

Hitos del programa de educación financiera Viva Seguro

Adriana Yauhar, coordinadora Educación Financiera
Fasecolda

La educación económica y financiera (EEF) es un proceso que favorece el conocimiento de conceptos y productos financieros, y permiten en la práctica la toma de decisiones informadas. En Colombia, el Gobierno ha promovido esta iniciativa para gran parte de la población y el sector asegurador, con el programa Viva Seguro, ha sido uno de sus aliados.

Cada día se hace más evidente la necesidad de diferentes organismos, públicos y privados, para proveer educación financiera a distintas poblaciones. Estamos en un momento crucial en el cual, aunque hemos construido unas bases para incorporar la EEF en el país, nos falta mucho para lograr los resultados deseados: individuos de todas las edades que comprendan cómo las decisiones que toman diariamente tienen alguna injerencia en su realidad, y cómo este entorno incide en su bienestar.

En términos regulatorios, la educación financiera en Colombia apareció en el 2006 cuando se dio vida al programa Banca de las Oportunidades para promover el acceso a los servicios financieros formales para la población que hasta ese entonces estaba desatendida.

En el 2009, se promulgó la Ley 1328 mediante la cual se dictaron nuevas normas en materia financiera, de seguros y del mercado de valores; entre ellas se indica que las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera están obligadas a desarrollar campañas de educación financiera y que deben contar con un sistema de atención al consumidor financiero (SACF). Con esta ley se logró que distintos sectores financieros se dieran a la tarea de promover la educación financiera,

En el 2010, la Superintendencia Financiera incorporó a la Circular Básica Jurídica un capítulo de protección al consumidor, reiterando la obligación de las entidades a proveer educación financiera de forma directa o a través de las agremiaciones, sin que ello excluyera la responsabilidad individual por el cumplimiento de



la norma. Ese mismo año se expidió el Decreto 2555 y la Resolución 01 de la Comisión Nacional de Crédito Agropecuario, las cuales dan cuenta del interés por promover el conocimiento tanto del Sistema General de Pensiones como del seguro agropecuario, respectivamente.

En el 2011, la Ley 1450 por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2010–2014, estableció la tarea al Ministerio de Educación Nacional para incluir en el diseño de programas para el desarrollo de las competencias básicas, la EEF para niños, adolescentes y jóvenes en los colegios. Una iniciativa más que necesaria teniendo en cuenta recomendaciones internacionales como las de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), que sugieren inculcar la enseñanza financiera desde los primeros años

de vida, no solo por la transversalidad del tema con distintas áreas del conocimiento, sino porque además es una manera eficiente para facilitar conocimientos, actitudes y comportamientos en la adultez.

Finalmente, el Decreto 457 de 2014 creó la Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera (CIEEF), como órgano de coordinación del Sistema Administrativo Nacional para la Educación Económica y Financiera. La Comisión tiene como propósito trazar los lineamientos de política en la materia y recomendar mecanismos de coordinación entre el sector público y privado para la ejecución de la estrategia propuesta.

Bajo este contexto, el sector asegurador se configura como uno de los más activos en la promoción de la

➔ El gremio reestructuró el programa Viva Seguro y actualmente desarrolla actividades pedagógicas encaminadas a incentivar la lectura de la póliza y la búsqueda de asesoramiento antes de adquirir seguros, y promover la planeación para el logro de metas.



Pasaje Seguro en Centro Comercial Centro Calima, Cali.
Foto: Viva Seguro Fasecolda - Corpovisionarios

EEF, pues incluso antes de la expedición de la Ley 1328, se venían gestando iniciativas para fomentar conocimientos en el manejo de riesgos y seguros, motivando la toma de decisiones informadas. A continuación se exponen los aportes del gremio en esta materia.

