo a la encuesta de radio aplicada en esta investigación.

Al hablar de la especialización de los contenidos, los que se destacan como los más escuchados son los de espectáculos, pues la mayoría de éstos se presentan en los horarios matutinos y su contenido está dirigido a las mujeres de la casa principalmente.

El mediador del Imer y especialista en medios menciona que difusión de contenidos como los de espectáculos y su aceptación dentro de la audiencia obedece a tradiciones familiares e intereses empresariales y no a estudios de audiencia, sin embargo, esta lógica ha funcionado;

Tradicionalmente en la sociedad mexicana la mujer es la que se queda en casa, para las mujeres del hogar tiene los programas de espectáculos y revistas, es difícil meter en ese horario un programa de economía y finanzas porque ese es un tema muy masculino, muy hacia otro tipo de público.

Aunque se han modificado tanto los hábitos de consumo que sería necesario replantear qué es lo que ha pasado con estos horarios. Desafortunadamente en México, quienes trabajan en medios no hacen labores de investigación, los que lo hacen son minoría y lo hacen enfocándose más a temas publicitarios, nos hace falta conocer más a los públicos.

Muchos programas nacen no por interés de los radioescuchas ni por políticas de las radiodifusoras sino porque había alguien dispuesto a patrocinar ese espacio. ¡Quien paga manda! , concluyó el especialista.

El público o audiencia, muchas veces no es tema de investigación, sin embargo, éste es el que le da sentido a la información, pues un mensaje no existe si no hay un receptor.

Xosé Soengas menciona en su texto que al elaborar noticias se debe hacer pensando en un sector de la población determinado o para un público en general pero siempre hay un destinatario potencial y siguiendo esta base se pueden identificar los siguientes tipos de audiencia:

- La audiencia potencial, que está constituida por el número de ciudadanos que tiene la posibilidad de sintonizar radio y que están en posibilidades de convertirse en oyentes.
- La audiencia real y concreta, que son los oyentes que escuchan la emisora o un programa de manera habitual.

Con el paso del tiempo, la creación de nuevas emisoras y el aumento de competencia entre éstas ha dado como resultado que la rentabilidad de los programas sea en función de sus anunciantes, generando una pérdida en la calidad del contenido de la información.

De acuerdo con el texto al que se hizo referencia previamente y la Ley Federal de Radio y Televisión, aún vigente, éstos coinciden en que los informativos deben servir para elevar el nivel cultural de la audiencia además de mantenerla informada. La ley dentro del título primero: principios fundamentales dice:

Artículo 5°.- La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto a través de sus transmisiones, procurarán:

[...]

III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo [...]

Artículo 6°.- En relación al artículo anterior, el Ejecutivo Federal por conducto de las Secretarías y Departamentos de Estado, los ayuntamientos y los organismos públicos, promoverán la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.

Dentro del título cuarto, en su capítulo tercero que hace referencia a la programación el artículo 59° dice:

Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración de hasta 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social.

Sin embargo, y como lo dice Fernando Mejía Barquera: “esta regulación aplica sólo para los tiempos oficiales del Estado así como para la radio pública que controla el gobierno. Regular a todas las radiodifusoras sería ir en contra de la libertad de expresión”.

- **Finanzas en la radio... ¿para qué escucho, si ni entiendo!**

Dentro de la FM en la ciudad de México encontramos los siguientes programas que tocan temas de economía y finanzas:

Nombre del programa	Frecuencia	Horario y días al aire	Grupo radiofónico	Conductor (es)
Don Dinero	88.1 Radiored	L-V 20 a 21 hrs.	Radio Centro	Alberto Aguilar
Finanzas personales	88.9 Panorama		Acir	Gianco Abundiz
Imagen Empresarial	90.5 Imagen radio	L-V 6 a 6:45 hrs.	Imagen	Rodrigo Pacheco
Negocios en Imagen	90.5 Imagen radio	L-V 17 a 18 hrs.	Imagen	Darío Celis
Saldo a Favor	94.5 Opus	L-V 7 a 7:30 hrs.	IMER	Eduardo Satré y Aarón Constantiner
No tires tu dinero	98.5 Reporte	L-V 18 a 20 hrs.	Imagen	David Páramo
Enfoque financiero	100.1 Enfoque	L-V 19 a 20 hrs.	NRN Comunicaciones	Alicia Salgado
Fórmula financiera	103.3 Fórmula	L-V 20 a 22 hrs.	Formula	Maricarmen Cortes, José Yuste y Marco Antonio Mares

El punto en común de cada uno de estos programas: economía y finanzas, la gran mayoría de éstos manejan temas del sector financiero tanto nacional como internacional, introduciéndolos muchas veces como notas o a través de entrevistas con especialistas en el medio.

Dos de estos programas presentan un esquema totalmente diferente, *No tires tu dinero* y *Finanzas personales*, este último salió del aire en julio pasado de acuerdo a los cambios realizados en 88.9, pero fue considerado dentro de la investigación.

Es por ello que se resaltaron los cambios ocurridos en 88.9, estación que transmitió este programa durante siete años.

Un poco de lo que hay

Don dinero, conducido por Alberto Aguilar informa las noticias más importantes surgidas diariamente para que de forma anticipada y exclusiva se conozca el ir y venir del mundo económico y financiero permitiendo tener una visión más amplia en el mundo de los negocios. De acuerdo con información de la página de Grupo Radio Centro en la siguiente dirección: <http://bit.ly/1dBBChQ>.

