

Hacia un modelo actualizado de educación financiera bursátil para los jóvenes*

Martín Grandes**

Universidad de Buenos Aires (Argentina)

Pontificia Universidad Católica Argentina (Argentina)

Federico Colombo***

Pontificia Universidad Católica Argentina (Argentina)


<https://doi.org/10.15446/ede.v33n62.103217>

Resumen

El objetivo de esta nota es proponer y argumentar que, dada la bajísima penetración de los mercados de valores de América Latina entre los jóvenes y el escaso interés de estos en las inversiones bursátiles, se necesita un nuevo modelo de educación financiera no tradicional para dicha población. Este nuevo modelo debe ser complementario y potenciador de la educación formal y otros mecanismos institucionalizados a través de gobiernos y agencias. Entendiendo la importancia de la educación financiera para este segmento joven, incluyendo el denominado *millennial*, se podría pensar en un nuevo programa regional de educación financiera con herramientas *ad hoc* para este nicho basadas en el uso de redes sociales y plataformas como YouTube, Twitter —entre otras—, y la participación de *influencers* y otros actores calificados, basados en la experiencia reciente de Argentina. Los contenidos deberían atraer el interés de los jóvenes y ayudarlos a tomar las decisiones correctas para sus necesidades, y complementar la educación formal que reciben en las universidades u otras casas de estudio, así como en programas de organismos públicos.

* **Nota recibida:** 22 de junio de 2022 / **Aceptada:** 15 de diciembre de 2022

** Profesor investigador de la Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas, Observatorio de Innovación Social y de la Pontificia Universidad Católica Argentina (Argentina). Correo electrónico: martin.grandes@fce.uba.ar  <https://orcid.org/0000-0002-9703-0294>

*** Profesor de la Pontificia Universidad Católica Argentina, Facultad de Ingeniería y Ciencias Agrarias (Argentina). Correo electrónico: fcolumbo@uca.edu.ar  <https://orcid.org/0000-0002-7996-6435>

Cómo citar / How to cite this item: Grandes, M., & Colombo, F. (2023). Hacia un modelo actualizado de educación financiera bursátil para los jóvenes. *Ensayos de Economía*, 33(62), páginas. <https://doi.org/10.15446/ede.v33n62.103217>

Introducción

El acceso al mercado financiero y de inversiones está más abierto que nunca. La digitalización permitió un gran progreso en el ingreso hacia los diferentes servicios financieros y en los últimos dos años este se aceleró por los efectos de la pandemia.

Sin embargo, la inclusión financiera, implica captar un nuevo nicho de mercado, un target hasta ahora olvidado, no bancarizado y —usualmente— fuera del radar de los grandes bancos y financieras o agentes de bolsa: el público joven y adolescente, entre 18 y 30 años aproximadamente. Este público suele mirar con desconfianza al mercado financiero, por lo que el desafío es doble: por un lado, apuntar a un nuevo segmento del mercado con especificidades diferentes al resto y, por otro, generar mayor confianza en el sistema financiero (Finnovista et al., 2022; Colombo & Grandes, 2021; Purva, 2021).

De acuerdo con Gershenson et al. (2021), la población de bajos recursos, los jóvenes y los adultos sin educación formal son los que más probabilidades tienen de ser excluidos del sistema financiero. Más aún, según una encuesta reciente hecha por Price Waterhouse realizada a 5500 *millennials*, todos nacidos entre principios de la década de 1980 y mediados de la de 1990, solo el 24% de los encuestados demostró tener conocimientos financieros adecuados (BBVA, 2021).

En la actualidad, se encuentran nuevas entidades que suelen captar el nicho joven del mercado financiero —esto es las *fintechs*, *wallets* y otros medios de pago virtuales como PIXÍ en Brasil o Mercad Pago en América Latina en general—, lo cual se puede interpretar como una democratización o masificación del mercado financiero, haciéndolo crecer, ganar volumen y ser más eficiente (Finnovista et al., 2022).

A pesar de esto, estas nuevas empresas no suelen ponderar la educación financiera igual que la captura de mercado, e incluso pueden verse beneficiadas de no hacerlo. Sin la correcta capacitación, pueden darse incluso situaciones de inestabilidad o las propias personas autoexcluirse por falta de entendimiento. Al extremo pueden manifestarse también como un movimiento “anti mercado” por esta falta de inclusión, como sucedió con el caso *Gamestop – Reddit*, donde pudo verse cómo las redes sociales influyeron en el comportamiento de este público sin necesariamente capacitarlo (BBC, 2021).

La forma de informarse de este target dista de la educación tradicional, de programas gubernamentales o de un mentor académico, sino de varias fuentes informales y con acceso libre y gratuito, por lo que no solo es necesario pensar en una educación virtual sino también de libre acceso, es decir asincrónica.

Como resume Carballo (2021, p. 122):

Dadas las grandes consecuencias en el bienestar individual y social de corto y largo plazo que una población financieramente educada puede proveer, se torna necesario entender el rol, beneficios y retos de la transformación digital en el contexto amplio de las interacciones financieras de los mercados. Esto es, preguntarnos el rol de lo digital en el proceso de inclusión con educación financiera (e.g. educación financiera digital, capacidades financieras digitales, etc.).

