



9 de mayo de 2011

María Mercedes Cuéllar
Presidente

Daniel Castellanos García
Vicepresidente Económico
+57 1 3266600
dcastellanos@asobancaria.com

La protección del consumidor y la educación financiera, dos temas claves para el sector

Resumen. Para la Asobancaria y sus entidades afiliadas, la protección de los consumidores financieros y la educación financiera son dos temas de gran relevancia, que están íntimamente relacionados. Avanzar en la consolidación de una cultura de protección a los consumidores financieros se está convirtiendo en una prioridad en todo el mundo. El adecuado funcionamiento del mercado depende del trabajo en tres frentes claves: (1) proveer herramientas que hagan pública la información relacionada con los costos y condiciones de los servicios financieros, de manera clara y oportuna; (2) reconocer y garantizar los derechos y deberes de los consumidores y de las entidades; y (3) desarrollar entre la población la habilidad para analizar la información disponible, tomar decisiones acertadas y adquirir hábitos financieros saludables.

Con la reforma financiera de 2009, que establece normas en materia financiera, de seguros y del mercado de valores, se avanzó en la adopción de un régimen especial de protección al consumidor financiero, inexistente hasta ese momento, convirtiendo al financiero en el sector que mayor protección otorga a sus consumidores.

Frente a la educación financiera, la reforma avanzó bastante menos, instando tímidamente a las entidades a diseñar planes y programas para prevenir los riesgos derivados de la utilización de productos y servicios, y a familiarizar al consumidor con el uso de la tecnología en forma segura.

En cuanto a la educación financiera, resulta clave delimitar el contenido de los conceptos “informar” y “educar”, y entender que se trata de asuntos que, si bien tienen relación, van dirigidos a lograr objetivos distintos y requieren metodologías e instrumentos diferentes.

Al respecto consideramos que, más allá de reconocer la educación financiera como un derecho y un principio que debe regir las relaciones entre consumidores y entidades vigiladas, es necesario que se imparta a través de la educación formal. Entre más temprano brindemos las herramientas para que todos se puedan desempeñar en su vida diaria, mejor. Estamos convencidos de que la educación financiera debe empezar desde la infancia y continuar durante las diferentes etapas de la vida. La educación financiera debe ser entonces un propósito nacional, en el que tanto el sector público como el privado desarrollen un rol activo y se generen sinergias, tal como está sucediendo en muchos países. En estas materias, el compromiso del Gobierno es indispensable.

Para suscribirse a Semana Económica
por favor envíe un correo electrónico a
avesga@asobancaria.com o visítenos en
<http://www.asobancaria.com>

La protección del consumidor y la educación financiera, dos temas claves para el sector

Daniel Castellanos

Mabel Paola González

Paola Arias

Para la Asobancaria y sus entidades afiliadas, la protección de los consumidores financieros y la educación financiera son dos temas de gran relevancia, que están íntimamente relacionados. Avanzar en la consolidación de una cultura de protección a los consumidores financieros se está convirtiendo en una prioridad en todo el mundo.

Dentro de los instrumentos de protección al consumidor, la educación financiera ha adquirido un lugar primordial.

Los mercados evolucionan rápidamente y tienden a hacerse más complejos, en la medida en que progresan la innovación y la tecnología. Hay una mayor gama de productos y servicios y los riesgos se multiplican. No solo se trata de manejar bien el ahorro y el crédito; una persona también debe escoger sus planes de pensiones y de salud, comprar pólizas de seguros, declarar impuestos y calcular retenciones. A la hora de invertir, puede hacerlo en activos reales, como finca raíz o commodities, o en activos financieros, como bonos de deuda pública o privada, acciones o activos más sofisticados. En este panorama, el problema es que una persona promedio está tomando todos los días decisiones que pueden tener grandes consecuencias para su patrimonio y bienestar, en muchos casos sin tener claridad sobre la forma como debería actuar.

Un gran porcentaje de la población carece de los conocimientos para analizar la información financiera disponible, hacer uso efectivo de los mecanismos de protección, y tomar decisiones informadas y responsables.

