



FIN-USE

EXPERT FORUM OF
FINANCIAL SERVICES USERS

Providing expertise for policymakers

**EDUCACIÓN FINANCIERA:
CAMBIANDO A SEGUNDA MARCHA**
Previendo el camino a seguir

Enero 2008

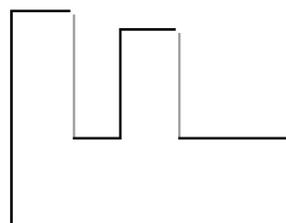
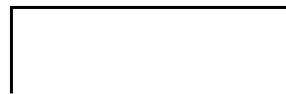
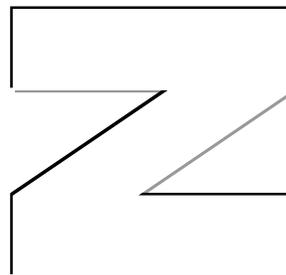
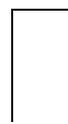
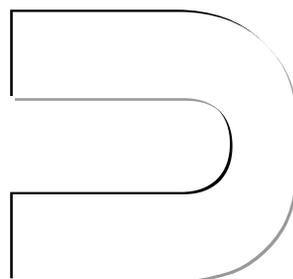
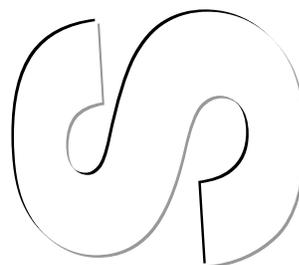
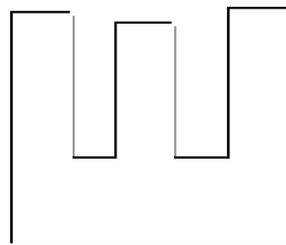
Versión española
Fernando Zunzunegui
Carlos Zarco Pleguezuelos

FIN-USE, c/o European Commission
SPA2 4/69, BE-1049 Brussels

Telephone: (32-2) 299 11 11
Telephone: direct line (32-2) 296 20 35
Fax: (32-2) 295 07 50

E-mail: FIN-USE@ec.europa.eu

http://ec.europa.eu/internal_market/fin-use_forum/index_en.htm



Los estudios en macroeconomía relacionan una alta correlación entre los llamados “mercados eficientes” con un aumento en el producto interior bruto. Esta ha sido una de las claves para llevar a cabo la integración de los mercados en la Unión Europea. En lo que se refiere al mercado de servicios financieros europeo, la integración de un mercado que funcione correctamente es trascendente para el bienestar de la comunidad Europea. El valor de las pensiones, de los ahorros y el coste de las hipotecas, por ejemplo, finalmente se determinan en estos mercados.

En todo tipo de mercados el usuario final, el consumidor, juega un papel crítico en el mercado y en la eficiencia con que éste funciona. En terminología económica clásica esta eficiencia se refleja a través de la relación entre la oferta y la demanda. En esta relación resulta fundamental para los consumidores el suministro de adecuada información en el momento de efectuar la elección de bienes y servicios. En muchos mercados la información de que disponen los consumidores al hacer sus elecciones es fácilmente accesible y entendible. Lamentablemente, ese no es el caso de los mercados de servicios financieros. En ellos existe asimetría en la información. El mercado y la información sobre productos y servicios es compleja y la mayoría de los consumidores tienen la sensación de que carecen de suficientes conocimientos y comprensión para poder participar de forma efectiva. Tácticas cuestionables de marketing y ventas inducen a menudo a los consumidores a adquirir productos que realmente no necesitan o que son inapropiados para sus circunstancias (Braunstein and Welch: 2002).

La Comisión Europea ha intervenido en el mercado de servicios financieros debido a su importancia. También han sido identificadas como aspectos cruciales en la efectividad del mercado algunas deficiencias, tales como asimetría en la información y otras formas de fallo de mercado. Ha jugado un papel fundamental en esta intervención la creación de una política que se ha visto concretada en directivas y reglamentos. En el proceso de formular políticas sólidas y constructivas es un requisito primordial el consultar con todas las partes afectadas por dicha normativa. Sin embargo lamentablemente se echa en falta el proceso de consultas con una de las partes más afectada, los consumidores.

