



Política de Educación Financiera (EF) de la Comisión para el Mercado Financiero



Contenido

- 3 I. Introducción
- 5 II. Bases legales e institucionales de la Política de Educación Financiera
- 6 III. Objetivos y alcance de la Política de Educación Financiera
- 9 IV. Elementos de una estrategia de Educación Financiera
- 12 V. Plan anual de Educación Financiera
- 13 VI. Estructura interna y responsabilidades en Educación Financiera

I. Introducción

La Educación Financiera (EF) ayuda a desarrollar un conjunto de capacidades básicas para desenvolverse en la sociedad. Consumidores financieros más educados demandan y eligen productos que se adaptan mejor a sus necesidades lo que, a su vez, ayuda a un mayor y más eficiente desarrollo de los mercados.

De hecho, existe evidencia¹ que las intervenciones de EF no sólo mejoran -en promedio- el conocimiento de las personas, sino también los comportamientos asociados a los hábitos financieros. Los efectos son similares a los encontrados en otras áreas de intervenciones educacionales.

El convencimiento respecto al impacto positivo de la EF sobre las economías y el bienestar de las personas gatilló el lanzamiento en el año 2008 del proyecto de Educación Financiera de la OECD². En Chile, en el año 2014 se creó la Comisión Asesora Presidencial para la Inclusión Financiera, integrada por ministros vinculados al sector económico. Dicha comisión convocó a expertos de entidades públicas, privadas, asociaciones gremiales y la academia para, entre otros objetivos, *“...potenciar el desarrollo de una estrategia nacional en materia de educación financiera [ENEF], que promueva una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros, así como de los derechos del consumidor por parte de la ciudadanía, en conjunto al desarrollo de habilidades y conocimientos que les permitan mejorar su bienestar”*³.

La ENEF se aprobó a fines del año 2016⁴ e incluyó una variedad de actividades centradas en los jóvenes y mujeres vulnerables, públicos definidos como prioritarios, para los años 2017 y 2018.



1/ Desde los años 2000, este campo de investigación y la evidencia del impacto de las intervenciones ha crecido de manera importante. Ver, por ejemplo: Lusardi, Annamaria, 2003. “Pension Design and Structure: New Lessons from Behavioral Finance”. Oxford University Press ISBN 0-19-927339-1; O’Connell, Allison, 2009. “Evaluating the Effectiveness of Financial Education Programmes”. OECD Journal: General Papers; Dew et Al, 2020. “A Review of Effectiveness Evidence in the Financial-Helping Fields”. Interdisciplinary Journal of Applied Family Science; Kayser et Al., 2022. “Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors”. Journal of financial Economics, Volume 145, Issue 2, Part A, August 2022, Pages 255-272.

2/ Recommendation of the Council on Financial Literacy OECD/LEGAL/0461, October 2020.

3/ <http://archivospresidenciales.archivonacional.cl/index.php/decreto-1> y <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?i=1174444&f=2022-04-06>

4/ <https://bibliotecadigital.mineduc.cl/bitstream/handle/20.500.12365/2167/mono-991.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20estrategia%20busca%20generar%20las,sociedad%20civil%20en%20este%20sentido.>

En 2022, el Ministerio de Hacienda preparó un documento identificando el estado actualizado de las acciones comprometidas en la ENEF⁵, pero sin cambiar los elementos sustantivos de esta. La mayoría de las instituciones públicas involucradas en esta iniciativa, incluyendo a la Comisión para el Mercado Financiero (en adelante CMF), han continuado realizando actividades en este ámbito, aunque no necesariamente de una forma integrada y sistemática.

La CMF ha definido la EF como parte de sus objetivos estratégicos. Aunque en su ley orgánica (DL N°3.538) no existe una referencia expresa a su rol en el ámbito de la EF, dicho objetivo es inherente a su misión pues a la entidad le corresponde velar por el correcto funcionamiento, desarrollo y estabilidad del mercado financiero. A mayor abundamiento, la CMF debe mantener una visión general y sistémica del mercado, considerando los intereses de los inversionistas, depositantes y asegurados, así como el resguardo del interés público.

