

Educación financiera: pilar fundamental para el crecimiento y desarrollo de los hogares, de las empresas y de los países

Violeta Zuluaga Cadena, Universidad Santo Tomas. Colombia

Jose Antonio Fernandez Navarrete, Universidad Santo Tomas. Colombia

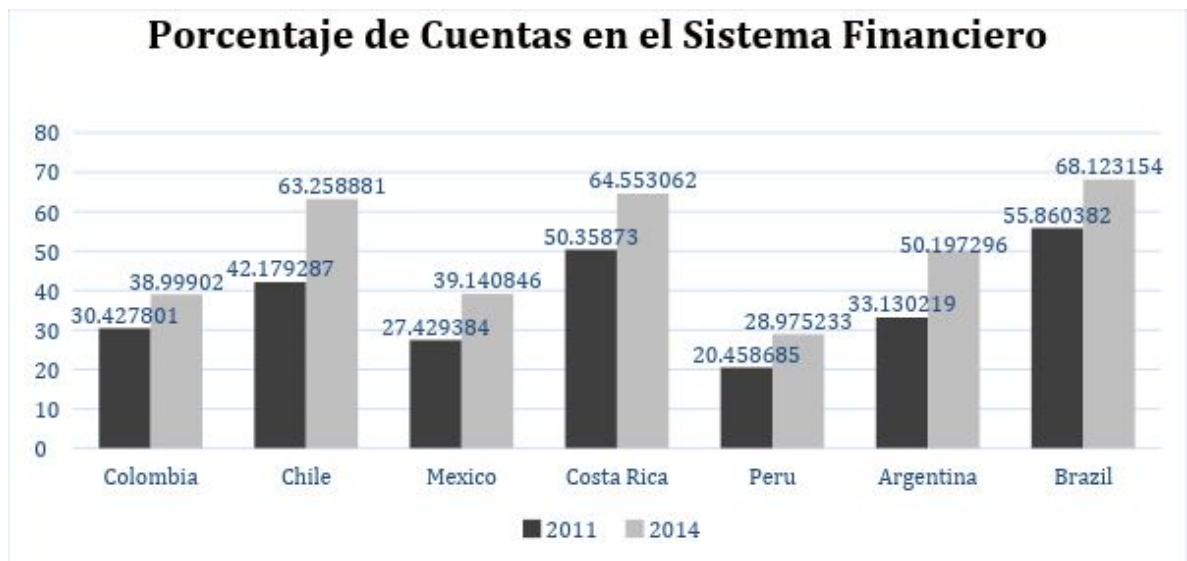
John Milton Diaz Villarraga, Universidad Santo Tomas. Colombia

Adagios sabios mencionan que un país que ahorra, es un país que puede invertir y que puede crecer y desarrollarse. Y estas premisas son perfectamente aplicables a las familias. En los hogares aún no se ha generalizado la cultura del ahorro, práctica que guarda una relación directa con la educación financiera; y ésta en Latinoamérica registra un lento crecimiento en las últimas décadas, evidenciado de manera crítica en los estratos más vulnerables de la población; estas hipótesis son claramente sustentadas en los indicadores de crecimiento y desarrollo de los distintos países de la región; si bien es cierto hay algunas excepciones como Brasil, Chile y México que se encuentran a la vanguardia, aún persisten grandes brechas entre países, estas circunstancias son verificables en la baja inclusión financiera de distintos grupos poblacionales, con las consecuentes pérdidas de oportunidad de acceso a los servicios financieros que pueden contribuir a mejorar el bienestar y la calidad de vida de las personas. Este fenómeno, está vinculado de una parte, con voluntades políticas de los gobiernos de turno y de otro lado por limitaciones de acceso que tienen las entidades del sistema financiero.

En la actualidad la educación financiera es considerada como un elemento indispensable para la planeación financiera de los hogares, y una herramienta clave para el desarrollo de habilidades que le permitan a la población planificar su futuro a través de la elección de instrumentos

financieros, lo que contribuye a reducir las barreras de exclusión financiera que actualmente subsisten y, por otro lado, soporta un desarrollo adecuado de este importante agente económico considerado como la base de la sociedad. Lo anterior, se fundamenta en la idea de que los consumidores más educados tomarán mejores decisiones financieras a lo largo de su vida, las cuales, favorecen el desarrollo del sistema financiero. La siguiente gráfica, da cuenta de la evolución del proceso de bancarización en los países de América Latina.

