



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

Propuesta de Mejoramiento al programa de educación financiera de un banco comercial colombiano

Carolina Cardozo Carvajal

Universidad Nacional de Colombia
Facultad Ciencias Económicas
Bogotá, Colombia
2019

Propuesta de Mejoramiento al programa de educación financiera de un banco comercial colombiano

Carolina Cardozo Carvajal

Trabajo de investigación presentado como requisito parcial para optar al título de:
Magister en Contabilidad y Finanzas

Directora:

Mary Analí Vera Colina, PhD

Profesora asociada - Universidad Nacional de Colombia Sede Bogotá

Línea de Investigación:

Control

Universidad Nacional de Colombia

Facultad de Ciencias Económicas

Bogotá, Colombia

2019

Desde distintas perspectivas se divisan panoramas muy parecidos:

“(...) El hecho de actuar en la creencia de que poseemos el conocimiento y el poder que nos permitirá moldear los procesos de la sociedad por entero a nuestro gusto, un conocimiento que en realidad no poseemos, nos causará probablemente mucho daño.”

Friedrich A. Hayek - Conferencia en homenaje de Alfred Nobel, pronunciada el 11 de diciembre de 1974

“(...) Nuestra consoladora convicción de que el mundo tiene sentido descansa sobre un fundamento seguro: nuestra capacidad casi ilimitada para ignorar nuestra propia ignorancia.”

Daniel Kahneman (2017) – Pensar rápido, pensar despacio.

Agradecimientos

Debo agradecer la orientación de la profesora Mary Vera, mi directora, en el enfoque del trabajo, las charlas enriquecedoras e ilustrativas con los profesores Mauricio Gómez, Fabián Parra y Luis German Ome, puesto que fueron invaluable en el desarrollo de mi investigación. Al profesor Miguel Chirinos por evaluar el cuestionario para el sondeo de opinión que hace parte del documento. Además, agradezco a todo el equipo docente que hace parte del programa de la Maestría en Contabilidad y Finanzas por inculcar la importancia de aportar a la sociedad desde una práctica profesional basada en la ciencia, disciplina y el respeto por la diferencia.

Los espacios y herramientas académicas brindadas por la Universidad Nacional de Colombia, especialmente a la Facultad de Ciencias Económicas, para crear y compartir las propuestas e ideas durante la construcción del documento me brindaron aportes excepcionales. Igualmente, agradezco a todas las personas que generosamente respondieron a la encuesta que apoya esta investigación, pues fue un pilar para mi propuesta.

Sin duda, sería injusto y atrevido no agradecer a mis padres, hermanos, familia, mi pareja, amigos y círculo social cercano que entendieron y apoyaron el sacrificio de no poder acompañarlos en algunos eventos importantes por dedicar tiempo a mi propósito de crecimiento intelectual; Su apoyo fue fundamental para continuar fortaleciendo mi formación y conocimiento con el que busco aportar a construir una mejor sociedad.

Resumen

El propósito de este trabajo es proponer elementos para identificar y superar potenciales brechas donde un banco comercial colombiano pueda mejorar su programa de educación financiera. A partir de cuatro enfoques el trabajo desarrolla el planteamiento de mejora. En la primera parte, se contextualiza la investigación, abordando los postulados teóricos asociados a la creciente preocupación entre organismos trasnacionales como la OCDE por la toma de decisiones financieras entre la población; además, se refiere el marco legal colombiano que promueve la formación financiera de los consumidores desde 2009, a fin de explicar el origen de los programas de educación que ofrecen los bancos comerciales colombianos; igualmente, se revisa el estado del arte sobre educación financiera. El segundo enfoque, se describen diferentes estrategias nacionales de formación económica compiladas por la OCDE, las cuales se comparan con el modelo adoptado en Colombia. En tercer lugar, se comparan los programas pedagógicos de los principales bancos en Colombia, encontrando diferencias y coincidencias entre ellos. El cuarto capítulo indaga elementos internos de los programas de educación financiera de los bancos seleccionados, acudiendo a los Informes de Gestión disponibles más recientes (cierre 2018), donde se encuentran los esfuerzos y expectativas sobre educación financiera de los bancos revisados. También se consideran aspectos externos sobre los programas de educación financiera tratados, realizando un sondeo de opinión alrededor de los programas para las instituciones estudiadas. Finalmente, con base en los enfoques vistos, se organizan los elementos, que sirven como sustento para la propuesta de recomendaciones, cuestionamientos y pasos sugeridos para mejorar un programa de educación financiera ofrecido por un banco colombiano.

Palabras clave: Educación financiera, bancos colombianos, sistemas financieros, mercados financieros.

Abstract

The aim of this research is to propose elements to identify and resolve potential gaps in a Colombian commercial bank allowing it to improve its financial education program. This proposal is developed from four approaches. In the first one the research is contextualized, afterwards, theoretical assumptions are presented due to the increasing concern among transnational organizations such as the OECD regarding how population makes financial decisions; besides, the colombian legal framework which promotes financial literacy of consumers since 2009 is taken into account, here it is explaining the context to the origin of education programs offered by colombian banks; in addition, it is summarized previous studies about financial literacy. In the Second part, national strategies about economic literacy gathered by OECD are described, which are compared to model adopted in Colombia. In the third part pedagogic programs of main banks in Colombia are compared in order to find differences and coincidences among them. In the fourth part, the search for internal elements of selected financial programs was done researching on available and updated reports (December 2018) from banks previously reviewed. Moreover, external elements in the programs reviewed are considered, inquiring through an opinion survey about perception related to the financial education programs, and finally, based on the approaches studied, elements are organized in order to use them as an axle for recommendations, also, questions and indications are suggested for the improvement in the financial educative program offered by colombian banks

Keywords: financial literacy, Colombian Banks, financial system, financial markets.

Contenido

	Pág.
Lista de figuras.....	X
Lista de tablas	XII
Lista de Símbolos y abreviaturas.....	XIV
Introducción	1
1. Contexto de la investigación	3
1.1 Problemática y pregunta de la investigación.....	3
1.2 Objetivos de la investigación	4
1.2.1 Objetivo General.....	4
1.2.2 Objetivos específicos.....	4
1.3 Estructura metodológica.....	4
1.4 Marcos de Referencia	6
1.5 Teoría sobre educación financiera a nivel internacional	6
1.5.1 Teoría neoclásica	7
1.5.2 Información asimétrica.....	9
1.5.3 Finanzas conductuales	10
1.6 Teoría que subyacen el modelo de educación financiera colombiano	11
1.6.1 Teoría institucionalista	11
1.6.2 Teoría de agencia.....	12
1.7 Marco legal colombiano.....	13
1.8 Estado del arte	16
2. Coincidencias y diferencias entre prácticas sobre educación financiera a nivel internacional y caso colombiano	25
2.1 Diseño metodológico.....	26
2.2 Panorama General sobre educación financiera.....	27
2.3 Revisión comparativa Estrategias Nacionales de Educación financiera ..	30
2.3.1 Diseño institucional.....	30
2.3.2 Objetivos.....	32
2.3.3 Fondo, comunicación y seguimiento	37
2.3.4 Comunicación	40
2.3.5 Seguimiento.....	42
2.4 Buenas prácticas sobre educación financiera a nivel internacional	45

3. Elementos comunes y diferenciadores entre programas de educación financiera de bancos comerciales colombianos.....	47
3.1 Diseño Metodológico.....	48
3.2 Universo entidades vigiladas SFC.....	49
3.3 Población y muestra bancos comerciales.....	52
3.4 Análisis comparativo a programas de educación financiera para muestra de bancos comerciales	55
3.4.1 Bancolombia.....	55
3.4.2 Davivienda.....	58
3.4.3 Banco De Bogotá.....	61
3.4.4 BBVA Colombia	64
3.4.5 Banco De Occidente.....	66
3.4.6 Scotiabank Colpatria.....	69
3.4.7 Itaú Corpbanca Colombia S.A.....	73
3.5 Similitudes y diferencias entre los programas de bancos evaluados	76
3.5.1 Similitudes y diferencias relativas al cubrimiento de audiencia objetivo de la ENEEF.	77
3.5.2 Similitudes y diferencias relativas al alcance de los objetivos de la ENEEF.....	78
3.5.3 Similitudes y diferencias relativas los medios de comunicación, referencias y reportes.....	79
4. Análisis de elementos internos y externos en los programas de educación financiera evaluados.....	83
4.1 Diseño metodológico.....	84
4.2 Análisis de brechas y frente a elementos internos.....	85
4.2.1 Bancolombia.....	85
4.2.2 Davivienda.....	86
4.2.3 Banco de Bogotá	88
4.2.4 BBVA Colombia	90
4.2.5 Banco de Occidente	92
4.2.6 Scotiabank Colpatria.....	93
4.2.7 Itaú Corpbanca Colombia	94
4.3 Resumen revisión Informes de Gestión evaluados.....	95
4.4 Análisis de brechas frente a elementos externos.....	96
4.4.1 Resultados demográficos	97
4.4.2 Resultados sobre expectativas	100
4.4.3 Resultados sobre experiencia.....	106
4.4.4 Resumen resultados.....	117
5. Propuesta de mejora sobre un programa de educación financiera en un banco comercial colombiano	121
5.1 Diseño metodológico.....	122
5.2 Propuesta de Mejoramiento al programa de educación financiera de un banco comercial colombiano.....	123
5.2.1 Coordinar el programa de educación financiera con la visión pública	124
5.2.2 Reglamentar el programa	127
5.2.3 Administrar recursos del programa.	130
5.2.4 Evaluar el programa.	134

5.2.5 Reportes del programa	136
6. Conclusiones.....	139
6.1 Reflexiones desde la teoría	140
6.2 Reflexiones desde estrategias de educación financiera estatales	143
6.3 Reflexiones desde la experiencia local.....	143
6.4 Aporte a la disciplina y contexto de estudio	149
6.5 Limitaciones	149
6.6 Futuras investigaciones.....	150
Bibliografía	152
A. Anexo: Descripción detallada programa de educación financiera Davivienda	157
B. Anexo: Descripción detallada programa de educación financiera Banco de Bogotá.....	161
C. Anexo: Descripción detallada programa de educación financiera Banco de Occidente.....	164
D. Anexo: Descripción detallada programa de educación financiera Scotiabank Colpatría.....	167
E. Anexo: Tablas de enlaces páginas web consultadas	176
F. Anexo: Diseño metodológico del sondeo de opinión.....	180
G. Anexo: Evaluación cuestionario sondeo de opinión	186

Lista de figuras

	Pág.
Gráfica 1. Entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC)	50
Gráfica 2. Distribución población de bancos que operan en Colombia por tipo de propietario Corte diciembre 2018	51
Gráfica 3. Tamaño y participación cuentas de ahorro, corrientes y CDT de bancos colombianos a corte octubre 2018.....	53
Gráfica 4. Volumen y participación de cartera bruta de los bancos colombianos a corte octubre 2018	54
Gráfica 5 Estrategia de Sostenibilidad del Banco Davivienda.....	87
Gráfica 6. Actividades de capacitación presencial del Banco de Bogotá en 2018..	89
Gráfica 7. Número de personas capacitadas presencialmente en acciones de educación financiera	89
Gráfica 8. Matriz de materialidad BBVA Colombia.....	91
Gráfica 9 Inversión en programas sociales del BBVA durante 2018.....	92
Gráfica 10 Actividades sobre educación financiera del Banco Itaú en 2018	94
Gráfica 11. Representación temas materiales para grupos de interés Itaú	95
Gráfica 12 Distribución encuestados por grupo poblacional ENEEF.....	97
Gráfica 13 Distribución de encuestados por campo de laboral o académico	98
Gráfica 14 Conocimiento sobre programas de EF discriminado por grado de escolaridad.....	99
Gráfica 15 Desconocimiento de programas de EF distribuido por área académica	100
Gráfica 16 Medio esperado para recibir información sobre programas de EF	101
Gráfica 17 Objetivos esperados en un programa de EF	102
Gráfica 18 Productos deseados dentro de un programa de EF	103
Gráfica 19 Evaluación frente a la neutralidad, diferenciación y utilidad de un programa de EF por parte de personas que no conocen programas de EF.....	103
Gráfica 20 Evaluación características esperadas en un programa de EF	104
Gráfica 21 Predisposición sobre el uso y resultados esperados de un programa de EF	105
Gráfica 22 Frecuencia relativa de aspectos donde se considera que cambiara el comportamiento por un programa de EF	106
Gráfica 23 Cantidad de respuestas obtenidas para los programas de EF consultados	107

Gráfica 24 Distribución de medios por los que han conocido los programas de EF de los bancos evaluados.	108
Gráfica 25 Objetivos cumplidos por los programas de EF para las 7 entidades consultadas.....	109
Gráfica 26 Evaluación sobre la neutralidad de los programas de EF consultados	111
Gráfica 27 Evaluación sobre la diferenciación de contenidos comerciales y pedagógicos en los programas de EF de los bancos consultados.....	112
Gráfica 28 Evaluación sobre la utilidad en los programas de EF en los bancos consultados	112
Gráfica 29 Distribución comentarios por tipo de cambio experimentado.....	116
Gráfica 30 Frecuencia palabra "financial literacy" en Ngram	141

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Subcomisiones técnicas de la CIEEF	15
Tabla 2. Tipologías por tipo de criterio de comparación identificado por la OCDE.	26
Tabla 3. Estatus de las estrategias nacionales de educación financiera.....	29
Tabla 4. Medios de comunicación para los grupos poblacionales de la ENEEF	42
Tabla 5. Características modelo colombiano frente a criterios OCDE.....	44
Tabla 6. Ranking de bancos por ubicación en captación y colocación a corte	54
Tabla 7. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera de Bancolombia	57
Tabla 8. Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera de Bancolombia.	58
Tabla 9. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera de Davivienda	60
Tabla 10. Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera de Davivienda	60
Tabla 11. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera de Banco de Bogotá.....	62
Tabla 12. .Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera del Banco de Bogotá.....	63
Tabla 13. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera del Banco BBVA	65
Tabla 14. Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera del Banco BBVA	66
Tabla 15. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera del Banco de Occidente	68
Tabla 16. Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera del Banco de Occidente	69
Tabla 17. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera del Scotiabank Colpatría	72
Tabla 18. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera del Banco Itaú.....	75
Tabla 19. Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los canales de educación financiera del Banco Itaú.....	76
Tabla 20. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de los bancos evaluados	78

Tabla 21. Cubrimiento a los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera evaluados.	79
Tabla 22. Exigencia para creación de usuario para acceder al programa de educación financiera y referencias corporativas	80
Tabla 23. Resumen similitudes y diferencias entre programas de educación financiera evaluados	81
Tabla 29: Resumen brechas y similitudes en Informes de Gestión para los bancos evaluados.....	96
Tabla 30 Contenidos ofrecidos y utilizados por los encuestados	110
Tabla 31 Evaluación de atributos identificados en los programas de EF para Iso bancos consultados.....	113
Tabla 32 Percepciones de cambios de comportamiento debido a conocer programas de EF ofrecidos por bancos.....	114
Tabla 33 Aspectos donde los encuestados perciben cambios en comportamiento	115
Tabla 24 Cuestionamientos alrededor de coordinación sectorial	125
Tabla 25 Cuestionamientos sobre reglamentación de un programa de EF privado	128
Tabla 26 Preguntas sobre la administración de recursos de un programa de EF	131
Tabla 27 Cuestiones a considerar en la evaluación de un programa de EF	135
Tabla 28 Cuestiones a considerar en el reporte de un programa de EF	137
Tabla 34. Páginas del programa de educación financiera de Bancolombia	176
Tabla 35. Páginas del programa de educación financiera de Davivienda	176
Tabla 36. Páginas del programa de educación financiera del Banco de Bogotá..	177
Tabla 37. Páginas del programa de educación financiera del Banco BBVA	177
Tabla 38. Páginas del programa de educación financiera del Banco de Occidente	178
Tabla 39. Páginas del programa de educación financiera del Banco Scotiabank Colpatria.....	179
Tabla 40. Páginas del programa de educación financiera del Banco Itaú	179
Tabla 41 Descripción grupos poblacionales Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera	181

Lista de Símbolos y abreviaturas

Abreviaturas

Abreviatura	Término
ASIC	Comisión australiana de títulos e inversiones
CIEEF	Comisión Inter sectorial para la Educación Económica y Financiera
EEF	Educación económica y financiera
EF	Educación financiera
ELCA	Encuesta Longitudinal para Colombia
ENEFF	Estrategia Nacional de Educación Económica Y Financiera De Colombia
FCAC	Agencia del Consumidor Financiero de Canadá
IIA	Instituto de Auditores Internos
MEN	Ministerio de Educación Nacional
OECD	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
SAC	Sistema de Atención al Consumidor Financiero
SANEEF	Sistema Administrativo Nacional de Educación Económica y Financiera
SFC	Superintendencia Financiera de Colombia

Introducción

La educación económica y financiera (EEF) se refiere al proceso por el cual las personas mejoran su comprensión de los conceptos, riesgos, productos y servicios financieros, desarrollan las habilidades y la confianza para ser más conscientes de los riesgos financieros y de las oportunidades, y así tomar decisiones financieras informadas para mejorar su bienestar (OECD, 2005). Este tipo de formación es un campo que en el mundo ha suscitado interés desde mediados de los noventa, partiendo de la premisa que el aumento del conocimiento conllevará a cambios en el comportamiento financiero de las personas (Hilgert, Hogarth, & Beverly, 2003, p. 310). Tales modificaciones en los hábitos frente al manejo del dinero por parte de las personas incidiría positivamente en la disminución de esquemas ilegales de captación de dinero, sobre endeudamiento, capacidad de consumidores financieros para reclamar sus derechos, reducción de crisis financieras, favorecimiento de la estabilidad del sistema (García, 2012) y reduciría el uso de efectivo entre las personas (Asobancaria, 2017). En ese sentido, a nivel internacional países como Australia, Canadá, Brasil, Holanda, Rusia, España y Estados Unidos han desarrollado una estrategia nacional de educación financiera dirigida a su población, en especial los jóvenes (OECD, 2017); es relevante resaltar que cada país ha adoptado modelos diferentes de acuerdo a las prioridades establecidas.

De ahí que, respondiendo la tendencia internacional que promueve la formación financiera, el Estado colombiano diseñó un modelo donde participan dos actores. El primero de ellos lo conforman las instituciones educativas¹, quienes cuentan con

¹ Refieren las instituciones que brindan la educación básica (primaria cinco grados y secundaria cuatro grados) y la educación media (dos grados y culmina con el título de bachiller.)

autonomía otorgada por el Ministerio de Educación Nacional (MEN) para incluir temas financieros, lo cual en la práctica no representa una obligación ni cátedra particular (García, 2012, pág. 11). En segundo lugar, el Estado Colombiano exige a un grupo de las entidades financieras vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia² (en adelante SFC) desarrollar programas de educación financiera, como parte de la implementación del Sistema de Atención al Consumidor Financiero (en adelante SAC). La participación de privados en la promoción de la educación financiera representa desafíos en términos de coincidencia de intereses comunales, definidos por el Estado, e individuales, establecidos por las empresas. Enfrentando esta situación, la SFC ha exigido que el Auditor Interno de las entidades financieras, a quienes aplica el SAC, se pronuncie semestralmente sobre el cumplimiento a la protección del consumidor financiero. Los elementos para determinar si un programa de educación financiera es pertinente o cuáles son los elementos para determinar un espacio mejora es el objeto de esta investigación, la cual indaga sobre pautas a considerar en la difusión de la educación financiera a nivel internacional, sector bancario local, reportes de bancos colombianos, con el fin de establecer una propuesta de mejora a un programa de educación financiera de un banco comercial colombiano.

² La Circular Básica Jurídica de la Superfinanciera en la Parte I, Título III, Capítulo II exige la implementación de sistemas de atención al consumidor financiero a: establecimientos de crédito, las sociedades de servicios financieros, las entidades aseguradoras, los corredores de seguros, las sociedades de capitalización, las entidades de seguridad social administradoras del régimen solidario de prima media con prestación definida, los miembros de las bolsas de bienes y productos agropecuarios y agroindustriales, las sociedades comisionistas de bolsas de valores, los comisionistas independientes de valores y las sociedades administradoras de fondos de inversión. el Fondo Nacional de Ahorro (FNA); el Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior (ICETEX) y la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía.

1. Contexto de la investigación

1.1 Problemática y pregunta de la investigación

Los programas de formación financiera impartidos por entidades financieras colombianas será el foco de estudio de este documento. Puesto que, presentan, desde el punto de vista de teoría de agencia³, una problemática en el mecanismo de implementación y seguimiento. Teniendo en cuenta que la SFC se ampara en la figura del Auditor Interno para evaluar semestralmente al sistema de atención al Consumidor Financiero (SAC), que exige que las entidades financieras la divulgación de un programa de educación financiera, es conveniente recalcar la tensión entre esta exigencia y la función de auditoría, cuyo propósito está concebido por el Instituto de Auditores como “(...) *Ayuda a una organización a cumplir sus objetivos aportando un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno.*” (IIA, 2017), de manera que, si bien existen exigencias regulatorias para las entidades vigiladas por la SFC, dentro de sus objetivos misionales no se encuentra necesariamente la educación. Dada la autonomía de las empresas vigiladas por la SFC para adoptar programas de educación financiera es probable que los mismos desvirtúen el espíritu de la norma y terminen asesorando (Zicari, 2008); es decir, en la práctica una entidad financiera podría confundir asesorar con educar o educar con un sesgo que limite contenidos que puedan aportar a la capacitación en la toma de decisiones de las personas. Bajo estas condiciones, las entidades podrían estar cumpliendo a

³ Es prudente resaltar el punto de vista de Wong et al (2014) que presentan una interpretación más amplia de Jensen y Meckling (1976) destacando que el problema de agencia no solo se limita a la actuación del Auditor frente a pronunciamientos de cumplimiento normativo, sino a un amplio número de casos de la vida cotidiana en ámbitos educativos, laborales, consultorías, entre otros.

través de formalismos legales, en vez de ejecutar el espíritu de la norma que es la protección del consumidor financiero. Por ello, es relevante encontrar cuáles son las pautas de referencia para evaluar si un programa de educación financiera es pertinente, o si tiene brechas susceptibles de mejora.

Dado este contexto, la investigación plantea como pregunta ¿Cómo podría mejorarse el programa de educación financiera de un banco comercial colombiano?

1.2 Objetivos de la investigación

El documento busca desarrollar un objetivo principal y cuatro específicos que se relacionan a continuación:

1.2.1 Objetivo General

Proponer mejoras al programa de educación financiera de un banco comercial colombiano.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Comparar las prácticas sobre educación financiera a nivel internacional frente a los principios orientadores de la estrategia nacional de educación financiera en Colombia identificando diferencias y puntos de coincidencia.
2. Describir elementos de programas de educación financiera para una muestra de bancos comerciales colombianos distinguiendo aspectos comunes y diferenciadores entre ellos.
3. Analizar el programa de educación financiera de un banco comercial colombiano buscando características, brechas y limitaciones frente a elementos internos y externos de la entidad.
4. Proponer mejoras para la gestión del programa de educación financiera de un banco comercial tomando como base prácticas internacionales, locales y retroalimentación de usuarios financieros.

1.3 Estructura metodológica

Buscando aportar elementos para determinar cómo se pueden mejorar a programas de educación financiera que brindan las entidades vigiladas por la SFC, las cuales

están obligadas a implementar contenidos pedagógicos, el documento se divide en 6 partes. Inicialmente, un capítulo introductorio donde se explica contexto de la problemática a investigar, así como los objetivos del trabajo. Este apartado es desarrollado a partir de la revisión documental a marcos de referencia teórica desde donde se define el concepto de educación financiera que será eje para el desarrollo de la investigación, marco legal colombiano, bajo el cual se advierte las particularidades del modelo de EEF colombiano, y estado del arte a nivel internacional y local sobre educación financiera. En el segundo capítulo, por medio de una revisión documental con enfoque inductivo, se comparan las prácticas sobre educación financiera a nivel internacional consolidadas por la OCDE (2015) frente a los principios orientadores de la estrategia nacional de educación económica y financiera en Colombia (ENEEF) (2017) identificando puntos de coincidencia y diferencias sobre 5 variables, que corresponden a: i) diseño institucional, ii) objetivos, iii) tipo de fondeo de la estrategia de EEF, iv) mecanismos de comunicación y, v) seguimiento a la evolución de la estrategia; con base en el análisis comparativo se señalarán prácticas a considerar para fortalecer los programas de educación financiera que deben brindar las instituciones financieras vigiladas por la SFC. En tercer lugar, para una muestra de bancos comerciales colombianos, que concentran el 80% de colocaciones y captaciones del mercado financiero, se caracterizarán los elementos de programas de educación financiera a partir del estudio de 4 variables contempladas en la ENEEF, i) audiencias, ii) objetivos, iii) comunicación, iv) seguimiento; para cada una de ellas se distinguen aspectos comunes y diferenciadores, siendo estos últimos el insumo para diseñar una propuesta de mejoramiento a un programa de educación financiera de un banco comercial colombiano.

En la cuarta parte, se analizan elementos internos y externos de los programas de educación financiera para la misma muestra bancos seleccionados en el capítulo anterior. Se entienden elementos internos como aquellos aspectos que se encuentran en la estrategia corporativa de las empresas, bajo los cuales se señalan las prioridades y objetivos a alcanzar por parte de la gerencia; la consulta a los lineamientos estratégicos de los bancos se realiza por medio de una revisión

documental con un enfoque inductivo a los informes de gestión anual que se encuentran publicados en las páginas web de los bancos. En cuanto a los elementos externos, se considera la opinión o expectativas de dos grupos poblacionales que delimita la ENEEF. Estas apreciaciones se obtienen a través de un sondeo de opinión de administración indirecta utilizando un cuestionario electrónico. Con base en los resultados obtenidos de la revisión documental y la recolección de encuestas se resumen los aspectos relevantes que serán fuente para el desarrollo de la propuesta que pretende la investigación. El quinto capítulo, utilizando un enfoque deductivo basado en la información recolectada, es decir, las prácticas internacionales sobre EEF, características de los programas de educación financiera de los principales bancos comerciales colombianos, revisión al rol de la educación financiera en la estrategia corporativa para las entidades analizadas y los resultados del sondeo de opinión de usuarios financieros encuestados, se diseña una propuesta de recomendaciones que agrupan cuestionamientos dirigidos a estudiar mejoras en la gestión del programa de educación financiera de un banco comercial. Finalmente, el sexto capítulo recoge las conclusiones y principales reflexiones de la investigación frente a la teoría, estrategias estatales, experiencia local y aporte a la disciplina.

1.4 Marcos de Referencia

La evaluación teórica se aborda en dos segmentos, dada la finalidad de la investigación; en primer lugar, se explican los principales supuestos de las teorías generales en las que se ha apoyado la promoción de la educación financiera a nivel internacional, sustentando bajo estos referentes teóricos el concepto de educación financiera que se desarrolla a lo largo de la investigación. En segundo lugar, se recogerán las pautas de teoría económica que apoyan el modelo de educación financiera adoptado en Colombia.

1.5 Teoría sobre educación financiera a nivel internacional

Desde el punto de vista teórico la promoción de la educación financiera se apoya en el proceso de consolidación de la teoría neoclásica de la economía, puesto que parte de la premisa que la formación en temas económicos repercutirá en que las personas tomen decisiones racionales, maximizadoras de utilidad; sin embargo, la

evidencia encuentra que dicha racionalidad depende de la habilidad para realizar cálculos financieros complejos (Lusardi & Mitchell, 2014, p. 7). Adicionalmente, en el proceso de trasladar a los individuos la responsabilidad de administrar el riesgo económico, se refuerza la idea de la reducción del Estado, en donde se promueve la formación de ciudadanos – consumidores, quienes deben ser emprendedores y gestionar sus recursos individualmente, en ese sentido, la educación financiera es considerada un instrumento de alienación para robustecer el modelo neoclásico de la economía (Arthur, 2012, p. xvi).

1.5.1 Teoría neoclásica

La definición de educación financiera que propone la OCDE, y que será tomada como eje conceptual en toda la investigación, incorpora elementos estructurales de la teoría neoclásica; como se desagrega a continuación:

La OCDE define a la educación financiera como *“un proceso por el cual consumidores financieros/inversores mejoran su entendimiento de los productos financieros, conceptos y riesgos, a través de información, instrucción y/o un consejo objetivo, desarrollando las habilidades y la confianza para volverse más consciente de los riesgos financieros y oportunidades, para tomar decisiones informadas, para saber a dónde acudir por ayuda, y tomar otras acciones efectivas para mejorar su bienestar financiero”*⁴ (OECD, 2017, p. 49), al analizar detenidamente la definición planteada por la OCDE se observan elementos que permiten dilucidar un enfoque influido por la teoría neoclásica, en ese sentido, la formación financiera no tiene un enfoque neutral.

A continuación se describen 4 aspectos del planteamiento de educación financiera que se encuentran fundados en supuestos de la teoría neoclásica.

- i. Cuando la OCDE indica que por medio de la educación financiera los individuos *“mejoran su entendimiento de los productos financieros, conceptos*

⁴ Traducción propia.

y riesgos, a través de información instrucción y/o un consejo objetivo , no es claro si este tipo de orientación tiene algún costo, o si debe tomarse con reserva respecto a la fuente, de forma tácita considera que la información es perfecta y sin costo, como lo supone la teoría neoclásica (Vargas, 2016). Igualmente, Arthur señala que en la visión neoclásica, los individuos tienen el deber de promover un ambiente social dentro del cual puedan perseguir sus propias concepciones privadas de lo bueno (2012, p. 39)

- ii. De acuerdo con la visión del concepto establecido por la OCDE, debido a que las personas no cuentan con competencias suficientes para tomar decisiones financieras se explica la falta confianza y capacidad para identificar riesgos y oportunidades; de ahí que la definición exprese *“desarrollando las habilidades y la confianza para volverse más consiente de los riesgos financieros y oportunidades”*. Este planteamiento, nuevamente recoge la idea que en la medida que las personas se instruyen tomaran decisiones racionales donde sopesan costos y beneficios (Uriarte., 1990, p. 605 y 606), como lo planea la postura neoclásica.
- iii. Posteriormente, cuando la OCDE describe la función de la educación financiera como *“tomar otras acciones efectivas para mejorar su bienestar financiero”*, de manera implícita acude al principio de continuidad de la visión neoclásica que establece que el agente siempre es racional y maximizador (Maya, 1993).
- iv. Un elemento crucial en la definición de educación financiera, generalmente aceptada por países desarrollados, es la toma de decisiones efectivas para mejorar el bienestar, donde se plantea la estabilidad financiera en el largo plazo; lo que indica que nuevamente una coincidencia con la premisa de predictibilidad de la teoría neoclásica, donde refiere que los fenómenos sociales son predecibles. Al respecto, Vargas critica la terquedad de la postura neoclásica al incorporar leyes de física y matemática a la economía,

como si los fenómenos humanos fueran sucesibles de anticipación (Vargas, 2016).

Finalmente, Lusardi y Mitchell explican que el incentivo para promover la formación financiera entre las personas se relaciona con la reducción del papel del estado, puesto que se trasfiere a los individuos la responsabilidad de tomar decisiones financieras para asegurar ingresos durante la época de retiro (Lusardi & Mitchell, 2014), ya que el gobierno no toma medidas para asegurar beneficios sociales. Al respecto es pertinente anotar que para los neoclásicos el Estado no debe intervenir en la economía (Chang, 2015).

1.5.2 Información asimétrica

El surgimiento del régimen de protección al consumidor se explica como respuesta estatal para proteger a los consumidores financieros frente a posibles asimetrías de información por parte de las empresas (Moreno Gómez, 2017). Al respecto, Han y Jan refieren la existencia de agencias públicas que mejoran la estructura del mercado con el fin de prevenir ventas injustas o incompletas y políticas de revelación de información. Ente los principales aspectos para mejorar la estructura del mercado es fortalecer la capacidad de negociación de los consumidores por medio de la educación financiera y las características de los productos, de modo que se revele al consumidor toda la información necesaria para tomar una decisión (Han & Jang, 2013).

La teoría de información, estudiada por Akerlof y Stiglitz, tiene un alcance en el estudio de la educación financiera. Puesto que la teoría indica que a diferencia de la postura neoclásica donde todos los consumidores están informados y la información no tiene un costo, en la economía existen costos por el conocimiento y la existencia esos genera imperfecciones en el mercado, cuyas consecuencias se reflejan en el comportamiento de los actores, en la medida que una de las partes aproveche su ventaja de información, cayendo en lo que la teoría conoce como riesgo moral (Stiglitz, 2000).

Bajo esta mirada teórica existe la preocupación del estudio de la información no solo se centra en la escasez, sino en conocimiento de productos, procesos, información

acerca de individuos. Puesto que la información que es relevante para los participantes del mercado no solo se fija en los precios, sino en otras variables, incluidas las acciones o decisiones de empresa y personas.

1.5.3 Finanzas conductuales

Si bien la definición de educación financiera señalada por la OCDE se ampara en la teoría neoclásica, es necesario resaltar el avance que desde finales de los 80s ha presentado la economía comportamental, puesto que aporta elementos para ayudar a las personas a mejorar la toma de decisiones financieras. Kahneman, Tversky y Thaler son pioneros en el entendimiento de factores psicológicos en el proceso de elección entre alternativas económicas, los autores encuentran que este tipo de determinación no pasa por un proceso racional, sino que existen anomalías (Barberis, 2018), es decir, situaciones en donde las personas optan por alternativas que se alejan de una lógica maximizadora de utilidad entendida bajo la teoría neoclásica.

Entre los principales avances el acercamiento comportamental se encuentra la documentación de experimentos para observar anomalías, construcción de modelos que incorporan factores psicológicos fundamentados en la teoría de prospectiva, la cual señala que las personas tienden a pensar en términos de ganancias y pérdidas más que en activos netos, toman las decisiones con base en un punto de referencia, cuya asociación puede ser un nivel aspiracional o un statu quo (Levy, 2018); desde el punto de vista de educación financiera el enfoque conductual ha estudiado el proceso de toma de decisiones bajo supuestos más realistas, el concepto desarrollado al respecto es la “contabilidad mental” (Barberis, 2018, p. 676), que corresponde a un conjunto de reglas que las personas usan para monitorear las finanzas personales, el entendimiento de este código aún es objeto de estudio. Igualmente, en el estudio de las finanzas conductuales crece el interés por encontrar mecanismos para ayudar a las personas a tomar mejores decisiones financieras (OCDE/INFE, 2015, p. 79). Sobre este campo de investigación, los estudios de Thaler se aplicaron en el programa Save More Tomorrow, cuyo diseño tuvo en cuenta los impedimentos psicológicos para ahorrar en programas de retiro (Thaler &

Benartzi, 2004); por ejemplo, las personas aceptan tener un bajo auto control por lo cual tienen bajo nivel de ahorro para el retiro, además, las personas tienen una alta aversión a la pérdida (Kahneman & Chamorro, 2017, pp. 363–376), porque ahorrar significa tener una reducción de liquidez en el corto plazo, que se considera una pérdida poco atractiva; en ese sentido el programa plantea que los empleados inicien el ahorro cuando tengan aumentos, de manera que no lo sentirán como una pérdida en el corto plazo sino una menor ganancia en el futuro.

1.6 Teoría que subyacen el modelo de educación financiera colombiano

El estado colombiano regula la educación financiera por medio de instituciones educativas e instituciones financieras, siendo las últimas el objeto de estudio de esta investigación. El propósito de esta regulación y los mecanismos para controlarla se pueden explicar por medio de dos teorías, teoría institucionalista, teniendo en cuenta el propósito de incidir en el comportamiento de los usuarios, y el objetivo de control asociado a los supuestos de la teoría de agencia.

1.6.1 Teoría institucionalista

El estado colombiano busca institucionalizar la educación financiera a través de las entidades vigiladas por la superintendencia financiera de Colombia que están obligadas a ofrecer programas de educación financiera; dicha institucionalidad se entiende, de acuerdo a diferentes autores consolidados, como un proceso donde se infunde un valor más allá de requerimientos técnicos, donde las acciones se repiten en el tiempo y son asignadas significados similares entre actores; un entendimiento generalizado sobre lo que es apropiado y comportamiento significativo (Scott, 2018). Bajo esta lógica, el Estado colombiano, por medio de la regulación los consumidores financieros, busca incidir en las relaciones entre instituciones financieras y consumidores, de modo que se surtan de conformidad con los requerimientos de protección al consumidor financiero y educación financiera

Igualmente, el tratamiento respetuoso a los clientes por medio de mecanismos pedagógicos donde las instituciones brindan elementos de negociación a las personas y empresas se puede enmarcar como un elemento de responsabilidad

social, cuyo desarrollo se relaciona, de acuerdo con Campbell, con la presencia de una fuerte y obligatoria regulación estatal fundamentada en negociación y consenso entre empresas, financieras para este caso de estudio, gobierno y otros grupos de interés (Campbell, 2007, p. 955).

1.6.2 Teoría de agencia

El control al cumplimiento de la regulación sobre la protección al consumidor financiero en Colombia se puede relacionar con la teoría de agencia⁵, la cual sostiene que al estar delegada la administración de las empresas por parte de los propietarios (principales), a un administrador (agente), la actuación del agente debe ser monitoreado por un tercero (entre ellos la auditoría), que ejerce un rol de monitoreo (Jensen & Meckling, 1976). Si bien el Estado no es propietario de todas las instituciones financieras, para el caso colombiano, es el auditor quien ejerce el rol de supervisor al cumplimiento de los preceptos de protección al consumidor financiero que define la ley, entre las cuales se encuentra la educación financiera.

Ahora, el supuesto de esta teoría parte de la base que el Auditor defenderá los intereses del propietario ante potenciales manejos dolosos del administrador. En aquellas empresas donde el estado no participa como propietario, el Estado se apoya en la premisa, que el interés de los propietarios de las instituciones financieras colombianas es el cumplimiento de la ley para evitar exposiciones y potenciales sanciones, acarreadas en este caso por la inobservancia de los deberes frente a la educación financiera. Por ello, la regulación exige que semestralmente el Auditor emita un informe sobre el cumplimiento de la normatividad que protege a los ciudadanos ante el sistema financieros.

Sobre este modelo la OCDE ha presentado como punto de preocupación la participación de privados en la ejecución de la estrategia de educación financiera(OCDE/INFE, 2015, pp. 53–54), puesto que se pueden presentar conflictos

⁵ Aclarando que este no es el único caso donde se puede encontrar inmerso la tensión planteada por la teoría de agencia como lo indica Wong et al (2014).

de interés, cuyo tratamiento debe estar monitoreado con el fin de evitar los potenciales conflictos se materialicen.

1.7 Marco legal colombiano

Respecto del marco regulatorio, la educación económica y financiera presenta los siguientes antecedentes:

- Ley 115 de 1994: Refiere la ley general de educación, cuyos artículos 30, 31, 51,92 señalan como áreas fundamentales las áreas económicas. No obstante lo anterior, cada institución educativa es autónoma de brindar su propio currículo.
- Ley 1328 de 2009: por medio de la que se dictan principios y reglas que rigen la protección de los consumidores financieros en las relaciones entre estos y las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, en el artículo 7, literal t indica

“Desarrollar programas y campañas de educación financiera a sus clientes sobre los diferentes productos y servicios que prestan, obligaciones y derechos de estos y los costos de los productos y servicios que prestan, mercados y tipo de entidades vigiladas, así como de los diferentes mecanismos establecidos para la protección de sus derechos, según las instrucciones que para el efecto imparta la Superintendencia Financiera de Colombia.”.

Igualmente, en el artículo 24, literal s, la ley instruye
“s) Establecer las normas pertinentes para incentivar que las instituciones vigiladas, las asociaciones gremiales, las asociaciones de consumidores, las instituciones públicas que realizan la intervención del Estado en el sector financiero así como los organismos de autorregulación, puedan, entre otros instrumentos, celebrar acuerdos con instituciones universitarias acreditadas para la estructuración y desarrollo de programas educativos de formación financiera para el ciudadano común, de corta duración y bajo costo.”

La ley 1328 de 2009 fue reglamentada para el sector financiero por medio de la Circular Externa 015 de 2010 – Sistema de Atención Consumidor Financiero- emitida por la Superintendencia Financiera de Colombia., en donde se establece

*“(…) la obligación a cargo de las entidades vigiladas de implementar un Sistema de Atención a los Consumidores Financieros -SAC, el cual debe propender porque: (i) se consolide al interior de cada entidad una cultura de atención, respeto y servicio a los consumidores financieros; (ii) se adopten sistemas para suministrarles información adecuada; (iii) se fortalezcan los procedimientos para la atención de sus quejas, peticiones y reclamos; y (iv) se propicie la protección de los derechos del consumidor financiero, así como la **educación financiera de éstos**” (Negrilla fuera de texto original).*

Posteriormente, el Gobierno emitió el Decreto 457 de 2014: el cual respondiendo a las Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 y a recomendaciones de la OCDE, define

“el Gobierno y el Banco de la República, con la participación del sector privado. Creará una estrategia nacional para brindar educación económica y financiera de calidad a la población colombiana de todos los estratos socioeconómicos y niveles de bancarización con los objetivos que allá se describen.”. Por medio de esta norma se organiza el Sistema Administrativo Nacional de Educación Económica y Financiera (SANEEF) y una comisión intersectorial para la educación económica y financiera (CIEEF), cuya función es coordinar y orientar el SANEEF.

