

La N con la A, Nasdaq

Los españoles aprenden de la crisis pero aún suspenden en cultura financiera - Educación ensaya la formación sobre economía en la ESO

www.elpais.com

¿Qué es una *subprime*? ¿Había oído esta palabra años atrás, cuando aún nadie parecía percibir los primeros coletazos de esta tormenta financiera que ha acabado azotando al mundo entero? Seguramente esta palabra inglesa, que se utiliza para aludir a un préstamo, hipoteca o inversión de alto riesgo, no le suena a chino, porque en los últimos años ha llenado páginas y más páginas de información económica e incluso se ha colado ya en las conversaciones de los ciudadanos profanos en economía. Hasta tal grado se ha popularizado que fue elegida como la *Palabra de 2007* por la Sociedad Americana de Dialectos, entidad dedicada al estudio de la lengua inglesa en Estados Unidos, epicentro de la crisis crediticia e hipotecaria que ha hecho tambalear la economía mundial. Algo parecido ha sucedido con los CDS (*credit default swaps*) -seguros contra impagos-, un vocablo que pocos habían oído antes del desplome del banco de inversión Lehman Brothers y de la aseguradora AIG, entidades que han dejado de aparecer exclusivamente en la sección de economía de los periódicos para saltar a las portadas.

No hay duda de que la crisis está enriqueciendo el vocabulario financiero de los ciudadanos. Pero los expertos esperan que más allá de popularizar palabras que habían sido de uso exclusivo para los especialistas en economía, la crisis sirva también para que los ciudadanos amplíen su conocimiento sobre conceptos básicos (qué es el tipo de interés, cómo funciona la bolsa, qué es el IVA o el PIB) que les conciernen como consumidores, como empleados o empleadores, como contribuyentes o como usuarios de servicios financieros. Porque los españoles aún suspenden en cultura financiera, según coinciden los expertos consultados, que echan en parte la culpa a la ausencia de este tipo de formación en las escuelas.

Y es que poco ha cambiado desde que, hace ya unas décadas, el economista y escritor José Luis Sampedro se preguntara por qué los alumnos

de secundaria y los bachilleres salen de las aulas conociendo la calcopirita pero sin haber recibido la menor información sobre qué es un banco, cuando la gran mayoría nunca volverán a toparse con este mineral pero todos abrirán una cuenta corriente. El problema es que el pobre bagaje en conocimientos financieros de los alumnos preuniversitarios no suele enriquecerse durante su paso por la facultad, salvo en el caso de los estudiantes de carreras relacionadas con la economía.

Alertas como la de Sampedro, reiteradas por el Consejo General de Economistas -firme defensor de la implantación de la educación financiera en la escuela-, han caído en saco roto durante años, pero el tiempo ha demostrado que no eran gratuitas y hoy, en plena crisis, empiezan a ser tomadas en serio por las instituciones que tienen competencia en esta materia. Muestra de ello es el plan de educación financiera que han puesto en marcha el Banco de España (BE) y la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) "con el objetivo de que los ciudadanos estén en condiciones de afrontar el nuevo contexto financiero con suficiente confianza". El plan se dirige a toda la población (con la apertura de un portal web en el que los ciudadanos podrán consultar todas sus dudas financieras, la organización de seminarios o la publicación de materiales divulgativos), pero su principal diana es la escuela, puesto que "en este ámbito la inclusión de la educación financiera es altamente efectiva y valiosa por lo que de reforma estructural tiene", aunque sus frutos en la sociedad sólo serán visibles en las generaciones futuras. En el marco de este plan, el BE y la CNMV han colaborado con el Ministerio de Educación para empezar a implantar la Educación Financiera como materia curricular de la Educación Secundaria Obligatoria (ESO). En la actualidad, sólo se imparten nociones de economía a los estudiantes de tercero de bachillerato de Ciencias Sociales. El próximo curso, según fuentes del ministerio, se pondrá en marcha una prueba piloto en varios centros españoles (entre 10 y 20) en los que se impartirán cursos de educación financiera, se formará a los profesores de ESO y se desarrollará el material adecuado para estos alumnos. El objetivo es hacer extensivo este plan piloto de forma progresiva a todos los estudiantes de secundaria españoles.

