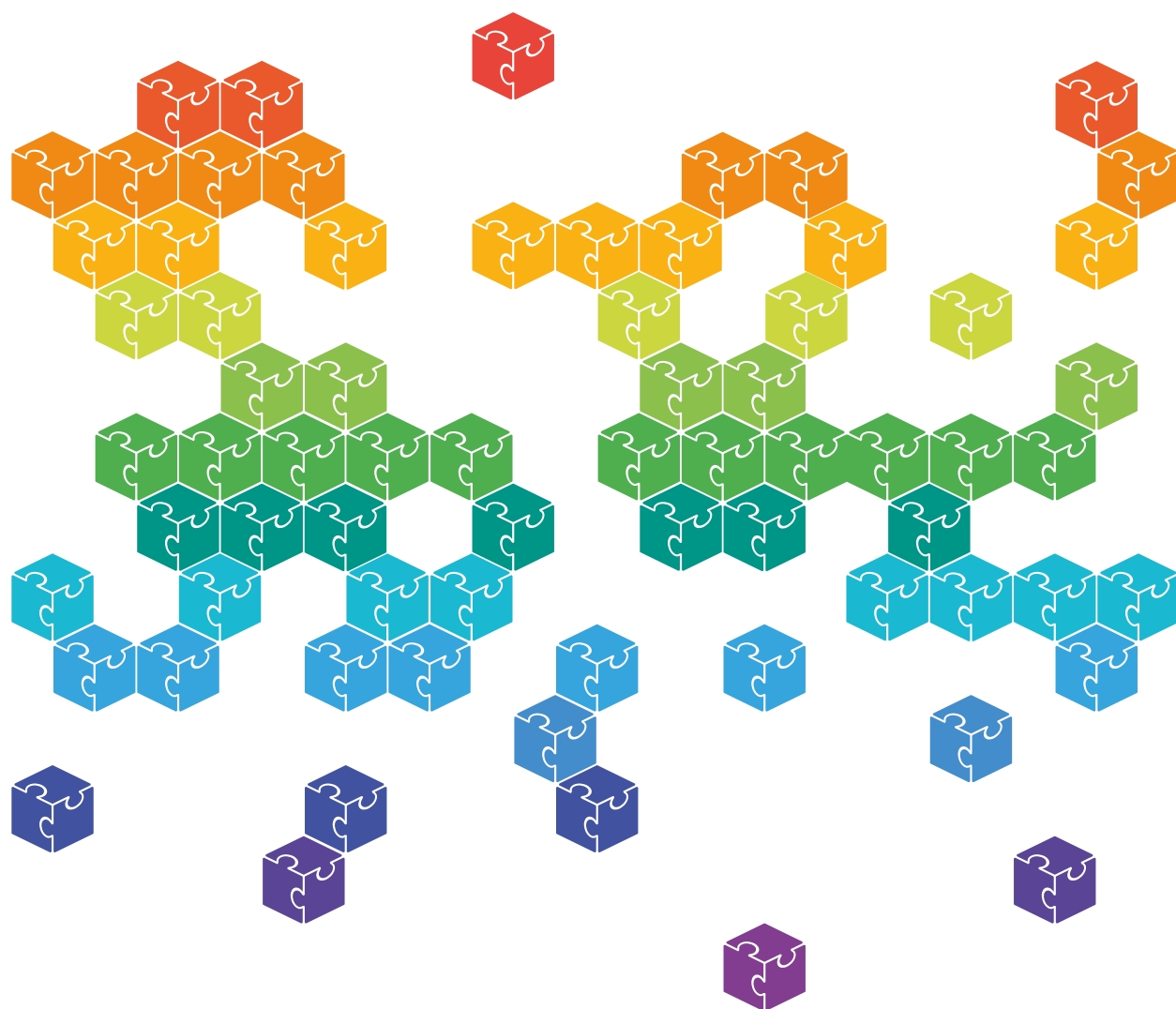




Mapeo Nacional de Iniciativas y Programas de Educación Financiera 2025

Comisión Asesora para la Inclusión Financiera





Contenido

	Prólogo subsecretaría de Hacienda	5
	Introducción	7
1	Participación	9
	1.1 Número de entidades que participan de encuesta	9
2	Iniciativas de EF: Cuantificación y proyección	11
	2.1 Número de entidades que ofrecen EF	11
	2.2 Programas e Iniciativas de EF	12
	2.3 Año de inicio de las iniciativas de EF	13
	2.4 Acumulado de iniciativas desde 2007 a 2025	13
	2.5 Año de inicio de las iniciativas de EF	14
	2.6 Número de iniciativas que se implementarán	15
3	Objetivos de las iniciativas de EF	16
	3.1 Número de iniciativas que se implementarán	16
	3.2 Objetivos de las iniciativas de EF por sector	17
4	Públicos objetivos	20
	4.1 Grupos de edad a los que se orienta la EF	20
	4.2 Grupos poblacionales de las iniciativas de EF	21
	4.3 Objetivos de las iniciativas de EF por sector	23
5	Cobertura y modalidad de oferta	24
	5.1 Cobertura de entidades que ofrecen EF	24
	5.2 Modalidad de la oferta de EF que se utiliza actualmente	25
	5.3 Modalidad de la oferta de EF que se proyecta utilizar	26
6	Enfoques transversales en las iniciativas	27
	6.1 Enfoques transversales presentes en iniciativas de EF	27
	6.2 Incorporación de la economía del comportamiento en iniciativas de EF	28

7	Canales y medios de entrega	29
7.1	Formas de divulgación de los programas e iniciativas de EF	29
7.2	Programas de EF con página web	30
7.3	Nuevas tendencias tecnológicas utilizadas en la EF	31
7.4	Redes sociales usadas para la divulgación de EF	32
8	Beneficios de las iniciativas	33
8.1	Beneficios de las iniciativas de EF	33
9	Contratación de proveedores	35
9.1	Contratación de proveedores para iniciativas de EF total	35
9.2	Contratación de proveedores para iniciativas de EF por sector	36
10	Alianzas institucionales	37
10.1	Alianzas para la planeación o ejecución de iniciativas de EF	37
11	Fuentes de apoyo y lineamientos	39
11.1	Instituciones de las cuales se ha recibido asesoría, financiación o lineamientos en EF	39
11.2	Instituciones de las cuales se ha recibido lineamientos en EF	40
12	Financiamiento y recursos humanos	41
12.1	Origen de los recursos para iniciativas de EF	41
12.2	Origen de los recursos para iniciativas de EF por sector	42
12.3	Recursos monetarios destinados a la EF	43
12.4	Empleo para implementar la EF	44
13	Evaluación, seguimiento y monitoreo	45
13.1	Periodicidad de las estrategias de medición, evaluación y monitoreo	45
13.2	Prácticas de evaluación y seguimiento en programas de EF	46
14	Retos y oportunidades	47
	Conclusión	49

Prólogo subsecretaría de Hacienda

En los últimos años, Chile ha fortalecido significativamente su marco regulatorio con leyes que promueven la inclusión, transparencia y protección de las usuarias y usuarios del sistema financiero, como son la Ley Fintec, la Ley de Registro Consolidado de Deuda y la reforma a la Ley de Fraude, entre otras, en línea con las transformaciones tecnológicas, que amplían y mejoran las oportunidades de acceso. Pero estos cambios también hacen necesario acompañar a las personas con formación y orientación para el uso responsable de los servicios financieros. La educación financiera se vuelve así un componente cada vez más esencial para la inclusión y protección del consumidor.

El *Mapeo Nacional de Iniciativas y Programas de Educación Financiera* marca un hito en la construcción de políticas públicas basadas en evidencia: por primera vez contamos con una visión integral del ecosistema de educación financiera en Chile, de quiénes la desarrollan, cómo lo hacen, a quiénes llegan y con qué resultados. Por lo tanto, nos permite dimensionar cuál es la base sobre la que avanzar hacia iniciativas más eficaces.



Este estudio, impulsado por la secretaría técnica de la Comisión Asesora para la Inclusión Financiera (CAPIF), visibiliza el esfuerzo de entidades del sector público, universidades, organizaciones de la sociedad civil y sector privado, como la banca y las Fintec para desarrollar iniciativas de educación financiera, lo que confirma el compromiso transversal por avanzar en este ámbito, que registra un importante crecimiento desde 2007. Esto demuestra que la educación financiera ha dejado de ser un nicho, para convertirse en un esfuerzo en que predominan las iniciativas que fortalecen competencias básicas —como la planificación, el ahorro y el uso responsable del crédito—, junto con protección e inclusión financiera, como los seguros, la prevención del fraude y los pagos digitales.

La mayoría de las entidades incorpora enfoques transversales —de género, ciudadanía y protección al consumidor—, pero aún debemos fortalecer la adopción de la economía del comportamiento, para que la educación financiera genere cambios reales en los hábitos y decisiones cotidianas.

El mapeo evidencia también que la colaboración entre sectores es esencial para ampliar la cobertura y la persistencia de las acciones; y que constituye una herramienta de coordinación entre lo público, privado, académico y la sociedad civil, orientada a mejorar la pertinencia, el alcance y la sostenibilidad de las acciones educativas. Los desafíos requieren sostener y profundizar esta articulación multisectorial.

Por eso, la nueva etapa de la Estrategia Nacional de Educación Financiera busca consolidar los esfuerzos compartidos y reducir las brechas de inclusión y territoriales: la cobertura sigue concentrada en adultos, mientras niños, adolescentes y grupos con mayores barreras de acceso —como mujeres fuera del mercado laboral, población rural o migrante— son menos atendidos, lo mismo que los y las habitantes de regiones.

Desde el Ministerio de Hacienda estamos impulsando además una visión más integral de la educación financiera, que incluye la educación tributaria y previsional. En este marco, la incorporación de la Defensoría del Contribuyente (Dedecon) a la CAPIF como actor permanente representa un avance concreto para acercar estos temas a las personas.

La consigna debe ser seguir mejorando calidad y aumentar cobertura, porque la educación financiera es, ante todo, una herramienta de equidad y bienestar: cada charla, cada curso o cada cápsula digital representa una oportunidad real de mejorar la vida de las personas, de empoderarlas para tomar decisiones informadas, de proteger su patrimonio y prepararse para enfrentar a los cambios económicos.

Una ciudadanía financieramente educada es una ciudadanía con más oportunidades y más participativa; por ello reafirmamos nuestro compromiso con una educación financiera que llegue efectivamente a las personas, mejorando su bienestar y su resiliencia económica. Invitamos a los distintos actores a seguir invirtiendo en estas iniciativas, porque con ello mejora también la confianza en el sistema financiero.

Heidi Berner

Subsecretaria de Hacienda



Introducción

Este informe presenta el primer Mapeo Nacional de Programas e Iniciativas de Educación Financiera (EF), con cobertura multisectorial y alcance país. Su propósito principal es ofrecer una fotografía actualizada del ecosistema de actores, acciones y tendencias: quiénes participan, qué hacen, a quiénes llegan, con qué medios y cómo evalúan sus resultados.

La Comisión Asesora para la Inclusión Financiera (CAPIF) impulsa este mapeo en el marco de su mandato de generar evidencia para políticas que fortalezcan la inclusión y la protección de las personas usuarias de servicios financieros. La Secretaría Técnica de la CAPIF implementó el cuestionario de la encuesta y preparó este informe, consolidando y analizando la información reportada por las entidades participantes.

Además de constituir un insumo central para la actualización de la Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF), este mapeo contribuye a fortalecer la coordinación interinstitucional, al visibilizar esfuerzos dispersos y promover sinergias entre entidades públicas, privadas, académicas y de la sociedad civil. A su vez, proporciona una base empírica que permite identificar brechas, oportunidades y buenas prácticas en materia de cobertura, metodologías, públicos y capacidades institucionales.

Asimismo, los resultados sirven como referencia para orientar la toma de decisiones en política pública, investigación aplicada y diseño de programas, facilitando la construcción de un marco común para el seguimiento y evaluación de la educación financiera en Chile. En conjunto, el mapeo busca transitar desde una visión fragmentada hacia un sistema articulado, capaz de alcanzar mayor escala, pertinencia y efectividad en la formación de competencias financieras para toda la población.

En cuanto a alcance y participación, respondieron al cuestionario 66 entidades pertenecientes a diversos sectores; de ellas, 56 declararon implementar al menos una iniciativa o programa de EF. La encuesta fue aplicada entre julio y agosto de 2024, utilizando un formulario estructurado en línea. La muestra integra al sector público (financiero y no financiero), la banca, aseguradoras, asociaciones y gremios, fintech, universidades, ONG, prestadores sociales de servicios financieros¹, infraestructura financiera, medios y otros actores especializados.

El análisis se presenta en forma agregada, sin identificar a ninguna institución, con el objetivo de describir tendencias generales del ecosistema nacional de educación financiera.

El informe se estructura en 13 secciones. La primera aborda la participación de entidades, caracterizando el universo de organizaciones que integran el ecosistema nacional de educación financiera. Para efectos del mapeo, se establecieron definiciones de trabajo que orientan la lectura de los resultados:

1 Incluye: cooperativas de ahorro y créditos, cajas de compensación, microfinancieras.

- 📦 **Programa:** conjunto estructurado de iniciativas que persiguen objetivos comunes bajo una misma entidad.
- 📦 **Iniciativa:** actividad o proyecto específico —como talleres, cursos, charlas, concursos, cápsulas u otros formatos— mediante los cuales se implementa la educación financiera.
- 📦 **Alianza:** acuerdo de colaboración entre entidades para planificar o ejecutar iniciativas conjuntas, distinto de la contratación de proveedores.

Los capítulos siguientes desarrollan los distintos componentes del ecosistema de educación financiera. Los capítulos 2 y 3 se enfocan en la trayectoria de las entidades y en los objetivos que orientan sus programas e iniciativas. Luego, los capítulos 4 y 5 analizan los públicos objetivos, la cobertura y la modalidad de la oferta, mientras que el capítulo 6 aborda los enfoques transversales presentes en la oferta.

El capítulo 7 presenta los canales y medios de entrega empleados, y profundiza en las nuevas tendencias tecnológicas utilizadas. El capítulo 8 recoge los beneficios y aprendizajes reportados por las entidades. A continuación, los capítulos 9 y 10 examinan los mecanismos de ejecución y colaboración, el primero analiza la contratación de proveedores y el segundo las alianzas interinstitucionales. Los capítulos 11 y 12 se centran en los recursos y apoyos disponibles, describiendo las fuentes de financiamiento, las instituciones referentes respecto a los lineamientos técnicos y las capacidades institucionales.

Finalmente, el capítulo 13 revisa las prácticas de evaluación, seguimiento y monitoreo, identificando los métodos utilizados y los niveles de madurez alcanzados; y el capítulo 14 presenta los retos y oportunidades que identifican las entidades. En conjunto, la estructura del informe permite observar de manera ordenada y comparativa los distintos aspectos que configuran la oferta de educación financiera en Chile, desde los actores y objetivos hasta los recursos, medios y resultados.

En síntesis, este mapeo contribuye a fortalecer la evidencia sobre educación financiera en Chile. Su valor radica no solo en caracterizar la oferta existente, sino también en aportar una base común para su seguimiento, coordinación y mejora continua, apoyando la construcción de un sistema más articulado y sostenible de formación financiera para la ciudadanía.



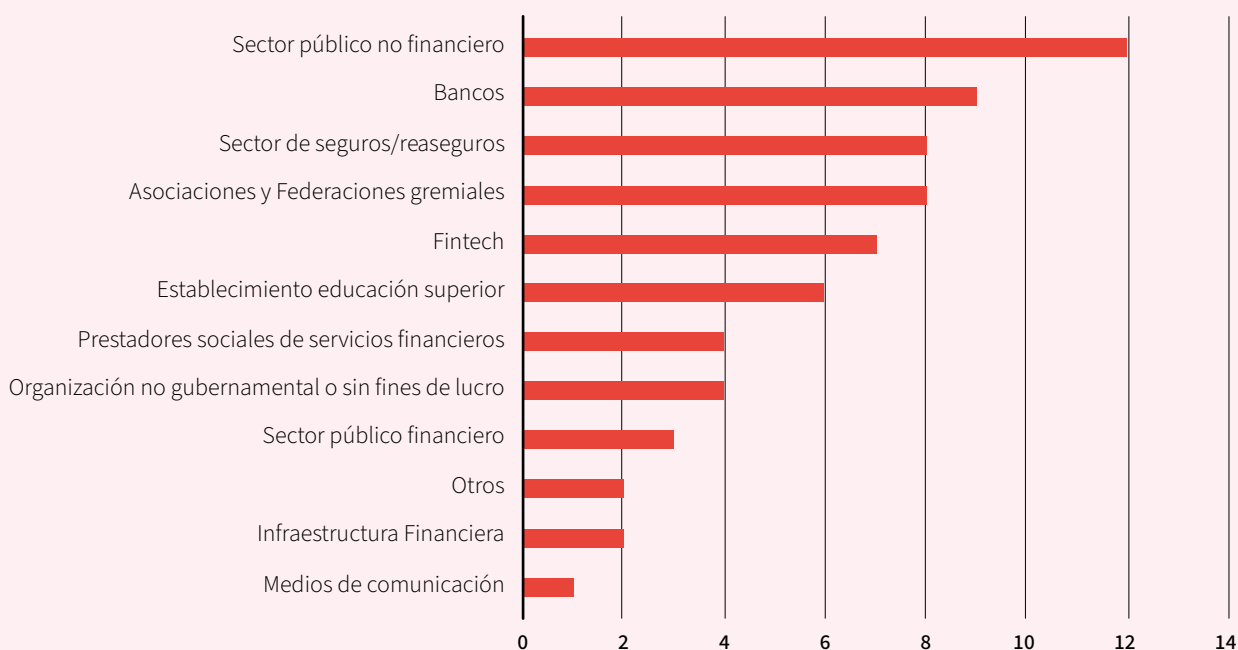
1

Participación

1.1

Número de entidades que participan de encuesta

(por sector)



Nota metodológica: base de 66 entidades participantes (pregunta de respuesta única). Cada entidad se clasifica en un único sector, de manera excluyente, según su naturaleza institucional.