De acuerdo con el artículo 4, La comisión está compuesta por:

1. El Ministro de Hacienda y Crédito Público, o su delegado.
2. El Ministro de Educación Nacional o su delegado.
3. El Superintendente Financiero de Colombia o su delegado
4. El Superintendente de la Economía Solidaria o su delegado
5. El Director del Departamento Administrativo Nacional de Planeación o su delegado.
6. El Director del Fondo de Garantías de Instituciones Financieras FOGAFIN o su delegado.
7. El Director del Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas FOGACOOOP o su delegado.
8. El Director de la Unidad Administrativa Especial de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera o su delegado

El Gerente del Banco de la República y el Director del Programa de Inversión Banca de las Oportunidades o sus respectivos delegados serán invitados permanentes a la Comisión. Por medio de este órgano colegiado se crearon sub comisiones (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y financiera, 2017, p. 20), como se indica en la tabla 1.

Tabla 1. Subcomisiones técnicas de la CIEEF

Subcomisión técnica	Líder
Educación formal	MEN
Etapa activa	Fogafin
Población vulnerable	BDO - Banco de Oportunidades
Microempresarios	BDO - Banco de Oportunidades
Previsión del retiro y protección de la vejez	MHCP - Ministerio de Hacienda y Crédito Público
Medición y evaluación	Banco de la República

Fuente: (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y financiera, 2017)

Los grupos poblacionales definidos por la ENEEF incluyen en educación formal a instituciones educativas de grado inicial: primeros años de vida y preescolar; básica primaria: 1º a 5º; básica secundaria: 6º a 9º; media: 10º a 11º; educación superior universitaria, técnica y tecnológica y docentes, directivos docentes, padres de familia y personal de las secretarías de educación. Para este grupo la ENEEF

En segundo grupo, etapa activa, se clasifican individuos entre 18 y 55 años, es decir población económicamente activa o en vías a insertarse en el mercado laboral; población vulnerable, que corresponde a personas que por sus características tienen barreras para generar ingresos y que adicionalmente cuentan con otras privaciones relacionadas con la pobreza multidimensional (condiciones educativas del hogar, condiciones de la niñez y juventud, trabajo, salud, servicios públicos domiciliarios y condiciones de la vivienda) o victimización por conflicto armado.

Para los microempresarios, clasificados con base en la Ley 905 del 2004 que define a la microempresa como una unidad económica que tiene activos totales hasta de 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes y menos de 10 empleados, la ENEEF señala que se requieren canales especializados y de alcance rural.

Finalmente, el grupo de Previsión del retiro y protección de la vejez, el grupo comprende a todos los que conforman la población en etapa activa, vulnerables y microempresarios que deben aportar a fondos de pensiones, igualmente comprende la población pensionada y no pensionada.

1.8 Estado del arte

La revisión de la literatura se realizó filtrando en bases académicas por las palabras clave: “financial literacy”; “effects financial literacy”, “educación bancos Colombia”; “Educación financiera Colombia”, igualmente se acudió a investigaciones sobre neuro economía, con el fin de indagar sobre los factores biológicos que pueden influir en la toma de decisiones financieras; Adicionalmente, se revisaron los resultados de las pruebas PISA realizadas por la OECD en 2012 y 2015, así como informes de organismos nacionales, con el fin de observar las iniciativas adelantadas en otros países y Colombia sobre formación económica. A continuación se reseñan los documentos evaluados preliminarmente, de forma cronológica, a nivel internacional, nacional y otros temas de gestión asociados a la propuesta.

A nivel internacional se encuentran investigaciones que abordan la relación entre el conocimiento financiero y el comportamiento de las personas; por ejemplo, el reporte Household Financial Management: The Connection between Knowledge and Behavior evalúa el comportamiento financiero en Estados Unidos en términos de flujo de caja, crédito, ahorro, inversión y otros. Encontrando que aquellos con mayor conocimiento financiero son más proclives a acudir a orientación financiera; un incremento en el conocimiento y experiencia puede llevar a mejoramiento en prácticas financieras; existe una diferencia entre proveer educación financiera y educar, puesto que la educación financiera requiere una combinación de información, construcción de capacidades, y motivaciones para modificar comportamientos (Hilgert et al., 2003).

Siguiendo esta idea de investigación se encuentra el documento Adjusting Retirement Goals and Saving Behavior: The Role of Financial Education evalúa los efectos de la formación financiera ofrecida a un grupo de empleados y los cambios en comportamientos registrados; los autores encuentran que un curso a la medida

es más efectivo que uno generalizado. En la investigación se hicieron dos encuestas, al iniciar el seminario y una posterior para ver qué decisiones tomaron los asistentes, y se observó que 37% expresó deseo de incrementar contribuciones, y la carencia de cambios en comportamientos de ahorro obedece a modificaciones en las circunstancias posteriores al seminario, inercia, entre otros (Clark & d'Ambrosio, 2008).

Posteriormente, Michael Collins en su documento *The Impacts Of Mandatory Financial Education: Evidence From a randomized Field Study* describe la falta de estudios sobre una muestra controlada en donde se puedan ver los efectos de la educación financiera sobre el comportamiento de los usuarios financieros en EE. UU. Sin embargo, el investigador logra realizar un estudio sobre los efectos de la formación financiera en comportamientos evaluados en un año en temas como: ahorro, evolución pagos, crédito. Para ello, evaluó a 127 extractos de clientes, calificación FICO, tarjetas de crédito. El estudio encuentra un sesgo en la autoevaluación de conocimiento, por la tendencia a dar las respuestas que espera la institución, sin embargo, son un buen predictor del nivel de deuda y calificación crediticia, sin embargo, no hay relación entre la autoevaluación de ahorro y aumento de este, y mayor tendencia a tomar crédito, tampoco se encuentra deterioro de la cartera. Se debe tener cuidado al extrapolar estos resultados a otras poblaciones. El rol de la educación financiera en el crecimiento del crédito merece mayor estudio. (Collins, 2013).

Un enfoque adicional que se encuentra en la literatura internacional sobre la educación financiera tiene que ver con la asociación entre el surgimiento de la educación financiera y la necesidad que los ciudadanos se responsabilicen por la planificación de sus ingresos durante la época de retiro. En ese sentido, el ensayo *Finanzas Personales y Ciclo de Vida: Un Desafío actual* señala que el reciente dinamismo de las finanzas personales obedece a factores generacionales y programas de retiro programado. Una idea central del artículo es la desconexión entre finanzas corporativas (el mundo ideal) con el aparato productivo argentino donde prevalecen las PYME que no cotizan en Bolsa, cuyas decisiones financieras están asociadas a las decisiones del dueño y no de estudio de flujos de caja. El autor

señala el vicio en la asesoría financiera que se considera educación, igualmente destaca que se debe tener en cuenta el ciclo de vida de un usuario financiero a la hora de ofrecerle servicios de inversión o de ahorro (Zicari, 2008).

Lusardi y Mitchell, entre las autoras más citadas en el tema de educación financiera, en su reporte *The economic importance of financial literacy* evalúa el crecimiento de literatura sobre educación financiera, para ello brinda una descripción de la investigación teórica que clasifica la formación económica como inversión en capital humano; mide el nivel de conocimiento sobre educación financiera.

Las autoras resaltan que a diferencia de lo que la teoría económica clásica sostiene, los agentes no son racionales, ni toman decisiones financieras completamente informados, lo cual es un tema de preocupación si se tiene en cuenta que los sistemas de pensiones dejan la responsabilidad de ahorro en los consumidores. Igualmente, es notable mencionar que en los Estados con beneficios sociales generosos hay menos incentivos para ahorrar y acumular riqueza, por lo tanto, menor atención en la educación financiera. De ahí que con la tendencia de reducción del tamaño del Estado los individuos invertirán en educación financiera, que tiene un costo, en la medida que encuentren que son mayores los beneficios que la inversión.

Las investigadoras también encuentran que existe una curva en forma de joroba en relación con el conocimiento financiero, de manera que en las edades tempranas no se observa un conocimiento generalizado, el mismo llega a su punto más alto en la edad productiva y posteriormente decrece en el retiro. En un segundo aparte del informe las autoras miden por medio de preguntas que cumplen los siguientes parámetros: simplicidad, relevancia, brevedad, capacidad de diferenciar, dichas preguntas han sido utilizadas para evaluar la capacidad financiera.

En la encuesta realizada por Lusardi y Mitchell, con las preguntas diseñadas encontraron que para la muestra evaluada entre las personas mayores de 60 se encuentra que a pesar de haber tomado muchas decisiones financieras, las personas presentan dificultad en la comprensión de los tres conceptos evaluados,

las mujeres muestran menores resultados, pero mayor frecuencia al responder no sé, lo cual las convierte en una población objetivo que reconoce la necesidad de educación financiera. Afroamericanos e hispanos presentan el menor desempeño en la medición financiera. La población más educada es la más proclive a participar en mercados financieros y de inversión. Los más educados financieramente tienden a acumular más. La educación financiera se refleja en la inversión, pero también en la administración del pasivo de las personas. Los programas financieros no cambian el comportamiento en la misma forma a todos los individuos, cada uno los ajusta dependiendo sus intereses (crédito, inversión, desacumulación) y etapas de la vida. Hay una brecha relevante entre lo que la gente cree que sabe sobre educación financiera y lo que realmente conoce (Lusardi & Mitchell, 2013).

Aunque en la literatura se encuentra evidencia de la relación entre educación financiera y modificación de hábitos financieros, en el documento Selected Topics in Financial Literacy el autor reflexiona sobre elementos de la educación financiera, entre las observaciones relevantes, el autor encuentra que Los efectos de la educación financiera decrecen con el paso del tiempo -lo cual es coincidente con lo que encuentra Lusardi(Lusardi & Mitchell, 2014), largas intervenciones muestran un bajo efecto en el comportamiento, un asesor financiero influye más en el comportamiento para inversión de un individuo que la formación financiera.

Además, existe un proceso dual en la toma de decisiones financieras, por un lado, una acción rápida, no consiente, basada en la intuición, de otro lado, un pensamiento lento, controlado y consiente asociado con estrategias de inversión. Muchos inversores pasan por alto recomendaciones y formación financiera si creen más en su intuición. De modo que, el comportamiento de inversión dependerá de la prevalencia de los dos estilos de pensamiento. Es decir, alta formación financiera no opacará una corazonada en buena parte de los casos. (Haslem, 2014). En esa misma dirección, el estudio de los autores del reporte Teaching teenagers in finance: ¿Does it work? buscan encontrar los efectos de un programa de entrenamiento sobre ahorro, compras, ahorro y planeación entre adolescentes de Alemania. La investigación encuentra crecimiento en el interés pero no arroja resultados sobre cambios en el comportamiento de crédito.(Lührmann, Serra-Garcia, & Winter, 2015).

En cuanto a mediciones de conocimiento financiero a nivel internacional, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OECD, por sus siglas en inglés) ha evaluado la educación financiera desde 2005 y ha encontrado carencias en los países donde ha realizado la evaluación, sus diagnósticos han servido como fuente de trabajo para adelantar iniciativas en países miembros. Desde 2012 las pruebas PISA -Programme for International Student Assessment- ha incluido un módulo sobre conocimiento financiero, en el Informe de 2012 y 2015 describen la población joven objetivo, las preguntas adelantadas y los resultados obtenidos. En los dos diagnósticos China presenta los mejores resultados, y en el continente americano el mejor puntaje lo alcanzó Estados Unidos en 2012 y Canadá en 2015.

Desde un punto de vista de un país suramericano, la investigación de Gonzalo Garay Anaya propone una metodología para medir el conocimiento financiero en Bolivia. De este artículo se puede rescatar la revisión literaria y las conclusiones sobre el factor de cultura sobre la educación financiera (Anaya & Anaya, 2016).

Un estudio sobre el rol de los bancos comerciales en la educación financiera es sugerente, puesto que se realizó con una muestra en la ciudad de Srivilliputtur en India, donde observaron que en una muestra de 200 encuestados, el 60,5% (121) conocía sobre los programas de educación financiera, además, la evaluación más alta entre las iniciativas privadas fue ocupado por conferencias y seminarios, en tanto que la página web ocupó el quinceavo puesto en las calificaciones de importancia, igualmente las personas que respondieron a la encuesta encuentran que los programas incrementan su confianza. Si bien la mayor parte de los encuestados conocían los programas de EF de los bancos, los autores sugieren crear conciencia sobre esta oferta educativa (Selvakumar, Anbuhezhenkamaraj, Sathyalakshmi, & Mohammed Abubakkar Siddique, 2018)

En contraste con las relaciones positivas entre el conocimiento financiero y el desempeño económico, la revisión de la correlación entre la educación financiera y el éxito de pequeñas y medianas empresas en Nigeria encontró que para la muestra (70 empresas) no había una relación entre el conocimiento financiero de los emprendedores y el éxito de sus organizaciones (Sharma, 2019). Por otra parte, en Malasia se observó que la formación financiera se relaciona con las fuentes de

información que consultan los consumidores, pues del tipo de consulta que realicen las personas depende su inclinación a acudir a asesores, ya que al percibir internet como una herramienta fiable resultó en un inadecuado nivel de conocimiento financiero (Fazli Sabri & Cheng-xi, 2019).

En segunda instancia, a nivel nacional el Banco de la República estudia la evolución de la educación financiera; por ejemplo, El estudio de García, titulado El impacto de la educación económica y financiera en los jóvenes: el caso de Finanzas para el Cambio evalúa el impacto de la educación financiera en el corto plazo y la necesidad de ajustar los modelos de medición de los programas de educación financiera (García, 2012).

Igualmente, el documento de Financial Education Programs in Colombia: Challenges in Assessing their Effectiveness analiza los retos para evaluar el impacto de los programas de educación financiera. El informe advierte que la literatura empírica arroja dudas sobre la efectividad de los programas de educación, puesto que no se encuentra evidencia sobre los efectos de largo plazo a la hora de tomar decisiones financieras por parte de las personas, por ejemplo, en los programas de educación financiera en Colombia fallan por no incluir un componente de evaluación. Además, los individuos citan la experiencia personal como el principal factor para determinar su aprendizaje financiero, de modo que no mencionan una relación con la educación financiera; El documento concluye que es pertinente implementar estándares de calidad para medir la educación financiera ofrecida por las entidades vigiladas por la SFC sujetas al cumplimiento del SAC (Álvarez, F. P., Muñoz Murillo, M., & Restrepo, 2015).

Igualmente, es valioso resaltar el aporte del Estado sobre la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera de Colombia (ENEFF) es un documento que aborda los estándares internacionales sobre Educación financiera (EF), diagnóstico del marco jurídico institucional de Colombia, avance de los programas desarrollados en Colombia y un plan de acción gubernamental. Igualmente, la estrategia describe la estructura institucional, población objetivo y mapeos, lineamientos

pedagógicos(Comisión Intersectorial para la Educación Económica y financiera, 2017)

Desde el punto de vista gremial, Asobancaria ha profundizado en el rol que juega la educación financiera frente a la inclusión financiera y el uso de efectivo; en el Ensayo Presencia de Instituciones Bancarias y Decisiones Financieras de los Hogares Colombianos se basa en la Encuesta Longitudinal para Colombia (ELCA) para caracterizar las instituciones financieras en los municipios de Colombia, explorar el uso de los servicios financieros, describir características de las decisiones financieras de los hogares colombianos, y analiza la presencia bancaria en estas decisiones. Las estadísticas señalan que desde 2008 hasta 2014 el cubrimiento de corresponsales no bancarios llega al 90% de los municipios, sin embargo, las oficinas se concentran en municipios de más de 25.000 habitantes.

En cuanto al uso de servicios, las áreas rurales de menos de 10.000 habitantes tienen un mayor uso de deuda que ahorros, en tanto que en áreas de más de 10.000 habitantes el uso de productos de ahorro es mayor al uso de deuda. En cuanto a la concentración del uso de productos financieros de ahorro la mayor participación la tiene las cuentas de ahorro (50% aproximadamente) y CDT (alrededor 30%). Además, el principal lugar de ahorro a nivel urbano y rural es el efectivo. Teniendo en cuenta la base de datos y entrevistas realizadas los autores estiman un modelo que relaciona cambios en el crédito donde hay mayor presencia financiera y han sufrido dificultades financieras entre 2010 y 2013, el estudio encuentra que un hogar que haya usado el sistema financiero formal hará mayor uso de productos financieros en momentos de crisis; los hogares que usan servicios informales, en momentos de crisis, tienen un efecto nulo sobre el sistema financiero, aquellos hogares que no tenían ningún servicio, en momentos de recesión buscaron al sistema formal(Borrero, Simón; Camacho, Adriana; Hofstetter, 2017).

En cuanto al estudio del uso de efectivo, el Proyecto F Diagnostico del uso del efectivo en Colombia es una iniciativa coordinada por Asobancaria que busca explorar por medio de 5 ensayos el estado actual del uso de medios de pagos electrónicos en Colombia, con el fin de trabajar en la definición de estrategias para reducir el uso de billetes y monedas en la economía. Dentro de la evaluación

exploratoria el capítulo II Costos de oportunidad del sobreuso del efectivo en el Sistema Financiero colombiano, encuentran por medio de encuestas a personas que el nivel de educación financiera se relaciona directamente con el uso de medios de pagos electrónicos. (Asobancaria, 2017).

Si bien la investigación sobre educación financiera ha indagado sobre los efectos de largo plazo de la enseñanza en temas económicos, es relevante destacar que desde la neuro economía se ha encontrado que factores biológicos como el funcionamiento de la amígdala, la corteza prefrontal y la parte ventro medial del cerebro juegan un rol en las emociones, cuyas consecuencias se encuentran en la toma de decisiones aversas o arriesgadas. Al respecto se encuentra el estudio de Bechara y Damasio, quienes sostienen que el proceso de toma de decisiones ventajosas no solo lógico, sino emocional (Bechara & Damasio, 2005). En ese sentido, una persona que tenga inhabilidades en alguna zona del cerebro involucrada con la toma de decisiones, puede que entienda el razonamiento de consecuencias económicas negativas, pero toma decisiones contrario a ese entendimiento. Este tipo de investigaciones es valioso porque permitiría reconocer los alcances limitados de la educación financiera, o las condiciones que se deben cumplir para alcanzar los resultados esperados de la formación financiera.

En cuanto a la revisión de investigaciones adelantadas en universidades se encontraron trabajos de la Universidad Javeriana, Universidad del Quindío. Por un lado, el trabajo final para posgrado de Ocampo en la Universidad Javeriana, titulada Sistema Bancario Colombiano y La Educación Financiera, Caso Davivienda, analiza el papel general de del sector financiero colombiano frente a educación financiera y la gestión del Banco Davivienda para educar financiera mienta a usuarios y público en general.(Lozano, 2014). En segundo lugar, El documento Educación Financiera en los Estudiantes de Pregrado en la Universidad del Quindío argumenta la necesidad de implementar un programa de educación financiera en la Universidad del Quindío con base en una encuesta para la población estudiantil a distancia y presencial (Orozco & Franco, 2016).

Con base en la revisión preliminar se encuentra que no se ha profundizado en el estudio detallado sobre el rol de los programas de educación financiera de ofrecidos por bancos. Aunque el Banco de la República ha señalado el reto de medición para

la formación financiera impartida por entidades vigiladas, la investigación no aborda mejoras a un programa de educación financiera privado. Además, a pesar de que el trabajo de grado de Ocampo, Sistema Bancario Colombiano y La Educación Financiera estudia a un Banco, Caso Davivienda, aborda las iniciativas de educación financiera de un banco comercial colombiano, el alcance de este trabajo no señala propuestas de mejora. Finalmente, dado que a nivel internacional las entidades financieras no tienen deberes pedagógicos, como en Colombia, la literatura académica profundiza en evaluaciones de comportamiento. Dada la limitada investigación sobre los programas de educación financiera impartida por privados desde finales de la década del 2000 en Colombia, este estudio brindará recomendaciones o pautas a considerar en la identificación de brechas sobre la propuesta educacional de entidades financieras, cuyos elementos pueden ser tenidos en cuenta para la emisión de conceptos, como los que exige la SFC a los Auditores Internos, o para cualquier profesional que se vea enfrentado a emitir una opinión sobre un programa de educación financiera para el perfil de un banco comercial colombiano.

2. Coincidencias y diferencias entre prácticas sobre educación financiera a nivel internacional y caso colombiano

A nivel internacional la OCDE y el Banco Mundial han sido promotoras de la educación financiera, puesto que parten del supuesto que este tipo de formación incidirá en una menor necesidad de regulación pública (Arthur, 2012, p. 36). De ahí que los estudios relativos a la medición, desarrollo y perspectivas sobre enseñanza económica se encuentren ampliamente adelantados y consolidados por las dos organizaciones, quienes presentan reportes sobre las estrategias de educación financiera en diferentes estados miembros y aspirantes a la OCDE, así como estado de avance y descripción de modelos adoptados en cada país. Teniendo en cuenta el liderazgo de la OCDE y el Banco Mundial en la investigación sobre educación financiera, la revisión del progreso en la formación económica a nivel internacional se abordará en dos partes; inicialmente se caracterizará el panorama general relativo al estudio de la educación financiera a nivel internacional; en segundo lugar, se compararan las estrategias nacionales, incluyendo la colombiana, sobre educación financieras, consolidadas por la OCDE en su último reporte de 2015, desde el punto de vista de diseño institucional, objetivos, fondeo y canales de comunicación.

2.1 Diseño metodológico.

La primera parte del capítulo tiene como propósito comparar las prácticas sobre educación financiera a nivel internacional frente a los principios orientadores de la estrategia nacional de educación financiera en Colombia identificando diferencias y puntos de coincidencia. Para ello, la caracterización de la educación financiera a nivel internacional se realizó por medio de una revisión documental con un enfoque inductivo, que se basó en documentos realizados por el Banco Mundial entre 2010 a la fecha, donde se describen experiencias y características del comportamiento y conocimiento financiero en Estados Unidos y otros países fuera del continente americano.

En la segunda sección, se continúa con una revisión documental sobre los modelos diseñados por los países consolidados en el Informe de estrategias de educación financiera consolidadas por la OCDE (2015). Con base en el reporte, se determinaron 5 criterios de análisis, indicados en la tabla 2, donde se relacionan las tipologías que presenta la OCDE. Para cada una de ellas se refiere las características de la estrategia de la educación financiera en Colombia.

Tabla 2. Tipologías por tipo de criterio de comparación identificado por la OCDE

Diseño institucional	Objetivos	Fondeo	Comunicación	Seguimiento
Institución especializada	Protección al consumidor	Privado	Página web	Indicadores
Responsabilidad a organismos existentes	Confianza, participación y competencia	Público	marcas	Reportes privados
Legislación para un ministerio	Habilidades, financiación y retiro	Mixto	campañas masivas	Encuestas
Decretos y regulación de mercado			eventos	
			grupos comunitarios	

Fuente: Elaboración propia con base en la OCDE(2015)

Los criterios de diseño metodológico y objetivos se eligieron teniendo que fueran un elemento descrito en el documento de la Estrategia Nacional de Educación financiera (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y financiera, 2017).

En cuanto al criterio de fondeo, se elige porque Colombia definió involucrar a privados, por ello es pertinente conocer la experiencia internacional en ese sentido, puesto que las iniciativas de educación financiera se generan, en la mayor parte de países evaluados por la OCDE, desde el estado. Finalmente, frente a la comunicación y seguimiento, se eligieron dado que son aspectos que en Colombia se encuentran en una fase de implementación, de ahí que sea prudente conocer las herramientas que han utilizado en países que llevan un mayor desarrollo de la estrategia de educación financiera. Al tener los elementos de comparación establecidos se relacionaron las clasificaciones adelantadas por la OCDE y se consolidaron de forma propia los puntos comunes en cada criterio de comparación y se resume en una tabla las coincidencias encontradas.

Finalmente, con base en la revisión documental y la comparación entre la práctica internacional y colombiana se identifican prácticas que aportan al objeto principal de este trabajo, es decir, proponer mejoras al programa de educación financiera de un banco comercial colombiano.

2.2 Panorama General sobre educación financiera.

El Banco Mundial encuentra que los mecanismos para implementar la educación financiera difieren entre países desarrollados y emergentes; en los estados con ingresos altos, la formación económica es un complemento dentro del esquema de protección al consumidor y empleados. En tanto que en los estados con bajos ingresos, la enseñanza financiera tiene como propósito acceder a los productos financieros, es decir, promover la inclusión financiera, igualmente el apoyo a micro empresarios, dado que el empleo es generado por pequeña y micro empresa (Xu & Zia, 2012).

De modo que, se observa que los objetivos sobre educación financiera en países desarrollados se encuentran en una fase adelantada, en comparación con países en vías de desarrollo que deben iniciar por la inclusión de la población al sector financiero. Igualmente, la brecha entre los dos tipos de Estados no solo radica en prioridades sino en resultados en encuestas de conocimiento. Cuya medición se ha basado en el cuestionario diseñado por Lusardi y Mitchell, donde se plantean tres

preguntas que permiten diagnosticar el entendimiento de interés compuesto, inflación y diversificación del riesgo (Lusardi & Mitchell, 2011). Sobre estos interrogantes el estudio patrocinado por el Banco Mundial permite ver un mejor desempeño en países como Alemania, donde en 2009 el 82% comprende el concepto de interés compuesto, 78% la idea de inflación y el 62% acierta en la pregunta sobre diversificación; Mientras que, por ejemplo en el mismo año los resultados de Rumania correspondieron a 24%⁶ de acierto en la pregunta sobre interés compuesto, 43% aprobó el planteamiento sobre inflación, sobre la pregunta de diversificación del riesgo no se cuenta con resultado (Xu & Zia, 2012).

Igualmente, el estudio del Banco Mundial (2012) encuentra brechas entre población rural y urbana, en ese sentido destaca el caso de Ghana donde la mitad de personas encuestadas en ciudades tiene cuenta bancaria, frente a una quinta parte de los habitantes de áreas rurales.

En cuanto a diferencias entre grupos de población, Lusardi y Mitchell (2013) encontraron que en Estados Unidos, donde se encuentra copiosas bases de medición, se presentan brechas de género, siendo las mujeres las que presentaron mayor desconocimiento; en cuanto a etnias, los hispanos y la población negra se diagnosticaron con un bajo conocimiento. Las autoras también encontraron una correlación positiva entre el nivel de formación académica y la comprensión de conceptos financieros complejos, como la diversificación. Frente a grupos por actividad económica, en Estados Unidos los empleados muestran mayor conocimiento que los no empleados.

El Banco Mundial también encuentra diferencias rurales y urbanas, siendo las ciudades donde las personas muestran un mejor desempeño en las pruebas de entendimiento financiero (Xu & Zia, 2012, p. 13). Igualmente, un estudio realizado en Nueva Zelanda, encuentra un bajo nivel de conocimiento financiero entre inmigrantes, quienes incurren en altos costos al realizar remesas (Gibson, McKenzie, & Zia, 2014).

⁶ Es pertinente tener en cuenta que en Rumania la pregunta se planteó con una ligera dificultad adicional.

De acuerdo a la OCDE, en 2015 64 países habían iniciado la implementación de estrategias de educación financiera, sin embargo 11 países se encontraban actualizando la primera versión de la estrategia, en tanto que 23 países se encontraban implementando la primera versión, 25 estados se encontraban en fase de diseño y 5 en planeación del marco de formación financiera (OCDE/INFE, 2015), ver detalle de los países en la tabla 3. Colombia en 2015 estaba diseñando y emitió la versión final en junio de 2017 (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y financiera, 2017).

Tabla 3. Estatus de las estrategias nacionales de educación financiera

Estatus de la estrategia nacional	Número	Países y territorios
Estrategia está siendo revisada o una segunda se está implementando	11	Australia; Republica Checa; Japón; Malasia; Holanda; Nueva Zelanda; Singapur; Eslovaquia; España; Reino Unido; Estados Unidos
Primera estrategia está siendo implementada	23	Armenia; Bélgica; Brasil; Canadá; Croacia; Dinamarca; Estonia; Ghana; Hong Kong, China; India; Indonesia; Irlanda; Israel; Corea; Letonia; Marruecos; Nigeria; Portugal; Rusia; Eslovenia; Suráfrica; Suecia; Turquía
Estrategia está siendo activamente planeada	25	Argentina; Chile; China; Colombia; Costa Rica; El Salvador; Francia; Guatemala; Kenia; Kirguizistán; Líbano; Malawi; México; Pakistán; Paraguay; Perú; Polonia; Arabia Saudita; Serbia; Tanzania; Tailandia; Uganda; Uruguay; Zambia
Estrategia está siendo planeada	5	Austria; Antigua República de Yugoslavia, República de Macedonia; Filipinas; Rumania; Ucrania; Zimbabwe

Fuente: (OCDE/INFE, 2015) traducción libre del autor

Con base en los reportes del Banco Mundial y la OCDE se encuentra que el panorama sobre desarrollo de la educación financiera es heterogéneo, puesto que difiere entre estados, en términos de objetivos, avance y años de implementación de una estrategia nacional de educación financiero. Adicionalmente, las mediciones realizadas en Estados Unidos permiten encontrar grupos poblacionales con menores resultados sobre conocimiento financiero, entre los que se encuentran las mujeres, hispanos, y aquellos con menor formación académica. Igualmente, en Nueva Zelanda se encuentra se observa desconocimiento sobre costos de remesa entre inmigrantes.

2.3 Revisión comparativa Estrategias Nacionales de Educación financiera

Con el propósito de evaluar las estrategias financieras de los países consolidados por la OCDE (2015) se tomará como punto de referencia el diseño institucional, es decir cuáles han sido las entidades que han determinado los países para liderar el proyecto pedagógico. En segundo lugar, los objetivos que pueden diferir entre prioridades y población objetivo, que corresponde al grado de desarrollo financiero de cada país. Igualmente, el fondeo y los medios de comunicación son aspectos de análisis relevante porque permiten entender que la participación de privados puede ser considerada administrando el potencial conflicto de intereses que puede generar los recursos entregados y los contenidos informativos que pretendan ofrecer instituciones que no sean públicas.

2.3.1 Diseño institucional

Si bien el liderazgo de las iniciativas de educación financiera en todos los países evaluados por la OCDE proviene desde un ámbito público, el diseño institucional cambia dependiendo la asignación de responsabilidades de cada entidad asignada, en este sentido la OCDE clasifica a los países en 4 grupos. Aquellos países que han optado por crear una institución especializada en la gestión de la estrategia nacional de educación financiera, entre este grupo de estados se encuentran: Australia con la Comisión australiana de títulos e inversiones, (ASIC), por sus siglas in inglés); Canadá, por medio Agencia del Consumidor Financiero de Canadá (FCAC), Estonia con la Autoridad de servicios financieros, Indonesia apoyada en la Autoridad de Servicios Financieros, Japón creó la Agencia de Servicios Financieros y consejo central de servicios de información financiera; Suráfrica diseñó Junta de Servicios Financieros, la cual se apoya en el Comité Nacional de educación al consumidor financiero; Turquía introdujo la Junta de Mercado de Capitales, Reino Unido fundó el Servicio de consejería sobre temas de dinero. Entre este primer grupo vale la pena recalcar que en Canadá designaron un cargo como líder consultor de educación financiera, quien se encarga de coordinar, reportar progreso de la estrategia nacional de educación financiera.

En segundo lugar, se encuentran los gobiernos que asignaron organismos existentes responsabilidades sobre temas de educación financiera, aparte de las actividades misionales que ejercen; por ejemplo, comisiones intergubernamentales, bancos centrales y superintendencias. Entre los casos que se pueden clasificar en este tipo de estructura se encuentran: Armenia que dispuso al Banco Central; Letonia instruyó a la Comisión financiera y mercado de capitales, (FCMC); Líbano se apoya en el Instituto de finanzas Brasil Fuleihan; Indonesia, Tailandia y Malasia, delegan al Banco Central; Nueva Zelanda creó una Comisión para capacidad financiera; Perú ordena a la Superintendencia de Bancos, Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, (desde la inclusión financiera); Portugal solicita la gestión al Banco Central, Comisión de mercado de capitales, Autoridad de supervisión de seguros y fondos de pensión; España – Comisión Nacional del Mercado de Valores, CNMV. Dentro de este segundo grupo también se podría ubicar el modelo de la India donde se nombró a grupo técnico de educación financiera liderado por diputados, banco central, y representantes del sector financiero (para la protección del inversor) y el Banco Central (OCDE/INFE, 2015, p. 38).

En un tercer grupo se encuentran los países que crearon legislaciones donde se imparten mandatos para que una entidad del Estado promueva la educación económica, por ejemplo: República Checa – Ministerio de Educación; Hong Kong, China legisló sobre Centro de educación al inversionista (adenda de la ordenanza de títulos y futuros del 2012); México se apoya en el Comité de Educación Financiera (Ley para regular grupos financieros), Estados Unidos cuenta con la norma de la Comisión de Educación y formación financiera (Fair and Accurate Credit Transactions ley de 2003)

Finalmente, por medio de promoción de legislación secundaria, como decreto, planes de desarrollo y regulación de mercado, se encuentra el caso de Brasil que por decreto presidencial estableció el Comité Nacional de Educación Financiera (CONEF); Igualmente, Rusia y España han publicado decretos.

Entre los grupos descritos previamente, el diseño institucional de la ENEEF de Colombia se puede ubicar en tres tipos; por un lado: la segunda clasificación, puesto

que, en entidades existentes, Banco de la República, Ministerio de Hacienda y Banco de las Oportunidades, se asignaron responsabilidades de educación financiera. Además, en el tercer grupo, ya que el Estado legisló⁷ sobre las entidades que deben liderar la ENEEF de Colombia, y en el cuarto puesto, si se tiene en cuenta que en 2014 cuando el Gobierno emitió el Decreto 457 de 2014 donde instruyó la creación de una estrategia nacional de educación económica, y una comisión sectorial, similar al esquema que ha tomado la estrategia nacional de educación financiera en México, con el Comité de Educación Financiera; Perú, que estableció la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera; Brasil, organizó el Comité Nacional de Educación Financiera (CONEF); India, se apoya en Financial Stability and Development Council Sub-Committee (FSDC-SC) donde participa el Banco de la República, Gobernador y reguladores; Sudafrica, creó el National Consumer Financial Education Committee (NCFEC); Japón, cuenta con Committee for the Promotion of Financial Education. Como caso antagónico al de Colombia, se encuentra Canadá donde existe una persona del gobierno líder en protección al consumidor y educación financiera, la cual recibe consejo del National Steering Committee on Financial Literacy, o el caso de Australia con la Comisión australiana de títulos e inversiones, (ASIC, por sus siglas en inglés); Estonia con la Autoridad de servicios financieros, Indonesia apoyada en la Autoridad de Servicios Financieros, Japón creó la Agencia de Servicios Financieros y consejo central de servicios de información financiera; Turquía introdujo la Junta de Mercado de Capitales, Reino Unido fundó el Servicio de consejería sobre temas de dinero.

2.3.2 Objetivos

Los propósitos de las estrategias nacionales de educación financiera se adaptan a las necesidades e intereses que busque promover cada país, dependiendo del estado de conocimiento e inclusión de la población. Con el fin de evidenciar los diferentes acercamientos, se clasificarán los países documentados por la OCDE

⁷ Ver descripción de normas en el punto 1.7 del documento

(2015) en 4 grupos de objetivos: Protección al consumidor financiero, Confianza, participación y competencia, Ahorro e Inversión, Habilidades, financiación y retiro. La siguiente descripción no es pretende abarcar todos los estados, sino caracterizar las estrategias nacionales de educación financiera de acuerdo a sus prioridades.

i. Protección al consumidor financiero

Este interés se puede asociar con la teoría de asimetría de información, que reconoce que el modelo neoclásico puede tener fallas de mercado, por cuenta de la asimetría de información entre oferentes de producto y servicios financieros y los consumidores. De ahí que implícitamente los países se inclinan a una mínima intervención del estado, salvo para ajustar fallos del mercado, que en este caso corresponde a regular la ventaja entre pocos oferentes y la población que utiliza el sistema financiero. A continuación se mencionan algunos de los países que tiene como prioridad la protección al consumidor financiero por medio del entendimiento y el fortalecimiento de competencias para tomar decisiones financieras.

- **Canadá**

Busca promover la protección al consumidor y educación financiera en lo concerniente a los derechos, responsabilidades de las personas y el entendimiento de administración del dinero, deuda y ahorro para el futuro. Igualmente, por medio de la estrategia nacional procura que el departamento de finanzas tenga insumos para la política económica, mejorando el conocimiento y toma de decisiones de los consumidores.

- **Perú**

Se enfoca en supervisar la protección al consumidor financiero, fortaleciendo la promoción de la transparencia y revelación de información financiera clara y comprensible para los usuarios actuales y potenciales. La formación la están trabajando instituciones privadas y ministerio de educación desde los colegios.

- **Portugal**

Se enfoca dos aspectos, la protección al consumidor financiero, promoviendo mejores decisiones sobre productos financieros. Además, contribuir a la estabilidad financiera.

o **Tailandia**

Se propuso la protección al consumidor financiero aumentando los estándares de vida y la estabilidad financiera.

- **Malasia**

Definió proteger derechos e intereses de los consumidores financieros, trabajando por la estabilidad e inclusión financiera, así como promover prácticas de mercado justas.

- **Colombia**

La SFC por medio de la regulación al sistema de atención al consumidor financiero SAC⁸, busca promover la protección de los derechos del consumidor financiero, así como la educación financiera de éstos. De ahí que la educación financiera que deben impartir los privados se pueda clasificar en el grupo de países que tienen como objetivo la protección al consumidor financiero.

-

- ii. Confianza, participación y competencia**

La meta de las estrategias nacionales de educación financiera también se ha diseñado para fortalecer la inclusión y la competencia entre oferentes y demandantes de servicios financieros, por ejemplo:

- **Australia**

Promueve como pilar de su estrategia el fortalecimiento de la confianza y participación informada por consumidores e inversionistas en el sistema financiero. En este modelo se pretende educar desde la demanda (usuarios) y robustecer la regulación de la oferta (oferentes servicios financieros). La estrategia financiera se enfoca en la capacitación de empleados para su retiro y educación de mujeres. Es pertinente resaltar que en Australia han implementado como mecanismo de medición de la estrategia una encuesta, donde se indaga 1300 adultos por comportamientos, teniendo en cuenta género, etapa productiva, retiro e ingresos.

⁸ Explicado en el marco legal, ver numeral 1.7

- **Suráfrica**

En línea con la mejora de las condiciones de competencia su estrategia de educación financiera promover programas e iniciativas de instituciones financieras y representantes de la industria financiera para informar y educar a usuarios actuales y potenciales sobre productos y servicios, resaltando como objetivo a las mujeres. Para ello, su estructura organizacional (público – privada) supervisar y reforzar cumplimiento con leyes y asesorar al ministerio sobre política económica.

- **India**

El principal objetivo de la estrategia de educación financiera es asegurar que las políticas para profundizar la inclusión de las personas en el sistema financiero se implementen. En particular la particular el ofrecimiento de productos básicos y de pensión.

- **Indonesia**

La educación financiera hace parte de los esfuerzos para incrementar el nivel de conocimiento entre población de bajos recursos y mujeres, la inclusión financiera y la protección a los consumidores financieros.

- **México**

Prioriza la promoción de la responsabilidad en el uso de servicios financieros, fortalecer; igualmente, la educación entre mujeres para la inclusión financiera.

Brasil

Enfoque en mujeres

iii. Habilidades, financiación y retiro

Desde un punto funcionalista, en línea con una visión neoclásica de la economía, la educación financiera se utiliza para fortalecer la visión de mercado donde sea el individuo el principal actor, quien debe velar por su bienestar actual y futuro. Entre los países que adoptan prioridad de encuentran:

o **Estados Unidos**

La estrategia nacional de educación financiera tiene prioridades dependiendo el corte de edad de la población. De ahí que la política estatal se enfoca en que los jóvenes estén financieramente preparados en la adultez, para ello ahondan

esfuerzos con el fin de incrementar el conocimiento para acceder a productos y servicios, como cuentas de ahorro, que permitan desarrollar la capacidad, habilidades y confianza de los usuarios nuevos. Para un segundo segmento, el Estado trata de educar a aquellos jóvenes, y sus familias, que terminan la escuela de modo que sean capaces de evaluar la mejor forma de financiar la educación superior. En cuanto a los adultos empleados, la estrategia se preocupa por brindar herramientas para que las personas puedan financiar sus planes de retiro y metas de largo plazo, por medio de seguimiento de planes, ahorro e inversión. Igualmente, dentro de los fundamentos se definió Evaluar e investigar efectividad de la educación financiera del país.

- **Reino Unido**

Encamina la estrategia nacional de educación financiera a mejorar la administración finanzas personales y entendimiento del consumidor financiero temas financieros, por medio del programa The Money Advice Service (MAS), las personas reciben asesoramiento, por medio de un call center, en temas relativos a tomar endeudamiento, fondeo, tomar decisiones financieras.

- **Colombia**

Las metas planteadas por la (Comisión Inter sectorial para la Educación Económica y Financiera) CIEEF se pueden clasificar entre el grupo de países que tiene como marco fundamental el fortalecimiento de habilidades, financiación y retiro, observando el objetivo general y cuatro específicos que fijó la comisión CIEEF (2017) los cuales se citan a continuación:

- **Objetivo General:** Fomentar la EEF para contribuir al desarrollo de conocimientos, actitudes y comportamientos o competencias de la población colombiana, que impacten en la toma de decisiones económicas y financieras responsables e informadas en las **diferentes etapas de la vida**. (Negrilla indicada por el autor)

El segundo y tercer objetivo específicos refieren a las habilidades para el retiro: i) Coordinar los esfuerzos desarrollados por los distintos entes que participan en la ENEEF; ii) Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida; iii) Fomentar en la población hábitos de planeación y

ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez; iv) Promover en la población el uso responsable del crédito; v) Fomentar en la población hábitos de prevención relacionados con situaciones de potencial fraude o afectación de los ingresos o el patrimonio.

iv. Ahorro e Inversión

Adoptando un punto de vista comportamental, el caso de Nueva Zelanda es ilustrativo porque la estrategia financiera está encaminada a medir y observar el comportamiento de las personas, persiguiendo modificaciones en el comportamiento de ahorro e inversión de las personas. De ese modo, se ejecutan programas de para inversores, extendiendo principios claves de inversión.

