

PARLAMENTO EUROPEO

2004



2009

Documento de sesión

A6-0393/2008

14.10.2008

INFORME

sobre la protección del consumidor: mejora de la educación y la sensibilización del consumidor en materia de crédito y finanzas
(2007/2288(INI))

Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor

Ponente: Iliana Malinova Iotova

Ponente de opinión(*):
Jean Paul Gauzès, Comisión de Asuntos Económicos y Monetarios

(*). Procedimiento de comisiones asociadas – artículo 47 del Reglamento

ÍNDICE

	Página
PROPUESTA DE RESOLUCIÓN DEL PARLAMENTO EUROPEO.....	3
OPINIÓN DE LA COMISIÓN DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y MONETARIOS.....	14
RESULTADO DE LA VOTACIÓN FINAL EN COMISIÓN.....	17

PROPUESTA DE RESOLUCIÓN DEL PARLAMENTO EUROPEO

sobre la protección del consumidor: mejora de la educación y la sensibilización del consumidor en materia de crédito y finanzas (2007/2288(INI))

El Parlamento Europeo,

- Vista la Comunicación de la Comisión de 18 de diciembre de 2007 sobre la educación financiera (COM(2007)0808),
 - Visto el Libro Verde sobre los servicios financieros al por menor en el mercado único (COM(2007)0226),
 - Vista su Resolución legislativa, de 16 de enero de 2008, respecto de la Posición Común del Consejo con vistas a la adopción de la Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a los contratos de crédito al consumo y por la que se deroga la Directiva 87/102/CEE del Consejo¹,
 - Vista su Resolución de 11 de julio de 2007 sobre la política de los servicios financieros (2005-2010) – Libro Blanco²,
 - Visto el artículo 45 de su Reglamento,
 - Vistos el informe de la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor y la opinión de la Comisión de Asuntos Económicos y Monetarios (A6-0393/2008),
- A. Considerando, por una parte, que los mercados financieros evolucionan rápidamente, se han vuelto extremadamente dinámicos y cada vez son más complejos y, por otra parte, que los cambios de sociedad y de estilo de vida requieren una gestión sana de las finanzas personales y una adaptación periódica de las mismas a las nuevas circunstancias laborales y familiares,
- B. Considerando que los responsables políticos, tanto en los Estados miembros como a escala europea, deben fijar como prioridad el incremento del nivel de cultura financiera de los consumidores, no sólo en beneficio de los ciudadanos, sino también de la sociedad y de la economía, que podría redundar en una disminución del endeudamiento, un mayor nivel de ahorro, un aumento de la competencia, un uso acertado de los productos de seguros y unos recursos adecuados para la jubilación,
- C. Considerando que, según señalan algunos estudios, los consumidores tienden a sobreestimar sus conocimientos en materia de servicios financieros y necesitan ser informados de que su cultura financiera no es tanta como creen, y de las consecuencias de este hecho,
- D. Considerando que unos programas de educación financiera de alta calidad, ceñidos a

¹ Textos aprobados, P6_TA(2008)0011.

² DO C 175 E de 10.7.2008, p. 392.

objetivos concretos y, cuando proceda, lo más personalizados posible, pueden contribuir a aumentar la cultura financiera, permitiendo así a los consumidores elegir con mayor conocimiento de causa y, por consiguiente, contribuir a un funcionamiento eficaz de los mercados financieros,

