



IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

Iniciativa de Acceso a Seguros

Un programa global para marcos regulatorios y de supervisión sólidos

IAIS-A2ii Llamada de consulta: 24 de Septiembre 2015

"Educación Financiera del Consumidor"

Teresa Pelanda (A2ii), en nombre de
Dominique Brouwers (experta de inclusión
financiera)





IAIS

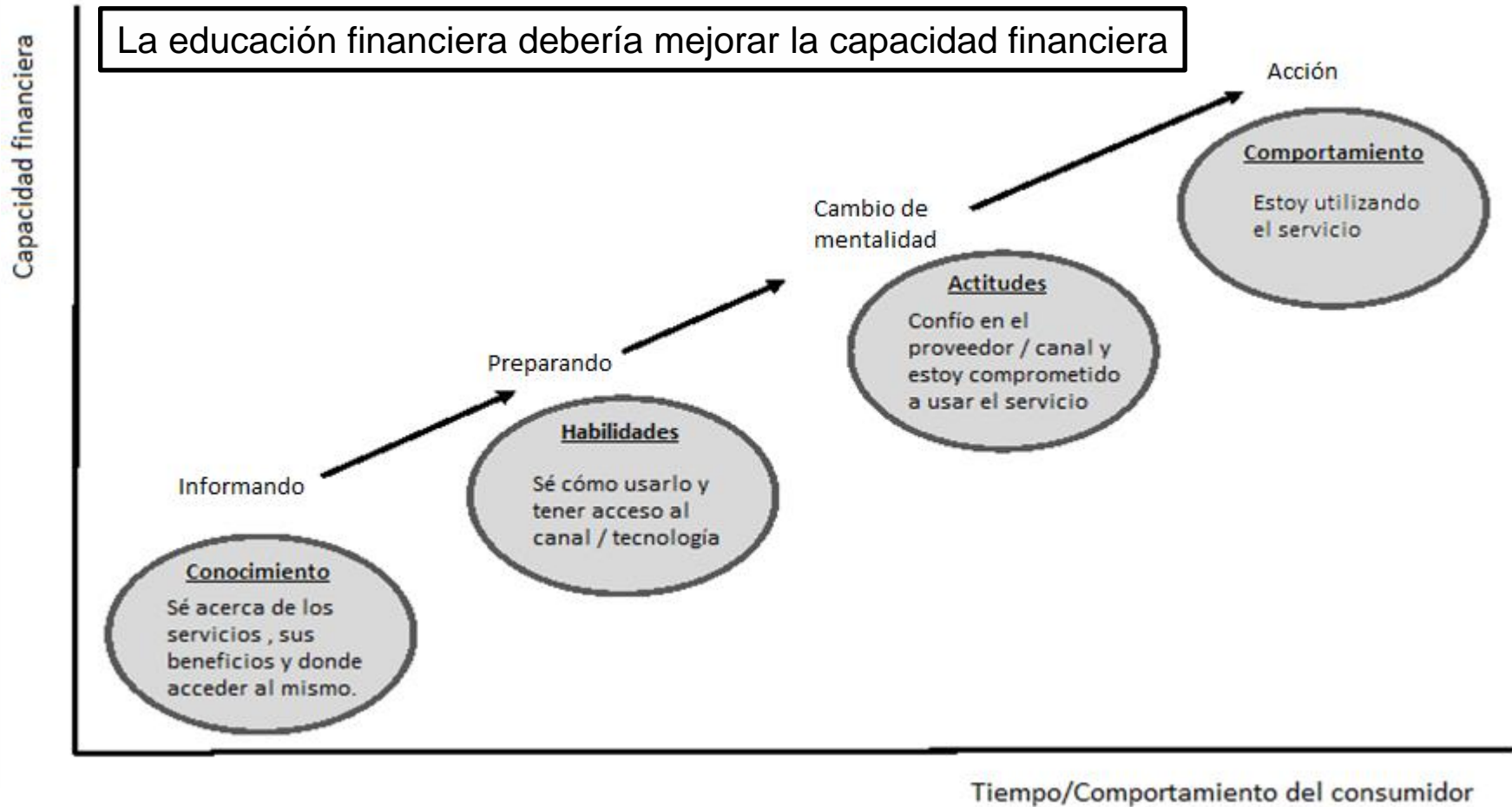
INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