2.3.3 Fondeo, comunicación y seguimiento

La financiación de las estrategias nacionales de educación financiera es un factor determinante para determinar el alcance de cualquier proyecto, de acuerdo a la OCDE los recursos públicos juegan un rol relevante en la mayor parte de los países (2015, p. 74). Sin embargo, también se encuentran gobiernos que han determinado obtener recursos o participación directa del sector privado, cuyo aporte genera potenciales conflictos de interés que deben ser administrados. Igualmente, con base en los recursos disponibles y los intereses de cada Estado los medios de comunicación para expandir la estrategia y el seguimiento tienen diseños adaptados. A continuación se comparan los casos de financiamiento público- privado, mecanismos de comunicación y de monitoreo.

o Fondeo o participación privada

A continuación se describirá el modelo de financiación de Suráfrica, Indonesia y Colombia, donde el Estado acude a la participación de privados por medio de aportes. En estos esquemas se involucran entidades públicas de diferente manera para gestionar las iniciativas privadas. Posteriormente se mencionaran el modelo de Australia, Reino Unido y Canadá que exigen condiciones a privados para la

participación en la estrategia de educación financiera, provenientes de las recomendaciones de la OECD ((OCDE/INFE, 2015, pp. 145–152).

El caso de Sudáfrica es interesante en la medida que la financiación de las iniciativas de educación financiera se obtiene por medio de instituciones financieras privadas que aportan, de acuerdo con la página del Financial Sector Conduct Authority (s/f), 0,04% después de impuestos, los cuales son deducibles. Los aportantes pueden especificar los proyectos para los cuales desean destinar su apoyo, además, el regulador no puede administrar los recursos directamente, a menos que tenga autorización. Si bien, este modelo tiene la virtud de brindar fondos y soporte de expertos dedicados a la educación financiera, desde el punto de vista de la OCDE algunas entidades privadas pueden tener su agenda y expectativas para impulsar productos por medio de la educación financiera, por lo cual es un desafío administrar el potencial conflicto de interés de este esquema (2015, p. 78).

En cuanto a Indonesia, la estrategia nacional de educación financiera es desarrollada con contribuciones del sector privado, alrededor de 2700 instituciones, entre bancos, aseguradoras, fondos de pensiones, casas de empeño. La principal diferencia frente a Suráfrica es que los recursos no llegan a un fondo fiduciario sino al Estado. Adicionalmente, todas las instituciones financieras con licencia otorgada por la Autoridad de Servicios Financieros de Indonesia, debe implementar un programa de educación financiera dentro de su plan de negocios anual, cuya aprobación depende del regulador y depende de:

- i. Alineación con la estrategia nacional de educación financiera.
- ii. No debe hacer parte de la publicidad de la entidad. Aunque se permite temas introductorios sobre productos.
- iii. Audiencia objetivo.
- iv. Frecuencia del programa.
- v. Fuente de presupuesto, y si el programa hace parte del esquema de responsabilidad social.

Al igual que en la mayor parte de países estudiados por la OCDE (2015) Colombia se apoya en el sector público para financiar la implementación de la

ENEEF. Sin embargo, el gobierno ha incorporado la participación de privados, de acuerdo con la ley 1328 de 2009⁹, por medio de la exigencia a entidades financieras vigiladas para que implementen programas de educación financiera. Si bien en este esquema, que es similar al de Indonesia y el de Suráfrica en la participación de privados, no se reciben aportes en dinero de los privados para que el Estado ejecute programas, el gobierno sí solicita a las entidades financieras participar en la difusión de la educación financiera, y estos programas deben ser pagados por los vigilados por la SFC.

En relación con la participación de entidades financieras, es relevante destacar que la OCDE (2015) recomienda que el sector financiero defina guías para administrar el conflicto de interés que pueden generar los programas de educación financiera impartidos por instituciones vigiladas por la SFC y el contenido de los programas.

La participación del sector privado también se encuentra en la estrategia de educación financiera de Australia, aunque el aporte no se realiza por medio de fondos, como principio estratégico de la estrategia nacional se encuentra la responsabilidad compartida (Australian Securities and Investments Commission, 2014). Las iniciativas privadas son reguladas por el Estado quien coordina todos los programas de entidades no oficiales. Adicionalmente, en Australia y en Canadá el gobierno exige a los privados como prerrequisito para participar en actividades o el registro de recursos o actividades de la estrategia nacional la adherencia de las prioridades nacionales, las guías de la OCDE/INFE, no promueve fines comerciales. La neutralidad e imparcialidad es un principio rector para los privados en la estrategia nacional desarrollada en Japón porque en las actividades no se permite promoción comercial, los materiales didácticos son separados de la publicidad corporativa, de manera que la impresión de logos comerciales no se permite en documentos pedagógicos (OCDE/INFE, 2015, p. 59)

⁹ Ibid.

2.3.4 Comunicación

La OCDE (2015) describe los canales de comunicación de las estrategias nacionales de educación financiera se ajustan dependiendo la población objetivo, entre las herramientas centralizadas se encuentran:

- v. Página web dedicada a la promoción oficial de la educación financiera, en estos portales se puede encontrar la estrategia nacional, estudios sobre el tema, eventos, participantes, innovaciones, orientación para finanzas personales. Como es el caso de Australia, con el portal Moneysmart; Brasil, con la página vidaedinheiro que brinda contenidos para niños, adultos y premios sobre educación financiera; India, por medio de la web ncf.org.in donde se encuentran descripciones sobre fondos mutuos, inversión en oro, préstamos y prestamistas, planeación financiera, bancos y formación financiera; Portugal, creó el portal todoscontam.pt que explica presupuesto para hogares, ahorrar e invertir, crear una empresa, contraer un crédito, tomar un seguro y prevenir fraudes; Nueva Zelanda cuenta con la página sorted.org.nz, donde se encuentran guías para realizar presupuestos, ahorrar, planear dinero para el retiro, administración de deudas, seguros y compra de vivienda; Suráfrica, con los fondos captados de terceros, creó la página fscaconsumered.co.za que orienta sobre inversión, pago de deudas, presupuestos para personas; Armenia, diseñó el portal abcfinance.am; Estonia, cuenta con la página minuraha.ee; Japón, publicó el portal shiruporuto.jp y fsa.go.jp; Letonia, dispuso la página klientuskola.lv; Holanda, promueve su estrategia financiera desde la página wijzeringeldzaken.nl; España, utiliza la página Finanzasparatodos.es donde se encuentra contenido para la gestión de finanzas personales ; y Estados Unidos, mymoney.gov que tiene contenidos para jóvenes, educadores e investigadores, así como orientación sobre finanzas personales.
- vi. Creación de marcas para la estrategia de educación financiera, la cual brinda certificación como organismo independiente y notificación sobre la existencia del programa.

- vii. Campañas comunicación masivas, que tienen como objetivo concientizar sobre los esfuerzos alrededor de la educación financiera por medio de eventos o mensajes; un ejemplo llamativo es el de Suráfrica donde se brindaron mensajes sobre endeudamiento en una novela popular (Basaninyenzi, 2013). En este tipo de comunicaciones también se pueden incluir los programas de radio dirigidos a población objetivo.
- viii. Eventos enfocados a las personas dependiendo el momento que estén pasando, primer endeudamiento, matrimonio, llegada de un hijo, compra casa, inversión, retiro, etc. Bajo este esquema se ha encontrado como efectivo porque provee información en un momento de necesidad de orientación.
- ix. Empresas intermediarias que brindan formación financiera pueden articularse con la estrategia nacional de educación financiera. Por medio de este canal la OCDE recomienda utilizar las redes para entrenar entrenadores (2015, p. 82).
- x. Grupos comunitarios, por medio de impulso de un líder comunitario o programas que inicien en los colegios, la OCDE (2015) observa efectividad en el fortalecimiento de capacidades y no solo en el conocimiento (Hendrick, 2010, p. 88).

Para el caso colombiano, La ENEEF ha definido 5 grupos de población objetivo en los cuales centrarse, para cada uno de ellos ha establecido una línea de acción para canalizar las iniciativas educacionales. Sin embargo, como se indica en la tabla 4. Solo uno de los 5 grupos tiene un medio de comunicación definido.

Tabla 4. Medios de comunicación para los grupos poblacionales de la ENEEF

Subcomisión técnica	Línea de acción	Medio de Comunicación
Educación formal	Materiales pedagógicos para el apoyo en los colegios	No definido
Etapas activa	Estrategia digital	www.pesospensados.gov.co
Población vulnerable	Formación a formadores	No definido
Microempresarios	canales innovadores presenciales y no presenciales	No definido
Previsión del retiro y protección de la vejez	Formación a maestros y orientadores	No definido
	estrategia de difusión para trabajadores	No definido
	Material pedagógico de carácter lúdico dirigido a estudiantes de educación formal:	No definido

Fuente: Elaboración propia con base en la ENEEF (2017)

2.3.5 Seguimiento

De acuerdo a la OCDE dos terceras partes de los Estados evaluados monitorean la implementación de su estrategia nacional de educación financiera (2015, p. 69). Las mediciones cuantitativas, por medio de encuestas, son las más comunes. Australia, Nueva Zelanda y Suráfrica han implementado herramientas de monitoreo.

Los indicadores de seguimiento de Australia se designan por cada prioridad estratégica, las cuales corresponden a educar la siguiente generación, incrementar el uso de información y herramientas libres e imparciales, proveer orientación dirigida de calidad y soporte (Australian Securities and Investments Commission, 2014). Entre los indicadores se encuentran:

- Número de colegios que se involucraron en la educación financiera
- Número de profesores participando en el programa Money Smart
- Número de estudiantes vocaciones y entrenadores participando en programas de educación financiera

- Número de personas que acceden a la página programa Money Smart
- Número de personas accediendo a fuentes imparciales.
- Resultados de evaluaciones sobre bienestar financiero
- Número de personas que asisten a los programas estatales de orientación y soporte.
- Retroalimentación de intermediarios y guías

Por otro lado, Surafrica por medio del Comité Nacional de educación financiera al Consumidor (NCFEC) al que pertenecen empresas privadas y sin ánimo de lucro se les exige desarrollar e implementar estrategias individuales que están en línea con la Estrategia nacional. Estas empresas tienen el deber de reportar los programas e iniciativas que han emprendido, los registros se mantienen en una base de datos donde se monitorea de forma consolidada la estrategia establecida por la Junta de Servicios Financieros (OCDE/INFE, 2015, p. 52)

En Indonesia, la evolución, cumplimiento de las iniciativas privadas deben ser reportadas al gobierno (Directorio de educación financiera), puesto que el país se ha propuesto aumentar la tasa el conocimiento financiero en 2% anualmente (OCDE/INFE, 2015, pp. 76–77).

En Estados Unidos el departamento de Government Accountability Office (GAO) monitorea la evolución de las iniciativas federales, en ese sentido en 2014 indica que los programas evaluados han implementado encuestas para medir la efectividad de los programas (Puente, 2014)

En cuanto a Colombia, La ENEEF indica que *“la CIEEF creará un sistema de medición, evaluación y monitoreo (...) promover buenas prácticas de evaluación en los programas e iniciativas de EEF en el país con el fin de fortalecerlos y promover impactos positivos en el comportamiento financiero de los colombianos.”*. De acuerdo con el documento de la CIEEF (2017), la primera medición se realizará en 2018, y se formularán recomendaciones. En cuanto al monitoreo la ENEEF aún no define la frecuencia. Sin embargo, cabe recordar que semestralmente la SFC exige a sus vigiladas que a través del Auditor Interno emitan un informe sobre el SAC, cuyo alcance incluye los programas de educación financiera.

Igualmente, la OCDE refiere herramientas prácticas para la evaluación de programas de educación financiera, entre las cuales se destaca la revelación de objetivos, encuestas que permitan identificar causalidad entre los participantes de los cursos(OECD, 2013, pp. 17–36)

Resumen caso colombiano

Buscando resumir las características del modelo de educación financiera frente a las estrategias internacionales consolidadas por la OCDE (2015), se encuentra la tabla 5.

Tabla 5. Características modelo colombiano frente a criterios OCDE

	Diseño institucional	Objetivos	Fondeo	Comunicación	Seguimiento
Características	Legislación por medio de ley general de educación (- Ley 115 de 1994 - Ley 1328 de 2009: por medio de la que se dictan principios y reglas que rigen la protección de los consumidores financieros - Responsabilidad a organismos existentes - comisión intersectorial para la educación económica y financiera (CIEEF) - Decretos y regulación de mercado - Circular Externa 015 de 2010 – Sistema de Atención Consumidor Financiero	Protección al consumidor Habilidades, financiación y retiro	Mixto	Página web especializada en la estrategia de educación financiera	Reportes privados
Países coincidentes	República Checa – Ministerio de Educación Hong Kong, China - Centro de educación al inversionista México - Comité de Educación Financiera Estados Unidos - Norma sobre la Comisión de Educación y formación financiera	Protección: Canadá Perú Portugal Tailandia Habilidades: UK Reino Unido	Participación privados Suráfrica Indonesia	Australia, Brasil India, Portugal, Nueva Zelanda, Suráfrica Armenia, Japón Honk Kong, Estonia Letonia, Holanda España, Estados Unidos	Suráfrica Indonesia

Fuente: Elaboración propia con base en la OCDE (2015)

2.4 Buenas prácticas sobre educación financiera a nivel internacional

Con base en la práctica internacional recopilada por la OCDE (2015) y la comparación frente a la ENEEF es prudente considerar las siguientes prácticas para fortalecer los programas de educación financiera que deben brindar las instituciones financieras vigiladas por la SFC:

- i. Guías o códigos de conducta: Tomando como ejemplo la definición de Australia, Canadá o Japón, donde exigen a los privados cumplir los lineamientos de la OCDE/INFE sobre educación neutral. Igualmente, el planteamiento de Indonesia, donde el gobierno aprueba los contenidos de los programas de educación financiera impartidos por instituciones financieras y exige que los mismos se inserten en el plan de negocio de las entidades, es prudente para administrar la participación de privados
- ii. Verificación de buenas prácticas cuando participan terceros: Identificar y monitorear los aportes destacados en los programas de educación financiera que brindan las entidades vigiladas por la SFC
- iii. Diferenciar entre actividades comerciales y educacionales: Documentar en guías de control interno de cada entidad financiera los criterios para diferenciar material promocional de pedagógico.
- iv. Audiencias dirigidas: Informar abiertamente en cada portal de las entidades financieras la población a la cual dirige el programa.
- v. Entrenadores calificados: Para aquellos casos donde se asignen entrenadores o líderes de entrenamiento es conveniente plantear formación mínima, en este aspecto pueden involucrarse entidades sectoriales o reguladores como agentes externos certificadores.
- vi. Identificar momentos enseñables: Con base en la población objetivo que defina cada entidad es recomendable buscar mecanismos de comunicación, como eventos o campañas digitales, para ofrecer los programas de educación financiera.
- vii. Prioridad en desarrollo de actitudes y habilidades no solo en conocimiento
- viii. Alinear programas de terceros con la ENEEF.

- ix. Asegurar que los programas de privados se alinean con los propósitos del gobierno.
- x. Mantener como principio la autonomía de las personas para la toma de decisiones, de manera que la educación financiera no sea un instrumento de alienación.

3. Elementos comunes y diferenciadores entre programas de educación financiera de bancos comerciales colombianos

Desde la emisión de la Circular Externa 015 de 2010 por parte de la SFC, donde se instruye, en el literal a) del numeral 4, que las entidades financieras deben brindar programas de educación financiera

“que permitan y faciliten a los consumidores financieros adoptar decisiones informadas, comprender las características de los diferentes productos y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus respectivos costos o tarifas, las obligaciones y derechos de los consumidores financieros, y los mecanismos establecidos por la normatividad vigente para la protección de sus derechos”

Cada vigilada por la SFC ha tenido la autonomía para el diseño y contenido del programa. Dado que el universo de entidades vigiladas es variado, se definirán los criterios para enfocar el estudio en un solo grupo de entidades, sobre este grupo de empresas se caracterizarán los programas de educación financiera, distinguiendo aspectos comunes y diferenciadores entre ellos. La metodología describe la manera en que se realiza el trabajo descrito.

3.1 Diseño Metodológico

El objetivo del capítulo es describir elementos de los programas de educación financiera para una muestra de bancos comerciales¹⁰ colombianos distinguiendo aspectos comunes y diferenciadores entre ellos. Para ello, por medio de una revisión documental, se expondrá el universo de entidades vigiladas por la Superintendencia financiera de Colombia (SFC), del cual se tomará un sub grupo de bancos comerciales, puesto que de acuerdo con El Estudio de Demanda de Inclusión Financiera la mayor parte de la población adulta (39,2%) cuenta con un producto de depósito, especialmente cuentas de ahorro, en cuanto a los micro empresarios el principal producto financiero son cuentas de ahorro (30,9%) o corriente (10%) a este tipo de entidad tiene primer contacto financiero con la población (Banca de las Oportunidades; Superintendencia Financiera de Colombia; Banco de Desarrollo de América Latina., 2018, pp. 14–31).

Posteriormente, se indagará en los reportes de cifras financieras de la SFC el pasivo de los bancos comerciales, puesto que en esa cuenta se registran los depósitos recibidos de los clientes, con lo cual se obtiene un criterio cuantitativo del tamaño de los bancos. Igualmente, para complementar la selección de bancos para la muestra se tomará el reporte histórico de colocaciones de la SFC, con base en depósitos y colocaciones se determinaran los bancos comerciales que concentren el 80% de las captaciones y colocaciones entre los establecimientos de crédito; sobre este grupo se caracterizaran los programas de educación financiera¹¹, con el fin de relacionar similitudes y diferencias relativas a las variables desarrolladas en el capítulo 1, aquellas que busca abordar la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (ENE EF), que corresponden a:

- i. Audiencias objetivo
- ii. Objetivos
- iii. Comunicación

¹⁰ Acogiendo e concepto de banco comercial publicado por el Banco de la República, se entienden como empresas que captan dinero de personas o empresas por medio de cuentas de ahorro corriente o certificados de depósito a término (CDT), con estos recursos el banco lo coloca a individuos y organizaciones que lo necesitan.

¹¹ Consultas realizadas en las páginas web de las entidades seleccionadas entre enero y marzo de 2019, los enlaces consultados se encuentran en el Anexo E.

iv. Seguimiento

Finalmente, con el ejercicio comparativo se relacionarán las prácticas comunes y pertinentes del sector para evaluar un programa de educación financiera.

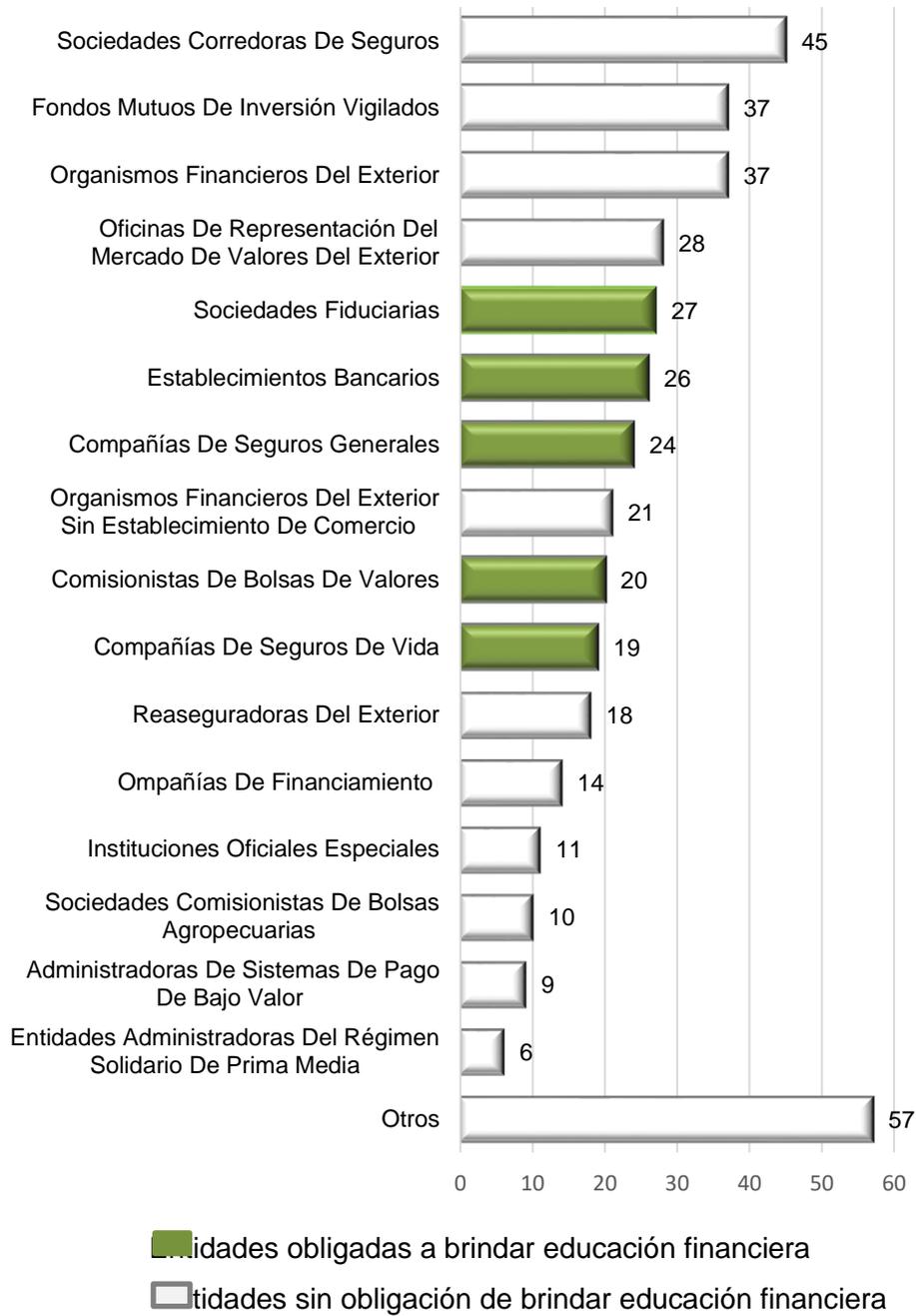
3.2 Universo entidades vigiladas SFC

La SFC vigila 409 empresas¹² por medio de 39 delegaturas (2019), el 87% de las entidades son vigiladas por 16 de ellas, como se observa en la gráfica 1. El grupo que concentra la mayor cantidad de entidades son los corredores de seguros (11%), seguido de oficinas de representación en Colombia de organismos del exterior (10%), fondos mutuos (9%), sociedades fiduciarias (7%), oficinas de representación del mercado de valores del exterior (6%), bancos (6%), compañía de seguros generales (6%), comisionistas de valores (5%), oficinas de representación en Colombia sin establecimiento de comercio (5%), compañías de seguros de vida (5%), oficinas de representación en Colombia de reaseguradoras del exterior (4%), Compañías de financiamiento (4%), Instituciones oficiales especiales (4%), Sociedades comisionistas de bolsa agropecuarias (2%), administradoras de sistemas de pago de bajo valor (2%), entidades administradoras del régimen solidario de prima media (1%). El restante 13% de la población de entidades vigiladas incluyen otros tipos de empresa¹³.

¹² El listado de empresas vigiladas es actualizado en la página web de la Superintendencia financiera de Colombia, este número de compañías corresponde a la población a corte septiembre 2018.

¹³ Entre las entidades que conforman 13% de la población vigilada por la SFC se encuentran Organismos De Autorregulación, Bolsas De Valores, Sociedades Administradoras de Depósitos Centralizados De Valores, Fondos De Garantías, Banco De La República, Bolsas agropecuarias, Cámara De Riesgo Central De Contraparte, Sociedades Administradoras De Sistemas De Compensación Y Liquidación De Divisas, Titularizadoras, Cooperativas De Seguros, Sociedades Administradoras De Inversión, Proveedores De Precios Para Valoración, Almacenes Generales De Depósito, Sociedades de Capitalización, Sociedades Calificadoras De Valores, Sociedades Especializadas En Depósitos Y Pagos Electrónicos, Institutos de Fomento Y Desarrollo De Las Entidades, Sociedades Administradoras de Fondos De Pensiones Y Cesantía, Sociedades Administradoras De Sistemas De Negociación Y Registro De Divisas, Sociedades Administradoras De Sistemas De Negociación De Valores Y De Registro De Operaciones Sobre Valores, Operaciones Financieras, Entidades Cooperativas De Carácter Financiero, Holdings Financieros

Gráfica 1. Entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC)



Fuente: Elaboración propia con base reporte de la SFC (2019)

No todas las entidades vigiladas por la SFC están obligadas a implementar programas de educación financiera, dentro del grupo que tiene el deber, los bancos se destacan como la entidad al que personas y empresas tienen el contacto más frecuente, así lo señala el Informe de Inclusión financiera donde se encontró que la principal razón entre las personas encuestadas (53%) para abrir una cuenta de ahorros corresponde a la solicitud del empleador para abonar pago de la nómina, además el 61,8% de los encuestados considera que el ahorro formal es más seguro (2018, pp. 27–29). En cuanto a los empresarios, el 45% reporta no tener acceso a servicios formales, en tanto que el 31,6% cuenta con al menos un servicio financiero, del cual el 75% de los casos se trata de una cuenta de ahorros (Banca de las Oportunidades; Superintendencia Financiera de Colombia; Banco de Desarrollo de América Latina., 2018, pp. 60–63). Teniendo en cuenta que los establecimientos de crédito tienen el contacto inicial en la vida financiera formal de los colombianos, evaluar los programas de educación financiera es pertinente. Por ello, a continuación

se describe la distribución de bancos por tipo de propietario, encontrando que en Colombia, de acuerdo con el reporte de cartera de la SFC (2018a) operan 25 bancos, de los cuales 14 son nacionales privados, 10 tienen casa matriz en el exterior y 1 banco público, como se ilustra en el gráfico 2.

Gráfica 2. Distribución población de bancos que operan en Colombia por tipo de propietario Corte diciembre 2018



Fuente: Elaboración propia con base en reporte SFC (2018a)

A octubre 2018, el sistema financiero colombiano está conformado mayoritariamente por bancos privados (96%), de los cuales el 56% corresponde a bancos nacionales. En cuanto a la participación del Estado, solo una entidad, el Banco Agrario, pertenece al gobierno. Si bien hasta ahora se tiene un panorama general de la cantidad de empresas vigiladas y aquellas que tienen obligación de educar, y la población de bancos, aún es necesario dilucidar cuáles de estos últimos son relevantes en términos de captación y colocación.

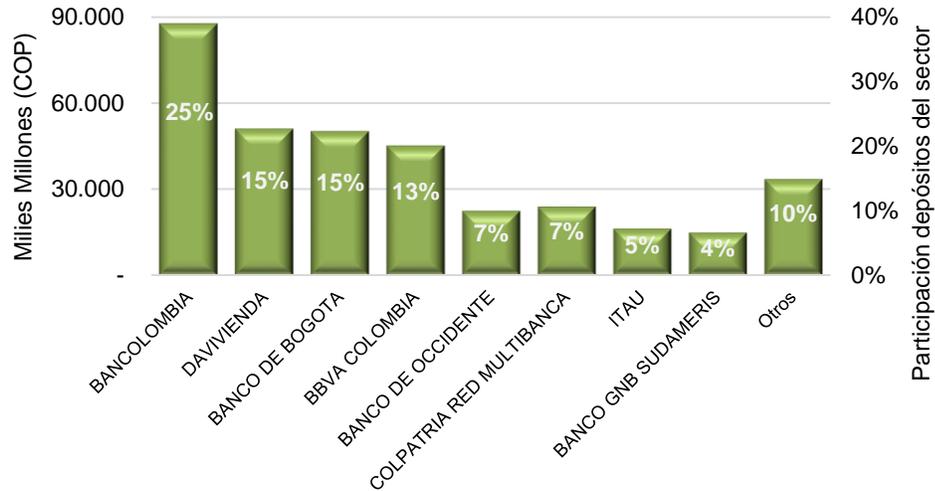
3.3 Población y muestra bancos comerciales

El sistema financiero colombiano está conformado por 406 empresas, de las cuales 25 corresponden a bancos; ahora buscando determinar la relevancia de este tipo de entidades, que son el objeto de estudio, se procede a evaluar el tamaño de los depósitos captados a corte octubre 2018, por medio de la suma de las siguientes cuentas del pasivo reportado a la SFC en octubre (2018a):

	Código	Cuenta
v.	210500	Depósitos en Cuenta Corriente
vi.	210700	Certificados de Depósito a Término
vii.	210800	Depósitos de Ahorro

Encontrando que el 90% de los depósitos captados por los bancos se concentran en 8 entidades financieras, el restante 10% se distribuye entre los otros 17 establecimientos de crédito. Como se indica en la gráfica 3. Bancolombia es el líder en depósitos, superando 1,7 veces a su antecesor Davivienda.

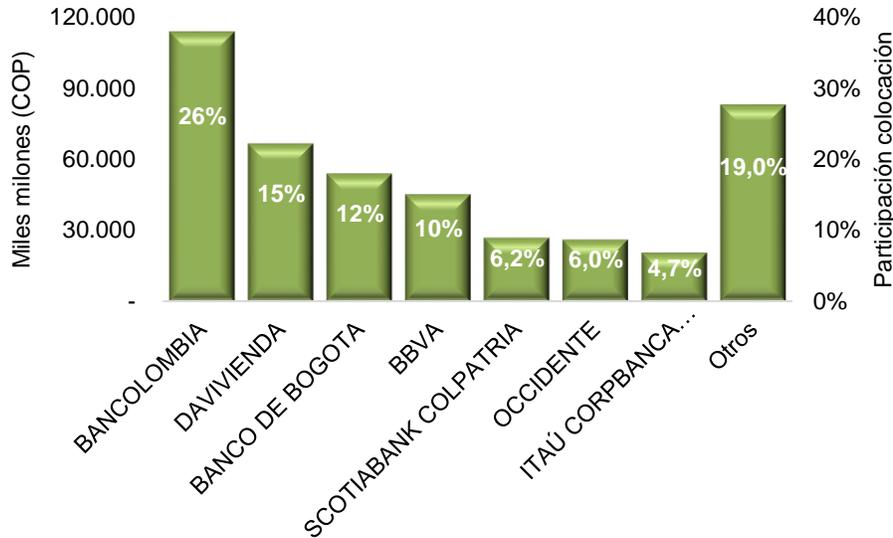
Gráfica 3. Tamaño y participación cuentas de ahorro, corrientes y CDT de bancos colombianos a corte octubre 2018



Fuente: Elaboración propia con base en cifras SFC (2018a)

Aparte de la variable de captaciones, las colocaciones es un dato que complementa la relevancia de los bancos, en ese sentido se indagó en los reportes de la SFC a corte de octubre 2018 la cartera bruta administrada(2018b), como se representa en la gráfica 4. Donde se observa que 7 entidades concentran el 88% de cartera bruta otorgada, y 19 entidades se distribuyen porcentaje restante. Al igual que en las captaciones, en las colocaciones de crédito Bancolombia se presenta encabezando la lista, superando 1,7 veces a su antecesor.

Gráfica 4. Volumen y participación de cartera bruta de los bancos colombianos a corte octubre 2018



Fuente: Elaboración propia con base en cifras SFC (2018b)

Con base en los datos de captación y colocación evaluados se organizan las entidades de mayor a menor en la tabla 6 con el propósito de seleccionar el grupo de bancos que se repita en cada columna. Con los bancos identificados se realizará una caracterización de los programas de educación financiera, identificando prácticas individuales y comunes.

Tabla 6. Ranking de bancos por ubicación en captación y colocación a corte

Ranking	Principales bancos por captación	Ranking	Principales bancos por colocación
1	BANCOLOMBIA	1	BANCOLOMBIA
2	DAVIVIENDA	2	DAVIVIENDA
3	BANCO DE BOGOTA	3	BANCO DE BOGOTA
4	BBVA COLOMBIA	4	BBVA COLOMBIA
5	BANCO DE OCCIDENTE	5	SCOTIABANK COLPATRIA
6	SCOTIABANK COLPATRIA	6	OCCIDENTE
7	ITAÚ CORPBANCA COLOMBIA S.A.	7	ITAÚ CORPBANCA COLOMBIA S.A.

Fuente: Elaboración propia con base en cifras SFC (2018a) (2018b)

3.4 Análisis comparativo a programas de educación financiera para muestra de bancos comerciales

Los programas de educación financiera para las entidades referidas en las primeras 7 filas de la tabla 6 se evalúan en dos segmentos, una descripción del contenido del programa, en segundo lugar, tomando como referencia la tipología de objetivos y población objetivo definidos por la ENEEF del Estado colombiano se evalúa el cubrimiento de la propuesta educativa de cada banco. Igualmente, en esta sección, abordando variables de comunicación y seguimiento evaluadas en el capítulo 1, se caracteriza cada programa estudiado. Para ello, se consultarán las páginas oficiales de las 7 entidades elegidas buscando resumir en un cuadro comparativo el cubrimiento a los objetivos de la ENEEF, comunicación y seguimiento de las entidades seleccionadas.

3.4.1 Bancolombia

La entidad ha trabajado en 5 secciones para brindar educación financiera a sus clientes y usuarios¹⁴, los cuales se describen a continuación:

- i. **Aula del Saber:** Bancolombia dispuso una plataforma web que permite realizar cursos sobre seguridad contra fraude, finanzas personales, Impacto de NIIF en los Estados Financieros e inversión en renta fija y renta variable, los cursos oscilan entre 5 y 50 minutos, al final de cada uno el usuario obtiene un diploma virtual(Bancolombia, 2018). Para acceder al sitio no es necesario ser cliente del banco, sino registrarse y abrir una cuenta en el aula virtual.
- ii. **YouTube:** Si bien Bancolombia no ha creado un canal oficial de educación financiera, en la plataforma YouTube, sí es posible encontrar¹⁵ videos de Bancolombia que brindan orientación en sobre finanzas personales.

¹⁴ Tomando como base la definición que señala la Superintendencia Financiera de Colombia en la Circular Básica Jurídica, Parte I, Título IV, Capítulo IV relativo a la administración del riesgo de lavado de activos y de la financiación del terrorismo, se entiende usuario como aquellas personas naturales o jurídicas a las que, sin ser clientes, la entidad les presta un servicio. En tanto que cliente se entenderá como toda persona natural o jurídica con la cual la entidad establece y mantiene una relación contractual o legal para el suministro de cualquier producto propio de su actividad.

¹⁵ Entre diciembre 2018 y enero 2019.

- iii. **Misión Colony:** video juego para celulares dirigido a adolescentes, de acuerdo a la página de Bancolombia la aplicación busca enseñar sobre planeación financiera, ahorro y endeudamiento(2016). El canal de YouTube Enter.co reseña a la aplicación como un juego donde se busca poblar un nuevo mundo para los humanos en el espacio; para ello, es necesario realizar construcciones por medio de deudas ficticias que permite la aplicación, el jugador debe elegir cantidad de cuotas e interés, para seguir avanzando siendo cauteloso con el pago, lo cual le permite seguir avanzando en un nuevo poblamiento (Enter.co, 2015). A corte enero 2019 la aplicación no estaba disponible en Google store.
- iv. **Sala de Prensa** - Sala de prensa - Inclusión y educación financiera. Web que se encuentra dentro del portal del banco, al cual se puede acceder a consejos y noticias relativas a la educación financiera y prevención de fraude.
- v. **Feria de finanzas prácticas con Visa:** El portal de noticias de Bancolombia informa que en alianza con Visa el banco participa en el ofrecimiento de la página finanzaspracticass.com.co, este portal cuenta con contenido para personas sobre ahorro, endeudamiento, etapas de la vida, emprendimiento y calculadoras que simulan créditos

Además, cabe mencionar dos aspectos, sin ser parte de los programas de educación financiera del Banco, desde la página oficial los usuarios pueden ser redirigidos a al programa de educación financiera de la Asociación de Bancos¹⁶ – Asobancaria-, donde se encuentra una guía para personas y microempresas. En segundo lugar, salvo el programa en alianza con Visa, todos los programas tienen la imagen corporativa de la entidad.

Cada canal está dirigido a audiencias diferentes, como se observa en la tabla 7 donde se toman los grupos de población de la de la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (ENEEF) y se asocian con los programas de Bancolombia.

¹⁶ El programa de educación financiera de los bancos colombianos es organizado por Asobancaria en el enlace es <https://www.asobancaria.com/sabermassermas/>. Se encuentra contenidos agrupados en consumidor informado, presupuesto, ahorro e inversión, crédito, vivienda, etapas de la vida.

Encontrando que para población vulnerable y personas en edad retiro o cercanas a ella no tienen contenidos dirigidos.

Tabla 7. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera de Bancolombia

	Educación formal	Etapas activa	Población vulnerable	Microempresarios	Previsión del retiro y protección de la vejez
Contenidos	pre jardín a media	18 a 55 años	(pobreza - víctimas)	menos 10 empleados	etapas activa + pensionados y no pensionados
Aula Saber		X		X	
YouTube		X			
Misión colony	X				
Sala de prensa - Inclusión y educación financiera		X		X	
Feria de finanzas prácticas con Visa	X				

Fuente: Elaboración propia

Al asociar los objetivos de la ENEEF con los contenidos de educación financiera impulsados por Bancolombia se observa que únicamente el programa que está en alianza con Visa cubre el objetivo de Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida. Los otros programas, que pertenecen al banco cubren los otros objetivos como se observa en la tabla 8.

Tabla 8. Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera de Bancolombia.

Objetivo Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENE EF)	Aula del Saber	Canal YouTube	Misión colony	Sala de prensa - Inclusión y educación financiera	Feria de finanzas prácticas con Visa
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida.					X
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez.	X				X
Promover en la población el uso responsable del crédito.	X	X	X		X
Fomentar en la población hábitos de prevención relacionados con situaciones de potencial fraude o afectación de los ingresos o el patrimonio.	X			X	

Fuente: Elaboración propia

La comunicación de los programas de educación financiera de Bancolombia se ejecuta principalmente por vía web y aplicación para celular¹⁷, los enlaces se relacionan en la tabla 374¹⁸. En cuanto al seguimiento, los portales no brindan información al público sobre la cantidad de personas que acceden, resultados de evaluaciones o efectividad en el comportamiento financiero de los clientes que toman los cursos.

3.4.2 Davivienda

El programa de educación financiera de Davivienda¹⁹ está disponible desde la página web, en las opciones para personas, el contenido está organizado en tres temas pilares que se enumeran a continuación por tema y subtema:

1. **Mis finanzas en casa:** Dirigido a cabezas de hogar y menores, por medio de dos módulos, Aventuras en Familia, y, Monetarium el universo de los niños, que busca

¹⁷ No disponible para descarga en enero 2019.

¹⁸ Incluida en el Anexo E.

¹⁹ La descripción detallada de cada uno de los módulos del programa se encuentra en el Anexo A.

promover hábitos de ahorro y planeación, y generalidades del sistema financiero. En esta sección el banco ofrece los siguientes cursos, que tienen una duración aproximada de 30 minutos, cada uno cuenta con un video introductorio, explicación interactiva y una actividad de preguntas antes de terminar, a continuación se relacionan la oferta de cursos:

- Sistema financiero
- Finanzas Personales y Familiares
- Seguridad y tecnología
- Objetivos específicos

1. **Mis finanzas para invertir:** Dirigido a orientar sobre temas de ahorro para el retiro entre adultos. La página tiene cuatro cursos:

- Cómo ahorrar e invertir para alcanzar sus metas.
- Cómo invertir en las principales empresas del país
- Invertir para el futuro
- Vocabulario del inversionista:

2. **Mis finanzas para mi negocio:** Ofrece tres temas exclusivamente para empresas que sean puntos Daviplata o corresponsales bancarios, para acceder a los temas relacionados abajo es necesario contar con un código que brinda el Banco, A continuación se relacionan los cursos enunciados en la página principal:

- Mejor comunicación, más clientes felices
- Conozca mejor a sus clientes, aumente sus ventas
- Conozca a su competencia, conviértase en la mejor opción

Igualmente, el banco dispone en la sucursal virtual del banco de enlaces que lo dirigen a los cursos relacionados con el producto que tenga el cliente. El programa de educación financiera está dirigido a 4 de los 5 grupos objetivos que define la ENEEF, como se observa en la tabla 9. También se observa un enlace al programa de Asobancaria, Saber más Ser más.

Tabla 9. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera de Davivienda

Contenidos	Educación formal	Etapa activa	Población vulnerable	Microempresarios	Previsión del retiro y protección de la vejez
	pre jardín a media	18 a 55 años	(pobreza - víctimas)	menos 10 empleados	etapa activa + pensionados y no pensionados
Mis finanzas en casa		X			
Aventuras en familia		X			
Monetarium el universo de los niños	X				
Mis finanzas para invertir					X
Mis finanzas para mi negocio				X	

Fuente: Elaboración propia.

El programa de educación financiera de Davivienda cubre los cuatro objetivos de la ENEEF, como se observa en la tabla 10.

Tabla 10. Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera de Davivienda

Objetivo Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEFF)	Mis finanzas en casa			
	Aventuras en familia	Monetarium el universo de los niños	Mis finanzas para invertir	Mis finanzas para mi negocio
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida.	X	X		
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez.			X	
Promover en la población el uso responsable del crédito.	X			
Fomentar en la población hábitos de prevención relacionados con situaciones de potencial fraude o afectación de los ingresos o el patrimonio.	X	X		X

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a comunicación, el programa de educación financiera de Davivienda se realiza por vía web, por medio de los enlaces que se relacionan en la tabla 35²⁰, el único requisito es registrar datos básicos, no es necesario ser cliente. En las páginas no se encuentran reportes relativos a la efectividad o seguimiento de resultados del curso.

