

Educación Financiera para Inmigrantes:

Cómo desarrollar un programa de Educación Financiera
para integrar a los inmigrantes recientes
en el sistema financiero de los EE.UU.

Cooperativa Comunitaria Latina de Crédito

Derechos de Autor ©2008 Cooperativa Comunitaria Latina de Crédito
(Latino Community Credit Union)

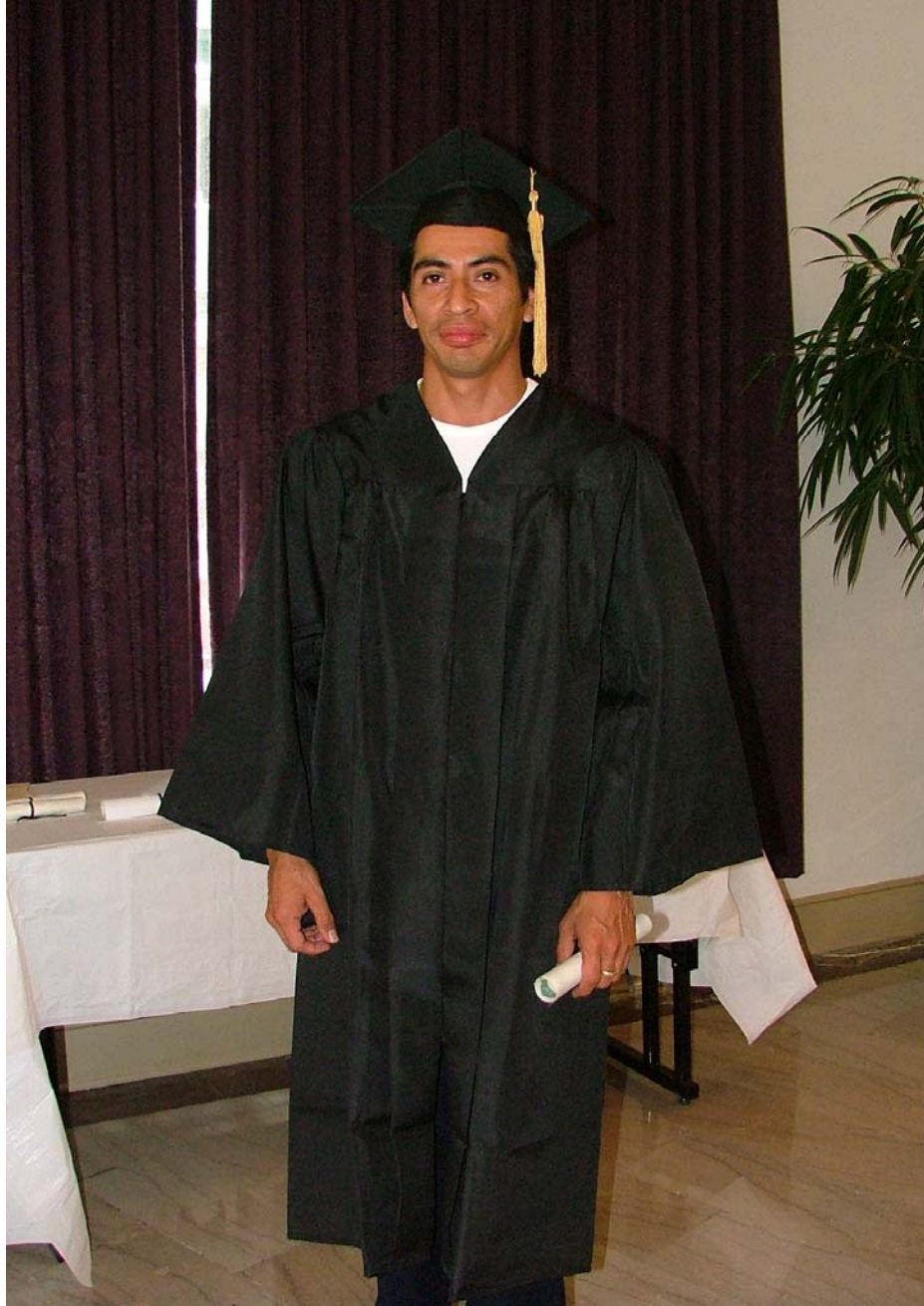
Financiado por la Fundación Nacional de Cooperativas



ÍNDICE

ÍNDICE	3
PROPÓSITO Y PERSPECTIVA GENERAL DE LA GUÍA	5
¿POR QUÉ ES NECESARIA LA EDUCACIÓN FINANCIERA PARA LOS INMIGRANTES?	6
BARRERAS A LOS SERVICIOS FINANCIEROS	7
GESTIÓN FINANCIERA.....	7
AHORROS	7
CRÉDITO.....	8
COMPRA DE VIVIENDA	8
¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN POPULAR?	12
PERSPECTIVA GENERAL DE LA EDUCACIÓN POPULAR	12
COMPARACIÓN ENTRE LA EDUCACIÓN TRADICIONAL Y LA POPULAR	13
LENGUAJE EN ESTA GUÍA	13
DESARROLLO DEL PROGRAMA	16
CONOZCA LAS NECESIDADES DE SU COMUNIDAD.....	16
CONOZCA LOS SERVICIOS FINANCIEROS DISPONIBLES EN SU COMUNIDAD	17
PLAN DE ESTUDIOS	18
HORARIO DE LOS TALLERES.....	19
MATERIALES PARA LA ORGANIZACIÓN DE LOS TALLERES	21
COSTOS DEL PROGRAMA.....	21
EVALUACIÓN DEL PROGRAMA – ¿CÓMO Y POR QUÉ?.....	22
CONSEJOS PARA PROMOCIONAR SU PROGRAMA.....	26
CERTIFICADO Y CEREMONIA DE GRADUACIÓN.....	27
CONSEJOS PARA EL MODERADOR DE EDUCACIÓN POPULAR	30
ESTILOS DE APRENDIZAJE	30
FASES DE UN TALLER	31
PREPARACIÓN DEL AULA	32
NÚMERO DE PARTICIPANTES.....	32
CÓMO INICIAR SU TALLER.....	32
CONOCIMIENTO SOBRE ECONOMÍA.....	33
OBJETIVOS DEL TALLER.....	34
UTILICE LA EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO DE LOS PARTICIPANTES	34
CONSEJOS PARA LLEVAR A CABO ACTIVIDADES.....	36
CÓMO CONCLUIR EL TALLER	36
PRÁCTICA DEL MODERADOR	37
EVALUACIÓN DEL MODERADOR.....	37
APÉNDICES	38
RECURSOS	43

“Antes bajaba mi cabeza cada vez que iba a un banco, pero ahora puedo entrar y mantener mi cabeza en alto porque entiendo.”
- Humberto, México, graduado en 2006



PROPÓSITO Y PERSPECTIVA GENERAL DE LA GUÍA

Esta guía se ha creado para ayudar a organizaciones de todas partes de los Estados Unidos que están interesadas en proporcionar educación financiera a la población inmigrante que nunca ha tenido cuentas bancarias. A través de su experiencia proveyendo servicios financieros bilingües y asequibles, la Cooperativa Latina (LCCU) se ha convertido en un modelo nacional e internacional de servicio a esta comunidad. La Cooperativa Latina tiene años de experiencia ofreciendo educación financiera y ha tenido más de 9,000 participantes en sus talleres desde el año 2000. Organizaciones comunitarias, cooperativas de crédito, instituciones financieras de desarrollo comunitario (CDFIs) y otras organizaciones a lo largo del país han solicitado a la Cooperativa Latina consejos sobre cómo servir a este mercado creciente y desasistido. Algunas de estas organizaciones nos han contado sus retos y frustraciones a la hora de iniciar programas de educación financiera.

Por estas razones, la Cooperativa Latina ha creado esta guía, para ser usada por organizaciones interesadas en proporcionar educación financiera, especialmente al mercado inmigrante que no recibe servicios. Esta guía incorpora técnicas y metodologías que ha utilizado eficazmente la Cooperativa Latina, así como una Guía del Moderador, el plan de estudios *Construyendo un futuro mejor* de la Cooperativa Latina, así como videos educativos para ayudar a promocionar y mejorar la cultura financiera del consumidor.

Los DVDs incluidos en esta guía contienen la versión más reciente del plan de estudios *Construyendo un futuro mejor* (disponible en español y en inglés como segundo idioma). Esta guía está actualizada con lecciones aprendidas de la versión original y contiene un nuevo capítulo sobre tarjetas de crédito. El plan de estudios incluye siete unidades, con ejemplos interactivos, y el uso de gráficos atractivos para poblaciones con limitados conocimientos financieros. Se incluye una edición del moderador, diseñada para personas sin experiencia profesional en instituciones financieras. Además, la guía contiene un DVD con una perspectiva genérica de cómo desarrollar un programa de educación financiera para inmigrante, así como cinco documentales cortos.

¿POR QUÉ ES NECESARIA LA EDUCACIÓN FINANCIERA PARA LOS INMIGRANTES?

La educación financiera puede ayudar a los inmigrantes a comprender mejor el sistema financiero de los Estados Unidos, y así poder tener un sitio seguro donde ahorrar su dinero, aprender a gestionar sus finanzas y crear crédito, acceder a préstamos, comprar casas y crear riqueza para sí mismos, sus familias y sus comunidades.

Hay una necesidad fundamental de educación financiera entre la comunidad inmigrante de los Estados Unidos. Se ha documentado con detalle la angustia financiera y personal que sufren muchos inmigrantes hispanos debido a su desconocimiento del sistema financiero de los Estados Unidos.

Un reporte de El Consejo Nacional de La Raza (NCLR) menciona que el 35% de los latinos en los Estados Unidos informaron que no tenían cuentas bancarias, y que ese número aumenta al 42% para los latinos nacidos en el extranjero. Este porcentaje es aún mayor en los estados con inmigrantes recientes.

La falta de acceso a servicios bancarios tiene un impacto directo en esta comunidad por varias razones:

1. La comunidad hispana es más propensa a ser víctima de robos debido a la percepción de que los hispanos son “bancos ambulantes” porque llevan grandes cantidades de dinero en el bolsillo o guardan su dinero “bajo el colchón.”
2. El uso de proveedores de servicios bancarios informales, como las casas de cambio de cheques, que cobran unas comisiones y tipos de interés elevados, han proliferado en los barrios en los que trabajan y residen los hispanos.
3. Los latinos y otros segmentos de la población inmigrante parten con desventaja al planear su futuro financiero. Por ejemplo, las comunidades inmigrantes tienen más difícil el acceso a lugares seguros donde guardar su dinero, oportunidades para crear crédito y crear riqueza.

