

Experiencias de Educación Financiera en Seguros en América Latina

La literatura reconoce que la Educación Financiera es el proceso que proporciona el conocimiento, desarrolla habilidades y actitudes necesarias sobre el manejo de los diferentes productos del mercado y permite que las personas se empoderen y tomen decisiones informadas que mejoren su bienestar económico.

Por:

Deisy Solano

Coordinadora Programa de Educación Financiera
FASECOLDA

Cada día los gobiernos son más conscientes de la importancia que tiene la Educación Financiera como instrumento que ayuda a conocer los productos financieros y sus características, mantener la confianza en el sistema, disminuir el riesgo del sobreendeudamiento, proteger el patrimonio, y que los clientes y potenciales clientes conozcan sus derechos y deberes como consumidores financieros.

Alrededor del mundo, tanto países ricos como pobres han desarrollado programas de Educación Financiera dirigidos especialmente a jóvenes y adultos. El objetivo de la mayoría de estas iniciativas es que las personas aprovechen el crecimiento económico y la expansión de los mercados financieros, promoviendo así la inclusión en este campo y la protección al consumidor. Así mismo, muchos de estos

países han diseñado, o planean diseñar, la implementación de estrategias nacionales de Educación Financiera, considerándose esta iniciativa como un componente esencial para el crecimiento, la estabilidad económica y la reducción de la pobreza.

En América Latina, 16 países adelantan iniciativas en esta materia, a través de instituciones como los bancos centrales, superintendencias, el sector privado etc., los cuales promueven la alfabetización financiera, la inclusión financiera y la protección al consumidor, a través del desarrollo de temáticas como: ahorro, crédito, presupuesto, inversiones, pensiones. Sólo el 31% de estos países incluye temas de seguros.

Entre los países que en el marco de su programa de Educación Financiera abordan el tema de los seguros están Brasil, México, El Salvador, Guatemala y Colombia.

En Brasil, desde el año 2009 diferentes organismos públicos y privados articularon sus acciones para adelantar el programa de Educación Financiera, el cual hoy es una estrategia nacional. Este país reconoce este tema como una herramienta para la inclusión social que mejora la calidad de vida de la población, la promoción de la estabilidad, la competencia y la eficiencia del sistema financiero de la nación.

El propósito del programa, que se desarrolla desde las escuelas, es ayudar a los estudiantes a enfrentar los desafíos diarios y hacer realidad sus sueños a través del adecuado uso de los insumos financieros; de esta manera no sólo se contribuye a un mejor futuro de los alumnos sino también del país. Además busca brindar información sobre tasas de interés, financiamientos, seguros, impuesto de renta, entre otros temas, y tiene diferentes canales de difusión como cursos de formación e-learning, guías para los docentes y para los alumnos de fácil comprensión, que permiten contextualizar los conceptos y que ayudan a transformar el

conocimiento en comportamientos financieros apropiados, propiciando la toma de decisiones informadas, con autonomía y responsabilidad social, factores que redundan en el contexto familiar y de la comunidad en general.

Así mismo, la Confederación Nacional de Seguros de Brasil, CNSEG, adelanta desde 2009 su programa de Educación Financiera a través de estrategias de difusión como radio, cine, teatro callejero y material impreso, herramientas de ayuda para que las compañías de seguros asociadas adelanten por sí mismas las técnicas de enseñanza.

De otro lado, en México, el programa de comunicación y educación financiera en seguros que adelanta la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros – AMIS, tiene como propósito difundir los beneficios del seguro y la importancia de estar asegurado. Esta iniciativa adelantó su primera campaña en el año 2006, bajo el concepto “Nada es Seguro, Tu Seguro Sí”, el cual continúa a la fecha. El proyecto de Educación Financiera ha enfocado sus esfuerzos en niños, jóvenes y población vulnerable. AMIS dispone de una página web con información y consejos prácticos para diferentes tipos de seguros, así como material que aborda el tema de los riesgos y la importancia de protegerse frente a ellos.

» Entre los países que en el marco de su programa de Educación Financiera abordan el tema de los seguros están Brasil, México, El Salvador, Guatemala y Colombia.

Adicionalmente en este país, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, CONDUSEF, institución pública dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, también se dedica a promover la Educación Financiera, incluyendo el tema de seguros, a través de canales como material educativo, micrositios, folletos interactivos, audios, videos, guías, historietas, redes sociales etc.