3.4.3 Banco De Bogotá

El programa de educación financiera del Banco de Bogotá²¹ está disponible en la página web oficial de la entidad, donde usuarios y clientes pueden acceder, sin necesidad de registro, a información sobre 12 contenidos, que se relacionan a continuación:

1. ¿Qué es un Banco?:
2. Economía Familiar:
3. Ahorro e Inversión
4. Crédito y Endeudamiento
5. Seguridad Financiera
6. Tarjeta de Crédito:
7. Buen manejo de tus pagos:
8. Alternativas para ponerte al día
9. Pagar a tiempo es la mejor opción
10. ¿Cómo puedes evitar caer en mora?
11. ¿Qué tanto puedes endeudarte?
12. Organiza tu presupuesto:

Además de los contenidos mencionados, En banco dispone las siguientes herramientas para uso de los clientes:

- i. Mi presupuesto virtual.
- ii. Fútbol financiero: Juego en web donde el participante puede avanzar en la medida que responda preguntas sobre temas financieros correctamente, en caso de error la pelota pasa al oponente.

²⁰ Incluida en el Anexo E

²¹ Descrito en detalle en el Anexo B.

- iii. Cartilla de Educación Financiera: Corresponde a un documento PDF, realizado en colaboración con La Banca de Oportunidades, organismo del Estado, y aborda los temas de presupuesto, ahorro, préstamos y servicios financieros por medio de ilustraciones e historietas.
- iv. Saber más, ser más: Enlace que dirige al programa de educación financiera de Asobancaria.
- v. Artículos BDB: Corresponde a una revista virtual donde el banco brinda consejos para el uso de herramientas y productos financieros, en tanto que incluye pauta para adquirirlos con el banco.

La audiencia a la que se dirige el programa de educación financiera se encuentra en el grupo que la ENEEF clasifica como etapa activa, como se observa en la tabla 11, donde los otros grupos poblacionales de la estrategia nacional no son cubiertos bajo este programa.

Tabla 11. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera de Banco de Bogotá

	Educación formal	Etapa activa	Población vulnerable	Microempresarios	Previsión del retiro y protección de la vejez
Contenidos	pre jardín a media	18 a 55 años	(pobreza - víctimas)	menos 10 empleados	etapa activa + pensionados y no pensionados
¿Qué es un Banco?		X			
Economía Familiar		X			
Ahorro e Inversión		X			
Crédito y Endeudamiento		X			
Seguridad Financiera		X			
Tarjeta de crédito		X			
Buen manejo de tus pagos		X			
Alternativas para ponerte al día		X			
Pagar a tiempo es la mejor opción		X			
¿Cómo puedes evitar caer en mora?		X			
¿Qué tanto puedes endeudarte?		X			

Fuente: Elaboración propia

financiera de bancos comerciales colombianos

En cuanto los temarios del programa de educación financiera del Banco de Bogotá, se encuentra que todos los objetivos de la ENEEF son abordados por el en los diferentes módulos de la página web, como se ilustra en la tabla 12.

Tabla 12. . Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera del Banco de Bogotá

Objetivo Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEFF)	¿Qué es un Banco?	Economía Familiar	Ahorro e Inversión	Crédito y Endeudamiento	Seguridad Financiera	Tarjeta de crédito	Buen manejo de tus pagos	Alternativas para ponerte al día	Pagar a tiempo es la mejor opción	¿Cómo puedes evitar caer en mora?	¿Qué tanto puedes endeudarte?
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida.		X	X								
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez.	X										
Promover en la población el uso responsable del crédito.				X		X	X	X	X	X	X
Fomentar en la población hábitos de prevención relacionados con situaciones de potencial fraude o afectación de los ingresos o el patrimonio.					X						

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a comunicación, la web del programa de educación financiera del Banco de Bogotá no cuenta con reportes relativos a la efectividad o seguimiento de resultados del curso en ninguno de los enlaces identificados en la tabla 37²².

²² Incluida en el Anexo E.

3.4.4 BBVA Colombia

La web es el mecanismo que utiliza BBVA Colombia para desarrollar su programa de educación financiera, que se llama Adelante con tu futuro; de acuerdo con el sitio oficial del programa, el contenido fue desarrollado conjunto con el Museo Interactivo de Economía (MIDE). Allí los interesados deben registrar sus datos personales y de contacto, además crear un usuario y clave, para poder acceder a los cursos que duran aproximadamente 30 minutos. Dentro de los grupos poblacionales que define la ENEEF, el contenido pedagógico de este banco está dirigido a la población activa, como se observa en la tabla 13.

Cada taller consta de un resumen introductorio, un curso virtual donde por medio de imágenes, vídeos, y herramientas interactivas van orientando al usuario en los temas sobre finanzas personales. El entendimiento es evaluado con un examen de no más de 10 preguntas, que al ser respondidas correctamente emiten un diploma virtual. Los temas que ofrece el curso cubren el siguiente temario:

1. **El Ahorro:** El taller explica las ventajas y desventajas del ahorro formal e informal, el diseño de un plan de ahorro.
2. **Tarjeta de Crédito:** el taller expone las pautas para el uso de crédito, tipos de crédito, las fechas de corte y pago de una tarjeta de crédito, explicación del extracto de una tarjeta.
3. **Solicitud Crediticia:** Guía sobre la importancia de la salud financiera explicando qué es una central de información, el historial crediticio, cómo se interpreta, buenas prácticas para mantener un buen estado de crédito, indicaciones para obtener el historial crediticio personal.
4. **Canales transaccionales y seguridad bancaria:** Explica qué es un canal transaccional y sus diferentes modalidades. Relaciona pautas de seguridad en los canales, esquemas para robo de información y fraude.

Además, el Banco ofrece talleres de manera presencial a clientes, los interesados pueden consultar por los talleres en los contactos que relaciona la página del programa de educación financiera.

Tabla 13. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera del Banco BBVA

	Educación formal	Etapa activa	Población vulnerable	Microempresarios	Previsión del retiro y protección de la vejez
Contenidos	pre jardín a media	18 a 55 años	(pobreza - víctimas)	menos 10 empleados	etapa activa + pensionados y no pensionados
El Ahorro		X			
Tarjeta de crédito		X			
Salud crediticia		X			
Canales transaccionales y seguridad bancaria		X			

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los objetivos de la ENEEF, el programa del BBVA no cubre temas relativos a los hábitos de planeación y ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez, como se expone en la tabla 14.

Tabla 14. Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera del Banco BBVA

Objetivo Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENE EF)	El Ahorro	Tarjeta de crédito	Salud crediticia	Canales transaccionales y seguridad bancaria
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida.	X			
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez.				
Promover en la población el uso responsable del crédito.		X	X	
Fomentar en la población hábitos de prevención relacionados con situaciones de potencial fraude o afectación de los ingresos o el patrimonio.				X

Fuente: Elaboración propia

La página web del programa adelante con tu futuro²³ no brinda datos relativos al seguimiento o evolución del programa en ninguno de los enlaces indicados en la tabla 37.

3.4.5 Banco De Occidente

El programa de educación financiera del Banco de occidente se encuentra en la página web de la entidad. Para acceder a los contenidos²⁴ no es necesaria la creación de un registro ni brindar datos personales. En cuanto diseño, toda la información está organizada por imágenes que vinculan a un enlace que tiene un breve texto sobre cada uno de los 9 temas que ofrece el Banco, y que se relacionan a continuación:

1. ¿Cuáles son los métodos de ahorro más efectivos?

Brinda una breve explicación entre ahorrar en alcancía y medios formales.

2. 5 puntos a considerar para tener educación financiera y cambiar favorablemente tu economía

²³ Incluida en el Anexo E.

²⁴ Descritos en detalle en el anexo C.

Señala consejos sencillos (párrafos de máximo 4 líneas) para ahorrar, usar tarjeta de crédito, conceptos financieros y uso de la banca móvil del banco.

3. Diccionario Financiero

Ofrece significados cortos de términos y entidades del el sistema financiero colombiano.

4. Saca provecho a tus Productos y Servicios

En esta sección la entidad aborda, con contenidos cortos, 8 escenarios sobre finanzas personales y un aparte de consejos para emprendedores, indicando para cada situación características y usos para los productos y servicios que ofrece la entidad.

5. Uso de la Tarjeta de Crédito

Brinda una descripción breve, por medio de 4 enlaces, sobre las ventajas y pautas para el manejo de tarjetas, cada texto referido tiene como fuente a Asobancaria.

6. Manejo de canales electrónicos

Aconseja al usuario sobre hábitos para el manejo de medios de pago virtuales de forma segura, mitigando riesgos de fraude o robo de datos financieros.

7. Información para pensionados

Compuesta por una sección que se llama retiro laboral, donde se puede encontrar la definición de pensión, quiénes, cómo y cuánto se aporta para la seguridad social por retiro.

8. Cómo cuidar tu dinero

Al igual que la sección 7, en esta parte el programa continuó brindando pautas para la seguridad de la información financiera personal; además, señala recomendaciones al realizar transacciones en efectivo.

9. Cultura financiera

La sección explica de forma concisa el concepto y funciones de la figura del defensor del consumidor financiero.

En cuanto a los temarios, el programa de educación financiera del Banco de Occidente no presenta contenidos para población pre jardín a media y personas víctimas o en pobreza, como se describe en la tabla 15.

Tabla 15. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera del Banco de Occidente

	Educación formal	Etapa activa	Población vulnerable	Microempresarios	Previsión del retiro y protección de la vejez
Contenidos	pre jardín a media	18 a 55 años	(pobreza - víctimas)	menos 10 empleados	etapa activa + pensionados y no pensionados
¿Cuáles son los métodos de ahorro más efectivos?		X			
5 puntos a considerar para tener educación financiera y cambiar favorablemente tu economía					
Diccionario Financiero					
Saca provecho a tus Productos y Servicios		X		X	
Uso de la Tarjeta de Crédito		X			
Manejo de canales electrónicos		X			
Información para pensionados		X			X
Cómo cuidar tu dinero		X			X
Cultura financiera		X			X

Fuente: Elaboración propia

El programa de educación financiera del Banco de Occidente presenta cubrimiento a 3 de los cuatro objetivos de la ENEEF, faltando cubrir el fomento de hábitos de planeación y ahorro, como se describe en la tabla 16

Tabla 16. Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera del Banco de Occidente

Objetivo Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEEF)	¿Cuáles son los métodos de ahorro más efectivos?	5 puntos a considerar para tener educación financiera y cambiar favorablemente tu economía	Diccionario Financiero	Saca provecho a tus Productos y Servicios	Uso de la Tarjeta de Crédito	Manejo de canales electrónicos	Información para pensionados	Cómo cuidar tu dinero	Cultura financiera
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida.									
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez.	X						X		
Promover en la población el uso responsable del crédito.					X				
Fomentar en la población hábitos de prevención relacionados con situaciones de potencial fraude o afectación de los ingresos o el patrimonio.						X		X	

Fuente: Elaboración propia

La página web del programa de Educación financiera del Banco de Occidente es el principal medio de comunicación; en los diferentes enlaces, consultados en febrero 2019²⁵, no presenta reportes sobre la evolución y alcance del contenido.

3.4.6 Scotiabank Colpatria

El programa de educación financiera del Banco Scotiabank Colpatria está dispuesto en la página web de la entidad y se enfoca en finanzas personales. Para acceder a los

²⁵ Ver relación de enlaces en la tabla 38 que se encuentra en el Anexo E

contenidos²⁶ el usuario debe crear un registro diligenciando datos personales. Asimismo, el programa cuenta con un vínculo al programa de educación financiera de Asobancaria, “Saber más ser más”.

El diseño fue elaborado con apoyo de la Universidad Sergio Arboleda. Además, el temario está organizada en 7 partes que vinculan a otros sub temas con textos sencillos, cuyo contenido se relacionan a continuación:

1. Lo que necesitas saber:

La sección cuenta con la descripción sencilla de un listado de 11 temas relacionados con las finanzas personales y estructura del sistema financiero, donde el usuario puede profundizar en términos por medio de enlaces. A continuación se relaciona el listado de contenidos:

- 1.1. Finanzas personales
- 1.2. Qué es un banco
- 1.3. Qué es la fiduciaria
- 1.4. El ahorro y el crédito
- 1.5. Conceptos importantes: Aborda 3 conceptos, tasa de interés, impuestos e indicadores económicos.
- 1.6. Derechos del consumidor financiero: Explica la figura del Defensor del Consumidor Financiero.
- 1.7. Habeas data: Por medio de un documento en PDF, desarrollado por el programa de educación financiera “saber más ser más” de la Asobancaria, explica los mismos interrogantes del contenido indicado previamente, ver numeral 1.7.
- 1.8. Qué es phishing: Dirige a un documento en PDF, desarrollado por el programa de educación financiera “saber más ser más” de la Asobancaria.
- 1.9. Evita el fleteo: Dirige a un documento en PDF, desarrollado por el programa de educación financiera “saber más ser más” de la Asobancaria, donde advierte cómo funciona el fleteo, y aspectos a prevenir al retirar dinero en sucursales de un banco.

²⁶ La descripción detallada de los contenidos se encuentra en el Anexo D.

- 1.10. Consejos de seguridad con tarjeta de crédito: PDF ilustrado con 4 sugerencias de seguridad sobre pagos por medio de tarjeta y uso de soportes bancarios.

2. Prepárate para la vida

Segundo tema está dividido en tres partes, la primera dedicada a seguros, asegura tu día a día; el segundo enlace aborda tipos de financiación, planeando el futuro; finalmente, el tercer vínculo, tiempos difíciles, aborda la administración del dinero en momentos de recesión, cada parte tiene subtemas, como se describe a continuación.

3. El ahorro

Módulo compuesto de los siguientes tres subtemas:

- 3.1. El ahorro
- 3.2. Presupuesto y prioridades
- 3.3. Cuentas bancarias

4. El crédito

La sección de crédito se compone de dos partes, como se describe a continuación:

- 4.1. Tipos de préstamos y deuda: Explica la clasificación de créditos de acuerdo al respaldo o garantía. Adicionalmente, brinda aspectos que una persona debe considerar al tomar una decisión de endeudamiento.
- 4.2. ABC del historial crediticio: Este contenido es el mismo que se resume en el numeral 1.4 del programa de educación financiera del Banco Scotia Colpatría.

5. La Inversión

Contenido que incluye cinco subtemas, como se relaciona posteriormente.

- 5.1. ¿Qué es inversión?
 - 5.1.1. Cdt's, certificados de depósito a término
 - 5.1.2. Dtv's, depósitos a términos virtuales
 - 5.1.3. Fondos de inversión colectivos
 - 5.1.4. Fondos de pensiones voluntarios
 - 5.1.5. Fideicomiso de banca de inversión

6. Tu seguridad

6.1. Servicios electrónicos: Informa las modalidades más comunes de estafas por medios electrónicos; igualmente, relaciona consejos para evitar ser víctima de los casos explicados.

6.2. Manejo de tarjetas crédito y débito: Previene al consumidor sobre casos donde puede ser víctima de estafadores durante el uso del plástico, y las advertencias para evitar inconvenientes de seguridad.

7. Niños – Juegos

La sección de niños ofrece un juego interactivo para niños donde un personaje femenino o masculino, se puede elegir, explica qué es ahorrar, por qué ahorrar, cómo se ayuda a la familia por medio del ahorro, cómo ahorrar en el colegio, mecanismos para ahorrar a través de internet.

Respecto al temario, el programa de educación financiera del Banco Scotiabank Colpatria no presenta contenidos para población vulnerable ni microempresarios, como se describe en la tabla 17.

Tabla 17. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera del Scotiabank Colpatria

	Educación formal	Etapas activa	Población vulnerable	Microempresarios	Previsión del retiro y protección de la vejez
Contenidos	pre jardín a media	18 a 55 años	(pobreza - víctimas)	menos 10 empleados	etapas activa + pensionados y no pensionados
Lo que necesitas saber		X			X
Prepárate para la vida					X
El ahorro		X			X
El crédito		X			X
La Inversión		X			X
Tu seguridad		X			X
Niños - Juegos	X				

Fuente: Elaboración propia

Al evaluar el cubrimiento a los objetivos de la ENEEF por parte del programa de educación financiera del Banco Scotiabank, en la tabla 23 se observa integridad en el alcance.

Tabla 23. Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera del Scotiabank Colpatria

Objetivo Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEFE)	Lo que necesitas saber	Prepárate para la vida	El ahorro	El crédito	La Inversión	Tu seguridad	Niños - Juegos
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida.	X		X		X		X
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez.		X					
Promover en la población el uso responsable del crédito.	X			X			
Fomentar en la población hábitos de prevención relacionados con situaciones de potencial fraude o afectación de los ingresos o el patrimonio.						X	

Fuente: Elaboración propia

El principal canal de difusión del programa de Educación financiera del Banco Scotiabank Colpatria es la página web; durante la exploración realizada, durante marzo 2019 en los enlaces relacionados en tabla 39²⁷, no se obtuvieron reportes sobre la evolución y alcance del contenido.

3.4.7 Itaú Corpbanca Colombia S.A.

El Banco Itaú ofrece su programa de educación financiera a través de la página web de la entidad, donde cualquier usuario puede consultar desde el menú de servicio al cliente. El acceso no requiere un registro, y cuenta con 4 secciones, canales electrónicos, preguntas frecuentes, consejos de seguridad y habeas data.

Al final de la página principal del curso se encuentran vínculos para que el usuario acceda a los programas de educación financiera que ofrecen entidades sectoriales, tales como:

²⁷ Incluida en el Anexo E

- viii. Asobancaria, que ha creado el programa “Saber más, Ser más”. Además, Itaú vincula en su página videos de esta iniciativa.
- ix. Autorregulador del Mercado de Valores, AMV, que diseñó el programa, Educación Financiera para Todos.
- x. Asofiduciarias: que dirige contenidos sobre productos y servicios fiduciarios.
- xi. Fasecolda: Brinda el programa “Viva seguro”, que corresponde a la iniciativa educativa del sector asegurador colombiano.

A continuación se describen las cuatro secciones de la propuesta pedagógica del Banco Itaú.

1. canales electrónicos: Explica cómo acceder y qué transacciones se pueden hacer en la banca online, banca móvil, banca virtual, banca telefónica, App Personas de la entidad, señalando recomendaciones generales de seguridad.
2. Preguntas frecuentes: Responde a inquietudes sobre el uso y características de los servicios que ofrece el Banco.
3. Consejos de seguridad: Aborda aspectos que una persona debe tener en cuenta a la hora de utilizar alguno de los siguientes medios:
 - 3.1. Seguridad Bancaria: Explica qué es un fraude, casos en los que se presenta y recomendaciones para evitar robos. En una segunda sección, teléfono, advierte que el Banco no solicita datos personales por teléfono, y orienta al lector sobre las prevenciones para tener en cuenta al usar este medio. En tercer lugar, se presenta un texto sobre precauciones que debe tener el usuario al acudir a una oficina bancaria. Finalmente, se encuentra una parte dedicada a consejos sobre el uso de cajeros electrónicos.
 - 3.2. Seguridad Digital: Relaciona recomendaciones que una persona debe considerar al usar internet, banca online, definición de contraseñas, dispositivos móviles y compras online.
 - 3.3. Seguridad Personal: Indica precauciones a tomar al estar la calle o eventos, vehículos, transporte público, vacaciones y durante las compras.
 - 3.4. Consejos de Seguridad: lista 10 consejos de seguridad básicos asociados al uso de medios electrónicos

3.5. Conceptos de Seguridad: El usuario puede encontrar una explicación básica de antivirus, firewall, criptografía, token y fraude.

4. Habeas data: Sección de preguntas sobre ley de datos y manejo de información en centrales de crédito, refiriendo apartes de la norma y enlaces donde el usuario puede ahondar sobre el marco normativo externo que regula el uso de datos.

Al revisar los contenidos del programa de educación financiera del Banco Itaú se encuentra que la información se dirige hacia personas en etapa activa y mayores, como se ilustra en la tabla 18.

Tabla 18. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de educación financiera del Banco Itaú

	Educación formal	Etapa activa	Población vulnerable	Micro-Empresarios	Previsión del retiro y protección de la vejez
Contenidos	pre jardín a media	18 a 55 años	(pobreza - víctimas)	menos 10 empleados	etapa activa + pensionados y no pensionados
Canales electrónicos		X			X
Preguntas frecuentes		X			X
Consejos de seguridad		X			X
Habeas Data		X			X

Fuente: Elaboración propia

Frente a los objetivos de la ENEEF, el programa de educación de Itaú cubre dos de los cuatro objetivos, como se indica en la tabla 19. La página no ofrece contenidos sobre planeación y ahorro en diferentes etapas de la vida, tampoco elementos sobre esquemas previsionales de ahorro para la vejez.

Tabla 19. Cubrimiento de los objetivos de la ENEEF por parte de los canales de educación financiera del Banco Itaú

Objetivo Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEFF)	Canales electrónicos	Preguntas frecuentes	Consejos de seguridad	Habeas Data
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida.				
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez.				
Promover en la población el uso responsable del crédito.				X
Fomentar en la población hábitos de prevención relacionados con situaciones de potencial fraude o afectación de los ingresos o el patrimonio.			X	

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la difusión, el principal medio es la página web del Banco, que fue revisada en marzo 2019 en los enlaces indicados en tabla 40²⁸, sin observar reportes sobre la consulta, y desarrollo del programa de educación financiera.

3.5 Similitudes y diferencias entre los programas de bancos evaluados

Con base en la caracterización de los programas de educación financiera evaluados en el numeral 3.4, se encontrarán similitudes y diferencias sobre los siguientes elementos:

- Cubrimiento de audiencia objetivo
- Alcance a los objetivos de la ENEEF
- Medios de comunicación, referencias y reportes.

²⁸ Incluida en el Anexo E.

3.5.1 Similitudes y diferencias relativas al cubrimiento de audiencia objetivo de la ENEEF.

Los siete bancos evaluados ofrecen contenidos a 4 de los 5 grupos poblacionales que busca abordar la ENEEF; como primera similitud entre los programas evaluados se observa que la población vulnerable, definida como personas con dificultades para generar impuestos, en condiciones de pobreza o que han sido afectadas por el conflicto armado (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y financiera, 2017, pp. 33–34), no se encuentra cubierta con temas específicos o diferenciadores. Cabe anotar que el 64% de los contenidos para la muestra de bancos revisada se dirige hacia personas en etapa activa, entre 18 y 55 años, seguido por aproximadamente una cuarta parte (24%) de los temas desarrollados refieren temas generales para el grupo denominado previsión del retiro y protección de la vejez. Además, la oferta de contenidos para microempresarios y niños es del 7% dentro de los contenidos observados. El detalle de la cantidad de temarios por audiencia se encuentra.

Con base en este resultado indicado en la tabla 20, se encuentra como un segundo elemento de semejanza que todos los bancos de la muestra ofrecen contenidos para la población en etapa activa, definida por la ENEEF; como primer elemento heterogéneo, se encuentra el alcance de los temas hacia niños y microempresarios donde tres de los siete bancos evaluados han creado espacios enfocados en población infantil y microempresarios. Igualmente, la oferta de información para el grupo de pensionados y no pensionados se encuentra en 4 bancos.

Tabla 20. Audiencias a la que se dirigen los contenidos de los bancos evaluados

Banco	Educación formal	Etapas activa	Población vulnerable	Microempresarios	Previsión del retiro y protección de la vejez
	pre jardín a media	18 a 55 años	(pobreza - víctimas)	menos 10 empleados	etapas activa + pensionados y no pensionados
Bancolombia	2	3	0	2	0
Davivienda	1	2	0	1	1
Banco de Bogotá	0	11	0	0	0
BBVA Colombia	0	4	0	0	0
Banco de Occidente	0	7	0	1	3
Scotiabank Colpatria	1	5	0	0	6
Itaú Corpbanca Colombia	0	4	0	0	4
Total	4	36	0	4	14
Participación	7%	62%	0%	7%	24%

Fuente: Elaboración propia.

3.5.2 Similitudes y diferencias relativas al alcance de los objetivos de la ENEEF.

Todos programas de educación financiera evaluados brindan contenidos que tienen relación con 2 de los 4 objetivos definidos por la ENEEF, como se resume en la tabla 21. El primer objetivo con mayor concentración (39%) de oferta de información es promover en la población el uso responsable del crédito; el segundo objetivo que agrupa (24%) de los contenidos de los programas evaluados es fomentar en la población hábitos de prevención relacionados con situaciones de potencial fraude o afectación de los ingresos o el patrimonio.

El objetivo que busca fomentar los hábitos de planeación y ahorros en diferentes etapas de la vida cuenta con el 22% de los contenidos encontrados en los programas de educación financiera evaluados. Finalmente, la meta de fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida es donde se encuentra la menor cantidad (15%) de los contenidos encontrados en la muestra de bancos seleccionados.

Tabla 21. Cubrimiento a los objetivos de la ENEEF por parte de los contenidos de educación financiera evaluados.

Objetivo Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEFF)	Bancolombia	Davivienda	Banco de Bogotá	BBVA Colombia	Banco de Occidente	Scotiabank Colpatría	Itaú Corpbanca	Total	Participación
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida.	1	2	2	1	0	4	0	10	22%
Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez.	2	1	1	0	2	1	0	7	15%
Promover en la población el uso responsable del crédito.	4	1	7	2	1	2	1	18	39%
Fomentar en la población hábitos de prevención relacionados con situaciones de potencial fraude o afectación de los ingresos o el patrimonio.	2	3	1	1	2	1	1	11	24%

Fuente: Elaboración propia.

3.5.3 Similitudes y diferencias relativas los medios de comunicación, referencias y reportes.

Una característica generalizada entre los bancos seleccionados es que la página de internet oficial es el principal medio de comunicación. Si bien la información es gratuita, es necesario crear un usuario, indicando datos básicos, en 4 de los 7 bancos revisados, como se detalla en la tabla 22. En contraste, el uso de logos, referencias a productos o servicios en los contenidos se encuentra es un elemento común y la referencia de apoyo al programa de Asobancaria Saber más Ser más.

Tabla 22. Exigencia para creación de usuario para acceder al programa de educación financiera y referencias corporativas

Banco	Exigencia creación usuario	Uso o mención de imagen corporativa, productos o servicios	Referencia a programas de educación financiera sectoriales
Bancolombia	✓	✓	✓
Davivienda	✓	✓	✓
Banco de Bogotá	✗	✓	✓
BBVA Colombia	✓	✓	✗
Banco de Occidente	✗	✓	✓
Scotiabank Colpatria	✓	✗	✓
Itaú Corpbanca Colombia	✗	✓	✓

Fuente: Elaboración propia.

Convenciones: ✓= Identificado: ✗= No identificado

La revisión de elementos comunes y heterogéneos entre los programas de educación financiera de los siete bancos evaluados permite encontrar 6 similitudes, como se resume en la tabla 23, y 5 aspectos donde las prácticas son diferenciadas.

Tabla 23. Resumen similitudes y diferencias entre programas de educación financiera evaluados

Bancos	Elemento común	Elemento heterogéneo
Oferta de contenidos para población activa entre 18 y 55 años.	X	
Sin oferta especializada para el grupo poblacional de Previsión del retiro y protección de la vejez etapa activa + pensionados y no pensionados.	X	
Oferta de contenidos para niños, microempresarios, pensionados y no pensionados		X
Cubrimiento al objetivo de fomentar el uso responsable del crédito y prevención de fraudes	X	
Cubrimiento al objetivo de fomentar los hábitos de planeación y ahorro en diferentes etapas de la vida		X
Cubrimiento al objetivo de Fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez.		X
La página web es el canal de comunicación del programa de educación financiera.	X	
Creación de un usuario diligenciando datos personales, para acceder a la información		X
Uso de logos o referencias de productos o servicios de la entidad financiera.	X	
No se encuentran indicadores de seguimiento o reporte de evolución en términos de alcance o estadísticas de uso del programa.	X	
Se encuentra un enlace disponible para el programa de educación financiera sectorial de Bancos, ofrecido por Asobancaria, denominado Saber más, Ser más.		X

Fuente: Elaboración propia.

4. Análisis de elementos internos y externos en los programas de educación financiera evaluados

El propósito de este capítulo es analizar el programa de educación financiera de los principales bancos comerciales colombianos buscando características, brechas y limitaciones, identificadas con base en elementos internos y externos de la entidad. Para ello, se seleccionan los bancos evaluados en el capítulo 2, dado que por cotizar en la Bolsa de Valores de Colombia (BVC), instrumentos de deuda o de patrimonio, tienen la obligación de revelar sobre sus gestiones actuales y presupuestadas, de esa manera abordar los elementos internos. Además, se elabora un sondeo de opinión por medio de un cuestionario entre consumidores financieros que pertenezcan al grupo poblacional de edad activa y de retiro que define la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (ENEEF), los cuales responden voluntariamente, con el propósito de obtener elementos externos a considerar en el análisis de un programa de educación para un banco comercial.

4.1 Diseño metodológico

El capítulo está dividido en dos partes, en la primera se aborda el análisis de brechas y limitaciones de programas de educación financiera frente a elementos internos, entendidos como los lineamientos estratégicos de cada entidad para llevar a cabo el programa de educación financiera. Para obtener dichas orientaciones corporativas, se acudió a una revisión documental de los Informes de Gestión anual, teniendo en cuenta que todos los bancos evaluados en el capítulo 3, por el hecho emitir instrumentos financieros de deuda o patrimonio en la Bolsa de Valores de Colombia, tienen la obligación, de acuerdo al artículo 1.2.2 de la Circular Única de la Bolsa de Valores de Colombia (BVC, 2019, pp. 14–15), de reportar en la página web a los inversionistas actuales y potenciales un informe anual de gestión; en estos documentos la Gerencia informa los principales hechos relacionados con la administración y estrategia del negocio, con lo cual el público se entera de los proyectos y prioridades internas de las entidades. Con base en los reportes más recientes se buscará determinar si en la estrategia corporativa o proyectos en curso se adelantan esfuerzos relativos a la educación financiera aparte del programa disponible en la página web, que se caracterizó en el capítulo 3.

En segundo lugar, buscando brechas y limitaciones frente a elementos externos, se diseñó un sondeo de opinión por cuestionario de administración indirecta, dirigida a la población activa definida en la ENEEF, que corresponde a personas entre 18 y 55 años, y del grupo de previsión para el retiro y protección de la vejez, con el fin de determinar las opiniones de los consumidores financieros que no conocen de este tipo de iniciativas y las experiencias de aquellos que han tenido contacto con los programas estudiados. Se recurre a método de recopilación por cuestionario, puesto que es una estrategia apropiada para el conocimiento de (Quivy & Carnpenhoudt, 2005, pp. 181–183). Previo a publicar el cuestionario, el mismo fue evaluado y aprobado por un profesor de la facultad ciencias económicas de la Universidad Nacional, de manera que se confirmara la pertinencia de cada uno de los ítems para medir la variable objeto de estudio y su correspondencia con los objetivos de investigación, así como para evaluar la redacción de cada pregunta. El sondeo se

realiza por medio de un formulario electrónico y buscará indagar las opiniones y sugerencias respecto al programa de educación financiera de los bancos evaluados en el tercer capítulo.

4.2 Análisis de brechas y frente a elementos internos.

Teniendo en cuenta que todos los bancos seleccionados en el capítulo 2 tienen la obligación de publicar en sus páginas web oficiales un informe de gestión anual, puesto que cotizan instrumentos financieros en la BVC. Se consultan las versiones más recientes de tales documentos verificando, como un elemento interno, si se han definido lineamientos estratégicos relativos al programa de educación financiera. Ya que allí se describen la estrategia corporativa, avances de proyectos entre otros temas de índole cuantitativa y cualitativa adelantada por la Alta Gerencia.

4.2.1 Bancolombia

La estrategia, de acuerdo al Informe de Gestión de 2018, se enfoca en 5 pilares, i) crecimiento rentable y sostenible, ii) innovación, iii) experiencia superior del cliente, iv) excelencia operacional y tecnológica y v) cultura humanista y alto desempeño (Bancolombia, 2019, p. 19). Al consultar por las iniciativas de cada prioridad estratégica no se encuentra una mención directa al programa de educación financiera. Salvo en los siguientes apartes:

“(...) Educación financiera rural: durante el 2018 y en trabajo conjunto con diferentes áreas del Banco, emprendedores, empresas aliadas y productores, crearon un curso de educación financiera pensado en las necesidades del sector rural, con el que 165 personas del Urabá antioqueño aprendieron a gestionar mejor sus recursos y a adoptar comportamientos y conocimientos que les permitirán tomar mejores decisiones para sus vidas y sus negocios. 45 Gracias al éxito y la acogida, en el 2019 estaremos llevando a otras poblaciones rurales de Colombia”(Bancolombia,

2019, pp. 44–45). Sobre este punto la página del programa de educación financiera no presenta referencia.

“(…) Se dinamizó la estrategia de educación financiera a través de comunicaciones, medios de comunicación, piezas publicitarias, redes sociales, el sitio de contenidos, bus escuela, entre otros”(Bancolombia, 2019, p. 88)

“(…) Más de 3 millones de visitas recibió la serie de educación financiera Cómo con Bancolombia, que con 95 videos interactivos nos permitió enseñarles a nuestros clientes los beneficios y el mejor uso de nuestro portafolio de productos y servicios, acompañado de un proceso educativo sobre seguridad en los servicios financieros”(Bancolombia, 2019, p. 127).

Con base en la información referida se observa referencias al desarrollo de actividades de inducción para el uso del portafolio del banco. Sin embargo, no se encuentra al programa de educación financiera integrado a algún pilar estratégico, ni referencia a metas o propósitos trazados para el desarrollo del programa.

4.2.2 Davivienda

De acuerdo a la carta del Presidente, incluida en el Informe de Gestión de 2018, la estrategia del Banco se enfoca en la gestión de riesgos, eficiencia de operaciones y la calidad del servicio y una estrategia de sostenibilidad (2018, pp. 5, 13), la cual se basa en 4 ámbitos, que se ilustran en la gráfica 5, y que incluyen a la educación financiera.

Gráfica 5 Estrategia de Sostenibilidad del Banco Davivienda



Fuente: Davivienda (2018, p. 13)– Resaltado amarillo del autor.

En cuanto a la educación financiera, el Informe de Gestión indica

“Desarrollamos nuestra estrategia buscando afianzar la educación financiera como un valor agregado a los negocios en Colombia y Centroamérica”(Banco Davivienda S.A., 2018, p. 13).

Además, como iniciativa implementada en 2018, El Presidente del Banco Davivienda señala la aplicación **He gastado**, Con la cual los clientes pueden administrar su dinero (Banco Davivienda S.A., 2018, p. 13), sobre el uso de la aplicación, la presentación a Accionista indica *“más de 703.000 colombianos beneficiados”*(Banco Davivienda S.A., 2019, p. 28) . En segundo lugar, el portal **Mis finanzas en Casa**²⁹se complementa con opciones para personas con discapacidad visual o auditiva.(Banco Davivienda S.A., 2018, p. 13)

El reporte corporativo permite encontrar a la educación financiera integrada a la estrategia del negocio. No obstante, no se encuentra información sobre la evolución del programa, expectativas y proyectos, que permitan analizar el desempeño de las iniciativas pedagógicas emprendidas.

²⁹ Describo en el numeral 3.4.2 de la investigación.

4.2.3 Banco de Bogotá

El reporte anual de 2018 informa, en la carta del Presidente, avances en el programa de educación financiera hacia población infantil, joven, etapa activa y microempresarios; Además destaca la capacitación a 40395 personas por medio de conferencias presenciales (Banco de Bogotá, 2018, p. 9). Sobre estos hechos vale la pena mencionar que, en los enlaces evaluados, ver tabla 15, para el programa de educación financiera publicado en la página web no se encuentra reporte sobre las iniciativas incluidas en el Informe del Presidente.

En la tercera parte del Informe de Gestión, refirieren a las principales actividades adelantados para la banca de microempresas, incluyendo una sección de inclusión financiera, cuyo párrafo dice *“Buscamos brindar mayores oportunidades de crecimiento a las personas y microempresas, promoviendo la bancarización, a través de un amplio portafolio que incluye productos y educación financiera.”* (Banco de Bogotá, 2018, p. 50).

En la misma sección, el Banco de Bogotá (2018) menciona que en 2018 puso en servicio una oficina móvil, tipo furgón, que complementa la estrategia de inclusión financiera llamada “Un viaje por el progreso del país”, visitando 41 municipios en 8 departamentos. Sobre esta oficina, el Informe de gestión describe:

“Esta nueva oficina móvil está equipada con nuestros principales canales transaccionales: Internet, Banca Móvil, Servilínea y dos puntos para asesoría y venta de productos del portafolio del Banco; cuenta, además, con herramientas audiovisuales que permiten realizar jornadas de educación financiera, brindando información sobre el uso de los productos y servicios del Banco.” (2018, p. 50)

Más adelante, el Banco de Bogotá informa, en relación con la gestión realizada sobre la captación, que apoyando a la educación financiera y hábitos de ahorro para menores de edad se logró la vinculación de 21340 jóvenes (Banco de Bogotá, 2018, p. 59)

En la última sección del Informe de Gestión 2018, dedicada a la estrategia de responsabilidad social, el Banco de Bogotá engloba lo relativo a educación financiera, destacando que la misma enfoca sus esfuerzos pedagógicos en 4

audiencias, niños, jóvenes, adultos y microempresarios, con actividades presenciales, relacionadas en las gráficas 6 y 7.

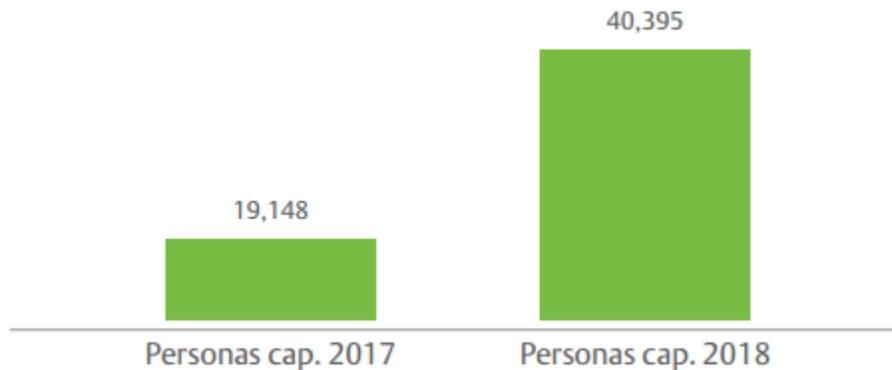
Gráfica 6. Actividades de capacitación presencial del Banco de Bogotá en 2018



Fuente (Banco de Bogotá, 2018, p. 98)

Frente al año 2017 el número de personas capacitadas aumentó en un 109%, como se representa en la gráfica 7, debido a la presencia de aulas móviles (Banco de Bogotá, 2018, p. 100).

Gráfica 7. Número de personas capacitadas presencialmente en acciones de educación financiera



Fuente (Banco de Bogotá, 2018, p. 98)

En cuanto a aportes, el Banco de Bogotá informa la alianza con la Fundación Alemana, cuyo apoyo en 2018 ascendió a COP \$1.700 Millones para la promoción de la educación financiera a través del micro crédito (Banco de Bogotá, 2018, p. 107). Igualmente, sobre este socio estratégico el Informe de Gestión de Banco de Bogotá indica que *“ejecuta proyectos de apoyo y capacitación a instituciones financieras que promueven el desarrollo económico y social en países en desarrollo”*(2018, p. 109). El banco de Bogotá está aliado con la fundación alemana, desde 2016, recibiendo apoyo el programa “Educación Financiera para la vida”, por medio del cual llegan a municipios del país, capacitando 65.000 personas, entre las que el 74% corresponde a niños y jóvenes (Banco de Bogotá, 2018, p. 109).

El Banco de Bogotá resalta que los talleres que apoya la Fundación Alemana son dictados por profesionales en pedagogía y educación financiera, dedicando entre una y dos horas de clase para adultos, jóvenes y universitarios, quienes reciben formación de acuerdo con su necesidad y propósito. Como meta, se propone que el programa se extienda a todo el eje cafetero y la costa Atlántica, estimando capacitar al menos 12.000 personas (Banco de Bogotá, 2018, p. 109).

El Banco de Bogotá integra la educación financiera a su estrategia de responsabilidad social, y relacionando como propósito la explicación de sus productos como un valor agregado. Con base en la información provista, se observa como reto el aumento en la población a capacitar.

