

María Mercedes Cuéllar López

Presidente

Daniel Castellanos García

Vicepresidente Económico

Elaboración del documento:

Mabel González Pacheco

Directora de responsabilidad social y educación financiera (DRSEF)

Paola Arias Gómez

Profesional sénior DRSEF

Juan Camilo González

Practicante DRSEF

Para cualquier comentario o inquietud relacionado con el contenido de este contenido, comuníquese con la Dirección de Responsabilidad Social y Educación Financiera de Asobancaria.

Dirección: Carrera 9 No 74 – 08, Bogotá. Colombia.

Teléfono: (571) 326 6600 ext.: 1349.

Correo electrónico: educacionfinanciera@asobancaria.com

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|--------------|
| 1. QUIÉNES SOMOS | 7-10 |
| 2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN PROGRAMA GREMIAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA | 11-17 |
| 2.1. Bases del programa gremial de educación financiera | |
| 2.1.1. Recomendaciones, principios y buenas prácticas | |
| 2.1.2. ¿Qué es educación financiera? | |
| 3. PROGRAMA GREMIAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA | 18-37 |
| 3.1. Sobre los objetivos, metodología y conocimiento del consumidor financiero | |
| 3.2. Sobre el marco legal | |
| 3.3. La teoría de la estrategia | |
| 3.4. Modelo de gobierno | |
| 3.5. Del comité de educación financiera | |
| 3.5.1. Grupos de trabajo | |
| 3.5.2. Secretaría técnica | |
| 3.6. El gobierno en los proyectos implementados en alianza con terceros | |
| 3.7. Elementos clave del programa gremial de educación financiera | |
| 3.7.1. Lineamientos | |
| 3.7.2. Objetivos | |
| 3.7.3. Alcance | |
| 3.8. Etapas de implementación | |
| 3.9. Las entidades y el gremio | |
| 3.10. Interlocución con gobierno nacional y otros grupos de interés | |
| 3.11. Nombre y slogan | |
| 3.12. Público objetivo | |
| 3.13. Ejes temáticos y contenidos | |
| 3.14. Canales y herramientas a desarrollar | |



4. AVANCES DEL PROGRAMA GREMIAL “SABER MÁS, SER MÁS” EN SU PRIMERA ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN (06.2011-09.2012)

- 4.1. Educación financiera para niños y jóvenes en los colegios
- 4.2. Educación financiera en programas de formación técnica y tecnológica
- 4.3. Educación financiera para la población no bancarizada y de bajos ingresos
- 4.4. Educación financiera para potenciales beneficiarios de vivienda
- 4.5. Educación financiera para todos a través de medios masivos
 - 4.5.1. Web 2.0
 - 4.5.1.1. Portal web www.cuadresubolsillo
 - 4.5.1.2. Portal Web www.abcmicasa.com
 - 4.5.1.3. Presencia en redes sociales
 - 4.5.1.4. Cursos virtuales
 - 4.5.1.5. Agendas financieras
 - 4.5.2. Televisión
 - 4.5.3. Prensa
 - 4.5.3.1. Obra de 24 fascículos “Cuadre su bolsillo”
 - 4.5.3.2. Obra de 10 fascículos “Finanzas para todos”
 - 4.5.4. Campaña en medios sobre seguridad bancaria
 - 4.5.5. Acciones de formación presencial



QUIÉNES SOMOS



La Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia – Asobancaria – es una organización gremial sin ánimo de lucro, creada en 1936, que representa al sector financiero colombiano. Está integrada por los bancos comerciales nacionales y extranjeros, públicos y privados, las más significativas corporaciones financieras e instituciones oficiales especiales presentes en el país. El Banco de la República, banco central de Colombia, ostenta la calidad de miembro honorario.

Con una labor de más de setenta años de servicio en beneficio de sus asociados y de los usuarios del sistema financiero, Asobancaria es reconocida en la actualidad como un punto de referencia en los temas financieros y bancarios en Colombia.

Con una labor de más de setenta años de servicio en beneficio de sus asociados y de los usuarios del sistema financiero, Asobancaria es reconocida en la actualidad como un punto de referencia en los temas financieros y bancarios en Colombia.

1.1. VALORES

Asobancaria está comprometida con los siguientes valores:

- + **Respeto**
- + **Igualdad**
- + **Honestidad**

- + **Compromiso**
- + **Responsabilidad**
- + **Excelencia**
- + **Lealtad**
- + **Actitud de servicio**

1.2. OBJETIVOS

Son objetivos de Asobancaria:

- + Representar a sus miembros frente a las autoridades y demás personas y entidades de carácter público o privado, nacionales e internacionales.
- + Promover y mantener la confianza del público en el sector y ampliar permanentemente el conocimiento público acerca de la naturaleza y función de la actividad financiera a través de la generación de información veraz.
- + Contribuir a la modernización de las actividades bancarias y financieras del país.
- + Apoyar, promover o desarrollar programas, proyectos o actividades relacionados con la responsabilidad social del sector financiero y del gremio.
- + Promover la adopción de estrategias y acciones de alcance sectorial en temas cruciales como la prevención y control del lavado de activos, entre otros.

1.3. NUESTRO NORTE COMÚN: APUESTAS A NIVEL GREMIAL

A nivel gremial, nuestras apuestas son:

- + Ser reconocidos como el gremio de mayor incidencia en la industria financiera, gracias a nuestro rigor y objetividad en la toma de decisiones, reforzando nuestro compromiso con el desarrollo económico y social del país.
- + Ser sostenibles a través del diseño e implementación de unidades estratégicas de negocio, generando productos y servicios de calidad superiores a las expectativas de nuestros clientes, con un recurso humano idóneo y en permanente desarrollo.
- + Contribuir al fortalecimiento de la gobernabilidad en Colombia, reconociendo e incentivando la gestión pública y el logro de resultados como estrategia de seguimiento y difusión.

1.4. ENTIDADES MIEMBRO

Banca 

 Banco Agrario de Colombia

 **Banco AV Villas**
Lo Que Quieres Tener

Banco de Bogotá 

BANCO **CORPBANCA** 

 **Banco de Occidente
Credencial**
Trabaja para usted.

BANCO  **GNB SUDAMERIS**

 **banco popular**

 **Banco ProCredit**

 Banco Caja Social

 **BANCOLDEX**
BANCO DE COMERCIO EXTERIOR DE COLOMBIA S.A.

Bancolombia 

BBVA

 **citi**

 **COLPATRIA**
RED MULTIBANCA

 Corficolombiana

 **DAVIVIENDA**

 **Finamérica**
Compañía de Financiamiento

Helm. 

HSBC 
El banco local del mundo

J.P.Morgan

 **Scotiabank**

 **Titularizadora
Colombiana**
UNA CASA PARA TODOS


WACHOVIA

1.5. ESTRUCTURA DE GOBIERNO

La estructura de gobierno de Asobancaria se encuentra conformada por los siguientes órganos: Asamblea General, Revisoría Fiscal, Junta Directiva, Juntas Sectoriales, el Presidente, y los Vicepresidentes, Juntas Sectoriales y Comités que determine la Junta Directiva.

La Asamblea General la conforman todos los miembros de la Asociación. El Revisor Fiscal, nombrado por la Asamblea para supervisar las actividades económicas de la Asociación, sugiere recomendaciones y vela por un desempeño transparente y eficiente.

La Junta Directiva está conformada por 20 de las 23 entidades afiliadas, elegidas por la Asamblea, garantizando con esto una total participación de los afiliados en la toma de decisiones. Es la Junta Directiva quien, mes a mes, canaliza ideas innovadoras dirigidas a fortalecer el desarrollo del sistema financiero colombiano.

1.6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE ASOBANCARIA

Asobancaria cuenta con un Presidente, elegido por la Junta Directiva, que actúa como representante legal de la Asociación y tiene a su cargo el gobierno directo de la misma. Desde enero de 2007 la Dra. María Mercedes Cuéllar actúa como Presidente de la Asociación Bancaria de Colombia.

El trabajo de la Presidencia es apoyado por cuatro vicepresidencias. La vicepresidencia económica funciona a través de cinco direcciones: estudios macroeconómicos y financieros, asuntos y riesgos financieros, opera-

ción bancaria, sistemas de pago e inclusión financiera y responsabilidad social y educación financiera. La vicepresidencia jurídica, a través de dos coordinaciones, atiende los temas de la actividad reglamentaria y la gestión judicial. Por último, la Vicepresidencia de ahorro y vivienda, que además de atender los temas propios de su ámbito, coordina las relaciones con el Congreso y la actividad legislativa, y supervisa la unidad empresarial de formación y eventos de la Asociación, a cargo de la organización de congresos, seminarios, talleres y cursos sobre temas relacionados con el sector y la Vicepresidencia CIFIN, responsable de la Central de Información Financiera, unidad empresarial de Asobancaria, cuyo objeto principal es la recolección, almacenamiento, administración, suministro y procesamiento de información relativa a los clientes y usuarios de los sectores financieros, real, solidario y asegurador.

Instancias de coordinación con las entidades afiliadas

Para coordinar su labor con las entidades bancarias y financieras miembros, la Asociación cuenta con un número de juntas sectoriales, comités técnicos y grupos de trabajo, conformadas por representantes de las entidades afiliadas, que se reúnen de manera periódica para evaluar, revisar y elaborar propuestas sobre temas de interés para el sector financiero.

Las Juntas Sectoriales, están compuestas por vicepresidentes de las entidades afiliadas a la Asobancaria, y los Comités están conformados por vicepresidentes o sus delegados, y son organizados por el área respectiva en la Asociación. Los resultados de este trabajo deben ser informados periódicamente a la Junta Directiva.

En la actualidad funcionan dos juntas sectoriales, de ahorro y vivienda y bancarización, bajo la coordinación de la vicepresidencia económica y la de ahorro y vivienda, coordinada por la vicepresidencia de ahorro y vivienda y operan 21 comités técnicos y 31 grupos de trabajo, organizados según la dependencia que los coordina.

1.7. ACCIONES

- + La Asociación ha contribuido a la modernización de la actividad bancaria y financiera del país, entre otros, a través del mejoramiento de los sistemas de pago con la tecnificación de los procesos de canje; la creación de cámaras de compensación automatizadas; la implantación del truncamiento de cheques; la utilización de los códigos de barras para recaudos y el desarrollo del proceso de intercambio electrónico de datos (EDI).
- + La Asociación ha promovido la adopción de normas éticas en los negocios y el establecimiento de reglas para estandarizar procedimientos en el sector a través de acuerdos interbancarios.
- + La Asociación fomentó la figura del Defensor del Cliente Financiero, posicionando a la banca colombiana a la vanguardia en Latinoamérica en cuanto a mejores prácticas en atención a los consumidores.
- + La Asociación estimula la cultura de un manejo integral del riesgo. Desde 1992, juega un papel fundamental en la lucha contra el lavado de activos por

vía de la autorregulación. El sector adoptó una serie de principios y acciones que constituyó la base de la primera regulación oficial sobre la materia, a través de la elevación del acuerdo interbancario a un decreto que más adelante fue incorporado al Estatuto Orgánico del Sistema Financiero. Posteriormente, la Asociación elaboró un código de conducta que adoptaron las entidades.

