

Consumidor informado, decisiones acertadas

Retos: avanzar en la consolidación de una cultura de respeto y protección de los derechos de los usuarios del sistema financiero y fortalecer los esfuerzos por promover la educación financiera de los colombianos.

Por:
Sergio Alejandro Vélez Rincón

Becario OIT - IIE
Dirección de Responsabilidad Social y Microseguros
FASECOLDA

El pasado 16 y 17 de abril se realizó en Bogotá el II Congreso Protección al Consumidor y Educación Financiera, organizado por la Asobancaria con el apoyo de Fasecolda. Dirigido a los integrantes del sector financiero, así como también a todos los interesados en este tema.

Referente a la protección del consumidor financiero, se analizó entre otros puntos relevantes la importancia del

Defensor del Consumidor Financiero, figura que se ha venido trabajando en Colombia de tiempo atrás; y cómo gracias al interés del sector, de manera voluntaria, por decisión propia y como principio de autorregulación, se convirtió este en pionero y gestor para elevar a rango legal dicha figura.

“Como consecuencia de la globalización y la sofisticación de los mercados financieros y sus productos, se ha

puesto en evidencia -quizá como nunca antes- que las economías con marcos insuficientes de protección al consumidor son mucho más vulnerables a los riesgos y a que los usuarios no perciban los peligros en los que pueden incurrir al momento de utilizar inadecuadamente los servicios de crédito, ahorro o inversión.” (María Mercedes Cuéllar, Presidenta de Asobancaria).

Acerca de la educación financiera, se plantearon efectivas estrategias informativas y educativas que buscan sensibilizar a la población frente a la importancia de educarse financieramente para tomar mejores decisiones y desarrollar hábitos responsables que mejoren su bienestar. Es una constante la noción de que la educación financiera comienza en el hogar, dentro de la familia y a la más temprana edad.

La protección al consumidor, la información y educación financiera, son asuntos de evidente relevancia y vinculados entre sí, hacia los cuales se han dirigidos significativos esfuerzos, principalmente en tres grandes frentes:

1. Información clara y oportuna relacionada con las características, costos y funcionamiento de los productos y servicios contratados.

2. Efectividad de los derechos y deberes de los consumidores, y mecanismos de protección.

3. Desarrollo de las habilidades, conocimientos y actitudes de la población, necesarias para comprender de manera adecuada la información disponible, tomar decisiones acertadas y adquirir hábitos financieros saludables.

Se expuso cómo una iniciativa colectiva - tal y como la que adelanta el gremio asegurador - permite aprovechar economías de escala. Sin embargo, es clara y contundente la conclusión de que las iniciativas singulares y aisladas desarrolladas por las entidades financieras no pueden ser el único camino para aumentar los niveles de alfabetización financiera de los colombianos, sino que se hace necesario un trabajo conjunto y coordinado, buscando el apoyo y compromiso de otras entidades públicas y privadas, y contar con el direccionamiento del Estado.

Lo anterior, teniendo en cuenta que el consumidor debe también contar con un nivel de alfabetización apropiado para utilizar esa información adecuadamente. Coincidieron los panelistas en que un consumidor bien informado y educado es la mejor garantía para el desarrollo de mercados financieros competitivos



Carolina Soto
Vicepresidenta Ejecutiva

» Un consumidor bien informado y educado es la mejor garantía para el desarrollo de mercados financieros competitivos que contribuyan al crecimiento económico y social de la población.

que contribuyan al crecimiento económico y social de la población, ya sea incorporada o en proceso de incorporarse al sistema financiero. Por esto, el uso de medios masivos de comunicación como la radio y la televisión es más que deseable.

Esperanza Medrano, Directora de Asesoría Jurídica de la Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras UNESPA, señaló cómo la obligación de entregar documentación excesiva al cliente al momento de tomar un seguro, en vez de patrocinar el entendimiento del contrato por parte de este, produce desinformación acerca del mismo. Tanta información puede llegar a ser repetitiva, y lleva al cliente a tomarse alrededor de 1 hora y 17 minutos en su lectura, lo que desmotiva su interés por entender la póliza suscrita.

