

Edición 1117

## El desafío público-privado frente a las finanzas personales

- Colombia ahora cuenta con una estrategia nacional en educación económica y financiera, lo que permitirá mejorar la articulación de los distintos actores y sectores en torno a la promoción de acciones que fortalezcan las habilidades de los consumidores financieros a la hora de gestionar los recursos. Resulta fundamental que dicha estrategia, tal y como se ha hecho en múltiples frentes, recoja las experiencias y lecciones aprendidas de las distintas entidades del sistema financiero.
- Asobancaria, junto con sus agremiados, ha desarrollado distintos proyectos que pueden complementar o impulsar la estrategia nacional. Programas como “Saber Más Contigo” para la población activa, “Saber Más Empresarios” para los microempresarios y la estrategia “Avanzar, Construir, Prosperar” diseñada para población vulnerable, se han convertido en estrategias fundamentales en este proceso. Todas estas iniciativas han sido desarrolladas junto con aliados públicos y privados.
- Las entidades financieras no han escatimado esfuerzos en pro del fortalecimiento de los programas de Educación Financiera (EF). En particular, a lo largo de 2016 se duplicó el alcance de personas instruidas a nivel presencial, en la mayoría de los casos usando una metodología pedagógica avalada por un organismo internacional, que incluyó el uso de portales web, redes sociales y medios masivos (TV, radio o prensa nacional).
- Si bien continuar incrementando la cobertura es una tarea importante, resulta también fundamental seguir mejorando la eficiencia de las actividades con base en las recomendaciones de los centros de estudio e innovación. Además, es necesario enfatizar la pertinencia que tiene evaluar el impacto de nuestras actividades y programas con el fin de conocer los verdaderos resultados de dichas iniciativas. Todo esto nos permitirá, como país, dar pasos firmes en el propósito de mejorar los hábitos financieros personales y familiares, consiguiendo así reducir las brechas sociales y mejorar la calidad de vida de los colombianos.

27 de noviembre de 2017

Director:

Santiago Castro Gómez

ASOBANCARIA:

Santiago Castro Gómez  
Presidente

Andrés Felipe Rojas  
Vicepresidente de Asuntos  
Corporativos

Jonathan Malagón  
Vicepresidente Técnico

Germán Montoya  
Director Económico

Para suscribirse a Semana  
Económica, por favor envíe un  
correo electrónico a  
[semanaeconomica@asobancaria.com](mailto:semanaeconomica@asobancaria.com)

Visite nuestros portales:

[www.asobancaria.com](http://www.asobancaria.com)  
[www.yodecidomibanco.com](http://www.yodecidomibanco.com)  
[www.sabermassermas.com](http://www.sabermassermas.com)

Edición 1117

## El desafío público-privado frente a las finanzas personales

Diversos estudios han venido señalando el impacto positivo de una adecuada educación financiera en el ámbito personal y familiar. En efecto, el uso responsable de recursos no solo se traduce en bienestar y calidad de vida sino que tiene efectos macroeconómicos importantes. Una sociedad con niveles de ahorro saludables le permite al sistema financiero tener la disponibilidad de recursos suficientes para canalizarlos al sector productivo y le imprime un carácter más resiliente a la actividad económica en momentos de crisis.

Esta Semana Económica analiza la apuesta del gobierno nacional por lograr mejorar los índices de educación financiera de los colombianos a través de la recién publicada estrategia de educación económica y financiera. Analiza los proyectos gremiales que pueden aportar a la misma, así como las acciones que adelantan las entidades financieras en este propósito, describiendo su alcance, metodología, canales y demás características relevantes. Termina con la descripción de los estudios de destacados centros de investigación como el *Center for Financial Inclusion (CFI)* e *Innovations for Poverty Action (IPA)*, los cuales pueden contribuir a fortalecer las iniciativas en curso y todas aquellas que desde la comisión intersectorial sobre Educación Económica y Financiera (EEyF) se planteen para las necesidades formativas de los colombianos.

### Avances y desafíos en el contexto nacional

A lo largo de 2017 Colombia ha dado pasos firmes con la convicción que un conocimiento financiero capaz de cerrar brechas sociales debe ser una prioridad tanto para las entidades públicas como privadas. Tal vez uno de los hitos más representativos del año sea que Colombia es ahora uno de los 59 países en el mundo que cuenta con una estrategia nacional en educación económica y financiera, recopilada en un documento que define la política pública sobre la materia y con el cual se busca la movilización de diversos actores y sectores en torno a la promoción de acciones de educación financiera.

Más allá de discutir la profundidad o ambición del documento y sus estrategias, es fundamental resaltar que el mismo se consolida como la primera postura al respecto construida por todas las entidades que a nivel estatal tienen relación con la materia, así como por las organizaciones privadas que conocen de primera mano las necesidades de los consumidores financieros a la hora de gestionar sus recursos. Por

#### Editor

Germán Montoya  
Director Económico

#### Participaron en esta edición:

Isabel Mantilla Naranjo  
Fernando Zúñiga Mojica  
David González González  
Alejandro Franco Martínez



Coyuntura internacional, desafíos  
y oportunidades locales.

**1\_2**  
**DE FEBRERO**

HOTEL HILTON,  
CARTAGENA DE INDIAS

MÁS INFORMACIÓN

**AQUÍ**

lo anterior, puede decirse que la concreción del documento es un claro indicador de la voluntad nacional para subsanar las falencias que tantas encuestas y pruebas internacionales han evidenciado.

Ahora bien, sobre su estructura destacamos el acierto que representa el enfocar los esfuerzos según el público objetivo, ya que esta segmentación permite diseñar estrategias más asertivas y versátiles. No obstante, persisten ciertos reparos frente a las actividades. En particular, mientras que en algunas líneas de acción, como la de microempresarios, se promueve acertadamente la cooperación, adaptación y articulación para la búsqueda de soluciones innovadoras a los problemas de este segmento de la población, en otras, se plantean fórmulas ya exploradas ampliamente por distintos agentes del sistema financiero.