- + La Asociación impulsa decididamente la inclusión financiera y bancarización de la población de menores ingresos, así como la regulación que facilite el acceso a los servicios bancarios.
- + De igual manera, la Asociación está comprometida con promover la educación financiera de los consumidores, en el convencimiento de que no solo se logra mayor profundidad sino que tanto ellos como el país, ganan en la medida en que están mejor informados sobre los productos, servicios y costos de la banca y pueden tomarse decisiones más responsables. Más aún, Asobancaria viene trabajando en lograr que la educación financiera se reconozca como una prioridad y se incluya dentro de la educación formal desde la infancia.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En 2011 se definieron los siguientes temas como centrales para divulgar a la población a través de los medios de comunicación:

- + Educación financiera
- + Inclusión financiera
- + Impacto económico y social de la banca



ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN PROGRAMA GREMIAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA



La protección al consumidor financiero es una de las áreas que más reformas a nivel mundial ha sufrido, en particular, desde la última crisis financiera internacional, debido al reconocimiento del efecto negativo que las decisiones económicas y financieras no informadas tienen sobre los ciudadanos y agentes del mercado y sobre la estabilidad y solidez del sistema financiero. En este sentido, instituciones y reguladores han entendido que los esfuerzos por contar con una industria que satisfaga las necesidades de sus usuarios y que sea segura, incluyente y desarrollada, deben complementarse con herramientas y mecanismos que ayuden a los consumidores a tomar “buenas” decisiones a la hora de manejar los productos y servicios financieros y que influyan positivamente en su bienestar económico.

Una decisión informada nace a partir de la comprensión de conceptos económicos y financieros básicos, así como de la capacidad de aplicarlos en situaciones cotidianas. En este sentido, diversos estudios realizados muestran que dichos conocimientos y habilidades son deficientes en el consumidor financiero promedio y que tal situación tiene una estrecha relación con problemas de sobreendeudamiento, con la toma de riesgos excesivos e innecesarios y con el surgimiento de asimetrías de información entre usuarios y agentes del sistema financiero, entre otros.

En este contexto, surge la necesidad de desarrollar estrategias que promuevan la educación financiera (EF) de la población, involucrando al sector público y pri-

vado, encaminadas a brindarle al consumidor instrumentos que le permitan adquirir y entender los conocimientos necesarios para aumentar su calidad de vida, a través de las decisiones que toman a diario.

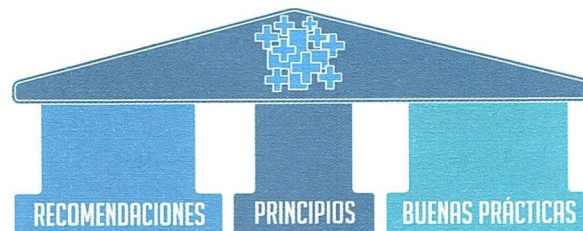
En Colombia, el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 reconoce la educación financiera como un elemento importante de la política pública y como uno de los apoyos transversales a la competitividad nacional. Asimismo, delega al Ministerio de Educación Nacional, la obligación de desarrollar un programa de economía y finanzas, que pueda ofrecerse a los establecimientos educativos, de acuerdo a lo establecido en la Ley General de Educación. Finalmente, insta a las entidades públicas, bajo la coordinación del Banco de la República, a diseñar y poner en marcha una Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (ENEEF) que articule las acciones de las entidades públicas y privadas y evite la atomización de esfuerzos y recursos en la materia¹.

Asobancaria, en representación de la banca colombiana, ha venido realizando desde hace ya varios años acciones dirigidas a disminuir los niveles de analfabetismo financiero de sus clientes actuales. En 2011, por mandato de su Junta Directiva, y con el ánimo de que estas acciones se articulen y tengan un mayor impacto, la Asociación asumió el reto de estructurar un programa gremial de amplio alcance, que pueda incorporarse en una ENEEF y que sirva de referencia para otras asociaciones bancarias de la región. El programa busca,

además, mediante la identificación de buenas prácticas, complementar las estrategias que a nivel individual cada una de las entidades afiliadas a Asobancaria viene desarrollando.

Este documento describe el marco de acción que guiará el trabajo de la Asociación en el corto y mediano plazo, sin olvidar, que el aumento de los niveles de alfabetización y capacidades en materia financiera de los colombianos requiere de un proceso integral y de largo plazo en el que participen activamente todos los actores responsables públicos y privados, involucrados en esta tarea. El reto es coordinar los esfuerzos de la banca y contribuir al bienestar de los consumidores financieros actuales y potenciales, la estabilidad del sector y al desarrollo del país.

BASES DEL PROGRAMA GREMIAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA



Para la banca colombiana, la educación financiera (EF) es un elemento crucial que se encuentra relacionado directamente con los esfuerzos que el gremio realiza en materia de protección al consumidor financiero. Creemos que como asociación bancaria podemos des-

1. Como base de esta Estrategia Nacional, se reconoce el documento elaborado en 2009 por las siguientes entidades: Ministerio de Hacienda, Banco de la República, Superintendencia Financiera, Fondo de Garantías de Instituciones Financieras, Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas, Autorregulador del Mercado de Valores y Ministerio de Educación Nacional.

empeñar un rol clave a la hora de incentivar e implementar programa de EF de amplio alcance y calidad que beneficien a los usuarios, complementen los avances en materia de regulación e inclusión financiera y tengan un mayor impacto a nivel país.

El objetivo es lograr que los colombianos sean personas financieramente educadas, con capacidad de tomar decisiones informadas y responsables en cualquier etapa de su vida y de desarrollar hábitos responsables, que mejoren su bienestar. La banca asume el compromiso de realizar acciones para que todo consumidor financiero esté en condiciones de hacer el mejor uso de sus productos de ahorro, crédito e inversión, y para lograrlo, es consciente de que su programa de educación financiera debe involucrar en sus ejes temáticos, procesos de información y educación sobre los conceptos básicos que permiten el manejo eficiente de dichos productos (i.e. ingreso, gasto, presupuesto, interés, riesgo, mecanismos formales de crédito, etc.).

RECOMENDACIONES, PRINCIPIOS Y BUENAS PRÁCTICAS

El programa de educación financiera (EF) gremial tiene en cuenta las recomendaciones, principios y buenas prácticas que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y su Red Internacional de Educación Financiera, de la cual Asobancaria es miembro observador, han venido promoviendo. De igual forma, observa aquellas que han surgido de la experiencia construida por entidades como FELABAN, BID, Banco Mundial, y otros organismos nacionales e internacionales comprometidos con esta tarea.

RECOMENDACIONES OCDE (2009)

Los gobiernos y todas las partes interesadas deberán fomentar una educación financiera (EF) justa y sin sesgos.

Los programas deberán ser coordinados y desarrollados con eficiencia.

Es necesario fomentar el desarrollo de metodologías para monitorear y evaluar los programas de EF existentes.

La promoción de la EF deberá formar parte del buen gobierno de las instituciones financieras (IFs), entre las que deberá fomentarse la rendición de cuentas y la responsabilidad.

Los programas de EF se deben centrar inicialmente en aspectos importantes de la planeación para la vida, como el ahorro básico, el endeudamiento, los seguros o las pensiones.

Los programas y las estrategias de transmisión deberán orientarse hacia la creación de capacidad financiera y hacia grupos específicos cuando sea necesario, haciéndolos tan personalizados como sea posible.

En este sentido, deberán fomentarse campañas nacionales, sitios específicos en Internet, servicios gratuitos de información y sistemas de alerta sobre temas de alto riesgo para los consumidores de productos financieros (como el fraude).

La educación financiera (EF) va más allá del suministro de información y asesoramiento financiero.

Deberá promoverse el desarrollo de capacidades financieras, basado en una educación y una información adecuadas; la EF deberá proporcionarse de forma correcta e imparcial y los programas se llevarán a cabo de manera eficiente.

Los programas de EF deberían centrarse en temas de alta prioridad, los cuales, dependiendo de las circunstancias del país, podrán incluir importantes aspectos de la planificación financiera a largo plazo, tales como cuentas de ahorro, gestión de la deuda personal o de los seguros, así como los requisitos previos para la concienciación financiera, como economía y matemáticas financieras elementales.

La EF debe ser tenida en cuenta en el marco regulador y administrativo, y considerada como una herramienta para promover el crecimiento económico, la confianza y la estabilidad. La regulación es esencial para proteger a los consumidores (por ejemplo contra el fraude) y no debe ser sustituida sino complementada por la EF.

Deberán tomarse las medidas convenientes cuando la capacitación financiera sea esencial pero se observen deficiencias. Se tendrán en cuenta otras políticas como la protección del consumidor y la regulación de las IFs. Sin limitar la libertad de contratación, en los procedimientos por impago convendría tener en cuenta la inadecuada EF o el comportamiento pasivo de los consumidores.

Deberá promoverse el papel de las IFs en la EF, como parte de la buena administración en relación con sus clientes. Se favorecerá la asunción de responsabilidad por parte de las IFs, no sólo para proporcionar información y asesoramiento, sino también para promover la concienciación financiera de los clientes, especialmente cuando se trata de compromisos a largo plazo o que representen un porcentaje considerable de los ingresos actuales y futuros.

Los programas de EF deberán diseñarse para satisfacer las necesidades y el nivel de competencia de su público objetivo, así como para reflejar el modo en que dicho público prefiere recibir la información financiera. La EF deberá considerarse como un proceso continuo, en curso y a largo plazo, con el fin de tener en cuenta la creciente complejidad de los mercados, la variación de las necesidades en diferentes etapas de la vida y la cada vez más compleja información financiera.

BUENAS PRÁCTICAS

OCDE (2005)

SOBRE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA

Se promoverá la realización de programas de EF que ayuden a los consumidores a conocer los hechos y a comprender los pros y contras, así como los riesgos de los diferentes tipos de productos y servicios financieros. Se promoverá una mayor investigación sobre economía del comportamiento.

Se promoverá el desarrollo de metodologías para valorar los actuales programas de EF. Debería considerarse el reconocimiento oficial de aquellos programas que cumplan los criterios pertinentes.

Se promoverán los programas de EF que desarrollen directrices sobre el contenido de los estudios y sobre el nivel de cumplimiento para cada programa y para cada subgrupo de población.

Con el fin de conseguir una mayor exposición y cobertura, se promoverá el uso de todos los medios de comunicación disponibles para la divulgación de mensajes educativos.

Con el fin de tener en cuenta la distinta formación de los inversores/consumidores, se promoverá la EF que establezca diferentes programas para subgrupos específicos (por ejemplo jóvenes, personas con bajo nivel de formación o grupos en situación de inferioridad). La EF deberá estar relacionada con las circunstancias individuales, a través de seminarios de EF y programas de consejo financiero personalizado.

Para aquellos programas que planteen el uso de aulas, deberá promoverse la adecuada educación y competencia de los educadores. A estos efectos, se favorecerá el desarrollo de programas de "formación de formadores" y el suministro de material y herramientas con información específica a estos formadores.

SOBRE EL PAPEL DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS

Se fomentará la definición detallada de los tipos de información (incluyendo dónde encontrarla, así como el suministro de información general comparativa y objetiva sobre los riesgos y rendimientos de los diferentes tipos de productos) que las IFs deben proporcionar a sus clientes en relación con los productos y servicios financieros.