Mientras ello no ocurra, los centros docentes deberán conformarse con iniciativas como la del Instituto de Estudios Bursátiles (IEB), un centro de estudios superiores adscrito a la Universidad Complutense de Madrid, que lleva años impartiendo conferencias sobre economía en institutos de toda España, dirigidas sobre todo a alumnos de primero y segundo de Bachillerato. "Los chicos de estos cursos no sólo tienen ya la suficiente madurez para recibir formación financiera de nivel superior al básico, sino que además se muestran ávidos de este tipo de conocimientos", asegura Álvaro Rico Pérez, coordinador académico del IEB. "Explicamos cómo se crea la riqueza, cómo funciona la Bolsa o qué son los tipos de interés. Tras la conferencia, el debate es siempre muy enriquecedor. Hay quien pregunta qué es un ERE porque han oído en casa que un ERE ha dejado a su padre sin trabajo, o quien quiere saber por qué se ha llegado a una crisis de esta magnitud y por qué nadie ha entonado el *mea culpa*", explica Rico. Licenciado en Derecho, Rico lamenta que no recibió formación financiera ni en la escuela ni en la Facultad.

Si la educación en cuestiones de economía y finanzas falla en la base, es decir, en las generaciones que dentro de pocos años tendrán que abrir una cuenta corriente, no es de extrañar que entre la población adulta sea tan común el analfabetismo en la materia, aseguran los expertos. "En general, la formación financiera de los ciudadanos es floja, la mayoría saben lo que es el Euríbor o un préstamo hipotecario, pero andan a ciegas cuándo se les pregunta sobre los riesgos de una hipoteca o sobre la diferencia entre invertir en Bolsa o en un depósito", indica el profesor de finanzas de Escuela de Alta Dirección y Administración (EADA) Ramón Alfonso. "Lamentablemente", agrega, "muchos ciudadanos han aprendido de finanzas por la vía más dura". Es decir, a base de golpes: cuando no han podido hacer frente a las cuotas de una hipoteca han entendido qué es una *subprime*, o cuando han perdido sus ahorros han aprendido a diferenciar los distintos productos financieros y a evaluar los riesgos de cada uno de ellos.

Vicens Castellano, experto en conflictos financieros y uno de los pioneros del *coaching* en España, ha podido constatar "la escasa cultura financiera del ciudadano de a pie" a lo largo de las cinco temporadas del programa *Ajuste de Cuentas*, de la cadena Cuatro, en el que ha ejercido de asesor de una

treintena de familias en apuros económicos. "En muchos casos eran situaciones generadas por elementos externos imprevistos, como un despido, pero en muchos otros el motivo eran malas conductas fruto del desconocimiento", asegura. Parejas endeudadas hasta el ahogo por "tirar de la tarjeta" a destajo o por acumular préstamos y más préstamos que los bancos les concedían sin pestañear, hasta personas que plantearon una propuesta de inversión a una entidad bancaria y salieron con un préstamo que nada tenía que ver con sus necesidades. Son casos concretos, explica Castellano, "en los que muchos espectadores se han visto reflejados y que, esperamos, pueden ayudar a concienciar a la población".

Evitar situaciones de bancarrota doméstica como las que han aparecido en el programa de Castellano es uno de los objetivos del citado plan de educación financiera del Banco de España y la CNMV. "La gestión de la economía personal es una responsabilidad indelegable para la que es necesario estar preparado. Hay que combatir la idea generalizada de que las finanzas resultan inaccesibles y deben dejarse en manos de los profesionales", explican fuentes del Banco de España para justificar la necesidad del plan, que responde a las recomendaciones de la OCDE y la Comisión Europea, alertadas por varios estudios internacionales que concluían que "en general, los consumidores tienen una cultura financiera insuficiente".

