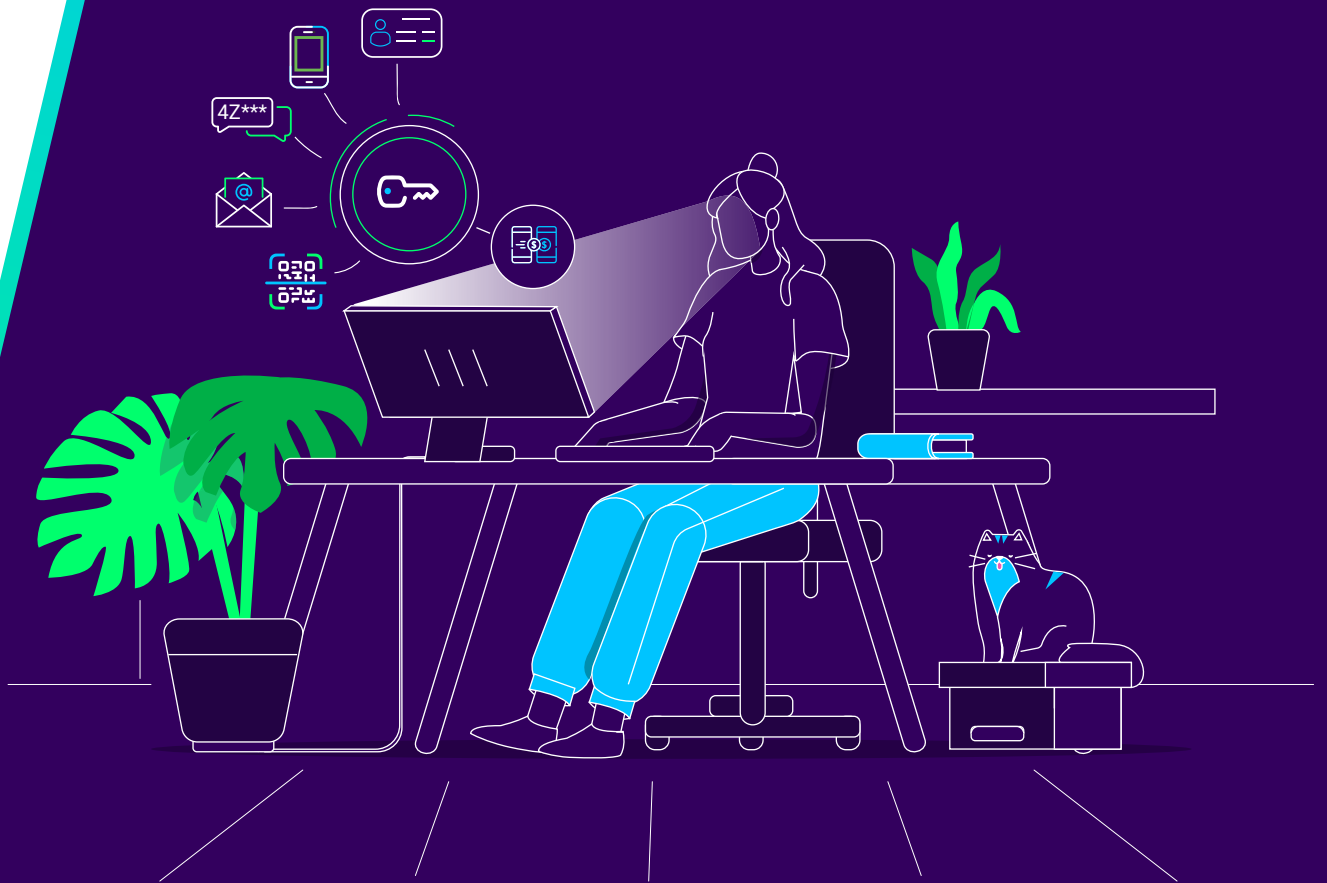




Bre-B



Lineamientos
Educativos

Contenido

* Introducción	3
1. Principios educativos, objetivos y públicos	6
1.1. Objetivo general	7
1.2. Objetivos específicos	7
1.3. Públicos objetivo	7
2. Etapas de promoción y educación	8
Cronograma de promoción	9
Etapa 1 Alistamiento	10
Etapa 2 Promoción	11
Etapa 3 Expectativa	12
Etapa 4 Cargue de información	13
Etapa 5 Inicio de operación	14
3. Lineamientos generales	
3.1 Competencias básicas esperadas	15
3.2 Desarrollo de contenidos educativos	16
3.3 Metodologías pedagógicas	18
3.4 Ambiente educativo	19
4. Recursos educativos Banrep	
4.1 Materiales didácticos	20
4.2 Capacitación de capacitadores	20
5. Implementación	
5.1 Plan de acción	21
6. Monitoreo y evaluación	
6.1 Buenas prácticas	24
6.2 Indicadores	28
* Anexos	
Anexo 1 Buenas prácticas	29
Anexo 2 Indicadores	43

Introducción

El propósito de este documento es proporcionar un marco educativo integral para fomentar la adopción generalizada de **Bre-B**, el nuevo sistema de pagos inmediatos de Colombia. Su objetivo es proponer ciertos lineamientos generales para educar a los clientes sobre el funcionamiento, los beneficios y la confianza en **Bre-B**.

El documento comprende una recopilación de buenas prácticas nacionales e internacionales sobre **inclusión y educación económica y financiera**, incluyendo principios educativos, valores, objetivos, público de interés, lineamientos generales, sugerencias de implementación, monitoreo y evaluación. Finalmente, se ponen a disposición recursos educativos básicos de **Bre-B** con enlaces a tutoriales, simuladores, recursos multimedia, entre otros. Estos lineamientos generales tienen el objetivo de promover, de manera coordinada, la adopción segura y eficiente de los pagos inmediatos en la sociedad, que contribuya a profundizar la inclusión financiera, estimular el crecimiento económico y fomentar la competencia entre los proveedores de servicios financieros (Özyilmaz, 2024).



Elaborado por la Sección de Educación Económica del Departamento de Educación Económica. La información contenida, las opiniones y posibles errores son responsabilidad exclusiva del autor y sus contenidos no comprometen al Banco de la República ni a su Junta Directiva. Cualquier inquietud, sugerencia o comentario sobre este documento, envíe una comunicación a: BanrepEduca@banrep.gov.co

En general, los sistemas de pagos inmediatos interoperables siguen unos principios rectores:

Acceso amplio:

Ofrecer **acceso para todas las personas**, incluyendo a las poblaciones marginadas, para promover la inclusión financiera, bajo reglas uniformes y transparentes.

Interoperabilidad:

La capacidad de los clientes para **enviar dinero** a amigos, familiares y empresas **sin preocuparse** por si cada parte tiene cuentas en diferentes entidades.

Inmediatez:

Asegurar una compensación y liquidación que permita acreditar el **pago en tiempo real**, lo que permite la transferencia instantánea o casi instantánea de dinero entre personas y comercios.

Dinamismo y flexibilidad:

Generar una elevada capacidad de **adaptación tecnológica** y de innovación para adecuarse a las necesidades cambiantes del mercado.

Innovación en la última milla:

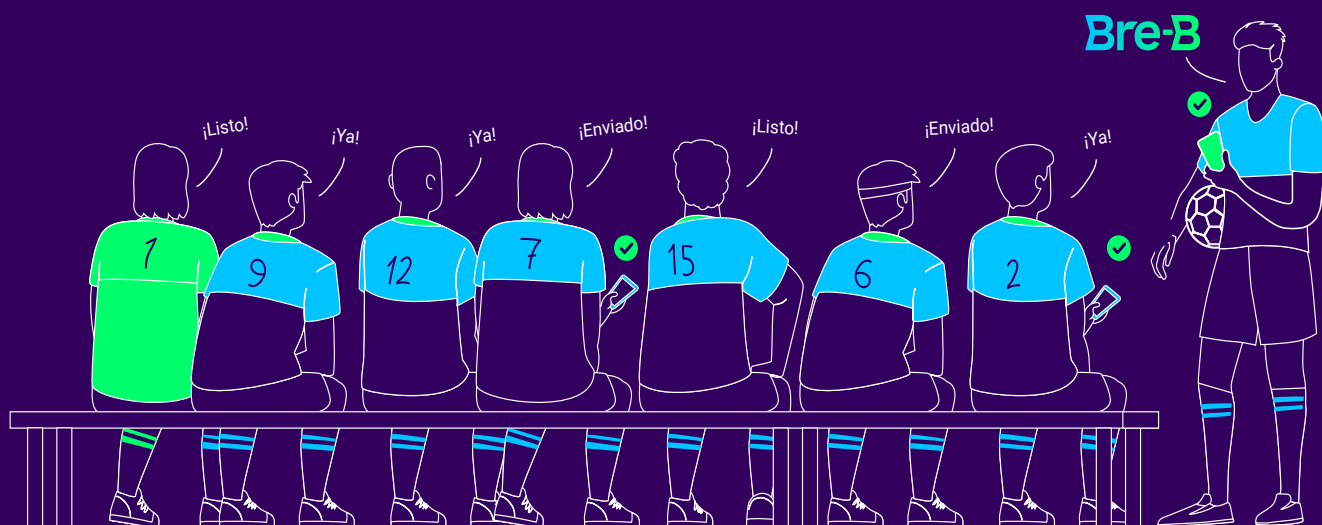
Fomenta la competencia entre proveedores de servicios financieros, alentando la innovación y la creación de **mercados financieros más sólidos**.

Facilidad:

Promueve el desarrollo de interfaces de usuario más intuitivas y procesos de registro y autenticación simples para fomentar una **adopción más amplia**.

Para lograr una adopción completa de un sistema de pagos inmediatos como **Bre-B**, no solo es indispensable una **estrategia de comunicación amplia** por parte de todas las entidades participantes, sino también una **pedagogía estructurada**. Esta pedagogía debe basarse en mensajes coordinados y lineamientos claros en cada etapa, tanto antes como después del lanzamiento. La coherencia en la transmisión de la información a las personas es fundamental para asegurar que todos los ciudadanos comprendan y utilicen **Bre-B** de manera eficiente, evitando así la dispersión de mensajes que puedan generar confusión, desgaste o desconfianza en el cliente.

Por tanto, una educación estructurada y coordinada **fomenta la transparencia, la confianza** en las transacciones y prepara a la ciudadanía para lograr una adopción de **Bre-B** de manera universal.



Principios educativos, objetivos y públicos

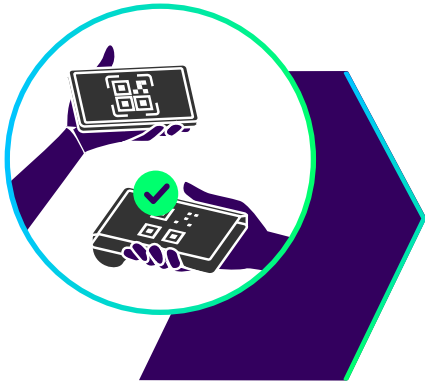
A continuación, se sugieren algunos principios educativos para la pedagogía de **Bre-B** entre los clientes de las entidades participantes o público interesado:

- **Simplicidad:** utilizar un lenguaje sencillo y proporcionar ejemplos cercanos a los clientes.
- **Adaptabilidad:** incluir materiales adaptados a diferentes públicos y necesidades.
- **Relevancia práctica:** enfocar la enseñanza en situaciones cotidianas y casos de uso reales. Mostrar cómo **Bre-B** mejora la vida diaria de las personas.
- **Seguridad:** crear conciencia sobre los beneficios de **Bre-B** en materia de seguridad en el manejo del dinero.
- **Inclusión digital:** fomentar la reducción de la brecha digital y financiera que se presenta entre la ciudadanía.
- **Participación activa:** involucrar a los clientes en actividades prácticas y simulaciones que fomenten la interacción con **Bre-B**.
- **Llamado a la acción:** formular empujones suaves o *nudges* que incentiven a las personas a tomar acciones inmediatas y realizar elecciones favorables.
- **Gamificación:** utilizar elementos lúdicos como juegos y retos, para hacer que el proceso de aprendizaje y uso de **Bre-B** sea más atractivo y motivador.
- **Interdisciplinariedad:** integrar conocimientos de diversas disciplinas, como la economía, la psicología y la tecnología para proporcionar una comprensión holística de **Bre-B** y sus implicaciones.
- **Actualización permanente:** mantener los materiales educativos actualizados para que reflejen las últimas tecnologías, así como los nuevos casos de uso y las futuras regulaciones de **Bre-B**.
- **Evaluación continua:** implementar métodos de evaluación para medir la comprensión y conocimiento de **Bre-B** y así realizar mejoras al programa educativo.



1.1 Objetivo general

Generar confianza e incrementar el uso de **Bre-B** entre la ciudadanía.



1.2 Objetivos específicos¹

- ✓ Aumentar el conocimiento sobre cómo utilizar **Bre-B**.
- ✓ Promover la confianza en **Bre-B** para su adopción.
- ✓ Fundamentar conocimientos sobre las operaciones de pagos digitales.



1.3 Públicos objetivo

- ✓ Para clientes individuales².
- ✓ Para comerciantes y empresas.
- ✓ Para empleados y empleadas de las entidades participantes.