Finanzas personales, conducido por Gianco Abundiz, con una agenda semanal, manejaba temas de interés general como seguros, Afores, bancos, etc. La agenda de acuerdo a la página de Facebook "Saber gastar" del programa <http://on.fb.me/1bWzZo3> era la siguiente: lunes de Afores y pensiones; martes de Banca; miércoles de seguros; jueves de inversiones y viernes de administración financiera personal.

Imagen empresarial, conducido por Rodrigo Pacheco es un Noticiero de economía, negocios y finanzas en el que a través de la reflexiones, conversación y análisis, dan a conocer historia de éxito para inspirar a más emprendedores de negocios tomando también la información de los temas económicos más importantes a nivel internacional, así como se menciona en su página: <http://bit.ly/187PdFS>.

Negocios en imagen, como se menciona en su página de internet: <http://bit.ly/1boO82t> es un programa que trata todo lo relacionado con finanzas, economía y todas las actividades empresariales de México y del mundo a través de entrevistas a expertos.

Saldo a favor, es un programa de información y análisis sobre asuntos económicos y financieros, a través de un enfoque que los radioescuchas comprenden para tomar decisiones financieras. Ésta es su página de internet: <http://bit.ly/1bWApuH>, en donde los escuchas pueden dejar algunas inquietudes.

No tires tu dinero, un programa donde se oriente, atienden y resuelven dudas de carácter económico y financiero, al poner en contacto al público directamente con los funcionarios y representantes de los bancos y prestadores de servicios financieros, su página es la siguiente: <http://bit.ly/1fK30ud>.

Enfoque financiero, conducido por Alicia Salgado, trata todo lo relacionado con los temas financieros y económicos, a través de notas y entrevistas a especialistas en el tema así como a los empresarios y funcionarios del sector.

Fórmula financiera, es una mesa de análisis, debate y discusión entre los diferentes puntos de vista de los tres columnistas, manteniendo informados a los radioescuchas sobre los acontecimientos diarios en economía, finanzas y negocios, como se menciona en su página de internet: <http://bit.ly/1bWADSw>.

Ésta es la línea que siguen estos programas, así como se indica en sus páginas de internet y constatado mediante el monitoreo de los mismo de forma aleatoria.

El contenido de la mayoría es el mismo, temas económicos, financieros y algunos empresariales que se manejan a través de entrevistas a especialistas o funcionarios públicos.

Fórmula financiera, se maneja como una mesa de análisis y en contraste, *No tires tu dinero*, interactúa con los radioescuchas que tienen problemas financieros, en este no se dan noticias, sólo se hacen comentarios si el tema es relevante.

¿Qué son los indica... qué?

Una tarde cualquiera al escuchar a Alicia Salgado en *Enfoque financiero*, durante una entrevista que realizó al director de Coca-Cola México, sobre el aumento de impuestos a las bebidas azucaradas como lo son la gran mayoría de sus productos, encontramos palabras que tal vez no son comprensibles para toda la población.

Cambiándole de estación al 103.3 de FM, en *Fórmula financiera* pasa algo similar, durante la discusión entre Maricarmen Cortés, José Yuste y Marco Antonio Mares en torno a la reforma financiera se pueden escuchar palabras como: déficit, impuestos, IVA, ISR, bancarización, etcétera.

Y este tipo de lenguaje que para muchas personas no es muy cotidiano sugiere la interrogante, de si se está ante un problema de lenguaje o estos contenidos están dirigidos únicamente al sector empresarial.

Sosa Plata señala que el problema con este tipo de programas es que:

Se piensa que los empresarios los escucharan con atención y están atentos y seguramente a lo que se dice en éstos, y sí, pero no porque este el empresario ahí, sino porque se les notifica por las agencias que hacen el monitoreo, es parte de los mensajes que se dirigen a ellos, pero al mismo tiempo dan sobre entendido que van al gran público y ahí vamos a un problema de lenguaje por una parte se habla de una manera elevada, conceptual, teoría, compleja técnicamente sobre algunos temas que sólo entienden los especialistas o los que están en el sector: políticos, empresarios, etcétera, que hablan el mismo idioma.

Entonces estos programas en ocasiones se hacen para mandar un mensaje al sector o a un miembro y no para el gran público que a veces se informa de paso.

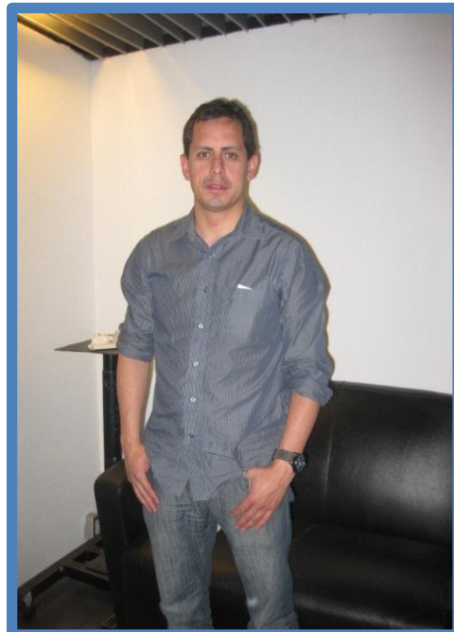


Gabriel Sosa Plata, catedrático de la FCPS de la UNAM
23 de agosto 2013. Foto: Paulina García.