- E. Considerando que los servicios financieros transfronterizos adquieren cada vez mayor importancia y que la Comisión debe emprender iniciativas a escala europea para promover la información transfronteriza y, en caso necesario, comparable, sobre la educación financiera,
 - F. Considerando que debe prestarse especial atención a las necesidades educativas de los consumidores más vulnerables y de los consumidores jóvenes que se enfrentan a decisiones que afectarán a sus perspectivas económicas durante toda la vida,
 - G. Considerando que algunas investigaciones han demostrado que las personas que han estudiado los aspectos fundamentales de las finanzas personales a una edad temprana tienen mayor cultura financiera; que la educación financiera está estrechamente relacionada con la enseñanza de competencias básicas (matemáticas y lectura);
1. Expresa su satisfacción por las iniciativas de la Comisión sobre la educación financiera de los consumidores y, en particular, por la reciente creación del Grupo de expertos en educación financiera y su intención de publicar una base de datos en línea de planes de educación financiera e investigación efectuada en la Unión Europea; opina que este Grupo de expertos en educación financiera debería tener unas responsabilidades y competencias claramente definidas; sugiere que se encargue a dicho Grupo, en particular, que examine el valor añadido y las mejores prácticas en materia de educación financiera básica en la UE y de los servicios financieros transfronterizos;
 2. Subraya que el objetivo de la educación y la mayor sensibilización de los consumidores en materia de finanzas y créditos es mejorar sus conocimientos de las realidades económicas y financieras para poder comprender los compromisos económicos y evitar riesgos innecesarios, el endeudamiento excesivo y la exclusión financiera; considera que acciones de formación e información deben permitir a los consumidores adquirir una visión independiente, basada en sus propios criterios, de los productos financieros que se les ofrecen o a los que tienen previsto recurrir;
 3. Constata que la crisis de las «hipotecas de alto riesgo» constituye un ejemplo no sólo de los peligros que supone la información inadecuada para los prestatarios, sino también que la falta de comprensión y conocimiento de dicha información origina que los consumidores no tengan debidamente en cuenta el riesgo de insolvencia y el endeudamiento excesivo;
 4. Subraya que los consumidores conscientes e informados contribuyen a fomentar la competencia, la calidad y la innovación de los servicios financieros y bancarios, y recuerda que los inversores informados y confiados pueden proporcionar liquidez adicional a los mercados de capitales por lo que se refiere a las inversiones y el crecimiento;
 5. Señala la importancia de establecer una comprensión del nivel de cultura financiera de los

Estados miembros y la comprensión del valor añadido que puede ofrecer la UE, así como definir las necesidades educativas de grupos de destinatarios específicos, con arreglo a una serie de criterios como la edad, el nivel de ingresos y el nivel de educación;

6. Reconoce el papel de las iniciativas privadas, el sector de los servicios financieros y las asociaciones de consumidores, tanto a nivel nacional como comunitario, a la hora de definir las necesidades específicas de los grupos de destinatarios en materia de educación financiera, de identificar las insuficiencias y carencias de los actuales programas educativos y de facilitar información financiera a los consumidores, incluyendo el uso de campañas de educación y comunicación basadas en herramientas disponibles en Internet para la planificación financiera;
7. Opina que los programas de educación financiera son más eficaces si se ciñen a las necesidades de grupos de destinatarios específicos y, en su caso, si se personalizan lo más posible; también opina que todos los programas de educación financiera deben contribuir a la mejora de una gestión consciente y realista de las posibilidades financieras de cada persona; debe examinarse la posibilidad de elaborar programas que mejoren las capacidades financieras de los adultos, ya sea en el puesto de trabajo o utilizando puntos importantes de la vida de la persona, como el nacimiento de un hijo, el matrimonio, el divorcio o un fallecimiento, que se ven apoyados por una serie de instrumentos del consumidor independientes;
8. Pide a la Comisión que, en cooperación con los Estados miembros, desarrolle a escala comunitaria programas de educación sobre finanzas personales basados en normas y principios comunes que puedan adaptarse a las necesidades de todos los Estados miembros y aplicarse en cada uno de ellos, estableciendo criterios de referencia y fomentando el intercambio de las mejores prácticas;
9. Hace hincapié en que la educación financiera puede completar, pero no sustituir, unas coherentes disposiciones relativas a la protección del consumidor en la legislación sobre servicios financieros y una regulación, y estricta supervisión, de las entidades financieras;
10. Reconoce el importante papel del sector privado y, en particular, de las entidades financieras, a la hora de proporcionar a los consumidores información sobre servicios financieros; insiste, no obstante, en que la educación financiera debe ofrecerse de forma justa, imparcial y transparente para que responda a los intereses de los consumidores y diferenciarse claramente de un asesoramiento o publicidad de carácter comercial; para alcanzar este objetivo, anima a las entidades financieras a que establezcan códigos de conducta para su personal;
11. Reconoce que debe lograrse el difícil equilibrio entre aportar a los consumidores los conocimientos necesarios para que puedan tomar decisiones fundadas en materia de finanzas y sobrecargarlos de información; aboga por la calidad por encima de la cantidad, como por ejemplo, una información de calidad que sea accesible, concreta, fácil de comprender y destinada a capacitar a los consumidores para elegir con conocimiento de causa y responsabilidad;
12. Considera que es necesaria una información efectiva, clara y comprensible, principalmente en los mensajes publicitarios sobre los productos financieros, y que las