Gráfica 1: Porcentaje de Cuentas en el Sistema Financiero



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Banco Mundial: Data from database: G20 Financial Inclusion Indicators Disponible en: http://databank.bancomundial.org/data/reports.aspx?Code=NY.GDP.MKTP.KD.ZG&id=1ff4a498&report_name=Popular-Indicators&populartype=series&ispopular=y

De acuerdo a los datos publicados por Banco Mundial (Banco Mundial) registrados en la Gráfica 1, se evidencia un importante avance en el

volumen de cuentas, donde Chile presenta el más importante crecimiento entre 2011 y 2014 pasando de 42,2% en 2011 a un 63,3% de la población con cuentas dentro del sistema financiero; Brasil y Costa Rica puntúan la penetración del sistema financiero en la población con 68,1% y 64,6%, aunque no fueron los de mayor crecimiento en el periodo. Perú aun presenta una baja participación de mercado, llegando solo al 29% de la población, Colombia se situó en un 38% después de un pobre crecimiento de un 8%.

El vacío generado por la falta de presencia del sistema financiero en los grupos poblacionales mencionados ha convertido a los servicios financieros informales en una alternativa de acceso a recursos para la población vulnerable; si bien, estos servicios se ajustan a las complejas necesidades de la población, resultan ser poco fiables, costosos y riesgosos. Por ello se requiere un esquema sostenible en el tiempo que permita establecer una fuente segura, confiable y de soporte que ayude al crecimiento y progreso económico de esta clase de población, y a su vez genere un impacto positivo sobre la economía en general (Banco Mundial, 2010).

El sector Financiero, particularmente los Bancos tienen un importante nivel de influencia en el crecimiento económico de un país o de una región, de acuerdo al informe del sector Bancario presentado por Proyecta (Proyecta, 2011) el cual menciona que una importante proporción de los créditos otorgados por los Bancos son utilizados en el sector consumo y comercio, específicamente para el año 2011 este ítem presentó un crecimiento total del 50%, mientras que el sector microcrédito aunque también presenta un importante nivel de desempeño creció el 30%.

Estas tendencias a su vez se ven reflejadas directamente en el aumento del consumo, del sector comercio y en la expansión de algunos sectores de la microempresa lo que desde una perspectiva coyuntural de crecimiento es muy positivo para la economía Colombiana, dado que se promueve un mejor desempeño del Producto Interno Bruto (PIB).

Sin embargo desde una perspectiva de largo plazo, la ampliación del crédito propicia un aumento del riesgo, dado que el nivel de apalancamiento aumenta, justo con la utilización de créditos otorgados por la banca comercial.

En este sentido desde un ambiente internacional financiero se ha venido desarrollando un concepto muy valioso para el desarrollo y la competitividad del sector bancario, el cual trata de la responsabilidad ambiental que tiene un banco al otorgar créditos, y es el Financial Green Marketing, o Marketing verde, el cual se refiere al desarrollo y promoción de productos y servicios que satisfacen las necesidades y deseos de los clientes en términos como calidad, desempeño, precios competitivos y conveniencia sin causar contaminación o detrimento del medio ambiente (Polonsky y Mintu-Wimsatt 1997, cp. Cañas, 2010).

Sumado a este concepto, se hace evidente la eficiencia en el uso de los recursos, mediante el principio de Desarrollo Sostenible o Sustentable, que advierte al mundo sobre la necesidad de lograr un desarrollo económico, donde los recursos naturales permanecieran para el uso de las generaciones futuras, haciendo una declaración sobre la que se fundamenta la sostenibilidad el desarrollo que responde a las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de responder a sus propias necesidades (Informe Brunland, ONU, 2007).

Ante los retos que el sector financiero enfrenta relacionados con el marketing verde y el desarrollo sostenible, resulta imprescindible, además del segmento empresarial, enfocar esfuerzos hacia las familias cuyo crecimiento y desarrollo potencializa el crecimiento empresarial desde la perspectiva del consumo, del ahorro y de la inversión. Para ello, hoy más que nunca existe la necesidad de proponer cambios estructurales en la educación financiera en Latinoamérica sobre todos aquellos países que poseen pocos avances al respecto, en particular los individuos y hogares que se encuentran en la base de la pirámide de ingreso bajos, los cuales en cuanto a volumen representan una parte importante de la población. En ese sentido, y ante la escasa fuente de información y la ineficiencia que mantiene el sistema financiero sobre el impacto positivo en la disminución de la brecha de desigualdad así como al acceso de recursos del mercado bancario, se hace importante analizar los avances y posibles estrategias que propicien una mayor cobertura y un crecimiento regularizado de inclusión financiera.