¹ | Estos objetivos deben ser concretos y medibles.

² | Algunos segmentos sugeridos para los clientes individuales son grupos etarios, nivel socioeconómico, regiones, grado de bancarización y conocimiento tecnológico. Esos segmentos van a depender del público objetivo de cada entidad participante.

2

Etapas de promoción y educación

Con el objetivo de crear una expectativa adecuada que no sature a los clientes ni genere frustración, se sugiere segmentar la campaña educativa en etapas coherentes con la campaña de promoción.

Diversos acercamientos de la economía del comportamiento respaldan el hecho de hacer campañas educativas y promoción por etapas, debido a que estas tienen en cuenta la reacción de una persona ante la novedad y el tiempo de espera para su uso. Dos de ellas están relacionadas con el desvanecimiento de la emoción inicial, pérdida del interés o frustración por no poder pasar a la acción, que hace que no se logren los resultados esperados. Por otro lado, cuando una campaña educativa es muy extensa se pierde el principio de la urgencia, el cual impulsa a las personas a actuar o interesarse más en el bien o el servicio.

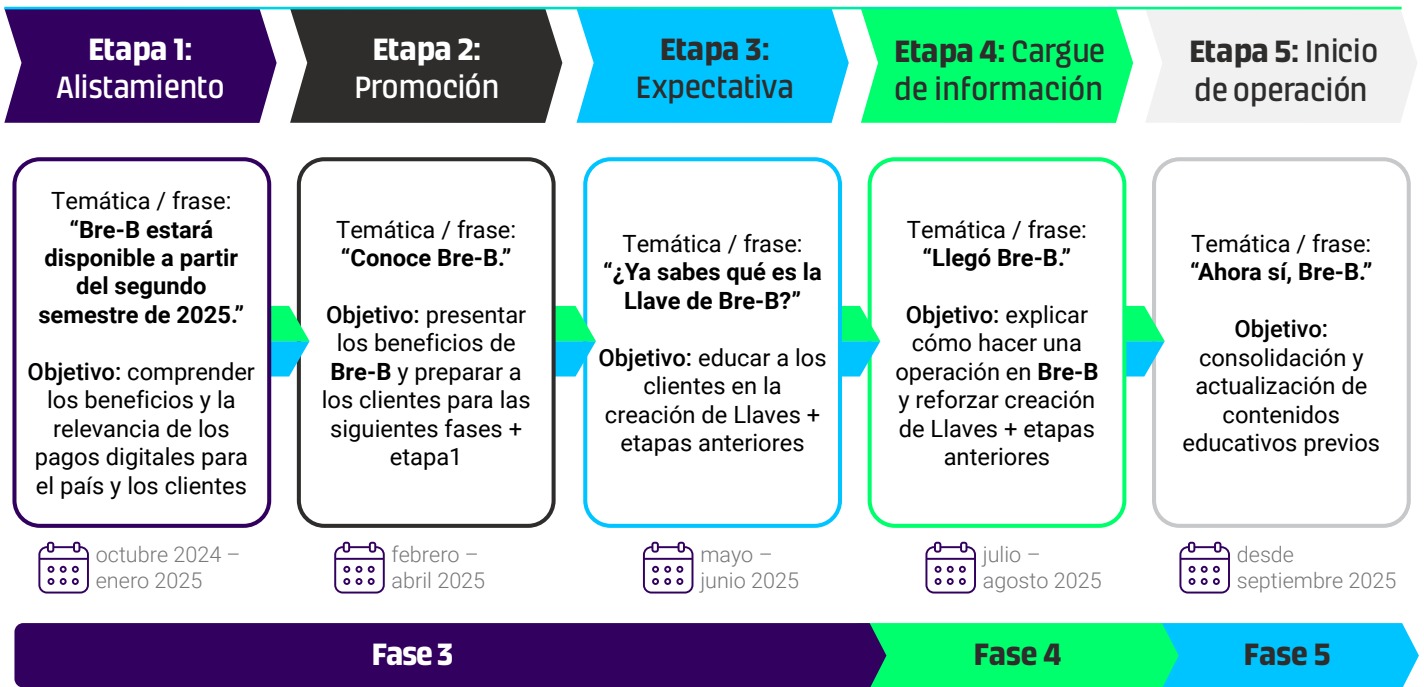
Cada etapa brindará contenidos y herramientas adicionales a la etapa anterior con el fin de mantener un mensaje consistente y bien estructurado en las personas. En la guía "Preguntas frecuentes y glosario de Bre-B" se ofrecen las respuestas y definiciones diferenciadas por cada etapa.

Para esto, la etapa de promoción y educación propuesta se divide en cinco etapas, comenzando el día del lanzamiento oficial a la industria de Bre-B (16 de octubre de 2024), pasando por la fecha de entrada en operación (segundo semestre de 2025) y continuando hasta una apropiación amplia de Bre-B. A lo largo de las cinco etapas mencionados se mantendrá el mensaje general de la campaña:

"Así, Bre-B"



Cronograma de promoción



Fechas provisionales sujetas al cronograma de implementación.



Etapa 1 Alistamiento

Temática/mensaje:

“Bre-B estará disponible a partir del segundo semestre de 2025”

De noviembre de 2024 a enero de 2025



En esta etapa se sugiere desarrollar contenidos de educación financiera que expliquen **qué son los pagos digitales y sus beneficios** para el bienestar financiero y el desarrollo del país. El propósito de estos mensajes es que la población comprenda gradualmente la relevancia de los pagos digitales y el sistema financiero, generando confianza en este tipo de soluciones ofrecidas por las entidades participantes. En particular, en esta etapa se propone manejar las campañas con un enfoque neutral frente a **Bre-B**, solo explicando de manera genérica en qué consiste y resaltando que estará disponible a partir del segundo semestre de 2025, para mitigar la expectativa del cliente que ya quisiera utilizarlo.

Educación

- Lineamientos educativos.
- Glosario y preguntas frecuentes.
- Videos cortos (40 segundos a 2 minutos).
- Banner e infografías.

Promoción

- Sello (todas las versiones en alta calidad).
- Guía de uso del sello.

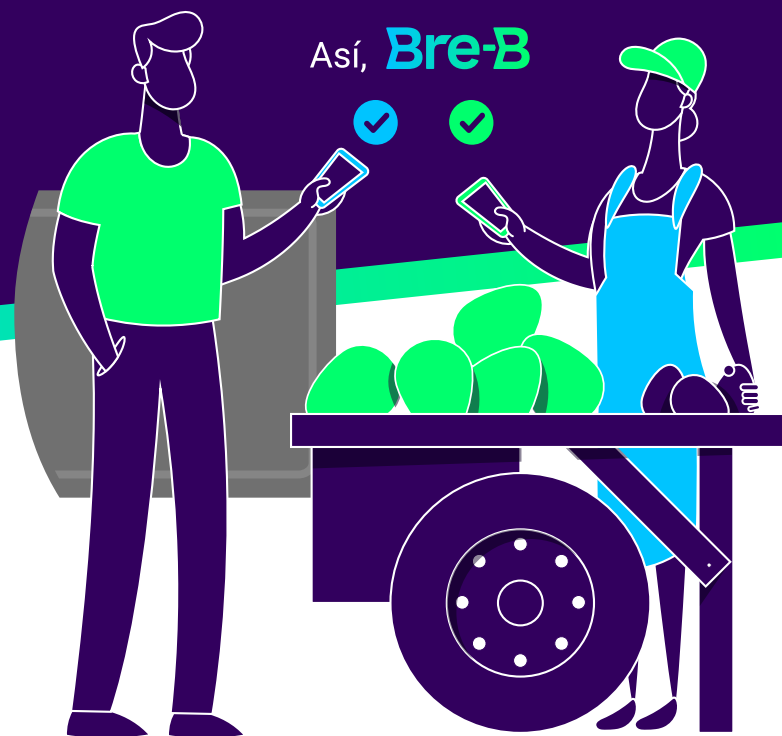
Temas principales

- ¿Qué son los sistemas de pagos inmediatos?
- ¿Qué son los medios de pago?
- ¿Qué beneficios trae hacer pagos y transferencias digitales?
- ¿Qué es **Bre-B** y cuándo estará disponible?

Etapa 2 Promoción

Temática/mensaje:
"Conoce Bre-B"

De febrero a abril de 2025



En esta etapa se sugiere diseñar materiales educativos que familiaricen al cliente con **Bre-B**: sus características generales y específicas, así como los beneficios que tiene para las familias, comercios y el país en general. Además, debería incluirse la hoja de ruta y una sección de preguntas frecuentes. De esta forma, en los meses previos al inicio del registro de las Llaves, las personas podrán entender cómo operará este nuevo **sistema** de pagos inmediatos en Colombia y qué aspectos deberán tener en cuenta para estar preparados.

Educación

- Lineamientos educativos.
- Glosario y preguntas frecuentes.
- Videos cortos (40 segundos a 2 minutos).
- Banner e infografías.

Promoción

- Sello (todas las versiones en alta calidad).
- Guía de uso del sello.
- Iconografía.
- Ilustraciones "momentos **Bre-B**".
- Animaciones del sello.

Temas principales

- ¿Qué es y qué no es **Bre-B**?
- ¿Qué beneficios le trae **Bre-B** al país?
- ¿Cómo me beneficia **Bre-B**?
- ¿Dónde puedo encontrar **Bre-B**?
- Características básicas de **Bre-B** que los clientes deben reconocer: rapidez, disponibilidad, interoperabilidad y seguridad frente al efectivo.

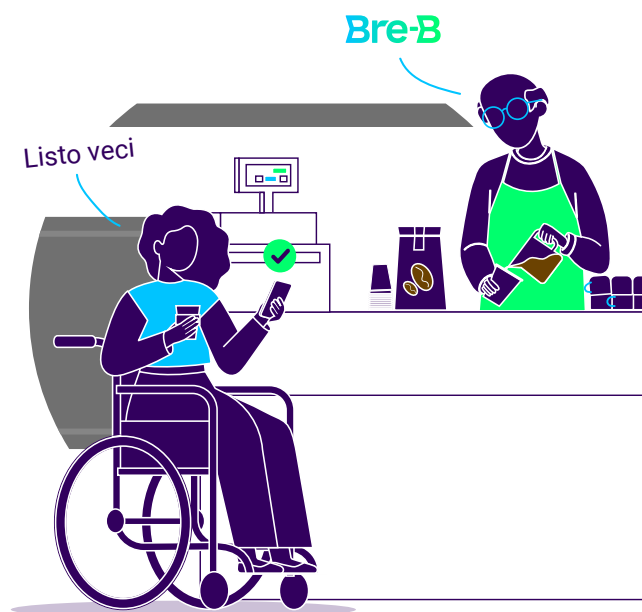
Etapa 3 Expectativa

Temática/mensaje:

“¿Ya sabes qué es la Llave de Bre-B?”

De mayo a junio de 2025

Es el momento en que las entidades participantes familiarizan a los clientes con el concepto de “Llave” y profundizan en su explicación. En esta etapa se recomienda desarrollar **materiales prácticos** que expliquen de forma clara y sencilla qué son las Llaves y guíen paso a paso el proceso de registro en los canales digitales de cada entidad para la fase de registro (fase 4 regulatoria). Estos materiales deben también abordar las preguntas más frecuentes sobre el uso de Llaves y Códigos QR.



Educación

- Lineamientos educativos.
- Glosario y preguntas frecuentes.
- Videos cortos (40 segundos a 2 minutos).
- Banner e infografías.
- Cursos de capacitación a capacitadores.
- Plataforma *e-learning* de creación de Llaves y códigos QR en **Bre-B**.
- Simulador de creación de Llaves y códigos QR en **Bre-B**.

Promoción

- Sello (todas las versiones en alta calidad).
- Guía de uso del sello.
- Iconografía.
- Ilustraciones “momentos **Bre-B**”.
- Animaciones del sello.
- Guía de uso de la Llave.

Temas principales

- ¿Qué es una Llave en **Bre-B**?
- ¿Cuáles son los tipos de Llave?
- ¿Para qué necesito la Llave de **Bre-B**?
- ¿Cómo crear una Llave o código QR en **Bre-B**?
- ¿Puedo tener más de una Llave para un mismo medio de pago?
- ¿Puedo tener más de un medio de pago y que cada uno tenga Llaves de **Bre-B**?
- Reglas para la creación de Llaves.
- Tipos de gestión que puedo realizar con mis Llaves.
- Ventajas de usar la Llave o código QR.

Etapa 4 Cargue de información

Temática/mensaje:
"Llegó Bre-B"

De julio a agosto de 2025

En esta etapa se abordan dos cuestiones principales: promover la creación de Llaves y explicar cómo se podrá hacer una operación con **Bre-B** a partir del segundo semestre de 2025. Los contenidos deben dar **herramientas claras y atractivas** a los clientes para que comience el registro de las Llaves y empezar a proporcionar información sobre cómo realizar transacciones de manera sencilla con **Bre-B**. Se sugiere mantener la estructura de contenidos propuestos para afianzar los contenidos previos y preparar la última etapa.