El catedrático de la UACM, Fernando Mejía indica que dentro de estos programas no se está utilizando correctamente la expresión radiofónica, "Sólo se ponen a hablar y hablar, no utilizan el

lenguaje radiofónico como tal, que no es sólo es la emisión de voz, también debe llevar música, efectos de sonidos para captar a la audiencia”.

Por otro lado, el conductor del programa Imagen empresarial, Rodrigo Pacheco comentó en entrevista que él como periodista trata de que todos los mensajes que parecen complicados se expliquen de una forma simple, quizá su programa no va un público al que le tenga que explicar a detalle los conceptos, pues su audiencia en su mayoría son empresarios relacionados con los temas, pero aun así él trata de contar una buena historia que capte el interés de los radioescuchas, generando un contenido útil aunque a veces parezca sofisticado.



Rodrigo Pacheco, conductor *Imagen Empresarial*,
30 de agosto 2013. Foto: Paulina García.

Sofía Macías, quien también colabora en el programa de radio *Los de la tarde de reactor 105.7*, con la sección “Pequeño cerdo capitalista”, menciona que dentro de los programas especializados en finanzas algunos cuentan con secciones más blandas que tocan temas de finanzas personales, y éstos son los que están atrayendo más el interés de la gente, como lo era *Finanzas personales* de Gianco Abundiz.

Perfil del radioescucha

Como lo dijo el mediador del Imer, este tipo de programas no están enfocados al gran público, en su mayoría a un sector empresarial, tal es el caso del *Imagen empresarial*, que a decir de su conductor Rodrigo Pacheco el contenido de su programa va para ejecutivos, directores y algunos dueños de empresas sin dejar de lado a los estudiantes interesados en temas de negocios y economía.

Tipo de audiencia que también comparte: *Don dinero*, *Negocios en imagen*, *Fórmula financiera* y *Enfoque financiero* en sus distintos horarios. En el caso de *Saldo a favor*, muestra tanto la parte de negocios y economía además de una sección de finanzas personales, pero también entra en el perfil de sector empresarial si se analiza a los radioescuchas de la estación, pues a decir de los expertos, ésta es una estación que va a un sector de la población de nivel socioeconómico elevado, pues la música clásica no se escucha por igual en la sociedad.

En tanto *No tires tu dinero* está enfocado a la población adulta con problemas financieros tal y como lo comentó en entrevista Lourdes López, Coordinadora de Información: “En un principio se creó para personas a partir de los 20 años a 60 de cualquier nivel socioeconómico y de educación, pero ahora hasta niños nos escuchan”.

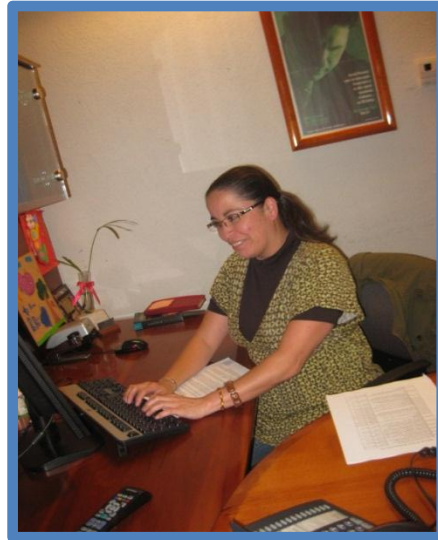
Este programa fue creado con el objetivo de orientar a la gente que aprenda a manejar sus finanzas personales de una forma adecuada, dándole un giro total a los programas especializados en finanzas que ya se escuchaban en la radio:

Se creó hace más de 5 años, en marzo del 2008, y surge con base en la necesidades de las personas de resolver sus situaciones económicas y principalmente en dar a conocer a la gente lo que es la cultura financiera ya que en el país no se da esta educación, siempre uno es el que toma la iniciativa.

La gente se interesa en sus finanzas cuando ya tiene problemas y el objetivo del programa es enseñarle a la gente como tener sus finanzas sanas, saber los términos que se manejan y los derechos que tienen.

Los radioescuchas no saben que es un estado de cuenta o cómo arreglar sus situaciones financieras ya que los términos financieros son muy complicados y el programa lo que busca es aparte de educar, dar una comprensión.

Para nosotros no existe una competencia directa, lo que nos hace diferentes es la estructura del programa, esto se reflejó desde el inicio, era un programa de una hora y en menos de un año ya era de dos, por las necesidades del público.



Lourdes López, coordinadora del programa
No tires tu dinero
30 de agosto 2013. Foto: Paulina García

Rodrigo Pacheco, señaló que dentro del medio financiero en radio, casi nadie de los que se dedican a éste hacen énfasis en la difusión de la educación financiera: “lo que hacen en *No tires tu dinero* es muy valioso, y creo que este tipo de programas debe tener una mayor difusión para que la gente tenga una buena cultura financiera, o que por lo menos al escuchar este tipo de contenidos en radio les de herramientas adecuadas para una mejor toma de decisiones financieras”, enfatizó.

Pero, en opinión de los expertos de radio, éste, se trata de hacer un programa jocoso de orientación financiera para un determinado tipo de público, pero es un exceso los calificativos, el desprecio a los radioescuchas y la falta de respeto. Sin embargo, la intención es buena, pero el método y la técnica para llegar a los radioescuchas no es la adecuada.

