

>> Buenos días, buenas tardes, y buenas noches para todos nuestros participantes de todo el mundo. Muchas gracias por estar aquí.

Bienvenidos a este webinar patrocinado por el Foro Intencional para la Educación de Inversores IFIE, en colaboración con la sección IFIE Américas y su grupo piloto de Educación Financiera y Desarrollo y entrega de contenidos en educación de inversores.

Este Webinar es segunda parte de un webinar de dos partes: Una estrategia rentable para el desarrollo del alfabetismo financiero.

La parte uno de este webinar y el desarrollo de estrategias rentables se hizo el miércoles 8 de junio de 2016.

La parte dos se llama: “Una estrategia rentable para el desarrollo del alfabetismo financiero: hacer lo mejor posible con las herramientas disponibles”.

El contenido está basado en la retroalimentación que recibimos de ustedes después de la parte uno, en junio.

Hoy tenemos un presentador, el doctor Edwin L. Weinstein, director del Grupo Brondesbury en Toronto Canadá.

Con su talento y experiencia ha contribuido con el campo y con nosotros en varias ocasiones y le damos las gracias por estar dispuesto a pensar con nosotros y a ayudarnos.

El moderador del webinar será Adrian Carter, Director de los Servicios Educativos de la Organización Reguladora de sector inversionista de Canadá, IIROC.

El IIROC es la vicepresidencia del equipo líder de IFIE Américas y también forma parte de la junta global de IFIE.

Antes de presentar a nuestro moderador, Adrian Carter, quiero informarles que los participantes que quieran seguir el subtítulo en español, encontrarán un enlace externo en la ventana del chat del panel principal del webinar.

El IFIE también subirá la traducción en español del Webinar en audio y subtítulos en la página de resultados del webinar y les enviará el enlace después del webinar.

Quisiera explicar rápidamente la sección de preguntas y respuestas.

Durante esta sección, para hacer una pregunta, por favor escriban su nombre, el nombre de su organización y su pregunta en el espacio para preguntas del panel principal del webinar. Está en la parte inferior de su pantalla.

Repetiremos las instrucciones antes de la sección de preguntas y respuestas.

Algunos participantes envían preguntas antes de la sección y usualmente no tenemos tiempo para responder todas las preguntas, las preguntas que no alcancemos a responder en el tiempo asignado serán respondidas y publicadas en la página de resultados del webinar posteriormente.

Nuevamente gracias por su participación y le pediré al moderador, Adrian Carter, que tome la palabra.
Adrian.

>> Gracias Kathryn, buenos días, buenas tardes y buenas noches para todos nuestros participantes de todo el mundo.
Bienvenidos a la segunda parte de este webinar de IFIE Américas: “Una Estrategia Rentable para el Desarrollo del Alfabetismo Financiero: hacer lo mejor posible con las herramientas disponibles”.

Como dijo Kathryn, hoy está con nosotros el doctor Edwin Weinstein, Director de Grupo de Brondesbury de Canadá.
Él ha sido un amigo y colega durante muchos años en este campo y muchos de ustedes lo han conocido en otras reuniones y webinars.
Él respondió al desafío de ayudarnos con este webinar de dos partes, basado en las lecciones que ha aprendido en su distinguida carrera, en el fortalecimiento del alfabetismo financiero.

Esta es la parte dos de la serie, y las áreas de enfoque de hoy están basadas en la retroalimentación que hemos recibido desde la parte uno, sobre lo que les gustaría saber más.

Ahora le daré la palabra al presentador, Ed Weinstein.
Ed.

>> Gracias Adrian. Me alegra estar aquí y gracias a todos por venir hoy. Tenemos bastante contenido que revisar y para algunos de ustedes es un poco tarde en la noche, así que voy a comenzar.

Fue muy interesante ver en qué se enfocó la gente después del primer webinar porque es difícil tener sentido de uno mismo cuando se presenta esto en soledad. Pero cuatro temas surgieron: el primero es, ¿cómo manejar las prioridades?, y he aprendido un poco más sobre eso en discusiones posteriores.

El segundo es, cómo se consigue la información que se necesita para hacer el programa.

Y tercero, es la asociación segura.

Y el cuarto, realmente es una conclusión en el manejo, lo he llamado: personas, planes y sorpresas, manejar las cosas inesperadas.

La última presentación habla más sobre material sustancial de conocimiento. En esta presentación hablo de opiniones y experiencias, también conocimiento, porque muchas veces eso es lo que tenemos.

Manejar las prioridades, primero que todo voy a hablar de qué significa esto, y después voy a hablar de un enfoque estándar del cual he hablado antes que es hablar de un programa lógico.

Después hablaré de priorizar las prioridades, uno de los temas que surgió, causó que yo reflexionara en el manejo y en hablar sobre el enfoque que yo uso, no lo van a encontrar en ningún libro particular, pero supongo que es común para todos, lo he llamado "Logística Lego" manejar las prioridades.

En el mundo real el paso grande es identificar lo que se puede hacer como un subconjunto útil de lo que se debería hacer.

¿A qué nos referimos?

La lista de cosas para enfocarse en lo que hay que hacer es hacer una lista de cosas de lo que se debe hacer. Ver qué es posible hacer con los recursos que se tienen y como siempre están cambiando constantemente hay que repetir ese ciclo de qué es lo que puedo hacer con lo que tengo, qué puedo lograr y el tema de completar algo no es menor.

Un enfoque estandarizable de esto la última vez, es armar un modelo lógico del programa.

Este es una hoja de ruta que muestra lo que el programa pretende hacer, cómo se hará y su impacto esperado.

Yo lo he usado varias veces en Canadá, en Estados Unidos y tal vez en otras partes, la noción es que muestra la lógica de cómo se pretende llegar de la primera parte, los recursos a las cosas que se quieren lograr, y la manera cómo funciona en el mundo real es que se comienzan en los extremos, trabajas en la mitad.

Voy a tomar un ejemplo aquí.

Puse una referencia en la parte inferior de la presentación, si quieren buscar más información sobre eso.

Primero que todo, vamos a mirar lo que se quiere lograr, son los resultados, los resultados son lo que se quiere hacer y voy a tomar un ejemplo, no estoy sugiriendo que este debe ser su resultado particular, pero he elegido un ejemplo.

El resultado final, si miran a la parte derecha, es tener el 75 por ciento de los hogares tengan ahorros mayores al ingreso de 3 meses.

Elegí ese límite del 75 por ciento, es el que elegí para Canadá, puede ser diferente en otras partes.

¿Por qué lo escogí?

Sabemos en nuestro ambiente que el 20 por ciento inferior no tiene suficiente dinero para llegar a sus gastos, así que este es un objetivo que no es tan fácil de obtener, pero que es posible de obtener.

Ahí es donde quiero llegar, pero hay pasos en el camino y están hacia atrás, si vamos a los resultados intermedios, digo que el 75 por ciento es un buen resultado, pero si las, los hogares tienen algo de ahorros, también es positivo.

Si doy otro paso hacia atrás, y miro qué cosas debo mirar en el camino, qué necesito lograr, los pasos más pequeños para lograr el resultado final, tal vez un aumento en el número de hogares con ahorros, crear conciencia de los beneficios de los, del ahorro, crear conciencia en cómo ahorrar.