Destacó como una herramienta para fortalecer la protección al consumidor y la educación financiera, la suscripción por parte de las compañías del sector financiero de Guías de Buenas prácticas enfocadas a la búsqueda del bienestar del cliente, así como el fortalecimiento del Servicio de Atención al Cliente y del Defensor del Consumidor financiero.

El expositor Ricardo Tavares, de la Confederación Brasileña de Seguros (CNSeg) reseñó los momentos históricos en los que se ha desarrollado la educación financiera en su país, y cómo desde 1990 inició la vigencia del Código de Defensa y Protección del Consumidor, evolucionando los programas hasta la Estrategia nacional de Educación Financiera de 2010, y la elaboración de cuadernillos "Familia Estoy Seguro" y el proyecto Conozca+ en 2011. Igualmente resaltó las bondades de campañas no convencionales, con un énfasis amistoso y de fácil interiorización por parte del público, como la realización de teatro callejero, radionovelas, videos y concursos de samba, como las realizadas en el año 2010.

Vale destacar que para Kim Dancye, de Finmark Trust Sudáfrica, la educación financiera en dicho país ha sido desarrollada de manera activa por el sector asegurador, siendo el que lidera estas iniciativas y el cual cuenta con el respaldo de todas las compañías afiliadas a la Asociación de Aseguradores de su país, quienes aportan por mandato de la asociación el 0,2% de las utilidades netas al programa de educación financiera.

Daniel Levin, de la Fundación Liechtenstein, expresó lo que para su criterio es Lo bueno, lo malo, y lo feo de la educación financiera, y la importancia de un verdadero compromiso de los entes involucrados en esta formación. La importancia de la evaluación de la educación financiera fue puesta sobre la mesa en la ponencia de Daniel Castellanos, Vicepresidente Económico de la Asobancaria, cuando se analizó además la visión del público acerca del sector financiero.

Sin embargo, y a pesar de los grandes esfuerzos realizados en los diversos países, una de las conclusiones generales principales es que el camino es largo y queda mucho trabajo por realizar para lograr los objetivos de la concretos en esta materia, teniendo en cuenta que la promoción de esta pedagogía es una de las instancias más importantes para el Gobierno dentro del Plan de Desarrollo, dentro de su política para la prosperidad. Igualmente, para la Superfinanciera la educación y la protección al consumidor son pilares de la inclusión financiera, pues esta inclusión se fundamenta en la confianza del público hacia el sector, a partir del entendimiento de sus derechos y obligaciones.

Sin embargo, la discusión está abierta a las mejores formas de atender estos aspectos, pues cada país ha desarrollado una estrategia en temas de regulación

y normativa, modelos de educación, y estamentos de protección, que invitan al estudio y al análisis.

Así mismo, la educación de calidad, no sólo en economía y finanzas, sino aportando valores, conocimientos, competencias y habilidades desde la más temprana edad en temas tan disímiles como el cuidado personal, el proyecto de vida, la organización social, la toma de decisiones responsables, el conocimiento de los efectos de los cambios externos, etcétera, es fundamental para el desarrollo social, como lo expuso Margarita Peña, directora del ICFES.

Fue muy importante el análisis de los especialistas acerca de la relevancia de los microseguros como

una herramienta de protección del cliente frente al acaecimiento y materialización de sus riesgos, pero así mismo se manifestó que no cumplen su función ideal si el usuario no está debidamente informado y capacitado acerca de lo que efectivamente contrató y buscaba proteger y cómo proceder en caso de necesitar la prestación, por lo que se pone de presente la relevancia de la Educación Financiera.

.Las presentaciones realizadas por los destacados panelistas en este evento pueden encontrarse y ser consultadas en la página web de la ASOBANCARIA:

(http://www.asobancaria.com/portal/page/portal/Eventos/eventos/proteccion_al_consumidor_2012).

Ellos son un regalo para mi vida, asegurarme es un regalo para la suya

VIDA AUTOS SALUD HOGAR EDUCACIÓN

En SURA tenemos soluciones pensadas en el amor que le das a tu familia y en todo lo que haces por ellos para que nunca les falte nada.

Consulta a tu asesor. LÍNEA DE ATENCIÓN Bogotá, Cali y Medellín: 437 88 88. Resto del país: 01 800 051 8888

Únete a nuestras redes:

LOG YouTube Instagram Twitter Facebook

Para más información visita www.sura.com

Seguros | **SURA**