Agenda

1. Los componentes de la capacidad financiera
2. La importancia de la educación financiera en el contexto de la inclusión financiera.
3. ¿Cómo diseñar las intervenciones? Buenas prácticas
4. ¿Es eficaz? Monitoreo y evaluación
5. ¿Necesitamos alguna estrategia? Coordinación en el sector financiero y en el sector de seguros
6. El papel del regulador de seguros



1. Los componentes de la capacidad financiera





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

2. La importancia de la educación financiera en el contexto de la inclusión financiera

Pequeña parte de la población con alguna póliza de seguros

- El uso de los productos financieros es cada vez mayor, pero la suscripción de seguros sigue siendo baja.
- < 10% de la población en algunos países
- Síntoma y causa de la pobreza: las personas de bajos ingresos no son capaces de utilizar herramientas de gestión de riesgos “sofisticadas”

Percepción inadecuada de servicios de seguros

- No hay conciencia
- Inasequible
- Fraude, estafa, no es útil, las reclamaciones nunca se pagan

1. Las intervenciones por el lado de la oferta

- Microseguros a favor de los pobres
- Venta cruzada (MFIs, Etc.)

2. Intervenciones por el lado de la demanda: aumento de la capacidad financiera

- **Provisión de educación financiera** por entidades públicas y privadas
- **Descubrir** los generadores del comportamiento de los consumidores de bajos ingresos; para incluirlos en el diseño de productos y canales de distribución

3. Política, coordinación y regulación

- Regulaciones del sector financiero
- Protección al consumidor, divulgación, compensación
- Iniciativas FE nacionales/sectoriales



IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

3. Buenas prácticas – diseño de las intervenciones (a)

Proporcionar información, instrucción y asesoramiento objetivo

- **Ciclo de vida.** Educación acerca de los conceptos de dinero, inversión, ahorro, mitigación de riesgos, presupuestos y planificación financiera; debe ser proporcionado en los momentos adecuados durante el ciclo de vida.
- **Productos apropiados.** Comunicación genérica acerca de los productos que son apropiados para el mercado de bajos ingresos, como por ejemplo los micro-seguros, el seguro obligatorio, ahorro para la jubilación. Debe ser diferenciado del marketing.
- **Uso y recurso.** Capacitación sobre cómo utilizar productos y servicios financieros, por ejemplo: sistemas de pago (ATM, POS), tecnología móvil, asociación, regulador
- **Costos relativos** de los diferentes canales
- **La resolución del problema.** Qué hacer si está muy comprometido, defraudado, en necesidad de presentar una solicitud de cobertura o un recurso





3. Buenas prácticas – diseño de las intervenciones (b)

Incluye intervenciones estratégicas

- **Encuesta de referencia** para establecer el nivel de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamiento
- Desarrollo de **las estrategias nacionales y coordinación** entre las iniciativas
- Campañas **de concientización pública**
- Vínculos con la **protección al consumidor y regulación del sector financiero**

Ser monitoreado y evaluado

- La evaluación del impacto es necesaria para determinar la eficacia relativa de enfocarse en segmentos específicos del mercado y canales de distribución
- Financiadores: **¿valor del dinero?**
- Sector privado: **¿Hay algún impacto financiero de la educación financiera?**





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

3. Buenas prácticas – canales de distribución

- **TV, radio, Internet y teléfonos**
 - ✓ Drama, programa de debate, jingles interactivos de sitios web, SMS
- **Talleres:**
 - ✓ Capacitando a los instructores: se necesitan instructores preparados para capacitar a los adultos de manera práctica
- **Escuelas:**
 - ✓ La educación financiera incluida en el currículo escolar
 - ✓ Las actividades extra-curriculares :clubes, las visitas a las escuelas
- **Eventos de la Comunidad:**
 - ✓ Espectáculo musical, teatro de calle, película
- **En personas reconocidas de la comunidad.**
 - ✓ Pueden ser líderes de la comunidad o simples miembros
 - ✓ Entrenados para transmitir mensajes específicos y proporcionar consejos