La audiencia

De acuerdo a la información de la tabla, se observan que las estaciones donde se transmiten estos contenidos financieros presentan un perfil de audiencia de clase media (C) y las edades de sus radioescuchas van de los 35 a las 44 años, para Estéreo Cien, donde se transmite *Enfoque financiero* y Reporte, donde se escucha *No tires tu dinero*.

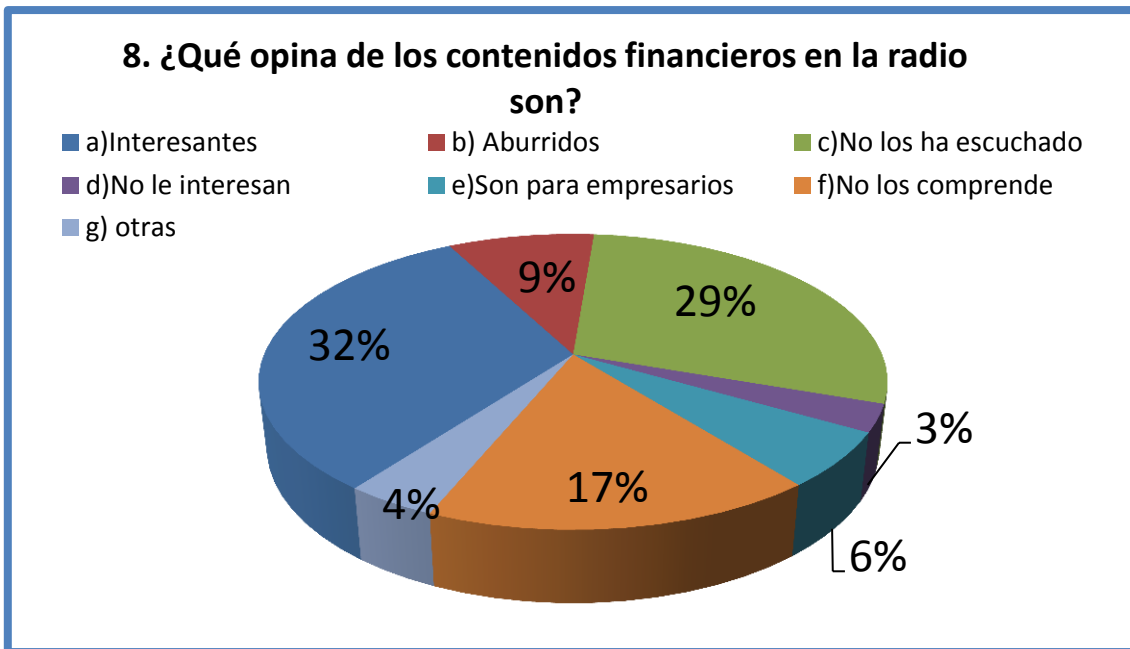
En el caso de estaciones como Imagen (*Imagen empresarial y negocios en imagen*), Fórmula (*Fórmula financiera*) y Radio Red (*Don dinero*) sus contenidos van dirigidos a una población de 45 a 55 años, mientras que *Saldo a favor* que se transmite por Opus tiene un perfil de audiencia de 18 a 24 años.

Siguiendo la tendencia de las estaciones con mayor rating en el valle de México, no es casualidad que Maricarmen Cortés, José Yuste y Marco Antonio Mares, conductores de *Fórmula financiera* de Grupo Fórmula, sean considerados en el lugar 163 de los 300 líderes de opinión más influyentes, tanto por su programa de radio, como el de televisión *Alebríjes*, en el que también participan como equipo, de acuerdo con la página de internet de la revista Líderes 2013: <http://bit.ly/lk1uQX>.

Lo que la gente opina de los contenidos financieros

En la encuesta que se realizó para esta investigación a 100 radioescuchas, se obtuvieron distintas opiniones en cuanto a los contenidos financieros que se manejan en la radio FM.

Al preguntarles a los encuestados el porqué de sus respuestas, los que consideraron que el contenido de estos programas era interesante argumentaron que aportan buenos consejos para administrarse, mientras los que dicen que no los han escuchado, mencionan que no lo han hecho porque no les interesa el contenido, no saben dónde escucharlos, además de que no están dentro del horario en el que escuchan radio.



Resultados de la encuesta realizada para esta investigación, aplicada a 100 personas, 2013.

Un 17% de los encuestados mencionó que no los comprende porque el lenguaje y términos que se manejan no son comprensibles para el público en general además de que los temas que abordan no son de interés general, es decir están sólo enfocados hacia un sector de la población.

Y finalmente los que consideran que los contenidos son aburridos, es porque la información que proporcionan va sólo un sector de la población y se hablan temas de los que desconocen.

Mejía Barquera y Macías Liceaga coinciden en que el tema de la educación financiera debe ser incluido dentro de los programas de revista, pues, es más fácil crear pequeñas secciones en programas ya existentes y de interés general, para volverlo un tema cotidiano, y ejemplificar con situaciones diarias, ya que mucha de la conversación de las personas, gira en torno a lo que consumen en los medios y así estos temas estaría dentro de las pláticas de gran parte de la población, generando interés en el tema y el conocimiento de nueva información.

