



Intervención de José Darío Uribe, Gerente General del Banco de la República, en la clausura del taller de educación financiera organizado por Fogafin

Quiero agradecer a Fogafin, y en especial, a su directora Mónica Aparicio, por la invitación a participar en este interesante panel. Los felicito además por la iniciativa de reunir a expertos nacionales e internacionales para discutir un tema tan importante como es la formulación de una estrategia nacional de educación económica y financiera.

Desde 1999 el Banco de la República ha venido desarrollando programas de educación en temas económicos para los estudiantes, partiendo del principio de que no existe comunicación sin educación. Así, el Banco creó el programa educativo “El Banco de la República en las aulas”, el cual está basado en nuestro interés por desarrollar y ejecutar proyectos educativos que permitan un mejor entendimiento sobre temas económicos fundamentales como lo es la racionalidad de las decisiones de la política monetaria. Por medio del programa se busca establecer una clara identidad del Banco por parte del público, que permita el reconocimiento social de su labor. Igualmente, se familiariza a la sociedad con las funciones del banco central, se enseñan conceptos económicos que ayudan a entender cómo funciona la economía y sus efectos en la vida cotidiana de las personas, y se contribuye al fomento de la educación en Colombia como bien público.

Impulsar la educación económica y financiera debe ser un esfuerzo continuo. Tomando como punto de partida los interesantes planteamientos y experiencias presentados en este seminario, una estrategia nacional de educación económica y financiera deberá contar con, al menos, las siguientes acciones:

- En primer lugar, es necesario saber cuál es el nivel de entendimiento y conocimiento que tiene la población sobre temas básicos de economía y finanzas. Como mencionó Mónica Aparicio, Directora de Fogafin, en Colombia no existe una encuesta que haya medido el nivel de alfabetismo financiero de la población y el impacto de los programas desarrollados. Experiencias como la de los Estados Unidos y Chile, presentadas por Annamaria Lusardi y Olivia Mitchell, han puesto de manifiesto que este tipo de encuestas son esenciales para cuantificar el nivel de



alfabetismo económico y financiero de la población, así como para identificar y segmentar las audiencias de acuerdo con sus necesidades. Así mismo, la aplicación periódica de estas encuestas mostrará resultados muy valiosos para medir la efectividad de los programas desarrollados.

- Como segunda medida, la experiencia internacional ha mostrado que es útil que la estrategia sea formulada por un comité o grupo de trabajo, que coordine los esfuerzos y ejerza liderazgo. En este punto, es importante resaltar lo dicho por Annamaria Lusardi con respecto a la importancia de establecer un marco institucional que guíe y coordine las iniciativas públicas y privadas, y promueva su alineación, evitando la duplicidad de esfuerzos, optimizando recursos y compartiendo experiencias que busquen las mejores prácticas. Como lo mencionó Juan Pablo Córdoba, Presidente de la Bolsa de Valores de Colombia, la estrategia debe ser coordinada y articulada desde el Estado, y apalancada por el sector privado. En países con estrategias nacionales de educación económica y financiera, este liderazgo lo ejercen entidades de regulación y supervisión, o el banco central. José Cavalcanti Vasco, de la Comisión de Valores de Brasil, detalló la experiencia de ese país, en donde se organizó un comité conformado por el Banco Central, la Comisión de Valores y la Superintendencia de Pensiones y Seguros. Este Comité Nacional tiene el apoyo de un grupo pedagógico del cual hacen parte maestros y representantes del Ministerio y las secretarías de Educación, cuya función es diseñar el material pedagógico. Además, dicho comité convocó un grupo de trabajo en el que participan instituciones del sector privado y creó un “sello de garantía” para futuros diferentes programas, con el fin de que sus objetivos se ciñan a los establecidos por la estrategia nacional de educación económica y financiera.
- De lo anterior se desprende el tercer punto: la necesidad de establecer alianzas estratégicas entre el banco central, el gobierno, las instituciones financieras, las fundaciones, las organizaciones no gubernamentales, las universidades y los organismos internacionales, entre otros. Esto con el fin de generar sinergias y fortalecer los programas de educación, de forma tal que se consoliden como una política pública. Al igual que en Brasil, el caso de los Estados Unidos es ilustrativo. Como lo mencionó Luke Reynolds, de la Corporación Federal de Seguro de Depósitos, la estrategia nacional de educación financiera estadounidense cuenta con la participación activa de los sectores público y privado. De hecho, el comité asesor del Presidente sobre educación financiera está compuesto por 16 miembros del sector privado, por su parte, la comisión de



