



DECIEMBRE 2018

AUTOR

Pablo Antón Díaz

Expandiendo capacidades financieras en Colombia

CENTER for
FINANCIAL
INCLUSION

ACCION

Prefacio	1
1. Introducción	2
2. Cómo crear capacidades financieras en los clientes	3
3. Cambio del paradigma de la educación financiera en Colombia	5
Contenido del taller	5
Resultados del taller	7
4. Conclusiones	15
Notas finales	17



Agradecimientos

Agradecemos el generoso apoyo del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), sin el cual esta labor no hubiera sido posible. También queremos agradecer a nuestros socios en Colombia, Banca de las Oportunidades y URF (Unidad de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera) del gobierno colombiano, que fueron fundamentales en la organización de la logística para los talleres. Queremos agradecer especialmente a Diana Mejía no sólo por ayudarnos a trabajar productivamente con nuestros socios en Colombia, sino también por su incansable esfuerzo para infundir el campo de la educación financiera con conocimientos de las ciencias del comportamiento. Finalmente, también queremos agradecer a Gabriela Zapata, Leonardo Tibaquirá, Carmen Cecilia León Franco, Pablo Germán Bolívar Rodríguez, Paola Sierra Cuadros, Tess Johnson, Marco Mosca y María Andrea Orduz, quienes también contribuyeron de manera significativa al éxito de esta obra.

Prefacio



Tradicionalmente, los programas de educación financiera se han construido sobre el supuesto de que la transferencia de información clave a los clientes sobre cómo utilizar los productos financieros conducirá a mejores opciones y a una mejor salud financiera. Sin embargo, la evidencia de múltiples evaluaciones de impacto en la última década sugiere que esta suposición es errónea. Basándonos en la revisión del panorama que realizamos hace tres años en nuestro reporte *A Change in Behavior: Innovations in Financial Capability*, concluimos que un enfoque fundamentado en el comportamiento para las intervenciones en capacidades financieras tiene una mayor posibilidad de marcar una diferencia tanto en la comprensión del cliente como en su uso de los servicios financieros.

A partir de ese informe, comenzamos a trabajar con los responsables de la formulación de políticas y con proveedores de servicios financieros para introducir intervenciones mejor adaptadas que se basen en las percepciones del campo de la ciencia del comportamiento. Comenzamos en Colombia, donde gracias al generoso apoyo que recibimos del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) y de la Banca de las Oportunidades, pudimos realizar una serie de talleres de capacitación a profundidad para representantes del gobierno, del sector privado y de organizaciones sin fines de lucro, sobre el diseño de programas de educación financiera más eficaces.

Nuestro objetivo consistió en transferir las ideas y las mejores prácticas obtenidas de la investigación sobre el comportamiento así como escuchar los comentarios sobre los esfuerzos para implementar estos nuevos enfoques. En nuestros talleres, exploramos algunas ideas para identificar los prejuicios de comportamiento de los clientes y ejemplificamos cómo la tecnología podría ayudar a contrarrestarlos de una manera rentable y escalable. En particular, nos interesaba más ayudar a los gerentes de programas de educación financiera y a los proveedores de servicios financieros a integrar elementos de comportamiento en la entrega de productos e información a los clientes.

Si bien apoyamos la búsqueda para ayudar a los consumidores a mejorar su capacidad financiera, continuamos promoviendo cambios sustanciales en la forma en que se aplica la educación financiera, lo que nos lleva a solicitar intervenciones para crear clientes más capaces, incluyendo enfoques altamente innovadores que normalmente no se considerarían parte de la “educación financiera”. En los próximos años, esperamos seguir aprovechando nuestros esfuerzos de investigación y experiencia en este campo para asesorar a los reguladores financieros, gobiernos y proveedores de servicios financieros sobre lo que creemos que son las formas más eficaces de lograr este objetivo.

ELISABETH RHYNE

Director General, Centro para la Inclusión Financiera de Accion

1

Introducción

A nivel mundial, existe un consenso cada vez mayor entre los responsables de la formulación de políticas sobre la importancia de la educación financiera como una de las principales intervenciones para el uso eficaz de los servicios financieros y para la promoción de la inclusión financiera. Esta tendencia se mantiene a medida que más gobiernos desarrollan estrategias nacionales de educación financiera, que hasta la fecha suman 59, según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).¹ Estas estrategias surgen a partir de la preocupación de que muchos clientes, especialmente los de bajos ingresos, presentan una limitada capacidad financiera (el conjunto de actitudes, conocimientos y habilidades necesarias para tomar decisiones de administración de dinero para mejorar sus vidas) y de que la educación financiera es necesaria para construir clientes más capaces.

Varios estudios nacionales, como las encuestas nacionales para medir las capacidades financieras que el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) realizó en Argentina, Paraguay, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia y Chile en 2014, corroboran la existencia de tales brechas.² Las estrategias nacionales de educación financiera ayudan a cerrar esta brecha al permitir la organización de las partes interesadas y el cumplimiento de las normas mínimas para el diseño y la ejecución de programas eficaces de educación financiera.

En julio de 2017, Colombia lanzó su Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera, que establece un plan de acción para promover la educación financiera en el país. En la estrategia se especifican los objetivos y los resultados previstos, se determinan los segmentos prioritarios de la población y se establece un calendario para su aplicación de 2017 a 2020. Uno de los principales objetivos de la estrategia es “[fortalecer] la calidad de la educación económica y financiera” mediante la definición de “criterios comunes y recomendaciones mínimas para contenidos y metodologías que puedan ayudar a mejorar la calidad, eficacia y nivel de innovación de los programas existentes”.³

Reconociendo estos objetivos, la Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera, que está a cargo de la implementación de la estrategia, se asoció con CAF y el Centro para la Inclusión Financiera de Accion (CFI) con el fin de desarrollar un programa de capacitación para impartir los conocimientos más recientes sobre la programación de la educación financiera, así como las mejores prácticas a los responsables de la definición de la política económica y financiera y a los profesionales de la educación, quienes se encargarán de desarrollar los planes de operaciones para la puesta en práctica de la estrategia nacional.

En la capacitación, el objetivo de CFI fue ofrecer un enfoque más eficaz para desarrollar la capacidad financiera con respecto a los programas tradicionales de educación financiera. Los programas tradicionales se basan en el supuesto de que la transferencia de información a los clientes sobre cómo utilizar los productos financieros mejorará su capacidad financiera y el comportamiento de su gestión financiera. Sin embargo, la evidencia de diversas evaluaciones de impacto realizadas durante la última década sugiere que este supuesto es erróneo. En 2015, en respuesta a esta evidencia, CFI condujo una revisión de los esfuerzos de desarrollo de la capacidad financiera en todo el mundo, identificando enfoques innovadores que se centraban en el cambio de comportamiento e incorporaban la economía conductual en el diseño de la intervención, para crear iniciativas más eficaces a los programas tradicionales de educación financiera.⁴ A partir de ese aprendizaje, CFI identificó una serie de mejores prácticas para desarrollar intervenciones de educación financiera efectivas.

Este informe describe los esfuerzos de CFI para comunicar tales mejores prácticas a los responsables de la formulación de políticas y profesionales en Colombia, así como una evaluación del éxito de nuestros esfuerzos. También presenta recomendaciones para seguir incorporando los conocimientos sobre el comportamiento en la programación de la educación financiera, de modo que los profesionales y los responsables de la formulación de políticas puedan implementar medidas más eficaces.