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

4. Monitoreo y evaluación

- **Durante la última década, ha habido un enfoque en la medición del impacto de las actividades de educación financiera**
 - ✓ Un creciente número de pruebas
 - ✓ Los resultados no siempre son espectaculares; la educación financiera es un esfuerzo a largo plazo
 - ✓ Campañas combinadas , utilizando múltiples canales funcionan mejor
- **Metodología Básica de M&E**
 - ✓ Línea de base
 - ✓ Los indicadores clave de la toma de conciencia, conocimientos, actitudes, habilidades, comportamiento
 - ✓ La discusión cualitativa puede agregar muchos otros elementos





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

5. Coordinación en el sector financiero y en el sector de seguros

Principios de alto nivel de la OECD/INFE sobre estrategias nacionales para la educación Financiera del 2012:

- Un **enfoque coordinado a nivel nacional** para la educación financiera que consiste en un marco adaptado o programa que reconoce la **importancia de la educación financiera**, incluyéndolo posiblemente a través de la legislación y
- Defina su **significado y alcance** a nivel nacional en relación con las **necesidades y carencias nacionales** identificadas,
- Involucra la **cooperación de las distintas partes interesadas** así como la identificación de un **líder nacional u órgano de coordinación**.
- Establece una **hoja de ruta** para lograr objetivos específicos y predeterminados dentro de un periodo de tiempo determinado y,
- Proporciona **orientación a ser aplicada por los programas** individuales a fin de contribuir de manera eficiente y apropiada a la estrategia nacional.





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

5. Coordinación en el sector financiero y en el sector de seguros

- **Las estrategias nacionales de educación financiera a menudo son dirigidas por el regulador bancario**
 - ✓ Centradas en productos de banca/microfinanzas básicas: ahorros, micro-crédito, transferencia y productos de pago
 - ✓ Positivo: Sinergia con otros productos (ahorros) y los mensajes principales (gestión de riesgos, creación de activos)
 - ✓ Negativo: Los mensajes sobre los seguros pueden perderse
- **¿Soluciones?**
 - ✓ Formar un grupo enfocado en seguros que incluya al regulador, la asociación de seguros, otros participantes
 - ✓ Desarrollar una parte específica de la estrategia nacional, en seguros





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

6. El papel del regulador de seguros

- **IAIS recomienda enfocarse en la educación financiera**
 - ✓ Cuando existan pocos mecanismos de apoyo de los consumidores
- **Dirigir el desarrollo de una estrategia de educación financiera nacional sobre seguros**
 - ✓ Como parte de una estrategia del sector financiero, o
 - ✓ Como una estrategia independiente para el sector de seguros
- **Coordinar las actividades en el sector de seguros**
 - ✓ Algunas actividades pueden ser lideradas por participantes individuales
 - ✓ Otros, son más rentables y más neutrales, si son dirigidos por el sector: asociación o regulador
 - ✓ Asegúrese de que M&E esté presente
- **Campañas de educación financiera llevadas a cabo por el regulador sobre**
 - ✓ Aspectos regulatorios o protección del consumidor





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

www.a2ii.org

The Initiative is
a partnership
between:



IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS



BMZ



Federal Ministry
for Economic Cooperation
and Development



Making financial markets work for the poor



International
Labour
Office



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID



Making Finance
Work for Africa



Ministry of Foreign Affairs of the
Netherlands

Hosted by:



Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



Economía del Comportamiento y Educación Financiera

Dra. María José Roa
Gerencia de Investigación Económica
CEMLA

Teoría mercados financieros

- Los problemas de información son resultado de la **complejidad de las decisiones financieras**.
- Supuesto expectativas racionales:
 - **Adquieren y usan toda la información disponible sobre la variable económica para obtener la máxima utilidad, bienestar o beneficio.**
 - **Tienen una capacidad ilimitada para procesar la información disponible.**

Motivación

- La evidencia reciente de **encuestas y actividades experimentales** de las literaturas de **Finanzas del Comportamiento y Educación Financiera**, ofrece nuevas señales de cómo los individuos **usan la información en sus decisiones financieras**.
- **El papel de la información en las decisiones financieras podría ser reducido o eliminado por aspectos psicológicos de los individuos** (excesos de confianza o capacidad cognitiva limitada).