Las elegí porque las investigaciones pasadas hemos visto que algunas de las dificultades que tienen estas personas es que no saben cómo hacer las cosas, incluso cosas como ahorrar.

Más pasos hacia atrás, algo que no es muy poco realista, una de las sorpresas que hemos encontrado al trabajar con el alfabetismo Financiero, la cantidad de personas que no sabían cómo abrir una cuenta de ahorros, que no sabían qué involucraba y qué necesitarían.

Estas cosas no son un gran problema en este ambiente, pero sí lo puede ser en otros ambientes.

Saber cómo hacer las cosas y los beneficios de hacerlo, son cosas positivas. Estas cosas son objetivos, las tres son objetivos que los hogares tengan algún ahorro es un paso en el camino a lograr que el 75 por ciento de los hogares tengan ahorros.

También son ambiciones bastante grandes, tenemos que ver cuáles son los recursos.

Vamos a mirar cuáles son los insumos, hablamos de los recursos con los que debemos trabajar.

Acá tengo un ejemplo, de las personas, pueden tener el 40 por ciento

de su propio tiempo, 10 por ciento de tiempo de cuatro otras personas, pueden tener una semana y después nada durante 9 semanas.

Quiero solamente mostrarles cómo se organiza lo que tienen para trabajar.

El presupuesto lo elegí al azar, acá propongo 2 oficinas de 15 metros cuadrados. En términos tecnológicos, acá propongo que sea un servidor, lo que les quiero mostrar es que organicen los recursos con los que pueden trabajar.

El último son los socios: Ministerio de educación, un banco, cualquier organización de servicios.

Cualquier organización que podría trabajar con ustedes para ayudar a nivel local, usualmente o cualquier otra cosa.

Lo que quiero decir es que son los recursos, puede ser cualquier otra organización también en otro país.

Cuando se sabe cuál es un extremo y el otro extremo, los recursos y también saben los objetivos que quieren lograr, se pueden comenzar a pensar en las actividades que hay que hacer para llegar allá, las actividades son lo que se necesita hacer para lograr algún cambio.

De manera que es un enfoque de jerarquía, hay que conseguir estrategias de comunicación, traducirlas a objetivos que logren objetivos.

Sus diagramas pueden verse diferentes pero estas, esta organización de las actividades son un poco genéricas.

Si se mira la primera columna, a quién estamos tratando de llegar y cómo, de pronto los puedo estar tratando de contactar por redes sociales, o adultos mayores, por medio de organizaciones de servicios, pero la pregunta que se trata de responder es: ¿a quién llegaremos y cómo?

Pueden ver que incluí algunos ejemplos de cómo traducir lo que se quiere lograr en cosas concretas que se pueden hacer.

De pronto quieren dar una lección en un aula de clase, de pronto hablar con los bancos sobre ofrecer planes de ahorros.

Había uno, hace unos años, no era abrir una cuenta de ahorros sino obtener una pequeña chequera y cada semana se entraba, se ahorraba una pequeña cantidad, no era tan formal como una cuenta de ahorros, pero lo que se hacía era desarrollar el hábito con bajo costo administrativo para los individuos, para introducirlos en la idea del ahorro.

Incluso si sólo podían depositar un dólar cada semana, al final del año tendrían 50 dólares y sería un comienzo, comenzarían a ver el beneficio, al ver el interés, la noción es simplemente hacer que la gente haga algo, que cree un hábito, para su objetivo.

De pronto se puede involucrar una iglesia o una entidad comunitaria más genérica.

Hay diferentes métodos de crear conciencia en la comunidad, de los beneficios del ahorro.

Si hay cualquier lugar donde se pueda promover ese objetivo, crear simplemente una lista de 5 cosas, de cómo es que se ahorra. Ese es el mensaje de mi primer webinar.

Tomar una cosa muy simple, no hacerla muy complicada, si ese es el enfoque, entonces son 5 cosas que se pueden hacer para ahorrar, hay que usar el monitoreo y con eso me refiero a que hay que saber si las actividades se están llevando a cabo, si están llegando a las personas que ustedes quieren y lo que está ocurriendo.

También deben estar seguros de que se está haciendo colaboración efectiva con los otros.

Las actividades deben producir resultados, lo que hablo es que los productos y servicios que sus actividades producen, están acá organizadas en grupos: en educación, digamos, solamente tomando algo de lo que he visto en conferencias de IFIE, y puedan tener comics dirigidos a niños, pueden ser lecciones de interés compuesto, para

introducir en una lección de matemáticas, también lecciones sobre el valor del ahorro.

Estoy tratando de mostrar resultados potenciales que se pueden aplicar a diferentes ambientes. No quiero decir que estos deben ser los de ustedes, sino simplemente mostrar cómo se vuelve más específico cada cosa de las que se hacen en cada grupo.

Después en el monitoreo, se monitorean cosas como si tengo comics para niños, cuántos niños o cuántas aulas de clase tienen los comics, si hay lecciones, en cuántas escuelas se han introducido, si estoy tratando de llegar a la población en general utilizando lecciones en línea, cuántas personas han entrado allí.

Uno de los puntos bajo población general son periódicos locales y reportajes creados sobre temas. Los periódicos locales, los incluyen como noticias que son buen contenido para ellos, tienen una sensación local, también transmiten un sentido de algo como los ahorros, puede ser un reportaje sobre lo que ustedes están haciendo, también puede ser lo que sea que ustedes quieran mostrar que se organice como un reportaje, puede ser un reportaje real de lo que haya pasado. Es una de las cosas que los periódicos podrán usar.

Descubrimos que tiene uno de los más grandes impactos en llegada, tiene credibilidad si viene de una fuente local y se conecta con la gente.

Nuevamente, el monitoreo se trata de ver lo que está ocurriendo, de a quién se está llegando, las actividades, lo más importante es reconocer que en los resultados, monitorear los resultados es importante para ver por qué funcionan o fallan las cosas, es una de las cosas importantes de los resultados, es algo que se puede ver.

Y, que hagan lo que pretenden hacer, es crucial para saber por qué funciona o por qué no funciona.

Toda la información en términos del manejo de prioridades en los programas, en los modelos lógicos de programa, una de las cuestiones es que en toda la noción de priorizar prioridades que se

trata de manejar demandas en conflicto, muchas partes pidiendo cosas diferentes como no solamente la responsabilidad está en una cosa, las condiciones cambian constantemente, las prioridades políticas cambian.

Lo que se hace, la situación cambia lo que hay que hacer. En general, usted es el responsable de hacer que funcione.

La pregunta es, ¿qué se puede hacer?, y no hay una fórmula pero voy a hablar un poco de mi experiencia personal, y sólo para que esté claro yo no trabajo en una organización gubernamental, yo estoy en el sector privado, pero en cualquier momento debo lidiar con diferentes demandas, requerimientos.

Si, en este momento, estoy involucrado en once proyectos diferentes para siete clientes diferentes, todos quieren comenzar inmediatamente, todos los quieren para ahora mismo, ninguno quiere saber que se está retrasando porque otro cliente tiene prioridad, y mientras esto se hace, la realidad es que la prioridad de cuándo se necesita, siempre van a cambiar.