Reconociendo la importancia del papel de los usuarios en el mercado de servicios financieros de la Unión Europea, la Comisión Europea en el mes de Abril de 2004 creó el FIN-USE. FIN-USE es un foro integrado por expertos con conocimientos y experiencia en consumidores y pequeñas empresas. El cometido del FIN-USE incluye desde responder a las peticiones de la Comisión de opiniones en iniciativas de políticas en el marco de los servicios financieros y de forma proactiva examinando aquellos asuntos que los miembros del foro han decidido investigar. Antes de la creación del FIN-USE había muy poca implicación de los consumidores en política a nivel europeo (con la excepción de BEUC y otras pocas organizaciones). Hacer que participen los usuarios resulta esencial en el desarrollo de políticas bien definidas y para conseguir mejor normativa que asegure que el mercado funciona de forma efectiva y colma las

FIN-USE

necesidades del usuario final. Por el contrario, la industria de servicios financieros ha tenido durante muchos años buenos recursos y ha sido, y continua siendo, un poderoso grupo de presión en el desarrollo de las políticas. Existen importantes evidencias que demuestran que esta desigualdad de poderes ha tenido como consecuencia un fallo de mercado. Las consecuencias de esto pueden ser desoladoras para los consumidores debido a que no han sido adecuadamente protegidos. Como ejemplos de fallos de mercado podemos mencionar la venta engañosa de pensiones e hipotecas en los estados miembros de la Unión Europea.

¿EDUCACIÓN FINANCIERA? POR SUPUESTO, ESTAMOS A FAVOR

La Comisión Europea, el Fondo Monetario Internacional, los comités Lamfalussy, el Parlamento Europeo, los reguladores financieros, los gobiernos, las asociaciones de consumidores y otros muchos han colmado de elogios y virtudes la educación financiera. Es cierto que la materia ha recibido la atención de los políticos. Algunos incluso han ido más lejos aun y han demostrado un profundo entusiasmo en el desarrollo e implementación de programas dirigidos a grupos específicos de usuarios de servicios financieros. A juzgar por lo que hasta el presente momento se ha dicho y se ha hecho, da la impresión de que todo el mundo quiere apuntarse al carro de la alfabetización en educación financiera.

Parece que existe consenso en que las fuerzas del mercado, la presión de la competencia y regulación (esta a veces adornada con rígidas normativas en la búsqueda de una mejor protección del consumidor) no han disipado los alarmantes modelos de escándalos por ventas engañosas, inversiones al margen de lo esperado, y más recientemente, colas multitudinarias de depositantes preocupados, entre otros. La educación financiera parece ser la nueva palabra de moda, junto con algunas variantes tales como alfabetización o capacidad financiera. Todo el mundo parece estar ahora hecho un manojo de nervios porque, apenas hace unos años, dar prioridad al consumidor podría no haber sido la máxima prioridad. Estudios recientes indican que más del 70% de la población se siente incapaz a la hora de adoptar sus decisiones financieras y los consumidores consideran que las inversiones financieras son demasiado complejas. Ahora que algunos políticos han sido pillados durmiendo la siesta, hay una prisa renovada por conseguir que estos temas se muevan a un ritmo más acelerado.

Es interesante ver que, si hay alguien que aun se crea que es suficiente con saber manejar el dinero o que considere que la enseñanza es la herramienta que dotará de capacitación a los consumidores y actuará una cura para todas las aflicciones de nuestros complejos, y frágiles, mercados financieros, entonces también deberíamos volver a empezar desde el principio. Sería erróneo pensar que la educación de los consumidores, o mejor todavía el desarrollo del conocimiento propio de forma individual, dejando que cada uno se forme a su aire, conducirá a cambios fundamentales en los mercados financieros al por menor, porque al hacerlo así nos llevaría a asumir que un amplio abanico de participantes e interesados quedarían liberados y absueltos de su propia responsabilidad.