Nota: Prestadores sociales de servicios financieros: cajas de compensación, cooperativas con actividad financiera y microfinancieras; Infraestructura financiera: bolsa de valores y cámara de compensación; Otros: red de portales inmobiliarios y consultor.

La participación en la encuesta fue amplia y diversa, integrando entidades públicas, privadas, académicas y sociales, lo que refleja el interés transversal de distintos sectores en el desarrollo de iniciativas de educación financiera.

En total, 66 entidades de diversos sectores participaron en la encuesta del Mapeo Nacional de Iniciativas y Programas de Educación Financiera, lo que refleja la amplitud de actores involucrados en la promoción de la educación financiera en el país.

El sector con mayor representación corresponde al sector público no financiero, que agrupa a 12 entidades, equivalente a un 18 % del total. Le siguen los bancos (9 entidades, 14%) y el sector de seguros junto con asociaciones y federaciones gremiales, cada uno con 8 entidades (12%) (gráfico 1.1).

Otros sectores con una participación significativa son las fintech (7 entidades, 11%) y los establecimientos de educación superior (6 entidades, 9%). También se registró la presencia de organizaciones no gubernamentales o sin fines de lucro y de prestadores sociales de servicios financieros (incluye cajas de compensación, cooperativas con actividad financiera y microfinancieras), ambos con 4 entidades cada uno (6%) (gráfico 1.1).

En menor medida, participaron entidades del sector público financiero (3 entidades, 5%), así como instituciones clasificadas en la categoría otros y de infraestructura financiera (2 entidades cada una, 3%). Finalmente, se contabilizó la participación de un medio de comunicación (gráfico 1.1).

Esta distribución evidencia que, aunque existe una fuerte representación del sector público y de actores tradicionales como bancos y aseguradoras, también se incorporan actores emergentes como fintech y organizaciones sociales, lo que enriquece la diversidad de perspectivas en materia de educación financiera.



2

Iniciativas de EF: Cuantificación y proyección

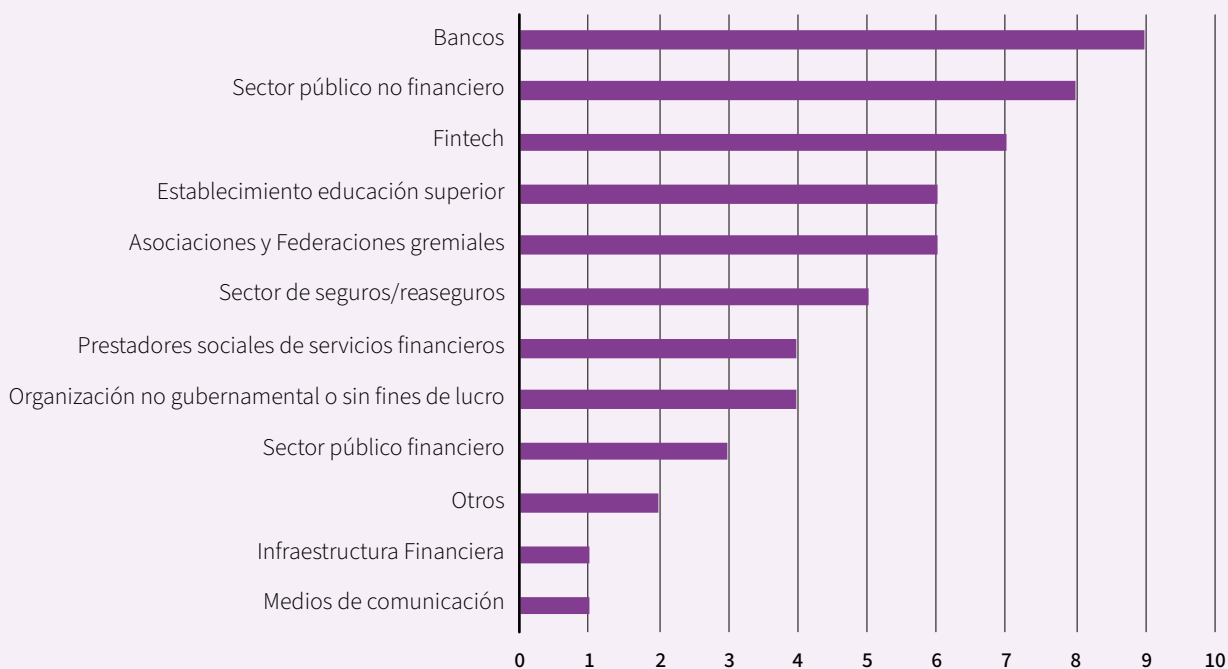
Un 85 % de las entidades participantes implementan efectivamente iniciativas de educación financiera. La oferta se concentra en sectores financieros tradicionales, pero también incorpora a universidades, fintech y organizaciones sociales, ampliando la diversidad de la provisión.

El 85% de las entidades que participaron en la encuesta declararon implementar al menos una iniciativa o programa de educación financiera, lo que equivale a 56 entidades.

La oferta se concentra principalmente en los actores financieros tradicionales, donde los bancos lideran con la mayor participación, seguidos por aseguradoras y asociaciones gremiales. El sector público no financiero también desempeña un rol central, mostrando la relevancia de las instituciones estatales en la provisión de educación financiera (gráfico 2.1).

2.1

Número de entidades que ofrecen EF (por sector)



Nota metodológica: base = 56 entidades (pregunta de respuesta única).

Nota: Prestadores sociales de servicios financieros: cajas de compensación, cooperativas con actividad financiera y microfinancieras; Infraestructura financiera: bolsa de valores y cámara de compensación; Otros: red de portales inmobiliarios y consultor.

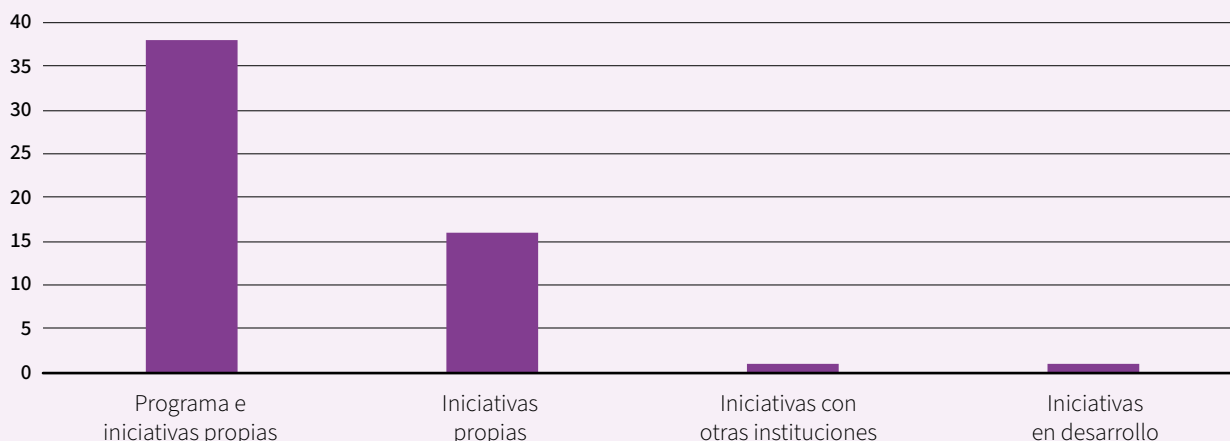
Junto a ellos, se suman actores del mundo académico -como universidades y otros establecimientos de educación superior- y nuevos oferentes, como las fintech, que amplían la diversidad de formatos. Asimismo, participan organizaciones sociales y prestadores de servicios financieros, lo que aporta una mirada más cercana a segmentos específicos de la población.

Finalmente, aunque en menor medida, se registró la presencia de infraestructura financiera, medios de comunicación y otros actores especializados, que complementan el ecosistema (gráfico 2.1).

La mayoría de las entidades ofrece programas estructurados de educación financiera, reflejando un nivel de madurez organizacional, aunque la cooperación interinstitucional sigue siendo limitada.

De las 56 entidades que ofrecen iniciativas de educación financiera, la mayoría (68%) desarrolla programas estructurados que agrupan varias iniciativas propias. Esto representa a 38 entidades que cuentan con un esfuerzo institucional consolidado (gráfico 2.2).

2.2 Programas e Iniciativas de EF (número de entidades)



Nota metodológica: base = 56 entidades que reportaron implementar educación financiera; cada entidad declara una única modalidad principal.

En tanto, 16 entidades (29%) reportaron implementar iniciativas propias no agrupadas en un programa. Solo una entidad declaró trabajar en conjunto con otras instituciones (2%) y una adicional reportó tener una iniciativa en etapa de desarrollo (2%).

Estos resultados muestran que la provisión de educación financiera en el país se basa principalmente en programas estructurados, lo que refleja un nivel de madurez organizacional, aunque aún existe espacio para fortalecer la cooperación interinstitucional.

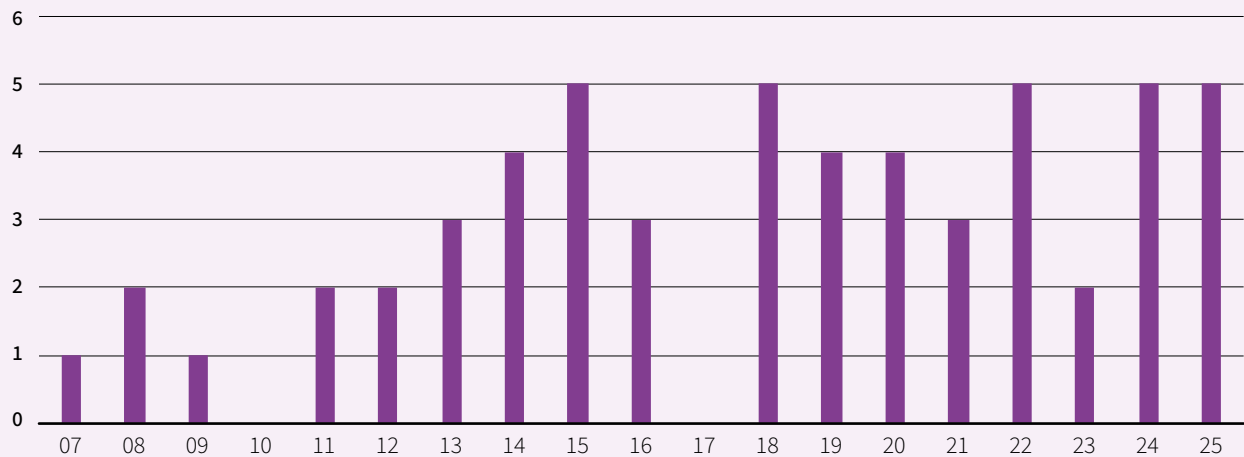


Las entidades que efectúan educación financiera han crecido de manera constante desde 2007, con mayor dinamismo a partir de 2013, alcanzando un total acumulado de 56 entidades en 2025.

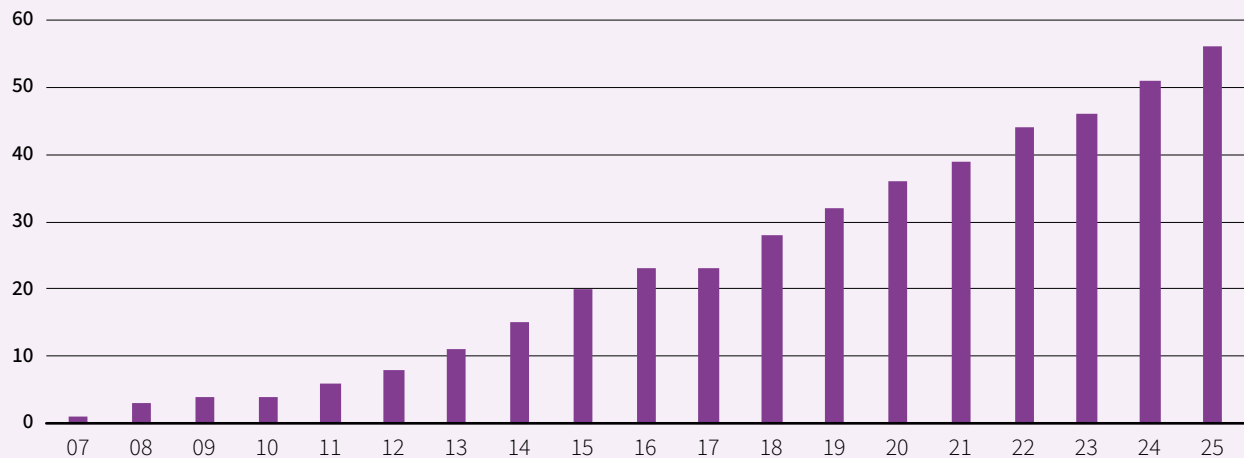
El número de entidades que desarrollan educación financiera ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años. Entre 2007 y 2025 se identifican 56, con un patrón de expansión gradual (gráfico 2.3 y 2.4).

Los primeros registros son incipientes (1 a 2 entidades por año entre 2007 y 2012). A partir de 2013 se observa un incremento progresivo, con puntos altos en 2015, 2018, 2021, 2023 y 2024, donde se alcanzaron entre 4 y 5 nuevas entidades anuales (gráfico 2.3 y 2.4).

2.3 Año de inicio de las iniciativas de EF (número de entidades)



2.4 Acumulado de iniciativas desde 2007 a 2025 (número de entidades)



Nota metodológica (Año de inicio): base = 6 entidades que iniciaron iniciativas de educación financiera.

Nota metodológica (Acumulado): base = 56 entidades con iniciativas de educación financiera. El acumulado corresponde a la suma de entidades que iniciaron actividades en cada año y se van incorporando progresivamente al total, sin implicar necesariamente que todas permanezcan activas.



Este comportamiento ha permitido que el número acumulado de entidades pasara de 1 en 2007 a 56 en 2025, lo que refleja un crecimiento constante del ecosistema de educación financiera en el país.

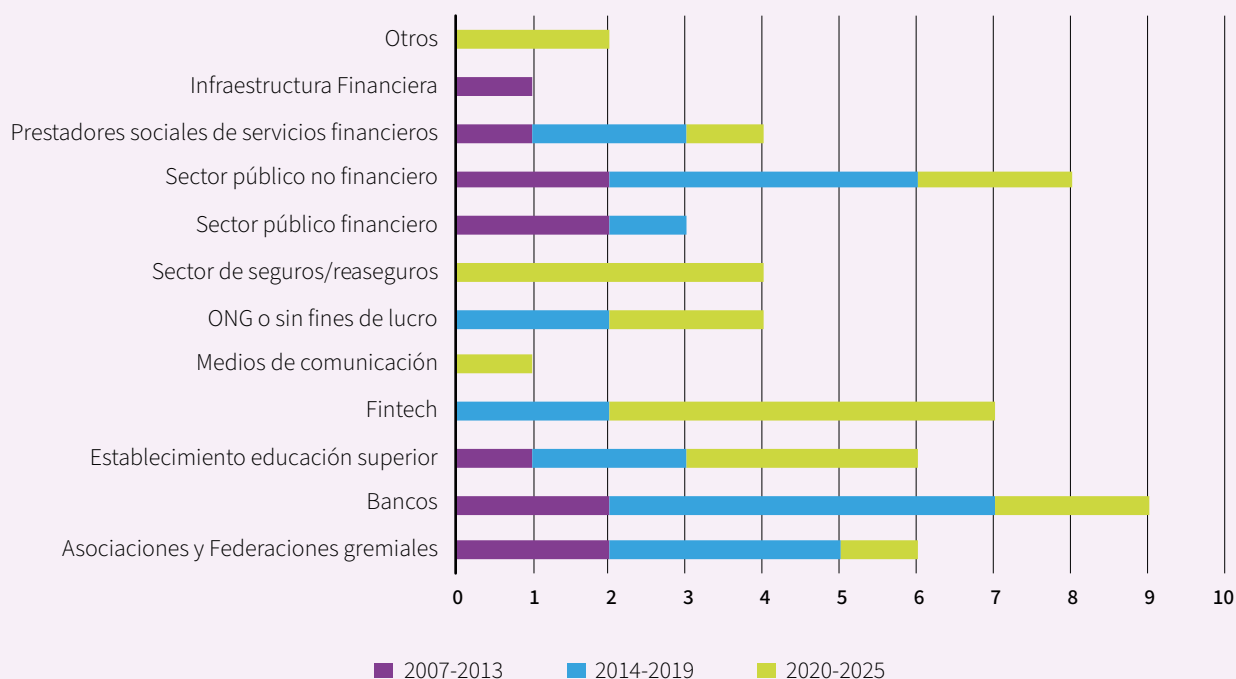
La oferta de educación financiera se ha ampliado gracias a la incorporación de fintech, universidades, aseguradoras y ONG, y al crecimiento sostenido del sector público no financiero, la banca y las asociaciones gremiales.

El análisis por periodos muestra una incorporación progresiva de nuevas entidades a la educación financiera, a medida que distintos sectores se suman a la oferta. Entre 2007 y 2013 participaron 11 entidades (20%), entre 2014 y 2019 se añadieron 21 (38%) y en el periodo más reciente, 2020–2025, se agregaron otras 24 (43%).

En esta última etapa destacan las fintech y los establecimientos de educación superior, que han incorporado la educación financiera en su quehacer, junto con aseguradoras y ONG (gráfico 2.5).

Por su parte, organismos públicos financieros e infraestructura financiera se sumaron en etapas anteriores y han mantenido su presencia en el tiempo.

2.5 Año de inicio de las iniciativas de EF (por sector; número de entidades)



Nota metodológica: base = 56 entidades que reportaron implementar educación financiera. Los resultados se agrupan en tres periodos (2007–2013, 2014–2019 y 2020–2025). Los porcentajes se calculan sobre el total de iniciativas originadas en cada periodo; cada entidad se contabiliza una sola vez en el año de inicio de su primera iniciativa.