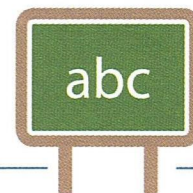
Se fomentará que las IFs distinguan con claridad entre lo que es EF y lo que constituye información y asesoramiento con fines "comerciales". Cualquier recomendación con propósito comercial deberá ser transparente y divulgar claramente tal condición, cuando también esté siendo promocionada como una iniciativa de EF. Para aquellos servicios financieros que supongan compromisos a largo plazo o tengan consecuencias financieras potencialmente significativas, se animará a las IFs a verificar que la información que proporcionan a sus clientes es leída y comprendida.

Se fomentará que las IFs proporcionen información a diferentes niveles, con el fin de satisfacer mejor las necesidades de los consumidores. Se evitarán la letra pequeña y la documentación poco comprensible.

La EF proporcionada deberá ser evaluada regularmente para asegurar que satisface las necesidades de los consumidores. Esto puede lograrse mediante la colaboración con organismos asesores independientes y sin ánimo de lucro que puedan tener una mayor relación con los consumidores, en particular con los que se encuentran en situación de desventaja al participar en los mercados financieros.

Se fomentará que las IFs formen a su personal para la EF y desarrollen códigos de conducta para proporcionar consejos generales sobre inversiones y préstamos, no vinculados con la venta de un producto específico.

¿QUÉ ES EDUCACIÓN FINANCIERA?



Si bien la educación financiera (EF) se ha convertido en un tema prioritario de trabajo para gobiernos y entidades privadas, el ejercicio de llegar a un acuerdo sobre su definición es complejo ya que existen diferentes enfoques y orientaciones. Mientras unos apuntan a enfatizar que la educación financiera tiene que ver con los conocimientos que una persona posee sobre los asuntos económicos y financieros, sin importar si los aplica o no en su vida diaria (ej: la persona entiende que es el ahorro y su importancia, pero no lo hace), otros insisten en que se no se trata de conocimientos y definiciones teóricas sino justamente de contar con las capacidades y habilidades para aplicarlas en el día a día.

Para contar con un punto de partida, vale la pena citar la definición elaborada por la OCDE, que considera que:

la EF es el proceso a través del cual los individuos desarrollan los valores, los conocimientos, las competencias y los comportamientos necesarios para la toma de decisiones financieras responsables, que requieren la aplicación de conceptos financieros básicos y el entendimiento de los efectos que los cambios en los principales indicadores macroeconómicos generan en su propio nivel de bienestar económico.

Con base en esta definición, en 2011 el Comité de educación financiera de Asobancaria, en el que participan representantes de las entidades afiliadas y que se reúne periódicamente para proponer y monitorear el avance de las acciones definidas colectivamente, propuso incorporarle algunos elementos, con el ánimo de puntualizarla:

*la EF es el proceso a través del cual los individuos desarrollan los valores, conocimientos, competencias y comportamientos necesarios para tomar decisiones económicas y financieras responsables **en el día a día**, y que requieren la aplicación de conceptos financieros básicos y el entendimiento sobre los efectos que **sus decisiones** pueden tener en su nivel de bienestar.*

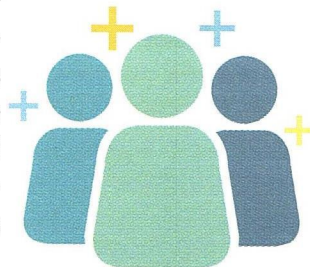
En esta definición, la banca ha querido hacer explícito el componente de cotidianidad que supone la EF, así como la responsabilidad que tiene todo consumidor de incidir sobre su nivel de bienestar a partir de la toma de decisiones.

Sobre la base del ejercicio desarrollado por el equipo promotor de la ENEEF respecto a la definición propuesta por la OCDE, se proponen entonces las siguientes precisiones:



+ Por **valores** se entenderá la toma de conciencia de las responsabilidades y las consecuencias de las acciones propias y de terceros dentro del marco legal, en desarrollo de la capacidad de los ciudadanos para participar activamente y utilizar conscientemente el sistema financiero.

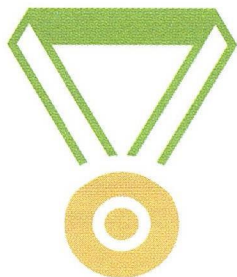
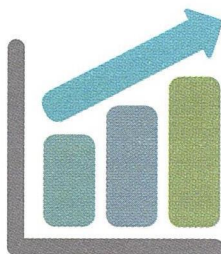
+ Por **comportamiento** se entenderá la aplicación de los valores, conocimientos y competencias en las decisiones económicas que se toman a diario con el fin de cuidar financieramente de sí mismos y de sus familias.



+ Por **conocimiento** se entenderá la comprensión y actualización de temas financieros que favorecen la toma de decisiones informadas.



+ Por **conceptos financieros básicos** se entenderá la alfabetización en temas relacionados con el manejo de conceptos clave como tasa de interés, presupuesto, ahorro, crédito e inversión; el uso de matemáticas para resolver problemas elementales; el uso eficiente y evaluación de la información pertinente; y el conocimiento y ejercicio de los derechos y deberes que tienen los ciudadanos en su calidad de consumidores financieros.



+ Por **competencia** se entenderá la capacidad de articular el conocimiento adquirido a la toma de decisiones financieras de la vida diaria.

PROGRAMA GREMIAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA



La educación financiera (EF) se compone de un extenso marco de posibilidades que permiten ejecutar acciones en beneficio de diferentes sectores de la población, asociadas a sus necesidades y condiciones particulares. La ENEEF plantea, por ejemplo, la importancia de que los ciudadanos entiendan el impacto de las variables macroeconómicas sobre su nivel de bienestar.

Si bien las instituciones financieras (IFs) están llamadas a jugar un papel importante en el desarrollo de programas de EF, es necesario que este proceso sea liderado

por el gobierno y que exista una definición clara de los roles, competencias y obligaciones de cada uno de los actores involucrados, y que esta definición tenga en cuenta la experiencia y naturaleza de cada uno de ellos.

La banca, en particular, considera que al ser la EF un elemento central del régimen de protección al consumidor financiero, debe ser reconocida como mucho más que un instrumento para aumentar el acceso a servicios. Por eso las entidades están comprometidas con desarrollar acciones y programas dirigidos a:



Brindar información clara y transparencia y herramientas útiles para que sus consumidores tomen decisiones informadas en relación con los productos financieros (de ahorro, crédito, inversión...) que adquieran o puedan adquirir y desarrollen hábitos y comportamientos responsables al manejar sus finanzas personales y familiares.



Asesorar a sus consumidores sobre las formas en que pueden ajustar sus capacidades para aumentar su bienestar y hacer el mejor uso de los productos disponibles en el mercado.



Promover alianzas con las entidades públicas y otros actores responsables del tema, para lograr que los proyectos tengan mayor impacto y alcance.

Para alcanzar estos objetivos es necesario contar con unas bases sólidas sobre las cuales estructurar la función orientadora de la que se ha hablado anteriormente, ya que son las bases el punto de partida para el diseño y ejecución de la estrategia y de los procesos de monitoreo y evaluación necesarios para medir el impacto de los programas.

Para asegurar un impacto sobre los valores, conocimientos, competencias y comportamientos de los consumidores financieros, los esfuerzos realizados por el sector bancario en materia de EF deberán construirse sobre una definición precisa de los siguientes elementos:

OBJETIVOS DEL PROGRAMA GREMIAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA

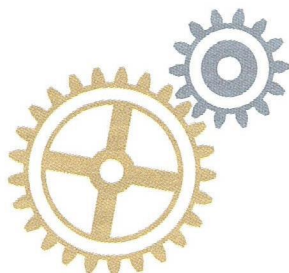
METODOLOGÍA

CONOCIMIENTO DE LAS NECESIDADES Y CONDICIONES DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

MARCO LEGAL

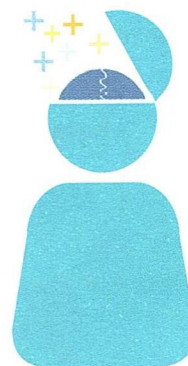
SOBRE LOS OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y CONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

Los **objetivos** del programa deberán definir aspectos como el alcance de la estrategia y el comportamiento esperado de la población a la que se pretende llegar. Además, deberán caracterizarse por ser medibles, alcanzables y coherentes con el contexto en el que se desarrollarán los distintos componentes y estrategias del programa gremial de educación financiera.



La **metodología** hace referencia a la forma en que se articula el trabajo de las entidades dentro del programa y al mismo tiempo, a cómo se ajustarán y concatenarán los contenidos y actividades que se implementen con el fin de promover los valores, conocimientos, competencias y comportamientos deseados.

Finalmente, al hablar del **conocimiento** del consumidor financiero, se parte del hecho de que los consumidores y los escenarios en los que éstos toman decisiones son altamente heterogéneos, por lo cual es necesario conocer aspectos clave de los mismos, entre ellos, saber cuáles son sus valores, cómo actúan frente a las entidades, cómo usan sus productos, cuáles son sus expectativas frente a la educación financiera, y de qué forma o por qué motivos toman decisiones.



SOBRE EL MARCO LEGAL



La Constitución Política de Colombia y la Ley General de Educación definen el marco legal para el diseño e implementación de programas de educación en el país y encargan al Ministerio de Educación Nacional (MEN) a desarrollar esta tarea. Sin embargo, y teniendo en cuenta que el proceso educativo requiere estar presente en todas las etapas de la vida de los ciudadanos, lo cual trasciende el ámbito de competencia del MEN, es importante resolver desde la política pública, la forma en que se articulará la educación financiera en los otros diferentes niveles de los procesos pedagógicos, teniendo en cuenta la posición de expertos como el Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA) que insiste en que:

“se debe tomar conciencia que el método más efectivo de educar es en la escuela. Es esencial fomentar en los niños y niñas procesos de pensamiento que les permitan comprender y manejar adecuadamente el mundo económico; las intervenciones fuera del plano formal son muy importantes, pero serían más efectivas aún si la población dispusiera de una formación básica adquirida a temprana edad (...). Lo más urgente es lograr convencer a las autoridades educativas de disponer activamente de un espacio dentro del contenido curricular primario y secundario, de manera que se dedique tiempo exclusivo para esta formación” (CEMLA, 2009).

Artículos 44, 45, 46, 54, 64, y 67.

Si bien en Colombia, hasta 2011 la EF se reconocía únicamente a los consumidores financieros, con la incorporación en las Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, en su capítulo de crecimiento económico y competitividad, de orientaciones que señalan que “(...) el Gobierno y el Banco de la República con la participación del sector privado crearán una estrategia nacional para brindar educación económica y financiera de calidad a la población colombiana de todos los estratos socioeconómicos”, y del artículo 145 de la Ley 1450 de 2011, que dice que el Ministerio de Educación Nacional “incluirlá en el diseño de programas para el desarrollo de competencias básicas, la educación económica y financiera, de acuerdo a (sic) la Ley 115 de 1994”, se abrieron las puertas para lograr que la educación financiera se imparta desde temprana edad a todos los colombianos y a través de los centros educativos del país. Es así como a raíz de estas orientaciones, el Ministerio de Educación Nacional, con el apoyo de Asobancaria y la CAF, se encuentra trabajando en diferentes frentes que se describen más adelante.

En el caso de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), la Ley 1328 de 2009 es la que crea el marco que define el contenido y alcance del trabajo a adelantar para promover la educación financiera. Esta Ley entiende la EF como un principio orientador de las relaciones entre consumidores financieros y entidades vigiladas; como un derecho; como una obligación y como un objetivo del Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC).

