



COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

Bruselas, 18.12.2007
COM(2007) 808 final

COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN

LA EDUCACIÓN FINANCIERA

COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN

LA EDUCACIÓN FINANCIERA

1. INTRODUCCIÓN

La educación financiera permite a los individuos mejorar su comprensión de los conceptos y productos financieros y adquirir las competencias necesarias para mejorar su cultura financiera, es decir, para ser consciente de los riesgos y oportunidades, y tomar decisiones con conocimiento de causa a la hora de elegir servicios financieros. Se trata de una tarea permanente que se extiende a lo largo de toda la vida de una persona. La educación financiera es un complemento de las medidas destinadas a asegurar que los consumidores tengan acceso a la información, la protección y el asesoramiento adecuados¹. La suma de estas políticas contribuye a capacitar a los consumidores para tomar las mejores decisiones según sus circunstancias financieras.

Numerosos estudios internacionales han mostrado que, en general, los consumidores tienen una comprensión deficiente de las cuestiones financieras y de la economía básica. Al mismo tiempo, la educación de los ciudadanos sobre asuntos financieros es cada vez más importante a medida que la innovación y la mundialización aumentan la gama y la complejidad de los servicios financieros ofrecidos. Las actuales dificultades en el mercado de hipotecas de alto riesgo de los Estados Unidos, donde muchos consumidores han contratado hipotecas por encima de sus posibilidades, debido, en parte, a una falta de comprensión de las características del producto, nos viene a recordar la magnitud del problema. A este respecto, los Estados miembros deben desempeñar un papel central pero la Unión Europea puede prestarles asistencia.

¹ La información al consumidor y su protección son un componente fundamental de la legislación comunitaria sobre servicios financieros, por ejemplo, la Directiva sobre los mercados de instrumentos financieros, con sus disposiciones sobre la protección del inversor minorista; la actual revisión de las Directivas sobre los organismos de inversión colectiva en valores mobiliarios (OICVM), incluido el folleto simplificado; las Directivas sobre el crédito al consumo, la comercialización a distancia de servicios financieros y los mediadores de seguros, y las propuestas del Libro Blanco sobre el crédito hipotecario, cuya finalidad es que los consumidores puedan tomar las decisiones adecuadas al adquirir un producto financiero. La Comisión tiene intención de efectuar un estudio transectorial en 2008 sobre la adecuación y coherencia de los requisitos de información que establece la legislación comunitaria sobre servicios financieros, lo cual también se analiza en las evaluaciones de las normas específicas correspondientes.

La importancia de una buena educación financiera ha sido reconocida a nivel mundial y comunitario, por ejemplo, en el Libro Blanco sobre la política de los servicios financieros (2005-2010)², el Libro Verde sobre los servicios financieros al por menor en el mercado único³ de mayo de 2007 y la Propuesta de Resolución del Parlamento Europeo sobre la política de los servicios financieros (2005-2010)⁴, adoptada en julio de 2007. La cuestión de la educación financiera se planteaba también en las conclusiones del Consejo ECOFIN de 8 de mayo del 2007, en las cuales éste invita a los Estados miembros a que «redoblen notablemente sus esfuerzos por sensibilizar a los hogares acerca de la necesidad que tienen de obtener una información y una educación apropiadas, si procede en combinación con las responsabilidades e iniciativas del sector financiero, con objeto de potenciar la preparación de los hogares al tiempo que se mantiene la protección de los inversores».

En el informe de la Comisión sobre un mercado único para la Europa del siglo XXI⁵ se anunciaba la educación financiera como componente esencial de su labor para asegurar que el mercado único pueda aportar beneficios directos a los ciudadanos europeos, especialmente capacitándolos no sólo para buscar los mejores servicios financieros entre los que se ofrecen tanto en el propio Estado miembro como más allá de sus fronteras, sino también para comprender algunos conceptos básicos esenciales de las finanzas personales.

La finalidad de la presente Comunicación es ayudar a los interesados en la preparación de planes de educación financiera,

- sensibilizando respecto a la necesidad de afrontar el problema de la escasa cultura financiera,
- fomentando y promoviendo la educación financiera de alta calidad dentro de la Unión Europea, entre otras cosas, mediante el intercambio de las mejores prácticas,
- desarrollando algunas herramientas de ayuda prácticas para conseguir estos objetivos.