Cómo crear capacidades financieras en los clientes

2

La inclusión financiera significativa requiere clientes con altas capacidades financieras que utilicen los productos de forma activa para su propio beneficio. La meta final de los programas de educación financiera es ayudar a desarrollar clientes con capacidades financieras, es decir, aquellos con actitudes, conocimientos y habilidades para tomar decisiones financieras que mejoren sus vidas.

En Colombia, la mayoría de los programas de educación financiera son impartidos por proveedores de servicios financieros (PSF), agencias gubernamentales, escuelas y universidades públicas, instituciones de investigación, donadores institucionales y organizaciones sin fines de lucro. Según una encuesta realizada en 2016 por el Banco de La República, el Banco Central de Colombia, en ese año existían más de 132 programas individuales ofrecidos por 113 entidades.⁵ Estos incluían cursos en escuelas para niños y adolescentes, talleres de educación financiera impartidos por los proveedores de servicios financieros a posibles clientes en relación con la oferta de servicios, e iniciativas gubernamentales que complementaban los programas de bienestar social en las comunidades vulnerables.

La mayoría de estos programas se centraban en la administración de los gastos cotidianos, mientras que otros se centraban más en temas específicos como la gestión empresarial o los productos de seguros. Las herramientas y los canales de entrega utilizados en más del 70 por ciento de estos programas tenían un diseño tradicional. Se basaban principalmente en materiales impresos y vídeos para comunicar la información y se impartían en aulas, conferencias, seminarios o talleres de tipo municipal. Estos son modelos tradicionales de educación financiera, y son difíciles de escalar, costosos en su implementación y a menudo tienen dificultades con la baja asistencia y participación.

Los modelos de educación financiera tradicionales son difíciles de escalar, costosos y en gran mayoría de los casos cuentan con baja participación.

Las innumerables evaluaciones que han examinado los programas tradicionales de educación financiera en todo el mundo durante la última década también sugieren la ineficacia de estos métodos. Un metaanálisis realizado en 2014 con datos de más de 200 estudios académicos reveló que, en promedio, la participación en programas tradicionales de educación financiera sólo representó el 1.8 por ciento de la variación observada en las conductas financieras de los clientes observadas después de la intervención. Los investigadores también observaron que este impacto podría ser incluso menor en realidad debido a que dicha variación no considera otros factores importantes que pueden afectar los comportamientos financieros, como la confianza, la capacidad de planificación y la capacidad de cálculo.⁶ Además, los efectos fueron aún menores entre las poblaciones de bajos ingresos en países en desarrollo, y diversos estudios han demostrado que muchos participantes tienen una capacidad limitada para procesar información de educación financiera, lo que dificulta aún más la posibilidad de que talleres tradicionales como éstos causen un efecto duradero sobre el comportamiento.⁷

El alto costo de impartir capacitación en materia de educación financiera, junto con los insatisfactorios resultados de las evaluaciones de impacto, resaltan la necesidad de considerar

Existe una creciente cantidad de evidencia que indica que las intervenciones diseñadas mediante el uso de principios de la economía conductual tienen más probabilidades de mejorar la conducta financiera de las personas en comparación con otro tipo de intervenciones de corte más tradicional.

FIGURA 1

Siete principios para lograr intervenciones eficaces en materia de capacidad financiera

- **Momentos enseñables.** Acérquese a los consumidores en el momento indicado cuando toman decisiones financieras.
- **Aprender haciendo.** Deje que los consumidores practiquen el uso de los productos.
- **Recordatorios y opciones predeterminadas.** Recordatorios oportunos y opciones predeterminadas que favorecen los buenos hábitos.
- **Reglas básicas (heurística).** Los atajos mentales ayudan a convertir el aprendizaje en hábito.
- **Que sea divertido.** Los juegos y el humor ayudan al aprendizaje y la retención.
- **Que sea personalizado.** Adapte el asesoramiento a la situación financiera específica de una persona.
- **Que sea social.** Haga uso del poder de las fuerzas sociales.

FUENTE Arnold, J. and Rhyne, E. *A Change in Behavior: Innovations in Financial Capability*. Center for Financial Inclusion at Accion. 2016.

un enfoque diferente. Si la transferencia de información por sí sola no logra captar adecuadamente a las personas en el tipo de aprendizaje y práctica activa que promueve el cambio de hábitos y comportamientos, ¿qué es lo que sí lo hace?⁸

Existe una creciente cantidad de evidencia que indica que las intervenciones diseñadas mediante el uso de principios de la economía conductual tienen más probabilidades de mejorar la conducta financiera de las personas en comparación con otro tipo de intervenciones de corte más tradicional.

Banco ADOPEM en la República Dominicana es un buen ejemplo de los tipos de resultados que puede lograr un enfoque alterno que esté sólo enfocado en querer cambiar el comportamiento de los clientes, en lugar de sólo mejorar su nivel de comprensión de conceptos financieros. Banco ADOPEM simplificó su programa de educación financiera convirtiéndolo en un conjunto de “reglas básicas” con el fin de hacerlo más digerible y procesable por los clientes, muchos de los cuales tienen habilidades limitadas en materia de negocios y contabilidad. Una de las reglas básicas recomendadas sugiere a los clientes guardar su dinero personal y el de su negocio en cajas separadas y pagarse un “sueldo” de la “caja del negocio” una vez a la semana. A partir de esta sugerencia, Banco ADOPEM convirtió un concepto contable complejo que antes presentaba a través de modelos tradicionales en una acción fácil de recordar. Los resultados de este cambio fueron contundentes: los clientes que siguieron estas “reglas básicas” tuvieron entre un 8 y un 25 por ciento más de probabilidades de participar en prácticas comerciales saludables en comparación con los clientes que asistieron a la capacitación comercial tradicional en su lugar.⁹

En respuesta a un creciente conjunto de pruebas provenientes de ejemplos como el de Banco Adopem en distintas partes del mundo, CFI produjo en el 2016 un informe para identificar y analizar a los programas más innovadores en este campo, que utilizan la economía conductual para mejorar las capacidades financieras de sus clientes. A partir de ese trabajo, CFI extrajo varias principales reflexiones conductuales para crear siete principios que sirvan de guía a los educadores financieros y a los PSF en el diseño de intervenciones efectivas en materia de capacidad financiera.

Cambio del paradigma de la educación financiera en Colombia

3

Contenido del taller

En mayo de 2017, CFI comenzó a trabajar con CAF y el gobierno de Colombia para presentar estos conceptos de economía conductual a los principales actores involucrados en la implementación de la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera. Con el apoyo de CAF, CFI trabajó para generar un cambio de mentalidad entre los funcionarios colombianos encargados de desarrollar intervenciones de educación financiera dirigidas específicamente a promover cambios de comportamiento, organizando seis talleres de dos días impartidos entre julio y octubre de 2017 a grupos mixtos de partes interesadas del sector público, privado y de organizaciones sin fines de lucro en Bogotá. Cada taller se dirigió a un segmento específico de la población y se adaptó al subcomité responsable de atender el mercado objetivo: jóvenes y adolescentes, adultos económicamente activos, personas jubiladas, poblaciones vulnerables y microempresarios.

A lo largo de los talleres, presentamos el contenido e involucramos a los profesionales en actividades diseñadas específicamente para ofrecer un entendimiento holístico de los elementos necesarios para diseñar intervenciones enfocadas en el comportamiento.