LA EDUCACIÓN FINANCIERA EN EL MARCO DE LA LEY 1328 DE 2009

Capítulo 1, artículo 3. Principios: literal c)

Las entidades vigiladas deberán suministrar a los consumidores financieros información cierta, suficiente, clara y oportuna, que permita, especialmente, que los consumidores financieros conozcan adecuadamente sus derechos, obligaciones y los costos en las relaciones que establecen con las entidades vigiladas.

Capítulo 1, artículo 3, literal f)

Las entidades vigiladas, las asociaciones gremiales, las asociaciones de consumidores, las instituciones públicas que realizan la intervención y supervisión en el sector financiero, así como los organismos de autorregulación, procurarán una adecuada educación de los consumidores financieros respecto de los productos y servicios financieros que ofrecen las entidades vigiladas, de la naturaleza de los mercados en los que actúan, de las instituciones autorizadas para prestarlos, así como de los diferentes mecanismos establecidos para la defensa de sus derechos.

Capítulo 2, artículo 5. Derechos de los consumidores: literal d)

Recibir una adecuada educación respecto de las diferentes formas de instrumentar los productos y servicios ofrecidos, sus derechos y obligaciones, así como los costos que se generan sobre los mismos, los mercados y tipo de actividad que desarrollan las entidades vigiladas así como sobre los diversos mecanismos de protección establecidos para la defensa de sus derechos.

Capítulo 2, artículo 5: literal b)

Tener a su disposición, en los términos establecidos en la presente ley y en las demás disposiciones de carácter especial, publicidad e información transparente, clara, veraz, oportuna y verificable, sobre las características propias de los productos o servicios ofrecidos y/o suministrados. En particular, la información suministrada por la respectiva entidad deberá ser tal que permita y facilite su comparación y comprensión frente a los diferentes productos y servicios ofrecidos en el mercado.

Capítulo 2, artículo 7. Obligaciones especiales de las entidades vigiladas: literal c)

Suministrar información comprensible y publicidad transparente, clara, veraz, oportuna acerca de sus productos y servicios ofrecidos en el mercado.

Capítulo 2, artículo 7. Literal t)

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.

Capítulo 8, artículo 8. Sistema de Atención al Consumidor Financiero: literal a. (i)

Procurar la educación financiera de sus clientes respecto de las diferentes operaciones, servicios, mercados y tipo de actividad de las entidades vigiladas, así como respecto de los diferentes mecanismos establecidos para la protección de sus derechos.

La Circular Básica Jurídica, modificada por la Circular Externa 015 de 2010, también define en el capítulo XIV del Título I, los lineamientos que deben adelantar las entidades sometidas a la inspección y vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) en relación con la educación financiera como parte del Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC). Al respecto dispone en el numeral 5.7 que:

En concordancia con lo establecido en el literal a) del numeral 4 del presente capítulo, las entidades vigiladas deberán diseñar planes y programas de educación financiera, dirigidos a sus consumidores financieros, respecto de las diferentes operaciones, servicios, mercados y tipos de actividad que desarrollan, de manera que éstos puedan tomar decisiones informadas y conocer los diferentes mecanismos para la protección de sus derechos, así como las distintas prácticas de protección propia.

Tales programas deberán, entre otros, ser de fácil entendimiento para los consumidores financieros, independientes y adicionales a la publicidad propia de la entidad, contribuir al conocimiento y prevención de los riesgos que se deriven de la utilización de productos y servicios, y familiarizar al consumidor financiero con el uso de la tecnología en forma segura.

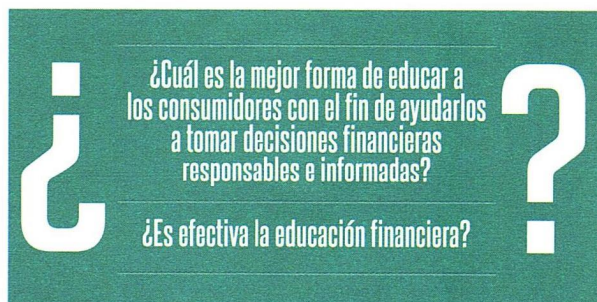
En desarrollo de esta instrucción las entidades vigiladas podrán adelantar las campañas y programas de

educación directamente o a través de las asociaciones gremiales, las asociaciones de consumidores, los organismos de autorregulación y demás entidades de que trata el literal f) del artículo 3° de la Ley 1328 de 2009.

Asimismo, las Circulares Externas 038 y 039 de 2011, impartieron instrucciones precisas sobre provisión de información cierta, suficiente, clara y oportuna previa a la celebración de un contrato, durante su ejecución y con posterioridad a su terminación. Además, dichas circulares impulsaron la revisión de los contratos de adhesión, con el propósito de evitar prácticas o cláusulas que pudiesen afectar el equilibrio contractual o dar lugar al abuso de posición dominante.

LA TEORÍA DE LA ESTRATEGIA

Debido a la variedad de formas desde las cuales puede abordarse la educación financiera, existen dos preguntas que resultan relevantes durante la etapa de diseño de las acciones y programas:



Para poder responder estas preguntas, resulta útil analizar cuatro factores que permiten ejecutar una estrategia efectiva y eficiente. El desarrollo de cada uno de estos elementos responde a necesidades de los distintos grupos de interés (consumidores, entidades, gobierno, otros actores):

La información hace referencia al conocimiento que las entidades vigiladas deben tener de sus usuarios frente a: a) su nivel de alfabetismo financiero; b) sus necesidades más importantes y c) lo que esperan de un programa de EF. También, está relacionada con el derecho que tienen los consumidores a acceder a información oportuna, transparente, clara y objetiva en relación con sus productos y servicios financieros; o la que el Supervisor requiere de las entidades para monitorear el cumplimiento del marco legal existente.

La educación tiene que ver con los procesos y metodologías que los diferentes actores que promueven la EF utilizan para enseñar a los consumidores a procesar,

profundizar y aplicar la información a la que pueden acceder. De igual forma, está relacionada con la necesidad de aunar esfuerzos con otros agentes (sector público, gremios, academia, sector solidario, entre otros), con el fin de buscar mayor impacto en el aprendizaje de lo relacionado con finanzas personales, administración del dinero y uso de los

Evaluación

productos y servicios financieros, entre otros temas.

La política pública debe ser la que articule, organice y oriente las acciones emprendidas por los distintos actores interesados en promover la EF en el

Infor

Estr
Edu
Fina
de la
color

Pol
pú

nación

país. Sin ésta, la magnitud de los esfuerzos realizados podría no ser suficiente y se pondría en riesgo el criterio de eficiencia en el manejo de los recursos destinados a este asunto por parte de las entidades vigiladas.

Finalmente, es necesario emprender acciones de evaluación que permitan

tegia
ación
ciera
panca
biana

Educación

medir la eficacia de los programas adelantados y ajustarlos en sus diferentes etapas, teniendo en cuenta sus particularidades, ya que al hablar de programas de EF se habla de aquellos que más allá de informar apuntan a generar un cambio de hábitos y actitudes frente al manejo del dinero y las

costumbres en general. Debido a que este tipo de cambios solo pueden visualizarse en el largo plazo y normalmente son resultados no de una intervención puntual, sino de una suma de acciones que se sostienen en el tiempo y que tienen lugar en los diferentes ámbitos sociales de los que los individuos reciben influencia: escuela, familia, empresa, etc., la complejidad de la evaluación se hace más evidente.

Ahora bien, es importante aclarar que antes de esto es aún más importante conocer, y no inferir, el estado actual del alfabetismo financiero en Colombia, para poder realizar un mejor diseño de los programas y políticas encaminados a aumentarlo. Mientras no se cuente con una línea base de la cual partir será difícil medir con seriedad el impacto de los programas en marcha.

tica
lica

MODELO DE GOBIERNO



A continuación se presenta el modelo de gobierno para el programa gremial de EF, construido con la intención de contar con un gobierno que permita promover la transparencia de las acciones que se desarrollen, la retroalimentación y monitoreo permanente, así como el establecimiento de canales de comunicación entre los miembros del Comité y otros actores públicos y privados, con el fin de no fragmentar o duplicar los esfuerzos.

COMITÉ DE EDUCACIÓN FINANCIERA (EF)

conformado por los responsables del tema al interior de las entidades afiliadas participantes.

ÓRGANOS DE GOBIERNO

Los siguientes son los órganos de gobierno del programa gremial de EF:

JUNTA DIRECTIVA DE ASOBANCARIA

conformada por los presidentes de cada una de las entidades afiliadas y coordinada por la Presidencia de Asobancaria.

SECRETARÍA TÉCNICA

conformada por el equipo de la Dirección de Responsabilidad Social y Educación Financiera de Asobancaria.

GRUPOS DE TRABAJO

que el comité de EF defina crear según las necesidades identificadas.

DEL COMITÉ DE EDUCACIÓN FINANCIERA

El comité estará conformado por representantes de las entidades afiliadas a Asobancaria, interesadas en trabajar conjuntamente el tema de EF. Cada entidad designará un funcionario para participar en el comité. Se solicitará tener en cuenta que para agilizar la toma de decisiones, dicha persona deberá ser la encargada de

manejar el tema de educación financiera al interior de la entidad o tener capacidad de decisión frente a los temas que se presenten. La dinámica del comité seguirá lo especificado en el reglamento de funcionamiento de los comités de Asobancaria.

Son objetivos del comité de EF de Asobancaria:

- ✚ Construir conjuntamente el programa gremial, de amplio alcance, a partir de la definición de los componentes temáticos que se trabajarán, así como de las metodologías y canales adecuados para su divulgación.
- ✚ Proponer y/o validar estrategias que promuevan el diálogo, la interlocución y la articulación entre el sector financiero y los diferentes grupos interesados en promover la EF.
- ✚ Proponer y/o validar estrategias que promuevan la investigación, el intercambio de experiencias y la identificación de buenas prácticas en EF, con el ánimo de contribuir al fortalecimiento tanto de los programas individuales de las entidades como de los que el gremio impulsa.
- ✚ Proponer y/o validar estrategias que permitan impactar las políticas públicas y lograr que la EF sea reconocida tanto como parte de la educación formal desde los primeros años de escolaridad como de la informal y de la educación para el trabajo.

Con el fin de garantizar el adecuado funcionamiento del comité, las entidades participantes se comprometen a:

- ✚ Contribuir a la definición de la orientación, líneas de acciones, planes y programas específicos para cumplir el objetivo del programa de EF.
- ✚ Apoyar a Asobancaria en el rol de coordinador general del programa.
- ✚ Revisar y aprobar las propuestas presentadas por Asobancaria y los entregables de los grupos de trabajo.
- ✚ Propender por la coordinación con otras iniciativas o programas de EF o similares.
- ✚ Asistir a las reuniones en los horarios y fechas pactadas.
- ✚ Cumplir con los compromisos y envíos de entregables en las fechas pactadas.
- ✚ Cumplir con la divulgación de un mínimo de herramientas y contenidos sobre los cuales apalanquen sus programas de EF, sin perjuicio de lo que cada una defina desarrollar de acuerdo a sus estrategias. Usar los contenidos elaborados por Asobancaria y validados por el comité de EF no solo permite alcanzar sinergias, sino que garantiza la calidad del material a utilizar.

Las reuniones del comité estarán organizadas por el equipo de Asobancaria y contarán con el apoyo en su liderazgo y moderación de un Presidente y un Vice-

presidente, los cuales serán elegidos por los miembros del Comité.