2. LA CRECIENTE IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA

Los servicios financieros constituyen un sector en rápida evolución. La innovación y la mundialización permiten el acceso a una creciente gama de productos y servicios destinados a satisfacer una gran variedad de necesidades y circunstancias. Los avances tecnológicos, los nuevos canales de distribución electrónica y la integración de los mercados financieros han aumentado la gama de servicios que se ofrece y las maneras en que están disponibles; sin embargo, para muchos ciudadanos, los productos son inherentemente complejos y su rendimiento futuro es difícil de evaluar. Las asimetrías en la información siguen siendo significativas: incluso productos financieros relativamente simples pueden parecer bastante complejos a un ciudadano medio que tenga poca o ninguna educación financiera. Algunos estudios recientes muestran la magnitud de los problemas a los que se enfrentan los consumidores.

² COM(2005) 629.

³ COM(2007) 226.

⁴ P6_TA-PROV(2007)0338/a6-0248/2007.

⁵ COM(2007) 724, SEC(2007) 1520.

- ***En general, se considera que las cuestiones financieras son difíciles de entender.*** La gente reconoce cada vez más que carece de competencias esenciales para tratar y comprender asuntos financieros. Esta situación puede tener consecuencias significativas en su capacidad de interactuar con los suministradores de servicios financieros y obtener el mejor trato posible. Un estudio húngaro constató que los consumidores no conocían términos financieros básicos: el 70% de los entrevistados no sabía que quería decir inflación⁶. Otro estudio efectuado en Francia, España e Italia mostró también que una gran parte de la población con bajos ingresos no prestaba atención a la diferencia en costes y condiciones entre instituciones financieras y no eran capaces de evaluarlos⁷.
- ***A menudo se sobrevalora la propia comprensión de los servicios financieros.*** Es poco probable que los consumidores sean receptivos a la educación financiera a menos que se den cuenta de que es importante para ellos. Por eso, el primer paso es sensibilizar a los que «no saben que no saben» de asuntos financieros. Los entrevistados en diversos estudios efectuados en Estados Unidos manifestaron su confianza respecto a su comprensión de los problemas financieros pero, al ser sometidos a pruebas, mostraron que esta comprensión era en realidad muy limitada⁸. En otro estudio australiano, mientras dos tercios de los entrevistados creían que tenían una cultura financiera, sólo un cuarto aproximadamente comprendía el concepto de interés compuesto⁹.
- ***Mucha gente no planifica con suficiente antelación o no elige productos que satisfagan sus necesidades.*** La consecuencia es que están más expuestos a endeudarse y a tener dificultades si cambian sus circunstancias personales (por ejemplo, en caso de un fallecimiento, una ruptura de una relación o un período de paro). Esta situación también dificulta que pueda disfrutarse de un nivel de vida satisfactorio durante la jubilación. Un estudio realizado en el Reino Unido encontró que en todos los niveles de renta mucha gente no planifica y que el 70% no disponía de provisiones para cubrir una caída inesperada de los ingresos¹⁰.

Sin embargo, los consumidores están dispuestos a aprender sobre cuestiones financieras. A pesar de las abundantes pruebas de los bajos niveles de cultura financiera, los consumidores son cada vez más conscientes de que la comprensión de los problemas financieros será cada vez más importante para ellos y sus familias. Un estudio de VISA mostró que los padres sitúan la adquisición de una buena cultura financiera en segundo lugar dentro de sus prioridades, sólo superada por la seguridad personal¹¹.

⁶ Gecser, «Presentation on 8 steps to teach young Hungarians to use their money in a smart way», Financial Capability Conference, Brussels, 28 March 2007.

⁷ Nieri, «Access to Credit: the Difficulties of Households, New Frontiers in Banking Services: Emerging Needs and Tailored Products for Untapped Markets», Springer Verlag: Berlin, 2006.

⁸ Mandell, «Personal Finance Survey of High School Seniors», The Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy, 2004.