Por ejemplo, después de presentar información sobre los enfoques tradicionales y basados en el comportamiento de los programas de educación financiera, les pedimos a los participantes que aplicaran la Auditoría de Programas de Educación Financiera del *Common Cents Lab* a los programas en los que lograron identificar oportunidades de mejoras basadas en la información sobre el comportamiento.¹⁰ Esta herramienta de auditoría se centra en recomendar cambios sencillos para que la transferencia de información sea más efectiva, como por ejemplo, centrar cada sesión en un solo tema y limitar las sesiones a máximo una hora. La herramienta también cubre formas de

ayudar a los clientes a mejorar la retención de información, como proporcionar materiales prácticos para reforzar el aprendizaje a través de mensajes digitales o la fomentar la participación de la comunidad.

También se les pidió a los participantes que reflexionaran profundamente sobre los sesgos cognitivos que afectan el grado de éxito de los programas de educación financiera. Esto incluyó la revisión de siete sesgos cognitivos importantes: la procrastinación, las normas sociales, la capacidad de atención limitada, la predisposición al presente, la aversión a las pérdidas y las opciones predeterminadas. Los participantes realizaron actividades para identificar la forma en que estos sesgos afectan sus vidas, enfatizando el hecho de que los sesgos cognitivos están presentes en todos nosotros, no sólo en los beneficiarios de programas sociales o en los usuarios de productos financieros de la base de la pirámide.¹¹

Miembros del equipo organizador del primer taller de Innovaciones en Capacidades Financieras (de izq. a der.): Paola Cuadros (Banco de la República), Gabriela Zapata (consultora independiente), Leonardo Tibaquirá (Acción), Pablo Antón (CFI), Elisabeth Rhyne (CFI) y Pablo Germán Bolívar (Banca de las Oportunidades), Julio 2017. FOTO POR: Banco de la República



También es fundamental que los proveedores comprendan la vida financiera del segmento objetivo que buscan atender. ¿Cómo ganan y gastan el dinero sus clientes? ¿Qué herramientas formales e informales utilizan y por qué? ¿Cuáles son sus posturas hacia los proveedores de servicios financieros? Las respuestas a estas preguntas pueden ayudar a los proveedores a ofrecer información financiera específica a las personas adecuadas en el momento

FIGURA 2

Naturaleza humana: Los sesgos cognitivos más comunes que experimentamos

1. Procrastinación: Dejar para “mañana” lo que debemos hacer hoy para alcanzar nuestros objetivos
2. Normas sociales: El efecto que nuestra percepción de las opiniones de otras personas tiene sobre nuestro propio comportamiento
3. Capacidad de atención limitada: No poder prestar el mismo nivel de atención a todo lo que tenemos que hacer
4. Predisposición al presente: Dar preferencia a los beneficios inmediatos menores sobre los beneficios futuros mayores
5. Aversión a la pérdida: Fuerte tendencia a evitar las pérdidas por encima de obtener beneficios
6. Opciones predeterminadas: Al registrarse, las personas tienden a elegir las opciones que tienen la menor cantidad de filtros u obstáculos

FUENTE Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento. *Manual de Economía del Comportamiento, Vol. 3: Finanzas del Comportamiento*. Mayo 2017

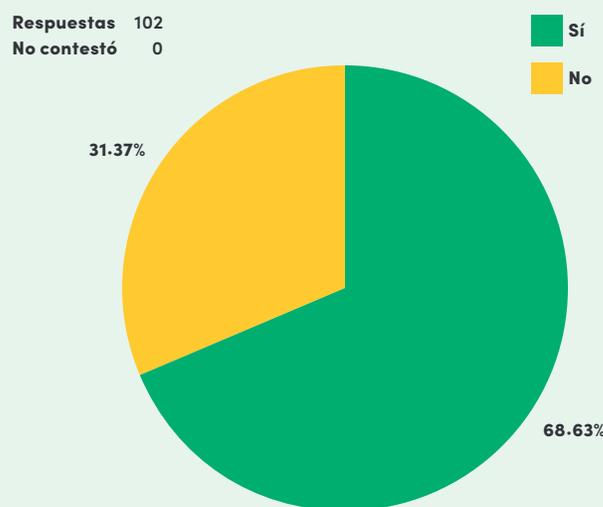
adecuado. Existe una variedad de fuentes de datos disponibles para ayudar a entender estos temas de manera integral. Las encuestas representativas a nivel nacional, que a menudo se implementan como parte de las estrategias nacionales de educación financiera, pueden brindar información importante acerca de cómo se comportan grandes segmentos de la población, mientras que los estudios individuales pueden ofrecer una comprensión más a fondo del comportamiento de un cierto grupo de clientes.

Para ilustrar este punto, presentamos los resultados de un proyecto de Diarios Financieros realizado en 2016 en México por *Bankable Frontiers Associates*.¹² Las encuestas realizadas por ellos sobre los Diarios Financieros de la base de la pirámide nos aportaron datos granulares sobre cómo los hogares de bajos ingresos manejan su dinero, mostrando que a menudo estos hogares saben administrar bien el dinero. Utilizamos estos datos para explicar las decisiones complejas que se toman en la mayoría de los hogares de este segmento y la forma en que nuevas intervenciones del tipo que estamos proponiendo podrían complementar el conocimiento y las conductas que estos hogares ya exhiben.

En definitiva, nuestro objetivo fue lograr que los participantes aplicaran sus conocimientos para el diseño de intervenciones que logren cambiar el comportamiento de sus clientes, y trabajamos con ellos para lograr que se comprometieran a hacerlo una vez concluido el taller. Guiamos a los participantes a través de nuestra metodología para identificar un comportamiento específico que ellos quisieran influenciar o cambiar en sus clientes y diseñamos en grupo un prototipo de intervención para lograrlo. Trabajamos con ellos para establecer los siguientes pasos intermedios y asignar responsabilidades entre los miembros de cada equipo.

FIGURA 3**Resumen de acciones concretas que nuestro taller permitió a los participantes tomar**

- Identificar acciones específicas que podrían tomar en el próximo mes para mejorar su propia seguridad financiera (poniéndose en el lugar de su población objetivo)
- Definir o acotar su público objetivo
- Identificar el mínimo cambio de comportamiento esperado que desean observar en su audiencia objetivo
- Delimitar los cambios mínimos necesarios para lograr sus objetivos establecidos
- Identificar las barreras de sus clientes para lograr los comportamientos objetivo
- Planificar los próximos pasos y establecer puntos de referencia para definir las metas del programa durante los próximos seis meses

FIGURA 4**Porcentaje de participantes que implementan programas de educación financiera**

NOTA Todas las encuestas de seguimiento de los talleres fueron voluntarias, por lo que el número de respuestas es menor que el número de asistentes. Además, todas las cifras de esta sección se refieren a la información proporcionada a nivel individual y no de la organización.

Resultados del taller

Un total de 155 representantes de proveedores de servicios financieros, contratistas gubernamentales, gerentes de programas de educación financiera y representantes de agencias gubernamentales asistieron a nuestra ronda de talleres.

Nuestro objetivo fue acercarnos a los principales responsables de la toma de decisiones de las organizaciones invitadas a los talleres, con el fin de integrar principios de capacidad financiera en el ADN de las nuevas estrategias nacionales, regionales y de programas públicos. Algunos de nuestros participantes fueron personas con alto grado de responsabilidad en sus instituciones, como directores y directores ejecutivos (18), ejecutivos y miembros de consejos de administración (4) y gerentes (8). Sin embargo, la mayoría de los asistentes restantes (125) eran personal del área operativa, con títulos como coordinador, asesor o consultor. Podemos asumir que muchos de los responsables de la toma de decisiones que hicimos un esfuerzo por invitar a estos talleres prefirieron enviar

subordinados como sus representantes. Creemos que esto puede haber afectado la capacidad de los participantes para implementar en sus instituciones los planes de acción desarrollados durante el taller.