FIN-UN-SE

No hay duda alguna de que la educación financiera es útil y que si se lleva a cabo de forma adecuada y no solo por el hecho de su mera impartición, todo el mundo debería encontrarla beneficiosa. Aquellos grupos que han estado involucrados de forma activa en esta actividad saben muy bien que la educación financiera no consiste en amontonar distintos temas como ahorros, inversiones y deudas y simplemente ponerlos en contacto con los consumidores. La oportunidad, más que el problema, se encuentra más profunda que eso.

- ¿Quién se molesta en leer con detenimiento sus pólizas de seguro, al menos una vez al año?
- Y si usted las lee, manos arriba aquellos que entiendan todos los aspectos de lo que están leyendo.
- ¿Quién se preocupa por leer minuciosamente el clausulado de los contratos de sus tarjetas de crédito?
- ¿Quién se molesta en pedirle a su banco una copia del folleto de tarifas y gastos repercutibles a la clientela? ¿Y en comparar los precios entre un banco y otro?
- Y si alguno se encuentra con algún problema -tal como un error en el extracto de movimientos de su tarjeta- ¿Cree usted que los consumidores encontrarán sencillo presentar una simple hoja de reclamaciones frente a su banco?

Por su propia naturaleza, muchos servicios financieros son a largo plazo por lo que solo es posible realizar una evaluación completamente informada de ellos tras un largo período de tiempo, cuando podría ser ya demasiado tarde para rectificar la decisión que se adoptó inicialmente (Devlin, 2003). Claramente, puede no ser fácil ni directo para muchos consumidores.

Muchas investigaciones indican que la falta de inteligencia financiera trasciende a todos los géneros, edades, razas y etnias. Es cierto, los datos indican que aquellos que están situados en los grupos del nivel de ingresos más bajo están, como se suponía, menos instruidos financieramente. Alan Greenspan en cierta ocasión remarcó que *“Un prestatario bien informado es sencillamente menos vulnerable al fraude y al abuso”*. Pero no nos dejemos engañar por la máxima que dice que cuanto más formado está uno, más educación financiera tiene. Incluso los que han estudiado más pueden ser víctimas de alguna estratagema -chiringuitos financieros, robo de claves o engaños con cheques impagados.

Sería una estupidez pensar que la educación financiera es la solución de muchos de los males que padecen nuestras finanzas personales -porque en realidad nunca se puede asegurar que la decisión que hemos tomado sea la “correcta”-. Un reciente artículo (Williams: 2007) destaca este asunto de una forma realmente clara: *El intento de los reguladores por mejorar el grado de conocimiento y las habilidades para tomar decisiones pueden ofrecer valiosos recursos a los consumidores, pero generalmente no proporcionan inmediata y destacable información sobre la relación entre una decisión financiera de un consumidor y sus consecuencias. Incluso educación*

financiera de éxito puede encontrarse con dificultades para demostrar a los consumidores que es lo que han ganado. Unas buenas capacidades para la toma de decisiones y unos mejores conocimientos pueden reducir el riesgo de que un consumidor obtenga productos financieros inapropiados ... pero un consumidor que evite tales productos apenas podrá llegar a percibir los beneficios de sus nuevas habilidades porque nunca se tropieza con los costes de comprar un producto inapropiado.

Dependiendo del ángulo desde el que analicemos este reto, puede ser que proporcionarles a los consumidores una caja de herramientas conteniendo las capacidades y habilidades financieras básicas sería complementario al desarrollo global, social y educativo, de la persona. Por ejemplo, un ingeniero, un abogado, quienes seguramente estarán bien formados en su campo de experiencia, puede que no necesariamente sean capaces de hacer un presupuesto, de distinguir entre una tarjeta de débito y de crédito, o de identificar si un correo electrónico recibido de su banco es realmente cierto o forma parte de un complejo intento criminal por obtener sus claves operativas y datos bancarios. Asimismo resulta importante dirigir los esfuerzos a identificar y a crear soluciones que se dirijan a remediar nuestra falta de conocimientos, nuestro exceso de confianza en el endeudamiento y nuestras propensiones (*para una perspectiva interesante ver Gross: 2004*). En esta era de información instantánea, de información en pantalla, resulta fácil para el marketing inútil o manipulativo enmascarar la información básica que podría llegar a ser un componente vital para determinar entre una decisión informada o carente de información. Incluso la campaña más intrusiva de educación del consumidor puede llegar a ser incapaz de determinar *como* el consumidor adopta sus decisiones. Justo de forma parecida al modo en que los consumidores asimilarán o percibirán de forma diferente las lecciones derivadas de un mismo proyecto de educación financiera (*Williams: 2007*).