Educación

- Lineamientos educativos.
- Glosario y preguntas frecuentes.
- Videos cortos (40 segundos a 2 minutos).
- Banner e infografías.
- Cursos de capacitación a capacitadores.
- Plataforma *e-learning* de operaciones con **Bre-B**.
- Simulador de transacciones con **Bre-B** con Llaves y código QR.

Promoción

- Sello (todas las versiones en alta calidad).
- Guía de uso del sello.
- Iconografía.
- Ilustraciones "momentos **Bre-B**".
- Animaciones del sello.

Temas principales

- Creación y gestión de Llaves.
- ¿Cómo hacer una operación **Bre-B**?
- Ventajas de usar tu Llave o código QR.
- Buenas prácticas para evitar fraudes.
- Costos definidos por cada entidad participante.
- Gestión de PQRS.

Etapa 5 Inicio de operación

Temática/mensaje:
"Ahora sí, Bre-B"

De septiembre de 2025 en adelante

Este es el momento en el que los clientes comienzan a realizar pagos y transferencias inmediatas con **Bre-B**. A partir de este punto, la pedagogía será integral, combinando tanto el proceso de registro de Llaves como la utilización efectiva de **Bre-B** para que los clientes puedan familiarizarse completamente con la zona **Bre-B** en los canales digitales de las entidades participantes y **aprovechar al máximo sus funcionalidades**.



Educación

- Lineamientos educativos.
- Glosario y preguntas frecuentes.
- Videos cortos (40 segundos a 2 minutos).
- Banner e infografías.
- Cursos de capacitación a capacitadores.
- Plataforma *e-learning* de operaciones con **Bre-B**.
- Simulador de transacciones con **Bre-B** con Llaves y código QR.

Promoción

- Sello (todas las versiones en alta calidad).
- Guía de uso del sello.
- Iconografía.
- Ilustraciones "momentos **Bre-B**".
- Animaciones del sello.
- Guía de uso de la Llave.

Temas principales

- Creación y gestión de Llaves.
- ¿Cómo hacer una operación **Bre-B**?
- Ventajas de usar tu Llave o código QR.
- Buenas prácticas para evitar fraudes.
- Elementos de seguridad ofrecidos por las entidades participantes para los pagos inmediatos.
- Gestión de PQR.

3

Lineamientos generales

3.1 Competencias básicas esperadas

A continuación, se indican las competencias mínimas que todos los clientes deberían aprender en el programa educativo para facilitar el uso de Bre-B:



Bre-B

Comprensión de los pagos inmediatos

Qué es Bre-B: entender su naturaleza y cómo se diferencia de otros métodos de pago tradicionales.

Ventajas: conocer los beneficios específicos que ofrece Bre-B para el país y los problemas que soluciona.

Uso y gestión de Llaves

Definición y tipos: comprender qué es una Llave en el contexto de Bre-B, conocer los diferentes tipos disponibles, el esquema multillave y aprender cómo registrarlas.

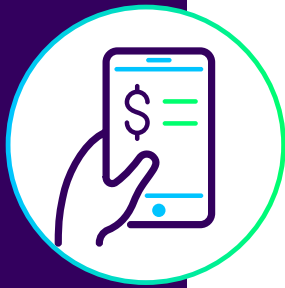
Condiciones y gestión: aprender sobre las condiciones de uso de las Llaves en distintos medios de pago y cómo es el proceso para gestionarlas.

Realización y recepción de pagos y transferencias

Proceso de pago: aprender a iniciar un pago o transferencia de fondos inmediatos, mediante Llave o códigos QR, incluyendo los datos necesarios para completar transacciones.

Recepción de pagos: entender cómo recibir pagos o transferencias de fondos inmediatos mediante Llaves o códigos QR generados, con un énfasis especial para las actividades comerciales.





Conocimiento de tarifas, límites

Costos y límites: comprender la información relacionada con los costos, los montos por transacción y las condiciones particulares que las entidades participantes definan con sus clientes, así como los límites máximos regulatorios.

Condiciones y gestión: aprender sobre las condiciones de uso de las Llaves en distintos medios de pago y cómo es el proceso para gestionarlas.



Canales de contacto, seguridad y gestión

Canales de comunicación: identificar cómo establecer una petición, queja o reclamo eficazmente ante la entidad participante.

Seguridad: comprender los dispositivos de seguridad que su entidad ofrece para el uso normal de sus transacciones, incluyendo las que realice con **Bre-B**.

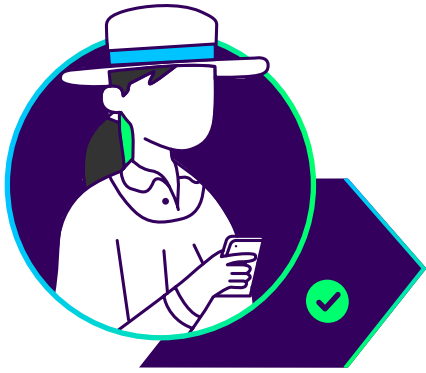
Prevención del fraude: identificar de manera efectiva los indicios más comunes y las estrategias empleadas en prácticas fraudulentas, con el fin de salvaguardar datos personales, financieros y corporativos.

Gestión: conocer los tipos de gestión que un cliente puede hacer en los canales digitales de su entidad participante.

3.2 Desarrollo de contenidos educativos

Para garantizar la comprensión completa y práctica de **Bre-B**, es esencial desarrollar contenidos educativos bien estructurados que aborden los aspectos fundamentales, beneficios y seguridad con un énfasis importante en experiencias reales.

Todos los contenidos deberán hacerse en un lenguaje simple y cotidiano, procurando brindar ejemplos para cada explicación.



A continuación, se presentan los temas principales que se sugiere que sean prioritarios³ en la explicación de **Bre-B**:

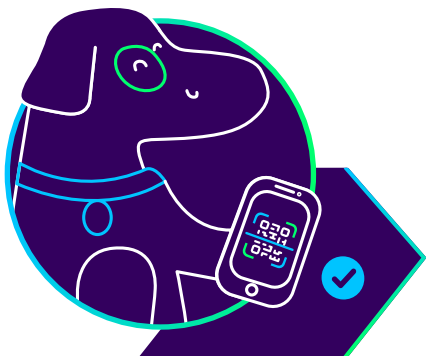
Información básica:

- **Qué es** y qué me soluciona **Bre-B**⁴.
- **Cómo** funciona (paso a paso).
- **Elevar** la confianza en **Bre-B**.
- **Especificar** el concepto de Llave, sus tipos, el esquema multillave y las opciones de registro y gestión de estas.
- **Reforzar** el uso de códigos QR para recibir pagos o transferencias inmediatas.
- **Resaltar** la verificación de las transacciones antes de enviar.



Ventajas a resaltar

- **Rapidez** en las transacciones.
- **Disponibilidad** 24/7/365.
- **Interoperabilidad** del sistema de pagos inmediatos.
- **Reducción** de costos asociados a las transacciones.
- **Seguridad** con relación al uso del efectivo



Buenas prácticas

- **Enseñar** buenas prácticas para evitar fraudes.
- **Señalar** cómo la entidad protege la información de sus clientes.
- **Informar** sobre la gestión de PQR y otros servicios adicionales desde el canal digital.

³ | Se pueden incluir otros temas adicionales si así se considera necesario, procurando respetar aquellos contenidos mínimos.

⁴ | Se sugiere presentar casos de éxito y experiencias de otros clientes para ilustrar los beneficios y la eficacia de los sistemas de pagos inmediatos, alineados con la estrategia de promoción.

3.3 Metodologías pedagógicas

Talleres prácticos

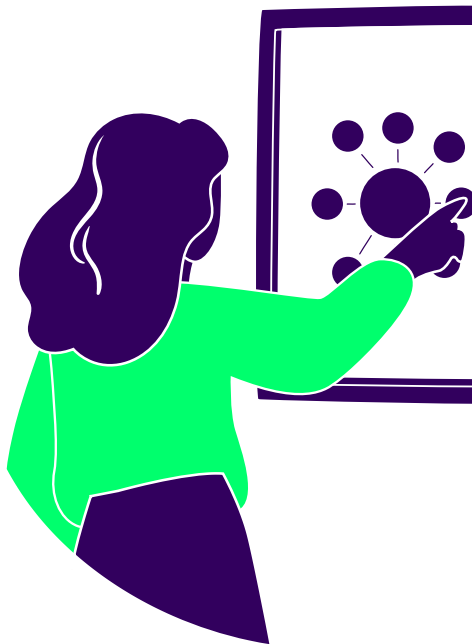
- **Organizar** talleres presenciales y/o virtuales para entender cómo funciona **Bre-B** y realizar transacciones controladas.
- **Incluir** sesiones enfocadas en la seguridad y verificación de la transacción.
- **Proporcionar** ejercicios prácticos sobre el registro de la Llave y uso de **Bre-B**.
- **Simular** escenarios de error para enseñar a los clientes cómo manejar situaciones imprevistas.
- **Facilitar** discusiones grupales durante los talleres para compartir experiencias y resolver dudas en tiempo real.
- **Organizar** brigadas en municipios donde se invite a las personas y al comercio a registrar su llave y hacer sus primeras operaciones con **Bre-B**.

Simulaciones interactivas:

- **Utilizar** aplicaciones o plataformas de simulación que permitan a las personas practicar pagos o transacciones en un entorno seguro.
- **Realizar** ejercicios que reflejen escenarios cotidianos⁵ de uso de **Bre-B**.
- **Permitir** a los clientes experimentar con los tipos de transacciones más comunes de **Bre-B**.

Uso de multimedia:

- **Incorporar** videos educativos y tutoriales que expliquen el funcionamiento y los beneficios de **Bre-B**.
- **Utilizar** infografías y presentaciones visuales para ilustrar conceptos clave que el usuario necesita para utilizar **Bre-B**.
- **Crear** podcast y *webinars* con actores clave y reconocidos que discutan las mejores prácticas relacionadas y casos de uso cotidianos.
- **Usar** simulaciones animadas para demostrar procedimientos paso a paso.



3.4 Ambiente educativo

A continuación, se presentan algunas recomendaciones generales que se pueden tener en cuenta en la creación de la estrategia educativa de cada entidad participante, relacionado con el ambiente educativo para la enseñanza de **Bre-B**.

Entorno físico

Espacios confortables y accesibles, con tecnología integrada, donde se pueda proveer material pedagógico apropiado como la utilización de modelos físicos o demostrativos de dispositivos de pago (como teléfonos inteligentes), así como folletos, guías rápidas y otros materiales impresos que resuman los puntos clave de **Bre-B**.

Entorno digital

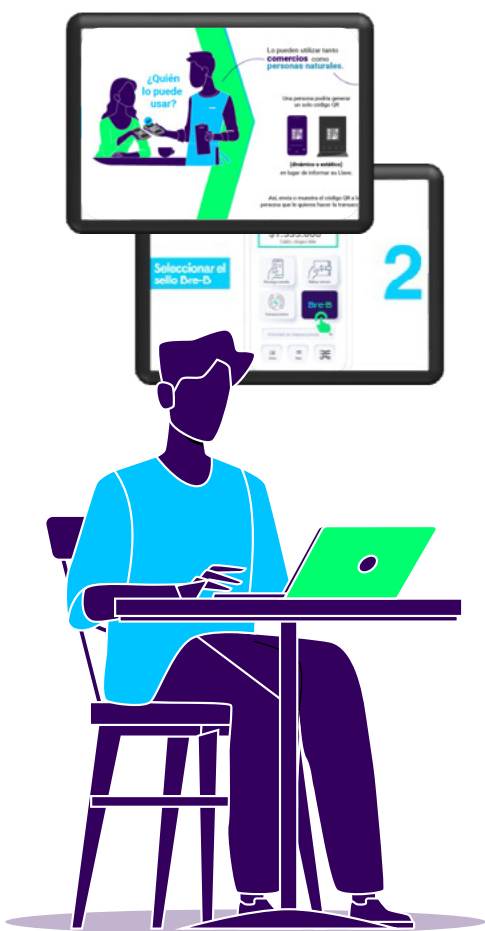
Contenidos multimedia: videos y tutoriales que demuestren el uso de **Bre-B** ajustado a su entidad de manera clara y concisa; animaciones y gráficos interactivos que expliquen el flujo de las transacciones y los aspectos de seguridad; podcasts o audios; simuladores de transacciones que permitan practicar en un entorno controlado y seguro.

Plataformas e-learning: implementación de módulos de **Bre-B** dentro de las plataformas de aprendizaje en línea corporativas, las cuales deberán ser intuitivas, fáciles de usar y autocontenidas. Deberán soportar múltiples dispositivos (PC, tableta, *smartphone*) con accesibilidad desde diferentes sistemas operativos.

Interactividad y soporte: foros de discusión y secciones de preguntas y respuestas donde los clientes pueden interactuar con expertos. Además, incluir dentro de los *chatbots* o soporte en línea disponible toda la información mínima de **Bre-B** para resolver dudas de los clientes en tiempo real.

Accesibilidad: diseño web accesible con opciones de personalización como cambio de tamaño de texto, contrastes de color y subtítulos en los videos, que cumplan con los requisitos de accesibilidad.