En general, los ciudadanos no entienden cómo manejar sus deudas, no conocen sus derechos y obligaciones y se sienten intimidados por el desconocimiento o la complejidad de los productos y servicios de ahorro, crédito o inversión. Entre los resultados de la Encuesta de Carga y Educación Financiera de los Hogares, que el Banco de la República aplicó a los bogotanos que cuentan con algún producto financiero, se aprecia, por ejemplo, que sólo el 0,76% de los jefes de hogar encuestados logró responder correctamente las 10 preguntas del módulo de educación financiera. Todos ellos fueron hombres mayores de 30 años que pertenecen a los dos quintiles más altos de ingreso. Los resultados indican tendencias similares a las encontradas internacionalmente, pero con tasas de respuesta correcta inferiores a las de los países desarrollados. En conclusión, hay un bajo nivel de educación financiera en la población bogotana bancarizada, lo cual hace suponer que las cosas no son mejores fuera de Bogotá ni dentro de la población no bancarizada.

El mal manejo del dinero condena a las personas a vivir sobre endeudadas o sin poder ahorrar, lo que les quita la posibilidad de cumplir sueños como estudiar, comprar una casa, crear una empresa o pensionarse. El analfabetismo financiero, además, hace que incurran en sobrecostos —por ejemplo, cayendo en manos de agiotistas—, que utilicen

figuras de captación ilegal de dinero como las pirámides, o que sean con facilidad víctimas del fraude.

De acuerdo con el ex Superintendente de Sociedades, Hernando Ruiz, la cifra de afectados por las pirámides se acerca a 676.000 personas en todo el territorio nacional. De otra parte, según la Encuesta Nacional sobre Servicios Financieros Informales, realizada en 2008, los hogares colombianos acuden más al crédito informal que al formal. El 79% de los hogares colombianos (5,2 millones de hogares) ha utilizado por lo menos una vez servicios de crédito informal, siendo el préstamo del agiotista el segundo en importancia, después del crédito con amigos, vecinos y familiares. Todo esto revela el alto grado de desinformación y desconocimiento financiero de la población colombiana.

Estas cifras refuerzan la necesidad de que las personas desarrollen habilidades que les permitan proteger su patrimonio y aumentar su bienestar. Así como ha sucedido en otros países, llegó el momento de enseñar. En ese sentido, el reto y responsabilidad que tenemos todos es lograr que los colombianos sean personas financieramente educadas, con capacidad de tomar mejores decisiones en todas las etapas de su vida.

Unos ciudadanos formados en temas de finanzas y economía tienen una mejor relación con el sistema financiero. Están en capacidad de medir sus riesgos, evaluar la calidad de los servicios y cumplir con sus obligaciones. La educación financiera es una manera de estimular la competencia en el sector, corregir ineficiencias del mercado, abrir la posibilidad al desarrollo de servicios financieros innovadores y reducir los costos que resultan de comportamientos inadecuados. Igualmente, es un instrumento que fortalece al consumidor y que le permite protegerse a través del uso de los mecanismos de defensa existentes. La educación financiera se traduce en el largo plazo en beneficios para toda la sociedad. Las mejores decisiones de inversión y financiamiento contribuyen a la estabilidad del sistema e incentivan la inclusión financiera.

Si bien el bajo nivel de cultura financiera no fue una de las causas de la reciente crisis internacional, sí se puede considerar un factor agravante. El descalabro de la economía de muchos países mostró la necesidad de fortalecer el sistema de regulación y supervisión, promover la educación financiera y la transparencia de la información. Justamente a raíz de las debilidades que la reciente crisis puso en evidencia, el Congreso de Estados Unidos aprobó la histórica ley de reforma financiera que establece nuevas protecciones para los consumidores, entre otros asuntos.

En la Asobancaria tenemos la convicción de que el adecuado funcionamiento del mercado depende del trabajo en tres frentes claves: (1) proveer herramientas que hagan pública la información relacionada con los costos y condiciones de los servicios financieros, de manera clara y oportuna; (2) reconocer y garantizar los derechos y deberes de los consumidores y de las entidades; y (3) desarrollar entre la población la habilidad para analizar la información disponible, tomar decisiones acertadas y adquirir hábitos financieros saludables.

¿Qué se ha hecho?