Nota: Prestadores sociales de servicios financieros: cajas de compensación, cooperativas con actividad financiera y microfinancieras; Infraestructura financiera: bolsa de valores y cámara de compensación; Otros: red de portales inmobiliarios y consultor.



Finalmente, el sector público no financiero, la banca y las asociaciones gremiales han mostrado un crecimiento sostenido en su oferta, incorporando progresivamente más entidades desde 2007 en adelante (gráfico 2.5).

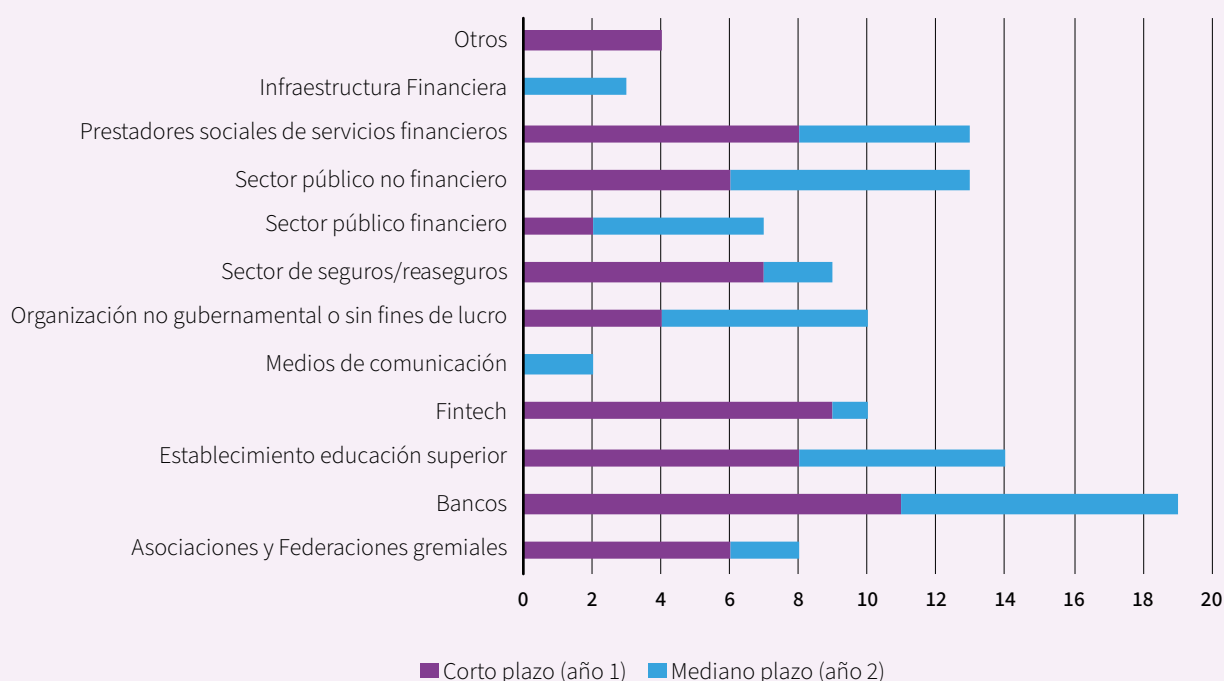
Las proyecciones anticipan una expansión sostenida de la educación financiera, con la participación de diversos sectores que consolidan y diversifican la oferta en el corto y mediano plazo.

La encuesta recoge información sobre 112 iniciativas en proyección, de las cuales 65 se implementarán en el corto plazo (año 1) y 47 en el mediano plazo (año 2). Esta planificación refleja una intención sostenida de ampliar la oferta.

En el corto plazo, los sectores con mayor número de iniciativas proyectadas son los bancos (11), las fintech (9), los establecimientos de educación superior (8), los prestadores sociales de servicios financieros (8) y el sector público no financiero (8) (gráfico 2.6).

En el mediano plazo, se mantiene una fuerte presencia de la banca (8) y del sector público no financiero (7), acompañados por el sector de seguros (6) y los establecimientos de educación superior (6). También destacan asociaciones gremiales y prestadores sociales, que proyectan continuar desarrollando iniciativas (gráfico 2.6).

2.6 Número de iniciativas que se implementarán (por sector; número de iniciativas)



Nota metodológica: base = 112 iniciativas en proyección, declaradas por 56 entidades que implementan educación financiera; una misma entidad puede declarar más de una iniciativa.

Nota: Prestadores sociales de servicios financieros: cajas de compensación, cooperativas con actividad financiera y microfinancieras; Infraestructura financiera: bolsa de valores y cámara de compensación; Otros: red de portales inmobiliarios y consultor.

3

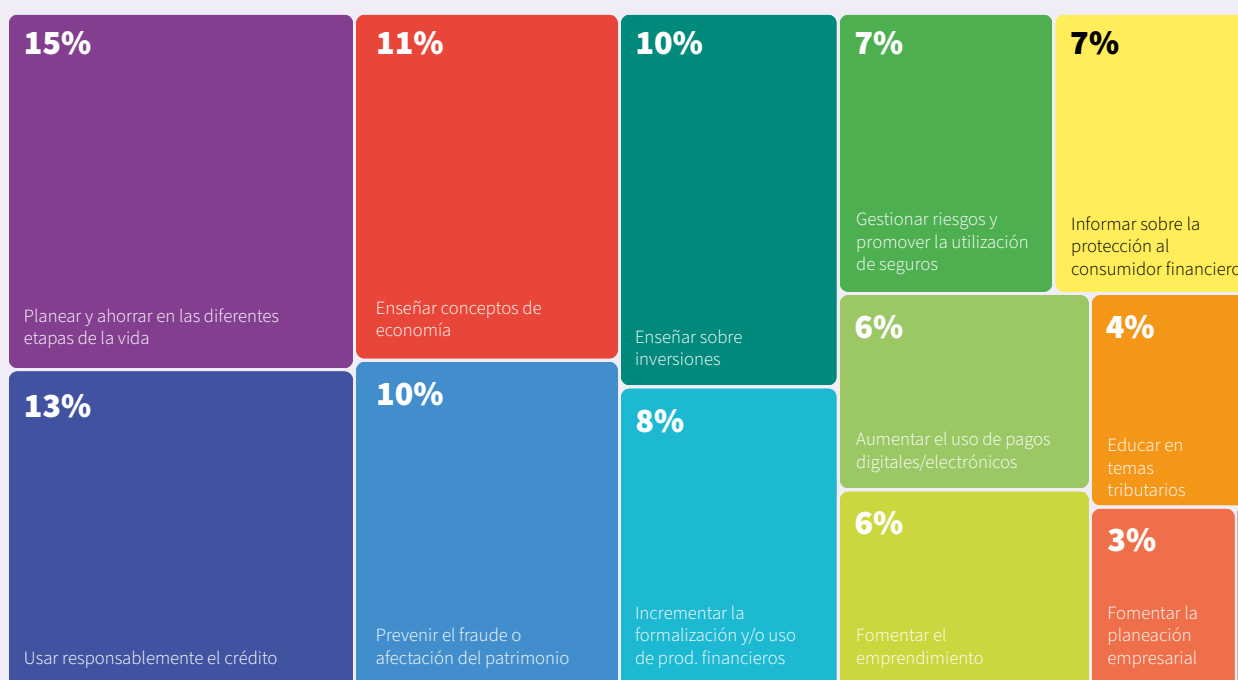
Objetivos de las iniciativas de EF

Los objetivos son diversos: predominan los de gestión financiera personal (ahorro, crédito, educación económica); les siguen enfoques de protección e inclusión (seguros, protección al consumidor, emprendimiento, pagos digitales); y, en tercer plano, temas tributarios y de planeación empresarial.

Los resultados de la encuesta muestran una diversidad de objetivos perseguidos por las iniciativas de educación financiera, con énfasis en aspectos transversales de la vida financiera de las personas.

El objetivo más frecuente es planear y ahorrar en las diferentes etapas de la vida (15%), seguido por el uso responsable del crédito (13%) y la enseñanza de conceptos de economía (11%). A estos se suman objetivos vinculados a la prevención del fraude y la protección del patrimonio (10%), la enseñanza sobre inversiones (10%), la enseñanza sobre riesgos y promover la utilización de seguros (7%), la información sobre la protección al consumidor financiero (7%), aumentar el uso de pagos digitales/electrónicos (6%), fomentar el emprendimiento (6%), educar en temas tributarios (4%) y fomentar la planeación empresarial (3%).

3.1 Número de iniciativas que se implementarán (por sector; número de iniciativas)



Nota metodológica: base = 319 menciones (pregunta de respuesta múltiple). Los porcentajes se calculan sobre el total de menciones; no equivalen al % de entidades.



TABLA 3.2

Objetivos de las iniciativas de EF por sector (porcentaje)

	Bancos	Sector público no financiero	Fintech	Establecimiento educación superior	Asociaciones y Federaciones gremiales	Aseguradoras	Prestadores sociales de servicios financieros	Organización no gubernamental o sin fines de lucro	Sector público financiero
No hay objetivo particular				3%					
Fomentar la planeación empresarial	3%	5%	6%	5%			4%		4%
Educación en temas tributarios	3%		8%	8%	3%		4%		
Aumentar el uso de pagos digitales/electrónicos	8%	5%	9%	5%	3%		4%	11%	
Fomentar el emprendimiento	5%	5%	8%	8%			4%	5%	13%
Informar sobre la protección al consumidor financiero	5%	5%	9%	13%	9%	25%			4%
Gestionar riesgos y promover la utilización de seguros	8%	5%	8%	8%	6%		12%		13%
Incrementar la formalización y/o uso de prod. financieros	8%	5%	13%	5%	9%		12%	5%	4%
Enseñar sobre inversiones	12%	15%	6%	5%	15%		12%	11%	13%
Prevenir el fraude o afectación del patrimonio	11%	10%	6%	10%	15%		8%	16%	8%
Enseñar conceptos de economía	11%	15%	8%	8%	9%	25%	12%	16%	13%
Usar responsablemente el crédito	14%	15%	9%	13%	15%	25%	16%	16%	13%
Planear y ahorrar en las diferentes etapas de la vida	14%	15%	11%	13%	15%	25%	12%	21%	17%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota metodológica: base = 312 menciones de objetivos declarados por las iniciativas de educación financiera. La pregunta es de respuesta múltiple. Para cada sector, el 100 % corresponde al total de menciones de objetivos declarados por las iniciativas de ese sector; los porcentajes muestran la distribución interna de dichos objetivos en cada caso.

Nota: Prestadores sociales de servicios financieros: cajas de compensación, cooperativas con actividad financiera y microfinancieras; Infraestructura financiera: bolsa de valores y cámara de compensación; Otros: red de portales inmobiliarios y consultor.

Un segundo grupo de objetivos incluye la gestión de riesgos y promoción del uso de seguros (7%), la protección al consumidor financiero (7%), el fomento del emprendimiento (6%) y la promoción al uso de pagos digitales o electrónicos (6%).

En menor medida, algunas iniciativas buscan educar en temas tributarios (4%) o fomentar la planeación empresarial (3%), mientras que apenas el 1% corresponde a iniciativas sin un objetivo definido (gráfico 3.1).

El análisis por sector revela diferencias relevantes en los énfasis que cada tipo de entidad otorga a la educación financiera (tabla 3.1):

-  Bancos: prioriza ahorro y crédito responsable (14% cada uno); también inversiones, prevención de fraude y contenidos de economía (11–12%); complementa formalización y uso de productos, pagos digitales y seguros (8%), entre otros.
-  Sector público no financiero: destaca en planificación y ahorro, crédito responsable, enseñanza de economía e inversiones (15% cada uno). También aborda prevención de fraude (10%), entre otros.
-  Fintech: destaca formalización y uso de productos (13%) y ahorro (11%); luego pagos digitales, crédito responsable, protección al consumidor y seguros (8–9%), entre otros.
-  Establecimientos de educación superior: prioriza protección al consumidor, crédito responsable y ahorro (13% cada uno); sigue prevención de fraude (10%) y seguros, educar sobre economía, emprendimiento y tributación (8% cada uno); entre otros.
-  Asociaciones y federaciones gremiales: equilibran inversiones, crédito responsable, ahorro y prevención de fraude (15% cada uno); e incluyen protección al consumidor (9%), entre otros.
-  Aseguradoras: muestran cuatro focos equivalentes: protección al consumidor, educación en seguros, crédito responsable y economía (25% cada uno).
-  Prestadores sociales de servicios financieros²: predomina crédito responsable (16%); luego ahorro, economía, inversiones, seguros y formalización/uso de productos (12% cada uno); además prevención de fraude (8%) y otros objetivos con menor representación.
-  ONG o sin fines de lucro: enfocan ahorro/planificación (21%), crédito responsable y prevención de fraude (16% cada uno); también inversiones y pagos digitales (11% cada uno), más otros objetivos con menor representación.
-  Sector público financiero: prioriza ahorro (17%); luego inversiones, crédito responsable, economía, seguros y formalización/uso de productos (13% cada uno); incluye prevención de fraude (9%) y otros objetivos menores.

Profundización con mayor detalle sobre los objetivos de los programas e iniciativas de EF (respuestas abiertas)

En las descripciones cualitativas se observa una convergencia consistente. Las iniciativas buscan fortalecer capacidades para la gestión cotidiana del dinero –planificación de ingresos y gastos, ahorro para metas y contingencias– desarrollar autoeficacia y confianza para decidir y promover el uso responsable e informado del crédito

² Incluye: cajas de compensación, cooperativas con actividad financiera y microfinancieras.



(evaluar capacidad de pago, evitar sobreendeudamiento). De manera recurrente se prioriza la comprensión de productos y servicios financieros (cuentas, medios de pago electrónicos, seguros e inversiones básicas), junto con la protección del usuario: conocimiento de derechos y deberes, lectura de costos y comisiones, y prevención del fraude, con énfasis en competencias digitales.

Otra línea recurrente es la inclusión financiera: facilitar el acceso, la formalización y el uso activo de servicios financieros, con foco en grupos específicos (jóvenes, mujeres, personas mayores, emprendedores y territorios con menor oferta). Varias iniciativas añaden contenidos para emprendimientos (flujo de caja, fijación de precios, obligaciones tributarias básicas) y, gradualmente, nociones de inversión y gestión de riesgos mediante seguros.

En conjunto, los objetivos comparten un énfasis en conocimientos aplicados más hábitos y actitudes que deriven en decisiones financieras informadas, mayor resiliencia ante riesgos y una participación más activa en el sistema financiero formal.

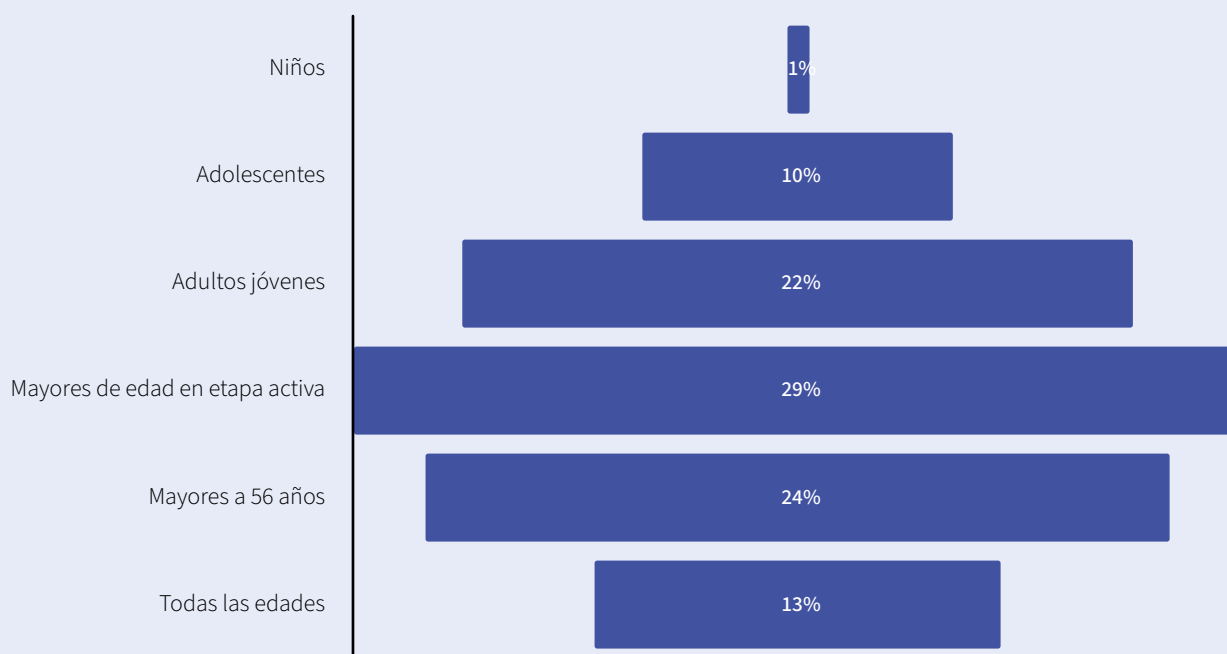
4

Públicos objetivos

La EF se orienta sobre todo a población adulta, la atención específica a niños y adolescentes es menor, y parte de la oferta declara alcance transversal para todas las edades.

En cuanto a los grupos de edad a los que están dirigidos los programas e iniciativas de EF, se observa que estas se concentran principalmente en personas en etapa activa (18–55 años) con 29% de las menciones, y en mayores de 56 años (24%). En segundo lugar aparecen los adultos jóvenes (18–28 años) con 22%. La orientación específica a adolescentes (12–17 años) alcanza 10%, mientras que la oferta dirigida a niños (5–11 años) es muy acotada (1%). Un 13% declara apuntar a todas las edades, lo que sugiere contenidos transversales o de alcance general (gráfico 4.1).

4.1 Grupos de edad a los que se orienta la EF (porcentaje)



Nota metodológica: base = 127 menciones (pregunta de respuesta múltiple). Los porcentajes se calculan sobre el total de menciones; una misma entidad puede declarar más de un grupo etario como público objetivo de sus iniciativas.