educación financiera la componen 20 agencias federales las cuales, aun cuando tienen sus propios programas, trabajan de manera coordinada y cumplen con los estándares educativos establecidos por cada uno de los Estados. En el caso de Colombia, y tal como lo resaltó María Mercedes Cuellar, Presidenta de la Asobancaria, si bien la Reforma Financiera es un avance para definir una estrategia nacional de educación económica y financiera, ésta es una responsabilidad que recae en todos los estamentos de la sociedad colombiana. Así, para generar el impacto requerido, tanto los actores públicos como los privados necesitan unir sus esfuerzos hacia un objetivo común.

- Cuarto, es indispensable segmentar las estrategias de educación dependiendo del público objetivo. De hecho, mejorar las competencias económicas y financieras de la gente requiere un cambio de comportamiento a gran escala, así como un período largo de tiempo. Para hacer esto no existe una receta única, de tal forma que es necesario llegar al público de una manera sistemática y atractiva, utilizando diferentes mecanismos.

Las audiencias se pueden dividir en dos grandes grupos: los niños y jóvenes que están vinculados a la educación formal, y los adultos que ya pasaron los años de escolaridad, para quienes hay que diseñar programas de educación no formal. No sobra reiterar que cada uno de estos públicos tiene sus especificidades.

En el caso de los niños y jóvenes vinculados a la educación formal, es importante que el diseño de una estrategia nacional de educación económica y financiera tome como punto de partida los estándares básicos de competencias, definidos por el Ministerio de Educación Nacional. Como lo resaltó la Ministra de Educación, Cecilia María Vélez, si bien la Ley General de Educación otorgó a las instituciones educativas autonomía en la definición del currículum y los planes de estudio, al mismo tiempo dispuso que dicho Ministerio exigiera unos referentes comunes de calidad de la educación. Es claro que la educación económica y financiera abarca competencias en matemáticas, ciencias sociales, ciudadanas y de lenguaje que permiten ser incorporadas en clases como matemáticas, historia, geografía, español, etc. Por ejemplo, niños de primaria que están aprendiendo a sumar pueden usar monedas no solo para practicar las operaciones aritméticas, sino también para aprender del valor del dinero. Los alumnos en educación media



que están estudiando porcentajes en su clase de matemáticas, pueden entender el concepto de tasa de interés compuesta; y quienes estén estudiando acerca de la Guerra de los Mil Días, también podrán aprender el efecto que tuvo la financiación de este conflicto sobre el incremento en el nivel de precios. Aquel fue un triste episodio de hiperinflación en la historia del país.