Son funciones del Presidente, además de las establecidas en el reglamento de funcionamiento del gremio:

- ✚ Promover la participación de las entidades en las reuniones del comité.
- ✚ Trabajar con los representantes de las entidades para que los compromisos que se pacten en el marco de las reuniones se cumplan en los plazos y condiciones estipuladas.
- ✚ Representar al comité en los espacios en que así se determine.
- ✚ Proponer estrategias y acciones que permitan alcanzar los objetivos acordados.
- ✚ Canalizar inquietudes, recomendaciones y propuestas que permitan mejorar la efectividad de las acciones desarrolladas.

GRUPOS DE TRABAJO

El programa gremial de EF, se soportará en el trabajo de los grupos que se creen para abordar necesidades específicas. Los grupos, así como sus funciones, se definirán en el comité, con base en las actividades que surjan en el marco del programa.

SECRETARÍA TÉCNICA

Son funciones del equipo de Asobancaria:

- ✚ Coordinar el adecuado funcionamiento del programa.
- ✚ Suministrar apoyo estratégico, técnico y logístico al comité.
- ✚ Citar a reuniones del comité y/o grupos de trabajo.
- ✚ Coordinar los entregables de los grupos de trabajo.
- ✚ Elaborar propuestas de trabajo.
- ✚ Velar por que los órganos de gobierno cumplan con las funciones descritas en el presente documento.

EL GOBIERNO EN LOS PROYECTOS IMPLEMENTADOS EN ALIANZA CON TERCEROS



El modelo de gobierno de los proyectos desarrollados en alianza con terceros, será acordado entre las partes y garantizará la transparencia en las acciones a desarrollar, la objetividad y calidad de los contenidos que se pretendan informar y/o transmitir a los grupos objetivo.

Los coordinadores de los proyectos presentarán informes periódicos a los cuerpos de gobierno que se definan. La Dirección de Responsabilidad Social y Educación Financiera de Asobancaria, informará regularmente a la Presidencia de la organización y a su Junta Directiva sobre los avances en cada uno de los frentes en que se esté trabajando.

ELEMENTOS CLAVE EL PROGRAMA GREMIAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA

Durante la etapa de diseño del programa, y en el marco del trabajo del comité, se definieron los siguientes lineamientos, objetivos, alcance, etapas, nombre, público objetivo, ejes temáticos y contenidos del programa, así como los canales y herramientas a utilizar para difundir sus mensajes.

LINEAMIENTOS



- ❖ El comité entiende la educación financiera no solamente como aquellas acciones formativas tendientes fortalecer conocimientos sobre temas económicos y financieros, sino como un proceso constante que tiene como fin la construcción de hábitos (cultura financiera) y el desarrollo de las competencias, valores, capacidades y habilidades necesarias para tomar decisiones responsables e informadas.
- ❖ Se trabajará en explorar también esquemas no tradicionales de educación (participación en redes sociales, e-learning) que reconozcan el hecho que las personas aprenden más de las cosas que dicen y hacen.
- ❖ Se desarrollarán diferentes herramientas y metodologías de acuerdo a las necesidades y condiciones de los distintos públicos objetivo
- ❖ Se trabajará en medir y evaluar permanente las acciones desarrolladas.
- ❖ Para lograr la sostenibilidad de los proyectos y ampliar su alcance, se construirán alianzas con el sector público y privado.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA GREMIAL “SABER MÁS, SER MÁS”

Son objetivos del programa gremial de EF:

- ✚ Incidir en la política pública para lograr que la EF sea reconocida como un asunto de prioridad social, económica y política y para que se incluya dentro de la educación formal desde los primeros años de escolaridad.
- ✚ Desarrollar, en alianza con entidades públicas y otros actores privados, programas que contribuyan a mejorar las capacidades y conocimientos económicos y financieros de segmentos poblacionales específicos, en particular, de aquellos que se encuentran por fuera del sistema financiero o en condiciones especiales de vulnerabilidad.
- ✚ Desarrollar contenidos y herramientas dirigidos a educar financieramente a los consumidores financieros y que fortalezcan los programas que las entidades financieras vienen desarrollando de manera individual para tal fin.
- ✚ Promover la investigación, la identificación de buenas prácticas y el desarrollo de herramientas de protección al consumidor financiero y de educación financiera, entre ellas, de aquellas que permitan evaluar el impacto de las acciones desarrolladas en los niveles de educación financiera de los colombianos.

ALCANCE

El programa gremial de EF está dirigido a todos los consumidores financieros actuales y potenciales, es decir, a todas las personas naturales que tengan una relación legal o estén haciendo los trámites para contratar un producto o servicio con alguna entidad afiliada al gremio, así como aquellas que sin ser clientes utilicen los servicios del mismo. No obstante, para el gremio es de la mayor relevancia trabajar con la población no bancarizada y por supuesto, con los niños y jóvenes del país, por lo cual se compromete a trabajar en la generación y/o adaptación de contenidos y herramientas que respondan a las necesidades de estos grupos poblacionales.

Entiendo que los consumidores financieros son una audiencia que se caracteriza por altos niveles de heterogeneidad ya que de ella hacen parte hombres y mujeres de todas las edades y estratos socioeconómicos, que viven en diferentes zonas del país y que difieren en su nivel de alfabetización, en una primera etapa, destinada a generar conciencia y sensibilizar a la población sobre la importancia de informarse y educarse en asuntos relacionados con la EF, se hace preciso

identificar ejes temáticos y canales que sean comunes y accesibles a la mayoría de las personas.

Serán los contenidos los que aporten el componente de homogeneidad del programa, aún cuando en el desarrollo y la comunicación de los mismos será clave desarrollar en el tiempo, herramientas metodológicas y utilizar canales que se adapten a las necesidades de los

distintos públicos. Teniendo en cuenta que no se trata sólo de reforzar conceptos teóricos sino de la construcción de hábitos, se ha identificado la necesidad de hacer énfasis en los aspectos de la cultura financiera que los usuarios deben adquirir de acuerdo con el momento de la vida en que se encuentren y de las decisiones que estén tomando.

En ese orden de ideas, el programa gremial promoverá el uso adecuado del sistema financiero, el ahorro, el manejo responsable de las deudas, la inversión segura, el hábito de pago y la prevención de fraudes bancarios, entre otros asuntos. Se espera orientar al usuario para que identifique sus necesidades y su perfil de riesgos y tome decisiones



relacionadas con los productos y servicios del sector de manera informada, al tiempo que desarrolle hábitos sanos en el manejo de sus finanzas.

Ahora bien, para que esto suceda, se debe construir un marco de acción nacional que defina los lineamientos pedagógicos, así como los principios y metodologías que garanticen la calidad de la oferta de la EF. La construcción de la política pública deberá ser liderada por el Gobierno Nacional con participación de los actores involucrados, y deberá contar con instrumentos que definan la forma en que cada uno de ellos apoyará la inclusión de los contenidos de EF tanto en los espacios de educación formal e informal, como en la educación para el trabajo y el desarrollo humano.

Entre tanto, las iniciativas y procesos apoyados por la banca se enmarcarán en el ámbito de la educación informal, reconocida como parte del sistema educativo colombiano y definida por Ley como el conjunto de conocimientos libre y espontáneamente adquiridos, provenientes de personas, entidades, medios masivos de comunicación, medios impresos, entre otros, que tienen por objetivo ofrecer oportunidades para adquirir, perfeccionar, renovar o profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas, en este caso, las relacionadas con la toma de decisiones financieras. En cuanto a la promoción de la EF dentro del sistema de educación formal, la banca continuará comprometida a apo-

yar y a facilitar recursos y asistencia técnica para que el Ministerio de Educación Nacional pueda realizar esta tarea de manera transversal en los colegios del país.

ETAPAS DE IMPLEMENTACIÓN

De acuerdo con los principios de la OCDE, la banca reconoce la EF como parte de la buena administración de las instituciones financieras en relación con sus clientes; por tanto, se trata de un proceso continuo y de largo plazo, lo suficientemente flexible para reflejar el modo en que el consumidor financiero prefiere recibir la EF y siempre acorde con la realidad de los mercados y las necesidades en las diferentes etapas de la vida de los usuarios.

Es necesario que los esfuerzos del sector estén alineados con las iniciativas que el Gobierno Nacional emprenda frente a la EF. En su publicación Semana Económica, ASOBANCARIA ha hecho énfasis en la utilidad de la participación de los diferentes grupos de interés en una estrategia nacional de EF; así mismo, ha insistido en que la intervención del sector privado en todo este proceso no puede limitarse a la financiación de las actividades, pues en la medida en que se cuente con su participación activa en la definición de objetivos y metodologías, su compromiso y aporte en conocimientos, experiencia y recursos será mayor y más efectivo.

LAS ENTIDADES Y EL GREMIO

Ahora bien, con el objetivo de evitar la duplicidad de acciones y esfuerzos, y teniendo en cuenta que las entidades vienen desarrollando programas de EF a nivel individual, el comité realizó un ejercicio de análisis sobre el rol de la Asociación y de cada una de las

entidades y a través del cual se pretende esclarecer el ámbito de acción de cada una de las partes. Como resultado de este ejercicio se acordó trabajar durante 2012 dando énfasis a diferentes aspectos, tal y como se describe en el siguiente esquema:

| | ASOCIACIÓN | ENTIDADES |
|-------------|--|---|
| USUARIOS | <ul style="list-style-type: none"> + Bancos miembros de la Asociación + Otras instituciones del sector financiero + Entidades del gobierno + Comunidad en general | <ul style="list-style-type: none"> + Colaboradores + Clientes + Ciudadanos interesados en sus servicios + Comunidad: a través de programas con clientes y grupos específicos |
| CONTENIDOS | <ul style="list-style-type: none"> + Desarrollo de temas genéricos (ahorro, crédito, finanzas personales, etc.) + Sistema de información sobre los programas del sector + Metodologías de evaluación de proyectos | <ul style="list-style-type: none"> + Desarrollo de temas relacionados con sus productos y servicios + Desarrollo de programas para poblaciones específicas + Utilización de materiales elaborados por el comité de EF y Asobancaria y difusión a través de sus distintos canales. |
| ACTIVIDADES | <ul style="list-style-type: none"> + Promoción y coordinación de la estrategia de EF con el Estado + Coordinación de las entidades en la estrategia común y desarrollo de actividades estableciendo prioridades + Coordinación de la estrategia con otras entidades del sector financiero + Desarrollo de campañas masivas + Interlocución con la Superintendencia Financiera de Colombia + Desarrollo de herramientas y programas de educación financiera para los empleados de la banca + Monitoreo de los programas: impacto del sector para evaluar su impacto global | <ul style="list-style-type: none"> + Programas para sus empleados + Programas para sus clientes + Programas de poblaciones específicas + Apoyo de programas para la población en general liderado por Asobancaria + Evaluación de impacto de sus actividades + Coordinación con el resto del sector para buscar un impacto global en la población |
| CANALES | <ul style="list-style-type: none"> + Énfasis en canales masivos que lleguen a un amplio porcentaje de la población colombiana. | <ul style="list-style-type: none"> + Difusión de materiales elaborados conjuntamente en Asobancaria en sucursales, portales Web, etc, de acuerdo a necesidades y énfasis de cada entidad. |

Mientras esto sucede, el programa gremial contempla el desarrollo de las siguientes etapas:



NOMBRE Y SLOGAN



En 2011, en la etapa de diseño del programa, el comité de EF definió su nombre e imagen de la siguiente manera: “Programa de educación financiera de la banca colombiana “Saber más, ser más”, bajo el entendido de que es a través del conocimiento, de la información y de la formación que los ciudadanos pueden ser más prósperos y vivir con más tranquilidad, bienestar, se-

guridad y estabilidad. La educación financiera no tiene que ver solamente con el manejo del dinero, sino con la posibilidad de contar con las herramientas y conocimientos necesarios para tomar decisiones que impacten de manera positiva en la construcción de un proyecto de vida y de un futuro.