⁹ ANZ Banking Group, «ANZ Survey of Adult Financial Literacy in Australia», 2003.

¹⁰ Financial Services Authority, «Financial Capability in the UK: Establishing a Baseline», 2006.

¹¹ The Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy, «Making the case for financial literacy», 2007.

3. BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES QUE APORTA UNA BUENA EDUCACIÓN FINANCIERA

La aportación de un nivel adecuado de educación financiera a los ciudadanos en todas las etapas de la vida puede beneficiar a todas las edades y a todos los niveles de renta, pero también beneficia a la economía y la sociedad en su conjunto. Por supuesto, la educación financiera debe considerarse un complemento de una protección adecuada de los consumidores y del comportamiento responsable de los proveedores de servicios financieros. No se puede tener en absoluto por la única solución para poner remedio a las asimetrías en la información entre los consumidores y los proveedores.

3.1. Beneficios para las personas, la sociedad y la economía

Beneficios para las personas

La educación financiera puede ayudar a los niños a comprender el valor del dinero y enseñarles a presupuestar y a ahorrar. Asimismo, puede dar a los estudiantes y a los jóvenes en general una preparación importante para vivir de manera independiente, por ejemplo, a la hora de gestionar y devolver los préstamos para estudios, y también puede ayudar a los adultos a planificar acontecimientos importantes, como la compra de una vivienda o la decisión de ser padres. Además, puede ayudar a los ciudadanos a hacer las provisiones necesarias para hacer frente a situaciones imprevistas, a invertir juiciosamente y a ahorrar para la jubilación. Por otra parte, puede ayudar a evitar que sean víctimas de fraude al hacer sus pagos. Los que comprenden los problemas financieros eligen los servicios financieros que mejor se adaptan a sus necesidades particulares y están más predispuestos a hacer caso de los avisos de riesgos emitidos por las autoridades reguladoras. También es menos probable que adquieran productos que no necesitan, queden vinculados por productos que no comprenden o asuman riesgos que podrían crearles dificultades financieras.

Beneficios para la sociedad

Los efectos de la educación financiera van más allá de las personas afectadas, beneficiando también a la sociedad en general. La cultura financiera puede ayudar a abordar problemas de exclusión financiera: los que han recibido algún tipo de educación sobre cuestiones financieras es mucho más probable que se dirijan a las entidades principales de crédito y no tengan que recurrir a prestamistas marginales con mayores costes y mayores riesgos o a usureros. También puede alentar a los ciudadanos, incluso a los que tienen bajos ingresos, a planificar y a ahorrar una parte de sus ingresos, así como a desarrollar aptitudes que permitan formar a los financieros del mañana.

Beneficios para la economía

La educación financiera puede contribuir a la estabilidad financiera ayudando a los consumidores a elegir los productos y servicios adecuados, lo cual da lugar a unas tasas de morosidad más bajas, por ejemplo en lo que se refiere a préstamos e hipotecas, y a un ahorro y una inversión más diversificados y, por tanto, más seguros. Así pueden evitarse, o al menos atenuarse, situaciones como las que se han dado en el mercado estadounidense de las hipotecas de alto riesgo en 2007, con las consiguientes repercusiones más amplias en los mercados financieros mundiales. Unos ciudadanos con cultura financiera, capaces de buscar productos y servicios mejores, más baratos y más adecuados pueden impulsar la eficiencia en el sector financiero y mejorar el bienestar económico promoviendo una mayor competencia, estimulando la innovación y demandando mejoras en la calidad y la diversidad. Por otro lado,

los ciudadanos que adquieren confianza en la inversión pueden aportar una liquidez adicional a los mercados de capitales, que luego puede transmitirse a la financiación de las pequeñas empresas en la Unión Europea, aspecto clave para la promoción del crecimiento y el empleo. Las organizaciones de consumidores, bien estructuradas y con cultura financiera, pueden también actuar como contrapeso político en la elaboración de la legislación, disminuyendo las posibilidades de que el sector financiero condicione a su favor la reglamentación. En conclusión, existe un potencial significativo de que los efectos positivos de la educación financiera se filtren a toda la economía.