Educación

Para la CONDUSEF, su misión es “promover y difundir la educación y la transparencia financiera para que los usuarios tomen decisiones informadas sobre los beneficios, costos y riesgos de los productos y servicios ofertados en el sistema financiero mexicano; así como proteger sus intereses mediante la supervisión y regulación a las instituciones financieras y proporcionarles servicios que los asesoren y apoyen en la defensa de sus derechos”. De esta manera, el programa desarrolla contenidos como presupuestar los gastos de la casa, identificar la tarjeta de crédito más barata, proteger el patrimonio con un seguro, tener un fondo de ahorro para enfrentar imprevistos y prepararse para el retiro.

Por su parte, en El Salvador, el programa “Porque informarse, Vale” se desarrolla como respuesta coordinada entre entidades públicas y privadas, con el fin de promover entre los usuarios e inversionistas el conocimiento de productos y

servicios financieros, sus beneficios, obligaciones y riesgos para que los individuos y sus familias manejen sus finanzas adecuadamente y de conformidad a sus necesidades.

Entre los temas que desarrolla están el ahorro, cultura previsional, seguros, etc. Con este último tema se busca promover el conocimiento del seguro como un mecanismo de cobertura de riesgos; adicionalmente, proveer información de los diferentes tipos de seguros, elementos esenciales de los contratos que deben ser tomados en consideración antes de firmar una póliza y qué hacer en caso de un siniestro.

Algunos de los canales de difusión que utiliza son la televisión, radio, medios impresos, libros educativos, conferencias, capacitaciones, sitio web, espacio que incluye una sección especial dedicada a niños; atención a centros formativos con niños y jóvenes, entre otros.

AHORA CON SURA TIENES LA LIBERTAD DE ELEGIR TU SEGURO DE VIDA

ELIGE CÓMO ASEGURARTE Y CREA CON NOSOTROS TU SEGURO COMO REALMENTE LO NECESITAS

Con un Seguro de Vida de SURA podrás tener más beneficios*:

Obtener la devolución de un porcentaje de lo que pagaste, en el momento que termine el seguro.

Pagar solamente por el tiempo que quieras estar protegido.

Recibir el ingreso diario que necesites en caso de incapacidad.

Pagar una cuota constante o que esta aumente una suma fija cada año.

Garantizar tu bienestar frente a una enfermedad de alto costo.

*Aplican condiciones

Comprueba esta realidad ingresando a www.creatuseguro.com.co o contactando a tu asesor profesional llamando a nuestra LÍNEA DE ATENCIÓN: #888.

Asegúrate de vivir hoy.



Seguros | **sura** 

Por otro lado, en Guatemala, la Superintendencia de Bancos, SIB, consciente de su responsabilidad ante la sociedad, asumió el compromiso de coadyuvar a la educación financiera en el país. La SIB inició el programa con una campaña en diferentes medios de comunicación como prensa, radio y televisión, en el que se abordan temas como el fomento del ahorro, manejo responsable de la tarjeta de crédito, prevención de lavado de dinero e importancia del seguro.

Por último, en Colombia, algunos de los programas que se adelantan, como el de la Asociación Bancaria, ASOBANCARIA, y la Banca de las Oportunidades, dentro de sus temáticas también abordan de forma muy general el tema de seguros, a través de las estrategias de difusión como televisión, material impreso y talleres.

Por su parte, Fasecolda desde el año 2009 viene adelantando el Programa de Educación Financiera 'Viva Seguro', el cual

- » Entre los países que en el marco de su programa de Educación Financiera abordan el tema de los seguros están Brasil, México, El Salvador, Guatemala y Colombia.

busca generar conciencia sobre los riesgos en los hogares, ilustrar sobre las diferentes opciones financieras para enfrentar emergencias y dar a conocer aspectos básicos del funcionamiento del seguro, a través de mensajes sencillos, claros y prácticos, mediante herramientas de formación y canales de difusión apropiados para cada segmento, como talleres, cartillas radio, prensa, internet y redes sociales, permitiendo así la interacción constante con el público.

Retos y lecciones

Uno de los grandes retos que enfrenta la Educación Financiera a partir de las experiencias mencionadas, es la heterogeneidad de los grupos objetivo y la dificultad de llegar a quienes más lo necesitan. Por ello, algunas lecciones aprendidas a la luz de estas experiencias están asociadas a que el propósito del programa sea preciso, que el contenido del material sea práctico, útil y accesible a cualquier persona, así como también es recomendable que el material sea diferente, no sólo por rango de edad, sino por región. No obstante, esto último, naturalmente podría tener un efecto sobre el costo del programa, por lo cual resultaría importante validar si es mejor segmentar la población y concentrar la iniciativa en un solo universo.