PROGRAMA DE **EDUCACIÓN FINANCIERA**
DE LA BANCA COLOMBIANA



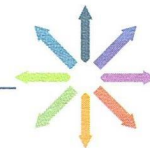
PÚBLICO OBJETIVO



Para la primera etapa del programa se definió que tanto los contenidos como las herramientas a utilizar se construirían de manera que pudieran ser comprendidas por cualquier persona, ya que el objetivo para esta fase es sensibilizar a la población sobre el concepto de educación financiera y su importancia para la vida y el día a día.

Este enfoque se complementa con acciones que viene promoviendo Asobancaria en alianza con entidades públicas y que apuntan a atender poblaciones específicas como niños, jóvenes, población no bancarizada, empleados del sector, entre otros y sobre las cuales se hablará más adelante.

EJES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS



El programa gremial de EF cuenta para su primera etapa con un núcleo básico de ejes temáticos y contenidos a desarrollar a través de sus diferentes herramientas. Dado que se parte del principio de desarrollar programas coordinados y eficientes que articulen las acciones de las entidades que hacen parte de Asoban-

caria, se pretende que los temas acordados tengan un lugar en las iniciativas que realicen las entidades bancarias de manera individual.

A continuación se presentan los ejes y contenidos acordados como base del programa gremial de EF:

FINANZAS RESPONSABLES

APRENDIENDO A AHORRAR

- ✓ Importancia del ahorro
- ✓ Metas a seguir
- ✓ Plan de ahorro
- ✓ Productos de ahorro
- ✓ Recomendaciones
- ✓ Ahorro etapas de la vida
- ✓ Inversiones
- ✓ Rendimientos/riesgos

HACIENDO UN PRESUPUESTO

- ✓ La importancia del presupuesto
- ✓ Plantilla de presupuesto
- ✓ Ingresos
- ✓ Gastos (fijos y discrecionales)
- ✓ Metas
- ✓ Necesidades vs. deseos
- ✓ Emergencias e imprevistos
- ✓ Recomendaciones de salud financiera

MANEJANDO SU DEUDA

- ✓ Crédito bueno / crédito malo
- ✓ Costo de un crédito
- ✓ Capacidad de endeudamiento
- ✓ Crédito de consumo
- ✓ Crédito hipotecario
- ✓ Microcrédito
- ✓ Tarjetas de crédito
- ✓ Historial crediticio
- ✓ Cultura de pago
- ✓ Codeudor
- ✓ Señales de sobreendeudamiento

CONOCIENDO EL SISTEMA FINANCIERO

- ✓ Esquema sistema financiero
- ✓ Productos y servicios
- ✓ Derechos y deberes consumidores
- ✓ Defensor del consumidor
- ✓ Obligaciones de las entidades
- ✓ Seguridad bancaria

PREPARÁNDOSE PARA LA VIDA

- ✓ La educación financiera de los niños
- ✓ La llegada a la universidad
- ✓ La primera tarjeta de crédito
- ✓ El primer trabajo
- ✓ Mi primera casa
- ✓ Las finanzas en pareja
- ✓ Los padres y el dinero
- ✓ El divorcio y la separación
- ✓ El retiro laboral

CANALES Y HERRAMIENTAS A DESARROLLAR



Para difundir los contenidos acordados durante la primera fase de programa y llegar de manera efectiva a los consumidores financieros, medios de comunicación y

autoridades públicas y privadas, la Junta Directiva de Asobancaria aprobó concentrar recursos y esfuerzos en desarrollar estrategias para abordar los siguientes frentes:



Estrategia Web 2.0
www.abcmicasa.com



Desarrollo de
una sección de EF
en TV, radio y/o prensa



Campaña en medios
de comunicación masiva
sobre seguridad bancaria

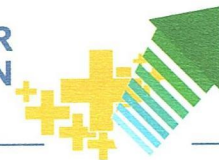


PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA
DE LA BANCA COLOMBIANA

Acciones puntuales
de formación en EF

El siguiente capítulo resume los principales avances del programa gremial de la banca colombiana “Saber más, ser más” en cada una de las líneas de trabajo desarrolladas durante 2011 y 2012.

AVANCES DEL PROGRAMA GREMIAL “SABER MÁS, SER MÁS” EN SU PRIMERA ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN (06.2011-09.2012)



1. EDUCACIÓN FINANCIERA PARA NIÑOS Y JÓVENES EN LOS COLEGIOS

Como resultado de las gestiones adelantadas por el gremio, en 2011 se logró incluir en las Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 del Presidente Juan Manuel Santos, en su capítulo de crecimiento económico y competitividad, orientaciones que señalan que “(...) el Gobierno y el Banco de la República con la participación del sector privado crearán una estrategia nacional para brindar educación económica y financiera de calidad a la población colombiana de todos los estratos socioeconómicos”. Así mismo, se incorporó el artículo 145 en la Ley 1450 de 2011, que dice que el Ministerio de Educación Nacional (MEN) deberá “incluir en el diseño de programas para el desarrollo de competencias básicas, la educación económica y financiera, de acuerdo a (sic) la Ley 115 de 1994”. Estas dos referencias abrieron las puertas para lograr que la EF se imparta en Colombia a todos por igual desde temprana edad a través del sistema educativo.

Con el ánimo de apoyar este proceso, Asobancaria incorporó dentro de su programa gremial de EF, una línea de acción dirigida a apoyar en esta tarea a las entidades del sector público responsables, y en particular al MEN, facilitando recursos y prestando asesoría y asistencia

técnica. Para las entidades del gremio, este es sin duda el camino más efectivo para lograr aumentar los niveles de alfabetización y educación financiera en el país. Entre más temprano se inicie el proceso educativo en temas de finanzas y economía, más fácil será inculcar hábitos responsables en los ciudadanos.

Esta alianza con el MEN se materializó el 7 de febrero de 2012 con la firma de un convenio marco dirigido a aunar esfuerzos para promover el desarrollo de estrategias y acciones enmarcadas en una Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (ENEFF) y en una Política Educativa que incluya la EF como un componente básico desde los primeros años de escolaridad.

De la primera fase de este proceso, que cuenta con el apoyo de entidades internacionales como la Corporación Andina de Fomento (CAF), se espera obtener un documento base técnico y operativo con la propuesta de diseño e implementación del Programa de Educación Económica y Financiera y el desarrollo de competencias básicas y ciudadanas, que incluye:

- ❖ La especificación de estándares de competencias a desarrollar mediante el programa, inscritos en los ya definidos por el Ministerio para las competencias básicas y ciudadanas.
- ❖ Una propuesta de acciones de formación de actores educativos y acompañamiento en aula en relación con los referentes de calidad y las orientaciones pedagógicas, didácticas y operativas definidas en el diseño del programa de EEF.
- ❖ Lineamientos técnicos pedagógicos de producción de recursos didácticos para la educación económica y financiera tanto para estudiantes como para actores educativos.
- ❖ Apoyo técnico y operativo en espacios de diálogo y concertación con otros actores que hagan parte de una Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera y para el diseño y la implementación de estrategias y acciones del programa que defina el Ministerio de Educación Nacional.
- ❖ Apoyo a la producción de recursos didácticos que sirvan como soporte a las diferentes estrategias y acciones que se propongan para el programa de educación económica y financiera en concordancia con el Ministerio de Educación.
- ❖ Formulación y puesta en marcha de estrategias de seguimiento y evaluación de los procesos generados de la implementación del Programa.

Este Programa de Educación Económica y Financiera para Colombia se plantea con un claro enfoque de derechos y deberes que aporten a la construcción de ciudadanía y de una sociedad responsable y solidaria, así como desde un enfoque pedagógico de competencias, donde el programa contribuye especialmente al desarrollo de competencias matemáticas.

Para garantizar su implementación en lo local, el programa cuenta además con un componente de movilización y comunicación, encargado de desarrollar estrategias de divulgación y sensibilización que favorezcan la participación de los actores que participen en la ENEEF y del sistema educativo: estudiantes, docentes, directivos docentes, padres de familia, Secretarías de Educación e Instituciones de Educación Superior, entre otros. Para facilitar este proceso se crearon 6 nodos regionales que abarcan las distintas zonas del país y con quienes se validará y complementará este programa.

Se trata pues de un proceso que requerirá grandes esfuerzos por parte, no solo de quienes conforman esta alianza público-privada, esto es, el MEN y Aso-bancaria, sino de todos aquellos actores interesados en lograr que los niveles de alfabetización financiera mejoren sustancialmente en el país. La meta debe ser lograr que los jóvenes colombianos cuenten con las herramientas y conocimientos necesarios para enfrentarse a los retos del mundo globalizado, sin poner en peligro su bienestar ni el de sus familias, y cuenten con la capacidad de contribuir al desarrollo económico que el país necesita.

2. EDUCACIÓN FINANCIERA EN PROGRAMAS DE FORMACIÓN TÉCNICA Y TECNOLÓGICA



Para desarrollar este trabajo, se creó un grupo técnico conformado por representantes de la Superintendencia Financiera de Colombia, el SENA, la federación de aseguradores colombianos FASECOLDA³ y Asobancaria, encargado de diseñar el programa académico, elaborar los contenidos y definir la metodología pedagógica y de medición que se implementará. De acuerdo con las necesidades que se presenten en el proceso, se espera poder vincular paulatinamente a otros actores del sector financiero para que puedan aportar desde su experiencia y conocimientos.

En agosto de 2012 se firmó entre Asobancaria y el Servicio Nacional de Aprendizaje –SENA-² un convenio de colaboración para trabajar conjuntamente en la inclusión de un módulo de educación financiera (EF) en todos los programas de formación técnica y tecnológica que ofrece la entidad y que benefician a más de 1.500.000 estudiantes anualmente.

El objetivo de esta iniciativa es garantizar en el mediano plazo que todos los aprendices de la entidad se gradúen contando con unas capacidades, conocimientos y habilidades mínimas en EF que les ayuden a desarrollar sus proyectos de vida, sin importar el área de especialización elegida.



2. Para más información sobre el trabajo del SENA, consulte www.sena.edu.co

3. Para más información sobre el trabajo de FASECOLDA consulte www.fasecolda.com

3. EDUCACIÓN FINANCIERA PARA LA POBLACIÓN NO BANCARIZADA Y DE BAJOS INGRESOS

Entre 2010 y 2011, en el marco de un convenio entre Banca de las Oportunidades⁴, SENA, Acción Social⁵, la Federación de Aseguradores Colombianos –FASECOLDA-⁶ y Asobancaria, se desarrolló un programa piloto orientado a capacitar a 2.500 familias de la Red Unidos⁷, localizadas en Pereira y Facativá (pertenecientes al nivel uno del SISBEN y en situación de desplazamiento) sobre temas relacionados con la elaboración del presupuesto, la importancia del ahorro, la administración adecuada de los riesgos y los seguros y los derechos y deberes de los consumidores financieros, así como los mecanismos previstos en la ley para su defensa.