La educación financiera puede habilitar a los consumidores para elegir los productos mejor ajustados a sus necesidades, con independencia del emplazamiento del proveedor de servicios financieros, aprovechando así las oportunidades del mercado interior. A la inversa, una mayor cultura financiera y la voluntad de los consumidores de cambiar de proveedores también pueden volver más atractivo para los proveedores de servicios financieros acceder a nuevos mercados en otros Estados miembros, con lo que aumentaría la actividad transfronteriza.

3.2. La educación financiera dentro de la Unión Europea

Dos estudios recientes y muy amplios, financiados por la Comisión Europea¹², nos aportan un panorama de las diversas iniciativas de los Estados miembros relacionadas con la educación financiera en la UE:

- La educación financiera corre a cargo de una amplia gama de agentes, desde autoridades responsables de la supervisión financiera a organismos de alfabetización de adultos, servicios de asesoramiento sobre deudas, asistentes sociales, federaciones del sector de las finanzas, organizaciones de microfinanciación, representantes de los consumidores, autoridades educativas, entidades financieras, autoridades responsables de la vivienda y otros. Las autoridades nacionales (los ministerios de los gobiernos, los supervisores financieros, los bancos centrales, etc.) son los impulsores de programas sobre este tema en 11 Estados miembros.
- La impartición de educación financiera parece ser especialmente intensa en algunos Estados miembros comunitarios, como el Reino Unido, Alemania, Austria, los Países Bajos e Italia. En muchos otros, como Grecia, Bulgaria y Letonia, la actividad en este sentido es escasa o nula.
- El tema más corriente de los programas de educación financiera es «los aspectos básicos de la gestión del dinero», por ejemplo, cómo utilizar una cuenta bancaria. En segundo lugar, viene cómo presupuestar, incluida la gestión del crédito y la deuda. Los problemas de la inversión, el ahorro y la jubilación, los seguros y la gestión de riesgos figuran de manera menos destacada, lo cual indica que requieren una mayor atención en el futuro.

El público destinatario de los programas se divide por igual entre los niños y jóvenes, por una parte, y los adultos, por otra. Sólo hay algunos programas que parecen dirigirse a un público más específico, como las personas próximas a la jubilación, las mujeres, las minorías étnicas o los perceptores de bajos ingresos.

¹² Observatoire du Crédit et de l'Endettement *et al*, FES – «Better access to financial services and financial education» (2007), «Report of the survey on Financial Education», April 2007 and Evers & Jung, «Survey on Financial Literacy Schemes in the EU27», November 2007.

3.3. Evaluación del impacto positivo de las iniciativas sobre educación financiera

Dado que los cambios en el comportamiento sólo se perciben a largo plazo, se han hecho relativamente pocas evaluaciones de los beneficios de los programas de educación financiera. Los datos disponibles, como los volúmenes del crédito al consumo, el número de morosos, las quejas de los consumidores y la variación del gasto social a causa de la mediación en casos de endeudamiento son de una utilidad limitada para evaluar si las iniciativas de educación financiera han contribuido directamente a estos cambios en el comportamiento. Es difícil distinguir entre el impacto de un programa de educación financiera, las influencias más amplias del mercado como los índices de empleo, los aumentos de sueldos, la innovación financiera, etc., y las circunstancias y el entorno personales que afectan al comportamiento de un individuo.

Por tanto, las evaluaciones tienden a centrarse en la participación en los distintos programas de educación financiera, utilizando indicadores como: el aumento del número de participantes, las publicaciones solicitadas, las visitas a los sitios web, la cobertura en la prensa, las consultas recibidas, etc. Un instrumento efectivo que utilizan algunos prestadores de servicios de educación financiera, entre ellos los Estados miembros, son los estudios de la situación de partida, que dan una instantánea del nivel de alfabetización financiera de la población, pueden contribuir a indicar prioridades, y facilitan el control de los avances tras un determinado período de tiempo.

Ha habido también varios intentos de analizar los cambios en el comportamiento que puedan derivarse de la educación financiera.