En concordancia con lo anterior, y aun cuando el foco principal de la CMF se encuentra en las actividades de supervisión y regulación del mercado financiero, a lo largo del tiempo la entidad ha desarrollado variadas iniciativas para visibilizar y promover tanto la educación como la inclusión financiera en Chile. Por cierto, el alcance e intensidad de las mismas ha estado determinado por los recursos disponibles, pero, aun así, la EF ha ocupado un lugar importante en la agenda de trabajo de la CMF.

En este contexto, parece oportuno y necesario dar un paso adicional, definiendo una Política de Educación Financiera (“Política”) que permita:

- i) definir explícitamente los objetivos y marco de acción para la labor que desempeña la CMF en esta materia;
- ii) desarrollar una estrategia para la toma de decisiones y definiciones de planes de acción en este ámbito; y, por último,
- iii) establecer la gobernanza de EF en la CMF, fijando las responsabilidades e instancias formales de coordinación que permitan implementar la Política y los planes de acción de manera adecuada.

Cabe señalar que la regulación en el mercado financiero tiene dos objetivos principales: el prudencial, que procura que las entidades financieras cuenten con recursos suficientes para cumplir los compromisos con sus clientes; y el de conducta de mercado, que corresponde a las buenas prácticas que deberían implementar los agentes financieros, en consideración a la protección de los derechos de sus clientes.

La Política que se presenta en este documento contribuye al desarrollo del Pilar de Conducta de Mercado de la CMF y se complementa con el Documento de Política “Desarrollo de estándares generales en materia de Conducta de Mercado referidos a Protección al Cliente Financiero”, publicado por la CMF en junio de 2021.

5/ Minuta estado de avance ENEF, enero 2022. Comisión Asesora para la Inclusión Financiera.

II. Bases legales e institucionales de la Política de Educación Financiera

Tradicionalmente se ha entendido que una mayor EF redonda en clientes financieros más empoderados y que eligen productos que se adecuan mejor a sus necesidades. Esto, a su vez, contribuye al círculo virtuoso de un mayor desarrollo del mercado financiero y confianza en el mismo. Consecuentemente, por años la EF fue parte de la labor que desarrollaron las antecesoras legales de la CMF (Superintendencias de Valores y Seguros, y de Bancos e Instituciones Financieras).

Esta experiencia histórica es consistente con la actual definición de la misión institucional de la CMF: “Aportar al bienestar de la sociedad, cautelando por la estabilidad y transparencia del sistema financiero, protegiendo a los usuarios, y facilitando el desarrollo de servicios idóneos”, y se refleja también en algunas de las disposiciones del DL N° 3.538 que crea a la CMF.

En esta misma línea, los objetivos estratégicos de la CMF incluyen la transparencia y protección del cliente financiero; el desarrollo y estabilidad del sistema financiero; la educación de clientes del sistema financiero; y el fortalecimiento del capital reputacional de la CMF, todos los cuáles dan sustento al trabajo de la entidad en materia de EF.



III. Objetivos y alcance de la Política de Educación Financiera

La Política de Educación Financiera de la CMF, sustentada en su historia, en la definición de la misión y objetivos institucionales de la CMF, y en los textos legales que regulan a la entidad, tiene los siguientes objetivos:

1. Entregar a los clientes financieros información que le ayude a mejorar sus decisiones de contratación de productos financieros.

En mercados donde cada vez hay una mayor oferta de productos financieros, es importante que el cliente financiero minorista cuente con información que le ayude a la mejor decisión de contratación. Para estos efectos, se debe: simplificar el acceso a la información; informar sobre la importancia de cotizar alternativas; entregar reglas simples y/o herramientas de comparación; e informar de los derechos del cliente financiero.

2. Contribuir a que los clientes financieros mejoren el conocimiento de conceptos económicos y financieros básicos para un buen manejo financiero personal.