ASISTENCIA A LOS TALLERES

De los 155 asistentes a los talleres, 101 (65 por ciento) completaron una breve encuesta voluntaria al comienzo del taller para recopilar información sobre su trabajo, institución, rol que su institución juega en el sector de educación financiera, y los temas y el público al que se dirigen sus programas de educación financiera (si es que tienen). Casi el 70 por ciento de las personas que respondieron informaron que manejaban o apoyaban la implementación de uno o más programas de educación financiera (Figura 4). Estos programas tendían a centrarse en incentivar el ahorro, la presupuestación y administración de la deuda y el gasto (Figura 5). Por otro lado, más del 70 por ciento de los programas se dirigieron a la población adulta en sus años de mayor actividad económica

TABLA 1

Asistencia a los talleres

	TALLER 1 JUL. 27-28	TALLER 2 JUL. 31- AGOSTO 1	TALLER 3 SEPT. 25-26	TALLER 4 SEPT. 27-28	TALLER 5 OCT. 2-3	TALLER 6 OCT. 5-6	TOTAL
Invitaciones enviadas	85	46	56	71	??	69	327
Confirmaciones recibidas	40	34	35	37	43	40	229
Asistentes (de lista de confirmados)	24	19	13	25	23	17	121
Asistentes (adicionales no confirmados)	8	4	2	6	0	14	34
ASISTENTES TOTALES	32	23	15	31	23	31	155
Número de instituciones representadas	20	10	10	22	10	18	90
Porcentaje de asistencia (de lista de confirmados)	80%	68%	43%	84%	53%	78%	68%

(Figura 6). Estas encuestas iniciales indican que el contenido del taller fue altamente relevante para el trabajo diario de la mayoría de los participantes.

EVALUACIONES Y COMPROMISOS PARA LAS ACCIONES DE SEGUIMIENTO

Después del taller, se les pidió a los participantes que completaran una evaluación en la que describieran las habilidades que habían

adquirido durante el taller, calificaran cada sesión del taller y ofrecieran recomendaciones para mejorar. También realizamos una segunda entrevista con algunos participantes entre cuatro y seis meses después del taller.

Los resultados de las evaluaciones de los talleres fueron abrumadoramente positivos. En promedio, los participantes calificaron el contenido del taller con 9.54 de 10. Un mensaje importante de la retroalimentación

Participantes del primer taller de Innovaciones en Capacidades Financieras, Julio 2017. FOTO POR: Banco de la República



FIGURA 5

Enfoque programático de los programas de educación financiera gestionados por los participantes del taller

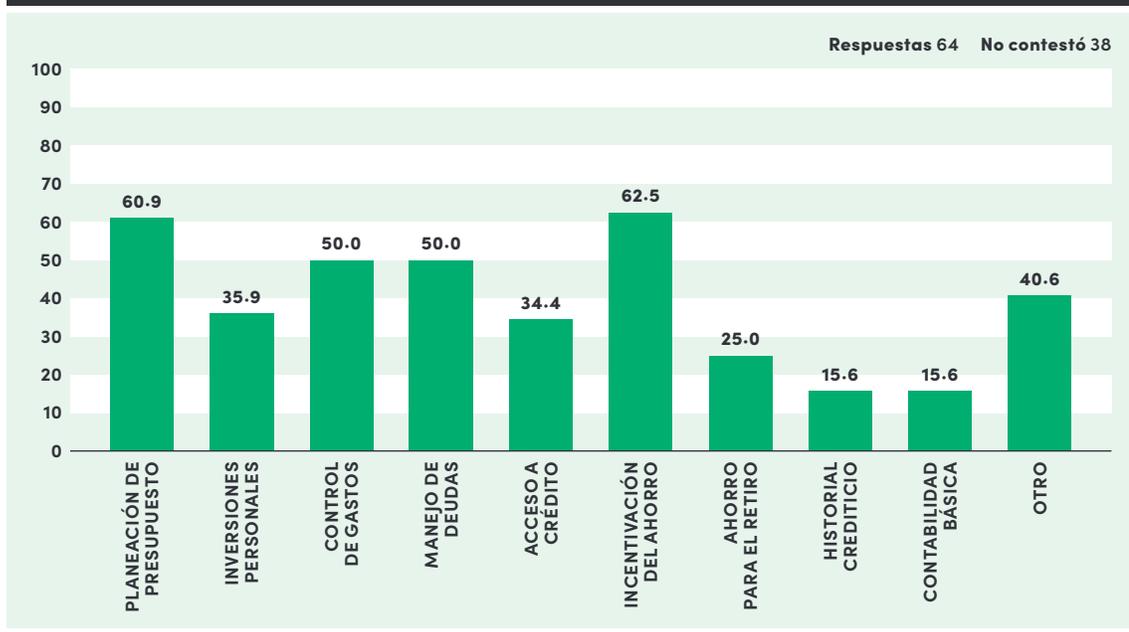
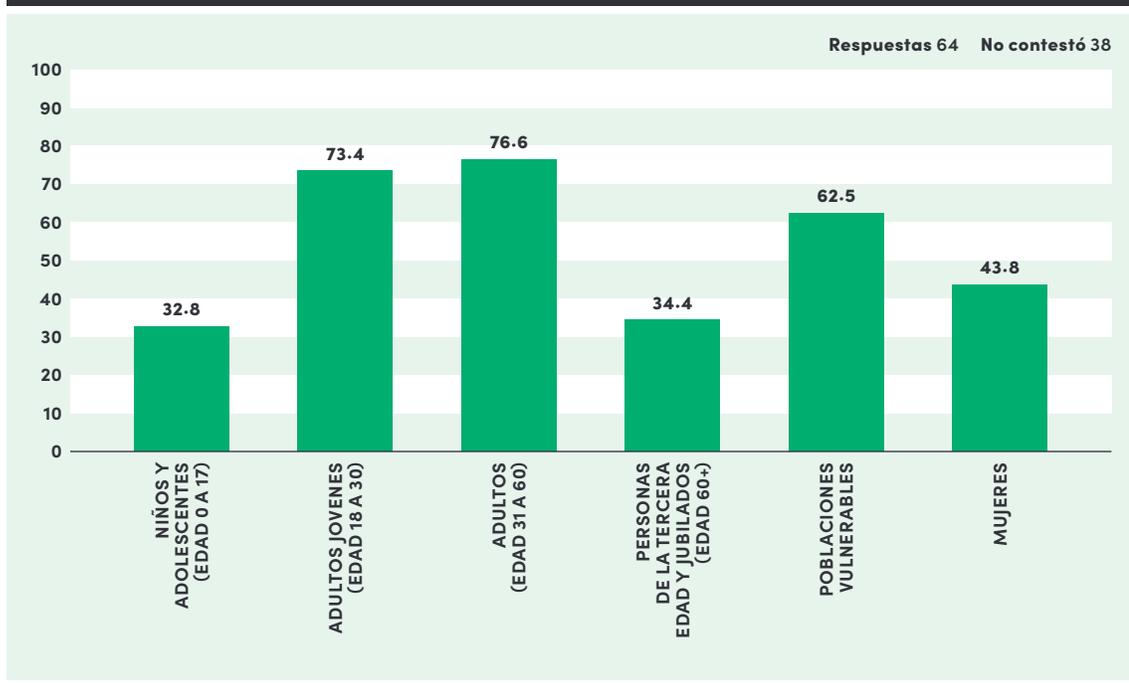