Resulta interesante ver como ha ido evolucionando la forma de ofrecer la información -durante mucho tiempo se ha pensado que dar más información podía conducir a adoptar mejores decisiones-. Por el contrario, ello no es así, porque fácilmente podría conducir a una sobrecarga de información. La justificación que subyace al trabajo que actualmente está llevando a cabo el CESR (Comité Europeo de Reguladores de Bursátiles), y consistente en desarrollar un documento maestro de información al inversor que acompañe a los UCITS, podría ser resumido de la siguiente manera: menor información necesariamente no significa peor información.

¿Y qué decir sobre los miembros más vulnerables de nuestras sociedades? El acceso a los servicios financieros es crítico si se quiere que los consumidores participemos de forma adecuada en la sociedad, se prevengan ante el futuro, o se protejan a sí mismos contra los riesgos. Sin embargo, todo un abanico de tendencias demográficas, socioeconómicas, tecnológicas y comerciales (tales como la política de fijación de precios basada en el riesgo) significan que a un creciente número de consumidores les está siendo denegado el acceso a productos y servicios financieros viables. En su reciente respuesta (*FIN-USE: 2007*) al Libro Verde en Servicios Financieros al por menor Comisión Europea: 2007, FIN-USE recomendó a la Comisión que centre sus esfuerzos en identificar y desarrollar soluciones prácticas a fin de mejorar el acceso a los servicios financieros. En ciertos Estados Miembros, se exige por ley a las empresas de

FIN-USE

servicios financieros que proporcionen acceso a servicios financieros importantes tales como las cuentas corrientes. ¿Por qué el derecho a abrir una cuenta corriente no se convierte en una Obligación de Servicio Universal para los bancos de la Unión Europea?

De igual forma, el acceso a un abanico más amplio de productos financieros debería ir acompañado por ilimitados esfuerzos por atajar los préstamos usurarios y también por contener el incesante empuje de la idea de que el endeudamiento no es ningún problema. Aun nos queda un largo camino para combatir los mensajes de marketing engañoso arrojados por astutos vendedores de productos financieros, que se alimentan de tan vulnerables consumidores (y lamentablemente, incluso de consumidores a los que les gusta llamarse a sí mismos inteligentes).

AVANZANDO

A pesar de su importancia, la educación financiera puede no ser el anhelado antídoto que muchos han estado esperando para conseguir un saludable bienestar económico en nuestras sociedades. Hemos podido llegar al punto en el que resulta necesario hacer una pausa en las buenas palabras acerca de la importancia de la educación financiera y “cambiar a una segunda marcha”. Es el momento de poner las palabras en acción; de arremangarse la camisa y hacer algo. “La educación financiera es importante” - ¿Y qué, si no hacemos que sea efectivo para los consumidores? Cuanto más esperemos, más probable es que estemos fallando miserablemente frente a aquella gente en particular a la que después de todo queremos proteger.

Algunas soluciones requieren cambios en nuestras sociedades, cambios que son complejos y que pueden no ser fácilmente alcanzados o cumplidos con rapidez (*ver* Gross: 2004). Pero hay otras iniciativas que si pueden ser realizadas. En algunos Estados Miembros la educación financiera está integrada en el curriculum. En otros aprenden haciéndolo. Algunos han aprendido la dureza del camino, que puede ser la mejor forma de aprender. Y en otras instancias, miran a los proyectos de los demás para aprender de lo que se viene haciendo. No hay carencia de talento o de iniciativas en materia de educación financiera, en Europa o fuera de Europa, -incluso en pequeña escala, muchos consumidores se han podido beneficiar de los sistemas que ellos mismos han desarrollado-.