Nota: Niños: entre 5 y 11 años; Adolescentes: entre 12 y 17 años; Adultos jóvenes: entre 18 y 28 años. Mayores de edad en etapa activa: entre 18 y 55 años.



La orientación por grupos es amplia y atomizada: predominan el público general y los ámbitos laboral/educativo; les siguen hogares y perfiles de inclusión; los grupos con mayores barreras muestran baja cobertura.

La orientación por grupos poblacionales a los que está dirigida la EF es amplia y atomizada, ningún segmento supera el 10% de las menciones. La categoría más frecuente es el público general sin segmentación específica (cerca del 10%), seguida de estudiantes universitarios (7%) y de segmentos del mundo laboral y productivo, tales como, empleados, mipymes, docentes y formadores, personas mayores, emprendedores y estudiantes técnicos (6% cada uno) (gráfico 4.2).

4.2 Grupos poblacionales de las iniciativas de EF (porcentaje)



Nota metodológica: base = 376 menciones (pregunta de respuesta múltiple). Los porcentajes se calculan sobre el total de menciones, no sobre el número de entidades; una misma entidad puede declarar más de un grupo poblacional como público objetivo.

Un segundo bloque, en torno al 5%, reúne hogares y familias, estudiantes de colegio, población no bancarizada, público bancarizado y personas sobreendeudadas. Este bloque incluye categorías de alcance general junto a grupos vinculados a procesos de inclusión financiera.

Con menor presencia aparecen mujeres jefas de hogar y empresas grandes (3%). Los segmentos con mayores barreras de acceso (población rural, migrantes, población indígena, solo mujeres, personas con discapacidad y familias en pobreza) se sitúan en torno al 1 y 2% (gráfico 4.2).

Referencias a otro público objetivo (respuestas abiertas)

En las respuestas abiertas se repiten algunos patrones: la mayoría de las iniciativas declara flexibilidad etaria (desde 15+ y sin segmentación rígida), con foco en estudiantes (media, técnicos, universitarios) y trabajadores -incluidos programas en empresas y sectores específicos como construcción-. Varias entidades incorporan a docentes y formadores como público estratégico para multiplicar el alcance y combinan actividades presenciales con contenidos transversales en web. También se mencionan públicos específicos: personas mayores (+60), mujeres jefas de hogar y emprendedores. Algunas instituciones orientan su cobertura a los trabajadores y ejecutivos de clientes. Finalmente, se reportan iniciativas con enfoques académicos (p. ej., cursos universitarios de bienestar socioeconómico y educación financiera crítica) y acciones con componente comunitario (como compras colectivas) que amplían el impacto hacia población general.



TABLA 4.3

Objetivos de las iniciativas de EF por sector

(porcentaje)

	Asociaciones y Federaciones gremiales	Bancos	Educación superior	Fintech	Infraestructura Financiera	Medios de comunicación	ONG o sin fines de lucro	Otros	prestadores sociales de servicios financieros	Sector de seguros	Sector público financiero	Sector público no financiero
Solo a desempleados	4%	7%	6%	2%	8%	14%	4%	6%	8%	8%	5%	3%
Familias en condición de pobreza	7%	8%	2%	5%	8%		8%	6%	8%		5%	3%
Solo a pensionados	4%	7%	4%	5%		14%		6%	8%	8%	5%	2%
Personas en condición de discapacidad		1%	2%	2%							5%	3%
Solo a mujeres		3%	4%	2%					4%			9%
Población indígena	7%	5%	6%	2%			4%		13%	17%	10%	6%
Gobierno (nacional, regional o municipal, otro)	4%		2%	2%						8%		2%
Migrantes		3%		2%								3%
Población rural		1%	2%	2%								2%
Empresas grandes		4%	8%	2%	8%		13%	6%	8%		10%	8%
Mujeres jefas de hogar	7%	7%	6%		8%		13%	6%			10%	5%
Estudiantes de formación para el trabajo y desarrollo humano	4%	7%	8%	5%	8%		17%	6%			14%	6%
Personas sobreendeudadas	4%	5%	6%	5%	8%		13%	6%			14%	5%
Público general bancarizado (con al menos un producto financiero)	4%	4%	4%	5%			8%	6%			5%	3%
Población no bancarizada	7%	4%	6%	9%	8%	14%		6%	4%	8%	10%	5%
Estudiantes de colegio	7%	3%		5%	8%			6%		8%		3%
Hogares/Familias	4%	5%	6%	9%	8%	14%		6%	8%	8%		5%
Estudiantes técnicos o tecnológicos		1%	2%	5%	8%		4%					5%
Emprendedores		1%	2%	2%								5%
Población de la tercera edad (con o sin pensión)	4%	5%	6%	5%		14%	8%	12%	13%			3%
Docentes, formadores, instructores				2%								
Empresas micro, pequeñas y medianas	11%	7%	6%	7%	8%	14%		12%	13%			3%
Empleados	7%	1%	2%	5%								3%
Estudiantes universitarios	4%			2%				6%	4%			3%
Público general sin un segmento en particular	11%	9%	10%	9%	8%	14%	8%	6%	8%	33%	10%	6%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota metodológica: base = 376 menciones de grupos poblacionales declarados por las entidades. La suma de porcentajes por columna equivale al 100 % de las menciones dentro de cada sector, es decir, se considera como universo total de referencia las respuestas de cada sector en particular.

Nota: Prestadores sociales de servicios financieros: cajas de compensación, cooperativas con actividad financiera y microfinancieras; Infraestructura financiera: bolsa de valores y cámara de compensación; Otros: red de portales inmobiliarios y consultor.



5

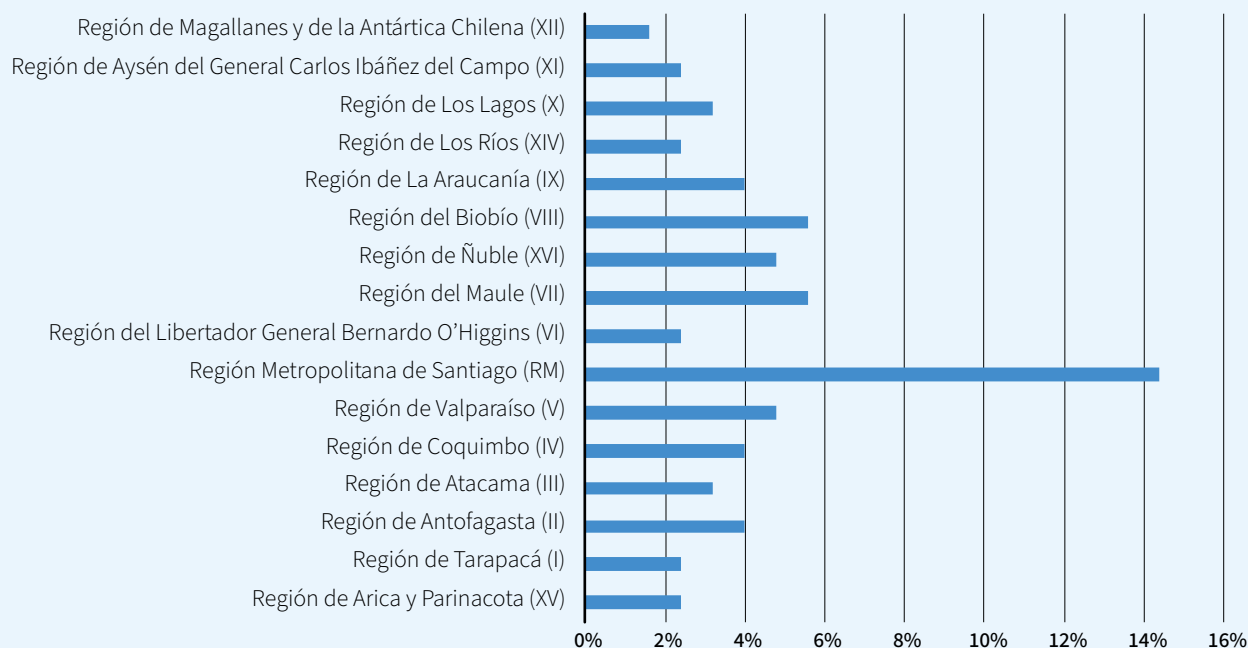
Cobertura y modalidad de oferta

Predomina la cobertura nacional (33%); entre las regionales, destaca la Región Metropolitana y el eje centro-sur, mientras que las regiones extremas muestran menor cobertura.

En cuanto a las regiones del país donde se implementan los programas e iniciativas de EF, la oferta declarada alcanza una cobertura nacional significativa, ya que 33% de las menciones indica presencia en todas las regiones del territorio. Sin embargo, este alcance puede no traducirse necesariamente en presencia efectiva en cada territorio, ya que en algunos casos se trata de programas disponibles en línea, cuya llegada puede verse limitada por condiciones de conectividad u otros factores de acceso. Entre las coberturas regionales específicas, destaca la Región Metropolitana (14%); luego aparecen Maule y Biobío (6% cada una), Valparaíso (5%), y un bloque con Ñuble, Antofagasta, Atacama y Coquimbo (4% cada una). Los Lagos concentra 3%; mientras que Arica y Parinacota, Tarapacá, O'Higgins, La Araucanía, Los Ríos, Aysén y Magallanes llegan al 2% (gráfico 5.1).

5.1

Cobertura de entidades que ofrecen EF (porcentaje)



Nota metodológica: base = 125 menciones de cobertura territorial (pregunta de respuesta múltiple). Los porcentajes se calculan sobre el total de menciones, no sobre el número de entidades; una misma entidad puede declarar más de una región.

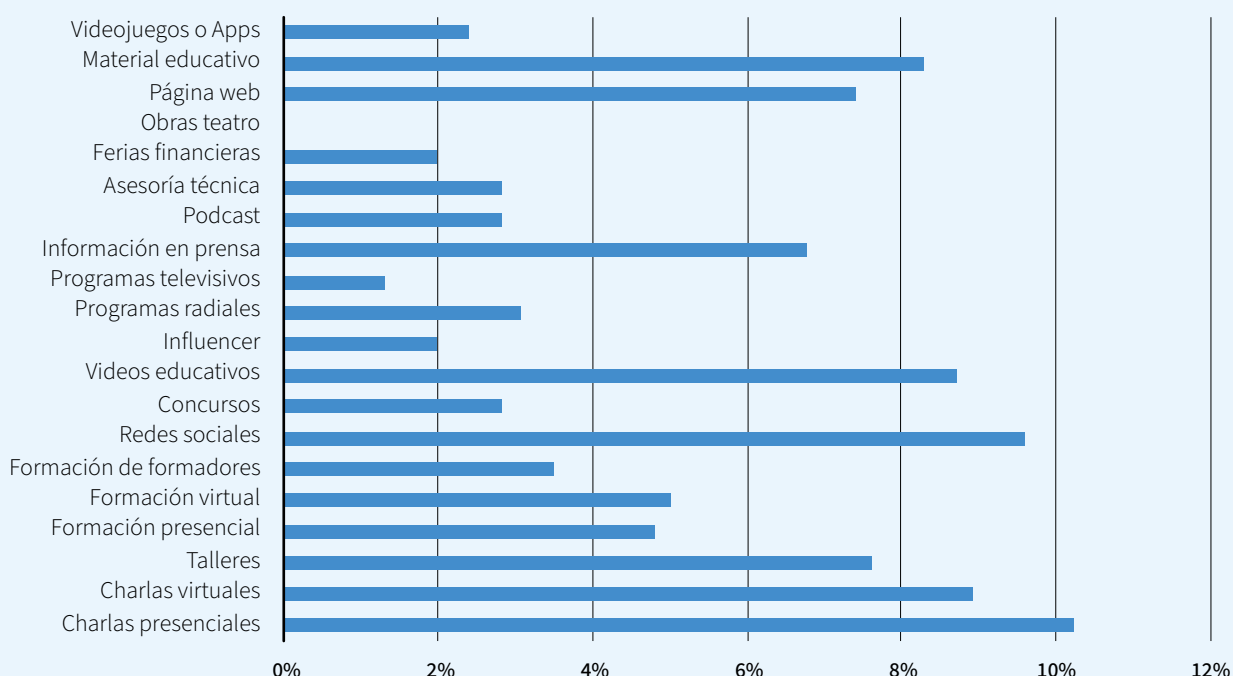


La oferta es híbrida, lideran charlas presenciales y redes sociales; luego charlas virtuales, videos, talleres y material educativo; el resto es minoritario.

En cuanto a la modalidad utilizada para ofrecer EF, la oferta actual combina formatos presenciales, virtuales y canales de difusión. Lideran charlas presenciales y redes sociales (10% cada una); les siguen charlas virtuales y videos educativos (9%), luego talleres y material educativo (8%). Con un 7% aparecen páginas web e información en prensa. Modalidades de formación (presencial, virtual y formación de formadores) suman 5% cada una. El resto se concentra entre 2 y 3% (concursos, radio y TV, asesoría técnica, ferias, videojuegos o apps, influencers, podcasts y obras de teatro) (gráfico 5.2).

5.2

Modalidad de la oferta de EF que se utiliza actualmente (porcentaje)

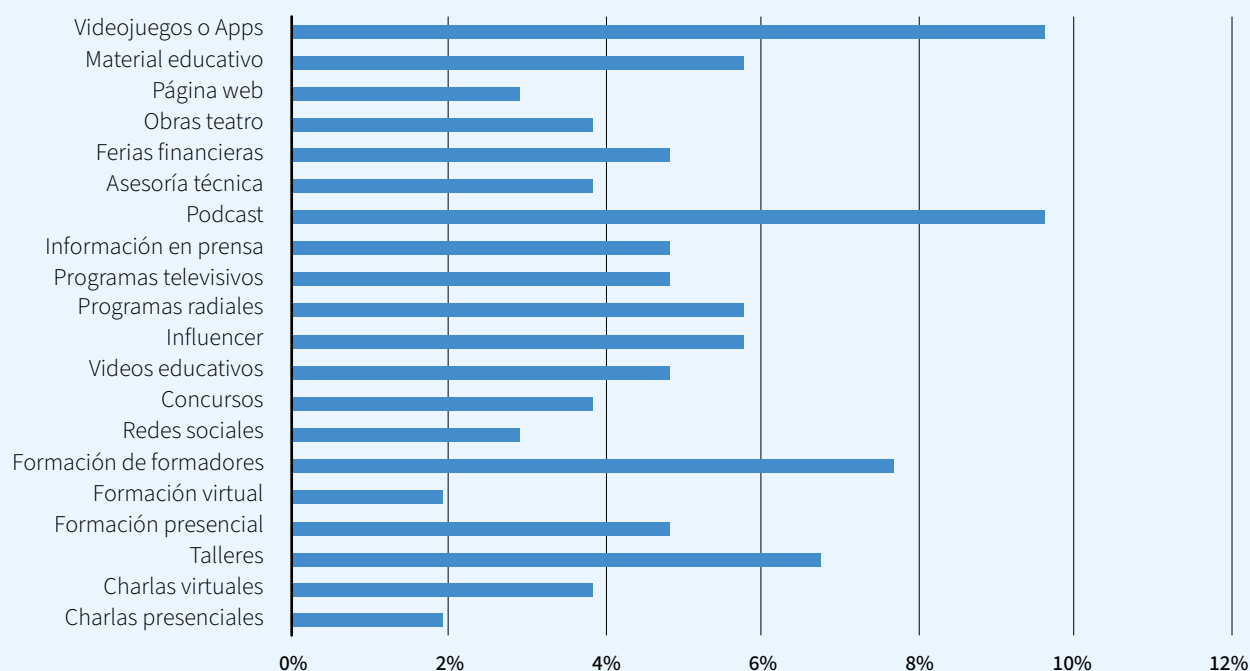


Nota metodológica (Modalidades actuales): base = 459 menciones (pregunta de respuesta múltiple). Los porcentajes se calculan sobre el total de menciones, no sobre el número de entidades; una misma entidad puede declarar varias modalidades.

Se proyecta la oferta en formatos digitales escalables; lideran podcasts y apps, luego capacitación de formadores y talleres.

En relación con las modalidades que se proyectan utilizar, se anticipa una diversificación y escalamiento de la oferta, privilegiando formatos digitales de alto alcance. Lideran podcasts (10%) y videojuegos o apps (10%), seguidos por la estrategia de capacitación de formadores (8%) y talleres (7%). Con un 6% aparecen material educativo, videos educativos e influencers, mientras que un bloque de un 5% reúne formación presencial, programas radiales, programas televisivos, información en prensa y ferias financieras. En menor prioridad para la expansión quedan charlas virtuales y concursos, asesoría y obras de teatro (4%), redes sociales y página web (3%), y charlas presenciales junto a formación virtual (2%) (gráfico 5.3).

5.3 Modalidad de la oferta de EF que se proyecta utilizar (porcentaje)



Nota metodológica (Modalidades proyectadas): base = 104 menciones (pregunta de respuesta múltiple). Los porcentajes se calculan sobre el total de menciones.

Referencia a otras modalidades de oferta (respuestas abiertas)

Las entidades complementan las modalidades tradicionales con un ecosistema mixto de entrega y alcance. En lo digital, aparecen plataformas de e-learning (Moodle), programas por Zoom, WhatsApp y apps de gestión, además de sitios web, blogs, recursos descargables y RR.SS. En lo presencial y territorial, se repiten charlas y talleres en colegios, universidades y municipios, a veces en alianza con programas comunitarios.

Se observan enfoques didácticos y de gamificación (juegos de mesa, cursos gamificados, campeonatos u olimpiadas escolares) y estrategias de multiplicación mediante manuales para docentes y esquemas de formación de formadores, que generan beneficiarios indirectos (estudiantes y familias). Algunos programas incorporan incentivos y certificación (graduaciones con diploma, concursos con actividades de clausura), y contenidos periodísticos (noticias, reportajes, guías) para sostener el seguimiento. También se reportan innovaciones en desarrollo que no han escalado por falta de recursos, lo que sugiere espacio para financiamiento complementario y alianzas que consoliden estas modalidades.