Evaluación y retroalimentación: evaluaciones o cuestionarios en línea para valorar la comprensión de **Bre-B** dentro de los clientes. Además, proveer encuestas de satisfacción para recoger opiniones con el fin de mejorar el material y la metodología implementada en cada entidad financiera participante.



4

Recursos educativos Banrep

4.1 Materiales didácticos

El Banco de la República pone a disposición de todas las entidades participantes sus recursos pedagógicos para ser utilizados en sus programas educativos. Los contenidos serán actualizados y se brindarán otros adicionales acordes a la etapa correspondiente dentro del cronograma de promoción establecido. Estos materiales incluyen:

Presentación educativa.

Tutorial: actividad interactiva de uso del botón de **Bre-B**.

Simuladores: herramienta digital que simula los casos de uso más importantes de **Bre-B** (registro de Llave, pago con QR y pago con Llave).

Material multimedia: videos e infografías.

Plataforma e-learning: curso virtual básico sobre el uso, beneficios y seguridad de **Bre-B**.

Material impreso: diseño de piezas educativas para impresión.



4.2 Capacitación de capacitadores

El Banco de la República pone a disposición diversas sesiones de capacitación virtual a los capacitadores de las entidades participantes.

Para solicitarlas, el líder de capacitación de cada entidad deberá enviar un correo a **BanrepEduca@banrep.gov.co** con la solicitud, y en la medida de la disponibilidad de talleristas, se asignarán turnos compartidos.



5

Implementación

5.1 Plan de acción

A continuación se proporciona una guía básica⁶ de un proceso de implementación de un programa educativo, para aquellas entidades participantes⁷ que no cuenten con iniciativas robustas o que quisieran fortalecer el actual.

Fase 1: Preparación y planificación

Creación de un comité multidisciplinario de implementación

- Formar un equipo multidisciplinario interesado.
- Definir roles y responsabilidades claras dentro del comité.
- Establecimiento de liderazgo.
- Mecanismos de gobernanza.
- Frecuencia de reuniones.
- Canales de comunicación.
- Colaboraciones de expertos externos.

Análisis de necesidades y recursos

- Diagnóstico de conocimiento.
- Análisis de recursos disponibles.
- Brechas de conocimiento existentes.
- Necesidades tecnológicas.



6 | Estas fases han sido recopiladas de buenas prácticas en distintos seminarios y congresos sobre educación financiera.

7 | Las entidades financieras participantes ya cuentan con programas robustos de educación financiera (Ley 1328 de 2009). Esta guía de implementación se ofrece para aquellas con programas nacies o como complemento a las demás.

- Capacidades de formadores internos.
- Necesidades de contratación.
- Estimación de costos.
- Fuentes de financiamiento.

Desarrollo del currículo educativo

- Objetivos de aprendizaje alineados con la estrategia educativa de Bre-B.
- Creación módulos de formación.

Fase 2: Desarrollo y producción de materiales

Creación de contenidos

- Desarrollar materiales didácticos en diversos formatos.
- Los materiales deben ser accesibles y de fácil comprensión.

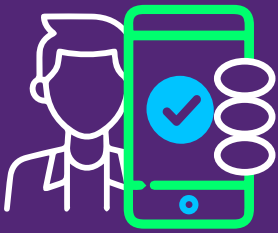
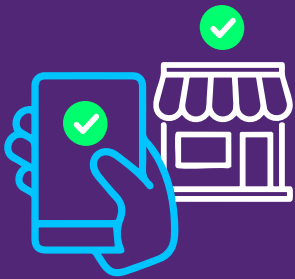
Pruebas piloto

- Aplicación: implementar una fase de prueba en un número limitado de sucursales para evaluar la eficacia de los materiales y la metodología de enseñanza. Se sugiere aplicar con distintos públicos objetivos, por región, género, grupo etario, nivel socioeconómico, grado de bancarización y conocimiento tecnológico.
- Ajustes: recoger retroalimentación y analizar resultados para realizar los ajustes necesarios antes del lanzamiento de Bre-B.

Fase 3: Capacitación y lanzamiento

Capacitación de formadores:

- Desarrollar guías completas para formadores.
- Organizar talleres interactivos.
- Certificación.
- Evaluaciones.
- Actualización.
- Repositorio con preguntas frecuentes.
- Retroalimentación.



- Socialización de experiencias.
- Flexibilidad en métodos de enseñanza.

Lanzamiento a nivel nacional:

- Iniciar la implementación de la fase educativa al cliente final acorde con el cronograma de promoción propuesto por el Banco de la República.

Fase 4: Seguimiento y evaluación

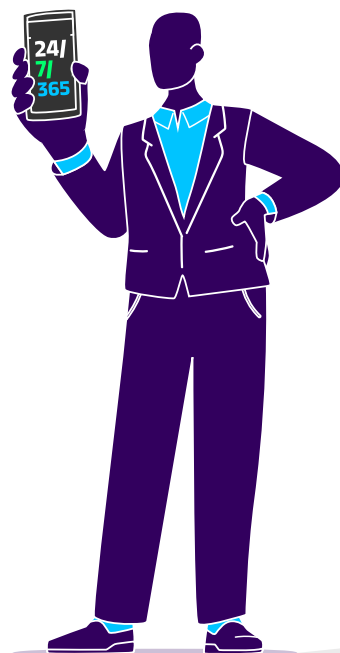
Evaluación continua:

- Establecer métricas.
- Crear evaluaciones.
- Análisis de datos.
- Realizar ajustes.
- Hacer seguimiento.
- Aplicar encuestas.
- Organizar foros de discusión.
- Retroalimentación.
- Objetivos generales y específicos: asegurar que las evaluaciones y las métricas de éxito estén alineadas con los objetivos generales y estratégicos de la campaña educativa de Bre-B llevada a cabo por la entidad participante.

Fase 5: Actualización y sostenibilidad

Actualización y refresco del contenido:

- Mantener los materiales educativos actualizados con los últimos cambios provistos por el Banco de la República y mejoras en la tecnología de pagos inmediatos.
- Explorar la posibilidad de expendir el programa educativo a otros públicos que no estaban contemplados inicialmente planteados como objetivos.



6

Monitoreo y evaluación

6.1 Buenas prácticas⁸

Se comparte esta sección de buenas prácticas a las entidades participantes para brindar herramientas teóricas que apoyen a los programas educativos para obtener resultados concretos y efectivos. Se proporciona un conjunto de **estrategias y métodos** que fueron socializados en un taller previo diseñado para aplicarse en programas de educación económica y financiera en entidades financieras.

Nota: en el anexo de este documento se encuentra de manera más profunda cada uno de estos elementos.

6.1.1 Evaluación

Tipos de evaluación de programas de educación financiera:

La correcta identificación de los diferentes tipos de monitoreo y evaluación es uno de los principales retos a la hora de diseñar e implementar los programas educativos, los cuales se pueden ver beneficiados al tener en cuenta la siguiente clasificación:

1. Evaluación de necesidades.
2. Evaluación teórica.
3. Monitoreo y evaluación de procesos.
4. Evaluación de impacto.
5. Evaluación de costo-efectividad.



⁸ | Esta sección fue tomada y adaptada del documento de recomendaciones y buenas prácticas de *Innovations for Poverty Action* en el marco del taller de monitoreo y evaluación para entidades del sector financiero (septiembre de 2017).

6.1.2 Teoría del cambio

Para identificar con éxito el verdadero propósito de un programa educativo sobre **Bre-B** y determinar cuáles deben ser los productos y actividades necesarias para cumplirlo, la teoría del cambio propone los siguientes componentes como guía metodológica:

1. Necesidades/problema
2. Insumos/actividades
3. Productos
4. Resultados intermedios
5. Resultados finales

Durante esta fase de elaboración de la teoría del cambio, es importante identificar los supuestos y riesgos asociados con el problema:

- Supuestos
- Riesgos

6.1.3 Monitoreo

El monitoreo es un proceso continuo que implica generar y analizar información de manera constante, para informar sobre la implementación y administración de una política, estrategia o programa.

- Información financiera
- Implementación
- Población objetivo
- Tasa de aceptación e interacción
- Retroalimentación

Es importante garantizar que estos indicadores cumplan con los requisitos **CART** (**C**reíbles, **A**ccionables, **R**esponsables, **T**ransferibles).

6.1.4 Evaluación de impacto

En esta sección se discuten varias de las metodologías que se utilizan para evaluar el impacto de un programa educativo sobre sistemas de pagos inmediatos. Se profundiza en los diferentes componentes de una evaluación de impacto aleatoria, pero también se describen los



supuestos, riesgos y limitaciones de algunas alternativas. Las metodologías pueden resumirse de la siguiente manera:

1. Antes y después
2. Diferencia simple
3. Regresión discontinua
4. Diferencias en diferencias
5. *Matching*
6. Método experimental

Para lograr una evaluación con metodología experimental exitosa en un programa educativo sobre pagos inmediatos, es importante tener en cuenta los siguientes componentes:

1. Preguntas de investigación e hipótesis
2. Asignación aleatoria
3. Identificación de fuentes de datos

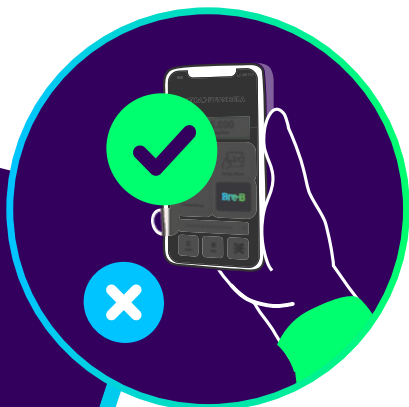
Dentro de las diferentes fuentes de datos se encuentran dos grupos principales:

- a. Encuestas directas
- b. Fuentes secundarias

4. Proceso de recolección de datos

Antes de decidir qué tipo de recolección se realizará, es fundamental considerar todas las alternativas y el alcance que permiten en cada uno de los componentes. Además, es importante tener en cuenta cinco principios de calidad de los datos:

- 1) Completitud
- 2) Precisión
- 3) Integridad
- 4) Veracidad
- 5) Homogeneidad





Se sugieren evitar algunos errores comunes en la formulación de preguntas para recolectar información:

- a. Categorías mutuamente excluyentes
- b. Vaguedad
- c. Presunciones
- d. Deseabilidad social
- e. Multidimensionalidad
- f. Negaciones

Existen diferentes metodologías para garantizar un buen proceso de recolección y una alta calidad en los datos a analizar. Para ello, se sugieren las siguientes metodologías de seguimiento:

- Piloto
- *Back checks*
- *Spot checks*
- *Tracking*
- *High-frequency checks*

5. Análisis de datos: no es suficiente que entre el grupo de control y tratamiento la variable de interés tenga un resultado diferente luego del tratamiento; este resultado debe ser estadísticamente significativo.

Toda la información completa de las buenas prácticas y monitoreo las encuentran en el anexo 1 de este documento.

**Todo
será más
Bre-B**

6.2 Indicadores

Los siguientes son indicadores utilizados para medir efectividad de programas educativos, los cuales deben ser claros, medibles y fácilmente accesibles.

En el anexo 2 de este documento, se profundiza sobre cada uno de ellos, su importancia, metodología e interpretación:

Anexo 2:
Página 43

Tasa de participación en la capacitación: mide el porcentaje de clientes que participan en el programa educativo respecto al total.

Tasa de retención y finalización del programa: mide la proporción de participantes que completan el programa educativo de Bre-B.

Tasa de aprobación del programa: mide la retención de los conocimientos obtenidos durante el programa educativo.

Progreso de competencias después del programa: evalúa el conocimiento y habilidades adquiridos por los clientes al finalizar el programado educativo sobre Bre-B.

Tasa de implementación y transacciones promedio realizadas con Bre-B: evalúa la pertinencia del programa para incentivar el uso de Bre-B.

Tasa de soporte y consultas promedio por cliente: mide la relevancia del curso para explicar la plataforma y permitir a los clientes ser autosuficientes.

Net Promoter Score (NPS): mide la probabilidad de que los participantes recomienden a otras personas el programa educativo de Bre-B.



Anexos

1. Buenas prácticas

2. Indicadores

ANEXO 1. Buenas prácticas

Se comparte con las entidades participantes esta sección de buenas prácticas para brindar herramientas teóricas que apoyen a los programas educativos para obtener resultados concretos y efectivos. Se proporciona un conjunto de estrategias y métodos que fueron socializados en un taller previo diseñado para aplicarse en programas de educación económica y financiera en entidades financieras.



A1.1. Evaluación

“La evaluación de programa es el uso de procedimientos de investigación sistemáticos para medir la efectividad de los programas sociales, en un contexto político y organizacional dado, y diseñada para informar la toma de decisión y mejorar las condiciones de las personas”

*Evaluation,
a Systematic
Approach, P.
Rossi.*

Tipos de evaluación de programas de educación financiera:

La correcta identificación de los diferentes tipos de monitoreo y evaluación es uno de los principales retos a la hora de diseñar e implementar los programas educativos, los cuales pueden verse beneficiados al tener en cuenta la siguiente clasificación:

1. **Evaluación de necesidades:** su objetivo es identificar la naturaleza y la magnitud de los problemas que enfrenta la comunidad que será atendida por el programa. También debe hacerse una correcta identificación de la población objetivo y lo que requiere para adoptar y utilizar eficazmente **Bre-B**.