Asobancaria quiere hacer énfasis en la importancia que reviste avanzar en la estrategia de educación formal, en línea con lo declarado por varios organismos internacionales como la OCDE e IPA, quienes concuerdan sobre la importancia de familiarizar a las personas desde una temprana edad con el manejo de los recursos económicos dado el tiempo que requiere generar hábitos responsables y duraderos en las personas. En este sentido, algunas pruebas que evalúan el nivel de conocimiento financiero como las pruebas PISA 2012, han evidenciado la importancia de ese tipo de educación, toda vez que los países que cuentan con resultados sobresalientes suelen ser los mismos que optaron por integrar este aspecto en sus programas escolares o universitarios. Si bien es claro que la educación financiera es pertinente y necesaria en la medida que empodera a los consumidores y mejora la toma de decisiones, no es menos cierto que en países como Colombia se presentan barreras que dificultan su masificación. Dichos obstáculos se derivan de la falta de apoyo político, la escasez de recursos, la deficitaria organización del plan de estudios, la carencia de liderazgo en la articulación entre entes públicos y privados o simplemente de la falta de experticia en el tema<sup>1</sup>.

El Cuadro 1 resume, por tipo de población, las metas y estrategias que están incorporadas dentro del plan de acción.

## Cuadro 1. Plan de acción de Educación Financiera Público – Privado<sup>2</sup>

### Educación Formal

**Meta: Aumentar el nivel de capacidades financieras en los niños y jóvenes en educación formal.**

Lineamientos pedagógicos sobre riesgo y prevención.

Mediciones de capacidades financieras en estudiantes de educación básica y media.

Materiales pedagógicos para el apoyo en los colegios.

Movilización.

### Población Activa

**Meta: Desarrollar una estrategia digital dirigida a la población activa**

Pesos pesados (Portal de educación Financiera).

### Previsión para el retiro y protección a la vejez

**Metas: Fomentar esquemas de protección, ahorro a largo plazo y mejores conocimientos sobre los sistemas previsionales**

Identificar programas y percepciones en temas pensionales.

Identificar potenciales aliados para difundir programas de protección a la vejez y previsión para el retiro.

Divulgación de programas BEP.

Estrategia de difusión para trabajadores.

Desarrollar y/o complementar material pedagógico de carácter lúdico dirigido a estudiantes de educación formal.

### Poblaciones vulnerables

**Meta: Promover el empoderamiento, la inclusión económica y social de los grupos más vulnerables a través de educación económica y financiera**

Cooperación y articulación de entidades públicas y privadas.

Nuevos canales y redes de distribución digital para llevar programas de EEyF.

Medición y evaluación.

Metodologías y contenidos..

Formación a formadores.

<sup>1</sup> Semana Económica: Educación Económica y Financiera: motor de crecimiento y desarrollo sostenible – Asobancaria.

<sup>2</sup> Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera de Colombia – Comisión Intersectorial para la educación económica y financiera.

## Microempresarios

**Meta: Promover el empoderamiento y la inclusión económica y social de los grupos de más vulnerables a través de educación económica y financiera.**

Cooperación y articulación de entidades públicas y privadas

### Enfoque de trabajo

Fortalecer la calidad de las metodologías, contenidos para microempresarios

Promover esquemas novedosos de formación a formadores

**Fuente:** Elaboración propia.

Al respecto, se destaca que varias de las iniciativas incorporadas en la estrategia nacional ya están siendo adelantadas por Asobancaria en el marco de su Programa de Educación Financiera “Saber Más Ser Más”. Esto le permite al gremio sumar la experiencia de las lecciones aprendidas y participar activamente, como aliado, en la Comisión Intersectorial sobre EEyF donde se discuten y definen los pasos a seguir en este frente.

Es así como, por tipo de etapa y en congruencia con la estrategia nacional, se vienen adelantando por parte del gremio las siguientes iniciativas:

- Educación formal: Se continúa apoyando al Ministerio de Educación Nacional en las formas y espacios que esta entidad considera pertinentes. En este sentido, de la mano de “Jóvenes por las Finanzas”, se tiene en marcha un plan de capacitación de 5.000 niños y jóvenes de la localidad de San Cristóbal, ubicada al sur de Bogotá.
- Etapa activa: Para atender las necesidades que la población adulta tiene en materia de educación económica y financiera, se diseñó el programa “Saber Más Contigo”, cuyo objetivo es mejorar los conocimientos, aptitudes y hábitos financieros de los colombianos mediante el diálogo y reflexión desde la propia experiencia. Como complemento a este programa se desarrolla “Ahorrrapp”, el nuevo asesor financiero 24/7 de los colombianos.
- Empresarios y emprendedores: Teniendo en cuenta las brechas de información que pueden generar trabas a la hora de acceder a recursos de financiamiento, nace desde Asobancaria “Saber Más Empresarios”. Esta herramienta se convierte en la apuesta del gremio, la Cámara de Comercio de Bogotá, Ventures e Innpulsa, para fortalecer las capacidades de los empresarios y emprendedores colombianos en lo concerniente al manejo de sus recursos.

Una vez citadas las iniciativas gremiales, es posible que surjan preguntas sobre los esfuerzos que realizan las entidades financieras en materia de educación financiera. Por ello, a continuación se dan a conocer algunos resultados obtenidos por el gremio que revelan la gestión de la banca en esta materia.