[T1] Hacia un modelo actualizado de educación financiera para la juventud latinoamericana.

A partir de lo anterior surge la necesidad de analizar, estructurar y potenciar un nuevo modelo de educación financiera no tradicional que se apoye y desarrolle desde el uso de redes sociales como Instagram, Youtube o inclusive Twitter.

El caso de estudio de *Bull Market Brokers* (BMB en adelante), una de las tres mayores agencias de mercado de valores en Argentina y con presencia en Estados Unidos y algunos países de América Latina en términos de clientes, facturación y crecimiento basado en los jóvenes, puede arrojar luz para visualizar algunas innovaciones que podrían sustentar dicho modelo *aggiornado* (o actualizado) de educación financiera.

Este caso —que muestra el crecimiento y liderazgo de un intermediario bursátil que logra su cuasi plena digitalización operativa—, fue publicado por el Institute for Business and Finance Research (IBRF) de los Estados Unidos (Colombo & Grandes, 2021) demuestra que combinando la digitalización de la operatoria, la comunicación no convencional con el público joven —que, curiosamente, en buena medida corresponde a estudiantes en la universidad— y una estrategia de inclusión, se puede alcanzar al segmento que en su mayoría ignora los medios y plataformas estándar de educación financiera.

Como parte de esta transformación digital, el *Chief Strategy Officer* Ramiro Marra se convirtió, en principio, en *youtuber* financiero y luego en *influencer* al expandir su estrategia a otras plataformas como Twitter e Instagram. De esta manera, se pudo cuadruplicar el número de clientes en tan solo dos años, casi exclusivamente gracias a esta nueva porción del mercado (Figura 1). En efecto, a partir de datos de BMB se puede reconstruir que, de este crecimiento, 99% son clientes jóvenes, quedando una cartera compuesta por 85% clientes entre 18 y 45 años donde en la franja más joven de 18 a 30 años se concentra el 42%.

Figura 1. Crecimiento exponencial en número de clientes al captar el nuevo target.



Fuente: Bull Market Brokers (2019).

Como casos similares de *youtubers* e *influencers* financieros con trascendencia en los mercados de valores a lo largo de Latinoamérica incluyen, entre otros a:

- Juan Diego Gómez (Colombia): con más de 1 millón de suscriptores en Youtube, comparte videos de educación financiera, del mercado de las inversiones y testimonios reales.
- Carlos Master Muñoz (México): con más de 1 millón de suscriptores en Youtube, engloba temas financieros y de negocios.
- Pedro Castre (Perú): con más de 54 mil seguidores en Instagram, coach financiero y empresario, tiene cursos gratis de finanzas, consejos de inversión, entrevistas y conferencias.
- Cristian Arens (Perú): con más de 290 mil suscriptores en YouTube, cuenta con cursos gratuitos para invertir en diferentes formas como la bolsa de valores, financiamiento participativo, entre otras plataformas digitales.
- Giselle Colasurdo (Argentina): con cerca de 70 mil suscriptores en YouTube, aborda temas específicos financieros y de fintechs.

Entendiendo la importancia de la educación financiera para este segmento joven, incluyendo el denominado *millennial*, y las fallas de los instrumentos tradicionales en siquiera atraer el interés de ellos hacia las inversiones bursátiles, y que las

fintechs y wallets no ocupan el lugar de las agencias tradicionales por cuestiones de escala y especialización, podemos concluir que se debe pensar en un **programa regional de inclusión con herramientas educativas *ad hoc* para el nicho joven**. Este podría ser de apoyo a las tradicionales, ser de interés para los jóvenes y que los ayuden a tomar las decisiones correctas para sus necesidades y que complementen la educación formal. Anecdóticamente, muchos estudiantes o graduados en Ciencias Económicas son reticentes —al menos en Argentina— a invertir activos de renta variable o renta fija a través de los mercados de valores (Colombo & Grandes, 2021).

[T1] ¿Qué objetivos debería perseguir el modelo *aggiornado*? Recomendaciones

Teniendo en cuenta lo antepuesto, las características de los mercados de valores, la tendencia exponencial a la digitalización financiera y la falta de inclusión y programas adaptados de educación financiera para el segmento joven es posible argumentar líneas de acción concretas para propender al desarrollo de un modelo actualizado de educación financiera en tal sentido.

Algunos de los pilares del modelo de la índole que se plantea podrían ser:

1. Proveer acceso libre y gratuito a diferentes “capacitadores sociales” sin fines de lucro y articular a los mismos en un único programa por país o regional a fin de maximizar las externalidades sobre la población objetivo.
2. Generar una curaduría de contenido y generadores de contenido que sirva de base al objetivo 1.
3. Incentivar la diversificación de inversiones, privilegiando los microemprendimientos productivos y sociales.
4. Promover las inversiones de largo plazo pensando en las necesidades personales o familiares (como desarrollar jubilaciones propias pensando en los mercados informales, o seguros de vida).
5. Promover la inversión en activos locales sin necesariamente tener más riesgo que con los internacionales, fomentando así el desarrollo de los mercados domésticos de activos financieros a mediano y largo plazo.
6. Involucrar a las autoridades y reguladores de los mercados de valores regionales para que todo lo anterior tenga un marco y se desarrolle.