Aspectos psicológicos: Economía del comportamiento

Racionalidad limitada (Simon, 1957) y “**atajos**” (Kahneman y Tversky, 1979):

- ***Disonancia Cognitiva*** (Akerlof y Dickens, 1982; Feiler *et al.*, 2006; Feiler, 2007).
- ***Ilusión del Conocimiento*** (Hall *et al.*, 2007) y ***Confidence Effect*** (Eliasz y Schotter, 2007).
- ***Excesos de Confianza: individuales*** (Akerlof y Shiller, 2009) y ***colectivos*** (Benabou, 2009).
- ***Conformidad de Grupo*** (Asch, 1995).
- Cuando tenemos que **explicar o justificar nuestras decisiones**, tendemos a adquirir más información (Huber y Seiser, 2001).

Aspectos psicológicos: Economía del comportamiento

- **La información disponible es la más relevante.**
- **Los eventos que son más fáciles de investigar o más recientes son los que mayor probabilidad tienen de ocurrir.**
- Tendencia a **confiar más en la información que es más atractiva visualmente.**
- **Un ancla o punto de partida** minimiza la cantidad de información y determina nuestra decisión final.
- Etc...

Educación financiera

- **La falta de educación y conocimiento: no ahorrar lo suficiente para el retiro, sobre invertir en activos riesgosos o conservadores, mantener hipotecas costosas, participar en el sector financiero informal, etc.**
- **En la última década han surgido toda una variedad de programas públicos y privados creados para proporcionar educación financiera y económica .**
- **Varios estudios muestran cómo los programas han mejorado las decisiones financieras de los agentes...otros No.**

Educación financiera

Lusardi (2008), De Meza *et al.*, (2008):

- Efecto moderado y minoritario en los cambios de comportamiento.
- El comportamiento financiero de los individuos depende más de **aspectos psicológicos** que de la información y formación que poseen (**sesgos cognitivos**).
- El proceso de tomas de decisiones financieras debe ser simplificado
 - **Eslóganes fáciles** de entender.
 - Disminuyendo el número de opciones disponibles.
 - **El asesoramiento personalizado** en vez de información aislada o educación pasiva durante un periodo limitado.

Educación financiera

Fernandes *et al.*, (2014):

- Meta-análisis: relación entre educación financiera y comportamientos financieros en 168 artículos, 201 estudios.
- Solo el 0,1% de la varianza de los comportamientos financieros estudiados. El efecto decae en el tiempo.
- Importancia de los rasgos psicológicos de las personas y la edad.
- Educación financiera **“Just in time”** ligada a comportamientos específicos.
- **Educación financiera, arquitectura de elección y regulación.**

Educación financiera

- **Iyengar *et al.*, (2004) Lacko y Pappalardo (2004):** un exceso de información puede hacer imposible tomar decisiones financieras.
- **Berheim *et al.*, (2001):** recibir educación financiera por varios años, siempre que no dispare los excesos de confianza.
- **Duflo y Saez (2004), Lusardi y Mitchell (2007), Lusardi (2008):**
 - **La mayoría de individuos, no buscan ayuda de un asesor financiero, pero sí de amigos y familiares.**
 - **No tiene que ver con la disponibilidad;** toman en cuenta los consejos de los profesionales si esto **apoya sus propias ideas.**

Educación financiera

- Adquisición inicial del producto financiero depende de **(Côte d'Ivoire, CGAP, 2015)**:
 - Asesoramiento de amigos.
 - Promoción activa de la institución financiera.
- No comparan las distintas opciones incluso si estas están disponibles (la oferta es uniforme, no tienen tiempo o no creen merezca la pena).

Finanzas del comportamiento

Las crisis financieras son debidas a excesos de confianza (Akerlof y Shiller, 2009) **y a sesgos cognitivos**, los cuales pueden llevar a los individuos a sobre invertir en activos riesgosos a pesar de las señales negativas del mercado.