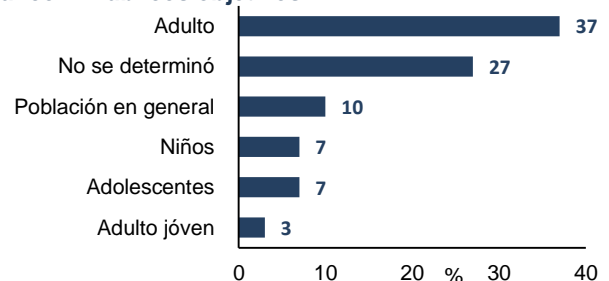
## Alcance redoblado, metodología implementada

Dada la diversidad de los consumidores financieros en cada una de las entidades, los programas de educación financiera de la banca se han conformado y estructurado conforme a diferentes poblaciones objetivo, medios de difusión y formas de interacción. Estas características decididas como fruto del relacionamiento constante nos permiten ser más asertivos, recursivos y precisos a la hora de hablar del tema.

Ahora bien, cabe anotar que las entidades también han construido sus programas con características comunes o transversales. Entre ellas destacamos que la gran mayoría de los programas incluye capacitaciones periódicas dirigidas a los empleados del sector y la realización de actividades en 31 departamentos del país, aun cuando se advierte que se debe seguir trabajando en aumentar la cobertura a nivel municipal. Como resultado de estas acciones, se contabilizaron alrededor de 200.000 horas de trabajo en pro de la educación financiera de Colombia en 2016.

El Gráfico 1, que ilustra el público objetivo, evidencia que alrededor del 37% de las entidades financieras dirigen sus programas de educación financiera a la población adulta y en menor medida a adolescentes, niños y adultos jóvenes (entre 18 y 25 años). Esto se debe a que este rango de edad coincide con la mayoría del público atendido por las entidades.

**Gráfico 1. Públicos objetivos**



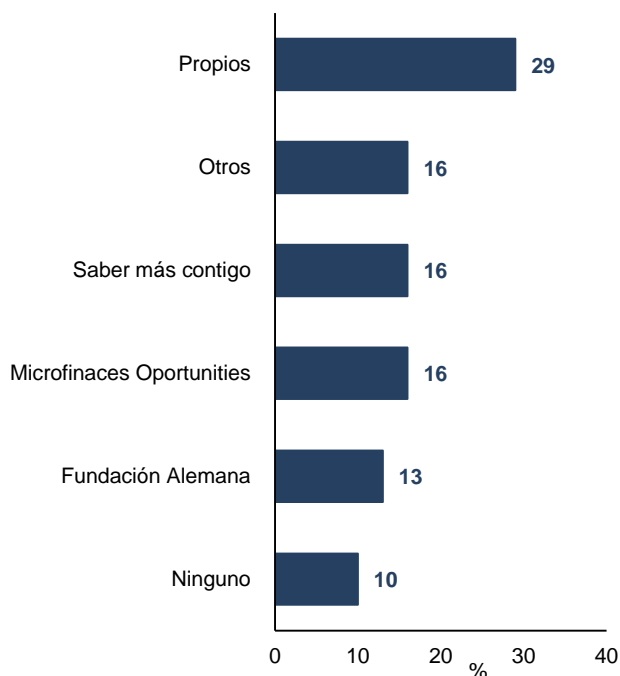
**Fuente:** Encuesta de EF 2016. Elaboración propia.

Edición 1117

## Metodología

El 29% de los agremiados utiliza su propia metodología de educación financiera, mientras el 42,2% adoptan o adaptan metodologías desarrolladas por entidades expertas, entre las que se destacan el *Microfinances Opportunities* (MFO), “Saber más contigo” (Asobancaria - *Sparkassenstiftung für internationale Kooperation*) y “Yo y mis Finanzas” (*Sparkassenstiftung für internationale Kooperation*). De esta forma, se identifica que el 61,3% de las entidades hace uso de al menos una metodología pedagógica avalada (Gráfico 2).

**Gráfico 2. Metodologías para educación financiera**

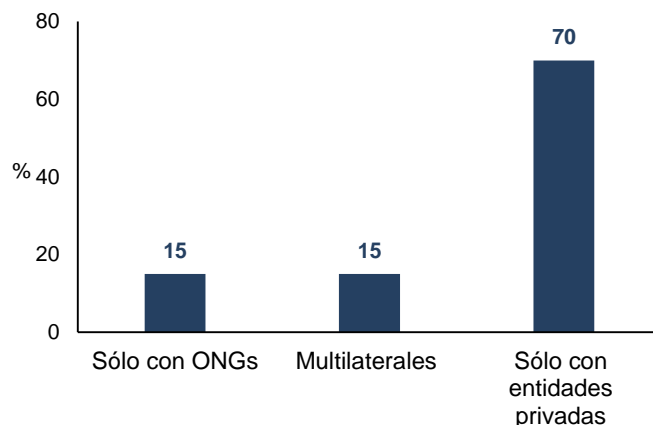


Fuente: Encuesta de EF 2016. Elaboración propia.

## Alianzas

Como se señaló, el desarrollo de alianzas que permitan multiplicar los esfuerzos resulta fundamental, más si se tiene en cuenta que el panorama sigue siendo retador. Al respecto, puede afirmarse que las entidades han interiorizado esta idea, puesto que el 70% de estas reportan tener al menos una alianza con un organismo privado, mientras que el 30% restante las hacen con ONGs y organismos multilaterales (Gráfico 3).

**Gráfico 3. Alianzas**

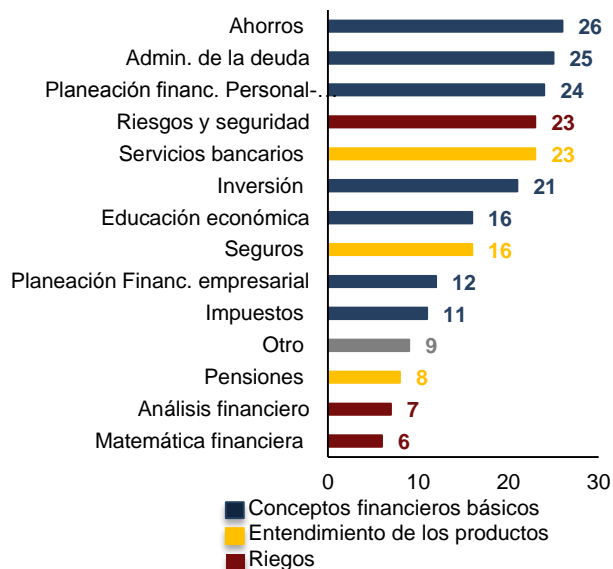


Fuente: Encuesta de EF 2016. Elaboración propia.

