

# EVOLUCIÓN Y RETOS EN LA EDUCACIÓN FINANCIERA

¿Qué sigue?

Por: Oscar Rosado Jiménez  
Presidente de la CONDUSEF

La educación financiera ha tenido tres grandes momentos a lo largo de la historia. El primero, durante la segunda mitad del siglo pasado donde se limitaba a capacitar a funcionarios del sistema financiero para dar orientación y atención a las y los usuarios; era en sí, una estrategia de ventas y colocación de productos que partía de la búsqueda de nuevas personas usuarias y la asesoría de los mismos. Aquí se generó un esquema de orientación y seguimiento para desarrollar una cartera de clientes, que buscaba que éstos aprendieran más sobre los productos y adquirieran otros.

El segundo momento inicia en las últimas dos décadas del siglo XX, y tiene etapas muy relevantes:

**1995:** En el US Treasury (Departamento del Tesoro) se crea la Oficina de Educación Financiera.

**1996:** El Congreso de Estados Unidos crea la Comisión de Educación Financiera bajo la Ley de Educación Financiera y Mejoramiento.

**2006:** El Congreso de Estados Unidos publica la Estrategia Nacional de Educación Financiera.

**2003:** La Autoridad de Servicios Financieros en Reino Unido, crea la estrategia planificada en la promoción de las “Capacidades Financieras”.

ENTRE

**2003 y  
2005:**

La OCDE por primera vez introduce un programa internacional de educación financiera: “Recomendación sobre los Principios y Buenas Prácticas de Educación y Concienciación Financiera”

En México, el pionero de la Educación Financiera fue Banamex, que implementó en 2004 los primeros cursos de Educación Financiera; en el 2006 se inaugura el Museo Interactivo de Economía (MIDE) y, finalmente, en 2007 se introduce en la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros el establecimiento de programas educativos en materia de cultura financiera.

El tercer momento es en este siglo, donde la aparición de la economía conductual juega un rol muy importante para entender la manera en que las personas toman decisiones. El planteamiento que hacen los premios Nobel, en 2002, Daniel Kahneman y Vernon Smith por “Integrar aspectos de la teoría psicológica sobre el comportamiento económico del ser humano en momentos de incertidumbre y realizar análisis empíricos de laboratorio, especialmente, sobre mecanismos alternativos de mercado”; así como, en 2017, Richard H. Thaler por “Sus trabajos que han construido un puente entre el análisis económico y psicológico de la toma de decisiones por parte de los individuos, explorando aspectos como la racionalidad limitada, las preferencias sociales y la falta de autocontrol afectan a las decisiones de las personas y los resultados de los mercados.”

En este tercer momento se genera una explosión en las finanzas digitales, primero, por la aparición del smartphone; segundo, por el confinamiento durante la pandemia de COVID-19; y, tercero, por el interés de las nuevas generaciones en los temas financieros.

Desde nuestra perspectiva, la educación financiera está en un momento de transformación, el cual implica pasar de cursos, diplomados y tutoriales a ser “invisible”<sup>1</sup>, es decir, debe ser parte de los productos y conformar la experiencia del cliente. Para que sea exitosa y rentable, las instituciones financieras deberán generar mayores saldos de captación, pago puntual y disminución de la morosidad, lealtad a la marca vía diferenciación y ofrecer ventajas cotidianas evidentes para el usuario-cliente.

La transformación de la educación financiera también ha sido impulsada por el interés creciente de las personas jóvenes, el uso de las redes sociales y la “pérdida” del miedo a realizar compras y pagos digitales que trajo consigo el confinamiento. Este “boom” por conocer más sobre finanzas personales no ha parado y continuará, porque, a diferencia de la generación de los baby boomers, las personas jóvenes de las zonas urbanas, con nivel de educación media superior y superior, saben o intuyen que deberán ser ellos los constructores, en parte, de su destino financiero.

No se trata de abandonar el compromiso del Estado en la garantía de una vida plena desde la cuna hasta la tumba; pero sí, aprender el manejo ordenado y equilibrado de las finanzas personales como parte ineludible de la construcción de una posible vida plena.

Datos internacionales y nacionales del sector privado nos hablan de la existencia de una “epidemia silenciosa” que ataca a millones de personas, y afecta su vida personal, disminuye la productividad de las empresas y, en muchas

ocasiones, también causa violencia intrafamiliar. Este nuevo problema del que poco se habla y se reconoce se llama: estrés financiero, y es definido como “la angustia, ansiedad y presión ante una situación económica llena de incertidumbre y de dificultad económica que roba energía y tiempo”.