Este ejercicio dejó unas lecciones aprendidas con base en las cuales en junio de 2012, se retomó la idea de

trabajar con estas poblaciones, esta vez en alianza con Banca de las Oportunidades, SENA y la nueva Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema (ANSPE)⁸. El objetivo es llegar a esta población con un curso de finanzas personales de cuatro horas sobre temas como cultura del ahorro, planeación financiera (presupuesto), manejo responsable de deudas y situaciones de crisis.

Adicionalmente, se espera complementar el taller con una estrategia integral que permita a través de un proceso continuo y de acompañamiento, contribuir a la EF de estas familias por medio de herramientas como:

| | | | |
|---|---|--|--|
|  <p>Mensajes difundidos a través de canales masivos</p> |  <p>Actividades lúdicas</p> |  <p>Asesoría presencial a través de consultorios financieros</p> |  <p>Acciones articuladas a los programas de generación de ingreso del Departamento para la Prosperidad Social, ANSPE y Banca de las Oportunidades.</p> |
|---|---|--|--|

4. Para información sobre qué es y cuál es el trabajo de Banca de Oportunidades, consulte: www.bancadelasoportunidades.gov.co

5. Para información sobre Acción Social – hoy Departamento para la Prosperidad Social- consulte: www.accionsocial.gov.co

6. Para más información sobre el trabajo de Fasecolda, consulte: www.fasecolda.com

7. La misión de la Red UNIDOS, antes Red JUNTOS, es promover acciones coordinadas para reducir significativamente la desigualdad y la pobreza extrema en Colombia y su visión es que todos los colombianos tengan las mismas capacidades y oportunidades para alcanzar la prosperidad. A diferencia de la anterior estrategia, Red UNIDOS incorpora elementos como la promoción de la innovación social y la participación comunitaria, y el abordaje de trampas de desarrollo local bajo el marco de convergencia regional.

8. Para información sobre ANSPE, consulte: www.anspe.gov.co

4. EDUCACIÓN FINANCIERA PARA POTENCIALES BENEFICIARIOS DE VIVIENDA



En alianza con la Secretaría Distrital del Hábitat de la Alcaldía de Bogotá, ASOBANCARIA ha venido apoyando desde 2010, la implementación de una estrategia de EF en el marco del Programa de Subsidio Distrital de Vivienda. Esta iniciativa permitió la alfabetización de diversos hogares beneficiarios de este subsidio.

La capacitación fue dirigida a los ciudadanos inscritos en el Programa y su objetivo fue acompañarlos en el

proceso de consecución de los recursos necesarios para completar el valor total de la solución de vivienda que deseaban, lo cual era un requisito para acceder al subsidio. Esta estrategia se desarrolló a través de talleres de alfabetización financiera en los cuales se abordaron temas como planeación financiera en el hogar y en el negocio, ahorro, presupuesto, conceptos y requisitos básicos para poder acceder a un crédito.

Como resultado de esta alianza público-privada se han capacitado alrededor de 25.000 ciudadanos residentes de la ciudad de Bogotá, pertenecientes a los estratos socio-económicos 1 y 2, en su mayoría trabajadores independientes, de los cuales 24.000 se encuentran inscritos en el programa de SDH. De ellos, en el 2010 accedieron al sistema financiero 2.263 y en el 2011 1.214 personas.

5. EDUCACIÓN FINANCIERA PARA TODOS A TRAVÉS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Con el ánimo de complementar las acciones arriba descritas y los programas de EF que las entidades afiliadas al gremio vienen desarrollando de manera individual; y de ampliar el alcance del programa, logrando que llegue al mayor número de personas; y bajo el convencimiento de que estos programas pueden ser más efectivos y de mayor alcance si se trabajan articuladamente y en alianza con entidades públicas y privadas, Asobancaria desarrolló y puso a disposición de los consumidores financieros las siguientes herramientas, a través de las cuales se difunden los siguientes conte-

nidos identificados por la banca como prioritarios en esta primera fase:

| FINANZAS RESPONSABLES | | | |
|---|--|---|---|
| APRENDIENDO A AHORRAR | <ul style="list-style-type: none"> ☑ Importancia del ahorro ☑ Metas a seguir ☑ Plan de ahorro ☑ Productos de ahorro | <ul style="list-style-type: none"> ☑ Recomendaciones ☑ Ahorro etapas de la vida ☑ Inversiones ☑ Rendimientos/riesgos | |
| HACIENDO UN PRESUPUESTO | <ul style="list-style-type: none"> ☑ La importancia del presupuesto ☑ Plantilla de presupuesto ☑ Ingresos ☑ Gastos (fijos y discretivos) | <ul style="list-style-type: none"> ☑ Metas ☑ Necesidades vs. deseos ☑ Emergencias e imprevistos ☑ Recomendaciones de salud financiera | |
| MANEJANDO SU DEUDA | <ul style="list-style-type: none"> ☑ Crédito bueno / crédito malo ☑ Costo de un crédito ☑ Capacidad de endeudamiento ☑ Crédito de consumo ☑ Crédito hipotecario | <ul style="list-style-type: none"> ☑ Microcrédito ☑ Tarjetas de crédito ☑ Historial crediticio ☑ Cultura de pago ☑ Cofeudor | <ul style="list-style-type: none"> ☑ Señales de sobreendeudamiento |
| CONOCIENDO EL SISTEMA FINANCIERO | <ul style="list-style-type: none"> ☑ Esquema sistema financiero ☑ Productos y servicios ☑ Derechos y deberes consumidores | <ul style="list-style-type: none"> ☑ Defensor del consumidor ☑ Obligaciones de las entidades ☑ Seguridad bancaria | |
| PREPARÁNDOSE PARA LA VIDA | <ul style="list-style-type: none"> ☑ La educación financiera de los niños ☑ La llegada a la universidad ☑ La primera tarjeta de crédito ☑ El primer trabajo | <ul style="list-style-type: none"> ☑ Mi primera casa ☑ Las finanzas en pareja ☑ Los padres y el dinero ☑ El divorcio y la separación | <ul style="list-style-type: none"> ☑ El retiro laboral |

5.1 Web 2.0:

Portal Web www.cuadresubolsillo.com

Diseño y desarrollo de la página web del programa gremial de EF www.cuadresubolsillo.com que se lanzó el 29 de febrero de 2012. El portal cuenta con información sobre temas como: cultura del ahorro, manejo responsable del crédito, uso efectivo de los servicios financieros, seguridad bancaria, derechos y obligaciones de los consumidores financieros y el rol de la banca.

Adicionalmente, tiene a disposición de los interesados más de 100 videos, 50 cápsulas de audio, 120 artículos y entrevistas, fascículos coleccionables, autoevaluaciones, sondeos, calculadoras y simuladores, entre otros.

Diferentes entidades, a parte de las afiliadas a la Asociación, usan el portal en la actualidad como punto de referencia e invitan a sus usuarios a que lo visiten y se informen en temas relacionados con el manejo de las finanzas y la economía, antes de tomar cualquier decisión que pueda afectar su bienestar.

Cuadre su bolsillo

PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA DE LA BANCA COLOMBIANA SABER SER

HAGA AQUÍ SU BÚSQUEDA

INICIO | PLANEAR SUS FINANZAS | MANEJE SUS DEUDAS | PROTEJA SU DINERO | CONSUMIDOR INFORMADO | SISTEMA FINANCIERO | ABC MI CASA | HERRAMIENTAS

RSS | Regístrate | Condiciones | Quiénes somos | Añadir a favoritos | Mapa del sitio | Haz tu página de inicio

Regale con amor pero sin afectar el bolsillo

Llegó el mes del amor y la amistad y muchos se desbordan comprando más obsequios de los que pueden. Hay que tener cuidado en eso porque puede terminar el mes sin dinero suficiente para pagar todos sus gastos.

Calculadoras

- Conversión de tasas de Interés
- Calcule la cuota de su crédito de vehículo

VER MÁS

GLOSARIO

- REMESAS
- PAGOS A TERCEROS
- TASA DE USURÁ

VER MÁS

Dinero para la vejez

Si se anticipa, ahora e invierte podrá gozar de su futuro al máximo.

¿Cómo planear el viaje soñado?

Viajar además de ser uno de los mayores placeres, es una oportunidad para adquirir conocimientos y demostrar las destrezas en la distribución del dinero.

Ejercicios para lograr pensionarse

Lograr pensionarse hace parte de las metas financieras de la mayoría de trabajadoras y alcanzarla es posible si se hace una acertada planeación.

VIDEOS | CÁPSULAS

Haga buen uso del crédito hipotecario.

VER MÁS

Portal Web www.abcmicasa.com

Este portal, promovido por ASOBANCARIA, al aire desde febrero del 2010 y cuyo contenido fue construido por las entidades que ofrecen crédito hipotecario en Colombia, fue una de las primeras apuestas de la Asociación en materia de información y educación financiera en temas sobre cómo comprar vivienda y ser un buen propietario.

Se trata de una herramienta on-line que ofrece información útil, objetiva y práctica para que las personas



tomen decisiones adecuadas en el proceso de compra y mantenimiento de la vivienda.

Teniendo en cuenta la importancia de difundir esta iniciativa, durante el último trimestre del 2011 se pusieron en marcha las siguientes acciones:

Estrategia de difusión que incluye alianzas con entidades como el Ministerio de Vivienda, posicionamiento del portal en buscadores, presencia monitoreada en redes sociales, publirreportajes en periódicos regionales, pauta en sitios Web relacionados con la temática y mejoramiento y rediseño del portal para hacer los contenidos más amigables para los ciudadanos.

Promoción del portal desde Asobancaria y a través de los portales Web de 7 de las entidades afiliadas al gremio, entre ellas algunas que aunque no ofrecen crédito hipotecario han visto en la herramienta una gran utilidad para formar a sus empleados en estos temas.

Promoción del portal desde Asobancaria y a través de los portales Web de 7 de las entidades afiliadas al gremio, entre ellas algunas que aunque no ofrecen crédito hipotecario han visto en la herramienta una gran utilidad para formar a sus empleados en estos temas.

Desarrollo del primer curso virtual: "¿Está preparado para comprar vivienda?".

Elaboración de materiales de apoyo como cartillas, plegables y volantes (Ej. Cartilla "Mis cuentas claras"), así como publicación de artículos y secciones en medios impresos.

Participación en eventos masivos como el Gran Salón Inmobiliario y el Foro de Vivienda.

En dos meses de implementación de la estrategia de difusión de la herramienta, la página pasó de tener 2.400 visitas por mes a más de 29.000 visitas, lo cual demuestra el interés de los ciudadanos por informar-

se en estos temas. Durante este periodo, el tiempo de duración de una persona visitando el portal fue en promedio de seis minutos, duración que ha venido aumentando en los últimos meses.