- En un centro de trabajo del Reino Unido se hicieron algunas evaluaciones de un programa de educación financiera que mostraron que el 82% de los asistentes había decidido hacer algo al respecto (por ejemplo, contratar un plan de pensiones voluntario o pagar deudas) como consecuencia de su asistencia a los seminarios. Al ser contactados tres meses después el 60% ya había puesto en práctica estas intenciones¹³.
- Las investigaciones realizadas en los Estados Unidos han mostrado que los seminarios de preparación para la jubilación van asociados generalmente a unos índices mayores de participación en planes de pensiones profesionales voluntarios y a un aumento de las contribuciones a estos planes¹⁴. Otras investigaciones han mostrado también que estos seminarios pueden influir en la acumulación de riqueza tanto neta como bruta¹⁵.
- Las investigaciones sobre la eficacia del asesoramiento previo a la compra de vivienda para personas con bajos ingresos en los Estados Unidos han hallado que los prestatarios potenciales que reciben este asesoramiento antes de comprar tienen un índice de morosidad un 13% inferior por término medio¹⁶.

¹³ Dredge, «Presentation on Financial Capability in the workplace», Financial Capability Conference, Brussels, 28 March 2007.

¹⁴ Bayer, Bernheim, Scholz, «The effects of financial education in the workplace: evidence from a survey of employers», June 1996.

¹⁵ Lusardi, «Saving and the effectiveness of Financial Education», Pension Research Council Working Paper 2003-14, Pension Research Council, 2003.

¹⁶ Hirad, Zorn, «Empirical Evidence of the effectiveness of pre-purchase homeownership counselling», May 2001.

Estos ejemplos muestran los cambios positivos en el comportamiento que pueden derivarse de la participación en programas de educación financiera. La Comisión piensa promover la divulgación de la investigación y las evaluaciones realizadas hasta la fecha.

4. CONTEXTO PARA UNA ACTUACIÓN A NIVEL COMUNITARIO

Respetando plenamente las competencias educativas de los Estados miembros, la UE ha llevado a cabo una serie de actividades en el campo de la educación financiera y puede actuar en apoyo de los interesados. Además, el artículo 153 del Tratado dispone que la Comunidad contribuirá a promover el derecho a la información y a la educación de los consumidores a fin de salvaguardar sus intereses y adoptará medidas que apoyen, complementen y supervisen la política llevada a cabo por los Estados miembros. La educación financiera también puede ser de utilidad para apoyar el mercado único de los servicios financieros, ayudando a los ciudadanos a buscar los servicios financieros más adecuados a sus necesidades, independientemente de donde esté situado el prestador de estos servicios. En este contexto, podría estar indicada una actuación a nivel comunitario

La Comisión ya ha tomado algunas medidas iniciales para abordar la cuestión de la educación financiera. Ha creado un sitio web, Dolceta¹⁷, que ofrece educación sobre el consumo para adultos. Este sitio web, traducido a todas las lenguas comunitarias y adaptado a las características concretas de cada mercado nacional, fue desarrollado inicialmente para instituciones que trabajan en la educación de adultos. Uno de los módulos de este sitio está dedicado a los servicios financieros, explicando temas como la confección de presupuestos, los créditos al consumo y los préstamos para vivienda, los medios de pago y las inversiones.

Otra iniciativa es la «Agenda Europa»¹⁸, un folleto distribuido a los estudiantes de secundaria para informarlos de sus derechos como consumidores. En él se incluye una sección sobre el dinero y las deudas, donde se explica cómo funcionan las instituciones y productos financieros y se advierte respecto a los peligros del endeudamiento excesivo.

En marzo de 2007, la Comisión organizó una Conferencia sobre «La mejora de la capacitación financiera» para destacar la importancia de la educación financiera de alta calidad y crear un foro para el intercambio de las mejores prácticas¹⁹.

El Libro Verde sobre los servicios financieros al por menor en el mercado único²⁰ indicaba que podía hacerse más para fomentar la educación financiera, en lo cual coincidían la gran mayoría de los entrevistados en esta consulta. Muchos de ellos consideraban que la educación debía seguir siendo competencia de las autoridades nacionales y proponían que la Comisión llevase a cabo una tarea de recogida y difusión de información sobre las mejores prácticas y de elaboración de principios no vinculantes para ayudar a los que imparten educación financiera. Otros sostenían que los beneficios de la educación financiera sólo se verían a largo plazo y que no debía desviarse la atención respecto a la necesidad de unas disposiciones rigurosas de protección del consumidor en la legislación sobre los servicios financieros.