## Temáticas

A lo largo de los años, desde Asobancaria se ha identificado que las entidades financieras vigiladas deben hacer esfuerzos en materia de: (i) conceptos financieros básicos (ii) entendimiento de los productos, y (iii) riesgos. El Gráfico 4 ilustra la tendencia de las temáticas abordadas por las entidades en sus programas de educación financiera.

**Gráfico 4. Temáticas de los programas de EF**



Fuente: Encuesta de EF 2016. Elaboración propia.

Se evidencia que temas como el ahorro, la administración de la deuda y la planeación financiera tienen gran acogida en la mayoría de las entidades y hacen parte del frente “Conceptos financieros básicos”. En este sentido, se destaca que la mayoría de metodologías y referentes reconocidos estructuran sus contenidos en torno a los cuatro pilares de las finanzas personales: presupuesto, ahorro, endeudamiento e inversión.

Además, se puede observar una tendencia a centrarse en temáticas relacionadas con la oferta comercial de los bancos. En particular, se aprecia que los principales temas tratados por las entidades encuestadas son el ahorro (captación) y el endeudamiento (colocación), mientras que otros temas como los impuestos, la planeación financiera empresarial o la educación económica, son menos recurrentes.

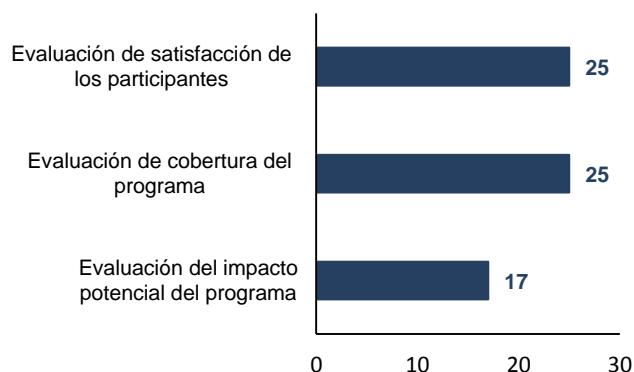
En segundo lugar, el entendimiento de productos es un componente destacado de los programas de educación financiera. Claramente el manejo de los productos financieros más utilizados por los consumidores, como las cuentas de ahorro o las tarjetas de crédito, es un tema incluido en la mayoría de los programas, mientras que el uso de otros productos como seguros y pensiones, se incluye en menor grado. A pesar de ello, debe destacarse la importancia que han ido adquiriendo los programas enfocados en pensiones, puesto que su implementación se ha incrementado cerca de 100% frente a 2015.

Por último, se trabaja en la concientización de los riesgos que conllevan las diferentes operaciones que realizan los usuarios del sistema financiero, tratando de informar que el sistema financiero colombiano goza de una gran solidez gracias a su normativa y gestión de riesgos.

## Medición y evaluación

Las 25 entidades encuestadas evalúan sus programas a través del alcance logrado y la satisfacción de los asistentes (Gráfico 5). Desafortunadamente, las evaluaciones de impacto que permitirían un mejor registro del progreso y consecución de los objetivos se realizan en muy pocos casos. En este punto es donde se presenta uno de los retos más grandes de los programas de educación financiera, pues no resulta sencillo adoptar métodos que evalúen los programas en términos de los cambios en hábitos y comportamientos de las personas en el tiempo.

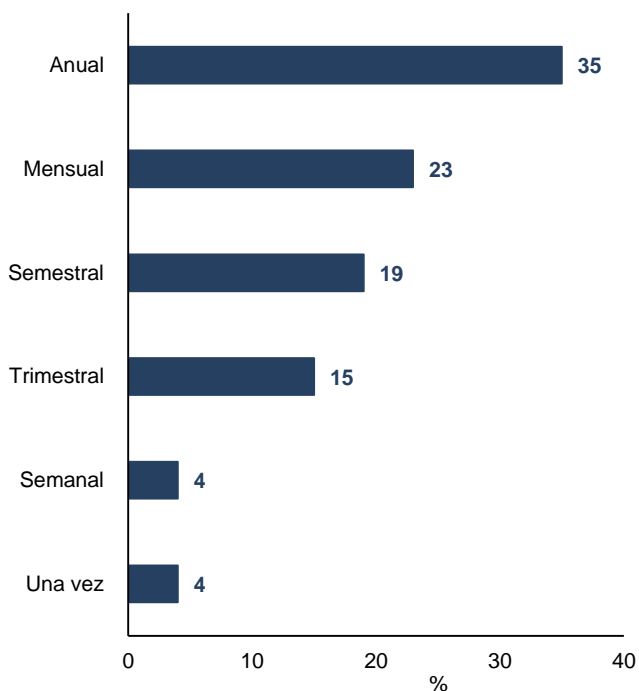
**Gráfico 5. Temáticas de los programas EF**



**Fuente:** Encuesta de EF 2016. Elaboración propia.

Se evidencia también que la gran mayoría de las entidades realizan sus evaluaciones de forma periódica, siendo la forma anual la más común con una participación del 35%, seguida de la mensual y semestral con 23% y 19%, respectivamente (Gráfico 6).