Los diagnósticos coinciden en concluir que la población chilena tiene una baja comprensión de conceptos básicos económicos, condición que no les permite desenvolverse de buena manera en su vida diaria en materias financieras⁶. En consecuencia, los esfuerzos de la CMF en EF tienen entre sus objetivos fortalecer el conocimiento de la población respecto a conceptos básicos, que incluyen, entre otros:

- Inflación
- Tipo de cambio
- Tasa de interés, comisiones
- Carga anual equivalente (CAE)
- Costo total del crédito
- Carga financiera
- Prepago
- Diversificación
- Protección a través de seguros

Los énfasis de los programas de EF en unos y otros conceptos se deberán definir en el plan anual de EF, que establecerá las actividades a realizar cada año. Además, en dicha oportunidad, se podrán incorporar nuevos conceptos que necesiten ser explicados.

^{6/} Un 30% de la población es iletrada financieramente; un 50% tiene un manejo parcial de conceptos (inflación, composición de intereses y diversificación); y sólo un 20% maneja bien todos estos conceptos. Estos resultados son inferiores a los estándares internacionales. Las brechas, tanto de conocimiento como capacidades financieras, empeoran en mujeres, adultos mayores y jóvenes. Un bajo nivel socioeconómico, educacional y vivir en zonas rurales empeora los resultados. Estos resultados se reportan en: Encuesta de capacidades financieras SBIF-CAF 2016; Encuesta de alfabetización y comportamiento financiero 2017, Centro UC Políticas Públicas; Educación Financiera en Chile, realidad y propuestas 2020, FEN, Universidad de Chile; Índice de Educación Financiera DCV-ESE, 2020.

3. Fomentar el conocimiento de los clientes financieros de los productos que ofrecen las entidades bajo el perímetro de supervisión de la CMF.

El cliente financiero minorista debe conocer los productos financieros disponibles en el mercado. Esto lo ayudará a evaluar cuál o cuáles son los que dan mejores respuestas a sus necesidades; como usarlos; y como contratarlos. Por lo mismo, otro objetivo de los esfuerzos de EF debe ser informar sobre las características de los productos de mayor uso en las industrias de seguros, valores, bancaria y de cooperativas. Estos incluyen, entre otros:

- Renta vitalicia
- Seguros asociados a operaciones de crédito
- Seguros automotrices
- Fondos mutuos
- Depósitos a plazo
- Cuentas de ahorro
- Tarjetas de crédito
- Tarjetas con provisión de fondos
- Cuenta de depósitos a la vista
- Cuentas corrientes
- Créditos de consumo
- Créditos hipotecarios

4. Promover el endeudamiento responsable.

El endeudamiento responsable es una condición necesaria para el bienestar financiero de las personas.

Endeudarse responsablemente significa asumir un nivel de deuda que pueda ser pagada con los ingresos disponibles. Esto es, sin tener que contratar nueva deuda para pagar la anterior, y sin tener que bajar el nivel de vida. Construir una estrategia de endeudamiento responsable es un ejercicio complejo para la gran mayoría de clientes financieros. Requiere conocimientos suficientes para construir y llevar un presupuesto familiar; disciplina para medir ingresos y gastos; y desarrollar alguna capacidad de ahorro para afrontar gastos imprevistos.

Es importante, en consecuencia, que los esfuerzos de EF que desarrolle la CMF ayuden a las personas a evaluar su nivel de endeudamiento y su capacidad de pago de las deudas asumidas, entregando además las herramientas para tomar decisiones que les permitan alcanzar y mantener niveles sanos de deuda.

5. Informar al público respecto de cambios legales y regulatorios con impacto relevante sobre las decisiones que deben tomar los clientes financieros.

Los desarrollos en los mercados financieros hacen que constantemente se generen cambios en la regulación de los distintos productos y servicios financieros. La CMF debe, desde la perspectiva de conducta de mercado, informar adecuadamente al cliente financiero minorista de los cambios legales relevantes que les afecten, ilustrando, además, los efectos de las políticas públicas.

Para los efectos de esta Política, se entenderá Educación Financiera⁷ como el proceso a través del cual los clientes financieros/inversionistas logran dos objetivos: 1) mejorar su conocimiento de productos y conceptos financieros; y 2) desarrollar las habilidades que les ayudan a ponderar mejor los riesgos y oportunidades en los mercados financieros, a tomar decisiones informadas y a saber dónde acudir para obtener más información.

