



“Si las empresas insertan sus nombres en el proceso, se generará una sensación de cinismo entre el público, en el que se calificaría a toda la iniciativa de educación financiera solo como un ejercicio de relaciones públicas e imagen de la compañía para mejorar la venta de sus productos financieros”.

La educación financiera no es para posicionar la marca

ENTREVISTA FINANCIERA

— Carlos Arturo García
— Economía y Negocios

El sector financiero colombiano está apostándole fuerte a lograr una educación efectiva sobre el sector no solo de la población adulta, sino también de la escolar en todas sus etapas, desde la escuela hasta la universidad.

Paralelo a las actividades que realizan los bancos por separado, la Asociación Bancaria viene impulsando y apoyando desde hace cinco años una serie de programas que permitan despertar mayor conciencia familiar sobre este tema.

Portafolio habló sobre los alcances y efectividad de estas iniciativas con el experto internacional Daniel Levin, invitado central del II Congreso de Protección al Consumidor y Educación Financiera, que realiza en Bogotá la Asobancaria.

¿Qué tan conveniente es la presencia de las marcas bancarias dentro de los procesos de educación?

Es importante que no se estructure la iniciativa de educación financiera ‘sobre la marca’, sobre todo debido a la importante función que desempeñan en este proceso las instituciones financieras, que ya, per se, generan una visibilidad muy alta.

Si las marcas específicas se insertan en el proceso, se impondrá una “sensación de cinismo” entre el público en general, en el que se calificaría a toda la iniciativa de educación financiera sólo como un ejercicio de relaciones públicas e imagen de marca para mejorar la venta de productos financieros.

Es preferible dejar que



Para el experto, Daniel Levin (en la foto), hay que poner en práctica una iniciativa nacional de educación financiera del más alto nivel, que llegue a todos los sectores de la sociedad colombiana.

el compromiso del sector financiero con la educación financiera hable por sí mismo, para ayudar a las personas a controlar su propio destino financiero.

Si la educación financiera es tan importante, ¿por qué hasta ahora se toma conciencia sobre este hecho?

Hasta cierto punto, la retórica de las agencias internacionales de desarrollo, incluidas las instituciones de ‘Bretton Woods’, sobre la importancia de la educación financiera no siempre se ha acompañado de un compromiso real en finan-

“El presidente Santos ha hecho de la inclusión financiera una parte integral de su plataforma socioeconómica”.

“Se debe empezar con una plataforma modular de educación con programas listos para implementar”.

ciación y eficacia.

Esta falta de priorización y ejecución en el plano multilateral también tiende a reflejarse en el ámbito nacional, y Colombia no es el único entre los recién llegados a la educación integral de financiamiento.

Sin embargo, es más constructivo centrarse en la importante tarea que tenemos por delante, en lugar de centrarse en los errores del pasado.

Y, ¿cómo ve el proceso en Colombia?

El presidente Juan Ma-



Los consumidores financieros tienen derechos y deberes

Al referirse a los derechos y deberes de los consumidores financieros, el experto Daniel Levin dijo que es útil

integrar el mensaje de los derechos y obligaciones en las zonas y grupos relacionados en los que se manifiestan, en lugar de insertar un sesgo doctrinario en la educación financiera en general.

Grupos tales como los empleadores, asociaciones y empleados de asociaciones o sindicatos, que son los grupos más adecuados para transmitir y hacer cumplir este aspecto de la educación financiera en sus entornos.

nuel Santos ha hecho de la inclusión financiera una parte integral de su plataforma socioeconómica y la educación financiera es el primer paso, y, posiblemente, el más importante.

Pero, ahora empieza el trabajo duro, poner en práctica una iniciativa nacional de educación financiera del más alto nivel, que llegue a todos los sectores de la sociedad independiente de los ingresos, edad, género o ubicación geográfica, y que sea eficaz, eficiente y sostenible.

¿Qué canales se deben emplear para ello?

Es fundamental centrarse en la aplicación efectiva de las iniciativas de educación financiera a través de los medios de comunicación y las instituciones educativas, en lugar de quedarse atascado en los estudios comparativos de diagnóstico y análisis.

Por lo tanto, es fundamental comenzar con una plataforma modular de educación financiera con programas listos para ser implementados, que puedan ser transferidos a un grupo de trabajo nacional y luego adaptarlos a la realidad política, económica, social y cultural nacional.

¿Hay una relación estrecha entre educación financiera

y mejor calidad de vida de las personas?

Es evidente que la falta de educación financiera, o la educación financiera ineficaz, trae sentimientos de resignación y cinismo entre la población, con la sensación de que la economía y los mercados financieros están ahí para servir solo a unos pocos privilegiados.

Y, ¿cómo medir ese impacto?

Se puede medir de muchas maneras tangibles, que van desde simples parámetros, como el número de personas que han tomado el dinero que tenían escondido bajo el colchón y las cuentas bancarias que se han abierto, o la compra de pólizas de seguro, hasta parámetros más complejos como la disminución en el fraude financiero y en los esquemas de pirámide, o el aumento de la liquidez en el mercado de capitales del país.

¿Qué es lo prioritario en un proceso de educación financiera?

El factor más importante para determinar el éxito de una iniciativa de educación financiera nacional es la capacidad de transferir las herramientas esenciales y programas a un equipo interdisciplinario de profesionales. ▬