La publicación del Estudio (2007) comisionado por la Comisión Europea sobre alrededor de 150 sistemas de alfabetización financiera es oportuna. El estudio fue una idea luminosa de FIN-USE que quería hacer algo concreto en el ámbito de la educación financiera y encontró el completo apoyo de la Comisión Europea para ayudar en su realización. El grupo de expertos era consciente de la importancia de la educación financiera -nunca hubo duda sobre ello-, pero parar ahí nunca habría sido considerado productivo. Presentar propuestas de nuevos proyectos era una idea que teníamos en mente. Los miembros de FIN-USE tenían diverso grado de conocimiento acerca de los sistemas de alfabetización financiera en sus respectivos países. Pero el grupo era consciente de otras muchas iniciativas de las que tenían poco o nada conocimiento.

FIN-USE

El Estudio es un catálogo de sistemas de alfabetización financiera destinado a obtener una mejor comprensión de la situación actual en la UE. Suministra un panorama bastante bueno del status quo así como de las tendencias en términos de grupos objetivos, suministradores y metodologías.

Dado que esta es la primera vez que se lleva a cabo un estudio de tal extensión en la UE en esta materia, FIN-USE cree que el trabajo llevado a cabo por Evers & Jung (los contratistas) ha sido extremadamente beneficioso, dados los desafíos que identifica en su informe. El informe no sólo ha identificado le gran número de iniciativas adoptadas a lo largo de la UE (la mayoría a nivel regional) sino que también suministra una rica fuente de ideas y material que las organizaciones pueden usar en la preparación de la revisión de sus sistemas o en nuevos proyectos que desarrollen a medida para sus particulares audiencias.

En verdad, el estudio es un primer paso para ulteriores investigaciones así como un proceso de enseñanza mutuo dado que es evidente que hasta ahora ha habido muy poco compromiso entre los Estados Miembros. Algunos Estados Miembros son claramente más activos y/o aiosos que otros en educación financiera. En otros, las iniciativas son más dispersas, focalizadas en áreas concretas. Apenas sorprende que el informe llame a la cooperación transnacional activa antes que a reinventar la rueda.

FIN-USE espera que el estudio sea un impulso para más intercambio de experiencias entre los diversos Estados Miembros y encienda las iniciativas regionales y nacionales más necesarias de las que puedan beneficiarse los consumidores.

FIN-USE cree que la publicación de la Comunicación de la Comisión sobre Educación Financiera (2007) y el Estudio de alfabetización financiera impulsarán la educación financiera en la UE para “cambiar a una segunda marcha”. Más empuje puede conseguirse si se reflexiona y actúa en los siguientes puntos:

1. Muchos de los programas presentados en el informe son relativamente pequeños (muchos de ellos son regionales), y por esta razón es difícil predecir el efecto real de su aplicación a nivel de la UE. Los efectos de una acción de educación nacional son diferentes. Es improbable que el catálogo *per se* ayude a la Comisión a identificar las necesidades críticas y las carencias en la alfabetización financiera de la población de la UE. El hecho de que un Estado Miembro tenga varias iniciativas de alfabetización financiera, comparado con otros, es difícilmente un indicador para medir la eficiencia de tales sistemas. El número de sistemas es importante, pero su eficiencia lo es más – producir un formato de mejores prácticas para seguir, controlar y evaluar los programas y sus resultados es por lo tanto crucial-.
2. Aunque uno puede imaginar un papel más activo de la Comisión en la provisión de educación financiera, es probable que las iniciativas continuarán siendo nacionales, dirigidas a grupos concretos. Verdaderamente, habrá programas que solo puedan alcanzar los

resultados deseados si son mantenidos a nivel regional o focalizados sobre grupos específicos. Un enfoque basado en que un modelo sirve para todo (*one-size-fits-all*) puede no ser siempre deseable y los recursos necesarios para satisfacer el particular panorama legislativo, regulatorio y cultural de cada Estado Miembro sería un objetivo gigantesco. Quien haya estado involucrado en el proyecto de la UE DOLCETA sabe que esta es una cuestión muy a tener en cuenta.