FIGURA 6

Segmento de población objetivo de los programas de educación financiera gestionados por los participantes del taller



CUADRO 1

Muestra de retroalimentación recibida de los participantes

- “Estos [talleres] son muy relevantes para aquellos de nosotros que tenemos la responsabilidad de desarrollar e implementar programas [de educación financiera], dado lo común que es que la información [como ésta] no llegue a aquellos que realmente necesitan oírla.”
- “Gracias por el taller. Recientemente [empecé] a trabajar en estos temas y es la primera vez que asisto a un taller como éste. Me pareció que tanto el contenido como los instructores eran muy buenos.”
- “El taller... fue muy útil para nosotros en el desarrollo de nuestra nueva estrategia de ahorro. [En futuros talleres], ¿sería posible discutir los diferentes productos [de educación financiera] que cada uno de los participantes ofrece? Esto nos permitiría compartir [nuestro conocimiento] y articular mejor nuestros esfuerzos [entre instituciones].”
- “Felicitaciones por todo el gran conocimiento proporcionado [en este taller], por el buen manejo de los grupos y por reconocer las contribuciones de todos los participantes. Las herramientas fueron realmente esclarecedoras.”

FUENTE Encuestas de evaluación posterior al taller

de los participantes fue la necesidad de seguir recibiendo apoyo continuo para implementadores de programas de educación financiera con herramientas y recomendaciones innovadoras de este tipo.

Casi dos terceras partes (98 de 155) de los participantes completaron y presentaron voluntariamente una lista de compromisos que desarrollaron durante el taller, detallando su deseo de implementar ciertas acciones y lograr metas específicas dentro de sus organizaciones para poner en práctica las lecciones que acababan de adquirir. Estos compromisos se desarrollaron entre equipos de participantes de la misma institución. En total, los 98 participantes que compartieron sus compromisos con nosotros establecieron un total de 182 puntos de acción (dos en promedio por persona) y se comprometieron a completar estas actividades en un plazo no mayor a seis meses.

En general, los compromisos voluntarios de los participantes se centraron en incorporar ciertas enseñanzas de nuestro taller en sus intervenciones en curso de educación financiera. Ejemplos recurrentes de compromisos incluyeron: incorporar prácticas específicas basadas en el comportamiento en los programas de educación financiera; mejorar la coordinación interna con otros departamentos sobre este tema; desarrollar proyectos piloto; diseñar herramientas para públicos segmentados; establecer actividades de seguimiento y evaluación de sus programas; crear un plan para que los ejecutivos visiten a los clientes; y crear premios para los clientes con el mejor comportamiento crediticio. En el caso de los funcionarios de gobierno, ejemplos recurrentes de las actividades propuestas incluyeron el establecimiento de marcos de seguimiento de desempeño de los programas de educación financiera que incorporaran algunas percepciones sobre el comportamiento de los usuarios, mientras que los representantes de las asociaciones de la industria propusieron la elaboración de nuevos lineamientos para sus afiliados con la incorporación de las enseñanzas clave de nuestro taller. Por otro lado, los participantes que representaban a proveedores de servicios financieros propusieron también actividades como ofrecer apoyo y asesoramiento más personalizado a segmentos específicos de clientes (por ejemplo, clientes que están en incumplimiento de pago) y/o implementar nuestras recomendaciones para dar seguimiento a los clientes a través de diferentes tipos de mensajes y recordatorios (con distintos grados de adaptación). Algunas instituciones también propusieron planes más concretos para renovar y reorientar sus programas de educación financiera desactualizados.

RETENCIÓN DE CONOCIMIENTOS Y CAMBIO DE COMPORTAMIENTO

En abril de 2018, seis meses después de la conclusión de los talleres, nos pusimos en contacto con los participantes para intentar evaluar el impacto que nuestros talleres habían tenido en sus operaciones cotidianas. Nos interesaba saber cuánto conocimiento sobre el desarrollo de la capacidad financiera habían podido retener y qué cambios habían realizado en sus actividades de educación financiera a raíz de nuestro taller.

Para esto, elaboramos dos encuestas. La primera fue un cuestionario de 20 preguntas de opción múltiple para medir el nivel de retención del contenido del taller. Enviamos repetidamente a todos los asistentes al taller invitaciones por correo electrónico con varios recordatorios e incentivos, invitándolos a participar en esta encuesta.

Finalmente, 65 participantes completaron el cuestionario, una tasa de respuesta del 42 por ciento. La puntuación media obtenida por los encuestados fue de 73 sobre 100. En general, los conceptos que más resonaron entre los participantes en esta evaluación de seis meses incluyeron los siete principios del CFI para las intervenciones de capacidad financiera, los sesgos de comportamiento más comunes y cómo contrarrestarlos, las características del estado de las capacidades financieras en Colombia y las deficiencias de la educación financiera tradicional. En contraste, los conceptos menos recordados por los participantes fueron cómo definir y medir la salud financiera y cómo construir un programa eficaz de educación financiera.

La segunda encuesta se realizó por teléfono entre mayo y junio de 2018, y dio seguimiento a los 98 participantes del taller que completaron la hoja de trabajo final de la actividad y establecieron compromisos específicos para las acciones que realizarían en sus organizaciones después del taller. El objetivo de esta segunda encuesta fue saber si los participantes habían logrado llevar a cabo estos planes con éxito o no. También fue de nuestro interés identificar los obstáculos a los que se enfrentaron al intentar realizar estas actividades y el nivel de entusiasmo que mantuvieron con respecto a sus planes de acción en los seis meses posteriores a los talleres.

Los resultados de esta encuesta sugieren un impacto positivo como resultado de nuestro proyecto. De las 98 personas con las que nos pusimos en contacto, 40 aceptaron hablar con nosotros por teléfono. Estas 40 personas con las que hablamos representaban 40 instituciones diferentes que habían establecido un total de 82 acciones compromiso. Al momento de la encuesta, los encuestados habían completado 25 acciones de éstas, mientras que las 57 acciones restantes estaban parcialmente completadas o no habían sido realizadas en absoluto. Dado el nivel de complejidad que a veces supone

TABLA 2

Resumen de los compromisos recibidos

	RESULTADOS
Instituciones (equipos) que entregaron compromisos por escrito	62
Número de personas en estos equipos	98
Número de actividades individuales a realizar (compromisos)	182
Equipos que contactamos 6 meses después para dar seguimiento	25
Número de personas en equipos contactados para dar seguimiento	40
Tasa de respuesta del seguimiento (equipos)	40%
Tasa de respuesta del seguimiento (personas)	41%
Número de actividades a realizar en muestra de seguimiento	82
Actividades completadas de manera satisfactoria	25
Actividades no completadas de manera satisfactoria	57
Porcentaje de éxito de actividades establecidas	30%

realizar cambios programáticos al interior de instituciones financieras y del gobierno, nos alegró observar un porcentaje de cumplimiento de los compromisos establecidos tan alto entre las personas que nos contestaron esta segunda encuesta (30 por ciento).

Los obstáculos más veces citados por los encuestados como causas que dificultaron sus planes de acción (en el caso de las acciones no-cumplidas) fueron los siguientes:

- Falta de aceptación por parte de la gerencia superior
- La actividad en cuestión no se ajustaba a las prioridades estratégicas de la institución
- Cambios en el personal clave
- Falta de coordinación e interés entre las instituciones asociadas
- No recordar los detalles específicos de las metas y medidas establecidas
- Falta de interés desde una perspectiva empresarial de invertir para realizar las modificaciones correspondientes

Durante estas entrevistas, muchas personas expresaron también interés por asistir a una capacitación de seguimiento para reafirmar sus conocimientos, particularmente con respecto a las recomendaciones para incorporar perspectivas conductuales en el diseño de la intervención.