En cuanto al foco, cabe señalar que el Banco Mundial, en su documento Buenas Prácticas para la Protección al Consumidor Financiero (2012 y reeditado en 2017)⁸, plantea que, desde la perspectiva de una agenda de reguladores financieros, es importante distinguir entre consumidores minoristas no sofisticados y clientes corporativos con alto grado de calificación. Así, las transacciones con instituciones corporativas u otros clientes financieros bien informados no están expuestas a muchos de los problemas que pueden afectar a los hogares y personas naturales.



La preocupación particular por los clientes minoristas se justifica, por la asimetría de información y recursos entre clientes financieros y los proveedores de servicios. Las instituciones financieras conocen bien sus productos, pero para los clientes minoristas individuales es más difícil y costoso obtener y procesar la información respecto de los mismos, problema que se hace más crítico a medida que se desarrollan productos de mayor complejidad y sofisticación. Asimismo, especial atención requieren los clientes financieros más vulnerables, quienes tienen necesidades diferentes y pueden tener sesgos de comportamiento que impacten negativamente en su toma de decisiones.

Por lo expuesto, la Política que se propone se centra en el cliente financiero minorista, es decir, en aquellos clientes que realizan transacciones por cuenta propia, de bajo monto y cuyos conocimientos y experiencia en el mercado financiero es baja. Lo anterior se refiere a personas naturales en su calidad de asegurados, inversionistas, depositantes y clientes bancarios. Es decir, se entiende que es en los clientes financieros minoristas donde se espera un mayor impacto de las iniciativas de EF que desarrolle la CMF.

7/ Estrategia Nacional de Educación Financiera Chile, 2018.

8/ Ver <https://documentos.bancomundial.org/es/publication/documents-reports/documentdetail/447021493843704521/buenas-pr%C3%A1cticas-para-la-protecci%C3%B3n-al-consumidor-financiero>

IV. Elementos de una estrategia de Educación Financiera

La Política debe plasmarse en acciones concretas que permitan cumplir con sus objetivos. El conjunto de esas acciones constituye la Estrategia de EF de la CMF. La Estrategia de EF se construye sobre la base de tres pilares, que son:

- 1) Focalización
- 2) Comunicación
- 3) Medición



1) Focalización

Las acciones de EF de la CMF deben focalizarse en grupos específicos de clientes financieros. La focalización es necesaria tanto por restricciones de recursos, como por el hecho, ya comentado, que son particularmente los clientes financieros minoristas quienes tienen mayores brechas de capacidades financieras y menores medios para resolverlas por sí mismos. En consecuencia, es sobre este grupo donde las intervenciones deberían tener un mayor impacto.

Dentro del segmento de clientes financieros minoristas, las actividades de EF se concentrarán en aquellos públicos que resulten prioritarios. Para esta última definición, se usarán los resultados de las mediciones de brechas de capacidades financieras existentes en la población. Según distintos estudios y encuestas⁹, actualmente estas brechas son mayores en el caso de las mujeres, los jóvenes, y los adultos mayores. Además, estas brechas aumentan en el caso de personas con bajos niveles educacionales, bajos ingresos y que viven en zonas rurales.

Por cierto, la definición de los focos donde se deba concentrar los esfuerzos de EF no es una cuestión estática. Así, al preparar el Plan Anual de EF se deberá revisar las necesidades de los distintos grupos de clientes financieros y escoger actividades y destinatarios según las brechas que se identifique, y los desarrollos de mercado. Al respecto, las actividades de EF se concentrarán en aquellos productos y servicios financieros más demandados.

9/ Encuesta de medición de capacidades financieras en los países andinos: Chile 2016 (SBIF-CAF); Educación financiera en Chile, realidad y propuestas, 2020 (FEN Universidad de Chile, ABIF); Encuesta de alfabetización y comportamiento financiero en Chile, 2017 (Centro UC Políticas Públicas).



2) Comunicación

Los esfuerzos de EF se deben implementar usando los instrumentos y medios que permitan equilibrar su efectividad para llegar con los mensajes a los públicos definidos, dadas las restricciones presupuestarias.