3. Hay una tendencia a que los sistemas sean establecidos sin saber exactamente los grupos a los que se dirigen, a los cuales el sistema intenta dedicarse. Es sin duda importante valorar las necesidades de alfabetización financiera del grupo al que se dirige antes de embarcarse en el desarrollo del propio sistema. Esto requiere particulares conocimientos técnicos y los recursos de la Comisión pueden ser utilizados en este aspecto.
4. La eficiencia de muchos sistemas se pierde a menudo por la pobreza del marketing. Ciertos grupos no tienen acceso a la información acerca del sistema (o sistemas) que podrían ser de interés para ellos. Pero esto también requiere recursos financieros, recursos que tienen que ser encontrados y asignados. Incluso aunque la Comisión puede pensar que no debería estar directamente involucrada en las campañas dirigidas a los consumidores, muchos probablemente esperarían de ella que suministrara los fondos necesarios para llevar adelante las iniciativas.
5. El reto de un Nuevo sistema es siempre la falta de recursos - principalmente, pero no exclusivamente, financieros-. De esto puede depender el establecimiento del proveedor del sistema de alfabetización financiera. El hecho de que algunos proveedores tengan mayor acceso a los fondos no significa que ellos tengan mayor acceso o mayor conocimiento acerca del grupo objetivo al que se destina el sistema. Por ejemplo, habrá entidades (tales como grupos de consumo) que tienen acceso y experiencia para alcanzar un grupo concreto pero con falta de experiencia acerca de educación financiera. Esperamos que el Estudio empuje el desarrollo de más empresas públicas o privadas dedicadas a proyectos de educación financiera. Demos pues la bienvenida a cualquier iniciativa seria que promueva redes por medio de las cuales los promotores establezcan algo semejante a "acuerdos de cooperación" con socios que tengan acceso a los grupos objetivo a los que se destina el sistema, y viceversa.
6. Es inútil promover la educación financiera para los consumidores si los educadores, los profesores o facilitadores encargados de la distribución del proyecto no están adecuadamente formados y se mantienen al día con las últimas tendencias financieras. Construir una coalición de multiplicadores ("formar a los formadores") es por tanto imperativo.
7. Dicho esto, FIN-USE cree que la integridad de los sistemas educacionales debe ser asegurada de tal modo que los consumidores puedan tomar verdaderas decisiones informadas y tener confianza en que la información

FIN-USE

suministrada es correcta y no sesgada por conflictos de interés. Los sistemas de educación deben asegurar desde el inicio que un donante privado no use el programa como táctica de marketing.

8. En esta materia de cooperación, la educación financiera no debe ser una prerrogativa exclusiva de las asociaciones de consumidores. Debería ser prerrogativa de cualquier red de interesados que, de una manera o de otra, trabajen hacia el fortalecimiento de la confianza de los consumidores en los servicios financieros. Sin duda hay algo que hacer en aras a la mayor cooperación entre gobiernos, reguladores financieros, organismos de reclamaciones financieras, y asociaciones de consumidores para comprometerse y compartir experiencias sobre las muchas situaciones en las que participan cuando tratan con asuntos de los consumidores.
9. Muchos interesados tienen su propia forma de llegar a conocer los retos que los consumidores afrontan en su trato con la compleja red de servicios financieros. Los reguladores aprueban reglas para regular el comportamiento de sus entidades registradas. Los organismos de reclamaciones (donde existan) obtienen información de primera mano acerca de los problemas que los consumidores encuentran en sus relaciones con los intermediarios financieros. Las asociaciones de consumidores pueden también tener pruebas de prácticas discutibles de la industria, tales como campañas de marketing de carácter predatorio. Al mismo tiempo, hay poco diálogo e interacción entre estos interesados. Es cierto que cada interesado tiene sus propias prioridades. Pero no resulta admisible continuar trabajando con una mentalidad de silo. En algunas áreas de los servicios financieros, este dialogo ya ha empezado de forma seria. En otras áreas, está mucho más en estado embrionario. Hay una gran oportunidad para compartir experiencias, identificar cuestiones y compartir mejores prácticas. Es cierto que, en el curso de tal diálogo, cuestiones que afectan a los consumidores irán alimentando los sistemas de alfabetización financiera, lo cual contribuirá a que los sistemas sean más eficientes y dirigidos a las necesidades reales de los consumidores, más que a las meramente percibidas.
10. Por último, es extremadamente importante llevar a cabo continuas evaluaciones del éxito e idoneidad de los sistemas educacionales. A veces, es más fácil decirlo que hacerlo, especialmente cuando un sistema no tiene los recursos o herramientas para llevar a cabo evaluaciones objetivas del programa. Sería también deseable tener referencias (*benchmarks*) a través de las cuales se pueda llegar a medir el sistema, pero eso también puede suponer complicaciones (especialmente si el desarrollo de tales referencias es “trabajo en curso”).