6

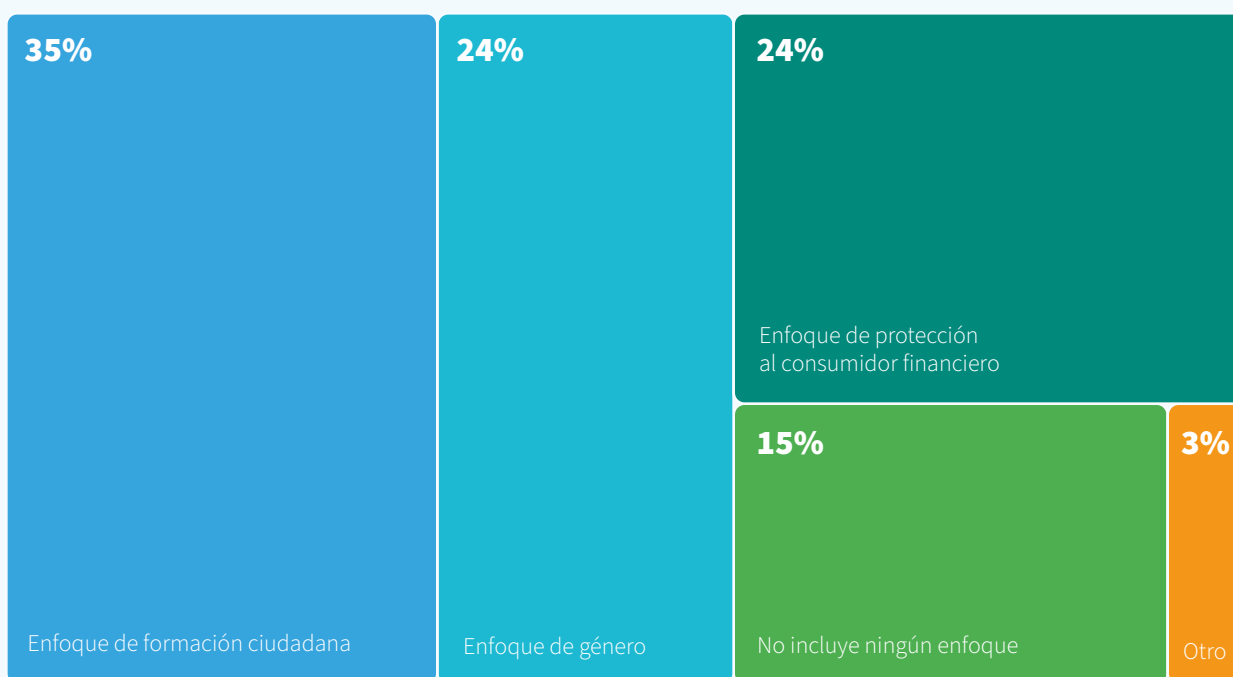
Enfoques transversales en las iniciativas

La mayoría de las iniciativas incorpora enfoques transversales, principalmente formación ciudadana

La mayoría de las entidades incorpora algún enfoque transversal (85%). Predomina formación ciudadana (35%); le siguen género (24%) y protección al consumidor financiero (24%), que en conjunto alcanzan 48%. Un 15% no declara enfoque y un 3% reporta "otros". Este último agrupa ajustes para públicos o contextos específicos -más que categorías nuevas- y refuerza la adaptación territorial, inclusiva y digital (gráfico 6.1).

6.1

Enfoques transversales presentes en iniciativas de EF (porcentaje)



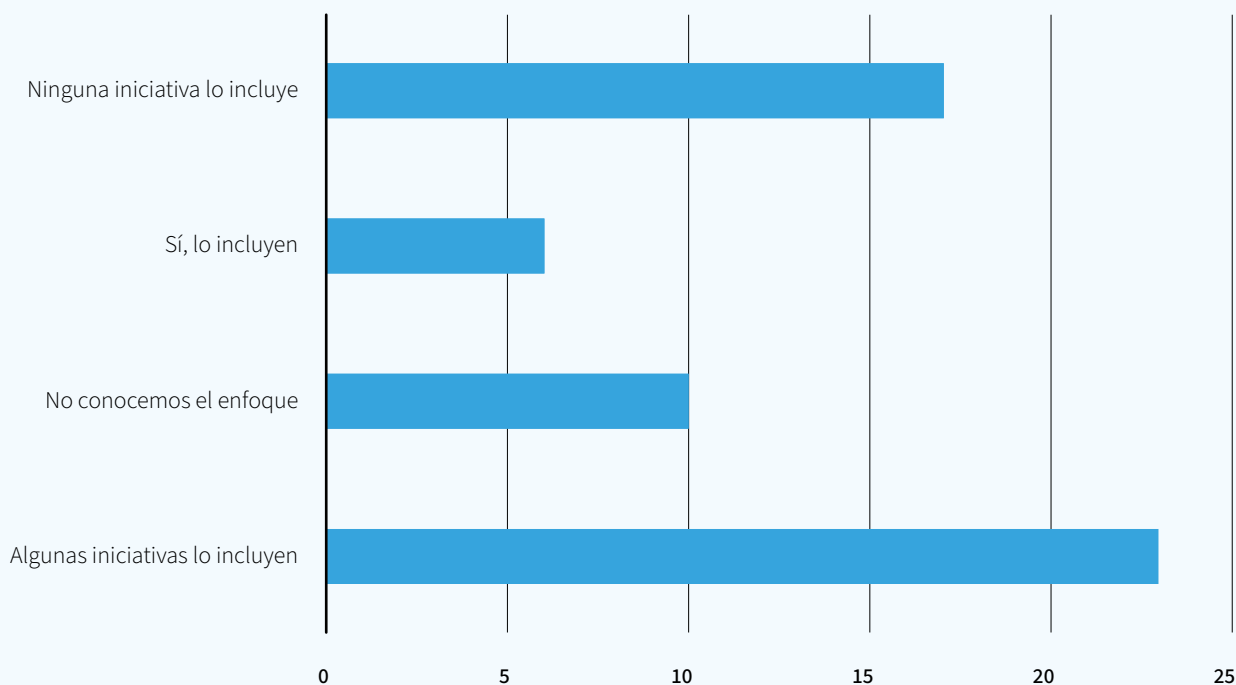
Nota metodológica: base = 75 menciones. Los porcentajes se calculan sobre el total de respuestas; cada entidad podía declarar uno o más enfoques transversales (formación ciudadana, género, protección al consumidor, otros o ninguno).

La economía del comportamiento tiene una incorporación incipiente

La adopción de la economía del comportamiento a los programas o iniciativas de educación financiera es parcial y aún incipiente. Un 41% de las entidades declara que algunas de sus iniciativas la incorporan, mientras que solo un 11% la aplica de forma sistemática. En contraste, un 30% señala que no la incluye y un 18% indica no conocer el enfoque, lo que sugiere una brecha de capacidades y oportunidades de formación (gráfico 6.2).

6.2

Incorporación de la economía del comportamiento en iniciativas de EF (iniciativas)



Nota metodológica: metodológica: base = 56 entidades. Los porcentajes se calculan sobre el total de respuestas; cada entidad debía seleccionar una única opción.



7

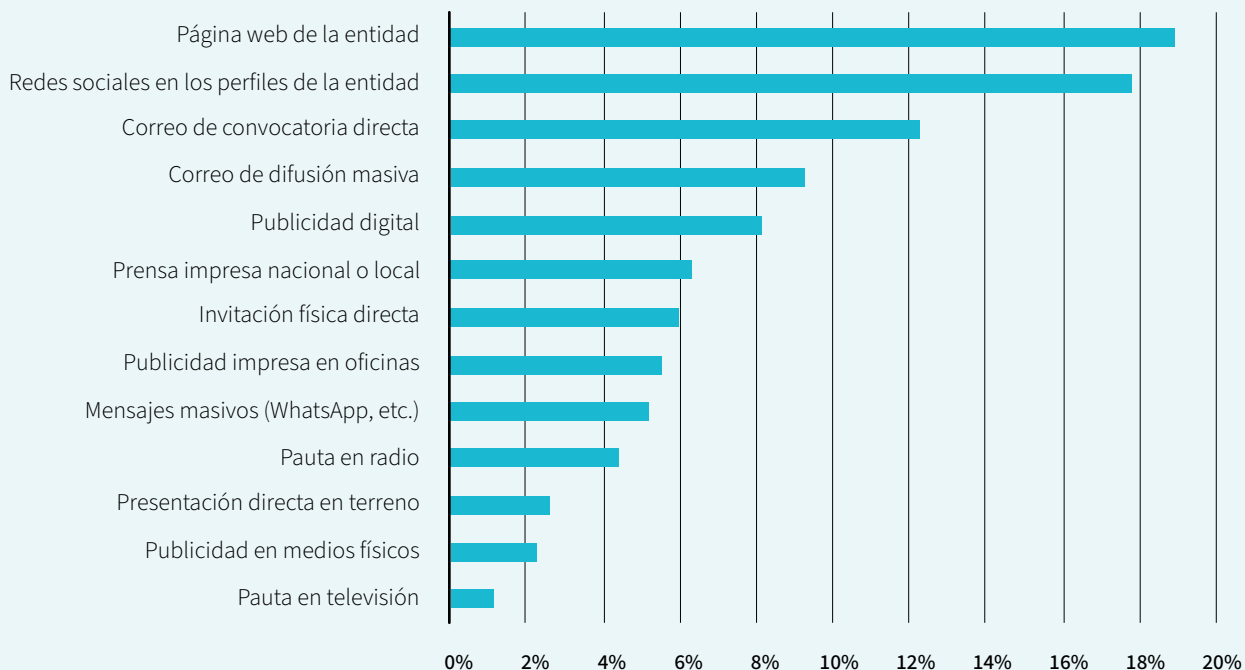
Canales y medios de entrega

La difusión se basa en canales digitales propios y contacto directo por correo; los medios pagados cumplen un rol secundario.

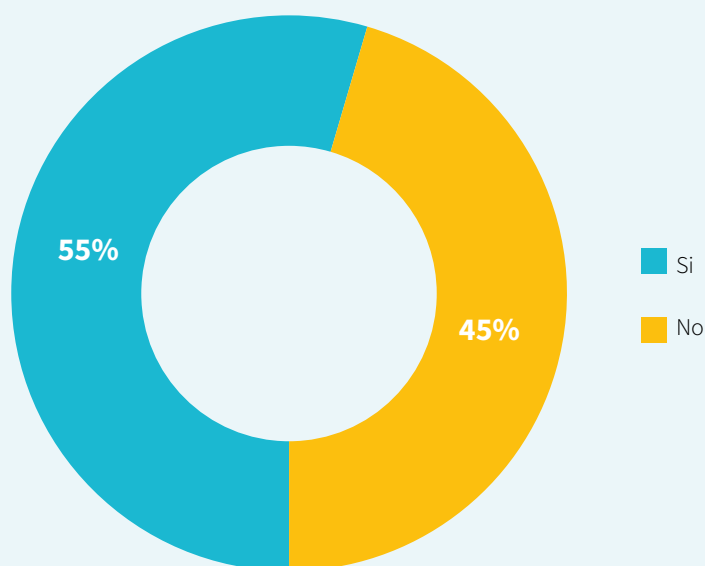
En cuanto a los canales que utilizan las entidades para divulgar información sobre el lanzamiento o desarrollo de programas e iniciativas de EF, se observa que la difusión se concentra principalmente en las páginas web institucionales (19%) y en redes sociales propias (18%). En segundo lugar aparecen los correos electrónicos, ya sea para convocatoria directa (12%) o para difusión masiva (9%). Entre los medios destaca la publicidad digital (8%), seguida por la prensa impresa nacional o local (6%) y el material impreso en oficinas (6%); en menor medida se utilizan radio (4%) y televisión (1%). Como complemento, se emplean mensajes masivos por WhatsApp (5%), invitaciones físicas (6%) y presentaciones directas en terreno (3%) (gráfico 7.1).

7.1

Formas de divulgación de los programas e iniciativas de EF (porcentaje)



7.2 Programas de EF con página web (porcentaje de entidades)



Nota metodológica: base = 269 menciones (pregunta de respuesta múltiple). Los porcentajes se calculan sobre el total de menciones.

Adicionalmente, 55% de las entidades declara contar con una página web específica para sus programas de educación financiera (frente a un 45% que no), lo que evidencia un espacio de mejora en la presencia digital y en el acceso a contenidos e inscripciones (gráfico 7.2).

Referencia a otros canales y medios de entrega (respuestas abiertas)

Las entidades mencionan vías de acceso institucional y de proximidad, tales como municipalidades y sus comunidades (presencial u online), universidades y colegios, gremios y empresas, habilitadas mediante reuniones bilaterales, mesas de trabajo y convenios. Se suman promotores en terreno (p. ej., asistentes sociales) y el boca a boca.

En el plano interno, aparecen intranets y agendas y calendarios compartidos. Como acciones puntuales, se reportan ferias y congresos, sesiones informativas, afiches y difusión digital específica (Spotify, campañas en Meta y envíos por Mailchimp). En conjunto, son canales orientados a públicos cautivos o situados que complementan la difusión general; varias instituciones señalan no contar con canales adicionales.

Hoy predominan los formatos sincrónicos; las proyecciones desplazan el foco hacia contenidos a demanda y experiencias digitales.

Entre las modalidades tecnológicas ya en uso, predominan las charlas virtuales (9%) y la formación virtual (5%); con menor presencia aparecen influencers (2%), podcasts (3%) y videojuegos o apps (2%) (gráfico 7.3, panel A).



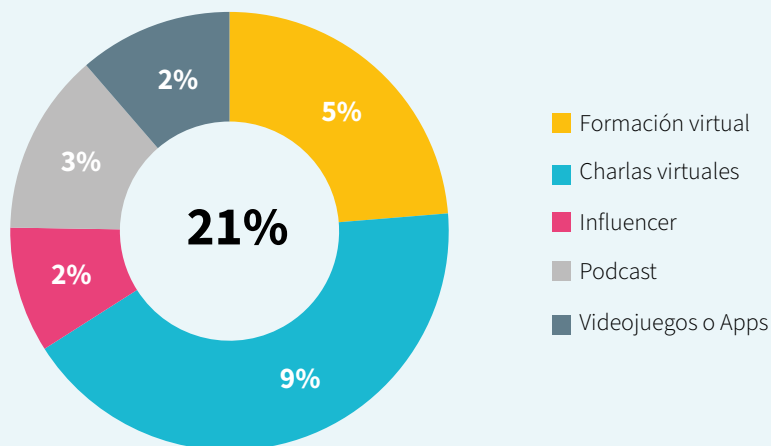
En cuanto a lo planificado, se proyecta un giro hacia formatos de mayor alcance y on-demand: podcasts (10%) y videojuegos o apps (10%) lideran, seguidos por influencers (6%), charlas virtuales (9%) y formación virtual (2%) (gráfico 7.3, panel B).

7.3

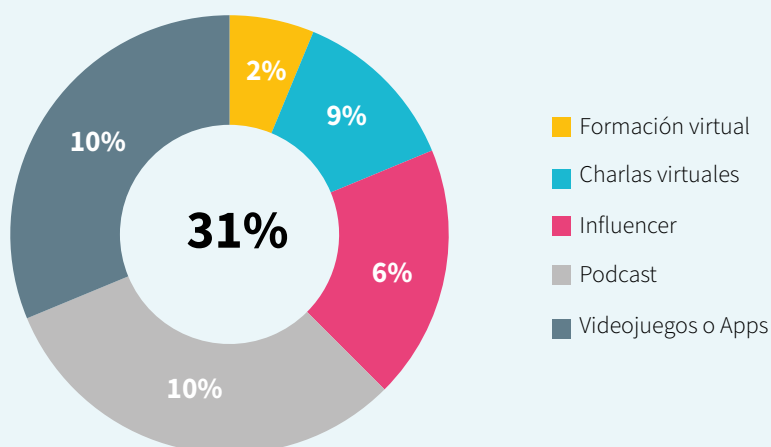
Nuevas tendencias tecnológicas utilizadas en la EF

(porcentaje respecto al total de iniciativas bajo estas modalidades que se realizan o se planifican realizar)

PANEL A:
Sí se hace



PANEL B:
Está en planificación



Nota metodológica: Las menciones totales corresponden a lo presentado en los gráficos 5.2 y 5.3. Base = 459 menciones para modalidades actualmente utilizadas y 104 menciones para modalidades en planificación (preguntas de respuesta múltiple). Los porcentajes se calculan por separado sobre cada total (459 y 104, respectivamente). Una misma entidad pudo declarar más de una modalidad de canal o medio de entrega.

En conjunto, estas cinco tendencias concentran un 31% de todas las menciones en que encuentras en planificación, frente a un 21% del total en se efectúan actualmente. Es decir, pesan más en los planes que en la operación actual, lo que anticipa expansión y mayor diversificación de formatos digitales hacia adelante.

Instagram y LinkedIn lideran la combinación de canales; Facebook y YouTube complementan; mientras que TikTok, WhatsApp y X tienen menor presencia.