- **Thaler y Sunstein (2008):**
 - Desastre de las ***hipotecas basura***: la mayor parte de sus propietarios **no entendieron las condiciones de los préstamos**.
 - Altos ejecutivos de grupos de inversión **no sabían cuan complejos y ambiguos eran sus propios instrumentos financieros**.

Discusión y conclusiones

- Existen importantes **aspectos psicológicos y de personalidad que determinan el comportamiento financiero**:
 - **Sesgos cognitivos: transmitir información.**
 - **Características de personalidad.**
- **Diseño de programas o intervenciones - de educación financiera – que fomenten la inclusión financiera y la toma de decisiones financieras óptimas**, en economías en desarrollo y desarrolladas.

Discusión y conclusiones

- **Mayor éxito de los programas individuales y personalizados**
- Oportunidad de **ganar experiencia, poner en práctica.**
- Los programas **no deben ser excesivamente ambiciosos**: motivar a pequeños cambios en su comportamiento.
- Educación **continua, apoyo y motivación.**
- **Edades tempranas (cognición y personalidad).**
- **Edad adulta: personalidad y sesgos cognitivos.**
- **Políticas de protección al consumidor o las regulaciones de entidades o nuevos instrumentos.**

¡Gracias!

María José Roa
Gerencia de Investigación Económica
roa@cemla.org, +52 55 5061 6632



IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

Iniciativa de Acceso a Seguros (A2ii)

Una alianza global para marcos de regulación y supervisión sólidos

IAIS-A2ii Llamada de Consulta: 24 de Setiembre de 2015

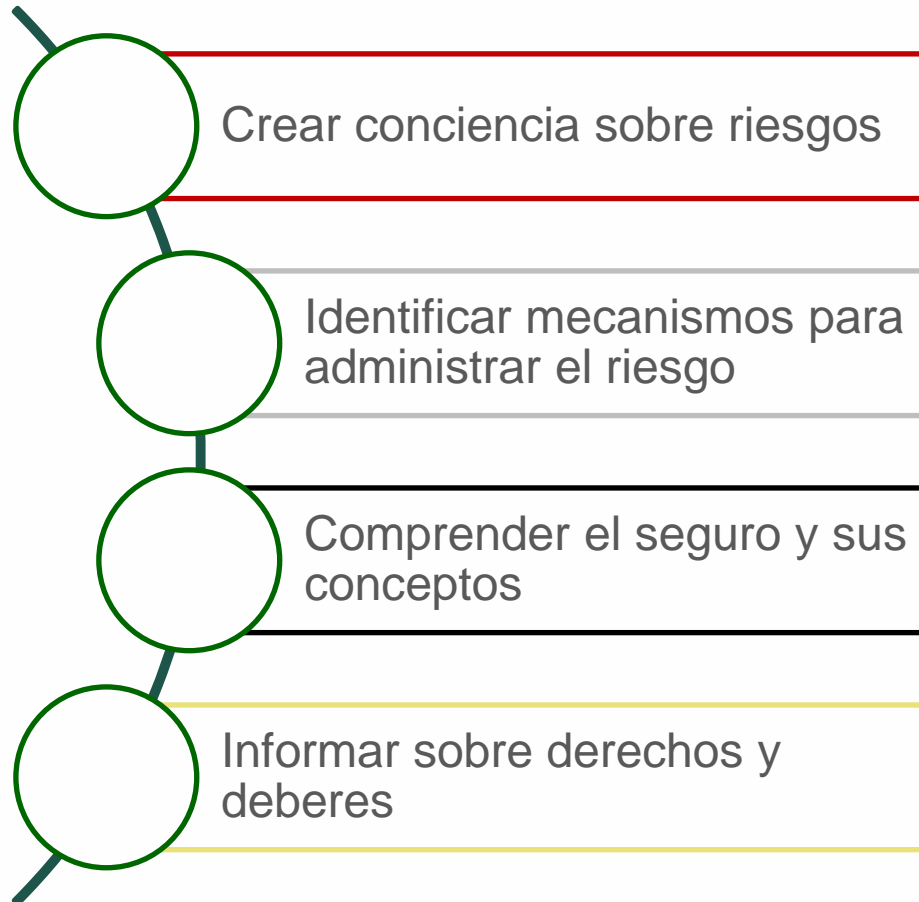
“Educación Financiera del Consumidor”