entidades financieras deben proporcionar información suficiente antes de la conclusión de los contratos y, en particular, aplicar estrictamente las normas contempladas en la Directiva 2004/39/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de abril de 2004, relativa a los mercados de instrumentos financieros¹ (MiFID) y en la Directiva 2008/48/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2008, relativa a los contratos de crédito al consumo²; pide a la Comisión que presente propuestas legislativas coherentes y específicas con vistas a un sistema armonizado de información y protección de los consumidores, en particular en materia de créditos hipotecarios (por ejemplo, en forma de hoja informativa europea, estandarizada, armonizada, sencilla y comparable que incluya indicaciones comunes sobre el interés anual efectivo, etc.).

13. Recomienda que los planes de educación financiera se centren en importantes aspectos de la planificación vital, como los ahorros básicos, las deudas, los seguros y las pensiones;
14. Pide a la Comisión que prosiga sus esfuerzos por promover el diálogo entre las partes interesadas;
15. Sugiere el incremento de la línea presupuestaria 17 02 02 para financiar actividades comunitarias destinadas a mejorar la educación y la cultura financieras de los consumidores; pide a la Comisión que contribuya a aumentar esta sensibilización en la Unión Europea apoyando la organización de conferencias, seminarios y campañas de comunicación y concienciación a nivel nacional y regional, así como programas educativos con participación transfronteriza, especialmente en el ámbito de los servicios financieros al por menor y de la gestión doméstica de ingresos y deudas;
16. Pide a la Comisión que siga desarrollando y mejorando la herramienta en línea Dolceta y que facilite este servicio en todas las lenguas oficiales; propone que la Comisión incluya en el sitio web Dolceta un enlace con la base de datos en línea que piensa crear sobre los planes de educación financiera existentes a escala regional y nacional; propone que en el sitio web de Dolceta se inserten, de acuerdo con una subdivisión nacional, los enlaces de las entidades públicas y privadas activas en temas de educación financiera;
17. Pide a la Comisión que incluya indicadores sobre la disponibilidad y calidad de la educación financiera en el Cuadro de Indicadores de los Mercados de Consumo;
18. Pide a la Comisión que lleve a cabo campañas de información para sensibilizar en mayor medida a los consumidores sobre sus derechos en virtud de la legislación comunitaria por lo que respecta a la prestación de servicios financieros;
19. Subraya la necesidad de que los Estados miembros realicen, con el apoyo de la Comisión, encuestas periódicas, en colaboración con los distintos grupos sociales y de la población, sobre el nivel existente de cultura financiera entre el público, con el fin de identificar las cuestiones prioritarias y asegurar así la realización efectiva y oportuna de programas de apoyo a la educación financiera de los ciudadanos;
20. Alienta a los Estados miembros a que incluyan la educación financiera en los planes de

¹ DO L 145 de 30.4.2004, p. 1.

² DO L 133 de 22.5.2008, p. 66.

estudio generales de la enseñanza primaria y secundaria establecidos por las autoridades competentes, con objeto de desarrollar las competencias necesarias para la vida cotidiana y a que organicen una formación sistemática de los docentes en esta materia:

21. Subraya que es necesaria una educación permanente de ambas partes, asesores financieros y consumidores, para lograr una información de calidad compatible con la evolución más reciente del sector de los servicios financieros;
22. Opina que no se aprovechan suficientemente los efectos de sinergia entre las distintas organizaciones educativas; pide por tanto a los Estados miembros que creen una red sobre educación financiera en la que participen el sector público y el privado, y favorezcan la cooperación y el diálogo entre todos los agentes;
23. Anima a los Estados miembros a que presten especial atención a las necesidades educativas de los jubilados y las personas al final de su vida profesional, expuestas al riesgo de exclusión financiera, así como a los jóvenes que inician su carrera y se enfrentan al reto de cómo usar adecuadamente sus nuevos ingresos;
24. Pide a los Estados miembros que establezcan programas de formación sobre economía y servicios financieros para los trabajadores sociales, ya que éstos están en contacto con personas enfrentadas a un riesgo de pobreza y/o de endeudamiento excesivo;
25. Encarga a su Presidente que transmita la presente Resolución al Consejo y a la Comisión, así como a los Gobiernos de los Estados miembros.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. Importancia de la educación financiera

La educación financiera es un tema prioritario en la agenda tanto de los EE.UU. como de la Unión Europea. La razón es doble: en primer lugar, los consumidores se enfrentan a una oferta de bienes y servicios cada vez más amplia y más compleja. En segundo lugar, la información y el asesoramiento de los consumidores no siempre están a la altura del nivel de complejidad de los productos financieros. Esta situación exacerba la vulnerabilidad de los consumidores en materia de finanzas.

Los consumidores necesitan unas competencias básicas. Al reducirse la brecha relativa a la información y los conocimientos en materia de finanzas entre los intermediarios financieros y los consumidores, se disminuiría el riesgo de un endeudamiento excesivo, morosidad o bancarrota. También se incrementaría la competencia entre prestamistas, mejorando así la eficacia global del mercado ya que unos consumidores mejor informados pueden distinguir varias propuestas financieras y seleccionar la que más se ajusta a sus necesidades.

II. Concepto de capacitación financiera

El concepto de capacitación financiera, tal como lo definen los investigadores, abarca tres aspectos fundamentales:

- Conocimientos y comprensión en materia de finanzas

Es necesario establecer un nivel básico de capacitación financiera. Los consumidores deberían ser capaces de entender la terminología financiera elemental, así como, en cierta medida, los procedimientos técnicos, jurídicos y matemáticos correspondientes. Este conocimiento debería adquirirse mediante la educación y la formación, pero también recibiendo de forma pasiva una información procedente de diversas fuentes o experiencias.

- Competencias en materia de finanzas

Tras la adquisición de cierto nivel de conocimientos, los consumidores deberían ser capaces de utilizarlos en beneficio propio. Ello requiere una serie de competencias específicas como recopilar información financiera (estados de cuenta, recibos del banco, etc.) y llevar un registro, evaluar adecuadamente la información recopilada, comparar los diferentes productos, además de otras competencias que facilitan la planificación financiera (ahorro, gasto, presupuesto, inversión).

- Responsabilidad financiera

Los conocimientos y competencias no bastan para garantizar que los consumidores gestionan sus finanzas adecuadamente. Los consumidores deben estar listos y dispuestos a utilizar dichos conocimientos y competencias. Ello depende en gran parte de la actitud que se tome. La capacitación financiera es algo más que el mero hecho de conocer la forma correcta de actuar. Personas con los mismos conocimientos pueden actuar de forma muy distinta debido a su distinta visión del gasto y la inversión. Incluso cuando se dispone de conocimientos y competencias suficientes se puede tomar decisiones irresponsables en términos

macroeconómicos.

III. Problemas relacionados con la falta de capacitación financiera

Resulta difícil para los consumidores con escasos conocimientos financieros elegir los productos y servicios que mejor se ajustan a sus necesidades. Dada la dificultad de evaluar el asesoramiento recibido, se puede caer en el engaño y ser víctima de prácticas comerciales desleales.

Existe un malentendido generalizado acerca de los productos financieros, en particular si éstos son más complejos. Este problema puede tener dos consecuencias: los consumidores no entran en cuestiones financieras (exclusión financiera) o lo hacen pero pueden no elegir el producto adecuado y no investigar suficientemente el mercado para encontrar el producto que mejor responde a sus necesidades, debido a la dificultad de comparar los productos. Distintos estudios demuestran que el consumidor decide optar sencillamente bien por los productos más baratos, bien por los productos que ofrecen las grandes empresas por considerarlos más fiables. Otro problema es la falta de seguimiento de los productos por parte de los consumidores una vez que los adquieren, ya que podrían orientarse hacia ofertas más ventajosas. Según un estudio llevado a cabo por FSA (*Financial Services Authority*), el nivel de investigación del mercado antes de elegir productos financieros es muy bajo en el Reino Unido, en comparación con el comportamiento del consumidor a la hora de comprar una prenda de vestir o un teléfono móvil.