Disparidad de riqueza: El Pew Hispanic Center descubrió que la media del patrimonio neto de los hogares hispanos era de \$8.000, comparado con cerca de \$89.000 para los blancos anglosajones, una disparidad de 11 a 1 (Rochhar, 2004).

Según el Departamento del Censo (U.S. Census Bureau, 2004):

Ingresos medios: la media de ingresos para los hogares hispanos era \$36.000, tres cuartos de la media de ingresos de los hogares blancos no hispanos, que era \$48,000.

Índice de pobreza: Un 22% de hispanos vivían por debajo del índice de pobreza, comparado con un 9% de los blancos no hispanos.

Barreras a los servicios financieros

Hay una serie de barreras que impiden el uso de instituciones financieras convencionales y la práctica de planificación financiera por parte de los inmigrantes:

- **Ausencia de servicios financieros asequibles y accesibles:** Muchas instituciones financieras convencionales a menudo aplican políticas que dificultan a los hispanos acceder a sus servicios y/o no proporcionan una amplia gama de servicios financieros a estos clientes.
- **Problemas de documentación:** Hay a menudo malentendidos, entre los miembros de la comunidad, así como en las instituciones financieras, sobre la documentación necesaria para abrir cuentas.
- **Barreras de idioma:** Muchos inmigrantes recientes tienen dificultades para hablar o leer en inglés, y otros no saben suficiente inglés como para involucrarse en el confuso mundo del crédito y las finanzas. A la misma vez, muchas instituciones financieras convencionales no ofrecen servicios y materiales en español.
- **Barreras culturales,** tales como:
 - Muchos países latinoamericanos tienen economías basadas en el uso de efectivo.
 - La inestabilidad política o una historia de fluctuaciones monetarias o de inflación en algunos países han creado una desconfianza comprensible hacia las instituciones bancarias.
 - La mayoría de los países latinoamericanos no han creado programas de seguro de depósitos, fomentando más aún que las personas sean reacias a pensar en un banco como lugar para depositar los ahorros de toda su vida.
- **La falta de uso de instituciones financieras convencionales:** La falta de experiencia con instituciones financieras ocasiona una necesidad creciente de información sobre planificación financiera, tales como formas de ahorrar dinero o cómo establecer un buen crédito.

Gestión Financiera

- La Encuesta de Préstamos de Consumo Nacional (1999) llevada a cabo por Freddie Mac encontró que el **28% de los encuestados hispanos dijeron que sabían “muy poco” o “nada” sobre cómo gestionar sus finanzas,** comparado con el 17% de encuestados blancos no hispanos.
- Castañeda y Castellanos (1999) descubrieron que **sólo tres de cada diez hispanos tienen cuentas corrientes básicas.**

Ahorros

- La Encuesta de Confianza en la Jubilación de las Minorías (Minority Retirement Confidence Survey, 2003) llevada a cabo por el Instituto de Estudios de Beneficios a los Empleados (Employee Benefits Research Institute, EBRI) encontró que sólo el **13% de los trabajadores hispano-estadounidenses tienen mucha confianza (comparada con el**

45% de los trabajadores en general) en que van a tener suficiente dinero para vivir cómodamente durante sus años de jubilación.

- Según la misma encuesta de EBRI, sólo el **50% de los trabajadores hispano-estadounidenses reportan que ellos o su cónyuge han ahorrado personalmente para su jubilación, comparado con el 71% de los trabajadores en general.**
- Según un informe de 2005 del Proyecto de Seguridad de Jubilación del Consejo Nacional de La Raza, **más del 50% de los cabeza de familia hispanos con edades entre 55 y 59 no tenían nada acumulado en un 401(k) o un IRA.**
- Castañeda et al. (1999) averiguó que menos de **uno de cada diez hispanos invierten en bolsa, bonos, o fondos de inversión.**

Crédito

- Silva y Epstein (2005) averiguaron que, en 2001, **poco más del 50% de los hispanos tenían tarjeta de crédito, comparado con el 80% de los hogares blancos no hispanos.** Entre 1992 y 2001, **los hogares hispanos con tarjetas de crédito crecieron de un 43% a un 53%.** A la vez, la **deuda media de tarjetas de crédito entre los hispanos aumentó, cerca de un 20% entre 1992 y 2001.**
- Silva et al. (2005) también encontró que **el hogar hispano medio con tarjeta de crédito gasta 20 centavos de cada dólar ganado pagando deudas de crédito.**
- Según la Federación de Consumidores de América [Consumer Federation of America] (2004), hay una “pauta sistemática de discriminación hacia los hispanos en la industria de préstamos de automóvil.” Los vendedores de autos, junto con sus principales financieras de préstamos de auto, aumentan subjetivamente las tasas de interés de estos préstamos, recargando un promedio de entre \$1.000 a –en el peor de los casos- \$5,000 al costo de un préstamo de auto a los clientes latinos. Estos beneficios regresan como comisión al vendedor y al prestamista.

Compra de vivienda

Sin participar en el sistema financiero formal, es difícil crear historial de crédito, lo cual es fundamental para comprar una vivienda. Muchos inmigrantes trabajadores viven hacinados en viviendas inseguras y pagan precios muy altos para tener acceso a su propio dinero, al cambiar sus cheques, por las altas tasas de interés en préstamos de auto y por los costosos servicios de envío de dinero internacionales.

Los niveles de desigualdad de propietarios de vivienda son significativos:

- El Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano (Department of Housing and Urban Development) en 2006 encontró que, con fecha de 2005, **el 76% de las familias blancas no hispanas eran dueñas de vivienda, comparado con el 50% de las familias hispanas,** el porcentaje de propietarios de vivienda más bajo de cualquier grupo racial o étnico del país. En estados con un alto porcentaje de inmigrantes hispanos recién llegados, tales como Carolina del Norte, el nivel de propiedad de vivienda es aún menor.

Aquellos que entran en el mercado hipotecario se encuentran con los prestamistas usureros, que ofrecen productos caros e inadecuados, que ocasionan muchas quiebras o deudas innecesarias de miles de dólares a los compradores de primera vivienda.

- En un estudio publicado en mayo de 2006, el Centro para Préstamos Responsables (Center for Responsible Lending) encontró que **los hispanos tenían una mayor probabilidad entre un 29% y 142% de recibir hipotecas costosas de alto riesgo que los blancos no hispanos**, aún cuando los criterios de calificación eran iguales.
- El Centro para Préstamos Responsables informa que **éstas y otras prácticas usureras despojan unos \$25.000 millones de dólares a las familias de bajos recursos todos los años**

La propiedad de una vivienda no sólo permite a las familias acumular riqueza, sino que también es un indicador de futuros logros educativos; según un estudio de University of Tennessee, **los niños que viven en casas que son propiedad de sus familias tienen un 25% más de probabilidad de graduarse de preparatoria o bachillerato (high school) y un 116% más de probabilidad de graduarse de una universidad (Saint, 2006, p.35).**

- “Antes tenía miedo de ir a un banco porque no sabía qué papeles me iban a pedir. En los talleres aprendí a no tener miedo.”

Pedro, México, graduado en 2006.



¡¡La educación financiera impacta!!:

Un socio vino a la Cooperativa Latina con un préstamo de auto abusivo, del 26%, el cuál refinanció. Se enteró de nuestro programa de educación financiera y asistió a toda la serie de talleres con sus dos hijos, con edades de 8 y 11 años. El socio quería que sus hijos disfrutaran de esta oportunidad educativa, que él no había tenido en su México natal y no quería que sus hijos repitieran los mismos errores que él hizo al gestionar sus finanzas.

Durante el proceso de asistir a los talleres, se compró su primera casa a través de la cooperativa. También se convirtió en uno de nuestros educadores comunitarios y reclutó a trece miembros de su comunidad para que asistieran a los seis talleres; todos ellos se graduaron en 2006.

Un total de ciento veinte personas se graduaron del programa desde 2006.



Alejandro y su familia con Roger, coordinador de Greensboro

¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN POPULAR?

Perspectiva General de la Educación Popular

Los educadores populares piensan que la educación debe preparar a las personas para hacer un cambio y que debe estar basada en principios democráticos que permitan a los participantes llegar a discusiones, debates y toma de decisiones. La práctica democrática facilita un proceso que maximiza la participación de las personas que se benefician del programa. Muchos inmigrantes latinos encuentran un sistema económico y político que les impide alcanzar el “sueño americano.” La enseñanza de educación financiera puede fomentar un cambio social. Con el conocimiento que reciben, los inmigrantes latinos estarán más preparados para mejorar su situación económica e incrementar sus oportunidades de participar política y socialmente en este país.

La educación popular se efectúa por y para la gente. En el libro *Educating for a Change*, se describe a la educación popular o educación para el cambio social como una manera de abordar la educación para servir los intereses de grupos oprimidos. “Rodeamos a la gente de un proceso de análisis crítico, para que eventualmente puedan actuar colectivamente, cambiando las estructuras que les oprimen. El proceso es participativo, creativo y fortalecedor” (Arnold, Burke, James, Martin y Thomas, 1991, p.5). La educación popular defiende que la gente tiene suficiente conocimiento para reconocer sus propios problemas, proponer soluciones e identificar los recursos y habilidades que necesitan. Los educadores populares se ven a sí mismos como moderadores, ya que desean mantener una relación de igualdad entre el coordinador(a) y los participantes.

La educación popular se ha aplicado en diferentes situaciones y en distintos periodos de tiempo. En los años 1960, Paulo Freire trabajó con la alfabetización de campesinos, luchando por la reforma agraria en Brasil. Argumentó que la educación involucra un proceso de diálogo basado en acción y reflexión sobre la acción. En general, la educación popular pone énfasis en la enseñanza sobre temas que son aplicables a la vida real y, de hecho, está fundamentada en el concepto de “aprendizaje práctico,” que las personas aprenden a través de sus experiencias diarias (Castelloe & Gamble, 2005, p. 263).

Usted puede poner en práctica la filosofía de la educación popular, independientemente de los métodos de enseñanza que utilice, al usar las experiencias de los estudiantes, fomentar el diálogo entre los participantes y el coordinador(a) y encontrar maneras de estimular la acción y reflexión.

Algunos Principios Básicos de la Educación Popular:

- Proceso democrático (educación de, para y por la gente)
- Comenzó en Brasil como una herramienta para el cambio social, político y de reforma económica
- Educación para el cambio social
- Participación máxima de todos los participantes
- Relación equitativa entre el coordinador y los participantes
- Utiliza la experiencia de los participantes para enseñarse unos a otros



Comparación entre la educación tradicional y la popular



Educación tradicional	Educación Popular
El profesor tiene toda la información necesaria para dar a los estudiantes.	Tanto los moderadores como los participantes tienen información y experiencias para compartir y poder aprender unos de otros.
Los estudiantes escuchan al profesor.	Los participantes y el coordinador hablan entre si.
Los profesores controlan el contenido.	Los participantes eligen colectivamente el contenido.
El conocimiento se basa en hechos que es posible que no tengan que ver con la vida cotidiana.	Cada individuo construye su propio conocimiento basándose en sus propias experiencias.
El profesor está distanciado del conflicto social.	El coordinador está comprometido con la justicia social y económica.

