

Educación financiera: lecciones y retos

Las compañías de seguros, a través del gremio, desarrollan su programa de educación financiera, en cumplimiento de la Ley y de su responsabilidad frente a la sociedad.

Por:

Alejandra Díaz Agudelo

Directora Responsabilidad Social Empresarial
FASECOLDA

A propósito de la entrada en vigencia en 2011 del Sistema de Atención al Consumidor Financiero, consagrado en la Ley 1328 de 2009 de la Reforma Financiera, el cual contempla la obligación de las entidades financieras a desarrollar programas para sus clientes en esta materia, es oportuno revisar lo que la literatura recoge respecto de estas iniciativas, analizar el espíritu de la norma y compartir lo que las compañías de seguros, a través del gremio, adelantarán a partir de este año, en cumplimiento de las disposiciones normativas.

Para Marriot y Mellett's (1996) la educación financiera¹ es la capacidad de los individuos de obtener, entender y evaluar información relevante, necesaria para tomar

decisiones conscientes de las posibles consecuencias financieras, mientras que para Gale y Levine (2010) es la habilidad de tomar juicios informados y decisiones efectivas respecto del uso y manejo del dinero y las riquezas.

Hay evidencia que demuestra que la EF tiene su origen en la carencia de habilidades y destrezas de las personas, especialmente las de menores ingresos y menor escolaridad, para tomar decisiones correctas en relación con el manejo de sus ahorros, la adopción de planes de retiro, el cálculo de un tasa de interés o la adopción de medidas a favor de la diversificación de los riesgos. Bernheim et al (1995) y Lusardi et al (2006).

Efectos de la Educación Financiera

El rápido desarrollo que han tenido los programas de EF a nivel mundial hizo que autores como Bernheim y otros se interesaran en evaluar los efectos de los mismos en la toma de decisiones financieras de quienes participaron en ellos. Tras la implementación de una encuesta entre los hogares para hallar evidencia de la eficiencia de estos planes promovidos en los sitios de trabajo, especialmente en la intención del ahorro, Bernheim *et al* (1995) encontraron que la educación básica sobre planes de retiro impulsados por los empleadores, influye positivamente el comportamiento financiero de los hogares e incrementa el ahorro.

De otro lado, una comparación entre las tasas de ahorro de los Estados que en Norteamérica no implementaron una política de fomento de educación financiera, frente a los 29 que sí lo hicieron, muestra una clara diferencia, que se corrobora cuando se mide el comportamiento frente al ahorro entre los adultos de un mismo Estado, antes de la entrada en vigencia de la política y muchos años después de su implementación.

Por su parte, Clacy *et al* (2001) lograron demostrar los efectos positivos de estos programas en el ahorro de las

personas pobres, mientras que Lusardi y Mitchel en 2007 ratificaron que la EF es un determinante de los planes de retiro, y que esta relación es mayor cuando las personas se han expuesto a cursos de economía en el colegio y cuando las empresas la promueven en los sitios de trabajo.

Gale y Levine (2010) manifiestan, por su parte, que tanto la EF realizada en la escuela como en el sitio de trabajo, en asesorías de crédito y en comunidades de base, tiene impactos positivos en las decisiones financieras de quienes reciben el programa.

Contenido de la Educación Financiera

La evidencia ha demostrado que la calidad de los contenidos de la EF y la sencillez del lenguaje tienen una relación directa con la efectividad del programa. En consecuencia, de acuerdo con Bernheim (1997), los contenidos desarrollados en los Estados norteamericanos que implementaron la obligatoriedad de la EF en las escuelas públicas fueron determinantes en la acumulación de activos de los alumnos en su etapa de adultez.

Para Bannister y Monsma (1982) en Bernheim *et al* (1997), la EF se puede abordar desde, al menos, cuatro enfoques. En el primero, se propone entrenar al consumidor financie-



ro para que tome decisiones informadas que le permitan cumplir sus metas financieras. El segundo, se aborda desde la perspectiva de la formación económica, es decir, del comportamiento de la oferta, la demanda y los precios, entre otros. Un tercer enfoque es el de las finanzas personales, cuyo énfasis es el presupuesto familiar, el manejo de dinero, el crédito, los ahorros y las inversiones, mientras que el cuarto busca instruir a los clientes sobre sus derechos y deberes como consumidores.

Canales

El éxito de la EF está dado también por los canales a través de los cuales ésta se difunda, que abordan a públicos diferentes a través de métodos diferentes. En efecto, espacios como el sitio de trabajo, iglesias, colegios, cooperativas y otros, tienen públicos claramente segmentados, a quienes se puede llegar por medio de talleres, ferias, material impreso y videos, por ejemplo, mientras que grupos masivos de población pueden ser tratados con la radio y la televisión.

En cualquiera de los dos casos hay evidencia de su impacto. Es así como Lusardi (2004) encontró que los cursos presenciales indican en los ahorros de las personas. Según la autora, “los asistentes a seminarios sobre planes de retiro aumentan la acumulación de sus riquezas hasta en un 20%”, especialmente cuando las personas tienen un menor grado de escolaridad.

Por su parte, Agha (2002), Gupta (2003) y Barber (2004) hallaron evidencia que demuestra que la efectividad de las campañas de educación masiva por radio y televisión es mayor que en otros medios.

La EF en Colombia

A pesar de que entidades como el Banco de la República, la Bolsa de Valores de Colombia, Dividendo por Colombia,

Fasecolda y otros vienen adelantando desde hace algunos años iniciativas tendientes a propiciar la educación de los consumidores financieros, es con la Ley 1328 de 2009 y la Circular 015 de la Superintendencia Financiera que se aborda este tema como fundamental dentro del marco de protección al consumidor financiero, por lo cual se obliga a las entidades vigiladas por esta entidad a implementar programas de EF.

