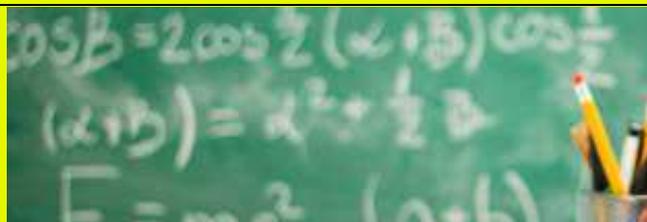


4. OPINIÓN



JOSÉ MARÍA ROLDÁN



CONCIENCIA Y COMPROMISO

En España uno de cada cuatro adolescentes carece del nivel mínimo de competencia que se requiere para tomar decisiones relacionadas con sus gastos cotidianos, según pone de manifiesto el último informe de la OCDE. De acuerdo con estos datos, los jóvenes españoles siguen estando muy por debajo en competencias financieras respecto a la media de los países analizados. Esta es una realidad que preocupa y mucho a las autoridades españolas, pero también a nuestros bancos, porque entendemos que para que un sistema financiero pueda cumplir eficazmente su función económica y social, necesita instituciones bancarias responsables, pero también consumidores informados y competentes, capaces de tomar decisiones económicas apropiadas. Y esto es importante no solo para los individuos, sino también para el conjunto de la sociedad, puesto que la falta de cultura financiera de los ciudadanos tiene repercusiones muy graves en la economía de un país.

Por todas estas razones, los bancos españoles entendieron hace tiempo que debían comprometerse en la difusión de conocimientos y habilidades financieras entre la población. Con este fin, se unieron a otras entidades e instituciones del sector, tales como el Banco de España o la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), para aportar sus conocimientos, sus medios humanos y materiales, y su privilegiada relación con la sociedad -las empresas y familias que constituyen la base de su clientela- y de esta forma facilitar el acceso de los usuarios a este tipo de formación. Una formación que, como toda educación, ofrece a quien la recibe enormes oportunidades de mejora económica y promoción social, pues a la postre se trata de cómo obtener el máximo rendimiento de nuestro esfuerzo cotidiano, de nuestro dinero, en beneficio propio, de nuestras familias y de la sociedad en su conjunto.

Por otro lado, si algo hemos aprendido de la crisis econó-

mica es que la relación de confianza entre clientes y bancos es un elemento esencial para que esa relación prospere a largo plazo. Y para ello nuestros bancos necesitan usuarios bien formados e informados, con los conocimientos adecuados para tomar decisiones económicas y financieras correctas en un mundo que, por otro lado, es cada vez más complejo. Es cierto que la innovación tecnológica puede aportar muchos beneficios a los consumidores, como el acceso al crédito, la mejora de la comparabilidad de los productos, el acceso a una gama de productos más amplia, entre otros, pero también conlleva nuevos riesgos para los usuarios en materia de seguridad, falta de información, prácticas desleales, etc. Por lo tanto, es preciso concienciar a los consumidores sobre esos riesgos y seguir profundizando en el campo de la educación financiera, aunando esfuerzos para que este tipo de competencias lleguen de una forma sistemática y ordenada al mayor número de personas posible y, en particular, a los jóvenes.

De esta conciencia, nació el compromiso de la AEB y de sus asociados en favor de la educación financiera, compromiso que se ha traducido ya en cientos de iniciativas en España e Iberoamérica, en las que han estado implicados, como voluntarios, miles de empleados de banca. Solo en 2016, nuestros bancos socios han llevado a cabo más de 50 programas de promoción de la educación financiera que han llegado a más de un millón de personas de forma presencial y a más de siete millones a través de otros canales. Este año, coincidiendo con la celebración del Día de la Educación Financiera, impulsado por el Banco de España y la CNMV, la AEB y su Fundación han puesto en marcha Tu dinero y tú, un curso de formación financiera de e-learning que pretende inculcar entre los más a los jóvenes la importancia de gestionar las finanzas con responsabilidad. Estos vídeos, disponibles en la página web de la AEB y en plataformas como YouTube y otras, contarán con dos jóvenes alumnos del Colegio Universitario de Estudios Financieros (CUNEF) que explicarán, en un lenguaje cercano, asuntos como el funcionamiento de los bancos, los servicios que prestan y darán recomendaciones para el consumo responsable de productos financieros.

Es un proyecto más de la AEB en esta materia con el que reafirma su compromiso a largo plazo con la difusión y generalización de la educación financiera en España. 

José María Roldán Alegre es presidente de la AEB.