Preguntas relacionadas: ¿cuál es la naturaleza y la magnitud del problema?; ¿cuáles son las características y necesidades de la población objetivo?; ¿qué enfoques o programas educativos son los más pertinentes para esta población con relación a los pagos inmediatos?, y ¿qué programas ya existen para responder estas necesidades?

2. **Evaluación teórica:** busca definir cuál es el propósito del programa y qué actividades deben realizarse para alcanzar los objetivos propuestos. Incluye un estudio de los resultados esperados luego de implementar el programa y explora los diferentes supuestos y riesgos asociados a la teoría del cambio (explicada más adelante).

Preguntas relacionadas: ¿cuál es el propósito del programa educativo?; ¿cuál es la cadena lógica a través de la cual nuestro programa educativo logra los resultados deseados?; ¿qué cambios en actitudes, comportamientos, conocimientos o capacidades de los beneficiarios podrían conducir al propósito de usar **Bre-B**?, y ¿qué supuestos o riesgos hay implícitos en nuestra teoría del cambio?

3. **Monitoreo y evaluación de procesos:** se enfoca en garantizar que los productos y servicios educativos se están entregando según lo planificado, explorando el nivel de satisfacción e interacción de los clientes del programa. Es necesario que también se tengan en cuenta el manejo de los recursos que se utilizan.

Preguntas relacionadas: ¿el programa educativo se implementa según lo planeado?; ¿se entregó el programa a las personas correctas?; ¿están los beneficiarios satisfechos con el programa educativo?; ¿los beneficiarios participan en las actividades con la intensidad planificada?, y ¿cómo se administran los recursos?

- 4. Evaluación de impacto:** busca estimar si la intervención está teniendo los efectos esperados sobre los beneficiarios del programa educativo y explora cuáles son los efectos a lo largo del tiempo.

Preguntas relacionadas: ¿cuál fue el impacto del programa sobre el uso de **Bre-B**?; ¿se mantienen estos efectos en el tiempo?; ¿algunos grupos de beneficiarios están más incentivados por la intervención que otros?, y ¿en qué magnitud mejoró el problema?

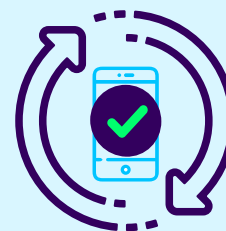
- 5. Evaluación de costo-efectividad:** compara diferentes iniciativas en términos de recursos necesarios para lograr un impacto en la población. Con ello, se espera generar información sobre cuáles son las soluciones más eficientes para los diferentes retos y necesidades relacionadas con la adopción de **Bre-B**.

Preguntas relacionadas: ¿qué tan eficiente es el programa educativo dada la magnitud de su impacto y del costo de implementación?; ¿los recursos son usados de manera eficiente?; ¿es el costo del programa razonable en relación con la magnitud del impacto?, y ¿existen intervenciones alternativas que cumplirían los mismos objetivos a menor costo?



A1.2. Teoría del cambio⁹

Para identificar con éxito el verdadero propósito de un programa educativo sobre **Bre-B** y determinar cuáles deben ser los productos y actividades necesarias para alcanzarlo, la teoría del cambio propone los siguientes componentes como guía metodológica:



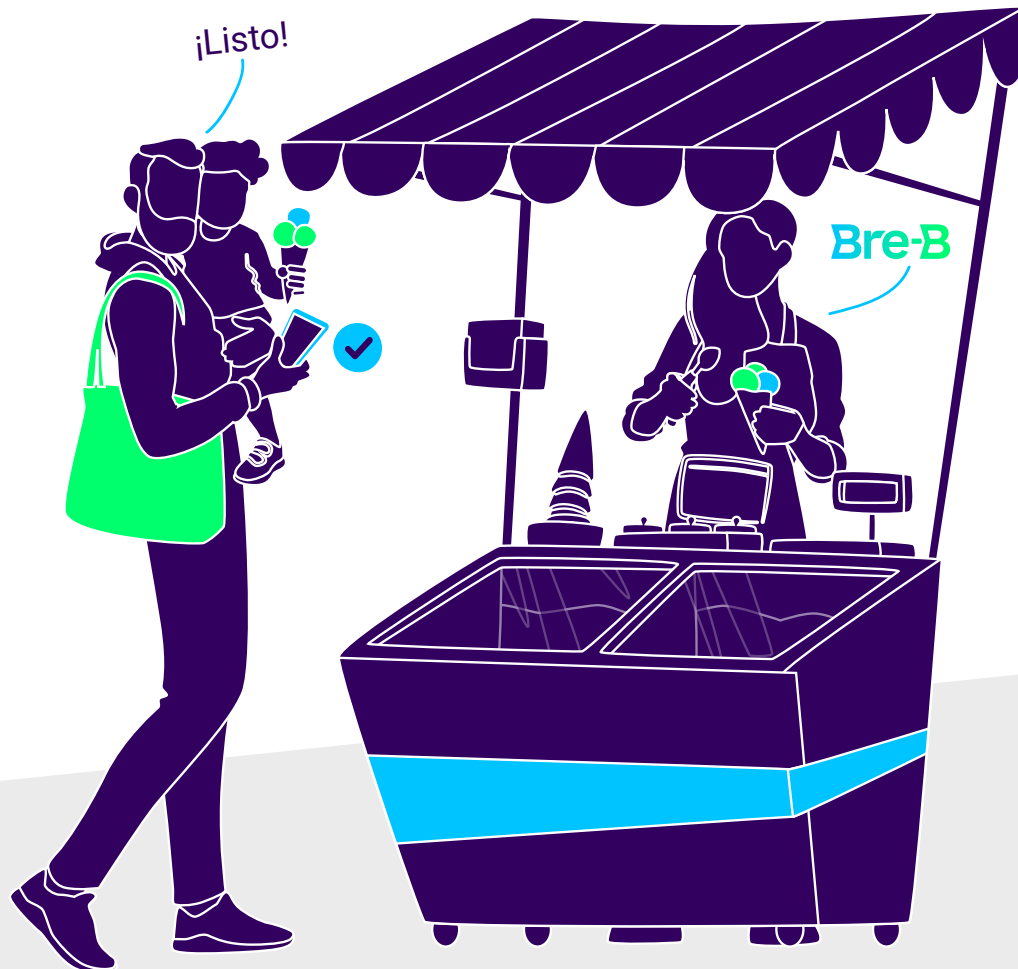
- 1. Necesidades/problema:** el primer paso es definir el problema que se busca superar. Las entidades participantes pueden liderar diversas estrategias con la comunidad para aprender cuáles son las principales necesidades en relación con la adopción y uso de **Bre-B**. Esta fase también debe incluir la identificación de otras alternativas que se hayan intentado en otros contextos para dar solución a problemas similares.
- 2. Insumos/actividades:** en esta fase, se hace una lista de las tareas que la entidad financiera participante debe realizar para poder ofrecer el producto o servicio educativo. Estas actividades son las que el programa espera utilizar para generar un cambio en el conocimiento y comportamiento de los participantes respecto a **Bre-B**.
- 3. Productos:** aquí se consideran los efectos inmediatos que se esperan de la implementación de las actividades educativas. Estos productos suelen estar bajo el control directo de la entidad financiera participante y representan lo que se espera obtener si las actividades se llevan a cabo de manera adecuada. Por ejemplo, una mayor comprensión, acceso y uso de **Bre-B**.
- 4. Resultados intermedios:** estos son los resultados esperados que surgen de los productos. Si la implementación de los productos y servicios educativos fue de alta calidad y si se cumplen los supuestos identificados, se espera que esta fase incluya las consecuencias esperadas del programa educativo. Algunos de los resultados pueden clasificarse en términos de cambios en actitudes, conocimientos, capacidades y comportamientos (ACCC) frente a **Bre-B**.
- 5. Resultados finales:** estos son los cambios a más largo plazo que se esperan alcanzar con el programa educativo. Estos resultados pueden incluir una adopción más amplia y efectiva de **Bre-B** dentro de la población objetivo, mejorando su bienestar financiero.



Es importante resaltar que, durante esta fase de elaboración de la teoría del cambio, es importante identificar los supuestos y riesgos asociados con el problema:

Supuestos: son las condiciones necesarias para que cada fase del programa educativo funcione como se espera. Son los enlaces que conectan los diferentes elementos de la teoría del cambio. Deben evaluarse entre: 1) actividades y productos, 2) productos y resultados intermedios y 3) resultados intermedios y finales.

Riesgos: son los factores que están por fuera del control de la entidad financiera participante que podrían afectar significativamente los resultados del programa educativo. En ciertos casos, es posible identificar estos riesgos y, además, desarrollar planes de mitigación para reducir su impacto.



A1.3. Monitoreo¹⁰

Dentro de los diferentes tipos de evaluaciones se encuentra la de procesos o monitoreo. Este tipo tiene como objetivo generar suficiente información para garantizar que el programa educativo sobre sistemas de pagos inmediatos se está implementando según lo esperado. El monitoreo es un proceso continuo que implica generar y analizar información de manera constante, para informar sobre la implementación y administración de una política, estrategia o programa. Si el monitoreo no está vinculado con la teoría del cambio, puede generar datos que no son valiosos para entender si los recursos se están gastando eficientemente. Por el contrario, si se hace bien, el monitoreo puede proveer datos creíbles que accionan decisiones y las organizaciones pueden aprender cómo mejorar las intervenciones. Para supervisar y monitorear la implementación de este tipo de programa, se sugiere generar indicadores que reflejen las siguientes cinco categorías de monitoreo:



Información financiera: el principal objetivo es hacer un seguimiento de cómo se asignan los recursos a través de la teoría del cambio. Esta información es crucial para comprender los verdaderos costos del programa educativo y para evaluar su desempeño. También resulta útil para realizar un análisis de costo-eficiencia tras evaluar el impacto y para presupuestar futuros proyectos educativos sobre pagos inmediatos. Fuentes de información para este monitoreo incluyen presupuestos, balances generales y registros de transacciones, entre otros. Los tipos de datos que se pueden tener en cuenta son: costo del diseño del programa; costo del tiempo y formación de formadores; costo del espacio para capacitaciones y costo de los materiales del programa.

Implementación: esta fase del monitoreo busca recolectar datos sobre actividades clave e indicadores de la fase de “productos” dentro de la teoría del cambio. Estos datos permiten identificar en qué áreas el programa educativo sobre **Bre-B** está funcionando bien y dónde puede mejorar. Es importante que este monitoreo esté enmarcado en un sistema que proporcione información en tiempo real a los responsables de la toma de decisiones. Idealmente, debe estar conectado con la información financiera. Algunas fuentes de información incluyen planillas de seguimiento, evaluaciones al equipo educativo y encuestas telefónicas a los participantes, entre otros. Los tipos de

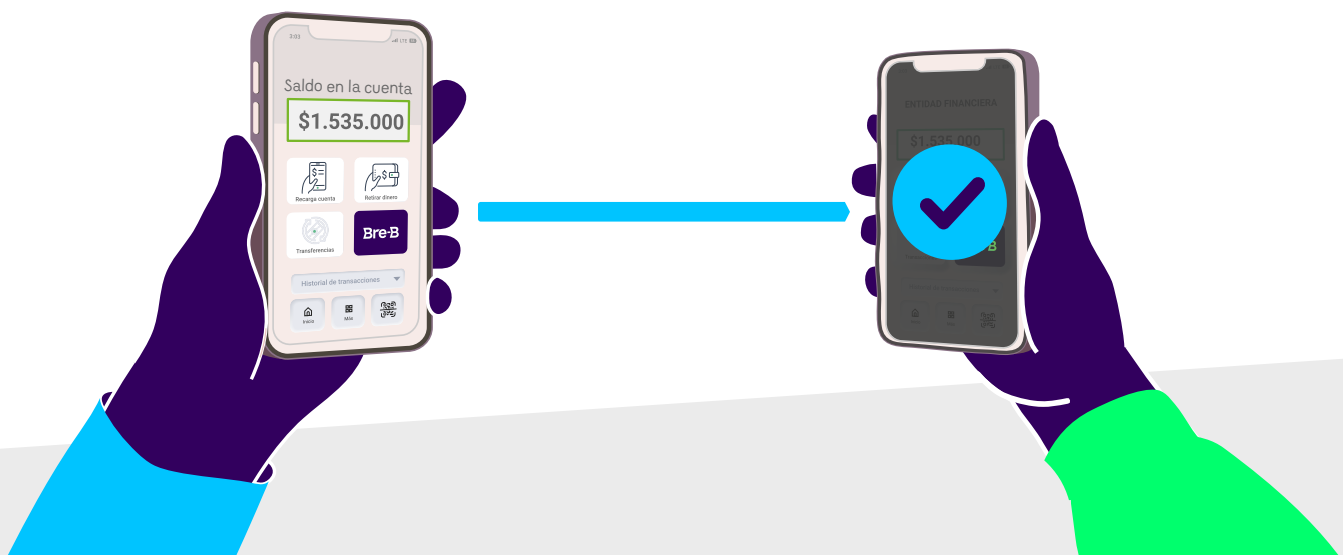


datos que se pueden tener en cuenta son qué tan bien entrenados están los formadores (evaluaciones); qué tan completas son las capacitaciones y si se hacen a tiempo (supervisores), y los materiales y los espacios son los adecuados (supervisores).