En el caso particular de la formación en riesgos y seguros en Colombia, ésta fue motivada por los hallazgos encontrados en la Encuesta de Demanda de Microseguros que Fasecolda y Yanhass adelantaron en 2008 y por los grupos focales que se hicieron para la misma época, donde se concluyó que la población, a pesar de reconocer sus riesgos, no es consciente de su impacto en las finanzas personales, no comprende los conceptos relacionados con seguros y carece de herramientas para hacer una compra informada de éstos, lo que motivó a Fasecolda a desarrollar un programa de EF a través de talleres, material impreso y la radio. No obstante, dado su limitado alcance y teniendo en cuenta las nuevas disposiciones legales, éste fue objeto de adiciones y modificaciones que dieron vía a la creación de una estrategia gremial de EF.

Mientras que en las escuelas públicas de los Estados Unidos el enfoque con el que se abordó la EF fue el de las finanzas personales, para el caso colombiano el espíritu de la Ley 1328 de 2009 se concentra en promover la información al consumidor financiero sobre los productos y servicios ofrecidos por la entidad financiera, contribuyendo así a la toma de decisiones informadas, y en propiciar el entendimiento de los derechos y obligaciones que como consumidores financieros tienen, lo que traza los contenidos de la estrategia de EF de las compañías de seguros en Colombia.

De acuerdo con la encuesta de Fasecolda y Yanhass, de los 550 hogares encuestados, el 39% dijo preferir los ta-

lles como canal de formación financiera, mientras que el 34% la televisión, el 21% cartillas y el 8% la radio.² Como resultado de estos hallazgos, la estrategia de EF del sector asegurador colombiano se concentrará inicialmente en la radio, los talleres y el material impreso, toda vez que sobre éstos ya hay una experiencia acumulada de tres años, al tiempo que se incursionará en la internet y los videos.

A pesar de la revisión de la literatura, en Colombia no hay evidencia que permita conocer que las iniciativas de EF adelantadas hasta el momento hayan sido objeto de evaluación y conocer sus resultados. Sin embargo, para efectos de la Estrategia de Educación Financiera del sector, en el 2011 se implementará, de la mano del Centro de Estudios para el Desarrollo Económico de la Universidad de los Andes, la evaluación de impacto de los talleres y el programa de radio, gracias a la cooperación financiera del Fondo para las Innovaciones en Microseguros de la OIT y la Fundación Gates.

Reflexiones Finales

Aun cuando es plausible que el regulador y supervisor velen porque las entidades vigiladas asuman la edu-

cación de los individuos bajo el principio de la protección al consumidor, las autoridades no pueden desconocer que las iniciativas privadas serán insuficientes y no reemplazarán la responsabilidad que entidades como los Ministerios de Educación y Hacienda y la Superintendencia tienen en esta materia.

En efecto, el carácter multiplicador que pueden tener las iniciativas públicas y la independencia y credibilidad que sus mensajes aportan, son un complemento exitoso a la obligación que hoy tienen las entidades vigiladas, a las que se les debe atribuir el deber de comunicar y educar a las personas para que estén informadas a la hora de tomar decisiones, mas no es una responsabilidad sobre la determinación tomada, pues, de acuerdo con Wilson y Zhang (1997), los individuos no siempre toman decisiones basados puramente en la racionalidad económica.

Ahora bien, estos esfuerzos sin duda deberán estar, como lo sugiere Mitchell (2003), Willis (2008) y Gale et al (2010), acompañados de estrategias de política pública que no sólo propicien el desarrollo de campañas de educación o comunicación, sino más aún, que estimulen el desarrollo de productos y servicios financieros sencillos en cuanto a condiciones y lenguaje, y de amplio acceso para la población, pues esto tendrá incidencia en el comportamiento financiero y toma de decisiones por parte de los consumidores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1- En adelante EF
- 2- Preguntas de opción múltiple con múltiples respuestas.

REFERENCIAS

- Bernheim, Douglas y Garret, Daniel. "The Determinants and Consequences of Financial Education in the Workplace: Evidence from a Survey of Households". Stanford Economics Working Paper #96-007. 1995
- Bernheim, Douglas, Garret, Daniel y Maki, Dean "Education and Saving: The Long-term Effects of High School Financial Curriculum Mandates". National Bureau of Economic Research. 1997
- Clancy, Margaret, Grinstein-Weiss, Michal y Schreiner, Mark. "Financial Education and Savings Outcomes in Individual Development Accounts". Washington University. 2001
- Gale, William G y Levine, Ruth. "Financial Literacy: What Works? How Could It Be More Effective?". 2010
- Lusardi, Annamaria. "Saving and the Effectiveness of Financial Education". Department of Economics, Dartmouth College. 2004
- Lusardi, Annamaria y Mitchell, Olivia. "Baby Boomer Retirement Security: the Roles of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth". Michigan Retirement Research Center, University of Michigan. 2006
- Lusardi, Annamaria y Mitchell, Olivia. "Financial Literacy and Retirement Planning: New Evidence from the Rand American Life Panel". Michigan Retirement Research Center, University of Michigan. 2007
- Mitchell, Olivia y Utkus, Stephen. "Lessons from Behavioral Finance for Retirement Plan Design". Pension Research Council, Wharton School. 2003
- Willis, Lauren E. "Evidence and Ideology in Assessing the Effectiveness of Financial Literacy Education". Loyola Law School. 2008