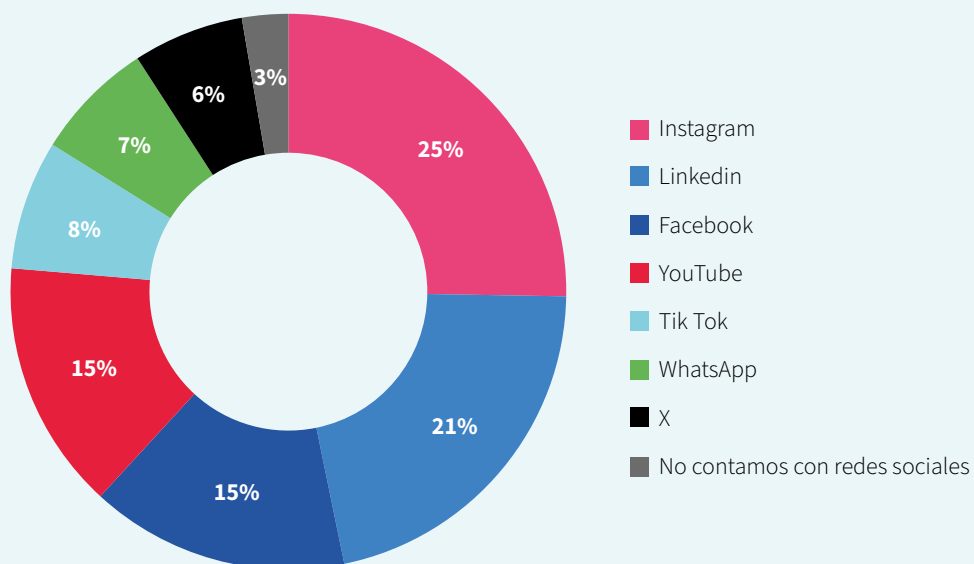
Entre las redes sociales más usadas para la divulgación de EF predomina Instagram (25%), seguida de LinkedIn (21%). Luego se ubican Facebook y YouTube (15% cada una), utilizadas principalmente para la difusión general y la publicación de contenidos educativos de mayor duración. La adopción de TikTok (8%) y WhatsApp como canal social (7%) es menor pero presente, mientras X concentra un uso acotado (6%). Solo una fracción reducida declara no usar redes sociales (3%) (gráfico 7.4).

En conjunto, se observa una preferencia por plataformas visuales y de conversación continua (Instagram/LinkedIn) y de canales de video (YouTube/TikTok).

7.4

Redes sociales usadas para la divulgación de EF

(porcentaje respecto al total de las redes sociales utilizadas)



Nota metodológica: base = 186 menciones (pregunta de respuesta múltiple). Los porcentajes se calculan sobre el total de menciones; No equivale al % de entidades usuarias de cada red.



8

Beneficios de las iniciativas

Predominan los aprendizajes de alfabetización y planificación; la gestión de riesgos aparece en un nivel intermedio, mientras que los ámbitos tributario y previsional y de pagos digitales quedan rezagados.

Respecto a los beneficios que las entidades han podido identificar, los resultados muestran que los más extendidos son de tipo cognitivo y de habilidades básicas, tales como mejorar los conocimientos financieros (86%), reconocer la importancia del ahorro (80%), comprender conceptos económicos (80%), elaborar presupuestos (73%), entender el sobreendeudamiento (71%) y tomar decisiones de crédito según capacidad de pago (70%) (gráfico 8.1).

8.1 Beneficios de las iniciativas de EF (porcentaje)



Nota metodológica: base = 56 entidades. Para cada beneficio se consultó de forma dicotómica (Sí/No) si la iniciativa lo alcanza. Los porcentajes se calculan sobre el total de entidades por cada beneficio (56) y la suma de Sí más No en cada fila es 100%.

En un segundo nivel (59-66%) se ubican la gestión de riesgos, la valoración del ahorro formal por mayor seguridad, el reconocimiento de ventajas de ahorrar y el entendimiento de los costos totales del crédito (gráfico 8.1).

Más abajo (39-55%) se ubican logros prácticos y de protección: cómo actuar ante fraudes, conocer productos para mitigar riesgos, oportunidades de inversión, acceso a servicios y derechos del consumidor (gráfico 8.1).

Los más rezagados son los aprendizajes tributarios (23%) y previsionales (30-32%), junto con el uso de pagos digitales (32%). En conjunto, la evidencia sugiere un foco predominante en alfabetización y planificación, con espacios de mejora en contenidos previsionales y tributarios, y en cambios conductuales vinculados al uso efectivo de productos y canales (gráfico 8.1).

Referencias a otros efectos de los programas e iniciativas de EF (respuestas abiertas)

Las respuestas abiertas describen efectos que van más allá de los aprendizajes medidos. Entre los participantes, se repiten percepciones de mayor control y tranquilidad sobre las finanzas personales, reducción de estrés, incorporación de hábitos (planificación y presupuesto), mejor comprensión de productos y servicios, ciberseguridad, y, cambios actitudinales que habilitan decisiones más informadas (negociar condiciones, evitar sobreendeudamiento).

Varias entidades declaran haber observado impactos en el bienestar integral y autoestima, así como en el desarrollo de redes de apoyo y capital social en grupos participantes.

Asimismo, se mencionan beneficios operativos (procesos más rápidos, menor riesgo y carga), mejor identificación y alcance de públicos objetivo, mayor tasa de participación efectiva y fortalecimiento de la confianza y del vínculo con clientes y usuarios (p. ej., cooperativas).

Las entidades destacan haber adaptado sus programas a públicos con necesidades específicas, fortaleciendo de esta forma la pertinencia territorial. Una fracción señala que aún no ha evaluado estos efectos, lo que sugiere oportunidad para sistematizar y medir resultados cualitativos de manera más consistente.

Estimación de personas beneficiarias de los programas e iniciativas de EF (respuestas abiertas)

En 2024, el alcance es amplio, pero desigual. Unas pocas iniciativas de gran escala (generalmente digitales o apoyadas en redes territoriales) concentran gran parte de los beneficiarios, mientras la mayoría llega a grupos acotados mediante talleres, cursos y acciones focalizadas. Se observa, además, una expansión gradual a partir de programas de menor tamaño

Cabe señalar que las cifras son autorreportadas y pueden combinar personas únicas con participaciones repetidas, por lo que deben interpretarse con cuidado.

En términos generales, la mayoría de las iniciativas alcanza entre cientos de miles de personas al año; un grupo menor llega a decenas de miles a través de formatos digitales y redes; y algunos pilotos se sitúan en decenas de participantes.



9

Contratación de proveedores

Casi la mitad de las iniciativas no contrata proveedores por falta de interés, mientras que un 36% lo hace solo de forma ocasional; la contratación permanente es muy baja.

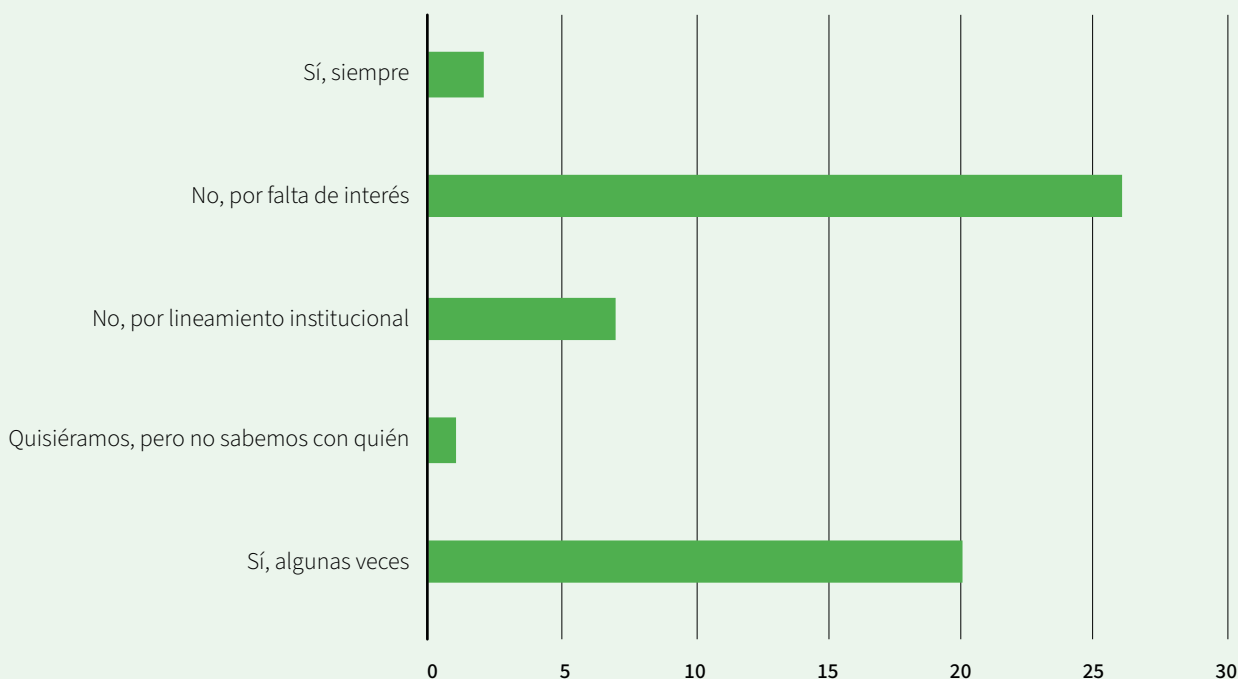
Respecto a la contratación de proveedores para ejecutar los programas e iniciativas de EF, los resultados muestran un panorama heterogéneo. La mayor parte de las entidades señala no contratarlos por falta de interés (46%); mientras que un 36% indica que lo hace solo algunas veces, en función de proyectos o necesidades puntuales (gráfico 9.1).

En menor medida, un 13% declara que no los contrata debido a lineamientos institucionales, y un 2% manifiesta interés en hacerlo, pero desconoce con quien establecer estos vínculos. Finalmente, solo un 4% reporta contratar proveedores de forma estable y permanente.

Este patrón sugiere que predominan los modelos de ejecución interna o combinados, con un grupo reducido que recurre constantemente a la tercerización y otro que se mantiene al margen por falta de interés o restricciones institucionales (gráfico 9.1).

9.1

Contratación de proveedores para iniciativas de EF (número de iniciativas)



Nota metodológica: base = 56 entidades. Para cada beneficio se consultó de forma dicotómica (Sí/No) si la iniciativa lo alcanza. Los porcentajes se calculan sobre el total de entidades por cada beneficio (56) y la suma de Sí más No en cada fila es 100%.

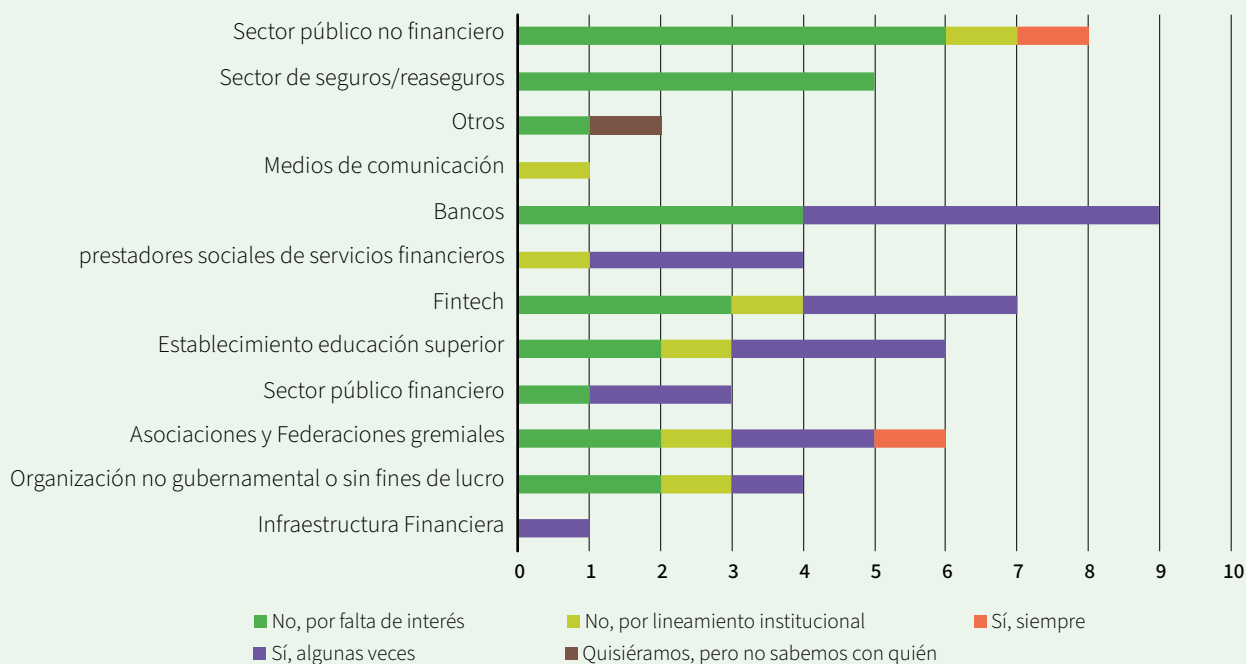
Contratar proveedores es más frecuente en bancos y fintech, menor en seguros y sector público no financiero. El motivo más recurrente para no contratar es la falta de interés

La mayor parte de las entidades bancarias y fintech declara contratar proveedores de forma permanente, mientras que otras los hacen de manera puntual. En los sectores de educación superior, gremios y sector público financiero coexisten entidades que tercerizan regularmente con otras que lo hacen o hacen solo en algunos casos, además de algunas que no contratan por lineamientos institucionales.

En el otro extremo, la mayoría de las entidades de seguros y del sector público no financiero declara no contratar proveedores, principalmente por falta de interés. En tanto, los sectores de Infraestructura financiera, medios y otros presentan baja o nula tercerización.

Entre las entidades que no externalizan, la falta de interés es la razón más frecuente; mientras los límites institucionales y el “quisiéramos, pero no sabemos con quién” se presentan como situaciones puntuales.

9.2 Contratación de proveedores para iniciativas de EF (por sector, número de entidades)



Nota metodológica: base = 56 entidades. Los resultados se presentan por sector. Cada entidad seleccionó únicamente una opción.

Nota: Prestadores sociales de servicios financieros: cajas de compensación, cooperativas con actividad financiera y microfinancieras; Infraestructura financiera: bolsa de valores y cámara de compensación; Otros: red de portales inmobiliarios y consultor.



10

Alianzas institucionales

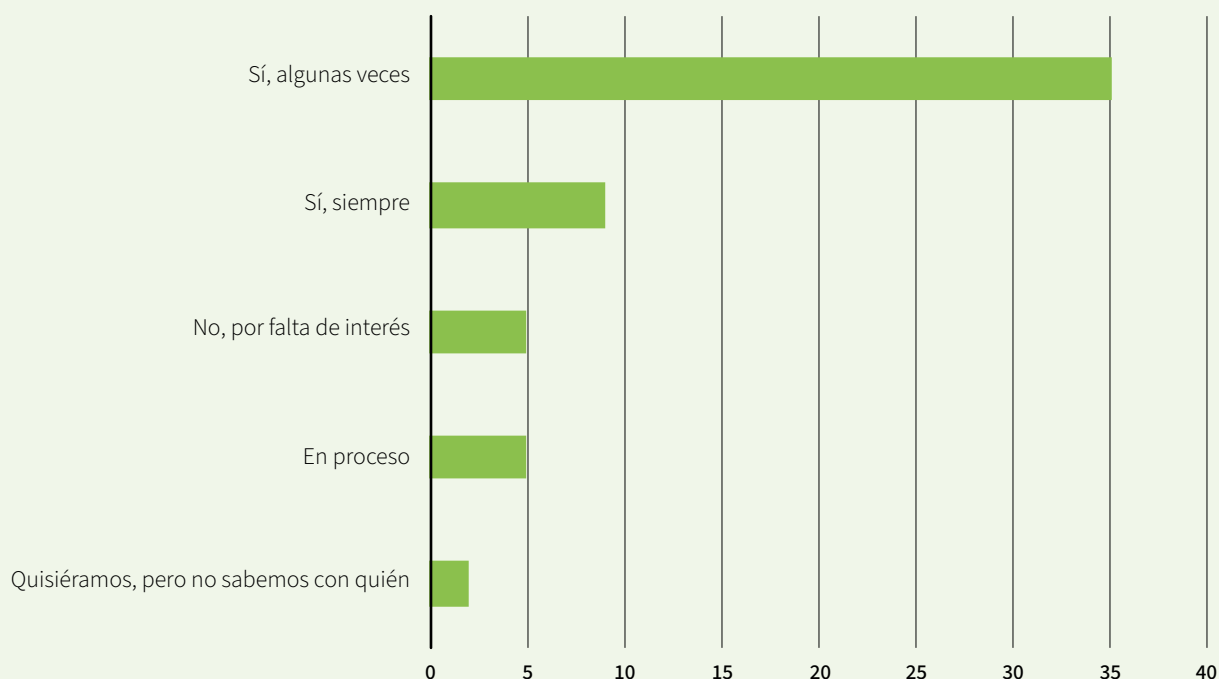
Colaboración extendida, pero sobre todo ocasional

En relación con las alianzas para la planeación o ejecución de iniciativas de EF, un 63% (35 entidades) de las entidades forma de manera ocasional mientras que un 16% (9 entidades) lo hace de manera permanente (79% con algún grado de colaboración).

Por otro lado, un 9% (5 entidades) no establece alianzas por falta de interés, otro 9% (5 entidades) está en proceso de establecerlas y un 4% (2 entidades) quisiera, pero no sabe con quién (gráfico 10.1).

10.1

Alianzas para la planeación o ejecución de iniciativas de EF (número de entidades)



Nota metodológica: base = 56 entidades. Los porcentajes se calculan sobre el total de respuestas. Cada entidad debía seleccionar una sola opción de respuesta.

En síntesis, existe una base colaborativa, aunque poco sistematizada, con espacio para articular redes y facilitar la identificación de socios.

Experiencias de las entidades respecto al desarrollo de alianzas institucionales en materia de EF (respuestas abiertas)

Las respuestas convergen en tres ideas centrales. En primer lugar, las alianzas se buscan para ampliar la cobertura de las iniciativas. En segundo lugar, busca llegar a públicos específicos y, en tercer lugar, contribuyen a mejorar la calidad y pertinencia de los contenidos, además de sumar legitimidad técnica.

Los socios más frecuentes son organismos públicos (SERNAC; programas como INJUV, PRODEMU y FOSIS), instituciones de educación superior, asociaciones gremiales, fundaciones y, en algunos casos, empresas.

Las formas de colaboración más mencionadas incluyen convenios de co-diseño y co-ejecución, mesas de trabajo, certificaciones y avales académicos, uso de canales de difusión del socio y articulación territorial con contrapartes locales.