Población objetivo: durante el monitoreo, es esencial recolectar información que permita identificar quiénes participan en el programa y qué tipos de servicios educativos deben proporcionarse. Esta información puede incluir datos como edad, género, estado civil, nivel socioeconómico, nivel educativo, conocimiento digital, bancarización y conocimientos previos sobre pagos inmediatos. Estos datos ayudan a determinar si se está alcanzando a la población deseada. Fuentes de información incluyen encuestas de verificación y muestreos.

Tasa de aceptación e interacción: este componente del monitoreo busca establecer el porcentaje de la población que realmente utiliza el ecosistema de pagos inmediatos después de haber participado en el programa educativo. Niveles bajos en la tasa de aceptación pueden indicar problemas en la comunicación, accesibilidad o relevancia del contenido educativo. Las fuentes de datos pueden incluir registros de transacciones, seguimientos a la adopción del ecosistema y análisis de la interacción digital, entre otras. Los tipos de datos pueden ser: cuántas personas están asistiendo a los talleres; con qué frecuencia; cuántas horas del taller completa una persona; qué nivel de conocimientos tienen al final del taller o cuánta atención ponen en el programa.

Retroalimentación: esta parte del monitoreo permite identificar las fortalezas y debilidades del programa educativo. Bajos niveles de aceptación e interacción pueden ser una señal de que se necesita más retroalimentación. La información puede provenir de diversas fuentes, como grupos focales con participantes, encuestas breves de satisfacción o discusiones con el personal del programa, entre otros. Los tipos de datos que pueden tener son: qué opina de la información que brinda el programa; recibió las cursos a tiempo; fue suficiente el tiempo que estuvo en el curso.



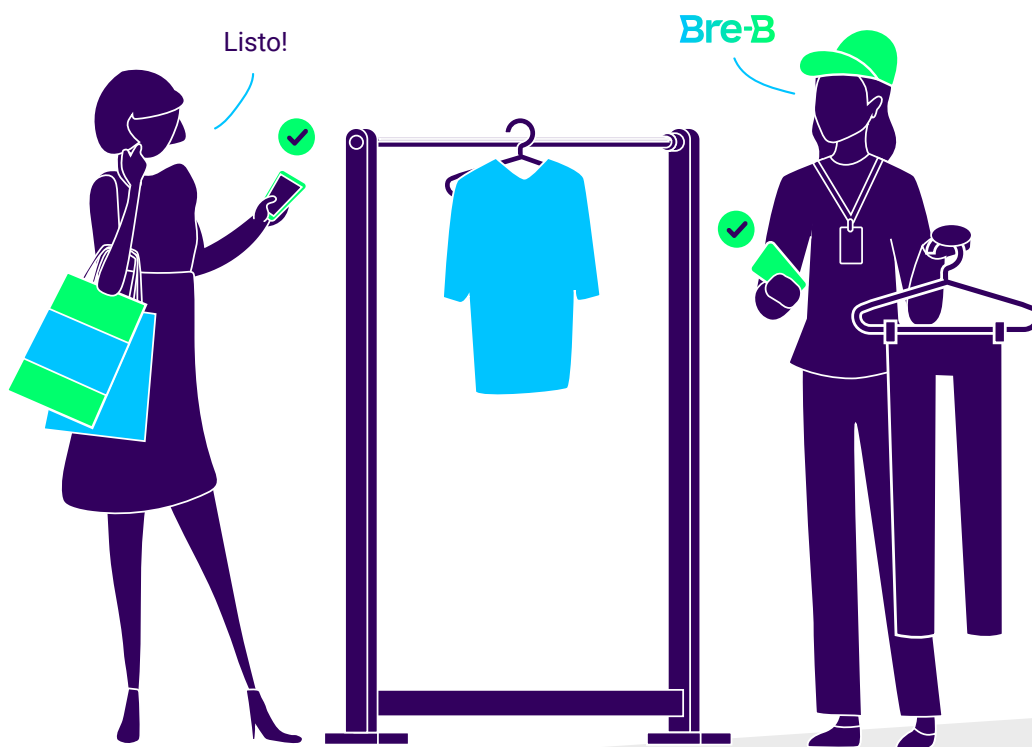
Por último, es importante garantizar que estos indicadores cumplan con los requisitos **CART**:

Creíbles: un indicador creíble debe ser de alta calidad, reflejando con precisión una buena medida del desempeño del programa educativo sobre pagos inmediatos.

Accionables: para que un indicador sea accionable, la entidad financiera participante debe preguntarse: ¿la información recolectada puede y va a generar cambios en las decisiones dentro de la entidad? Debe haber un compromiso y un plan de acción organizacional basado en los datos recolectados. Este sistema de datos debe ser accesible para quienes lo necesitan.

Responsables: un indicador responsable es aquel en el que los costos de monitoreo no superan los beneficios potenciales. Esto implica analizar si los recursos destinados al monitoreo, como personal para el diseño de formatos y análisis de datos, están bien justificados. La entidad financiera participante debe evaluar si es el momento adecuado para implementar tales sistemas.

Transferibles: esto significa que el monitoreo no solo debe ser útil para procesos internos, sino también para beneficiar a otros programas. Es importante que las entidades compartan sus casos de éxito y errores para construir mejores prácticas y evitar fallos futuros en la educación sobre **Bre-B**.



A1.4. Evaluación de impacto¹¹

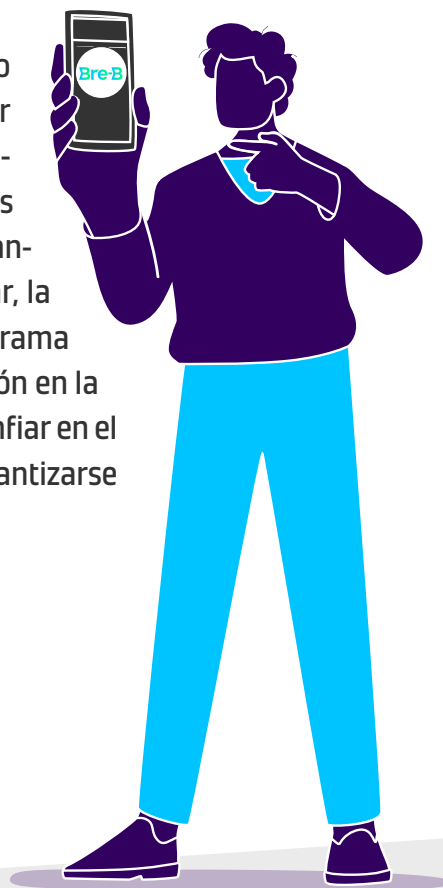
En esta sección se discuten varias de las metodologías que se utilizan para evaluar el impacto de un programa educativo sobre sistemas de pagos inmediatos. Se profundiza en los diferentes componentes de una evaluación de impacto aleatoria, pero también se describen los supuestos, riesgos y limitaciones de algunas alternativas. Las metodologías pueden resumirse en el siguiente cuadro:

Método	Contrafactual	Supuesto
Antes y después	Grupo antes del tratamiento	No hay cambios en el tiempo
Diferencia simple	Grupo que no recibió tratamiento	Los grupos son comparables
Regresión discontinua	Personas cercanas a la línea de corte	No existen diferencias significativas en líneas de corte
Diferencias en diferencias	No participantes, antes y después	Tendencias de participantes y no participantes es paralela
Matching	Par no tratado para cada unidad	No hay características no observables que afecten el resultado
Método experimental	Asignación aleatoria de no tratados	La aleatorización se hizo de manera correcta

- 1. Antes y después.** Este método de evaluación busca medir cómo los participantes del programa cambian a lo largo del tiempo mediante la recolección de datos en diferentes momentos: antes y después de la intervención educativa. Para confiar en el mecanismo causal en este tipo de evaluación, debemos suponer que no hubo otros factores durante este tiempo que influyeran en nuestros indicadores de interés relacionados con la adopción de pagos inmediatos.
- 2. Diferencia simple.** Este método de evaluación utiliza la comparación entre dos grupos: un grupo de participantes en el programa educativo y un grupo de no participantes. Para confiar en el mecanismo causal en este tipo de evaluación, debemos suponer que los dos grupos son comparables, es decir, que no existen diferencias tanto observables como no observables entre los grupos en cuanto a su disposición para adoptar sistemas de pagos inmediatos.



3. **Regresión discontinua.** Esta metodología busca generar un grupo de comparación en torno a un puntaje de selección. Para confiar en el mecanismo causal en este tipo de evaluación, debemos suponer que los grupos de comparación cercanos a la línea de corte no son estadísticamente distintos entre sí y que la línea de corte es un criterio estricto de selección para la participación en el programa educativo.
4. **Diferencias en diferencias.** Esta metodología combina las estrategias del “antes y después” y la “diferencia simple”. Se evalúan los participantes y no participantes, antes y después de la intervención educativa, para establecer el cambio en el tiempo de cada una de las poblaciones. Para confiar en el mecanismo causal en este tipo de evaluación, debemos suponer que la tendencia de los dos grupos no difiere durante el tiempo de estudio en su disposición hacia los pagos inmediatos.
5. **Matching.** Esta metodología busca emparejar a diferentes individuos o grupos de individuos mediante variables observables que ayuden a predecir el comportamiento asociado al programa educativo. Se busca que los grupos que se generen a partir de las características observables sean balanceados y lo más parecidos posibles, de modo que una de las pocas diferencias sea que algunos reciben la formación sobre pagos inmediatos. Para confiar en el mecanismo causal en este tipo de evaluación, debemos suponer que no existen características no observables que afecten el impacto del programa.
6. **Método experimental.** Por último, está el método experimental o evaluación aleatoria controlada (RCT, por sus siglas en inglés). Este método de evaluación, considerado como el estándar de oro, busca generar dos grupos comparables mediante la aleatorización de los participantes del programa educativo. Se espera que al aleatorizar, la única diferencia entre aquellos que participan en el programa educativo y aquellos que no lo hacen sea su participación en la formación sobre sistemas de pagos inmediatos. Para confiar en el mecanismo causal en este tipo de evaluación, debe garantizarse un proceso de aleatorización estricto.



Para diseñar una evaluación con metodología experimental exitosa en un programa educativo sobre pagos inmediatos, es importante tener en cuenta los siguientes componentes:

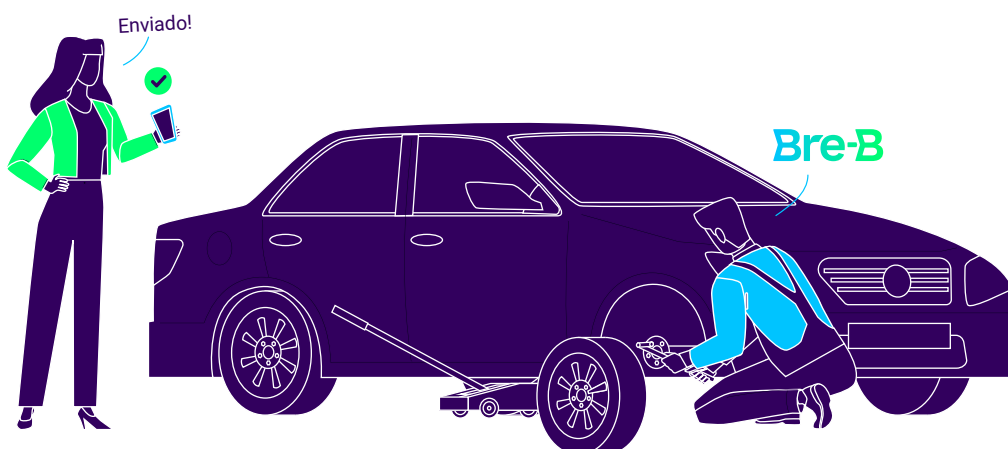
- 1. Preguntas de investigación e hipótesis:** las preguntas de investigación deben formularse de manera precisa y sin ambigüedad respecto al tipo de respuesta esperada. La pregunta de investigación debe estar orientada según la teoría del cambio, siendo esta una de las razones para delimitar la investigación a encontrar ciertos resultados específicos. A partir de la teoría del cambio, también se debe generar una hipótesis, es decir, una suposición de lo que se espera que ocurra después de que se implemente el programa educativo.
- 2. Asignación aleatoria:** se recomienda que la aleatorización genere al menos un grupo de control y un grupo de tratamiento (el grupo que recibe la formación), asegurando que estos grupos estén balanceados, es decir, que sean estadísticamente similares en las características observables. También es importante establecer el nivel al cual se hará la aleatorización, ya sea a nivel individual o de grupo. En esta selección, es crucial considerar el nivel de análisis en el que se desea observar el impacto de la educación sobre pagos inmediatos.

También es importante tener en cuenta algunos riesgos que podrían afectar la validez del estudio. Es vital documentar cualquier incidencia de estos riesgos para poder manejarlos adecuadamente. Estas consideraciones incluyen: externalidades, desgaste muestral, cumplimiento con el tratamiento, factibilidad del tratamiento y el poder estadístico.