Estudio de caso: Fundación Capital

Fundación Capital es una organización sin fines de lucro con sede en Bogotá que trabaja en 12 países de América Latina para desarrollar políticas públicas que faciliten la inclusión financiera y la protección social a gran escala. Colaboran con instituciones públicas y privadas de todo el mundo para comprender las necesidades de las familias de bajos ingresos a fin de crear soluciones sostenibles.

Tres miembros de su equipo en Bogotá asistieron a nuestro taller de Innovaciones en Capacidades Financieras en octubre de 2017. El taller se llevó a cabo poco después de recibir la aprobación para comenzar a implementar un gran proyecto multinacional, “Mujer Joven Rural”. Este proyecto, que se realiza en colaboración con el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) de las Naciones Unidas, busca empoderar e incluir financieramente a mujeres jóvenes de zonas rurales de México, Colombia y Paraguay.

En Colombia, Mujer Joven Rural busca llegar a 3,000 mujeres jóvenes rurales con herramientas y actividades de capacidad financiera a través de tres intervenciones distintas:

1. Una versión renovada y adaptada de la famosa “Iniciativa LISTA”, una herramienta de capacitación en capacidad financiera virtual con módulos que enseñan a los usuarios a administrar su dinero, establecer metas de ahorro, administrar sus deudas de manera responsable y utilizar la banca móvil, entre otras cosas. El programa original de LISTA se implementó mediante el uso de tabletas compartidas de grupo, pero en esta nueva versión, Fundación Capital construyó una aplicación de smartphone más eficiente llamada “[LISTA Express](#)” que cada usuario puede descargar directamente desde la tienda de Google Playstore.

2. Una serie de cuatro capacitaciones en persona para difundir consejos y recomendaciones para aumentar la capacidad financiera de los jóvenes líderes de la comunidad, quienes posteriormente difundirán dicha información. La primera sesión motiva a las mujeres jóvenes a fijarse una meta de ahorro personal y un plan para alcanzarla. Durante la segunda sesión, conocerán y compararán las diferentes cuentas de ahorro que se ofrecen en sus territorios y elegirán la que mejor se adapte a su estilo de vida. Las jóvenes participan en una tercera sesión dedicada a la práctica del uso del producto elegido y, finalmente, en el cuarto encuentro, las asistentes aprenden a replicar la formación con 10 mujeres más en su red.

3. Mensajes adaptados de WhatsApp para los participantes del programa específicamente diseñados para servir como recordatorios de los consejos y sugerencias compartidos durante los talleres en persona, así como para repasar las principales lecciones aprendidas.

Sonia Agnesod, parte del equipo que gestiona la implementación del proyecto, comentó que asistir a nuestro taller fue muy útil para ella y su equipo, ya que les permitió tomar decisiones estratégicas en el diseño del proyecto que ha generado un gran impacto. “El taller fue útil porque nos permitió validar ciertas suposiciones que teníamos sobre el proyecto, [y] adquirir otros aprendizajes valiosos para considerar. Por ejemplo, en el taller discutimos la importancia de poder dar acceso a los usuarios a herramientas y soluciones en el momento preciso en que se está tomando una decisión financiera... lo que validó para nosotros la importancia de poder distribuir nuestros materiales didácticos directamente a través de una aplicación de smartphone a la que se puede acceder repetidamente en cualquier momento. [Ese] no fue el caso con las tabletas compartidas del programa original de LISTA, en el que las mujeres sólo podían acceder a los materiales una vez y luego debían pasar la tableta a la siguiente persona de su grupo y, por lo tanto, no podían tener un acceso fácil a los materiales. La razón original por la que decidimos usar smartphones y no tabletas fue

porque descubrimos en nuestro diagnóstico inicial que el 86% de las mujeres jóvenes de las regiones en las que trabajaríamos tenían acceso a estos dispositivos móviles, pero este principio fue una validación del valor añadido que el uso de este canal aportaría a nuestro proyecto.”

A partir de la experiencia de los primeros meses de implementación, y considerando el principio de los “Momentos Enseñables”, Fundación Capital decidió desarrollar una versión autónoma de las herramientas incluidas en la aplicación LISTA Express que pudiera ser más accesible para el público objetivo. Sonia explicó que “para que estas herramientas sean útiles en los momentos cruciales de la toma de decisiones, nos dimos cuenta de que necesitábamos cambiar la forma en que nuestras herramientas se presentan en el programa LISTA, ya que éste tiene una narrativa”. Los módulos se configuran en un formato de narración de historias y se guía a los usuarios a través de ellos de la misma manera que se configuran los juegos en línea. Por lo tanto, una vez que se completa un módulo, el usuario tiene que retomar el módulo completo si desea volver a una sección específica. Nos dimos cuenta de que dos de nuestras herramientas más útiles, las calculadoras de ahorro y de finanzas personales, estaban ocultas dentro de estos módulos, por lo que tomamos la decisión de ponerlas a disposición de los usuarios como aplicaciones separadas para que puedan acceder a ellas con mayor facilidad sin tener que abrir toda la aplicación de LISTA y retomar esos módulos.”

Fundación Capital también confirmó la importancia de reforzar ciertos conceptos de las cuatro partes de la formación presencial (según el principio “Nudges and Reminders”) y probó la aplicación WhatsApp como un tercer canal “alternativo” para mantenerse en contacto con los beneficiarios del proyecto. “El uso de WhatsApp fue una experiencia de aprendizaje muy interesante para nosotros. Nuestro equipo a cargo de la creación de contenidos diseñó los mensajes para que fueran complementarios a los planes de estudio tanto de los cursos presenciales como de la aplicación LISTA Express, pero tan pronto como empezamos a distribuirlos, nos dimos cuenta de que no eran efectivos. Muchas de las jóvenes del programa nos dijeron que no prestan atención a los mensajes de texto y que

prefieren los mensajes que incluyen gráficos, por lo que rápidamente renovamos nuestro contenido y empezamos a enfocarnos en los GIF, los memes y las imágenes, con los que hemos tenido una mejor respuesta desde entonces”, concluyó Sonia.

Estudio de caso: Banco de la República

El Departamento de Educación Financiera y Económica del Banco de la República, el Banco Central de Colombia, tiene la tarea de generar contenidos educativos para promover una mejor comprensión de conceptos macroeconómicos como la inflación, la hiperinflación, la política monetaria y el balance de pagos entre la población colombiana. Además, en el contexto de la nueva Estrategia Nacional de Educación Financiera, también tienen un puesto como invitados permanentes a la Comisión Intersectorial de Educación Económica y Financiera (CIEEF), donde participan proactivamente en actividades para apoyar la implementación de la estrategia nacional, como por ejemplo, la convocatoria a los actores interesados de los sectores público y privado.

En julio de 2017, Paola Cuadros, Especialista Principal en Educación Financiera del Banco de la República, asistió a nuestro primer taller en Bogotá, junto con otros representantes de organizaciones miembros de la Comisión Intersectorial. Desde entonces, su equipo ha hecho todo lo posible para asegurarse de que los principios de CFI para intervenciones efectivas de capacidad financiera se incluyan en los eventos y talleres que se realizan entre los principales grupos de interés. Paola comentó: “Creo que esto va a ser una constante para nosotros a partir de ahora. No creo que nos alejemos de [esto]. Por el contrario, todas las cosas que promovemos o que nos gustaría que sucedieran, queremos que sigan este camino de centrarse en los cambios de comportamiento. Queremos ver a todos incorporando estos principios en sus programas y continuar trabajando con ellos”.