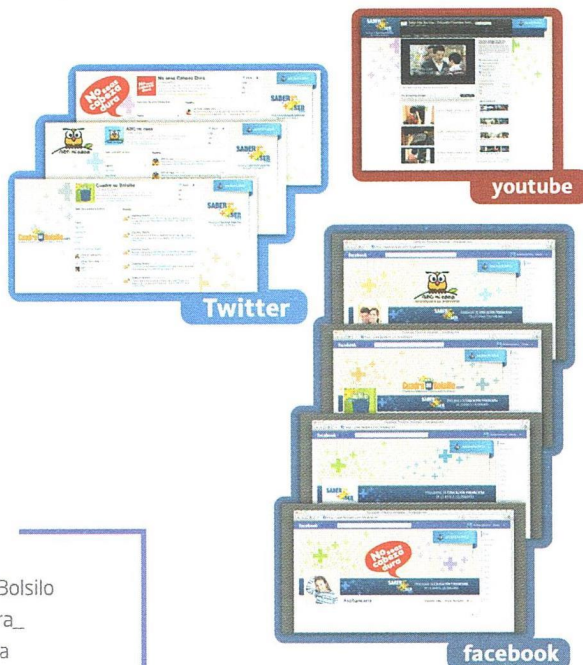
Presencia en redes sociales

En 2012, se decidió poner en marcha una estrategia en redes sociales (facebook, twitter y youtube) para difundir, comentar y alimentar los contenidos alojados en los dos portales Web mencionados con los comentarios y perspectivas de los ciudadanos. Para ello, la interacción con los usuarios se planteó a través de la publicación de consejos útiles y prácticos basados en el contenido y herramientas disponibles, buscando con esto también promover la participación activa de los visitantes. Para validar qué tanto están aprendiendo con la información suministrada, se han puesto en marcha diferentes concursos, en alianza con medios de comunicación, que buscan incentivar a los ciudadanos a informarse y a probar si sus conocimientos han mejorado a raíz del contacto con estos contenidos.

En esta tarea el rol del community manager ha sido crucial, ya que además de conocer el funcionamiento de las redes sociales y el lenguaje de comunicación de los usuarios de estos canales, ha tenido que formarse en materia de EF para poder orientar, comentar y dar respuesta a los interesados en usar las herramientas del programa. Para lograr un mayor alcance, su tarea ha venido siendo apoyada por personajes influncia-

dores y generadores de opinión, a través de los que se espera poder llamar la atención, en particular de la población joven, y animar a los ciudadanos a usar las herramientas y a aprender de los contenidos que se encuentran en la Web.

Se trata del primer ejercicio que realiza la Asociación en redes sociales para generar canales de comunicación e información con la población usuaria de estos canales, proceso que ha sido documentado con el objetivo de identificar buenas prácticas y lecciones aprendidas a compartir con los afiliados.



FACEBOOK

- + Cuadre su bolsillo
- + Juntos Contra el Fraude
- + ABCmicasa

TWITTER

- + @CuadreSuBolsilo
- + @cabezadura_
- + @ABCmicasa

Cursos virtuales



Con el ánimo de ofrecer contenidos más profundos en las temáticas que aborda el programa gremial, se decidió trabajar en el desarrollo de un formato de e-learning, a través de cinco talleres que abordan las siguientes temáticas:

- + El sueño de comprar casa
- + Cómo hacer un presupuesto
- + La importancia del ahorro
- + El manejo de deudas
- + Un consumidor financiero responsable

Estos cursos estarán a disposición de los colombianos a través de los portales Web de Asobancaria y serán utilizados por las entidades afiliadas interesadas para capacitar, en una primera fase a sus colaboradores y en un segundo momento a sus consumidores en general.

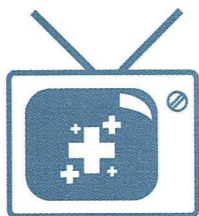
Agendas financieras

Elaboración de un boletín electrónico de distribución quincenal llamado “Agenda Financiera”, que es enviado a los ciudadanos interesados, universidades, funcionarios de Asobancaria, entidades financieras y otros grupos de interés (como la Superintendencia Financiera, el Ministerio de Hacienda, el Ministerio de Educación, los periodistas, los gremios, etc.) para su conocimiento y difusión.

Estos boletines electrónicos son distribuidos tanto digital como físicamente por parte de las entidades bancarias interesadas. En diciembre de 2011, por ejemplo, se distribuyeron más de 700 mil volantes de seguridad y agendas financieras en las sucursales bancarias de cuatro de los bancos afiliados a Asobancaria.



5.2 Televisión:



Apoyo a sección de EF en televisión

Con el ánimo de difundir los mensajes a través de medios masivos tradicionales como televisión, Asobancaria, entabló conversaciones con diferentes medios de comunicación animándolos a desarrollar secciones especiales en alianza con el sector, para abordar los temas de educación financiera, utilizando diferentes formatos y lenguajes.

Como resultado de las conversaciones, en la primera etapa del programa se decidió apoyar una sección de EF en uno de los noticieros del medio día de mayor rating y alcance. La sección se emitió entre septiembre 2011 y mayo 2012 los días lunes, miércoles y viernes y desde junio de 2012 todos los días. Luego de tres meses de exposición, cada sección de EF en el noticiero estaba siendo vista en promedio por 2.000.000 de personas, promedio más alto que el del noticiero, que en ese momento estaba siendo visto por 1.855.253 televidentes de todo el país.

De igual modo, se hizo un ejercicio con otro canal de televisión, que se animó a incorporar en su sección de entretenimiento de los domingos, cápsulas de un minuto de duración con recomendaciones de EF, utilizando un lenguaje amigable y muy cotidiano.

5.2 Prensa:



El mismo ejercicio realizado en televisión se llevó a cabo con medios de prensa escrita, buscando espacios para difundir contenidos a diferentes públicos objetivo y utilizando diferentes lenguajes y grados de profundidad de los temas a abordar. Como resultado de este proceso, se comprometió el apoyo a los siguientes proyectos:

Artículo semanal en periódico gratuito de alcance nacional

Publicación semanal (lunes) de una sección de educación financiera en un periódico de circulación gratuita que se distribuye a nivel nacional a través de repartidores que se ubican en las calles, estaciones de transporte, entre otros. Este ejercicio se empezó en el mes de agosto de 2011, con el objetivo de acercar estos temas a una población que no necesariamente cuenta con recursos económicos de sobra y que usa el tiempo de desplazamiento de un lugar a otro para enterarse de lo que sucede y recibir información útil para ellos.

Para validar si los lectores entienden el contenido publicado y están interesados en la sección, se diseñó un concurso dirigido a incentivar la participación de los lectores y su interés por aprender cada día más sobre EF.

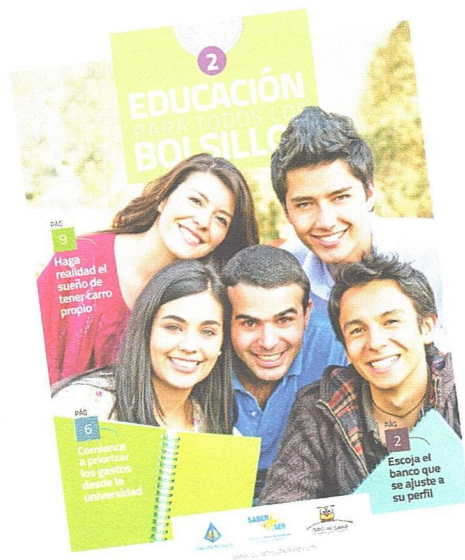
Obra de 24 fascículos “Cuadre su bolsillo”

Desarrollo del contenido de una obra de 24 fascículos sobre EF que circuló a nivel nacional con el periódico El Espectador todos los martes y jueves entre el 16 de febrero y el 10 de mayo de 2012 y que posteriormente ha servido de material de consulta de todos aquellos interesados en contar con un conocimiento básico de los temas más relevantes en la materia. Ejemplares de la obra fasciculable han sido distribuidos en universidades y compartidos con otros gremios, periodistas, congresistas y funcionarios públicos, así como con las entidades afiliadas, varias de las cuales los han repartido entre sus colaboradores y clientes.



Obra de 10 fascículos “Finanzas para todos”

Desarrollo del contenido de una obra de 10 fascículos sobre EF que empezaron a circular uno cada mes desde julio de 2012 con el periódico La República de Bogotá y El Colombiano de Medellín. Esta obra complementa y/o profundiza algunos de los temas abordados en la obra “Cuadre su bolsillo” y aborda temáticas no tratadas hasta ahora, pero claves para aprender a manejar las finanzas personales y familiares.



5.3 Campaña en medios sobre seguridad bancaria:



Asobancaria y sus entidades afiliadas llevan cuatro años realizando campañas masivas de sensibilización sobre la importancia de trabajar en equipo, consumidores y entidades bancarias, para derrotar a los delincuentes y mejorar la seguridad a la hora de realizar transacciones bancarias. Estas campañas incluyen comerciales en televisión y radio, presencia en medios impresos, redes sociales, vallas y material POP.

En 2011, la campaña masiva de comunicación con recomendaciones de seguridad bancaria manejó el concepto “No seas cabeza dura”, en la que son los niños quienes invitan a sus padres y familiares adultos a seguir las recomendaciones de seguridad, entre las que se encuentra, no recibir ayuda de extraños a la hora de realizar transacciones bancarias y tapar la clave al digitarla en establecimientos públicos. El objetivo de esta campaña es reforzar la adquisición de hábitos “seguros” desde temprana edad. La campaña, con una exposición en 2012 durante todo el año, tendrá mayor alcance en aquellas épocas en donde las recomendaciones son más necesarias por el hecho de presentarse históricamente un número mayor de fraudes bancarios.

5.4 Acciones de formación presencial:

Complementando las acciones arriba descritas, Asobancaria adelanta acciones de formación presencial en EF, entre las cuales se destacan:

Talleres y encuentros con periodistas, siendo el Taller Nacional de Periodistas, que se realiza de manera anual, uno de los espacios de mayor diálogo con los medios de comunicación y líderes de opinión alrededor de temas claves para entender el funcionamiento del sistema financiero y el rol de los medios a la hora de comunicarle a la ciudadanía sobre los avances y retos del sector.

Congresos abiertos al público en general, entre los cuales se encuentra el Congreso de Protección al Consumidor y Educación Financiera que se realiza cada año y cuya segunda versión tuvo lugar en abril de 2012, contando con la participación de más de 18 expositores internacionales y más de 250 asistentes, representantes del gobierno y del sector privado. Reconociendo la importancia de generar alianzas, esta segunda versión del Congreso, fue organizada por Asobancaria en alianza con FASECOLDA.

Charlas, seminarios y talleres, con empleados de Asobancaria, empleados del sector y todos aquellos interesados en participar en estos espacios. Estos talleres se llevan a cabo dependiendo de la demanda que se presente mes a mes y normalmente se realizan en

alianza con alguna de las entidades afiliadas o de las instituciones públicas que trabajan el tema. Teniendo en cuenta que el Autorregulador del Mercado de Valores (AMV) impulsa el programa de educación financiera “Educación financiera para todos”, en el cual participa Asobancaria, y que una de las acciones más sólidas del programa es la oferta de cursos y charlas sobre temas de EF. Es a través de esta línea que se promueve entre los ciudadanos la asistencia a este tipo de espacios de formación⁹.

9. Educación Financiera para todos es un programa coordinado por AMV e integrado por más de 70 entidades del Sistema Financiero colombiano. Su misión es educar a los consumidores financieros, de manera gratuita, para que cuenten con los conocimientos y habilidades necesarias para la toma de decisiones financieras adecuadas, responsables e informadas. Para más información sobre este programa, consulte: www.amvcolombia.org.co