En Colombia ya se viene trabajando en el tema. La ley 795 de 2003 reguló el suministro de información que las entidades financieras venían realizando y le dio rango legal a la figura de la Defensoría del Cliente, que existía informalmente desde 1995, por iniciativa de las entidades de la Asobancaria. Así se reconoció a la Defensoría como una institución encargada de atender las quejas de los consumidores, y de ser vocera de éstos ante las instituciones.

En el marco de la circular 052 de 2007 de la Superintendencia Financiera, las entidades continuaron invirtiendo en el desarrollo de procesos y tecnologías con altos niveles de seguridad e información sobre sus productos y servicios, permitiendo así que clientes y usuarios puedan, entre otras cosas, conocer el costo de las transacciones antes de su realización y decidir si las efectúan o no; estar informados en línea sobre las operaciones realizadas con cargo a sus cuentas; disponer del soporte de cada transacción; y conocer los pasos a seguir para realizar transacciones seguras a través de los diferentes canales que se les ofrecen.

Finalmente, con la reforma financiera de 2009, que establece normas en materia financiera, de seguros y del mercado de valores, se avanzó en la adopción de un régimen especial de protección al consumidor financiero, inexistente hasta ese momento, convirtiendo al financiero en el sector que mayor protección otorga a sus consumidores. También se inició un proceso de generación de una cultura financiera, se adoptó una compilación de derechos de los consumidores y deberes de las entidades, y se fortaleció el marco para seguir trabajando en: (1) el suministro de información para la adecuada selección y manejo de servicios financieros, (2) la debida diligencia en la prestación de servicios y (3) la Defensoría del Cliente, brindándole un mayor grado de autonomía e independencia, y formalizando su papel como ente conciliador. Igualmente, se creó el Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC), que organiza los procesos de atención de quejas y reclamos impulsados por los bancos hasta entonces, y se establecieron las características y contenido mínimo de la información que se debe entregar en todos los momentos de la relación entre la entidad y sus usuarios, clientes y potenciales clientes. Asimismo, se señaló la expresa prohibición de adelantar prácticas e incluir cláusulas abusivas en los contratos, y se estableció la infracción del régimen de protección al consumidor financiero como causal de agravación de las sanciones administrativas que podrá imponer el supervisor. Frente a la educación financiera, la reforma avanzó bastante menos, instando tímidamente a las entidades a diseñar planes y programas para prevenir los riesgos derivados de la utilización de productos y servicios, y a familiarizar al consumidor con el uso de la tecnología en forma segura.

¿Qué queremos?

Luego de dos años de implementación de la reforma, vale la pena hacer un balance de los avances y los retos futuros, y revisar, por ejemplo, si el generoso suministro de

información que las entidades han puesto a disposición de sus consumidores está contribuyendo a que éstos puedan tomar mejores decisiones, o si, por el contrario, menos información y más educación financiera son la clave para preparar mejor al consumidor durante las distintas fases de su relación con las entidades.

En el fortalecimiento del SAC es clave: (1) identificar lineamientos y buenas prácticas con miras a mejorar la calidad del servicio, (2) analizar si el proceso que permite resolver las quejas, peticiones y reclamos es eficiente en los diferentes canales dispuestos para ello, (3) definir cuál es el real alcance de los defensores, (4) revisar si es necesario promover la creación de un organismo especializado de solución de controversias, y (5) revisar si el reporte de reclamaciones que realizan las entidades ante la Superintendencia trimestralmente, que sirve como insumo para identificar en dónde se presentan las mayores quejas y reclamos, y por qué motivos, sirve igualmente para proponer e implementar correctivos.

Según el consolidado de la información reportada por las entidades a la Superintendencia Financiera, para 2010, las quejas relativas a los establecimientos bancarios disminuyeron en un 19% en comparación con 2007, pasando de alrededor de 700.000 a 560.000, representando alrededor del 0,07% del total de las transacciones. No obstante, en 2010 aumentaron en un 2% con respecto a 2009. De las quejas reportadas en 2010, el 91% se hicieron ante los establecimientos bancarios, el 6% ante los defensores y el 3% ante la Superintendencia Financiera. Según esto, los usuarios prefieren acudir a las oficinas de las entidades para presentar sus inquietudes y confían en que ese es el camino adecuado para resolverlas. Esto supone grandes retos para las entidades y el SAC.