En cuanto al poder estadístico, es fundamental destacar que depende de la interacción entre el efecto esperado de la intervención educativa y el tamaño de la muestra, entre otros factores. Como regla general, se debe tener presente que para efectos pequeños se necesita una muestra más grande que para programas en los que se espera un efecto considerable. Sin embargo, es importante no generalizar esta regla y realizar cálculos de poder pertinentes para cada caso.

- 3. Identificación de fuentes de datos:** dentro de las diferentes fuentes de datos podemos ubicar dos grupos principales:
 - a. Encuestas directas.** Las ventajas de hacer encuestas directas se encuentran en la posibilidad de recolectar datos específicos pertinentes a la evaluación, garantizando la calidad de los datos. Una desventaja es que la recolección de información específica para una evaluación implica un costo mayor.

b. Fuentes secundarias. Algunas fuentes secundarias incluyen datos administrativos, redes sociales o aplicaciones móviles. Las ventajas de utilizar estos datos son su amplia cobertura poblacional, bajo costo, y menor riesgo de desgaste, no respuesta y errores de medición. Sin embargo, estos datos pueden no ser siempre confiables, tener acceso limitado, un origen desconocido o carecer de información específica necesaria para el análisis.



4. Proceso de recolección de datos: para el proceso de recolección de datos pueden considerarse diferentes métodos, que se resumen en la siguiente tabla:

	Encuestas por correo	Encuestas vía web	Encuestas telefónicas	Encuestas cara a cara
Costo	Bajo	Muy bajo	Bajo/medio	Alto
Duración de la recolección de datos	Largo	Muy corto/Corto	Corto	Mediano/Largo
Distribución geográfica de la muestra	Puede ser amplia	Puede ser amplia	Puede ser amplia	Debe ser agrupada (clúster)
Longitud del cuestionario	Corto/mediano (4 a 12 páginas)	Corto (< a 15 minutos)	Mediano/largo (15 a 35 minutos)	Largo (30 a 60 minutos)
Complejidad de las preguntas	(4 a 12 páginas)	Corto (< a 15 minutos)	Mediano/largo	Pueden ser complejas
Temas sensibles	(15 a 35 minutos)	Largo (30 a 60 minutos)	Regular/buena	Regular
Tasa de respuesta	Mala/buena	Mala/buena	Regular/buena	Buena/muy buena
Sesgo de respuesta	Mediano/alto (requiere cierto nivel educativo)	Mediano/alto (requiere cierto nivel educativo)	Mediano	Bajo

Fuente: Czaja y Blair (1996).

Antes de decidir qué tipo de recolección se realizará, es fundamental considerar todas las alternativas y el alcance que permiten en cada uno de los componentes. Además, es importante tener en cuenta cinco principios de calidad de los datos:

<p>1) Completitud: los datos deben estar completos para todas las observaciones de la muestra.</p>	<p>2) Precisión: los datos deben capturar correctamente el resultado o parámetro de interés.</p>	<p>3) Integridad: se espera que los datos se recolecten según los procesos indicados y no a través de metodologías no esperadas.</p>	<p>4) Veracidad: los datos deben expresar información verdadera respecto a la muestra.</p>	<p>5) Homogeneidad: los datos deben obtenerse mediante procesos estandarizados para toda la muestra.</p>
---	---	---	---	---

Al recolectar información de manera directa, **es fundamental diseñar el cuestionario bajo ciertos parámetros mínimos de calidad.** Todas las preguntas deben estar relacionadas con la evaluación y debe haber una justificación clara de por qué han sido incluidas, ya sea porque son identificadores, variables explicativas de resultados, de adhesión y cumplimiento del tratamiento o variables descriptivas/demográficas de la población.

Se sugiere evitar algunos errores comunes en la formulación de preguntas para recolectar información:

a. Categorías mutuamente

excluyentes: las respuestas no deben superponerse entre sí, es decir, no pueden compartir una opción. Este error es común en temas de fechas y montos.

b. Ambigüedad: es importante evitar conceptos ambiguos donde los encuestados puedan interpretar la pregunta de diferentes maneras. Es fundamental revisar el cuestionario para asegurar que esté en un lenguaje adecuado antes de su uso.

c. Presunciones: se deben evitar las presuposiciones sobre el entrevistado. Para ello, es importante

contar con preguntas que filtren y redirijan a diferentes secciones del cuestionario.

d. Deseabilidad social: se debe prever que algunos entrevistados tienden a dar respuestas socialmente deseadas, es decir, a subrayar virtudes y disimular defectos.

e. Multidimensionalidad: se debe evitar hacer preguntas con varias partes que puedan confundir al entrevistado.

f. Negaciones: es importante no utilizar preguntas que incluyan negaciones, ya que pueden confundir al entrevistado respecto a la respuesta que quiere dar.

Existen diferentes metodologías para garantizar un buen proceso de recolección y una alta calidad de los datos a analizar. Para ello, se sugieren las siguientes metodologías de seguimiento:

Piloto: lanzar la encuesta con un grupo pequeño para identificar posibles fallas y ajustes.

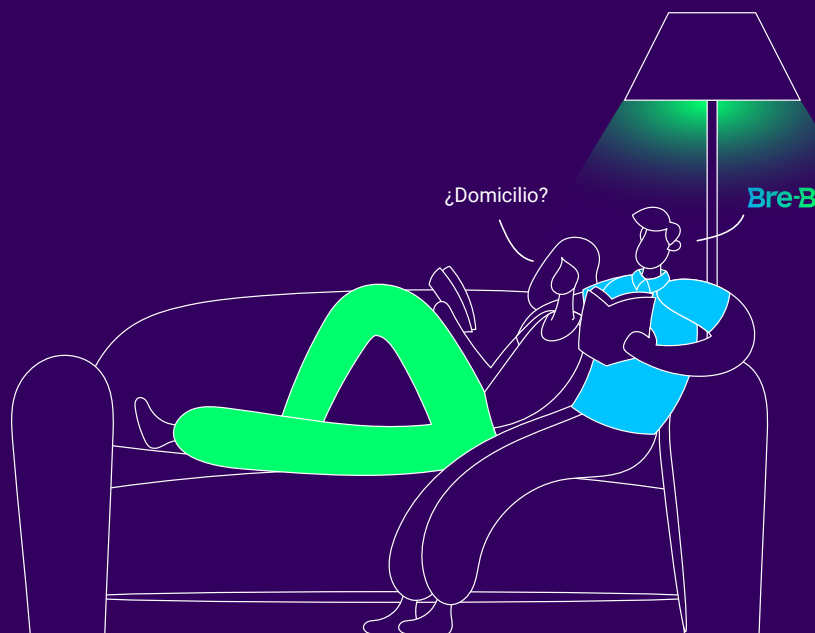
Back checks: verificar si los datos proporcionados por los entrevistadores son correctos, por ejemplo, realizando llamadas algún tiempo después de la recolección de datos.

Spot checks: supervisar algunas entrevistas de manera aleatoria durante su realización.

Tracking: usar GPS y cronómetros para entender cómo se están realizando las encuestas.

High-frequency checks: con los datos recolectados, analizar respuestas atípicas o incoherentes.

5. Análisis de datos: no es suficiente que entre el grupo de control y tratamiento la variable de interés tenga un resultado diferente luego del tratamiento; este resultado debe ser estadísticamente significativo. Esto significa que la probabilidad de concluir que el programa educativo tuvo un efecto cuando en realidad no lo tuvo, es muy baja.



ANEXO 2. Indicadores

A continuación, se mencionan y sugieren un conjunto de indicadores clave de desempeño (KPI) que pueden ayudar a monitorear y evaluar la efectividad del programa educativo de **Bre-B** que adopte cada entidad financiera participante. Estos indicadores deben ser claros, medibles y fácilmente accesibles.

En este anexo se ofrece una visión general sobre cada uno de ellos, así como su importancia, metodología, interpretación y estrategias de mejora:

Recomendaciones de información

Se recomienda tener una base de datos a nivel de individuo para hacer una caracterización de los clientes para cada mes. El objetivo es obtener diagnósticos y comparaciones entre grupos y espacios temporales para tener una visión más clara sobre las posibles mejoras que puede tener el programa.

Para las evaluaciones de conocimientos antes y después del programa se sugiere tener prueba estandarizadas, objetivas y prácticas para los clientes. Estas deben evaluar conocimientos sobre **Bre-B** y demás temas abordados en el programa educativo. Idealmente, debe ser una prueba corta y concreta que no desincentive su realización

Para un análisis más profundo se sugiere una interpretación conjunta entre los KPI aquí explicados para tener un panorama más amplio sobre las fortalezas y oportunidades del programa educativo.

A2.1. Tasa de participación en la capacitación

Importancia:

Alcance: mide directamente cuántos de los clientes están participando en las sesiones de capacitación.

Identificación: alerta sobre posibles desafíos que enfrentan los clientes para asistir o completar el programa educativo de **Bre-B**. Por ejemplo, los horarios, falta de recursos o desinterés del tema.

Mejoras: sirve como un punto de partida para mejorar aspectos específicos de comunicación, promoción e interés del programa educativo.

Metodología:

- Definir la población elegible
- Recopilar datos de la participación


Cálculo del indicador:

$$\text{Tasa de participación} = \left(\frac{\text{Número de participantes}}{\text{Número total de clientes}} \right) \times 100$$


Niveles e interpretación:

Nivel alto: superior al 80% 

Interpretación: es considerada alta y refleja un excelente nivel de compromiso e interés en la capacitación por parte de los clientes. Indica que la mayoría de la población objetivo está activamente involucrada y que el programa está siendo bien recibido y es accesible.

Nivel moderado: entre 50% y 80% 

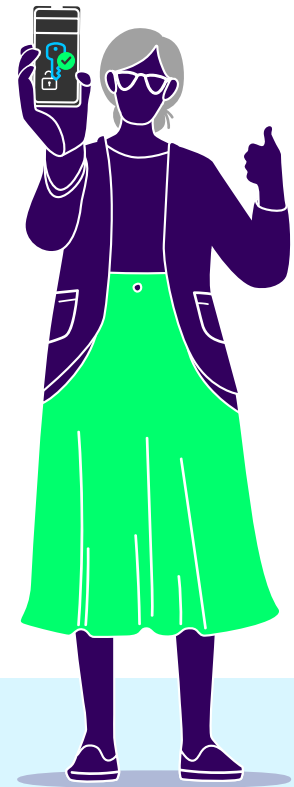
Interpretación: sugiere un nivel moderado de interés y compromiso, que podría estar relacionado con el horario, la falta de comunicación sobre los beneficios del programa o la percepción de la relevancia del contenido.

Nivel bajo: inferior al 50% 

Interpretación: es considerada baja y sugiere problemas de implementación o percepción del programa educativo. Indica la necesidad de revisar la accesibilidad, el contenido, los métodos de entrega o la comunicación del programa.

Estrategias para mejorar la tasa de participación:

- Flexibilización de horarios
- Nuevos formatos
- Comunicación efectiva del programa
- Personalización del contenido
- Incentivos para la participación
- Accesibilidad y usabilidad de plataformas
- Retroalimentación



A2.2. Tasa de finalización del programa

Este KPI ofrece una medida del nivel de interés que genera el curso para retener a los clientes hasta el final. Un programa no solo debe ser atractivo para iniciar sino para mantener la base de clientes y poder garantizar una capacitación completa.

Importancia:

Alcance: es un reflejo directo de lo interesante del programa educativo. Indica que el programa es atractivo, relevante y bien estructurado.

Retención: ayuda a evaluar si los participantes están lo suficientemente comprometidos y encuentran el material lo suficientemente valioso como para seguir hasta el final.

Mejoras: indica el nivel de compromiso de los clientes con el programa una vez lo iniciaron, es un indicio para modificaciones en la experiencia de usuario en la capacitación.

Metodología:

Cálculo de la tasa

$$\text{Tasa de participación} = \left(\frac{\text{Número de participantes que finalizaron}}{\text{Número total de participantes}} \right) \times 100$$

Niveles e interpretación:

Nivel alto:
superior al 75%



Interpretación: una tasa de finalización superior al 75% es generalmente considerada alta. Este nivel indica que el programa es efectivo, relevante y bien recibido por los participantes. Refleja una buena alineación entre las necesidades de los participantes y lo que el programa ofrece.

Nivel moderado:
entre 50% y 75%



Interpretación: sugiere que el programa tiene aspectos positivos, pero también áreas significativas para mejorar. Puede ser indicativo de problemas con el tiempo de duración del programa, la relevancia del contenido o la compatibilidad del horario con las necesidades de los participantes.

Nivel bajo:
inferior al 50%



Interpretación: indica que el contenido no es relevante o atractivo. Muestra que el formato del programa no es el adecuado o que hay limitaciones que impiden que los participantes lo completen.

Estrategias para mejorar la tasa de finalización:

- Mejorar la calidad del contenido
- Soporte y orientación continuos
- Retroalimentación intermedia y final
- Flexibilidad en la entrega del programa
- Incentivos y reconocimientos
- Análisis de datos de abandono

A2.3. Tasa de aprobación del programa

Este KPI busca medir la calidad del programa educativo al evaluar los conocimientos de los participantes una vez hayan terminado el curso.