Fuente: Castelloe & Gamble, 2005

Lenguaje en esta guía

En esta guía hemos elegido utilizar el lenguaje específico que está en línea con la educación popular.

Lenguaje tradicional	Nuestro lenguaje	¿Por qué?
Clase	→ Taller	Un “taller” implica que los participantes están trabajando activamente juntos para aprender unos de otros y alcanzar un objetivo, mientras que una “clase” implica un ambiente de aprendizaje más pasivo en donde un profesor proporciona a los estudiantes información que no está necesariamente relacionada con un objetivo específico.
Estudiante	→ Participante	Un “participante” implica que el individuo participará activamente y contribuirá al proceso de aprendizaje, en vez del “estudiante,” que implica que el profesor estará educando al estudiante.
Profesor	→ Moderador	Un “Moderador” implica una relación más informal e igualitaria con los participantes, mientras que “profesor,” implica una relación jerárquica en donde el profesor tiene todo el conocimiento.

Fuente: Brooks-Harris & Stock-Ward, 1999

“La educación debe comenzar con la solución de la contradicción profesor-estudiante, reconciliando los polos de la contradicción para que ambos sean simultáneamente profesores y estudiantes.” Paulo Frierre

Para mayor información sobre la educación popular, consulte:

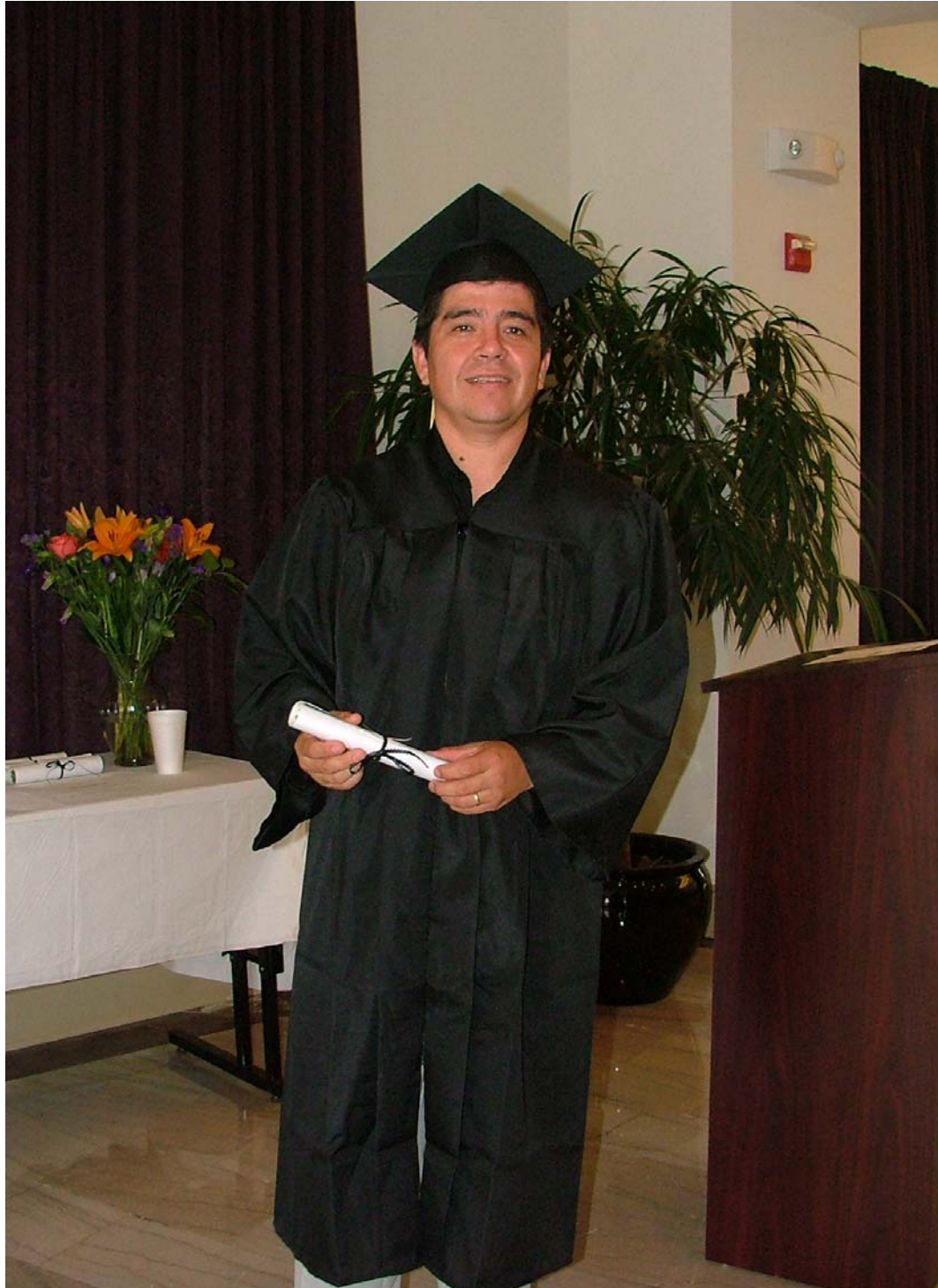
Arnold, Rick, Bev Burke, Carl James, D'Arcy Martin y Barb Thomas. 1991. *Educating for a Change*. Toronto, Canada: Between the Lines y Doris Marshall Institute for Education and Action.

Highlander Research and Education Center. 1989. *An Approach to Education Presented Through a Collection of Writings*. New Market, Tennessee.

Nadeau, Denise. *Counting our Victories: Popular Education and Organizing*. 1996. New Westminster, Canada: Repeal the Deal Productions. www.catalystcentre.ca

- “Después de asistir a los talleres, estoy en camino de comprarme una casa y ahora me siento cómodo manejando mis finanzas. No he tenido sobregiros y me estoy ciñendo a mi presupuesto nuevo.”

- **Francisco, Chile, graduado en 2007**



DESARROLLO DEL PROGRAMA

Conozca las necesidades de su comunidad

El primer paso para diseñar un programa de educación financiera es llevar a cabo una evaluación de las necesidades. Una **evaluación de las necesidades** es un proceso para determinar si un programa propuesto es necesario antes de empezar (Royse, Thyer, Padget, Logan, 2001). Puede utilizar una evaluación de las necesidades para contestar a las siguientes preguntas antes de diseñar e implementar un programa de educación financiera.

- ¿Hay programas similares en su comunidad? ¿Qué programas hay, que estén dirigidos hacia su comunidad objetivo? ¿Qué servicios asequibles y accesibles hay, que estén dirigidos hacia su comunidad objetivo?
- ¿Cuáles son los problemas y las necesidades de la gente en su comunidad?
- ¿Cuáles son las barreras que impiden a los miembros de la comunidad acceder a servicios financieros y educación financiera en su comunidad?
- Si todavía no existe un programa que cubra las necesidades de su comunidad objetivo, ¿qué información hace falta para diseñar un programa que satisfaga las necesidades de su comunidad objetivo?

Los siguientes son algunos de los métodos que puede utilizar cuando lleve a cabo una evaluación de las necesidades (Royse, et al. 2001):

1. **Datos secundarios** (datos del censo, documentos públicos e informes) – Puede utilizar esta información para determinar un número aproximado de personas que se podrían beneficiar del programa propuesto. Por ejemplo, puede determinar la raza, género, grupo étnico, edad, nivel general de riqueza en la comunidad, nivel medio de estudios, o número de personas que viven en condiciones precarias de vivienda.
2. **Expertos/Líderes de la comunidad** (líderes involucrados de alguna forma en dar servicio a su población objetivo). Entreviste a los líderes y organizaciones clave en la comunidad para obtener información sobre programas ya existentes, su percepción sobre las necesidades de la comunidad, así como su opinión sobre la posibilidad de crear nuevos programas.
3. **Encuestas** – La ventaja de las encuestas es que, dependiendo de los recursos, se pueden obtener respuestas de un mayor número de personas que si lo hiciera con un grupo de sondeo más pequeño. Aunque lo ideal es llevar a cabo una encuesta con una comunidad entera o un gran número de personas elegidas al azar, a menudo es difícil obtener los recursos necesarios. Sin embargo, una encuesta puede ser una forma muy eficaz para conseguir respuestas de los miembros de la comunidad sobre un tema específico.
4. **Grupos de sondeo** – discusión con un grupo pequeño de personas (entre 8 a 12 personas). El moderador tiene una serie de preguntas diseñadas para identificar las necesidades específicas del grupo. La ventaja de los grupos de sondeo es la cantidad de información que puede obtener el moderador pero, a la misma vez, la desventaja es que tales grupos pequeños pueden no ser representativos de la comunidad en general.

5. **Audiencias públicas y foros comunitarios** – Reserve una sala de juntas y anuncie que cualquier persona interesada en asuntos de educación financiera está invitada a asistir y discutir sus inquietudes e ideas. Desafortunadamente, la asistencia a este tipo de foros no suele ser muy numerosa.

Cuando trabaje con inmigrantes de bajos recursos, hay situaciones que tiene que tener en cuenta cuando diseñe un programa de educación financiera. Los latinos están desproporcionadamente empleados en sectores que pagan salarios bajos y requieren horarios irregulares de trabajo. Por lo tanto, pueden necesitar servicios de apoyo como transporte y cuidado de niños. También es importante ofrecer los talleres en un sitio céntrico, en un día adecuado y a una hora conveniente. Su evaluación de necesidades debería incluir estas preguntas para determinar el mejor lugar, día y hora para su comunidad. Por ejemplo, en la Cooperativa Latina, nuestros encuestados indicaron que los días de fin de semana no son precisamente los mejores porque muchos trabajan en los sectores de servicios y construcción, que requieren horas de fin de semana y los Domingos suelen estar reservados para asistir a misa u otros servicios religiosos.

Para diseñar su programa, es posible que tenga que determinar: (1) qué nivel de talleres quiere proporcionar (básico, intermedio, avanzado) para acomodar a la mayoría de su población objetivo, (2) qué temas le interesa aprender a su población (3) cuándo y dónde se deberían llevar a cabo los talleres que sea conveniente para su población., (4) qué tipos de recursos necesita la gente (cuidado de niños, transporte). **Algunas preguntas a modo de ejemplo, para tener en cuenta a medida que desarrolle su evaluación de necesidades, son las siguientes:**

1. ¿Ha tenido cuenta bancaria alguna vez?
2. ¿De qué temas financieros le gustaría aprender?
3. ¿Qué días y horas prefiere para asistir a los talleres?
4. ¿Necesita cuidado de niños para asistir a los talleres?
5. ¿Necesita transporte para acudir a los talleres?