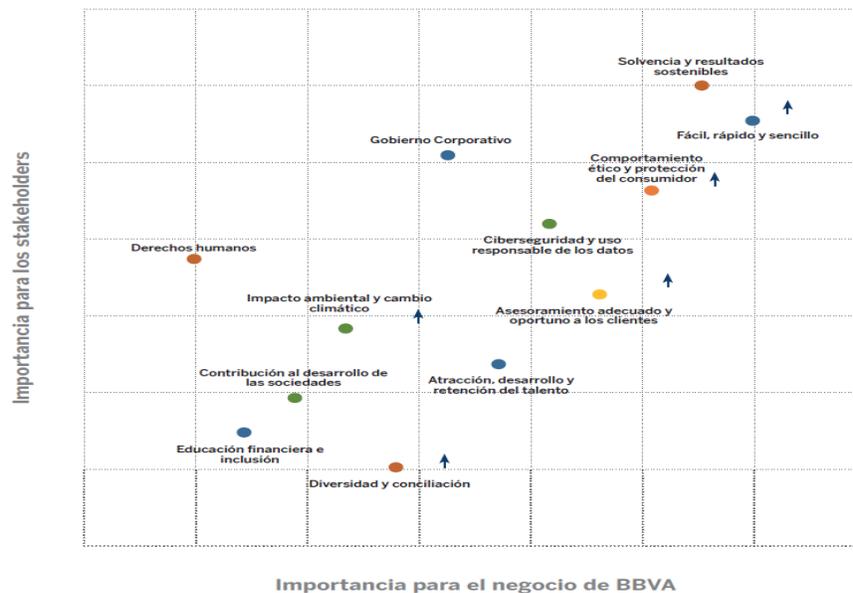
4.2.4 BBVA Colombia

El Banco, de acuerdo al Informe Individual del Banco BBVA Colombia (2018), enmarca a la educación financiera como uno de los pilares dentro del modelo de banca responsable. Igualmente, entre los 12 asuntos que los multistakeholders consideran relevantes ubican a la educación financiera en el número 11 señalando que: *“Los stakeholders esperan que el banco contribuya a la inclusión y bancarización de las personas más excluidas como vía para la mejora de sus condiciones de vida. También esperan que proporcione educación para facilitar su buena salud financiera.*(BBVA, 2018, p. 57). En cuanto a prioridad, al organizar los

asuntos de interés en la matriz de materialidad, la educación financiera se representa en el penúltimo lugar de la gráfica 8.

Además, el Banco BBVA Colombia informa que durante 2018 cumplió a cabalidad con las exigencias del Sistema de Atención a los Consumidores financieros, cuyas instrucciones incluyen al programa de educación financiera³⁰ En cuanto a 2019, la entidad continuará creando contenidos en la página web para clientes y usuarios sobre conceptos financieros y administración de las finanzas personales ; como otro de los propósitos que apoya la integridad de los negocios, el banco informa que promociona la educación financiera y suministro de información en la contratación de los productos del Banco (BBVA, 2018, pp. 134, 136, 169).

Gráfica 8. Matriz de materialidad BBVA Colombia



Fuente: (BBVA, 2018, p. 60)

En cuanto la inversión los programas sociales, el programa de la página web “Adelante con tu futuro” concentró el 9,8%, capacitando 44.000 personas, y “Escuela para el emprendimiento BBVA” obtuvo el 29,9% de los COP \$6192 millones destinados por el banco que se detallan en la gráfica 9.

³⁰ Descrito en el numeral 3.4.4. del documento

Gráfica 9 Inversión en programas sociales del BBVA durante 2018

Prioridades estratégicas	Inversión	%
Educación		
Educación Financiera "Adelante con tu futuro"	\$ 606	9,78
Educación Financiera "Escuela para el emprendimiento BBVA"	1.789	28,89
Educación y formación para los negocios	280	4,52
Educación para la sociedad	1.856	29,97
Productos alto impacto social		
Apoyo a Pymes para el crecimiento	380	6,13
Otras líneas estratégicas		
Deporte y cultura	155	2,50
Apoyo a entidades sociales	537	8,67
Otros	589	9,51
Total	\$ 6.192	100

Fuente: (BBVA, 2018, p. 218)

Además del programa de la página web, el banco implemento aulas móviles a través de las que dictan talleres sobre finanzas personales (BBVA, 2018, p. 220).

Los propietarios tienen dentro de los intereses a la educación financiera, y los esfuerzos para responder a esos intereses se continúan dirigiendo hacia el programa de la página web y escuela para el emprendimiento.

4.2.5 Banco de Occidente

A corte abril 2019, el reporte más actualizado³¹ sobre gestión social del Banco de Occidente es del año 2017, por lo cual, a continuación se relacionan los aspectos sobre educación financiera desarrollados y esperados. La entidad informa 2 objetivos fundamentales para el programa de educación financiera:

“Divulgar temas que contribuyan a la comprensión y aplicación de los conceptos financieros, orientados a lograr que la población conozca la existencia y beneficios de los distintos productos, servicios y canales de atención del sistema

³¹ En abril de 2019.

financiero, de manera que se genere una cultura de planeación financiera y de prevención de riesgos.

Acercar a los colombianos al sistema financiero para construir una sana relación con las instituciones financieras cimentada en la confianza de la población tanto en las entidades como en los mecanismos de protección al consumidor financiero”. (Banco de Occidente, 2017, p. 45)

Finalmente, el Informe destaca que el Banco brinda, como un servicio especial, educación financiera a través de asesores de servicio (Banco de Occidente, 2017, p. 51). Con base en la información publicada no se observan expectativas, personas capacitadas o proyectos relativos a la educación financiera; tampoco se identifica si los esfuerzos pedagógicos se articulan con la estrategia de la entidad.

4.2.6 Scotiabank Colpatria

De acuerdo con el Informe de Gestión de Scotiabank Colpatria (2018), aparte del programa de educación financiero descrito en el numeral 2.4.6 de la investigación, la entidad ha realizado actividades para empleados y clientes. Para el primer grupo se describen las siguientes actividades:

- Mi día en Scotiabank Colpatria: Donde los hijos e 50 trabajadores conocen el lugar de trabajo de los padres y reciben una charla sobre educación financiera abren una cuenta, entre otros.
- Programa de capacitación “Mis Finanzas, Mi responsabilidad”: Actividad recibida por 64 empleados sobre finanzas personales,
- Finanzas saludables: Campaña donde se publican consejos sobre finanzas personales en medios internos.
- invierte en ti: Campaña donde los empleados compartieron consejos sobre educación financiera en redes sociales corporativas.
- Boletín RSC: Mensualmente el área de Responsabilidad Social Corporativa publica recomendaciones sobre finanzas personales.

En cuanto a la comunidad, por medio de una alianza con la fundación Junior Achievement y su el programa “Economía para el Éxito” que integra la educación financiera al proyecto de vida de jóvenes en los últimos tres años de bachillerato,

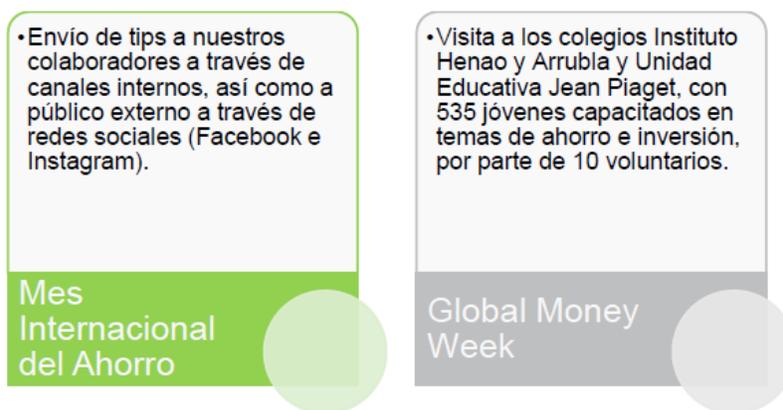
participaron 26 voluntarios del banco en la formación a 1091 adolescentes de colegios públicos de la capital. En esta actividad desarrollaron la actividad “Innovation Camp” donde los participantes deben proponer soluciones a problemas financieros cotidianos (Scotiabank Colpatría, 2018, p. 38).

Basado en el Informe de Gestión, la educación financiera no se identifica enlazada con proyectos, estrategias o intereses de los propietarios.

4.2.7 Itaú Corpbanca Colombia

El Informe de Gestión y Sostenibilidad del Banco Itaú (2018), refiere que la estrategia de sostenibilidad tiene dentro de sus tres ejes a la educación financiera, la cual se dirige hacia finanzas personales por medio de una metodología propia, donde voluntarios del banco realizaron 38 talleres para 599 personas en Bogotá, entre clientes, proveedores, empleados. Además, el banco participó en las iniciativas de gremios, como Asobancara, Autorregulador del Mercado de Valores (AMV), en las actividades Mes internacional del Ahorro y Global Money Week, promovido por Child and Youth Finance International, que busca fortalecer competencias blandas en la toma de decisiones financieras (Banco Itaú, 2018, p. 41). En la gráfica 10 se ilustran las actividades realizadas en cada campaña

Gráfica 10 Actividades sobre educación financiera del Banco Itaú en 2018



Fuente:(Banco Itaú, 2018, p. 41)

Además, el Informe ilustra la encuesta de temas materiales para diferentes grupos de interés, donde no se encuentra relacionada la educación financiera en el listado o en esfuerzos de la estrategia, como se ilustra en la gráfica 11.

Gráfica 11. Representación temas materiales para grupos de interés Itaú



Fuente:(Banco Itaú, 2018, p. 15)

Con base en la información observada, no se encuentran proyectos o indicadores sobre iniciativas de educación financiera, ni relación con la estrategia de negocio.

4.3 Resumen revisión Informes de Gestión evaluados

La revisión de los informes de gestión de los principales bancos comerciales del país se realizó tomando como eje de comparación 7 aspectos consultados sobre educación financiera, como se resume en la tabla 29, donde se destaca el hecho que las entidades no han publicado informes que permitan evaluar los cambios de comportamientos entre los usuarios que utilizan el programa de EF, igualmente no es común, solo 2 de 7 entidades evaluadas, presentan indicadores de los programas y metas de medición.

Tabla 24: Resumen brechas y similitudes en Informes de Gestión para los bancos evaluados.

Banco	Bancolombia	Davivienda	Banco de Bogotá	BBVA Colombia	Banco de Occidente	Scotiabank Colpatria	Itaú Corpbanca Colombia
Indicadores de los programas de educación financiera.	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗
Metas de medición de los programas de educación financiera.	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗
Inducción al uso del portafolio de la entidad	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗
Asocia EEF al plan de negocios	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗
Prioridad de los stakeholders	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓
Reporte cambio de comportamientos en usuarios educados.	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Incluida en la estrategia de responsabilidad social.	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✓

Fuente: Elaboración propia

Convenciones: ✓=Identificado; ✗=No mencionado

4.4 Análisis de brechas frente a elementos externos.

Como elemento de análisis externo se consideró a los potenciales usuarios o clientes, mayores de edad y ubicados en Colombia, de los bancos comerciales colombianos evaluados, a quienes se les consultó por medio de un cuestionario virtual su percepción sobre programas de educación financiero. Las preguntas fueron validadas por un docente de la Facultad de Ciencias Económicas antes de

ser difundido. La metodología del cuestionario, donde se describen las variables independientes, la dependiente, indicadores, técnicas de recolección y características de la población objetivo y se encuentran detalladas en el Anexo F; además la revisión independiente del cuestionario se encuentra detallada en el Anexo G.

En cuanto a la presentación de los resultados, se presentan de forma consolidada, cifrando el nombre de cada entidad por la que se preguntó, considerando como prioridad la protección de los datos de los encuestados y los bancos analizados

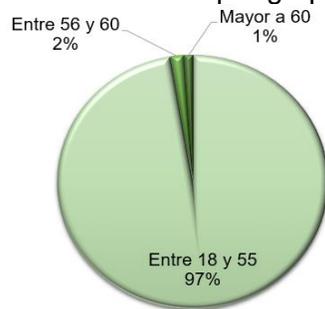
4.4.1 Resultados demográficos

Entre el 20 de mayo de 2019 y el 31 de mayo de 2019 188 personas respondieron al cuestionario virtual “Opinión programas de educación financiera de Bancos comerciales colombianos”, del cual se obtuvieron las siguientes estadísticas:

- **Distribución demográfica**

Desde el punto de vista de rango de edad, respondieron 184 personas (97,4%) entre 18 y 55 años, quienes pertenecen a los grupos de educación formal, etapa activa, población vulnerable y microempresarios que define la ENEEF; 3 personas (1,6%) entre 56 y 60 años que comprenden los grupos de educación formal y vulnerable; y 2 (1,1%) son mayores de 60 años que la ENEEF clasifica como población en previsión del retiro y protección de la vejez, como se detalla en la gráfica 12.

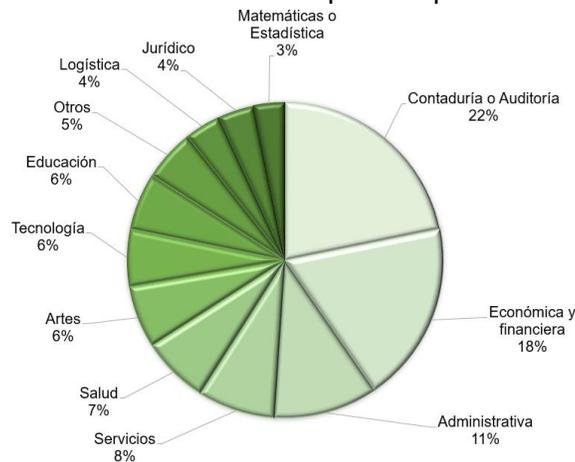
Gráfica 12 Distribución encuestados por grupo poblacional ENEEF



Fuente: Elaboración propia con base en respuesta cuestionario

Al responder por el campo laboral o académico los encuestados debían responder una pregunta abierta, por lo que se agruparon las respuestas por campos generales de disciplinas, como se ilustra en la gráfica 13, siendo en campo de contaduría o auditoría (22%), economía y financiera (18%) y administrativa, (11%), donde se ubicaron la mitad de quienes respondieron.

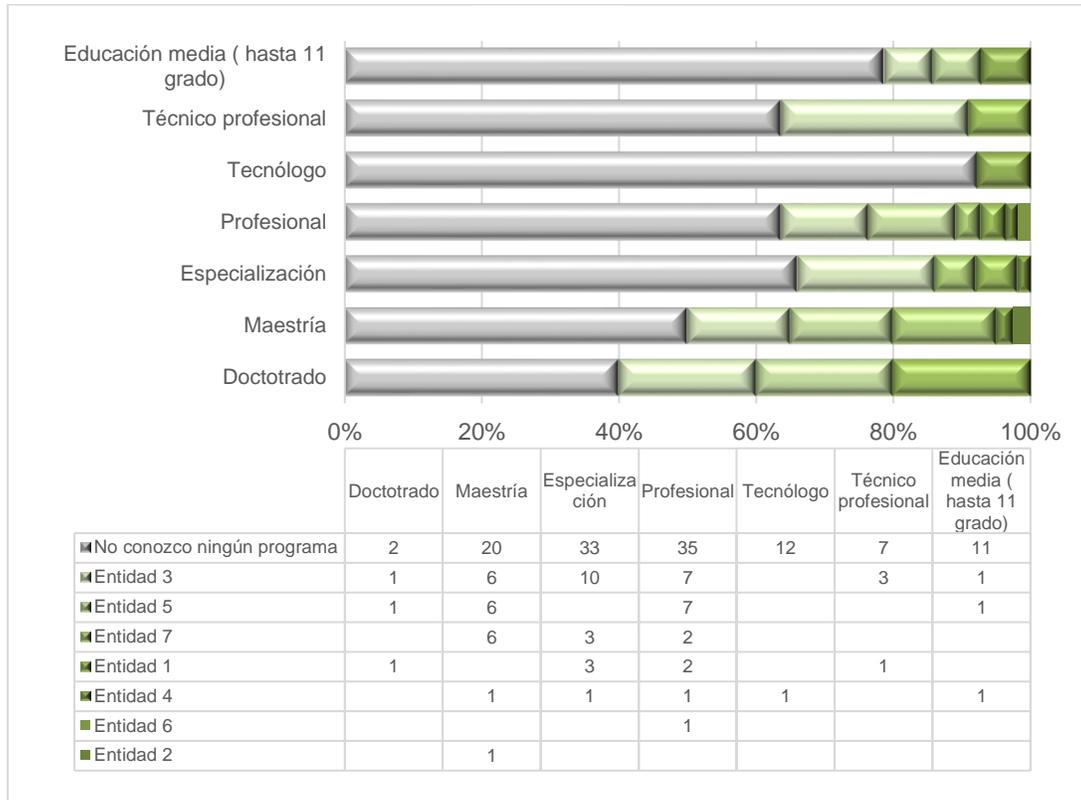
Gráfica 13 Distribución de encuestados por campo de laboral o académico



Fuente: Elaboración propia con base en respuesta cuestionario

Sobre el grado de escolaridad la mayor parte (93%) de quienes respondieron tienen estudios de educación superior, entre técnicos (6%), tecnólogos (7%), profesionales (29%); especialización (27%), maestría (21%) y doctorado (3%). Este dato es interesante porque contrasta contra las cifras del DANE (2018) que señalan que solo el 22% de la población económicamente activa tiene un nivel educativo posterior al colegio. Igualmente, como se detalla en la gráfica 14, una característica a resaltar entre de las personas que respondieron el cuestionario es que, a pesar de tener un nivel de estudio de educación superior, más del 50% de los grupos encuestados donde se concentran más personas indicaron no conocer ningún programa de EF de los principales bancos del país. Los resultados del sondeo son sugerentes, pues permiten plantear como conjetura que quizás más de la mitad de la población con grado de escolaridad menor a educación media o en áreas rurales tampoco conocen sobre las iniciativas pedagógicas de los privados.

Gráfica 14 Conocimiento sobre programas de EF discriminado por grado de escolaridad



Fuente: Elaboración propia

Al profundizar en el grupo de 120 personas (63,5% de los encuestados) que refieren no conocer ningún sobre programa de educación financiera ofrecido por los principales bancos, se observa, en detalle en la gráfica 15, que el campo de las artes (92%), jurídico (86%), tecnología (82%), logística (71%), se observa un desconocimiento de las iniciativas pedagógicas de los bancos en más de la mitad de la población. El grupo de menor desconocimiento es el que se desempeña en el campo de economía y finanzas, anotando que en ese grupo la mitad de las personas no sabían sobre programas de EF.

Gráfica 15 Desconocimiento de programas de EF distribuido por área académica



Fuente: Elaboración propia

4.4.2 Resultados sobre expectativas

Aquellas personas que respondieron no conocer ningún programa de educación financiera de los principales bancos colombianos, se les consultó por sus expectativas (a priori) abordando las mismas dimensiones y variables³², que se plantearon a quienes indican tener experiencia. A continuación se refieren los resultados consolidados de las 120 encuestas:

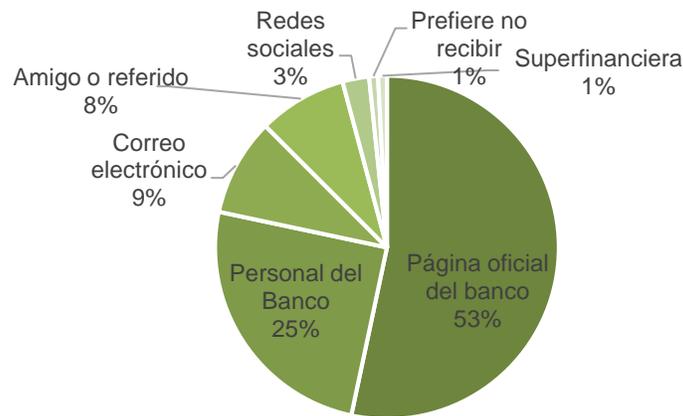
- i. Por qué tipo de medio le gustaría recibir información sobre los programas de educación financiera de bancos

Es notable el resultado a esta pregunta, si se tiene en cuenta que del grupo que informa no conocer EF ofrecida por los principales bancos, el % de las 120 personas mencionan que les agradaría conocer al respecto desde la página web, lo cual es contradictorio, si se tiene en cuenta que todos los bancos están obligados, a facilitar el programa en los sitios oficiales. Además, los bancos evaluados ofrecen los programas desde internet. La gráfica 16 también invita a indagar si las entidades

³² Ver detalle de estas en el Anexo F

financieras promueven sus programas de EF a través de empleados del banco o redes sociales.

Gráfica 16 Medio esperado para recibir información sobre programas de EF



Fuente: Elaboración propia

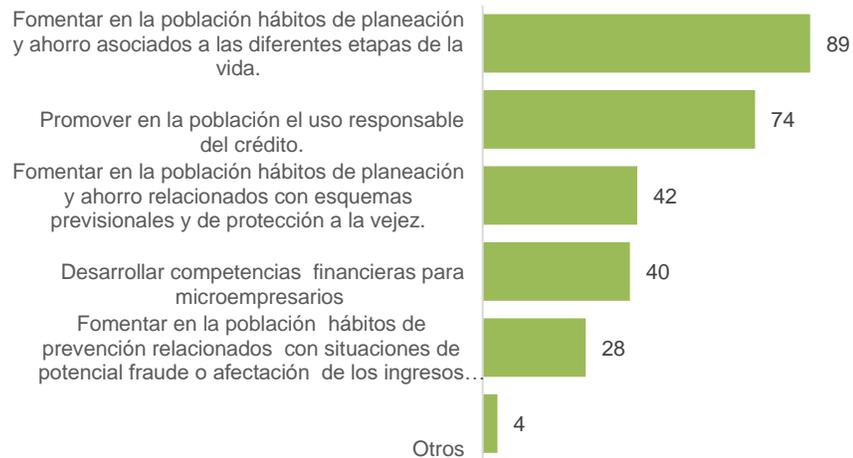
- ii. Objetivos pedagógicos que en su opinión debería cumplir el programa de educación financiera de un banco comercial

En esta pregunta los encuestados tenían la posibilidad de elegir entre los objetivos planteados por la ENEEF, y agregar adicionales. La gráfica 17 permite ver que los encuestados sin conocimiento de programas de EF esperan mayoritariamente (74%) el fomento de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida; el objetivo de uso responsable del crédito obtuvo el 62% de las marcaciones; en tanto que el objetivo de esquemas de ahorro para la jubilación fue marcado por el 35% de las personas; y el desarrollo de competencias para los microempresarios es esperado por la tercera parte de los encuestados. Como otros objetivos se consolidaron las respuestas: Seminarios de inteligencia financiera, utilizar dinero en fina raíz, cómo invertir para generar ingresos adicionales, franquicias.

Sobre esta respuesta llama la atención que desde el punto de vista teórico la educación financiera surge para que las personas se responsabilicen de sus ingresos para el retiro (Lusardi & Mitchell, 2011), sin embargo, solo la tercera parte

de las personas que desconocen programas de EF considera que es un objetivo que se debería cumplir.

Gráfica 17 Objetivos esperados en un programa de EF

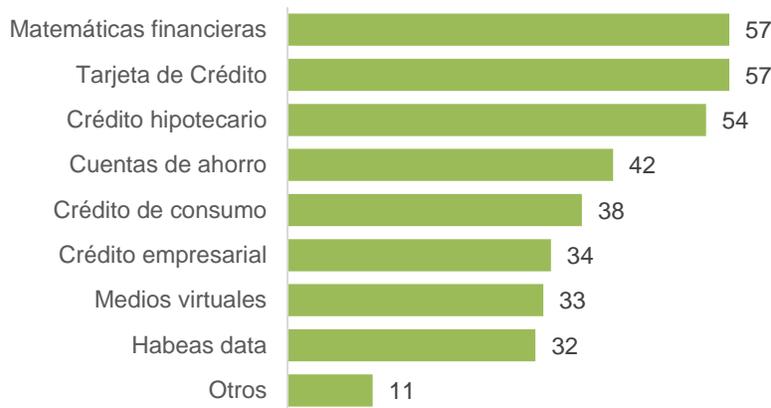


Fuente: Elaboración propia

iii. Productos le gustaría que le enseñaran

Más de 45% de las personas que desconocen sobre EF de bancos indicaron interés en matemáticas financieras, las cuales no se incluyen en los programas de los bancos evaluados en el capítulo 3, tarjeta de crédito y crédito hipotecario; la gráfica 18 indica que aproximadamente la tercera parte se inclina por ahondar en temas de cuentas de ahorro y crédito de consumo, Habeas data, medios virtuales, Crédito empresarial. El 9% de los encuestados agregó otros temas, que incluyeron aspectos de inversión fuera del banco, criptomonedas, manejo de las finanzas personales, temas diferente a endeudamiento.

Gráfica 18 Productos deseados dentro de un programa de EF

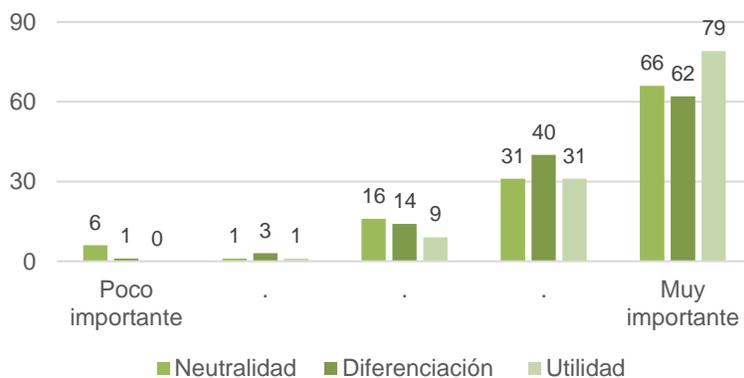


Fuente: Elaboración propia

iv. Importancia frente a la neutralidad, diferenciación y utilidad

Se planteó a los encuestados que no conocían sobre programas de EF ofrecidos por los principales bancos qué tan importante, en una escala de 1 a 5 donde 5 tenía la mayor puntuación, consideraban las prácticas recomendadas por la OCDE (2015) de neutralidad, diferenciación entre material comercial y pedagógico, y utilidad dentro de un programa de EF. Las respuestas consolidadas, que se ilustran en la gráfica 19, evalúan por encima de 4 a la neutralidad (81%), diferenciación (85%) y utilidad (91%).

Gráfica 19 Evaluación frente a la neutralidad, diferenciación y utilidad de un programa de EF por parte de personas que no conocen programas de EF



v. Características relevantes

Con base en las características identificadas en los programas evaluados en el capítulo 3, los encuestados debían elegir todas aquellas características que esperarían de un programa de EF impartido por un banco. La característica con mayor frecuencia de respuestas, como se observa en la gráfica 20, para el grupo que no conocía sobre programas fue un lenguaje sencillo (74%), más de la mitad de las personas indicaron a las Herramientas disponibles para toma de decisiones financieras cotidianas (58%), Neutralidad (57%), ejemplos cotidianos (54%), acceso libre (51%), utilidad (50%); aproximadamente la tercera parte de los encuestados valora el contenido interactivo, finalmente la característica con menor cantidad de respuestas es la entrega de reconocimientos por realizar el curso.

Gráfica 20 Evaluación características esperadas en un programa de EF



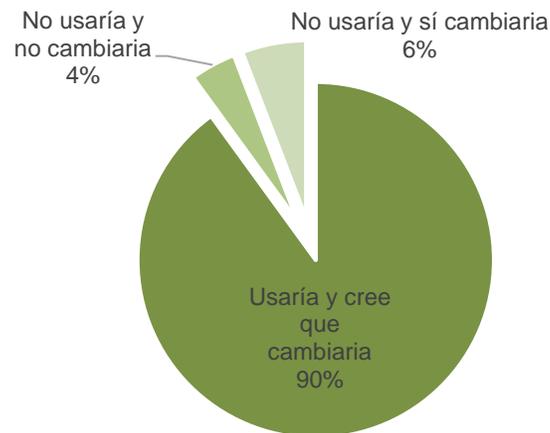
Fuente: Elaboración propia

vi. Predisposición frente al uso y cambio de comportamientos

Al grupo de personas que reconocen no saber sobre los programas de EF de los bancos mostrados, y revisados en el capítulo 3, se les consultó si consideran que cambiaría su comportamiento posterior a conocer al programa de EF de un banco comercial, la gráfica 21 muestra que el 90% contestó afirmativamente y también respondieron que consideran que su comportamiento cambiaría, en contraste un 6%

señala que no usaría un programa de EF pero considera que después de una formación sí cambiaría su toma de decisiones, finalmente un 4% de los encuestados señala que no harían y tampoco esperan que un programa de EF les cambie su comportamiento.

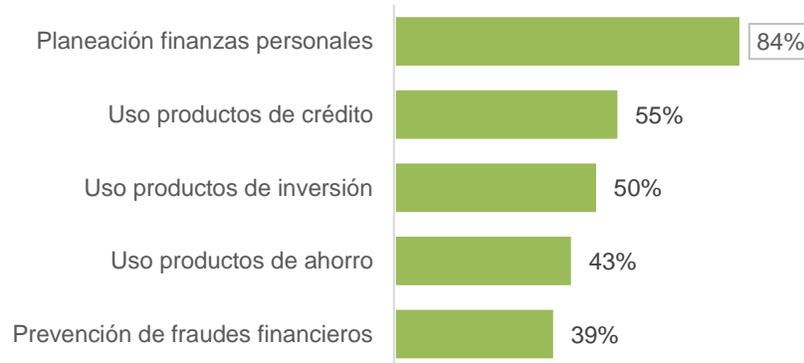
Gráfica 21 Predisposición sobre el uso y resultados esperados de un programa de EF



Fuente: Elaboración propia

A las 115 personas que considera que cambiaría su comportamiento se les preguntó por los aspectos en que creen que modificarían su toma de decisiones, la gráfica 22 consolida la frecuencia relativa a este cuestionamiento donde 97 personas coincidieron en suponer que cambiaría su planeación financiera, 63 señalaron el uso de productos de crédito, 57 respuestas mostraron el uso de productos de inversión, 50 personas productos de crédito, 45 respondieron prevención de fraudes financieros.

Gráfica 22 Frecuencia relativa de aspectos donde se considera que cambiara el comportamiento por un programa de EF



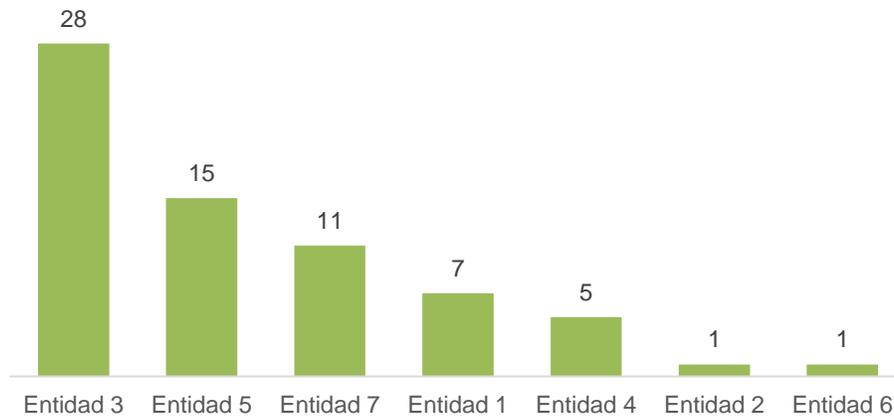
Fuente: Elaboración propia

Finalmente, entre las 5 personas que respondieron que no usarían un programa de EF de un banco, ni tampoco creen que cambiaría su comportamiento por este tipo de contenidos se les preguntó a qué responde ese escepticismo, encontrando 3 respuestas de desconfianza hacia la neutralidad en los programas de EF ofrecido por el sector financiero, una respuesta de preferencia a otro tipo de inversión y un argumento de aversión hacia los bancos.

4.4.3 Resultados sobre experiencia

De las 188 personas que respondieron el sondeo de opinión, 68 (36,2%) indicaron conocer alguno de los programas de EF, como se ilustra en la gráfica 23 donde el programa de la entidad 3 fue la que presentó mayor cantidad de respuestas (41%), en segundo lugar la entidad 5 (22%), Entidad 7 (16%), Entidad 1 (10

Gráfica 23 Cantidad de respuestas obtenidas para los programas de EF consultados



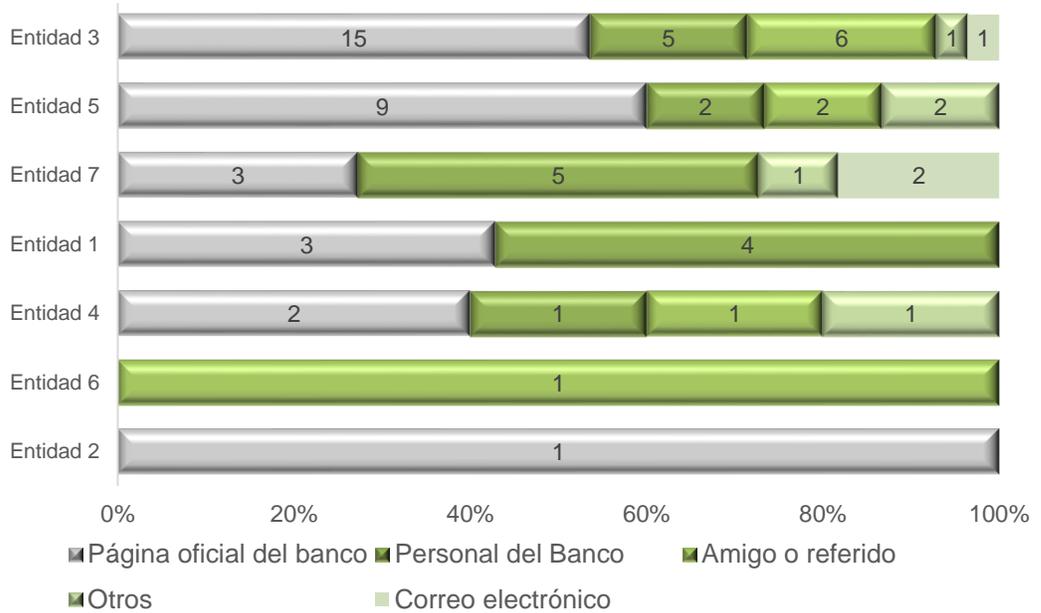
Fuente: Elaboración propia

A continuación se resumen los resultados consolidados por tipo de entidad y preguntas planteadas:

i. Medios por los que conocen el programa de educación financiera

La página oficial del banco es el medio por donde casi la mitad (49%) de los encuestados indicó conocer alguno de los programas de educación financiera; como se ilustra en la gráfica 24, por tipo de entidad el primer contacto vía web fue del 45% en la entidad 3, entidad 5 27%, Entidad 7 y entidad 1 el 9%, entidad 4 6% y las entidades 6 y 2 el 3%. En segundo lugar, por medio de personal de banco la cuarta parte de los encuestados conocieron sobre las iniciativas pedagógicas, las entidades con mayor puntaje por este medio fueron la entidad 3 y 7 (29% cada una), seguido de la entidad 1 (24%), entidad 5 (12%) y la entidad 4 (6%). En tercer lugar, el medio de amigos o referido fue el medio donde la entidad 3 tuvo la mayor participación (60%), seguido de la entidad 5 (20%) y la entidad 4 y 6 obtuvieron el 10% de los que eligieron este medio. En cuarto lugar, se encuentran otros medios, entre los que mencionaron redes sociales (entidad 5), haber trabajado en el banco (entidades 4 y 7), y comerciales de televisión (entidad 3). Finalmente, por correo electrónico conoció del programa el 4% de los encuestados, la tercera parte de ellos mencionó a la entidad 3 y el restante a la entidad 7.

Gráfica 24 Distribución de medios por los que han conocido los programas de EF de los bancos evaluados.



Fuente: Elaboración propia

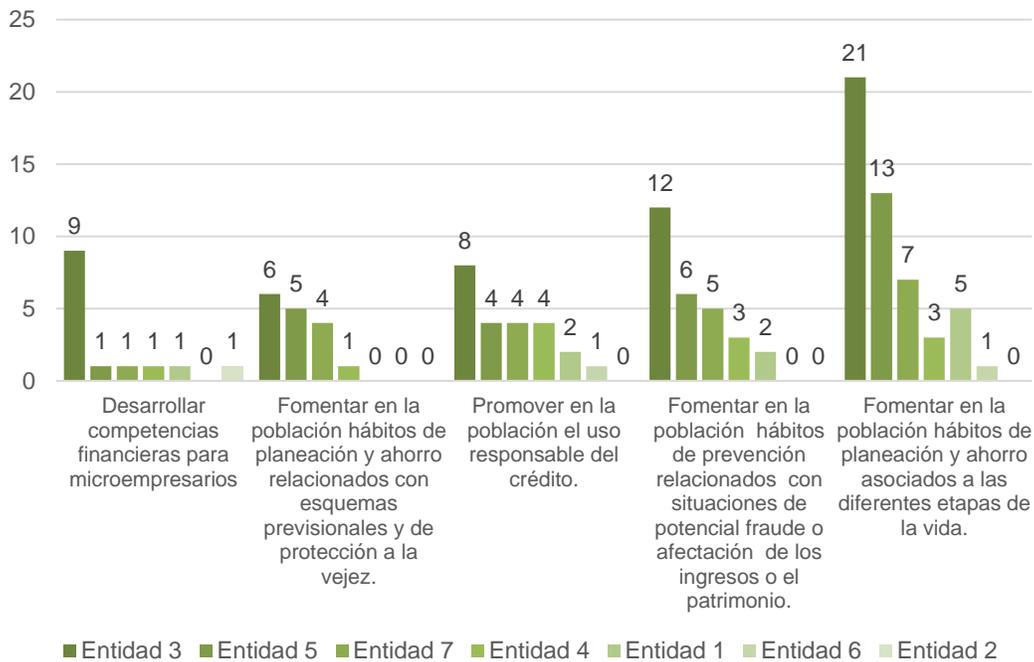
ii. Objetivos pedagógicos identificados

A todas las personas que indicaron conocer alguno de los programas de EF de los 7 principales bancos, se les consultó por la opinión sobre el cumplimiento de los 4 objetivos que plantea la ENEEF, y un objetivo para la población de microempresarios³³. Al sintetizar la percepción de cubrimiento de objetivos, en la gráfica 25, 74% de los encuestados coincidió en anotar el fomento de hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida; En segundo lugar, el fomento de hábitos de prevención relacionados con situaciones de potencial fraude o afectación de los ingresos fue elegido por el 41% de los encuestados; en tercer lugar el objetivo de promover en la población el uso responsable del crédito fue seleccionado por la tercera parte; el cuarto objetivo que obtuvo mayor puntuación

³³ Teniendo en cuenta que en capítulo 3 se observó que los microempresarios son el grupo poblacional con menor cantidad de contenidos, ver tabla 20.

total fue fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez; finalmente, el objetivo de fomento de competencias para micro empresarios alcanzó la quinta parte de la puntuación. Esta puntuación contrasta con la información observada en la tabla 22 del capítulo 3, donde se observa que las entidades ofrecen la mayor cantidad de contenidos en el objetivo de uso responsable del crédito. Además, entre la tercera parte de las personas que conocen programas de EF indicaron que se apoyaba a los microempresarios; sin embargo, de acuerdo a la tabla 20 se observa que solo tres entidades tienen temas disponibles en sus páginas dirigidos a esta población.

Gráfica 25 Objetivos cumplidos por los programas de EF para las 7 entidades consultadas



Fuente: Elaboración propia

iii. Contenidos utilizados

Los encuestados que indicaban conocer un programa de educación financiera de alguno de los 7 bancos presentados, y estudiados en el capítulo 3, se les pidió seleccionar los contenidos utilizados, con base en la información recolectada se sintetizo en la tabla 30 los resultados, los cuales muestran que en las entidades 5, 5 y 1, se utilizan la mayor parte de los contenidos. Dada la diversidad de temarios ofrecidos se resaltan los canales con mayor frecuencia de respuestas encontrando que a pesar que todas las entidades tienen un programa en la página web oficial, el contenido que más usan los de la entidad 3 son redes sociales, también llama la atención que en la entidad 2 se menciona un curso, sin embargo, en el programa disponible en web y de acuerdo con el informe de Gestión, analizado en el numeral 4.3, no se refiere a este tipo de contenidos. Se observa una alta frecuencia en el uso de contenidos relacionados con las finanzas personales, lo cual es coherente, teniendo en cuenta que los contenidos caracterizados en el capítulo 3 abarcan una formación dirigida a personas y familias.

Tabla 25 Contenidos ofrecidos y utilizados por los encuestados

Entidad	Contenidos evaluados	Contenidos usados	Otros	Tipo de contenido más usado
Entidad 3	5	4	4	Red social
Entidad 5	4	3	1	Finanzas personales
Entidad 1	11	7	2	Finanzas personales
Entidad 4	4	4		Finanzas personales
Entidad 2	9	0	1	Otros cursos
Entidad 7	7	6		Finanzas personales
Entidad 6	4	1		Herramientas bancos

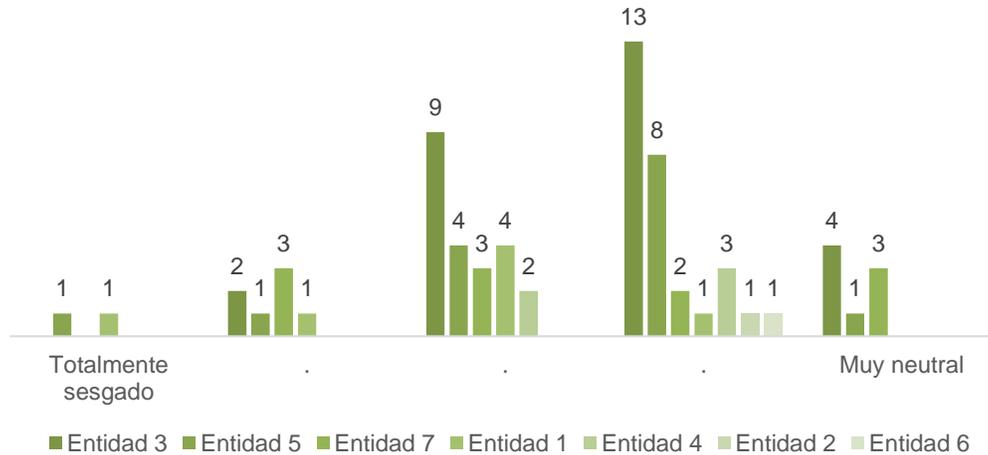
Fuente: Elaboración propia

iv. Evaluación frente a la neutralidad, diferenciación y utilidad

Basados en las buenas prácticas que sugiere la OCDE (OCDE/INFE, 2015, pp. 55–56), se solicitó a las personas que conocían programas de EF que ubicaran en una escala de 1 a 5, la neutralidad, diferenciación, de material comercial y educacional,

y utilidad. En cuanto a neutralidad, la gráfica 26 ilustra que la mayor parte de los usuarios (43%) calificó en 4 este aspecto, en esta escala la entidad 5 obtuvo más de la mitad de las respuestas con 8 de 15 encuestas, en la escala 3 se ubicó la tercera parte de las respuestas, especialmente concentradas en la entidad 1 que obtuvo 4 de las 7 respuestas en esta escala.

