

COMPROMISO POR EL CONOCIMIENTO:

Los esfuerzos de la banca y las fintechs para cerrar brechas y promover una mayor inclusión financiera

IRINA TORO S.

Pese a ser considerado uno de los países con mejor rendimiento en la región, Chile aún enfrenta desafíos persistentes en materia de educación financiera. Según el informe "Capacidades financieras en América Latina: Chile 2023", del Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF) y la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), solo el 45% de los adultos ha participado en algún programa de alfabetización financiera, y la brecha frente a los países de la OCDE todavía supera los 20 puntos porcentuales.

Esto refleja la urgencia de fortalecer las políticas educativas para avanzar en inclusión y mejorar los niveles de conocimiento de la población.

A punto de cumplirse diez años desde que se presentó la Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF), la Comisión de Inclusión Financiera (CAPIF) —liderada por el Ministerio de Hacienda— anunció su actualización para agosto de este año. Con este objetivo, se está realizando un catastro de las iniciativas y programas impulsados por actores públicos y privados de instituciones financieras, la academia y las fintechs, que permitan actualizar la información, comparar y detectar avances y brechas.

En el diagnóstico inicial de la ENEF, entregada al Gobierno en enero de 2018, se registraron 44 instituciones con programas e iniciativas de educación financiera, 14 de ellas públicas, con 30 programas implementados desde 2012. De ellos, un 65% apuntaba a adultos en general, un 46% a estudiantes y un 44% a mujeres. Y se espera que el número de iniciativas haya aumentado con la irrupción de las fintechs.

"Tanto la actualización de la ENEF como la implementación de la estrategia de inclusión financiera están en curso, con fuerte énfasis en diagnóstico, colaboración público-privada y adopción de buenas prácticas internacionales. Se abordará también la educación digital, clave tras el surgimiento de la industria fintech y del uso de medios digitales por la población", explica Alejandro Puente, coordinador de Mercado de Capitales del Ministerio de Hacienda.

Qué quieren los clientes

A pesar de los esfuerzos de la banca en materia de educación financiera, los clientes reclaman por un mayor acceso a información, especialmente en temas de uso de datos, productos y servicios que ofrecen los bancos.

Según el estudio "Banking Consumer Survey 2025", de Accenture, la brecha de desconocimiento aún persiste: el 57% de las personas no comprende conceptos financieros básicos como tasas de interés o ahorro y el 59% desconoce las condiciones de los productos que ha contratado.

"El desafío es asesorar al cliente de acuerdo con el momento o etapa de su vida y con qué necesita en ese determi-

Con una oferta cada vez más amplia y especializada, que abarca desde herramientas para emprendedores hasta programas para mujeres, jóvenes, adultos mayores y trabajadores, la industria busca potenciar su oferta en materia de educación financiera, fomentando el acceso a información para una gestión responsable del dinero en las personas.

nado momento. Asesorar primero, luego vender", resalta Guillermo Ormillo, director ejecutivo de Strategy & Consulting de Accenture Chile. A su juicio, la banca debe adoptar un rol más proactivo, que trascienda lo transaccional, simplificando la oferta de productos y garantizando una mayor simplicidad y claridad para que el cliente pueda entender las condiciones del producto y cómo utilizarlo.

A modo de ejemplo, el estudio refleja que el 67% de los chilenos estaría dispuesto a contar con un asesor financiero basado en inteligencia artificial (IA), mientras el 24% valoraría contar con un coach financiero desde su banco. No obstante, y a pesar de que el 72% de los clientes valora la personalización, solo el 3% utiliza las herramientas disponibles y el 54% experimenta emociones negativas al ser contactado por su banco. "Esto revela una 'paradoja de la personalización': la tecnología existe, pero aún no logra generar una conexión empática ni la cercanía que los clientes desean", agrega Ormillo.

En la banca y el retail

Los avances en educación financiera en la banca y el sector fintech en Chile han marcado un camino claro hacia una mayor inclusión y conocimiento del sistema financiero.

Entre estas iniciativas se encuentra Mi Barrio Financiero, la plataforma de la Asociación de Bancos (ABIF), en colaboración con la Facultad de Economía y Negocios (FEN) de la Universidad de Chile, que desde 2020 ofrece cursos gratuitos y accesibles para niños, jóvenes, personas mayores, docentes y emprendedores. Desde la ABIF detallan que, hasta la fecha, ha beneficiado directamente a más de 135.000 personas, generando un impacto indirecto en cerca de 300.000 escolares. Solo en 2025, se han entregado 32.000 certificados que respaldan el aprendizaje de los participantes. Además, el curso para docentes ya ha formado a unos 660 profesores, quienes influirán en más de 120.000 estudiantes cada año.

Respecto de otras dos iniciativas de la ABIF y la FEN, Nunca es Tarde ha capacitado a más de 500 adultos mayores en 12 comunas, mientras que Manos a la Obra ha sumado cerca de 40.000 emprendedores inscritos, y prepara su tercera versión para cerrar el año.