En cuanto a la educación financiera, resulta clave delimitar el contenido de los conceptos “informar” y “educar”, y entender que se trata de asuntos que, si bien tienen relación, van dirigidos a lograr objetivos distintos y requieren metodologías e instrumentos diferentes. En la labor de informar, la responsabilidad ha sido asumida por el sector financiero desde hace varios años, con inversión y desarrollo de procesos y procedimientos. El desafío es continuar trabajando para la información se produzca en un lenguaje más accesible para la población menos calificada y para que el usuario conozca que existe, es pública y puede hacer uso de ella. La labor de educar es una responsabilidad nueva para las entidades financieras, poco expertas en esta materia, que además carecen de una orientación clara sobre su alcance.

Al respecto consideramos que, más allá de reconocer la educación financiera como un derecho y un principio que debe regir las relaciones entre consumidores y entidades vigiladas, es necesario que se imparta a través de la educación formal. Entre más temprano brindemos las herramientas para que todos se puedan desempeñar en su vida diaria, mejor. Estamos convencidos de que la educación financiera debe empezar desde la infancia y continuar durante las diferentes etapas de la vida.

Los niños son objeto frecuente de campañas de publicidad y no son conscientes de la importancia de planear su futuro. Lo más preocupante es que, de acuerdo con las tendencias del mercado, ellos tendrán que ser financieramente más hábiles que nosotros.

Se podría pensar que la generación actual de jóvenes, que es más globalizada e informada, sabe sobre asuntos financieros. Sin embargo, estudios realizados por la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE) señalan que los jóvenes saben poco sobre cuestiones financieras (menos que los adultos), y piensan que es un tema aburrido y estresante, que no es relevante para ellos. De ahí que la inclusión en el Plan Nacional de Desarrollo, gracias a la gestión activa de Asobancaria, de un artículo que insta al Ministerio de Educación Nacional a incluir el componente de educación económica y financiera dentro del portafolio de proyectos que ofrece a las secretarías de educación, abre una puerta para que este asunto se reconozca como una prioridad social, económica y política.

La educación financiera debe ser un propósito nacional, en el que tanto el sector público como el privado desarrollen un rol activo y generen sinergias, tal como está sucediendo en muchos países. En estas materias, el compromiso del Gobierno es indispensable. En el Reino Unido, Brasil, Estados Unidos, México y Chile ya se está implementando una estrategia nacional, que va más allá de la iniciativa de una sola institución y donde el sector privado juega un papel importante.

En nuestro caso, si bien existe un número importante de programas de educación económica y financiera, los esfuerzos siguen siendo limitados y desarticulados. Para superar esta dificultad, el documento ‘Estrategia Nacional para la Educación Económica y Financiera’ que trabajó el comité coordinado por el Banco de la República y en el que participan los Ministerios de Educación y de Hacienda, la Superintendencia Financiera, el Fondo Nacional de Garantías e Instituciones Financieras (Fogafín), el Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas (Fogacoop) y el Autorregulador del Mercado de Valores (AMV), constituye un primer paso para insertarse en la tendencia mundial de contar con un marco nacional que brinde lineamientos y articule esfuerzos.

Sin embargo, creemos que considerar la educación financiera solo como un instrumento para aumentar el acceso a los servicios financieros y la bancarización, tal y como se menciona en el Plan Nacional de Desarrollo, es un error. Es importante que el gobierno establezca unas metas específicas para el aumento de los niveles de alfabetización económica y financiera de la población en el cuatrienio. Con unas metas claras, será posible monitorear y evaluar el proceso de implementación de la estrategia nacional desde el inicio.

En cuanto a la participación del sector privado, las experiencias internacionales sugieren que el papel que pueden desarrollar las asociaciones gremiales y los bancos privados en estos procesos es relevante. Estas entidades conocen a los consumidores,

que tienen un amplio universo de intereses, necesidades y perfiles, y pueden ser vehículos para identificar sus carencias en temas económicos y financieros. Así mismo, su proximidad con los clientes puede facilitar la tarea de promover la educación financiera tanto de los usuarios como de los empleados del sector.

