

Programa de educación financiera de fasecolda: logros y retos

Fasecolda, referente de educación financiera con su programa Viva Seguro y miembro del Grupo de Trabajo de Educación Financiera del Microinsurance Network y de la Red Internacional de Educación Financiera de la OECD.

Por:

Alejandra Díaz Agudelo

Directora de Responsabilidad Social y Microseguros
FASECOLDA

Tras la reciente aceptación de FASECOLDA por parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OECD por sus siglas en inglés, como miembro afiliado de la Red Internacional de Educación Financiera y de la publicación del Landscape Study of Microinsurance Education por parte del Microinsurance Academy y el Microinsurance Network, donde se destaca la participación del gremio en programas de formación para los consumidores de seguros, se recogen a continuación algunas reflexiones sobre la educación financiera en el mundo y sobre cómo el gremio asegurador, con la participación activa de sus compañías de seguros, ha implementado esta iniciativa.

Algunas Experiencias de Educación Financiera en Colombia

Para la OECD (2005) la educación financiera se entiende como el proceso por el cual los consumidores financieros mejoran su entendimiento sobre los productos financieros, los conceptos y los riesgos, mediante información, instrucción y/o el asesoramiento, para que desarrollen habilidades que les permitan ser más conscientes, tomar decisiones informadas, reconocer a dónde acudir en caso de requerir asistencia y adoptar otras acciones efectivas que mejoren su bienestar financiero.

En Colombia, la primera iniciativa de educación financiera de la que se tiene referencia apunta al Banco de la República y data de finales de los años 90 con la divulgación de videos como El Fantasma de la Inflación y El Dinero, La Inflación y La Política Monetaria, dirigidos a estudiantes de colegio. Posteriormente el Banco inició la publicación de material impreso que fue originalmente creado por el Banco Central de Venezuela y con el que se pretendía explicar a los niños sobre economía, política monetaria y la función del banco central.

En 2004 Dividendo por Colombia, en alianza con la Fundación Citigroup, Citibank Colombia, las secretarías de educación y el Banco de la República, se inicia el desarrollo de un programa en aulas de colegios públicos en Bogotá, Medellín, Cali y Cartagena sobre asuntos como el manejo del dinero, la inflación, la política fiscal y el sistema financiero.

Por su parte, el desconocimiento del mercado bursátil llevó a la Bolsa de Valores de Colombia en 2008 a iniciar la implementación de puntos BVC en diferentes universidades y en los que el público puede encontrar asesoría, información en línea del mercado de valores y charlas.

De acuerdo con indagaciones del Autoregulador del Mercado de Valores y al Banco de la República, recogidas en el documento Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera, elaborado por estas dos instituciones, los Ministerios de Hacienda y de Educación y la Superintendencia Financiera de Colombia, entre otros. De las 23 entidades que manifestaron adelantar iniciativas de educación financiera, entre ellas, Asobancaria, Fedeleasign y Fasecolda, 15 abordan temas como presupuesto, ahorros y créditos, mientras que las restantes abordan temas como inversiones, servicios fiduciarios, leasing y seguros. En este último caso, la única entidad que forma en esa materia es Fasecolda.

El desarrollo normativo y de política pública sobre educación financiera se da por primera vez en 2006 con el documento Conpes 3424 y posteriormente con el Decreto 3078 de 2006, en el que se reconoce la necesidad de promover el acceso a los servicios financieros a las familias de menores ingresos y para ello recomienda la creación de La Banca de Oportunidades, entidad que además tendría a su cargo la promoción de la educación financiera.



fasecolda
Federación de Aseguradores Colombianos

Viva Seguro

Programa de Educación Financiera

Con el fin de promover la participación activa del sector financiero en el fomento de la educación financiera y con ello garantizar una adecuada protección al consumidor financiero, la ley 1328 del 15 de julio de 2009, en su artículo séptimo, obliga a las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera a desarrollar campañas de educación financiera

Finalmente, como uno de los mayores avances en esta materia, en el Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 artículo 145 se establece que “el Ministerio de Educación Nacional incluirá en el diseño de programas para el desarrollo de competencias básicas, la educación económica y financiera, de acuerdo con lo establecido por la Ley 115 de 1994”.

Educación Financiera en Seguros

En términos de educación financiera en riesgos y seguros, el Landscape Study of Microinsurance Education publicado por el Microinsurance Academy, el Microinsurance Innovation Facility y el Microinsurance Network, halló cerca de 31 iniciativas de educación financiera en seguros alrededor del mundo, se destaca lo implementado por la Asociación de Seguros de Suráfrica, cuyos asociados disponen el 0,1% de las utilidades a la promoción de esta iniciativa y gracias a lo cual han logrado publicar material impreso, adelantar una guía de principios y buenas prácticas y promocionar talleres y radionovelas.