Referencias

Azmi Abdullah, M., & Chong R. (2014). Financial Literacy: An exploratory Review of the Literature and Future Research. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 2 (3), 32-41. <https://doi.org/10.24191/jeeir.v2i3.9631>

BBC (2021, 27 de enero). Gamestop: cómo inversores aficionados de Reddit se enfrentaron a Wall Street y ganaron (por el momento). <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55833782>

BBVA (2019, 27 de noviembre). Educación financiera, la asignatura pendiente de la inclusión financiera en América Latina. BBVA Center for Financial Education and Capabilities. <https://www.bbva.com/es/educacion-financiera-la-asignatura-pendiente-de-la-inclusion-financiera-en-america-latina/>

BBVA (2021, 20 de diciembre). La tendencia de la educación financiera entre los millennials. BBVA Center for Financial Education and Capabilities. <https://www.bbvaedufin.com/publicacion/the-trend-of-financial-literacy-among-millennials/>

Black, S. E., Devereux, P. J., Lundborg, P., & Majlesi, K. (2018). *Learning to Take Risks? The Effect of Education on Risk-Taking in Financial Markets*. *Review of Finance*, 22 (3), 951-975. <https://doi.org/10.1093/rof/rfy005>

Carballo, I. (2021). Fintech: desafíos para la regulación y la educación financiera. En D., Montealegre, & M., Barroso (eds), *Ethics in higher education a transversal dimension. Challenges for Latin America* (pp. 115-130). Globethics.net Education Ethics 6.

Coffey, C., Espinosa-Revollo, P., Rowan, H., Lawson, M., Parvez-Butt, A., Piaget, K., Sarosi, D., & Thekkudan, J. (2020). *Time to Care: Unpaid and underpaid care work and the global inequality crisis* [Oxfam International Policy Papers]. <https://doi.org/10.21201/2020.5419>

Colombo, F., & Grandes, M. (2021). Going Digital and Fintech: The Case of Bull Market Brokers. *Review of Business and Finance Studies*, 12 (1), 51-68. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3942055

Domínguez-Martínez, J. M. (2017). *Los programas de educación financiera: aspectos básicos y referencia al caso español*. España.

Finnovista, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), & BID Invest. (2022). *Fintech en América Latina y el Caribe, un ecosistema consolidado para la recuperación*. Banco Interamericano de Desarrollo. <http://dx.doi.org/10.18235/0004202>

Gershenson, D., Lambert, F., Herrera, L., Ramos, G., Rousset, M. V., & Torres, J. L. (2021). *Fintech and Financial Inclusion in Latin America and the Caribbean* [working paper No. 2021/221]. International Monetary Fund.

<https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2021/08/20/Fintech-and-Financial-Inclusion-in-Latin-America-and-the-Caribbean-464324>

Grandes, M. (2014). *Microfinanzas en la Argentina*. Grupo Editorial Temas.

Lusardi, A. (2006). *Financial Literacy and Financial Education: Review and Policy Implications*. Networks Financial Institute.

La Nación (2018), Finanzas sin sucursal: así son los primeros bancos digitales que empiezan a funcionar este mes, Argentina. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/finanzas-sin-sucursal-asi-son-los-primeros-bancos-digitales-que-empiezan-a-funcionar-este-mes-nid2124911>

Marra, R. (2018, 3 de enero). ¿Es Bitcoin una Burbuja Financiera? [video de YouTube]. <https://www.youtube.com/watch?v=QmRHfd2xmOo>

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2017). *OECD/INFE Policy Framework for Investor Education*. OECD.

Khera, P., Ng, S., Ogawa, S., Sahay, R. (2021). *Is Digital Financial Inclusion Unlocking Growth?* [IMF Working Paper 21/167]. <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WP/2021/English/wpiea2021167-print-pdf.ashx>

Anexo

El caso de Bull Market Brokers Argentina, como caso de estudio de un agente de bolsa con un estilo innovador que lo acerca más al mundo Fintech se puede encontrar en Colombo y Grandes (2021). En particular, se puede escanear el siguiente código QR para ver uno de los videos de Ramiro Marra, que cuenta con más de 200000 suscriptores en YouTube y más de 120000 seguidores en Twitter, segunda generación de fundador, en su rol de comunicador digital y educador financiero, al mando del área de “Desarrollo y Marketing” (<https://www.youtube.com/watch?v=QmRHfd2xmOo>).

Figura 2. Código QR para vídeo de Marra (2018)

Versión preliminar. Sujeta a modificaciones.



Fuente: elaboración propia.

PRE-PRINT