Los resultados reportados apuntan a mayor alcance y participación efectiva, mejor adaptación de materiales al contexto, continuidad de acciones y mayor confianza de públicos y contrapartes.

También se identifican brechas, como dificultades de coordinación y de alineamiento institucional, que limitan la sistematización y el escalamiento de las alianzas.



11

Fuentes de apoyo y lineamientos

Los lineamientos se concentran en la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) y el Banco Central (BC), seguidos por el SERNAC y la Comisión Asesora para la Inclusión Financiera (CAPIF); gremios e internacionales complementan, mientras que la asesoría y el financiamiento aparecen de forma puntual.

TABLA 11.1

Instituciones de las cuales se ha recibido asesoría, financiación o lineamientos en EF
(número de entidades)

	Asesoría	Lineamientos	Financiación	Asesoría y financiación	Lineamientos y financiación	Asesoría, lineamientos y financiación	Ninguna de las anteriores
CAF	1	12	1				42
Alliance for Financial Inclusion	1	9					46
OCDE- International Network on Financial Education - INFE	1	14					41
Banco Mundial	1	11					44
Innovation for Poverty Action - IPA	1	9					46
Junior Achievement Organization	1	10				1	44
Comisión para la Inclusión Financiera (CAPIF)	1	18					37
Comisión Asesora para el Mercado Financiero (CMF)	1	24					31
Banco Central de Chile	1	22					33
Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)	3	18				1	34
Ministerio de Educación (MINEDUC)	1	12	1			1	41
FOSIS / SERCOTEC / CORFO / INDAP	1	13	1	1	1	1	38
Fundación Microfinanzas BBVA	1	12					43
Fundaciones locales	3	10	1				42
Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF)	3	15	1	1	1		35
Asociación de AFP de Chile	1	10				1	44
Asociación de Aseguradoras de Chile (AACH)	1	14					38
FinteChile (Asociación de Fintechs de Chile)	4	14					38
Cajas de Compensación	1	10			1		44

Nota metodológica: base = 56 entidades. Los porcentajes se calculan sobre el total de respuestas. Cada entidad debía seleccionar una sola opción de respuesta.



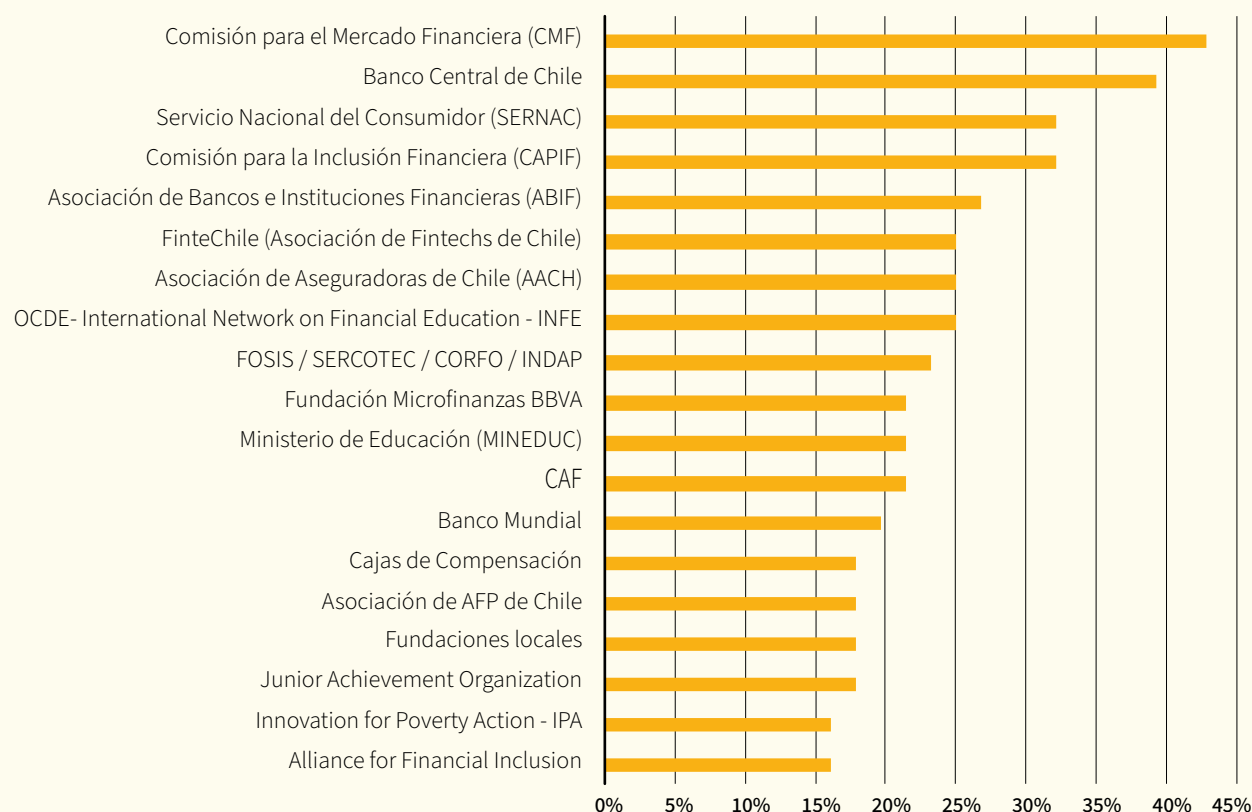
Los lineamientos provienen principalmente de organismos públicos del sistema financiero. Destacan la CMF (43%) y el BC (39%), seguidos por el SERNAC (36%) y la CMF (31%) (gráfico 11.1).

El mundo gremial también aporta referencias, en particular, la Asociación de Bancos (ABIF) y la Asociación de Aseguradoras de Chile (AACH) (25% cada una), junto con FinteChile (23%).

Entre las fuentes internacionales destacan la OCDE/INFE (23%), la CAF (20%) y el Banco Mundial (20%). Desde el ámbito de instituciones de fomento y la educación, destacan FOSIS, SERCOTEC, CORFO e INDAP (23%, en conjunto) y el Ministerio de Educación (21%) (gráfico 11.1).

En general, los lineamientos predominan por sobre otros tipos de apoyo: la asesoría aparece en menor medida, mientras que el financiamiento se presenta de forma puntual, principalmente en casos específicos como los de CAF, Mineduc, SERNAC, fundaciones locales y la Fundación Microfinanzas BBVA (tabla 11.1).

11.2 Instituciones de las cuales se ha recibido lineamientos en EF (porcentaje)



Nota metodológica: base = 56 entidades. Los porcentajes reportados se calculan sobre ese total de entidades, y corresponden a la proporción que identificó haber recibido lineamientos en educación financiera desde cada fuente.



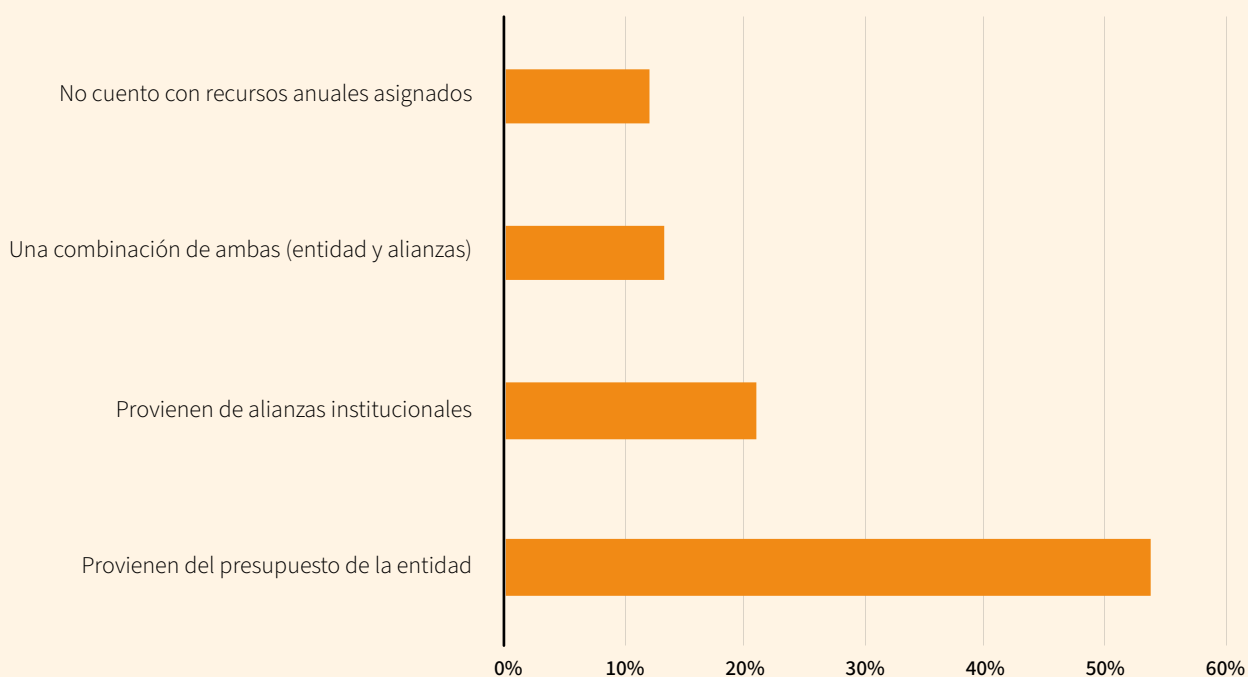
12

Financiamiento y recursos humanos

Predomina el presupuesto propio y las alianzas actúan como complemento; la educación superior y los gremios combinan fuentes con mayor frecuencia, mientras el sector público no financiero reporta más ausencia de asignación anual.

El origen de los recursos para la implementación de los programas e iniciativas de EF se concentra en el presupuesto propio, utilizado por un 54% de las entidades. Un 21% reporta apoyo a través de alianzas, un 13% combina fondos internos y externos y un 12% indica no contar con una asignación anual. En síntesis, el presupuesto institucional constituye la base principal, mientras que las alianzas operan como complemento para ampliar el alcance (gráfico 12.1).

12.1 Origen de los recursos para iniciativas de EF (porcentaje)



Nota metodológica: base = 67 menciones. Los resultados muestran la distribución de menciones entre las distintas fuentes de recursos.

En la mayoría de los sectores predomina el financiamiento interno. En particular esto ocurre en la banca (8 entidades), las fintech (5), los prestadores sociales de servicios financieros (4), y el sector público no financiero (5) y las aseguradoras (2).

La educación superior y las asociaciones gremiales presentan estructuras de financiamiento más diversificadas, combinando presupuesto propio con alianzas (4 y 2 entidades, respectivamente), además de esquemas mixtos que integran recursos propios y de alianzas (2 en cada caso).

En el sector público financiero también se observa cierta diversidad, aunque más acotada, con presencia de presupuesto propio, alianzas y combinaciones.

La ausencia de una asignación anual destaca principalmente en el sector público no financiero (3 entidades) y, en menor medida, en educación superior, fintech, seguros y prestadores sociales (1 entidad cada uno) (gráfico 12.2).

En resumen, el financiamiento tiende a ser interno, con alianzas como complemento; la academia y los gremios son los que más apalancan fuentes combinadas, y el sector público no financiero es el que más declara no contar con presupuesto asignado.

12.2 Origen de los recursos para iniciativas de EF (por sector; número de entidades)



Nota metodológica: base = 67 menciones. Los resultados muestran la distribución de menciones entre las distintas fuentes de recursos.

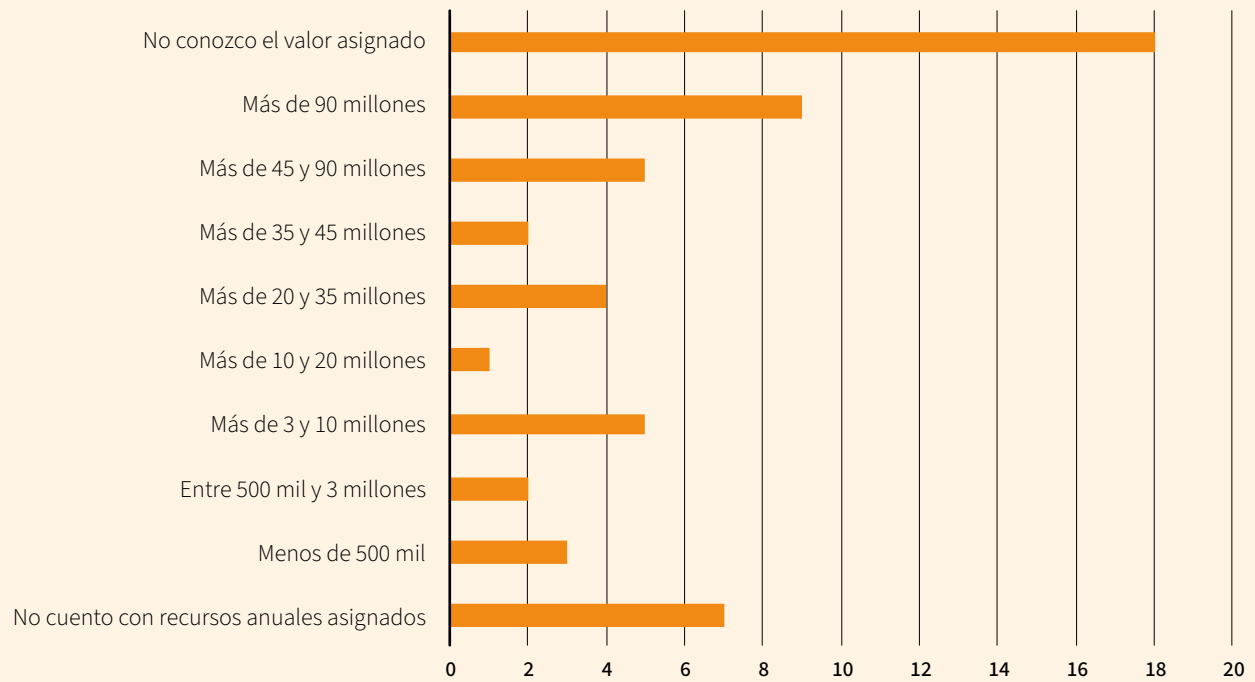


Financiamiento con panorama heterogéneo: un tercio desconoce el monto asignado, 13% no cuenta con recursos y un 36% destina \$20 millones o más.

La asignación presupuestaria anual destinada a financiar programas e iniciativas de EF es heterogénea. Un 32% de las entidades declara no conocer el monto que asigna a estas actividades y un 13% no cuenta con recursos anuales asignados.

En el tramo alto, un 16% reporta más de \$90 millones, y en conjunto un 36% declara montos iguales o superiores a \$20 millones. En rangos medios (>\$3–20 millones) se ubica un 11% de las entidades, mientras que un 9% señala presupuestos bajos (≤\$3 millones) (gráfico 12.3).

12.3 Recursos monetarios destinados a la EF (número de entidades)



Nota metodológica: base = 56 entidades (respuesta única por entidad). Los porcentajes se calculan sobre el total de entidades.

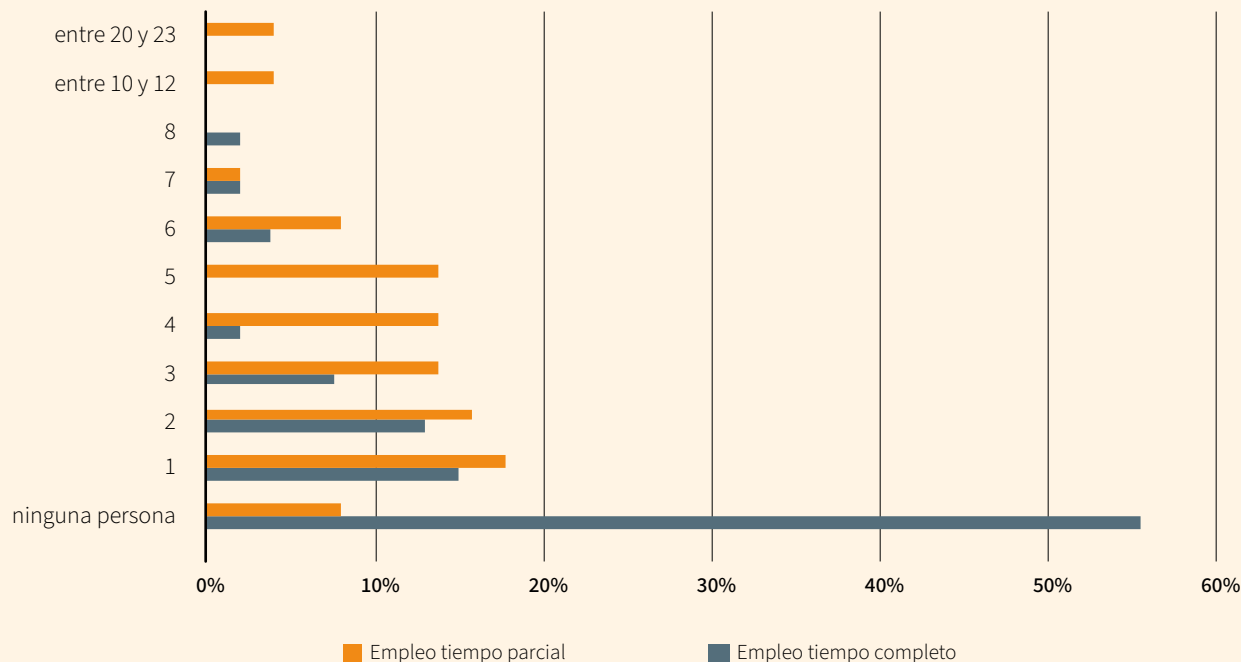
En síntesis, coexisten programas con financiamiento robusto, otros con montos acotados y un grupo relevante sin información consolidada, lo que sugiere espacio para fortalecer el seguimiento presupuestario.

Predomina la implementación con equipos pequeños y parcializados, con poca dedicación exclusiva; menos de la mitad de las entidades cuenta con al menos un puesto full-time para EF.

