

José M^a Roldán, presidente de la AEB: “Hay que desmitificar la idea de que los conceptos financieros son difíciles e inaccesibles”

La Asociación Española de Banca, en colaboración con Junior Achievement, ha desarrollado este curso la segunda edición del programa "Tus finanzas, tu futuro" en la que 547 voluntarios del mundo de la banca han acercado la educación financiera a más de 7.400 alumnos.



15 de junio de 2016

La iniciativa avanza en el reto de formar a los jóvenes en este ámbito utilizando nuevos formatos y lenguajes, para que en el futuro sean ciudadanos exigentes y “puedan tomar decisiones financieras más informadas”, según explica el presidente de la AEB, José María Roldán.

P.- ¿Cuáles son las principales cifras y conclusiones en esta segunda edición de 'Tus finanzas, tu futuro'?

R.- En esta segunda edición del proyecto hemos conseguido aumentar el alcance del programa; se han sumado más entidades a esta iniciativa, lo que ha permitido llegar a más niños, que siempre es nuestro objetivo prioritario. En esta edición hemos estado

presentes en **134 colegios de toda España**, lo que significa que **más de 7.400 alumnos han podido recibir educación financiera a través de los 304 programas** diseñados por Junior Achievement. Esta asociación sin ánimo de lucro, reconocida internacionalmente, nos ha aportado por segundo año consecutivo la parte pedagógica, esto es, el desarrollo de los contenidos y su gran y dilatada experiencia como formadores. Todo ello ha sido posible gracias a la implicación de **574 voluntarios**, todos empleados de banca. Su experiencia es un factor clave en esta iniciativa y la labor que realizan resulta imprescindible para el éxito del proyecto.

P.- "Quiero aprender cosas que me sirvan para la vida real"; "Quiero aprender a gastar con cabeza"; "He aprendido a diferenciar entre quiero y necesito"... son algunas de las frases de los jóvenes que han participado en esta iniciativa. Y desde el otro lado, ¿qué ha aportado este programa a la Banca y a sus voluntarios?

R.- Los programas de Junior Achievement están basados en la metodología "Aprender haciendo", en la que el voluntario es fundamental ya que enseña a través de su propia experiencia. **Los voluntarios acercan el mundo real a los estudiantes y les enseñan siempre desde la práctica**, que es lo que nos piden los alumnos en las encuestas de valoración: **que les enseñemos cosas que les sirvan para la realidad de sus vidas.**

Para los voluntarios, por su parte, la participación en este proyecto resulta una gran experiencia, y de hecho, el voluntario que probó en la primera edición se ha apuntado a esta segunda. El programa

permite también a los voluntarios estar en contacto con las nuevas generaciones, aprendiendo de ellas y de lo que traerán en el futuro. Les hace también más

"Un cliente con un buen nivel de educación financiera es un cliente más exigente, más responsable en la gestión de su dinero y por tanto, más satisfecho"

conscientes de la implicación de su propia entidad en las actividades que desarrolla para elevar el nivel general de la educación financiera en nuestro país.

Además el proyecto “Tus finanzas, tu futuro” permite a la banca alcanzar uno de sus objetivos fundamentales, que es proporcionar, desde la edad más temprana, los conocimientos y las herramientas necesarias **para que los ciudadanos puedan tomar decisiones financieras más informadas.**

El sector está convencido de que **un cliente con un buen nivel de educación financiera es un cliente más exigente, más responsable en la gestión de su dinero y por tanto, más satisfecho.** También es un mejor interlocutor de las entidades.

P.- Una de las novedades este año fue la celebración de un TEDxMadrid en el que se puso de manifiesto la importancia de ‘reiniciar la educación financiera’ con nuevos escenarios y nuevos lenguajes. ¿Cuál es el siguiente paso? ¿Cómo trasladar esto a la formación reglada y también a la sociedad?

R.- Nuestro siguiente paso es **continuar el diálogo con todas las partes implicadas:** alumnos, profesores, instituciones financieras y las administraciones públicas. Solo a través de la colaboración entendida de la forma más amplia posible se puede “reiniciar la educación financiera”, a fin de que esos esfuerzos no queden en actos aislados con poco o ningún alcance.

Hemos abierto una conversación con todos los protagonistas necesarios para que la educación financiera se convierta en una realidad. Ahora después del TEDTalk hay que aprovechar este buen momento y seguir lanzando nuevos proyectos, de los que iremos informando por varias vías, entre ellas, nuestra cuenta en twitter [@EdufinAEB](https://twitter.com/EdufinAEB). Y no solo de los proyectos de la Asociación Española de Banca, sino también de los de nuestros asociados y de otras iniciativas muy innovadoras e interesantes.

P.- Y en el ámbito de la Banca ¿es preciso buscar nuevos lenguajes y nuevas fórmulas? ¿Cuál es el camino para lograr clientes mejor informados?

R.- Los ciudadanos no quieren *“Los alumnos nos piden que les enseñemos desentenderse de la letra pequeña cosas que les sirvan para la realidad de sus vidas”* ni de los conceptos bancarios, pero *“vidas”*

existe la idea, que es preciso

desmitificar, de que los conceptos financieros son difíciles e inaccesibles. Por esa razón, buscamos formas de acercarnos al ciudadano y, sobre todo, a los jóvenes a través de **lenguajes innovadores** –vídeos, comics, infografías- y de **formatos nuevos**, como el propio TEDTalk, que **restan solemnidad a todo lo “financiero”**. Programas como 'Tus finanzas, tu futuro' son una muestra de que es posible explicar de forma asequible los conceptos económicos y financieros básicos que se precisan para poder desenvolverse bien la vida diaria.

P.- ‘Tus finanzas, tu futuro’ ha conseguido consolidarse en dos ediciones. ¿Tienen ya en mente un reto para la próxima edición?

R.- Nuestro reto para la próxima edición es mantener el grado de interés que la educación financiera está generando. Tenemos muchas ideas y propuestas que estamos viendo, pero seguro que habrá una tercera edición con la que seguiremos buscando la mejor manera de crear una sociedad de consumidores informados.