De hecho, lo que yo he encontrado con el tiempo es que la manera en que necesito manejarlo y lo llamo Logística Lego, porque yo agrupo las cosas en bloques muy pequeños, si ustedes miran a mi calendario, lo que verían en cualquier día son dos o tres bloques de una a cuatro horas y tiempo que está libre.

Por qué este tiempo está libre, porque sé que de 8 a 10 de la mañana voy a recibir llamadas o emails de cosas que son emergencia que me tomarán una gran parte del día.

Y lo que hago con los bloques es revisar esas actividades y las subdivido, y digo, qué cosas puedo hacer en una hora o en cuatro horas que logre algo, que complete alguna cosa y lo organizo en partes más y más pequeñas, hasta que encuentre cosas que se pueden completar en ese tiempo.

Toda la noción de este enfoque es, no hacer esto durante todo el programa, miran la siguiente cosa que se debe terminar y preguntan:

Cómo la puedo recortar en pedazos más pequeños para que la pueda manejar en bloques más pequeños de tiempo, para la gente que trabaja con ustedes y para ustedes mismos. El objetivo siempre es completar algunas de las cosas y háganlo más y más pequeño hasta que lo pueda completar.

Uso lego como el ejemplo porque básicamente se mira cómo crear bloques y variante uno, a cuatro conectores en ellos.

La otra parte de la noción de lego es que se puede comenzar con los bloques y la gente que trabaja en ellos y tal vez, están comenzando a construir una casa y después encuentran que no tienen suficientes bloques y entonces deciden que ya no van a hacer una casa sino una choza.

La noción aquí es que sin importar con que se comienza, algunos de esos recursos pueden desaparecer, pero si se agrupa el trabajo en pequeños bloques, siempre se está logrando algo que se puede desarrollar, y algunas veces lo que sucede es que ese primer bloque amarillo se completa y después ya no se puede poner en ningún lado, y después los interrumpen y entonces no hay ningún bloque, y después, eventualmente consiguen un bloque que se puede completar con el plan.

En todo caso, mientras se construyan bloques independientes, se tienen cada vez más cosas que se puedan unir y nuevamente la noción fundamental es recortarla en partes más pequeñas para poder lograr objetivos.

Principalmente es positivo hacer cosas y salir de ellas.

Volveré a esto de las interrupciones y de las prioridades, pero otra de las cosas que me preguntan es sobre la obtención de información.

Todos ustedes necesitan conseguir información para sus programas y eso es parte del monitoreo y de la construcción, pero como yo lo veo antes de obtener la información, hay dos preguntas fundamentales que hay que hacer antes de comenzar.

La primera pregunta es, que la información es necesaria.

¿Es la información necesaria para responderlo?

La primera pregunta que se debe hacer es, si lo sé, ¿qué decisiones voy a tomar?

Muy a menudo en las circunstancias que estoy, la gente pide obtener alguna información, la miran y dicen: qué bueno saberlo, pero no hace falta saberlo.

Así que es importante diferenciar lo que sería bueno saber y lo que se necesita saber para tomar acción y preguntar qué decisiones se tomarán si depende de su propósito, y hay varias razones para obtener información, algunas para monitorear el programa y ver que funcione efectivamente, pero otras veces se obtiene información porque hay objetivos específicos con la población, hay muchas razones, pero en cada caso hay que preguntar, qué vamos a hacer con ella, si la tenemos, si realmente es necesario tenerla.

La pregunta fundamental es, ¿qué hace falta saber y qué sería bueno saber?

La otra cosa es que cualquier persona que haya estado en investigación, ha escuchado esto: un cliente dice, quiero que sea un estudio muy bueno, quiero que esté la próxima semana y quiero hacerlo por un precio muy bajo.

La respuesta realmente se trata de lo que se aprende, es que si están obteniendo información se puede obtener buena información, se puede obtener rápido, o se puede obtener de manera poco costosa, es muy extraño, si es que sucede, que sea las tres cosas.

Usualmente se debe elegir sacrificar una de las tres, si no hay mucho dinero, entonces se sacrifica o la calidad de la Información o la velocidad a la que se obtienen, y esto lo voy a relacionar con algunas cosas específicas, pero esos son los sacrificios, así que la primera pregunta es cuándo realmente necesita saber esto, cuándo se va a tomar la acción, cuánta precisión o certidumbre se necesita.

La pregunta es: será que lo hago o no lo hago, no se necesita mucha precisión. Si hay 80 por ciento de la población parece que necesita

esto, no importa realmente si hay 75 o 85 por ciento, solamente importa que el número está por encima de 60, eso significa que no es necesario que sea tan precisa la información.

Así que cuando se sabe el tipo de decisión, determina cuánta precisión se necesita y también eso afecta el costo.

Cuánto vale la información para ustedes, es una pregunta que de verdad se tiene que hacer.

La otra pregunta que hay que hacer es, si no supiera esto, y tomo acción, cuánto me puede costar.

Así que estaba mirando una situación donde es extremo, donde el costo de no actuar es muy, muy alto, el costo de actuar no es menor, pero cuando se comparan los dos, la relación era de mil a uno.

En este caso, era cuantificable porque había precedentes en otros países.

Cuando miran el costo real de hacerlo, ven que es un montón de dinero y después miran el costo de qué pasa si no lo hacen. Así que esas son preguntas que hay que hacer y en cuanto a obtener información.

Hay varios enfoques y hablamos de los cualitativos, significa que están obteniendo información con gran descripción, no es numérica, la idea es entender el rango de posibilidades que se puede obtener y entender por qué la gente piensa como piensa y por qué hacen lo que desean hacer.

Antes de crear preguntas cualitativas hay que tener información compleja de lo que está sucediendo, si se mira por qué no hay más gente que tenga ahorro, hay que tener alguna comprensión de hablar de varios grupos sobre por qué no ahorran o por qué no lo hacen lo suficiente y pensar solamente desde su punto de vista en general, no es suficiente, porque el hecho de que usted esté en su trabajo, quiere decir que no es la población típica.

Una de las cosas que aprendí cuando comencé a hacer investigación es que nosotros en la empresa, está muy lejos de la población general.

Si volvemos al primer webinar mucha gente simplemente no le importa el tema, y nosotros no somos así. De manera que grupos cualitativos, pueden ser en una entrevista frente a frente, pero es más común que se haga en grupos de manera que las personas del grupo interactúen y hablen como lo harían en el mundo real.

De manera que son los grupos focales tradicionales donde se reúnen 8 o 10 personas y los hacen hablar de manera guiada, uno sabe qué es lo que dicen, usualmente hay un moderador, es interactivo, es frente a frente, usualmente es una forma buena, no es rápida y no es muy barata.

Ahora, hay grupos focales en línea que es lo mismo, solamente que intercambian sus opiniones en un foro línea. Su ventaja es que no hay que tener a todas las personas en el mismo sitio al mismo tiempo, y que hay un registro de lo que se está diciendo, y la gente tiene tiempo para pensar, porque en el grupo focal no lo hacen.

En general no pasa que una sola persona domina el tiempo que se demoran en escribirlo en el computador, también tiene un costo, la gente que está participando es a los que menos les cuesta.