Gabriel Sosa Plata menciona que de acuerdo a la nueva era digital, que está por atravesar la radio en México se diversifican más las audiencias, pues la posibilidad de que en una sólo frecuencia de FM se puedan transmitir de manera simultánea tres o más contenidos a la vez traerá una

especialización aún mayor dentro de los contenidos radiofónicos, y con esto los contenidos que brinden educación financiera serán cada vez más amplios.

Aunque la educación financiera adquiere cada día mayor popularidad y difusión, en el radio aún no se defiende tanto como se podría en este medio, es por ello que el medio radiofónico puede ver en este un nuevo tipo de contenido, que cubra las necesidades de la población que como se ha visto en capítulos anteriores, es necesaria y su divulgación ayudará a mejorar las finanzas personales de la población.

A manera de conclusión

La educación financiera es algo en lo que se ha estado trabajando durante los últimos años, tema relativamente nuevo y del que muchas personas desconocen. Es por ello que tanto en el sector público como privado, en el caso de este último, en la mayoría de las instituciones financieras cuentan con una parte encargada de su difusión, ya sea a través de cursos en línea o mediante campañas que involucren a toda la familia, pues éste no es un contenido sólo para adultos o personas con problemas, cualquiera puede tener acceso a esta información.

En el caso de las dependencias públicas como la Condusef, se descubrió que no se cuenta con un presupuesto para la difusión de este tema como lo hace Profeco quien cuenta con programas de radio y televisión para beneficio de los consumidores, y aunque esta última dependencia está destinada para el beneficio de los consumidores en general, los servicios financieros no tienen esta transmisión.

De la difusión en radio se observó al inicio de esta investigación que sólo dos programas dentro las 29 estaciones de FM en el valle de México se dedicaban a esta información, *No tires tu dinero* y *Finanzas personales*, este último salió del aire en julio de 2013, y quedó solamente *No tires tu dinero*, programa que cumple con el objetivo de brindar información financiera a los radioescuchas, pero que muchos de los radioescuchas no siguen por la poca penetración que tiene esta estación y el trato que se da a la audiencia por parte del conductor.

Además se halló que gran parte de la población desconoce el tema, y sólo buscan ayuda ya cuando están ante algún problema, muchas de éstas no se informan antes de contratar un producto ni tampoco de las comisiones que deberán pagar por alguno de éstos. Sin embargo, también se verificó que hay personas que sí se interesan por el tema pero la información a la que tienen acceso por parte de los prestadores de servicios es nula, pues el área de ventas de los bancos o instituciones está totalmente desvinculada de las áreas encargadas de promover la cultura financiera.

Es por ello que si uno de los medios más importantes de comunicación, la radio, proporcionará la información y herramientas a los consumidores antes de contratar un producto o servicio financiero, éstos evitarían problemas futuros con la institución y mejorarían así su calidad de vida. Pero que a decir de los especialistas que participaron en este reportaje, muchos si no es que la gran mayoría de los programas radiofónicos especializados en finanzas están enfocados a un público empresarial y a satisfacer intereses comerciales de las empresas, y no de brindar información y educación a los escuchas, dejando de lado las funciones sociales de la radio.

Si bien es cierto, y como se demostró en esta investigación, que a mucha gente no le gusta ni interesa escuchar este tipo de contenidos especializados, pues a su parecer que van dirigidos a un sólo sector de la población, la alternativa sería que la cultura financiera se difundan dentro de los programas que tienen una mayor aceptación y audiencia, en este caso las revistas matutinas. Interactuar con casos reales y cumplir con los elementos del lenguaje radiofónico y no sólo dar conceptos, pues a veces eso resulta aburrido. Otra opción podrían ser las cápsulas informativas dentro de la programación.

Además de que el compromiso por parte de las instituciones financieras sea mayor con los usuarios, pues al cuestionar al subgerente de Educación Financiera Banamex, sobre; si esta es una institución que promueve la cultura financiera, por qué a sus clientes se les ofrece casi de forma indiscriminada algún tipo de crédito, principalmente tarjetas sin saber si quiera si cuentan con capacidad de pago. La respuesta fue: “son áreas diferentes y totalmente separadas, no lo sé”, respondió, y esto por mencionar un solo ejemplo de prestadores y servicios financieros de los cuales podemos encontrar miles, pues se verificó que a los encuestados que participaron en este reportaje aproximadamente la mitad, ha tenido o tiene problemas con alguna institución financiera.

Fuentes de consulta

Bibliográficas

- ARAUJO AGUILAR, José. *Sección Financiera: una guía práctica*, Trillas, México, 1998.
- Asociación de Radio del Valle de México, *Una historia que sí suena 1973-1998*, México, 1998.
- BLANCO, Ignacio y Pilar Fernández (coords.), *El lenguaje radiofónico: la comunicación oral*, Fragua, Madrid, 2004.
- BELLO SALCEDO, Roberto, “Una propuesta para redefinir y coordinar la educación financiera”, tesis de maestría en Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey México 2011.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano, *Información radiofónica, mediación, técnicas, tratamiento y programación*, Síntesis, Madrid, 2001.
- DE ANDA Y RAMOS, Francisco, *La radio: el despertar del gigante*, Trillas, México 2003.
- DELGADO CANTÚ, Gloria M., *Historia de México vol. II, De la era de la revolución al sexenio del cambio*, Pearson, México, 2007.
- GONZÁLEZ, Pablo y Héctor Aguilar (coords.), *México ante la crisis, vol. I y II*, Siglo Veintiuno, México, 2004.
- GUILLEN, Héctor, *Orígenes de la crisis en México, 1940-1982*, Era, México, 1984.
- MACÍAS, Sofía, *Pequeño cerdo capitalista*, Aguilar, México, 2011.
- ORTIZ, Miguel Ángel y Federico Volpini, *Diseño de programas de radio*, Paidós, Barcelona, 2001.