Otras experiencias destacables en la materia se vienen adelantando desde 2008 por la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, AMIS, con cursos presenciales y una página web, por la Confederación Nacional de Seguros de Brasil, Cnseg, que enseña sobre seguros a través de medios como radio, cine, teatro callejero y material impreso y por la Asociación de Seguros de Kenia, AKI, que de la mano de Microfinances

Opportunities, desde el 2009 adelanta un programa de formación a través de talleres y radio.

En Colombia, desde el 2008, como resultado de los hallazgos de la encuesta sobre Microseguros y Educación Financiera que contrató Fasecolda con la firma Yanhass, se evidenció una precaria conciencia sobre los riesgos entre la población encuestada y un claro desconocimiento de los seguros, la agremiación ha adelantado un programa de educación financiera denominado Viva Seguro, con el objeto de brindar herramientas de conocimiento a través de diversos medios que contribuya a que las personas aumenten su conciencia sobre los riesgos y seguros, mejoren sus conductas y percepciones frente a ellos, con el ánimo de que tomen mejores decisiones y más informadas al respecto.

Teniendo en cuenta las preferencias señaladas por la población en las cuatro principales ciudades de Colombia, el programa, producto de la unión de esfuerzos de las compañías de seguros, se adelanta por medio de talleres en alianza con el SENA y a través de la radio en convenio con RCN. Recientemente el programa lanzó su página web www.vivasegurofasecolda.com, que además de recomendaciones sobre cómo comprender la póliza, los derechos y deberes de los asegurados y consejos sobre qué preguntar al asesor de seguros antes de adquirir una póliza, permite descargar los programas de radio, así como cartillas y videos explicativos de los diferentes tipos de seguros.

Fasecolda ha capacitado a 90 instructores SENA en la metodología de talleres, quienes a su vez han capacitado

» Recientemente el programa lanzó su página web www.vivasegurofasecolda.com

a 7.246 personas desde febrero de 2009 a la fecha. En relación con el programa de radio, éste se ha emitido en tres ocasiones en Bogotá y en una oportunidad en Medellín y en Cali. Próximamente, el programa, cuya duración es de una hora diaria durante 36 días, se emitirá en las ciudades de Bucaramanga, Pereira y Barranquilla, con lo que se espera alcanzar una audiencia de más de cien mil oyentes.

Los contenidos del programa de educación financiera así como sus canales de difusión y la metodología de formación reflejan los intereses y necesidades del público coincidiendo con lo que los principios de la OECD en materia de educación financiera recomiendan y fueron el resultado del trabajo coordinado del gremio y sus compañías, buscando siempre garantizar la objetividad, calidad y precisión de la información, así como la mayor eficiencia, cobertura e impacto.

Es justamente el deseo por conocer el impacto del programa que Fasecolda, con recursos de cooperación del Fondo de Innovación de Microseguros de la OIT, contrató con la Universidad de los Andes y a la firma encuestadora Datexco la evaluación de impacto de los talleres y de la radio, con lo que se espera confirmar o no que las iniciativas de formación de carácter presencial como talleres y seminarios, a pesar de su limitada cobertura, tienen una incidencia en los conocimientos, actitudes y aptitudes de las personas que intervienen en ellos, en tanto que la radio permite un mayor alcance a pesar de que su impacto es posiblemente bajo o al menos difícil de cuantificar.

Como resultado de la entrada en vigencia de la ley 1328 de 2009, la industria del seguro afronta el reto, ahora mayor, de lograr que la educación al consumidor financiero sea una iniciativa que trascienda en el tiempo, en la que deben estar involucrados todos los actores como compañías, intermediarios, autoridades y consumidores y cuyos contenidos y métodos sean

comprensibles, de carácter pedagógico y no comercial; ajustables dependiendo del tipo de público y medibles.

Finalmente, en consonancia con lo dispuesto en la Ley del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, que insta al Ministerio de Educación a fortalecer las competencias de los estudiantes en materia de educación financiera, y conforme a lo consagrado en el documento Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera, el gremio tiene la misión de participar activamente en el diseño e implementación de la educación financiera en niños, jóvenes y adultos, de manera que se logren articular esfuerzos que permitan un mayor desarrollo en la materia y el empoderamiento de los consumidores de seguros lo cual debería traducirse en una mejora en la interlocución entre éste y las compañías de seguros, una disminución en las quejas relativas a la suficiencia, calidad y claridad de la información suministrada y una disminución de los índices de rechazo de reclamaciones producto de errores en la comprensión de la póliza de seguros.

» Como resultado de la entrada en vigencia de la Ley 1328 de 2009, la industria del seguro afronta el reto, de lograr que la educación al consumidor financiero sea una iniciativa que trascienda en el tiempo.

WWW.VIVASEGUROFASECOLDA.COM