Otro problema añadido es que los consumidores no saben a quién dirigirse. Las encuestas señalan que cuando las personas buscan asesoramiento, se dirigen en primer lugar a sus familiares y amigos. La razón subyacente es que la gente cree que estos les darán consejos fiables. Por otra parte, pedir asesoramiento a una entidad bancaria puede engendrar cierta presión para adquirir productos financieros. Los consumidores deberían recibir un asesoramiento independiente para preservar mejor sus intereses. Sin embargo, pocos son los consumidores que pueden sufragar los servicios de asesores financieros personales.

La falta de planificación también es una consecuencia de la falta de cultura y capacitación financieras. Los consumidores deberían darse cuenta de que la planificación de su jubilación debe iniciarse desde los primeros años de vida laboral.

Por último, los consumidores de hoy día están sometidos a una presión y tentación continuas en relación con los préstamos mediante anuncios publicitarios. El hecho de no entender las consecuencias de suscribir un crédito y no poder reembolsarlo puede tener efectos negativos no sólo para su bienestar, sino también para la sociedad en general.

IV. Sensibilizar en mayor medida

Si bien las encuestas indican una falta general de capacitación financiera entre los consumidores europeos, estos no se dan cuenta de ello o no lo admiten. Es preciso sensibilizar en mayor medida a los consumidores sobre hasta qué punto entienden las cuestiones financieras, ayudarles a comprender la necesidad de recibir una educación financiera y un asesoramiento de especialistas independientes.

Al mismo tiempo, debería sensibilizarse a los consumidores sobre las consecuencias de sus

actos y de los compromisos que contraen, por ejemplo, qué ocurre cuando no pagan las mensualidades o cuando reembolsan de forma anticipada. Ello les permitirá tomar decisiones con mayor conocimiento de causa y responsabilidad.

Es necesario llevar a cabo una campaña de información para incrementar el interés de la opinión pública sobre la capacitación financiera. También debería desarrollarse la capacidad de los consumidores para evaluar su propia capacitación financiera.

Debería influirse en la actitud de los consumidores hacia la educación financiera. Incluso disponiendo de unos planes de educación financiera y de un asesoramiento de especialistas de calidad, los consumidores pueden decidir que no los necesitan.

V. Educación financiera e información financiera - un enfoque diferenciado

La capacitación financiera de los consumidores evoluciona a lo largo de la vida, en función de la etapa en que se encuentra, de su nivel de educación, de ingresos, etc. Los conocimientos y la comprensión, las competencias y la responsabilidad en materia de finanzas carecen de sentido si los consumidores no pueden usarlos en la práctica. Por consiguiente, la educación financiera debe ser práctica y no puramente teórica, especialmente para los consumidores de más edad. Los planes de educación financiera deberían tener en cuenta las necesidades de los consumidores. Estas necesidades dependen de la edad, el nivel de ingresos, el estado civil, la educación, las actitudes, los intereses personales, el sector profesional, etc.

Estos aspectos conducen a establecer los principios básicos de los planes de educación financiera, a saber:

- deben ceñirse a objetivos concretos,
- deben tener en cuenta las distintas necesidades e intereses de una gama diversificada de consumidores y ofrecerse en su lengua materna - la información de los consumidores debe ser concreta y comprensible,
- deben aplicarse a una amplia gama de consumidores - niños, jóvenes, adultos, personas cercanas a la jubilación, jubilados - e incluirse en el sistema educativo formal, desarrollándose posteriormente programas de formación específicos en materia de finanzas destinados a determinados grupos sociales y económicos,
- también deben tener en cuenta que los consumidores puedan presentar reclamaciones y obtener compensaciones.