Conozca los servicios financieros disponibles en su comunidad

La educación financiera no es la única llave para incorporar a los inmigrantes al sistema financiero de los Estados Unidos. Existen muchas otras barreras sistemáticas para acceder a los servicios financieros, como la ausencia de empleados que hablen español, falta de materiales disponibles en español, el rechazo de muchas instituciones financieras convencionales a aceptar formas de crédito alternativo o malentendidos sobre la documentación necesaria para abrir una cuenta y tener acceso al crédito. Es importante proveer a los participantes información sobre dónde pueden tener acceso a una amplia gama de servicios financieros asequibles y accesibles.

- Averigüe qué instituciones financieras en su comunidad proporcionan una amplia gama de servicios bilingües asequibles y entienden cuáles son los desafíos específicos de esta comunidad. Algunas instituciones financieras sólo proporcionan cuentas de ahorro que no pagan interés y no proveen el acceso al crédito o a cuentas remuneradas. ¿Cuáles aceptan el Número de Identificación Fiscal o ITIN en vez del Número de Seguro Social? ¿Cuáles hablan el idioma natal de sus participantes? ¿Cuáles proporcionan préstamos con crédito alternativo, tal como historial de pago de servicios públicos y alquiler, en vez de basarse

exclusivamente en los historiales de crédito? ¿Qué servicios ofrecen? Por ejemplo, ¿cuáles son los balances mínimos requeridos, acceso a cajeros automáticos (ATM), cargos mensuales, transferencias bancarias y otros servicios? Desafortunadamente, no hay suficientes instituciones financieras que proporcionen servicios asequibles a los inmigrantes de bajos recursos sin experiencia bancaria, así que es importante que investigue mientras diseña su programa.

- Establezca conexiones con otras organizaciones de su comunidad que tienen objetivos similares. Por ejemplo, investigue si hay programas para propietarios de viviendas, Cuentas de Desarrollo Individuales (IDA) u otros de creación de riqueza, disponibles para su población objetivo. Estos programas proporcionan un incentivo adicional para participar en los programas de educación financiera. Es importante averiguar cuáles son los requisitos de estos programas. Por ejemplo, ¿proporcionan ayuda a las personas que tienen un ITIN?, ¿hay algún requisito de membresía para participar en el programa?, ¿cuántas horas de participación se requieren?, ¿qué beneficios hay por participar en estos grupos o programas?

Plan de estudios

Después de acabar su evaluación de necesidades, si decide crear un programa de educación financiera, tendrá que buscar una guía de estudios que sea la más adecuada para satisfacer las necesidades de su comunidad objetivo. En nuestro caso, la Cooperativa Latina creó un plan de estudios diseñado específicamente para cubrir las necesidades de inmigrantes recién llegados, ayudarles a comprender el sistema financiero de los Estados Unidos y que se sientan más cómodos a la hora de utilizar instituciones financieras y planificar su futuro financiero. Mientras se familiarizan con los temas que se incluyen en este plan de estudios, los participantes aprenderán el vocabulario que necesitarán cuando utilicen una institución financiera y se comuniquen sobre sus asuntos financieros personales.

La Cooperativa Latina vio la necesidad de crear un plan de estudios de educación financiera en español que se adecuara a participantes con un nivel educativo limitado y sin experiencia en el uso de instituciones financieras. La versión de inglés como segundo idioma (ESL) de este plan de estudios se creó porque las clases de ESL ofrecen una oportunidad única para conectarse con los inmigrantes recién llegados y ofrecerles información financiera beneficiosa.

Una copia en DVD de la versión más reciente del plan de estudios ***Construyendo un futuro mejor*** (disponible en español e inglés como segundo idioma) va incluida en esta guía. El plan de estudios está también disponible en la página web de la Cooperativa Latina, www.latinoccu.org/financial_education/curriculum. Está actualizada con lecciones aprendidas de la versión original y contiene un capítulo nuevo sobre tarjetas de crédito. El plan de estudios incluye siete capítulos con ejemplos interactivos y el uso de imágenes para atraer a una población con índices bajos de alfabetización. Se incluye una versión para el moderador, diseñada para personas sin experiencia trabajando en instituciones financieras.



Los capítulos del plan de estudios *Construyendo un futuro mejor* son:

1. Cómo utilizar una institución financiera
2. Cómo aumentar mis ahorros y crear un presupuesto
3. Cómo utilizar el crédito
4. Cómo comprar un auto
5. Cómo comprar una casa
6. Introducción a los impuestos

Nuevo capítulo: Tarjetas de Crédito

Nota: Si llega a la conclusión de que *Construyendo un futuro mejor* no cumple con las necesidades de su comunidad objetivo, una fuente de información de confianza para averiguar sobre otros planes de estudio de educación financiera es el Fondo Nacional para la Educación Financiera (National Endowment for Financial Education, NEFE). Puedes visitar su página web www.nefe.org.

Horario de los talleres

Su encuesta de necesidades le debería ayudar para decidir sobre el horario de sus talleres de información financiera. Es importante recibir las sugerencias de su comunidad antes de programar el calendario. Sin estas respuestas, seguramente tendrá escasa asistencia si el horario no es conveniente para la mayoría de los miembros de su comunidad. Por ejemplo, en la Cooperativa Latina, muchos asociados nos indicaron que las tardes de los días laborables eran las horas más convenientes para asistir a los talleres. La Cooperativa Latina ofrece sus talleres los lunes a las 5:30 p.m. Cada taller dura aproximadamente 1.5 horas, aunque hay temas más amplios que otros. La serie entera de talleres dura requiere aproximadamente 8-10 horas en total. Los participantes que han asistido a todos los talleres reciben un certificado y se les invita a asistir a una ceremonia de graduación con amigos y familia (ver la sección de certificado y ceremonia de graduación).

“Siendo aún joven, quería aprender a manejar mis finanzas, para evitar cometer los mismos errores que mis padres y mis tíos.”

- Elizabeth, México, graduada en 2006



Materiales para la organización de los talleres

Cada sesión necesita materiales diferentes dependiendo de los ejercicios que elija. Por ejemplo, si va a facilitar el taller *Cómo construir tu crédito*, querrá tener un ejemplo de un historial de crédito para el taller. El plan de estudios “Construyendo un Futuro Mejor” tiene una lista de sugerencias al principio de cada tema. Hay determinados materiales que le van a hacer falta para cada taller:

- Plan de la sesión (para usted mismo/a)
- Formulario de evaluación – pida a cada participante que rellene un formulario de evaluación al final del taller (Ver Apéndice A). Esto le permitirá recibir sugerencias de los participantes.
- Formulario de Asistencia – pase el formulario de asistencia durante el taller (Ver Apéndice B)
- Materiales escritos para repartir durante los ejercicios, si son necesarios.
- Materiales visuales y otros materiales, si son necesarios.
- Ejemplos reales – es una buena idea traer el mayor número posible de recursos reales para complementar los materiales. Por ejemplo, traiga folletos de instituciones financieras que proporcionan servicios dirigidos a la comunidad inmigrante. En muchos casos, los individuos que trabajan con determinados centros comunitarios, instituciones financieras u otros profesionales, están dispuestos a ser conferenciantes invitados.
- Tablero/pizarra blanca (y marcadores/rotuladores) o un tablero/pizarra (y tiza).
- Refrescos, si es posible.
- Premio para rifar, si es posible.
- Videos. Los videos (incluidos en el DVD) se pueden utilizar de distintas formas para educar a las personas de la comunidad sobre temas financieros. Se pueden usar en las salas de espera o vestíbulos para educar, mientras las personas esperan para ser atendidas, o también como herramienta adicional durante los talleres. La Cooperativa Latina ha creado también un programa de formación para los compradores de vivienda, que contiene una guía de formación para el comprador y una película sobre una pareja de inmigrantes de Latino América, Angélica y Roberto, que se encuentran con el dilema de volver a su país o quedarse en los Estados Unidos. La película mezcla documental con ficción, telenovela y comedia, mientras que muestra el proceso de compra de una casa.

Costos del programa

Según la envergadura de su programa de educación financiera, necesitará presupuestar determinados gastos. Estos son algunos de los gastos que deberá tener en cuenta al diseñar su programa:

Para llevar a cabo los talleres:

- Salario para los moderadores. Según nuestra experiencia, es importante invertir en los moderadores y proveer una compensación que refleje la importancia de la educación financiera. Nuestros moderadores son los empleados con mayor compensación de la cooperativa durante el tiempo que dedican a preparar y dirigir los talleres.

- Ubicación. Muchas organizaciones comunitarias, iglesias y otros grupos están dispuestos a proporcionar espacios gratuitos a organizaciones que ofrecen talleres de educación financiera.
- Equipo, mesas y sillas, si no están incluidas en el espacio elegido.
- Copias de ejercicios. Tendrá que hacer copias de los ejercicios del plan de estudios para dárselos a los participantes. Por ejemplo, en la sección de cómo hacer un presupuesto, debería darles a los participantes un presupuesto en blanco para que puedan crear el suyo propio.
- Premios para rifar y refrescos. Si es posible, puede ser un buen incentivo ofrecer a los participantes algunos refrescos así como un premio para rifar al final del taller.
- Cuidado de niños, si es necesario. Cuando se trabaja con comunidades inmigrantes jóvenes, es algo muy importante para atraer a los participantes a los talleres. Es especialmente importante para las mujeres latinas, ya que ellas son las que generalmente toman las decisiones en la economía doméstica (NEFE, 2006). Por todo esto, los talleres deben ser accesibles y convenientes para las mujeres.

Para llevar a cabo una ceremonia de graduación:

- Comida/bebida para los participantes, sus familias y para los coordinadores
- Ubicación. De nuevo, busque lugares gratuitos si es posible
- Equipo (mesas, sillas, podio, altavoces)
- Decoraciones apropiadas
- Materiales impresos (certificados, invitaciones, programas)
- Birretes y togas
- Actividades para los niños y cuidado de niños, si es necesario
- Actividades culturales (grupos de baile o cantantes de los países de origen de los graduados)

Evaluación del programa – ¿Cómo y por qué?