Hay otro método que se llama triadas, este es un compromiso entre una persona y un grupo. En una triada hay tres personas, por qué tres personas, porque dos personas pueden estar de acuerdo, pero en la teoría de juegos, tres personas no pasa lo de la colisión, hay cambios de opinión, es un grupo lo suficientemente pequeño para que ninguno domine y hay mucha más información y es mucho más fácil reunirlos.

La última es la técnica de grupos dominales y básicamente se trata de obtener respuestas cualitativas para hablar de lo cuantitativo, primero se obtienen las opiniones de las personas, antes de que cualquier persona influya en ellas.

Estoy dando descripciones muy rápidas de estos, pero son técnicas

que ustedes pueden observar, pueden pasar un día hablando de sus beneficios.

También hay métodos especializados para obtener información cualitativa, hay la revisión de literatura, si no he mirado lo que otros han hallado antes, están perdiéndose de una gran fuente de información.

También está la observación naturalista que es tener un formato y simplemente ir a observar a la gente y tomar notas de lo que dicen de manera sistemática, lo importante es que sea sistemático.

También se pueden hacer reuniones comunitarias para que la gente hable sobre un asunto, a menudo involucra organizaciones sociales, una forma más compleja, la técnica de IFIE que solamente he usado yo para ver, para proyectar las cosas en el futuro, a menos que estén tratando de mirar al futuro, no tendrán mucha razón para mirar la técnica de IFIE, pero estos son todos métodos que pueden mirar para entenderlo mejor.

En general, se usa lo cualitativo para ver qué es lo que está pasando, se obtienen muchos detalles, mucha comprensión y desde allí se pueden crear los métodos cuantitativos que son las encuestas típicas que vemos de vez en cuando.

En lo cuantitativo yo hablaría de dos tipos de métodos cuantitativos, están los que yo llamaría los remotos y los que son frente a frente.

Los remotos significan que la persona que recolecta la información no está frente a frente con la persona que está respondiendo.

De manera que el más común en este momento, remoto, en este ambiente es en línea.

Una encuesta que se entrega por internet, la persona responde en internet. Por qué es popular hacerlo en línea, porque de hecho es muy poco costoso, es muy rápido y se puede obtener información de calidad, de manera que es casi la excepción a la regla.

La parte negativa es que tiende a tener encuestados más jóvenes y mejor educados, incluso en los lugares donde se hace control de edad y a nivel de educación hay otros, imparcialidad sobre quién los usa, de manera que hay que saber exactamente de quién se necesita la información y que esto no sea un obstáculo.

Si quisiera saber sobre adultos mayores, me preocuparía particularmente por adultos mayores de bajos ingresos, no puedo usar los métodos en línea.

Si quisiera llegar a los jóvenes, por lo menos acá en Canadá, hay más de 98 por ciento de ellos están en línea, de manera que es una manera segura y lo que se pierde es mínimo.

Por el teléfono es más bien costoso, pero tiene la ventaja de que se puede hacer preguntas, se puede hacer seguimiento de lo que se dijo. Cuando las preguntas son abiertas, tiene la ventaja de llegar a la gente que no es buena con el texto. Es muy buena para adultos mayores, para personas de menores niveles de educación.

Por ejemplo en nuestro ambiente, la gente tiene origen en diferentes países, no todos se sienten cómodos hablando por teléfono, hay algunos que hablan inglés como segundo idioma, no están tan cómodos en inglés para algunas culturas, dar información por teléfono no es algo con lo que se sienten cómodos.

De manera que hay que pensar en el público cuando se usa el teléfono, pero por teléfono se consigue una información confiable, sólo toma un poco más de tiempo y es realmente costoso.

El papel y el correo no es mucho más barato que el teléfono, porque cuando se envía todo, hasta el porcentaje que se recibe de vuelta que es más o menos el 5 por ciento, hace que sea mucho más costoso. De manera que se usa, pero no tanto.

Se usaba mucho en otra época, cuando los teléfonos no estaban disponibles para todo el mundo. También si están usando el teléfono, si usan una empresa para hacerlo, es importante ver que se use el celular y también la línea fija, porque usar uno o el otro tiene una

tendencia.

Antes de pasar al frente, frente, voy a saltar a donde ven los sacrificios.

Se habla de: ¿Cuál es la diferencia entre los métodos?

Una diferencia es el método que se toma hacerlos, el otro es la cantidad de información que se puede obtener, el tercero es la calidad de la información que se puede obtener, la muestra de las preguntas, la realidad de lo que se puede presentar, otra dimensión es el costo y la otra es la facilidad de ejecución.

De manera que si vuelvo a los métodos remotos, en línea es rápido, se puede obtener mucha información de buena calidad, es relativamente poco costoso hacerlo, y mientras haya una manera de llegar la gente en línea, que es la parte difícil, es fácil ejecutarla.

Por teléfono, se toma más tiempo, lleva más tiempo la cantidad de información está en el medio, la calidad está entre las mejores pero depende de la muestra, y allí es donde está la ventaja del teléfono.

El papel y el correo toma mayor tiempo de los tres métodos y tiene menos información, cuesta dinero, no es fácil, de manera que yo tengo una parcialidad en contra de eso. En su ambiente tal vez haya, funcione diferente en términos de costo.

En los métodos de frente a frente, les da la habilidad de ver cómo la gente reacciona con las preguntas que les hacen, si hacen una pregunta como ¿han ahorrado algún dinero en el último mes?, y la respuesta es sí, o la respuesta es no, ustedes pueden preguntar, ¿por qué? Pueden de pronto descubrir lo que hicieron hace dos meses.

La encuesta frente a frente, les da la oportunidad de preguntarle a la gente por qué hicieron las cosas o por qué no las hicieron.

Hay dos maneras de hacerlo, uno es alquilar un espacio y que la gente venga a usted y les pueden hacer una entrevista de uno en uno y otras personas pueden observarlo desde otro lugar de observación.

Para que la gente venga a su lugar, en general hay que pagarle a la

gente.

La otra manera es ir a donde está la otra persona, esto es lo que se hace en las entrevistas empresariales y no se hace por teléfono, si se quiere hablar de frente hay que ir a sus lugares.

Y la última, la última es una intersección en un centro comercial o comunitario.

La gente en general no habla en inglés, entonces enviamos gente que habla su idioma, los enviamos a centros comerciales que sean populares para esa comunidad y les hacemos entrevistas en el idioma con el que se sientan cómodos y es una manera de obtener información de grupos que no van a poder responder en nuestro ambiente, en inglés.

De manera que un centro comercial funciona bien, en general se usa más para productos de venta, pero dependiendo del ambiente se puede usar para asuntos financieros como lo hemos hecho, se puede detener a la gente, llevarlos a una habitación y preguntarles cosas, no se puede preguntar muchísimo pero sí se puede obtener muy buena información en tiempo muy corto, y también hay más confianza cuando es frente a frente, es algo en lo que se puede pensar y se puede pedir la ayuda de un grupo comunitario o su propio equipo los puede ayudar con eso.

Nosotros enviamos gente cuando entrevistamos estudiantes, los enviamos a los centros comerciales locales donde los estudiantes se reúnen para almorzar, enviamos a alguien que esté en su rango de edad, les enviamos un estudiante universitario para entrevistar estudiantes de escuela.

Si se usa un hombre para entrevistar a hombres y una mujer para entrevistar a mujeres, se obtiene mejor información.