Otro aspecto importante es que la información de los consumidores es una condición necesaria pero no suficiente para adoptar decisiones eficaces. El hecho de ofrecer una mayor información a los consumidores no siempre redundará en un mayor nivel de información de los mismos. Los consumidores necesitan información pero también han de ser capaces de comprenderla y compararla. A menudo se proporciona a los consumidores demasiada información, por lo que les cuesta filtrarla. Ello puede reducir su nivel de comprensión y limitar su capacidad de decisión. No debe confundirse la información con la educación y el asesoramiento.

Por lo general, los consumidores con menos ingresos tienen menos acceso a la información al no usar habitualmente productos financieros. Muchos consumidores recurren a los servicios de asesores financieros independientes, pero éste no es el caso de los que tienen menos ingresos. Debería prestarse mayor atención al acceso de los consumidores con bajo nivel de ingresos a un asesoramiento independiente y de calidad.

VI. Elaboración y aplicación de planes de educación financiera

Todos los agentes deben implicarse en el proceso de educación financiera, a saber, el Estado, las ONG, las asociaciones de consumidores y las entidades financieras. Es preciso establecer un reparto claro de competencias. Las entidades financieras cuentan con los conocimientos y la experiencia necesarios para elaborar planes de educación concretos y prácticos, pero no pueden ser las únicas en facilitar educación y asesoramiento en materia de finanzas.

Otros prestadores de educación financiera son instituciones independientes como las asociaciones de consumidores y el Estado. La mejor solución consiste en que sean las entidades financieras y las asociaciones de consumidores las que ofrezcan conjuntamente una educación financiera, con objeto de proteger los intereses de los consumidores y no ejercer presión alguna sobre éstos para que adquieran productos financieros.

VII. Educación financiera a escala comunitaria

La educación financiera corre a cargo de diversas entidades y organizaciones - autoridades de supervisión financiera, entidades financieras, organismos de alfabetización de adultos, asociaciones de consumidores, etc. En 11 Estados miembros, las autoridades nacionales son los principales impulsores de la educación financiera. La enseñanza se centra en la teoría económica y, en particular, en el uso de la cuenta bancaria. Los programas de educación financiera también incluyen la gestión de créditos y préstamos y abarcan temas como la inversión, el ahorro, los seguros y la gestión del riesgo. En el ámbito de la educación financiera, la Comisión Europea ha emprendido las siguientes iniciativas:

- **Establecimiento de un sitio web, Dolceta, que ofrece educación para adultos en materia de consumo** – el sitio se pueden consultar en todas las lenguas oficiales de la UE (excepto en rumano y búlgaro) y se ajusta a las necesidades de todos los mercados nacionales.
- **La Comisión ha decidido ampliar Dolceta a la enseñanza primaria y secundaria** – este nuevo proyecto está orientado a jóvenes y profesores y su objetivo es ayudar a los docentes a integrar las cuestiones financieras en sus clases y evaluar a los alumnos en estos temas.
- **«Agenda Europa»** – un folleto distribuido a estudiantes de secundaria para informarles de sus derechos como consumidores. Incluye una sección sobre dinero y deuda que explica el modo en que funcionan las instituciones y productos financieros y ofrece una serie de instrumentos de alerta temprana acerca de los peligros de un excesivo endeudamiento.
- En marzo de 2007, la Comisión organizó una **conferencia sobre la mejora del conocimiento financiero** para destacar la importancia de una educación financiera de

calidad y ofrecer un foro de intercambio de buenas prácticas.

- **El Libro Verde sobre los servicios financieros al por menor** sugirió la posibilidad de realizar mayores esfuerzos para fomentar la educación financiera.
- **Comunicación de la Comisión sobre la educación financiera (COM(2007)0808).**

VII. Medidas

- Los Estados miembros deben desempeñar un papel fundamental en la educación financiera. No obstante, se debe desarrollar a escala comunitaria un programa básico en materia de educación financiera. Dicho programa debe crear un conjunto de normas y principios comunes de aplicación en todos los Estados miembros.