1. La encuesta de microseguros y la creación del programa Viva Seguro

En el 2008 se llevó a cabo un estudio de mercado¹ para conocer en los estratos 1, 2 y 3, información sobre riesgos, mecanismos utilizados para responder a ellos, hábitos de ahorro, y tenencia y percepción de seguros. Los resultados que los hogares de bajos ingresos respondían a emergencias con medidas de choque y no de protección (ahorros y seguros), que la no tenencia de seguros estaba motivada por la falta de interés o de conocimiento de los mismos, y que las personas preferían obtener capacitación financiera a través de talleres, programas televisivos, cartillas, videos, internet y programas radiales.

En respuesta, Fasecolda convocó a las compañías aseguradoras para conformar un comité para el fomento de la educación financiera. Para la implementación del programa Viva Seguro se desarrollaron varias herra-

mientas de divulgación como talleres, cartillas, programa radial y medios digitales, entre otros.

2. Evaluación de impacto de talleres y el programa radial: de informar a incentivar cambios de comportamiento

Entre el 2011 y el 2014, Fasecolda contrató a la Universidad de los Andes para evaluar el impacto de los talleres y el programa radial, en términos de conocimiento, actitudes y comportamientos de las personas frente a riesgos y seguros. Los resultados constataron que ambos canales permitían mejorar el nivel de conocimiento sobre la materia, sin embargo, no se observaron cambios en los comportamientos, salvo que los talleres motivaban tímidamente al ahorro.

Con el ánimo de motivar comportamientos y actitudes financieras positivas, se realizó un diagnóstico de cultura del riesgo y seguros a nivel nacional². Algunos de los resultados más importantes fueron:

- La lectura y comprensión de la póliza influye positivamente en la satisfacción del consumidor al momento de su reclamación.



- Existe una relación positiva entre quienes piensan que les pasarán cosas buenas y su disposición a comprar seguros.

Frente a esto, el gremio reestructuró el programa Viva Seguro y actualmente desarrolla actividades pedagógicas encaminadas a incentivar la lectura de la póliza y búsqueda de asesoramiento antes de adquirir seguros, y promover la planeación para el logro de metas a través de la construcción de escenarios optimistas. Estas actividades aún no se han evaluado.

3. Educación financiera sobre gestión del riesgo para niños

En concordancia con la legislación, en el 2015 Fasecolda suscribió un convenio con el Ministerio de Educación Nacional para fortalecer la EEF, articulándola con la gestión del riesgo. Para ello, se encuentra desarrollando un proyecto que busca indagar sobre los riesgos a los que más se expone la comunidad

educativa (estudiantes, profesores, rectores y padres de familia) y las preferencias y prácticas pedagógicas actuales para aprender de economía, finanzas y riesgos. Con esto se podrá diseñar y evaluar un modelo pedagógico que responda a la realidad de hoy. El proyecto finalizará en el 2018.

En términos regulatorios se han expedido normas que contribuyen a la incorporación de la EEF, sin embargo, estas son tan recientes que aún falta consolidar resultados y trazar una ruta clara de cómo podrán los distintos sectores aunar sus esfuerzos. Los aportes del programa Viva Seguro se basan en el desarrollo de canales para generar conocimientos en manejo de riesgos y seguros, pero ya que proveer información por sí sola no basta para que las personas tomen decisiones financieras informadas, ha venido implementando herramientas

➔ En términos regulatorios se han expedido normas que contribuyen a la incorporación de la EEF, sin embargo, estas son tan recientes que aún falta consolidar resultados y trazar una ruta clara de cómo podrán los distintos sectores aunar sus esfuerzos.

innovadoras para generar espacios de reflexión y así favorecer la adopción de actitudes y comportamientos financieros saludables. Finalmente, consciente de que la educación financiera se debe promover desde los más pequeños, apoya al sector público en esta campaña que, aunque difícil, tendrá un impacto favorable para todos. 

1. Se realizó con una muestra de 550 hogares de Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla a través de la firma Yanhass
2. Se obtuvo una muestra de 6.193 hogares en Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, se realizaron 59 entrevistas semiestructurales y un sondeo a 169 personas vinculadas al sector, a través de la firma Corpovisionarios