Cómo se haga, depende de sus decisiones y de la población.

Si quieren llegar a la población general, necesitan un método que llegue a todo el mundo. Si están tratando de dirigirse a adultos

mayores, tienen que ver qué tipo de comunicación utilizan ellos.

Con las empresas, tienen que reconocer que ustedes son una intrusión grande para las empresas.

Con expertos se deben pre-organizar las reuniones, todos estos grupos necesitan planeación particular.

Voy a avanzar.

Si van a hacer ustedes mismos la encuesta, una cosa que quiero decirles a todos es que no hay, no hay una encuesta perfecta.

Y si ustedes están pasando su tiempo tratando de que sea perfecto, no lo van a lograr.

Una de las cosas cuando yo estaba haciendo mi maestría era que en una de mis clases, nos turnábamos para que la gente presentara el mejor trabajo durante una hora y la otra hora era criticarlo.

Lo que se aprende de este ejercicio es que no importa cuánto cuidado tengan, es que otra persona puede destruir todo lo que ustedes hicieron, lo que hay que hacer es trabajar desde las decisiones.

Cuando hacen una encuesta, no comiencen con las preguntas, comiencen con las decisiones que se deben tomar, piensen en los asuntos que se deben resolver para hacer, para tomar esas decisiones y después escriban preguntas que aborden esos asuntos.

Lo que siempre sugiero es hacer un esquema antes de escribir la primera pregunta.

Lo que yo intento hacer es hacer un esquema del reporte que quiero producir, eventualmente ver cuáles son los problemas. Eso se convierte en decisiones o en los títulos de los capítulos.

Las preguntas son los subcapítulos del capítulo, después se comienzan a escribir las preguntas, hay herramientas para encuestas que les pueden ayudar, vale la pena usarlas.

Si lo hacen en línea, Survey Monkey funciona bastante bien, tenemos una suscripción allí, encontramos que se podía hacer casi todo con ellos, y Survey Monkey también tiene algunas cosas imitadas que se pueden hacer a muy bajo costo.

Otra cosa que quiero contarles es que Survey Monkey, otra razón para usarlo es que incluso si no lo están haciendo en línea, es que tienen bancos de preguntas, de manera que si tienen un tema, ellos tal vez tengan un banco de preguntas que ustedes pueden consultar.

Si miran también organizaciones que puedan tener bancos de preguntas sobre el tema que les interesa y otra cosa que puedo decirles, es bueno, es reorientar el propósito de encuestas publicadas anteriores.

Una de las universidades en Canadá decidió que iba a entrevistar a los estudiantes de primer año de su conocimiento en finanzas y lo primero fue mirar las preguntas que teníamos en nuestra encuesta de estudiantes de secundaria y desarrollarlo desde ahí, así que la noción de tomar una encuesta anterior, incluso una que no fuera exactamente ese tema, es una buena manera de hacerla particularmente.

Si es un estudio que tuvo algo de credibilidad, mirar las preguntas que usaron, tratar de adaptarlas a su propósito, evita que lo hagan desde el principio y hay muchísimo que está hecho si comienzan a mirarlo.

Si no están familiarizados, supongo que muchos de ustedes están familiarizados con **Google Scholar**, pero si no, hay otro de Alemania que aunque es alemán es una buena fuente de información que no tiene la parcialidad norteamericana como Google o Microsoft.

Si se mira allí, pueden encontrar muchas más fuentes de todas partes del mundo, también está en varios idiomas, de manera que se puede buscar en el idioma que ustedes quieran.

Obtener ayuda, hay varios lugares que les pueden ayudar a crear encuestas y analizarlas. Las universidades a menudo tienen personas que los pueden ayudar y lo que ellos quieren es que se publiquen algunos de sus resultados y eso a menudo es justo. Hay empresas de

encuestas que les ayudarán si les pagan algo, lo que hay que entender de cualquier alianza es los motivos de la otra parte.

Las empresas en general, quieren que los contraten, también hay investigadores profesionales que no hacen nada más que diseño y análisis, algunas veces pueden encontrarlos en departamentos universitarios o son organizaciones civiles.

Cuando se ejecuta la encuesta, cuando se intenta recolectar respuestas, encontramos que clubes de servicios pueden servir, los estudiantes, estudiantes universitarios o de secundaria, los de secundaria necesitan hacer voluntariado, en nuestro ambiente los estudiantes universitarios necesitan involucrarse con investigación y es probable que puedan hacer que se involucren trabajando con la Universidad, también pueden ver que si el tema les interesa a un grupo, pueden hacer que trabajen de voluntarios los recursos que no están en su empresa.

Otra de las cosas es que si el objetivo es que la gente haga una encuesta, traten de que sea simple, no compliquen demasiado las preguntas. Si tienen manera de dar incentivos agréguelos.

Los incentivos pueden ser cualquier cosa, de que una de cada 500 personas reciba un iPhone hasta algo simple como un curso.

Su primer objetivo al construir una encuesta es que esto comience, la primera pregunta necesitan que sea interesante, después tienen que haber cosas para que ellos continúen y terminen.

Las fallas de las preguntas, por ejemplo las preguntas con tendencia, que dirigen o que sean demasiado complejas.

Le preguntan a la gente, les hacen a la gente varias preguntas sobre empleo, o digamos sobre problemas que la gente tiene al tratar de conseguir empleo y después les preguntan: ¿no creen ustedes que debería existir un tipo de programa para ayudar a la gente?, les van a decir que sí.

Si la pregunta fuera un poco más neutra, tal vez no lo harían o ustedes

quieren saber algo sobre cuáles son sus intereses en la vida, si quieren, si comienzan hablando de asuntos financieros, ellos se van a dar cuenta de lo que ustedes están buscando, si realmente quiero saber esto, les hablo de familia, salud y finanzas en diferentes órdenes, de manera que ellos no sepan a dónde voy.

El vocabulario directivo, algunas palabras le dicen a la gente lo que ustedes están buscando de ellos. Un ejemplo muy simple: dígame dos cosas que les están diciendo de lo que quieren.

Otra cosa que en inglés es si le dicen a la gente cualquier otra cosa, les están diciendo que ya dijeron todo lo que tenían que decir. Si dicen: qué más, les están preguntando, si usan palabras complejas, el vocabulario más arriba del sexto grado, si su público es la población general, algunos no van a querer responder si es demasiado complejo.

Particularmente utilizando frases, oraciones largas, también tendrá una tendencia a que la gente pierda interés. Hay muchas herramientas para verificar la complejidad de las oraciones, sugiero que las usen en sus cuestionarios.

La asociación segura, esto es un poco difícil, y lo único que puedo hacer aquí es hablar de algunas de mis experiencias personales y les pregunté a algunos sobre sus experiencias.

Primero, el programa en el que yo estoy involucrado es algún tipo de trabajo investigativo, la asociación lo hace en áreas diferentes. Voy a hablar de diferentes formas, una es la sindicación.

Se busca información que le interese a varias partes y acuerdan la información que es y comparten los costos, es un acuerdo muy simple en el sentido que simplemente se trata de acordar los intereses comunes y compartir el costo.

Lo he hecho en colaboración con bancos, para obtener información común que yo también podría usar con otro propósito.