Alejandra Díaz, FASECOLDA,
Directora RSE, Microseguros y Seguro Agro





Objetivos del programa de educación financiera de Fasecolda



Tomar
decisiones
informadas
para
administrar
riesgos y
adquirir
seguros

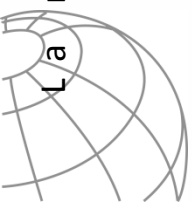
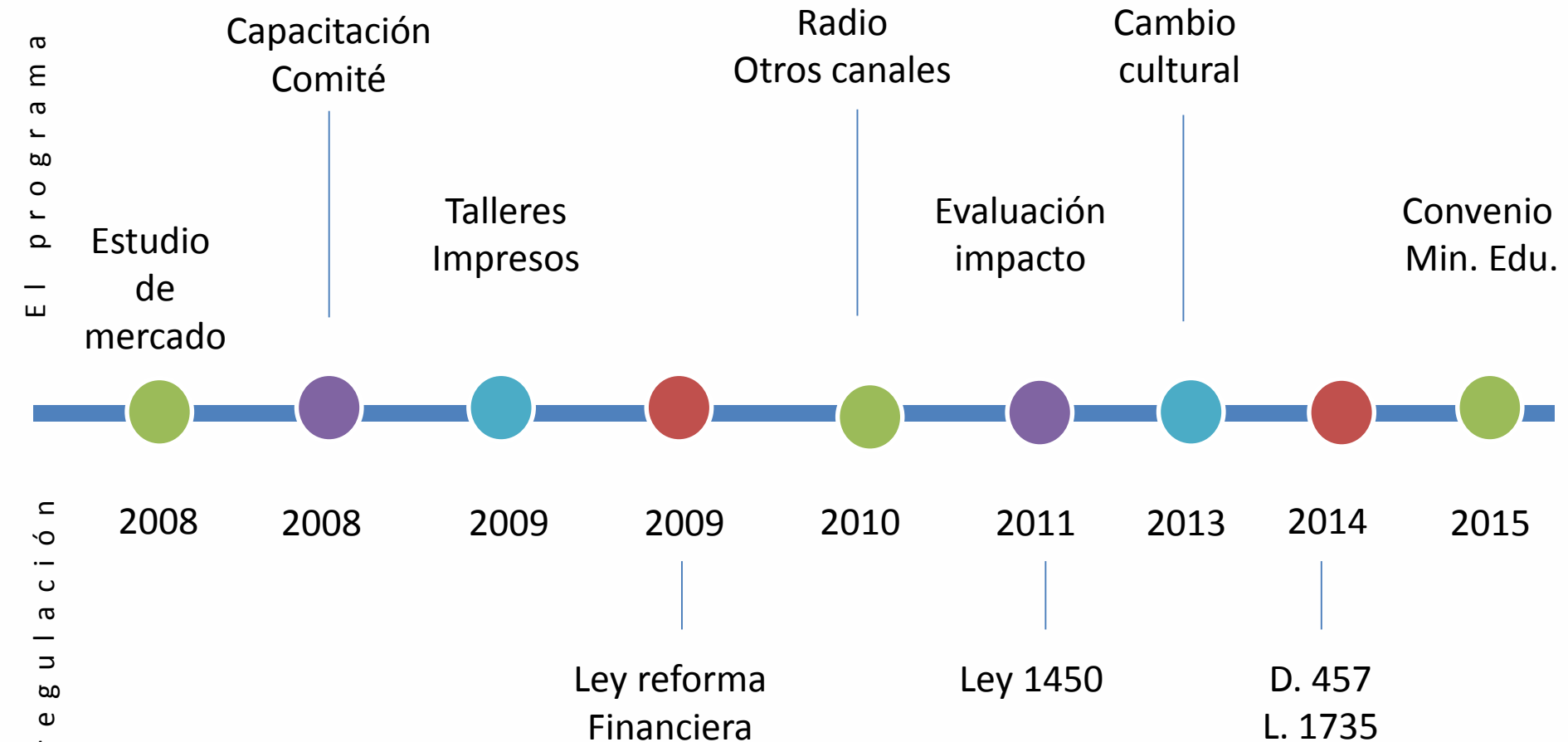




IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

Cronología del programa





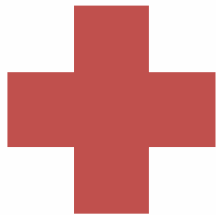
La evaluación de impacto de talleres y radio

1. Objetivo: Evaluar el impacto de talleres y radio para focalizar mejor los recursos.
2. Aliados: El programa Seguros con Impacto de la OIT y Universidad de los Andes.
3. Metodología: Experimento aleatorio para medir la diferencia en el valor promedio de las variables de interés en grupos de control y tratamiento. Estrategias de identificación: regresiones lineales de diferencias en diferencias y variables instrumentales. Para talleres se utilizó el *Propensity Score Matching*.
4. Tiempo de Ejecución: Tres años.
5. Población: 956 oyentes de radio y 560 alumnos de talleres.



Resultados de la evaluación de impacto

RADIO



- Conocimiento de riesgos y tipos de seguros
- Percepción en la capacidad de entendimiento y manejo de los seguros



- Conceptos de seguros
- Actitud frente a los seguros
- Compra de seguros
- Hábitos de ahorro

TALLERES

- Conocimiento tipos de seguros y conceptos.
- Ahorro para emergencias

- Actitud frente a los seguros
- Compra de seguro





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

Preguntas que surgieron luego de la evaluación de impacto

¿Por qué, a pesar de la
información, las
personas no cambiaron
sus comportamientos?

¿Qué motivaría el
cambio en el
comportamiento de las
personas ?

**Contrato con Corpovisionarios:
Entidad con experiencia en promover cambios de
comportamientos mediante acciones
pedagógicas**





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

Resultados del diagnóstico a 6.300 personas contratado con Corpovisionarios

- Alta percepción del riesgo y preocupación por los imprevistos, pero ello no se traduce en acciones, entre ellas la compra informada.
- Quienes piensan que les van a pasar cosas buenas tienen una mayor disposición a adquirir seguros.
- Quienes hicieron planes de vida y los lograron tienen mayor disposición a adquirir seguros.
- El 85% de los encuestados creen que los seguros son buenos, pero existen desconfianza hacia la aseguradora. Ese mismo porcentaje piensa que las aseguradoras encuentran cualquier excusa para no pagar, aunque sólo el 8% ha reclamado un seguro.

• Mayor satisfacción en la reclamación entre quienes leyeron la póliza.





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

Resultados de los cuatro experimentos sociales aplicado a 250 personas

AVERSIÓN AL RIESGOS

En todas las ciudades se encuentra un punto medio entre aversión y gusto por el riesgo.

AVERSIÓN A LA INCERTIDUMBRE

Generar condiciones de incertidumbre no afectó ni para bien ni para mal la toma de decisiones.

EXPECTATIVAS CON INFORMACIÓN

La información por sí sola no fue tenida en cuenta en la toma de decisiones.

NORMA SOCIAL

La norma social (lo que creo que hacen otros y lo que otros esperan de mi) tuvo un impacto de cerca del doble que la información en la toma de decisiones.





Acciones como resultado de la evaluación y el diagnóstico

- Mejorar prácticas y percepciones al interior del sector.
- Promover comportamientos prudentes.
- No promover la preocupación.
- Promover la lectura de la póliza.
- Articular el seguro con los proyectos de vida.
- Construir escenarios optimistas.
- Promover la comunicación entre conocidos de personas satisfechas.
- Consolidar una norma social en relación con las decisiones informadas y el seguro, es decir, un comportamiento socialmente aceptado por un grupo de referencia que armonice lo que creo que las personas del grupo de referencia hacen y lo que creo que las personas del grupo de referencia esperan de mí.