¹⁷ Development of On-Line Consumer Education Tools for Adults, www.dolceta.eu

¹⁸ http://ec.europa.eu/consumers/cons_info/consumer_diary_en.htm

¹⁹ En http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/capability/index_en.htm puede consultarse un resumen de la conferencia y las ponencias presentadas.

²⁰ COM(2007) 226.

5. PRINCIPIOS BÁSICOS PARA UNOS PLANES DE EDUCACIÓN FINANCIERA DE ALTA CALIDAD

Basándose en su descripción de los planes de educación financiera que ya se aplican en la Unión Europea, la Comisión considera que es conveniente definir algunos principios que puedan ayudar a las autoridades públicas, los prestadores de servicios financieros, las organizaciones de consumidores, los empresarios y otros interesados en sus esfuerzos para lanzar y gestionar programas de educación financiera²¹. Estos principios tienen en cuenta la diversidad de enfoques y métodos disponibles para desarrollar una estrategia de educación financiera fructífera.

Principio 1: La educación financiera tiene que promocionarse activamente y debe estar disponible en todas las etapas de la vida de manera continua.

La educación financiera tiene que estar disponible para hacer frente a los problemas financieros que entrañan acontecimientos reales de la vida de los ciudadanos, desde los que afectan a los jóvenes a los que interesan a los jubilados. Los programas han de ser adaptables a la situación financiera de los ciudadanos y a su nivel de comprensión de las cuestiones financieras.

Principio 2: Los programas de educación financiera tienen que orientarse cuidadosamente de manera que satisfagan las necesidades concretas de los ciudadanos. A fin de conseguir este objetivo, deben realizarse investigaciones ex ante sobre el actual nivel de conciencia financiera de los ciudadanos, para detectar qué problemas en particular tienen que abordarse. Además, los programas tienen que ser fácilmente accesibles y ponerse a disposición de los interesados en el momento oportuno.

La educación financiera debe satisfacer una necesidad concreta: para los que empiezan a trabajar, los parados, los que piensan fundar una familia, los adultos jóvenes, los endeudados, etc. Es importante asegurar que el programa se dé de manera comprensible y en un formato que pueda facilitar la consulta o el acceso del usuario cuando lo necesite.

Los empresarios deben estudiar de qué manera podría impartirse una educación financiera en el puesto de trabajo, posiblemente en conjunción con información sobre planes de pensiones profesionales.

Principio 3: Los consumidores deben recibir educación sobre asuntos financieros y económicos lo antes posible, empezando en la escuela. Las autoridades nacionales deben estudiar la posibilidad de que la educación financiera forme parte obligatoriamente de los planes de estudios.

²¹ Los principios se ajustan a las directrices de la OCDE que figuran en el documento «Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness», de 2005, y que fueron ratificadas por todos los miembros de la organización, entre ellos muchos Estados miembros (disponible en <http://www.oecd.org/dataoecd/7/17/35108560.pdf>).

Es esencial que los jóvenes adquieran los conocimientos financieros y económicos básicos en la enseñanza primaria y secundaria. La Comisión ha hecho pública una Recomendación sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente (2006/962/EC) que apoya el desarrollo de competencias, como la capacidad de aplicar el pensamiento matemático a las situaciones de la vida cotidiana, la comprensión amplia del funcionamiento de la economía y la capacidad de planificar y gestionar la propia vida. En este contexto, las autoridades educativas nacionales y regionales deben estudiar de qué manera podría incluirse la educación financiera y económica en los planes de estudios.

Principio 4: Los planes de educación financiera deben incluir instrumentos generales de sensibilización respecto a la necesidad de mejorar la comprensión de los problemas y riesgos financieros.