**Gráfico 6. Periodicidad de las evaluaciones**



**Fuente:** Encuesta de EF 2016. Elaboración propia.

Edición 1117

## Cobertura

En términos de las actividades realizadas a lo largo del territorio nacional, se observa que las entidades financieras lograron llegar, de forma presencial, a más de 607 municipios en 31 departamentos, beneficiando a cerca de 729.823 personas. Ambas cifras superaron con creces las registradas en 2015.

De las actividades realizadas, el 54,3% estuvo dirigido a población adulta, mientras que el 19% y el 18% para los adultos jóvenes y mayores, respectivamente.

Al comparar la información de las actividades realizadas con la información del porcentaje de la población que se encuentra en pobreza extrema en cada departamento, se identifica que, en promedio, el 40% de las actividades se

**Cuadro 2. Habitantes beneficiados por programas de educación financiera frente al índice de pobreza extrema por departamento**

Departamento	Habitantes beneficiados por departamento 2016	Beneficiados por departamento/Total de beneficiados	Porcentaje de población en Pobreza Monetaria Extrema - 2016
BOGOTÁ	54.698	7,49%	Menos de 5%
NARIÑO	54.005	7,40%	Más de 15%
VALLE DEL CAUCA	50.728	6,95%	Menos de 10%
CAUCA	49.634	6,80%	Más de 15%
TOLIMA	49.141	6,73%	Menos de 10%
ATLÁNTICO	46.805	6,41%	Menos de 5%
META	40.962	5,61%	Menos de 10%
HUILA	34.323	4,70%	Más de 15%
CUNDINAMARCA	33.995	4,66%	Menos de 10%
CÓRDOBA	29.227	4,00%	Entre 10 y 15%
BOLÍVAR	28.068	3,85%	Entre 10 y 15%
ANTIOQUIA	24.478	3,35%	Menos de 10%
SANTANDER	20.893	2,86%	Menos de 5%
MAGDALENA	19.169	2,63%	Más de 15%
RISARALDA	16.695	2,29%	Menos de 5%
SUCRE	15.728	2,16%	Entre 10 y 15%
CESAR	15.164	2,08%	Entre 10 y 15%
QUINDÍO	13.243	1,81%	Menos de 10%
CASANARE	9.712	1,33%	No info
BOYACÁ	8.562	1,17%	Entre 10 y 15%
CALDAS	8.543	1,17%	Menos de 10%
LA GUAJIRA	6.851	0,94%	Más de 15%
PUTUMAYO	6.760	0,93%	No info
CAQUETÁ	6.341	0,87%	Menos de 10%
NORTE DE SANTANDER	3.992	0,55%	Entre 10 y 15%
GUAVIARE	690	0,09%	No info
CHOCÓ	579	0,08%	Más de 15%
SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SC	566	0,08%	Menos de 5%
ARAUCA	278	0,04%	No info
VICHADA	225	0,03%	No info
GUAINIA	41	0,01%	No info
VAUPÉS	19	0,00%	No info
AMAZONAS	-	0,00%	No info
NO DETERMINADO	79.708	10,92%	
<b>Total</b>	<b>729.823</b>		

Fuente: DANE. Elaboración propia.

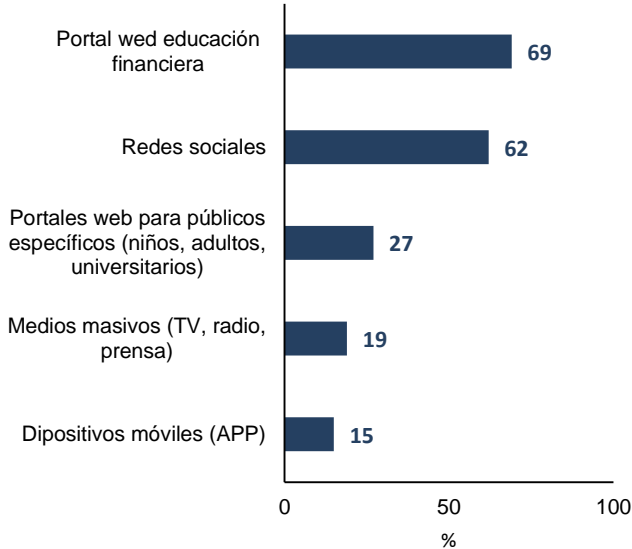
Edición 1117

llevan a cabo en departamentos en los que el índice de pobreza extrema es menor al 10%, mientras que estas se realizan en menor medida en los departamentos donde la incidencia de ese fenómeno es mayor. Específicamente, donde la pobreza extrema se encuentra entre el 10% y 15% se reporta un 17% de acciones de educación financiera, mientras que donde el indicador supera el 15% se reporta un 10% de participación.

## Comunicación

En materia de comunicación y divulgación, cabe destacar que en 2016 el 18% de las entidades financieras invirtió en campañas de sensibilización en medios masivos, tales como prensa, televisión, radio o internet. En particular, el 69% de las entidades reportaron tener una página web dedicada exclusivamente a la educación financiera.