Evalué su programa continuamente. Las evaluaciones le pueden ayudar a comprender cómo el programa ha afectado a los participantes, determinar cómo se puede mejorar y si hay que incrementarlo (Brooks-Harris & Stock-Ward, 1999). La mayoría de los programas hacen seguimiento a las “cifras”, o “al volumen de trabajo logrado”, como al número de participantes en cada taller o el número de graduados del programa (United Way, 1996, p.17). El número de graduados puede ser información especialmente valiosa, ya que podría ser un indicador de la calidad del programa, demostrando que las personas están dispuestas a dedicar su tiempo personal para participar en la serie completa de talleres. Por otro lado, aunque hacer el seguimiento al número de participantes y graduados del programa es definitivamente importante, no captura los “**resultados**,” o *cómo el programa es capaz de cambiar las vidas de los participantes* (tal como sus actitudes, comportamientos, habilidades o conocimiento). El Consejo Nacional de La Raza llevó a cabo un análisis en profundidad de los programas de educación financiera disponibles para los latinos y descubrió que “muchos proveedores de educación financiera ni siquiera dan los pasos mínimos para determinar si

sus programas “funcionan.”” (NCLR, 2005). Medir los resultados puede ayudarle también a mejorar sus servicios.

Además de medir el número de participantes, la mayoría de los programas controlan la satisfacción de los participantes al final de los talleres. Aunque esto es útil para averiguar si los participantes están satisfechos con la forma en la que se ha llevado a cabo el taller y si la información ha sido útil, es importante *tener en cuenta que la satisfacción de los participantes no se suele utilizar como una medida del resultado*. Las encuestas de satisfacción no indican ningún cambio en los hábitos de los participantes (United Way, 1996). Además, tenga en cuenta que la gran mayoría de los encuestados siempre muestran su satisfacción con los servicios recibidos (Royce et al., 2001, p. 193). Dicho esto, aún así puede ser útil hacer un seguimiento de satisfacción para obtener un mecanismo que recoja respuestas, y si las respuestas son negativas, los problemas se pueden tratar en el momento adecuado.

Es mejor incorporar mecanismos de evaluación cuando se diseñan los programas de educación financiera, para que haya un sistema en funcionamiento desde el principio. Para empezar, piense sobre los resultados deseados y, entonces, decida qué indicadores específicos y medibles le pueden decir si se ha conseguido el resultado. Aquí tiene un par de ejemplos breves:

Resultados	Indicadores
Los participantes se sienten cómodos utilizando instituciones financieras.	<ul style="list-style-type: none"> • n° y porcentaje de participantes que tienen una cuenta de ahorros. • n° y porcentaje de participantes que tienen una cuenta corriente. • n° y porcentaje de participantes que dicen que se sienten cómodos al utilizar una institución financiera.
Los participantes crean su historial de crédito.	<ul style="list-style-type: none"> • n° y porcentaje de participantes que han conseguido un préstamo. • n° y porcentaje de participantes que tienen un puntaje de 620 o más.

Puede usar distintos métodos para determinar el impacto de su programa:

- **Cuestionarios/Encuestas:** Puede pedirle a los participantes que le proporcionen información básica sobre sus comportamientos financieros, actitudes y actividades *antes y después* de asistir a los talleres. Esto le ayudará a entender el cambio de conocimiento que esta persona tiene sobre temas financieros desde el principio hasta el final de la serie de talleres. Algunos ejemplos de preguntas:
 - ¿Se siente cómodo al utilizar los servicios financieros en los Estados Unidos?
 - ¿Tiene cuenta de ahorros? ¿Tiene cuenta corriente?
 - ¿Tiene presupuesto familiar? Si es así, ¿cómo gestionas su dinero?
 - ¿Conoce su historial de crédito?
- **Datos cualitativos:** El llevar a cabo entrevistas o grupos de enfoque permite a los participantes actuales y anteriores utilizar sus propias palabras para describir qué les ha resultado útil del programa. El entrevistador puede recibir más información y alejarse de las preguntas estandarizadas (Royce et al., 2001). Si lleva a cabo un grupo de enfoque, el coordinador del grupo no debería ser el empleado/a que llevó a cabo el taller, porque esto podría inhibir la sinceridad de los participantes.
- **Extracción de información:** Según el tipo de organización que sea, puede utilizar sus propios archivos para medir resultados. Por ejemplo, las instituciones financieras pueden utilizar los datos que ya tienen para determinar el número y porcentaje de participantes en el

programa que empezaron a utilizar una cuenta corriente, o aplicaron por un préstamo al terminar el programa. Es muy importante recordar que todos los archivos son confidenciales. Tiene que obtener permiso de los participantes para utilizar sus datos en la evaluación y cualquier dato presentado tiene que ser de forma agregada, o presentado como un número o porcentaje total, ***no como datos individuales***.

Siempre que sea posible, es mejor hacer el seguimiento a los participantes en intervalos de tiempo específicos tras acabar los talleres. Esto le puede ayudar a entender los efectos a largo plazo del programa en los participantes. Aunque este tipo de evaluación no descarta otras explicaciones de los cambios de comportamiento relacionados con las finanzas, es útil entender los cambios a largo plazo en el comportamiento de los participantes.

Hay muchas formas de evaluar su programa. Para más información consulte:

United Way of America (1996), *Measuring program outcomes: a practical approach*. Alexandria, VA: Author.

Royse, D., Thyer, B.A., Padgett, D.K., and Logan, T.K. (2001). *Program evaluation: an introduction* (3rd Edition). Belmont, CA: Brooks/Cole Thomson Learning.

“Soy un inmigrante de primera generación. No sabía cómo funcionaban los bancos cuando llegué aquí. Después de asistir a los talleres, ahora tengo mi historial de crédito, una tarjeta de crédito, una cuenta corriente, todas las herramientas que necesito para triunfar en los Estados Unidos.”

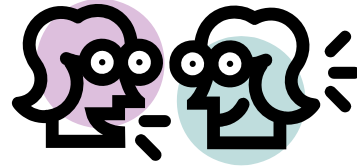
– **José Javier, Honduras, graduado en 2007**



Consejos para promocionar su programa

Promocionar su programa de educación financiera en realidad no requiere una estrategia cara y formal de mercadotecnia. La Cooperativa Latina promociona los talleres de educación financiera a través de diferentes estrategias para llegar a la comunidad. Aquí tiene algunas formas para que se conozca su programa:

- **Boca a boca.** Talleres de calidad producirán recomendaciones de persona a persona, así como recomendaciones por otras organizaciones. Esta es la principal forma de promoción de la Cooperativa Latina.
- **Educadores comunitarios.** Los graduados del programa pueden convertirse en una de las formas más eficaces para reclutar miembros de la comunidad para el programa.
- **Carteles o volantes.** Coloque y distribuya carteles en su organización una o dos semanas antes de cada taller.
- **Aviso a los socios/clientes de su organización.** La mejor forma para empezar a reclutar gente es con los clientes o socios de su organización, si aplica. Es útil avisar a los socios o clientes de su organización en una fecha próxima al inicio del taller (un día antes del taller), para que la gente lo tenga fresco en su memoria. Todos los empleados o voluntarios de su organización deberán estar informados sobre los talleres y sus fechas, para que todo el mundo pueda informar a los socios. También es útil tener una hoja con el nombre y número de teléfono para que las personas interesadas en asistir al taller se apunten. Con esta información puede contactar a las personas interesadas el día del taller para recordarles y animarles a que asistan. Esto puede disminuir la ansiedad que puedan tener sobre su asistencia al taller, si se sienten bienvenidos y animados a participar. (Ver Apéndice B)
- **Boletines informativos.** Si su organización publica un boletín informativo mensual o trimestral, esta es una gran oportunidad para anunciar el programa. También puede haber otras organizaciones que llegan a poblaciones similares que pueden estar dispuestas a publicar su programa en su boletín informativo.
- **Trabaje con otras organizaciones comunitarias y con agencias del gobierno.** (envíe correos electrónicos y distribuya carteles). Muchas organizaciones locales y agencias públicas (como Servicios Sociales) que también trabajan con la comunidad inmigrante están dispuestas a informar a sus clientes sobre los talleres, o a colocar carteles en sus oficinas. Estas organizaciones y agencias tienen a menudo eventos para la comunidad a los que puedes acudir con un pequeño o ningún costo para anunciar su programa.
- **Avisé a las iglesias locales.** Las iglesias locales pueden ser un recurso importante para promocionar este tipo de programas. Algunas iglesias están dispuestas a anunciar los talleres en los boletines de sus iglesias, informar a sus congregaciones, o a anunciarlo en sus eventos locales.



- **Anuncie los talleres en los medios de comunicación locales** (periódicos, radio, TV). Es muy útil crear relaciones sólidas con sus representantes locales de los medios de comunicación. A menudo, los medios locales están dispuestos a publicar la información gratis, como servicio público, o tienen calendarios de eventos para anunciar talleres. Puede ser útil enviar comunicados de prensa sobre las ceremonias de graduación a los medios locales. Las noticias sobre la graduación en los medios pueden generar más interés por el programa.
- **Establezca relaciones con otros programas con una misión similar en su comunidad.** Por ejemplo, investigue si hay programas para convertirse en propietario de vivienda, cuentas de ahorro con aportes gubernamentales (IDAs) u otros programas de creación de riqueza. Estos programas proporcionan un incentivo añadido para participar en un programa de educación financiera. Es importante averiguar si estos programas están disponibles también para personas que utilizan el ITIN.
- **Es importante anunciar los talleres de forma que sean atractivos para sus participantes potenciales.** Titule los talleres y cree avisos que sean interesantes, traten sobre las necesidades de su audiencia, que sean claros y que utilicen un lenguaje que le resulte familiar a su comunidad. Por ejemplo, en vez de decir “Como gestionar su cuenta corriente,” puede usar “Los beneficios de una cuenta corriente y una tarjeta de débito VISA” Hemos incluido la tarjeta de débito VISA en el título de este taller ya que atrae a muchos miembros de la comunidad. Además hay una gran necesidad para educar a las personas sobre las tarjetas de débito. A menudo no se entienden bien y se utiliza mal.



Certificado y ceremonia de graduación

En la Cooperativa Latina, los participantes en el programa de educación financiera representan perfectamente a nuestra membresía; inmigrantes recién que no han tenido cuentas bancarias anteriormente y de bajos recursos. Además muchos de nuestros participantes tienen horarios muy ocupados, cuidando de sus familias y trabajando en varios sitios a la vez. A pesar de sus horarios tan intensos, nuestros participantes han dedicado su tiempo libre para aprender cómo gestionar sus finanzas al participar en el programa de educación financiera.