Los consumidores no siempre son conscientes de su falta de comprensión de los problemas y riesgos financieros, lo cual es el primer paso para estar abierto a la educación sobre estas cuestiones. Las herramientas como los cuestionarios de auto-evaluación y las campañas publicitarias sobre conocimientos financieros pueden contribuir a esta concienciación.

Principio 5: La educación financiera que imparten los prestadores de servicios financieros debe aportarse de manera equitativa, transparente e imparcial. Hay que poner cuidado en que esta educación esté siempre al servicio de los intereses de los consumidores.

Previa consulta a los consumidores o a los representantes de los inversores, debe alentarse al sector de los servicios financieros a lanzar iniciativas para contribuir al desarrollo de la educación financiera y a poner sus conocimientos a disposición del público. Sin embargo, al impartir educación financiera al público, el sector tiene que garantizar que se haga una distinción clara entre educación financiera general, información respecto a productos concretos y asesoramiento a un cliente determinado respecto a un producto o servicio en particular. Asimismo, debe ponerse especial cuidado en la forma en que se anuncian los materiales para educación financiera, a fin de disipar cualquier preocupación respecto a la posibilidad de que estas distinciones queden difuminadas.

Principio 6: Los formadores en este campo han de contar con la formación y los recursos adecuados para dar cursos de educación financiera de manera fructífera y con confianza.

Una cuestión clave para el éxito de la educación financiera es capacitar a los que imparten los cursos: «formar a los formadores», lo cual no sólo se aplica a los enseñantes, sino también a los asistentes sociales, los empleados de banca, los voluntarios y otras personas que tratan con los clientes y que tienen que dar una formación de la manera más útil para su público. Para ello, habrá que preparar materiales y programas de formación fácilmente utilizables.

Principio 7: Debe promocionarse la coordinación nacional entre los interesados a fin de conseguir una definición clara de funciones, facilitar el intercambio de experiencias y racionalizar y priorizar recursos. La cooperación internacional entre los prestadores de servicios de educación financiera tiene que fortalecerse para facilitar el intercambio de los mejores prácticas.

Hay que alentar a las autoridades nacionales, los prestadores de servicios financieros, las asociaciones de consumidores, los educadores y otros interesados a cooperar en las tareas de educación financiera, lo cual permitiría definir unos objetivos más simples, obtener una mayor cobertura de los diferentes grupos de destinatarios, racionalizar y priorizar recursos, y mejorar el aprendizaje a partir de la experiencia. De la misma manera, a nivel internacional, la cooperación y la creación de redes entre los que trabajan en este campo podría poner de manifiesto a qué aspectos conviene prestar más atención, y facilitar el intercambio de las mejores prácticas.

Principio 8: Los prestadores de servicios de educación financiera tienen que evaluar regularmente y, en su caso, actualizar los planes que gestionan, para adecuarlos a las mejores prácticas en este campo.

Los prestadores de servicios de educación financiera deben incorporar a sus programas un elemento de evaluación regular de los progresos alcanzados y comprobar si se alcanzan los objetivos previstos. En caso de que no sea así, deben estudiar posibles modificaciones del programa para adecuarlo a los niveles conseguidos por los organismos más reputados.

La Comisión invita a las administraciones nacionales, los prestadores de servicios financieros, las organizaciones de consumidores y otros interesados a preparar estrategias nacionales de educación financiera con programas de educación financiera adecuados que respeten los principios anteriormente enunciados.

6. INICIATIVAS PREVISTAS Y ASISTENCIA PRÁCTICA

Aunque la Comisión considera que la responsabilidad principal de la educación financiera es de los Estados miembros, las entidades sin fines de lucro y los prestadores de servicios financieros, la Unión Europea puede contribuir a aportar asistencia práctica. En este sentido, la Comisión ha señalado como prioritarias las siguientes iniciativas:

- **Creación de una red de agentes de la educación financiera.** Muchos interesados apoyan la creación de redes y el aprendizaje a partir de la experiencia. A fin de impulsar este trabajo, la Comisión establecerá un grupo de expertos en educación financiera compuesto de representantes de las autoridades de los Estados miembros (incluidos los expertos en educación), los prestadores de servicios financieros, las organizaciones de consumidores y, en su caso, otros grupos. Sus objetivos serán compartir y fomentar las mejores prácticas sobre educación financiera; asistir a la Comisión en la detección de los problemas surgidos al impartirla; asesorar a la Comisión sobre la aplicación de los principios anteriores; controlar las prestaciones y la manera en que se imparte educación financiera, y contribuir a la evaluación de las medidas contenidas en la presente Comunicación durante el período que termina el 2010. A principios del 2008 se lanzarán convocatorias de manifestaciones de interés en esta red.
- **Patrocinio a los Estados miembros y las entidades privadas en la organización de conferencias nacionales o regionales sobre educación financiera.** La mayor parte de los programas de educación financiera son de alcance local, regional, o, en el mejor de los casos, nacional. Por ello, es necesario que los actos de sensibilización tengan lugar lo más cerca posible del público al que van destinados. La Comisión encarece a los Estados miembros y a las entidades privadas a organizar actos de este tipo, para lo cual puede aportar su patrocinio y participación. La participación de la Comisión ofrece una buena oportunidad de apoyar o estimular el inicio de foros de educación financiera, de promover

las mejores prácticas a escala local y de fomentar las iniciativas en marcha. Esas conferencias darán impulso, visibilidad y cobertura a los problemas de la educación financiera al nivel en el que tienen que abordarse.

- **Publicación de una base de datos en línea de planes de educación financiera y de la investigación efectuada en la UE.** Partiendo de los resultados de los estudios mencionados en el apartado 3.2 anterior, la Comisión prepara una base de datos en línea de planes de educación financiera de toda la Unión Europea, que dará información sobre los proyectos en lo que se refiere a su base geográfica, el tema tratado, el público destinatario y el contacto con los prestadores de servicios. Esta base de datos también pondrá en común los resultados de la investigación sobre educación financiera y sobre los niveles de alfabetización financiera en la Unión Europea. Su finalidad es facilitar la consulta de buenas prácticas y de los resultados de la investigación. La Comisión hará todo lo que esté en su mano para asegurar que los datos sean siempre exactos. Para mejorar la sensibilización respecto a esta base de datos, la Comisión publicará regularmente una hoja informativa que destacará las aportaciones a la base de datos nuevas o especialmente dignas de mención. La base de datos en línea estará disponible en 2008.
- **Desarrollo de un módulo sobre cultura financiera para la formación de profesores.** La iniciativa Dolceta ha resultado ya útil para facilitar la enseñanza de cuestiones financieras a adultos. Partiendo de este trabajo, la Comisión, a partir de principios de 2008, empezará a desarrollar un módulo de educación financiera para la formación de formadores. Este proyecto se abordará con la ayuda de pedagogos y expertos financieros de la Red de Formación Continua de las Universidades Europeas (European Universities Continuing Education Network, EUCEN). Este módulo Dolceta proporcionará a los profesores de enseñanza primaria y secundaria materiales listos para su uso, como formación en línea en Internet, con el fin de alentarlos y ayudarlos a incorporar las cuestiones financieras a los programas de estudios generales de manera voluntaria. Todos los materiales estarán adaptados a las culturas nacionales. Tras haber cursado el módulo de formación de formadores, los equipos nacionales de desarrollo, siempre que sea posible, participarán en actos de formación del profesorado para dar publicidad a los materiales de formación del consumidor y estimular a los profesores a utilizarlos.

7. CONTINUIDAD DE ESTAS ACTIVIDADES

La presente Comunicación es un elemento del paquete de medidas sobre los servicios financieros al por menor establecido en el informe sobre el mercado único para la Europa del siglo XXI, cuyo objetivo es conseguir una mejor transmisión a los ciudadanos europeos de los beneficios que supone la integración del mercado financiero. Buena parte del trabajo futuro de la Comisión se centrará en capacitar a los consumidores para que puedan elegir con conocimiento de causa. Los esfuerzos por mejorar la cultura financiera constituirán un importante componente de esta labor.

La Comisión continuará siguiendo el progreso de las diversas iniciativas indicadas en la presente Comunicación a fin de determinar si están cumpliendo los objetivos indicados anteriormente. Además, estas iniciativas serán objeto de una revisión completa en 2010.