**Gráfico 7. Estrategia digital de los programas de EF**



**Fuente:** Encuesta de EF 2016. Elaboración propia.

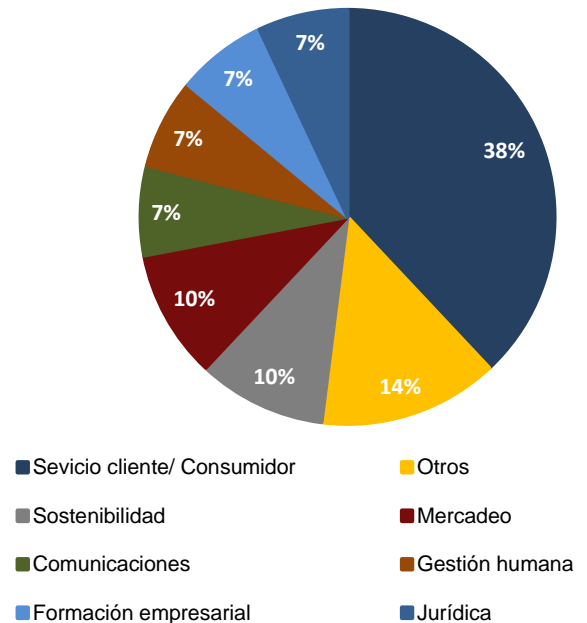
Respecto al resultado de la estrategia digital, en el año en mención se recibieron 5.189.280 visitas en los portales exclusivos de educación financiera de las entidades, las cuales se sumaron a las 936.431 visitas que acumuló el portal gremial Saber Más Ser Más a lo largo del 2016. Cabe resaltar, además, que el 27% de las entidades posee un portal de educación financiera exclusivo para niños los cuales recibieron 223.623 visitas, cifra mucho mayor a la reportada en 2015 (11.000).

En materia de redes sociales, el 62% de las entidades que aseguró realizar divulgación a través de este medio, también reportaron que las redes más empleadas son Facebook y Twitter, mientras que redes como YouTube y Slideshare se emplean en menor medida.

## Estructura organizacional

Cada banco posee su propia estructura corporativa y entiende de forma distinta su rol en la educación financiera, motivo por el cual el área o dependencia encargada varía entre las diferentes entidades financieras. De acuerdo con los datos de la encuesta de educación financiera (2016), el 38% de las entidades ha integrado la educación financiera como parte de su departamento de servicio al cliente o satisfacción al consumidor, probablemente de la mano con lo establecido en la Ley 1328. En otras entidades se gestiona desde áreas que comparten temáticas en común, como lo son el área de sostenibilidad (10%), la de mercadeo (10%) y comunicaciones (7%).

**Gráfico 8. Gobierno Corporativo- Área encargada de temas asociados a la EF**



**Fuente:** Encuesta de EF 2016. Elaboración propia.



## Un conocimiento que evoluciona

La innovación es un componente fundamental en todo modelo pedagógico y de allí que solo poniendo a prueba los métodos tradicionales de enseñanza podremos mejorar su eficiencia. El CFI<sup>3</sup> es uno de los centros de estudios orientados a la acción en educación financiera y busca desafiar los modelos tradicionales de transmisión. Así mismo, en IPA se busca robustecer los programas con un enfoque de comprensión prioritaria para la base de la pirámide. Gracias a los recientes trabajos de estas entidades se han logrado vislumbrar algunos aspectos de mejora para los programas de educación financiera:

1. **Aprovechar los momentos financieros adecuados:** La probabilidad de que las personas retengan información es más alta cuando esta se provee en el momento adecuado. Es por ello que resulta preciso intentar combinar el suministro de información con los momentos financieros claves en la vida de las personas.
2. **Aprender haciendo:** Esta característica se puede lograr a través de simulaciones tecnológicas o situaciones de la vida real con cierto tipo de supervisión. De esa forma el participante podría entender y asimilar las consecuencias de sus acciones.
3. **Incluir recordatorios:** El fomento de estos por medio del uso de herramientas como mensajes de texto, emails, etc., pueden favorecer los buenos hábitos financieros. Tener un recordatorio en el momento indicado es mucho más efectivo que recibir grandes cantidades de información.
4. **Atajos mentales:** Estas reglas simples ayudan a convertir las acciones en hábitos, en tanto que sirven para transformar el contenido de educación financiera en algo más sencillo y fácil de comprender. La simplificación de la educación financiera con medidas específicas y factibles puede ser muy efectivo a la hora de lograr un cambio en las prácticas financieras.
5. **Hacerlo divertido:** El uso de estrategias lúdicas que involucren el juego y el sentido del humor mejora la retención de información y el aprendizaje en general (dramas, obras de teatro, cuentos). Por ello es preciso integrar este aspecto en los programas de educación

financiera en los hogares, en actividades del día a día o permitiendo que las personas accedan a ellos cuando lo estimen conveniente.

6. **Personalización:** Programas ajustados tanto a las capacidades como a las necesidades financieras de cada persona pueden mejorar el interés y retención en los temas relativos a la educación financiera, incrementando así el impacto de dichos programas.
7. **Socialización:** Se pueden aprovechar las redes sociales para reforzar los comportamientos financieros saludables a través de grupos de aprendizaje en la comunidad y grupos de trabajo, entre otros.

Estos tips o consejos para orientar la educación financiera representan las nuevas tendencias alrededor del mundo. En países como México y Brasil, referentes de educación financiera en América Latina, ya se ha puesto en marcha la implementación de programas de educación financiera con este tipo de características.

## Consideraciones finales

Si bien Colombia se ha posicionado como uno de los 59 países que ha establecido una política pública en materia de educación económica y financiera, todavía enfrenta retos importantes para lograr su implementación. El primero de ellos es, sin duda, lograr sinergias entre la academia y los sectores público y privado, de tal forma que se actúe articuladamente en la implementación de acciones que conlleven a la mejora de los niveles de formación de los colombianos en esta materia. Los beneficios de alcanzar este objetivo se traducen en una mayor solidez de la economía de los hogares colombianos, lo que a su vez redundará en un mejor desempeño económico.

Desde Asobancaria así lo hemos entendido y, en consecuencia, reiteramos nuestro compromiso de contribuir a la estrategia nacional desde los distintos programas e iniciativas construidas por los bancos y el propio gremio. “Saber más Contigo”, “Saber más Empresarios”, “AhorraApp”, entre otros, son herramientas construidas desde un entendimiento de las necesidades de los consumidores y que enriquecen los debates al interior de la comisión intersectorial.

<sup>3</sup> “Taller de innovaciones en capacidades económicas y Financieras en Colombia” - El Center for Financial Inclusion de Acción Internacional, el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) y la Banca de las Oportunidades realización.