- Cabe señalar que para lograr que los tópicos relacionados con la educación económica y financiera sean enseñados de manera efectiva en el aula de clases es capacitando a los maestros. De ahí la importancia de diseñar programas comprensivos de formación a capacitadores, como parte fundamental de la estrategia. En este aspecto, el Banco de la República, en alianza con Dividendo por Colombia y la Fundación del Citibank, adelanta programas de capacitación para maestros de secundaria en Bogotá, Medellín, Cali y Cartagena, en los cuales se les explica a los maestros los conceptos básicos de economía, algunas herramientas de finanzas personales y se les expone qué es el Banco de la República, cómo funciona la política monetaria y por qué es importante que el Emisor mantenga una inflación baja y estable. Adicionalmente, se realizan visitas de seguimiento en el aula y evaluación por parte de un asesor externo. La capacitación a maestros tiene la ventaja de tener un efecto multiplicador del conocimiento impartido por dos vías: por un lado, ellos replican el conocimiento a otros maestros de la institución, y por el otro, transmiten lo aprendido a sus grupos de estudiantes. De esta manera, se logra llegar a un público de educación secundaria cada vez más amplio. Entre 2008 y 2009 con el programa mencionado se han capacitado a 304 maestros los cuales, a su vez, han instruido en estos temas a 7.850 estudiantes.
- Por su parte, para el público adulto, resulta una buena opción diseñar programas de formación en los sitios de trabajo, iniciativa que tendría también un efecto multiplicador hacia sus respectivas familias. Un buen ejemplo de este tipo de programas es *Money Smart*, desarrollado por la Corporación Federal de Seguros de Depósitos de los Estados Unidos para los adultos, y el cual los aquí presentes tuvieron la oportunidad de conocer en detalle durante los dos últimos días. Dado que se trata de una audiencia no escolarizada y, por lo tanto, más difícil de convocar mediante esquemas tradicionales de enseñanza, es clave hacer uso de los avances tecnológicos, los cuales hacen posible que se masifique el acceso a la educación. Gracias a las tecnologías de la información podemos pensar en ir más allá de la educación formal para instruir a un sinnúmero de personas sin necesidad de intermediarios, posibilitando la interacción inmediata –y de doble



vía- no solo entre quien emite el mensaje y quien lo recibe, sino entre los mismos receptores que pueden interactuar en múltiples plataformas, semejando una gran aula virtual.

Así mismo, es necesario incluir dentro de la definición de la estrategia a las minorías étnicas y a la población más vulnerable, buscando diseñar programas que se adecúen a las necesidades de estos grupos, como por ejemplo: facilitar su acceso a los servicios financieros, educarlos en torno del manejo eficiente del presupuesto familiar y del crédito, así como de los riesgos inherentes a la captación ilegal de dinero. Resulta de especial interés los resultados de los trabajos realizados por las profesoras Lusardi y Mitchell, los cuales muestran que, en general, los hombres tienen un mayor grado de alfabetismo financiero que las mujeres, y que las personas con mayor nivel de educación tienen más conocimiento de los conceptos financieros.

- El último punto está relacionado con la necesidad de medir el impacto de los programas en los públicos objetivo. La evaluación de los programas educativos, parte de la necesidad continua de redefinir las estrategias pedagógicas para cada tipo de audiencia. Tal como lo mencionó Roberto Steiner, Director de Fedesarrollo, las evaluaciones deben hacerse de manera independiente, con el objeto de evitar que se presenten conflictos de interés. En la mayoría de los casos, el éxito de los programas educativos se mide de manera cuantitativa; es decir, a través de mediciones que se enfocan en el número de estudiantes o maestros capacitados, la cantidad de visitantes a los museos de economía, la cantidad de ensayos recibidos para un concurso, etc. Sin embargo, una medición cualitativa que muestre los cambios en el nivel de conocimiento, así como en el comportamiento y en el proceso de toma de decisiones de las audiencias objetivo es crucial para determinar la efectividad de dichos programas. La pregunta no es sólo a cuántas personas podemos instruir en los programas educativos, sino cuál es el impacto de este conocimiento en la vida de la gente.

Como lo mencionó la profesora Lusardi, cada iniciativa de educación debe comenzar identificando las brechas de conocimiento entre el público general y los grupos objetivo. Una vez los programas estén en marcha, es importante evaluar su éxito y efectividad; establecer un sistema que asegure la calidad para garantizar que las decisiones sobre la continuidad de la



iniciativa tengan un fundamento sólido y bien documentado; y, así mismo, analizar si existe potencial para efectuar mejoras en los programas.

- En suma, construir una estrategia nacional de educación es un proceso que demanda compromiso y dedicación continuos por parte de los diferentes grupos de la sociedad involucrados en sacar adelante esta iniciativa. No obstante, es claro en este contexto que todos los esfuerzos que hagamos en pro de la educación económica y financiera de los colombianos redundarán en ciudadanos más conscientes del impacto que los fenómenos económicos tienen en sus vidas, y de cómo mejores decisiones pueden contribuir a su bienestar.

Muchas gracias.

Cartagena, marzo 11, 2010