Particularmente en nuestro país se han creado algunos programas con el fin de incentivar, promover y garantizar el acceso y uso de los servicios financieros; uno de estos es la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (ENE EF) creada en el marco del Plan de Desarrollo 2010-2014, sin embargo en Colombia estas políticas de gobierno implementadas para incentivar la inclusión financiera, no han sido llevadas a cabo de manera eficiente, por lo que resulta imperioso realizar una revisión y evaluación de las políticas gubernamentales enfocadas al desarrollo de la población que no cuenta con los recursos necesarios para hacer parte del sistema financiero formal ([Banco Mundial, 2017](#)).

BIBLIOGRAFÍA

ASOBANCARIA. (2014). *Informe de sostenibilidad 2014. Acercando la Banca a los Colombianos*. Bogotá.

Asobancaria. (s.f.). <http://www.asobancaria.com>. Recuperado el Noviembre de 2012, de http://www.asobancaria.com/portal/page/portal/Asobancaria/info_consumidor/sitios_de_interes#programas

Banco Central de Brasil. (2012). *Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF)*.

Banco Mundial. (2009). *¿Finanzas para todos? Políticas y trampas en la expansión del acceso*. (U. d. Rosario, Trad.) Bogotá: Banco Mundial/ Mayol Ediciones S.A.

Bauman, Z. (2009). *Vida de consumo*. Mexico: Fonde de cultura económica.

Calomarde, J. V. (09 de 2005). *Marketing Ecologico*. Madrid: Piramide. Recuperado el 27 de 08 de 2013, de http://www.relec.es/archivos/sostenibilidad/Jose_V_Calomarde_W.pdf

CIEEF. (2017). *Estrategia nacional de educación económica y financiera de Colombia (ENEFF)*. Bogotá.

Comite de Basilea. (Junio de 2011). *Marco Regulatorio Internacional para los Bancos*. Recuperado el 12 de 2012, de <http://www.bis.org/bcbs>: http://www.bis.org/bcbs/basel3_es.htm

Cuéllar, M. M. (22 de 08 de 2013). Puntos Cardinales. (C. Zuluaga, Entrevistador)

Echverri Cañas, L. M. (21 de 06 de 2010). INSERCIÓN DEL MERCADEO VERDE EN PRÁCTICAS EMPRESARIALES EN COLOMBIA (CASOS DE ESTUDIO). *Luna Azul*, 123 - 138.

Emerito, J. S., & Retolaza, J. L. (2003). ¿Exite espacio para una Banca Ética? *LAN HARREMANAK*, 127-163.

FELABAN. (2007). <http://www.felaban.com>. Recuperado el 27 de 08 de 2013, de <http://www.felaban.com>: http://www.felaban.com/archivos_publicaciones/arte_bancarizacion.pdf

FELABAN -PNUMA. (2012). *Integración de la sostenibilidad en las instituciones financieras Latinoamericanas. Enfasis en aspectos ambientales*. Mexico.

García, N. Grifoni, López, y Mejía.(2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe, Situación actual y perspectivas*. CAF, Banco de desarrollo de América latina No. 12. Año. 2013.

Kotler, P., & Roberto, E. (1992). *Marketing Social*. Mexico: Diaz de Santos.

Krugman, P. (2009). *De vuelta a la economía de la gran depresión y la crisis del 2008*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Lymperopoulos, C., Soureli, M., & Chaniotakis, I. (2012). A model of green bank marketing. *Journal of Financial Services Marketing*, 17(2), 177–186.

N. G., A. G., J. L., & D. M. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe Situación actual y perspectivas*. OCDE. Corporación Andina de Fomento.

Omahe, K. (2008). *Nuevo Escenario Global*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

ONU. (1987). *Informe Brundtland. Nuestro Futuro comun*. Obtenido de http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/42/187

ONU. (2007). *ONU*. Recuperado el 24 de 08 de 2013, de ONU: http://esdkorea.unesco.or.kr/download/esd_pub/Final_CD/DESD_2010/ESP/04_Info_Advoc_Tools/PDF/es-avril2007.pdf

Raccanello E,Herrera Guzmán. (2017). Educación en inclusión financiera. *Revista latinoamericana de Estudios educativos*, 122. Obtenido de: <http:redalyc.org:9081/articulo.oa?id=27301268005>, fecha de consulta: marzo 5 de 2017.