Es por eso que, para lograr un mayor impacto, las acciones de la banca deben estar integradas a la estrategia nacional que se diseñe. Los programas y acciones en marcha desde el pasado primero de enero, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 1328 de 2009, han sido contruidos por fuera de un marco de acción nacional y de lineamientos pedagógicos y metodologías que puedan garantizar la calidad de la oferta, razón por la cual seguramente se tendrán que hacer importantes ajustes y reorientaciones.

El panorama arriba descrito se traduce en enormes retos para el gobierno, el sector privado, la academia y la sociedad en general. Hemos avanzado de manera significativa en varios aspectos. En otros, continúa faltando un mayor compromiso de todos los que tenemos la tarea de fortalecer la cultura de protección al consumidor y de promoción de la educación financiera en Colombia.

Desde la Asobancaria continuaremos insistiendo en lograr el sueño de que todos los colombianos cuenten con un alto nivel de educación financiera y bienestar, así como con mecanismos sólidos de protección y defensa de sus derechos como consumidores financieros.

Colombia. Principales Indicadores Macroeconómicos

	2007	2008	2009					2010					2011
			T1	T2	T3	T4	total	T1	T2	T3	T4	Proy.	Proy.
PIB Nominal (USD B)	207,8	242,6	60	61	62	63	247	68,2	70,3	74,6	...	...	...
PIB Nominal (COP MM)	432	477	123	126	127	129	505	131,5	134,7	134,3	...	...	...
Crecimiento Real													
PIB real (% Var. Interanual)	6,9	3,5	1,0	0,7	1,1	3,0	1,5	4,2	4,9	3,6	4,6	4,3	4,5
Precios													
Inflación (IPC, % Var. Interanual)	5,7	7,7	6,1	3,8	3,2	2,0	2,0	1,8	2,3	2,3	3,2	3,2	3,7
Inflación básica (% Var. Interanual)	5,2	5,9	5,4	4,5	3,9	2,7	2,7	2,3	2,3	2,3	2,6	2,6	2,5
Tipo de cambio (COP/USD fin de periodo)	2002	2234	2561	2159	1922	2046	2046	1929	1916	1800	1990	1990	1822
Tipo de cambio (Var. % interanual)	-10,4	11,6	40,6	17,8	-1,2	-8,4	-8,4	-24,7	-11,2	-6,4	-2,8	-2,8	-8,4
Sector Externo													
Cuenta corriente (% del PIB)	-2,8	-2,8	-2,0	-1,7	-2,5	-2,5	-2,2	-1,9	-2,3	-4,6	...	-2,5	-3,7
Cuenta corriente (USD mmM)	-5,8	-6,8	-1,0	-0,9	-1,5	-1,7	-5,1	-1,3	-1,6	-3,4	...	-7,2	-11,6
Balanza comercial (USD mmM)	-0,6	1,0	0,1	0,8	0,4	0,8	2,1	1,1	1,2	-0,4	...	3,5	-0,2
Exportaciones F.O.B. (USD mmM)	29,4	37,1	7,5	7,8	8,3	9,0	32,6	9,5	10,2	10,0	...	41,7	44,8
Importaciones F.O.B. (USD mmM)	30,1	36,3	7,4	7,0	7,9	8,2	30,5	8,4	9,0	10,4	...	38,2	45,0
Servicios (neto)	-2,6	-3,1	-0,5	-0,5	-0,7	-1,0	-2,7	-0,7	-0,8	-1,0	...	-3,1	-3,1
Renta de los factores												-11,7	-10,9
Transferencias corrientes (neto)	5,2	5,5	1,2	1,1	1,1	1,3	4,6	0,9	1,1	1,1	...	4,1	3,7
Inversión extranjera directa (USD mm)	9,0	10,6	2,1	2,8	1,3	0,9	7,2	2,1	2,2	2,2	...	8,6	11,1
Sector Público													
Bal. primario del Gobierno Central (% del PIB)	0,8	0,9	...	...	...	...	-1,1	...	...	...	...	-1,1	-1,1
Bal. del Gobierno Central (% del PIB)	-3,2	-2,3	-2,7	-0,5	-0,5	-0,4	-4,2	...	...	...	...	-3,9	-4,1
Bal. primario del SPNF (% del PIB)	...	-0,1	...	...	...	...	0,7	...	...	...	...	0,1	0,3
Bal. del SPNF (% del PIB)	-0,6	-0,1	-0,3	-0,8	-0,8	-0,7	-2,6	...	...	...	...	-3,0	-3,5
Indicadores de Deuda													
Deuda externa bruta (% del PIB)	21,4	18,9	20,2	20,0	22,1	...	24,1	...	...	...	...	20,4	25,0
Pública (% del PIB)	13,8	12,2	13,2	13,4	15,1	...	16,3	...	...	...	...	14,3	13,0
Privada (% del PIB)	7,7	6,9	7,0	6,6	7,0	...	7,8	...	...	...	...	6,1	12,0
Deuda del Gobierno (% del PIB, Gob. Central)	36,5	36,4	38,5	36,6	35,3	...	43,2	...	...	...	...	38,6	39,6