Paola se refirió a un taller de monitoreo y evaluación de impacto que el Banco de la República organizó junto con *Innovations for Poverty Action* (IPA) en septiembre de 2017, donde la mayoría de los ejemplos se relacionaron con programas que buscaban cambiar el

comportamiento financiero. Paola agregó: “Queríamos que este taller también estuviera muy alineado con el tema que estamos impulsando en la comisión, que siempre se relaciona con el desarrollo de la intencionalidad en los programas que buscan el cambio de comportamiento”. Para los asistentes, muchos de los cuales también habían asistido a uno de nuestros talleres, los materiales sirvieron como repaso, ya que el Banco de la República incluyó ejemplos concretos en los materiales del curso que hacían referencia a los momentos enseñables y los recordatorios. Paola prosiguió: “Fue un complemento perfecto, en el sentido de que la gente [que] asistió primero al curso de formación de CFI y puso en práctica recomendaciones concretas para lograr cambios de comportamiento, tuvo ahora la oportunidad de ver qué pasos pueden dar para medir con precisión el efecto de sus esfuerzos”.

Además, asistir al taller fue beneficioso para las operaciones del equipo de educación financiera del Banco de la República. Nidia García, Jefa de Sección de Educación Económica y Financiera comentó: “[Los talleres] nos ayudaron a reevaluar internamente algunos de nuestros proyectos en curso y a replantearlos considerando todos los conocimientos que obtuvimos de este taller”. Por ejemplo, después de nuestro taller, el Banco de la República decidió comenzar a utilizar herramientas de las redes sociales para entender mejor cómo los diferentes segmentos de la población colombiana interactúan con los materiales de aprendizaje del banco central. Nidia explicó: “Esto es algo que antes no hacíamos, pero ahora finalmente comenzamos a hacer algunos análisis con estos datos. Contratamos a un proveedor externo que nos está ayudando a leer y entender mejor a nuestra audiencia y a concentrarnos en lo que realmente quieren. A partir de este esfuerzo,

podimos identificar cosas como, por ejemplo, el hecho de que nuestros videos educativos son demasiado largos para nuestro público objetivo y a veces no son tan dinámicos o atractivos como quisiéramos que fueran. Gracias a este conocimiento, ahora estamos introduciendo cambios importantes para solucionar este problema, como trabajar en nuevas infografías animadas y contenidos de vídeo más cortos, con gráficos más dinámicos y llamativos que incluyen mensajes más concretos y que sintetizan la información más importante en unos pocos mensajes clave. Aún queda mucho trabajo por hacer, pero confiamos en estos primeros pasos que hemos dado en esta dirección”.

El Banco de la República también asiste a las reuniones de la Subcomisión Consultiva, que reúne a un amplio grupo de proveedores de servicios financieros públicos y privados sobre temas relacionados con la educación financiera, así como para difundir las mejores prácticas entre las partes interesadas pertinentes. Paola compartió que en la última reunión, dos instituciones, Colpensiones e ICETEX, señalaron que el taller de CFI influyó bastante en los nuevos programas que están desarrollando.¹³ Ambas entidades anunciaron el lanzamiento de nuevos programas de educación financiera, los cuales, según se informa, se basaron en los siete principios de CFI para intervenciones eficaces de capacidad financiera, así como en las mejores prácticas que compartimos de la Auditoría de Educación Financiera del *Common Cents Lab*. Ambos programas se encontraban en las primeras etapas de desarrollo en el momento en que CFI organizó los talleres, y ambas entidades informaron que nuestros talleres les ayudaron a incorporar los conocimientos de la ciencia conductual en el diseño de su programa y a adoptar un enfoque más innovador en la entrega de su contenido.

Conclusiones

4

Basándose en investigaciones anteriores sobre el trabajo de capacidad financiera en todo el mundo, CFI concluyó que un enfoque basado en el comportamiento puede ayudar a superar los problemas que conducen a una baja aceptación de los programas tradicionales de educación financiera y a mejorar el impacto limitado de los formatos basados en el aula. Por lo tanto, es importante desarrollar intervenciones mejor adaptadas que se basen en conocimientos sobre el comportamiento para aumentar la probabilidad de que los clientes puedan tomar decisiones informadas y sacar el máximo provecho de los productos financieros a los que acceden. Esa necesidad nos motivó a realizar estos talleres en Colombia.

Los talleres también representaron un paso más en la promoción de las innovaciones en materia de capacidad financiera por parte de CFI, ya que esta fue la primera vez que nos asociamos con una agencia gubernamental para trabajar con profesionales encargados de incorporar recomendaciones basadas en el comportamiento en la programación de la educación financiera en los años venideros. En cada taller, tuvimos la oportunidad de exponer nuestras opiniones en detalle con los responsables de la formulación de políticas y los profesionales del sector privado. Escuchamos los retos específicos a los que se enfrentaban e incorporamos sus observaciones en nuestra metodología. Nuestro principal objetivo fue transferir conocimientos basados en evidencias y ayudar a los participantes a elaborar sus propios planes de acción para implementar estos nuevos enfoques. Estamos muy satisfechos con los resultados obtenidos y, sobre todo, identificamos formas de mejorar iteraciones futuras de este taller.

Estamos satisfechos con el alto nivel de retención de información que encontramos en nuestras encuestas de seguimiento, y estamos convencidos de que esto constituye un paso muy importante en la dirección correcta. El hecho de que pudiéramos acercarnos a una gran diversidad de instituciones de gobierno, proveedores de servicios financieros

y otras a través de estos talleres, nos permitió introducir nuevas ideas que se pueden difundir rápidamente dentro del sector. Consideramos que esto no habría sido posible sin el apoyo tanto de CAF como de nuestros aliados gubernamentales, y estamos muy agradecidos por ello.

Este proyecto nos dio una valiosa oportunidad para poner en práctica nuestros propios principios conductuales en el desarrollo de estos talleres. Tratamos de hacer los talleres divertidos y sociales, personalizamos el contenido para el público objetivo específico de cada subcomisión y desarrollamos reglas generales para que los talleres de educación financiera fueran más efectivos. Logramos que los participantes consideraran sus propios prejuicios personales y les dimos la oportunidad de “aprender en la práctica” invitándolos a desarrollar planes de acción específicos y a comprometerse con los siguientes pasos inmediatos. Además, fue posible aprovechar lo que pareció ser un “momento enseñable” nacional, ya que llegamos justo al inicio de la fase de implementación de la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera, ya que muchas de las instituciones que asistieron estaban en el proceso de diseñar nuevos programas de educación financiera. Esto nos permitió obtener la cantidad necesaria de interés del público y también nos permitió alcanzar un mayor nivel de adopción de nuestros métodos, como muestran los estudios de caso. Nos entusiasmó ver que, incluso varios meses después del taller, los mensajes permanecieron en la memoria de gran parte de los participantes y que un gran número de ellos se encontraban trabajando en sus planes de acción o que habían encontrado otras formas de impulsar el desarrollo de estos conceptos.