Compartir con selección también es común que varias organizaciones intercambien información, en este caso, tuve dos clientes que tienen

intereses investigativos muy comparables que no compiten entre ellos y cuando preguntan cosas que la otra parte ha hecho, hemos coordinado para que las entidades compartan entre ellas, de manera que sus intereses a veces se combinan, hacen cosas diferentes y las intercambian.

Otra cosa que hemos hecho, es compartir una opinión entre expertos, conseguimos un grupo de expertos, pedimos que hablen durante dos horas sobre temas muy complejos, obtuvimos sus opiniones y para ellos la ganancia era que al final de todas estas entrevistas íbamos a sintetizar lo que encontrábamos y todos los participantes obtendrían un reporte.

La noción aquí era que se hacía bastante trabajo que nosotros podíamos usar para crear nuestro programa, pero todos los involucrados participaban porque ellos querían ver lo que otros líderes de opinión tenían que decir.

De manera que lo que se tenía es, simplemente buscar los intereses comunes que motivan a los otros a compartir o a dar su tiempo, su trabajo es reunir estas cosas, lo que sea que se produzca es que sea imparcial, sobre todo si es una asociación privada. No se puede marcar el reporte que se lanza al público, se puede citar, se puede decir quién hizo contribuciones al trabajo, después hablaré más sobre esto.

Hubo una falla notable en la asociación para la investigación, y fue que cuando los hallazgos parecían llegar a la promoción, es una circunstancia interesante, voy a hablar más sobre eso y es que cuando diseñamos esta investigación no dejamos las reglas claras de que los hallazgos y la opinión del hallazgo, estaría siendo comunicada no solamente los hallazgos.

Es importante que las reglas del juego del reporte sean claras para todos. Sea solamente los hechos o los hechos con una interpretación, o los hechos y una opinión y otras interpretaciones, así que ese tipo de reglas deben estar claras para evitar fracasos.

Una persona con la que trabajé durante muchos años, pensé que esta

persona tenía mucho éxito en esto, el nombre de esta persona es **Gary.... 0:52:52**, él es el director de la Fundación Canadiense para la Educación Económica.

Por qué me enfoqué en él, es que su organización comenzó con financiamiento del sector público, y ahora está casi financiado completamente por el sector privado.

En todo caso, la organización todavía aparece, se percibe como neutral, todavía es una Fundación, todavía no tiene ánimo de lucro, pensé que eso era un logro considerable.

Gary me ayudó, habló conmigo, fue muy amable hablando sobre cómo cree él que esto funciona.

Lo que dijo es que el objetivo principal que él tenía para la organización era el trabajo de intermediario confiable.

Su papel tenía solamente un objetivo que era que el público estuviera más educado sobre la economía, sobre asuntos económicos y después de eso estaba entre dos partes, las partes que entregaban la información y las que requerían el apoyo, decía que lo que sea que se haga, que sea un esfuerzo conjunto, debe ser transparente para todas las partes, todos tienen que saber cuáles son los objetivos de lo que se está haciendo, tienen que conocer a todas las partes involucradas.

Necesitan saber de cada parte, quién son, quién es, idealmente hay que tener dos socios, además de ustedes mismos. Por qué, porque cuando hay más de una parte involucrada, es más difícil ver su trabajo como si estuviera a favor de esa parte.

Una de las cosas que es posible es tener varios socios, varios, varias partes. Si se van a tener varios socios es dar reconocimiento a las partes, pero no vender lo que ellos hacen.

Lo que a él le parecía efectivo es que cada parte tenía un papel definido para ellos, basado en lo que hacían, una de las cosas que estamos mirando, una de las cosas que su organización logró con éxito fue que se introdujera la educación financiera en él, en la

educación secundaria.

Su objetivo era que la gente entendiera el interés compuesto, otra cosa es que encuentren las desventajas del crédito.

Otra que entiendan los beneficios de la Inversión, pero cada uno tenía un asunto que le importaba más, se puede hablar del papel en la promoción de eso en alguna parte del documento, pero que todos sepan en qué están trabajando las otras partes.

Otra cosa que dice que es muy importante y que tiene mucho sentido es entender qué apoyo dará cada parte y qué esperan a cambio.

Si esto no se enuncia claramente, puede ser que están esperando cosas que ustedes no tienen manera de entregar.

Otra cosa que sugirió que funciona bien, era el uso de financiamiento de terceras partes en iniciativas de varios países.

Este tipo de asociaciones como IADB presente en América Latina y el Caribe, han hecho que una sola organización no domine, como socia trate de juntar los principios.

Para la asociación segura, una de ellas es construir su propio papel como un intermediario confiable.

Esto se hace construyendo papeles explícitos y expectativas explícitas y claras que se negocian a menudo. Su posición debe ser neutral, deben darle reconocimiento a quienes dan apoyo, deben ser una influencia y tienen que apoyar la asociación para que se reúna.

Acá todos estamos involucrados en asociación segura, hace falta entender sus socios y sus motivos.

Ayuda a entender lo que hace falta hacer, y algunas veces, hay que decir las cosas claras, saber lo que ellos harán por ustedes, y lo que ustedes harán por ellos, y hacerlo explícito.

Las estrategias que nos ayudan a reforzar la neutralidad, tener varios socios, cada uno con un campo definido, darles reconocimiento pero

nunca vender lo que ellos hacen, un principio que puede encontrar difícil, es la propiedad de la propiedad intelectual, no quiere decir que ellos no lo puedan usar, o que otros no lo puedan usar, pero no quieren que los socios sean los dueños de esa información. Es importante cuando se trabaja con organizaciones multilaterales. Es importante tener claras las normas de la propiedad intelectual. Hay que controlarlo para poder usarlo sin pedir permiso, sin tener que pedirlo cada vez que lo van a usar. También hay que evitar tomar posiciones en lo que uno dice o sugiere, con ciertas compañías. Por eso la neutralidad es una parte de eso.

Son buenos principios, pero volvamos a la noción de personas, planes y sorpresas y hablemos un poco de eso.

Hay una placa que tengo en uno de mis gabinetes, aquí sobre mi escritorio, es una cosa que me recuerda. De repente algo que necesitaban el próximo martes cambia radicalmente y el equipo con el que trabajaba cambia de repente, tenemos nuevas personas, son personas nuevas, nuevos tiempos, estoy seguro que todos ustedes se encuentran con esto en su propio trabajo, lo puse allí y lo mantengo allí.

Este principio ahora conocido hace dos mil años, entrenamos muy fuerte pero cada vez que nos estamos comenzando a formar en equipos nos reorganizábamos, después aprendería que tendemos a encontrarnos con cualquier situación con reorganización.

Es un método maravilloso crear la ilusión de progreso produciendo confusión, ineficiencia y bajando la moral.

Fue creado por un administrador romano del año 210 antes de nuestra era, y es tan válido ahora como lo era antes, la gente no cambia y las organizaciones no cambian, dan una gran ilusión de progreso, pero la realidad es que las interrupciones son normales.

Todo el mundo debe enfrentarlas, a menos, en cualquier trabajo que requiera pensarlas, las prioridades políticas las cambian, los cambios de equipo cambian, los presupuestos se modifican y a veces lo que están haciendo, simplemente no tiene el impacto que pensaron que

tenían.