La Asociación del Retail Financiero también posee un programa de alfabetización financiera junto a la Universidad San Sebastián y DuocUC. La iniciativa Maneja tus Tarjetas busca promover el uso responsable de medios de pago entre los trabajadores del sector, con más



Las iniciativas dirigidas a jóvenes y niños tienen especial repercusión sobre el entorno, sus familias y su propio bienestar futuro.

de mil colaboradores capacitados. Su presidente ejecutivo, Claudio Ortiz, explica que "el objetivo de este programa es que actúen como multiplicadores en sus comunidades en temas que van desde la administración personal hasta la ciberseguridad, con metodologías interactivas y en línea". Y agrega que, a través del programa Venta Responsable de Seguros, promovemos la autorregulación del sector y ayudamos a fortalecer las prácticas, ofreciendo una cultura de protección y transparencia a los consumidores".

Desde las fintechs

Josefina Movillo, directora ejecutiva de Fintechila, destaca que empresas como Mercado Pago, Tempo, Regum, Destácame, Fapra, Maxxa, Cumpio y banca.me han desarrollado acciones específicas de educación financiera que contribuyen a una mayor inclusión y comprensión del sistema, consolidando a Chile como una economía moderna y consciente en materia de finanzas digitales.

El programa Finanzas Personales de Mercado Pago, en colaboración con Junior Achievement, apunta a lograr un im-

pacto significativo en la educación financiera de estudiantes de enseñanza media de escuelas públicas. A través de módulos digitales interactivos, el apoyo de docentes y voluntarios, la iniciativa entrega contenidos prácticos sobre ahorro, presupuesto, planificación financiera, medios de pago y bancarización, equipando a más de 1.600 jóvenes graduados con herramientas clave para decisiones monetarias informadas.

Este programa no solo ha reducido las brechas de conocimiento, sino que también ha fortalecido la confianza de los participantes en el manejo de sus finanzas, afirma José Ignacio de Carli, gerente sénior de Sustentabilidad de Mercado Pago, quien señala que la proporción de jóvenes contenidos con los servicios financieros aumentó del 69% al 76%, y que se registraron mejoras notables en habilidades como la comprensión de estados de cuenta (+18%), protección de información sensible (+14%) y realización de transferencias (+14%), con un 94% de los docentes reportando mayor comodidad de los estudiantes al conversar sobre temas financieros.

Tempo, por su parte, se enfoca en la educación financiera práctica, desarro-

llando productos digitales que facilitan la toma de decisiones inteligentes en el día a día. A través de herramientas como el análisis de gastos por categoría (PFM, por sus siglas en inglés), su cuenta remunerada que impulsa el ahorro masivo, y una tarjeta de crédito ligada al ahorro, busca que cada interacción de sus usuarios sea una oportunidad para comprender mejor conceptos esenciales como el endeudamiento y los intereses.

Fernando Araya, CEO y cofounder de Tempo, subraya que su misión es acelerar la inclusión digital y financiera en Chile, haciendo que la educación sobre el dinero sea accesible y parte de la rutina diaria. "No se trata solo de ofrecer servicios, sino de promover un cambio cultural hacia una relación más consciente y responsable con las finanzas personales", afirma.

Proyecto piloto

En 2023, Caja Los Andes y su tarjeta Tapo, junto a la Municipalidad de Los Muermos, desarrollaron el programa Desafío Inclusión 90 (I90), dirigido a los habitantes de dicha comuna, ubicada en la Región de Los Lagos, a unos 50 km de Puerto Montt. En un lapso de 90 días, se realizaron encuestas y análisis de datos para obtener una radiografía local y posteriormente invitar a la comunidad a talleres y conversatorios en materias como educación financiera, ahorro y presupuesto, entre otras.

Según resultados recién conocidos, el proyecto mejoró la "salud" financiera de más de 600 personas, elevando su índice de bienestar financiero en más de seis puntos, lo que representa un aumento superior al 10%, y un incremento de 150% en el uso de productos de ahorro. "La colaboración público-privada es clave para escalar soluciones con impacto real en las comunidades. Si bien la tecnología es esencial para la inclusión financiera, no podemos dejar de lado a las personas no digitalizadas. Tenemos que adaptar las soluciones para no excluir a ningún segmento", explica José Gabriel Carrasco, gerente general de Tapo de Caja Los Andes.

Hacia los emprendedores

Orientado a las pequeñas empresas, Transbank, en alianza con ChileConverge, impulsan el programa "Círculo de Emprendedores: De soñadores a creadores", que tiene foco en el desarrollo de las pymes. En su segunda versión, seleccionó a 80 emprendedoras de entre más de 400 postulantes, con el objetivo de fortalecer sus capacidades de liderazgo, potenciar negocios y construir redes a través de talleres presenciales y cursos online. En estos se abordan temas clave como modelos de negocio, finanzas, formalización, marketing digital, inteligencia artificial aplicada a pymes, y preparación de pitchs, con el objetivo de proporcionar herramientas prácticas para el crecimiento de sus emprendimientos.

El programa Desafío Inclusión 90, en la comuna de Los Muermos, mejoró la "salud financiera" de más de 600 personas.