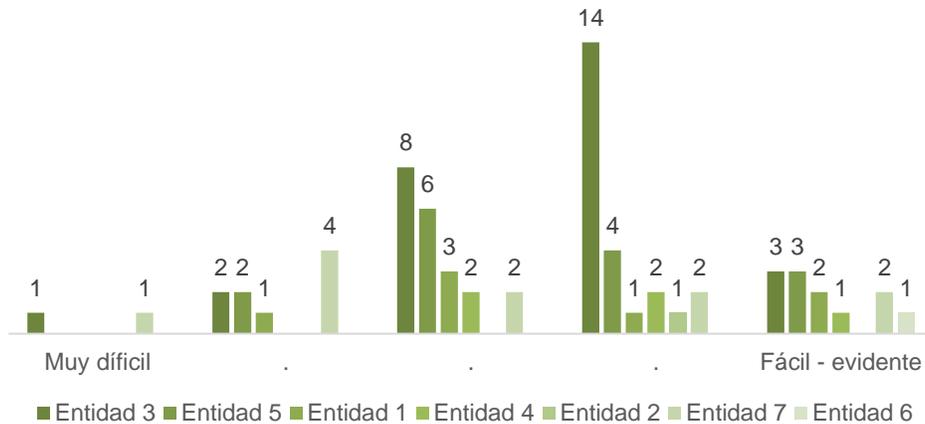
Gráfica 26 Evaluación sobre la neutralidad de los programas de EF consultados



Fuente: Elaboración propia

En consonancia con la evaluación de neutralidad, la evaluación sobre la diferenciación fue evaluada mayoritariamente (66%) entre la escala 3 y 4, como se ilustra en la gráfica 27, la máxima calificación se concentró el 18% de las respuestas.

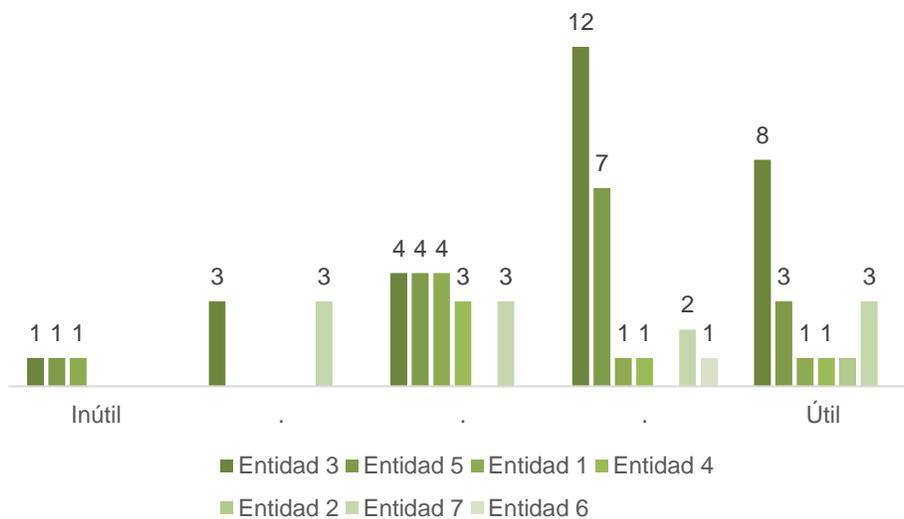
Gráfica 27 Evaluación sobre la diferenciación de contenidos comerciales y pedagógicos en los programas de EF de los bancos consultados



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la utilidad, la gráfica 28 indica que el 60% de las respuestas se ubicaron entre la escala 4 y 5, la cuarta parte evaluaron su percepción de utilidad en 3; entre la escala 1 y 2 se ubicaron el 13% de las respuestas.

Gráfica 28 Evaluación sobre la utilidad en los programas de EF en los bancos consultados



Fuente: Elaboración propia

v. Atributos relevantes

Se solicitó a las personas que conocían un programa de EF que marcaran los atributos que encontraron valiosos en el banco evaluado, encontrando, como se resumen en la tabla 31, que la cuarta parte de las respuestas destacan el lenguaje sencillo, en segundo lugar, los ejemplos cotidianos fueron seleccionados por el 16% de los encuestados; en tercer lugar, la utilidad fue seleccionada por el 15% de las respuestas; en cuarto lugar, interactivo fue valorado con el 14% de las respuestas, sobre esta concentración de respuestas es conveniente destacar que en la gráfica 29 más de la mitad de las respuestas calificaron por encima de 4 (en una escala de 1 a 5) la utilidad del programa evaluado; en quinto lugar se ubicó la neutralidad (10%), al igual que la utilidad es interesante esta respuesta, si se tiene en cuenta que la gráfica 27 indica que aproximadamente la mitad de los usuarios calificaron al programa que conocieron en la escala de 4 sobre 5 de neutralidad. La quinta parte de las respuestas, marcaron como valioso que el programa no pida ser cliente para acceder (9%), herramientas disponibles para toma de decisiones financieras cotidianas (8%), Entrega de diplomas o reconocimientos al terminar un contenido (2%), como otra opción un usuario resaltó la participación coordinada con la Fundación Junior Achievement en la promoción de la educación financiera sin utilizar la imagen del Banco.

Tabla 26 Evaluación de atributos identificados en los programas de EF para los bancos consultados

Atributo	Entidad 3	Entidad 5	Entidad 4	Entidad 1	Entidad 2	Entidad 7	Entidad 6	Total
Lenguaje sencillo	20	12	2	3	0	9	0	46
Ejemplos cotidianos	12	5	2	4	0	6	0	29
Utilidad	11	8	5	1	1	1	1	28
Interactivo	11	8	1	2	0	3	0	25
Neutralidad - No era una asesoría comercial	7	1	2	1	0	7	0	18
Libre - no hay necesidad de	7	4	1	1	0	2	1	16

ser cliente para acceder								
Herramientas disponibles para toma de decisiones financieras cotidianas	7	2	0	1	1	2	1	14
Entrega de diplomas o reconocimientos al terminar un contenido	2	0	1	0	0	1	0	4
Otra	0	0	0	0	0	1	0	1

Fuente: Elaboración propia

vi. Opinión y cambio de comportamientos

Los usuarios que evaluaron su experiencia en alguno de los programas de EF en la entidad que conocen, se les consultó si recomendarían los contenidos, con el fin de establecer una percepción positiva, posteriormente se consultó si consideraban que si había cambiado su toma de decisiones por cuenta de la instrucción pedagógica del programa evaluado, en ese sentido, la tabla 32 permite encontrar que dos terceras partes de los encuestados (66%) indican que no solo recomendarían el programa de EF que evaluaron, sino que también cambiaron su toma de decisiones, 11 personas (16%) indican que sí lo recomendarían, pero que ellos no cambiaron su toma de decisiones, otro 16% elige señala que ni recomendaría ni ha considerado cambios en su toma de decisiones, es decir, la tercera parte de las 68 personas que conocen un programa de EF de un banco señalan que no tienen cambios en su comportamiento, lo cual es el objetivo de este tipo de iniciativas. Finalmente, uno de los encuestados indicó que no recomendaría el programa, pero sí considera cambios en su toma de decisiones.

Tabla 27 Percepciones de cambios de comportamiento debido a conocer programas de EF ofrecidos por bancos

Entidad	Recomendaría y cambió toma de decisiones	Recomendaría y no cambió toma de decisiones	No recomendaría y no cambió toma de decisiones	No recomendaría y sí cambio toma de decisiones	Total
---------	--	---	--	--	-------

Entidad 3	20	4	4	0	28
Entidad 5	9	5	1	0	15
Entidad 1	4	0	2	1	7
Entidad 4	5	0	0	0	5
Entidad 2	0	1	0	0	1
Entidad 7	6	1	4	0	11
Entidad 6	1	0	0	0	1
Total	45	11	11	1	68

Fuente: Elaboración propia

Con el propósito de ahondar en los cambios de comportamiento que experimentaron quienes indicaron que habían cambiado su toma de decisiones, se consultaron por qué tipo de cambios experimentaron, encontrando que, como se resume en la tabla 33, la mitad (34 de 68) señalan modificación en sobre el aspecto de finanzas personales, la tercera parte en el uso de productos de crédito, aproximadamente la quinta parte (15 de 68) destaca productos de ahorro, prevención de fraudes financieros; finalmente el 10% refiere el uso de productos de inversión.

Tabla 28 Aspectos donde los encuestados perciben cambios en comportamiento

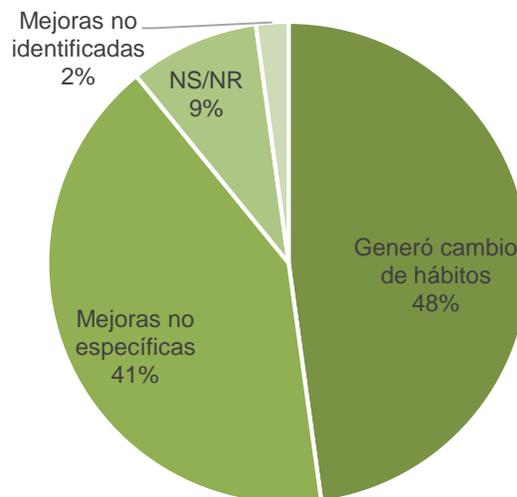
Aspecto	Entidad 1	Entidad 3	Entidad 4	Entidad 5	Entidad 6	Entidad 7	Total
---------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-------

Planeación finanzas personales	3	16	4	7	1	3	34
Uso productos de crédito	3	7	1	5	1	3	20
Uso productos de ahorro	1	8	1	1	1	3	15
Prevención de fraudes financieros	0	9	1	3	0	0	13
Uso productos de inversión	0	5	0	1	0	1	7

Fuente: Elaboración propia

Igualmente, a aquellos encuestados (46) que indicaron haber cambiado su toma de decisiones posterior a conocer el programa que evaluaron, comentaron brevemente cómo fue su cambio de comportamiento, posteriormente se agruparon los comentarios en relación con los detalles de su descripción, como se ilustra en la gráfica 29, donde se observa que la mitad de estas personas son ambiguos en su respuesta o no saben qué cambios experimentaron.

Gráfica 29 Distribución comentarios por tipo de cambio experimentado



NS/SR: No sabe, no responde

Fuente: Elaboración propia

4.4.4 Resumen resultados

Las respuestas del sondeo permiten tener un acercamiento a la opinión y percepciones relativas a los programas de educación financiera evaluados entre la población que clasifica la ENEEF como en etapa activa, microempresarios, y Previsión del retiro. Por ello, los resultados obtenidos son un insumo para desarrollar una propuesta de mejora a un programa de una entidad financiera. Entre los principales aspectos a resaltar se encuentran:

1. Más de la mitad de población con educación superior que respondieron la el sondeo de opinión desconocían sobre iniciativas de educación financiera ofrecidas por bancos, esta situación llama la atención porque plantea la inquietud si el porcentaje de personas que desconocen este tipo de programas puede ser más alto entre población rural o con grado educación menor a media, en donde se ubican dos terceras partes de la población activa de acuerdo al DANE (2018). La proporción de personas encuestadas contrasta contra un estudio parecido sobre el rol de los bancos comerciales en India, donde 121 de 200 (60,5%) de los encuestados ubicados en la ciudad de Srivilliputtur sí tenían conocimiento sobre los programas educacionales ofrecidos por bancos comerciales (Selvakumar et al., 2018, p. 189)
2. Las personas que no conocen los programas de EF que ofrecen los bancos mayoritariamente (53%) mencionan que les gustaría encontrar esta información la página web. Sin embargo, la Superintendencia instruye que los bancos deben incluir el programa en sus sitios oficiales. Lo cual lleva a pensar que es probable que el enlace no se destaca, o si se destaca por algún motivo, no identificado en esta encuesta, los usuarios lo pasan por alto.

Este resultado es llamativo si se compara contra el hallazgo del estudio adelantado por investigadores en India, quienes al pedir la evaluación de importancia a las modalidades pedagógicas de los programas de educación financiera ofrecidos por bancos en una ciudad al sur de India, encontraron que las actividades presenciales como seminarios y charlas valoradas en primer lugar, y la oferta de contenidos educacionales por web tiene el resultado más bajo (Selvakumar et al., 2018)

3. Las personas que respondieron no conocer sobre los programas consultados señalaron (25%) que les gustaría que los empleados del banco les refirieran este tipo de contenidos, mientras que aquellos que conocían, la cuarta parte, indicaron que fue en por medio de los empleados del banco que supieron sobre los programas de EF. Cabe resaltar también que los usuarios indicaron un bajo conocimiento a través de redes sociales. De manera que la revisión de nuevas alternativas de comunicación que apoyan al programa de educación financiera y fortalecimiento de las existentes es un punto de análisis para las entidades financieras.
4. Entre las personas que indicaron no conocer sobre este tipo de programas, el contenido que presentó mayor cantidad de respuestas fue matemática financiera junto con tarjeta de crédito (57 de 120 en cada una).
5. La percepción de neutralidad y utilidad presenta resultados contradictorios, si se tiene en cuenta que más de la mitad de los usuarios que conocen alguno de los programas analizados calificaron por encima de 4 (en una escala de 1 a 5) cada uno de esos atributos, pero al pedirles que marcaran los atributos más valiosos que encontraron estas dos características fue marcada por menos del 15% de los usuarios, lo que lleva a reflexionar si es claro el concepto de neutralidad y utilidad.
6. Al evaluar en el capítulo 3 los contenidos de los programas de EF financiera de los 7 principales bancos colombianos se identificaron que no se presentaban aclaraciones sobre la diferencia entre el contenido comercial y

pedagógico; sin embargo, más de la mitad de los usuarios (66%) calificaron por encima de tres la facilidad para identificar esta separación. Este contraste puede llevar a considerar un bajo grado de seguridad sobre este aspecto por parte de los encuestados.

7. El objetivo que recibió la mayor puntuación entre las personas que conocen contenidos pedagógicos de bancos es el fomento de hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida, lo cual lleva a recalcar la importancia de ofrecer contenidos dirigidos en vez de generales.
8. El lenguaje sencillo es el atributo más valorado entre personas que conocen y aquellas que desconocen programas de EF ofrecidos por entidades financieras.
9. Es notable que la mitad de los usuarios de la encuesta que respondieron haber experimentado cambios por cuenta de los programas que conocieron no brindaran una descripción clara o ejemplos de cómo se presentó este cambio.
10. El sondeo concentra el mayor número de respuestas en las entidades 3 y 5, sin embargo, los resultados no son concluyentes en relación con la proporción de clientes o usuarios de cada entidad que tienen conocimiento de sus iniciativas pedagógicas.

5.Propuesta de mejora sobre un programa de educación financiera en un banco comercial colombiano

El objetivo de ese capítulo es proponer mejoras para la gestión del programa de educación financiera de un banco comercial tomando como base lineamientos teóricos y contexto de investigación abordados en el apartado 1; prácticas internacionales, exploradas en la sección 2; propuestas pedagógicas de bancos locales, caracterizadas en la tercera parte; retroalimentación de usuarios financieros y reportes de gestión internos, recogidos en la sección 4.

5.1 Diseño metodológico

Tomando como base el análisis documental desde el capítulo 1 a 4, se recogen los siguientes insumos para la propuesta:

- Tensiones teóricas: En el capítulo 1 se observan cómo surgen entre las posturas neoclásicas y de economía comportamental tensiones sobre las premisas de racionalidad frente a la formación financiera. Por un lado, la teoría neoclásica indica que los agentes son racionales, por lo cual toman decisiones evaluando beneficios y costos (Uriarte., 1990), de otro lado, los conductualistas señalan que la manera las personas no toman decisiones de forma racional, sino que existen restricciones en la manera en que el cerebro digiere la información (Kahneman & Chamorro, 2017); además, dado que el mercado tiene fallas, buscando resolver la posible limitación de información para evaluar costos y beneficios en las decisiones de inversión, la teoría de información asimétrica explica por qué se deben promover iniciativas de educación financiera que propicien la racionalidad entre los consumidores financieros (Han & Jang, 2013). También. desde el punto de vista teórico, el modelo regulatorio local presenta las dificultades en la implementación de las iniciativas pedagógicas entre la teoría institucionalista que indica el rol de las entidades frente a un entendimiento generalizado sobre lo que es apropiado y comportamiento significativo (Scott, 2018) y el conflicto de agencia puesto que señala la posible divergencia de intereses entre la administración y los stakeholders en lo que refiere a la educación financiera (Jensen & Meckling, 1976),
- Buenas prácticas nivel internacional: Abordadas del segundo capítulo donde se describieron las estrategias nacionales de educación financiera que consolidó la OCDE (OCDE/INFE, 2015).

- Pautas de los programas de educación financiera de privados a nivel de Colombia: Descritas en el capítulo 3 seleccionando las características relevantes de los programas de educación financiera de los siete bancos que concentran el 4/5 de las colocaciones y captaciones del país.
- Observaciones a nivel de empresa y consumidor financiero: Sintetizadas con base en la revisión de Informes de gestión más reciente de los bancos revisados en el capítulo 4, y las respuestas obtenidas de un cuestionario a los grupos de población activa y en edad de retiro que define la ENEEF.

Para organizar la propuesta se plantea un decálogo de cuestionamientos, agrupados en 5 recomendaciones, las cuales pueden ser utilizadas como una fuente de diagnóstico para evaluar un programa de educación financiera de un banco comercial. Cada cuestionamiento, formulado en forma de pregunta cerrada, proviene de las revisiones realizadas en la investigación. El diseño es de carácter generalizado, de modo que pueda ser considerado por cualquier entidad financiera, la cual al responder sí en una pregunta ahonde en el grado de avance, y si ha manifestado no en alguna de las cuestiones planteadas considere la propuesta de la investigación para abordar la causa, y posibilidad de cerrar las brechas identificadas.

5.2 Propuesta de Mejoramiento al programa de educación financiera de un banco comercial colombiano

La propuesta se conforma de 5 recomendaciones generales que se han identificado como convenientes para los programas de EF impartidos por privados, cada una de ellas se acompaña de preguntas y las referencias donde provienen los cuestionamientos, con el propósito que cada institución financiera pueda utilizarlas como referentes de diagnóstico que le permiten identificar las brechas donde sus programas educacionales pueden ser objeto de mejora. Aquellas preguntas donde

una entidad tenga una respuesta negativa deberán analizar la causa de dicha brecha y los elementos para fortalecer aquellos aspectos que se responden afirmativamente.

5.2.1 Coordinar el programa de educación financiera con la visión pública

La OCDE recuerda la importancia de evitar la duplicación de esfuerzos cuando participan diferentes actores, públicos y privados, en el marco de la ENEEF y la tensión potencial entre los intereses comerciales y pedagógicos que pueden enfrentar los privados a la hora de participar en campañas educativas(OCDE/INFE, 2015, pp. 139–149). Además, al revisar las propuestas educativas de los principales bancos³⁴, se observan temas donde las entidades evaluadas coinciden y otros aspectos con mayor oferta de contenidos. En ese sentido, es conveniente que las instituciones financieras consideren los cuestionamientos de la tabla 24 para diagnosticar brechas de sus programas, y en aquellos casos donde la evaluación sea negativa considerar las recomendaciones basadas en los lineamientos de la OCDE.

Además, las preguntas y recomendaciones recogen aspectos de similitud y diferencia entre las ofertas pedagógicas caracterizadas en el capítulo 3³⁵.

³⁴ Ver sección 3.5 de la investigación

³⁵ Para mayor detalle referirse a tablas 20 a 22.

Tabla 29 Cuestionamientos alrededor de coordinación sectorial

Pregunta	Sí	No	Propuesta de acciones a implementar en caso de un diagnóstico negativo
¿Se ha comparado el alcance del programa de educación financiera frente a los grupos que clasifica la ENEEF?			Revisar los lineamientos estatales sobre educación financiera en la ENEEF e identificar los puntos coincidentes y divergentes frente a la propuesta de la entidad.
¿La entidad ha llevado escenarios sectoriales el desempeño de los programas de educación financiera?			Consultar abiertamente en asociaciones, como Asobancaria, por la evaluación sectorial de los programas de educación financiera, su evolución, consenso en metas y la revisión de duplicación de esfuerzos.
¿Se ha discutido en escenarios sectoriales los esfuerzos en EF de las instituciones financieras?			
¿Se ha evaluado si el programa de educación financiera duplica esfuerzos pedagógicos que adelanta otra entidad?			
¿Dentro de los grupos poblacionales objetivo se encuentra población vulnerable que se alinee con las preocupaciones de la ENEEF?			En el caso que no se encuentre un grupo poblacional que define la ENEEF es conveniente consultar en el nivel más alto posible de la entidad si se aprueba una oferta de contenidos para las personas no cubiertas. En caso de no aprobar la ampliación de los contenidos dirigidos, es conveniente revelar al público los grupos en los que se centra la oferta pedagógica de la entidad e indicar en qué otros espacios se encuentran programas de educación financiera para los grupos que no cubre el banco, dicho apoyo puede ser indagado por la entidad o elevado a entidades agremiadas para que se alinee el sector con la ENEEF.
¿Se ha consultado por las necesidades pedagógicas de los con microempresarios?			
¿Se cuenta con apoyo de entidades públicas o privadas de educación para coordinar los esfuerzos para educar a la población infantil?			
¿El programa de educación financiera cubre al menos todos los grupos poblacionales que clasifica la ENEEF?			

Pregunta	Sí	No	Propuesta de acciones a implementar en caso de un diagnóstico negativo
¿Se han identificado temas del programa de educación financiera de la entidad que sean abordados por otras entidades?			Es conveniente revisar entre entidades pares o agremiadas si los contenidos educacionales ofrecidos por el banco se repiten, de ser así es prudente determinar qué elementos serán diferenciadores o dirigidos para evitar la duplicación de esfuerzos.
¿Se ha definido un procedimiento para actualizar el contenido de educación financiera en aquellos temas abordados por otra entidad?			Al menos anualmente es conveniente revisar que el programa de educación financiera se encuentre alineado con la ENEEF, revisado contra objetivos e indicadores propuestos con anterioridad, y de ser necesario re definir los propósitos herramientas y contenidos del programa, teniendo encuenta alineación con la visión estatal y sectorial.
¿El programa de educación financiera responde al propósito de fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro relacionados con esquemas previsionales y de protección a la vejez?			

Fuente: Elaboración propia

5.2.2 Reglamentar el programa

La OCDE (2013) ha indicado elementos apropiados para evaluar un programa de EF, señalando las dificultades que implica medir el impacto y las recomendaciones para asumir dicho desafío. Con base en el documento se encuentran lineamientos mínimos, en la tabla 25, que debe considerar una entidad financiera a la hora de promocionar iniciativas pedagógicas. Sobre este aspecto es conveniente tener en cuenta las posturas teóricas, vistas en el capítulo 1, desde donde se planteen los objetivos del programa. Por ejemplo, si se parte de la base que los usuarios son racionales y toman decisiones maximizando utilidades (Uriarte., 1990), se debe plantear cómo se espera afinar dicha racionalidad y cómo se hace seguimiento a la maximización; de otra parte si el punto de referencia es el reconocimiento de factores psicológicos, donde se plantean que la toma de decisiones pasa por procesos del pensamiento con heurísticas que simplifican la realidad y bajo otras circunstancias donde el cerebro acude a un proceso reflexivo (Kahneman & Chamorro, 2017) los indicadores y seguimientos deberán ir asociados a la manera en la que se espera impactar el proceso de toma de decisiones rápidas y medidas.

En cuanto a la reglamentación es relevante mencionar que las recomendaciones obedecen a la caracterización de los programas descrita en el capítulo 3, donde se encontraron similitudes y diferencias entre la oferta de contenidos pedagógicos de los 7 principales bancos del país.

Tabla 30 Cuestionamientos sobre reglamentación de un programa de EF privado

Pregunta	Sí	No	Propuesta de acciones a implementar en caso de un diagnóstico negativo
¿Se ha definido qué impacto y en qué magnitud espera que el programa influya a las personas?			Es conveniente determinar cuál es el propósito de cada contenido del programa de educación financiera, teniendo en cuenta la referencia o premisas bajo las cuales se desarrollan los temarios, de modo que, si se busca ayudar a que las personas tomen decisiones maximizando utilidad, se defina cómo se va a evaluar dicha maximización. Por el contrario, si el programa se apoya en teorías conductuales, se deberá definir el impacto en la toma de decisiones complejas y de baja exigencia. Es decir, para determinar el impacto, es necesario ubicarse en la postura teórica que sirve de eje al contenido. Adicionalmente, es conveniente recordar que la OCDE recuerda que más allá de conocimiento la educación financiera es preciso fortalecer habilidades.
¿Qué habilidades o elementos de educación financiera trata de mejorar el programa, se encuentran documentados?			
¿La entidad ha definido cómo administrar el conflicto de interés a la hora de asesorar y educar?			Es conveniente consultar la guía de buenas prácticas que sugiere la OCDE para este tipo de conflictos. Igualmente, es prudente revelarlos a la Alta Gerencia y documentar en un código de conducta cómo se administrarán, diferenciando material educacional y comercial. El cumplimiento a dicho código debe ser verificado por la Auditoría asegurando el debido ambiente de control en la entidad.
¿Cómo se asegura la diferenciación entre material educacional y comercial?			
¿Se limita o restringe el uso de la imagen corporativa en el material educacional?			
¿Tiene documentados los objetivos del programa?			Al menos anualmente es prudente revisar los objetivos, teniendo en cuenta la base teórica bajo la cual plantea los temarios. Dicha documentación debe aclarar cuál es el alcance, la población a la que se dirige, qué pretende cumplir el programa de EEF. Estas definiciones deben hacer parte del gobierno corporativo, y en esa medida deben ser aprobados por la Alta Gerencia de la entidad.
¿Ha definido y documentado a qué tipo de población está dirigido el programa?			
¿Se ha documentado cuáles son las audiencias y alcance geográfico que pretende abarcar el programa?			

Pregunta	Sí	No	Propuesta de acciones a implementar en caso de un diagnóstico negativo
¿Se ha ajustado el material, lenguaje y medios hacia la población objetivo?			El atributo mejor evaluado en el sondeo de opinión es el lenguaje sencillo ³⁶ , por lo cual es conveniente definir procedimientos que aseguren que se ha revisado el tipo de lenguaje de los contenidos antes que sean publicados. Igualmente, es necesario identificar si no existe exposiciones de tipo legal por limitar el contenido del programa de EF a un tipo de clientes, o excluyendo a usuarios. Dicha revisión debe quedar documentada y revelada a la Alta Gerencia.
¿Se ha limitado el acceso del programa en alguna medida?			

Fuente: Elaboración propia

³⁶ Ver numeral 4.4

5.2.3 Administrar recursos del programa.

Los recursos de los actores que participan en las estrategias nacionales son limitados, por ello es relevante verificar que los mismos se asignen de la forma más eficiente posible; al respecto la OCDE (2013) indica elementos que influyen en la gestión del programa, cuya síntesis se encuentra en la tabla 26.

En segunda instancia, se tuvieron en cuenta las características observadas en el capítulo 3, donde se resaltó que la página web es el principal medio difusión, sin embargo, de acuerdo al sondeo de opinión del capítulo 4 las personas no han identificado esta información, y con base en un estudio del rol de los bancos comerciales frente a la educación financiera en India, la modalidad de conferencias, seminarios y charlas tienen una mejor valoración que los contenidos de la página web (Selvakumar et al., 2018, p. 191).

Igualmente, para la administración del programa se tuvieron en cuenta las respuestas del sondeo de opinión desarrollado en el capítulo 4, en especial las respuestas sobre los atributos deseables y/ o más valorados entre los encuestados, como el lenguaje sencillo.

Tabla 31 Preguntas sobre la administración de recursos de un programa de EF

Pregunta	Sí	No	Propuesta de acciones a implementar en caso de un diagnóstico negativo
¿El programa cuenta con un presupuesto aprobado por la Junta Directiva?			Solicitar anualmente a la Junta Directiva o a un comité, con atribuciones relativas al presupuesto, un rubro para el desarrollo del programa, indicando cómo se gestionara para alcanzar el alcance y los objetivos propuestos. En caso que la entidad decida no apartar un presupuesto, es conveniente documentar el impacto que la decisión acarrea.
¿Los instructores de las iniciativas presenciales del programa de educación financiera son entrenados y/o certificados?			La OCDE (OCDE/INFE, 2015, p. 132) recomienda formar a los entrenadores, para ello es prudente escalar con agremiaciones como Asobancaria o el Autorregulador del Mercado de Valores, el desarrollo de certificaciones para brindar orientación financiera desde un punto de vista pedagógico.
¿La entidad ha dedicado recursos para capacitar al personal del banco en el ofrecimiento del programa de EF?			
¿Cuenta con una encuesta pre y/o post del programa para evaluar cambios en los participantes?			Es prudente solicitar la creación de un usuario a las personas que ingresan al programa con el propósito de crear una encuesta de diagnóstico, que permita dirigir a la persona hacia contenidos apropiados. Al final del curso, o después de un periodo es conveniente indagar por las habilidades o cambios de

Pregunta	Sí	No	Propuesta de acciones a implementar en caso de un diagnóstico negativo
¿La entidad ha realizado un diagnóstico sobre la sencillez del lenguaje por tipo población objetivo?			<p>comportamiento que mantiene el usuario posterior a hacer el curso, de modo que tal información sirva como insumo para actualizar los contenidos.</p> <p>Igualmente, es prudente considerar en la administración de contenidos una oferta sobre matemática financiera, ejemplos cotidianos y utilidad, pues de acuerdo a los resultados del sondeo de opinión son los aspectos de mayor interés.</p>
¿La entidad ha realizado un diagnóstico entre clientes y usuarios sobre el conocimiento del programa de EF ofrecido?			
¿Se ha evaluado si el enlace sobre el programa de EF se destaca adecuadamente en la página web de la entidad?			<p>El sondeo de opinión desarrollado en el capítulo 4, señala que la mayor parte de las personas (120 de 188) que respondieron la encuesta no conocen de las iniciativas pedagógicas de los bancos. Además, el medio por donde esperan recibir esta información es la página del Banco y el personal de la entidad. Teniendo en cuenta que los programas de educación financiera ya están en las páginas web de las entidades, es necesario revisar por qué no son observadas o encontradas fácilmente por los usuarios, igualmente, los empleados el banco deben estar atentos para indicar a los clientes y usuarios los recursos pedagógicos disponibles.</p> <p>La administración del programa de educación debe contemplar elementos para actualizar los contenidos, un insumo valioso es identificar en qué temas se concentran las quejas de los clientes, y el modo en que la educación financiera, manteniéndose neutral, ayude a las personas a evitar inconvenientes por los cuales eventualmente se pueda quejar.</p>
¿El programa de educación financiera se ha retroalimentado de las quejas y reclamos que se levantan del SAC?			<p>Igualmente, en las revisiones regulares del programa de educación financiera, las entidades deben considerar alternativas diferentes a la página web para promover</p>

5. Propuesta mejora para la gestión del programa de educación financiera de un banco comercial colombiano 133

Pregunta	Sí	No	Propuesta de acciones a implementar en caso de un diagnóstico negativo
			el programa de educación financiera, entre las cuales se pueden considerar seminarios, charlas, cursos presenciales o webinars.

Fuente: Elaboración propia

5.2.4 Evaluar el programa.

Uno de los grandes retos para mantener un programa de EF tiene que ver con su impacto, teniendo en cuenta que la definición emitida por la OECD³⁷, en torno a la cual se desarrolla esta investigación, señala que los consumidores/inversores se instruyen y su toma de decisiones mejora para obtener un bienestar financiero. Siendo así, es necesario encontrar si los esfuerzos educativos de cualquier actor impactan o no la toma de decisiones de los participantes. En esa medida, la tabla 27 señala algunos interrogantes y recomendaciones a considerar.

En cuanto a las evaluaciones se tuvo en cuenta la caracterización descrita en el capítulo 3³⁸, donde se observó que no todos los bancos solicitan la creación de usuarios para acceder a la oferta pedagógica, y aquellos que lo hacen no realizan un diagnóstico para identificar qué temas son más apropiados, ni advierten sobre procedimientos que haya establecido el banco para hacer seguimiento a las habilidades o comportamientos que proponga fortalecer el contenido educacional.

³⁷ Ver definición en numeral 1.5.1

³⁸ Ver tabla 22

Tabla 32 Cuestiones a considerar en la evaluación de un programa de EF

Pregunta	Sí	No	Propuesta de acciones a implementar en caso de un diagnóstico negativo
¿Entre las diferentes iniciativas de programas de educación financiera de la entidad, ha determinado cuál es más eficiente?			<p>En línea con la definición de propósito del programa, la definición del alcance, recursos aprobados y públicos a los que se dirige, es necesario definir indicadores que recojan estas definiciones, de manera que al evaluar el programa se responda a la pregunta si se está cumpliendo el propósito.</p> <p>Definir indicadores también será pertinente para entender si la promoción del programa responde a los objetivos que propone la Junta Directiva, dicha evaluación deberá ser revisada por la Auditoría en su reporte semestral del SAC, donde se incluye la definición de un programa de educación financiera.</p>
¿Ha definido metodologías para determinar causalidad entre realizar el programa y el comportamiento financiero de los usuarios y clientes?			
¿Evalúa cuál es la intensidad pedagógica apropiada para generar cambios en el comportamiento de los usuarios?			
¿El programa cuenta con indicadores para monitorear la evolución de los practicantes?			
¿Cómo se realiza el seguimiento a los participantes del programa de educación financiera?			<p>Con base en la caracterización descrita en el capítulo 3, se encuentra que no todos los bancos solicitan crear un usuario para acceder al contenido del curso. Adicionalmente, aquellos que piden la creación de un usuario no han publicado procedimientos sobre la manera en que se realizará un seguimiento a la evolución de las habilidades o aptitudes de los participantes, por lo cual es pertinente:</p>
¿Ha comparado el comportamiento de las personas que realizan el curso y aquellas que deciden no tomarlo?			<ul style="list-style-type: none"> - Revelar cómo se realiza seguimiento a los participantes. - Si un cliente toma un curso es valioso realizar seguimiento a su comportamiento y compararlo contra clientes que no realizan los cursos. - Definir un periodo posterior a que el usuario o cliente realiza el curso es conveniente para determinar la permanencia de los contenidos en que se instruye el cliente, y de ser necesario ajusta los contenidos para fortalecer las habilidades de los participantes en el mediano y largo plazo.
¿Cuál es el periodo para evaluar los efectos del programa después que un participante ha terminado los contenidos?			

Fuente: Elaboración propia

5.2.5 Reportes del programa

Los bancos evaluados reportan en sus Informes de Gestión³⁹ las actividades adelantadas desde el punto de vista estratégico, financiero y operacional, pero, como se resume en la tabla 25, no todas las entidades evaluadas reportan al público indicadores del programa, metas de medición, relación del programa de EF con el plan de negocios, prioridad de la EEF para los stakeholders, impacto en comportamientos en usuarios educados. Esta información tampoco se encuentra en los reportes de Asobancaria. Si bien no está disponible este tipo de informes, es importante para que una mayor audiencia se retroalimente sobre la efectividad de los programas (OCDE/INFE, 2015, p. 152). En relación con la situación descrita son relevantes los cuestionamientos de la tabla 28.

³⁹ Ver detalle en numeral 4.2 y 4.3 de la investigación

Tabla 33 Cuestiones a considerar en el reporte de un programa de EF

Pregunta	Sí	No	Propuesta de acciones a implementar en caso de un diagnóstico negativo
¿Ha definido a qué grupos de interés revelará los indicadores para medir la eficiencia del programa de educación financiera?			En el gobierno corporativo que enmarque al programa de educación financiera es conveniente definir cuáles son los canales de información y qué tipo de reportes se llevaran a cada grupo de interés.
¿La entidad ha considerado los grupos de población a reportar y el tipo de información para cada uno?			
¿Ha definido a qué grupos de interés revelará los indicadores para medir la cobertura del programa de educación financiera?			La revelación de los indicadores de los cursos servirá de insumo para que los usuarios y/o clientes tengan una idea de lo que busca el programa.
¿En el informe de gestión reporta si la educación financiera es un tema relevante para los stakeholders?			En los reportes de gestión anual, al que están obligados las entidades evaluadas, revisados en el capítulo 4 no se observó que en todas las entidades si la educación financiera es un aspecto relevante dentro de la estrategia o para los stakeholders. Este tipo de revelación puede impulsar o debilitar el programa, en esa sirve como un documento de insumo para reinventar la definición de los contenidos. Igualmente, entender el compromiso de la entidad, basado en la planeación estratégica, frente a la educación financiera y la coordinación con la ENEEF es un insumo para observar la evolución del esfuerzo.
¿En el informe de gestión reporta la ejecución presupuestal del programa de educación financiera?			
¿La entidad ha publicado la evolución de todos o algunos de los indicadores del programa?			
¿La entidad revela los mecanismos para asegurar una separación entre material educacional y comercial?			
¿La entidad revela los esfuerzos de coordinación con entidades estatales y privadas para promover la educación financiera?			
¿La entidad ha reportado a algún grupo de interés evaluaciones de causalidad entre el programa de educación financiera para los grupos que hacen el curso y aquellos que no lo hacen?			

5. Propuesta mejora para la gestión del programa de educación financiera de un banco comercial colombiano 138

Pregunta	Sí	No	Propuesta de acciones a implementar en caso de un diagnóstico negativo
¿El reporte sobre gestión del programa de educación financiera cómo aborda el apoyo a la estrategia corporativa y la responsabilidad social?			la neutralidad y diferenciación del material pedagógico del comercial.
¿El reporte de gestión anual informa sobre el cubrimiento a los grupos de población establecidos en la ENEEF y aquellos que determine la entidad			

Fuente: Elaboración propia

6. Conclusiones

El desarrollo de esta investigación generó un aporte que responde a la formulación del problema sobre qué elementos se deben considerar para mejorar el programa de educación financiera de un banco comercial colombiano. El propósito de este capítulo es presentar las principales reflexiones que surgen del: i) análisis entre las teorías económicas, ii) las iniciativas públicas a nivel internacional sobre educación financiera, y iii) esfuerzos de bancos locales; asimismo se refieren las limitaciones del estudio y campos asociados al trabajo que suscitan futuras investigaciones.

Diseño capítulo

La presentación de las conclusiones corresponde al orden de la investigación, la cual está alineada con la definición de los objetivos específicos; en ese sentido, inicialmente se presentan reflexiones desde la teoría; en segundo lugar, se recogen los aspectos de la experiencia de otros países donde han trabajado en el desarrollo de estrategias nacionales de educación financiera; posteriormente, se sintetizan los aspectos relativos a la caracterización de los programas de EF para las entidades evaluadas, las cuales representan el 80% de los depósitos y colocaciones del país, finalmente, con base en las ideas presentadas se indican las limitaciones y el aporte a la disciplina.

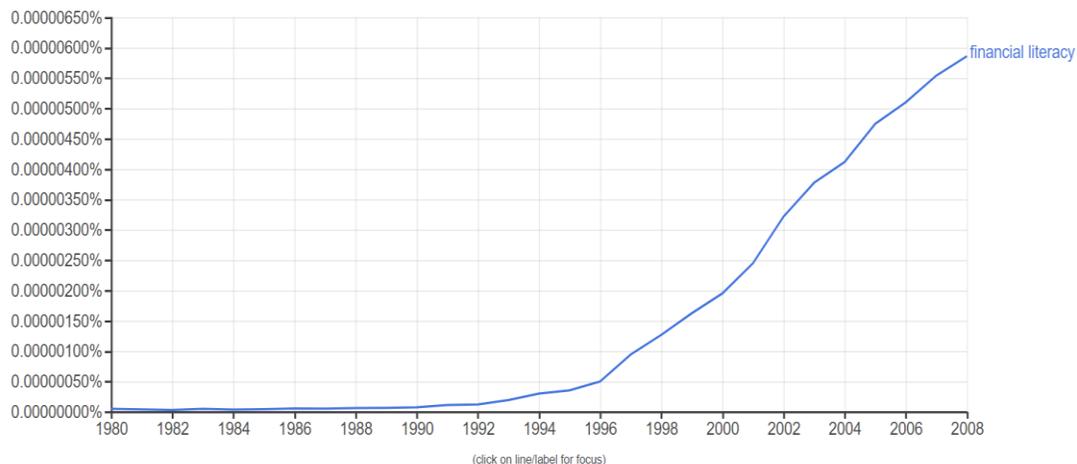
6.1 Reflexiones desde la teoría

La Educación Económica y Financiera (EEF) es un instrumento que ha tomado fuerza que desde finales de los noventa, como se observa en la gráfica 30 donde se ilustra la frecuencia con la que comenzaron a aparecer las palabras “financial literacy” en los textos compilados por la herramienta N-Gram de Google. La creciente promoción de la EEF está asociada al modelo neoliberal, donde el Estado transfiere la administración del riesgo económico al individuo (Arthur, 2012, pp. 95–96); Lusardi y Mitchel apoyando esta posición sostienen que en el pasado cuando las pensiones eran implementadas y administradas por el gobierno, las personas no daban gran atención al detalle de sus planes, pero ahora los ingresos durante el retiro están en un ambiente de personalización (2013, pp. 3–5). De manera que, entendiendo este planteamiento se encuentra que la formación económica es una consecuencia al hecho que los países requieren promover medios que aseguren que los ciudadanos tienen el conocimiento y las habilidades necesarias para asegurar ingresos en su época de retiro.