Para reconocer su esfuerzo, cuando los participantes han asistido a la serie completa de talleres, los graduados reciben un Certificado de Finalización. También creemos que es importante celebrar sus logros con una ceremonia de graduación formal, que incluye birretes y togas. La ceremonia está abierta a todos los moderadores, los graduados y sus familiares y amigos. El certificado y la ceremonia de graduación tienen un significado especial, ya que muchos de nuestros graduados no han tenido muchas oportunidades educativas en sus países de origen y algunos nunca han participado en una ceremonia de graduación o tampoco han recibido un certificado. El programa se ha convertido en un símbolo de orgullo individual, familiar y de la comunidad.



“Para mí y para muchos de vosotros, esta es la primera vez que nos graduamos de algo. Estoy muy agradecido de esta oportunidad de aprender y crecer”. **Luís Fernando, de México, dirigiéndose a sus compañeros de graduación en 2007.**

Las siguientes son cosas que hay que tener en cuenta cuando organice una ceremonia de graduación.

1. Busque una fecha y hora que le resulte conveniente a los graduados y moderadores para llevar a cabo la ceremonia.
2. Reserve un espacio para la ceremonia. A menudo, las compañías locales, organizaciones religiosas, centros comunitarios y otras organizaciones están dispuestas a proporcionar espacios gratuitos.
3. Envíe invitaciones a todos los graduados con el lugar, fecha y hora.
4. Reserve el equipo necesario que no esté disponible en el sitio de la ceremonia. Quizás tiene que reservar más sillas o mesas, altavoces, o un podio.
5. Haga arreglos para tener comida y bebida. Puede pedirle a la gente que traiga su propia comida o buscar un proveedor que cobre precios razonables.
6. Piense en ofrecer actividades culturales, tales como bailes o música de los países de sus participantes. A veces hay grupos locales que están dispuestos a actuar gratis. Esto puede ayudar a fortalecer el sentido de comunidad y ayudar a festejar la ceremonia.
7. Busque o pida birretes y togas. La cooperativa descubrió que los birretes y las togas hace la ceremonia aún más especial para los graduados. Si compra los birretes y las togas, tendrá que saber la talla de cada graduado antes de hacer su pedido.
8. Si va a haber niños en la ceremonia, debería plantearse proporcionar servicio de cuidado de niños y actividades para éstos.
9. Asegúrese de coordinar el transporte de los participantes, según lo necesiten.
10. Recuerde que es importante tener a alguien a cargo de hacer fotos y grabar en video la ceremonia de graduación. Tras la ceremonia, los graduados están deseando recibir su foto con birrete y toga.
11. Imprima una agenda para la ceremonia. Los moderadores pueden hablar y después invitar a los graduados a compartir sus experiencias en la ceremonia de graduación. Una de las partes más significativas de la ceremonia son las reacciones y experiencias de los graduados.
12. Cree un programa para los actos de la ceremonia de graduación así como los nombres de todos los graduados para distribuirlo en la ceremonia. El programa identifica a quien habla y es un buen objeto de recuerdo.
13. ¡Es muy importante que sea una celebración comunitaria divertida, para reconocer el sacrificio y los logros de los participantes!

Como ya mencionamos en la sección de costo del programa, tiene que tener un presupuesto para cubrir varios gastos cuando esté planificando la ceremonia de graduación. Por favor, consulte la sección de Costos del Programa para más detalles.

Los graduados del programa pueden actuar como educadores comunitarios, educando formal e informalmente a otras personas de la comunidad sobre la importancia del ahorro, del crédito y creación de riqueza. Los educadores comunitarios pueden aumentar el impacto del programa a través de un efecto multiplicador en la comunidad. Un graduado reciente reflejó esta idea en su graduación, diciendo “Voy a pasarle esta información a mis amigos. Muchos de ellos tienen miedo a preguntar y yo quiero compartir lo que he aprendido con ellos.”



CONSEJOS PARA EL MODERADOR DE EDUCACIÓN POPULAR

Hay muchas formas de incorporar métodos de la educación popular en sus talleres. Para orientarle, esta sección tratará los siguientes temas:

1. Estilos de aprendizaje
2. Fases de un taller
3. Preparación del aula
4. Número de participantes
5. Cómo Iniciar su taller
6. Conocimiento sobre economía
7. Objetivos del taller
8. Utilice la experiencia y conocimiento de los participantes
9. Consejos para llevar a cabo actividades
10. Cómo concluir el taller

Estilos de aprendizaje

Es importante que los moderadores entiendan que cada participante tiene un estilo de aprendizaje único. El moderador debería esforzarse por entender las necesidades de todos los participantes para asegurarse que todo el mundo está aprendiendo según su máxima capacidad. Aunque hay muchas teorías distintas, los estilos de aprendizaje de David Kolb se utilizan mucho y son útiles para diseñar talleres participativos.

Tipo de alumno	Aprende mejor...	Ejemplo de un taller sobre cómo ahorrar y crear un presupuesto.
Análítico	<i>Piensa a través de ideas y observando datos, como escuchar una conferencia o el análisis de diagramas y gráficos.</i>	Presentar estadísticas sobre los ahorros de las familias en Estados Unidos.
Imaginativo	<i>Escucha y participa en discusiones, como, por ejemplo, la discusión de experiencias personales o lluvia de ideas (brainstorming) con un grupo</i>	Los participantes discuten sus metas de ahorro personal.
Sentido común	<i>Aplica el sentido común y participa en “actividades prácticas,” como, por ejemplo, ejercicios de opción múltiple o de rellenar los espacios.</i>	Tiene que emparejar palabras y definiciones relevantes (por ejemplo, metas, presupuesto, salario)
Dinámico	<i>Experimentan con una variedad de actividades de “ensayo y error”, como, por ejemplo, participar en dramatizaciones de situaciones o debates.</i>	Cada participante crea su propio presupuesto.

Fuente: Brooks-Harris & Stock-Ward, 1999

Ejercicio: Piense sobre su propio estilo de aprendizaje y reflexione sobre cómo esto influye en su estilo como coordinador.

Fases de un taller

La siguiente es una lista de las fases de un taller, descrita en el libro de ejercicios de educación popular, *Educating for a Change* (Arnoldo, tal, 1996). La ventaja de utilizar estas fases es que podrá encontrar un buen equilibrio entre la presentación, la práctica y la aplicación de conceptos nuevos, haciendo más fácil adaptarse a los diversos estilos de aprendizaje de los participantes.

Fase del taller	Objetivos	Ejemplos de Actividades	Ejemplos relacionados con las tarjetas de crédito:
Ejercicio de calentamiento/ Inicio	Reduzca la ansiedad; Determine las necesidades de los participantes; Discuta los objetivos	<ul style="list-style-type: none"> Juegos breves Haga una lista Discusiones breves 	Encuesta de cuántos participantes tienen tarjeta de crédito.
Los participantes comparten experiencias y buscan pautas	Introduzca el concepto a los participantes; Discuta experiencias de la vida real y encuentre patrones/elementos en común	<ul style="list-style-type: none"> Discuta un problema Comparta experiencias personales sobre el concepto Juego de rol 	Discusión en grupo sobre si las tarjetas de crédito son buenas o malas.
Añada información nueva	El moderador presenta información nueva sobre el concepto a los participantes	<ul style="list-style-type: none"> Explicación sobre el concepto/objetivo 	Explicación de las tarjetas de crédito y préstamos y cómo pueden ser útiles si se utilizan con cuidado.
Ejercicios prácticos	Los participantes tienen la oportunidad de practicar lo que han aprendido.	<ul style="list-style-type: none"> Ejercicios de rellenar espacios Ejercicios de Verdadero/Falso Ejercicios de opción múltiple Emparejar vocabulario con definiciones 	Proporcione a los participantes una lista de situaciones de cuándo podrían hacer una compra, y pídale que elijan qué sería mejor utilizar (1) tarjeta de crédito, (2) dinero en efectivo, o (3) esperar antes de hacer la compra.
Póngalo en práctica	Los participantes utilizan el concepto nuevo por su cuenta o en un grupo, en un contexto real.	<ul style="list-style-type: none"> Discusión en grupo Encuesta Juegos de rol Acabar un proyecto o tarea 	Los participantes rellenan una solicitud de tarjeta de crédito para ayudarles a entender lo que les van a preguntar cuando soliciten una tarjeta. Los participantes marcan los pasos para reducir su deuda.

Fuente: Arnoldo et al, 1991

Deje tiempo suficiente para la fase **PUESTA EN PRÁCTICA**.

Esto garantiza que los participantes entiendan el concepto en un contexto del mundo real.

“La Regla 20/40/80”: Recordamos un 20% de lo que escuchamos, un 40% de lo que escuchamos y vemos y un 80% de lo que escuchamos, vemos y hacemos.

(Davis, R., Strieber, J., & Vow deer Brueghel, E., 2004, p. 236)

Preparación del aula

Si es posible, es preferible una mesa redonda, para que los participantes y el moderador se puedan ver unos a otros y estén sentados al mismo nivel, promoviendo una relación de igualdad entre el moderador y los participantes. Esto también crea un ambiente más propicio para la conversación.

Número de participantes

Para conseguir una participación activa, lo ideal es tener suficientes personas que proporcionen puntos de vista diversos, pero a la vez, que sea un grupo suficientemente pequeño para crear un ambiente agradable. El objetivo de la Cooperativa Latina es conseguir aproximadamente de 6 a 12 participantes en cada taller. Hemos visto que más de 12 participantes pueden disminuir la calidad de los talleres. Por lo tanto, si hay más de 12 participantes interesados, crearíamos un segundo taller con el mismo tema.

Cómo iniciar su taller

Utilice un ejercicio de calentamiento o bienvenida, para reducir la ansiedad y obtener la información básica de los participantes: de dónde son, cuál es su nivel de conocimiento y experiencia relacionada con los temas. Puede utilizar esta información para adaptar el taller a las necesidades de los participantes y también para preparar a las personas y motivarles para que participen.

Aquí hay algunos consejos importantes para los ejercicios de calentamiento:

1. Hay que incluir a todos los participantes.
2. Asegúrese de dar instrucciones específicas y un ejemplo. Hablar sobre uno mismo puede aumentar la motivación para participar y reducir la preocupación.
3. Dígame al grupo que todos van a hablar, empezando por la (izquierda o derecha) y después pregunte si tienen alguna duda.
4. Las personas tienen la opción de no contestar si no tienen una respuesta en ese momento, pero asegúrese de volver a hablar con ellos al final, para ver si ya la tienen.
5. Dele a todos un tiempo límite. Esto debería ser un ejercicio divertido y breve.
6. Si hay un grupo numeroso, elija un ejercicio bastante rápido.
7. Complemente los ejercicios con videos, gráficos y otros elementos visuales para atraer la atención de los participantes y hacer realidad los conceptos.