- REBEIL, María Antonieta et al., *Perfiles del cuadrante: experiencias de la radio*, Trillas, México, 1989.
- SCHUJER, Silvia, *Aprender con la radio*, La Crujía, Buenos Aires, 2005.
- SOENGAS, Xosé, *Informativos radiofónicos*, Cátedra, Madrid, 2003.

Hemerográficas

- “Educación financiera, la clave”, Revista *Proteja su dinero*, núm. 162, septiembre, México, 2013, pp. 26-35.
- “No hay dinero más caro que el que no se tiene”, Revista *Proteja su dinero*, núm. 163, octubre, México, 2013, pp.18-24.
- “Un aliado en el manejo de tus finanzas: la educación Financiera”, Revista *Proteja su dinero*, núm. 162, septiembre, México, 2013, pp.10-11.

Cibergráficas

- Asociación de Radio del Valle de México <http://arvm.mx/>, acceso 19 de junio 2013.
- “Condusef da a conocer el primer balance trimestral de acciones de atención”, <http://www.condusef.gob.mx/index.php/comunicados-recientes/889-condusef-da-a-conocer-el-primer-balance-trimestral>, acceso 1 de mayo de 2013.
- “Crecen 50% tarjetas de crédito ‘premium’”, ARVM, <http://arvm.mx/crecen-50-tarjetas-de-credito-premium/>, acceso 2 de septiembre 2013.
- Dinero en Imagen, <http://www.dineroenimagen.com/mexico>, acceso 22 de agosto 2013.

- “Educación financiera”, OCDE, http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD_CAF_Financial_Education_Latin_AmericaES.pdf, acceso 24 de septiembre 2013.
- Educación Financiera semana nacional <http://portal.condusef.gob.mx/EduFinConsulta/principal.jsp>, acceso 22 de septiembre 2013.
- “Encuesta nacional de inclusión financiera 2012”, PDF descargable en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/especiales/enif/enif2012/default.aspx>, acceso 25 de septiembre 2013.
- Gabinete de Comunicación Estratégica, http://www.gabinete.mx/site/sites/default/files/pdfs/info_serviciosbancarios_0.pdf, acceso 17 de septiembre 2013.
- INRA medios en Facebook, <https://www.facebook.com/index.php?stype=lo&lh=Ac8D3zk3Ei7f2z9r#!/photo.php?fbid=421842484574618&set=pb.170122319746637.-2207520000.1378517593.&type=3&theater>, acceso 6 de septiembre 2013.
- La radio mexicana, <http://www.radiomexicana.mx/historia.html>, acceso 7 de abril de 2013.
- Ley Federal de Radio y Televisión, PDF descargable en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/114.pdf> , acceso 10 de mayo 2013.
- Los líderes en la Radio, <http://2013.los300.com.mx/mari-carmen-cortes-jose-yuste-marco-antonio-mares>, acceso 23 de agosto 2013.
- “México, modelo a seguir en Educación Financiera”, <http://eleconomista.com.mx/finanzas-personales/2012/10/02/mexico-modelo-seguir-educacion-financiera>, acceso 1 de mayo de 2013.

- “Primera encuesta sobre cultura financiera en México”, PDF descargable en https://www.compromisosocialbanamex.com.mx/pdfs/encuesta_corta_final.pdf, acceso 10 de septiembre 2013.
- Semana nacional de educación financiera en el blog “Pequeño cerdo capitalista”, <http://www.pequenocerdocapitalista.com/semana-nacional-deeducacion-financiera/>, acceso 22 de septiembre 2013.
- “Prevalece la cultura del no ahorro en mexicanos”, <http://arvm.mx/prevalece-la-cultura-del-no-ahorro-en-mexicanos/>, acceso 8 de agosto 2013.
- “Reciben 66 mil quejas contra bancos”, ARVM, <http://arvm.mx/reciben-66-mil-quejas-contra-bancos/>, acceso 29 de agosto 2013.
- “¿Sabes utilizar el pago mínimo a tu favor?”, <http://www.condusef.gob.mx/index.php/comunicados-recientes/858-sabes-utilizar-el-pago-minimo-a-tu-favor>, acceso 21 de mayo 2013.
- Saldo a favor, <http://programas.imer.gob.mx/saldoafavor/>, acceso 16 mayo 2013.
- “Se incrementan los casos de conciliación por consumos no reconocidos en tarjetas de crédito y débito: Condusef”, <http://www.condusef.gob.mx/index.php/comunicados-recientes/877-se-incrementan-los-casos-de-conciliacion-por-consumos-no-reconocidos-en-tarjeta-de-credito-y-debito-condusef>, acceso 2 de mayo de 2013.
- Sosa Plata, Gabriel, “Convergencia inevitable, entre la radio masiva y la radio individualizada” Revista mexicana de comunicación, junio-julio 2006, <http://gabrielsosaplata.files.wordpress.com/2013/04/rmc-convergencia-inevitable.pdf>, acceso 26 julio 2013.