Al respecto, y sin que ello implique renunciar a realizar actividades de EF por otros medios, los canales digitales deben recibir atención especial al momento de definir las actividades que se vayan a desarrollar en el marco del Plan Anual de EF. En particular, se evaluará preferentemente las actividades a través de CMF Educa; canal You Tube; y redes sociales.

Las actividades de carácter presencial estarán acotadas, y se concentrarán en difusión (por ejemplo, charlas sobre el rol de la CMF; o nuevas leyes); concientización sobre la importancia de la EF (por ejemplo, mes de la EF; World Investor Week; Global Money Week); y charlas solicitadas por entidades académicas, ONG´s, gremiales y del Estado, siempre que ellas se ajusten a las definiciones de la Política y de la Estrategia de Educación Financiera.

Además, se buscará establecer vehículos para la cooperación con entidades académicas, sindicales, gremiales y del Estado que desarrollen programas de EF que sean consistentes con las definiciones de la Estrategia y el Plan Anual de EF de la CMF. Preferentemente, esta cooperación tomará la forma de apoyo técnico de la CMF para la preparación y desarrollo de las actividades correspondientes.

La CMF procurará participar activamente en la Comisión Asesora Presidencial para la Inclusión Financiera (CAPIF), ya sea en las definiciones e implementación de la Estrategia Nacional de Educación Financiera o en una futura Estrategia Nacional de Inclusión Financiera. Además, mantendrá la debida coordinación con otras entidades públicas que desarrollen actividades de EF, para evitar duplicidad de esfuerzos y asegurar el máximo impacto del conjunto de las iniciativas en este ámbito.



3) Medición

Medir si las iniciativas o actividades desarrolladas ayudan o no a lograr sus objetivos es una condición necesaria para que el diseño de los Planes de Educación Financiera considere aquellas actividades de alta eficacia y se mejore aquellas que muestren debilidades. Por lo tanto, se procurará medir los resultados de las actividades que se desarrollen.

Para esto, es importante definir las metas y objetivos de cada actividad. Las métricas específicas se desarrollarán en el Plan Anual de EF. La mayor dificultad se presenta respecto a la medición de impacto. Los eventuales cambios de comportamiento que resulten de una acción de educación financiera se pueden identificar siempre que existan mediciones que muestren la situación antes de implementarse dicha acción, e inmediatamente después de ella, y siempre que se puedan aislar los efectos de otras circunstancias y hechos concurrentes a la acción que se implemente.

Este tipo de medición es compleja y requiere, en general, de muchos recursos. En consecuencia, sin sacrificar el objeto de medición de impacto, se reconoce que el alcance de las mediciones que se realicen dependerá de la disponibilidad de insumos y recursos. Con todo, se procurará evaluar el resultado de todas las actividades que se realizan, al menos respecto de:

- **Cobertura:** Esto implica cuantificar, según sea el caso, el número de personas que participan en una actividad, o la cantidad de visitas o descargas de archivos, para tener una estimación de la población alcanzada.
- **Calidad:** La CMF medirá la adecuación de sus actividades usando como base la Carta Circular N°4-2017 Bancos de Lineamientos de Educación Financiera.

V. Plan anual de Educación Financiera

Anualmente se confeccionará un Plan Anual de EF, sobre la base de la Política y Estrategia de EF. Este Plan Anual deberá hacerse cargo de:

1) Definir los grupos a los cuales estarán dirigidas las actividades.

Sobre la base de datos administrativos y de los resultados de las diferentes encuestas de capacidades financieras, se definirá los grupos objetivos respecto de los cuales realizar actividades de educación financiera, considerando las brechas de capacidades financieras, las oportunidades de mayor impacto potencial y los recursos disponibles.

2) Definir las actividades a realizar para cumplir con los objetivos de la Política.

Se identificará las actividades específicas a desarrollar para avanzar en el logro de los objetivos definidos en la Política, respecto de los grupos que se hayan definido. Se definirá el objetivo de cada actividad, su contenido, y los medios a utilizar para implementarla, considerando la experiencia y medición de impacto de las actividades ejecutadas por la CMF en años anteriores o de otras instituciones, y los estudios en la materia.

