

¿Qué es Educación Financiera?

Palabras de

Manuel Sánchez González

Subgobernador del Banco de México

en el

Séptimo Simposio *Educación Económica y Financiera, Teoría y Práctica*

Museo Interactivo de Economía (MIDE)

México, D.F.

25 de septiembre de 2015

Es un honor participar, a nombre del Banco de México, en la apertura del simposio “Educación económica y financiera, teoría y práctica” organizado por el Museo Interactivo de Economía (MIDE).

En los años recientes, el concepto de educación financiera ha estado muy presente en las instituciones, intermediarios y autoridades de todo el mundo. Tal noción tiende a relacionarse con conocimientos y habilidades para tomar buenas decisiones en la materia.

Sin embargo, las definiciones de educación financiera suelen variar, no hay una generalmente aceptada y muchas adolecen de vaguedades teóricas y operativas. Por eso, a menudo bajo el mismo término, es posible encontrar referencias a acciones que persiguen propósitos heterogéneos.¹

Esta ambivalencia invita a profundizar en la posible naturaleza y alcance de la educación financiera. Además, se necesita una evaluación cuidadosa de los resultados de los programas emprendidos que permita identificar sus aportaciones y contribuya a enfocarlos al mayor beneficio de la sociedad.

¹ Véase Remund, D. (2010). “Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy,” *Journal of Consumer Affairs*, Special Issue: Financial Literacy, 44(2).

Dada su amplitud, convendría identificar algunas dimensiones fundamentales del tema, entre las que destaco tres.

Intuición financiera

El primer plano sería la intuición financiera, la cual consiste en esa tendencia espontánea de cualquier individuo a responder adecuadamente a las señales del mercado y al marco institucional que brinda incentivos de diferente índole. Gracias a esta propensión, las personas, independientemente de su condición social y escolaridad, tienen la capacidad intrínseca de jerarquizar sus necesidades y preferencias, proponerse metas y tomar decisiones que les favorezcan.

Los mecanismos de elección no son privativos de los instruidos ni de los ricos. La intuición permite que el individuo promedio elija, dentro de un grupo de alternativas existentes, la opción más conveniente para sus intereses.

Por eso, considero que debemos rechazar la noción tutelar o paternalista de la educación financiera que, en ocasiones, más que brindar información y herramientas, pretende aleccionar. Un amplio cuerpo de investigación confirma que, en un ambiente adecuado, la gente toma decisiones sensatas de acuerdo con sus objetivos.²

² Para una referencia seminal sobre la racionalidad de los agricultores pobres, Véase Schultz, T. (1964). *Transforming Traditional Agriculture*, New Haven: Yale University Press.

Información, regulación y competencia

Una segunda dimensión se refiere a la información financiera. Resulta fundamental la disponibilidad de datos que afectan las oportunidades y restricciones en torno a los objetivos de los individuos, las familias y las empresas.

Los precios y el marco institucional emiten señales claras que orientan el ahorro, el consumo y la inversión, entre otros. Esas decisiones se enriquecen con la información puntual. En este sentido, es una obligación ineludible de las autoridades y los intermediarios propiciar que la información, que debe ser un bien público, esté ampliamente distribuida y sea oportuna, veraz, pertinente e inteligible.

En particular, la información debe asegurar que el individuo no solo conozca la naturaleza de los productos financieros sino además sus derechos y obligaciones al contratar alguno. Así, se debe hacer totalmente transparentes las condiciones de los servicios, incluyendo agrandar las llamadas letras chiquitas de los contratos y evidenciar los posibles costos ocultos. Además, es deseable que se proporcionen estadísticas comparativas para evaluar la conveniencia de las distintas opciones.

Por mencionar un ejemplo, los cuadros comparativos del CAT publicados en los estados de cuenta facilitan la evaluación de un producto de crédito y de una institución respecto de otras alternativas. Otro ejemplo debería ser la obligación de comunicar al cliente los costos totales de las ventas en abonos y no solo las mensualidades.

La competencia y la regulación contribuyen a evitar prácticas fraudulentas y favorecer la certidumbre del cliente. Ello elimina algunas de las mayores barreras a la inclusión financiera, como son la desconfianza ante las intermediarias y el alto costo de resolver problemas y diferencias con alguno de ellos.

Instrucción formal

El tercer alcance alude a la instrucción formal, que va desde el conocimiento de temas elementales de finanzas personales hasta la preparación más especializada en aspectos de presupuesto o contabilidad. Dicha instrucción puede apoyar determinaciones como la compra de un seguro para la educación de los hijos o el inicio de un negocio.

La instrucción tiene su espacio natural en las aulas y sería importante que se incorporara como parte de los programas educativos desde los grados iniciales. Sin embargo, para aminorar fallas y rezagos de formación, podría resultar deseable diseñar programas para determinados grupos sociales o de edad.

Por ejemplo, en México vivimos una etapa de transición en el sistema de pensiones, en el que pasamos de un esquema colectivo a uno individual. La familiarización con nociones tan sencillas como el interés compuesto o el valor presente pueden tener una repercusión significativa para las decisiones que aumenten la calidad de vida durante el retiro. Igualmente, se puede fomentar la instrucción y capacitación para potencializar el espíritu de empresa presente en muchos individuos.

La oferta de educación financiera que ofrecen algunos intermediarios parte de un propósito loable y puede tener una derrama social significativa. Sin embargo, para que rinda frutos deben considerarse sus límites. En particular, si bien la búsqueda de clientes, como parte de la competencia, es positiva en la medida en que difunda información veraz, la captación de clientes no debe confundirse con la educación financiera.

En suma, creo que quienes participamos en esta labor debemos hacerlo con pragmatismo y modestia. Por un lado, debemos escoger objetivos concretos y mensurables. Por el otro, debemos recordar que nuestra función no implica adoctrinar o cambiar mentalidades, sino apoyar y estimular competencias e iniciativas latentes en las personas.

El MIDE una experiencia en educación financiera

El MIDE, que hoy nos brinda hospitalidad, es un lugar ideal para realizar este seminario, no solo por lo majestuoso de sus instalaciones, sino por su papel en la educación financiera.

En este recinto se reúnen armónicamente las distintas dimensiones de esta actividad. Existen novedosos recursos tecnológicos y pedagógicos para introducir a los jóvenes en los dilemas económicos y ejercitar su intuición. Sus salas permanentes brindan información didáctica sobre el sistema y los principales productos financieros. Cuenta también con una oferta de formación especializada,

que incluye cursos y seminarios o eventos especiales, como el simposio que hoy nos reúne.

Hay quienes, como Alain de Botton, han señalado que un museo no debe ser un lugar de exhibición de objetos ordenados de forma convencional, sino un espacio de revelación y reflexión donde el individuo se plantea y encuentra respuestas a sus más profundas inquietudes y necesidades. Sin duda, el MIDE cumple esta condición para la educación financiera.³

Finalmente, deseo reiterar mi agradecimiento a este gran museo por su hospitalidad, dar la bienvenida a los distinguidos participantes en el simposio y desearles mucho éxito en sus trabajos.

³ Véase de Botton, A. (2012). *Religion for Atheists: A Non-believer's Guide to the Uses of Religion*, New York: Vintage Books, capítulo VIII, Art.