También sabemos que hay áreas de mejora que tendremos en cuenta para futuras iteraciones. Uno de nuestros principales aprendizajes es que un taller individual de este tipo es un buen punto de partida, pero no es suficiente para crear el cambio permanente que deseamos ver. Por

Aunque un taller individual de este tipo es un buen punto de partida, no es suficiente para crear el cambio permanente que deseamos ver. Dar seguimiento días después con más mensajes, recordatorios, y “empujoncitos” hubiera incrementado la efectividad del taller.

ejemplo, para mejorar la eficacia de nuestros talleres, habría sido útil programar más mensajes de recordatorio para unas semanas después del taller. La colaboración después del taller entre los participantes para asegurarse de que puedan continuar reafirmando sus conocimientos y obtener motivación adicional debe considerarse en el diseño de cualquier programa futuro. Una sugerencia para lograrlo sería a través de una plataforma en línea en la que los asistentes del taller pudieran trabajar en red entre ellos y con expertos después del taller para aprovechar las conexiones existentes en el sector y compartir historias de éxito, recibir asesoramiento sobre los obstáculos a los que se enfrentan, o recibir apoyo para seguir trabajando en sus objetivos comunes. En CFI, contamos con experiencias muy positivas en el establecimiento y administración de foros comunitarios virtuales similares, como el [Africa Board Fellowship Program](#), que permite a los participantes fortalecer sus relaciones y apoyar sus redes al mismo tiempo que comparten conocimientos técnicos a través de debates guiados y dirigidos por homólogos.

Una plataforma como la que sugerimos aportaría un foro comunitario virtual dirigido por los participantes, una biblioteca de herramientas y recursos adicionales y acceso a expertos en la materia. También serviría como un repositorio para el aprendizaje de los programas, ya sea a través de seminarios, webinars o conversaciones entre pares. En el mejor de los casos, sería útil poder ofrecerlo a través de un sitio web fácil de usar que contenga una biblioteca de recursos regularmente actualizada con contenido sobre desarrollo de capacidades financieras y

ciencias del comportamiento (incluyendo todos los materiales de los talleres), foros de discusión para que los participantes publiquen y respondan a las preguntas, y la capacidad de llegar a otros asistentes o a expertos en el tema.

Esta plataforma deberá estructurarse de manera que permita a cada participante o subcomisión tener su propio espacio para interactuar, fomentando al mismo tiempo una interacción más amplia entre todos los participantes, con apoyo en línea disponible para ayudar a resolver dificultades. La biblioteca de recursos también deberá adaptarse al público objetivo, con audios y resúmenes ejecutivos que destaquen claramente lo que los profesionales y los responsables de la formulación de políticas deben saber. También se deberá invitar a los participantes a contribuir en esta biblioteca. Muchos de los encuestados solicitaron una biblioteca de recursos con ejemplos de herramientas de desarrollo de capacidades financieras que pudieran adaptar a sus propias necesidades “para no tener que reinventar la rueda”. Un repositorio de este tipo con contenido curado también podría desarrollarse con este fin, de modo que los usuarios pudieran empezar a poner en práctica los principios de comportamiento y solicitar herramientas adicionales a sus pares.

CFI ha tenido éxito en el uso de plataformas similares como herramientas para reforzar los mensajes principales de nuestros talleres y dar a conocer nuevos conceptos en campos similares, y vemos un gran potencial en su uso en este contexto en particular.

Por último, también se debe reconocer que lograr contar con la presencia de líderes de opinión del sector es importante, y creemos que el impacto del proyecto habría sido aún mayor y más duradero si hubiéramos logrado involucrar a un mayor porcentaje de participantes con mayor autoridad para tomar decisiones de cada institución. A pesar de ello, estamos convencidos de que nuestros esfuerzos constituyeron un paso muy importante en la dirección correcta, y esperamos que las autoridades correspondientes en Colombia continúen promoviendo un cambio importante en la forma en que se implementan los recursos para la construcción de la educación financiera en el país, favoreciendo las intervenciones con mayor información sobre el comportamiento en lugar de las intervenciones tradicionales, las cuales hasta el momento han dado resultados por debajo de lo esperado.

Notas finales



1 Organisation for Economic Co-operation and Development. *National Strategies for Financial Education: OECD/INFE Policy Handbook*. Paris. 2015. <http://www.oecd.org/finance/nationalstrategiesforfinancialeducation.htm>

2 Mejía, D., A. Pallotta, E. Egúsqüiza, and S. Farné. *Encuesta de medición de capacidades financieras en los países andinos. Informe para Colombia 2014* (report). Lima: Banco de Desarrollo de América Latina (CAF). 2015 <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/743>

3 Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera (CIEEF). *Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera de Colombia (ENEEF)*. Bogotá. Junio 2017. <http://www.banrep.gov.co/es/publicaciones/estrategia-nacional-educacion-economica-financiera>

4 Arnold, J. and E. Rhyne. *A Change in Behavior: Innovations in Financial Capability*. Washington, DC: Center for Financial Inclusion at Accion. 2016. <https://www.centerforfinancialinclusion.org/a-change-in-behavior-catalogue-of-innovations-in-financial-capability>

5 Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera (CIEEF). *Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera de Colombia (ENEEF)*. Bogotá. Junio 2017.

6 Fernandes, Daniel, John G. Lynch Jr., Richard G. Netemeyer. "Financial Literacy, Financial Education, and Downstream Financial Behaviors." *Management Science*, Vol 60, No. 8, Enero 2014. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1849>

7 Ibid.

8 Consulte *Beyond the Classroom, Evidence of New Directions in Financial Education, Innovations for Poverty Action, 2017*, para obtener un resumen de los resultados de los estudios más relevantes sobre este tema.

9 Drexler, Alejandro, Greg Fischer, and Antoinette Schoar. "Keeping It Simple: Financial Literacy and Rules of Thumb." *American Economic Journal: Applied Economics*, 6, No. 2, 2014. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/app.6.2.1>

10 Disponible para uso público en <https://advanced-hindsight.com/blog/financial-education/>.

11 Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento. *Manual de Economía del Comportamiento, Vol 3: Finanzas del Comportamiento*. México. Mayo 2017. <https://static1.squarespace.com/static/57081929356fb0c9e49157eb/t/595994883a0411448680d5e5/1499042991279/Manual+FINANZAS.pdf>

12 Disponible en <http://bfa-global.com/projects/mexico-financial-diaries/>.

13 Se trata de dos entidades públicas, una centrada en la administración de planes de pensiones de los trabajadores públicos y otra en la concesión de préstamos estudiantiles para la educación superior, respectivamente.

CENTER for
FINANCIAL
INCLUSION

ACCION

CAF BANCO DE DESARROLLO
DE AMÉRICA LATINA

El Centro para la Inclusión Financiera de Acción es un think tank de investigaciones aplicadas que vincula y reta a la industria a mejorar sus servicios, proteger y empoderar a sus clientes. Desarrollamos conocimientos y compilamos mejores prácticas, abogando siempre en favor de los clientes y colaborando con distintos actores relevantes del sector para lograr una visión comprehensiva de lo que significa la inclusión financiera. Estamos dedicados a capacitar y habilitar al sector financiero para servir y mejorar las vidas de los 3 mil millones de personas a nivel mundial que aún no cuentan con acceso a servicios financieros de calidad.

www.centerforfinancialinclusion.org

@CFI_Accion

CAF es un banco de desarrollo constituido en 1970 y conformado por 19 países —17 de América Latina y el Caribe, España y Portugal— y 13 bancos privados de la región. Promueve un modelo de desarrollo sostenible, mediante operaciones de crédito, recursos no reembolsables y apoyo en la estructuración técnica y financiera de proyectos de los sectores público y privado de América Latina. Con sede en Caracas, Venezuela, cuenta con oficinas en Buenos Aires, La Paz, Brasilia, Bogotá, Quito, Madrid, México D.F, Ciudad de Panamá, Asunción, Lima, Montevideo y Puerto España.