Ejemplos de ejercicios de calentamiento breves:

#1: Al principio de cada unidad del plan de estudios hay datos de conocimiento económico que pueden ser de interés para los moderadores y participantes. Puede presentar esta información como tema de discusión o invitar a los participantes a que piensen sobre temas económicos más amplios.

#2: Utilice temas relacionados con el contenido del taller. Por ejemplo, para un taller sobre el crédito, puede preguntarle a los participantes si han tenido tarjeta de crédito y en tal caso, ¿cuál fue su experiencia? Si no, ¿por qué no? (Utilice imágenes de varias tarjetas de crédito para complementar la conversación.)

Utilice el principio del taller para conocer a los participantes:

Es útil para el moderador estar familiarizado con los participantes. Conozca su:

- Nivel Educativo – Basándose en su nivel educativo, algunos participantes pueden necesitar más ayuda para comprender conceptos que incluyan números u operaciones matemáticas. Es importante tener en cuenta el nivel de alfabetización en el idioma natal del participante.
- Conocimiento lingüístico – Es importante que el moderador entienda el conocimiento lingüístico que de los temas tienen los participantes. Por ejemplo, ¿saben algo de temas financieros en su propio idioma? ¿Y en inglés?
- Nacionalidad – Cada país tiene una historia diferente con sus instituciones financieras. Es importante entender cuál es la experiencia que han tenido las personas con instituciones financieras tanto en los Estados Unidos como en su país de origen. Es así mismo importante entender que el vocabulario en español puede variar dependiendo del país de origen de la persona. Por ejemplo, algunas personas usan la expresión “tipo de interés” y otras “tasa de interés”.
- Origen socioeconómico – Una persona de bajos recursos está marginalizada en el sistema financiero dominante de los Estados Unidos. A menudo les cobran tasas de interés y comisiones muy altas por servicios financieros básicos. Es importante comprender la realidad de los participantes en el taller.
- Motivación – Los participantes tienen muchas razones para asistir a los talleres y aprender sobre asuntos financieros. Los participantes están dispuestos a aprender cuando están *motivados positivamente*, (el taller tiene que ser atractivo y relevante para sus necesidades, cuando quieran mejorar su situación financiera o comprar una casa), en vez de motivación negativa (certificado requerido para obtener una casa, pasar un examen, etc.).

Para determinar esta información puede distribuir una breve encuesta con preguntas básicas sobre su conocimiento y hasta dónde llega su uso de servicios financieros. Sus preguntas deberían ajustarse al tema del taller. Por ejemplo, durante un taller sobre cómo gestionar su cuenta corriente (de cheques), podría preguntar: (1) ¿ha tenido alguna vez una cuenta corriente? (2) ¿cuáles son sus preocupaciones relacionadas con tener una cuenta corriente? Esto le ayudará a ajustar la discusión a las necesidades de los participantes.

Aviso importante: En ningún caso es adecuado preguntar sobre la situación migratoria de los participantes. Esto viola su intimidad y no debería ser preocupación de ninguna institución financiera o cualquier otra organización social. Aunque es importante comunicar los requisitos de documentación para las personas que no tienen un número de seguro social válido y quieren abrir cuentas y obtener préstamos a través de instituciones financieras, es inadecuado preguntar sobre la situación migratoria de una persona. También es importante entender que el tener un número de seguro social no implica necesariamente que una persona tenga un visado en vigor y que tener un ITIN no implica forzosamente que una persona no lo tenga.

Conocimiento sobre Economía

Es importante discutir temas económicos más amplios con los participantes a lo largo del taller. Compruebe su propio nivel de conocimiento económico con el cuestionario de conocimiento económico, “¿Sabías que?” (Ver Apéndice C).

El hablar de asuntos económicos más amplios puede ser una forma más convincente de motivar a los participantes a que hagan cambios para sí mismos, sus familias y su comunidad. Por ejemplo,

comparta con los participantes algunas estadísticas relevantes, tales como la disparidad en el patrimonio y niveles de propiedad de vivienda entre las familias anglosajonas y las hispanas. El plan de estudios *Construyendo un futuro mejor* incluye estadísticas relevantes al principio de cada unidad para utilizarlas como tema de discusión. Puede incluso abrir la discusión como parte del ejercicio de calentamiento.

Objetivos del taller

Asegúrese que tiene un **objetivo claro y específico para el taller**, que refleje las necesidades de los participantes y sea útil en la vida diaria (Brooks-Harris & Stock-Ward, 1999). Esto ayudará a motivar a los participantes para que estén activos en el taller.

Aunque tenga una idea general del objetivo antes de que empiece el taller, es mejor que espere hasta que haya acabado la sesión de calentamiento y haya determinado las necesidades de los participantes para confirmar el objetivo. Por ejemplo, si va a moderar un taller sobre el tema del crédito y se da cuenta que todos los participantes ya entienden el concepto, pero están interesados en saber más sobre las tarjetas de crédito, podría llegar a un acuerdo con todos ellos sobre otros objetivos como (1) los participantes sabrán cuáles son los cinco factores más importantes para elegir una tarjeta de crédito, (2) los participantes serán capaces de rellenar una solicitud de tarjeta de crédito y (3) los participantes aprenderán diez formas de determinar si tienen demasiada deuda.

Los siguientes son algunos ejemplos de objetivos buenos y malos:

- ✓ **Los participantes serán capaces de escribir un cheque**
- X Los participantes aprenderán sobre las cuentas corrientes.

- ✓ **Los participantes aprenderán cinco formas de ahorrar dinero.**
- X Los participantes aprenderán sobre la importancia de ahorrar dinero.

Los objetivos “buenos” son específicos y medibles, mientras que los dos “malos” son ambiguos.

Utilice la experiencia y conocimiento de los participantes

Uno de los objetivos más importantes de la educación popular es fortalecer a los participantes, utilizando su experiencia y conocimiento. Esto le comunica a los participantes que usted “valora lo que ellos saben y que su experiencia es importante...y ayuda a que las personas reconozcan sus propios recursos personales: cuánto pueden aprender unos de otros; cuánto saben ya sobre un tema” (Arnold, et al, 1996, p. 52). Aunque es necesario que el moderador presente información relacionada con los conceptos nuevos, como norma general el moderador debería “hablar” a los participantes lo menos posible. En vez de dar lecciones, el moderador debería preguntar a los participantes qué es lo que ya saben, y utilizar sus conocimientos y experiencias para presentar conceptos nuevos. Esto no sólo reafirma a los participantes, sino que ayuda a poner los conceptos nuevos en su contexto y garantiza que los participantes conozcan estos conceptos. Aquí tiene algunos consejos que pueden animar a los participantes a que compartan sus experiencias y conocimiento, y garantizar que entienden los conceptos nuevos (Brooks-Harris and Stock-Ward, 1999 and Arnold et al., 1999):

1. **Pida a los participantes que relacionen el concepto con sus propias experiencias y conocimiento.** *Por ejemplo:* Si está discutiendo el historial de crédito, pregunta a los participantes si han visto alguna vez una copia de su propio historial de crédito.

2. **Haga preguntas que permitan a los participantes mostrar su comprensión del concepto nuevo** (quién, qué, cuándo, dónde, por qué; no sólo preguntas de sí/no). *Por ejemplo:*
 - a. ¿Por qué es importante el crédito en los Estados Unidos?
 - b. ¿Qué es lo que puedes hacer si no tienes suficiente dinero para comprar un auto?
 - c. ¿Dónde debería ir para solicitar un préstamo? ¿Qué necesita para solicitar un préstamo?
3. **Devuelva las preguntas al grupo.** *Por ejemplo,* puede decir “esa es una buena pregunta, ¿qué opinan?” al resto del grupo.
4. **El moderador puede compartir sus propias experiencias con los participantes.** Contar cosas sobre uno mismo puede disminuir la ansiedad de los participantes y animarles a compartir sus propias experiencias. Esto también reafirma el papel del moderador como co-aprendiz, fomentando una relación de igualdad entre el moderador y los participantes.
5. **Haga preguntas perspicaces si un participante da una respuesta incorrecta o incompleta.** *Por ejemplo,* puede decir “Estoy buscando algo más” o preguntar “¿Qué más?”
6. **Utilice materiales visuales (como dibujos, gráficos o esquemas).** Esta es una forma muy eficaz de involucrar a los participantes. Los participantes pueden aprender más cuando hay ayudas visuales que apoyen el dialogo (David, R. et al., 2004). Puede escribir palabras clave en el tablero, utilizar fotos de objetos o conceptos, o utilizar esquemas y gráficos. *Por ejemplo:* Proporcione fotos de objetos que se pueden comprar. Pídale a los participantes que escriban qué tipo de deuda se crea si compran el objeto – si es (1) una inversión, (2) conveniencia, o (3) deuda de consumo. O, un gráfico puede ayudar a los participantes a comprender mejor un concepto. *Por ejemplo,* presente un gráfico que muestre a los participantes cómo calcular el pago mensual de una casa. El gráfico tendría las cantidades variables según diferentes tasas de interés.
7. **Utilice comparaciones.** Esta es otra forma eficaz de garantizar que los participantes comprenden conceptos nuevos y para fomentar la conversación. *Por ejemplo:* Discuta el efecto de refinanciar un préstamo de auto. Tony tiene un préstamo de auto de \$8,000 y paga el 29% de interés. Tiene 1 año para pagar el préstamo. Tony pagará \$10,320 al final del préstamo, incluidos \$2,320 en intereses. Tony puede refinanciar el préstamo con una institución financiera y pagar menos en interés. La cooperativa de crédito pagará su préstamo original. Él sólo tendrá que pagar el préstamo nuevo, si su tasa de interés es el 9%, sólo pagará \$8,720 por el auto, incluidos \$720 en intereses. ¡Podría ahorrarse \$1,600 en intereses!

¡Recuerde! Evite preguntar, “¿Comprende?” Mejor, haga preguntas concretas para comprobar que a los participantes entienden los conceptos fundamentales.

Consejos para llevar a cabo actividades

Aquí hay algunos consejos básicos para asegurarse que los participantes le saquen el mayor provecho posible a cada actividad (Arnold et al., 1991):

- ✓ Explique por qué está llevando a cabo la actividad. Utilice fotos y ejemplos personales para atraer el interés de los participantes.
- ✓ Dé instrucciones claras y precisas
- ✓ Demuestre cómo funciona la actividad, en vez de dar una explicación larga.
- ✓ Proporcione un tiempo limitado para la actividad y avise a los participantes dos minutos antes de que se acabe el tiempo.
- ✓ Prepare actividades que fomenten la interacción entre los participantes.
- ✓ Para actividades en grupo, el moderador tiene que ser específico sobre cómo los participantes tienen que dividirse en grupos. Esto puede ser una causa de ansiedad para algunas personas. En algunos casos, puede preferir “animarles a que se mezclen o que se aprovechen de relaciones ya existentes” (Arnold et al., 1991, p. 72). Por ejemplo, para dividir a los participantes, puede pedirles que se separen en grupos de números similares, o usted puede dividirlos.
- ✓ Esté disponible para ayudar a los individuos o los grupos mientras trabajan en las actividades.
- ✓ Asegúrese que deja tiempo suficiente para recibir comentarios. Los participantes deberían tener la oportunidad de revisar cualquier respuesta y discutir sus opiniones sobre la actividad en grupo.