Para empezar a combatir esta epidemia de estrés financiero debemos poner sobre la mesa tres conceptos clave sobre los cuales debemos hablar y detonar acciones en pro de las personas: acceso, inclusión y salud financiera.

- 1.** Acceso, como su nombre lo indica, es la posibilidad de tener un producto bancario mínimamente para transaccionar, enviando y recibiendo dinero.
- 2.** Inclusión, que implica que ese producto y transaccionalidad mejore la vida cotidiana del consumidor financiero en lo personal, en lo familiar y si tiene un negocio en el desarrollo del mismo.
- 3.** Salud financiera, que refiere al buen manejo del dinero, no como si la acumulación del mismo fuera un objetivo de vida, pero sí el medio fundamental para una vida digna y con un menor grado de incertidumbre.

Vivimos tiempos disruptivos, emocionantes y muy interesantes, donde la irrupción de la tecnología, las redes sociales, el interés de las personas jóvenes en los temas financieros, la utilización de las ciencias del comportamiento y la economía conductual en la educación financiera y en el marketing para la colocación de productos, hacen que la búsqueda por el conocimiento y manejo de las finanzas personales hayan crecido de manera explosiva en México y en el mundo.

Efectivamente, son tiempos interesantes; por ello, hacia adelante vemos a una usuaria o usuario muy distintos, no al de hace 25 años,

sino tan solo al de hace 10 años. Estamos frente a un segmento bastante grande de personas interesadas en saber manejar sus finanzas personales y que tienen a su disposición mucha información sobre productos financieros para revisar, comparar y decidir.

## Este nuevo perfil de personas nos lleva a tener:

**A.** Consumidores financieros que ya no están dispuestos a permitir que no se les pague rendimiento sobre sus cuentas de ahorro, débito o nómina; personas que quieren conocer mejores alternativas para guardar sus ahorros o invertir, que les den liquidez, rentabilidad y seguridad.

**B.** Personas usuarias que quieren pagar menos tasas de interés y comisiones, y que exigen un mejor servicio presencial o en línea.

**C.** Personas mexicanas que quieren esquemas de ahorro para el retiro que garanticen una tasa de retorno más cercana a sus expectativas y necesidades. Esto implica que no solo desde el Estado se debe pensar en garantizar lo mismo, sino también es importante que las Afores en particular y, el sistema financiero en general, desarrollen otro tipo de planteamientos novedosos e ingeniosos que, desde el ahorro, y con otra construcción cultural y mercadológica, hagan que un segmento muy numeroso de personas construyan plataformas financieras que les permitan pensar, aspirar y hacer realidad sueños como contar con un auto, vivienda, educación, viajes y, claro, finalmente un retiro digno.

Otro enorme reto que tenemos es el de los seguros. Debemos pensar en mejorar la oferta de este tipo de productos, con ayuda de las ciencias del comportamiento, la economía conductual y la mercadotecnia. El esquema tradicional de la conceptualización, muy anglosajona, de cobertura de riesgos, es una visión correcta que parte de una premisa: el principio de mutualidad y prevención. Sin embargo, conecta poco en México, que culturalmente, vemos la cobertura de riesgos desde una perspectiva reactiva y solidaria; aquí habrá que hacer ajustes en la regulación y, especialmente, en la manera en que se comercializan los productos.

Vemos, hacia el futuro, riesgos también en lo que refiere a la inteligencia artificial por el uso de enormes bases de datos que se convierten en lo que ahora se empieza a denominar como la “industria conductual”. Si el oro del siglo XXI son los datos, el petróleo de este siglo que alimenta y mueve los sistemas públicos y privados

(comerciales, financieros, etc.) es la utilización de ellos en la conducta de las personas; estamos ya inmersos en la utilización conductual de las enormes bases de datos y de ahí los dilemas éticos, regulatorios y de transparencia.

Queremos decirles que, desde el sistema financiero en México y en el mundo, las nuevas circunstancias obligan a modificar modelos de negocios y adecuarlos a nuevas necesidades de las personas, que también generaran rentabilidad.

Algunos, muy pocos ya lo están haciendo en México; nuestra exhortación es a que todos se muevan hacia allá. Por parte de los reguladores se abre una enorme oportunidad de hacer ajustes, de poner el ojo en los nuevos riesgos, pero es también la oportunidad de hacer valer y demostrar que la regulación es muy útil y da seguridad a los principales bienes que custodia el sistema financiero: el dinero de las personas y las empresas, y, sobretodo cuida la confianza.

1 Mastercard y Americas Market Intelligence. (2023). Estado de la inclusión financiera después de la COVID-19 en Latinoamérica y el Caribe: nuevas oportunidades para el ecosistema de pagos. p. 45.