Todo esto, los obliga a cambiar dando gritos y patadas, pero los obligan a cambiar. Mantenerse en el camino de lo que se quiere lograr volviendo a ese modelo lógico de lo que se quiere lograr requiere algo de flexibilidad y constantemente hay que ajustar las prioridades, de eso se trata el priorizar las prioridades.

Lo primero de lo que quiero hablar es un término que uso a menudo que hay, que es fechas límite y fechas límite para modificar, hay que hacer juicios cuando les dan fechas de entrega, si son reales o simplemente impuestas por razones arbitrarias.

Las que son reales las llamo: fechas límites reales y hay una fecha límite legal.

Si la actividad de su empresa se convierte en ilegal después de esa fecha, eso es una fecha límite definitiva.

Si necesito discutir algo con mis colegas una vez a la semana, esa no es una fecha límite definitiva, hay que juzgar si son para distinguir las fechas límite de las fechas límites definitivas.

La realidad es que no puedo cumplir las fechas de entrega que todo el mundo impone, aunque me gustaría y aunque parece que sí puedo, las interrupciones llegan, hay que hacer elecciones, la noción es que constantemente se deben ajustar las prioridades y esa es la noción de construir bloques, tratar de que los bloques sean pequeños y solamente trabajar en detalle con los bloques que están más cerca, porque los que están más lejos tal vez no sucedan, así que no planeen todo el tiempo, planeen más las cosas que están más cerca de ustedes.

Ustedes saben a dónde quieren llegar, saben los pasos más largos, por el camino saben cuáles son las actividades que quieren hacer, comiencen a recortar esas grandes actividades en más pequeñas.

Si quieren hacer una elección en interés compuesto para el décimo grado, córtenla en primeras lecciones, piensen en los primeros diez

minutos, piensen en los ejemplos, siempre piensen en bloques pequeños que se pueden reorganizar y no hay que pasar mucho tiempo en planeación.

El esfuerzo siempre está dirigido a construir partes que están completas y que funcionan, aunque las otras cosas se reorganicen, funciona muy bien durante, en un cambio bien amplio.

Los bloques pequeños pueden reorientar, construyan bloques pequeños, pónganlos en su lugar, construyan más cuando las cosas cambien y ya no estén construyendo la casa, sino una nueva estructura, utilicen las piezas que ya habían armado antes para construirla.

Hay que organizar las prioridades de un tamaño que tenga sentido con lo que quieren lograr.

Hay que mirar el largo plazo, también el plazo mediado y el corto plazo sobre todo, la idea es hacer la estructura de la casa, si no funciona la casa, fíjense si pueden poner una estructura por debajo, miren, observen su resultado final, piensen también en lo que se debe hacer por el camino.

Todo el mundo tiene interrupciones, aunque no todos acepten que lo entienden, todos seguramente sí entienden qué son las interrupciones.

Uno de los bloqueos son los proyectos pilotos, el objetivo de un proyecto piloto es, acá en la número 23, la prueba de concepto.

Significa, no que ustedes tienen una idea que funcionará, sino que tienen pasos específicos y explícitos de acción para lograr un objetivo que sirva de algo.

Mi idea es que la gente sabe más sobre las ventajas del ahorro que ahorrarán más, yo no puedo hacer un proyecto piloto sobre eso, el tema que sí puedo trabajar es en crear un libro de comics, una caricatura, voy a crear una promoción y la voy a usar con un grupo en unas circunstancias específicas y voy a ver lo que logro.

Hablo de acciones explícitas, en qué se puede ver si tiene impacto o no, cuando se está reuniendo información de un proyecto piloto se reúne con la idea de mostrar que se puede resolver algún problema, incluso si la acción necesita ajustes.

¿A qué me refiero con eso?

Algunas veces comenzamos a hacer algo y vemos que no funciona, así que por ejemplo, supongamos que se construye un módulo en línea y se le pregunta a la gente antes o a algunos después, queremos que ese módulo eduque a la gente sobre cómo abrir una cuenta en el banco y descubren que no funciona.

Una de las cosas que necesitan ver por el camino es, están viendo el modulo completo o, o no.

Tienen que ver qué ajustes se pueden hacer para retenerlos, tienen que mirar cuáles son las actividades que están funcionando, cuál es la evidencia de que está funcionando, qué debemos modificar en el camino para asegurarnos de que funcione.

Son pequeños ajustes por el camino para que su proyecto piloto funcione, si están lanzando un proyecto completo, a partir de un proyecto piloto, pueden darse cuenta que necesitan habilidades que no tienen en este momento.

Mayor tamaño requiere mayor cantidad de trabajadores, un producto que se vea mejor para lanzar, así que sepan que tal vez necesiten más recursos.

Y otra cosa es que tiene que haber un plan B, si el piloto fracasa, una de esas cosas que nadie quiere discutir, pero los pilotos sí fracasan y una de las razones para hacer el monitoreo es analizar la causa, y la causa es que su compañero hizo algo, que alguien no hizo algo.

En términos final, todos en el proyecto deben ser responsables de sus propias acciones y que se pueda rastrear.

La razón más común de fracaso de los pilotos, es que las actividades

no sucedieron como se había planeado.

Había un proyecto, sinceramente no sé si falló o tuvo éxito, pero se trataba de entregar educación en finanzas en todo el país, en un país con áreas realmente remotas. Algunas de esas áreas requería que se viajara por tierra durante 48 horas, lo que no sabemos es si se llegó hasta esas áreas, si había suficientes personas, si tenían los recursos necesarios para hacerlo.

Ese tipo de cosas tienen impacto, pero con los años, mi experiencia es que la razón más común del fracaso de proyecto de pilotos, no es que su lógica tuviera error, sino que las actividades no funcionaron como se habían planeado, o que necesiten ajustes por el camino, por eso es que hace falta monitorear durante el proceso y también se debe asumir en los primeros días de un proyecto piloto que se harán cambios y monitorear temprano y a menudo.

Mis comentarios finales en el trabajo con recursos escasos.

La mayoría de nosotros trabaja con recursos que son menores a los que serían necesarios para lograr un trabajo.

Lo que digo es: no se enfoquen en planear, sino en resolver los problemas.

Enfóquense en el problema que van a resolver, no en la idea más grande, miren hacia la asociación para ayudar a resolver los problemas.

Revisen, encuentren qué es lo que hay que hacer, háganlo, miren si funciona, salgan, ajusten, repitan.

En términos de lo que se va a hacer, la noción es construyan planes cuyo tamaño se pueda modificar, esa es la noción de los Bloques de Lego.

Hace falta poder modificar el tamaño de las cosas que se están haciendo por el camino.

Se tiene que poder aumentar o reducir el tamaño y eso requiere que la manera en que lo hagan sea flexible, así que sin mencionar nada específico, ni casos específicos, no puedo decir mucho más.

Con esto les doy las gracias a todos por escuchar muchas de mis opiniones y algunas experiencias, espero que sea útil para ustedes.

Muchas gracias.

Y con esto concluye el webinar de hoy.

>> Gracias una vez más Ed por compartir su experiencia, les voy a pedir que esperen un par de minutos.

Tenemos un poco de tiempo, vamos a entrar en una sección de preguntas y respuestas.

Voy a darles algunas instrucciones para este periodo.