Aplaudido por los economistas, este plan para sacar a la población del analfabetismo financiero ha sido cuestionado por la Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros (Adicae), por "dejar a las asociaciones de consumidores en una posición residual y no considerar a los usuarios de servicios financieros como agentes activos". "¿De qué sirve la simple educación financiera frente a la arrolladora maquinaria publicitaria de bancos y cajas?", plantea Adicae.

Para el ex profesor del IESE Leopoldo Abadía, "entender" sobre economía es la mejor coraza de los ciudadanos ante posibles fraudes o abusos de las entidades financieras. "Es cierto que hay analfabetismo financiero entre los ciudadanos, pero es porque no se les explican bien las cosas", asevera. Autor del superventas *La crisis Ninja y otros misterios de la economía actual* (el libro

español de no ficción más vendido en 2009, según la editorial Espasa Calpe, que acaba de publicar un nuevo ensayo del escritor, *La hora de los sensatos*), Abadía asegura que no sabe de economía y que el secreto de su éxito está en "no escribir nada que no entienda". "Esta crisis tan gorda debería alumbrar una nueva forma de entender el día a día. Las instituciones deberían hablar más claro, las entidades financieras, entender qué están vendiendo y la gente, exigir que se hablara de una forma inteligible", sentencia Abadía. "Cuando se dice que el origen de la crisis está en los activos de escasa calidad crediticia, las personas que escuchan desconectan acto seguido porque no entienden nada. Si en lugar de eso dices que el origen de toda esta situación está en las hipotecas porquería que se concedieron a personas sin ingresos, sin trabajo y sin propiedades (*no income, no jobs, no assets*, es decir, los *ninja*) resulta que la gente te entiende y te considera un gurú", afirma Abadía.

¿Sabrán las instituciones y los ciudadanos extraer una lección de los contratiempos que la coyuntura económica ocasiona y que el desconocimiento agrava? Ángel Martínez-Aldama, director de la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (Inverco) y del Observatorio creado por esta entidad, apunta que ya se está advirtiendo una demanda creciente de productos financieros "más sencillos y entendibles", no sólo para el inversor, sino también para la entidad financiera que se los está ofreciendo. Porque, según Martínez-Aldama, no sólo los ciudadanos fueron víctimas de la falta de información de aquellos productos "exóticos" que les "vendían". En ocasiones tampoco habían leído la letra pequeña ni la habían comprendido "aquellos que debían estar informados, desde empleados de entidades bancarias a compañías aseguradoras".

"Nadie está libre de pecado", sentencia el director de Inverco, quien celebra las reformas legislativas anunciadas para el mercado financiero destinadas a evitar la confusión de inversores y a reforzar la supervisión de los productos que hay en el mercado. "Cuando un cliente adquiere una *tele* se informa a fondo del precio, la calidad, las prestaciones. Si los ciudadanos hicieran lo mismo cuando compran un producto financiero y no firmaran nada hasta

estar bien informados sobre él, se habría aprendido una lección que supondría un gran paso adelante", opina Martínez-Aldama.

Si esta crisis engendra clientes de entidades bancarias y de productos financieros más exigentes, al otro lado del mostrador tendrán también que emerger profesionales que inspiren más confianza. Porque ésta es también una crisis de confianza. Un estudio de Ernst & Young sobre la banca *retail* (minorista) realizado en seis países europeos, entre ellos España, concluye que el 43% de los encuestados españoles asegura que la crisis financiera ha impactado de forma negativa o muy negativa en su percepción sobre el sector bancario. Los clientes comienzan a diversificar su cartera de productos entre más de una entidad para reducir su exposición al riesgo, y el 20% planea cambiarse próximamente de entidad principal. Según Beatriz Sanz, coautora del estudio, estos datos significan que los bancos se enfrentan a un doble reto: "Algunos tendrán que hacer un esfuerzo extra para retener a sus clientes y otros deberán aprovechar el abanico de nuevas oportunidades que se les presenta". Se avecina, pues, una dura competición entre las entidades para retener clientes o captar a nuevos y una de las claves para ganar en esta batalla es "ofrecer servicios útiles y de calidad y una atención personalizada".