- Sosa Plata, Gabriel, “La sintonía de la radio en el 2000” Revista mexicana de comunicación, marzo-abril 2001, <http://radiomexicana.mx.tripod.com/historiasradio/id8.html>, acceso 26 julio 2013.
- “Sube cartera vencida de créditos personales; CNBV en alerta”, El Financiero, <http://www.elfinanciero.com.mx/secciones/finanzas/34660-sube-cartera-vencida-de-creditos-personales-cnkv-en-alerta.html>, acceso 30 de septiembre 2013.
- Tarjetazo de vida a Walmart y Liverpool, <http://arvm.mx/tarjetazo-de-vida-a-walmart-y-liverpool/>, acceso 7 de agosto 2013.

Audiográficas

- Don dinero, Radio Red, 88.1, México, D.F., 20 a 24 mayo de 2013, 20 horas.
- Enfoque financiero, Enfoque, 100.1, México, D.F., 12 a 17 agosto de 2013, 19 horas.
- Finanzas personales, Panorama, 88.9, México, D.F., 21 a 24 mayo de 2013, 20 horas.
- Fórmula financiera, Fórmula, 103.3, México, D.F., 9 al 13 de septiembre de 2013, 20 horas.
- Imagen empresarial, Imagen. 90.5, México, D.F., 22 a 26 julio de 2013, 06 horas.
- Los de la tarde, Reactor, 105.7, México, D.F., 2 y 9 de septiembre, 17 horas.
- Negocios en imagen, Imagen, 90.5, México, D.F., 10 a 14 de junio de 2013, 20 horas.
- No tires tu dinero, Reporte, 98.5, México, DF, 20 a 25 de mayo 2013, 18 horas.
- Saldo a favor, Opus, 94.5, México, D.F., 17 al 21 de junio de 2013, 7 horas.

Fuentes vivas

Personajes públicos

- **Fernando Mejía Barquera**, especialista e investigador de radio, catedrático de la UACM y columnista de Milenio, entrevista personal, 5 de septiembre 2013.
- **Gabriel Sosa Plata**, especialista e investigador de radio, mediador del Imer, profesor de comunicación en la UNAM y UAM, entrevista personal, 23 de agosto 2013.
- **Lourdes López**, coordinadora de información de los programas: No tires tu dinero y Poder financiero, entrevista personal, 11 julio 2013.
- **Marco Carrera Santa Cruz**, director general de Educación Financiera de la Comisión Nacional para la Defensa de los usuarios de Instituciones Financieras (Condusef), entrevista personal, 30 de julio 2013.
- **Roberto Bello**, subdirector de Educación Financiera Banamex, entrevista personal, 12 de septiembre 2013.
- **Rodrigo Pacheco**, titular del programa Imagen empresarial de Imagen Radio, entrevista personal, 30 de agosto 2013.
- **Sofía Macías**, periodista financiero y autora del libro Pequeño cerdo capitalista, entrevista personal, 24 de septiembre 2013.
- **Wolfgang Erhardt**, vocero de Buró de Crédito, entrevista personal, 24 de septiembre 2013.

Personajes comunes

- **Angélica García**, psicóloga, entrevista personal, 1 de julio 2013.
- **Evangelina**, ama de casa, entrevista personal, 17 de julio 2013.

- **Julio**, empleado, entrevista personal, 1 de julio 2013.
- **Martha Sandoval**, profesora, entrevista vía telefónica, 18 de abril 2013.
- **Miriam Santana**, educadora, entrevista personal, 1 de julio 2013.

Glosario

ANUALIDAD: es una sucesión de pagos, depósitos o retiros, generalmente iguales, que se realizan en períodos regulares de tiempo, con interés compuesto.

BANCARIZACIÓN: grado de utilización del sistema bancario por parte del público y por lo tanto la bancarización no es más que el conjunto de actividades que permiten que todos puedan acceder al sistema financiero.

BURÓ DE CRÉDITO: empresa que registra el historial crediticio de la personas o empresas que hayan obtenido algún crédito.

CHEQUE: título de crédito nominativo o al portador que contiene la orden incondicional de pagar a la vista una suma de determinado dinero.

CRÉDITO: cantidad de dinero que presta una institución y la que el usuario de esta está obligado a pagarla con interés en un periodo determinado.

CRÉDITO HIPOTECARIO: los créditos hipotecarios por lo general se utilizan para la compra de una vivienda única o primera vivienda por que cuenta con la particularidad que el banco o entidad financiera otorga en algunos casos hasta el 100 % del valor de la propiedad.

COSTOS FISCALES: tratamiento de carácter impositivo que se desvía de la estructura “normal” de los impuestos, que significa una disminución en la recaudación tributaria, y que da lugar a la aplicación de un régimen de excepción.

CUENTA DE NÓMINA: se denomina cuenta de nómina a la cuenta bancaria que abre un empleado para que la empresa le consigne su salario.

DEVALUACIÓN: es la pérdida del valor nominal de una moneda corriente frente a otras monedas extranjeras.

DÉFICIT: es la escasez de algún bien, ya sea dinero, comida o cualquier otra cosa.

DICTAMEN: juicio desarrollado o comunicado respecto a alguna cuestión. El dictamen, por lo tanto, puede ser una sentencia de carácter judicial que pronuncia un tribunal o un juez.

EMBARGO: declaración judicial por la que determinados bienes o derechos de contenido o valor económico quedan afectados o reservados para extinguir con ellos una obligación.

ESTADO DE CUENTA: documento oficial que genera el banco donde se desglosan todos los consumos, pagos disposiciones y comisiones.