Recuerde: Sea flexible y tenga en cuenta las necesidades de los participantes. Debería tener más actividades disponibles por si acaso los participantes están más avanzados o por si tiene que sustituir actividades en caso de que los participantes tengan un nivel de iniciación.
¡Reaccione! -- *si la lección que tiene preparada no se ajusta a sus participantes o no funciona, ¡cámbiala!*

Cómo concluir el taller

Algunos consejos importantes para acabar el taller (Brooks-Harris and Stock-Ward, 1999):

- ✓ Repase sus objetivos con los participantes para reforzar lo que han aprendido y ponga énfasis en los logros del grupo.
- ✓ Comente con los participantes de qué forma van a incorporar a sus vidas lo que han aprendido.
- ✓ Pregunte a los participantes si hay cosas que querían saber que no se hayan discutido en el taller. Si es así, coménteles de qué forma pueden obtener esa información (talleres futuros u otros recursos).
- ✓ Informe a los participantes sobre los próximos talleres u otras actividades relevantes.

PRÁCTICA DEL MODERADOR

Puede ser muy útil para los moderadores hacer talleres de prueba, para hacerse comentarios unos a otros. Si tiene la oportunidad, es buena idea llevar a cabo un taller completo en frente de otros moderadores. Algunas de las cosas más importantes que hay que evaluar se mencionan en la lista de abajo. Puede utilizar el Formulario de Evaluación del Moderador [Facilitator Evaluation Form] (Ver Apéndice D).

Evaluación del moderador

- ✓ Prepare la sala para fomentar la participación.
- ✓ Lleve a cabo un ejercicio de calentamiento eficaz (determine las necesidades e involucre a todos).
- ✓ Determine el objetivo del taller conjuntamente con los participantes.
- ✓ Gestione el tiempo eficazmente a lo largo del taller.
- ✓ Deje suficiente tiempo para la actividad Puesta en Práctica.
- ✓ Limite el tiempo dedicado a enseñar/ presentar información.
- ✓ Fomente la participación activa de *todos*/ utilice la experiencia y conocimiento de los participantes.
- ✓ Proporcione instrucciones claras (explique las actividades cuando haga falta).
- ✓ Asegúrese de que los participantes comprenden los conceptos dentro del contexto.
- ✓ Deje tiempo suficiente para evaluar después de las actividades.
- ✓ Alcance los objetivos acordados por todos.
- ✓ Demuestre que entiende las necesidades de los participantes/ personalice la lección.
- ✓ Utilice materiales y elementos visuales eficazmente.
- ✓ Complete una auto evaluación reflexiva (comprenda sus propios errores y cómo mejorar).

Apéndices

Apéndice A: Formulario de Evaluación de los Participantes

Apéndice B: Formulario de Asistencia/ Registro de Participación

Apéndice C: Cuestionario de Conocimiento Económico

Apéndice D: Formulario de Evaluación del Moderador

Formulario de Evaluación de los Participantes

Tema: _____

Fecha: _____

Por favor marque su respuesta con una X



1. ¿Qué le pareció el taller de hoy?



Muy Bueno _____



Bueno _____



Regular _____



Malo _____

2. ¿Le va a servir la información que recibió hoy en su vida diaria?

Sí _____

No _____

No sé _____

3. ¿Piensa asistir a otro taller de la Cooperativa en el futuro?

Sí _____

No _____

No sé _____

4. ¿Qué otros temas le gustaría aprender en estos talleres?

5. ¿Cómo se enteró del taller de hoy? _____

Otros comentarios _____

¿SABÍA QUE? (Cuestionario de conocimiento económico)

Como moderador de educación financiera, deberá estar informado de las disparidades que afectan a la comunidad inmigrante latina en los Estados Unidos. Con esta información, podrá motivar a los participantes a una discusión sobre temas económicos más amplios. Haga el siguiente cuestionario de conocimiento económico para comprobar su información.

- | | |
|--|---|
| <p>1. En 2004, el nivel de pobreza entre los anglosajones era:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. 9.0% B. 11.2% C. 17.4% D. 22.8% E. Ninguna de las anteriores | <p>2. En 2004, el nivel de pobreza entre los hispanos era</p> <ul style="list-style-type: none"> A. 7.7% B. 11.2% C. 17.4% D. 22.0% E. Ninguna de las anteriores |
|--|---|

(U.S. Census Bureau, 2004)

- | | |
|---|--|
| <p>3. En 2002, el patrimonio medio de las familias hispanas era \$X</p> <ul style="list-style-type: none"> A. \$7,932 B. \$24,879 C. \$54,745 D. \$88,651 E. Ninguna de las anteriores | <p>4. En 2002, el patrimonio medio de las familias anglosajonas era \$X.</p> <ul style="list-style-type: none"> A. \$7,932 B. \$24,879 C. \$54,745 D. \$88,651 E. Ninguna de las anteriores |
|---|--|

(Kochhar, 2004)

- | | |
|--|--|
| <p>5. En 2004, el nivel de propiedad de vivienda de los anglosajones era X%</p> <ul style="list-style-type: none"> A. 24% B. 47.4% C. 75% D. 87% E. Ninguna de las anteriores | <p>6. En 2006, el nivel de propiedad de vivienda de los hispanos era X%</p> <ul style="list-style-type: none"> A. 24% B. 50% C. 75% D. 87% E. Ninguna de las anteriores |
|--|--|

(Department of Housing and Urban Development, 2006)

7. Un estudio llevado a cabo en 2004 demostró que los vendedores de autos a menudo aumentan subjetivamente las tasas de interés y añaden \$ _____ al costo de los préstamos de auto de los clientes Latinos.
- A. \$50
 - B. \$250
 - C. \$1,000
 - D. \$2,500
 - E. Ninguna de las anteriores

(Consumer Federation of America, 2004)

Respuestas: (1) A, (2) D, (3) A, (4) D, (5) C, (6) B, (7) C

Formulario de Evaluación del Moderador

Definitivamente no estoy de acuerdo = 1 En desacuerdo = 2 De acuerdo = 3

Completamente de acuerdo = 4

- ___ 1. Prepara la sala para fomentar la participación.
- ___ 2. Lleva a cabo un ejercicio de calentamiento eficaz (determina las necesidades e involucra a todos)
- ___ 3. Determina el objetivo del taller conjuntamente con los participantes.
- ___ 4. Gestiona el tiempo eficazmente a lo largo del taller.
- ___ 5. Deja suficiente tiempo para la actividad Puesta en Práctica.
- ___ 6. Limita el tiempo dedicado a enseñar/ presentar información
- ___ 7. Utiliza la experiencia y conocimiento de los participantes
- ___ 8. Proporciona instrucciones claras (explica las actividades cuando hace falta)
- ___ 9. Comprueba y se asegura que los participantes comprenden los conceptos dentro del contexto
- ___ 10. Deja tiempo suficiente para recibir opiniones después de las actividades
- ___ 11. Realiza el(los) objetivo(s) acordado(s) por todos
- ___ 12. Demuestra conocimiento de las necesidades de los participantes/ personaliza la lección
- ___ 13. Utiliza materiales y elementos visuales eficazmente
- ___ 14. Completa una auto evaluación reflexiva (comprende sus propios errores y cómo mejorar)
- ___ Puntuación Total (de 56)

Comentarios:

Recursos

- Arnold, R., Burke, B., James, C., Martin, D., & Thomas, B. (1996). *Educating for a change*. Toronto, Ontario, Canada: Between the Lines and the Doris Marshall Institute for Education and Action.
- Brooks-Harris, J.E., & Stock-Ward, S.R. (1999). *Workshops: designing and facilitating experiential learning*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Castañeda, L., & Castellanos, L. (1999). *The Latino Guide to Personal Money Management*. Princeton, NJ: Bloomberg Press.
- Castelloe, P. & Gamble, D. (2005). Participatory methods in community practice: popular education and participatory rural appraisal. In M. Weil (Ed.), *The handbook of community practice* (pp. 261-275). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Consumer Federation of America. (2004). *The hidden markup of auto loans: consumer costs of dealer kickbacks and inflated finance charges*. Washington D.C.: Author.
- Davis, R., Treiber, J., & Vor der Bruegge, E. (2004). The double bottom line: dialogue education in microfinance services for the poor. In Vella, J. & Associates (Ed.), *Dialogue education at work*. (pp. 229-249). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Employee Benefits Research Institute (2003). *Minority Retirement Confidence Survey*. Washington, DC: Author.
- Gruenstein, D., Ernst, K., & Li, W. (2006). *Unfair lending: The effect of race and ethnicity on the price of subprime mortgages*. Washington, DC: Center for Responsible Lending.
- Ibarra, B. & Rodriguez, E. (2007). *Latino credit card use: Debt trap or ticket to prosperity?* (Issue Brief No. 17). Washington, DC: National Council of La Raza.
- Kochhar, R. (2004). *The Wealth of Hispanic Households: 1996 to 2002*. Washington, DC: Pew Hispanic Center.
- National Council of La Raza (2004). *Financial education in Latino communities: an analysis of programs, products, and results/effects*. Washington, DC: Author.
- National Endowment for Financial Education (2006). *Exploring personal financial challenges and opportunities facing Latino immigrants*. National Endowment for Financial Education (NEFE): Author.
- Orszag, P.R. & Rodriguez, E. (2005). *Retirement security for Latinos: Bolstering coverage, savings and adequacy*. Washington, DC: Retirement Security Project and National Council of La Raza.

- Royse, D., Thyer, B.A., Padgett, D.K., and Logan, T.K. (2001). *Program evaluation: an introduction* (3rd Edition). Belmont, CA: Brooks/Cole Thomson Learning.
- Saint, S. (2006, Summer). Taking ownership: homeownership is key to family and community strength. *Agenda*, 21, 34-36.
- Silva, J. & Epstein, R.(2005). *Costly Credit: African Americans and Latinos in Debt*. (Issue Brief No. 5). New York, NY: Demos.
- U.S. Bureau of Census. (2007). *The American Community: Hispanics: 2004*. Washington, DC: Department of Commerce.
- U.S. Department of Housing and Urban Development. (2006). *Improving homeownership opportunities for Hispanic families*. Washington, DC: Author.