Para hacer una pregunta por favor escriba el nombre de su organización y su pregunta en el espacio para preguntas del panel principal del webinar, está en la parte inferior de su pantalla.

Es posible que no alcancemos a responder todas las preguntas de los participantes de este webinar en vivo, y sabemos que algunos hicieron preguntas fuera del webinar.

En todo caso, si no respondemos su pregunta durante el webinar, subiremos la pregunta y la respuesta en la página de resultados de webinar que les enviaremos posteriormente.

Voy a comenzar con la primera pregunta que tengo acá, tiene que ver con la Asociación segura.

Es, en la asociación segura se trabaja con mucho cuidado para crear un ambiente seguro, a veces simplemente no funciona.

¿Puede hablar un poco más sobre cómo construir confianza cuando no todos están igual de dispuestos a colaborar o cuando una parte tiene intenciones diferentes a las otras?

¿Tiene usted recomendaciones sobre formas de cómo mejorar este tipo de percepciones?

>> Yo creo que hay un par de elementos, el primero al que hice alusión en la presentación es que todos, básicamente decir lo que se espera, por qué son responsables, cada uno lo que se puede esperar, las reglas del juego, lo que se puede y lo que no se puede hacer.

Pero yo he estado involucrado en esfuerzos de colaboración donde simplemente no se puede trabajar con una parte.

Con el Fondo de Educación en Inversión, cuando les pedimos a algunos bancos que compartieran su investigación en el tema con nosotros, muchos de ellos estaban dispuestos a compartir, pero había uno o dos, la noción era que nos dieran un resumen de los hallazgos.

Había uno que quería más y más y querían que fuera más de un solo lado, y no se les podía dar a ellos lo que ellos querían y estar con las otras partes. Al final, simplemente dejamos de trabajar con ellos.

La consecuencia es que los que permanecieron obtuvieron los resultados de manera colaborativa, y la parte que no lo hizo, no aprendió absolutamente nada más de lo que ya sabía.

En las experiencias así, realmente se dan cuenta que las pérdidas son para ellos, también tiene un efecto como de aislamiento.

Ha habido más de una vez, cuando simplemente tenemos que decir no y es una dificultad cuando se quiere lograr algo.

Pero ha habido veces, sindicación cuando están todos juntos, estamos tratando de compartir investigación, algunas partes tienen preguntas muy específicas que solamente les interesan a ellos, no tienen mucha utilidad para los otros, pero si aumentan el costo de todos, porque todos están compartiendo los costos.

Al final del día, no había ninguna solución razonable, simplemente

dejarlos ir porque no se podía alcanzar el objetivo con lo que ellos estaban pidiendo.

Supongo que el otro mensaje es: tener el coraje de salir de ahí y decirles, porque yo creo que es importante hacerlo para mantener la confianza con las otras partes para que su relación pueda ser colaborativa, y de hecho, es interesante que en esos casos, a menudo, regresaban y actuaban de otra manera.

Hice esto durante varios años, lo hacía año de por medio, lo que sucedía era que la gente regresaba y decidía que no valía la pena quedarse por fuera.

Algunas veces simplemente toma algún tiempo desarrollar esas relaciones si las perdemos de vista, ¿correcto?

>> Tengo otra pregunta para usted.

En su presentación dijo, para reunir información, para desarrollar y entregar educación en inversión y programas de inversión, habló de que la metodología buena, rápida y barata en su presentación, si estoy en una organización que tiene recursos muy limitados.

¿Dónde me recomienda que me enfoque?

>> Primero que todo, identificar lo que es absolutamente necesario saber y después enfocarse, no en velocidad sino en calidad en la información.

Obtener información de calidad, apropiada a la escala de lo que se necesita saber.

Le daré un ejemplo, suponga que su organización será, que su financiamiento dependa o no de modificar la consciencia de la población o no, por 5 por ciento.

Digamos que tenga 400 encuestados para ver si lo logró, es una cosa bastante definitiva, necesita información, muchísima información, así que tal vez sea necesario que se obtenga menos información de muy buena calidad.

Diferente es el caso cuando no se necesita realmente tanta información para saber si se ha tenido influencia o no, si tiene 50 encuestados bien elegidos, puede funcionar si es de dos tercios, cien sería mejor, pero obtiene una idea bastante completa.

Simplemente a veces necesita un menor número para confirmar la información, cuando estoy hablando de calidad hablo de que sea lo suficientemente buena para los recursos que tiene, pero siempre enfocarse en que sea bueno, en la calidad y no en la velocidad.

>> Muy bien, muchas gracias.

Tengo otra pregunta aquí y es, dijo que los temas se basaban en la retroalimentación de los participantes sobre lo que ellos querían que hablara mejor en la sesión de septiembre. Voy a hacerle dos preguntas.

Primero: Dadas los recursos que tenemos, hay algunos aspectos particulares, si no le hubiéramos pedido que cubriera los temas que le pedimos, ¿alguno que usted hubiera querido explicar más?

>> Muy buena pregunta.

Creo que de las cosas que hablamos, probablemente la más útil es la estrategia de manejar prioridades.

Si tuviera más tiempo me encantaría hablar más sobre la noción de obtener información, dar información sobre eso depende tanto en lo que quieren obtener y de quién, que es difícil que sea más específico.

Lo que yo recomendaría sería, déjeme enfatizar nuevamente que si tienen que obtener información, miren los recursos que existen ya.

Survey Monkey ha publicado estudios, ahí les dan ideas sobre cómo hacer las cosas y muy buenas preguntas. Así que de nuevo utilicen lo que está allí, no traten de reinventar algo que ya existe, es la misma noción que crear bloques que se puedan reorientar usando cosas que otras personas han hecho que son públicas, usen lo que ya está disponible, no reinventen.

>> Muchas gracias Ed, es una buena recomendación para nosotros porque muchas veces sentimos que comenzamos solos y realmente hay la posibilidad de que otra persona haya estado en esa situación también y uno se puede beneficiar de esa experiencia.

Ahora veo que se nos está acabando el tiempo, no podremos responder más preguntas en vivo, pero sí las vamos a publicar en la página de resultados del webinar que será enviada a ustedes posteriormente, así que por favor, háganos llegar esas preguntas.

Y la pregunta que yo les haría es que, si no sienten que tienen una pregunta, ¿qué pregunta les gustaría hacer en todo caso?

Queremos asegurarnos de que sepan dónde obtener más información del webinar de hoy. La presentación la pueden encontrar en internet en www.ifie.org donde pronto estará disponible este webinar y los otros resultados, incluido el webinar en español.

Después les vamos a enviar la dirección y una pequeña encuesta para participantes.

Si tienen más preguntas por favor envíelas por email a la secretaría de IFIE a secretariat@ifie.org.

Nosotros las responderemos y las subiremos tan pronto como sea posible.

Nuevamente, antes de cerrar esto, quiero...

En línea le estamos dando grandes aplausos de aprobación y gracias.

Nuevamente este Webinar fue patrocinado por el Foro Internacional para la Educación de Inversores en colaboración con la sección IFIE Américas y el grupo piloto de Educación Financiera y Desarrollo y entrega de contenidos en educación de inversores.

Gracias a todos por su participación. Con esto concluye el webinar de hoy, tengan muy buen día, todos.

Muchas gracias.