En la definición de actividades se considerará también la necesidad de responder a circunstancias específicas que sean resultado de cambios legales y normativos, y a las condiciones del mercado financiero.

3) Identificar los responsables a cargo de cada actividad, los recursos asignados a cada tarea, el tiempo asignado a cada una de ellas y la forma de medición.

Se definirá los responsables y el equipo que desarrollará cada actividad y se planificará su preparación.

La propuesta de Plan Anual será discutida por el Comité de Educación Financiera. Una vez aprobado en esta instancia, se llevará su versión final al Consejo para su aprobación, durante el mes de noviembre del año previo a su vigencia.

VI. Estructura interna y responsabilidades en Educación Financiera

Las labores de EF suponen los esfuerzos de diferentes áreas, departamentos y Direcciones Generales de la Comisión. Los aportes requeridos de las distintas unidades para gestionar de manera adecuada la Política de EF son los siguientes:

- **Departamento de Educación Financiera (Dirección General de Supervisión de Conducta de Mercado):** Unidad líder. Responsable de presentar propuestas para actualizar la Estrategia y el Plan Anual. Responsable, además, de generar los contenidos de EF; la mantención de las herramientas de comparación de productos; la realización de actividades de EF; y la coordinación con entidades externas nacionales.
- **Área Comunicación, Educación e Imagen:** Responsable de difundir las actividades de EF organizadas por la Comisión (por ej., Mes de la Educación Financiera, charlas o exposiciones) y elaborar contenido informativo y educativo relacionado con el quehacer de la Comisión a objeto de difundirlo a través de sus plataformas institucionales (www.cmfchile.cl, www.cmfeduca.cl), sus redes sociales (Twitter, Instagram, LinkedIn), y medios de comunicación masiva.
- **Dirección General de Estudios:** Responsable de colaborar y participar en materias de estudios relacionados con impacto en EF, como también mediciones de capacidades financieras.
- **Dirección General Jurídica:** Responsable de prestar asesoría jurídica en las diversas materias jurídicas relacionadas con la implementación de la Estrategia y el Plan de EF, que no sean de competencia de Secretaría General.
- **Dirección General de Regulación de Conducta de Mercado:** Responsable de la elaboración de regulaciones relacionadas a la materia si fuera el caso.

La distribución de responsabilidad en distintas Direcciones Generales, Áreas y Unidades hace necesario tener una estructura, una gobernanza, que permita coordinarse de buena manera.

Comité de Educación Financiera

Creado por el Presidente mediante Resolución. Está compuesto por el Director General de la Dirección de Supervisión de Conducta de Mercado, quien lo presidirá, el Jefe(a) de Área de Comunicaciones, Educación e Imagen, el Director(a) General de Estudios, el Director(a) General de Regulación de Conducta de Mercado y el Director(a) General Jurídico, todos ellos con derecho a voz y voto.

Adicionalmente, asistirán con derecho a voz, el Director(a) de Supervisión de Conducta de Mercado de Entidades Financieras y el Jefe (a) del Departamento de Educación Financiera, quien actuará como secretario técnico.

Se entiende que los miembros antes señalados son los titulares y que, en caso de no poder asistir, los reemplazarán sus suplentes, que son los que conforme a sus resoluciones les corresponde subrogar a los titulares en sus funciones.

El Presidente del Comité podrá invitar a las sesiones a otros(as) funcionarios(as) de la CMF o asesores que estime pertinente, los que sólo tendrán derecho a voz.

Las normas de funcionamiento del Comité, tal como el quórum para sesionar, de adopción de acuerdos y el levantamiento de actas consta en la Resolución de creación del mismo.

El Comité de Educación Financiera tiene como objetivo principal el coordinar las labores que realiza la Comisión en materia de Educación Financiera, de manera de mejorar la utilización de los recursos y evitar la duplicidad de tareas.

El Comité reportará anualmente en forma directa al Consejo de la Comisión.

Las reuniones del Comité de Educación Financiera serán citadas por su Presidente(a) cada vez que sea necesario, debiendo sesionar, al menos, una (1) vez por trimestre.





REGULADOR Y SUPERVISOR FINANCIERO DE CHILE

www.cmfchile.cl