Adicionalmente, la definición de educación financiera de la OCDE (OECD, 2017, p. 49), utilizada como eje en el desarrollo de esta investigación⁴⁰, incorpora supuestos de la teoría neoclásica, tales como:

- Información perfecta sin costo.
- Las personas son responsables de su propio bienestar
- Las personas son racionales, por lo que toman decisiones maximizando utilidad, y sopesando costos y beneficios
- Los fenómenos sociales son predecibles.

Gráfica 30 Frecuencia palabra "financial literacy" en Ngram



Fuente: Google a través de la herramienta Ngram viewer – consultada mayo 2019

Si bien el punto de vista neoclásico sirve como base teórica para entender el concepto de EF propuesto por la OCDE, desde esta perspectiva no se responde a la motivación que ha llevado a diferentes países a promover la formación económica. Dicho impulso está asociado a la presencia de fallas del mercado consideradas en la teoría de información asimétrica, puesto que el régimen de protección al consumidor se explica como respuesta estatal para proteger a los consumidores financieros frente a posibles asimetrías de información por parte de las empresas (Moreno Gómez, 2017). Bajo la postura desarrollada por Stiglitz se entiende que la Superintendencia Financiera de Colombia, representando al Estado, exija la

⁴⁰ El análisis desagregado de esta definición se encuentra en el aparte 1.5.1 del documento

promulgación de programas de educación financiera. Igualmente, para el caso colombiano, es relevante recalcar que el desarrollo de la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (ENEEF) incorporó los principios y estándares impartidos por la OCDE y asimismo el Banco Mundial brindó apoyo técnico en el planteamiento (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y financiera, 2017, p. 9).

Frente a la efectividad del acercamiento neoclásico, se presentan cuestionamientos desde la teoría de finanzas conductuales, puesto que la premisa de educar y formar a las personas para la toma de decisiones, pasa por un proceso biológico, psicológico y de sesgos que no necesariamente se refleja en un cambio de comportamientos o hábitos (Barberis, 2018), es desde allí que el planteamiento de los programas de EF, públicos o privados, entran en la tensión de lo que esperan y lo que realmente observan en la realidad social. Por ejemplo, los planeamientos de puntos de referencia, limitaciones de los sistemas de pensamiento rápido y lento también ponen en invitación a reflexionar la manera de abordar la formación financiera teniendo en cuenta aspectos no racionales en la toma de decisiones (Kahneman & Chamorro, 2017).

En cuanto al modelo regulatorio colombiano, se encuentra una asociación con la teoría institucionalista, puesto que esta parte de la premisa que las instituciones, por medio de la repetición y generalización de hábitos influyen en cambios de la sociedad (Scott, 2018). Finalmente, el hecho que el monitoreo al cumplimiento de los programas de EF privados quede en manos de la figura del Auditor Interno, presenta un punto de tensión desde el punto de vista de teoría de agencia, ya que esta teoría sostiene que un tercero (auditor) debe asegurar que la administración gestiona el pro de los intereses de los accionistas (Jensen & Meckling, 1976), pero si la EF no es del interés de los accionistas se puede presentar un potencial conflicto entre la norma pública y los privados, que lleve a que la gestión de los programas de EF se limite al cumplimiento de un requisito legal.

6.2 Reflexiones desde estrategias de educación financiera estatales

En el segundo capítulo se compararon las prácticas sobre educación financiera a nivel internacional frente a los principios orientadores de la estrategia nacional de educación financiera en Colombia (ENEFF) identificando diferencias y puntos de coincidencia. Con base en la revisión de documentos de la OCDE y propuestas de otros países, se observa que la promoción de la EEF es una tendencia en todos los continentes, y el acercamiento de cada país difiere por modelos, necesidades, objetivos, y seguimientos (OCDE/INFE, 2015). Colombia se incorpora recientemente, al menos 10 años, en este esfuerzo educacional con la legislación del Sistema de Atención al Consumidor (SAC) donde se establece la obligatoriedad de programas de educación financiera para los bancos; este modelo es coincidente en lo que respecta a la participación de privados con la propuesta de Indonesia y Suráfrica, en el primer país el regulador revisa la neutralidad de los contenidos ofrecidos, y en el segundo el gobierno creó un fondo para el impulso de la EF al que aportan las entidades dependiendo el tamaño(OCDE/INFE, 2015, pp. 76–78). La revisión a la experiencia internacional permite establecer la conveniencia de reforzar la coordinación de esfuerzos entre agentes públicos y privados, revelar los resultados de impacto esperados y obtenidos de los programas de EEF, y documentar los mecanismos para asegurar un manejo de conflicto de interés para las empresas que promuevan la educación financiera y ofrezcan servicios financieros.

6.3 Reflexiones desde la experiencia local

En cuanto a la descripción de los elementos de programas de educación financiera para los principales bancos comerciales colombianos, en colocaciones y captaciones a corte octubre 2018, se observan varias situaciones susceptibles de mejora, tales como, similitud de los contenidos ofrecidos debido a que, si bien los temarios cubren grupos poblacionales de la ENEFF, los mismos no se especializan en sub grupos, por lo cual la efectividad de la oferta educativa se puede ver

comprometida (Clark & d'Ambrosio, 2008); ausencia en oferta pedagógica dirigida a población vulnerable que específica la ENEEF, lo cual permite observar descoordinación entre los lineamientos del Estado Colombiano y las iniciativas educativas de los bancos consultados. Aunque la OCDE (2015) sugiere que los privados que promuevan EF regulen el potencial conflicto de interés entre asesorar y educar, en la investigación realizada no se encuentran revelaciones sobre medidas para limitar el uso de logos corporativos, o promoción de estrategias comerciales por medio de formación financiera, ni mecanismos para manejo del potencial conflicto de interés; tampoco se encuentran reportes disponibles sobre la efectividad o resultados sobre los programas ofrecidos, esta situación se relaciona también con el hecho que los programas de EF consultados en las páginas web no aclaran cuáles son sus objetivos y alcance. Es relevante mencionar que los cursos no cuentan aún con un módulo de seguimiento a las personas que utilizan los temarios, por lo cual las entidades no han publicado los resultados de permanencia del conocimiento impartido o modificaciones en los hábitos de los usuarios del programa. De manera que, este tipo de hallazgos confirma que el camino aún es largo por recorrer en términos de afianzamiento de los programas desde el punto de vista de autorregulación, coordinación con iniciáticas sectoriales y seguimiento; sin embargo, en todos los bancos evaluados se encuentran esfuerzos, que de ser coordinados pueden potencializar los resultados esperados por la ENEEF.

De otra parte, al indagar por elementos internos que permitan entender el rol de la EF en la estrategia de los bancos, se consultaron los Informes de Gestión más recientes publicados por las entidades evaluadas. Con base en tal información se encuentra tangenciales reportes sobre la evolución de los programas de EF, que se implementaron desde 2009. En ese sentido, dos de los siete bancos revisados informan sobre la cantidad personas que participan del programa de EF, sin indicar si es el número esperado o superó alguna expectativa; tres de las siete entidades indican que el programa de EF apoya la inducción al uso de productos de la entidad, lo cual podría traspasar la línea del conflicto de interés; cuatro de las siete entidades no tiene asociado el programa de EF a la estrategia de negocio, de modo que se podría estar cumpliendo sin incorporar el espíritu de la norma del

SAC; dos de los siete bancos señalan abiertamente que la EF es un tema prioritario para los grupos de interés, igualmente cuatro de los siete bancos incorporan al programa de EF dentro de su estrategia de responsabilidad social, lo cual es estupendo para potencializar la formación en la toma de decisiones económicas impartida por entes públicos y privados; Finalmente, ninguna entidad refiere resultados de los de los esfuerzos pedagógicos sobre el comportamiento o habilidades de quienes toman los cursos.

Frente a elementos externos, se difundió un sondeo de opinión por medios electrónicos con el fin de explorar las expectativas, entre personas que no conocen sobre la oferta pedagógica de los bancos evaluados, y experiencias, entre aquellos que han usado los contenidos educacionales dispuestos por los principales bancos comerciales. Los resultados muestran desconocimiento marcado (64% de los encuestados) sobre a la oferta educativa de los bancos, en ese sentido de 188 respuestas, 93% corresponden a personas que tienen estudios posteriores a la educación media; sin embargo, solo el 37% de este grupo indicaban conocer sobre programas de EF ofrecidos por bancos. Este resultado contrasta contra un estudio similar en India sobre el rol de los bancos comerciales en la formación financiera (Selvakumar et al., 2018), donde el 60,5% de los encuestados sí conocía sobre los programas educativos de los bancos de la región. En cuanto a inexperiencia de los programas de EF consultados por campo académico se evidencia que artes, ciencias jurídicas y tecnología mostraron los índices más altos, mientras que las áreas donde se concentraron la mayor cantidad de respuestas sobre experiencia en este tipo de oferta educacional fueron ciencias administrativas, sin que llegaran a estar por encima de la mitad de los encuestados del grupo. Otro aspecto a resaltar, como un insumo para mejora tiene que ver con que las personas inexpertas en este tipo de oferta educativa indicaron que les gustaría recibir información por medios, que actualmente ya están disponibles, sobre esta particularidad el sondeo encuentra que los encuestados sin experiencia (120 de 188) señalaron que les gustaría recibir información sobre este tipo de iniciativas educativas por la página web (53%) y empleados del banco (25%), esta opinión es llamativa si se tiene en cuenta que los enlaces al programa de EF de todos los

bancos revisados se encuentra en la página web del banco, quizás los enlaces no se estén promoviendo con determinación. En cuanto a objetivos, tomados de la ENEEF, los usuarios novatos le dieron mayor puntuación al de fomentar hábitos de planeación y ahorro en diferentes etapas de la vida (89/120), sin embargo, solo tres de los 7 bancos evaluados presentan más de un contenido para este objetivo; en cuanto a temáticas que obtuvieron la mayor cantidad de marcaciones por parte de los encuestados inexpertos, matemática financiera, tarjeta de crédito y crédito hipotecario son los contenidos que obtuvieron mayor cantidad de respuestas, sobre estas expectativas los programas caracterizados deben complementar sus contenidos sobre matemática, pues para el periodo evaluado no estaba disponible; en cuanto a la neutralidad, diferenciación entre contenidos comerciales y educativos, y utilidad fueron evaluados en una escala de 1 a 5 con la mayor calificación, lo cual lleva a considerar que estos elementos deben ser resaltados con el fin de ampliar el número de personas que usan los programas de educación financiera; el lenguaje sencillo y herramientas para la toma de decisiones son los atributos con mayor elección entre las personas sin conocimiento de los programas, teniendo en cuenta esta retroalimentación, es preciso que las entidades implementen procedimientos que aseguren que la redacción apropiada para un público sin experiencia en temas financieros y la actualización de las herramientas para la toma de decisiones; finalmente, el 90% del grupo sin experiencia indicó que usaría un programa de EF y cree que cambiaría su toma de decisión, esta predisposición es una oportunidad valiosa para incentivar la conciencia al tomar decisiones financieras responsables.

En cuanto a las personas que revelaron tener experiencia en alguno de los programas consultados (68 de 120), se presentaron los datos cifrados por manejo de la confidencialidad de los entrevistados y las entidades evaluadas. Se observaron las siguientes situaciones: tres de las siete entidades evaluadas concentraron dos terceras partes de las respuestas del sondeo, este resultado puede estar asociado al tamaño y la concentración de clientes por banco, puesto que en el sondeo tenían más probabilidad de responder personas relacionadas con empresas más grandes; el medio por el que más se conoce de los programas es la página oficial de las entidades, seguido del personal del banco, este es un punto

sugerente, si se tiene en cuenta que entre los inexpertos el medio deseado era la página web y el personal de los bancos, por lo cual surge la inquietud de por qué solo el 37% de las personas conocían de estas iniciativas; entre los objetivos que propone la ENEEF el que fue considerado como el de mayor cumplimiento es el relativo a fomentar en la población hábitos de planeación y ahorro asociados a las diferentes etapas de la vida, este dato es revelador si se tiene en cuenta que en la caracterización resumida en la tabla 21 este objetivo es cubierto por la cuarta parte de los contenidos caracterizados en el capítulo 3, el objetivo con mayor oferta educativa es promover en la población el uso responsable del crédito, esta es una brecha entre lo que los programas revisados ofrecen y lo que los encuestados que conocen resaltan con un cumplimiento apropiado; se observa una alta frecuencia en el uso de contenidos relacionados con las finanzas personales, lo cual es coherente, teniendo en cuenta que los contenidos caracterizados en el capítulo 3 abarcan una formación dirigida a personas y familias, sin embargo, sí permite encontrar una brecha frente a la audiencia que indica la ENEEF, la cual incluye como un grupo poblacional de interés a los micro empresarios y a población vulnerable, de ahí que en las recomendaciones se sugiera consultar al nivel jerárquico más alto del gobierno de cada entidad si están de acuerdo en incluir contenidos educativos dirigidos a la población que señala la ENEEF; en una escala de 1 a 5, siendo 5 la mayor escala de neutralidad, diferenciación o utilidad, 75% de las respuestas ubicaron a los programas evaluados entre 3 y 4 en lo relativo a neutralidad, 66% de las respuestas evaluaron entre 3 y 4 a la diferenciación; en cuanto a la utilidad 87% de las respuestas se ubicaron por encima de 3, la valoración de estos atributos son un insumo que deben considerar los bancos pues coinciden con las buenas prácticas que sugiere la OCDE (2015); el lenguaje sencillo y los ejemplos cotidianos son los atributos de mayor importancia para las personas con experiencia en programas de EF impartidos por bancos, lo cual es coincidente con los atributos de las personas sin conocimiento sobre programas educativos de bancos, con base en esta información es prudente que los bancos revisen la vigencia de los ejemplos de la vida diaria dependiendo el tipo de audiencia, es decir, si son jóvenes, empleados, por género, ubicación geográfica o aquellos elementos que se consideren relevantes para segmentar la población objetivo;

41% de los encuestados reveló cambios específicos que experimentaron posterior a terminar los cursos que conocieron, sobre esta apreciación es necesario que los bancos procuren tener conocimiento de los cambios que experimentaron los clientes, y si estos aparte de ser permanentes, corresponden a los que buscaba el programa, con el fin de evaluar la pertinencia del mismo.

Finalmente, con base en las fuentes teóricas abordadas, es decir la perspectiva neoclásica, economía conductual, asimetría de información; buenas prácticas y experiencia internacional consolidada por la OCDE(OCDE/INFE, 2015), las cuales abordan el gobierno corporativo que debe apoyar las iniciativas educacionales privadas y el manejo al potencia conflicto de interés entre educar y asesorar; caracterización de los programas locales, donde se observaron coincidencias en contenidos sobre manejo crediticio y ahorro, pero que no cubren a todos los grupos poblacionales de la ENEEF; evaluación de elementos internos (basados en el último informe de gestión disponible), que permitió encontrar que si bien la formación económica hace parte de la estrategia de responsabilidad social de las entidades, aún no se encuentran indicadores sobre la evolución del programa y el cumplimiento de los objetivos pedagógicos que se propone el programa de educación financiera de la entidad; en cuanto a elemento externos, el sondeo de opinión permite recoger como retroalimentación los atributos y medios de comunicación a fortalecer para los establecimientos evaluados. Con base en esta información, se propusieron 5 recomendaciones para evaluar brechas de mejora en un programa de EF para el perfil de un banco comercial colombiano; estas propuestas orientan sobre: coordinar la iniciativa educacional privada con la visión pública que se encuentra en la ENEEF; pautas para reglamentar el programa de EF; sugerencias para administrar los recursos del programa; referentes para evaluar el programa; y aspectos a tener en cuenta para el reporte sobre la evolución del programa a diferentes grupos de interés. Cada recomendación viene acompañada de un cuadro con preguntas cerradas y una recomendación de acciones para considerar la resolución cuando la respuesta a algunas de las preguntas sea negativa.

6.4 Aporte a la disciplina y contexto de estudio

La revisión documental permitió encontrar una oportunidad de crecimiento para la investigación sobre la evolución de los programas de EF privados, con el fin de determinar cuál ha sido su impacto para el desarrollo del sistema financiero. La aproximación académica facilita la identificación de referentes para tener en cuenta para emitir una posición sobre la bondad de esfuerzos privados y asignación de recursos. En ese sentido, este tipo de estudios apoyará el trabajo los profesionales que se desempeñan en áreas de control y de gestión que deben ofrecer una evaluación sobre los programas de educación financiera. Así mismo, las preguntas planteadas en la propuesta tienen una relación directa con referentes teóricos y prácticos consultados, con lo cual stakeholders y administrativos pueden encontrar una fuente de referencia para determinar el propósito, alcance y visión que pretenden en los programas educativos, asegurando que la Alta Gerencia no se limita a una exigencia legal, sino a una visión de modelo de negocio y marco económico consensuado por los diferentes grupos de interés.

La propuesta desarrollada en la investigación brinda cuestionamientos para que los establecimientos de crédito comercial realicen una autoevaluación sobre sus esfuerzos educacionales, cuya respuesta puede ser un punto de partida para enriquecer las discusiones a nivel sectorial y estatal en lo relativo a los esfuerzos sobre formación económica. Igualmente, integrar la gestión del programa de educación financiera al gobierno corporativo y la estrategia del negocio, beneficiando el flujo de información sobre la evolución del programa educativo para grupos de interés interno y externos.

6.5 Limitaciones

Como una limitación de la primera parte del estudio es conveniente indicar que la revisión de referentes internacionales corresponde a los informes que consolida la OCDE y el Banco Mundial, con lo cual es probable que hayan excluido novedades o casos provenientes de países que no hayan sido incluidos en los reportes evaluados, y que fueran fuente para la mejora de programas privados de EF. En segundo lugar,

no se incluyeron todos los bancos comerciales colombianos, sino aquellos que concentraran el 80% de las colocaciones y captaciones del mercado colombiano, con lo cual, las conclusiones se basan en la muestra analizada. En cuanto al sondeo de opinión a consumidores financieros que respondieron voluntariamente, se buscó tener un acercamiento frente a las expectativas, de las personas que no conocen un programa de EF ofrecido por los bancos evaluados, y la experiencia de quienes han tenido un contacto con la oferta educacional caracterizada en el capítulo 3. El cuestionario fue respondido por 188 personas, de las cuales 174 que representan el 92,5% de la muestra evaluada tienen educación superior, lo cual contrasta con las cifras del DANE (2018, p. 3) que señalan que para 2017 el 22,3% de la población económicamente activa accede a la educación superior, por lo cual las respuestas no representan la situación de la población con grado de educación menor a educación media, donde se ubica la mayor parte de la población colombiana, la cual probablemente puede presentar los resultados diferentes.

6.6 Futuras investigaciones

Los mecanismos para medir los cambios en comportamientos de las personas que reciben instrucción financiera aún son fuente de estudio, especialmente si la formación proviene de un programa privado. En ese sentido aún son inexploradas varias problemáticas, tales como: si hay causalidad entre educar a las personas y su comportamiento de pago en productos de ahorro, endeudamiento o inversión, la relación entre el comportamiento de los clientes educados financieramente por una entidad financiera y la evolución de provisiones de cartera; cuál es el rezago de tiempo entre educar financieramente y ver cambios en el comportamiento de las personas, asimismo cuánto tiempo se mantienen los hábitos aprendidos; qué diferencias deben tener los contenidos de educación financiera para personas y microempresarios; cómo se deben adaptar los contenidos de educación financiera frente a condiciones culturales o económicas; en qué momentos de la vida tiene mayor impacto un programa de educación financiera ofrecido por un banco; tampoco se ha abordado un mecanismo que procure evitar duplicación de esfuerzos

pedagógicos entre actores privados financieros colombianos. Igualmente, desde la academia y el sector empresarial no se ha evaluado si los contenidos pedagógicos financieros (privados) o sus medios de comunicación se deben adecuar a los cambios generacionales, tipo de formación académica, ámbito laboral o hasta tipo de contratación de la cual una persona obtiene sus ingresos. Los bancos tienen el gran reto de enlazar el conocimiento y aptitudes de sus clientes educados financieramente con la evolución de la cartera, analizada desde el volumen y provisiones, o cómo podría una entidad privada (como un banco) utilizar el conocimiento financiero de sus clientes o usuarios para adaptar estrategias comerciales que no incidan en conflictos de interés o incentivos perversos. Igualmente, es preciso ahondar en qué condiciones debe cumplir una persona para que se considere educado financieramente. Además, en el momento que los bancos implementen cuestionarios de diagnóstico sobre habilidades y conocimiento financiero de los clientes y usuarios de sus programas, será una fuente de estudio para determinar si la formación económica en colegios, universidades o instituciones de educación técnica o tecnológica deben ajustarse para fortalecer las habilidades en la toma de decisiones económicas de las personas.

Desde escenarios académicos la formación financiera es un reto y una necesidad que debe ser abordada de forma coordinada con actores privados, como los que vigila la superintendencia financiera de Colombia. Ahora, no solo son los efectos de la EEF, sino su modelo regulatorio e institucional el que debe ser objeto de revisión y evaluación desde la academia, puesto que es aún no es claro cómo ha condicionado el comportamiento de las personas por el marco de protección al consumidor

Bibliografía

- Álvarez, F. P., Muñoz Murillo, M., & Restrepo, T. D. (2015). Financial Education Programs in Colombia: 2015 Challenges in Assessing their Effectiveness. *Universidad EAFIT*, (15).
- Anaya, G., & Anaya, G. G. (2016). Índice de alfabetismo financiero , la cultura y la educación financiera Index of financial literacy , culture and financial education.
- Arthur, C. (2012). *Financial Literacy Education, Neoliberalism, the Consumer and the Citizen*. Rotterdam: Sense Publisher. Recuperado a partir de <http://ezproxy.unal.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat02704a&AN=unc.000802381&lang=es&site=eds-live>
- Asobancaria. (2017). *Proyecto F Diagnóstico del uso del efectivo en Colombia*. Bogotá. Recuperado a partir de <http://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2017/12/Proyecto-F.pdf>
- Australian Securities and Investments Commission. (2014). National financial literacy strategy 2014 -2017, 62. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Banca de las Oportunidades; Superintendencia Financiera de Colombia; Banco de Desarrollo de América Latina. (2018). *Estudio de Demanda de inclusión Financiera - Informe de Resultados Segunda Toma*. Recuperado a partir de <https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/10098213>
- Banco Davivienda S.A. (2018). *Informe de Gestión 2018*.
- Banco Davivienda S.A. (2019). *ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS*. Recuperado a partir de https://www.davivienda.com/wps/wcm/connect/inversionistasespanol/ba8c9eea-8a5d-4c77-bad0-a5caaa254083/Presentación+Asamblea+General+de+Accionistas+Final+2018+%28Con+Video%29+%284%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_NH941K82NO9IA0Q8HHJP1F0IP1-ba8c9eea-8a5d-4c77-bad0-a5caaa254083-mC3bbGs
- Banco de Bogotá. (2018). *Informe de gestión*. Recuperado a partir de <https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/relacion-inversionista/accionistas-asambleas/informe-gestion>
- Banco de Occidente. (2017). *Informe de Generación de Valor Social*. Recuperado a partir de <https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/wcm/connect/banco-de->

- occidente/9dead887-cd79-49ea-9ef6-da8e254fd052/balance-2017.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mnPgTsk
- Banco Itaú. (2018). *Informe de Gestión y Sostenibilidad*. Recuperado a partir de https://www.italu.co/documents/10282/1323630/Informe_de_Gestión_y_Sostenibilidad_2018.pdf
- Bancolombia. (2016). Bancolombia lanza aplicación para educar a los jóvenes en finanzas personales. Recuperado a partir de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/sala-prensa/noticias/inclusion-educacion-financiera/bancolombia-lanza-aplicacion-para-educar-a-los-jovenes-en-finanzas-personales>
- Bancolombia. (2018). Bancolombia promueve la educación financiera a través de 'Aula del Saber', su nueva escuela en línea, un espacio que permite formarse en temas importantes de finanzas. Recuperado a partir de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/sala-prensa/noticias/inclusion-educacion-financiera/bancolombia-promueve-la-educacion-financiera-a-traves-aula-del-saber>
- Bancolombia. (2019). Informe de Gestión 2018 Bancolombia. Recuperado a partir de https://www.grupobancolombia.com/wps/wcm/connect/82fc166b-45c4-4577-b73d-de0eae23e7b9/04-03+Informe+de+gestion+y+Responsabilidad+Corporativa+2018_VersionWeb+%28003%29.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mBaPDX-
- Barberis, N. (2018). Richard Thaler and the Rise of Behavioral Economics. *Scandinavian Journal of Economics*, 120(3), 661–684. <https://doi.org/10.1111/sjoe.12313>
- Basaninyenzi, U. (2013). Til Debt Do Us Part: South African Soap Opera & Financial Education. Recuperado a partir de <http://blogs.worldbank.org/publicsphere/til-debt-do-us-part-south-african-soap-opera-financial-education>
- BBVA, B. (2018). *Informe Individual*. Recuperado a partir de <https://www.bbva.com.co/content/dam/public-web/colombia/documents/home/footer/informacion-financiera/informes-anales/DO-33-Informe-Individual-BBVA-Colombia-2018.pdf>
- Bechara, A., & Damasio, A. R. (2005). The somatic marker hypothesis: A neural theory of economic decision. *Games and Economic Behavior*, 52(2), 336–372. <https://doi.org/10.1016/j.geb.2004.06.010>
- Borrero, Simón; Camacho, Adriana; Hofstetter, M. (2017). Ensayos sobre Inclusión Financiera en Colombia. En *Ensayos sobre Inclusión Financiera en Colombia* (p. 115 . 155).
- BVC. Circular Única Bolsa de Valores de Colombia (2019). Bogotá. Recuperado a partir de https://www.bvc.com.co/pps/tibco/portallbvc/Home/Regulacion/Sistemas_Administrados/Renta_Variable?com.tibco.ps.pagesvc.action=updateRenderState&rp.currentDocumentID=-147a6d49_15de066918a_3288c0a84ca9&rp.revisionNumber=1&rp.attachmentPropertyName=Attachment&com.tibco.ps.pagesvc.targetPage=1f9a1c33_132040fa022_-78750a0a600b&com.tibco.ps.pagesvc.mode=resource&rp.redirectPage=1f9a1c33_132040fa022_-787e0a0a600b
- Campbell, J. L. (2007). Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? an Institutional Theory of Corporate Social Responsibility, 32(3), 946–967.
- Chang, H.-J. (2015). Que cien flores florezcan. Cómo hacer economía. En

- Economía para el 99% de la población.* (pp. 109–154).
- Clark, R., & d'Ambrosio, M. (2008). Adjusting Retirement Goals and Saving Behavior: The Role of Financial Education. *Improving the Effectiveness of Financial Education and Saving Programs*, (February), 237–256.
- Collins, J. M. (2013). The impacts of mandatory financial education: Evidence from a randomized field study. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 95, 146–158. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2012.08.011>
- Comisión Intersectorial para la Educación Económica y financiera. (2017). *Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera de Colombia (ENEEF)*. Bogotá.
- DANE. (2018). *Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH)- Fuerza laboral y educación 2017*.
- Enter.co. (2015). Así le gana Misión colony al pay to win. Recuperado a partir de <https://www.youtube.com/watch?v=Ijlp2sKBG7g>
- Fazli Sabri, M., & Cheng-xi, E. (2019). Financial Literacy and Related Outcomes : The Role Of Financial Information Sources. *International Journal of Business and Society*, 20(1), 286–298.
- FSCEF. (s/f). Financial Services Consumer Education Foundation. Recuperado el 20 de agosto de 2011, a partir de <https://www.fscaconsumered.co.za/FCSE/Pages/default.aspx>
- García, B. N. (2012). El impacto de la educación económica y financiera en los jóvenes: El caso de Finanzas para el Cambio. *Boradores de Economía*, 687.
- Gibson, J., McKenzie, D., & Zia, B. (2014). The impact of financial literacy training for migrants. *World Bank Economic Review*, 28(1), 130–161. <https://doi.org/10.1093/wber/lhs034>
- Han, J.-J., & Jang, W. (2013). Information Asymmetry and the Financial Consumer Protection Policy. *Asian Journal of Political Science*, 21(3), 213–223. <https://doi.org/10.1080/02185377.2013.864511>
- Haslem, J. a. (2014). Selected Topics in Financial Literacy. *The Journal of Wealth Management*, 17(3), 47–57. <https://doi.org/10.3905/jwm.2014.17.3.047>
- Hendrick, T. P. (2010). *National Financial Literacy Strategy*. (T. P. Hendrick, Ed.). New York: Nova Science Publishers.
- Hilgert, M. a., Hogarth, J. M., & Beverly, S. G. (2003). Household Financial Management: The Connection between Knowledge and Behavior. *Federal Reserve Bulletin*, 106(November 1991), 309–322. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhv072>
- IIA, I. A. I. (2017). Código de Ética IIA. Recuperado a partir de <https://www.iiacolombia.com/ippfcod.html>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm : Managerial Behavior , Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kahneman, D., & Chamorro, M. (2017). *Pensar rápido, pensar despacio*. Penguin Random House Grupo Editorial.
- Levy, J. S. (2018). An Introduction to Prospect Theory. *Political Psychology*, 13(2), 171–186. Recuperado a partir de <https://www.jstor.org/stable/3791677>
- Lozano, O. M. (2014). *Sistema bancario Colombiano y la educación financiera. Caso Davivienda*.
- Lührmann, M., Serra-García, M., & Winter, J. (2015). Teaching teenagers in finance: Does it work? *Journal of Banking and Finance*, 54, 160–174.

- <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2014.11.009>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy around the world: an overview. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10(04), 497–508. <https://doi.org/10.1017/jpe.2011.1>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2013). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 65. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). Financial Literacy: Theory and Evidence, 52, 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.1>
- Maya, M. G. (1993). La teoría neoclásica: Reflexiones, 163–188. Recuperado a partir de <http://ezproxy.unal.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=catt02704a&AN=unc.000508868&lang=es&site=eds-live>
- Moreno Gómez, G. A. (2017). El estatuto del consumidor como forma de corregir la asimetría de la información en la adquisición de productos o servicios en páginas web en Colombia. *Revista de Derecho Comunicaciones y Nuevas Tecnologías*, (17), 1–35. Recuperado a partir de <https://doi-org.ezproxy.unal.edu.co/10.15425/redecom.17.2017.10>
- OCDE/INFE. (2015). *National Strategies for Financial Education*. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, No. 16., <https://doi.org/10.1787/5k9bcwct7xmn-en>
- OCDE/INFE. (2015). National Strategies for Financial Education, 1–31.
- OECD. (2013). Evaluating financial education programmes survey, evidence policy Instruments and guidance, (September). Recuperado a partir de http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/G20-Evaluating_Fin_Ed_Programmes_2013.pdf
- OECD. (2017). PISA 2015 Results (Volume V) (Vol. IV). <https://doi.org/10.1787/9789264285521-en>
- Orozco, N. C., & Franco, M. A. (2016). Educación financiera en los estudiantes de pregrado de la Universidad del Quindío * Financial education in undergraduate students of the University of Quindío, 8(2), 99–120.
- Puente, C. A. (2014). *Financial Literacy Overview of Federal Activities, programs and Challenges*. Recuperado a partir de <https://www.gao.gov/assets/670/662833.pdf>
- Quivy, R., & Campenhout, L. Van. (2005). *Manual de Investigación en Ciencias Sociales*. (E. Limusa, Ed.). Mexico. Recuperado a partir de <http://www.fapyd.unr.edu.ar/wp-content/uploads/2015/09/manual-de-investigacion-en-ciencias-sociales-quivy-campenhout.pdf>
- Scotiabank Colpatria. (2018). Informe de Gestión 2018, 1–40. Recuperado a partir de <https://scotiabankfiles.azureedge.net/scotiabank-colombia/Colpatria/pdf/acerca-de/inversionistas/Informe-de-Gestion-2018-FINAL.pdf>
- Scott, W. R. (2018). The Adolescence of Institutional Theory Author (s): W . Richard Scott Source : Administrative Science Quarterly , Vol . 32 , No . 4 (Dec . , 1987) , pp . 493-511 Published by : Sage Publications , Inc . on behalf of the Johnson Graduate School of Management , 32(4), 493–511.
- Selvakumar, M., Anbuhezhiyan, P., Sathyalakshmi, V., & Mohammed Abubakkar Siddique, R. (2018). Role of Commercial Banks in Financial Literacy. *Productivity*, 59(2), 186–197. Recuperado a partir de <http://search.ebscohost.com.ezproxy.unal.edu.co/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=132143522&lang=es&site=eds-live>
- Sharma, A. (2019). The Influence of Financial Literacy on the Performance of

- Small and Medium-Scale Enterprises, XVIII(2).
- Stiglitz, J. E. (2000). The Contributions of the Economics of Information to Twentieth Century Economics. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(4), 1441–1478. Recuperado a partir de <https://www.jstor.org/stable/2586930>
- Superintendencia Financiera de Colombia. (2018a). *Evolución de la cartera de créditos de los establecimientos de crédito*. Recuperado a partir de <https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/60775>
- Superintendencia Financiera de Colombia. (2018b). *Información financiera con fines de supervisión Bancos - NIIIF*. Recuperado a partir de <https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/10084375>
- Superintendencia Financiera de Colombia. (2019). *Entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia*. Recuperado a partir de <https://www.superfinanciera.gov.co/inicio/industrias-supervisadas/entidades-vigiladas-por-la-superintendencia-financiera-de-colombia/lista-general-de-entidades-vigiladas-por-la-superintendencia-financiera-de-colombia-61694>
- Thaler, R. H., & Benartzi, S. (2004). Save More Tomorrow™: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. *Journal of Political Economy*, 112(S1), S164–S187. <https://doi.org/10.1086/380085>
- Uriarte., B. de. (1990). On the Free Will of Rational Agents in Neoclassical Economics. *Journal of Post Keynesian Economics*, 12(4), 605–617. [https://doi.org/10.1016/S0378-4266\(14\)00079-X](https://doi.org/10.1016/S0378-4266(14)00079-X)
- Vargas, S. L. P. V. (2016). Teoría económica neoclásica y su ideología subyacente : orígenes , epistemología y método Este artículo desarrolla una reflexión crítica en relación con los fundamentos. *Rupturas 6(2) costa rica*, 6(2), 197–229.
- Wong, D.; Hernández, H. & Chirinos, M. (2014). Condicionamiento de los Valores en la Competitividad y los Conflictos en las Empresas Familiares Peruanas. En: Monsalve, M. (ed.) Grupos Económicos y Mediana Empresa en América Latina, pp. 145-175, ed.
- Xu, L., & Zia, B. (2012). Financial Literacy around the World An Overview of the Evidence with Practical Suggestions for the Way Forward. *Policy Research Working Paper*, (June), 1–56. <https://doi.org/10.3102/00346543067001043>
- Zicari, A. (2008). Finanzas personales y ciclo de vida: un desafío actual. *Invenio*, 11(20), 63–71. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87702006>

A. Anexo: Descripción detallada programa de educación financiera Davivienda

El programa de educación financiera de Davivienda está disponible desde la página web, en las opciones para personas, el contenido está organizado en tres temas pilares que se enumeran a continuación por tema y subtema:

2. **Mis finanzas en casa:** Dirigido a cabezas de hogar y menores, por medio de dos módulos, Aventuras en Familia, dirigido a padres y cabezas de hogar a quienes brinda orientación sobre ahorro, crédito y seguridad. Además, Monetarium el universo de los niños, que busca promover hábitos de ahorro y planeación, y generalidades del sistema financiero. En esta sección el banco ofrece los siguientes cursos, que tienen una duración aproximada de 30 minutos, cada uno cuenta con un video introductorio, explicación interactiva y una actividad de preguntas antes de terminar, a continuación se relacionan la oferta de cursos:

2.1. Sistema financiero

- 2.1.1. Entidades financieras: Indica la división de las entidades financieras en dos grupos, entidades de vigilancia y vigiladas, que divide en cuatro grupos, establecimientos de crédito, sociedades de servicios financieros, sociedades de capitalización e intermediarias de seguros y reaseguros.
- 2.1.2. Entes de control financiero: Presenta de forma breve el papel del Banco de la República, Ministerio de Hacienda y Crédito Público,

Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria, Fondo de Garantías de Instituciones Financieras (Fogafin), Fondo de Garantías de las Entidades Cooperativas (Fogacoop) y el Autorregulador del Mercado de Valores, AMV.

2.1.3. Los bancos: Explica tres productos básicos que ofrece un banco, cuentas de ahorro, cuenta corriente y Certificados de depósito a término CDT, indicando características principales. Igualmente aborda los productos de préstamos, tales como: crédito de vivienda, crédito de vehículo, crédito de estudio, crédito de inversión y tarjeta de crédito. En esta sección se define qué es una tasa de interés. Como servicios complementarios el curso informa la posibilidad de realizar giros internacionales, pago de impuestos, pago seguridad social, inscripción cuentas, pago de servicios públicos, inversiones, entre otros.

2.1.4. Habeas data: Orienta sobre la norma que regula el tratamiento de datos en centrales de información, tipos de reporte y tipos de permanencia.

2.2. Finanzas Personales y Familiares

2.2.1. El ahorro: Por medio de casos el curso define qué es ahorro, la importancia de las metas y tipos de ahorro.

2.2.2. Cuentas de ahorro: Define en qué consiste el producto, sus características y cómo se abren, se realizan movimientos, así como tipologías.

2.2.3. Administración del dinero: Orienta en la definición de presupuesto, cómo hacerlo para organizar las finanzas, al final del curso el usuario tendrá acceso a calculadoras de presupuesto.

2.2.4. Manejo de inversiones: Define cuáles son las inversiones financieras, cómo funcionan y elegir las. En adición, resalta la importancia en la definición de objetivos, entendimiento del riesgo y rentabilidad, instrumentos financieros e inversiones en el sector real.

2.2.5. El crédito: Por medio de casos y cuestionarios interactivos define qué es y en qué consisten los créditos ofrecidos por bancos, sus

características, conceptos básicos como capital, plazo, interés, tipos de tasas de interés, cuota, y tipos de crédito, procesos de verificación en centrales de crédito.

2.2.6. Seguros y protección: Introduce preguntas relacionadas al uso de seguros; posteriormente, define qué es un seguro, tipologías, cuyo entendimiento se realiza por medio de cuestionarios.

2.2.7. Depósito de dinero electrónico: Orienta a las personas en la definición de transacciones electrónicas, su funcionamiento y beneficios.

2.3. Seguridad y tecnología

2.3.1. Transacciones seguras: Diagnostica por medio de un cuestionario qué tan precavido es el usuario, informa sobre las medidas que ofrece un banco sobre seguridad, recomendaciones para crear claves y manejo de correos sospechosos.

2.3.2. Canales virtuales: Describe herramientas tecnológicas disponibles, entre ellas: cajeros, internet, teléfono, banca móvil, call center.

2.4. Objetivos específicos

En esta sección el usuario define cuál su objetivo de aprendizaje, y según sus respuestas, la página le relaciona los cursos más apropiados.

Igualmente, la página tiene un botón de información importante donde se refieren consejos semanales para la administración del dinero, videos sobre seguridad bancaria, ahorro, vivienda y vehículo. En segundo lugar, se encuentra un diccionario financiero; un tercer botón con preguntas y respuestas sobre el uso del portal y un chat para aclaraciones sobre los cursos. Finalmente, se encuentra disponible un botón para descargar una aplicación para realizar presupuestos que se llama “haga sus cuentas”.

3. **Mis finanzas para invertir:** Dirigido a orientar sobre temas de ahorro para el retiro entre adultos. La página tiene cuatro cursos:

3.1. Cómo ahorrar e invertir para alcanzar sus metas: Divido en 4 secciones, Resalta la importancia del ahorro y la previsión para la época de retiro, además ofrece un cuestionario para que el usuario evalúe sus hábitos

de ahorro; en segundo lugar, explica la diferencia entre ahorrar e invertir, concepto de riesgo y rentabilidad, tipos de inversión; en tercer lugar indica las pautas a tener en cuenta para invertir, concepto de tiempo, rentabilidad, tipo de inversionista; finalmente, invita al usuario a plantear su próxima meta de ahorro, diligenciando plazo, valor de la meta y estimado de ahorro mensual.

- 3.2. Cómo invertir en las principales empresas del país: Por medio de dos secciones, en el mercado de valores e invertir en acciones en e-trading, la página explica en qué consiste cada mercado, cómo funciona y recomendaciones.
 - 3.3. Invertir para el futuro: Explica en qué consisten los fondos de inversión colectiva, fondos voluntarios de pensiones, multi portafolios, inversiones para construir patrimonio, inversión para el retiro, planes institucionales. En cada alternativa se explica su funcionamiento, beneficios y recalca el concepto de riesgo y rentabilidad; también cada opción cuenta con un botón dirige al usuario a un foro y una opción para contactar a alguien de la entidad financiera.
 - 3.4. Vocabulario del inversionista: Listado de definiciones relativas a los conceptos desarrollados en los cursos.
4. **Mis finanzas para mi negocio:** Ofrece tres temas exclusivamente para empresas que sean puntos Daviplata o corresponsales bancarios, para acceder a los temas relacionados abajo es necesario contar con un código que brinda el Banco, A continuación se relacionan los cursos enunciados en la página principal:
- 4.1. Mejor comunicación, más clientes felices
 - 4.2. Conozca mejor a sus clientes, aumente sus ventas
 - 4.3. Conozca a su competencia, conviértase en la mejor opción

Igualmente, el banco dispone en la sucursal virtual del banco de enlaces que lo dirigen a los cursos relacionados con el producto que tenga el cliente. El programa de educación financiera está dirigido a 4 de los 5 grupos objetivos que define la ENEEF, como se observa en la tabla 10. También se observa un enlace al programa de Asobancaria, Saber más Ser más.