En cuanto a la contratación de personal para implementar programas e iniciativas de EF, la mayoría de las entidades no cuenta con personal de dedicación exclusiva (56% reporta cero personas a tiempo completo). Entre quienes sí disponen de equipos exclusivos, prevalecen los equipos pequeños: 1 persona (15%), 2 (13%) o 3 (7%); casos con 4-8 personas son puntuales (gráfico 12.4).

En cuanto al personal a tiempo parcial, la situación se invierte: solo un 8% declara no tener personas asignadas, y lo más común es operar con 1-5 colaboradores. También existen experiencias con equipos más grandes (6-8 personas), e incluso algunos que alcanzan entre los 10 y 23 integrantes (gráfico 12.4).

12.4 Empleo para implementar la EF
(porcentaje de entidades)



Nota metodológica: base = 56 entidades (respuesta única por entidad). Los porcentajes se calculan sobre el total de entidades.



13

Evaluación, seguimiento y monitoreo

La medición está presente, pero mayoritariamente en un nivel básico: hoy predominan los diagnósticos y aprendizajes. Las entidades proyectan avanzar hacia evaluaciones de procesos, impacto y costo-efectividad, con bajo desinterés declarado.

En relación con las estrategias de medición, evaluación y monitoreo para analizar sus programas e iniciativas de EF, se observa que la medición está presente, aunque con grados distintos de madurez.

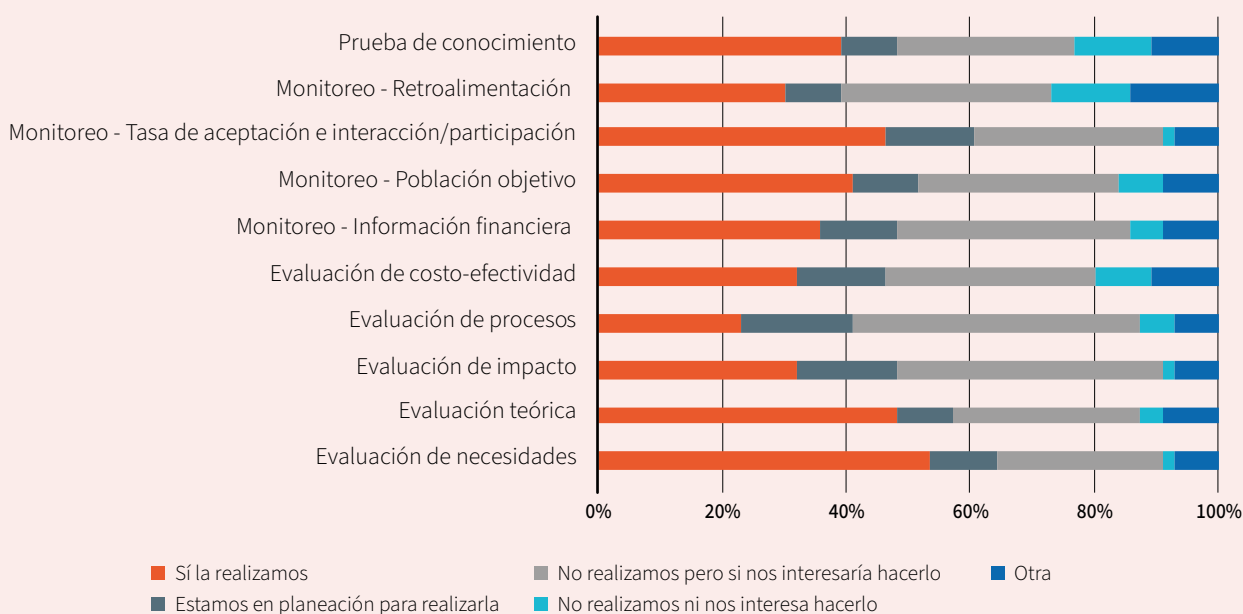
Cerca de la mitad de las entidades realiza evaluaciones de necesidades (54%) y evaluaciones teóricas y de aprendizajes (48%). También son frecuentes el monitoreo de aceptación y participación (46%), de población objetivo (41%) y las pruebas de conocimiento (39%) (gráfico y tabla 13.1).

TABLA 13.1 Periodicidad de las estrategias de medición, evaluación y monitoreo (número de entidades)

	Sí la realizamos	Estamos en planeación para realizarla	No realizamos pero si nos interesaría hacerlo	No realizamos ni nos interesa hacerlo	Otra
Evaluación de necesidades	30	6	15	1	4
Evaluación teórica	27	5	17	2	5
Evaluación de impacto	18	9	24	1	4
Evaluación de procesos	27	7	18		4
Evaluación de costo-efectividad	13	10	26	3	4
Monitoreo - Información financiera	18	8	19	5	6
Monitoreo - Población objetivo	20	7	21	3	5
Monitoreo - Tasa de aceptación e interacción/participación	23	6	18	4	5
Monitoreo - Retroalimentación	26	8	17	1	4
Prueba de conocimiento	17	5	19	7	8
Pruebas de conocimiento de entrada y salida	22	5	16	7	6

Nota metodológica: base = 56 entidades. Para cada estrategia de evaluación, seguimiento o monitoreo se muestra la distribución de respuestas. Es una pregunta matricial: cada entidad seleccionó una opción por práctica.

13.2 Prácticas de evaluación y seguimiento en programas de EF (porcentaje)



Nota metodológica: base = 56 entidades. Para cada tipo de evaluación se muestra la distribución porcentual de respuestas. Es una pregunta matricial: una opción por práctica y por entidad.

Las evaluaciones de impacto (32%), costo-efectividad (32%) y, especialmente, de procesos (23%) se encuentran menos extendidas, aunque muestran alta intención de adopción: un 43%, 34% y 46% de las entidades, respectivamente, planean incorporarlas (gráfico y tabla 13.1).

El porcentaje de instituciones que no realiza ni tiene interés en aplicar evaluaciones es bajo en la mayoría de las categorías (2-9%), con excepciones en pruebas de conocimiento y mecanismos de retroalimentación, donde alcanza a un 13% (gráfico y tabla 13.1).

En resumen, predominan los diagnósticos y las mediciones de aprendizaje, mientras que un número importante de entidades planean incorporar evaluaciones de procesos, impacto y costo-efectividad, lo que proyecta una expansión y sofisticación de las prácticas de evaluación.

Referencias sobre otras estrategias de medición, evaluación y monitoreo (respuestas abiertas)

Las respuestas evidencian un abanico de prácticas adicionales de medición y monitoreo, con énfasis en instrumentos simples y continuos. Las más comunes son las encuestas aplicadas en cada curso (satisfacción y aprendizaje), las pruebas de entrada y salida, los controles breves de impacto y el seguimiento operativo de asistencia, finalización y certificaciones. Asimismo, varias instituciones añaden analítica digital, como el seguimiento del tráfico en el sitio web o el desempeño de campañas, para monitorear alcance, interacción y participación.

También se mencionan mecanismos académicos (evaluaciones de mitad de curso, resolución de casos, rúbricas) y supervisión externa de programas. En conjunto, estas prácticas combinan retroalimentación de participantes, monitoreo de gestión y métricas digitales, con el objetivo de mejorar la pertinencia y el desempeño de las iniciativas.



14

Retos y oportunidades

Referencia a los principales retos en la implementación de los programas e iniciativas de EF (respuestas abiertas)

A partir de las respuestas abiertas, los retos se concentran en seis frentes recurrentes:

1. **Alcance y participación:** llegar efectivamente al público objetivo sin apoyos externos; capacidad de convocar y mantener la asistencia, superar la apatía e interés variable; y compatibilizar horarios, especialmente, en trabajadores y emprendedores.
2. **Pertinencia y cambio de conducta:** adaptar los contenidos a los diferentes segmentos y territorios del país, traducir los conocimientos en hábitos permanentes en el tiempo (presupuesto, ahorro, uso responsable del crédito).
3. **Medición y mejora:** evaluar los procesos e impacto de los programas (líneas de base, indicadores, seguimiento longitudinal) y para sistematizar resultados que orienten mejoras.
4. **Recursos y capacidades:** limitaciones de financiamiento, tiempo y equipos; necesidad de materiales y de formadores especializados; y necesidad de uso de plataformas que permitan escalar con calidad.
5. **Coordinación institucional:** costos de coordinación y alineamiento entre socios; compatibilidad con los lineamientos internos; y trámites y tiempos administrativos.
6. **Brecha digital y comunicación:** disparidades en alfabetización y acceso digital; abundancia de información y oferta, y dificultad para convocar y posicionar efectivamente.

Entre las menciones adicionales, varias entidades destacan la necesidad de pasar de programas piloto a programas de mayor escala, reforzar la legitimidad técnica (certificaciones o aval) y contar con mayor apoyo público que asegure la continuidad y una cobertura más amplia.

Referencia a las principales oportunidades que observa en la implementación de los programa e iniciativas de EF (respuestas abiertas)

Las respuestas coinciden en cuatro frentes:

1. **Escalar con lo digital:** llegar masivamente y a bajo costo, mediante plataformas digitales, redes sociales, podcasts, videos cortos, cursos online e híbridos, gamificación y, en algunos casos, personalizar con IA, incluyendo alertas tempranas y contenidos de ciudadanía digital o ciberseguridad.
2. **Anclar la EF en el sistema educativo:** aprovechar la actualización curricular, entrar desde edades tempranas, y formar y certificar a docentes para asegurar continuidad y pertinencia.
3. **Alianzas para credibilidad y alcance:** cooperación público-privada y con la academia (convenios, certificaciones, uso de canales del socio, articulación territorial) para ampliar la cobertura, aumentar la legitimidad técnica y ofrecer trayectorias formativas con credenciales.
4. **Foco en inclusión y bienestar:** alta demanda en mujeres, jóvenes y estudiantes, migrantes, personas mayores, trabajadores y micro emprendedores; oportunidades para enseñar el uso responsable de productos financieros (crédito, ahorro, seguros, pagos digitales), prevenir fraudes y elevar el bienestar financiero de hogares y colaboradores.

Entre las oportunidades adicionales, varias entidades destacan el valor del posicionamiento institucional y la confianza con usuarios o clientes, las posibilidades de vincular educación con productos y beneficios concretos (programas de ahorro, seguros, incentivos), replicar y escalar experiencias exitosas (llegar a familias y nuevos territorios) y medir mejor el impacto para orientar decisiones.

En conjunto, se perfila un campo con alta demanda, impulsado desde el sector público (actualización curricular, estrategias nacionales) y capacidad de cooperación, propicio para crecer en cobertura, pertinencia y resultados.



Conclusión

El ecosistema de la Educación Financiera en Chile muestra una expansión sostenida y una creciente diversidad de actores desde el año 2007. El proceso comenzó de manera gradual, con pocas instituciones incorporándose en las etapas iniciales, y se ha acelerado en los últimos años.

A los oferentes tradicionales (banca, sector público no financiero y gremios) se han sumado progresivamente universidades, fintech, ONG y prestadores sociales de servicios financieros.

La mayoría de las entidades que imparten EF lo hace mediante programas estructurados y proyecta nuevas iniciativas en el corto y mediano plazo, lo que refleja una voluntad de ampliación de la oferta. La cobertura declarada es amplia, aunque heterogénea entre territorios.

Si bien un tercio de las iniciativas señala alcance nacional, en términos regionales predomina la Región Metropolitana, que concentra la mayor proporción de menciones respecto de otras zonas del país. La entrega de contenidos combina formatos híbridos y se proyecta una migración hacia medios digitales escalables, como podcasts y aplicaciones.

Los objetivos se concentran en competencias básicas de gestión del dinero (planificación, ahorro, uso responsable del crédito y nociones de economía). Un segundo conjunto enfatiza la protección y la inclusión financiera (seguros, protección al consumidor, apoyo al emprendimiento y pagos digitales), orientado a reducir riesgos y ampliar el uso informado de servicios. En contraste, la educación tributaria aparece escasamente representada entre los objetivos declarados.

La educación financiera en Chile se orienta principalmente a la población adulta, en especial a personas en edad laboral activa y mayores de 56 años. Aunque una parte de la oferta declara cobertura para todas las edades, la atención específica a niños y adolescentes sigue siendo limitada.

En cuanto a los grupos poblacionales, la orientación es amplia pero heterogénea: predomina el público general y los ámbitos laboral y educativo, seguidos por hogares y perfiles vinculados a la inclusión financiera. En cambio, los grupos con mayores barreras de acceso -como mujeres fuera del mercado laboral, personas mayores vulnerables, población rural, migrantes, pueblos indígenas y personas con discapacidad- presentan una cobertura baja y dispersa. Este patrón evidencia una oferta concentrada en segmentos de fácil acceso, con espacio para estrategias más focalizadas e inclusivas.

La mayoría incorpora enfoques transversales (formación ciudadana, género, protección al consumidor), mientras que la economía del comportamiento presenta todavía una adopción incipiente.

En cuanto a los efectos de los programas e iniciativas de EF, las entidades reportan principalmente beneficios cognitivos y de desarrollo de habilidades básicas, como la mejora de los conocimientos financieros, económicos y de planificación. En un segundo plano, aunque con presencia significativa, aparecen beneficios asociados a la toma de decisiones, el uso responsable del crédito y la protección al consumidor, que reflejan una aplicación

práctica de los aprendizajes. En contraste, los ámbitos previsional y tributario presentan menor presencia, al igual que los vinculados al cambio de comportamiento financiero, es decir, la adopción sostenida de hábitos.

En materia de medios y capacidades, predomina el financiamiento interno, proveniente principalmente del presupuesto de cada entidad, mientras que las alianzas institucionales actúan como un complemento relevante pero no estructural. Los equipos dedicados a educación financiera suelen ser pequeños y, en muchos casos, combinan esta labor con otras funciones dentro de la organización, lo que limita su capacidad operativa.

La tercerización de servicios para la ejecución de programas e iniciativas de EF se mantiene acotada, reflejando tanto restricciones presupuestarias como preferencias por la ejecución interna. En cambio, las alianzas entre instituciones son frecuentes, aunque en su mayoría ocasionales o de corto plazo, más centradas en actividades puntuales que en programas sostenidos de colaboración.

En cuanto al apoyo institucional, los lineamientos técnicos y normativos emitidos por organismos públicos del sistema financiero como la CMF, el Banco Central, el SERNAC y la Comisión Asesora para la Inclusión Financiera (Capif) constituyen las principales referencias utilizadas por las entidades. Estas guías sirven como marcos orientadores, reflejando su peso institucional. En contraste, la asesoría técnica y el financiamiento externo son menos frecuentes y suelen estar vinculados a proyectos específicos o a colaboraciones puntuales.

En materia de evaluación, la mayoría de las entidades realiza diagnósticos y mediciones de aprendizaje, centradas en evaluar la comprensión teórica o la satisfacción de los participantes. Sin embargo, las evaluaciones de procesos, impacto y costo-efectividad son aún incipientes, pese a que muchas instituciones manifiestan intención de incorporarlas.

Las entidades identifican retos y oportunidades comunes en la implementación de programas e iniciativas de educación financiera.

Entre los principales desafíos, destacan la dificultad de llegar y mantener la participación de los públicos objetivo, asegurar la pertinencia territorial y segmentada de los contenidos, y mejorar los sistemas de medición, incorporando líneas base, indicadores y evaluaciones de impacto. También se mencionan la necesidad de fortalecer capacidades técnicas y recursos, especialmente en la formación de formadores, desarrollo de contenidos y uso de plataformas, así como coordinar mejor a los actores y reducir las brechas digitales que limitan el alcance.

En cuanto a las oportunidades, las entidades observan un escenario favorable para escalar la educación financiera mediante formatos digitales y contenidos on-demand, integrarla de manera estructural en el currículo escolar y la formación docente, y consolidar alianzas público-privadas y académicas que amplíen cobertura y sostenibilidad. Asimismo, las entidades valoran el marco favorable generado por las estrategias nacionales y la actualización del currículo escolar, que ofrecen un impulso desde el sector público para expandir y consolidar la educación financiera.

Para avanzar en esa dirección, se identifican tres líneas prioritarias de fortalecimiento. Primero, profundizar la pertinencia y segmentación de la oferta, adecuando los contenidos y metodologías a las realidades de cada territorio y grupo poblacional. Segundo, elevar el nivel de sofisticación de la evaluación, incorporando mediciones de procesos, impacto y costo-efectividad, que permitan comparar resultados y aprender de las experiencias. Tercero, consolidar estándares y coordinación a partir del diagnóstico inicial: un ecosistema con múltiples actores y modalidades, lineamientos referenciados, pero no armonizados (CMF, BC, SERNAC, CAPIF en proporciones dispares), evaluación mayormente básica y datos no comparables (autorreporte, posibles duplicidades, distintos criterios de conteo), además de equipos pequeños y tercerización limitada.



Para cerrar esas brechas, es recomendable articular lineamientos comunes, avanzar en criterios de calidad y desplegar sistemas de información interoperables que registren beneficiarios y resultados con criterios compartidos. Esto requiere inversión en capacidades técnicas y canales digitales inclusivos para escalar sin profundizar brechas territoriales, complementando el desarrollo digital con instancias presenciales que aseguren cobertura efectiva y equidad territorial. En este marco, la articulación multisectorial e interinstitucional resulta clave para integrar recursos, conocimientos y redes, potenciando el impacto de las iniciativas y su sostenibilidad en el tiempo.

En definitiva, el objetivo es mejorar el bienestar y la resiliencia financiera de la población, y de consolidar una política de educación financiera de alcance verdaderamente nacional.



Este informe fue elaborado por la Secretaría Técnica de la **Comisión Asesora para la Inclusión Financiera (CAPIF)**, del Ministerio de Hacienda de Chile, en el marco del proceso de actualización de la **Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF)**.

DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN GENERAL:

Irina Meneses, secretaria técnica CAPIF

ANÁLISIS Y REDACCIÓN DEL INFORME:

Irina Meneses en colaboración con la Coordinación de Comunicaciones.

REVISIÓN TÉCNICA:

Alejandro Puente, Ministerio de Hacienda

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:

Luis Silva S.