IMPUESTOS: es una clase de tributo (obligaciones generalmente pecuniarias en favor del acreedor tributario) regido por derecho público.

INFLACIÓN: es el aumento sostenido en los precios.

INTERÉS: es el costo que se paga por el uso del dinero: son los pesos ganados si invertimos dinero o los pesos que se deben pagar al utilizar algún crédito.

ISR: el Impuesto sobre la Renta (ISR) es un impuesto directo sobre la ganancia obtenida; es decir, por la diferencia entre el ingreso y las deducciones autorizadas obtenido en el ejercicio fiscal. Este impuesto debe ser pagado de manera mensual.

IVA: Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA) es un impuesto indirecto sobre el consumo, es decir financiado por el consumidor final.

LÍNEA DE CRÉDITO: es una forma de crédito otorgado a un gobierno, empresa o individuo por un banco u otro tipo de institución financiera similar. Aunque puede adoptar varias formas, se trata en esencia de una cuenta bancaria de la que el cliente puede hacer uso hasta cierto límite.

LÍMITE DE CRÉDITO: cantidad máxima de dinero que le banco está dispuesto a prestar

LIQUIDEZ: la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor.

MONETARIOS: es la rama o vertiente del pensamiento económico que se ocupa de los efectos del dinero sobre la economía en general.

MOROSO: es la persona física o jurídica que no ha cumplido una obligación a su vencimiento

PAGO MÍNIMO: cantidad que la emisora deberá requerir al titular de la tarjeta de crédito en cada periodo de pago para que una vez cubierta el pago se considere al corriente.

PENSIÓN: prestación económica que reciben los trabajadores asalariados cuando se retiran.

PRESUPUESTO: se le llama presupuesto al cálculo y negociación anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, etc.).

QUITA: es la renuncia por parte del acreedor frente al deudor de una parte de la deuda para facilitar su pago.

REEMBOLSO: acción o efecto de reembolsar o reembolsarse.

SEGUROS: Contratos por los cuales las aseguradoras se compromete a compensar económicamente al contratante o sus beneficiarios en caso de un evento inesperado.

SOLVENTAR: Pagar una deuda.

TARJETA DE CRÉDITO: medio de pago e instrumento de financiamiento personal que permite comprar productos y servicios para pagar en un futuro.

TARJETA DE DÉBITO: en este tipo de tarjeta el dinero que se usa es el que se toma a débito del que el titular dispone en su cuenta bancaria.

TARJETAHABIENTE: es el propietario de una tarjeta sea de crédito o débito.

TASA DE INTERÉS: costo del dinero que presta el banco o emisor, esta es variable entre bancos y tarjetas.

Anexo



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
RADIO



Edad _____ Sexo _____ Grado máximo de estudios _____
Ocupación _____ Delegación y colonia _____

1 ¿Escucha alguna estación de radio? Sí No
¿Por qué? _____
En caso de que su respuesta sea negativa dar por terminada la encuesta

2 ¿Qué estaciones o frecuencias escucha? _____ FM o AM

3 ¿En qué lugar lo escucha?

a) Casa b) automóvil c) trabajo u oficina d) teléfono móvil e) internet

4 ¿En qué horario lo escucha? _____

5 ¿Por qué lo escucha?

Puede marcar más de una

- Información
- Entretenimiento
- Aprender
- Otra _____

6 ¿Escucha algún tipo de información especializada dentro de este medio? Sí No

En caso de que su respuesta sea negativa dar por terminada la encuesta

7 ¿De qué tipo?

Puede marcar más de una

a) Cultura b) deportes c) finanzas d) espectáculos e) salud f) otra _____

8 ¿Por qué escucha un programa especializado? _____

9 ¿Cómo se llama el programa? _____

10 ¿En qué frecuencia lo escucha? _____

11 ¿En qué horario? _____

12 ¿Con que frecuencia? _____

13 ¿Qué opina de este tipo de contenidos? _____

14 ¿Qué tipo de contenidos cree que necesite una mayor difusión y por qué? _____



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN
 COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
 EDUCACIÓN FINANCIERA



Edad _____ Sexo _____ Grado máximo de estudios _____
 Ocupación _____ Delegación y colonia _____

1 ¿Sabe que es la educación financiera? Sí No
 Explique brevemente _____

2 ¿En alguna ocasión ha tenido problemas por un mal uso de productos y servicios financieros como cargos no reconocidos, el mal uso del crédito o tarjetas de crédito? Sí No

¿Qué tipo de problema? _____

3 ¿Con qué banco o institución? _____

4 ¿Este problema ya ha sido resuelto? Sí No

¿Cómo lo resolvió? _____

5 ¿Conoce o sabe a qué institución recurrir para solucionar algún problema con bancos, aseguradoras u otra institución financiera? Sí No

¿Cuál? _____

6 ¿Ha investigado cómo pueden mejorar sus finanzas? Sí No
 ¿Dónde? _____

7 ¿Sabe de algún medio de comunicación masivo (prensa, radio, televisión, etc.) que difunda la cultura financiera? Sí No

¿Cuál medio? _____
 Nombre del programa y frecuencia _____

8 ¿Qué opina de los contenidos financieros en la radio son...?

- Interesantes
- Aburridos
- No los ha escuchado
- No le interesan
- Son para empresarios
- No los comprende
- Otra _____

¿Por qué? _____