## Edición 1117

No obstante, es primordial insistir en la formación sobre conceptos de EF desde temprana edad. Para esto, se hace indispensable que la estrategia nacional se ocupe de fortalecer la pobre o escasa presencia de estos conceptos en los p $\acute$ nsu $\acute$ m de las instituciones educativas. Ahorro, presupuesto, tasas de inter $\acute$ s, inflaci $\acute$ o $\acute$ n, entre otros, deber $\acute$ an ser elementos comunes de discusi $\acute$ o $\acute$ n en las aulas de clase de los colegios. Esto se convierte en una aspiraci $\acute$ o $\acute$ n imposible sin el decidido liderazgo y acompa $\acute$ amiento presupuestal del Ministerio de Educaci $\acute$ o $\acute$ n Nacional. Infortunadamente, hasta que esto no suceda, como no ha sucedido, continuaremos registrando avances muy marginales en esta materia. No avanzar en estos frentes nos llevar $\acute$ a, con seguridad, a mantener nuestros rezagos en aspectos b $\acute$ asicos de econom $\acute$ ia y finanzas frente al promedio internacional.

Mientras esto ocurre, nuestros afiliados, conscientes de estas enormes brechas, continúan trabajando e implementando metodolog $\acute$ ias avaladas en la materia.

Adicionalmente, debe resaltarse que nuestros afiliados han dejado de concentrarse exclusivamente en ciudades capitales y han ampliado su alcance en las regiones, duplicando la cobertura frente a lo registrado en 2015. Con todo ello, hoy podemos ver que el esfuerzo de nuestros colaboradores se transforma en m $\acute$ as de 200.000 horas al a $\acute$ o dedicadas a idear estrategias y actividades innovadoras en pro de este objetivo com $\acute$ un.

Si bien continuar incrementando la cobertura es una tarea importante, resulta tambi $\acute$ en fundamental seguir mejorando la eficiencia de las actividades con base en las recomendaciones de los centros de estudio e innovaci $\acute$ o $\acute$ n. Adem $\acute$ as, es necesario enfatizar la pertinencia que tiene evaluar el impacto de nuestras actividades y programas con el fin de conocer los verdaderos resultados de dichas iniciativas. Todo esto nos permitir $\acute$ a, como pa $\acute$ is, dar pasos firmes en el prop $\acute$ osito de mejorar los h $\acute$ abitos financieros personales y familiares, consiguiendo as $\acute$  reducir las brechas sociales y mejorar la calidad de vida de los colombianos.

Edición 1117

## Colombia Principales Indicadores Macroeconómicos

	2015					2016					2017			
	T1	T2	T3	T4	Total	T1	T2	T3	T4	Total*	T1	T2	T3	Total Proy.
PIB Nominal (COP Billones)	192,5	197,1	202,4	207,1	<b>799,3</b>	209,3	214,0	216,2	223,1	<b>862,7</b>	224,5	227,2	229,84	<b>916,2</b>
PIB Nominal (USD Billones)	74,7	76,2	64,8	65,8	<b>253,8</b>	66,9	71,5	73,9	74,1	<b>286,6</b>	76,3	74,8	78,3	290,7
PIB Real (COP Billones)	131,1	132,0	133,6	134,5	<b>531,3</b>	134,6	135,2	135,3	136,6	<b>541,6</b>	136,2	137,1	138,0	<b>551,3</b>
<b>Crecimiento Real</b>														
PIB Real (% Var. interanual)	2,8	3,0	3,2	3,3	<b>3,1</b>	2,6	2,4	1,2	1,6	<b>2,0</b>	1,1	1,2	2,0	<b>1,8</b>
<b>Precios</b>														
Inflación (IPC, % Var. interanual)	4,6	4,4	5,4	6,8	<b>6,8</b>	8,0	8,6	7,3	5,7	<b>5,7</b>	4,7	4,0	4,0	<b>4,3</b>
Inflación básica (% Var. interanual)	3,9	4,5	5,3	5,9	<b>5,9</b>	6,6	6,8	6,7	6,0	<b>6,0</b>	5,6	5,1	2,2	...
Tipo de cambio (COP/USD fin de periodo)	2576	2585	3122	3149	<b>3149</b>	3129	2995	2924	3010	<b>3010</b>	2941	3038	2937	<b>3152</b>
Tipo de cambio (Var. % interanual)	31,1	37,4	53,9	31,6	<b>31,6</b>	<b>21,5</b>	<b>15,8</b>	<b>-6,3</b>	<b>-4,4</b>	<b>-4,4</b>	<b>-6,0</b>	<b>1,5</b>	<b>0,4</b>	<b>4,7</b>
<b>Sector Externo (% del PIB)</b>														
Cuenta corriente	-7,1	-5,5	-8,0	-6,1	<b>-7,4</b>	-5,1	-3,8	-4,8	-3,4	<b>-4,4</b>	-4,1	-3,6	...	<b>-3,6</b>
Cuenta corriente (USD Billones)	-6,8	-5,3	-7,6	-6,1	<b>-18,9</b>	-3,6	-2,8	-3,6	-2,6	<b>-12,5</b>	-3,4	-2,7	...	<b>-13,9</b>
Balanza comercial	-6,3	-4,6	-8,3	-7,5	<b>-7,3</b>	-5,4	-3,9	-4,7	-4,2	<b>-4,6</b>	-4,0	-3,6	...	<b>-3,1</b>
Exportaciones F.O.B.	15,9	15,8	17,3	15,8	<b>17,9</b>	12,9	14,0	14,0	14,9	<b>14,2</b>	17,8	19,1	...	<b>10,2</b>
Importaciones F.O.B.	22,1	20,4	25,6	23,3	<b>25,1</b>	18,3	17,9	18,7	19,1	<b>18,8</b>	21,8	22,7	...	<b>13,3</b>
Renta de los factores	-2,4	-2,5	-2,0	-0,8	<b>-2,2</b>	-1,6	-1,8	-1,9	-1,4	<b>-1,7</b>	-2,5	-1,9	...	<b>-1,8</b>
Transferencias corrientes	1,5	1,5	2,3	2,2	<b>2,1</b>	1,9	1,9	1,8	2,2	<b>2,0</b>	1,8	2,2	...	<b>1,6</b>
Inversión extranjera directa	4,4	5,3	3,4	3,3	<b>4,6</b>	6,7	5,0	2,9	4,1	<b>4,7</b>	3,2	3,6	...	<b>4,4</b>
<b>Sector Público (acumulado, % del PIB)</b>														
Bal. primario del Gobierno Central	0,0	0,8	1,0	-0,5	<b>-0,5</b>	0,2	...	...	...	<b>-1,1</b>	0,6	...	...	...
Bal. del Gobierno Central	-0,4	-0,2	-1,0	-3,0	<b>-3,0</b>	-0,9	-1,1	-2,7	-3,9	<b>-3,9</b>	-1,1	...	...	<b>-3,3</b>
Bal. estructural del Gobierno Central	...	...	...	...	<b>-2,2</b>	...	...	...	...	<b>-2,1</b>	...	...	...	<b>-2,0</b>
Bal. primario del SPNF	0,6	1,8	1,8	-0,6	<b>-0,6</b>	1,0	2,1	1,8	0,9	<b>0,9</b>	-0,1	...	...	<b>0,5</b>
Bal. del SPNF	0,2	0,7	-0,4	-3,4	<b>-3,4</b>	0,3	0,5	-0,6	-2,6	<b>-2,6</b>	-0,7	...	...	<b>-2,3</b>
<b>Indicadores de Deuda (% del PIB)</b>														
Deuda externa bruta	36,5	37,1	37,5	37,9	<b>37,9</b>	40,4	41,2	41,1	42,5	<b>42,5</b>	39,1	39,4	...	...
Pública	21,8	22,2	22,4	22,7	<b>22,7</b>	24,2	24,8	24,8	25,2	<b>25,2</b>	23,3	23,0	...	...
Privada	14,7	14,9	15,1	15,2	<b>15,2</b>	16,2	16,3	16,3	17,2	<b>17,2</b>	15,8	16,4	...	...
Deuda bruta del Gobierno Central	39,9	40,6	45,4	45,3	<b>45,1</b>	43,2	44,0	44,6	46,1	<b>46,0</b>	44,1	44,7	...	...