- La mejor manera de aumentar la capacitación financiera de los ciudadanos es incluir en el currículo escolar una asignatura que abarque las cuestiones financieras. Para alcanzar los mejores resultados, la educación financiera debe empezar en la escuela y ser obligatoria. La Comisión debe recomendar a los Estados miembros que incluyan la educación financiera en los planes de estudio escolares nacionales.

- Se debe adoptar un enfoque especial para mejorar la cultura financiera de diferentes grupos sociales: niños en la educación primaria y secundaria, estudiantes universitarios, adultos, personas con bajos ingresos y pensionistas.

- Los Estados miembros deben crear una red de educación financiera en la que participen los sectores gubernamental y no gubernamental, así como tutores con una formación especializada.

- La Comisión debe animar a los Estados miembros a establecer una educación financiera especialmente dirigida a los consumidores al final de su carrera profesional o que ya están jubilados. Ello reviste especial importancia ya que, en la actualidad, los sistemas de seguridad social funcionan de manera que los riesgos ya no son asumidos por los Estados, sino por los ciudadanos.

- La Comisión debe crear una línea presupuestaria para la educación financiera a escala comunitaria. Deben reservarse recursos financieros para poner en marcha campañas mediáticas de sensibilización de los consumidores acerca de los problemas derivados de un escaso nivel de educación financiera.

17.9.2008

OPINIÓN DE LA COMISIÓN DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y MONETARIOS

para la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor

sobre la protección del consumidor: mejora de la educación y la sensibilización del consumidor en materia de crédito y finanzas
(2007/2288(INI))

Ponente de opinión (*): Jean-Paul Gauzès

(*): Procedimiento de comisiones asociadas – artículo 47 del Reglamento

SUGERENCIAS

La Comisión de Asuntos Económicos y Monetarios pide a la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor, competente para el fondo, que incorpore las siguientes sugerencias en la propuesta de resolución que apruebe:

1. Subraya que el objetivo de la educación y la mayor sensibilización de los consumidores en materia de finanzas y créditos es mejorar sus conocimientos de las realidades económicas y financieras para poder comprender los compromisos económicos y evitar riesgos innecesarios, el endeudamiento excesivo y la exclusión financiera; considera que acciones de formación e información deben permitir a los consumidores adquirir una visión independiente, basada en sus propios criterios, de los productos financieros que se les ofrecen o a los que tienen previsto recurrir; pide a los Gobiernos de los Estados miembros y a las autoridades locales que adopten y coordinen con las instituciones financieras, otros interesados, los medios de comunicación, profesionales de la educación y el asesoramiento y las organizaciones de consumidores, medidas e iniciativas para fomentar los conocimientos financieros de los ciudadanos; pide a la Comisión que presente al Parlamento Europeo un programa en materia de educación financiera;
2. Constata que la crisis de las «hipotecas de alto riesgo» constituye un ejemplo no sólo de los peligros que supone la información inadecuada para los prestatarios, sino también que la falta de comprensión y conocimiento de dicha información origina que los consumidores no tengan debidamente en cuenta el riesgo de insolvencia y el endeudamiento excesivo;