CONCLUSIONES

Aunque FIN-USE en general apoya la opción de más programas de educación financiera ello no debe ser visto como justificación para introducir productos financieros excesivamente complejos o una excusa para la realización de ventas

engañosas. El reto es determinar el grado de capacidad financiera que un consumidor medio se espera que tenga para ser capaz de comportarse racionalmente en este mercado complejo.

Siempre existirá el riesgo de que la educación financiera sea vista como una herramienta para acumular más responsabilidad sobre los consumidores que adoptan decisiones informadas sobre su futuro. Pero, podría ser que estemos esperando “demasiado” de los consumidores, sabiendo bastante bien que hay muchas otras cuestiones que reclaman su atención (por ej. energía, el medio ambiente, consumo sostenible, *et al*).

Los productos financieros permanecerán complejos o incluso serán más complejos. Teniendo en mente que tener conocimiento de todos o de la mayor parte de los productos financieros es imposible, el problema puede no ser la complejidad *per se* de los productos y mercados financieros. Los consumidores no necesitan saber y comprender las tecnicidades de los productos y mercados financieros. Ellos sólo necesitan saber cuando se necesita un asesoramiento profesional para tomar una decisión de inversión o de crédito. En este sentido, el asesoramiento independiente no sesgado tiene un papel complementario a la educación financiera.

Las propuestas deben cubrir todos los productos financieros y dirigirse a fortalecer las habilidades individuales de los consumidores, por ejemplo la habilidad para comparar, analizar, negociar o decidir. Variables tales como cuando y como el sistema de educación financiera es distribuido, la formación de formadores y que información es la finalmente presentada, plantean difíciles retos para los gobiernos y educadores al designar y distribuir los sistemas de educación financiera para afrontar las necesidades de los diversos estratos de nuestra sociedad.

La alfabetización financiera es un importante objetivo, pero no puede reemplazar reglas adecuadas de protección de los consumidores que aseguran el acceso, la lealtad y la adecuada información de los consumidores. La Comisión debería tener en cuenta el papel subsidiario de la alfabetización financiera y no debería verla como una panacea y un sustituto de las medidas de protección de los consumidores.

La alfabetización financiera -mejor la educación financiera-, es mucho más que enseñar como manejar dinero. Se trata de crear consumidores estimulados con poder para evitar cargas financieras innecesarias y mejorar de este modo las oportunidades financieras para el conjunto de la sociedad.

REFERENCIAS

Williams, Tony (2007) "Empowerment of whom and for what? Financial literacy education and the new regulation of consumer financial services," *Law and Policy* 29; 226-256.

Devlin, James F. (2003) "Monitoring the success of policy initiatives to increase consumer understanding of financial services," *Journal of Financial Regulation and Compliance* Vol 11 No 2; 151-163.

Braunstein, Sandra and Welch, Carolyn (November 2002) "Financial Literacy: An overview of practice, research and policy," *Federal Reserve Bulletin*; 445-457.

Gross, Karen (2004) *Financial Literacy Education: Panacea, palliative, or something worse?* New York Law School, *Presentation*
www.responsiblelending.org/issues/mortgage/briefs/page.jsp?itemID=28012370 (Downloaded on 12 November 2007).

FIN-USE (2007) *Response to the Green Paper on Retail Financial Services in the Single Market* http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/policy/gp_comments/user_eu_finuse_en.pdf (Downloaded on 15 November 2007).

European Commission (2007) *Green Paper on Retail Financial Services in the Single Market* COM/2007/0226 final.

European Commission (2007) *Communication on Financial Education* http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/capability/index_en.htm (Downloaded 20 December 2007)

European Commission (2007) *Survey of financial literacy schemes in the EU:* http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/capability/index_en.htm (Downloaded 20 December 2007)

FIN-USE