Fuente: PIB y Crecimiento Real – DANE, proyecciones Asobancaria. Sector Externo – Banco de la República, proyecciones MHCP y Asobancaria. Sector Público – MHCP. Indicadores de deuda – Banco de la República, Departamento Nacional de Planeación y MHCP.

Edición 1117

## Colombia Estados Financieros\*

	sep-17 (a)	ago-17	sep-16 (b)	Variación real anual entre (a) y (b)
<b>Activo</b>	<b>571.204</b>	<b>571.219</b>	<b>527.423</b>	<b>4,2%</b>
Disponible	37.570	38.697	35.265	2,5%
Inversiones y operaciones con derivados	98.446	98.535	98.122	-3,5%
Cartera de crédito	412.865	409.855	374.341	6,1%
Consumo	113.201	112.270	102.521	6,2%
Comercial	234.491	233.139	213.184	5,8%
Vivienda	53.475	52.842	47.815	7,6%
Microcrédito	11.698	11.604	10.820	4,0%
Provisiones	22.511	22.174	17.437	24,2%
Consumo	8.333	8.239	6.577	21,9%
Comercial	11.595	11.381	8.648	29,0%
Vivienda	1.752	1.717	1.483	13,7%
Microcrédito	818	824	725	8,4%
<b>Pasivo</b>	<b>497.027</b>	<b>497.262</b>	<b>456.676</b>	<b>4,7%</b>
Instrumentos financieros a costo amortizado	432.993	433.391	394.837	5,5%
Cuentas de ahorro	157.645	159.654	149.144	1,7%
CDT	147.124	147.502	130.298	8,6%
Cuentas Corrientes	47.228	47.869	43.924	3,4%
Otros pasivos	3.120	3.120	3.014	-0,4%
<b>Patrimonio</b>	<b>74.177</b>	<b>73.957</b>	<b>70.747</b>	<b>0,8%</b>
<b>Ganancia / Pérdida del ejercicio (Acumulada)</b>	<b>5.383</b>	<b>4.935</b>	<b>9.340</b>	<b>-44,6%</b>
Ingresos financieros de cartera	33.565	29.897	30.530	5,7%
Gastos por intereses	12.739	12.629	12.675	-3,3%
Margen neto de Intereses	20.291	17.995	17.507	11,5%
<b>Indicadores</b>				<b>Variación (a) - (b)</b>
<b>Indicador de calidad de cartera</b>	<b>4,37</b>	<b>4,32</b>	<b>3,21</b>	<b>1,16</b>
Consumo	5,88	5,82	4,85	1,04
Comercial	3,81	3,77	2,45	1,35
Vivienda	2,87	2,82	2,23	0,65
Microcrédito	7,72	7,78	7,00	0,72
<b>Cubrimiento**</b>	<b>124,9</b>	<b>125,3</b>	<b>145,1</b>	<b>20,21</b>
Consumo	125,1	126,2	132,4	-7,26
Comercial	129,9	129,6	165,5	-35,53
Vivienda	114,1	115,1	139,3	-25,25
Microcrédito	90,5	91,2	95,8	-5,23
ROA	1,26%	1,30%	2,37%	-1,1
ROE	9,79%	10,17%	17,98%	-8,2
Solvencia	16,04%	16,06%	15,54%	0,5

\* Cifras en miles de millones de pesos.

\*\* No se incluyen otras provisiones.