3. Considera que es necesaria una información efectiva, clara y comprensible, principalmente en los mensajes publicitarios sobre los productos financieros, y que las entidades financieras deben proporcionar información suficiente antes de la conclusión de los contratos y, en particular, aplicar estrictamente las normas contempladas en la Directiva 2004/39/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de abril de 2004, relativa a los mercados de instrumentos financieros¹ (MiFID) y en la Directiva 2008/48/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2008, relativa a los contratos de crédito al consumo²; pide a la Comisión que presente propuestas legislativas coherentes y específicas con vistas a un sistema armonizado de información y protección de los consumidores, en particular en materia de créditos hipotecarios (por ejemplo, en forma de hoja informativa europea, estandarizada, armonizada, sencilla y comparable que incluya indicaciones comunes sobre el interés anual efectivo, etc.).
4. Propone que, en los planes de estudio, se introduzca la asignatura de iniciación a la economía y las finanzas, adaptándola a los diferentes niveles de escolarización, y que esta asignatura haga hincapié, en particular, en la buena gestión del presupuesto familiar y en el uso adecuado de los productos financieros más habituales; recuerda que la educación financiera puede ser difundida entre los consumidores y los ciudadanos mediante los medios de comunicación y todas las tecnologías de TI disponibles;
5. Está convencido de que los trabajadores sociales que están en contacto con familias que presentan peligro de endeudamiento excesivo o de exclusión financiera han de recibir una formación en materia de economía familiar y gestión de créditos para que puedan proporcionar asesoramiento práctico o advertir de posibles riesgos; pide el desarrollo de programas específicos para los jóvenes con objeto de informarles, en su calidad de futuros consumidores, de los productos que ofrece el sistema bancario, para los recién llegados a la Unión Europea, con el fin de incrementar sus conocimientos de las prácticas financieras europeas, y para los jubilados, con objeto de que puedan encontrar productos y servicios mejores, más baratos y más adecuados;
6. Considera que los poderes públicos deber reforzar y alentar las acciones de las organizaciones participan en la educación y la sensibilización de los consumidores en materia de finanzas y crédito;
7. Subraya que los consumidores conscientes e informados contribuyen a fomentar la competencia, la calidad y la innovación de los servicios financieros y bancarios, y recuerda que los inversores informados y confiados pueden proporcionar liquidez adicional a los mercados de capitales, por lo que se refiere a las inversiones y el crecimiento; destaca que la educación de los consumidores y su protección no pueden ser nunca sustitutivos de una supervisión eficaz, pero en la práctica aumentan la eficacia de la supervisión en la dosis adecuada.

¹ DO L 145 de 30.4.2004, p. 1.

² DO L de 22.5.2008, p. 66.

RESULTADO DE LA VOTACIÓN FINAL EN COMISIÓN

Fecha de aprobación	9.9.2008
Resultado de la votación final	+ : 33 - : 0 0 : 0
Miembros presentes en la votación final	Mariela Velichkova Baeva, Paolo Bartolozzi, Zsolt László Becsey, Pervenche Berès, Sebastian Valentin Bodu, Sharon Bowles, Udo Bullmann, Manuel António dos Santos, Christian Ehler, Elisa Ferreira, José Manuel García-Margallo y Marfil, Jean-Paul Gauzès, Robert Goebbels, Donata Gottardi, Gunnar Hökmark, Karsten Friedrich Hoppenstedt, Othmar Karas, Christoph Konrad, Guntars Krasts, Kurt Joachim Lauk, Andrea Losco, Astrid Lulling, Gay Mitchell, Sirpa Pietikäinen, John Purvis, Alexander Radwan, Bernhard Rapkay, Heide Rühle, Eoin Ryan, Antolín Sánchez Presedo, Salvador Domingo Sanz Palacio, Olle Schmidt, Peter Skinner, Margarita Starkevičiūtė e Ieke van den Burg
Suplente(s) presente(s) en la votación final	Harald Ettl, Piia-Noora Kauppi, Vladimír Maňka, Bilyana Ilieva Raeva y Margaritis Schinas

RESULTADO DE LA VOTACIÓN FINAL EN COMISIÓN

Fecha de aprobación	7.10.2008
Resultado de la votación final	+ : 35 - : 0 0 : 0
Miembros presentes en la votación final	Cristian Silviu Buşoi, Charlotte Cederschiöld, Gabriela Creţu, Mia De Vits, Janelly Fourtou, Evelyne Gebhardt, Hélène Goudin, Małgorzata Handzlik, Christopher Heaton-Harris, Anna Hedh, Iliana Malinova Iotova, Pierre Jonckheer, Kurt Lechner, Toine Manders, Catuscia Marini, Arlene McCarthy, Nickolay Mladenov, Catherine Neris, Zita Pleštinská, Karin Riis-Jørgensen, Zuzana Roithová, Heide Rühle, Leopold Józef Rutowicz, Christel Schaldemose, Andreas Schwab, Marianne Thyssen, Jacques Toubon, Barbara Weiler, Marian Złotea
Suplente(s) presente(s) en la votación final	Emmanouil Angelakas, Wolfgang Bulfon, Colm Burke, Giovanna Corda, Othmar Karas, José Ribeiro e Castro, Olle Schmidt