Importancia:

Alcance: evalúa la razón principal del programa educativo. Brinda conocimientos prácticos y útiles a los clientes sobre Bre-B.

Retención: identifica puntos clave para reforzar el programa educativo de acuerdo con las respuestas de los participantes.

Mejoras: permite adecuar el programa de acuerdo con las principales falencias que tienen los clientes.

Metodología:

Definición de aprobación del examen: se recomienda una definición categórica en la que se considere que un resultado con el 70% o más de respuestas correctas es aprobado y un porcentaje menor, reprobado.

Cálculo de la tasa:

$$\text{Tasa de aprobación} = \left(\frac{\text{Número de participantes que aprobaron la evaluación}}{\text{Número de participantes que realizaron la evaluación}} \right) \times 100$$

Niveles e interpretación:

Nivel alto: ✓✓✓
superior al 85%

Interpretación: una tasa de aprobación superior al 85% puede ser considerada alta. Este nivel indica que el programa es efectivo, cumple su propósito y es atractivo y claro para los participantes.

Nivel moderado: ✓✓
entre 60% y 85%

Interpretación: señala oportunidades de mejora en el programa educativo. Puede ser indicativo de algunos temas particulares que deben ser reforzados en el contenido del programa.

Nivel bajo: ✓
inferior al 60%

Interpretación: indica que el programa no cumple con su propósito de forma satisfactoria. Se recomienda realizar una revisión de forma y fondo al contenido del programa, buscando brindar de forma clara los temas pertinentes para el uso adecuado de **Bre-B**.

Estrategias para mejorar la tasa de aprobación:

- Alinear el contenido con las necesidades de aprendizaje.
- Retroalimentación una vez terminada la prueba para reforzar los contenidos vistos.
- Brindar temas y objetivos claros de aprendizaje.
- Análisis de datos de los resultados del examen para la implementación de mejoras.

A2.4. Progreso de competencias después del programa

Este KPI va de la mano con el A2.3 “Tasa de aprobación del programa” y busca identificar el valor agregado que da el programa educativo al cliente.

Importancia:

Alcance: permite conocer el progreso en conocimientos del usuario resultado del programa educativo.

Retención: proporciona información sobre la calidad y relevancia del contenido presentado.

Mejoras: presenta aquellas temáticas que han mejorado gracias al programa y aquellas que deben ser revisadas con más profundidad en el contenido.

Metodología:

Pretest y posttest: compara los conocimientos antes y después de la intervención educativa sobre los clientes que realizaron las dos pruebas. Deben omitirse aquellos que iniciaron y no terminaron la capacitación.

Análisis: utiliza técnicas estadísticas para analizar los resultados de las pruebas, **se recomienda hacer un test de diferencia de medias** de las notas de los participantes antes y después del programa o realizar el cálculo del cambio porcentual de las notas de los participantes.

$$\text{Cambio porcentual} = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{\text{Nota final}_i}{n} - \sum_{i=1}^n \frac{\text{Nota inicial}_i}{n}}{\sum_{i=1}^n \frac{\text{Nota inicial}_i}{n}}$$

Niveles e interpretación:

Los valores aquí brindados son una guía de evaluación, sin embargo, los criterios deben considerar el nivel inicial de los participantes.

Diferencia de medias: Los resultados deben interpretarse de la forma explicada a continuación cuando la diferencia de medias sea estadísticamente significativa, en caso de no serlo, debe considerarse que el programa no genera un aumento en los conocimientos y debe replantearse la estrategia y contenidos del programa.

Cambio porcentual:

Nivel alto: ✓✓✓
superior al 20%

Interpretación: un progreso superior al 20% puede ser considerado alto. Indica una mejora significativa en los conocimientos y un diseño apropiado del programa y temas brindados.

Nivel moderado: ✓✓
entre 10% y 20%

Interpretación: este nivel de progreso señala que el programa provee algunos conocimientos nuevos apropiados para el cliente, sin embargo no brinda claridad en todos los temas deseados. Es necesario reforzar aquellos temas que no presentan una mejoría.

Nivel bajo: ✓
inferior al 10%

Interpretación: indica que el programa no genera un aumento significativo en los conocimientos de los participantes. Los contenidos no contribuyen a la capacitación de los clientes y se recomienda adecuarlos para garantizar un programa educativo exitoso.

Estrategias de mejora:

- Validación de instrumentos de evaluación.
- Retroalimentación continua durante el programa.
- Identificar puntos que no mejoraron o empeoraron luego del curso.
- Realizar ajustes al programa de acuerdo con las oportunidades encontradas.

A2.5. Tasa de implementación y transacciones promedio realizadas con Bre-B

El objetivo de la capacitación es dar las herramientas y enseñar las ventajas que trae Bre-B para motivar su uso. Se busca hacer la medición del número de usos que ha hecho un cliente en un lapso de tiempo determinado.

Importancia:

Alcance: evalúa la capacidad del programa para promover el uso de **Bre-B**.

Retención: identifica el impacto que tiene el programa sobre la implementación de **Bre-B**.

Mejoras: Permite adecuar los contenidos del programa para ilustrar los beneficios de **Bre-B** para impulsar su uso.

Metodología:

Análisis: utiliza técnicas estadísticas para analizar los resultados de las pruebas, **se recomienda hacer un test de diferencia de medias** de las notas de los participantes antes y después del programa o realizar el cálculo del cambio porcentual de las notas de los participantes.

Cálculo de tasa de implementación:

$$\text{Tasa de implementación} = \left(\frac{\text{Número de clientes con al menos una transacción al mes}}{\text{Número de clientes activos ese mes}} \right) \times 100$$

Cálculo de transacciones promedio:

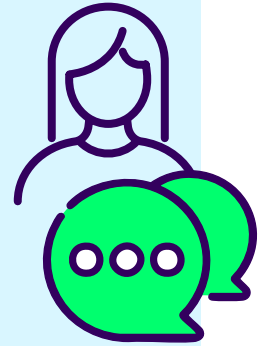
$$\text{Transacciones promedio} = \left(\frac{\text{Número de transacciones realizadas al mes}}{\text{Número de clientes activos ese mes}} \right) \times 100$$

Estrategias de mejora:

- Dedicar un capítulo del programa que indique las ventajas que trae **Bre-B**.
- Identificar las poblaciones que menos utilizan **Bre-B** para dirigir campañas de comunicación.
- Realizar campañas sobre **Bre-B** y el programa educativo para las poblaciones con menor desempeño en los KPI descritos.

A2.6. Tasa de soporte y consultas promedio por cliente

Un programa educativo efectivo debería reflejar una reducción en las consultas realizadas por los clientes a los distintos canales de soporte. Este KPI identifica aquellos contenidos que pueden no ser claros a pesar de ser abordados en la capacitación.



Importancia:

Alcance: evaluar la pertinencia de los contenidos del curso para utilizar **Bre-B** de forma autónoma.

Retención: identifica si la información brindada permite a los clientes ser autosuficientes en el uso de **Bre-B**.

Mejoras: evaluar las dudas frecuentes sirve como un punto de partida para mejorar aspectos específicos del programa educativo.

Metodología:

Análisis: se recomienda realizar una prueba estadística de diferencia de medias de los KPI explicados a continuación entre los usuarios que realizaron y terminaron el programa contra aquellos que nunca lo realizaron. El objetivo es identificar si existe una reducción estadísticamente significativa en el uso de canales de soporte de **Bre-B** gracias al programa educativo.

Cálculo de la tasa de soporte:

$$\text{Tasa de soporte} = \left(\frac{\text{Número de clientes que han contactado el canal de soporte}}{\text{Número de clientes activos}} \right) \times 100$$

Cálculo de consultas promedio por cliente o usuario(a):

$$\text{Consultas promedio por cliente} = \left(\frac{\text{Número de consultas}}{\text{Número de clientes activos}} \right) \times 100$$

Estrategias para mejorar la tasa de participación:

- Identificar aquellos puntos más consultados en el canal de soporte para agregarlo al programa educativo.
- Crear un capítulo en la capacitación que resuelva las preguntas frecuentes hechas en los canales de soporte.

A2.7. Net Promoter Score (NPS)

Mide la probabilidad de que los participantes recomienden el programa a otras personas, reflejando la calidad y el impacto obtenido.



Metodología de implementación:

Aplicación: se obtiene al final de la capacitación.

Ejemplo de pregunta: "En una escala del 0 al 10, ¿qué tan probable es que recomiende este programa a un amigo?, siendo 0 no lo recomienda en absoluto y 10 sí lo recomienda".

Categorización de respuestas:

(9-10): altamente satisfechos y muy propensos a promover el programa.

Pasivos (7-8): satisfechos, pero no lo suficientemente entusiasmados como para promover activamente el programa.

Detractores (0-6): insatisfechos y poco probable que recomienden el programa y posiblemente dañinos si comparten opiniones negativas.

Cálculo del puntaje NPS:

$$\text{NPS} = (\text{porcentaje de promotores} - \text{porcentaje de detractores}) \times 100$$

Resultado: puede oscilar entre todos detractores (-100) o todos promotores (+100).

Niveles e interpretación del indicador:

Rango de puntajes del NPS:

NPS negativo: (-100 a 0)



indica que hay más detractores que promotores. Un puntaje en este rango es alarmante y sugiere insatisfacción con el programa y una baja probabilidad de que los participantes recomienden la capacitación a contactos. En el contexto de un programa educativo podría señalar problemas serios en la relevancia o la manera en que se entregó el contenido.

NPS bajo: (0 a +40)



predominio de clientes o usuarios(as) pasivos, aunque con algunos promotores. Un puntaje en este rango indica un nivel de satisfacción moderado, pero con un amplio margen para mejoras.

NPS moderado: (+40 a +70)



presencia importante de promotores. Un puntaje en este rango es positivo y sugiere que la mayoría de los participantes están satisfechos y dispuestos a recomendar el programa, aunque aún es importante abordar las preocupaciones de los detractores y pasivos para mejorar aún más el puntaje.

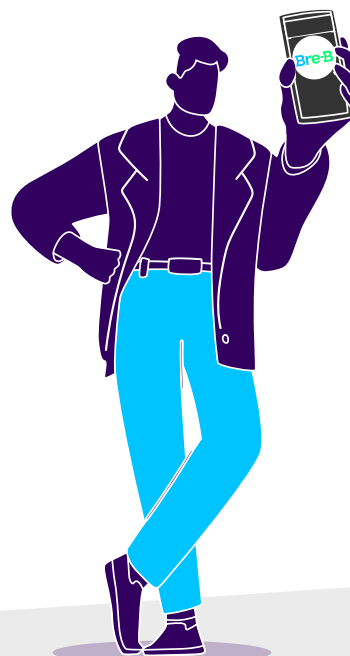
NPS alto: (+70 a +100)



puntaje excelente con la mayoría de los participantes como promotores naturales. Indica que el programa tiene un alto nivel de aprobación y recomendación entre los participantes.

Estrategias de mejora:

- Validación de instrumentos de evaluación.
- Capacitación de evaluadores.
- Retroalimentación continua durante el programa.
- Uso de tecnología en evaluaciones.



Los sistemas de pagos inmediatos son esenciales en la economía actual, pero su adopción generalizada requiere que las personas comprendan cómo funcionan, así como los beneficios y riesgos que implican. Los programas educativos que se diseñen deben responder a esta necesidad, promoviendo tanto la inclusión financiera como la tecnológica.

Estos lineamientos son inclusivos y están pensados para adaptarse a diferentes niveles de conocimiento y acceso a la tecnología. Su propósito es garantizar que tanto quienes tienen experiencia como quienes son nuevos en el uso de estas herramientas puedan aprovecharlos al máximo.

Además, los lineamientos presentados tienen el potencial de ser replicados y ajustados a distintos contextos. No solo sirven para programas enfocados en pagos inmediatos, sino que también pueden ser una base útil para iniciativas más amplias de educación económica y financiera. Este trabajo refleja el esfuerzo de expertos comprometidos con la creación de un ecosistema financiero digital más accesible y equitativo.

Se hace un llamado a los actores involucrados en **Bre-B** a unirse a estas iniciativas y desarrollar programas educativos que fortalezcan las capacidades de sus clientes y de la sociedad en general, contribuyendo así al crecimiento y la confianza en los sistemas de pagos digitales.



REFERENCIAS

Gugerty, Mary K., Karlan, Dean, and Welsh, Delia "Goldilocks Toolkit: Theory of Change"; Innovation Poverty Action.

Gugerty, Mary K., Karlan, Dean, and Welsh, Delia "Impact Measurement with the CART Principles"; Innovation Poverty Action.

Gugerty, Mary K., Karlan, Dean, and Welsh, Delia "Monitoring for Learning and Accountability"; Innovation Poverty Action.

Özyilmaz, Hakan. 2024. "How do instant interoperable payment systems transform modern economies?" Research Synthesis Brief; Toulouse School of Economics.

Taller de monitoreo y evaluación para entidades del sector financiero; Documento de recomendación y buenas prácticas de Innovation for Poverty Action (septiembre, 2017)

Así, **Bre-B**