B. Anexo: Descripción detallada programa de educación financiera Banco de Bogotá

El programa de educación financiera del Banco de Bogotá ofrece 12 contenidos, que se describen a continuación:

13. **¿Qué es un Banco?:** Brinda información básica sobre rol del banco en la economía y la vida de los ciudadanos, sector financiero actividades de un banco y del dinero. En este aparte la página menciona los antecedentes del Banco.
14. **Economía Familiar:** el módulo abarca contenidos básicos sobre presupuestos para estudio y mecanismos de financiación, entendimiento de patrimonio y consejos para incrementarlo a lo largo de la vida, presupuesto personal y productos de ahorro. En el temario se invita al lector a acudir para más información con la fuerza de ventas de la entidad.
15. **Ahorro e Inversión:** Orienta sobre productos de inversión del Banco y los que ofrece el Banco, brindando una breve descripción de las alternativas que puede encontrar una persona.
16. **Crédito y Endeudamiento:** Explica pautas básicas sobre compras internacionales, sistemas de administración riesgos (mercado, liquidez, entorno) y la gestión de riesgos en finanzas personales.
17. **Seguridad Financiera:** Orienta sobre las pautas para el uso de la banca electrónica, banca móvil; además, informa sobre la figura del Defensor financiero como un medio para resolver quejas o reclamos, breve

descripción sobre el uso de seguros sus características, deberes y derechos del cliente en este tipo de productos. Finalmente, informa sobre los derechos y deberes del consumidor financiero frente al Regulador.

18. **Tarjeta de Crédito:** Expone conceptos relativos al uso de este producto, entre los que se encuentran avance, la plataforma de pagos del banco, comisiones, datafono, interpretación del extracto bancario, flujo de caja, historial financiero.
19. **Buen manejo de tus pagos:** Dirige al usuario a enlaces con información básica sobre la ley habeas data sobre manejo de la información financiera, Circular 016 de 2017 sobre restructuración de deudas y políticas de cobro del banco.
20. **Alternativas para ponerte al día:** Orienta al cliente en las opciones que dispone la entidad para restructurar deuda en casos restricciones de liquidez, la descripción es breve. Finalmente, el enlace brinda datos de contacto para quienes estén interesados en tomar alguna alternativa mencionada.
21. **Pagar a tiempo es la mejor opción:** Relaciona los beneficios mantener un buen historial de pagos, y las consecuencias, en términos generales, de los retrasos en las obligaciones con el banco.
22. **¿Cómo puedes evitar caer en mora?** Invita a los usuarios a utilizar herramientas para hacer seguimiento a deudas, por ejemplo de banca móvil del banco, además relaciona hábitos aconsejables para controlar las deudas vigentes.
23. **¿Qué tanto puedes endeudarte?** Describe de forma sucinta el cálculo de la capacidad de endeudamiento, refiere un porcentaje recomendado, también sugiere que para resolver dudas el usuario debe contactarse con el Banco. En la última parte del enlace recomienda la herramienta “Mi presupuesto Virtual” para realizar cálculos, sin embargo al consultarla⁴¹ no funcionaba correctamente.

⁴¹ Enero 2019.

24. **Organiza tu presupuesto:** Enlace que lleva al cliente a la herramienta desarrollada por el Banco “mipresuestovirtual.com.co, la cual no estaba disponible en el momento de consulta.

Además de los contenidos mencionados, En banco dispone las siguientes herramientas para uso de los clientes:

- vi. Mi presupuesto virtual.
- vii. Fútbol financiero: Juego en web donde el participante puede avanzar en la medida que responda preguntas sobre temas financieros correctamente, en caso de error la pelota pasa al oponente.
- viii. Cartilla de Educación Financiera: Corresponde a un documento PDF, realizado en colaboración con La Banca de Oportunidades, organismo del Estado, y aborda los temas de presupuesto, ahorro, préstamos y servicios financieros por medio de ilustraciones e historietas.
- ix. Saber más, ser más: Enlace que dirige al programa de educación financiera de Asobancaria.
- x. Artículos BDB: Corresponde a una revista virtual donde el banco brinda consejos para el uso de herramientas y productos financieros, en tanto que incluye pauta para adquirirlos con el banco.

C. Anexo: Descripción detallada programa de educación financiera Banco de Occidente

El programa de educación financiera del Banco de Occidente se encuentra en la página web de la entidad. Para acceder a los contenidos no es necesaria la creación de un registro ni brindar datos personales. En cuanto diseño, toda la información está organizada por imágenes que vinculan a un enlace que tiene un breve texto sobre cada uno de los 9 temas que ofrece el Banco, y que se describen a continuación:

1. ¿Cuáles son los métodos de ahorro más efectivos?

Brinda una breve explicación entre ahorrar en alcancía, certificados de depósito a término, o fiducia. Igualmente, señala que el banco cuenta con los productos mencionados para quienes estén interesados.

2. 5 puntos a considerar para tener educación financiera y cambiar favorablemente tu economía

Señala consejos sencillos (párrafos de máximo 4 líneas) para ahorrar, usar tarjeta de crédito, conceptos financieros y uso de la banca móvil del banco. Cada tema tiene enlace con otros contenidos del programa.

3. Diccionario Financiero

Ofrece significados cortos de términos y entidades del sistema financiero colombiano.

4. Saca provecho a tus Productos y Servicios

En esta sección la entidad aborda, con contenidos cortos, 8 escenarios sobre finanzas personales y un aparte de consejos para emprendedores, indicando para cada situación características y usos para los productos y servicios que ofrece la entidad. A continuación se relacionan el nombre de los contenidos desarrollados:

- 4.1. Emprendimiento: Ser tu propio jefe puede ser una realidad
- 4.2. Ahorro y planeo para mis metas
- 4.3. Aprendiendo a ahorrar
- 4.4. Alternativas para abrir un CDT
- 4.5. ¿Qué hacer si nos sobra o nos falta dinero?
- 4.6. Cómo manejar las finanzas en pareja
- 4.7. Haciendo un presupuesto
- 4.8. Ventajas de pagar con tarjeta
- 4.9. Tu primera tarjeta de crédito: el comienzo de tu historial crediticio

5. Uso de la Tarjeta de Crédito

Brinda una descripción breve, por medio de 4 enlaces, sobre las ventajas y pautas para el manejo de tarjetas, cada texto referido tiene como fuente a Asobancaria.

- 5.1. Cobros tarjeta de crédito
- 5.2. Ventajas de pagar con tarjeta
- 5.3. Tu primera tarjeta de crédito: el comienzo de tu historial crediticio
- 5.4. Recomendaciones uso de la tarjeta

6. Manejo de canales electrónicos

Aconseja al usuario sobre hábitos para el manejo de medios de pago virtuales de forma segura, mitigando riesgos de fraude o robo de datos financieros. Además, el banco refiere contactos y en caso que el cliente observe señales de uso sospechoso de los servicios financieros que tiene vigentes con la entidad. Las recomendaciones se dividen en 6 contenidos, relacionados posteriormente, los cuales toman como fuente a Asobancaria.

- 6.1. Recomendaciones de seguridad con tus productos financieros
- 6.2. Bienvenidos a la era de la Billetera Digital
- 6.3. Conoce las nuevas modalidades de pesca de la información por internet

6.4. Tips de Seguridad para Canales Electrónicos

6.5. Recomendaciones para usar tu cajero

6.6. Seguro sin efectivo

7. Información para pensionados

Compuesta por una sección que se llama retiro laboral, donde se puede encontrar la definición de pensión, quiénes, cómo y cuánto se aporta para la seguridad social por retiro.

8. Cómo cuidar tu dinero

Al igual que la sección 7, en esta parte el programa continuó brindando pautas para la seguridad de la información financiera personal; además, señala recomendaciones al realizar transacciones en efectivo. El nombre de los enlaces son los siguientes:

8.1. Mantén acceso exclusivo a tus productos y servicios financieros

8.2. ¿Cómo prevenir el fleteo?

9. Cultura financiera

La sección explica de forma concisa el concepto y funciones de la figura del defensor del consumidor financiero. Aparte, orienta sobre reportes y pautas para mantener deuda sana. A continuación se refieren los nombres para 3 asuntos indicados:

9.1. El Defensor del consumidor financiero.

9.2. Cinco consejos prácticos para entender la importancia del reporte anual de costos totales

9.3. Consejos para tener una deuda

D. Anexo: Descripción detallada programa de educación financiera Scotiabank Colpatría

Scotiabank Colpatría

El programa de educación financiera del Banco Scotiabank Colpatría está dispuesto en la página web de la entidad y se enfoca en finanzas personales. Para acceder a los contenidos el usuario debe crear un registro diligenciando datos personales. Asimismo, el programa cuenta con un vínculo al programa de educación financiera de Asobancaria, “Saber más ser más”.

El diseño fue elaborado con apoyo de la Universidad Sergio Arboleda. Además, el temario está organizada 7 partes que vinculan a otros sub temas con textos sencillos, cuyo contenido se describe a continuación:

8. Lo que necesitas saber:

La sección cuenta la descripción sencilla de un listado de 11 temas relacionados con las finanzas personales y estructura del sistema financiero, donde el usuario puede profundizar en términos por medio de enlaces. Cinco de los temas abordan subtemas, resumidos a continuación:

1.1. Finanzas personales

- 1.1.1. Qué son las finanzas personales: Texto que define qué es un ingreso, gasto, activos, pasivos y patrimonio. En esa parte el usuario tiene la posibilidad de consultar por medio de enlaces una mayor información sobre títulos valores, activos generadores de riqueza, patrimonio y depreciación.
- 1.1.2. Qué el sistema financiero: Informa la función del sistema financiero y la definición de las instituciones que lo conforman. Además, Ofrece un

organigrama sencillo sobre el tipo de instituciones y reguladores del sistema financiero colombiano.

1.2. Qué es un banco

- 1.2.1. Cómo funciona un banco: Enuncia los servicios que ofrece un banco, actividad de captación y colocación; igualmente, enuncia la obligación de un encaje, y las razones para acudir a un banco.
- 1.2.2. Servicios Bancarios: Describe de forma breve otros servicios de los bancos, tales como: transferencias internacionales, compra y venta de dólares, y servicios electrónicos.

1.3. Qué es la fiduciaria

- 1.3.1. Qué es la fiducia: indica cómo funciona un contrato fiduciario y las partes que intervienen y sus características.
- 1.3.2. Quiénes intervienen en el contrato de fiducia: Relaciona los deberes de las partes del contrato de fiducia, igualmente refiere la norma que regula la relación fiduciaria.
- 1.3.3. Actividades autorizadas a las sociedades fiduciarias: Describe todas las actividades autorizadas para la fiduciaria y el marco normativo donde el usuario puede ahondar para posteriores consultas.
- 1.3.4. Vehículos fiduciarios: Introduce al usuario en los tipos de contrato de fiducia, señalando las características de un patrimonio autónomo, encargo fiduciario y fiducia pública.
- 1.3.5. Productos y negocios fiduciarios: Explica en términos generales los 6 tipos de fiducia (inversión, administración, inmobiliaria, preventiva, pública, en garantía, recursos del sistema de seguridad social) y sus subtipos. Además, refiere el marco normativo donde el usuario puede ahondar en los conceptos explicados.
- 1.3.6. Administración de fondos de inversión colectiva: Define qué es un fondo de inversión colectiva, sus deberes y características, también menciona la clasificación de los fondos, sus implicaciones y pautas para tener en cuenta.
- 1.3.7. Fiducia en la inversión extranjera: Presenta la alternativa que las fiduciarias tienen para personas o empresas que están en el exterior y envían divisas al

país para fines específicos. Igualmente, refiere el marco normativo donde se puede profundizar al respecto.

1.3.8. Fiducia en el régimen de insolvencia empresarial: Menciona las circunstancias y condiciones generales para acudir a un contrato de insolvencia, refiriendo el marco normativo que regula el régimen de insolvencia.

1.4. El ahorro y el crédito

1.4.1. Ofrece un concepto sencillo del qué es el ahorro y crédito así como las motivaciones y los beneficios de tenerlos. Como recomendación, la entidad señala conocer el detalle de los productos. En cuanto al crédito, la página ofrece un enlace donde el usuario encuentra tipos de préstamos y deudas, costos del crédito, y reflexiones a considerar antes de tomar un crédito, definición y construcción de un historial crediticio. Como un tercer subtema de crédito, se encuentra la definición y elementos que conlleva tener una tarjeta de crédito, por medio una historieta corta explica cómo funciona la liquidación de intereses, costos, información sobre tasas de interés. Se encuentra un formato para realizar un ejercicio comparativo entre tarjetas y poder elegir la alternativa más adecuada para el usuario.

1.4.2. Préstamos hipotecarios: Explica los tipos de crédito de vivienda, leasing habitacional, indexados a inflación y tasa fija, sobre estos dos último se encuentra una descripción de la diferencia entre UVR⁴² e Inflación; los umbrales para financiar inmuebles y el límite del valor de la cuota; igualmente, señala las características del crédito y las consecuencias del impago.

1.4.3. Préstamos personales: la sección aclara qué es un crédito fijo y rotativo, sobre este último el contenido aclara las características, beneficios, limitaciones y recomendaciones de uso.

1.5. Conceptos importantes: Aborda 3 conceptos, tasa de interés, impuestos e indicadores económicos.

⁴² De acuerdo al Banco de la República de Colombia, la Unidad de Valor Real es una unidad de cuenta usada para calcular el costo de los créditos de vivienda que le permite a las entidades financieras mantener el poder adquisitivo del dinero prestado.

- 1.5.1. Tasas de interés: El contenido enseña de forma breve qué significa este concepto para un inversionista y un prestamista; además, refiere información sobre tasa nominal, efectiva, tasa de usura, abono a capital.
- 1.5.2. Impuestos: Relaciona tributos nacionales y departamentales que debe asumir el consumidor e independientes.
- 1.5.3. Indicadores económicos: Ofrece una definición genera y explica de manera sencilla el concepto de inflación, UVR, Tasa de depósito a término fijo –DTF, Tasa representativa del mercado, TRM.
- 1.6. Derechos del consumidor financiero: Explica la figura del Defensor del Consumidor Financiero, indicando sus deberes, mecanismos que el ciudadano tiene para solicitar soporte a esta persona, casos que trata y respuestas que puede esperar el consumidor financiero. Adicionalmente, el contenido refiere: Obligaciones del consumidor financiero y de las entidades bancarias; entre estas últimas, el enlace relaciona la exigencia de la entidad sobre desarrollar programas de educación financiera.
- 1.7. Reportes centrales de riesgo: por medio de un documento en PDF relata de forma breve qué es la ley Habeas Data, centrales de riesgo, historia crediticia, notificaciones sobre reportes negativos, diferencia entre estado de la obligación y permanencia en las centrales.
- 1.8. Habeas data: Por medio de un documento en PDF, desarrollado por el programa de educación financiera “saber más ser más” de la Asobancaria, explica los mismos interrogantes del contenido indicado previamente, ver numeral 1.7.
- 1.9. Qué es phishing: Dirige a un documento en PDF, desarrollado por el programa de educación financiera “saber más ser más” de la Asobancaria, donde advierte cómo funciona la modalidad de fraude cibernético, y aspectos a prevenir al navegar en internet.
- 1.10. Evita el fleteo: Dirige a un documento en PDF, desarrollado por el programa de educación financiera “saber más ser más” de la Asobancaria, donde advierte cómo funciona el fleteo, y aspectos a prevenir al retirar dinero en sucursales de un banco.

1.11. Consejos de seguridad con tarjeta de crédito: PDF ilustrado con 4 sugerencias de seguridad sobre pagos por medio de tarjeta y uso de soportes bancarios.

9. Prepárate para la vida

Segundo tema está dividido en tres partes, la primera dedicada a seguros, asegura tu día a día; el segundo enlace aborda tipos de financiación, planeando el futuro; finalmente, el tercer vínculo, tiempos difíciles, aborda la administración del dinero en momentos de recesión, cada parte tiene subtemas, como se describe a continuación.

9.1. Asegura tu día a día

9.1.1. Vive seguro: Explica qué es un seguro y cuál es su importancia.

9.1.2. Tu hogar seguro: Menciona usos y casos en los cuales un seguro al hogar es beneficioso.

9.1.3. Tu auto seguro: Invita al usuario a considerar la adquisición de un seguro vehicular, indicando los beneficios, características, y las implicaciones de un deducible.

9.1.4. Viaja seguro: Destaca las cualidades de un seguro de viaje y, los casos en los que se puedan tomar.

9.1.5. Tu vida más segura: Señala los servicios ofrecidos en casos de muerte o lesión severa, describiendo el seguro de vida, fúnebre y de incapacidad.

9.1.6. Asegura tus ingresos: Advierte que el usuario puede tener dificultades para pagar sus obligaciones, de ahí que relaciona las características generales de un seguro de tarjetas y desempleo.

9.1.7. Asegura el estudio de tus hijos: como herramienta para planear los gastos y en caso de contingencia en caso de calamidad, el contenido resume el seguro de colegio y de universidad.

9.2. Planeando el futuro

9.2.1. Consigue tu hogar: Contenido indica cuándo arrendar y cuando comprar un inmueble para vivir.

9.2.2. Consigue tu carro: Advierte las consideraciones que un usuario debe tener en cuenta antes de comprar un carro, y las consecuencias económicas de la compra.

- 9.2.3. Empezando una familia: Contenido dirigido a parejas jóvenes, quienes podrán encontrar consejos a la llegada de un hijo, igualmente refiere a contenidos del programa donde se desarrollan temas para niños y seguros de estudio para colegio o universidad.
- 9.2.4. Vacaciones familiares: Brinda consejos para planear y financiar paseos con la familia.
- 9.2.5. Educación superior: Orienta al usuario sobre la importancia de los estudios superiores, y las alternativas de financiación privadas o públicas.
- 9.2.6. Jubilación: Contenido dirigido a personas en edad activa laboral que deben considerar mecanismos para financiar años de inactividad. Allí se recomiendan pautas para que sean aclaradas con el fondo de pensiones.
- 9.3. Tiempos difíciles
 - 9.3.1. Desempleo: Aconseja al usuario sobre elementos para enfrentar un despido, y menciona seguros a considerar como una gestión preventiva.
 - 9.3.2. Separación y divorcio: Resume brevemente los gastos, derechos y recomendaciones para afrontar la separación.
 - 9.3.3. Estafa: Advierte al usuario sobre asaltos a los que se puede exponer y recomienda consejos para evitar caer en este tipo de situaciones.

10. El ahorro

- 10.1. El ahorro
 - 10.1.1. Ahorrar es posible: Brinda preguntas para que el usuario reflexione para iniciar hábitos de ahorro, igualmente resume recomendaciones para ahorrar.
 - 10.1.2. Organízate para ahorrar: Orienta sobre los aspectos para tener en cuenta para definir un presupuesto y mecanismos de ahorro.
 - 10.1.3. Porque una cuenta bancaria: Resume los beneficios de una cuenta bancaria en términos de reporte para controlar. Igualmente, recomienda aspectos para tener en cuenta para elegir dónde abrir una cuenta bancaria. Finalmente, deja vínculos para la parte de productos de ahorro e inversión con los que el consumidor financiero puede incrementar el ahorro.

- 10.1.4. Otras formas de ahorrar: Lista actividades para reducir el consumo de servicios públicos, energía, gas, agua, teléfono y comunicaciones.
- 10.2. Presupuesto y prioridades
 - 10.2.1. ¿Qué es un presupuesto?: Refiere las principales actividades donde una persona destina su dinero, gastar, ahorro o inversión, las cuales deben ser consideradas en el presupuesto.
 - 10.2.2. ¿cómo gastas tu dinero?: Resalta la importancia de llevar un registro de los gastos personales, con el fin de conocer patrones de comportamiento y cómo se pueden hacer ajustes; finalmente, menciona la diferencia entre deseo y prioridad como elemento para definir un presupuesto.
 - 10.2.3. ¿cómo elaborar un presupuesto?: Ofrece al usuario formatos de Excel y PDF para construir un presupuesto, las condiciones que debe tener en cuenta, la importancia de las metas y el periodo para alcanzarlas, y recomendaciones para respetar el presupuesto.
- 10.3. Cuentas bancarias
 - 10.3.1. ¿Qué es una cuenta de ahorros?: Define qué es y cómo funciona una cuenta de este tipo, igualmente relaciona actividades que permite hacer este tipo de servicio.
 - 10.3.2. Tipos de cuentas de ahorro: Resume las características básicas de las cuentas dirigidas a niños, adultos, con apertura simplificada, de fomento a la construcción (AFC).
 - 10.3.3. Cuenta corriente: Expone características y beneficios de este tipo de servicio financiero.
 - 10.3.4. Requisitos para abrir una cuenta: Enlace relaciona los documentos que debe llevar una persona para abrir una cuenta, y consejos a considerar para elegir dónde abrir la cuenta.
 - 10.3.5. Otros servicios de tus cuentas: Informa sobre posibilidades de manejo de cuentas mixtas y tarjetas débito.
 - 10.3.6. Manejo y cuidado de tus tarjetas: Aclara beneficios y actividades a seguir en casos de inconvenientes con el plástico que entrega el banco.

11. El crédito

La sección de crédito se compone de dos partes, como se describe a continuación:

- 11.1. Tipos de préstamos y deuda: Explica la clasificación de créditos de acuerdo al respaldo o garantía. Adicionalmente, brinda aspectos que una persona debe considerar al tomar una decisión de endeudamiento.
- 11.2. ABC del historial crediticio: Este contenido es el mismo que se resume en el numeral 1.4 del programa de educación financiera del Banco Scotia Colpatria, donde se indicó que el banco aborda los siguientes asuntos:
 - ¿Qué es un historial crediticio?
 - Cómo construyes tu historial crediticio
 - Tarjetas de crédito
 - Préstamos hipotecarios
 - Préstamos personales

12. La Inversión

Contenido que incluye cinco subtemas, como se relaciona posteriormente.

- 12.1. ¿Qué es inversión?: Define el término inversión, plantea tres tipos de inversionista donde puede ubicarse una persona, beneficios, desventajas y recomendaciones a la hora de invertir. Finalmente, la página refiere un enlace donde se encuentra características mínimas, cálculo de intereses para cada uno de los siguientes productos de inversión financieros:
 - 12.1.1. Cdt's, certificados de depósito a término
 - 12.1.2. Dtv's, depósitos a términos virtuales
 - 12.1.3. Fondos de inversión colectivas
 - 12.1.4. Fondos de pensiones voluntarios
 - 12.1.5. Fideicomiso de banca de inversión

13. Tu seguridad

- 13.1. Servicios electrónicos: Informa las modalidades más comunes de estafas por medios electrónicos; igualmente, relaciona consejos para evitar ser víctima de los casos explicados.

- 13.2. Manejo de tarjetas crédito y débito: Previene al consumidor sobre casos donde puede ser víctima de estafadores durante el uso del plástico, y las advertencias para evitar inconvenientes de seguridad.

14. Niños – Juegos

La sección de niños ofrece un juego interactivo para niños donde un personaje femenino o masculino, se puede elegir, explica qué es ahorrar, por qué ahorrar, cómo se ayuda a la familia por medio del ahorro, cómo ahorrar en el colegio, mecanismos para ahorrar a través de internet.

En la sección juegos se presentan tres alternativas recreativas, una llamada principiante donde se explica el concepto de trueque cambiando bienes, el valor de diferentes metales preciosos; en segundo lugar, el intermedio, introduce un personaje que se llama I-Bot, quien debe obtener monedas hasta cumplir con el valor del bien que elige el niño al inicio, en una segunda actividad el niño debe apagar luces para con el fin de obtener ahorros que son puntos. Finalmente, como pasatiempo avanzado el niño debe cumplir objetivos para atrapar la mayor cantidad de facturas para pagar por internet.

Adicionalmente, la página del programa ofrece un formulario para enviar preguntas e inquietudes sobre finanzas personales y comentarios sobre la página web, preguntas frecuentes sobre crédito, ahorro, inversión, otros temas generales; de igual forma, el usuario puede ver 3 videos, uno introductorio del programa, otro de crédito, el último sobre ahorro.

E. Anexo: Tablas de enlaces páginas web consultadas

Tabla 34. Páginas del programa de educación financiera de Bancolombia

Contenidos	Comunicación
Aula del Saber	https://grupobancolombia.lmseunoconsulting.com/Public/User/CompanyLogin/AuladelSaber
YouTube	https://www.youtube.com/watch?v=XBn8zBR3Rd4
Misión colony	No disponible para descargar en Google play
Sala de prensa - Inclusión y educación financiera	https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/sala-prensa/noticias/inclusion-educacion-financiera
Feria de finanzas prácticas con Visa	https://www.finanzaspracticas.com.co/

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35. Páginas del programa de educación financiera de Davivienda

Contenidos	Comunicación
Mis finanzas en casa	https://misfinanzasencasa.davivienda.com
Aventuras en familia	https://misfinanzasencasa.davivienda.com/#!/aventuras
Monetarium el universo de los niños	https://misfinanzasencasa.davivienda.com/ninos#!/inicio
Mis finanzas para invertir	https://www.misfinanzasparainvertir.com/
Mis finanzas para mi negocio	https://www.misfinanzasparaminegocio.com/#fortalezca_frontpage

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36. Páginas del programa de educación financiera del Banco de Bogotá

Contenidos	Comunicación
¿Qué es un Banco?	https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/articulos-educacion-financiera/que-es-un-banco
Economía Familiar	https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/articulos-educacion-financiera/economia-personal-y-familiar
Ahorro e Inversión	https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/articulos-educacion-financiera/ahorro-inversion
Crédito y Endeudamiento	https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/articulos-educacion-financiera/credito-endeudamiento
Seguridad Financiera	https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/articulos-educacion-financiera/seguridad-financiera
Tarjeta de crédito	https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/aprende-sobre-tarjetas-de-credito
Buen manejo de tus pagos	https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/buen-manejo-de-tus-pagos
Alternativas para ponerte al día	https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/buen-manejo-de-tus-pagos/opciones-ponerte-al-dia
Pagar a tiempo es la mejor opción	https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/buen-manejo-de-tus-pagos/estar-dia-mejor-opcion
¿Cómo puedes evitar caer en mora?	https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/buen-manejo-de-tus-pagos/como-puedes-evitar-caer-en-mora
¿Qué tanto puedes endeudarte?	https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/buen-manejo-de-tus-pagos/que-tanto-puedes-endeudarte

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37. Páginas del programa de educación financiera del Banco BBVA

Contenidos	Comunicación
El Ahorro	http://adelantecontufuturo.com.co/es/index.php?page=42&ntc=3
Tarjeta de crédito	http://adelantecontufuturo.com.co/es/index.php?page=42&ntc=4
Salud crediticia	http://adelantecontufuturo.com.co/es/index.php?page=42&ntc=5
Canales transaccionales y seguridad bancaria	http://adelantecontufuturo.com.co/es/index.php?page=42&ntc=6

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38. Páginas del programa de educación financiera del Banco de Occidente

Contenidos	Comunicación
¿Cuáles son los métodos de ahorro más efectivos?	https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/footer/otros/educacion-financiera/metodos-le-ahorro
5 puntos a considerar para tener educación financiera y cambiar favorablemente tu economía	https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/footer/otros/educacion-financiera/5-puntos-para-mejorar-tu-economia
Diccionario Financiero	https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/footer/otros/educacion-financiera/diccionario-financiero
Saca provecho a tus Productos y Servicios	https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/footer/otros/educacion-financiera/ahorro-e-nversion
Uso de la Tarjeta de Crédito	https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/footer/otros/educacion-financiera/uso-de-la-tarjeta-de-credito
Manejo de canales electrónicos	https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/footer/otros/educacion-financiera/manejo-le-canales-eletronicos
Información para pensionados	https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/footer/otros/educacion-financiera/informacion-para-pensionados
Cómo cuidar tu dinero	https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/footer/otros/educacion-financiera/como-cuidar-tu-dinero
Cultura financiera	https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/footer/otros/educacion-financiera/cultura-financiera

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39. Páginas del programa de educación financiera del Banco Scotiabank Colpatría

Contenidos	Comunicación
Lo que necesitas saber	https://www.manejatusfinanzas.com/Loquenecesitassaber/tabid/55/language/en-US/Default.aspx
Prepárate para la vida	https://www.manejatusfinanzas.com/Prep%C3%A1rateparalavida/tabid/56/language/en-US/Default.aspx
El ahorro	https://www.manejatusfinanzas.com/Elahorro/tabid/57/language/en-US/Default.aspx
El crédito	https://www.manejatusfinanzas.com/Elcr%C3%A9dito/tabid/58/language/en-US/Default.aspx
La Inversión	https://www.manejatusfinanzas.com/Lainversi%C3%B3n/tabid/60/language/en-US/Default.aspx
Tu seguridad	https://www.manejatusfinanzas.com/Tuseguridad/tabid/61/language/en-US/Default.aspx
Niños - Juegos	https://www.manejatusfinanzas.com/Ni%C3%B1os/tabid/167/language/es-CO/Default.aspx https://www.manejatusfinanzas.com/Juegos/tabid/234/language/en-US/Default.aspx

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40. Páginas del programa de educación financiera del Banco Itaú

Contenidos	Comunicación
Canales electrónicos	https://www.itaú.co/personal/beneficios/canales-electronicos/canales/
Preguntas frecuentes	https://www.itaú.co/personal/preguntas-frecuentes/
Consejos de seguridad	https://www.itaú.co/comun/mas-seguridad
Habeas Data	https://www.itaú.co/personal/servicio-al-cliente/habeas-data/

Fuente: Elaboración propia

F. Anexo: Diseño metodológico del sondeo de opinión

1. VARIABLES QUE SE PRETENDE MEDIR.

Variable dependiente:

- Programa de educación financiera de un banco comercial colombiano.

Entendiendo educación financiera como lo presenta la OCDE proceso por el cual las personas mejoran su comprensión de los conceptos, riesgos productos y servicios financieros, y desarrollan las habilidades y la confianza para ser más conscientes de los riesgos financieros y de las oportunidades; así tomar decisiones financieras informadas para mejorar su bienestar (2005).

En cuanto a Banco Comercial, se toma la definición del Banco de la República, se entienden como empresas que captan dinero de personas o empresas por medio de cuentas de ahorro corriente o certificados de depósito a término (CDT), con estos recursos el banco lo coloca a individuos y organizaciones que lo necesitan.

Variables Independientes:

Las variables independientes se encuentran en los tres primeros objetivos específicos, como se describe a continuación:

- Prácticas sobre educación financiera:** La comparación de prácticas sobre educación financiera a nivel internacional frente a los principios orientadores de la estrategia nacional de educación financiera en Colombia identificando diferencias y puntos de coincidencia, se desarrolla en el segundo capítulo de la investigación, por medio de una

revisión documental. Cuyo resultado sirvió como insumo para el cuestionario, sin embargo, no forma parte de este.

- ii. **Elementos de programas de educación financiera:** La descripción sobre elementos de programas de educación financiera para una muestra de bancos comerciales colombianos distinguiendo aspectos comunes y diferenciadores entre ellos, se encuentra en tercer capítulo de la investigación, el cual se basó en una revisión documental en las páginas oficiales de los principales bancos del país. El resultado de esta parte de la investigación sirvió para el diseño del cuestionar, pero no hace parte de él.
- iii. **Brechas y limitaciones frente a elementos internos y externos:** La identificación de brechas y limitaciones frente a elementos internos y externos de la entidad se obtiene por medio del cuestionario, la cual busca indagar sobre las siguientes sub variables:
 - Grupo poblacional
 - Experiencia
 - Expectativas

1.1. DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS SUBVARIABLES EN EL CUESTIONARIO

i. Grupo poblacional

La investigación ha tomado como punto de referencia el planteamiento sobre tipos poblacionales de la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (ENEEF) (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y financiera, 2017), la cual establece 5 grupos objetivo en los cuales centrarse, como se refieren en la tabla 41.

Tabla 41 Descripción grupos poblacionales Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera

Grupo	Características
Educación formal	Educación inicial: primeros años de vida y preescolar; 2) básica primaria: 1º a 5º; 3) básica secundaria: 6º a 9º; 4) media: 10º a 11º; 5) educación superior universitaria, técnica y tecnológica y 6) docentes, directivos docentes, padres de familia y personal de las secretarías de educación.
Etapa activa	Este grupo (etapa activa) corresponde al segmento económicamente activo de la población, conformado por individuos entre 18 y 55 años, con capacidad de incorporarse al mercado de trabajo.

Población vulnerable	Vulnerabilidad (pobreza y/o víctimas del conflicto) derivada de circunstancias sociodemográficas y económicas que justifican una especial atención dentro de la Estrategia, con el fin de propiciarles herramientas básicas que les permitan planear su situación económica y financiera aún en medio de tales circunstancias.
Microempresarios	Unidad económica que tiene activos totales hasta de 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes y menos de 10 empleados, conforme a lo previsto en la Ley 905 del 2004.
Previsión del retiro y protección de la vejez	Todos los grupos poblacionales definidos como educación formal, etapa activa, vulnerables y microempresarios. Igualmente comprende: 1) los pensionados que se definen como las personas con reconocimiento del derecho pensional y 2) los adultos mayores –no pensionados– como potenciales destinatarios de políticas de mecanismos de protección a la vejez.

Fuente: (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y financiera, 2017)

Tomando en cuenta la clasificación de la ENEEF, por criterio del investigador se determina que, buscando un lenguaje fácil para los encuestados, se agrupan las categorías de la ENEEF por rango de edad, como se indica a continuación:

- **Entre 18 y 55:** Incluye Educación formal + Etapa activa + Población vulnerable + Microempresarios
- **Entre 56 y 60:** Educación formal + Población vulnerable
- **Mayor a 60:** Previsión del retiro y protección de la vejez

ii. Experiencia

La experiencia se define como el conocimiento, independientemente del nivel, sobre un programa de educación financiera de los 7 bancos que concentran el 80% de la cartera y los depósitos de país, cuyas características se describieron en el desarrollo del segundo objetivo de la investigación, donde caracterizaron los contenidos ofrecidos por los bancos; buenas prácticas a nivel internacional, abordadas en el primer capítulo del documento, y los propósitos teóricos, indicados en el contexto. Por ello, se consulta a los encuestados por la opinión en 5 dimensiones descritas posteriormente.

iii. Expectativas

Teniendo en cuenta que es probable que los encuestados que no tengan conocimiento sobre un programa de educación financiera de los bancos presentados (7 principales), sí puede tener una opinión o expectativa a priori de lo que encuentra pertinente encontrar. En ese sentido se buscan identificar sus intereses abordando las mismas dimensiones que se consultan en la variable independiente de experiencia, ajustando las preguntas.

1.2. DIMENSIONES DE LA SUBVARIABLES.

i. Experiencia

El cuestionario de experiencia se habilita dependiendo el banco que el encuestado indique que conoce. Posteriormente, se abordan los siguientes aspectos:

- i. Medio por el cual conoció del programa: busca determinar cuál es la principal vía por la cual los usuarios han llegado a los programas de educación financiera de los bancos.
- ii. Contenidos que se consultaron o conocieron para el programa seleccionado: Esta dimensión depende de los contenidos que tiene cada programa de los bancos, en ese sentido, se pregunta por las secciones conocidas.
- iii. Cumplimiento de los objetivos específicos de la ENEEF: Corresponden a 4 objetivos y un foco en la población de micro empresarios (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y financiera, 2017, p. 30): Busca recoger como una pregunta cerrada si los objetivos se cumplieron en el programa que se exploró.
- iv. Atributos de buenas prácticas sugeridas por la OCDE (2015) sobre programas de educación financiera que imparten privados, y que corresponden a neutralidad, diferenciación entre material comercial y pedagógico, facilidad y utilidad, características y herramientas encontradas en los programas evaluados.
- v. Cambio en el comportamiento financiero: Se consulta por medio de preguntas cerradas (marcando opciones) en qué aspectos cambió el comportamiento y por medio de una pregunta abierta (máximo 400 caracteres) cómo fue el cambio. En caso que el usuario no haya tenido cambios comportamentales por cuenta de un programa de educación financiera, se consulta a qué atribuye esa situación.

ii. Expectativas

- i. Medio por el cual conoció del programa: busca determinar cuál vía por sería la predilecta para conocer a los programas de educación financiera de los bancos.
- ii. Contenidos que se consultaron o conocieron para el programa seleccionado: Esta dimensión se pregunta qué tipo de productos de un banco le gustaría aprender dentro de una lista básica, y una como opción abierta

- iii. Cumplimiento de los objetivos específicos de la ENEEF: Corresponden a 4 objetivos y un foco en la población de micro empresarios (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y financiera, 2017, p. 30): Busca recoger como una pregunta cerrada qué objetivos esperaba que cumpliera el programa..
- iv. Atributos de buenas prácticas sugeridas por la OCDE (2015) sobre programas de educación financiera que imparten privados, y que corresponden a neutralidad, diferenciación entre material comercial y pedagógico, facilidad y utilidad, características y herramientas encontradas en los programas evaluados. Busca determinar, a cuál se le atribuye mayor importancia.
- v. Cambio en el comportamiento financiero: Se consulta por medio de preguntas cerradas (marcando opciones) en qué aspectos cree que podría cambiar el comportamiento y por medio de una pregunta abierta (máximo 400 caracteres) cómo fue el cambio. En caso que el usuario sea escéptico a cambios comportamentales por cuenta de un programa de educación financiera, se consulta a qué atribuye esa predisposición.

2. TÉCNICAS O INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Para el desarrollo de la medición de las subvariables presentadas, se desarrolló un cuestionario. La primera parte recopila información básica y las variables relacionadas con el grupo poblacional de acuerdo a la edad.

En la segunda parte, se consulta si el interrogado conoce o ha utilizado el programa de educación financiera de alguno de los 7 principales bancos. De ser así, el cuestionario le pregunta por el medio por el que conoció el programa, el cumplimiento de objetivos de la ENEEF, los contenidos del programa de educación financiera de la entidad seleccionada, en una escala de 1 a 5, siendo 5 la mejor nota, indicar la valoración de neutralidad, separación de contenido comercial y educacional y utilidad; selección de los atributos más importantes para el usuario, si recomendaría el programa, si ha cambiado la forma de tomar decisiones financieras posterior al curso, en caso de dar una respuesta afirmativa se le pide al usuario responder qué tipo de decisiones y cómo ha cambiado, en caso de no presentar cambios, se pregunta a qué se debe que el programa no genere cambios en el comportamiento.

En la tercera parte, se consulta si el interrogado no conoce el programa de educación financiera ninguno de los 7 principales bancos,, el cuestionario le pregunta por las expectativas que tendría el usuario respecto a: el medio por el

que le gustaría conocer el programa, el cumplimiento esperado de objetivos de la ENEEF, los contenidos del programa de educación financiera de la entidad seleccionada, en una escala de 1 a 5, siendo 5 la mejor nota, indicar la importancia de la neutralidad, separación de contenido comercial y educacional y utilidad; selección de los atributos más importantes para el usuario, si recomendaría el programa, si cree que cambiaría la forma de tomar decisiones financieras posterior al curso; en caso de considerar que no se presentarían cambios, se pregunta a qué atribuye que el programa no genere cambios en el comportamiento.

3. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN PARA EL SONDEO DE OPINIÓN.

Para el desarrollo de este trabajo, se busca que la transmisión del cuestionario sea puesta a disposición de la comunidad académica y mayores de edad en general. La limitación geográfica será Colombia. Y esta será desarrollada en el transcurso de unas dos semanas a través de un formulario web de Google Forms, el cual recopilará las respuestas para su posterior análisis.

G. Anexo: Evaluación cuestionario sondeo de opinión

Constancia de validación

Yo, Miguel Víctor Chirinos Grados, identificado con número de Identidad N° C.E. 496412, por medio de la presente certifico que he revisado el instrumento de investigación experimental para la recolección de datos de la investigación titulada "Propuesta de Mejoramiento al programa de educación financiera de un banco comercial colombiano", llevado a cabo por Carolina Cardozo Carvajal, con cédula de ciudadanía 33.647.118, como Trabajo de grado para optar al título de Magíster en contabilidad y finanzas en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia.

El resultado de esta evaluación y las respectivas recomendaciones se presentan en el formato anexo.

A los 15 días del mes de mayo de 2019.

Firma

Identificación del ExpertoNombre y Apellido: Miguel Víctor Chirinos GradosProfesión: EconomistaEmpresa donde trabaja: Universidad Nacional de ColombiaCargo: Docente, Cátedra FinanzasCorreo electrónico: michirinos@una.edu.co

Teléfono de contacto: _____

Título de Pregrado: EconomistaTítulo de Postgrado: Maestro en Finanzas

OPINIÓN DEL EXPERTO(A): Exprese su evaluación en el siguiente formato, indicando si los criterios se satisfacen en forma Suficiente (S), Medianamente suficiente (MS) o Insuficiente (IS). Si lo considera necesario explique las observaciones generales en cada caso:

1.- Los ítems están relacionados con los objetivos.	S	MS	IS
Observaciones:	√		

2.- Los ítems miden las dimensiones de las variables.	S	MS	IS
Observaciones:	√		

3.- Los ítems miden los indicadores.	S	MS	IS
Observaciones:	√		

4.- La redacción de los ítems es adecuada y pertinente.	S	MS	IS
Observaciones:	√		

5.- El instrumento posee adecuada diagramación y presentación.	S	MS	IS
Observaciones:	√		

¿Le otorga validez del contenido el presente instrumento? SI NO

Otros comentarios:


 Firma del Experto(a)

15/05/2019
 Fecha