Fuente: DANE, Banco de la República, Minhacienda, Superfinanciera y Asobancaria.

Colombia. Estados financieros*

	Feb-11 (a)	Ene-11	Feb-10 (b)	Var real anual entre (a) y (b)
Activo	249,780	245,978	207,992	16.4%
Disponible	15,054	16,070	18,574	-21.4%
Inversiones	56,872	55,456	44,635	23.5%
Cartera Neta	155,120	151,873	123,609	21.6%
Consumo Bruta	43,294	42,682	35,945	16.7%
Comercial Bruta	103,803	101,627	79,892	25.9%
Vivienda Bruta	11,492	11,104	11,070	0.6%
Microcrédito Bruta	4,059	4,003	3,597	9.4%
Provisiones**	7,529	7,544	6,895	5.8%
Consumo	2,623	2,642	2,637	-3.6%
Comercial	4,373	4,341	3,773	12.4%
Vivienda	343	370	334	-0.6%
Microcrédito	190	190	152	21.6%
Otros	22,735	22,579	21,173	4.1%
Pasivo	218,058	214,187	180,776	16.9%
Depósitos y Exigibilidades	160,928	156,437	143,240	8.9%
Cuentas de Ahorro	81,886	78,559	69,959	13.5%
CDT	42,742	41,683	43,095	-3.9%
Cuentas Corrientes	30,422	30,068	25,465	15.8%
Otros	5,877	6,126	4,720	20.7%
Otros pasivos	57,130	57,750	37,536	47.5%
Patrimonio	31,722	31,791	27,216	13.0%
Ganancia/Pérdida del ejercicio	575	308	648	-14.0%
Ingresos por intereses	2,482	1,250	2,636	-8.7%
Gastos por intereses	902	455	865	1.1%
Margen neto de Intereses	1,576	793	1,767	-13.5%
Ingresos netos diferentes de Intereses	1,057	471	965	6.2%
Margen Financiero Bruto	2,633	1,264	2,732	-6.6%
Costos Administrativos	1,660	809	1,414	13.8%
Provisiones Netas de Recuperación	182	121	258	-31.7%
Margen Operacional	792	334	1,060	-27.6%
Indicadores				Variación (a) - (b)
Indicador de calidad de cartera	2.99	2.96	4.20	-1.22
Consumo	4.72	4.51	6.88	-2.17
Comercial	2.11	2.15	2.92	-0.81
Vivienda	3.71	3.89	4.14	-0.42
Microcrédito	4.94	4.53	6.23	-1.29
Cubrimiento**	159.01	163.93	125.69	33.32
Consumo	128.44	137.22	106.58	21.86
Comercial	199.75	199.10	161.95	37.80
Vivienda	80.33	85.66	72.96	7.37
Microcrédito	94.70	104.89	67.61	27.10
ROA	2.09%	2.19%	2.15%	-0.1%
ROE	16.04%	16.78%	17.38%	-1.3%
Solvencia	n.d	14.97%	15.31%	n.d

1/ El Margen Financiero es calculado como la diferencia entre ingresos y gastos por intereses menos Prima amortizada de cartera - cuenta PUC 510406

2/ *Datos mensuales a noviembre de 2010 del sistema bancario. Cifras en miles de millones de pesos. Fuentes y cálculos Asobancaria.

** No se incluyen otras provisiones. El cálculo del cubrimiento tampoco contempla las otras provisiones.